

# 最新企业产品运输工作计划 企业产品化 工作计划(汇总10篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。相信许多人会觉得计划很难写？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇一

### 医疗市场分析

跟着国民生活程度的不段晋升，人们对医疗卫生消费提出了更高的恳求。从单一的杀人如麻演变成追求健康、寻求优质的生涯品德和以品牌为导向的破费活动。医院将面临一个理性花费的时代、常识经济的时代、寰球经济一体化的时代和微利时期。这些时代特点决定了我们的医院管理将逐步进入以患者满意度、忠诚度、医院知名度和美誉度为中心的品牌经营时代。医院只有增强品牌建设，履行品牌经营策略，才华发现优势，加强竞争才干。一个品牌所领有的巨大价值在企业经营中的主要性已经不言而喻了。中国每年的卫生支出濒临4800亿元，约占国民生产总值的，据业内人士估算，这一数字还将以10%以上的速度增添，市场潜力巨大。宝安作为深圳的第一大区占有近 200 万人口，其范畴已经能够媲美于内地的中等城市。对任何一个医疗服务机构来说，都是一个不可估量的黄金市场。但在现有的医疗市场的格式下，公破医院常设仍占据着大部分市场份额，随着民营资本和国外资本的不段涌入，经营模式和服务理念优势的彰显，医疗市场的格局势必颠覆。

### 2、医院优势

### 3、医院的劣势

绝对公破医院，民营医院缺乏信誉度，人才队伍不够牢固，起步晚，品牌知名度不高，所处地段社区环境不成熟，交通不方便。

#### 4、争对手剖析

a □优势特点长期经营，是宝安市场最老牌的医院之一。

b □地理位置优越，位于宝安老城区，人口密度大，就医便利。

c □医疗水平高。

d □占领稳固的就医人群

a □地理位置优越

b □服务品质较好

c □每周二、五宝安日报健康栏目

d □宝安的老牌医院，有较为固定的服务人群。

#### 3、妇幼医院优势特点

a□专长突出

b□地輿地位优胜

#### 4、阳光团体春天医院

优势特色：

a□ 地理位置优势（位于 107 国道、公路局对面）

b□ 广告力度强（领有该集团下属的英雄广告公司为其推广，广告投入仅前期就好称100 多万元）

5、宣传目的：第一目标人群——深圳关外包含西乡镇新安镇及邻近最普遍受众，第二目标人群——关内最广泛受众。

6、广告效应：提高医院品牌的有名度、美誉度，在社会中形成良好的品牌效应。

7、销售促进：充分宣扬医院的品牌形象，包括企业的品牌形象和各科室的品牌形象。彰显医院各科室的医疗上风和服务品格。通过相关的公益广告活动提升医院在受众心目中的美誉度。

8、广告投放方向：在筛选广告投放时要充足考虑到医院的社会形象，对媒介的取舍宁少勿滥，求精求优。对各时段、各媒介要有充分的对比考量。多决定形象好，广告效应高的广告媒介。

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇二

供方： 合同编号：

需方： 签订地点：

签订时间： 年 月 日

一、产品名称、商标、型号、厂家、数量、金额、供货时间及数量

产品名称

牌号商标

规格型号

生产厂家

计量单位

数量

总金额

交（提货时间）及数量

合计

合计人民币金额（大写）

（注：空格如不够用，可以另接）

二、 质量要求、技术标准、供方对质量负责的条件和期限

三、 交（提）货地点、方式

四、 运输方式及到达站（港）和费用负担

五、 合理损耗及计算方法

六、 包装标准、包装物的供应与回收

七、 验收标准、方法及提出异议期限

八、 随机备品、配件、工具数量及供应办法

九、 结算方式及期限

十、 如需提供担保、另立合同担保书，作为本合同附件。

## 十一、 违约责任

十二、 解决合同纠纷的方式：本合同在履行过程中发生争议，由当事人双方协商解决。协商不成，当事人双方同意由仲裁委员会仲裁（当事人双方未在本合同中约定仲裁机构，事后又未达成书面仲裁协议的，可向人民法院起诉）

## 十三、 其它约定事项

供方

单位名称（章）

单位地址：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

电报挂号：

开户银行：

帐号：

邮政编码：

需方

单位名称（章）

单位地址：

法定代表人：

委托代理人：

电话：

电报挂号：

开户银行：

帐号：

邮政编码

鉴（公）证意见：

经 办 人：

鉴（公）证机关（章）

年 月 日

法：除国家另有规定外，鉴（公）证实行自愿原则

有效期限：年 月 日至 年 月 日

监制部门： 印制单位：

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇三

### 一、关于我方经营资格的保证

我方保证向贵公司提供的营业执照、经营生产许可证真实有效。

## 二、关于我方供应货物的保证

- 1、供应货物都有合格的《质量检测报告》和相关的产品合格证，符合国家的相关规定。
- 2、供应货物经贵公司书面确认供应品牌后，不作随意更换。
- 3、供应货物的保质期不低于\_\_\_\_\_天，自货物经贵公司验收入库之日起计算。
- 4、我方认可贵公司的货物验收制度，并在对供应货物进行验收时，严格遵守贵公司的货物验收制度。
- 5、对未通过验收的货物，保证在贵公司规定时间内补充合格的货物。
- 6、对通过验收的货物，在贵公司投入使用之前，出现相关证照不全、品牌不符及质量问题的，保证无条件退货，并在贵公司规定时间内补充合格的货物。
- 7、因我方供应货物的质量问题，对贵公司造成了不良影响的，我方愿承担该批货物价款1-10倍的罚款，并承担由此所造成的经济损失及法律责任。
- 8、我方愿意用供应货物货款的30%作为每月结帐的滚动质保金，于下次结帐时进行结算。

供应商：\_\_\_\_\_公司

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

**企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇四**

首先感谢您选择我们的产品！

华为技术有限公司自成立以来，一直把产品质量视为公司参与市场竞争的核心，正是这个成功的定位和华为全体员工强烈的产品质量意识，使华为成为全球领先的信息与通信解决方案供应商。

公司根据产品质量要求，建立了严密的质量检验体系。公司对与产品质量有关的所有环节进行严格控制与管理，建立了科学的检验标准，并对检验指标进行了量化，责任到人，确保公司持续稳定生产合格的产品。

公司从原材料严格把关，所有物料必须符合欧盟rohs标准，选用国内外最具影响力的供应商，建立严格的产品工艺指标，并与物料供应商建立良好的供求关系。

华为建立了定期的员工质量培训制度，讲解质量管理的新知识、新信息，树立每一个员工的质量意识，规范自己行为，小到一个电阻、电容，大到一台整机都做到一丝不苟、精益求精。质检部门建立了规范的检验规程，具备先进完善的检测设备和手段，并严格按照规程检验，做到产品72小时老化实验，不让一台不合格产品出厂。

华为质量方针：

积极倾听客户需求；精心构建产品质量；真诚提供满意服务；时刻铭记为客户服务是我们存在的唯一理由。

我们围绕客户的需求持续创新，与合作伙伴开放合作，在电信网络、终端和云计算等领域构筑了端到端的解决方案优势。我们致力于为电信运营商、企业和消费者等提供有竞争力的综合解决方案和服务，持续提升客户体验，为客户创造最大价值。目前，华为的产品和解决方案已经应用于140多个国家，服务全球1/3的人口。

# 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇五

## 一、学习方面

本年度我能够通过新闻、报纸、网络、书籍等各种途径来了解国内外房地产发展趋势以及政府对于黄河金三角区域发展的态势和支持，特别关注空港发展的一切利好消息；通过每月两次的会议来认真学习公司对业务系统的一切利好政策，以及项目、销售、薪酬等方面的政策和制度；通过和不同客户以及现场签约手的沟通，及时认真汇集客户提出的各种疑难问题，和公司各专业人士反映和了解，减少客户因有问题不能解决而影响成交的机率。

## 二、思想方面

20\_\_年工作的每一天，处理任何问题，我始终要求自己一个出发点不能改变——我是鼎元人。任何人包括自己的利益不能凌驾于公司利益之上。解决一切问题的前提是：有利于公司利益，有利于企业发展。

## 三、工作纪律

工作当中我对于自己的要求是：一切从自身做起。工作的原则性不能改变，根据公司出台的《拓展总监管理制度》严格要求自己。

## 四、管理和服务

作为一名产品总监，工作的中心是制度化的管理和人性化的服务。每月在各市场组织各类培训以及和业务员单独面谈等各种方式来传达空港发展的利好消息，公司的利好政策以及薪酬制度，项目销售情况等。

通过学习来提高本辖区团队素质，通过沟通来解决业务员的

心态问题，增强信心。出现挣单、抢单等现象，我第一时间去解决，解决的原则是公平，公正，维护每个业务员的切身利益，精心打造和谐、健康的团队。

## 五、业绩方面

本年度圆满完成了公司下达的各项目标和任务，市场完成任务率达95%，保底任务完成率达100%，超额110%，团队新增人员200余人，有效业务员达75%，新增业务主管20余人。

本年度工作存在的问题：

- 1、市场发展不均衡。
- 2、个别市场专职人员为了私人利益，压制团队发展，影响了核心力量培养。
- 3、由于市场之间以及市场内部不正当竞争，造成市场死单率明显上升。
- 4、深层次挖掘业务员力度不够。
- 5、公司各部门配合协调力度不够。

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇六

提供一篇调研报告，为您提供帮助！

### 一、客运量持续增加，旅客周转量突破120亿人公里

近年来，伴随城市化进程的不断加快，农民外出务工、外地来洛旅游观光等各类人员流动显着增强。据运输管理部门统计，年全市客运量为亿人，较上年增加2670万人，增长；旅客周转量突破120亿人公里，达到亿人公里，创历史记录，较

上年增加亿人公里，增长。

## 二、货运能力不断提高，货运周转量完成358亿吨公里

年，面对复杂多变的国际经济政治形势，市按照国家和省的统一部署，全力发展经济，改善民生，促进社会和谐进步。经济保持了较高增速，工农业生产平稳发展，固定资产投资快速增长，各类商品消费持续旺盛。统计显示，市货物运输能力不断提升，全年货运量达到亿吨，较上年增加2892万吨，增长；货物周转量达到亿吨公里，较上年增加亿吨公里，增长。

## 三、运输业存在的问题

### （一）公路建设力度需进一步加强

近几年，公路建设取得了长足进步，但农村公路建设等级较低，维护养护资金匮乏，与公路配套的停车场所规划、建设滞后，公路建设科学性、前瞻性仍有待进一步提高。

### （二）个体货物运输组织化程度较低

年，市对几家大型公路运输公司进行了整合改制，经营主体集中化程度得到提高。但在货运方面，存在大量个体私营货物运输业主，管理松散，专业化程度不高，市场竞争力较弱。

### （三）成本攀升增加企业营运压力

油价、人员工资不断攀升，增加了运输企业经营成本。近年来，汽柴油价格持续在高位徘徊，汽油价格达到历史高位，推高了企业经营成本，货物每吨公里运输成本已达到元左右，一些运输企业经营困难。

### （四）超限超载等非法营运依然存在

对货物运输车主的调查显示，由于货源少、车辆多，加之信息缺乏导致的无序竞争，一些运输车主把货物运输价格降到每吨公里元左右。为了不亏本赔钱，部分车主存在超载超吨经营，增加了运输业经营风险。

（五）行业管理和信息化水平亟待提升

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇七

古典文学常见论文一词，谓交谈辞章或交流思想。当代，论文常用来指进行各个学术领域的研究和描述学术研究成果的文章，简称之为论文。下面是企业产品标准论文，请参考！

### 企业产品标准论文

#### 信息化环境下企业产品成本核算探析

摘要：随着社会的发展与经济体制的不断变革，我国各类企业开始将信息化发展作为企业未来的发展方向，目前发展起来的各类信息系统，将信息化管理融入企业发展与决策中去成为可能，未来的企业成本核算工作也将会由信息化环境下的数据应用进行辅助与监督。针对这样的信息化环境，钢铁企业产品的成本核算应该形成一个完善的核算体系。本文通过对目前企业中钢铁产品成本核算现状的具体特点进行分析，提出了适合信息化环境下钢铁产品成本核算的相应体系构架，进而研究总结出使该方法得以通过相应软件及数据应用来实现该体系的具体途径。并通过相应实例的验证分析，对所构建的信息化环境下钢铁产品成本核算体系进行确认，使相关企业都可以在成本核算方面构建信息化管理途径。

关键词：信息化；成本核算；体系；钢铁产品

就目前的市场与企业竞争程度来看，企业内部的各个环节均呈现出几乎饱和的状态，企业若想在竞争激烈的现代社会市

场中寻得一个稳步发展的位置，在保证企业核心生产力的基础上，控制成本成为了各个企业最为重视的发展关键。成本核算方面的管理在整个企业中占据了越来越重要的位置。

## 1 信息化给企业成本核算带来的影响

根据目前已有的数据显示，一个企业主要生产环节的成本消费情况和这个企业对生产环节的控制与调制息息相关。因而结合信息化的环境可以给企业的成本核算控制方面带来巨大的益处。

### 1.1 信息化为成本核算注入活力

企业每天要面对各类的信息与数据，而这些数据与信息背后隐藏着大量的内容，信息的冗余会拖累整个生产链的数据反馈，而信息化的手段就可以实现对成本核算方面的深入了解，从而实施有效控制，为原本的产品成本核算体系注入新鲜血液，增添能量。

### 1.2 信息化成本核算提高生产效率

企业生产链在进行运作的过程中，资源的流动与变化会不断形成成本方面的逐级累积，一旦企业通过信息化的手段与技术将成本的动态形成过程明确的实现再现与分析，就可以有效地对企业内部成本核算方面的经济活动进行掌控，从而实现最大程度地减少资源的浪费与过度消耗，进而实现提升企业内部资源的利用率与生产效率，在保证核心生产链的质量与数量的基础上，降低成本消耗，以获得更大的利润，同时有利于科学化的长久发展。近年来，在信息化环境的影响下，钢铁企业开始逐步应用一些较为现代化的生产模式进行内部管理，这些模式复杂高效，以柔性、敏捷性制造系统为代表，更是有现代集成制造系统在钢铁企业中也崭露头角。根据以往的数据分析，钢铁企业内部的生产与运作，涉及到物料的复杂流转与交替，相应的数据信息极为多元化、多维化，但

与实际情况不符的是，钢铁产品成本核算体系方面一直处于停滞不前的状态，不能够真正符合目前信息化环境中成本数据的更新交替进度，使企业无法从庞大的数据库中选取或抽提有实际意义的相关信息，而产品成本的形成过程不够明确，成本相关信息的精准性没有后盾保障，进而无法对钢铁产品成本进行进一步控制。

## 2当前钢铁产品成本核算的特点

钢铁企业产品成本的形成多数是在整个生产环节中不断累积出来的。根据既有的钢铁生产工艺来看，物料在整个生产链中的良好流动是整个生产过程中信息与资源得以流动的源动力。只有在保证生产链可以生产出一定数量的符合市场需求的成品时，才能保证企业内部对各种资源以及生产力投入使用产生实际意义，才能真正为企业带来经济价值。钢铁企业在生产过程中存在着资源流动、经济活动以及信息传递过程，而这三者在企业生产过程中相互交错，同时存在正向与逆向的流动状态。一般来讲，企业的直接原材料以及人工雇佣及生产费用都统一计入成本核算当中去，而原材料通过企业生产线逐渐演变为半成品，进而形成精致的成品，在生产过程中成本消耗也随着生产链进行转移，不断承接上游环节，将成本核算内容融入到下游加工中去。综上所述，可以总结出钢铁企业产品成本核算具有以下特点。

### 2.1生产呈现混合流程型，成本构成复杂

由于钢铁企业的生产过程既包括原料的处理，又包括半成品的轧制以及成品的精加工，因而一般将其定义为混合流程型的工艺类型。钢铁企业一般会采用分段作业的方式，将生产，运输，贮藏等生产链环节进行时间与空间的分散，因而成本形成的过程并不完全统一，使得原材料、半成品以及成品经常出现多种形式共存的状态，使得成本构成极为复杂。

### 2.2原材料成本占据成本形成的重大比例

不同于市场的其他类型企业，钢铁企业是一种资源消耗型的企业，因而大部分成本的形成来源均来自于生产链中原材料的选购。一般来讲，钢铁企业生产链的各个环节中，后续加工所花销的成本仅仅占到四分之一，而最初的冶炼过程所消耗的原材料基本不低于四分之三，对于加工过程中的成本消费，制品坯料的成本更是高居百分之八十，因而可以看出在整个钢铁产品生产链中、原材料，或是坯料的成本花销占据了整个成本花销份额的巨大比重，成为了生产链中成本控制核算不可忽略的部分。

### 2.3 物流关系复杂，成本形成难以还原

从整个钢铁产品的生产过程来讲，整个生产链中的物流、资源流以及信息流相互交错穿插，这使得成本的消耗来源过于多元化，追踪成本形成过程相对困难，而成本的具体转移又取决于资源的流动方向与具体途径，最终难以对资源消耗进行准确追溯。虽然整个钢铁行业存在其固有的生产规律，如钢材、钢坯、钢锭之间的逐级转化，但企业内部的物料以及生产环节极为复杂，整个生产环节无法做到完全不受外界干扰，一些不确定因素经常存在，不确定事件常有发生，这些变动参数使生产工艺不得不进行相关的调试与变动，如此一来，不同批次的产品必然存在差异，这种情况下的成本消耗往往难以追查，但实际情况又与其估算相差甚远。

### 2.4 成本核算过程过于动态

从最初的材料到半成品，再到最终制品，整个生产加工过程中存在很多种制品状态，这些不同的状态相互衔接形成了完整的生产链，满足了企业对目前市场需求的供给，同时值得注意的是，库存产品的增多会加重企业内部的成本压力，对企业的经济运作产生不良的影响，最终影响企业的核心竞争力。与此同时，所生产产品的数量与种类均是不确定的，所以整个钢铁企业的生产链处于一个动态的变化过程中。另外，即使工艺相同，不同批次，不同规格的产品也肯定存在着成

本差异，这使得整个成本核算的控制极为不容易。

### 3 钢铁产品成本核算体系架构

本文研究并讨论构建了一种符合当前钢铁产品成本核算需求，体现当前钢铁企业成本核算特征的体系，在信息化环境的背景下，最大限度的有效利用既有数据，遵循着钢铁企业成本资源消耗的成本核算原则，实现该钢铁产品成本核算体系最大程度的符合当下钢铁企业的真实需求。

#### 3.1 资源归纳集中

如上述提到，整个钢铁产品生产链中涉及到成本消耗的过程，包括多个不同的环节，如原材料的选购，相应配件的采买，对一般固定资产考虑到的维修与护理，乃至相应设备的折旧费用。同时还包括了雇佣工人的薪水与酬劳等。在信息化的背景下，企业将以上内容所产生的经济活动花销，均算作成本形成的途径。一般以某一个生产周期为固定时间标准，将此周期内部的相应资源及经济业务通过一定的归类与调配，将不同用途，不同种类的资源进行整合管理，选择合适的集结点，以便于日后对成本控制的过程可以明确追溯到成本形成的根源，根据不同集结点进行相应的合理资源分配，避免了生产过程中出现的一系列变动影响预测水平与真实结果的对照。

#### 3.2 原材料成本核算

将经过上述归集整合的相应资源，以原材料为项目单位整理到整体钢铁产品的成本核算当中去。由于目前存在着钢铁企业在正常生产作业中会交替使用多种原材料问题，因而不可避免地会出现主观的操作或者记录上的误差，使得原材料在理论上的使用与剩余数量，与真正生产过程中的消耗存在着一定的差异，使钢铁产品在成本核算的过程中出现并不明确的项目。与此同时，最初的预算无法全面考虑到每个时期的

市场动态发展，在整个生产作业完成的过程中，很有可能面对钢铁原材料市场的经济变化，使不同批次的原材料间存在一定的价格差异。因而一个适合当前钢铁企业的钢铁产品成本核算体系，应当通过资源的分类归集，进行直接与差异的复合型供给，以解决在钢铁产品成本核算过程中出现的差异问题。

### 3.3 在制产品的成本流转追溯及核算

钢铁产品原材料在经过一定程度的加工后，会按照市场要求制作成不同规格、拥有不同性能的各类产品，随后再转移到生产链的下一个环节去进行进一步的深度加工，这样的过程使得生产作业水平从集中处理变化到离散加工。随着整个加工过程的推进，物流以及资源流的转移，会伴随着制品成本的流转，随即出现一般所说的成本流转追溯问题。在企业不将半成品或是成品按照生产工艺转移到下游环节进行继续作业的过程中，信息化的管理成本核算体系应当以生产物流以及销售管理物流为基础，对上游的各个环节进行衔接性的成本核算信息整合，实现对制品成本形成的追溯与核算贯穿于整个工艺生产链。

### 3.4 特殊品成本核算

各个企业在完善各自主体竞争生产力的基础上，一般都会考虑到对特殊品的成本核算与处理。比如在主体生产加工过程中产生的边角料，不足参数大小的尾料，不适宜继续生产实用的切头或是原材料产生的碎屑。当然这些特殊品也包括生产线上没能达到生产实质标准的残次品。这些特殊品对于每个企业来讲都是不可避免的，但是如果这一类特殊品大量出现，势必会引起企业较大的损失，不仅影响了资源的合理利用，而且大大影响了实际工厂的生产效率。对这些特殊品的不合理处理也会影响整个钢铁生产产品过程的成本核算工作。因而对其核算的时候一定要紧抓其自身特点，不仅仅要严格按照种类进行归纳整合，对每一个项目进行详细的损失摊销，

更是要从根本的生产工艺来寻找问题的根源，降低这些特殊品的产生，并且对该类已经产生的特殊品进行合理控制与利用。对特殊品的成本核算分析应该立足于对其信息化环境下的数据应用，以物资及相关资源的消耗作为特殊品成本核算的基础，以上述所得的管理成本核算体系所供给的相应信息作为保障，将成本、质量、物流等相关参数进行融合的定性，才能真正地挖掘出特殊品产生的主要因素，并根据具体情况采取相应的应对措施，从而最大限度的避免成本的浪费与损失。

#### 4结语

经过课题研究所构建出来的信息化环境下钢铁产品成本核算体系可以在相关的钢铁企业继续实行与应用，为钢铁企业的成本核算工作提供坚实的保障基础，对钢铁企业细化并明确成本核算工作起到积极的促进作用，不仅大大降低了人工作业的工作量内容，同时大大降低了主观操作的核算失误，使得钢铁企业内部可以将更多的精力和关注度放在核心竞争生产力上，促使企业更加完善成本核算的规划与管理，从根本上提高钢铁企业的竞争力，实现经济效益和生产效率的提高。

#### 参考文献

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇八

得知公司拟申请成为联合国注册供应商，我们十分高兴。

我们公司与 公司自 年以来一直有业务往来。

我们对该公司的产品质量和售后服务均感到十分满意。

多年来，该公司信守合同，保质保量，交货准时，我们之间的合作十分愉快。

我们支持该公司积极参与联合国的采购业务。

为此，我们郑重地向贵司推荐该企业。

希望贵司能审查公司的资质，早日 接纳 公司成为联合国注册供应商。

如需进一步的资料，请随时与我们联系。

我们的联系地址(公司地址和电话)。

敬爱的企业负责人：

您好！

深圳市ee实业有限公司是一家专业从事环保工程开发、环保技术研发和工业“三废”综合治理的大型高新技术企业，如果贵公司在生产过程中有废气产生，正在为官方6.30号文件《关于加强重金属排放企业污染整治工作的通知》而烦恼，在深圳我们正是能解决这一烦恼的唯一一家企业(废气治理及废气中控系统)，其中深圳市人居环境委的《深圳市电镀行业废气治理工程建设管理指引》及《电镀线路板行业废气处理设施整改验收表》就是我司起草的，现把我司的《宣传册》寄一份给您，如有需求请联系我。

顺颂商祺！

深圳市xx实业有限公司

20xx年2月6日

尊敬的先生或小姐：

您好！首先非常感谢您百忙中抽空阅读此推荐函。

我是弘森体育用品有限公司的总经理xx□

得知我公司实习生岳扬小姐想要出国深造，我感到非常高兴和无比欣慰。

在我看来这样一个上进的年轻人应该接受良好的教育拥有更辉煌的未来。

因此，我很荣幸向贵校强烈推荐这位优秀青年。

岳扬在校期间，曾担任过永兴中学学生会副主席、外联部部长、班级团支部书记等职。

具有一定的领导、组织、沟通、协调能力。

在工作上该同学能做到勤勤恳恳，认真负责，精心组织，力求做到最好的`态度。

具有较强的学习素质和较强的独立工作能力，并善于与老师和同学合作，乐于助人。

多次被评为“优秀学生干部”、“三好学生”，学习成绩优秀。

在个性方面，岳扬表面上是沉静而被动的，但实际上却充满了积极向上的进取精神，面对困难从不轻易的妥协。

她积极的求学态度与生活方式，已经帮助她在我公司担任重要的商业职务。

曾经担任过人力资源助理，以及秘书和会计等职务。

她这两两年来的学习实践集中在三个方面，一是从失误中学习，一是从同事的成功经验中学习，一是从外界培训及自我学习

中学习。

她是一位乐于传授并不断升自己经济概念的职业人士，是一位真正的金融工作者。

她已经在实践中，且有所成效，比如教育同事调整工作态度、培养沟通意识、主动研究可行性方案，做年度财务报表等等。

虽然我仍希望她在这方面持续加强，但我依然欣她正表现出来的在经济学领域的专注与专业。

从某种程度上来说，如此优秀的员工即将踏上留学之途是我公司的损失，但是考虑到她的前途，我依然毫不犹豫的支持他远赴贵校深造。

真诚期望贵校能同样支持他，给他一个提升自己实现梦想的机会。

相信

推荐人□xxx

xx年x月x日

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇九

销货方：\_\_\_\_\_ (以下简称甲方)

购货方：\_\_\_\_\_ (以下简称乙方)

签约时间：\_\_\_\_\_

签约地点：\_\_\_\_\_

第一条经购销双方协商交易活动，必须履行本合同条款。具体品类(种)，需签订要货成交单，并作为本购销合同的附件；本合同中的未尽事宜经双方协商需补充的条款可另附协议书，亦视为合同附件。合同附件与本合同具有同等效力。经双方确认的往来信函、传真、电子邮件等，将作为本合同的组成部分，具有合同的效力。

签订成交单，除上级规定按计划分配成交外，其余商品一律采取自由选购，看样成交的方式。

第二条合同签订后，不得擅自变更和解除。如甲方遇不可抗拒的原因，确实无法履行合同；乙方因市场发生骤变或不能防止的原因，经双方协商同意后，可予变更或解除合同。但提出方应提前通知对方，并将“合同变更通知单”寄给对方，办理变更或解除合同的手续。

按乙方指定花色、品种、规格生产的商品，在安排生产后，双方都需严格执行合同。如需变更，由此而产生的损失，乙方负担；如甲方不能按期、按质、按量按指定要求履行合同，其损失，甲方负担。

第三条成交单中的商品价格，由双方当事人商议决定，或以国家定价决定。

在签订合同时，确定价格有困难，可以暂定价格成交，上下幅度双方商定。

国家定价的商品，在合同规定的交(提)货期限内，如遇国家或地方行政部门调整价格，按交货(指运出)时的价格执行。

逾期交货的，如遇价格上调时，按原价执行；遇价格下调时，按新价执行。逾期提货的，遇价格上调时，按新价执行，遇价格下调时，按原价执行。由于调整价格而发生的差价，购销双方另行结算。

第四条运输方式及运输费用等费用，由双方当事人协商决定。

第五条各类商品质量标准，甲方严格执行合同规定的质量标准，保证商品质量。

第六条商品包装，必须牢固，甲方应保障商品在运输途中的安全。乙方对商品包装有特殊要求，双方应具体合同中注明，增加的包装费用，由乙方负担。

第七条商品调拨，应做到均衡、及时。对合同期内的商品可考虑按3：3：4的比例分批发货；季节性商品按承运部门所规定的最迟、最早日期一次发货；当令商品，零配件和数量较少的品种，可一次发货。

第八条对有有效期限的商品，其有效期在2/3以上的，甲方可以发货；有效期在2/3以下的，甲方应征得乙方同意后才能发货。

第九条甲方应按乙方确定的合理运输路线、工具、到达站(港)委托承运单位发运，力求装足容量或吨位，以节约费用。

如一方需要变更运输路线、工具、到达站时，应及时通知对方，并进行协商，取得一致意见后，再办理发运，由此而影响合同期限，不以违约处理。

第十条商品从到达承运部门时起，所有权即属乙方。在运输途中发生的丢失、缺少、残损等责任事故，由乙方负责向承运部门交涉赔偿，需要甲方协助时，甲方应积极提供有关资料。乙方在接收商品时发现问题，应及时向承运部门索取规定的记录和证明并立即详细检查，及时向有关责任方提出索赔；若因有关单据未能随货同行，货到后，乙方可先向承运部门具结接收，同时立即通知甲方，甲方在接到通知后5日内答复；属于多发、错运商品，乙方应做好详细记录，妥为保管，

收货后10日内通知甲方，不能自行动用，因此而发生的一切费用由甲方负担。

第十一条商品的外包装完整，发现溢缺、残损串错和商品质量等问题，在货到半年内(贵重商品在7天内)，责任确属甲方的，乙方可向甲方提出查询。

发现商品霉烂变质，应在30天内通知甲方，经双方共同研究，明确责任，损失由责任方负担。

接收进口商品和外贸库存转内销的商品，因关系到外贸查询，查询期为乙方收货后的60天，逾期甲方不再受理。

乙方向甲方提出查询时，应填写“查询单”，一货一单，不要混列。查询单的内容应包括唛头、品名、规格、单价、装箱单、开单日期、到货日期、溢缺数量、残损程度、合同号码、生产厂名、调拨单号等资料，并保留实物；甲方接到“查询单”后，10日内作出答复，要在30天内处理完毕。

为减少部分查询业务，凡一张调拨单所列一个品种损溢在2元以下、残损在5元以下均不做查询处理(零件除外)。对笨重商品的查询(如缝纫机头、部件等的残品)乙方将残品直接寄运工厂，查询单寄交甲方并在单上注明寄运日期。

第十二条商品货款、运杂费等款项的结算，购销双方应按中国人民银行结算办法的规定，商定适宜的结算方式，及时妥善办理。

货款结算中，要遵守结算纪律，坚持“钱货两清”原则，分期付款应在成交单上注明。有固定购销关系的国营、供销合作社商业企业，异地货款结算可采用“托收承付”结算方式；对情况不明的交易单位，可采用信用证结算方式，或先收款后付货。

第十三条甲、乙双方的任何一方有违约行为的，应负违约责任并向对方支付违约金。因违约使对方遭受损失的，如违约金不足以抵补损失时，还应支付赔偿金以补偿其差额。如违约金过分高于或者低于造成的损失，当事人可以请求人民法院或者仲裁机构予以适当减少或者增加。

1. 甲、乙两方所签订的具体合同要求，一方未能履行或未能完全履行合同时，应向对方支付违约合同货款总值\_\_\_\_\_的违约金。但遇双方协商办理变更或解除合同手续的，不按违约处理。

2. 自提商品，甲方未能按期发货，应负逾期交货责任，并承担乙方因此而支付的实际费用；乙方未按期提货，应按中国人民银行有关延期付款的规定，按逾期提货部分货款总值计算，向甲方偿付逾期提货的违约金，并承担甲方实际支付的保管费用。

3. 甲方提前交货和多交、错发货而造成的乙方在代保管期内实际支付的费用，应由甲方负担，乙方逾期付款的，应按照中国人民银行有关延期付款的规定，向甲方偿付逾期付款违约金。

4. 对应偿付的违约金，赔偿金，保管、保养费用和各種经济损失，应在明确责任后，10天内主动汇给对方，否则，按逾期付款处理，但任何一方不得自行用扣发货物或扣付货款充抵。

第十四条甲、乙两方履行合同，发生纠纷时，应及时协商解决，协商不成时，任何一方均可向仲裁机构申请仲裁或向人民法院起诉。（两者选一）

第十五条企业产品购销合同一式4份，甲、乙两方各执2份，并送交当地人民银行及有关部门，监督执行。

第十六条本合同(协议)双方签章，依法生效，有效期为1年，

期满双方如无异议，合同自动延长。凡涉及日期的，按收件人签收日期和邮局戳记日期为准。

## 企业产品运输工作计划 企业产品化工作计划篇十

供货人(以下称甲方):

销售代理人(以下称乙方):

甲方委托乙方为销售代理人，推销下列商品。

### 2. 商品

双方约定，乙方在协议有效期内，销售不少于\_\_的商品。

### 3. 经销地区

只限在……。

### 4. 订单确认

本协议所规定商品的数量、价格及装运条件等，应在每笔交易中确认，其细目应在双方签订的销售协议书中作出规定。

### 5. 付款

订单确认之后，乙方须按照有关确认书所规定的时间开立以甲方为受益人的保兑的、不可撤销的即期信用证。乙方开出信用证后，应立即通知甲方，以便甲方准备交货。

### 6. 佣金

在本协议期满时，若乙方完成了第二款所规定的数额，甲方应按装运货物所收到的发票累计总金额付给乙方\_%的佣金。

## 7. 市场报告

乙方每3个月向甲方提供一次有关当时市场情况和用户意见的详细报告。同时，乙方应随时向甲方提供其他供应商的类似商品样品及其价格、销售情况和广告资料。

## 8. 广告费用

在本协议有效期内，乙方在上述经销地区所作广告宣传的一切费用，由乙方自理。乙方须事先向甲方提供宣传广告的方案及文字说明，由甲方审阅同意。

## 9. 协议期限

本协议经双方签字后生效，有效期为\_\_天，自\_\_至\_\_。若一方希望延长本协议，则须在本协议期满前1个月书面通知另一方，经双方协商决定。

若协议一方未履行协议条款，另一方有权终止协议。

## 10. 仲裁

在履行协议过程中，如产生争议，双方应友好协商解决。若通过友好协商达不成协议，则提交苏州仲裁委员会，根据该会仲裁程序暂行规定进行仲裁。该委员会的决定是终局的，对双方均具有约束力。仲裁费用，除另有规定外，由败诉一方负担。

## 11. 其他条款

11.1 甲方不得向经销地区其他买主供应本协议所规定的商品。如有询价，当转达给乙方洽办。若有买主希望从甲方直接订购，甲方可以供货，但甲方须将有关销售确认书副本寄给乙方，并按所达成交易的发票金额给予乙方的佣金。

11.2若乙方在\_月内未能向甲方提供至少\_\_订货，甲方不承担本协议的义务。

11.3本协议受签约双方所签订的销售确认条款的制约。

11.4本协议于\_\_年\_\_月\_\_日在\_\_签订，正本两份，甲乙双方各执一份。

甲方：(签字)

乙方：(签字)