

最新红酒销售员工作总结(五篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/5953053a56c714bf64ebd0e196cf1d9d.html>

范文网，为你加油喝彩！

总结是在一段时间内对学习和工作生活等表现加以总结和概括的一种书面材料，它可以促使我们思考，我想我们需要写一份总结了吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

红酒销售员工作总结篇一

首先要感谢办事处领导对我个人工作能力的信任，在总厂分配销售人员去往各大办事处时将我留在呼办继续担任业务工作，并分配到旗县部担任驻武川业务员，这使我对在呼办实习期间的工作表现给予充分的肯定，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报办事处领导的信任。

再次是感谢旗县部经理在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。在工作上遇到困难的时候，经理会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使我的业务工作能更顺利的开展。当我们针对某些事情的处理想法上执不同看法时，他也很少以领导者身份自居将事情直接强制执行，而是通过讲道理并联系工作实际案例让我从中明白原由，从而使我放弃固执的想法，让我减少了许多的工作弯路和工作细节失误。在生活上，部门经理主动帮我联系住房，联系取暖用的火炉子，由于武川气候较冷风又大，高经理也经常打电话叮嘱我注意生火安全，这些都对我今后的工作和生活给予很大的帮助。

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高

第一次接触什么是爱岗敬业，什么是要有强烈的责任感和事业心，怎样积极主动认真的学习专业知识，工作态度要端正，要认真负责。我作为旗县部的业务

员，深深地感到肩负的重任，作为河套酒业以及呼市办事处在武川的窗口，自己的一言一行也同时代表了公司的形象。()热爱本职工作，能够正确认真的对待每一项工作，认真遵守劳动纪律，保证按时出勤，坚守岗位都是必须做到的!所以提高自身的素质就变的尤为重要，必须高标准、高规格的要求自己，加强自己的业务技能。

2、销售知识、工作能力和业务水平的锻炼

我今年4月份来到办事处实习，系分到餐饮部担任部门基本业务工作，协助部门经理做好一些琐碎工作。为了更好的完成基本工作，我不断向领导请教、向同事学习，并从中自己摸索实践，尽量在短的时间内理清部门工作，熟悉了业务流程，明确工作的程序、方向，在具体的工作中形成了一个清晰的工作思路。在9月份正式来办事处工作后，我本着“超越自我，追求完美。”这一高目标，开拓创新意识，积极圆满的完成领导分配的各项工作，并在余限的时间里，通过武川客户引荐和部分政府、各企事业单位的领导、职工接触洽谈，为下一步工作打好基础。由于心里对酒量的抵触，在招待时总不能游刃有余，随每次酒桌上都不断的学习酒中的文化和学问，并强制自己练酒量，在酒桌上向同事、向经理学习说话办事的方法与技巧!!!这也是我今后的必修课，一定要在这方面加强锻炼!

3、认真、按时、高效率地完成办事处领导分配的其它工作

为了办事处工作更全面更顺利的进行，以及部门之间的工作协调关系，除了做好本职工作之外，还积极配合其他同事做好工作。工作中自己时刻明白只存在上下级关系，无论是份内、份外工作都一视同仁，对领导安排的工作丝毫不马虎、怠慢，在接受任务时，一方面积极了解领导意图及需要达到的标准、要求，力争在要求的期限内提前完成，另一方面也积极考虑尽力将工作做的更加完善。并在开展工作之前做好个人工作计划，有主次的先后及时的完成各项工作，并达到预期的效果，保质保量的完成业务工作，同时在工作中学习各个方面的知识，努力锻炼自己，经过不懈的努力，使工作水平有了较长足的进步。

1、自身心态的不成熟

性情很不够稳重。不管有点什么小事情、小状况，都把当时的反应都表现在脸上，当工作比较顺利、达到个人短时间内的预期目标的时候，我的心态就会有点跳，不够稳重，有点忘乎所以。也许是刚毕业自身阅历的欠缺，做起事情来总是有点慌张，不够稳，但刚毕业绝对不是理由，在日后的工作中我会努力克服自己的弱点，让自己更适合干这份工作!

