# 2025年农村产业调研报告 农村水产产业的调研报告(优质8篇)

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2025-04-19

*随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!农村产业调研报告篇一工作全面上水平、上质量，使广大群众得到更...*

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟!

**农村产业调研报告篇一**

工作全面上水平、上质量，使广大群众得到更多实惠。

红旗街在开展“创优”活动中要着力抓好几方面重点工作：

三是加强各级计划生育技术服务机构标准化建设，提高服务能力。技术服务机构年审达标率要达到90%以上。

五是进一步加强流动人口管理，做到同服务同管理；

六，加快推进村（居）民自治管理体制的建立，充分发挥计生协会组织及会员的作用。

七、创新服务理念，拓展服务内容，不断提高创建水平

在开展“创优”活动中要加强免费“三送”服务建设；扩大药具服务工程；育龄妇女生殖道感染干预工程。通过不断赋予计划生育优质服务新内容，促进“创优”活动整体水平的不断提高。

**农村产业调研报告篇二**

（一）大背景：随着智能手机的普及以及移动互联网的发展，手机已经成为人们生活中非常重要的.一部分，手机已经不是过去传统意义上的通讯产品，而是更多承载了人们的娱乐、消费、商务、办公等活动。在此背景下，移动电商行业快速成长起来，用户的移动购物习惯也在逐步养成。随着互联网向本地化电子商务的发展，信息和实物之间、线上和线下之间的联系变得更加愈加紧密，o2o让电子商务网站进入新的一个阶段。

（二）根据ictr的在线调研数据显示，在过去的半年里，有59%的被访网民用过手机购物，20%的被访网民用过平板电脑购物，可见，已经有至少六成的被访网民有过移动购物的经历，中国网民的移动购物习惯已逐步养成。越来越多的消费者开始喜欢通过移动电商来体验购物的快乐。

（三）生鲜电商元年：20xx年被喻为中国生鲜电商的元年，大量的电商纷纷加入生鲜领域，主要的大型电商加入历程如下：

1、20xx年5月31日，顺丰速运旗下电商业务顺丰优选上线

2、20xx年6月初，亚马逊也开始进入水果电商。

3、20xx年7月，京东正式推出生鲜食品频道

4、20xx年4月7日，网上超市1号店宣布进军生鲜品类，旗下“1号果园”正式上线。

5、20xx年7月2日，天猫亦正式对外宣布试水生鲜冷链物流，首期将为“水果生鲜”提供配套冷链服务。

（一）产品本身难题。调查数据显示，91.79%的人最关心的是水果质量，有76.51%的人关心水果的保鲜期。

（二）物流配送是生鲜电商的最大制约。冷链是生鲜电商的基本要求。调查数据显示，有90.77%的人表示在网上购买遇到的最大的问题是运输途中损坏；更有85.13%的人表示水果不新鲜。

（三）库存管理难题。由于生鲜保质期只有短短几天，损耗率高。

（四）消费者接受程度。在调查数据中，87.69%的人没有在网上买过水果，用户习惯于去菜市场或摊边小贩购买，消费习惯有待培养，因此用户规模仍不大。

（一）介绍

1、背景：天天果园创立于2025年4月1日。有30年食品行业经验，致力于搭建产地源头到消费者的直供平台，网站上80%以上为进口水果，精选全球鲜果美食，果园专业鲜果猎头足迹遍布全球，自建专业冷库，冷链物流。便利宅送，全年无休。主营中高端水果产品，包括进口鲜果和国内优质鲜果。

2、渠道：天天果园拥有网站订购，电话订购，电视购物（东方cj）、企业直供（大客户定制）和实体服务点等多元供应渠道。团体大客户，可享受量身定制产品的服务。

3、理念：天天果园的理念是，让客户享受到真正健康、美味的世界鲜果和管家式体贴放心的服务。

4、优势：天天果园的竞争壁垒是他们独有的综合供应链和运营体系。

（1）天天果园的配送范围已覆盖全国三百多个城市，水果损耗率控制在5%左右，通过布局o2o进一步提升生鲜运营和配送效率，真正做到“回归零售本质”。

（2）冷库有9间，不同的冷库放置着不同类别的进口水果，和仓储、分发、包装、检测、运输、行政一起构成了天天果园后端的物流体系。

（3）天天果园还有一个十人规模的采买团队，负责飞到海外各地跟踪水果农场的生产流程，并对当地的天气、产量、品质做出可行性分析。天天果园还有一个十人规模的采买团队，负责飞到海外各地跟踪水果农场的生产流程，并对当地的天气、产量、品质做出可行性分析。买卖双方可以根据国内的实际需求协调水果生产的产量，加强供需两端的互动。

5、劣势

（2）货品的损耗率上，线上还没有做到线下的优势。”“天天果园必须思索如何在货源的供给、运输、品质的管控等各个环节跟上需求。

综合调查数据及以上分析报告来看，相比起电商界成熟的领域来说，生鲜水果之所以发展得缓慢，主要是它是一个新兴的行业，它还有很多人们还没能完美解决的地方，如果人们可以解决所面临的总总问题的话，那水果电商将会是一个非常有前景的行业。

（一）建立供应链，是生鲜电商根本。

（二）发展冷链，是生鲜电商的方向。

（三）专业化运营，是生鲜电商的支撑。

（四）突出价格与特色，是生鲜电商的动力。

（五）加快制定果品相关标准，推动绿色果品认证、haccp（危害分析与关键控制点）认证，促进标准化生产和实施品牌战略，主要品种逐步实现从果品到包装的标准化，着力改善实行电子商务的环境。

