

# 2023年京东企业调研报告 企业调研报告(模板7篇)

在经济发展迅速的今天，报告不再是罕见的东西，报告中提到的所有信息应该是准确无误的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来看看吧。

## 京东企业调研报告篇一

根据《市人民政府办公室关于印发〈市工业企业问题清单制度〉的通知》要求，结合我县实际，现将前期企业走访调研落实情况报告如下：

在全市工业大会召开后，县委、县政府领导高度重视，立即召开会议传达贯彻，成立由县长为组长，县人大、政府、政协分管为副组长，相关部门负责人为成员的规上工业企业调研工作领导小组，领导小组下设办公室在县经商局，负责办公室日常工作。

从4月4日至4月15日，分4个小组，由县领导带队，园区管委会、政府办、安监局、环保局、经商局、所在乡镇等单位参加，对全县规上工业企业进行实地调研，掌握企业生产经营现状，了解企业生产经营中存在的困难和问题。此次调研活动，共走访企业51户，收集到困难或问题97条，其中，非市场因素70条，主要集中在土地问题、资金问题、办理两证问题上。

根据调研走访情况，针对收集梳理的企业困难和问题类别，对非市场因素部分，按一企一策要求，县政府共出台了19份纪要，分别予以安排落实。庚即，各部门按照纪要要求，逐个对企业问题进行解决。截止目前，我县已解决困难和问题60余条，其余困难和问题正在协调解决中，无请求市政府

协调解决事项。

## 京东企业调研报告篇二

“诚，信也；信，诚也”。从其本意上说就是诚实、诚恳、有信、守信。诚信讲究的是一言九鼎，是“言必信，行必果”。诚信由个人扩大到一个经营实体则称作为诚信企业，扩大到整个行业则被称为诚信行业。于企业而言，诚信的内容很宽泛，按期交货是诚信，质价相符是诚信，不弄虚作假也是诚信。而安全诚信则是专指对安全问题诚实守信。为更加深入有效地推进安全诚信企业的创建工作，笔者就相关问题进行了一些粗浅的思考，简述如下：

关于安全诚信企业的概念目前还没有一个得到广泛认可的明晰定义。笔者从其功能角度认为：安全诚信企业就是指主动全面履行相关安全法律法规，具有明确的、定位较高的安全目标，各项安全管理制度健全并在实际工作中得到全面落实，具备持续安全控制能力和良好安全形象的企业。也可简单地说就是一个企业关于安全的承诺和责任得到有效落实和全面履行，其安全能力和安全形象得到社会和员工的信任及肯定。

安全诚信企业至少应该达到四个方面的要求：一是具有较高定位的安全目标。比如“零伤亡”、“四无两零”等等；二是具备实现这一目标的具体措施。如本质安全矿井的创建；三是具备落实相应措施的能力，比如相应地保障手段救援能力等；四是取得显著的安全效果。这和衡量一个人是不是值得信任有许多相通之处。诚信的前提基础是有信，其次是有履约的能力，三是依诺而成。这里要说明的是能力问题，一个人是不让他人让社会信任，除了主观上有全面按照严守诺言的主观意愿，客观上还必须具有相应的能力，否则就难以树立起诚信的形象。比如品行习练的“信任背摔”项目中，测试者敢于朝后倒下，把后背于人，重要的基础，是伙伴们声音一致的承诺。也就是说诚信的力量给了测试者信心和勇气。但若后面接他的人是一群幼儿园的孩子，声音或许更

加宏亮整齐，甚至也不乏真诚，但肯定赢不来测试者的信任。其原因就在于那些孩子虽然有真诚的承诺但却没有兑现承诺的能力。所以一定要强调履约能力。对安全诚信企业来说，就是不仅要有安全的诺言和信心，还必须有兑现诺言的能力。综而述之，安全诚信企业的标准集中概括为：一想二诺三做四兑现。想，就是要有成为安全企业的主观意愿；诺，就是要有实实在在的目标内容；做，就是要有做的措施和能力；兑现，就是必须真正实现预定的安全目标。

物以稀为贵。当诚信被赋予更高的地位加以强调之时，也往往是诚信缺失严重之日。市场经济带来了经济的高速发展，但毋庸讳言也出现了隐瞒欺诈、假冒伪劣、弄虚作假等伴生物，造成了诚信的缺失。煤矿企业则在矿难频发、矿主无良等一些“血色”现象的反复皴染中安全形象严重受损。这既与党和国家科学发展的总体要求相悖，事实上也影响制约了煤炭企业自身的发展。因此可以说，创建安全诚信企业既是社会（公众）对煤矿企业的期盼，也是企业进步过程中的一种理性追求。

