

# 话题报告英语(通用5篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 话题报告英语篇一

市场调查热点话题报告有哪些？关于市场调查报告有哪些热点话题可以参考借鉴的呢？下面就让小编给大家带来市场调查热点话题报告，希望大家喜欢！

报告名称：城镇居民住房消费市场调查报告

调查方法：入户访问

调查地点：重庆市奉节县

调查时间：20\_\_年1月24日

被访者：城镇居民

### 一、前言

居民住房条件是衡量居民生活水平高低、社会物质文明程度精神文明程度的重要标志之一。居民住房除了具有生存资料的功能外，同时又具有民展资料和享受资料的功能。随着社会主义市场经济的发展，城镇居民住房消费越来越重要，特别是在现阶段，它和其他产业关联度高，带动作用强，不但对消费的启动有重要作用，而且对经济增长的拉动作用也日

益突出，国家也反发展住宅业作为带动经济增长的一个重要产业，反居民住房消费为带动投资、启动消费的突破口。因此，了解居民居住现状及消费需求，对研究居民居住问题，完善居民住房消费体制，制订居民居住消费政策是十分必要的。

## 二、具体内容

经过调查显示：

55.7%家庭已经购房，户均2.6万元

随着国家房改力度加大，我国城镇居民已形成掏钱买房住的观念，超过半数居民已购买了住房。

在购房家庭中，户均购房金额2.6万元，为城镇居民家庭平均收入的1.5倍。其中购房改房的家庭占86.9%，户均购房金额1.9万元；购商品房的家庭占9.7%，户均购房金额7.9万元；购买其它住房的家庭占3.3%，户均购房金额3.4万元。户均购房金额小于1万元的家庭占购房家庭总数的31.1%，户均购房金额1至3万元的家庭占46.5%。

购买住房的家庭中，1990年以前购房的家庭只占4.2%，1991-1994年购房的家庭占19.0%，1995-1996年购房的家庭占32.5%，1997-1999年购房的家庭占44.3%。可见随着房改力度的增加，居民购房呈上升趋势。

65.8%家庭住房产权归己

随着我国住房制度改革不断深入，已初步构建起了住房新体制基本框架。它打破了单一的公有制住房产权形式，形成了以居民自主产权为主、多个产权形式并存的格局。

公房的家庭由1993年的76.8%急剧下降到目前的28.6%。

## 户均使用面积52平方米

住房面积是衡量居住水平的重要指标，从实际使用面积来看，户均小于20平方米的家庭占总调查户的7.8%；户均20-40平方米的家庭占32.7%；户均40-60平方米的家庭占35.5%；户均60-80平方米的家庭占14.1%；户均80-100平方米的家庭占5.4%；户均100平方米以上的家庭占4.5%。

从不同的行政区域看，使用面积最大的为海南和福建省，户均为76和74平方米，使用面积最小的为上海、北京和天津，户均分别为30、38、38平方米，高、低相差一倍以上。

值得注意的是，在户均使用面积小于20平方米的家庭中，仍然存在着15.2%的三人以上家庭的安居问题。其中，大多是离退休、下岗待业及家庭负担重、就业人口少的低收入家庭。这些家庭的成员因工作单位经济效益差、福利待遇低，住房条件长期得不到改善。

## 住房成套率达到72.7%

奉节县城镇居民居住的房屋类型分为7种，58.7%的城镇居民家庭住房结构为二居室或三居室，其中二居室达到39.0%；三居室达到19.7%；一居室和四居室比例较低，分别为9.6%和2.6%；普通楼房和平房居住率达10.1%和17.2%。

绝大部分家庭居住条件较好，拥有比较齐备的生活设施。其中拥有暖气设备的家庭占31.5%；拥有厕所浴室的家庭占40.2%；拥有管道煤气天然气的家庭占30.3%。部分家庭的居住条件较差，生活设备不配套，8.1%的家庭没有单独属于自家的卫生间；38.8%的家庭无暖气设备；17.7%的家庭使用煤炭燃料。

## 32.3%的家庭户均装修1.4万元

家庭占58.3%，装修支出1-3万元的家庭占33.7%，3万元以上的家庭占8%。

## 12.9%的家庭打算购房

有12.9%的家庭打算在20\_\_年购房，其中6.8%的家庭打算购买现住房，3.2%的家庭打算购买商品住房。

从结果可以看出，国有职工及集体职工就业者家庭(以户主就业情况划分，下同)拥有住房产权的比例明显高于个体经营者和个体被雇者，就连国有下岗职工及(国有、集体)内退职工拥有住房产权的比例也明显高于个体经营者和个体被雇者。国有企业就业者拥有住房产权比例高达77.9%，分别比个体经营者和个体被遍及者拥有住房产权比例的47.8和50.6%高出30.1个百分点和27.3个百分点。

