# 市场调查报告的内容结构

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-08-27

*第一篇：市场调查报告的内容结构市场调查报告的内容结构调查研究是秘书人员的基本功，是秘书辅助领导决策、当好参谋助手的关键环节。企业秘书尤其要学会进行市场调查，写出高质量的市场调查报告，以充分发挥自己的职能。市 场的本意解释是：商品交易的场所...*

**第一篇：市场调查报告的内容结构**

市场调查报告的内容结构

调查研究是秘书人员的基本功，是秘书辅助领导决策、当好参谋助手的关键环节。企业秘书尤其要学会进行市场调查，写出高质量的市场调查报告，以充分发挥自己的职能。

市 场的本意解释是：商品交易的场所。这个解释过于狭窄，事实上市场往往泛指商品交换和流通的领域。如“金属市场”、“化工市场”等；有时也指对某种产品有需 要和购买能力的人们，如说“××产品有市场”等。从本质上讲，市场是商品供求关系的总和。人们习用的“买方市场“、卖方市场”词语，就明显地包含了这种意 蕴。由此可见，市场调查的对象是极其广泛、庞杂的，它不会局限于某个场坪或街弄，涉及到的是生产、流通、交换、消费的全过程。怎样处理好材料，安排好结 构，就成了写好市场调查报告艰巨而又关键的一步。

市场调查报告的种类有很多，但常见的是一种以反映某个产品在（某个）市场上供求情况为主要内容的调查报告。这种报告的内容结构一般作如下安排：

一、标题

写市场调查报告的标题可以点明观点，也可以不点明观点。点明观点的如《广州中高档茶叶旺销》、《洗衣机市场供求趋平衡、竞争中结构需调整》；只写调查范围，或指出调查对象的如《日本水产罐头市场》、《关于长江以北地区电风扇市场的调查报告》。

二、引言

长篇的市场调查报告都需有引言。引言可长可短，一般不外乎下列三个内容，或兼而有之，或单写一项。

（一）简要介绍所调查的产品的情况，这又分作两类：

1、介绍性能、用途。如一篇关于合成纤维的市场调查报告，开头就介绍了合成纤维具有涤纶、锦纶、腈纶、维纶等品种，并介绍了它们的物理、化学行性能及在纺织、装饰、建筑行业的用途。

2、介绍该产品行业（在我国）的兴起、发展情况。如调查洗碗机市场就可先说说洗碗机制造业在我国的发展历史及世界地位等。

（二）简要叙述一下所调查的国家或地域的经济情况。比如在一篇调查南非工艺品市场的文章中，就先写了这么一些话：“南非是一个发展中的发达国家，它拥有较强的经济实力和较高的消费水平，对来自外部的商品的需求逐年增加„„”

（三）交代调查的目的、方法及组织等情况。如“„„为了解决这一问题，中国统计信息咨询服务中心率先组织有关专家进行了首次大规模抽样调查，并应用工业工程、系统工程和市场学的理论和技术进行了深入的分析和研究”。

三、正文

（一）生产情况

这是市场的“供”的情况。主要指厂家向社会提供的产品的数量和质量。

1、数量。最能说明生产情况的数据是当（上）年的年产量；在突出地写出这个数据后，为了表明这个数据的相对意义，又必须将近几年的年产量都尽可能列出，求出其年增长率；接着要写出的是一些能反映年产量的相关数据，如生产厂家或能力增 减数，如果是农付产品，列出种植面积等数字也是有意义的。例如在一篇关于胡椒市场的文章中，作者不仅讲了当年的总产量的下降率，而且还列出了当年的种植面 积、收购量、产地的调出量等数字；另外，必要时还可进行横向比较以说明年产量的大小，或写出所调查的产品在同一大类产品中所占的份额、如玉米在粮食中的份 额，或写出所调查产品与某个相关产品的比例数，如化纤织品与棉纱织品的比例。