**农村产业调研报告篇三**

研了河西镇、太平乡、龙潭乡，随机抽查了9个村、21个社、37个核桃生产农户、3个核桃加工企业。并走访了县级各有关部门。现将调研情况报告如下：

全县核桃产业现状

据中国科学院古生物研究所对县境内出土的核桃化石的鉴定表明，早在公元前16世纪漾江流域就有大量核桃生长，漾濞是核桃原产地之一。

承包责任制到户时期；二是1991年至1992年县、乡村大办以核桃为主的林果基地时期；三是由于核桃嫁接苗滞销和偷采滥购核桃枝条得到扼制，核桃价格最高时期。1995年以后，随着国家加大了对贫困地区的扶持力度，实施西部大开发，各地投入大量资金兴办以核桃为主的绿色企业，核桃嫁接苗的市场需求量巨增。加之管理工作跟不上，群众性的盲目发展，致使河谷和半山区的很多核桃树林遭到严重破坏，这是我县核桃产业发展史上的一大“劫难”。因此，虽然全县核桃面积和株数都在逐年递增，但核桃产量却增长甚微。

万亩，占云南省核桃种植面积万亩的%，占大理州核桃种植面积70万亩的%,人均占有25株.在万株漾濞大泡核桃中，幼树万株，占%，初果树万株，占%，盛果树万株，占%，老树万株，占%。据县统计局的统计：全县泡核桃产量万公斤，产值2276万元。占农业产值16848万元的%，占林业产值2796万元的%。

1、核桃资源

本次调查太平乡、龙潭乡、河西镇的9个村、21个社、37户，共种植核桃11448株，户均拥有核桃309株，人均69株。在11448株中，盛果树596株，占调查株数的%,初果树3165株，占%,幼树7622株，占%，衰老树65株，占%。

据三乡填报共有核桃671633株，户均拥有核桃103株，人均24株。其中盛果树144685株，占总株数的%,初果树67885株，占%,幼树422846株，占%，衰老树36217株，占%。

泡核桃种植户实地随机调查情况表1单位:株

2、泡核桃产量

根据到户调查，结果树平均单株产量为公斤/年，则推算出全县的核桃产量为万公斤；根据三乡自报，结果树平均单株产量为公斤/年，则推算出全县的核桃产量为万公斤；根据县统计局统计产量计算，结果树平均单株产量为公斤/年，全县泡核桃产量为万公斤，县政府对外交流数为470万公斤，县生物资源开发创新办公室的统计数为万公斤,地方税务局的核桃计税产量为万公斤。全县的泡核桃总产量究竟是多少？有必要再进一步的调查核实。

乡自报泡核桃生产情况表2单位:株

泡核桃种植户产量实地调查情况表3单位:公斤、株

乡自报泡核桃产量表4单位:公斤、株

3、经济收入

据调查的37个核桃种植农户，销售核桃总收入226120元，户均6111元，人均1362元，占全县农民人均纯收入1260元的%。核桃收入占家庭经济总收入的49%。其中,太平乡核桃销售收入达到10000元以上的有6户，人均达4205元，最高的人均达到5000元。龙潭乡核桃销售收入达到10000元以上的有3户，人均达2400元，最高的人均达到7500元。河西镇核桃销售收入最高的人均达到4000元。据调查的三个乡自报，6491个农户,销售核桃总收入6470514元，户均997元，人均235元，占全县农民人均纯收入1260元的%。核桃收入占家庭经济总收入的%。

4、财政税收

收征收数万元的%。国家税务局没有对核桃加工企业征收增值税，如按“双文明”考核中核桃加工企业上报的销售收入7262万元的6%计算征收增值税，则应征税435万元。

泡核桃生产效益到户实地调查情况表5单位：公斤、元

乡自报泡核桃生产效益情况表6单位：公斤、元

5、加工现状

人，生产“漾宝牌”核桃乳400多吨，开发并上市纸盒装核桃花生乳、袋装鲜核桃乳、核桃牛奶等新包装产品，月销售核桃乳等产品50吨左右，年实现利润10万多元，上缴税收8万多元，在原料加工中请临时工100多人，付工时费11万元。今年1-4月份预计可实现利润13万元，上缴税收10万元。

二、核桃产业发展的前景分析及存在的主要问题

生产前景

地拿出来种植核桃。在调查的37户农户中，就有25户在常耕地内种植了核桃，还有12户年内也准备在201亩常耕地内种植核桃，此外,这37户有981亩荒山荒坡可以种植核桃。

2、生产潜力较大。改革开放以来，核桃价格一直是稳中有升，群众种植核桃的积极性越来越高。据调查分析，现有核桃树龄结构是老树和盛果树少，幼树和初果树多。如对核桃园进行科学管理，增加核桃生产的科技含量，加大技术和肥料投入，万株初果树在3—5年内产量将增长倍。万株幼树将有一半以上挂果，万株盛果树产量将增加三分之一，到“十五”期末实现全县的核桃产量产值翻番将是指日可待。

市场前景

桃产量为4700吨，占全国核桃产量274246吨的%，占全省60452吨的%。近几年全国核桃生产发展很快，如以每年5%的递增率计算，后我国核桃产量将达到万吨。

核桃是我国历史上重要的出口商品。1990年以来，年出口核桃果4000—5000吨，核桃仁8000吨。漾濞大泡核桃，主产区在大理州，每年出口量在3000吨以上，占云南省核桃出口总量的70%，我县每年出口核桃吨以上，占大理州核桃出口量的67%。

随着世界各国经济的发展和人们生活水平的逐步提高，人们对核桃保健、医疗价值的认识，核桃加工业将不断兴起，国内外对核桃的需求量将不断增加。再过，国际市场上核桃需求量将上升到100万吨左右，中国的消费量将上升到24万吨。

