# 2024年研究报告(15篇)

来源：网络 作者：梦回唐朝 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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？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。研究报告篇一(略)大多数人都是平时不...*

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。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的报告吗？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。

**研究报告篇一**

(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!

**研究报告篇二**

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。

**研究报告篇三**

我从电视上看到了喝饮料的害处，又想到我也是不折不扣的“可乐迷”，现在牙齿出现了一些症状，我想，小学生喝可乐的伤害有没有。所以，我对此展开了调查。

(1)从网站上了解中小学生喝可乐的害处。

(2)通过电视的新闻联播上，了解中小学生喝可乐，现在是什么样子。

信息的渠道

涉及的方面

具体内容

通过互联网调查

小学生喝可乐的害处

喝可乐多会牙齿受到腐蚀儿童饮可乐有害。

可乐中含有咖啡因，1瓶340克的可乐型饮料含有咖啡因50～80毫克。有人做过试验，成年人一次口服咖啡因1克以上，可以引起中枢神经系统兴奋，呼吸加快、心动过速、失眠、眼花、耳鸣。即使1次服用1克以下，由于胃黏膜受到刺激，也会出现恶心、呕吐、眩晕、心悸、心前区疼痛等中毒症状。

通过电视的新闻联播

小学生喝可乐，现在是什么样子。

呼吸加快、心动过速、失眠、眼花、耳鸣。会出现恶心、呕吐、眩晕、心悸、心前区疼痛等中毒症状。一项研究显示，汽水会加速骨质流失，尤其爱喝可乐的少女，骨折的几率是不喝汽水者的5倍!

喝可乐多会牙齿受到腐蚀儿童饮可乐有害。可乐中含有咖啡因，1瓶340克的可乐型饮料含有咖啡因50～80毫克。有人做过试验，成年人一次口服咖啡因1克以上，可以引起中枢神经系统兴奋，呼吸加快、心动过速、失眠、眼花、耳鸣。即使1次服用1克以下，由于胃黏膜受到刺激，也会出现恶心、呕吐、眩晕、心悸、心前区疼痛等中毒症状。小儿对咖啡因较成人更敏感，所以不要给孩子喝可乐型饮料。少女谨防骨质疏松。一项研究显示，汽水会加速骨质流失，尤其爱喝可乐的少女，骨折的几率是不喝汽水者的5倍!

专家指出，可乐中的磷酸可能是造成易骨折的原因，磷酸对骨质有害，因为磷酸对钙的新陈代谢和骨质有不利影响。所以，我们尽量不要接触可乐，因为我们对可乐很敏感。

**研究报告篇四**

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。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。(1)系统整理过程资料，总结研究经验、成果，形成论文。(2)教师课堂教学展示活动;(3)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。

**研究报告篇五**

第一章项目背景和条件

一、项目背景

泸溪县辖镇。1949年为武溪镇，1950年属一区，1958年设武溪公社，1980年复镇。位于县境东南部，面积4、6平方公里，人口0、6万，距县城9公里。原为县城，1996年县府迁白沙镇。319国道经此。辖东正街、西正街、北正街、南正街4个居委会和五里州、城郊、称砣山3个村委会。农作物有水稻、玉米、蔬菜。乡镇企业有印刷厂、米粉厂、糖厂等。

二、项目建设必要性

武溪镇是“以农副产品集散为主的集镇”，覆盖区域广，商贸流通量大，区域内农业、农副产品资源十分丰富，其椪柑、蔬菜等产品独具特色，品质绝佳，常年来此地经营的客商络绎不绝，交易十分活跃。长期以来武溪镇没有一个规范的交易市场，集贸经营秩序零散混乱，严重阻碍了商品交流规模扩大，严重制约了当地社会经济的发展。随着市场经济的不断发展，人民群众生活水平的不断提高，以及当前县委、县政府提出的建立国家“礼貌县城”活动深入展开，现有的以街为市，以路为市，占到经营，人车混乱的现状严重制约商品流通和集镇发展，已不能满足当前社会经济发展和人民生活需要，群众怨声载道，当地政府面临严峻的工作挑战和舆论压力。建设一个规范的农贸市场，是带动当地农民发展生产，实现商品转化，解决集镇富余人员就业，加快城镇建设，拉动区域经济发展，维护社会稳定的有效途径。根据社会和经济发展趋势，武溪镇农贸市场必将会建设，但是，依照以上所述，尽快尽早建设武溪镇农贸市场已是势在必行，十分必要。

第二章项目规划设计方案

一、项目规划设计原则

1、以人为本，便民利民的选址原则。在选址及规划安排上注重老百姓的需求，不太偏太远，周边环境相对宽敞，人流进出、车辆周转有充分回旋余地。经多方论证，项目最终选址在武溪镇北正街。

2、合理布局，精心设计的原则。新市场的设计贴合现代化市场的标准，适应当前经营要求，充分做好采光、通风、排水、消防、卫生、垃圾处理、管理、输配电、内部通道及出入口等一系列合理设计，使菜场经营和居民消费能够在一个良好的、和谐的环境中进行。

3、适度超前，业态提升的原则。在内部结构优化设计的基础上，同时注重外围环境配套设施的同步完善，其外围有近500平方米的场地，可满足市场停车，物流运输配送等要求。

4、发挥优势，打造特色的原则。引导成立柑桔、蔬菜等营销协会，加强行业自律与指导。把新市场建设和发展成为有地方特色的示范龙头市场，打造品牌，推动市场的健康稳步发展。

5、规范管理，人民满意的原则。市场建成后，政府只进行宏观调控和政策引导。原有的蔬菜、肉食、水产、农产品、水果批发等商户全部进场经营，市场的管理既可持续原有模式，或是引进市场化的经营管理方式。进场经营后，其一更便于加强市场统一管理，相关规章制度场内经营户更容易理解和遵守；其二利于和谐社会的建设，由市场来管理市场，政府与老百姓的摩擦减少，政府只在关键时候进行协调，利于政府与老百姓间良好关系的构建；其三便于引进竞争机制，进一步激活市场，使市场向更加健康活跃的新型现代化市场迈进。

