# 县级人才市场运作与发展方式探讨

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2025-04-06

*第一篇：县级人才市场运作与发展方式探讨目前，我市人才市场运作方式大致可分为以下几种形式：不定期大型人才交流会，定期集市型人才交流会，企业（单位）专场人才交流会，大中专毕业生就业供需见面会，企业行业人才交流会，企业委托招聘和人才推荐方式。1...*

**第一篇：县级人才市场运作与发展方式探讨**

目前，我市人才市场运作方式大致可分为以下几种形式：不定期大型人才交流会，定期集市型人才交流会，企业（单位）专场人才交流会，大中专毕业生就业供需见面会，企业行业人才交流会，企业委托招聘和人才推荐方式。1998年宜昌市县市区先后成立人才市场，市场运行采用不定期的人才交流会与委托招聘、人才推荐相结合的方式运作。随着市场竞争的加剧，大多数县级人才市场发展缓慢，甚至面临着生存危机。但也有运行比较好的，夷陵区人才市场在实践中摸索出的县级人才市场门店化经营之路，是人才市场“关爱人才，服务社会”理念在实际工作中的体现，是直得借鉴和探讨的。

县级人才市场运作过程中存在的主要问题

（一）行政手段运作，市场建设缓慢。市场分为充分竞争市场、垄断市场和不完全竞争市场。人才市场是不完全竞争型市场，这是由我国的国情决定的。全国人才市场建设和发展的实践证明，在市场发育初期赋予一定的行政手段，依靠行政力量的扶持与推动，是快速发展人才市场的有效手段。但随着经济的发展，用行政的管理模式来管理市场，会出现市场业务发展滞后，服务质量降低等现象，会偏离当今人才市场整体运作轨迹，在一定程度上阻碍县级人才市场的发展和壮大。

（二）人才流动量小，主体到位率低。从市场需求主体来看，我市县级区域因经济发展水平较低，人才流动量不大，人才市场功能较难充分发挥。在县级人才市场两个主体到位率较高的是那些开放程度较高，用人机制较为灵活的非国有企业。而占国民经济主体地位的国有企业，市场到位率偏低。主要原因是：大量的国营、集体企业面临改制，裁员量大，需求量少，有需求的但往往要求较高，县级市场无法满足他们的要求。

（三）功能不够健全，技术含量较低。在县级人才市场信息发布，招聘服务，人才开发等基础性市场功能已基本建立并得到初步应用。但是，由信息发布功能衍生的人才信息的技术分析与处理、薪酬设计与分析、供求预测与调节等功能；由人才招聘衍生的人事诊断、人事制度规划、人才派遣等；由人才开发衍生的职业技能培训；由人才评价衍生的人才测评、职业生涯设计等科技含量较高的人才开发技术均未能有效展开和应用。

（四）以信息技术为依托的信息服务市场发展缓慢。以信息技术为依托的人才网站建设十分缓慢。由于县级人才市场条件限制，硬件设施投资不足，专业性人才缺乏，技术力量薄弱，制约了县级网络人才市场发展。目前，宜昌市县级人才市场只有长阳和宜都建立了当地人才网站，但由于技术、设备和人员等原因，网络信息更新慢，点击率低，宣传力度不够，运营效果不够理想。

转变观念，结合实际，建设符合当地经济发展要求的县级人才市场，是摆在人才市场管理者面前应该研究必须解决的问题。

（一）有效的机制是人才市场发展的原动力。机制是市场发展的核心动力，机制活则市场活。回顾人才市场的发展不难看出，用行政的办法办市场只能是贴钱挣脸面，用市场的办法办市场才能使市场得到长足地发展。县级人才市场机制放活主要体现在三个方面：一是管理机关对人才市场充分放权。把人才市场当成真正独立事业法人看待，独立参与社会活动，自己寻求生存发展的空间。人才市场有相对独立的人事权、财务权和分配权。把人才市场当作一个面向社会公众的窗口。二是人才市场自身的运行机制要活。用人上实行全员聘用制；分配上打破平均主义，实行绩效考核，奖惩分明。三是把握市场脉博，尊重市场规律。实行企业化管理，就是要使人才市场财务独立核算、自负盈亏，业务自主经营、自担风险。

（二）结合区域实际，紧抓两个主体到位。随着社会的发展，各地区经济建设的差异性显现出来。县级人才市场在发展的浪潮中应该结合当地实际，创造一条适合自身发展的新路。夷陵区人才市场根据当地人才资源流动状况以及两个主体情况采用了门店经营的经营方式，注册企业，用企业的管理模式来经营市场，取得了成功。他们放下政府办市场的架子，走街串巷，进村入户，只要是合法的单位，无论大小，无论招聘数量多少都作为市场业务来做，改固定集市的现场招聘为零星推荐和用人单位的专场集市，变批发为零售。经过几年的发展，夷陵区人才市场的业务发展上了一个台阶。这种经营模式上的改变提升了市场品牌，也为市场带来了更多的经济效益和社会效益。

（三）重视信息化建设，扩宽市场业务渠道。信息时代的技术进步日新月异，促进了人才市场管理的变革和经营方式的演变。网上人才市场因能提供快捷的信息交流，使招聘和应聘双方得到最及时的信息互动，受到人们的欢迎。人才网站在全国范围内得到快速发展。县级人才市场由于人员和技术等方面的制约，网上人才市场发展滞缓，但随着信息技术的发展，网

