# 有机茶叶销售工作总结(汇总33篇)

来源：网络 作者：风月无边 更新时间：2023-12-28

*有机茶叶销售工作总结1>一、适时指导茶叶生产，加强茶园田间管理去冬今春，气温回升快茶芽萌发早，今年春茶开园比往年提早了15天左右，但雨水相对较少，茶芽萌发参差不齐，针对此，我区加强了茶叶生产的适时指导，结合茶叶市场行情及时反馈信息，及时调整...*

**有机茶叶销售工作总结1**

>一、适时指导茶叶生产，加强茶园田间管理

去冬今春，气温回升快茶芽萌发早，今年春茶开园比往年提早了15天左右，但雨水相对较少，茶芽萌发参差不齐，针对此，我区加强了茶叶生产的适时指导，结合茶叶市场行情及时反馈信息，及时调整茶叶结构，加强新建茶园的护苗管理，指导茶农对幼龄茶园的管护，确保茶苗的成活，取得了很好的.效果，目前，XX年春、秋季新植的无性系良种茶园茶苗成活率高，长势良好。

>二、制订茶叶生产地方标准，强抓茶产品质量管理

我区经过三年的努力，在天绿园、乾丰茶业、香炉园建成了三条名优茶清洁化生产线。今年，我区加强了清洁化生产线的适时督促，对生产线的运行情况和茶产品成品品质进行了抽样品评，请市内茶叶专家对机器运行中存在的问题进行了分析。

针对我区茶叶的生产情况，进一步规范茶叶的产、供、销，制订了《南川茶叶生产技术规程》、《南川大树茶生产技术规程》等地方标准，对《金佛玉翠 名绿茶》（db500384/t 3—XX）进行了修订（db500384/t 3—XX），正拟请重庆市卫生局归口发布为重庆市地方标准。促成了全国农产品质量安全工作会3月28日在我区艾伦茶业有限责任公司举行。

>三、加大招商引资力度，引导城市资本投资茶叶产业

在重庆市农委特色处的介绍和指导下，我区加大了招商引资力度，引导成市资本投资我区茶叶产业，引进重庆巨宇实业集团注册成立了重庆谷运冠美农业开发公司，高标准打造里隐现代生态农业园区，其中包括里隐茶叶基地建设和里隐云雾茶叶品牌建设；引进重庆主城区地产商注册成立了重庆市绿航母现代农业开发公司，XX年拟新建XX亩茶叶基地，盘活原红山厂废弃厂房、办公楼、居住楼等资产，包装一批项目，做大做亮茶叶品牌。

>四、加强茶叶品牌的宣传和打造

一是在渝湘高速路（大观至南川）香炉寺段筹建了一块大型茶叶广告t牌，呈显了“中国名茶之乡”、“全国茶叶优势区域县（区）”等内容。

二是组织区内茶叶企业参加第10届“中茶杯”名优茶评比、重庆市第3届“三峡杯”名优茶评比中，我区选送“金佛玉翠”参加此两项名优茶评比。在5月26日重庆市第三届“十大名茶”评选会上，金佛玉翠再次重庆市“十大”名茶称号，自XX年举办首届连续三届获评重庆市“十大”名茶。

>五、积极完成国家茶叶产业技术体系相关工作

一是认真完成茶树病虫南川测报点每月茶树病虫观察和数据上报工作；

二是结合相关培训工作开展茶叶产业技术培训。

三是认真完成春茶产、销情况调查和茶样抽检工作。

XX年下半年工作打算：

㈠加强夏秋茶的管理、生产及茶园冬季管理，提高茶园经济效益，确保全年产业化目标任务的完成；

㈡及早落实XX年全区无性系良种茶园的新植、茶园的更新扶壮工作。

㈢做好招商引资项目落地生根服务工作。

㈣做好各茶园节水灌溉工程。

**有机茶叶销售工作总结2**

伴随着新年钟声的临近，我们依依惜别了紧张、忙碌的20\_\_年，满怀热情和期待的迎来了光明灿烂、充满希望和激情的20\_\_年。

一转眼，来安溪铁观音集团公司已经过了一年了，而担任店长工作。回顾这一年以来所做的工作，心里颇有几份感触。在过去的大半年的时间里，首先感谢公司给予我这样一个发展的平台，和用心培养；感谢经理给予工作上的鼓励和督促。让我学到了很多的业务谈判知识和商谈技巧，并顺利的为下一步的公司业务发展迈出了第一步。其次感谢这个业务团队，感谢同事们在工作上的相互鼓励和配合。他们所有人都有值得我去学习地方，我从他们身上学到了不少知识，让自己更加的成熟。

通过半年来不断与公司业务模式进行磨合，我也更加的认识到了，一个销售人员的知识面、社交能力和商务谈判技巧决定了销售人员的销售能力。为此，通过这8个月的工作积累。我认识到自己现有的不足和长处。

以下我将从专业能力、个人能力、管理能力三个方面总结：

一、专业知识能力方面：

1) 产品知识方面：加强熟悉热铁观音各个系列茶叶产品的生产工艺、加工特点、规格型号。了解各个产品的特性及冲泡方法；了解本行业竞争的有关情况；

2) 公司知识方面：深入了解本公司和其他竞争厂家的背景、主打茶叶产品、生产技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

3) 客户需要方面：了解客户的购买心理、购买层次、及买茶的基本要求目的等。

4) 市场知识方面：了解本地茶的市场动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场需求分析。

5) 专业知识方面：进一步了解与茶有关的种植、加工、冲泡方面的知识，以便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，了解不同行业，不同公司在新的一年里的思维的转变，以便更好的合作。

6) 服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递各类市场信息及获得新老客户的信任，建立良好的联系方式。

二、个人综合能力方面：

1) 工作中的心里感言。谢谢公司给了我一个这样的发展的平台，通过和大家一起工作的机会，让我从大家身上学了不少的销售技巧和谈判能力，有了这些经验做铺垫，相信在以后的工作当中我才能更顺利的在岗位中独立成长起来。感谢大家在工作中的给予帮助。这些都是我财富的积累。

2) 职业心态的调整。销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比态度、比服务。

3) 客户的开发与维护。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

4) 自己工作中的不足。通过这么长时间的工作积累，整体上对自己的业绩是很不满意，主要表现在业务经验不够丰富，目标不够明确。韧性能力和业务技巧有待突破，市场开发能力还有待加强，还有就是在谈判上表现的不够强势，还有对自己现有的市场区域表现的没有足够的信心。希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好的为自己以后的销售业务和开展打好基础，提高自己的自信心和业务销售技巧。

三、日常管理能力方面：

1) 资料整理：

首先，对于顾客，我们日常通过与顾客交谈中发现，不同层次的顾客对茶的口味有不同需求，铁观音本属于乌龙茶类，但有些初尝茶的顾客并不太清楚了解其中的特点，我公司的茶产品分为韵香、清香、陈香三类，在销售过程中，我们针对不同客户的口味来介绍不同茶品，然后采用Excel的数据库功能，对不同层次的顾客信息分类管理，通过自饮、送礼、机关采购、潜在加盟商等不同客源建立分类顾客资料档案，以便在日后联络追踪管理。

其次，对于员工，我店做好分配分配、排班等工作的记录和管理，及时理清工作工程中出现的各种倒班、加班、请假、调岗、培训等事情，对于突发的变化，及时做好协调和调配，并认真记录，避免由于自身员工问题影响我店的营业。

最后，对于产品的记录，我店一般备足日常销售量数倍的货品，或积极与总店和周边附近的店加强联系，积极补货，满足潜在销售能力，每日清点销售量，及时核对数量，避免出现缺货、断货的情况发生。对于潜在节假日消费高峰期，我店提前进行备货。

2) 订单跟踪：

在下订单后要确认库存是否满足需求，如果需要增补调配货源，我店还进一步了解补货进程，确定新茶是否能够按时到货，最后对于外送的茶，我们还要确定客户是否准时收到，同时在日后根据顾客所留下的联系信息，做好日常回访，不仅可以做好日常销售反馈，而且还能了解顾客口味需求推荐适合各种层次顾客需求的口味的产品；

3) 货款回笼：

目前本店销售产品基本上以现金或是刷卡形式消费的，较少出现签单拖欠货款的情况，对于签单的顾客，我们将在约定时间及时提醒应付货款，对于采用提货卡的顾客，我们也及时记录提货卡采购的茶品，并在通我司财务人员核对账款是及时提供货款型号等信息；

4) 了解市场需求：

维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的最新动向。另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。在与客户沟通过程中，我们发现，不同客户对于不同层次的茶叶需求非常明显，而且很多时候采用赠送和搭售的方式更适合他们的选择。对于新开始品茶不久的顾客面对五花八门的茶产品并不熟识的时候，我月坛店经常积极做讲解，同时邀请客人来我店现场品茗，在品茗过程中不仅推销了产品，更加加强了联络工作，为即将到来的中秋和国庆两节的销售起到了积极的作用。

5) 新员工培养：

人才流动最为我公司新陈代谢的一个重要过程，有利于我公司人才的逐步提升，销售水平的提高，服务水平的提高，采用优胜劣汰的模式是月坛店乃至全公司一直以来最有利的人才管理方式之一。茶本为消费尚品，档次高，对于我公司而言，北京地区，特别是月坛三里河片区更是国家机关部委林立，购茶顾客往往是高层次有知识文化的人群，因此在销售过程中新人素质必须提高，对于个人而言还有加大提升空间。整个8~11月份，月坛店人员流动较大，员工进出频繁，为保证服务质量保证员工素质，我店对于新员工采用以点带点和以点带面的方式，采用一对一帮扶带练，以及定期集体培训的方式。同时还积极选派优秀有潜力的员工送往中心店进行技术培训。这不仅大大提升了员工的工作素质，更激发了新老员工的工作热情，提升了企业文化内涵，加强的员工之间的沟通交流和团结。