近七成的家庭拥有了自己的产权房，户均购房金额2.6万元，户均使用面积52平方米；家庭装修已成新产业，三成多的家庭户均装修支出1.4万元；12.9%家庭今年打算购房。以上数据表明购房已成家庭最大消费。

不同收入家庭购房意向差异较大。在20\_\_年打算买房的家庭中，年收入在5000元以下的家庭为7.1%；年收入在3-5万元的家庭为18.4%；年收入在7-10万元的家庭为22.7%。低收入家庭对住房的需求比较迫切，但是受收入的限制难以立即转化为有效需求。可以看出准备买房的大多数属于中、高收入家庭，他们有较强的改变住房条件的愿望及相应的经济承受能力，如果有比较优惠的鼓励购房的政策，这部分人将成为今后实现住房消费的主体。

## 三、关于发展城镇居民住房消费的建议

### 1、早日停止各种形式的福利售房

优惠售房对推动房改的发展起到了极大的推动作用，但从长远来看，对今后的住房市场的健康发展在某种程度上将带来一些负面影响。因此，加快制定有关政策，尽快使居民住房货币化、市场化，消除原住房体制的负面影响，让居民在平等的条件下购买住房，以引导居民住房市场的发展方向。

## 2、尽快开放居民住房二级市场

据调查，奉节县城镇居民住房私有率已达73.6%(包括部分产权)，但这样大的住房存量在客观上是不流动的。不流动的存量势必造成住房资源的不合理消费和浪费，并且地住房资源的进入形成障碍，开放住房二级市场势在必行。因此，应抓紧解决房改房产权分割问题，尽早全面放开住房二级市场，消除居民住房消费“瓶颈”，畅通居民住房消费渠道，全面激活住房市场，使之成为拉动内需的又一积极因素。

## 3、降低商品房价格和各种交易税费

商品房价格居高不下，使中低收入居民望房兴叹，也使商品房处于积压状态。既然大量商品房积压，使之自行折旧学杂费，不如降价出售，让利于民。据了解，房产转让有关税费达交易额的10%左右，这样高的税费对居民是个不小的负担，降低税费，是促进居民住房消费的有效方式之一。房地产交易税费属于地方税费，税费的降低表面上看减少了地方收入，但是，如果由于税费的降低激活了居民住房消费，交易额的提升同样可增加地方政府税收的来源。

## 4、加强住房市场化宣传，促进居民住房消费观念转变

针对旧的、落后的消费观念，各有关部门及各种媒体，要加强宣传有关住房市场化的知识、住房市场化的进程以及与个人的切身利益；鼓励人们住房即期消费、中长期消费和信贷消费；使人们形成住房消费新观念、新意识。

## 第一部分：调查简介说明

### 一、调查目的

本调查项目目的在于了解本区各年龄阶层的消费习惯和消费观念，以及对该企业存在的经营和管理上的问题，使管理者能够做出更好的策略方案，提高市场竞争力。

### 二、调查内容

消费者需求调查，消费者性别、年龄、职业、收入、消费结构情况调查，消费者购买心理调查，购买动机调查，购买模式调查，购买行为调查，购买习惯，购买原因，影响消费者购买决策的因素调查，消费者需求变化的趋势调查，消费者满意度调查等。从商品(质量、安全性、种类的多样性及全面性、定价、优惠等)、超市形象(超市规模、知名度、信誉等)、超市位置(交通便利程度、接送路线设置满意度等)、超市环境(货架陈列、布局、商品分类人性化陈列、音乐、光线、洁净度、购物辅助配套等)、服务(服务人员着装整洁性、服务态度、售后服务的完善性、投诉抱怨的处理等)等来了解消费者对超市的满意度。

## 第二部分超市市场营销环境调查报告

### 一、调查结果分析

本次调研总共对64个人进行了调查访问，男性为56.3%，女性为43.7%，而其中年龄18~25的占据85.9%，学生占据绝大多数，为71.9%，因此，超市的主要顾客，和潜在顾客为该超市附近的在校学生。学生收入来源主要是父母给付，因此收入水平不高，而且调查人群每月到超市次数有限。

