

六一爱心义卖 六一爱心义卖倡议书(实用5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

年度经营计划ppt篇一

鉴于开盘到现在的销售业绩一直都不理想，我作为国际花园售楼部副经理有不可推卸的责任，我们的销售及管理工作质量必须提高，市场上投资商铺的客户是有限的，我们要剖析市场细分市场，全力以赴做好销售工作。

根据7,8,9月份的销售工作，市场反应的问题如下：

一、市场方面：

1、市场动向：信息搜集不够，对其他楼盘信息掌握不够全面，影响与客户的沟通。

二、管理方面：

十月份的工作重点：

针对7,8,9月份出现的问题，我们十月份的工作重点有

一、市场方面：

二、销售方面：

1、改变销售策略，运用假销控进行后期销售，营造热销的氛围；

三、人员方面

3、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，除专业知识外更要注重销售技巧的培训与锻炼，把专业知识与销售技巧相结合。

四、十月份对自己有以下要求

1、每天做好工作计划，按计划执行工作，一刻也不能懈怠；

3、置业顾问接待客户时要旁听，适时帮助职业顾问谈客户，必须每次想办法留下客户联系方式，以便做好回访工作才有可能不会丢失这个客户。

4、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、和开发商多多沟通，争取让开发商重新建立起对我们的信任；

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说我是最好的，我是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

10、为充分发挥大家的积极性，实施多劳多得，不劳不得，实干加巧干，确保本月的销售工作计划能如期完成。

一、指导思想

认真贯彻落实黔江工作站反“三违”的管理措施

三个必须是：

- 1、煤矿必须制定反“三违”的管理措施，并逗硬执行。
- 2、煤矿必须把反“三违”活动的开展与隐患排查、安全大检查相结合。
- 3、采掘作业和巷修作业，必须配备安全员，提升运输必须配齐绞车司机和信号把钩工，放炮作业必须配齐瓦检员、班组长、放炮员，机车运输必须配齐机车司机和跟车员。

十五个必须是：

- 1、严禁带烟火入井，穿化纤衣服入井、入井不戴安全帽和入井不携带自救器。
- 2、严禁无安全措施安排生产。
- 3、严禁安排未经过培训以及培训考试不合格的职工上岗作业。
- 4、严禁安全设施不齐全，强令工人冒险作业。
- 5、严禁特殊工种未取得上岗资格证就安排上岗。
- 6、严禁放炮后在未经瓦斯检查和时间未到30分钟就进入工作面。
- 7、机车运输中严禁扒、蹬、跳。
- 8、井下运输严禁人、货混装或用矿车运人。
- 9、严禁在提升运输斜巷内，行人行车或行车行人。
- 10、严禁乘坐刮板输送机或在刮板输送机的机槽内行走。

- 11、人力推车时严禁放飞车或机车通过风门时不停车开风门。
- 12、严禁带电检修、搬迁电气设备、电缆和电线，用湿手或金属扳动带电的电气开关。
- 13、严禁进入采掘工作面不执行“敲帮问顶”制度和在空顶下作业。
- 14、严禁瓦斯超限作业或氧气不足作业。
- 15、严禁证照不齐组织生产和建设矿井在建设区域边建设、边生产。

二、全月安全目标

- 1、全月无重伤、轻伤以上事故。
- 2、“安全生产月”活动先进煤矿。
- 3、安全教育培训合格率为100%。
- 4、隐患排查整改合格率为100%。

三、隐患排查方面

为了确保安全整改完善，以查“三违”查“隐患”，杜绝各类事故为重点，坚持每10天一次安全隐患排查，对存在的问题落实责任人、整改时间、整改措施进行整改，并安排专人按期回查，未按期完成者严格按制度处罚，坚持安全例会，并向职工认真贯彻学习上级文件精神，及时总结上月安全工作存在问题及下月的安全工作部署。

四、完善各项规章制度

制定灾害预防处理计划，并组织演练。制定完善安全生产管

理制度，进一步规范职工的操作行为，同时强化制度的落实，利用每周安全例会、班前会进行贯彻学习，真正使制度能扎根于每位职工，使执行制度成为一种习惯，从而起到促进管理、促进安全生产建设的作用。

