# 甘肃天水市上半年社会消费品市场调研

来源：网络 作者：梦中情人 更新时间：2025-04-09

*第一篇：甘肃天水市上半年社会消费品市场调研甘肃天水市上半年社会消费品市场调研据天水市统计局信息今年以来，天水市消费品市场在宏观经济快速发展的推动作用下，全市的商业企业进一步调整结构，开拓市场，服务生产，支持建设，采取各种促销方式，搞活流通...*

**第一篇：甘肃天水市上半年社会消费品市场调研**

甘肃天水市上半年社会消费品市场调研

据天水市统计局信息今年以来，天水市消费品市场在宏观经济快速发展的推动作用下，全市的商业企业进一步调整结构，开拓市场，服务生产，支持建设，采取各种促销方式，搞活流通市场，市场整体运行态势良好，元至六月份累计实现社会消费品零售总额19.44亿元，比上年同期增长12.4%，企业规模、效益实现了同步增长。

一、消费品市场发展的特点

（一）消费品市场总体呈增长态势

从各月社会消费品零售总额完成情况看，除3月份低于10%以外，其他各月均保持两位数增长速度。由于今年的春节在2月，因此1月份和2月份在春节市场的拉动下，零售额分别增长14.2%和

14.6%，保持了较快的增长速度；3月份市场反应平淡，零售额仅增长9%；4、5、6月份，全市社会消费品零售总额增幅分别是12.6%、12.5%和12.2%。

（二）市场经濟的发展，为个体、私营经济创造了优越条件，个体、私营经济发展迅速

上半年，个体、私营经济累计实现社会消费品零售额13.52亿元，占全市社会消费品零售总额的比重为69.5%，比上年提高3个百分点，同比增长17.5%，对全市零售额增长的贡献率为66.7%，是全市商贸经济快速增长的主推力量。

（三）餐饮业市场保持快速增长

今年以来，餐饮业市场消费持续火爆，餐饮业消费的增长速度高出批发零售贸易业5个百分点。随着居民家庭生活水平的日益提高，消费观念的转变，越来越多的普通居民进入餐馆、酒楼就餐，节日期间更是顾客盈门。餐饮市场消费增长，一是近年来餐饮形式多样化，带动了餐饮市场的发展，二是人们消费观念不断变化，朋友相聚和家人聚餐大多在外面饭馆，三是旅游业的发展带动了第三产业的发展.1-6月份餐饮业共实现消费品零售额3.5亿元，同比增长17.4%，餐饮业的快速增长，也带动了相关产业的发展。

（四）大类商品保持了持续增长的势头

随着经济持续稳步发展，居民收入水平快速增长，家庭财产日趋丰厚。引领居民消费由满足型向享受型过渡。在所统计的25个大类商品中，其中食品饮料烟酒类、服装鞋帽针纺织品类、化妆品类、金银珠宝类、石油及制品类、金属材料类、机电产品及设备类等比较畅销。据对市限额以上批零贸易企业统计，上半年零售粮油类增长

21.9%；零售服装鞋帽针纺织品类增长27.%；零售化妆品增长38.8%；零售石油及制品类增长24.4%；零售汽车类增长13.8%。

（五）黄金周继续促进商贸经济发展

“五一”黄金周为商贸市场的发展注入了活力，“五一”黄金周周期间，来天水市旅游的游客达25.6万人次，同比增长13.8%；旅游综合收入7470万元，同比增长10.7%。旅游业的发展活跃了商贸、餐饮业，五月当月批发零售贸易业实现社会消费品零售总额2.5亿元，同比增长18.9%，六月批发零售贸易业同比增长12.2%。

（六）上半年各县区累计实现社会消费品零售总额增长均以两位数的速度增长

按增长速度依次是秦州区实现零售额6.41亿元，增长14.6%，增长最快，其它依次是张川县实现零售额0.49亿元，增长12.2%，清水县实现零售额0.38亿元，增长12.1%，麦积区实现零售额7.31亿元，增长11.9%，武山县实现零售额1.36亿元，增长11.1%，秦安县实现零售额1.88亿元，增长10.5%，甘谷县实现零售额1.61亿元，增长10.1%。

