公文格式与写作方法之四

“调查报告”的格式与写作方法

调查报告就是认证系统，逻辑严密，摆事实、讲道理，具有强烈说服力，从而使之成为科学决策的可靠资料。

调查报告又叫调研报告，这是更准确的名称。因为它不仅是调查的产物，更是研究的产物。调查报告主要功能是搜集情况，并通过对调查所得情况的深入研究，提出一定的见解。因此，调查报告是根据某一种特定目的，某项工作，某个事件，某个问题，经过深入细致、周密的调查研究和综合分析后，将调查中收集到的材料和信息加以系统整理，将调查分析研究的结果系统地，如实地整理成书面文字向组织领导汇报调查情况的一种文体，现已成为使用多、作用大、范围广的基础性日常事务文书

一、调查报告的功用

调查研究的结果，通过调查报告确定下来并传达给有关部门和人员，其基本作用表现以下几个方面：

1、提供基本情况。要有效地工作或进行研究、预测，必须对所属单位、所涉及的事项的情况做到心中有数，调查报告是提供这些基本情况，特别是变化发展的活材料、新信息的重要来源。当今调查研究出现社会化、网络化、现代化的趋向，各方面的新情况，将由调查报告提供给单位和领导。

2、为决策和调整决策作依据。机关或企业在职权范围

内不断作出决策。作决策要有依据，一方面是有关的法律法规，另一方面就是工作范围的实际情况，由调查报告提供给决策者。

3、为特殊事件的处理提供根据。在实际工作中，不免会发生一些意外事件和工作失误，都必须进行调查，弄清事件的起因、经过、原由、责任、教训等情况写成调查报告，作为事件处理的依据。

二、调查报告的特点

1、写实性。

调查报告是在占有大量现实和历史资料的基础上，用叙述性的语言实事求是地反映某一客观事物，充分了解实情和全面掌握真实可靠的素材是写好调查报告的基础。

2、针对性。调查报告一般由比较明确的定向，相关的调查取证，都是针对和围绕某一综合性或专题性问题展开的，所以调查报告反应的问题集中而有深度。

3、逻辑性。调查报告离不开确凿的事实，但又不是材料的机械堆砌，而是对核审的数据和事实进行严密的逻辑论证，探明事物发展变化的原因、预测事物发展变化的趋势，提示本质性和规律性的东西，得出科学结论。

4、典型性。是指在调查报告的写作过程中所采用的事实材料要具有代表性，以及所揭示的问题带有普遍性，这种典型特点在总结经验和反映典型事件的典型调查中表现尤

为突出。

5、系统性。调查报告系统性和完整性是指由调查报告所得出的结论，必须是具有说服力，把被调查的情况完整系统地交代清楚，不能只摆出结论，而疏漏交待事实的过程和必须的环节，因为这样的疏忽势必造成不严密，根据不足以及不足以令人信服的印象，这里所说的系统性和完整性，并不是要求在调查报告的写作过程中，事无巨细，面面俱到，而是抓住事物的本质和主要方面，写出结论的推理过程。

三、调查报告的种类

调查报告种类繁多，没有统一规定，分类法也不一致，按用途分：

1、 情况调查报告。

2、 典型经验的调查报告。

3、 判断是非功过调查报告。

4、 科学研究、新项目的调查报告。

四、调查报告的一般写法

1、要有实事求是的态度。首先，必须从实际出发。写情况调查，实际情况是怎样就是怎样，不可摸风向，迎合意图；写经验调查，不可片面地挑选事实或改头换面往现成的条条里填；判断功过的更不可秉承意旨，虚美隐恶。其次，必须注意典型性。如承包制确有个别亏损的，但不一定能代表本质真实和发展方向，以此证明方向错了就不对，作为次

要现象反映就可以。这就是要排除表面现象，识别虚假现象。调查报告写时要具体，实例、数字、人员都不能笼统马虎。

2、要有正确明朗的观点。调查报告绝不可写成流水账，一定要有分析、概括、说明、议论，告诉读者一个结论。首先要以结论统率全篇，做到观点突出。不能堆积材料，让人看不出门道，其次，观点要通过事实来表达，要发一点议论，但不可太多更不可空泛议论，要以叙述事实为主的基础上说点道理。得出正确结论。

