

上海钧测检测技术服务有限公司文件

上海钧测发〔2023〕25号

关于发布《上海钧测 2023 年半年度部门负责人述职报告汇编》的通知

各部门：

根据各部门提交的述职报告，公司编辑汇总了《上海钧测 2023 年半年度部门负责人述职报告汇编》。请下载学习，不断提高。

附件：《上海钧测 2023 年度员工述职报告汇编》

拟稿：李芸芝

校 对：朱卫华

上海钧测检测技术服务有限公司

2023 年 7 月 19 日印发

目录

同心致远 稳步向前	1
百年大计，质量为本	4
聚焦新材料，赢得新市场	8
对标先进 变革创新 力争完成既定目标	15
有序工作，提高效率，健康发展，智绘未来	20
行稳致远，进而有为，抢抓新机会，踏上新征途	26
走特色化检测道路 加快实现一部一品	30
强化自身建设，打造特色部门	36
破釜沉舟，增效求变	44
越过山丘 前方有春光	47
齐心协力创佳绩，戮力同心拼未来	52
辐射华东 面向全国 做好区域全覆盖	56
勇毅笃行，长风万里	65
瞄准目标，提高能效	71

同心致远 稳步向前

综合管理部 李芸芝

各位领导、各位同事大家下午好，半年的时间转眼即逝，在这半年中综合管理部的工作有条不紊的进行，这半年对于我来说，是成长、进步很大的半年。记得去年的这个时候，我在通际，总部两个人忙的多次申请将我调回，而现在，我一个人也可以将各个工作接管起来。

本次工作汇报从四个方面进行：

一、人事类：

上半年招聘面试 250 余人，通过面试 48 人，入职 17 人，在职 10 人。

绩效核算以及发放；

人才引进：陈鑫燕成功落户，陈加敏还在进行中；

成本核算，年度社保公积金申报；

日常管理：区域公司人才输送、工资表制作、审核、以及社保公积金操作。

二、行政类：

双文明表彰会、三八妇女节、全员团建活动；

杨行镇、老港镇、泖港镇排查，带领部门完成 1500 余户；

日常维修养护、福利采购以及配合资质申请工作。

三、宣传类：

文明单位执勤活动 3 次，工会宣传 1 次，职称评选会议 2 次，公众号维护涨粉 200+人次，

抖音、视频号素材拍摄剪辑宣传。

四、企业管理类：

1.上海市专精特新奖项申请

2.企业技术中小复审

3.科技型中小企业；

4.创新型中小企业

5.知识产权：发明专利 2 项、实用新型专利 12 件

五、不足和亮点：

不足：没有引进技术大咖，没有进一步储备中坚力量的人选。

亮点：打破发明专利 0 申请，往年多种申报由于发明专利不满足资格而被阻挡在门外，发明专利申请后，我们可以申请更多的政府类奖项。

下半年工作计划：

1.招聘：质量技术部 1 人、钢结构检测 1 人、营销 4 人、合肥公司钢结构工程师 1 人

2.知识产权：确保通际达到 15 件，明年申报高新

3.活动：半年度会议、三季度会议、双文明表彰会

最后送一句话给大家共勉：每一句“我不会”都改为“我可以学”就进步了，尝试总比永远不敢开始要强。

百年大计，质量为本

质量技术部 曾令华

一、项目管理方面

1. 2023 年上半年合计完成项目 1400 个，实施产值 3315.64 万，2022 年上半完成 822 个项目，产值 2941.52 万。与去年同期相比，产值增加 12.7%，项目数量增多，但单个项目的产值有所降低。

2. 2023 年上半年出具报告共 963 份，其中总部 394 份，通际公司 160 份，浦东基地 139 份，南京公司 69 份，武汉公司 46 份，西安公司 45 份，天津公司 44 份，合肥公司 22 份，苏州公司 29 份，杨浦公司 10 份，广州公司 5 份。

3. 仪器管理，仪器分发、校准、确认等一系列工作。仪器校准费用合计 1.8 万元，还有上海标度公司未结算，年底结算。设备维修费用 0.45 万元，设备采购费用 13 万元。

4. 分包管理，劳务分包与专业分包登记及付款，专业分包各部门自行管理，合同统一归档至质量技术部，劳务月初进行结算。敲凿、取芯、蜘蛛人、登高车、挖机等劳务分包共 19 家，劳务分包费用合计约 8.18 万元，报告委外打印费合计 2.7 万元。

6、报告清理及推进，重点关注超期

项目同时提高报告质量。目前还有未出具报告总计 164 份，其中除特殊&长期项目 56 份，编制中 64 份，确认中 44 份。

5. 区域公司项目报告管理与协调沟通，全部区域公司每月 30 日把电子版归档资料发至邮箱，同时邮寄纸质版。

二、 资质、体系工作方面

1. CMA 扩项工作，共扩项 40 个参数，涉及城市桥梁、公路桥梁、木结构、砌体结构、建筑材料等，6 月 25 日已完成现场评审，现场考核不符合项整改计划已于 30 日完成，其余正在整改中，预计 7 月中旬完成。

2. 体系归档项目梳理，现归档 33 份，已完成 20 份，其它未完成的在修改中或还没交上来。

3. 消防评估资质已于 5 月中旬取得，预计 9 月份进行双随机检查，之前只有电子版体系资料，目前纸质版正在准备中，力争在七月份做好模拟评审。

4. 华谨加固资质已于 6 月 7 日取得，缺少一位 B 证安全员证书，申报安全生产许可证，拟对公司现有一建人员（李敏波、肖立兰）进行考证，后转社保申请。

5. 广告牌资质申请，现有 12 人，缺 3 人（含 2 名电气人员），正在和同济沟通人员问题，本月进行申报。

6. 钢结构一级检测资质已于 3 月份取得。

7. CNAS 扩项已于 5 月份取得扩项新证书。

8. AT、测绘资质双随机，分别于 5 月和 6 月完成，不符合正在整改中，整改周期截至今年 12 月份。

9. 公司上半年考证（已出成绩）86 人. 次，通过 43 人. 次，通过率 50%。

三、不足之处

1. 反馈速度较慢，工作布置反馈效率较低。

2. 与各生产部门的沟通不足，资质及项目沟通中不够及时，且未能充分与各部门沟通确认。

3. 仪器和实验室管理问题频出，每次评审多少都有一些问题。

4. 项目管理中工期进度管理、报告清理方面相对比较欠缺。

四、下半年计划

1. 加强项目进度管理，加大力度进行监督、检查、指导工作，

深入到生产一线了解项目的实施情况。

2. 提高项目完成效率，报告定期抽查复盘并对结果进行公布，重点关注超期项目。

3. 广告牌资质计划 7 月底完成申报工作，目前还缺少 3 名检测证书及 2 名电气工程师，以上两个难题均预计在 7 月 20 号左右完成。

4. 建设工程质量检测资质 12 月完成申报工作。

5. 做好 9 月份消防资质双随机迎检工作。

6. 主体结构资质升乙、钢结构资质升乙。
7. CNAS 扩项，力争申报完成钢结构检测能力验证。
8. 力荐公司现有人员参加钢结构超声、磁粉、渗透检测 3 级培训、考试取证。

聚焦新材料，赢得新市场

建材公司 关庭文

在经过上半年的经营中，建材公司拓展了新的产业方向以及积累了不少市场经验，由原先的常规灌浆料等产品，逐渐扩展到了市场更大的UHPC材料上，增加了新的应用场景。下面汇报一下建材公司上半年的营销情况及下半年的工作规划。

一、部门营销工作：

1. 营销情况：

上半年共完成营销指标：97.25 万元，共计 35 个项目。全年指标 500 万元，完成全年指标的 20%。

其中，自主营销项目 33 个，签约额 97.2 万元，占比 99.9%，渠道营销项目 2 个，签约额 750 元，占比 0.1%。15 个非常规灌浆料项目；3 个加固修缮项目。

表 1 上半年营销完成情况表

序号	项目名称	委托单位	合同主体	项目来源	合同金额
1	玖龙纸业（太仓）有限公司 3 吨灌浆料采购	玖龙纸业（太仓）有限公司	华谨	自主营销	3900
2	静安区老成都北路 7 弄 30 号二大会址纪念馆 5.75 吨灌浆料采购	陈道玉（个人）	华谨	自主营销	8050

3	静安区老成都北路7弄30号二大会址纪念馆1.75吨灌浆料采购	陈道玉（个人）	华谨	自主营销	2450
4	上海市青浦区西虹桥沪青平公路北侧48-06A地块项目（西区）聚合物砂浆3吨采购	上海华八捌实业有限公司	华谨	自主营销	3150
5	上海月贝机械设备有限公司5.4吨UHPC1700采购	上海月贝机械设备有限公司	华谨	自主营销	22680
6	上海市宝山区金勺路716号厂房钢结构螺栓专项检查及维修更换	上海普瑞信钢板制造有限公司	华谨	自主营销	175000
7	中国化学工程第四建设有限公司2吨灌浆料采购项目	江西汝宏劳务有限公司	华谨	自主营销	3300
8	上海市青浦区西虹桥沪青平公路北侧48-06A地块项目（西区）聚合物砂浆20吨采购	上海华八捌实业有限公司	华谨	自主营销	21000
9	上海市长宁区仙霞西路88号百联西郊购物中心装修改造工程500吨50灌浆料采购	安徽云海建筑有限公司	华谨	自主营销	2400
10	上海月贝机械设备有限公司5.4吨UHPC1700采购	上海月贝机械设备有限公司	华谨	自主营销	22680
11	上海市青浦区西虹桥沪青平公路北侧48-06A地块项目（西区）聚合物抗裂砂浆10吨采购	上海华八捌实业有限公司	华谨	自主营销	10500
12	江苏省无锡市新吴区梅里路99号（梅村水处理厂内）滤板接缝专用灌浆料40吨采购	安徽蓝创环保科技有限公司	华谨	自主营销	66000
13	上海月贝机械设备有限公司5.4吨UHPC1700采购	上海月贝机械设备有限公司	华谨	自主营销	22680
14	上海月贝机械设备有限公司5.4吨UHPC1700采购	上海月贝机械设备有限公司	华谨	自主营销	22680