在创漾濞核桃品牌方面，一些个体私营企业主已作了极大的努力。如伊斯兰侨茂食品有限公司申请了“漾濞核桃”

1、思想认识和工作力度不到位。制约我县核桃发展的因素固然很多，但思想认识和工作力度不到位是关键所在。据调查分析，其差距主要是：

满足现状，发展缓慢。一些领导干部认为，在漾濞培植核桃支柱产业，由于气候资源优越，种植经验丰富，已不成问题，领导可抓可不抓，群众自己会发展。致使各级政领导对培植核桃产业重视不够，督促检查和指导服务跟不上，发展缓慢。

短期行为，无长远打算。部分干部群众只图吹糠见米、立竿见影之效，认

为种植核桃周期长、见效慢，是前人栽花后人享福，常常123下一页

**农村产业调研报告篇四**

今年以来，受异常天气和供求关系的影响，我市蔬菜水果整体价格呈现出先升后降的趋势。根据调查组的数据，1月和2月的新鲜蔬菜价格分别上涨了13.8%和5.3%；3月份下降8.1%，4月份上升4.3%，1-4月份分别上升9.7%、5.8%、1.7%和4.3%。一些蔬菜和水果价格滞销，农民遭受严重损失，引起了社会的强烈关注。一方面，城市居民正在遭受包括蔬菜价格在内的食品价格上涨造成的通货膨胀；另一方面，一些蔬菜品种滞销，深受“蔬菜伤害农民。农民的困境没有得到相应的好处。在这方面，由收费管理部门、物价检查分局和监测中心组成的第三研究小组深入吴丽婷果蔬批发市场、石埠蔬菜基地、金陵香蕉基地、金头、官塘、水街和单村农贸市场，对流通中的蔬菜、水果价格及相关收费进行了研究，重点是农民“卖菜很难。和居民“买食物很贵。原因。值得注意的是，造成蔬菜价格波动的长期因素，除了天气异常和供求关系外，还包括流通环节成本高，亟待解决。

据市统计局统计，xx年1-3月蔬菜产量60.32万吨，同比增长6.55%；水果产量14.22万吨，同比增长14.21%。但由于年初长期低温多雨天气，主要果蔬产区上市时间整体推迟了一个月，满足了其他地方上市果蔬的时间。另外，去年北方菜园项目扩建的大棚蔬菜今年开始生产，使得南方和北方的部分蔬菜同时上市，菜市场供过于求。运往省外的当地季节性蔬菜，特别是青椒和甜瓜大幅减少，果蔬价格从5月份开始大幅下降。5月份，新鲜蔬菜价格下降8.0%，新鲜水果价格下降0.1%。到6月份，下降最为明显。据了解，仅这两个项目就推动6月份整体价格水平下降了约0.4个百分点。

据调查，全市果蔬流通通常要经过4-5个环节，发生的费用由批发和零售组成。批发成本主要包括从天头到市场的运输成本、摊位费、人工成本和批发利润；零售环节成本主要包括运输成本、展位费、销售损失、人工成本和零售利润。

(1)展位费。调查数据显示，市场摊费在蔬菜最终售价中所占比例不高，对蔬菜最终售价的影响相对有限。其中:

1.零售市场的展位费对零售价格影响不大。比如官塘菜市场的蔬菜摊费是350元/月，每个摊每天卖50公斤青菜，平均每公斤青菜0.24元左右，占最终售价的10%左右；封飞菜市场蔬菜摊收费130-450元/月，每摊每天销售150公斤青菜，平均每公斤青菜0.03-0.1元左右，约占最终零售价的4%；单村食品市场的水果摊位价格为1000元/月，每个摊位每天出售50公斤水果，平均每公斤苹果0.66元，约占最终零售价的7%。

2.批发市场的摊位费对市场的最终售价影响不大。据了解，吴丽婷批发市场的新鲜蔬菜摊位费为每月1800元，每月销售900吨新鲜蔬菜。平均每公斤新鲜蔬菜0.002元左右，占最终零售价的0.07%；水果摊费用每月4500元，每月销售新鲜水果900吨，平均每公斤新鲜水果0.005元左右，占最终零售价的0.05%。

(二)人工成本显著增加。据了解，xx的人工成本比xx增加了88%。比如农民工工资从去年的每天60元涨到今年的80-120元；按计件工资计算，去年每车人工成本(装28吨大白菜)为1000元，而今年每车人工成本(装20吨大白菜)为2200元，每公斤新鲜蔬菜平均人工成本从去年的0.08元增加到今年的0.15元，增幅为88%，占大白菜最终零售价格的5%。

(3)包装材料成本大幅增加。每个泡沫盒价格7元，冰瓶成本1.7元/盒(一个泡沫盒需要2个冰瓶)，封口胶成本0.6元/盒，内膜袋(或废报纸)成本0.4元。所以每个包装箱的成本是9.7元，每个包装箱的重量是18公斤。每公斤大白菜的包装材料平均成本为0.54元，占最终零售价的20%，比去年的0.41元高出32%。

(4)运输成本大幅增加。运输成本的增加是一个非常重要的原因。“最近的高油价，加上对公路上车辆非法超载的严格控制，导致供应商运输蔬菜的盈利能力下降。& lsquo不要超载或赚钱。是蔬菜运销行业的潜规则，运输成本上升导致蔬菜在产地外运不畅。近年来，成品油价格的上涨大大增加了运输成本。比如从昆明采购一卡车大白菜，xx每吨运费220-230元，xx运费高达280元/吨，比流通成本高25%左右。不断上涨的燃料成本是导致流通环节成本高的重要因素。