除 总产量外，市场调查报告一般还要写出一些反映“面”上的数据，即一些分产量。分产量的标准有很多，视具体产品、调查目的而定。它们可按产品品种分，如电视 机可分为彩色、黑白产量，电冰箱总产量又可分为单门、双门、三门三个分产量；也可按产地分，如棉花，可单列一些重点产棉省份如新疆、山东、湖北等的棉产 量；一些由企业所作的市场调查，在报告中尤应详细列出同行业某些重点厂家的年产量甚至月产量，以便在激烈的市场竞争中掌握主动权；如果某个（国）市场上的 某个产 品，其来源不仅有本国生产的，也有外国进口的，那么，在总产量之后附写几个进口量数据，则显得十分重要，只有这样，才能全面反映市场“供”的情况。例如前 文提到的关于日本水产罐头市场的文章，作者在写了日本本国的生产情况后，又详细叙说了水产罐头的进口情况；往年进口量，近年增长率，主要供应国及其优势品 类„„。这样的情况介绍，对于我国水产部门组织货源出口、战胜竞争对手是很有帮助的。

2、质量

相 对产品数量而言，产品的质量方面的调查较为困难，因为能反映质量的现成数据很少。然而，对于一些以企业产品为对象的市场调查报告，产品质量情况的叙述却是 必不可少的。所以调查人需要通过向用户征询、抽样验查等办法获得一些材料，诸如开箱合格率、用户满意率等；也可以调用专门仪器鉴定或组织专家审定，以了解 某项产品的等级分布和质量达标情况。质量情况又可分类细说，如内在功能质量、外在装饰质量、安装运输质量、技术服务质量等。

另外，材料的革新、工艺的改进、款式的翻新、功能的拓展、配方的优化、新设备的引进等，都可看作是高质量的种种表现，因为它们是提高质量的重要途径。市场调查报告中也应写进这些内容。

（二）消费情况

这部分写的是与“供”相对的“求”的情况。它包括二部分：

1、消费量。产品的年消费量，并不等于年生产量，有时供大于求，有时求大于供，当然，供求大致平衡的情况也是有的。在写消费量时，首先要给出当（上）年的年消 费量，然后再给出近几年的增长率，以便推算出下（当）年的消费量。对于有些产品，还需要给出有关的换算数据，如年均每人购买量、百户拥有量等。

消 费量的品种分布、厂家占有率可以写，也可以略写，略写是因为它与生产量的品种分布（各厂占有率）基本对应。但是有必要写一写消费量的区域分布，如电视机，就应分别写出城市、乡镇的销售量；也有必要写一写消费者的不同身份、年龄、职业的分布比例，如调查土著运动鞋可通过抽样估算一下青年、中年、老年人穿用各 所占的比例。如果所调的产品是某种生产资料或能源产品，则应查证出不同行业或不同部门的使用量。另外，产品如有外销国外，则应单列出出口量。

2、使用情况。许多产品虽然功能一样，但具体使用情况却不尽相同。如水产罐头，它可分为食品工业用和一般家庭用，而家庭用又有作日菜肴、烹调用料、赠送礼品等 的区别。这种区别常因人而异，因地而异。如气压式热水瓶，据调查，南亚及港澳人用以贮水饮茶，和我们一样，而中东地区人则由于气候炎热，用于冷藏饮料。在 市场调查报告中反映产品使用的具体情形，对企业维持产品适销对路、开发新产品具有不可忽略的意义。

（三）市场情况

这是指销售过程中的一些情况。

1、价格。价格与供求之间存在着内在联系，在同等质量情况下，它决定着产品的销量及利润，价格对购买者来说，是判定一种产品是否具有吸引力的标志之一，对销售 者来说，是争夺市场重要手段。一个企业任何时候都要关注市场价格。进行市场价格的调查，是作出正确价格决策的基础。价格调查可分纵向的和横向的。纵向的说 明随着时间而变动的价格情况；横向的说明不同地域或市场的价格区别。市场调查报告要准确无误地列写出这两组数据，必要时，还要综合、概括，描述出市场上总 的价格面貌。

2、营销方式。这主要有三方面内容：一是销售渠道，企业是采取直接销售方式还是间接销售的网点分布，批量大小如何等等；二是促销办法，采取了什么样的刺激购买 措施，广告宣传如何，公关活动怎样进行、为销售人员制定了什么样的奖惩条例等等；三是服务质量，如营业员是否热心周到，包修、包换、包退执行情况如何，职 业道德是否恪守，商业信誉是否过硬等等。以上种种，虽然不属于产品范畴，但它们存在于产品的流通、交换环节中，直接影响着产品的供求关系。企业要使产品在 市场上畅销不衰，就不能不在市场调查报告中反映这些问题。

