# 2024年的研究报告作文(十一篇)

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-08-07

*报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。的研究报告作文篇一价值分析：当...*

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**的研究报告作文篇一**

价值分析：当课改的浪潮汹涌而至时,洋思中学的“先学后教”、杜郎口中学的“预习、展示、反馈”作为新型的教学形式像灿烂的浪花,分外引人注目，也给了我极大的启示。 叶圣陶先生一贯主张培养学生的自学能力，他把这一教育思想精练地概括为“教是为了达到不需要教”，揭示了传授知识与培养能力的辩证关系。《新课程标准》也提出：“学生是语文学习的主人。语文教学应激发学生的学习兴趣，注重培养学生自主学习的意识和习惯，为学生创设良好的自主学习情境 ”。

预习，不是学生漫无目的地学，而是在教师简明扼要地出示学习目标、提出自学要求、进行学前指导后，学生带着思考题在规定时间内自学指定内容，完成检测性练习(预习学案)，并且能够提出自己所感兴趣的问题或是疑难问题。在此基础上，教师加以整合，互动性的生成自己新的教学目标以及教学设计。陶行知先生曾说：“教什么和怎么教，绝不是凭空可以规定的。他们都包含‘人’的问题，人不同，则教的东西、教的方法、教的分量、教的次序都跟着不同了。”

鼓励自主学习，激活学生思维，释放学生潜能、促进个性发展，全面提升学生各方面素质，从而进行新型而有效的课堂教学，是我的课前预习希望能够帮助课堂教学所达成的目标。

在《新课程标准》以及“三全五优化”教学研究的指导下，把洋思中学的“先学后教”与学生学情以及自身特点相结合，重点研究初中语文学生自主预习实践的有效策略。。研究中充分运用了实验调查法了解了初中语文课堂教学中，课前学生自主预习对于课堂有效性的提高;通过大量课例的观察，运用行动研究法从不同课例(新授课、复习课、作文课)、不同文体(小说、文言文、议论文、诗歌)、不同载体(学案、批注、作品、检测)，分析了学生的各种自主预习对于课堂教学的影响;通过课例实施与推广，提出了初中语文常规新授课不同文体以及复习的自主预习的标准，形成不同载体的预习形式，提炼出初中语文预习的系统设计、有效实施和分析到位的策略。在运用中较好地调动了学生自主学习的可操作性和积极性，并进一步促进课堂教学设计贴近学生特点和需要，减少课堂隐形浪费。

自主预习中的“自主”是指自愿、自觉、自主、自立的学习态度、能力策略等因素综合而成的一种学生主导学习的内在机制，也就是说学生在教师引导后慢慢发自内心的去做这项工作，并且在这个基础上试着一定程度的指导和控制自己学习的能力，像制订目标，针对不同学习任务选择不同学习方法和学习活动。对笔者来说，培养学生的自主能力的过程其实就是在一定的教育机制中为孩子们提供自主学习的空间以及协调自主学习与教育教学目标的关系。

预习，这里指语文预习，是学生在新授课前按一定的学习要求对语文新教材或新课文作自我学习的活动，是语文教学过程的首要环节，是学习新知识的起点(一般放在课外进行)。自学预习是学生们通过自己的独立钻研，掌握知识和技能的能力。正式讲解课文是学生施展自学能力的战场，预习便是学生培养提高自学能力的练兵场。其实，预习决非一般意义上的通读和浏览，而是一种复杂的智力活动。笔者发现，学生在预习过程中，往往需要调动已有的知识储备和能力，去感知新的课文，去开展观察、识记、联想、想象、辨析、比较、综合等一系列智力活动，去锻炼自己分析问题、解决问题的能力。

教育的主要任务是培养学生终身学习的能力，基于以上的认识，笔者的研究把语文学习的第一环节——预习作为培养学生自学愿望和能力的一个突破口。“初中语文的自主学习教学实践研究”就是笔者针对长期以来学生在语文学习总体上存在着被动功利、忽视自我能动性发挥的规律，以机械的完成为本位而非以人的发展为本位等问题，培养学生养成在教师引导的基础上养成自主预习的习惯，在自我预习的发现和质疑中发展自己的各方面能力，强调体验感悟。

1、《新课程标准》

《新课程标准》提出 ：“学生是语文学习的主人。语文教学应激发学生的学习兴趣，注重培养学生自主学习的意识和习惯，为学生创设良好的自主学习情境 ”预习是语文学习中很重要的一个环节，它对于培养学生的的自主学习的意识和习惯，促进学生自身素质的提高有重要的作用。

2、“三全五优化”教学研究

“三全五优化”是贯彻落实《新义务教育法》，深入素质教育的要求。是贯彻落实省委办公厅省政府办公厅关于规范中小学办学行为深入实施素质教育的意见的必然。是对课堂教学改革的整合与提升，促进“学有所教”向“学有优教”转变的重要举措。真正要做到面向全体学生，关注每一个学生的发展;提升学生的全面素质，关注三维目标的有效达成;在课堂上实施全程管理，关注教与学的每一个环节，要做到教师能够达成优化学习目标、优化问题设计、优化互动生成、优化自主体验、优化评价矫正的设定，学生的自主预习尤为重要。

3、素质教育

学习，从素质教育的功能看，应该充分考虑人和社会发展的需要，尊重学生的主体地位、主动精神和个性差异，注重形成健全的人格。从素质教育的价值取向看，关注“人的发展”，关注三维目标的有效达成，并以促进学生德智体美的全面发展作为核心价值。所以教师课堂对学生而言不应该是被动和机械的，而是鼓励学生热爱学习、创新思考和乐观生活，而这样的“主动教育”需要学生在课前做预定的基础工作，也就是预习。将被动预习转化主动预习，在课堂教学设计和组织过程中，能够更深入研究如何真正面向全体学生，让孩子也更明确自己的需要，让每一位学生都有收获和进步。

1、学生课前预习现状

预习，并不让人陌生，只是我们现在提倡的预习很大程度上只是简单的看看书，粗泛的走走过场。学生对预习过的文章往往一知半解，甚至完全陌生，老师对学生的预习情况也不清楚，而课上 “提问法”、“讨论法”、“启发式”就在这样的互不了解中仓促进行，教学的实际效果可想而知。

2、学生预习的必要性

多年来，特别是新课程改革以来，学校始终把课堂当作推行素质教育的主阵地、主渠道，积极开展对课堂教学的研究与实践，为进一步推行新课堂改革，我区也进行 “三全”“五优化”的课堂教学研究和实践。这种教学方式，要求教师要善于引导思维、启迪智慧，让学生在自学中学会发现问题，提炼问题，以更好的参与教学活动。这么一来，无论是是有效提高课堂教学效益，进行“减负增效”的有效教学，还是促进师生教育观念转变，倡导自主、合作、探究性学习都离不开预习。学生学会自主预习，并根据自己的实际情况质疑，在课汤上才能充分的表达、交流、分享“自己的声音”。

当课改的浪潮汹涌而至时,洋思中学的“先学后教”、杜郎口中学的“预习、展示、反馈”作为新型的教学形式像灿烂的浪花,分外引人注目，也给了我极大的启示。叶圣陶先生一贯主张培养学生的自学能力，他把这一教育思想精练地概括为“教是为了达到不需要教”，揭示了传授知识与培养能力的辩证关系。《新课程标准》也提出：“学生是语文学习的主人。语文教学应激发学生的学习兴趣，注重培养学生自主学习的意识和习惯，为学生创设良好的自主学习情境 ”。

预习，不是学生漫无目的地学，而是在教师简明扼要地出示学习目标、提出自学要求、进行学前指导后，学生带着思考题在规定时间内自学指定内容，完成检测性练习(预习学案)，并且能够提出自己所感兴趣的问题或是疑难问题。在此基础上，教师加以整合，互动性的生成自己新的教学目标以及教学设计。陶行知先生曾说：“教什么和怎么教，绝不是凭空可以规定的。他们都包含‘人’的问题，人不同，则教的东西、教的方法、教的分量、教的次序都跟着不同了。”

鼓励自主学习，激活学生思维，释放学生潜能、促进个性发展，全面提升学生各方面素质，从而进行新型而有效的课堂教学，是我的课前预习希望能够帮助课堂教学所达成的目标。

一)课题研究内容

1、典型文体的基本预习要求。

2、不同课例、不同文体、不同载体的学生自主预习策略以及反思

3、通过典型案例研究学生自主预习与课堂教学有效性的关系。

二)课题研究的方法及过程

本课题的研究分为以下三个阶段：

1、前期准备阶段：

主要工作是学习科研理论，对学生预习情况进行摸底调查，设计方案，培养学生的预习意识，教会预习方法，打好预习基础。收集资料，拟定课题研究方案，申报立项。

2、探索阶段：

指导学生学会预习，养成预习的习惯，具备一定的预习能力，进行探索性预习。通过大量课例的观察，运用行动研究法从不同课例(新授课、复习课、作文课)、不同文体(小说、文言文、议论文、诗歌)、不同载体(学案、批注、作品、检测)，分析了学生的各种自主预习对于课堂教学的影响。

① 在研究的过程中不断通过区域教研活动和备课活动，通过不同教师课堂教学设计与学生自主学习的设计实施。参加了20xx年“语文报杯”名家语文研讨会，听取各级公开课36节，在此基础上，不断改进完善自己的方式方法以及成果。

② 运用行动研究法，不同课例(新授课、复习课、作文课)、不同文体(小说、文言文、议论文、诗歌)、不同载体(学案、批注、学生制作)，分析了学生的各种自主预习对于课堂教学的影响，究出对策，并通过典型案例研究学生自主预习与课堂教学有效性的关系。

③ 运用调查研究法，对学生预习前后的文本理解、有效帮助以及存在问题做了课例的调查(《醉翁亭记》)。对学生一年以来的于都习惯养成做了感悟式调查(见附录六)

调查研究预习课对课堂教学效率提高，学生自学愿望和能力培养的结果，收集整理课题研究的过程性资料，进行分析、归纳、提炼、总结，撰写报告，申请结题。

一)规范了常规新授课不同文体以及复习课预习要求:

1、现代文预习

a.标小节号，阅读文本。阅读文本时注意书前提示、课文、注解和练习。关键是读好文本。

一读明文体，了解基本内容，二读进行勾画批注。

b.勾画批注。在阅读的过程中，将一些关键性的字、词、句勾画出来。文体不同，勾画的

重点不同。记叙文：勾画表明事情发展的过渡性语句，揭示中心主旨的抒情议论句，表现人物特点的语句。说明文：勾画说明对象，每一节的中心句即揭示说明对象的特征或原理的句子，过渡性语句。议论文：勾画论题或论点，每一节的关键词句，过渡性或总说性的语句;勾画好词好句，积累语言;不能理解的语句。

c.梳理。结合课文的注释和一些工具书，扫清阅读障碍，过字词关。新教材的每一篇课文后都有“读一读 写一写”，学生可以将查出来的字音词意写在上面，便于以后复习。学生还可以自主查阅有关作者及写作背景的资料，以便更深入地理解课文内容。梳理文章结构，理清作者思路，把握中心。

d.质疑提问。在预习的过程中，要求学生注意不懂之处，有质疑的精神。同时将自己不理

解之处，用完整的语言表述出来，形成问答，便于提问。

e.阅读推荐。找一找类似的文章，准备好课堂推荐交流。

2、文言文预习

a.通读正音。阅读全文，查找生字，流利朗读。

b.梳理文意。结合注解和参考书，翻译原文。

c.质疑。不能解释的词句做好记号，准备提问交流。

3、复习课预习

a.明确考点

b.搜集相关例题(做过的练习试卷)，归纳常见的不同问法。

c.结合参考答案，梳理考点的解题思路。

二)形成不同载体的预习形式：

1、学案式

这是进行指导性预习的最好方式，由教师给予学生一定的引导。如针对《醉翁亭记》设计的预习学案，从文学常识、文本初识、对话读者、知识迁移的角度对学生的预习做了比较规范的指导;同时，预习学案和课堂学案是相辅相成的，以便学生能够更清楚的明确学习目标，完成学习任务，提高自己的学习能力。此外，教师预习诸问题的设计和课堂主题的设计可以一脉相连，以便减少课堂隐形浪费，提高课堂效率

2、批注式

这类主要是培养学生自我解读，挖掘文本，加强与作者对话的能力，对学生的文体学

习有很好的指导作用，比如小说批注人物形象和环境描写，说明文批注说明对象、说明顺序、说明方法，说明语言，议论文批注论点、论据，文言文批注重要文言语法现象等等。这样系统化的预习指导其实对学生进一步加强自己的阅读能力有很大的帮助。通过批注、旁注，把握主题内容，赏析人物形象，体味语言美感，发掘文本疑问，有待进一步加强课堂学习的兴趣和活力。

3、作品式

这类预习通常需要较长时间的准备，适用于作文课、综合实践课程，对培养和提高学生的学习兴趣，开拓他们的创新能力有重大意义。如作文预习前的资料收集、特别是具有自身特色的制作(身边的她生活状态调查、班级年度人物评选、学生的照片故事串接)，可以在课堂上给学生很大的触动和启发;比如综合实践课前学生的演讲、辩论、朗诵等多种形式的预习可以全面培养他们的语言表达和创新能力。

4、检测式

这是为了提高课堂效率，将基础性知识的学习交由学生自主完成，在课上自由讨论。检测的形式可以多样：字词的默写、文言基础语法知识点的初步整理等等。

三)进行了典型课例的预习(附录一～五)

