

# 项目推进会讲话稿(汇总5篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，那么，报告到底怎么写才合适呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 电梯故障报告篇一

但是随着电力通信光缆使用时间的增加，通信光缆难免会发生一些故障。

在日常的维护过程中很难预测通信光缆的故障点，当于通信光缆发生故障时，对故障点准确定位也是判断的难点。

本文主要介绍了基于gis的故障定位算法，该算法可对通信光缆故障点进行准确定位。

通过光时域反射仪的运行原理，在通信光缆的区域内建了一个gis系统，从而实现光缆的快速的故障定位和故障维护。

## 电梯故障报告篇二

调查数据显示，对于贷款金额，消费者的期望在4万至10万元之间。其中，10万元及以上的比例稍高，为25.5%；其次为6万至7万元，占22.6%；4万至5万元占20.8%；8万至9万元占19.8%；3万元以下比例较低，为11.3%。

调查人员分析认为，消费者对贷款倾向于较高金额，结合目前轿车市场的车价，经济型为10万元，中高档在20万至30万元。因此，较低的贷款额度满足不了消费者购车时的支付，反过来，如果消费者的购车资金缺口较小，往往也不会通过贷款方式解决。

贷款期望金额也折射出消费者购车的心理价位应该在10万元左右，低档轿车尽管价格具有优势，但其质量性能和外观不为大多数人看好，而十余万元的中档经济型轿车的综合竞争力最强，受欢迎程度相对较高。

根据本次调查结果，调查人员指出，目前开办汽车贷款业务的服务机构还不多，品种形式较单调，尚不能满足消费大众的各级需求，提供服务的机构应力求形式的灵活、多样，真正把方便和实惠带给消费者。

## 一、前言

随着世界的发展，汽车行业已成为世界第一大经济支柱产业，汽车行业的发展主导了世界工业的前行。正值建国六十周年暨东风汽车公司建厂四十周年之际，结合现有的专业需求和未来的就业前景计划，我们参加了中国地质大学(北京)大学生暑假社会实践，赴湖北xx市东风专用汽车有限公司进行调研。

东风汽车公司(前身为中国第二汽车制造厂)始建于1969年，是中国汽车行业三大集团之一。主营业务覆盖乘用车、商用车、发动机、零部件、装备等方面。经过近四十年发展建设，公司已拥有实力强大的研发体系、制造体系和覆盖范围广泛的分销和售后服务网络体系，形成了“立足湖北，辐射全国”的事业布局。主要厂区分布在xx[]襄樊、武汉、广州四大基地。除此之外，公司还在上海、广西柳州、江苏盐城、四川南充、河南郑州、新疆乌鲁木齐、辽宁朝阳、浙江杭州、云南昆明等地设有分支企业。

近年来，东风汽车公司根据汽车产业发展趋势和自身规模实力的定位，确立了建设“永续发展的百年东风，面向世界的国际化东风，在开放中自主发展的东风”的发展愿景，并相应提出了“打造国内最强、国际一流的汽车制造商;创造国际居前、中国领先的盈利率;实现可持续成长，为股东、客户、

员工和社会长期创造价值”的事业梦想。目前，公司各项事业已进入全面快速的新阶段，新的发展也必将为中国汽车工业做出新的更大贡献。

此次我们调研了东风汽车公司的一个子公司，即东风专业汽车有限公司。该厂主要生产商用车等各种标准车厢及特定车厢，厂内效益与东风其他厂相比属中下水平，在xx市团委及东风专业汽车有限公司领导的帮助下，我们对该厂现状及发展前景进行了考察，活动进展顺利。

## 二、调查过程

7月7日上午，与xx市团委有关人员取得联系，向他们介绍我们此次社会实践的活动安排及希望达到的目的，得到他们的大力支持，市团委组织部蒋部长给我们开出了介绍信，并与东风专用汽车有限公司相关负责人沟通协商，并得到他们的支持，下午，对即将展开的调研活动安排就绪。

