# 车展工作报告（精选6篇）

来源：网络 作者：紫芸轻舞 更新时间：2024-09-01

*小编为大家整理了车展工作报告(精选6篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!...*

小编为大家整理了车展工作报告(精选6篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

车展工作报告(精选6篇)由整理。

第1篇：车展实习报告

实 习 报

班级

学号

姓名

学院

告

202\_齐鲁秋季车展实习报告

俗话说“金九银十”，每年的9月份是一个销售旺季，在中秋节快来临时，人们需求大增，往往有较高的购物欲望。一年两度的齐鲁汽车精品展是为了迎接“销售高峰”销售旺季的重大举措，是一个展示企业形象、推广品牌、获取最新汽车产业政策信息、开拓市场的平台，也是广大车迷朋友赏车、试车、购车的绝佳机会。润华集团作为车展一个重要的参展商，把每年两次的齐鲁车展看的很重要，他们把全年销售量的百分之十一定在车展期间，把车展作为一次战役。

本届秋季车展依然启用“双会场”模式。在省城东、西部的两大展馆——位于东部高新区的济南国际会展中心和位于舜耕路的济南舜耕国际会展中心同时拉开帷幕。总展出面积达到6万平方米。作为一名会展专业的在校生，我很幸运的得到了实习机会，借助润华集团来亲身经历一次车展。

一、实习单位：

润华集团股份有限公司是一家在国内汽车流通服务行业具有较大影响力的综合性大型企业集团。在汽车服务领域，公司经营涉及有汽车销售、汽车修理、汽车配件供应、汽车美容装潢、客运出租、汽车租赁、拍卖、置换、汽车消费信贷、汽车保险代理、汽车俱乐部、汽车救援、机动车检测、汽车物流等汽车相关行业，能提供新车缴纳购置税、挂牌的一站式服务。是山东省内经营规模最大、服务理念先进、服务设施一流、服务功能齐全、资产信用状况良好的汽车流通服务企业。公司自1990年成立以来，凭借优质的服务、良好的声誉、诚信的经营，200

4、200

5、200

6、202\_连年获得“全国五十家汽车经销商”荣誉称号及“全国十佳汽车服务商”荣誉称号。

此次得到这宝贵的实习机会是因为我们山东交通学院和润华集团的校企合作，在老师们的积极争取下，我们管理学院近300名同学都参加了这次车展。

二、实习概况：

润华集团这次参展的品牌大概有20多个，所以我们的实习是以小组为单位分到不同的4S店，还有市场部。我和其他9名同学被分到了商务奔驰店，并有幸成为十个人的小组长，负责点名及和店里负责人的联络。

实习时间为9月3日——9月9日，前三天是培训，后四天是去展会上工作。我们的身份是“小蜜蜂”，即像小蜜蜂一样勤劳奔波，主要负责收集目标客户的资料。

三、实习内容：

1、真正了解“4S店”的含义，即整车销售(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)。

2、学习掌握梅赛德斯-奔驰的品牌历史。1926年，奔驰汽车公司和戴姆勒汽车公司，为了避免日益增大的汽车工业中互相排挤两大汽车巨人终于走到一起创办了举世闻名“梅赛德斯-奔驰”汽车公司(Mercedes-Benz)。公司的商标已简化为形似方向盘的三叉星，表示在陆海空领域全方位的机动性，环形图显示其营销全球的发展势头。

4、了解汽车各方面的信息，对各种车型进行比较。我们店参展车型有威雅诺和威霆，4993mm、1905mm和1875mm的长宽高给威雅诺足够宽大的车内空间打下了一个很好的底子，而且有多种灵活的搭配形式，满足各种用途，被称为“移动的办公室”。威霆全系车行总共有4款，分别为115精英版、115商务版、119精英版和119商务版;其中精英版车型标准座位数为8座，商务版座位数为9座。相较之于唯雅诺的7座，威霆可以乘坐更多的乘客。

5、了解我们的竞争品牌，如别克GL

8、丰田大霸王、丰田阿尔法等商务品牌汽车。目前的主要竞争对手是市场上常见的别克GL8，因为它面世较早，所以占有很大的市场份额，而且这款车车型像子弹头一样漂亮，质量也有保障，所以我们店把它列为在济南的竞争品牌。

6、练习基本的商务礼仪，仪容仪表，站位，走姿等方面的培训。

7、客户接待专业流程的学习。东风本田销售专业流程接待主要有8大流程分别为：接待、咨询、车辆介绍、试乘试驾、报价协商、签约、成交、交车、售后跟踪。

①接待：接待环节最重要的是主动与礼貌。销售人员在看到有客户来访时，应立刻面带微笑主动上前问好。如果还有其他客户随行时，应用目光与随行客户交流。目光交流的同时，销售人员应作简单的自我介绍，并礼节性的与客户分别握手，之后再询问客户需要提供什么帮助。语气尽量热情诚恳。

②咨询：咨询的目的是为了收集客户需求的信息。销售人员需要尽可能多的收集来自客户的所有信息，以便充分挖掘和理解客户购车的准确需求。销售人员的询问必须 耐心并友好，这一阶段很重要的一点是适度与信任。销售人员在回答客户的咨询时服务的适度性要有很好的把握，既不要服务不足，更不要服务过度。这一阶段应让 客户随意发表意见，并认真倾听，以了解客户的需求和愿望，从而在后续阶段做到更有效地销售。并且销售人员应在接待开始便拿上相应的宣传资料，供客户查阅。

③车辆介绍：在车辆介绍阶段最重要的是有针对性和专业性。销售人员应具备所销售产品的专业知识，同时亦需要充分了解竞争车型的情况，以便在对自己产品进行介绍的过程中 不断进行比较，以突出自己产品的卖点和优势，从而提高客户对自己产品的认同度。

④试乘试驾：在试车过程中，应让客户集中精神对车进行体验，避免多说话，让客户集中精神获得对车辆的第一体验和感受。

⑤报价协商：通常就是价格协商，销售人员应注意在价格协商开始之前保证客户对于价格、产品、优惠、服务等各方面的信息已充分了解。

⑥签约成交：在成交阶段不应有任何催促的倾向，而应让客户有更充分的时间考虑和做出决定，但销售人员应巧妙地加强客户对于所购产品的信心。在办理相关文件时，销售人员应努力营造轻松的签约气氛。

⑦交车：要确保车辆毫发无损，在交车前销售员要对车进行清洗，车身要保持干净。 ⑧售后跟踪：一旦汽车出售以后，要经常回访一下顾客，及时了解顾客对我们汽车的评价及其使用状况，要提醒顾客做保养。

四、实习效果及体会

1、关于培训

实习七天下来，总的感觉是润华集团对于我们的培训是失败的，我们也很失望，一个在山东省数一数二的大集团的培训不应该做到这个样子。虽然看起来培训的内容很全面，但所有的培训时间加起来不到半天，其他时间我们都待在一个小会议室里发呆、无聊。三天的时间只进行了这些培训，而且等真正到车展上才发现大部分的培训内容都用不到。比如说那些“不花钱，中汽车”的话述，在我们组对于目标客户不起作用，因为我们卖的是商务奔驰车，买商务车的基本上都是企业老总、政府人士等，这些抽奖活动根本吸引不了他们，这些情况不得不迫使我们组成员在收集信息时自创话述。总的来说，润华集团的培训对我们组来说是没有很大作用的。

2、关于工作

我们卖的商务车决定了我们的工作不像其他店那样轻松。就如上面所说，我们的目标客户都是身份比较高的人，而往往身份越高的人越是不愿透漏的自己的联系方式，而且对待一般人的态度很恶劣，一副高高在上的样子。所以我们收集信息的工作很艰难，我们组遭到的拒绝最多，忍受的白眼最多，收到的打击最大!四天工作下来，更多的累是心理上的累。

车展第一天，完全没有经验。我们徘徊的主要地点在另一家商务奔驰的展位旁边，看完他们车的人我们都会上去跟人搭讪，然后收集信息，当然其中十分之九的人是会拒绝我们的。在这期间我们要忍受着对方主管严厉的目光，旁边英菲尼迪展位震天的音响，千难万难我们还是顶住了压力，完成了目标。