1、作文课课例

2、小说课例

3、议论文课例

4、文言文课例

四)分析了学生自主预习对有效课堂的影响：

1、教师对学生的预习要进行必要有效的指导

预习是我们理解课文，把握课文内容的前提。但预习并不是意味着只是让学生自己去完成预习的任务，教师不管不问。那么，就对预习缺乏有效的控制与调整，教师在预习课中的主导作用就不能得到充分的发挥。学生读没读课文，理解到什么程度，是否真正深入到课文当中去，存在什么问题和疑惑，作为教师的我们很难了解地很清楚，即使有些学生把预习的内容做到了本子上，但是不是自己独立完成的我们也很难确定。洋思中学的王校长曾说：“放手不等于放任，自学不等于自流。现在看来，这是何其经典的两句话!加强教师对预习课堂的调控力度，充分发挥教师的主导作用，才是解决预习课效率低的重要因素。指导的形式或者说是载体可以是多种多样

2、关注学生预习中的质疑并生成进教学设计

古人云：“学贵有疑，小疑则小进，大疑则大进。”而“疑”又是经过深入思考，主动探究才能产生的。所以，每次学习新课文之前，我都会让学生在预习的基础上，找出自己不理解的地方，在旁边作上记号或写上相应的问题，以帮助我和学生共同从教材中获得更生动鲜活丰富的信息。文言文的预习质疑根据文章称常会有两类侧重。有的文章内容主旨并不深奥，比如《送东阳马生序》，劝勉勤奋苦学的思想很明确，所以学生的质疑大多集中在是文章字词上，特别是文中多次出现的虚词“以”的用法，那么这样的文章可能字词梳理、文言知识点积累、包括背诵指导就特别重要。而有些文章表面上学生的字句理解没有问题，而文章的内容或是主旨的却比较深刻，比如《湖心亭看雪》中，文章通过预习似乎都能翻译，但很多学生不了解“问其姓氏”与“曰金陵人”的关系，不理解“独往湖心亭看雪”与“舟子喃喃曰”的矛盾，不理解文中的“痴”，那么这样的文章也许文章字词句的扎实可以放在内容的把握之后进行进一步巩固。

所以，在上《醉翁亭记》之前，我详尽的整理了学生们的预习质疑，问题主要集中在两块：(一)作者的醉翁之意究竟是什么，作者在乐什么，(二)文章的两个重要虚词——21个“也”和25个“而”的用法，为什么出现这么多次。在这个基础上，我的教学目标第一课时就是帮助大部分学生解决质疑，激发学习兴趣，抓住“醉翁”，抓住“乐”字,体会作者所乐的内涵。第二课时，在理解文意的基础上进行文言基础点的整理，并且进行背诵指导，适当当堂成诵。第三课时进行拓展延伸，比较阅读，进一步理解作者的思想情感，把握主旨。

3、课堂教学上应该注重学预习生主体主动性的发挥

要相信学生,放心让学生在课堂上进行预习成果的展现，小组讨论，可以二人组、四人组，也可以一排一组，在分组讨论中，教师来回巡视，也可参与学生的讨论之中，适当点拨启发、引导、帮助他们解决问题。在小组讨论中，可分组评分，培养学生的竞争意识和集体荣誉感。还有一种是集体讨论，即组织学生集体研讨，讨论后，学生对问题举手发言，也可把学生请上讲台，大胆发言，表达自己的观点和认识，培养学生的表现欲。对于一些仍有疑难的，学生学了也不解的，教师就要教了，引导学生积极思维，明辨是非，寻找结论。

预习的呈现也要体现课堂教学的全程性。就是在每个环节上都留给学生阅读、思考、交流、活动的时间和机会，而不是某个环节让学生参与自学，其他环节依然教师主宰课堂。

4、重视师生课后的反思沟通共同成长

就是让师生分别做自我检查、自我总结,每节课后的预习对课堂学习有什么帮助，获得了什么，还欠缺哪些，诸如此类。思考反省做得好的、有深刻理解的地方，这个做法有助于促进学生的思考能力以及自我总结的能力。

五)探索和提炼了初中语文学生自主预习的有效策略

通过大量课例的观察，运用行动研究法从不同课例(新授课、复习课、作文课)、不同文体(小说、文言文、议论文、诗歌)、不同载体(学案、批注、学生制作)，分析了学生的各种自主预习对于课堂教学的影响;通过课例实施与推广，提出了初中语文自主预习的标准，提炼出初中语文预习的系统设计、有效实施和分析到位的策略。在运用中较好地调动了学生自主学习的可操作性和积极性，并进一步促进课堂教学设计贴近学生特点和需要，减少课堂隐形浪费。

在当前进一步推行素质教育的背景下，教学观念上应进一步以生为本，为学生自信心的培养和激励学生主动学习的角度开展课堂教学。学生自主预习对有效课堂有极大的影响，所以教师对学生的预习要进行必要有效的指导，关注学生预习中的质疑并生成进教学设计，课堂教学上应该注重学预习生主体主动性的发挥，重视师生课后的反思沟通共同成长。因此，教师预习的主问题设计与课堂教学主问题设计的关系如何紧密联系又有创新;对部分自主质疑能力较弱的学生的预习指导，如何引导调动自主发现问题的能力;对初三学生的预习指导，如何进行还有待进一步实践研究。此外，引导学生方面，还须大胆放手，做足课前功夫，充分调动学生的主动参与。讲评课的流畅性、艺术性和吸引力还需要进一步加强。

一、规范了常规新授课不同文体以及复习课预习要求:

1、现代文预习

a.标小节号，阅读文本。阅读文本时注意书前提示、课文、注解和练习。关键是读好文本。

一读明文体，了解基本内容，二读进行勾画批注。

b.勾画批注。在阅读的过程中，将一些关键性的字、词、句勾画出来。文体不同，勾画的

重点不同。记叙文：勾画表明事情发展的过渡性语句，揭示中心主旨的抒情议论句，表现人物特点的语句。说明文：勾画说明对象，每一节的中心句即揭示说明对象的特征或原理的句子，过渡性语句。议论文：勾画论题或论点，每一节的关键词句，过渡性或总说性的语句;勾画好词好句，积累语言;不能理解的语句。

c.梳理。结合课文的注释和一些工具书，扫清阅读障碍，过字词关。新教材的每一篇课文后都有“读一读 写一写”，学生可以将查出来的字音词意写在上面，便于以后复习。学生还可以自主查阅有关作者及写作背景的资料，以便更深入地理解课文内容。梳理文章结构，理清作者思路，把握中心。

d.质疑提问。在预习的过程中，要求学生注意不懂之处，有质疑的精神。同时将自己不理

解之处，用完整的语言表述出来，形成问答，便于提问。

e.阅读推荐。找一找类似的文章，准备好课堂推荐交流。

2、文言文预习

a.读正音。阅读全文，查找生字，流利朗读。

b.梳理文意。结合注解和参考书，翻译原文。

c.质疑。不能解释的词句做好记号，准备提问交流。

3、复习课预习

a.明确考点

b.搜集相关例题(做过的练习试卷)，归纳常见的不同问法。

c.结合参考答案，梳理考点的解题思路。

二、形成不同载体的预习形式：

1、学案式

这是进行指导性预习的最好方式，由教师给予学生一定的引导。如针对《醉翁亭记》设计的预习学案，从文学常识、文本初识、对话读者、知识迁移的角度对学生的预习做了比较规范的指导;同时，预习学案和课堂学案是相辅相成的，以便学生能够更清楚的明确学习目标，完成学习任务，提高自己的学习能力。此外，教师预习诸问题的设计和课堂主题的设计可以一脉相连，以便减少课堂隐形浪费，提高课堂效率

2、批注式

这类主要是培养学生自我解读，挖掘文本，加强与作者对话的能力，对学生的文体学

习有很好的指导作用，比如小说批注人物形象和环境描写，说明文批注说明对象、说明顺序、说明方法，说明语言，议论文批注论点、论据，文言文批注重要文言语法现象等等。这样系统化的预习指导其实对学生进一步加强自己的阅读能力有很大的帮助。通过批注、旁注，把握主题内容，赏析人物形象，体味语言美感，发掘文本疑问，有待进一步加强课堂学习的兴趣和活力。

3、作品式

这类预习通常需要较长时间的准备，适用于作文课、综合实践课程，对培养和提高学生的学习兴趣，开拓他们的创新能力有重大意义。如作文预习前的资料收集、特别是具有自身特色的制作(身边的她生活状态调查、班级年度人物评选、学生的照片故事串接)，可以在课堂上给学生很大的触动和启发;比如综合实践课前学生的演讲、辩论、朗诵等多种形式的预习可以全面培养他们的语言表达和创新能力。

4、检测式

这是为了提高课堂效率，将基础性知识的学习交由学生自主完成，在课上自由讨论。检测的形式可以多样：字词的默写、文言基础语法知识点的初步整理等等。

三、进行了典型课例的预习(附录一～五)

1、作文课课例

2、小说课例

3、议论文课例

4、文言文课例

四、分析了学生自主预习对有效课堂的影响：

1、教师对学生的预习要进行必要有效的指导

预习是我们理解课文，把握课文内容的前提。但预习并不是意味着只是让学生自己去完成预习的任务，教师不管不问。那么，就对预习缺乏有效的控制与调整，教师在预习课中的主导作用就不能得到充分的发挥。学生读没读课文，理解到什么程度，是否真正深入到课文当中去，存在什么问题和疑惑，作为教师的我们很难了解地很清楚，即使有些学生把预习的内容做到了本子上，但是不是自己独立完成的我们也很难确定。洋思中学的王校长曾说：“放手不等于放任，自学不等于自流。现在看来，这是何其经典的两句话!加强教师对预习课堂的调控力度，充分发挥教师的主导作用，才是解决预习课效率低的重要因素。指导的形式或者说是载体可以是多种多样

2、关注学生预习中的质疑并生成进教学设计

古人云：“学贵有疑，小疑则小进，大疑则大进。”而“疑”又是经过深入思考，主动探究才能产生的。所以，每次学习新课文之前，我都会让学生在预习的基础上，找出自己不理解的地方，在旁边作上记号或写上相应的问题，以帮助我和学生共同从教材中获得更生动鲜活丰富的信息。文言文的预习质疑根据文章称常会有两类侧重。有的文章内容主旨并不深奥，比如《送东阳马生序》，劝勉勤奋苦学的思想很明确，所以学生的质疑大多集中在是文章字词上，特别是文中多次出现的虚词“以”的用法，那么这样的文章可能字词梳理、文言知识点积累、包括背诵指导就特别重要。而有些文章表面上学生的字句理解没有问题，而文章的内容或是主旨的却比较深刻，比如《湖心亭看雪》中，文章通过预习似乎都能翻译，但很多学生不了解“问其姓氏”与“曰金陵人”的关系，不理解“独往湖心亭看雪”与“舟子喃喃曰”的矛盾，不理解文中的“痴”，那么这样的文章也许文章字词句的扎实可以放在内容的把握之后进行进一步巩固。

所以，在上《醉翁亭记》之前，我详尽的整理了学生们的预习质疑，问题主要集中在两块：(一)作者的醉翁之意究竟是什么，作者在乐什么，(二)文章的两个重要虚词——21个“也”和25个“而”的用法，为什么出现这么多次。在这个基础上，我的教学目标第一课时就是帮助大部分学生解决质疑，激发学习兴趣，抓住“醉翁”，抓住“乐”字,体会作者所乐的内涵。第二课时，在理解文意的基础上进行文言基础点的整理，并且进行背诵指导，适当当堂成诵。第三课时进行拓展延伸，比较阅读，进一步理解作者的思想情感，把握主旨。

3、课堂教学上应该注重学预习生主体主动性的发挥

要相信学生,放心让学生在课堂上进行预习成果的展现，小组讨论，可以二人组、四人组，也可以一排一组，在分组讨论中，教师来回巡视，也可参与学生的讨论之中，适当点拨启发、引导、帮助他们解决问题。在小组讨论中，可分组评分，培养学生的竞争意识和集体荣誉感。还有一种是集体讨论，即组织学生集体研讨，讨论后，学生对问题举手发言，也可把学生请上讲台，大胆发言，表达自己的观点和认识，培养学生的表现欲。对于一些仍有疑难的，学生学了也不解的，教师就要教了，引导学生积极思维，明辨是非，寻找结论。

预习的呈现也要体现课堂教学的全程性。就是在每个环节上都留给学生阅读、思考、交流、活动的时间和机会，而不是某个环节让学生参与自学，其他环节依然教师主宰课堂。

4、重视师生课后的反思沟通共同成长

就是让师生分别做自我检查、自我总结,每节课后的预习对课堂学习有什么帮助，获得了什么，还欠缺哪些，诸如此类。思考反省做得好的、有深刻理解的地方，这个做法有助于促进学生的思考能力以及自我总结的能力。

五、探索和提炼了初中语文学生自主预习的有效策略

通过大量课例的观察，运用行动研究法从不同课例(新授课、复习课、作文课)、不同文体(小说、文言文、议论文、诗歌)、不同载体(学案、批注、学生制作)，分析了学生的各种自主预习对于课堂教学的影响;通过课例实施与推广，提出了初中语文自主预习的标准，提炼出初中语文预习的系统设计、有效实施和分析到位的策略。在运用中较好地调动了学生自主学习的可操作性和积极性，并进一步促进课堂教学设计贴近学生特点和需要，减少课堂隐形浪费。