二、项目建设规模

该农贸市场占地面积4300m2，其中农贸面积2300m2，综合面积20xx2，中心通道高4米，主体工程为钢管框架结构，顶棚采用透明塑胶瓦，可设85个交易摊位，基本满足20xx人的日交易需求。

第三章组织结构和劳动定员

一、组织结构

项目立项后，镇政府将专门成立建设领导小组，负责招商引资及项目招投标和工程监督，项目动工后领导小组办公室将与建筑承包商一齐合作，监督工程施工质量及工程进度，全面协调施工中遇到的各种问题。

二、劳动定员

工程施工上，将严格按照设计要求，聘请相当资质的建筑单位前来施工，严把质量关，控制工程进度，保证工程达标，项目完工后，将专设机构对农贸市场的卫生日常使用实行管理。

第四章建设工期

思考到当地人民群众对该市场建设的迫切需要，以及市场建设前期各项准备工作基本就绪，且该农贸市场为小型工程，施工技术不复杂，安装工程较简单，该农贸市场建设工期为11个月。

第五章投资估算与资金筹措

一、估算依据

(1)项目估算依据省建委颁发的有关湖南省建筑工程预算定额工料表规定进行。

(2)省建委建筑工程部发布各地市主要材料最高限价。

(3)主要材料按当地市场平均价格估算。

二、投资估算

(1)主体工程为钢管框架结构，顶棚采用透明塑胶瓦，材料价格按当地市场平均价估算，造价大约300元/平方米，计126万元。

(2)交易台及装饰为简单装修按市场的普通标准适合市场的需求每平方造价55元/平方米，计24万元。

(3)水、电设施、消防设施等按估算为30万元。

(4)其他配套设施如肉食摊位、水产品交易摊位等特殊摊位估算20万元。

(5)店铺门面改造费80万元(其市场内共有48户，每户按照200元给予扶持改造)。

(6)其他费用140万元。

项目合计总投资420万元。

三、资金筹措

项目建设资金的筹措拟采取如下办法:

1、自筹资金120万元。

2、地方配套200万元。

3、申请省级扶持申请补助100万元。

第六章效益分析与评价

一、社会效益

1、武溪镇农贸市场建成后，能彻底解决本镇长期以来构成的以路为市、以街为市、占道经营、人车混乱的局面，为商品经营者带给一个良好的经营场所。

2、能促进本镇集镇建设，改善市容市貌，彻底治理市场环境，整治脏、乱、差状况。

3、交通阻塞、人行不畅的问题得到解决，交通不安全、社会治安不稳定因素将进一步减少。

4、为发展经济，带给方便安全的交易场所，促进农产品、林特、水产品、农副产品的交流，拓宽商品交易渠道，为加快农村产业化建设，加速实现富民强镇创造条件。

5、促进市场规范化管理，从而使违规违法行为得到控制，推进市场经营秩序朝着良好的方向发展。

6、有利于政府行政职能部门充分有效地发挥职能作用，强化管理，控制偷税漏税，增加国家和地方财政收入。

7、项目建设能解决部分社会富余人员就业问题。

二、经济效益

该市场为国家投资公益性小型建设项目，项目属政府行为，按照“以市场养市场”的要求，本经济效益只对市场设施日常维护和管理人员工资以及还款计划和偿还潜力进行内部财务分析；不对税收，动态投资，财产折旧，收入敏感性等经济效益进行分析和评估。

第七章可行性结论

武溪汉王镇兴建农贸市场所在地既是该镇的政治、经济、文化中心，也是周边乡镇的物资交流中心，流动人口较多，承担着本镇和周边乡镇近3万人的商品服务。区域商品资源十分丰富，发展前景十分广阔。该项目不仅仅社会效益显著，而且在经营收入保守估算的状况下，经济效益仍很可观，项目完全能够到达预测的经济效益。

本项目技术规划方案合理可行，经济社会效益良好，经研究论证认为项目是完全可行的。

第八章推荐

武溪镇农贸市场建设对发展武溪经济，改善集镇面貌都具有十分重要的作用，当地政府和人民群众都十分支持项目建设，盼望尽快实施该项目，为使这一项目顺利实施，期望各级政府及主管部门给予大力支持，同时给有必要优惠政策，是该项目如期建设成功。

**研究报告篇六**

一、 问题的提出

“事实学习”课型是自然学科的重要基础课。其教学的中心内容是指导学生认识自然的事实，包括认识事物的名称、个体的显著特征、认识事物和现象变化的结果、过程。其典型课例有《生活中的静电现象》、《空气》、《岩石》、《铜、铁、铝》等。在“事实学习”课型中，包含许多基本的科学知识，强调对事物描述的准确、对事物性质的理解、对特征或变化结果的认识。在传统的教学过程中，教师过分看重学生是否掌握了全部的知识，是否记住了事物的特征或变化的结果，而忽视调查、观察、设计、实验、收集数据、探讨等活动。教师也往往容易满足于学生规规矩矩地学，老老实实地记、听，以致相当多的学生对自然学科不感兴趣，甚至厌恶。要改变这种现状，就必须改变听、读、学、记的教学方法，改变以知识为重点的教学，运用探究的方法实施“事实学习”课型的学习。

二、 探究为中心实施“事实学习”课型教学的理论依据

（一）探究教学能有效吸引学生的学习兴趣

教育心理学的研究表明，学生的学习动机是多种多样的，但主要受学习的目的性、学习的成就感、学习中的交往和认识兴趣四个因素的影响。其中，兴趣是推动学生学习的一种最主要的内部动力。依据起因不同，兴趣可以分为直接兴趣和间接兴趣。因此，坚持兴趣在教学中的作用，就要求自然教学中加强动手“做”科学和体验探究过程，强调运用探究为中心的方法进行科学教育。

