

开拓市场工作总结 销售开拓市场(通用5篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

开拓市场工作总结篇一

据报道，河南省安阳市针对本地一些企业产品档次低、结构不太合理，且大多数是贴近人民群众生活的必需消费品，较适应西北地区的消费水平的这一实际，主动派人到西北地区找市场，结果大获全胜。前不久，安阳市150家企业的218种产品在新疆乌鲁木齐市举办产品展销会，盛况空前，短短三日内就签订各类产品购销合同和意向协议3.92亿元，带去的展出样品也被抢购一空。许多昔日在安阳市滞销的日化等产品如今在新疆市场成为抢手货，供不应求。由此可见，在激烈的市场经济大潮中，我们有很多企业天天喊叫没有市场，销售疲软，岂不知市场不是喊出来的，而是开拓出来的。积极参加适合自己销售渠道的展览会，也是一种开拓市场的捷径。

展会经济是近年来市场发展中的一门新经济，也是市场经济更加活跃的必然结果。展会经济之所以受到日益关注，它的显著特点就是通过展会促发展、促改革、增效益，全面提高整个行业产品的科技含量和市场占有率，为推动科学进步，满足日益繁荣的市场需求提供契机和商机。

展会经济促发展。近年来各地展会经济非常活跃，各种各样的展销会应接不暇，展销会给各厂家提供了一个展示自我、发展壮大的‘大舞台和生存空间，一些企业通过展销会尝到了

甜头。通过各种展销会，企业之间可以相互交流，彼此取长补短，为各自的产品更加完美创造了很多条件。如某企业生产的一种面粉加工机械，在当地非常抢手，深受一些中小企业及农户的欢迎，这家企业感到非常满足，准备大批量生产向省外推广。可在参加一次展会时，却发现自己的这种产品与别的参展厂家相比，还存在不少的不足之处，结果别的企业这种面粉机械购者众多，签了很多合同，而自己却无人问津。通过展会使这家企业感觉到“强中更有强中手”，市场创新发展出永无止境。

展会经济促效益。展会经济的最大受益者是企业自身，通过展会不仅促销了产品，而且扩大了自己产品在市场上的知名度，更重要的是通过展会倾听了消费者的呼声和广大用户的意见及建议，对企业的发展壮大至关重要。同时通过展会经济使一些企业的积压产品找到了销路，扩大了市场占有率。如上面提到的安阳企业的产品在当地成为滞销品，无人问津，企业效益受阻，后来该企业通过参加新疆展会，使这种产品一下子成了展销会上的抢手货，不仅样品抢购一空，而且还签订了很多供货合同。为什么有这种奇效呢？原因就是“一方水土养一方人，一方人用一方货”，你这种产品在这个地方没人问津，但在其它地方也许供不应求，关键是没有选好市场，只有多参加各种展会，才能使自己的产品为众多的消费者和用户所熟悉，因为不论什么产品都是有市场的，看你如何促销，这其中参加各种展会就是一着妙棋。

展会经济搞活了地方经济，繁荣了市场，满足了人们的不同需求。正因为展会经济的广阔潜力和独特的魅力，近年来展会经济在一些地方火爆，尤其是一些经济较发达地区，广大消费者和用户非常青睐各种展会，因为展会的各种产品都是新产品，而且展会期间的选择余地大，可以货比三家，价钱相对优惠，正因为如此，展会经济异彩纷呈，空前繁荣，成为广大消费者和众多用户的消费热点。

开拓市场工作总结篇二

任何人都知道小事不小，结合自己的工作实际做小事，很多人不以为然，其实，很多时候小事可以起到很大的作用。

在我的营销生活中，有几件小事记我记忆很深，也产生了一定的效果。

一条短信

刚做业务不久，很方面的技巧完全缺乏，与客户谈合作的时候，按部就班的谈产品的特点，价格、公司的政策。经常信誓旦旦，但接受的客户很少，业绩也做得很差。

记得刚到一新区域开拓市场，有一个大卖场计划开业，对方对金立的产品很有兴趣，工作笔记上也留一几页准备来谈金立品牌子的合作事宜。应该说这样的客户很难遇得到。我也是按平常的方式与客户交流。客户似乎对金立人这么迟来找她有点不是很高兴。但对合作的大方向还是认同的。但谈的过程却很长，最终总是有不少的事很难落实下去。我也百思不得其解。一天晚上下班后，业务经理得到一个信息，说是当地不少手机业的同行想联合起来对付这位客户。经理叫我发条短息给该客户，表达金立品牌支持她，同她站在同一条战线的意思。