从经营者角度看，他们无疑应该了解消费者的消费特点，对于不同性别、不同年龄、不同收入水平的消费者，在经营策

略和企业管理上应该有所变化。与女性消费者相比，男性消费者具有较强理智性、自信性。他们不愿“斤斤计较”，购买商品也只是询问大概情况，对某些细节不予追究，也不喜欢花较多的时间去比较、挑选，即使买到稍有毛病的商品，只要无关大局，也不去计较。在许多情况下，购买动机的形成往往是由于外界因素的作用，如家里人的嘱咐、同事朋友的委托、工作的需要等等，动机的主动性、灵活性都比较差。而女性消费者则通常喜欢一些造型别致新颖、包装华丽、气味芬芳的商品。此外，她们还非常注重商品的外观，将外观与商品的质量、价格当成同样重要的因素来看待，因此在挑选商品时，她们会非常注重商品的色彩、式样。她们也经常受到同伴的影响，喜欢购买和他人一样的东西。

## 二、消费者购物行为情况

### 一)影响消费者的购买因素

在本次超市的调研中，其中选择该超市的29.7%为路过该超市，29.7%为离家近，14.1%为离单位近，10.9%为附近没有其他超市，15.6%的则是喜欢这家超市。由此可见，人人乐超市的顾客中，稳定顾客较多，约占70%，但超市的稳定顾客，即喜欢该超市的只占15.6%。在选择影响顾客购物的因素里，在众多的因素中，地理位置占67.1%，价格占50.7%，而环境卫生占41.1%。说明当消费者选择超市的时候，更注重的是地理位置和价格因素，交通方便，价格优惠是消费者所希望的。其次超级市场的环境卫生也是影响消费者对起选择的重要因素。而在我们的对象当中，45.2%认为影响他们选择在广泰购物最重要的因素是地理位置，而认为商品价格低和超市环境好的就各占27.7%。例如相对与调查的对象而言，交通十分方便(附近有学校2间，老师宿舍，住宅小区，)，价格和环境卫生并不是影响调查对象选择超市的最主要因素。

### 二)消费者购买物品

在来超市的顾客中，有59.4%的要购买食品，37.5%的要购买水果蔬菜，21.9%的购买米面粮油，买日常用品的有64.1%，其他的占16.1%。

### 三)购物状况环境评价

#### 1)顾客购物评价

对于这家超市的总体印象，有17.2%顾客认为很好，42.2%的认为还好，39.1%的认为好，不好的占1.6%。

而对于超市商品价格，25%的顾客认为价格偏高，37.5%的认为可以接受，35.95%的认为比较合理，非常便宜的占1.6%。

#### (2)购物环境

对于环境方面，有41.1%的人认为环境卫生很好、很干净；有52.1%的人没有留意。表明在环境卫生方面做得不错。同时，对于商场内播放的音乐，有56.4%的人认为应该播放一些悠扬动听的音乐，让他们更舒畅地购物；而有的人则认为播放产品相关信息和促销信息则会比较好。

有72.6%的对象希望定期地得到的无偿的商品的特价信息，这在一定程度上反映实惠依然是消费者最为关注的。很多被调查者认为的特价商品较少，且很大部分只是给予会员，而非特价的商品价格在总体上较竞争对手没什么明显优势。

的认为基本满足需要，有3.1%的顾客认为品种较少。而消费者感觉超市购物方便程度，有53.1%的认为很容易找到所需商品，不太容易找到商品的占34.4%，很难找到商品的有12.5%。

来超市选购商品的顾客中，对商品各个方面的关注程度，有75%的关注商品价格，有37.5%关注质量，有32.8%的关注



促销，品牌和包装各占18.8%、14.1%。各种商品促销活动，有56.3的消费者希望是特价促销，有18.8的希望是买一送一，抽奖的占14.1，捆绑销售和返购物券的各占6.3%、4.7%。

另外，消费者遇到质量问题较少，只有5.4%，但对于那些遭遇问题的消费者，有86.4%的消费者普遍希望能够赔偿损失，并对其道歉。超市的购物接送车，有68%希望扩大行车路线，增加班车。

