

2023年美食推广演讲(大全6篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

美食推广演讲篇一

我叫，今年32岁，毕业于财经大学。我竞聘的岗位是县支公司个险销售副经理。今天参加这次竞聘，不仅仅是我的荣幸，更是我事业路、人生路上一次极为重要的机遇和挑战。为此，我精神振奋，信心百倍，严阵以待。

站在这个演讲台上，我首先要表达的是蕴藏在内心深处的感恩之情。感谢寿险营销这个行业，圆了我的创业之梦；感谢中国人寿，对我的哺育与成长；感谢公司领导的潜心栽培及引导；感谢全体伙伴的帮助与支持。今天特别要感谢的是自己恰逢人生的机遇之春，成长在一家好的公司和好的团队。

我是一个完完全全的寿险营销人。还记得年的月的一天，刚出大学校门的我怀着对未来的美好向往一脚踏上了寿险营销之路，一走便是近九年。年初夏的月我加盟了中国人寿抚州分公司，由此走上了事业发展新的起点与新的征程。年至年，我在分公司营业部担任组训工作，并在年被评为全市优秀组训。年受聘为中国人寿东乡县支公司营销部经理，在公司领导和全体员工的共同努力下，公司勇夺“全市营销霸主”和“全市培训工作先进单位”两项殊荣。同年，我还同时受聘为中国人寿省分公司教育培训部讲师。年月，由于怀孕而调回市分公司个人业务部担任讲师一职。年月，受分公司的委派，我和姜荣和两人到上顿渡营业部，协助管理个险业务，在“奋战60天，突破1000万”的活动中，上顿渡出色地达成

了目标，获得了本次业务竞赛的第一名。年月，乘中国人寿人事改革的东风，受总经理室信任与重托，我担任了南城县支公司营销部经理。

在公司参加的各种培训是帮助我成长的催化剂。年月，我参加了中国人寿省公司首期组训培训；此后多次参加组训讲师提高班；年参加了“保险中国风全国讲师组训培训班”；年月参加“全省县支公司经理培训班”；年月，参加了“行者无疆，宇雷增员”培训。

这些年的经历都说明，是中国人寿发现了，是中国人寿培育了，是中国人寿成就了。“滴水之恩当涌泉相报”，我将与公司共命运，继续为公司的发展尽个人的绵薄之力！

其一、我对寿险信仰，对公司忠诚，对事业执着。

我深知寿险对于国家、对于社会、对于家庭的意义。因此，我不把寿险当作产品，而是把它当作一种信仰。我相信寿体现了人类向真、向善、向美的愿望，和崇高的道德情操。

忠诚大于能力。员工需要公司的帮助，公司更需要员工的忠诚。作为中国人寿的一员，我感到自豪，更感到责任，中国人寿培育了我，我就应该回馈中国人寿，我愿意用我的所学，所长为公司的发展尽职尽责。

对于事业的执着和对于工作的负责是我的作风。当我撇下不满周岁的孩子，服从组织的安排来到南城时就足以说明我对工作的态度与决心。

其二、多年的营销管理积累了丰富的实战经验。由于一直在一线从事营销管理，我能把握市场的脉搏；由于在团队中每天与业务员在一起，我了解他们的想法及心愿。因此，对于如何启动一个市场，如何扩展团队，如何按营销规律做事，有着丰富的实战经验，能够理论联系实际开拓性地开展工作。

其三、我累计授课达到2000课时，丰富的授课经历，让我不但能承担一个营销管理者的责任，还可以成为一个培训者和训练者。当前营销团队的培训是一项非常重要而又缺乏的工作。多年的讲师经历使我能及时发现培训需求，并且及时组织相关的培训，做到化教育培训于日常的工作中，从而不断地提高营销员的技能及主管的管理能力。

其四、年轻的我激情奔放，对未来所要从事的工作充满信心。营销需要理性的思维，还需要激情的带动。年青我擅于学习，有更大的成长空间。可以在学习中不断地提高管理的水平，做到与公司个险业务共同进步。

