

公职人员写作一本通实务系列

公职人员 调研报告写作一本通

滕晓丽 主编

 中国人事出版社

公职人员写作一本通实务系列

公职人员调研报告写作一本通

滕晓丽 主编

中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

公职人员调研报告写作一本通/滕晓丽主编. —北京: 中国人事出版社, 2013

(公职人员写作一本通实务系列)

ISBN 978-7-5129-0638-9

I. ①公… II. ①滕… III. ①公务员-调查报告-写作 IV. ①D630.3
②H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 320146 号

中国人事出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

*

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

880 毫米×1230 毫米 32 开本 8.75 印张 208 千字

2014 年 1 月第 1 版 2014 年 1 月第 1 次印刷

定价: 26.00 元

读者服务部电话: (010) 64929211/64921644/84643933

发行部电话: (010) 64961894

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错, 请与本社联系调换: (010) 80497374

我社将与版权执法机关配合, 大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动, 敬请广大读者协助举报, 经查实将给予举报者奖励。

举报电话: (010) 64954652

内 容 提 要

本书在梳理调研报告六大特征、九大种类、六大作用和写作七大要点、四大结构、八大步骤、十六种方法、注意五类问题及对写作者六大要求等基础知识的基础上，对公职人员调查工作管理、结果展示、项目介绍、报告设计、细项写作、成果总结、常用文体等作了系统的介绍。

本书从精细写作、模板设计、范例参照角度，详细介绍了党委、人大、政协、政府、公检法和民主党派、社会团体、事业单位、国有企业等公职人员日常调研的操作方法及写作的配套工具，具有极强的适用性、实用性和可操作性，是每位公职人员必备的写作工具书。

本书适合党政机关、社会团体、事业单位、国有企业等公职人员阅读和使用，适合各级领导干部和文秘人员写作参考。

“公职人员写作一本通实务系列”序

公职人员公文写作的质量对传达、贯彻党和国家的方针政策影响巨大，关系到指导、布置和商洽工作的成败，关系到请示、答复问题、报告、通报和交流情况的效果。公职人员公文写作需要规范化，调研报告、工作汇报、述职报告的写作是其开展日常工作所必备的能力。

那么，如何写作才能弘扬文明、反映民情、传递民声？如何写作才能述议相融、托物言情、说服力强？如何写作才能博采众长、融会贯通、科学有效？如何写作才能有条有理、逻辑缜密、庄谐兼备？如何把握好行文的主题、题材、标题、数据、语言、风格、特色的展现？

“公职人员写作一本通实务系列”图书紧紧围绕调研报告、工作汇报、述职报告三大关键文书的写作，旨在为公职人员写作提供系统的知识、科学的方法、实用的工具和规范的模式。同时，注重指导的系统化、简易化、模板化、参照化以至形成良好写作习惯。

本系列图书包括《公职人员调研报告写作一本通》《公职人员工作汇报写作一本通》《公职人员述职报告写作一本通》共三本，具备以下的特色。

框架定位：知识系统、内容细化、务实可操。在梳理公文写作知识系统的基础上，从公职人员调研报告、工作汇报、述职报告三个常用公文划分的角度，对“写作体系是什么”“如何写”“如何提升”等内容细分，并进行务实的、可操作性的指导。

七步提升：读、悟、改、练、推、敲、润。写作是“精读”出来的，写作是“彻悟”出来的，写作是“修改”出来的，写作是

“演练”出来的，写作是“琢磨”出来的，写作是“斟酌”出来的，写作是“润色”出来的，达到七步快速提升写作能力。

拿来即用：方法、工具、流程、模板、范例。既指导读者清晰掌握写作的要领，又帮助读者分析写作问题产生的原因和进行“好”与“差”的对比，同时，还给出写作的方法、工具、流程、模板、范例等，可以“拿来即用”或“稍改即用”。

综上，“公职人员写作一本通实务系列”图书本着促进公职人员文书写作快速、高效，帮助公职人员搭建公文写作的知识体系框架，通过调研报告、工作汇报、述职报告实用公文的细分，为读者提供了全方位写作能力提升的实用方法、执行工具、模板和范例，使完成调研报告理论联系实际，进行工作汇报有理有据有新意，打造述职报告形成艺术性论说，是公职人员公文写作必不可少的工具书。

“调查”就是公职人员通过各种渠道、方法收集相关数据、信息，以及到现场了解现物、探究现实。“研究”就是公职人员把所有第一手资料、间接资料汇总、对比以及进行分析、判断、探究，得出结论，为科学决策提供理性依据。因此，“没有调查和研究，就没有发言权”。

