# 加强人才软环境建设、促进经济可持续发展

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-09-13

*第一篇：加强人才软环境建设、促进经济可持续发展加强人才软环境建设、促进经济可持续发展人才是流动的财富，是流动的生产力，是区域竞争的焦点，努力建设一支规模庞大、素质优良、结构合理的人才大军，是实现可持续发展战略的有力保证。而加强人才软环境建...*

**第一篇：加强人才软环境建设、促进经济可持续发展**

加强人才软环境建设、促进经济可持续发展

人才是流动的财富，是流动的生产力，是区域竞争的焦点，努力建设一支规模庞大、素质优良、结构合理的人才大军，是实现可持续发展战略的有力保证。而加强人才软环境建设是服务环境建设的重中之重，为彻底摸清我市人才软环境建设现状，民盟XX总支特邀XX市组织部、人事局、科技局、劳动局、教育局、卫生局等分管领导召开座谈会，并赴上海、苏州等地走访调查，与我市流往这些地区的中高级人才及所在单位领导交流座谈，现将有关调研情况报告如下：

一、我市人才队伍现状

近年来，市委市政府积极组织实施“科技兴市、人才强市”战略，有关部门也采取了一系列有效措施，在培养、引进、使用上制定了一系列激励政策，每年都招聘引进一大批大中专毕业生及实用性人才，为全市的经济和社会事业发展不断注入新的活力，人才软环境逐步得到优化。但人才队伍远远不能满足我市各项事业发展的需求，呈现四多四少状况。在人才分布上：市级机关和事业单位较多，乡镇基层单位和企业严重偏少。2024年底XX工业企业抽样调查显示，工业企业所需各类人才在15000名左右，而我市工业企业高级工以上的专业技术人员仅有3695人，其中绝大多数年龄偏高，且集中在老国有企业如丹棉、丹化的传统岗位上。在

1人才结构上：党政管理、教育、卫生专业的较多，高新技术产业、支柱产业和重点产业的人才较少。在人才层次上：普通性较多，高学历和高层次的较少。06年，全市专业技术人才总数为63096人，具有高级职称（含已退休）的共2760人，仅占技术人才总数的4.37%；在人才流动上：招聘的大中专毕业生多，引进的成熟性人才少；流失的都是成熟性、实用性的人才。

二、人才软环境建设存在的主要问题

1、运行机制不顺畅。我市相继出台了人才工作的有关政策，但有些好政策没有得到很好的落实。人才地区所有、部门所有的界限没有被打破，人才自由流动的渠道不畅。人才评价体系尚未科学构建，人才队伍中有名无实、职称与能力不相符的滥竽充数泡沫化现象严重，影响真正人才作用的发挥。人才激励机制不够健全，普遍采用大平均、小差距的分配制度，高层次人才的劳动价值、贡献、效益与分配很不成比例，严重制约人才的积极性和创造性。

2、培养、使用制度不配套。我市有169、333、358工程等各类人才培养选拔制度，往往各行其是、多头行政、多头选拨，全市未形成统一扎口管理的制度。每年受表彰的总是那些“名医”、“名师”、校长、院长及科主任，老面孔、老人头，钟情于锦上添花。而那些埋头苦干、破茧欲出的中青年人才却鲜有人文关怀和精神褒奖，激励功能显失。即使

引进了单位所需的人才，也因人才环境恶劣而难以久留，成为人才流转的中转站。我市某事业单位曾引进4名稀缺性专业人才，但由于编制、职称等问题迟迟得不到解决，没过几年就走了3人。近三年，全市外流中级职称以上各类人才160人，还不包括未办理流动手续的自动流失人才。外流人才的负面广告效应很大程度上制约着我市的引才引智工作。

3、人文环境不相宜。人才资源是第一资源的观念，还没有真正被全社会所接受。对人才的投资明显不足，多元化的人才投资机制尚未形成。我市外流到上海、苏州的中高级专业技术人才反映：一些单位对人才重视还仅停留在口头上，使用上随意性较大，不能及时给真正学有所长的人才提供发挥才能的工作岗位和条件，常常导致“英雄无用武之地”。有些单位用人不公、管理简单、人际关系紧张，排斥压制人才。有些部门系统人员通过自身努力获得职称，往往要一年以后单位才会正式聘用。一些单位的学科带头人在出国培训、外地进行学术交流等活动中受到排挤和漠视。目前，我市除部分上市公司及规模企业建立了现代企业制度外，大多数企业还是处于家族式管理和个人管理模式，导致外面的优秀管理人才难以进入企业重要岗位。同时，由于我市缺少大型的图书馆、科技馆、体育馆等文化基础设施，人居环境质量相对落后，难以满足高层次人才学习、交流、休闲的需求。