五、贯彻落实文件精神，组织开展安全活动

根据上级文件精神要求和企业的安排部署，认真组织开展“安全生产月”、“一通三防”活动，安全生产专项整治活动，在认真开展活动期间，悬挂张贴安全标语，组织安全宣誓、应急演练等活动，进一步增强全矿干部职工的安全意识，提高职工遵章守纪的自觉性，形成人人重视安全、人人关注安全的良好氛围。

开展形式多样化的安全宣传活动，定期组织全矿职工观看安全教育片，进行安全知识竞赛活动等，通过这些活动在职工中营造自觉守法、守纪的良好氛围，促进我矿安全生产平稳发展。

年度经营计划ppt篇二

工作计划网发布2019物流工作计划ppt模板，更多2019物流工作计划ppt模板相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

为确保公司物流部的工作能顺利正常的开展，为了公司能节约相对成本，也为让公司对我的工作进行考核，我将做好以下方面的计划，来提高工作效率，更好的开展工作。

一. 继续提高员工素养，强化员工服务意识

人是万物之本，员工是企业生存的命脉，只有企业真正重视员工，关心员工，让员工感受到企业的温暖，员工才会用更好激情来为企业付出。当然我们企业更需要有先企业后个人

的高素质员工，因此我们必需加强员工培训，提高员工积极性，增强员工个人素养，使员工更有团队精神和奉献精神。只要员工的个人素养真正提高了，能真正关心企业，那么我们部门的服务水平也就相应的提高了，各项工作也能顺利的进行。这样就进入了一个良性循环的过程中。对此向公司提出两点建议：一是不建议加班，当然前提是在高工作效率和计划任务完成的情况之下；二是奖与惩相结合，不能光有惩而不奖，反之当然也不行，二者是相辅相承，缺一不可。

由于物流部不是直接创造经济价值的部门，再加上物流部缺乏系统的规章制度和管理工作方面存在的漏洞，所以往往会被本部门员工误认为不被公司重视，对员工工作积极性有一定的影响。对此需不断完善部门管理制度，需实施《岗位责任制制度》、《交接班制度》、《车辆管理制度》、《文件管理制度》、《奖惩制度》等。

三. 加快管理岗位建设

我将结合本部门岗位的具体工作情况，逐步优化组织结构，使其“基层具体落实、中层监督指导”。使各岗位人员明确其职责所在，以便在工作中各司其职，各尽其责，继而争先创优。

四. 作内容及安排

1. 收发货流程进行梳理，改进，并督促物流部员工严格按标准执行，实行岗位责任制。制定预防可能发生的错误，及时发现，纠正不正确的工作方法。

2. 每日早会十分钟，计划当天的工作安排，及总结上一天的工作完成进度，出现的问题，困难，部门岗位需要协助配合的安排，表扬有进步，工作较主动积极等个人，激发员工的工作激情。

3. 每日下班前检查各项工作完成情况，已完成事项，未完成事项，待办事项，第二日需交接事项或紧急待办事项。检查电源，门窗是否关闭。清洁是否到位等。
4. 每日开单员下班前检查当天单据的准确性，完整性，是否按时交财务。检查系统所有单据，有无异常情况，库存有无异常数据。发现问题立即解决。
5. 每周/月总结本周/月工作情况，对工作中出现的问题、困难提出可执行建议/方案，对工作中作出成绩，有重大进步，为公司提出建议，或努力工作，尽心尽力者给予表扬或奖励。
6. 各种物料码放、搬运入库时应先内后外、先下后上。检查货架的货品是否按规定陈列，整个库房保持整齐，整洁，有无脏乱现象，货品名，标签，及价格是否一致。
7. 严格按照仓库管理规程进行日常操作，仓库收发货人员对当日发生的业务必须及时登记，做到日清日结，确保物料进出及结存数据的正确无误。不定时复核实物和库存差异，当天发现有差异数据当日处理，找出原因，并纠正错误。
9. 仓库必须根据实际情况和各类原材料的性质、用途、类型分明别类建立相应的明细账，凡是无吊牌货品一律找出同款贴上标签(款号，尺码，价格)，凡是浅色衣服原则上全部套外包装袋。
10. 做好各类物料和产品的日常核查工作，仓库收发货人员必须对各类库存物资定期进行检查盘点，并做到账、吊牌、物一致。如有变动及时向主管领导及相关职能部门反映，以便及时调整。
11. 库存物资清查盘点中发现问题和差错，及时查明原因，并进行相应处理。如属短缺及需报废处理的，必须按审批程序经领导审核批准后才可进行处理，否则一律不准自行调整。

