

2023年毕业去向论文(优质9篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

毕业去向论文篇一

第一段：引子和背景介绍（200字）

毕业论文作为学生的重要学术成果，是对自己本科阶段学习成果的总结和展示。近期，我完成了自己的毕业论文，并在阅读和写作的过程中获得了一些宝贵的体会与心得。本文将从选题的重要性、文献综述的挑战、数据收集的科学性、论文写作的条理性和检查论文的精细性五个方面，阐述我在读毕业论文的过程中的理解和收获。

第二段：选题的重要性（200字）

论文选题是整个研究过程的基石和关键，它关系到研究的方向和价值。在我选择论文选题的过程中，我了解到选题应该具有一定的研究价值和实践意义，与所学专业相关，并应能在一定程度上解决实际问题。此外，选题还需符合自己的兴趣和能力，才能够持续地保持研究的热情和动力。

第三段：文献综述的挑战（200字）

文献综述是论文研究中的重要部分，它要求我们广泛阅读各种相关文献，并结合自己的问题研究背景，对已有的研究成果进行梳理和总结。在文献综述的过程中，我感受到了挑战的同时，也享受到了对知识广度和深度的拓展。通过系统阅读大量文献，我逐渐形成了自己的研究问题，并能够回答该问题的可能途径和方法。

第四段：数据收集的科学性（200字）

数据收集是研究过程中的一项重要任务，它需要我们设计合理的实验或调查方法，并严格按照科学程序进行采集和分析。在我进行数据收集的过程中，我深刻体会到了科学性的重要性。只有在数据采集过程中严格遵循科学方法，才能保证数据的可靠性和有效性。此外，还需要对数据进行合理的整理和分析，以得出准确的结论并支持研究问题的解答。

第五段：论文写作的条理性 and 检查论文的精细性（200字）

论文写作是整个研究过程的总结和归纳，它要求我们将研究的过程和结果进行逻辑清晰和条理分明的表述。在写作的过程中，我学会了将复杂的研究内容进行合理的分章节和段落，并尽量避免冗长或重复的表述。此外，我还意识到论文的精细性对于读者的理解和评价具有重要影响，因此，在完成论文后，我反复检查和修改论文的拼写、语法、格式等细节，以确保论文的整体质量。

结尾段：总结和启示（200字）

通过读毕业论文的过程，我不仅加深了对所学专业的理解和掌握，还培养了自主学习和独立思考的能力。我也进一步认识到，科学研究需要系统性和耐心，需要掌握合理的研究方法和途径。在今后的学习和工作中，我会将这些体会和经验运用到更深入的研究中，不断提高自己的科研能力和学术水平。

毕业去向论文篇二

《物流毕业论文范文》简介：

我国实行改革开放政策以来，商品流通规模不断扩大，社会消费品零售总额每年平均递增15.3%。1999年社会商品零售

总额达31135亿元，比1979年增长17.3倍。商品流通规模的扩大使流通业自身及相关的行业得到快速发展，已成为第三产业的主体。

首先，市场化程度大大提高。多种经济成份、多种经营方式、多渠道并存的流通格局已经形成；商品价格基本放开，市场在资源配置、价格形成中的基础性作用明显增强；市场交易的透明度、开放度、公正性不断提高，市场竞争日趋激烈。

第二，社会化组织化程度有所提高。一是连锁经营浪潮方兴未艾，我国从90年代初开始导入这种经营组织形式，其后便迅速演变为现代商业发展的主要形式。据不完全统计，到1999年底我国共有连锁经营组织1000多个，2万多家分店，年销售额1000多亿元，已约占社会商品零售总额的5%。与此同时，我国商品批发市场体系已初步形成，成为重要的商品流通渠道。根据国家经贸委和国家统计局在1999年联合开展的快速调查，截止1999年6月末，我国现货商品交易市场（含批发、零售交易市场）近6万个，1998年全国商品交易市场成交总额为21086.8亿元，相当于当年社会消费品零售总额的72.3%和国内生产总值的26.5%。全国商品批发市场约9000家，占同期商品交易市场成交额的80%左右。全国已形成一批规模较大、辐射功能和带动作用较强的重点骨干市场。此外，流通主体正在向集团化、规模化方向发展，竞争实力逐年提高。目前我国各类商贸集团大量涌现，除传统的批发贸易商外，以海尔、联想为代表的一批生产制造商也直接进入流通领域，构建自身的营销网络和销售体系，实行工贸一体化经营，成为重要的流通主体。各类市场中介组织逐步发育，经纪公司、快递公司、报关服务公司、会计事务所、审计事务所等机构不断涌现，提高了商品流通的专业化与组织化程度。

第三，流通业的对外开放步伐加快。1992年中国政府在商业

领域实行对外开放试点，到目前已有300多家外商企业以合资合作等多种形式进入中国市场。沃尔玛、麦德龙、家乐福等一些大型跨国商业集团先后登陆，超市、便利店、专卖店、仓储式和会员制的大卖场等各种新的商业形式、业态和经营方式都已采用。外资商业的广泛进入标志着中国商品流通业已开始融入国际市场，外资企业不仅带来了先进的经营理念和管理技术，促进了国内流通业的组织化程度和经营管理水平，同时也带来了激烈的市场竞争，各种业态的生命周期明显缩短，这使得中国的流通业现阶段发展带有明显的跳跃性和急速扩张性。

第四，流通的现代化开始起步。主要是商业设施投资的规模与建设不断发展，各种商品交易市场、配送中心、物流中心、加工储运中心相继建立，在流通中的作用开始显现，物流体系建设正在带动传统仓储业向现代物流发展。新的管理技术与管理手段的采用，使流通作业的自动化与管理的信息化水平有所提高。电子计算机、条码□pos系统等现代信息处理手段逐步采用。流通业由传统的手工操作、柜台销售、经验性管理逐步转向专业化分工与规模经营，行业的资金与技术含量都有所提高。深圳、上海、天津等地已着手物流基地的建立，通过规划和多渠道投资形成新的产业优势。

二、加快商品流通的产业化对我国经济增长目标的实现意义重大

在过去的20年里，中国经济以年均9.7%的速度增长，人均国民收入由250美元提高到近800美元，有1.4亿劳动力从第一产业转移到第二和第三产业，工业化迈上了一个新的台阶。但作为世界上人口最多的发展中国家，我们仍处于工业化的中期，工业化进程远远没有完成。要促进我国工业化和下一步经济增长目标的实现，必须加快流通产业化进程。

首先，流通产业化是实现工业化的重要内容和前提条件。从世界上发达国家走过的历程看，在工业化发展到一定程度，

都经历了一个流通现代化的阶段。如日本曾在60年代连续推出三个流通现代化的五年计划，意在配套和促进工业化的进一步发展，韩国在70~80年代也效仿了这一做法，并大大提升了流通产业化水平，为增强本国经济的竞争力、实现出口导向型的发展战略做出了积极的贡献。再从我国的情况看，尽管工业化发展水平与世界上发达国家仍有较大差距，但相比较而言，流通产业化水平滞后于制造业的升级和结构调整，成为制约我国工业竞争力提高的主要因素之一。在流通设施、管理手段、经营组织方式上基本还是沿用了原来的一套，经营分散、管理落后、流通成本高、效率低、服务水平差的问题并没有从根本上得到解决。以物流成本为例，据有关资料统计，美国全年的物流成本为8000亿美元，占国民生产总值的11%，德国的物流成本约占gdp的10%，中国为30%。这在很大程度上影响了我国制造业的竞争实力。

第二，从我国现阶段经济发展看，商品流通业是第三产业的主体和发展的重要带动力量。在后工业化时期，第三产业的加速发展成为产业结构发展演变的必然趋势，而流通产业的率先发展能带动第三产业。

三、流通产业化是应对经济全球化挑战的重大举措

在今后一段时期内，经济全球化将呈现出以下几个新的特征：一是跨国公司已突破反垄断法约束，全球购并规模不断扩大，将涉及更多的领域。二是网络经济将带动电信、银行、保险和运输等全球服务业市场继续扩张，并已经形成在时间上相互接续、价格上相互连动的国际金融交易网络。三是wto等多边组织、国际政策协调集团和区域性的经济组织，通过全球范围和区域内贸易和投资自由化安排，将在推动经济全球化的进程中发挥越来越重要的作用。面对新的经济全球化发展趋势，加快中国流通产业化发展具有十分的紧迫性。

第一，传统产业的主导地位为流通产业的发展提供了广阔的发展空间。从我国现实出发，传统产业仍然有广阔的市场需

求，仍是我国综合经济实力的重要支柱。在相当一段时期内，丰富而且素质较高的劳动力资源是我国最大的比较优势。在整个国际分工中，中国正逐步成为众多工业品的世界性生产基地，成为跨国公司的加工基地。中国正在跻身于世界生产大国的行列。如何采用高新技术对传统工业进行改造，如何实现一个工业大国向经济强国的转变是我们面临的任务。在我国经济增长过程中最大的市场仍将是传统产业，这在客观上为商品流通业的发展创造了广阔的发展空间，同时也对它提出了产业化的要求。构筑商流、物流的全球性网络，不仅需要基础设施的配套，还需要管理技术、管理手段的更新，使流通的产业化势在必行。