四、建议和预测

市 场调查报告主要是叙说以上所列的三方面情况，文章可以到此结束。但由于调查是建议和预测的基础，市场调查报告中往往又很自然地在篇末附写调查者对今后市场 产品的观点和看法。这是调查的合理延伸，不必面面俱到，有针对性地强调几条则行。如《南非的工艺品市场》一文，文章最后写了我国工艺品打入南非市场要注意 的几个问题：“

1、商品质量，南非人对商品质量很讲究；

2、包装，陶瓷等商品要求彩印零售包装；

3、批量，要求订货量不大而交货及时”。

市场调查报告的大体内容和结构如上，写作时还要注意两点：其一，是对于所列数据要有文字描述和说明。描述如“呈下滑（上升）态势”、“进入低谷”、“升为波峰”、“低速增长”、“持续失控”、“跨上新台阶”„„。说明主要是背景、原因说明，如“自1995年以来，日本国内水产罐头产量以10％的年递减率连续下降，到1998年为××吨。下降的主要原因有两个，一是日本经济滑坡，日本产品在国际市场竞争力骤降；二是产品基地向海外转移，取代了部分国内生产。”

其 二，由于市场的概念很宽泛，调查范围可大可小，时间可长可短，既有全面和局部的区别，又有综合和专项的不同，因而据调查写出的报告就有很大差异。可长到上 万字，像一份工作调查报告；也可短得仅有千言，像一份情况简报。实际写作时，可依循本文所介绍的大体格局写，也可视具体的调查目的和手头所掌握的材料增减 一些内容和变动一下体式，没必要拘泥一种固定写法而束缚住自己的手脚。

**第二篇：市场调查报告的内容结构**

市场调查报告的内容结构

市场调查报告 的内容结构一般由如下几部分组成：

1.．市场调查报告的标题

标题是市场调查报告的题目，一般有两种构成形式：①．公文式标题，即由调查对象和内容、文种名称组成。②．文章式标题，即用概括的语言形式直接交待调查的内容或主题。㈡．市场调查报告的引言

引言又称导语，是市场调查报告正文的前置部分，要写得简明扼要，精炼概括。一般应交待出调查的目的、时间、地点、对象与范围、方法等与调查者自身相关的情况，也可概括市场调查报告的基本观点或结论，以便使读者对全文内容、意义等获得初步了解。然后用一过渡句承上启下，引出主体部分。

㈢．市场调查报告的主体这部分是 市场调查报告 的核心，也是写作的重点和难点所在。它要完整、准确、具体地说明调查的基本情况，进行科学合理地分析预测，在此基础上提出有针对性的对策和建议。具体包括以下三方面内容：①市场调查报告——情况介绍：市场调查报告的情况介绍，即对调查所获得的基本情况进行介绍，是全文的基础和主要内容，要用叙述和说明相结合的手法，将调查对象的历史和现实情况包括市场占有情况，生产与消费的关系，产品、产量及价格情况等表述清楚。②．市场调查报告——分析预测：市场调查报告的分析预测，即在对调查所获基本情况进行分析的基础上对市场发展趋势作出预测，它直接影响到有关部门和企业领导的决策行为，因而必须着力写好。③．市场调查报告的范文。⑷．市场调查报告的结尾

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。

**第三篇：市场调查报告的结构**

市场调查报告的结构

由于市场调查课题、调查人员的差异，市场调查报告的撰写也有所不同，但其基本结构是相同的。规范的市场调查报告，一般包括标题、序言、摘要、正文、结论与建议、附件六个部分。

一、序言

序言主要介绍调查项目的基本情况，通常包括扉页、目录和简介。

1、扉页

扉页一般占一页，内容包括以下几项：

（1）调查报告的题目

（2）委托进行市场调查的单位名称

（3）执行该市场调查项目的单位名称

（4）市场调查项目负责人的姓名及单位

（5）市场调查报告完成日期。

2、目录

如果调查报告的内容、页数较多，为了方便读者阅读，应当使用目录或索引形式列出报告所分的主要章节和附录，并注明标题、有关章节号码及页码，一般来说，目录的篇幅不宜超过一页。

3、简介

简介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、做出结论、提出建议的原则等。主要包括三方面内容：1

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。

二、摘要

摘要是用简单明了的语言对市场调查结果做概括介绍，包括市场容量、被产品与竞争对手的竞争情况、产品在消费者心目中的优缺点、竞争对手的销售策略、本企业与竞争对手的广告策略的对比、影响产品销售的因素等，目的在于让企业的相关人员快速了解市场调查的基本结果，从而决定采取相应的措施。