（二）探究教学有充分的理论研究基础

“事实学习”课型教学中，认识的物体和现象都紧密联系着学生周围的生活。例如青蛙、水、空气、铜、铁、铝、蚂蚁、根、叶、四季的的特征等事物和现象，学生经常接触到而且十分感兴趣。因此，要将这些兴趣稳固下来，成为学生深入研究科学的内驱力，就必须通过以探究为中心，实施“事实学习”课型的教学。

三、 以探究为中心实施“事实学习”课型教学的教学目标

以探究为中心实施“事实学习”课型教学的教学目标框架是以自然事实和现象的知识为载体，以探究过程的操作和体验为途径，培养学生良好的科学素养。

1.让学生充分体验对自然事实探究的过程和乐趣，形成对科学探究的强烈兴趣和好学求知的欲望，形成认真细致、实事求是的科学态度，培养勇于探究、不断创新的精神，形成科学的世界观。

2.培养学生具有对简单的自然事物和现象进行分析、综合的能力，初步具有科学探究的能力，了解探究的基本程序和方法；

3.认识自然事实的形态、构造、性质、变化。

四、 教学策略

（一）精心选择教学材料的策略

材料是探究的基础，要设计以探究为中心的教学过程，首先必须精心选择、准备有结构的材料。所谓材料的结构性是指材料与所要进行的探究活动有密切的联系，学生通过对材料的摆弄能揭示自然事实的性质和特征，体现探究过程的科学性和合理性。例如《电磁铁（一）》的教学，一位教师选用三套不同的制作电磁铁线圈的材料：① 用较细的漆包线（沿海版自然教材配套实验材料）；②使用直径0.6毫米的裸铜线；③ 使用带绝缘塑料的电话线。教师把三套材料分别用于三个班的教学，其结果是：使用①②套材料，学生制作电磁铁的时间占用约20分钟，探究其性质的时间却只有短短的几分钟，而且制作的电磁铁效果也不理想。使用第三套材料制作线圈，仅花不到5分钟的时间，留给学生用于探究其性质的时间充裕，探究的气氛热烈，而且实验效果明显，有助于学生发现电磁铁的性质。有此可见，第三套材料体现了材料的结构性和合理性，适合学生的探究。

（二）指导探究的策略

以探究为中心实施“事实学习”课型教学中，要求给学生一个灵活、自由的空间让其充分探究，但也不能放任自流、任其发展。有经验的老师总是密切观察学生的探究活动，从中发现学生探究过程遇到的困难，适时给予精心启发、有效指导。

1.精心诱导，激发探索的动机

教育心理学认为：需要指向某一具体对象，产生达到目的的欲望时就形成了探索的动机。因此，利用矛盾悬念或趣味活动让学生置身于一种探索问题的活动中，可以有效激起学生探索的兴趣，形成探索的动机。例如在教学《叶子》一课，学生对几乎每天都能见到的树叶非常熟悉，看起来似乎没有什么能吸引学生。然而，知识的兴趣并不是一下就能看到的，其源泉是藏在深处的。教师可以布置孩子们课前收集校园的各种树叶，上课时通过“给树叶找妈妈”的游戏，就可以把孩子们的兴趣吸引到叶子的不同形状上来，并引导学生说出各自的理由。通过老师的精心诱导，孩子们了解、探索、思考的欲望随之就被激发起来了。

2.指导掌握科学的探究方法

社会资讯和信息技术发展,使人们越来越感到掌握学习的方法比掌握知识更重要，良好的方法使人们更能发挥自身的潜力。而在科学研究中，评价人的科学素质高低的标准应该是能否提出新的问题和提出解决问题的新方法。因此，担负科学启蒙教育任务的自然课，必须渗透科学的思维方法和浅显的科学研究方法的教育。其中包括：① 分析与综合的方法。研究某一自然事物时，一般可以先整体了解，然后将整体分成多个组成部分进行探究，最后再综合认识，即按整体à部分à整体的过程分析综合学习。例如《鱼》的教学，可以先让学生收集有关鱼类的资料、图片，在课前让学生阅读有关资料。课堂上让学生观察鱼身体的组成，提出疑问，设计实验，对鱼各部分器官的作用进行探究认识，总结出鱼类的共同特征。最后可以将自己探究的结论和收集的材料汇编、装订成为资料保存。② 比较与分类的方法。例如《各种各样的根》一课中认识直根与须根，可以通过比较，找出它们的相同点和不同点再分类。③ 观察与实验的方法。例如用按顺序的方法、对比的方法观察，用对比或模拟的方法实验等。另外，还应渗透数学分析、抽象与概括等探究的方法的运用。

3、恰当的评价

每一个探究活动，都是学生积极学习的具体体现。对探究活动的评价应遵循两个原则：①保护积极性原则。对学生参与的态度、情感和成果予以充分的肯定，倡导坚持不懈、实事求是的探索精神。② 重过程评价的原则。不简单以成果、结论肯定或否定每一个探索者。过程的体验、过程的实施方法和操作是评价的重要取向。

**研究报告篇七**

参与初中思想品德学生良好学习习惯培养的课题研究近一年来，自己的工作忙碌而充实。可谓：在研究中成长、在辛苦中收获、在学习中提高。

最直接的感觉是忙碌。一是忙于读书。开展课题研究，首先就要寻找课题研究的理论依据，进行理论奠基;在研究过程中，更要自始至终以先进的教育理论来指导自己的研究活动和实践活动，并通过研究和实践，验证、补充或发展他人的理论。课题研究的全过程，是学习理论、运用理论、提升理论的过程。这就必须让阅读成为习惯。阅读经典虽然益处多多，但远没有功利性阅读、消遣性阅读来的快乐，所以我常常在经抵制诱惑的艰苦的思想斗争中手忙脚乱。二是忙于写。由于自己的文学功底实在太薄，写作时失语现象特别多，话到嘴边吐不出，出来的也总是词不达意，所以写作对我来说耗时耗力，反反复复，很苦闷。

