

出差报告的说(优秀6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，报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

出差报告的说篇一

考不上大学的后果就是要给人打工，而且还是最低廉的劳动力。你也可以不打工，在家吃闲饭，不过这样的人属于有钱人家的，我属于前者，我只好是一家五金公司打工。

我在一家私人五金公司工作，做的是业务员，虽然工作能力不是很出色，可是在公司中也属于比较好的了，可是最近一直不顺心，我感觉自己在公司的前景不长了。

我给老板的出差报告和工作报告：

最近在工厂我的工作主要为做网上广告宣传，发布产品信息；以及寻找门窗工厂和工程单位！对工厂和工程单位进行发送我厂的产品信息邮件和工厂服务宗旨。因为个人无法写有关于门窗安装和产品的文章，也在网络上寻找文章备战！

出差大沥工作主要为与门市交谈产品和最近市场情况！大沥处于淡季多数门市无客户来往和交易电话响，员工多在聊天！对我厂的产品反应是产品厚薄不统一；和厚度不达标！最有潜力的客户给我发过信息和打过电话，我相信可以把拿下！

上面是简单的工作报告和出差报告！下面也谈一下管理和我的工作评价。

当然公司生存和发展到今天可以说是老板的有目光、胆量和业务能力。三个重要的条件是成功不可缺少的！而今天我来说

说，只不过是厚颜献丑：

像今天的炬诚五金不能说生产力跟不上；有着40台的压机，10多名的操作工。此规模属于大规模，因为我们的产品单一、专业。按理说，厂房已有空间并每一岗位不缺人手。失败在于没有备货的和理安排和工作的合理安排交接。每一天的工作的完成度和交接登记没有做。其实卡位的固定片可以先做当90#系列先备货。沟通协调工作得多花时间、精力、诚心与尊重！像我到大沥后公司在大沥的成功没有我的功劳也应有点苦劳，因为我是拓荒牛，是对我的尊重。车间确实需要个主管，这个主管应该是摸具师傅，还得有管理工作安排的经验 and 爱岗爱员工的精神。有句话说什么样的老板会有什么样的员工，什么样的管理者会有什么样的下属。

上面为备述管理安排，再细编可整理出厂规和工作日程表。下面谈谈我的工作对老板和厂的关系，我在老板和老板娘的双眸中看出老板对我极为不满，可能是以下原因：

1、兔死狗烹(就当讲个故事；最近我的右眼皮一直在跳，我是有点迷信，所以我得尊重道德；公司在大沥的新单我一直相信老板是知道的，究竟要怎么做我也不计较这点业绩公司给我的提成在我眼里就如鸡屎这么点；但现在做为您的员工我不能认为工资少就马上停住工作，现在只是为道德在工作，我也不在乎工资的悬殊来侮辱我。只是昨天在大沥听听店老板的谈话才觉得我在这里真的没有自由施展平台我听到看到只是假象。该我的功劳不分配是老板的错，但我一直不计较，只是今天您自己提起说我没用，业绩差，我也不得不说说心里话！至于您有没有看到我在做事，我不放在心上，也不假装；我从来认为做业务是为自己而做不是为了只拿老板的钱；就算我拿不到工资，我也不需要监督，我一样好好工作；没有业绩是做业务的人最大的羞辱，最大的失败。)

2、我的业绩不佳。(我虽然有点差，但我一直在以全力以赴也因生产能力的关系对有些单谈拢有限制，所以我的自我感

觉不失败;也因为用我没有亏)

3、 我不会向老板套近乎。(这个我是永远学不会,我认为尊重别人不能伪善;我平生最讨厌伪君子和不道德不善良的人。曾经老板压我身份证是为了我的信用保证不是为了帮我买保险这个可以适当的效仿,可以接受。)