**的研究报告作文篇二**

菜市场是指一区域内用于销售蔬菜、瓜果、水产品、禽兽、肉类及其制品、豆制品、熟食、土特产等各类农产品和食品的以零售经营为主的固定场所。现在的菜市场已经不完全是那种自发形成的马路市场，而是相当一部分的菜市场是政府为了满足人们的生产生活需要而建立的固定区域。菜市场与人们的生活是息息相关的。当前，在“保增长、保民生、保稳定”以及“农贸小市场，民生大工程”的政策与号召下，大力推动布局合理、设施完善、经营规范的农贸市场建设，对于降低流通成本，方便和促进居民消费，稳定就业，促进社会和谐发展有重要作用。但我们知道理想是美好的，现实是残酷的，当前菜市场远远没有达到我们预想的状态，许多问题依然存在，例如人们提到菜市场想到的不是菜市场的井然有序，价格公允，以及相关部门管理得有多么的好，菜市场有多么的干净等等。可能我们经历的菜市场依然是那种比较脏乱，没有什么秩序，更严重的是我们一进菜市场就会感到一股难闻的味道，甚至于有一种再也不想进菜市场的冲动。针对这些问题，为全面、准确的掌握市区菜市场的基本情况，以及存在的主要问题，以便针对性地提出解决措施，我们对我们附近阳逻菜市场展开了一次调研，现将有关情况报告如下。

掌握市区菜市场的基本情况，以及存在的主要问题，以便针对性地提出解决措施。

分布在阳逻的三个菜市场，即分别是阳逻平江集贸市场、中商附近菜市场和中百附近菜市场。三个菜市场其中阳逻平江集贸市场和中商附近是由政府规定设立，但中百附近的菜市场是由当地的老百姓自发地在哪里摆摊，卖一些蔬菜之类的东西，虽然也会有城管在哪里管理，但仍然很混乱。

xx年x月x日上午星期六以及12日的早上

由于考虑到菜市场人潮太过拥挤以及卖家也会忙着照顾自己的生意，根本没有时间来完成一份问卷调查，所以我们小组成员采用的是一问一答式的方法，既有我们提出问题，有随机抽到的大妈或者哥哥姐姐回答，其中刚好那天遇到城管在哪里对菜市场的秩序进行维持，我们也就政府方面提出了一些问题。可以说问题的回答或多或少的反映了一些问题，也得到他们积极热心的回答，还有一些照片的获取也是一门见证。所提出的问题见附页。

主要是了解附近群众对菜市场的看法，出于什么样的考虑将菜市场设在这里，菜市场设在这个地方设立有什么样的优点以及缺点，以及菜市场平常是怎样进行管理的，还有就是早上那一阵人流后残留的垃圾该如何处理等等。这些内容可能包含的不是特别的全面，但每一个视角看到的是不一样。

上面都是对此次调查菜市场的简单介绍，下面看看此次调查我们所获得的结果：

(一) 菜市场所存在的基本问题

首先当前经济发展带来我国集贸市场的发展，但存在问题如下：

一、 集贸市场发展现状之市场规划布局不适应城市发展要求

近几年来，中国经济的迅猛发展，给各级各地城市建设注入了充足的马力，城市市容环境改造建设在全国各地如火如荼地进行，传统破旧的城中村式集中居住区正迅速地被宽敞美观的高大楼盘所取代，原有的市场布置格局也在一次次爆破推倒声中被一点点地分割、支离，有的甚至被迫彻底让位于道路改造、开发建设。遍地开花的新型小区开发建设，也没有及时将集贸市场建设纳入整体规划进行统筹建设，集贸市场生存发展的空间不断被挤占压缩，出门上市购物难的问题在新建居民小区内不断凸显了出来。仅以汉阳区为例，目前全区共有23个有形集贸市场，它们大部分布于钟家村及二桥这两个传统人口密集区，而汉阳大道、鹦鹉大道两侧及永丰、江堤两乡相对较少。这种过分饱和与相对不足的市场布局，不仅使我区集贸市场生存发展陷入“有市无场”和“有场无市”的尴尬境地，也导致了自然集市、占道经营、推车串巷叫卖的现象在一些人口密集生活区依然存在，既有损于文明和谐的城市形象，也影响到政府开发新区、建设新汉阳等重大战略目标的顺利实施。

二、集贸市场发展现状之市场硬件设施残缺破旧，改造难度大

作为我国社会经济发展的历史见证者，城市集贸市场大多是在改革开放初期，紧贴传统居民区周围自然形成，并先后经马路市场和大棚市场发展而来，有着近30年的历史。由于受当时社会经济、生产力发展水平等条件所限，市场硬件建设设施简陋、结构单一、功能不全的弊端重重。市场内上下水管道设计不合理，长期得不到有效疏浚，用水供给不畅，地下污水横流，又加之温控、除尘、保洁等配套设施不全，食品经营卫生环境脏乱差问题突出，人和食品极易交叉感染，食品经营卫生安全状况令人堪忧。近几年，各地政府虽然加大了对集贸市场实行“农改超” 的升级改造力度，但从已改超集贸市场的整体效果上看，无论是市场硬件设施改造，还是内部功能布局，都还处于低层次建设水平。“臭气熏天、污水横流、夏季如蒸笼、冬季如冰窟”的市场环境状况没有得到根本性扭转。一些地方市民群众尖锐指出：集贸市场已成为与城市现代化氛围反差最大的场所之一，是现代化都市中的一个不和谐音符。

三、集贸市场发展现状之市场管理创新不够，与现代化的管理要求差距明显

传统城市集贸市场大多经历过国有企业的转向转型，已形成了多元化的市场结构体系，现场管理人员也多半是从原来的经营管理队伍中分离而来。一方面，他们拥有丰富的管理经验，但另一方面，他们也过分依赖这种老经验、老做法，再加上自身年龄过大、精力不及和知识结构陈旧的劣势，使得市场管理人员啃老本思想严重，思想上的守旧导致了管理方法创新上的严重匮乏。虽然，一些新建市场在引进先进管理人才和改进管理方法上，有了一些新的思路和创举，但迫于投资贷款过重的经济压力，创新之举难以长期维继，甚至不得不又转过头来，重新采用投资少、见效快的传统管理手段。市场经营管理水平与强势抢夺市场份额的超市、商场相比，差距日趋加大。

四、集贸市场发展现状之经营者整体素质较低，跨跃式发展受制约

集贸市场经营者多是农村富余劳动力和城市下岗失业人员，年龄相对偏高，文化水平普遍较低，法律法规和食品安全意识十分淡漠，唯利是图思想严重。他们对作为市场主体对象所应承担的自责己任认识不足，短斤少两、欺诈消费和销售未经检测、检疫食品等非法经营行为在市场内时有发生，这类一味追求眼前既得利益的不义之举，无异于杀鸡取卵，既有悖于文明经商、诚信服务的市场氛围形成，也给整个市场的繁荣发展增加了无形的阻力和巨大的社会成本，市场萎缩带来的苦果最终还得由市场经营者自己来埋单。

在全国集贸市场存在的问题中，经过我们小组的实地调查、亲身经历，总结出来武汉阳逻地区菜市场出现的以下问题：

一.布局不合理，市场基础设施薄弱，建设水平不高，基础设施是农贸市场管理和建设的硬件，但市场最突出的问题是硬件设施问题，顶棚式市场结构，通道式摊位格局，狭小节约型摊位设计，活禽宰杀没有专门设计，熟食摊位没有防蝇设施、水产摊位设计排水不科学，导致场内“脏、乱、差”现象严重。

二.马路市场猖獗，影响市容市貌。目前对农贸市场的管理是多方面多层次的，一些经营者打“时间差”，“候鸟型”马路市场到特定时间把摊点搬到沿街人行道上经营，形成移动式或马路市场，农贸市场管理者和城管局部门也以向马路市场经营者收取一定费用了事，从而在一定程度上默认了马路市场的“合法化”。

三.摊位费租赁收费标准与市场现状不适应。随着城市建设日新月异，城市框架不断扩大，城市居民日益增多，居民对农贸市场的需求与日俱增，但目前阳逻与城市建设相配套的市场网点建设相对滞后，现有的农贸市场存在先天的布局缺陷，已不能适应城市化的发展需要和居民的消费需求。

四.市场法制环境差，管理不到位。阳逻农贸市场管理工作，虽然由城管、工商、环卫等单位根据各管辖职能各司其职，但由于缺乏具体、全面专业的市场管理办法，职责不明确，管理工作受局限。市场管理部门职能交叉，市场发展环境不优，一些职能部门重收费、轻管理、不服务，加重了市场业主和经营户的负担，扰乱了市场的正常经营秩序，而且在很大程度上制约了市场的繁荣。

五.卫生情况不好，脏乱差，臭味很大，存在乱摆乱放现象严重，没有固定摊位，城管没有进行人性化管理，以驱赶式的方法解散摊主，人们素质有待提高，偶尔会发生争吵事件，污染严重，影响附近居民生活，设施简陋，投入不足，农贸市场改造提升难度大，管理落后，规范化程度低，市场环境不容乐观，行政管理混乱。

(二)菜市场存在问题的原因

随着我地城市化建设的不断推进，居民生活条件的改善，人民群众对生活服务质量的要求越来越高，农贸市场在合理布局、设施配套，日常监管，食品安全等方面出现不少矛盾和问题。针对上面提及的问题，我们归纳的原因主要有如下几点：

1、政府方面是主要原因。

第一，政府部门对农贸市场监管难度大。少数政府职能部门与政府官员认为农贸市场已收取了市场设施租赁费，足以维持其正常运转，无需财政投入。事实上，农贸市场经营属于低收益甚至亏损经营的公益事业。同时，农贸市场是各种农产品、副食品、水产品等商品集中交易的场所，由于经营主体复杂多样，尤其是文化程度、法律意识、文明意识等普遍偏低，对食品安全问题未引起足够的重视，对监管部门的监管存在躲避和应付的心理，使得农贸市场监管人员的监管压力大，存在畏难情绪。农贸市场商品来源复杂、销售快捷、销路多样等客观原因使得工商部门事前介入和事后监管的难度增加。而工商部门在监管干部人手方面的缺乏，加之其他监管任务重，不利于强势的执法合力形成。

第二，城区农贸市场监管财政投入相对不足。由于财政投入的相对不足，市场经营单位无能力投入，以营利为目的的企业不愿投入，导致农贸市场的发展与城市建设的发展不同步、不协调。农贸市场的建设滞后于城市建设，不利于城市整体发展。

第三，城区农贸市场监管执行力弱。近年来，农贸市场方面的监管制度比较多，但落实效果不太明显。据调查，农贸市场普遍存在监管人员不足的问题，且不重视对市场监管员的管理培训和继续教育。同时监管人员的独立性不强，家族式管理问题突出，绝大多数农贸市场监管人员与市场开办者都有些沾亲带故的关系。在人才培训方面，难以进行公平公正的权利制衡机制。因此，即使地方政府热衷于制定各类农贸市场监管制度，这些制度大多也只能写在纸上、挂在墙上、喊在嘴上，不能有效地执行，导致农贸市场监管效果不佳。

第四，城区农贸市场监管法律法规不完善。由于农贸市场管理立法层面的缺失，城区农贸市场的市场准入和主体地位模糊，《农贸市场登记证》与市场经营人员的营业执照不符，直接导致农贸市场开办单位职责不清、农贸市场开办者与进场经营者之间的法律关系不明确，从而使工商部门无法开展具有针对性的监管措施并落实开办方的违法责任，大大削弱了监管力度。

2、农贸市场规划滞后且不尽合理。农贸市场和群众日常生活息息相关，所以市场的布局规划选址应考虑居民住宅区的规模分布，在尽可能方便群众到农贸市场采购菜品的同时，兼顾周围居民的生活环境舒适程度和经营者的经济效益问题。从我地目前的情况来看，一是农贸市场的规划严重滞后，设置不合理，二是规划之初盲目追求经济效果、不切实际，使现在存在的问题难以扭转，利益牵扯复杂，难以整治。

3、农贸市场内部设施简陋、设计不合理。市场“脏、乱、差”一直是居民对市场的普遍评价。这几年虽经市场主管单位努力，但改进却不大。一是设施简陋，功能不健全。本地市场最突出的问题是硬件设施问题：棚顶式市场结构、通道式摊位格局，面积狭小的节约型摊位设计是我地农贸市场设计特色。这些市场商位设计不合理。活禽宰杀没有专门设计，熟食商位设计没有防蝇设施，水产商位设计排水不科学等等。由于内部设计不合理，导致场内“脏、乱、差”现象严重，经营户和消费者怨声载道。

4、片面追求经济效益，市场管理混乱。农贸市场是带有公益性功能的农副产品交易场所，一些市场投资者只注重经济效益，造成了市场的无序和混乱。一是一些市场主办者社会责任意识不强。在日常管理中重收费、轻管理、轻责任，把注意力集中在摊位费的收取上。对市场内环境卫生、占道、搭建、扩摊或流动经营等行为视而不见，使脏、乱、差现象普遍存在。二是一些市场主办者只注重眼前利益，经营理念陈旧，短期行为严重，几乎不进行必要的市场维修，对市场的发展缺少竞争、创新的意识，这在一定程度上制约了农贸市场的提升改造、更新换代。三是外部利益群体的介入，造成市场管理无序。

5、场内经营业主、市场经营主体整体素质不高。目前在市场经营的基本上是个体工商户、私营业主，其人员构成比较复杂，文化素质相对较低。一是经营者缺少必要的商品知识、法律知识，食品安全存在隐患，且大量无证经营;二是经营者与市场业主的矛盾时有发生，由摊位安排、市场环境等原因引起，往往影响市场的消费者正常消费;三是场内经营方式传统单一，多是小规模小本经营，经常侵害消费者权益导致矛盾，致使广大消费者对菜市场的满意度不高。