7月9、10日，由东风专用汽车有限公司负责我们在厂内活动的党委工作处负责人喻娇通知安排，在厂内一名老工人和一名技术工人的带领及讲解下参观了厂房，结合我们机械专业的特点特别对工厂内部车铣刨磨等各项工艺的操作近距离观摩，并认真听工作人员讲解各工艺的原理、操作要求、创新点等。

7月13日，在喻娇同志的安排下和厂内老领导进行了座谈。不同于我们在网上查找的资料，听这老一辈人讲述他们的创业史，更加体会到东风汽车公司发展、改革的艰辛与不易。

7月14、15日，和该厂已退休的老职工聊天并从中得到关于东风的信息，从职工的口中了解到了东风的另一面，以及他们对东风的热情和奉献，对领导阶层的意见和建议，使我们了解的东风更全面，更真实。

7月16日，对东风专用汽车有限公司的调研工作告一段落。我们对厂内职工进行了自然灾害防御宣传资料并进行宣讲，结合湖北xx当地地质情况，我们重点讲解了泥石流的防御。

### 三、东风专用汽车有限公司发展历程(四个阶段)

#### 第一阶段：艰苦创业阶段

时间：20世纪60年代末至70年代末

建国初，国家就已经有了在一汽的基础上再建一个汽车制造厂。经过周密的计划、多次讨论研究和艰苦的勘探，决定于1969年在xx建设中国自主的第一个汽车制造厂——东风汽车公司(始称中国第二汽车制造厂)。在全国各地方力量采取“聚宝”的方式大力支援二汽建设的情况下，来自祖国各地的技术人员齐聚二汽，克服各种困难白手起家建立新厂。在这样艰苦的环境下，一代二汽人开始了艰苦的创业。据老员工描述道，当时没有铁路，物资先运到丹江口经水路从丹江口水库运抵邓湾；重型设备都是由工人们搬运到工厂房，几十吨的大设备都是人工拉纤，借助木头滚动运到建设工地；建设中的二汽生活非常艰苦，家属只能在丹江口、襄樊、武汉等地暂住。终于，在第一辈汽车人的努力下，二汽投入生产。1975年制造出的第一个车型是两吨半越野军车(25y)□1978年开始研发第二个车型。第二汽车制造厂开始在中国汽车制造业站得自己的地位，并开始实现自己的飞跃。

#### 第二阶段：发展辉煌阶段

时间：20世纪80年代至90年代初期

20世纪80年代至90年代初期是二汽快速发展、成绩较为辉煌的时期。这一时期，二汽抓住改革开放的先机，大胆探索，勇于创新 and 实践，挣脱传统体制的束缚，使企业迅速发展壮大。这一时期，二汽汽车产量每年以一万辆的速度递增，综

合实力跃居行列之首，并连续多年排入全国工业企业十强的行列。

二汽在20世纪80年代初，闯过各种难关，以自筹资金为主要手段，于1983年着手建设襄樊基地。1986年，全厂形成生产10万辆民用载货汽车的能力。为适应市场经济的发展，1992年二汽正式更名为东风汽车公司，同时解决了公司长期以来商号与商标不统一的问题。1993年，东风汽车的经营业绩创历史最好水平，汽车年产量均超过22万辆，盈利14.96亿元。在这一时期，东风公司分析了国内汽车市场的形势，决定上轻轿产品，并在1992年与法国雪铁龙汽车公司建立了中发合资企业——神州汽车有限公司，共同生产普通型轿车。

### 第三阶段：改革调整阶段

时间：20世纪90年代中前期至20世纪末

20世纪90年代前期、中期至20世纪末，是东风公司的改革调整期。1993年之后，国内经济体制转轨、市场转型，需求结构发生重大变化，企业自身产品和体制、机制不相适应的矛盾充分暴露，日显突出，社会负担日益沉重，导致生产经营和经济效益不断下滑，使东风公司面临前所未有的困难和压力。

