

2023年调研报告新颖的(通用5篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。优秀的报告都具备一些什么特点呢?又该怎么写呢?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。

调研报告新颖的篇一

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

一、 人口计生的现状

- 1、 利益导向机制未能完善和普及
- 2、 以人为本造就计生易抓难管
- 3、 党员干部违纪现象有上升趋势。
- 4、 人口性别比例不平衡。
- 5、 计生社会抚养费征收难度加大。

二、 当前工作重点和步骤:

1. 综合改革工作
2. 群众自治示范村建设
3. 创“两无”、打击“两非行为。”

三、 存在的主要问题

1. 基层软件和硬件设施配套的经费投入不足。
2. 计生免费服务的奖励措施需要进一步普及。
3. 基层企业计生协会的难度大。
4. 流动人口计生工作难以管理。

四、今后抓好人口工作思路

1. 加强政策、法规法规的宣传教育。
2. 不断加大财政经费投入，完善利益导向机制，落实惠一生工程。
3. 完善综合治理、齐抓共管的层级动态管理工作机制。
4. 发挥基层计生协会、计生社工及志愿者的作用。
5. 创新工作机制和办法，创建综合改革示范村。

浅析中行产品如何走进大学校园

一、研究背景

1. 现状：

- (1) 目前市场上比较受大学生欢迎的金融产品有哪些
- (2) 中行有多少针对大学生的产品

外汇留学贷款、出国留学金融服务、“理想之家·创业宝”高校毕业生创业贷款、长城借记卡、校园联名借记卡、长城校园主题信用卡、中银高校类联名卡、个人网银、手机银行等。

1) 外汇留学贷款：贷款人向借款人发放的用于借款人本人或其法定被监护人在境外就读中学、大学及攻读硕士、博士等学位所需学杂费和生活费用或用于开立个人资信(更多请搜索：)证明的一种外汇贷款。期限一般为6年以内，最长不超过10年。银行的价值在于取得利息收入，其风险主要是借款人风险、抵押物风险和操作风险。

2) 出国留学金融服务：建立在“出国留学一站式服务”基础之上，对现有产品进行组合，并根据客户具体情况，按照意向出国留学、出国准备、在国外学习、学成回国四个不同阶段设计相应的个人金融服务方式，为留学生提供全流程金融服务。具体来说，在出国留学意向阶段，可为客户提供借记卡、网上银行、专家咨询、委托代理等服务；

在出国留学申请阶段，可为客户提供隐私购汇、中银国际卡，全球汇款、出国留学汇款、海外见证开户、代售签证费等服务；

在出国留学就读阶段，可为客户提供旅行支票、海外借记卡、海外网上银行、支票服务、海外住房贷款等服务；

在学成回过阶段，可为客户提供隐私结汇、光票托收、侨汇通、中银理财、留学生创业带库按、中银保险等服务。

3) “理想之家·创业宝”高校毕业生创业贷款：贷款人为鼓励具备一定创业能力的未就业高校毕业生自主创业而发放的贷款，它以担保机构担保的贷款期限最长不超过2年，自然人保证的，不超过3年。银行的价值在于取得利息收入。

4) 校园联名借记卡：我行与国内知名院校合作发行的借记卡，除具有长城电子借记卡各项基本功能外，主要用于向持卡人提供合作单位校园卡服务。银行的价值在于吸收客户存款，取得利差收入。银行的风险主要是操作风险和声誉风险。

5) 长城校园主题信用卡：以长城信用卡为基础，面向高校客户发行的细分产品。通过与高校客户合作，为教职工、研究生提供代发工资、补助、奖学金及特色专属服务等。银行的

价值在于取得利息收入、中间业务收入、透支利息收入和长城的品牌价值。其风险主要是信用风险。

6) 中银高校类联名卡：中行与部分重点高校合作，面向该校校友、在校教职工及在校学生发行的联名信用卡。除具有中银信用卡基本功呢那国外，持卡人在母校可享受诸多与在校职工同等优惠待遇。银行的价值在于取得发卡手续费、收单手续费收益和品牌收益。其风险主要是信用风险。