但是一份耕耘，一份收获，付出与回报是成正比的。

一是课题研究更新了自己的教学理念。由于课题研究注重了研究学生，又特别关注细节，这加深了自己对教学的感悟与体验，使自己的经验得以丰富，课堂教训得到修正，教学的理念也不断更新与优化。比如原来备课多是站在教师立场上去设计与策划，想方设法的让自己的课变得花枝招展，而现在是在吃透教材的基础上，把学生的需求作为载体，创造性的使用教材，努力让自己的课堂变得简洁有力，易于被学生理解和接受;原来听课注重课堂教学活动与教学表现，现在知道要将教学活动与教学情境及教学内容结合起来，即“怎么教”是服务于“教什么”的等等。

二是课题研究规范了自己的教学行为。自从参加课题研究之后，伴随着理论的学习及研究的深入，上课过程中不断地规范自己的教学行为。比如，对照由全区老师们研讨形成的思想品德课的教学环节的要求，我在原来的授课中，对于诸如“复习旧课、评价激励、导入新课、明确目标、归纳总结”等环节并不重视，也就常常给忽略掉。但现在由于所担任的子课题“课前预习、课堂参与、课后归纳总结”的研究，这些环节都成为不可或缺的内容。我把复习与预习相结合，先检查后评价激励，通过创设情景及例题解析促使学生参与课堂等等。归纳总结习惯的养成则经历了“由课上到课后”的过程，这些做法使我的课堂教学不再随意、随便，得以规范，也促进了课堂教学水平不断提高。

三是课题研究促进了教学反思能力的提高。课题研究的整个过程，每进行一个步骤都需要自觉主动地反思自己的行为。只有对自己的教学实践认真的反思、审视自己的工作，才能发现解决课题的方法。通过回顾、诊断自己的行为，或肯定、强化，或否定、修正。“反思”由被迫到自觉再到成为习惯。通过反思修正了自己研究的方向与策略，调整了自己的教学的行为。

四是课题研究使我敢于、乐于尝试新的教与学的模式。这主要是对小组合作学习的尝试。合作学习是在新课程理念下的一种重要的学习方式，但以前的时候一说小组合作，我总感觉它不适用于思想品德学科，因为我们没有英语、数学学科那么多琐碎的知识点和巨大的练习量，而且使用起来那么麻烦，如科学分组、指导合作、培养组长、合理评价等等。可当我的“课堂参与”子课题的研究进入到这样一种阶段：创设情境、评价激励等手段都不能促使学生大范围尤其是学困生参与课堂的时候，我不得不着手使用小组合作了。而事实证明，合作学习的课堂充满生命的活力，充满人性的光辉。学生在小组内充分发表自己的看法，交流见解、拓宽思路，能力强的主动帮助其他同学，帮他们理解，教他们表达，在合作学习中增加了学困生参与课堂的信心，创造了全员参与的条件，学习的效率大幅度提高，老师教的轻松，学生学的快乐。课题研究让我的教学进入了全新的领域。

总之，课题研究对我而言是一个新的起点。它既是严峻的挑战也是难得的机遇，让我产生了危机感和紧迫感，要成为研究型的教师，我还要继续耕耘，继续收获。

**研究报告篇八**

紧扣“为民务实清廉”这个主题，通过开展专项整治，推动“四风”突出问题和群众反映强烈的切身利益问题的整改落实，使党员、干部作风进一步转变，为民务实清廉形象进一步树立，党群干群关系进一步密切，基层基础进一步夯实，更快更好的建设统筹城乡示范镇。

镇委镇政府把专项整治作为教育实践活动整改落实的重中之重，以严肃的态度、严格的标准、严明的纪律狠抓整改落实。

(一)明确工作职责。镇党委书记认真履行第一责任人职责，亲自主持制定专项整治方案，牵头协调解决整改中的难点问题，以身作则、身体力行，带头自查自纠、真抓真管，推动班子抓落实，督促下级搞整治。镇教育实践活动领导小组对专项整治工作负总责，要根据中央和省委、市委、区委部署重点整治任务，结合我镇实际，明确整治重点，细化专项整治内容，明确各项整治任务的责任单位和牵头负责人，明确整改落实的路线图、任务书和时间表。

(二)强化督促指导。镇委督导组把专项整治作为整改落实、建章立制环节的重要着力点，从严从紧，真督实促，对整治方案不聚焦、措施不具体、专项整治不力的，及时指出、批评、纠正。镇教育实践活动领导小组及办公室通过加强指导、严格把关，确保整改到位，出实效。

(三)建立情况汇报通报制度。每月镇教育实践活动领导小组办公室总结一次专项整治进展情况，以内部通报的形式适时通报情况。

(一)整治“门难进、脸难看、事难办”

一是在设立意见箱，公布联系方式，充分利用“椰城纠风热线”，广泛听取社会各界人士意见建议，受理群众投诉“庸懒散奢贪”问题。二是开展纪律作风整顿活动，坚决纠正对群众来访办理业务时爱理不理、高高在上、态度生硬恶劣、对群众的诉求不理睬、不予答复、不及时答复以及无正当理由延时超时办理等问题。三是采取明察暗访、重点抽查等方式，加强经常性督促检查，大力查处上班时间擅自离岗，办事扯皮、推诿推脱等行为。四是优化办事流程，提升效能，提升为民服务水平。

