



如何 撰写调研报告

刘宝珊 著



红旗出版社

如何撰写调研报告

刘宝珊 著



红旗出版社



图书在版编目(CIP)数据

如何撰写调研报告/刘宝珊著.

—北京:红旗出版社,2013.7

ISBN 978-7-5051-2783-8

I. ①如… II. ①刘… III. ①调查报告-写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第151500号

书 名 如何撰写调研报告

著 者 刘宝珊

出 品 人 高海浩

责任编辑 于鹏飞

总 监 制 徐永新

封面设计 李 妍

出版发行 红旗出版社

地 址 北京市沙滩北街2号

邮政编码 100727

编 辑 部 010-64031972

E-mail hongqi1608@126.com

发 行 部 010-64024637

印 刷 北京华邦印刷有限公司

开 本 710毫米×1000毫米

1/16

字 数 311千字

印 张 19.75

版 次 2013年7月北京第1版

2013年7月北京第1次印刷

ISBN 978-7-5051-2783-8

定 价 49.00元

欢迎品牌畅销图书项目合作 联系电话:010-84026619

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,本社发行部负责调换

此书献给 从事各种社会调查研究的朋友们

任何一份调研报告，都是为了真实地反映社会的某种客观实践，扬弃那些推动事物发展的积极因素，抛弃旧事物中的消极因素，以达到不断推动事物发展的目的。

——张 堤——

《如何撰写调研报告》一书的简介

本书是目前唯一全面论述撰写调研报告的专著。撰写调研报告，历来是党政机关、社会团体或企事业单位工作人员回避不了的一项重要工作，也是检验其综合工作能力的一项重要指标。本书明确地告诉您最简捷的也是必须遵循的写作规律和写作规则。看了就能会，会了就能用，用了就能有效果，具有“傻子相机”的功能。

您可能很忙，没有时间通读本书，这不要紧。您可以根据需要有选择性地只读某一章，或者只用三、五分钟时间选读某一章的“重要提示”，就能给您明确地解答，告诉您具体的写作方法。

您原来也可能写过一些调研报告，曾被领导采用过，这也不要紧。当您看完本书后，再对照您写过的调研报告，还可能发现一些新的问题，再执笔时就会感到轻松多了，一是可以减轻您的写作负担，二是可以节省您的写作时间，三是可以确保您的写作质量，这说明您的写作水平有了明显的提高。

特别是对于步入调研领域不深的年轻朋友，看了本书后就能了解到什么是写作的误区，什么是写作的捷径。为了便于读者的记忆，本书把写作规律和写作规则编成了口诀，依口诀的内容按号入座去理解写作规则，就有了写作的遵循。

本书除具体论述了写作方法外，还有一些新的写作观点、新的写作警句，看后会耳目一新，久久不忘！

总序

撰写调研报告与撰写其他所有的文字材料一样，都体现着文章学和写作学的某些规则。文章学和写作学均属于语言学的范畴，都有自己的规律可循。文章学是研究文章的表现形式和产生文章的写作背景，包括写作技巧和写作风格，它是写作学的基础。写作学以文章为对象，研究写作规律和写作规则，都必须通过写作要素来体现。从广义上来讲，写作要素包括文章的构思、谋篇布局、写作技巧和表达方式，即如何挖掘和概括主题，如何搭建文章的结构，如何选择表达方式。从狭义上来讲，写作要素又包括文体、主题、章法、材料、语言、修辞和技法等，这些要素通过一定的表达方式体现出来，包括叙事、说明、分析和议论。表达需要技法的运用，包括刻画、对比、衬托、烘托、渲染、白描、工笔、夸张、形容、过渡、衔接、伏笔、悬念、照应等；章法，即文章结构的确立，包括标题、导语、正文、结尾和附录。所以，写作学就是具体化了的的文章学，而调研报告又是文章学涵盖的一种体裁，本书论述的就是调研报告的写作方法。

前 言

自我的《调研理论与操作实务》一书出版发行以后，她的姊妹篇《如何撰写调研报告》即将付梓发行，可以为调研写作的朋友们提供服务了。

为了便于读者的阅读，每一章的章首都有重要提示，摘录出这一章的核心内容，看了就能懂，懂了就能写，写了就会有效果。

读者如果没有更多的时间通读本书，可以根据自己的需要，有选择地阅读某一章或某一章的重要提示，只需要十来分钟甚至三五分钟，就可以读完，就能够初步地了解写作的规则，就可以效法地去写作了。