第二，流通产业化是提高传统产业竞争力的关键。流通产业化有两个方面的含义，即较低的流通成本与较高的增值服务，核心是增强产品的市场竞争力。从制造业的状况看，长期以来，我国在传统体制下，实行产销分离、内外贸分离的管理体制，不仅与现代流通产业的发展趋势相悖，而且成为我国加工制造业发展的重大缺陷和先天不足。在买方市场条件下，流通对生产的制约作用越来越明显。我国在分销服务领域与国际上的差距比在生产技术上的差距要大得多，只是由于这一领域的国内市场保护，使矛盾还没有充分暴露而已。

分销服务实际上是现代商品流通的另一种说法。

分销服务不仅仅提供商品，更重要的是提供服务，服务的内容覆盖流通的全过程。在现代经济生活中分销服务已成为产品增值的主要来源之一，其比重呈现不断上升的趋势，而且分销服务还越来越成为产业竞争的重要手段。目前国际跨国公司采用的一项重要竞争策略之一，就是通过提供销售过程中的各种服务扩大市场份额，提高产品竞争力，使顾客难以离开供应者，同时又使新的竞争对手难以进入该领域，由此看来，在未来的产业竞争中，商品流通领域的分销服务是一个至关重要的环节，谁通过领先技术、网络商路掌握了分销渠道的控制权，谁就能在竞争中操有胜券。中国加入wto以后会使这

方面的矛盾和问题暴露得更加突出，服务竞争已成为产业竞争的重要内容，服务增值也是产业的重要利润来源。面对新的国际分工和制造业的全球竞争，要增强我国经济的整体实力，除继续引进技术、改进管理外，还要在流通产业化上下功夫。

第三，再从商贸服务领域看，我国传统商业在现代化的起步阶段面临商业全球化的严峻挑战。目前我国传统的商贸企业基本上仍是在相对封闭、狭小的市场范围内开展业务活动，经营规模小，经营方式单一，组织化程度低，市场的应变能力差，流通设施和技术手段比较落后，尤其是生产的组织服务能力薄弱，按现代商品流通标准衡量，总体上仍处在传统商业阶段。中国在加入wto以后，无论是传统的零售业和批发服务，还是制造业的分销服务活动都要面对国际流通业的竞争。即使是国内市场，也已成为国际竞争的舞台。在与跨国公司、国外企业同台竞技中，赢家与输家只有一把共同的尺度流通效率最大化，流通成本最小化。面对这样的市场环境，中国流通业必须加速其产业现代化进程，这是中国面临全球经济一体化发展趋势的惟一选择。

四、确立赶超型的发展战略目标

电子商务为实现流通业的跨越式发展创造了机会与可能。首先，电子商务改变了企业的成长模式。在传统的商业模式中，流通效率和竞争优势的取得主要是靠经营规模和管理技术，而规模与技术的背后又主要取决于资本实力的较量，电子商务所依托的信息经济、网络经济打破了以往经济增长的法则，其核心是在很大程度上实现了比特对原子的替代，即数字的传输替代了相当一部分传统的物质运动和信息交换方式，替代了人们面对面必须付出大量时间和交易成本的交流。电子商务在时间上的节约和有效利用，使传统经济增长法则和企业运作方式发生变化，虚拟企业运用较少的资金就可以构筑自己的网络帝国，规模经济的神话被打破，中小企业照样可以与大企业平等竞争。

第二，流通服务业占有先机。从商品流通业自身的特点看，服务性产业、中小企业居多，多是劳动密集型的行业，在整个经营活动中人力成本、服务性成本所占比例明显大于其它行业。电子商务使销售活动的方式发生根本性改变，企业无须通过构造一座座有形商厦去实现自己的销售，厂商也不一定通过一系列中间环节才能卖出产品，从而可以大大节约流通的人力、物力。同时还可以大大提高服务的效率与质量，采用新的管理手段和经营方式较之传统的流通方式无疑更具竞争力。

的顺利起步，为商品流通业选择高起点、跨越式的发展模式提供了借鉴，也藉此说明实现赶超是完全有可能的。

最后，需要强调的是，实现跨越式发展是有条件的，在实施赶超的同时，要加紧补课，为实现赶超创造条件。商业全球化和电子商务的发展，对我国商品流通产业现代化既是一种挑战，也是一种机遇，要力争用5~10年时间，加快市场体系建设和国家信息基础结构的发展，缩小我国提供制度和技术环境流通业运用电子商务的外部环境和基础条件与国际水平的差距，为传统商业提高分销服务水平和市场竞争力提供制度和技术环境。

毕业去向论文篇三

题目：汽车企业未来对人才需求的报告

专业：汽车应用技术

班

学号：080321216

论文作者：

指导教师：

指导教师职称：

交稿日期：

引言

摘要：我国汽车工业起步晚、起点低、规模小、技术落后、产业结构不合理，改革开放以来虽有较快发展，但与汽车生产大国相比差距明显：单从绝对产量来看，我国2014头6个月共生产销售汽车200多万辆，全年预计超过400万辆，尽管相比去年同期增长了30%，但全国总产量尚不足国际汽车巨头通用公司的年产量。我国已经加入wto[]按照我国对于汽车行业的承诺，到2014年，我国汽车整车进口关税水平将降至25%，零部件降至10%，并且逐步取消一些诸如进口配额等非关税保护政策，国内汽车行业将直接面对开放的国际市场，这对于我国尚属幼稚的汽车产业来说，将是一个非常严峻的考验。发达国家汽车行业的经验证明，信息技术的广泛应用和发展将为企业降低采购、营销成本，减少库存、优化库存结构，拓展销售渠道、提高服务效率提供可能，是汽车企业增强竞争实力、融入经济全球化格局的必由之路。而高新信息技术的广泛应用将要求未来的汽车人才具备的有关知识越来越多、企业对未来汽车人才所具备的知识将越来越全面。

关键词：汽车发展、专业人才、高新技术、

汽车工业是一个庞大的社会经济系统工程，不同于普通产品，汽车产品是一个高度综合的最终产品，需要组织专业化协作的社会化大生产，需要相关工业产品与之配套。长期以来，汽车工业作为国家重点投资和发展的产业，虽然取得了一定的成绩，但是与世界汽车工业先进国家相比还有很大差距。国内的汽车企业只能在国家的高度保护下占领国内市场，而几乎没有能力打入国际市场。这表明，我国的汽车工业尚属

幼稚产业，缺乏国际竞争力。随着中国加入世界贸易组织，汽车工业必须面对全球化的挑战。

与家电等行业类似，产能过剩和生产过剩是汽车行业高利润时代结束和汽车产业激烈竞争的根本原因。近年来汽车行业的竞争越来越激烈，相当部分企业由于在资本、技术、市场等万面处于劣势，这部分企业将必然面临淘汰命运。按照市场经济规律，大规模的兼并和收购已在汽车行业展开。上汽集团已经在全国汽车行业整合重组中，抓住时机进行低成本扩张，利用外资参与购并，在全国形成五大整车生产基地：上海轿车十大中型客车、重型载货车生产基地；长三角的仪征轿车和轻卡生产基地；西部柳州微型车生产基地；中部山东烟台的轿车生产基地和地处北万的沈阳轻客生产基地。

据预计，2014年我国销售峰值将达到3000万至3500万辆。而对于今年汽车发展速度的下滑，徐长明认为，这是一个必然趋势。根据对先进国家的市场研究，汽车销量的发展有两个高速增长时期，目前中国已经进入了第二个高速增长期。这个时期发达国家销售量增长的平均速度是20%左右，中国从理论上来讲年均增长率应该能够达到15%左右。过去两年因为国家出台了各种振兴规划，也就是说政策刺激使得汽车行业高速发展。今年，很多优惠政策都撤出了，汽车市场也回归到正常的增长状态。今年经济发展速度大概在9.5%左右，汽车行业由于一系列优惠政策的撤出加上北京治堵方案的实施和油价的上涨，这一系列负面影响的叠加都将拉缓今年增长率的速度到10%至15%之间。

公开资料，哈飞前不久建成的新工厂大概花了不到5亿元，按国外算法至少值30亿；上海华普汽车仅用五年时间就开始自主开发车型，在业界获得普遍认同和信任度；奇瑞仅仅三、五年就推出了六、七款新车，民族汽车自主开发的乐观前景完全可见。

4、利润开始转向售后服务业

20世纪30年代初，汽车美容、养护业在英美等发达国家开始起步，汽车后市场的雏形开始形成。第二次世界大战后，经济的复苏使汽车工业飞速发展。同时，也使汽车美容、养护业日益壮大，汽车已经不再采用“大拆大卸”的维修方式，而是采用以维护为主，视情维修的方商的比重依然偏大。