6) 环境卫生及形象建设工作：

日常卫生以及店面管理工作是月坛店日常必需每日强调的工作，作为连锁经营的企业，更作为销售一线的专营店，我月坛店不仅是公司的一个销售网点，更是我集团的一个重要的对外形象窗口，特别是在月坛南街国家部委及各大金融机构林立的地方。因此日常管理过程中，我店积极组织形象建设工作，着力打造精品专营店，努力成为我公司在北京地区的一个旗舰店。

20\_\_年的展望及规划：

20\_\_马上就要过去，虽然对自己的工作状况不是很满意，但人要往前看，一年之计在于春，在新的一年来临之际，要为自己播好种，做好规划，期待明年的年终会有更好的表现。

公司在发展过程中，我认为要成为一名优秀的的销售经理，首先要调整自己的理念，和公司统一思想、统一目标，明确公司的发展方向，才能充分溶入到公司的发展当中，才能更加有条不紊的开展工作。

第一，从理念上：我应该和公司保持一致的经营思想、经营理念，与公司高层统一目标和认识，协助公司促进企业文化方面的建设。

第二，意识上：无论在铁观音的销售还是产品生产工作知识的学习上，摒弃自私、强势、懒惰的性情，用积极向上的心态，学习他人的长处，学会谦虚，学会与上级、朋友、同事更加融洽的相处；最后我希望公司和及个人都有更大的发展空间。

第三，业务上：首先要规划好自己的市场区域，了解本区域内客户的特性及目标。通过了解客户的资料、兴趣爱好、人脉情况等，挖掘客户需求，投其所好，这样才能更好的服务客户。其次，把握好重点客户与次要客户的轻重缓急。合理处理自己的业务时间，提高自己的工作效率。最后还要了解高端茶叶销售行业的未来发展趋势及要面临的问题。提前预测，为面临的机遇及挑战做好充足的准备，特别是季节变化、人员流动变化等要提前准备，让自己永远都比别人快一步。

最后，在这新年来临之际，祝公司未来发展一路顺风！大家事业有成，心想事成！

**有机茶叶销售工作总结3**

>一、基本情况

镇地处区东部，距市区25公里。幅员面积平方公里，辖10个行政存，56个村名小组，总人口2648户，8633人。全镇拥有茶园面积万亩，茶叶加工企业56家，茶叶产业综合收入超亿元，20xx年底农村居民人均可支配收入达13611元。

>二、组织机构建设

成立了以书记周瑜、镇长为组长，分管农业副镇长为副组长、各包村干部、村两委负责人、茶叶农民专业合作社负责人及辖区内茶叶加工企业负责人为成员的茶叶机采工程推进工作领导小组。

>三、任务完成情况

按镇机采工程实施方案分解目标，先易后难，做好规划和实施计划，扎实推进茶叶机采工程。6月30日前，我镇共完成机采面积20xx亩，达全年的。

>四、机采茶园建设模

机采茶园建设采用新建基地、改造基地两种模式，根据镇茶叶生产现状，选择以改造基地为主；实际探索，因地制宜。选择集中成片，土壤肥沃的地块，且发芽密度大、发芽整齐、顶端优势强的茶树品种和生长能力较强的老茶园，通过改土、改造树冠措施，按照机采茶园建设要求，改造提升成机采茶园。

>五、做好茶叶机采示范

（一）以开展茶叶机采为契机，充分发挥农业机械集成技术、节本增效、推动规模经营的重要作用，推进机采茶园建设，提高茶树综合利用率。

（二）抓好技术培训，分季节开展标准化机采茶园的管理，机采鲜叶加工技术，机采设备的使用、维护与保养等不同形式的\'技术培训，鼓励茶叶加工企业、专业合作社、主要产茶村组等培育专业机采队伍，结合绿色防控、统防统治、茶园机剪等开展茶叶机采服务。组织茶园管理人员和采茶机手技术培训2次，掌握了机采茶园管理方法及机采技术要领。各村建设一定面积的茶叶机采示范园。

（三）确保机采鲜叶销路畅通

根据我镇机采茶叶量大，整齐度、匀整度和标准化水平不高，积极与辖区内及周边茶叶加工企业衔接，对接机采鲜叶的收购途径、等级标准、收购价格等，鼓励辖区内茶叶加工企业进行设备引进改造、工艺创新改进和产品创新，确保机采鲜叶销路通畅。

在今后的半年，我镇还将继续抓好我镇茶叶标准化机采基地建设工程推进工作，力争完成今年农业局下达的任务。

**有机茶叶销售工作总结4**

>一、专业知识能力方面：

1)产品知识方面：加强熟悉热铁观音各个系列茶叶产品的生产工艺、加工特点、规格型号。了解各个产品的特性及冲泡方法；了解本行业竞争的有关情况；

2)公司知识方面：深入了解本公司和其他竞争厂家的背景、主打茶叶产品、生产技术水平、设备情况及服务方式、发展前景等。

3)客户需要方面：了解客户的购买心理、购买层次、及买茶的基本要求目的等。

4)市场知识方面：了解本地茶的市场动向和变化、顾客购买力情况，进行不同区域市场需求分析。

5)专业知识方面：进一步了解与茶有关的种植、加工、冲泡方面的知识，以便能更好的和不同的客户达成共识和业务范畴的交流，了解不同行业，不同公司在新的一年里的思维的转变，以便更好的合作。

6)服务知识方面：了解接待和会客的基本礼节，细心、认真、迅速地处理客户状况；有效地传递各类市场信息及获得新老客户的信任，建立良好的联系方式。

>二、个人综合能力方面：

1)工作中的心里感言。谢谢公司给了我一个这样的发展的平台，通过和大家一起工作的机会，让我从大家身上学了不少的销售技巧和谈判能力，有了这些经验做铺垫，相信在以后的工作当中我才能更顺利的在岗位中独立成长起来。感谢大家在工作中的给予帮助。这些都是我财富的积累。

2)职业心态的调整。销售员的一天应该从清晨睁开第一眼开始，每天早上我都会从自己定的欢快激进的闹铃声中醒来，然后以精神充沛、快乐的心态迎接一天的工作。如果我没有别人经验多，那么我和别人比态度、比服务。

3)客户的开发与维护。我认为攻客户和制定目标是一样的，首先要集中精力去做一个客户，只有这样才能有收效，等重点客户认可了，我再将精力转移到第二重点客户上。

4)自己工作中的不足。通过这么长时间的工作积累，整体上对自己的业绩是很不满意，主要表现在业务经验不够丰富，目标不够明确。韧性能力和业务技巧有待突破，市场开发能力还有待加强，还有就是在谈判上表现的不够强势，还有对自己现有的市场区域表现的没有足够的信心。希望能够尽快的提高自己的不足，发挥自己的优势，能更好的为自己以后的销售业务和开展打好基础，提高自己的自信心和业务销售技巧。

>三、日常管理能力方面：

1)资料整理：

首先，对于顾客，我们日常通过与顾客交谈中发现，不同层次的顾客对茶的口味有不同需求，铁观音本属于乌龙茶类，但有些初尝茶的顾客并不太清楚了解其中的特点，我公司的茶产品分为韵香、清香、陈香三类，在销售过程中，我们针对不同客户的口味来介绍不同茶品，然后采用Excel的数据库功能，对不同层次的顾客信息分类管理，通过自饮、送礼、机关采购、潜在加盟商等不同客源建立分类顾客资料档案，以便在日后联络追踪管理。

其次，对于员工，我店做好分配分配、排班等工作的记录和管理，及时理清工作工程中出现的各种倒班、加班、请假、调岗、培训等事情，对于突发的变化，及时做好协调和调配，并认真记录，避免由于自身员工问题影响我店的营业。

最后，对于产品的记录，我店一般备足日常销售量数倍的货品，或积极与总店和周边附近的店加强联系，积极补货，满足潜在销售能力，每日清点销售量，及时核对数量，避免出现缺货、断货的情况发生。对于潜在节假日消费高峰期，我店提前进行备货。

2)订单跟踪：

在下订单后要确认库存是否满足需求，如果需要增补调配货源，我店还进一步了解补货进程，确定新茶是否能够按时到货，最后对于外送的茶，我们还要确定客户是否准时收到，同时在日后根据顾客所留下的联系信息，做好日常回访，不仅可以做好日常销售反馈，而且还能了解顾客口味需求推荐适合各种层次顾客需求的口味的`产品；

3)货款回笼：

目前本店销售产品基本上以现金或是刷卡形式消费的，较少出现签单拖欠货款的情况，对于签单的顾客，我们将在约定时间及时提醒应付货款，对于采用提货卡的顾客，我们也及时记录提货卡采购的茶品，并在通我司财务人员核对账款是及时提供货款型号等信息；

4)了解市场需求：

维护老客户，保持经常与老客户联系，了解客户对产品需求的最新动向。另外要向客户推出公司最新产品，确定客户是否有需要。在与客户沟通过程中，我们发现，不同客户对于不同层次的茶叶需求非常明显，而且很多时候采用赠送和搭售的方式更适合他们的选择。对于新开始品茶不久的顾客面对五花八门的茶产品并不熟识的时候，我月坛店经常积极做讲解，同时邀请客人来我店现场品茗，在品茗过程中不仅推销了产品，更加加强了联络工作，为即将到来的中秋和国庆两节的销售起到了积极的作用。

