

2023年藏族调研报告(汇总5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。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。

藏族调研报告篇一

为加快服务业发展，提高商业特色街的品位，打造姜堰贸易服务新形象，市政协经济科技委员会会同市发展计划局、三产办、贸易局、工商局、工商联组成联合调查组，利用一个多月的时间，对姜堰城区的贸易现状，特别是商业特色街的发展情况进行了专题调研，在调查活动中，我们深入街区，走访业主，召开了10多个座谈会，走访了6个街区的近百家经营户，就如何加快城区贸易发展步伐，如何打造商业特色街，文秘部落广泛地听取意见，研讨商业特色街建设的优惠政策和有效措施，现将有关情况报告如下：

一、城区商业特色街的现状

改革开放以来，城区贸易发展迅猛，商业、供销系统的十大商场在商贸发展中起着主导作用。进入新世纪，随着市场经济体制日趋完善，国有资本逐步退出，国有商场纷纷转制，个体私营企业已成为姜堰城区贸易发展的主力，且发展势头良好。城区贸易的格局也随之发生了一些变化，除西大街仍然是城区贸易的黄金地段外，在其他主次干道上产生了一些新兴的商贸区，形成了经营特色，产生了一定的市场效应。在特色街的形成府、经营者、消费者发挥了相应的作用，推动了特色街的形成和发展。

1、政府搭台，企业唱戏，推动了商业服务业的发展。改革开放以来，市委、市政府坚持经济建设这个中心不动摇，狠抓

第一要务，一、二、三产业协调发展。召开了服务业工作会议和餐饮工作会议，研究部署推动第三产业发展的政策措施，制订了加快个体私营经济发展的暂行办法，加大流通企业改制力度，重视三产统计工作。这些举措有力地推动了城区商业服务业的发展，企业数量不断增多，规模不断扩大，第三产业增加值在国内生产总值中的比重不断提高。

2、部门配合，合理引导，促进了商业特色街的形成。市三产办公室协调指导全市第三产业的发展，市贸易局跳出原先的管理模式，由管理国有集体商业贸易企业转变为服务全市社会商业，积极探索引导全市商业服务企业发展的新路。旧城改造步伐的加快，为商业特色街的形成提供了载体。建设部门对迎宾东路地段的开发面向社会自然人拍卖，开经营城市之先河，促成了迎宾东路餐饮一条街的形成。各种优惠政策的实施和城市管理力度的加大以及经营城市的理念，都对城区商业特色街的形成起到了积极的促进作用。

3、业主要求，利益驱动，形成了商业特色街的雏形。同类商品或关联商品经营户的适当集中是市场经济条件下资源的合理配置。在调查中，广大经营户非常赞成集中经营，希望政府有所作为。利益的驱动也使经营户向特色街集聚，商业特色街初具雏形。

装饰材料一条街——通扬中路。专业从事装璜、装饰材料、装璜五金等门类的企业88家，占入驻企业的47%。这些企业规模较大的有2——3家，相对比较集中，是居民购买装璜、装饰材料的首选，年销售额在一亿元以上。

通讯器材一条街——振兴中路。经营通讯器材的商家多数集中在振兴中路的西侧，共有经营户21家，占入街企业的33%。各家销售的手机品牌、机型、价格均大同小异，他们之间除了销售价格的竞争外，服务质量特别是售后服务也是他们竞争的主要内容，年销售额在4000万元左右。移动、联通姜堰分公司迁出后，通讯器材一条街的规模和人气都受到了一定

的影响，有的商家正缩小规模，不少经营业主有随迁经营的意向。

五金电器一条街——人民中路。从事农用配件、工业小五金以及工业电器的企业88家，占入驻企业的47%，苏常电器和黎明电器的进入，增加了该街的经营规模，现已成为具有一定规模的工业物资市场，并逐步形成了专业街，年销售额在一亿元左右。目前，由于二运公司的南迁和人民中路的拓宽，一定程度上影响了这条街工业电器、物资经营户的销售。

摩托车一条街——人民南路，

从新西桥至汽车站，摩托车经营户有7家，占入街企业的10%。这些企业大多是私营，除少量品牌有雷同外，各家都有自己的品牌，品牌竞争是主要特色，年销售额在4000万元左右。

美食一条街——迎宾东路。在街道的东段，集聚着12家私营餐饮企业，占入街企业的35%。这些企业都有一定的规模，且装璜讲究，风格各异，一家紧挨一家，特色十分明显。从服务内容上看，有中餐、西餐、排档，还有特色餐饮，如肥牛城等。年销售额在3000万元左右。

服装一条街——迎宾西路。迎宾西路的店面房大多数被个体工商户购买，经过几年的发展，这条街的服装经营已成为主要特色。目前经营服装的个体户有57家，占入街企业数的63%。年销售额在1000万元左右。