在对影响企业生存和发展的国内外大环境进行深刻分析和重新认识的基础上，东风公司下决心实施全面战略调整。其核心内容是：拓宽产品谱系，优化组织结构，创新企业制度。在此期间，公司一方面以轻轿建设为主攻方向，开展第三次创业，拓宽产品品种系列；另一方面，为适应经济体制转轨要求，以建设现代企业体制为目标，全面推进企业内部改革。公司按照“集中调控、分散经营”模式改革管理体制，对二级单位充分授权，相应进行了一系列管理方面的规范和整顿，以债转股为契机，建立起法人治理机构。

## 第四阶段：跨越发展

时间：20\*\*年至今

20\*\*年，东风公司产销量再次突破22万辆大关，盈利13.8亿元。20\*\*年东风公司各项主要经营指标创历史新高。总公司把权利极大地下放，使得各分厂的效益差异非常大。一方面，东风厂急于向外扩张打入国际市场，另一方面，东风内部各分厂并没有足够的技术支持，这样使的东风厂内部有较大的脱节现象。

### 四、东风专用汽车有限公司的现状制约因素

我们本次社会实践调研地为东风专用汽车有限公司，是东风汽车厂的一个下属公司，原名为东风汽车公司车厢厂，20\*\*年正式挂牌成立，以东风商用车子公司模式运营，自负盈亏。目前该公司有员工1200余名，其中女职工400余人，在职党员约300人，职工的平均年龄为39岁。公司主要从事商用车车厢的生产、装配并能对其他类型的车型进行改装。车型美观，车容量从2.5吨到30吨不等，根据客户要求，可以对已有车型进行改造，公司大部分利润都由这一部分的改造车产生。公司现在人员老龄化、设备老化、厂房老化，这已成为制约东风专用汽车有限公司发展的最大因素。

在听取了公司管理层和职工阶层两方面的介绍后，我们对该公司的现状有了一个相对全面的了解：

另外，去年年底开始的金融危机给了东风专用汽车有限公司沉重的打击，使公司情况雪上加霜。据公司员工透露，自20xx年10月到20xx年2月期间，公司只给员工发放了约80%的工资，奖金更是望尘莫及。因金融危机的影响，东风公司一度希望将男女职工退休年龄定为55岁、45岁(国家规定企业单位男女退休年龄分别为60岁、55岁)，所幸的是，湖北政府并没有批准这一做法。关于金融危机对东风公司所带来的严

重影响，喻娇同志给我们举了一个事例：金融危机爆发前，越南某经销商从东风专用汽车有限公司订购了一批工程自卸车，金融危机爆发后，越南方面无力支付除定金外的其他货款，导致产品积压，由于不能立时找到合适的买主，公司只得将全部自卸车停放于厂内空地上，日晒风吹使得产品严重受损，为了尽量减小损失，企业最终低价处理了这批商品，这根本无法挽回公司的巨额损失。

此等系列原因最终导致了公司现有的困难状况，艰难的探索正在进行中。

## 五、厂内现状调查

东风专用汽车有限公司面临的现状为新型人才就业比例相对较小，而且呈缩减趋势，新生力量注入不足，就业人员中老龄化职工较重，改革创新等方面不能取得较好的成就，发展步伐相对缓慢。据了解，分配来到东风专用汽车有限公司工作的大学生多数由于系列亟待解决的问题不能坚持留在厂进一步发展，人才流失相对严重。随着人口老龄化进一步加剧，而劳动力，尤其是先进劳动力不能得到及时的补充，公司的发展则相对更加迟滞。公司渴望新型人才的补充和注入，从而得到新的发展活力。

从领导层来说，大量离退休职工对公司是很大的负担，对厂内没有贡献却要很大的资金去安顿，严重的老龄化与厂内效益不能提高有很大的联系。而对东风厂的职工来讲，他们认为公司的管理层浪费了公司大量的资金，这部分资金如果投入到公司的改革中去会对公司的效益有很大的提高。