4、 我最近的工作不报告,肯定是在玩游戏和工作不卖命。(我个人水平有限,写千篇一律的报告我自认为不必要;当然有可能我错了,但没文水的人是很难坚持,我也很想坚持,但工作量不少;这个可能没人相信,坐在电脑前我几乎是机器一样的工作。有话说用人不疑,疑人不用如果我怀疑某人,我是一辈子绝对不用的。我认为如果真没有能力做事的人就善意辞退是在帮助双方:老板也无法给您写老板的管理经验。我只是个员工,也没有资格向老板谈。在业务分配和管理的缺点上也是我进厂来没有考虑到的,只是说您有一个跟单,我才是业务员,无法料到会有如此的结果。至于明天您怎么安排我的工作日程和工作安排明天再说。感谢您带我进红了五千年的五金行业。我是有点看到这个行业的前景与将来的发展。

在公司工作的不少的时间了,可是还是没有彻底站稳脚跟,可能跟自己工作的公司有关,公司老板不是非常的信任我们的每一名员工,这就是私人企业的局限了,我也想跳槽,可是一直没有找到合适的工作,暂时跳不了,但是我知道自己干的时间不会很长了。

工作就是这样的,麻烦而且容易吃力不讨好,我会继续努力的,我知道自己的能力有限,我会继续努力的,我会找到合适的工作,我会实现自己的认识价值的!

出差报告的说篇二

山东济南

泺口商贸中心是山东济南最大最专业的服装批发市场，也是济南中高档服装品牌聚集地。辐射山东全省。泺口商贸圈由泺口鞋城，洛口服装大厦，泺口名牌女裤大世界组成。泺口商贸中心的特点是人流量大，中高档女裤品牌比较集中，档次分明，比较专业。

女裤品牌方面，泺口商贸中心高中低档货品层次分明。一楼聚集着批发价位在30-70之间中低档女裤品牌，二层是中高档女裤品牌。郑州女裤占居市场80%的份额，如逸阳，鑫丽莎，敏子，戈洛瑞丝，兰亭鸟，戈洛瑞丝，新丝路，迪尔等。只有一家广州的瀚粤秀还在坚持。

二层客户苏如奶，做戈洛瑞丝有6年了，固定客户有40-50个，老板比较有思路，订货比较谨慎。想再做一个牌子，和现在的风格不一样的。目前是第一选择客户。

客户周秋粮，有两个档口，在一个电梯天井口的一层和二层上下对应位置，过完年有个110平米的大店要接过来，老板娘说可以把二层单做香歌莉。是第二选择客户。

客户王雷做斐格利亚，档口40平米，分成两个档口来用，因为斐格利亚价位高今年的产品又没有特别的优势缺牌子，网络流失严重。老板缺牌子，很有意想做香歌莉。

香歌莉货品和郑州货一比较，咱家在款式上比较时尚，郑州货以料子裤为强项，面料品种较多，版型上以中喇、中直筒的宽腿裤为主打版型。

三层品牌以大面积的形象店为主，如柒牌，老爷车等，三层女裤以专卖加盟为主，中高档定位，但生意并不怎么好，如卡轩娜，战尔，漫洒特等。

涿口名牌女裤大世界一层有怡田，金歌赛奇，金丝梦等，二层是仓库。名牌大世界基本上没什么人气。

上海

上海七浦路商圈是全国最繁华的批发兼零售商圈之一，可辐射到江苏，安徽，浙江等地，是全国一级批发市场。特点是辐射范围广，影响范围广，成交量大，人流量大。市场很成熟很专业。南北风格的服饰都有市场。

七浦路的豪浦大厦，三楼四楼是精品女装，一楼也有部分女装，女裤品牌纽纶，杉帅，艾菲蒂，兴依路，鑫丽莎集中在三楼四楼。上海的代理做货很细致，掐准定位，一般情况下不做和自己风格不同的货品，沟通时有难度，如阿伟裤业和做新依路的老板。

二层做大衣的客户艾银，档口面积有150-200平，很有实力。老板说自己的客户，好多都是搭配戈洛瑞丝和逸阳的裤子来做的，经过几年的了解，感觉如果自己做裤子可以获得更大的利润空间。有一间档口可以拿出来单独做裤子，在网络和实力上都比较理想。目前是第一选择。

白马一层的客户严介明做品牌女裤可人和依海风情，档口有30-40平米，以可人为主，老板非常喜欢咱家裤子的款式风格，表示想做，在现有档口里做，老板还说自己有三个直营店，销量很大。目前是第二选择。