二、限额以上批发零售贸易业销售规模、效益实现双增长

（一）销售收入大幅度增长

今年上半年限额以上批发零售贸易业实现销售收入12.83亿元，增长50.4%。其中批发企业实现销售收入11.76亿元，增长63.2%；零售企业实现销售收入1.07亿元，增长10.7%。

在零售企业中销售收入最多的是专业店，其销售收入为0.53亿元，增长40.0%，其次是百货商店0.92亿元，下降6.2%，这也说明人们生活质量和档次在发生质的变化。

（二）经济效益同步大幅度提高

随着商业部门股份制改革和商业结构调整的进一步深入，全市商业经济运行质量不断提高，商品销售利润大幅度上升。上半年限额以上批发零售贸易企业实现商品销售利润0.82亿元，增长68.7%。其中，批发业实现销售利润0.75亿元，增长54.9%，零售业实现销售利润0.68亿元，增长19.8%。

三、存在的问题和建议

（一）居民商品消费品零售总额从量上在增长，但是购买力分流近年来，城乡居民收入水平不断提高，生活质量明显改善，社会消费品零售总额在不断增长，但城乡居民用于购买商品的消费却有所下降，同时，随着教育、住房、社会保险、居民医疗、居住等消费需求的日益增长，居民用于这些方面的消费的开支在逐年增长。

（二）全市商业网点布局发展不均衡

大型超市在市中心高度集中，而周边地区商业网点相对较少。建议有关部门在网点建设方面进一步加强调控，做好网点分布与大型居民区之间的网点配套，全力推动便利店进社区，规划放心早点连锁门

店进社区，进一步体现以人为本，方便群众生活，使全市商业均衡发展。

（三）批发业、零售业盈利能力不均衡

今年上半年，批发业的利润占全市批零业的80.0%，而零售企业的薄利及亏损问题就比较突出。究其原因：一是大型百货零售业市场竞争异常激烈，企业经营困难，严重影响企业效益；二是大型超市由于其规模的不断扩张，开店费较高，投资的回报滞后也是影响利润下降的因素之一。对于企业竞争问题要积极引导良性竞争，避免恶性竞争；同时有关部门要对企业财务帐目加强监管，对不应入帐的非正常开支严禁入帐，把该体现的利润体现出来，避免产生“增产不增利”的现象。

（四）天水市个体零售贸易餐饮业如何继续发展壮大成为新的课题

大力发展规模经营和连锁经营、重新整合消费品零售市场是现代商业的发展趋势，因此，个体零售贸易餐饮业的发展也只有走不断整合的路子，才能降低管理成本，站稳应有的位置。建议以一两条商业街或片区为试点，采取个体店加盟连锁经营的方式，做到统一配送，然后再进行统一装修、统一标志、统一协调经营格局，降低营商成本，减少和杜绝假冒伪劣商品。

今后应大力支持企业兼并重组，进一步做大做强商业企业，降低成本，增加企

业竞争力；继续加大对商业设施的改造力度，全面提升商业设施的服务功能和现代化程度；通过引进国际知名品牌店，提高消费档次。

（五）天水市个体零售贸易餐饮业如何继续发展壮大成为新的课题

大力发展规模经营和连锁经营、重新整合消费品零售市场是现代商业的发展趋势，因此，个体零售贸易餐饮业的发展也只有走不断整合的路子，才能降低管理成本，站稳应有的位置。建议以一两条商业街或片区为试点，采取个体店加盟连锁经营的方式，做到统一配送，然后再进行统一装修、统一标志、统一协调经营格局，降低营商成本，减少和杜绝假冒伪劣商品。

四、全年的展望

天水市的消费品的市场将继续呈现良好发展势头，市场发育程度将进一步提高，对生产和消费的影响作用将更加突出，稳定发展将继续成为商品市场运行的主旋律，城乡市场差距可望进一步缩小，农村市场将被进一步开拓，城乡居民的消费水平将进一步提高，预计，2024年全年全市可实现社会消费品零售总额47.3亿元，同比增长12.0%。