现在书市上写作方面的书不少，但本书作者发现都集中在公文写作上，其内容几乎大同小异，千篇一律，就是载有调研报告写作内容的书，也都未涉及到写作的固定规律和写作的具体规则，比较原则和抽象，缺少可以遵循的具体操作方法，读者读后仍然不知所措。本书针对这种情况，从划分文体类型开始，继而详尽地阐述如何搭建结构（吹路子），如何归纳主题，如何处理材料，如何使用数字，如何选择语言，如何确定表达方式等，对此都作了更明确地具体地解答。

为了便于读者的效法和遵循，根据不同的调研目的和不同的题材，把调研报告划分为八种类型，每种类型都有每种类型的固定模式，即结构。还把标题划分为六种类型，导语划分为七种类型、结尾划分为五种类型，各种类型之间也都有相互搭配的规

则，即不同类型的调研报告适于哪一种类型的标题、导语和结尾，都有明确地阐述，具有“傻子相机”的功能。

为了便于读者的记忆，本书还把写作规律和写作规则编成了口诀，读者只要按口诀的表述去对照写作规律和写作规则，就可以执笔成篇了。

本书再版时，拟把《调研理论与操作实务》一书与其合并为一套书的上下册，因为两本书的内容不可分割。合并时要对《调研理论与操作实务》的内容进行浓缩，删掉那些原则性的抽象内容，只保留可供遵循的具有操作性的论述和创新理论，届时将再奉献给广大读者。

本书作者
2013年5月

目 录

第一章 文体	1
第一节 各种文体的特点	2
一、记叙文	2
(一)新闻类体裁	2
(二)札记类体裁	3
(三)文学类体裁	3
(四)调研报告类体裁	3
二、说明文	5
(一)说明书	5
(二)解说词	5
(三)教科书	5
(四)科学小品	6
(五)跋	6
三、议论文	6
四、应用文	7
(一)政府机关和社会团体惯用的体裁	7
(二)企事业单位惯用的体裁	7
(三)司法部门惯用的体裁	7
(四)文教科技部门惯用的体裁	7
(五)综合类体裁	7
(六)应用文体与其他文体的区别	8
第二节 调研报告的文体特点	9
一、调研报告与其他应用文的文体区别	9
二、决策型与咨询型调研报告的文体特点	11

2 如何撰写调研报告

三、调研报告的文体种类	13
(一)述评型	14
(二)引导型	15
(三)建议型	16
(四)经验型	17
(五)借鉴型	17
(六)探索型	18
(七)预测型	18
(八)透视型	20
第三节 划分文体类型的重要意义和依据	20
一、划分类别的重要意义	20
二、划分类别的理论依据	21
三、学术界流行的划类方法	23
第二章 结构	27
第一节 结构的含义	28
一、结构的形态	28
二、不同文体有不同的结构	29
第二节 “五四框架”是调研报告唯一的结构模式	30
第三节 结构的外在形态	31
一、标题	31
(一)标题名称	32
(二)标题类型	32
二、导语	35
(一)扩展型导语	36
(二)背景型导语	36
(三)结论型导语	37
(四)提示型导语	37
(五)悬念型导语	38
(六)设问型导语	39

(七)祈使型导语	39
三、正文	41
(一)记叙说明型	41
(二)判断推理型	41
(三)对策建议型	42
四、结尾	42
(一)照应型结尾	43
(二)总结型结尾	43
(三)对策型结尾	44
(四)号召型结尾	44
(五)强调型结尾	45
五、附录	45
第四节 结构的内在形态	46
一、表达模式的形态	46
(一)纵式表述	47
(二)横式表述	47
(三)复式表达	48
(四)表达模式的作用	48
二、转折与衔接的形态	48
(一)转折与衔接的作用	48
(二)转折与衔接的技巧	48
(三)转折与衔接要保持文章的整体性	48
第五节 范文的结构分析	49
一、《农村责任制发展过程中的新情况 ——关于沔阳县解决“撂田”问题的调查》	49
(一)标题	49
(二)导语	49
(三)正文	49
(四)结尾	50
(五)附录	50
二、《湖南农民运动考察报告》	51

4 如何撰写调研报告

(一)背景	51
(二)导语	52
(三)正文	52
(四)结尾	53
(五)特点	53
第三章 主题	57
第一节 主题的含义	59
一、生活主题	59
二、文章主题	60
三、调研报告主题	61
四、主题的提炼过程	62
第二节 调研报告主题的表现形态	64
一、主题有三个层次	64
(一)主题类别	64
(二)主题特征	64
(三)主题思想	64
二、主题具有三种性质	65
(一)客观性	65
(二)主观性	66
(三)时代性	66
三、主题的思想体系	66
第三节 调研报告主题与各要素的关系	68
一、主题与材料、内容和标题的关系	68
(一)主题与材料的关系	68
(二)主题与内容的关系	68
(三)主题与标题的关系	69
二、主题必须先行	70
三、主题有无标准?	72
(一)怎样衡量主题的客观标准呢?	72

