# 2024年保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结(十八篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-06-05

*保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结一大致可以分为：1、功效快速型：盘龙云海的排毒养颜做出24小时见效的承诺;化铁皮枫斗晶疗病人使用效果尤为明。这些都是以功效快作为营销卖点。2、口碑传播型：22年长兴不衰的青春宝。3、传统原材料型：蜂产...*

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结一**

大致可以分为：

1、功效快速型：盘龙云海的排毒养颜做出24小时见效的承诺;化铁皮枫斗晶疗病人使用效果尤为明。这些都是以功效快作为营销卖点。

2、口碑传播型：22年长兴不衰的青春宝。

3、传统原材料型：蜂产品类、人参类、龟鳖类。万基、康富来等洋参系列，还有蜂之语、龟鳖丸等都是传统的补品。

4、高科技型：北大再生人，上海交大的昂立系列产品，都是与高等学府联姻。

5、广告产品型：飞龙延生护宝液传奇、太阳神风暴、从红桃k王国、脑白金现象，无不是广告开道营造市场的。

6、洋保健品型：主要是维生素系列，中国人原本并没有补维生素的习惯。

二 群雄逐鹿轮流坐庄 \_\_世纪\_\_年保健品演进史 \_\_年，花粉大战 \_\_年，鳖精大战 \_\_年，补酒大战 \_\_年，壮阳药大战 \_\_年，减肥品大战 1995年，脑黄金大战 1996年，肠胃品大战 \_\_年，补钙大战 \_\_年，补肾大战 \_\_年，脑白金大补了十年也没有把保健品市场给补强壮了，很多产品还是短命。

三 广告诉求策略分析广告画面多样，但不客气的说可以讲千##第1篇律，内容单调，缺少变化。 内容重在热闹招摇、规模大气，但有些广告有些俗，很少有让人感觉有品位的广告，但恰恰这样的广告反而影响了消费者的消费，吸引了消费者。

(一)动之以情策略打开电视，看各类保健品的广告，都是打感情的主意，动之以情，总是给人温馨的感觉。看许多广告语都是送健康、送关怀、送温暖、送祝福。很多的益智类补品、补酒类、健康类补品更多的是围绕 “妈妈送儿子”、“儿子送老子”或“女儿送妈妈”弄来弄去。当然很多好的广告给人留下了温暖的印象：黄日华深情款款的向全国电视观众喊出“真情永久，健康相伴”、“爸爸，我爱你”时，那种感觉是温暖和有力量的;青春宝让人唤起人们对往事的怀念， “二十多年都没有变的”这句话也进入人们的潜意识中;椰岛鹿龟酒让人们关怀“空巢期”的老人;昂立多邦广告语中“都说养家的男人好幸福，谁知养家的男人好心苦”，感动了多少拼搏中都市男女的心;养生堂一句“几乎每一个父亲都记得儿子的生日，又有几个儿子记得自己父亲的生日”打动了多少铁骨男儿。中国人本来就讲究“孝道”、“舐犊之情”。保健品围绕感情说辞，可以作到出神入化，催人泪下，赚个金银满钵。

(二)晓之以“礼”策略中国自古是礼仪之邦，强调礼数。逢年过节、走亲访友都有送礼品的习俗，更强调礼尚往来，今天你送我，明天我送你，人情特别厉害。保健品抓住了这个特点，在广告上对消费者晓之以“礼”。强调每逢佳节必送礼、“倍”送礼最早的是三株在\_\_年打出“送礼送健康” 的概念，打出“礼到福到健康到”的口号，当时配合贺岁片播放，效果很好。但现在最典型的代表是脑白金，脑白金几乎把中国人送礼的习俗发挥到里极至。单从广告的品位来讲，脑白金的广告有点俗气，但“俗”的好，“俗”的让全国的男女老少都会说“今年爸妈不收礼，收礼只收脑白金”。通过过不同阶层不同年龄的人士手捧脑白金生动直观的表情，传导了节日期间送脑白金就是送健康、送关怀、送温暖。另外其他的许多广告也是如此，比如： “非常可乐到、福禄寿禧来”给人喜气洋洋的感觉;“好日子就要服金六福酒”反复给消费者灌输;“拥有康富来，健康财富滚滚来”等等。

三 市场快速铺开营销策略分析

(一)“高空广告轰炸” 保健品行业一般是各领风骚三五年。比较风光的时候往往也是广告投入最多的时候。提到保健品就自然而然的想到了电视里、广播里狂轰乱炸的广告，大江南北铺天盖地的广告。保健品依靠超常规的广告轰炸来打开市场，广告轰炸，引爆市场，广告的威力确实大。比广告威力还要大的是与科普文章、科普宣传片及各种软文章和专家人物的会议，人总是对“权威”有一种敬畏和信任的态度。真是让消费者找不着北，感到好象全世界都处在这种情况下。在中国可以说没有人不知道脑白金，笔者在超市里曾看到一蹒跚学步的孩子摇晃着走向脑白金的地堆，用手去抓，对身后的妈妈喊“脑白金，脑白金”。

(二)“低空遍地开花” 消费者购买保健品的地点一般是超市、药店，在高空广告轰炸的时候，迅速地把货物“铺开”。无孔不入的宣传单，遍及各个角落。在每个大卖场、超市和药店都要有自己的货物“出样”、“上架”。做的“排面”整齐漂亮，定期在超市做“地堆”，吸引消费者目光，扩大影响，给了消费者一种感觉：无论走到哪里都有该产品，卖的很火，走到哪里都能买的到。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结二**

保健食品化妆品监管工作计划

，我市保健食品化妆品监管工作要以党的十八大精神为指导，紧紧围绕保障保健食品化妆品质量安全这一中心，时刻牢记为民监管这一宗旨，崇尚实干，力求创新，着力在夯实基础、深化整治、强化宣传、提升素质上狠下功夫，并抓出成效，全力保障保健食品化妆品使用安全有效，不出保化产品质量安全事故。

一、重基层基础，狠抓日常监管工作

二、重惩处，深入开展专项督撕妥酆现卫

在工作中，要突出针对性和实效性。要以国家局要求整治的品种、日常监管发现的问题品种、高风险品种如减肥、增强免疫力、辅助降血糖、缓解体力疲劳等功能保健食品和美白、祛斑、抗皱等类别化妆品为重点品种，加强对索证索票、查货验收、批发企业台账建立等重点环节和城乡结合部、偏远场镇、集贸市场、城市核心区商场超市等重点场所的专项检查。要针对标签标识和保健食品功效成分等方面存在的突出问题开展专项督查，深入开展非法添加、虚假宣传、假冒伪劣、集中宣传销售等专项整治。要加大对典型案例的曝光力度，做好行刑衔接，严厉打击违法违规行为。

三、加强宣传培训，营造全社会参与监督氛围

四、狠抓能力建设，提{技术支撑水平

一是要加强队伍能力建设。要通过参加各种业务培训、自学、现场观摩、外出交流学习、监管实践等方式，不断提升队伍监管技能。同时，要进一步强化作风建设，规范监管人员监管行为，使其自觉做到文明执法、廉洁执法、依法行政。二是要加强风险防控体系建设。要认真组织开展风险管理情况调研工作，全面了解、准确掌握全市保健食品化妆品经营企业风险管理与质量控制现状，及时发现潜在安全隐患。同时，要建立健全安全隐患处置机制和协送ū^v^贫龋切实抓好化妆品不良反应哨点建设，建立保化预警信息发布平台，有效防范系统风险。三是要加强市县食品药品检验所建设，不断提{技术支撑水平。市所要按省上要求认真开展保化检验检测项目能力扩项工作。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结三**

食品企业工作一是要紧紧围绕上级对食品安全工作的部署抓好全县的食品安全工作，同时为服务地方经济，做出贡献。

一、实现一个目标

食品质量安全监管工作的目标：一是确保不发生重大食品质量安全事件；二是坚决遏制一般性食品事件；三是确保取证产品和企业不出问题，努力实现不死人、不中毒，让广大人民群众吃上放心食品。

二、加大“二个力度”

一是根据市局抽查计划对食品的抽查的力度；二是对食品生产加工企业的巡查力度。

三、注重“三个突破”

一是全县茶叶小企业小作坊转化模式工作要有新的突破。现在县委、县政府对此项工作特别重视，并特别安排了调研工作，到，该项工作要有一个实实在在看得见摸得着的一个成效。

二是食品质量信用体系试点特色工作要有一个新的突破。对此项工作的打算是将此项工作着重向县委、县政府进行专项汇报，并向全县推广，有示范、有影响地工作。

三是基础性工作要有新的突破，进行一步完善食品企业档案，根据abcd分级管理的要求，加强对食品企业的巡查，充分发挥食品安全协管员的作用。

四、努力完成经济目标考核任务

一是从监督中创造经济效益；二是从服务中创造经济效益；三是从监督和服务中创造一定的社会效益。

五、提高自我的政治素质和业力素质

六、落实“四个一”