发现物料失少或质量上的问题(如受潮或损坏等)，及时的用书面的形式向有关部门汇报。

12. 合格品、逾期品、失效品、料废、返修品等分类存放，分别做账。废料根据实际情况合理利用。各种物料不得抛掷。

13. 仓库通道出入口要保持畅通，仓库内要及时清理，保持整洁。所有单据必须有责任人签字，并且字迹清楚。

14. 提前做好部门内员工请/休假的工作交接安排，并和其它部门做好衔接安排。

15. 了解员工的基本情况，需求，困难，帮助其解决问题，真正关心每位员工，让他放心的工作。鼓励员工学习，营造和谐，团结，共进步的环境，使员工感觉工作是一种快乐。

五. 工作重点

1. 对物流部操作流程进行合理改进，重点为货物入库流程，出库流程的改进，做到货物进出正确、准确、及时。

2. 对库房货物的管理，做到货物标识齐全、正确。

随着公司的不断发展，物流部规模也将得以壮大。我将以公司利益为中心，以服务客户为宗旨、以降成增效为目标的原则开展工作。加强部门管理建设，不断提高员工素养，强化员工服务意识。使全体员工齐心协力、努力奋斗，争取取得更好的效益。

年度经营计划ppt篇三

公司20xx年发展计划纲要中提出了新的目标、新的要求，结合本部门实际情况，制定经营合约部20xx年的工作计划。

20xx年公司有10个项目，总产值约2.2亿元，总面积约15万平米；完工7个项目，产值为7000万元□20xx年积存有2个项目，总产值约1亿元；根据公司20xx年的目标，预计产值在2亿元，项目在12个左右。汇总以上数据，本部门今年要完成审核的产值约5.2亿元，项目数量约24个。

1.1 核查往年积存项目问题

20xx年有2个积存项目：****展览馆和唐山****宾馆，这两个项目与业主的结算已基本办妥，需核查的是劳务分包队伍的工程量，由于地域跨度大，分别各由1名人员接手。

1.2 审核完工项目情况

20xx年完工项目有四个：唐山****办公楼和研发楼、北京****、秦皇岛****，这四个项目与业主的结算已经申报，且已基本定型，需要审核的是劳务分包队伍的工程量，比对项目所有材料使用情况。有3个项目在收尾：济南****、青岛****、****二期，需要做的工作是收集资料申报与业主的结算，配合项目经理完成相关审计，审核劳务分包队伍的工程量，比对项目所有材料使用情况。人员安排3名，同样根据区域划分，山东1名，北京、唐山1名，秦皇岛1名。

1.3 跟踪在建项目

目前在建项目有3个：****体育馆、唐山****二期、****中心，其中唐山****项目为总价包死，故跟踪的重点在于合同内项目的执行情况。****体育馆、****中心为施工中批价、签证、套定额的形式，期间配合事宜较多，跟踪时不仅限于劳务分包队工程量、材料使用情况等。人员安排2名，山东1名，唐山1名。

