

调研报告英文缩写(汇总9篇)

报告在传达信息、分析问题和提出建议方面发挥着重要作用。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

调研报告英文缩写篇一

英国著名“史前”学者戈登·柴尔德
[v][gordonchilde,1892—1957]认为城市的出现是人类步入文明的里程碑。对于人类文化的研究，莫不以城市（礼仪性）建筑的出现作为文明时代的具体标志而与文字、（金属）工具并列。而谈到建筑就不得不以其文化脉络为背景。

楚国哲学的中心问题是天人关系，楚人的哲学世界观是个体本位的天人合一。楚人认为：人的存在，都是一个一个的个体，这个个体，就是他的“自”。人的个体，是自然存在，而有超自然的愿望。人的自然存在，无论在空间上、时间上，都有限。人有超自然的愿望，要求在空间上、时间上，进入无限。人的血肉之躯，不可能进入无限。人的精神状态，则可能进入无限，就是自觉个体与宇宙合一，也就是自觉天人合一。宇宙无限，若个体自觉与宇宙合一，也就自觉同其无限。个体的精神状态，只能与血肉之躯同存，仍是有限的。但只要一息尚存，便能自觉天人合一，进入无限。一旦自觉这个合一，则这种天人合一之感，不仅比平常客观实在之感，更为实在，而且更为深刻，因为更为自觉。这种天人合一的精神状态，可以使人从一切局限（包括时空局限）解放出来，把个体全部能量释放出来。《庄子》中的“至人”、“神人”、“圣人”、“真人”，都自觉天人合一，而进入无限。因此，楚建筑文化的最大特点也是体现在它的“天人合一”建筑观上，它所展现的是“自然与精神的统一”，本文所探讨的“天人合一”建筑观，也正是基于这一基本涵义作为出发点。

楚建筑属于建筑范畴的“干阑文化”是古代中国南方建筑文化的主体，是南方干阑式建筑与源于北方穴居的高台式建筑融合时期具有历史转折意义的代表。它是以木结构为主的建筑体系，向来注重与自然的高度协同，尊重自然，体现“天人合一”的境界。在艺术性格上特别重视对中和、平易、含蓄而深沉的美的追求。在选材上，木材给人以含蓄、深沉的天然之美，它集轻巧、坚韧、易于加工为一身，恰恰与楚国人的文化性格相切合，因此成为楚建筑的首选材料。加之，建筑始终是为服务的，地处中原的楚国地大物博，木材资源丰富，而相反去花几百年的时间用石材去兴建宫室建筑是不可想象的。因此，选择木材也有其必然性。

楚建筑在建筑类型上丰富多彩，主要包括：宫殿、宗庙、公府、馆榭、地下宫室、离宫、坛、祠、警鼓台、舞台、观景楼阁等。它们的种类和使用功能虽不相同，但始终流露着“天人合一”的思想。这基于与自然高度协同的楚文化精神——热爱自然、尊重自然，建筑镶嵌在自然中，仿佛是自然的一个有机组成部分。

楚国的建筑重视人与自然的融合相亲的文化精神。以其楚楼阁为例，楼阁相当开敞，楼内外空间流通渗透，追求与自然的亲近；造型上运用水平方向的层层屋檐，环绕各层的走廊栏杆，极力削弱体型上的竖高感觉，使之时时回顾大地，仿佛对大地有着无比的眷恋；屋面、屋脊、装饰局部的曲线运用避免了造型的僵硬冷峻，优美地镶嵌在大自然中，仿佛自己就是天地的一部分，充分体现了人对自然的向往和崇敬之情。

楚国的建筑注重与自然高度协同的观念，表现在城市、村镇、陵墓或住宅的选址和布局上，“风水”学说、院落组群分布就是集中体现。早在伍子胥设计建造吴都阖闾城（今苏州市城厢区）时，在《吴越春秋》中记载：“子胥乃使相土尝水，象天法地，造筑大城，周回四十七里。陆八门，以象天八门；水八门，以法地八聪。筑小城，周十里。陵门三。不开东面

者，欲以绝越明也。立闾门者，以象天门通闾阖风也。立蛇门者，以象地户也。”楚建筑普遍存在“天人感应之说”、“四神之说”、“阴阳之说”、“五行之说”等建筑意识，这些建筑意识形成了中国古老的风水理论的基础。风水理论，在景观方面，注重人文景观与自然景观的和谐统一；在环境方面，又格外重视人工环境与天然自然环境的和谐统一。其宗旨是勘察自然、顺应自然，又节制地利用和改造自然，选择和创造出适合与人的身心健康及其行为需求的最佳建筑环境，使其达到阴阳之和、天人之和、身心之和的完美境界。楚建筑以“间”为单位构成“单体建筑”，再由“单体建筑”围合构成“院落”。而院落组群分布就是以“院落”为基本单位，依照一定的轴线关系、平衡分布原则和具体需要构成整个组群。主要方式是平面上的层层铺开，注重移步换景异和空间层次，体现时间进程中的空间意识，注重含蓄的美的表达和体验。

建筑风格上，楚建筑的屋顶、木构件、飞檐等人性化设计，机智而巧妙的组合所显示的结构美和装饰美本身也体现了天人合一的思想。楚建筑的屋顶一般很大，并出现了屋坡的折线“反字”及以后的“举折”的做法。虽然曲度不大，屋角也没有翘起，刚健质朴的气势较浓，但也初步反映了“天人合一”的思想。人字型的屋顶造型，既扩大了室内的空间感，同时有利于排水。类似的还有楚独有的干阑式建筑风格等，这些做法相比同时期的欧洲的平屋顶和中国北方穴居，更具有“人性化”设计和“天人合一”的思想，是古代楚国劳动人民智慧的结晶。

木构件主要指柱、梁之外的悬挑受力构件斗拱，古老的“斗拱”系与檐口平行。迄今所发现的楚建筑异型木构件中有十分精美的拱形构件。木构件的“制作”主要指构造结合的榫卯技术，其本身不用一钉一卯，完全插接构成。源出于南方古老的干阑式建筑中的榫卯构造，为楚建筑所承袭发展，不但系列完备，而且技术先进。在承重结构过渡为装饰构件的过程中，无论从技术角度还是从审美角度都将两种功能结合

得天衣无缝。终于成为其独特的南国风格。

建筑的装饰上，楚国的艺术家们既看重人与自然的统一，充分表达个性的自由，可是又积极入世，回归到人本的理性现实。以其雕塑为例，在发掘的楚系墓葬中发现如：比细高腿还长一倍的长脖子鸟的脑袋上忽然长出了枝杈繁生、尖端锐利的成对鹿角来；昂首引吭、展翅欲飞的长颈彩凤偏偏要站到斑斓猛虎的背上去，而自己的背上却生出一对繁枝的鹿角；人首蛇身的补天女；双手擎万钧的编钟乐架武士，是力的表现；飞凤、鸣鸾、长蛇、奔鹿，还有鼓胀着肚子的具蛙在进行着一场只有现代人类才可能进行的水陆空交叉的立体大型混战，是人间善与恶的搏斗……这些作品，对于地下的死者，是欢送他们祝愿他们飞升上天上仙境，对于地上活着的人们，是鼓励他们面对自然、征服自然。多数的雕塑作品是实用器物，把器形制作成许多种动物的形象，施以彩绘，以至浅高浮雕、镂刻等等，莫不表现出一种耐人寻味的艺术魅力，充满着浪漫情调，以供装饰陈设，赏心悦目。楚国建筑装饰以红黑两色的强烈对比为基调，这是由于当时楚人的审美观决定的。

值得注意的是，楚建筑始终是“天人合一”与“礼法、宗法制度”的联合体现。“天人合一”追求自然，“礼法、宗法制度”注重等级制和规矩，看似矛盾，但反映在建筑上，两者并没有截然分开。如“台”、“坛”等建筑形制是礼制建筑，但它们在布局上追求的还是“天人合一”的理念，二者并不矛盾。