6、马路集市的兴盛，阻碍了正规集市贸易的正常发展。一是马路市场在道路旁摆摊设点，大量人流车流滞留拥挤，长时间内无法疏散，存在着严重的交通隐患。二是因无人监管，食品安全卫生也得不到充分保证，缺斤少两现象严重。三是随意摆放，乱丢乱弃，给市容市貌也造成了不良影响。尽管城管部门一再打击，这些马路市场仍是“春风吹又生”，其不受约束的发展对正规市场的运转造成了严重影响。

(三)解决措施建议

1.认识性的问题。要解决这些问题，首先要对其有一个正确的认识。抓好农贸市场整治，是落实科学发展观在工商实践中的具体体现，政府部门必须责无旁贷，必须要占有主动权和话语权，把整治当成展示自身形象和履职尽责的舞台。要想完成任务，一是要举旗子，明责任，抓落实，强监管。建章立制，定人，定位，定目标，定责任，定标准，定时限。二是要城乡一体，同等对待。向一圈层看齐，实现城乡同等服务，同等标准规范。三是要抓住重点，以点带面;抓住难点，攻关克难;抓住弱点，主动跟进。四是要通过整治，实现“一箭多雕”。通过整治同时要达到市场“三化”建设标准(即标准化、制度化和规范化)，要落实好六大类食品(即五榖根茎类、蛋豆鱼肉类、蔬菜类、水果类、油脂类、奶类)市场准入，要夯实预防公共卫生事件基础和市场分类监管基础。

2.抓住三个关键点

一是举好政府的旗子，安排好政府各部门分牵头工作。

农贸市场整治，工商部门牵头。但工商一家不能“包打天下”，他需要得到市级领导的支 持和帮助，需要得到政府各部门的通力配合和协作。为此，工商局应在事先取得市级领导肯定和认可的前提下，成立农贸市场环境整治工作领导小组，小组成员由工商局来制定，把目标管理下达到各有关部门，把各部门农贸市场监管职责作进一步的明确，实现工商牵头，集体联动，全面整治的目标。同时要求政府各部门要有计划方案，并定期组织工作进度通报，定期组织召开工作例会，汇报进展情况等。

二是要牢牢抓住市场开办方，指导其管理好市场。

沟通是管理的浓缩。必须要解决好市场责任人的认识问题，才能督促其属下市场开办方落实责任，主动规范。为此，工商局要召集各个市场上企业老总和市场开办方座谈，晓之以理，动之以情。告知其城乡环境综合整治是一项长期性的任务，是城乡统筹的具体举措。企业和市场开办方不仅是抓物业管理，更重要的是要履行好市场第一责任人责任，对市场环境、证照、安全、计量、维权、卫生等有督促和管理责任，对市场内的硬件和软件设施有建设和维护责任。告知其企业和政府抓好责任落实就会实现目标一致，互利双赢的目标。

知己知彼，百战不殆。组织市场开办方培训，帮助市场开办方掌握经营户有六大心理弱点，即经营户视钱财如生命，怕停止经营，怕城管的喇叭点名批评，怕扣钱，怕写检查，怕执法部门查处或扣押其物品等;消除市场开办方心理顾虑，即不要怕当前规范市场的困难重重，不要怕企业老总不支持，不投入，不要怕经营户找你扯皮闹事，不要怕没有政府部门给你撑腰打气;要建立规范的农贸市场，一是市场开办方要同经营户签协议或合同。二是要建立经营户保证金管理制度。三是在市场内实行分区管理，建立管理骨干制度。四是成立市场巡查队，履行违规违纪扣缴保证金制度，彻底解决市场内的经营户出摊占道问题和市场外的流动摊贩叫卖情况。五是建立管理骨干培训制度，保证骨干队伍建设水平。六是立柱子，划区位，专人管理，解决秩序混乱和车辆乱停乱放问题。

三是教会工商工作人员如何监管好市场。

同样的，首先还是要解决好认识性问题，不能把农贸市场监管推向其它政府部门或企业，要站稳脚跟，找准切入点和突破口，主动出击。要依据监管和服务相结合，责任和落实并举的原则制定方案措施。要教方式方法，帮助工商所建立“一对一”帮扶制度，把人员分到市场，分到各个区位，明确责任和标准，抓好检查督促。帮助工商工作人员分析市场，掌握市场开办方五怕心理特点。一怕其被政府各部门或有关媒体曝光。二怕政府部门联合整治，联合逗硬。三怕经营户被处罚或通报，对其市场形象有损。四怕经营户集体找事，无法开展工作。五怕市场规范化建设排名靠后。要求市场开办方同工商部门签订责任书;建立目标管理制度;适时组织市场开办方培训;指导完善三化建设标准和市场内经营户索证索票和台账制度管理;帮助其实现划区管理，定点停放，解决出摊占道问题;监管好市场开办方和市场内经营户的经营行为等。

3.落实到具体实处建议

第一、设置统一的管理机构、建立顺畅的协调机制

在各市场的上级管理部门共同协商的基础上，建立一个统一的管理机构，开场日常工作。该机构实现“机构、职责、财务、人员”四分离，开展独立运作，其主要职能是:负责市场物业的经营管理和设施维修、改造及资产管理:开发市场资源，搞好市场交易，促进市场繁荣;开展多种经营，为市场经营者提供经营条件、信息、储运、和生活等方面的有偿服务;搞好环境卫生和消防安全，规范市场管理。建立顺畅的协调机制，解决因缺乏统一管理而出现的各种问题，促进农贸市场的又好又快发展。

第二、探讨“服务进社区”的新途径，解决马路市场存在的问题。

马路市场存在诸多的不足，城管部门也进行了多次整顿，但效果仍不明显，马路市场依旧或明或暗的存在。我们可以调整思路，认可其存在的某些合理性因素，如对居民生活的便利，对农民增收的益处等。在统一规划下，在某些地段划出专门的区域提供其经营，并通过市场管理机构、工商、城管等部门的监管，维持正常的交易秩序。同时，可把这些小市场的管理权划给该区域内有一定实力的大市场，形成“大带小”的市场格局，使统一管理和“服务进社区”互不冲突，方便群众与商贩，实现双赢。

第三、各集贸市场集思广益，在面向大众的基础上，实行特色经营。

各集贸市场进一步突出自身特色，实行错位经营，实现共同繁荣。如特色菜市场可根据其历史悠久、建筑古朴、民俗气息浓厚的特点，强化具有乡土特色的商品经营，如家常泡菜，梅干菜，特色小吃等，通过某些菜品来吸引顾客，形成品牌效应来促进自身的发展。其他集贸市场也可调整自己的思路，通过某些菜品的种类齐全、价格较低来吸引特定消费群，提高自己的人气和知名度。

第四、优化购物环境，使脏、乱、差现象得到根本改观。

集市上畜禽区的脏乱现象，并非完全不可解决的。管理方可与物业部门协商，每隔一定的时间，派出专门人外运垃圾，保证交易区的清洁;同时加强对废弃物的回收与利用，如鸡鸭毛等。通过统一的管理与商贩的自觉维护，保持购物环境的优良。至于对集贸市场的混乱状况的整顿，有关部门须加大工作力度，加强宣传教育，惩戒某些违规商贩，重建市场秩序，促进其正常发展。

第五、通过政策扶持，引进资金，加快市场的市场的升级改造。

加大对市场的政策扶持，如根据经济形势，减少某些税费的征收，对某些商品的生产进行补助等，通过这些措施提高商户经营的积极性，促进市场的健康发展。同时，大力引进资金，采取投资者出资金，政府给政策的方式，对现有集贸市场进行硬件升级。在空地新建菜市场，使市场布局更合理，运行更顺畅，人民群众的生活更方便。

根据以上的基本情况，我得出以下几点结论：

1.菜市场远远没有达到我们预想的状态，建设井然有序的菜市场仍然任重道远，这需要政府相关部门，以及人民群众的积极热烈支持。只要政府管理得当，民主不过分剥夺人们的合法权利，多为老百姓考虑，而且在管理的过程中民主的方式远远比实行强制的措施更好，还有就是老百姓多多支持政府的工作，不可盲目的反对。

2.菜市场的建设应该充分结合当地的实际，什么样的路段是否该设都应调查清楚，就拿阳逻来说菜市场主要是由居民居住以及主要交通干道人流来设立的。

体会：通过这次调查实践，我们锻炼了自身的能力以及了解了社会实事，什么是都不能仅靠一些官方的报告，自己实际了解到的更重要。通过阳逻这个小地方我们看到的仅仅是一小部分，但是从小的地方，我们也可以掌握大的方向。菜市场存在的问题也是大同小异的，希望此次的调查能或多或少的反映一些问题，也希望通过政府和人民的配合支持能将菜市场建设的更好。

**的研究报告作文篇三**

据调查,我国现有盲人500多万，低视力近千万人，尤其是在儿童及青少年当中，患病率极高。全国学生体质健康调研最新数据表明，我国小学生近视眼发病率为22.78%，中学生为55.22%，高中生为70.34%。更令人震惊的是，有份调查报告称，国内因高度近视致盲者已达30多万人。因此儿童及青少年近视的防治越来越为学生、家长及社会所关注。 为什么患近视的学生越来越多?学生的眼睛到底是怎么近视的?仅仅是不良用眼习惯造成的吗?为了解小学生近视情况及引起近视的相关因素，我针对我们学校的部分同学作了一次调查。

1.你是不是近视?

a. 是的 b、 不是

2.你是如何近视的?(不近视的可不答)

a、看电视过度 b、坐姿不端 c. 其它

3 你近视多少度?

a. 100以下 b. 500以下 c. 更高

大多数人都是平时不注意保护眼睛而导致近视的。研究结果表明，近视眼是人眼对当代环境的适应性改变，它的发生与发展与日益增加的近距离用眼活动的环境密切相关，与摄入营养成分的失衡密切相关。而不正确用眼，不注意用眼卫生(如看电视和上网过长等)是现代儿童近视大增的主因。

1 看电视距离太近

2 看电视的时间太长

3 所看电视的画面浓度太深

4 写作业时的姿势不正确

5 在光线太强的阳光下看书

6 在光线太弱的光下看书

7 长时间的在电脑前

8 不合理饮食

9 看激光

10 在车厢里看书

11 遗传因素

12 不认真做眼保健操

通过调查发现，在当今的中学生近视率不断上升，而中学生们对近视这一现象并不加以重视。甚至有人认为近视怎样，戴副眼镜不就得了。还对近视无所谓，错上犯错。许多人常将其归咎于不良的用眼习惯，如看书距离不当、光太暗、持久用眼等。但近年来的医学研究表明，饮食不均衡、睡眠不足、噪音等，也是诱发青少年近视的重要因素。

(一)看书时作姿要端正，光线要充足。读写要坐到离课桌一尺，胸离课桌一拳，眼离课本一尺。

(二)不要在坐车或行走的时候看书，不要躺下看书。读写1小时要远眺10分钟或到户外走动，调节眼睛肌肉。

(三)在课间十分钟坚持做眼保健操。

(四)尽可能少上网或看其他辐射性强的东西。注意作息时间的安排，不能让眼睛长期处于疲劳状态。

(五)不偏食，少吃辣的食品，多吃含维生素c和维生素a，d的食物。

(六)定期到眼科专医作检查，听从医师的指导，逐步矫正视力或防止近视度加深。

为有效预防近视等眼病：一要养成良好的卫生习惯，合理饮食，锻炼身体，保障身心健康;二要纠正不良习惯，养成良好的用眼卫生;三要定期到眼科医院检查眼睛，尤其是高度近视眼患者，及时发现眼病，以便早发现、早治疗。视力关系着我们的一生，我们要爱护我们的眼睛，不让我们将来后悔!

前我的家的面积只有现在的一半，有一个客厅、一个卧室，我就在那里度过了我的婴幼儿时期，我对那时的记忆是朦胧的、模糊的，听妈妈讲那时家里只有一个小彩电、小冰箱、半自动洗衣机、布艺沙发，烧的是蜂窝煤……那是一个简陋而温暖的家。现在让我带你参观一下我的新家吧：

我的新家有一个大客厅、两个卧室、一个书房，还有一个小小的储藏室，以前我就在爸爸妈妈的卧室里住，而现在我有了自己的天地，我也有自主权装饰我这温暖的小天地了：我的被单、床罩、窗帘都是维尼熊的，我的衣柜里装满我的衣服，我还有了书柜、书桌，我把这儿称为“快乐学习天地”，我还在墙上贴满了我喜欢的海报，那一张张海报透出我的天真、快乐，我有了一架钢琴，每天沉浸在音乐的世界中，不管是悲伤还是欢快都使我陶醉，我渐渐有了一些玩具熊，每天晚上我会向它们诉说我当天的传奇故事;我家的客厅里有一个大的电视、皮制沙发、摇摇椅、大书柜，还有我去海南捡的许多贝壳……你说我的家变了吗?

从坏变好，人何尝不希望呢，但要变化是需要一代又一代的艰苦奋斗，让我们好好学习，使我没的主国拜年得更得更加辉煌灿烂!

**的研究报告作文篇四**

据调查研究我国现有盲人500多万，低视力人近千万，尤其是在儿童及青少年当中，患病率极高。为什么会有这么多的人近视?仅仅是不良用眼习惯造成的吗?