5)新员工培养：

人才流动最为我公司新陈代谢的一个重要过程，有利于我公司人才的逐步提升，销售水平的提高，服务水平的提高，采用优胜劣汰的模式是月坛店乃至全公司一直以来最有利的人才管理方式之一。茶本为消费尚品，档次高，对于我公司而言，北京地区，特别是月坛三里河片区更是国家机关部委林立，购茶顾客往往是高层次有知识文化的人群，因此在销售过程中新人素质必须提高，对于个人而言还有加大提升空间。整个8~11月份，月坛店人员流动较大，员工进出频繁，为保证服务质量保证员工素质，我店对于新员工采用以点带点和以点带面的方式，采用一对一帮扶带练，以及定期集体培训的方式。同时还积极选派优秀有潜力的员工送往中心店进行技术培训。这不仅大大提升了员工的工作素质，更激发了新老员工的工作热情，提升了企业文化内涵，加强的员工之间的沟通交流和团结。

6)环境卫生及形象建设工作：

**有机茶叶销售工作总结5**

春华秋实，夏去冬来。在上级领导的正确带领下，我按照年初制定的总体部署和工作要求，以“客户至上”这一服务理念为主线，坚持高标准、严要求，在直接面对客户，为客户提供服务时，用真诚对待客户群众，热情周到，文明礼貌，规范操作，快捷高效，忠实履行岗位职责;回首过去、展望未来。不管从事前台、行政，还是销售工作，都让我学会了以求真务实的态度对待工作，以豁达宽容的心境对待平凡的工作岗位，在日复一日的迎来送往中领略到了服务的魅力，体会到了“以客户为中心”的真正内涵。

一、夯实基础工作

作为一名销售人员，在工作中，我能尽力发挥我“管理就是服务，创新就是超越，工作就是奉献”的人生宗旨，用积极阳光的心态，在自己的岗位上认真履行自己的职责，为我们x汽车的发展做出了应有的贡献。

(一)不断学习，增强责任心。在工作之余，我认真学习了有关汽车销售方面的知识，通过学习，我深刻认识到了工作无小事，我明白任何一个细节都可能影响到工作的质量和效果。

(二)关注动态，把握行业信息。随着汽车行业之间日趋严酷的市场竞争局面，我知道，信息就是效益。因此，我密切关注行业动态信息，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。通过市场调查、业务洽谈等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道。

(三)调整策略，适应市场变化的销售模式。销售的命脉在于市场，而市场的命脉是变化。在工作中，把握市场命脉，就是能有应对市场变化的策略和措施。我在上级领导和同事们的支持帮助下，能适时根据市场变化调整销售策略，个别情况个别对待，只要是有利于我们利益的，不论大小，我坚决运作，尽全力使它能化为有效的订单。

二、爱岗敬业，以大局为重

作为一名汽车销售人员，我深切地明白“客户至上”的道理，尤其对我们面对的客户来说，规范而细致的态度不但可以促进客户消费，还可以有效提升我们的品牌。我在工作中时刻严格要求自己，规范每一个细节，用细心、耐心、用心，做到了“腿勤、手勤、口勤”。

三、狠抓服务，提升形象

细节决定成败。因此，我注重服务态度、服务技巧和服务水平，充分发扬了优质服务的的专业精神，用专业礼貌用语、服务态度，调动和激起顾客的购买欲，有一句话说：“服务源自真诚”。做到这一点，才能够达到“以我真诚心，赢得客户情”。我用真诚去赢得更多的空间和商机，通过这一系列地规范和统一服务，从而提升了我们的形象。

四、务实进取，团结协作

勤勉敬业是对一名工作人员的起码要求。在工作中，我以正确的态度对待各项工作任务。同时我也一直都非常注重与同事们之间的关系，善于调动和发挥大家积极性和创新性，努力营造一个和谐高效的工作环境。因为我相信“团结就是力量”。只有团结，我们才能凝心聚力，整合力量，做好事情。

天行健，君子以自强不息;地势坤，君子以厚德载物。我理解这是为人做事的准则和真谛。思想有多远，脚步就能走多远，再好的规划贵在付之行动，形式代表不了实质，说到不如做到，今后，我要继续加强学习，掌握做好汽车销售工作必备的知识与技能，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x汽车的发展，做出我应有的贡献。

**有机茶叶销售工作总结6**

1、了解林东镇茶叶店的数目（大小高中低档都算上）

2、了解茶叶店的选址，各个茶叶店的房租是多少，重点要了解各个茶叶店的周边环境，明白为什么他们为什么要把茶叶店选在这些地方，了解茶叶店周围都有一些什么样的店，是不是有政府机关，是不是在镇上繁华的地段。

3、了解各个茶叶店的内部装修环境，内部装修的风格、氛围

4、的价位，茶叶的品次（就是茶叶的质量，是不与它的价位相适应）

**有机茶叶销售工作总结7**

1、企划概念

1核心理念：诚信、创新、自然、和谐。

以诚信为立世之本，以创新为发展之利器，以自然作为处事哲学，以创造和谐为目标。“人无忠信，不可立于世”。个人如此，企业亦如此，没有诚信的企业是没有发展可言的。创新是市场竞争的最有力的武器，唯有在市场上不断创新，才能不断的拥有并保持竞争优势。大道自然，观湖茗茶崇尚自然文化的生活态度，海纳北川、有容乃大，建设和谐的团队和工作环境，创建和谐发展的企业。

2经营理念：物超所值为顾客创造更大的价值。

观湖茗茶认为营销的最高境界是为客户创造更大的价值，也就是观湖茗茶的每一位客户不管是产品或服务相对客户而言，都能体现出物超所值的经营理念。

3服务理念：服务从细节做起。

2、渠道策略：

茶叶消费的形式有9种。包括家庭消费、团体消费、劳保消费、礼品消费、餐（宾）消费、休闲消费、旅游消费、公益消费、工业消费等。

家庭消费：经济收入高的人群和文化人士，主要消费名优茶，消费量也大；一般的居民以大众优质茶为主，以散装茶为主。目前，袋泡茶、包装茶、茶饮料开始进入家庭。

团体消费：主要为机关、企事业单位。如工作会、招待会、联欢会、新闻发布会以及招待来往客人，由于各单位对茶的保管知识缺乏，储存条件差，以小包装、袋泡茶为主。

劳保消费：是从事日常工作时的饮茶消费。由于茶是最经济实惠的饮料，劳保消费的市场潜力很大，应加强市场的开拓工作。

礼品消费：礼品茶的需求日益扩大，市场红火，茶礼品包装不断翻新。名优茶、茶具成为礼品消费的一个热点。

餐（宾）馆消费：一种是计费的，一种是不计费的。不计费的消费的以中低档茶为主，计费的以中高档茶为主。

休闲消费：茶楼、茶馆、茶座、茶坊、茶庄等休闲场所消费。这块市场消费的茶叶档次差异较大，消费量将不断扩大。

旅游消费：包括泡茶、卖茶和茶饮料消费。现在中国名茶中效益较好的西湖龙井、黄山毛峰、碧螺春、君山银针都是与当地的\'旅游资源结合开发的典范。

公益消费：在宗教寺院、车站码头、学校医院、体育场馆无偿提供的茶水消费。一般以中低档茶叶为主。

工业消费：指作为茶叶深加工的茶叶原料，一般以低档茶。

集市贸易：较原始。主要在茶叶产地，生产者将自己的茶叶送到集市上摆摊销售，新产品单一，多为散茶、初制茶。价格低廉，季节性强。也有贩到外地集市上的。

批发市场：它的形成，

二是茶产品的多样性和需求的多样性。进场交易的客户，产区市场以生产者为主，销区市场以中间商居多。

交易会：有展览会、展示会、订货会。以交流信息、展示产品、客户订货、结识朋友、宣传企业为主要目的。

茶馆销售：泡茶又卖茶。茶馆天地小，茶叶市场大。茶馆是销售茶叶的好地方。

商场专柜：方便顾客选购。

专卖店：有各种小包装茶、品牌茶、礼品茶、散装茶。有的以散茶为主。现在有两个趋势，

一是由多品牌向独创品牌转变；

二是由单一向连锁、加盟和产加销一体化转变。

超市货架:目前，许多进入超市的茶叶品牌，知名度不高，消费者对产品质量缺乏认知，很多品牌从超市中淘汰出来。

网上交易：包括邮购。产品必须标准化、质量稳定、信誉良好、交货及时、结算有效。

由上可见：不同的消费形式和消费渠道各有其特点，企业应根据自身实际情况，加以选择不同的消费对象和销售渠道。

作为一名销售人员来说，我觉得一种心态是非常好的，我是一名商场茶叶销售人员，我始终以一种“剩着为王”的心态去做我喜欢的这行，对于一行比较有挑战性的工作来说，剩下的不就是王道么

\_年全体建二人紧紧围绕“差异化经营，提升品牌内涵”的经营战略以及“打造企业执行力”的管理战略这两条主线开展工作，并取得了突破性的进展。

一、经营业绩稳步上升，销售突破亿元大关。

实际销售完成年度考核计划的130%，同比增长15%，所实现的纯利同比增长381%。确立了武商建二在青山区域市场的市场地位。

经营调整成效凸显。全年引进新渠道1\_个，淘汰品牌123个，调整率达70%以上。全场七大品类均实现20%以上的增幅，和最低毛坪较去年增长26%和13%。

两个工程两手齐抓。“打造20个百万品牌”和“引进10个成熟品牌”的“两手抓”工程，有21个品牌实现了销售过百万的业绩，整体销售同比增长36%，占全场销售总额的27%。

