# 电子专业市场调研报告

来源：网络 作者：紫云飞舞 更新时间：2024-08-11

*第一篇：电子专业市场调研报告《电子技术应用》专业市场人才需求调研报告中等职业教育是直接面向企业输送各类一线工作的专业人才，无论是培养目标的确定、教学计划的制定、课程的设置、理论教学的实施、实践教学环节的落实，还是学生毕业去向和学校服务于社...*

**第一篇：电子专业市场调研报告**

《电子技术应用》专业市场人才需求调研报告

中等职业教育是直接面向企业输送各类一线工作的专业人才，无论是培养目标的确定、教学计划的制定、课程的设置、理论教学的实施、实践教学环节的落实，还是学生毕业去向和学校服务于社会的宗旨都需要行业的介入和支持，单靠学校系统封闭的操作是走不通的。因此，它和企业的关系更为密切且更富有成果。

为科学预测就业市场，加强与用人单位的交流与合作，拓宽招生就业渠道，客观反映我校目前的毕业生素质和社会声誉，及时发现我校在基础设施、专业设置、素质教育、教学改革、学生管理等方面存在的不足，经校领导批准，于2024年7月～2024年9月由实习就业处朱喜雨老师带队，深入到广东、深圳具有代表性的多家电子设备生产企业和电子产品开发行业进行广泛深入的考察调研，经总结分析，形成调研报告。

一、广东省电子行业现状及特点

（一）国有企业规模较大，但负担过重

在调研过程中我们注意到，凡是资质等级比较高、规模比较大的电子产品生产制造企业有相当一部分是国营企业，它们具有相当的规模，也具有较雄厚的技术力量，但是由于是计划经济的产物，这些企业都有很多的富余人员，尽管多年来采取了改制或者分流等措施，仍然有较多的无法适应现代企业发展步伐的人员无法安置，这无疑就成了企业发展的负担。

（二）国企改制完成，但不够彻底

为适应市场经济的需要，多年来很多企业都进行了大胆的改革，但依然没有走出计划经济下国有企业模式的阴影，有些企业从方向到思路，从产品开发到管理各个方面都不同程度地存在着问题，主要表现为僵化、封闭、责任心不强、积极性不高等。有些企业虽然表面上改变了很多，但实质上还是换汤不换药，严重影响了企业长足发展与进步。

（三）企业人才充足，但分布不均

纵观广东省的电子技术行业，在某些方面可以说是人才济济，但在大、中、小型企业间，在不同地域的企业间，在不同的管理体制的企业间，以及在同一企业中人才的年龄结构、职称结构、人才类型等方面都存在着分布上的严重失衡。比如，大型企业的人才较多，小型企业的人才较少；国营企业的人才较多，集体企业的人才较少；技术力量薄弱者较多，掌握高新技术人才较少，无学历的劳动者较多，来自正规学校的人才较少等等。这都严重制约了企业的发展。

（四）企业需要人才，但人才外流现象普遍

由于广东省经济发展速度较快，一座座现代化楼宇如雨后春笋拔地而起，一个个现代电子技术企业也越来越多，行业势必需要大量人才，但由于企业负担重，经济效益不是很好，对人才报酬就较低。一个正规大学本科毕业的大学生到企业工作，工资收入也只能满足学生的基本生活需要，很容易使学生心理失衡，所以许多单位就出现“跳巢”现象，企业的技术人才大量外流、换岗现象对企业的长远发展带

来了极大的影响。

二、广东省电子应用技术行业人才分布及需求状况

（一）电子应用技术人员分布不均

广东省是个人才大省，具有较强的人才优势，但如前所述人才的分布却很不均匀，具体表现在：地域分布不均，职称分布不均，能力分布不均。

（二）、人才需求状况

尽管各个企业人才很多，但并不意味着就能完全满足企业的需要，企业的用人仍有很大的空间，企业对人才需求主要表现在以下几方面：

l、对人才学历层次的需求

现在的企业面临着日趋白热化的残酷的竞争，为了减员增效，提高人才的利用率，不愿意承担培训人才的任务，即企业不养“闲人”，所以企业就千方百计地寻找可以直接上岗的人才，为了提高企业的资质等级，对人才的学历要求也越来越高，各企业都需要具有一定动手能力大、中专毕业生。

2、对人才能力的需求

电子技术应用行业需要的是掌握了一定专业知识、动手能力强的技能型人才，特别对技能型人才要求比较高，在调研过程中我们注意到，在企业内很多人都担任了不同的工作角色，打破了原有的“一个萝卜一个坑”的用人模式，倡导“一个萝卜几个坑”，从而提高工作效率。几乎所有企业都喜欢既懂技能又懂管理，专业知识面广，一专

多能，具有一定社交能力和组织协调能力的专业人才。

3、对人才综合素质的需求

现在的企业对人才的综合素质也提出了很高的要求，从思想素质到职业道德及人文素质都提出了较高要求。劳动强度大，流动性大等特点决定了电子行业从业人员必须具备吃苦耐劳、勇于奉献的职业道德精神和品质。

三、我校具备《电子应用技术》专业课程改革的条件

1、办学基础良好

我校83年开设与《电子技术应用》专业相关的电子电器专业，97年开办中专班，在教学水平、教学管理、学生管理等诸方面已积累了一定的经验和能力。

2、有较完善的实验、实训设施

我校目前已建有较先进的多个实验室，多媒体室、语音室、电脑室、电子产品装配室、电工、电子实训室、PLC实训室和单片机实训室，可供学生同时进行多学科、多项目、多工种的实际操作和训练，为提高学生的动手能力和实际操作水平提供良好的设备。

3、有一支教学经验丰富的师资队伍

我校自建校以来不断发展扩大，教师队伍也在不断壮大，大部分教师已有相当丰富的教学经验，有在教学岗位上辛勤耕耘了几十年的老教师；有在企业工作多年且具有丰富实践经验的高级技术人员；也有朝气蓬勃的青年教师。随着学校的不断发展，我们还将引进更多、更高学历的优秀教师充实到教师队伍，使我们的教师队伍素质不断提

高，知识不断更新、教学能力力争达到一流水平。

4、有较为合理的教学计划和课程设置

为使本专业的课程设置更能适合技能型人才的培养，我校在制定教学计划时，组织了有经验的专家、教师认真进行研讨、，并多次进行修改完善，并聘请专家进行仔细审核。在课程设置上，我们做到了既要保证学生能掌握足够的理论知识，又要使他们具备较强的实践能力，为学生毕业时能获取技能证书创造了充分的条件。

四、《电子技术应用》专业毕业生市场需求预测

我们通过人才交流市场和电子行业调查了解到，许多招工单位急需招聘电子技术专业人才，而且主要需用生产一线的技能型人才。从就业指导中心反馈的社会用人信息注意到，2024年广东省约需10多万从事电子技术应用方面的技能型人才。我们深信，对电子专业课程改革，删去一些不适应企业需求的课程，拟开设《电子技术应用》专业的单片机原理课程非常必要，培养出来的学生将有广阔的发展前景和大量人才需求市场，为此我们将会为培养更多、更好的适应社会急需人才而努力。