(五)损失较大。价格随时变化。在零售中，零售商应清洁、选择和去除杂质和劣质蔬菜。一些精选的劣质蔬菜应该亏本出售，甚至直接倾倒。另外，会砍价的顾客购买的蔬菜价格会更低。供应量少的品种，市场价格高；供应多的品种市场价格会低一些。蔬菜质量好，选出来的优质蔬菜价格就高；质量越低，价格越低。蔬菜的售价每天都在变化。况且蔬菜是一种季节性很强的商品，当天卖不出去，保存不好会腐烂变质。新鲜蔬菜价格上午高下午低，比上午平均高10%-20%左右。销售损失主要体现在零售方面。一般情况下，绿叶蔬菜的损失相对较大(最终售价的20%左右)，而非绿叶蔬菜的损失相对较小(最终售价的10%左右)。然而，调查结果显示，零售中绿叶蔬菜的损失约占最终售价的30%。非绿叶蔬菜在零售中的销售损失约占最终售价的20%，这主要是由于整盒果蔬中存在掺假和人为加重包装箱的现象。这些非正常损失会对蔬菜价格产生一定的影响。在调查中，我们发现一些从外地进口的瓜果品种仍然有人工重包装箱，这些异常损耗会对水果价格产生一定的影响。比如零售商批发一箱苹果，价格35公斤，纸箱重7公斤左右，实际损耗3-4公斤左右。两件物品总重量约10公斤，占整箱苹果重量的30%，占整个流通成本的50%。

(6)零售利润不高。据我们调查，蔬菜零售商的利润基本维持在每公斤0.4-0.6元。按每天销售100公斤蔬菜计算，每天销售利润50元，月收入1500元左右，基本相当于全市城镇居民人均可支配收入。

(一)流通成本对蔬菜的最终售价有很大影响。从田头到餐桌，批发零售环节的涨价对果蔬的最终售价影响很大。从四个品种的调查来看，基本上都超过了市场购买价格，占最终零售价的50%以上，尤其是苹果，由于异常亏损，占最终零售价的72%。

(二)零售成本占蔬菜最终售价的比例高于批发成本。调查结果显示，芥菜、白菜和苹果的流通环节分别占蔬菜最终售价的73%、50%和75.3%，批发环节分别占27%、50%和24.7%。

(3)不同市场的展位费对果蔬价格的影响不同。从调查的几个市场的展位费来看，标准差别不大。比如官塘菜市场的蔬菜摊费用是350元/摊& middot6月份，封飞菜市场的蔬菜摊费用为130-450元/摊&中等；但由于两个菜市场的蔬菜日销量不同，每公斤的平均摊费也不同。例如，官塘菜市场每天出售大约50公斤新鲜蔬菜，而封飞菜市场可以出售150公斤新鲜蔬菜。因此，两个市场共享的每公斤新鲜蔬菜的平均摊位费分别为0.24元和0.1元。

基于以上因素，我们认为蔬菜、水果和蔬菜必须经过从田地到消费者餐桌的许多环节。油价上涨、劳动力上涨等因素增加了流通成本，一定程度上削弱了产地蔬菜价格下跌对终端市场的传导范围。

(1)流通环节过多。蔬菜的配送环节很多，每个环节都要根据不同的情况增加相应的成本，导致蔬菜价格更高。

据我们所知，蔬菜、水果和蔬菜必须从田地传到餐桌“种植者-生产者-批发商-零售商-消费者”以此类推，每个流通环节都要加价0.2-0.4元/500g左右，所以很容易出现零售价高，实地进货价低的情况，比如0.4元，大白菜在哪里生产，零售市场却卖到1.5元。

“我国农产品流通成本较高，是国外的2~3倍。”

(2)蔬菜水果批发市场网点较少，只有3家有一定规模的网点，销量小，辐射度低，规模小；销售网点少，市场竞争力弱。销售网点少，竞争不足，批发零售差率高。我们城市只有6家便利店。

(3)实现农资超市对接存在一定困难。主要表现为:一是蔬菜基地仍以分散农户为主，难以满足超市的大需求和多品种需求；二是农民无法提供相关资质证明和增值税发票；第三，农民没有农业超级对接的相关知识。各大超市都在积极探索养殖和超对接的对接模式，但可能需要一段时间才能实现。

(4)生产的盲目性增加了菜农面临的市场风险。菜农种什么，种多少，完全取决于菜市场价格的变化和以往的种植经验。但由于蔬菜的生长有一定的时效性，现在有些蔬菜价格高，在收割蔬菜时没必要保持高价。价格下跌，菜农就亏了。因为我市基本没有大规模集约化的蔬菜生产种植基地，菜农基本都是以户为单位种植蔬菜，规模小，品种单一，同一区域种植的蔬菜品种趋同。另外，市场信息不通畅，菜农市场风险承受能力小，蔬菜价格波动小，会造成巨大损失。

