# 中国状元职场状况调查[范文]

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-08-14

*第一篇：中国状元职场状况调查[范文]《中国状元职场状况调查》披露1977年到2024年的30年全国各省状元全军覆没发布日期: 2024-5-11刚刚看到的一个新闻：其中这句话震动我心：他透露，首份《中国状元职场状况调查》无奈披露1977年...*

**第一篇：中国状元职场状况调查[范文]**

《中国状元职场状况调查》披露1977年到2024年的30年全国各省状元全军覆没发布日期: 2024-5-1

1刚刚看到的一个新闻：

其中这句话震动我心：

他透露，首份《中国状元职场状况调查》无奈披露1977年到2024年的30年全国各省状元全军覆没，没有发现一个在从政、经商、做学问等方面的杰出人才。

我不知道该怎么说了，这个跨三十年统计样本量和时间足够了，说明了我们选择人才的尺度上面有了很严重的偏差，或者是中小学教育出问题或者就是我们大学教育出现严重问题！

一个省冠军基本上来说就是一个考试绝顶高手了，因为每个省同一批几百万（几十万）个同年或者临近年份出生的孩子，经历我们严格的幼儿园-小学-初中-高中，层层考试选出来的都是绝对符合我们现在教育体制要求的高级精英，完全在试卷上是个符合的明星了！

再经历我们当时最好的高校栽培，这些精英完全是我们社会需要的顶尖的高级复合型人才，技能上面说在我们名牌大学进修过的高考尖子，成绩基本上也是顶尖的好苗子，这样的人才起码账面上面是可塑性极强，极其适应考试和学习，同时又是名牌大学的骄子，在毕业后最强的好工作岗位基本也是这些人的囊中物了，所以就表面看高考状元的路已经展开，剩下的就是摘果子了

可是不知为什么专家有这种痛心的呼吁，我们真该好好看看这份调查，什么原因使得高考状元变成了默默无闻的平常人了！！

高考状元某种意义上面就是我们自己标准选拔的精英，我们社会的顶尖才子，他们的事业上的沉默是不是因为我们过去的某些原因还是有更深层的含义，欢迎大家讨论！

就业怪现象:“人才给蠢才打工”

田文江认为，人才种类多种多样，具体标准也是多种多样的。但有个通用标准——情商与智商。一流人才情商高、智商高:二流人才情商高、智商不高；三流人才情商不高、智商高；四流人才情商不高、智商不高。田文江介绍，情商与智商培养的时效性不同:情商教育的时效性特别强，一般在初中以下完成；而智商培养则不同稍晚一点没有关系。他打比方说，把那些智商高情商差的学生比作是扁平状，而高考就是长方形的，符合形状的扁平状学生被筛子选进了，相反那些情商高智商不高的圆球型人才就被淘汰了，但目前85%到90%老板是没上过大学的，所以才出现“人才给蠢才打工”的就业怪现象，这就说明高考定位有问题，错在这是选拔应试人才的标准。田文江反对把上名牌大学、考上状元作为子女教育的终极目标，人生是个万米长跑，讲究终身学习，有些家长在应试教育下拿鞭子拼命抽着孩子用 100米冲刺速度跑1万米，过早把孩子潜力用尽了，后来的9900米也就跑不动了。他透露，首份《中国状元职场状况调查》无奈披露1977年到2024年的30年全国各省状元全军覆没，没有发现一个在从政、经商、做学问等方面的杰出人才。

培养人才:要应用反木桶理论

“ 高考分数面前人人平等”是真的公平吗？田文江表示，这只是表面和形式上的公平，而实质上并不公平，因为这是以一种人才标准来衡量所有类型的人才，就像歌唱方面的人才嗓子再好在高考文化考试能有突破吗？只有同一种类型人才，去比“分数”那才叫真公平。田文江指出，乐感好的人，学英语轻松；有数学天赋的人很多怕英语，为什么？因为人的大脑潜质有差异，思维方式不一样，人的天赋不同，成才的类型就不同。“什么样的人是人才？人才的标准是什么？90%以上的答案:科学家、大教授；北大、清华的毕业生！这对吗？”田文江说，家长和教育界在教育实践中有严重的偏向，子女教育是在用体育上“训练专业运动员”的方式搞“全民健身运动”——即用“训练科学家”的方式培养“普通劳动者”，这样实践的后果是全体受教育者均受到 “运动伤害”。田文江称，家长要树立多元的人才观。人人都可以培养成才，但不是同一类人才；“蕃茄树上长不出苹果”，每个孩子都有自己的特长，世界是由偏才创造的，所以在人才培养上要应用反木桶理论，太多家长只知道在短板上强行钻，却不知道在长板上多下功夫，将孩子的特长挖出、因才施教。田文江指出，少部分家长不承担责任，把孩子教育的希望完全寄托于学校，自己当甩手掌柜，这也是误区，家庭——学校——社会三者在子女成长的不同时间所起作用的大小是不一样的，一个孩子教育“只能是零售，不能批发”！

**第二篇：状元调查**

状元调查”发布 9成选北大清华 2024年06月23日14:27

今天，北京市高考成绩公布，第一名花落谁家备受瞩目。

尽管高考第一名不应受到过度关注的呼声近几年越来越多，但谁能成为900多万高考生中的领跑者，他们又会走进哪所象牙塔，仍然是公众关注的焦点。上午，记者从中国校友会网获悉，该网站对1999年至2024年的12年里，中国各省份的高考头名做了统计，编写了《2024中国两岸四地高考状元调查报告》。

报告显示，12年里，中国除西藏外30个省区市共900多名高考头名中，近九成选择进入北大、清华就读。

报告还显示，2024年香港高校进入内地招生后，凭借优厚的奖学金，至今已从内地名校手中“抢”走50名高考成绩第一的学子。

随着今年台湾地区高校开始面向大陆招生，教育专家预计，大陆其他名校录取高考第一名的机会将越来越少。一来是更多第一名会继续扎堆北大、清华；二来，港台高校的竞争力会继续增强。

高考头名·数据

高考头名近九成选了北大清华

根据中国校友会网对1999至2024年除西藏外30个省、自治区和直辖市高考成绩统计结果显示，过去12年里，我国共产生900多名高考第一名。这个数字比过去40多年的总和还多。数据显示，从1952至1998年，高考头名的总数才800余人。

根据中国校友会网的调查结果显示，过去12年里，北京大学和清华大学是最吸引高考头名的高校。

数据显示，12年产生的高考头名中，有802人进入北大和清华就读，占总数的约88%，远高于其他高校。

而北大较清华更受头名学子青睐：选择就读北京大学的高达460人，清华大学有342人。

●分析

优等生有资格选择名牌大学

中国校友会网大学研究团队首席专家、中南大学蔡言厚教授认为，名牌大学是我国优质高等教育资源荟萃之地，高考头名作为优质生源，有理由也有资格选择名牌大学，于公于私均为最优选择。

高考头名·变化

香港高校“出手阔绰”抢生源

虽然中国高考头名首选仍然是内地名校，但自2024年香港高校进入内地招生后，港校对内地高考头名吸引力上升明显。

记者注意到，2024年到2024年之间，中国内地共产生468位高考头名，其中50人被香港高校“抢走”，所占比例接近11%。

中国校友会网对过去12年高考头名的流向统计数据也可以看出，吸纳高考头名人数排名前10位的高校中，有3所香港高校，其中香港大学已经吸纳了28位中国内地高考头名，位居第三，已经超过复旦和人民大学等传统名校。