五、开设单片机课程几点值得注意的问题

整个调研过程中，我们在考察企业现状基础上，紧紧围绕电子技术应用人才岗位分工，岗位需求等诸多方面进行了深入细致的考察，通过分析我们意识到，《电子技术应用》专业是很有发展前途的一个专业，而单片机又广泛应用到各行业，经过仔细分析，最后达成共识一致认为，如果开设该专业课程则应注意以下几个方面的问题。

（一）坚持校企结合校企结合是中职教育的重要特征之一，也是中职教学产教结合的重要基础和前提，只有坚持校企结合，才能办出职教特色。

l、建立稳定的校内、校外实习基地

要想办好专业，实践教学是必不可少的，建立稳定的实习基地是实践教学的根本保证。新专业的开设必须是在实践教学环节都很完备的情况下才能实施，为此，建立稳定的校内外实习基地是办好专业的必要条件之一。

2．切实加强同企业的联系

在中职办学中我们经常说加强校企合作，并不是单纯地找几个企业建立几个实习基地，安排几个实习学生，而是要切实同企业建立一种关系。比如，我校在校外实习基地的建设中，没有盲目地追求数量，而是十分注意基地的质量。我校同深圳拓达科技有限公司建立了协作关系，确实做到了校企密切合作，该企业除无偿接受实习学生外，还在为我校该专业提供良好的教学、教研环境。这种关系对我校办学无疑起到了很好的促进作用。

3、大力推进教学改革

教学内容和课程体系的改革是教学改革的重点和难点，构建中职特色的人才培养模式是培养技术人才的关键。在调研过程中我们注意到，现在的企业急需的是技能型人才，要求学生毕业后马上胜任某个岗位的工作，这就要求我们在办学过程中打破原有的教学模式，建立一种能够适应市场需要的新的人才培养模式，我校在借鉴兄弟学校经

验基础上推出了“ 2＋ 1”教学模式，即两年在校学习，一年的顶岗实践，收到了较好的效果。

（二）、努力提高办学质量

调研过程中我们还了解到，由于高新技术的应用，大部分都应用了单片机技术,所以我校开设单片机课程十分必要,培养出来的学生会很受企业的欢迎。同时企业需要动手能力强的技术人才,鉴于这些社会现实，这就更要求我们中职教育应广开办学思路，只有办出特色，才能吸引和满足用人单位，从而培养出更受企业欢迎的、更有竞争力的新型人才，为职业教育做出贡献。

衡阳县职业中专---朱喜雨

2024年11月6日

**第二篇：汽车电子专业市场调研**

汽车电子技术专业市场调研报告

近年来，中国汽车产业发展迅猛，汽车产量、销量、保有量迅速增加，特别是轿车产业，中国巨大的市场潜力吸引了全球众多知名汽车厂商的目光，这些企业纷纷来华投资，凭借这些跨国企业提供的技术、硬件，以及产能上的保障，中国在短短几年时间内成为全球知名的汽车生产国。2024年，我国汽车产销量分别为1379万辆和1364万辆；2024年，我国汽车产销双双超过1800万辆，分别达到1826.47万辆和1806.19万辆，同比分别增长32.44%和32.37%，稳居全球产销第一。这表明中国已经成为汽车最大市场。得益于国内汽车市场的高速成长，汽车电子技术产业发展也非常迅速。

一、中国汽车电子业的发展

我国汽车电子从无到有发展是非常快的，特别是从2024年到2024年，每年平均增长率是30%到40%。2024年因为受到了金融危机的影响，增长速度是降一些下来的。总的规模到2024年达到了1405个亿，根据整个汽车市场的规模的发展，到2024年整个规模会达到4500亿，也是随着我国汽车生产和销售市场的发展而发展的，另外是从汽车本身技术的发展，使汽车电子市场形成了巨大的市场。其发展的速度也会随着汽车市场不断的扩展，一直到2024年，2024年不断地增长。随后，可能会由于级数的增长但还是保持增长的态势，只不过是增速处于了平稳的状态。

整个市场的应用，目前我国整个汽车电子应该说分成了四大块，一个是整个动力控制系统，这个大约占30%。底盘控制和安全控制系统大概占到了28%，车载电子是20%，车身电子是23%，这个比例是基于现在传统的汽车比例来统计的。随着新能源和电动汽车的发展，这个数据在动力控制系统方面会有一些大的变化。

整个产品的结构在汽车电子这个领域，我们还是就传统的汽车概念来说，主要由于国家在节能、环保、安全这方面的法规和标准的不断提高，现在我们的排放控制方面要求装一个发动机的电喷控制系统。随着安全能的增加，安全气囊、ABS、PCU的控制都要加强。现在在TTMS、数字电视和汽车防盗系统以及汽车娱乐系统都逐步地开始有一些改变。我国如果在主动安全方面出台一个标准像TTMS所占的份额和比例会提高。防盗系统方面由于GPS技术的应用和发展，也会占到像防盗系统等的比例。随着动力系统技术的提升，在自动变速器方面是有非常大的提升的，目前占到了7%。

纵观国内汽车电子和市场的情况。从前十位来看，现在在前十位汽车电子配套企业里，唯一现在的本土企业是深圳航盛。08年排名在第九位，其他的九位现在都是国外跨国公司或者是在国内的一些合资企业占绝对的主导地位。汽车电子是我国最薄弱的环节。而且也是我们汽车整车企业完全不能控制或者是控制力度非常弱的一块，基本要依靠跨国公司和国外的一些企业。

在控制电子包括在娱乐系统方面我们一些核心的元器件，包括一些控制器，它的芯片基本上应该说99%以上是依靠国外公司。我们的空心化是实实在在的空心化，确实我们的芯没有中国芯。这是对整个汽车行业、对国家安全和行业安全来说是非常急迫的问题。行业组织结构亟待改善。比如说规模小、散、效益不高，形不成规模效益。横向融合不够，而纵向产业链发挥作用不够。

二、汽车电子专业设置背景

随着改革开放的进一步深入和我国经济发展的需要，以微电子技术为中心的智能控制手段已进入许多行业。电子技术在汽车上的作用越来越重要。汽车的安全、节能、环保以及智能化和信息化是未来汽车的发展趋势。在汽车技术的发展进程中，汽车电子的作用尤为突出，是开发新车型、改进汽车性能最重要的技术措施。新兴的汽车电子业已成为世界电子设备市场中增长最快的领域。汽车电子技术召唤掌握现代汽车电子技术的应用性人才。