车展第二天发生了一些很令人不快的事，就是交换信息的行为很猖狂，虽然不是发生在我们组，但我们组也感到羞愧。这种行为不仅音响了我们山东交通学院的形象，也影响了每一个“小蜜蜂”的形象。晚上回来后刘老师给我们开了一个简短的会，通报了车展两天来的情况，点明了存在的问题，严厉批评了交换信息、消极怠工的行为。我觉得不可思议的是市场部竟然有人聚众打牌而且被拍了下来!听后感觉很生气，就是因为他们几个人的行为，让我们学校形象受损严重，甚至影响到了校企合作，也抹杀了这么多人辛勤工作的形象。

车展第三天是周六，观众数量很多。经理说前两天只是训练，车展今天才正式开始，我们今天的要求不单是质量，还有数量。已经是第三天了，我自己也摸索出了经验，我发现我们培训时所学的“不花钱，中汽车”的话述对我们的目标客户是没有用的，他们对抽奖不感兴趣，他们不愿意透漏自己的信息。所以根据特定情况我改变了我的话述。先是表明自己的身份，手拿车的资料，微笑上前：“先生您好!我是润华集团的!”然后再说一些引起他们关注的话：“先生我看您在那辆商务车旁逗留了很久，您需要商务车吗?”同时把手里的资料递给客户：“我们润华集团在那边也有两款商务车的展位，欢迎您去看一下!”当客户表现出明显的意向时，一边引导着客户往我们的展位走一边向其讲述“不花钱，中汽车”的活动，这时候客户已经对我没有那么强的戒备心了，我就会很容易的留下客户信息。通过这件事可以看出变通是多么的重要!

车展第四天算是相当轻松的一天，有了前几天的工作经验，我们收集信息也相对容易了，下午三点多的时候就撤展了，也表示着我们为期7天的实习正式结束了!四天工作，我们被保安驱赶过，也为了一个目标客户从一楼追到二楼过，有站了8个小时的后痛苦抱怨，也有吃饭闲暇时间的短暂快乐。

虽然工作不易，但其中的收获也很多。我们学会了在困难中相互鼓励，体会集体的力量。更加深入的了解了社会，学会了与形形色色的人打交道及更多的与人沟通的技巧，提高了自身的动手能力与分析问题及解决问题的能力。真的很感谢润华集团给我们提供这样一个接触社会的平台，人总是在不断的经历中长大，在实习的这一周中我们得到的东西远不能用四天的工资来衡量，每个人都会有或多或少的体会，或者受益终生的感悟。

3、关于专业

我的专业是会展经济与管理，实习一开始就是带着专业的问题去的。在工作的同时也没有忘了我的问题，私下里认真的观察着展馆布局，各个展位的划分。带着学习的心竟然真的发现了不少问题：

①展馆内柱子太多了，遮挡视线，而且顶部不高，要是大型的机械展根本无力承担。 ②展台搭建粗糙不细致。比如英菲尼迪的展位，电视屏幕竟然隐藏在柱子后面，观众看屏幕只能侧着看。另外展台桁架很细，结构也很简单，看着不是很安全。

③展馆空间利用不合理，二楼有很大一部分完全是闲着的，不知是不是因为招展没有招满。

④在展馆内竟然发现了卖陈奕迅演唱会门票的展位，另外还有卖茶叶的摊子!这难道不是专业的车展吗?

⑤组委会相当的失职。这么大一个展馆没有组委会的影子，连个办事处都没有，试问如果发生意外该去找谁来解决?

趁空暇时间打听了一下展位费，我们商务奔驰的展位大概80平米的样子，费用8.6万元。旁边英菲尼迪展位要大的多，而且位置好，费用40多万元。根据这种标准大概估计了一些舜耕整个的展区，只展位费这一项大概有600多万元的收入!不得不说展览是一个暴力的行业。可就是在赚了这么多钱的情况下为什么不肯多投入一点，把展会做的规范一点呢?为什么在济南这么个省会城市的车展还没有即将到来的青岛车展知名度高呢?

通过这些问题很失望的发现济南的展览市场很乱，离成熟的展览模式还有一定的距离，但也正是因为不成熟才有发展的空间。世道维艰，需会展各界人士共同努力!

4、关于广告

这次车展最不能让人忽略的便是铺天盖地的广告，以及五花八门的广告形式。其中以润华集团的广告最为引人注目。

润华所有的广告都以“不在润华买车是您的遗憾!”为切入点。每只“小蜜蜂”身上穿的衣服上都印着那句话，而且每只小蜜蜂都会在场内不停的来回的走动，这样每只小蜜蜂都是一个活的移动的广告体，时时刻刻吸引着观众的眼球。除此之外，市场部的同学发放的资料袋、遮阳板、充气棒、矿泉水、扑克牌上也都印着“不在润华买车是您的遗憾!”的字样，广告真的是无处不在!

其他参展商的广告形式也是多样的，比如在销售顾问的手臂上贴画，很吸引人眼球的一种纹身形式。还有的厂家做有奖问答活动，总会吸引很多人围观他们的展位，也是一种宣传方式。更有甚者做裸体彩绘，真是无所不用其极了!

五、总结

实习回来老师问我们有没有收获，在那一瞬间脑子里最先想起来的是枯燥地一遍遍向人索要信息的情景，真心觉得没有什么收获，说是实习但我们更多的是像廉价劳动力一样在工作，老师很诧异，我也很诧异。

我也一直以为自己是没有收获的，直到我们班级内部开了一个交流会。每个人3分钟说一下自己的实习感想。这时候每位同学都想起来那么多要说的话，实习时每一件小事都给我们带来很大的触动，具体到实习时碰到的某个客户的某句话，这时候回想起来都感触颇深。甚至有的同学通过这次实习改变了自己的职业目标和定位。这个交流会带给我们的领悟远远多于实习那几天，每种思想和感悟在这里碰撞，激发出共鸣和更多的想象。

回想自己这7天的经历，最大的收获是：社会上谋生谁都不容易，时刻谨记与人为善!

第2篇：车展报告书

车展报告书

尊敬的 荔浦县市容管理局 领导：

近年来，荔浦县利百新村建设发展有限公司积极配合荔浦县城市规划建设，先后开发了星河路、利百红桥、莲花公园、一江名城等多个项目。其中，一江名城和百利红桥项目被列为荔浦县“十二五”规划重点建设项目，现一江名城项目已进入销售阶段。

为助阵销售，帮项目聚集人气，让一江名城得到公众关注。我公司拟定于202\_年5月

24、25日，在一江名城销售中心所在地址——南岸桥头旁，开展“魅力桂林十二县名车巡回展”活动，活动方式为现场实体展出70多台新款汽车名品，从而吸引大量消费能力较强的人群前往驻足，为一江名城创造更多销售机会。

特向贵单位提出申请，望批准!

申请单位：桂林城视文化传媒有限公司

202\_年05月19日

联系人：肖红

第3篇：车展实习报告

车展实训报告

前言

感谢福建外经贸学院与福建中汽会展有限公司联系，才有了我们10会展班参与202\_年第十七届福州国际汽车展览会实习的机会。通过此次实习，同学们不仅可以有机地将理论与实践相结合，同时通过短时间的实践赚到宝贵的实习经验。这次的经历，对我们意义重大。

(一) 实习目的

通过实践，检验在校学习的理论知识，做到理论与实际相结合。还要不断从生活中，实践中学其他知识，为将来走入社会做一个良好的思想和实践准备。主要有以下三个目的：

1，通过实习拓宽同学们的视野。通过参与车展的具体工作，从这样一个小窗口来观察如此庞大的会展运营是怎样有效有序地实施和进行的，在现场的工作其实也是在学习，这使教学不再局限于上课的教师和大学的小圈子，而是放眼到社会，到具体的会展实施。

2，理论结合实践，在实践中学习其他知识，有益于今后的学习。平时我们的学习都局限于书本和老师的讲解，而通过这次的亲身参与，我们可以直观的感受到会展现场的气氛，不管多大的会展项目都是通过一点一滴的细节准备和工作，才能有机的结合成为一个有效的管理，有序进行的会展现场。虽然只参与了其中的一小部分的事实阶段，但是对于同学们的学习来说，已经有了很大的帮助，这样更有利于同学们今后在课程上的学习。