诚信，一般来说属于道德的范畴，应该是一种品质的自我锤炼，它最动人的光辉来自于道德的约束力和文化的影响力。但在现代社会，诚信的许多内容也已被纳入法律和制度调控之中。比如，我国《合同法》第42条规定，当事人在订立合同中有违背诚实信用原则的行为和侵犯相对人商业秘密的行为，应当向对方承担赔偿责任。即体现了法律对诚信的刚性约束。

安全诚信是关于以安全为要义的诚信，既有相应的道德涵义，也有明显的法律特征。据此可以证明，安全诚信的创建，既包括对相应法律制度的遵守，是法律制度建设的重要部分，又展示了其道德文化的影响力，是对制度建设的补充和提升。它更加强调主动意识乃至自动意识的作用，是更高层次的安全文化，相较于单一的制度的制订、遵守和考核是一种进步，是制度到文化的进步，也是被动到自动的进步。据此，可以

更加科学地界定出创建安全诚信企业和创建本质安全型企业的关系。

创建安全诚信企业的主体在于企业。企业的安全诚信取决于两个方面。一是相对于社会的安全诚信，二是相对于职工的安全诚信。顺序结构上亦包括两个方面的内容：一是有诺，二是践诺。企业对社会的的安全诚信内容大致应包括遵纪守法、消弭隐患、保证投入、健全制度、措施到位、救援有效等等。企业对职工的安全诚信内容大致应包括生命至上、安全为天、施教在前、规范告知、系统可靠、保障有力等等。我们知道企业中人是具有活力最具主动性的因素，所以安全诚信企业的创建需要更加积极地调动起人的积极性。涉及到两个关键面的人的安全诚信。一是管理者的安全诚信，包括其对企业和员工两个方面的关系；二是员工的安全诚信，包括对企业和家庭的安全诚信。深层次还包括所有人员（管理者和一般员工）自我安全的诚信。

## 京东企业调研报告篇三

在进行了三年的大学学习生活后，我通过对物流基础的学习，可以说所有的有关物流的专业基础知识、基本理论、基本方法和结构体系，都基本掌握了，但这些只是纸上谈兵，并未将这些理论性极强的东西与实际运用联系起来。如果没有企业参观与调研，直接让我进行基本工作，我想我一定无从下手。因为我对物流行业的实际操作一窍不通。自认为平时对物流知识还了解的我们，只能成为一些只会纸上谈兵的学者，而并不能成为一个物流行业的佼佼者。

于是在坚信“实践才是检验真理的唯一标准”下，我认为只有把从书本上学到的理论知识应用到实际的物流实务操作中去，才能真正掌握这门知识。才能把自己打造成能为物流行业发展做出贡献的物流行业工作者。

而对于大学生来说，企业参观与调研的意义是重大的，它使

我们在实践中了解社会的需求、在实践中巩固自己的知识；企业参观与调研又是对每一个大学生专业知识与素养的一种检验，它能让我们学到了很多平时在课堂上根本就学不到的知识实际操作的知识，既开阔了我们的视野，又增长了我们的见识，为我们将来走向社会打下坚实的基础，也是我们走向工作岗位的第一步。

### （一）申通快递物流有限公司

申通快递的创始地是在上海，拥有247个独立的城市营业所，179个营业厅，1220个操作点，快递初创于1993年，是一家以经营快递为主的国内合资（民营）企业。基本覆盖到全国地市级以上城市和发达地区地市级以上城市，尤其是在江浙沪地区，基本实现了派送无盲区。

公司奉行“团结、务实、开拓、创新”的企业精神，“快速、准确、安全、周到、”的服务方针公司经营十余年来，已深得广大客户的信任和支持。而这次我们参观的申通快递物流有限公司就是属于其中的一个城市营业所。

申通快递是我们专业参观调研的第一家物流公司，同学们都很兴奋。我们在坐了很长时间的车后，终于到达了目的地。在休息室，公司负责人给我们讲解了一些注意事项和参观安排，接着便开始了这次的参观。在公司经理的带领下，我们参观了公司部分工作环境，看到了物流工作的第一现场。

从开始的拣货到最后的发货，一系列的流程我们都有了了解：大件物品和小件物品通过不同的传送带进入不同的分拣区域，不同区域的物品分拣好后放在不同的规定区域，方便装货。因为我们是下午去参观的，所以有部分机械已经停止运作了，我们观察到了一部分的工作人员工作内容，收获了很多。同时经理也向讲述了他们在工作中遇到的问题，如传送带是循环的，分拣的工人在分拣的过程中是按照序号分拣快递的，一旦有遗漏，就必须重新循环一次，就造成了时间上和劳力