目前我国汽车电子在车辆中所占的价值比重，也越来越接近25%~30%这个目前国际上的主流比例，豪华轿车甚至超过了50%。未来汽车对汽车维修专业人才的人才需求越来越主要表现在汽车电子技术领域。同时，随着人们对汽车性能和汽车文化个性化的追求，汽车改装业务也逐渐兴旺，其中电子产品的加装也需要汽车电子技术专业的技术人员。

随着国内汽车的普及，汽车电子专业人才的需求迅速增加，已被国家教育部定为第一批急需和紧缺人才。而根据市场调查研究表明，在汽车电子专业人才中最缺乏的是具有汽车电子技术的高技能型人才，汽车维修企业对高级维修人员的需求更突出表现为对汽车电子技术专业人员的需求。

另一方面，现在汽车电子化被认为是汽车技术发展进程中的一次革命，汽车电子化的程度被看作是衡量现代汽车水平的重要标志，是用来开发新车型，改进汽车性能最重要的技术措施。国内汽车售后改装市场的兴起只有短短几年时间，资料显示，国外汽车用户的消费电子改装比例达到70%，而国内只有10%，其中七成用户仅为升级音响系统，随着国内汽车保有量的逐年上升，汽车电子改装市场前景诱人。

汽车维修企业：汽车电子故障的排除完全依靠汽车生产厂提供的技术和人员，现有的老师傅不懂微处理器，只能修理汽车电路音响、空调、发电机等。徒弟是农村来到城市打工的，手艺是和师傅学的。师傅还留一手没告诉他。这样局面怎样面对汽车业的高速发展，怎样面对汽车这个移动的信息终端，怎样面对这个带轮子的计算机。高职学校承担起培养汽车电子技术专业人才的责任，适应工业发展社会进步。

社会急需大量掌握汽车电子技术专业人才，进行汽车、汽车电子部件生产、汽车修理、销售和售后服务，为此我们决定设立汽车电子技术专业。我校依托行业办学，为社会服务培养机电方面技术应用型人才。

随着我国汽车电子工业大市场的形成和发展，在创造巨大财富的同时，更需要大批的汽车电子技术专业人员。目前，我国主要轿车生产厂家都是中外合资企业（如广本、丰田、日产等），生产工艺、技术装备、能力建设、质量控制等方面都已达到国际 90 年代的先进水平，具有一定的比较优势，而在流通服务领域，尤其是对最终用户服务，在设备、手段、方式上有的还停留在小作坊经济阶段，服务人员的文化素质和技术素质都相对较低，维修操作人员大多只有初中以下文

化程度，采用的是简单管理方式，用普通设备和手段为轿车用户提供维修技术服务，这些显然是不合时宜的，由此，给劳动力市场提供了一个信息，汽车电子技术、报务营销人员是一个上升空间较大的就业岗位。

三、专业岗位能力需求分析

（一）知识与技能要求

随着汽车保有量的急剧增加，轿车进入家庭步伐的加快，使得汽车维修行业的车源、车种、服务对象以及维修作业形式已发生新的变化。因此，一方面进一步提高汽车维修从业人员群体的素质，是解决好汽车维修行业能够为消费者提高更加方便、快捷、质优、价廉的汽车维修服务的首要任务；另一方面，随着汽车保有量的大幅度上升，维修及相关行业高素质从业人员不足的矛盾会更加突出，必须采取相应措施。

现代汽车维修服务于千家万户，面对的是机、电、液一体的高科技集成物，且种类繁多，技术更新快，对从业人员的要求越来越高。从专业能力分析，要适应汽车维修及相关工作需要，主要应有以下要求：

(1)掌握必备专业知识。其中主要包括：电工电子技术；计算机控制技术；机械基础及汽车运行材料；汽车构造与维修；汽车故障诊断检测；汽车使用性能；汽车维修检测设备；环境保护；相关法律法规；职业道德规范等。

(2)具有较强的专业基本技能和与生产过程相关的基本能力。其中主要包括：汽车维修通用基本技术；特定车型维修技术；专业英语与获取信息的能力；组织协调能力；继续学习的能力等。

(3)具有良好的职业态度。其中主要包括：热爱专业，不断钻研提高；自觉遵守企业规章制度；自觉遵守职业道德规范；自觉遵守国家相关法律法规；对客户诚实、守信、热情等。

(二)从业人员现状及发展需求

(1)现状。汽车维修及相关行业突出矛盾是人员素质远远满足不了行业发展需要，由于经过系统学习的汽车维修专业人员供不应求，导致大量未经任何培训的人员进入汽车维修行业。据抽样调查，主要存在下列问题：

①维修工人队伍

a.高等级技能人才比例偏低。以具备技术等级证书的技术工人为样本比较，初级工/中级工/高级工及以上（含技师、高级技师）比例为

30.4%/43.1%/26.6%(发达国家为15%/50%/35%)；抽样的一、二类企业中，尚有22.4%的从业人员不具备任何技术等级证书；三类企业中技术等级的比例更远远低于上述数据；

b.工人文化程度偏低。初中/高中/专科及以上的比例为

38.5%/51.5%/10%(发达国家为20%/40%/40%)；

c.工人技术水平偏低。具有故障诊断能力的技术工人仅占20%(日本为40%，美国达到80%)；从抽样样本看，技师和高级技师仅占技术工人8%，其中年龄在55岁以上者占37.5%，且绝大多数知识结构老化，难以适应现代汽车维修新技术；

d.接受过系统专业知识学习的人员比例极低，仅占17.8%；

e.占企业总量约79%，从业人员总量约60%的三类维修企业，其从业人员仅有25%参加过短期技术培训，75%的人员未经过任何培训。

②技术管理及经营管理人员队伍

a.具有专业技术职称证书比例较低。抽样调查的技术管理及经营管理人员中，具有专业技术职称证书者占53.35%，没有专业技术职称者高达46.65%；

b.专业技术管理及经营管理人员结构不合理。具有专业技术职称证书者，其中初级占46.7%，中级占40.2，高级占13.1%；具有高级职称人员中，年龄在55岁以上的占23.3%；

c.民营维修企业专业技术及经营管理人员技术职称缺乏正常认定渠道，导致专业技术队伍不稳定。

由于从业人员总体素质偏低，导致劳动生产率低、管理水平低、服务质量低、事故率高。

除此之外，原有240万从业人员中至少还有25%即约60万人没有取得从业资格，需进行职业资格培训；另外还有新技术培训、管理知识的培训、关键岗位资格培训等等，都是非常巨大的市场。

四、现代汽车电子技术就业前景

据调查，当前汽车电子技术从业人员法律意识淡薄，技术素质不高，这已经成为制约汽车电子技术报务发展的瓶颈。紧缺人才的报告称，汽车电子报务从事技术管理的有 26.2% 文化程度为初中以下。一线工人中，有 38.5% 文化程度为初中以下，接受过管理培训的只有 9.3%，接受过新技术培训的为 11.7%，接受过维修基础培训的有 38.7%。汽车电子服务人员高等级技能人才比例偏低，高、初、中的比例为 26.6%、43.1%、30.4%，而发达国家为 20%、40%、40%。目前，我国汽车数量每年以 13% 的速度递增，据此，预计汽车电子服务业两年将新增 80 万从业人员，大部分从业人员需要接受职业教育。