近几年来，由于整车销售利润越来越薄，“60%的利润转向汽车后市场”之说正在被市场验证。目前汽车用品消费贯穿于新车销售、售后服务、零部件销售、二手车经营等各个方面，市场领域十分宽阔。其中汽车用品配件市场涵盖范围很广，既包括车载电话、办公系统、交通信息和行车向导系统等高端车载系统、公共信息系统和软件系统，也包括多媒体音响、电视、电子游艺等汽车娱乐系统，还包括内外装饰、防盗装置等汽车配件和汽车饰品，以及防爆膜、润滑油等普通汽车养护用品等，计有10多个大类，数万个品牌。

汽车整车公司在汽车产业中占据核心的地位，汽车产业的大公司主要是汽车整车公司，但是随着产业竞争和技术的发展，汽车整车组装在汽车公司中的重要性和附加值不断减少。现在汽车整车公司多是包括研究开发、整车组装、汽车销售等业务的综合性集团。但是汽车产业链条上各环节的附加值赢利能力有较大的差异。日本经济产业省研究所提供了下面的一根曲线。从这条曲线上可以看到不同区间附加值的变化。

目前，我国汽车产业发展迅猛，有关人士预测，到2014年，中国将取代美国成为世界最大的汽车制造国，但是到那个时候如果我国自主汽车品牌还没有崛起，我国将只能赚取汽车产业链中最薄弱的利润，但是我国汽车工业要形成核心竞争力，必须在自主品牌上发力。真正的自主品牌，要做到“五个自主”，那就是：自主研发，自主生产，自主品牌建设，自主产品提升，自主质量控制。民族企业不能满足于做别人的“加工车间”。在对外开放环境中，上海汽车产业自主品牌建设需要集成国内外技术资源，在“合资”和“仿制”之后，迈上上海汽车工业发展的第三个发展台阶。这就对不同层次的具有良

好的理论基础和实践能力的创新汽车人才提出新的要求。

此外，迄今，我们的民族汽车品牌，如奇瑞、吉利、长安、长城、华普、江淮等，已经迈出了很有意义的一步，其产品已经跨出国门，而且在今年的销售中成绩斐然。但是我们瞄准的仍然是低端市场、我们模仿的痕迹依然很严重。因此我们仍然有很长的路要走，要再接再厉、巩固并扩大战果，这也将对汽车人才提出新的需求。总而言之，上海汽车工业要在未来的自主品牌汽车市场中站得一席之地，就必须迅速拥有以下类型的人才。

1、 数字化汽车设计与制造人才

欧美汽车行业的研发人才一般占到30%以上，而我国目前还不到8%。在过去的约二十年间，中国汽车工业基本完成了搭建“国际舞台”的过程，但我们自己还没有成为这个舞台上的主角。按照现有的传统技术体系和研发方式，我们根本不可能赶上国外先进技术的发展步伐。

9.3%□

接受过维修基础培训的占38.7%；

而二、三类汽车维修企业的从业人员大多是农民工、城市普通中学毕业生、转岗择业的工人，其文化水平不高、服务意识不强，专业知识匮乏的问题带有普遍性。

同时，由于新车型不断面市，汽车科技含量越来越高，对维修人员提出了新的要求。现代汽车修理的难点和重点已不是机械部分，而是电路的维修，传统蓝领已无法适应这一需求，只有懂电脑的机电一体化人才方能应对自如。日本汽车维修行业中，具有诊断汽车故障能力的高级技术工人比例已达到了40%，在美国更高达80%。业内人士分析，汽车维修行业“灰领”奇缺，一方面是因为这种融技术性、知识性于一体的混合型人才培养年限长，另一方面，国内缺乏培训基地。从业人员素质整体偏低，制约了我国汽车业的发展。有关专家指出，

要突破汽车人才瓶颈，加强“灰领”人才基地建设至关重要，作为培养“灰领”人才的主要机构，学校的能量应进一步发挥。因此，有关专家呼吁，培养“灰领”人才已经刻不容缓，应该引起业界的高度重视。

2、 高级销售和售后服务人才

相对于汽车销售市场而言，汽车售后服务市场是汽车产业价值链中最稳定的利润来源，通过对市场的充分研究和对消费者心理的把握，从汽车销售一开始，汽车经销商就要为消费者提供差异化的产品及人性化的服务。产品策划和售后服务将是改变经销商粗放式经营的两个关键点，有针对性的产品和服务才能够提高消费者满意度，赢得消费者的信赖，从而提高企业的品牌价值，给企业带来长远效益。有调查表明，超过三分之二的消费者更换汽车品牌是因其服务不到位，用户对于服务的重视，对中国汽车企业来说是机遇，也是挑战。

国内的汽车制造商已经认识到这个问题，与往常口号般的做法不同的是，他们在今年的售后服务市场也制定和执行了一些实质性的举措。如华晨提出10年20万公里超长保用的承诺；上海大众承诺全年365天24小时为客户提供服务；通用则强调主动提醒问候，根据客户车况记录，主动提醒车主做保养，并主动致电车主询问维修质量；而广本则实行维修收费公开，并保证绝对无随意提高或降低收费的情况发生；天津一汽的“全程服务”更是将售前、售中、售后三个阶段的全过程都包含进来；北京奔驰吉普联合品牌则推出了“驿站式服务”，为车主提供一系列别具特色的服务，例如旅游咨询、酒店宾馆推荐等。

但是目前从事汽车销售的人员大多没有经过专门的培训，而消费者对汽车经销商的总体印象和其售后服务的质量在汽车销售中占有很重要的作用。特别是在品牌形象的建立和品牌策略的执行方面更需要高素质销售人才。另外，由于合资企业的增加和国内轿车企业与国际并轨的步伐加大，外语优秀

以及擅长渠道管理的汽车人才也正呈现出紧缺状态。

汽车产业创新人才培养存在的问题

对于一个国家、民族，人才始终是第一要素。在新一轮的全球化浪潮中，高智力含量已经越来越成为市场竞争中起决定作用的因素，人才成为最关键的战略资源，而要获得人才资源，关键在于教育。为迎接知识经济的挑战，世界各国无不把发展教育作为本国发展的战略选择。许多西方发达国家都在积极进行教育改革，以培养出更多的掌握知识和专长的优秀人才。

《中共中央、国务院关于深化教育改革，全面推进素质教育的决定》指出：“当今世界，科学技术突飞猛进，知识经济初见端倪，国力竞争日趋激烈。教育在综合国力的竞争中处于基础地位，国力的强弱越来越取决于劳动者的素质。取决于各类人才的质量和数量，这对于培养和造就我国21世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。”对于像上汽集团这样的以先进的管理和技术为依托的现代化大企业来讲，人才构成了其核心竞争力。但是相对上海蓬勃发展的汽车产业，上海市相关人才的储备和供应却后劲不足，汽车行业从业人员中接受过中等职业教育的不多，接受过各类高等教育的就更少。以上海为例，在未来10年内需要6万专业的受过高等教育的汽车人才，15年内达到10万人，但目前的数字还相差甚远。据统计，目前上海大众有高级研发人员700多人，上海泛亚有高级研发人员1300人，上汽工程院有高级研发人员500人，上海内燃机研究所有高级研发人员400多人。国外汽车行业的从业人员有30%受过高等教育，而我国的这一比例还不到15%。从业人员技术素质不高的问题，已经成为制约汽车相关产业持续发展的主要“瓶颈”。汽车从业人员技术素质不高主要是因为我国在汽车人才培养模式、制度等方面仍然不健全，存在一系列问题。

1、 人才培养模式滞后于中国汽车产业发展

教育，是百年树人的伟大工程，它象一部巨大的工作母机，作为特殊产品人才，正是在这部机器的工作下源源不断地被生产出来的。据国家有关部门统计，2014年，我国具有中专以上学历或专业技术职称的各类人才达到6360万人，占全国13亿人口总数的47.89%。而高等教育作为整个教育体系的最高层次、在知识经济时代将成为“知识工厂”和“人才库”。长久以来，高等学校一直是中国各种类型人才培养的最重要的基地，各种类型和层次的人才几乎都历经了大学阶段的培养。

但是高等教育的特点之一就是周期长。本科教育的基本学制为四年；硕士研究生的基本学制为2~3年；博士研究生的基本学制为3年，但是大部分博士的学习年限在4~5年之间。高校人才培养周期长的特点限制了他为汽车工业输送人才的速度。但是由于竞争的压力引起的汽车新技术的日新月异，又加速了世界汽车工业对掌握新技术、新理论的人才的渴求。这对高等教育机构提出了挑战，要求高等学校能够迅速响应人才市场的需求，能够及时跟踪世界汽车工业新技术、新方法、新理论的节奏和步伐，并快速培养出适销对路的人才。另外现有高等教育模式培养出来的人才不能完全满足快速发展的汽车工业对具有多实践能力的复合人才的要求。从未来汽车人才的综合实践能力的具体要求来看，应当包括以下五方面的主要内容：

