

如何撰写

RUHEZHUANXIE
DIAOYANBAOGAO

调研报告

■ 刘宝珊 著

本卷书根据不同的调研目的和调研课题的特征，从功能上阐明了调研报告以及标题、导语、正文、结尾的各种类型，同时介绍了各种类型相互搭配的规则和写法，便于搭建调研报告的**结构**。

为了便于读者的记忆，将写作规律和写作规则编成了**口诀**，读者只要按口诀的表达内容对照写作规律和写作规则，就可以轻松地执笔成篇了。

红旗出版社

如何撰写

RUHEZHUANXIE
DIAOYANBAOGAO

调研报告

■ 刘宝珊 著

本卷书根据不同的调研目的和调研课题的特征，从功能上阐明了调研报告以及标题、导语、正文、结尾的各种类型，同时介绍了各种类型相互搭配的规则和写法，便于搭建调研报告的**结构**。

为了便于读者的记忆，将写作规律和写作规则编成了**口诀**，读者只要按口诀的表达内容对照写作规律和写作规则，就可以轻松地执笔成篇了。

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，2017.7 （调研理论与操作实务）

ISBN 978-7-5051-4270-1

I. ① 如… II. ① 刘…

III. ① 调查报告—写作 IV. ① H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第190185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 李仁国

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 010-57274526

E-mail hongqi1608@126.com

发 行 部 010-57270296

印 刷 三河市东方印刷有限公司

开 本 710毫米×1000毫米

1/16

字 数 1210千字

印 张 76.25

版 次 2017年12月北京第1版

2017年12月河北第1次印刷

ISBN 978-7-5051-4270-1

定 价 128.00元

欢迎品牌畅销图书项目合作 联系电话：010-57274627

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，还可能发现一些意想不到的新问题，再执笔时就会有意地克服了，自然就会感到轻松多了，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！

前 言

自从我的《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，有选择性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，就能够初步地了解到某一方面的写作规则，就可以效法去写作了。

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，对此都作了更明确具体的解答。

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8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6种类型、正文划分为3种类型、导语划分为8种类型、结尾划分为7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，正在撰写的《“调研报告类型”案例分析》一书即将脱稿，拟将其一同纳入之前出版发行的《调研理论与操作实务》一书中，合并成上、中、下三卷本的一套书，即上册《基础理论与调研现场》、中册《如何撰写调研报告》、下册《调研报告类型案例分析》。至此，总算完成了社会学的调研理论体系，届时再奉献给广大读者。