调研报告英文缩写篇二

自从参加红军调研任务以来，我深刻体会到了红军在长征中的艰辛与毅力，也对红军的奋斗精神产生了敬佩之情。通过调研，我对红军的事迹有了更深入的了解，并从中汲取到了许多宝贵的经验和感悟。以下是我在红军调研报告中的心得体会。

首先，红军调研报告让我深入了解了红军的历史背景和长征的艰辛。伟大的长征，是中国革命史上重要的里程碑，红军在长征中经历了艰苦曲折的长征路。无论是山川峻岭，还是草地沼泽，红军都一往无前，面对种种困难和艰险，永不放弃的毅力和勇气是感人至深的。

其次，在调研报告中我深刻体会到了红军的革命精神和团结合作的力量。红军在长征中以纪律严明、顽强拼搏的精神为中心，使他们不惧艰险，坚持使命，在长征中砥砺前行。在红军的调研行动中，每个战士都能充分发挥自己的专长，形成了一支高效协作的团队，这种团结合作的力量深深地打动了我。

另外，红军调研报告也让我深刻认识到领导力的重要性以及对智慧的追求。在长征中，红军的领导者们始终展现出卓越的领导才能和智慧。他们善于分析形势，迅速决策，带领红军走出一条胜利的道路。红军领导者的智慧也体现在对待战争中的各种变数和意外情况上，他们能够随机应变，灵活应对，这无疑是红军能够取得胜利的关键。

最后，红军调研报告让我认识到红军精神的强大影响力。红军的精神是一种由理想信念、忠诚事业和勇于担当等要素组成的精神力量，这种力量是无坚不摧的。在红军的调研报告中，我看到了红军战士们在极度艰苦的环境下依然保持着乐观向上的精神状态，他们始终相信自己的事业是正确的，毫不动摇地坚守着自己的信念。这种坚定的信念和勇敢的精神让我感到敬佩和钦佩。

通过这次红军调研报告，我深刻认识到了红军在长征中所表现出的艰苦奋斗精神和革命精神的重要性，也从中汲取到了许多宝贵的经验和感悟。正如毛泽东所说：“红军到达的地方不是向人讨饭的，而是向人们给养的。”通过红军调研报告，我知道了红军的矢志不渝和意志坚定，这样的精神将永远激励着我们。作为当下的年轻人，我们应该发扬红军的精神

神，积极投身社会建设，为实现中国梦而努力奋斗。

调研报告英文缩写篇三

发展旅游，首先要有一个明确的定位，定位是发展旅游的方向。镇处在古城与剑门雄关之间，发展旅游的基础让人感到振奋，乃至震撼，它的旅游市场远远超乎我们的预料。和老观、妙高、河溪、河楼、桥楼、水观这些有发展旅游基础的乡镇都应该纳入我们的旅游统计、布局中。现结合镇的情况，谈以下几方面的问题：

区位优势，它是指跨国企业在投资区位上所具有的选择优势。也就是说可供投资地区是否在某些方面较国内优势，投资区位的选择要受到生产要素和市场的地理分布、生产要素和运输成本、投资环境等诸因素的影响。镇的区位优势是非常明确的。

（一）区位优势体现之处于三大景区的中心带

镇在升钟湖、古城、剑门雄关的中心地带，这三大客源市场缔结处。现在，升钟湖、剑门关、古城已成为川东北的三个重要的旅游目的地，古城更是独占鳌头，而位居三者之间的镇可谓是左右逢源了。

去年创5a开国际文化旅游节，在起步非常大的基础上，旅游市场就发展起来了；剑门关今年创5a六月份要开国际文化旅游节，同样，剑门关的旅游市场也会很快热起来的。目前剑门关和古城，在做旅游产品、线路的时候，特别是针对外省和海外市场这部分，一直联系紧密，相互追赶。夹在这个中间地带，这个区位优势是非常明显的。

（二）区位优势体现之升钟湖——抓好两大优势，扎实夯实根基

升钟湖虽说比剑门关、古城要次一点。但它已经有一定的市场。发展旅游的方向与升钟湖是一致的，我们可以比着它、顺着它来做。就升钟湖的渔家平台来说，它们的档次太低，环境也很差，并且它有个最大的弱点——钓台不临水。我们湖岸线那么长，可设钓台的地点很多，恰恰能解决这个问题，这是我们的优势之一。升钟湖的规划起点本来就不高，现在要想重新来做很难。我们已经认识到它的不足或欠缺的地方，现在来做规划就能扬长避短，肯定做的比升钟湖好，这是我们的优势之二。抓住这两大优势，打下扎实的根基，为发展镇旅游做好准备。

（三）区位优势体现之交通——立足交通便利，依靠群众推动

302线马上升级为国道，它的道路会有一些的改善，在5年之内，会有很大变化，所以它的可进入性也会增强。从剑门关到飞凤镇，或者从飞凤镇到剑门关再到思依、古城，是现成的成型旅游线路，所以说这个区位优势也已经具备了。目前，镇党委确定的这个发展旅游的基础理论是成立的。

发展旅游仅有区位优势和便利的交通条件是远远不够的，还需要靠群众来推动。要想发动群众一起做旅游，必须先统一思想。我们要开党委会统一班子成员的思想，开村上干部、群众会统一思想。我们要站在一定的高度，把区位优势、旅游的前景给他们讲懂、讲够、讲透，只有他们的思想通了才会理解你、支持你。

所有的休闲旅游一定要以观光旅游作为基础。我们要把休闲旅游和观光旅游相结合，在观光的基础上做休闲旅游。

观光旅游，首先要养眼。而养眼要靠什么？靠色彩，靠奇观。奇观从哪里来？从我们已有的自然资源和文化资源中体现。

（一）自然资源的利用。

1、湖的利用

一个地区要成为旅游目的地，要想游客来，你一定要有核心的吸引物。实质上，我们现在已经有了客源市场，有了市场效应。那么我们的核心吸引物在哪里？水，观水。

说到观水就联想到船。目前湖上的船很有实用性，但不美观。而旅游需要的是什么呢？是情调。情调就要有一定的装饰，要美观。所以船的形状、装饰、功能都要改进。另外，湖面上景观没什么特色，不丰富、色彩不鲜艳，我们要打造出“水”的特色，一定要在这方面下功夫，我们可以种花。据了解，有一种花，它的花朵儿很大，花开时，有一股香味，沁人心脾，她就是当地的七里香。种植七里香不仅丰富了河岸的色彩，还具有当地特色，很有代表性。除了种花，我们还可以种其他的。根据镇的地理地貌，我们可以种植芦苇。就拿一个区域，浅水区种上芦苇。一片的芦苇，一望无际的芦苇在风中轻轻摇曳，几只水鸭穿梭其中，亦真亦幻，这不是很诗情画意嘛！

2、山地的利用

镇地形地貌很有特点，它和思依完全不一样。镇一眼望去，全是地，地势平坦，视野很开阔。我们可在路旁设观景台，供游客下车观光田园风光，拍照留影。头年底种油菜花，第二年的3月它就开花了。春天的时候，黄橙橙的一片，很有春的气息。

我们现在从山上做起。今年麦子收割后，全种上高粱。据了解，目前高粱的产量、收入比红薯、小麦都高。而且高粱收割了，可酿酒。酿出的酒我们给它贴个标签——“烧酒”或是“女儿红”。这个酒的由来很简单，就是因为是女将，她亲手酿酒犒赏将士，自己也喜欢喝酒。本来20元/斤，标签一贴就是50元/斤。高粱杆呢，可做扫帚，也能编织出工艺品。秋天，满山遍野是火红的高粱，很漂亮。对于摄影爱好者来