心态的耐性还不够。作为旗县业务员相对而言比较孤单，环境、工作流程都显的有点单调和循规蹈矩，有些时候就“座”不住了，总想回呼市转转，整个人也显得有点颓废，不够精神，然而经过一段时间的磨练和调整，我现完全可以应对现有的工作任务和工作环境。将自己的年少轻狂抛掉，平淡的对待事情的发展，将眼光放得更长远一些，将目标定得更高一些，这样才能在工作中给自己带来更大的挑战，才能在工作中给自己到来更大的工作刺激，只有这样才能在工作中给自己带来更大的工作兴趣。

2、工作能力的欠缺

把握客户心态不够准确。对已经合作一段时间的经销商和客户，我往往会轻信他们。从经销商和客户反馈得到的市场信息，大多数情况下我是听之信之，极少持怀疑态度，没有作进一步的分析和判断。这样做的后果会由于信息的不准确导致办事处针对市场的判断可能出现偏差，在操作中可能导致工作失误。

在工作中我很少动脑筋思考问题，即使思考了也不够细致，思维方式比较单

一。很多时候我都是按规定程序做事，根据领导的交待办事，极少动脑琢磨客户，琢磨市场，琢磨导致问题发生的根本原因。思维方式因为没有经常对事情周密、细致的思考和全面的分析，从而做起事来习惯性变得变的单一。作为业务员，必须考虑很多东西，以清晰的思路，思考事情的

每一个细节，才能正确判断客户的真实情况。

总结一年来的工作仍存在很多问题和不足，在工作方法和技巧上有待于向其他业务员和同行学习，20xx年自己计划在今年工作得失的基础上取长补短，重点做好以下几个方面的工作：

- 1、切实落实岗位职责，认真履行本职工作。尽心尽力完成区域销售任务并及时催回货款，负责严格执行产品的出库手续，积极广泛收集市场信息并及时整理上报领导，严格遵守厂规厂纪及各项规章制度。
- 2、努力做好现有工作的同时，尽快计划在武川寻找有实力、有关系背景的代理商，主要做高端的河王、五星等酒水销售，以扩大销售渠道提高业务销售成绩。
- 3、针对餐饮市场作出大力的销售力度，争取把这一薄弱渠道作起来，并对武川销售市场的二批商维护进行合理适当的整顿，使维护金发挥更大的效用。
- 4、在今后的工作中，要抓住各种不同的客户争取更充分、更准确的分析、处理好各项业务工作，并加强同客户的交流和沟通，了解他们的业务需求，能够恰当地处理好业务关系，来赢得更多更好的客户。
- 5、自己在搞好业务的同时计划认真学习业务知识、技能及通过销售实战来完善自己的理论知识，力求不断提高自己的综合素质，并且在工作上要具有较高的敬业精神和高度的主人翁责任感，并积极完成领导交办的其它工作。
- 6、为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。

综上所述，尽管有了一定的进步，但在很多方面还存在着不足。比如有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，业务类客户资料太少，这些都有待于在今后的工作中加以改进。我相信通过这近一年的工作实践，从中吸取的经验和教训，经过反思反省之后能让我在各方面有一个新的进步和提高，从而把工作做到更好更细更完善。

辞旧迎新，展望20xx年，在新的一年里，我将认真学习各项政策规章制度，刻苦学习业务知识，努力使工作效率全面进入一个新水平，提高自身的能力水平来努力完成办事处的销售任务和目标，为办事处的发展做出更大更多的贡献，同时希望个人、办事处和公司再上一个新的台阶。

