

酒店月度经营分析报告 经营分析报告(模板10篇)

在现在社会，报告的用途越来越大，要注意报告在写作时具有一定的格式。怎样写报告才更能起到其作用呢？报告应该怎么制定呢？下面是小编给大家带来的报告的范文模板，希望能够帮到你哟！

酒店月度经营分析报告篇一

酒店定位，是一个酒店发展的基础。是其装修和功能、营销策略、管理服务、酒店文化的基础。

迎宾楼位于裕华东路，省军区第二招待所院内，该酒楼有三层营业面积，设有600个餐位（含多功能厅）。结合酒楼的装修档次及周边的地理环境和人文环境，酒楼应定位在人均消费40-60rmb之间的中高档酒楼。因酒楼的特殊性质，即要满足军队内部接待的需要，又要面向社会经营，自供自给。酒楼的菜肴主推湘粤川风味，并辅以保定本地菜，以满足石家庄这座移民城市不同人群不同档次的消费需求。

经营理念

省会餐饮业以高档餐饮和平价餐饮为主流，中档餐饮大多举步为艰。而成功的餐饮店不外乎都有着一个共性，就是高举特色大旗。湘君府的湘味湘情；河北人家的老保定怀旧；荷塘月色的绿色生态。迎宾楼也要以特色为制胜法宝，大打特色主题牌。

在菜肴上，我们一定要推出2-4道招牌菜，并为此宣传造势，达到吃剁椒鱼头到湘君府，吃水煮鱼到辣婆婆，吃xx菜到迎宾楼！

在服务上，我们也要求特色为先。如今的餐饮市场，光是规范化的服务已是远远不够，一定要强化情感式服务和创造性服务。并能为军队高级首长及vip提供高规格高档次的服务。

在装饰上，也能不随波逐流，要自成一派。家具的摆放、餐具的配备、灯光的照明，都要给人舒适感。这里的舒适分三个层面：一是身体的舒适、二是感官的舒适、其次是心理的舒适。总之，要让客人在迎宾楼里一举手一投足都方便、舒适、省力。

在营销上，更是要特色营销。现在早已不是酒香不怕巷子深的年代。（详见下面的营销）

管理

战略要大手笔，管理要细致化，这一大一小，是酒店管理的成功之道。外有真诚温馨热情高效的服务气氛，给客人满意加惊喜；内有团结进取追求品质的敬业精神，人人都有饱满的工作热情，良好的工作状态，一个酒店的管理和文化，就充分地体现出来了。

酒店管理不同于企事业的管理，酒店管理突出的是“以人为本，以细微为主！”当前，大多成功的酒店都倾向于“人制”、“法制”两手抓的管理。

人制管理既人性化管理，从事酒店业的员工大都是20岁左右的年轻人，文化素质不高，情绪波动较大。酒店的管理更要体现人文精神。如，建立一套完善的激励体系：每月设立微笑大使奖、委屈奖、合理化建议奖等，给员工过温馨生日party定期举行员工聚餐、组织优秀员工外出旅游考察等。（）在后勤保障方面，酒店更要做到员工能吃好饭、睡好觉、洗好澡。只有这样，员工才能热情饱满地工作，完完全全地去享受酒店工作带来的快乐。有位酒店先哲说过，没有快乐的员工，何来快乐的客人！很多酒店就是后勤保障不到位，

让员工感受不到“家外之家”的温暖，继而跳槽。人员过分流失会给酒店造成培训人力、物力、财力的浪费。

法制管理既制度化管管理，“欲知平直，则必准绳；欲知方圆，则必规矩。”严格严谨的规章制度会使员工，尤其是新员工知道，在酒店哪些是应该做的，哪些是不应该做的。若是做错，会受到什么样的惩罚。只有建立健全规章制度，酒店才能让员工按照制定好的轨道，正常的运转下去。

规章制度要注意四个问题

1、规章制度要细。例如，迟到了一分钟怎么办？迟到了一刻钟怎么办？迟到了一小时又怎么处理？这样一来，个别员工不能钻空子。

2、规章制度要严，但严要以爱为动力，爱以严为原则。

3、规章制度要实施，制度出台就要实施，不能流于形式。

4、规章制度要“、公平、公开”，规章制度要遵循“热炉法则”，也称电熨斗法则。具有

警告性---不能摸！

必惩性---摸即伤人

即时性---摸着立刻被烫伤

公平性---谁摸都一样

目标责任管理

目标责任管理也称绩效考核管理，这个管理体系基本杜绝了同工同酬、出工不出力等恶习。且能让全体员工和酒店同呼吸共命运，能焕发员工的凝聚力和积极进取的精神。

全体员工工资分为两部分既基本工资+绩效工资，酒店完成既定任务，员工发基本工资+绩效工资；酒店完不成既定任务，员工发基本工资。后厨工资除了和营业额挂钩之外，还要和餐饮毛利挂钩。

营销

餐饮行业正在进入一个整体营销的时代，在这个时代里，如何选择恰当的营销方式成为企业的胜负因素之一。在餐饮行业，传统观念正在发生着翻天覆地的变化，原来以产品为中心的市场观念，正逐步发展为以顾客需求为依据的营销观念。

所谓餐饮营销，不仅是指单存的餐饮推销、广告、宣传、公关等手段，它同时还有餐饮经营者为使宾客满意并为实现餐饮经营目标而展开的一系列有计划、有组织的服务活动。

首先，我们应进行详细的市场调研以确定经营目标：随即研究决定产品服务，销售渠道，价格及市场营销手段策略，以及具体实施计划的财务预算。一般来说，餐饮企业可以采取的营销手段主要包括广告营销、宣传营销、菜单营销、人员营销、餐厅形象营销，电话营销、公关营销以及特殊营销活动。

广告营销：“酒香不怕巷子深”这句老话所存在的局限性，已经被越来越多的人所认识。所以餐饮营销中，广告是必不可少的重要手段。一般而言，我认为餐饮广告可分为以下诸种：电视广告；报纸、杂志刊物广告；餐厅内部宣传品；电话推销；邮寄广告；其他印刷品，出版物上的广告，包括电话号码本，旅游指南、市区地图、旅游景点门票等处所登载的餐饮广告；户外广告；其他广告如信用卡公司为客户提供的免费广告，饭店或餐厅门口的告示牌，店内餐厅的各种酒水和最新菜品等信息的台卡等。

宣传营销：餐饮业营销人员应善于把握时机，捕捉一些餐饮

业的资料，凡餐厅接待的重大宴请，新闻发布会，文娱活动，美食节庆等，都应该邀请媒体代表参加。可以事先提供有关信息，也可以书面通报，自拟新闻稿件的方式进行。一般应由部门内有关负责人负责稿件的撰写，新闻照片的拍摄等事宜。还可以与电视台、电台、报纸、杂志等媒体联合举办“美容食谱”、“节日美食”、“七彩生活”、“饮食与健康”等小栏目，即可以扩大我们的饭店在社会上的正面影响，提高本部门或餐厅的声誉，又可以为自己的经营特色，各种销售活动进行宣传。

人员推销：人员推销一般可以分为以下几种情形：

专人推销。一般餐饮业可设专门的推销人员进行餐饮产品的营销工作，但要求他们必须精通餐饮业务，了解市场行情，熟悉饭店各餐饮设施、设备的运转情况，顾客可以从他们那里得到满意的服务。

全员推销。亦即饭店所有员工均为现实或潜在的推销人员。第一层次是由专职人员如餐饮分管老总、餐饮主管、销售人员等组成的；第二层次由兼职的推销人员构成，如餐厅经理、预订员、迎宾员以及各服务人员等。餐饮经理们可于每餐前在餐厅门口迎接宾客；餐中巡视，现场解决各种投诉或疑难问题；餐毕向宾客们诚恳道谢，并征询宾客对菜点、酒水以及服务的意见；服务人员则通过他们热情礼貌的态度，娴熟高超的服务技巧，恰当得体的语言艺术，向宾客进行有声或无声的推销；第三层次则由各厨师长以及其他人员组成。

菜单营销：即通过各种形式的菜单向就餐宾客进行餐饮推销。可通过形式各异、风格独特的固定式菜单、循环式菜单、今日特选、厨师特选、每周特选、本月新菜、儿童菜单、中老年人菜单、情侣菜单、双休日菜单、早九晚五午餐菜单、美食节菜单等进行宣传和营销。可以设计出意境不同，情趣各异的封面，分别制成纸垫式、台卡式、招贴式、悬挂式、帐篷式、折扇式等菜单。可让宾客在欣赏把玩之中爱不释手，

无形中产生了消费欲。

餐厅形象营销：主要是对餐厅的形象进行设计策划，比如在店徽的设计、餐厅主题的选择，餐厅的形象营销、餐厅的装饰格调、家具布局、色彩灯饰等方面下功夫，使之起到促销的作用。