某汽车公司负责人坦言道：“我们大量需要能安心工作、懂外语和电脑的机电一体化维修专业人才。虽然社会上可以招，但花的精力相当大，且招进来后技术上的提升难度较大，如果有高职学生当然是好的。”近几年来，我国特别是珠江三角洲对汽车电子服务人才的需求量很大，公司内的主修师、高级销售人员和管理人员都要熟悉专业知识，需要有一定的学历和动手能力，迫切希望能从汽车电子报务专业的学生中招收。

**第三篇：焊接专业市场调研报告**

焊接专业教学调研报告

一、调研的背景

焊接技术是制造业的重要组成部分。我国已成为世界范围内的焊接产业大国，但却还远不是强国。其中最重要的制约因素就是人才的严重短缺，特别是高技能型焊接人才的短缺。目前，国内开办焊接专业的职业学校较少，毕业生数量远远不够，特别是在特殊材料的焊接、高压容器的焊接和焊接自动化方面严重缺乏专业高技能人才。与社会需求存在较大的差距，造成教学与市场需求脱节。同时学生在校学习的知识与企业需求也存在较大的差异。在这种形势下，我们需要了解社会、了解市场，结合中职学生实际，进行开拓性的市场调研。

二、调研的目的和意义

调研工作的总体思路：服务地方经济，立足学生实际，调整专业教学，拓宽就业渠道。具体来说，调研一定要从现在中职焊接专业学生的实际出发，结合新形势下长沙经济与社会发展的实际，进行有针对性的工作。调研的最终目的是根据调研总结的结论进一步明确专业定位、专业内涵及对应的职业岗位群、与学生培养方向有关的职业资格证书，并提出建议，指导专业的课程改革，重点是调整现有焊接专业的核心技能课程，为后续工作奠定坚实基础。

（一）培养目标

焊工工艺学是焊接加工专业的一门核心专业课程，培养学生掌握焊工工艺理论知识，为继续学习焊工技能、解决生产实际问题和职业生涯的发展奠定基础。培养从事焊接加工的中级技能人才。能胜任按照作业规范熟练操作常用焊接设备，完成中等复杂程度的金属结构件的焊接或切割成形等任务，具备较强的责任心、质量意识和安全意识，取得焊工中级职业资格证书，具有职业生涯发展基础。具有较强的操作技能的能适应现代企业需求的中级应用人才。

（二）专业要求

(1)掌握焊接的基本理论知识和应用知识，具有焊接施工、设备维修方面能力。具体包括以下内容：

①焊接安全、劳动卫生、安全操作规程。

②焊条、焊丝、焊剂、保护气体组成、类型、作用及常用焊接材料的选用。

③金属材料、焊接装配识图基本知识。

④焊缝符号及代号，坡口形式尺寸及坡口选用，焊接变形及预热知识。

⑤常用焊接和切割方法，如碳弧气刨、气割、焊条电弧焊、CO2焊、埋弧焊、氩弧焊、等离子焊、电阻焊等分类、原理、工艺参数及常用设备的组成。

⑥熔化焊基础知识。

⑦低碳钢、低合金钢、珠光体耐热钢、奥氏体不锈钢的分类、焊接性及焊接工艺。

(2)具有一定的钳工和机械设备维修与安装等相关工种的基本理论知识

（三）、能力要求：

1．能正确选择使用常用焊条、焊丝、焊剂及保护气体；

2．能进行低碳钢的平、横、立、三个位置的焊接；

3．能进行低碳钢的水平固定和垂直固定管的焊接；

4．能进行氩弧焊、CO2焊、埋弧焊、等离子弧焊、电阻焊等之一的焊接操作；

5．能控制和矫正焊接变形，能减少和消除焊接应力；

6．能选择低碳钢、珠光体耐热钢、奥氏体不锈钢等材料之一的焊接工艺；

三、调研单位和方法

本次调研采用企业座谈和现场观摩的方法进行。走访了一些企业，主要是通过现场考察、领导座谈、提问等方式进行。同时对一些信息也进行了网络查询等方法获得相关信息，对今后的各项工作的开展具有一定的指导意义。

（一）企业整体状况

三一重工

中联重科泉塘工业区

企业规模

约五万人

约3000人

企业文化

创建一流企业

造就一流人才

做出一流贡献

至诚无息，博厚悠远

岗位设置

焊接工（主要从事CO2气体保护焊）焊接检验员

焊接工艺员

焊接工（主要从事CO2气体保护焊）焊接检验员

人才要求

最注重

吃苦耐劳、不断学习的精神

吃苦耐劳精神

有上进心

对企业的认知度

其他

有职业资格证书、特种作业证

有职业资格证书、特种作业证

学历要求

中专以上

中专以上

有无校企合作意向

很乐意高校企合作，但对中职兴趣不大。

（二）企业的主要产品、主要工作岗位职责

三一集团主要是以“工程”为主题的机械装备制造业，目前已全面进入工程机械制造领域，主导产品为混凝土机械、筑路机械、挖掘机械、桩工机械、起重机械、非开挖施工设备、港口机械、风电设备等全系列产品。其中混凝土机械、桩工机械、履带起重机械为国内第一品牌，混凝土泵车全面取代进口，国内市场占有率达57%，为国内首位，且连续多年产销量居全球第一。

长沙中联重工科技发展股份有限公司创建于1992年，公司注册资本49.28亿元，主要从事建筑工程、能源工程、交通工程等国家重点基础设施建设工程所需重大高新技术装备的研发制造，其混凝土机械产销量居全球市场第一，中大型塔式起重机市场占有率居全国第1，环卫机械市场占有率居全国第1，工程起重机市场占有率全国第2位，而且，是全球产业链最为齐全的工程机械企业[1]。2024年，中联重科下属各经营单元实现产值508亿元，利税超过45亿元，员工26000多人。

他们的主要工作岗位职责有：销售，上门安装、调试，售后保修，维修。其中焊接技术及自动化专业职员的工作过程主要是焊接。

（三）典型工作任务的描述

典型工作

任务名称

焊接工艺员

典型

工作

任务

描述

1．工作任务简述

根据焊接结构图纸进行焊接工艺分析，确定工艺路线，进行工艺设计，编制焊接工艺文件工作任务的情形

1）工作任务说明

A、分析和研究工程项目钢结构产品的特点和技术要求，根据国家的相关标准编制公司焊接工艺文件；

B、设计焊接工艺试验方案，并根据工艺试验结果修改和完善相关的焊接工艺标准；

C、及时解决公司生产现场的焊接技术难题，为公司钢结构产品的生产制造提供技术支持与服务;参加单项工程项目的技术交底会，对生产过程中的焊接工艺标准、技术要点与生产部门以及公司的外分包单位进行技术交底；