红酒销售员工作总结篇二

葡萄酒作为全人类的一种健康而浪漫的饮品，千百年来一直在谱写着它自己的经典与传奇。葡萄酒美在它本身所包含的文化底蕴：感受文化、品味时尚。更何况，日新月异的今天，人们不光注重享受，对健康也更加重视。许多客人都讲到说为了健康，从白酒改喝葡萄酒。也有许多中年老年人和养生爱好者知道葡萄酒中的单宁对血管硬化疾病有着预防作用。所以，以此来看，至少葡萄酒未来的市场是很广阔的。

作为一个销售人员，也在网上查阅了一些销售心得之类的资料。以下是我对于红酒未来市场方向和销售结合了自己和网络上的一些想法总结。

首先，我认为品牌效应的影响非常巨大。在城市市场中，红酒消费者购买一只红酒首先考虑的是品牌，然后是品质、价格。四川成都地区的经济近年来呈飞跃式的发展，人们的生活水平也得到较大的提高，尤其城市人更注重享受品味生活，同时成都是四川最具发展潜力的地区之一，经济发展前景十分看好，红酒存在着广阔的市场空间与机遇。而要在众多的进口红酒中独树一帜，那么我们的品牌知名度和宣传尤显重要。

其次，是红酒的推广与销售方式。店内小册子、宣传单页与员工在销售时的宣传推广是提高品牌知名度的重要途径之一。销售与品牌推广是相辅相成的，在品牌价值充分实现的情况下，商品在客户心目中已经有了较高的定位，客户已经熟悉并认可了产品，销售工作更容易展开。在销售的同时，也对商品起到宣传推广作用，从而提高商品的知名度，提高商品的品牌价值。

再次是红酒的店面销售。售前要了解酩悦所代理系类红酒的资料和当时市场上相关红酒的信息，如酒价走势等。在顾客接待与销售过程中，让顾客感到被尊重的同时也要让顾客感到被重视。销售红酒也要有良好的售后服务。对于进店购买红酒的顾客以礼相待是必然的，而对于没有购买的顾客更要以礼相待，尤其是红酒销售，卖的不单纯是红酒，还是一种品位。售后服务要主动回访现有客户，以电话回访为主，主要了解其对公司红酒的品质，价格意见以及其销售情况。这样也便于公司存货及以后更好的展开销售工作。

最后是潜在客户的开发与二次销售实现的潜在客户开发：维系老客户的同时，也要从老客户方面着手开发新客户。正所谓人以群分，喜爱喝红酒的客户或者红酒零售商身边或多或少都有对红酒感兴趣的朋友，这些人就是我们潜在的客户。对于潜在客户可以通过各种渠道去寻找开发，如刊发广告，派送传单等。对于刚发展起来的新客户，要将其发展成为老客户，实现其二次购买时相当关键的。二次销售的实现也是客户对于本公司红酒商品的肯定。听取客户的意见是相当重要的，根据客户的意见自我改善，尊重每一位客户，将其发展成为老客户再开发新客服，从而使市场更加广阔。一家公司企业的发展壮大不是只靠一个人的努力，是靠团队的共同配合。红酒销售也是，要靠整个销售团队的有效配合，发挥个人的特长，这样才能更好的提高销售额，使公司与个人得到更好的发展。

红酒销售员工作总结篇三

我局在市局的正确指导下，全面深入贯彻落实商务部《酒类流通管理办法》，以酒类监督管理工作为主线，以推行“酒类流通随附单”和“散装酒统一标识”为基础，做出了一系列行之有效的工作，取得了较好成效。现就今年来所做的工作总结如下。

一是进一步加强《酒类流通管理办法》宣传工作。对于《酒类流通管理办法》中的核心要求，即对经营户办理《酒类流通备案登记证》和使用《酒类流通随附单》作为重点宣传，先后三次在电视台以文字配音，滚动字幕等形式，公告办理《酒类流通备案登记证》和使用《酒类流通随附单》的目的、意义及相关要求。

