

2023年招标投标工作总结(精选5篇)

总结是对某一特定时间段内的学习和工作生活等表现情况加以回顾和分析的一种书面材料，它能够使头脑更加清醒，目标更加明确，让我们一起来学习写总结吧。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

招标投标工作总结篇一

近年来，在省科技厅、市主管部门的领导下，技术市场立足于遂宁地区的科技与人才优势，不断加强与地方政府、科研院所和企业的沟通交流，通过资源整合，在技术卖方和买方之间不断发现技术转移的价值空间，在实践中努力探索以企业需求为导向、大学和科研院所为源头、技术转移服务为纽带，产学研相结合的技术转移新途径，技术市场工作总结。在全市有关部门和相关企业的支持配合下，生产力促进中心根据技术交易的业务要求，搭建和完善组织机构，广泛征集可交易项目，加快网络系统等基础设施建设，开辟民营科技企业的融资渠道，我市技术市场工作取得了一些成效。现将我市技术市场“十一五”期间工作总结如下：

技术市场成立于19xx年9月，属科技局内设非独立法人机构，由分管领导负责，专职人员登记。全市有6人取得技术合同登记员资格证书。现有在岗职工6人，全部具有大学专科以上学历，兼职人员20余人。硬件投入在市局领导的支持下得到落实，技术市场现有经营面积50余平方米，拥有计算机6台/套，全部实现网络连接。确保了网上技术市场所必需的设备配备和硬件设施建设，为如期顺利地开通网上技术市场登记保驾护航。我市技术市场工作主要为我是企业提供科技、经济、人才、政策、企业诊断和改善管理方面的咨询和服务；组织我市人才培训和企业与研究开发机构间的交流与合作、技术转移与成果转化；协助企业建立技术依托。

1、任务落实，责任明确。为切实做到任务落实，责任明确，我们重点做了四个方面的工作：一是注重发挥各职能部门的作用，把任务分解落实到相关的职能部门即领导小组成员单位。二是组织有关人员有针对性地分赴重点工业企业和农业龙头企业调查摸底，开展面对面的服务。三是组织重点企业负责人开展培训学习。使企业对网上技术市场又有了更进一步的认识。四是为我市企业提供科技、经济、人才、政策、企业诊断和改善管理方面的咨询服务；组织我市人才培训和企业和研究机构间的开发合作；协助企业建立技术依托。

2、全面发动，广泛宣传。为了使企业全面、深入了解和接受网上技术市场登记认定这一新生事物，我们开展多种形式的宣传活动。分管领导亲自深入重点企业指导技术市场工作，同时组织专门人员深入到企业开展广泛的宣传发动和技术服务工作，使企业充分认识到我们经济欠发达地区培育和发展技术市场促进企业与高等院校、科研院所产学研紧密结合的有效途径，也是企业提高科技含量、提升产品档次和提高经济效益的有效途径。

3、高度重视发展高新技术产业。把实施火炬计划，实现高新技术产业超常规、跨越式发展作为重要的发展战略来抓，并且确立了“选育重大项目、培育龙头企业、建设孵化基地、完善服务体系”的工作目标。围绕这一目标，技术市场在市局的业务指导下，本着“促进技术转移、繁荣技术市潮的宗旨，以遂宁地区科技资源为基础，不断加强与地方政府、科研院所和企业的沟通交流，通过资源整合，在技术卖方和买方之间不断发现技术转移的价值空间，在实践中努力探索以企业需求为导向、大学和科研院所为源头、技术转移服务为纽带，产学研相结合的技术转移新途径。

技术市场合同认定登记点是四川省科技厅、市科技局授权设立的技术合同登记机构，承担着遂宁地区企事业单位签订的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询合同的认定登记工作。凭借人力优势，及时搜集整理我市高技术含量、高附

加值项目，建立项目库，组织中小企业等进入技术市场，进行技术交易，促进我市科技成果向现实生产力的转化。技术合同登记点主要与技术咨询和技术服务为工作重点，合同登记额从无到有，从20xx年仅有技术合同登记3项，发展到截止20xx年底技术合同登记达111项，技术合同取得了跨越式发展。截止20xx年底技术合同网上登记111项，成交额260.09万元。遂宁技术市场合同认定登记点成立至今，凭着良好的服务态度和较高的政策水平，赢得了企业和社会的满意认可，工作总结《技术市场工作总结》。

1、积极开展市校合作，建立技术协作新机制，搭建科技创新服务平台。近年来，协助市人民政府与四川大学、西南大学、电子科技大学、四川农业大学、西南交通大学、西南财经大学、成都理工大学、西南石油大学、四川师范大学、中国民航飞行学院等12所大学建立了人才培养、成果转化等战略合作关系。成功协助举办了“省科青联专家遂宁科技行”和“20xx四川遂宁科技成果转化暨产学研合作对接洽谈会”等系列活动，为我市科技创新和产学研合作搭建了有效的平台。全市建立产学研战略联盟6个、博士工作站5个，并促成全市240余户企业与国内70余所大专院校、科研院所建立了新技术、新产品开发院企合作关系。

2、密切与高校科研院所的交流合作，促进科技成果在我市转化，我市的科技成果转化能力明显增强。为鼓励科技创新、加快科技成果转化，我市出台了《科学技术奖励办法》等一系列的政策法规，进一步激发了科技人员创新创业的积极性，取得了一大批优秀科技成果，共获得省科技进步奖14项、市科技进步奖86项。切实加大了科技成果的推广应用力度，推广应用的科技成果达230余项，创产值180亿元，实现利税48.3亿元，节约投资15.9亿元。科技成果的转化应用，破解了企业发展技术瓶颈，并在开发新技术、新产品方面，取得了显著成效。

经过与省内大专院校、科研院所及高金、颐康、盛马、回春堂等多次联系，筛癣整理了食品加工，医药，化工和部分机械类的技术难题，帮助这些企业和技术服务专家取得联系。自20xx年以来，共有55项技术难题对接成功，7项难题正在洽谈中。高金公司分别与四川大学和四川农业大学签署了“四川高金出口猪健康养殖疫病防治和食品安全控制技术研究”和“优质肉猪健康养殖疾病监控及科技示范”项目合作协议，目前项目实施顺利。颐康公司与四川大学签署了“共建颐康养生食品研究所”和“颐康鸡规模化养殖疫病防治和食品安全控制技术研究”2个项目合作协议。盛马化工司分别与西南石油大学化学化工学院和电子信息工程学院签订了校企合作框架协议，其“脱硫脱氮清洁汽油生产新工艺技术研究与应用”被列为20xx年度省级科技攻关项目。回春堂药业公司与成都理工大学就瓜蒌雌雄性别鉴别和成品干燥等项目进行合作洽谈，达成了合作协议，并签订了校企合作、教学实习基地共建、就业基地合作三个合作协议。经我中心积极牵线搭桥□20xx年11月8日，成都理工大学材料与化学化工学院正式将回春堂药业公司确定为教学实习基地并授牌。这为企业借助高校的技术资源、智力资源和科研设备优势，将高校的科技成果向现实生产力转化，尽快解决瓜蒌大量繁殖的技术“瓶颈”问题，让知识产生最大的效益，实现校企双赢搭建了很好的平台。促成四川天齐锂业股份有限公司与四川有色冶金研究院、新疆有色金属研究所、江西理工大学成功签约，成为我国第一家锂资源综合开发产学研战略联盟。

3、精心组织，全力以赴参展西博会。积极组织第十届、第十一届西博会，共有30余家企业的180多个产品参展西博会高新技术产业馆，产品涉及电子信息、生物医药、新能源、新材料、先进制造、环境技术、高新技术改造传统产业等七大领域。在西博会上，四川邦兴科技、大雁科技、金湾电子、四川达科特公司等企业达成了成果转化协议，协议金额达2.75亿元。

- 1、技术交易不规范。由于技术供需主体多元化，应用分散，实践性和综合性强，以及企业需求的多样性，导致交易方式方法众多，交易行为难以规范。在技术合同实施中，由于受条件和市场等多种不确定因素的影响，加之交易中又无法完全套用普通合同的标准方式，约束不够，技术合同仲裁制度又不够健全，难以切实保护技术出让方和受让方的利益，从而也影响技术市场的发展。技术合同登记收费无规范性文件。
- 2、无法实现资源共享。由于不同机构各自为阵，信息不通畅，资源得不到有效共享，从而导致大量重复劳动，造成资源的极大浪费。
- 3、中介活力不足。技术市场的中介组织体系没有形成，合格的技术经纪人数量不足，技术市场经营人才匮乏，严重影响了技术市场基本功能和潜在能力的发挥。

招标投标工作总结篇二

__县消委会全年共受理投诉36件、举报5件全部办结，县委书记信箱1件；为消费者挽回经济损失38.29万元。电话咨询97人次。行政大调解68件、消费提示14期。

一、开展好3.15国际消费者权益日宣传活动

为主动适应经济社会发展新常态，全面推进《中华人民共和国消费者权益保护法》在全社会的认知度和执行力，贯彻落实__年携手共治，畅享消费的主题，3月9日召__县消协四届二次理事会会上选举由县政府副县长王小武同志为县消费者协会会长及消费维权志愿者座谈会。通报县消协20__年工作情况，提出__年消费者权益保护工作思路；听取消协理事单位及消费维权志愿者对3.15国际消费者权益日宣传活动及__年相关工作的建议；对3.15国际消费者权益日系列活动进行动员安排。

各理事单位、消协各分会围绕携手共治，畅享消费主题，开

展标语、板报、电子显示屏等多种形式的宣传工作和消费维权五进活动(进超市、进市场、进社区、进农村、进学校)。3月12日，县政府副县长、消费者协会会长王小武同志发表纪念3.15国际消费者权益日电视讲话。

3月10日—3月15日县工质局组织开展采取送法律、送知识下乡的形式，分别在鄢家、新盛、略坪、金山、慧觉、御营、蟠龙、调元、等场镇及县城八景园等场镇开展集中宣传活动，开通消费维权直通车，对假冒伪劣商品进行展示并宣传识假辨假知识，现场销毁部分假冒伪劣商品，。发放《新消法》读本500本，新《侵害消费者权益行为处罚办法》20__册，制作发放携手共治、畅享消费特刊及相关消费资料10000册。制作宣传展板14块，宣传标语4幅。3月13日四川日报第十版刊登了__消协宣传图片新闻报道，市、县新闻报道3条。举办了阳光政务热线节目1期，现场宣传消法知识解答消费者提出的有关消费问题。通过__县手机报发放相关消费知识收看人达6000余人次。通过一系列宣传活动取得实效，营造安全放心的消费环境。

二、建设维权平台，创新维权机制。

(1)我局按八个一标准，分别在2个村2个商场新增建12315消费维权联络站2个、消费维权服务站2个，指导联络站和服务站建立和完善投诉和受理制度，及时听取消费者诉求热点和对消费维权的意见建议，有针对性地进行改进工作，畅通诉求渠道，提高诉求解决实效。举办村社书记、主任一会两站培训1期。

(2)建立消费维权直通车机制。为切实解决好广大消费者普遍关心的消费安全问题，真正做到方便维权群众，降低维权成本，我局开通消费维权直通车5台，定期将直通车开到工质所以外的偏远乡村，深入管辖乡镇现场受理、调解消费投诉举报。出动消费维权直通车57台次，接受消费者咨询37人次，深受基层消费者好评。

(3) 诉案对接机制。处理消费投诉过程中，注重发现经营者或相关市场主体涉嫌违法违规行为，对情节轻微的给予批评教育并纠正，对情节严重的启动诉案对接立案调查。截止目前启用诉案对接机制查处案件1件，处罚金额1万元。

三、典型调解案例

我局鄢家工质所成功调解一起因投放鱼类药品造成农户重大经济损失的消费纠纷。__市__县某渔场农户蒋某投放了__县经营者刘某配制的促进鱼类生长的药品后，80亩渔场近7万斤鱼苗全部死亡，造成直接经济损失30余万元。蒋某及家人多次来到__要求刘某赔偿，刘某以药品和配制都没有问题为由拒绝任何赔偿。执法人员了解到该情况后，立即启动了消费调处机制，对双方当事人进行了多次协调、沟通，最终蒋某、刘某和该药品的生产厂家(山西省__市鹤翔生物制药有限公司)四川片区负责人樊某达成一致意见，由制药公司赔偿蒋某损失的30万元。鄢家所执法人员及时高效的调解避免了到当事人双方鉴定机构进行专业鉴定和到人民法院起诉的繁琐程序。

__年，县消委在网络建设、消费纠纷调解、宣传教育等工作取得了一定成绩，但与上级的要求、消费者的需求和形势的发展仍有一定的差距，主要表现：消费者协会工作人员业务素质、协调能力有待于进一步提升；一会两站工作作用发挥还不够明显；宣传报道力度不够，及时性、准确性不够；通过媒介披露问题力度不大。

四、工作思路

1、抓好3.15宣传活动。通过发放宣传资料，展板、案例及实物展示的方式进行宣传。

2、搞好消费教育培训。采取开办讲座、召开座谈会、法规综合培训等多种方式开展消费安全进万家活动，提高消费者自

我维权意识和企业自觉履行社会责任意识，要充分发挥12315贴近基层、贴近群众的优势，进一步创新消费教育的形式，不断提高消费教育和消费引导工作实效。

3、针对消费者关注的热点问题，宣传消费维权法律法规，适时通过各种媒体发布消费提示和维权信息，及时通过消费提示、警示、简报等方式宣传消费维权法律法规、报道消费维权动态，引导消费者文明、健康、节约资源和保护环境消费，共同营造放心的消费环境。

4、发挥消协各理事单位的联系协作机制，推动全县维权工作，形成全社会宣传、教育、引导消费维权的合力。

招投标工作总结篇三

上半年以来，在各级市场职责人员和各分厂、科室的配合下，克服了中石油内部机构调整。将这次调整对xx公司的影响降到最小化，使公司市场工作得以稳步发展。

一、xx公司上半年市场创收情况：

截止6月24日xx公司中标额万元。

累计发出商品（）万元

累计销售收入（）万元

累计货款回收（）万元

二、17年上半年各区域市场重点工作情况及业务协调：

国际区域市场：

1、国际区域市场上半年各项指标完成情况（楚蕊核实）

- 2、签订了中油技开的刚果钻机成套合同，并商定钻机成套合同价格。150万。
- 3、参加中油技开的印尼钻机项目招标会，并签订3套固控系统、3套液气分离器，共622万。
- 4、马经理带队参加了中油技开组织的固控、井电系统标准化研讨会，取得了良好的预期效果。
- 5、参加中油技开出国钻机总装联调工作研讨会，会议主要目的是规范统一联调技术协议，确定联调标准的试验大纲。
- 7、接待中油技开李处长来公司了解钻机成套进展情况。
- 8、与中油技开洽谈阿塞拜疆30c井电技术协议，并确认30c井电合同112万元。

东北区域市场：

- 1、东北区域市场上半年各项指标完成情况（夏严松核实）
- 2、协调东北市场办理吉林油田入网证相关手续。
- 3、马经理带队去辽河油田洽谈70d模块钻机配套相关事宜（协议签订、商务谈判、签订合同），签定移动模块合同的相关业务。并进行了客户回访工作。
- 4、完成了东北区域市场吉林、大庆油田市场前期回访工作。
- 5、办理吉林油田第一钻井公司70d集港费用。
- 6、随冯经理及相关领导的接待了，吉林油田井下公司及吉林油田设备处客人。

7、跟踪大庆修井公司动态；协调吉林xj350□xj650修井机试验事宜。

8、公司经理冯林先带领市场与技术主要负责人访问东北大庆油田市场。加深了双方的了解，达到了预期目的。

9、公司副经理xx带领东北区域市场人员及钻修机、专用车制造厂负责人员对大庆井下作业公司进行市场调研。

西北区域市场：

1、西北区域市场上半年各项指标完成情况（朱效忠）

2、西北区域市场人员于正月十五出差到吐哈递交投标材料并于长庆油田青海油等油田进行沟通。

3、3月4日赴哈密参加700型水泥车（我方报价168万元，中标价为130万元□□xj450s修井机的投标工作（我方报价468万元，中标价402万元），由于我公司报价较高，未中标。但此次投标为我公司修井机及专用车产品进入西北市场打下了基础。

4、通过,,公关得悉青海油田设备购置计划已下达，其中，700型压裂车3台、150型修井机4台、250型修井机4台、450型修井机3台、750型修井机2台、500型泵撬3台，还有5、12吨随车吊、350热洗车各一台。为公司进入西部市场做进一步的铺垫。

5、与青海油田进行20xx年修井机及特种车辆技术交流，做招标前的准备工作。

6、5月上旬公司经理冯林先率技术、市场及相关分厂负责人前往西北，进行巡回产品推介。此次推介，为公司在西北市场有所突破做了充足的准备。

7、参加玉门油田输砂车议标工作，中标输砂车2台，金额99.6万元。

8、5月28日公司经理冯林先带领西部区域市场、技术主要负责人参加青海油田修井机的招投标。公司上下对这次打开西部市场的投标会非常重视，前期做了周密的策划，悉心准备了技术文件与投标书，在5月30日的招标现场，公司又适时运用了准确的投标策略与作价技巧，在与江汉四机厂、南阳二机厂、通化石油机械厂等众多强敌竞争中，脱颖而出，夺标3台60吨修井机。

9、5月31日，应邀经理冯林先带领市场与技术一行人到青海油田井下一公司敦煌办事处洽谈1500型压裂车改造事宜。紧张的谈判结束后，青海油田井下一公司表示：只要我方报价合理，愿达成1500型压裂车改造合作。

港内及冀东区域市场：

1、港内及冀东区域市场上半年各项指标完成情况（王慧琴核实）

2、协调大庆五勘有关冀东项目的合同和设备的事宜。

3、办理冀东入网手续，参加冀东杨总组织的二号岛启动会。

4、与渤海钻探大港第一钻井公司庄进行海整改商务谈判并签订合同，合同额150万元。

5、市场科牵头带领钻修机、质检中心去某国税局拜访车辆征收所，办理60t石油修井机购置手续；并对井下公司2台60t石油修井机进行验收工作。

7、华北油田井下作业公司60吨修井机的试验工作确认，签订试验协议。现在两台修井机正在试验过程当中，并且都已完

成一次起下钻。

8、冯经理率队到华北油田开拓市场，拜访了华北油田局领导和相关处室领导；并到华北井下作业公司座谈，听取用户对60吨修井机的使用意见。

9、与渤海钻探固井技术服务公司签订开口修理合同160万元。

10、大庆冀东钻井公司签订营房厂12栋厕所合同合同额30万元，签订190配件合同合同额3万余。中石化及海洋区域市场：

1、中石化及海洋区域市场上半年各项指标完成情况（陈斌、窦海燕）

2、中石化河南油田钻井公司于2月4日议标，拿到两套40钻机配套的固控工作量612万元。

3、中油海市场回访及相关工作的协调。

4、参加新星公司70项目及650修井机项目招标，中标3套井电，并签订合同。

5、与新星公司签订40集港协议、安全协议。

6、北海船厂签订33号平台设备的合同。

三、17年上半年各分厂中标、产值、销售收入、货款回收分析

（具体表格找高邵辉核实，附表）

四、17上半年展会筹备及参展情况：

1、4月7日某第八届国际石油石化展览会，公司主管领导对本次展会十分重视，明确了各单位职责。展览会有关筹备项目

如：新样本制作、宣传片录制、模型制作、会场布置等工作都按照计划紧张而有序的进行。

展会过程中从市内展位到场外参展车辆都圆满的完成了此次参展任务。达到了预期效果，起到了xx公司通过,,这次扩大国内外知名度的目的。

2、6月上旬加拿大国际石油展览会，这是我公司第一次参加国外大型石油装备展览会，做了周密的准备与策划。此次展会由曾书记亲自带队出使加拿大。展会的圆满成功为我公司“国际知名”又迈进了一步。

3、6月下旬俄罗斯莫斯科国际石油展览会，这次展会的是我公司面向独联体国家的一次重要推介机会。

4、7月10日新疆石油展览会，公司领导把这次展会认为，将xx公司西部之行的延续，并将掀起新的高潮。虽然某与新疆距离遥远，但公司领导决定此次展会规模与某展会一样带产品参展，并邀请西北各家甲方单位届时参观，使客户对我公司产品有直接和更深的了解。

五、售后服务网络的建设：

按照三个原则建设我公司售后服务网络：

1、统一规划、分别建设相统一的原则。

xx公司将建立区域市场售后服务站，并统一规划，安排顺序。

2、实现需要与市场开拓相统一的原则。

充分满足市场开拓的需要，兵马没动，粮草先行，解除用户的后顾之忧。

3、服务能力与服务地区相统一的原则。

服务站的服务能力必须与其服务地区的范围相统一。

1)、过大：给用户造成不便，延长服务时间；服务站的服务压力过大；增加服务站上门服务的成本。

2)、过小：服务站的服务能力闲置、削减服务站的经济效益；服务站服务规模偏小，不能获得服务的规模效益；增加了服务网点的建设压力。

总结□xx公司将对服务站：合理密度、服务地区范围、服务站规模做到合理设计。

六、重新修订了《营销人员业绩考核办法》：

重新修订的目的是：为了进一步调动营销人员的积极性，加大新产品市场开拓力度，加速销售挂账和货款回收，促进公司经营目标实现，将营销人员业绩收入与业绩挂钩进行规范管理。促进xx公司更加现代型企业化。

七、日常接待工作的统一管理：

1、坚持为提高企业发展和经济效益服务的原则，强化公关意识，增强接待工作深度，宣传企业形象，提高公司声誉，并广泛获取信息。

2、接待工作要坚持规范化、标准化，符合礼仪要求，按制度和程序办事，克服随意性；既要严格执行党和国家有关廉政建设的规定，又要增加兄弟单位之间的感情，同时也要完成领导交办的工作任务。

3、接待安排应根据来宾的身份和任务，安排不同领导的接待，确定相应人员的陪同；既要热情周到、也要讲节约，量力而

出，反对铺张浪费。

4、坚持归口管理与对口部门接待相结合的原则。市场科负责接待工作的统一管理，办理重要接待事务；对涉及较强业务性的接待事务，应由有关项目部牵头对口接待，切对口科室及部门积极配合。

5、接待工作中应自尊自重，本着尊敬来宾的原则，搞好服务，不允许发生有损自我形象的事件。

八、组织市场专业的培训与学习：

1. 组织营销人员观看《如何成为营销高手》讲座，进行有关营销业务知识的培训。

2. 联合生产科组织基层单位综销员进行业务培训。

3. 举办市场知识培训班□60t修井机知识、综销员知识，市场营销知识。

4、组织学习《百家讲坛之现代礼仪》讲座，并制定相关考核。

招投标工作总结篇四

成功与失败相随，机遇与挑战同在。年销售年度已经结束，伴随而来的是新一轮充满竞争和挑战的一年，正因为竞争是残酷的工作才更具有挑战性。回顾本年度所做的工作，几乎没有一件事使自己能够满意；也未能使客户对我工作达到较高的满意度；更未曾为公司创造更多的价值，回想起来相当惭愧。简要分析原因如下：

主观上负责人及下属人员工作经验不足，能力参差不齐；管理上程序化程度不高，比较杂乱；下属员工工作不够主动，自我定位不准确，工作观念不正，普遍存在一种“混”或“养家

糊口”的工作状态，而未能意识到挑战性工作对自身能力、素质的提高。诸多主观因素致使员工缺乏“团队精神”，凝聚力不强导致工作效率低下。

客观上公司上层管理程序过于繁杂，影响各种计划的迅速畅通；各种建议性方案审批不明；缺乏针对各下部属市场实际情况的指导性方案。导致各下属机构操作不灵活，直接降低企业及产品竞争力，影响销售。而原市场遗留问题也给工作带来较多阻力和诸多不确定性、突发性问题，比如经销商不稳定和地级市经销商之间低价物流即倒货。

通过分析主客观原因，吸取失败教训，暴露并努力改变、解决问题，让成为一个符合公司长远目标的良性健康的销售市场是当前目标。以下本人对分内部管理、客户管理、销售方案四部分总结并做出计划和建议。

x部一直存在个别极不稳定因素，影响内部团结，时常出现不负责任的工作态度，诸多人为障碍导致各个环节周期时间太长，工作效率极其低下。企业的竞争是人才的竞争，而人的各种意识、素质等是由自身环境、教育等各种综合因素决定的。本人自时间到以来做了各种努力，部分人就软硬不吃，工作态度消极，如上面所提的“混”，想要收入，却不思努力工作以提高能力与收入，此种人已经成为致命的障碍，而此部分人的生长环境及教育决定他很难有一个大的改变。本人认为x部要发展一定要大力从根本上整改，更需要必须的投入，比如目前存在的人员后备不足就必须培养一部分人员。具体问题如下：

- 1、管理混乱，未能很好做到防火、防霉、防鼠、防盗等工作，保管人工作方式呆板，群众基础极差，严重影响团结，恶化工作环境，工作效率极低，人为加大货物流通障碍，损害x集团企业形象。

- 2、业务内勤工作量太大，即当又做，导致直销部门及业务人

员滞留时间太久，影响直销人员与业务人员正常工作开展。

3、大型卖场送货频繁、验收制度繁杂，而业务人员自己送货，占据大量时间，造成工作效率低下，直接降低x集团的服务质量，损害企业形象。

4、缺乏独档一面的员，各销售渠道俱存在不少问题，最典型的是□a□市区缺乏忠诚客户且销售网络不健全，客户经营理念差，新品推广不力□b□大型卖场产品更新难，新品上柜慢，致命的是各种销售促进活动经常性断档。而x人员一直未能达到公司要求，对之有所改变，直接产生x部月销售量波动较大。

5、送货车辆破旧不堪，经常维修，一方面增加销售费用，一方面影响货物流通，且人员安全未能得到有效保障。

6、导购人员素质参差不齐，没有经过统一培训，缺乏企业理念与团队精神。

7、直销部门管理不足，缺乏良好的直销主管，人员不稳定，较难招聘到好的直销人员。以致直销部门的销售业绩一直没有一个较大的进展。

针对以上问题，本人提出如下建议性方案：

1、立即更换!寻求一个积极向上又有一定保管经验的,改善工作环境，加速物流，提高效率。

2、改善工作流程，建议增加人员，责任明确，更有效对x部的与进行管理，加强对x部内务如财物、人员、住房等方面的监督与管理。

3、寻求合格的x人员，以使与保持良好客情，加强合作，保持产品销售的有序畅通，切实对促进活动进行跟踪，并做好各种销售、促进评估。

4、建议更换号车，保证派送货物及时畅通。

5、安排时间培训导购人员，以求有一个良好的工作状态与企业形象。

6、重点治理x部门，考虑主管合适人选，管帮带好x人员，以扩大产品占有率，促进销售扩大影响。

7、期望公司能给予建议如何解决卖场业务人员自己送货的难题，提高业务人员工作效率与工作积极性。

目前基本上可分为五种客户：县级代理、市区代理、大型(连锁)卖场、中型(连锁)超市、直销及团购、劳保客户。具体管理分析如下：

一、县级代理：六县市各一代理商，销售相对比较平稳，产品在县级市场也属领导品牌地位，出样较好，经销商配合程度较高，信誉也不错，基本上能配合好公司的营销方案。但有部分经销商流动资金不足(如、客户)；且所有客户的销售网络都不是很健全，大部分网络是终端超市且呈自然销售状态，乡镇网络几乎没有，县城小店也存在很多销售空白点。

针对如此一种状况，对客户宣传营销理念及与合作的发展前景，树立其对产品的信心，然后分析其自身的管理、运作方式上存在的弊端并与其达成合作上的共识，减少其经营品牌，尽量要求产品专销，指导经销商多渠道多级别价格体系销售，使其做到产品系列化、网络立体化、货物资金流通迅速化。以达成与客户之间的“战略伙伴关系”的双赢局面。

二、市区代理：目前有，其中存在极不稳定因素，以下是本人20xx年月底针对所拟的一份“传统通路销售现状”，从本文当中可见不稳定因素之一斑，原文如下：

x区传统通路即批发渠道销售已基本步入正轨，整体销售稳步

上升，肯定业绩的同时，不可否认x市场内忧外患。面对如些现状，只有直面缺点，认真做好市场基础工作、发现问题客观对待并及时调整才是根本，才能有一个长期稳步上进和良好市场秩序的市场。以下就x区渠道销售存在问题提出本人看法：

1、经销创建销售网络：在创业初期，如果资金充足，此种销售方式未尝不是一种好的模式，它能使公司迅速创建销售网络，但随着网络的健全，此种模式所带来的弊端逐渐显现并激化成矛盾，如及客户的等都直接影响投入期向盈利期的过渡。而此转型期间，如何运营将决定公司长期切身利益。

2、经销商经营品牌互动销售：随着经营品牌、产品的多样化，借助某些网络拉动其他销售是一种良好的销售模式。贸易贵在双赢，单赢的生意不是一种健康的长期的合作关系。良好的互动销售是资源共享互相促进，共同拥有一个良性健康并具有广阔前景的市场，而不是以损害某个品牌的利益来拉动其他品牌的销售，或以某一个或几个品牌的销售利润来弥补其他品牌的销售亏损。只有大家共同遵守游戏规则，真诚合作，才能达到共同发展的目标。

4、按正常体系混乱，影响销售积极性。

以上五点问题包括基本有个弊端一直没有很大的改变，特别是明年的合作意向想经营，。合作意向是可以让其一个单位基本任务定为/月，我司可以支持一到两个人帮其拓展网络。付款方式涉及问题故。

三、大型(连锁)卖场：目前有丹尼斯4个店、金博大2个店、正道花园、金山量贩及即将开业的“凯利农万货”。年主要以丹尼斯与金博大为主，整个管理差强人意，概括如下：客情关系不够好；送货补货不及时；卖场活动不连续；各种跟踪不到位；本司产品不了解；竞品情况不清楚。如此一种尴尬情况已经延缓了大半年，每一次例会内容都包括。本人认为要根

本上解决这一尴尬状况，一方面从人员业务素质问题上解决，条件成熟的情况下尽可能启用有相关工作经验且业务能力强的业务人员，另一方面争取在大型卖场的各种x活动不致断档，否则x大型零售终端的销售很难有“质”的提高“量”的飞跃。

四、中型(连锁)超市：目前经营的有思达连锁61个店，九头崖33个店、科迪量贩、惠美佳、美嘉美、郑百大楼、花园量贩、商业大厦及部分中型连锁及单店中型超市。今年在此渠道的销售极其不稳定，也存在很大一部分空白点，但此一渠道的销售风险较高，表现为超市经营不景气且以代销为主，故在此部分以求质不求量的销售方针为主，宁可不销也要现款，没有充分的评估不轻易去谈销售。

所以今年此渠道主要销量在思达超市与九头崖，其中九头崖的销售如充分运作月销售当在8至10万左右，但九头崖的货款回收相当困难，所以为降低风险以少送货多收款的销售方针为主，明年估计也是以此种销售方式为主。而思达的销售尤为重要，但波动也更大，如何经营将对销售量产生很大影响，也直接影响产品在x市场的出样率与占有率，详细管理及方案分析见本人年11月24日所拟“xx思达商业有限公司销售方案”。

五、直销及团购、劳保客户

1、因直销部门的人员频繁更换及直销主管管理能力问题，致使目前x市的小型零售终端存在很大一片空白，而直销员也经营一小部分中型超市，更产生了对小店销售的轻视，服务质量低下，使产品在x市场的占有率低下，更因直销人员推销能力问题及代理商价格低造成的冲击，导致直销客户不稳定且极易流失。

2、因x市国营企事业单位众多，团购及劳保市场前景广阔，但因人员不足，导致此一部分市场很大一部分不明了或让竞争对手抢先一步，尤为可惜，这是最薄弱的的一个销售环节。

为改变此一状况提出管理及销售方案如下：

1、对直销员进行销售培训，提高其推销能力及服务质量，做到让客户满意，让公司满意，稳步拓展小店销售网络，促进销售。

2、对直销员进行分类，部分人对小店及小超市销售，按考评制度核算工资，授权能力较强的另一部分直销员针对中型超市及团购、劳保市场进行销售，基本工资300元，基本任务初定为一万/月，超过部分如销售中型超市按2提成，如团购或劳保按1提成。

20xx年完成销售约万左右，月平均销售x万元，详细品类销售情况见附表二“产品销售情况”，销售费用因本年度未对此部分进行统计，且未能对费用原因做一个合理透彻的分析，账面上反映不出，但根据本人了解费用率不低，面对此种状况当由各种原因造成。本人认为不能因为费用高而减少投入，恰恰相反，只要是能提高企业与产品竞争力，能促进产品销售或能让消费者认知，就必须而且要大胆投入相当的费用。x市的商场销售促进费用相对于北京、上海只能说是较低，如若不敢投入，两年甚至一年之后产品在x市场的竞争力将大大不如竞争对手，恐将步入恶性循环状态，即越不敢投入销量越差，销量越差越不敢投入。

20xx年销售情况预测请参考附表三“20xx年营销计划”，销售费用有：

1、租赁费、运输费、办公费、水电费、人员工资等可预算费用。

2、正常促销赠品不可预算费用。

3、预计个县城代理商各x元计x元直销或导购员工资。

4、建议适当增加部分各级代理商店招及车身广告费用投入。

5、本人就x市大型卖场年月销售量及月销售费用做一个前期预测与评估，请参考附表一“x市大型卖场最低月销量及月销售费用预计表”。

要完成20xx年所预计的x万元销售指标，本人提出如下销售方案：

1、县级市场：巩固现有销售网络，做好客户营销参谋，指导客户多渠道多层次立体经营，争取针对县城终端超市开展面对消费者的多元化促进活动，改变现有自然销售的被动销售局面。充分发挥县城直销员作用，借助公司每一次促销迅速大量铺货，努力拓展网络，开发乡镇市场。

建议公司与其他厂商举行联合促销，比如与生产食用油厂商联合，购产品几件送食用油一瓶，购食用油一桶送某某产品一提；或公司给予自由调节赠品的权利，比如本月一件十元促销，可改成购三件送5公斤金龙鱼油一瓶。如此开展多样化的面对传统通路的促销活动，相信对公司的销售特别是县级市场一定能有一个很好的促进，又能防止客户对公司产品采取变相降价。

2、市区渠道：当务之急是对市区二批网络的掌握。如与奥博签订合同则重在培养二级批发商作为候补客户，缩短新品面市时间，加快货物与资金流通，进一步拓展网络，扩大中小纸行及小型零售终端的销售。

如未与合作则对所有x市场采取经销，为减小所带来的冲击，首先对所有客户在公司基础上，重新整合市场，重点培养若干运营思想较好有实力忠诚的，并建议公司针对所有促销产品实行与其他地区不同的政策，以对x市场的影响，稳定x市场的价格体系基本完整，不至于对传统渠道的销售产生很大的负面影响。建议公司对普遍存在的现象采取有效措施，坚决。

3、大、中型(连锁)卖场：维护企业形象，加强客情关系，保证企业服务。做好对竞品与本品进行优劣势分析，针对丹尼斯、金博大等大型卖场与部分中型卖场，不间断采取形式多样的买赠或特价销售活动，并做好事前预测、事中跟踪与事后效果评估。以求达到产品在终端的销售稳步提高。

4、小型零售终端：调动x人员工作积极性，充分发扬能者上、庸者下的激励机制，严格执行对直销工作的考评、监督，开展针对小型零售终端的多样化买赠促进活动，迅速占领小型零售终端市场，提高产品覆盖率、占有率，提高销售量。

5、组织专人负责团购、劳保市场，特别是加强心相印产品的单位定制，提高销售。

以上是本人就职近个来对总结及提出的方案及各种建议，不周之处，希望各位领导给予指点，并希望领导能多为处于销售第一线的员工多一点理解，多一些关心与支持，相信大家都是为了，都是为了在xx有一个良好的销售市场与环境才聚到一起，实事求是，少一点官僚，多办点实事。相信xx□xx员工一定会有一个美好的前程！

招投标工作总结篇五

20xx年，我们公司市场部根据总公司的安排与部署，在省公司下达的规定指标基础上，充分挖掘潜力，层层分解任务，强化业务管理，以人为本，注重人员培训，加强业绩考核，到7月份为止，全市业务收入*万元，总排名全省跃居第3位，宽带业务增加*户，普通电话添增**户，取得了良好的业绩，现将20xx年工作总结如下：

一、市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地

的资费套餐。3月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

二、基础管理方面：落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过万元，达到5月份的元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、

拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

三、绩效考核方面：改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

四、存在的问题和困难

1、由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。

2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

下半年市场部从以下几方面进行改进和提高：

一、加强市场调研：定期到县区进行现场办公，与营销、营业、装维、管理人员进行座谈。深入市场，了解用户使用情况和需求。在发展较好的县区总结成功营销案例进行推广；帮

助发展较差的县区查找不足、解决困难。

二、加强营销策划和业务宣传：通过了解市场竞争情况制定灵活有效的营销措施，对每阶段重点发展业务制定切实可行的宣传和营销步骤，及时反馈和分析营销结果，适时调整营销思路，改变目前业务发展的低效状态。

三、加强人员培训：定期进行营销、营业、装维、管理人员培训，将营销思路、管理方法、业务资讯直接灌输到一线员工，提高骨干员工的传帮带作用，切实提高员工素质和工作效率。

四、继续加强基础管理工作：继续加强欠费管理、营业稽核、资源管理、装维材料和终端管理。组织市场部主管定期到县区公司调研，与负责人进行沟通，发现不足并继续改进。

市场采购上半年工作总结一

上半年即将告一段落，在公司领导的指导下，在各领导及各同事的共同努力下，我们认真完成了公司的各项工作任务，并取得了一定的成绩，总结如下：

一、完成工作方面：

图纸和成本估价。提高采购员的自身知识及业务水平，保证货比三家，质优价廉的购买到材料，减少工程成本，提高采购效率，提高企业利润。

为降低成本，通过寻找多方供方，做到询价、比价、议价，从中选择物美价廉的供方

2、与各供应商建设立并保持良好的关系，下半年进一步加强对供应商的管理，对每家来访的供应商进行分析了解，确保每一个合适的供应商的资料不流失，同时也利于采购对供应

商信息的掌握，从而进一步扩大市场信息空间。建立合格供应商名录，对供应商进行评价和分板，合格者才具备供应商资格。

3、工作中团结同事，能正确处理好与领导同事之间的关系，保持良好的沟通，充分发挥岗位职责，认真完成各项工作任务，协助相关部门的工作需要，能按照技术部的要求及时与各供应商进行沟通协调，尽努力按照我司的标准供应产品。

4、上半年的工程订单所需设备均可按时交货，未能及时到货设备也及时向上级反映，并做出相应的处理。供应商供货时也要求其提供必要的资料。

二、采购工作的几点体会：

1、公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节都主动接受财务及其他部门的监督，有问题将会在第一时间反馈给上级领导。

2、围绕控制成本、采购性价比的产品等方面工作进行开展工作，采购员在充分了解市场信息的基础上进行询价、比价，注重沟通技巧和谈判策略。

3、加强对供应商的管理协调，合作过程中，采购员必须公正严明，最终为公司选择且具有战略伙伴的供应商。

4、逐步加强对设备及材料的价格信息管理，提高部门采购员的工责任感，下半年采购部将特别注重采购人员的工作分配，保证采购设备及材料信息的有效追踪。在专业知道得到提高的同时，业务素质及责任感非常重要，做一个有责任感的采购员，把好公司的进口关。

三、采购工作上的小要求：

对各部门的请购问题上，希望请购部门给采购部一定的采购时间，请购材料时做好请购计划，尽量避免当天请购要求当天要货，或是第二天马上要货。为此将打乱采购员的工作计划，急需的物料有可能会造成价格方面或运费偏高，不利于控制成本。请各部门做好请购物料的计划。

四、工作上的缺点和不足：

1、关于凤岗深联设备新装s11-250kva临时变压器工程，由于采购及施工过程中没有及时发现并提供相关的证书和报告，导致在工程验收通电时，出现了低压计量柜不符合标准的问题，给公司造成了极坏的影响，和很大的损失。此类低级错误是完全可以避免的，但是由于采购部的疏忽，给公司带来不必要的影响与麻烦，公司作出任何的处罚都愿意承担。通过这次的教训，今后的采购部工作要求更加完善，在设备进厂前，各种相关资料必须全部到位，后续并要求供应商设备如有任何的变更必须把资料补全。并了解市场的变化，要求各采购对设备要充分了解，避免此类问题再次发生。

2、供应商体系没有完善，对重要的材料/设备没有建立健全的资料库。工作的计划性不强，没有充分了解市场的行情，有关于东莞市变压器方面的变化情况没有掌握到位。部门与部门之间的沟通也未能达到理想的效果。

以上都是采购部现所存在的问题，自身所清楚的问题，我们会一一的克服，有什么做得不对或不到位的，也希望领导及各部门同事多提出你们宝贵的意见和建议，你们都是我们身边的良师益友，有你们支持，我们才可以进步得更快。

市场专项整治工作总结

为了严厉打击农村食品市场各类违法违规行为，切实解决和消除当前农村食品市场存在的突出问题和风险隐患，着力规范农村食品市场秩序，夯实农村地区食品安全监管基础，提

升农村食品安全水平提高镇区食品安全保障水平，切实维护广大农民群众饮食安全，按照x县食品安全委员会办公室《关于印发x县农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作方案的通知》食安办发〔20xx〕号文件精神，我所立即开展工作，着手制定工作方案和工作计划，深入市场和各村开展了农村食品市场四打击四规范专项整治行动，现将工作开展情况汇报如下：

一、强化责任，精心安排部署

在收到县食安办开展农村食品安全专项整治的通知后，按照镇领导的重要批示，我所积极行动，认真组织召开专题会议，学习领会文件精神。一是制定了《xx镇农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作方案》，明确责任分工，细化工作任务，采取强有力的工作措施，扎实深入地组织开展好专项整治行动。对辖区开展农村食品安全专项整治治理行动进行了全面细致的安排部署。二是成立了永宁镇农村食品市场四打击四规范专项整治行动工作领导小组，由政府副镇长任组长，食药监所副所长任副组长，食药监所专干、和各村食药安全联络员、协管员、信息员为成员的领导小组。

二、宣传发动，营造整治氛围

专项整治工作总结报告为全面加大食品安全法律法规和相关政策的宣传力度，使农村食品市场四打击四规范专项整治行动家喻户晓、人人皆知，形成严厉打击农村市场假劣食品，切实保障农村食品安全的高压态势。积极组织各村驻村干部和各村食品安全协管员、食品安全信息员、食品安全联络员对辖区群众进行食品安全法律法规和相关政策的宣传。提高群众的防范意识和识别能力，程度地杜绝假冒伪劣、有毒有害食品在农村市场流通、倾销。

三、突出重点，深入市场整治

我所执法人员深入对镇区的农贸市场、超市、食品流通单位、餐饮服务单位、食品生产小作坊等进行集中检查。一是全面清理农村食品批发、零售者的经营主体资格，重点对无生产厂家、无生产日期、无保质期、无食品生产许可、无食品标签的”五无”食品违法行为和无证无照、无合法来源、违规滥用食品添加剂等生产经营行为进行了仔细检查，二是严格落实食品经营主体责任。监督食品批发商、零售商严把进货关，督促其切实做到不进、不存、不销假。全面规范农村食品市场。三是对工作人员健康证、环境卫生、各种记录、购销票据等进行检查。

四、专项整治，监管卓有成效

通过本次四打击四规范专项整治活动，进一步加强了我镇食品监督执法管理机制，促进了食品流通单位、餐饮服务单位和食品生产小作坊质量安全水平提升，从业主体质量安全意识增强，食品儿童食品和校园及周边食品问题得到有效遏制，食品质量安全得到有力保障。