市场调查的内容涉及到市场营销活动的整个过程，主要包括有：

### (1) 市场环境的调查

市场环境调查主要包括经济环境、政治环境、社会文化环境、科学环境和自然地理环境等。具体的调查内容可以是市场的购买力水平，经济结构，国家的方针，政策和法律法规，风俗习惯，科学发展动态，气候等各种影响市场营销的因素。

### (2) 市场需求调查

市场需求调查主要包括消费者需求量调查、消费者收入调查、消费结构调查、消费者行为调查，包括消费者为什么购买、购买什么、购买数量、购买频率、购买时间、购买方式、购买习惯、购买偏好和购买后的评价等。

### (3) 市场供给调查

市场供给调查主要包括产品生产能力调查、产品实体调查等。具体为某一产品市场可以提供的产品数量、质量、功能、型号、品牌等，生产供应企业的情况等。

### (4) 市场营销因素调查

市场营销因素调查主要包括产品、价格、渠道和促销的调查。产品的调查主要有了解市场上新产品开发的情况、设计的情况、消费者使用的情况、消费者的评价、产品生命周期阶段、产品的组合情况等。产品的价格调查主要有了解消费者对价格的接受情况，对价格策略的反应等。渠道调查主要包括了解渠道的结构、中间商的情况、消费者对中间商的满意情况等。促销活动调查主要包括各种促销活动的效果，如广告实施的效果、人员推销的效果、营业推广的效果和对外宣传的市场反应等。

## (5) 市场竞争情况调查

市场竞争情况调查主要包括对竞争企业的调查和分析，了解同类企业的产品、价格等方面的情况，他们采取了什么竞争手段和策略，做到知己知彼，通过调查帮助企业确定企业的竞争策略。

### (一) 供给主体情况

截至 20\_\_年12月底，我市产险市场主体共有15家，分别为：人保产险、太平洋产险、平安产险、天安产险、中华联合、大地保险、安邦产险、华安产险、阳光产险、人寿产险、渤海产险、都邦产险、中银保险、长安保险、紫金产险；20\_\_年产险公司的经营情况见表1。

### (一) 保费收入及增长速度

20\_\_年，从保费收入总量看，我市的业务总量持续增长，产险市场规模不断扩大，市场体系更加完善，开放水平显著提高，全年实现保费总收入367261万元，同比增长15.6%。其中，财产险保费收入 107055万元，增长18.4%；为我市各类财产提供 51744583万元保额的风险保障；产险公司合计支付赔款金额54842万元，同比增长15%。由此可见，我市保险产业保费收入的增长速度均保持在10%以上，显示出我市保险事业继续

保持良好的平稳增长态势。

(三)市场份额。由表1可知，人保产险、太平洋产险、平安产险，这三家保险公司在我市的产险市场上仍占主导地位，占有了我们产险市场60%以上的份额，具有明显的寡头型市场特征。但激烈的竞争也显示出中华联合、安邦保险、人寿产险正以更快的速度扩大其业务量，其中中华联合的市场份额甚至超过平安产险的市场占有量，显示其良好的发展前景。

(四)险种结构。

我市财产保险公司经营的产险项目有企业财产险、机动车辆险、责任险、健康险、人意险、农险、和其他险种。从近两年的数据看，机动车辆保险依然是产险业的支柱险种，其保费收入占整个产险保费收入的70%(见表2)以上，成为各家产险公司争夺的焦点。虽然车险业务20\_\_年的保费市场占有率为76%，但对比20\_\_年车险在整个产险占有率为78%的数据基础来看，20\_\_年的车险市场占有率较20\_\_年下降了2个百分点。这同各家公司车险产品无太大差异化的区别，无法充分满足消费者保险需求有关。占据第二位的是农业险，该险种占市场8%的份额，产生这种现象的原因可能是我市属于我省的苏北地区，农业仍然是我市的基础产业，其gdp总额中农业收入所占的比例相对我省其他城市更大一些。其中中华联合财产保险公司，是我国农险的试点商业保险公司，它的发展历史对农业险在我市的发展有非常重要的积极作用。另外，我市的财产险，健康险和人意险保持较上一年度平衡的市场份额，这反映我市在这些险种上稳步发展的趋势，稳定了小险种的市场稳定性。

(五)保险监管。自20\_\_年10月1日新《保险法》实施起，中国保监会加强了对各保险公司的监管和防范风险，对保险业的依法合规经营提出了更高的要求。我省的保监局采取了一系列措施，整顿和规范保险市场，指导、督促全省内各保险公司开展自查自纠，建立了保险机构和高级管理人员的信息档