刘永洲

二〇一三年五月三日
沈阳

绪

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。

目 录

绪

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) 调查报告类体裁 /4

二、说明文 /5

(一) 说明书 /5

(二) 解说词 /6

(三) 教科书 /6

(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 /8

(三) 司法部门惯用的体裁 /8

(四) 文教科技部门惯用的体裁 / 8

(五) 综合类体裁 / 8

(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 / 10

一、调研报告与其他应用文的文体区别 / 10

二、决策型与咨询型调研报告的文体特点 / 11

三、调研报告的文体种类 / 14

(一) 透视型 / 15

(二) 建议型 / 16

(三) 经验型 / 17

(四) 借鉴型 / 18

(五) 探索型 / 18

(六) 预测型 / 19

(七) 述评型 / 20

(八) 引导型 / 21

第三节 划分文体类型的重要意义和依据 / 22

一、划分类别的重要意义 / 22

二、划分类别的理论依据 / 23

三、学术界流行的划类方法 / 25

第二章 结构 / 29

第一节 结构的含义 / 30

一、结构的形态 / 30

二、不同文体有不同的结构 / 31

第二节 “五四框架”是调研报告唯一的结构模式 / 32

第三节 结构的外在形态 / 34

一、标题 / 34

(一) 标题名称 / 34

(二) 标题类型 / 35

二、导语 / 38

(一) 扩展型导语 / 39

(二) 背景型导语 / 39

(三) 结论型导语 / 40

(四) 提示型导语 / 40

(五) 悬念型导语 / 41

(六) 设问型导语 / 42

(七) 祈使型导语 / 42

(八) 论理型导语 / 42

三、正文 / 44

(一) 记叙说明型 / 45

(二) 推理判断型 / 45

(三) 对策建议型 / 45

四、结尾 / 46

(一) 照应型结尾 / 47

(二) 总结型结尾 / 47

(三) 对策型结尾 / 48

(四) 号召型结尾 / 48

(五) 强调型结尾 / 49

(六) 衍生型结尾 / 49

(七) 随机型结尾 / 49

五、附录 / 49

第四节 结构的内在形态 / 50

一、表达模式的形态 / 51

(一) 纵式表达 / 51

(二) 横式表达 / 52

(三) 复式表达 / 52

(四) 表达模式的作用 / 52

二、转折与衔接的形态 / 53

(一) 转折与衔接的作用 / 53

(二) 转折与衔接的技巧 / 53

(三) 转折与衔接要保持文章的整体性 / 53

第五节 范文的结构分析 / 53

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》 / 53

(一) 标题 / 54

(二) 导语 / 54

(三) 正文 / 54

(四) 结尾 / 55

(五) 附录 / 55

二、《湖南农民运动考察报告》 / 56

(一) 背景 / 56

(二) 导语 / 56

(三) 正文 / 56

(四) 结尾 / 57

(五) 特点 / 58

第三章 主题 / 61

第一节 主题的含义 / 63

一、生活主题 / 63

二、文章主题 / 64

三、调研报告主题 / 65

四、主题的提炼过程 / 66

第二节 调研报告主题的表现形态 / 68

一、主题有三个层次 / 68

(一) 主题类别 / 68

(二) 主题特征 / 69

(三) 主题思想 / 69

二、主题具有三种性质 / 70

(一) 客观性 / 70

(二) 主观性 / 70

(三) 时代性 / 70

三、主题的思想体系 / 71

第三节 调研报告主题与各要素的关系 / 72

一、主题与材料、内容和标题的关系 / 72

(一) 主题与材料的关系 / 72

(二) 主题与内容的关系 / 73

(三) 主题与标题的关系 / 73

二、主题必须先行 / 75

三、主题有无标准? / 76

(一) 怎样衡量主题的客观标准呢? / 77

(二) 怎样衡量主题的主观标准呢? / 77

四、“无题有感”作品有无主题? / 78

五、调研报告的标题可以创新吗? / 78

第四章 材料 / 81

第一节 材料的含义 / 82

一、材料的表现形式 / 82

(一) 素材 / 82

(二) 资料 / 82

(三) 题材 / 82

二、材料内容的标准具有“三性” / 83

(一) 真实性 / 83

(二) 系统性 / 83

(三) 代表性 / 83

第二节 材料的种类 / 84

一、思想性材料 / 84

二、事务性材料 / 85

(一) 以“问题事务性”为主的材料 / 85

(二) 以“数字事务性”为主的材料 / 86

三、材料形态的种类 / 87

(一) 主要材料与次要材料 / 87

(二) 综合材料与个案材料 / 88

(三) 典型材料与非典型材料 / 90

(四) 直接材料与间接材料 / 92

(五) 主题材料与背景材料、事实材料与虚构材料 / 93

第三节 材料的处理 / 94

一、占有材料 / 94

二、鉴别材料 / 95

三、筛选材料 / 96

四、使用材料 / 96

第五章 数字的使用规则 / 99

第一节 数字的含义 / 100

一、数字的重要性 / 100

二、使用数字应遵循它的“三性” / 101

(一) 主旨性 / 102

(二) 精准性 / 102

(三) 系统性 / 102

三、数字的来源 / 103

第二节 数字的使用规则 / 103

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 / 110

(一) 表示数量变异状态的写法 / 110

(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 / 112

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 / 116

(一) 总叙与分叙 / 116

(二) 顺叙与逆叙 / 118

(三) 直叙与倒叙 / 119

(四) 插叙和补叙 / 120

(五) 夹叙与间叙 / 121

(六) 借叙与婉叙 / 121

三、叙述的要求 / 122

(一) 叙述必须紧紧围绕主题 / 122

(二) 叙述的用语要统一, 要固定 / 122

(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 / 123

(六) 一切以顺叙为基础、为开端、为结束 / 123

(七) 叙述的方向要一致 / 123

第三节 说明 / 123

一、说明的作用 / 124

二、说明的种类 / 124

(一) 分类说明 / 124

(二) 举例说明 / 125

(三) 描述说明 / 125

(四) 比喻说明 / 126

(五) 比较说明 / 126

(六) 数字说明 / 127

(七) 图表说明 / 128

(八) 定义说明 / 129

(九) 引用说明 / 130

(十) 诠释说明 / 130

三、说明的要求 / 131

第四节 议论 / 131

一、议论的作用 / 131

二、议论的要求 / 132

三、结论的种类 / 135

(一) 操作型结论 / 135

(二) 预示型结论 / 135

(三) 引导型结论 / 135

(四) 是非型结论 / 136

(五) 自然型结论 / 136

四、如何作结论 / 136

第五节 表达技法 / 137

一、过渡与衔接 / 137

(一) 过渡的三个层次 / 138

(二) 过渡的三种方式 / 138

(三) 过渡与衔接靠不同的叙述方式 / 139

二、表达原则 / 140

(一) 准确性 / 141

(二) 鲜明性 / 142

(三) 生动性 / 143

第七章 常用的语法知识 / 145

第一节 词 / 147

一、词素 / 147

二、实词 / 148

(一) 名词 / 148

(二) 动词 / 148

(三) 形容词 / 148

(四) 数词 / 148

(五) 量词 / 149

(六) 副词 / 149

(七) 代词 / 150

三、虚词 / 150

(一)、连词 / 150

(二) 介词 / 150

(三) 助词 / 151

(四) 语气词 / 151

(五) 拟声词 / 151

(六) 标点符号 / 151

四、词义特征 / 152

(一) 同义词 / 152