(3) 目前有多少大学生是中行的客户

2. 意义：

(1) 大学生市场蕴含着巨大的消费能力。据统计，中国目前有3000多万在校大学生，他们的消费观念开放并且有很强的消费能力，或有理财方面的需求，或由于经济困难、创业等对资金有需求。

大银行争夺的重要客户资源。

(3) 大学生群体是一个潜在的优质客户群。由于大学生群体的教育程度较高，具有较高的成长性。大学生拥有较高学历意味着他们未来的收入也会达到较高水平的几率较高，高收入也预示着高消费，发展前景十分广阔。对大学生在校期间初步提供一些服务，有助于培育我行的忠诚客户。

二、研究目的

通过研究，了解大学生对金融产品和服务的主要需求，分析对比中行及其他银行面向大学生的产品和服务，为中行拓展大学生市场提出一些合理建议。

三、研究步骤

1. 开小组会议，确定研究计划
2. 设计调查问卷
3. 到各大高校发放调查问卷
4. 问卷收集和数据整理
5. 分析数据，得出结论

四、调查问卷设计

五、调查问卷分析

六、建议

北京市房地产市场现状调研

北京市城市概况

一、北京市总体概况

二、北京市各区概况

北京市宏观经济状况

一、市内生产总值

二、第一产业数量

三、第二产业数量

四、第三产业数量

五、房地产所占比例及数量

六、房地产开发景气指数

七、国家宏观金融政策

1. 货币政策、利率

2. 房地产按揭政策

八、居民固定资产投资总额

九、各区房地产开发比重

十、商品住宅价格指数

北京市房地产政策法规

一、各类住宅的开发和流通方面的政策法规

二、关于商品住宅在金融、市政规划等方面的政策法规

三、项目所在地及项目地块周边的中长期市政规划

北京市房地产市场总体分析

一、北京市房地产市场总体供求现状

二、北京市商品住宅市场板块的划分

三、北京市商品住宅平均价格走势及市场价值

四、商品住宅客户构成及购买形势

五、全年房地产市场形势分析

六、结论

北京市房地产热点区域分析

一、热点区域分析

二、竞争区域分析

三、结论

北京市各区房地产市场综述

一、各区供应量与需求量

二、各区施工面积

三、各区新开工面积

四、各区竣工面积

五、各区销售面积

六、全市销售总额

七、全市需求分析

八、各区价格走势

九、结论

调研报告提纲

标题:外来从业人员的城市融入 提纲:

调研前的计划

一、调研时间国庆节

二、调研地点松江

三、调研方式 1 资料查询

2问卷调查以问卷调查为主 3面对面问答

五、调研对象外来从业人员 1资金收入

2 工作时长

3 收入组成

4 社会保障

5住房情况

6 生活质量

六、调研范围1上海松江。

七、调研目的

1外来人员的生活

2国家政策如何对待外来人员

3外来人员对城市建设的贡献

八、调研资料

上海市对外来人员的政策

调研报告的写作思路及分析

一、调研前的准备

对在调研的时候会出现的问题进行模拟解决

二、调研过程中遇到的问题

三、所得资料的整理与分类

进行分类、鉴别、筛选，去粗存精，去伪存真。

四、资料分析

重点分析所调查事情或现象的产生背景、原因、实质，条分缕析，有事这有依据，抓住问题的实质、规律，揭示出其重要意义或危害性，给人印象深刻，提醒世人或领导注意。

五、对此事的意见和建议

在有力的分析下，根据实际情况，提出解决问题的建议，为有关部门恰当处理

提供参考。

1、确立自己的观点、看法，但必须在尊重事实的基础上进行理性判断。

2、实事求是，不夸张、不隐瞒实情，如实将调查到的情况写出来，注意突出重点，不必面面俱到。

3、重点在于客观分析，在掌握的事实基础上分析，透过揭示其本质、规律。

4、讲求实效，贵在及时。

六、心得体会

专业调研报告提纲（供参考）

一、基本情况

1. 调研时间：
2. 调研对象：
3. 调研目的：
4. 调研参与人员：
5. 调研方式方法：

二、主要内容

1. 典型企业岗位设置情况分析

- (1) 简要介绍调研企业数量、性质等基本情况；
- (2) 典型企业岗位设置情况分析。

2. 典型企业岗位知识、能力、素质要求变化分析

- (1) 专业对应的职业岗位分析（知识、能力、素质要求变化）
- (2) 专业对应的职业资格证书分析（需求与现状）

三、调研结论

1. 专业人才培养规格变化

- (1) 是否需要设置专业方向或特长；
- (2) 知识、能力、素质要求主要变化：

(3) 课程设置变化。

2. 对专业人才培养方案的修订意见或建议

(1) 对专业方向或特长的建议；

(2) 对需要强化的能力建议；

(3) 对课程体系构建的建议。

调研报告新颖的篇二

市场调查报告格式组成：一般而言，由标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

调研报告标题和日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。标题一般要在与标题同一页，把被调查对象、调查内容明确而具体地表示出来。有的调研报告还会采用正、副标题的形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。

一般情况下调研报告的内容都会比较多，为了方便阅读，经常采用目录或索引形式列出报告主要章节和附录，并明确注明标题、有关章节名称及所在页码，目录的篇幅宜控制在一页。

概述主要阐述调研课题的基本情况，一般应按照调研顺序逐步展开，并具体说明调研涉及的原始资料、调研的主要方法和流程、评价的主要标准、得出结论和相关建议的调研原则，主要包含三方面内容：

第一，简要阐述调研目的，说明调研的原因和委托调查的由头。

第二，简要说明调研对象和调研内容，包括时间、地点、对象、范围、调研要点。

第三，简要介绍调查调研方法，要对采用的方法进行说明，并说明选用该方法的必要性。另外还要说明调研结果的分析方法，如指数平滑分析等。如果本部分内容较多，应有详细的补充调研工作技术报告说明，附在最后的附件部分中。

正文是市场调研报告的主体部分。该部分必须准确展示全部相关论据，包括调研问题的提出到得出的结论，调研论证的全过程，分析研究问题采用的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行研判思考的精准调研结果和市场信息。

结论与建议是撰写市场调研报告的最终目的。这部分包括对概述和主体部分所提出的主要内容的结论，并提出如何利用已证明为有效的措施，以及解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与主体部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

附件是指没有在调查报告正文体现，但又与正文相关，必须附加说明的内容。附件是对正文报告的有益补充和详尽说明。

调研报告新颖的篇三

第一章城市燃气行业基本情况

第一节城市燃气行业的定义及分类

(一)天然气供给进入快速发展期人工煤气、天然气三种气源并存仍然是中国城市燃气的主要特点。“”期间随着“西气东输、海气登陆、海外进口、陆气补充”的天然气多元化供应格局的形成，燃气结构开始发生重大改变，天然气在城市燃气行业中的所占比例逐步增大。20xx年，我国天然气产量突破1000亿立方米，达到1025.3亿立方米，同比增长约6.90。

(三)人工煤气供应集中在中小城市近年来，环境保护和能源结构调整取得进展，部分城市人工制气企业通过调整生产方式，开始利用天然气、炼厂干气掺混或改制工艺来生产人工煤气，不仅提高了质量，改善了环境，也为天然气供应初期的供需平衡发挥重要作用。由于人工煤气的生产、输配设施的投入强度大，维护成本高，需要较大规模的市场支撑，因此，人工煤气供应主要集中在大城市以及依托当地有制气条件的冶金、化工企业的中小城市。

31.17% 20xx年到20xx年间，城市燃气行业总产值占gdp的比重呈小幅上升趋势 20xx年占比达到了0.59，为五年来最高，行业在国民经济中的地位有所提升。

