

团餐业务中心5月月度汇报			
汇报人：边磊 部门：团餐业务中心 版本：2026-05-25 完善版			
一、经营情况			
5月经营指标（万元）			
收入目标	96.00	利润目标	待财务确认
收入达成预估	54.00	利润达成预估	待财务确认
收入达成率	56.25%	利润达成率	待财务确认
同期收入	待确认	同期利润	待确认
收入同比增长率	待确认	利润同比增长率	待确认
1-5月累计经营指标（万元）			
年度收入目标	1200.00	年度利润目标	待财务确认
收入累计达成预估	167.00	利润累计达成预估	待财务确认
累计达成率	13.92%	利润达成率	待财务确认
同期收入	待确认	同期利润	待确认
收入同比增长率	%	利润同比增长率	%
二、问题分析及对应改进策略			
序号	问题描述	改进策略	
1	项目池底子薄，无法形成稳定签约和验收滚动，月度确收波动大	项目池不低于30个，按高/中/低概率滚动；每周复盘预算、决策链、阻塞和下一动作	
2	优质渠道开拓进展慢，存量渠道转化不足5%，多数渠道停留在初步建联	聚焦5-8家核心渠道，厨具渠道作为6月攻坚方向；用拜访记录、商机转化率和订单产出考核	
3	控标能力弱，营养健康优势没有充分转成投标参数和评分项	按企业资质、产品资质、软件功能、硬件设备四类补控标参数和证据链	
三、6月份经营目标			
指标类型	目标(万元)	同期数据（万元）	同比变化（%）
收入目标	150.00	待确认	待确认
毛利率	待财务确认		
利润目标	待财务确认	待确认	待确认
四、6月份月核心策略			
序号	策略领域	策略重点	关键行动
1	项目签约攻坚	三全集团、重庆环卫、国康医院、保康中学、大兴区政府	锁预算、决策链、合同版本、验收口径和确收节点
2	验收回款推进	江西206、中央国债、荣海小学、机场等项目收尾	补上线截图、验收确认、售后边界和回款状态
3	渠道深耕拓展	系统集成、厨具、餐饮渠道	每人新增2个核心渠道，渠道商机转化率目标10%以上
4	产品与投标优化	营养健康差异化、控标参数、轻量售前工具	重点项目投标前完成四类参数和证据附件
5			
五、现金费用预算			
6月预算用途	预算金额（万元）	预期产出	
核心渠道拜访与出差	待确认	内蒙古、山西、河南等重点渠道拜访，产出核心渠道清单	
售前演示与样张	待确认	营养周报、带量食谱分析、电子菜单、小程序试用	
投标控标材料	待确认	四类控标参数、证据附件、竞品对标材料	
团队专项培训	待确认	谈单、控标、渠道开发、项目复盘培训	
合计	待确认		
六、产品开发中心补充			
产品开发进度	产品端补充控标参数库：企业资质、产品资质、软件功能、硬件设备四类参数，6月用于重点项目投标前置介入。		

卖点策略	卖点从泛化营养服务转为具体功能：热量显示、带量食谱、AI排菜、营养报告、健康设备对接、食安监管证据链。
降本策略	降本重点不是压缩交付，而是把小单沉淀为标准配置、验收清单、操作手册和售后边界，降低重复沟通成本。
七、市场中心补充	
品牌营销（含内容策略）	市场内容建议按企业/机关、学校/教委、医院/园区三个版本输出场景话术和案例样张。
市场调研	6月需补同期收入、利润、毛利率、回款周期、渠道转化率、项目交付工时等经营字段。
定价策略	定价策略需区分项目型收入、产品型收入和持续服务收入；当前所有利润口径待财务确认。
产品策略	产品策略聚焦企业/机关标准包、学校/教委监管包、食安+进销存+硬件证据链包。