上的浪费。

结束参观后，申通快递的负责人又给我们做了一个简短的报告，讲了物流行业的现状和未来发展趋势，也给我们这些即将毕业的学生关于就业提出了一些建议，让人受益匪浅。

## （二）合肥宝供物流有限公司

宝供物流企业集团有限公司（Bao Gong Logistics Group Co., Ltd.）创建于1994年，总部设在广州，是国内第一家经国家工商总局批准以物流名称注册的企业集团，是中国最早运用现代物流理念为客户提供物流一体化服务的专业公司，也是目前我国最具规模、最具影响力、最领先的第三方物流企业。

当前，公司已在全国65个城市设有7个分公司、8个子公司和50多个办事处，形成了一个覆盖全国并开始向美国、澳大利亚、泰国、香港等地延伸的国际化物流运作网络和信息网络，与国内外近百家著名企业结成战略联盟（其中包括宝洁、飞利浦、联合利华、安利、通用电器、松下、三星、东芝、壳牌、丰田汽车、雀巢、卡夫等52家世界500强企业），为他们提供商品以及原辅材料、零部件的采购、储存、分销、加工、包装、配送、信息处理、信息服务、系统规划设计等供应链一体化的综合物流服务。合肥宝供物流有限公司位于安徽省合肥市新站区汴河路南现代物流园区。

我们首先是到达了四楼的会议室，由专人给我们讲了公司概况和 workflow。我们了解到此分公司主要工作区域分为立体仓库和平仓仓库，分别占地1000多m<sup>2</sup>和一万亩。公司职员还给我讲了公司关于质量管理，安全管理和设备管理方面的举措。老师还邀请到了在这里工作的一个学姐过来，给我们讲了关于就业方面的事情，也解答了我们的一些疑惑。因为我们专业人数有点多，所以我们只参观了立体仓库，在公司职员的带领下，我们参观了该公司为联合利华保管提供的商品，了解了立体仓库的运作流程和注意事项，学习了

很多书本上学习不到的知识。

### （三）安徽安泰物流有限责任公司

安徽安泰物流有限责任公司（简称“安泰物流”）其承担了安徽烟草工业原辅材料、成品的仓储、养护、配送到调拨运输等物流业务。通过近几年的物流实践，安徽烟草工业现代物流已基本形成了较为完善的现代物流体系。

安徽烟草开展现代物流始于20xx年底，由当时的省局公司对全省的烟草物流实施统一规划。按照当时的规划，安泰物流实行集团化运作，下辖5个烟厂物流公司，6大区域配送中心，17个地市物流公司（卷烟配送中心），形成一个遍布全省的物流配送网络。

组建安泰物流的目的，就是为了进一步提高安徽烟草生产经营管理水平，加强对行业物流的集中管理，以优化的业务流程为主线，推行“电子商务+现代物流”的业务新模式，实施专业化、独立化的物流运作管理，营造集商流、物流、资金流和信息流于一体的现代化物流服务平台，实现整体业务流程的高效率、低成本运行。

围绕黄山卷烟总厂统一管理、集中采购、多点生产、专业营销的生产经营实际，主要物流业务包括：烟叶、卷烟材料和五金配件等采购供应物流；厂内原辅材料、配件配送、条烟装箱收集和原料物资及卷烟的仓储保管等生产物流；卷烟调拨销售物流等三个主要环节。

安泰物流是我们参观的三个企业中自动化程度最高的，它的系统和体制也是最完善的。它分为三条大的传送带系统同时进行工作，除了一开始的货单输入和最后的装货，中间的过程都是自动化，无工作人员。

我们还发现了一条小的传送带系统，专门负责特殊烟的分拣，

其他标准化的烟都是由大的传送带系统负责。分拣好的烟草都必须按照区域摆放，等待车辆装货。

在老师的带领下，我们一共参观并调研了三家物流公司，分别是申通快递物流有限公司，合肥宝供物流有限公司以及安徽安泰物流有限公司。这几次的参观调研使我们能够在一线观察学习物流工作的操作流程和知识，能够了解物流现状。

现在的物流企业依然会有一些问题和缺点需要去完善，例如在申通物流参观时，经理向我们讲述的那个问题，这些都需要我们这些有可能在物流行业工作的人去解决，基础知识的学习必不可少的。

大学三年的学习中，我们一直都为了考试而学习，因为兴趣去学习物流相关知识的很少。老师在课堂上教授的知识过于枯燥，学生往往不能长时间去记忆和理解，失去了学习的兴趣。而企业参观调研是一种实践活动，能使课堂上枯燥无味的物流相关知识具象化，能够使我们更加简单深刻的记住这些知识，对于将要毕业想要就业的学生来说是一项很好地社会实践活动，为以后的工作打下一定的基础。