●分析

设巨额奖学金港校具备招生优势

蔡言厚教授指出，香港高校设立的头名奖学金额度最高，最高奖金已高达50多万港币。

蔡言厚介绍，比如北大、清华的头名奖金不如香港高校给的多，确实在吸引力和诱惑力上不及港校。

这种趋势，恐怕短时间内还会延续。

另外，凭借欧美接轨办学与教学模式、中西文化交汇的国际化氛围、毕业留港工作以及赴欧美名牌大学深造等优势，香港高校也优势明显。

记者注意到，除了香港高校外，今年能够进入大陆招生的台湾高校也打起了奖学金牌。

台湾逢甲大学设立20万新台币（约合人民币4.48万元）的新生高额奖学金，招揽大陆优秀考生，私立台湾辅仁大学也随之跟进。名校对于今年高考头名的争夺恐怕会因为台湾高校的介入而更加激烈。

部分高校设立的头名奖金

学校名称 所在地区 奖学金金额

北京大学 北京 5万元

清华大学 北京 8万元

复旦大学 上海 5万元

南京大学 江苏 3万元

厦门大学 福建 免4年学费+2万元上海交通大学 上海 2万元

南方医科大学 广东 10万元

广东外语外贸大学 广东 10万元

北京吉利大学 北京 20万元

香港大学 香港 50万港币

香港中文大学 香港 50万港币

香港科技大学 香港 50万港币

香港城市大学 香港 14万港币/年

台湾逢甲大学 台湾 20万新台币/年

注：按当前汇率换算，1港币约合人民币0.83元，50万港币约合人民币41.5万元

高考头名·招生PK

内地高校打“情感牌”

蔡言厚教授介绍，在日趋激烈的头名争夺战中，内地高校有着空间和时间优势。

部分高校一般是采用第一时间获知考生成绩，第一时间搜集考生资料，第一时间向考生通报喜讯，第一时间登门拜访向考生发出“邀请函”等方式大打“情感牌”。

此外，除直接对头名本人下工夫外，还极力游说考生家长、老师以及校长等一切可能对考生择校决策有直接影响的关键人员，千方百计招揽高考头名入校。

相比之下，由于时空距离因素，尤其是在与内地中学接触方面存在不可避免的先天不足，香港高校则相对被动，不能第一时间“抢”到生源。

港校注重“金元政策”

记者了解到，自2024年香港大学和香港中文大学等香港高校携巨额奖学金加入“头名争霸战”后，迫使北京大学和清华大学等大陆名校纷纷出台了高额奖学金和专业任选等“新政”，以与港校“一较高下”。

但内地高校设立的头名奖学金时间较晚，且一般是应对港校生源竞争的无奈之举，而且金额相对较低，对头名的吸引力和诱惑力远不及香港高校。

●未来预测

蔡言厚教授认为，高校头名录取将更加集中于北大、清华两所高校，但北大、清华录取数量在香港、台湾顶级高校争夺下会有所下降，大陆其他名校录取高考头名的机会将越来越少。

“今后两岸四地顶级名校将‘同场竞技’，以头名为代表的两岸四地高校优质生源大战将异常激烈，以北大、清华为首的大陆名校如何面对和抵御港大、香港中文大学及台大等港台顶尖高校的挑战，关键的不是设立高额奖学金，而是要在提高教育质量上下工夫。”蔡言厚表示。

1999至2024年吸纳高考头名高校前十名大学名称 人数北京大学 460清华大学 342香港大学 28复旦大学 20香港中文大学 12香港科技大学 9中国人民大学 9上海交通大学 5中国科技大学 4南京大学 3

高考头名选择大学专业排行榜名次 专业名称 人数经济管理 3582 数理化 1423 电子信息 694 生命科学 635 法学 53 ●相关链接

头名最爱经济管理专业

据中国校友会网的调查报告显示，自1999至2024年的12年里，近400名高考头名选择经济管理专业，占总数的四成左右。另外，生命科学、计算机科学等热门专业的头名也相对较多。

蔡言厚介绍，目前众多名牌高校学习港校的做法，以高额奖学金和专业任选等优惠条件来吸引高考头名，推动高分考生争夺战进入了恶性循环的轨道，误导高考头名选择就读所谓热门专业。

“对一些考生及家庭来说，名牌大学热门专业往往意味着好前程、高收入。”蔡言厚表示，但根据对过去10多年我国政界、商界和学界等领域杰出人才的数据分析发现，均难觅经管专业高考头名的身影。本版文/记者王南

**第三篇：高考状元不等于职场状元**

高考状元不等于职场状元

2024年8月8日《山东商报》报道 “中国校友会网大学评价课题组”经过对历年高考状元职业状况的统计分析得出了《中国高考状元职业状况调查报告》。课题组通过核查“2024年中国高校杰出校友排行榜”的杰出人才发现，在“杰出企业家”中没有一个是高考状元；而在学术领域，中国两院院士、外国两院院士、长江学者和长江学者成就奖获奖人等专家名单，均没有出现高考状元的名单，同样在“杰出政治家”中也没有高考状元。

课题组负责人、中南大学教授蔡言厚认为“这说明了高考状元尚未出现在主流行业的„职业群体‟中，状元仅是„考场状元‟，由于缺乏必要的实践能力，未掌握一定的技巧，尚未成为„职场状元‟。”

**第四篇：中国百货商场发展状况调查**

绪论

近10年来，随着经济全球化的不断发展，在中国各大城市中，涌现出了越来越多的百货商场；这些商场以其直观的营销方式和多样化的产品在服务业中逐渐占据重要的地位，也被越来越多的人所接受。同时，随着国内、国际大型商业企业的不断进入，行业竞争也不断加剧。在愈演愈烈的竞争当中，不同的商场都在以其各自的方式应对新的机遇和挑战。

1.1 选题背景

知己知彼，方能百战不殆。而我国的许多综合性商场，在其管理经营时对行业发展的情况并没有深入了解，并没有看到行业发展的弊端；只是一味的利益至上，忽略了许多至关重要的因素，同时失去了发展的机会，一直在原地打转。认清现实，这对我国百货商场的管理方面的发展有着重要的意义。传统的商场管理就是管理品牌商、管理员工、管理卖场、管理商品、管理顾客。商场管理人员是管理制度的执行者，管理权力的象征。随着市场的变化、人们消费需求的改变、行业自身变化、经营管理模式的改变等，对现代商场管理提出了新的要求。商场若想要谋求发展，在竞争中处于不败之地，就要尽快找到正确、合理的出路，就需要在本身的管理经营模式中进行改变和调整，不一味的厚今薄古，也不一味的西学中用；为适应百货商场的变革要求和自身发展的需要，商场管理应该管什么？如何管？就成为我们必须要解决的重大问题。

1.2 研究意义

对于我国的百货商场管理而言，为克服所面对的难题，找到正确的方法，首先应该对我国百货商场的管理现状进行深入了解，分析目前所面临的机遇和挑战，找出管理经营中的问题；而后对问题进行分析，找出原因；抓住问题的本质，才能解决问题，寻求发展；从而进一步提出相应的改进方法和策略，才能使自身得到进一步发展。在如今，新的市场环境的氛围下，我国百货商场的管理的好坏，不光影响着商场自身的发展，也影响着我国经济市场的变换。更好的管理，能带动更好的发展，取得更大的利益；对我国的消费，生产流通，甚至经济的发展都有重大的意义。

本文对中外的百货商场的管理进行了介绍；叙述了百货商场的管理的发展情况；提出了我国百货商场目前存在的问题，并进行了分析。进一步提出了促进我国百货商场管理的一些策略。得出了应对在目前市场等多方面原因变化条件下，对我国百货商场进行管理的正确模式和方法。也对我国百货商场管理的发展趋势进行了介绍。