二、城区商业特色街存在的问题和矛盾

城区商业特色街初具雏形，且发展势头良好，但是，由于诸多原因，商业特色街发展还存在着诸多问题和矛盾，亟待研究解决。主要体现在四个方面：

1、商业特色街缺少规划。一是城市规划不到位。城市规划没

有充分考虑城区商业特色街的建设，与商业特色街的发展不相适应，无论是特色街的布局，还是特色街的功能配套都存在着诸多问题，致使城区商业特色街的发展受到一定的限制。二是经营的。店面房偏校房地产开发商在设计和建设店面房时，为了追求利益的最大化，往往设计门面小，进深大，又不是框架结构的店面房，导致城区店面房偏小，且又无法扩大。政府缺乏有效的调控，没有把开发商与特色街经营有机地结合起来，致使特色街经营规模受到一定的限制，难以扩展。三是城区商贸发展缺乏专业规划。迄今为止，城区商贸业发展缺乏整体规划，更没有商业特色街发展规划，除了现有的几条自由发展起来的商业特色街初具雏形外，大多数商业企业零星分散，形不成市场效应，形不成商业特色。这种商贸发展状况，既不利于城区商贸业的发展，也不利于人民群众购物，更不利于提升城区商贸业的品位，与城市的新形象不相协调。

2、城区商贸缺乏规模和特色。一是城区商业特色街的经营规模普遍较校增加值约占城区商贸增加值总额的三分之一。商业特色街缺少大企业、大商场，大酒店的支撑，带动发展作用不强。二是商业特色街特色不特，同类企业聚集度不高，6条商业特色街入街总数超50%的街道只有服装一条街。品牌效应不强，低档次的商品多，高档次的品牌商品少。有的特色街由于受到城市管理规定的限制，制约了经营和业务的拓展。如通扬中路装璜装饰材料、人民中路的五金电器、迎宾东路的美食经营等。三是同品种经营，竞争不够规范。众多经营门店由于经营范围、品种档次、商品结构、经营方式雷同，缺乏特色，一方面形不成以质取胜的格局，经营的商品档次太低，难以满足消费者的购买欲望，导致购买力向外分流，另一方面为了拉顾客，抢生意，相互之间竞相杀价，或以次充好，蒙骗顾客。结果是牺牲服务和档次换取生存空间。四是缺少一、二产业的强有力的支撑。我市的一、二产业发展还不快，工业、农业的产品没有对商贸易流通形成有效的支撑，一、二产业职工的收入没有明显的提高，预期收入不确定，制约着消费需求，也制约着贸易的发展。

3、软硬环境建设制约了特色街的发展。一是区域规划建设要求不明确，影响了特色街规划建设。如迎宾东路按统一格式砌好后，多数房主设计开设饭店，也就形成了现在的美食街，但由于规划没有事先按其功能设计操作间，业主们以搭建棚披应付，既不符合卫生要求，又受到城市管理的制约，原街道化粪池是以住宅楼标准设计，远不能适应开设饭店的排放要求，经常出现堵塞外溢现象。让业主们非常头疼。二是城市管理的一些规定没有考虑到商家的经营和发展需要。如通扬中路经营装璜装饰材料的业主反映，该街原是328国道，交通十分便利，姜堰的装璜装饰材料一直辐射到海安、东台、兴化戴南等地，后来由于城区禁止车辆进入，停车曝光、罚款，他们的货进不来，出不去，辐射无从谈起，只能做本地生意。三是执法部门执法检查频繁过度，商家疲于应付。业主普遍反映，机关各部门执法检查的比较多，而上门宣传政策、法规的少，他们迫切希望政府部门及时宣传政策法规，纠正不规范的经营行为，以减少对商家极不情愿的处罚。四是政府承诺的诚信度不高，影响了投资者的积极性。一些市外投资企业反映，招商引资项目谈的时候地方各级官员给予了高度重视，显示出非常的热心，答应了很多优惠条件，但是投资到位后，原有的热情不见了，政府或部门承诺的优惠政策难以到位，如减免税收、规费，他们期望能够承诺兑现。五是少数部门、少数机关干部为群众服务、为商家发展服务的意识还不强，门难进，脸难看的现象并未根除，能办的，可以快办的，就是拖着不办的现象时有发生。六是商业特色街各项功能设施不够配套。停车尝昼夜自动银行、电信以及特色街的基本配套设施仍不能与商业特色街的发展相适应。

藏族调研报告篇二

今年上半年，我局在县委、县政府领导下，坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指针，全面贯彻落实党的十七届三中全会、中央农村工作会议和县委十一届八次全会精神，围绕“建设川东北宜居宜业中等城市”的奋斗目标，按照高产、优质、高效、生态、安全的’要求，以增

粮增收为中心，以科技创新为手段，以发展特色产业和项目实施为重点，各项工作取得了阶段性成效。

一、推进三大行动，科学种田水平不断提高。

%。大春总播面达到109万亩，全面完成预定目标，大春生产形势呈现良好势头。

二、立足优势产业，特色效益农业快速发展。

三、强化项目监管，惠农政策全面落实到位。

四、严格行政执法，农业生产安全得到保障。

作为农业行政执法主体，我局认真履行农业法律法规赋予的职能职责，严格执法，保证了全县农业生产安全。一是加强农产品质量安全监管。认真宣传贯彻《中华人民共和国食品安全法》，进一步建立和完善了农产品安全生产记录等规范性制度，制定了年度整治工作方案，把主要农产品生产基地纳入日常重点监管范围，全县农产品质量安全监管纳入了常态化管理。二是加强农资市场综合整治。深入宣传贯彻《农药管理条例》，广泛开展了对新修订《**省农作物种子管理条例》的宣传培训工作，建立健全各种安全管理制度，继续完善农作物品种准入制和品种推荐制；共检查农资市场40个次，经营户300个次，农资经营市场秩序较好。三是加强植物检疫执法。对32个乡镇200户种子经销户开展了“两杂”种子市场检疫检查，发放种子检疫证书备案登记350多份，开展了稻水象甲、柑桔溃疡病、玉米弯孢菌叶斑病、玉米灰霉病等疫情调查，确保了全县农业生产无检疫病虫害发生。