摘要是市场调查报告中相当重要的内容，但在有些调查报告中经常被忽略。无论什么原因，忽略摘要部分都有损于调查报告的价值。

三、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。

正文一般应包括对调查方法的说明、介绍调查结果、提出结论与建议三个部分。

1、调查方法

对调查方法的说明应该包括以下内容：

（1）调查地区。说明调查是在哪个区域内进行的，以及选择该区域的理由。

（2）调查对象。说明是从什么样的对象中抽取样本进行调查。通常指产品的销售对象或潜在的目标市场。

（3）样本容量。选取的样本总数，以及确定样本容量是考虑的因素。

（4）样本的结构。根据什么样的抽样方法抽取样本，抽取后样本结构如何，是否具有代表性。

（5）资料收集的方法。是拦截访问还是电话访问，是观察法还是实验法等。

（6）实施过程及问题处理。调查如何实施，遇到什么问题，如何处理等。

（7）访问员介绍。对访问员的资格、条件以及训练情况也须做简略的介绍。

（8）资料处理方法及工具。用什么样的工具、方法对资料进行分析和统计处理。

（9）访问完成情况。介绍访问完成率，说明未完成部分及访问无效的原因。

对调查结果的介绍要尽量简洁，把方法及采用原因说清楚即可。

2、调查结果

调查结果是将调查所得以及经过统计分析的数据报告出来。调查结果要与预定的调查目的相吻合，一般而言，应包括以下几方面的内容。

（1）产品的市场销量和市场占有率

（2）被访者对产品和广告的反应

（3）产品的目标市场结构及特点

（4）竞争对手的广告策略及特点

（5）价格、包装和广告等因素对销售的影响等。

市场调查结果的描述形式通常是表格或图形，调研人员必须对图表中的数据资料所隐含的趋势、关系或规律加以客观的描述。

四、结论与建议

结论是用简洁明了的语言对研究前所提出的问题做明确的答复。建议则是针对调查获得的结论对该企业产品及其营销方式提出具体的要求以及应该采取的改进措施。另外，应提出多种方案，供有关人员选择。同时，最好说明可能需

4要支付的费用，并对未来市场的变化和该企业产品的销售做出合理的预测。

结论部分有时可与调查结果合并为一个部分，这要视调查规模的大小而定。一般而言，如果调查规模小，内容也比较简单，就可以将结论和调查结果合并在一起。如果规模比较大，内容多，则应分开写。

建议最好是正面的、肯定的，即说明应采取哪些具体的措施以获得成功，或者要处理哪些已经存在的问题。

（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。每一份附件都应该按顺序标上编号。附件中一般包括：

（1）访问提纲

（2）调查问卷

（3）抽样有关细节的补充说明

（4）工作进度安排

（5）原始资料的来源

（6）调查获取的原始数据图表

**第四篇：市场调查报告的格式和结构**

市场调查报告的格式和结构

1.市场调查报告的格式

当市场调查者着手撰写调查报告时，必须注意书写格式。市场调查报告的格式主要包括段落的编写、表格的位置、表格的标题、统计资料的提出、图表的提出和文字说明等。

⑴段落的编号

市场调查报告中，每个章、节都应有段落编号。编号的文式应当能包容各章节，足够扩充三种不同标题的可能空间。

例如：2.00 供应商的态度

2.10 引言

2.11主要供应商

⑵表格的位置

市场调查报告中常常会出现许多表格，表格的位置应该放在正文叙述后面，这样可使人阅读时感到方便而不致于产生困惑。

⑶表格的标题

表格一定要编号，并加上适当的标题。标题可写在表格的上方，也可写在表格的下方，但同一报告中所有表格的标题位置必须统一。表格直栏中数字应表明出处及年份，或者在表格下方标明来源；如果表格中数字出自调查计算，则应说明样本大小。

⑷统计资料的提出

市场调查报告中的统计资料应该尽量简化，这有助于阅读。如果统计资料过于复杂而又不得不提出时，调查者可将其分为两个或更多的表格来加以表示。统计数据一般应尽量避免小数点，以取整为宜。

⑸图表的提出

市场调查报告经常借助图表来更清晰、更简易地表达有关调查资料。一般的原则是：在表达资料时使用表格或图表应有一贯性，尽量避免两者皆用。图表亦以简单为宜，对于复杂的资料可以分表处理。如同表格一样，图表也应有编号和标题。