一是加强宣传工作，每人写出一篇有实际内容、有参考价值的调研文章或在《江西日报》、《中国质量报》等报刊登载的稿件。解决埋头工作，不注重宣传的不良习惯；

二是每人挂靠一个企业进行帮助指导，确保生产条件的具备并获得生产许可证，解决帮扶企业空对空的不良现象；

三是要创一项特色工作。这个特色工作要在全省、全市有影响、有示范、有推广价值，解决食品安全工作无特色、无典型的被动局面；

四是在巡查回访中要向市局稽查支队或县局稽查大队提供一个食品生产加工企业制假造假大案线索进行查处，遏制和震慑食品企业制假行为，解决食品生产企业回访巡查走过场的工作态度。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结四**

转眼间，半个月的车间实习工作已成为历史，在这半个月的时间里，通过学习工作，与其他员工的相互沟通，我已逐渐溶入了这个大集体当中。 这次实习让我感受到了公司的企业文化。工作中有苦也有乐，但更多的是收获，这次实习我受益匪浅，在半个月的实习我总结了如下几点

1. 心态转变。以前的生活养尊处忧，无需我们担忧某些问题三点一线的生活，进度跟得上就可以，而在现在的工作当中就不然，工作中，我们要考虑如何提高工作效率，怎样处理与上级领导、同事的关系，还有在工作当中的不尽人意等事情，这些都要我们以一颗平常心去对待，及时的转变心态会让我们工作更加顺利。

2.计划做事。有了明确的计划，目标才清晰，以至于在工作中不会茫然。

3. 处处留心皆学问，注重细节。

4. 了解到非标自动化设备市场前景很广阔，尤其是机器人在今后的加工行业中逐渐取代人工的繁琐。

5. 熟悉了我们公司目前所在的客户资源及其客户所定制的自动化设备。

6. 清楚的了解到我们公司目前装备的设备主要用于汽车行业，空调压缩机行业，家电行业以及其它行业。

7. 认识到了公司在做设备的工作原理及其设备各零部件所起的作用，型号和大小。

以上是我对实习期间的工作总结xx年的工作计划如下 ：

一、对销售工作的认识

1.市场分析，根据市场容量和个人能力，客观、科学的制定出销售任务。暂订年任务：销售额300万元。

2. 适时作出工作计划，制定出月计划和周计划。并定期与业务相关人员交流沟通，确保各专业负责人及时跟进。

3. 目标市场定位，区分大客户与一般客户，分别对待，加强对大客户的沟通与合作，用相同的时间赢取最大的市场份额。

4.不断学习行业新知识，为客户带来实用的资讯，更好为客户服务。可以和同行分享行业人脉和项目信息，达到多赢。

5. 先友后单，与客户发展良好的友谊，处处为客户着想，把客户当成自己的好朋友，达到思想和情感上的交融。

6. 对客户不能有隐瞒和欺骗，答应客户的承诺要及时兑现，讲诚信不仅是经商之本，也是为人之本。

7.努力保持和谐的同事关系，善待同事，确保各部门在项目实施中各项职能的顺利执行。

二、销售工作具体量化任务

1. 制定出月计划和周计划、及每日的工作量。每天至少打30个电话，每周至少拜访10位客户，促使潜在客户从量变到质变。上午重点电话回访和预约客户，下午时间长可安排拜访客户。

2. 见客户之前要多了解客户的主营业务和潜在需求，最好先了解决策人的个人爱好，准备一些有对方感兴趣的话题，并为客户提供针对性的解决方案。

3. 做好每天的工作记录，以备遗忘重要事项，并标注重要未办理事项。

4 填写项目跟踪表，根据项目进度：前期设计、备货执行、验收等跟进，并完成各阶段工作。

5. 投标过程中，提前两天整理好相应的商务文件，快递或送到客户手上，以防止有任何遗漏和错误。

6.投标结束，及时回访客户，询问投标结果。中标后主动要求深化设计，帮客户承担全部或部份设计工作。

7.争取早日与客户签订合同，并收取预付款，提前安排交货，以最快的时间响应客户的需求，争取早日回款。

8. 货到现场，请技术部安排调试人员到现场调试，,验收。

9. 提前准备验收文档，验收完成后及时收款，保证良好的资金周转率。

三、销售与生活兼顾，快乐地工作

1. 客户、同行间虽然存在竞争，可也需要与同行间互相学习和交流。

2.对于老客户。经常保持联系，在时间和条件允许时，送一些小礼物或宴请客户，当然宴请不是目的，重在沟通，可以增进彼此的感情，更好的交流。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结五**

在构思五一节日促销活动前，我想我先罗嗦几句。通常我们所讲的地面推广活动分为两种形式：一是品牌(企业品牌/产品品牌)形象认知推广;二是产品的销售促进推广(也就是sp活动)，这两种活动的目的是有所区别的，但目标多是一致的，所以在活动的设计上侧重点是不同的。

品牌形象的推广不是以销售为目的的，最终的目标是能形成销售增长。所以在活动过的设计上更多是要考虑吸引注意，形成兴趣，促进记忆，达到好感，这类活动更强调过程。而我们在制定sp活动时，更多是强调结果，所以在活动设计要充分考虑消费者的利益的诱惑，激发欲望，促成购买，是一种短期的行为。但是这两种形式的活动也是相辅相成的。任何活动的设计不能偏离我们的品牌核心利益，品牌价值的形成是我们企业长期在活动推广中不断给到消费者认知的积累。

我们在制定活动推广前，我们要做那些工作呢?内部和外部的信息分析必不可少，思路来自何方?来自于我们对事物思考的深度和广度。从年度的终端促销活动规划来看，我们可以把年度促销分为三个阶段：4、5、6三个月为一个阶段;中秋和国庆为一个阶段;元旦和春节为一个阶段，这三个阶段推广的产品是不同的，当然对每个城市来讲又有不同，这就需要我们每个城市的对每个产品进行具体分析，分析它们每个阶段的表现，从中我们可以找出我们长线推广的产品和阶段促销产品，在我们的产品推广中，我们切记：要懂得舍得。我们需要不断挖掘我们的金牛产品，培养明星产品，同时也要不断调整我们的瘦狗产品。这样我们在未来的推广中才能真正做到有的放失，不至于迷失方向。才能把有限的资源用到恰到好处，也就是我们平时所说的投入产出比合理，效益最大化。(这里我对产品的细化分析我就不在具体详谈，在以后方案中我会描述)

当然我们在分析自身产品的同时还要对我们竞争产品做市场研究，有句话“知己知彼，方能百战百胜。”竞争品牌的产品在每个阶段也会有终端推广活动，特别在敏感的终端我们的促销战术制定要因“事”而变，因“情”而变，不可一层不变。所以我们在活动期间多要深入一线，及时准确的了解终端信息。一个营销活动其实是一个循环过程，我们必须遵循p(计划)d(执行)c(监督)a(评估、修正)。特别在现阶段我们更需要整合我们优势资源，集中我们优势资源进行单点突破，以点带面，不可盲目推进，我们必须找到适合自己的推广模式，而且操作演练很熟练，形成习惯。才能去扩大我们推广范围，我们只有成功的机会，没有失败的尝试!

以上这些话是我一时的情绪所至，是因为我们现在没有真正的企划部，不能很好帮助到各分公司，有点心急!希望各位在制定各项促销活动时，能从中感悟到一些对自己有益东西。

一：活动背景

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日，这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福，希望我们的劳动人民健康、快乐。今天“劳动”的概念已经得到很大延伸和创新，更多体现我们劳动人民的智慧和勤奋，同时也衬托拥有健康才能更好享受智慧的成果。这样一个含义与我们企业的经营理念“融古今智慧，创健康人生”一脉相承。具有两千多年历史的阿胶，不正是经过我们劳动人民千年来努力，才有今天的阿胶系列产品丰富延伸和创新，它积攒了多少劳动人的光荣与梦想，它是智慧的结晶，承载着人类健康的使命!在这样一个具有深刻意义的节日，东阿阿胶更渴望表达她的报答之情!彰显我们品牌的价值!

二：活动主题

触摸“五一”，体验“阿胶”——东阿阿胶情系百姓

三：活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量

2. 借势推广我们产品，促进认知

3. 回馈广大消费者，建立忠诚度

4. 加强与终端合作，改善彼此客情

四：活动时间

20\_\_年x月x日——20\_\_年x月x日

五：活动产品

辅助产品：阿胶口服液、阿胶怡静口服液、水晶枣系列、蜂蜜(这几个产品根据每个城市基础情况而定，不要一哄而上)

六：活动城市(以分公司为单位)

济南、青岛、北京、合肥

(不要紧局限与这四个城市，其他城市只要条件允许多可开展，特别一些先进的商超终端，要充分利用此次活动，在终端形成一定的影响，给到终端对产品的信心，打好入场的基础)

七：活动规划

(一)：活动内容

1. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满50元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》一次

2. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满88元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》两次

3. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满138元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》三次

4. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满188元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》四次

5. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满238元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次。

6. 活动的解释权归山东东阿阿胶股份有限公司

(二)：活动形式

1. 每个有促销员的终端设一个摸奖箱，摸奖箱用kt板制作(尺寸长30cm宽30cm40cm)，摸奖箱四个面：两个面为企业的lg;另两个面为《触摸“五一”赢幸运》字样

2. 每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“五一”字样，请用不褪色的水笔写。

3. 乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”;5个球上写“一”;一个球上写“五一”;另外35个球上写“幸运”

4. 乒乓球的形式可以用其他东西代替(各分公司可以考虑，节约成本)

(三)：奖项设计

2. 二等奖的标志为“一”，奖品为价值88元的阿胶怡静口服液

3. 三等奖的标志为“五”，奖品为价值38元的葆苓阿胶浆

4. 四等奖的标志为“幸运”，奖品为价值6元的水晶枣(100g)

(四)：补充说明

1. 本活动可以结合终端进行联合促销，例如购买本终端产品满500元以上(其他保健品除外)也可参加我们活动一次，最多为一次。目的是让终端对我们活动有一个很好的配合，同时也为增进彼此的客情，为未来的合作打下基础

2. 本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收赢条(具体控制方法各分公司可根据当地情况自行调整)

八：促销价格策略

1. 经销商控制的终端：要求经销商给予活动的配合在供应价经常让利5%-10%或由我们与经销共同让利5%-10%

2.我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%

3.不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客!