3，积累亲身实践的经验，锻炼实践的能力，为以后寻找工作打下基础。虽然实习的时间只有短短的几天，但这样的实习经历对还处于大学阶段的我们来说是很宝贵的，这次的实习经历，为我们在今后找工作打下了良好的基础。

(二)实习时间及其过程

202\_.4.24～202\_.5.3

过程：按照规定，服务时间从上午8：00到下午5：00，上午7：30报到。自24-28日各参展商携带通知书到会展服务中心报到，并进行布展;29-3日期间为展览时间，并在3日下午撤展。我们将服务本次展会，并从中学习。

(三)实习地点

福州海峡国际会展中心

(四)实习单位的基本情况

第十七届福州国际汽车展览会, 由中国汽车工业国际合作总公司、福州市人民政府、中国房车精装车行业联盟、汽车品牌科技研究中心、上海国际汽车改装博览会组委会、福建中汽会展有限公司、北京澳德盛隆汽车科技有限公司共同主办。本届五一车展的主题为\"跨越发展·畅享未来\"，突出科技和环保两大特色，着力于打造\"海峡地区第一大车展\"这张城市名片。随着展会搬进海峡国际会展中心，福州五一车展的规模和档次都有了提升。本届展出面积达7万平方米，吸引了80个汽车品牌参展。

(五)实习的主要内容

本次实习分为两个阶段，共十天。前五天为展前布置，后面五天为参展时间。 到现在我还记得，当班长在班上通知说接下去几天我们班要到福州海峡国际会展中心进行实习，那时的我，心情是激动又有点茫然的，因为在此之前，我只是在课本上了解会展这一专业的知识，还没亲身经历过，不知道去那里要干什么。

终于到了实习的时间，在一片闹钟铃声中，我们是在熙熙攘攘的抱怨声中纷纷起床了。由于里海峡国际会展中心比较远，所以我们只得很早起来，很多同学都赶忙买了点馒头或是包子到车上再吃。一路上我们唱着歌，怀着对海峡国际会展中心的好奇心，大家都很兴奋。在经过半个多小时，车子终于到了我们所要实习的地点——海峡国际会展中心。在刚下车的一瞬间，我就被那场景所震慑了，展现在我们面前的是一个大型的建筑，太大了，听同学们说着是亚洲最大的展馆之一。

因为到得比较早，所以大家就开始拍照留念，期间大家都扬着青春的笑脸，突出大家心的心情。八点到了，我们进了展馆的大厅，对接下去我们要做的事进行了解。我们每个小组都各自拿一张地图，到整个展馆走一趟，了解展馆的结构、各个展厅的位置，这有利于以后的工作。接下来我们各自都被分配了工作，我和其他三个同学被分配到了

大厅，进行参展商的签到和发布展证，剩下的同学则都到各个展厅的停车场对货车进行疏通。因为是第一天，所以大家的任务都比较轻松，参展商来的不多，很多时候我们都坐在那里，听学长学姐说在遇到哪个情况应该怎么办，这无形中让我们学到了很多。很快一天就这么过去了，虽然我们都在做着同一件事情，但从中我们学到了许多课本上学不到的知识。下午五点，虽然我们都累了，但却掩盖不了大家脸上的笑容，这个中滋味只有自己才能了解。

第二天，队伍中多了一些新面孔，少了一些老熟人。因为学生人数比较多，不可能所有人每天都到，所以班委们商量了下进行分组，每人有三天参与的时间，时间间隔开来，每天都要有一个前一天的同学到，教新来的同学如何操作。我因要教新同学，所以还是到大厅做签到的工作。这一天，参展商的人数比前天多了很多，但问题也多了出来，很多参展商在之前对展厅展位不怎么了解或是要改变展位的面积，等等。其中有不少是我们所无法操作的，只能求助于学长学姐们，而学长学姐们也借此教我们一些工作时应该要注意到的细节和处理问题时的技巧，因此，我们学到了许多课本上学不到的知识，学会了与人沟通的手段和对事情的解决的途径。

随着时间的前进，展览的日子也逐渐接近，在签到、发布展证的同时，我们还要发参展证、记者证、服务商证……同学们的事越来越多，都没有多余的时间去想或去干其他的事情，都尽职地干着自己的本职工作。

时间很快就到了29号了，这一天是展会的开幕式，很遗憾的是我没有去，听同学们说那天很热闹，很多记者都到场了，还有政府人员，参展商都参加了。

随着展览的对外开放，我们的工作也变了，班里每天都要有十三个同学去那里当门禁，门禁就是在入口处检票，对进出展馆的人员进行检查。听的是很简单，但真正做起来却有点难。因此，在29号前一天下午，组委会将我们集中起来进行培训，让我们实际操作、练习，以备接下去几天的工作。

当门禁要一整天都站在那里，做着同一件事，很累人的。因为正值五一期间，很多人都趁此机会来观看。人多了，矛盾也就出来了，遇到的人都不一样，有些人很配合自己，有点则很没礼貌，但你不能发脾气，要礼貌地对他们说明原因，要有技巧地向他们解释，这无形中锻炼了我们与人沟通的能力。期间我们都有一些自由时间，我们通常都会两人一组到展厅走一走，看看里面的一些情况，放松一下心情。能成功的完成工作，虽然工作很简单，但我真的学了很多知识，长了很多见识。真的好喜欢这样的感觉。

(六)收获和体会

这次实习中，我深深的感受到，学生的实际操作能力与在校理论学习有一定的差距.实践，就是把我们在学校所学的理论知识，运用到客观实践中去，使自己所学的理论知识有用武之地.只学不实践，那么所学的就等于零.下面是我对实习的一点感受：

1，我们要在学校里学习理论知识，还要从生活中，实践中学习其他知识。作为我们学的专业，要做到理论与实际相结合，这样才能真正的知识。因此，我们需要理论与实际相结合，及时了解到社会的发展，不只要学好学校里所学的知识，还要不断从生活中，实践中学其他知识，不断从各个方面武装自己，才能在竞争中突出自己，表现自己。

2，人际沟通是关键。

另外，人际沟通在每个行业都是非常重要的，沟通不是单独的行为。从你进入团队开始，每一个眼神和表情，每一个动作和行为，每一句话甚至玩笑都是你处好人际关系的关键。对于一个新工作，只要没有亲自做过,肯定是做不好的.所以请教别人是应该的。但是在执行时,不要问为什么，只需要问怎么做.要么没有时间跟你解释，要么解释不清楚，要么根本没有理由，要学会对自己的行为负责任。

3，实习是让自己学的理论知识有难变简单再变困难的过程。

刚开始实习，我感觉学校的东西的没有用的。感觉学的理论是那么的遥远，那么的让人难以琢磨。学会了简单的操作之后，才发现好多东西都是可以和学过的东西结合的，并且是一些简单的理论——老师要求了解的内容。随着工作的深入以及了解，就会感觉把学过的东西和在实践中运用并不是一件容易的事情。是的，学会实践结合理论是容易的，而用理论创造实践的过程却是困难的。

这是我第一次参加这样的活动，从一开始我就作好了决定，要认真地对待这次实习，把它当作我人生的第一次锻炼。

经过这次的实习，我不仅对专业的工作方向有了大致的了解，也学到了许多课本上没有的知识，学会了怎样处理日常工作事务，学会与人合作，为以后的工作打下基础。

通过这次展会，我切身感受到要完成整个展会工作，必须具有良好的统筹能力、良好的业务关系、还需要精心策划、耐心沟通，要具备化危机于困境之中的超强能力，在参与过程中，我锻炼了沟通能力、协调能力、组织能力，发现问题的能力，同时与同学之间体现出良好的互帮互带的专业团队精神。

第4篇：车展实习报告

车展实训报告

工程技术学院车辆工程2010311378赵基

前言

感谢学院的各位老师，才有了我们参与202\_年第十四届昆明国际汽车展览会实习的机会。通过此次实习，同学们不仅可以有机地将理论与实践相结合，同时通过短时间的实践赚到宝贵的实习经验。这次的经历，对我们意义重大。