1) 获取处理信息能力。了解与本专业相关的国内外经济、科学技术发展新动向，并能有机地和本专业结合，重视情报、信息，反应敏锐，能为预测决策提供科学依据。

6) 社会适应能力。具有妥善处理人际关系、正确地开展社会交往、解决各种问题和矛盾的能力。

不同的学科领域。大部分从学校毕业的人才，到了社会上要经过不同类型的专业培训才能获得全面的工作能力。但是还有许多人没有机会得到这些培训，使个人的潜力没有充分发挥，造成了人才的浪费。总而言之，汽车工业创新人才的培

养需要创新的人才培养模式。高等教育和社会培训机构的交叉联合是将是一种很好的解决方案。

2、 高等教育基础设施滞后于中国汽车产业技术的快速更新

20世纪90年代以来，伴随改革开放的深入发展，在“科教兴国”和“可持续发展”两大战略的直接促动下，教育部出台了《面向21世纪教育振兴行动计划》，国家颁布了《中共中央国务院关于深化教育改革，全面推进素质教育的决定》，明确提出高等教育要培养具有创新精神和实践能力的高级专门人才。这就要求高职院校必须具备充分的办学条件，使得学生能够学习和吸取了大量最新的知识。但是我国许多高校的试验设备陈旧，远远落后于汽车工业的发展，许多已经淘汰甚至变成废铜烂铁。而且教材也不能跟上当代汽车工业理论和技术的发展。我国许多人才在国内不能很好发展，但是去了国外却能做出卓越的成就，很大部分原因就是科研条件太差，这样的例子不胜枚举。因此，为给中国汽车工业提供具有创新精神的实践能力的高级专门人才，优越的教学条件是当务之急。但是要实现这一点，单靠学校的力量是办不到的。德国许多高等院校的主要资金来源于州政府、企业和社会的捐助。而学校教学的费用除了捐助的资金以外，主要由国家承担。值得注意的是，上海许多企业的设备条件远远优越于高等学校。同时，在上海市政府的支持下所组建的上海公共实训基地为了解决上海市汽车人才短缺问题，引进了一系列紧跟汽车工业高新技术发展潮流的设备资源。因此，如果能够将高校力量和社会力量有机结合起来，限制上海汽车工业快速发展的人才瓶颈问题必将得到解决。

毕业去向论文篇四

中药学是一门综合性的学科，它涵盖了中草药种植管理、提取分离、药效评价、质量控制、中药新药研发等众多方面。作为一名中药专业的毕业生，毕业论文是展示自身能力和知识水平的重要载体。本文将就本人在撰写中药学毕业论文中

的心得体会进行探讨。

第二段：确定论文选题

在撰写毕业论文前，要先确定一个贴合自己兴趣和能力的课题。对此，我的建议是，一定要找到自己的热点，并尽量选择一个应用前景广阔、具有一定创新性的课题。同时，也要充分了解与该课题相关的现状和研究领域，这样有助于提高论文的质量和深度。

第三段：调查资料、制定计划

选定论题后，就需要收集相关资料。这个过程需要吃下不少的苦头，因为很多资料需要通过阅读文献、咨询专家、走访实验室等多种途径才能获取到。在此过程中，要采取科学的策略，挑选出真正有价值的资料并予以收录。同时也要制定详细的研究计划，为下一步的实验安排打好基础。

第四段：实验过程中的重点

实验是论文中最为重要的环节之一。在具体实验中，本人的体会是，要严格按照制定好的研究计划执行实验，并且时刻注意实验中的细节和问题。它不仅仅是检验思路是否正确的手段，还可以挖掘出一些不可意料的、有价值的结果。在实验的过程中，还要不断保持自己的创新能力，寻找科研领域中的“瓶颈”，注重实践创新，奋发进取。

第五段：写作、修改

论文的写作是不可或缺的一环。在论文的撰写过程中，本人的体会是，应该遵循逻辑、标准、严谨的科学写作规范，应用精准、清晰、简单、完整的语言方式，深入探讨问题的核心，达到传达思想的目的。同时，本人也发现了自己写作的不足与错误，此时，即应该正视并纠正自己的问题，切记不

要投机取巧，否则容易误导读者。

第六段：总结

总而言之，中药学毕业论文的撰写过程需要我们充分展示我们的专业知识，并且需要我们在过程中经过了艰辛的实验、思考、探索和最终验收，使我们在知识理论与实践操作中更加成熟，更加专业。同时也增进了对中药学的理解和认识，为我们今后的工作打下坚实的基础。

毕业去向论文篇五

毕业论文是每个大学生的必经之路，对于学习中药学的学生来说更是重中之重。本人在撰写中药学毕业论文的过程中，遇到了许多困难，但也收获了许多。今天，我将分享我在毕业论文中的心得体会，希望对正在撰写论文的同学有所帮助。

二、选题

选题是毕业论文至关重要的一环，它涉及到研究的方向、内容和形式。在我的选题中，我首先确定了自己的研究兴趣和能力，并结合当前中药学领域的前沿热点，最终选择了“中药临床评价指南研究”的话题。在选题过程中，我学到了要对自己的兴趣和能力充分了解，以及要有深厚的学科基础知识。

三、研究过程

在研究过程中，我经历了反复推敲、不断修改的过程。由于选的研究领域较为新颖，相关资料较为有限，因此我花费了大量时间进行文献调研。同时，我结合实际中药临床评价的实践，进行了许多访谈，并进行了数据分析。在这个过程中，我学会了如何使用不同的研究方法，同时也收获了向专家请教的重要性。

四、撰写论文

论文的撰写过程是最为困难的一步。在我的论文中，我遇到了许多语言表达、排版、论证等困难。为此，我花费了大量时间和精力进行修改和完善。在此过程中，我学会了基本的论文写作技巧。比如说，要有清晰的逻辑结构，恰当的专业术语、准确的数据、丰富的例证等等。

五、总结

毕业论文的撰写对于每个中药学学生都是一个挑战和机遇。在这个过程中，我们要始终保持耐心、专注和创新精神。同时，我们也要不断地学习，保持对新知识的敏感度和好奇心，以便不断提升自己的学术素养和研究能力。希望我的经验和体会能够为论文写作中的同学提供帮助，让更多的人顺利完成中药学毕业论文。

毕业去向论文篇六

随着国内外中医药的发展和摆脱“民间医术”的局面，越来越多的人选择学习中药学，掌握中药的认识和运用，为人类的医学事业作出贡献。为了成为一名合格的中药师，毕业论文是必不可少的环节，它不仅展示了毕业生对中药学理论的掌握，还是毕业生展示自己的重要机会。本文将分享我在中药学毕业论文写作过程中的体验和感受。

第二段：选择论文题目的重要性

选择论文题目是非常重要的。这是因为一个好的论文题目能够激发人们对该题目的兴趣，提高论文的可读性同时也展现了毕业生的专业知识和技能。花费足够的时间来选择你的论文题目，并准确明确问题，可以使整个写作过程更加流畅和有方向。

第三段：研究方法的选择和应用

在研究中药学时，研究方法的选择非常重要。我们可以通过文献研究、实践研究、统计研究等多种方法获取研究资料。我选择的是实践研究，通过采集中药实验数据，体验中药配方的药效和药材功效之间的关系。在我的研究中，我意识到自己的观察和统计数据的能力都得到了提高。在研究中，我还收获了解释和处理数据的能力。

第四段：论文写作的难点和应用

当你开始撰写论文时，你就会发现写作是一个漫长而复杂的过程。中药学的毕业论文不仅需要有很好的写作技巧和文献资料的整合，还需要对中药学领域的科学知识有着深入的理解。为了构建语言，我会在头脑中“画图”，然后把它们记录下来并拼接成一个有意义的故事。写论文的过程是一个非常细致、耐心的过程。不过，通过刻苦努力，构建了一篇有挑战性的、充分研究和吸引读者的论文给我带来的成就感是无可比拟的。

第五段：总结

通过撰写本文，我有机会分享我在中药学毕业论文写作过程中的体验和感受。我明白了选择论文题目的重要性，研究方法的选择和使用、写作的技巧，以及构成一篇富有吸引力、充实、满足技能要求的中药学毕业论文的挑战。写作论文是一项经验丰富的过程，能够增强毕业生的沟通技能并提高研究能力。在本次经历中，我还懂得了要做好时间规划以确保任务在规定时间内完成，并以挑战自己的方式来驱使写作过程向前推进。通过毕业论文写作的艰苦卓越和成功体验，我深深感受到了中药学所带来的魅力和中医药事业所具的巨大潜力。

毕业去向论文篇七

在我校全体毕业生即将踏入新的人生阶段之际，作为一名智能助理，我想与大家分享一些关于撰写心得体会类毕业论文的格式。心得体会类毕业论文是毕业生对于大学生活、专业学习、社会实践等方面的感悟和领悟，因为其主要表达的是个人感性反思和写作风格，较为灵活自由，所以可能也会有一定的困惑。接下来，我将从五个方面为大家介绍重要的心得体会类毕业论文格式。