1.查阅有关书籍并调查询问同学，了解近视的主要原因。

2.上网浏览，了解先天性和后天性近视。

3.通过多种途径，了解近视可能会引发的并发症。

1看书时作姿要端正，读书或写字时做到“眼离书本一尺远，胸离书桌一拳远，手离笔尖一寸远。”

2不要在坐车或行走的时候看书

4尽可能少上网或看其他辐射性强的东西。注意作息时间的安排，不能让眼睛长期处于疲劳状态。

为有效预防近视等眼病：一要养成良好的卫生习惯，合理饮食，锻炼身体，保障身心健康;二要纠正不良习惯，养成良好的用眼卫生;三要定期到眼科医院检查眼睛，尤其是高度近视眼患者，及时发现眼病，以便早发现、早治疗。眼睛是心灵的窗户，我们一定要好好爱护它 。

**的研究报告作文篇五**

信息技术与小学英语教学的整合，正在成为当前我国信息技术教育乃至整个教育信息化进程中的一个热点问题。在世界其他教育信息化程度较高的国家如美国、加拿大、新加坡等，在信息技术教育发展的过程中，也都是逐渐将信息技术教育与小学英语教学的整合放在十分重要的地位。《基础教育课程改革纲要(试行)》指出：“大力推进信息技术在教学过程中的普遍应用，促进信息技术与教学的整合，逐步实现教学内容的呈现方式、学生的学习方式、教师的教学方式和师生互动方式的变革，充分发挥信息技术的优势，为学生的学习和发展提供丰富多彩的教育环境和有力的学习工具。”

在这种大环境下，我们英语教师必须进一步从自己学科的角度来研究如何使用多媒体网络技术等来辅助自己的教学，把信息技术有机 “地融入到小学英语学科教学中，以计算机及网络技术为核心的信息技术对基础教育所产生的促进和变革作用，对学校和教师实施新课程提出了新的要求，创新地运用信息技术成为教师实施新课程的重要素养之一。为了适应这个发展趋势，小学教师必须进一步从自己学科的角度来研究如何使用信息技术来帮助自己的教学，把信息技术有机地与小学英语教学进行整合——就像使用黑板、粉笔、纸和笔一样自然、流畅，才能更好地适应时代的要求。

新的课程观让我们重新审视延续多年的教学观、质量观、发展观、人才观，深刻影响着教师长期习惯的教学行为。同时随着以计算机为核心的信息技术的不断发展及其在教育中的应用, 对学校教育教学也产生了广泛而深刻的影响，无论是宏观的教育目的、教育内容，还是微观的教学组织形式、教学方法、教学手段，最终都在因之而发生根本性的变革。综上所述，信息技术与小学英语教学的整合，体现了在保证学生主体性的前提下，促进学生全面发展的现代教育思想，必将成为教育改革的着力点和发展方向。

通过“信息技术与小学英语教学的整合”课题的研究，我们力求从理论和实践层面共同推进，提高师生的信息素养，增强师生的信息技术操作能力，真正掌握最先进的教育技术，促进教与学的革命。信息技术与小学英语教学的有效整合研究目的是当前教育教学改革的大方向，怎样合理利用网络资源，有效将信息技术与小学英语教学的有效整合是当前教育教学改革是否取得成效的关键。其应用价值是利用网络信息资源丰富、时效性强的特点，将信息技术与小学英语教学内容有机整合，充分利用各种信息资源，与小学英语教学内容相结合，使学生的学习内容更加丰富多彩，更具有时代气息、更贴近生活;同时也让教师能拓展知识视野，改变传统的学科教学内容，使教材“活”起来，让英语学习更贴近生活。

教师要改变以课件制作、电脑辅助教学即为信息技术与小学英语整合的片面的教学观念，努力贯穿开放的教学理念，充分发挥信息技术的作用，寻求信息技术与小学英语教学相结合的最佳切入点，从而实现人与机、人与人、课程与信息的高度交互，并通过这种教学模式的实现，把学习的时间和空间真正还给学生，创设情境，培养学生的探究意识，让学生自主式地学习，让学生在丰富的学习资源中自由发展。

负责人：

成 员：小学一级教师(英语)

小学高级教师(语文)

小学高级教师(语文)

学一级教师(数学)

小学一级教师(语文)

小学一级教师(数学)

小学一级教师(数学)

小学一级教师(语文)

分工安排：

课题总负责：

制定课题方案：课题组全体成员，

资料搜集整理： 课题组全体成员

阶段总结：

最终成果总结：课题组全体成员

“信息技术与小学英语教学的整合”课题的研究方法主要采用综合运用、文献研究、行动研究法、个案研究、经验总结等方法。课题组成员带领教师立足课堂教学实践，加强学习现代教育教学理论，学会反思、学会批判，在实践中边学习边总结，一方面提高自身专业素养，另一方面提高课堂教学的质量，把全新的课堂带给学生，让课堂焕发出生命力。

本课题研究分三个阶段进行：

1、准备阶段。学习相关理论，确定研究课题，组建课题组，制订相应的研究方案和实施计划，明确分工。了解国内外对信息技术与小学英语学科整合教学研究的现状，进而认识本课题研究的价值。

2、实施阶段。在保定市现代教育技术“”课题研究的成果上，集中精力同时开展课题的研究工作。分别在2个年级实施课程计划及学期方案。分析总结阶段性教学成果写出信息技术与小学英语学科有效整合研究的相关论文。通过课堂教学、问卷调查等活动培养学生学习英语的能力。再次分析、总结教学成果，调整原教学计划，写出信息技术与小学英语教学的有效整合研究存在的问题与对策相关论文。

3、总结阶段。⑴系统整理过程资料，总结研究经验、成果，形成论文。⑵教师课堂教学展示活动; ⑶撰写课题研究报告;并申请结项。

经过一年的认真学习，努力实践，我们的课题研究取得一定的成果。

1、师生信息技术素养得到有效的发展提高，会应用计算机等工具进行信息收集、处理，绝大多数教师能运用信息技术进行课堂教学，将计算机作为自己教和学生学的工具，学生的信息素养也有了明显的提高。

2、教师通过合理应用信息技术和网络资源进行教学，使得学生的思维方式和行为方式都有了新的变化，学生的主体特征凸现，动手欲望加大，创新意识增强，达到较之以往更高的学习水平。

3、从理论和实践层面上，初步构建了符合我校学情的信息技术与小学英语教学整合的教学模式。

4、通过课题研究，锻炼了我们的教师和学生。学校涌现出了一批信息技术运用比较熟练的师生群体，如在我镇总校担任现代教育技术组长的张海迁老师等，有在安新县文体教育局举办的文字录入比赛中获奖的杨子轩季明伟等学生。

5、通过课题实验，教师的教育科研意识和能力都得到加强，新的课程观、质量观、教学观逐步形成。广大教师认真总结自己在实验中的心得体会，撰写的论文分别在各级各类杂志上发表或评比中获奖。

6、课题研究的开展，促进了教师改变长期习惯的教学行为，也使学生的学习方式发生变化，让课堂焕发出新的生命力，有效保证了学校教育质量的稳步提高。

从宏观上讲，信息技术的飞速发展，必然会带动教育从目的、内容、形式、方法到组织的全面改革。从微观上看，信息技术与小学英语教学的整合可为我们教与学构建新的平台。因为网络的交互性有利于激发学生的学习兴趣，计算机的超文本性可实现课堂的高效能管理，多媒体的外部刺激多样性容易激活学生的积极思维。教师在教学中利用信息技术，可以将知识的表达多媒体化，利用信息技术，既可以构建个别化学习环境，也可以营造协作化学习氛围。信息技术教育与小学英语课程的整合，是培养具有创新精神和学习能力人才的有效方法。信息技术与小学英语教学的整合，是提高英语教学效率的重要途径。

在课堂教学实践中，我们力求凸现信息技术和网络的显著特点，在互动化、网络化、情境化方面下功夫。从目前情况看，要真正把计算机网络技术融合到小学英语的教学中去，不是一件简单的事，而是一项长期而艰巨的教学改革任务。我们首先狠抓教师教育理论的学习，立足于教师教育观念的转变;其次是培养骨干，建设队伍;再则就是选择带头教师，力争以点带面。在实验中，我们力求突出信息技术的特点，围绕教学内容的难点，寻找整合实验的关键点。

1.要有课程改革的大视野

信息技术与小学英语教学的整合必须要有课程改革的大视野，必须要以实现课程改革目标为目的。也就是说，整合是在课改的大前提和大背景下进行的。

2.要有全体师生的高素养

要实现信息技术与小学英语教学的整合，很大程度取决于师生的信息素养，因此，要从教师培训机制、学校课程设置、人员经费投入等方面进行改革，切实扭转不利局面，为信息技术与小学英语教学的整合提供保障。

3.要有智能便捷的新平台

对每一个教师而言，在保持和发扬朗读、演讲、板书、绘画等传统的教学基本功的基础上，应当随着课程改革发展的需要，学习新的技能和方法。如搜集、筛选和处理信息的能力、课程开发和整合的能力、信息技术与小学英语教学有机结合的能力、有效整合课程要素、指导学生开展研究性学习和合作学习的能力等等。

我校信息技术与小学英语教学的整合虽然取得了一定的成果，但我们还决心在下阶段进一步深化研究。学校的校园整体改造已正式启动，在不久的将来，当新的“三机一幕”进入教室后，教师和学生的学习将会向更高层次开展。

1、加快校园网络环境的建设。

在校园整体改造中，学校将建成一流的网络设施，学校将继续投入较大的人力和物力来建设学校的网络环境。除了硬件建设外，学校将完善已经建立的小学英语教学资源库，开发学校网络教学平台。

2、加强对教师网络信息技术的培训

首先是积极、认真参加上级培训，加强管理，加强考核;其次是继续进行校级培训，要求四十周岁以下的老师都要较为熟练的掌握信息技术，坚持每年进行电教使用的活动，并不断丰富内容。

3、继续将学生的自主学习与利用网络学习有机的结合起来，将研究课所探索的教学模式不断扩大，应用于平时的常规课教学，使学生的探究性学习在网络环境下得到进一步的开展。

我们坚信在各级领导的关心下，在各位专家的引领下，在兄弟学校的帮助下，我们的思路一定会越来越清晰，我们南地小学的科研之路也一定会越走越宽广。以上就是我们要报告的情况。

**的研究报告作文篇六**

20xx年3月6日明确提出“繁荣发展文化事业和文化产业”，计划将文化产业打造为国民经济的支柱产业。特别提出“加快中西部地区中小城市影院建设”以及增强中华文化国际竞争力和影响力、提升国家软实力的战略。

具体包括:

1、电影院对于影片首轮放映的分账比例原则上不超过50%;2、建议影院年度地产租金原则上不超过年度票房的15%;

3、影院以签约形式加盟院线的，原则上不少于三年。签约期间，影院如改签加盟资产联结在50%以上院线的，经不签约院线协商，可改签加盟资产联结院线;

4、电影院广告放映经营权逐步回归到电影院，制片方可再经营贴片广告。协议内容包括三项：

在原每年引进美国电影配额约20部的基础上，中国将增加14部仅支持3d与imax放映方式的特种片电影;

美方票房分账从原来的不超过18%升至25%;增加中国民营企业发布进口片的机会，打破过去国营公司独大的局面。

从全国影院票房分档来看，1000万~20xx万票房的影院有208家，1000万以上票房的影院有290家(出自艺恩咨询)

影院的影厅大小组合：根据场地、电影的综合效果、经营效益、管理，一般合理的组合是300座中厅+150~200座的中小厅+100~150座的小厅+50~100座的豪华厅。

单座投入产出：假定二线城市或三线发达城市，8厅/1200坐席/中高端影院，单座成本大概0.86万元，单座收入大概1.6~2.1万元。投资回收期：假定上座率为30%，投资回收期为5年;上座率35%，投资回收期为4年;上座率40%，投资回收期为3年。这里假定租金成本为15%。前期投资成本、租金成本、上座率是影响投资回收期的几个重要因素。

**的研究报告作文篇七**

一、 问题的提出

我们现在才刚刚上小学。可我发现我们班戴眼镜的同学很多，有的同学的视力甚至低于了4.5，这也许会给他们以后的生活、学习以及工作带来诸多不便。所以，我想借助这次机会，去研究一下小 学生的视力下降主要涉及到了哪几个因素。

二、调查方法

1、查阅有关视力下降的原因的书籍、报刊、网站等，了解小学生视力下降的主要原因。

2、派发“调查问卷”，了解小学生视力下降的自身原因与人数。

3、通过多种途径，搜集有关视力下降导致的后果。

三、调查情况和资料整理

信息渠道: 电视、网络、书刊等。

涉及的方面:关于近视形成的相关因素。

具体内容:

书籍报刊:近视眼的来源,近视是屈光不正的一种网络:第一位治疗近视眼的医生,1985年美国医生,网络:世界上有多少近视眼,占世界人数的33%杂志:世界上近视度数最高,最高3000度

四、结论

1、根据研究表明，造成近视或视力下降的原因有：

⑴做作业时的姿势不良。

⑵每天花在上网、看电视上的时间比较多。

⑶做眼保健操时不够认真，时不时要睁开眼睛。

⑷经常躺在床上看书的人数超过八成。

所以，养成良好的用眼习惯是保护视力的重点，切勿令心灵的窗户受到损害。

2、下面是针对没有养成良好用眼习惯的同学的建议：

⑴尽量不要在傍晚5点30分以后不开电灯看书或做作业。

⑵做作业时要严格做到“一拳一尺一寸”的目标。

⑶晚上看电视、或者使用电脑，尽量不要关灯，因为这是导致视力下降的一个重点。

⑷不要长时间坐在电视、电脑前，更不要长时间玩游戏。

⑸每天回家自己叫口令，做一遍眼保健操。

⑹不要轻易去戴其它同学的眼镜，这样对自己没有好处，反倒会使自己的视力慢慢下降。

3、目前中国学生近视眼中小学生近视率已达34.6%，高中生近视率已达70%，患者人数超过六千万， 因近视致盲人数达三十万人。视力下降直接影响了我们的学习成绩和升学、就业，并对我们的生理、心理造成不同程度的妨碍。据卫生部、教育部联合调查，目前我国学生近视发生率接近60%，居世界第一位