九：活动终端要求

1、每个城市根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1)现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

(2)此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

(3)此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

(4)需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

2、在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容

3、终端的布置设计

(1) 在店门口要有活动的告知(比如海报或kt板展示活动内容或伊拉宝告知活动内容)

(2) 在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

(3) 店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

(4) 在店内堆头上要放上摸奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

4、在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力

十：经销商配合内容/(直营分公司)

1. 保证活动期间的活动产品库存，特别畅销产品量要备足，我们需要与经销商讲解活动的意义，使之从行动上真正参与本次活动

2. 经销商对终端活动内容沟通，确保本次活动顺利开展

3. 经销商需协助促销员的进场手续办理

4. 经销商为本次活动给予一定促销让利(建议5%)，我们再让5%，保证价格优势，同时配合dm的产品特价和活动内容告知

5. 保证物流的畅通，及时补给活动产品，提升销售

十一：宣传物料

1. 活动宣传单页

2. 活动海报

(设计由企划部完成，印刷和发放由保健品事业部完成)

3.分公司可以根据自身的一些宣传资源丰富终端的布置

十二：控制点

1. 产品进场

2. 促销员招聘、进场、培训

3. dm的谈判

4. 堆头和tg的落实

十三：效果预估

1. 促进现有产品的销售

2. 提升产品的知晓度

3. 树立彼此的信心

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结六**

20xx年，药房各项工作坚持以“病人为中心”，认真贯彻执行本次“树、转、促、”教育实践活动精神和药政管理的有关活动法规。在中心领导和相关业务科室密切配合下。通过药房全体人员的共同努力、团结协作、紧紧围绕中心的工作重点和要求，顺利完成了中心交给的各项工作和目标。下面就上半年工作总结如下；

今年我科加强了业务学习，特别是上级下发的各种学习，通过系统的学习。提高科室人员的思想觉悟，增强了法律意识，做到自觉遵纪守法，自觉抵制行业不正之风，以质量一地、病人第一的理念，全心全意为病人服务，做好一线窗口的药房服务工作。

严格按照《药品管理法》、《药品流通监督管理办法》、《药品运营质量规范》，等有关规定采购药品全部向取得执照的企业进货，购进药品依法签订合同，同时注明质量条款，保证临床患者用药安全及供应及时，即及时了解临床科室药品需求动态及掌握药品使用后的信息反馈。确保临床药品的合理性、安全性、患者满意性供应。按照上级和相关业务部门的新要求，中心修正和完善了药监药品入库系统。

加强药品贮存管理，每月不定期对科内工作流程及各岗位的工作质量进行抽查，并督促科室人员认真执行各种管理制度，为了进一步加强药品质量管理，在购进验收，在库养护等环节的质量管理，至少每月月底进行一次药品储存质量、效期等盘点。为了不耽误其它工作，盘点工作尽量安排在邻近下班及下班后，为保证保证药品数据的准确性，几次三番与每天盘库相核对，并将检查结果以书面形式汇总，并及时留存归档，严格执行操作规程。协助财务做好药品的半年经济核查工作。科室每个人要熟记《药品的基本知识》，严于律己，确保不发生责任事故。在发放药品时尽量按照药品效期，先进先出的原则进行发药，避免造成过期药品的出现，严格执行国家药监局《医疗机构药品使用质量管理暂行规定》的要求，从而有效保证了我中心药品质量，保证了患者的用药安全。

在上半年的工作中，还存在许多不是之处，我科会在以后的工作中查找原因，认真制定出完善的方案，减少工作制度和程序的漏洞，做到更好的为病人服务，使病人满意，领导放心，自己安心是我科的目标。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结七**

为进一步加强保健食品监管，确保公众食品安全，xx镇认真落实合食药监发20xxx号《xx市食品药品监督管理局合川区分局关于开展保健食品质量安全监管工作方案的通知》文件，保证xx镇保健食品质量安全监管工作有序开展。现将20xx年工作开展情况总结如下：

一、工作开展情况

xx镇辖区内无保健食品生产企业，仅有保健食品经营店4家，他们分别为：巨安达鑫医疗器械有限公司药品分公司第四门市，国泰大药房福寿加盟店，麦克红康药房瑞康药店，爱康诊所。

今年我镇对保健食品质量安全日常监管工作共计出动执法人员x人次、执法车辆x余辆次，检查保健食品经营店x家。通过现场检查及抽验x余次发现，x家经营店均正常营业，能够提供供货方资质和相应的购进票据，并建立了登记台账，未发现违法添加等情况。

二、工作集体措施

（一）、加强组织领导，落实保健食品安全责任。

1、镇党委、政府高度重视保健食品安全工作，切实履行职责，积极采取有效措施，加强组织领导。镇政府建立保健食品质量安全监管领导小组，由分管领导担任组长，综治办主任任副组长，各相关部门负责人组成成员，从而保证全镇保健食品安全监管工作的有序开展。

3、落实保健食品安全责任制。镇政府分别与8个村、1个社区签订《保健食品安全责任书》和4家保健食品经营店签订《保健食品经营承诺书》，并进行公示，确保落实保健食品安全责任。

4、制定保健食品违法添加有奖举报制度，发动社会监督力度，使我们能更好对保健食品市场进行监管。

（二）、加强日常监管，不断净化保健食品市场

坚持标本兼治、防打结合、分类监管、综合治理的原则，在日常监管的基础上狠抓重点品种、重点对象、重点区域和重要时段，深入开展保健食品安全监管工作。

1、加强保健食品环节整治，规范加工行为。以强化进货索证为重点，全面建立保健食品进货溯源制度。

2、加大村卫生室、保健品销售点的监管力度。一方面建立基础台账，对他们的主要销售的物品、进货渠道等基本信息做到心中有数，另一方面对其加大日常监管，给不安全行为无可乘之机。

（三）、加强保健食品监管制度建设。

今年来，先后制定了保健食品监管员培训制度、监管员月例会制度、重大安全事故查处制度及保健食品安全事故报告制度等基本工作制度，有力推进保健食品监管工作的制度化推进工作。

（四）、加强宣传教育，提高群众安全意识

要形成全社会共同参与的局面，广泛开展宣传教育是关键。充分利用多种形式宣传平台，有力组织xx中心卫生院、xx工商所、镇综治办、xx司法所、xx派出所等部门的同志在全镇群众中普及保健食品安全意识和保健食品质量安全辨别知识，使保健食品安全知识深入人心。今年共开展大型保健食品知识讲座x场次，悬挂x多幅横幅，发放保健食品安全小册子、宣传画等各种宣传资料x多份。

三、存在的问题和不足

保健食品安全监管工作在镇党委政府的领导下，在各部门的配合下，虽然取得了一些工作成效，但也存在一些不足。一是农民群众对保健食品安全意识淡薄，存在麻痹大意现象；二是监管人员少、监管面大、任务重、监管人员业务水平不高（简直就是外行管内行）和监管设备缺乏，给基层食品药品监管工作带来难度。

四、今后工作打算

（一）、加强宣传，营造氛围。

通过向社会发布市场保健食品质量监督检查信和公布检测信息活动，宣传保健食品科学知识，增强人民群众防备保健食品安全的意识，提高自我保护能力。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结八**

为加强对保健食品、化妆品市场监督和管理，进一步规范保健食品、化妆品生产经营秩序，严厉打击生产销售假冒伪劣保健食品、化妆品行为，切实保障广大人民群众的身体健康和生命安全，根据上级文件要求，县食品药品监督管理局食品安全稽查队认真组织，积极行动，有计划、有步骤、有重点地开展对全县保健食品、化妆品监管工作，现将半年工作总结如下：

一、加强领导，认真部署

根据上级有关要求，我队迅速展开部署，成立了以县食品药品监督管理局主管副局长张国文为组长，县食品安全稽查队队长杜增兵为副组长、四个科室全体执法人员为成员的井陉县保健食品、化妆品检查工作小组。

二、明确责任，突出重点

四个科室按照各自区域划分，以保健食品、化妆品经营单位为重点监管对象，严格对各自辖区内保健食品、化妆品经营单位进行摸底排查，为下一步工作指明了方向。通过摸底调查，全县共有保健食品经营单位23家，化妆品经营单位37家，无保健食品、化妆品生产企业。