节假日营销：不放过任何一个节假日，不放过任何一个可以炒作的卖点。有些活动，有些方案，我们不光是创造利润收益，而要考虑到口碑效应、文化效应。营销的技巧是重要的，但文化营销、良好的客户关系管理、与他人共赢的策略才是最成功和长久的。硬件是基本的基础，管理和服务是保障，而高层次的文化，才是酒店真正的竞争力所在。

vip营销：先介绍一下“二八法则”，即大部分企业80%的营业额是来自于其中20%的忠实顾客群的重复购买或消费，而其他20%的营业额才来自于那些80%的游离顾客，前面的忠诚顾客就是我们的vip。不少酒店就缺乏对20%忠实顾客需求的研究，没有考虑到如何才能吸引他们持续消费。如何才能根据他们的需要进行激励促销，更没有考虑到如何进行个性化经营销售。

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

酒店月度经营分析报告篇二

六盘水市燃气总公司始建于1984年12月，1990年建成供气，注册资金2086万元。

历经二十余年的发展，已经成为集煤气工程设计、安装、燃气销售，煤气设施巡检维护、抢险、燃气器具销售及售后服务为一体的国有独资公用企业。

截止至20xx年12月末，公司下属5家全资子公司，一家参股公司。

5家全资子公司分别为六盘水星炬建筑安装工程有限公司、盘县燃气公司、六盘水市热力有限公司、六盘水燃气热力设计院、六盘水城市燃气化学分析有限公司，参股公司为六盘水清洁能源公司(占股份30%)。

公司目前已开通煤气用户八万余户，拥有10万立及3万立气柜各一座，日供气能力45万立方米，初步形成煤气管网敷设东起双水，西止德坞，南至凤凰新区，北抵水城矿务局、铁路片区的城市供气格局。

截止20xx年末，公司合并资产负债表显示公司资产31230万元，负债14982万元，所有者权益总额16247万元，合并利润表显示公司利税总额2364万元，资产负债率为47、97%。

由上表可以看出，公司20xx年总资产规模比20xx年有较大幅度上升，上升了98,757,624、53元，上升幅度为46、25%，负债上升了92,235,680、83元，上升幅度为160、18%，同时所有者权益增加6,521,943、70元，上升幅度为4、18%，说明公司总资产规模的大幅上升主要是由负债的上升引起的，

公司20xx年增加了对外借款，减少了自有资金的持有量。

(1)、从投资和资产角度分析：

从分析看公司总资产的增加主要是由流动资产的增加引起的，流动资产增加的比重为157、72%，使总资产增加了31、65%，说明公司资产的流动性增强，盈利能力有所加强，这主要是因为货币资金的大量增加所致，货币资金持有量的上升幅度为85、14%，使总资产增加了11、82%，公司的偿债能力随之有较大增强。

其次是预付账款、存货和其它应收款较上年上升较大，累计对总资产影响近19%，这也是影响公司资产增加的另一个重要因素，当然，这三个方面之所以上升较大主要是因为各子公司报表的合并造成的。

再有应收账款的增加，对总资产的影响为0、6%，也是因为今年公司合并报表造成，但对总资产影响不大。

非流动资产的增加使总资产本期增加14、60%，其中主要是合并报表后在建工程的增加，对总资产的影响为9、30%，说明公司尚有相当部分在建工程没能及时办理完工结算手续转为固定资产，造成在建工程上升较大。

另外，投资性房地产公允价值上升在本期影响公司总资产7、89%，这也是公司资产增加的又一重要因素。

固定资产本期上升10、16%，影响公司资产上升不是太大，除了上述在建工程尚未转固的因素外，结合合并报表后存货和工程物资的上升来看，说明公司在扩大投资，投入相对较大。

(2)、从筹资和权益角度分析：

负债和所有者权益中，负债增加了92，235，680、83元，上

升幅度为160、18%，同时所有者权益仅增加6,521,943、70元，增加幅度仅为4、18%，负债的较大幅度上升和权益资本的微小幅度上升，说明公司的财务风险有所加大，同时资金成本升高，财务杠杆效应下降，因此项目投入的风险防控测算尤为重要。

负债的增加当中流动负债和非流动负债均占了一定影响，流动负债的增加主要是应付账款和其它应付款的增加带来的，对总资本的影响为32、70%，说明企业本期短期偿债能力持续减弱，这对公司的偿债能力有一定影响，应予以关注。

非流动负债本期增加24,000,000元，对公司总资产影响为11、24%。

所有者权益的增加主要是资本公积和未分配利润的增加引起的，对总资本的影响分别为-5、74%和7、78%，其中资本公积之所以有所下降，主要是因为合并报表后的账务调整造成的。

综合以上分析可以看出，公司本期资产规模增加主要是举债和投资性房地产公允价值变动引起的，而自有资本的增加则主要是由于未分配利润的增加引起的。

一、资产负债表垂直分析：

(一)、资产结构的分析评价

1、静态分析：

20xx年燃气总公司的流动资产占资产总额的35、36%，而20xx年的流动资产占20、07%，总资产结构中20xx年的流动资产比20xx年上升了15、29%，反映了公司的资产流动性水平有较大幅度上升，说明公司资产变现能力加强，特别是货币资金的比重，本期比上期上升3、69%，且非流动资产占总资产的64、64%，比去年下降15、29%，说明公司资产弹性较

强，有利于公司灵活调度资金，风险相对去年较小。

但公司总体资产结构不太合理，应从增加货币资金的持有量增加流动资产的比重，并且从未分配利润上形成货币资金增加的幅度应当提升，从而更大程度上的降低资产风险。

2、动态分析：

本期公司流动资产比重上升了15、29%，非流动资产比重下降了15、29%，结合各资产项目的结构变动情况来看，除货币资金的比重上升了3、69%，其它应收款比重上升了4、5%，存货比重上升了3、63%，在建工程的比重上升了5、9%外，其他项目变动幅度不是很大，虽然资产整体结构比较稳定，但非流动资产的比重远大于流动资产，故公司应加强货币资金的持有量来改善总体资产结构。

3、从有形资产与无形资产比例角度分析：

公司无形资产占总资产的比重为0、63%，非常低，虽然与上年相比没有变化，但具有强劲发展势头的企业应积极开发无形资产。

相比之下，固定资产的比重为36、21%，这是燃气行业的一般特征，应将固定资产和无形资产看得同等重要。

(二) 负债结构的具体分析：

(1) 负债期限结构的分析评价

根据负债期限结构分析表进行分析，公司本年流动负债大量增加，占总负债的比率较去年增长了5、36%，且比重远高于非流动负债，表明公司在使用负债资金时，以中短期资金为主，流动负债对公司资产流动性要求较高，因此，在本期公司的偿债压力加大，同时财务风险增强的情况下公司应增加

流动资产的持有量来解决这一问题。

(2) 负债方式结构的分析评价：

根据资产负债表计算可知，今年公司银行借款的比重略有下降，但仍然是公司负债资金的主要来源，随着银行信贷资金的比重上升，会使其风险有所增加，同时也会使公司的负债成本受到影响，相对于债务资本增加来说，公司的自有资本比重有所下降，这是一个值得关注并应加以重视的现象。

(三) 股东权益结构的具体分析：

从表中可以看出，在静态方面来看资本公积和未分配利润上升是公司所有者权益的主要来源，从动态方面来看，虽然投入资本(资本公积)有所下降(主要为合并报表账务调整形成下降)，但其本身占所有者权益总额的比重较大，且本期未分配利润有所增加，实际可以理解为公司内部形成的权益资金比重相应上升了9、13%，说明公司所有者权益结构的变化是生产经营原因引起的。

(四) 基本分析：

公司20xx年流动资产比重有15、29%的上升，主要是货币资金的增加，但货币资金来源主要靠举债，且非流动资产的比重远远大于流动资产的比重，公司资产流动性较上年从报表上看虽有上升，但偿债能力下降，资产风险增大，好在资产稳定性较好，近两年比重没有太大变化，这得益于固定资产的小幅增长。

从比较来看，资产负债均有增幅，且幅度较大，但是资产负债率较低，达到49、97%，财务风险虽然较大，但仍然可控，同时资金成本较高，主要原因是公司本年度大举对外投资扩张所引起的对外负债。

将流动资产比重变化与流动负债比重变化比较，得出前者上升速度略小于后者上升速度，企业短期偿债能力略有下降。

所有者权益有小幅增长，主要原因是未分配利润的大量增长所致。

而对资产负债表的变动原因进行分析可得出公司属于负债变动型+经营变动型+财务核算变动型，即资产的变动不仅因为负债变动，还有经营的原因及财务核算公允价值原因引起资产发生变动。

所以公司应适当扩大经营规模和经营范围使其向经营变动型转化。

综上所述得出公司资产与权益对称结构为平衡结构，流动资产的资金需要用流动负债解决，非流动资产的资金用长期资金解决，应当说公司还是存在潜在的财务风险。

二、利润表分析

1、利润表水平分析：

总体评价：

从表上看公司营业利润本期比上期增加11,536,356.96元，增幅高达102.87%，但剔除非经营性因素也即公允价值变动收益12,809,767.62元，实际经营利润为9,940,716.47元，利润总额为10,445,880.82元，加上项目投资融资利息抵减成本，实际公司本期完成利润总额12,719,333.92元。