这些问题直接导致我市有些单位在人才使用上出现“用不好”、“留不住”、“进不来”和“不进来”的现象。

三、加强人才软环境建设的几点建议：

要实现我市经济超常规跨越式发展，就必须科学高效地开发利用好人才资源，在人才软环境建设方面实现新的突破。

1、进一步优化管理环境。根据我市经济社会发展要求，建议成立“XX市人才使用管理中心”，按照机关、事业、企业单位人才管理的不同特点，建立和完善分门别类的人才管理体系，认真梳理现有各类人才激励政策，使人才培养、吸引、使用、评价、激励真正体现各类人才的不同特点，彻底改变目前我市人才多头行政、多头管理的弊端。要采取有力措施，促进人才在城乡、区域、产业、行业和不同所有制之间的合理分布，努力构建一个充满生机与活力、有利于各类人才成长、能够促进人才有序流动、与社会主义市场经济配套的人才管理新体制。要大力推进人才资源整体开发，抓紧培养一批与我市重点产业相关的中高级人才队伍；大力发展职业教育，为应用人才实现本地化提供源源不断的人才梯队。要把人才队伍建设纳入国民经济和社会发展规划，纳入各级领导目标考核责任状。

2、进一步优化制度环境。制定灵活的引才引智政策制度，健全科学、开放的人才吸引机制，实施“构筑人才资源

高地”战略，实行人才“柔性流动”政策，开启吸引各类人才来丹创业的“绿色通道”，吸引一大批高学历、高潜力的高新技术人才。对取得大学本科以上学历以及我市经济发展急需、符合我市产业发展方向的人才，要积极引进和吸纳。尤其要围绕我市产业结构调整和高新技术产业发展，大力引进以木业加工、五金工具、丝绸家纺、皮革制品、汽车零部件等特色产业为主体的高层次技术创新人才。在人才培养使用上要看主流、看潜能，尤其是对于那些有一定专业技术、成长态势良好、日后能独领风骚的“准人才”，要进一步做好孵化和催化工作，多做雪中送炭的事，精神上鼓励、政治上激励、经费上保证。对于真正优秀的人才，要敢于破格重用，压担子。

3、进一步优化人文环境。要充分发挥报纸、广播、电视、网络等各种媒介的作用，大力宣传科技和知识分子在社会现代化建设中的重要地位和巨大作用，努力形成“尊重知识，尊重人才”的良好社会风尚。与此同时，要大幅度提高各类人才的经济待遇，缩小与周边兄弟县市的收入差距，使人才待遇与XX在省内的经济地位相适应。积极推行事业单位人事制度和分配制度改革，鼓励用人单位在薪酬方面向业务骨干、高级人才倾斜，进一步拉大收入差距，逐步实现一流人才、一流待遇，对有突出贡献的科技人员和高级人才实行重奖。

借鉴南通市建设集住宿、运动、休闲、娱乐于一体的“科技人才社区”经验，我们积极建议建设“XX市人才公寓”，采用租赁、销售等方式，面向各行业人才和企业优惠出让，筑巢引凤，吸引更多的优秀人才来XX落户。对于引进的人才，要在政治上关心、生活上照顾，切实帮助解决科研经费、住房、家属就业、子女入学等方面存在的困难和问题。

我们的领导干部一定要有爱才之心、容才之量、护才之胆，倾听意见，及时了解他们的思想动态、愿望和要求，满腔热忱地为他们解决好工作和生活中的问题，做到知人、知面、知心、知情。抓好住房、医疗、各项待遇落实等问题，为他们多做实事，当好“后勤部长”。

人才兴则城市兴，让我们全市上下共同奏响吸引、留住、用好人才的主旋律，共同营造宽松、和谐、优良的人才软环境，让各类人才在XX这块古老、美丽的土地上扎根，人尽其才，才尽其用，为把XX打造成现代化苏南强市而共同努力。

