

# 最新茶叶销售实践报告(实用5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。报告的格式和要求是什么样的呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

## 茶叶销售实践报告篇一

在货品管理的过程中，我觉得最主要的是对销售环节的分析，做到细致，再以第一手的销售数据反馈设计及生产。

### 一、销售

1、由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。以我西单xx店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会08年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。

2、我在配货的时候，就要充分的加以搭配如：运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive、休闲上衣bossini。之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levi's,lee,是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品牌。在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展。在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战。

3、不过，要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用。比如jive陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什

么，我克什么，如果，对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过，在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，以免别人坐守渔翁之利。

4、在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是，还是全盘掌握一个气势的问题，比如，如果我的男t恤的销售份额占到了40%，女t恤的销售份额只占到20%，那么我切不可将库存调整为男t恤40%，女t恤20%，因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果，一旦，我的女t恤失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降。因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性。在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。

5、店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。另外，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面。

6、在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，这样才能够最准确地反馈设

计及生产。在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男t恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多少，15%或者其他这个推断必须要有根据和战略的眼光。

## 二、促销方面

促销要有计划的制定，而不应该盲目，在全季开季之前，就要制定好全年的促销计划，而不是盲目的跟随竞争品牌，被竞争品牌牵着鼻子走。

促销的形成有三点：

- 1、节假日的促销；
- 2、完不成商场保底的促销
- 3、季末库存的促销。

促销的优点：提高销售，降低库存。

促销的缺点：品牌形象的顾客印象折扣。为了降低促销而给顾客带来的品评印象折扣，每一次的促销多要尽可能的给顾客一个降价的理由。促销的时候，还可以加入其他文化的介入，比如，与一个其他行业的强势品牌联合。每次促销之后，要进行及时地检讨和总结，把握接下来的货品流向问题。

## 三、买货

- 1、以细节反推大围，再以大围推敲细节。
- 2、上一季的优点一定要遗传下来，在微量的融合一些潮流变化的元素，以不变应万变。

- 3、了解货品的销售周期，所有的销售应该是一个抛物线的形式，尽量提升抛物线峰值的高度和横向座标的长度。
- 4、保证货品的完整性，但要尽量避免重复性。因为重复就会在自己的场子里面形成竞争。
- 5、要纵观潮流的趋向性，比如现行的超女浪潮和奥运会的浪潮。
- 6、对于货品尺码比例、颜色比例的确定要根据抛物线最峰值的上下一段周期内推算。而不应该是整季销售的比例。但是，又要注意完整性。
- 7、对于新产品的投放，要试验性的投放，不能对新产品进行大规模的生产。只能对优秀的产品进行大规模的生产。

#### 四、代理商

要尽量的教导和辅助，换位思考，多为代理商考虑一点。在专业知识上面要尽量的与代理商共享。在数据分析方面要尽量完善的提供给代理商。要让代理商形成长远的目光。和让代理商看得到盈利的希望。

#### 五、服装品质

要尽量的精益求精，最大程度的开发回头客。在团队合作方面要尽量的谦虚，对于下属要毫无保留的指导。以上是我对服装商品管理上面的一点点经验总结。由于文字的局限性，很多方面，还为能够全面展开。

#### 服装销售工作总结

时间飞逝，转眼间又是一个年头，回首2021年这一个年头，可以跟自己稍微安心的说句，这一年没有是一个收获颇多，

让自己感觉较为踏实的一年。

2021年3月自己有幸加入了sunwin这个大家庭，负责matalan的跟单，虽然不是新毕业的大学生，毅然还是有种好奇和忐忑，带着一颗学习和进步的心，开始了这一年的生活。

今天回首一年来的风风雨雨，有紧张，有感慨，更多的是喜悦。如果让我总结这一年的收获和进步，是闯三关。

第一关，批量大货关。

作为一个普普通通的merchandise,首先第一个重要的任务便是跟牢工厂，保证大货交期。

还记得客人在2021年4月8号下了一大批订单，有几百个之多，因为是初来咋到，很多东西都是不懂，一次接到的订单数量比以前一年的都要多好几倍(matalan订单很碎，每个订单的数量相对较小，导致每年有一千多个订单)如果说一个新手，在没有经历过如此多的订单的情况下如果内心不慌，那是骗人的，当时自己内心同样压力很大，再加上跟老员工的交接也是在很短的时间内完成，很多东西也只是了解很少，并且很多故事都不知道，甚至一些流程都不是很熟悉，一下子怎样安全度过大货高峰期这个艰巨的任务便摆在了我们这个team每一个人的面前，带着一颗惶恐的心开始了摸索之路。

很庆幸maggie、笪总、bobby、karen的指导，后来直接领导frank的到来更是缓解了压力。

跟着bobby到工厂学习跟工厂的沟通，跟着karen学习跟客人的交流，心里面逐渐踏实了许多。使自己能够静下心来思考手里面的单子，曾经跟老同学说过每天像打仗一样，都要闯很多关，每次眼瞅着就要闯不过去了，为了船期跟工厂纠纷过，甚至因为找不到its的测试负责人而愤慨过，因为进仓的

事情去仓库搬过货…也就是经历了许多，让自己明白了一点：无论什么问题，学会追根溯源，无论什么问题，多留一个心眼，小到工厂寄一个大货样，并不是你发了邮件，打了电话就ok了，中间有可能工厂的人忘记了，导致无法及时寄大货样等等。

闯过了大货这一关让我对一句话有了更深的理解：无事时如有事般提防，方可消意外之变；有事时如无事般镇定，才能解局中之危。

## 第二关：处理危机能力

如果是仅仅的接到订单，安排给工厂，然后出货，那么外贸每天也就没有什么故事发生了。

一次qa验货到工厂验货，下周一要进仓了，结果工厂说没订衣架，等给工厂从别的工厂掉来衣架□qa验出贴纸工厂弄丢，工厂在没通知的情况下擅自在外面的小辅料厂订(matalan指定香港的辅料商)，发现后，第一时间给工厂订，将本来需要十五天的时间跟香港多次沟通缩短到五天。