由此可以看出公司本期在主营业务收入较上年上升的情况下，营业利润较上年相比有所下降，总体上说明公司本年生产经营盈利能力弱于去年。

利润增减变动水平分析：

净利润□20xx年公司实现净利润18,435,179.10元，剔除公允价值变动收益12,809,767.62元后，实际为5,625,411.48元，比上一年减少了2,607,117.27元，减幅为31.67%，减幅很大，从水平分析表看，公司净利润减少主要是由于利润总额比上年减少414,015.75元，加上所得税费用比上年增长2,193,101.52元，两者相加导致净利润减少2,607,117.27元。

利润总额□20xx年的利润总额为23,638,886.80元，剔除公允价值变动收益12,809,767.62元后，实际为10,829,119.18元，比上年减少414,015.75元，减幅为3.7%，这主要是由于营业利润减少1,273,410.66元，加上今年得到了1,000,000.00元的营业外收入，抵减后才有小幅的下降，说明公司利润总额主要还是来自于经营利润，但也有额外的偶发利润。

营业利润：营业利润本期比上期减少1,273,410.66元，主要是营业成本和期间费用的大量增加，前两者增幅各为22.48%和近49%，当然，财务费用的增加作了成本费用扣除，所以这里特别需要指出的是销售费用和管理费用，它们分别较上年增涨了10.76%和66.61%。

由于主营业务成本、销售费用、管理费用的大幅上升，直接导致营业利润的减少、公司效益的相对下降，应从扩大煤气销售和安装实现、控制成本管理等方面增加利润，下面会作具体分析。

2、利润表垂直分析：

总体评价：

从利润垂直分析表中可以看出20xx年度公司各项财务成果的

构成情况，公司本年营业利润、利润总额、净利润占营业收入的比重均看似较去年上升不少，但只要剔除非经营性因素，也就是公允价值变动收益，公司本年营业利润、利润总额、净利润占营业收入的比重较上年分别下降如下：

由上表可以看出，公司本年营业利润、利润总额、净利润占营业收入的比重较上年分别下降了4、58%、3、70%、5、11%，即便是允许扣除财务费用2,778,617、45元，上述三项指标比重较上年仍然分别下降了1、69%、0、8%、2、21%，这足以说明公司本年盈利能力比上一年度有所下降，特别是生产经营这一块，公司应从加强成本管理，降低成本费用比例着手提高其盈利能力。

具体分析：各子公司生产经营状况

由上表列示可以看出：

除星炬公司以外，公司各子公司都处于亏损状态，今年整个公司利润实现主要依靠安装收入来实现。

化验公司主要是为公司检验从水钢购进煤气气质的相关指标，没有对外营业，其收入主要依靠与公司签订化验合同才能产生，目前已正式开展工作。

从总公司的角度来说，其产生收入公司必定要产生费用，因此其尚未与公司签订化验合同，没有收入产生，只有一些化验药品的采购费用和日常工资等费用，全年累计亏损107,085、99元。

盘县燃气公司于今年5月底才正式成立，注册资本1000万元，为总公司全资子公司。

目前正在进行燃气主管的敷设，于今年7月15日前进行税务申报，只产生了一些开办及筹建费用，一直没有安装收入，今

年累计亏损743,314.09元。

酒店月度经营分析报告篇三

———有限公司经营分析报告

□xx年xx月)

一、xx季度收入情况分析

1、近期业务收入情况（月度数据）

（以上数据仅为示例）

（业务发展情况分析）5月由于xx-x原因，业务量激增，到6月回复xx水平。

2、主营业务各业务类型收入情况

要求列出占主营业务收入或主营业务利润总额10%以上的各种业务类型及产品情况：

（以下为示例）

单位：（人民币）万元

二、公司业务生产情况分析

（以广告公司为例，数据仅为示例，不具实际意义）

2、主要指标情况（以股份公司为例） 三大指标： 1）近期趋势

2）季度指标同比情况

3、客户情况 主要客户 拓展客户

四、公司重要经营事项报告表

五、公司近期面临困难 1、设备 2、资金 3、人力 4、其他

六、业务的发展水平及其增长速度

八、公司主营业务能力、服务能力及设施规模等

九、固定资产投资规模、投资结构分析及重点建设项目

十、预算完成及调整情况

———有限公司

年 月 日

一、 首先要为分析提供内部资料和外部资料。

(二) 外部资料是从企业外部获得的资料，包括行业数据、其他竞争对手的数据等。

二、根据财务报告：按照分析的目的内容分为：财务效益分析、资产运营状况分析、偿债能力状况分析和发展能力分析；按照分析的对象不同分为：资产负债表分析、利润表分析、现金流量表分析。

(一) 按照分析的目的内容分析

1、财务效益状况。即企业资产的收益能力。资产收益能力是会计信息使用者关心的重要问题，通过对它的分析为投资者、债权人、企业经营管理者提供决策的依据。分析指标主要有：净资产收益率、资本保值增值率、主营业务利润率、盈余现金保障倍数、成本费用利润率等。

2、资产营运状况。是指企业资产的周转情况，反映企业占用经济资源的利用效率。分析主要指标有：总资产周转率、流动资产周转率、存货周转率、应收帐款周转率、不良资产比率等。

3、偿债能力状况。企业偿还短期债务和长期债务的能力强弱，是企业经济实力和财务状况的重要体现，也是衡量企业是否稳健经营、财务风险大小的重要尺度。分析主要指标有：资产负债率、已获利息倍数、现金流动负债比率、速动比率等。

4、发展能力状况。发展能力是关系到企业的持续生存问题，也关系到投资者未来收益和债权人长期债权的风险程度。分析企业发展能力状况的指标有：销售增长率、资本积累率、三年资本平均增长率、三年销售平均增长率、技术投入比率等。

（二）按照分析的对象不同分析

1、资产负债表分析。主要从资产项目、负债结构、所有者权益结构方面进行分析。资产主要分析项目有：现金比重、应收帐款比重、存货比重、无形资产比重等。负债结构分析有：短期偿债能力分析、长期偿债能力分析等。所有者权益结构是分析：各项权益占所有者权益总额的比重，说明投资者投入资本的保值增值情况及所有者的'权益构成。

2、利润表分析。主要从盈利能力、经营业绩等方面分析。主要分析指标：净资产收益率、总资产报酬率、主营业务利润率、成本费用利润率、销售增长率等。

3、现金流量表分析。主要从现金支付能力、资本支出与投资比率、现金流量收益比率等方面进行分析。分析指标主要有：现金比率、流动负债现金比率、债务现金比率、股利现金比

率、资本购置率、销售现金率等。

题目 企业经营分析报告

学生姓名 专业班级 所在组名 职位

企业经营分析报告2015

一、本企业经营概况描述

通过三天的学习，我的erp沙盘模拟终于完成了，虽然只有短短三天的时间，却让我们体验了一个企业一般的运作过程，取得了许多学问。这是我第一次接触erp，仿佛我被带入了危机四伏的商场之中。我组决定大胆的走产品差异化道路，将产品定位于p3，尤其对p3初始期就大力的开发，随后当市场稳定后再强占p2市场。

因我们的起始年产品都以p1开始，于是我们就决定在前两年生产p1的同时开发p2，并且开发区域市场。考虑到其他企业可能会对亚州、国内和国际市场及p2产品更有兴趣。而我们目光放在p3产品在国内市场的销售情况。首先由产品需求量分析表上观察p3产品在本地市场与区域市场价格较高，需求较为稳定，我们就决定走产品单一化这一条战略来实现我们企业的最大利润。

下面我来概述一下我们“六年来”的经营情况：

首先，我们在开始经营前，对6年的各个市场的4种产品的订单情况作了一个简要的分析。制定了我们的经营战略，在前两年主要做本地市场的p1产品，因为它的入手容易需求量大，市场价格较高。可以为我们带来可观的利润和流动资金。而在2、3、4年主要转战本地和国内的p2市场，在5、6年进入国内p3市场。这些同样是权衡了市场需求量与市场价格变动。

第一年：我们的战略是在首年，不求行业老大，力争中游。为p2市场的到来做准备。我们在投入6m的广告后，发现其他竞争者均投入了比我们多的广告，只有3个小组投入6m,不幸的是我们被老天开了一个玩笑-拿到了最不好的订单。这部在我们的计划内，但是我们马上制定了对应策略。订单少，生产产品少，我们就利用生产线空闲的时间对其进行转产改造，为p2产品做准备。

第二年：由于我们p2生产线的领先优势，并且分析了其他对手的生产线，如果p2有7个产品的订单，那么只有我们有实力接单。果不其然，我们抢占了p2市场。 第三年，我们已p2稳定的订单，较高的市场价格，扭转了第一年的败势。