D、参与公司的技术攻关、技术创新等技术开发工作，为公司提高生产效率、降低生产成本提供技术支撑；

E、参与分析生产过程中的突发质量事故，为制订相应的生产质量整改方案提供技术措施和专业建议；

F、编制焊工考试要领书，对焊工进行相关的上岗培训和技术业务培训，配合公司相关的资质维护工作及焊接实验室技术管理工作。

2）涉及的业务领域

机械设备制造，轨道交通装备制造，压力容器制造，造船等

工作过程

及方法

1．对产品或部件进行工艺分析

2．选择和确定焊接方法和工艺装备

3．拟定机焊接工艺路线

4．编制工艺文件

参考材料

1．焊接行业标准

2．焊接工艺评定标准

3．焊接工程师手册

劳动组织

1．班组之间的沟通（工具室、操作班组、安装班组等）

2．单独作业，团队合作

社会能力

1.组织协调能力和团队合作能力

2.较强的口头表达能力和沟通交流能力

3.一定审美能力、文学鉴赏能力、创新意识

4.具有良好的自我管理、自我约束和自我发展能力

方法能力

1.具有较强的自主学习的能力

2.独立制定计划与决策的能力

3.具有独立对实际工作结果进行检查与评价的能力

4.独立分析和解决实际问题的能力

5.具有良好的科技创新精神和创新能力

知识能力

1.掌握焊接工艺、焊接设备等方面的理论知识；

2.掌握一定的材料力学和结构力学和机械制图知识；

3.熟悉与钢结构焊接质量相关的国家标准和技术要求；

4.了解钢结构产品质量相关标准和规范，了解钢结构产品的生

产制造流程和工序；

5.能熟练使用AutoCAD等绘图软件，能运用办公自动化软件及

公司局域网；

6.能够借助工具阅读外文资料。

四、调研内容

1．了解与本专业培养目标吻合的相关行业、企业的现状、用人需求及教学建议；

2．了解学生所从事的岗位对人才的需求及岗位技能标准（包括工作职责）

3．了解毕业生或实习生的工作状况（包括考勤、工作态度、工作能力、工作的适应性……）；

五、调研后的资料分析

（一）企业对本专业人才的需求分析

三一重工公司焊工来源结构分析：

高职及以上学历

5%

中职学历

10%

社会招聘

85%

焊接设备分析

焊条电弧焊

5%

CO2气体保护焊

50%

焊接机器人

45%

通过调研，发现以星沙为中心的三一重工和中联重科，对焊接专业的需求非常巨大，尤其是高技能型人才极为缺乏。而焊接专业中又以二氧化碳气体保护焊为主，占焊接量的85%以上。从事此项工种人员的学历具有多种层次，包括本科、专科及中专或职高。本科生虽然具有高学历，但动手能力较差，专业技能不过硬，流动性强，会逐渐选择更高层次的工作；专科生有一定的知识储备和技能基础，但他们仍会努力寻找更好的发展空间；中专或职高生，专业技能相对掌握较好，但个人的整体素质较差，缺乏工作的主动性，应加强学生的就业培训和指导，否则从长远的角度看，也将无法立足。

（二）明确专业培养目标

1．思想道德素质目标

热爱社会主义祖国，热爱中国共产党，掌握马列主义、毛泽东思想和中国特色社会主义理论的基本观点，愿为社会主义现代化建设服务，为人民服务，有为国家富强、民族昌盛而奋斗的志向和责任感，树立正确的世界观、人生观和价值观，坚持四项基本原则；具有爱岗敬业、求实奉献的大庆精神和铁人精神；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德。具有团队精神、合作意识、竞争意识和与人交往的能力，树立正确的劳动观念，养成热爱劳动的习惯。

2．业务素质目标

具有扎实的专业基础知识、基本理论和基本技能；了解本专业的发展方向和最新研究成果；经过专业职业技能训练，具有从事专业岗位工作的能力。

通过调研，要求本专业培养的学生是面向各工业企业或单位，具有高中阶段文化基础，具备扎实的理论知识与操作技能的中等专业技术人才。

六、对目前教学状况的分析

（一）专业定位

作为培养“蓝领”技术人员的中等职业教育学校，我们现在所面临的不仅是机遇，同时也面临严峻的考验。一方面，社会对人才的需求量不断加大，给中等职业学校的学生提供了很多就业的机会；另一方面，对人才的质量要求也在不断提高，要求学生具有扎实的专业技能的同时，还要具有一定的适应性、创新精神和实践能力。

长期以来，焊接专业存在着“不软不硬、不上不下”、“博而不精、缺少特色”等现象，没有突出职业性和实践性，不论是课程种类，还是教学模式，已经跟不上市场高速发展的步伐，不再适应现阶段的职业教育。当今的市场需要细化工种，需要校企结合，将新技术、新工艺真正引入课堂教学，才能将学生培养成为更加适应企业需求的中等技术人才，不再使职业教育与社会需求相脱节。因此，我们作为中等职业教育中的焊接专业，必须对传统的专业课程进行改革，特别是专业课程的设置，要进一步明确培养目标，以提高学生的就业能力为导向，要利于提高学生职业心理素质，突出学生专业技能的学习和掌握，并注重培养学生的创新能力，真正使职业学校成为学生未来事业发展的起点。

（二）学制

三年制中专，两年校内学习，第三年到企业实习。

（三）课程体系及设置

1.公共基础课是专业教育的基础，其目的主要是为学生大学阶段的学习乃至终身学习与发展奠定基础，包括思想政治理论课、外语、计算机基础及应用、体育等课程。

2.专业基础课和专业方向课（限选）主要是本专业学生应该掌握的基本理论、基础知识、基本技能的课程，包括电工与电子技术、金属学及热处理、机械设计基础、焊工工艺等课程。

3．实践教学环节主要是培养学生实践能力，包括军事理论与训练、大学生安全教育、焊接实训、专业见习、专业实习、实验教学、电工实训、专业技能训练等。学生必须参加全部实践活动。

（四）主要专业课程

电工与电子技术、机械制图、金属学及热处理、理论力学、材料力学、机械设计基础、焊接电弧及弧焊方法、焊工工艺学、焊接结构生产、焊接无损检测、金属工艺学、焊接冶金学等。

（五）主要实践教学环节

为适应中职教育2+1的人才培养模式的基本特征，应加强实际能力的培养。

主要实践教学环节包括：生产安全教育、焊接实训、专业见习、专业实习、电工实训、专业技能训练。

七：专业改革意见与建议

通过调研三一重工、中联重科，深入企业，与企业各层次员工交谈，现场观察，以及与各企业专业进行面对面座谈，仔细听取大家对中职教育建设的意见，认真总结各专家提出的建设性意见，反复思考，现在对焊接专业改革的意见和建议概括如下：