二段

首先，心得体会类毕业论文应该注意结构合理性。通常情况下，心得体会类毕业论文可分为四个部分：题目、引言、主体、结论。在这些部分中，题目应该简要表达感悟和领悟的主题，引言应该介绍感悟和领悟的背景、目的和意义，主体应该逐步展开感悟和领悟的内容，结论则应该对全文作一个总结和反思。此外，论文要尽量做到层次清晰，紧凑有序，这样才能让读者快速抓住主旨，理解论点。

三段

其次，心得体会类毕业论文应该有合理的扩展知识。心得体会的内容是来源于个人经历和理解，但缺乏外部扩展，可能会显得空洞和肤浅。因此，在写作过程中，除了表达自身的心得体会，也应该参考一些权威资料或者实例，这不仅能够帮助加深个人理解，而且也能够提高认识的深度和广度，给读者带来有益的启示。

四段

第三，心得体会类毕业论文应该注意语言表达规范。虽然心得体会类毕业论文富有个人情感和自我感知，但这也不意味着可以随意炫耀自己的语言偏爱或者个人习惯。通俗易懂，

措辞准确，语言简洁明了，始终是写作所追求的目标。如果语言表达不够准确，甚至存在拼写、语法等方面的错误，无论是从专业角度还是从表达立意的层次来看，都会削弱整篇论文的说服力和权威性。

五段

最后，心得体会类毕业论文应该注重反思和思考。心得体会类毕业论文呈现的是一个人对于大学生涯的经验感悟和成长认识，因此，不仅需要总结和归纳所得的收获，更需要对其中的问题和不足进行反思。写作应该能够提出自己的思考和看法，并结合经验进行思考。通过这种方式，论文才能够起到在感性和理性并重的基础上，帮助读者思考和领悟的作用。

总结：

心得体会类毕业论文是毕业生自身对于大学生涯的回溯和总结，虽然灵活自由，但仍然需要规范和注意。论文的结构、扩展、语言以及思考对于整篇论文的成功至关重要。希望本文能够对所有的毕业生有所帮助，让大家的心得体会类毕业论文更加得到关注和认可。

毕业去向论文篇八

童玉正

内容摘要：企业物流成本管理是指伴随着企业物流活动而发生的各种费用，是物流活动中所消耗的物化劳动和活劳动的货币表现，也称为物流费用。在分析我国企业物流成本管理中存在问题的基础上，本文针对这些问题做了分析，提出从创新物流成本管理机制、构建科学的物流成本管理制度、多方联动降低物流成本等方面对物流成本管理进行改进。

关键词：物流成本、问题、对策

物流成本是企业的物流系统为实现商品在空间、时间上的转移而发生的各种耗费的货币表现。物流成本从其所处的领域看，可分为流通企业物流成本和生产企业物流成本。本文针对物流成本管理中的问题，提出相应的对策。

一、 企业物流成本的构成及影响因素

物流成本是指产品的空间位移过程中所消耗的各种活劳动和物化劳动的货币表现，即包装、装卸、运输、储存、流通加工等各个活动中所支出的人力、财力和物力的总和。

（一） 物流成本结构

- 1、库存费用：指花费在保存货物的费用，除包括仓储、残损、人力费用及保险和税收外，还包括库存占压资金的利息。把库存占压资金的利息加入物流成本，这是现代物流与传统物流费用计算的最大区别，它把降低物流成本与加速资金周转统一起来。
- 2、一般而言，运输总成本包括：货运、车队、燃料、设备维护、劳动力、保险、装卸、预期滞留费用和税收等。尽管运输成本的名目繁多，不同的运输方式所包含的运输成本有不同的构成类别和范围，可以分为三类：即劳动成本、管理费用和财务费等，以便于计算。
- 3、物流管理费用：是指为了以最低的物流成本达到客户所满意的服务水平，在对物流活动进行计划、组织、协调与控制的过程中所花费的成本。
- 4、隐性成本：是指由于物流运作不畅导致的库存费用增加所形成的资金利息成本、库存资金占用的机会成本、市场反应慢得损失以及管理不善造成的货物损失或损失的成本，之所以称其为隐性成本，是因为这部分成本很难用定量分析的方法进行估算。

（二）影响物流成本的因素

1、竞争性因素

企业所处的市场环境充满了竞争，企业之间的竞争除了产品的价格、性能、质量外，从某种意义上讲，优质的客户服务是决定竞争成败的关键，客户的服务水平又直接决定物流成本的高低，因此物流成本在很大程度上是由于日趋激烈的竞争而不断发生变化的，具体讲有以下影响因素：

（1）定货周期企业物流系统的高效必然可以缩短企业的订货周期，降低客户的库存，从而降低客户的库存成本，提高企业的客户服务水平，提高企业的竞争力。

（2）库存水平存货的成本提高，可以减少缺货的成本，即缺货成本与存货成本成反比，

库存水平过低，会导致缺货成本增加；
但库存水平过高，虽然会降低缺货成本，但是存货成本会显著增加。因此合理的库存应保持在使总成本最小的水平上。

（3）运输不同的运输工具，运输能力大小不等，成本大小不同。运输工具的选择，一方面取决于所运货物的体积、重量及价值大小，另一方面又取决于企业对某种物品的需求程度与工艺要求。

2、产品因素

产品的特性不同也会影响物流的成本，主要有：

（1）产品价值一般来讲，产品的价值越大，对其所需使用的运输工具要求也越高，仓储和库存成本也随着产品价值增加而增加，高价值就意味着库存中的高成本，以及包装成本的增加。

(2) 产品密度产品密度越大，相同运输单位所装货物越多，运输成本就越低。同理，仓库中一定空间领域存放的货物也越多，库存成本就会降低。

(3) 易损性物品的易损性对物流成本的影响是显而易见的，易损性的产品对物流各环节如运输、包装、仓储等都提出了更高的要求，高质量的产品可杜绝因次品、废品等回收、退货而发生的各种物流成本。

(4) 特殊搬运有些物品对搬运提出了特殊的要求，如对长大物品的搬运，需要特殊的装载工具；有些物品在搬运的过程中需要加热或制冷等，这些都会增加物流成本。

3、空间因素

空间因素是指物流系统中企业制造中心或仓储相对于目标市场或供货点的位置关系。进货方向决定了企业货物运输距离的远近，同时也影响着运输工具的选择、进货批量等各方面。若企业距离目标市场太远，则必然会增加运输及包装等成本，若在目标市场建立或租用仓库，也会增加库存成本，因此空间因素对物流成本影响是很大的。

二、我国企业物流成本管理存在的问题

从企业物流发展的现状来看，物流成本管理中存在的问题主要表现在以下方面：

1、物流成本没有分列记账

物流在企业财务会计制度中没有单独的项目，一般是将企业所有的成本都列在费用一栏中，因而较难对企业发生的各种物流费用作出明确、全面的计算与分析。

2、 企业难以正确把握实际的物流成本

通常的企业财务决算表中表示的物流费，核算的是企业对外部运输业者所支付的运输费或向仓库支付的商品保管费等传统的物流费用，对于企业内与物流中心相关的人员费、设备折旧费、固定资产税等各种费用，则是与其他经费统一计算。因而从物流管理的角度看，企业难以从外部正确把握实际的物流成本。

3、 物流成本的计算和控制分散进行

比较的基础，无法真正衡量各企业相对的物流绩效。

4、 不能清楚的划分物流成本的组成

在一般的物流成本中，物流部门完全无法掌握的成本很多，如保管费中过量进货、过量生产、销售残留品的在库维持以及紧急输送等产生的费用，增加了物流成本管理的难度。

5、 不能从销售关联角度清楚地划分计算分类项的物流成本

从销售关联的角度看，物流成本中过量服务所产生的成本和标准服务所产生的成本是混在一起的，如许多企业都将销售促进费算在物流成本中。

6、 没有从物流的“效益递反”规律中来对物流成本进行控制管理

物流成本中各项目间存在此消彼长的关系，即某些项目的成本的削减可能引起其他项目成本的增加。因此物流成本间各项目是互相关联的。此外企业没有充分应用物流成本的乘数效应来改进物流成本的控制与管理，没有体现出物流成本的削减所带来的巨大的乘数效益。

三、 企业物流成本管理改进策略

改进企业物流成本管理，要创新物流成本管理体制，构建科学的物流成本管理制度，还要多方联动降低物流成本。

1、 创新物流成本管理机制

创新物流成本管理机制可以从以下几方面进行考虑：

（1）完善人才激励机制

在责权利一致的原则下，完善人才激励机制，将个人利益与物流成本管理绩效挂钩，推行“年薪制”，克服“月薪制”造成的人员短期行为，对贡献突出的人员实行精神和物质奖励。政府可以在职称评定、职务晋升、工资福利和住房等方面给予一定的政策倾斜。

（2）建立物流成本管理组织体系

全面成本管理战略，强调企业全员参与物流成本管理，将员工个人目标融入企业整体管理目标中，为此要强化企业决策层的物流成本管理意识，使全体员工树立成本效益观，确立物流成本管理的应有地位，组建权威的管理机构，全面负责和协调物流成本管理工作，规划物流成本管理的远景任务和目标。

