# 调研肉牛养殖工作总结(优选7篇)

来源：网络 作者：悠然小筑 更新时间：2025-05-03

*调研肉牛养殖工作总结1按照\*\*标准化示范创建活动工作安排，组织举办全区畜禽养殖标准化示范创建大型技术培训班2期，培训各市(县、区)业务部门主管领导、业务骨干以及企业负责人等300多人。各市县举办不同类型培训班15次，培训技术人员和养殖大户近...*

**调研肉牛养殖工作总结1**

按照\*\*标准化示范创建活动工作安排，组织举办全区畜禽养殖标准化示范创建大型技术培训班2期，培训各市(县、区)业务部门主管领导、业务骨干以及企业负责人等300多人。各市县举办不同类型培训班15次，培训技术人员和养殖大户近1000人。同时，根据农业部制订的《肉牛标准化示范场验收评分标准》和肉牛标准化养殖技术要求，制订了宁夏地方标准《标准化肉牛场建设规范》，进一步规范、细化了全区肉牛标准化规模养殖的技术要求。组织技术人员深入基层指导规模场示范应用肉牛品种改良、短期快速育肥、高效日粮配制、全混合日粮饲喂、高档肉牛生产等技术，提高标准化养殖水平。

**调研肉牛养殖工作总结2**

阿鲁科尔沁旗20xx年肉牛产业示范园区与

良种推广体系建设工作总结

阿鲁科尔沁旗被列入肉牛产业示范园区项目一年来，在自治区的大力支持和旗委、旗政府的正确领导下，全旗上下全力推进肉牛产业园区建设，使园区的规模不断扩大，龙头企业综合实力不断增强，肉牛推广体系建设不断完善，科技示范效果显著提高，现就一年来的工作总结如下。

一、园区建设基本情况与专项推进建设任务指标完成情况

（一）全旗基本情况

阿鲁科尔沁旗是自治区和赤峰市的肉牛养殖大旗。全旗总土地面积2160万亩，其中，草原面积万亩。辖14个苏木乡镇，1个办事处，245个嘎查村，万户，总人口万人，其中农牧业人口25万人。是一个以蒙古族为主体，汉族占多数，以牧为主的少数民族聚居区。也是自治区33个纯牧业旗之一。

20xx年6月末，全旗各类家畜存栏万头只（口），其中，大小畜存栏万头只，肉牛存栏万头，肉羊存栏万只，生猪存栏万口。是内蒙古自治区重要的肉牛羊生产基地。

20xx年末，全旗地区生产总值达到亿元，财政收入达到亿元，农牧民人均现金收入达到5450元，城镇居民人均可支配收入达到14050元。

**调研肉牛养殖工作总结3**

据调查，部分规模肉牛场在生产中采用了全混合日粮(TMR)搅拌车、青贮取料机、饲料加工机组、自动通风设备等机械设备，个别养殖场还采用自动牛体刷来改善牛群舒适度。先进养殖设备的应用，减少了人力物力投入，有效提高了肉牛生产性能和产品质量，提高了养殖企业的收益。

(三)肉牛养殖整体技术水平明显提高

示范场出栏肉牛平均胴体重达到270公斤以上，比全区平均水平高70公斤，出栏高档肉牛A3等级达到55%以上。宁夏夏华肉食品有限公司肉牛场年育肥优质肉牛10000头、高档肉牛1000头以上，引进示范了安格斯、和牛、弗莱维赫肉牛新品种，示范应用了高档肉牛繁育、高档肉牛育肥、全混合日粮饲喂、全株玉米青贮等技术，养殖全程实行标准化管理，实现了肉牛生产由传统粗放型向现代质量效益型转变。

**调研肉牛养殖工作总结4**

(一)加大财政扶持力度。加强基础设施建设，对新建(改扩建)标准化规模肉牛养殖场棚圈、饲草料加工调制设施、防疫消毒设施等进行财政扶持。棚圈每平方米财政补贴不低于100元，青(黄)贮池每立方米不低于50元。加强基础母牛群建设，提高规模化良种母牛养殖场扶持标准。

(二)全方位开展标准化示范创建和技术推广服务。根据农业部制订的《肉牛标准化示范场验收评分标准》和地方标准要求，组织有关人员深入基层，指导养殖场进行合理规划布局，完善基础设施和配套设备，规范生产管理。启动实施一批标准化规模养殖综合配套技术，加快肉牛养殖新技术、新产品、新工艺引进、示范和普及推广，提升肉牛业整体生产水平。

(三)合理规划和安排规模场生产用地。全面落实畜牧养殖用地有关政策，保障养殖用地。乡(镇)土地利用总体规划应当根据本地实际情况预留安排畜禽养殖用地。按照乡(镇)土地利用总体规划建立的肉牛标准化规模养殖场用地按农业用地管理。

(四)建立多元化的现代肉牛业金融支持体系。运用贴息等方式，引导和鼓励各类金融机构增加对肉牛业的贷款。鼓励社会资本参与现代肉牛业建设，建立多元化的融资渠道。金融部门要结合畜牧业发展特点，探索创新信贷担保抵押模式和担保手段，对肉牛业发展提供贷款支持。(信息源自宁夏畜牧工作站，具体补助措施请大家到当地畜牧局了解具体情况)

养牛产业发展情况调研报告

一、发展现状

（一）产业主导地位逐步确立。近年来，乡党委、政府紧紧充分利用饲草种植面积广、特别是旱作农业缓解饲草压力的有利条件，把养牛产业作为重点产业来抓，加大政策扶持力度，推广科学喂养技术，大力发展肉牛产业，目前，共发展养殖示范户900户，养牛5头以上的30户，占养牛总户数的3%；存栏2500头。养殖收入占农民人均纯收入28%。

（二）龙头企业取得一定发展。长期以来，全乡缺少龙头企业带动，前桃村回乡创业能人靳浩林紧紧抓住全县大力发展养殖产业的历史机遇，在县、乡政府的大力支持和业务部门的帮助指导下，公司于20\_年4月成立，20\_年4月投产运营，总投资100万元，占地面积11亩，总体建成饲养存栏肉牛100头，年育肥出栏肉牛300头的肉牛养殖基地。现已建成暖棚式牛舍5栋850平方米，青贮窖1个960立方米，饲料专用棚1座140平方米，现存栏肉牛120头，采取调供优良基础母牛与育肥出栏相结合的方式，已出售肉牛470头，实现销售收入200万元。