上人才市场将是发展趋势，县级人才市场办网站可采取与大型人才市场网站联合开发、技术合作、利润分成的方式加以解决，通过资源共享使当地人才得到合理的配置，也为人才市场建设扩宽新的业务渠道。

**第二篇：县级人才市场运作与发展方式探讨**

文章标题：县级人才市场运作与发展方式探讨

目前，我市人才市场运作方式大致可分为以下几种形式：不定期大型人才交流会，定期集市型人才交流会，企业（单位）专场人才交流会，大中专毕业生就业供需见面会，企业行业人才交流会，企业委托招聘和人才推荐方式。1998年宜昌市县市区先后成立人才市场，市场运行采用不定期的人才交流会与委托招聘、人才

推荐相结合的方式运作。随着市场竞争的加剧，大多数县级人才市场发展缓慢，甚至面临着生存危机。但也有运行比较好的，夷陵区人才市场在实践中摸索出的县级人才市场门店化经营之路，是人才市场“关爱人才，服务社会”理念在实际工作中的体现，是直得借鉴和探讨的。

县级人才市场运作过程中存在的主要问题

（一）行政手段运作，市场建设缓慢。市场分为充分竞争市场、垄断市场和不完全竞争市场。人才市场是不完全竞争型市场，这是由我国的国情决定的。全国人才市场建设和发展的实践证明，在市场发育初期赋予一定的行政手段，依靠行政力量的扶持与推动，是快速发展人才市场的有效手段。但随着经济的发展，用行政的管理模式来管理市场，会出现市场业务发展滞后，服务质量降低等现象，会偏离当今人才市场整体运作轨迹，在一定程度上阻碍县级人才市场的发展和壮大。

（二）人才流动量小，主体到位率低。从市场需求主体来看，我市县级区域因经济发展水平较低，人才流动量不大，人才市场功能较难充分发挥。在县级人才市场两个主体到位率较高的是那些开放程度较高，用人机制较为灵活的非国有企业。而占国民经济主体地位的国有企业，市场到位率偏低。主要原因是：大量的国营、集体企业面临改制，裁员量大，需求量少，有需求的但往往要求较高，县级市场无法满足他们的要求。

（三）功能不够健全，技术含量较低。在县级人才市场信息发布，招聘服务，人才开发等基础性市场功能已基本建立并得到初步应用。但是，由信息发布功能衍生的人才信息的技术分析与处理、薪酬设计与分析、供求预测与调节等功能；由人才招聘衍生的人事诊断、人事制度规划、人才派遣等；由人才开发衍生的职业技能培训；由人才评价衍生的人才测评、职业生涯设计等科技含量较高的人才开发技术均未能有效展开和应用。

（四）以信息技术为依托的信息服务市场发展缓慢。以信息技术为依托的人才网站建设十分缓慢。由于县级人才市场条件限制，硬件设施投资不足，专业性人才缺乏，技术力量薄弱，制约了县级网络人才市场发展。目前，宜昌市县级人才市场只有长阳和宜都建立了当地人才网站，但由于技术、设备和人员等原因，网络信息更新慢，点击率低，宣传力度不够，运营效果不够理想。

转变观念，结合实际，建设符合当地经济发展要求的县级人才市场，是摆在人才市场管理者面前应该研究必须解决的问题。

（一）有效的机制是人才市场发展的原动力。机制是市场发展的核心动力，机制活则市场活。回顾人才市场的发展不难看出，用行政的办法办市场只能是贴钱挣脸面，用市场的办法办市场才能使市场得到长足地发展。县级人才市场机制放活主要体现在三个方面：一是管理机关对人才市场充分放权。把人才市场当成真正独立事业法人看待，独立参与社会活动，自己寻求生存发展的空间。人才市场有相对独立的人事权、财务权和分配权。把人才市场当作一个面向社会公众的窗口。二是人才市场自身的运行机制要活。用人上实行全员聘用制；分配上打破平均主义，实行绩效考核，奖惩分明。三是把握市场脉博，尊重市场规律。实行企业化管理，就是要使人才市场财务独立核算、自负盈亏，业务自主经营、自担风险。

（二）结合区域实际，紧抓两个主体到位。随着社会的发展，各地区经济建设的差异性显现出来。县级人才市场在发展的浪潮中应该结合当地实际，创造一条适合自身发展的新路。夷陵区人才市场根据当地人才资源流动状况以及两个主体情况采用了门店经营的经营方式，注册企业，用企业的管理模式来经营市场，取得了成功。他们放下政府办市场的架子，走街串巷，进村入户，只要是合法的单位，无论大小，无论招聘数量多少都作为市场业务来做，改固定集市的现场招聘为零星推荐和用人单位的专场集市，变批发为零售。经过几年的发展，夷陵区人才市场的业务发展上了一个台阶。这种经营模式上的改变提升了市场品牌，也为市场带来了更多的经济效益和社会效益。

（三）重视信息化建设，扩宽市场业务渠道。信息时代的技术进步日新月异，促进了人才市场管理的变革和经营方式的演变。网上人才市场因能提供快捷的信息交流，使招聘和应聘双方得到最及时的信息互动，受到人们的欢迎。人才网站在全国范围内得到快速发展。县级人才市场由于人员和技术等方面的制约，网上人才市场发展滞缓，但随着信息技术的发展，网上人才市场将是发展趋势，县级人才市场办网站可采取与大型人才市场网站联合开发、技术合作、利润分成的方式加以解决，通过资源共享使当地人才得到合理的配置，也为人才市场建设扩宽新的业务渠道。

