

# 2023年论文的调查报告及(通用5篇)

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编为大家带来的报告优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 论文的调查报告及篇一

青城古镇在历史上曾是交通要塞和物资集散地，汇聚商家墨客、贩夫走卒。既是“甘肃省历史文化名镇”，也是“中国历史文化名镇”。随着古镇旅游业的逐渐开发，古镇景观的保护与设计也被提到日程上来。因此青城景观设计如何更好地在尊重和保护的基礎上避免雷同做出新意具有相当重要的现实意义。

### 一、青城古镇概况

1. 青城古镇地理位置与自然条件。青城又名条城（东西长，南北窄），地处榆中县北部，总面积约138km<sup>2</sup>，距离兰州市约100km，白银市约25km，区域靠近109国道。属于四季分明的温带半干旱大陆性季风气候区，区内为黄土高原山地丘陵地貌，地势南高北低。黄河由西南向东北方向穿境而过，“依山傍水、藏风聚气”的风水观尽显其中。

2. 青城古镇历史人文和社会经济条件。青城据《榆中县志》记载：“秦修长城、汉广屯田、唐建堡碉、宋筑城墙”。“青城”的名字便是为纪念平定西域叛乱的狄青大将军。到明朝时期修筑明长城以防外敌来犯；青城范围后随青城人过河北移扩展于明朝末年。青城镇是农业大镇，由于经济水平欠佳，二三产业并未发展起来。但青城的历史文化资源为以旅游带动第三产业创造了良好根基。早年青城人口流失正使青城的生命力与文化活性受到威胁。因此让文化资源重新带动古镇经济十分重要。

## 二、青城古镇景观设计构成要素

1. 青城古镇空间景观。青城由于其特殊的历史，故而格局上整齐划一，是形似于棋盘的军事防御布局。主街开阔，呈东西走向，小街则较为狭窄曲折，北对河南面山。“丁”字形的连续交错街道，以示“不泄风水”。青城古镇的节点空间由核心节点空间，如城隍广场、不明确主题意义功能或边界限定的宽阔空间以及可以使古镇空间拥有特殊魅力的小尺度空间构成。

2. 青城古镇古建筑装饰景观。砖雕装饰——以青城书院的《教五子图》和刘家大院的《福禄寿》为代表。木雕装饰——高氏祠堂及多处民居中的木雕都是经典之作。石雕装饰——碑刻书法风格多样，装饰、技法、表现形式及选材也各具特色。

3. 青城古镇民俗景观元素。剪纸艺术——题材源于生活，材料随意，独树一帜西厢调——清光绪年间成曲，唱腔优美，情真感人英雄舞鼓——源于民间传说的最受喜爱的民俗表演活动。民间游戏——柴山、道台狮子和火狮子。

## 三、青城古镇景观设计原则

以人为本原则——使用对象生理心理、功能精神的集中感受  
地方性原则——特色建设的基础生态设计原则——景观的可持续发展场所精神——地域空间设计的内在文化展现。

## 四、青城古镇景观设计内容

1. 空间格局。青城自发形成的“中心”和由此“中心”向外辐射的空间秩序可概括为“一轴、一带、六节点”。“一轴”即从校场路进入，与后街形成空间主轴。“一带”指青城的全部景观内容。“六节点”在古镇核心保护区内，分布于入口、罗家大院、城隍庙、青城书院、高氏祠堂和城隍广场。例如入口点可设置具有古建筑风貌的入口广场，做紧急避难区起到保护与疏散游客的作用，同时也做引导游客作用。

2. 道路空间。青城的街道作为景观的骨骼和风貌的基本骨架，主

街面用人工青石板铺成,一些窄小街巷则以碎石板铺地,青城的历史也在这磨破的石板路中被人知晓。青城的街道尺度怡人,因此设计应保留原尺度,增种枝叶繁茂的行道树,在主街巷空间栽植具有特色的本地树种,可造四季景观。一些小巷道也可做落叶景观,营造意境美。

3. 空间环境点缀、装饰的艺术。处理点景小品、艺术装饰作为一种文化现象,会直观或潜移默化地体现古镇的形象。如灯饰、垃圾桶、休闲座椅、销售站、指示牌、雕塑等艺术品都有所展现。随着城市化进程,应增加古镇的公共服务设施、媒体宣传设备以及观赏、纪念性工艺品。在这一部分设计内容中,装饰艺术设计的地方性、民族性、宗教性以及民众的参与性都必须体现出来,使其形成具有青城地域特色的文化审美。