1、教材建设系统

在教材建设中，我们主要在内容的设计上打破原有的学科教材的常规，充分考虑使用实践教学的要求，打破专业基础课和专业课的区分，以技能知识为中心，把相关的文化科学和技术知识融会进去。要求学生通过工作页养成理论联系实际的习惯。

2、教学方式系统

教学方式是课程实施的渠道和工具。新的课程特征和内容要求有相应的方法与之相配套。在一系列行之有效地方法中比较突出的有四个方法：一是“小班化教学”。二是“五段教学法”，三是：STEP-BY-STEP的教学法，四是师生互动讨论时教学法，上述四种教学方法的目的是使学生提高学习兴趣，达到学习的目的。

3、教师配置系统

专业课教师是新型课程的实施者，传统的教师素质已经不适应以实践环境为主、任务为中心的教学，他们需要在技能上有大幅度的提高，在教学方法上要实现转型，在能力结构上具有“双师型”队伍的特征。所以师资队伍的建设是课改成败的关键。我们主要通过以下几条渠道实现队伍建设的目标：一是校内培训。二是组织教师到企业实习和实训。三是聘请企业的能工巧匠到学校担任兼职教师和教学指导，带动教师总体素质的提高。四是重视教师的教科研的探讨和交流。

4、校企合作系统

加强与企业的合作内涵，为学生提供一个遍布长株潭地区的实训基地，构建工学结合教学改革的构架系统，为工学结合课程的一体化教学提供了重要的设施支持。

5人才培养系统

加强学生的做人教育，培养学生吃苦耐劳、塌实肯干精神，提高学生的沟通能力和交际能力，提高学生个人修养和加强学生礼仪教育，加强学生的服务意识，提高学生的动手能力和实操能力等，全方位的加强对学生的德智体美劳教育，培养适应当前社会的合格中职毕业生。

综上所述，焊接专业培养的学生要想能够适应人才市场的激烈竞争，就必须注重提高专业建设的质量，使专业能够持续不断地向前发展，能够在招生市场、就业市场、职业环境急剧变化的时候触变不惊。学生的培养必须走专门化道路，使之有一技之长，同时打下扎实的专业基础，有利于扩大学生的择业面，并为其终身学习创造条件。这样，才能不断焕发中等职业教育的生命力，使它拥有一片宽广、灿烂的天空。

**第四篇：电子商务专业市场调研报告**

电子商务专业市场调研报告

一、必要性分析

1、行业发展的需要

据国际权威专业机构的统计数据分析，我国2024年电子商务交易额达到7400亿元，今后几年内，我国电子商务市场将以年均50%左右的速度增长。预计到2024年, 我国电子商务市场总体规模将达到1.7万亿元人民币，到2024年，我国电子商务市场的整体规模将达到5.2万亿元人民币。电子商务应用市场的快速发展，为电子商务专业以及专业领域的建设与发展提供了广阔的空间和机遇。为此，加快电子商务专业建设，发挥其在教学质量、管理水平、办学效益等方面的辐射和示范、引领作用，提高该专业人才培养质量，满足电子商务时代日益增长的人才需要势在必行。

2、地方经济发展的需要

湖南地处中部地区，为东西向、南北向经济发展起到了重要的桥梁作用。建国以来，湖南依托丰富的矿藏资源和地理优势，发展起了以轻纺、食品、冶金、建材、机械、电子、石油、化工为主体，门类齐全，具有一定规模的工业体系。工业化、城镇化和农业现代化水平大幅度提高，努力实现中原崛起和全面建设小康社会的总体目标，必须大力发展高等教育，尤其是高等职业技术教育，把人口大省转化为人力资源强省，为湖南经济社会的快速发展提供强有力的人才和智力支持。湖南工业职业技术学院地处湖南省会长沙市，随着中原崛起、长、株、潭一体化进程和电子商务时代的到来，加快电子商务专业建设步伐，提升电子商务专业的人才培养质量，对于推进企业营销手段创新，加快企业跨入电子商务运营时代的步伐，促进长、株、潭和湖南省发展具有重要意义。

3、人才培养的需要

随着电子商务营销手段的创新与发展，电子商务专业人才日益受到社会的青睐。据统计，目前人才市场对电子商务人才的需求每年在50万人左右，但目前，各个院校对电子商务人才培养的质量远远不能满足社会的实际需要。尤其值得注意的是该专业作为一个新专业，各个高职院校挂靠的院（系）不同，因而在课程设置、师资配备、实验实训条件等方面存在较大差别，直接影响了该专业人才的整体培养质量。湖南工业职业技术学院电子商务专业在“双师型”教师团队建设、人才培养模式、办学理念创新和产学研结合等方面，具有较好的基础，能够对我省高职教育电子商务专业建设与人才培养起到促进作用。

4、湖南高等职业教育发展的需要

大力发展高等职业教育，是实现我省高等教育大众化、提高劳动者素质、推动我省从人口大省向人力资源强省转化，实现湖南经济社会快速发展的重要途径。随着我国高等教育的快速发展，我省在高职院校专业建设方面取得了突破性进展。但由于受湖南经济社会发展水平的制约，教育投入的政策落实不到位等原因，很大程度上影响了湖南高职教育数量与质量、规模与效益的同步发展。尤其是在电子商务专业建设方面，各高职院校各自为战，缺乏统一的人才培养标准等，直接影响了电子商务专业人才的培养质量和专业的健康发展。湖南工业职业技术学院电子商务专业在我省高职院校开办较早的专业，经过多年的建设和发展，已经具备了较强的办学实力，积累了丰富的办学经验。

5、专业自身发展的需要

电子商务作为一个新型行业，社会需求量增加较快。但起步较晚，基础设施相对薄弱。湖南工院电子商务专业建设坚持以课程建设为核心、以师资队伍建设为基础、以产学研合作为途径、以实训设施建设为条件、以制度建设为保障的专业建设思想，体现了高职教育的发展规律。

二、可行性分析

1、专业优势和特色

湖南工院电子商务专业经过多年建设与发展，成为湖南省高等职业教育电子商务专业领域的主要力量，初步形成了明显的办学优势和鲜明的办学特色。一是初步形成了一支专兼结合的“双师型”教师团队；二是根据职业岗位的要求，坚持实施双证制，把职业资格证书考试内容以及行业标准列入教材建设内容，构建科学的课程体系，精品课程建设和立体化教材开发取得阶段性成果；三是坚持以就业为导向和“校企结合，产学合作”的办学方向，组建产学研组织机构，实行“订单教育”、“工学结合，半工半读”等培养模式，突显学生实践操作能力和应用能力的培养；四是先后建立电子商务专业实训室、物流管理实训室等校内实训室，并先后在长沙、株洲、湘潭等地建有多个校外实习基地，为学生的社会实践、实训及该专业产学研有机结合奠定了基础。