（三）小区养殖模式取得突破。养殖小区是发展现代畜牧业的主要载体和必然趋势。20\_年建成车李村养殖小区1座，计划20\_年建成杨岔村养殖小区。养殖小区的建成，既有效解决了人畜混居、卫生条件差、畜舍面积小的问题，又有利于饲养户互相借鉴饲养方式、方便防疫灭病、利于进入市场，对全乡肉牛产业发展模式起到典型引路的作用。

（四）肉牛品种不断优化。先后引进优良基础母牛300多头，加强了基础母牛群建设，目前优良基础母牛存栏占肉牛存栏的26%。建成了黄牛冻配改良点1个，引进南德温、西门达尔、皮尔蒙特等优良肉牛品种细管冻精，开展了肉牛冻配改良，肉牛良种化程度达到45%，品种结构明显改善。

（五）科技养殖成效显著。为加快肉牛产业发展步伐，近年来在县畜牧部门大力指导下，开展了快速育肥、品种改良、暖棚养殖、秸秆综合利用、肉牛冻配等与养牛有关新技术的推广，科学养殖迈出了新步伐。尤其是在饲草利用方面，20\_年进一步加大了玉米秸秆青贮推广力度，延伸玉米产业链条，建成魏岔、苗堡玉米秸秆青贮示范点，玉米秸秆开发利用工作取得了新突破。

（六）肉牛生产安全水平逐步提高。加大了动物疫病防控力度，疫病发生风险系数逐步降低，肉牛生产质量安全水平逐步提高。新建灵芝乡兽医站，配备畜牧兽医站专业技术人员1名，村级防疫员19名，加强了防疫队伍建设。

二、存在的问题

（一）思想认识不高，商品意识不强。群众的思想观念还比较保守，落后养殖习惯根深蒂固，长期以来形成的“养牛为耕田”的传统观念仍未得到根本转变，商品意识和科技意识不强，致使养牛生产虽然年年有发展，但难以有所突破和跨越，经济效益不够明显。

（二）饲养管理技术落后，综合效益不明显。由于农户商品意识不强，养牛普遍是以传统的耕牛饲养为主的分散养殖，饲养管理方式粗放，人畜混居，畜禽混养，存在生长速度慢、育肥周期长、肉用性能较低、进入市场渠道狭窄等问题，养牛综合效益不高。

（三）龙头带动作用不强，产业链条尚未形成。养殖龙头企业数量少、规模小，缺乏具有较强的内联农户、外联市场、引导生产、深化加工、带动肉牛产业发展的龙头企业，“龙头+基地+农户”的产业化经营格局尚未形成。仅有的几户龙头企业才刚刚起步，辐射带动作用还未凸显，对农户养殖业的带动力、支撑力还比较弱，产业链条短且关联度低，农户与龙头企业之间的关系不密切，尚未形成风险共担、利益均沾的利益共同体，产前、产中、产后服务滞后，加工、营销环节薄弱，农户的利益得不到保障。

（四）增收幅度不大，资金扶持不力，发展后劲不足。养牛产业投资大，周期长，短期效益低。养一头牛从配种到出生、出栏需要2－3 年时间，投资4000多元，可实现收入5500元，纯收入1500多元，不计人工成本，年利润率为，养得少、养不好就没有效益，而养得多、养得好却没有足够的资金保障。农户由于投资能力有限，发展养牛受到一定制约，龙头企业由于融资困难，难以扩大养殖规模。

（五）饲草资源利用率低下。草畜脱节和发展不平衡，饲草资源不足，饲草资源未能充分合理利用。多年来大力推广的秸秆青贮加工利用技术受群众饲养条件和饲养规模的限制，在零散饲养户中难以普及应用，多数养殖户仍以农作物秸秆、杂草为主要饲料。同时大面积的荒山荒坡没有得到科学地开发利用。这些共同构成饲草资源利用低下的局面，严重制约了养牛产业的发展壮大。

（六）服务体系不健全，技术服务不到位。一是乡（镇）畜牧兽医站基础设施建设困难较多。二是畜牧服务机构专业技术人员短缺。三是经费报酬没有保障。乡畜牧兽医站没有工作经费，办公服务条件极差，村级防疫员报酬较低，仅由省财政下拨，人均年报酬不足500元等问题，严重制约了畜牧技术推广工作的开展。

三、对策与建议

加快牛产业发展步伐，把牛产业发展作为灵芝发展农村经济的区域主导产业，是实现农民增收、缩小南北差距，全面建设小康的重要途径。为此建议：

（一）强化产业意识，促进观念转变。充分认识牛产业在经济发展中的重要作用，把牛产业作为灵芝继续增加农民收入的主导产业来抓。要切实加强领导，强化产业意识，认真研究解决牛产业发展过程中的具体问题，把农民的自主权和政府的主导权有机结合起来，加大政府行政推动力度，加快肉牛产业开发建设步伐。要积极引导广大干部群众在牛产业发展上实现“三个转变”，即由农本型向商品效益型转变，把养牛作为增加农民收入、增强区域经济实力的重要举措来抓；由小规模经营向大群体、适度规模的专业化、集约化经营转变，通过扶持大户、建立示范村、养殖小区等方式，培植和壮大养殖基地，带动千家万户养殖业的大发展，实现量的扩张；由传统粗放的自然饲养向科学饲养管理转变，全面推广品种改良、饲草加工利用、饲养管理等精细养牛技术，使养殖产业不断提质增效。同时要改善饲养环境，结合当前全县生态能源项目的实施，建设一批标准化程度较高的暖棚圈舍，在暖棚圈舍建设上有新突破，逐步实现“良种、良法、良舍、良料、良医”五配套。

（二）强化饲草意识，开发饲草资源。一是扩大粮饲兼用型玉米种植面积，为秸秆青贮工作打好基础，解决饲草不足的问题。二是积极引导农户适时收割玉米秸秆，大力推广秸秆青贮技术，提高秸秆饲料的利用率。三是加大退耕还草和农闲田地及三荒地种草力度，大力种植紫花苜蓿等优良饲草，增加饲草饲料总量，为推动肉牛产业发展提供饲草保障。