4. 古镇视觉形象的确立。古镇的视觉形象包括建筑、环境、居民以及社会形象,是一种取决于古镇历史、风俗习惯、文化特征的综合评价和印象。通过对青城方方面面形象内容的综合处理,可塑造特征鲜明、极具吸引力和亲和力的青城景观形象。

5. 古镇景观如诗如画的意境创造。目前青城还鲜有具有很高艺术价值和观赏功能的景观,因此运用人文思想与科学技术,配以诗、书、画意境和想象,将空间、古建筑、碑林等遗址遗迹、神话、戏曲、民俗活动、传统技艺等与环境相结合,进行师法自然又非简单模仿的意境创造。又或者将青城的地形地貌、水体、奇石等采用对比、隐喻、夸张变形等手法进行意境设计。通过设计的独到处理,将青城景观的意境营造出来。综合上述内容关于如何解决青城古镇景观设计方面问题的关键,笔者认为可以通过把握景观设计核心,从历史、文化、环境三个方面基于青城特有的历史背景和自然环境,以科学可持续的角度分析古镇景观发展前景。同时制定相关指标体系和量化标准,使景观设计落到实处。由于时间和篇幅原因,本文只对古镇景观设计进行了简单的初步探讨。在不断深入的过程中,还有很多新的问题出现,许多具有前瞻性的新观点值得深入探讨。笔者希望通过本文的浅析,能够对青城古镇景观设计有所贡献。

参考文献:

[1]吴傲蕾. 文化营造视角下兰州青城古镇保护与更新改造研究. 兰州交通大学硕士学位论文, .04.

[2]徐澜婷. 探索四川古镇景观设计——以安仁古镇景观设计为例. 四川大学硕士学位论文, .04.

[3]张松. 历史城市保护学导论[m].上海:上海科学技术出版社,

[4]王丹玲. 青城古建筑装饰解读. 西北师范大学硕士学位论文, 2007.

[5]杨揖舟. 《青城记》. 省委党校印刷厂, .

[7]俞孔坚. 以土地的名义:对景观设计的理解[j].建筑创作, 2003 (7) .

[8]俞孔坚. 追求场所性:景观设计的几个途径及比较研究[j].建筑学报, (2) .

[9]马健, 杨志刚. 青城民俗文化综述. 西北民族大学. 西北民族博物馆, 2007.

## 论文调查报告及篇二

### 一引言

沙溪是一个历史悠久的小镇，可追溯到2400多年前的春秋战国时期。唐宋时期，南诏、大理国在西南地区兴起，并成为当时唐朝和吐蕃的缓冲地段，也是连接强者之间的纽带，也是沟通两者经济、文化交往的茶马古道的主要途经地之一。

沙溪古镇，作为一个茶马古道的重要驿站，曾经繁华一时，作为当时古道上的一座古镇，发挥着积极的作用。但是随着

茶马古道作用的消退,这里也就成了众多古镇一样的被文明社会所遗弃了。

另外,公元前400多年,沙溪就形成了以黑惠江为中心的青铜冶炼制作基地,沙溪先人在那时就拥有了较高的青铜冶炼技术,成为云南青铜文化的发源地之一。

沙溪古镇位于云南省大理剑川县西南部,地处金沙江、澜沧江、怒江三江并流自然保护区的东南部。坐落于青山环抱的小坝子,这里山清水秀、气候宜人,物产丰富。

另外,它是一个以白族为主,汉、彝族共居的少数民族居住地,它是一个被人们誉为“山美、水美、坝子美、姑娘更美的鱼米之乡和歌舞之乡”。

城镇选址:水随山而形,山界水而止,界分其域,止其逾域,聚其气而施耳”,说的是我们中国传统建造城市的理想之地。

沙溪负阴抱阳,背山面水。沙

溪古镇背靠石宝山,面对黑惠江,是典型的“负阴抱阳,背山面水”的基本格局。这样的自然条件形成相对封闭的空间,人与自然关系和谐,自然山川和建筑绿化的景观取得优美的背景、烘衬、层次、轮廓以及借景、对景等诸效果,并有利于形成良好的生态环境和局部小气候。