1.3 百货商场的概念界定

1852年世界上第一家百货商场Bon marche（廉价商场）在巴黎诞生，至第二次世界大战，西方百货商场经历了从成长到成熟期的发展，百货商场的定位是综合化的。百货商场经营的商品几乎是无所不包，你不必到布店去买布，去日杂店去买扫帚，去服装店去买服装，去帽店去买帽子„„走进一家百货商场你可以买全几乎所有的日常用品，甚至那时百货商场还卖食品、糕点、咸菜等等，它力求满足所有人的所有需要。实际上也可称之为求同时代，无差异化时代和无定位时代。人们的衣食住行什么都有的商场，叫百货商场。小到卖针线，大到家电商品和家居家具，我们在百货商业购物广场能买到实用性的商品，个别有个性的没有。或如果说你能有更好的进货源找到也更好，总之百货商场，是社区居民的好邻居，只要是他们生活能用到的想吃到的东西都会有。在我国，百货商场依规模大小分为三类：大型百货商场。店营业面积5000平方米一10000平方米以上，职工500人一2024人以上，经营品种1．5万种一4万种左右；中型百货商场。营业面积1000平方米一2024平方米，职工 200人一400人，经营品种1万种左右；小型百货商店。营业面积200平方米左右，职工十几人至几十人，经营品种几百种至数千种。百货商场有其它各种零售业态所不可比拟的优势，豪华的装潢和周到的服务使购买者从心理上得到巨大的满足，这种满足有时可以掩盖高价格和繁琐的程序所带来的影响，品类的相对齐全也会使消费者有更多的选择余地，满足消费者细微的个性需求，突出的品牌形象使消费者的购物增加了一种成功、满足感，优异的品质和款式满足了消费者对美好生活和时尚的向往。百货商场管理的现状

在过去的10年里，我国百货业走完了国外百货业150年的商业历程，西方发达国家历经8次零售革命形成的20余种业态几乎全部在我国出现，一个城市从只有几家发展到数十家万米商厦争雄的局面。然而，经过十几年的发展，百货业风光不在。在大中城市，年销售额超过1.2亿元的大型百货商场，1992年全国总数仅为98家，2024年已增长到了1000家以上，远远超过居民的购买能力，并且，随着零售业多种业态的新生与繁衍，这几年中国百货业经历了一轮又一轮的“洗牌”，不是接受倒闭的沉痛现实就是退而经营其他。为此，从1996年起，每年都有专家预测该年份将是百货业的倒闭年。在全国各地，百货业都不同程度地出现销售同比下降，如北京仅去年一年，全市各大商场销售额的平均降幅都在9%左右。我国百货商场发展去向成了我们不得不考虑的问题，这就需要对百货商场的管理进一步分析。从而谋求发展，找到新出路。

2.1 国外百货商场的管理现状

当前，我国百货行业竞争激烈，中外企业已开始全面对决，国外商场不仅有先进的硬件设施，还具有卓越的组织管理能力；在竞争中有着明显的优势。其主要特点有：

（1）管理分权化和组织扁平化

目前，管理分权化已成为国外商场组织管理的共识，它是由消费者需求的多样性及技术的运用所推动的。分权化是指上层管理者吧一些管理权与决策权与下级共享。这样做的好处是显而易见的，这可以在较大程度上鼓励下级并使其努力工作；从而更好的满足消费者的需求，提高工作效率。JC彭尼是美国著名的百货公司，历来都重视管理的分权。每个季节，采购员在达拉斯总部选择商品，并且把他们通过闭路电视展现给经理。在此过程中，每个经理都具有一定的建议权。

传统的组织结构一般为金字塔型结构，上下级间层级分明，每个人有明确的权利和责任，中间位管理层。该结构在稳定的环境下是一种比较高效的组织结构，但当前，环境变化迅速，消费者需求日益多样化和个性化，金字塔结构已经明显不利于商场发展。所以，国外的综合性百货商场的组织结构向扁平化发展。

（2）重视员工培训和企业文化建设

国外的商场一般都很重视员工的培训。玛莎（Mark&Spencer）百货公司受英国规模最大而且盈利能力最高的百货公司，他们就非常重视员工培训。不仅在公司内部培训员工，同时还把员工送到相应的供应商那边去学习。

企业文化是指企业在长期的经营活动中并未各级员工普遍认可和遵循的具有本企业特色的价值观团体意识、工作做分、行为规范和思维方式的综合。正确的企业文化能大大提高员工的归属感和忠诚度，增强企业的向系里和凝聚力，促进企业的发展。国外的综合性百货商场普遍重视企业文化建设。他们不仅制定了切合企业自身的企业文化，而且通过各种途径加以强化，使之深入人心。

（3）在管理中广泛运用信息技术

现代信息技术和计算机技术在国外综合性百货商场的管理中得到了广泛应用。在美国、欧洲、日本，许多商场采用POS/EOS/SCM/MIS/CMS等信息系统来提高管理水平和效果。这大大提高了管理效率和管理水平，也成为国外商场获得竞争优势的关键之一。

（4）人性化的管理

21世纪的竞争，在一定层面上就是人才的竞争。国外综合性百货商场的管理普遍倡导“以人为本”原理；在他们的管理理念中常常能体现出关心人、尊重人、沟通人、培养人、重视人和激励人的思想。像英国，人们一般都是一个星期开车到超市去采购一次方便食品与日常生活用品。因此，要求商场的商品种类齐全，去一家大型商场就能选购到所需的商品。英国的综合性大型商场就能满足顾客的这种需求。例如：以食品为主的大型商场，有大量的日常生活用品及儿童玩具等；以穿戴为主的大型商场，则设有食品商场，以及书店等许多专业性商店。考虑到顾客购物时相应的消费需求，许多大型商场设有“麦当劳”、酒吧、儿童游乐等场所。为消费者提供了方便，就又更多的人愿意来。

（5）重视供应链的管理

经济年来，消费者需求日益多样化、价格竞争激烈，商场之间的竞争已不是单个商场之间的竞争，而是整个供应链之间的竞争，商场应该在整个供应链上来提高效率、降低成本，重视供应链管理。通过供应链管理，可以为消费者提供物美价廉的商品和服务，更好的满足消费者的需求，增强商场的竞争力。玛莎百货自成立以来就十分重视供应商关系，其中有一部分供应商，玛莎一直与其合作到现在，实现了双赢。

正是这些管理上的举措，使国外的百货商场可以在激烈竞争的市场中始终占有一席之地。

2.2 我国百货商场的管理情况

90年代以来，我国大中城市的综合性商场迅速崛起，速度惊人。据有关资料显示大中城市年销售额在1.2亿元以上的商场已由1992 年的98家扩大到1997年的1000家以上，年均递增10％以上。综合性商场在繁荣市场、平抑物价、促进生产、文明示范以及更好地满足人民群众需要方面，发挥了主导作用。随着社会的不断前进和发展，百货业因为自身的原因渐渐失落。同是百货商场，选择的道路大相径庭，百货业何去何从引人深思。2.2.1 国内百货商场的发展

业内公认90年代中期是中国现代百货的起始发展期。其标志为，改变旧有的柜台销售模式，采用日、韩、台、港较普遍的专柜模式，谓之，引厂进店。其定位亦从生活消费转为时尚消费。2024年我国前十位零售企业中，连锁超市公司就占有5席，上海联华超市公司以112亿元的业绩取代了一直稳坐中国零售业龙头地位的上海第一百货，标志着数十年来百货店的主导地位开始动摇；在前50强的零售企业中，连锁超市企业达到17家，占到总数的34%，然而其中增长最慢的10家企业中，其中有9家是大型百货店，且均为负增长；从销售增长幅度看，超市公司和大型综合超市公司的增长率远远高于传统百货商店。2024年，增长幅度最大的是以经营大型综合超市和便利店为主的北京物美商城有限公司(达169.6%),而上海第一百货的增长率为负3.8%。我国百货商场近十年来有了较大的进步，在商场设施、商品经营的品种和档次等硬件方面与国外同行已无太大差别，但是在服务、管理、经营理念等方面，国内的商场仍比较落后。但中国百货业在竞争中也不乏典型案例，大洋百货就是一家由台湾百货人士经营的一个典型百货店。大洋百货是由万达集团控股的大型百货店连锁企业，注册资金二亿元人民币。目前已有南昌、福州、南京、苏州、泉州、无锡、上海、重庆、长春、沈阳、天津等多家店开业。再如王府井百货，也已在全国范围内成立了分店，形成了连锁经营的模式，在市场中站稳了脚跟。2.2.2 国内百货商场的管理状况