三、专项整治，卓有成效

根据市食药监局关于印发《保健食品化妆品违法违规生产经营专项检查工作实施方案》和《保健食品化妆品违法添加专项检查工作实施方案》的通知要求，县食品安全稽查队于6月9日至8月30日开展了为期三个月的保健食品、化妆品专项检查工作。重点检查内容包括经营中的保健食品、化妆品的进货渠道、产品资质、标签说明书、索证制度落实情况、销售台账等。通过专项整治，进一步完善了我县区保健食品、化妆品监督执法管理机制，逐步的规范了保健食品、化妆品经营户在产品进购、销售环节中存在的不办证、不索证、虚假宣传产品功效的现象，增强了生产经营者的法制观念和消费者自我保护的意识，进一步规范了市场经济秩序。

此次活动共出动监督执法人员150人次，车辆41辆次，检查保健食品、化妆品经营单位100余户次，没收不合格保健食品、化妆品67件（盒），立案5起，罚款8000元。

四、存在问题

（一）保健食品、化妆品经营单位索证意识淡薄。部分经营单位未索取所经营产品有效的卫生许可证、产品检验合格报告单的复印件等相关证件。有些经营户根本无任何索证意识，有些经营户有索证意识但嫌其手续繁琐不愿意去索证。

（二）保健食品、化妆品标签标识及说明书不规范。具体表现为：

1、有些宣传特殊功效的保健食品、化妆品未办理^v^核准的特殊批准文号，却进行特殊用途大肆宣传。有些产品卫生许可证号经核实与该产品名称不符。

2、擅自宣传疗效。诸如一天见效，三天祛痘等用语。

3、存在虚假夸大宣传现象。

4、使用医疗术语，误导消费者。

5、个别化妆品存在不规范标注。如“第二代”、“生发易”等。

五、工作建议

（一）加强宣传，强化培训。保健食品、化妆品存在的问题具有社会普遍性，是一个有待全社会关注的共性问题。积极对保健食品、化妆品经营户宣传培训化妆品的相关法律法规、标签标识有关规定，并提出具体要求，如：索取相关证件，建立档案，上柜产品登记审查等。

（二）深入开展专项整治活动，加大监督覆盖面。联合工商、质检等部门，严格监督购、销环节，加强对无证经营户、假冒商品的打击力度。

（三）、提高监督人员素质，强化日常监督力度，建立长效卫生监管机制，目标明确，具体任务，落实到人。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结九**

随后，我说：大家作为店长这个角色，首先要给自己定位为管理者，向管理才能要效益。其次，店长要明白只有学会门店数据分析、观察员工动态，努力做好工作总结，并与公司发展保持一致，我相信，药店店长管理才会更加得心应手，大家点头表示同意。那么，在接下来我将简洁明了的教会店长们该如何做好不同时间段的工作总结或汇报。

1、销量完成情况：任务数、实际完成数量、完成比例、与上月（半月）同期比上升（下降）百分比。

2、销量完成情况分析，找出上升（下降）的原因。

3、本月在销售过程中我们采取了哪些措施、取得了哪些成绩。

4、门店管理过程中，有哪些好的方法；员工思想动态如何，（解发现决）了哪些问题。

5、员工培训工作采取了哪些措施、取得了哪些效果。

6、工作中还有哪些误区、哪些不足。

7、还有哪些问题门店不能解决需提交公司解决的。

8、对公司运营中存在的问题提出自己的意见。（合理化建议）

a、公司各个环节中不完善的地方。

b、公司哪些不合理的现象需改进。

c、建议。

1、在销售上将采取哪些措施，将达到什么样的效果。

2、怎样去培训员工，怎样增加团队凝聚力。

3、如何实施门店管理工作。

店长在月底员工大会上（公司全体员工）的发言涵盖内容：

1、销售完成情况：完成情况，完成任务的百分比、比上月超额（下降）百分比，并分析原因。注意：在该项发言中涉及到公司机密，不要用具体的数字表述，只能用完成的百分比表述。

2、上月销售工作中我们采取的销售方法取得了明显的成绩值得大家共同分享。

3、表扬上月在工作中的好人好事。

4、工作中的不足（要简要，点到为止，切记尽量不要点名批评）。

1、为完成各项工作任务，将采取的措施。

2、表决心：要充满激情和信心，语气肯定，从而达到鼓舞士气，振奋人心的效果。

备注：管理人员怎样才能做到总结材料有理有据1、要在思想上和行动上与公司保持高度一致，要明确任务和职责。

要不断加强工作，加强学习，无论在什么方面都要学、要懂，遇事能顶上，叫员工信服。

2、要不断同员工沟通，利用非工作时间了解他们的工作、生活，提供力所能及的帮助，从而拉近管理者与普通员工关系。

3、要积极同员工探讨工作方法，认真听取他们的意见，多给表扬和鼓励，让员工感觉你在重视他，提高他们的工作积极性。

4、要多将自己的工作经验同员工分享，让他们不断进步。

5、要及时有针对性的向员工通报工作进展情况，让他们积极地参与解决，提高员工主人翁意识。

6、要开好早会、周例会，大胆开展批评与自我批评，总结成绩找到不足。有必要对每个员工工作进行点评。

7、要大公无私，以身作则。做到有困难抢先干，有问题不推脱，有责任敢承担，有好处先考虑员工，在员工中树立领导风范。

8、要及时做好员工思想工作，抓住了员工思想，各项工作就完成了一半。让员工感到你在乎她（他），让她（他）工作舒畅，让她（他）感到集体的温暖，这才能一团和气。

9、要严格执行各项制度，一视同仁。处理问题要方圆适度，切记不可把矛盾激化。

10、要养成工作日清日结，每日记工作笔记的好习惯。店长、部门经理要加强协调、配合，多沟通。

总之，作为药店店长你只要用心学习领会以上内容，你将会在药店管理方面更有一个飞跃。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十**

现在我已经在公司担任业务员有四年的时间了。可以说我是公司数得着的老业务员之一，也是对公司的发展有一定贡献了。现在20\_\_年将结束，我想对自己的工作提前写下20\_\_年业务员工作计划，让自己在假期中能够安稳的度过，也让自己能够及时的认识到当前的形势，希望不会让自己失望!

一、日后工作开展的计划

在和客户沟通这方面，很重要的一点是确保提供给客户的信息是正确并能达到的的。

当客户没下单前，了解客户的性质(是中间商还是最终使用者)，达到知己知彼。

在客户下单后，需及时向客户汇报交期，询问是否仍有询价。

发货后，可在客户收到货一周后追踪产品的质量反馈，如有问题，首先要明确自己对于这个事件的态度，同时要及时帮客户解决问题，

在追踪客户这方面，适时发邮件向客户问候并询问是否有采购计划，每次追踪问候都需不一样，换个方式问。

而且，备忘客户的一些重大节日和生日，在这些有纪念意义的日子里送上自己的一份祝福，给客户心底留下一个亲切的印象。

二、制订学习计划

学习，对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。专业知识、综合能力、都是我要掌握的内容。

增强责任感、增强服务意识、增强团队意识。积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。

以上，是我对20\_\_年的工作计划，可能还很不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。展望20\_\_年，我会更加努力、认真负责的去对待每一个业务，也力争赢的机会去寻求更多的客户，争取更多的单，完善业务开展工作。相信自己会完成新的任务，能迎接20\_\_年新的挑战。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十一**

今年以来，在区委、区政府的正确领导和全区安监系统干部职工的共同努力下，我局各项工作水平有了大幅提高，安全生产形势稳步好转，但工作中仍存在不少问题，安全生产形势依然严峻。主要表现在：一是目前还存在大量安全事故隐患，发生群死群伤较大以上安全事故风险依然较高；二是长效机制建设和全区安全防控体系建设仍需进一步完善；三是我区危险化学品企业较多，安全监管仍存在漏洞；四是执法监察和“打非治违”力度还需进一步加大。

抓好安全生产，坚守城区安全底线，是我区实现转型升级，跨越争先的前提，是龙岗建设“六区一城”的基础。明年，安监局将按照区委、区政府的工作部署，时刻保持高度的责任感，真抓实干，求真务实，采取强力手段排查隐患、减压事故，坚守底线，毫不松懈，始终保持高压态势，努力用使我区安全管理水平再上一个新台阶。

一、坚守安全底线，全面加强“一岗双责”体系建设。坚持用刚性制度保障安全底线，贯彻落实城区安全1+3系列文件，全面落实党政领导和各街道、各部门、各单位的安全监管责任，进一步强化党政领导干部安全生产“一岗双责”制度、安全生产奖励机制、“一票否决”制度和责任追究制度；加强对“一岗双责”落实情况的督查督办，强化安全生产日常考核和警示约谈；推进“一岗双责”日常管理体系建设，强化对安监队伍内部考核，形成长效机制保障城区安全。