**第二篇：努力促进海洋经济可持续发展**

努力促进海洋经济可持续发展

发布时间：2024-11-

5信息来源：《经济日报》

开发和利用海洋，发展海洋经济和海洋事业，对促进经济结构战略性调整，加快转变经济发展方式，都具有十分重要的战略意义。“十二五”时期，我们一定要高度重视海洋开发在我国经济社会发展中的重要地位，从战略高度进一步认识发展海洋经济的重要性和紧迫性，继续抓住并用好面临的机遇和条件，大力发展海洋经济，优化海洋经济布局，合理开发利用海洋资源，科学规划海洋经济发展，努力促进我国海洋经济和海洋事业可持续发展。

海洋是世界贸易的主要通道，是潜力巨大的资源宝库。开发和利用海洋，发展海洋经济和海洋事业，对促进经济结构战略性调整，加快转变经济发展方式，发展结构优化、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳就业能力强的现代产业体系，都具有十分重要的战略意义。

改革开放以来，我国海洋经济规模不断扩大，海洋在我国现代化建设中发挥着日益重要的作用。海洋科技创新能力得到增强，海洋战略研究取得重要成果，海洋生物研发、环境监测、资源勘探开发以及深海探测等方面取得关键性突破。通过科技创新，海洋新兴产业迅速崛起，传统海洋产业的升级改造力度也在不断加大，部分海洋产业的国际竞争力进一步增强。与此同时，沿海经济区域布局基本形成，区域海洋经济发展规模不断扩大，以环渤海、长江三角洲和珠江三角洲地区为代表的区域海洋经济发展迅速。

海洋对我国经济社会发展具有重大战略意义。我国海域广阔，海岸线漫长。大力发展海洋经济是加快转变经济发展方式，调整产业结构的一个重要着力点。海洋工程技术、海洋医药与生物技术、海洋化工技术、海水产品精深加工等领域都是国际技术创新的前沿，海洋产业尤其是海洋新兴产业在加快经济发展方式转变、推动产业结构优化升级中的作用日益凸显。同时，大力发展海洋经济也是建设资源节约型和环境友好型社会的重要立足点。随着人类对海洋资源的不断开发和利用，海洋环境保护与人类生产活动协调发展日显重要，发展海洋经济能推动绿色经济、循环经济和低碳技术发展，修补和维系生态环境，有利于建设资源节约型和环境友好型社会。

“十二五”时期，我们一定要高度重视海洋开发在我国经济社会发展中的重要地位，从战略高度进一步认识发展海洋经济的重要性和紧迫性，继续抓住并用好面临的机遇和条件，大力发展海洋经济，优化海洋经济布局，科学开发海洋资源。

一要科学规划海洋发展。要进一步研究、完善相应的海洋经济和海洋事业发展规划，进一步明确我国海洋发展的战略思路，明确海洋生态环境和资源保护的目标任务，明确海洋经济区域布局的要求和沿海地区海洋经济发展的原则。沿海地区应把海洋经济和海洋事业的发展目标与政策措施更好地纳入本地国民经济和社会发展中长期规划，加大海洋投入力度，构建“海陆互动”的工作格局。内陆地区也应在规划制定和实施中重视海洋事业发展有关工作，积极参与和支持海洋开发。

二要大力促进海洋产业发展。要促进海洋三次产业协调发展，实现海陆资源互补、海陆产业互动，提高海洋经济发展质量和效益。应加快发展海洋油气、海上交通运输、滨海旅游等产业，着力提升海洋渔业、海洋养殖、海洋化工等产业发展水平，推动海洋生物医药、海洋可再生能源、海洋工程等产业有序发展，积极培育海洋领域战略性新兴产业。要加强渔港等港口建设，推进海底隧道、跨海桥梁、海底光缆、供水装置等基础设施建设，促进产业结构优化升级。还应优化海洋经济空间布局，继续推进海岸带及邻近海域综合经济区建设，推进滨海地区产业结构调整，发挥各地比较优势，形成各具特色的沿海经济区。

三要合理开发利用和保护海洋资源。要转变海洋资源开发方式，提高资源开发效率和综合利用率，把宝贵的海洋资源开发好、利用好。应进一步加强海洋资源的调查评价，加大海域油气等重要矿产资源勘探开发力度，有重点地勘探开发专属经济区、大陆架，为海洋资源利用提供基础和保障。在有条件的沿海地区尤其是城市新建区和改造区，应重视海水直接利用及淡化技术的研究与推广，支持海水利用技术的产业化，缓解沿海地区水资源短缺的压力。与此同时，还要坚持合理开发、适度开发、集约利用，采取有效措施加强资源保护，促进海洋资源的永续利用。