我国大多数商场尽管不断新建或扩建大型百货商场，但对经营百货公司最重要的经营理念与管理技术却一直在原地踏步，顶多是在扩大面积、升级装修上做做文章。从目前情况看，大中型商场千店一面，定位雷同，忽视了自身特色，商品种类、档次、柜台陈列差异不大，呈现大而全的格局。传统百货采取的是出租柜台的经营方式，即把角色从经营者转变为“二房东”，从而导致同质化。管理方面大多沿用传统管理模式，不仅管理成本高、效率低，而且漏洞大、利润流失大。有些商场意识到传统的管理方式的不足之处，却又一味的套用西方的先进的管理模式，反而对商场的管理和发展造成了阻碍。大多数商场配送技术、信息管理技术落后，极少百货店建立了POS、条码技术及后台电脑分析系统,无法做到对企业的物流和资金流进行实时监控，无法有效控制商品库存和营运成本的管理。有的商场即使建立了POS系统，也只是起收银作用。至于电子商务管理，虽然有越来越多的商场开始运用，但大多数商场的网站里没有实质的电子商务内容，无法进行电子购物，对商场的管理和发展起不到任何实质性的帮助。总的来说，我国的综合性百货商场的管理还比较落后，虽然已有一些管理者意识到了问题，但在具体实践中又往往不能将理论与现实相统一，这就形成了种种问题，阻碍了商场的发展。我国百货商场管理目前存在的问题及分析

传统企业的管理是一个静态的过程。把放弃以前的知识、专业、技术、生产程序和产品看作是冒险的事。静态过程中的这种“竞争优势”反映了传统企业的管理思想模式。这种防御性竞争所反映的思想是，控制住现有的领域就是最大的财富。在传统企业管理中，谁能够以小博大谁就可以取胜，但那时市场领域这块蛋糕的大小是不固定的，它可能无限地膨胀。在如今这个动态社会中，严格控制方式已不再起作用了。“竞争优势”转变为是否有能力进行快速反应和改变，灵活和相机抉择是取得生存机会的关键。传统企业管理模式总是把自己圈在昨天的机遇和昨天的处事方式中，它不可能培养出适应能力，不能够对环境中发生的任何变化不断做出相应的反映，比如客户需求的变化、竞争者生产技术的提高、公众情感的扰乱、世界贸易重组的压力、政府政策的变化等。这就产生了许多问题。

3.1 管理的理念、技术方面的问题

首先是管理观念的陈旧。目前，仍有很多商家不能从传统经营观念的束缚下解脱出来，习惯于沿袭计划经济与卖方市场的经营思维，对市场调查的重要性缺乏必要的认识，不能够对市场和消费者的需求进行深入研究分析，因而在经营上跟不上消费者的需求变化，更谈不上研究营销策略。具体表现是一些大型国有百货商场抱着自己是老商店牌誉好不愁没有顾客，地域好不愁没有商品卖等传统观念，对消费者是第一资源，质量是企业的生命，与供应商应该保持互惠互利的关系等缺乏充分的认识，对企业员工进出、干部上下的现象不能正确看待，等等。2024年，南宁王府井百货撤柜，令南宁市民吃惊不已，王府井是一个名见经传的民族商业品牌。这家有着辉煌背景的外来百货“巨头”在南宁市场仅生存了3年多。究其原因，其中之一就是由于观念上的保守。

其次是经营管理技术落后。经营方式方面，经营方式单一，对半数以上商品实行代销，零售商只分享利益，把全部风险推给生产者承担，导致自身的经营能力萎缩。在销售促进方面，各个商家的促销活动表现为直接降价或者各种变相降价成为缓解竞争压力和抵制竞争对手的首要手段。以兰州的商场为例，不论是亚欧、西单还是百盛，竞争的手段一般都是促销降价，你打折，我也打折。在经营技术方面：大多数商场配送技术、信息管理技术落后，只有极少数百货店建立了P0S、条码技术及后台电脑分析系统，无法做到对企业的物流和资金流进行实时监控，无法有效控制商品库存和营运成本。有的商场即使建立了POS系统，也只是起收银作用。同时，激烈的价格战也大大降低了企业的盈利水平。

管理方面，大多沿用进销一体、两级管理和三级核算的传统管理模式，不仅管理成本高、效率低，而且漏洞大、利润流失大。用人制度方面，不讲究人员效率，人员结构不合理，一方面人力资源严重浪费，表现出人员包袱沉重，人浮于事，员工素质不高，而另一反面又缺乏一批懂经营、会管理，能与国际经济接轨的专门复合型人才和一大批高技能的实际操作人员。兰州的各大百货都存在着诸如此类的问题，进商场顾客觉得服务人员很多，但往往遇到问题时就会发现员工或管理者素质底下，人员结构不合理的问题。

无专门的人员或组织进行成本管理，一般在企业中并无专人管理成本，比如对于物品的节约一般强调靠员工的自觉，领导者有时间了就管管，没时间就听之任之，这种情况常常造成企业物质和财产的损失。笔者在囯芳百货就了解到类似情况。有些企业用财务审计作为成本控制的手段，以防止资金在使用过程中出现浪费或流失。但实际上财会部门是一个业务部门，它应当从事的是业务的工作，而不应当负有管理的职责，并不能通过财会部门来提高企业效率的管理工作。

3.2商场人本管理方面的问题

人本原理与系统原理和效益原理并称为现代商场管理的三大基本原理。人是生产力中最活跃的生产要素，人本原理就是强调在现代商场的管理中要关心人、尊重人、重视人和发展人。但在我国多数商场的管理方式中，人本管理位缺。像在囯芳百货就有许多员工不满意商场的态度，福利差。员工也是没有经过太多培训就上岗。员工不仅是商场经济活动中的主体，同时也是商场经济活动中的管理核心。只有重视和强调员工在经济活动中的作用发挥，商场才能充满生机活力。我们有些商场在经济活动中，却自觉和不自觉的忽视了这个核心问题，偏重于采取一些外在的约束力管理商场。

主要表现在：一是依靠行政体制管理，让管理者被动的去完成某项任务，而不能从根本上调动职工的销售积极性；二是依靠规章制度管理，让员工成为规章制度的奴隶，限制了员工创造性的发挥；三是依靠物质激励管理，很容易让员工思想上产生拜金主义、金钱至上的倾向，以至于偏离商场的精神文明建设方向。这种借助外在力量管理员工的方法，只是把人当作缺乏思想和情感的物，这同商场文化建设人本管理核心理念相去甚远，从而导致部分商场的管理效果不佳、竞争力缺乏。并且在管理思想中，重物不重人。