我们研发的p2占领了市场，由于第一年我们的广告策略很失误，造成运营情况很不好，所以在充分了解到市场上尚没有竞争者生产p2□我们就可以仅用1个币的广告投放而保证不会失误。

因为第一年广告失策，使得资金运转不开，不能尽可能的拿到多的定单。有了教训，我们在今年无论如何都要抢占我们垂涎已久的国内p2市场，放开束缚的思想，我们大胆的借款，使得手头的资金有了活动的余地，于是，我们便大量的进行设备的投入。

第四年，在第3年的经营下，我们尽量提高对市场与生产的预测精确度。因为上一年的p2产品市场较好，加上生产规模的加大，我们把重点放在p2市场，并停止对p1产品的生产。把全部p1产品库存量尽量销售。年末清算后，发现财务还是处于亏损状态，值得安慰的是其亏损日趋降低。

1

对于现金流量管理，我们有两期短期贷款，及四年长期贷款。

短期贷款相对而言利息较高，当时只考虑对于现金流量不够而进行短期贷款，期待下一年的盈利以偿还本金与利息。

第五年，因为iso9000的顺利开发，使得我们能得到有这条件约束的订单，也证明了之前的决策是正确的。

在拿到大量p2产品订单后，我们抓紧了对p2产品的生产，采购、生产、销售等环节依次正常运行。并偿还了一期的短期贷款与一期的长期贷款。

在订单优势下，生产积极配合销售，使得我们在本期有较高的盈利，第一次尝到了前期投入的回报。继固定资产上升后，又增加了流动资产。它巩固了我企业p2产品在本地市场与区域市场的地位，也为本企业的名誉打下了基础。在一年，其他竞争者破产的情况下我们取得了不错的利润。

第六年，由于领先的优势，我们略有保守的广告投入，使我们的订单再一次走向低谷。然而我们的应对策略是，既然订单已经不能更改，能做的只有提高产品线质量，增加固定资产，以减少失误带来的损失。所以即使我们的产线没有生产产品，但是它没有定下来。我们在有限的范围内求力所能及的效益。

二、本企业主要指标完成情况的分析与评价

在6年的模拟经营中，我们最终的所有者权益是30，虽然在6组中属于较高的水平但是相对去起始年的66我们还是亏损了。

（一） 首先评价一下我们成功之处：

(1)我们在首年，没有只看见眼前利益，而只放眼未来制定了长远的发展战略。相对于其他竞争者眼热于p1市场，我们的差异化战略定在了p2□p3市场上。这帮助我们在后来的经营中扭转了败势。

(2)我们在生产过程中，根据订单和生产线的情况作出了合理的对原材料下单，始终没有积累多余的材料而占用资金。用多少订多少，而不是看库存空了就乱定一气。我们的流动资金紧张，不允许我们浪费资金在无用的库存上。

(3)我们合理的借贷、贴现等资金操作是我们有了足够的流动资金与发展空间。

(4)

（二）不足之处：

通过分析，发现我们最大的失败与不足就是在广告投入的错误估计，在第一年

和第六年浪费了很大一部分生产力。如果在广告投入定位上能够做到更高一个水平，相信我们的所有者权益一定会大于66m□

我们在商业机密的保护，与信息沟通方面的博弈的失败。也是我们失去了良好

的开局。

三、总结模拟企业经营的收获和感想，以及今后努力的方向。

通过学习与实践，我发现了企业经营的不易与挑战。负债经营，长远的眼光都是我们要体现做好准备的。在模拟中，我也发现了竞争的激励，需求与供应的比例不平衡导致竞争的异常惨烈，正所谓逆水行舟不进则退。

企业经营需要各职位的相互配合，各职位成员之间良好沟通是组织发展的基础。相互讨论、相互学习、相互促进是一个组前进的不竭动力。

在这个竞争激烈的社会里，我们应该通过更刻苦的学习，掌握更多的专业知识来武装自己，这样才能使自己在这个复杂而多变的市场环境中立于不败之地。

最后感谢辅导老师在这三天来对我们的帮助与指导。

2015年12月22日

酒店月度经营分析报告篇四

目前总的盈亏成本金额是xxxxx元。损耗主要集中在食品xxx类xxx元，非食品个人清洁用品类xxxx元。xxx类主要是xxx的亏损，如xxxx系列□xxxxx系列等，个人清洁用品类主要存在于xxx牙膏、飘柔、潘婷、沙宣洗发水系列的损耗。从损耗分析可以看到，个人清洁用品类损耗较大，以下罗列出盈亏与损耗产生的具体原因：

- 1、串码(收货、销售、收银环节)；
- 2、单据管理；
- 3、盘点错误；
- 4、条码管理混乱；
- 5、收货管理不到位与供应商欺诈(品质、数量等)；
- 6、偷盗(内盗、外盗)；

此外，变质报损、虫鼠害等因素也会造成损耗。

具体分析如下：

一、属于电脑系统中操作不当的：

- 1、商品条码录入错误，导致销售的数据记录在了其他商品的头上，盘点时形成两个商品一个盘盈，一个盘亏。
- 2、商品已经退货给供应商，但是没有及时登记退货单，造成系统里面的库存没有及时扣除，而货物已经拉走，形成商品的盘亏。
- 3、进货单因为操作失误，录入重复，造成盘亏。

解决办法：这是属于操作性失误，只能在平时操作多注意，同时通过系统也可以减少和避免此类错误发生：所有进货单必须有对应的采购订单，否则不允许直接录入进货单，同时限制电脑员直接录入商品入库单(赠品入库单除外)，限制电脑员修改单价和数量。

- 4、内部领用的商品没有通过pos机销售的情况下，也没有在系统里面及时登记报损单，造成盘亏。

解决办法：(1)对于所有百货类商品重新规范规类(代码、货品名称、规格)；(2)平时超市人员凡是发现有不规范，条码和货品张冠李戴现象的，一定要立即修改正确。

二、属于盘点过程中操作不当的：

- 1、盘点的人员不熟悉商品和盘点流程，造成漏点、重点，或者不同规格的商品按照一个商品来盘点。多以方便面、饮料、洗发水为主。

三、属于偷盗防范不当的：

- 1、由于因为商场面积扩大，顾客皆反映超市的出入口离得太远，带来了许多不便而拒绝存包袋，而超市人员却逐渐减少，

导致有许多的视觉死角是工作人员看不到的，故而大大的增加了失窃的可能性。

解决办法：加强对防盗调施、调备的管理，合理投放合适的设备设施，跟踪投放执行及其效果。(1)公司尽快购回防损袋，建议能将超市两个出入口改为一个，杜绝减少商品失窃所造成的损失。(2)加大对全员防损、全过程防损的培训与督导力度：划分防损责任区、分配责任商品、明确盘点责任、建立重大盈亏事故的责任追究制，加大对内盗的查处与激励力度，对破坏分子下手要快、要准、要狠。

2、货架的整体设计，应充分考虑安全需要，以提高产品的安全，减少盗窃的可能性。

解决办法：(1)对超市的整体布局，我们必须畅通的视线，不留死角。(2)货架布局放电成一条直线，尽量避免拐角和凹凸。(3)在中间渠道保持通畅，不能阻碍。

四、根据盘点目前出现的问题，特建议从以下方面入手进行改进：

1、进行业务流程重建，规范优化业务流程，找出不合理和漏洞比较多的关键点；

2、平时更要加强员工培训，并且贯穿于整个工作流程中；

4、对目前的卖场商品重新规范，主要校验条码、品名、价格、标价卡、规格等是否正确；

5、建立合理的绩效考核机制，调动员工积极性，增加员工的归属感。

酒店月度经营分析报告篇五

为全面了解我市外商投资企业在当前金融危机中所面临的困难和挑战，最近我局结合“红盾保民生护企业促发展”主题活动，专门成立调研小组，深入1035户外商投资企业、外国驻澄机构和在建项目进行了走访调研，全面调查掌握企业今年上半年的生产经营情况，听取企业的意见和建议。

上半年，我市新登记外商投资企业38户，其中法人27户，分支机构11户；中合资企业10户，独资企业17户；投资总额2.8052亿美元，注册资本1.9909亿美元，其中外方认缴1.8685亿美元。另有21家外商投资企业办理了注销手续，其中法人11家。注销企业投资总额0.9456亿美元、注册资本0.58695亿美元、外方认缴0.4134401亿美元。截止6月底，我市实有外商投资企业1315户，其中法人1103户，分支机构202户；合资企业702户，合作企业8户，独资企业386户，股份公司7户；注册资本73.2868亿美元，外方认缴48.5659亿美元。投资总额在1000-5000万美元的有270户，投资总额在5000万美元以上的有43户。从上半年度我市外资企业登记情况来看，主要呈现以下四大特点：