(二)整治公款送礼、公款吃喝、奢侈浪费

一是严禁违反公务接待管理规定超陪餐人数安排工作餐，严禁超标准用餐，严禁用餐提供香烟和高档酒水等行为。二是严禁用公款安排与正常公务活动无关的宴请，严禁用公款安排旅游观光、打高尔夫等活动。三是杜绝重大节庆或假日期间公款购买、印制、邮寄、赠送贺年卡、明信片、挂历等物品以及用公款购买赠送烟花爆竹、烟酒、花卉、食品等年货节礼。四是严肃查处在高档豪华餐馆、私人会所、农家乐等场所进行公款吃喝、赊账吃喝和其他违反规定用公款大吃大喝行为。五是严禁以开展学习交流、考察调研之名组织异地单位(部门)进行公款吃请;严禁到风景名胜区举办会议和活动。

(三)整治超标配备公车、多占办公用房、新建楼堂馆所

严格执行区关于整治超标配备公车、多占办公用房、新建楼堂馆所的各项规定，全面开展清理查处领导干部超面积占有、使用办公用房问题;超标准配置办公家具、办公用品或配置与办公无关的其他设施设备问题和领导干部违规多占住房等问题，无违规现象发生。

(四)整治“三公”经费开支过大

严格遵守区关于整治“三公”经费开支过大的各项规定，禁止报销任何超范围、超标准以及与相关公务活动无关的费用。禁止公务接待超标准，一律实行先审批后接待。禁止以举办会议、培训等名义列支、转移、隐匿接待费开支。进一步规范公务消费行为，全镇“三公”经费支出下降5%。

(五)整治“形象工程”和“政绩工程”

严格遵守区关于整治“形象工程”和“政绩工程”的各项规定，纠正不计资源环境代价追求短期利益、盲目铺摊子上项目的行为，杜绝“形象工程”、“政绩工程”。严格政府债务管理，无违规现象发生。

(六)整治群众反映强烈的切身利益问题

1、严格遵守区关于整治群众反映强烈的切身利益问题的各项规定。一是严格依据市政府下达的相关征地通告和省、市出台的统一年产值、青苗及地上附着物补偿相关标准开展征地工作。征地款项由区财政部门直接拨付至村集体银行账户。征地款分配时，由村民小组会议民主讨论确定征地款分配方案并公示、签名确认。分配方案报镇纪委审核、报财政所核对无误后，由银行将征地款进一步划拨给各被征地农户。通过镇政府、镇纪委和财政所对征地款分配使用监督审核，确保征地资金足额发放和安全使用。二是履行征地拆迁公告、征地拆迁补偿安置方案公告和征地拆迁补偿登记制度，及时公开征地拆迁信息。

**研究报告篇九**

随着人们生活水平的不断提高，生活需求也越来越高，但环保意识却没有加强，现在的环境问题还是很突出，我们的日常生活都面临着十分严重的环保压力。环保问题层出不穷，全球变暖、北极冰层断裂、冰川融化使一些岛国淹没等等，一系列重大的环保生态问题威胁着一个地区、一个国家甚至是地球的生存，我们必须重视环境问题!

为使我们居住的城市变得更美好，为使我们的国家不再遭受灾难，保护环境、提出低碳从我做起。近日，我对低碳生活展开了一次调查。

1、上网浏览，了解环保问题有多严重。

2、查阅书籍，找寻问题的解决方法。

3、实地调查，了解我们小区的环保情况。

全球变暖是一个大问题，而造成全球变暖的原因就是平时有过多的二氧化碳排放，因此，我们要尽可能少排放二氧化碳，平时节约一度电，少开一次车，节约能源，减少污染，做到低碳生活、环保生活。总体来说，这次调查我受益匪浅，我知道了二氧化碳排放的严重性，了解了“低碳”的方法，而且也知道了我们居住小区的绿化率对我们生活的重要性。从现在开始，我要做到：

1、多骑自行车、多坐公交车，为节能减排出力。

2、重复使用纸张，双面打印，以发电子邮件形式进行信息交流，保护森林。

3、使用节能电器，电器使用后完全关闭电源，节约用电;适度使用空调，控制一定的温度。

我呼吁：让我们倡导低碳生活，做绿色公民吧!祝愿我们的城市变得越来越美丽，我们的生活越来越美好

一.问题的提出

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。

二.调查方法

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。

三.调查情况和资料整理

(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。

四.结论

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。

**研究报告篇十**

随着网购人数的日益增多，网上的支付方式也呈现一种多样化的状态，由于网银付款的程序繁杂，更多便捷的支付方式久而久之便取代了它。随着人们消费观念的进步，许多人喜欢用信用卡购物，考虑到这一点，一种网上的“信用卡”横空出世——蚂蚁花呗。这是一款支付宝与蚂蚁金服合作完成的新的支付方式，简单便捷，也解决了一些群体支付宝里余额不足的“赊购”的消费行为。