总体来说,沙溪古镇位置的选择传承了中国传统村镇位置选址的风水思想。沙溪古镇以寺登街为中轴线,将古镇分为南北两片,古镇总体沿黑惠江由北向南成带状分布,四方街是古镇的核心与灵魂。寺登街由东向西贯穿于整个古镇,古镇共有三个门——东寨门、南寨门、北寨门,西边紧靠熬峰山的无寨门。东寨门通往大理地区,南寨门联结古镇南面与西面的滇西盐井,北寨门通往西藏地区。

另外，曲折性是古镇街道的主要特征。这种曲折感创造了亲切感和趣味感。此外，由于街道的弯曲所产生的阴影也可以起到遮阳的效果。其次建筑与街巷之间存在相辅相成、密不可分的关系，建筑是形成街巷空间的决定性要素。沙溪古镇建筑有“亦商亦局”的功能。临街建筑与街道相邻的空间，多数屋主将其作为经营活动。

四方街似曲尺型，正街南北长约300米，东西宽约100米，其中北部街东西长约100米，南北宽约50米，整个街面用红砂石板铺筑，街中心有两棵数百年的古槐树。四方街东面有坐东朝西的古戏台，西面有坐西朝东的兴教寺，两这遥相呼应，将四方街平分为南北两半，整个街坊四周商铺马店林立，三条古巷道延伸到古镇的四面八方。

沙溪古镇一带凝聚了白族传统民居风格及古城街巷原有格局，具有较高的文化品位和艺术价值。在沙溪古镇，当地的传统民居布局形式主要有“三房一照壁”和“四合五天井”两种形式。此外，在传统聚落中，由于基地形状、地势，以及实际功能的需求，在基于传统的基本布局形式放生变异延展。如位于沙溪古镇四方街北侧的老马店，因兼顾经商的需求，在形制上欲保持“三房一照壁”，建筑的布局设计主要采用前商后住的布局，以相邻院落厢房后墙改为照壁，以保持传统的布局形式。另外，建筑主体围护结构主要采用土坯建造。

这些建筑高三层，结构精巧，出角十二角，翼然若飞。虽经修缮，但基本上保持了原建筑风貌。

沙溪古镇完整地遗存着远古街市的原始风貌，环境幽静，街道干净整洁，街区也有完善的绿化体系，如街道两旁的柳树和各种绿色植被；黑惠江及街道两侧的水质清澈见底，远远望去，这里古树掩映，瓦舍人家古朴清幽，营造出“小桥流水人家”的景致秀美而典雅。

沙溪古镇位于寺马列拉雅山脚下的一个偏僻山谷，经济发展

滞后，交通不便，较为封闭。

另外，巷道多沿垂直于街道的轴线方向延伸至镇区外围，与街道一起形成公共交通体系。由于受到空间格局的界限，导致一些商业交通活动街道显得很拥挤。

人是街道空间体验的主体，不同效果和尺度的街巷空间会给人压抑、兴奋、或紧张等感受。另外，沿街两侧大部分为居住用地或商住混合用地，也有部分宗祠用地，建筑密度大，各类用地性质的土地较为混杂，其中寺登四方街最具有商业气息，体现茶马古道集市的建筑当属密布在街场四周及巷道两旁前铺后马店的商业建筑，商业服务网点较集中。外部空间组织有一定的次序，绿化及开放空间较平均。但是，土地利用的低效益和设施的低效能，也抑制了传统街道应有的活力。

太子会是沙溪古镇传统的民俗活动，每年的农历二月初八，这里都要举行盛大的民间宗教活动，俗称“太子会”。到时候男女老幼披红挂绿，从八方云集到兴教寺和回女街，抬着太子、佛母的神像举行游行庆典，锣鼓队、佛教队、道教队、洞经乐队等轮番登场，再加上古戏台上表演的大戏，寺登街上人声鼎沸，舞乐连天，灯火绵延，通宵达旦。