**第二篇：调味消费品市场调研方案**

郑

州

调

味

品

消

费

者

市

场

调

查

方

案

目录

一、调查背景……………………………………………………….二、调查目的………………………………………………………..三、调查内容………………………………………………………

四、调查对象………………………………………………………

五、调查范围………………………………………………………..六、调查方式……………………………………………………….七、抽样方式………………………………………………………..八、提交方式………………………………………………………..九、调查时间……………………………………………………….整体安排

（一）调查背景

我国调味品工业近年来得到长足的发展，产品逐步改变了过去老标准，老面孔的落后状况，应用国际标准，采用国际先进工艺和原料的新一代调味品正崭露头角，并日益受到消费者的认同，随着生活水平的提高，消费群体呈现多元化需求调味品。其中有72%的消费者对该行业品牌表示青睐。有关专家认为，我国的调味品正向着生产工业化、味型复合化、品牌多样化、食用方便化发展，今后还将有更大的发展空间。随着生产设备和工艺技术水平的提高以及消费需求的增加，对其要求也呈现多样化。

（二）调查目的

调查了解市场发展状况及消费者的多样化需求。

（三）主要调查内容

1.广大消费者对产品品牌的忠诚度。

2.消费者消费动机、消费习俗及消费心理调查。

3.消费者的特征，包括年龄、家庭收入、性别构成等。

4.消费者获取信息的主要渠道和购买途径。

（四）主要调查对象

主要调查对象为中老年人、妇女、零售商

（五）调查范围：

郑州市惠济区（注：抽样调查）

（六）调查方式

1.问卷调查

2.二手资料收集调查与分析

3.实地访问法

4.观察法

（七）抽样方式

1.主要对象：

20岁以上的女性，特别是家庭主妇。

2.样本分配与规模，如下：

消费者16

零售商5

共计:21人

(八)提交方式

将所调查到的结果,整理成书面形式并编制为调味品消费者市场调查方案.(九)调查时间

2024年12月3号-8号

**第三篇：快速消费品市场调研报告**

市场调研报告

各位亲爱的市场专员们：

你们辛苦啦！很高心认识你们，欢迎来到美丽星城长沙，在本次培训环节中，请认真阅读以下资料，并请根据提供的相关资料，针对长沙市场撰写一份市场调研报告，谢谢！

一、市场调查：

(1)市场的规模，· 整个市场的销售额· 市场可能容纳的最大销售额· 消费者总量

· 消费者总的购买量· 以上几个要素在过去一个时期中的变化

· 未来市场规模的趋势

(2)市场的构成，· 构成这一市场的主要产品的品牌· 各品牌所占据的市场份额

· 市场上居于主要地位的品牌· 与本品牌构成竞争的品牌是什么?

· 未来市场构成的变化趋势如何?

(3)市场构成的特性，· 市场有无季节性?· 有无暂时性?· 有无其他突出的特点?

4.营销环境分析总结。

(1)机会与威胁(2)优势与劣势(3)重点问题

二、消费者分析

1．消费者的总体消费态势。

· 现有的消费时尚· 各种消费者消费本类产品的特性

2.现有消费者分析。

(1)现有消费群体的构成，· 现有消费者的总量· 现有消费者的年龄· 现有消费者的职业

· 现有消费者的收入· 现有消费者的受教育程度· 现有消费者的分布

(2)现有消费者的消费行为，· 购买的动机· 购买的时间· 购买的频率购买的数量·

(3)现有消费者的态度，· 对产品的喜爱程度· 对本品牌的偏好程度· 对本品牌的认知程度

· 对本品牌的指名购买程度· 使用后的满足程度· 未满足的需求

3.潜在消费者。

（1)潜在消费者的特性，· 总量· 年龄· 职业· 收入· 受教育程度

(2)潜在消费者现在的购买行为，· 现在购买哪些品牌的产品?· 对这些产品的态度如何?