这让自己认识到了平时在跟工厂沟通的过程中，要事先通过邮件，电话等方式跟他们沟通，不能过于相信工厂，更不能拖延，从而避免一些不必要的事情发生。

## 第三关，宏观把握问题的能力。

最后要说的是，通过近一年的学习，总结，自己认为首先要从宏观上去把握事情，从开发的过程中，到接到订单跟工厂核对，送测，提交产前样，大货样，到订舱等等，这些所有的每一步都要想好，脑子里面有一个总体的框架，一定要把每一个点做好。

最后希望在新的一年里，自己以全新的面貌来迎接新的挑战，

希望自己能够跟同仁齐心协力，努力让自己的工作做得更好。

## 服装销售年终总结范文

先说销售由于我服务的品牌的市场占有率不是强者姿态，所以，在销售过程中，要极力争抢同一层次的竞争品牌的市场份额，要竭尽全力的苛刻。

以我西单xx店的运动100店铺为分析对象，整个商场是以运动鞋为销售主体，并且整个商场的客流以运动年轻人为主，随着奥运会08年的北京召开，以及非典、禽流感对人们的警惕重用，人们对运动类的消费势必会大力发展。我在配货的时候，就要充分的加以搭配如运动鞋+牛仔裤+休闲运动上衣组合。我周边的品牌，我确立的竞争品牌为牛仔裤jive[]休闲上衣bossini[]之所以选择他们为我们的主要竞争品牌，而不选择levi's,lee,是因为我觉得竞争品牌为在一个战略发展进程中我们能够超越或被超越的品。

在竞争过程中，在能够接受的利润范围内竭尽全力克制竞争品牌的发展，在竞争的过程中，主要运用的是概念战和价格战，不过要灵活运用战术，不可鸡蛋碰石头，要避实就虚，灵活运用比如jive陈列的时候，推出一款牛仔裤，我就要用有较强价格优势和款式优势的牛仔裤和你对着干，他出什么我克什么如果对方的竞争优势太强，我的利润不允许我做出盲目的行为，那么我就从他的软处进攻，不过在双方交战的过程中，还要注意别的品牌的市场份额的抢占，以免别人坐守渔翁之利，在销售的过程中，货品的库存配比，及陈列一定要以整个货场的销售配比相适应，但是还是全盘掌握一个气势的问题，比如如果我的男t恤的销售份额占到了40%。

女t恤的销售份额只占到20%，那么我切不可将库存调整为男t恤40%，女t恤20%因为如果这样调整，我的女装的气势将减弱，其销售轨迹必然会向50%和10%推进，如果一旦我的女t恤

失去了气势，我的整个货场的销售必然会大幅下降，因为品牌的完整性极其重要，或者说是丰富性，在货品陈列方面，我觉得货场的入口一定要是一个开阔的容易进入的。

因为整个销售的决定因素无非就是客流量和顾客在店的驻足时间。店铺的管理者一定要知道自己店铺的最畅销款是什么以及最出钱的货架是什么，店铺的发展不同阶段，所采取的陈列思想也是不一样的，如果在求生存阶段，那么就要用最畅销的款陈列在最出钱的货架上面，如果是奔小康阶段，就要采取畅销款和滞销款的不同组合已达到四面开花的景象。另外，现阶段最流行的陈列思想莫过于色系的搭配，但是，在色系的搭配过程中，一定要注意整体的布局，以及最小陈列单元格的陈列，再到整场组合的布局。在陈列的时候，一定要充分利用绿叶红花的组合，如果，但单纯的色彩重复组合，而没有画龙点睛的妙笔的话，整场的布局会出现没有焦点的尴尬局面。

在店铺海报方面，一定要突现品牌的主题文化，设计来自于生活，反馈于生活，在概念营销方面，要告诉顾客我们的衣服是在什么样的场合穿的，以寻找与顾客生活态度上的共鸣。在销售方面收集销售的方面的数据，一定要各店铺分开对待，做到一家店铺一份资料，做好销售工作总结这样才能够最准确地反馈设计及生产。在销售过程中碰到的挫折要进行下一季计划的弥补。比如说，这一个星期，男t恤的销售只有10%的市场份额，要考虑为什么是10%，能够在下一季的销售过程中提升多少，15%或者其他?这个推断必须要有根据和战略的眼光。

服装销售员工工作总结报告相关

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 茶叶销售实践报告篇二

如何成为一名优秀的销售人员?今天本站小编给大家为您整理了销售实习报告自我总结3000字,希望对大家有所帮助。

市场营销可以表述为个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需之物的一种社会过程。通过一周的学习我了解了这一社会过程。

其中两天的市场调查使我们找到了目前眼镜市场的发展趋势(目前眼镜市场的可观暴利已经不言而喻,因此我们决定以高科技,多功能为主导开发自己的新产品。)

调查的第一天我们先制定了假设了以健康型眼镜为主打产品的大致方向,然而却有数据和案例明显的表明市场对健康型眼镜的需求量不大并且有大量的所谓绿色产品已经出台,作为一项竞争力是十分匮乏的。更何况,开发新产品的投资资金过高却回报率不够。随之,我们将目光转向了运动时尚领域——通过对眼镜市场的整体和分项调研后发现,宏观上,眼镜市场由于几乎进入饱和期以至于顺应潮流的发展,无论是框架上、包装上都起了变化,但只是一个初步的发展,所以市场潜力是巨大的,对我们的产品而言,无疑会带来商机。微观上,我们的新产品是带有一定技术含量的,这不仅是在符合新时代人类的心理需要,也是在技术上和价格杠杆上的革新。我们利用internet 遨游网络,学会并寻找到了想要的资料。这也是培养了我的自学能力以及对信息收集筛选的能力。

在经过了整整两天的咨询、剖析、清理之后，比对着样板目录上的内容，逐一将内容分类、规划。从市场环境、市场或产品分析、营销目标设定、营销策略再到具体实施方案，每一步都有我们组的成员们一起讨论；从市场调查中更新自己的理念，揣摩市场的潮流走向，到发掘现有和潜在的顾客群体。将那些唯独属于我们自己的独特见解一起融入在计划之中。