《公职人员调研报告写作一本通》共分为3大部分，即第一，调研报告基础知识，包括调研报告6特征、9种类、6作用和写作7要点、4结构、8步骤、16方法、注意5类问题及对写作者6要求等。第二，写作实务系统，包括公职人员调查工作管理、结果展示、项目介绍、报告设计、细项写作、成果总结、常用文体等。第三，写作模板设计、范例参照，涉及党委、人大、政协、政府、公检法和民主党派、社会团体、事业单位、国有企业等公职人员的日常调研。本书主要有如下3大特点。

1. 通过理论联系实际，搭建调研报告写作知识体系框架

本书写作知识点设置深入、精细、透彻，细分了调研报告写作的种类、要点、流程、方法、注意事项、写作者要求、图形表格、项目设计等，层层分解，环环相扣。同时，力争写作理论与实际需要相结合，既能够确保读者掌握写作新方法，又促使其忘却或改变旧习惯。

2. 通过调研细节的展开，从一个词、一句话进行务实的写作指导

避免违反行文原则，避免要素不全、无的放矢，避免空洞无物、繁缛冗长，避免动名乱搭、似是而非，避免因循守旧、八股陈调，

避免唯书唯上、文过饰非，避免一文多事、报请混杂，避免张冠李戴、校对出错……

3. 通过方法、工具、模板，针对各类公职人员提出参照的范例
“工欲善其事，必先利其器。”公职人员公文写作同样需要“器”，即是指方法、工具。比如，抽样调研、问卷调研、典型调研、指标分析调研和流程图、说明书、禁忌、注意事项等，方便读者查阅、借鉴，或者“拿来即用”，或者“稍改即用”。

本书适合党政机关、社会团体、事业单位、国有企业等公职人员阅读和使用，适合各级领导干部和文秘人员写作参考。

在本书编写的过程中，孙立宏、刘伟、刘井学、程富建负责资料的收集和整理，王玉凤、王建霞、廖应涵、李苏洋负责图表编排，王胜会参与编写了本书的第1章，韩伟静参与编写了本书的第2章，单伟伟参与编写了本书的第3章，田玲参与编写了本书的第4章，姜东青参与编写了本书的第5章，李健参与编写了本书的第6章，徐朝阳参与编写了本书的第7章，屈玉侠参与编写了本书的第8章，毕春月参与编写了本书的第9章，程淑丽参与编写了本书的第10章，全书由滕晓丽统撰定稿。

编 者

2013年10月

目 录

第1章 公职人员调研报告概述	(1)
1.1 调研报告六大特征	(1)
1.2 调研报告九大种类	(4)
1.3 调研报告六大作用	(9)
第2章 公职人员调研报告写作基础知识	(12)
2.1 调研报告写作要点	(13)
2.2 调研报告写作流程	(22)
2.3 调研报告调查方法	(26)
2.4 公职人员调研报告写作者要求	(37)
2.5 调研报告写作注意事项	(42)
第3章 公职人员调查工作管理	(49)
3.1 调查工作流程设计	(49)
3.2 调查准备工作设计	(51)
3.3 调查工作方法设计	(53)
3.4 调查工作注意事项	(60)
第4章 公职人员调研结果展示	(65)
4.1 调研结果清单展示	(65)

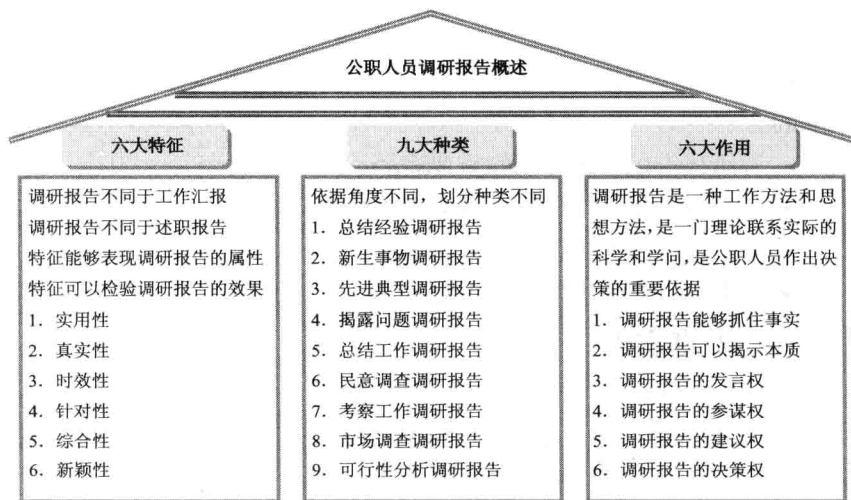
4.2 调研结果饼图展示	(67)
4.3 调研结果条线图展示	(69)
4.4 调研结果表格展示	(72)
第5章 公职人员调查项目介绍	(75)
5.1 调查项目介绍对象	(76)
5.2 调查项目介绍方法	(77)
5.3 调查项目介绍流程	(81)
5.4 调查项目介绍总结	(85)
第6章 公职人员调研报告设计	(88)
6.1 调研报告论点设计	(88)
6.2 调研报告结构设计	(90)
6.3 调研报告组织设计	(101)
6.4 调研报告提纲设计	(103)
第7章 公职人员调研报告写作	(107)
7.1 调研报告引言写作	(108)
7.2 调研报告主题写作	(109)
7.3 调研报告资料设计	(113)
7.4 调研报告草稿拟写	(118)
7.5 调研报告校对审核	(120)
7.6 调研报告语言问题	(123)
第8章 公职人员调研成果总结	(126)
8.1 调研工作总结	(127)
8.2 调研工作点评	(129)