讲，一张照片带来的宣传效果是不可估量的。高粱一收，地就空起了，它种上油菜。种油菜、榨油是我们当地的传统，一动员群众就能接受，油菜花便宜、好种，刚抽苔可做菜待客，结籽又可榨油，一栽就有效果。自然资源对于山地来讲就是高粱和油菜花这两种农作物。

另一个就是花，花这个必须要有的。花耐旱，不喜水。高段山和湖岸边都要有花，沿水几十公里全是照眼的鲜花，它就是一个奇观。摄影爱好者就络绎不绝地赶过来了，他们赶过来想摄影，必定要坐船，那么，我们就要求必须配一个导游。这样湖上面是美女，下面是花。水上行舟，人面鲜花相映红，非常漂亮。所以说，花的种植一定要集中，面积不用太大。十几二十亩就很具气势了。旅游是做出来的，沿着这条路做，就一定会做出来的。

（二）、文化资源的利用

旅游景区、景点必须要有文化来充盈。文化是旅游的灵魂，是它的核心，是它最大的特色。

1、举“孝”

镇要发展旅游，必须要有自己的文化。蜀中花韩娥不就在我们这儿么？这是多好的品牌啊！我们就以孝女为核心，打造“孝”文化。在目前中国传统文化遗失的很严重的背景下，孝文化是一个永远也不会褪色的主题。古时候早上起来要请安，晚上睡觉要问好，给父母端洗脚水等等，这都是我们当地的传统。怎么突出这个孝文化？就要抓住“孝”字。在中华民族传统的文化领域里面，我们就弘扬一个字——“孝”。针对目前“孝”字的丧失或遗失，我们就打“孝”文化这张牌，扛起中华民族“孝”字的这杆大旗来。把这个孝文化放到传统文化、民族文化大的背景下考虑问题，它的定位就高了；这就不仅仅是在镇提出的，而是在中华民族传统文化的高度上提出的。

那么怎么把“孝”文化凸显出来？在不同的区域，它有不同的特点，有不同的表现方式。但是，它有个共同的特点：就是孝对父母、长辈。尊长敬祖，源远流长，生生不息。我们要打造这个文化，就一定要把这个文化做到极致。我们现在就从党委班子开始宣传下去。如：我不能回家，就给爸妈打个电话，每周回去给父母煮一顿饭。先从我们这个班子开始做下去，然后村干部、党员带头做起，谁也不能，也不会反对。而且，要做到什么程度？要给它规定几个仪式、几个议程，就像开会一样：先做什么，再做什么。当大家都这样做了，养成了习惯，这个孝文化就完成了，形成了。

别人来看什么？看我们怎么尽孝。比如，农家乐。再忙到时间你给说客人说，对不起，你们先等一下，我给老祖宗上个香。这是上香时间，菜等下上。”他绝对不会因为你菜端迟了而感到不高兴。他会来看你怎么给老祖宗上香，他会觉得这个东西太可贵了。“孝”文化要从老百姓身上得到体现。

2、拜“孝”

镇有庙和祠，这是孝文化的载体，也是见证。庙，从庙建筑的特色来讲，很一般。我们也没有经费去重修，先不管它。但你还是要把清洁卫生打扫干净，里面的布置要庄严肃穆一些。用香火钱买一些绸带挂上去，塑像、观音像这些都没有关系。但有一条，要让老百姓拜，让他们记住：拜干什么？拜是拜她的孝。到这个地方做什么？拜孝！拜她就是教育大家要孝顺，上行下效，儿孙们也会跟着受教益的。

另外，祠也不要动它。把它墓前的墙撤除，把墓碑亮出来就行了。我们要庙上拜像，坟前拜墓。这也是拜孝，是拜传统文化。我们老百姓给游客宣传时，要讲清楚：我们拜拜什么？就是要拜孝，拜传统文化。如果有人举报，我们要也可以解释清楚：就是老百姓现在已经把化身成神，而我们要把他们心中已成神的还原成人，还原传统文化；引导他们走正道，不要走邪路。同时要考证韩娥生于哪一天，死于哪一天，

生前有哪些行孝事迹。

3、品“孝”

我们在田野里种植花，把它做成中国最大的“孝”字。面积不够可以把这两块地结合起来看，就是一个“孝”字。这都是可以创造的。全世界的人来这里干什么？就是来拍“孝”。这个完全可以做出来。还有大家前面提到的福、禄、寿这些和孝有关的也能做。

第一，依托古城这个平台。古城游客今年目标已经突破600万，黄金周古城每天容纳了10万人次，但购票人数只占古城旅游人数的三分之一，分流的空间很大。（）如果古城的百分之一或者说是千分之一的客源分散到镇，也会让你们忙不过来，效果是很明显的。而你们的设施设备也只能接纳那么多人，多了就会把镇弄得乱糟糟的。

第二，依托升钟湖这个平台。升钟湖是最大、最切合实际、最见效益的平台。在升钟湖钓鱼节到来时，我们可以在它的各个出入口立个广告牌，把湖的产品推出去，就会产生立竿见影的效果。

第三，依托剑门关这个平台。目前我们所针对的平台，以钓鱼为基础，升钟湖是首先，古城次之。那么我们长远的发展目标，就是要把的这个核心特点——“孝”真正做到位，把“孝”做到民族文化的高度上去了，它就不仅仅是镇的特色，他就是我们这整个景区的另外一个非常有特点的景区，剑门关平台也就借上了。

1、水产品

我们的水资源，关联的就是水产品了；水产品就是鱼。我们现在卖鱼，要抓住升钟湖国际钓鱼节这个契机，以“花木鲶”为主去他那里卖。“花木鲶”是我们的一个特色。市政

府可先设计包装，在食品药品监督管理局批个许可证。鱼腌制后包装一打，湖花木鲶就出来了。有了花木鲶，可以做花木鲫鱼、花木草鱼等系列产品。游客钓的鱼吃不完怎么办？我们可以帮他腌制，要么带走，要么速递。服务周到，回头客也就多了。这也是一种营销手段。

2、山货特产

剑阁、青川、秦岭一带的山货，老百姓都自己去卖，就随便摆个地摊，没有包装，没标识，这就是三流产品。我们这也是山区，可以把野猪、野鸡、野兔、豆腐干制作出来，注册上品牌，设计个包装，就又是一个产品出来了。只要形成了产业链，很快就会有市场效应。还可以把核桃拿来做个产品，打个包装，就叫核桃。核桃不够可以去周边收购，把周边的老百姓也带动起来了。

产品的规划重点要抓住我们的山、水、农产品的特点来做文章，把各产品的包装设计的精美、精致一些。当然，我们必须先把产品规划思路做好。产品规划思路这就需要把老同志、支部书记召集起来开座谈会，把他们的建议、意见一条一条的记录出来，产品也就跟着出来了。规划好了的产品除了可以在镇销售，还可以进入古城旅游市场乃至进超市。

1、“节”

任何一个地方的旅游，他都离不开活动。一个精彩的活动，对一个品牌的设计，对客人的吸引力，起到关键的作用。我们可以把“三八”节，“女生”节，“女儿”节和节或孝女节联系起来。广元有“女儿节”，镇可以做“节”，先从本镇做起，再到去做这个活动，祭祀。的一个特点和现代网络流行的“女汉子”结合起来。有了网络，可以面对世界。只要抓住网络，很快就宣传出去了。活动在先做起来，党委没钱，像房地产、企业等，多拉赞助。先把活动做起来，节的时候，可以找几个老外来做宣传广告。现在中国崇洋媚外之