(一) 实习目的

通过实践，检验在校学习的理论知识，做到理论与实际相结合。还要不断从生活中，实践中学其他知识，为将来走入社会做一个良好的思想和实践准备。主要有以下三个目的：

1，通过实习拓宽同学们的视野。通过参与车展的具体工作，从这样一个小窗口来观察如此庞大的会展运营是怎样有效有序地实施和进行的，在现场的工作其实也是在学习，这使教学不再局限于上课的教师和大学的小圈子，而是放眼到社会，到具体的会展实施。

2，理论结合实践，在实践中学习其他知识，有益于今后的学习。平时我们的学习都局限于书本和老师的讲解，而通过这次的亲身参与，我们可以直观的感受到会展现场的气氛，不管多大的会展项目都是通过一点一滴的细节准备和工作，才能有机的结合成为一个有效的管理，有序进行的会展现场。虽然只参与了其中的一小部分的事实阶段，但是对于同学们的学习来说，已经有了很大的帮助，这样更有利于同学们今后在课程上的学习。

3，积累亲身实践的经验，锻炼实践的能力，为以后寻找工作打下基础。虽然实习的时间只有短短的几天，但这样的实习经历对还处于大学阶段的我们来说是很宝贵的，这次的实习经历，为我们在今后找工作打下了良好的基础。

(二)实习时间及其过程

202\_.7.1.过程：按照规定，服务时间从上午8：00到中午12:00。自24-28日各参展商携带通知书到会展服务中心报到，并进行布展;29-3日期间为展览时间，并在3日下午撤展。我们将服务本次展会，并从中学习。

(三)实习地点

昆明国际会展中心

(四)实习单位的基本情况

第十四届昆明国际汽车展览会, 由中国汽车工业国际合作总公司、昆明市人民政府、中国房车精装车行业联盟、汽车品牌科技研究中心、上海国际汽车改装博览会组委会、北京澳德盛隆汽车科技有限公司共同主办。本届七一车展的主题为\"跨越发展·畅享未来\"，突出科技和环保两大特色，着力于打造\"西南地区第一大车展\"这张城市名片。随着展会搬进昆明国际会展中心，昆明七一车展的规模和档次都有了提升。本届展出面积达7万平方米，吸引了50个汽车品牌参展。

(五)实习的主要内容

本次实习分为两个阶段，共十天。前五天为展前布置，后面五天为参展时间。

到现在我还记得，当班长在班上通知说接下去几天我们班要到昆明国际会展中心进行实习，那时的我，心情是激动又有点茫然的，因为在此之前，我只是在课本上了解会展这一专业的知识，还没亲身经历过，不知道去那里要干什么。

终于到了实习的时间，在一片闹钟铃声中，我们是在熙熙攘攘的抱怨声中纷纷起床了。由于离昆明国际会展中心比较远，所以我们只得很早起来，很多同学都赶忙买了点馒头或是包子到车上再吃。一路上我们唱着歌，怀着对昆明国际会展中心的好奇心，大家都很兴奋。在经过半个多小时，车子终于到了我们所要实习的地点——昆明国际会展中心。在刚下车的一瞬间，我就被那场景所震慑了，展现在我们面前的是一个大型的建筑，太大了，听同学们说着是全国最大的展馆之一。

因为到得比较早，所以大家就开始拍照留念，期间大家都扬着青春的笑脸，突出大家心的心情。八点到了，我们进了展馆的大厅，对接下去我们要做的事进行了解。我们每个小组都各自拿一张地图，到整个展馆走一趟，了解展馆的结构、各个展厅的位置，这有利于以后的工作。接下来我们各自都被分配了工作，我和其他三个同学被分配到了

大厅，进行参展商的签到和发布展证，剩下的同学则都到各个展厅的停车场对货车进行疏通。因为是第一天，所以大家的任务都比较轻松，参展商来的不多，很多时候我们都坐在那里，听学长学姐说在遇到哪个情况应该怎么办，这无形中让我们学到了很多。很快一天就这么过去了，虽然我们都在做着同一件事情，但从中我们学到了许多课本上学不到的知识。下午五点，虽然我们都累了，但却掩盖不了大家脸上的笑容，这个中滋味只有自己才能了解。

第二天，队伍中多了一些新面孔，少了一些老熟人。因为学生人数比较多，不可能所有人每天都到，所以班委们商量了下进行分组，每人有三天参与的时间，时间间隔开来，每天都要有一个前一天的同学到，教新来的同学如何操作。我因要教新同学，所以还是到大厅做签到的工作。这一天，参展商的人数比前天多了很多，但问题也多了出来，很多参展商在之前对展厅展位不怎么了解或是要改变展位的面积，等等。其中有不少是我们所无法操作的，只能求助于学长学姐们，而学长学姐们也借此教我们一些工作时应该要注意到的细节和处理问题时的技巧，因此，我们学到了许多课本上学不到的知识，学会了与人沟通的手段和对事情的解决的途径。

随着时间的前进，展览的日子也逐渐接近，在签到、发布展证的同时，我们还要发参展证、记者证、服务商证……同学们的事越来越多，都没有多余的时间去想或去干其他的事情，都尽职地干着自己的本职工作。

时间很快就到了29号了，这一天是展会的开幕式，很遗憾的是我没有去，听同学们说那天很热闹，很多记者都到场了，还有政府人员，参展商都参加了。

随着展览的对外开放，我们的工作也变了，班里每天都要有十三个同学去那里当门禁，门禁就是在入口处检票，对进出展馆的人员进行检查。听的是很简单，但真正做起来却有点难。因此，在29号前一天下午，组委会将我们集中起来进行培训，让我们实际操作、练习，以备接下去几天的工作。 当门禁要一整天都站在那里，做着同一件事，很累人的。因为正值五一期间，很多人都趁此机会来观看。人多了，矛盾也就出来了，遇到的人都不一样，有些人很配合自己，有点则很没礼貌，但你不能发脾气，要礼貌地对他们说明原因，要有技巧地向他们解释，这无形中锻炼了我们与人沟通的能力。期间我们都有一些自由时间，我们通常都会两人一组到展厅走一走，看看里面的一些情况，放松一下心情。能成功的完成工作，虽然工作很简单，但我真的学了很多知识，长了很多见识。真的好喜欢这样的感觉。

(六)收获和体会

这次实习中，我深深的感受到，学生的实际操作能力与在校理论学习有一定的差距.实践，就是把我们在学校所学的理论知识，运用到客观实践中去，使自己所学的理论知识有用武之地.只学不实践，那么所学的就等于零.下面是我对实习的一点感受：

1，我们要在学校里学习理论知识，还要从生活中，实践中学习其他知识。作为我们学的专业，要做到理论与实际相结合，这样才能真正的知识。因此，我们需要理论与实际相结合，及时了解到社会的发展，不只要学好学校里所学的知识，还要不断从生活中，实践中学其他知识，不断从各个方面武装自己，才能在竞争中突出自己，表现自己。

2，人际沟通是关键。

另外，人际沟通在每个行业都是非常重要的，沟通不是单独的行为。从你进入团队开始，每一个眼神和表情，每一个动作和行为，每一句话甚至玩笑都是你处好人际关系的关键。对于一个新工作，只要没有亲自做过,肯定是做不好的.所以请教别人是应该的。但是在执行时,不要问为什么，只需要问怎么做.要么没有时间跟你解释，要么解释不清楚，要么根本没有理由，要学会对自己的行为负责任。

3，实习是让自己学的理论知识有难变简单再变困难的过程。

刚开始实习，我感觉学校的东西的没有用的。感觉学的理论是那么的遥远，那么的让人难以琢磨。学会了简单的操作之后，才发现好多东西都是可以和学过的东西结合的，并且是一些简单的理论——老师要求了解的内容。随着工作的深入以及了解，就会感觉把学过的东西和在实践中运用并不是一件容易的事情。是的，学会实践结合理论是容易的，而用理论创造实践的过程却是困难的。 这是我第一次参加这样的活动，从一开始我就作好了决定，要认真地对待这次实习，把它当作我人生的第一次锻炼。

经过这次的实习，我不仅对专业的工作方向有了大致的了解，也学到了许多课本上没有的知识，学会了怎样处理日常工作事务，学会与人合作，为以后的工作打下基础。

通过这次展会，我切身感受到要完成整个展会工作，必须具有良好的统筹能力、良好的业务关系、还需要精心策划、耐心沟通，要具备化危机于困境之中的超强能力，在参与过程中，我锻炼了沟通能力、协调能力、组织能力，发现问题的能力，同时与同学之间体现出良好的互帮互带的专业团队精神。