目前在一些商场中存在着把商场人本管理和经营管理比喻成虚与实、软与硬、有形与无形的关系。认为商场的经营管理是有形的、实的、硬的，而把商场文化称之为无形的、软的、虚的，更有甚者把两者完全割裂开来。这种重物不重人的管理思想将直接导致商场管理者在出现问题时不能够从主观上去找原因，从而使问题得不到根本解决，究其根本原因就是忽略人这个既能够产生问题，又能够解决问题的根本因素。管理内涵中，缺少人本管理的个性特征。目前一些商场在实施人本管理过程中，由于缺乏对人本管理的深入研探，因而出现了缺乏个性化的问题。而在管理对象中，内部人和外部人分离。现代商场管理中，有很多的商场在确定人本管理的对象时，往往只注重到外部人或者内部人中的一方。注重外部人管理的商场往往认为只要管理好商场员工，企业的经济效益自然就能够上去；注重外部人管理的商场往往认为只要坚持顾客至上就能够留住顾客，创造效益。激励方式中，重物质奖励轻精神激励。在商场管理中建立必要的激励机制是是企业管理的需要。但在激励机制的建设上，很多商场管理者普遍存在注重物质奖励、轻视精神激励的问题。因为他们认为物质奖励方式更适用，是实的，而精神激励则是虚的、空的。缺乏人性化。这种将外部人与内部人分离的管理方式从根本上背离了人本管理的实质内涵，直接导致了商场经济效益不能持续增长，出现管理漏洞。

3.3 实际管理过程中存在的问题分析

3.3.1 管理的相关制度在执行中的问题

商场制定了相应的管理制度，但实际上无人监督，也就无人执行；有些商场情况发生了变化，但管理制度仍然是原有的管理制度；有些商场根据具体问题也能采取一些相应措施来解决，但这些措施往往十分简单，没有经过周密考虑，不能发挥其应有的作用。如为鼓励员工提建议，设立提案制度，但只是在企业里放一个建议箱而了事，这样的管理制度不能称为有效的。商场只有详细规定了每一项制度，并制定出一整套的执行、监督、改进办法，才能保证管理制度的有效性，使其发挥应有的作用。在兰州的一些商场的管理中常常会出现以下情况：上层管理者下达指令后，下属由于缺乏监管，敷衍了事、盲目应付。且上层管理者对下属执行其决策的执行情况，往往只能通过其汇报来了解，上情下达和下情上报的渠道不畅通，导致重要决策形同虚设，毫无作用，或者不能起到应起的作用。3.3.2 员工自身的问题

目前，的百货商场中，员工的素质有高有低，同时每个人又有不同的压力、心态。常常会出现员工对管理不服从，有意见的情况；也会造成与消费者之间的矛盾，从而影响商场的管理。虽然，一般商场都会建立相应的制度，但在员工实际的执行中，往往做不到，常会出现不礼貌待客，对顾客爱理不理的现象。这种现象是很普遍的，特别是顾客要求退换商品的时候。这在很大程度上影响着商场的发展和改革。3.3.3 管理者自身的问题

许多商场，虽然已经建立了较好的管理体制，也对员工进行了相关培训，但有些管理者在实际管理中有时会“个人主义”，“利益主义”；造成商场管理的漏洞。另一方面，管理者本身对所制定的管理制度执行不到位，或者干脆忽视商场的制度中自己不赞赏的部分来进行管理。对商场的管理方面的改进造成阻碍。3.3.4 商场所处客观环境中的问题

商场在制定管理的方针和策略时往往忽略了当地消费人群的文化特征。地域特征和历史。指定的管理方案是好的，但却被当地的各种客观因素所制约，无法取得实际的效果。再加上各地政策上的差别，使商场在方方面面都受到一定的制约、影响；有些商场在实际管理经营中常伴有政府行为的色彩。另外，国有老店承担的经济指标压力和历史包袱也很沉重，要改革并建立有效的激励机制步履艰难。2024年，南宁王府井百货撤柜的一方面原因就是“水土不服” 4 促进我国百货商场管理的策略和方法

百货商场的管理应该管什么？想要对百货商场的管理进行改进，我们就应该弄清商场的管理对象和内容。我认为商场的管理首先要管好服务。服务是商业工作的天职要求，商场的管理要从服务入手，要改变传统的管理方法和管理模式，就要把消费者、品牌商、企业员工都作为顾客和朋友，忠诚的为他们服务，切实解决顾客的所需和服务要求，解决品牌商在经营、服务、管理中的困难和问题，解决企业员工在工作、学习和生活中需要解决的问题对他们予以指导帮助和提高。商场的管理的另一项内容是当好参谋。商场是商品的销售终端，是消费信息的集散地和市场的晴雨表。灵通的消费和市场信息可以为品牌商和生产厂家的经营和生产提供决策参考。商场的管理人员就是要利用好商场这一零售终端和信息平台，使用现代的管理手段和信息技术对销售数据和市场需求进行分析，努力当好品牌商和生产企业的参谋。商场的管理人员还要凭借相关的商品和服务等专业知识，为顾客或指导销售服务人员为顾客做好选择商品和服务的参谋。商场的管理人员同时还要做好基层销售服务人员的参谋和教练，指导他们做好销售服务工作。商场的管理还要搭建好共赢平台。零售服务业的发展变化，商业经营管理模式的改变，所有权、经营权的多层次化，强化了商场与品牌商的加盟共赢关系、商场与消费者融洽的互动关系、企业与员工共同发展的成长关系。因此，做好商场的管理必须解决和搭建好商场与品牌商、商场与消费者、商场与企业员工的共赢平台。以双赢为目标来保证商场的经营和发展需要。商场的管理也必须从传统的生硬的管理中走出来，改变以往的为管理而管理的单纯管理的思想和管理模式。商场的管理人员也必须以新的思维和管理方法来适应变化发展的现代商业。

4.1 革新商场的管理理念、完善管理制度

在经济全球化的今天，我国百货商场若想要取得发展，首先就应该对自身的管理理念进行革新，有了新的理念，才能在商场实际的管理过程中注入新的力量，才能从根本上认识到问题所在，加以改正。所以，我们应当对国外的管理的先进理念进行深入学习。学习不是只停留在表面，也不是只单纯的套用先进的管理模式；而是要对所学的理念进行分析，找到适合商场发展的，符合自身管理条件的可行的部分进行运用。但这不是说让我们将原有的管理理念全部抛弃，而是丢掉那些不符合经济发展和在实际情况中不适用的，留下精髓；并与先进的管理理念相结合，创造出具有特色的管理理念。在商场的管理实践中可以将行政管理、制度管理与人本管理方式相结合。这将有助于行政命令、规章制度的落实，也将有利于商场员工积极性和创造性的发挥，也更能够深层次地实现商场效益与员工自身的共同发展、协调发展。

4.2 强化员工培训制度，加大人力资本投资

当今社会，企业之间的竞争在很大程度上是人才的竞争，人才是企业财富的创造者。在知识经济时代，商场对管理者和员工的培训将有助于管理者和员工综合素质的提高，同时也是人性化管理的体现。对商场管理者和员工的培训，必须要求企业加大对人力资本的投资。具体做法是商场必须建立一套有效的继续教育制度，并付诸实施。培训的内容主要包括：企业文化的培训——以培养员工对企业理念的认知，业务知识的培训——让员工熟悉商场的业务流程、熟练掌握基本的服务技能和服务技巧，产品知识培训——让员工能够熟练掌握商场经营的产品知识以及竞争者的相关产品知识，最新营销理念的培训——让员工能及时掌握最新的营销理论和推销技巧。培训的方式主要有新员工岗前培训、在职人员的继续教育培训、员工转岗培训、现场操作实训等。培训的层次可分为管理人员培训和一般员工培训。培训的形式可以采取“请进来”和“送出去”相结合的形式。商场对员工的培训是一种投入大于产出的投资，企业对员工的培训将有助于企业文化的建设和企业经营理念的尽早确立，同时也必将有助于商场核心竞争力的提高，也必将有助于商场经济效益和社会效益的创造。

4.3 建立个性化的商场（企业）文化

所谓个性化的企业文化，就是要体现出商场的发展历史、行业特点、人文环境、队伍素质、价值追求的文化内涵。它不一定要面面俱到，关键是要能够深化到员工的脑海里，得到员工的广泛认同，成为员工规范自己言行的自觉行动。只有独特的商场精神（企业文化）才能在员工脑海里产生深刻的印象，在心里上产生震撼。这将有助于企业员工的个性特征的张扬和员工素质的提高，同时也有利于“顾客认店购买”理念的形成。