扩销增利企划先行。突破常规，通过整合资源，把握热点，推出个性化的营销活动，在营销造势上始终保持区域优势。

二、服务体系不断完善，现场管理成效斐然

\_年建二狠抓现场管理，全面推行“亲情式服务”体系，在一线员工中开展“服务意识 ”的大讨论。对商场硬件设施进行了全面维修和整改，使卖场形象焕然一新。

三、“执行”观念深入人心，人力资源不断挖潜。

以“打造企业执行力”为指导思想贯穿全年的培训工作。共进行了900多小时，万余人次的各类培训，真正实践了建立学习型组织，培养知识型人才的工作要求。进行了两次较大规模的轮岗，涉及岗位异动37人，在员工中形成了强烈的反响。

\_年的工作成绩显著，但也存在以下六点制约企业发展的问题：

问题一：经营结构与发展目标不协调的状况依然非常明显。

问题二：对市场形式的预见性与具体经营举措实施之间存在矛盾。

问题三：促销形式的单一性和不可替代性禁锢了营销工作的发展。

问题四：日常性的销售与热点性的销售差异仍未缩小，反而有扩大的趋势。

问题五：全场性应季商品的货源及结构问题没有改变。

问题六：供应商渠道的整合在\_年虽有改变，但效果并不明显。

\_年，青山周边区域的商业竞争将日趋白热化。面对前有中南销品贸的整装待业，后有青山百货的步步紧追，我们将从以下几个方面重点入手：

一、抓春节市场，确保开门红，誓夺年度目标

以春节营销工作为先导，全面实施旺季市场经营战略，确保一、二月份开门红及年度经营目标的顺利实现。

二、准确把握市场定位，实施差异化经营

略微调高经营档次，跟青商、徐东、销品茂实行整体错位，打造区域时尚百货。特别是在区域市场内实现主流品牌经营的格局。

三、组建货品部，实施进销分离，加大招商调整力度

通过组织架构的健全，为加快调整进度提供有力的软环境，使调整工作一步一个脚印地向前发展，从而达到区域百货经典的经营格局。

四、以四楼的改造与经营为契机，全面整合场内资源

做强做大是企业经营的第一要务。以开发扩大四楼经营面积和内容作为\_年的首要任务，进一步提升商场的经营功能，开发新的经济增长点。

五、狠抓百万品牌，全面发挥二八效应

要从招商、装修、营销、人员、考核等各方面全面整合，提高百万品牌的成功率、成活率，使已有的百万品牌发挥领军作用。

六、狠抓渠道优化，减小因供应商实力弱对经营造成的制约

在渠道整合上选择有实力的品牌和供应商，淘汰或择优选择一些非厂商或一级代理商的供应商，在营销、价格、货源、退换货等方面争取更多的政策。

七、科学分析，力求突破，全面推行亲情化营销

\_年的营销工作要突破较为单一的促销模式，加强情感式营销。通过宣传、陈列、服务整体造势，包装更生活化、时尚化，达到吸引客源，促进销售的目的。

八、实施员工素质工程，实现人才发展战略转型

\_年，我们将加大企业人才的培养和储备力度，实施培训“五个一”工程。同时，加大企业制度的执行力度，进一步规范全场员工的工作行为，形成和谐、规范的良好工作氛围。

项目名称：茶叶销售管理系统

企业背景：

本茶叶公司主要负责对外出售茶叶.如果本公司货源不足，订货不够准确，将很可能导致茶叶店缺货、断货，导致订货结构的不合理以及货品比例的失调，造成主产品订货量太少，而辅助搭配产品订货量太多形成货品积压等现象，影响了公司资金的正常运转。并且缺乏每个周期的商品订货规划，当我们遇到对应周期的销售中自然会产生问题。特别是销售周期较短的时期中，如果订货不准确，过度依赖补货，那么损失的不仅是补货周期中的商品销售，同时也会大大增加茶叶店的库存隐患。因此急需信息系统为企业解决现在的种种问题。

企业流程描述：

当我们接收到客户订单,查看库存量和客户信息是否足够提供给客户.足够的就从仓库中取出茶叶发放给客户并收取货款.要是不足,则从仓库处进行进货处理.补充足够的货物后发送到客户手中.收取货款.如果仓库进货存在问题货物时,则对仓库进行退货处理.当客户需要进行退货时.进行退货处理.按照各自不同的客户的交易信息.制定不同的销售计划.项目目标：

提高金钱利用率:要求系统提供各类茶叶的销售情况.根据销售好坏调整销售计划和订货计划

系统能够提供库存较多堆积时间较久的老茶叶与当下畅销茶叶的信息.方便业务人员进行新货与旧货茶叶搭配进行促销活动.以便回收成本

根据季节制定周期商品订货计划.

订单管理：

分别有两种订单：1.销售订单，对客户进行发货并收取货款处理，2.客户订单.对客户提供相应的货物并收取货款。能够查看销售的记录，并统计好销售的营业额等相关信息.

进货管理：

仓库存货量不能满足客户订单需求时,会及时的去制定订货计划，向仓库要求出货.并且该管理系统能够提供畅销或堆积时间久的茶叶信息.以便业务人员及时采购或以新老茶叶搭配等方式进行促销活动.订货时并能根据季节制定各种不同的订货计划.并制定订货单给仓库，要求对某种商品进行补货。

销售计划管理：

会根据客户的等级.茶叶的库存量以及按不同的季节.拟定出不同的销售计划.和能查看已实施的销售计划。

退货管理：

当客户需要退货.会及时提交退货订单.对客户退回的货物进行筛选后，把存在问题的货物，退回给仓库。当所进的货物存在问题时，经过筛选后把货物退回给仓库。

客户管理：

当与客户完成交易后,会以不同类型的客户划分出3个等级.VIP客户、普通客户以及黑名单客户.不同等级的客户我们会采取不同的销售计划.例如VIP客户我们会针对其需要的货物，对其备货充足。而黑名单客户我们将减少对其进行销售发货处理。

预设功能模块：

订单管理

进货管理

退货管理

客户管理

销售计划管理

**有机茶叶销售工作总结8**

我是xxx年就来到深圳加入了货代这个行业，从最开始的跑市场到后来的公司主管(什么都管)，再到现在的fob，一起经历了三家货代公司，三个公司都是一样的新公司，没有代理，没有分公司，没有价格，甚至其中一家还没有营业执照，我之所以选择他们，是觉得小公司比较自由，能学到的东西也比较多.

一、询价

我相信，没有那一家公司能保证说从不找同行拿价格的，就算是船公司都要相互给价格，说仪说，同行之间的询价是很重要的，要害点：1，价格好;2，对方公司有信誉;3，这个业务员人品好;4，也是最重要的一点，绝对不能做柜后涨价，在这里我着重说明一下第四点：

xxxx年4月13日，我一个dubai的客户要我安排两个柜子从上海到dubai，走的是ncl船公司，我找了上海的一家公司报价，因为之前有过教训，所以叫他给我传了价格表，也盖了公司章，不过等我货少了船最后对帐单的时候，一下多了150美金的重柜费.我的小柜是24吨，而且询价之前就一直说明小柜24吨，其业务给我的是allin价格，结果他的理由是不包含重柜费.因为货在他手上，最后我不得不自己多付2\_\_150美金

教训：即使是传了价格表过来，也一定要再问一次，不能说因为他价格已经盖章就放心，最后被动的还是自己，还有就是假如是什么重柜等有什么附加费用产生的柜，一定要声明再三，不能让对放玩文字游戏让自己吃亏.要是可能的话，的是叫他分开给每一项的价格，然后给个allin价格，还要加一句：除以上费用外，没有任何其他费用产生.

二、了解对方公司情况

一般来说，有点常识的人现在给别人配货都会要对方的营业执照之类的东西，但是是不是也有的人从来不要，或者在突发情况下就忘记了，我在这里真诚的希望各位，不管在什么情况下一定要做到安全，一定要确认对方的身份

记得刚入行的时候，找了一个青岛的客户，跟踪了三个多月，给我走了8个天津走的柜子，当时记得好象客户下单是在2月28日，但是3月份开始就取消个货物的退税，情况属于比较紧急的，于是我在网上发帖子找了一个价格，按照他的建议把货送进天津的的保税区，这样就可以继续给客户争取到退税了，自认为做的很好了，谁知后续问题就来了，因为之前费用没有确认，货进去了任由他们狮子大开口，最麻烦的是后面，我们把8000多美金的运费付给他公司后，整个公司就小时了，提单也不见了，最后经查，这个公司就是一个人的公司.

教训：不要忘记，千万不要忘记合适对方的身份，即使有营业执照也要注意，可以有以下几个方式判断对方公司大小：一，电话号码和传真号码，一般的大公司不可能电话和传真是一个号码;二这个单自始至终是不是只有一个人和你联系，因为一般的公司是有分工的，不可能说一个人来做一条龙，当然也不排除特殊情况，三，营业执照和对方提供的付款公司帐号是否一致，因为要弄个别人公司的营业执照太容易了.四，对方愿不愿意提供更多的联系方式给你，五，用的油箱地址是该油箱还是私人邮箱.

三、下单

当我们认为找到了合适自己的同行来接这个柜的时候,那就到了下单的环节了,可能很多人认为下单其实是个很简单的事情,随便怎么写下或者口头说一下就ok,其实这样是很危险的

xxx年我刚入行的时候专门做美国线和澳洲那边的同行,有点经验的.人都知道,这里就有两个点了,一个是美国的oakland,一个是新西兰的auckland,这两个点的读音,中文写法是完全一样的就因为这样问题来了,一个客户要定去新西兰的柜,我想当然的认为是美国的了,因为那段时间美国很暴,结果可想而知,改港!

教训:当自己港口都还不确定的时候,不要不好意思开口去问客户具体的港口,是要英文的,是那一个国家的,这样可以避免很多的麻烦.还有就是定舱单,我的建议是写详细,越详细越好,因为北方港口和南方不一样,定舱的时候就需要真正的shipper/cngee/毛/件/体资料,还有就是把价格也尽可能的写在上面,这个也是以后出了问题的凭证.盖章这个东西是最正常不过了,不管我们定出去还是接进来,我想这个东西是最基本的了,要是你还没有这个习惯,那就尝试着改变一下,下单的单位章都没有,柜子出了问题,你拿什么去找人家呢?