五、精心组织实施，科学发展观活动见到实效。

虽然我局上半年工作取得了良好成效，但与县委、县府和上级业务主管部门要求还有差距。为此，下半年要着力抓好以

下工作：一是按照县委统一部署，继续深入学习实践科学发展观活动；二是围绕全局年度工作目标，进一步强化措施，确保全面出色完成目标任务。三是继续抓好项目实施和争取，使更多的资金惠及营山百姓。四是加强以水稻稻瘟病及稻飞虱防治为重点的大春田间管理，确保大春丰收。五是继续围绕特色产业发展，扎实搞好产业规划和技术指导。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

藏族调研报告篇三

三流企业抓产品，二流企业抓营销，一流企业抓文化。企业文化是价值观、神话、英雄、象征的集结，是一种精神，是一种意识，是一种境界，是如影随形、飘飘欲仙的企业灵魂。地方金融要建设具有中国传统文化、儒家思想、乡土社会与西方开放兼容、个性张扬相结合的独立法人经济文化。

我国的地方金融企业植根地方、服务地方，大多都在小气候、小环境中诞生、成长与发展，无论如何也割不断浓郁的乡情和传统文化渊源。

明清山西商人用孔子“天下熙熙，皆为利来；天下壤壤，皆为利往。夫千乘之王，万家之侯，百室之君，尚犹患贫，而况匹夫编户之民乎”之观点来发起利益追逐的进取精神；用“执事敬，事思敬，修己以敬”的主张，倡导敬业精神；用宗法社会的家族孝悌和睦、乡谊团结之乡情建立商帮群体，完成“团队建设”，因而称雄国内商界五个多世纪，出现了“生意兴隆通四海，财源茂盛达三江”的鼎盛局面。在商业的迅速发展下，山西票号钱庄历经100多年，给山西创造了亿万两白银收入，使山西成为全国首富，山西票号被人们称为“汇通天下”的金融组织。宝丰社当时的地位可类比当今人民银行，它曾领导钱庄参与清末晋商行会整理货币、建立制度、打击沙钱、维护正常货币流通、稳定社会经济、组织货币交易市场、管理金融机构、组织借贷转帐、票据流通等等。宝丰社等票号钱庄的财东大都是饱读诗书之人，深受孔孟之道影响，遵循“君子爱财，取之有道”的传统文化道德，并不是乱中捞利。他们实行“银股”“身股”平均分配；知人善用任人唯贤；抽疲转快调度资金；预提“护本”防止倒闭；职业教育培养人才；规章制度严格要求；经理负责运筹帷幄；诚信为本注重信誉等一系列制度和措施更是构建了当时票号钱庄的文化体系。

上海商业储蓄银行是旧中国最大的商业银行之一，创办人陈光甫开办之初就以“服务社会、以人为本、竞争创新”为核心内容的企业文化。提出“我行一无所恃，可恃者乃发挥服务之精神也”，并在传票帐单上都醒目地印上“服务社会”字样，要求业务工作的每一个方面、每一个环节都“务求顾客之欢心，博社会之好感”。陈光甫要求基层行员仪容整洁，热情待客。“对于本行一切顾客无论何界中人或乡愚妇女，应谦恭和悦竭诚相待”，“无论贫贱，视同一律。”如有与顾客吵架者，不问是非曲直一律开除；处理业务要认真礼貌。“如抄结单给顾客，必须行列整齐，内容清晰，让顾客乐于核阅”，否则，“满纸涂鸦，顾客随即弃置一隅，不愿详阅，且对本行发生不好印象。”；业务娴熟，力求手续简便，收付敏捷。对于主要存户的存款余额表要心中有数，对于支票上的签字或印签，

要能够一看即知真伪,不必验对所留模式,以免顾客久等;严禁上班时间吸烟、闲谈、阅报,应以“全副精神接待顾客,始能得社会之好感”。陈光甫还是中国金融界屈指可数的、在行内推出“利益共同体”和“命运共同体”的银行家,他经常向行员灌输“银行是我,我是银行”的思想。他说,“凡百事业,以人而兴,而新陈代谢,尤愿继起有人,俾可维持事业于永久。”“有人才,虽衰必盛;无人才,虽盛必衰。银行尤盛”。