短信刚发出，就接到客户的电话。电话中客户的语气比以前平和了很多也客气了很多。在电话中与我称兄道弟，表示今后在她的卖场里一定会全力支持金立品牌。在接下来的事件，很多事顺利了很多。

一句祝福

刚开始做业务时，因为自己的业绩比较差，与客户联系也比较少，

加上下班收入不高，电话费也是能省就省。这一省无形是不知“省”掉了多少业务。后来，业绩略有提升，收入也销高了一点点。与客户电话联系也就比较多了，不小心也就些不大不小的收获。中秋节这天，一个人出差在外，做在汽车上闲着也是闲着，于是我就给我的客户发祝福。虽然我发了上百条，回过来的不多，但不少让我觉得值，也有直接打电话来表示感谢的。其中有一条足以说明我发的短信值。“谢谢！有你的祝福，我一定不负你的重望，加油再加油卖金立的品牌。呵呵！合作愉快！”看到这样的字样，看到这么好的客户，虽然佳节“独在异乡为异客”，但心里不觉得孤独，反得在这商战中看到了友情，看到生意之外的更为宽广世界。

一份快餐

相信大多数业务员均有“吃”客户的时候。虽然公司经常强调不得与客户在一起吃喝。但有时还是免不了要犯规。我也多次犯过。在这些豪华的大酒店里，我也客户的感情并没有因为“一口干”而加深多少，也没有因为“酒量代表销量”而带来了业绩的提升。但有两次，因为一份快餐而让我深有感触。一次是一位老板为我买快餐我深受感动。另一次，则是一位客户的新店开业。当我赶到店中时，已是下午两点多了。看到火爆的销售场面，我真恨自己没有孙悟空的跟斗云功夫。因为带了一部分货，老板娘正忙着做生意，而我的货却还没有上柜。于是我拼命地催老板娘验货上柜。老板娘一脸的不高兴，好在我一直与她的客情关系很不错，不然，后果可能很难想象。但在不小心的中，我得知老板娘忙到现在也没有吃中饭。于是我偷偷出去。由于这地方不是很熟悉，加上吃饭时间以过，我找了好几条街也没有找一可以买到一份快餐的地方。半个多小时后我终于找到了一个地方还有快餐在卖。当我返回店中时，已上下午三点多了。我把快餐送到老板娘的手上，对她说了一句“身体比生意更重要”。当时我看到了老板娘眼角里的泪花。第二天，老板娘调整了整个公司的提成政策，金立品牌的提成额跃居首位。再后来，只要是在差不多吃饭时，当我忙于布置形象，给营销员培训

产品知识时，总要给我订一份饭，而且一定要让我吃好后才给我验货结款。

开拓市场工作总结篇三

第一条：为保障农贸市场开办者、经营者、消费者的合法权益，维护市场交易秩序，规范市场交易行为，促进农贸市场健康发展，根据有关法律、法规，结合本市实际，制定本办法。

第二条：本办法所称农贸市场，是指由市场开办者供给固定的场地、设施，进行经营管理，若干经营者集中在场内独立从事农副产品交易活动的场所。

本办法所称农贸市场开办者（以下简称市场开办者），是指依法设立，从事市场管理，经过供给场地、设施以及服务，吸纳农副产品经营者入场经营的企业法人或其他经济组织。

本办法所称农贸市场场内经营者（以下简称场内经营者），是指在农贸市场内独立从事农副产品交易活动的企业法人、个体工商户及其他经济组织。

第三条：农贸市场交易活动应当遵循自愿、平等、公平、诚实的原则，遵守商业道德。市场管理活动应当遵循合法、公开、公平、公正的原则。

第四条：本市城区内农贸市场的开办、经营管理以及相关的行政监督管理活动，适用本办法。

第五条：农贸市场实行属地管理。在市人民政府统一领导下，各区人民政府、长沙高新区管委会应当切实加强对农贸市场管理工作的领导，组织、协调本级相关行政管理部门依法履行职责。

