# 家庭小作坊销售报告范文(合集60篇)

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2024-12-12

*家庭小作坊销售报告范文1今天，你“低碳”了吗？今年刚满25岁的小麦是天津市无缝钢管厂的一名职工，在每天下班以后，他喜欢整晚都泡在电脑前，放松自己的心情。可自从上个月开始，小麦每晚9:30都会准时关闭电脑，之后便与自己的父母坐在一起喝喝茶、聊...*

**家庭小作坊销售报告范文1**

今天，你“低碳”了吗？

今年刚满25岁的小麦是天津市无缝钢管厂的一名职工，在每天下班以后，他喜欢整晚都泡在电脑前，放松自己的心情。可自从上个月开始，小麦每晚9:30都会准时关闭电脑，之后便与自己的父母坐在一起喝喝茶、聊聊天，连电视机都很少会看到10点钟。当身边的朋友问及他为何做出如此改变时，他却反问道：“今天，你‘低碳’了吗？”

所谓“低碳生活”，就是指生活作息时所耗用的能量要尽力减少，从而减低碳，特别是二氧化碳的排放量，进而减少对大气的污染，减缓生态恶化。

其实，低碳生活并不神秘，合理消费、以步代车、减少熬夜……这些都是低碳生活的体现。因此，小麦的生活“很好，很低碳”。而在天津，究竟有多少市民能够像小麦一样将“低碳生活”理念付诸于实践呢？

为此，本报专程对本市100位市民进行了调查走访，并借此份详细的调查报告向每一位读者倡导健康、节能、环保的低碳生活方式。

调查时间：20xx年6月19日至24日

调查对象：年龄在25岁以上的天津白领

调查人数：100人（25-39岁64人，40以上36人）

**家庭小作坊销售报告范文2**

为全面了解我县税源情况，20xx年9月1日至9月20日,由人大财经委、国税局、地税局、财政局、会计师事务所人员组成三个入户调研小组，对全县20xx年度纳税25万元以上的138家企业的经营情况及纳税情况进行了调查。现将调查情况汇报如下：

>一、20xx年税收分析

1、税源税收状况。

从税源结构上看，在税种结构中增值税主体地位明显，近五年来比重基本保持在%以上，所得税比重呈现稳步增长势头。20xx年全县完成国税收入万元，同比增长%，其中：增值税完成万元，消费税万元，企业所得税万元，个人所得税万元，车船税万元；在产业税收结构上，第三产业税收增势强劲。二三产业税收都呈上升趋势，三产税收从“十一五”期末起,连续5年处上升通道,尤其是20\_年、20xx年同比分别增长%、%，分别比上年净增万元、万元。

2、骨干企业经营及纳税情况

——金龙玉凤餐饮有限公司，20xx年销售营业收入9055万元，20xx年预计销售营业收入9500万元，本年已交税617万元，20xx年 预计交税742万元，预计增幅20%；收入及税收均有上涨。主要原因：一是今年物价指数上涨幅度较大；二是管理到位，服务较好。但企业发展仍面临一些困难，如：原材料涨价、人员工资上涨、面临瑞高酒店竞争，高端客户受影响等。

——星香源国际大酒店有限责任公司，20xx年销售营业收入1051万元，20xx年预计销售营业收入1200万元，本年已交税71万元，预计交税78万元，预计增幅10%；收入及税收均有上涨。主要原因：主要是物价上涨。企业发展前景：20xx年企业虽略有增长，但企业竞争激烈，投入大，成本高，特别是清风店客户不稳定，管理不到位。该企业对餐饮业不准备再投入，保持现状，逐渐转型，准备第一期投资3000万元，建一个食品加工厂，营业执照已办妥，正在选址，二期投资建一个葡萄酒厂，三期与西班牙合作办一家橄榄油厂。

——省电力公司常德电力局，20xx年销售营业收入29931万元，20xx年预计销售营业收入30000万元，本年已交税1141万元，20xx年 预计交税1218万元，预计增幅6%；分析，上级公司直管企业，税收由上级公司直接划缴

——达电子有限公司，20xx年销售营业收入1715万元，20xx年预计销售营业收入1650万元，本年已交税137万元，20xx年 预计交税133万元，预计增幅-2%；经济效益略有下滑，其主要原因是市场不景气，原材料价格上涨形成

——瑞峰房地产开发有限责任公司，20xx年销售营业收入1452万元，20xx年预计销售营业收入4000万元，本年已交税313万元，20xx年 预计交税524万元，预计增幅67%；税收大幅上涨，是因为该公司主要开发项目-名城花满庭本年才开盘，销售收入较大，且税率增加。

——豪盛房地产发展有限公司项目部，20xx年销售营业收入8930万元，20xx年预计销售营业收入9627万元，本年已交税739万元，20xx年预计交税1580万元，预计增幅113%，20xx年产值为8930万元，纳税922万元。税收大幅上涨，是因为收入上升，综合税率升高（20xx年为，20xx年为），豪盛一期住房已基本销售完，只剩门面未销售；豪盛二期在建，预计总销售额为4个亿，已实现销售1个亿（均为住房销售，占二期住房的70%），税收1300万元；豪盛三期预计9-10月份动工，均为多层。

——华湘银盛纺织有限公司，20xx年销售营业收入3445万元，20xx年预计销售营业收入4500万元，本年已交税89万元，20xx年预计交税134万元，预计增幅50%；税收有大幅上涨，是因为20xx年固定资产进项抵扣130万，导致20xx年税收减少。20xx年7月止已缴万元。

——天源纺织有限责任公司，20xx年销售营业收入7281万元，20xx年预计销售营业收入8000万元，本年已交税218万元，20xx年预计交税202万元，预计增幅-7%；该企业属萎缩性企业，设计生产能力8万锭，现有生产量仅达60%，主要原因：一是劳动力严重缺乏，二是流动资金不足。

**家庭小作坊销售报告范文3**

游西湖，一定要在饱览湖光山色之后，吃一顿外婆家的醉鱼，西湖之行才算圆满。

西湖醉鱼，食客们想必耳熟能详，算得上是杭帮菜中的代表菜品之一。为何偏爱外婆家?味道够正宗，更重要的是实惠!

近两年，随着行业竞争加剧，门店、人员成本节节攀升，餐饮行业整体萧索。然而，外婆家的营业额却还在以每年30%—40%的速度攀升，更是出现“店店排队、餐餐排队”的现象。不可不说，外婆家是近些年来餐饮行业的一个传奇。

平民化定位

自成立之初，外婆家的定位便非常符合大众需求：居家路线、聚餐场所。虽然这个在当时不是行业主流的想法，却在无意之间吻合了大众餐饮兴起的这一潮流。大家原本总是故意设定好一个请客的局面，而外婆家就是要撇开商务的概念——到外婆家，就是随便吃个饭。

据统计，目前在我国餐饮行业3万亿元的营业额中，大众化餐饮约占80%。但是在发达国家的餐饮行业里，大众化餐饮则能占到95%左右的份额。随着消费日趋理性，中国的大众餐饮仍有进一步扩大的空间。所以，外婆家的传奇还将延续。

作为主打杭帮菜的外婆家，在前期市场拓展的区位选择上，以江、浙、沪为本。因为江、浙、沪三地之间的交流频繁，口味相近，对于杭帮菜的接受程度高。

另外，发展之初信息传播的效率远没有今天这般发达，地缘上的集中也意味着品牌传播和品牌接受度的集中。

这三地市场的深耕，为外婆家积累了深厚的品牌沉淀。

餐饮ZARA风

外婆家创始人吴国平认为，独特的餐厅会给顾客留下深刻的第一印象，人性化的用餐环境，独到的设计手法，都会提升顾客对于餐厅的满意度，而装修正是外婆家综合因素里的主打因素。

走进外婆家，食客们最先感受到的是视觉上的冲击。外婆家的装修风格可以概括为“平民时尚”，不追求时髦做洋人、半洋人的空间设计，而是根植于平民，落地繁衍。

比如西溪天堂店，与普通餐厅暖色调的氛围截然不同。店内放眼望去均是做旧的菜单，吱呀的小船，陈旧的木凳，将中国古代的院落展现无遗。

设计精美的同时，里面的布局也非常科学合理：出菜口设置在餐厅居中的地方，使得服务员拿到菜品后抵达各个区域的时间大致相同，避免了人工的空白等待，提高了劳动效率。

装饰用的摆件和绿植从地面上抬高到了墙上，既节省了地面空间，又形成了外婆家自己的装修风格。同时，店内还将用于放置备用碗筷和纸巾的落柜嵌入墙内，以进一步节省空间，增加台位。

面对精致的装修，店内的服务员总是被问：“3元钱一份的麻婆豆腐能赚钱吗?”

吴国平曾将外婆家与服装品牌ZARA和H&M进行类比，外婆家算是餐饮行业里的快时尚品牌。其呈现在消费者面前的低价，本质上是通过供应链优化、生产和程序化管理，并将一部分价值让给消费者而形成的最终结果，而价值的让渡是这个模式中最为关键的一步。

同时，消费者也要对应地让出一部分利益，具体的表现就是等待的时间，其作用在于提高运营的效率，最终让顾客能够在富有设计感的餐厅内吃到低价位又可口的菜品。

可以说，外婆家的设计不仅达到了美学与经济学的完美平衡，而且，也提升了“逼格”，维持了低价原则，完美迎合了“屌丝群体”的消费心理，这对大众餐饮消费者有着莫大的吸引力，也就迅速打响了外婆家的知名度。

CBD里的机会

20\_年前后，随着中国城市的发展和人们生活需求的多样化，购物中心业态应运而生，并在全国迅速发展，成为居住在城市里的大众消费者日常休闲购物的首选场所。从20\_年下半年开始，外婆家关闭了一些尚有不错赢利能力的路边门店，全面投入知名商业综合体的怀抱，开始与现代的消费模式全面融合。

而在这个转型期，恰逢购物中心开始缩减购物零售业态占比，增加餐饮与体验业态的风潮兴起。外婆家以其优秀的聚客能力，成为各大购物中心所极力拉拢的香饽饽。

吴国平曾经这样描述在购物中心做餐饮的优势：“综合体内人流量大，购物消费能力强，年轻人多，停车方便，就算在门口排队等号，也有够大够好的空间，客户体验哪里是路边店可以相比的?”

同时，强大的品牌资产和规模效应赋予了外婆家与供应商之间强大的谈判能力。这种优势体现在价值链的每一个环节：在原材料及食品加工服务供应端，能以很低的价格采购原材料及服务;在门店租赁成本方面，考虑到外婆家强大的引流能力，外婆家开始与城市综合体联姻，共享流量带来的利润;同时，很多商业地产商给予其极大的租赁让利，其门店的爆炸式增长也正是从这个时候开始的。

**家庭小作坊销售报告范文4**

1“认识你自己”——自打高中历史学到柏拉图，第一次将这个命题明确化以来，它便经常在我的生活中闪现。内心有个声音一直要求我给出答案，可我始终连一个简短的用于定性的句子都说不出来，说白了，我真的不知道自己是谁。

但我又觉得这是一个重要的问题，对于这个问题的回答，将决定着对于其他很多问题的回答，比如爱情、比如志向。但这个问题思考起来真的不容易，因为人是变化的，尤其人的想法更是变得快，有没有一个恒常的答案呢？我抓耳挠腮，却徒劳无功。因此，有朋友劝我说：“想这个问题干嘛？掉头发。未来有那么多事情，怎么可能都想得清楚，走一步看一步啦。”

所言极是。还有什么比头发更重要的呢？

2 药一盒又一盒地吃完了，现在我状态很好，睡眠也好，体重也增加了，一切都向好发展，只是在负面情绪的调节上，还有点不知所措。至于是不是痊愈了，仍需复查后下结论，只不过一时回不去南京罢了。

“都是经历，都是成长”这话没错，我确实和以前不同了，至于“成长”那得看怎么界定了。

首先，按说是“越挫越勇”，遗憾但不可悲的是，我其实变懦弱了。

其一，自卑面放大了。每个人的内心都有一些柔软之处，这很正常，而且这些下意识隐藏起来的地方说穿了就是一个人的缺点，没什么大不了；而采取“回避”的态度无非是因为自己的薄面挂不住，但这何尝不是一种自我保护？可自卑面放大了，神经会变得脆弱而敏感，“是我不够好”像一座五指山，给一切的可能都判了死刑，而戕害自己的刽子手就是自己。

其二，安全感丧失了。自卑就是不再相信自己了，同时者也意味着再难去相信别人。这样的人想走近一个人真的很难，就算建立了亲密关系，也因为过分害怕失去，总怀疑这段关系的稳固性，而担心这个联盟何时会分崩离析。心理咨询师说：“你总是想要掌握主动权，如果你处于被动，你就会以主动要求结束的方式‘掌握主动’。”我觉得很有道理，为什么总喜欢做计划，把事情安排的井井有条，凡事都做最坏的打算，想全所有可能情况的应对方案？因为一旦超出自己掌控的范围，可怜的安全感就破碎了。

另外，懦弱与空虚和短志的相关性。刺激和挑战是无法治疗懦弱的，反而极有可能起反作用，因为成功的乐趣不再是生活的目标，安全才是。选择安稳、平淡似乎有超然的胸怀，但这绝非真正的“超然”，因为就本质而言，做此选择不是出于积极的追求，而是出于消极的接受。并非没有追求，没有野心，只是恐慌走出舒适区将暴露于危险中，更是承受压力能力的退化使然；而坐在自己画的圈圈里，又有什么需要努力改变的吗？既然没有，于是饱食终日，无所事事，日复一日的百无聊赖，怎么可能充实？

最后，自我封闭与过分活跃之矛盾的表象与实质。一方面，日渐封锁自己的内心，疲于表达；另一方面，不断尝试拓展交际圈，活跃于各社交平台（东北话所谓“得瑟”），更新动态、水群……两种看似矛盾的行为，其实都来自同一个根源——“孤独”。自我封闭是孤独的静态表现，因此是难以为外人所觉察的面向；相比之下，过分活跃作为孤独的动态表现，则是一种夸张的情感宣泄模式，表现越是夸张，越是具有表演性就越是说明底色的悲凉，因为面向外人，这种表现其实是个体向外界传递出的一种信号，只不过这种信号，往往连信号源本身也不见得有所意识。

3 最近学了一些宗教学的知识：宗教是意义的生产机制。

我赞成人活着是需要意义的，而宗教的存在就是为了满足人对意义的需要。为了获得上帝的拯救或者为了超越六道轮回，总之，当生命被赋予了意义，存在才具有了价值。

没有宗教信仰，我存在的意义是什么？我思考了很久，觉得唯有“爱”——人类最伟大的力量，配得上如此崇高的地位。

一是，对于父母的亏欠。我觉得爸妈为我牺牲了很多，这一点不是和别人的父母为他们付出的多少相比较的，而是与我回报给爸妈多少相比较的。说起来，“牺牲”是一个语义很重的词汇，笼罩着一层中国式的悲哀：以彼此的牺牲实现互相的成全。这种模式确乎是值得反思的，但身处其中，既难以从中抽离，更难以将其打破。

二是，人之为人的那点同理心。恻隐之心人皆有之？在看到众多劣迹斑斑的丑态后，我迟疑了。只不过还庆幸自己读不懂权术的愚蠢仍不失为一种单纯的力量，让我更多地选择相信。我不太能见得别人罹受苦难，容易共情，容易眼泪不值钱。虽然自己没什么本事，但遇到公益慈善，“没有多还有个少”。

三是，期待爱与被爱。我觉得这是最重要的，以至于总是把自己存在的意义建构在对方身上，这也是为什么一次次跌倒，以至最后遍体鳞伤。全身心的投入常被诟病，但那啥改不了吃那啥，失望过太多次也学不会节制。安慰别人时总会说：没遇到对的人。可谁才是对的人？天知道。

对于缘分、命运的信仰是愚蠢的，但执着于此一份期盼，不也是可爱？

**家庭小作坊销售报告范文5**

尊敬的公司领导：

您好!

我叫xxx，安徽xxx人，20xx年7月毕业于安徽xxx学院机电工程系。现在在一禾资产营销四部任职，主要是销售苏宁天御国际广场的项目。自从20xx年10月15日入职以来，我深深地感觉到这个销售团队与我之前的工作是截然不同的;它对个人的素质及专业知识要求更高，在这样的环境下工作，使我深深地认识到自己的差距及专业的能力还远远不够

在上一份工作中，我在福美来房地产经纪有限公司项目五部工作(20xx年9月入职)，主要是销售上海周边城市的别墅、住宅、商铺和酒店式公寓(嘉兴、嘉善、昆山);那个时候我还是一名刚刚毕业踏入社会的学生，是模具设计专业，对于销售更是一无所知，只是简单的认为靠嘴吃饭。经过一年的工作，使我已从一名初出社会的大学生成功转变成为一名符合公司发展要求的专业房地产销售人员，实现毕业后人生发展道路的稳定转换与人生价值的升华。期间，我也多次接受了公司 关于从企业内部培养职业经理人 的培训活动，集中系统学习了房地产营销专业知识及团队的组件、培训、管理、发展模式，在思想观念与业务能力等方面都有明显的进步与提高，逐步从熟练操作营销之术向发现掌握营销之律过渡。但是公司规定主管及经理是不被允许做业务的，同时所接触的客户群体也不是高端的。与我的梦想可以说是遥不可及，我毅然决定辞职。

当我面试到苏宁案场从最初的销售员做起，由于所接触的客户群体不同，使我开展工作处处碰壁。我不断的去调整，不断的去潜心学习。逐步的认识到这总高端的客户开发还不能一味的用之前的思维方式去定义、去开发。到目前为止，仍然没有开单，但是我不灰心，一定坚持下去，同时也要与领导及时汇报与沟通自己工作中所遇到的问题;完善自己，使自己更快速的成长。

由于公司发展速度很快，对公司所有员工的成长速度要求更快，同时又大力培养人才。公司发展的殷切需要，响应公司育人理念，我郑重向公司领导申请晋升营销四部营销主管一职，我有信心组建好一个永当第一的团队

>假如我被公司领导录用，我的工作开展如下：

(一)：在实践中系统学习研究房地产相关知识，特别是写字楼的市场调研及第三产业的

发展与写字楼的关系;

(二)：对团队人员的培训及制度的定制;

①：培训房地产的基础知识;

**家庭小作坊销售报告范文6**

x年3月5日，门店依据国家食品安全相关法规，遵照xx市工商行政管理局下发关于期间食品安全工作若干事项中要求，专门组织供应商召开食品安全工作沟通会。在此之前，门店以拟定完成分公司针对期间的工作方案，具体工作安排落实到柜组到个人，大力组织员工对门店外围、卖场、理货区、生鲜区、租赁区等环境进行彻底大清扫，使门店环境焕然一新。并同时开展商品质量自查工作，按总部下发自查表样为基础，对各部门按柜组、类别、区域进行商品自查工作，各卖场主管根据分管区域对自查表进行仔细检查，对有问题的地方提出相应整改意见，门店质检员跟进落实整改成效;特别是对场内、场外租赁客户的清查力度，对证照审查、加工流程、原料品质等多方面进行详细检查和清理，间隔时段进行复查。

门店质检员根据重点工作的项目，有效针对卖场重点区域的加大检查力度，每日对进行检查，适时进行抽查等工作，全方面的对涉及到责任人管理区域等进行工作交流，对出现的问题立即下达整改通知，并现场进行培训。

2月26日至28日，还专门针对生鲜员工组织进行食品安全相关内容的培训，并对培训内容进行考核，以达到生鲜员工对食品安全的学以致用，从而对业务技能和专业知识有一次深入的了解和学习，有力保障学习的成果，为生鲜员工从事食品加工生产工作做到健康、卫生、安全，为使顾客买到放心食品具有积极意义，

还专门制定培训计划，联系^v^门专业人员对门店员工进行相关知识的培训工作，进一步巩固学习内容，明确食品安全工作的重要性。

在3月5日安排进行的供应商沟通会当中分别由分管物价质检员传达相关会议精神，分管xx店食品类、生鲜区主管、滨湖店食品类、生鲜区主管分别通报针对检查中存在的突出问题进行重点通报，介绍各类别相关销售指标及情况，制定既定目标，结合市场需求的实际与与会供应商进行深入的交流和探讨;鄂黄分公司总经理熊海云作工作总结，要求门店各实属实体加强供应商之间的交流和合作，加强互惠互利互信的原则执行力度，注重各项环节和工作流程的高效快速的长效机制的形成，树立各方坚实信心，共同应对危机与挑战。

会后，向各参会供应商下发食品安全责任状，要求各供应商签署责任状，严格执行规章制度，明确职责，约束其不规范经营的行为，力度的保证安全工作始终放在第一位。

消防安全工作责任重于泰山x年3月5日，由分公司牵头召开各专柜、租赁大客户进行签订消防安全责任书会议，通过前期的一些特重大火灾事故的案例的分析，坚定不移的对存在漏洞的消防安全隐患进行彻底曝光和整改到位的强势措施，狠抓落实工作情况。

会议伊始由分公司防损主管作消防安全相关事项的通报及其要求，对门店场内消防通道、场外各专柜、租赁大客户的、器材、及其使用电源、电器制定详细安全防护适用规定，当场宣读消防安全责任状，要求与会各负责人切实落实消防工作，高度重视消防工作，防患于未然;重点强调消防安全工作，责任重于泰山。

**家庭小作坊销售报告范文7**

>（一）前言

近些年来随着食品安全问题的频繁发生和人民生活水平的不断提高，食品安全、食品质量问题越来越来越被人们所重视，政府在食品安全方面的投入比例不断加大，在这种社会环境下绿色有机农产品在我国越来越受到人民群众的关注和青睐，人民群众在解决了温饱问题后更加关注吃的健康、吃的放心的问题，因此在这种时代背景下我国绿色有机农产品近年来取得了极大的发展，我们相信在今后也将会有更长足的发展！

>（二）齐齐哈尔绿色有机农产品的发展现状

齐齐哈尔素有“中国绿色食品之都”的美誉，作为黑龙江省第二大城市，中国优秀旅游城市，齐齐尔哈尔在发展绿色有机农产品方面具有得天独厚的区位优势。齐齐哈尔地处世界三大黑土地之一、土壤肥沃的松嫩平原腹地，嫩江贯穿境内，空气、水、土壤质量优良，是生产绿色食品的理想之地。齐齐哈尔农业资源丰富，是我国重要的商品粮基地和畜牧业基地。20xx年被国家权威机构命名为“中国绿色食品之都”。尤其是近些年来齐齐哈尔市委市政府深入实施“打绿色牌，走特色路”的发展战略，采取强有力的措施推动绿色食品产业强劲发展取得非常喜人的成绩。目前齐齐哈尔绿色有机农产品绿色品牌多、种植规模大、市场发展迅速前景非常看好。据统计目前全市获得绿色食品、有机食品标志使用权的产品达到105个，有6种产品获得美国自然食品协会颁发的自然食品证书。截至目前全市绿色食品种植面积达600万亩，年加工绿色食品60万吨。全市销售绿色农产品62万吨，其中省内23万吨，省外26万吨，国外13万吨。20xx年以来，齐齐哈尔市已经成功承办了15届由中国农业部和黑龙江省政府主办的中国（齐齐哈尔）绿色食品博览会。充分展示了全国绿色食品产业的发展成果，有力的推动了绿色食品产业的发展。为齐齐哈尔绿色有机农产品的走出去的发展奠定了良好的基础。目前齐齐哈尔绿色有机农产品发展势头迅猛，在得到许多实惠的刺激下，越来越多的人愿意加入到绿色有机农产品发展的行列之中来，为绿色有机农产品的注入了源源不断的活力和动力。因此未来齐齐哈尔地区绿色有机农产品的发展前景是不可限量的，“中国绿色食品之都”必将成为齐齐哈尔的一张靓丽名片。

>（三）关于齐齐哈尔地区产黑豆的专项调研

齐齐哈尔绿色农产品资源丰富开发应用前景广阔，其中作为绿色有机农产品大家族中一员的黑豆近年来越来越被人们所青睐，其身份地位不断的得到提升。无论从历史记载还是近年来的科学研究来看黑豆的营养价值一直是被公认和推崇的。黑豆又名橹豆、黑大豆，外皮黑，里面黄色或绿色。黑豆具有高蛋白、低热量的特性，具有很高的营养价值。含有蛋白质、脂肪、维生素、微量元素等多种营养成分。黑豆还具有很好的保健作用，主要是可以降低胆固醇、补肾益脾、祛痰止喘、排毒减肥、改善贫血、美容养颜等功效。传统中医认为黑豆是一种既便宜又有助于抗衰老，具有医食同疗的特殊功能的食品。《本草纲目》中说“豆有五色，各治五脏，惟黑豆属水性寒，可以入肾。治水、消胀、下气、治风热而活血解毒，常食用黑豆，可百病不生。”药理研究结果显示，黑豆具有养阴补气作用，是强壮滋补食品。因此食用黑豆对于改善和提高我们的身体状况是非常重要的。以下是黑豆营养成分与其他几种食品的比较。

齐齐哈尔地区生产的黑豆颗粒饱满，营养价值更为丰富。黑豆的生长需要充足的养分，而黑土地的肥力是非常高的，可以为黑豆的生长提供充足的营养，而且齐齐哈尔四季分明，空气质量良好，嫩江水水质优良，这些得天独厚的优势都为齐齐哈尔绿色有机食品的生产提供了良好的条件。使齐齐哈尔生产的黑豆及其他绿色有机食品在同类产品中更具有竞争力！也更值得消费者信赖。

尽管黑豆的营养价值和功效历来被人们认可和推崇，虽然近年来黑豆的发展也取得的了不错的成绩，但是这发展状况与黑豆极高的营养价值仍然不相符。除过黑豆产地的人们会有较多的食用黑豆外，其他非产地的人们很少有食用黑豆。造成这种局面的原因经过调研和查阅相关资料我得出以下五个方面的原因：

（一）由于各地的饮食习惯的不同加之受生产条件的影响所以不产黑豆地区的人们没有食用黑豆的意识。

（二）很多人尚未对黑豆的营养价值有一个全面而深刻的认识，对食用黑豆的好处认识不深。

（三）生产地对黑豆的宣传不够，致使黑豆的销量很难上去，很难在不产黑豆的地区打开市场。

（四）目前整个市场上关于黑豆的加工能力还比较低下，没有众多的黑豆产品和与之相关的副产品。

（五）关于黑豆的包装技术不够成熟和完善，因此影响了黑豆的运输和储存。

根据调研得知目前市场上销量领先的几大黑豆品牌有谷绿农品、十月稻田、北大荒、方家铺子、北纯、栗源等。根据调研发现目前市场上黑豆的包装在包装材料的选用上主要是塑料包装、抽真空袋包装和纸盒包装。在包装结构设计上主要采用镂空设计让黑豆能直接的显现出来，给消费者一种亲切、自然、绿色、放心的心理感受，且设计体积一般较小。在包装颜色搭配上主要采用绿色、白色和黑豆本身的颜色相结合，黑白分明的体现出产品的特征给人以强烈的视觉冲击感，绿色的点缀又给人健康、环保的感受。在包装图案设计上比较简洁，普遍主要都有黑豆这两个显眼的字体。让消费者很容易记住和接受。例如：

就目前市场上已有的黑豆包装而言做到了保护产品、促进销售、方便运输的要求，且设计时尚、便利。但是在绿色包装、人性化包装和特色包装方面还有很大发展空间。

随着环保理念的深入人心,绿色包装已越来越受到人们的追捧，据统计我国每年产生的包装废弃物价值4000亿元。因此采用环保可循环利用的包装对于降低产品成本、保护环境都有积极重要的作用。在未来随着人们对健康程度追求的逐步提高，对黑豆功效作用的认识不断加深。黑豆的销售比较会迎来一个阳光明媚的春天。所以黑豆的包装需求也必将呈现出井喷之势，所以在黑豆包装中大量采用绿色环保材料是非常必要和重要的。因此在目前的市场环境中开发廉价实用的绿色包装材料是非常必要的。另外加大可循环利用的包装袋的使用也是在黑豆包装中实现绿色包装的重要途径之一。再同类质量的产品中除了在黑豆的包装中大量使用绿色包装外，要提高黑豆的销售量就必须从黑豆的包装设计上有更多的创新，有更多自己与众不同的特点。必须体现自己的地域、文化特色。形成自己的独特品牌效应。针对齐齐哈尔地区产黑豆，我认为应在包装装潢设计中加入齐齐哈尔地区独有的地方特色，比如说黑土地文化，鹤文化。在提高绿色有机农产品的同时又可以宣传城市形象，提高城市的知名度和美誉度。下面是我对齐齐哈尔地区产黑豆在包装设计和广告宣传方面的一些自己的想法。

（一）针对调研结果进行的包装策划和包装设计

（二）对于黑豆以及绿色有机农产品发展的展望

随着人民生活水平的不断提高，人们越来越关注身体健康和饮食健康的问题，饮食平衡、饮食多元化成了老百姓餐桌的新常态，所以在这种时代背景下做为有机杂粮家族中重要成员的黑豆在未来必将成为老百姓餐桌上的常客。另外随着黑豆的营养价值越来越多的被证实被重视，所以越来越多的人们会选择食用黑豆，这一切利好的消息都表明黑豆的消费将会迎来一个黄金时期，黑豆的需求将会大幅增加。黑豆种植将会大有发展前景。

因此我们有理由相信齐齐哈尔地区产黑豆未来的发展前景是光明。是值得期待的。随着社会的进步人们对黑色食品越来越关注，黑色食品餐饮业的发展会越来越繁荣，我们相信最为黑色食品主角的黑豆及黑豆类产品必将会占领未来的市场。不仅是黑豆，随着人们对食品安全、食品质量的越来越重视。人们对健康、养生越来越关注，我们相信在未来绿色有机食品将会占领整个市场。我们完全有理由相信绿色有机食品的春天正在到来！

**家庭小作坊销售报告范文8**

一、医药器材的市场发展现状和销售现状

医药器材与人民的生活息息相关，被誉为“永不衰落的新兴朝阳产业”。目前我国的医药器材产业发展迅速，已经成为世界第三大医药器材市场，近年来每年的销售增速均保持在17%以上，这样的增速提醒我们在未来医药器材产业将会以锐不可当之势占据销售的大部分市场。据有关数据显示，如果一直保持现在的发展速度，我国将有望超越日本成为世界第二大医药器材销售大国。我国的医药器材产业主要分布在上海、北京、等地区，其中省是我国的医药保健品出口大省，据统计数据显示，省的医药器材出口量占全国的，其中中高端医疗器材就占，20xx年出口销售额更是达到了亿美元，占我国总出口额的。由此可见，省的医药器材产业的销售业绩是相当可观的，在未来也会有有很大的发展市场。为此我分别对省市、市、市三大城市的医药耗材市场销售情况做了调查与统计。

（一）市医药耗材市场销售情况

作为的省会城市，各种产业的发展都影响着省的整体形象。随着经济的不断发展，人民生活水平的不断提高，各种疾病、车祸、意外伤害等都随之而来，这就警示了人民健康的重要性，随着人们对自己的健康越来越重视，医药耗材的市场发展规模也越来越大。据有关数据显示，20xx年6月到8月的医药市场销售曾上升趋势，增长度达到36。7%，其中药店和医疗所占的销售比例较高，可见市的医药耗材市场正在逐步扩大，销售量也连年递增，人们对无纺布、纱布等的需求也越来越大。这就为市医药耗材市场以后的发展奠定了基础。

（二）市医药耗材销售情况

同市一样，市的医药耗材市场也在扩大规模。据统计数据显示，一次性医疗耗材销售代表平均月薪为4241元，区域销售经理平均月薪为5855元，医院销售部经理平均月薪为6119元。由此可以看出，医药耗材的销售不仅给人民带来了方便，同时也提高了销售人员的经济收入，甚至提高了整个市的居民平均月收入，为的经济发展带来了巨大的动力。

（三）市医药耗材销售情况

与和一样，市的医药耗材销售量也在不断提高，市场也在不断扩大。全国政协副主席、中科院院士^v^曾这样评价的医药发展：“医药城把研发、生产、交易、医疗四大板块进行整合，建设国际一流水平的医药卫星城，这在国内是唯一的。”可见市的医药市场发展是让人震惊的，而医药的发展必然带动医药耗材的市场发展，据调查，20xx年市的生物医药等产业实现产值亿元，增长，所以市的医药耗材市场的发展前景是非常可观的。

通过调查，我们发现、、三个地区对口罩、纱布、棉球等医药耗材的需求量都很大，特别是医疗、药店、门诊占据了主要的市场，其如下表所示。

二、医药耗材市场销售存在的问题

经过调查与统计可以看出，省的医药耗材市场的销售情况还是比较乐观的，但调查的同时也发现医药耗材市场销售存在许多的问题。

（一）盲目申办许可证，毫无经营风险意识

据国家有关规定，申办经营企业是完全免费办理，再加上我国医药耗材产业发展前景可观，一些企业就盲目跟风，也想在医药耗材市场分一杯羹，就抱着试一试的心态先办理《医疗器械经营许可证》和《营业执照》，取得医疗器械的经营资格，至于具体要不要经营就视情况而定，这就导致《医疗器械经营许可证》滞留在一部分企业中，审批的企业数量与实际经营的企业数量不相符。也有的企业则是办理了经营许可证，却因为对市场风险论证不足，迟迟未能开展经营活动。这种种的原因就造成了医药耗材市场扩展规模迟缓，影响医药耗材的销售业绩。

（二）随意更换经营人员，超范围经营企业

在申办经营许可证的时候企业的设施人员全部到位，但取得许可证之后有的企业就随意更换企业人员，新企业刚开始人员较少，随着企业的不断扩大，对人员的需求也增加，招兵买马是正常的，但有的企业却连企业法人、负责人、质量监管人员等重要岗位的人员都随意更换，事后也不去相关部门办理相应的手续，造成企业申办许可证时的人员档案与实际工作的人员档案不相符，降低了企业在客户眼里的信用度和真诚度。部分企业因为想赚更多钱就顺应客户的需求，什么赚钱就做什么，全然不顾当初申办的企业经营许可证，导致部分医药器材企业经营范围严重失控。这些原因也会导致医药耗材市场出现滞留的现象，降低医药耗材的销售量。

（三）部分企业降低经营条件

部分医药耗材企业的销售对象主要是医疗机构，觉得守株待兔的经营方式是落后的，要想发展就要采取主动，所以导致企业大都采用上门推销的方式，固定的经营地址和库房都形同虚设，导致医药耗材销售可掌控的市场份额较少。

（四）没有形成集中的产业群

医药耗材的销售存在散、小等问题，各种药店、门诊部、服务站等数不胜数，缺少集中的让人们可信赖的医药耗材销售地点。个别药店或门诊部图个人利益，对外售出部分过期变质的医药器材，导致人们对医药器材存在误会，觉得是一种不负责任的销售产业。

三、采取的措施

（一）严格监管申办机构，树立企业的经营风险意识

严格把关申办机构，不能任由各企业想办理经营许可证就办理，对办理经营许可证的企业进行GSP认证，提高办理条件。通过对企业的认证工作，提高企业的思想意识，进一步完善企业的管理体系；同时也要强化企业的经营风险意识，要求企业人员不断学习专研业务，熟悉医疗器械产品的性能，为企业的经营降低风险。

（二）加强日常监督，提高企业的经营素质

一个企业的经营素质是由整个企业的员工共同体现的，所以要提高企业的经营素质首先就要提高企业员工的销售素质。加强对员工销售情况的监督工作，定期对员工进行培训，提高员工对医药器材的熟知程度，以便在销售的过程中体现出专业的水平，尤其是上门推销的情况，推销时的态度与专业水平非常重要，要让对方认同自己的观点就要拿出自己的专业水平与良好的销售态度，提高销售业绩。

（三）建立集中的产业群

任何企业的经营或是产业的发展都要有一个经营或发展的核心，围绕这个核心进行展开。医药耗材的销售也一样，要建立集中的销售产业群，为医药耗材的销售找到核心，这样才会博得其他企业或机构的认可与支持。

（四）配备专职人员，提高医药耗材的生产质量

医药耗材对现在许多家庭而言都成为了生活必备品，直接与广大人民群众接触，所以提高医药耗材的生产质量是非常重要的。很多不法商人为了图一己私利，在生产医药耗材的过程中偷工减料或是“李代桃僵”，以求降低生产成本，提高利润。这样生产出来的医药器材外表看来质量与别的正规医药器材没有差异，但如果人们长期使用或是与某些药物同时使用问题就会出现问题，严重者甚至危及生命。由此可见医药器材的质量监管是很重要的，现在很多重要的监管职位都缺乏专职人员，所以配备专职的监管人员迫在眉睫。

此次通过对省无纺布，纱布风的医药器材销售的市场调查统计与分析，得出虽然省的医药耗材市场发展现状良好，发展前景也很可观，但同样也存在一些问题，只有将这些问题解决了才能促进省的医药器材的市场发展和销售业绩的提高，同时也分析出了我公司存在的部分问题并为我公司以后的销售道路找准了方向。

**家庭小作坊销售报告范文9**

全面建设小康社会最艰巨最繁重的任务在于农村，中央提出要更加关注农村、关心农民、支持农业，要把“三农”问题作为全党工作的重中之重。十七届三中全会通过了《xxx中央关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》，加快推进社会主义新农村建设，大力推动城乡统筹发展，如何提高农民增收，关键在于保证农村农产品生产、销售顺利进行。20\_年暑期，四川农业大学农学院“三下乡”社会实践雅安市农产品调研服务队就雅安市农产品情况进行了一个比较全面的调查，团队一行15人从7月11到7月15日调查了雅安市雨城区、名山县、芦山县、天全县等地。调查的主要内容包括农村农产品生产投入情况、农业技术利用情况、农产品销售情况等

调研地概述

雅安市位于川藏、川滇公路交会处，距成都120公里，是四川盆地与青藏高原的结合过渡地带、现代中心城市与原始自然生态区的结合过渡地带，面积15314平方千米，人口153万，设雨城区和芦山县、名山县、天全县、荥经县、宝兴县、汉源县、石棉县7县。地形呈北、西、南地势高，东部地势较低的地理格局。雅安属亚热带湿润季风气候类型，年均降雨量1800毫米左右。有耕地面积142．5万余亩，河谷平坝一带较为集中，水利条件好，可大面积种植水稻。丘陵地带盛产玉米、土豆、豆类等杂粮，宝兴、石棉的杂粮比重较大。

雨城区概况

雨城区位于四川盆地西缘，青衣江中游，处于川藏、川滇西公路交汇处。东西宽34公里，南北长63公里，地势呈南北长条形，西南高，东北低。气候温和。全区气候类型，除少数高山区外，基本属于亚热带湿润季风气候区。20\_年粮食作物播种面积达到11662公顷，全年粮食总产量65804吨；油料产量3422吨；茶叶产量5598吨。

名山县概况

名山县位于成都平原西南边缘。幅员面积平方公里，人口万，辖9镇11乡。东距成都90公里，西临雅安13公里。属亚热带季风性湿润气候区。气候温和，雨量丰沛，无霜期长，四季宜耕，植被茂然。年均降雨1500毫米，225个雨日，夜雨占80%。名山制定了保护环境、生态强县的可持续发展战略，大力发展退耕还林、生态农业、绿色产业。名山传统农作物有水稻、小麦、玉米、油菜，盛产茶叶等主要农产品。

芦山县概况

芦山县位于四川盆地山区西缘，雅安市东北部，属盆周山区县。县境地势由西北向东南倾斜，幅员面积平方公里。县城至雅安市区31公里，至成都市区156公里。20\_年底，全县辖6个镇、9个乡、80个村、586个村民小组。全

县总人口118052人。芦山属亚热带气候，四季分明，雨量充沛，气候宜人，冬无严寒，夏无酷暑。

天全县概况

天全县位于四川盆地西缘，县境内地貌呈深中切割，地势西北高，东南低。中间地带多为丘陵，河谷两侧有少数小平坝，为县内的主要农耕区。气候类型是以亚热带季风气候为基带的山地气候。年平均气温15．1℃，降水量由东到西随高度递增，年平均降雨量达1660毫米。全县土地总面积2394平方公里，其中耕地面积136922亩（田57730亩，地79192亩），林地面积143488公顷，水域面积3741公顷，其余为草地、园地、交通用地、矿山及其他用地面积。全县土壤复杂多样，自然土壤划分为水稻土、潮土、紫色土、黄壤、高山寒漠土等10种类型。

**家庭小作坊销售报告范文10**

尊敬的领导：

您好!

xx年销售工作基本结束了，在整个团队的全年努力奋斗下，比12年销量增幅，但在市场占有率和全国a类分公司排名中有所下降，主要的原因有以下几点：

一外因：

1、20xx年移动手机行业激烈的市场竞争、市场环境的变化及公司在11年产品力的因素、产品力及市场政策未及时跟上;

二内因：

1、团队内部氛围、团队气势，战斗力、领导能力、员工态度、执行力的下降;

①分公司营销工作基础不扎实，效率、效能欠缺;

②员工工作积极性不高，缺乏斗志，做不到“尽心尽力”，创新意识及智慧能动的工作能力差，协作能力差，做不到分公司平台与办事处上下同流;

④业绩及市场推广工作平平，多数机型在市场销量差，拉、推力丧失，新品上市、上量速度慢，较多依靠产品力本身，营销力退步。

⑤市场终端、品牌推广工作退步，ka攻略、终端形象、促销队伍管理急待提高，对市场信息的收集、分析能力差，无法应付激烈的市场竞争;

今年是我们公司成立五周年的喜庆日子，分公司做为全国最早成立的分支机构，也曾取得较好的业绩，在多项工作中排名第一名。

20xx年工作规划

1、严格整顿队伍。以企业文化建设年为主题，贯彻万总“十大原则”“十字方针”，打造充满斗志与激情的团队，团队必须有民工的心态，朴素的拼搏精神;

2、分公司组织架构、办事处业务作战单元，以简单、高效为目标夯实建设，强力打造重点标杆办事处。加强人力资源建设，建设人力资源库，推进人力资源的增值，向一流化的团队目标迈进。分公司平台各部门协同作战能力，平台员工“尽心尽力”的责任精神，专业上术术有专攻，提倡服务意识。

3、以人为本，创造“三公”公平、公正、公开，3600全员的考核体系，体现员工的价值及创造。努力不断提高员工的收入。

敬礼!

述职人：xxxxx

**家庭小作坊销售报告范文11**

刚刚过去几个月的20××年，是我比较难忘的一年，同样也是值得回味的一年，更是我个人学习和成长的一年。

一年来在公司李总的带领下，我们成功的收购了××××并使其走向成熟，逐渐的被全市市民接受和喜欢，离不开全体员工的努力和付出，衷心的向他们表示感谢！

记得刚来××××时，从一楼到五楼冷冷清清，有时候半天连个人影都看不到，客流量更是少的可怜，刚刚激起的万丈雄心被眼前的一切粉碎的遍无体肤，我们没有气馁。被调到××××的××店长、××、××、××个个都是磨拳擦掌，准备大干一翻，可要想做好谈何容易啊。这种情况下，我们一连串的推出了，真情告白系列之换卡行动、阳光体验，新春舞曲系列之阳光年代、阳光特价房、炫卡积分，等等活动。从一开始的一天二三十包、到四五十包，慢慢的往上增加的带客量，广大市民开始知道并接受了童话二店。能得到顾客的认可，之前那些努力总算没有白费。难忘我们10年元月3号的接手钱柜、难忘我们冒着漫天飞雪发宣传页的日子、难忘我们装修期间挥汗如雨的干劲、难忘兄弟们身穿迷彩穿梭在刚架上的身影……这一切都只有一个信念把童话我们的家建设得更好！

这一天终于来了，8月8号我们盛大起航，又一系列的活动开始了，火热8月欢唱总动员、欢乐生日颂，8、31店庆之黄金档有礼，童话秋之持卡更超值，11月说好天亮也不分手，12月缤纷圣诞梦幻童话，到如今的浪漫情人节，业绩全都做到了，每一步虽然都走的很艰难，但我们尝到了甜头。我们看到了顾客的笑脸，得到了顾客得赞赏，我们心里比喝了蜂蜜还要甜。

很庆幸自己选择了这个充满活力的团队，感谢x店长给的机会，感谢李总的支持与指点，感谢孙总搭建的\'平台，感谢和我一起并肩作战的所有人！

我深知自己有很多的不足，需要更努力的去做好每一件事。之前忽略的我会改进，多站在对方的角度来考虑问题。14年做好以下几点:

1、人员调整，根据情况更合理的调配现场人力，做到工作起来如鱼得水，不产生冗员状态，使公司成本降低。

2、紧抓现场管理，多督促多走动，让员工减少犯错的几率，杜绝黑单。

3、多和员工沟通让每一个环节丝丝入扣，前台带客更有规律合理的安排客源，收银做到帐面不出错，货品做到一周一大盘每日一小盘，保证不长短货正常运转。

4、楼面主抓微笑服务、卫生和促销，把客诉减少置零，

5、营销巩固老会员，开发新的客源，增加会员的回头率，做好信息反馈，发现问题及时解决，

6、节约用水用电，从自我做起，养成随手关灯、第一时间关空调的好习惯，保证消防通道的安全畅通，亲自检查做好记录，

7、各类表格正确使用，循序渐进。争做三家店标兵。

8、本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，主管到助理，现场各部门人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。明白口碑对一家企业的重要性。

9、全力落实规章制度，完善机制，贵在坚持。全力配合店长工作，做好店长的左右手。

10、配合工程部人员，做好现场的维修保养工作，把事后的维修变成事前的预防和维护。

以上10条在过去的一年中做得不到位，未来自己要更加有责任心，把事情做完与否做为标尺，不以时间来计算。为了推动工作的往前发展，针对干部要实施升降职做为主要手段，管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现每月评比员工心目中最好的管理干部，竞聘上岗会利于部门岗位的政令畅通。

希望不断公司领导一如继往的支持我的工作，我将通过的学习来完善自己，争取做一个合格的管理干部，为公司为来的发展多出一份心多尽一份力！

述职人：

20xx年××月××

**家庭小作坊销售报告范文12**

尊敬的领导：

您好！

岁月荏苒，时光如梭，旧的一年即将过去，新的一年就要来临。自20\_\_年\_月初项目组成立，我在公司领导及各位同事的支持与帮助下，严格要求自己，按照公司的要求，基本完成了自己的本职工作。在企业不断改革的推动下，我认识到不被淘汰就要不断学习，更新理念，提高自我的素质和业务技术水平，以适应新的形势的需要。现就个人一年来的工作情况做以下述职：

积极贯彻公司领导关于公司发展的一系列重要指示，忠于公司、忠于股东、诚实守信、爱岗敬业、团结进取，进一步转变观念，改革创新，面对竞争日趋激烈的房地产市场，强化核心竞争力，开展多元化经营经过努力和拼搏，使公司持续的发展。全面加强学习，努力提高自身业务素质水平。作为一名宣传销售人员肩负着上级领导和同事赋予的重要职责与使命，公司的销售计划及宣传方案需要我去制定并实施。因此，我十分注重房产销售理论的学习和管理能力的培养。注意用科学的方法指导自己的工作，规范自己的言行，树立强烈的责任感和事业心，不断提高自己的业务能力和管理能力。

我于年初进入公司以来，在公司开发部工作。在公司领导，主管领导及各位同事及各位同事的帮助下，我对公司各项规章制度和办事流程有了清楚地了解，也从部门领导和其他同事身上学到了很多新的知识，我的工作能力也由此得到很大提高。\_月底开始\_商住小区的售房工作，在这期间我主要做了以下工作：

1、根据公司各月的会议精神，制定销售的.月销售计划。

2、策划\_小区的宣传工作，制定出宣传方案，报领导审批后实施。

3、办理售房合同，负责开发公司的文件文字处理，保管资料的收发登记。

4、进行社会调查，接待客户，对客户保持联系。

作为公司的售房宣传人员有以下几点设想首先，销售宣传人员的工作，销售人员必须做到对销售流程的遵守，并控制整个销售环节。

1、销售控制表

可以直观的显示所有楼盘的销售进展情况，并以制度销售改进策略，做好保密方面的工作，绝不能向客户透露；

2、来电、来客的登记

填写客户资料表。无论成交与否，每接待一组客户后，立刻填写客户资料表。填写的重点是客户的联络方式和个人资讯。客户对产品的要求条件，成交或未成交的原因。根据客户成交的可能性，将其分类为：

a、很有希望

b、有希望

c、一般

d、希望渺茫，以便日后有重点地追踪询访。

3、销售登记

管理和登记销售的情况，包括认购资料认购合同，产权资料，付款资料。

4、换、退房管理

在销售过程中换、退房的原因，理由以及处理办法和结果。

5、催交欠款

处理销售过程中的楼款催交处理。

6、成交客户资料管理

登记已成交客户详细资料，方便公司营销人员有第一手资料，对客户进行分析，从而限度提高对客户的服务。

7、换户

需换户者，在定购房屋栏内，填写换户后的户别、面积、总价，并注明何户换何户，收回原定单；应补金额及签约金若有变化，以换户后的户别为主；其他内容同原定单。

8、退户

遇到退户情况，应分析退户原因，明确是否可以退户，报现场管理人员或更高一级主管确认后，办理退户手续，结清相关款项，将作废合同收回留存备案，有关资金移转事项，均须由双方当事人签名认定；若有争议无法解决时，可提请仲裁。

9、加大宣传力度通过以下几种方式：

1.传播媒体报纸电视

**家庭小作坊销售报告范文13**

尊敬的领导：

一年来，我在上级领导的正确指导和销售部同事们的支持下，按照年初总体工作部署和目标任务要求，认真执行公司的销售工作计划和方针政策，在自己分管工作中认真履行职责，较好地完成了上级下达的工作任务，取得了一定的成绩。下面，我就这一年的工作情况述职如下：

>一、销售工作取得的成绩

我按照公司的战略部署和工作安排，为了拓宽销售渠道，挖掘市场潜力，扩大销售业务，树立公司品牌，挤占车辆销售市场，我和我分管的xx店的全体销售人员团结一致，齐心协力，共同努力，取得了较好的工作成绩。

>二、认真努力，积极做好销售各项工作

作为销售经理，我深知自己责任重大。我努力按照政治强、业务精、善管理的复合型高素质的要求对待自己，加强业务知识学习，特别是学习公司的销售政策法规与销售工作纪律，把它学深学透，领会在心里，运用到具体实际工作中，以此全面提高自己的政治、业务和管理素质。同时，我做到公平公正、清正廉洁，爱岗敬业、履行职责，吃苦在前，享乐在后，全力实践“团结、务实、严谨、拼搏、奉献”的时代精神。

带领销售人员积极配合保洁人员做好展示厅的日常清洁管理工作;时刻关注展厅内的水、急救药品等生活常需物品是否齐备，以方便为客户提供更加精细的服务，树立公司的.窗口形象;客户来店时，值班销售人员迎至展厅门外，主动微笑招呼客户，帮助客户打(拉)开展厅大门;销售人员随身携带名片夹，适当时机介绍自己，并递上名片，请教客户称谓。

为了鼓励销售员积极工作，扩大销售业务量，为公司创造良好经济效益，我根据不断发展的销售新形势，结合实际情况，制订相应的考核办法，激励先进。考核办法充分体现销售员多劳多得的原则，坚决杜绝干多干少、干好干坏一个样的弊病，激励销售员充满干劲、认真努力工作，勇争先进，在车辆销售工作上做出新成绩，取得新成效。

>三、工作中的不足

回顾一年的工作，工作中的风风雨雨时时在眼前隐现，我不仅能在工作时埋下头去忘我地工作，吃苦耐劳，富有团队合作精神，具有一定的组织、协调和交际能力，且面对困难从不气馁，能够冷静、果断和全面的去处理，有着强烈的上进心和永不服输的干劲。虽然在工作上取得了一定成绩，但同时，我也清醒地认识到自己的不足，主要是综合分析危机的能力离上级的要求还是有一定的差距。

今后，我要继续加强学习，掌握做好销售工作必备的知识与技能，以科学发展观的要求对照自己，衡量自己，以求真务实的工作作风，以创新发展的工作思路，奋发努力，攻坚破难，把各项工作提高到一个新的水平，为企业的发展，做出我应有的贡献。

敬礼!

述职人：xxx

20xx年xx月xx日

**家庭小作坊销售报告范文14**

>(一)化妆品市场零售额增速将保持平稳

首先，根据历年经验来看，我国限额以上企业化妆品零售额增速自20xx年以来除20xx年以外始终快于社会消费品零售总额增速，也就是说，在不出现异常因素的情况下，20xx年虽然预计我国消费品市场将略有回落，但化妆品市场不会出现较大波动，仍将保持相对较快的增长速度。

其次，20xx年化妆品市场日益细分化和多样化的需求对带动整个化妆品市场增长将起到一定的积极作用。

因此，预计20xx年我国化妆品市场零售额增速将与20xx年基本持平。

>(二)国产品牌高端化发展压力较大

近年来，不少老牌国货护肤品开始陆续推出一些高端产品，旨在打破传统低价形象，求得市场发展，但在当下消费已经十分成熟的市场环境下，如果这些品牌失去了最主要的价格优势，而在市场细分和自身定位方面不能取得相应的质的突破的话，其高价产品就会面临不被消费者认可和买单的风险，因此将面临较大的市场压力。

>(三)口服美容产品进一步升温

从日本、台湾等市场经验来看，口服美容产品在化妆品店的陈列占比非常大，销售比重也很高，我国化妆品市场潜在容量大，再加上近几年受日本、台湾等地美容娱乐节目影响很深，随着各品牌加强对消费者的教育和对市场的宣传推广，口服美容产品市场将会在近年迅速培养起来，发展速度和市场份额必将不可小觑。预计20xx年伴随着各大化妆品集团的发力和产品口碑的普及，口服美容产品消费将会明显升温。

>(四)面膜行业拥有较大增长潜力

首先，随着我国女性消费者收入水平的提高和护肤理念的转变，对面膜的消费观念迅速转变，使用面膜的消费频率快速提高。

其次，相对于其他护肤产品，面膜更多强调美白、补水保湿、祛斑等密集护理功能，环境恶化现象日益突出下，面膜这种具备密集护理作用的产品受到欢迎。

第三，相比较于其他护肤产品，目前面膜市场竞争激烈程度较低，面膜利润更为可观，这也对该产品今后几年快速发展起到一个催化作用。可以预计，未来面膜将逐渐发展成为越来越多人日常护肤中不可缺少的一个环节。

>(五)将有更多品牌跨越专业、日化双线发展

近几年，日化线与专业线的混搭现象在化妆品行业突出，个别企业开始尝试脚踏两线，如通过前店销售产品、后院提供售后美容服务模式将产品横跨日化线与专业线，改变了两线并行不交叉的局面，并逐渐获得了市场一定认可。

随着时间的发展，这种同时跨越专业线和日化线的现象将会得到市场的检验，一些有效结合各线优势的好的模式将被消费者认可得以普及，日化线和专业线的界限将会趋于模糊。

>(六)百货商场增速放缓倒逼化妆品多渠道发展

随着经营成本不断上升，行业竞争愈发激烈，以及人们生活方式和消费心理的改变，以百货商场为代表的传统大型零售企业由于商业模式自身的局限性，如联营，收取进场费模式、功能异化放弃对商品所有权，价格定价权、引导消费、创新消费能力弱化等，在这种情况下，近几年呈现出对经济低速发展的不适应性，零售额增速明显放缓，且从西方发达国家的零售业发展经验来看，百货业都是经历一段高速发展的黄金期后，不能满足市场需求的新变化活力减弱，竞争力下降。

**家庭小作坊销售报告范文15**

为贯彻落实党的十七届三中全会精神和xxx关于搞活流通扩大消费的工作要求，规范和推动农产品产地批发市场建设和发展，近期，我们组织各地农业部门对全国农产品批发市场重点对产地批发市场的基本情况、经营状况、发展趋势等进行了全面调查，结合平时研究和掌握的资料对市场发展状况进行了分析。总的看，我国农产品批发市场建设取得了积极进展，但仍存在一些突出问题亟需解决，今后要结合鲜活农产品优势区域布局，加快推进“十二五”产地批发市场建设，提升市场服务功能。

>一、对农产品产地批发市场形势的基本判断

改革开放以来，各地坚持把农产品市场体系建设作为现代农业发展的重点，围绕主导产业和优势特色产业，因地制宜分类培育市场体系发展，农产品批发市场成为带动农业农村经济发展的重要力量。据农业部门不完全统计，截至20xx年6月底，全国农产品批发市场发展3606家，占地面积万亩，从业人员达到万人，投资规模亿元，市场年交易额亿元。

>（一）农产品批发市场覆盖范围广。经过多年的不断建设，全国从综合市场到专业市场、从种植业到养殖业到特色产业，农产品批发市场经营范围基本覆盖了各农业产品。目前在全国3606家农产品批发市场中，综合性市场1367家，占；专业市场达2342家，占。其中粮油市场212家、蔬菜市场992家、水果市场390家、畜禽市场320家、水产品市场182家、特色产品（含花卉、食用菌等）市场246家，批发市场经营范围涵盖了种养业各产品。

>（二）产地市场主渠道作用十分明显。调查显示，全国农产品产地批发市场（含产销结合市场，下同）2627家，占农产品批发市场的 %，其中规模以上的产地批发市场1037个，占产地批发市场的40%。产地批发市场实现年交易额亿元，占市场年交易总额的50%，带动农户 亿户，占全国农户总数的44%。在农产品流通中的主渠道作用十分明显。主要特点：

>一是蔬菜市场是产地市场的主要代表。调查显示，大多数蔬菜产地批发市场设立较早，占市场比重大，运行机制较为健全，社会经济效益比较明显。目前,全国蔬菜产地批发市场689个，占产地市场近三分之一，带动蔬菜种植亿亩，相当于全国蔬菜面积的60%。产地市场集中分布于东部和中部地区，占全国的。其中东部地区330个，山东占57%；中部地区217个，河南占44%。经营品种除了蔬菜外，还有季节性水果和其它农产品，常年经营，交易活跃。亿元以上的蔬菜产地市场286个,年交易额亿元,成为产地批发市场的主要代表,形成了“产地市场——运销商——销地市场”的大流通模式，是向大中城市和外省市供应蔬菜瓜果的重要源头。

>二是水果产地市场优势区域集中度明显。在国家推进优势产业带建设的带动下，具有品种特色的水果产地市场正在快速成长，集中度明显提高。目前全国产地水果批发市场发展到184家,占全国水果市场总数的47%。产地市场主要分布于渤海湾的山东、辽宁、河北和西北黄土高原的陕西、甘肃苹果优势产区，这些地区以苹果为主的产地批发市场发展到84家，占全国水果产地市场的46%；长江上中游、赣南湘南桂北、浙南闽西粤东三大柑橘优势产区产地批发市场发展到47家，占全国水果产地市场近30%。一些优质水果产业带发展如山东栖霞、浙江黄岩、江西赣州等地产业带发展与农产品产地批发市场的引导密不可分。

>三是畜产品产地批发市场大多集中在中西部地区。全国畜产品产地批发市场207个，占全国畜产品批发市场的。从分布看，产地市场大多分布于畜牧业发达的中西部地区，其中中部地区82个，占产地市场的40%；西部地区65个，占产地市场的31%。大多数畜禽市场以活畜、禽和肉类交易为主。与果蔬产品相比，畜产品多数实行屠宰企业一体化流通，如新疆XX县古勒鲁克农村畜禽交易市场、内蒙XX旗丰绿畜产品交易市场、广东XX市白沙江南禽畜批发市场都实行活禽+屠宰+销售+企业加工为的一体化的流通模式。

>四是水产品产地批发市场交易活跃。全国水产品产地批发市场大多分布在东南沿海、黄渤海水产品捕捞和养殖带以及江苏、安徽、江西等长江中下游淡水养殖带。目前全国水产品产地市场100个，其中沿海的江苏、浙江、山东、海南产地批发市场59个，占全国产地市场近60%，由于水产品的国内外市场需求旺盛，带动产地市场交易活跃，市场辐射面广，年交易额上亿元的市场达到60个，从业人员万人，年成交额亿元。

>（三）产销市场结合趋于紧密。各地根据产业优势和经济发展特点，培育了一批具有地方特色、符合产业发展导向的农产品市场。全国有产地市场2347个、销地市场1005个、产销结合市场280个，其中江苏苏州南环桥、广州江南果菜市场、山东维尔康肉类批发市场等发展快、规模大、机制活，成为销地市场的代表；江苏扬州联谊、山东寿光、青岛丁家庄、湖北麻城等市场结合其促进农业生产和满足城乡消费需要的特点，担当了产地市场与销地市场的双重角色；江苏东台华东山羊市场、山东青岛城阳蔬菜水产品批发市场、河北XX市金凤禽蛋农贸批发市场、新疆XX市华凌畜产品批发市场等，因地、因时制宜，投资小，辐射面大，是产地市场的典型。

>（四）市场辐射能力逐步增强。随着市场的不断发展壮大，对周边地区的辐射带动能力也不断增强。江苏XX县水产批发市场、武进夏溪花木市场、华东苗禽市场投资企业、苏州众诚鸭业有限公司分别成为全国最大的螃蟹专业市场，华东地区最大的花木交易市场，全国最大的苗鸭产销集散地。苏州南环桥批发市场下属的蔬菜批发市场日成交量1200吨，水产批发市场日成交量200吨，鲜肉批发市场日成交生猪1500头，畜禽批发市场日成交40000 羽，干货批发市场日交易品种20xx种，是XX市及周边地区农副产品集散中心。

>二、当前产地批发市场建设中的突出问题

虽然农产品产地批发市场建设取得了一定的成效，但与现代农业发展的要求相比，产地批发市场建设存在功能不够强、规模不够大、政府引导和扶持跟不上等不容忽视的问题。主要体现在以下几个方面：

>（一）产地与销地以及集散地之间布局不合理。近年来，随着全国优势农产品区域布局规划的实施，优势区域鲜活农产品集中度稳步上升。目前全国优势区域苹果、柑橘集中度达到50%以上，水产品集中度达到80%以上。生产向优势产区集中后，客观上要求建立集散能力强的产地批发市场和冷藏能力大的保鲜库。但目前产地与销地以及集散地之间布局不合理，销地市场发展比较充分，目前年交易额在1亿元以上的销地批发市场558个，而中西部鲜活农产品主产区产地市场年交易额在1亿元的只有346个，发展相对落后。目前全国1个县不足1个产地批发市场，而东部占50％左右、中部占30%、西部只占 20%。特是中西部蔬菜、水果主产区，常年蔬菜产量占全国的40%、水果占45%，而年交易额上亿元的产地蔬菜市场只占25%，水果市场占30%，畜禽市场占不到全国的4%，生产和市场建设重倚轻的矛盾十分明显，这是导致优势产区鲜活农产品滞销卖难时有发生的重要原因。

>（二）产地批发市场及集散地基础设施薄弱。总体看，全国农产品产地批发市场以小型为主，年交易额1—5亿元的占到30%，亿元以下的占58%，且多数市场规模小、设施简陋、服务功能不强。在被调查的西部10省（区）376个产地批发市场中，占地面积在20亩以下的小市场占到 52%，占地面积在2亩以下占到5%，交易额在5亿元以下的占到78%，80%的市场缺乏冷藏保鲜、冷链物流设施、信息或质量检测设施，许多产地批发市场的场地没有硬化，缺乏遮阳挡雨的设施，甚至连上、下水道都没有，脏、乱、差的问题十分突出。

>（三）市场交易方式陈旧，交易效率低。目前，大多数产地批发市场仍沿用对手成交、现金结算的交易方式，处于自发、紊乱状态，难以形成公开、公正的交易价格，影响交易安全，还往往导致强买强卖等欺行霸市现象发生。据调查，目前我国农产品市场实行连锁经营的交易额占总交易额不到 20%，90%左右的农产品通过对手交易销售，只有不到10%的市场全部或部分采用了电子商务交易技术，交易效率低。调查显示，42%农户自己销售农产品，45%农户卖给个体商贩，只有不到3%的农户通过订单销售。这些情况使得我国农产品一般要经过3-4级流通环节，既降低了流通效率，也增加了流通成本，不利于农民增收，对于我国农产品批发市场参与国际竞争带来较大的负面影响。

>（四）流通主体的组织化程度低，营销规模小、效率低。由于农民个体户或农村经纪人是目前承担农产品运销的主要力量，农民专业合作组织的发展起步较晚，农产品批发市场内大多数经销商的营销规模小、效率低，缺乏有实力、信誉好、规范化的大批发商、代理商组织，因此不能形成稳定的、规模化的农产品供应链条。而且，运销商与生产者之间是一种买断关系，这样既不利于提高农民在市场交易中的谈判讨价能力，又不能使农民分享流通环节的利润。

>（五）相应的法律法规制度建设滞后。近年来，我国农产品批发市场发展较快，数量不断增加，规模逐步扩大。尽管我国农产品市场的法律法规体系基本框架已经形成，但现有的一些管理规定散见于《城乡集市贸易管理办法》、《商品市场登记管理办法》和《农业法》、《农产品质量安全法》等法律法规。而这些法律法规但要么缺少配套措施，要么贯彻执行不理想，有的内容陈旧难以适应新形势的需要。目前，特别是缺乏专门针对批发市场的法律法规问题非常突出，这使得农产品批发市场竞争混乱无序，缺乏有效的行业管理和政府监管，难以形成市场各方主体良性互动机制。而在发达国家，如日本专门制定有《批发市场法》，并和其他法律一起对批发市场类型、设立条件、参与人构成、交易原则、投资方法、上市商品规格要求等作出了明确规定，保证了农产品市场体系的健康发展。

>三、农产品产地批发市场建设的主要任务

我国已进入统筹城乡经济社会发展、全面建设小康社会的历史新时期。随着社会主义市场经济体制的建立和逐步完善，在国内农产品供求基本平衡、农业更加对外开放、农民增收难度加大，以及城乡居民消费水平和生活质量日益提高的大背景下，加快农产品批发市场改造升级步伐，完善市场功能，构建现代农产品市场体系，具有重要战略意义。当前产地批发市场要结合优势农产品区域布局，建设和改造一批鲜活农产品产地批发市场，配套建设必要的储藏保鲜设施和产后清洗分装等初级加工设备，支持农产品专业合作组织建设。

>（一）强化市场基础设施建设，拓展市场功能。一是在鲜活农产品优势产区新建或改扩建产地批发市场。在蔬菜、水果生产集中连片，面积在20万亩以上，商品率达80%以上；畜产品、水产品生产集中度较高、商品率达70%以上、商品量达10万吨以上且没有交易场所的地区建立产地批发市场。对已有市场但基础设施差、集散功能弱的实施升级改造，重点考虑对既是鲜活农产品优势产业带的产地批发市场又是农业部定点市场进行升级改造。主要是加强市场供水、供电、道路和通讯等系统的改造建设和交易棚厅的改扩建，切实改善市场交易环境。二是推进产地批发市场功能拓展。在批发市场提供交易场所等基本功能的基础上，鼓励和支持拓展价格信息汇集、产品质量控制等功能，鼓励市场开展加工配送、质量监管、规范包装、发展现代流通、壮大市场主体、完善公共服务等。三是加大产地批发市场辐射效应。指导各地编制农产品批发市场建设规划，合理布局市场经营领域和建设区域，处理好批发市场和零售市场、综合市场和专业市场、产地市场和销地市场、传统市场和新型业态之间的关系，注意不同类型市场功能上的衔接和配合，发挥市场体系群体效能。

>（二）支持储藏、冷链和保鲜物流设施建设，减少产后损失。当前，我国鲜活农产品特别是果蔬保鲜、冷藏冷链物流产业应用范围窄、发展滞后，果蔬采用低温物流只有10%-20%（每年果蔬产后损失高达25%—30%），冷链物流肉类只有10%，水产品只有20%，而发达国家果蔬保鲜物流占总产量的80%，果蔬菜损失率在5%以下。支持储藏、冷链和保鲜物流设施建设重点：一是支持产地批发市场建设储藏、冷链和保鲜物流设施，主要包括：建设市场储藏货物仓库、气调保鲜库、恒温库、冷冻冷藏库、冷藏运输等基础设施，逐步解决鲜活农产品批发交易过程的冷链“断链”现象；二是支持优势产区和西部地区专业合作组织或农产品营销企业建设储藏、冷链和保鲜物流设施。主要包括建设鲜活农产品产后预冷保鲜、冷藏冷冻、冷藏运输等基础设施，使主产区和中西部鲜活农产品冷藏保鲜、冷藏冷冻及储运能力明显提高。

>（三）支持配套清洗分装等初级加工设施建设和市场交易环境改善。强化农产品产后的商品化处理。配套清洗分装主要建设：产品清洗设施、分选操作台、自动分选机、水果打蜡设施、包装设施等。市场交易环境改善主要包括：水电道路系统改造、市场管理信息化系统建设、质量安全检测系统建设和卫生保洁设施完善。

>（四）支持农民合作营销组织建设。引导、扶持农民合作营销组织购置必要的冷藏保鲜和冷冻运输等设备，在规定的低温条件下进行农产品加工、分选包装、储藏和运销。推进标准化生产、规范化管理和经营，发展壮大农民合作经济组织，提高农产品物流带动能力。

>四、加强农产品产地批发市场的措施及建议

农产品产地批发市场和产地冷链物流作为政府公益性基础设施建设，主要资金来源于公共投入。现提出以下工作措施和建议。

**家庭小作坊销售报告范文16**

尊敬的领导：

您好!

作为房产销售的经理，我也是带领着我们部门去做好销售的工作，去得到成长，虽然今年的销售环境并不是那么的好，但是我们也是去想办法去找到方法来做好销售的工作，一年下来，也是取得了不错的成绩。在此我也是就自己销售以及管理方面的工作来总结下。

过去的一年，由于受到疫情的影响，其实很多的工作都是不太好开展，但是我们也是利用好线上的方式，去让客户了解我们的房产，清楚我们的一个情况，对于不明白的也是积极的去和客户沟通，虽然无法去看房，但是我们也是利用视频以及沟通的技巧去找到了一批有意向的客户，而等到疫情得到缓解，可以看房之后，也是积极的去维护这些潜在客户，去让他们了解我们的房子，以及的按照公司的要求去做好促销以及一些优惠措施来让工作能更好的开展下去。一年下来，销售的任务虽然和之前制定的计划有差距，但是也是清楚这个环境我们无法去改变，只能尽力的`去做好自己，而同事们也是积极的来配合，大家一起团结，一起来把销售做好，也是有了一个不错的成绩。

作为经理，我也是去了解同事们的一个工作上有的困难，会去帮忙解决，同时也是多和他们交流，去探讨销售的一个技巧，同时也是在这沟通之中更加的了解他们，更好的来把管理给做好，我清楚做好销售，那么我作为经理也是要以身作则，同时也是要带领大家一起去成长才行的，工作不是我一个人可以去完成的，而是需要大家一起来努力才行的，而一年下来也是组织了多次的一个培训，大家都是有了很多进步，更好来完成工作，而自己除了做好工作也是会去多学，多去了解管理的一些方面，会多和同行来了解，自己的成长也是能更好的来带领部门一起去把任务完成，去让自己能有更多可以做好管理的经验，很是感激公司也是给予了我们很多的支持，我也是去珍惜，去做好该做的事情。

一年的房产销售也是告一段落，对于来年工作，自己也是有了一个计划会带着同事们去继续的做好销售，来争取到更多的客户，我也是相信来年的环境会好更多，也是给予了我们更多可以去把房产销售做好的机会，也是要去完成，要去提升不断优化工作的方法来为客户而服务。

敬礼!

xxx

20xx年x月x日

**家庭小作坊销售报告范文17**

XX县XX中学学校食堂食品安全自检自查报告我校长期以来始终把食品安全卫生工作放在第一位，把食品安全作为学校工作的重中之重，抓平时，重细节。根据XX县教育局、XX县营养办、XX县食品药品监督管理局的要求，结合国家食品有关文件精神，我校本着对教师对学生高度负责的态度，我校食堂卫生工作领导小组严格按照《学校食堂食品安全预警公告》(20xx年第1号)文件的要求和XX县食品药品监督管理局20\_年3月20日对我校食堂的督查意见对学校的食堂卫生工作展开了全面、认真的自检自查和整改，现将自检自查和整改情况报告如下：

一、成立领导机构，强化责任意识

为了加强对师生集体用餐、食品卫生的安全管理，确保师生身体健康，进一步加强管理意识、提高管理水平、明确管理责任。学校成立了食品卫生安全领导小组：王军荣校长为组长，实行分工负责，层层落实。领导小组分定期和不定期相结合的方式对学校食堂食品卫生安全进行检查，发现问题及时整改。

每学年初，学校专门召开食堂卫生工作会议，明确职责和具体分工，针对各项具体安全工作制定计划明确责任。同时召开学校教职工、后勤人员会议，学习上级颁发的文件，要求学校后勤人员提高食堂卫生工作意识，增强食堂卫生常识，切实认识到学校安全卫生工作的重要性。

二、确保饮食从业人员持证上岗。现在除了刚刚请来的临时工外都有证。

三、健全卫生、食品管理制度，做到责任到人。建立健全的卫生管理制度及责任追究制度，责任到人，搞好食品卫生宣传，由王举政老师做好对食堂每天不少于一次的检查督促，做到有记录。

四、把好四个关，杜绝食物中毒事故的发生：

(1)、把好采购、加工关：采购做好验收工作，加工做到烧熟煮透，做好食品留样工作。

(2)、把好“消毒”关。所有的餐具、用具都高温消毒。

(3)、把好“个人卫生”关。从业人员必须取得健康证及经过食品卫生培训合格才能上岗，工作人员进入食堂必须穿工作服。

(4)、杜绝非工作人员进入灶房操作间。

五、严格搞好营养餐管理。切实按XX县营养办套表的要求做好营养餐食品的签收、交加工等管理工作。

六、切实做好督餐工作，做到早餐每班每早都有督餐教师，正餐每餐都有值周教师和保安督餐。

七、建立学校膳食委员会，专门负责收集和反映师生对学校食堂的意见和建议，定期和不定期对学校食堂进行检查、督促。

**家庭小作坊销售报告范文18**

接近过年的月，也是最想家最期待回家的一个月，但是这样的一个月我的工作也有了变动，由原来的实验室调入了营销部，工作的性质也由原来的工艺转变成了销售。

说实话，未踏入社会之前我的确想从事销售这一行业，因为说的庸俗一点的话，这行业存在着很大的利润和发展空间，也最能锻炼个人的能力，从而也可以让自己更好的适应社会。所以对这份工作心底有种说不出的兴奋，也期待着自己能从中干出一番成就来。

初进营销部是如此的兴奋如此的紧张，看到一张张陌生的脸，有时候心里也会打鼓，自己能否适应这样的环境？能否和同事们和谐的相处？都是摆在眼前的难题，营销部里的人员分工很明确，大致上可以分为三个组，一组负责内转销售，也就是供应本厂自用纱。另一组负责气流纺等较低支纱，而我则是跟随我的领导一块负责省外的客户。

由于之前从来没有接触过这一领域，所以一切显得都是那么陌生，所有的东西都得从头学起，首先在领导和同事们的帮助指点下，我明白了销售纱的大体流程。但是明白并不代表会，这中间还有很大一段路要走。我清楚的记得第一天开始工作的时候，领导安排我拟定一份销售合同，接到任务的刹那我的脑子一片空白，合同啊！我之前从来没有接触过这个东西，现在却突然让我去做一份，我哪会啊，所以只好硬着头皮去问，经过领导的指点电脑里有模板我还要按照模板做一份就行，虽然有模板，但我心里还是没有谱，毕竟从来没弄过，再说又是那么重要的合同，所以我做的非常小心，但是做完之后还是被经

理劈头盖脸骂了一顿，说弄的不是，当时我是一肚子的委屈啊，本来就一次没弄过怎么可能弄那么高的质量啊，但是我还是忍着委屈接着把它给弄完了，虽然受了委屈但是我却学到了重要的只是，我想还是值得的。

干销售这一行本来就是人与人之间的不断交流，才会有客户，产品才会有销售渠道，所以出差就变得在平常不过。在销售上只要你拥有广泛的人际关系，那么你的工作也会变的好干很多。每当年终的时候都会有客户拜访，我们公司也一样，对于合作一年的客户适时的拜访一下也会很好的促进公司之间的合作关系，这也是一种营销手段。

在接近放假的几天，我跟着领导一同去了江苏拜访几个客户，期间我们与客户之间就今年的纺织市场行情进行了交流，我也从中学到了许多在学校里学不到的知识,对江苏的纺织市场脑海中也有了个比较清晰的印象。南方的纺织企业多为私人企业，以家庭小作坊为主，生产规模较小，普及面十分广泛，而且用纱量也大，所以说这里对于任何一个纺织企业来说都是巨大的市场。但是任何事情都得分为两面看待，既有其利的一面也有其不好的一面，南方的这种企业运作模式也存在着一些不利于我们之间合作的因素。首先就是结算方式上，南方结算方式大多采用支付承兑而不是现金，而北方的公司则是更倾向于现金结算，再者就是国有企业的经营模式太过古板，操作性不灵活，所以造成了与南方客户合作上的障碍，当然其中的原因是多方面的，只是这两条比较突出而已。

这一个月是充实的一个月，虽然中间也有些小小的挫折，但是个人觉得

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！