· 有无新的购买计划?· 有无可能改变计划购买的品牌?

(3)潜在消费者被本品牌吸引的可能性，· 潜在消费者对本品牌的态度如何?· 潜在消费者需求的满足程度如何?

4.消费者分析的总结。

(1)现有消费者，· 机会与威胁· 优势与劣势· 重要问题

(2)潜在消费者，· 机会与威胁，· 优势与劣势· 主要问题点，(3)目标消费者，· 目标消费群体的特性· 目标消费群体的共同需求· 如何满足他们的需求?

三、产品分析

1．产品特征分析。

(1)产品的质量，消费者对产品质量的满意程度如何?

· 产品的质量能继续保持吗?· 产品的质量有无继续提高的可能?

(2)产品的价格，· 产品价格在同类产品中居于什么档次?

· 产品的价格与产品质量的配合程度如何?

· 消费者对产品价格的认识如何?

(3)生产工艺，· 产品通过什么样的工艺生产?· 在生产工艺上有无特别之处?

· 消费者是否喜欢通过这种工艺生产的产品?

(4)与同类产品的比较，在质量上有何优势?有何不足?

· 在价格上有何优势?有何不足?· 在口味上有何优势?有何不足?

· 在工艺上有何优势?有何不足?· 在消费者的认知和购买上有何优势?有何不足?

四、竞品分析

1．我们在竞争中的地位。

· 市场占有率· 消费者认识· 我们自身的资源和目标

2.竞争对手。

· 主要的竞争对手是谁?· 竞争对手的基本情况

· 竞争对手的优势与劣势· 竞争对手的策略

3.我们与竞争对手的比较。

· 机会与威胁· 优势与劣势· 主要问题点

五、广告分析

1.我们和竞争对手以往的广告诉求策略，· 诉求对象是谁· 诉求重点如何· 诉求方法如何

2.我们和竞争对手以往的广告表现策略。

· 广告主题如何，有何合理之处?有何不合理之处?

· 广告创意如何，有何优势?有何不足?

3.我们和竞争对手以往的广告媒介策略。

· 媒介组合如何，有何合理之处?有何不合理之处?

· 广告发布的频率如何，有何优势?有何不足?

4．广告效果。

· 广告在消费者认知方面有何效果?· 广告在改变消费者态度方面有何效果?· 广告在消费者行为方面有何效果?· 广告在直接促销方面有何效果?

·8.总结。

· 竞争对手在广告方面的优势· 我们自身在广告方面的优势

六、市调报告建议。

**第四篇：县商务局消费品市场调研报告**

今年来，在县委、县政府及上级主管部门的正确领导下，县商务局深入贯彻落实科学发展观，紧紧扣住扩大消费、拉动内需，投资出口这一主线，以发展县域经济，繁荣商贸，构建和谐渌湘为宗旨，认真研究了县域消费状况，透视消费中不足的原因，以刺激消费作为全县经济增长的推动力，积极改善消费环境,上半年，全县消费品市场呈现加速发展势头，生活必须品整体市场运行情况较为平稳，现将上半年县消费品市场运行情况总结如下：

一、上半年消费品市场运行的主要特点和基本状况

1-4月共实现社会消费品零售总额81427万元，比上年同期增长12.9%。分销售行业看，批发零售贸易业零售额70292万元（其中限额以上企业1972万元，同比增长27%；限额以下及个体户68320万元，同比增长13%），增长13%；餐饮业10721万元，增长74.3%；住宿业414万元，增长18.3%。

二、搞活流通和扩大消费的主要做法和经验

一是引导商家促进节假日消费，住宿餐饮业快速增长。近年来，随着我县县城建设力度的加大，房地产业迅猛发展，县城的规模、品位、人气上升，高档酒店、小型宾馆、饭店、茶楼成为了第三产业发展的亮点。我局根据居民生活水平逐步提高和饮食观念逐步改变的特点，积极引导商家创新消费方式，如假日休闲、假日娱乐、亲友聚会、红白喜事开展节假日打折、摸奖促销等活动，快速促进了住宿餐饮业零售额增长，今年1-4月实现10721万元，比去年同期增长74.3%，占全县社会消费品零售总额的13.16%。