二是开展酒类流通法律法规培训，提高行业队伍素质，普遍开展酒类从业人员培训。从去年开始至今全县先后举办3期酒类从业人员培训班和现场培训，一是解读《酒类流通管理办法》；二是学习商务部关于实施《酒类流通随附单》制度的通知；三是学习申领、使用《酒类流通随附单》的管理工作告知书；四是学习《酒类流通随附单管理办法》；五是实行“随附单”前库存商品情况统计表的填制；六是学习“随附单”样本内容及填写规范和要求。通过系统的学习，使广大酒类经营者对《酒类流通管理办法》以及“办法”的两个核心内容的认识有了提高，为下一步推行“随附单”制度奠定了良好的基础。

三是对酒类流通市场进行了检查指导工作。一是对未办理《酒类流通备案登记证》的酒类经营户督促其按规定办证;二是对已领取《酒类流通随附单》的酒类批发经营户使用《随附单》的情况进行检查,指导他们正确使用《随附单》,要求他们进货必索单,销货必开单(),做到单随货走、单货相符。

四是严格执行散装酒统一标识制度,要求全县所有的白酒生产企业必须在自己盛装散装酒容器上粘贴全市统一标识。

五是继续做好酒类流通备案登记,对“5.12”地震后新开业和前期未办理备案登记的酒类经营者进行登记和补办手续。

六是认真做好酒类生产企业、酒类批发户的《酒类产销许可证》、国家名白酒经营者的《国家名白酒证》的发放和年检工作。

七是加强酒类流通市场监督管理,加大行政执法力度,坚决查处《酒类流通随附单》制度、《散装酒统一标识》制度、《酒类流通备案登记》制度执行不力的酒类经营者,坚决打击酒类经营中过期变质、以次充好、以假充真等违法活动。实行日常检查和重大节日检查结合,一般检查和重点检查相结合,单独执法与联合执法相结合,主动出击和举报线索出击相结合的方式开展执法检查活动,截止20xx年1月,共出动执法人员90人次,检查超市、餐饮、宾馆、名酒专卖店、酒类批零点300余家,查处无证经营12家,无酒类流通随附单10起,查处假冒国家名白酒40余瓶,过期变质酒60余瓶,查封不合格桶装酒50件,并对相对责任人采取了警告、罚款等行政处罚手段。

1、有一部分零售经营户认为店小,经销量少,也未办理营业执照、税务登记、卫生许可证的,故未办理《酒类流通备案登记证》,要求其按规定办理《酒类流通备案登记证》,在购进酒类商品时索取《酒类流通随附单》。

2、批发经营户领取“随附单”后,不主动给进货的零售户或酒店开具“随附单”,主要是怕销量大要多交税收。执法人员解释与交税并无关系。

3、开“随附单”嫌麻烦,业务员送货、进货者不主动索要也就不主动开具,认为是私人生意,一手钱一手货,不需要单据。这主要是思想认识不到位,执法监管处罚力度不到位。有待于强化监管处罚力度后才能逐步改变。

4、开具“随附单”的内容不完整、不规范,有少数业务员在开具“随附单”时不按内容要求完整填写。

1、继续抓好酒类流通市场检查的制度化、规范化建设。对市场进行检查督导,通过检查,及时发现问题,督促、纠正解决问题。

2、春节前后,集中力量,加大对杂牌酒、假冒酒、未取得《酒类流通随附单》的酒的打击力度,主要在大中型超市、居民集中安置点、城乡结合部、小商店、小酒店进行严格检查,进一步规范酒类市场,做到不留死角、全方位管理。

3、继续对执行《酒类流通随附单》情况进行梳理,严格按照《酒类流通管理办法》的规定执行。对领取、使用执行《酒类流通随附单》好的酒类经营户通过媒体向社会公告,对拒不按规定执行的经营户也进行公告,以此促进他们服从管理,推进“随附单”的全面正常使用。