根据年初全保会上吴定富主席提出的“发展县域保险市潮的精神，大力发展农村网点是当前的必须。其一，农村市场对养老险、健康险的需求远远超过对分红险的需求，发展农村保险不仅市场潜力巨大，而且对于我们调整险种结构，提高经济效益非常有利。谁放弃了农村市场，谁就放弃了未来生存的机会。其二、对于同业竞争而言，城区的竞争日趋激烈，各公司在城区业务间的差别也将越来越校对于其他公司而言，在最近一、两年时间内，他们无人力，更无财力向农村迅速渗透。而这正是我们公司的优势，我们应该抓住现在的有利时机为未来的公司发展打下良好的基矗其三、农村网点是我们业务当前的有效增长点。城区业务经过这么多年及多家公司的共同开发，要追求更大的发展已经难度很大，因此，我们抓住这个当前业务的薄弱环节，下大力气，以推动农村业务发展作为当前业务发展的有力的增长点。

二、精心培育，抓好人才梯队的建设。公司的发展需要有一批忠诚于公司，热爱公司高素质的员工队伍。人才对于公司未来的发展居于一种战略的位置。县区公司的发展需要一群能既能上战场立功，又能带兵打仗人才。因此，作为公司一级营销管理者，我应该立足现在，面向未来培育一批优秀的，忠诚的人才。为此在基层公司，我将立足加强主管管理能力，提高业务员的市场开拓能力，积极培养组训人员的综合能力，

为公司未来的发展培育人才，储存人才。

三、以“强我国寿，富我员工”为主导思想，进行市场目标的设定与调整。员工只有收入稳定才能心态稳定。现在我们的员的平均收入处于一个偏低的状态。以南城为例，业务员在年平均月收入为350元，其中月均收入在1000元以上的有10人，在600元以上有18人，在400元以上的有21人，在200元以上的有18人，每月低于200元的有10人。根据当前的市场情况，员工月均收入在500元，才能解决员工的基本生活。也就是人均收入提高40%，就必须每年业务收入在上年的基础上提高40%。当然这40%的业绩的提升，一方要靠我们断地提高现有业务人员的业务能，提高人均的产能。另一方面靠不断地扩张队伍，从人力地发展来促进业务地发展。

配合以上三大策略，我将从以下几个方面来开展工作：

其一、从人心工程入手，盘活团队，增强团队的战斗力。

其二、强化各项基础管理工作，从而推动营销业务的稳定发展；

其三、一手抓业绩，一手抓增员，为业务的持续健康发展打下基础；

其四、强化教育培训的功能，通过培训增强主管的管理能力，业务员的开拓能力，和各级人员对公司的忠诚度。

行路难，行路难，

多歧途，今安在？

长风破浪会有时，

直挂云帆济沧海！

(二则)

几天来，我一直在衡量自己，回顾自己的经历，审视自己的能力。大专文凭，南京邮电学院毕业，7年的工作经验，助理工程师职称，中共-党员。面对着众多对手，我明白，这将又是一次内含契机的挑战。像每一位广东移动的员工一样，我不断的经历并直面着许多的挑战，6年前，刚毕业的的我满怀激情分配到了云浮移动公司从事机务员工作，一年多艰苦而又充实的无线网优工作，巩固了我的业务技能，成为云浮公司的“技术中坚骨干”很快，我迎来了我的第一个转折性挑战，在公司第一次举办的公开职位竞聘上，我击败了学历、工龄都比我高许多的同事，获得了综合部管理员的职务，负责公司的文秘及采购工作，由此，我也明白一个道理：挑战就是机遇，要想获得更大的契机，就必须不断的挑战自己！于是，一年后我又向自己发起了挑战：调到市场部从事业务推广、营销策划等工作。通过一系列的促销活动，有效的遏制了云浮联通以及电信小灵通的发展势头，保证了我公司在移动市场的市场占有率。这，更有力的证实了挑战自我带来的奇迹。由于具有较强的创新精神以及动手能力，公司领导先后安排我负责难度较大的新业务的开发、推广以及集团整体解决方案的实施工作。