一。而且

古建筑缺乏消防水源，且周围道路狭窄，有的还设有门槛、台阶，消防车无法通行。这给火灾扑救带来很大的困难。例如：香格里拉古建筑烧毁事件等等。

古建筑往往体现了地方历史文化和民族风情，由于古建筑的管理不完善也是威胁古建筑的消防安全的重要因素。所以，科学管理的概念在这里就显得特别重要。

第一，建立起健全的规章制度，严格落实和实施安全条例，

让人们认识到防灾的重要性，地方政府加大资金投入维修保养，培养一批又专业救援能力的队伍。

第二，“保护”与“利用”和谐并存，前提是保护，而合理的利用。在保证古建筑的外观，根据现代的生活方式改变内部需要。

所以，对于今后的规划开发发展方向，坚持科学管理，科学发展观规划建设。在“保护”与“利用”和谐并存，前提是保护，而合理的利用。在保证古建筑的外观，根据现代的生活方式改变内部需要。

古镇沙溪，走过一个发展、壮大、辉煌、衰落的过程，只留下了无声的石桥、古道、古街在悄悄诉说着它的过去，只有黑惠江水无声地把沙溪在茶马古道上的辉煌历程带入遥远的大海。曾经繁华一时，作为当时古道上的一个古镇，发挥着积极的作用。但是随着茶马古道作用的消退，这里也就成了众多古镇一样的被文明社会所遗弃了。它安静地坐落在云南大理地区剑川石宝山的脚下。这里没有嘈杂的人群扎堆，更没有大理丽江那样繁花似锦的古城辉煌，这里只是一个小小的四方街，却是那么的古朴、遥远.....

登四方街是沙溪的灵魂与核心，是沙溪商贸交易的地方。它位于沙溪坝子中央鳌峰山熬头位置，依山傍水，是一个地理位置极佳的风水宝地，是一个集寺庙、古戏台、商铺、马店，开阔的红砂石板街面，百年古树、古巷道、寨门于一身、功能齐备的千年古集市当我走在古镇的石板路上，有一种徜徉在历史中的感觉，体会着之力曾今的繁华。听着小溪的叮咚，仿佛听见了茶马古道山马帮的响铃，这让我宁静的站在路边发呆。

## 论文的调查报告及篇三

调查报告



(一号黑体) 居中 题目: 关于××××的调查

(小二号黑体) 学校: 焦作电大博爱分校 类别: 中央电大  
开放专科 年级: 专业: 学号: 姓名:

完成时间: 指导教师:

(小二号黑体 居左)

1、调查对象:

(四号楷体)

2、调查方法:

3、调查步骤:

4、时间安排:

1、标题: 可用单标题形式, 例“××小学素质教育情况调查”; 也可用正标题加副标题的形式, 例: “转变教育观念, 推进素质教育——××小学素质教育情况调查”

(上空一行, 居中, 小二号黑体字)

2、正文一般包括以下内容: (字体四号宋体)