四要加强海洋科学研究和技术应用。无论是海洋经济发展、海洋产业结构调整，还是海洋资源合理开发利用、海洋生态环境保护，都离不开科技创新。发展海洋经济和海洋事业，要加强科技支撑，加快培养所需要的各方面人才，着力提升海洋科技创新能力。应继续实施科技兴海战略及海洋科技计划，瞄准世界海洋高科技前沿，大力发展深海勘探、基因工程、卫星遥感和海洋可再生能源利用等高新技术；重点开发一批先进适用技术，建立海洋科技成果转化和推广应用体系，加快海洋信息化步伐；深入研究海洋与气候变化、经济社会发展对海洋生态环境影响、海洋综合战略和政策等重要课题。应围绕海洋发展和创新的重点任务，坚持用好现有人才，引进外来人才，抓紧培育适用人才，进一步优化海洋人才结构，以人才开发支持海洋事业发展。应鼓励大专院校和科研院所的科技力量以多种形式进入企业或企业集团，参与企业的技术改造和技术开发，和企业合作共同开展海洋科技研究和人才培养，共建研发中心和科研基地，培育一批高水平的工程技术中心和产业化示范基地。

广东省中国特色社会主义理论体系研究中心（执笔：向晓梅）

**第三篇：浅析人才工作的软环境建设**

浅析人才工作的软环境建设

《国家中长期人才发展规划纲要（2024-2024年）》的总体部署中提出“改革人才发展体制机制，完善人才管理体制，创新人才培养开发、评价发现、选拔任用、流动配置、激励保障机制，营造充满活力、富有效率、更加开放的人才制度环境”。可见如何营造充满活力、富有效率的人才制度环境，避免“橘生淮南则为橘，生于淮北则为枳”的人才浪费现象是我们各级组织部门所应该思考的问题。

首先应转变思想观念。二十一世纪是知识经济的时代，那种靠着一纸文凭混日子的时代早已经一去不复返。知识的更新已经变得越来越快，只有变化才是唯一的不变。固守僵化的思想势必给我们的事业造成损失。各级党委和组织人事部门应该牢牢树立起先进的人才工作理念，转变观念，营造氛围，创造条件充分遵循人才成长的客观规律，善于培养从身边和基层发现人才、使用人才的本领，努力促成千帆竟发，百舸争流的人才工作新格局。而不能片面地求新求变，一味地埋怨“天下无马”。

其次是创新工作机制。一是创新发现机制。要把人才的使用放在特定的情景环境之中，明确具体的目标任务，在实践中去评价和发现人才，克服唯学历，唯资历的现象存在，在一定限度内充分放权使用，做到既遵循原则性又不失灵活性，充分发挥各类人才的主动性和创造性。二是创新评价机制。在对人才的评价过程中，我们既要看当前也要看长远；既要看实力也要看潜力；既要看外因也要看内因，不能凭个人的好恶来评价人才。要用事实说话，用依据来讲理，只有这样才能做到客观公正，三是要创新人才激励机制。在人才工作中，我们要把用待遇留人、用事业留人和用感情留人很好的结合起来，坚持用人所长。事实证明一个人如果从事他所喜欢的工作，哪怕苦点累点也无所谓，因为有乐趣在其中。孔子也曾这样说过：“知之者不如好知者，好之者不如乐知者”就是这个道理。组织人事部门应该充分意识到这一点，只有把个人的长处与事业发展更好的结合起来，才能最大限度地发挥人才的主动性和创造性，才能最大限度地增强人才工作的活力。