二是限额以下批发零售业保持稳定增长。批发零售业中限额以下批发零售业从商品分类零售情况看，石油及制品类受价格因素影响增幅较高，1-4月批发零售业实现70292万元，其中限额以下批发零售业实现68320万元，同比增长13%，占批发零售业的97.19%。

三是利用惠民工程刺激消费增长。“家电下乡”是惠及千家万户的民心工程，自12月推行以来，县商务局同县财政局一起以“扩大内需，提升农民消费”为目标，不断加大宣传力度，大大激发了全县农民的购买欲望，家电消费已成为全县农村市场的消费热点之一。至今为止已备案登记78家销售网点，今年1-5月销售家电下乡产品11928件，销售金额2245.39万元，占全县社会消费品零售总额的2.75%。

四是“万村千乡市场工程”加速推动农村消费。“万村千乡市场工程”实施五年多来，全县建设改造了188家农家店，面向广大农村，服务农民生产、生活需要的新型农村商品现代流通网络已初具规模。为方便农村商品购销，保障农村食品消费安全，扩大消费，促进“三农”工作发挥了重要作用。今年春季，“万村千乡市场工程”农资农家店积极参与春耕生产，对保证当地农资商品的及时供应和价格平稳发挥了重要作用，带旺了农资销售的大幅上涨，为农村消费的快速增长提供了有力支持。县以下农村市场在经济快速发展的推动下，购买力逐渐增强，消费水平逐渐提高。1—5月，实现社会消费品零售总额3310.4万元，占全县社会消费品零售总额的4.06%。

三、当前消费品市场中存在的主要问题

今年上半年我县消费品市场虽然取得了快速发展，增幅明显加快，但与周边兄弟城市相比，仍有一定差距，全县之间发展也不够平衡，制约消费品市场持续、稳定、协调发展的因素仍然存在。

一是农村消费环境有待进一步改善。近年来，虽然新农村建设以及“万村千乡”市场建设工程农家店不断拓展，产品质量安全等专项整治活动不断深入，为农村市场注入了新的活力，农村消费品市场出现了快速发展的势头，但农村商业服务体系还不够健全，市场网点布局不尽合理、基础设施的落后、产品质量尤其是食品安全较差等问题相对突出，农村消费环境有待进一步改善。

二是物价持续高位运行降低消费欲望。自去年下半年以来，物价水平呈现明显的涨势，对居民消费的影响日益突出，引起社会普遍关注。今年1-5月份，全县居民消费价格指数已累计上涨，价格指数的持续高位运行，特别是食品类价格的大幅度上涨，一方面，短期内对社会消费品零售总额有一定的拉动作用；另一方面，也降低了居民尤其是中低收入家庭的消费欲望，进而影响消费需求的持续增长。

三是未来预期的不确定性抑制消费需求。由于我国社会保障体系仍在不断完善中，住房、医疗、教育等大项支出所需费用主要由居民个人承担，而这几项费用的上涨速度远远超过多数家庭收入增长速度，很大程度上制约了居民的即期消费。同时，在通涨趋势没有根本改变的情况下，我国股票市场持续走低，股市财富大幅缩水，对股民信心造成极大打击，广大股民的消费意愿明显趋紧，将对日常消费需求产生不同程度的影响。

四是市场保供压力明显增大。随着世界经济一体化的快速发展，产业结构性矛盾日益突出，市场竞争日趋激烈，加上今年部分地区自然灾害影响，一些关乎国计民生的重要商品结构性供求矛盾仍很突出。半年来，我县主要生活必需品供求“紧平衡”矛盾也时有发生，出现了猪肉、食用油、大蒜、绿豆等部分商品价格波动较大的现象，给保证生活必需品市场供应增加了很大压力。