二、全力抓好安全生产标准化建设，提高企业安全管理水平。认真总结企业分类分级管理经验，全力以赴推进安全生产标准化建设，提高我区企业安全生产管理水平；采取强力措施督促企业落实主体责任，建立安全投入保障机制，完善安全规章制度，设置安全管理机构，配备安全管理人员，切实加强全员、全方位、全过程的`精细化管理，把安全责任层层落实到每一个环节、每一个岗位。

四、加大安全执法监察力度，不断深化事故处理。对全区工矿商贸企业实行计划执法、重点执法，重点监督设备、管理、技术落后企业；进一步加大安全生产执法监察力度，全面清理排查“三小”场所，加大对非法违法生产建设行为的打击力度。探索“倒推式”监管模式，实现安全执法精细化，完善企业内部安全管理体系，形成事故和隐患倒查机制。提高事故处理技术含量，积极做好安全生产信息和死亡事故统计、分析、上报工作，认真查找事故深层次原因及规律，科学预防事故发生。

五、创新安全宣传和教育模式，不断拓宽安全培训范围，形成良好安全氛围。加大安全生产宣传和教育培训投入，创新安全生产宣传形式；扩大安全生产培训范围，强化企业负责人和安全主任安全培训，开展危险化学品企业全员培训和重点企业班组长培训，督促企业落实员工安全培训。开展创建安全社区工作，提高企业安全管理能力。完善企业应急救援预案，加强应急救援演练，提高企业自救和互救能力。

六、抓好党风廉政，推进安监队伍建设。按照区委统一安排，认真抓好群众路线教育实践活动；加强党风廉政建设，认真贯彻执法中央八项规定，严格查处“四风”，改进安监队伍作风建设，增强队伍责任意识，提高依法行政的能力与水平；坚持把加强安全生产监管与推进党风廉政建设结合起来，增强党员干部廉洁自律意识；落实包点街道工作制度，抓好安监系统执法队伍的建设。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十二**

保健食品监管条例

保健食品监管条例

第一章 总则

第一条 为了保障公众身体健康和生命安全，对保健食品实行严格监管，根据《^v^食品安全法》(以下简称《食品安全法》)，制定本条例。

第二条 本条例所称保健食品，是指声称并经依法批准具有特定保健功能的食品。保健食品应当适宜于特定人群食用，具有调节机体功能，不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生急性、亚急性或者慢性危害。保健食品产品及说明书应当经国家食品药品监督管理部门审查批准。

以补充维生素、矿物质为目的的营养素补充剂纳入保健食品管理。

第三条 在^v^境内从事保健食品生产经营和监督管理，适用本条例。

第四条 保健食品的生产经营者应当依照法律、法规和有关标准从事生产经营活动，对社会和公众负责，保证保健食品安全，接受社会监督，承担社会责任。

第五条 国家食品药品监督管理部门主管保健食品监督管理工作。^v^有关部门在各自的职责范围内负责保健食品有关的监督管理工作。

县级以上地方各级食品药品监督管理部门负责本行政区域内的保健食品监督管理工作。县级以上地方各级人民政府有关部门在各自的职责范围内负责与保健食品有关的监督管理工作。

第六条 保健食品行业协会应当加强行业自律，引导企业依法生产经营，推动行业诚信建设，宣传、普及保健食品安全知识。

第七条 任何组织或者个人有权举报保健食品生产经营中违反本条例的行为，有权向有关部门了解保健食品质量安全信息，对保健食品监督管理工作提出意见和建议。

第二章 保健食品产品注册管理

第八条 保健食品评价指导原则和功能范围由国家食品药品监督管理部门制定、公布。

国家食品药品监督管理部门应当根据科学技术的发展和社会的需要，适时调整、公布保健食品的评价指导原则和功能范围。

第九条 保健食品所使用的原料和辅料应当对人体安全无害，符合食品安全国家标准和相关要求。

按照传统既是食品又是中药材的物质的目录由^v^卫生行政部门制定、公布。

第十条 保健食品应当依法经过国家食品药品监督管理部门审批并取得产品注册证。取得产品注册证的保健食品应当使用国家食品监督管理部门规定的保健食品标志。

营养素补充剂应当依法经国家食品药品监督管理部门安全性审查，实行备案管理。

第十一条 国产保健食品注册的申请人应当是在中国境内合法登记的法人或者其他组织。

进口保健食品注册的申请人应当是境外合法的保健食品生产厂商。

申请人应当对其申报产品的安全性和声称的功能负责。

第十二条 申请人申请保健食品注册之前，应当按照国家有关要求开展研制工作。

第十三条 申请保健食品注册的，应当按照国家食品药品监督管理部门的规定，向省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，报送产品的研发报告、配方、生产工艺、企业标准、标签、说明书、安全性及功能性评价材料等资料、样品，并提供相关证明文件。省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门应当在受理后30日内组织开展现场核查并抽样送检，提出意见后报国家食品药品监督管理部门。

申请进口保健食品注册的，应当向国家食品药品监督管理部门提出申请，国家食品药品监督管理部门应当在受理后30日内抽样送检，必要时组织开展现场核查。

第十四条 国家食品药品监督管理部门应当组织对申请注册的保健食品的安全性、功能性及质量可控性等进行技术审评和行政审批，对产品说明书、企业标准进行审定。对符合要求的，决定准予注册，发给产品注册证;对不符合要求的，决定不予注册并书面说明理由。

对符合要求的进口保健食品，国家食品药品监督管理部门应当将技术审评和行政审批情况通报国家出入境检验检疫机构。

第十五条 保健食品产品注册证有效期为五年。有效期届满，需要继续生产或者进口的，申请人应当在有效期届满前3个月内申请再注册。

有下列情形之一的，不予再注册：

(一)未在规定时限内提出再注册申请的;

(二)其功能不在公布的功能范围内的;

(三)在产品注册证有效期内未生产销售的;

(四)其他不符合国家有关规定的情形的。

第十六条 国家食品药品监督管理部门技术审评和技术评价机构负责依据食品安全国家标准和有关要求组织保健食品的技术审评和技术评价工作。

第十七条 保健食品标签、说明书及名称应当符合国家食品药品监督管理部门的规定。

第三章 保健食品生产经营管理

第十八条 保健食品生产者对其生产产品的质量和安全负责。

第十九条 开办保健食品生产企业，应当向所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请。

拟新建保健食品生产企业，应当依法取得产品注册证，经检查符合《保健食品良好生产规范》要求，取得《保健食品生产许可证》，凭《保健食品生产许可证》到工商行政管理部门办理登记注册后，方可组织生产。《保健食品生产许可证》应当标明生产的保健食品品种。

保健食品生产企业拟增加保健食品品种的，应当经《保健食品良好生产规范》检查合格后，在《保健食品生产许可证》上予以标明。

第二十条 经省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门批准，具有同剂型生产条件的保健食品生产企业可以接受委托生产保健食品。

委托方对所委托生产产品的质量安全负责;受委托方应当保证生产符合《保健食品良好生产规范》并承担相应法律责任。

第二十一条 保健食品生产应当符合国家制定的《保健食品良好生产规范》要求。《保健食品良好生产规范》包括机构与人员、厂房与设施、设备、物料、卫生、验证、文件、生产管理、质量管理、投诉与安全性事件报告、自查等内容。

保健食品生产企业应当依照《食品安全法》第三十六条、第三十七条规定建立原料进货查验记录和食品出厂检验记录，并应当如实记录食品生产过程的安全管理情况。记录的保存期限不得少于2年。

第二十二条 开办保健食品批发企业，应当向省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请;开办保健食品零售企业，应当向所在地县级食品药品监督管理部门提出申请。经检查符合《保健食品良好经营规范》要求的，发给《保健食品经营许可证》，凭《保健食品经营许可证》到工商行政管理部门办理登记注册。

第二十三条 保健食品经营应当符合《保健食品良好经营规范》的要求。《保健食品良好经营规范》包括管理职责、人员与培训、设施与设备、进货与验收、陈列与储藏、销售与服务、质量管理、投诉与安全性事件报告、自查等内容。

保健食品经营企业应当依照《食品安全法》第三十九条第二款的规定建立进货查验记录制度，应当如实记录食品的名称、规格、数量、生产批号、保质期、供货者名称及联系方式、进货日期等内容，或者保留载有上述信息的进货票据。记录、票据的保存期限不得少于2年。

第二十四条 取得产品注册证的进口保健食品应当经出入境检验检疫机构检验合格后，海关凭出入境检验检疫机构签发的通关证明放行。

出口商出口保健食品的，应当报所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门备案，取得备案凭证后方可向出入境检验检疫机构申办出口手续。

出入境检验检疫机构应当根据食品药品监督管理部门出具的备案凭证，对出口保健食品进行监督、抽检，发放通关证明。海关凭出入境检验检疫机构签发的通关证明放行。

第二十五条 保健食品及其用于保健食品的原料、辅料、包装材料、检验规范和方法等保健食品的食品安全国家标准由^v^卫生行政部门制定。国家食品药品监督管理部门应当将审定的进口保健食品产品企业标准通报国家出入境检验检疫部门，作为出入境检验检疫的依据。