各街道办事处应当切实履行工作职责，督促市场开办者落实管理职责，负责市场日常监管，协调相关行政管理部门依法监管。

第六条：工商行政管理部门牵头负责农贸市场监督管理工作，主要职责包括依法确认市场开办者和场内经营者的主体资格，对经营主体、商品质量、交易行为等进行监督管理，受理和处理投诉、申诉，维护市场秩序，依法查处违法行为，适时组织农贸市场管理人员参加培训，以及法律、法规规定的其他职责。

第七条：商务部门负责组织实施农贸市场建设、提质改造工程，拟定城乡农贸市场建设、提质工程标准，牵头制定验收办法和组织验收。

第八条：城管执法部门负责农贸市场周边和场内环境卫生监督管理，查处市场违法建设和场外违法占道摆摊设点经营行为。

第九条：物价部门负责规范对农贸市场的行政事业性收费行为，监督市场开办者的收费行为，督促经营者进行价格公示，对价格违法行为进行打击。

第十条：质量技术监督部门负责对农贸市场内用于贸易结算的计量器具、计量行为等进行监督管理，加强对市场经营户用于贸易结算计量器具的定期强制检定；负责农贸市场定量包装商品、零售商品等商品量的计量监督管理。

第十一条：农业部门负责市场农产品质量安全监督管理，包括进行监督抽查，对蔬菜、水果等食品进行农药残留检测，督促批发市场开办者落实农产品质量安全检测制度等。

第十二条：畜牧水产部门负责市场畜禽水产品质量安全监管，包括进行监督抽查，对畜禽水产品进行检疫检验等。

第十三条：建设、公安消防、安监等部门依法对农贸市场建筑物安全、消防安全等安全生产工作实施监督管理。

第十四条：环保、卫生、房产、食药监等有关部门，在各自职责范围内依法对农贸市场进行监督管理。

第十五条：开办农贸市场应当依法进行登记注册，领取营业执照。农贸市场未经名称核准登记不得招商、招租。

第十六条：市场开办者依法自主经营，收取场地、设施租金和其他相关服务费用，有权拒绝违法收费和摊派，享有法律、法规赋予的合法权利。

第十七条：市场开办者是农贸市场管理的第一负责人，承担农贸市场硬件设施建设、维护和市场经营秩序、市场卫生、食品安全、消防安全、建筑物安全的管理职责。

第十八条：市场开办者应当在市场内设立市场服务管理机构，配备服务管理人员，佩戴标志上岗。在市场办公场所悬挂营业执照、税务登记证及其他经营许可证，并在市场显著位置设置公示牌，公布市场服务管理机构名称、管理人员分工、市场管理制度。市场管理制度由市农贸市场管理工作领导小组办公室负责制定。

市场开办者应在市场内设立投诉受理点，理解消费者投诉并进行调解，协助有关部门处理交易纠纷。

第十九条：市场开办者应当审查入场食品经营者的许可证，明确入场食品经营者的食品安全管理职责，定期对入场食品经营者的经营环境和条件进行检查，发现食品经营者有违反《中华人民共和国食品安全法》规定的行为，应当及时制止并立即报告所在地县级工商行政管理部门或食品药品监督管理部门。

市场开办者未履行前款规定义务，本市场发生食品安全事故的，应当承担连带职责。

第二十条：市场开办者应当与当地工商行政管理部门和场内经营者分别签订食品质量安全职责书，明确市场开办者、经营者的食品安全职责。

第二十一条：市场开办者应当与场内经营者签订书面入场经营合同。合同应当明确产品安全职责、消费纠纷解决途径、违法经营职责、治安消防安全、计划生育、市场环境卫生、违约职责及处理方式和解除合同条件等事项。

第二十二条：农贸市场应当建立健全进货检查验收、查验检测凭证、记录和保存购销台账等制度，对从本市场售出的农产品质量安全负责。

农产品经营市场应当要求入场农产品销售者交验有效的产地检测合格凭证或者无公害农产品、绿色食品、有机食品认证标志（以下统称有效合格凭证），认真查验并予以记录。

农产品经营市场应当配备检测设备和检测技术人员或者委托法定检测机构进行检测。销售者不能交验有效合格凭证的农产品，应经检测合格后方可销售；检测不合格的，及时报告工商行政管理或者农业行政管理部门处理。