15	上海市长宁区仙霞西路 88 号百联西郊购物中心装修改造工程 500 吨 50 灌浆料框架 2 吨采购	安徽云海建筑有限公司	华谨	自主营销	2400
16	华辰精密装备（昆山）股份有限公司 2.75 吨灌浆料采购	华辰精密装备（昆山）股份有限公司	华谨	自主营销	3850
17	上海奉永机械制造有限公司 150 公斤 C40 灌浆料采购项目	上海奉永机械制造有限公司	华谨	自主营销	400
18	上海奉永机械制造有限公司 0.25 吨 C40 灌浆料采购	上海奉永机械制造有限公司	华谨	自主营销	600
19	上海月贝机械设备有限公司 5.4 吨 UHPC1700 采购合同	上海月贝机械设备有限公司	华谨	自主营销	22680
20	上海千臣建筑设计有限公司灌浆料钢筋采购项目	上海千臣建筑设计有限公司	华谨	渠道营销	450
21	上海千臣建筑设计有限公司 4 包 40 灌浆料采购项目	上海千臣建筑设计有限公司	华谨	渠道营销	300
22	上海市青浦区西虹桥沪青平公路北侧 48-06A 地块项目（西区）聚合物抗裂砂浆 2.9 吨采购	上海华八捌实业有限公司	华谨	自主营销	3045
23	上海市浦东新区人民东路梅花路交叉口桥梁加固 8 吨 UHPC-120 采购	上海柒和柒城乡建设发展有限公司	华谨	自主营销	27500
24	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#）工程灌浆料采购项目	上海瀚江建设工程有限公司	华谨	自主营销	63000
25	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#）工程压浆料采购项目	上海瀚江建设工程有限公司	华谨	自主营销	32025
26	上海市浦东新区人民东路梅花路交叉口桥梁加固 3.5 吨 UHPC-120 采购	上海柒和柒城乡建设发展有限公司	华谨	自主营销	10500

27	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	33600
28	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	21525
29	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料 32.5 吨采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	34125
30	上海市普陀区中山北路曹杨路路口灌浆料 采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司 —	华谨	自主 营销	34125
31	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料 32.5 吨采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	34125
32	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料 32.5 吨采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	34125
33	上海市宝山区水产路 2599 号世华国际广场 3 层泳池加固项目	上海昌泰酒店 管理有限公司	华谨 集团	自主 营销	160000
34	上海市合流污水一期干线修复（16#-11a#） 工程压浆料 32.5 吨采购项目	上海瀚江建设工程 有限公司	华谨	自主 营销	34125
35	上海宝山区同济路 669 弄 13 块广告牌修缮	上海宝镌商业 经营管理有限 公司	上海 君阳	自主 营销	18500

2. 个人完成情况排名：

表 2 个人完成情况

序号	姓名	累计营销额（万元）
1	关庭文	82.55
2	冯伟	14.7
合计		97.25

3. 网推情况：上半年开通了百度竞价，八方资源商铺以及1688 商铺。

二、结算情况

1. 2023 年度总两金：69 万元，两金占比：71%。

2. 2023 年共回款金额：28.25 万，未回款项目主要为账期、加固未完工项目。

3. 老项目两金：

1) 2022 年，上海建工七建集团 BS-50 材料采购 2677.5 元；

2) 2019 年，正大绿地缤纷城广告牌安全性检测 37000 元。

表 3 两金情况表

年份	已完未结（万元）	未完未结（万元）	合计（万元）
2020 年前	3.7	0	3.7
2021 年	0	0	0
2022 年	0.27	0	0.27
2023 年	46	23	69
合计	50	23	73

三、部门工作不足与两点

1. 工作不足：

1) 2023 年度营销指标 500 万，目前只完成了 20%，下半年压力较大，平均每月要完成 60 万。营销的局面没有打开，网络推广没有爆发。

2) 部门两金比例较大，大部分项目都有 1-3 个月账期，下半年要跟踪账期进度，加大两金回款。

3) 部门的项目大部分都是自主项目，部门想做大需要下级经销商，想要发展二级经销商或三级代理，就要先积攒自身实力。

4) 手上的新材料厂家较少，仅两家单位，要想不被厂家卡脖子，就要丰富手上的资源。

2. 工作亮点

1) 承接了金勺路螺栓维保项目，公司的第一个厂房螺栓维保项目。

2) 新材料项目比例占总项目比例的 46%，营销额占比为 45%；加固项目占总项目比例 10%，营销额占比为 36%，灌浆料等常规材料，营销额仅占 19%。

3) 长期项目储备：储备了上海濠江建设、上海松洋两家长期客户

四、下半年度工作计划

1. 营销工作：

1) 下班年的营销指标 400 万，分解每月 65 万

2) 要加大营销力度，开发上下游资源，在体量稳定后，开始尝试与多家厂家合作，鸡蛋不能放在一个篮子里。

3) 网络推广不能放松，要加大力度，目前建材一个询盘的成本比之前要高很多，但是项目都比较优质。

2. 结算工作：

结算工作要周周推，在催款的途中也是增强客户黏度的过程和建材厂对账要及时，每一笔项目都清晰。

3. 投标工作

要加强投标工作，除了网推和渠道要增加一条新腿。

4. 人员储备

下半年要增加 2-3 个人，达到 3 人基础团队。

对标先进 变革创新 力争完成既定目标

网络营销部 陈鑫燕

一、营销及询盘数据分析

网络部 2023 年上半年询盘 324 个，累计成单 64 个，询盘转化率为 19.75%。累计签约额 182 万，实际部门成单金额 110 万，完成全年 800 万目标的 13.75%，22 年和 23 年总两金 82 万元，已完未结 60 万，未完未结 22 万。

推广投入 4.4 万，推广签约额 93 万，投产比 1：21。

投标 31 个，中标 6 个，中标金额 33.45 万元，其中崔雨婷投标 18 个，中标 3 个，杨昆投标 13 个，中标 3 个。

表 1 1-6 月营销情况表

序号	姓名	签约额	分过后营销额	自主	渠道
1	陈鑫燕	92.83	56.65	56.65	0
2	杨昆	15.07	15.07	15.07	0
3	崔雨婷	74.2	38.75	8.03	30.72
总计		182.11	110.48	79.76	30.72

表 2 部门两金情况表

年份	姓名	已完未结	未完未结
2022 年	陈鑫燕	7	0
	杨昆	33.6	3.5

	崔雨婷	0	8.85
2023 年	陈鑫燕	10.5	1.8
	杨昆	0	4
	崔雨婷	9.46	3.4

表 3 部门资金情况表

科目	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	汇总
当月签约	81830	722598	263001	316851	232362	164950	1781592
当月产值							
当月绩效	14799	4560	10440	12630	6195	29561	78185
当月成本	36862	33466	42657	30738	40310	135614	319647
当月盈亏	-22063	-28906	-32217	-18108	-34115	-106053	-241462
小计	-22063	-50969	-83186	-101294	-135409	-241462	/
历年绩效	97681	46691	16210	5049	77115	0	242746
总体盈亏	75618	93403	77396	64337	107337	1284	

表 4 询盘转化表

序号	部门	分配询盘	赢单	转化率
1	网络营销部	138	32	23.19%
2	特种检测部	44	4	9.09%
3	经营开发部	38	11	28.95%
4	大客户部	33	4	12.12%
5	桥隧检测部	29	7	24.14%
6	建材公司	12	2	16.67%
7	水工检测部	8	1	12.50%
8	浦东基地	7	2	28.57%
9	合肥公司	7	0	0.00%
10	南京公司	3	0	0.00%

户资源，为后期项目拓展打下一定的基础。

没有大项目。上半年 64 个项目，除一个和特种检测部合作的渠道项目外，其余项目没有超过 10 万的，最大的一个项目 9.7 万元，项目单价在 2 万元。

询盘数量和质量不足。询盘数量 80%靠竞价，来源单一，数量上和往年比，少了一半，商铺这块没有人员及时补位，导致跛腿走路，质量上，房屋类占比三分之一，广告牌和幕墙占比三分之一，剩余其他第二曲线占比三分之一，项目类别分布不均匀。

没有新进人员。上半年虽然做了些招聘工作，人员定位是无实操经验，但是专业名词懂一点的应届毕业生，目前为止，还未有新人进来。

三、下半年工作计划

下半年指标 690 万元，网络部 390 万元，投标部 300 万元

表 7 下半年营销指标分解

部门	姓名	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	合计
网络部	陈鑫燕	40	40	40	40	40	40	240
	崔雨婷	25	25	25	25	25	25	150
投标部	杨昆	50	50	50	50	50	50	300

1. 加大投入。上半年推广费用 4 万多，除竞价投入外，商铺投入只有几千元，通过外包或者尽快进新人的方式，把缺

了一大块的商铺弄起来，每个月购买一个商铺。

2. 扩充团队。团队的根本是人，加大招聘力度，力争下半年形成 5 人的团队。

3. 发展大客户大项目。部门目前最缺的就是大项目，要完成 800 万的指标，靠上半年的这类客户肯定是不现实的，通过大王出牌、提高询盘数量质量、推广第二曲线等方式，获取大客户。

4. 每人每天询标 2 个，投标人员每周投标 3 个。

四、总结

自主投标上半年不太理想，下半年投标部和网络部独立自主，投标数量急需提升，才能完成下半年指标，网络方面，通过加新人和买推广渠道扩大推广地域推广类型，两方平衡发展，制定了措施指标坚定不移去完成全年度 800 万计划。