4、进一步加大酒类流通管理执法工作的力度，严格执法程序。

红酒销售员工作总结篇四

在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、迷惑和感动，真的是无限感叹

(一)、业绩回想

- 1、年总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;
- 2、成功开发了四个新客户;
- 3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点地区市场的运作的基础工作;

(二)、业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制订的200万的目标，相差甚远。重要原因有

- a、上半年的重点市场定位不明白不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性地方保护和后来经销商的重心转移向啤酒，最后改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了!
- b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差大都小是客户、实力小;
- c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心;

2、新客户开发面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制订的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很一般。这重要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太重视客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送才能、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

3、我公司在山东已运作了整整三年，这三年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以汲取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的惯例工作之中，最后于xx年11月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也探索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了很大的提升，同时也存在着许多不足之处。

- 1、心态的自我调整才能增强了;
- 2、学习才能、对市场的预见性和控制力才能增强了;
- 3、处置应急问题、对他人的心理状况的把握才能增强了;

4、对整体市场认识的高度有待提升;

5、团队的管理经验和整体地区市场的运作才能有待提升。

1、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有必定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最后经销商把精神大都倾向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

2、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的无地方强势品牌，无地方保护且十里酒巷一年多的酒店运作，在市场上也有必定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提早在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最后导致合作失败，功败垂成。关键在于我个人的手段不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

红酒销售员工作总结篇五

春节在即，酒类市场再度步入销售旺季。近年，葡萄酒礼盒的发展势头盖过白酒礼盒，其中进口葡萄酒礼盒又以精好包装和响亮的名头吸引灭消耗者。但是，工作总结很长有人知道其中有多长“猫腻”。

有多年酒类营销经验的朱玉增对《每日经济旧事(微博)》记者表示，春节前，配有高档礼盒包装的进口葡萄酒销量很好，特别是冠有“拉菲”名头的产品特别多，原本在法国卖2欧元的葡萄酒，进入中国市场当前，加上一个漂亮的礼盒包装，冠以“某某拉菲”的名字就卖到好几百元。据记者了解，以常见的两瓶装礼盒为例，每瓶酒在原产国售价约2欧元，加上运费、关税等约3.2欧元，加上成本100元左右的国产礼盒，总成本在200元以内。而记者发现，这类葡萄酒的售价普遍在五六百元乃至七八百元。

四种“进口葡萄酒”

名品世家总裁金纬在接受

《每日经济旧事》记者采访时介绍了当前进口葡萄酒主要来流和类型。

据金纬介绍，进口葡萄酒可分四种情况：第一种是纯粹的国内酒。在国内调造，然后贴上外文标签，就变成了“进口酒”。这种酒的成本在10元以内;第二种是从国外进口原酒，在国内灌装，质量良莠不全;第三种是国外的“酒商酒”。“酒商”是国外的葡萄酒销售商，他们根据国内酒商要求的岸价来控造酿酒的成本，到岸价每瓶15元~20元，这样的产品与正规的原瓶进口不同，没法按照国外有关规则在标签上清晰标记产地、等级等信息。“这样的酒商不必定有本人的工厂，就是找便宜的葡萄，用便宜的加工厂，用较差的葡萄酒对付国内采购商。”金纬介绍说。

第四种是酒庄酒。酒庄酒必须用酒庄本人种植的葡萄酿造。酒庄酒又可以分为一般产区、著名产区、领袖产区，价格差异也很大。

进口原酒良莠不全

记者通过调查发现，我国当前的进口葡萄酒中，国外进口原酒国内灌装的情况即第二种进口葡萄酒比较多，那么其质量如何？

粤港澳葡萄酒商联盟理事长凌春鸣表示，正规的国内灌装酒是没问题的，但是利润较低。有些厂商担心原酒变质，会加入比标准高出几倍的二氧化硫做为防腐剂，饮用之后会对人体有必定的伤害。还有个别谋求高利润的厂商，会夹杂一些水、香料等增加产量，这些酒对人体也有伤害。