其间，负责的“云浮无线石材网”、“易数人生”、“云浮wap本地化应用”等项目相继开发完成并投入商用，其中“云浮无线石材网”获得年省公司创新服务二等奖；“易数人生”项目获得省公司一致好评，作为第一批wap收费项目全省推广；“云浮wap本地化应用”项目被评为年省公司重点科技项目在从事集团整体服务工作期间，分别完成了云浮医保无线pos业务；云浮市政府、温氏集团、云浮办公系统短信改造；等一系列项目，在大力推广了我公司业务的同时，也获得了用户的一致好评，建立了牢固的客户关系。

年月，公司领导又把我调到竞争最激烈的县分公司担任市场

部经理一职，我明白，我又要面对挑战了，而这一次的挑战，是最直接的。在公司全体员工的努力下，我们克服了一个又一个的困难，粉碎了对手一次又一次的进攻，取得了市场占有率、运营收入、客户净增等指标的大幅上升，在年的县分公司经营绩效考核中，获得了上半年第一名、全年第三名的好成绩，年上半年模拟考核kpi指标全部达标。我认为，作为一名县分公司市场部经理的工作职责是：制定分公司市场部工作计划；对经营活动的全面过程管理，结合本地市场的特征进行市场分析研究，制定新业务推广及营销计划，要求他就像足球比赛时的场上队长一样，赛前要与教练一起根据对手的情况制定比赛方案，在比赛时要以身作则，冲锋陷阵，调动起全体队员的积极性，并根据赛场的实时情况进行调整，灵活应变。

要求他具有较强的执行能力、敏锐的市场触角、良好的沟通能力、较强的团队观念及无私奉献的精神。在努力工作的同时，我没有放弃对自己兴趣的挑战，曾经代表云浮移动参加过第一届文艺汇演、第一届员工运动会、第一、二届足球比赛，所写的论文连续两届获得“广东移动思想政治论文大赛”三等奖，我的摄影作品获得了第二届员工才艺大赛一、二等奖在不断向工作发起挑战的同时我也向自身的知识结构发起了挑战，不但参加了公司组织的各项培训，而且用三年时间完成了北京邮电大学通信工程系的本科函授学习，目前正在就读华中科技大学的mba课程。

挑战，不仅有契机，也获取了真诚的认可。我先后获得了先进工作者、工会积极分子称号，带领的项目小组也获得了优秀团队的荣誉，……回望身后一串串坚实的脚步，我也深深懂得：处在这个瞬息万变、经济浪潮汹涌澎湃的时代里个人的成就是微不足道的，世间的一切荣耀与成功都是短暂的、只有思想、道德和精神才是永恒持久的，前面还有更多的挑战在等着我……在不断的人生挑战中，我积累了自己独有的优势：高度认同公司企业文化、2年技术、4年市场和多年管理经验、心理素质强，不因心情而影响工作、强烈的事业心

和责任感、干净干事、具有一定的创新能力。

说到这里，或许有人要问：你讲的这些不是自吹自擂吗？不！我也有缺点，我的不足在于管理经验的不足，以及不拘小节的性格。我只是想通过一次又一次的挑战，发现、改进我的不足，只是想通过一名普通得不能再普通的年轻人的经历向大家证明：广东移动的员工是开拓进取的员工，是敢于发出挑战并迎接挑战的员工，是永远的挑战者！既然是挑战，就一定会有成功会有失败，如果这一次失败了，我会更加努力的磨练自己，提高自己。各位同事们让我们用全部的赤诚和智慧，去迎接改革路上方方面面的挑战，去迎接时代暴风骤雨的挑战，让我们云浮移动在挑战中去拥抱时代的辉煌。

美食推广演讲篇二

一次偶然的的机会，老爸从超市买回来一袋“重庆怪味胡豆”，乍一看这种食品的名称，我就对“怪味”这两个字产生了强烈的好奇心：什么样的味道才是怪味呢？为了尽快得到答案，我便迫不及待地打开包装袋，飞快地拿了一颗放在嘴里细细地品尝，味道果然不同凡响。从此我就迷上了这种味道特别的风味食品。