2、建设内容科学性

建设方案以“双师型”教师团队和课程体系、教学内容改革以及实验实训条件建设为主要内容。通过引进和培养专业带头人、骨干教师、聘请行业技术专家和客座教授等途经，建设一支结构合理、实践能力强的“双师型”教师团队；选择若干门核心课程打造精品课程，编写一批工学结合的核心优质教材，构建科学的课程体系；通过建设现代商务实训中心，带动相

关专业的建设，实现资源共享，按照专业建设的轻重缓急分步实施。该方案既务实，又具有科学性。

3、建设方案可行性

通过核心优质课程、专业教材、精品课程建设，采取订单教育、校企合作、产学研结合等手段，完善课程体系，实现理论教学与社会实践有机结合的教学目标。在师资队伍建设方面，采取外出培训、学术交流，到生产第一线进行实践锻炼，引进和培养专业带头人、骨干教师，聘请行家里手和客座教授等措施，加强“双师型”教师团队建设；在实验实训条件建设方面，确立依照教学需要优先建设现代商贸实训室，在此基础上分步建设营销与策划实训室和现代物流实训室的总体建设方案。思路正确，方法切实可行。

4、保障措施健全

建设方案注重构建“院、系、专业教研室”三级分工负责制，重视建立方案实施过程中的监督和反馈机制，是建设方案实施的重要组织保障；完善专业教学计划，建立健全理论教学、实践教学管理制度和教师工作量化管理等规章制度，为专业建设的实施提供了运行保障；专业建设经费的按时、足额投入到位将为建设方案实施提供资金和物资保障。

三、结论

通过以上对电子商务专业建设方案的市场调研并对本专业开设的必要性和可行性的分析论证，我们认为该专业建设方案科学合理，可操作性强，措施有力，能够达到为行业发展服务、为地区经济发展服务、为人才培养服务、为高职教育发展服务、为专业发展服务的预期目标。

**第五篇：服装专业市场调研报告**

福建省重点专业厦门市骨干专业

服装市场产业的形成与发展

——服装专业市场调研报告

目前，一部分新建服装专业市场内的批发商家难以适应新型市场环境的变化。

（1）经销商上游的产业整合导致水源不足，（2）整个批发市场行业的毛利都发生了降低

（3）批发市场的渠道策略及政策的调整。

而另外一部分老牌服装专业市场的商铺价值也在变化亡。

（1）传统批发市场业务在减少；

（2）商业地产流通渠道在多元；

（3）专业市场商业模式在变化。

因此，有必要对老牌和新建服装专业市场产业进行新的转型和转身。在某种程度上，服装专业市场的形成与发展，能促进本区域内服装生产和服装流通的发展，吸引有创新能力的服装企业在此聚集，带动本区域内主导产业的发展，进而能形成新的服装产业及产业链，促进本地经济的增长；另外，完善的服装专业市场体系，可以及时、有效地反映服装专业市场供求动态，使服装市场产业结构得到调整，大大增强区域经济的活力。服装专业市场在一些地区的集聚和优先发展，不仅促进自身发展，并且以其吸引和扩散作用进一步推动其他地区经济的发展，服装专业市场的发展带动了第三产业其他行业的发展：所谓“市场兴、百业兴”，服装专业市场的兴起与发展，往往会带动当地的商业、交通运输业、饮食服务业、旅游业、邮电通信业、金融保险业、房地产业、仓储业、信息咨询业、广告业、文化娱乐业等产业的迅速崛起，其发展势头和增长速度甚至大大超过第一、二产业，这有利于经济总量的增长和产业结构的优化。理论研究表明，服装专业市场交易额每增加1%，第三产业值上升0.3565%。根据国际组织估计，商贸运输对世界经济产出（以GDP总量衡量）的贡献率约

4.5%。商贸每创造100美元的产出，会带动其它附加产出325美元；商贸每创造100个工作岗位，会间接创造610个其他行业的工作岗位。商贸对经济总量的贡献包括直接经济活动、间接及引致经济活动（通常以乘数效应来体现）。厦门市集美职业技术学校服装部

市场产业主要由本位产业、相关产业和衍生产业构成。其中，“本位产业”(市场)向“相关产业”(创意)和“衍生产业”(连锁)方向发展。市场产业带来的价值开始超过生产制造带来的价值。

（1）“市场产业”将会产生一次“革命”。

（2）“市场产业”将在不精确中产生可能。

（3）“市场产业”将能实现复杂连锁效应。

2024年以来，中国服装专业市场借助服装产业的推动，实现了市场的转型和提升。服装专业市场随着“去批发”和“网络化”时代的来临，服装专业市场开始逐步借助展会、创意、品牌、网络等新兴市场服务方式，逐步形成引领中国服装创新和发展的“服装市场产业”。“服装市场产业”正在作为一种“拉式”产业链，成为中国服装品牌孵化和创建的新兴力量。

服装业是厦门的传统产业，二十几年来凭借经济特区优越的发展条件，服装行业得到快速发展。改革开放、经济高速发展，新崛起的服装时尚劲旅为厦门这个海滨城市发展女装创造了良好的氛围。2024年止，全市共有以女装生产为主的服装企业几百家，其中规模以上企业有几十家。2024年共完成工业总产值（当年价）19亿元。服装出口额已占全市出口额的10%，居全市第2位。

厦门服装业不断做大做强，不断借鉴国际服装名牌企业的成功经验，加快自我发展，提升行业水平，促进厦门纺织服装业与厦门“国际花园城市”这一城市品牌相互映衬，迄今为止已经成功举办了两届的厦门十大品牌评选。不断涌现出金丽盛服饰、奋发（FUN）企业、凯柔工贸、斯美泰服装、雍雅服饰设计、友和服饰等著名外资服装品牌，以及宝姿服饰、优佳丽服饰、黑眼睛服饰、万杰隆工贸、伟伦工贸、怡佳咏时装、圣达威服饰、东方巴厘服饰、尤妮丝服饰、三得兴制衣、元贝琪服饰等服装服饰品牌。

厦门服装业发展得到纺织产业链不断延伸和纺织产业集群逐步形成的配套，厦门已成为我国新兴的纺织服装生产基地。目前纺织服装企业有1000多家，其中规模以上企业100多家。2024年纺织服装工业完成总产值82.3亿元。全市已形成了化纤、棉纺织、针织、印染、服装和非织造布等行业共同发展的格局。厦门市政府在推动纺织服装行业做大做强，争创名牌产品中制定一系列优惠政策和措施，进一步推动品牌的发展和纺织服装整体水平的全面提升。

厦门服装产业日趋成熟，竞争力也由劳动力成本优势向产品质量创新优势、产品开发创新优势、品牌创新优势、文化创新优势的高层次优势转变。2024年是产业调整升级的关键年，产业的微妙变化都将对厦门服装产业的未来走向产生深远的影响。