（三）强化服务意识，建设保障体系。畜牧技术推广服务面对千家万户，工作量大面广，推动肉牛产业发展，必须建立强有力的畜牧技术推广体系。当前应重点做好三方面的工作。一是加强乡站基础建设，解决乡站建设资金严重短缺的问题，改善乡站基础设施条件。二是必须把疫病综合防治作为保障肉牛产业健康发展的一项基础性工作来抓，切实抓好防疫体系建设，全面落实重大动物疫病控制目标管理责任制和领导责任追究制，坚决控制动物疫情发生，保障肉牛产业健康发展。加强乡站防疫队伍建设，配齐配强乡站技术人员，解决乡站技术人员不足的问题，提高乡站技术服务水平。三是加强村级防疫队伍建设，解决村级防疫员报酬待遇过低的问题，调动村级防疫人员的工作积极性。

关于影响人们购买保险的因素及保 险的营销策略的调查报告国际商学院 财务管理 08 级本科一班 调查人：调查目的：随着经济的发展和社会的进步，越来越多的人或单位 产生购买保险的欲望，随之越来越多的保险产品应运而生。通过这侧调查了解影响人们购买保险的因素以及保险公司可以用来扩大保险 产品的销售和影响的措施。

调查时间

20xx年9月27日

调查人

钟xx

一、调查内容：

（一）目前社会上影响人们购买保险的因素 一、人们对保险的需求和认知度。

二、对公司的了解及比较。

三、对产品的比较，目前世面上有太多大同小异的产品，让人 眼花。

四、群众的言论影响：

人总是生活在一定的社会群体中，通常 一个群体中的人有着某些相近的客观条件，如年龄、性别、职业、支 付能力、文化水准等。每个人的保险消费心理也就受到了自身所在群 体的影响，同时也受到其他群体的影响。社会群体内部的交流和沟通 不断促使群体信念、价值观念和群体规范的形成，这就形成了群体之 间的一致性。一般来说，个体出于对群体的信赖以及对离群的恐惧心 理往往希望保持群体之间的一致性。

五、理赔时出现的争议：

（业务员解释与出险时的情况冲突的。

或是个别免陪条款没有认识清楚的） 。

六、保险商品的质量和价格：

消费行为中，人们不可避免地会 追求“价廉物美”，因此，保险商品本身的质量和价格成为影响保险消 费心理的因素之一。保险商品的质量体现在保险企业的服务质量、 理赔度、 人员素质、 职业道德以及经营环境等要素。其中保险企业的服务尤为重要。除了 灾后能够得到一定的补偿之外，消费者还希望在投保方案的设计、防 灾技术咨询等方面得到满意的服务。

而且随着社会、 经济环境的变化， 保险服务还需要注重对市场的调研，及时捕捉信息，不断开发设计满 足时代要求的险种。

保险商品的价格即保险费。

商业保险消费是建立在一定的货币支 付能力基础上的，所以，保险商品的自身价格对保险消费的影响是十 分明显的。一般来讲，两者呈反方向关系变化。个人或单位购买保险 时是比较理智的，他们遵循的是最大边际效应原则。就是说，他们会 根据自己有限的收入和所获得的市场信息，去选择最需要、最有价值 的保单。

七、影响人们购买保险的心理因素：

个人心理因素从心理学的 角度看，每个人有着不同的心理结构，其中最重要的就是人的个性倾 向。主要包括人的需要、动机、兴趣、理想、信念、世界观、人生观 和价值观等。个性倾向导致每个人有不同的风险态度。风险态度是影 响保险消费者心理的内在主要原因。

（二）保险的影响策略

保险营销观念是以市场需求为中心， 以研究如何满足市场需求为 重点的新型的营销观念。保险营销观念的主要内容有以下几个方面

一是注重顾客需求。

“顾客需要什么， 树立 就推出什么保险产品” 的保险营销观念，不仅要将顾客的需求作为保险营销的出发点，而且要将满足顾客的需求贯穿于保险营销的全过程， 渗透于保险营销的各 部门，成为各部门工作的准则。不仅要了解和满足顾客的现实需求， 而且要了解和满足顾客的潜在需求，根据市场需求的变化趋势，来调 整保险的营销战略，以适应市场的变化，求得企业的生存与发展。

二是坚持整体营销。

保险营销观念要求企业在市场营销中，必须 以保险营销的总体目标为基础， 协调地运用产品、 价格、 渠道、 促销、 公关等因素，从各个方面来满足顾客的整体需求。

三是谋求长远利益。

市场营销观念要求企业不仅要注重当前的利 益，更要重视企业的长远利益。在营销中不仅要满足顾客的需要，而 且要使顾客满意，通过顾客的满意，来树立企业的良好形象，争取再 次购买者。因此，公司在保险营销中，不仅要注重产品的开发，而且 要注重营销服务。把服务贯穿在企业经营的全过程，而且贯穿始终。一个循环的结束，是另一个新的循环的开始，从而推动公司经营管理 水平的不断提高。

四是向顾客学习。

我们必须清醒认识到：要在现代竞争中胜出， 关键是抓住客户的需求。因此，在保险产品研发过程中，首先需要保 险营销一线业务人员（无论是保险公司保险营销策略的直销人员，还 是各种保险中介人）更深入地了解潜在投保人的需求和需求动向(包 括顾客的抱怨也可能正是我们的商机)，并把客户的需求信息及时反 馈到产品研发部门，使保险产品真正作到按需定制、投客户之所好， 那么后一工序—投保，核保才会顺利实现哪“惊险的一跃”（顺利成 交） 因此，在保险产品的设计中，必须尽快消除霸权思想，从根本 。上确定以人为本、顾客至上的理念，扎扎实实、谦虚向顾客学习，达 到（需求）从顾客中来， （产品销售）到顾客中去。否则，可能将丢 失部分市场。

第五是向同行（竞争对手）学习。

飞速发展的中国保险业使本 来就十分稀缺的保险人才（包括调研、设计、精算、营销等人才）分 散到众多的公司， 单一一家保险公司保险营销策略难有充分的精力和 人才投入全方位精准周到的产品设计， 尤其在中国保险产品日趋个性 化的今天，各公司同类产品各有强弱，各有优劣，因而需各公司放下 盲目的“自尊”，虚心向同行、向竞争对手学习（包括向先进的国家， 进入中国的外资、合资保险公司保险营销策略学习） ，取其精华，扬 长避短，站在巨人的肩上，可以更快地推动中国保险与国际接轨，催 化中国保险业的成熟，提升本土保险业的综合竞争力。