1.4 紧密配合新项目

在谈中的项目有：秦皇岛****、****等，当前重点在预算配合。届时根据地域和各人员手中项目多少而定。

后期肯定还有更多的项目投标、开工建设，总之合约部会尽职尽责把好审核关口。

面对今年5.2亿元的审核产值，我部门倍感压力之重、责任之大，哪怕是千分之一的误差也要52万元。为此，通过如下5点措施，努力确保公司利益不受损失。

2.1加强、加大部门素质建设，储备技能人才

要做好工程审计工作，审计人员不仅要有丰富的工程造价理论知识，法律法规知识及相关建筑专业知识，还应具备娴熟的工程施工实际工作经验，要有与时俱进、不断学习充实的精神及良好的职业道德。

在审计工作中必须以理服人，以事实为准绳，以相关法律法规、规范合同、施工图纸为依据，充分发挥主观能动性，以高度负责任的态度，主动审核工程全过程各个方面的条件因素，才能真正使工程项目从设计到工程竣工结算的造价审计目标实现。

随着市场发展日趋成熟、市场秩序日趋完善，企业间的竞争最终演变为人才的竞争，为此公司要发现、储备高技能人才，补充人员数量，保证公司在市场潮涨潮落中立于不败之地。

2.2努力提高业务水平

1. 有机会参加合适的培训，如广联达公司定期组织的有关专题会，或者收费的系统性的造价班等等。

2. 从实际工作中获得提高，项目多、范围广是压力，同时也是一次次难得的学习机会，在面对问题时，或内部探讨、或

请教专家，总之问题解决的过程也是一个丰富自我的机会。

3. 日常的自我学习，闲暇时通过书籍、网络等手段时时充电，内部定期组织课题讨论会等形式，互帮互助、取长补短。

2.3 标准化工作流程

严格按照工作流程图执行，其中的重点：

1. 审计施工合同是否与招标文件一致

2. 对于设计变更应该有规定程序

3. 严格规范证据材料

在结算过程中，常会出现证据材料的找不到的情况，一来与业主结算时容易陷入被动，有损公司利益或者增加不必要的费用；二来与劳务分包单位结算时容易扯皮，被有意之人钻空子。

4. 审查资料数据是否篡改

工程资料有时出现恶意篡改情况，篡改的内容多是对那些难以实地验证的数据进行改动，以达到获得更多利润的目的。

2.4 建立审计约束机制

要把单纯的审计变为管理机制的审计，要确保项目审计的良好质量，就必须建设内部控制制度，如绩效考核、相互监督制度等，要更加注重项目建设成本责任制的贯彻和落实情况，通过行之有效的约束机制严格杜绝弄虚作假和缺乏责任心的现象发生。

2.5 认真落实绩效考核机制

认真执行、落实公司制定的相关绩效考核制度，及时发现错误、纠正错误，用惩罚的措施对其鞭策；更要对为公司创造效益、挽回损失的行为给予奖励，提高当事人的积极性，以鼓励其用更加饱满的热忱去工作。

工程项目造价及成本的合理控制，直接关系到公司的经济效益，因此，无论是从早期工程设计阶段、投标阶段，还是工程施工阶段，以至后期工程竣工结算审核，每个阶段都很重要。而每个阶段都会牵扯到几个部门，因此加强部门间的沟通、信息交流和相互监督也尤为重要。

3.1 事前阶段

此阶段投标与设计共存，相互交织、影响。

在编制投标文件时，编审人员应收集、筛选、分析各类有价值的数 据、资料，对影响工程造价的各种因素进行鉴别、预测、评价，然后编制投标文件。首先分析评分规则、控制价，尽可能多的满足硬性条件，如资质、业绩等；依据控制价结合造价评分规则确定工程总价，再结合技术要求、施工图纸确定每个分项价格；技术标没有大偏差，分值相差不大，如果有针对性会更好。对于项目中造价比重大的分项单价组成，应进行仔细分析；对招标文件中涉及费用的条款，反复推敲，尽量做到“知己知彼”，尽可能地了解造价预算形成的来龙去脉，以利于日后结算审计工作。