《县级人才市场运作与发展方式探讨》来源于feisuxs，欢迎阅读县级人才市场运作与发展方式探讨。

**第三篇：人才建设与医院发展**

人才建设与医院发展

我院建设跨入了现代化医院承前启后、继往开来的重要时期，以经济杠杆调控医院发展，必然导致以追求经济利益和眼前利益为重的倾向，最终也将导致医院发展潜力的丧失。贯彻落实科学发展观，必须着眼于打造医院核心竞争力，坚持以人为本，确保医院全面、协调、可持续发展。我国卫生人事制度改革已在摸索中跨入了全面推进的阶段。我院在这些文件及其配套措施的指导下，紧跟形势，积极稳妥地施行了一系列改革，尤其是在用人机制上迈出了较大步伐，为改革的继续推行奠定了坚实的基础，也积累了丰富的经验。为了落实我院人才队伍建设规划纲要的精神和医院中长期发展规划，建设一支高素质的人才队伍，我院要进一步制定规划。

一、医院人才队伍状况

近年来，我院的人才工作有了令人瞩目的飞跃式的发展，医院实施人才战略，开发人才资源，大批优秀人才脱颖而出健康成长，在医院的发展中发挥了重要作用，人才队伍建设取得显著成效。人才总量稳步增长；人才结构明显改善；人才的素质结构发生了较大的变化，高学历、高职称和年青人才所占比例进一步提高。近年来医院重视人才培养，全院约职工参加了不同专业不同层次的继续教育培训，学科带头人也在不断成长，同时不断加大引进人才工作力度，吸纳优秀人才来院工作，并积极引进国内外技术和管理专家来院作短期指导或讲学，尤其是强化了重点专科的培训，配置人才资源的格局正在形成，人才环境逐步优化。

我院的人才开发工作虽然取得了较大成绩，但与医院的发展目标还有较大差距，人才问题仍是制约医院发展的最大因素。主要表现在：

1、人才总量不足。医院规模扩大了，维持医院工作正常运行急需增编。

2、高层次人才不足，尤其是缺乏统领学科的领军人物。学科带头人处于新老交替的过渡期，少数学科处于人才断层现象，突出表现在小专业或辅助专业已导致人力资源断档，由于编制限制，照顾了大专业，使小专业及辅助专业不能及时补充。

3、整体学历还是偏低，研究生以上学历人员都分布在一级临床科室，医技、辅助科室、社区及护理人员的学历普遍偏低。

4、专业技术队伍结构不够合理，目前医院人才层次结构处于比例失调状态，高中级职务比例过大，而住院医师等初级比例较低。

5、管理干部队伍建设力度不够。主要表现在机关管理人员知识结构单一（多为卫生专业，缺乏管理知识）；学历层次偏低，本科以上学历人员比较少；年龄层次出现断档；没有科学的评价机制；没有常规的培训机会。这些原因导致了机关管理队伍的不稳定，也影响了管理人员整体能力的提高。

6、人才激励机制尚不完善。近年来，我院人才投资有所增加，但非常有限，用于培养人才、引进人才的投入远远不够，对科技人员的经费投入一直较少，市场化的分配机制没有形成，“一流人才要有一流报酬”没有得到较好体现。

二、人才队伍建设的指导思想与目标

今后十年是我院建设现代化医院的关键时期，人才将对我院实现跨越式发展的宏伟目标产生决定性影响，我们必须认清形势，增强危机感、紧迫感，抓住机遇，迎接挑战，实现人才开发新突破。

（一）、指导思想：以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论为指导，牢固树立人才是第一资源的观念，着眼于医院的长远发展和人才的总体需求，树立科学发展观，大力实施“人才强院”战略。以人才资源能力建设为主题，以调整和优化人才结构为主线，以培养学科带头人为重点，以创新求突破，突出我院优势，紧紧抓住培养人才、吸引人才、用好人才三个环节，为现代化医院建设提供坚强的人才保证。

（二）、发展目标

1、扩大人才队伍的主要预期目标：保持人才总量持续稳定增长，以满足医院发展的需要。

2、优化学历结构的主要预期目标：使各科室都有高层次学科带托人，提高我院职工的学历层次。

3、调整和优化人才队伍结构的主要预期目标：人才在各专业、病区间分布趋于合理，人才的专业、年龄结构和高、中、初级专业技术人才的比例趋于合理，形成素质优化、结构合理的人才梯队。

4、提高人才队伍整体素质的主要预期目标：在提高思想政治素质、加强职业道德建设的同时，使人才的知识水平和能力素质有较大的提高，使高层次人才与学科带头人的竞争力达到较高水平。

三、人才队伍建设

（一）、实施总量控制，结构调整，微观灵活放开原则。医院总人数按病床定编，总量实行宏观控制管理，分类管理、科学合理设置岗位。按专业、技术、年龄结构进行调整与扩充，卫生技术人员稳定在85％，行政工勤(含副系列)占15％；制定各科室人力资源配置原则和实施方案，以病人为中心，按需设岗定编。