针对上述问题，建议政府相关部门采取措施，缓解部分地区蔬菜市场的供需矛盾，帮助解决蔬菜问题“难卖”和& other昂贵的蔬菜伤人。问题，以维持市场的平稳运行。

(一)进一步创新流通模式，完善市场流通体系，降低流通成本。

一是在各大农贸市场开辟蔬菜直销区，对菜农在市场上的直销区采取免收摊位费的方式，鼓励蔬菜协会和菜农进城直接卖菜，减少蔬菜流通环节，降低运营成本，稳定市场蔬菜价格。

二是建设公益性批发零售市场。政府加大了对市场建设的政策支持和资金支持；科学规划，合理布局，加快城乡农贸市场建设。

三是抓好生鲜蔬菜供应主渠道建设，选择市内几家大型超市或生鲜市场，让这些市场发挥主渠道作用，低价出售生鲜蔬菜，吸引消费者购买，推低农贸市场价格。

四是推进农民合作社建设，改善种植现状；组织程度”。例如“农民-经纪人-超市”基于的农业超对接模式。由于我市蔬菜生产缺乏合作社等指导单位，大量分散经营，蔬菜种植面积无法统计，市场无法与一些大型商场、超市连接。一户分散经营不能满足大流通的要求，政府应积极引导农民参加合作社，采取“社交场对接”“农业超级对接”通过其他方式将一个群体抱进市场，不仅可以剥离中间菜商剥削的环节，还可以提高自己的利润空间，造福人民。目前，在我市四塘、五塘一带；农民-经纪人-超市”农民经纪人与李克龙超市签订了蔬菜购销合同，直接下了蔬菜种植订单。农产品生产中的价格风险转移到超市。

五是有计划地打造一个服务社区便利的蔬菜副食品直销点，由一流批发商直接配送，成立“早市”或者夜市”管理蔬菜。由政府组织货源，在有条件(可提供蔬菜交易场所)的社区、物业区域设立蔬菜直销摊位，每天早晚指定时间，组织社区无业人员和低保人员安排摊位，参与蔬菜经营活动。对各种费用给予最大折扣。这不仅可以解决部分失业和低收入工人的就业问题，还可以让广大市民买到物美价廉的蔬菜。

(二)建立透明的农副产品价格信息机制。不同农贸市场的新鲜蔬菜价格有所不同。因此，通过在主要媒体和公众密集的地方公布新鲜蔬菜的批发价格和不同市场的零售价格，可以增强价格信息的透明度，鼓励经营者合理定价。同时，消费者可以掌握价格的主动权，主动与运营商讨价还价。

(三)尽快建立价格调节基金。筹集的资金专项用于支持主要副食品生产基地建设，通过补贴降低菜农种植和运输成本，补贴困难群体的动态价格，充分发挥价格调节基金稳定市场、稳定价格的作用，进一步增强政府对市场的宏观调控能力，确保居民基本生活必需品价格不发生较大波动。

(四)加强对农贸市场和超市收费的监管。一是清理农贸市场和超市行政性收费，取消不合理收费。二是制定相关政策，规范市场租赁设施收费，降低运营商运营成本。由政府投资建设、国有产权和国有流通企业所有的农贸市场摊位费实行政府定价或政府指导价管理。未纳入政府定价或政府指导价管理的其他农贸市场摊点收费，实行备案管理，并公布摊点收费标准。

(五)进一步完善和实施鲜活农产品运输；绿色通道”政策。全市所有收费公路(包括收费独立桥梁和隧道)均纳入鲜活农产品运输“绿色通道”范围，对合法装载和运输鲜活农产品的车辆免收车辆通行费。新纳入新鲜农产品运输“绿色通道”网络上的高速公路收费站应按规定开放。绿色通道”特殊交叉，设置“绿色通道”引导鲜活农产品运输车辆快速优先通行的特殊标志，确保鲜活农产品运输“绿色通道”高效流畅。

(六)加强市场监管，做好信息引导。要加强对农产品市场的监测，及时掌握市场价格变化，防止市场大幅波动。探索建立信息共享机制。广泛运用新闻媒体和现代科技手段，及时将国内外农产品产销形势和价格变化传递给广大生产者和经营者，通过信息引导服务，使他们在激烈的市场竞争中科学预测市场，准确调整养殖结构，避免因信息滞后而盲目扩大生产，造成农产品价格下跌和销售困难。

**农村产业调研报告篇五**

户，占全县农业户20069户的，全县有泡核桃万亩(万株)。通过近几年的发展,到2025年底，根据统计全县共有泡核桃万亩（万株），占云南省核桃种植面积万亩的，占大理州核桃种植面积70万亩的,人均占有25株.在万株漾濞大泡核桃中，幼树万株，占，初果树万株，占，盛果树万株，占，老树万株，占。据县统计局的统计：2025年全县泡核桃产量万公斤，产值2276万元（纯收入2234万元）。占农业产值16848万元的，占林业产值2796万元的。

见表2)。泡核桃种植户实地随机调查情况表1单位:株

农村产

业发展情况调研报告

**农村产业调研报告篇六**

随着我国经济的持续发展，我国居民的实际收入将大幅度提高，人们的购买力也将逐步提高，水果也将在人民的生活中扮演着越来越重要的作用。有助于广大市民水果消费，提高水果销量。

本次调查由我们班第二小组五个组员共同组成，调查内容涉及消费者对水果的认知程度、水果消费的现状以及存在的问题等项目。按照随机抽样的原则，在杭州市选了不同性别、不同年龄、不同收入层次、不同文化程度的近一百名消费者进行了问卷调查。调查采取由调查人员直接面对面发放调查问卷、现场提问、现场填答问卷的方式进行，共发放调查问卷100份，回收100份，有效问卷100份，问卷有效率为100%。水果关系到消费者的身体健康，食用不新鲜的水果，不仅不利于消费者的身体健康，而且还会导致疾病的发生，因而消费者在消费时更关注产品质量，其他如营养、价格等因素也是消费者关注的因素。本小组最后对调查资料进行汇总和分析，得出了一系列调查结果。

在100份有效问卷中，被调查者的基本情况如下：按性别分：男性45人，占45%；女性55人，占55%。按年龄分：15岁以下6人，占6%；16-30岁65人，占65%；30岁以上29人，占29%。