**的研究报告作文篇八**

一、电影产业发展概况

1、电影产业环境分析

政策环境

电影产业的政策环境整体趋好，部委之间的互动和协作逐渐增多，文化部、广电局出台的政策，得到国务院办公厅、财政部、中国人民银行等主管部门的配套支持和实施条件补给。

20xx年9月，国务院通过《电影产业促进法(草案)》，旨在提升文化产业水平、促进电影产业健康发展，推动电影行业由行政法规监管转向专门法监管。《(草案)》提出要降低市场准入门槛，便利市场主体、社会资本进入电影产业，首次对社会资本投资电影摄制等业务不做限制。同时减少了行政审批，强化了备案制在电影摄制、放映和对外展销环节的运用，有利于减少行政审批缩短投资周期;在信息公开方面也强调主管部门及时公布电影基本情况和放映环节经营单位的情况，利于减少行业重复投资。《(草案)》在专项基金、税收优惠、基础设施改造升级等多方面都做出了详尽的规定，将助力全产业链全面均衡发展。

《电影产业促进法》降低了行业准入门槛

政策覆盖全产业链

经济环境

发达国家经验表明，人均gdp达到3000美元时，文化需求会进入快速发展期，人均 gdp 达到 5000 美元时就会出现井喷式发展。 根据国家统计局公布最新经济数据，20xx 年中国人均 gdp 约为7485 美元，文化需求被迅速激活，人均gdp增长为其电影消费奠定了经济基础。20xx年中国城镇化率达到54.77%，城镇化推动了商业地产的快速发展。商业地产集购物、休闲、餐饮、娱乐于一身，在初期为了吸引客流，影院配套不可或缺。商业地产的发展直接带动了影院投资的增长，20xx年底，中国影院数量达到5700家，银幕数量2.36万块，为电影产业发展提供了基础设施。

资本、互联网经济和影视产业化布局成为电影产业发展的重要经济环境因素。20xx年上半年，上市公司中涉及影视行业并购事件已超过30件，平均一周一件并购案，而去年a股涉及影视行业的并购案件为54件。20xx年以来资本对电影产业的渗透，延续了 20xx 年的资本热度和景气，运作模式包括影视基金、借壳上市、上市公司并购等。bat 为代表的互联网经济和商业主体开始影视业务布局，分别成立爱奇艺影业、百度影业、阿里影业、腾讯影业等公司，通过互联网功能和平台优势，挖掘电影产业链存量市场，并开始探索电影后产业环节的增量部分。同时上市影视公司寻求多元化发展，以丰富互动娱乐业务为目标，如华谊兄弟领投手游发行商咸鱼游戏a轮融资。

社会环境

观影人群快速增长，90后成观影主力。20xx年上半年中国电影总观影人次再次高速增长，同比增长46%。从观众年龄分布来看，90后已经成为观影主力，占比从20xx年的52%上升至今年上半年的57%，其中，95后观影群体迅速扩大，占比从20xx年的仅4%窜升至今年初的15%。从学历分布看，大学本/专科占到8成，高知白领成为中国核心电影观众，该群体对电影的消费和需求代表了主体电影观众的意见。

中国电影新力量正在快速崛起，新晋、跨界导演作品以及话题性、粉丝电影显著增加，这些电影打破固定模式，受到年轻主流和核心观众的喜爱。随着影院终端的发展，观众可接受的内容和信息愈加广泛，观众对电影内容的需求会趋于定向和精细。

2、电影产业规模分析

中国电影产业规模整体在高速增长，国内票房收入占比逐年增高，从20xx年的61.8%攀升到20xx年的81.4%，国内票房增速除 20xx 年低于产业规模增速之外，20xx-20xx 年都以高出 10%的速度增值，但 20xx 年差值缩窄到 5%以内，电影产业规模增速的动力开始部分转向到国内非票房和海外销售的拉动上，20xx-20xx 年二者的平均增速分别为32.1%、32.8%，可以预见后续几年二者将逐步保持稳定增速，共同带来产业规模的增加。不过，参照北美电影业的发展情况，中国电影产业成长的动力，在未来都需要借助多元盈利渠道来拓展。

电影市场票房收入方面，20xx年1月-6月，中国大陆市场票房总计202.4亿，同比增长48.9%。20xx上半年新片158部(1月1日-6月30日上映)，其中国产影片117部，票房86.7亿，单部平均票房7410万;进口影片33部，票房107.1亿，单部平均票房3.2亿;特殊影片8部(纯港片和纯台片)，票房6105万，单部平均票房763万。

纵观过去几年的票房趋势，国产片和进口片票房贡献净差在 20xx-20xx 年大致维持在 8-12%比例，20xx 年被后者反超为-4%，20xx年恢复反弹后拉大到 18%，20xx 年实现回归，恢复到平均范围内。在国产片和排片保护政策，以及引进片审查机制背景下，预计后续几年国产片和进口片的贡献差值将继续维持在平均范围内。从国产片、进口片票房增速对比来看，二者的平均增长率分别为 37%、40%，前者对中国电影总票房的贡献度要低于后者，国产片需要进一步提高票房竞争力。

20xx年上半年国内票房过亿的影片总计42部，其中国产影片22部，票房81.1亿，吸引2.3亿人次观影;进口影片20部，票房104.9亿，吸引2.8亿人次观影。国产过亿影片票房集中在2-5亿区间，进口过亿影片则在1-2亿区间及9亿以上区间占较多数量。

全球范围内，20xx年全球电影票房收入增速与20xx年相比下降3个百分点，主要原因是受到北美市场放缓所影响。艺恩咨询预计，未来几年内，全球电影票房仍将保持5%的平均增速。

继20xx年票房出现负增长后，20xx 年北美电影票房增速再次掉入负增长，延续了20xx 年票房增速放缓之后的颓势，导致110亿美元大关的票房预期成为泡影。缓速增长甚至下降将成为未来北美票房市场的一个特点，原因包括观影人次增长乏力、票价压力、其他发行窗口分流、续集表现不佳、全球发行问题等因素。事实上，这种下降趋势还发生在日本、英国、德国、俄罗斯、澳大利亚等多数国家。

不过，20xx年北美、亚洲、西欧仍为全球重要电影票房市场，其中中国电影票房占全球电影总票房总额突破10%，相较于20xx年增长2.5%;相应地，北美由20xx年的30.4%占比下降了2.7%，北美的市场总额进一步被分摊;中国与北美之间的总额差距由20xx年的20.4%，缩窄为20xx年的15.2%，但是中国票房仍不及北美的一半。

3、电影市场发展趋势分析

产业链延伸、跨界经营和互联网化并购潮将会持续

影视公司的跨界行为是以围绕产业链的细分领域而进行，具备清晰盈利模式的手游业务成为诸多影视公司参投的重要对象;宣发部分受到互联网的影响最为直接，因而也成为影视公司加强产业链整合力度的关键节点，通过对外并购、产品研发等手段覆盖在线购票相关业务。

影视公司与互联网的联姻表现在跨界和互联网化过程，产业链中的内容制作、终端和衍生品节点成为互联网化的重要实施方向，如阿里、腾讯两大互联网巨头参与华谊20xx年36亿定增方案，华谊以此接入阿里电商和腾讯社交娱乐资源，并有针对地进行项目合作与计划执行。

20xx-20xx年影视公司跨界与互联网化分析

在线票务高速发展，电影发行去中介化

20xx年到20xx年是在线票务高速发展阶段，根据易观智库数据，20xx年第1季度中国在线电影票务(包括传统线上团购和在线选座)市场份额已经达到63.42%，具有市场先发优势的猫眼电影、格瓦拉排名一二，bat旗下的微信电影票、淘宝电影、百度糯米也在奋起直追。电影在线票务主要把握的是电影的发行、营销环节，利润主要来源于票务服务费、宣传发行费。近期，参与联合出品的电影，票务网站参与出品的电影可以最终进行票房分成，票务网站盈利模式发生了实质性的变化，在线票务网站已经部分具有发行功能，未来这一趋势会被进一步强化。

电影营销进入移动互联时期

电影产业的互联网化最先开始于营销领域。早在门户网站时期，电影互联网营销主要表现为在新浪、搜狐等门户的娱乐版块发布电影上映信息以及相关新闻报道，这实质上仅是纸媒、电视等传统媒体电影宣传内容向互联网的迁移，并不是真正意义上的营销。社交网站时期，以微博为代表的社交网络蓬勃兴起，20xx年《失恋 33 天》迎合了这种传播趋势，在社交网站发布预告片，进行病毒式传播，在票房冷清的11月创造了 3.5 亿元的佳绩。随着移动互联网时代的到来，移动营销以其精准性高、互动性强等优势迅速获得广告主认可，20xx 年中国移动营销市场规模达到134.3亿元，20xx年达到472.2亿元，未来电影营销移动化的趋势将会加强。

院线集中度提高、影院建设城市层级下沉

目前我国院线行业集中度较低，而院线集中度的提高有利于加强对上游物业租赁的议价能力，降低成本，与上游采用更为灵活的分账比例及合作形式，提高盈利能力。万达院线的上市刺激了院线市场的资本集中和市场聚集，院线行业将从充分竞争阶段过渡到规模和品牌竞争阶段，大地院线、金逸院线、上海联合等将加速 ipo 步伐;国内院线或将在资本市场的帮助下进行一系列的兼并收购，形成 5—8 条主力院线拥有80%左右市场份额的格局，使得院线市场真正地成熟起来。届时，电影产业链上的放映环节发挥终端优势，在影院银幕数的增长之下带动中国电影票房市场的扩张。

随着一线城市影院建设的逐渐饱和，影院投资逐渐向二、三线城市流动，城市层级下沉。20xx年新增1234 家影院，除北京、上海、广州、深圳4个一线城市之外，二、三线城市共建设803家影院，占总影院数的 65%，一线城市仅占 10%，这表明一线城市对新建影院不再具有吸引力，二、三线城市正式成为院线竞争的主要阵地。除一线城市影院建设市场的相对饱和之外，二、三线城市的建设和经济发展也是重要的原因，它们的人口规模都在百万以上，拥有一定的居民消费能力，巨大的市场潜力和相对合理化的成本投入，诱使影院投资公司纷纷将目光锁定二、三线城市。

二、电影行业产业链分析

1、电影行业产业链

从传统的产业链来看，电影行业主要分为制片商、发行商、院线和影院四个环节。其中制片和发行处于产业链上游，而院线和影院处于下游。后续几个部分我们将按此分别进行分析和讨论。

电影产业链

20xx年以来，以bat为主体的互联网公司加速进入影视产业，他们以技术、平台、用户思维重塑影视产业链，带来影视产业格局新发化，并在颠覆影视产业链中寻找利润空间。 bat从视频平台和渠道端定位，逐步向上游内容环节和终端用户延展，分别通过宣发、ip孵化、众筹投资，以及大数据分析、在线票务、在线点播等手段，介入内容制作和观众营销，影视产业链节点更趋多元，利益市场化带来新模式和新商业机会，影视内容、互联网模式与城镇经济、居民娱乐消费的连接更加紧密。我们将在企业介绍章节中更为详细的介绍bat在电影方面的业务布局。

互联网化影视产业链

互联网的进入为电影融资、项目筹备提供了一些便利。融资方面，对于大额资金而言，各种影视线上创投平台层出不穷，直接对接电影片方和资金方，并在项目筛选、评估方面提供增值服务，使更多的业外资本能够更加便捷、更加专业的分享电影产业发展的红利，避免了投资的盲目性;对于小额资金而言，众筹在电影产业开始兴起，以余额宝为代表的类众筹产品投资门槛已降至100元，任何人都可以成为电影的投资人。

项目筹备方面，电影项目决策一直以来较为盲目，缺乏理性数据支持。传统电影产业无法记录的数据可以在互联网上沉淀下来，如用户视频网站电影观看数据，影院用户观影行为数据，票务网站电影购票数据等等。通过对这些海量大数据的挖掘、分析，制作方可以得出有效的项目目标观众属性数据，观影行为数据、ip 舆情数据等等，为项目编剧、选择演员提供重要依据，大大降低电影投资风险。

以猫眼电影、格瓦拉为代表的电影在线票务平台蓬勃兴起，对传统电影发行产生了剧烈影响。在线电影票务网站绕过院线和影院，连接观众和座位，并且依靠观众向片方要营销费用，向院线争取排片，打乱了传统的发行、放映体系。三四线城市是目前中国电影票房增长的主要驱动力，但这些区域单个影院或城市的票房产出有限，而传统的电影发行公司渗透成本高。线上发行边际成本低，可提升这类城市的发行效率。

互联网已经成为观众获取电影营销物料的主要渠道，占比 92.25%。其中从微博、微信等社交网站获得电影上映信息的人群占据43.77%，从视频网站贴片广告、预告片获得信息的人群占据 13.35%。微博重传播、视频网站重内容，两者结合成为电影片方进行营销宣传的主要平台。

整体产业链的价值分配主要以票房分账来实现。从目前来看，除去电影基金(5%)和营业税(3.3%)以外，剩下的分账制片方+发行方占到了43%，院线+影院占到了 57%，且无论是国产片还是海外片，院线+影院的分成比例大约都在 55%-60%之间，十分稳定;发行环节则存在较大的差异。