湖北武汉

武汉由汉口，武昌，汉阳三镇组成。以汉口汉正商圈为服装品牌批发中心。品牌女裤集中在万商白马大厦，三层四层五层是女装，女裤品牌在档次上没有明显的划分，主体批发价位在65-110元之间，特点：市场比较专业，人气旺，成交量大，辐射范围广。武汉在地理位置上处于郑州货与广州货的

交汇点上，各区域风格，各种价位都比较有集中的体现，终端选择的余地很大。形成两个格局，专营南方货的和专营郑州货的。万商白马四楼的客户宋治浩有两个档口，一个40平米，里面做了有依仙圣姿等三个牌子。鑫丽莎一个档口，有30平米，目前仅凭郑州货很难形成优势吸引客户，准备再上一个区别现有货品的牌子，老板在白马市场经营女裤有5-6年了，下面客户网络相对成熟。目前是第一选择。

做逸阳的许高军和做敏子的方训威都有意向作为第二备选。

万商白马三楼做依贝奇的陈威档口有30平米，还做华丽公子，比较有意向。做纽纶的熊丽和张总很有实力，有四个档口做裤子，网络很好，但人也比较牛气。

这次出差最大的收获是香歌莉的款式风格普遍得到了大家的认可!在产品系列上和版型比例合理分布上有待加强。在市场上看到听到一些品牌的起起落落，引为深思的是，货品上某一时期大家都可以做的很好，如歌谣，菲格利亚，但产品是不是就可以有长久的生命力了?不是的!在新产品开发，及时供货这些环节出错也影响企业的生存。逆水行舟，不进则退!这就是自然界的生存法则。

关于安徽阜阳市出差考察报告

尊敬的领导:

您好!

感谢您一直来对本人的栽培，和对本人工作、学习上给予的支持与肯定。谢谢你们!我也将一如既往的努力工作，开拓进取，不断提升自我的综合能力。各方面追取出色地完成领导赋予的.各项使命工作，发扬顽强拼搏，吃苦耐劳的精神。确保不辜负领导们对我的期望。现针对安徽阜阳市场考察一事做一工作总结。请领导们继续教导和指正我的工作，谢谢!

破碎系统在推广过程中所面临形势分析：

为完成今年一亿的销售目标任务，而目前主要存在的问题如下：

导致我公司频频出现客户单位与我公司谈到合作事宜的情况：

存在原因可能为；客户单位在购买能力上存在一定的压力，和出于对我公司不成熟产品的考虑，一方面，为了降低企业投资风险和资金紧张压力，另一方面，合作能替客户单位在生产实践中解决相应的难题，和培养一批专业性人才。从而客户单位获得更多的利益追求。

客户单位目前普遍存在的一个问题就是严重缺乏对cx系统，破碎分离回收加工工艺较为熟悉的全面型人才。而最核心的技术又全部掌握在外国公司手里。外国公司价格的高昂让许多中小型再生铅企业倍感压力的存在，以致大多数企业谋求和寻找目前国内制造和生产再生铅设备专业性强的合作伙伴。一方面；在降低企业资金负担的基础上，把再生铅项目建设起来，如选型国内企业生产的再生铅设备，就要求国内企业能够对于总个项目能多给予些技术支持和帮助。另一方面，对于新建再生铅项目的客户单位由于缺乏对总个项目工艺的熟悉，顿时也感觉到茫然失措。就不得不广泛获取知识信息。了解新工艺，新标准。而短期最终能够给予其帮助的就是我们公司。如我公司单纯只提供破碎系统给客户单位，后续工序转炉熔炼和pp聚丙烯造粒分色客户单位就茫然了，以致一直不敢购买我们产品的真正原因所在。所以我认为：第一；要给客户树立好信心，对于总个再生铅冶炼项目具体情况都要能做到更加专业，实实在在能给客户带来好的建议和帮助，了却客户由于后续转炉和后续工序心中的疑虑，同时加快第一条生产线的进度，树立好第一个标杆客户。才能真正在经后的破碎系统推广方面一路绿灯。顺利完成我公司今年的目标任务。和占据和扩大国内再生铅破碎分离系统市场份额。