⑹文字说明

市场调查报告中使用的文字要简单明确，富有权威性，不应咬文嚼字、模棱两可或卖弄文笔，宜采用短句。如果阅读者不是专业人员，那就应避免使用专业名词。对某些重点语句可用星号或粗体字予以强调。

2.市场调查报告的结构

市场调查报告没有统一不变的结构模式，它常因调查课题、报告的长短及阅读者的不同等而有所区别。但对于大多数的市场调查报告来说，还是能找到一种最基本的结构框架。这种结构框架至少需要符合以下要求：①便于阅读者找到他所需要的资料。②报告前段应包括为谁而写、为何目的及采用何法等内容。③较长的报告在正文前应有摘要。④在调查中收集到的事实称为调查结果，它应是报告的精髓。⑤大多数统计资料或相应的佐证资料应放在报告的附件部分。

一份调查报告通常由标题、目录、摘要、简介、调查结果、结论、建议及附件等内容构成。

⑴标题。这是报告的开始部分，主要告诉读者以下信息：调查的标题或主题、调查的委托者、调查的执行者及报告的作者、报告完成的日期。如有必要，还应在标题页上标明调查编号、机密等级等内容。

⑵目录。目录应该列出各章节的小标题及它们各自所在的页码。如若报告较短（如5页），则可删除目录而只在报告正文中列小标题。如果报告中有附件，则可排在目录的最后位置。

⑶摘要。摘要是整个报告的缩影，因此在摘要中应点明该调查为谁而做、为何目的、采用何法，以及一些主要调查结果、结论及建议。摘要的编写应当以阅读者无法看见其他任何资料这一假设为条件，而且摘要本身也应该是一份独立的文件。经验表明，摘要最受人们的欢迎，它也是那些公务繁忙的总裁们阅读报告的唯一内容。因此，在撰写摘要时必须非常认真才行。

⑷简介。摘要的后面应当紧跟着正式的简介。它可能是一篇小文章，包括背景、目标、方法及定义等内容。背景中要点明调查委托者所面临的市场问题；目标中指出在对市场问题进行整理分析后，具体在此次调查中所需调查和解决的问题；调查方法中包括诸如抽样的方法、样本的大小等；若是对某些具有技术或专业性质的市场调查，则有必要针对某些名词加以注释和定义。

⑸调查结果。调查结果是调查报告的精髓部分，也是报告中最长的部分。它经常由许多章节组成，并配以不少图表说明，内容涉及所调查市场的各个层面，诸如市场的大小、最终使用者的市场、市场上的供应商、分销方式、购买决策及未来趋势等。

在编写时，每一章的开头最好作一简短的说明，然后再分小节陈述，这样便于读者了解接下来谈什么问题，使层次显得更加分明。值得一提的是，调查者往

往试图在这一部分中写入每一个调查发现，但这是不可能而且是没必要的，必须努力将调查结果限定在最切题的那些调查发现中。

⑹结论。调查者的作用不仅仅是陈述事实，还需要在发现的基础上得出结论。这就要求调查者对众多的调查结果作高度的分析和概括，从而推断出若干条具有说服力的结论。这些结论必须是客观的、明确的，在表达上应简洁有力。

⑺建议。建议部分有时被并入结论中，有时则自成一段，这要看建议段落的长短而定。尽管市场调查者可能不了解委托者的实际情况，但这并不妨碍他按调查结果和结论提出某些建议，有时这些建议可能更显得客观。当然，最终是否接受这些建议，决定权还在决策者。

⑻附件。附件往往放在报告的最后，是报告的结束部分。它的作用是支持调查结果的合理性和可信度。附件包括问卷副本、受访者名单（适用于工业品市场调查）、书籍与参考资料来源、统计图表及分析计算、财务状况等。

**第五篇：调查报告的结构和内容**

调查报告的结构和内容

撰写调查报告没有固定不变的模式，但是，它的基本结构和基本内容却是大体相同的，这就是所谓的“定体则无，大体则有”。一般地说，调查报告由“标题”、“前言”、“主体”、“结束语”等部分组成，有的调查报告在前言之前还有“简介”、在结束语之后还有“后记”和“附录”。