案和谈话制度，实现信息化管理，优化了各市保险市场的竞争环境，有效地促进保险市场的发展。同时，我市的保险行业协会对修订的《保险法》展开了积极宣传活动，并进行深入的调查研究。

## 一、饰品市场调查原因

精致的礼杯,炫目的掉坠,随身配带的手表??那些熠熠生辉的饰品,或许是一次生日的礼物,或许是一次临别的相赠.....它们点缀着我们青春年华的点点滴滴,也是记忆着我们人生中的美好。或许,这会是我们风华正茂之时的见证;或许,这会是在我们年华老去的时候,重温美好回忆的钥匙;或许,这会是我们??如果没有它们,我们的人生或许并不会有什么改变,但有了它们,我们的人生变的精彩,它们点缀着我们的生活,也让情感有了寄托。在人类的社会中,它们,也成为了不可或缺的角色。

饰品它与我们的生活是那么的接近,成为着我们生活中的亮点;它也有着悠久的历史,让我们都为这人类的智慧结晶而陶醉。同时,随着中国与国际社会的全面接轨,崇尚时尚,追求流行已成为生活主旋律,饰品行业蕴藏着无限商机。所以,我决定对饰品市场进行研究。

## 二、饰品市场调查研究的的目的

了解饰品的历史及其发展历程,饰品对人们生活的影响,饰品市场的分析。

## 三、饰品市场调查的方法

我们本次的调查主要是采用问卷调查,答卷回收速度非常快,由于采取兴趣作答的方法作答,不但是减轻被访者的答题负担,也使的你的回收数据有更多的及时性。也使回收数据更具真实性。

## 四、饰品市场的调查和研究

### (1) 饰品的历史及其发展历程

饰品与人类的历史一样久远，中国传统文化上下五千年，可谓是源远流长，而饰品文化在中国竟有三千年之久。早在石器时期，原始人就开始制作经磨制穿孔的贝壳等饰品，表明了原始人类已产生了爱美的观念。后来，饰品已不仅仅是一种配饰，它已成为身份地位的象征。饰品不仅仅局限于女子的嫁妆或是配饰，适宜男士佩带的饰品也逐步出现。制作饰品的工匠们又进一步发挥，更是借用花、鸟、鱼、虫等动植物的样式制成饰品传递祝福之意。今天我们所指的“饰品”，不仅可指佩戴在人体许多部位的饰品，还包括供陈列用和以观赏作用为主的工艺品称为“摆件饰品”。

### (2) 饰品市场的前景趋势

近年来，饰品行业是从珠宝首饰、工艺礼品行业中分离出来，综合形成的一个新兴产业。饰品作为新经济的增长点，发达国家已逐步走向成熟。在中国内地，这一行业尚处于初期发展阶段。随着社会经济、文化的飞跃发展，人们正从温饱型步入小康型，崇尚人性和时尚，不断塑造个性和魅力，已成为人们的追求。市场经济的飞速发展，女性的生活品味、生活质量，正在发生着质的飞跃。崇尚人性和时尚，不断塑造个性和魅力，更崇尚文化和风情。随着国内经济的不断发展和国民收入的高速增长，女性对饰品的需求与俱增。仅20\_\_年，女性饰品的消费量全球超过800亿人民币。据专家预计，到20\_\_年中国的女性饰品占有率将增加由现在的5%增到55%以上。饰品行业在全球范围内越来越显示出它的巨大的潜在市场。无论是从女性或男性对饰品需求的年龄跨度日益增大来看，还是从越来越多的人开始或更加明显的意识到饰品的修饰作用来看，饰品行业都在经历着美好的“春天”。与此同时，不容忽视的是，这种需求的不断增加不是盲目的，它带有明确的方向性：时尚、个性、提升个人品位。

### (3) 消费者调查结果

1、调查问卷的第一项就是性别方面的调查在42份调查问卷中，有22份为女性，占比为52.38%，20份为男性，占比47.62%。在所调查的这些消费者群体中，女性占的比例男性多，利润的最大提供者也可以说是女性。但总体来看，两性之间的差距并不大。

2. 在年龄的分布上，15至20岁之间26份，占的比例是61.9%;21至25岁之间15份，占的比例是35.71%在其他年龄阶段的群体为0。从年龄分布方面来看，我们这次主要调查的对象是15到20岁之间的学生。其次是21到25岁的年轻群体。