一代老职工守着一个老厂房就是东风专用汽车有限公司的现状，却没有足够的新生力量对公司的技术进行改革；职工层和领导层的不理解对公司制度的改革也会有很大的阻碍作用。另外，地理劣势是阻碍公司发展的一个重要因素，而且这一条件无法轻易改变。

## 六、后记

在东风专用汽车有限公司的全力支持下，我们一行八人对东风专用汽车有限公司的车间及其工作流程进行了实地参观了解，在一名技术人员和一名宣传人员的指引下，我们入厂前进行了安全教育，并为我们提供了安全设备。

作为机械工程专业的学生，我们有较强的理论基础，尽管在学期末进行了金工实习，但对于工厂的实际操作却知之甚少，在两名技术员的讲解下，我们了解到厂房内的许多设备都和实验室里的不同，在实验室可以进行科技发明生产，而在厂房中却不能进行，比如漆工、焊工等，工厂内是数十平方的部件，要求一次成功，这次工厂的参观正是理论联系实际的学习，对于专业只是的了解和认识都有很大的帮助。

通过这次对东风专用汽车有限公司的走访，我们对二汽的发展历程有了基本的了解，认识到了公司在过去四十年中经历的变革和发展，以及在20xx年全球金融危机的严峻形势下，东风专用汽车有限公司为了企业的生存和发展所采取的各项应对策略，并由此结合当前的国际背景和国家的大政方针了解国家在促进经济发展方面做出的努力，看到了中国经济在过去30年中进行的探索和努力以及取得的重大成果。同时根据对二汽就业人员知识水平的调查结果来分析中国在近几十年中就业人群的知识水平的发展变化，了解就业比率的变化，对以后我们的就业起到了一定的指导作用。

此次的社会时间在我们大家的努力下取得了很好的成果，我们从中增长了知识，锻炼了能力，为此，对东风专用汽车有限公司给予我们的支持表示深深的感谢！

## 电梯故障报告篇三

随着世界的发展，汽车行业已成为世界第一大经济支柱产业，汽车行业的发展主导了世界工业的前行。正值建国xx周年暨



东风汽车公司建厂xx周年之际，结合现有的专业需求和未来的就业前景计划，我们参加了中国地质大学(北京)大学生暑假社会实践，赴湖北xx市东风专用汽车有限公司进行调研。

东风汽车公司(前身为中国第二汽车制造厂)始建于1969年，是中国汽车行业三大集团之一。主营业务覆盖乘用车、商用车、发动机、零部件、装备等方面。经过近四十年年的发展建设，公司已拥有实力强大的研发体系、制造体系和覆盖范围广泛的分销和售后服务网络体系，形成了“立足湖北，辐射全国”的事业布局。主要厂区分布在xx[]襄樊、武汉、广州四大基地。除此之外，公司还在上海、广西柳州、江苏盐城、四川南充、河南郑州、新疆乌鲁木齐、辽宁朝阳、浙江杭州、云南昆明等地设有分支企业。

近年来，东风汽车公司根据汽车产业发展趋势和自身规模实力的定位，确立了建设“永续发展的百年东风，面向世界的国际化东风，在开放中自主发展的东风”的发展愿景，并相应提出了“打造国内最强、国际一流的汽车制造商;创造国际居前、中国领先的盈利率;实现可持续成长，为股东、客户、员工和社会长期创造价值”的事业梦想。目前，公司各项事业已进入全面快速的新阶段，新的发展也必将为中国汽车工业做出新的更大贡献。

此次我们调研了东风汽车公司的一个子公司，即东风专业汽车有限公司。该厂主要生产商用车等各种标准车厢及特定车厢，厂内效益与东风其他厂相比属中下水平，在xx市团委及东风专业汽车有限公司领导的帮助下，我们对该厂现状及发展前景进行了考察，活动进展顺利。