一、标题

标题，是调查报告的题目。一个好的标题往往能起到“画龙点睛”的作用，因此有“题好一半文”之说。撰写调查报告，应该十分重视标题的推敲。标题的写作，通常有几种方式：

（1）直叙式，即直接用调查对象或调查内容作标题。如《关于黑恶犯罪搅乱市场秩序的调查》、《城镇居民经济状况调查》等。这类标题，直接指明了调查对象，概括了的报告主题，比较客观、简明，但显得呆板，缺乏吸引力。这种形式的标题，多用于综合性、专业性较强的调查报告。（2）判断式，即用作者的判断或评价作标题。如《创新是企业的生命》、《西部大开发的一种好形成》、《跨国战略的成功探索》等。这类标题，揭示了报告主题，表明了作者态度，比较吸引人，但调查对象和报告的主要内容在标题中往往不易看出。这种形式的标题，多用于总结经验、政策研究、支持新生事物等类型的调查报告。

（3）提部式，即用提问的方式作标题。如《中小企业能否突破成长瓶颈？》、《如何跨越收入分配差距过大的鸿沟？》、《公众科学素养何时不再尴尬？》、《废电池：“大”题大做待何时？》等。这类标题，提出了问题，设置了悬念，比较尖锐、鲜明，有较强吸引力，但一般看不出调查的结论。这种形式的标题，一般用于提露、探讨问题的调查报告。

（4）抒情式，即用抒发作者感情的方式作标题。例如，2024年第1期《求是》刊载的云南建设民族文化大省的调查，其标题就是：《等亲识得春风面，万紫千红总是春》。又如，《草原传哀鸣，惊闻杀骆驼》、《疯狂的钱色交易》等。这类标题，充分表达了作者感情，具有较强的感染力和吸引力，但仅仅从标题很难判断报告的内容。这种形式的标题，一般用于表彰新生事物或鞭挞消极社会现象的调查报告。

（5）双标题，即两个标题。它又可分两种形式：一种是主标题和副标题，如《加强企业管理，提升企业竞争力——株洲市企业管理调查》、《构筑农村现代分的基础工程——山东省威海市加强农民素质建设调查》等。另一种是引题和主标题，如《堤防建设中的一个突出问题：一边资金紧缺，一边冒挪用》、《用智慧与良知拨开云雾——访经济学巨擘吴敬琏》等。这类标题，虽然比较复杂、冗长，但它综合了多种标题的优点，因而是各种调查报告使用得比较多的一种形式。

标题的写法灵活多样，无论采取哪种标题形式，都力求概括、简明、新颖、对称。这就是说，标题要概括调查报告主要内容；要简明表达调查报告主题；要有新鲜感、吸引力和感染力；要与调查报告的内容相对我称，既不应“头大帽小”，也不应“头小帽大”。

二、前言

前言又称导言或导语，是调查报告的开头部分。前方言写得如何，对于说明调查报告主旨、激发读者兴趣具有重要作用。前言的内容主要说明为什么进行调查、怎样进行调查和调查的结论如何。前言的写作，有以下几种方法：

（1）主旨陈述法，即在前言中着重说明调查的主要目的和宗旨。例如，《大庆“第二次创业”的调查与思考》的前言是这样写的：“曾为我国国民经济发展做出巨大贡献、被誉为‘工业战线一面旗帜’的大庆油田如何实现可持续发展，如何使大庆这座因油而兴的城市避免因油而衰？这是摆在新一代大庆人面前的严峻课题，‘第二次创业’，就是铁人的后代们为此而进行的可贵实践。”这种写法，有利于读者准确地握调查报告的主要宗旨和基本精神，是一种最常见的写作方法。

（2）情况交待法，即在前言中着重说明调查工作的具体情况。例如，《武汉地区吸毒人群特征调查》，其前言包括以下一些内容：第一，调查目的，了解吸毒人群的基本特征；第二，调查时间，1998年7月；第三，调查地点，武汉市强制戒毒中心；第四，调查对象，352名吸毒者等等。这种写法，有利于读者了解调查工作的具体情况，便于读者对调查结论做出自己的判断。

（3）结论前置法，即在前言中先简要说明调查的基本结论。例如，《今日农村谁种田》这篇调查报告，开头就有这样一段话：“阳春三月，记者来到大别山南麓的黄冈山区走村串户，一路所见都是‘种田的老汉 采茶的婆，村村难见年轻人’，农业精壮劳力都进城打工去了，广阔农村是一片‘老人村’景象。“这咱写法，开门见山，直奔主题，有利于读者对调查报告的观点一目了然。