中国传统的“儒文化”强调“仁、义、礼、智、信”。“诚信”是立身之本,修养之首,齐家之基,立国之本。对此,儒学给予了前所未有的重视和广泛而深入的阐发。孟子曰:“诚者天之道也,思诚者人道也”;《中庸》说:“惟天下之诚为能化”,“君子诚之为贵”;《大学》曰:“心诚求之,虽不中,不远矣”,“所谓诚其意者,毋自欺也”;荀子道:“君子养心莫善于诚,至诚则无他事矣。”;周敦颐说:“诚,五常之本,百行之源也”;朱熹也曾有“诚者何?不自欺,不妄之谓也”的见解。“货之粗精好歹,实告经纪,使好裁夺售卖,若昧之不言,希为侥幸出脱,恐自误也”;“赊须诚实,约议还期,切莫食言”。可见,儒学的诚,指的是胸怀坦荡,真实无伪。以诚相伴而生的是“信”,有诚才有信,诚实不欺,谓之“信”。孔子曰:“人而无信,不知其可也”;司马光认为:“夫信者,人君之大宝也。国保于民,民保于信;非信无以使民,非民无以守国。是故古之王者不欺四海,霸者不欺四邻,善为国者,不欺其民,善为家者,不欺其亲。不善则反之,欺其邻国,欺其百姓,欺其兄弟,欺其父子,上不信下,下不信上,上下离心,以至于败”。言而有信,取信于是儒家学说推崇备至的伦理准则。儒学乃国之瑰宝,乡规乡俗与民约乃传统文化之要略。在儒家文化和乡土风情基础上建立的票号钱庄与旧银行企业文化应成为现今地方金融企业文化建设的重要参照和借鉴。正本请源,票号钱庄是我们的根,伦理道德、儒家思想是地方金融文化的源。

美国管理专家认为,企业文化是“价值观、神话、英雄和象征凝聚而成,这些价值观、神话、英雄和象征对公司员工具有重大意义”。我们现在的大多数地方金融企业具有规模较

小、网点不多、扩张受限、支持体系不足的特点。这一特点把董事长(或行长)推上了地方金融企业文化主导者的位置上。地方金融机构，尤其是独立法人地方金融机构，决策者的文化素质、志向、抱负、价值观、施政方针和实践，对领导层以至全体人员，是一种无形的精神力量，这种力量甚至在他本人离开这个企业或者人世，也能被这个企业传承并发扬光大。因此，地方金融企业文化的形成，一是领导人要稳定。如果领导人经常调换，一个将军一个令，领导者不能充分展示才华，必然是短期行为，不能安下心来专心致志办好自己企业，企业文化就无法形成。民国时期，从夹缝中出现的一批银行家，他们以自己所办的银行为终身的事业，他们大多有学识、有能力、有魄力，他们的共同点是爱国、爱帝、敬业。实践证明，他们在自己经过十几年至几十年的努力所办的银行中，培育营造出各自独特的企业文化。二是要建立地方金融的高智商决策者文化。俗话说，兵熊熊一个，将熊熊一窝，帅熊天下会灭亡。地方金融企业的董事长(行长)很多是单兵作战，很大程度上要靠自身和班子成员的德行操守、事业心和敏锐思维来掌管企业的前程。在目前的一些地方金融机构中，许多的高智商和见多识广者，在小银行中创出了大的企业文化思路。江苏连云港赣榆农村信用社，在当时的主任乔宗君领导下，从90年代开始就建立了自己的企业文化，打出了“农民自己的银行”“中小企业家的朋友”“服务赣榆百姓”的口号，并形成了严格的制度保证。

天津农村合作银行，立行之日始以精神和境界为导向，用浴火凤凰为徽标提升自己的价值观和理念。金色的凤凰在烈焰中浴火腾飞，涅槃重生，挥舞出璀璨的生灵图景。他们意图把天津农村合作银行这一社区银行、零售银行、农民银行，打造成像浴火腾飞的凤凰一样的传奇银行、阳光银行、吉祥银行。天津农村合作银行的标志是一只迎着旭日东升的金凤凰，寓意着成立半个世纪后重新腾飞。浴火凤凰，涅槃重生，九圆体、金黄色的行徽蕴含着合作与圆满，象征着长久与腾飞，更昭示着天津信合事业一个全新“银行时代”的开端。

记得有一个美丽的传说，金色的凤凰在烈焰中浴火腾飞，涅槃重生，挥舞出璀璨的生灵图景。天津农村合作银行是社区银行、零售银行、农民银行，也是像浴火腾飞的凤凰一样的传奇银行、阳光银行、吉祥银行。天津农村合作银行的标志是一只迎着旭日东升的金凤凰，寓意着成立半个多世纪后重新腾飞。浴火凤凰，涅槃重生，九圆体、金黄色的行徽蕴含着合作与圆满，象征着长久与腾飞，更昭示着天津信合事业一个全新“银行时代”的开端。

宁波鄞州农村合作银行以创新精神打造自己的核心文化——“蜜蜂文化”。由太阳蜂和太阳花组成的行徽，揭示了鄞州银行“勤劳、奉献、和谐快乐、建设家园”的境界和意识，形成了“以蜜蜂文化为核心的银行是平民的银行；勤劳是我们对自我的最基本的要求；奉献是我们道德情操的要求；快乐是我们追求的工作环境；家园是我们与客户共同努力的目标。”