在此期间，我们对产品的命名上也是捉摸再三也没有想出个所以然来。最终，只得搁置在做板报设计和产品外包装时再作定论了。

在板报设计与外包装制作过程中，我们由于是分工合作，而我主要是负责营销计划撰写中的几部分内容，因此也不能说太多了。只是见着了同学们的辛劳，利用课余时间都在马不停蹄的赶工，构思 — 排版 — 制作，步步坚实的，最终我们的产品模型“诞生”了。以绿为主色调，代表我们倡导“生命在于运动”的传统理念。以银色为核心，代表我们新产品的新生力量以及高科技的利用。新旧结合，体现出我们对眼镜市场用户群体的独特分析角度以及新型的产品理念。同时，在制作过程中还学会了废品的利用。兴许，我们的组长是个板报能手，通过与我们产品品牌策略的结合，以新颖、流畅的线条与色彩为新产品打造出一份独特的宣传作品。

上面提到了，我在此期间主要是撰写营销计划的内容内容，瞎掰也好，篡改也罢，让我感觉奇迹般地发觉自己居然涉及到了商务领域。不仅让我对市场营销专业知识的掌握和巩固，更是让处世不深的我以学习的方式在涉足社会的表层，开始对所谓的商业行当有了个大概的轮廓。

人的需要和欲望是市场营销活动的出发点，所谓需要是指没有得到某些基本满足的感受状态。所谓欲望是指想得到基本需要的具体满足物的愿望，这也是我们在市场营销策略中所充分体现的理念之一。在产品策略中，我们对产品的生命周期作了测算，以此对品牌的打造期限，促销、定价都做了一

定的规划。在市场导入期策略：为使产品尽快进入市场，产品的营销沟通除以提升知名度的品牌广告或公关活动外，开展针对消费者或通路的促销是十分必要的。期间采取的策略主要有：通路激励、免费试用、附送赠品、退费优待。在市场成长期的促销策略：当产品进入成长期，品牌广告和公关活动担负着提升品牌形象的任务，此时销售促进应以建立品牌偏好为主。其中促销策略有：公关赞助、竞技、联合促销、抽奖、有奖竞赛等。在产品成熟期的策略：产品步入成熟期，企业经营策略重心应努力使产品生命周期出现再循环的局面。此时的营销沟通应以销售促进和人员推广为主，使企业获取更大的利润空间。此时的促销方式有：集点换物、促销游戏等。同质性高的产品促销策略：同质性高的产品应注重品牌形象建设，营造品牌差异化。同时采用适当的销售促进增加消费者的购买量、频次，培养消费习性，使消费者成为产品的忠诚爱用者。此类产品的策略有：凭证优惠促销、会员俱乐部营销等。在市场份额低的产品策略：市场份额低的产品使用销售促进工具往往更有利可图，这期间可使用“通路奖励”策略提高产品的铺货率和产品的流通力。

消费者是商品的归宿，新产品的竞争活动成败的关键就在于该产品能否适应不断变化着的消费者市场环境，满足消费者的需求。随着我国经济建设的健康成长，大众的生活水平日益提高。消费需求已不再限于“温饱”，而更多地追求物质之外的或精神的价值。在八十年代初，物质匮乏，任何一种新上市的产品，都能打开销量；八十年代中期，消费者开始注重质量问题，此时，主要采取传统产品竞争策略，竞争市场虽在孕育，但尚未形成；八十年代末、九十年代初，随着科技水平的提高，产品质量的合格率上升，生产同类产品的企业不断增多。尤其是合资、外资企业产品及大量涌现，消费者选择多元化，质量优良的产品才可能成为优胜者。此时，已经产生竞争市场的萌芽，但大多数企业还是以产品竞争策略为主，辅以宣传竞争策略；进入九十年代中后期，很多企业随着规模的壮大与成长，全面的质量管理已渗透到生产的各个环节，消费者也越来越追求产品内含的服务价值。

到了如今的二十一世纪，我们需要的无论消费者对产品技术上的认可还是产品包装上的时尚理念都发生了很大的变化，也因此需要我们卖家在产品的时尚理念上符合我们针对的顾客群体的心理需求，这也是我们新型运动型眼镜开发市场的主要目标。

市场竞争充满了变数，营销计划应根据企业的营销环境和营销目标，结合产品所处的时期制定相应的营销沟通策略，将各种促销工具应用到市场中，充分发挥短期激励与长期培养多重工具的综合使用，使产品立足于现在，成就于未来。

为期一周的市场营销实训圆满的结束了，我们的辛勤换来运用stp对市场进行细分、选择、定位的基本能力，运用市场营销的4p制定市场营销计划基本能力，以及专业商务英语的提高。当然，知识上的提升还在其次，至少在这次实训中，团队协作能力发挥的淋漓尽致，分工 — 合作 — 完工。每一步都脚踏实地，直到答辩的完成，我们一个个才算真正松了口气，然而现在回想一下，真的受益匪浅啊！为了日后能立足于社会，现在的辛苦真值！

## 一、毕业实习单位简介：

和日电讯科技有限公司于1993年成立，主要从事程控交换机、综合布线、系统集成、监控数字系统、公共广播系统、代理销售、批发、安装调试、维护及工程设计的公司。经过十几年的艰苦创业，和日电讯公司先后取得了日本nec日本松下、德国西门子等电讯产品的代理权，并以完善的设计方案、精湛的施工技术，成功的为全国上千家企事业单位提供了先进的通讯设施，取得了骄人的业绩，得到社会各界的一致好评，迅速成为中国地区最优秀的电讯服务公司之一。和日电讯科技有限公司技术力量雄厚，各技术精英不仅注重自身技术水平的提高，相互间更能取长补短，这是和日电讯能够迅速发展的重要原因，近年来公司不断拓展新业务，除已有的通讯业务外，现已开展综合布线、移动网络优化等业务和工程目。

经过10多年的努力，和日电讯科技有限公司已在深圳、重庆、成都、海南、新疆、云南和广西南宁等地设立了分支机构，向网络式经营迈出了可喜的一步。今日的和日电讯科技有限公司有200余名员工在市场开拓、产品销售、方案设计、工程施工、售后服务等多方面为客户提供着专业服务，以集体的智慧努力为客户做到最好。

我所在部门为代理销售部南宁分部，也是广西电信增值业务总代理。主要代理业务是17909电话ip业务和小灵通业务。广西电信17909业务营销中心是和日电讯科技有限公司在广西南宁市设立的一个分支机构，是一个以无形通讯产品为销售主体的营销网点。广西电信与和日电讯科技有限公司联合推广，业务代表上门授理，在打国际长途的时候就可以直接拨17909+国家代码+城市代码+对方电话号码，按拨号键完成呼叫。