一、研究目的

1.通过研究各个年龄段的人群对支付宝蚂蚁花呗的看法和愿意使用支付宝蚂蚁花呗的数据收集。

2.通过此次研究，进一步了解各个年龄段对支付宝蚂蚁花呗的看法和是否愿意使用。

二、研究过程

研究标题：支付宝蚂蚁花呗使用情况的研究分析报告

研究人：郑晓茵

研究时间：20xx年11月30日-20xx年12月04日

研究对象：各个年龄段使用支付宝的成年人

研究方法：通过网络问卷的形式进行研究，采取随机研究的方法

三、研究结果

纵观现在的网购市场，除了支付宝能够与传统的银行抗衡，已经没有其他的网购支付工具可以战胜传统银行了，所以蚂蚁金服选择和支付宝联手霸占网购市场，是非常聪明的一种做法了。说到这里，大家就会想象得到未来就是支付宝的世界了，支付宝的金融项目已经横跨了整个金融界，现在把传统的信用卡业务也搬到网络上了，更好地融合了资金，对于未来的发展也是非常有帮助的。而蚂蚁金服大力的支持也是促进蚂蚁花呗更好的在网购市场上站稳脚跟。而在我的研究问卷回收的数据里，参与研究人群男女各占一半。在年龄方面20岁以下的年轻人占总研究人数的73.2%，20-30岁的占比例的23.2%，30-40岁之间只占3.6%，此次参与研究对象大多为年轻人。在对是否听说过支付宝蚂蚁花呗的研究中发现大多数人都是听说过支付宝蚂蚁花呗的，在了解了支付宝花呗的服务后是否使用，有一大半人都是看情况而定，秉迟疑的态度，不过还是有些年轻人还是愿意使用。在问到是否使用过支付宝蚂蚁花呗，有55.8%是使用过支付宝蚂蚁花呗，而剩下的都是没使用过，在此看出支付宝花呗还是比较普及的。在对支付宝蚂蚁花呗跟信用卡间更喜欢哪个的时候，了解支付宝蚂蚁花呗的情况后，有51.%的研究对象更倾向于蚂蚁花呗，有33.9%觉得两者相差不多，剩余的14.3%更倾向于信用卡。由此研究看出支付宝蚂蚁花呗逐渐普及，并且与信用卡相比更喜欢支付宝蚂蚁花呗。

四、研究总结

通过此次的研究问卷，感觉做的还是比较好的，能比较直观的看出现在的年轻年龄段的人对支付宝花呗的使用情况和支付宝蚂蚁花呗的方式是否能让人群接受。此次研究虽然有一点瑕疵，在对研究人员年龄段没有总的概括，大多数只是20岁以下的研究对象。不过通过此次的研究让我收获了对如何制作并发出研究问卷的经验，并且让我明白了如何去分析研究问卷的统计数据。

**研究报告篇十一**

\*\*年宝洁公司在广州成立了在中国的第一家合资企业--广州宝洁有限公司，从此宝洁公司就以迅猛的发展优势占据中国日用品市场，其步伐之快绝对是把中国一些老牌子的日用品打个措手不及，被迫淡出市场。目前能对宝洁公司造成一定威胁的日用品公司不超三家1、联合利华。2、强生。就这两家公司的产品能在市场上争夺宝洁产品的市场份额，其他日用品公司能对其造成的影响简直达到可以忽略的程度。

下面我试着分析宝洁成功的原因：

\*\*年正好是改革开放的初期，也是城市发展的起步时期，工业和城市的飞速发展都在90年代开始，给宝洁公司带来巨大商机。宝洁公司瞄准这个时候进入中国也是能给其最大扶持的时机，所遇到的阻力也最小。

宝洁总部创始于1837年，至今有169年之久。无论科技，产品历史，销售经验，人才储备上都有很大优势。宝洁公司在世界各地都有属于自己的科研所，并吸纳各地的科研人才，各中心之间进行科研成果的信息分享与相互竞争，达到提高整体水平的目的。并聘请专业担任技术顾问专家进行指导。科研人员负责研究适合当地气候、人群肤质和消费能力、爱好的气味的不同配方。而不是全球就使用一种配方。即使偶尔其他公司研究出新产品，新技术。宝洁公司也能在一个月或者更短时间内克隆出一样的配方并将新产品推出市场，不让竞争对手拉开销售距离。该公司拥有的专利就超过29，000项。可见科研队伍实力之雄厚。

目前在中国的大学中，还没市场策划这个专业，只有在市场营销中包含了市场策划。而且在中国一些国内企业还没市场策划这个部门存在，一般都是由部门经理或者董事决定公司发展的方向。在国外，市场策划部是个极其重要的部门。市场策划部负责收集各种信息，并经过分析后指引公司以后前进的方向，发展的目标和年度的各种预算产品的市场价格等等，就等于掌控公司的命脉。

宝洁公司在广告宣传方面的费用没有对外一个明确的数字，但至少是从亿为计算单位。每天各时段的电视广告定宣传，使消费者能购买它们新出那一款产品。而且宝法公司的广告绝不是那种疲劳轰炸式的宣传，它们会控制把握一个尺度，不让消费者产生抵抗心理，而且所播出的广告都型象健康，清新，表达的意思明确，语言简单，给人一种高雅的感觉，容易接受新产品，宝洁公司的广告宣传也很有特点。在以前的宝洁公司一些电视或其它媒体广告会在广告末毣加上句：p&g，创造生活无限美，虽然没说的p&g属于宝洁公司，但大家都会知道一件事情：这些产品都是属于p&g公司的。

以消费者心理学的角度，人的心理都会有个观点，喜欢尝试新东西。人们往往一件日用品用久之后会想用其它牌子的产品，比一下看效果如何。换着使用，而不会长时间都使用一个牌子同，宝洁公司正是看出这一点，在以后的广告宣传就没再加上产品的公司宣传。只会着重的对产品的科技含量和配方效果的宣传，并且在包装上使用浅色明快色彩加上简单的线条，绝不繁索，并且产品上分大中小型号，可适合不同家庭状况人士。

宝洁公司的产品另外一个特点就是包装常换，它们的产品一年就会换一天两次外型包装，好处就是：给消费者感觉这个产品又出新的了。另外一个好处就是：减少产品的市场寿命周期，保持产品永远年轻。

一个公司的文化不是一朝一夕可以出来的剬是长时间积累形成的：宝洁公司的产品多种多样，单洗发水就好几种，只是名字不同，其实都是宝洁公司产品，而且使用的效果并没明显区别，这个产品有保湿式或者去屑的，其它型号产品也会有这个功能。各个不同名称的产品分开来公平竞争，但是又有它们独特的优势，海飞丝专去屑，沙宣凝彩保湿，飘柔清爽…但是它们之间偶尔也会出现相同的功能，就增加了彼此之间的竞争，宝洁公司对各部门间的竞争是鼓劢的态度，但是也会偶尔制止，以免发生恶性竞争。