3、要有准确、简明的文字表达。首先，要理清一条贯穿观点、材料的线索，条理清楚。不要东扯西拉、不要绕圈子。其次，把叙述和议论结合好，叙议配合、紧密无间，接榫自然，融为一体。最后文字要准确生动，既不要花哨，用很多不切实际的形容词，又不要干干巴巴，要多用些生活本身的话。

五、调查报告的一般写法

1、调查中的写作准备。首先，要有目的地大量收集真实材料处理好针对性与客观性的关系。其次，随时整理分类。

2、研究中的写作思路。调查的材料必须有感性认识到理性认识的过程，把问题研究清楚，拿出自己的看法，这是调查报告所要表达的。所以在研究中要构思报告的写作。首先要从调查任务出发去研究材料，形成中心看法，也确定了主题；然后从主题出发再选择材料，拟定一个标题。

3、精心写作要精心布局和展开：

先要确定人称角度。第一人称，从调查人“我”或调查组“我们”出发显得亲切直接；第三人称，完全从局外角度出发，作者不露面，显得客观。写作中的中心问题是布局和展开，它是驾驭材料的反映，是能否说清问题的关键，正文大体分开头、主体、结尾三部分。

⑴开头。常用写法有：简况式，说明调查目的、对象、经过，有时要写明参加调查的人员简况；导语式，概括调查的内容，或写出结论；提问式，用提问引出下面调查内容。

⑵主体。主要是围绕中心解决好结构的两大问题，第一是分几层、几部分，一般是分几个大部分，用小标题或序码分开，每一大部分还可分问题；还有一种常用的办法是分若干问题，顺序写下来，一般分的较多。第二是几层、几部分的结构方式。由于调查报告是以叙述为基本表达方式，采用的是纵叙、横叙等结构形式。如果是对一件事的发展过程的报告，或欲引导读者按认识过程去认识调查对象，常用纵式结构；如果对几个地方几个方面几个问题逐点或分类报告，就采用横式结构。当然常常是以一种为主干，综合运用。

⑶结尾。大体有三种，一种是郑重其事地写一个结束语，总结全文、深化主题，或提出解决办法、改革措施，或展示未来，得出结论。一种是主要问题在主体部分都讲了，但还有些次要的在开头或主体部分不便讲，或安排不进去如多少

人去，受到欢迎还是抵制，还是欺骗、应付等等，就写一个简单结语。

调查报告要署名，署真名，有时要写明职务；其单位要写正式名称，署在标题下或文末；年月日放在标题下，如署名在文末，日期放在署名后。

例文 1

两个文明建设的生力军

——××市文化专业户的调查

近几年来，文化专业户犹如沃野上绽放的鲜花，带着泥土的芳香，遍及××市广大乡村。截至目前，全市已出现文化专业户三百二十六户，从业人员达六百九十人，相当全市“官办”文化单位人数的五点七倍。

经营自主 灵活多样

文化专业户是个体经营，不受条条框框的约束，完全实行因时、因地、因事服务。安邑村的杂技村专业户×××，领着“家庭杂技团”走到哪演到哪，有舞台就上舞台，没舞台就地大场。还有许多图书专业户和个体剧团，经常深入山庄窝铺，解决了历史上文化活动难进山窝窝的问题。

因利乘便　服务对路

文化专业户都是土生土长的庄家人，拿起胡琴能开戏，放下胡琴能锄地。尤其是他们熟悉农民，了解农民，服务起来对口、对路、对时，很对农民的脾味。东城乡河拱村植保

员×××，先后投资二千三百多元，购买各种图书千余册，借阅量达到七千二百册，借阅人上万。为了满足农民对发展商品、经济、科技信息的需要，他购买了大量养殖、种植书籍，并亲自送到农民手中。农民×××学习了他送去的种植辣椒的书籍，变成了闻名乡里的种辣椒行家。