保健食品生产企业应当按照食品安全国家标准、国家有关规定和国家食品药品监督管理部门批准的产品配方、生产工艺进行生产，生产记录应当完整准确。

第二十六条 保健食品生产者应当对其产品标签、说明书内容的真实性负责，其标签、说明书内容应当与批准的内容一致。

保健食品的标签、说明书应当载明适宜人群、不适宜人群、功效成分或者标志性成分及其含量等，并符合国家有关规定，不得涉及疾病预防、治疗功能。

第二十七条 《保健食品生产许可证》和《保健食品经营许可证》有效期为五年。有效期届满，需要继续生产或者经营保健食品的，持证企业应当在许可证有效期届满前30日内，向原发证部门申请换发《保健食品生产许可证》或者《保健食品经营许可证》。

第二十八条 保健食品广告应当经省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门审查批准，并发给保健食品广告批准文号。未取得保健食品广告批准文号的，不得发布。

保健食品广告应当真实合法，不得含有虚假、夸大的内容，不得涉及疾病预防、治疗功能。

第二十九条 保健食品广告批准文号的申请人应当是具有合法资格的保健食品生产经营者。保健食品经营者作为申请人的，应当征得保健食品生产者的同意。

保健食品广告的审查办法，由^v^卫生行政部门、国家食品药品监督管理部门会同^v^工商行政管理部门制定。

第四章 监督管理

第三十条 县级以上地方食品药品监督管理部门负责本行政区域内保健食品生产经营企业的监督检查工作，应当建立实施监督检查的运行机制和管理制度，制定保健食品年度监督管理计划并按照年度计划组织开展工作。

第三十一条 国家食品药品监督管理部门对上市后的保健食品组织实施安全性监测和评价，并及时通报^v^卫生行政部门。

保健食品安全性监测可以采取主动监测和安全性事件报告等方式。

第三十二条 保健食品生产经营企业和医疗卫生机构发现可能与食用保健食品有关的安全性事件时，应当按照《食品安全法》有关食品安全事故处置的规定报告。

第三十三条 国家建立保健食品召回制度。

食品药品监督管理部门根据保健食品安全性监测与评价结果，可以采取责令召回，暂停生产、销售等措施，并予以公布。

第三十四条 食品药品监督管理部门应当依照《保健食品良好生产规范》和《保健食品良好经营规范》，对保健食品生产经营企业进行跟踪检查，并有权采取下列措施：

(一)进入生产经营场所实施现场检查;

(二)对生产经营的保健食品进行抽样检验;

(三)查阅、复制有关合同、票据、账簿、批生产记录、检验报告以及其他有关资料;

(四)责令停止生产经营并召回不符合保健食品标准的产品;

(五)查封、扣押假冒及有证据证明不符合保健食品标准的产品，违法使用的保健食品原料、食品添加剂、食品相关产品，以及用于违法生产经营或者被污染的工具、设备;

(六)查封违法从事保健食品生产经营的场所。

第三十五条 有下列情形之一的，县级以上食品药品监督管理部门可以采取查封、扣押行政强制措施：

(一)假冒保健食品产品注册证的;

(二)保健食品不符合标准规定的或其中擅自添加其他成分的;

(三)保健食品产品名称、标签、说明书内容与批准的内容不符，或者违反本条例相关规定的;

(四)标签、说明书或销售宣传材料涉及疾病预防、治疗功能的;

(五)其他有证据证明可能危害人体健康的。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十三**

在构思五一节日促销活动前，我想我先罗嗦几句。通常我们所讲的地面推广活动分为两种形式：一是品牌(企业品牌/产品品牌)形象认知推广;二是产品的销售促进推广(也就是sp活动)，这两种活动的目的是有所区别的，但目标多是一致的，所以在活动的设计上侧重点是不同的。

品牌形象的推广不是以销售为目的的，最终的目标是能形成销售增长。所以在活动过的设计上更多是要考虑吸引注意，形成兴趣，促进记忆，达到好感，这类活动更强调过程。而我们在制定sp活动时，更多是强调结果，所以在活动设计要充分考虑消费者的利益的诱惑，激发欲望，促成购买，是一种短期的行为。但是这两种形式的活动也是相辅相成的。任何活动的设计不能偏离我们的品牌核心利益，品牌价值的形成是我们企业长期在活动推广中不断给到消费者认知的积累。

我们在制定活动推广前，我们要做那些工作呢?内部和外部的信息分析必不可少，思路来自何方?来自于我们对事物思考的深度和广度。从年度的终端促销活动规划来看，我们可以把年度促销分为三个阶段：4、5、6三个月为一个阶段;中秋和国庆为一个阶段;元旦和春节为一个阶段，这三个阶段推广的产品是不同的，当然对每个城市来讲又有不同，这就需要我们每个城市的对每个产品进行具体分析，分析它们每个阶段的表现，从中我们可以找出我们长线推广的产品和阶段促销产品，在我们的产品推广中，我们切记：要懂得舍得。我们需要不断挖掘我们的金牛产品，培养明星产品，同时也要不断调整我们的瘦狗产品。这样我们在未来的推广中才能真正做到有的放失，不至于迷失方向。才能把有限的资源用到恰到好处，也就是我们平时所说的投入产出比合理，效益最大化。(这里我对产品的细化分析我就不在具体详谈，在以后方案中我会描述)

当然我们在分析自身产品的同时还要对我们竞争产品做市场研究，有句话“知己知彼，方能百战百胜。”竞争品牌的产品在每个阶段也会有终端推广活动，特别在敏感的终端我们的促销战术制定要因“事”而变，因“情”而变，不可一层不变。所以我们在活动期间多要深入一线，及时准确的了解终端信息。一个营销活动其实是一个循环过程，我们必须遵循p(计划)d(执行)c(监督)a(评估、修正)。特别在现阶段我们更需要整合我们优势资源，集中我们优势资源进行单点突破，以点带面，不可盲目推进，我们必须找到适合自己的推广模式，而且操作演练很熟练，形成习惯。才能去扩大我们推广范围，我们只有成功的机会，没有失败的尝试!

以上这些话是我一时的情绪所至，是因为我们现在没有真正的企划部，不能很好帮助到各分公司，有点心急!希望各位在制定各项促销活动时，能从中感悟到一些对自己有益东西。

一：活动背景

“五一”劳动节是我们中国广大老百姓传统节日，这样一个节日寄托了一份对老百姓感激和深情的祝福，希望我们的劳动人民健康、快乐。今天“劳动”的概念已经得到很大延伸和创新，更多体现我们劳动人民的智慧和勤奋，同时也衬托拥有健康才能更好享受智慧的成果。这样一个含义与我们企业的经营理念“融古今智慧，创健康人生”一脉相承。具有两千多年历史的阿胶，不正是经过我们劳动人民千年来努力，才有今天的阿胶系列产品丰富延伸和创新，它积攒了多少劳动人的光荣与梦想，它是智慧的结晶，承载着人类健康的使命!在这样一个具有深刻意义的节日，东阿阿胶更渴望表达她的报答之情!彰显我们品牌的价值!

二：活动主题

触摸“五一”，体验“阿胶”——东阿阿胶情系百姓

三：活动目的

1. 利用节日消费高峰，提高销量

2. 借势推广我们产品，促进认知

3. 回馈广大消费者，建立忠诚度

4. 加强与终端合作，改善彼此客情

四：活动时间

20\_年x月x日——20\_年x月x日

五：活动产品

辅助产品：阿胶口服液、阿胶怡静口服液、水晶枣系列、蜂蜜(这几个产品根据每个城市基础情况而定，不要一哄而上)

六：活动城市(以分公司为单位)

济南、青岛、北京、合肥

(不要紧局限与这四个城市，其他城市只要条件允许多可开展，特别一些先进的商超终端，要充分利用此次活动，在终端形成一定的影响，给到终端对产品的信心，打好入场的基础)

七：活动规划

(一)：活动内容

1. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满50元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》一次

2. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满88元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》两次

3. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满138元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》三次

4. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满188元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》四次

5. 凡在活动期限内购买东阿阿胶保健系列品满238元，就可参加我们的《触摸“五一”赢幸运摸奖活动》五次，最多五次。

6. 活动的解释权归山东东阿阿胶股份有限公司

(二)：活动形式

1. 每个有促销员的终端设一个摸奖箱，摸奖箱用kt板制作(尺寸长30cm宽30cm40cm)，摸奖箱四个面：两个面为企业的lg;另两个面为《触摸“五一”赢幸运》字样

2. 每个摸奖箱放五十一个乒乓球，乒乓球上标志设计为“五”“一”“五一”字样，请用不褪色的水笔写。

3. 乒乓球上〈字样标志〉分配：10个球上写“五”;5个球上写“一”;一个球上写“五一”;另外35个球上写“幸运”

4. 乒乓球的形式可以用其他东西代替(各分公司可以考虑，节约成本)

(三)：奖项设计

2. 二等奖的标志为“一”，奖品为价值88元的阿胶怡静口服液

3. 三等奖的标志为“五”，奖品为价值38元的葆苓阿胶浆

4. 四等奖的标志为“幸运”，奖品为价值6元的水晶枣(100g)

(四)：补充说明

1. 本活动可以结合终端进行联合促销，例如购买本终端产品满500元以上(其他保健品除外)也可参加我们活动一次，最多为一次。目的是让终端对我们活动有一个很好的配合，同时也为增进彼此的客情，为未来的合作打下基础

2. 本次参加活动消费者必须凭电脑小票或收赢条(具体控制方法各分公司可根据当地情况自行调整)

八：促销价格策略

1. 经销商控制的终端：要求经销商给予活动的配合在供应价经常让利5%-10%或由我们与经销共同让利5%-10%

2.我们直营的终端：在供应价的基础上让利5%-10%

3.不管是经销还是直营的门店多要争取终端同时让利，要求他们也给予5%-10%点让利，我想这样才能在终端形成一定的价格优势，做到互惠互利，共同争取更多的消费者，回馈我们的顾客!