标志是文化的集中体现物，它的每一个部分都传达着我们的追求与承诺。

- 1、圆是圆满，是辉煌。
- 2、“蜜蜂”是快乐、勤劳、奉献的象征。

品牌吉祥物：太阳蜂

太阳蜂，勤劳快乐的生灵、甜蜜生活的酿造师、诚实守信的实践者。鄞州银行正师以太阳蜂精神自励的银行！

品牌象征：太阳花

太阳花，永远向着太阳的花，富又生命力的花，五彩缤纷的花。

浴火凤凰、烈焰中腾飞，是神的象征，是神的力量；蜜蜂飞舞在太阳花之上，快乐工作，辛勤奉献象征着中华民族的勤劳、无私与奉献。这就是特色的企业文化，是高智商决策者文化。

美国加州大学管理学教授威廉·大内在《Z理论—美国企业如何迎接日本的挑战》中指出：“一个公司的文化由其传统和风气所构成。此外，还包括一个公司的价值观，如进取性、守势、灵活性——即确定活动、意见和行动模式的价值观”。

地方金融的企业文化建设无疑应该是民族文化的传承和乡土人情与行业特性、市场定位、发展战略相结合的企业价值观与精神境界的全面体现。

地方金融企业一是要有拖不垮、打不烂、不卑不亢的进取精神。许多地方金融企业偏安一隅、规模小、条件差，有时还要受到各方面的挤压。那种在夹缝中生存的艰难，如果企业领导人没有强烈的事业心和坚忍不拔的毅力是无法形成团队力量和企业精神的。四川聚兴诚银行领导人杨灿三经常在早会、周会上向员工们说“蚕经三眠方能吐丝，人历三眠事业乃成；三眠之中，第一眠要忍耐，第二眠要自持，第三眠要坚定”。

二是要培育优秀的地方金融银行家。银行家的精神就是银行的精神。有思想、有德行的优秀银行家就会带出优秀的金融团队。在当前的地方金融企业中，象天津农村合作银行的董事长齐逢昌、浙江台州城商行的陈小军、鄞州银行的陈耀芳、九江商业银行董事长刘羨庭、廊坊商业银行关景春、江苏靖江城市信用社董事长朱惠健等都是非常优秀和敬业的真正的银行家。许多地方金融企业的董事长、行长发挥自身的聪明才智和高尚情操打造了本行非常出色的企业文化。

三是要把企业的价值取向、经营理念和发展战略作为企业文化的重要内容。地方金融企业要从自身实际出发，不攀比，不求大而全。有实力和条件的，作强作大；条件有限的，办特

色银行，办精品银行，办社区银行，办平民银行。

四是打造地方金融坚固的诚信大厦。地方金融企业的生命线是得到当地政府、经济组织和当地百姓的信任与支持。

地方金融企业大多没有纵向的领导体系和横向的网路支撑。这从表面上看，是一个很大的缺陷，但细一琢磨，这恰是梁山好汉，是出英豪的好机会，是建立自身特色文化的绝好条件，“一个好的董事长(行长)就是一家好的银行”；“一个好的董事长(行长)就是这家银行的精气神”。好领导带出的团队是拖不垮、打不散的团队。在好领导、好团队行为和良好风气与传统下形成的企业文化就是这家银行的“魂”！是一种高尚的、飘飘欲仙的、如影随形的精神境界。

藏族调研报告篇四

各位代表：

今天□xx市商业特色街联合会第二届会员代表大会在这里举行。在此，我代表市商务委对大会的召开表示诚挚的祝贺！

我市商业特色街经过十多年的打造，取得了有目共睹的成绩，成为发掘城市历史文化价值、提升体验式消费形态、集聚人气扩大商机、促消费惠民生的重要载体，也是展示xx城市文化、丰富城市表情、提升生活品质、打响“美食之都、购物天堂”城市品牌、推进国际化旅游购物城市发展的重要抓手□xx市商业特色街联合会正是在全市商业街健康发展的基础上，诞生的专业化的全新的行业管理社团组织。

xx市商业特色街联合会的成立，是商业街行业组织的一个创举，在全国开了先例。联合会成立三年来，在沟通政府与行业的联系，促进商业街提升发展，加强商业街交流互动，扩大商业街宣传推广等方面发挥了积极的作用。在此，我代表

市商务委对第一届联合会期间所做的工作点个赞，并向联合会工作人员表示感谢。

当前，我市商业街发展面临前所未有的挑战。在新经济运行常态下，我们的商业街需要生存谋发展探索新的路子，与时俱进，积极应对。

第一，要转变观念。过去，我们总是有事找政府，用行政化的思维方式去解决问题。现在，我们要确立市场主导地位，要从行政化转变为市场化，通过特色竞争、网络竞争、服务竞争，做大做强商业街。商业街发展的出路在市场，要研究市场，从市场中寻找商机，寻找新的产业亮点，进一步激活市场。

第二，要以市场为导向，整合资源，调整结构，科学布局，加速传统商业街的转型升级。要不断改善消费环境，改变单一购物的传统经营模式，配置体验型业态，引进新型业态，形成多元化的业态结构，让消费者充分享受休闲旅游购物体验的过程。

第三，要跟上“互联网+”的时代大趋势，改进街区管理模式，大力采用信息化手段，强化街区的全面管理，积极导入wifi□app等，促进街区在电子信息化领域更快更好地发展。

