

最新快递员工作心得体会 快递公司社会实践心得体会(汇总5篇)

总结是对前段社会实践活动进行全面回顾、检查的文种，这决定了总结有很强的客观性特征。相信许多人会觉得总结很难写？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇一

镇地处区东部，距市区25公里。幅员面积27.4平方公里，辖10个行政存，56个村名小组，总人口2648户，8633人。全镇拥有茶园面积3.5万亩，茶叶加工企业56家，茶叶产业综合收入超亿元□20xx年底农村居民人均可支配收入达13611元。

成立了以书记周瑜、镇长为组长，分管农业副镇长为副组长、各包村干部、村两委负责人、茶叶农民专业合作社负责人及辖区内茶叶加工企业负责人为成员的茶叶机采工程推进工作领导小组。

按镇机采工程实施方案分解目标，先易后难，做好规划和实施计划，扎实推进茶叶机采工程。6月30日前，我镇共完成机采面积20xx亩，达全年的62.5%。

机采茶园建设采用新建基地、改造基地两种模式，根据镇茶叶生产现状，选择以改造基地为主；实际探索，因地制宜。选择集中成片，土壤肥沃的地块，且发芽密度大、发芽整齐、顶端优势强的茶树品种和生长能力较强的老茶园，通过改土、改造树冠措施，按照机采茶园建设要求，改造提升成机采茶园。

（一）以开展茶叶机采为契机，充分发挥农业机械集成技术、节本增效、推动规模经营的重要作用，推进机采茶园建设，

提高茶树综合利用率。

（二）抓好技术培训，分季节开展标准化机采茶园的管理，机采鲜叶加工技术，机采设备的使用、维护与保养等不同形式的技术培训，鼓励茶叶加工企业、专业合作社、主要产茶村组等培育专业机采队伍，结合绿色防控、统防统治、茶园机剪等开展茶叶机采服务。组织茶园管理人员和采茶机手技术培训2次，掌握了机采茶园管理方法及机采技术要领。各村建设一定面积的茶叶机采示范园。

（三）确保机采鲜叶销路畅通

根据我镇机采茶叶量大，整齐度、匀整度和标准化水平不高，积极与辖区内及周边茶叶加工企业衔接，对接机采鲜叶的收购途径、等级标准、收购价格等，鼓励辖区内茶叶加工企业进行设备引进改造、工艺创新改进和产品创新，确保机采鲜叶销路通畅。

在今后的半年，我镇还将继续抓好我镇茶叶标准化机采基地建设工程推进工作，力争完成今年农业局下达的任务。

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇二

乙方：_____

二、双方权利与义务

2、甲方应该向乙方出示营业执照、卫生许可证、税务登记证、产品检验合格报告等书面材料(如是复印件，须证实与原件一致)。

3、甲方应保证提供给乙方的茶叶是经检验合格、符合相关单位认可并经批准上市销售的合格产品。

3、甲方应根据乙方的要求对茶叶进行适当的包装。如在销售期间，茶叶的外包装被人损坏，但内包装完好，乙方可要求甲方重新包装。相关费用由甲方承担。

4、甲方根据乙方的要求，无偿提供罐、叶名称)_____罐、(茶叶名称)_____罐，供乙方摆放在客房内进行销售。乙方可根据销售情况，适量增加或减少数量，甲方须予以配合。

5、如乙方需要补充茶叶，需提前一星期(七天)通知甲方。

6、乙方需在每月10日前，向甲方支付上一个月所补充的茶叶货款。

7、甲方应向乙方提供一份茶叶样品，经双方查验后封存保管，用于交货时对样验收。

8、甲方应如约提供茶叶，每次补充的货品应与样品一致。如茶叶出现不符合质量要求、卫生标准或与样品不一致等问题，乙方有权要求甲方免费换货、退货;如因此引起客人投诉，甲方应积极协助乙方解决;如给乙方造成经济上或品牌形象上的损失，乙方需承担相关赔偿责任。

9、如茶叶较长时间都未能销售出去，乙方可要求退换。但需在货品保质期三个月(90天)前通知甲方。

10、本合同从_____年_____月_____日起
至_____年_____月_____日止，有效期为一年，期满前一个月双方商讨是否延长本协议。如双方无异议，本合同自动延期。

11、本合同未尽事宜，由双方协商解决。

12、本合同一式两份，经双方签章后生效，双方各执一份，具同等效力。

13、本合同生效后，双方对合同的变更或补充应采取书面的形式，作为本合同的附件。附件与本合同具同等效力。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇三