（3）构筑有效的物资采购成本控制体系

设法降低物料采购的各项费用，强化采购人员的业务素质。积极采用just-in-time采购、供应链采购和网上采购、外包采购等技术，按照物项采购价值实施分类技术管理，将集中采购与分散采购、现货采购与远期合同采购、直接采购与间接采购有机结合起来。物资采购应通过合理的价值分析，降低采购成本，同时企业应建立科学的供应商调查、评审、遴选

体系，建立和完善索赔制度。

（4）实现供应链一体化

供应链管理在全球实现资源采购、生产制造和产品分销，例如沃尔玛与宝洁的产销联盟，使产销双方能及时应对市场变化，削减交易成本、在库成本和流通费用，其产销联盟已成为供应链管理的典范。

（5）建立物流成本综合管理框架

物流综合成本控制的实现框架一般由横向控制、纵向控制和计算机网络管理系统控制三部分组成。物流成本横向控制主要包含物流成本的预测、计划、计算、分析、信息反馈和控制、决策等步骤，在进行可行性分析后选择最佳方案。物流成本的纵向控制是物流过程的优化管理。

物流系统是一个庞大而复杂的系统，对其进行纵向优化需要借助适当的控制方法和手段，使其与横向控制交织进行，常见的技术手段包括作业成本管理、数理分析法等。通过引进计算机网络管理系统实现供应链一体化，可以大大提高控制的效率，采购人员根据计算机信息管理系统提供的功能，收集和汇总订货信息，根据供货商的可供商品货源、供货价格、交货期、供货商的信誉等资料，向指定供货商下达采购指令，而供货商则能根据网络中心转来的相关信息及时安排出货，实现系统最大效率。

2、 构建物流成本管理制度

物流责任会计是根据不同级别的物流管理人员和管理部门应负的责任，收集、汇总和报告其有关资料的一种会计制度，能将成本核算和责任实体控制有机的结合起来。其中重要的是明确物流责任中心。物流责任中心是指由一个主管人员负责，承担规定责任并具有相应权利的内部物流单位，合理划

分好物流责任中心后，收集和报告计划数据和执行过程中的实际数据，对此进行控制、分析和评价，促使物流计划和控制不断相互作用。基本内容包括：第一事前编制责任预算或责任成本预算；

第二事中进行日常控制和核算；

第三事后进行业绩考核，通过各个责任层次对内部物流活动进行监督控制，使各部门和环节为实现物流系统总目标担负各自的责任，并通过物流责任中心信息反馈，使物流系统决策部门随时掌握情况。

3、 多方联动降低物流成本

(1) 通过物流合理化降低物流成本

物流合理化是指使一切物流活动和物流设施趋于合理，已经可能低的成本进行高质量的物流活动。物流的合理化要根据实际物流流程来设计规划，不能单纯的强调某一个环节的合理、有效、节省成本，而要从企业经营的整体去考虑。

(2) 通过加快物流速度降低物流成本

提高物流速度，可以减少资金占用，缩短物流周期，降低存储费用，从而节省物流成本。

(3) 通过优化流通全过程降低物流成本

对于一个企业来讲，控制物流成本不单单是本企业的事，或仅仅追求本企业物流的效率化，而应该考虑从产品制成到送达最终用户的整个供应链过程的物流成本效率化，即物流设施的投资和扩建与否要视整个流通渠道的发展和要求而定。

(4) 通过整合物流职能管理降低物流成本

能缩短商品周转时间，真正做到快速、高效、及时的管理。

要实现上述目标，他需要企业协调与其他企业、客户、运输业者之间的关系，真正实现供应链活动的效率化。

（5）通过优化物流服务降低物流成本

提高对客户的物流服务水平是企业确保长期收益的最有效手段。

（6）通过合并策略降低物流成本

合并策略包含两个层次：一是方法上的合并；二是共同配送。方法上的合并是指企业在安排车辆运输时，充分利用车辆的容积和载重量，做到满装满载。共同配送是指一种产权层次上的共享，也称之为集中配送。

（7）通过减少退货降低物流成本

退货成本也是企业物流成本中一个重要的组成部分，往往占有相当大的比重。

参考文献

- 1、刘秀琴制造企业物流成本核算与财务控制研究，广东经济出版社，2014
- 2、王小强物流客户服务成本的核算，上海财经大学出版社，2014
- 3、祝映兰企业物流成本的影响因素分析，经济管理出版社，2014
- 4、骆温平物流供应链管理，电子出版社，2014

毕业去向论文篇九

摘要：随着世界经济的发展，自从中国加入世贸组织之后，世界经济的竞争变的更加的激烈，中国的民营企业也在一定程度上受到了很大的竞争压力，特别是浙江省民营中小型出口企业，面对诸多方面的压力，通过自身努力，提高企业自身的核心竞争力，采取了一系列措施来提高企业的国际竞争力。因此，政府应当全力支持浙江省民营中小型出口企业提高其国际竞争力，并且在适当的时候给予一定的政策支持。只有企业内在与外在能力相结合，才能够更好的发展。

关键词：民营企业国际竞争力创新品牌

abstract[]withthedevelopmentofworldeconomy,sincechinaj
oinedthewto,theworldeconomyhasbecomemoreintenseco
mpetition,thechineseprivateenterpriseandtoacertainexten
tinthelargelybythepressureofcompetition,especiallysmalla
ndmedium-
sizedprivateenterprisesinzhejiangprovince,facingtheexpor
tofmanyaspects,throughourefforts,thepressuretoimprovee
nenterprise'scorecompetitiveness,andadoptedaseriesofmeas
urestoimprovetheinternationalcompetitivenessofenterpris
es.therefore,thegovernmentsshouldsupportsmallandmediu
m-
sizedprivateenterprisestoimprovetheexportofzhejiangprov
ince,anditsinternationalcompetitivenessintheappropriateti
metocertainpolicysupport.onlytheenterpriseinternalandex
ternalabilitycombiningcandobetterdevelopment.

引言

民营企业是整个市场经济的主体，随着中国改革开放与发展的历史进程，中国民营企业得到了进一步的解放，随之而来

的是浙江民营企业的快速发展。但是近些年来随着国家经济宏观调控和国际贸易条件的改变，已经有许多的民营外贸企业陷入了经济增长困境，因此为了改变这一状况，不仅需要国家政府的支持，更重要的是企业自身的提升，坚持与时俱进，改革创新，促进民营经济的健康发展，提高浙江民营企业的国际竞争力。

业的规模看，浙江省的中小型民营出口企业规模是属于小而散之类的，当前情况下，宏观经济总体趋势好，因此浙江省民营中小型出口企业的未来走势如何也已经成为不可避免要关注的对象。经济全球化发展到今天，世界各国经济已经紧紧地联系在一起，没有任何一个国家可以无视全球化给民营企业带来的发展变化，这一变化推动了浙江省民营企业的前进。经过二十多年的成长，民营企业已逐渐发展成为我国国民经济的重要组成部分。民营企业通过前一阶段的发展，多数已经从家族式的企业或者小规模、手工式的企业，向现代企业发展。

本文通过分析对浙江省民营中小型出口企业的现状以及它的竞争力的调查，分析得出浙江省民营中小型出口企业在国内以及国际竞争力的状况，进而提出如何改进浙江省民营中小型出口企业的竞争力，通过一系列的方针和制度，对浙江省民营中小型出口企业进行了改善，对浙江省经济的发展具有一定的积极意义。

一、浙江省民营中小型出口企业的发展历程

（一）改革开放之后

中国的经济发展相对于其他的一些国家是起步比较晚的，但是随着改革开放的发展，中国民营企业也开始一步步的进展，也有了自己的立足之地，20多年来，中国民营企业经历了许多的挫折，自从改革开放以来，浙江人依靠产权制度的率先改革、专业市场的崛起、专业分化也区的优势、政府角色

的率先转换以及文化因素的作用，努力发展地方经济，尤其是以私营经济为主的民营企业得到迅速发展，并成为推动浙江经济快速增长的主力军。中国民营经济的创业者在他们的发展初期，多数都是农民、手工业者，他们“走遍千山万水，走进千家万户，说尽千言万语，吃尽千辛万苦”，胼手胝足从田野中走来。刚开始的时候，往往是艰难的，中国的技术不发达，改革开放初期，原材料是浙江进口商品的主体。1981—1985年，各种工业原材料进口总额3.4亿美元，占全省同期进口总额的60.0%。到了，进口的各种原材料比重下降到了35.9%，这是一大进步。1981—1985年，在进口原材料总额中，钢材占46.6%，以塑料粒子为主的化工原料占14.6%。合成纤维占11.9%，这都说明了当时材料的不充分以及技术的落后，这些都是民营企业发展的一大困难。