第二;加大我公司破碎系统方面相应的专业性较强的形象包装,确保客户了解我们公司了解我们产品时有东西可以查阅,后续更加应该广泛吸收和改进我公司产品方面的宣传文件资料;而相应的ppt 演示方面存在些不足。照片, 视频资料的整合。

第三;首先破碎系统为大型项目, 最终最直接的目标客户目标人就是对方高层或董事。而最先接触客户单位的就为营销人员, 营销人员是公司形象的代表。营销人员的一举一动就很可能影响客户对我公司的一个客观潜意识。而我们公司营销人员方面年轻不够老练, 一直来为一种放羊式培训。对于没有自主学习能力和主观意识的营销员来说就显得比较吃力, 一时难以进入角色。以致对营销人员有必要进行专业性的培训。具体内容形成一套统一标准, 统一口径。而不能通过临时忽悠, 而达不到预期效果, 并且营销人员通过培训, 合格过关就能直接给公司带来效益, 也能够树立起营销人员的自信心理。

以上内容为个人愚见, 恳请领导们批评指正。

注: 查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索出差报告模板。

出差报告的说篇三

□xx

□xx

了解货源、行情

第一站、烟台环海市场: 19号早上6点左右到达, 市场不算大货源不多, 3斤左右的黑鱼15元一斤, 一共了解三家水产商户, 根其中一家做了深入沟通了解, 当地黑鱼很少, 他们的货源

主要是南京方向通过大客发到烟台，他是根据市场须求量发货，他说了南京货源充足，我们也简单谈了一下来的目的，也说出合作意向，他同意我们合作的规格和要求，也能保证货源和质量，双方都留联系电话，8点离开市场，打车去长途汽车站。

第二站，山东省安丘市（地区市）已是中午1点过，在车站大体了解了一下当地情况。

当地主要产大葱、元葱、蒜、生姜、然后忽忽离开长途汽车站去黑鱼养殖基地。第三站；安丘市赵戈镇峡山水库，到达时间下午1点左右，通过当地一个姓田的黑鱼经济人介绍，峡山水库是国家自然保护生态区、黑鱼养殖基地因它而形成，黑鱼养基殖地上万亩，年产黑鱼万斤左右，它主要销售广东、南京、天津、辽宁的营口等地，货源比较充足，也是山东最大的黑鱼养殖基地之一，山东人说话豪爽健谈，说了很多黑鱼方面的知识，包括全国各地发货途中黑鱼换水等等，说的很详细，同时也得到更多的`黑鱼信息和行情，在交谈中说明了我们去得目的，通过我们的谈话，他也很原意和我们长期合作，保证我们的规格和质量要求，就是费用较高，现在行情3斤以上单价135元1斤，斤左右115元1斤、包塘大小一起95元1斤，我们谈到下午3点多他才开车送我们到车站。第四站；山东潍坊市，到达时间下午4点左右，本来安排看看潍坊市场、考虑到已是下午没有考查的价值后，就买车票回烟台，于当天晚上113座船返回大连。