（一）新登记企业数量略有增加，户均投资总额、户均注册资本均比去年明显减少。上半年我市新登记法人企业较去年同期的21户增加28.57%；注册资本较去年同期的2.2583亿美元减少11.84%；外方认缴较去年同期的2.1962亿美元减少14.92%。外方认缴达到注册资本的93.85%，外商独资法人企业占新办法人企业数的63%。上半年户均投资总额为1039万美元，较去年同期1683万美元减少38.26%；户均注册资本为737万美元，较去年同期1075万美元减少41.3%。从上半年逐月登记情况分析看，一月份新登记外商投资企业3家，比去年同期减少3家；二月份新登记1家，与去年同期持平；三月份新登记4家，与去年同期持平；四月份新登记5家，比去年同期增加3家；五月份新登记3家，比去年同期减少1家；六月份新登记11家，比去年同期增加7家。

（二）各镇（街道）外商投资企业数量、规模分布不均衡。临港新城新设企业数位列第一，新设外资法人企业注册资本达8998万美元，占上半年全市新设外资法人企业注册资本的45.2%；其次是滨江开发区，为6355.44万美元，占31.92%；第三是南闸镇，为1268.6万美元，占6.37%。上半年新增的27户外资法人企业中，投资总额100万美元以下的企业有13家，占新设户数的29.63%；投资总额100-1000万美元的3户，占新设户数的18.52%；投资总额在1000-5000万美元的共有9户（临港新城有4户），投资总额在5000万美元以上的有2户（滨江开发区、临港新城各1户）。上半年各镇（街道）新设外资法人企业情况见下表：

（三）新登记外资企业第三产业数继续超第二产业，但其规模出现严重两极分化。上半年，从行业划分来看，新登记法人企业户数继续呈现第三产业超过第二产业的现象。新登记第二产业11户，第三产业16户。第三产业注册资本1.1011亿美元，外方认缴1.0716亿美元，主要分布在批发和零售业、信息咨询业、科技服务业等行业，其中：批发与零售业6家、信息咨询业4家、科技服务业3家。但第三产业外资企业投资规模两极分化严重，今年新设的规模最大的2户企业投资总额均为6000万美元，均集中在第三产业，而规模最小的企业，注册资本10万美元的4户企业也均集中在第三产业，新设第三产业的平均注册资本为688.1936万美元，外方认缴为669.75万美元（第二产业的平均注册资本为808.8636万美元，外方认缴为724.434万美元）。新设第三产业法人平均注册资本为第二产业的85.08%，外方认缴为第二产业的92.45%。另外，上半年新登记16户第三产业外资法人企业中，注册资本在50万美元以下的有7家，占新登记第三产业外资企业法人总数的43.75%。中小型第三产业外资企业占较大比例，从一个侧面反映，我市第三产业外资企业规模亟待培育壮大。

（四）原有外资企业增资、实收资本到位情况良好。上半年我市有21家外资企业办理了增资手续，共增注册资本6553.245万美元，达上半年新设外资投资法人企业注册资

本的33%。上半年实收资本到位4.8278亿美元。此外，我市上半年有12家外商投资企业办理了减资手续，共减少注册资本0.2619亿美元。

此次走访调查的1035户外资企业，涉及电子、机械制造、纺织、食品、房地产、金融、服务外包、物流等行业。调查显示：884家外资企业正常经营，约占调查总额的85%；12家外资企业打算关闭，约占调查总额的1%；受金融危机影响的外资企业有887家，约占调查总额的85%；希望政府支持发展并提供帮扶的有649家，约占调查总额的63%。企业反映的问题主要体现在以下五个方面：

（一）受金融危机影响，出口型企业订单大幅减少。一是客户减少，订单下降。出口企业由于担心“前接后亏”，特别担心对方公司破产，接单非常慎重，不敢接大单、长单，更不敢接新客户单。二是企业出口效益降低。去年上半年受国际国内市场影响，原材料价格普遍上涨，目前大多数企业去年上半年高价进的原材料还未消化完，高进低出的格局使许多企业逼近盈亏平衡点，游走在“保市场”甚至是“保生存”的边缘。

（二）流动资金紧张，银行贷款困难。一是由于前期国家实行了适度从紧的货币政策，企业从银行贷款存在一定困难。二是因企业性质及商业习惯，部分外资企业会借助母公司的信用支持从国内外资银行得到金融信贷支持。但因国家对外债指标的总量控制导致外资银行的外汇资金来源受限，同时国际金融危机的影响也波及到国内的银行间人民币资金拆借市场，进一步影响了外资银行特别是中小规模企业的融资发展。

（三）企业经营成本上升，利润下降。由于前期人民币持续升值、劳动力成本上升、基础原材料异常波动、出口退税率下调等因素，给外资企业特别是纺织服装、鞋类等劳动密集型企业带来经营压力。国家已对上述问题进行了相关调整，

给企业经营减轻了负担，效果正在逐步显现。但由于金融危机等诸多因素仍然存在，部分企业今年利润下滑不可避免。

（四）开工不足，造成企业劳动力队伍不稳定。一方面由于订单减少，企业关停部分生产线，为降低经营成本不得不考虑采取裁员等措施。祝塘镇的小部分的外企反映：由于国外市场受挫，销售收入减少近四成，明年有可能裁员。另一方面技术熟练工人因待遇等原因辞职，造成企业技术骨干流失，职工队伍不稳定，使企业处于两难的境地。

扩张程度。很多外企销售总额严重下滑，延缓增资甚至减资。调查显示，金融危机已经给我市外资企业产生了一定的影响。企业正在通过开发新产品、出口转内销、发展新兴市场、内部挖潜等方式自救，消化金融危机对企业造成的不利影响。同时，国家已陆续推出多项财政货币政策，我市也出台了多项扶持政策，给企业未来发展带来信心。

在调查中，企业对政府部门如何推动外资企业发展，提出的建议主要集中在五个方面：一是继续提高出口退税率，扩大退税范围，加快退税速度，以减轻企业流动资金压力；二是出台更加具体、直接的优惠政策，缓解企业经营的实际困难；三是放宽信贷政策，降低融资门槛，加强对企业的融资支持；四是简化通关手续，提升进出口货物效率；五是根据当前形势制定更加符合实际的劳动规定，帮助企业降低劳动力成本。

目前，我局结合工商行政管理职能，已针对调研中掌握的情况和外资企业提出的建议，着手研究扶持外资企业应对危机的对策和措施，以帮助我市外资企业克服金融危机的影响，为下一步的工作奠定良好基础。

酒店月度经营分析报告篇六

为加强学校管理，进一步提高我校食堂建设和管理水平，保障师生员工身体健康，我校根据《关于开展全市中小学校(幼

儿园)食堂食品安全工作专项督查的通知》文件要求，结合我校实际情况，对学校的食堂工作展开了全面、认真的自检自查，现将自检自查情况报告如下：

本学期初，学校专门召开食堂工作会议，明确职责和具体分工，成立以校长为首的学校食堂工作领导小组，统筹各项工作，针对各项具体工作制定计划、明确责任，让食堂的全面工作制度化、规范化。食堂承包人员负责具体落实，从人员、设备、采购、保管、加工等所有管理环节进行了细化并狠抓落实，并定期召开食堂工作专门会议，学习上级文件，研究各阶段落实措施。学校行政每天轮值巡视食堂，以便随时发现问题，及时给予指导，立即进行改进。

1、各类设施的安全状况良好。食堂配备的各类器械、用电设备、卫生设备、电路、开关插座、库房的安全状况都比较好，环境定期清洁，保持良好。具有足够的通风、排烟设施。

2、管理比较规范到位，操作规程明确。

三、确保卫生，监督到位

1、食堂能严格执行国家的《食品卫生法》，有各项卫生安全制度和措施，并做到了有检查、有记录，有突出事件的应急措施，工作人员能自觉按要求上岗和操作，其它各项卫生措施和规定能落实到位。

2、采购做好验收工作，加工做到烧熟煮透，做好食品留样工作。严格把好食品进货关，对采购的食品索取三证，进出货手续齐全，帐册相符。

3、每次用餐后所有的餐具、用具都用消毒消毒，健康卫生。

4、健全各类安全卫生制度以及进、出货招标、检查、验收、登记、签字制度，定期公布市场原料价格和进行单菜核算。

5、建立教师代表、学生代表监督机制，让大家共同把好食品安全卫生关。监督以收费标准、成本利润控制、饭菜质量、开支结构为重点，让教师代表、学生代表行使对食堂的监督、检查等职能。

为维护师生的合法权益和身心健康，我校坚持“公益性”原则，按照“非营利性”和“服务性”的要求，进行食堂成本核算，以保证食堂日常运转经费收支平衡为目标，合理确定供餐价格。