有序工作，提高效率，健康发展，智绘未来

经营开发部 陈加敏

一、部门营销工作情况：

1、营销情况：共签约 115 个项目，签约额为 390 万元，有效合同额 263 万元。全年指标 800 万元，完成全年指标的 48 %。

其中，自主营销签约额 54 万元，占比 14 %，渠道营销签约额 336 万元，占比 86 %。

合作项目情况：共签约 5 个项目，签约额为 71.5 万元，有效合同额 15.5 万元。

表 1 营销完成情况

月份	自主（万元）	渠道（万元）	合计（万元）
1	0.1	1.6	1.7
2	3.4	55.2	58.6
3	2.7	108.7	111.4
4	4.7	95.9	100.6
5	16.9	37.7	54.6
6	26.3	36.8	63.1
合计（万元）	54	336	390

2. 个人完成情况排名：

表 2 个人完成情况

序号	姓名	累计营销额（万元）
1	陈加敏	284
2	张博伦	106
合计		390

3. 投标情况：

投标 18 个，中标 4 个，中标率 22%。

表 3 投标情况

月份	项目名称	投标主体	最终报价（元）	是否中标
1	盈风岭、锦风岭风电场 2023 年风机传动链振动检测服务	钧测	386152	否
	国电承德围场风电有限公司 100 台风机基础沉降观测技术服务项目	钧测	88888	否
	选取图书馆改造项目安全检测服务商	钧测	88888	否
2	融通农业发展（广州）有限责任公司 汕头牛田洋基地西围二线堤老旧房屋结构安全鉴定项目	钧测	58888	否
	金桥镇户外广告、户外招牌等安全检测	钧测	510000.00	是
	河南中原能建工程有限公司原阳光伏项目屋面载荷评估服务	钧测	6.6 元合价	否
	老港镇农村非经营性自建房安全隐患排查项目	钧测	479600	是
	2023 年-2024 年万达广场宁波城市公司 15 店升降机检测	钧测	28000	是

3	邕宁办公楼安全鉴定	钧测	28888	否
4	国能河北新能源发展有限公司河北丰润区正丰新材料 20MW 工商业屋顶光伏电站项目荷载检测服务	中青宏业	388888	否
	国能河北新能源发展有限公司 河北海港天柱钢铁二期 4MW 工商业屋顶光伏电站项目荷载检测项目	中青宏业	168888	否
5	中节能安岳清洁技术发展有限公司建筑结构检测服务项目	钧测	98888	否
	钢管公司制钢厂房吊车梁及厂房柱安全可靠鉴定	钧测	768888	否
	华润电力池州市贵池区 党政机关和公共建筑屋顶 13MW 分布式光伏发电项目载荷报告编制技术服务项目	钧测	380000	否
	融通地产（上海）有限责任公司（上海和浙江区域）2023-2024 年度房屋质量检测服务框架协议入围单位集中采购项目	钧测	42.1	否
	陕西金泰氯碱化工有限公司烟囱安全检查项目	钧测	168000	否
6	西藏自治区发改委综合智慧示范项目承载力分析报告编制技术咨询项目	钧测	89999	是
	华润电力池州市贵池区 党政机关和公共建筑屋顶 13MW 分布式光伏发电项目载荷报告编制技术服务项	钧测	298920	否

4. 结算及现金流情况

1) 2023 年一季度项目回款 141 万，总营销额 390 万元，

两金占比 63.7%；老项目回款 233.4 万元（不包括合作伙伴项目）。

表 4 历年两金情况表

年份	已完未结（万元）	未完未结（万元）	合计（万元）
2020	55	0	55
2021	13	28	41
2022	86	151	237
2023	97	152	249
合计（万元）	251	331	582

2) 半年度现金流情况

表 5 现金流情况表

经营开发部经营情况表							
所属部门：	经营开发部						
所属期间：	2023年						
科目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	汇总
当月签约	20510	585771	1112150	1006706	546748	631849	3903734
当月产值	0	0	0	0	0	0	0
当月绩效	461	1290	11161	5349	17025	26477	61763
当月成本	20346	20788	24986	19060	25664	53253	164097
当月盈亏	-19886	-19498	-13825	-13711	-8639	-26776	-102335
小计	-19886	-39384	-53209	-66920	-75559	-102335	/
历年绩效	38135	17965	12006	4458	41730	105	114399
总体盈亏	18250	16717	14898	5645	38736	12065	/

三、部门工作亮点

认识了新的合作伙伴，挪亚检测，近期签约了好几个项目。

部门工作不足

1. 部门工作沟通不足，很多项目由于沟通问题都失控了，后面工作要多请示多沟通；

推广力度不足，每天固定更新 2 篇新闻，目前都没有询盘，自主营销能力弱；

2. 项目储备不足，月成单差异很大，115 个项目总金额才 390 万，平均一个项目才 3 万多点；

3. 人员储备不足，上半年基本都是 2 个人的配置。

四、下半年工作计划

1. 指标计划：营销 450 万、结算 450 万；

陈加敏：

营销 280 万（自主 100 万，渠道 180 万）、结算 250 万

张博伦：

营销 170 万（自主 50 万，渠道 120 万）、结算 200 万

人员计划：8 月中旬招到 2 人，达到 4 人组合，捡起投标和推广工作，人员后面优胜略汰；

坚持每周交两个新朋友，寻找合作机会，增加渠道营销，重在落地；

回款工作每个项目责任到人，每周推进。

行稳致远，进而有为，抢抓新机会，踏上新征途

大客户部 黄丹

一、部门营销工作：

1. 营销情况：

上半年合同总额：263 万元，共 69 个项目。全年指标 800 万元，完成全年指标的 32.9%。

其中，自主营销项目 17 个，签约额 31 万元，占比 12 %，渠道营销项目 52 个，签约额 232 万元，占比 88%。

表 1 每月营销完成情况

月份	自主（万元）	渠道（万元）	合计（万元）
1 月	2	26	28
2 月	8	20	28
3 月	1	55	57
4 月	11	17	28
5 月	8	42	50
6 月	1	72	72
合计（万元）	31	232	263

2. 个人完成情况排名：

表 2 个人完成情况

序号	姓名	累计营销额（万元）
1	黄丹	218
2	刘真	37
3	赵勇杰	8
合计		263

3. 投标情况：

投标 8 个，中标 6 个，总合同额：96.42 万元，中标率 75%。

表 3 投标情况

序号	项目名称	投标主体	最终报价（元）	是否中标
1	2023 年东海公司月浦基地结构安全检测 服务采购项目	钧测	50394.92	是
2	上海市供销合作总社工程类供应商库选 聘	钧测	/	是
3	2023 年度房屋鉴定检测	浦东	296610	是
4	枝江北站、荆州站、潜江站、仙桃西站风 雨棚可靠性检测鉴定	浦东	1094964	否
5	江艇路 111 号 2 幢仓库检测服务项目	钧测	29250	是
6	包头晶澳（三期）20GW 拉晶和切片项目 土建二期总承包工程-测量工程	通际	352000	是
7	兴业太古汇 Project Milestone 房屋质 量检测	浦东	3264058.4	未开标
8	汤臣中心玻璃幕墙检测	钧测	236000	是

二、结算情况

1. 2023 年度总两金：162 万元，其中已完未结：10 万元，未完未结：152 万元。两金占比：62%。
2. 2023 年共回款金额：326 万，其中老项目回款 225 万元。22 年及之前的已完未结项目大部分是政府类项目：杨行镇排查、宝冶测量等项目金额大，回款较慢。

表 4 两金情况表

年份	已完未结（万元）	未完未结（万元）	合计（万元）
2020 年	1.6	0	1.6
2021 年	50.6	0	50.6
2022 年	135	348	483
2023 年	10	152	162
合计	197.2	500	697.2

大客户部部门经营情况表							
所属部门：	大客户部						
所属期间：	2023年						
科目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	汇总
当月签约	363216	196301.73	581210	303000	500730	719345	2663802.73
当月产值	0	0	0	0	0	0	0
当月绩效	6837.84	4621	10482	3737.4	9630	6962	42270.24
当月成本	26394	29031	23110	23247	23144	109028	233954
当月盈亏	-19556.16	-24410	-12628	-19509.6	-13514	-102066	-191683.76
小计	-19556.16	-43966.16	-56594.16	-76103.76	-89617.76	-191683.76	/
历年绩效	43975	44367	5326	5093	1312	5425	105498
总体盈亏	24418.84	44375.84	37073.84	22657.24	10455.24	-86185.76	/

三、部门工作

1. 年度指标 800 万，目前只完成了 32%，下半年每月完

成 90 万才能完成全年指标。全力冲刺，完成剩余 70%。

2. 项目回款推进力度不足，大项目回款没有实质性进展。

3. 自主项目占比低，至少要达到三分之一，部门才能保住现金流。

4. 上下游资源开发不足，在房检市场水深火热的时候，及时拓展第二曲线，增加新的突破口。

5. 日常工作中的及时性很重要，出问题的往往就是拖到最后赶时间的。

四、下半年度工作计划

1. 下半年营销指标：540 万，平均每月 90 万。

每月指标分解：黄丹 40 万（自主：10 万，渠道：30 万），刘真 25 万（自主 5 万，渠道 20 万），赵勇杰 25 万（自主 5 万，渠道 20 万）。

2. 结算工作，各项目落实到人，每周定期清理未到款项目。争取新项目回款周期不要超过一个月，老项目每周推进。

3. 人员分配：黄丹对外项目沟通，第二曲线项目拓展，每周拜访 1-2 个客户。刘真投标、推广及内部事务处理，每周投标 2 个。赵勇杰渠道项目对接，做到每个项目到现场。

4. 多开发第二曲线项目，储备上下游资源，环境检测、加固设计等多方面进行。

5. 投标及推广工作加强落到实处。

走特色化检测道路 加快实现一部一品

特种检测部 2023 年上半年总结及规划

特种检测部 肖泽锋

一、部门营销工作情况：

1. 营销情况：共签约 85 个项目，签约额为 198 万元，有效合同额 171 万元。全年指标 800 万元，完成全年指标的 24 %。

其中，自主营销签约额 95 万元，占比 48 %，渠道营销签约额 103 万元，占比 52 %。

合作项目情况：共签约 20 个项目，签约额为 68.85 万元，有效合同额 68.85 万元。

表 1 营销完成情况

月份	自主（万元）	渠道（万元）	合计（万元）
1	7.68	1	8.68
2	6.07	35.15	41.22
3	28.23	10.85	39.08
4	13.53	8.66	22.19
5	20.71	20.66	41.37
6	19.18	26.98	46.16
合计（万元）	95.4	103.3	198.7