宝洁公司的产品另外一个特点就是包装常换，它们的产品一年就会换一天两次外型包装，好处就是：给消费者感觉这个产品又出新的了。另外一个好处就是：减少产品的市场寿命周期，保持产品永远年轻。

宝洁公司的产品多种多样，单洗发水就好几种，只是名字不同，其实都是宝洁公司产品，而且使用的效果并没明显区别，这个产品有保湿式或者去屑的，其它型号产品也会有这个功能。各个不同名称的产品分开来公平竞争，但是又有它们独特的优势，海飞丝专去屑，沙宣凝彩保湿，飘柔清爽…但是它们之间偶尔也会出现相同的功能，就增加了彼此之间的竞争，宝洁公司对各部门间的竞争是鼓劢的态度，但是也会偶尔制止，以免发生恶性竞争。宝洁公司在广告宣传方面的费用没有对外一个明确的数字，但至少是从亿为计算单位。每天各时段的电视广告定宣传，使消费者能购买它们新出那一款产品。而且宝法公司的广告绝不是那种疲劳轰炸式的宣传，它们会控制把握一个尺度，不让消费者产生抵抗心理，而且所播出的广告都型象健康，清新，表达的意思明确，语言简单，给人一种高雅的感觉，容易接受新产品。

飘柔：在促销组合上，主要是广告和宣传活动双管齐下;其广告强调洗发、护发二合一，令头发飘逸柔顺。“飘柔”，从品牌名字上就让人明白了该产品使头发柔顺的特性，草绿色的包装给人以青春美的感受，“含丝质润发素，洗发护发一次完成，令头发飘逸柔顺”的广告语，再配以少女甩动如丝般头发的画面，更深化了消费者对“飘柔”飘逸柔顺效果的印象。在广州，还曾经举办过2届“飘柔之星”活动，邀请众多明星出场，为其打入市场造势，并收到了极好的效果

关于品牌，宝洁的原则是：如果某一个种类的市场还有空间，最好那些;其他品牌也是宝洁公司的产品。因此宝洁的多品牌策略让它在各产业中拥有极高的市场占有率。举例来说，在美国市场上，宝洁有8种洗衣粉品牌、6种肥皂品牌、4种洗发精品牌和3种牙膏品牌，每种品牌的诉求都不一样。宝洁推出;邦宝适纸尿裤时，由于质量较高，定价比其他品牌都高。宝洁原本希望高质量可以让人愿意用较高价钱购买，但结果却不是如此。宝洁知道自己必须降价来迎合消费者，于是它采用一个不一样的策略来达到降价的目标：设法提高生产效率，同时改变配销策略。一般尿片都放在药房里，;邦宝适却减少利润，降价进入超市。由于它的销量大，超市愿意卖;又因为销量大，降低了单位生产成本，从而产生良好的循环，使;邦宝适成为一个成功的产品。

在广告方面，特别是电视广告，宝洁有一套成功的公式。首先，宝洁会先指出你所面临的一个问题来吸引你的注意。接着，广告会迅速告诉你，有个解决方案，就是宝洁的产品。这个产品通常会在整段广告中重复出现好几次。广告重点是在清楚地强调，宝洁可以为你带来什么好处。

一般人只看到宝洁的行销和广告，事实上，背后支持宝洁产品维持较高市场占有率的，是不断开发的新产品。每年宝洁在研究开发上大约花13亿美元，共有7000多位科学家在全球各地的研究中心研发新产品，因此宝洁手中每年握有2500项专利。

宝洁的品牌管理主要体现在严谨地人才培训上。品牌经理竞争激烈、工作紧张、升迁很快，但极容易;不成功，便成仁。从1931年以来，公司的最高主管都是品牌管理出身，90%的管理阶层也都来自品牌管理，由此可见品牌管理是宝洁的核心领域。

对于自己所负责的品牌，品牌经理必须比公司里任何人都要了解，而且不断会有人挑战他们这方面的知识。例如美国一位负责洗发精的经理曾经被最高主管问起，究竟中国人的头皮屑成分是什么。

宝洁公司绝不从外面找;空降部队，而是采取百分之百的内升政策，因此内部的培养制度非常重要。他们非常重视训练员工解决问题、设定顺序、采取行动、追踪质量以及领导、合作的能力。公司随时都提供各种课程和研讨会，来帮助员工提高。

在宝洁的训练制度中，备忘录这项做法是出了名的。员工必须养成一种习惯，清楚、简单地把信息呈给上司。备忘录大致可以分成两种，;信息备忘录和;建议备忘录。;信息备忘录内容包括研究分析、现状报告、业务情况、竞争分析和市场占有率摘要;;建议备忘录则是一种说服性的文件，重点包括：建议目的、背景信息、建议方案以及背后的逻辑讨论和下一步的做法。备忘录大多不会超过4页。品牌管理人员如果想要升迁，最好先学会写备忘录。

在宝洁，备忘录的写作甚至被当作一种训练的工具。对资历较浅的人员来说，一个备忘录重写10次是常见的事;成为品牌经理后，一个备忘录仍有可能被要求重写五六次。凭借不断地重写备忘录，宝洁希望能够训练员工更加周密地思考问题。