（二）、统筹规划，招聘高学历人才，加快人才队伍的梯队建设。依据医院专业发展的需要，有计划，有步骤地招聘高学历人才，招聘的形式要有重点、有选择地到国内著名医学院校直接招聘，社会公开招聘。为吸引优秀的博士、硕士研究生来我院工作，医院将采取两项措施：一是加大宣传力度，努力改善医院的硬件设施和外部环境，为他们营造良好、舒适的工作和生活环境；二是制定相应的招聘高学历人才政策，加大高学历人才招聘力度。按照医院发展规划。

（三）、引进有专业特长的学科带头人和急需人才，积极开展新项目，促进医院专业学科的发展。面向社会招聘“成品”人才，凡符合我院高层次人才引进规定，愿到我院从事医学临床诊疗工作，优先聘用。

（四）、创新人才培训机制，盘活存量人才。

1、制定中青年学科带头人培养计划，选派优秀的中青年骨干到国内外一流医院进修、培训、深造，利用参加学术会获取新信息、新技术、新思路。不断探索培养学科带头人的新途径。鼓励创新创业，营造有利于学科带头人成长的良好环境氛围。

2、提高在职学历教育，坚持院校培养为主渠道，自学为辅，鼓励中青年专业技术人员到国内著名院校、科研院所攻读在职学历、学位，优化学历结构。

3、加强继续医学教育，使卫生技术人员的知识结构不断优化。医院将在今后的工作中，提高教育投入，加大支持力度，促进卫生技术人员不断掌握新技术、新知识、新理论。建立医院自主、个人自觉的继续教育运行机制和终身学习体系，把继续教育作为晋级、晋升和评聘专业技术职务的必备条件。

(五)、加强与国内外知名医院合作，带动我院专业学科的快速发展。

在未来5-10年内，加强与国内外知名医院的合作与往来，有计划地对重点专业进行重点扶持，主要采取：一是具有针对性地引进国内外知名医院的先进技术；二是聘请客座专家为我院重点专业的兼职教授，定期来院进行讲学和技术指导；三是选派专业人才到国内外知名医院进行有针对性的培训。通过技术引进，客座教授的技术指导，专业人才的培训，带动专业的快速发展，使其重点专业水平在我市乃至我省同专业中达到领先水平，争取创出区及级乃至市级的拳头专业并通过对重点专业的扶持来带动其他专业的发展。

（六）、大力加强管理干部队伍建设，实行岗位培训，提高管理效益。卫生管理人才是卫生人力资源中的重要组成部分，其素质直接关系到医院经营的效益和发展。其重点是提升管理干部的能力，目标是逐步实现管理队伍的职业化。

四、保障措施

（一）、坚持重业绩、重贡献和向优秀人才、关键岗位倾斜的原则，建立按岗定酬、按任务定酬、按业绩定酬的分配制度。创造良好的生活、工作、学习条件，稳定学术技术带头人队伍。

（二）、高薪招聘有专业特长的学科带头人(省、市级以上拔尖人才)，凡带研究课题来院的人员，医院确保科研启动经费到位。协助办理家属调动、工作安排及子女入学，优先选拔进修学习。

（三）、改革现行用人制度和奖励办法，破格任用和重奖学术、技术成就卓著、有创新成果者，奖励有创新思路或有开发前景的课题研究者。加大奖励力度和增加奖项，在原有优秀科技分子、优秀论文奖的基础上，设立技术创新奖、新技术引进/使用奖。拿出专项资金鼓励大家发表论文，对在国内核心期刊目录中规定的A类专业杂志上发表的论文给予报销版面费，并对发表论文总数前3-5名的科室和个人给予奖励。在原有科技成果奖励的基础上，对年内争取到上级科研立项的项目，根据科研经费总额，按一定比例给予项目负责人一定的奖励。激励职工的科研积极性。

（四）、充分发挥教研室的作用，扩大硕士点势力，增加博士点，教研室是医院在管理上的创新，在“人才强院”的口号下，教研室应该发挥出应有的作用，表现在学科建设蓝图规划的设计，科室内部教学与新技术引进，实习生、研究生教育，以及各专科间技术信息和科研动向的互通与协调，帮助专业技术人员了解本学科的发展动态、掌握新技术，借助循证医学理论，把繁琐重复的临床工作做精、做细、做准，在临床实践中发现科研线索，打造科研亮点。借以培养人才，推出名人，把研究生做成硕导，把硕导推向博导。

（五）、不断开阔视野，更新观念，坚持请进来走出去的原则，制定政策鼓励职工进修学习，举办学术讲座，提倡学习风气，创造浓厚的学术氛围，逐步完善电子图书室的建设与管理，使其能真正达到为专业技术人员提供方便的作用。

（六）、鼓励留学人员回院工作或以其他方式为院服务。倡导留学人员长期或短期回院工作，鼓励他们通过项目合作、兼职、考察讲学、学术休假、担任业务顾问等多种形式为医院培养人才。

（七）、建立健全科学的卫生人才评价体系和使用机制：坚持公开、公正、透明原则，建立各类专业技术人员档案（学历、职称、执业证书等资料），依据标准和程序对各类各级医务人员的履职能力、技术能力、服务品质、职业道德进行评价，量才用人，能级对应，择优聘用，科学选拔。