3主要针对饰品的类型的调查，选择衣服配饰的人会比较多。因为现在的15到25岁的人主要是跟着潮流走。而这些人基本是以自己的服装搭配为主，显然多部分人会选择些漂亮、很让人注意的饰品搭配自己的衣服。年轻人在接受新事物的方面很快速的，尤其是90后的。

4. 每种风格的饰品店都会吸引不同的的消费者。而在我们的调查问卷中，主要检测消费者购买受个性化的影响力度。其中有25份认为个性化很喜欢，占26.8%;23份认为简单化比较喜欢，占53.49%;而潮流和份温馨各占16份，总占74.42%;而可爱型的只有少数人喜欢。从上面的数据，直观的可以看出个性化在饰品占有很大的影响力.尤其在15—18岁的主体消费群体中，个性化的意识很强烈，随着消费意识的提高，我们可以看出个性化在以后饰品行业发展的作用越来越强烈。

5. 消费者在购买商品的时候，第一眼几乎是看中价格。比如赠送礼品、打折优惠、消费到一定金额打折。这样，促销活动往往更容易吸引消费者的购买。而打折优惠更符合消费者购买的心理。

6. 通过怎样的欲望才会去购买饰品，而基本是自己想带或是

想买来收藏的时候才买的，不过也有34.85%的人会选择购买来送给自己的男女朋友。当然，有很多的人会选择在名牌店购买。但大部分人因为经济原因，会选择比较便宜的店铺买。

7. 职业的情况上面来看，学生占40.48%，自由职业者占45.24%从上面的数据来看，自由职业者和学生占了85.7%，与年龄分析相对称，学生占主要的消费群体。8最后一道题目是主观题，主要是想了解消费者对饰品店有什么建议或是期盼?主要调查消费者在哪个方面更注重，调查消费者有什么样的需求，以便在未来营销策划中向哪部分倾斜。答案也是各式各样，主要的也不外乎在样式、质量、价格上的要求，比如说：样式要新颖、个性，质量要可靠、价格要实惠等等。

#### (4) 对进货渠道和经济来源分析

作为这些小的商家，没有足够的资金去自己找货源，所以主要是经过代销，因为代销可以避免库存压;可以降低投资成本，基本上不需要任何前期资金投入，以最少的成本换取最大的利益：可以大大提升自己的竞争力，但如果选择了一家好的公司、大批发商，不但商品种类齐全，而且款式也是丰富多彩，把这么多产品上架后，和那些自己拿货只有10多件、几十件单一产品的商店相比，竞争力自然要强多了。如果是自己进货，就必须亲自去市场和商场挑选和比较;可以给商家们自己一个更加灵活施展的空间。“进可攻、退可守”。

## 五、结论与建议

综上所述，消费的主要群体在15至25岁的年轻人。而大部分人追求的是个性化。所以商家要根据消费者的实际情况，根据消费者的需求而提供他们的产品，当然也是要在商家的能力范围中。从产品方面来说，饰品品种多、款式翻新快，新工艺、新材料应用层出不穷，对季节性、流行趋势的把握和预测要有了解，这样能使商家减少产品的选择风险和压货风险。因此，店铺有必要对对自己的的店铺如何进行人员的

招聘、如何进行店面的宣传推广等必要的手段，以让自己能和消费者达成双赢目标。持续关注饰品的流行趋势，无论是对饰品行业的从业者来说，亦或者对崇尚美丽的人们来说，都是必要的。

只要能做好前期的市场研究、进行独特的饰品定位，制定有竞争力的战略性规划和增强店铺的执行力切实落实好相关工作，相信每个店铺和厂商都有机会成为中国未来饰品行业的赢家。

## 话题报告英语篇二

我是一只黄嘴白鹭，是中国一种濒危的珍稀水禽，属于鹤型目的鹭科鸟类，和朱、琵鹭是同一属一支的表亲。在国外，我被称做“唐白鹭”。唐，当然指的是中国，由此你们可以知道我主要分布在中国。可是现在我的故乡再也不是我生活的乐土了。为什么？请看看我的侦察报告吧！

### 哭泣的燕子

我急忙冲下来，关切地问：“别再伤心了，燕子。这究竟是怎么回事？”

燕子好不容易止住哭泣，呜咽道：“老伴今天早晨还好好的，上午刚吃了几只蚱蜢和蚊子，不一会儿，它就全身发抖，再也飞不起来，挣扎着慢慢死了！”

