

# 2023年城市规划取费标准(大全5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 城市规划取费标准篇一

昨日，在昆明市官渡区3·15宣传活动现场，昆明市消费者协会、昆明市工商局、昆明市老龄办联合发布了“昆明市老年消费者消费满意度调查报告”。报告显示，昆明老年人对保健品的认识模糊，辨别能力不强，传统的商场超市和保健医疗是消费纠纷多发区。

很多老人不知道保健品并不能治病

被调查的老年消费者中，80%多对保健品认识不清，不了解保健品和药品的区别，认为多吃一些保健品有利于身体健康，自己年龄大了应该经常吃保健品补补身体。从调查数据来看，老年消费者购买营养保健品的占到月收入的11.67%。而很多老年消费者把保健品和药品混淆，认为保健品对疾病有很好的疗效。事实上，保健品仅有调节和辅助作用，没有治疗疾病的作用。因此，盲目购买使用保健品，不但没有达到身体健康效果，反而会给健康带来损害。

商场超市和保健医疗是纠纷多发区

近60%的老年消费者认为保健医疗、市场购物方面的消费纠纷最多。由于老年人多有病在身，治病心切，一些不法商家打着国家卫生部门的旗号，或以养生讲座的形式忽悠老人，这些不法商家往往夸大药品、保健品功效，有的甚至在推销药

品、保健品时信誓旦旦地承诺药到病除、无效退款等极具诱惑力的条件，而当承诺兑现不了时，则会以各种理由推诿。

认为金融市场方面纠纷最多的老年消费者虽然只有一成多，但对老年消费者的危害不容忽视。一些不良金融商家介绍金融产品时只强调高收益，不谈高风险，致使老年人禁不住高利率诱惑蒙受损失。

### 近半老人对昆明消费环境感觉一般

调查认为，近50%的老年消费者对昆明目前的消费环境感到一般，感到满意和比较满意的老年消费者不到30%。相对而言，老年消费者在日用品、医疗、保健旅游消费等方面合法权益受损情况较为集中。这些应当成为政府相关部门和消费者组织保护老年消费者重点。

### 购买保健品前最好和家人商量

昆明市消费者协会提醒，“专家讲座不靠谱”，一些不法商家常打着各种所谓“专家”的旗号举办养生讲座忽悠老人，他们先给老人送鸡蛋、面条、食用油等小商品，然后诱导老人购买价高而没有实际作用的保健品或保健用品。不要盲目购买商品，购买商品多和家人商量，有病要到正规医院治疗。

### 相关阅读：

#### 调查报告写作方法

调查报告一般由标题和正文两部分组成。

(一)标题。标题可以有两种写法。一种是规范化的标题格式，即“发文主题”加“文种”，基本格式为“××关于××××的调查报告”、“关于××××的调查报

告”、“××××调查”等。另一种是自由式标题，包括陈述式、提问式和正副题结合使用三种。陈述式如《东北师范大学硕士生就业情况调查》，提问式如《为什么大学毕业生择业倾向沿海和京津地区》，正副标题结合式，正题陈述调查报告的主要结论或提出中心问题，副题标明调查的对象、范围、问题，这实际上类似于“发文主题”加“文种”的规范格式，如《高校发展重在学科建设——××××大学学科建设实践思考》等。作为公文，最好用规范化的标题格式或自由式中正副题结合式标题。

(二)正文。正文一般分前言、主体、结尾三部分。

1.前言。有几种写法：第一种是写明调查的起因或目的、时间和地点、对象或范围、经过与方法，以及人员组成等调查本身的情况，从中引出中心问题或基本结论来；第二种是写明调查对象的历史背景、大致发展经过、现实状况、主要成绩、突出问题等基本情况，进而提出中心问题或主要观点来；第三种是开门见山，直接概括出调查的结果，如肯定做法、指出问题、提示影响、说明中心内容等。前言起到画龙点睛的作用，要精练概括，直切主题。

2.主体。这是调查报告最主要的部分，这部分详述调查研究的基本情况、做法、经验，以及分析调查研究所得材料中得出的各种具体认识、观点和基本结论。

3.结尾。结尾的写法也比较多，可以提出解决问题的方法、对策或下一步改进工作的建议；或总结全文的主要观点，进一步深化主题；或提出问题，引发人们的进一步思考；或展望前景，发出鼓舞和号召。