## 二、调查过程

7月7日上午，与xx市团委有关人员取得联系，向他们介绍我们此次社会实践的活动安排及希望达到的目的，得到他们的大力支持，市团委组织部蒋部长给我们开出了介绍信，并与

东风专用汽车有限公司相关负责人沟通协商，并得到他们的支持，下午，对即将展开的调研活动安排就绪。

7月9.10日，由东风专用汽车有限公司负责我们在厂内活动的党委工作处负责人喻娇通知安排，在厂内一名老工人和一名技术工人的带领及讲解下参观了厂房，结合我们机械专业的特点特别对工厂内部车铣刨磨等各项工艺的操作近距离观摩，并认真听工作人员讲解各工艺的原理、操作要求、创新点等。

7月13日，在喻娇同志的安排下和厂内老领导进行了座谈。不同于我们在网上查找的资料，听这老一辈人讲述他们的创业史，更加体会到东风汽车公司发展、改革的艰辛与不易。

7月14.15日，和该厂已退休的老职工聊天并从中得到关于东风的信息，从职工的口中了解到了东风的另一面，以及他们对东风的热情和奉献，对领导阶层的意见和建议，使我们了解的东风更全面，更真实。

7月16日，对东风专用汽车有限公司的调研工作告一段落。我们对厂内职工进行了自然灾害防御宣传资料并进行宣讲，结合湖北xx当地地质情况，我们重点讲解了泥石流的防御。

### 三、东风专用汽车有限公司发展历程(四个阶段)

#### 第一阶段：艰苦创业阶段

时间：20世纪60年代末至70年代末

#### 第二阶段：发展辉煌阶段

时间：20世纪80年代至90年代初期

20世纪80年代至90年代初期是二汽快速发展、成绩较为辉煌的时期。这一时期，二汽抓住改革开放的先机，大胆探索，

勇于创新 and 实践，挣脱传统体制的束缚，使企业迅速发展壮大。这一时期，二汽汽车产量每年以一万辆的速度递增，综合实力跃居行列之首，并连续多年排入全国工业企业十强的行列。

### 第三阶段：改革调整阶段

时间：20世纪90年代中前期至20世纪末

20世纪90年代前期、中期至20世纪末，是东风公司的改革调整期。1993年之后，国内经济体制转轨、市场转型，需求结构发生重大变化，企业自身产品和体制、机制不相适应的矛盾充分暴露，日显突出，社会负担日益沉重，导致生产经营和经济效益不断下滑，使东风公司面临前所未有的困难和压力。

在对影响企业生存和发展的国内外大环境进行深刻分析和重新认识的基础上，东风公司下决心实施全面战略调整。其核心内容是：拓宽产品谱系，优化组织结构，创新企业制度。在此期间，公司一方面以轻轿建设为主攻方向，开展第三次创业，拓宽产品品种系列；另一方面，为适应经济体制转轨要求，以建设现代企业体制为目标，全面推进企业内部改革。公司按照“集中调控、分散经营”模式改革管理体制，对二级单位充分授权，相应进行了一系列管理方面的规范和整顿，以债转股为契机，建立起法人治理机构。

### 第四阶段：跨越发展

时间□20xx年至今

## 四、东风专用汽车有限公司的现状制约因素

在听取了公司管理层和职工阶层两方面的介绍后，我们对该公司的现状有了一个相对全面的了解：

从20xx年到20xx年，分配到公司的本科毕业生有近50人，但至今仍留在厂内的只有3个人，由于公司效益不好，没有较好的发展前景，即使有较不错的条件提供给高校毕业生，也不能留住技术人员，使得人才流失较为严重，也因此导致人员老龄化，新型力量投入不足，影响经济效益，从而形成恶性循环，致使该公司在同类企业中的竞争力不强，进一步影响效益的提高。公司也认识到了这一点问题，于是他们采取了一系列的措施以挽留人才，比如：为新来的本科毕业生提供单身公寓，并配备电脑；安排他们从事专业相关技术工作以达到学以致用等等。