通过这几次的企业参观和调研，我也对物流企业的工作流程有了了解，平常一些在课堂上很死板的知识一下子鲜活起来，更加容易理解记住了。必须承认的是未来物流在社会中会越来越重要，需要的物流人才也会越来越多，物流的发展前景是很好的，只要你努力在这个行业坚持下去，你一定会成功的。

## 京东企业调研报告篇四

本篇文章旨在探讨烟草商业企业卷烟营销工作所面临的难题及解决难题的思路。联系烟草行业的卷烟营销领域，由于长期受专卖专营政策的保护，致使烟草商业企业一度出现“体质虚弱、缺钙”现象，卷烟工业企业竞争意识不强、市场观



念淡薄，在一定程度上，对企业自身和面对的市场了解不深、认识不明，或多为感性认识和表面认识，以至出现整个烟草行业无法形成能与国外烟草行业抗衡的核心竞争力。随着入世后规定的现行十分严格的专卖政策必将逐渐松动甚至取消和世界控烟浪潮的冲击以及国内烟草市场竞争的加剧，企业可持续发展压力加大，烟草发展不容乐观，企业业务流程不清晰，权责不分，管理效率和功能还停留在计划经济下的原始水平，企业各种资源无法有效整合，人力资源不能合理使用，烟草企业内外压力巨大，专卖管理体制即将成为历史。由于这些因素的存在，传统营销模式已严重阻碍了现代流通企业的发展，但向服务营销模式转化的过程中，面临诸多难题，烟草营销体制尤其如此。本文提出要抓住一切机遇，在充分了解、掌握市场的情况下，彻底摒弃阻碍发展的传统思维方式，更新观念，特别强调要充分尊重客户，为客户服务。

具有“国家垄断、专卖专营、政企合一”三大特点的烟草行业，肩负着维护国家利益、维护消费者利益，保证国家财政收入的重任，是国家以法律形式确定其职能的特殊行业。主要从事卷烟销售市场管理，卷烟营销及卷烟销售网络建设。工作的主体对象是广大卷烟零售户和卷烟消费者，故而卷烟零售户有烟草行业的“衣食父母”之称。可见，我们对卷烟零售户的工作态度怎么样，直接关系到烟草行业的长远和健康发展。

随着当前行业工业企业、商业企业空前的整合力度的加大，积极应对国内、外同业挑战措施的加强，行业市场化运作主导思想与水平在不断树立、巩固与提高，行业自律工作对提升行业整体形象起着至关重要的作用。尤其是商业企业流通体制的转变和网建“整体推进、全面提升”工作步伐的加快，订单生产工程的探索与启动，这一系列具有战略意义工作的开展，已经对工、商企业产生了深远的影响。具体到流通环节的商业企业，目前增强整体竞争实力的关键点就在于如何提高市场运作水平，如何通过扎实的工作实现上游（工业企业）和下游（卷烟零售客户、消费者）的满意，完成好卷烟

从生产到消费整个环节的畅通与高效，我认为营销方式与能力的快速转变是一个突出重要的方面。下面主要从以下几个方面进行分析，供大家讨论。

## 传统与服务营销理念的碰撞

服务营销是与传统营销（产品营销）相对应的一个概念。以有形产品为主的营销活动称为传统营销，以无形产品为主的营销活动称为服务营销。服务营销着重客户的满意与忠诚，即通过取得客户的满意和忠诚来促进互惠互利的交换，发展客户与企业及其产品之间的连续交往，以提高客户价值、开拓市场能力、培育和提高自己的核心竞争力，最终获取适当的利润和企业的长远发展。

随着市场经济体制的确定，国家改革步伐的加快，经济全球化的浪潮已不可逆转，我们既要努力合理配置国内资源，又要面对外资烟草的挑战。外资烟草虎视眈眈，对我国广阔的烟草市场形成了巨大的压力，我们已没有任何理由来拒绝变革，我们必须变革，彻底地改造传统的东西，把那些束缚、阻碍烟草业发展的陈旧思维全部根除，以一种全新的改革姿态和先进的思维方式，学习、研究和掌握服务营销理论。现代经营理念是一种创新，它完全倒转了烟草企业与经营者、消费者的关系，视经营者、消费者的权益为第一要务，使服务意识贯穿烟草企业的生产、经营、销售全过程。营销体制的改革最为迫切，过去是以管理者的面目出现在经营者和消费者面前，而现在必须要管理与服务并重。我认为，服务更为重要，只有服务好，经营者才有忠诚度，才有诚信。我们自身也要有诚信。没有诚信，市场经济对我们的惩罚也将会更重。

## 顺应改革潮流中的营销市场氛围

据悉，我国现在实行的烟草专卖制度，在入世谈判中，欧盟曾要求我们取消专营，在我国没有承诺的情况下，又要求我

国开放卷烟的分销权，允许外国公司进入中国的分销体系和零售，虽然我们没有最后承诺，但压力依然存在。入世后，在各跨国公司的影响下，西方国家必然进一步向我国施加压力，最终可能会使我们取消烟草专卖制度。有权威人士称，随着国家财力的增加和各种配套改革措施的逐步到位，烟草专卖制度最终将会成为历史。