风盛行，他们看到外国人都来了，自然而然也就来了。

2、渔家乐

渔家乐，我们做渔家乐。渔家风情一条街，渔家风情小镇院，沿湖岸可打造渔家风情小院。我们川东民居的特色就是土墙的打造。游客平常没有看到的東西感兴趣，有新奇感。我建议，把麦秆子扶在墙上。做下一步规划的时候，把这个作为特色来规划。我们在设计这个建筑的时候，要有远见。它的每个细节都是一种艺术，一种独具魅力的风格。渔家乐风情这条街所有的建筑都要有特色，有情调。目前的风情，要看的有情趣，有格调。

3、“烤鱼节”

升钟湖九月开国际钓鱼节，此时距中秋很近，我们就顺势弄个烤鱼节。选块场地，举办烤鱼节。皓月当空，一堆篝火，一场剧，加上我们的渔家风情，游客唱歌跳舞，与姑娘共舞，就会促使他们想起人。剧就找当地老百姓来演，一定要有自己的特点。白天在升钟湖钓鱼，晚上就到镇烤鱼、看剧、吃鱼。这样，看剧可以收钱，烤鱼、吃鱼都可以收钱，进餐馆又可以收钱，从而大大促进了镇的经济繁荣。

我们就这样扭着升钟湖钓鱼节做旅游，把这个副产业做起来。目前按着这个思路，这两个节一做，人气就有了，乡村旅游业就火了，这个节能做多大我们就做多大。他们有钓鱼节，我们有烤鱼节；他们有升钟湖，我们有湖。我们要打文化这张牌，先要从这个湖开始，全叫湖，不叫升钟湖，湖，多么有文化内涵的一个名字！你说我叫错了，来找我打官司。这样没关系，越炒作越好。可能以后就不晓得它叫升钟湖，而只知道它叫湖。在营销上一定要秉承一个理念：我们一定要将品牌做大。比如说：古城创5a[]古城借力丽江古城，把这张牌打出去。现在，我们湖就借力升钟湖。出名的是谁？这个东西要抓紧。升钟湖在那边做，我们就在这边做。你们钓鱼，

我就烤鱼。你说升钟湖，我偏说是湖。升钟湖不能与湖比文化，几下就把推出去了。所有的钓鱼人就都知道这边还有个烤鱼节，有个湖，达到一夜成名的效果。

1、红高粱马上要做规划。

2、烤鱼节做出策划。

3、规划方案。概念规划，具体的东西由镇充实。

4、统一思想，开党委会的统一思想，开乡干部统一思想，开群众会统一思想。利用群众的力量，把前景推广好了，老百姓才会跟着做事，才能配合推动旅游的发展。

5、旅游定位。旅游定位是发展旅游的整体思想，先在党委班子统一思想，然后村镇干部统一思想，共产党员统一思想，全村全镇老百姓统一思想。思路决定出路，思想统一了，就好做事了。你只要把这个思想的前景推好了，老百姓再来跟你做事就方便的多了。而且，这个思想天天要讲，大小会都要讲，把我们的想法灌输给群众，引导群众统一口径。把山上的老百姓带下来看，一年的收入只有10几万，你不能给他说实话，一定要在这个基础上说多点；说个20、30万。把老百姓笼络过来，他们眼界一开，心里一动；我们党委政府就好做事了。

1、新型宣传渠道

新型宣传渠道即网络宣传。一是广电网，二是电信网。目前看来，广电还是不错的，它还能满足上传视频、图片等信息。可以和广电探讨、磋商一下。电信网，通过电信拉个网，把每一个渔家乐都链接起来，让你24小时都能看到美景。日出，每天日出时，我就对着那个初升的太阳照。日落的时候也对着晚霞照。把渔人打鱼、游人赏花拍下来，传到网上去，很方便，效果也不错。

网络宣传一定要跟上去。可以炒作一个鲶。可以炒作一个新闻：“镇湖发现一个新奇品种—花木鲶。”花木鲶是什么？它是韩娥从小养过的一种鱼，叫花木鲶。有的人搞怪，请个专家来确认，结果一验证，就是一条鲶鱼。都是鲶鱼，我们非要叫它花木鲶，是湖特有的一种鲶鱼，这是一个地方的文化习俗。建立这个渠道后，我们一定要好好利用。

2、传统的宣传渠道

一是在古城高速路出入口靠宣传画宣传；二是通过旅游局的各个宣传渠道做宣传。我局免费做一系列的宣传画，通过微信推出几期镇的特写；在局举办的各个活动上把镇放上去宣传；在免费扫一扫赢大奖的活动中，设置一栏免费到镇品尝花木鲶的奖项；各个有led的景点、酒店播放歌等。

发展旅游，一定要有足够的资金。首先我们必须做好调研，总结升钟湖、南部在旅游方面的盈亏，归纳总结其经验。其次利用群众，招引大企业来投资，做好宣传、营销等工作。资金整合有以下几个渠道：

1、老百姓融资。现在老百姓手头上都有些资金，能否与老百姓沟通让他们融资。

2、风险投资。有个风险投资栏目，各企业家、大学生、创业者谈他们做的规划。通过这个平台去操纵。我们也可以去大胆的尝试。一方面融合资金，另一方面也是对镇的一种宣传。

3、招商引资。我们有了前期的规划，构想，尝试，宣传，影响；现在招商就容易的多了。有了名气，资金来的就快了。另外，招商引资最重要的一点就是利益。怎么让他看到利益，先要让他看到市场的前景，看到目前市场的基础。当他看到人满为患的时候，他就会投资。这是市场化的作用。

1、环境要洁净。在旅游方面，卫生是很讲究的。当然要把卫

生做好，作为一个农村能做到这样就是极致，让人感到这家人特别爱干净，这就是特点，就是亮点。这个服务流程的细节要做好，给人留下优质的服务印象。农家乐它是一种自己给自己服务的模式。他不像宾馆，要规定餐具怎么摆。要利用“孝”文化，弄个特有的服务程序、服务特点，但必须统一的服装，基本的要求一定要做到。

2、菜味要纯正。农家菜主要是做鱼。针对做鱼进行专业培训，另外一定要菜品多样，味道鲜美。配菜就弄些甜菜，野菜有特色的乡村菜。

立单行道标示牌。在来的这条大路上立个单行道标示牌，驾驶员一看，主要是外来车辆的驾驶员一看单行道，他就过来了，走这里下去，从那儿上来。就可以解决错车的这个问题了。

定位标识即口号。这个口号要针对“孝”文化来做。孝在哪里，孝在；钓鱼，鱼在哪里？鱼在。比如“万亩高粱，千倾鱼塘。”口号怎么喊，喊出去要与众不同，喊出去要有特点。而且这个思路要贯穿整个旅游发展区。

调研报告英文缩写篇四

近日，我们学校组织了一次红军调研活动，我有幸参与其中，并参观了江西瑞金的红军长征胜利纪念馆。这次调研使我对红军的奋斗精神和崇高的理想信念有了更深刻的理解。本文将分享我对红军调研活动的心得体会。

段二：红军精神的无穷力量

红军长征胜利纪念馆宏伟的展厅中陈列着各种与红军相关的实物和图片。我看到了红军士兵艰苦卓绝的长征之路，看到了他们饥寒交迫、流离失所的艰辛。然而，红军没有放弃，他们始终坚守着自己的理想信念，为了中华民族的解放而奋

斗。这让我真切地感受到了红军精神的无穷力量。当今社会，我们往往在面对困难和挫折时容易动摇，而红军的奋斗精神告诉我们，“红军的战斗，是永远胜利的战斗”，只要我们坚持理想，坚守信念，就能克服一切困难。

段三：对红军调研活动的反思

红军调研活动让我不仅了解了红军的奋斗历程，也让我反思了自身的成长。在红军长征胜利纪念馆的展馆中，我看到了红军的革命精神和坚定信仰。与之相比，我们当代青年往往缺乏奋斗精神，追求物质享受和安逸，过度依赖网络 and 手机，缺乏独立思考和自主学习的能力。这让我深感自己的不足，也促使我思考如何改变自己，为实现自己的梦想而奋斗。