第四，要加强文化营销、品牌营销。文化营销活动是商业街展示历史文化、民俗风情，创造商机，拉动消费，塑造品牌，提升影响力的重要载体。围绕稳增长、调结构、惠民生，政府搭台、企业唱戏、媒体助力，集聚多方资源，将我市商业特色街区文化活动整合营销，文化营销活动整体化、常态化、品牌化，打造成全市性、持续性、综合性的欢乐消费盛会，促进我市商街经济稳步健康发展。

第五，要明确目标，加快各县区创建商业特色街力度。按照全市商业街网点布局的要求，以主城区商业街为骨干，以区、

县（市）商业街为基础，打造全市商业街发展的大格局。目前的现状是市级商业特色街基本集中在主城区，而区、县（市）比较少，有的还是空白。随着新型城镇化的推进，区、县（市），甚至中心城镇要力争创建一批特色鲜明、业态丰富、体验性强的市级商业特色街，形成主城区、区县（市）、中心城镇网络化的商业街网点布局。

xx市商业特色街联合会第二届会员代表大会召开，成立了新一届联合会领导班子。我们希望新一届领导班子在原有的基础上有更大的活力更大的作为。会议材料汇编中，有联合会九大服务举措，我觉得很好。这里我再着重提四点要求：

首先，在政府职能转变的大背景下，联合会要更加密切与政府的沟通、联系，充分发挥政府与街区的桥梁作用，做好上情下达和下情上达的工作，及时把政府的相关政策、信息传递到商业街，同时也把街区发展中的情况、问题和需求传递到政府，协调好政府与街区之间的关系。

其次，要以服务为宗旨，提升联合会的服务功能。要强化为政府和为街区服务两大功能，一方面积极做好政府购买服务，完成政府采购项目；另一方面通过搭建金融、法律合作平台和信息传播、专家智库等服务平台，促进会员单位之间的互动，形成更强的聚合力。

第三，要利用已有的优势，加强对全市商业街区的整体宣传和品牌推广，积极办好《商街》报，体现出全国第一家行业媒体的特色。做好与文化、旅游部门的联系，帮助街区向商旅文互动的方向推进。

第四，要加强联合会自身建设，更多地发展会员，扩大联合会队伍；完善各项管理制度，提高工作人员的运作水平和素质；积极开展对外交流活动，经常组织会员学习外地商业街管理和运营经验。

商务委作为联合会的领导部门和业务指导部门，义不容辞地要加强对联合会的领导和指导。我想主要的是三个方面：一是重视联合会职能的提升发挥，在政府职能简化、下放的情况下，尽可能地予以转移，能由中介组织来完成的工作都交给中介组织来做，提升其组织能力和协调功能；二是在条件具备和政策许可的前提下，尽可能多地给予联合会必要的政策、经费、人才等方面的支持，让联合会有手段、有能力地开展工作；三是进一步加大对联合会的组织领导和业务指导，定期听取联合会的工作汇报，积极指导联合会参与市政府组织的相关活动，适时安排联合会工作人员的业务培训等。

同志们，我们要以这次会员大会为契机，积极开拓创新，努力促进我市商业特色街的建设和发展更上一个台阶，促进联合会的工作更上一层楼。

谢谢大家！

藏族调研报告篇五

三流企业抓产品，二流企业抓营销，一流企业抓文化。企业文化是价值观、神话、英雄、象征的集结，是一种精神，是一种意识，是一种境界，是如影随形、飘飘欲仙的企业灵魂。地方金融要建设具有中国传统文化、儒家思想、乡土社会与西方开放兼容、个性张扬相结合的独立法人经济文化。

一、地方金融文化应与传统文化、乡土社会相结合

我国的地方金融企业植根地方、服务地方，大多都在小气候、小环境中诞生、成长与发展，无论如何也割不断浓郁的乡情和传统文化渊源。

明清山西商人用孔子“天下熙熙，皆为利来；天下壤壤，皆为利往。夫千乘之王，万家之侯，百室之君，尚犹患贫，而况匹夫编户之民乎”之观点来发起利益追逐的进取精神；用“执

事敬，事思敬，修己以敬”的主张，倡导敬业精神；用宗法社会的家族孝悌和睦、乡谊团结之乡情建立商帮群体，完成“团队建设”，因而称雄国内商界五个多世纪，出现了“生意兴隆通四海，财源茂盛达三江”的鼎盛局面。在商业的迅速发展下，山西票号钱庄历经100多年，给山西创造了亿万两白银收入，使山西成为全国首富，山西票号被人们称为“汇通天下”的金融组织。宝丰社当时的地位可类比当今人民银行，它曾领导钱庄参与清末晋商行会整理货币、建立制度、打击沙钱、维护正常货币流通、稳定社会经济、组织货币交易市场、管理金融机构、组织借贷转帐、票据流通等等。宝丰社等票号钱庄的财东大都是饱读诗书之人，深受孔孟之道影响，遵循“君子爱财，取之有道”的传统文化道德，并不是乱中捞利。他们实行“银股”“身股”平均分配；知人善用任人唯贤；抽疲转快调度资金；预提“护本”防止倒闭；职业教育培养人才；规章制度严格要求；经理负责运筹帷幄；诚信为本注重信誉等一系列制度和措施更是构建了当时票号钱庄的文化体系。