## 城市规划取费标准篇二

近日，省消费者协会发布了大米、小麦粉两类商品的比较试验报告和兰州市驾校培训服务消费者满意度问卷调查报告。

比较试验结果和调查报告显示，大米、小麦粉样品全部达标，驾校服务水平、经营管理等方面存在诸多问题，仍有较大的提升空间。

据悉，此次大米比较试验样品涉及22家企业的29个品牌。经检测，所检样品指标全部符合国家质量标准要求，涉及消费者身体健康的其他3项农药残留、3项微生物、2项卫生指标项目检测中，吡虫啉、乐果、甲胺磷、亚硫酸盐、沙门氏菌、志贺氏菌均未检出。小麦粉比较试验样品包括15个品牌涉及省内外14家企业，所检样品全部符合国家质量标准要求，国家标准以外涉及消费者人体健康的6项农药残留、3项微生物、1项卫生指标均未检出。为了帮助消费者正确选择，省消协根据实测数据、价格，制定了大米和小麦粉消费星级推荐表，供消费者参考，并建议消费者尽量选择正规商场、超市和厂家直销店购买。

与此同时，省消协发布的兰州市驾校培训服务消费者满意度问卷调查报告显示，截至底，兰州市拥有各类驾校90所，总计有12万人报名参加了驾校培训，且考取驾照的人数在高位持续增加。这次问卷调查发放问卷3000份，回收有效问卷2933份。统计分析显示，部分驾校存在乱收费、硬件不足、诚信缺失、教练教学水平差、经营管理和制度建设不完善等问题。省消协建议，驾校行业应该树立依法经营意识和诚信管理理念，完善自律机制，提高服务质量；改善服务模式，利用“互联网+驾校培训”现代化手段，为消费者提供更加便利、轻松、舒适的学习环境。

### 城市规划取费标准篇三

为加强对天津通信运营商服务的监督和指导，帮助消费者更好履行知情权、选择权、公平交易权等合法权益，市消费者协会于今年7月至9月对天津通信运营商服务进行了消费者满意度调查，涉及移动(包括铁通)、联通、电信、长城、天津广电等通信和宽带运营商。

手机通信运营商的消费者满意度总体得分78.95分。其中，天津移动为79.76，天津电信为78.70，天津联通为77.24。主要问题包括：一是营业厅等候时间过长。营业厅等候时间得分普遍较低，平均得分为61.24。消费者反映的主要问题：营业网点分布不均，且不少营业厅只有一两个窗口，严重影响办理业务的速度；服务人员素质不一，对顾客缺乏人文关怀；相关配套设施少，例如营业厅内未设置等候区，缺少座椅等；工作人员对自助设备的使用指导不到位，使得这些设备的使用率低，没有起到应有的分流作用。二是客服热线服务的得分相对偏低。消费者对于客服热线难接通的意见主要表现为：提示音太长；客服代表对手机通信业务技能不够不熟，包括业务知识掌握不全面、缺乏灵活的语言表达技巧、对系统熟悉程度不够等；客服人员服务意识不够不强，客服代表服务不主动，缺乏服务热情，给消费者机械、照本宣科的印象。三是手机通信运营商投诉处理效果不佳。消费者满意度表现对“有无投诉”影响较大。“没有投诉”的消费者满意度达到81.42，而“有投诉”的消费者满意度则只有61.16。大多数消费者通过通信运营商的客服部门进行投诉，但各企业表现还有待提升。

市消协建议，手机通信运营商应优化营业厅环境，缩短业务办理等候时间。应加强对热线客服人员的业务培训，在内部热线服务流程上进一步优化，提升消费者反馈流程效率，确保消费者问题解决的效率和效果。提高客服部门妥善处理投诉事宜的技能，能够通过投诉处理进行“服务补救”，避免投诉处理过程中造成“二次伤害”，切实高效解决投诉问题，保障消费者权益。

宽带运营商应改善宽带质量，避免“宽带不宽”现象。应当加强日常检测，对于重点区域加强网络优化建设，避免服务器不稳定影响顾客正常使用。

据了解，《天津市手机通信及宽带运营商消费者满意度调查报告》已经函寄各通信运营商，市消协还将于近期召开提升

通信行业服务质量座谈会。

## 城市规划取费标准篇四

在中国经济增长变慢的背景下，哪些商品容易打动谨慎的消费者？8月5日公布的一组数据或许能给企业提供参考：消费者愿意为改善外形买单，例如面膜、护发精油；更方便、健康的产品也不错，例如便携装酸奶。

5日，尼尔森公布二季度消费者调研报告显示：49%的家庭在第二季度倾向维持而不是增加家庭消费支出，而第一季度只有45%的家庭持有这个态度。同时在第二季度有47%的家庭愿意增加家庭消费开支，较上季度有1个百分点的下降。

尼尔森这一调查覆盖61个国家消费者，中国部分是对3500位受访者进行研究的。二季度中国经济同比增长6.7%，增速与一季度持平。消费者的信心状态与经济运行总体趋势吻合。