1、认真按照省教育厅和市教育局的标准逐条进行对照检查和改进。

2、按照学校要求，组织人员定期不定期地对食堂工作进行检查和考核，在检查中把食品、菜肴的价格、质量、数量作为重点。

3、由于食品价格的上涨，学校采取申请贫困生生活补助费的办法，以保证学生不因价格上涨而影响伙食质量。

4、保证饭菜的数量和质量，努力做到荤素合理搭配，满足学生身体健康成长的需要。

1、充分调动学生积极性，把与学生的联系形成一项制度，定期和不定期与学生进行沟通，听取意见，并做到有反馈，有措施，有改进。

2、学校每天在用餐时间安排教师陪餐和进行用餐管理，督促学生文明用餐，营造舒适的就餐环境。

3、食堂工作人员每年进行体检，按要求持证上岗，热情服务，文明用语，做到服务程序化、操作规范化。平时积极配合、主动接受卫生行政部门的监督与指导。

1、因经费不足，食堂硬件设备有待改善。

2、食堂实行承包人自主经营，就餐学生人数不稳定，容易造成饭菜浪费现象。

3、食堂工作人员采购的蔬菜和肉类大多在市场上购买，所开的发票不够规范。

总之，我校将以此次学校食堂食品安全工作自查要求为契机，总结成绩，找出不足，力争在今后的工作中，严格按照食堂卫生文件标准，结合本校实际，求真务实，真抓实干，努力抓好学校食堂管理工作，为学生的学习和生活提供良好的服务保障。

酒店月度经营分析报告篇七

摘要：由于我国经济的高速发展，推动了以企业为主体的产业的发展，在我们当前市场经济的制度配置下，企业的财务报表，等企业的会计账目进行财务分析至关重要[10]，在企业发展中，如上市成为企业融资对外表达自己的经营状况基本上成了唯一的形式，本研究从2016年以来，茅台集团的股价一路飙升，现已经成为中国个股价格最高的一支股票，到2018年年初，茅台的股价达到历史的最高价700多元，直逼800元。从茅台股票的直线上升，茅台酒这种产品已经不单单表现为一种消费品了，同时它还成为了一种理财产品，本研究主要从茅台上市公开的财务报告入手，通过分析茅台集团的长短期偿债能力，盈利和运营能力，来探究茅台集团经营状况。

关键词：茅台；茅台酒；股价；财务分析；杜邦分析法

1. 偿债能力与流动性分析

偿债能力是指企业偿还各种到期债务的能力，主要包括长期

偿债能力和短期偿债能力，偿债能力分析是揭示企业财务的风险，和经营危机，是企业财务分析中一项重要的指标，投资者，企业的管理者都非常重视这种分析。

1.1 流动比率

流动比率是指企业的流动资产与流动负债的比值，如贵州茅台2017-12-31日表明每有1元的流动负债，就有2.91的资产作为安全保障，这个比率越高，说明企业短期偿债能力越强，根据财务管理的经验，通常这个值稳定在2左右比较正常，通过贵州茅台和五粮液的比率对比来看，从财务报表显示上来看，五粮液从2012-2017年来，除了，2012年低于贵州茅台，其余各年流动比率都高于茅台的流动比率，两家的流动比率都大于2，在同行业中，五粮液流动比率大意味着五粮液的短期偿债可能会比贵州茅台的短期偿债能力更好。

1.2 速动比率和现金比率

速动比率和现金比率是对流动比率的修正，速动比率为，对于白酒行业来说，运用速动比率的比值方法，可以有效地剔除变现能力较差的存货，例如正在窖藏的酒，这项剔除是很有利于短期偿债能力核算的，一般认为速动比率保持在1的时候比较合适，由表我们可知，除了2012年以外，其余各年，五粮液的流动比率均要好于茅台，说明了五粮液现对于茅台的资金较为充足，且能够说明五粮液较茅台运营比较保守，且现金比率也能够反映，现金比率是企业的现金类资产与流动负债的比值，现金比率在衡量企业短期偿债能力的指标中，具有重大的意义，因为现金是偿还企业债务的最终手段，在一定时期，现金的偿债手段最为稳定，现金比率的公式为，现金比率与前面两种比较方法是同方向性质的，因而我们可以从表的对比中看到，近年来五粮液的现金比率也是高于茅台的，说明五粮液相较于茅台有更强的偿债能力。

1.3 长期负债能力分析

资产负债率也称为举债经营比率，它是企业负债总额与资产总额的比率，公式为，资产负债率能够说明一个企业长期偿还债务的综合能力，资产负债率和企业的偿债能力成反比，就是说资产负债率的比例越大，企业的偿债能力就越差，反之如果资产负债率的比例越小，就说明企业的偿债能力就越强，根据数据来看，茅台除了2014年的资产负债率低于五粮液，其余各年份，都高于五粮液，说明茅台目前的长期偿债能力弱于五粮液。

结论

我们能够通过贵州茅台和五粮液的财务报表的对比，能够看出来贵州茅台的股价为什么高出五粮液的那么多，贵州茅台应为其量小质优，在高端年份酒市场扩宽自己的领域，这点是五粮液力不能及的，五粮液在中国顶级白酒市场上，与茅台竞争还略有不足，同时在控制成本方面，贵州茅台明显比五粮液做的更加优秀，而且茅台的经营是比五粮液集团的经营是更稳健的，在如今一瓶飞天茅台难求的情况下，茅台股价不断飙升，股东看好茅台的发展前景，那么茅台股价的飙升也在情理之中。

参考文献

[4]李颖超，高易. 茅台集团股价疯长背后的财务分析[j].纳税，2018（16）：110.

[5]黄雪亭. 股利政策与企业价值[d].郑州航空工业管理学院，2018.

酒店月度经营分析报告篇八

院领导：

自开学以来，学院食堂本着“服务师生、保本经营”的非盈

利性原则，把学生从校外吸引到校内食堂用餐，保障学生的饮食安全；食堂在艰难的条件下，保证了学院食堂一日三餐的正常供应。现将2015年上半年经营状况分析报告如下：

1、3-7月份食堂收入部分：食堂ic卡充值收入83988元，现金收入63750元，教职工用餐收入180890元，客餐收入6830元，培训班用餐收入71020+兰培训元，共计收入396448元。

2、3-7月份食堂支出部分：菜品及调料采购支出143350元；大米采购支出44850元；食用油采购支出36540元；煤炭燃油采购支出36900元；员工工资支出123050元，添路物品及维修支出5300元；员工办证支出1200元；车辆汽油支出6000元；水电支出4000元；共计支出401190元，本年度收支差额为4742元。

鉴于以上情况，为了保障食堂的正常运转，更好的服务学院师生，现申请免于缴纳相关管理费用。

妥否？请领导酌情考虑。

学院食堂

二〇一五年八月二十日

第二篇：学校食堂经营情况调研报告

学校食堂经营情况调研报告

在学校改革不断深入的今天，后勤工作是提高教学质量的重要保证，食堂又是后勤工作的重要组成部分，是学校的一个窗口。对外，能树立学校的形象。对内，直接影响到师生的学习生活、身心健康。因此，我决定把此次实践的地点放在食堂。

该学校是个全寄宿制的学校，每天有千余人在此就餐，食堂工作质量的好坏，直接关系到师生的身心健康，影响到师生的工作和学习。为此，在学校提出的“管理一流，教学一流，服务一流”的办学思想指导下，对我所参与的食堂工作也提出了“严格要求，科学管理，服务一流”的口号。虽然这只有十二个字，但是要做起来真的很难。开工的第一天，我大概了解到了一些食堂工人们的辛苦。第一天我是五点起床，洗刷完毕后，就开始到食堂进行工作，准备早餐的供应。到了食堂以后，发现工人们已经在了，从说话中得知，原来他们每天三点半就要起床，然后赶往食堂开始和面，准备做馒头和饼子，还要提前把稀饭准备好。等到六点半的时候就已经开始出售早餐，我则是负责一些比较简单的任务，比如帮忙抬抬稀饭桶，切一些简单的东西，等到开始卖饭的时候，我便和他们一样，带上口罩，接待来往的顾客，我们食堂是不允许收现金的，食堂面向的都是学生顾客，所以经济效益还算不错，但就是比较辛苦。

到了这样的内容：

为了实践“三个代表”，努力办好食堂，首先，我们是以《食品卫生法》为依据，严格地按照《学生集体用餐卫生监督办法》的有关规定来规范我们的工作，我们根据学校的具体实际制定了一系列相应的管理措施。如食堂管理岗位责任制，炊事员岗位责任制，餐具消毒管理办法，加工间卫生管理办法，配餐间卫生管理办法等规定，从而保证了食堂管理工作有据可依，有章可循，不会因为人员的变动而改变，保证了食堂工作的持续有效的管理。

质量是生命线，质量是学校一切工作的出发点。为此，我们把食堂和服务网点的食品质量看得比什么都重要，比如，食堂方面，从采购到加工再到发售，我们就制定了严格的措施，有采购员的制度，加工间的制度和配餐间的管理制度，层层把关，随时都要抽查，绝不马虎，以保证哪个环节都不能出漏洞，确保食品安全。又如，对商业服务网点所购回的食品，