四、跟踪

可能很多的同行认为,只要货物上了船,那就万事大吉,等着收钱了.其实货物的跟踪是一个很关键的东西,也是最能体现我们所谓的服务的地方.

**有机茶叶销售工作总结9**

我于20\_年\_月份任职销售内勤岗位，在任职期间，我非常感谢公司领导及各位同事的支持与帮助。在公司领导和各位同事的支持与帮助下，我很快融入了我们这个集体当中，成为这大家庭的一员，在工作模式和工作方式上有了重大的突破和改变，在任职期间，我严格要求自己，做好自己的本职工作，现将一年的工作总结如下：

一、日常工作

内勤工作是一项综合协调，综合服务的工作，具有协调左右，联系内外的纽带作用，是一个承上启下、沟通内外、协调左右、联系八方的重要枢纽。内勤位轻责重，既要完成事务管理，文书处理，综合情况，填写报表，起草文件等日常程序化工作，又要完成领导临时交办的工作。作为销售内勤，我深知岗位既是重要的又是琐碎的，需要耐心的，同时，还考验着我个人的交际能力。文件的整理、合同的签署、回款进度、出库数据出具等等都是有益于业务员的，面对这些繁琐的日常事务，要有头有尾，自我增强协调工作意识，这半年来我基本上做到了事事有着落。

二、工作态度

去年年度总结大会时，徐总在表彰优秀员工张建伟时，总结到了五勤，通过工作的实践，我感触颇深，在工作中坚持做到五勤，就能够切实履行内勤岗位职责。

一是眼勤，每天阅读文件，查阅资料，看文件、材料不能像过眼云烟，毫无印象。要熟悉情况，看出问题。

二是手勤，在工作上积极主动，做好各项工作的记录，对看到的问题，数据，都要根据需要分别记录。

三是嘴勤，处理日常事务工作中，要多动口向同事请教，对不清楚的情况、细节逐一落实，勤问，勤打听，勤催办。

四是腿勤，要与相关部门多联系，互相交流情况，互相支持配合好各项工作。

五是脑勤，对各类业务报表要认真分析，对收集的信息要动脑分析研究，注意摸索、积累和总结。

总而言之，以持之以恒的做到五勤为基点，就能做好内勤工作。

三、面对困难

在工作中难免遇到各式各样的问题和困难，在遇到问题时，首先找出问题的本质，然后找出方法去解决问题。在遇到困难的时候，不是一味去强调困难的难度系数，而是用积极的态度去面对困难，想办法去克服，在遇到每一个有问题，有困难的事情，努力去处理它，克服它，在这整个过程中，对我自身而言，都是一个学习的过程，解决问题和克服困难的同时，自己的综合工作能力，得到了很大的提高。

四、今后努力的方向：

这半年来，本人爱岗敬业、兢兢业业的开展工作，虽然取得了成绩，但也存在一些问题和不足。主要是表现在：

第一，对业务员的服务大于管理，下半年工作中，除了做好数据输出和提示工作之余，我还要帮助业务员加强对各自客户的管理。范文大全

第二，加强自身的学习，拓展知识面，除了对胶类产品熟知外，其他产品也要多了解，做到心中有数。

第三，要做到实事求是，上情下达、下情上达，做好领导的好助手。要为领导出谋划策，积极发挥参谋助手作用，协助领导做好各方面工作。

一个合格的内勤必须具有强烈的事业心，高度的责任感，求真务实的工作态度，具有较高的业务能力，熟悉业务和内勤的工作，具有较宽的知识面和合理的知识结构以及严谨干练的工作作风，任劳任怨的献身精神和淡薄名利的思想境界。在以后的工作当中，我会扬长避短，做一名称职的销售内勤，与企业共成长。

#380690

**有机茶叶销售工作总结10**

20-年上半年，销售中心在林业局党总支的正确领导和扶持下，经过中心一班人的不懈努力，圆满的完成了各项工作任务，上半年做了如下工作：

一、加强理论学习，转变工作作风

认真学习十七精神，深刻领会其精神实质，坚持以\_理论为指导，从我做起，坚持按时上下班，及时完成当天各项工作，中心一班人加强对高山有机茶相关知识的学习，弘扬新风正气，抵制歪风邪气，实现工作作风的进一步好转，为中心经济又好又快的发展和构建和谐文明企业提供保障。

二、争创名牌，增强老君眉茶市场竞争力

为了做大做强高山有机茶，创建老君眉茶品牌，提高市场占有率，我们投资6万余元在县城南将军广场、收费站、烈士陵园等地，建造老君眉广告宣传牌，在红安电视台每天滚动播出的老君眉宣传广告，起到了良好效果，反响强烈，使老君眉品牌家喻户晓。

三、狠抓产品质量，确保老君眉品牌

老君眉茶叶生产前，对所有包装人员进行体检，合格后进行培训上岗，中心委派一名副职干部督促、监督生产车间，生产单位送来的茶叶，由专人过称，过称后送检，送检合格的产品，由质检员填写质检报告单，然后送车间进行包装，对不合格的产品退还生产单位。包装合格的产品及时入库，对产品分类保管。加强对包装前的管理，由专人负责照管，杜绝了非老君眉和未经质检的茶进入包装，包装一套未流失。

四、加强内部管理，健全各项管理制度

为了搞好内部管理，我们年初制订了财务管理制度，规范财务管理，使各项开支得到有效控制。同时，制订了加工车间管理制度，加强成品茶的出入库管理，并做好销售记录。

五、开拓产品销售市场，提高经济效益。

今年，销售中心刚组建，市场营销经验不足，我们边学习，边进行市场调查，摸清各部门实际购买力，由于老君眉市场主要在本地，在林业局领导的大力支持下，各生产单位的共同配合下，本地销售市场得到巩固，基本完成了老君眉茶的销售任务，产茶期间，完成了老君眉茶包装成品5464提，实现产值220万元。

下半年，任务仍很繁重，将加大力度清收货款，控制非生产性开支，按时与各产茶单位结算，目前，与各产茶单位结算茶叶款占总额的60%，我们将加倍努力，完成全年工作任务。

另外，我们积极开拓外地销售市场，在孝感和北京设立老君眉茶叶销售网点，已销售茶叶100多提。

**有机茶叶销售工作总结11**

自20-年开始建设服务专业的茶艺实训室起，我校茶艺专业室发挥了他应有的作用。这个总价值十万元的实训室，既能提供教学服务，还能提供校企合作，更具有产、学、研多功能价值。

一、实训室设备概述

茶艺实训室共拥有一个根雕茶艺桌、一个大茶桌，一个高档茶海，六个学生用茶艺桌及8个训练茶海，观赏茶具10套，学生训练用茶具10套，并有多种名贵茶叶等。总价值十万多元，强大的实训室设备基础为我服务专业的产、学、研提供强大的物质保证。

二、实训室管理

1、健全机构，制定具体管理措施2、健全制度，规范文件3、实施例会制度，每周检查工作

4、制定专业队使用记录登记表及专业队训练记录，认真做好使用记录，及时测验学生，发现问题，及时纠正

5、认真做好设备维护及维修工作

实训室设备种类繁多、而且部分设备易损坏，尤其是茶艺设备，保护难度很大。但我们都非常清楚，做好实训室的现有设备的维护及维修是保证教学的关键。为此落实学生责任制，保证了教学实训工作的顺利完成。

6、加强固定资产管理

按照学校管理部门的相关制度，实训室制定了资产管理的具体实施办法，并严格执行相关规定，确保资产帐物的准确、清晰，设备调整规范管理。

三、圆满完成训练目标

1.完成专训内容：

按照学期初的专训内容：学习各种功夫茶的解说词，并背诵记忆;熟练掌握冲泡绿茶中的龙井、碧螺春茶，乌龙茶中的铁观音以及一些花茶和多样红茶的技巧，并能够灵活运用;能够自己编写功夫茶解说词，完成了专训内容。

2.认真执行专训要求：

(1)所有专训学生必须按时参加专业训练，如有特殊情况要提前请假。专训教师每节课要认真点名，做好记录。

(2)专业课训练，学生要听从老师安排。上课期间，禁止学生随便说话，随便出入教室，随便接听手机，不许乱吃零食。

(3)专业教室的物品要注意保管，注意学生的损坏情况，如有损坏，学生要双倍赔偿。

3.圆满完成考核工作

一学期的专业训练结束之后，按照茶艺专业队考核方案，认真严格的完成了专业训练考核，考核结果非常圆满。

总之，在这几年的实训室的建设和管理中，我们虽然付出了辛苦但也得到了巨大的知识和精神上的财富。我相信我们多媒体实训室会将会在学院的人才培养工作中发挥出更大的作用。

**有机茶叶销售工作总结12**

####茶叶专业合作社在政府及各有关部门的关心支持下，通过合作社全体成员的共同努力，度过了不平凡的一年，并已逐步向正常有序的趋势发展，回顾一年来我们主要做了以下几个方面的工作：

一、以茶农及成员的思想认识为突破口，做好宣传发动工作。

受\_\_年茶叶市场营销中相互炒作的影响，造成08、\_\_年茶叶产业的不景气，导致\_\_年茶农、茶厂对茶叶生产失去信心，对茶园不认真管理，茶厂不愿加工，甚致出现茶农毁掉茶园的现象，面临如此困境，合作社担起自己的职责，组织人员分别到合作社服务的村寨，进行正面宣传，耐心细致的跟茶农解释，茶叶产业是我县发展经济的主要产业之一，很多人在茶叶生产上得到过实惠，价格处于低谷是暂时的，茶叶产业是我们农民朋友不能丢，也丢不起的产业。通过我们的宣传提高了茶农的认识和认可，调动了茶农和茶叶初制厂的生产、加工积极性。