段四：红军精神对我们的启示

红军的奋斗精神和坚持信仰给了我们很多启示。首先，革命精神是推动社会进步的动力，只有敢于背离世俗化的思想观念，勇于追求真理和正义，才能不断进步。其次，艰苦奋斗不仅仅是为了自己，更是为了全体人民的利益。我们不应该止步于自我满足的小圈子，而是要着眼于国家和社会的发展，努力学习、积极参与，为社会作出贡献。最后，红军的奋斗精神告诉我们，团结合作的力量是无穷的。我们要相互帮助，互相支持，团结一心，共同进步。

段五：个人感悟

红军调研活动使我深受启发和鼓舞。作为当代大学生，我们应该学习红军英勇顽强的奋斗精神，坚守信仰，追求真理和正义。同时，我们也要反思自己成长过程中的不足，努力弥补缺陷。我们要勇敢面对挑战，勇于承担责任，为自己的梦想而努力奋斗。最重要的是，我们要团结合作，互相帮助，共同进步。只有这样，我们才能为社会的进步和发展贡献自己的力量。

总结：

通过这次调研活动，我深切感受到了红军的奋斗精神和崇高的理想信念。红军的长征路虽艰辛却没有放弃，他们坚守理想，为了中华民族的解放而奋斗，为我们树立了崇高的榜样。这次调研让我认识到了自身的不足，同时也给我树立了新的动力和方向。我相信，只要我们坚持信念、奋发向前，也能为实现个人梦想和社会进步做出自己的贡献。

调研报告英文缩写篇五

根据区委、区政府统一部署要求，近期专题对我区现代都市农业发展现状、存在问题以及今后的思路和工作重点等问题进行调研，现将有关情况报告如下：

在合肥4个城区中，包河区农村区域最大、农村人口最多，目前全区仍有100多平方公里的农村区域和近10万农民，是全市城区农村面积和农业人口第一大区。近年来，我们坚持以合肥现代化滨湖大城市建设为统揽，加快推进农村经济融入城市经济，农村形态转化为城市形态，广大农民转变为城市居民，取得明显成效：农村基础设施日趋完善。城市基础设施加快向农村区域延伸，“村村通”工程基本完成，农村安全饮用水工程快速推进，农业生产区域基本形成了“田成方、林成网、路相通、渠相连、旱能灌、涝能排”的现代农业基础格局。生态休闲旅游业蓬勃发展。成功举办春色滨湖旅游节、大圩葡萄节和龙虾美食文化节等节庆活动，在全省创响旅游农业品牌。全面开展绿化大会战，人居环境明显改善，生态环境日趋良好。大圩镇先后荣获“国家农业旅游示范点”、“安徽省首批农家乐示范点”、“安徽省生态建设示范点”、“安徽省环境优美乡”等称号。新农村建设全省领先。“徽派风格、现代水乡、生态果园、都市农庄”的新农村建设彰显特色，沈福、磨滩、董城等10个村被评为省、市示范点，大圩镇荣获“全国社会主义新农村建设试点乡镇”称号。开展以“清洁家园、绿化乡村”专项行动，实施文明

乡村建设四年规划，村容村貌显着改善。农业结构逐步优化。加快推进农业内部结构调整，形成葡萄、蔬菜、瓜果、苗木、花卉、龙虾等六大优势产业。深入实施农业标准化工程，全区主要农产品均被认定为国家或省级无公害农产品。坚持以项目开发推动结构调整，大圩土地整理、牛角大圩农业综合开发等重点项目加快实施。但对照现代化滨湖大城市建设的高标准、高要求，我区都市农业发展还存在一些差距和不足，主要表现在：农业发展正处于由城郊型农业向都市型农业的转型期，方式上存在着粗放农业与精致农业共存的现状，区域上存在着点线基地现代农业与区域传统农业反差的矛盾；农村经济发展仍然存在组织化程度较低、基础设施薄弱、水环境污染等问题，难以适应现代都市农业发展的需求；农民市民化转型进程相对缓慢与城市化进程快速推进的矛盾日显突出。

统筹解决好“三农问题”，构建与合肥现代化滨湖大城市相适应的都市农业产业体系和新型城乡关系，是当前及今后一段时期摆在我们面前的一项重要任务。落实到具体工作，下一步重点实施6大工程：

适应滨湖大城市建设对环境容量的高标准要求，把都市农业作为现代化滨湖大城市的生态板块，加快建设以湖区文化为特色的生态服务高地，努力把包河建设成为中国最美的湖区。继续深入开展“绿化大会战”，大力实施“五个一”工程，彰显包河区“滨水生态、绿色氧吧、城市花园”的特色与亮点。加强区域内水环境综合治理，深入推进入巢湖河流综合整治专项行动，加大治污力度，强化重点污染企业治理，做到达标排放；推进十五里河、塘西河、巢湖沿岸的人工湿地和生物净化设施建设，逐步在集中居住点推开。大力发展生态农业和循环农业，强力推进农业标准化，狠抓无公害农产品示范基地建设，争创国家、省级农业标准化品牌，增强农业的可持续发展能力。加强生态文化建设，引导城乡广大群众牢固树立生态文明观念，培育保护生态环境的生活方式和消费模式，营造保护生态环境的社会氛围。

推进城市基础设施向南部农村区域延伸，加快农村电网、供水管网、信息网络、商业网点建设，实现城乡资源共享。加强农村公路与城市道路对接，加快推进村庄内部主次干道建设，大力发展农村公共交通，形成结构合理、方便快捷的交通网络。以大圩土地整理项目、牛角大圩农业综合开发项目和万亩大圩防洪达标工程、大小张圩农业综合开发项目为抓手，推进以农田水利为重点的农业基础设施建设，建立供排水、防洪防涝和水生态环境保护体系。继续实施农村人饮安全工程，加快实现村村通自来水，彻底解决农村居民饮水安全问题。

全面启动文明乡村建设四年规划，深入开展以“清洁家园、绿化乡村”为主要内容的村容村貌环境综合整治，继续实施“六清理三绿化”活动，切实改变中远郊腹地农村、城郊结合部和城中村“脏乱差”面貌，力争通过2年时间的努力，全区所有行政村都建成文明乡村，实现“沟渠净化、道路硬化、环境绿化、路灯亮化、墙面美化、卫生洁化”的目标，村庄环境长效管理的工作机制得到有效完善，形成环境整洁、秩序井然、生态良好、乡风文明的村居新面貌。

加快推进农业生产园区化，不断提高农村产业发展的集聚度，逐步形成集群化、特色化、生态化的农村产业发展新格局。在产业发展上，加快调整农业内部结构，以发展设施农业为重点，推进蔬菜、瓜果、苗木、花卉等农业主导产业集聚发展，同时加快农业与二、三产业的融合，提高农业的附加值和比较效益。在发展方式上，以引导农民流转土地为突破口，大力开展农业招商引资，推进农业适度规模经营，提高土地产出效益，推动农业产业化进程。在发展重点上，重点抓好东大圩、牛角大圩、马圩以及大张圩等4个圩区功能开发，根据各个圩区的产业特色，东大圩着力打造“滨湖后花园”和“中国最美的湖区都市田园”；牛角大圩结合省农业综合开发项目的实施，发展休闲观光农业、绿色设施园艺种植业和高端服务业；马圩以绿色港湾公园建设为龙头，建设集人居、度假、游憩于一体的生态水岸公园。义城镇大张圩以万