出差报告的说篇四

领导者：

这个月20xx年9月5日到9月13日去哈尔滨长春沈阳北京天津出差。此次出差的主要目的是：

一是了解分行、代理商目前的经营状况，结合自身音箱品牌

特点做出运营指导和建议。

二是帮助各分行、代理商根据各自区域的市场情况，做出有针对性的市场调整和调配建议。

第三，了解目前分支机构和代理商对七彩音箱反馈问题的收集情况，便于后期产品和渠道的调整和规划。

第四，解决七彩音箱前期存在的问题，以及七彩音箱后期的产品策划沟通和渠道建设沟通，加强相互了解和信任，提高七彩音箱的销售信心。

出于出差目的，通过与分公司经理、商场经理和代理商沟通，反馈问题如下：

- 1、代理商整体经营状况是良性的，但缺乏团队管理意识，基本没有产品培训，没有推广意识，没有严格的会议制度等等，这些都是经销商普遍存在的问题。
- 2、代理商没有严格的工作安排，每天的工作内容，每周的工作内容，每月的工作内容，每年的目标等意识，只是为了做生意而做生意，本着生意不好，可能是店铺的知名度，或者产品的问题，没有从营销的角度找原因。
- 3、缺乏健全的人才培养梯队，人才非常稀缺，很难培养和留住人才。
4. 彩色音箱适合什么样的频道？彩色音箱目前的产品定位是什么？如何推广七彩音箱的市场？如何结合厂商制定有部署的业务拓展计划？基本没有代理和分支机构。
5. 目前，分行非常重视彩色扬声器。产品线广和因资金短缺导致音箱严重短缺矛盾很大。

6. 目前的产品存在一些问题，主要有以下几点：1. 收到涨价后缺货的影响。2、产品反复出现的外观擦伤和自身产品的质量问題，套用分公司经理的对话(港湾14:20:49:最近2100音箱怎么了？海港14:21:04，辅机喇叭不响？海港14:21:12:2105，还有水下沙漠14:21:23:抱怨港14:00。其中，港湾是一家分公司的经理。3. 促销活动存在一些问题，是在缺货后进行的。另外，缺乏人员跟进活动，奖品策划比例不合理，导致对销售创造的拉动力度不大。

7. 区域工作人员应该如何开展自己的工作？音箱市场代理商和分店需要注意什么？这也缺乏一定的自觉性。

因此，通过对问题的了解和分析，在与代理商和分公司经理沟通以及与门店经理的培训会议中，针对各地提出以下个人建议：

1. 建议所有代理商，尤其是在与哈尔滨实学某沟通的过程中，特别注意周会、周会内容表(销售kpi)□周会培训制度等管理机制。

2. 提倡规划年度销售目标、年度利润目标、月度销售目标、利润考核目标和绩效考核体系。以强化企业发展的共同目标。

3. 代理的发展空间有限，没有完善的考核体系、培训体系等，所以很难培养人。当一个优秀的人才到了某个时间，发展空间不大，他肯定会选择离开。因此，建议采用两种方式。一种是股份制，针对优秀的店长购买店内股份(可以占业绩股)，每前一年送一定比例的股份；按公司管理副职也按股份制。二是鼓励创业，给一定的市场空间，给产品代理商，让他们成为自己的客户。这样才能留住优秀人才，避免他们走出去后成为竞争对手。

4. 彩色音箱目前的平均售价在75元左右，这个价位线上基本没有竞争对手，因为音箱行业前五名品牌的平均售价在100元

左右，当然我们的目标是提高平均售价，找到竞争对手。但是结合目前的产品情况，在专营店和机箱内将彩色音箱放在一起(目前所有音箱品牌基本上都有单独的音箱店)，很难形成单一的形象。同时公司的路线一直是以批发为主，以机电和鼠标键盘渠道结合为主，零售方面非常薄弱。所以这个价格，这个形象，缺乏零售，必然很难形成音箱品牌影响力，但是它有着丰富多彩的品牌拉力，所以我们的主要渠道应该是批发。目前，主要产品定位是低端、渠道型产品定位。

了解多彩音箱产品的定位和渠道对象，然后要有部署开展音箱的推广，重点在四个方面：一是加强a类产品(重点产品，2105，2165，2155，2100)的样品展示。第二，加强a类客户(前5-10名核心客户)的柜台和陈列货架。第三，加强样品摆放产品的维护，主要是贴标(如何把音箱放在上货店让顾客看到自己看到的第一个产品是彩色音箱)。第四，像狗皮膏药一样加强店内x框和横幅的展示。