这些措施采取后，尽管不能从根本上解决问题，但是对于人才流失问题有了一定的缓解。由于该厂1969年建设的目的是为了战备需要，考虑到此处地势偏僻，便于隐蔽，国家将东风的厂址选在这里。由于硬件条件不好，交通不利，环境闭塞，这对于东风专用汽车有限公司的发展与扩充有着很大的制约。同时，现在总公司为了全体的进一步的发展，积极向外扩展，减少了老厂的投资以资助新厂的发展，导致公司资金不足，这也是公司缺乏竞争力的重要原因。

加上现在客户对车辆要求的多样化，大部分车不再装车厢(装厢量已不足十分之一)，而是对已有车型进行改装，该公司的效益因此受到了显著影响，为了获取更多的收入，公司决定在生产车厢的同时从事车辆改装方面的工作，以增加公司的收益来源，此方案对公司产生了积极地影响，极大的提高了公司的效益。但是，由于公司的设备老化，人员老龄化，使得公司的市场竞争力并不明显，与某些专门从事该行业的公司相比优势不明显，在改装车市场所占份额也相当有限，因此，虽然此方案增加了公司的收入，缓解了暂时的矛盾，但对于挽回东风专用汽车有限公司走向衰败的趋势却无扭转性作用。

此等系列原因最终导致了公司现有的困难状况，艰难的探索正在进行中。

## 五、厂内现状调查

东风专用汽车有限公司面临的现状为新型人才就业比例相对较小，而且呈缩减趋势，新生力量注入不足，就业人员中老龄化职工较重，改革创新等方面不能取得较好的成就，发展步伐相对缓慢。据了解，分配来到东风专用汽车有限公司工作的大学生多数由于系列亟待解决的问题不能坚持留在厂进一步发展，人才流失相对严重。随着人口老龄化进一步加剧，而劳动力，尤其是先进劳动力不能得到及时的补充，公司的发展则相对更加迟滞。公司渴望新型人才的补充和注入，从而得到新的发展活力。

从领导层来说，大量离退休职工对公司是很大的负担，对厂内没有贡献却要很大的资金去安顿，严重的老龄化与厂内效益不能提高有很大的联系。而对东风厂的职工来讲，他们认为公司的管理层浪费了公司大量的资金，这部分资金如果投入到公司的改革中去会对公司的效益有很大的提高。

一代老职工守着一个老厂房就是东风专用汽车有限公司的现状，却没有足够的新生力量对公司的技术进行改革；职工层和领导层的不理解对公司制度的改革也会有很大的阻碍作用。另外，地理劣势是阻碍公司发展的一个重要因素，而且这一条件无法轻易改变。

## 六、后记

在东风专用汽车有限公司的全力支持下，我们一行八人对东风专用汽车有限公司的车间及其工作流程进行了实地参观了解，在一名技术人员和一名宣传人员的指引下，我们入厂前进行了安全教育，并为我们提供了安全设备。

作为机械工程专业的学生，我们有较强的理论基础，尽管在学期末进行了金工实习，但对于工厂的实际操作却知之甚少，在两名技术员的讲解下，我们了解到厂房内的许多设备都和

实验室里的不同，在实验室可以进行科技发明生产，而在厂房中却不能进行，比如漆工、焊工等，工厂内是数十平方的部件，要求一次成功，这次工厂的参观正是理论联系实际的学习，对于专业只是的了解和认识都有很大的帮助。

通过这次对东风专用汽车有限公司的走访，我们对二汽的发展历程有了基本的了解，认识到了公司在过去四十年中经历的变革和发展，以及在20xx年全球金融危机的严峻形势下，东风专用汽车有限公司为了企业的生存和发展所采取的各项应对策略，并由此结合当前的国际背景和国家的大政方针了解国家在促进经济发展方面做出的努力，看到了中国经济在过去30年中进行的探索和努力以及取得的重大成果。同时根据对二汽就业人员知识水平的调查结果来分析中国在近几十年中就业人群的知识水平的发展变化，了解就业比率的变化，对以后我们的就业起到了一定的指导作用。