据说，一些鸟儿因为吃了含有农药的害虫，食物中毒而死亡。这样悲剧的发生已不止一次啦！

### 侦察报告之二：

#### 受到生命威胁的海鸥



咦？让人不解的是，竟然没有一只海鸥在这宽广的海域中寻觅食物。这是为什么呢？

太糟糕了！原来，一艘轮船不小心触碰了礁石，船舱中的在油泄漏了出来。黑色的石油蒙在大海上，污染了好几百年大公里海域呢！海鸥跟在船尾处，贴着海面寻找被船桨打晕的鱼儿，没想到发展羽毛被又黏双稠的石油粘住了，再也飞不起来啦！

侦察报告之加急电报：

迷失方向的我

湖北省枣阳市第二实验小学五（3）班丁琪龙

辅导老师：黄军霞

相关专题：[话题作文][叙事作文]

## 话题报告英语篇三

祖辈这个词对我来说很遥远，但其实离我很近，我是一个生长在00年代的人，经常从外公的口中了解他生活在那个特定年代的悲欢离合的故事以及发生在他们身边的趣事。

外公已是花甲之年，退休在家，但他对现在的生活很满足，他总说现在的孩子生活的很幸福，从来没经历过什么苦。回想起他小时候生活是很苦的，吃不饱，穿不暖，连上学都是一件奢侈的事情。虽然生活很艰苦，但曾外公从来没有放弃外公的学业，没有钱，就到处去借钱交学费，为了还钱，外公什么都做过，拉河泥、挖野菜、捡煤球.....那时候学校离我们家很远，外公每天都要走几十里路去上学。清晨六点多起床，胡乱吃点东西，跑步上学.以前的学习是在一间简陋的房子里，房子里挂着一个褪色了的黑板，一张老旧的讲台

桌下摆着一个个石头做的桌椅，没有电扇，没有暖气，甚至有的教室连窗户都没有。夏天，外公在炎热的情况下读书，冬天，外公冷得直发抖。所谓的中午饭也是米糠加野菜，在半饥半饱中上完一天课，再跑回来，到家才能吃上一顿饱饭。这样的生活是我们这一代人无法想象的。

虽然外公那时的生活很苦，但娱乐活动比我们现在丰富得多，有捕鸟、捉鱼、捉萤火虫等。外公曾讲起他一次难忘的捕鸟的经历给我听。那天下了一夜的雪，一大早，他就和伙伴们拿着捕鸟的工具来到雪地上，他们扫出一块空地，把竹匾用木棍支在地上，在木棍上绑上一根绳子，又把鸟儿爱吃的谷子撒在竹匾下。一切做妥当后，他们躲在一棵大树后，手里轻轻握着绳子的一头，观察鸟儿的动静。不一会儿，一只小鸟蹦跳着朝竹匾跑来，机警地望瞭望四周，觉得没有什么危险了，便吃了几粒谷子。这时，外公心一急，手不由自主地拉了一下绳子，“哐”，竹匾倒了，鸟儿受了惊，飞走了。“唉，让它跑了。”外公自责道。朋友们安慰着说：“没关系，它是去报信，等一会儿会有更多鸟来的。”果然，过了一会儿，一群“不怕死”的鸟飞来了，叽叽喳喳往竹匾里挤，等鸟儿都进了竹匾，外公将绳子一拉，哈，一只鸟也没跑掉。外公也是一个农村孩子，也有过看瓜刺刺猬的经历，一个中午外公在地里看瓜，突然在那边有一个什么东西在动，外公定睛一看，哦，原来是刺猬啊。外公拿起叉子就往刺猬身上刺。你们猜外公刺到了么……告诉你们吧，外公刺到了。他高兴的拿起了刺猬，飞快地跑回了家。

和外公那个年代相比，我们这一代人幸福太多了，我们拥有明亮的教室，崭新的课桌椅，宽阔的操场……越多的了解祖辈生活的点滴，越让我对现在的学习和生活倍感珍惜。听着外公那个年代有趣的童年记忆，虽然我没能一一体验其中的乐趣，但他乐观积极的生活态度却一直影响着我，让我在将来的日子里，即使面对困难，也会勇往直前。