2. 个人完成情况排名：

表 2 个人完成情况

序号	姓名	累计营销额（万元）
1	肖泽锋	146.4
2	吴良春	52.3
合计		198.7

3. 投标情况：投标 15 个，中标 5 个，中标率 33%。

表 3 投标情况

序号	项目名称	投标主体	最终报价 (元)	是否中标
1	曹路商办项目房屋检测工程	钧测	614398.6	是
2	嘉兴市九水水环境生态修复工程（一期）设计施工总承包项目 降浊活水场站施工监测技术服务	钧测	579944	是
3	湖北双环科技股份有限公司房屋 安全鉴定工程	钧测	487109.63	否
4	万物梁行/上海区域公司/徐汇万 科中心/广告牌检测服务采购申 请	钧测	11000	是
5	恒创设计院 2023 年分布式光伏 项目屋顶结构荷载检验及校核服 务项目框架招标	钧测	2	否
6	光大环境修复(江苏)有限公司苏 州市 EBHXSZQD03 项目沉降观测 服务	钧测	36400	否

7	2023 年户外广告设施安全检测项目	钧测	4009	否
8	华润惠州龙华风电厂项目房屋安全鉴定服务	钧测	24500	否
9	商管集团上海浦江万达广场广告位安全检测	钧测	33363.5	否
10	大厦顶部 210.45~225.4 钢结构检测	钧测	23002	是
11	方大钢铁大厦幕墙安全性检测项目	钧测	105000	否
12	如东县大豫镇东凌工业集中区污水处理厂结构检测项目	钧测	75000	否
13	向塘西站Ⅶ场预留股道铺设工程既有涵洞结构检测及承载能力评估	钧测	171500	是
14	松江区泗泾镇工业区 SJ-21-001 号（SJS20003 单元 22-12 号）地块-防雷装置安全性能检测工程	吉林华云	86031.32	否
15	渣打银行大厦 2023 年户外招牌检测	钧测	5724	否

二、结算及现金流情况

1. 2023 年两个季度项目回款 231.14 万，其中 2023 年项目收款：103.58 元；2022 年及往年收款 127.56 元。总营销额 198 万元，两金占比 52.3%；三季度计划回款 400 万元。半年度现金流情况。

表 4 现金流情况表

科目	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当月签约	102400	728554	390900	221972	413764	461642
当月产值	0	0	0	0	0	0
当月绩效	18465	2925	6645	6645	22561	10211
当月成本	24091	25051	33430	34110	29970	24630
当月盈亏	-5626	-22126	-26785	-27465	-7409	-14419
小计	-5626	-27752	-54537	-82002	-89411	-103830
历年绩效：	125363	46313	5996	34966	43385	0
总体盈亏：	119737	143924	123135	130636	166612	62782

三、部门现金流分析：

1. 与特种检测部去年同期想比较，自主营销窗口流量少。缺少了推广这个窗口。
2. 每个月成本和当月绩效相减为负，一是自主营销不够多；二是客户的回款太慢。
3. 部门的成本还是虚高，尤其是前三个月；新招的员工并未能直接创造价值，只是需耗成本。有经验的合适的人员才能更快带来价值。
4. 历年结转比 2023 年的回款略好，因此部门整体是正值。当时 2023 年经营质量我觉得还是欠缺的。

三、部门两金情况

表 5 部门两金情况表

序号	年份	已完未结（万元）	未完未结（万元）
1	2020	72.2	20
2	2021	12	23.3
3	2022	37.1	78.6
4	2023	30	73
合计		151.3	194.9

四、部门工作亮点

培养了一批认可度较高的老客户：农商行、起汇机电、百艺文化以及农业执法总队。

合作伙伴严超和贾总在今年贡献了 20 万以上的渠道项目。

第二曲线的项目范围拓展比较广，涉及到消防评估、防雷、桥梁、监理咨询、防爆检测、广告牌修缮以及拆除业务。

五、部门工作不足

1. 人员不足，替补不够。
2. 推广力度不足，流量入口少。
3. 走出去的力度还是不够，目前未能达到一周拜访 3 及 4 个新单位这一目标。
4. 指标完成较差，目前 2 人。所有项目来源仅仅依靠在老客

户、老客户深挖以及渠道伙伴的手上。指标目前仅仅完成 24%，剩余半年基本上需要完成每月 100 万的指标。

六、下半年工作计划

1. 指标计划：营销 600 万、结算 400 万；

（1）肖泽锋：营销 350 万、结算 200 万

（2）吴良春：营销 150 万、结算 200 万

2. 招聘方面：增加 1-2 人，800 万指标 4 人的团队才是团队，一个部门才能运转得当。

3. 坚持每周每人微信新加朋友 20 个，肖泽锋外出拜访 4 次；吴良春外出拜访 2 次。

4. 花费 5 万元用于投入到下半年的推广工作中。局部外包，专人负责考核效果。

5. 重点将特种检测的主页放在：钢结构检测及特种设备检测、广告牌检测及修缮、消防防爆评估及改造、桥梁检测项目上面。

6. 新增防爆检测供应商合作单位 3 家、特种设备检测单位 3 家、消防设施供应商 3 家。

强化自身建设，打造特色部门

桥隧检测部 肖立兰

2023 年 1-6 月指标完成情况

1、营销情况：共签约 31 个项目，签约额为 155 万元，有效合同额 123 万元。完成全年指标的 31 %。

其中，自主营销签约额 90 万元，占比 58 %，渠道营销签约额 60 万元，占比 39 %。

表 1 营销完成情况（万元）

序号	签约额（万元）	自主	渠道	合作	总计
1	合同额	90	60	5	155
2	有效合同额	84	39	0	123

2、产值情况：1-6 月总产值 77 万，庄瑞 55.8 万，李楠 21.3 万。

表 2 产值完成情况（万元）

序号	6 月份实施 产值（万 元）	1-6 月累计 实施产值 （万元）	6 月份实际 产值（万 元）	1-6 月累计 实际产值 （万元）	7 月指标 （万元）	12 月指标 （万元）
1	9.2	87.87	9.2	77.1517	30	500

3、两金情况：

表 3 两金情况（万元）

序号	年份	签约额	已回款	未回款	两金
1	2022 年	305	164	130	130
2	2023 年（1-6 月）	155	44	115	115
3	合计	4600	208	245	245

2022 年已完未结 105 万（其中石湖荡桥梁 61 万，自建房 29 万，天钢 14 万），未完未结 25 万（鄂尔多斯）。

2023 年已完未结 55 万（其中金山桥梁 31 万，自建房 10 万），未完未结 59 万（金山桥梁 14 万（2024 年），漕泾电厂 16 万（2023-2025））。

2022 年度未回款项目，桥梁的回款周期比较长，结算已经在办理中，等政府付款。自建房的 29 万中有 17 万是吉首住建局的，最近在办理结算，风险不大，但是周期估计不短。还有 10 万左右是小业主的，回款的难度比较大。

2023 年未回款项目中，桥梁项目 45 万，需要重新跟政府签合同；永顺自建房 10 万去年已开发票，政府没钱支付，中间人说最近再去公关。

五、经营情况分析

1. 团队建设：目前部门人员稳定在 3 人，理想状态是 4 人，2 人营销，2 人生产。目前缺 1 人，团队人员效益未达到最优解，一定程度上限制了既有人员能力的发挥。

2. 营销情况分析：项目来源大都来自去年项目客户的二次开发和网络部的询盘，整体表现为低询盘量高转化率。年

初购买了一个付费商铺，询盘量非常少，截止目前为止只带来一个项目。6月底增购一个推广服务，刚上线，还未看到效果。**营销突破的重点在想法设法增加询盘量。**

3. 生产情况分析：目前时间过半，产值还未破百。技术是短板，很多项目需要跟兄弟部门联合实施。生产突破的重点是提升项目负责人的综合能力，加强培养技术人员的专业技能和管理技能。需要加强学习，提升各类项目的生产把控能力，真正做到一专多能。在自己的专业领域及相近发展区，要深刻**掌握**相关技术，有独立实施及把控技术风险的能力；在非自己专业的领域，要**了解**相关的技术并且有整合资源的能力，能整体把控项目的进度和质量。

良好的技术服务和项目进度质量保障，是客户能保持高粘性高转化率的一个重要保障。目前部门高转化率高客户二次开发率的代价是在生产上投入的时间精力远远比在营销上投入的时间精力要多。庄瑞全职做生产，李楠大部分时间在辅助庄瑞做生产，我大部分的时间在做项目管理。从开源的角度，我需要把重心向市场开拓方向转移，部门成员均需要快速成长为独挡一面的商务及技术负责人，可以接住我对项目管理的需求。这样才能向外扩展，把蛋糕越做越大。

1. 两金情况分析：回款难度最大的是自建房项目，其次

是政府的桥梁检测项目，再次是企业效益不好的工业企业，比如说天津钢铁集团。回款最好的的小金额的企业客户，对一个企业来说，万儿八千的检测费用是非常小是一笔支出，类比到个人消费，大概是常规市民都能实现的超市购买自由的一个水平。这种项目周期短回款快，虽然体量小，其实是非常优质的项目。

2. 经营情况分析：2023 年 1-6 月到款绩效约 10 万，去年项目的到款绩效 15 万；部门成本约 24+9 万；现金流目前为负。截止目前，2022 年的回款率 53%，2023 年回款率 28%。回款情况非常不好，但是仔细分析，因为催款不积极的原因占比不大，主要还是承揽项目时对回款风险及回款周期的预判不足。以后要把回款的因素考虑到价格和是否承接里去。桥梁项目金额大周期长，风险可控，还是可以承揽的；自建房项目，单价低，成本高，风险大，回款难，以后慎重接单；工业企业类项目，最好多调研一下该企业的背景，签约时一定要仔细评判回款风险，不能为了成单忽略回款要素，否则干了活拿不到钱比没干活还糟糕。

六、具体措施

1. 人员工作安排调整，李楠专心协助我做推广和商务，加大在推广和外拓方面的力度；庄瑞重点做项目管理，在确保项目

质量和进度的前提下，可以加大跟兄弟生产部门联合实施项目的力度。

2. 尽快招聘一名技术人员协助庄瑞做生产。

3. 重点开发 B2B 优质客户，在消防检测，防雷检测，防爆检测，特种设备检测等第二曲线方面积极开发客户及平台资源。多做周期短回款快的项目养活自己。

4. 主动寻找桥梁检测潜在客户及中间人资源，在有一定搜索和拜访量的基础上淘出意向客户。争取做一些大体量的项目储备脂肪。

5. 在既有客户的基础上深度开发，向检测，加固，施工等方向纵向延伸，运作一些大体量的项目，扩宽自己的生存空间。

砥砺前行，凝聚新力量

房屋检测站 孙佳瑶

1、1-6 累计产值：354.06 万，年度指标：1000 万的目标，完成 35.4%；

表 1 部门产值对比

序号	类别	2022 年	2023 年	变化比例
1	产值	302.30 万 (409.60 万)	354.06 万(446.81 万)	17.1% (9.1%)
2	人员	6	6	0
3	项目数量	53 (88)	68 (82)	28%
4	人均	50.38 万 (68.27 万)	59.01 万 (74.46 万)	17% (9%)
5	单价	5.7 万/个	5.2 万/个	-9%

2、产值排名：

表 2 产值排名

序号	姓名	1-6 月累计产值(万元)	出具报告
1	李侃侃	77.29	21
2	石昂	71.56	7
3	王运克	67.90	12
4	陈宇	64.42	12
5	其他	42.26	10
6	张佳俊	30.63	6
7	孙佳瑶	0	0

8	合计	354.06	68
---	----	--------	----

3、报告情况：在编 2 个，确认中 4 个，特殊项目 7 个，长期项目 3 个，合计 16 个

4、工作亮点：

4.1 上半年考证工作通过率 100%，每人至少已取得一张证（高应变、非破损等还未出成绩）。

4.2 项目报告出具速度较快，项目基本都能按时完成，无超期 1 月以上项目（除需要整改项目）。

4.3 急难险重的项目大家都勇于担当，配合完成工作，不抱怨。

4.4 对于第二曲线勇于冲在一线，吊点检测等新型的检测不怕困难。

5、工作不足：

5.1 人员配置不合理，现在基本都是项目负责人现场干活。

5.2 个别项目工期安排不合理，要考虑人员的优化配置。

5.3 对于高难度的考证工作安排不合理。

6、整改措施：

6.1 在 8 月份之前招聘 2 名检测人员，配合项目负责人的工作，同时进行带教。

6.2 考证提前两周减少项目安排，以内业为主。

6.3 和设计事业部、浦东基地联合实施外业，提高项目负责人效率。

7、下半年计划：

7.1 目标：650 万，陈宇 150 万，王运克 130 万，李侃侃 130

万，石昂 130 万，张佳俊 110 万。

7.2 下半年每人至少 2 张证书。

7.3 资质申请配合，协助质量技术部下半年资质计划。

7.4 第二曲线加大投入生产。

破釜沉舟，增效求变

设计事业部 朱宸希

1. 1-6 月累计实施产值：174.47 万，累计实际产值：117.67 万，年度指标：800 万的目标，完成 14.7%；项目均价为 2.46 万，人均实施产值为 8.31 万，人均实际产值为 5.60 万(6.7)；项目总数为 71 个，项目未完成数量为 11 个，完成率为 85%（不含浦东门头 14.98 万，南京博西华厨具工厂 12 万，南京银行 9.2 万）。目前现金流为-2.06 万元，本年度已出具未回款绩效为 1.78 万元，历年已出具未回款绩效为 2.78 万元，本年度未出具绩效为 11.31 万元（上述报告绩效为 7.24 万元）。

表 1 总体指标

类别	一月	二月	三月	四月	五月	六月	半年总计
实施产值（万元）	4.90	28.91	20.04	46.62	22.97	51.03	174.47
实际产值（万元）	2.48	5.82	13.63	3.20	51.17	41.37	117.67
项目数量（个）	4	17	10	6	8	27	71
项目均价（万元）	1.23	1.70	2.00	7.77	2.87	1.89	2.46
人数（名）	2	3	4	4	4	4	/
人均实施（万元）	2.45	9.64	5.01	11.65	5.74	12.76	8.31
人均实际（万元）	1.24	1.94	3.41	0.80	12.79	10.34	5.60 (7.32)

2. 产值排名：

表 2 产值排名

序号	姓名	1-6 月累计产值（万元）
1	朱宸希	39.32
2	李雨轩	43.59
3	张 举	14.70
4	谭志雄	10.78

3. 报告情况：在编 6 个，确认中 2 个，特殊项目 2 个，长期项目 1 个，合计 11 个。

4. 工作亮点：

- 1) 团队氛围比较好，执行力比较强。
- 2) 项目报告出具速度较快，项目基本都能按时完成，无超期 1 月以上项目（除长期项目和需要整改项目）。
- 3) 非常规项目勇于尝试，例如文保项目、防爆检测、吊支架安全评估等。
- 4) 除张举未参加考试外，所有人都同时拥有安全员和登高证。

5. 工作不足：

- 1) 项目安排不合理，导致项目平均单价 2.46 万，需要每个月每人完成 3 个项目才能完成目标。
- 2) 对于考证工作安排不合理导致通过率很低，上报的项目和能力不匹配。
- 3) 同时消化多个项目的的能力较弱，项目负责人较少。

6. 整改措施:

- 1) 联合其他部门一同实施, 例如已经合作过几次的房检站和浦东基地。加强和营销部门的联系, 通过快速出具报告和优质的服务争取更多优质项目。
- 2) 依据个人能力安排对应难度的考试, 考试前协调减少外业, 保证复习时间。
- 3) 寻找、招聘合适的项目负责人。

7. 下半年计划:

- 1) 目标: 保 300 万 (282.33), 争 682.33 万。
- 2) 下半年每人至少 1 张证书, 协助质量技术部下半年资质计划。

越过山丘 前方有春光

华谨检测部年中总结 张宇梅

山丘是障碍是磨砺，行走的人生，总要不断的越过山丘，没有终点。一路风调雨顺不是正常道路，反倒让人成长受限。越过山丘，前方有明媚的春光等候。越过山丘，我们就是最美的春光。

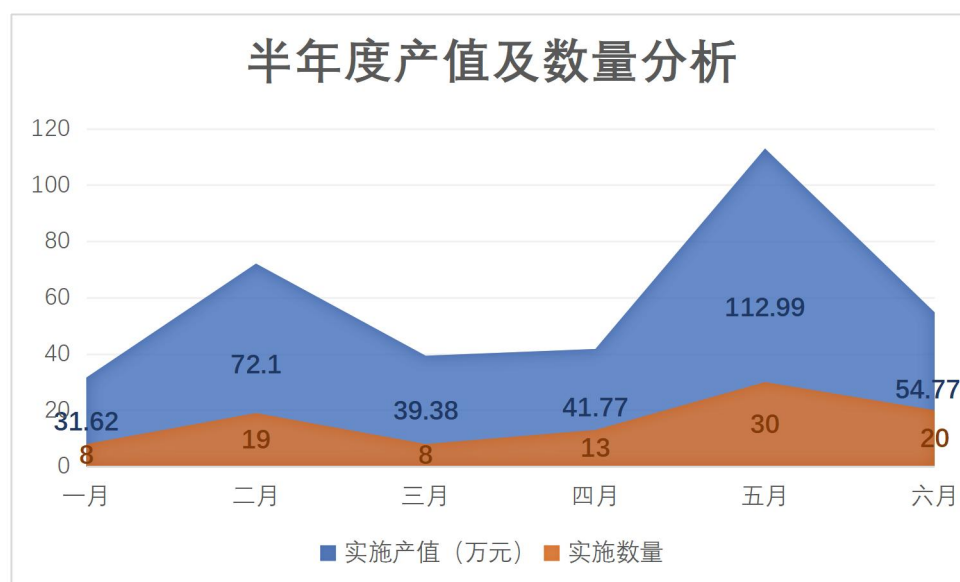
一、工作完成情况

华谨检测部 2023 年半年共实施了 97 个项目；

半年度产值：352.62 万，年度目标 1000 万；完成年度指标的 35.2%。

序号	姓名	累计实际产值 (万元)	累计实施产值 (万元)	实施数量	实际数量	完成率	实施产值/个
1	张宇梅	1.35	1.35	2	2	100%	0.68
2	于阿涛	54.39	87.24	19	10	53%	4.59
3	杨锡远	46.77	68.82	15	10	67%	4.59
4	陈木清	21.12	33.81	5	1	20%	6.76
5	罗蜀湘	7.55	7.75	10	8	80%	0.77
6	张跃海	7.99	23.49	8	4	50%	2.94
7	陈步云	79.77	106.24	19	16	84%	5.59
8	肖特文	5.71	5.71	2	2	100%	2.86
9	刘燚	6.42	6.42	6	6	100%	1.07
10	王嘉宝	11.78	11.78	12	12	100%	0.98
	合计	242.85	352.62	97	71	73%	3.60

1. 项目产值分析

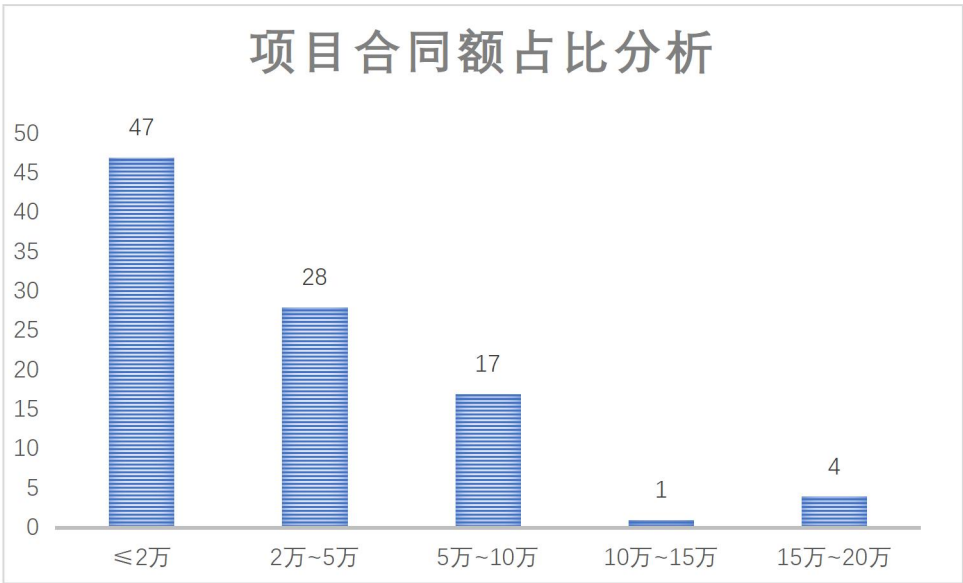


半年共实施了 97 个项目，平均每月接收 16 个，实际完成 97 个项目，实际每月完成 12 个项目，人均每月可以完成

2 个项目不到，根据每月人均 7 万合格线，每个项目平均产值 3.6 来看，我们的转化率是不及格的。

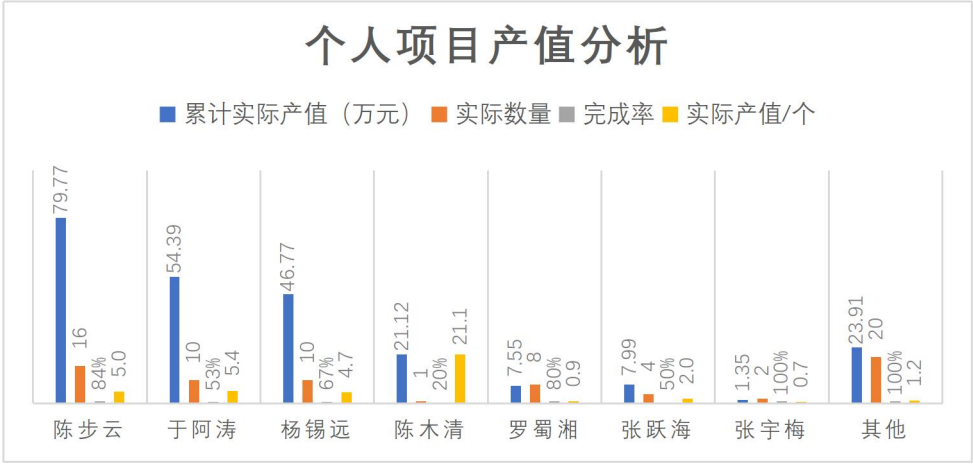
部门有 647 万的目标没有完成，那么每个月 108 万的目标，需要每月完成 30 个项目，7 人的团队，人均 4-5 个项目需要完成，这样看来人员是不足的。

2. 项目类型分析



97 个项目里，不足两万的项目占了 48%，近半成的占比，不超过 5 万的项目有 75 个，占比 77%，10 万及以下的平均每个项目 2.8 万，按照这个均值计算，我们剩余目标完成的话，至少需要每个月完成 39 个项目，7 人的团队，人均 6-7 个项目需要完成，这样看来没有大项目，完成目标很艰难。

3. 个人产值分析



要提高项目产值还是需要大项目的支撑。

4. 较去年

序号	类别	2022 年 1-6	2023 年 1-6
1	实际产值	/	242.85
2	实施产值	426.62	352.62
3	月均人数	8	7
4	实施项目数量	87	97
5	出具报告数量	/	73
6	人均	实施 53.33	实施 50.37/实际 34.69
7	单价	实施 4.90	实施 3.64/实际 3.33

与 2022 年半年度 426.62 万相较，产值下降了 17%，人员较去年同期少了一名，人均产值较去年下降了 6%。

二、工作中亮点与不足

1. 人员。对比去年的人员数量相对固定，项目均能合理分配。今年人员变动较大，人员综合能力偏少，现场检测人员少，机动人员更少。人员调整势在必行。

2. 团队。对比去年团队相对稳定，今年团队变动太大。部门负责人到部门成员涉及近 7 人次的变动。

3. 效率。部门报告编制效率高，但能确认及长期项目的占比大。

4. 考试取证，扩项评审。部门里的项目负责人陈步云、于阿涛、杨锡远，每个人都有较多的考试取证任务，扩项评审部门几乎多次承担主要角色。

三、2023 年下半年规划

产值目标 500 万。

团队人员稳定达到 6 人，检测队伍要稳定。

与其他部门人员抱团，实现优势互补，实现效率最大化。

做到招之能来，来之能战，战之能胜，部门人员技能提升。

考试取证工作积极参加，保证通过率。

齐心协力创佳绩，戮力同心拼未来

西安公司 史志强

一、上半年工作总结

1. 市场营销：1-6 月累计营销额 507.4 万元，完成年度目标的 51%

1) 合作伙伴：渠道营销项目 2 个，合同额合计 1.9 万元

2) 自主营销：自主营销成单项目 28 个，合同额合计 183.8 万元

3) 渠道营销：渠道营销项目 24 个，合同额合计 306.7 万元

2. 生产工作：1-6 月合计完成产值 294 万元，完成年度目标的 29.4%

1) 实施西安公司自主成单项目完成产值 209.8 万元，占比 72.5%

2) 实施总部和其他区域公司项目完成产值 84.2 万元，占比 27.5%

3. 两金指标：2021 年两金占比约 1.7%，2022 年两金占比约 15% 2023 年两金占比近 80%， 急需快速消化项目，加强催收力度，增加现金流储备。

二、亮点与不足

1. 团队建设

市场营销组：史志强、武彤、梁英、张雯

投标组一组：赵鹏云、张姣、任瑞华

投标组二组：刘甜、刘玉婷

团队负责兼三组负责人樊重光，检测三组：钱磊、苏凡淹，
杨明

技术负责兼二组负责人黄亚娟，检测二组：高双印、吉喆、
石云飞、张伟聪

生产负责兼一组负责人杨旭升，检测一组：涂俞贤、张伟伟、
裴文伟、张林强

2. 取得亮点

荣获公司“五四青年突击队”称号

2名技术人员参加上海市行业协会取证考试，顺利取得5个
协会上岗资格证书，通过率100%

荣获公司“巾帼团队”称号

3. 项目亮点

某钢铁厂主厂房检测鉴定、某剧院旋转升降舞台检测鉴定、

某双曲线冷却塔检测鉴定

4. 存在不足

1) 经营质量差

人员成本、项目实施成本、日常运营成本在不断增加，2023年上半年总成本比2022年上半年增加95%。但新签约额仅增长56%，生产产值仅增长24%；上半年项目整体回款率仅20%，今年回款项目绩效仅18万元，但总成本已达169万元，全靠前两年的项目回款绩效维持日常运营。

2) 人均产值低

技术团队人员逐渐增多，但人均产值却不断下降，上半年人均产值约24.5万元比2022年降低10%。虽然有项目整体价格下滑，大项目数量少等因素影响，但在人员工作安排、生产效率提升等方面还需要加强。

3) 区域布局少

目前仅在西安及周边区域有较多的渠道，在陕北、陕南及周边省份没有相应的区域布局，在周边省区虽有零星合作伙伴，但联系紧密程度不够，合作深度不足。

二、下半年工作规划

1. 经营目标

经营生产目标：确保全年营销额1000万元，力争突破1100

万元；生产产值 1000 万元；两金指标控制在 200 万元。

2. 团队建设

稳定优化技术团队和营销团队，优化团队组织架构：生产团队形成新老搭配，内外业结合的三个生产小组；营销团队形成分成市场营销和投标两个方向的营销小组，既专注赛道又形成内部竞争的局面。

3. 资质取证

在稳定团队的基础上，积极参加陕西省建设厅组织的检测人员上岗证资格培训，确保取证人数 20 人次以上，做好场地、仪器等硬件准备，取得陕西省 CMA 资质证书。

三、未来展望

1. 稳固房检主业，大力开拓检测鉴定上下游的加固设计、加固施工等城市更新领域深度挖掘，增加单个项目的附加值。
2. 深度参与工业构筑物、特种结构分析、加固改造设计、技术咨询等方面项目，寻找整合合作资源，深度参与。
3. 积极寻找智慧检测、健康监测、在线监测等软硬件领域的合作伙伴和合作资源，探索适合自身发展的第二曲线。
4. 引智聚才，不断优化团队，特别是新领域的技术型人才，为新领域、新赛道的开拓提供有力保障。

辐射华东 面向全国 做好区域全覆盖

南京公司 何伟

一、营销、生产、结算工作情况：

2023 年上半年共完成项目 90 个，共完成签约额 720 万，完成全年指标 2000 万的 36%，比去年 519 万上涨 139%，主要是合作伙伴项目金额比较多；其中自主 304 万、渠道 89 万、合作 328 万，42%、12%、46%；生产 111 万；已结算 85 万，未结算 328 万，结算率 21%。