亩速生林基地为依托，大力发展林种林养经济，着力建设市民休闲度假的天然氧吧。

从营销包河的战略高度，深度挖掘区域农业旅游文化资源，打响“春色滨湖旅游节、大圩葡萄节和龙虾美食文化节”三大节庆旅游品牌。突出城市居民需求，围绕“吃、住、行、游、购、娱”做文章，进一步完善旅游景点基础设施，提升乡村旅游接待能力和水平，注重开发农业休闲娱乐、观光垂钓、采摘体验等旅游产品，延伸开发一批特色鲜明的旅游纪念品、工艺品和礼品，丰富提升乡村旅游的内涵和品位。突出宣传滨湖、营销包河，通过旅游节庆活动的开展，让更多的游客走进滨湖，感受包河日新月异的发展变化和强势崛起的发展潜力。

加快农民素质提升，加强农民专业技能培训，引导农村富余劳动力向建筑业、商贸服务业、农副产品加工业等非农产业和城镇转移，让失地农民接受工业文明、城市文明的洗礼，把农民逐步转化为农业产业工人；加强与农业科研单位、教育机构的联系互动，直接为农民群众提供信息、技术、营销等服务，提高农业生产和营销水平；通过宣传引导、教育培训和培育典型，切实提升农家乐服务人员的专业素质，提高旅游接待的层次和水平；培育扶持农民专业合作社，引导协会组织自我发展、自我管理、自我完善、自我服务，延长农业产业的链条，提高农业生产专业化、组织化程度。

调研报告英文缩写篇六

近几年来，全市侨联牢牢把握为侨服务和基层组织建设两大主线，以凝聚侨心为核心、以促进和谐为己任，切实加强“侨胞之家”阵地建设，让侨联组织起来、活跃起来，真正把侨联组织建成归侨侨眷、海外侨胞、港澳同胞信赖的、具有生机活力的“归侨、侨眷之家”、“海外侨胞之家”。

市侨联切实加强“侨胞之家”阵地建设，在本级先后成

立**市留学人员及家属联谊会、**市侨商联谊会，五个县市区侨联也建立了“侨胞之家”示范点：娄星区长青办事处侨联，涟源市蓝田办事处光明山社区侨联、双峰县花门镇侨联、新化县游家镇侨联，冷水江卫生局侨联。

1、查侨情，夯实工作基础

底子清、情况明，是搞好“侨之家”服务工作的重要前提。我们进行了多次侨情普查和日常性的侨情调查摸底。逐一走访了辖区内机关、学校、企事业单位，较准确地掌握了第一手资料，建立了归侨侨眷、港澳同胞、留学生和侨企台帐，并实行动态管理，使侨情资料更加全面详细，档案资料更加充实完整，夯实了侨联的工作基础。

2、宣侨法，建立维权网络。我们通过悬挂横幅、印发宣传资料、开设宣传栏、侨法知识竞赛、座谈会、网络传媒、上门向归侨侨眷宣传等方法 and 途径，让全社会知侨护侨，让归侨侨眷及时懂得侨法知识，从而更加积极参与侨务工作，了解和支持侨联工作，工作总结拿起法律的武器，维护自身的权益。同时建立维权网络，市县两级成立了高规格的**市侨联法律顾问委员会和参政议政委员会。成立了市县涉侨法律援助中心和工作站。在全市县市区和94个乡镇全部成立了法律援助工作站（点）。与同级政法机关建立涉侨案件办理联动工作机制。在市县人民法院立案厅设立“涉侨人员接待处”。

3、建侨家，争取部门联动。

为建好“侨之家”，两级组织多次向本级党委政府汇报，争取有关领导的重视和有关部门的支持，召开了联席会议专题研究，五个县市区“侨胞之家”示范点，均安排专人专干、活动用房，拨出专项经费，从人力、物力、财力等方面给予了充分的保障，实现了有机构、有人员、有经费、有阵地、有活动等“五有”的目标，使本区域的归侨侨眷从此有了自己温馨的家。

4、聚侨力，服务中心工作。

通过在侨界中开展“围绕中心、立足本职、争做优秀”的创先争优活动，把广大归侨侨眷和海外侨胞更紧密地团结在党的周围，进一步增强党的阶级基础，扩大党的群众基础，巩固党的执政地位。侨界委员代表积极参政议政，为全市社会经济发展建言献策。各侨联组织围绕经济建设这个中心，广泛联系海外人士，发挥侨力，寻找项目、资金、技术和人才。侨界群众牵线搭桥，积极参与招商引资工作，并为优化经济发展环境做贡献。

5、凝侨心，服务归侨侨眷。

通过以上一系列的活动，进一步增强了侨联的活力，凝聚了侨心。

体会：一是争取领导重视和部门的支持，是抓好“侨之家”阵地建设的前提。二是掌握侨情，是“侨之家”开展工作的基础和搞好工作的动力。三是选好活动载体，是抓好“侨之家”阵地建设的关键。

不足：一是各“侨之家”组织自身动力不足，很难找到一班“热心侨务、甘于奉献”的带头人。二是各“侨之家”组织没有自给经济，缺乏自我造血功能，大大地制约了活动的开展。三是各“侨之家”组织自主开展活动能力不足，几乎要在侨联的指导下才能有效运作。

调研报告英文缩写篇七

近期，我参与了一次文明调研活动，该活动的目的是通过对社区居民文明素质的调研，以全面了解社区的文明建设现状，并提出相应的改进措施。在调研过程中，我亲自走访了多个居民家庭，与居民们进行了深入交流，并听取了他们对社区文明建设的意见和建议。通过此次调研，我深刻体会到了文

明建设的重要性，并认识到每个个体都有责任参与其中，共同推动社会文明进步。以下是我在文明调研报告中得出的心得与体会。

首先，在社区调研中，我发现居民们对于社区文明建设的关注程度较高，也对现状存在的问题有深刻的认识。在我与居民交流的过程中，他们普遍表达了希望改善社区环境整洁度的愿望。大家认为，一个干净整洁的社区环境不仅能提升居住的舒适度，更能影响居民的生活品质和社会形象。因此，他们呼吁加大垃圾分类宣传和建设垃圾分类设施的力度，让垃圾分类成为社区文明建设的重要一环。我对此深感赞同，垃圾分类是社会文明建设的重要一环，我们每个人都应该养成良好的垃圾分类习惯，共同营造一个整洁、绿色、宜居的社区环境。

其次，社区文明建设也需要关注居民的日常行为习惯。在走访调研中，我发现有些居民在公共场所大声喧哗，不顾他人感受；有些居民随地吐痰、乱丢垃圾，破坏公共卫生；还有些居民不尊重公共设施，随意涂鸦。这些不文明行为不仅影响到社区居民的生活质量，也对社区形象造成了负面影响。针对这些问题，我建议社区在加大文明宣传的同时，也要加强对不文明行为的执法力度，形成对文明行为的正向激励和对不文明行为的批评制度。通过持续的教育和引导，逐渐培养居民们的文明素养，共同营造良好的社区氛围。

此外，我还意识到文明建设不能只停留在表面，更要从根本上改变居民的文明行为观念。在接触居民的过程中，我发现他们普遍认识到了文明建设的重要性，但也有部分人对于自身的文明素质认识不足。比如，他们可能会认为在公共场合大声喧哗是一种表达自我的行为，而忽视了他人的感受；他们可能会认为乱丢垃圾只是个别行为，没有意识到自身的举止会对社区环境产生影响。因此，我建议社区加强文明教育，开展文明素质提升培训，提高居民们的文明修养。只有通过全方位的教育和引导，才能真正从根本上改变人们的行为习

惯，形成全社会共同推进文明建设的良好氛围。

最后，社区管理机构在文明建设中的作用不可忽视。在调研过程中，我了解到社区的管理机构在文明建设方面虽然付出了一定的努力，但仍存在一些问题，比如宣传不足、监管缺失等。因此，我建议社区管理机构要加强宣传力度，增加文明建设宣传栏、播放文明宣传视频等，提高居民的参与度和认知度。此外，对于违反文明行为规范的居民，也需要加大监管力度，严格执法，形成对不文明行为的有效制度保障。只有社区管理机构与居民形成良好的互动关系，共同参与到文明建设中来，才能营造出更加和谐、宜居的社区环境。