(1) 对调查的问题及目的意义, 调查时间、地点、对象、方法的介绍。

(2) 调查结果(材料)与分析。文章的主要内容, 占主要篇幅。可先叙后议, 也可夹叙夹议。

(3) 对问题的思考和对策建议。

文无定法，在符合调查报告一般规范的基础上，具体怎样结构布局是相当灵活的。

主要包括以下内容：

1、选题过程：要说明你为什么选这个课题，它是怎样确定下来的。

2、调查的过程：

3、写初稿到修改定稿的过程：主要说明你写了几稿，指导教师给你提了哪些修改意见，你做了哪些修改。

4、合著要说明分工。

封面——调查方案——调查报告——过程说明

注：正文用四号宋体。

## 论文的调查报告及篇四

调查报告论文是一种把调查得来的情况用书面形式向有关领导部门汇报的公文。

调查报告论文的种类很多，大致可分为典型经验的调查、揭露问题的调查、历史沿革的调查，新情况新事物的调查，以及基本情况的调查等。其中常用的调查报告有两种：

1. 群众来信的调查报告。是对来信反映的情况或揭露的问题进行核实。包括调查了哪些人，所调查问题的真实情况以及对来信的处理意见。

2. 典型的调查报告。包括典型经验、典型事件的叙述和分析。

# 论文的调查报告及篇五

**摘要：** 本文通过对贵州省药品生产企业营销工作现状的研究，分析了营销方面存在的问题，并提出相应的对策，以适合当前形势下相关政策的策略，为贵州省药品生产企业在医改新政下的营销决策，提供依据和参考。

**关键词：** 药品生产企业；营销；集中采购平台；存在的问题

目前贵州省医药产业发展迅速，已成为贵州省的支柱产业之一。自中央发布新医改政策以后，贵州省陆续出台了《贵州省深化医药卫生体制改革近期重点实施方案》、《贵州省建立国家基本药物制度实施方案》等相关政策。随着药品集中采购、基本药物等制度的实行，药品市场环境正在发生改变。营销是现代企业经营中一步必不可少的环节，因为它充当着生产部门与市场之间的纽带。在复杂多变的市场中，营销决策制定、营销决策实行的好坏将左右一个企业的发展前景。因此，为使贵州省药品生产企业适应新的药品市场环境，把握贵州省药品生产企业营销现状，并为企业提供相应的营销策略建议已迫在眉睫。

## 1贵州省医药生产企业营销现状分析

本次问卷调查以贵州省九江市、州、地的所有药品生产企业139家为调查总体，进行分层抽样，共发出问卷75份，收回问卷57份，问卷回收率为76%，对收回问卷数据资料，进行处理分析，其结果如下。

### 1.1贵州省医药生产企业营销现状

1.1.1药品集中采购平台利用率较低，配送环节存在问题从贵州药品生产企业对药品集中采购平台的使用情况看，仍有23%的生产企业从未使用过该平台，这其中有84.6%的企业生产的是非基本药物，政策规定公共医疗机构的药品采购必须通过

省级人民政府组织的药品集中采购平台进行采购，这样做等于主动放弃了公共医疗机构所代表的巨大市场份额。同时，我们还注意到，即使是已参与药品集中采购平台的企业对平台的'使用也不够重视[]20xx年使用该平台的企业中，超过50%的企业使用次数不到10次，频率过低，更有18.18%的企业不为中标采取任何手段。另外，药品生产企业在集中采购平台上中标后的配送工作也暴露出一些问题，绝大多数药品生产企业是委托药品经营企业进行配送，18%的企业选择大型药品经营公司进行配送，8%的企业选择中小型药品经营公司配送，74%的企业配送无固定类型的药品经营企业。在每次配送选择的药品经营企业的数量上，22%的企业每次配送选择的药品经营企业在2~3家。78%的企业配送选择的药品经营企业数量视情况而定。可见配送选择的药品经营企业的规模和数量大多不固定，而且其中还有不少是规模和实力较弱的中小型企业，因此药品配送过程中的药品损耗、药品质量控制、药品送达等环节就会出现问題。

1.1.2营销部门缺乏高层次专业人才，营销团队构成不合理药品是特殊商品，其营销手段、营销决策和其他行业有较大差别，药品营销需要的是具备营销知识，医药知识，相关医药法规知识的复合型专业人才。只有具备这些条件的高素质人才组成的营销团队才能为企业统筹规划，制定合理的营销决策。但目前据调查显示，贵州省药品生产企业营销部门具有硕士及硕士以上学历者所占比例不到1%[]另外，营销团队中还存在42%的员工基本无营销经验，37%的营销人员原来是从事药品生产的技术人员，26%的营销人员是从其他行业转行过来的营销人员。由此我们可以看到，贵州省药品生产企业中充斥着缺乏营销经验或原来从未接触过药品的转业人员，这就造成了营销活动效率低下，营销人员在营销活动中无法满足激烈的市场竞争需要。

1.1.3企业经营观念落后影响营销活动的开展贵州省药品生产企业中有56%的企业完全交由药品经营企业开展营销，同时有53%的企业从未对医疗机构进行过药品宣传，另外还

有18.18%的企业在药品集中采购平台招标过程中无所作为。再结合之前提到过的关于不重视基本药物市场以及营销部门、团队构建滞后的情况，可以看到在营销观念上，贵州省药品生产企业表现出相对落后的状态。

当今国际社会所公认的营销观念是“以消费者和社会需求为中心”的市场营销观念和社会营销观念，而大多数贵州省药品生产企业的营销观念还停留在“以生产为中心”的生产观念上。长此以往，必将被那些拥有先进营销观念，懂得如何才能满足市场需求的企业抢占市场空间，最终面临被市场淘汰的风险。