8.3 调研成果评估	(131)
8.4 调研成果应用	(135)
8.5 调研工作创新	(138)
第9章 公职人员调研常用文体	(141)
9.1 情况调研报告	(141)
9.2 经验调研报告	(145)
9.3 问题调研报告	(149)
9.4 专题调研报告	(154)
9.5 综合调研报告	(157)
9.6 理论调研报告	(160)
9.7 建议调研报告	(163)
9.8 历史问题调研报告	(166)
9.9 社会现实调研报告	(170)
9.10 典型调研报告	(173)
9.11 学习考察调研报告	(178)
9.12 发展战略调研报告	(182)
第10章 党委公职人员日常调研	(186)
10.1 党委领导班子日常调研	(186)
10.2 党委书记工作日常调研	(189)
10.3 党委机关负责人日常调研	(193)
10.4 党委机关科员日常调研	(197)
第11章 人大、政协公职人员日常调研	(201)
11.1 人大工作日常调研	(201)
11.2 政协工作日常调研	(204)

第 12 章 政府公职人员日常调研	(208)
12.1 政府领导班子日常调研	(208)
12.2 政府主要领导日常调研	(213)
12.3 政府机关负责人日常调研	(216)
12.4 政府机关其他日常调研	(220)
第 13 章 公检法公职人员日常调研	(235)
13.1 公安机关工作日常调研	(235)
13.2 检察机关工作日常调研	(238)
13.3 法院系统工作日常调研	(243)
第 14 章 其他公职人员日常调研	(248)
14.1 民主党派公职人员日常调研	(248)
14.2 社会团体公职人员日常调研	(254)
14.3 事业单位公职人员日常调研	(258)
14.4 国有企业公职人员日常调研	(263)
参考文献	(268)

第1章 公职人员调研报告概述

调研报告是针对某一情况、某一事件、某一问题，揭示本质，寻找规律，总结经验，以书面形式陈述结果的一个重要应用文种。整个实践调查过程中，需要对其客观现实、现场、现物详细调查、了解，并进行“去伪存真、去粗取精、由此及彼、由表及里”的分析研究。



1.1 调研报告六大特征

一篇优质的调研报告是对阶段性调查和研究的客观总结，这既是各类调研的终点，也是项目策划的起点。从调研结果呈现的要求看，调研报告应具备六大特征。

1.1.1 实用性

调研一般都产生于社会政治、经济、文化、生活等方面的需求。比如，农贸市场上的粮油、蔬菜、肉蛋等生活必需品的价格突然发生了上扬，是外销量增大导致市场出现短缺，还是原材料涨价导致生产成本增加？是阶段性的暂时情况，还是会长时间影响市场的供需状况并成为一种发展趋势？