4.4 转变管理思想，强化“人性管理”意识

针对部分商场管理中存在的重物轻人、外部人和内部人分离的问题，建议商场管理者要转变管理思想，理顺管理思路，强化人性管理意识。商场管理者必须树立员工是企业财富的创造者和实践者，顾客是企业财富的供给者的思想。在管理实践中要学会尊重和欣赏员工，要让员工参与企业管理，要尊重和发扬员工的个性特征，要注重顾客需求的共性管理和个性需求的结合，要注重“内部人”和“外部人”的协调统一，要切实贯彻“以人为本”的管理理念。只有这样，才能真正树立起员工的主人翁意识，才能有助于员工的积极性和创造性的发挥，才能建立独具特色的企业文化，才能为商场创造永续的利润源泉。4.5 建立多元化的激励机制

所谓“激励机制”是指为了保持商业企业可持续发展的运行，实现企业管理的预期目标，在有机组合企业管理内在要素中发挥激发、鼓励、支持、关怀等作用的过程和方式。不用质疑的是通过物质激励有助于提高员工的销售热情和积极性。物质激励必不可少，但同时也需要结合精神激励机制。而管理学上对人需求的研究表明，当人满足了物质需求以后会更倾向于对非物质的需求，这就需要管理者能够为人的发展提供更多的激励方式，如提供发展机会、职位晋升、公开表彰、外出培训、带薪休假等非物质激励的方式。因此商场要保持长期、持久的竞争力优势，必须考虑到员工的物质、精神和心理等多方面需要，在物质激励的同时必须辅助以精神激励、理想激励和目标激励等多种方式。以多元化的激励机制激发员工的工作热情和创造力。根据赫茨伯格的保健和激励双因素理论，人的精神待遇包括激励需要和环境需要两种。激励需要有：工作本身、责任、成就、发展、进步等；环境需要有：组织决策和行政管理、工资、工作条件、与上级的关系、与同事的关系、与下级的关系、安全、地位等。环境需要是保证员工正常工作的精神需要，激励需要是促使员工更好地工作的精神需要。因此，作为商场的管理者在管理实践中一定要对员工的物质待遇和精神待遇给予同等的重视，这样才能让员工能够在为商场创造效益的同时，也能够谋求员工自身的发展。

4.6 加强对管理的监督和反馈

虽然，人性化的软管理是现代商场管理的必然走向，但一些硬性的管理监督和反馈体制还是十分必要的。对于管理层而言，如何及时了解商场的管理情况，如何能在第一时间发现问题，这就需要有完善的监督和反馈体系。对于其他员工而言，商场若有了一套完整的监督、反馈机制，一方面可以使员工在实际的执行过程中有一定的约束，而加强对管理措施的实行；一方面，员工或消费者也可以通过反馈将意见和问题及时的向上层反应，促进商场的管理方面的改进。

4.7 管理要因地制宜

对于商场来说，自身的企业文化重要，但同时，在管理的过程中，商场外部的文化同样重要。一个百货商场的管理，必然要考虑其外部因素。不同的地域文化孕育出不同的人，所以这些人有着不同的观念，在对商品的需求上，对服务的要求上都会有所不同。商场若忽略了这些外部因素，不管在什么地方都采用一样的管理，最终必然会导致消费人群的流失，员工的流失，影响商场的利益，也不易于商场的管理。也会使商场花费跟多的精力、财力去进行管理。

总之，商场管理是一门较深的管理学，它涉及到商场内部和外部的管理，它涉及到管理学、市场营销学和公共关系学等多门学科的知识。作为现代商场的管理者必须坚持以人为本的管理理念，坚持创新的原则，并在管理实践中加以贯彻落实，才既能有助于商场经济管理的发展和商场利润的提高，同时也才能实现商场和员工的共同发展、和谐发展。我国百货商场管理发展的新趋势

在全球各大百货商场竞争日益激烈的今天，我国百货商场的发展也面临着新的机遇和挑战。创新与变革激烈的竞争使众多商场认识了一个新的规律：当今市场的规则不仅是大鱼吃小鱼，更是快鱼吃慢鱼。商场要用创新的思维应对变革，在竞争中获得先机。熊彼特认为：变革创新是绝对的，没有永远不变的制度。彼得德鲁克在这一点上继承了熊彼特关于创新的观点。如果经济学家对于世界的思考尚需假设的话，那么管理学家则无需假设，因为创新在商业中是一条绝对的规则：谁能利用机会和市场中短暂的\*\*，加速产品、技术、管理、品牌、人力资源的创新，谁就能在竞争中稳操胜算。所以，我国的百货商场管理就需要创新，要不断创新，抓住机遇，从而克服自身的难题和应对挑战。

（1）现今是追逐具有国际化视野和素质的人力资本的时代，国际化竞争的新格局对全世界的商场（企业）提出了全新的问题：具有国际领导力视野、技能和行为的国际管理专家和领军人物极度匮乏。当今的世界，产品竞争、市场竞争和技术竞争的实质是人才竞争。在未来的三到五年内，不仅在世界发达国家，在中国和其他发展中国家也将出现对此类国际人才的激烈追逐。国际化的领军人物将具有以下特征：既懂国内，又懂国外；既通本国语言，又讲国际语言；既熟悉本国文化历史，又对国外文化、风俗、政治、经济极为敏感；既有胆识，更有修养；既懂人情，又懂绩效；既懂企业使命，又能顶住短期的工作压力；既是一位好的领袖，能够鼓舞他人完成组织目标，又是一个胜任的经理，不论环境发生什么变化，都可以完成企业的利润目标。有了这样的人才，在未来的管理中必定有着领先的、创新的理念，必定会将商场的管理领上崭新的台阶，为我国百货商场的管理打开新的局面。

（2）提倡全球化的绩效管理模式。目标管理的鼻祖是德鲁克。目标管理是绩效管理的基础，注重绩效评估，严格压缩成本，强调中短期目标是美国商业企业的特点。在国际化残酷的竞争中，股东对管理者的压力越来越大，而商场在市场上可以获得的利润空间也越来越小。想要在战争中获胜，必须在绩效、在目标、在降低成本上下足功夫。在全球化竞争的格局中，无论国别，无论肤色，绩效面前，人人平等。美国商业企业一向重视目标管理，已经在竞争中获得相当的优势地位，而日韩等东亚重视人情的企业管理也在向这一方向转变。我国的商场管理，也应当更加注重绩效的管理，才能在竞争中取胜。

（3）注重知识型人才的管理趋势。尽管企业面临巨大的压力，但在日益繁复的知识和信息流面前，仍然要注重对知识型人才的管理。这是一个二难困境：一方面企业要重视短期的绩效评估；另一方面也要重视企业发展中人的因素，注重长期人的培育。当前的管理环境已非100年前泰勒的科学管理时代，人不是机器上的零件，可以随心所欲地受到摆布，信息传播手段和技术使得员工对企业的忠诚度大大下降，过分强调短期绩效必然使带有知识资本的人才流向竞争对手。我国的许多百货商场人才流失的情况严重，在未来的管理中，我们必须重视对知识型人才的管理，有了人才，商场管理的改革和创新才有可能，商场才能取得发展。

（4）商场的管理要有社会责任感。由于国际化市场激烈的竞争，商场面对的压力越来越大，原有的产品和利润优势逐步丧失。很多商场包括著名的跨国公司为此而不择手段，以牺牲长期的、社会的利益为代价获得短期的、市场的和利润上的优势。正缘于此，整个世界当前都在强调管理经营的社会责任、道德观和价值观。一个对社会、对自身、对消费者负责的商场，才是能持续不断发展的商场。我国的百货商场在今后的管理中，应当注意其管理理念和模式是否是满足社会责任、道德和价值观的。这样才能使我国的商场经久不衰。