（八）、加快我院人事制度改革步伐，实行平行记分卡管理，继续推行人事聘用、薪酬分配和岗位考核制度，创新人才激励竞争机制，重点抓住引进人才、培养人才和使用人才三个重要环节，把好“入口”、疏畅“出口”、搭建和规范好“楼梯口”，使优秀人才能脱颖而出。

1、把住“入口”，提高引进人才的质量。继续坚持公开、公平、公正的选拔人才原则，严格按照医院引进人才标准和程序招聘人才，引进人才层次不断提高，人才选拔程序不断优化，人才“入口”更加科学合理。

2.通畅“出口”，实行人才合理流动。2024年内按照市部署，对全院现有在职人员全部实行聘用合同管理，新进人员实行公开招聘。实行个人自主择业，单位自主用人。实现由身份管理向岗位管理的转变，完善人事代理制度、岗位流动、解聘、辞退制度。促进人才向社会化流动。

3.规范“楼梯口”、为优秀人才搭建发展平台。继续实施《岗位聘任制度》、《薪酬分配制度》和《岗位考核制度》。依据各专业特点设置等级岗位，为专业技术人员搭建阶梯式奋斗目标，制定岗位任职条件和任期目标，实行竞争上岗、聘约管理；以岗定薪、岗变薪变；逐步形成职务能上能下，待遇能高能低的激励竞争机制。

（九）、党委要从战略高度认识人才工作的重要性，列入议事日程，摆到突出位置，要把人才培养经费列入计划，加强对规划实施的监督检查，及时研究解决出现的新情况、新问题。

重管理更要重质量，我们以什么吸引病人为病人服务，医院倡导以人为本，加强医德医风建设，更要注重人情味，要想立足于这个瞬息万变的高科技发展社会，不但要有优质的服务水准、过硬的业务素质，更要兼修自身的素质和修养，“救死扶伤”不是一句空话，而是实实在在的行动，医生和患者不仅仅是医患关系，而是朋友之间的关系，体贴、理解更是亲人间的包容和爱护，我们要用实际的行动证明我们的服务是真诚的、热情的，我们不一定能做到最好，但会做到更好；我们应该具有无私的奉献和爱心，多开展一些送温暖活动，对家庭特别贫困的病人，可以内部组织捐些衣物、钱财；开展医患互动的娱乐活动，发挥病人所长，在医院这个特定的苦闷环境中多一些欢声笑语，从而调动病人生活的积极性，重新树立起对美好生活的向望。我希望我们的医院通过采取各种各样的措施，能够越办越好，能够声名远播，真真正正的做到上为社会分忧，下为百姓解愁。从此体现医院的人文环境，增加综合竞争力。

总之，在这个经济迅速发展的新世纪，人才已成为最重要的战略资源。现代医院之间的竞争，说到底还是人才的竞争。我们要在激烈的竞争中站稳脚跟，就必须把人才资源作为第一资源，把培养各类人才作为第一任务，大力实施高科技、高素质的人才发展战略，努力建设一支适应医院改革发展需要的高素质人才队伍。在此，还必须强调，医院建设与发展规划一旦出台，医院党委要下大决心、下大力气抓好落实，依照规划搞建设，瞄准目标谋发展，真正使全院工作人员成为落实医院建设与发展规划的自觉实践者。

**第四篇：企业的发展与企业的人才**

企业的发展与企业的人才

发 言 稿

为什么选择“企业”这个词汇，而不用“公司”？企业是一群有共同企图心（明确目标或共同理想）的人，干成自己的事业，领导人就叫企业家，而公司的领导人叫老板，所谓老板就是天天板着脸的人，一般人叫他爆发户。

一、个人与企业

1、企业的发展是个人发展的基础。企业的发展需要全体员工的共同努力。企业发展了，市场扩大了，才能有个人发展的平台和空间，才有一展身手的舞台。企业发展面临的形势和任务。长庆油田公司的发展给我们提供了难得的发展机遇，4000万吨、5000万吨、7000万吨（给胡总书记的汇报数据）。每年近万口井：钻井市场、增产市场、老井修井维护。树立信心，中国和日本比，中国200万军队比不过日本20万军队，因为日本基本是军官，根据战事，可以迅速组建强大的军队。士兵是短期可以训练出来的，军官是需要长期培养才能成材的。

2、个人发展的目标应该与企业的发展目标相一致。有目标很重要。没有目标就没有发展的动力。这里讲一个目标重要性的故事。三国归晋的故事想必大家都清楚，但为什么晋朝命运短暂呢？这与晋武帝有关系。晋武帝司马炎夺取曹魏社稷后，定下统一全国的目标，消灭东吴最后一任皇帝孙皓。此时的司马炎励精图治、谦恭俭朴，是个有为的皇帝，可是灭掉东吴后，他自认为天下太平，再无大事，失去奋斗目标。灭吴后做的第一件事是把东吴后宫5000佳丽全部充斥到自己的后宫，加上原有的5000人，后宫佳丽达到1万人，从此再不理朝政，每日在后宫只是宴饮。从此朝纲大乱，国家迅速衰落，前后4任皇帝都是如此，短短20年就被外族所灭，成为中国历史上寿命最短的朝代。从这个故事上就可以看出没有目标是多么可怕的事情，小则毁掉个人，大则毁掉一个强大的国家，何况一个小小的企业。塔吉特的近期目标（立足长庆市场）、中期目标（拓展国内、国际市场）、长期目标（上市融资、股份增值）。今年塔吉特的目标是维护好原有的定向业务，拓展其它业务。只有单一业务是很危险的，就像正月十五踩高跷的，一条条腿走路是很辛苦的，随时都要休息，随时都有倒下的危险。