总结：

通过这次调查，了解了社会上影响人们购买保险等因素， 了解了保险在销售过程中所遇到的问题。更加认识到保险市场运作的 机制。一定程度上了解了保险的一些销售策略。

国家相继出台的各项法律法规，除公共安全相关的政策外，也出现了关于智能建筑等相关内容，对于安全监控的需求变得更加重要，安防市场得以持续发展。

一、安防监控企业现状

1、企业规模不大，因为高新技术领域的原因，技术含量较高，综合应用难度较大；

2、安防制造企业分布较分散，大多没有自己的厂房，给企业扩大管理带来不便，大大的增加了管理成本；

3、标准滞后、无序竞争阻碍了行业发展，造成重复开发和资源浪费，企业行业间的兼容性和开放性显得越来越重要；

4、二线城市中，低质低价的竞争市场阻碍行业良性发展；

5、行业利润不断下降，导致企业使用成本在不断上升，市场进入恶性循环。

二、驱动安防监控市场发展的因素

1、智慧城市、智能交通需求的不断增长，多种融资方式也带动了政府对该行业的投资，将该行业推向整体化、专业化、智能化等方向；

2、不仅是公安等政府部门对安防建设的需求，各应用行业对安防监控的需求也在加大；

3、社会安防意识的不断提升，带动需求。

三、对于安防监控企业的市场可持续建议

1、做好生产制造，向先进国家和著名企业学习生产工艺和管理经验；

2、培育自主品牌和提高品牌工艺质量，提高产品附加值；

3、不断改变营销策略，通过市场调研更加了解消费者需求，不断完善策略；

4、注重中小企业的产品升级和产业结构调整；

5、构建较为完整的安防监控产业链。

由于工业化的加快，风沙灰尘的迅猛增多，口罩承担了越来越多的保健卫生作用，已成为必不可少的日用防护品，如果所有的人都备有口罩需时就用，疾病的发生和感染就会减少。

现有口罩有多种缺陷：

2、硬质口罩过于笨重，缺乏美观感，增加了头部的负担，且清洗难度大。

3、一次\*口罩成本高，最低批发价单个在元以上，有继续使用腻味，弃置浪费可惜感觉。

4、\*物口罩它是靠\*物的挥发起作用，\*物挥发有时间限度，到时也是弃之浪费可惜，继续使用一物原有的效果。

口罩是简便有效，国家劳动、^v^门强力要求普及的防护品，然而实际佩戴率并不理想，究其原因有二：一是久戴腻味不适，夏热冬湿。二是清洗麻烦，丢掉浪费可惜。本口罩就是专门为解决这二个问题而设计的，一定可以推广普及，取得良好的效益。

近两年来，人们对生活和饮用水的健康安全问题给予了前所未有的关注。随着健康意识的普及和提高，人们的饮水习惯也逐渐发生改变，从桶装水、瓶装水，到今天的净水器，可以看到追求健康的饮水业已成为一个时尚的趋势，也可以说是形式喜人。喝水要喝净化的水，洗衣、洗澡要用软化的水，城市居民已经有了一个自动自发的追求态势，在全民构建幸福家庭的同时，解决家庭的健康用水问题已经成为一种居家常规理念。最重要的是，我们能够从中感受到净水器行业的潜力所在，巨量市场，有待挖掘。

20xx年中国净水器行业发展调查报告显示总体形势良好，市场大门开启、净水器市场纵深发展。众所周知，中国净水器行业起步于20世纪90年代末期，经过这么多年的培育和整个中国工业化进程的推进，环保问题突出，推进了净水器市场的大发展到了20xx年，我们看到整个净水器行业呈现出快速发展的势头。市场的前景也伴随个各个厂家的推广而更加光明。据业内专家预计，20xx年国内净水器的市场容量将突破1000亿大关。而净水器的利润是普通家电的3至10倍之多。一个小区的净水器安装工程销售额可达上百万元；一条街道的净水器销售额可达几百万元；家用净水器正以每年20%的速度递增，市场潜力相当可观。中国的净水器也将行业伴随着工业化的推进而进一步爆发，向纵深方向发展。

如今大环境形势，工业化带来的水污染，进一步推进净水器的普及中国济的发展史，是一部工业化发展史，同时也是中国环境污染史。现在工业化社会的演进，使中国的水污染不在是一个地方的问题，而是全国普遍性的问题，不仅仅是城市面临的问题，还是农村面临的问题。这些年，中国净水器市场容量年增长率达到50%。预计到20xx年全国家用净水器市场普及率将达到20%～30%，约1亿家庭的拥有量，年平均增长率为30%，我国净水器保有量超过9000万台，每年增长速度近30%。\_发展研究中心市场经济研究所调查：未来5年市场需求量达1500多万台，市场潜力巨大。所以说，工业化进程带给我们经济发展的同时，也带来了污染，这随着这些年各地方污染事件的不断攀升，和媒体的曝光，将更加激发中国消费者的环保消费意识，进一步加大对净水器的认知和接受。水是生命之源，水的质量决定生命的质量。厨房净水机、橱饮两用净水器、直饮机、纯水机、全屋净水器、中央净水机、软水机、温泉机、前置过滤器、空气净化器等十大系列产品。也不断的走进千家万户。

1、 调研的目的及意义

调研目的：对建筑公司采购员工作有了解

调研意义：学习专业以外的知识，学习更多的宝贵工作经验和待人处事的方法。

2、 调研单位及岗位简介

实习单位：\*\*聚铭鑫建筑工程有限公司

后期合成：采购员该岗位，主要是为公司承包工程采购所用建筑材料。

3、 调研的方法、内容

调研方法：去该公司参观公司环境，和公司负责人沟通了解公司构架。

调研内容：采购员在公司处于什么地位，所做的事情要怎样跟上级报告。

4、 调研过程

1、接受采购申购单或采购指示

2、选择和管理供应商。一个好的供应商是确保供应材料的质量、价格和交货期的关键。

3、订货。订货的同时确立双方合同关系。

4、订货跟进。指订单发出后的进度检查、跟踪、联系等日常工作，目的是为防止到货延误或出现数量、质量上的差错，避免公司赔偿损失。

5、货到验收。验收后跟进材料的不良情况并且进行处理。

5、 调研结果与分析

调研结果：这次社会实践证实了我能否在恶劣的环境中依靠自己的能力去克服困难，同时，也通过亲身体验让自己更近一步的了解社会。

调研分析：采购员可以让我认识到人际关系的重要，特别是公司与工厂之间的供应和销售关系，认识到管理材料对合理的采购具有重要的作用。认识到采购材料的各方面和不同材料的采购管理。