第二十三条：市场开办者应当维护市场环境卫生组织，加强环境卫生宣传，建立健全市场清扫制度，及时清除场内污水、垃圾和废弃物，坚持场内整洁卫生、环境优良。

第二十四条：市场开办者应当确保市场消防安全，与经营户签订治安、消防安全职责书，明确治安、消防安全职责。明确治安纠纷调解员，及时制止扰乱市场和危害市场的突发事件，维护治安秩序。明确消防职责人，配备专、兼职消防人员，定时定点对安全消防设施进行检查。配备贴合消防标准

的消防器材和设备。不准乱拉、乱搭、乱接电线和改动供电装置，确保安全用电。

市场开办者应当经常检查市场建筑物（构筑物）的安全使用状况，对存在安全隐患的，应当委托有法定资质的房屋安全鉴定单位对市场建筑物（构筑物）进行安全鉴定，采取措施及时消除建筑物（构筑物）安全隐患。

第二十五条：市场开办者要成立突发事件应急处置机构，制定应急预案，明确人员职责和突发事件应急处置流程，并细化分工、落实职责，确保应急预案的顺利实施。

第二十六条：市场开办者应当对场内使用的计量器具登记造册，并报当地质量技术监督部门备案，要求场内经营者向指定的计量检定机构申请周期检定，督促经营者依法正确使用、维护计量器具，禁止使用国家明令淘汰的计量器具，禁止使用未经检定或检定不合格的计量器具的行为。

第二十七条：市场开办者不得为场内经营者的无照经营和销售假冒伪劣商品等违法行为供给经营场地、保管、仓储、运输等条件。市场开办者发现市场经营户有违法经营行为，应当及时制止和督促改正；对督促不改的应向有关行政管理部门报告，请求依法查处。

市场开办者直接参与场内经营的，市场登记注册时，还应核准相关经营项目，且不得利用其管理服务职权与其他经营者进行不正当竞争。

市场开办者可在市场内设立农民销售自产农副产品专区，供消费者自主选择。农民在市场出售自产自销的农产品，应当在市场开办者划定的专用区域内经营。

第二十八条：有财政资金投入进行建设或提质改造的农贸市场，非因规划调整原因，不得变更经营范围或关掉，不得改

变农贸市场建设或提质改造时所确定的市场功能布局。农贸市场因规划调整原因确需迁移、合并、转向或关掉的，应当按照下列程序办理：

（一）市场开办者提出书面申请；

（四）市场开办者应全额退还各级财政投入的建设或提质改造资金。

非财政资金投入建设的农贸市场需变更或撤销的，应当在作出变动决定之日起30日内到工商行政管理部门办理变更、注销手续。

第二十九条： 转让有财政资金投入进行建设或提质改造的农贸市场，须经所在区商务部门会同工商行政管理部门初审同意后，报区人民政府批准。受让方须从批准之日起30日内到工商行政管理部门办理变更登记。

转让行为发生后，受让方应当遵循本办法的规定，依法享有市场开办者的权利，履行市场开办者的义务。

第三十条： 场内经营者应当诚实守信、合法经营，公平竞争，遵守市场管理制度，自觉维护市场秩序。

场内经营者不得在市场内经营法律、法规、规章禁止经营的商品，不得在市场内从事法律、法规、规章禁止的活动。

第三十一条： 场内经营者依法自主决定农副产品价格，有权拒绝违法收费和摊派，享有法律、法规赋予的权利。

第三十二条： 场内经营者应当持证照经营，并在其经营场所的显著位置悬挂营业执照、税务登记证及其他许可证件。农民在集贸市场销售自产的农副产品，不办理前款规定的证照。法律、法规另有规定的从其规定。

第三十三条：场内经营者用于商品交易的计量器具必须强制定期检定，不得使用未经检定或检定不合格的计量器具。建立定量包装商品进货验收制度，确保商品净含量贴合相关法律、法规的要求，正确使用国家法定计量单位。

第三十四条：场内经营者要坚持商品堆放整齐，通道畅通，不准占道经营，乱摆乱放。

第三十五条：场内经营者采购商品，应当建立并执行进货检查验收制度，应当查验进货者的许可证和产品合格证明和其他标识，如实记录商品的名称、规格、数量、生产批号、保质期、供货者名称及联系方式、进货日期等信息。