3、个人的行为要符合企业的文化特点。个人是公司的移动窗口，其行动代表公司的形象，反映的是企业文化成果。企业的管理制度只是企业文化的一部分。企业文化涵盖了发展目标、团队风格、工作方式、领导作风等。企业文化的形成是由全体个体去实现的。个体的行为汇成了企业的风格，不以恶小而为之，不以善小而不为，个体在社会的口碑最终形成企业的社会口碑，好的口碑是十年磨一剑，需要长期积累。正所谓好事不出门，坏事传千里，毁掉千年的修行只需要几秒钟。

4、个人的服务质量是企业技术水平的缩影，反映的是企业培训水平的效果。学习型企业建设的目标要求员工不断充实自己, 形成自觉学习的良好习惯。学习的内容应涵盖专业技术、服务意识、个人情操、做人原则、知识修为等。

5、个人与团队管理。带队伍要靠制度，管理人要靠规矩。个人的行为要在不触犯原则的前提下尽情发挥。团队建设要通过考核来实现。沟通是管理的重要手段，指令的理解必须进行充分的沟通。要主动与甲方沟通，获得理解和支持，要主动与上下级沟通，实现政令畅通。

二、做人与做事

做人：

1、有理想与目标。设立目标要有近期目标和远期目标，实现目标好比爬山，一直盯着山顶容易气馁，动力容易衰竭，反而不易实现，如果一直盯着前面2-3个台阶爬山反而可以轻易到达山顶，所以要实现远期目标，正确的做法是紧盯近期目标，积小胜为大胜，不断培养信心，最终达成终点。

2、有谦卑心和感恩心。有感恩心的人容易被别人接纳，容易得到外力的帮助。西方人一般开表彰会，得奖的人一般上台肯定是先讲一大堆的感谢，显示出良好的修养。

3、有良好的心态。例子：痛苦和盐的故事(一个小伙子总是对生活、对工作抱怨、不满，人总是消极颓废。一天，师傅交代给他工作，他又是表现得极不耐烦，抱怨连连。这次，师傅对他说，好吧工作先放放，你去街上买两袋盐。小伙买回盐后，师傅叫倒上一杯水，然后叫徒弟把一袋盐倒进去，然后让徒弟喝，那个味道大家可想而知，是又咸又涩。然后师傅带徒弟走到附近的湖边，让徒弟把另外一袋盐倒进湖里，然后叫徒弟舀上一杯水喝下去，问徒弟，这次的水与上杯水有啥不同。徒弟幡然醒悟，明白了师傅的良苦用心。同样是一袋盐，由于装它的容器不一样，味道就截然相反，这就叫人的器量。人活一辈子，寿命就那么长，痛苦就那么多，不会增，不会减，器量大的人快快乐乐一辈子，器量小的人痛痛苦苦一辈子)。另外，不同的心态决定干活的效果。我曾经告诉我的徒弟一个道理：面对别人交待的事情，特别是上级的任务，你不要抱怨，先想一想，这件事你能不能拒绝，如果必须接受，你就愉快的接受，因为如果你扭扭趔趔，极不情愿的勉强接受，虽然结果是一样的，但效果大相径庭。对两个过程的评价是不一样。同样的流血流汗，采用后一种方式去干事情，结果是汗白流，血白出，全是负面评价。我的徒弟明白了这个道理后变的很开朗，嘴边听得最多的话就是，碎碎一点事，好的。

4、有反思心。日日反省，著名的莫过于曾国藩的家书。全书的精华就是自省。曾国藩每晚睡前的必修科就是对照圣人的标准，想想今天自己做的不好的地方在哪，如果有，记下来，改过。这实际上就是修炼自己的悟性。一个人悟性的高低就定了其成就的高低。

5、有诚实心。脚踏实地，做人要有韬略而不城府，精明而不狡诈。

6、有执行力。能立即付诸行动。对上级下达的指令能够坚决执行，不打折扣。一个团队的发展需要军人般雷厉风行的作风，一旦领命，不讲条件，克服一切困难去完成任务

7、有远见。人无远虑必有近忧。这个道理也适用我们这些搞定向技术的。一口井交给你，怎么干？如果是没有通盘考虑（这是远虑），干到哪算啦，一看需要增斜哪，赶紧滑动，一看需要降斜哪，赶紧降，这样干，往往钻速上不去不说，还有中不了靶的风险（这就是近忧）。

做事：

1、注意细节。做事注意细节，往往一帆风顺。林彪是解放军部队的著名将领，位居十大元帅第二，仅次于朱德，是战无不胜，许多人都说他是福将。什么是福将？什么叫运气？普通人只津津乐道那些著名的战役和辉煌，在炮火轰鸣中，战役往往很快就结束了，而在开战前，林彪往往花几个月时间仔细的研究军事地图，分析敌我优劣，观察地理地形，收集情报信息等，做到胸有成竹后才决定实施，实施过程中的风险要有考虑，要留有生力军以应对突发情况（相当于定向施工中要留有余地），这才能做到百战百胜。