如此说法和观点，我认为至少给我们这样一个启示：随着国家的不断进步，经济全球化浪潮的汹涌之势已难以改变，烟草专卖体制成为历史，只是时间早迟的问题。因此，我们应在一定时期内，在维持专卖体制的前提下，积极引入市场化机制，加强竞争，完善营销体制，探索适合现阶段烟草业发展的新道路，更新观念，变被动为主动，积极努力寻找留住卷烟零售户、消费者人心的服务模式、服务意识和服务方向。例如，当前很多地方的烟草企业，纷纷成立的烟草零售业协会的宗旨和任务就是维护国家利益和消费者利益；发挥网络服务功能，走烟草配送中心加零售户的路子，试图通过烟草配送中心服务经营户，经营户服务广大消费者的模式，达到同业自律，规范烟草市场秩序和经营行为的目的。可事实上，这个以实践“两个维护”为主要内容的社会团体，在这个方面发挥的作用好像都未有明显的起色，会员的积极性也还没有充分调动起来，问题在哪里呢？我想，我们可能还是没有真正把协会的工作做好，没有把加入协会的优势体现出来，虽然会员们都赞成把卷烟零售价格统一在一定的范围内，但非会员的价格行为，协会是没有办法控制的，却对会员的经营有影响。今后我们应该在怎样体现加入协会的好处方面多一些思考，多一些实际的东西。健全和完善服务模式，认真、扎实地向卷烟零售户，特别是向会员宣传协会章程和自律公约，认真履行应尽的职责，充分发挥协会的作用，管理好市场。

掌握市场，积极完善与探索营销体制改革

局面；建立“统一、开放、竞争、有序”的烟草市场新体系、

培养充满生机和活力的市场竞争主体；要有宽广的视野，立足自身实际，拓展思路，积极完善与探索烟草营销体制的改革。

（一）善于倾听零售户的意见和建议。我们在工作中听到零售户的牢骚很正常。面对这种情况，处于和零售户同样的心情，或是据理力争，或是保持沉默，两者都不可取，这无益于解决问题。有效的方法就是认真倾听零售户的牢骚和意见，在有利的时机下进行解决。在倾听过程中，我们应该做好以下几个方面的工作：一是保持开放的心态，不带任何成见地听取零售户的诉说；二是为听做好准备，特别是对过火的话要有心理准备；三是听的时候要耳到、眼到、心到；四是倾听主要观点和做好笔记。

（二）妥善处理与不同卷烟零售户的关系。即我们可以对不同卷烟零售户实行分层服务。一是要把以零售户为中心作为经营活动的核心理念，将卷烟零售户的需要贯穿于整个经营活动的全过程。二是在了解零售户需求后，要尽可能地满足零售户的需要，对于卷烟零售户来说主要是提供适销对路、有利润的卷烟品牌，保证产品不断销。三是要保证公开、公正和公平。货源配置做到合理，尽最大的可能实行按需调配，保持货源的持续性，要在一视同仁的前提下，既保证公平，又体现服务的个性化。

（三）真正了解和关心卷烟零售户。服务营销的目标是使客户的需要和欲望得到满足。然而，“认识客户”绝不是一件轻而易举的事情。因此在日常的走访过程中，必须研究零售户的经营行为，特别是了解零售户的需求、爱好、经营能力和销售方式，了解消费者对产品口味、包装、价格等方面的需求。因为这些研究将为推介新产品、确定产品价格、安排销售方式等提供可靠的依据。同时，通过适当的提问，认真倾听，以及观察他们的非语言行为，从细微之处，可以了解零售户的需求和想法，以便更好地为他们服务。

（四）变被动服务和主动服务。经济利益是维系我们作为烟草批发商和零售户长期合作的伙伴关系的关键手段。因此，要变被动服务和主动服务。具体而言，我们可以采取：一是帮助零售户做好卷烟柜台和货架陈列；二是指导零售户提高销售技巧和服务技能，再辅以坦诚的沟通、交流以及合理的建议和指导；三是引导零售户控制进货数量和库存水平，以此加速资金周转速度，避免经济受损；四是帮助零售户拓宽经营思路，跟踪消费对象；挖掘市场潜力，提高销售能力。

（五）树立客户为本，服务至上的理念。从思想深处真正做到把零售户当做自己的“衣食父母”，一定要在日常的每个言行举止中让客户感觉到你已经开始关心他们了。树立这样一种观念，就是市场是有限的，但服务是无止境的，市场容量是有限的，而服务的力量是无限的。