## 二、实习时间：

20xx年1月22日——20xx年4月22日

## 三、实习的主要内容：

我所在部门为代理销售部南宁分部，也是广西电信增值业务总代理。主要代理业务是17909电话ip业务和小灵通业务。我的工作就是对电信17909电话ip业务和小灵通业务的宣传和销售。具体工作业务流程为：寻找潜在客户，维护好老客户，同时开发新市场，通过多次宣传和介绍，说服客户接受并使用我们的通讯产品或开通我们的ip电话业务。

业务员的工作比较简单，所以，两天时间的学习我就基本了解了我们公司、公司产品、工作业务流程和作业方法。作为公司的业务员，当然，我的工作就是到处跑业务了。第一个星期还是跟着师傅跑，感觉很轻松，后来自己跑了，感觉压力来了。我们的工作从销售性质上，可以说是直销，可以在几

分钟之内完成一笔交易。不过我还清楚地记得我的第一笔交易花了我一个多钟头的的时间。师傅和我说，做直销业务，刚开始不要急于成交，关键是带着自信去多见客户，提高作业能力，拒绝是很正常的，多见一个客户就多一个成交机会。

南宁琅东是个好地方，也是我们的一个主要的业务区域。哪里的单位、公司写字楼都很多，需求者当然也就多了，同时这也是我喜欢跑的地方，每次来都有不少的收获。我们的业务在南宁已经做了两年多了，总体业绩还是良好的。目前，公司还是在不断地开发新市场，寻找新客户。今年3月1日我和几个同事就被派到了贵港市出差作业，这是我工作以来第一次出差，当时是既兴奋又有点底气不足的感觉。毕竟是第一次到一个陌生地方跑业务，可能有点不习惯吧，不过想着还有4个老同事一起，也就觉得没什么可顾虑的了。贵港这个地方的人好说话，不排外，怪不得听同事说这是个好市场，当时就感觉到很幸运，发誓一定要好好工作，多赚点钱。我们到贵港就制定了作业方案，先从这里有影响力的政府单位开始“下手”，再向各个公司、写字楼发起“进攻”，最后是各大市场和学校医院。一条条的渠道宣传下来，效果果然明显。果然，出差的第一天就跑出了业绩，而且接下来几天都能跑出好业绩。这里也有我们的老客户，不过我们是以开发新客户为主。到3月11日，出差贵港结束，当天返回南宁。

为了开发新市场，公司最近都派人往外跑。这我也喜欢，总感觉出差除了作业还可以锻炼自己在新市场工作的能力。3月30日，我又被派到了柳州出差，柳州可不像贵港那样好做，在这里完成一笔交易花的时间远比在贵港多地多。不过柳州可是个大市场，我们6个人在这里做了3个星期，虽然业绩一般，但市场潜力很大。在柳州出差的日子里，我第一次带上了徒弟，老总说我工作不错，就给个新人我带了，感觉很有成就感。毕竟得到了领导的肯定。

四、实习效果：

经过3个月的实习工作，我基本完成我的工作任务，达到了通过实习深化知识和提高个人能力的目的。同时学到了如何和客户沟通、如何开发市场以及许多做人做事的道理，掌握了基本的推销技能、客户沟通及管理技能。在实习工作过程中，能很好地遵守实习的相关规定与要求展开实习工作，通过个人努力获得了良好的实习效果。

这次实习我了解到如何定价，策略：

(3)折扣定价策略：现金折扣，数量折扣，职能价格折扣，季节折扣等；

(4)竞争导向定价策略：随行就市定价，限制定价策略，投标竞争定价；

(5)需求歧视定价策略：应顾客而意，应时间而意，应场合而；

(6)产品组合定价策略：系列产品定价，互补产品定价，互替产品定价等。这些想必你以前都没有听过吧，除此之外你还能简单的了解到一些定价方法，如有成本加成定价法，变动成本定价法，盈亏平衡点定价法，认知价值定价法，等等。在定价的实践活动中，定价方法和定价策略应互相匹配，以期最大限度的增强产品的市场竞争力，结合产品的特点，针对市场的现实状况，再结合有关学过的内容就能把自己的产品给推销出去。

做营销一定要有敏锐的洞察力，在接触市场的过程中，随时留意市场的变化，要推断下一步这个市场的需求，而主动提前做好推广计划，什么事都要快对手一步。。

做市场营销其实就是也是在营销自己，营销自己的理念和自己的人格。做人很重要，不要想着去欺骗你的客户，客户可能会因为相信你而上一当，但是他绝对不会上二次当，你可

能会因此失去更多的客户和机会。诚信对于营销者整个的营销生涯中占有举足轻重的作用，无论在什么样的环境下一定要对自己说过的话负责任，诚信也是最基本的人格保证。营销者要和自己的客户真心的交朋友，多了解客户的需要，多站在客户的角度去考虑问题。产品虽然是没生命力的，但是人是有生命力的，人也可以赋予产品于生命力。一定要注意自己的言行，营销者的一言一行时时刻刻影响着客户对自己的看法，你的一个微小的动作都可能会使你成功或者全牌皆输。

做市场营销一定要吃苦耐劳，一分耕耘、一分收获真的在这上面有最全面的体现，做营销是很辛苦的，是体力和脑力的共同结合。守时对于营销者至关重要，与客户约好了时间一定要提前一些时间到达，无论是多么的风雨交加、电伞雷鸣都不是你迟到的借口，如果真的遇到不可逾越的困难的时候一定要提前告知客户迟到的原因并致歉。营销者一定要学会微笑，对自己微笑、对客户微笑、对困难微笑。微笑的魔力真的很大，当你见到客户的时候对他微笑，客户会觉得有种如沐春风的感觉，在良好的气氛中交谈肯定你的成功率会大很多。在现代通讯非常发达的今天，一定要用多种渠道去开拓你的客户，多利用现有的网络资源等，多给自己争取一些机会，勤奋和得法的市场营销者才会在残酷的市场竞争中拥有自己的一席之地。

最后一点就是持之以恒，凡事贵在坚持，客户不是一朝一夕就有的，是需要营销者长时间的努力日积月累起来的。如果你因为惧怕困难而放弃那么就永远不会成功，坚持到底就有见到曙光的那一天。