上海商业储蓄银行是旧中国最大的商业银行之一，创办人陈光甫开办之初就以“服务社会、以人为本、竞争创新”为核心内容的企业文化。提出“我行一无所恃，可恃者乃发挥服务之精神也”，并在传票帐单上都醒目地印上“服务社会”字样，要求业务工作的每一个方面、每一个环节都“务求顾客之欢心，博社会之好感”。陈光甫要求基层行员仪容整洁，热情待客。“对于本行一切顾客无论何界中人或乡愚妇女，应谦恭和悦竭诚相待”，“无论贫贱，视同一律。”如有与顾客吵架者，不问是非曲直一律开除；处理业务要认真礼貌。“如抄结单给顾客，必须行列整齐，内容清晰，让顾客乐于核阅”，否则，“满纸涂鸦，顾客随即弃置一隅，不愿详阅，且对本行发生不好印象。”；业务娴熟，力求手续简便，收付敏捷。对于主要存户的存款余额表要心中有数，对于支票上的签字或印签，要能够一看即知真伪，不必验对所留模式，以免顾客久等；严禁上班时间吸烟、闲谈、阅报，应以“全副精神接待顾客，始能得社会之好感”。陈光甫还是中国金融界屈指可数的、在行

内推出“利益共同体”和“命运共同体”的银行家，他经常向行员灌输“银行是我，我是银行”的思想。他说，“凡百事业，以人而兴，而新陈代谢，尤愿继起有人，俾可维持事业于永久。”“有人才，虽衰必盛；无人才，虽盛必衰。银行尤盛”。

中国传统的“儒文化”强调“仁、义、礼、智、信”。“诚信”是立身之本，修养之首，齐家之基，立国之本。对此，儒学给予了前所未有的重视和广泛而深入的阐发。孟子曰：“诚者天之道也，思诚者人道也”；《中庸》说：“惟天下之诚为能化”，“君子诚之为贵”；《大学》曰：“心诚求之，虽不中，不远矣”，“所谓诚其意者，毋自欺也”；荀子道：“君子养心莫善于诚，至诚则无他事矣。”；周敦颐说：“诚，五常之本，百行之源也”；朱熹也曾有“诚者何？不自欺，不妄之谓也”的见解。“货之粗精好歹，实告经纪，使好裁夺售卖，若昧之不言，希为侥幸出脱，恐自误也”；“赊须诚实，约议还期，切莫食言”。可见，儒学的诚，指的是胸怀坦荡，真实无伪。以诚相伴而生的是“信”，有诚才有信，诚实不欺，谓之“信”。孔子曰：“人而无信，不知其可也”；司马光认为：“夫信者，人君之大宝也。国保于民，民保于信；非信无以使民，非民无以守国。是故古之王者不欺四海，霸者不欺四邻，善为国者，不欺其民，善为家者，不欺其亲。不善则反之，欺其邻国，欺其百姓，欺其兄弟，欺其父子，上不信下，下不信上，上下离心，以至于败”。言而有信，取信于人是儒家学说推崇备至的伦理准则。儒学乃国之瑰宝，乡规乡俗与民约乃传统文化之要略。在儒家文化和乡土风情基础上建立的票号钱庄与旧银行企业文化应成为现今地方金融企业文化建设的重要参照和借鉴。正本请源，票号钱庄是我们的根，伦理道德、儒家思想是地方金融文化的源。

二、建立高智商决策者文化

美国管理专家认为，企业文化是“价值观、神话、英雄和象征凝聚而成，这些价值观、神话、英雄和象征对公司员工具有重大意义”。我们的大多数地方金融企业具有规模较小、网点不多、扩张受限、支持体系不足的特点。这一特点

把董事长(或行长)推上了地方金融企业文化主导者的位置上。地方金融机构，尤其是独立法人地方金融机构，决策者的文化素质、志向、抱负、价值观、施政方针和实践，对领导层以至全体人员，是一种无形的精神力量，这种力量甚至在他本人离开这个企业或者人世，也能被这个企业传承并发扬光大。因此，地方金融企业文化的形成，一是领导人要稳定。如果领导人经常调换，一个将军一个令，领导者不能充分展示才华，必然是短期行为，不能安下心来专心致志办好自己企业，企业文化就无法形成。民国时期，从夹缝中出现的一批银行家，他们以自己所办的银行为终身的事业，他们大多有学识、有能力、有魄力，他们的共同点是爱国、爱帝、敬业。实践证明，他们在自己经过十几年至几十年的努力所办的银行中，培育营造出各自独特的企业文化。二是要建立地方金融的高智商决策者文化。俗话说，兵熊熊一个，将熊熊一窝，帅熊天下会灭亡。地方金融企业的董事长(行长)很多是单兵作战，很大程度上要靠自身和班子成员的德行操守、事业心和敏锐思维来掌管企业的前程。在目前的一些地方金融机构中，许多的高智商和见多识广者，在小银行中创出了大的企业文化思路。江苏连云港赣榆农村信用社，在当时的主任乔宗君领导下，从90年代开始就建立了自己的企业文化，打出了“农民自己的银行”“中小企业家的朋友”“服务赣榆百姓”的口号，并形成了严格的制度保证。