各类型影片分账比例

注：(1)分账大片是指按照票房分账的形式引进的电影，分成比例为扣除电影专项资金及营业税后，制片方获得25%，发行方分成比例 18，其余为院线和影院;分账片来自美国好莱坞，影片质量优良，上映时间一般与北美基本同步或滞后一个月以内;

(2)批片是指直接买断国内发行权而不需和制片商分账的电影，电影不局限于美国，发行权购买金额从几十万美元到几百万美元不等，整体质量和分账片有差距;扣除电影专项资金及营业税后，发行方票房分成比例 43%，院线及影院分57%。

票房的分账按照层层抽取方式进行：

1. 影院收到票房收入后，扣除电影基金和营业税，按照合约收取应得部分的分账，然后交给院线(如有)或发行方;

2. 院线扣除分账后将剩余部分交给发行方;

3. 发行方收取发行代理费、服务费或按比例收取分账收入，扣除代垫的宣发费用(如有)后，将剩余部分交给出品方;

4. 出品方收到分成后确认收入或缴纳指标管理费(进口片)等相关费用。

除影院缴纳的3.3%营业税外，其它各方不需缴纳营业税;上映后至票房结算至发行方至少需要3个月;结算至出品方需要3到6个月。

2、制片市场分析

以 20xx 年为分界点，国产故事片产出总部数开始从稳步增长转为减量减速，国产片从数量竞争开始步入到单片产出效果和票房竞争阶段，提高产能利用率成为关键。作为电影生产的最后一个环节，院线上映成为衡量影片投资回报的基本要素，国产片上映比例已从20xx年的低谷改善至目前已跨越 60%，但对于电影投资制片方，还需关注除上映比例之外的票房总数、票房增长潜力、周票房占比及增长速度等最终产出结果。

20xx 年各类型电影中动作、科幻、爱情影片累计票房贡献比例高达 66.3%，此三种类型基本上各占 22%的市场总额，成为电影市场主流细分类型;相反，战争、剧情、纪实等近期观影市场缩小或偏小众的类型影片，累计票房贡献不到5%，相比于魔幻类型的有市场但供给偏少的特点，此三种类型属于市场虚火性质;另外，惊悚类型与魔幻类型一样，存在票房增长和产量优化的提升空间。单片票房占比产出上，科幻、魔幻、动作居前三甲。

根据调研数据显示，有57.87%的被调研人群青睐科幻电影。就科幻片而言，国内影市的供给远远落后于中国观众们迅速增长的观影需求。中国科幻片起步正面临“内外困境”。一方面在好莱坞大片的连年轰炸下，国内观众已经被培养出“好莱坞科幻片适应症”，好莱坞影片的优势在于对市场需求的把握贴切。另一方面，好莱坞科幻大片代表了美国先进的电影工业化体系，剧情、技术与思想都是国产科幻发展的软肋，可以说国产科幻几乎还没有真正的积累。但是好莱坞科幻片的成功意味着国内影市的潜力，并会刺激国产科幻加快进步。

国产片中，喜剧、爱情类影片受欢迎程度最高，其中喜剧类型收获超7成受访人群的青睐。《泰囧》、《致青春》和《心花路放》等喜剧和校园爱情片获得巨大成功，致使这类中小成本的电影逐渐受到业内重视。但是，这类影片作为类型片的一种，仍是以追求利润的最大化作为目的和原则，这些影片开创了电影商业资本的时代，让场外资金看到了电影市场的巨大潜力，而其成功的原因主要是对市场需求的贴切把握。

目前“ip”概念被热炒，由文学作品催生出热门ip，进而改编成电影的链条式产业逐渐受到行业重视。从调研结果来看，由小说、游戏及动漫转化而来的观影意愿合计达到75.27%，其中“非常强”观影意愿的人群占据37.19%，这意味着优秀的ip在改编电影前确实已经拥有了大量粉丝，而这些粉丝也是电影最直接的受众。但是转化率问题一直是片方的痛点，尤其反映在网络ip上，根据网文改编的影视作品，在人物关系对应、核心情节设计等方面仍然较为薄弱，导致很大一部分改编电影票房未如理想。

电影是动漫产业中的重要环节，国际化以及衍生性兼备。日本和美国是公认的动漫产业最为发达的国家，动漫电影作为类型片的一种，经历数十载的发展历程，已经形成了较为成熟的体系，在整个电影市场占据十分重要的位置。特别是在美国，动漫电影是动漫产业发展的重要支撑，通过优秀的动漫电影延伸至全球市场，并借助脍炙人口的动漫角色向其他领域拓展衍生。

20xx年国内动漫电影票房达到30.5亿，同比增长88%，其中国产电影票房为11.3亿，同比增长85.2%。具体来看，华强动漫的熊出没票房达到2.48亿人民币，但大部分电影票房在 4000-6000 万之间，整体格局非常分散。

据艺恩咨询统计，国产动漫电影除了 11 亿的国内票房之外，还涉及到相关版权收入(海外版权、网络版权、电视版权、商品化授权等)约 6.2 亿，但与海外的著名ip相比，商品化率明显偏低。

20xx年动漫电影《西游之大圣归来》累计票房突破9亿人民币，击败《功夫熊猫2》获得国内动漫电影票房冠军，与此同时《大圣归来》获得了业内良好口碑，仅700多万元的宣发费用依赖口碑营销逆袭市场。《大圣归来》的成功点燃了国产动漫电影的热情，预计后续与海外动漫电影的竞争中，国漫电影的竞争地位将不断提高。

在制片市场竞争格局方面，20xx年电影制片机构top15 合占约 30%的市场总额，平均占比2%，市场较为分散，主体间的差距区分度不够，行业龙头实力有限。传统电影制片机构中，中影凭借数量优势继续取得的领先地位，万达影视加码电影制作环节，跃居民营公司首位;光线影业主力宣发，华谊兄弟实施去电影化战略，导致二者总额占比下降。一九零五网络作为电影频道子公司，在《变形金刚 4》高票房的助推下，市场上升最快，进入年度前五。文化投资公司华盖映月参与年度国产票房冠军《心花怒放》出品，分得1.27%总额;以电视剧为主业的中联华盟、华策影视、唐德国际在电影产业利好、影视联动效应作用之下，纷纷进入前十名。

上游制片环节竞争格局分散，究其原因，是新的主创力量和资本不断进入，且电影制片风险共担制度的普及，制作环节新晋力量参与制片市场的空间仍然很大;来自新人新作的优秀内容供给仍在爆发中。以 20xx 年现象级国产影片为例，《捉妖记》参与的制片机构达 11 家，《煎饼侠》参与制片机构为 4 家，《西游记之大圣归来》参与制片机构 11家，且 3 部影片的主创团队均为新晋团队。

近三年票房前十影片制作方

3、宣发市场分析

20xx年中国电影发行企业市场总额，发行市场前十机构总份额接近 90%，其中中影、华夏由于垄断分账片发行，两家发行市场份额超过 50%。中影基本与20xx年持平，继续坐稳头把交椅;华夏以超二成的比例独居第二阵营。光线、博纳和万达跻身top5，影联传媒、福建恒业和安石英纳异军突起，传统豪强华谊兄弟表现较为颓势。

值得关注的是，光线传媒、万达影视、乐视影业均为纵向整合经营特点突出的公司，在20xx年之后快速崛起。光线传媒从发行环节切入制片，品牌及份额快速扩张;万达影视与万达院线具备“制片-发行-放映”纵向一体化经营基础;乐视影业长于发行，并有乐视网作为新媒体院线渠道支撑。

如果仅考虑国产片市场，光线、博纳、万达、乐视、华谊几大公司发行份额在 60%左右。

20xx-20xx中国电影发行市场集中度top10

根据艺恩咨询的数据，20xx年中国电影营销费用从20xx年的11亿元增至20xx年的36亿元，增速从 20xx 年起稳定在 20%至 25%之间。从营销手段和方式上看，新的营销模式层出不穷，有视频营销、整合营销、大数据营销、跨ip营销、移动营销等。影片要素方面，影评和口碑在传播力和影响力方面也远超其他基本要素，这意味着ugc模块价值所在，用户参与并完成整个观影流程的闭环，使得影片再次传播。

4、院线、影院市场分析

我国的“院线制”是在国家行政引导下起步。最初，电影到达观众主要是按照行政区域供片，采取省市县逐级层层发行放映的模式，为了提高发行效率，引入市场化机制，20xx年12月国家广播电影电视总局、文化部联合颁发了《关于改革电影发行放映机制的实施细则(试行)的通知》，正式确立了院线为主体的发行放映体制，由院线直接对接发行制片单位，成为我国院线发展历史上的里程碑事件。20xx年6月我国首批30条院线正式成立运营，大多是由当地省市电影公司转制而成，经过十多年的发展，20xx年底，全国共有院线47条，国有院线占主导，但民营院线快速成长渐成主力。

在整个电影产业链中，院线及影院处于中下游，主要涉及电影的院线发行和放映部分，按照现行的票房分账制度，在扣除了 8.3%电影发展基金和税金的净票房中一般可占52%的比例，确保了较好的现金流水平。院线的经营模式主要分纯资产联结、资产联结为主加盟为辅和签约加盟为主三种模式。纯资产联结以万达院线为代表，能够实现旗下影院的统一品牌和统一管理，海外对标院线也大多是这一模式。以资产联结为主加盟为辅的模式以广东大地和金逸珠江为代表，而中影星美、北京新影联和上海联合则是以签约加盟为主、资产联结为辅。

我国现有城市院线的经营模式

截止到 20xx 年底，中国城市院线数为47条，农村院线252条，二者双双增长，但是由于实际上很多农村院线采取得合并运作，因而实际的农村院线数量为231条。未来国内城市院线将在整合、并购之中实现市场集中度的提升、运营效率的提高，形成 5-8家规模较大的龙头院线;另外，农村院线数量则在政策性扩展保护下缓慢增长。

20xx 年城市院线总票房为 294.21 亿元，国内47条城市院线中过亿院线达33条，同比增长4条。突破 10 亿院线较 20xx 年增加 4 条到 10 条，主力院线规模进一步扩大，市场维持“一超多强”局面。根据院线年度总票房及增速、市场总额等维度，院线前三梯队为：第一梯队，年总票房在40亿元以上，目前只有万达院线属于此区间，为格局中的“一超”;第二梯队，年总票房在 20-30 亿元之间，分别是中影星美、大地院线、上海联和院线、广州金逸珠江、中影南方新干线5条院线;第三梯队是年总票房在10-20 亿元之间，分别是浙江时代、中影数字院线、横店院线、北京新影联4条院线。

从市场集中度来看，20xx年我国排名前五的院线产出了45.35%的票房份额，低于北美前五大院线53.7%的份额，且远低于韩国和香港的80.00%以上，因此相较成熟市场，我国院线市场的集中度有待提升。

20xx年全球院线集中度情况

在电影院方面，20xx年上半年全国新增影院600家，新增银幕数为2449块，平均每日新增13.5块，全国累计银幕26244块，银幕增长率同比下降6%。

新增影院数增长缓慢与影院上座率普遍低下不无关系，20xx年全国影院上座率不足16%，影院产能利用率严重不足，而20xx至20xx年全国影院平均上座率仅为13%~16%，85%的产能被闲置，这意味着提升上座率与观影频次将大有作为。

5、在线票务市场分析

在线票务服务在智能硬件普及和人口红利的因素下，迅速发展导致市场扩充，但是竞争同质化严重。截止到目前，全国至少80%的影院已经支持线上售票。在移动互联网的大趋势下，预计到20xx年底，支持线上售票的影院比例将至少提升至85%。

在线票务业务有多方切入，包括影评网站、院线、社交平台、入口类app、团购网站、专业票务网站、电商网站等。下面简单对各类参与方作简单介绍：

影评网站：豆瓣、时光网等以影评、电影评分为重要产品的网站，用户以电影发烧友为主。这类用户对平台的忠诚度高，观影频次高，购买转化潜力大，此类网站线上电影用户资源优势强。但一般不具备充足的资金实力，进行线下影院拓展。影院资源的掌控能力，以及未来对二三线城市的深耕是其未来发展瓶颈。

院线：院线系票务网站建立的初衷在于方便影院会员购票，提高观众的忠诚度。由于直接把控影院资源，院线系票务网站在价格，与制片沟通效率方面，占据优势。院线系票务网站以自己旗下影院为主，影院数量较少是用户不愿意购买的直接原因。

社交平台：由于社交平台已成为电影片方进行电影宣传的重要阵地。口碑作为观众观影前重要的考量指标，对观影转化具有非常重要的意义。作为一个社交关系相对封闭平台，微博在话题发酵，观影舆论形成、影片造势方面均成为其优势体现。

入口类app：入口类模式主要是在超级app中嵌入直接支持购票的入口，依托本身的用户优势及产品属性(比如地理属性、支付属性等)关联电影票务。百度入口为：百度搜索+百度地图+百度糯米、微信入口：app钱包+微信上的院线公众号、支付宝入口：支付宝app的淘宝电影入口。从bat三家入口对比来看，百度覆盖更全面，而微信的入口较深、影响购票体验，但是其朋友圈的广告价值意义重大。支付宝的购票导引主要借助低价票推送，竞争手段单一，用户形成习惯购票意识较难。

团购网站：团购网站拥有成熟的o2o商业模式，且目前同时支持在线选座和团购电影票业务。团购类网站线上拥有多年积累的海量生活服务用户和线下全国各线城市的地推、商家资源布局，三四线城市已充分渗透。目前团购的电影票业务开始分化：一类是细分业务，垂直电影发展，以美团为例，单独成立猫眼电影独立运作，目前在在线选座市场占据35.9%的份额。另一类是以百度糯米和大众点评为主，以构建多场景生活消费，给电影票业务做增量。