二、加强茶园改造管理

近年来，当地政府和各有关部门对龙陵茶叶产业比较重视，安排了不少的扶持资金，部分茶区有了改观，但大部分地区仍处于粗放管理，低产茶园比重大，平均每亩单产仅50多公斤，经济效益低

下，为整合和优化资源配置，促进产业结构优化升级，加大低产茶园改造和良种推广力度，提高质量，提高单产，以点代面带动全县茶叶产业的发展。我们专业合作社投资30万元对低产茶园实施改造，分片区示范，重点在龙江乡勐外坝基地实施低产茶园标准化改造转换示范400亩，其次是有代表性的在其它乡（镇）进行改造示范和新品种引进示范，目前，茶园示点、示范已初见成效，同时也带动了周边茶农的效仿。

三、强化科技培训，提高农民技能

龙陵县有丰富的茶叶资源，是国家农业部全国出口茶叶生产基地县，云南省有机茶、无公害茶示范县。近年来，随着欧盟对进口茶叶农残的检测范围幅度扩大，农药残留限量标准提高，茶叶出口面临严峻挑战，特别是当地低档次茶叶市场需求相对饱和，在国内、国外出现卖茶难，经营效益差的现象，如果我们专业合作社不转变观念，不提高科技意识，在今后的运作中就会很被动。为此，专业合作社虽处于起步困难的时期，仍然决定聘请市、县有关专家和技术人员对合作社成员进行技术培训，一是种植栽培、加工技术培训；二是对有机茶、无公害茶示范培训。方法是：代表集中统一培训；到外地实地参观学习培训；接受培训的代表又到乡镇组织茶农培训。通过不断的学习培训，很多茶农对种植、采摘技术有所提高，加工技术有所改进，知道茶叶发生病虫害如何防治，哪些化肥农药可以在茶园上施用，哪些不能用，用了有农药残留的会对人体有害。\_\_年我们专业合作社开展技术培训940人（次），相关费用开支14万元。

四、加大基础设施的投入和改造

民丰茶叶专业合作社有茶叶初制厂30个，很多设备已是上世纪80、\_\_年代购置的，现在有很多厂房和机械设备已老化淘汰，合作社未成立前，有部分茶厂靠自身的条件没有办法改造和更新，生产的产品质次，成本高，产品不适应市场需求，为提升产品质量，合作社投资40万元，对10个茶厂的厂房和设备进行更新改造，从而改善了加工环境，也提高了产品质量。

五、加大力度拓展营销业务

专业合作社的组建旨在按照农业产业化发展的要求，拉动茶叶从产前到产中、产后的加工，储存、销售等环节的纵向合作，合作社能把一家一户分散经营的农民组织起来，由各茶叶初制厂有计划、有规模的组织生产，形成“风险共担、利益共享”的利益机制。从而，产品销售渠道是否顺畅，销售得好与差，是整个业务经营过程中的重要环节，在营销上不等客上门，主动出击，在充分调查了解市场的基础上，组织营销人员到全国各地跑市场、找信息、要订单。市场需要什么类型，什么档次的产品，我们就组织生产什么产品，对市场行情的变化做到心中有数。目前，我们专业合作社已投50万元在下关、昆明、广西、广东、湖南等地设立了销售点。形成生产、加工、销售一体化的专业合作组织，产品已销往全国各地，并有部分产品出口。通过合作社的努力，在国际金融危机，茶叶行业不景气的情况下，生产、销售干茶1060余吨，产值、产量都有所提升。

六、强化合作社内部管理，健全财务制度

民丰茶叶专业合作社是由农民种茶大户、茶叶加工厂、营销人员在传统联合经营的基础上，由茶农自愿入股成立的，实行“自主经营、自负盈亏、自我服务、民主管理”的联合经营模式，现有入社成员470户（农民占98%），注册资金526万元，有规模化种植茶园4000余亩，茶叶加工厂30个，辐射5乡（镇）23个行政村，服务茶农40560人，可采茶园25000亩。可算初具规模的专业合作社，如果没有严格的管理制度和规范的财务制度，即变它的模式符合当前农业产业发展的趋势，最终会因管理不善，账务不清而中途妖折，为使合作社健康，持续发展，发挥它应有的作用，专业合作社健康、持续发展，发挥它应有的作用，专业合作社根据《章程》选举并成立了理事会和监事会，建立健全财务制度。实施措施是：全社一盘棋，合作社根据市场行情，制定的收购价略高行情价，由茶叶初制厂统一收购鲜叶，统一加工产品，产品生产出来后再由合作社统一销售，谁不按规定执行都要受到相应的处罚。这样的运作模式，节约了流通环节费用，有了规模效益，降低了生产成本。通过年终核算，专业合作社20\_\_年收购鲜叶4240余吨，生产销售干茶1060余吨，实现产值1007万余元，实现利润万（已提取公积金和公益金），帮助茶农实现收入万元。成员鲜叶收购价高元/kg，加利润分配，入社成员净增61万元，户均净增1298元。

七、专业合作社目前存在的问题

主要是：1、基地标准培裁技术示范推广范围小，很多茶区学不到经验，有待推广；2、种植加工技术落后，产品价值提升不高，有待加强学习培训；3、产品市场销售份额小，有待加强市场培植和信息网络建设。解决存在问题，需要投入大量的资金和人力，需要全体成员共同出主意，想办法，鉴于我们专业合作社处于起步阶段，筹资困难，要办好专业合作社，需要得到政府和各有关部门的关心支持，在科技信息、资金项目上请给予扶持。

总之，####茶叶专业合作社的成立，从经营理念上带动了龙陵茶叶产业的发展，提高了茶农的种植、加工等技术，很大成度的解决了农民存在的实际问题，茶农得到实惠，出现很多茶农要求入社的良好势头。同时，由于我们合作社在经营上讲诚信，价格合理公道，目前经营业务已辐射龙陵县三分之一的茶厂及德宏州和腾冲县的很多茶厂。

实践证明，民丰茶叶专业合作社只要走标准化、规模化、专业化的发展思路，注重名、特、优产品开发，着力于在茶农之间，市场与茶农之间，政府与茶农之间搭建沟通桥梁，真正为成员服务，对发展农业产业，提高农民收入发挥着积极的作用。

**有机茶叶销售工作总结13**

茶叶店员工的管理制度激励是茶叶加盟店管理员工的常用制度之一。建立有效的激励制度，从而达到管理员工、提高员工积极性、规范员工行为的目的。然而，对于激励制度的认识，茶叶店加盟商要注意以下几个方面：

1、别把激励当奖励。激励不是奖励，不能只是片面的制定奖励措施，却忽略惩罚和约束措施。俗话说，无规矩不成方圆，如果没有一定的惩罚措施来约束和规范员工的行为，很容易导致最后员工行为懒散，影响店容，又影响销售。因此，茶叶店加盟商在制定激励制度的时候，不能只是简单的认为激励就是奖励。当然，还有一点需要注意的是，制定了相应的惩罚措施，一定要落实到位，不能形同虚设，那结果肯定难以达到规范员工的目的。

2、激励执行别“一刀切”。不是每个员工的追求都一样，茶叶店加盟商在实行激励制度的时候，不要“一刀切”的对所有员工采用同样的激励手段，有可能适得其反。而是要通过对员工的需求、性格分析，采取不一样的激励手段。但有一点要注意的是，要注意控制激励成本，谨防支出大于收入的反面情况出现。

关于员工的管理，这只是其中一个方面，加盟商要想提高自己的管理水平，管理好员工，经营好店面，可定期参加管理培训。一般来说，知名茶叶品牌都会定期提供加盟商培训，像享有“好茶源自鹭岩”的国际连锁品牌鹭岩茗茶，就会定期为加盟商提供免费培训，提高加盟商的销售技巧水平和管理水平。加盟商就可参加像这类培训，同时根据自身茶叶加盟店的情况进行有的放矢的管理，相信茶叶店要经营成功也就不难了。

#2楼回目录茶叶店员工的管理制度茶叶店员工的管理制度| 20xx—10—23 16：49一个茶店经营的关键在于营业员的整体素质，营业员是茶店的眼睛，提高营业员的整体素质是开好茶店的最关键环节。作为一个茶店营业员，首先要有好的文化素质，最好会一两门外语，要掌握有关茶叶的专业知识，包括茶叶的种类、产地、质量标准、特点、冲泡方法、储存方法等。同时还有综合知识，如茶艺、茶道、茶礼、品茶、斗茶、茶叶历史等。营业员是直接与顾客打交道，关系到茶店是否能够产生效益的关键，一般应具备以下专业素质：作为经营者必须要制定营业制度，否则，管理就会混乱，以下是“北京信裕泰茶庄“营业制度，仅供参考