（二）加入世贸组织

流动资金开始流向国内市场，寻求增值，这成了浙江民营中小型出口企业一大资金来源，大大拓宽了民营企业的融资渠道。4，加入世贸组织有利于浙江省民营中小型出口企业引进国外的先进技术。由于国内技术不够发达，这也成为了民营企业无法快速发展的一个问题，而加入世贸组织则可以很好的解决这一问题，浙江民营中小型出口企业可以通过合作生产、提供服务等途径引进国外的先进技术，从而提高产品核心竞争力，占取更大市场。5，加入世贸组织还有利于发展销售途径，可以更好的开展国际贸易与开拓国际市场，通过一系列措施扩大销售市场。

二、浙江省民营中小型出口企业现阶段的出口状况以及分析

（一）中小型出口企业分析

由于现阶段世界经济的迅速发展，经济高增长的内部和外部环境都已经发生了显著地变化，随着世界经济的不确定性因素的增加，浙江省民营中小型出口企业也同样面临了前所未

有的困境，例如，现阶段企业成本增加、外部需求的减弱、人民币的升值等一些因素，这些都是影响浙江省民营中小型出口企业发展的因素。中小型出口企业一直是中国快速经济发展的重要组成部分，它推动着我国经济的迅速发展。因此如何让浙江省民营中小型出口企业快速健康的发展成为了关注。据阿里巴巴生意经上所统计的来看：中小企业已有4200多万户（包括个体工商户），占全国企业总数万户，其余为3800多万个个体经营户。这批中小企业所创造的最终产品与服务价值、出口总额、缴纳税收与就业人数，分别占全国的58.5、68.3、50.2和75以上，在从事跨国投资和经营的3万户国内企业中，中小企业占到80以上，同时很多大企业都是由中小企业发展而成的，中小企业称得上是中国经济增长中最活跃的一环，是全球化时代商品流通的主要供应商。中小企业占全国企业总数的99以上，创造的最终产品和服务价值相当于国内生产总值的60左右。

所以在现在的情形看来，浙江省民营中小型出口企业想要获得更好的发展还是需要一些改进与支持的。

（二）与国内外相比下的发展状况

浙江的民营企业发展迅速，它在全中国经济中所占比重是相当的大的。浙江的民营中小型出口企业与江苏，上海相竞争，虽然比他们略逊一筹，但与北京相比则明显高于他们，这足以说明它的地位在中国已经举足轻重了。

国家统计局中曾经统计说：“全年进出口总额为1768.4亿美元，比上年增长27.1%，其中进口485.4亿美元，增长26.9%，出口1283亿美元，增长27.2%。外商直接投资合同和实际使用额分别为121.1和49.6亿美元，分别增长16.4%和30.0%。对外经济合作营业额为12.5亿美元，同比增长16.8%，新批境外投资项目350个，增长36.7%。”之所以会有这样的成就，主要是靠着浙江省民营经济发达的优势，在推动浙江省民营企业“走出去”这一方面，进行了大胆的探索和实践，走出了

一条具有浙江特色的境外投资、创业发展的路子。

以下是浙江和中国的外贸出口的对比。

从上图中可以明显的看出浙江在中国的所占比例越来越多，已经占到了10%，这说明了浙江出口的竞争力大。也显示了浙江的日益重要性。

以下是中国几个发达地区的外贸出口状况列表。

从上图可以看出广东的出口经济最强，上海也在达到一定程度的快速发展。

而浙江虽然不及广东和上海，但只比江苏略逊一筹，已经成为了中国前五名的出口大省。

（三）政府的支持

中小型出口企业的发展需要政府的支持，这已经成为大家的共识了，浙江省一直以来都是靠着自身的努力发展前进的，政府的支持相对来说是比较少的，所以在这困难期间，政府的支持是必须的。据都市快报报道：2011月，浙江政府出钱把一些民营企业领导人送入清华进行培训，单从这一点就可以说明政府对民营企业的重视，相关负责人表明这样做的目的是为了在民营经济大省也就是浙江倡导人才培养，让更多的浙江民营企业能在未来从容的应对国内外竞争。这表明了政府对民营企业的态度以及重视。为贯彻落实党的十六大精神，根据《中浙江省委、浙江省人民政府关于进一步加快民营科技企业发展的若干意见》（浙委(2002)11号)要求，鼓励企业技术创新，加大政府扶持力度。

近来，在国家体制变迁的大背景下，浙江各级政府充分发挥积极性和主动性，以构建完善的区域市场经济体系为第一要义，大力发掘与整合特有的区域经济优势，尽力争取中央政

府有关体制改革的政策资源，以赢得市场化改革的先机，让市场充分发挥资源配置的基础性作用，政府的作用转化为市场经济发展经济规律办事，致力于建立一个只能明确、运行协调、精干高效的政府管理体制，在机构设置、人员精简、审批制度和廉情公布等方面进行了较为彻底的改革，构筑起“小政府、大社会”的基本框架。

（四）企业自身努力

浙江省的众多民营企业并不是彼此孤立离散的，而是紧密簇拥抱团的，构成了大小规模不等、专业特色鲜明的一个个民营企业群落。比如义乌的小商品市场、绍兴的轻纺民营企业群落、海宁的皮革制品民营企业群落、乐清的低压电器民营企业群落、永康的小五金民营企业群落等等。

举例说，义乌本是一个小县，但是他通过自身努力，通过鸡毛换糖，货郎担这种小事情开始慢慢发家致富，一直到现在成为了全世界都闻名的小商品市场，之所以有今天的成就，绝大部分是靠着企业坚持不懈，顽强不息的精神坚持下来的。

三、如何提高浙江省民营中小型出口企业的国际竞争力

（一）树立企业自身的品牌

品牌定位的成功只是企业打造品牌的第一步，是企业选定了通向成功的方向，对于一个有意于经营品牌的企业而言，能否创造一个吸引潜在顾客的品牌形象是致胜的关键。品牌并不仅仅只是出了名就是品牌了。比如说北京烤鸭是全中国都有名的，但是它不是品牌，“全聚德”是品牌。品牌是社会信任度、美誉度和知名度的统一，不能够割裂开来。举世闻名的. 海尔集团早在1984年尚且处于亏损状态下，那时候就开始树立企业品牌的行动，正是依靠“砸冰箱”、“洗红薯”、“到哈佛大学讲学”等故事，海尔才能有辉煌的今天。

作为一个真正的品牌, 形象是不可缺少的, 在建立企业形象之前, 最重要的一件事情就是有可靠的产品质量, 只有拥有一定过硬的质量, 再加上外壳包装, 这样才能成为名副其实的品牌。未来国际市场竞争的主要形式将是品牌的竞争, 品牌战略的优劣将成为企业在市场竞争中出奇制胜的法宝。一个企业有没有自己的品牌已经变得很重要, 一个品牌可以带给企业非常多的价值。百利来国际集团曾经做过调查: “世界最有价值品牌销售收入增幅高达40%, 品牌销售规模从1995年的23.59亿美元上升到的34.39亿美元, 处于前20位品牌的销售额达到172亿美元。同时, 这些品牌产品的利润率也远远高于一般品牌。以售价为例: 同一种类型商品, 名牌产品与普通商品的售价可相差数倍。又如同样质地的衬衫, 世界名牌鳄鱼牌和中国名牌开开牌价格相差几倍。由此不难看出, 品牌作为企业的无形资产, 是企业的一笔巨大财富。在贸易场上, 商家挑选某牌子的产品, 只要这产品有优良的质量, 只要这质量在消费者心中产生了信誉, 这品牌就有了价值, 即使价格相对其他同类产品要高好多, 消费者仍买它, 并把它的高价作为一种高贵身份的象征。如服装中的“皮尔卡丹”“阿迪达斯”, 汽车中的“劳斯来斯”“奔驰”一样, 都能给企业带来滚滚财源。”由此可见企业品牌的重要性。早在1992年, 邓小平同志视察珠海时就曾讲过: “我们应该有自己的拳头产品, 创造出自己的世界名牌, 否则就要受人欺负。”现在浙江省要提高民营企业的国际竞争力也就必须要创造出属于自己的品牌不可。只有这样, 才能够在国内以及国际上立于不败之地, 才能够和国际企业做抗衡。只有品牌上去了, 产品的销路才会好, 企业才能站住脚, 才会在消费者的心里留下良好的印象, 浙江民营企业才能够提高国际竞争力。

（二）与时俱进，坚持创新精神

企业必须要建立有效的创新体制, 比如说技术创新, 体制创新和思想创新。首先, 技术创新可以提高生产效率, 降低生产成本。浙江省民营中小型出口企业进行技术创新, 既要吸

取美国日本等各国企业的经验教训，又要从中国国情出发。财经时评上举例说：“北大方正集团的发展就采用立足自主进行技术创新的战略，在印刷技术的创新上，及时跳过第二代、第三代照排机的开发，从铅排跳到整页输出的激光照排。而‘乐凯’走的则是模仿创新的路子，即通过引进、模仿、创新、传播、再引进、再模仿、再创新、再传播直到领先并达到率先创新。”