朱玉增向记者泄漏说，同样是进口葡萄酒，价格的差异也很大，每瓶价格从几欧元到几百欧元。只要是正规渠道进口的葡萄酒，无论价格高低，品质都是有保证的。但往往是酒水到了中国市场当前，就开端走样，主要是中国一些进口酒商有问题，甚至有人会来法国捡“便宜货”，回国以次充好。即便原酒没有变质，运回国内灌装，也很容易出问题。

朱玉增还说，国内灌装的进口葡萄酒并非没有好酒。问题是，国内一些厂家的罐装技术落后，原本可储存3~5年的葡萄酒，可能一两年就变质了，主要原果就是一些小厂采用的半自静灌装机缺乏密封性，酒容易氧化变质。

高价酒低价酒区别何在？

记者走访卖场发现，同样是进口葡萄酒礼盒，价格从一两工作总结百元到五六百元不等。这之间有何差别？这些进口酒的成本几何？

朱玉增表示，真正原瓶进口的vdp(地区餐酒)级别的进口葡萄酒，一般在法国售价为2欧元，加上运费、保险等带来的0.5欧元的成本，然后缴纳49.2%的关税以及报关费用、仓储费用、运费费用等，最终的硬性成本在3.2欧元左右。

金纬向记者介绍，同是从法国进口的葡萄酒，根据级别和产区的不同，价格相差很大。像vdp级别的酒在国外就是普通餐酒，价格为普通消耗者能接受；这个级别的酒在国内的理论价格就是几十元，这也是国内进口较多的产品等级。

酒类包装工厂节前赶工

显然，在这个价格的“剪刀差”中，包装扮演了重要角色。普通进口葡萄酒怎么披上华丽的外衣的呢？

据凌春鸣泄漏，礼盒包装基本是国内酒商本人做的，拉菲、木桐这样的法国名庄本身是不配礼盒的。

朱玉增也说，他们公司进口的酒都是没有包装的，但各地经销商要求配包装，尤其团购客户，对包装的要求很高。果此，临近春节，淡圳周边做酒类包装的加工厂日夜赶工。

淡圳经营一家酒类包装设计加工公司的高先生表示，礼盒的成本从30多元到100多元。

据他泄漏，成本价七八十元的盒子就很高档了，装上两瓶进口葡萄酒，最长也得卖到四五百元。

专门给“拉菲”等名酒做盒子的工厂有很多。高先生表示，酒都是从国外进口的，搞一个“拉菲”的盒子就卖得速。在做盒子的时候，酒的品牌信息都可以印上来，好多消耗对于包装上的英文也不会多瞅。

订货三四万元可成次级代理？

国内的进口葡萄酒代理商要拿到“纯正”法国原装葡萄酒并不需要支付太多成本，包装生产企业又可以提供配套效劳。据金纬介绍，目前世界各地有十几个产酒国、数以千计的产区、数以十万计的酒庄，普通消耗者是没有判断力的，普遍的评判标准只有包装。

国内一些分销商想要获得进口葡萄酒品牌经销权，并不困难。记者以单位团购的表面与珠海一家号称“国内总供货商”的进口葡萄酒经销公司的周经理取得联系。他表示，只要首批订货三四万元就可成为次级代理，价格还工作总结可以再谈；次级代理商拿货当前价格随本人来定，一款批发价230元的“拉菲宫廷”，市面零售价可达700多元。

周经理坦承，公司部分产品是打拉菲的“擦边球”，但绝不是假酒。

在北京某连锁超市中，记者见到一款售价599元两支装礼盒的法国原装葡萄酒，其中文标签上注明该产品属aoc级别酒。记者表示要团购该礼盒时，导购员表示，可将当前执行的“买三赠一”促销活静，升级为“买五赠二”，每个礼盒折合420元左右。前后两分钟的时间，零售价缩水160元，真难以想象里面的水分到底有多大。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](http://www.fanwen.net)开发