心态的转变：学校的生活无需我们担忧某些问题，学习跟上就可以，而在工作当中就不是，要考虑如何提高工作效率，怎样处理与上级领导、同事的关系，还有在工作当中的不尽人意等事情，这些都要以一颗平常心去对待，及时的转变心态会让工作更加顺利。实习期间让我学会了有计划的做事，有了明确的计划，目标才清晰，以至于在工作中不会茫然。更重要的是这次实习也是我理论与实践的一次尝试，为为以后工作打下了基础。

6、 成绩评定

1.专业导师评语：

2.成绩（百分制）：

专业导师（签字）：

年 月 日

注：1、学生进入专业综合实习后需利用2-3周时间，结合专业知识背景开展企业或岗位调研，形成《\*\*文化艺术学院专业综合实习调研报告》于20xx年9月30日前以电子邮件方式，发送给专业导师；2、专业导师根据学生调研的整个过程的各个环节及“调研结果与分析”的实习情况给出评语和成绩。

当前肉牛市场调查报告

从世界肉牛业发展走势上看，尽管我国肉牛育肥效益可观，发展前景广阔，但事实上我国肉牛产业仍处于非常落后的状态，在国际市场上缺乏竞争力，国内消费的高档牛肉也是大部分依赖进口，肉牛生产的一系列重要技术指标仍落后于发达国家。就存栏牛年头均产肉量而言，发达国家普遍达到80～90公斤，而我国仅为 公斤；就肉牛胴体重而言，发达国家多在295公斤/头以上，世界平均水准为205公斤/头，而我国仅为147公斤/头；在肉牛饲养体系建立、肉牛产业布局、国民肉牛消费习惯引导、近些年疯牛病引发的消费担忧等涉及国家肉牛产业政策的问题上，我国存在很大的缺陷，有许多问题亟待解决。因此，如何规划、扶持肉牛产业健康发展是摆在业内人士面前的急需破解的难题。对此专家建议：

一、加强品种改良，提高肉牛品质。

肉牛生产应该注重品种、品质、品牌的效益，而这其中品种是关键。牛和猪、鸡不一样，每一个品种的牛的肉质差异很大，不同品种杂交的牛产出的牛肉不同，所以要长期成批量的供应高档肉就要有优质的肉牛品种和大量的牛源。肉牛的选育工作非常关键，各地要选择适合当地特点的优良品种，大量繁殖，成规模、成批量的供应。只有饲养优良品种，才能实现消费者青睐、养殖者受益、加工者获利的良性发展。

二、加强牛源基地的建设。

当前造成牛价居高不下的原因之一是牛源紧缺，屠宰企业为了收购育肥牛到处找牛。牛源紧缺的\'原因是养牛没有形成规模，要实现肉牛产业的良性发展，加工企业就要让利于民，要让养牛者真正得到利益，只有这样才能稳定牛源基地。牛源基地建设和肉牛加工企业的发展不是两个孤立的群体，它们是一个产业中的两个有机组成部分。只有大量优质的半成品的存在才有大量高质量的合格成品的产生。

三、建立肉牛生产全程质量追溯体系。

我国牛群数量大，但生产方式和管理方式落后，市场混乱，牛肉质量和安全问题不容忽视，建立肉牛生产全程质量追溯体系，实现对肉牛生产从源头饲养到市场销售的全程质量监控，对于保障我国牛肉食品安全生产，杜绝产业链运行中的违规操作，为肉牛产业规范化、可持续发展奠定了良好的基础。

四、维护市场秩序，杜绝恶性竞争。

政府主管部门应该创造良好的市场环境，理顺加工秩序，杜绝私屠乱宰现象，鼓励国内企业走“合理竞争、理性联合”的道路，共同打造具有民族特色的高档牛肉品牌，决不能相互压价、恶性竞争，从而引导肉牛加工业健康发展。

日前，记者就肉牛业发展的情况在平度、莱州等地进行了调查，调查中发现肉牛生产继续保持稳定增长势头，养殖效益稳中有升，农民养殖积极性较高；育肥牛价格继续走高(脂肪沉积较好的牛售价已经达到元/公斤)一头肉牛育肥3个月可盈利400-500元；牛肉售价高位运行，该地区第一季度平均价格为 元/公斤，同比上涨。

奶牛养殖业作为高效畜牧业，以其独特的发展优势和潜力，近年来引起了各地的高度重视。这一产业对于带动农村经济结构调整、深入实施围封转移战略目标起到了积极的作用。但从\*\*年下半年开始，奶牛养殖出现了前所未有的困境，不仅牛奶价格波动幅度巨大，而且奶农宰杀、“贱卖”现象时有发生。这是市场自发地调节和市场供需形势的变化促成的？还是其它被人忽视的问题呢？在基层调研中我们发现，奶农关心收益，但对奶价充满忧虑；企业关心效益，但对奶源抱有疑虑；消费者关心自身权益，但对产品的品质怀有顾虑。奶牛养殖业何去何从值得我们深思。

一、奶牛养殖的滑坡

由于受“三鹿事件”影响，奶牛业出现全行业不景气，全省奶牛业更是处于低迷状态，随之而来的是出现了大量养殖户“卖牛”现象。

据阳泉市^v^对全市规模以上养殖户和奶牛养殖企业的监测数据表明，到2季度末，全市规模养殖户和奶牛养殖企业共有奶牛901头，比一季度末的1384头，减少483头，下降，也就是说，二季度末存栏数比一季度末减少三分之一。郊区康源奶牛场一季度末存栏74头，6月份全部卖到河北，平均售价为每头3000元；盂县先文奶牛厂一季度末存栏87头，二季度全部出售到忻州，最低价每头4000元，最高也只有7000元，与购买时每头14000元相比，共赔钱近17万元；平定县华润乳业有限公司是阳泉市规模较大的股份制奶牛养殖企业，设计能力为500头，一季度末存栏408头，到二季度末仅剩56头。