四、影响消费品市场运行的主要因素

一是消费品市场销量虽有所增加，但消费者的消费欲望仍受到抑制。比如去年食品市场奶粉销量虽较往年有所增长但没有较大幅度的增长，其主要原因是“三鹿奶粉”事件给市场带来的负面影响仍然没有彻底消除，消费者的消费欲望有所抑制，再有今年来全国各地消费品市场出现了多起影响较大的食品、药品安全事故，我县部分农贸市场、商店甚至超市也发生了出售假冒伪劣商品、有害食品的事件，严重危害到消费者身体健康，影响了消费需求。但从近期监测数据来看，市场信心正在逐步增强。

二是农民工失业拉低消费。国际金融危机虽然对我县波及不大，但部分企业、个体户和外出务工人员经济上仍然有所影响，经济上受到抑制，一些中小企业关停，部分农民工被裁员或减薪，就业压力大，使他们消费受到抑制。

三是当前市场上价格违法违规行为越来越突出，扰乱了市场价格秩序，扰乱了企业经营秩序，影响了人民生活和消费环境。在各种市场因素的作用下，水、电、煤、气等消费品价格先后上调，就医、住房价格的偏高，导致群众对消费品物价满意度下降，对未来物价预期难以乐观，从而直接为消费增长产生大的负面影响。

五、下半年消费品市场运行趋势预测分析

目前，我县社会消费品零售总额增速开始抬升，随着各项经济政策的落实，如中央出台扩大内需促进经济平稳较快发展的措施和搞活流通、扩大消费等多项措施，“家电下乡”、“汽摩下乡“等工程在我县范围内全面展开，惠民措施逐步落到实处，预计下季度我县消费品市场增速将会出现大幅回升发展态势。同时今年又是县委、县政府“加快发展和改善民生”工作主题，打响“三大战役”建设年，下半年又有传统的中秋节、“十一黄金周”、建县四十五周年等，在此期间，我们将开展一系列的商贸促销活动，这些都将为拉动我县经济增长扩大内需，也为消费品市场的繁荣兴旺创造良好的发展空间。预计社会消费品增长在18%以上。

六、做好市场运行调控工作的思路和建议

一是争取领导重视，创造良好的工作环境和条件。

二是树立责任意识，市场调控工作作为一项新工作，具有涉及面广、任务重、难度大的特点，为此以高度的责任感，树立创先争优意识，顺利完成工作任务。

三是采取多种措施推进工作开展。搞好相关部门的工作协调，做好调查研究，以便推进工作开展。

**第五篇：沭阳县汽车消费品市场调研**

沭阳县2024年上半年汽车消费品市场调研报告

为全面了解我县汽车消费品市场的现状，把握汽车消费品市场的走势，2024年7月，对我县限额以上汽车销售企业进行了实地调研，并通过与车管所和国税部门沟通，掌握了我县汽车挂牌情况，汽车购置税缴纳情况等。通过此次调研，对我县的汽车消费品市场现状、走势以及存在问题有了更深入的了解。

一、沭阳县汽车消费品市场现状

1、我县居民汽车消费需求呈增长态势。从汽车的挂牌情况和缴纳购置税情况来看，通过与车管所和国税部门工作人员的沟通了解到，2024年全年我县挂牌汽车13525辆，今年上半年已达8387辆，大多数都是本地挂牌；2024年全县汽车购置税10782万元，今年上半年全县汽车购置税6185万元，同比增长10.76%。

2、限额以上汽车销售企业销售情况好转。今年上半年我县限额以上汽车销售业实现零售额16711.7万元，同比增长32.8%，增速较快，与上年大部分限上汽车销售企业销售额下降情况相比，今年1-6月有大部分限上汽车销售企业累计销售额已实现增长，且部分企业增长较快，企业销售情况有所改善。

3、中低档轿车销量平稳增长。通过对我县部分限上汽车销售企业的调研，一些合资品牌的汽车销量较好，因为价格便宜而且质量比较有保证，国产的自主品牌车型一般价格实惠而且外观也较为大气，销量也可观，而进口的外资品牌车型虽然质量和外观都较为出色，但一般价格昂贵，所以销量较低。