（一）消费者对水果的认知度较高

主要表现在：一是多数消费者经常食用各类水果。二是半数以上的消费者认为水果是人体必须的营养品。三是消费者对水果的营养成分有一定的认识。这就说明消费者对水果有较高的认知度。

（二）各类水果都深受消费者的青睐

消费者对水果的消费基本以常见产品为主，在被问及“您认为哪种水果令您影像深刻？”时，24%的消费者选择香蕉，46%的消费者认为苹果、西瓜深受喜爱，还有30%的消费者则选择芒果、荔枝、柑橘等。这表明越常见的水果越能被消费者接受，在新鲜度、价格方面有一定的优势，因而在当地有较大的市场份额。但从全市范围来看，类似火龙果、樱桃、猕猴桃、枇杷等水果也是备受消费者的青睐。

（三）超市和水果店是消费者选购水果的主要场所

在对“您更乐意到哪里买水果？”的调查中，60%的消费者选择到超市购买水果，65%的消费者到水果店购买水果，这主要是一位超市和水果店环境好，水果种类比较多且全，选择余地大，进货渠道正规，水果质量能得到保证；消费者还可以根据天气的变化、心情的变化、自己的喜好，随时决定选择其他种类的水果。32%的消费者选择在农贸市场购买水果，36%的消费者选择在路边摊购买水果，这主要是一些家庭主妇在买菜的同时顺带购买一些水果，或者在为了方便在下班回家路上，在路边摊上购买一些。

（四）水果的销售前景很看好

在调查中，有70%的消费者会因为季节的转化而影响对水果的购买次数，69%的消费者明确表明水果的销售前景是一片光明。夏季天气炎热，水果成了家家户户的必备品，有83%的消费者会选择在夏季购买水果，但这并不是表示在其他三季不买任何水果，各个季节都有特色水果，而且现在科技发达，反季节水果已经见怪不怪了。随着消费者的经济水平的提高，水果已经成为日常生活的必备品。

（五）消费者购买水果的关心处各部相同

新鲜度是消费者购买水果首先考虑的\'因素，其次是价格和质量。在被问及“您在购买水果最担心的是什么？”有68%的消费者回答“担心水果是否新鲜”，49%的消费者回答“担心价格是否合理”41%的消费者回答“食用是否方便”33%的消费者则是担心食用水果是否可以美容、减肥；41%的消费者担心购买的水果是不是会有农药残留，还有一些消费者担心水果的包装不合格，或者在运输、销售中会被二次污染。水果关系到消费者的身体健康，食用不新鲜的水果，不仅不利于消费者的身体健康，而且还会导致疾病的发生，因而消费者在消费时更关注产品质量，其他如营养、价格等因素也是消费者关注的因素。

（六）便宜实惠的水果销路好

在被问及“水果的价位？”51%的消费者认为应该是便宜实惠，适合学生，40%的消费者认为要合理适中，新鲜为宜。这主要是因为青少年对水果的需求量更大，水果中含有多种维生素，利于身体健康。水果口感好、营养成分丰富，消费者易于接受。

（七）选购水果的方法

给水果打蜡是国际上允许的保鲜方法，因为水果打蜡一般用食用蜡，合理打蜡对人体健康不会有太大影响。但一些不法商贩经常使用工业蜡给水果打蜡，其中含有的汞、铅可能通过果皮渗透进果肉。频繁食用打蜡水果，对人体人的身体会带来危害。

市民在购买水果是不要只看果品的外表，要从气味、颜色两方面挑选。另外，反季节水果尽量少买，价格便宜的本地水果不会打蜡，可多选购本地一些外表“朴实”的水果。

挑选水果一般采用：一闻，二看。三捏一捏。先闻有没有水果应该有的香味，也闻闻有没有其它的怪味。二看有没有发黑或者烂的地方。三捏一捏，就不用多说了。挑水果有一个秘诀，无论什么水果，在蒂的部位凹的越厉害就越甜。

我们知道水果作为日常生活中的必备食品，必然会有人与人接触，这时，我们统计了被调查者每周用于购买水果的支出。

从比例中我们可以得出以下结论：不同的工作人群的购买程度都不一样，消费水平较高的相对于水果这一栏花费较多，在被问“您每周用于购买水果的支出？”46%的消费者回答每周水果消费在10-25元，29%的消费者回答每周的水果消费在50-100元，这可以看出：这一人群经济收入较好，对生活质量要求较高；20%的消费者回答水果消费在10元以下，5%的消费者回答水果消费在100元以上，这类所占比例比较小。

**农村产业调研报告篇七**

实施乡村振兴战略，是党的十九大作出的重大决策部署，推动农村产业发展、实现农村产业兴旺是乡村振兴战略的重要内容和价值目标，当前，我国部分农村产业发展受到了缺少新型农业生产经营队伍、土地流转效率低、农村劳动力流失等诸多因素的影响，严重制约了农村产业和经济的发展。

一、存在的主要问题

（一）缺少新型农业生产经营队伍

由于土地整合难度大、农业生产成本投入比重高、农产品价格低、劳动力需求大，许多农民不愿意尝试大规模的种植，宁愿维持以家庭为单位的分散种养，以降低农业生产风险，而部分种养大户，也因自身农业技术专业素质较低，对农业专业技术缺乏掌握，粗放式的经营方式和单一的种养结构，导致其抵御灾害的风险能力较低，不能发挥带动作用。农民专业合作社也因组织结构松散，融资难度大、协作水平低等原因经营状况不佳，严重挫伤了农户加入合作组织的积极性。以县乡为例，全乡最基本的生产主要还是以家庭为单位的分散经营模式，农民思想观念保守，在生产与经营中各自为政，土地使用呈现“小、散、乱”的格局，种植大户少。截止目前，全乡50亩以上规模种植大户（含农民专合社和家庭农场）不足10户，仅占全乡农户总户数的万分之7.8左右。达到一定规模的产业少之又少。