（六）做好卷烟商品售前、售中和售后的服务。售前做好产品交流（如介绍卷烟产品特点、品牌定位等），售中注重技术交底（如帮助零售户分析具体品牌消费对象、寻找和挖掘潜力消费者、制订零售策略等），售后做好服务跟踪（如跟踪消费反映、了解销售动态、帮助客户调剂库存等）

（七）重视零售户的投诉。要认真对待零售户的每一次投诉和建议，一方面要为其投诉提供便利，另一方面要对这些投诉进行迅速而有效的处理并加以反馈。

针对上述分析，笔者认为烟草行业还应在各项业务流程的规范上有待进一步理顺，管理效率和功能有待于进一步提高和加强，企业各种资源需要进一步优化配置，人力资源亟需加强利用和储备。职业化经理人已在企业运营中充当着不可替代的位置，客户服务是企业中卷烟营销管理的平台，他们相互作用，相互影响，互为依托以推动网建工作的进一步提高，以“整体推进、全面提升”为契机，创建国际一流水平的卷烟营销网络。

总之，烟草企业营销体制的改革，涉及到企业的各个方面，无论哪方面的变化，怎样变化，观念的转变至关重要，如果没有观念的变化，一切都将无从谈起。因此，我们应该立即转变观念、认真面对，努力进取，从容应对，从而努力实现传统营销向服务营销的转化得以健康、平稳进行。

## 京东企业调研报告篇五

为落实“订单招工、订单培养、订单服务”举措，再造xx市人力资源新优势，鼓励城乡劳动力本地就业，引导外出务工人员返乡就业，多渠道引进外地劳动力来宿就业，切实帮助重点企业解决用工问题，春节期间，全市人力资源和社会保障部门，开展了以“春风进万家，就业在家乡”为主题的xx年“春风行动”活动，现将有关情况进行分析如下：

春节期间，全市人力资源和社会保障部门共搜集就业岗位51678个，印发各类宣传资料17万余份，与新闻媒体合作，对“春风行动”宣传90余次，悬挂各类宣传标语10000多条。发放“春风卡”、“农民工进场务工读本”78000余份，针对进城务工人员举办各类招聘会300场，组织2647家/次用人单位进场招聘，15万余人进场应聘，达成用工意向78767人，占招工计划的152%。其中重点企业招工总数占招工计划98.1%；全市开展创业培训844人次，扶持成功创业456人，带动3200余人就业。

（一）企业开复工情况：多数企业正月初十前开工

xx年春节，大多数企业放假在7至15天之间，其中放假时间在6—8天的占调查企业的60%左右，92%的企业于正月初十前开工。全市1462家规模企业开工率在100%，春节期间还有5%企业，没有放假，正常生产。

（二）企业订单形势：半数企业已排到半年之后

调查企业中，今年的订单形势非常乐观，绝大多数的企业都预计今年的订单情况好于去年或与去年持平，纺织、电子等行业订单增长最为明显，50%的企业的订单都已经排到下半年，少数企业甚至已排至明年。大企业的订单好于小企业。在行业方面，服装加工、纺织针织、电子电器等行业订单增长最为明显。

（三）企业招工招聘：90%企业招工能够满足当前生产需要

活动期间，全市举办各类招聘活动300余场次（（含县区乡镇逢集、庙会招聘会），提供51678个就业岗位。正月初三至初五，市县（区）联动举办了大型招聘会，三天招聘44881人，截止目前，全市已招聘78767人，超额完成招工计划。可成科技、晨风集团、达利集团、恒力集团、汇源果汁、娃哈哈、箭鹿集团、瑞声科技、精科智能等规模企业，均已招满，较好地满足了企业用工需求。目前，可成科技已招聘7100人，上岗4100人，仍有3000人等待企业安排上岗。

（四）企业缺工情况：少部分企业缺工依然存在

由于部份企业工资福利待遇偏低、职工合法权益受侵害、企业劳动保护意识淡薄、生产生活条件较差、用工年龄限制、性别需求失衡等企业内部因素导致员工流失，到目前为止，全市仍有5589人缺口，涉及企业103家，主要是服装纺织、化学化工行业以及部分规模较小的电子装配等企业。

（一）部分企业部分岗位招工难。从企业来看，用工情况差异性非常明显，效益好、规模大的企业用工基本稳定，企业员工平均回流率在90%以上，而工作环境差、待遇低的企业常年用工不足，员工流失现象比较严重。

（二）用工成本不断攀升。随着对劳动力需求的不断旺盛，劳动力价格也不断攀升。据了解，企业今年用工成本同比平均增幅在15—20%左右，个别企业达到25%。企业借助工资待