最后还要注重人才自身的内驱力。再好的外因条件也只能通过内因而起作用，作为人才自身来说也应该做到“不用扬鞭自奋蹄”一是要有忧患意识。老子曾说：“慎终如始，则终无败矣”。要不断在工作和学习中找出差距，虚心向学，既要在实践中检验理论，同时也要在实践中丰富理论以便于更好的指导实践。要把所学与所用辩证地结合起来而不是二者的简单拼凑。二是要牢牢把握方向。鲁迅先生在《名人与名言》这篇文章中曾这样写到：“社会上崇敬名人，于是以为名人的话就是名言，却忘却了他之所以得名是那一种学问或事业”鲁迅先生从反面驳斥了“名人的话就是名言”这一片面思想。却从另一方面指出了人才的独特之处。那就是以从事一种学问或者事业的人，所以作为人才工作本身来说，要充分认识自身优势，牢牢把握前进方向，规划出符合自身特点的人才成长之路。三是要持之以恒。“罗马不是一天建成的”；中国也有句古话叫：“十年树木，百年树人”，只要我们树立起远大的理想，牢牢把握前进方向，并持之以恒的坚持下去，那么就一定能在自己的领域内成为专家里手，只有终身努力的人，才得以利于不败之地

**第四篇：搞好软环境建设促进汽车消费**

搞好软环境建设促进汽车消费

2024-12-05

一、满足汽车用户需求的多样性

在产品消费中，汽车产品属高档消费品，对大多数人而言，购买一辆汽车绝对是经济生活中的一件大事。用户选购新车时，对某公司生产的车型、品牌、性能、款式等都会作一番调查和了解。从消费者的角度来看，由于消费者群体分布不同，其购买方式也不同。了解汽车用户的需求，加强汽车消费的软环境建设，满足用户的需求，是促进汽车消费的推进剂。

1.购车消费预算

消费者首先要对自己的经济能力进行谋划，大体上根据事先的调查结果，把购车费用锁定在自己能够接受的条件范围内，而后再将相同车价的车或者是接近自己目标的车进行排列，根据自己掌握的相关资料进行对比、评估，最后才能确定自己所要购买的车型。

2.付款方式选择

目前，我国汽车消费者购车往往采用现款购车和信贷方式购车等付款方式，而汽车信贷方式则主要有“间客式”和“直客式”两种模式。

“间客式”是指先买车后贷款的模式。汽车消费信贷由银行、保险、经销商联手，资信调查和信用管理以经销商为主题，保险公司提供保证保险，经销商负连带保证责任。这种模式下消费者除承担银行利息外，还要承担保证保险、经销商服务费等各项支出。

“直客式”是指先贷款后买车的模式，购车人到银行设立的汽车消费贷款机构获得购车贷款，然后到市场上选购自己所喜爱的车型。汽车信贷由银行、律师事务所、保险三方联合，以银行为信用管理主体，委托律师事务所完成资信调查，保险公司提供保证保险。这种模式下汽车消费者除承担银行利息外，还要承担保证保险、代理费(律师费)等各项支出。

就目前购车的消费趋势看，间客式受到大多数购车者的喜爱，约占90%的消费者还是通过经销商或金融服务公司获取银行的贷款。

3.用车方式的多面性

由于存在消费者所处的地理位置不同，其工作环境、文化修养及爱好也不同等客观因素，决定了消费者选用的车型也有所不同。有些人长时间在城市生活，工作繁忙，一旦有时间休息，就想换一种环境，到乡间田野去度假，这些消费者就会选择越野性能强、爬坡能力好的车型。而只要求在城市以车代步的消费者，则一般类型的轿车就可以了。随着人们生活水平的不断提高，居住的地方远离闹市区，然而工作地点在100-200km的消费者，就会选择安全性能好、提速快，车内较宽敞的车型。随着社会发展和人们爱好品位不同，对车的功能性要求各有所异。消费者用车方式的多面性，是商家制定发展战略应该考虑的重要方面。

4.车比三家

购车用户中常听到这样一段话：“同样产品比品质，同样品质比价位，同样价位比服务”，归结起来，这就是当今世人的消费观念。消费者选择汽车产品主要通过以下几个方面：

车辆日常费用。汽车用户已经意识到日后的养车费用与自己的生活息息相关。其中主要的一项就包括汽油、机油、齿轮油和制动液等，假如每年按1.5万km行程，100km耗油10L计，全年油耗1500L，1L按2.9元计算，1年的油费约4350元；机油消耗按汽油消耗的1%计算，1年15L，而机油更换1次10L，共25L，1L按10元计算，需250元，再加上齿轮油、制动液约占250元，油料年消费为4850元左右。这也是汽车厂商把汽车燃油经济性作为产品选择的宣传重点的原因所在。