目前七彩音箱的渠道体系主要是在专卖店的陈列位置，很难有单个音箱的品牌形象。如果销售不好，产品的平均售价很难提高，高端产品出来后也很难卖出去。没有高端产品，很难提升产品的品牌形象。目前先完善产品线，再根据销量单独开音箱店？还是先开音箱店再完善产品线？这就成了悖论。通过与天津代理商等代理商的沟通，天津开的专卖店一般都不错，所以建议代理商：一是在合适的地点拿专柜和单独的壁柜，派一个销售人员过来。按照电脑城的均价，3米柜台的价格基本在2k左右，销售人员的基本工资在1k左右，所以柜台基本没有其他费用。每天100元左右的成本基本就是2副零售音箱，可以收回成本。一个人在一个岗位，一个特殊的工作是销售和零售。我觉得只要不太笨，一天2双应该没什么大问题，但同时也会提升我们的品牌影响力，店铺的批发工作，方便安装人员给客户看音箱。第二，建议个人代理，以及代理耳机或笔记本配件的代理，分别设立音箱店。当然，在前期，他们可以鼓励和允许同时代理其他品牌音箱的代理商组

建第二家公司，或者给那些有想法的优秀人士提供这个机会。

笔记本市场是我们产品的一个重点。笔记本音箱的. 分销基本都是价格不超过100元的产品。最好的产品是一对音箱和一个价格不超过100元的鼠标。这就是目前笔记本商家的需求心理。这个价位的产品正是我们扬声器产品的强项。如果单卖普通笔记本，客户会把高端产品拿来衬托笔记本的形象。长春代理在这方面做的很好。在一个领域，惠普、联想、华硕和ibm笔记本电脑商店有四种不同的产品。在一个电脑城，这四家店每个月能创造几百台的销售业绩。天津代理可以和三星合作促销，买三星笔记本，送彩色音箱，一次有400套订单。笔记本客户也有以下优势：第一，选择一个产品，很少更换，因为一第二，销量稳定，根据笔记本环境，增长呈上升趋势。第三，利润高。笔记本客户一般会开发票，可以知道单独购买的产品的平均价格，但对其他产品了解较少，因为熟悉，所以可以提高利润。

5. 各分公司和全线产品代理商对音箱产品的重视程度，从天津代理商(单做音箱)就可以看出来。长春(单做音箱)和天津这样的小城市，销量是重庆[xi]南昌等一些中等城市的两倍。当然，这是因为我们的产品线太长，不够专业。同时，今年由于分店和代理商资金不足，音箱还在吃七彩品牌拉，还在走机电和鼠标键盘的销售渠道，无法为七彩品牌打造单独的品牌影响力。所以在资金不足的时候，很大程度上会出现音箱供应严重的问题。这次出差，分公司基本没有音箱供应，更别说这种情况下的营销了。因此，有必要亲自向领导征求改进建议。

6. 目前每个月演讲者都在改进产品意见(需要一线反馈，总部汇总，改进后再发给一线反馈解决)，但有些问题无法改进，主要是细节问题。近日，杭州分公司、武汉分公司连续投诉产品质量问题、送三脚架少等细节问题，将对一线销售人员的信心产生很大影响。所以这次回去之后，我们会要求吴老师彻底改善这样的问题。

7. 地区人事的工作基本没有头绪。要想领导别人，首先要为别人服务。如果你想领导分公司代理，你必须考虑如何为他服务。最好的服务是如何帮助他。这里的帮助不是简单的给予特别优惠，而是如何发现分公司的弱点和困惑，如何帮助增加销售额，如何用心帮助一个人。我觉得我能找到很多需要帮助别人的地方。结合代理人和分支机构，首先要明白应该注意什么。也就是看音箱市场最简单的方法是什么？在此，我提出一些个人建议：第一，一进店就看外场的广告。什么品牌做的广告最好，有什么地方可以学习？能够知道哪些品牌的市场占有率比较高。第二，看笔记本旁边放的是什么样子的音箱产品，有自己的吗？有些样品陈列在哪里？标签还存在吗？样品有灰尘吗？如果没有样品，能有机会打电话找人或者自己协商吗？三、上电梯看diy广告和自己音箱的曝光。上电梯的过程中标签是不是到处都是？第四，绕店转三圈，再看看店的人气。整体装机容量如何？哪些音箱适合批发？你卖了多少个扬声器？市场占有率如何？看看哪些音箱品牌曝光度比较高，自己的音箱样品有多少。还有哪些需要加强，可以放样的？看三遍店里的x展台和贴纸。还缺什么？哪些没有贴？需要加强什么？音箱灰尘哪里去了？哪些音箱样品或贴纸放歪了？想把音箱卖好，就要不断检讨自己。每次去店里都能纠正一些东西。看样品、贴纸、横幅□x展架就能看出这家店的工作情况。最后，你要去自己的店，去同行。