胡豆也叫蚕豆，是重庆的特产。

重庆怪味胡豆具有特有的工艺、独有的风味，集麻、辣、甜、咸、酥为一体，堪称一绝。它颗粒壮似桑椹，色泽滋润，香甜酥鲜美奇特，麻辣咸舒适爽口，品尝时除直观感外，还有美妙的想像之味。奇趣多多又相得益彰，因此得名怪味。

重庆怪味胡豆还有健脾开胃调理，学生膳食，夏季养生调理，便秘调理，清热解毒调理，益智补脑调理等功效，还荣获“99重庆市最佳食品品牌”、“98中国食品工业协会推荐品牌”、1996年中国国际食品博览会“国际品牌精

品”、1995年中国·成都国际食品精品，食品机械包装设备博览会暨。

怪味胡豆的制作流程非常精细——把鲜蚕豆去皮、摘芽、洗净，煮熟后捞起，控干水分，用植物油加盐、料酒炒几下蚕豆，再加入糖、辣椒面，再炒几下，最后放入味精、花椒粉、香油，炒匀后一盘重庆怪味胡豆便闪亮登场了。

怎么样，听了我的介绍，心动了吧！快去买一袋尝尝吧！

美食推广演讲篇三

各位亲爱的朋友们：大家好！

首先，我要感谢一直以来支持我的朋友，同时也要感谢指责我的朋友！感谢你们！真诚的感谢！（弯腰行礼）

有了你们的支持，我赢得了自信！有了你们的指责，赢得了自己！认识了自己！世事是相对的，有优点也就存在着缺点，有缺点呢？当然也就存在着优点。你们说是不是？恩，然后我们要怎么样啊？亲爱的朋友们？你们说，呵呵 恩，我们要用智慧的眼光去发现人家的优点和缺点，要用真诚的眼光去看待别人的缺点，同时呢？朋友们，你们说还要怎么样呢？恩，对了，还要真诚的帮助别人改进缺点，更重要的是要怎么样啊？呵呵 对了，要扬长避短，学习人家的优点，改进自己的缺点。

那么，在坐的各位，有谁知道我接下来的这份工作是份什么工作呢？呵呵 对了，是保险营销工作！是份慈善工作，是份光荣的工作，是份神圣的工作，是国家大力推广的保险事业，是受法律约束和保护的工作，以《中华人民共和国保险法》为营销规范，以《中华人民共和国消费者权益保护法》为营销基本，以《中华人民共和国民法通则》为营销法则。

那么，在坐的各位亲爱的朋友们，有谁知道，保险的意义呢？有知道的朋友请举手回答。呵呵 对了，保险就是为风险上好保险，任何的事物都有其特定的或不定的风险，风险是很难保证很难把握很难避免的危险，亲爱的朋友们，你们说是吗？一个人从出生那天起，要面对什么啊？亲爱的朋友们，你们说，呵呵 对了，人从出世的那天起，要面对现实，是吧？现实中的生老病死，有人会真的避免得了吗？当然不可能避免啦，是不是？呵呵 所以，你们说，人的一切风险要怎么样才能保证好，怎么样把风险降到最低呢？对了，就是为自己做好预防准备，不怕一万，就怕什么啊？对了，不怕一万，就怕万一。

而要怎么样去为自己上好保险呢？亲爱的朋友们，请你们看《保险法》上的条款，就会知道，《保险法》第十八条规定的，保险公司的净资产不能低于多少人民币啊？对了，不能低于两亿元人民币！所以说，保险公司可以说是人们的第二家银行！功能与性质基本一样，但是，相比之下，保险公司的作用要大些，为什么呢？呵呵 亲爱的朋友们，金钱是用来干什么的？是的，谁都知道，钱是用来买东西的，是交换等价商品的等价物，是种货币。如果你把钱放进银行存起来，你只能是需要时去取，而如果你把钱投入到保险公司，那么你的钱的作用要大得多，因为，在保险公司的钱可以为你买到平安，买到安稳，买到保障，亲爱的朋友们你们说是不是？而且，保险公司也具有投资理财的功能，根据目前我国发展的形势和对货币政策的调整，人民币有被贬被升的风险，通货膨胀或者商品过剩，你们想人民币的价值会怎么样？当然会遭到影响，比如说在九几年前的人民币和现在的人民币同样面值的现金价值相差多远？九几年的100元和现在的100元的价值或者说交换的商品区别多大？大家可想而知了。

那么，亲爱的朋友们，有谁知道营销和传销的区别吗？有谁知道，请举手回答。呵呵 恩，营销和传销的区别有这么几点。请各位亲爱的朋友们注意听好。

第一，从法律角度来说

营销是以法律程序和法律规定的条款来进行销售和推销的合法销售活动。

而传销，是不按照法律程序和法律规定的条款来进行的非法销售和推销的活动。

所以说，营销是受到法律保护 and 调解的合法的销售活动！而传销是用欺骗和敲诈的违法犯罪的手段来向客户骗取钱财的。推销活动，传销是违反刑法的诈骗罪，是要判刑的，要受到法律制裁的！

第二，从销售模式角度来说

营销是连锁销售，比如分公司，支公司经营销售，而且还有固定经营场所和相关合法资格证，是可以查询的。

而传销，一般是没有连锁的分支机构的，只有空无虚有的公司（有些也是借用或者盗用别人公司的名义来欺诈），也没有相关的合法资格证，也查询不了的。

第三，从产品的角度来说

营销的产品是有很多种类供客户选择和查询的，而且，产品都有相关的售后服务和服务免费电话查询的，有专人来处理相关事宜的，有由国家颁发的证书的精算师和理财师来为产品计算和规划的。

而传销，是没有很多产品种类供客户选择和查询的，是单一的产品，是样板而已，而且没有相关的售后服务和服务免费查询电话的，也没有由国家颁发的证书的精算师和理财师来计算和规划的。

所以，各位亲爱的朋友们，你们觉得保险营销是怎么样工作呢？呵呵

而实际上，保险是一种相当于慈善事业的事业。因为，人们通过买保险的形式，把风险转嫁给了保险公司，交给保险公司承担人们的风险。如果有朋友不明白保险意义的，就去书店看看有关保险知识的书籍吧。

ok!最后，我真诚感谢在坐的各位朋友，耐心听完了我的演说，也感谢各位朋友诚恳地与我互动和交流，真诚的感谢，各位亲爱的朋友们!!(弯腰行礼)。

美食推广演讲篇四

大家好!

很夸张及前味的未来超市，我想在座的各位多少都有感触吧?有点不可思议，有点向往……。其实，这样的设想，说明需求在演变，服务在完善，营销将会走向更尖端。

xx年在总经理室的带领下，联华提出了加强区域及单店营销，来增强企业的竞争力。这是在新的形势下营销策略的一个重要的改革，今天我就这个议题来阐述我的观点。

俗话说：“粗耕一亩，不如精耕一寸”，显然关注度的高低与收成的大小直接相关。那我们又如何来精心耕耘好我们这不大的一方土地呢?作为一个优秀的耕耘者，首先都会了解和认清自己田地间的环境及形势。

那么首先就让我们来看一下超市目前面临的市场形势。

随着我国零售业市场的进一步开放，全球连锁零售大鳄们都加快了进军中国的步伐，各行各业都抢占市场的份额，整个市场销烟弥漫。

专业市场层出不穷

批发市场更加规范

超市竞争更国际化

随着买方市场的日益成熟，消费者的心理逐渐地在发生改变，需要在改变，追求在上升，因此我们必须进行不断的将需细化及研究，针对物质消费理念与情感消费理念之间的不同，正确地去理解随机消费者、固定消费者及潜在消费者三者间的区别，改变我们的营销手段。

时代的进步与开放，使竞争对手日益增多，苏宁、百安居等专业品类大型卖场也不断地扩建，这些“品类杀手”造成我们很多品类的销售分流；另外目前市场上同行间的营销诉求点基本类同，例如服装促销活动始终是满xx送xx之类，消费者早已司空见惯。上述种种状况给我们的营销带来更大的难题，如果我们没有适合新形势的先进营销手段，那公司的领先优势将很难始终保持；另外，微利时代、价格弹性减弱及变化空间缩小等等局面，真正宣告了大众营销时代已经结束，靠一个点子或一个策划就能打开市场的日子已一去不返。

形势的严峻，告诉我们必须改变营销的手段，加强营销创新，树立新的营销理念，正确理解“关注顾客为中心”的内涵，这才能真正适应市场需要，满足消费者日益变化的需求，从而不断提升企业效益。区域营销及单店营销，正是目前超市营销的两种新手段和新趋势，在目前的形势下，加强开展区域营销及单店营销势在必行。

首先，我认为目前联华的营销方式应由当前的“粗放营销”向“精细营销”过渡，改变以往“固定模版”的营销方式。

当前，我们已经彻底告别了“杭州家友”，变成了更广的“浙江联华”，公司规模不断扩展，消费群体总量也随之不断膨胀，由于地域及环境的不同，也使消费群体出现很大的不同，例如城西的华商店主要消费群体以中高档收入家庭、

白领为主，城南的江城店则以普通市民及打工者为主力军，那怎样留住不同类型的现有顾客，又怎样来吸引我们潜在的新顾客呢？这都需我们进行具体深入的分析，根据单店的不同特征，具体问题具体分析，来为其制定相应的“个性化”的营销策略。让我们来看看我们的竞争对手欧尚大关店，正因为其对单店操作的灵活性，及对营销定位思路正确的理解，例如在打出了“杭州最低价超市”的口号，而且他的一切营销活动也都始终迎合这个定位，最终该超市的经营达到了理想的目标□xx年销售额达到4个多亿，仅次于我们的庆春店。

从欧尚大关店身上，我们了解到思考和健全更细化的营销策略，加强联华自身的区域营销及单店营销已势在必行。苦练咱们企业的基本功，强化超市的各项硬软件设施和精细化管理的同时，针对不同消费群体制定相应的营销方式，从而提高我们的竞争力。

其次，必须将“顾客第一，唯一的第一”的经营理念贯彻到营销活动中去。

我们白尔曼先生提出：“必须切身的去关注顾客”，说得很对，营销策略一直都是以消费者为对象，他的本质也就是根据不同的消费群体制定不同的策略，消费者的利益与需求始终都是放在第一位的。因此根据消费群体的消费心理而制定的，并能随着消费者心理的变化而变化的营销方式才是真正行之有效而又经久耐用的。

第一转变：营销概念的转变，由“单纯的售货模式营销”转变为“组合营销”。

其实质也是为了创造需求，增加潜在消费者的购买欲。例如我们加强卖场的关联陈列及购物指导，来引导顾客的消费观念，又方便顾客的购买。如我们可以设立营养早餐区，这样就可以让顾客避免为了准备明天的早餐而满卖场的跑，顾客的满意必将带来销售额的提升，同时集中销售相关产品也会

带来关联消费的增长。

第二转变：营销目标的改变：由“单纯的刺激消费”转变为“引导与刺激消费并重”的模式。

我们企划组对这方面正不断进行研讨，如在二期区域营销方案内，就尝试对dm进行功能整合与改善。以前的dm纯粹以低价打动顾客，属于单纯的刺激消费，所以很难坚定我们消费者的购物信念及激发更深的购物需求，因此我们以增加dm“引导消费”功能为前提，将dm的使命提升到生活顾问的层面上来，让顾客拿到我们的dm马上能体会到现在该买什么了？买这东西后应该配套买些什了么？关于dm的相关事件，呆会我们组另外一位同事将会作更深一步的介绍。

以上几点，都是从营销角度出发，根据消费心理，贯彻“顾客第一，唯一的第一”，从而培育“单店营销”方式多种多样。

其实在我们实践操作中，充分利用区域及单店的自身特点及优势，最大限度地发挥营销功能，及时抓住机会，准确把握特点，就能使我们的营销真正起到最大的作用。这一方面，华商店的一些经验，值得我们借鉴。

这个实例告诉我们，门店才是对自己的相关事物反应最敏捷，最能产生正确的、有效的信息，加上自己精细化的动作及规模性的思考，借助供应商这个拉力，化不利为有利，最大限度地发挥营销的功能，最终实现双赢。

华商店在20xx年会展开始流行的时代，在夏总的带领下，在超市开展了第一次超大规模展销会，首次提出“把会展经济作为华商店的有效经济增长点”，在当时，事实上这一营销理念相当新颖，也结合了华商店的场地优势，从而取得相当好的营销效果。当时众多省级领导都莅临华商店，各大媒体都大篇幅的报道此事，华商店的声誉也节节上升。

市场同质化不断的发生交集及重合，营销理念怎样借势造势，怎样才能有自己的特点，我们能做的是结合各种特点及优势，利用潮流，才能脱颖而出。

华商店整改后开张，首次实践“无需存包”的人性化服务，这点在超市业行中跨出了重要的一步，尽管很艰难，也增加了超市的难度，但它所带来的观念是更贴近人心，以顾客为中心，在杭城引来了区大反响，在带来了效益之时也营销了“世纪联华”这个品牌。提高了企业的竞争力。

营销是我们21世纪“软战争”的重要武器，只要懂得其中的精髓，充分发挥它的作用，相信一定能为我们带来满意的结果。最后用一句话结束我的演讲：只有饱和的思路，没有饱和的产品。

谢谢大家！

美食推广演讲篇五

大家上午好！我是来自xxx公司的xxx，专门从事饮食供给和酒店服务管理专业，与在座的每一位生活都息息相关。作为一位食品生产与供给的管理者，非常注重食品安全、营养卫生和健康饮食。通过在工作之余的闲暇时间阅读《食品安全控制与管理》和《饮食营养与健康》两本书，读后受益匪浅，今天在这里与大家分享。

我想这是不可能的。食品安全已从中央到地方、各级政府都密切关注、层层布网、步步设防，对绿蔬、水果带有“身份证”，豆芽、食用油均有信息跟踪，实施基地监管，对那些不法商贩严格整治，杜绝货源，实实在在为百姓餐桌安全努力着。

同时也提醒在座的每一位，要从日常生活中注意食品安全，关心食品安全，打一切政府与人们合力的清扫不安全食品的

战争，把每一个隐藏不安全食品的暗角都清除清扫，到那时就不需要“借我一双慧眼”，也能把这纷纷扰扰的食品看个清清楚楚、明明白白。同时也要提醒在座的每一位要远离“三无”食品，更不能轻信广告，要从自身做起，提高安全意识，让我们携起手来，共同抵制不法商贩，为我们能吃得健康、吃得安全而努力，不再谈“食”色变。

营养是人体生理发育、新陈代谢、日常行为不可或缺的能量，只有摄取吸收了适量的水、碳水化合物、脂肪、蛋白质、无机盐、维生素，人才能工作。营养的核心是合理配膳，平衡膳食，不能偏食，也不能厌食，要注重食品原料的多样化，促进营养综合吸收。所以说，《黄帝内经》上说：“五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充”。在营养合理的情况下，不能忽视卫生，无论是食物原料的挑拣、洗涤、切配、加工烹饪、装盘，都要严格。从感官系统、物理角度到化学检验，都要达到新鲜、光亮、爽嫩、弹性丰富，无异味和腐败变质现象。

我就不多叙，送大家十个“不”：衣不过暖、食不过饱、住不过奢、行不过富、劳不过累，逸不过安，喜不过欢，怒不可暴，名不过求，利不过贪。

雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。民以食为天，食以安为先，是我们大家的愿想。我愿和大家一道，把好食品安全这道关。每天提供美味可口、营养合理的佳肴，让大家吃得放心，工作安心，生活舒心，让大家吃出健康，吃出美丽，吃出欢乐。

谢谢大家！

美食推广演讲篇六

尊敬的各位领导，各位同仁，大家好！

我是来自市分公司办公室的，今天我为大家演讲的题目是《选择人保，成就梦想》。岁月不居，时节如流。不知不觉，进入保险行业，在人保财险这个温暖的大集体里已生活成长快两年了。在这近两年的时间里，在领导同事的关心帮助之下，我一天天地成长，由青涩稚嫩而变得成熟稳重，由幻想浮躁而变得理性踏实。