## 话题报告英语篇四

麻雀是天空中一朵小云。

尖而硬的小嘴，小巧的身形，细细的腿，哪个地方不让人觉得可爱呢？

也许会有人觉得天鹅比麻雀优美得多，可在优美中少了一份亲和，且大了几份；那白鹭呢？我也觉得有些大，而且没有那么寻常，倒也是比不上麻雀。

麻雀是种随处可见的动物，这是个优点，却也让人们从没好好看过，观赏过它。

无论你身处何处，也总能望见一两只麻雀孤傲地站立于树枝之上，目光落在不知多远的地方，也许是有感而发，又或是无意，它会吟诵出一首诗词，一首孤傲的词，“雀者爵命之祥，其鸣即复也”。随后收住目光，停止吟诵，张开羽翼，朝那令人向往的天空飞去。高兴起来，往下急冲。你不必担心它会跌落，听，它还哼唱着小曲，肆意享受着一冲而下的快感。

麻雀们的生活正像空中的云，悠闲，自由，人们向往的不正是这样的吗？

——小鸟实在如一朵云，在天空中最自由、悠闲地那朵云。

## 话题报告英语篇五

敬爱的党组织：

一提到党和人民的关系，很多人会说，党代表人民的利益，党全心全意服务就是为了人民，不错，这是最早期提出的党民关系，是每一个党员都应该认识到的。处理好党民关系是

党兴衰成败的一个根本因素。

中国\*\*\*的组织原则是民主集中制，就是在党内民主。党员党组织的意愿，主张得到充分发挥和表达。说民主集中制我想到了党员关系。如今党民关系由原来的鱼水关系已经演变成了多种关系。比如油水关系显而易见，意思就是说一些党员干部淡忘了党和人民的鱼水关系，以权谋私就像漂在水面上一样，由于比重不同，党和人民难以相信，还有就是鸭水关系，意思就是平时呆在岸上，两眼盯在水里，只要看到水中有食就会在水中打捞一笔，过后还是回到岸上。还有蛙水关系、水火关系等等。这些都是不正确的党民关系，因此作为预备党员应时时刻刻注意处理好与人民百姓的关系。

党为人民着想，这些我们都知道，比如解决看了农民看病贵、看病难的问题，农民工的子女上学问题，针对物价上涨国家出台了一些惠民政策，使市场经济政策运行，但是房价问题始终是一个亟待解决的问题。虽然政府采取了一些措施，例如限购，把第二套房子的首付款上涨，还有今年出台的“国五条”但是由于种种原因没有得到很好的效果，房价依然是居高不下，仍然是一涨再涨，使许多需要住房的老百姓只能望房兴叹。我觉得在某种意义上国家应该在房地产事业上事业上控制。党员更应该严于律己，不能与房地产商一起夺取老百姓的血汗钱，老百姓对\*\*\*的信任危机不是一件事两件事、一天二天，而是很多的事情堆积在一起，日益产生的，所以民生问题是党和政府的首要问题。

民生的问题涉及到中国的社会基层和广大靠白雪的根本利益，而制度建设是中国的整体社会能够保障民生问题顺利的发展的一个基础，如果二者得以协调发展，相扑现场，对于老百姓来说都是一个好消息。以民生的层面上来看，这些年一直是全国\*，全国政协所关注的一个问题。而从制度建设的层面上来说，我们都知道政协发挥了充分的参政议政的作用。比如说关于低碳经济的提案。就这个问题需要两方面共同来协作，一方面，当然我们需要制度上来建设来完善低碳经济

发展的各个方面，各个合理环节。但是另一方面，其实老百姓也非常关注自己的生活环境，非常关注我们身边的环境污染。这样二者之间如果能够协调一致的进行，这将成为一个亮点。与民互动能限度的发挥参政议政的功能，在\*交流上，有不少委员通过各种渠道和民众来交流。我们发现有些人也把自己的提案放在博客上面，来征集修改意见，这样能够限度的发挥政协委员参政议政的职能。

另一方面，我们也注意到，其实这种与民互动，所以通过各种各样的形式来完成门业应该同时发挥平面媒体，电视媒体等各种形态。\*需要和立法和参政议政良性互动。\*才有得到尊重的可能，立法和参议政也才有\*的基础。因为民众的关注，本身就代表了这个社会，或者这个国家。所有的人对于自身的发展环境，对于整个制度建设的一种关注。这是非常难能可贵的。这种良性的互动一旦形成，将成为一个非常好的推动中国发展的一个前进的动力，处理好民生关系是中国发展的重要事情。

此致

敬礼！

汇报人[]51test

日期：\*\*年x月x日