遇的提升来稳定员工队伍，与此同时，企业增加了劳动力成本。

（一）继续开展“春风行动”，举办不同层次，不同形式的招聘活动，为企业招聘提供服务。

（二）加强与周边地区联系，组织有招工需求的企业赴外地招聘。

（三）建立政府推动与市场化运作相结合的招聘模式，帮助企业与市内外人力资源服务企业建立劳务合作关系，多渠道开展招工服务工作。

（四）帮助可成科技排出今年用工计划，提前下达给各职业院校，优先保证可成科技用工需要。

## 京东企业调研报告篇六

根据□xx□活动要求，我部高度重视，召开了相关人员专题会议，对此项工作进行了周密安排部署，领导及客户经理分赴全市各乡镇（街道）及工业园区进行了认真调研。在广泛调研的基础上，进行了认真的分析研究，现将有关情况汇报如下：

通过走访调研统计，目前已走访小微企业户。小微企业运行的主要特点是发展速度进一步加快，产品结构进一步优化。通过对小微企业走访调研发现，我市的小微企业大多正常运行，但是还有很小部分企业处于停产半停产状态，主要原因就是原材料紧缺，造成成本上涨，利润空间不高，干脆停产。

经过近几年的发展，由小生产走向大生产，从小产业走向大产业，从小市场走向大市场，逐渐呈现出规模庞大、特色鲜明、集聚力强、品牌优良等特点。一是群体规模不断扩张。我市经济实力的不断增强、发展环境的日益优化，进一步激



发了私营业者的创业热情，小微企业明显增多，资本投入逐步加大。二是特色产业优势突出。全市小微工业企业分布广、特色鲜明，我市初步形成了木材、化工、消防、电器等具有鲜明特色产业，围绕这些产业，延伸链条，推进战略重组，做大做强，已成为民营企业发展中的主角。

在全市工业生产快速增长，效益显著提高的同时，小微企业在发展中仍存在不可忽视的困难和问题，一是企业持续增效难度加大。随着宏观调控效应的逐步显现，能源、原材料价格上涨压力加大，企业成本、费用上涨，利润空间缩小。二是资金紧张问题。小微企业融资渠道十分狭窄。目前，企业的融资渠道有三种；向银行申请贷款、发行企业债券、发行股票上市直接融资。后两者对小微企业来说都不现实，实际上，小微企业从银行获得贷款越来越困难。我市的大多小微企业不具有银行贷款要求的房产业等抵押物。三是招工难的问题。今年全市工业企业用工需求量不断增加，各类企业不同程度地出现了招工难的现象。四是工业产业结构不够优化。新技术产业项目企业偏少，产业技术含量还不高。企业对科技研发投入较低，缺乏创新人才，在自主创新、产学研合作等方面进展缓慢，产品依然存在“量大质低”的现象，抵抗市场竞争能力和抗风险能力薄弱。

一是进一步加大政策扶持力度。建议制定上级推进中小企业，特别是小微企业发展规划，从财税扶持、企业贷款、防范金融风险、科技创新等多方面给予支持。引导小微企业从事国家急需发展的新型产业，促进产业结构优化，在全市范围内实现小微企业的合理布局。建议健全完善禁止垄断政策，扶持地方特色产业的开发与利用，鼓励和支持企业对原材料进行深度加工和综合利用。小微企业多为劳动密集型、微利型企业，建议税收政策方面予以倾斜，适当减免税收。

二是进一步加快科技创新步伐。针对中小企业自主研发能力较弱的实际，建议加大对科技创新的扶持力度，出台有关政策，鼓励高校、科研院所、研发机构与企业建立合作关系，

搭建科技创新平台。同时，建议成立创新扶持基金，鼓励企业自建或联合建立产品研发中心、试制中心、检测中心等科技机构，对有愿望、有需要的小微企业提供政策指导和智力支撑。

三是进一步破解瓶颈制约。在融资方面，积极引导民间借贷阳光化、规范化，拓宽融资渠道；鼓励金融部门降低贷款门槛，对于科技创新企业放宽贷款政策，确保企业发展资金需求。在土地政策方面，建议上级制定出台针对土地整理和置换的专门文件，提供中小企业破除土地制约瓶颈的政策支持；对新能源、新材料等新型中小企业实行土地优惠政策，提高项目建设用地奖励指标。建议进一步健全完善中小企业信息发布与共享服务平台，拓宽信息渠道。