(二)怎样衡量主题的主观标准呢?	72
四、“无题有感”作品有无主题?	73
五、调研报告的主题可以创新吗?	73
第四章 材料	75
第一节 材料的含义	76
一、材料的表现形式	76
(一)素材	76
(二)资料	76
(三)题材	76
二、材料内容的标准具有“三性”	77
(一)真实性	77
(二)系统性	77
(三)代表性	77
第二节 材料的种类	78
一、思想性材料	78
二、事务性材料	79
(一)以“问题事务性”为主的材料	79
(二)以“数字事务性”为主的材料	80
三、材料形态的种类	80
(一)主要材料与次要材料	81
(二)综合材料与个案材料	81
(三)典型材料与非典型材料	83
(四)直接材料与间接材料	85
(五)主题材料与背景材料、事实材料与虚构材料	86
第三节 材料的处理	87
一、占有材料	88
二、鉴别材料	88
三、筛选材料	89
四、使用材料	90

第五章 数字的使用规则	91
第一节 数字的含义	92
一、数字的重要性	92
二、使用数字应遵循它的“三性”	92
(一)主旨性	93
(二)精准性	94
(三)系统性	94
三、数字的来源	94
第二节 统计要求	95
一、统计的基本概念	95
(一)总体	95
(二)总体单位	96
(三)样本	96
(四)变量	96
(五)指标	96
(六)指示标志	96
二、统计分组	98
(一)分组的几个基本概念	98
(二)分组的两种形式	99
(三)分组标志的类型	99
三、分配数列	101
(一)品质数列的编制方法	101
(二)变量数列的编制方法	102
第三节 数字的使用规则	104
一、数字的鉴别	104
二、数字的筛选	105
三、数字的对比与分析	106
(一)纵向式对比	107
(二)横向式对比	108
四、数字的书写规则	109

(一)表示数量变异状态的写法	109
(二)表示数量关系的写法	110
(三)表示数量名称和指示标志的写法	111
(四)数字的其他书写规则	111
第六章 表达方式	113
第一节 表达的含义	114
第二节 叙述	115
一、叙述的作用	115
二、叙述的种类	115
(一)总叙与分叙	116
(二)顺叙与逆叙	117
(三)直叙与倒叙	118
(四)插叙和补叙	119
(五)夹叙与间叙	120
(六)借叙与婉叙	121
三、叙述的要求	121
(一)叙述必须紧紧围绕主题	121
(二)叙述的用语要统一,要固定	121
(三)叙述的事物要真实、内容要完整、情节要连贯	122
(四)明确人称	122
(五)叙述不是记流水账	122
(六)一切以顺叙为基础、为开端、为结束	122
(七)叙述的方向要一致	123
第三节 说明	123
一、说明的作用	123
二、说明的种类	123
(一)分类说明	124
(二)举例说明	124
(三)描述说明	124

(四) 比喻说明	125
(五) 比较说明	126
(六) 数字说明	126
(七) 图表说明	127
(八) 定义说明	128
(九) 引用说明	129
(十) 诠释说明	129
三、说明的要求	130
第四节 议论	130
一、议论的作用	130
二、议论的要求	131
三、结论的种类	133
(一) 操作型结论	134
(二) 预示型结论	134
(三) 引导型结论	134
(四) 是非型结论	134
(五) 自然型结论	135
四、如何作结论	135
第五节 表达技法	136
一、过渡与衔接	136
(一) 过渡的三个层次	136
(二) 过渡的三种方式	137
(三) 过渡与衔接靠不同的叙述方式	138
二、表达原则	138
(一) 准确性	139
(二) 鲜明性	140
(三) 生动性	141
第七章 常用的语法知识	143
第一节 词	145

一、词素	145
二、实词	146
(一)名词	146
(二)动词	146
(三)形容词	146
(四)数词	146
(五)量词	146
(六)副词	147
(七)代词	147
三、虚词	148
(一)连词	148
(二)介词	148
(三)助词	149
(四)语气词	149
(五)拟声词	149
(六)标点符号	149
四、词义特征	149
(一)同义词	149
(二)多义词	150
(三)反义词	150
五、词音特征	151
(一)同音异义词	151
(二)异音同义词	151
第二节 词组	152
一、偏正结构	152
二、主谓结构	153
三、联合结构	153
(一)并列式	153
(二)递进式	154
(三)选择式	154
四、动宾结构	154