（一）早上8：00准时上岗搞好店内卫生，保持柜台整齐干净，做好营业准备。

（二）8：30分准时开业，工作服穿戴整齐。售货员上班时不得涂化妆品、香水、染指甲。

（三）营业过程中做到：

1、微笑服务、举止端庄；

2、售货时做到准斤足两，计价无误，收款准确，唱收唱付，百问不厌，百拿不厌；

3、交递商品时，文明礼貌，不摔不扔商品；

4、遇到无理取闹的顾客，要做到骂不还口，要耐心说明，热情接待每一位顾客。

（四）下班后，要有两人清理现金，封款上交，清洁营业工具，整理上货，打扫货架卫生。

（五）认真执行柜台“十个不准”和“六个一样”。

十个不准即：

1、不准在柜台内吃东西

2、不准在柜台内聊天、嬉笑、打闹；

3、不准因上货、结账、点款而不理睬顾客；

4、不准在柜台上座着接待客人；

5、不准与客人发生争吵、辱骂、殴打；

6、不准在柜台会客，存放私人物品、做任何私事；

7、不准烤火价、趴货台；

8、不准挪用商品销售款；

9、不准擅自离开工作岗位；

10、不准私自对顾客优惠或私分赠品。

六个一样：

1、生人、熟人一样；

2、大人、小孩一样；

3、买和不买一样；

4、忙和闲一样；

5、买商品和退商品一样

6、一般顾客和个别顾客一样。制度制定好了，不能视为形式，必须长期的严格执行。

#3楼回目录茶叶店员工的管理制度茶叶店员工的管理制度| 20xx—10—23 11：42

一、现场管理规范

主要是创造良好的企业形象，增加来店顾客，提高客服工作，扩大销售。现场管理重点有：

1、卫生管理。确保销售场地整洁，过道通畅，设备布局合理，时时保持设备、茶桌、橱窗等的干净、明亮，不擅自乱贴店内广告等。

2、陈列管理。商品丰富、货架丰满，根据商品保质期，先进先出，显而易见，易拿易放、商品组合陈列合理。

3、商品管理。开展科学的商品管理，注意收集时点销售数据管理的信息和利用ABC分析法，筛选出畅销商品。灵活运用订货、补货，扩大畅销商品陈列空间，定期检查畅销商品的库存和标价单，以确保畅销商品不断档。

>二、服务管理规范

1上班前衣装整洁，保持形像良好，不可浓妆艳抹，须淡妆怡人。 1服务用语。服务语言：“您好”、“请稍等”、“对不起”、“让您久等了”、“欢迎再来”等。忌讳用“不知道”、“卖完了”、“不行”、“没有了”等语言。

2对缺货的处理。发现顾客购买的商品缺货时，首先应表示道歉，然后应告知该商品何时到货，或主动建议其他能取代的商品，最后店员必须将缺货的商品作为下次订货或补货的参考信息，反馈给店内相关的负责人。 3客诉处理。处理客诉时，严禁对客诉推诿责任，应以诚挚的关心态度，耐心听取其陈述后，酌情处理，不能因此造成顾客流失。

>三、门店人员岗位职责

1、店长是门店的核心人物，店长必须服从公司总部的高度集中统一指挥，积极配合总部的各项营销策略，达到门店的经营指标。要做到：——监督商品的要货、上货、补货，做好进货验收、商品陈列、商品质量和服务质量管理等有关作业。——执行总部下达的商品价格变动。——执行总部下达的销售计划、促销计划和促销活动。——掌握门店的销售动态，向总部建议新商品的引进和滞销品的淘汰。——掌握门店各种设备的.维护保养知识。——监督和审查门店会计、收银和报表制作、帐务处理等作业。——监督和检查理货员、服务员及其他人员作业。——负责对职工考勤、仪容，仪表和服务规范执行情况的管理。——负责对职工人事考核、职工提升、降级和调动的建议。——负责对员工的培训教育。——妥善处理顾客投诉和服务工作中所发生的各种矛盾。——监督门店内外的清洁卫生，负责保卫、防火等作业管理。——监督门店商品损耗管理，把握商品损耗尺度。——做好与门店周围社区的各项协调工作。

1、店长除具备各岗职技能外，还要有全盘管理能力和组织能力

2、店助理职责店助理对本岗位工作应有相当丰富的经验，掌握本岗位技能，熟知门店各岗职技能，熟悉店长、副店长的工作职责，协助店长做好工作。

3、门店收银职责

收银的具体岗职规范有：

——做好营业前的准备工作：服饰、仪表、清洁卫生，做到举止大方，佩戴好工号牌。

——营业前认领备用金并清点确认。

——营业前调试好收银机，准备好其他备用品，并了解当日变价商品和特价商品。

——顾客进店时，应表示欢迎顾客光临。

——登打商品价格时，应报出每件商品的金额，登打结束时，应报出商品金额总数；并主动将结算小票交顾客。

——收银时要唱票“收您多少钱”，找零时要唱票“找您多少钱”。

——应替顾客做好商品装袋服务。

——收银时要做到正确、快速、对顾客保持亲切友善的笑容，做到更好的接待顾客。

——耐心地回答顾客的提问。

——记录和保管遗失的物品。——发生顾客抱怨或由于收银有误顾客前来投诉交涉时，应通知经理来处理，避免影响正常的工作。

——在非营业高峰期间，听从经理安排从事其他的工作。

——营业结束后，按所收货款填写交款清单，现金、支票分别填写，本人签字后将货款交给核算员。

——经核算员按收银机的存根审核后，如长款要写报告，短款自付。

——向有关部门提供销售信息及顾客信息等。

四、门店理货职责。理货是店中从事商品整理、清洁、补充、标价、盘点等工作的人员。门店理货职责是巡视货物，耐心解答顾客的提问，对所属货区商品的保质期心中有数，必须熟悉所负责商品范围内商品名称、数量和保质期，掌握商品标价的知识，正确标好价格，掌握商品的陈列原则和方法、技巧，正确进行商品陈列，保证商品安全。

五、验收职责严格商品验收。商品验收是确认检查商品质量、审核商品产地、生产日期、发货时间、数量、价格、品种等的环节，

因此，门店验收人员应手持送货单或发票、收据、与送货人逐一逐项清点，减少事后因退货或其他原因造成的浪费，避免以后发生不必要的争执。

**有机茶叶销售工作总结14**

>一、茶叶产业发展情况

按照“打破界限、连片发展、统防统治、整体推进”的工作思路，以“基地标准化、运作产业化、产品品牌化、服务社会化、利益风险一体化”为基本要求，坚持政府引导、企业主导，通过集成技术、集约项目、集中力量在天凤乡、宝峰彝族乡、民建彝族乡、烈士乡等乡镇的高山有机茶产业环线上，采用

“补天窗”方式新种植茶叶1000亩。深入“绿色植保”理念，推行“统一防治时间、统一药剂药量、统一防治人员、统一植保机械、统一安全间隔期”工作模式，采用“统一茶园管理标准、统一配送农业投入品、统一防控措施、心得体会统一原料采摘标准”的“四统一”管理措施，推动产业环线及全县茶叶发展方式转变和经营方式创新，促进全县茶叶产业上档升级。全县建立标准化示范基地20000亩，应用杀虫灯、黄板等绿色防控措施开展绿色防控60000亩（投产茶园的92％），开展茶园机剪、机修面积20000余亩，改造低产低效茶园11000亩，申报有机茶园3000亩。全县茶叶总产量达万吨，比上年增长3％，总产值亿元，比上年增长15％

>二、工作措施

（一）强化技术培训，提高茶叶产业管理水平。将新型农民职业技能培训、实用技术培训等与技术扶贫、农业项目实施培训等有机结合，着重在全县茶叶发展乡镇，重点是以茶叶产业为主导产业的贫困村开展茶叶种植管理加工等相关知识培训。截至目前，共举办各类技术培训40余场次，培训人员2800余人次，发放各项技术资料6000余份。

（二）强化战略实施，增强茶叶产业发展动力。一是实施机制创新战略。坚持“扶大、扶优、扶强”的原则，落实五个规范为要求，以协会（合作社）为扶持政策的承接主体，集中力量打造产业带和示范基地。今年“围绕四大主导产业，打造三条特色环线，建成百万亩现代农业产业体系”的工作思路和目标，启动了茶叶产业环线打造工作。

二是实施大品牌战略。构建以政府和行业组织为支撑，规模企业为主导，认证机构做补充的区域茶叶品牌孵化单元，合力打造以区域公共品牌为基础结构、企业自主品牌进行有效填充的产业品牌综合体系。20xx年，积极组织农产品生产企业、合作社参加各类展会，大力提升特色区域品牌的市场影响力和竞争力。在第六届国际茶博会·xx杯斗茶大赛上xx荥泰茶业有限责任公司生产的“瑞吉隆兴”牌“芽细藏茶”和“古道红”茶喜获金奖；xx县塔山有限责任公司生产的“塔山”牌观音仙茶入选中国茶叶博物馆“中国茶样库”。

三是实施基地辐射示范带动战略。鼓励支持企业与茶农共同组建茶叶专业合作组织，建立规模化种植、标准化生产、品牌化销售、规模化经营的现代茶业发展模式和稳定可控的原料基地。目前，已在全县茶叶重点乡镇民建、荥河、宝峰、天凤建立了有机茶叶标准化生产示范区，在五宪建立了绿色食品标准化生产示范区。

>三、存在的\'问题

（一）建设管理滞后

xx茶园分布海拔较高、较分散，配套基础设施薄弱，加之部分种植户或观念转变不及时，或技术欠缺、管理不到位，或对“生态”概念认知有误、粗放管理，茶树长势弱，产出量低。

（二）品牌建设薄弱

一是处于原料供应商地位。xx茶长期扮演“原料供应商”角色。名优茶品牌销售比例低下，绝大多数鲜叶初制加工后运至名山、乐山、浙江等地贴牌销售，处于茶产业价值链低端，没有自己的主导品牌。二是茶叶销售议价能力低。大部分茶农、茶企观念滞后，各自为阵，个体式经营，家族式管理，不能够抱团发展，联合营销，开拓市场，导致品牌集聚效应低，品牌销售渠道栓塞。