然后再交给领导审核通过，可是有时候并不是随时有好想法并能积极的汇报给领导，总是会耽误很长的一段时间才能让这个想法到达领导的桌前，可是这就浪费了很多时间，所以一旦体制进行了创新，进行改造，那么好想法可以随时随地就报告给中级领导，中级领导则可以正确的措施来实施，这样一来。不仅减少了很多的麻烦，而且还给企业的实力提高大大的做了贡献。

紧接着便是思想创新，思想创新是相对比较重要的一个方面，每一个企业有领导者和普通员工组成。领导者思想创新能够保障企业沿着正确的方向发展，员工思想创新可以增强企业的凝聚力，发挥员工的创造性，为企业带来更大的效益。两者巧妙的结合之后，企业的能力将会得到大幅度的提高，竞争力也自然而然的得到提升。中国经过改革开放之后，尤其是十一届三中全会以后，企业的思想改革创新已经是变得相当的重要了。企业思想创新了，那么企业就能发展为更大的规模，更好的提高其竞争力。

（三）企业自身核心竞争力的提高

提高企业自身核心竞争力，能够提高企业的工作效率，使企业更好的生存下去，并且发展的更加强大，企业拥有强大的竞争优势也同样是企业的一项非常重大的能力，它可以使浙江省民营中小型企业在与国内国际想竞争时提高其能力。核心竞争力是企业的立身之本。形成、强化、持续发展核心竞争力，应该是任何一个企业所孜孜以求的。而要实现这一点，

也就必须要握紧拳头，集中有限的火力，专攻一点，不断创新，使浙江省民营中小型出口企业在这一方面始终走在前列，带着这一领域持续向前发展，提高该领域的进入门槛，有效阻挡竞争对手的进入。

浙江省民营中小型企业是一个在上有国际跨国企业、国内大型企业，下有多如牛毛的个体工商业者挤压的夹缝中生存和发展的企业。在浙江省这个经济独特的位置（上有上海、苏州等，下有深圳等）决定了中小企业在夹缝中生存和发展的艰难，虽然已经经过30年的改革开放，浙江省的中小型民营企业已经有了飞速的发展，市场经济体制也日益完善起来，但是自从中国加入了世贸组织，使得我国与世界各地之间的经贸关系发展进入了一个崭新的阶段，浙江省民营中小型企业更直接的面临与发达国家企业的竞争。而由于历史的原因，多数中小企业现在还存在着设备陈旧、技术落后、产品科技含量低下、缺乏市场竞争力等一系列问题，正因为如此，所以浙江省民营中小型出口企业更加需要提高企业自身的核心竞争力，只有这样，才能够跟上世界的步伐。

提高企业的核心竞争力首要的是需要具备企业自身独特的资源，并且对资源进行有效的整合。所谓的资源整合并不仅仅是把所有的资源都堆在一起，而是通过对资源的合理组织与有效协调，充分发挥资源的优势。首先要根据国内外市场，优化企业组织结构。以前传统的企业都是以管理者为首，他们高高在上，而底下都是操作人员，成金字塔形状，而现在除了这2类人，还有从事知识和信息的人员参与，这就形成了菱形。这样的组合通过优化组织结构和改变分工合作以及相应的分配方式来提高员工的积极性、主动性和创造性，推动企业逐步向高竞争能力水平前进。

其次要完善战略管理。企业要长期发展下去，必须要培养核心竞争力，而核心竞争力则是从企业某一时期的战略发展起来的，并且在经过企业长期的战略规划下，通过不断的训练和培养。一旦企业拥有自身独立的核心竞争力，那么这便是

其他企业所不可替代的。

接着实行差异化战略。差异化战略是指企业提供与众不同的产品和服务，创造独特的或相对的优势，满足客户特殊需求，形成竞争优势的战略。中小企业运用这种战略，不仅能够形成一种特殊的竞争力，防止潜在竞争者的进入，而且能够有效地提高中小企业的市场地位。现今这个社会，各种各样的产品参差不齐，每个产品、每个企业都有无数的竞争对手，要想提高自己的竞争力，浙江省民营中小型出口企业必须从竞争对手和市场的空缺中寻找机会，建立属于自己的比较优势，并打造能够支撑这股势力的核心能力。不仅从产品的设计、包装方面，还通过产品销售方式等多方面实行，形成企业自己的产品优势，这样才能在与国内外企业相竞争时提高自身的能力。由于浙江省民营中小型出口企业多而杂，因此中小型出口企业就要发挥其“小”特长，专注于某一方面的优势形成核心竞争力。例如有名的海尔集团是在1984年引进德国电冰箱生产技术成立的青岛电冰箱总厂的基础上发展起来的国家特大型企业，但是它起初只是一个亏空147万元的集体小厂，之所以能迅速发展成为中国第一名牌，主要还是它抓住机会，集中生产海尔电冰箱这一产品，所以也就是这一产品使得海尔立即成为一大品牌，海尔从引进冰箱技术起步，现在依靠成熟的技术和雄厚的实力在东南亚、欧洲等地设厂，并实现成套家电技术向欧洲发达国家出口的历史性突破。

四，建立战略联盟，寻找外部支持力量。浙江省要结合自身的情况对企业进行一定的调整，由于浙江企业多是小而散，资源有限，为了不让这一局限性束缚浙江省民营中小型出口企业，因此需要组建战略联盟，拓展企业可配置资源的范围，实现优势互补，产生更大的综合优势。浙江可以和江苏、上海等地进行充分的合作，吸收他们的先进技术，学习优秀企业的长处，弥补战略缺口以此来增强企业的核心竞争力。

五，大力发展特色产业集群，不断完善分工协作的生产体系。只有以产业链为基础分工协作的产业集群，才能有效地降低

交易成本，获得外部规模经济和范围经济效益，增加创新绩效，提高浙江省民营中小型出口企业的产业竞争力。（此文收录于临汾市政协《三次创业转型发展》专辑）

（四）与国家政府政策同步前进

政府的大力支持是浙江省民营中小型出口企业的坚强后盾。浙江省民营中小型出口企业要想与国内外知名企业竞争，那么企业的发展必须要顺应国家产业政策的指导方向，水涨船高。比如近些年有报道说：“以前国家注重经济发展的速度，而现在国家开始重视经济发展的质量，并对粗放型、高消耗性产业进行了一定的限制，鼓励那些低收入、高产出的朝阳产业。另外，近年来考虑到全国经济发展的均衡性，国家先后对穷困地区、中西部地区和东北老工业基地出台了相关的优惠政策。”所以国家的政策法规对浙江省民营中小型出口企业是很重要的。因此浙江省民营中小型出口企业必须要积极适应并且达到这些法规性的要求，否则企业就无法进一步发展。

提高企业的竞争力，很重要的一点便是积极贯彻以人为本的思想，要重视人的能力，培养有能力的人才来为企业服务，现在的社会是个弱肉强食的社会，大家都很清楚人才是关键，其中人是构成市场经济的根本因素，也是经营活动的最终对象，没有人才是一个企业最大的不足，因此，要把党贯彻的“以人为本”的思想最大程度的发挥到企业当中去，使企业能够长久的保持其核心竞争力。只有跟随着党的领导前进，长期坚持以人为本，那么企业的竞争力才能够有持续的提高。

结语

自从中国进行改革开放之后，浙江省民营中小型出口企业才开始有了真正的发展。在过去那么多年的成长过程中，民营企业虽然步履维艰，但是它凭借着自己坚持不懈的精神，以及根据时代灵活的进行创新改造，已经获得了迅速的发展，

取得了令人骄傲的成绩。虽然到现今为止，民营企业还有不足之处，随着中国加入世贸组织，浙江省民营中小型出口企业的竞争明显强烈起来，但这并不是一件容易的事情，在与国内外知名企业竞争的过程当中，浙江省民营中小型出口企业还是有些力不从心，但是这是一把双刃剑，也坏处也有好处。与国内外企业进行激烈的竞争可以提高企业的核心竞争力，企业将通过对自己的改变以及创新等等一系列措施来提高企业的自身能力。

参考文献

- 1、丁轩、郑昭《民企成长与品牌战略》上海印刷四厂有限公司2005年7月
- 2、景进安《企业个性化竞争》经济管理出版社，2005年
- 3、秦榆《浙江人的创新思路》中国电影出版社，20
- 4、包晓雯、刘思周《管理制度：20家中国企业的顶级管理模式》机械工业出版社，
- 5、胡志刚、赵效《管理制度：20家外资企业的顶级管理模式》机械工业出版社，
- 6、、王朝辉《国际企业管理》（机械工业出版社，2007年）
- 8、江西省社会科学院主办《企业经济》2011期
- 9、陈卫平，朱述斌.《国内关于产业国际竞争力研究综述》□□□.教学与研究，2002.
- 10、朱丽萍、周颖、谢红《中国外贸竞争力的状况分析》2003年01期

11、陈昕、沈乐平《民营企业公司治理机制及其发展趋势》05期

12、中华人民共和国国家统计局