（二）土地流转效率低

受中国千百年来的农耕文明的影响，农民对土地具有强烈的依赖意识和价值意识，农民对土地流转存在思想误区，流转意愿不强。农村也缺乏规范、合法的土地流转机制，农村土地存在着许多无序流转、非法流转、流转行为不规范等问题，农民的合法权益得不到有效保障。同时缺乏市场中介服务机构，土地流转信息阻塞，导致需求端与供给端无法有效对接，土地资源得不到有效配置。土地评定缺乏科学的标准，不能给予合理、公正的土地价格。同时丘陵地区还存在业主引进难的问题，许多业主租赁土地都希望集中连片，土地平整，但丘陵地区平整土地较少，往往导致大规模土地流转难以成功。如：乡全乡目前累计流转土地仅3590亩。

（三）农村劳动力供给不足中青年劳动力流失严重

随着城市化进程的加快，城乡经济差距越来越大，农村经济收入来源单一、收益低，逼迫许多农村中青年劳动力外出务工谋求发展，如：乡总人口30259人，其中外出务工人员达12000余人，占总人口的40%左右，留在农村的主要是老人、儿童、妇女，职业农民的减少导致农村产业发展乏力，尽管国家制定了多项返乡创业支持政策，但扶持政策没有落实，且农村公共供给与城市存在一定差距，中青年劳动力回流率较低，致使农村大面积的抛荒现象出现。

（四）农产品营销体系不完善

当前农村产业发展中家庭散户、种养大户和专业合作社忽视农产品营销体系建设，缺乏现代农业生产的流通主体，农副产品滞销、跳楼式的贱卖现象时有发生，分散、弱小的农户进入市场后竞争能力弱，例如，乡特色水果“柚”，未建立完善的销售流通体系，营销多靠“口耳相传”，多数为散户种植，品质不一，缺乏市场竞争力。其次，在信息获取方面滞后，种养结构上盲目跟风。并且“重生产”“轻营销”传统观念根深蒂固，很难针对市场需求提供相应的农产品。如：柚在挂果上市时，由于农户多为分散种植，没有品牌效应，只能以6元/斤的低价卖给其他乡镇的种植大户，远远低于市场价12元/斤。

二、解决措施及建议

（一）培育现代化农业经营主体

农业规模化、集约化、专业化、标准化是农业发展的趋势和方向，要实现农村产业现代化发展就需要培育现代化的农业经营主体。第一，培育新型的职业农民。当前新型农业发展离不开懂技术、管理能力强、营销水平高的专业农业人才，需要挑选出一批愿意从事农业生产、年富力强的农户对其进行多层次、多样化的农业生产培训，优先培育一批懂技术、懂管理的职业农民，通过他们以“传帮带”的方式扩大知识覆盖面。第二，培育和引进农业龙头企业，农业龙头企业在生产、管理、销售等环节有着巨大优势，乡镇政府需要对现有的农业龙头企业提供更多的政策支持和帮扶措施，以扩大农业企业的带动辐射面，同时加大引进力度，增强地区对企业的吸引力，做好引进后的配套服务建设。

（二）提升土地流转效率

各级政府要加大对农村社会保障的财政投入力度，让农民充分享受到学有所教，劳有所得，病有所医，老有所养，住有所居的健全社会保障体系，淡化土地对农民功能性保障意识。同时可以在乡镇、村居建立服务于农村的土地流转信息服务站或信息咨询中心，并做好对土地流转信息的采集、统计、归档等工作。政府也要积极支持培育市场中介机构，借助快速高效的互联网、手机等线上网络平台，加速土地信息的流通。

（三）构建职业农民培训体系

乡村振兴战略中，人才兴旺是关键，第一，需要建立镇、村两级返乡就业服务体系，定期对返乡的中青年劳动力做好信息摸排，做好返乡就业服务。第二，以农民夜校等为平台载体，建立“固定课堂”“流动课堂”“田间课堂”等丰富的授课模式。第三，研究制定农民田间学校建设方案，通过政策推动、扶持拉动、任务带动和机制联动，引导农民合作社普及农民田间学校。第四，要围绕产业开展从种养到销售全过程培训，在培育目标上实现与现代农业的无缝对接。

（四）完善农产品营销体系建设

完善的农产品营销体系能有效的为农户带来巨大的经济收益，也能促进农村产业向现代化农业发展。第一，培育适应市场经济要求的农产品流通主体，协助农户建立专业合作社或引导农业企业为农户提供物资供应、加工仓储、产品运输、需求信息等服务，增强农产品的市场竞争能力。第二，政府为主导协助建立相应的农产品批发市场、农产品集散中心等，这样可以将分散的生产经营主体集中起来，达到帮助其农产品的快速分销。第三，构建和优化营销渠道，减少营销环节，可以有效的减小农副产品在流通中损耗，可以建立大型超市+农户、消费者+互联网+农户、农业公司+农户、政府单位+农户等多样的营销渠道，解决农产品销路问题。