### **茶叶销售实践报告篇三**

为了在专业课开设之前能够认识企业,了解企业,实习体验作为一名销售人员的实际生活,业务运作,在实践报告中领悟专

业基础知识与技能,我进行了为期20天的认识实习。实习单位是xx市xx食品工业有限公司(以下称xx公司),实习所在的部门是销售部。

在这20天里,我首要的任务是了解公司,公司产品及其价格体系。随后,我跟着不同的销售人员了解在各渠道内产品的基本运作以及销售情况。

下面,我简要的介绍一下我的实习单位:xx市xx食品工业有限公司和公司的产品以及产品的销售渠道。

xx市xx食品工业有限公司是以山西特色农业产品红枣,红果,核桃等果蔬的生产,营销为主的专业化股份公司。公司以国家农业产业结构高速调整的方针和政策为指导,发掘出山西丰富的枣果和旱地果蔬资源优势,采取“品牌企业+基地+农户”的形式,在名枣产地柳林,临县,石楼和xx阳曲合作开发优质果蔬基地,围绕品牌经营,形成了以“xx”品牌为纲,以中国最大的真空低温红枣深加工生产基地为基础,集种植,加工,营销一体发展的产业格局,为全国枣果行业专业化生产和营销规模最大的企业之一。公司的管理结构为部门制结构,其产品销往全国,在全国各地都有办事处,负责市场维护 and 产品销售。我实习所在的销售部是山西省的销售总部,总办事处主要负责xx地区的市场,下设大同,朔州,临汾三个销售办事处。

公司的产品主要分为三大系列,即枣系列,营养泥系列和红枣浓浆系列。

在枣系列中有贡枣产品系列和香脆枣产品系列。这些产品都是对枣进行了深加工,提高了产品的附加值。另外,公司进行了产品创新,研发了xx野酸贡枣(富含沙棘)□xx阿胶贡枣(阿胶低糖),xx木糖醇贡枣(薄荷味),满足了市场上不同消费者的需求。而xx香脆枣更是枣制品行业的一大创新性产品,

其最大卖点是不但香酥可口，自然清脆，而且保留了红枣独有的色香味和丰富的营养成分，是别具营养价值的休闲食品。

营养泥系列下设产品有啊呜一口纯正山楂果肉泥、啊呜一口山楂核桃泥、纤薇红枣魔芋泥。啊呜一口纯正山楂果肉泥和啊呜一口山楂核桃泥是专门针对儿童研发的，产品在口味上酸甜可口，受到小朋友的青睐；产品在宣传上面向孩子家长，突出产品的食物补血，富含钙和锌，能提高免疫力，健脑益脑使孩子茁壮成长的功能。像啊呜一口纯正山楂果肉泥、啊呜一口山楂核桃泥这样的产品，食用者和购买者相分离：食用者是孩子，购买者是家长。所以针对不同的人宣传的价值不一样：针对儿童，产品的食用性即产品的味道和产品的包装由为重要；而针对家长宣传的侧重点主要的产品的功能性。这一点xx公司做的非常好，在产品刚上市时，在卖场做促销，进行产品的试吃活动，体验式营销让孩子感受到产品的味道，卖场促销员的解说和产品宣传单页让家长了解了产品的功能性。双管齐下，在购买力条件允许的情况下，家长都会为孩子的茁壮成长买单。纤薇红枣魔芋泥是专为时尚年轻人特别是时尚女性这个消费群体设计研发的，产品的功能性强，富含膳食纤维促进肠胃运动，增加饱腹感，能够减肥塑体。

红枣浓浆系列是xx公司新推出的一种保健性饮品。根据其保健功能性开发了12种产品，针对不同的目标消费群体，例如红枣阿胶浓浆补气养血适用于女性消费群体，红枣龟苓浓浆滋阴补肾，预防风湿适用于男性消费群体以及中老年年龄阶段的人群，纯正山楂浓浆消化健脾适用于消化不良、脾胃虚弱的人群，还有专门为孕妇和产妇研发的孕妇伴侣和产妇伴侣。产品上市有一年多，但现在的销量欠佳，我认为原因有以下几点：1、产品的价格较高，消费者对产品价值认知度不高，对价格比较敏感。2、现在是夏季，这种以红枣为主保健性饮品容易上火，所以其销量不如秋冬季节的销量。3、产品过分依赖于商超。

xx公司的销售渠道主要为：大型的商超卖场(如美特好超市、

沃尔玛超市，北京华联超市等)，便利连锁店(如唐久超市和金虎便利)，直营(个体商店，食品批发店，土特产店，孕婴店等)。

在了解了公司和产品基本情况的基础上，我跟随不同渠道的业务员跑市场，了解不同渠道内产品的销售流程，销售情况，结款方式以及业务员的工作内容。在实地实习过程中，我发现了一些涉及产品销售和管理方面的问题。

### 第一，关于红枣浓浆礼品盒的. 终端销售渠道问题

xx公司绝大部分红枣浓浆礼品盒摆放在大型商超的货架上，但我认为红枣浓浆礼品盒的终端不应该只是大型商超。原因如下：1、虽然商超的客流量大，产品受众广，但产品的针对性不强。2、在商超的上架费用高，如果产品的流动性不强，就会被卖场锁码或要求退场，产品销售比较被动。3、单品和礼品盒摆放在一起，价格对比度较高。同样是两瓶浓浆，单独购买价格为113元，同时还有促销活动，而礼品盒的售价为160元，多了一个礼品盒和礼品盒内的赠杯，价格却提高了近50元。如果是送亲朋好友，没有太多讲究的话，理性的消费者绝对不会购买礼盒。4、礼品盒的包装不够精致，让人觉得俗气，送不出去手。

礼品本身的定义就局限了购买者和购买情景，即访亲、探病、慰问、拜访等，而且礼品的特性决定了购买者和使用者相分离。购买者对价格不敏感，产品的价格弹性低，而这些购买者真正需要的是礼品给授者传递的意义和礼品给授者传递的价值以及产品带给购买者心理上的满足感和荣誉感，要让购买者感到送这样的礼品很体面。

根据以上分析，我提几点建议1、针对礼品盒的投放渠道要根据礼品盒内产品不同的功能和购买者的不同购买目的，例如孕妇伴侣产妇伴侣投放在孕婴专卖店和医院附近的商店和礼品店，红枣阿胶浓浆、红枣龟苓浓浆和红枣姜糖浓浆这三款