九：活动终端要求

1、每个城市根据现有的资源和能力准确安排本次活动的点，作为活动点应具备的基本条件：

(1)现有产品结构比较合理，特别要有足够的礼盒陈列

(2)此店在活动期间要有堆头展示，同时能配备导购小姐，至少保证一天一名

(3)此店要有足够的人流量，我们的产品在里面要有一定销售基础

(4)需要有良好的客情关系，能配合本次活动的有效执行

2、在此店要有重点产品的dm支持，同时在dm上告知活动内容

3、终端的布置设计

(1) 在店门口要有活动的告知(比如海报或kt板展示活动内容或伊拉宝告知活动内容)

(2) 在店门口要有赠品展示台和发奖人员同时兼活动宣传单页发放

(3) 店内的堆头上要尽可能贴上我们活动海报，彰显活动气氛

(4) 在店内堆头上要放上摸奖箱/赠品进行展示，激发消费者购买欲望

(5) 店内堆头上要摆放活动宣传单页，以便顾客取阅

4、在活动开始前三天，需要在目标终端附近的小区进行目标人群的活动宣传单派发，扩大活动的目标影响力

十：经销商配合内容/(直营分公司)

1. 保证活动期间的活动产品库存，特别畅销产品量要备足，我们需要与经销商讲解活动的意义，使之从行动上真正参与本次活动

2. 经销商对终端活动内容沟通，确保本次活动顺利开展

3. 经销商需协助促销员的进场手续办理

4. 经销商为本次活动给予一定促销让利(建议5%)，我们再让5%，保证价格优势，同时配合dm的产品特价和活动内容告知

5. 保证物流的畅通，及时补给活动产品，提升销售

十一：宣传物料

1. 活动宣传单页

2. 活动海报

(设计由企划部完成，印刷和发放由保健品事业部完成)

3.分公司可以根据自身的一些宣传资源丰富终端的布置

十二：控制点

1. 产品进场

2. 促销员招聘、进场、培训

3. dm的谈判

4. 堆头和tg的落实

十三：效果预估

1. 促进现有产品的销售

2. 提升产品的知晓度

3. 树立彼此的信心

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十四**

市场环境分析

近年来老年保健品市场空间巨大，随着生活水平的提高，人们的保健意识越来越强烈，20xx年国内医药保健品销售额为1508 亿元，20xx年为1780亿元，比20xx年增长了，是1980年70亿元的25倍,平均年增长率13%。

20xx年达20xx亿元左右，

预计20xx年可达到2500亿元，

20xx年将达到4300亿元，

20xx年将达到13000亿元!参考数字

(据7月3日出版的《经济日报》所援引的资料，全球保健食品已占整个食品销售的5%，达上千亿美元，而且每年都以相当速度增长。美国目前的保健食品销售额达750亿美元，占食品销售额的1/3;日本近两年的保健品销售额为15000亿日元，年产保健品3000多种;欧洲的保健食品也有20xx余种，销售额以每年17%的速度递增。我国自古就有药食同源的养生文化，用老百姓的话说，就是“药补不如食补”。作为一个亟须培育的行业，保健品市场的需求潜力之大实在诱人。20xx年我国保健食品年销售额达到500亿元，权威部门预计到20xx年将达到1000亿元。)

1、 市场前景：20xx年底我国60岁及以上老年人口总数为亿，到20xx年将达到亿，到2024年，60岁及以上老年人口总数为亿。这些庞大的数字告诉我们老年人保健品市场将会成为商家必争之地。前景广阔，市场空间巨大。

2、 市场概述：目前我国老年保健品市场相对混乱尚不成熟，各领风骚三五年，很少有长胜的品牌，多以概念炒作为主，通过广告忽悠消费者，对消费研究尚不到位，根本不了解消费的真实想法与所需要什么?

3、 环境法规：广告法在保健品上体现不明显，保健品广告虚假、胡跨太大，明明只是普通的保健品，在商家广告中径成为治疗糖尿并心脑血管病的新疗法，而我国的一些媒体却助长了虚假广告的盛行，只要给钱就给上，这样更加纵容老年保健品的混乱。

4、 国家环境：目前国家对房地产的控制，国八条、国六条的相继出台可以看出保健品的混乱格局将不会维持太久，保健品广告宣传必将受到国家的严格限制。必将会出台一系列的政

产品分析(swot)

优势：

1)为中药保健，现今消费者知道西药治标，中药治本，而对糖尿并心脑血管等终身顽疾的病症来说，中药才是灵药，例如：如果感冒了你决不会选择中药，因为没有必要，但是如果你的了很难治愈的病，无疑你会选择中药。

2)茶剂，得主要成分为茶中精华：茶多酚、茶多糖、茶儿茶素等。这些成分是消费者熟知的，对病症有疗效。茶，文化悠久，容易让消费者信赖，不会产生抵触心理。

3)茶作用历史久远，《神农本草》记载：“神农尝百草，日遇27毒，得茶而解之。” 《本草拾遗》也有“诸药为各病之药，茶为万病之药”的论述。唐代陆希声诗云;“春醒酒病兼消喝，异取新芽旋摘煎。”可见唐代时已发现饮茶对糖尿病有疗助，但不能过浓与过量。

劣势：

1)价位偏高，作为消费者终身用药的选择价位偏高，每盒33元，20袋，6天半的量，一般消费者很难持续购买。

2)效果不明显，中药制剂，消费者服用后效果没有中药直接、快。

3)久病成医，糖尿并心脑血病患者，对自己的病以及各种药品都用一定的了解，很难说服。

4)御生堂生产，知名度、美誉度不高。

机会：

1) 市场空间巨大，很容易分得一杯羹。

2) 糖尿并心脑血病患者，容易相信新产品，高科技产品。治本中药。 消费者分析

消费者不一定是产品的最终使用者，可以是孩子给父母，给家人，给朋友的礼品，消费者的内心世界各不相同，千奇百怪，购买行为也不一样，所以对消费者的了解熟知显得非常重要，这也是产品各阶段进行市场调差的一方面原因。

1、 消费者的消费行为与消费能力紧密相连，一个老年人对生命看得很重要，但是如果没有钱，他们不会去借钱买保健品的，因为毕竟不是必须的药品。

2、 老年消费者比较理性，人生短短几十年，活了大半辈子了见过的市面很多阿，思想趋于理性化，尤其那种常年的病的老年人，他们可以称得上是半个医生，有时候比我们知道的都多。

3、 感性与理性相结合，老年人的情感相对比较丰富，关心对于寂寞、退休、子女忙得老年人来说容易见效，可望得到别人的理解、尊重、关怀、信任。由于老年人的购买理性，所以理性诉求，产品优点、概念创新、机理通俗会得到厚爱。

4、 环境因素，任何消费者对环境的影响都很大，如果有一个人用了你的保健品效果明显，他会带领更多的人关顾你的，如果效果不好 会有由很多人连尝试的想法都会没有了。

例如：向呵护孩子一样关心老年人

尊重老干部就是尊重我党的历史;关心老干部就是关心我党的未来

5、家庭环境，老年人的家庭环境会直接 影响老年人对保健产品的选择，其中包括子女对父母的影响、父母的工作经验、 等。

6、消费者容易相信新产品，中老年糖尿并心脑血管病患者明明知道自己的病是终身病，但还是会存有一丝的希望，希望国家研制开发一种新药对自己的病有独特的疗效。

7、消费者的从众心理，不论什么产品、商品消费者都会有从众的心理。例如，如果在大街上看到一群人围在一起，我们中国人会毫不犹豫的参加到队伍当中，就这样人越来越多，产品也是一样，只要有一个人用者好 ，那么你的产品就不发愁了阿 。

广告策略分析

广告策略，不稳定一直在实践中总结，但到现在为止也没有一条明晰的思路，也许这是战略本身的问题，战略的确定与明晰在营销过程当中十分的重要。下面我对广告策略进行简单的分析：

人群分析：30——55岁约占总人数55% 这部分人有阅读报纸的习惯，可以通过报纸进行 诉求。用报纸宣传广播吸引大家收听专家广播。

55岁以上的老年人约占45% 这部翻出了一小部分知识分子看报纸以外，大部分收听广播的习惯，可以用广播进行告知。

广告诉求策略：

广告诉求，大部分以新闻式为主，其中参加情感诉求与理论俗求，增加了消费者的阅读的性以及科学性。报纸广告中能够明确的、平凡、简单的说出产品的机理、性能、用法以及效果。