继承传统　刻意求新

文化专业户的兴起，是丰富的地方文化得到了重新发掘和继承，并有所发展。如民间刺绣、剪纸、炕围画、中堂画、纸扎、八音会等，多少年销声匿迹，而今到处复苏。××乡双堡村唢呐世家×××，在继承和发展中路梆子音乐方面，进行了较大的改进。全家人连姑娘媳妇都学会了演奏，他们的吹奏，曾被省、市电台录音播放。

文化专业户的兴起，以多种宣传形式，丰富了农村的文化生活。抵制了封建迷信活动，把现代文明的气息渗透到各个乡村角落，推动了精神文明和物质文明建设的发展。

山西日报通讯员　×××　×××

山西 日 报记者　×××

××××年×月××日

点评:

这篇调查报告，反映农村文化专业户这一新生事物的。用了肯定的标题加了副标题说明。

开头，采用导语式，先用一句形象的充满感情歌颂的话语提

出，形象化得手法与文化专业户这件事相称；但不具体，接着用三个数字说明其发展情况。

主体分三个部分，各加一句整齐的二级标题，概括的很贴切。内容上从三方面陈述了所调查的农村文化专业户的特点和成绩，每一部分在叙述之后有配合很好的典型事例，叙述中又穿插议论，繁简适当。

结尾，总的申明这一新生事物的意义，有了高度。因为很短，不写调查经过；有情况、有经验、有结论，“麻雀虽小，五脏俱全”。

例文 2

以《关于全市 2002 年电暖器市场的调查》一文为例，该市场调查报告的主体部分写为：

1.生产情况

据调查，国内以电暖器为主要产品的生产企业为数不多，大约 30 多家。2002 年，这些企业电暖器总产量约 240.19 万台。其中年产量超过 10 万台的主要有广东美的家电厂、宁波天工实业公司……八家企业。这八家企业电暖器总产量约 209.53 万台，占国内电暖器总产量的 87.24%。具体数字见表一（略）

以上情况表明：虽然电暖器行业目前处于起步阶段，但生产集中程度都非常高。特别是产量排行第一的广东美的家

电厂，其产量超过国内总产量的四分之一，在本行业中处于明显的垄断地位。

2. 销售情况

\ 据对北京、大连、沈阳、济南、杭州、武汉六个城市的27 家大商场的调查，2002 年总销量约为 71000 台。其中，销量超过 5000 台的有大连商场、大连百货大楼……五家商场，年销售总量约 44447 台，占 27 家销售总量的 62.2%。具体数字见表二(略)

以上情况表明：与电暖器生产的高度集中类似，电暖器销售的集中程度也非常高。这种现象一方面反映了电暖器市场正处于开发阶段, 大部分商场都把电暖器作为试销商品经营,把电暖器作为主要商品经营的为数甚少；另一方面，虽然经销电暖器获得成功的商场数量不多，但这些成功者的事实至少说明，电暖器极具市场潜力，具有良好的发展前景。

3.各种品牌的竞争（略）

4.市场分析与展望（略）

产品与建筑面积、供热面积的分析，产品生产和销售情况的分析（略）

5.几点建议（略）

产品调查是市场调查的主要内容之一。产品市场调查报

告的行业性、专业技术性很强。其内容一般包括：产品的品牌、质量、款式、功能、价格、技术、服务、消费，及对产品的评价、意见、要求、产品的市场销售、市场展望等。上述市场调查报告范文侧重于对产品的生产、销售、品牌等情况的介绍，运用数字分析、对比、排位等方法分析，尤其是第四部分对影响产品销售的建筑面积、供热面积等深层背景进行分析，并进行预测，使文章更有力度，在此基础上所提出的对策和建议，必然显得理据充实，说服力强。

市场调查报告的结尾

结尾是市场调查报告的重要组成部分，要写得简明扼要，短小有力。一般是对全文内容进行总括，以突出观点，强调意义；或是展望未来，以充满希望的笔调作结。视实际情况，有时也可省略这部分，以使行文更趋简炼。