造成奶牛养殖滑坡的原因，除受“三鹿事件”影响之外，主要还有以下因素：

一是售价过低，不能维持正常生产。近期，奶牛养殖户出售的牛奶一般在每市斤元之间，阳泉郊区康源奶牛养殖基地是较大的奶牛企业，与田园乳业签订了长期销售合同，每市斤奶卖到元，但仍低于成本价，而其他没有签订合同的养殖户只能随市场奶价波动，一般只能卖到每市斤元，卖奶收入根本不能保障生产所需的正常费用。

二是“压款”现象严重，养殖户不能及时回收货款。养殖户卖出牛奶后，一般拿不到现金，有的牛奶收购企业甚至拖欠奶农售奶款达半年以上，直接影响到养殖企业的资金周转。

三是售奶渠道不畅，收购企业太少。目前，阳泉市牛奶收购企业只有田园乳业一家，有很多养殖企业只能把奶销往邻近的太原和河北，而这部分奶的价格既低又不能得到\*补贴。

四是\*补贴不能及时到位。据了解，去年\*对每斤牛奶分别由市、县（区）两级各补贴1毛钱，而这些补贴款至今仍有3个月的没有到位。今年是否补贴至今尚无定论，直接影响到养殖企业（户）的积极\*。

二、奶农的困惑

“奶牛不像生猪，生猪短缺了，国家一给扶持政策，几个月就可见效。而奶牛养殖周期要长得多。现在奶价这么低，而且奶站收的少，如果这样下去只能将奶牛当耕牛使用或是当肉牛杀了……”，话语中充满了奶农对奶牛养殖现状的无耐和担忧。但纠其根源，我们调研发现，奶农不仅是奶价下跌的直接承受者，同时也是奶价下跌成因的主要制造者。

1、养殖数量逐步扩大，养殖成本不断提高

2、品种来源渠道多样，牛奶品质参差不齐。

我们调研了解到，目前，农户奶牛的来源大致有四种渠道：一是直接从国外引进；二是到国内奶牛主产区购买；三是靠胚胎移植或冷配改良获得；四是自养公牛，自繁自养。出于对购置成本和技术要求上的考虑，多数农户主要通过第二种和第四种途径购置奶牛。但由于我国培育的\*荷斯坦牛，系纯种荷斯坦牛与我国各地黄牛的高代杂交种，遗传基础广泛，育种历史较短，尚处于改良过程中，因此牛群质量参差不齐，产奶量普遍较低。第四种途径是靠自养种公牛、自繁自养来获得产奶母牛，质量自然无法保\*。这种奶牛养殖品种上的多样化造成的直接后果，导致即使原料奶中都不含有害成份的化学物质，通过奶站收集到的原料奶也未必满足企业所需的奶质要求。

3、养殖环境强差人意，卫生防疫令人担忧。

奶牛业的直接经济效益取决于产奶量和产犊率。由于引牛、修建圈舍等一次\*投资过大，再加上养殖户的思想认识也存在一定的差距，一些先进的生产管理方法和配套技术不能及时投入到生产中，青贮氨化技术、配合全价饲料、奶牛繁育新技术和品种改良、规范的防疫和疫病监测等措施没有配套实施。多数农户不建专门牛房，有的因陋就简，在低矮破旧的房屋或窑洞中将就着饲养，通风光照不好，\*暗潮湿，空气污浊，运动场地不足；有的在规划后的庭院中饲养奶牛，空间狭小，奶牛长期处于栓系或“站桩”，难有充分的运动。即使一些较大的规模奶牛场，也为节约用地，也常采用限位饲养、栓系，减少奶牛运动场面积。步入奶农的养殖场，基本上都是粪便满地，蚊虫肆意，卫生条件极其恶劣，奶牛常期在这样的环境里生存，健康状况让人堪忧。而卫生防疫工作基本上都是由奶农自已完成，绝大部分奶牛户不知道饲养奶牛还有什么“标准”，喂料、用\*，还要遵守什么“规矩”，防疫、消毒还有什么制度……所有这些问题，不仅会影响奶牛产奶量，更重要的是会影响牛奶的品质和安全\*，对消费者的身体健康造成威胁。

4、经营管理各自为战，饲养方法粗放随意

在农户调研时，问及一头奶牛的年收入情况，无一人能说个准确数。追问有无各项生产记录时，往往会说只要记清卖多少奶就行了，还要什么记录，那多麻烦。购母牛不知道索要系谱资料，搞不清所买母牛的生产\*能；生产过程中没有用料、用\*、发情、配种、妊娠、分娩、产奶、防疫、消毒、治疗、饲料消耗等记录。其后果直接导致生产经验得不到及时总结，该降的成本降不下来，该加强的环节得不到加强，管理水平提不高。因此，生产水平上不去，降本增效更无从谈起了。调研中我们还发现，奶农在奶牛饲养方式上随意\*较大。大部分奶牛饲喂方式仍用传统养牛方法，饲草主要是作物秸秆，饲料主要是玉米、麸皮等，饲草料品种单纯，营养不全。多数养殖区没有饲草基地，草料贮备不足，并且没有按照奶牛不同生长时期的营养需要进行饲料的营养调配。饲喂方式主要是：一是拿奶牛当黄牛养，饲料粗多精少，甚至喂已经变质的作物秸杆；二是单喂青贮料，优质干草搭配少；三是精料多，粗料少。这种粗放的生产方式必然造成奶牛营养不均衡，进而影响到产奶量和原料奶的品质，经济效益难以进一步提高。

通过分析我们不难发现，当前这种松散的生产模式所引发的农户各自为战的问题；简陋的生产条件所引起的卫生防疫安全问题；养殖数量的增造成的饲料、饲草资源的匮乏所引来的养殖成本提高的问题；粗放的养殖方式所带来的原料奶品质不确定\*的问题。是我省奶牛养殖业生产的症结所在。因此，在市场供需发生变化或其它突发情况产生时，奶农为了个人的利益必将展开无序的市场竞争，甚至运用其它非正常手段来维护自身的利益。从而当步入企业原料奶收购价格走低、奶农收入减少、奶农降低饲养成本、牛奶品质下降、企业原料奶收购门槛提高、奶农收入进一步减少的恶\*循环的怪圈时，奶农也应承担无法推卸的责任。