第5篇：车展实习报告

实习时间：202\_,9,3——202\_,9,9 地址：润滑雷克萨斯店——舜耕会展

一 车展前的准备

1，自述语：这是个千载难逢的好机会，往年营销实习都没有学校找合作企业，大都是我们学生自己找自己的，有的干脆直接回家玩去了。今年，我们学校找了一家企业，我们过去帮忙搞车展，挺好的实习机会。润华集团再次走进我们的生活，接受学校方面的安排，认真听企业代表的要求，配合他们的工作，完成我们的实习工作! 2，认识语： (1)标识：

(2)企业形象：润华追求积极、健康、向上的社会形象，致力于成为社会信赖的企业成员，润华要用自己兢兢业业的作风、机敏睿智的思考、矢志不移的追求和无怨无悔的努力赢得社会大众的尊重。

(3)经营理念;责任重于泰山、诚信以至百年 。好学敏求、敬业团结、务实创新、追求卓越

(4)润华简介：润华集团股份有限公司是一家跨地区、跨行业的综合性大型股份制企业集团，山东省政府确定的全省首批51家现代企业制度试点单位之一。经营领域涉及汽车销售、汽车修理、配件供应、旧机动车交易、客运出租、汽车租赁、机动车拍卖、房地产开发、制药、进出口贸易、物业管理、广告企划等众多行业，并参股金融业，基本确立了以汽车服务业、药业、房地产业为支柱产业，投资、贸易、实业协调并进的发展格局。

(5)发展历程：自1993年以来，润华集团股份有限公司连年被山东省工商局评为省级“重合同、守信用”企业，并获济南市银行系统“AAA级信用企业”称号;1994年以来连年位居山东省物资流通企业百强之首;1995年以来连年被评为山东省工交财贸系统经济效益排头兵企业;1996年全国汽车流通系统综合实力排名第四，经济效益名列榜首;202\_年被国家人事部、国内贸易局评为全国内贸系统先进单位;200

1、202\_年连续被省工商局评为合同管理先进单位;202\_年被国家工商局评为“中国重合同、守信用企业”。 成立十二年来，润华集团坚持以改革创新为动力，大力推行现代企业制度建设，不断强化企业的核心竞争能力，始终保持了较快的发展速度，基本确立了适应市场经济发展要求的科学管理体制和内部运营机制。在当前新的形势下，润华将更加自信地迎接新的机遇和挑战，继续强化企业文化建设，不断实施经营创新，全面打造润华服务品牌，努力提高润华的市场竞争力和社会影响力，为把公司建设成为以商贸为龙头、以科技为先导、以金融为后盾的多元化、实业化、国际化的大型企业集团而努力奋斗。 3,4S店认识：

我被分配到润滑雷克萨斯4S店，一个很高端的店。这个国外品牌，豪华系列的精品，将带给我不一样体验。 (1)雷克萨斯标识：

(2)雷克萨斯简介: 雷克萨斯(Lexus)是日本丰田汽车公司旗下的豪华车品牌，它于1983年被首次提出，但仅用十几年的时间，自1999年起，在美国的销量超过奔驰、宝马，成为全美豪华车销量最大的品牌。过去，Lexus在国内的中文译名是凌志，202\_年6月8日，丰田公司在北京宣布将Lexus的中文译名由“凌志”改为“雷克萨斯”，并开始在中国建立特许经销店，开始全面进军中国豪华车市。

(3)发展历程：1983年8月，TOYOTA主席Eiji Toyota决定是时候创立一个豪华品牌来挑战世界上最好的豪华车。

1985年5月，一个设计小组被派往加利福尼亚设计概念车。同年7月，第一个LS400的原型被建造出来。

1986年5月，性能测试在德国的Autobahn展开。9月，测试在美国的公路上广泛开展。1987年5月，公司管理层通过了LS400的最终设计。

1989年1月，LS400和ES250在底特律和LOS ANGeLES车展除去面纱。并在同年9月上市销售。

1993年3月，LEXUS雷克萨斯GS300正式上市销售。 1994年11月，重新设计的第二代LS400上市销售。

1997年1月， LEXUS雷克萨斯在北美国际车展中推出其高性能轿车(HPS) 之概念车。HPS的推出预示了全新GS400和 GS300运动型豪华轿车将在1998年作为LEXUS雷克萨斯的一个全新车型系列的诞生。

1997年9月，LEXUS雷克萨斯第二代GS400和 GS300全新亮相。第二代GS采用拥有智能正时可变气门控制系统 (VVT-i)技术的发动机。GS400 采用的 V8发动机功率达到300匹马力，GS300的直列六缸发动机功率为225匹马力。第二代GS同时安装了全新的5档自动变速器。

1997年12月，LEXUS雷克萨斯在洛杉矶车展上首次推出了其独一无二的Street Rod车型。Street Rod以跑车的设计为蓝本，首次展示了特别改款的LEXUS雷克萨斯GS 400 V8引擎，最大功率达到400匹马力，动力澎湃。

1999年4月，LEXUS雷克萨斯赛车队成立，两款LEXUS雷克萨斯GS400赛车在摩托罗拉杯系列大奖赛中首次亮相，在9个分站赛中赢得四个分站第一的佳绩。

202\_年8月，与GS系列配套的LEXUS雷克萨斯L-tuned运动包及运动配件在 LEXUS雷克萨斯各特许经销店销售。

202\_年9月，LEXUS雷克萨斯GS400采用全新4.3升V8发动机，正式更名为GS 430。 202\_年3月，LEXUS雷克萨斯推出其限量版运动款GS300。该款车配备有全新的马鞍色真皮坐垫，青铜色全铝车轮以及独一无二的石墨珍珠色车身。 新雷克萨斯ES240 豪华版

202\_年5月，LS系列连续7年被 J.D.Power & Aociates美国新车质量调查(IQS)评为顶级豪华房车类新车质量榜首。该调查结果还显示：LEXUS雷克萨斯GS系列和ES系列分别为中级豪华车和入门级豪华车第一名。

202\_年6月8日，北京LEXUS部今天宣布，截止202\_年第四季度，LEXUS雷克萨斯将在中国的北京、上海、广州和深圳四城市建立六个LEXUS雷克萨斯独立的特许经销店。这意味着LEXUS雷克萨斯品牌专卖店正式进驻中国。

202\_年3月，LEXUS雷克萨斯第三代GS430和GS300轿车正式在中国上市销售。

202\_年9月 雷克萨斯正在开发一款全新的紧凑型掀背车，该车的概念版车型将在9月开幕的法兰克福车展正式亮相。

4，车系：CT200h;IS250;ES240，ES350;GS250GS350;RX270，RX350，RX450h;GX460，LX570; LS600HL LX570GS350LX570LS460L (5)培训：在雷克萨斯店，我们练习话述，学习一些雷克萨斯车型，并且推敲潜在顾客的心理。如，雷克萨斯制胜秘诀： 雷克萨斯全力以赴，开创局面尽善尽美;雷克萨斯销售网络，同行之中最为精良;雷克萨斯顾客至尊，盟友之上超越想象;雷克萨斯每时每刻，创造激情难忘体验。

二 车展实战

1,培训演练：我们这次一共实习了七天，其中前三天是在企业培训。

在实习的第一天，我们很早就到了实习的地点：润滑汽车公园，这里是润滑在济南的主要经销地点，也集中了润华集团自身所代理的主要的汽车品牌，而且未来的济南车管所也将坐落在这个园区里面。面积很大，而且所有的4S店主要围绕着园区里面的主要道路分布。所有的4S店都是前半部负责销售，后半部负责维修保养的分布情况，在实习的时候，我特有的到了润华的维修车间中进行了观察，这里的地面虽然不能说的光可鉴人，但是基本上保持了无油污等一些规定，这确实是非常的厉害，毕竟在维修汽车这样的高强度工作下，依然能够保持如此整洁程度，确实是非常的不容易，这一方面体现出了该集团自身管理方式和企业设备方面确实过硬，同时也反映了该企业自身的员工自身的素质非常的优秀，一个企业的成功，最重要的是构成企业自身的员工的高素质和积极性，任何一个成功的企业，其员工必然也是成功和优秀的。