而设计呢？符合设计规范要求的设计是最有效的，也是最经济的设计。设计人员要充分利用前期已完成的、有类似项目的设计案例，将各类工程的经济数据指标，与新项目的设计方案工程进行对比，找出最优的合理化方案。一般情况下，设计人员往往偏重于设计本身的质量与功能，而忽略设计对工程造价的影响，甚至有些设计的安全系数大大超过设计规范的要求，由此造成成本偏高、浪费。对此应采取施工图评审（经营合约部门也参与）的方式，择优选择更好的设计方案。

一旦预算造价形成后，在整个施工过程中每降低多少个百分点，就奖励设计人员或好建议的提议人适当比例的设计费。以经济杠杆的作用方式，调动设计人员（包括项目人员）的积极性，尽量多计算、多画图，充分运用自己的知识和经验，为降低工程造价成本提供可能。

设计阶段要求设计人员提供工程量及材料用量，并以此为评价，当然考虑偏差，对设计用量明显偏大者等等情况，均要做考核。

3.2 事中阶段

项目施工阶段是履行合同，申请月度工程进度款的阶段。此阶段会发生影响造价的设计变更与隐蔽签证等，所以也是获取审计效果关键的过程。目前公司部分工程报价形式采取“低价中标，签证盈利”的方式承揽工程，审计人员（由于达不到全过程跟踪审计，多数情况下是项目人员办理）在处理签证，应当做到认真及时。如果签证得不到及时解决，积累的结果往往会影响工程进度，况且签证越拖后越不易签下来，甚至多最后甲方等单位无人问津，给公司带来不利的影晌。

在施工中如果有设计变更，例如做法上的调整，而劳务分包队伍可能借机造势，为此在签订施工合同中应明确，或单价定死，不因做法的调整而浮动；或者重新报价，我公司有权利重新选择施工队伍。有时综合分析、考察后，即便劳务总单价不变，但牵扯到支付月进度款，影响到公司的现金流，因此也应及时调整承包分阶段工序价格。

3.3 事后阶段

工程决算阶段是工程造价最终把关的阶段，也是公司再次找到赢利点的过程。该项工作，主要是由审计人员和设计人员一起研究，以施工合同、相关定额、竣工资料等为依据，对

工程竣工结算进行汇总、核实。申报的工程总价应适当加大，在与业主审计人员的沟通中，要据理力争。工程决算的核准的难点有二：一工程项目隐蔽工程的签证，二已不具备条件据实测量的工程量。这两点是后期审计的关键赢利点，但也是把双刃剑，在与施工队结算时容易被有意或无意的忽略，因此要求项目部、设计部保留好相关的资料文件。

总之，经营合约部作为公司审核的最后一个关口，在20xx年会以更加饱满的精神挑起重担来，在总经理的领导下，会同其他部门为公司争取效益而努力。

年度经营计划ppt篇四

一、建立高效的管理机制，不断提高各部门的管理水平，杜绝管理漏洞：

1、务实，高效。

根据公司硬件设施，人员配备，目标市场，人员素质及结合地区定位，借鉴公司管理模式的优势，结合市场的实际情况，以务实而高效率为工作原则。

2、简结、节约。

简化管理，节约人员开支，挖掘人才潜力，宁精勿繁，精兵简政，综合高效，政令通畅的标准为原则。

3、廉洁、创新。

财物主线由投资者全权控制，加大反腐力度，杜绝财务漏洞，管理架构精简有效，层级管理模式，发挥管理效应，不断完善管理体系。

4、奖罚分明，分工明确。

建立员工工作的监督系统，有效奖罚员工，明确员工职责，落实员工的工作责任带动他们的工作积极性。

二、公关管理、业务管理。

- (1)、建立工作人员日常工作表：
- (2)、实施现场服务监控指导，跟踪、落实。
- (3)、实行分区时段工作责任制。
- (4)、应酬与实际相结合制定相关条例，去认真贯彻落实。
- (5)、实行业务考核评估与制度。