（4）提问设悬法，即在前言中只提出问题、设置悬念，而不作正面回答。例如，《塔石化“晒太阳”令人费解》这篇调查报告，开头就提出了一系列问题：“为什么一个国家加大西部大开发投入的同时，已经投入巨额资金的现代化设备却不能发挥其应有的作用？塔石化‘晒太阳’说明了什么？”这种连续提问、设置悬念的写法，增强了吸引力，常用于总结经验和揭露问题的调查报告。

前言部分的写作方法没有固定不变的模式。究竞采用哪种写法，要视调查报告的种类、目的、内容以篇幅的长短等情况，作适当选择。然而，无论采用何种写法，前言的文字都就力求简明、精练，具有吸引力。

三、主体

主体，是调查报告的主要、核心部分。它一般应包括以下几个方面的内容“①研究有关问题的社会背景和主要目的；②调查对象的选择及其基本情况；③调查的主要方法和过程；④调查获得的主要资料和数据；⑤研究的主要方法、过程和结论；⑥对调查研究过程及其结果的评价。如果是学术性调查报告，还应该包括：①研究有关问题的学术背景；②对有关问题已研究成果的简介和评析；③自己的研究假设和研究方案；④主要概念、主要指标的内涵和外延及其操作定义；⑤调查数据统计分析的结果；⑥调查结果的学术性推论和评价；⑦本调查研究的主要缺点或局限性；⑧本调查尚未解决的问题或新发现的问题。总之，主体部分是调查报告的主要内容。它写得如何，直接决定着调查报告的质量和社会作用。

调查报告主体部分的结构，通常有三种形式，即纵式结构、横式结构和纵横交错式结构。（1）纵式结构，就是按照事物发展的历史顺序和内大逻辑来叙述事实，阐明观点。例如，《又一支异军在突起——改革开放以来私营经济的再生与发展》就是以纵式结构为主的调查报告。这篇调查报告，首先论述了“私营经济再生的历史前提和市场基础”。然后，论述“私营经济的发展过程”，把私营经济的发展分为三个阶段，即“私营经济的萌生、起步阶段（1986年以前）”、“私营经济的曲折发展阶段（1987—1991年）”和“私营经济的高速增长阶段（1992—1997年）”。最后，再论述私营经济的发展现状及其特点。这种结构的优点是，论述有头有尾，过程清清楚楚，有利于做到历史和逻辑的统一，便于读者了解事物发展的全过程。

（2）横式结构，就是把调查的事实和形成的观点，按性质或类别分成几个部分，并列排放、分别叙述，从不同方面综合说明调查报告的主题。例如，《中国妇女发展的现状和趋势》这篇调查报告，在简单叙述了“妇女发展的背景”之后，就分别论述了有关妇女的“生育”、“健康”、“教育”、“就业”、“城乡妇女收入”、“家庭暴力”、“拐卖妇女和儿童”、“农村妇女自杀”等问题。这样，综合起来就把当前有关妇女的各种问题基本上讲清楚了。这种结构的优点是，问题展得开，每个问题的论述比较集中，而且条理清楚，有较强的说服力。

（3）纵横交错式结构，就是纵式结构和横式结构结合使用的方式。这种结构一般有两情况： 其一，以纵为主、纵中有横。例如，《将股份合作引入农业成片开发——来自奉节小果开发项目区的报告》就是这种结构。它的主体部分用了“拦路虎”、“新思路”、“新变化”三个小标题。这是一个按照事物发展过程叙述的纵式结构的调查报告。但是，它在每个小标题下又采用横式结构。如在第一个小标题下，并列叙述了一家一户分散经营，使小果开发项目的顺利实施面临时了三个难题；在第二个小标题下，分别介绍了组建股份合作制果园的原则、规橡、股权设置、入股办法、利益分配和组织机构等几个问题；在第三个小标题下，分别从农民投劳、土地综合规划和成片开发、新建果园的标准等方面，说明了股份合作制对奉节县小果开发项目的顺利实施所起的积极作用。其二，以横为主、横中有纵。例如，《中国国情丛书——百县市经济社会调查·孝感卷》（中国大百科全书出版书，1992）关于“社会结构”部分的叙述就采用了“以横为主、横中有纵”的结构。该部分除第一节“历史概况”外，第二至八分别叙述了工人、农民、商业服务人员、专业技术人员、党政机关工作人员、城镇个体工商业者、私营企业主等7个阶层的情况。显然，这是一种按类别并列排放的横式结构。但是，在第二至八节中，对每一个阶层又按照历史顺序纵向介绍了从1949年至1990年该阶层人数和结构的变化，以及1990年该阶层的主要特点。因而，从总体看，它是以横为主、横中纵的结构。