1.1.4企业销售终端、渠道规划不合理贵州省药品生产企业的销售渠道主要以医药批发企业、区级以上医疗机构、医药连锁零售企业为主，分别占到79%、58%和54%。其中48%的企业未进入社区卫生服务中心、乡镇卫生院等基层医疗机构市场。其原因主要是同类产品较多，基层医疗市场竞争激烈；医药企业销售能力有限，难以保证盈利。另外有39%的企业销售范围未覆盖农村市场，且其中仍有50%的企业根本未打算进入农村市场。目前，进驻农村市场普遍存在三大难点：农村交通、信息不畅，企业销售网络覆盖成本较高，管理困难；农村地广人稀，销售战线过长，销售人员培养困难；农村收入增长缓慢，购买力较低，较倾向于价格低廉的药物。

终端和渠道规划的不合理造成了贵州省药品生产企业的销售渠道过于集中，同质化产品较多，企业忙于激烈的市场竞争，为了取得订单不断压低价格，减少利润，没有足够的资金和精力开拓新的市场，进行新产品研发，从而无法进入产品选择匮乏、潜力巨大的基层医疗市场和农村市场。

## 2对策及建议

2.1积极参与药品集中采购平台的使用，并对药品配送进行管理

企业应积极参与药品集中采购平台的使用，已参与的企业应提高参与频率。同时可组建专门的团队负责药品集中采购平台竞标相关的事宜，如为确保中标进行各项基本准备，设置有效的竞标策略，对相关部门和专家进行公关等。另外还需要加强药品配送的规范化管理，为了确保安全、有效的药品能及时送达，应对选择配送的药品经营企业的配送过程进行监管，在企业有能力的情况下自行组建药品配送部门。

## 2.2 增强企业自身吸引力，构建成熟的营销团队企业

应制定灵活多样的人才激励机制和管理措施，并与各大医药类高校建立长期合作关系，吸引更多专业的药品营销人才，确保相关专业人才的资源储备，建设一支既掌握药学知识，又有营销管理能力的高端人才队伍。另外，企业还应为营销人才提供更多的专业培训、定期进修、继续教育、学术交流等多种形式提高营销团队整体的素质和业务水平。

## 2.3 改变观念，正视兼并重组

贵州省各药品生产企业有必要重新审视营销在现代企业发展中的作用，改变旧有的、被动的生产观念，积极了解市场对各类药品的需求，消费者的选择偏好，建立一套合理的生产——销售——反馈机制帮助企业更加适应市场的变化。另外改变对兼并重组消极的看法，有计划的选择合适的兼并重组企业，完成企业各项资源的优化整合。这样不但能够扩大企业生产规模，降低生产成本，还能拥有充足的资金，从而在更加广阔的市场上开展营销活动，同时也可使贵州省药品生产企业在创新能力和技术水平上得到进一步巩固。

## 2.4 合理设置销售渠道和终端企业应根据自身药品特点，设置适合的销售终端和销售渠道，配合相应的营销组合措施。

从贵州省医药市场发展的前景来看，在基层医疗机构市场和农村市场高速发展的态势下，企业应把握机遇，积极在原来

渠道上推进各层分销体系的构建，逐步打造出多层次、多环节和可管控的商务渠道，并使渠道与终端形成相辅相成的有机整体，在营销组合策略中发挥最佳的通路作用，并最终达到利润最大化。

## 2.5 合理利用优势进行营销

2.5.1 合理利用贵州民族药在全国市场中的品牌效应，并根据不同地区、不同市场的特点采取灵活多变的营销组合策略，则无论是政府公关还是药品集中采购平台的使用上，贵州省药品生产企业都能得到事半功倍的效果。其次，充分发挥独家品种基本药物所具有的巨大竞争力，这样在营销过程中企业才能获得更大的优势。

2.5.2 针对目前蓬勃发展的农村医药市场，设置人员对企业现有产品进行梳理、分类和组合形成系统规划的农村医药产品策略。同时根据新医改相关政策和态势，积极推进已有产品的基本药物报批。

2.5.3 立足根本贵州省药品生产企业的根在贵州，企业应在着手建设国内市场的基础上，积极配合贵州省政府对于医疗产业基础设施的建设和基层医疗机构市场、农村市场的开发，形成政企合作的良性循环。如此一来，既获得了与政府的良好合作关系、完善了基础设施，又开拓了市场，为进一步的市场营销活动提供了大量的政府、物资资源，可谓一举三得。