迫于劳动力紧缺危机，借助于人民币升值换汇优势，新一轮技术改造、设备更新之风在服装行业悄然兴起。科技贡献的作用在本轮产业升级中得到彰显。成熟的厦门服装企业在技术改造中扮演的不仅仅是买家的角色，而是通过引进先进设备对工序和工艺进行优化配置的设计者，往往是企业对设备或软件制造商提出要求进行定制采购。提高劳动生产率，化解劳工荒问题，解决熟练技工紧缺问题，解决制造过程中人为因素产生的质量问题，提高制造水平和管理水平是这次技术改造的主要目的。吊挂生产线、电脑缝制设备、电脑控制专业工艺设备、产品信息条码分拣设备、后整理设备、产品检验检测设备等都成为被引进的热门。

近年来，随着内需不断扩大，价格指数持续上升，内需切切实实成为了我国服装行业发展的原动力。国内企业成熟壮大、国际名牌蜂拥而入，更多海外服装品牌对中国中高端市场跃跃欲试，在国内的生产基地不断扩大生产的规模，国内中小企业在夹缝中苦苦挣扎，找寻生存之道。未来的厦门服装市场新一轮“洗牌”时代已经到来，而“洗牌”的孪生姐妹“市场细分”也将随行而至。2024年，厦门服装市场必然好戏连台，机遇和挑战并存。

伴随着新一轮国内市场重新“洗牌”，厦门服装品牌和市场细分不仅仅局限于品种、档次、区域的进一步细分，更表现在以产品风格和消费群细分为特点的深度细分。主要体现为品牌在市场中的横向细分，即同一品种或相同档次产品层中通过“产品风格”和“消费群”进行的横向再细分。市场被拉平，占据各个市场位置的品牌个数将被摊薄。可以看出，新一轮细分的竞争焦点是“文化”、“创新”和“研发”，最终的目标是“销售收入”和“市场份额”，“差异化”之剑在这一时期格外锐利，缺乏科技投入和市场研发的盲从行为，在这个市场机遇和挑战面前都将十分危险。

随着国际品牌加入竞争队伍，细分也成为了民族品牌生存发展的客观要求。目前的运动装市场、时尚休闲装市场的竞争态势就已明显体现出“洗牌”和市场细分的迹象。本轮细分不仅仅为品牌生存发展提供了一次难得的机遇，也为企业的多品牌发展创造了条件。

近年来，耐克首创的“轻资产运营”模式在中国服装行业大行其道，一个直接结果就是加速了“职业经销商”行业的诞生和成长，从而加速了加工商与经销商的分化，服装行业的分工也加速细化。“轻资产运营”模式能够实现品牌在短期内获得销售收入的高增长，使品牌迅速扩张市场份额，同时降低企业的库存和负债率，使企业有可能将主要力量投入到“产品研发”和“市场推广”环节，而对产品制造和零售分销业务的外包则借力于广阔的产业资源，达到多方共赢的目的。目前，国内已经形成了强大的专业加工队伍，经销商队伍也在迅速发展壮大，以个体经营者为主的经销商队伍中，专业的、具有一定规模的“品牌营销公司”已经浮出水面。国际品牌运营商也将陆续登陆厦门，不论是品牌化运作还是资本化运作，都将为厦门服装市场注入国际化经营的新鲜理念，对于我们的服装专业培养提出了新的要求，比如服装的外贸人才培养是国内的一个空白。随着市场细分对海外品牌的需求增长以及国内品牌对国际加工产品的需求增长，专业的品牌和产品进口商团队也将应运而生，特别是具有雄厚财力和丰富外贸经验的专业外贸公司，在国际品牌引进方面将成为一支主力。

2024年，外销型企业进军国内市场的步伐将明显加快，从学生的就业单位了解到的情况是这个比重有很大的增长。鉴于土地、人力资源成本一再攀升；原料、原材料价格高居不下；人民币升值压力越来越难以消化；外贸加工费日益透明；国际竞争国迅速成长等原因，常规产品的出口越来越无利可图，加上对出口退税下调的顾虑，服装的外贸加工型企业急需寻找新的利润增长点，于是纷纷把目标指向国内市场，从加工型到自己的品牌运作，要求员工的素质提高了，技术性含量高的岗位多了。随着GDP快速增长、扩大内需政策的实施等，目前国内服装市场呈现增值增量的成长，物价指数的上升更加有效刺激了外贸型企业转向国内市场，导致品牌个数急剧增多，市场竞争压力加剧，品牌更迭速度也将加快。另外，海外品牌也将成为新晋的强有力的竞争者。2024~2024年，海外品牌进驻中国服装市场的步伐加快，积累了一些成功的经验和可借鉴的案例，激发了海外品牌对中国市场的拓展期待。经销商、进口商队伍的发展壮大，也为海外品牌进军中国创造了有利条件。

国际对于中国服装产业来说，不仅仅意味着出口，“资源”已经被提到了一个重要位置上。国际产业资源存在于设计、研发、生产、营销、管理、推广等各个环节，包括了人、财、物、无形资产等各个领域，我们的培养模式也需要跟这些环节紧密联系。国际资源的合理有效利用是行业、企业的一大新增利润源泉，更是中国产品打开国际市场大门一把钥匙。国际资源的整合和利用为中国籍服装跨国集团的形成创造出无限可能。事实上，一些有实力、有魄力中国服装企业已经向着这一目标迈出了一步。

2024年中美、中欧贸易摩擦将“走出去战略”的实施提上议事日程。行业经过两年对“走出去”的探究摸索和深思熟虑，不同的企业已经开始制定不同模式的“走出去”战术部署。“走出去战略”将分为“品牌走出去”、“生产走出去”和“采购走出去”等不同模式。

“生产走出去”主要是以规避贸易摩擦、降低生产成本为目的，主要目标国是东亚、东南亚国家，也有一些企业为了承接小批量、快速反应的欧美订单在欧盟附近及南美等地区设厂，服装专业学生的劳务输出又成为一个新的亮点。

“品牌走出去”是2024年以后的热点，企业也明显在加强海外市场拓展攻势。近几年，我国已经有一批企业实现在东亚、东南亚地区、中东地区国家、澳、新、俄等国的品牌专卖销售。2024年，实现自有原创品牌出口的企业会越来越多，市场区域会越来越广，并能期待在欧美等服装发达市场打开销路的成功案例。“采购走出去”是中国服装产业的新成长点。“采购走出去”是以跨国采购集团的形式，一只手承接国际市场订单，一只手控制订单流向和产品出口，成为国际流通环节中的一环。这种模式能够有效地控制国际市场产品流通的渠道，一方面，提高了服装企业在国际贸易

价值链上占据的层次，改善了我国服装产业的利润格局；另一方面，握住渠道掌控权，转变了我国服装产业的国际竞争地位。

2024年7月19日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找