同样价位比服务。我们时常看到一些用户购车后，使用中时常出现一些小故障而总修不好，投诉无果，甚至在新闻媒体曝光。究其原因，就是没有良好的服务，所以售后服务对消费者来说，则显得越来越重要。例如，对易损件保修期内的“三包”服务。车辆易损件以及必须定期更换的零件包括空气滤清器、汽油滤清器、机油滤清器的滤芯，每年至少要更换一次；电瓶的正常使用寿命一般为2年左右(免维护电瓶为4年)；轮胎的使用寿命一般为3年左右，寿命里程为8万～10万km；制动摩擦片使用寿命为7万～12万km，再加上电器等配件，每年的配件费用达1500～2500元。如上提到的这些配件，用户从什么地方购买，是否方便，厂家能够给用户提供什么样的服务，对消费者说是十分重要的。越来越多的汽车消费用户更看中的是服务品质。

二、商家开办汽车租赁业务是促进汽车消费的有效途径

汽车租赁在上世纪90年代的欧洲已十分普遍，其租赁方式大体上分3种，一是短期租赁；二是长期租赁；三是永久租赁。租赁增长率一般在6.5%左右；长期租赁的增长率为1.0%左右；永久租赁的增长率为1.9%左右。从欧洲上世纪90年代的租赁市场来看，长期租赁占84%以上，而短期租赁不足16%。

1.中国汽车消费特点

中国汽车消费市场有着自己独特的特点。目前中国的大部分消费人群仍然是工薪阶层，月收入在1000～5000元之间的工薪族约占42%左右，真正能够购得起10～30万轿车的人必定是少数。然而，购车欲望比较高的往往是年轻人，他们挣钱不多，喜欢玩车的人却特多，约占90%以上。为了达到目的，他们计划的第一步就是拿到驾照。据交管部门统计，驾照发放年增长率在300%。为了早日圆驾车梦，年轻人3～4万元买1辆微型客货两用车节假日开着满城跑的并不罕见。我国二手车市场日益火爆，其中一个重要原因，就是因为不少人购不起高档轿车又想圆轿车梦，就倾其所有积蓄买一辆二手车过过瘾。在城市持有驾照的人中，约占10～30%之间都在做自己的驾车梦。

2.建立目标市场

商家在开办租赁业务中应当对目标市场进行调查，商家必须预知供求信息，同时也要让消费者了解商家的租赁业务，并且告知消费者租赁车需办理的手续、时间以及所提供的服务项目及费用。

租赁业务不能单一考虑某一种服务。由于消费者有季节性消费，也有非季节性消费，各有要求不同，所以通过租赁业务应尽可能地提供当地的相关信息。例如旅游方面的有关途径介绍、景物介绍、购物特点介绍以及住宿介绍等，商务方面的附近有什么大型工业、供求市场如何、目前还有哪些投资商机等。在介绍市场信息的同时，也能够进一步开拓自我租赁业务。

西部开发建设是我国的重大发展战略，支援西部物资运输业、西部各种矿产开发、西部产品向内地销售和西部企业建设，都离不开汽车的运输。这些项目一般都有较大的特点，开发期少则1～2年，多则8～10年。在西部建立租赁业务市场前景看好，尤其是高吨位重型车的租赁业务，由此还可以推动汽车配件业务的发展及其它相互配套产品的开发等。

3.开办租赁业务的组织形式

汽车租赁组织形式，以商家企业形式出现为好，汽车租赁组织不仅仅是为消费者提供车辆租赁，而且是一个专业性很强的行业。租赁中涉及最多的是专业技术问题，管理只是租赁业务中的一小部分。而租赁业务以企业形式出现，可以对消费者使用中的故障排除进行24小时的监控和服务，并提供易损件及专用设置的维护，为消费者提供全方位的技术咨询和大修项目的开展。这些服务不仅仅是简单的零件更换，更重要的是使租赁业务在服务中拓展和品牌意识的建立。

4.市场份额划分

随着我国地方垄断的打破，那种跨地区、跨省份、跨城市的汽车制造商租赁机构将会有较大的发展前景。在市场份额的划分中，在车型需求方面应当遵循“人无我有，人有我优，人优我新”的原则。汽车没有永久的市场，只有永久的竞争，在竞争中求生存，在竞争中求发展。根据地区发展的需求群体不同，有些公司可能成为专门租赁公司，只有轿车、客车或载货汽车某一单一品种，占据某一品种较大的市场份额；有些公司可能成为多种车型的租赁公司。份额的占有和发展都不是一个定数，要靠用户和商家的共知、互信、互利为基础。