产品搭配组成的礼品盒可投放在医院附近的商店和礼品店，金虎、唐久便利店(礼盒销售较好的店面)以及社区商店。2、包装精致化，为消费者传递一种只为健康生活，送礼送健康的理念。

## 第二，对各大卖场促销员的管理问题

因为公司现在的销售侧重点在营养泥和红枣浓浆上，卖场里三分之二的促销人员由原来所在的休闲区(休闲区主要销售枣系列产品)调换到冲调区(冲调区主要销售营养泥和红枣浓浆系列产品)，促进营养泥和红枣浓浆的销售。但这剩下来的三分之一促销员经常以各种理由不能按规定到岗，使得枣系列产品被其它竞争品牌以低价、促销为由，终端拦截很严重。因此，要加强卖场促销员特别是休闲区促销员的管理，负责卖场的业务要根据卖场的实际情况制定相应的促销人员考核制度。

在促销人员的奖励制度方面，也应做相应的调整。以美特好超市为例，xx市共有10家美特好店，虽然都是美特好超市，但是因为其地理位置不同所带来的客流量和消费者的购买力水平也不同，因此公司产品在美特好各个店面的销售情况也不一样。而公司给促销员制定的奖励制度是统一的，在统一制度下，有的美特好超市因为客流量等一系列客观因素的影响，销量根本达不到奖励标准，所以促销员的信心很受打击，没有动力做好自己的工作。因此，在制定奖励措施上应该根据具体店面整体的销售情况制定不同的奖励制度，使得制定出来的奖励制度既保证产品在卖场销售的成本费用，又能激发销售人员的工作激情，促进销售量的提高。

第三、业务的流动性大，换句话说业务对公司的满意度不高，忠诚度不高。

无论是连锁和直营，店长或是商店老板对xx公司都颇有微辞，原因就是业务更换太频繁，售后服务跟不上。连锁店方面，

一个业务员用将近一个月的时间了解店面方位，状况，销售情况和店长认识，第二个月熟悉店面，各店的销售情况与店长建立良好关系，彼此都基本熟悉了联系方式，工作方式。结果没多久，业务员走了，又换一新的，所有的程序还要重新来一遍，在此过程中造成了联系不便，补货不及时，临期货物无法更换等问题。在直营方面，除上述问题之外，还有因业务更换造成的厂商之间关系维护不到位、客户丢失、管理混乱等问题。

据我了解，造成业务员对公司满意度不高的原因有以下三点：

2、工资不能按时发放；

3、作为业务员，没有职业发展空间；

这是雇员和用人单位之间的矛盾，员工抱怨企业给的工资低，没有发展空间，企业认为员工没有业绩怎能高薪聘用，企业又不是福利机构。所以解决上诉矛盾的唯一途径是提高产品的销售量。作为业务员来说既要努力工作，同时要思考，要创新性工作，努力提高销售量，自己的工资通过努力自己争取，而不是抱怨企业。在xx公司销售部实习的20天里，我学到了很多，加深理解了专业基础知识课程中学到的一些专业知识，除此之外，还接触了许多不同的人，公司促销员、同事、领导、卖场管理人员、便利连锁店店长、个体老板、顾客等等，体会与不同的人的接触交往方式。在当今社会，只有卓有成效的与人打交道，才称得上是成功的可靠保证。怎样与不同的人打交道，怎样让一个看似与你无关的人帮助你，这是一个销售人员必须掌握的能力。这方面是我的弱项，如何与自己不喜欢的人相处，怎样控制自己的情绪等等这些情境是我不知道如何去处理的。所以在今后的学习和生活当中应该着重培养自己这方面的能力。

在今后的生活和学习中，要能承受委屈，力帆老总尹明善说过“受得屈中屈，方为人上人”，在工作中，受委屈的地方很

多，没必要斤斤计较，要学会能屈能伸，努力做好自己，时间会证明一切的。特别是在与领导的相处上，不能当众顶撞领导，不要因为年轻气盛与上司叫板，这样做，受伤的终究是自己。

要培养自己多方面的爱好，多参加些活动，这样一方面可以愉悦身心，更重要的是以后可能将成为你与客户沟通的桥梁。

多结交些朋友，人脉对于一个销售人员来讲至关重要，比如要打开一个新的市场，有朋友帮助与没有朋友帮助的难易程度明显不同。对待客户，可以把客户当成朋友来处，注意定期关系的维护。

在工作中，多些努力，少些抱怨。现在人们总是抱怨就业难，大学生毕业就等于失业；而用人单位却岗位空缺，找不到合适的人才。分析原因除了供求双方信息不对称之外最主要的原因出在大学生身上，大学生以高学历自居，希望高薪高待遇，但却没有意识到自己没有经验，只是“思想的巨人，行动的矮子”，不会独立的思考问题，解决问题，作不出业绩，企业无法满足他们的要求。理想与现实的差距使得他们只会抱怨企业，抱怨社会。所以我认为大学生在校期间应该努力学习，努力提高以下几种能力：

- 1、吃苦耐劳的精神坦白的讲，没有吃苦耐劳的精神做任何事情都不可能成功。在营销中，吃苦耐劳不仅仅是忠厚老实，任劳任怨，更应该有忍耐力，执行力，思考力和对环境的驾驭能力，培养起这四种能力才能算是能够吃苦耐劳。

- 2、平时生活中要善于观察生活中处处有营销，做个有心人。时刻注意身边的各个广告牌，就可以想到哪个公司正在做品牌；看一看超市里又多了哪个堆码，就知道什么产品正在做促销；看到某企业老总频频在报刊上露脸，就知道该企业开始注意自己的形象了；看到报刊上不断对某产品进行评论，就知道该产品正在进行炒作。时常注意身边的市场活动，注意其他厂

家/商家的行动及活动,向别人学习,或者反省自己,或者采取相应的措施.如此培养自己对市场的敏感度,不断提高自己的悟性.