我们也随时进行检查，看有没有三无产品，即产品有没有名称，有没有生产厂家，有没有生产日期。另外就是检查有没有过期的或发霉变质的食品，一旦发现以上情况，我们就坚决立即处理，绝不手软。在这个问题上，我们采取一票否决制，没有任何人情可讲，我们的目的就是学校下大决心要让学生吃得放心，家长看了安心。

对工作人员实行规范化管理。食堂是后勤工作的重要组成部分，是学校的一个窗口，它不但接待本校学生，也接待学生家长，还接待很多外来人员。搞好了它直接树立了学校美好的形象，给即将跨入学校的新生一个良好的印象。因此一个食堂除了它的食品质量得以保证外，它展现在人们面前的工作人员的思想素质精神面貌也应该是一流的，根据这一要求，我们对上岗前的所有工作人员首先进行体检，没有取得防疫站签发的健康证的人员绝不允许上岗，上岗前还必须接受岗前培训，以提高他们的卫生知识和文明礼貌用语水平，工作人员上岗时候还得换上统一的工作服和戴上证明自己身体的工作牌，通过严格的统一体检、统一培训和整齐的统一着装，统一挂牌，这样出现在人们眼前的炊事人员就显得特别的整洁精神，使人胃口大开。

我们对环境卫生的处理整治工作，我们强调卫生问题不光是对食堂工作人员的个人卫生和食堂内部的环境卫生，对于食堂以外的环境卫生也就是整个校园的环境卫生，我们都很重视，我们制定了一整套治理环境卫生的措施。

酒店月度经营分析报告篇九

一、企业经营管理人才队伍建设现状分析：

近几年来，全县工业经济呈快速增长态势，随着认真落实“开放兴县、工业立县、惠民强县”三大主体战略和五项重点工作，实现了民营经济稳步发展，全县企业经营管理人

才队伍也在逐步发展和壮大，涌现出了一些优秀企业和一批优秀企业家群体。总体来看，目前全县中小企业经营管理人才队伍的建设工作，已经初步具有以下几个特点：一是企业经营管理者信心明显增强。二是企业经营管理人员的引进培养工作得到加强。三是企业家的政治社会地位不断提高，政府和社会对企业家的扶持力度加大。四是企业家成长创业的环境不断改善。主要做法有：

1、统一思想认识，把握人才工作方向。

自党中央提出四个尊重方针和党管人才原则以来，县委、县政府把人才工作摆到了重要的战略位置，在企业人才队伍建设上努力实现二个转变：一是变人才工作是企业之事为县委、政府与企业的共同之事。实现了思想上的再解放、认识上的再深化，牢固树立起与时俱进、开明开放的科学人才观，形成了人才支撑发展、发展孕育人才、人才素质决定发展水平、人才优势赢得竞争优势的共识，确立了抓人才就是抓发展的新理念。二是变县委、政府的一般号召为真抓实干。充分发挥县委、政府总揽全局、协调各方的能力和优势，从实际出发，努力整合社会各方力量，积极调动一切有利因素，使人才工作在效率和质量上有了新的提高。

2、制定优惠政策，激励企业人才创业。

实现全县经济新跨越，主体是企业，关键是人才，而企业经营管理人员队伍在人才强企战略中居首要位置。为此，县委、县政府不断加强企业人才工作，在人才政策、机制上和服务层面做了一些有益的探索和创新，对企业人才的引进、培养和使用做了一些规定。同时还鼓励引导机关事业单位专业技术人员和管理人员到企业建功立业，也可以利用业余时间为企业提供服务，以科研成果、技术专利、知识产权等生产要素参与收益分配等。

3、建立交流平台，搭建人才服务桥梁。

“党管人才”要求我们变管理人才为服务人才，为此，我们积极转变观念，努力为人才解决工作、学习、生活上的实际困难，架起县委、政府与企业人才之间对话的桥梁，建立健全企业人才之间相互交流、研讨和沟通的平台。一是建立县领导包联重点企业制度。定期到所联系企业调研或听取工作汇报，协助企业加强生产经营管理，提高企业整体素质，帮助制定企业的生产经营战略和发展计划，为企业排忧解难等。二是利用县企业局公开招聘等形式，以拓展人才的宣传、信息空间，给用人单位和应聘者提供交流与合作的机会，并做好中介服务工作。

4、加强学习培养，提高企业人才素质。

不断加大了对现有企业经营管理人才的培养力度。县企业局出台了培训方案，一是参加各类学习培训。县企业局组织部分人员参加全县中小企业质量管理培训班，企业安全技术规范培训班等。二是开办进企讲法活动，邀请资深专家和教授来富进行学术讲座，使他们接受经济、法律和企业管理等方面的知识。同时各企业也加强了对本单位人才各类培训，有的企业积极组建培训制度、成立企业学校，以“效果月”、“学习周”为载体开展读书活动，以进一步提高人才各方面的素质。

二、企业经营管理人才队伍存在的. 主要问题:

企业经营管理人才队伍在总量、结构和素质上虽也有了一些改善。但是，在实施经济强县和项目带动战略的大背景下，我县的企业经营管理人才还不能完全适应经济快速发展的需要。主要表现在：

1、人才总量偏小，整体素质较低。

在被调查的500万产值以上的企业中，其中大专以上学历以上的还不到xx年人才需求的情况来看，一些企业对人才的需求已经

有了较强的意识，且逐渐强烈。从调研情况看，在学历层次上的需求主要以大专、本科为主，专业需求主要集中在企业管理、产品开发与设计等方面。而近几年来，企业对人才的需求基本依靠原有的人员，人才引进和再培养较少。

三、企业经营管理人才队伍建设的对策与建议：

当前，我县企业人才工作面临行政区域竞争、综合经济实力的竞争，以及政策优势的竞争，要在竞争中崛起，在竞争中取得优势，影响其发展的外因与内因必须相互促进，相互协调，也就是说，政府和企业都必须充分发挥各自的职能作用，承担起各自的义务和责任，并有积极的行动。

从政府层面看：

1、加强对企业经营管理人才队伍建设的领导。

要深刻认识到人才资源是最宝贵的资源、人才意识是领导干部的第一意识，深化对人才含义的理解，树立全面科学的人才观，坚持以品德、知识、能力和业绩作为衡量人才的主要标准，努力提高人才各种福利待遇，出台一些更加灵活优惠的人才政策，在福利、待遇、精神奖励等方面作出明确的规定来吸引人才。

2、促进企业经营管理人才队伍健康的发展。

不断提高服务水平，构建良好环境，为人才的发展奠定良好基础。建立企业经营管理人才中介服务机构，为企业人才交流沟通和协调提供平台。加快人才管理信息化建设步伐，大力发展网上人才交流业务，促进人才合理流动，要分门别类建立企业人才信息库和专家信息库，帮助他们与国内外重点院校建立链接。

3、加强企业经营管理人才队伍建设。

政府各部门，特别是人才人事工作相关部门，在新形势下，应积极发挥自身职能作用，将开发企业人才资源作为人才人事工作为经济建设服务的重点和突破口，指导企业健全人才工作机制，帮助企业做好引才、育才、用才三方面工作，以取得企业人才工作更大的成效。

从企业层面看：

1、转变思想观念，提高企业人才动力。

企业经营者要解放思想，树立“人才就是财富，人才就是效益，人才就是竞争力，人才就是发展后劲”的观念，不拘一格选人才，并尽最大可能给人才创造活动的余地和创业的空间，让人才感受到自己在企业里有地位、有机会，更有前途。

2、建设企业文化，优化企业人才环境。

企业因工资待遇高且灵活可以吸引一批管理人才，但人的社会性决定人的需要具有层次性，当生存问题解决后，人才便有了更高层次的需要：被尊重的需要，实现自身价值的需要，并希望拥有一个和谐的人际关系和工作环境。这就要求企业面对人才竞争中的劣势，着力塑造企业文化，通过完善企业文化，改善企业形象，完成企业制度、企业管理从传统到现代的过渡，提高人才的地位，改善人才工作和生活环境。

3、加强学习培养，提高现有人才素质。

企业要加大对人才的培养和投入，组织开展建设学习型企业，争做学习型人才的活动，切实加强各类人才的继续教育。有条件的企业可以建立人才资源开发管理机构，与国内名校合作建立自己的培训学院，把人才资源当作人才资本来开发经营，从经营意识和战略眼光来看待人才培养。把人才教育培训计划纳入本单位的发展计划，完善人才教育培训体系，建立企业培训经费的保障制度，按年销售比例投入企业培训。