当许多公司希望能够抓住消费者口味，在市场成功出击的时候，宝洁重视扎实基础的行销训练应该是很重要的参考。

**研究报告篇十二**

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

**研究报告篇十三**

xx县相公镇位于xx县东北方向15公里处，全镇面积33。3平方公里，辖12个行政村，45个村民小组，3526户13351人，（镇区人口3216人），1998年撤乡建镇，为省级重点建设城镇，先后被省市评为“小城镇规划建设示范镇”“卫生先进镇”等多项殊荣，相公镇民风淳朴，文化底蕴深厚，因是隋朝尚书牛弘故里相公镇而得名，镇北有省级重点文物保护单位牛弘墓。相公镇地处陕甘两省交界，交通便利，福银高速、西平铁路穿境而过，长宁路、冉相路在此交汇，村村已通柏油路、水泥路。大唐彬长电厂煤灰厂和胡家河煤矿已建成投产。相公镇是果业大镇，也是大棚蔬菜生产基地。全镇果园面积19800亩，是陕甘两省四县（、彬县、宁县、正宁）的主要贸易集贩地。沿街门店400余家。农历二、五、八逢集，逢集人数可达数万人众，商贸流通活跃。

目前，该镇还没有一个功能完善、条件较好的农贸市场，大多数商贩沿街摆摊设点，卫生状况极差，且严重影响交通，晴天尘土飞扬，雨天泥泞难行，与市县政府建立礼貌城镇和卫生城镇的要求格格不入，群众对此状况也很不满意，早有意愿期望当地政府出面协调改变现状，建设一座有规模、上档次的农产品交易农贸市场，以解决当地群众自产自销农产品销售的困境，促进当地市场繁荣和经济发展。为此，公司审时度势，乘势而上，协调各方关系，在镇党委、政府大力支持下，自筹资金1192。8万元，建设相公农贸市场。

项目选址在相公镇农机站，经镇政府协调转让征用，贴合国家政策。

此项目选址地处镇中心，地理位置优越，交通发达，通行便捷。在此兴建“相公镇综合农贸市场”能够解决周围近百平方公里内群众自产自销农产品过程中有市无场的困境，为周围群众和煤炭职工购买农产品带给便捷，也能为当地群众带给部份就业岗位，直接促进农民增收，具有较好的经济效益和社会效益。

一、项目实施单位基本状况；

项目单位名称：陕西福气果业有限公司

所有制形式：有限公司

陕西福气果业有限公司成立于20xx年6月，注册资金600万元，公司位于xx县。主要经营范围有：农贸市场建设开发；房屋和市场经营设施租赁；市场管理服务，水果种植、销售、加工；苗木培育和销售；冷库租赁的专业化公司。

截止09年，企业资产总额2137万元，现有员工56人，其中专业技术人员10人。

目前，公司已建成3600吨气调库一座，100亩示范园，300亩标准化基地。每年经销优质水果600余万斤，销售收入壹千多万元。

公司还致力于发展现代高科技农业，正在xx县实施与山西农业科学院合作开发的绿色高科技项目——枣草间作附带养殖生态基地。该项目计划实施面积5000亩，分布在芋元、彭公、相公三乡；计划总投资3000万元，项目建成后，不但为我省及整个西部地区荒山和平原绿化带给大批生态经济型高科技苗木及草种，还为我省果业发展带给了新的方向及现代运作模式，同时运用“公司+农户”的形式带动周边群众脱贫致富。

陕西福气果业有限公司，目前是xx县区境内具有经济实力、管理潜力强，人气指数高，发展前景好的农村集贸综合市场开发建设的实体经济公司，具有良好的规避市场风险，争取最大经济效益的管理经验和经营理念。公司始终坚持党的改革开放政策和科学发展观的精神，坚持把促进新农

村建设和区域发展经济，增加农民收入作为出发点和根本落脚点，透过项目带动作用，更好地辐射周边农村镇集贸市场建设和经济发展。以此来拓展公司业务，扩大经营业绩，使公司进一步做大做强，不断的加大规模、上档次。为当地产业结构调整，增加农民收入做出用心贡献。

二、项目建设资料；

项目建设用地经相公镇政府协调，征用原相公镇农机站

旧址土地5100平方米，建设市场内商业用房5600平方米，硬化道路1500米，主要用于周边群众自产自销农产品购销交易活动。

三、投资估算及资金筹措；

项目投资估算：1192。8万元

资金来源：项目所需1192。8万元资金全部由陕西福气

果业有限公司自筹。

四、经济效益分析；

该项目选址准确、选址合理、规模适度、市场前景好、

投资回报率高，建成后年均可收益156万元，投资利润率13。08%，从项目的经济效益和社会整体效益来看，该项目完全可行。

五、分析结论；

西部大开发战略的实施，亚欧大陆桥的贯通及沿线经济

带的形式，xx县发展“东接北五县，西连庆阳、平凉，南托宝鸡、灵台，北跨宁县、庆阳”的空间格局，相公镇地理位置优越，交通发达，是陕甘两省四县（、彬县、宁县、正宁）的主要贸易集贩地。相公镇坚持以科学发展观统领工作全局，科学谋划，精心部署，全镇经济、社会持续了快速发展的良好态势，且随着大唐彬长电厂煤灰厂和胡家河煤矿的建设，为相公镇发展带来了千载难逢的大好机遇，借此发展机遇，该项目的建设是很有必要的，经分析认为：

1、该项目贴合相公镇国民经济和社会发展规划，是相公镇近期计划的重点项目，项目的实施，对促进区域经济发展，提高农产品流通，繁荣城镇贸易，改善居民居住环境，完善城镇基础设施具有重要好处。

2、从项目建设方案，工程技术角度来看，工程的设计、施工等，技术力量、施工经验和管理经验是成熟可靠的，不存在技术风险，且投资方资金充裕，必须能如期竣工。

综上所述，该工程贴合xx县和相公镇经济发展战略，对相公镇的经济和社会发展具有重要作用，项目建成方案可行，工程技术方案运作模式成熟可靠，因此，该项目不仅仅是必要的，也是可行的。

**研究报告篇十四**

《让学生自主探究学习研究》 ——课题研究报告

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。

**研究报告篇十五**

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。

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