上述两种纵横交错结构，既有利于按照历史脉络讲清楚问题的龙去脉，又有利于按问题的性质或类别分别展开论述，因此，许多大型调查报告的主体部分往往采用这种结构。调查报告主体部分的结构是多种多样的。写作时，究竞采用何种结构，要根据调查报告的内容、主要来确定。这就要求我们不拘一格，勇于创新，依势布局，巧作安排，把丰富深厚的内容与完美得体的结构有机地结合起来，从而达到揭示主题、深化主题的目的。

四、结束语

结束语，是调查报告的结尾部分。调查报告的结尾部分，从形式上看有三种不同处置方法：一是没有结束语；二是简短的结束语；三是较长的结束语。从内容上看，结束语有以下几种写法：

（1）概括全文，深化主题。即根据调查的情况，概括出主要观点，进一步深化主题，增强调查报告的说服力和感染力。例如，《茶·茶文化·茶产业——关于振兴云南茶叶产业的调查报告》的结束语是：“念好‘茶经’，弘扬茶文化，振兴茶产业，建设民族文化大省、绿色经济强省和国际大通道，实现民族文化、生态环境、社会经济协调发展，云南社会将更文明，云南山河将更美好。“这一结束语，就起到了概括全文、深化主题的作用。

（2）总结经验，形成结论。即根据调查的情况，总结出基本经验，形成调查的基本结论。例如，《创新是企业的生命——上海日立电器有限公司调查》的结束语是这样写的：“上海日立公司的创新模式充满了辩证法。它把合资视为手段，旨在通过合资，促进技术的转移，通过技术的引进、消化和吸收超越封闭体系所无法超越的技术平台，在动态中求得发展。发展是目的，它最终体现在企业自主创新能力的提高上。只有自主创新能力提高了，企业今后才能持续成长，才会实现一次次飞跃„„”这个结束语，既上海日立公司的结验总结，又是这个调查报告的最终结论。

（3）指出问题，提出建议。根据调查的情况，指出存在的问题和不足，提出弥补或改进的具体建议。例如，《废电池：“大”题大做待何时》这份调查报告，在结尾部分指出：“我国废旧电池回收处理产业的发展兴步维艰，主要是目前缺科学家政策扶持”。“要想从根本上解决废旧电池处理难题，首先，国家应尽快出台相关行业政策及法律法规”。“同时，按照‘谁污染、谁治理‘的原则，对电池生产企业征收环境治理税，对回收环节、处理环节给予补贴”。“尽快建立健全系统的废旧电池自愿及强制回收体系也亟待提上议事日程”。这样，既指出了问题，又提出了建议，从而大提高了这份调查报告的实践一意义。

（4）说明危害，引起重视。即根据调查的情况，说明问题的严重性、危害性，以便引起有关方面的重视，有的还提出对策性的具体意见。例如，《应试教育弊端在大学暴露》这篇调查报告的结尾部分是这样写的：“教育改革是一场需要扬弃的变某。在到底应该扬什么、弃什么的问题上，一些中学的教育恰恰丢弃了中华民族传统文化中最优秀的东西”。“从培养人才的角度讲，抽去了教书育人的精华部分，泯灭了学生对除了机械做题以外任何事物的足够兴趣，从而导政人性的扭曲，这说是中学应试教育的最大弊端，它给整个民族带来的恶果注定要比当年‘大炼钢铁’的负面影响大得多。”显然，这样的结尾对于引起有关方面的重视是相当有力的。

（5）展望未来，指明意义。即根据调查的情况，由点到面、由此及彼，开扩视野、展望未来，指出有关问题的重要意义。例如，《荒漠化“逼”出来的沙产业》这篇调查报告，在其结束语中是这样展望未来的：“在实施西部大开发中，不能简单地以绿色画名号，沙区生态建设是手段，发展绿色沙产业才是目的。只要能把生态环境建设和生态经济开发有机结合起来，就能够做到绿一片山川，带一个产业，兴一地经济，富一方百姓。”

调查报告的结束语，应根据写作目的、内容的需要采取灵活多样的写法，要简明扼要，意尽即止，切不可画蛇添足，弄巧成拙。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找