三、减小与世界汽车工业在汽车贸易与服务业上的差距

中国汽车市场潜在消费者人群对入世怀着急不可待的欣喜，他们认为入世就必然降关税，而降关税就可以买到价廉物美的家用轿车了。毫无疑问，这种直觉是正确的。入世后逐渐取消汽车工业贸易壁垒的政府承诺，5年后整车进口关税将下降25%，进口车价将有较大幅度的降低，国产轿车价格将被迫产生较大降幅。大部分消费者，会有更多的选择余地，同时消费者也是入世的最大受益者。从一定意义上，中国汽车竞争力与西方发展上百年的汽车强国的差距更多地体现在汽车贸易与服务业上。以全球领先的消费者公司一一福特信贷公司为例，目前该公司共拥有员工1800人，总资产为1400亿美元，每年纯收人为11亿美元，利润占整个福特公司的1／4。其为全球40个国家1000万最终用户和11500个经销商提供信贷服务，业务范围扩展到与汽车相关的批售库存保险、人寿保险和伤残保险等领域。目前的重大重组中的福特信贷公司将在全球集中建立8个服务中心，采取集中管理，确保141个分支机构集中精力投入融资服务，并运用信息化技术提高工作效率。当我国汽车品牌专营制度刚刚起步的时候，国外品牌专营制度已经在消费信贷、二手车置换、保险、信息服务等全方位服务方面积累了几十年发展经验，并开始大规模的应用B2B、B2C等电子商务来提升汽车贸易与服务的实现方式和效率。也正如福特副总裁Brian Kelley所讲，电子商务带给传统企业的不仅仅是营销方式的变革，更带来了，崭新的经营理念。福特公司与福特经销商组建了在线销售公司，形成了为顾客提供在线汽车配置、挑选、咨询、订购、定期随访、保养提醒等完整的在线服务机构，甚至通过卫星定位系统，对车辆事故及故障车辆提供实时救助，这些做法大大促进了汽车消费，并为消费者建立了无后顾之忧的消费环境。

中国人民银行颁布了《企业集团财务公司管理办法》，企业集团的财务公司可以办理集团成员单位产品的消费信贷、买方信贷及融资租赁等业务。财务公司提供消费信贷对消费者而言意味着购车不用再找银行和保险公司，而是购哪家的车直接与厂商打交道，厂商的决策程序远比银行和保险公司要快捷得多。另外财务公司办理购车业务的好处还在于财务公司一般不需要提供其他抵押物，把所购汽车作为抵押就可以了。这对那些收入较低的工薪阶层来说，无疑是一大喜讯。

在国内，几个汽车大公司已在开展这一业务，不久的将来，社会用户对信贷购车的各种租赁形式会更加熟悉，并且会对这种新的购车消费形式感到满足和欣喜。这种新的汽车消费方式必将成为我国汽车市场经济的新亮点。作者：魏国旗 来源：《汽车工业研究》2024年第11期

**第五篇：树立执法形象促进软环境建设**

树立执法形象促进软环境建设

我镇共有执法单位25家，执法人员335人，在年初全部签署《依法行政责任状》，法制监督覆盖面达到100%。

一、加强业务培训，提高执法水平

我办继续重视基层执法人员的法律业务培训工作。要求各单位定期组织集中学习、考试。认真组织执法人员参加全镇法律知识培训，有效提高了执法水平。

二、确实有效监督，树立执法人员形象

我办在全镇内开展“法制宣传月”活动，下发《依法行政评议考核实施办法》，及时听取各单位就执法情况的汇报；听取管理相对人意见；抽查或者审查相关文件、记录和行政执法案卷；组织专项检查；邀请社会各界人士、广大群众对参评单位行政执法状况进行评议。存在问题的单位要及时整改，制定相应的制度，规范执法人员执法用语和执法行为，杜绝“冷、横、硬”现象，做到“有法必依，依法行政”的原则，将“文明执法，热情服务”真正贯彻到执法的基层工作中。

三、重视行风建设，为软环境建设服务

我办要求各单位按照本行业内部情况进行自检自查，适时联合纪委等部门对各单位执法人员进行明察暗访，对执法过程中出现的不作为、乱作为、慢作为现象予以整治，为我镇软环境建设服务。

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！