但是消费者的咨询量，电话购货量始终不能够突破一个新的阶层，原因何在呢

我本人认为最大的原因就是“信任”问题，久病成医的消费者对产品存在顾虑，很难相信广告中描述的内容。我们面前最大的问题是解决诚信，要从事实的基础之上进行升华，不要写的太过分，要真实、淳朴。

广告表现策略：

广告表现中的日本相扑、乌蒙山长寿村表现自如，反复炒作，概念“洗血专家”清晰，美中不足的是概念老化，不新鲜。长久炒作感觉不到是新东西，缺乏好奇感。

广告的表现手法单一，新闻、故事、科学权威、热销……

近期的广告的表现一直以新闻式，稿件中小篇幅的活动(一直没有停过)。

1、在我看来活动时间过长，就不会被称为活动，消费者会感觉不新鲜，老套，好奇心消失这也是销售不好的原因之一。

2、稿件中插入新奇元素，诱-惑元素，免费试喝15天应及时更换。

3、变换形式，相扑与长寿村的形式，我的二者结合说明两点：其一就是，所用的稿件必须抓住消费者的眼球，开篇故事新闻。增加阅读量。其二，把原本炒作了一个多月的，不相干的两样东西相结合起来，感觉挺真实。

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十五**

根据市商务会议及有关文件指导精神，结全我市实际情况，市商务局在市委市府的关心指导下，市场监督管理工作继续坚持监管与发展、监管与服务、监管与维权、监管与执法的相统一，全面推进和完善市场规范管理工作，重点抓好以下几个方面工作：

一、深入开展红盾护农工作

进一步加强农资市场的日常监管。严把主体资格准入关；积极推进农资经营者信用等级评定工作制度；加强对农资市场检查和督察工作；建立完善农资市场长效监管防范机制。继续加大农资监管“五项举措”的工作落实力度，

二、继续深入开展专项整治工作

抓好节日期间市场的专项整治工作。

加强猪肉市场质量安全监管。严把市场主体准入关。严格落实亮证亮照和挂牌经营制度。全面推进“场厂挂钩”、“场地挂钩”、“协议准入”制度。加大猪肉市场打击力度。

强化粮食市场监管：依法审核粮食收购主体资格。加强对粮食收购行为的监督管理，坚决打击囤积居奇、欺行霸市、强买强卖、掺杂使假、以次充好等各种扰乱粮食市场秩序的违法违规行为。严厉打击倒卖陈化粮的不法行为。

三、认真做好市场巡查工作

四、继续强化集贸市场消防安全管理，充分发挥市场监管职能作用

督促市场开办者建立健全市场安全责任制度，完善市场消防安全设施，配合公安消防等有关部门，加强集贸市场安全检查，督促市场主办单位做好防风、防雪、防火工作。

五、积极开展创建文明城市活动

以创建为载体，利用多种形式，加强对经营户的宣传教育，引导他们自觉地遵守有关法律法规，维护市场秩序和净化经营环境，做到依法经营、文明经营、诚信经营。引导市场开办单位加强自律管理，自觉履行第一责任人的责任.

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十六**

5月12日，我正式在###医院上班，到达办公室后，我的任务就是熟悉医院的所有文件夹。接下来的几天，除了熟悉文件和柜子里的办公用品，办公室的李主任还会耐心地把办公室的工作一项一项教给我，比如传真机、复印机、打印机的使用；手术室文件拷贝；员工就职与离职手续等等。我把它们都记录在一个小本子上，因为怕我一时想不起来，正所谓“好记性不如烂笔头”嘛。邓库管也会带我去库房转转，熟悉库房物品的摆放，当他休假的时候，我和李主任也要帮各科室领取物品。

时间长了，发现办公室和我原来的想象不太一样，这里的工作很细、很杂、很广。有时是很清闲，没有什么事情做；有时又很忙，忙到手脚不够用；有时会被批评，所幸不是很严厉。

下面说说让我映象较深的几件事情：

1、愕然

办公室的一项重要职责是把关进出三楼大门的人员，大门的密码只有领导和几个职员知道。其余医院员工和外来人员都要按门铃的，李主任跟我说，“每个进门的外来人员都要问清楚他们的来由以及身份，不能让他们直接就走进领导的办公室。”

可是，有时一打开门，人家都不理你，就径直奔向教授的房间了。只能愕然地站在那里观望，幸运的是，他们确实都是教授的熟人或朋友，教授也有和他们约见。有些是养生房的顾客，你开门给他们后，他们也是径直走去养生房，都不搭理你，又是愕然，不过，见多几次后，他们会友好地和我打招呼了。

2、茫然

接电话也是工作之一，除了医院的内线还有外面的人员打来的电话。接内线的时候，只知道是哪个科室，不知道是哪个人，只能分辨出几个较为熟悉的

人。接外线的时候，会碰到一些探听医院负面消息的人，那种被追问的感觉真是棘手，这个时候，只好把电话交给主任。接电话的茫然，现在少很多了，大概是时间久了，自然就知道如何解决问题了。

3、理解

以前给同事开门后，看到有的同事是面无表情或很冷漠；接电话也是这样，一个个都直来直往，有点命令的口气；去库房拿东西了，拿错了，还会给责怪，可是，我确实没有见过他们要的东西，拿的时候，难免会拿错。这些都会让我心情不好，当然也不会持续很久，自己可以化解。时间久了，渐渐就可以理解了，也不会因此二心情不好了，毕竟，在医院嘛，大家都很忙，哪里还有时间在那里寒暄。

4、批评

面试那天，曹院长和我说过，被领导批评的时候，不要想不开或心情不好，要知道，领导的批评是对事不对人。那个时候，我觉得自己不会被批评的。呵呵，待了两个月，还真给批评了几次，不过都不是很严厉的批评，只是觉得有一点点怕。有错就要改，人要学会吸取教训，被批评是因为自己不够细心和谨慎，在以后的工作中，要懂得变通和更加认真。

5、招聘

医院一直在广招人才，主要是在智联上发部了各种职业的招聘信息，每天我都要浏览简历，寻找适合的人选过来面试。这个工作也很有趣，因为看着一份份不同风格的简历，给一个个不一样的人打电话和发邮件，等着他们在面试的那天出现。接电话，听到过最多的问题是关于待遇的，那个真的是大多数应聘者想要知道的，可是，医院属于待遇面议，我也不能给他们一个答复。

6、新鲜

工作的第一天，一切都是新奇和新鲜的，只要是新的东西，都会记录和学习，只有这样才可以进入到一个新的环境。不少同学说，工作久了就厌倦了，

很高兴自己没有这种情绪。因为在医院里面，时不时会接触到一些以前没有机会碰到的物品、事件或人物等。

两个月，真的很快，开始工作的第一天，觉得很开心也很新奇；工作之后，偶尔会有不愉快的时候，但是新鲜感还是有的；希望以后这种新奇感可以一直持续下去，只有这样，工作的时候才不会厌倦和疲惫。在工作中，渐渐发现自己的不足之处，觉得应该要不断地纠正和学习，这样，才不会被工作淘汰。

接下来的日子里，我会继续努力和认真地对待工作，为医院贡献自己的微薄之力。

注明：因为要求手写版，我就把电子版压缩了不少，还是写了两页，呵呵，我怎么那么多话写呢？？？？

**保健品工作计划及目标 保健品月底工作总结篇十七**

今年以来，\*\*县食品药品监督管理局在县委县政府的领导下，在各兄弟单位的大力支持、配合下顺利完成了机构改革、党的群众路线教育实践活动圆满结束、食品药品各项监管工作全面展开，成效显著，并向公安机关移送食品药品涉嫌犯罪案件两起，20xx年全县食品药品质量可控、群众的饮食用药安全有保障，受到县委县政府和社会各界的充分肯定。现将20xx年的工作总结如下。

一、顺利完成机构改革

根据县委县政府统一部署，4月17日召开了全县机构改革大会，县食品药品^v^增加了食品安全综合协调、食品生产与食品流通监管职能，下设局机关职能科室12个，乡镇街道办食品药品监管所12个。为了加快同志们之间的沟通与交流，发扬团结协作精神，尽快投入到工作中去，局党组安排全局同志进行了为期一周的军训和相关法律法规的业务学习。通过军训，增加了了解，增进了友谊；通过业务方面的学习，提供了相互学习、相互促进的机会；通过观看建局十周年、示范县创建专题片，对食药监管工作有了更新的认识；提升了整个监管队伍的凝聚力、向心力。在这次改革过程中，我们全体干部职工顾大局、识大体，表现出极高的政治素质。

二、扎实开展党的群众路线教育实践活动

今年以来，我局根据县委部署开展了第二批党的群众路线教育实践活动。按照规定动作不走样，自选动作有特色的原则，牢牢把握“照镜子、正衣冠、洗洗澡、治治病”的总要求，以为民务实清廉为主题，突出作风建设，贯彻整风精神，通过开展集中学习、专题学习，进行专题教育，撰写“微体会”、开展大走访，大讨论，认真撰写对照检查材料、召开民主生活会等阶段活动，使全局的党员干部的思想作风受到一次洗礼，使党员、干

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！