总之，通过这次文明调研活动，我认识到文明建设是一个长期而持续的过程，需要社区居民、社区管理机构和社会组织的共同努力。只有每个个体都积极参与，才能推动社区的文明建设不断前进。我愿意以自己的行动带动他人，共同营造一个美好、文明的社区。

调研报告英文缩写篇八

温州作为改革开放的先行城市，经济得到了迅速发展。温州鞋业是温州的支柱产业之一，为温州市的经济发展做出了重要的贡献。温州用了20多年的时间，把温州鞋业做大，不止让全国人穿温州鞋，而且目标是远销国外，让全世界知道温州鞋。本文以温州鞋业为研究对象，分析调查了温州鞋业的发展现状、特点、发展的优势条件以及该产业发展中存在的问题，并针对存在的问题提出了一些自己的建议。

1.1 温州鞋业的发展规模和效益

鞋革业是温州的支柱产业之一。目前，温州拥有各类鞋业生产企业4300多家，从事鞋业有关的工作人员40多万。20xx年，温州鞋产量20亿双以上，约占全国产鞋总量的四分之一，并且每年保持10%左右的递增速度。温州市制鞋业以皮鞋制造

为强项，以制造男鞋为主，并生产女鞋、胶鞋、童鞋注塑、拖鞋、特种鞋等为重点，皮革机械、皮革化工、鞋用材料、设计鞋类等配套行业齐全，成为全国重要的皮革制品生产和出口基地。截止20xx年，温州市有制鞋企业约2200家，其中规模以上制鞋企业526家，销售年收入亿元以上企业64家；有22家企业被温州市政府考核认定为温州市“五个一批”重点骨干企业，17家企业迈入温州市20xx年百强企业榜。根据温州海关的统计□20xx年一季度温州市鞋类出口5.81亿美元，同比下降0.48%，占温州市同期外贸出口总额的26.65%。温州鞋类企业的分布极具集中，目前温州制鞋行业主要集中在鹿城开发区、温州经济开发区、鞋都工业区、瓯海开发区、新桥、永嘉瓯北、瑞安等地。

1.2 温州鞋业发展的特征

1.2.1 拥有高知名度的品牌

温州鞋业的康奈、东艺、吉尔达等多个品牌获得中国驰名商标称号。全国307个“真皮标志”皮鞋品牌中温州占了一半以上，达57.98%。在20xx年评定的39个“中国真皮领先鞋王”、“中国真皮鞋王”和“中国真皮名鞋”中，意尔康、多尔康、红蜻蜓、吉尔达和东艺五家企业获“中国真皮鞋王”称号，奥康、康奈获得了“中国真皮领先鞋王”称号，另有近40个企业产品获得了“国家免检产品企业”称号。

1.2.2 温州鞋企积极参加各类鞋展

温州鞋类企业在温州鞋业协会的统一组织下，为建立温州服装的新形象，充分利用群体的力量，积极以“温州军团”的形象频频参展。温州鞋类企业十分注重通过参展来提升自己形象和扩大自己的知名度。据温州鞋业协会公布的信息，温州鞋业不仅积极参加国内的鞋展，还远赴海外——美国、法国、德国、波兰、俄罗斯、韩国等各个国家举办的鞋展会。

1.2.3 产业集群

温州鞋业经过的这几年的发展，已经有完善的鞋工业体系。从原料的采购，成品加工，商品销售已经是一条分工明确，完整的鞋革生产链。温州制鞋企业的周围，还聚集着上千家的鞋机、鞋饰、鞋底以及皮革生产企业，已形成了各种发达的专业市场。这种相关产业在地理空间上的聚集，使温州富集着大量的鞋业相关信息。温州鞋业还形成了大、中、小企业共存，高、中、低档产品共生，拥有层次分明、优势互补的梯队。

1.2.4 生产各种种类的鞋产品

温州市制鞋业以皮鞋制造为强项，以制造男鞋为主，并生产女鞋、胶鞋、童鞋注塑、拖鞋、特种鞋等为重点，皮革机械、皮革化工、鞋用材料、设计鞋类等配套行业齐全，成为全国重要的皮革制品生产和出口基地。

2.1 超强的敏变模仿能力能快速占领市场

一个企业要做强做大要拥有对市场的灵敏的感觉及高速的应变能力。温州鞋业对宏观环境整体的把握，能比别人更远地看到未来，识别需求趋势。对产品的品种款式、时尚潮流、具体商圈中产品种类组合如何与当地市场需求吻合等的把握。

2.2 有效的营销模式促进了产品的销售

温州的鞋企都十分重视建立自己的分销体系。以红蜻蜓为代表，温州鞋企往往采用了代理商+直营店的模式。重要的店面自营，不重要的，搞不定的地区给代理。一个代理实力不够，就放两个代理。这种分销布局既照顾了速度，又使自己在其中居于主动的地位。因此，仅仅八年的时间，红蜻蜓、奥康、康奈以及紧跟其后的日泰、意尔康、陆陆顺等都在全国建立自己数千家的连锁终端。因此，温州鞋得以在全国销售，有

效的营销方式为温州鞋业的发展提供了空间。

2.3 独特的温州人精神

温州人的精神，是温州最宝贵的资源，也是温州经济发展的最大的特有的优势。著名经济学家钟朋荣曾将“温州人精神”概括为四句话：白手起家、艰苦奋斗的创业精神；不等不靠、依靠自己的自主精神；闯荡天下、四海为家的开拓精神；敢于创新、善于创新的创造精神。温州人走南闯北在各国、在世界各地创办企业，开设店铺，建起了大量的温州城、温州街、温州村、温州店。

2.4 温州市政府支持

产品宣传活动；再次，政府制定各种优惠政策鼓励企业创建自己的品牌，创建温州品牌。另外，温州政府规划建立“中国鞋都”的策略，巩固了温州鞋在市场的地位。温州政府不仅对鞋类企业给予政策跟资金上的帮助，更组建了温州鞋业协会，引导温州鞋业健康快速的发展。

2.5 地理优势

温州位于中国黄金海岸线中段，浙江省的东南部，东濒东海，南接闽北，西与丽水市相连，北与台州市毗邻，是浙南的经济、文化中心和交通枢纽。温州海岸线长达355公里，港口条件优越，是一个集河口港、海湾港于一体的综合性天然良港，为浙南、闽北货物进出的咽喉。是全国20个主枢纽港之一。温州火车站可直达北京、上海、南京、杭州等国内主要城市。温州市公路运输四通八达，104国道和330国道贯穿南北，便捷的交通促进了温州鞋业的发展。

3.1 产品成本逐年升高

温州鞋业面对的是温州劳动力成本上升、原材料价格上升，

致使温州制鞋企业的利润空间下降。据了解，近年来原材料价格持续上升，目前原材料已占一双皮鞋成本的70%。

3.2 土地资源日趋稀少

土地是不可再生的资源，也是最基本的生产要素。企业发展要土地，产业升级要土地，招商引资更需要土地，但温州历来人多地少，寸土寸金。目前温州市可用工业用地仅存20xx多亩，鞋企用地的日益增长和耕地保护政策的矛盾越来越尖锐，特别是在温州鞋业结构调整之际，解决温州制鞋企业尤其是中小型鞋企扩大生产规模的用地需求存在客观困难，难以满足需求。这严重制约了温州鞋业的发展。

3.3 企业缺乏品牌文化

一个真正的品牌应当有相对稳定的忠诚顾客群作支撑，而忠诚的顾客最终将是对品牌文化的认同，温州鞋业二三线品牌目前基本企业文化盲区，很少有对企业文化引起真正重视的，温州鞋企老板大都认为企业文化是高雅的附庸。温州鞋企往往没有自己的核心文化，也就缺少了能够支持企业继续发展最重要的因素之一。