此次的社会时间在我们大家的努力下取得了很好的成果，我们从中增长了知识，锻炼了能力，为此，对东风专用汽车有限公司给予我们的支持表示深深的感谢！

## 电梯故障报告篇四

据了解，本次调查主要基于车主在购车后所遇到的故障问题的反馈数据调查。研究发现，日系车故障率最低，在36%左右。而自主品牌汽车的故障率最高，在60%以上；其次是欧系车的故障率，接近50%；韩系和美系车的故障率均接近40%。调查显示，虽然日系车故障率最低，但是满意度却不高，排名竟为倒数第二。而欧系车的故障率并不低，但用户对欧系车的质量满意度最高。

从各细分故障情况来看，自主品牌汽车故障主要发生在车门车窗(车窗玻璃升降器发卡)和电路方面；另外，刹车时异响和刹车偏软问题导致刹车系统的故障率也要明显高于其他车系；欧系车中配备的电子元件较多，所以电路系统故障率较

高；由于中国的道路状况不佳，汽车低速行驶时间较多，欧系车在中国发动机烧机油和积碳的现象也比较多；韩系车的发动机和变速箱的故障率较少，但空调漏水和仪表盘指针发摆和失效的问题偏多；日系车一般使用成熟零部件较多，质量比较稳定，因此一般故障率比较低。

## 电梯故障报告篇五

调查钦州市城区范围内汽车销售企业，目的是了解钦州市汽车销售市场情况，为本项目的市场定位、评审提供可靠的调研依据。

### 二、调查范围和内容

主要调查小轿车、微型车、小货车、大货车，内容包括汽车销售企业的数量、经营面积、从业人数、店铺租金、经营品牌、租铺或者购铺意向、店面要求、财务能力、是否希望集中经营以及对本项目的意向看法等。调查采取问卷调查形式进行。

### 三、钦州市汽车销售市场发展现状

据钦州市有关部门统计，截至20xx年2月，钦州市大型汽车2963辆，小汽车9257辆，年内小汽车增幅25%左右，平均每天上牌的小轿车在10—20辆以上，当中以私家车为最多，约占新入户车辆总数的80%。

大货车销售除永福大道上的玉柴物流公司销售历史长久一点以外，其它的开张时间只有一年左右，市场还在前期培育阶段。小轿车和微型车销售是近两年才开始出现，有一定的市场，逐步得到本地消费者认可。小货车的销售刚起步几个月，前景看好。

钦州市的汽车消费市场正在步入快速发展阶段。

## 四、钦州市汽车销售市场情况调查

### 1、小轿车及微型车销售调查

分析结论：

小轿车销售店虽然只有3家，月销总量却有60多辆，各种款式均有，主要消费对象是钦州市城区客户及周边乡镇成功人士，畅销车辆在10万元左右，20—30万元以上的中档车销量也在稳步上升，轿车销售市场前景看好。据商家介绍，30万元以上的高档轿车也有一定的销售市场。

位于钦州湾大道上的上海通用五菱汽车，月销量达50辆，占据了微型车销售市场的80%份额，主要消费对象为钦州城区客户和周边乡镇单位和私人老板。

小轿车展厅一般在店内，多间连通，总面积都在500m<sup>2</sup>以上。微型车销售场地稍微小一些，铺面租金整体水平都较高，客商除钦州本地外，防城客商也有。

商家普遍都看好本项目，十分赞同集中经营，办成专业市场，认为只有那样才有市场竞争力。商家以经销商为主，都有购铺能力，但均无购铺意向。

### 2、小货车销售市场调查

分析结论：

小货车对铺面要求不高，都是租用较大的室外场地销售，有些场地甚至是临时圈围起来的，租金水平不高。2家店面都是刚开业销售3.4个月，月销量不是很大，但已经不错。

2家商家都是租用或者借用别人场地经营，以销售5万元以下的小货车为主，实力比较薄弱，没有购铺意向。



从上述情况来看，钦州小货车销售市场才刚刚起步，但市场前景看好。小货车车体体型都比较小，除室外销售以外还可以店内展示销售。