以上是针对这次出差中的一些问题。在与代理人和分支机构的一些交流形式中，每个人在交流的过程中都有感受，但我希望能从内心认可，并长期改正和坚持。在这次出差中，我也获得了以下收获：

第一，明确后期的产品规划，保持当前低端产品的特色。毕竟这是现有渠道。建议在100元-140元的产品外观和140元以上的欧美产品结构上，对个性化产品进行补充，在目前产品难以改变和增加优势的情况下，对外观进行创新性的改变。

第二，明白笔记本市场对分离式2.1音箱的需求仍然是主流，

市场销量会是一大亮点。

第三，要明白现在的音箱市场还是漫步者，麦博和三诺独霸前三，背后的品牌也是风起云涌，变化很大，所以彩色音箱的机会很大。

第四，代理商对彩色音箱的期望还是很高的，但是我们需要在很多产品质量和供货上做很强的细节修正。

同时也学到了一些好的营销经验和方法，比如爱国主义，三诺，尤其是在北京市场，对广州市市场和深圳市场都很有用。

以上是这次出差的总结。如果你不在，请领导纠正我。谢谢！

出差报告的说篇五

出差报告2014年7月29日—2014年8月2日

2014年7月29日 人生不如意十有八-九。生活中真是有太多的始料不及啊。还没有到达目的地，意外就发生了。值得庆幸的是意外没有发生在我身上。哈哈。好像有点幸灾乐祸。情况是这样的，在行车途中，一位乘客的笔记本和钱包被小偷偷了。价值不菲啊。长了这么大。这样的事也听说不少，但是发生在自己身边还是第一次，以前总有朋友跟我说诸如此类的事情，我总是不屑一顾。这次真是长教训了。其实很多时候很多事情并不是你怎么想他就怎么发展下去的。你认为一定会发生的事往往不一定会发生，相反，你认为不可能的事偏偏他就发生了。以后，我会耐心听从朋友的劝告，哪怕是微不足道的小事，时刻提醒自己总是有益无患的。千万不要等到错误铸成才后悔莫及。”

中午11：40我到达了遵化。和同事一起吃过午饭准备好资料又歇息了一下就去建龙了。

无巧不成书，刚到建龙一个熟悉的身影就映入了我的眼帘，那人不是别人。正是车上丢东西的乘客。经过介绍，我知道了他也是来参加招标的。是其中一个投标单位的副总。而且也是我们公司一个强有力的对手。

14: 00 招标正式开始。这次招标主要分以下五个部分。

一、招标单位简介公司情况。针对这次招标进行详细的说明；

二、分别介绍评标小组成员和投标单位

三、评标小组与投标单位代表分别进行技术交流；

四、报价

五、宣布中标单位

流程就是这样的。可是中间却经历了许多的波折。无论是从精神上还是身心上。每个人都处于一种高度紧张的状态。报价是最令人头疼的问题。因为大家都预料不到自己报多少才是最合适的价位。如同高考报志愿，也许报的高一点我们就能上一个好的大学，也可能上不了，也有可能报的低一点。也能上大学但却不一定是最好的。

2014年7月30日下午到达首钢矿业公司 晚上约动力车间科长***吃饭。

2014年7月31日早晨8: 00在高主任的'带领下我们到达大石河矿。等了一小会，待停电后。我们开始准备查线。由于我不太会弄，开始只是在旁边看着，看了几个之后明白了是怎么回事。中间也遇到了些许问题。比如有两条线路还没有装零序ct找不到万用表没有办法测零序ct二次绕阻、准备的材料不够发给客户等等。当时真是很着急。由于停电时间有限。想在那么短的时间弄到合适的ct确实是件让人头疼的事。后

