

食品代加工公司运作方案设计 食品配送 公司调研方案优选(优秀5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

食品代加工公司运作方案设计篇一

要求详细了解江西师大外卖市场各方面情况，为商家及消费者提供建议。

- 1、全面了解师大的大学生对外卖的接受程度。
- 2、全面了解师大学生订外卖的喜好及习惯。
- 3、全面了解现有外卖市场存在问题。

主要的调研内容有：

- 1、同学们对外卖的购买形态（购买过什么样的外卖、购买价格、购买动机等）与消费心理（时效性、偏好、味道、形式等）。
- 2、同学们对已存在的外卖有何不满，希望如何改进。
- 3、同学们理想的外卖描述。

调查对象主要为师大在校大学生。

对消费者以问卷调查为主，具体实施方法如下：

食品代加工公司运作方案设计篇二

高校学生人数多，用餐时间比较一致，学校食堂同时容纳就餐人数有限，造成就餐拥挤，排队等候时间较长等一系列问题。而食堂开放时间有限，不能满足广大学生由于特殊原因造成的推迟就餐的要求。随着餐饮o2o的兴起，校外饭店纷纷推出外卖服务，且越来越受到广大学生的青睐。本次调查首先是为了了解在校大学生外卖就餐方面的基本情况和学生关于校园周边外卖相关问题的基本看法，并将得到的信息最终作为校园周边新开餐饮店铺如何更好为大学生提供外卖服务的决策基础，辅助制定店铺的经营与开拓战略。

（一）调查目的：

- 1、了解外卖在大学生心中的需求程度，消费观点及习惯；
- 2、把握校外饭店外卖服务的常规宣传方式与促销方式；
- 3、分析大学生消费者对外卖的消费行为与消费特点；
- 4、统计资料，预测外卖市场容量及潜力；

（二）调查内容：

- 1、外卖市场的容量及发展潜力；
- 2、学院不同年级对外卖的消费状况；
- 3、学校教学、生活环境对该行业发展的影响；

杭州师范大学钱江学院全体学生；提供外卖服务的校外饭店；

消费者调查

- 1、消费者的消费心理(偏爱、经济、便利等);
- 2、对外卖产品的了解程度(品种、口味、价格等);
- 3、消费者的忠诚度;
- 4、消费者消费能力、消费层次及消费比例的统计;
- 5、消费者理想的外卖服务描述;

调查方式以问卷调查为主，访谈为辅;具体实施方法如下:

1. 完成市场调查问卷的设计与制作以及调查人员的安排等相关工作
2. 把调查问卷平均分发到各调查人员手中，选择学生比较空闲的时间段，在宿舍或者人流量较大的食堂超市处发放填写问卷，节约时间，便于调查。
3. 对于要重点调查的对象所在的宿舍进行走访调查。进入宿舍时要说明来意，以确保被调查者积极参与、得到正确有效的调查结果。
4. 调查过程中，调查员应耐心等待，切不可督促。调查员可以在当时收回问卷，也可以第二天收回(这有利于被调查者充分考虑，得出更真实有效的结果)。

调查方法：分层抽样

具体做法是选取两处距离学校食堂不等距离的宿舍楼区，并在两区域分别选择男女生宿舍楼各一座，对其中学生进行调查。调查问卷收集时按宿舍楼分类，在各自的抽样框中随机抽取问卷，并且保证男女生比例相等。这样做是由于学生在选择外卖服务时可能会受到距离学校食堂远的因素的影响。选择不同的地点，尽量排除受这个因素的影响。

问卷整理，数据分析。

（一）调查策划讨论及其撰写□20xx年11月10日——20xx年11月12日；

（二）设计问卷□20xx年11月13日——20xx年11月15日；

（三）发放问卷□20xx年11月16日——20xx年11月18日；

（四）统计问卷□20xx年11月19日——20xx年11月22日；

（五）撰写调查报告□20xx年11月23日——20xx年11月27日；

杭州师范大学钱江学院生活区寝室楼等人员密集处

问卷设计首先先学生角度出发，了解不同年级不同性别住在不同期寝室的学生订购外卖的情况，并对此进行分析；然后从外卖本身的价格、种类、口味等出发，了解大学生在外卖选择上有怎样的偏好；最后了解大学生对外卖的期望，帮助商家了解大学生对外卖的要求，做更好的商品。

本次问卷发放100份，回收56份。

在这次市场调查中，我们发现男生订外卖的情况比较多，其中很大一块集中在大二大三等高年级学生中，而且距离食堂比较远的寝室楼订外卖的比例尤其高，学生们对外卖的价格要求还是比较适中的，但是对外卖的口味选择要求比较高，另外送餐时间的快慢很能影响学生们对外卖的选择。

商家应多在离食堂远的学生寝室发放传单吸引顾客，在提高口味的同时加快送餐速度，这样才能很好的吸引顾客。

在本次调查中，我既有收获也有不足，首先说是收获吧，通过这次的调查，我了解了大学生对于外卖问题的一些看法，

可以通过这些数据帮助商家们更好的进行买卖，而我也从中学习了调查方案的撰写、调查问卷的撰写和发放回收等手段；当然也有不足，因为前期准备不太充分，问卷回收比例不是太理想，在设计问卷时，很多问题或许有些冲突和异议，在最后的总结时，有些数据和实际不太符合，我想，这都是我需要改进的。

食品代加工公司运作方案设计篇三

第十五届津洽会国际车展

暨第五届天津保税区空港国际汽车嘉年华活动方案

由天津市人民政府、中国商业联合会、中华全国归国华侨联合会主办的天津第十五届投资贸易洽谈会将于2008年4月18开幕，天津空港国际汽车园展贸中心作为展会的三大展场之一，承担着汽车展示、交易的主要任务。为落实市委、市政府关于举办“高起点、高标准、高水平”的展会要求，我们将仔细准备，认真策划，保证圆满完成市政府交办的各项工作。车展活动方案内容如下：

一、津洽会车展会场基本情况：

（一）展览时间：2008年4月18日—4月22日

开幕时间：2008年4月18日上午10点

预展时间：2008年4月17日

撤展时间：2008年4月23日

（二）地点：空港国际汽车展贸中心、配件城及园区各功能板块

（三）名称：第十五届津洽会国际车展暨第五届天津保税区空港国

际汽车嘉年华

（四）主题：引领生活，驾驭梦想

（五）宗旨：展示天津形象、提高文化品味、丰富群众生活、引导

时尚消费

（六）参展范围：

- 1、汽车整车：进口及国产汽车
- 2、汽车配件：进口及国产汽车配件
- 3、汽车用品：汽车装饰件、汽车美容件、改装用具等
- 4、汽车延伸产品：汽车模型、电子产品、自行车等
- 5、汽车服务：汽车金融、汽车保险等

（七）展区布局：

- 1、主展场展览面积3万平米，室内万平米，室外万平米；
- 2、展厅内以进口汽车为主；
- 3、展厅主通道以汽车配件、电子产品、改装用具等为主；
- 4、前广场以国产汽车、特种车、房车展示及互动活动为主；
- 5、汽配城为汽车配件展区；

6□4s店、二手车市场自有品牌展示；

7、试车道进行试乘试驾活动。

（八）参展品牌：

1、已确定参展品牌

奔驰、宝马、保时捷、奥迪、雷克萨斯、进口大众、凯迪拉克□volvo□捷豹、悍马、路虎、克莱斯勒、斯巴鲁、进口丰田、进口标致、欧宝、罗孚、雷诺、双龙、雪铁龙、现代、广州丰田、一汽丰田□jeep□三菱、日产、雪佛兰、广州本田、荣威、一汽大众、进口起亚、国产起亚、红旗、上海大众、别克、马自达、一汽夏利、奇瑞、麦特曼通讯应急车、德福房车共39个品牌。

（2）待确定参展品牌

阿库拉、英菲尼迪、法拉利、阿库拉、英菲尼迪、菲亚特、福特、海马、华普、铃木、黄海、众泰、瑞风、长安奔奔等。

（3）计划参展新车

比亚迪f1f

2、江淮 宾悦、奇瑞 a

3、吉利 金刚两厢、风行景逸、雨燕 、奔驰 c级等。

（九）展会期间主要活动：

现场开幕仪式、厂商新车发布会、厂商表演活动、联合试乘试驾活动、现场抽奖活动、汽车摄影大赛等。

(十) 展位规划见下图:

二、主要组织单位:

1、主办单位:

(1) 天津市人民政府

(2) 中国商业联合会

(3) 中华全国归国华侨联合会

2、协办单位:

(1) 北京市人民政府

(2) 河北省人民政府

(3) 山东省人民政府

(4) 辽宁省人民政府

3、承办单位

市商务委、市发展改革委、市经委、市建委、市科委、市农委、市经协办、市滨海委、市人事局、市外办、市侨联。

4、支持单位:

_商务部

5、津洽会国际车展主办单位:

(1) 天津市商务委员会

(2) 天津保税区管委会

(3) 中国进口汽车贸易有限公司

6、津洽会国际车展支持单位：

(1) 天津天保控股公司

(2) 天津一轻集团

(3) 天津农垦集团

(4) 天津物资集团

7、津洽会国际车展承办单位：

天津空港国际汽车园发展有限公司

三、车展筹备机构：

设立由市商务委、管委会、中国进口汽车贸易有限公司和天保控股公司主要领导牵头，以空港汽车园公司相关部门组成的筹备委员会，下设办公室、招商组、宣传组、布展组。全面负责车展的各项准备工作。具体组织机构及分工如下：

1、筹备委员会领导成员：

筹委会主任：施振津、王黎明

筹委会副主任：邢国友、吕金洲、孙勇

筹委会秘书长：范仲平、梁勇

筹委会副秘书长：杨爱华、栾尚光、张宝东

筹委会委员：毛彦平、温余进、张文杰、卞庆华

2、现场指挥部：

总指挥：张宝东

副总指挥：毛彦平 张文杰

3、各组负责人设置及工作职责

（1）综合服务组

组长：温余进

成员：闫萍、周宁及行政部人员、财务部工作人员。

主要工作职责：

a□负责车展主办单位及嘉宾单位邀请；

b□负责门票赠送工作；

c□负责门票的销售、兑换、人员统计等工作；

d□负责班车及线路的确定和管理工作；

e□负责与管委会、控股、中进等股东的联系；

f□负责文件起草、上报和归档工作；

g□负责财务管理，收支预算；

h□会议组织、接待工作。

（2）招商组

组长：卞庆华

成员：杨茗、宋利明及展贸中心人员全体人员。

主要工作职责：

a□展厅内及外广场等展位招商工作；

b□招商品牌统计、汇总、跟进工作；

c□海关、商检等优惠政策申报工作；

d□展费收取工作。

（3）宣传组

组长：张文杰

成员：娄志斌及市场部全体人员。

主要工作职责：

a□制定展会策划方案、宣传方案；

b□媒体关系维护，最大限度刊发新闻通稿、软文；

c□广告位设立；

d□配合参展商提供促销方案；

e□广告设计制作；

f□参展商布展设计审核工作；

g□手提袋、会刊、门票、海报、等dm材料广告招商工作。

（4）布展组

组长：卞庆华

成员：杨茗及展贸中心人员现场管理人员。

主要工作职责：

a□展位划线、展位详规；

b□展场现场管理工作；

c□消防、保险等工作；

d□区内交通管理部门的协调工作；

e□现场安全管理。

四、车展宣传计划

（略）

五、目前工作进度

1、展会策划工作：

展会整体策划方案、招商手册、邀请函、工作分工表等系列前期准备文件已经全部准备完成。

2、招商工作：

已于3月3日正式召开了园区企业车展动员大会，展会邀请函和招商资料已经发给园区企业，园区企业基本参加本次展会，区外企业招商工作已经正式启动。

3、宣传工作：

需与津洽会组委会建立密切的沟通联络机制，在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次车展内容。计划从3月中旬每天提供一片800字左右的新闻通稿报道本次车展总体情况、参展品牌、参展车辆、展会活动、销售量等等。

4、文件上报工作：

已正式向保税区管委会上报了车展的相关文件，涉及到展会进口汽车的入关等问题仍需津洽会组委会协调解决。

六、需津洽会组委会协助解决的问题

1、宣传问题：

1) 建议在天津主流媒体建立津洽会专栏集中报道本次大会，车展内容的新闻最好每天能刊出或播出一片。

2) 鉴于硬性广告对于宣传的巨大作用，建议津洽会组委会能对车展投放的硬广给予大力支持。

3) 车展期间的记者邀请及新闻报道请给予大力支持。

4) 路牌等户外媒体的发布请给予大力支持。

5) 建议建立密切的宣传联络员沟通配合机制。

2、开幕仪式组织问题：

需津洽会组委会尽快确定出席开幕仪式的领导、开幕仪式由

谁来负责、形式、规模大小等系列问题。

3、行政许可、安防、消防、交通协调等问题

请津洽会组委会统一办理重大活动行政许可报批手续，设计安防、消防、交通协调等问题由津洽会组委会统一负责。

4、门票的印制、定价、销售问题

历届嘉年华门票定价20元，主要凭车展广告兑换门票，今年建议还采取以上方式。

5、会场之间的交通问题

建议开通国展中心到汽车园的免费班车方便观众参观。

天津空港国际汽车园发展有限公司2008年3月11日

食品代加工公司运作方案设计篇四

1、样本规模：46

2、抽查时间：11月14日—11月18日

3、样本框架：大学城为主其他学校学生为辅。

1、您是否经常困扰中午应该吃什么？

大部分的人都受着午餐吃什么的困扰，这是普遍的问题。

2、在学习日时，您午餐的选择是

大学生在校学习时通常选择就餐的地方是学校食堂，其次是上餐馆最后叫外卖，此种现象说明大部分学生更愿意在校食堂食用。

3、最近三个月内，您叫外卖的频率更接近于？

由上图可知大学生叫外卖频率不是很高，这也算是很好的现象。

4、您在什么情况下会选择叫外卖呢？

大学生在不想出门的情况下才会选择的订外卖，其次是没人陪同吃饭，再然后是跟风。

5、您一般通过什么方式订外卖？

食品代加工公司运作方案设计篇五

年以来，商务部会同xxx□科技部、财政部□xxx□xxx□xxx□国家工商总局、国家xxx□国家食品药品xxx□国家认监委、国家标准委等十二部门联合实施了以 提倡绿色消费、培育绿色市场、开辟绿色通道 为主要内容的 三绿工程 。为全面掌握实施情况，更好地贯彻□xxx关于进一步加强食品安全工作的决定》(国发[2019]23号)精神，商务部组织全国城市农贸中心联合会、中国连锁经营协会对流通领域食品安全状况进行了为期两个月的调研。现将有关情况报告如下。

据有关部门监测，我国食品内在卫生质量有了明显改观，食品卫生平均合格率2019年为，2019年为，2019为，2019年预计为92%左右，呈逐年上升态势。2019年37个城市第五次监测农药残留合格率为93%，比2019年提高个百分点，比2019年提高个百分点，比 2019年提高个百分点。2019年4月份，16个城市畜产品中 瘦肉精 检出率仅为，在2019年大幅下降基础上又下降了个百分点。5城市水产品氯霉素残留检测均为0。

目前，全国年销售2亿元以上的农副产品批发市场普遍实行了自检制度，实施检测的零售店铺数量逐年增加。大中城市商务部门定点检测机构已覆盖了较大的范围，并形成了企业自

检、社会中介机构受托检测和政府部门监督抽检三道防线。据调研，农副产品批发市场中，设立了检测室，配备了专职检测人员，其中最多配备了62人；连锁超市中，73%配备了食品安全管理人員和操作人员，建立了目标责任体系，21%向其所属门店派出卫生质量巡查专员。

奎年来，由于大力推行认证、索证、索票、信用档案、场厂(地)挂钩等准入制度，市场食品安全把关作用得到加强。调研显示，食品安全的国家标准普遍推行，其中32%的企业采用了国际标准；农副产品批发市场中，通过了iso9000□iso14000和 oshms18000三类国际通行的质量管理体系认证，设立了无公害产品专区，设立了绿色食品专区，设立了有机食品专区，三者相加近50%；超市公司中，注重食品安全基础卡设的占91%，建立加工食品安全制度的占73%，注重环境因素的占59%，实行食品卫生安全岗位责任制的达91%，把食品安全指标量化并作为考核依据的达86%。2019年，全国万家食品经销企业中，有万家建立了进货验收制度，万家建立了购销台账制度，万家建立了销售食品质量承诺制度。

据调研，目前，农副产品批发市场中，建有冷库的占，其中上海高达；配备了速测仪，配备了色谱仪，购置了检测车；43%配备了污物处理设备，其中，拥有垃圾分类处理设备，设立封闭式垃圾楼，配备污水处理设施；建立了配送中心。连锁超市中，大多数已把食品冷藏柜作为营业设施中的基本配置，辽宁、福州、青岛、南京、上海、广州、宁波等地城市在肉类食品市场上配备冷柜的超过60%，部分企业也配备了简易的检测设备；被调研的超市全都对垃圾污物进行分类，集中处理；90%以上的连锁零售企业建有配送中心，截止2019年6月末，我国限额以上连锁零售企业配送中心已达2845个。

消费者选择食品标准从优先考虑价格转向价格与质量并重。过去一味相信广告，现在更相信产品卫生质量公告。调研结果显示，消费者中，85%关注食品保质期，72%关注蔬菜和水

果的农药残留量，55%关注食品的细菌超标问题以及包装材料、食品添加剂含量等有关因素。

消费者对超市食品安全的认同度明显领先于农贸市场。消费者对超市所销售的各类食品的安全性认同是农贸市场的9倍，其中速食食品安全认同度最高。

消费者对食品安全的自我保护能力增强。调研显示，消费者中，关注相关检验证明，关注食品的色泽、外观；希望购买无公害农产品，愿意选择绿色食品，希望选择安全食品，希望选择有机食品。在遇到食品安全问题时，越来越多的消费者会采用多种办法维护自身的权益，包括向有关理部门申诉、提请仲裁机构仲裁、请求消费者协会调解、向人民法院起诉、与生产经营者协商等，这几方面的比例分别为、、和。

广大消费者对三绿工程的参与意识大大增强。据调研，的人希望通过电视专题片进一步了解三绿工程，的人愿意为三绿工程出谋划策，的人愿意义务宣传三绿工程，的愿意积极举报食品安全相关问题。在三绿工程采取什么措施可以提高消费信心这一问题上，认为开展诚信经营及行业自律、树立放心品牌、严格食品检验检测的消费者比例分别为、、。

尽管我国食品内在卫生质量有了明显改善，食品抽检合格率不断提高，但上市食品超标问题依然存在。目前，食品卫生平均不合格率仍达8%左右，蔬菜农药残留超标率为7%，畜产品瘦肉精检出率为。据对7万多家食品市场抽查，发现不合格散装食品19万多公斤，病害肉40多万公斤，假冒伪劣酒类案件万件。

《食品卫生法》和《产品质量法》都涉及到了食品生产和销售卫生要求，但总的看，商品流通过程中的法律条款仍相对粗疏。食品很多都是鲜活产品，从生产到销售过程中保鲜、贮藏等要求较高，应有相应的法律规定。此外，市场准入是一项行之有效的办法，但这项制度的实行尚缺少上位法的支

持。目前，食品安全管理主要还是靠行政管理，亟需完善相应的法律法规。