农村产业发展调研报告

产业发展调研报告

关于农村产业发展方面的调研报告

关于农村集体产业发展的调研报告

农村产业调研报告

**农村产业调研报告篇八**

xx村委会辖xx村、xx村、xx村3个自然村。国土面积18.06平方公里，属半山区，耕地总面积1251.19亩（田889.81亩，地361.38亩），人均耕地面积1.03亩。其中，高稳产农田地面积230亩，人均高稳产农田地面积0.19亩；林地25303.50亩；其他面积131亩。据初步统计，2025年农村经济总收入480万余元，其中：种植业收入390万余元，占经济总收入80%以上；畜牧业收入28万余元（年内出栏肉猪559头），占经济总收入5%。农民人均纯收入2400余元，主要以种植小米辣、烤烟等为主。目前已种植成功一个果品翠冠梨。已签订农业承包合同300余份，土地承包面积1251.19亩。从以上数据得知，居住村民不算多，每户以6口之家计，户有承包地6亩以上，再加上自行开垦的荒地，户有耕地可达10亩还多，但经济收入偏低。通过采取与村“两委”领导、村民小组长和村妇女组织、老年协会负责同志座谈，进村入户、实地查看的方式，对xx、高搂寨、xx3个村子发展农业产业现状进行了调研，现将有关情况报告如下：

一是居住户数少，人均拥有耕地面积较人口居住密集的甸尾、铁所，户有耕地多。

二是群众学习使用科学知识意识强，民风纯朴，都有通过新农村建设改变现状的强烈愿望，对改变村庄面貌期盼度非常高，都愿意积极参加新农村项目建设，参与土地流转并支持招商引资项目落地建设。

三是3个自然村位置依山傍水，无环境污染，发展高原特色产业空间大。

（一）产业结构单一，全村经济发展相对缓慢。主要原因：一是由于没有其他支柱产业，农业种植仅从过去单一结构的种植水稻、玉米发展到现在种植烤烟、洋芋、小米辣，种植的经济作物品种单一，导致全村经济发展相对缓慢。二是种植的农产品收购价格不稳定，农业增产不增收的问题比较突出。如扩大洋芋种植面积后，遇年景好时节，虽丰产，但收购价反而较干旱时期低。三是农户种植信息匮乏，不能及时调整栽种品种，种植农产品无市场或售价低。四是因人口老化、家中人口少或壮年劳力常年到乡外务工等原因，导致部分农户耕作无劳力，全年经济收入低。四是没有很好地发挥和利用当地资源，打造独具一格的特色产业，导致不能形成带动性规模化产业，全村经济发展相对缓慢。

（二）基础设施建设薄弱，限制产业发展的空间。一是通村公路和种植区的路况差。从乡进村道路除有1条里程近6公里、宽为3.5米的弹石路和跃进水库周边有1条里程约3公里、宽约2米至3.5米的水泥路面外，其余得到硬化的路面为土石路。二是农田灌溉水源不足。3个自然村虽依山傍水，但因跃进水库为人饮水源水库，反而形成守在水库边无生产用水。

（三）壮年劳力偏少，公益设施和产品交易场所建设相对滞后。一是全村1200余人总人口中，60岁左右老龄人口已达500之多，占40%，空窠老人居多，对农村经济发展、社会和谐或多或少会有一些影响。二是因距乡政府所在地有一定里程，加之3个村组之间相距3公里左右，导致公共设施不能资源共享；出现一个自然村中与另一自然村中群众为同一项目建设点意见分歧，建设项目点意见不能达成一致，争取到的建设项目落地生根难；又因无农贸市场交易点，平日，家中无交通车的村民采购新鲜肉食品均只能等到赶甸尾街市时才能采购到。

（四）处于人饮水库保护区，发展养殖业存在一定的困难。因跃进水库位于xx村和xx村中间路段，如大规模发展养殖业，可能导致疫病传播而污染到为建水整个城区居民提供的饮用水源，因此当地养殖业相对滞后，不能成规模地发展养殖业。

（一）广泛开展科学技术培训，提高抗风险能力。积极联系农技部门，指派专家或技术员实地为村民开展种植知识培训，让村民掌握更多科学种植技术。同时，村组干部带头，积极推广和引导农户种植经济价值高的新品种，适销对路的农作物。

（二）调整种植结构，发展优势互补的产业。以强村富民为突破口，积极争取有关部门提供必要的支持和帮助，进一步加大农业结构调整力度。一是结合美化净化跃进水库周边环境的要求，以xx村为首，动员每户村民用2亩左右的耕地种植果树。因缺少壮年劳力，种植果树首选易于老年人管理，果形大、果味好的苹果、脐橙、车厘子等果树，培植优势互补的产业，多渠道增加村民收入。二是向承包田地要效益。坚持农户自愿的原则，引导家中壮年劳力少的农户将承包田地以利润留成的方式承包给他人，实行连片种植的经营模式，推进农业种植业结构调整。三是在延长产业链方面做文章。一方面以招商引资或村集体投资领办等形式，搞好经济作物种植。同时，采取“公司+基地+农户”的模式，搞好配套服务；另一方面，主动与农产品加工企业挂靠，签订农业订单，稳固销售渠道和销售价格。

（三）提升劳务输出能力，加快劳动力转移。目前，欠发展农业村、组农民收入渠道还不宽，增收基础不稳固，靠年景吃饭、靠农业增收的现状并没得到根本改观，抵御自然灾害和抗市场冲击波能力低。因此，在推进社会主义新农村建设过程中，要把增加农民收入作为各级组织的头等大事来抓，以促农民增收为工作中心，加大组织领导和国家政策扶持力度，以科学发展观为指导，跳出农业发展农业，跳出农村致富农民，既向农业的广度和深度进军，把农业和农村内部的文章做足，又要继续推进农村劳动力转移就业，在农业和农村外部寻求增收途径。

（四）争取多方支持，实施项目建设。要加强xx地区的快速发展，推进项目建设是关键。因此，要充分发挥和利用各种后发优势，用足政策，争取各级支持，引进项目加快农业生产、卫生等基础设施建设，转变村民经济收入滞后和改善人居环境状况。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn