

生鲜行业采购工作总结报告(模板5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。报告的格式和要求是什么样的呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

生鲜行业采购工作总结报告篇一

潮起潮落后，巨头们也牟足了劲，最近一段时间，空气中的火药味又浓了起来。

九月底，多多买菜广东的日单量冲到了300万件水平，追平了美团优选。如今，

每日优鲜在持续开拓线下实体业务，包括完善折扣便利店“惠宜选”的区域布局，通过零售云赋能中小商超，取得了快速进展，正在成为其第二第三增长曲线。

阿里方面，赶在元旦前，盒马全国门店突破了300家。沉寂3年后，盒马于今年6月再次开启了扩张计划，在郑州开出了首家门店后，又进驻合肥、济南和南昌。

7月，盒马成立了盒马邻里事业部，也就是盒马通过“下单+自营”的模式，来补充盒马对不同圈层用户的辐射。

12月6日，盒马鲜生（上海地区）又推出了“斩钉价”，上线商品优惠售卖，覆盖上百款商品，包括水果蔬菜、海鲜水产、禽肉蛋奶等多个品类，剑指叮咚买菜。

价格战是否重燃，目前虽没有一个确切的答案，但盒马鲜生与叮咚买菜之间的较量已经开始。在传统品类难以突破的情况下，生鲜电商们也开启了全新的探索，比如鲜花、预制菜和火锅食材，成为了巨头们竞争的新领域。

据天猫官方公告显示，今年“618”期间，天猫半成品菜销售同比增长了超120%。“快手菜”也渐渐成为了生鲜电商小程序上的必备栏目。

卖菜的同时，各家也“捎带手”卖起了花。11月，盒马已悄悄在云南签下了30个直采合作基地，搭建了鲜花大仓，打造出行业里首个完整的鲜花供应链。

生活水平的提高，悦己意识的觉醒，促使大众消费需求的升级，而生鲜巨头的加盟，必定会带动各个行业领域的创新发展，加速行业爆发期的到来。

艾瑞咨询报告指出，生鲜电商市场在未来一至两年将迎来新一轮洗牌期，供应链能力是企业突围制胜的关键。随着赛道玩家的增多以及巨头布局的扩大，生鲜电商行业竞争将持续升级，同时也将推动原有的行业格局加速洗牌。

对生鲜电商来说，通过自采自购，直接跟供应商对接，压缩整个流通环节，提高溢价能力，也降低流通成本。

在疫情常态化的环境下，生鲜电商等在线商业模式实际上迎来了复苏的契机，从生鲜电商平台的生存状态来看，

而未来，自有品牌也有望成为新的盈利增长点去反哺平台。比如盒马推出的自有品牌“日日鲜”，美团买菜推出的“象大厨”，叮咚买菜推出的“大满贯系列”。

随着生活方式提升，消费者也倾向于选择更具性价比产品，喜欢尝鲜。自有品牌可以通过产品研发软实力和消费习惯帮助平台打造差异化竞争力。

岁末已至，再度启航，生鲜电商们需要的是更好的产品，更优质的供应链，来巩固、扩大用户流量池，

生鲜行业采购工作总结报告篇二

购货单位：_____ (以下简称甲方)

供货单位：_____ (以下简称乙方)

签约地点：_____

为增加甲乙双方的责任感，确保实现各自经济目的，依据《合同法》规定及招投标文件之内容，甲乙双方经友好协商，就甲方向乙方购买达成如下协议：

一、合同标的(名称、规格、型号、单价等)

_____ □

三、付款时间及方式

1、合同分三批付款：在合同生效后_____天内，甲方向乙方支付合同总额_____ %货款；设备安装调试完毕，并初步验收一周内，甲方向乙方支付合同总额_____ %货款；设备正常运行_____天，经双方正式验收合格后一周内，甲方向乙方付合同总额_____ %的货款；质保期满后付清余款。(根据招标文件的有关规定加以变更及修改)

2、在每期合同款项支付前_____天，乙方向甲方开具同等金额的增值税发票(根据实际情况加以约定)

四、交货时间、地点、方式

1、交货时间：合同生效后_____日内交货。

2、交货地点： 收货人名称：_____ (应为签约单位名称) 地址：_____。

3、交货方式：乙方负责货物运输。

4、货运方式：汽运。

5、乙方将合同设备运至美的工业城并经安装调试、投入使用并经过甲方验收合格后，方为设备交货日期。(根据实际情况约定交货日期及何为交货：如规定供方将设备安装调试、投入使用视为交货，则对设备通过甲方验收合格的时间约定明确)甲方在合同约定的交货地点提货，运输费及运输保险费均由乙方承担。合同设备的毁损、灭失风险自乙方完成交货后转移之甲方。

6、乙方应在合同设备发运后一个工作日内将发运情况(发运时间、件数等)通知甲方，甲方应在合同设备到达合同列明的地点后及时将乙方所托运合同设备提取完毕。

7、甲方提取合同设备时，应检查合同设备外箱包装情况。合同设备外箱包装无损，方可提货。如合同设备外箱包装受损或发现合同设备包装箱件数不符，应在个工作日内通知乙方，以便乙方办理合同设备遇险索赔手续。

8、甲方对乙方交付的合同设备，均应妥善接收并保管。对误发或多发的货物，甲方应负责妥善保管，并及时通知乙方，由此发生的费用由乙方承担。

9、如甲方要求变更交货地点，应在合同规定的交货日期一十五天前通知乙方。由于变更发货地址增加的运保费由甲方承担。

五、验收时间、地点、标准、方式

1、验收时间：乙方应于合同生效后 天 内完成设备安装调试，安装调试完毕后，甲方应在 天内安排初步验收。设备于合同生效后天内通过双方的合格验收并由甲方出具验收合格书。

2、验收地点：_____。

3、验收标准：_____。

六、现场服务(建议根据实际情况加以约定)

1. 供方现场人员应遵守需方厂规、制度，如有违规，乙方负责。

2. 供方现场人员食宿自理。

3. 需方如需邀请供方开展非质量问题处理的技术服务，供应应予协助。

七、人员培训

乙方负责对甲方操作、维修人员和有关的工艺技术人员进行操作培训、维修培训、设备保养培训，使之完全掌握全部使用技术，以便使甲方人员正常地使用、维修保养设备。(根据设备的技术要求，视具体情况加以约定或在技术协议详细约定;如无必要，可不约定)

八、保修方式

1、自设备经过双方验收合格之日起按生产厂家规定的条款进行免费保修服务，免费保修服务期限为 年。保修期内，乙方必须在接到甲方保修通知后天内派人至甲方现场维修。

2、保修期内，如由于火灾、水灾、地震、磁电串入、等不可抗拒原因及甲方人为破坏因素造成的损坏，乙方负责免费维修，设备材料成本费用由甲方承担。

3、保修期后，乙方必须在接到甲方维修通知后 天内派人至甲方现场维修。设备的维修、更换，甲方酌情收取成本费和服务费，收费标准另行约定。

九、违约责任

1、甲方无故中途退货，应支付乙方合同总额的5%违约金。(如对方提出类似条款时可作此约定，否则，建议删除此款)

2、甲方逾期付款，每逾期一天，应支付乙方合同总额2%的违约金，违约金累计总额不超过合同总额的5%。(如对方提出类似条款时可作此约定，否则，建议删除此款)

3、乙方逾期交货，每逾期一天，应支付合同总额1%的违约金，违约金累计总额不超过合同总额的30%。逾期交货超过天，视为交货不能，乙方应双倍返回甲方已付款项，甲方有权解除合同并要求乙方支付合同金额30%违约金。

付合同金额1%的违约金并赔偿甲方其他经济损失，违约金累计总额不超过合同总额的30%。

5、设备未按照合同之约定通过甲方验收合格，每迟延一天向甲方支付合同总额1%违约金;超过天仍未验收合格，甲方有权解除合同，乙方应立即返还已收款项并赔偿甲方由此遭受的其他经济损失。

十、不可抗力

如发生不可抗力事件，受不可抗力事件影响的一方应取得公证机关的不能履行或不能全部履行合同的证明，并在事件发生后15个工作日内，及时通知另一方。双方同意，可据此免除全部或部分责任。

十一、合同变更 未尽事宜，双方协商解决;合同的变更及修改须经双方同意，以书面形式变更。

十二、争议解决方式 双方如发生争议，应协商解决;如协商

不成，任何一方应向甲方所在地人民法院提出诉讼。

十三、合同生效及终止 合同自双方签字并盖章后生效，双方权利义务履行完毕后，合同终止。

十四、合同一式四份，双方各执两份，具有同等法律效力。

生鲜行业采购工作总结报告篇三

生鲜主管2015年工作总结

2015年即将结束，我和工联购物中心的每位同事一道，满怀希望的迎接着新年的到来。过去的一年，我们生鲜部在总部领导和店长的正确领导下，经过各部门经理的互相协调、帮助，加之营运和采购的大力支持、监管，使得生鲜部在稳步中求得了发展，在逆境中取得了成绩，生鲜部自经理到员工，形成了“拼搏、务实、协力、共进”的团队精神。在这新旧交替的时候，我将过去的工作作以总结。对区域内消费者的消费习惯和消费水平分析力不够没有做出我们的经营亮点，利客隆生活超市竞争对手的频频出击及医大科学学生放假，客流量有所下降，以致至7月、8月份销售有大幅度的下降。遵循公司的服务理念“专注邻里好生活”制定促销方案突出，围绕民生生活中柴、米、油、盐、酱、醋、水果、散装食品、学生用品等选择商品。在9月学生开学学讯超低限时促销活动中，对销售业绩和人气起到了很重要拉动的作用，其力度和频率都很不错，也取得了一些较好的业绩。

10月对生鲜的调整和改造，特别是对生鲜区：散装大米、散糖、蜜饯、蔬菜和水果的调整工作调整完成后；同时百货区的陈列位置调整后让整个超市的视线更开阔，使我店卖场形象得到了极大的提升。对门店销售的增长也产生了重要的影响和推动作用。狠抓业务流程，落实服务标准的执行。我们的业务流程，可以说就是一个完善的服务标准。因此严格遵守业务流程，就会使服务有明显的提升。我店对电子秤称重

人进行了定人定岗，对各通道的导购人员进行定员定岗，以此确保能及时为顾客提供方便快捷的服务。并要求每位员、促销员严格遵守“计量五步起、六大文明礼貌用语、八个必须、微笑服务”服务顾客提供打包、送货服务，以此让顾客真正高兴而来，满意而归。倡导精神文明，彰显人性化服务。帮扶弱小、拾金不昧、拾物归。

零售业以人为本，是否合理的开发和运用人力资源，是一个门店经营管理水平的重要体现。为了增加门店的凝聚力和团结协作能力，一方面，我店加强门店主管与员工、员工与员工的沟通交流，另一方面加强对员工职业生涯的引导，每个月组织员工进行团队建设培训，培养员工的集体荣誉感，并多次组织员工参加“团康”集体活动。生鲜部由散称干货五谷、熟食、鲜肉、水产、蔬果五部分组成，是门店比较大的一个部门，而且它承担了整个超市最重要的职责拉动全店来客，增加全店销售。加之生鲜部是人们日常生活的必需品，因此，这里是全店人气最旺和管理最为集中的一个区域。在最大限度满足消费者的需求，保证食品安全的基础上，我们要做好每日商品的上货工作，做好商品的整齐陈列，保证商品的新鲜、健康。我主要从以下几个方面着手：一、严把商品质量关。降低商品质量客诉。必须从源头来抓，我们每天会根据天气、周末、节假日等外部环境因素的影响，根据客流情况每天晨会时提醒各个专柜做出尽量合理的上货，备货。部分商品在收货的时候，严卡保质期，逐箱查看确保商品质量和数量的正确。

二、做好人员的有效管理，协调好员工与员工，员工与上级之间的关系。对于我们生鲜部来说，这一年来的确是付出了很大的辛劳，但是仍旧存在着许许多多的问题。我们生鲜部自营员工只有四名，其余的均为厂家导购和专柜联营人员。在思想行为上很难做到统一，存在很多的分歧和想法。针对这种现象，在原有的分配基础上，通过灵活的调整，进行一岗一员责任制和协同工作制，既要求责任到人，不互相依赖，又不自私自利，各扫门前雪，形成员工和导购员之间的互相

协作，互相帮助。大大提高了工作的效率和成效。

三、准确掌握市场信息，灵活调节商品结构。对于生鲜部来说，市场的动态千变万化，能否准确的掌握市场的价格尤其蔬果的价格，以及畅销品对于我们来说是最为关键的，目前，我们采用的是每周二次市调，蔬果区，鲜肉区对竞争门店利客隆生活超市和百佳华百货市调，合理调整我们的蔬果价格。争取做到我们的商品物美价廉。对于抢购的商品除了快讯上规定之外，我们还会根据顾客的需求，根据市场的变化，和供应商沟通，及时调整。争取把抢购商品做到价格惊爆，品项合理。

4、店内的特价蔬菜、水果品种少和价格无优势，工作的细节性还是不到位，在大的方面我们做了几次的整改和努力，取得了一定的成绩，但是对于卖场的细节注意还是有欠缺，这包括我们的卖场卫生、商品的陈列、仪容仪表的规范、价签价格牌的对应，商品的保质期、员工和促销员的管控、和采购及供应商之间的沟通、收验货的把关、损耗的管控都存在着细节性的问题，这都是在以后工作中要注意的方面。在此，我就新年的计划做一个简单的展望和计划：新的一年，对于生鲜部来说，从外部环境来看，是机遇与挑战并存，开放与紧缩同在。对于明年的计划，我想应该有以下几点：

（1）稳定是前提，创新是路子。对于超市来说，保持原有的发展是最根本的前提，下一年，我们还将沿着去年的模式来走，保证生鲜部的销售额在稳步中提升。但是从上面的分析可以看出，下一年，必须有所创新。明年我们会加大对能够给超市创造利润的工薪白领阶层又由于工作忙而没有时间购买这一群体的服务，我们生鲜部对于这些人群的流逝是最大的，我们将加大精品果蔬的推广力度和便利商品的数量。

（2）宣传、服务体系的创新。我们充分利用好生鲜区的电子屏幕宣传好生鲜的特价和温馨提示。

(3) 认同是关键，创建员工认同的企业文化和和谐的工作环境。一个企业的发展成败，主要取决与员工、促销员以及各层管理者对这个企业的认同感、归属感。这在前面已经提到。企业文化必须和企业发展相契合，必须和人们心理实际相契合。只有员工、各层管理者认可了这个企业文化，认可了这个集体，并且这种文化具有积极向上的引导力，员工才会踏踏实实的在这里干工作，才会竭尽全力的服务于这个行业。

(4) 对比2015年的鸡蛋销售结合2014年的经营情况想把鸡蛋区多做些精品蛋包装销售，鲜肉类、蔬果类强加精品包装品项销售。

总体来说，我希望在新的一年里，我和我的同事一道，再创佳绩，在完成公司规定的总销售之外，创出新高。同时还希望，我的同事，生活今年过的比去年好，希望他们工作顺利，家庭和睦。

超市生鲜工作总结

(一) 超市生鲜工作总结计划与预算职责

3、负责实现公司制定的生鲜品类的生产效率，包括：坪效、人效（人均销售、主要岗位的人均工作量）

超市生鲜工作总结专业能力

1、具有制定预算的能力，理解生鲜毛利表的组成部分及其含义，并根据生鲜品类预算表来监管可利用资源。 2、熟悉生鲜各部门商品在不同季节的销售特点和品质管理的特性，能对不合理库存采取相应的措施，以确保满足商品的销售和周转。

3、了解各商品大类、坪效和人效的概念和行业标杆，熟悉影响门店生产效率的因素，并采取相应的措施。

（二）超市生鲜工作总结业务（商品）职责

3、负责采购及促销部安排的促销计划的实施，制定生鲜促销计划

6、负责生鲜商品的质量管理工作，确保生鲜商品符合安全、卫生标准，满足顾客的需求

生鲜行业采购工作总结报告篇四

近期，生鲜电商赛道频频传来坏消息。

无独有偶，另一家生鲜电商玩家叮咚买菜也被传大规模裁员。据新浪科技消息，有员工称相比巅峰时期，公司少了上万人。不过，叮咚买菜回应称消息不实、没有事实依据和严谨数据来源，公司个别岗位变动属正常组织资源调整。

然而，纵观生鲜电商过去一年，“烧钱”、“融资”甚至“破产”成了扯不掉的标签。美股上市的每日优鲜，2021年前三季度净亏损额亿，叮咚买菜同期净亏损额也达到亿元。已上市的前置仓双雄亏惨，剩下没有巨头扶持的腰尾部玩家易果生鲜、同程生活和呆萝卜等补血无门后，宣告破产退出竞争。