进货查验记录应当真实，食品进货记录、票据保存期限不得少于2年，其他商品应当在该商品售完后半年内保存能够证明进货来源的票据、单证等。

第三十六条：各级人民政府应当成立农贸市场管理工作领导小组。领导小组办公室设在同级工商行政管理部门。

第三十七条：各级应当建立和完善农贸市场目标管理考核制度，定期组织对农贸市场和市场监管单位进行目标管理考核，考核结果作为对各区人民政府、街道办事处及各级相关行政管理部门年度绩效考核的重要依据。各级农贸市场管理工作领导小组能够向考核成绩优异的农贸市场、管理单位给予奖励，经费来源纳入各级政府预算。

考核办法和评分标准由市农贸市场管理工作领导小组办公室负责制定，报领导小组批准实施。

第三十八条：工商行政管理机关和其他有关行政管理机关，根据工作需要，可在市场内设立管理站（点）或派驻人员。工商行政管理部门应当在市场显著位置设置贴合要求的复检计量器具。

第三十九条：相关行政管理部门行政执法人员执行公务时，必须出示有关执法证件。对未出示执法证件的，相对人有权拒绝理解检查。

行政管理部门依据职责进入农贸市场依法监督检查，发现应由其他部门查处的违法行为，应当及时告知相关行政管理部门。

第四十条：行政管理部门在对涉及农贸市场的违法行为进行行政处罚后，应将处罚文书报送同级农贸市场管理工作领导小组办公室。

第四十一条：市场开办者、场内经营者无营业执照或虽有营业执照但超出核准经营范围从事生产经营活动的，由工商行政管理部门依据《中华人民共和国公司法》、《无照经营查处取缔办法》等相关法律、法规予以查处；场内经营者有违法交易行为的，由工商行政管理部门依据《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律、法规予以查处。

市场开办者、场内经营者违反消防安全管理规定，未履行消防安全管理职责或有其他违法行为的，由公安、消防部门依据《中华人民共和国消防法》、《中华人民共和国治安管理处罚法》、《湖南省公众聚集场所消防安全管理办法》等法律、法规予以查处。

场内经营者违反商品质量管理规定，制售国家禁止生产经营的食品、不合格商品，或有其他违法行为的，由工商、质监、卫生、农业、畜牧水产等部门依据各自的职责予以查处。

市场开办者未履行市容环境卫生管理职责，市场场内环境卫生不合格的，由城管执法部门依据《长沙市城市市容和环境卫生管理办法》予以查处。

市场开办者未履行安全生产管理职责的，由安监部门依据

《中华人民共和国安全生产法》等法律、法规予以查处。

市场开办者违反本办法第二十八条规定，未经市人民政府批准，迁移、合并、转向或关掉农贸市场，或改变农贸市场功能布局的，由商务部门会同工商部门依法予以查处。

市场开办者、场内经营者有其他违法行为的，由相关行政管理部门依据职责依法予以查处。

第四十二条：本市所辖县（市）的农贸市场管理工作，可参照本办法执行。

第四十三条：本办法自20xx年9月1日起施行。

开拓市场工作总结篇四

安徽hs县，在大别山脚下，随着改革开放的不断深入，这里的消费水平一年比一年高，例如，在一般的大排挡，啤酒每瓶都在4元，因此，雪花、山城、青岛等家都把这里视为一块“肥肉”，而通过一这几年的激烈竞争□xh啤酒在这里确立了霸主地位□jx啤酒因为距离这里相对较远，公司没有主动出击，而是由当地几家经销商自己“顺便销售”。由于产品质量过得硬，加上又是中国名牌，消费者比较认可，虽然经销商在夹缝中苦苦挣扎，但市场占有率也在前三位，销量每年都在增加。

jx看到这里是一片光明，从12月开始，把该县纳入公司的重点市场，立志要在这里扩大自己的地盘，抢占更大的市场份额。公司在组建团队时，本着“当地人好办事”的原则，招聘一名年龄30多岁的方经理。方经理曾在合肥市做过一家知名企业的区域经理，他“激情高，知识宽，经验丰富”。但经过08年一年的运作，“急于求成”的心态，害了他，也害了市场。