在实习开始的第一天里面，企业的员工主要是向我们介绍了企业的基本情况和关于在实习中的一些主要的事情，在后来的阶段中，企业内部主要负责销售的员工主要向我们介绍了关于大众品牌的一些基本情况和大众的主要车型和相应的信息，并且对我们提出了相应的要求来改进我们的一些问题，在这里，我们了解了关于大众的一些事情，特别是在具体的销售过程中我们所要面对的一些重要的事情，包括如何和顾客打交道，车辆的细节信息以及其他的一些很重要的东西。、

第二天，我们主要了解了我们这次实习的主要地点——齐鲁车展的一些必要的信息，以及我们在这次车展上的一些主要的任务，并且企业对于我们的工作提出了相应的标准和要求，齐鲁车展是华东地区最大的汽车展销活动，也是润华集团每年非常重视的汽车销售活动看，凭借这个平台，润华集团除了可以得到较高的销售额之外，也能通过这个人数众多的销售活动在广大的消费者群体中得到较高的知名度，为未来的企业市场开拓发展打下良好的基础，而每次在这种情况下，该企业自身的员工也会面对着非常巨大的压力，当然，企业为了调集员工的积极性也会开出非常优厚的奖励条件来激发员工的积极性，特别是面对着如今的经济大环境的不景气，企业为了自身的生存，必须充分的调集起员工的积极性来应对严峻的经济形势，而在这种环境下，元功能得到锻炼，企业自身也能够得到磨砺，任何一个伟大的企业其伟大之处并不是发展的如何的好，而是在面对困境的时候如何去应对并且将危及转化为机遇。

第三天主要是熟悉前两天的培训内容。同时我们还有了自己的术语。 “先生/女士：

您好，我是润华集团的工作人员。润华集团正在进行‘不花钱，中汽车’的活动，只要您留下信息就有机会获得价值16.99万的雪佛兰迈瑞宝中高级汽车一辆。”这段话述虽然不长，但是其中蕴含了大量的营销知识，为我以后与顾客打交道提供了借鉴，也为以后的学习提供了经验。

在这一天里，很多的同伴都感冒了，主要原因是第一天的空调温度过低。一整天的时间里面，我们都在紧张的准备着第二天的车展活动中所需要的各种东西和各项准备。3天的4s店培训就这样结束了，这这几天的工作和学习中不仅让我了解学到很多东西，还锻炼了我的胆量、语言交流能力和心理 洞察能力，让我知道如何做好一名职业人。校园和社会环境存在很大差别，这就要求我们不仅掌握理论知识，更要重视实习 ，利用假期时间走进社会实习 ，锻炼、提高自己，积累经验。成长，是一种经历;经历，是一种人生的体验。人生的意义不在于我们拥有了什么，而在于从中我们体会什么。假期社会实习 活动给了我们一个锻炼自我的平台，让我们有所体会、有所启迪、有所感悟 ，让我们更好地成长。

2，开门实战：这次自己的工作挺轻松的，我和一些同学前两天是举牌，当人体广告，移动广告。第一天，感觉只是新鲜，来来去去，顺便帮顾客指路，不过由于工作牌柄太软支撑不住牌子，非得用手托举，挺累的。不过到第二天还好，牌子换了，柄用木棒换了，可以轻松举起。最后两天又开始春季车展工作，拉客!就是把准顾客拉给销售顾问，或者留下对方的信息。在工作中我们产生各种各样的人，一些话述都是可以自己改变的。向下面几种： (1)、嗓门型，像机关枪一样的，一刻不停地说“哎呀，我是丰田展台的呀，我们的展厅就在前面，你可以看一下，我们还有一些列优惠活动，你可参加、、”注意，这些话是一口气的，几乎不能插话。 (2)、贿赂型，说话有点结巴的，你看我也和你说那么久了，你就陪我去看看吧： 我们也是来实习的，帮帮忙了，在家靠父母，出门靠朋友，看看又不花钱，走吧走吧; (3)、来拽型，可以适当拉客户走，说着走着，逐渐把客户带到展厅 3，实习目的：

(1)通过实习拓宽我们的视野。通过参与车展的具体工作，从这样一个小窗口来观察如此庞大的会展运营是怎样有效有序地实施和进行的。在现场的工作其实也就是在学习，以实践的方式来拓宽我们的视野，不再局限于上课的教室以及大学的小圈子，而是放眼到社会、到具体的会展实施。

(2)理论结合实践，更有益今后的学习。我们平时的学习都局限于书本与老师上课的讲授，通过亲身参与会展现场，可以直观的感受到会展现场的气氛。再庞大的会展项目，都是通过一点一滴的细节准备和工作，才能有机的结合成一个有效管理、有序进行的会展现场。虽然只是参与了会展组成部分中的实施阶段，但是对于同学们的学习来说，已经有了很大的帮助，这样更有利于同学们今后在课程中的学习。

(3)积累实习的经验，为今后寻找工作打基础。虽然只有短短的几天，但是这样的服务实习经历对于还处于大学学习阶段的我们来说是很宝贵的，大二的我们面临找实习的问题以及毕业就业的问题，这次的实习经历，为我们在今后找实习、工作打下了良好的基础。

4，实习总结：这是我第一次参加这样的活动，从一开始我就作好了决定，要认真地对待这次实习，把它当作我人生的第一次锻炼。

经过这次的实习，我不仅对专业的工作方向有了大致的了解，也学到了许多课本上没有的知识。现代的市场竞争已经进入了白热化程度，很多企业因此提出了各种各样的营销新思路。但到底怎样的思路是适合的?完美未必就是合适的，不合适的就必定不是最好的，只有合适的才是最好的。在实习的7天中，我学会了怎样处理日常工作事务，学会与人合作，为以后工作打下基础。我学的是市场营销专业，这也是我以后想从事的行业。这次的实习也让我进一步了解到，营销与之前所说的那些传销什么的是不一样的。

同时我对自己提出了新的要求，要有良好的心理素质及受挫折的心态，要有良好的语言表达能力及与陌生人交流的能力，要有吃苦耐劳的精神，要坚持不懈。这些都是我现在所欠缺的一些能力。而这些能力也是我在以后参加就业所必须具备的一些能力。因此在接下来的时间里，让我有了新的动力。让我对自己所学的专业知识有了一个全新的认识。

结束实践以后，感受甚多，使自己更近一步了解了这个社会，更近一步了解了自己。社会实践加深了我与社会的感情，拉近了我与社会的距离，也让自己在社会实践中开拓了视野，增长了才干，进一步明确了我们青年学生的成材之路与肩负的历史使命。社会才是学习和受教育的大课堂，在那片广阔的天地里，我们的人生价值得到了体现，为将来更加激烈的竞争打下了更为坚实的基础。希望以后还有这样的机会，让我从实践中得到锻炼。通过实践使我增长了见识，也懂得了许多做人的道理，也使我更清楚地认识到自己的不足和缺点，所以我要在今后的学习和生活中严格要求自己，提高自己的素质，努力学好自己的专业技能短期的社会实践，一晃而过，却让我从中领悟到了很多的东西，而这些东西将让我终生受用。社会实践促进了大学生的全面发展。通过社会实践活动，我们从与人民群众的广泛接触、了解、交流中受到真切的感染和体验，从无数活生生的典型事例中受到深刻的启发和教育，使思想得到升华，社会责任感增强。在实践中，我们的人生观、价值观得到进一步的强化，提高了认识能力、适应能力和创新能力。这不仅是一次实践，还是一次人生经历，是一生宝贵的财富。在今后我要参加更多的社会实践，磨练自己的同时让自己认识的更多，使自己未踏入社会就已体会社会更多方面。让自己在毕业就业的时候可以有更多的选择机会。

4，感悟：通过这次实习我们基本达成实习目的，只要看看我们回来的摸样，以及心情，我们都有自己深刻的体会，最任何事都不容易，最好一件事更不容易!但我们可以不断学习，在学习中不断进步，成长起来!