还记得20xx年6月，那时我刚毕业，和许多年轻人一样，从象牙塔里出来面对一个崭新的世界，充满好奇，充满希望，但内心深处更隐藏着一股迷茫和彷徨。正当我一个人在黑夜中拿着火把循着前面的微光独自前行时，人保财险向我伸出了温暖的双臂，向我敞开了宽广的胸怀，我有幸成为人保大家庭中的一员。

刚踏入一座陌生的城市，面对一个崭新行业，我有过不适，有过惶恐。对保险，我知之甚少，对人保，我一无所知。社会上流传的把保险人等同于骗子的评价，更让我对自己人生第一份职业选择保险充满怀疑，对把自己宝贵的青春奉献在人保感到疑惑。

但我的座右铭是：“做一行，爱一行，精一行”。永远不服输的性格让我告诫自己：世界上没有不好的职业，只有不称职的员工。选择了保险，选择了人保，我就应该勇往直前，坚持不懈，就应该让青春的火焰燃烧得无怨无悔。

俗话说：草若无根不发芽，人若无志不奋发。坚定信心后，我马上就如火热的激情和昂扬的斗志投入工作和学习。

通过工作和学习，我感受到了保险的神奇和伟大。一份小小的保单，能给生命健康提供保障，给驾车出行送上平安，给物质财产系上保险带。因为有了它，生病受伤不因高额费用而耽搁；车毁人亡，不因失误再添悔恨；财物损失，不因不幸面临破产。因为有了它，国民经济迅速发展，人民生活幸福安康。

通过工作和学习，我了解了人保的品牌和实力。无论是在冰天雪地的北国，还是在春暖花开的江南；无论是在广袤无垠的原野，还是在繁华喧嚣的闹市，都能看到人保的机构和查勘车；三峡奇迹、神七飞天、奥运盛典、世博盛宴处处都有人保身影，事事都有人保护航。

保险业原来是一个蓬勃发展，充满生机和希望的行业；人保财险原来是保险业的泰山北斗、诺亚方舟。面对保险，面对人保，我仿佛站在高山前，心中充满着攀登的渴望；我仿佛站在大海前，一心只想乘风破浪。迷茫和彷徨已随着我对保险，对人保的深入了解而烟消云散。

要说刚进入公司时，我努力的工作是在为生活而奋斗，那么在我真正认识到保险业是个极具希望的行业，人保财险是个实现自我价值的绝好平台后，我爱上了保险，爱上了人保，我把每天的工作都当成一份事业来做。无论是在财产险部从事农业保险，还是在综合部从事文秘宣传和工会工作，我都踏踏实实、兢兢业业。多少个下班后，我还在办公室里整理文件、统计数据；多少个深夜，我仍坐在电脑前查阅资料、撰写材料；多少次梦中惊醒，我仍想着当天没做完的事情和第二天要做的工作。辛苦不会白废，付出总有收获，当我认真思索到有利公司业务管理的意见被领导接受，当我苦心熬夜写出的稿子受到领导认可，那时，我真正有了一种幸福的感觉，那种幸福是源自自己的能力得到了有效发挥，自己的价值受到了大家的认同。

今天，站在这里，我明白了一个道理，并想送给在座的大家：工作不一定是事业，事业却一定是工作。只有把公司当家，把工作当事业，才能体会到工作的乐趣，才能享受到工作的快乐；只有明确了目标，坚定了信心，才能以满腔的豪情投入工作，才能以高度的责任心奉献社会；只有把握住人生关键的机会，借助一个很好的平台，才能实现自我价值，才能成就梦想。

我永远不会忘记，在我人生最重要的转折时刻，是人保财险，为我的人生开企了崭新的一页!是人保财险，为我的青春提供了奋斗的舞台!是人保财险，为我的梦想插上了腾飞的翅膀!

今天，保险，让我找到了实现自我价值的感觉;人保，让我感受到了大家庭的温暖。我想说：一滴水，只有融入大海，才能化作美丽的浪花;一粒种子，只有扎根土壤，才能茁壮成长。保险业就是大海，人保财险就是土壤，我愿作一滴水在保险行业乘风破浪;我愿作一粒种子，扎根人保成长。

我的演讲完毕，谢谢大家!