第三节城市燃气行业技术分析

二、行业生产技术

(一)石油天然气生产和供应流程数据来源：世经未来图1管道燃气生产和供应流程图

(二)煤制天然气技术路线分析煤制天然气的工艺流程前端与煤制甲醇及煤制合成氨的流程基本相同，都是在煤制气后经净化处理。不同之处是，后两者是净化气用于甲醇或氨合成，要求甲烷越低越好，而煤制天然气是净化气经过甲烷化处理，生产热值大于33.36mj/m³的代用天然气(sng) 甲烷越高越好 1t煤大约可以转化为400m³合成天然气。传统的煤制天然气工艺路线为碎煤加压气化生产合成气，经过粗煤气变换冷却、低温甲醇洗净化、吸收制冷、甲烷化、干燥得产品。生产副线包括酚、氨、硫的回收及废水残液等处理。这一传统工艺技术成熟，计算的热效率6(原料褐煤的热值转化为天然气热值)为61.9。煤制天然气工艺流程简单，技术成熟可靠、消耗低、投资省。甲烷合成可以在煤气化压力下合成，与生产甲醇、二甲醚相比，省去了多个环节，与煤制合成油相比省去的装置更多。煤制天然气与煤制其他能源产品相比，竞争优

势十分明显。煤制天然气转化率和选择性高，CO₂和H₂的转化率接近100。单位热值投资成本和水耗低，废热利用率高，总热效率最高。此外，煤制天然气更环保，废水不含有害物，易于利用，不需处理就可做锅炉给水或循环水补充水，而煤制甲醇和煤制油需对废水做深度处理。

第四节城市燃气生产供给分析

一、石油天然气资源及产量分析产量：增速略有放缓近年来，随着四川盆地、鄂尔多斯盆地、柴达木盆地、塔里木盆地等天然气的大规模开发，我国天然气产量呈现快速上升的势头。

调研报告新颖的篇四

在品牌推广之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读易懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

（一）标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。关于标题，一般要在与标题同一页，把被调查单位、调查内容明确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。如：《消费者眼中的海峡都市报 读海峡都市报读者群研究报告》。

（二）目录

目 录

- 1、调查设计与组织实施
- 2、调查对象构成情况简介
- 3、调查的主要统计结果简介
- 4、综合分析
- 5、数据资料汇总表
- 6、附录

（三）概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

（四）正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

（五）结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

（六）附件

附件是指调查报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更详尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文件副本等。

二、市场调查报告的内容

市场调查报告的主要内容有；

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。

产品构思和调研报告的参考格式

1. 产品构思

说明产品的主要功能是什么，产品如何开发，谁购买和使用产品，如何销售。

2. 市场调查

说明市场发展历史和趋势，市场总额与份额统计等。

3. 政策调查

调查与本产品相关的政策。

4. 同类产品调查

调查同类产品功能、质量、价格，以及主要优点和主要缺点。

5. 竞争对手调查

调查各竞争对手的市场状况，以及他们在研发、销售、资金、品牌等方面的实力。

6. 用户调查

调查一些老用户和潜在用户，记录他们的需求与建议。

可行性分析报告的参考格式

1. 市场分析

(1) 分析市场发展历史与发展趋势，说明本产品处于市场的什么发展阶段；

(2) 本产品和同类产品的价格分析；

(3) 统计当前市场的总额，竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额。

(4) 产品消费群体特征，消费方式以及影响市场的因素分析。

2. 政策调查

(1) 分析有无政策“支持”或者“限制”；

(2) 分析有无地方政府（或其它机构）的“扶持”或者“干扰”。

3. 技术和时间分析

(1) 从技术角度分析本产品“做得了吗？”，“做得好吗？”；

(2) 按照正常的运作方式，开发本产品并投入市场还来得及吗？

(3) 预算中的人员能及时到位吗？

(4) 预算中的软硬件能及时到位吗？

4. 成本—收益分析

- (1) 估计总成本；
- (2) 估计总收益。

分析

- (1) 我们的强项是什么？我们如何利用这些强项？
- (2) 我们的弱项是什么？我们如何减少这些弱项的影响？
- (3) 市场为我们提供什么样的机会？我们如何把握这些机会？
- (4) 什么威胁着我们的成功？我们如何有效地对付这些威胁？