来汪又发动上面关系，不知从哪弄到了2个ct解决了这一难题。由于ct是开口的。所以很顺利就装上了。在站里工作人员的配合下，下午一点多我们将安装小电流前的最前期的准备工作做完了。首钢的工作人员无论从工作态度还是个人素质看，那真是没得说。看着他们那么辛苦的工作我在想如果我们这个装置不能做到真正的为客户解决问题我们真的有点说不过去了。工作结束，大家一起吃了饭，方散去。

晚上约设计院电气室的科长***吃饭。

2014年8月1日 早晨6:50 我和张志华在楼下碰头，然后打车去九江。下车后直奔西站。一路上那是烟雾弥漫，尘土飞扬啊。在众多颗粒物的陪伴下，我们到了西站，先见过了田站长。跟他打了招呼。田站长说等会停电，让我们再等会。然后张志华又领我在变电站走了一圈。给我介绍了一次设备和二次设备。然后我也在众多的机器中发现了我们的机器。他并不显眼也不美观。但是它的工程服务却是很复杂的。而且他们照顾的也不到位。前面板都很脏了。可见他们的重视程度。最后还是我用抹布把它擦干净了。确定停电后他们开始装ct□接线。这的ct全部都得到下到电缆沟里。张志华配合他们弄了几个然后回到装置这边接线。我配合他先查了一下一段母线都有哪些线路，又跟站里的相关人员确定了一下柜子，确定无误后。我们开始顺线、接线。接线过程中发现有个别电缆没有标签。又用校正了一下极性。确认无误后把线接到了端子排上。接好后张又下去检查了一下ct安装情况。将有问题的改了过来。下午我们又将机器调了一下，更新了程序4.3c的。重新设置了变比和启动电流。这的零漂非常大，不晓得是怎么回事。下午四点多。一段母线所有出线的ct安装接线完毕。张再次确定无误后，将情况反映给田站长。待停电后1、2段母线皆可正常投运。3、4段母线待下次停电再接。我们和田站长道别后，方离去。

晚上约动力车间科长***吃饭。

2014年8月2日早起回京。

注：查看本文相关详情请搜索进入安徽人事资料网然后站内搜索出差报告。

出差报告的说篇六

二、出差地点□xx□

三、出差人员□xx□

四、出差目的：了解xx货源、行情，

五、出差主要内容及地点：

第一站、烟台环海市场：19号早上6点左右到达，市场不算大货源不多，3斤左右的黑鱼12.5元一斤，一共了解三家水产商户，根其中一家做了深入沟通了解，当地黑鱼很少，他们的货源主要是南京方向通过大客发到烟台，他是根据市场须求量发货，他说了南京货源充足，我们也简单谈了一下来的目的，也说出合作意向，他同意我们合作的规格和要求，也能保证货源和质量，双方都留联系电话，8点离开市场，打车去长途汽车站。

第二站，山东省安丘市（地区市）已是中午12点过，在车站大体了解了一下当地情况、当地主要产大葱、元葱、蒜、生姜、然后匆匆离开长途汽车站去黑鱼养殖基地。

第三站；安丘市赵戈镇峡山水库，到达时间下午1点左右，通过当地一个姓田的黑鱼经济人介绍，峡山水库是国家自然保护生态区、黑鱼养殖基地因它而形成，黑鱼养基殖地上万亩，年产黑鱼20000万斤左右，它主要销售广东、南京、天津、辽宁的营口等地，货源比较充足，也是山东最大的黑鱼养殖基

地之一，山东人说话豪爽健谈，说了很多黑鱼方面的知识，包括全国各地发货途中黑鱼换水等等，说的很详细，同时也得到更多的黑鱼信息和行情，在交谈中说明了我们去得目的，通过我们的谈话，他也很原意和我们长期合作，保证我们的规格和质量要求，就是费用较高，现在行情3斤以上单价13.5元1斤，2斤左右11.5元1斤、包塘大小一起9.5元1斤，我们谈到下午3点多他才开车送我们到车站。

第四站：山东潍坊市，到达时间下午4点左右，本来安排看看潍坊市场、考虑到已是下午没有考查的价值后，就买车票回烟台，于当天晚上11.30座船返回大连。