二. 成单情况

表 1 成单情况图

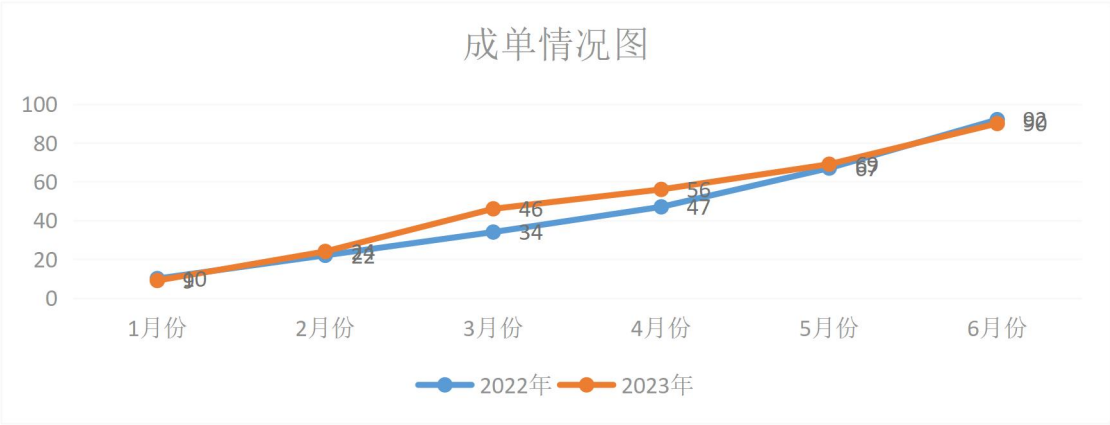


表 2 签约额情况图

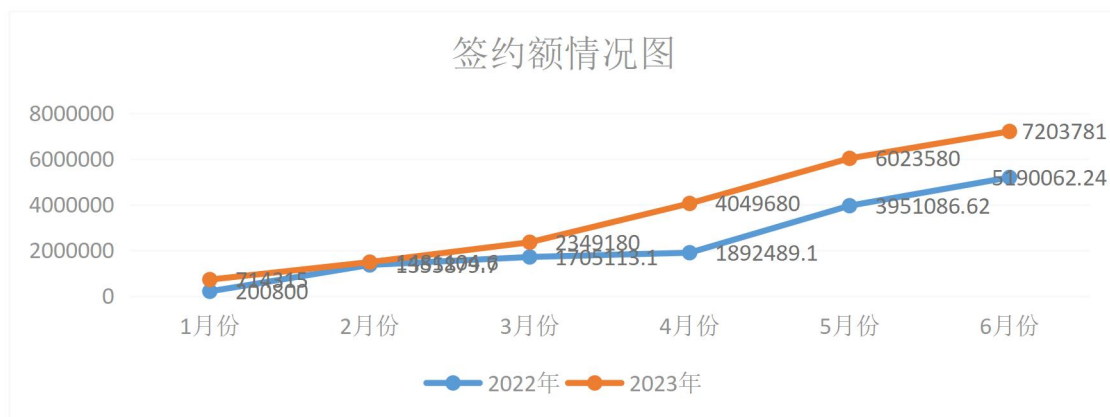


表 3 自主、渠道、合作对比图

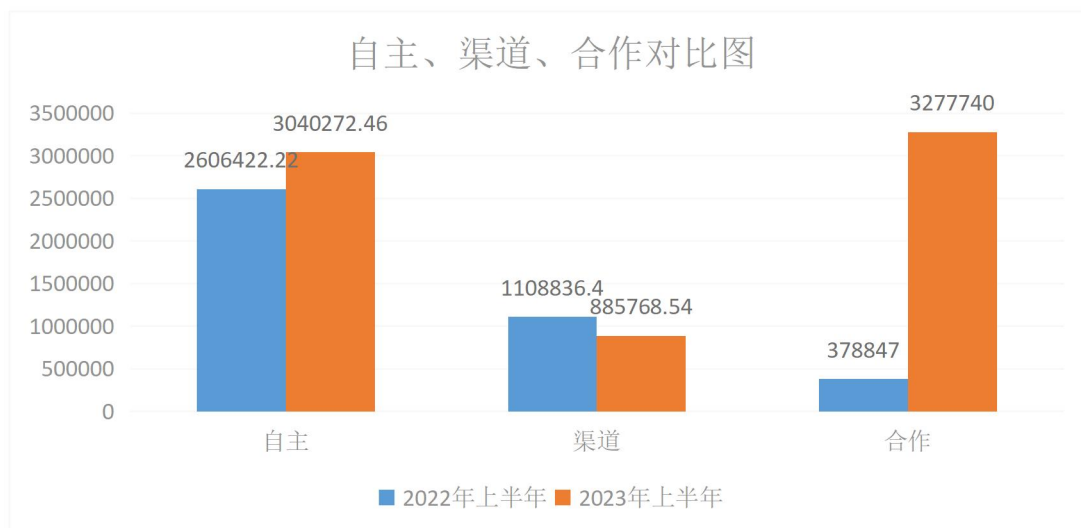
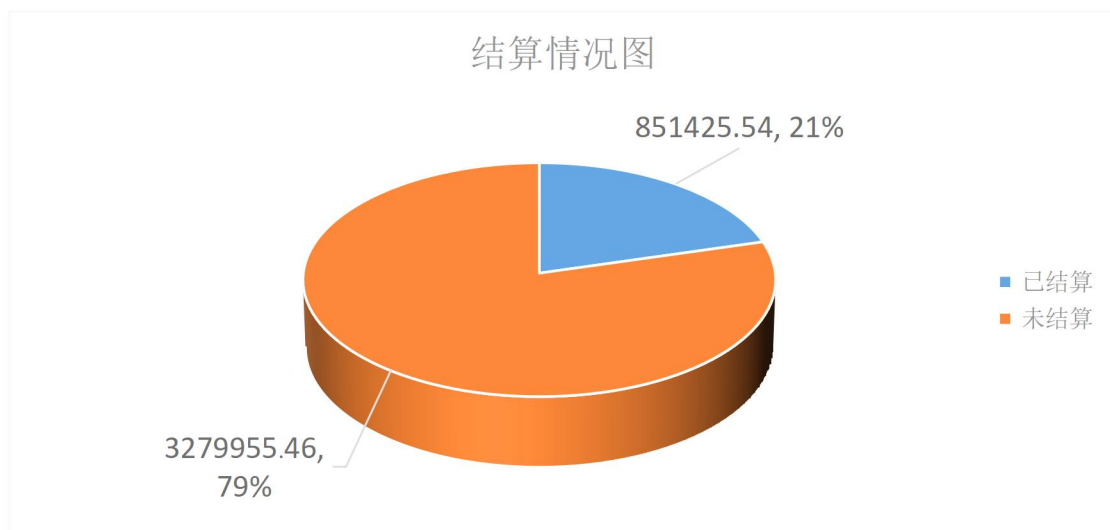


表 4 结算情况图



三、上半年工作情况：

1.合作伙伴：江苏建盛、南房金墙、东南特种等公司，朱强、李世宏、张松林等专家

2.区域布局：盐城、常州、徐州、泰州、宣城、宿州、安庆等地都成立了下级分公司

3.第二曲线：上下游资源整合，消防、环保、全过程、工业检测等，网络推广

4.人员招聘：一直在招聘和淘汰，比较优秀新员工李利利中标 5 个，25.06 万元，在公司的支持下，下半年还要继续招聘优秀的人才，组建自己优秀的技术团队。

5.做好区域布局：

1) 走出去 请进来

2) 联系更多的合作伙伴，多出去拜访交流，扩大朋友圈。

3) 辐射华东 面向全国

4) 眼光长远，对于北上广经济圈和省会城市，都要做好布局准备，关心当地的市场情况。

5) 一城一池做好布局

6) 以南京为中心，逐步覆盖华东地区所有省和市级地区，保证一城一分公司，合作伙伴要跟当地住建局有一定关系，并且有一定的业务渠道。

7) 整合上下游资源 做好推广

8) 做好第二曲线的资源整合和推广工作，开发新的经济

增长点。

9) 做好备案工作

10) 做好每个区域的备案工作，可以先备案在找合作伙伴，

11) 也可以找合作伙伴帮忙备案。

12) 做好技术团队的培养

13) 做好技术团队的培养，才可以提供更专业的技术支持，能适应不同合作的要求。

四、工作计划：

1.营销工作计划

自主（民建）：每个月 50 万；

渠道：50 万；

自主（工业）：每个月 67 万。

合计每年完成 2000 万。

2.产值

现阶段目标：每个月 60 万，目标：每个月 100 万。

3.结算

年终结算率低于 20%。

4.措施

1) 扩大朋友圈，第二曲线，区域布局。

2) 渠道方面：加紧巩固与渠道伙伴的联系。

3) 合作伙伴方面：加微信、打电话、陌拜、参加商会协会活动等多管齐下，增加合作伙伴数量，每周保证 3 个拜访；

主动拜访，开辟第二曲线，与合作伙伴形成“利益绑定、利益共享”关系，提高粘性。

4) 招投标方面：一是学会换赛道，现阶段传统房检、新兴工业项目竞争日渐白热化，亟需开辟新的方向；二是提高投标质量，不能拘泥于最低价法；三是多复盘，多总结。

5) 内部培养，大力招聘技术人才。加大力度招聘、做好技术团队培养。

6) 加快报告出具效率，紧跟项目结算。

7) 技术方面：进场前做好交底，周期比较长的项目提前做好策划和统筹安排，现场提高工作效率，检测人员也需要利用时间多学习，提高自身能力。

8) 结算工作：回款一定要盯紧，催款责任落实到个人，报告一旦出具，就要开发票，严格按照公司六部曲走。

2023 年中总结之梦想启程

华中公司 刘晋

回首过去，是为了更好的面向未来，每一次具体项目实践，都有成绩与失误、经验与教训，及时总结就会及时取得经验教训，从而提高认知和工作专业技能。时光荏苒，转眼 2023 年半年已经过去了，刚刚过去的半年，在领导们正确领导下，同事们的通力配合下，坚持高标准在工作上严格要求自己，兢兢业业做好自己的本职工作。

一、回顾起来上半年的工作主要有以下内容：

1、时间如白驹过隙，转瞬即逝，上半年已经悄然渡过，半年的时间我们并没有找准自己的定位，没有找到发展、前进的方向，浑浑噩噩的度过了，整体的业绩都比较差，下半年需要总结经验，赶上快速发展的列车。