天津农村合作银行，立行之日始以精神和境界为导向，用浴火凤凰为徽标提升自己的价值观和理念。金色的凤凰在烈焰中浴火腾飞，涅槃重生，挥舞出璀璨的生灵图景。他们意图把天津农村合作银行这一社区银行、零售银行、农民银行，打造成像浴火腾飞的凤凰一样的传奇银行、阳光银行、吉祥银行。天津农村合作银行的标志是一只迎着旭日东升的金凤凰，寓意着成立半个世纪后重新腾飞。浴火凤凰，涅槃重生，九圆体、金黄色的行徽蕴含着合作与圆满，象征着长久与腾飞，更昭示着天津信合事业一个全新“银行时代”的开端。

记得有一个美丽的传说，金色的凤凰在烈焰中浴火腾飞，涅

磐重生，挥舞出璀璨的生灵图景。天津农村合作银行是社区银行、零售银行、农民银行，也是像浴火腾飞的凤凰一样的传奇银行、阳光银行、吉祥银行。天津农村合作银行的标志是一只迎着旭日东升的金凤凰，寓意着成立半个多世纪后重新腾飞。浴火凤凰，涅槃重生，九圆体、金黄色的行徽蕴含着合作与圆满，象征着长久与腾飞，更昭示着天津信合事业一个全新“银行时代”的开端。

宁波鄞州农村合作银行以创新精神打造自己的核心文化——“蜜蜂文化”。由太阳蜂和太阳花组成的行徽，揭示了鄞州银行“勤劳、奉献、和谐快乐、建设家园”的境界和意识，形成了“以蜜蜂文化为核心的银行是平民的银行；勤劳是我们对自我的最基本的要求；奉献是我们道德情操的要求；快乐是我们追求的工作环境；家园是我们与客户共同努力的目标。”

标志是文化的集中体现物，它的每一个部分都传达着我们的追求与承诺。

- 1、圆是圆满，是辉煌。
- 2、“蜜蜂”是快乐、勤劳、奉献的象征。

品牌吉祥物：太阳蜂

太阳蜂，勤劳快乐的生灵、甜蜜生活的酿造师、诚实守信的实践者。鄞州银行正师以太阳蜂精神自励的银行！

品牌象征：太阳花

太阳花，永远向着太阳的花，富又生命力的花，五彩缤纷的花。

浴火凤凰、烈焰中腾飞，是神的象征，是神的力量；蜜蜂飞舞

在太阳花之上，快乐工作，辛勤奉献象征着中华民族的勤劳、无私与奉献。这就是特色的企业文化，是高智商决策者文化。

三、地方金融文化应实际而前瞻

美国加州大学管理学教授威廉·大内在《Z理论—美国企业如何迎接日本的挑战》中指出：“一个公司的文化由其传统和风气所构成。此外，还包括一个公司的价值观，如进取性、守势、灵活性——即确定活动、意见和行动模式的价值观”。

地方金融的企业文化建设无疑应该是民族文化的传承和风土人情与行业特性、市场定位、发展战略相结合的企业价值观与精神境界的全面体现。

地方金融企业一是要有拖不垮、打不烂、不卑不亢的进取精神。许多地方金融企业偏安一隅、规模小、条件差，有时还要受到各方面的挤压。那种在夹缝中生存的艰难，如果企业领导人没有强烈的事业心和坚忍不拔的毅力是无法形成团队力量和企业精神的。四川聚兴诚银行领导人杨灿三经常在早会、周会上向员工们说“蚕经三眠方能吐丝，人历三眠事业乃成；三眠之中，第一眠要忍耐，第二眠要自持，第三眠要坚定”。

二是要培育优秀的地方金融银行家。银行家的精神就是银行的精神。有思想、有德行的优秀银行家就会带出优秀的金融团队。在当前的地方金融企业中，象天津农村合作银行的董事长齐逢昌、浙江台州城商行的陈小军、鄞州银行的陈耀芳、九江商业银行董事长刘羨庭、廊坊商业银行关景春、江苏靖江城市信用社董事长朱惠健等都是非常优秀和敬业的真正的银行家。许多地方金融企业的董事长、行长发挥自身的聪明才智和高尚情操打造了本行非常出色的企业文化。

三是要把企业的价值取向、经营理念和发展战略作为企业文化的重要内容。地方金融企业要从自身实际出发，不攀比，

不求大而全。有实力和条件的，作强作大；条件有限的，办特色银行，办精品银行，办社区银行，办平民银行。

四是打造地方金融坚固的诚信大厦。地方金融企业的生命线是得到当地政府、经济组织和当地百姓的信任与支持。

地方金融企业大多没有纵向的领导体系和横向的网路支撑。这从表面上看，是一个很大的缺陷，但细一琢磨，这恰是梁山好汉，是出英豪的好机会，是建立自身特色文化的绝好条件，“一个好的董事长(行长)就是一家好的银行”；“一个好的董事长(行长)就是这家银行的精气神”。好领导带出的团队是拖不垮、打不散的团队。在好领导、好团队行为和良好风气与传统下形成的企业文化就是这家银行的“魂”！是一种高尚的、飘飘欲仙的、如影随形的精神境界。