三、乳制品企业的尴尬

1、乳制品企业“抢占”市场行为是促成了奶牛养殖业非常规发展的主因。

随着蒙牛、伊利、田园等乳制品加工企业先后入驻我省奶牛养殖区建站、建厂，随之便展开了为抢占市场份额对奶源的争夺，这种企业行为直接导致了原料奶收购价格一路走高，收购价一度达到元/公斤，这个时候乳制品加工企业对奶源数量的需求远高于对原料奶质量的需要。可以说，奶源的紧缺促进了奶牛的价格水涨船高，前期奶农丰厚的回报似乎给了尴尬“场外”的农户某种暗示，只要养奶牛就等同于有了“摇钱树”，养殖奶牛的热情也就空前高涨起来，在这种背景下良莠不齐的有“奶”的牛就加入到了原料奶的生产中。但随着三鹿事件爆光，乳制品企业不得不高度重视奶源标准、安全问题，因此，提高原料奶收购标准、减少收购量是其面临着市场的压力必然选择。以发展的眼光看，如果乳制品企业的\*作重点从开始就着重于原料奶质量的要求而非对奶源数量的需要，那么奶牛养殖设定的技术规范将不是一般农户所能承担的，多数农户也就知难而退将不会涉足这一领域了。这也正是规矩与方圆本末倒置的必然结果。

2、乳制品企业和奶农之间的利益矛盾。

原料奶价格的低位运行对乳制品企业这样的行业，利润的影响将会非常明显。通过\*整顿奶站，取消流动奶站，加强检验设备要求，提高了行业进入门坎，实际上减少了收购环节的恶\*竞争，使得企业的议价能力显著提高。但由于前期广告投入及消费群体的保有量影响，乳制品企业依然面临着成本上升的压力，本来企业与奶农都应该从乳品产业链上受益，但由于企业出于自身的利益的考虑反向压低原料奶的采购价格，这就使奶农不仅在承受养殖成本上涨压力的同时，还要承担本应乳制品企业承担的部分义务。从长远看，这将促使腹背受敌的奶农可能弃养或缩减奶牛饲养数量，进而导致原料奶供应步入供需循环的矛盾中，其最终后果将是企业与奶农之间的双输。因此，乳制品企业这种解决奶源供需矛盾的方式无疑为下次奶源争夺埋下了伏笔。

乳制品企业和奶农之间本就是利益的共同体，都应该在乳品产业中分得自己本应的那份利益。因此，如何协调好两者之间的关系不仅是\*部门需要考虑的。同时，如何划分企业与奶农间的责任和规范行业行为也应是这次奶价波动后应着重考虑的。就现阶段看，乳制品龙头企业和品牌频繁被爆出负面消息，可能会延缓整个行业的恢复进程。无论最终的调查结论是什么，都难以避免给消费者留下乳制品不安全的整体印象。在相当长的时间内给乳制品的销售仍会带来一定的压力。但从另一个角度看，这也正是乳品产业重新整合，从而步入良\*发展的一次契机。

四、各国奶业相关政策

美国：\*收购所有卖不出的牛奶，保\*价格水平。

自\*\*年《农业调整法》\*，历经几十年，美国形成了完整的奶业政策。\*收购所有在支持价格内卖不出去的牛奶，农业部长期通过商品信贷公司收购奶制品以保\*支持价格水平，并通过特殊的办法处理，包括以世界市场价格出口奶制品，根据480号法案以低于支持价格水平的价格将奶制品用于学校午餐和福利方案，用于\*队、老人、医院、救灾等。美国农业对外政策的核心是加强奶产品出口，以缓解国内产品的过剩。

美国作为世界上食品供应最安全的国家，实行机构联合监管制度，在每一个层次（地方、州和全国）监督食品生产与流通：对生产、加工、贮运、销售过程进行全程控制；严密畜产品质量安全管理组织机构体系，除了联邦畜产品检测体系外，美国还有各州畜产品检测体系，各行业协会质量监测体系以及各畜牧业生产单位、家庭农场主质量自检中心；强化生产源头控制和进出口检疫，美国以家庭农场为基本生产单位生产的畜产品，要通过质量认\*体系和标准等级制度的严格控制和管理，才能进入市场，畜产品的进出口，均要通过联邦海关和动植物检疫机构进行严格检疫监测，检疫检验不合格的畜产品坚决予以销毁，保\*了畜产品的进出口安全。

欧盟：以配额、补贴、定价干预，维护奶农及消费者利益。

欧盟的市场共同组织于\*\*年对牛奶和奶制品生产实行生产配额、价格补贴和定价干预制度，试图通过这一机制使奶牛场主得到合理的收益，而消费者不必为奶制品多增加开支。对于超配额生产，欧盟通过增加额外税收予以抑制；对于市场需求不足，欧盟通过价格干预以保护价进行收购，通常情况下，保护价低于生产成本价。同时，欧盟对某些出口奶制品征收出口税，以保\*欧盟内部不至于出现因奶制品短缺而造成的价格过高现象；对另外一些奶制品的出口实行鼓励政策，给予出口价格返还，以补贴出口商因\*市场价和欧盟内部价之间的差额而造成的损失；对进口奶制品征收进口税，以保护奶制品生产者的利益。

为保障食品的质量安全管理，欧盟在成立必要的协调机构基础上，实施了以统一的标准为中心的食品质量安全配套管理措施，强制实施食品质量安全控制的haccp标准。1996年开始实施的欧盟食品卫生法规定，食品生产、加工、处理、包装、运输或经销直至消费的各个环节都可能产生质量安全问题，都必须进行质量安全的控制。此外，规定食品、饲料、供食品制造用的家畜，以及与食品、饲料制造相关的物品，其在生产、加工、流通的各个阶段必须确立食品信息可追踪系统，从而达到监测预防效果。

日本：实行销售定额、亏损补贴制度，合作社强制牛奶供应管理。

日本的奶业政策由三个基本部分组成，即\*对鲜奶的价格补贴，按等级定价，通过县牛奶销售部门实现的税收共享以及进口限额。同时，奶业生产合作社实施了强制\*的奶供应管理方案，以控制牛奶的供应量。因国内价格高于世界市场可比价格，日本没有出口补贴。为了管理牛奶供应和奶业成本，日本实行销售定额系统。\*对定额之内的保护价和标准购买价之间的缺口给予补贴。为保持市场稳定，日本\*了亏额补贴法律，使家畜促进委员会成为几种进口奶产品的专营权力机构。在农林水产省的同意下，当市场价高于稳定指导价时，法律允许进口指定的奶产品，但进口产品在国内市场上要以投标的价格售出。进口价与投标价差，由该委员会掌握。20世纪70年代后期，日本出现了牛奶长期过剩的问题，\*从1979年采取了用限额来减少亏损补贴的办法。生产合作社自己制定定额方案，超量受罚，农场主都将超出量自行转化成奶制品，来避免受罚，此外，必要时，日本实施奶牛收买政策、给补助等措施。