发包方：_____ (以下简称甲方)

承包方：_____ (以下简称乙方)

第一条乙方承包经营杭州_____茶庄，杭州_____茶庄的经营范围见营业执照。

第二条茶庄的坐落、面积、装修、设施情况

3. 本合同签订后_____日内，甲乙双方共同对移交给乙方的杭州_____茶庄的财产进行清点。

4. 甲方必须在_____年_____月_____日前将茶庄全部移交给乙方，由乙方进行简单装修(如安装空调、铺设地面等)。

5. 上述房屋、土地使用权和财务均属承包财产的范围之列，甲方应同茶庄的营业执照一并移交给乙方，供乙方经营使用。

第三条承包期限

该茶庄承包期限共_____年，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。

第四条承包金支付方式

1. 该茶庄第一年承包金为_____元(大写_____万_____仟_____佰_____拾_____元整)。

2. 第二年至_____年承包金为_____元(大写_____万_____仟_____佰_____拾_____元整)。

3. 每年的承包金必须在当年_____月_____日一次性付清。

4. 本合同签订后当日，乙方先预付给甲方承包定金两万元。

第五条茶庄房屋修缮与使用

1. 在承包期限内，甲方保证该房屋的使用安全(乙方使用不当除外)，其它所属硬件设施的维修责任由乙方自行负责。

2. 甲方提出进行维修须提前_____日书面通知乙方，乙方应积极协助配合，承包期限顺延。

第六条 茶庄的转包与转让

1. 在承包期间，甲方有权依法定程序出卖乙方所承包的茶庄。出卖后，本合同对新的茶庄所有人和乙方继续有效。

2. 乙方如将该茶庄的承包权转让给第三方，提前三个月通知甲方。

3. 甲方出售该茶庄，在_____个月前书面通知乙方，在同等条件下，乙方有优先购买权。

第七条 合同的变更、解除与终止本合同

1. 本合同生效后具有法律约束力，甲、乙双方均不得随意变更或者解除本合同，需要变更或解除时，须经双方协商一致达成新的书面协议。

2. 甲方有以下行为之一的，乙方有权解除合同：

(1) 提供不符合约定条件的茶庄设施，严重影响经营。

(2) 甲方未履行房屋的修缮义务，严重影响经营。

3. 承包期满合同自然终止。

4. 因不可抗力因素导致合同无法履行或者无法完全履行时，甲、乙双方协商一致，可以变更或者解除合同。

第八条 违约责任

1. 甲、乙双方应全面实际履行本合同，不履行或者不完全履行的应负违约责任。

2. 在承包期间，甲方有第八条第二款的行为之一或无正当理由拒不履行本合同的，乙方有权终止合同，甲方应按照当年承包金的两倍作为违约金。

第九条 免责条款

1. 因不可抗力原因致使本合同不能继续履行或造成的损失，甲、乙双方互不承担责任。

2. 因国家政策需要拆除或改造酒店的房屋，使甲、乙双方造成损失的，互不承担责任。

3. 因上述原因而终止合同的，承包金按照实际使用时间计算，不足整月的按天数计算，多退少补。

4. 不可抗力系指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

第十条 争议解决

1. 提请 仲裁委员会仲裁。
2. 依法向有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十一条 本合同未尽事宜，经甲、乙双方协商一致，可订立补充条款。补充条款及附件均为本合同组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第十二条 本合同自双方签(章)后生效。

第十三条 本合同及附件一式_____份，由甲、乙双方各执_____份。具有同等法律效力。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇四

前言：随着人们生活水平的不断提高，饮茶，越来越成一种时尚，一种健康生活的象征，特别对于大学生来说，清茶一杯不仅可以消除疲劳、涤烦益思、振奋精神，也可以细嚼慢饮，达到美的享受，因此喝茶也成为了学生日常生活中必不可少的一部分。就目前茶叶销售状况而言，在我们学校市场是巨大，根据问卷调查的结果表明茶叶需求量也是很大的，因此茶叶的销售将会更加激烈。

一：活动的主题：激情夏日，健康喝茶

二：市场营销目标

第二：同时也让大家在这个酷热的夏天里，感到心旷神怡，生活、工作无比惬意。

三、市场营销环境分析

3、从自然环境来看，珠海的天气还是很炎热的，所以需要解暑提神的饮品，就如茶。

四、swot分析

(一)s-优势

1大家都对茶的作用有大概的了解，可以减少宣传的力度，节省很多的时间

2马上进入饮料的消费旺季，还有茶有消暑的功能等

4食用较方便，用热水冲泡即可

(二)w-劣势

1、我们不是学市场营销专业的，可能对于市场的营销知识不是很了解

(三)o/t-机会、威胁

四、目标市场

五、市场营销策略

(一)产品

(二)价格

(三)促销

(四)预算

为了让更多的人了解产品，达到更好的促销投放大量小包装

饮品进行试饮，大约需20元的成本，同时做买赠、附送样品、优惠等活动预算20元左右。

同时采用发放传单等的投入控制在5元左右，综合上述的预算，再加上进货的成本可能要在四百左右。

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇五

中国人很多都喜欢喝茶，那么你知道茶叶销售合同怎么写吗？以下是在本站小编为大家整理的茶叶销售合同范文，感谢您的阅读。

供货方(甲方)：

销售方(乙方)：

甲乙双方本着互利共信的原则，经协商一致达成如下协议：

一、销售任务：

甲方向乙方铺货 万元。铺货金额不计利息。

乙方每年销售甲方的产品不得低于 万元。完成销售任务的，甲方按销售额的 %奖励乙方，未完成任务的当年不予奖励。

二、供货价格：附价格表

三、产品质量

2、外观质量：按样本提供的外观包装。不退色、不沾污染物、光泽干净，整洁。

四、甲乙双方协商确定：甲方提供的礼品盒装如无质量问题，

不得退货。超过保质期的袋装产品可以更换，但全年换货的金额不得超过进货金额的千分之五，超过千分之五的部分甲方按一袋人民币一元的标准向乙方收取包装费用。

五、供货时间：甲方每月按乙方上月报甲方要货计划的数量和品种按时供货给乙方。

六、付款方式：乙方在收到甲方产品时，需按既定的价格、数量验收，结清超过铺货金额的货款。

七、权力义务及违约责任

1、甲方提供给乙方达到质量标准的茶叶。如没有达到质量标准，乙方可提出退或换货；如因甲方没有及时退货或换货，乙方受到执法部门处罚的，甲方应承担乙方由此而产生的损失及费用。

2、乙方按合同规定销售甲方提供的茶叶。如无质量问题不得退货，不得以次品假冒甲方的产品对外销售，损害甲方产品的声誉。否则甲方可依法提出保护。

八、本合同一式二份，甲乙双方各执一份。本合同双方签字、盖章生效。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

发包方：_____ (以下简称甲方)

承包方：_____ (以下简称乙方)

第一条乙方承包经营杭州_____茶庄，杭州_____茶庄的经营范围见营业执照。

第二条茶庄的坐落、面积、装修、设施情况

3. 本合同签订后_____日内，甲乙双方共同对移交给乙方的杭州_____茶庄的财产进行清点。
4. 甲方必须在_____年_____月_____日前将茶庄全部移交给乙方，由乙方进行简单装修(如安装空调、铺设地面等)。
5. 上述房屋、土地使用权和财务均属承包财产的范围之列，甲方应同茶庄的营业执照一并移交给乙方，供乙方经营使用。

第三条承包期限

该茶庄承包期限共_____年，自_____年_____月_____日至_____年_____月_____日止。

第四条承包金支付方式

1. 该茶庄第一年承包金为_____元(大写_____万_____仟_____佰_____拾_____元整)。
2. 第二年至_____年承包金为_____元(大写_____万_____仟_____佰_____拾_____元整)。
3. 每年的承包金必须在当年_____月_____日一次性付清。
4. 本合同签订后当日，乙方先预付给甲方承包定金两万元。

第五条茶庄房屋修缮与使用

1. 在承包期限内，甲方保证该房屋的使用安全(乙方使用不当除外)，其它所属硬件设施的维修责任由乙方自行负责。
2. 甲方提出进行维修须提前_____日书面通知乙方，乙方应

积极协助配合，承包期限顺延。

第六条 茶庄的转包与转让

1. 在承包期间，甲方有权依法定程序出卖乙方所承包的茶庄。出卖后，本合同对新的茶庄所有人和乙方继续有效。
2. 乙方如将该茶庄的承包权转让给第三方，提前三个月通知甲方。
3. 甲方出售该茶庄，在_____个月前书面通知乙方，在同等条件下，乙方有优先购买权。

第七条 合同的变更、解除与终止本合同

1. 本合同生效后具有法律约束力，甲、乙双方均不得随意变更或者解除本合同，需要变更或解除时，须经双方协商一致达成新的书面协议。
2. 甲方有以下行为之一的，乙方有权解除合同：
 - (1) 提供不符合约定条件的茶庄设施，严重影响经营。
 - (2) 甲方未履行房屋的修缮义务，严重影响经营。
3. 承包期满合同自然终止。
4. 因不可抗力因素导致合同无法履行或者无法完全履行时，甲、乙双方协助商一致，可以变更或者解除合同。

第八条 违约责任

1. 甲、乙双方应全面实际履行本合同，不履行或者不完全履行的应负违约责任。

2. 在承包期间，甲方有第八条第二款的行为之一或无正当理由拒不履行本合同的，乙方有权终止合同，甲方应按照当年年承包金的两倍作为违约金。

第九条 免责条款

1. 因不可抗力原因致使本合同不能继续履行或造成的损失，甲、乙双方互不承担责任。
2. 因国家政策需要拆除或改造酒店的房屋，使甲、乙双方造成损失的，互不承担责任。
3. 因上述原因而终止合同的，承包金按照实际使用时间计算，不足整月的按天数计算，多退少补。
4. 不可抗力系指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

第十条 争议解决

1. 提请 仲裁委员会仲裁。
2. 依法向有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十一条 本合同未尽事宜，经甲、乙双方协商一致，可订立补充条款。补充条款及附件均为本合同组成部分，与本合同具有同等法律效力。

第十二条 本合同自双方签(章)后生效。

第十三条 本合同及附件一式_____份，由甲、乙双方各执_____份。具有同等法律效力。

甲方(公章)： _____ 乙方(公章)： _____

甲方： 乙方：

法人代表： 法人代表：

身份证： 身份证：

本着友好合作互利互惠的原则，经协商达成如下协议，以资共同信守。

1、本合同签订之日起生效。

2、未经双方同意，单方终止或废除合同的，承受未执行合同金额的违 约金。

3、除人力不可抗拒的原因外，调出(入)方不能按合同规定交货、接货的，承受未执行部分的金额 % 的违约金。其它违约责任按《经济合同法》规定处理。

4、本合同一式两份，双方各执一份，盖章生效。传真与原件具有同等法律效力。

5、如有附加条款，可在备注栏中说明，未尽事宜双方协商解决。

6、本合同中条款如有相关特别约定，以特别约定为准。

甲方(公章)： _____ 乙方(公章)： _____

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇六

甲方：

乙方：

第一条：品名、级别、单价、数量

第二条 质量标准

甲方所销售茶叶卫生指标应符合国家标准 供方：

一、 产品名称：合计金额：

二、 合同标的：

三、 质量标准：按国家标准

五、 验收方法：依照样品验收，在甲方指定地点现场验货确认

八、 本合同自双方签订之日起生效，本合同一式两份，经双方签字盖章后生效。

甲方 乙方

年 月 日

年 月 日

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇七

销售方(乙方)：

甲乙双方本着互利共信的原则，经协商一致达成如下协议：

一、销售任务：

甲方向乙方铺货 万元。铺货金额不计利息。

乙方每年销售甲方的产品不得低于 万元。完成销售任务的，甲方按销售额的 %奖励乙方，未完成任务的当年不予奖励。

二、供货价格：附价格表

三、产品质量

1、内在质量：茶叶符合四川省茶叶地方标准。

2、外观质量：按样本提供的外观包装。不退色、不沾污染物、光泽干净，整洁。

四、甲乙双方协商确定：甲方提供的礼品盒装如无质量问题，不得退货。超过保质期的袋装产品可以更换，但全年换货的金额不得超过进货金额的千分之五，超过千分之五的部分甲方按一袋人民币一元的标准向乙方收取包装费用。

五、供货时间：甲方每月按乙方上月报甲方要货计划的数量和品种按时供货给乙方。

六、付款方式：乙方在收到甲方产品时，需按既定的价格、数量验收，结清超过铺货金额的货款。

七、权力义务及违约责任

1、甲方提供给乙方达到质量标准的茶叶。如没有达到质量标准，乙方可提出退或换货；如因甲方没有及时退货或换货，乙方受到执法部门处罚的，甲方应承担乙方由此而产生的损失及费用。

2、乙方按合同规定销售甲方提供的茶叶。如无质量问题不得退货，不得以次品假冒甲方的产品对外销售，损害甲方产品的声誉。否则甲方可依法提出保护。

八、本合同一式二份，甲乙双方各执一份。本合同双方签字、盖章生效。

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇八

销售方(乙方): _____

甲乙双方本着互利共信的原则, 经协商一致达成如下协议:

甲方向乙方铺货___万元。铺货金额不计利息。

乙方每年销售甲方的产品不得低于___万元。完成销售任务的, 甲方按销售额的___%奖励乙方, 未完成任务的当年不予奖励。

2、外观质量: 按样本提供的外观包装。不退色、不沾污染物、光泽干净, 整洁。

甲方提供的礼品盒装如无质量问题, 不得退货。超过保质期的袋装产品可以更换, 但全年换货的金额不得超过进货金额的千分之五, 超过千分之五的部分甲方按一袋人民币一元的标准向乙方收取包装费用。

: 甲方每月按乙方上月报甲方要货计划的数量和品种按时供货给乙方。

: 乙方在收到甲方产品时, 需按既定的价格、数量验收, 结清超过铺货金额的货款。

1、甲方提供给乙方达到质量标准的茶叶。如没有达到质量标准, 乙方可提出退或换货;如因甲方没有及时退货或换货, 乙方受到执法部门处罚的, 甲方应承担乙方由此而产生的损失及费用。

2、乙方按合同规定销售甲方提供的茶叶。如无质量问题不得退货, 不得以次品假冒甲方的产品对外销售, 损害甲方产品的声誉。否则甲方可依法提出保护。

。本合同双方签字、盖章生效。

茶叶销售工作总结 茶叶工作总结篇九

本人自去年年底受聘于公司市场营销部以来，在领导的正确领导下，积极展开了市场调查、中心开业及中心推广一系列工作。回首这一年来的工作，尽管市场营销部为公司的贡献微薄，但总算迈出了发展的第一步。在公司工作一年来，完成了一些工作，积累了一些宝贵的经验从中取得了一些收获，也清楚的认识到了自己在工作中的一些不足，以下是自己对一年来工作方面的总结。

一、市场调研

__行业市场信息主要通过网络、媒体中展开收集，主要是通过__行业、__相关行业、__口碑等信息中搜集。渠道包括：__机构、金融机构、公报、物业行业新规；物业协会、机关团体公布资料；物业行业研究机构提供的资料；广告代理、媒体以及公共图书馆、物业行业市场方面相关资料。

项目信息包括拟建、在建工程项目，按照功能分类汇总，并对各个项目信息的建筑概况，开发商，使用者等进一步调查，以确认和完善各项信息，作为业务拓展的一手资料。此外，项目信息需要保证其准确性和时效性。对于市场调研收集到的已经在业务拓展中涉及到的所有信息按照竞争对手、投资商、开发商、业主、各地行业主管部门、物业行业政策等几方面进行分类汇总，整合存档。

市场部应当建立自己的数据库，通过对所收集信息的合理分类和系统整合，市场调研收集到的所有信息及时录入，将为今后的工作提供便利。目前，__市场各方面信息量相对较少，而且不很全面，将在今后的工作中进一步完善。存在不足及改进措施：部分信息错误、过期，影响到推广进程，今后的市场调研工作中应该加强信息的准确性和时效性。市场调研

力度不够，需加强，拓展更多的调研渠道，投入更多的精力于调研工作，以获得更多、更全面的市场信息。信息未能系统整合，不便于查阅，需要建立完善的市场部信息库。

二、中心开业

开业活动今年也做了不少了，开业活动花费费用高且效果不是特别好。我认为不如把开业活动的费用放在宣传或者推广上。存在不足及改进措施：开业活动尽量取消，或者以专家讲座的形式出现。多情媒体，尽量尽可能的在短时间内带来患者。

三、中心推广

1、软文：软文形式相对于其他宣传方式在于把需要宣传的内容以一种具有阅读性的方式进行传播。相对容易取得良好的效果。不过由于线下软文的载体只存在于报纸杂志等形式刊登，所以价格和宣传次数受限制。所以在未来宣传的选择上尽量减少大城市或快节奏生活城市选择该种宣传方式，而在小城市或刊登费用低廉的地区可以采用这种方式。

2、滚动字幕：__广告是今年在多个中小型城市中采用的宣传手段，__宣传价格低廉，宣传面积广泛，且因为通过各地方有线电视台播放，所以在当地具有一定收视的强制性，取得一定的效果。不过由于将来越来越严格的管理和限制，未来这种宣传手段可能随着管制的严格而渐渐取消。