有分析认为，生鲜电商市场面临的主要难点在于盈利困难，一方面是客单价提升达到瓶颈，另一方面是现有的供应链模式在进一步降低成本上遇到了困难。就目前而言，生鲜电商赛道还没跑出真正的赢家。

去年下半年就开始遇冷的生鲜电商行业，不时传出裁员消息，这次是美菜和叮咚买菜。

所涉及人员中不仅包含新入职员工，也包含着二级部门负责人及以上的中高层，“有的部门只留了领导一个人”。

生鲜行业采购工作总结报告篇五

一、生鲜类电子商务供应链特点

由于生鲜类产品不同于其他类别的产品，使其在电子商务领域上衍生出许多的问题。在供应环节中的生产商的分散不集中，生鲜类的生产商主要都是分散在各个乡镇，要想将这些零散的商户聚集起来并不是一件容易的事情。由于生鲜品类的生产商零散，对产品质量的监管难以实现。生鲜类的商户大都是农户自家种植生产的，对于产品的质量无法进行有效的监管。为了保证生鲜类产品在运输中的质量，生鲜类为了保证它的新鲜程度必须采用冷链设备。而冷链设备不仅前期的投入较高，后期的保养及维护也是不小的开支。这就给企业造成了资金压力。生鲜类产品对仓库要求也很高，需要设备完善的冷库。故需要严格控制仓库内的温度，但是不适宜仓库工作人员对仓库进行管理。生鲜类电子商务在整个生鲜类供应链的中的应用并不广泛。会导致严重的影响的. 生鲜类电子商务客户的满意度。由于我国现阶段生鲜类电子商务还处于初级发展阶段，供应商分布零散，客户需求不稳定，生鲜类适用的物流设施还没有完善。物流系统不成熟。由于适用于生鲜类产品的物流系统不同于从传统的物流系统，生鲜类冷链物流系统在我国现阶段还不够成熟，传统的物流系统覆盖范围比较狭隘，而且配送的机制还不够完善，也没有办法满足生鲜类产品的配送需求。

二、生鲜类电子商务供应链优化建议

1、以满足客户需求为目标。由于生鲜类产品本身的特点导致其电子商务领域不同于传统电子商务。储存时效不长等特点。故生鲜类产品供应链管理需要满足以下几点要求：第一，保证消费者在购买产品时有广泛的选择权。第二，保障生鲜产品的安全。第三，在客户提交订单后，应该尽快为客户配送。第四，在生鲜产品配送过程中应该保证生鲜产品的质量。对于整个电子商务供应链管理来说，要想实现这一目标，其

首要任务就是了解客户的心理。

2、采购环节管理的优化。建立生鲜产品的直接采购渠道，可以有效提高电子商务平台的采购效率。其优点主要表现在：

(1) 降低中间环节的复杂性，提高电商平台的效率。

(2) 根据季节来改变产品的类型，避免了产品单一的问题。

(3) 可以提高对生鲜类产品的质量检测能力，保障了商家的信誉。

4、生鲜类产品库存管理的优化。生鲜类产品的库存管理在其电子商务供应链管理中占有很重要的地位。它直接影响了客户的满意度。故对于生鲜类产品的物流配送中心应该设置冷藏库。但是单独设立冷藏库会直接降低仓储效率。为了解决这一问题应该选择与其他商家合作的方式，选择联合库存管理。这样可以充分保证了供应链上各个节点的协调性。

5、生鲜类产品物流管理的优化。生鲜类产品生产完成后，应尽快运送至加工中心做好后期加工的工作。然后放到适宜的仓储环境，再采用冷链运输送至最终的消费者。应该根据不同的产品制定最适宜该产品的流通加工方式。

6、电子购物平台生鲜类产品加工配置管理的优化电子购物平台生鲜农产品加工配置系统不同于其他产品的加工配制系统。由于生鲜类产品的特殊性，拥有完整的冷链物流配送体系是基础。再者提高生鲜类产品初加工能力。最后快速的配送频率是保障产品质量的保障。所以物流配送中心应该尽量采取少量多批次的配送方式。这种方式会增加企业的运营成本，但是却提高了产品的流动能力，降低了仓储的风险。最重要的就是电子商务企业选择的加工配送方式。电商可以根据企业生鲜类产品的实际运行情况来选择。若电子商务平台具备较高运营能力且资本雄厚，可采取自产自营加工配送方式。