## 京东企业调研报告篇七

百年大计，以人为本。企业的发展说到底还是人的发展。企业竞争归根到底也是人才的竞争。当代社会，面对日新月异的发展和进步，学习速度和培训速度也是提升人才速度的重要参数。培训则常常是提供信息、知识及相关技能的重要途径，有时甚至是唯一途径。在当今市场上，立于不败之地的企业必定是那些能够使其员工充分发挥自己全部潜能的企业。这意味着，企业员工必须接受培训作为继续学习的一种手段，员工培训在帮助公司迎接竞争性挑战的过程中扮演着重要的角色。员工培训可以有效地帮助公司创造价值或赢得竞争优势，重视员工培训工作的公司会比他们的竞争对手表现出更好的经营业绩，更有信心迎接竞争性挑战。培训不仅通过员工自觉性、积极性、创造性的提高而增加企业产出的效率和价值使企业受益，而且增强员工本人的素质和能力，使员工受益。故有人说，培训是企业送给员工的最佳礼物。培训是管理的前提、培训是管理的手段。培训不仅为管理创造了条件，其本身就是一种管理的手段，即培训通过满足员工高层次的精神文化需求来激发员工的干劲和热情。企业同时应把培训作为管理的机会和途径，以及完成任务的方法和手段，围绕企

业的任务和目标来实施培训，并通过培训沟通上下级的联系，掌握工作进展状况，达成相互理解与支持，共同不断提高工作绩效。

为了充分了解公司员工思想现状，了解公司对员工培训要求和规划，建了解统化、结构化的公司内部培训体系。本人在xx制药有限公司范围内采取问卷的方式进行了一次培训需求调研，共发出问卷36份，回收问卷35份，其中有效问卷34份，中层管理人员问卷4份，主管级及员工级30份，现简要对问卷结果加以统计与分析。

1. 调查时间□20xx.08.

2、调查地点□xx制药有限公司

3、调查方法：采取问卷式调查

xx制药有限公司是一家以生产抗肿瘤药物为主的制剂生产厂家，药品的生产质量和管理直接关系到人民用药的安全问题，对于加强职工的质量意识的显得尤为重要，因此加强员工的培训工作十分必要。

1、 企业发展方向较为明晰。根据调查资料显示，约有95%左右的员工认为，自己对本公司的发展战略表示了解或十分了解，这主要是与公司目前的业务重点和工作目标有关，但剩余的5%左右员工表示了困惑，这必然会造成实际工作缺乏目标，或者人力资源的较大浪费。

2、 将近九成员工熟知企业的精神和价值取向。产品质量是企业的生命，它直接关系到人民的用药安全和身体健康。因而“不断进取，永臻完美”的管理思想几乎感染了公司的所有员工，可见企业文化对员工的敬业度和忠诚度起到了较大的凝聚作用。

3、企业在制度建立及文化建设方面仍需进一步加强。调查数据显示，认可公司有一个非常健康文化的比例达到85%，而15%左右员工则认为一般，没有员工对此表示反对。此外，仅有45%的员工认为公司的制度体系非常完备，而认为不完备的人数达15%。

1、近九成员工对公司现行组织结构认同，并表示与部门业绩息息相关。公司现有员工中，九成员工对现有机构设置表示赞同，认为现行设置方式在实际工作中发挥了积极作用。

2、现行职能职责、业务流程与实际工作衔接较好。依据调查结果，80%员工认为目前的岗位职能配置、工作业务流程有效，而认为其在实际中有指导性、参考性作用的仅占35%左右。

1、在人才使用上，中高层管理者获得了较高的支持率。部门负责人作为xx制药有限公司的中坚力量，肩负着不断创新、发展企业的重任，从统计数字发现，在工作任务分安排方面，80%左右的员工认为，中高层管理人员做到了用人所长，但仍有20%人员认为存在不公平现象。

2、部门内部沟通基本顺畅，但部门间急需加强。多数员工普遍反映，在实际工作中，上级对其的工作支持力度较强，并就工作内容进行沟通，但从后续问题的调查显示，部门内沟通并没有达到预期要求；也有一部分员工反映，部门间的工作衔接并不十分理想，很多时候只是员工自己沟通和联系，而部门负责人沟通比例也仅占55%。对于部门内部的员工间沟通，调查者则在三个方面表现较为均衡：自己协调、询问同事、求助领导。

3、中级管理人员急需提升的方面。根据调查数据显示，多数员工认为，在以后的工作中，中级管理人员需在以下几个方面提升个人素质，依次为：责任心、上下级沟通、领导艺术、团队文化、公平性、业务能力、思想意识、员工激励、

成就动机。而据中级管理人员的调查显示，则依次为：责任心、上下级沟通、团队文化、领导艺术、公平性、业务能力，思想意识、员工激励、成就动机。

1、除少数员工外，团队士气良好。在实际调研中，28%的员工认为我们团队的精神非常高昂，60%认为我们团队是一个充满关爱、团结一致的集体，但12%的员工认为团队现处在低迷的时期。针对团队的特定成员进行调查时发现，约有35%员工反映某些员工没有与整个团队融合起来，表现出例外或特例的行为。