2、时间管理。要明白什么是重点，什么是次要？什么是急办，什么是缓办？时间要多分配给重点事、急办事，才能做到有不慌不忙，从容不迫。

3、养成良好的习惯。坏习惯一旦养成，就会形成下意识的语言和行为，自己并不觉得，可是在很多时候已经给自己带来了伤害。做定向技术工作，不做防碰图，心存侥幸，这就是一个十恶不赦的坏习惯，一旦发生碰撞，轻则伤人，公司破产，重则还有牢狱之灾。所以，发现不好的习惯，要及时纠正，好的习惯要不断强化，形成像吃饭一样的自觉行动。

4、注意条理。做事要养成井井有条的习惯，要学会统筹规划，化繁为简，化难为易，要学会去简化，加强记录。

5、讲究方法。学会比较，通过比较可以发现优势，也可以发现不足。比较能使人清醒，使人自信。

6、有策略不盲从。在学习的过程中要勇于质疑，敢于和权威辩论，师从师傅，要超越师傅。先继承，掌握，在此基础上，要给自己提出目标，有没有比师傅更好的办法，有没有效率更高的措施，有没有更省力更省钱的工具。青出于蓝而胜于蓝。

7、学会换位思考。站在别人的位置上，从他的立场上来观察问题，就会有不同的发现。经常试试换位思考，你会发现沟通原来是这样容易的事情。

**第五篇：香菇市场运作分析与发展前景探讨**

香菇市场运作分析与发展前景探讨

中国香菇自西晋张华《博物志》记载以来，已有1800年历史。上世纪八十年代，浙江、福建的贫困县率先以香菇栽培为脱贫致富项目，进行了大量的人工栽培，很快，产品从浙江庆元出发，打开了香港转口国外的大门，经济效益刺激了南方诸省政府和菇农的积极性，到了九十年代初，以河北省遵化市为代表的津京地区引进庆元香菇技术和人员，试栽成功后，1996年河北省委省政府将遵化香菇典型推向全省，从而推动了“南菇北移”进程。进入二十一世纪，以香菇为主产品的食用菌生产，在国内出现了一股开发热，形成了全国性的产业化发展。

纵观中国香菇发展史，不泛有吴克甸老先生（香菇人工栽培发明人）们的一生贡献，也离不开千万个带头人的奋斗，离不开各级政府的积极引导，而更重要的是我们遇上了一个千载难逢的、崇尚保健的、经济快速发展的、市场经济趋于成熟的社会阶段。是市场，打开了中国食用菌产业致富之门。

一、香菇市场运作分析

香菇从人类充饥逐步转化到商品，走过了漫长的历史过程。但当它被人们认识了以后，其发展速度惊人。就八十年代北方，栽培食用菌从好奇——自食——滞销——结束为止。九十年代从干品——试栽——鲜品——试销——批发——市场，不到1年时间，京津唐各大批发市场皆认可了香菇鲜品，并很快发展到山东寿光、沈阳、郑州、济南、太原等市场，香菇产品做到了先入为主，成为北方地区消费的大宗品种，和南方一样，香菇的发展量同步成为市场的消费量，一举超过了

双孢菇的总量栽培与销售。

1、香菇产品的优势

香菇的营养成分及保健食疗作用给其添加了桂冠“保健食品的顶峰”、“菇王”、“蕈中珍品”，其感如肉，味奇香，烹饪做法千奇百样，是抗病毒、防肿瘤、疗诸病、强身健体的上等保健食品。据遵化地区近千户菇农调查，几乎没有再流感发病史。香菇产品的优势已尽人皆知，家喻户晓，成为首选的大众食品。

2、香菇市场的特点

香菇子实体圆整，肉厚实、不易碎、耐高温，易贮存，是经销商放心的菇类产品；香菇消费量大，是成批交易的品种；香菇耐运输，各种包装都可长途运销；香菇可简单烘干、冷冻销售；制作加工产品品种繁多；含大量的香菇多糖，可用于保健品和药品开发等。

3、市场运作的启示

笔者亲身参与了京津唐香菇市场的开发过程，从北京大钟寺蔬菜批发市场日接受不到千斤，天津何庄子市场两次送货又退货，唐山荷花坑市场批发商素要保证书（怕中毒）开始，通过出口日本举例，随货发单子，宣传香菇产品的烹饪方法和营养作用，鲜香菇的优势随之显现出来，很快扭转了干品香菇单一充实市场的局面，鲜香菇销售，从1996年开始走向全国蔬菜批发市场，并积累了许多成功的经验。⑴结合市场上档次：根据市场需求，调整香菇品种，把住栽培优种关，确保上市商品质量。

⑵培养菇农上市场：在菇农大户中培养闯市场的经纪人，减少中间环节，提高生产者效益。

⑶建立购销网络：全国一盘棋，东西南北中，互通有无，建立省会城市辐射中心市场网络。

⑷内销外销主内销：国内消费群体大，潜力无限，运营成本低，购销零风险，适宜千家万户上市场。

以上运作，形成了香菇“科研机构启动——示范典型带动——经济人员拉动——市场畅销牵动——效益对比推动”的新型产业化发展模式。

二、香菇市场的变化规律

香菇市场领头各类食用菌，充实了蔬菜市场，成为蔬菜类中的娇娇产品，并开始被细分出来，成为专业的食用菌市场或专区，消费领域也不断涌现出专营的蘑菇酒楼、菌菜涮等餐饮业，使食用菌产业方兴未艾。