3、正确地独立思考首先,要培养正确的思维方式。比如在营销中要提出问题/目标,作出三种以上的解决方案/办法,对每种方案/办法进行评估,确定一套最佳方案/办法,对该最佳方案/办法进行三种以上的假设,对可能发生的问题及突发的事件制定解决措施,把方案/目标进行量化,分成几个步骤,按步骤执行.其次,要学会独立的思考。在校期间要养成独立思考的习惯,即使是向别人请教,之后仍要自己独立分析,思考,提高辨别力。

所以,要想提高自己将来的待遇,首先要自己努力提高自身素质,这些天给我感触最深的是“不扫一屋,何以扫天下”,我们应该放低自己的心态,从小事做起,面对挫折失败要从自己身上找问题,不要怨天尤人,遇事要勤于思考,做事讲究谋略,把握公司为你提供的每一个平台,无论这个平台的大小,精彩的演绎自己,所有的人都会看到,成功必定会出现,只不过是迟早之。

[]

## 茶叶销售实践报告篇四

每当要写小结时,才感到每年的时光都如白驹一般匆匆流逝,时光如水岁月如梭有如雁过无痕一般,斗转星移,转眼从中专毕业到实习已半年多了,回首这半年的点点滴滴,朝朝暮暮,心中顿生了许多感触。这些年中经历的每一天,都已在我心中留下了永久的印记,因为这些印记见证我这样一个新生的成长。

在过去半年的内,通过不断地学习,团组织使我健康成长,使我认识正确的人生观,世界观。在这繁忙的一年中在团组

织的关心下收获不少。我收获了很多很多.时间就是这么无情头也不回的向前走着，而我们却在为了不被它丢下死命的追赶着。是的，谁都不想被时间丢下.而我们也随着时间的流逝一点一点的成长。而美好的纯真随着风雨的磨灭化成了成熟.或许这正是成长的代价。回想自己还是学生的那段日子，显得是那么的遥远。我在憧憬中懂得了来之不易的珍惜；在思索中了解了酝酿已久的真理；在收获后才知道努力的甜美。

突然觉得自己似乎明白了许多事情，但是仔细琢磨后又不尽然……原来过去所见所识都是那么的偏见而又肤浅，以前的天真似乎在一瞬间幻化成无知和可笑，我想谁又不是这样的呢？或许在以后也回嘲笑现在的渺小……我们不得不笑并含着热泪坦然回首我们所走过的每一步路。

在日常生活上：

以前我是一个衣来伸手饭来张口的半大孩子，而通第一学期开学前过7天军训生活和这几年老师和同学们的帮助，使我养成了独立性，不再娇生惯养，现在我已经能做一些力所能及的家务了。

在学习上：

如果考上中专是我人生的一个新的转折点，那么念法律系就是我那个阶段的冲刺。过去的已经无法挽回了，唯一能够做的，而且作好的就是现在学习的目的异乎寻常明确，就是学习门类繁多庞杂法律知识，学得一点知识技能为以后的人生道路上的选择多一些安身立命的本钱。我深深明白学习的重要性如何。面对二十一世纪这个信息知识爆炸的时代，面对知识就是力量，科学技术是第一生产力的科学论断，我认为离开了知识将是一个一无是处的废人。以资本为最重要生产力的“资本家”的时代将要过去，以知识为特征的“知本家”的时代即将到来。而中专时代是学习现代科学知识的黄金时代，我国的中等职业教育又是世界一流的，我应该抓住这个有利

的时机和机遇，用知识来武装彻底自己的头脑，知识是无价的宝藏。那时，合理安排时间，调整好作息时间，分配好学习、工作、娱乐的时间。

时间是搞好学习的前提与基础，效率和方法更为重要。其次，要保质保量的完成老师布置的作业，老师布置的作业一般是她多年教学经验的总结，具有很高的价值，应认真完成。认真对待考试，考前认真复习。另外，积极阅读有关书籍和资料，扩大自己的知识面；经常提出问题，与同学讨论，向老师请教；搞好师生关系，师生相处得融洽和睦；抓住点滴时间学习一些其它专业领域的知识，知识总是有用的。在这学期的期中考试中，尽管取得一些成绩，但离心中的目标还很远，仍需继续努力，抓紧自己的学习。知识无止境，探索无止境，人的发展亦无止境，我还有很多的知识需要学习。

## 茶叶销售实践报告篇五

**雾霾：**雾霾是雾和霾的组合词。因为空气质量的恶化，阴霾天气现象出现增多，危害加重。中国不少地区把阴霾天气现象并入雾一起作为灾害性天气预警预报。统称为“雾霾天气”。

首先我们需要知道什么是“雾霾”：雾：在水气充足、微风及大气层稳定的情况下，如果接近地面的空气冷却至某程度时，空气中的水气便会凝结成细微的水滴悬浮于空中，使地面水平的能见度下降，这种天气现象称为雾。霾：指原因不明的因大量烟、尘等微粒悬浮而形成的浑浊现象

**PM<sub>2.5</sub>：**PM<sub>2.5</sub>是指大气中直径小于或等于2.5微米的颗粒物，也称为可入肺颗粒物。虽然PM<sub>2.5</sub>只是地球大气成分中含量很少的组分，但它对空气质量和能见度等有重要的影响。PM<sub>2.5</sub>粒径小，富含大量的有毒、有害物质且在大气中的停留时间长、输送距离远，因而对人体健康和大气环境质量的影响更大。

其次雾霾的危害我们也该了解：

1、雾霾天气极易使哮喘复发。包括支气管哮喘、支气管炎、过敏性鼻炎和变异性咳嗽等，多与近期气温下降、雾霾天气有关。雾霾天气时，空气中漂浮着粉尘、烟尘，尘螨也可能悬浮在雾气中，支气管哮喘患者吸入这些过敏原，就会刺激呼吸道，出现咳嗽、闷气、呼吸不畅等哮喘症状。人们每次呼吸，往肺部深处吸入大约50万个微粒，可是在受到污染的空气中，吸入的微粒比这多100倍。

2、雾霾天气是心血管疾病患者的“健康杀手”，尤其是有呼吸道疾病和心血管疾病的老人，雾天最好不出门，更不宜晨练，否则可能诱发病情，甚至心脏病发作，引起生命危险。专家指出，之所以说雾天是心血管疾病患者的“危险天”，是因为起雾时气压低，空气中的含氧量有所下降，人们很容易感到胸闷，早晨潮湿寒冷的雾气还会造成冷刺激，很容易导致血管痉挛、血压波动、心脏负荷加重等。同时，雾中的一些病原体会导致头痛，甚至诱发高血压、脑溢血等疾病。因此，患有心血管疾病的人，尤其是年老体弱者，不宜在雾天出门，更不宜在雾天晨练，以免发生危险。