专业票务网站：专业票务网站成立时间较早，主要有两大类：一类是综合类的票务网站，如格瓦拉、蜘蛛网，还售卖运动场馆等其他票务;一类为电影票专营网站，如卖座网、抠电影。专业化程度高，善于线上、线下活动的策划、实施，专业票务网站有自己的用户社区进行观影评论、互动，用户粘性高，体验性好。

电商网站：京东类电商网站的电影票在线售票业务，由于具有流量优势以及健全交易支付体系，电影票导流即可正常运营。由于线下影院资源布局严重不足，在实际业务中，此类票务公司以与专业电影票务公司合作模式为主，接入网票网、抠电影等网站平台。

20xx年中国电影票房线上出票135.7亿元，占到该年总票房的45.8%，同比上涨179.07%。20xx年1季度中国在线电影票务市场收入为60.8亿元，占据63.42%市场份额，其中在线选座占42%，传统线上团购占21%，总体同比增长95.69%，增长的主要原因是在线票务市场资源进一步集中，体现在猫眼、格瓦拉等垂直票务厂商的市场份额在逐渐增大，由此也拉动在线选座占比快速提升

**的研究报告作文篇九**

一、中国电影迎来了新春天

xx年对于中国电影而言是非常不平凡的一年。面对宏观经济更为复杂严峻的形势和网络大电影等“小屏”文化消费的挑战，中国电影在20xx年爆发式增长的较高起点上，票房增速放缓。根据中商产业研究院发布的《20xx-20xx年中国电影行业研究及市场投资决策报告》数据显示，20xx年全年收获票房457.12亿元，同比上年的440.69亿，增幅仅3.73%。

20xx-20xx年中国票房收入统计

数据来源：中商产业研究院

中国电影票房排行榜top20

数据来源：中商产业研究院

二、国产影片vs进口影片

xx年，国产电影票房266.63亿元，占票房总额的58.33%;国产电影海外票房和销售收入38.25亿元，同比增长38.08%。

20xx-20xx年中国电影票房贡献率

数据来源：中商产业研究院

20xx-20xx年中国国产电影票房收入

数据来源：中商产业研究院

20xx-20xx年中国进口影片票房收入统计

数据来源：中商产业研究院

三、各地区电影票房排行榜

xx年，全国共有11个省份电影票房突破10亿，广东、江苏和浙江三大强省依旧排在前三，三省的票房都超过30亿大关。其中排在榜首的广东本年度收入为66.6亿，遥遥领先第二位24.7亿，差距比去年同期有所扩大。江苏排在第二名，本年度收入41.9亿。排在第三的浙江比江苏落后近7.3亿，收入34.6亿。上海反超北京排在第四位，本年度进账30.4亿 %;北京本年度收入30.3亿，仅落后上海0.1亿，涨幅在前五名中垫底。

xx年各省市电影票房排行榜

四、影片创作数量

xx年共创作生产故事影片772部、动画影片49部、科教电影67部、纪录电影32部、特种电影24部，总计944部。故事影片数量和影片总数量分别比上年增长12.54%和6.31%。

20xx年电影各类型票房占比情况

数据来源：中商产业研究院

20xx-20xx年中国国产故事片产量统计

数据来源：中商产业研究院

五、中国消费者观影需求日益旺盛

xx年全国新增影院1612家，新增银幕9552块。目前中国银幕总数已达41179块，成为世界上电影银幕最多的国家。

20xx-20xx年中国影院及银幕数量

数据来源：中商产业研究院

xx年，相比之下观影人次13.72亿左右，比上年的12.6亿，增幅8.89%。

20xx-20xx年中国观影人次统计

数据来源：中商产业研究院

六、中国电影产业发展逐步回归理性

20xx年，国内电影票房迎来了近十年中最高涨幅，同比上涨49%达440亿元。20xx年农历新年，周星驰的《美人鱼》成为爆款，一举斩获近34亿的票房登顶票房史冠军。同时连带农历档的《澳门风云3》《西游记之三打白骨精》都分别创下过10亿的票房，此后便一蹶不振。

无论是暑期档，还是中秋档、国庆档，票房表现都可谓惨淡。中国电影市场在近三年呈现出野蛮生长的态势，“票补”、“幽灵票房”等现象层出不穷，造成电影票房泡沫化现象，从证监会到广电总局都在出手调整行业乱象。11月7日，《电影产业促进法》出台，亮点之处在于减少审批项目、降低准入门槛，同时明令禁止电影发行企业、电影院通过制造虚假交易、虚报销售收入等不正当手段欺骗误导观众。

近三年，绑架了影视行业多年的资本曾以不同的方式乱入，给影视行业带来泡沫的同时，也催生了一批烂片。作家刘震云在多个场合炮轰电影市场：“中国银幕越来越多，票房越来越高，但洒狗血的，胸大无脑，不说人话的电影居多。最近几年观众发生了非常大的变化，已经不再单纯为这类视觉效果、全明星阵容的电影买单。”

高质量的、贴近生活的本土电影正在推进中国电影娱乐业的蓬勃发展。国际电影进入中国市场的配额制度，以及国产影片资金投入的增加，都促进了本土电影的繁荣。当下，中国的电影屏幕正以每年几千块的数量增加，但人均拥有电影屏幕数量仍远低于美国，这表明中国电影市场的潜力依然很大。而与电影业的欣欣向荣相适应，中国电影产业在未来几年内将涌现出更多本土领军者。

中商产业研究院是深圳中商情大数据股份有限公司(股票代码：838497)下辖的研究机构，是中国领先的产业研究咨询服务机构。公司每年发布研究报告上千份;研究范围涵盖智能装备制造、新能源、新材料、新金融、新消费、“互联网+”等新兴领域。中商产业研究院致力于为国内外企业、各级政府部门、科研院所、投融资机构、会计师事务所、律师事务所等提供各类数据服务、行业研究报告，同时为客户提供高价值的咨询服务，如商业计划书、项目可行性研究、产业规划、ppp项目咨询、特色小镇咨询、ipo募投可研、民营银行及保险公司筹建咨询等服务。

**的研究报告作文篇十**

据调查研究我国现有盲人500多万，低视力近千万人，尤其是在儿童及青少年当中，患病率极高。全国学生体质健康调研最新数据表明，我国小学生近视眼发病率为22、78%，中学生为55、22%，高中生为70、34%。更令人震惊的是，有份调查报告称，国内因高度近视致盲者已达30多万人。因此儿童及青少年近视的防治越来越为学生、家长及社会所关注。为什么患近视的青少年越来越多?孩子们的眼睛到底是怎么近视的?仅仅是不良用眼习惯造成的吗?为了解中学生近视情况及引起近视的相关因素，我针对我们学校的部分七年级同学作了一次调查。

(略)

大多数人都是平时不注意保护眼睛而导致近视的。研究结果表明，近视眼是人眼对当代环境的适应性改变，它的发生与发展与日益增加的近距离用眼活动的环境密切相关，与摄入营养成分的失衡密切相关。而不正确用眼，不注意用眼卫生(如看电视和上网过长等)是现代儿童近视大增的主因。

看电视距离太近

在光线太强的阳光下看书

在光线太弱的光下看书

长时间的在电脑前

不合理饮食

一：问题的提出：

眼睛是心灵的窗户，拥有了一双健康明亮的眼睛，外面五彩缤纷，千姿百态的世界才能一目了然，才能更好的学习，生活。但进入高中以来，我们班越来越多的同学戴上了眼睛，同学们的视力越来越差为什么会有这么多的人近视?为什么会引发近视?近视有哪些危害?又有哪些预防方法?仅仅是不良用眼习惯造成的吗?

二：研究目的：调查我校学生的近视情况，找出近视的原因、近视对个人的影响及其预防和治疗方案。

三：研究方法：

1、通过网上调查和询问同学，老师，了解近视的主要原因。

2、走访当地小学，初中，了解近视的发病率及学生中存在的问题。

四：研究结果：

1、现象：全国学生体质健康调研最新数据表明，我国小学生近视眼发病率为22、8%，

中学生为55、2%，高中生为70、3%。

2 近视的原因

专家分析，主要是四点原因：学生用眼过度;用眼不卫生;缺乏眼保健知识;

饮食结构单一，缺乏眼营养。其中，63%的学生用眼时间过长，60%的学生不注意用眼卫生，50%左右的学生没有认真做好眼保健操，60%左右的学生缺少眼营养补充。

因此，近视的主要原因是看书学习，这是因为学生面临的学习压力较大，尤其是在高中生阶段有较多的作业和考试，导致了两长一短的现象，即每日学习时间长，一次连续作业时间长，睡眠时间短。

中学生眼球正处于生长发育阶段，调节能力很强，伸展性也较大。但是长时间的注视近物，视力负荷过重，致使眼睛得不到充分休息，是导致近视进展的主要原因。调查发现大部分同学的近视是始于高中阶段，或者是在高中时期，近视的程度变得更加深。所以同学们在学习的过程中一定要注意劳逸结合，适时放松眼睛，如眺望远方，做眼保健操等。

我们发现看电视和玩电脑对近视的影响也越来越大。如今生活水平高了，大家重视生活质量，家家户户都有电视机，现在的大学生的电脑普及率也越来越高。然而，这些电子产品给我们的精神生活带来富足的同时也给我们的健康带来了隐患。事实上，这些隐患是可以避免的，这就要求大家做到合理使用这些电子产品。

其他用眼不卫生情况包括使用不洁净的毛巾或手擦眼睛、走路、乘车时看书，在强光下看书写字等等。这些情况也不容忽视，因为它是20%的近视的引发因素。至于遗传方面的原因则要注意不能近亲结婚，近亲结婚加大了后代近视等疾病的发病机会。

3、近视的危害：

近视对人造成一定的困扰，就调查显示，这些影响大部分表现在生活中。据资料显示，近视对生活具有如下危害：

①视力低下，给生活带来诸多不便;

②中高度近视，会导致眼球突出，眼睑松弛，影响容貌;

③近视患者其白内障、青光眼的发病率明显高于正常人;

④中高度近视，特别是高度近视容易引发玻璃体混浊、视网膜出血和脱离而致盲;

⑤近视超过600度可产生一定的遗传因素，不但影响自己，而且会影响下一代，这是最可怕的。

人们也考虑到了近视对学习的影响，如一些专业对视力有着较为严格的要求：

①单眼视力低于1、0者，不能录取理工类的海洋运输、船舶驾驶、民航航行管理业;

②双眼视力低于1、0者，不能录取警校、军官学校、精密仪器、海关专业;

③单眼视力低于1、0者，不能录取医科、艺术类的舞蹈、音乐、电影、摄影专业;不认真做眼保健操

通过调查发现，在当今的中学生近视率不断上升，而中学生们对近视这一现象并不加以重视。甚至有人认为近视怎样，戴副眼镜不就得了。还对近视无所谓，错上犯错。许多人常将其归咎于不良的用眼习惯，如看书距离不当、光太暗、持久用眼等。但近年来的医学研究表明，饮食不均衡、睡眠不足、噪音等，也是诱发青少年近视的重要因素。

(一)看书时作姿要端正，光线要充足。读写要坐到离课桌一尺，胸离课桌一拳，眼离课本一尺。

(三)在课间十分钟坚持做眼保健操。

(五)不偏食，少吃辣的食品，多吃含维生素c和维生素a，d的食物。

(六)定期到眼科专医作检查，听从仪医师的指导，逐步矫正视力或防止近视度加深。

为有效预防近视等眼病：一要养成良好的卫生习惯，合理饮食，锻炼身体，保障身心健康;二要纠正不良习惯，养成良好的用眼卫生;三要定期到眼科医院检查眼睛，尤其是高度近视眼患者，及时发现眼病，以便早发现、早治疗。视力关系着我们的一生，我们要爱护我们的眼睛，不让我们将来后悔。面对21世纪视觉危机的挑战，我们要勇于接受挑战，战胜敌人!

**的研究报告作文篇十一**

大家都知道，现在低碳生活成为一种时尚的生活。那么什么是低碳生活呢?为什么要提倡低碳生活呢?于是，我对低碳生活做了一次调查。

1.上网了解，什么叫做低碳生活。

2.查阅书籍，阅读报刊，想想为什么要提倡低碳生活。

3.做一次家庭调查，了解用电情况。

(1)月份 总用电量 峰电 谷电 用空调天数

6月7月 360 175 185 28

(2)低碳生活就是指生活作息时所耗用的能量要尽力减少，从而减低碳，特别是二氧化碳的排放量，从而减少对大气的污染，减缓生态恶化，主要是从节电节气和回收三个环节来改变生活细节。

(3)低碳生活”虽然是个新概念，提出的却是世界可持续发展的老问题，它反映了人类因气候变化而对未来产生的担忧，世界对此问题的共识日益增多。全球变暖等气候问题致使人类不得不考量目前的生态环境。人类意识到生产和消费过程中出现的过量碳排放是形成气候问题的重要因素之一，因而要减少碳排放就要相应优化和约束某些消费和生产活动来提倡低碳生活。

1.低碳生活，对于我们这些普通人来说是一种态度，而不是能力，我们应该积极提倡并去实践低碳生活，要注意4个节：节电、节水、节油、节气，从这些点滴做起。

2.低碳含义是提倡绿色生活和社会环保，更重要的是得到每个人和全社会的支持。希望我们每个人都能做到自己力所能及的事。低碳生活就是指生活作息时所耗用的能量要尽力减少，从而减低碳，特别是二氧化碳的排放量，从而减少对大气的污染，减缓生态恶化，主要是从节电节气和回收三个环节来改变生活细节。

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