2、营销方面：截止目前为止，在没有团队、推广的情况下，和玲锋做了共计 30.8 万的营销。

3、生产情况：前期通过营销生产一起来养活自己，2 个共做项目 34.46 万元。

4、结算情况：总成单金额 30.8 万，目前到账金额 8.33 万，结算占比 27.05%

二、下半年工作计划和方向

1、上半年的成绩不好，下半年需加倍努力，制定营销目标 300 万。

公司发展十年，做了很多变革，唯一不变的就是营销的三部曲，华中公司还是坚定的按照公司的步伐走：首先，招聘了百度推广公司出身的乔艳丽，让百度推广发挥最大的效益；其次结合潘总在宜昌的资源，以及备案优势，超越南京公司；最后，投标找到第二曲线，不在检测的红海里面挣扎。

2、全面发挥各位同事的优势，生产目标 300 万。

3、会干不如会算，严格的将结算指标控制在 25%以内，保证现金流

4、打造一支战斗力强悍的团队。不盲目扩张，在年底之前，保证达到 10 人的团队，同行挖人，招聘拥有检测经验的工程师；2 名检测员，有无经验都可以配合国安以老带新。结构设计师，丰富的建模经验，能够迅速处理建模报告。兵不在多而在精，例如李世民的玄甲军，我们的目标就是打造一支玄甲军，每个人都能独当一面，10 个人的精英团队足以。

5、上控巴蜀下引荆襄

利用宜昌绝佳的地理位置，辐射到周边的省市，不仅要手臂长更要手指长，县市也是我们的目标。

6、不择手段完成任务

减少检测项目的重心，或者说减少小项目的承接，在接

单和区域方面都可以做好规避，大力的发展材料、路桥方面曲线。

勇毅笃行，长风万里

武汉公司 陈翠红

一、营销和生产情况

1.营销年度总目标 1000w，自主 500 万，渠道 300 万，合作伙伴 200 万，上半年共完成自主 196 万，渠道 159 万，合计 441 万，项目数量 63 个，合作伙伴 86 万

表 1：营销完成情况

营销年目标（万）	自主	渠道	合作伙伴	总计
	500	300	200	1000
上半年完成	196	159	86	441
完成率	39%	53%	43%	44%

2.产值年度总目标 1000W，现在累计完成 224W，合计有 48 个项目跟去年同期相比少 26 个项目，去年一到六月项目 74 个。

表 2：项目情况表

营销年目标（万）	目标	项目数量（个）	去年同期（个）
	1000		

上半年完成	224	45	74
完成率	22%		

3.两金及投标情况

1) 21 年还有已完未结有 110 万，其中已到宝冶平台的有两个 项目 76 万，22 年，22 年未到款 343 万，有 3 个长期项目 57 万，总 共未到款金额是 286 万，23 年未收账款 266 万元，三年合计总两金为 622 万元

表 3：历年两金情况表

两金情况	金额（万）
2021 年	110
2022 年	343
2023 年	266
总计：	622

2)2023 年上半年武汉公司共投标 98 个，杨涛投标 69 个，中 标数量 16 个，彭雪妍 9 个，中标 1 个，毛武杨 9 个，未中标，彭祥 5 个，中标 1 个，包括离职人员罗天投标 6 个，中 标 2 个，合计共投标 98 个，中标 20 个，累计中标金额为 170 万

表 4：投标情况表

2023 年武汉上半年投标情况			
投标人员	投标数量	中标数量	中标率
杨涛	69	16	23%
彭雪妍	9	1	11%
毛武杨	9	0	0
彭祥	5	1	20%
离职人员(罗天)	6	2	33%

4. 推广情况：1-6 月总消费：24610 元。询盘总计：142 条，平均成本 173.31，项目质量不高，承担转化率低。

表 5：投标情况表

推广情况		
消费情况	询盘数量	平均成本
26461	142	173. 31

二、团队建设

1. 营销分为 3 个部门

投标部：杨涛 余沛玲

市场部：彭雪妍 毛武杨 马敏

推广部：陈翠红 彭祥

2. 生产部门分为 3 个部门

检测一部：冯嘉成 谢恩林 孔令景 吴泽聪

检测二部：石志辉 杨昕 付云霄 吴泽聪

三、亮点与不足

亮点：

1. 营销额相比去年有所增加，特别是自主营销，投标方面做的不错。

2. 技术人员外业比较辛苦，但是状态好很积极，主动要求学习。

3. 复盘及时，对于过程中出现的问题，大家及时分析，避免下次踩雷

4. 对于一些项目情况的分析，技术积极配合，告知检测难易度，做好报价的技术支持。

5. 人员慢慢成熟，分工比较明确，新人带教方面也在不断改进学习中。

不足：

1. 没有大的成单项目，同时专项类的项目也偏少，大客户基本没有。

2. 当地市场未打开，做外地项目偏多，大家长线作战，成本高，时间线长；

3. 过多依赖投标项目，推广方面比较乏力，缺少稳定的

业务来源；

- 4. 技术人员实力还是比较弱，稳定性不强；
- 5. 营销人员专业知识要加强，询盘转化率不高。

四、下半年计划

1. 2023 年下半年营销目标 600 万，实际产值目标 600 万，回款目标 300 万，只有回款好现金流才会好，我们的两金金额三年 600 多万，没有多少虚值，大部分都是我们自己的，如果到款好，武汉公司可以活的很好，过上小康生活；

2. 投标和网推还是重心，投标方面要量化，每月的投标量 27 个，投标项目要经过仔细研判再做报价，对于周期长的项目要有取舍，我们今年的长期项目占比不低，都是一年之后才能做结算；推广方面要加强，每周统计询盘数量及项目跟进情况。

3. 备案区域布局，湖北本地市场已在黄石、孝感等地区已经做好备案；但是并没有因备案而带来的项目，所以区域备案后期关系维护比较重要，武汉今年想尝试备案，如果成功才能和当地联系更紧密，才会慢慢有资源。

4. 人才的培养和挖掘，面试工作不断，技术人员有明确的人物画像，成熟的技术人员，能够解决技术上遇到的疑难杂

症，就像公司的一根 定海神针，带动整个团队的技术实力，加强团队建设，进行网格化管理；

5. 增强成本控制意识，开源节流，从一些小事情中做起，人员成本，外业成本，里里外外的开支每月基本上都是 20 几万，我们现在有办公环境和车辆的需求会在合适的时间满足；

6. 业务的突破，第二曲线方向，新的领域方向还需要多思考，多尝试武汉市场需要破冰，有些像防雷，环境检测等其实对当地的资源还是有所要求，推广可以多方面，拿着项目去谈合作，一步一步建立人际关系，虽然过程会比较慢和难，也要跨出第一步。

瞄准目标，提高能效

苏州公司 潘滕

2023 年上半年，虽然完成的不够理想，但是对比 2022 年上半年，有部分进步，2023 年下半年充满无限机遇与挑战，平稳心态，脚踏实地，一步一个脚印，路会越来越平。

现将 2023 年上半年工作总结及下半年规划如下。

第一部分 2023 年上半年工作总结

一、主要经济指标的完成情况

上半年指标 250 万，截至 2023 年 6 月 30 日，营销额累计完成 107 万元，完成上半年度指标的 42.8%。共完成 35 个项目其中苏州 18 个项目合同额 30.7 万、上海 8 个项目合同额 14 万、南京 2 个项目 55 万、无锡 4 个项目，6.6 万。

二、2023 年上半年主要工作

1. 网络营销

经过外地市场的尝试与碰撞，目前推广以苏州及周边区域为主，主要为：苏州、上海、无锡、常州及南京，已开通 8 个付费商铺、4 个群发平台、2 个官方网站。因人员变动，推广也转换了新思路，从人工手发到借助软件群发，借力网

络公司人员帮忙发布，腾出更多精力。

2. 业务渠道逐渐变广

从小客户到大客户，接触层次慢慢提升，二次客户慢慢增多，合作机会越来越多，对客户的把控度及服务意识增强，独立完成第一个 50 万以上项目。

3. 存在的不足

2023 年上半年度，营销指标完成情况较差，目前才完成上半年指标的 42.8%，后期需要搭建好团队，人员分工比较明确，每个岗位都没有 B 角，大部分精力消耗在项目消化及闭合上面，没有足够精力去拓展新客户，开拓更广的市场。

第二部分 2023 年下半年规划

2023 年下半年，经过上半年的经验及积累，下半年我们将捋顺工作，提高能效，告别忙忙碌碌、碌碌无为，明确目标，列出任务、排好时间节点、定期复盘，一切用数据说话。

一、下半年营销目标

下半年营销总目标 400 万，要想完成，就必须提高项目完成效率，同样一个项目，经验积累的多，前期对接可能几分钟就能沟通清楚，项目实施经验丰富，当天做完，第二天就能搭建好报告内容，要想提高效率，就避免不了休息时间

多学习，多积累。只有节省出更多的时间，才能创造更大的价值。

二、人力配置

打造 5 人团队，明确分工，营销和技术如果全部抓，精力会消耗殆尽，1、培养成熟的项目负责人，能独挡一面。2、商务人员，处理合同报价方案及归档等资料。

三、具体措施

1. 选择合适的网络推广公司

传统方法与新的推广方式可能不适用，借力专业的人去做专业的事，把控方向，只看数据。

2. 团队搭建

借助招聘软件，筛选合适人员，目前比较紧缺的为商务人员及成熟的项目负责人。

3. 提高层次，拓展资源

对人脉资源进行梳理，定期制定拜访目标，合理安排时间，养成走出去的习惯，感情都是见面沟通出来的，只要方向不偏，认识人多了，肯定有更多的机遇。

4. 提升自身能力及眼界

多去学习，了解当下最新的知识，行业资讯等。这样才能让我们对自己的工作以及市场环境的变化有足够的了解和

不同的人才会有更多的话题。逐步提高自己的格局和眼界，使自己成为一个更加成熟、有见识、有同理心的人。只有自身强大了，才能走的更远，做的更好。