二、沭阳县汽车消费品市场走势预测

部分销售企业表示，今年汽车销售情况不太理想，尤其是货车销售情况惨淡，一方面是受宏观经济环境的影响，物流业不景气，货车销售量锐减，同时消费者对经济持不乐观态度，一定程度上抑制了消费需求；另一方面是我县汽车销售商太多，竞争激烈，据统计，我县共有大大小小汽车销售企业30余家，大部分是二、三级经销商，规模小，存在恶性竞争。

但从长远看，沭阳县汽车消费品市场将会保持较好的发展势头，原因主要有以下三点：①从硬性需求来看，随着我县经济的发展，城区的扩大，居民工作和生活对于私家车的需求越来越大，很多居民希望买车作为代步工具以方便工作和生活，对汽车的需求从长远看必会促进我县汽车销售行业的发展；②虽然受宏观经济环境影响，居民收入暂未实现大幅增长，但仍实现平稳增长，这使买车对于很多家庭都变得较为可行，必将有效刺激汽车消费，推动我县的汽车销售行业的发展；③随着我县首家汽车4S店—沭阳联众汽车销售服务有限公司落户沭阳，越来越多品牌的汽车4S店选择在我县落户，将使我县汽车销售企业重新洗牌，迫使不适合市场发展的销售商退出市场，我县汽车销售市场将会更加规模化、合理化，更多的消费者将会选择在本地购车，同时也会吸引外地消费者在我县购车。

三、我县汽车消费品市场存在的问题

经过走访调研和分析，我县汽车消费品市场的主要问题是：一是我县汽车经销商规模较小，企业资金少，售后服务不能到位，核心竞争力较弱，未能形成真正引领汽车消费大幅度发展的规模

效应；二是汽车行业“乱”，我县现有两家在营业的汽车“4S”店，现有部分品牌4S店正在积极筹备在我县落户，其他汽车销售企业都属于二、三级网点，经营地点分散，企业之间恶性竞争；三是部分企业经营品牌杂，售后服务差，不符合汽车行业市场要求，很多消费者宁愿到外地的4S店购车以保证得到优质的售后服务。

四、几点建议

1、政府提供优惠政策鼓励商家在沭筹建汽车销售“4S”店。一名4S店总经理表示，如果沭阳能够增加更多的4S店可以节省很多本地资源，为政府带来更多收益，一方面4S店能够提供优惠的价格，那么消费者就会选择在本地购车，增加沭阳的汽车销售量和汽车购置税，车险和其他收入都会增多，另一方面4S店能够提供优质的售后服务，沭阳的轿车包括政府用车就不需要到外地保养，节省本地资源，汽车利润空间较大的售后收入就不会流入外地。但由于汽车4S店前期投入很大，开店难度高，如果政府能够提供优惠政策，汽车4S店将会在沭阳有广阔的发展空间。

2、规范汽车销售市场，逐渐建立起汽车销售整体化格局。我县现在汽车销售市场比较分散，未形成整体格局，可以通过合理规划将汽车销售企业聚集，形成大市场，同时支持规模较大的正规企业的发展，逐渐将经营落后不适应市场发展的商家淘汰，建立良性竞争的汽车销售市场。

3、放宽银行按揭购车政策，简化按揭手续。不少有固定收入具备偿还能力但手头资金紧的消费者希望通过贷款买车，但由

于复杂的贷款手续、严苛的要求放弃购车，如果银行能够简化手续，必定会大大刺激消费者的购买欲望，增加销量。

（说明：根据国家报表制度规定，限额以上标准为批发业年主营业务收入大于等于2024万元，零售业年主营业务收入大于等于500万元。批发额是指给国民经济各行业用于生产、经营的商品金额，如货车用于生产，货车销售则归为批发类；零售额是指售给城乡居民用于生活消费和社会集团用于公共消费的商品金额，如购买轿车作为家庭代步工具，则轿车销售则归为零售类。）

二〇一二年七月十六日

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！