实施“服务期制”，企业与培养对象签订培养合同协议，明确规定企业培养好人才后，要有若干年服务期，从而使企业在投入上有了真正动力。

4、完善工作机制，提高经营管理能力。

一是建立全新的人才选拔、使用机制。对一个企业而言，人才特别是经营管理人才对企业起着决定作用，在市场经济体制下，企业应当探索建立一个适应现代企业制度要求的选人用人新机制，冲破家族式管理模式，采取面向社会公开招聘、企业内部民主选举、竞争上岗和直接聘任（委任）的方式，多渠道选拔高素质企业经营管理者。二是建立科学的人才引进、流动机制。针对我县引才引智渠道不畅、信息不灵、机制不活等问题，企业要积极采用各种手段，树立起“不求所有，但求所用”的人才理念，通过兼职、长期任职、短期服务、咨询顾问多种形式聘请一些高层次经营管理人才，联合大专院校、科研院所的科技人员兼职创办企业、兼职从事高新技术的转化工作。三是建立公正的人才评价、分配机制。要建立和健全公正合理的人才评价机制，构建以经营业绩为核心的多元分配体系，积极探索年薪制、股权制、技术与管理要素入股等多种分配制度和实行技术、知识、管理、信息、资产生产要素参与分配的办法和途径，使人才的价值在收入分配上得到充分体现。

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](#)

酒店月度经营分析报告篇十

1. 全国市场现状

全国结婚产业调查统计中心xx年3月发布的《中国结婚产业发展调查报告》显示，我国最近5年来平均每年全国有万对新人登记结婚，其中仅城镇新人在婚礼上的消费就达4183亿元人民币，目前全国每年结婚新人近1000万对。

在新婚消费方面，%的新人需要拍摄婚纱照；%的新人计划请婚庆公司为他们举办婚礼；%的新人准备到酒楼举办婚宴；%的新人要为新娘购买婚纱；%的新人安排蜜月旅游。在结婚人群保持稳定的基础上，目前婚庆消费总额还在不断增长。婚庆消费总额的不断增长，为从事婚庆产业的上下游企业带来了巨大商机。

根据国家民政局的统计数据，全国xx年因婚礼当日而产生的消费接近3000亿元，预计到xx年将上升到5000亿元。统计显示，全国每对新人消费结构为：影楼婚纱照3526元，结婚珠宝首饰5659元，婚纱礼服xx元，婚庆礼仪4464元，喜宴水平1030元/桌，新居装修万元，蜜月旅游9304元，家用电器16533元，家具17263元；则这些新婚消费已达元。

婚庆作为一个新兴行业，在全国已到了火爆的程度。北京、上海、广州、深圳，婚庆公司如雨后春笋般涌现，比如广州在5年前只有30家婚庆服务公司，现在已经超过了100家。婚礼服务行业分工细化，服务范围扩大并日益丰富，已经包括了婚礼咨询、婚礼策划、婚礼化妆、mv设计拍摄、婚车出租等方面，从简单的服务进入全面提升阶段，向文化层次发展，注重服务和多样性、个性化。不过，目前婚礼服务行业尚无标准，缺少行业规范行为，行业整体还处于起步阶段。正是

因为素质不高、缺少创新，造成了整个行业的大范围低价低质的恶性竞争。

2. 本地市场分

2-1. 本地市场中高端婚庆公司

本地婚庆公司中，呼和浩特地的喜洋洋随婚庆公司为实力与口碑兼具的婚庆公司，其地理位置优越，处于江宁城中步行街中心内，其特色是婚庆用车种类全面，婚庆道具数量及质量较高，在江宁区属于较老资历婚庆公司，单量稳定；天禧婚庆公司同样地理位置优越，位于东新南路日光广场对面，依托米兰婚纱摄影的名气，可直接接触到新人，单量稳定；情长意久婚庆位于江宁喜庆城，单量以点今结婚吧为主，同时回头客较多。

仔细分析不难发现，中高端的婚庆公司地理位置均为繁华地段；同时在渠道方面均各有所长，单量较为稳定；投入较大，硬件条件较为强大，中高端婚庆公司在跑量的同时，也注重高质量单的把握，善于把握较高端婚礼的运作，收益较为稳定。

2-2. 本地市场低端婚庆公司

固定团队，婚礼现场经常雇佣学生等临时工进行搭建及布展，单量不稳定，收益较小。

3. 总结

针对以上市场分析，不难看出，婚庆正是一个蓬勃发展的产业，其潜力无限，可挖掘空间大；同时本地市场婚庆市场已处于饱和状态、每年都有五六家新开张的婚庆公司，也有支撑不住倒闭的婚庆公司，竞争压力大，问题多多，发展方向并不明朗。

根据这些分析，未来业务更加全面的婚庆服务机构，更加具有创新精神的婚庆内涵，是未来发展的必然趋势；针对80后的结婚高潮的来临，具有求新求异求变的婚庆公司更具竞争力与发展潜力；发展趋势日益明显：

行业分工细化，服务范围不断扩大，提供的新婚消费产品和服务更加丰富；

服务质量将不断提升，更注重服务档次和内容，有系统的职业取向序列；

各类婚庆服务公司合纵连横、行业内与企业间“强强联合”、资源整合, 共赢发展趋势

婚庆产业“掘金”行业不断扩充，新婚消费蛋糕持续增大

各地区婚庆协会不断成立，将大力提倡贴心服务、诚信服务

政府更加重视婚庆文化，制定和完善新婚消费行业规范，整治行业市场

企业更加注重创建婚庆产业知名品牌，打造核心竞争力，提高全行业经营管理水平

网络等现代科技手段在婚庆产业中将发挥更大的宣传和销售作用

新成立的婚庆公司较之成熟的中高端婚庆公司，在客户资源渠道方面较为欠缺，同时婚庆行业需要一定之间的续客期及口碑传播期，前半年的盈利较少，甚至亏本。

1. 目标消费群体细分：

将消费者分为四个层次：消费领袖、城市新贵、跟随者、落伍者，前两个层次的消费者人数在整个消费人群中所占的比

重很少，但他们的领导作用却无可比拟。

消费能力：数量虽少，但消费力极高。而且能承受较高的消费价格。消费者描述：

职业：政府部门、私企管理层及骨干，其它社会精英。

生活状态：单身，有如意的职业，有较富足的经济能力，迫切走入婚姻。

心理状态：有实现梦想的需求，想显示自己，有更高的追求，希望彰显个性但不张扬；希望显示自己的支配力和丰富的社会经验。

消费需求：有品质及档次的婚庆服务

1-2. 城市新贵bobo一族：25岁-30岁

消费能力：月收入3000到6000元，数量较多。

消费者描述：

职业：各行业的新秀精英。

生活状态：单身，事业有成，没有生活负担，或自我生活条件优裕或家庭条件优裕。

心理状态：懂得享受生活，特立独行，试图在生活品质和灵魂自由中寻求到最为超然飘逸的态度，更要求特别不一样的婚宴布展及服务。

形成消费者定位差异化：我们将主要目标消费群定位于此，抓住他们的心理需求，为其量身定制个性化婚庆服务。

消费影响力：消费领袖、城市新贵在不同年龄段不同层次的

跟随者心目中有强大的号召力，我们可以利用他们的影响力使市场不断扩大。

2. 消费者接触点：

为了能最有效地触及消费者，应利用以下消费者接触点：

dm传播：直接投递到目标消费群体中，例如：高层写字间，银行等。

传统媒体：通过传统媒体硬广软广的搭配将品牌植入消费者脑海，或活动形式推广。

特殊通道广告：网络渠道，以及在其他消费场地的赠送定制礼物、宣传册等，引导消费者尝试了解。

【营销阶段划分】

为了公司业务拓展，如：庆典活动，路演活动等，公司的名字可以不以婚庆为主题，婚庆做为公司服务之一，公司的名字可尽量简洁时尚，容易被记住。如“创意文化”“双double传媒”等等，公司名字可于方案通过后，进行进一步沟通与探讨。

确认办公地点后，在办理各项手续的同时，进行办公地点装饰装修，道具物料采购；公司成立后，前三个月处于营销推广时期，应使用各种方式对品牌进行大规模的宣传；结合盘龙现有优势传统媒体资源，通过品牌广告和软性植入广告的形式，对品牌进行全面的广告宣传；退出相应优惠活动吸引顾客关注，同时开展与各商家联盟性质的活动，如：征集80后美女新娘；甄选最有故事的新人免费为其打造专属幸福婚礼；集体婚礼召集令等活动，以活动形式获得社会关注度。

公司只管形象展示营销，印制公司宣传dm□打造创意形式，

类似杂志形式，推荐创意婚礼形式及公司优势介绍】，在中高端写字间进行派发，在各大银行等拥有目标消费人群“城市新贵bobo一族”的地点进行派发；联络沟通联盟商家，如：婚纱影楼，摄影工作室，婚庆用酒，家纺，家装建材，旅行社等，与联盟商家达成合作协议，进行互相扶持及宣传。

后期可与南京婚庆协会与中高端婚庆公司进行洽谈，商谈合作共赢合作模式，

充分体现自身资源优势及核心竞争力，可联手打造“婚博会”“高端婚礼”等。

1. 成本费用预算

1-1. 制造费用预算

根据公司整体的定位情况，在装饰装修方面，硬装要求简洁大方，注重软装方面的装饰。具体装饰装修费用依据租赁写字间情况确定，以下为初步简洁预算。