香菇，在航空运输中被分类在鲜活农产品范围，该产品的生产与销售，明显受地域性、季节性与自然条件影响，给周年均衡市场供应形成了较为规律性的波动性，初期呈现淡旺季，随着科学技术的发展和栽培设施的变化，加上淡旺季的价格差吸引，这种淡旺季的量会逐步缩小，最终形成以消费为标准的市场均衡供应。

香菇市场的变化规律，还有节假日，生产基地的高峰期，以及出口业务等影响，都会使香菇市场不断发生变化，如前几年的北京市场，每到周六休息日，香菇每斤销售价格均高出周一到周五的0.5元左右。产地价格每到春节的腊月二十以后，价格增幅更大。

香菇市场价格的不稳定，与农产品生产成本的增加关系不大，它主要取决于可供应量和消费量的不同步，或区域突变，如北京新发地市

场，突然增加几辆南方香菇产品车，在不增加当日饱和的取货商贩情况下，南方货主只有降价出售，打乱了原有货主的正常价格交易，出现市价下滑现象。

市场价格的高价期，一般指某市场的供货量的稳定，或趋于不满足；价格低价期一般是主产地的高产期或远距离货源冲击造成。摸清市场规律，有的放矢，科学开发市场，是栽培者和经营商的共同任务。

三、香菇市场发展前景

人类生存以食为本，生存质量以健为宗。香菇富含多种营养成分，香菇蛋白质中含18种氨基酸，人体必须的8中氨基酸，香菇占7种，还含有多量的谷氨素，各种糖类等，香菇在日本、美国已被列入药典。其中：“香菇乃食物中佳品、味甘性平，能益脾助食及理小便不禁，具有托痘疹外出之功效”。据现代医学科学研究发现100克干香菇中含有265毫克的维生素D母，可用于防治婴儿佝偻病和促进小儿骨骼、牙齿、身体等正常生长发育，还含有腺膘呤和各种酶，用于预防肝硬化及治疗因人体缺酶而引起的各种疾病。因含多糖还能提高身体免疫力，具有一定抗癌作用，日本东京大学研究小组证明水溶性木质素具有刺激巨噬细胞的功效，对艾滋病毒的增殖有较强的抑制作用。香菇通过各种生产工艺加工成保鲜、速冻、盐渍、冻干、烘干等初加工产品，还可加工成各种小食品、调料、饮料、酒类、食用油、方便面等，经过水醇酶提取精细加工成保健品、化妆品等，常用可起到明显的防治癌症、预防流感、治疗高血压、动脉硬化、心脏病、脑充血、糖尿病、胆囊炎、肝炎及消化系统、泌尿系统等疾病，是提高人

类寿命、强身保健的优选佳品。

香菇作为传统的出口产品，随着国内安全生产的规范化和国外农产品反倾销政策的淡化，大国际化出口形势会越来越好。香菇产品消费的广泛性，具备了市场销售的可靠性。只要有人类存在，市场就会越来越广阔。

四、香菇市场开发探讨

为了科学开发香菇市场，我们认为应注意以下几点：

1、顺应消费市场需求，合理布局建立规模生产基地：

以国内消费为主渠道，以大中城市为核心，以科学技术为依托，在坚持顺应市场需求前提下，合理发展、建立规模生产基地，实现集约化经营。

2、坚持安全生产，确保香菇无农残达标：

还原香菇有机食品身份，严格无农药、无激素生产，利用生态防止病虫害，合理研究高产配方，生产让消费者放心的香菇产品。

3、制定生产技术标准，不断提高产品质量：

通过实施技术标准，规范生产者操作行为，保证香菇产品的优质化，达到经销市场的安全化。

4、实施各三分之一出菇法管理，均衡市场供应：

香菇分为冬、夏两季栽培，无论冬菇的秋冬春出菇，还是夏菇的春夏秋出菇，均在总量栽培的管理中，采用三分之一菌棒注水，三分之一菌棒出菇，三分之一菌棒养菌的管理方法，达到均衡出菇、均衡上市。

5、配套贮藏设施，缓解市场高峰：

产品积压价位低迷时，发挥贮藏设施作用，短期存贮，缓解市场压力，看准时机再发货。

6、加强产地宣传，提倡大众消费：

就地消化，成本低、中间环节少，菇农效益高。就如笔者所在地区推行内销策略一样，在2024年因国际市场受阻大趋势下，日产千吨的产品顺畅销售，保护了菇农的积极性。

7、扩大加工范围，拓宽销售渠道：

香菇加工范围广泛，适宜根据消费者需求，应时开发加工产品。加工企业规模大小皆宜，菌丝、子实体、菌柄、残次品均可通过加工，制作出消费者青睐的食品，以拓宽消费渠道。

8、强强联合，建立香菇销售大市场：

发展实业型企业家联合体或专业合作社，建造加工企业集团、配套购销市场平台、加强生产技术研发中心建设，发展产地典型，形成香菇产业的综合配套服务体系，做到研究者、生产者、加工者、经销者的统一，共同面对国内外大市场，不断提升、发展以香菇为主产品的食用菌产业发展。

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！