现在，中国消费者对于未来就业和收入预期更趋理性，这直接导致他们在消费时也更理性。不过，消费者态度谨慎并不意味着商家全无机会，调查显示，中国消费者越来越爱美，愿意为打造良好外形买单。相较于，在消费者最愿意为提升个人的形象气质打造良好的外形而买单，调查显示消费者在购买服饰(衣服、鞋子)和护肤化妆这两项表现出最强的增加消费的意愿。

同时消费者也更加追求品质生活，在休闲度假旅游方面也愿意增加消费，紧随其后的是食品饮料，文化娱乐，体育健身，消费者对哪些领域都表示愿意增加开支。

在快消品领域品质消费趋势更为明显。二季度数据显示，面膜(16%)，唇膏(9.3%)，瓶装水(8.7%)是快消品中销售额增长最快的三个品类。

尼尔森大中华区总裁严旋说：“随着近年来中国城市化进程加速以及中国消费者的收入水平和消费能力的显著增长，品质人群的规模还将持续扩大。从现在到未来的5-中，中国将会发生新一轮品质化消费变革。追求高品质的生活方式将成为新常态，这将会推动消费品市场的增长，消费升级的趋势势必继续延续。”

## 城市规划取费标准篇五

“五一”期间，各大商场发起了促销战。但消费者真能买到物美价廉的商品吗？记者随机走访了石家庄市几家卖场。

3日下午，记者在石家庄市某商城的入口处看到停车场通道上的车辆已经排起了长龙。“这几年都兴网上购物，觉着趁着打折出来逛逛，没想到赶上了大拥堵！”一位正在排队进停车场的私家车主告诉记者，“前几年趁小长假就选择出去玩，但每次出去，不管到哪儿都是人山人海。今年‘五一’，消费者调查问卷显示各大商场都在搞促销，于是就寻思着出来逛逛商场，凑个热闹。”记者在店里采访时发现，当日，大部分品牌商品都在不同程度地打折扣，七折八折已不罕见，四折五折的促销招牌也随处可见。

记者在采访中了解到，有些商家在促销的同时，还设置了一些享受优惠的附加条件，这种做法引起很多消费者不满。正在买化妆品的朱女士告诉记者：“明明宣传单上写着满108元就减10元，现在又说抽奖就不减十块了，当抽奖抽中十块时，店家却说这张优惠券只能用于下次消费。你说这不是在欺骗消费者吗？”站在一旁的李女士也向记者道出了心中的怨气：“这些商家，打着五折、六折以及减免的幌子吸引消费者的目光，但进店以后发现很多刚上市的新款并不参加活动，有一种被欺骗的感觉，心里真不好受。”

但通过消费者市场调查表示，节日期间，他们确实以一个合理的价位买到了自己心仪的商品。还在上学的叶茜告诉记者，

在很多天之前她就看中了一条裙子，但由于当时价位太高，自己囊中羞涩，只能忍痛割爱。今年“五一”前，该店店员发短信通知她“五一”期间商场有特惠活动，请她前去选购。最终，叶茜以可接受的价格买到了自己心仪的商品。

去年年底，我们认为消费支出增长在将加速。这一观点的主要推动因素是来自初加税约亿美元的影响可能消退。虽然去年消费支出的逐步回升似乎证实了这一观点，但近几个月疲软的支出和收入增长数据再度引发了人们的疑问。

我们不愿过度解读最近网上调查数据的放缓。支出和收入数据可能都受到天气效应的影响，并且已经发布的3月份数据表明下周将公布的这两项数据都应强劲反弹。

评论人士也对于消费支出前景提出了两个更深的担忧。第一个担心是消费者信心可能仍受到大衰退遗留影响的损害。虽然我们发现了一些证据来支持这一观点，但中长远预期和购买计划继续显示出稳步(如果不充分的话)的复苏。

第二个担心是不平等现象的加剧可能会影响收入和财富增值转化为支出。在收入方面，我们最近注意到低工资工人的收入开始出现比复苏早期更强劲的增长。在财富方面，虽然受严格的贷款标准影响，房地产收益对支出的影响很可能小于往常，但我们认为没有理由下调对财富效应的标准预测。毕竟，随着整体资产净值与可支配收入的比率上升，储蓄率最近已经走低，而且我们的模型显示仍存在进一步下行空间。

我们的结论是20年内消费支出更强劲增长的观点依然完好。就业的强劲增长以及工资增长的温和反弹应会推动劳动者实际收入实现略高于2.5%的增长，近来资产净值上升的渐进影响也应会额外提振消费支出。此外，我们更新后的消费支出模型(即便剔除房地产财富效应)显示年剩余季度消费增长3%左右。