3、事实上，雾霾天气持续，空气质量下降并不是今年的新现象。近几年，每到秋冬特别是入冬以后，国内中东部地区不时会遭遇类似的情况，当中虽有一定的气象因素，但最主要还是粗放式无序发展带来的恶果。应该看到，雾霾并非一般空气污染，它可能对公众生活和健康造成极大威胁，1952年伦敦大雾中，据官方统计就有逾4000人丧生，有环保专家分析，灰霾很可能取代吸烟成为肺癌头号致病“杀手”。

4、霾天对人体心脑血管疾病的影响也很严重，会阻碍正常的血液循环，导致心血管病、高血压、冠心病、脑溢血，可能诱发心绞痛、心肌梗塞、心力衰竭等，使慢性支气管炎出现肺源性心脏病等。另外，浓雾天气压比较低，人会产生一种烦躁的感觉，血压自然会有所增高。再一方面雾天往往气温

较低，一些高血压、冠心病患者从温暖的室内突然走到寒冷的室外，血管热胀冷缩，也可使血压升高，导致中风、心肌梗死的发生。所以心脑血管病患者一定要按时服药小心应对专家指出，持续大雾天对人的心理和身体都有影响，从心理上说，大雾天会给人造成沉闷、压抑的感受，会刺激或者加剧心理抑郁的状态。此外，由于雾天光线较弱及导致的低气压，有些人在雾天会产生精神懒散、情绪低落的现象。

那雾霾天气有没有呢？有的，雾霾天气主要发生在城市，大气污染比较严重的城市，雨雪过后就容易形成雾霾天气，因为天气同时具备雾和霾的形成条件。城市有毒颗粒物来源：首先是汽车尾气。使用柴油的大型车是排放pm10的“重犯”，包括大公交、各单位的班车，以及大型运输卡车等。使用汽油的小型车虽然排放的是气态污染物，比如氮氧化物等，但碰上雾天，也很容易转化为二次颗粒污染物，加重雾霾。其次是北方到了冬季烧煤供暖所产生的废气。第三是工业生产排放的废气。比如冶金、机电制造业的工业窑炉与锅炉，还有大量汽修喷漆、建材生产窑炉燃烧排放的废气。第四是建筑工地和道路交通产生的扬尘。城市里大楼越建越高，阻挡和摩擦作用使风流经城区时明显减弱。静风现象增多，不利于大气中悬浮微粒的扩散稀释。逆温层好比一个锅盖覆盖在城市上空，高空的气温比低空气温更高。这使得低空中的悬浮微粒难以向高空飘散。

既然雾霾危害如此严重我们怎么防大雾疾病呢？

## 1、外出戴口罩

如果外出可以戴上口罩，这样可以有效防止粉尘颗粒进入体内。口罩以棉质口罩最好，因为一些人对无纺布过敏，而棉质口罩一般人都不过敏，而且易清洗。外出归来，应立即清洗面部及裸露的肌肤。

## 2、饮食清淡多喝水

雾天的饮食宜选择清淡易消化且富含维生素的食物，多饮水，多吃新鲜蔬菜和水果，这样不仅可补充各种维生素和无机盐，还能起到润肺除燥、祛痰止咳、健脾补肾的作用。少吃刺激性食物，多吃些梨、枇杷、橙子、橘子等清肺化痰食品。

### 3、雾霾天气少开窗

很多人习惯开窗通风。可如果雾霾一整天不散，是该开窗通风还是紧闭门窗呢？李智指出，雾霾天气里，不主张早晚开窗通风，最好等太阳出来再开窗通风。

### 4、适量补充维生素d

这个季节雾多、日照少，由于紫外线照射不足，人体内维生素d生成不足，有些人还会产生精神懒散、情绪低落等现象，必要时可补充一些维生素d

以上只是治标但不治本，归根到底我们需要尽量减少雾霾。

#### 对策一：少出门

减少出门是自我保护最有效的办法。根据国际顶级流行病学期刊《美国流行病学》20\_\_年发表的北大前沿交叉学科研究员环境与健康中心研究员黄薇等人在西安市所做的pm2.5相关的流行病学研究，在排除了年龄、性别、时间效应和气象因素等影响因素之后，当pm2.5浓度每增加103微克/立方米时，居民全部死因的超额死亡风险会增加2.29%，滞后时间在1-2天。心脑血管疾病增加的超额死亡风险更高，为3.08%。如果一定要出门，不要骑自行车，避开交通拥挤的高峰期以及开车多的路段，避免吸入更多的化学成分。也最好不好开私家车，多乘坐公共交通工具，为减少pm2.5做贡献。

#### 对策二：少抽烟

卷烟、雪茄和烟斗在不完全燃烧的情况下会产生很多属于pm2.5范畴的细颗粒物，烟草烟雾含有7000多种化合物，其中包括69种致癌物和172种有害物质，会严重危害抽烟者本身和吸入“二手烟”受众的身体健康，在这种灰霾天气下，更是“雪上加霜”。因此抽烟者近几日不论是外出还是呆在室内，应当尽量少抽烟。

### 对策三：少开窗

专家表示在灰霾天气，尽量不要开窗。确实需要开窗透气的话，应尽量避开早晚雾霾高峰时段，可以将窗户打开一条缝通风，时间每次以半小时至一小时为宜。同时，家中以空调取暖的居民，要注意开窗透气，确保室内氧气充足。可以在自家阳台、露台、室内多种植绿植，绿萝、万年青、虎皮兰等绿色冠叶类植物，因其叶片较大，吸附能力相对较强。还可以使用空气净化器，市面上80%的空气净化器都以净化空气中的细微颗粒物为主，对pm2.5有很好的吸附效果，但在使用时要注意勤换滤芯。

### 对策四：选对口罩

普通口罩对于2.5微米的空气颗粒基本起不到什么作用，要阻挡pm2.5需要医用n95口罩，其对0.3微米的颗粒能抵挡95%，在pm2.5爆表的天气也能起到一定效果。

要购买正规合格、与自己脸型大小匹配的n95口罩，取下后要等到里面干燥后对折起来以防呼吸的潮气让口罩滋生细菌。佩戴的时间不宜过长，老年人和心血管疾病的人要避免佩戴，以免呼吸困难导致头昏。