（5）管理中信息技术革命的趋势。100年前，电报电话铁路的发明为西方企业的崛起奠定了基础。今天，信息革命给世界和中国带来了前所未有的机遇。基于产品和技术的生命周期不断缩短，商场管理的思想、组织、文化都在经历一场巨大的更新，对传统组织文化，管理行为提出了巨大挑战。而追溯这种变革的根源，我们则会看到近年来一串信息和传播技术的概念：数码产品、3G手机、3C融合„„这些已经或正要深入到每个人日常生活的信息技术在向商业管理提供了足够多的信息。21世纪信息革命的大趋势给我们的启示是，谁首先掌握了信息技术并把它迅速运用到商业管理之中，谁就掌握了企业最为核心的竞争能力。MIS、CRM、ERP等在新的信息技术架构上的管理理念，随着信息革命的深入，将给中国的商场带来新的竞争格局和机遇，把中国和发展中国家的商场在多种领域里与国际级的大型商场拉到了一个相同的起跑点。我国的百货商场要加快信息技术的构建，才能在未来的竞争中取得优势。

（6）外包革命。所谓外包，是指在讲究专业分工的二十世纪末，企业为维持组织竞争核心能力，且因组织人力不足的困境，可将组织的非核心业务委外给外部的专业公司，以降低营运成本，提高品质，集中人力资源，提高顾客满意度。在日益激烈的竞争背景下，企业对外兼并重组，对内创新变革，日益实现人力资本、管理模式、知识与信息、社会责任等的国际化，最终会导致一个真正的趋势：外包革命。外包革命始于美国大公司，而印度的外包公司后来居上，来势凶猛。在当前商场经营环境急剧变化的时代，规模大的商场所表现出的垂直整合能力的优势明显下降，内部的组织交易控制成本在增加，导致了许多商场开始更加注重专注、轻装、简捷，把竞争力的重点放在自己最为优势的领域之中。接受外包这种新的经营理念是一种必然趋势。信息化趋势使得全球职业分工的格局越来越明晰，形成了一批专业素质极高的外包公司，这些公司的出现使得原来不堪重负的大商场可以以轻盈的体态实现组织架构的优化，降低经营管理成本，提高自身竞争力。我国的百货商场可以在未来的管理中运用外包的模式，优化商场组织结构，减少成本，从而提高管理效率。

我们提倡新型的现代化的百货商场的管理，不只是装修现代化还要管理理念现代化；不仅要增加国际性的品牌，更要提高管理水平；不仅要吸收高级管理人才，还要有现代化的管理系统（POS系统、呼叫中心等）信息技术的支持。现代化的商场绝不是表面的浮华和显贵，而应该是向着科学而成熟的管理流程和管理体系发展。

结论

现代百货商场的管理是一个大课题，它需要精英整合社会资源，吸引管理专家、品牌经营专家与信息技术专家、物流业专家等投入到现代百货商场管理的实践与理论研究中去，我们要面向世界，培育一大批新型的管理人才，让古老的百货商场管理态焕发新的青春，并吸收其它业态优点，创造适合中国国情的现代百货商场的管理模式，随着中国经济走向全球化，中国著名的百货商场也要走出国门，到国外去竞争，在竞争中形成若干世界品牌，让外国消费者在接受中国商品的同时，更能接受中国百货商场的管理和服务。中国百货企业任重道远，聚集国内外优秀人才，不断培训国内人材，一点一滴地艰苦努力，大胆赶超国外巨头，在世界占有一席之地，这是历史赋予中国百货企业的重任。优胜劣汰，这是百货企业进化的历史规律。而在科学技术高速发展、市场变化日新月异的今天，能否有效实施管理是现代百货商场能否够赢得市场，在竞争中获得优势的关键。

目前，各地百货商场的竞争状态已有目共睹，如何在商场硬件、商品品牌、目标顾客等几个有限的因素上做足文章已基本成为所有商家的共识。随着社会主义市场经济体制构建加速，市场竞争的深化，管理问题的重要性已日益突出，中国百货商场的管理要现代化也已成为共识。建立现代管理的制度是我国传统百货商场管理改革的方向，而在近几年当中一些形式上还比较规范的商场都出现了管理上的严重问题。这种情况说明，我们对管理制度建设的认识还有待于深化，与国外的百货商场的管理理念还有差距。国内一些百货商场正面对着激烈市场竞争和消费者需求变化的挑战，本文指出了百货店自身存在的发展瓶颈问题，提出了百货商场的发展出路在于进行现代化的管理模式的变革。百货商场必须对现在持有的管理观念以及管理方式进行革命。这样才能求得具有规模化和竞争能力的发展。

参考文献

[1]贾朝霞:大型商场经营管理现状与发展[J].科技情报开发与经济,2024年第15卷第1期 [2]张婧姝:现代商场客户关系管理的方法[J].企业管理,2024年4月

[3]孙大维 刘红燕:《现代商场管理能力教程》［M］.北京:高等教育出版社，2024年 [4]姚裕群:《人力资源管理概论》［M］.北京:高等教育出版社，2024年

[5]徐华新:建设现代商场的和谐企业文化和人力资源[J].商场现代化，2024年2月（上）[6]张绍波付伟:试论商场管理中激励体系的构建[J].商场现代化，2024年7月（下）[7]冉丛波：论现代商场人本管理存在的问题及控制[J].商场现代化，2024第27期 [8]赵祁：新时期商场物业管理研究 [J].商场现代化，2024年第16期 [9]李军: 顾客期望与商场管理[J].江苏商论 ,2024年 第09期

[10]马涛:周边绩效管理是提高商场服务质量的关键[J]商场现代化, 2024年第13期 [11]蒋仕章:商场管理浅议[J].湘潮(下半月)(理论), 2024年 第08期 [12]邓超:浅谈商场管理中的人本管理[J].科技创新导报, 2024年 第04期

[13]柳琦 王潇: 电子商务环境下商场管理系统的设计探讨[J].价值工程,2024年 第08期

[14]Ronald G.Frey.System for determining the number of shoppers in a retail store and

for processing that information to produce data for store management[EB/OL]． http://www.feisuxs/pss/2631511.2024.6.12 [16] 熊勇清,王小玲:百货零售企业一线员工管理探讨[J].商业时代,2024.8 [17] 王乔:我国大型商场经营管理存在的问题及对策[J].中国市场,2024.14

致 谢

论文的写作是枯燥艰辛而又富有挑战的。在此，我特别要感谢我的导师梁青玉老师。从论文的选题、文献的采集、框架的设计、结构的布局到最终的论文定稿，从内容到格式，从标题到标点，都是在老师的指导下完成的。感谢各位双学位的同学，与他们的交流使我受益颇多。最后要感谢我的家人以及我的朋友们对我的理解、支持、鼓励和帮助，正是因为有了他们，我所做的一切才更有意义；也正是因为有了他们，我才有了追求进步的勇气和信心。

时间的仓促及自身专业水平的不足，整篇论文肯定存在尚未发现的缺点和错误。恳请阅读此篇论文的老师，多予指正，不胜感激！

**第五篇：中国志愿者活动状况调查**

中国志愿者活动状况调查

摘要：随着社会的发展，志愿服务已经成为塑造良好社会风尚、衡量国家文明发展程度以及协助重大赛事成功完成不可缺少的一部分，每一项大型活动的举办有相当部分是建立在许多志愿者默默付出的基础上，大学生志愿者活动日益成为大学生在实践中经受锻炼、完善自我的新课堂的重要途径，同时，由于政策、组织等多方面的原因，大学生志愿者活动在发展过程中也暴露出了一些问题。因此，提出科学合理的对策对志愿者活动的发展显得尤为重要。关键词：大学生志愿者活动