上述现象，要求政府迅速反应，组织市场调研，摸清情况，查明原因，并采取价格调控或组织货源等有效解决措施，以平抑物价，稳定民心。

➤ 好的调研报告一般都会很快转化为领导的正确决策，产生市场效益，提升管理效率。

➤ 调研报告无论对于政府、经济研究部门还是企业，都是不可或缺的。

➤ 调研报告是了解市场的重要途径。

➤ 调研报告是领导科学决策的客观基础。

➤ 调研报告是实施管理的重要依据。

➤ 调研报告是促进发展的重要保证。

1.1.2 真实性

调研报告不是单纯报告被调查对象的客观情况，还要通过对事实作出系统的分析与研究，寻找到事物发展、变化的规律，以及造成结果的原因、采取措施的可行性。

➤ 科学的分析、研究方法确保真实性。

➤ 准确的数据、可靠的信息来源渠道确保真实性。

➤ 集体决策、不同意见的听取确保真实性。

➤ 排除主观随意性、定量分析确保真实性。

1.1.3 时效性

社会形势千变万化，政府管理也面临着日益复杂的环境，提出

新举措的机遇也是稍纵即逝，因此，调研滞后，就失去了其存在的意义。

➤ 调研行动要快，应从过程中获得有价值的内容，并迅速、及时地向决策者报告。

➤ 决策时机要准，及时作出决策，同时，决策目标具有一定的前瞻性。

1.1.4 针对性

针对性是调研报告的灵魂，这就要求在撰写调研报告时，必须要明确调研需要解决的问题和报告提交的对象。针对性包括选题上的针对性和阅读对象的明确性两方面。

➤ 调研报告在选题上的针对性要做到目的明确、有的放矢，围绕主题展开论述，这样才能发挥市场调查应有的作用。

➤ 调研报告的阅读对象不同，他们的要求和所关心的问题侧重点也不同。

➤ 如果调研报告的阅读对象是组织的最高层领导，那么，他主要关心的是调查的结论和建议部分，而不是大量数字的分析等。

➤ 如果阅读对象是市场研究人员，他所关心的是结论是怎样得来的，过程是否科学、合理，采用的方法以及调查的方式、数据的来源是否适用。

1.1.5 综合性

“综合”绝不是做材料堆积，而是要求采取适当的方法对所获取的数据和材料进行认真的整理与加工，从中筛选出恰当的、最能充分而又有力地说明问题的信息，以便能够更好地表现全文的主旨。

调研报告的撰写要做到综合性这一点，一般来讲，必须认真处理好以下几种关系。

➤ “点”与“面”的关系。“点”是指反映局部问题、个别事例、特殊情况的材料。“面”是反映全局问题、整体概貌、一般情况

的材料。点面结合，说服力强。

➤ “详”与“略”的关系。调研报告必须紧紧围绕“重点”内容叙写，笔墨要凝练、集中，详细具体，用墨宜多；而对于一般性内容则略写。

➤ “事”与“理”的关系。既要报告有关的工作或事件的情况，又要进行分析与建议。

1.1.6 新颖性

新颖性要求调研应从全新的视角去发现问题，用全新的观点去看待问题，用全新的逻辑和语言去报告事实。

➤ 调研报告要紧紧抓住市场活动的新动向、新问题、新趋势，并提出新观点。

➤ 提出一些新的建议，即以前所没有的见解。

➤ 充分调研，创意策划。

1.2 调研报告九大种类

调研报告所反映的对象，是世界上千差万别的事物，因而它的内容也随着事物的不同而呈现出不同的类型。因此，从调查研究的对象、内容、方式、范围上划分，调研报告主要有九大种类。

1.2.1 总结经验调研报告

总结经验调研报告是指对带有发展方向性质的新鲜经验和先进典型进行调查研究之后，提炼出成功的经验和有效措施，以指导和推动工作的书面报告。它是日常工作中常用的一种调研报告。总结经验调研报告写作时的注意事项包括以下3个方面。

➤ 标题一般要反映主题；前言主要概述成绩、发展变化，并提示基本经验；主体部分要充分展开，具体做法与切身体会相结合，感性认识与理性认识相贯通；结尾要归纳全文、强调主旨，或者指出不足、展望未来。

► 要把总结经验的调研报告与经验总结区分开来。一方面，两者人称不同，总结经验的调研报告使用第三人称，而经验总结使用第一人称。另一方面，两者语气不同，总结经验的调研报告常用赞扬和肯定的语气，而经验总结则要少用赞扬的语气，措辞要谦虚。

► 总结经验的调研报告，由于内容比较单一，所以要多采用“纵式结构”的方式。纵式结构是指按事情发展的先后顺序安排材料，一层一层地分析说明问题。

1.2.2 新生事物调研报告

新生事物调研报告主要是用来报告和评价新生事物，帮助人们提高对新生事物的认识。新生事物代表着事物的发展趋势和方向。因此，在写作此类调研报告时，要注意以下事项。

► 对新生事物要抱着满腔热情的态度给予充分肯定和积极支持。

► 说明新生事物的孕育、产生和发展过程，而且要指出它是在什么样的环境和条件下产生的，经历了什么样的发展过程，遇到了什么样的矛盾、困难和问题。

► 明确新生事物的作用和意义，预测其发展前景，展望其未来发展的方向。

► 新生事物在刚出现时往往不够成熟，可能存在某些弱点和不足，因此，在调研报告结尾部分要实事求是地指出其需要进一步完善的地方和可能带来的新问题，以便进一步改进。

1.2.3 先进典型调研报告

先进典型调研报告是用来对推出的具有时代特征的先进典型进行报告和评价，大力推进典型成功经验，扩大典型的影响，更好地发挥典型的作用。先进典型调研报告在写作时，应当注意以下事项。

► 尊重客观实际，突出先进典型的群众性，因此在收集整理先进典型的材料时，要认真细致地与典型本人谈、向周围群众了解，详细掌握每一个活生生的事例。