同时，感谢张老师对我们的指导，与帮助。在实习期间不断对我们的关心;感谢润华集团给我们提供舞台。

第6篇：车展调查报告

篇1：202\_华中车展调研报告 华中国际汽车展览会 考察报告 姓 名：李莉

班 级：文化产业管理1101班 学 号：110907104 指导老师：陈慧英

目录：

一、展会概况简介

二、现场情况分析

1、豪车云集，竞相争艳

2、车模妖娆，各种迷人

3、参展观众年轻化

4、展位设计个性化

三、参观观众满意度的影响处

1、展会上购车的不便之处

2、各家优惠竞相加大，观众赏心悦目

3、展馆、展商服务周到

4、车型齐全，应有尽有

四、本届车展的不足与相关建议

1、缺乏特色活动，创新性值得提升

2、国内车展风气有待提升

3、现场秩序需要加强

4、对客户的服务应向全方位靠近

五、结语

一、展会概况简介

往届华中车展的举办地都是在武汉国际会展中心，由于展会的不断发展，参展厂商的数量增加，从本届起移址于武汉国际博览中心，该展馆是武汉现今最大的展馆，本次车展达到近10万平米的展出面积、活动面积1万平方米。由于武汉是国家中西部战略的桥头堡外加武汉市是中国第二大汽车产业基地。东风、神龙、标致、雪铁龙、本田、日产齐聚武汉，共同构成武汉强大的汽车产业基地，强大的汽车产业背景需要更加成熟的汽车用品行业配套使得华中车展在武汉的举办长盛不衰。 从5月29日开展到6月1日，为期四天的202\_第十二届华中国际汽车展览会暨楚天车展(国博展)在武汉国际博览中心完满结束。本届车展约有70余个汽车品牌参展，吸引了32万人次到场观展。车展首日便迎来了8万余人次到场参观，现场成交车辆约2400台，纷纷刷新往届的首日记录。开展第二天，观众量约有9.3万人，现场订出了1047辆车，相当于半分钟一辆车，再次刷新了展会纪录。 本次展会品牌覆盖全球汽车厂商，包括德系、英系、美系、法系、日系、韩系及自主等多个国家的知名汽车品牌。展出车型也十分丰富，涵盖了超跑、家轿、商务车、suv、mpv、房车、旅行车等，充分满足了各类人群的购车需求。参展品牌有阿斯顿?马丁、玛莎拉蒂、斯堪尼亚、乔治?巴顿、特斯拉、林肯、保时捷、捷豹路虎、gmc、中欧房车、奔驰、劳伦士、卡尔森、奥迪、宝马、讴歌、ds、英菲尼迪、雷克萨斯、凯迪拉克、沃尔沃、克莱斯勒、进口起亚、雷诺、进口标致、斯巴鲁、上海大众、一汽大众、一汽丰田、一汽马自达、广汽丰田、广汽三菱、韩国现代、北京现代、广汽菲亚特、雪佛兰、别克、广汽本田、斯柯达、东风标致、东风雪铁龙、东风日产、东风本田、东风悦达起亚、东风风神、东风风行、福特、观致、长安马自达、广汽传祺、荣威mg、纳智捷、宝骏、陆风、启辰、长安汽车、比亚迪、长安铃木、江铃汽车、力帆汽车、奇瑞、昌河铃木、北汽威旺、一汽吉林、中华、北汽幻速、长城汽车、江淮、金杯、海马、一汽奔腾等70余个汽车品牌，带来了近千辆梦幻座驾华丽登陆江城，众多汽车品牌携厂家全新豪华展具出击华中国际车展，彰显品牌魅力。本届车展无论是在规模档次上，亦或是主题文化活动上，都将刷新往届华中车展记录，引领车界新风尚。

二、现场情况分析

华中国际汽车博览会从202\_年至今已有12年历史了，从开创到辉煌，从跌打滚爬到现在的妇孺皆知，如今一提到华中车展，人们的脑海中就能自觉地浮现出人山人海的场面，豪车、美女、钞票、闪光灯一波接一波，时尚鲜活、人潮涌动的会场激起观众的高昂情绪，而这极其亢奋的情绪氛围也有助于一笔又一笔交易的达成，在业界人士的眼里，这一组组惊人的成交数据正是他们的对华中车展的期盼。

1、豪车云集，竞相争艳

每年的华中车展现场都不乏经典车型，让人百看不厌，久久回味，今年也不例外。在腾讯网上就有报道本届车展在b4馆有一款“土豪金”讴歌zdx限量版，定价同样的十分土豪---88.8万元。还有70余个国内外主流汽车品牌联合参展，玛莎拉蒂、斯堪尼亚、特斯拉、林肯、保时捷、捷豹路虎、gmc、中欧房车、奔驰、劳伦士、卡尔森等重量级豪车均有亮相。为了方便市民的观展体验，展会现场还设立了汽车用品区、试驾区、金融服务区、房产鉴赏区、生活体验区、自驾旅游去等多功能区域，几乎与打造了首个高端的汽车生活主题馆，期间与汽车有关的都囊括在内了。

众多的豪车中最贵的当属售价1680万的斯堪尼亚了，此次出现的这位价值千万的斯堪尼亚超豪华房车是首次来到华中车展，极为难得的眼球盛宴。其威武霸气的外表下跟随着完美无缺的内置，生活、旅游功能一应俱全，也被车迷誉为房车中的“移动别墅”。

2、车模妖娆，各种迷人

车展中除了豪车最迷人的就属车模了，浓妆艳抹、搔首弄姿，迷倒万千男观众。29号就有新闻报道武汉华中车展某展台上的一名车模露点，引得众多男客疯狂拍照。本届车展上有穿唐装的车模、有穿比基尼的车模，各种穿着应有尽有，让看客大饱眼福。

同时现场的活动页精彩纷呈，a

3、a4馆之间连接馆内的大舞台上演着为期4天的“钢管舞挑战赛”，一个个美艳动人的钢管小姐凭借曼妙的舞姿和高难度的动作，赢得场下的一片叫好之声。狂野性感的特技舞蹈与时尚前卫的展览盛世碰撞出一场独特的展览会，在展会的第二天，更有“华中车展宜尚艺人超模大赛”的上演”，“新一代性感车模小天后”韩盼盼、“百变车模”吴雨婵以及“史上最豪放车模”豹纹yoyo担当比赛评委，而且韩盼盼还为部分汽车品牌站台。

3、参展观众年轻化

在我对本次车站的参观中发现和我一样前去参观的人们大都年龄在20岁到40岁之间，这一点从入场之处就不难发现。入场式需要门票的，而售票处人烟稀少，预约领票处却排着长长的队伍，这一环节需要提前在互联网上操作完后凭着收到的短信在参展当天门口实名确认后方可换的门票，年轻人对此才比较感兴趣，对互联网的利用才有如此充分。再者就是20岁以下的小孩对汽车美女之类的兴趣也不大，年长者对车模也已无心情，或许是更不适应会展这种喧闹、拥挤、吵杂的环境。另一方面是能买车、能开车都是有年龄规定的，从而造成了车展是一种观众年龄针对性很强的特殊展会。很多展会是老少妇孺皆适合的，但车展的对象主要是中青年分子，这样也有助于车展的主题定位应潮流化、时尚化。

4、活动设计多样化

车展期间，大舞台主题活动精彩不断，热辣的“钢管舞挑战赛”带来“力与美”的完美呈现。超级模特大赛引领潮流旋风，群芳争艳、美妙绝伦!电台主持人专场秀，为广大听众揭晓话筒背后的神秘面纱。还有很多商展的趣味活动在篇2：车展调查报告 202\_年扬州汽车博览会调查报告

——油价上涨情况下，消费者购买意愿与参展商销售情况 调查报告

【摘要】“202\_年扬州第十二届国际汽车博览会”于5月12日—5月15日在扬州国际博览中心拉开帷幕。在如今能源日趋匮乏的年代，面对持续上涨的油价，各个地区的汽车消费市场都在遭受着或大或小的冲击。根据腾讯汽车近两年的车市调查报告显示，有六成的被调查者会受到油价涨跌的影响而改变购车计划，而半数左右的消费者“会因油价涨跌改变选购车型排量”，两成左右的消费者“会因油价涨跌改变购车时间”。同时，也仅有三成被调查者表示“没有影响”。如此的油价环境，会给被本次汽车博览会的消费者和参展商带来怎样的影响?是否又会左右今后扬州汽车消费市场的发展与壮大?希望通过这次的调查与报告，让自己对这些问题有一个大概的了解。