绪论

大学生青年志愿者行动倡导了一种精神，就是“奉献、友爱、互助、进步”的志愿者精神。志愿者活动将中华民族五千年来聚集的“温”“良”“恭”“俭”“让”“孝悌”“仁义”等传统美德在高校中得到广泛宣传，增强大学生的民族精神。志愿者活动是指不为物质报酬，基于良知、信念、和责任，自愿为社会和他人提供服务和帮助的行为。大学生志愿者行动是“跨世纪青年文明工程”的重要组成部分，是新的历史时期社会主义精神文明建设的新载体。

[1]为此，通过网络问卷对大学生志愿者的活动内容进行调查。

主体

从本次调查的统计数据来看，当前大学生志愿者活动的领域主要以下九个方面进行分析，其中“保护母亲河这一项被选中的机率为62.9%，表明大多数人的环保意识在增强。“义卖、捐款”、“访问孤寡老人和孤儿”被选择的比例依次是45.7%和36%，这两种比例比较高，其中义卖、捐款作为一种最直接物资贡献的助人方法具有简单易行、效果突出的特点，而“访问孤寡老人及孤儿”则更多体现了“尊老爱幼”的传统美德。

一、大学生志愿者活动的主要特点

大学生青年志愿者活动是由具有一定思想觉悟、热心社会服务和公益事业的在校大学生向社会无偿提供服务的实践活动。在其发展的进程中，具有以下几个特点：

1、强调自愿，参与广泛。大学生志愿者行动以激发基于道义、良知、同情心等青年内心行为动机，公募，自愿报名，充分尊重了当代大学生平等参与的意识，拥有广泛的群众基础，不受空间、时间等方面的局限，并在高校周围形成了强烈的辐射效应。

2、思想活跃、勇于创新。大学生志愿者行动是一项社会实践活动，它既是实实在在的社会服务活动，又包含着深刻的思想教育内涵，具有服务他人、教育自我、优化社会环境三 1

位一体的功能。开展活动时，同学们容易接受新事物，能积极思考，善于创新。

3、新旧交替，工作持续。因为大学生志愿者新旧交替较快，所以青年志愿者注重多种形式培养后备队伍，形成梯队型的生力军，促进活动正常有序开展。

二、大学生志愿者活动存在的主要问题

随着近年来青年志愿者活动的深入开展，出现了一些矛盾，暴露出来了不少问题，主要表现在如下：

1、大学生志愿者的积极性随着入校时间的增加而呈现递减趋势。大学生志愿者社团在成立之初，报名参加的人数很多，社员积极性也很高，但是随着时间的推移，社员的积极性锐减，而且社员提出社团或者隐性退出社团呈显著上升趋势，到大

二、大三时，除留下为数极少的几名骨干成员外，几乎所有的社员均需从大学一年级新同学中补充吸收，这一情况在高校较为普遍。

2、大学生志愿者实效性不强。这主要表现在活动形式与内容上，不是社区义务劳动就是去敬老院献爱心，形式过于简单，缺乏教育内涵。活动没有结合专业，发挥专业技能去锻炼实践能力。

3、大学生志愿者活动缺乏有效的保障机制。这主要表现在缺乏激励机制和动力机制，干好干坏一个样，干多干少一个样，很多工作流于形式；缺乏一定的保障机制，有关部门没有很好的加以协调，不少社团受多方面因素制约，正常的活动费和必要的设施无法得到保证。

四、大学生志愿者活动存在的主要问题的解决措施

1、各级党团组织思想上要高度重视。要把此项工作当成团组织对外的窗口和向外延伸的有力拳头，做到领导关心、专人指导、专款专用三到位，真正把此项工作作为实施跨世纪青年工程的有效手段，要使其成为加强青年学生思想政治工作的有效途径。[2]

2、完善规范体制与机制，强化大学生的志愿活动动机。结合当前高校实际情况，完善相关规则体制，如加强注册登记制度，建立活动服务考核体系，建立志愿者基金会，奖惩分明，也规范志愿者活动程序。[3]在实际中要准确把握实际情况，表彰先进，鞭策后进，并与团的推优工作、党的积极分子培养结合起来，把大学生志愿者组织建设成为提高同学思想觉悟的基地和培养学生干部的摇篮。

3、组织业务培训，调动同学积极性，提高办事效率。大学生志愿者活动毕竟是一个新生事物，没有现成的规章制度，这就需要在工作中不断探索。尤其对低年级以及还没有对青年志愿者工作有深入思考的同学，必须进行必要的业务培训，进行志愿者工作的相关知识辅导，从而在最短的时间内调动学生的积极性，效益最大化。

4、结合社会发展需要，开拓新的工作形式。“创新教育是以培养人的创新精神和创新能力为基本价值取向教育”。只有符合社会发展需求的工作形式才能真正调动志愿者参加的积极性，如有的大学每年选派优秀的大学生到贵州省大方县支教，实践证明创新型的工作思路可以鼓励更多的学生参与到志愿者活动中来。

5、改革志愿服务活动就近原则、形式主义倾向，着重扩展志愿服务的领域。现阶段大学生开展志愿者活动主要在帮贫扶困、支教扫盲、社区建设、公益服务等方面，开展的范围较狭窄，活动内容比较单调，缺乏真正有意义的活动，有一些志愿者活动停留在表面上，不能帮助最有需要帮助的人群，而且在活动方面、活动类型方面都很有限。因而，高校要根据社会的需求和学生参与的愿望，改革志愿服务活动就近原则、形式主义倾向，不断拓展新的服务领域，不断推出新的服务项目，逐步建立起长短项目齐头并进、不同领域项目各具特色的志愿服务项目库，并推出形式多样的志愿服务项目菜单，为更多大学生参与志愿服务提供便利。正如大学生志愿者服务活动应该走出去，走进农村，走进偏远、贫穷地区，开展长期扶贫，重点服务，建立重点项目等志愿服务形式。此外，还应该走阵地化、基地化的道路，保持志愿者服务活动的持续化、经常化，建立大学生志愿服务的长效机制。

结论

总的来说，大学生参与志愿服务原因可分为两个方面就是实现自我价值与社会价值两方面，说明当代大学生在肯定奉献价值的同时，也意识到利他行为对自身发展有着积极的作用，表明当代大学生参与志愿服务的动机是积极的、善良的。其中“实现自我价值”是属务实的理性选择，“实现社会价值”是志愿精神的核心思想，两者的有机结合是志愿行为得以延续的主要原因之一。现实社会竞争十分激烈，个人能力与素质是人才竞争的焦点，每个人都要更大部分时间和精力放在自身综合能力的提高方面，以适应不同竞争环境变化。而在志愿者服务过程中，社会恰好可以提供给大学生多种多样的社会实践机会，同时让大学生接触到社会更多群体的真实情况，从而能够锻炼到大学生的社会实践能力，培养大学生的社会责任感，陶冶情操，提升个人的整体素质。在“帮组他人”的社会行动中他们付出了人力和爱心，收获了尊严和满足感，也感受到了自我实现的成就感。大学生志愿者是一支充满生机和活力的有生力量，是社会主义精神文明建设的一支生力军，开展大学生青年志愿者活动，既是大学生奉献自我、回报社会的一种方式，同时又是他们在实践中锻炼自我、自学成才的一条途径，对构建和谐校园有着长远的推动作用。

参考文献：

[1] 刘敏.大学生志愿者活动与和谐校园的构建[J].新西部，2024

[2] 丁元竹.中国志愿服务研究[M].北京：北京大学出版社.2024

[3] 闪茜蓄.论建立和完善高校青年志愿者活动的激励制度.广西青年干部学院学报.2024

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！