1995年，日本建立了全面的以haccp为基础的卫生控制系统。制造商或加工商根据haccp系统确定对象食物的制造或加工方法及卫生控制方法，然后健康、劳动和福利部确认这些确定的方法是否符合审批标准。这意味着该系统使人们能够对食品生产采用众多的方法而需遵循统一的标准。目前，有包括牛奶、乳制品、肉制品、罐头食品、高压灭菌包装物等6类食物成为该系统的对象。

五、走出困境的对策

鉴于以上情况，考虑到原奶生产的特殊\*，目前从最大限度地扶持我省奶业发展考虑，拟采取的措施建议为：

第一，加强对奶牛养殖户良种良法养殖技术的培训，大力促使奶牛养殖向标准化、规模和科学化发展，加速增加规模养殖比例，指导奶牛养殖户提高养殖水平，改变牛群结构，提高鲜奶质量，以提高经济效益。

第二，近期可以尽可能免费为奶农提供一系列科技和质量检验服务。这些服务包括建设培训教育设施、培训奶牛饲养业科技人员和饲养人员、进行技术推广和咨询服务及检验服务。通过建立一系列\*\*、社会\*服务体系，加^v^农产前、产中和产后服务的科技含量，增加奶农产品的附加值。

第三，给予奶农补贴\*贷款，还可以就相关奶牛饲养设备的购置、饲养场所草场围设等建设材料方面的专项资金需求给予适当的补贴贷款。

第四，尽快组织有关部门，合理测算奶牛饲养成本，避免奶贱伤农。制定原奶价格支持政策，建立相应的原奶价格“标准”制度，以切实保护农民利益。

第五，由\*出资或资助建立统一挤奶厅，以便利奶农挤奶和提高原料奶的质量，也可以资助相关奶加工企业部分资金，由其出面筹建挤奶中心。

第六，立即加强奶源收购市场监管力度，对有欺行霸市、恶意垄断等行为的收奶户坚决淘汰。

第七，对生产高质量无抗奶的奶农给予减产专项补贴。

此外，还应当建立健全有关食品安全的法律法规和标准体系，完善食品安全检测体系、提高关键监测技术，普遍推行危险\*评估控制技术，进行haccp认\*。

**调研肉牛养殖工作总结5**

根据农业部统一部署，制定了《关于加快推进畜禽标准化规模养殖的意见》和《畜禽养殖标准化示范创建活动工作方案》，明确了畜禽标准化规模养殖工作目标和重点。组织专家团队开展标准化示范场初步筛选、技术培训、创建指导等工作，及时完成农业部下达的3个标准化规模肉牛场示范创建任务，为推进肉牛标准化规模养殖树立了榜样。同时，通过政策优惠、资金补助、项目倾斜等措施，推进规模肉牛场无公害产地认定和产品认证，大力推行标准化生产。

**调研肉牛养殖工作总结6**

金昌市20xx年畜禽养殖标准化

示范创建工作总结

甘肃省农牧厅：

根据《甘肃省农牧厅关于开展畜禽养殖标准化示范创建活动的通知》精神，我局广泛宣传，精心组织，认真安排。通过集中培训、技术指导、检查督导、现场考核等措施，较好完成了20xx年畜禽养殖标准化示范创建工作任务，现将有关情况汇报如下：

一、细化工作方案，明确工作内容及要求 为了认真抓好畜禽养殖标准化示范创建工作，结合通知精神，制定了《金昌市畜禽养殖标准化示范创建工作方案》，进一步明确了创建内容和要求，并将工作方案及时下发县区，指导县区对畜禽标准化养殖示范创建工作的创建政策、创建标准及考核验收办法进行了广泛宣传，动员养殖场户积极参与我市畜禽养殖标准化示范创建活动。

二、严格把关，认真抓好示范场的组织申报工作 20xx年，省农牧厅安排我市2个标准化示范场创建名额，其中部级1个，省级1个。按照《甘肃省农牧厅关于开展畜禽养殖标准化示范创建活动的通知》要求，我局认真安排部署，及时在全市范围内组织开展了生猪、奶牛、蛋鸡、肉鸡、肉牛和肉羊畜禽养殖场标准化示范创建活动。

3月上旬，在做好充分宣传动员的基础上，按照养殖场户申报，县区农牧局审核，市农牧局现场考察、筛选审定的申报程序，最终确定投资大、规模大、标准化程度高、发展前景好的甘肃金源牧业有限公司和永昌县元生工厂化肉羊养殖示范场为我市今年部级和省级标准化示范场创建单位。

**调研肉牛养殖工作总结7**

在上级有关推动地方特色产业发展相关精神的指导下，杨河乡在本乡举行了肉牛养殖技术培训活动，此次活动已经结束，现总结如下：

一、指导思想

利用冬春农闲季节，举行此次培训，在全乡范围内掀起学技能、用技能、促成长的热潮。

二、培训对象及内容

此次培训以农村务农劳动力为主，以提高就业能力和创业能力为主，兼顾综合素质的提升。本次培训内容为肉牛养殖技术。

三、培训目标

通过培训，使学员掌握肉牛养殖技术，并很快的适应于生产与实践之中。

四、工作措施

1、制定方案，完善培训教案。

2、高度重视，建立机制，利用本次培训，全面提升劳动者综合素质和技能水平，积极取得乡领导、村委会的支持，以村民学校为主阵地开展好培训工作。

3、加强领导，加大宣传发动力度

开班前，要求村主任按成教培训要求，做好宣传发动工作，力争保证参训率达到100%，及格率达到90%以上。

4、任课教师要尽职尽责

为做好本次培训，成教教师要树立使命感、责任感，精心备课，认真讲课，做到有布置、有检查、有总结，使培训工作取得良好效果。

5、加强实践指导，做好释疑解答工作。

五、存在问题

1、集中培训难度大，经费少。

2、参训农民年龄较大，文化水平较低，对新知识接受能力较差。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！