【关键词】油价上涨、汽车博览会、消费者、参展商

202\_年2月19日，国家发改委决定，自20日零时起将汽柴油出厂价格每吨上调350元，全国平均93号汽油和0号柴油每升分别提高0.28元和0.30元。202\_年4月7日，发改委决定，自今日起汽柴油价格每吨分别上调500元和400元，90号汽油每升约涨0.37元，93号汽油每升涨0.39元，0号柴油涨0.34元，这是今年国内成品油价格第二次上调。虽然调整后的我国油价依然低于国际油价水平，但专家认为，受国际原油价格持续走高影响，当前国内油价并没有调整到位，未来油价仍有进一步上调空间。发改委能源研究所所长韩文科也表示：“随着国际油价的上涨，未来我国油价肯定还有进一步上调的空间，但是根据发改委的方案，调整的幅度会小一些，时间间隔会长一些。”

一、油价上涨的原因

面对如此的油价环境，发改委价格司司长曹长庆表示，选择目前时点调整成品油价格，主要由于近一段时间以来，受中东、北非特别是利比亚局势动荡影响，国际市场油价继续大幅攀升。实际上，我国油价的涨幅相较于国际油价还差了许多，如果国内抑制，坚持不涨，长此以往，必会背离市场价值，给国家和企业带来更大的亏损。

曹长庆司长表示，适时调整国内成品油价格，充分发挥价格杠杆的调节和引导作用，有利于鼓励企业充分利用国际、国内两个市场、两种资源;此外，满足国内正常合理的市场需求，有利于抑制石油消费过快增长，促进经济发展方式转变和资源节约。

二、车展概况

202\_年5月12日，扬州第十二届国际汽车博览会在扬州国际博览中心拉开帷幕。40多家汽车经销商集中参展，本次车展为期四天，于15日结束。据了解，此次车展几乎涵盖了扬城市场上目前所有的汽车品牌，带来了300多款车型。

国家统计局扬州调查队研究表明，202\_年至202\_年，扬州市区家庭汽车拥有量“4年增长5倍”，202\_年扬州市区私家车拥有率为3.5%，202\_年这个数据上升为18.2%。

形成这样一个蓬勃发展局面的原因主要在于：随着居民收入的稳步提高，许多人的购车愿望被释放，汽车步入越来越多的百姓家庭将会是一种趋势。但是，面对如今的油价环境，这种趋势是否会继续或者扩展下去，还有待时间的考证。

三、油价上涨对本次车展消费者购车的影响

本次车展被调查的消费者中，男性占绝大多数，约占总人数的75.4%;年龄在“25-35岁”和“36-45岁”之间的较多，分别占30.1%和28.6%，在“25岁以下”和“45岁以上”的比例分别为18.5%、22.8%;工作单位主要集中在“国有企业”、“私有企业”和“中外合资企业”，分别占24.6%、30.9%和20.3%;家庭年收入在“3万-10万”和“10万-20万”区间的比例相对较高，分别为45.5%、21.2%;在消费者所看中的车型中，轿车占46.1%，理由多为“耗油低”、“安全系数高”，有29.7%的人选择越野车，主要看中该类车的“性能”与“款式”，剩下的车型一共占24.2%。

1、被调查者对油价调整信息的关注程度较高

油价不断调整与有车一族的出行成本密切相关。调查显示，81.7%的被调查者“非常关注”油价调整信息，对油价调整“关注，但并不关心”的比例为17.8%，“不关注”的比例仅为0.5%(见图一)。被调查的消费者中，81.2%的人是有车族，13.0%的人目前没车，但“近期有购车计划”。

2、油价上涨前后，被调查者月均油费支出差距明显 根据调查显示，油价上调之前，被调查的私家车主们每月平均汽车消费支出在“1000元以下”的居多，比例为33.3%;其次为“1000-1500元”(27.8%)、“1001-1500元”(10.4%)(见图二)。油价上调后，从仅从汽车消费的油费花销水平看，每月平均油费支出大多在“500-1000元”之间，比例约达38.9%，“500元以下”的占19.5%，还有16.7%的受访者月均油费支出在“1001-1500元”(见图三)。

3、油价的上涨影响了大部分消费者

“油价越来越高，将来到底会高到什么程度?”不少车主对此表示担心。调查显示，89.2%的被调查者认为调高油价对自己“有影响”，其中，认为“影响比较大”和“影响非常大”的比例分别占36.4%、27.8%，认为“有一些影响，但不大”的比例占20.9%，选择“完全没影响”的比例仅占3.9%(见图四)。 篇3：车展调查问卷分析报告

关于南阳理工学院首届车展的调查报告 前言：

随着社会的发展，科技的突飞猛进，当今社会，汽车已经成为人们日常生活必不可少的工具之一。科技的发展也让汽车走进了千家万户，汽车已不再是奢侈的代名词，而是成为了便利的代号。从世界的汽车保有量来看，其数据呈逐年上升的趋势。

我们汽车服务工程也是顺应时代发展而设置的一个专业，依附在机械与汽车工程学院这个大树下，茁壮的成长。全院的老师也是对我们这群学子也是关怀备至，考虑着当前社会的需要，想将我们装备成一批能为社会做出应有的贡献的学子，为我们的前途做了很多的努力，这次车展也是为我们所策划的一个锻炼的机会，让我们找到自己的奋斗目标。而我们也将竭尽全力来举办好这次车展。为了能更好的开展这次活动，实现商家、学生、学院三方面的共赢，在车展前期我们首先进行了一次问卷调查：

一、调查目的：

掌握理工学院老师以及周边人群的汽车保有量的多少，对校内举办车展的看法，以及人们的对车的爱好习惯、买车时所考虑的相关因素等。为我们选择汽车参展商，为商家提供一个展示自己的平台提供数据。同时也为学生提供一个锻炼的机会。前期也是间接的对本次车展起到一个宣传推广作用。

二、调查对象及其一般情况

本次的调查对象分成了两类，一是理工学院在校的教职工，二是理工学院周边的个体商户、师院和医专的老师以及其周边的人群。本次问卷发放有202\_份，回收1935份。问卷发放时间是3月18 到4月2号。在问卷的发放以及回收的过程中，参与的工作人员有：大一学生64人。大二学生15人，大三学生50人，还有机械学院的全体老师的支持。本次车展参与人数之多、涉及范围之广实属南阳罕见。

本次调查问卷回收情况：校内发放800份，回收780份，有效份数740份有效率为92.5%，校外发放1200份回收 1155，有效份数1130，有效率为94.17%。

三、调查方式

本次调查方式分为两种，

一、针对在校老师，采取专人负责，一对一;分成小组，一个小组负责一幢楼，对每个老师都进行问卷调查。学校周边的人群则采取分区域负责制度，每个区域选出小组长，带领大家对合适的人群进行调查。实行一对一的问卷调查发放一方面有利于数据的真实性，同时也可以很好的听取被调查者所反馈的意见。

四、调查数据分析 第一题：第一题饼状图

第一题：根据调查结果显示的是汽车保有量的问题，从饼状图可以明显看出没有汽车的人数占有绝大一部分。

校内情况：调查结果显示，大部分老师目前没有汽车，开展本次车展，可以很好的对来参展的汽车品牌进行强有力的宣传，并且能够在第一时间打入消费市场广大的知识分子内部。我觉得这次车展的举办能产生很震撼的轰动效应。

校外情况：数据显示，理工校园没有车的占有大部分，几乎是拥有汽车人数的2倍。从这个结果中能看出，理工校园附近还是存在很大的潜在客户群的。这样对本次车展的开办也有一个很大的推动作用。 第二题： 第二题图表

从线状图可以很直观的看出校内外人们对于车型的追求有一个很大的区别。

校内数据分析：第二题的设计就是为了解众多老师希望想购买什么类型的车，据调查显示，前三名分别是三厢车、suv、越野车。根据与相关人员的沟通，三厢车之所以能取得这个高的人气是因为三厢车是大众眼中相对较常见的车型，而且价格也是分布在各个层次当中，相对来说两厢车的较低得分是因为，大家还不是太习惯两厢轿车，觉得它还不是轿车类型。suv的较高选择率也是因为sport utility vehicle 是运动型多用途汽车。

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！