6. 其它

例如知识产权分析

- (1) 分析是否已经存在某些专利将妨碍本产品的开发与推广；
- (2) 分析本产品能否得到知识产权保护，如何获得？

调研报告新颖的篇五

在品牌推广之前，第一步必须进行的是对目标市场的了解、分析和研究。市场调查报告，或称市场研究报告、市场建议书是广告文案写作的一个要件。阅读市场调研报告的人，一般都是繁忙的企业经营管理者或有关机构负责人，因此，撰写市场调查报告时，要力求条理清楚、言简意赅、易读易懂。

一、市场调查报告的格式一般由：标题、目录、概述、正文、结论与建议、附件等几部分组成。

(一) 标题

标题和报告日期、委托方、调查方，一般应打印在扉页上。

关于标题，一般要在与标题同一页，把被调查单位、调查内容明确而具体地表示出来，如《关于哈尔滨市家电市场调查报告》。有的调查报告还采用正、副标题形式，一般正标题表达调查的主题，副标题则具体表明调查的单位和问题。如：《消费者眼中的海峡都市报 棗海峡都市报读者群研究报告》。

（二）目录

目 录

- 1、调查设计与组织实施
- 2、调查对象构成情况简介
- 3、调查的主要统计结果简介
- 4、综合分析
- 5、数据资料汇总表
- 6、附录

（三）概述

概述主要阐述课题的基本情况，它是按照市场调查课题的顺序将问题展开，并阐述对调查的原始资料进行选择、评价、作出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：

第一，简要说明调查目的。即简要地说明调查的由来和委托调查的原因。

第二，简要介绍调查对象和调查内容，包括调查时间、地点、对象、范围、调查要点及所要解答的问题。

第三，简要介绍调查研究的方法。介绍调查研究的方法，有助于使人确信调查结果的可靠性，因此对所用方法要进行简短叙述，并说明选用方法的原因。例如，是用抽样调查法还是用典型调查法，是用实地调查法还是文案调查法，这些一般是在调查过程中使用的方法。另外，在分析中使用的方法，如指数平滑分析、回归分析、聚类分析等方法都应作简要说明。如果部分内容很多，应有详细的工作技术报告加以说明补充，附在市场调查报告的最后部分的附件中。

（四）正文

正文是市场调查分析报告的主体部分。这部分必须准确阐明全部有关论据，包括问题的提出到引出的结论，论证的全部过程，分析研究问题的方法，还应当有可供市场活动的决策者进行独立思考的全部调查结果和必要的市场信息，以及对这些情况和内容的分析评论。

（五）结论与建议

结论与建议是撰写综合分析报告的主要目的。这部分包括对引言和正文部分所提出的主要内容的总结，提出如何利用已证明为有效的措施和解决某一具体问题可供选择的方案与建议。结论和建议与正文部分的论述要紧密对应，不可以提出无证据的结论，也不要没有结论性意见的论证。

英文报告格式 • 会议报告格式 • 读书报告格式 • 工作报告的格式

（六）附件

附件是指调研报告正文包含不了或没有提及，但与正文有关必须附加说明的部分。它是对正文报告的补充或更详尽说明。包括数据汇总表及原始资料背景材料和必要的工作技术报告，例如为调查选定样本的有关细节资料及调查期间所使用的文

件副本等。

二、市场调研报告的内容

市场调查报告的主要内容有；

第一，说明调查目的及所要解决的问题。

第二，介绍市场背景资料。

第三，分析的方法。如样本的抽取，资料的收集、整理、分析技术等。

第四，调研数据及其分析。

第五，提出论点。即摆出自己的观点和看法。

第六，论证所提观点的基本理由。

第七，提出解决问题可供选择的建议、方案和步骤。

第八，预测可能遇到的风险、对策。