08年5月初□jx推出一款1×9×480mm鲜菠萝口味的啤酒，这款产品的特点（1）口味差异化。本品是菠萝味，其他公司没有。这款产品在郑州、西安等地销售已经相当火爆。（2）包装差异化。它是塑膜包装，而这里销售的啤酒基本上是朔筐和箱装。（3）瓶子差异化。标准白瓶，晶莹透亮。（4）市场差异化，在这里根本没有这样或类似这样的产品。（5）消费者差异化。该产品啤酒度数很低，非常适合学生、女人、干部等消费。（6）价位差异化。餐饮销售每瓶3元，其他啤酒最低是每瓶4元。

本着这款产品的特点，为了让消费者迅速接受或了解这款产品，在08年5月1号—08年6月20号□jx制定的促销措施是（1）在县城选择300家餐饮店，让消费者品尝，（2）每店每天5—10包不等。（3）集中两个乡镇重点铺货，避免撒胡椒面，力争铺货率达到90%以上，让消费者到哪里几乎可以见到，让产品形成势。（4）对于乡镇铺货，公司也有要求，每家铺货3包，其中一包用于零售商在推荐本品时，让消费者免费品尝。乡镇和县城同时启动的目的是，让乡镇和县城形成互动。

方经理看到这款产品，无论包装还价位，还有促销措施，并且其他公司也没有同类产品，他感觉本产品应该是“一片蓝海”，很适合在该地销售，于是凭借他多年的“销售经验”，很快说服了两位客户，每个客户进货1000件，方经理在该月销量是最好的，得到的奖励也是最高的。但是3个月过去了，问题接着就出现了。

由于以上原因，终端所以纷纷要求经销商调货，该经销商为了保住自己的“销售网络”，不得不把货逐步收回了仓库。

自从处理过“新产品事件”后，尽管方经理千辛万苦，千言万语，再也无法感动这两位客户，他们总是“好好好”，“再考虑考虑”等各种理由，再没从公司进货。

为什么会出现这种问题呢？主要是方经理“心急”造成的。

具体表现有两方面。

其一，想快速做出成绩。方经理曾在大公司当过经理，在和同事谈论时“满腹经纶”，自己不马上作出点成绩，感觉无法兑现自己“曾经的辉煌”，在小哥们面前没有面子。为了这个面子，在老经销商积极拓展新产品时，方经理没有去帮扶他们，而是又在寻找新的经销商，经过方经理不懈的努力，确实又有两个经销商，冒着严寒也到厂里考察了，但这两个经销商，看到原来老经销商做的不死不活，其中一个自然放弃了，而另一个，也是象征性开了400件货半途而废了。

其二，想快速多挣点票子。新产品和中高档产品提成多，挣的钱多。方经理开发新客户主要让他们销售中高档产品，结果新客户没有开发成功，老客户也失去了，既没有捡到西瓜，又丢了芝麻。

方经理经常说的一句话，“我都奔三了，不图什么名，就是想多挣点钱”。其实自从“新产品”事件后，经销商不发货，方经理挣的钱少多了，每月靠公司的补贴过日子。想迅速作出成绩，多挣钱，对于每一人来说无可厚非，那么，如何才能二者兼顾呢？开拓市场以下三种心态很重要。

（一）放平心态，耐住性子，放长线吊大鱼。中国有句古话“心急吃不了热豆腐”。放平心态主要表现在，深入理解公司精神，始终要与公司站在同一起跑线上，把自己负责的市场，当成自己家的责任田去耕种，才能越耕，收成越好。

（二）放下面子俯下身子。今天为面子，明天丢面子。营销不分年龄，身份，地位，多学习，多交流，自以为是，只能害自己，甚至还会“殃及池鱼”，以上就是典型的案例。方经理自以为我“做过大区经理，经验丰富”，殊不知就是这种思想，暨害了他自己，那里的市场也险些丢失。

（三）负责任的心态。作销售要对自己、企业、经销商负责。

方经理一月挣钱了，另外几个月饿肚子了，能说对家里负责吗？经销商不开发市场了，能说明对企业和经销商负责！

开拓市场工作总结篇五

[摘要]旅游业是承德市的支柱产业。

旅游客源的多少直接影响承德市旅游业的发展，进一步影响承德市经济的发展，甚至影响到整个河北省旅游业的发展和对外开放大局。

因此，要加强对承德市旅游客源市场的分析和研究；找出影响开拓承德市旅游客源市场的主要因素；针对国内外游客的不同旅游兴趣、围绕进一步扩大承德市旅游客源市场、合理开发和最佳整合承德市旅游资源提出了切实可行的对策。