3.4 家族式模式弊病日益凸现

温州市的制鞋企业大都为家族式管理模式。创业初期，这种家族式模式对温州鞋业的企发展发挥了其独有的优势和极大的作用，但随着市场的发展和形势的转变，家族式模式的弊病也日益凸现，投资者与经营者的一体化、经营权和所有权的密不可分、经营权和决策权的高度统一，已不利于企业的科学决策，不利于员工积极性的调动，不利于企业又好又快发展。同时，温州鞋企产权结构不清晰、财务制度不透明，现代企业管理制度不健全，也制约了温州鞋企走上资本市场的步伐。

3.5 行业专业人才匮乏

鞋业技术人才缺乏。温州鞋业由于鞋类技术人才一的匮乏，造成科研开发落后，在产品设计上缺乏人体工程学、运动生理学和美学为基础内涵的系统设计思想和方法，品牌开发仍以模仿为主。少数温州鞋企为追求短期利益，进行大规模的来料、来样加工和贴牌生产或是简单模范、复制国外的产品，鞋业企业的品牌个性尚未形成。温州鞋类企业的市场竞争大部分手段仍是价格和促销，能在营销战略层次上开展竞争的企业为数很少，致使温州鞋业的发展长期处于低水平的扩张。

4.1 走高研发创新能力、高文化品之路

温州鞋类产品除了要符合国家的标准外，还应注重舒适性、美观性、安全性、功能性，温州鞋业应当在这方面投入更多的资金和人员。此外，企业应当发挥创造性，将温州地域文化、中国元素等注入温州鞋设计之中、品牌建设之中，提高产品的品位，展现产品所蕴涵的特有的文化意境。

4.2 加强品牌的树立

温州鞋业要想在市场竞争中获得胜利，必须（1）要有明确的温州品牌定位和市场定位。思路决定出路，公司应创造出区别于其他鞋类企业的品牌个性和内涵。（2）应该持续加强企业品牌建设的意识。温州鞋能否树立品牌关键在于温州企业家本身的素质与魄力，以及全体员工强烈的品牌意识。（3）从多方面加强品牌管理。在品牌管理中，除了产品设计、产品质量及服务外，市场营销是很重要的一个方面。

4.3 加强行业协会作用

温州鞋业已经建立了温州鞋业协会，为了使温州鞋有更高的竞争力，温州鞋类企业要有协作精神，作为一个整体将会有更大的优势，这就必需充分发挥温州鞋业协会的作用，一是

要建立政府有关主管部门与温州鞋业协会的沟通机制，发挥协会等组织的“桥梁”作用；二是要温州鞋业协会加强自身建设及业务培训，提高应对技术壁垒的能力和水平，这将有利于温州鞋出口；三是温州鞋业协会要履行好服务职能，承担起保护企业的职责，及时引导企业规避出口风险；另一方面要及时向政府有关部门反映，形成利用技术性贸易措施进行出口产业保护的快速反应机制。

4.4 走节约型经济发展

当今社会提倡节约型经济增长，温州鞋企必须紧跟这一趋势，避免被淘汰。温州鞋类企业中走的大多是粗放型经济，在生产销售过程中出现很大的浪费现象，通过走节约型经济发展可以为企业节省出一大笔开销，节约成本，加大产品的竞争力。

4.5 加强人才的培养

现代企业经营日益复杂，对各种人才的要求亦日益提高，只有用人唯才，才能维持企业的长期可持续发展。而温州鞋企大多是家族企业，任用了大量亲戚人管理职位，是典型的公司所有权与经营权不分的企业，这不利于企业的长期发展，所以温州鞋企要想做强、做大，必须注入新鲜的“血液”：

（1）任用有才能的人员担任管理层（2）为了能使企业留住人才，可以让企业经营管理人员、技术骨干等企业员工购买企业股份，或者对作出突出贡献的员工奖励企业股份，或者对高层经营管理人员实现股票期权制，分散企业股份，通过股份形式留住人才；（3）通过出聘请职业经理人等等方式，让那拥有较高管理水平和高科技人才，由他们来负责企业的决策、管理，勾画下一幅蓝图；（4）送有潜力的员工到大学继续深造或留学海外学习先进的技术来提高企业的整体素质。

4.6 建立现代企业制度

温州鞋类企业中大多是家族企业，制度落后，面对越来越激烈的竞争环境，为了使企业生存并得到更好的发展，温州鞋类企业要树立现代经营理念，建立科学的企业领导体制和组织管理制度。建立善于经营、敢于决策的领导班子，使企业的权力机构、监督机构和执行机构之间职责明确。通过建立现代企业制度，促进企业治理机构创新，使温州鞋企管理走向社会、走向成熟、走向科学。

通过本次的调查研究发现，近几年来温州鞋业的发展受到了很多因素的制约，包括自身以及外界投资环境的改变。如果温州鞋业要想保持鞋业领先地位的话，必须不断创新，对企业制度进行改革，加强对人才的培养，运用他们的知识、经验提高企业的竞争力。

调研报告英文缩写篇九

第一段：引言（引出主题）

在当代社会，文明调研作为一种重要的研究手段，其意义不仅仅在于对社会发展的洞察，更在于对个体心灵的触动。本次文明调研让我深刻认识到文明的重要性，同时也使我对于身边的文明现象有了更加深入的洞察。

第二段：文明调研的心得体会

通过这次文明调研，我对文明的内涵有了更深刻的理解。文明并不仅仅是指个人的修养，更体现在社会的公德上。文明不仅仅是一种行为规范，更是一种内化于心的精神追求。我在调研中发现，人们对于文明行为的理解，往往是注重形式，而忽略了内在的道德素养。身处在一个物质丰富的社会，我们虽然物质生活优越，但在道德和精神方面却常常疏忽。面对这一现象，我们应当从自己做起，注重培养个人内涵，倡导文明进步的风尚。

第三段：文明调研的启示

在文明调研中，我也发现了一些启示。首先，文明并不是遥不可及的目标，而是每个人都可以实现的。一个人的文明程度往往与其个人修养有关，而修养则是可以通过不断的学习和实践得到提升的。其次，在复杂多变的社会环境中，要保持并传播文明，需要我们在日常生活中树立正确的价值观念，明确自己的文明行为标准。最后，文明不仅仅是针对个人行为的标准，更应该是社会共同的追求。文明行为的力量是无穷的，只有人人从身边小事做起，才能构建起一个和谐文明的社会。

第四段：文明调研的反思

文明调研使我对周围的环境有了更深入的反思。在我们的日常生活中，不同程度的文明问题屡见不鲜，包括公共场所乱扔垃圾、在公共交通工具上大声喧哗、不遵守交通规则等等。这些文明问题反映出我们社会的整体文明水平有待提高。因此，在调研之余，应当及时反思自己的行为，寻找改进的方向，并通过传播文明的理念，呼吁更多的人关注文明的重要性。

第五段：个人的改进与未来展望

通过本次文明调研，我意识到自己的文明素养仍有待提高，在日常生活中仍然存在一些不文明的行为习惯。因此，我决定从现在起，注重自身修养的培养，不断学习和实践，养成良好的文明习惯。同时，我也希望能够成为一个文明进步的推动者，通过自己的言行举止，影响身边的人，传递文明的力量。未来，我希望能够积极参与社会的文明建设，为构建和谐文明的社会作出自己的贡献。

结尾：

通过本次文明调研，我深切体会到了文明的重要性，同时也认识到个人的力量是不可小觑的。只有每个人都能够坚持文明行为，保持良好的社会公德，我们才能共同创造一个和谐文明的社会。让我们从现在起，注重自身修养，关注文明行为，传承文明的传统，共同谱写出属于我们自己的文明新篇章。