（三）茶企竞争力低

一是全县茶叶加工企业绝大多数是以初制加工为主的个体茶厂和家庭作坊。由于初制加工企业的经营理念传统、生产管理粗放、设施设备落后、恶性低价竞销，干扰市场正常秩序，大量茶企在低水平上重复竞争，严重制约品牌宣传、市场拓展、资源集约化利用等。二是企业实力普遍较弱。茶企单个规模小，实力弱，难以突破茶叶精深加工、品牌营销、市场渠道建设等固有的资金密集和技术密集的门槛，进一步降低xx茶产业竞争力。

>四、下一步工作思路及措施

按照一年探索，两年成型，五年成业总体目标，以抓实五个统一规范（规范种植管理、规范采摘加工、规范质量标准、规范品牌包装、规范等级体系），实施机制创新、大品牌、基地辐射示范带动、农特产电商、文化、生态旅游“六大战略”为抓手，全力推进全县茶叶产业持续健康发展。

**有机茶叶销售工作总结15**

此刻汽车市场品牌很多，但主要也就是那十来个品种，此刻我们公司的产品从产品质量，功能上属于中等的产品。在价格上是卖得较为适宜的价位，应对小型的客户，价格不是太别重要的问题，但应对采购数量比较多时，客户对产品的价位时十分敏感的。在明年的销售工作中针对部分客户我认为产品的价格做一下适当的浮动，这样能够促进销售人员去销售。在深圳市市区域，我们公司进入市场比较晚，产品的知名度与价格都没有什么优势，在汽车开拓市场压力很大，所以我们把主要的市场拓展放在市区外，那里的市场竞争相对的来说要比市区内小一点。外界因素减少了，加上我们的销售人员的灵活性，我相信我们做的比原先更好。

市场是良好的，形势是严峻的。据经济分析师的分析，明年的经济会比今年还要差。假如在明年一年内没有把市场做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个机会，在这个市场会丢失更多的客户。

**有机茶叶销售工作总结16**

茶叶专业合作社在政府及各有关部门的关心支持下，通过合作社全体成员的共同努力，度过了不平凡的一年，并已逐步向正常有序的趋势发展，回顾一年来我们主要做了以下几个方面的工作：

>一、以茶农及成员的思想认识为突破口，做好宣传发动工作。

受07年茶叶中相互炒作的影响，造成08、09年茶叶产业的不景气，导致09年茶农、茶厂对茶叶生产失去信心，对茶园不认真管理，茶厂不愿加工，甚致出现茶农毁掉茶园的现象，面临如此困境，合作社担起自己的职责，组织人员分别到合作社服务的村寨，进行正面宣传，耐心细致的跟茶农解释，茶叶产业是我县发展经济的主要产业之一，很多人在茶叶生产上得到过实惠，价格处于低谷是暂时的，茶叶产业是我们农民朋友不能丢，也丢不起的产业。通过我们的宣传提高了茶农的认识和认可，调动了茶农和茶叶初制厂的生产、加工积极性。

>二、加强茶园改造管理

近年来，当地政府和各有关部门对龙陵茶叶产业比较重视，安排了不少的扶持资金，部分茶区有了改观，但大部分地区仍处于粗放管理，低产茶园比重大，平均每亩单产仅50多公斤，经济效益低

下，为整合和优化资源配置，促进产业结构优化升级，加大低产茶园改造和良种推广力度，提高质量，提高单产，以点代面带动全县茶叶产业的发展。我们专业合作社投资30万元对低产茶园实施改造，分片区示范，重点在龙江乡勐外坝基地实施低产茶园标准化改造转换示范400亩，其次是有代表性的在乡(镇)进行改造示范和新品种引进示范，目前，茶园示点、示范已初见成效，同时也带动了周边茶农的效仿。

>三、强化科技培训，提高农民技能

龙陵县有丰富的茶叶资源，是国家农业部全国出口茶叶生产基地县，云南省有机茶、无公害茶示范县。近年来，随着欧盟对进口茶叶农残的检测范围幅度扩大，农药残留限量标准提高，茶叶出口面临严峻挑战，特别是当地低档次茶叶市场需求相对饱和，在国内、国外出现卖茶难，经营效益差的现象，如果我们专业合作社不转变观念，不提高科技意识，在今后的运作中就会很被动。为此，专业合作社虽处于起步困难的时期，仍然决定聘请市、县有关专家和技术人员对合作社成员进行技术培训，一是栽培、加工技术培训;二是对有机茶、无公害茶示范培训。是：代表集中统一培训;到外地实地参观学习培训;接受培训的代表又到乡镇组织茶农培训。通过不断的学习培训，很多茶农对种植、采摘技术有所提高，加工技术有所改进，知道茶叶发生病虫害如何防治，哪些化肥农药可以在茶园上施用，哪些不能用，用了有农药残留的会对人体有害。09年我们专业合作社开展技术培训940人(次)，相关费用开支14万元。

>四、加大基础设施的投入和改造

民丰茶叶专业合作社有茶叶初制厂30个，很多设备已是上世纪80、90年代购置的，现在有很多厂房和机械设备已老化淘汰，合作社未成立前，有部分茶厂靠自身的条件没有办法改造和更新，生产的产品质次，成本高，产品不适应市场需求，为提升产品质量，合作社投资40万元，对10个茶厂的厂房和设备进行更新改造，从而改善了加工环境，也提高了产品质量。

>五、加大力度拓展营销业务

专业合作社的组建旨在按照农业产业化发展的要求，拉动茶叶从产前到产中、产后的加工，储存、销售等环节的纵向合作，合作社能把一家一户分散经营的农民组织起来，由各茶叶初制厂有计划、有规模的组织生产，形成“风险共担、利益共享”的利益机制。从而，产品销售是否顺畅，销售得好与差，是整个业务经营过程中的重要环节，在营销上不等客上门，主动出击，在充分调查了解市场的基础上，组织营销人员到全国各地跑市场、找信息、要订单。市场需要什么类型，什么档次的产品，我们就组织生产什么产品，对市场行情的变化做到心中有数。目前，我们专业合作社已投50万元在下关、昆明、广西、广东、湖南等地设立了销售点。形成生产、加工、销售一体化的专业合作组织，产品已销往全国各地，并有部分产品出口。通过合作社的努力，在国际金融危机，茶叶行业不景气的情况下，生产、销售干茶1060余吨，产值、产量都有所提升。

>六、强化合作社内部管理，健全财务制度

民丰茶叶专业合作社是由农民种茶大户、茶叶加工厂、营销人员在传统联合经营的基础上，由茶农自愿入股成立的，实行“自主经营、自负盈亏、自我服务、民主管理”的联合经营模式，现有入社成员470户(农民占98%)，注册资金526万元，有规模化种植茶园4000余亩，茶叶加工厂30个，辐射5乡(镇)23个行政村，服务茶农40560人，可采茶园25000亩。可算初具规模的专业合作社，如果没有严格的管理制度和规范的财务制度，即变它的模式符合当前农业产业发展的趋势，最终会因管理不善，账务不清而中途妖折，为使合作社健康，持续发展，发挥它应有的\'作用，专业合作社健康、持续发展，发挥它应有的作用，专业合作社根据《章程》选举并成立了理事会和监事会，建立健全财务制度。实施是：全社一盘棋，合作社根据市场行情，制定的收购价略高行情价，由茶叶初制厂统一收购鲜叶，统一加工产品，产品生产出来后再由合作社统一销售，谁不按规定执行都要受到相应的处罚。这样的运作模式，节约了流通环节费用，有了规模效益，降低了生产成本。通过年终核算，专业合作社xx年收购鲜叶4240余吨，生产销售干茶1060余吨，实现产值1007万余元，实现利润万(已提取公积金和公益金)，帮助茶农实现收入万元。成员鲜叶收购价高元/kg，加利润分配，入社成员净增61万元，户均净增1298元。

>七、专业合作社目前存在的问题

主要是：1、基地标准培裁技术示范推广范围小，很多茶区学不到经验，有待推广;2、种植加工技术落后，产品价值提升不高，有待加强学习培训;3、产品市场销售份额小，有待加强市场培植和信息网络建设。解决存在问题，需要投入大量的资金和人力，需要全体成员共同出主意，想办法，鉴于我们专业合作社处于起步阶段，筹资困难，要办好专业合作社，需要得到政府和各有关部门的关心支持，在科技信息、资金项目上请给予扶持。

总之，xxxx茶叶专业合作社的成立，从经营理念上带动了龙陵茶叶产业的发展，提高了茶农的种植、加工等技术，很大成度的解决了农民存在的实际问题，茶农得到实惠，出现很多茶农要求入社的良好势头。同时，由于我们合作社在经营上讲诚信，价格合理公道，目前经营业务已辐射龙陵县三分之一的茶厂及德宏州和腾冲县的很多茶厂。

实践证明，民丰茶叶专业合作社只要走标准化、规模化、专业化的发展思路，注重名、特、优产品开发，着力于在茶农之间，市场与茶农之间，政府与茶农之间搭建沟通桥梁，真正为成员服务，对发展农业产业，提高农民收入发挥着积极的作用。

**有机茶叶销售工作总结17**

我区-年春茶产量吨，比-年同期2145吨减吨，减幅，产值万元，减万元，减幅9%，其中名优茶产量368吨，产值万元，名茶吨，产值万元。上半年茶叶产业具体开展了以下几方面的工作:

一、适时指导茶叶生产，加强茶园田间管理

去冬今春，气温回升快茶芽萌发早，今年春茶开园比往年提早了15天左右，但雨水相对较少，茶芽萌发参差不齐，针对此，我区加强了茶叶生产的适时指导，结合茶叶市场行情及时反馈信息，及时调整茶叶结构，加强新建茶园的护苗管理，指导茶农对幼龄茶园的管护，确保茶苗的成活，取得了很好的效果，目前，-年春、秋季新植的无性系良种茶园茶苗成活率高，长势良好。

二、制订茶叶生产地方标准，强抓茶产品质量管理

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！