加强客房的推销观念和订房力度，建立客户档案，制定市场营销策略，并实行业务全员制，业绩与工资+提成挂钩，保证开房率。

三、管理计划：

服务是酒店的生命线，所以提高楼面服务管理比较至关重要。

1、树立自身良好的管理形象和高度的工作责任感。酒店“软件”服务是人与人之间沟通管理，要员工服从并认真工作，就必须提高自身职业与非职业的影响力，有领导风格与艺术，用人以人为本，在工作中不断挖掘，培育人才，将人才放到适合他发挥的工作岗位上去。

2、制定好员工的业绩评估与激励机制，加强员工的企业团队精神与公司意识，建立公司有发展自己才有发展的观念。

3、职责分明，分工明确，要求层级管理，严格落实公司的各项工作要求，逐级督导好员工的服务工作，不断引导员工的推销艺术与技巧，提高员工为公司的推销意识。

4、跟踪好整体员工的服务工作，处理好客人的投诉，迅速将好的建议反馈给公司，并根据客人的消费心理与消费习惯不断创新出人性化服务，提高员工超前的服务意识，让客人感到我们真正的全心全意为他服务。

5、定期制定服务的培训计划，不断提高员工自身的综合素质。

6、制定成本目标管理制度，监控好物料损耗，控制好成本。

7、制定部门设备设施的维护保养制度，尽力延长设备设施的使用寿命。

8、在工作中不断去发现杜绝一切损害公司利益的管理漏洞，不断完善管理机制。

9、加强与各部门的沟通，协调处理好人与人之间，部门与部门之间的工作合作关系。

10、廉洁自律，严格查处向客人索取小费的现象，为客人创造良好的消费环境。

1、针对酒店自身的特色，不断的创新，并及时全方位的进行立体式广告宣传，宣传范围逐步扩大。

2、与各旅行社挂钩，将配套优惠的优势转到各地。

3、提倡周边企业会员制，稳定周边的客源市场。

4、借助各供应商的营销意识，拉赞助策划大型活动，大力促销。

5、针对客人的特殊的爱好或日子，各部门配合提供超前的服务。

6、建立顾额网络档案，进行分类规化，并保持长期良好的沟

涌。

7、公司针对节假日，策划大型的营销推行活动。

五、严格控制成本，物料损耗加强设备设施的维护保修管理。

1、在“物尽所用，人尽其责”的原则上，制定部门的成本预算。

2、严格控制员工利用公司的物品为自己创造利益，建立有效的制度监控。

3、将物料分类管理，按最低的损耗要求列入各部门的目标管理内建立有效的奖罚机制。

4、制定水电使用具体时间表，并经常召开成本控制会议。

5、建立设备设施维护保养定期与不定期的检查，培训员工对设备设施的保护的常识，并及时处理一些问题。

年度经营计划ppt篇五

灵活策略赢市场，扩大规模增实力，加强管理保利润。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各部门、各商场专卖店和各部门管理的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须始终不渝地围绕经营方针展开、贯彻和执行。

（一）核心经营目标

xx年，公司的核心经营目标是：

1.1亿，年度税后利润2200万元，增长率33.8%，税后利润

率12%，资产回年率8%，保底利润1650万元。

在核心经营目标中，利润是能够反映公司经营质量的唯一指标，也是评价和考核经营团队的“核心之核”。

（二）销售目标细分

销售目标细分表（计算单位：万元/人民币）

上述销售目标的分解，按《□xx年度销售目标分解表》执行（附件）。

（一）市场策略

1. 全公司必须以市场为导向，以营销为龙头开展经营和管理活动。公司制订相关政策，鼓励公司管理人员参与营销工作。
2. 国内和国外销售部必须整合各项资源，在xx年上半年，采取一切措施，集中精力做好海外客户和国内经销商的开发、签约工作。
3. 海外市场的主攻方向是美国和欧盟、日本则是主要的家具进口国以及北美洲和俄罗斯市场进口量占世界总量的57%，并以“发展中东客户，继续开拓大洋洲及欧洲市场”为目标市场策略。
4. 国内市场应以“强势推进、快速占领”的策略，集中力量发展渠道经销商（计划30家，力争50家），应以“稳步发展、适度调整”的策略发展直营市场。

（二）产品策略

市场策略需要产品策略和价格策略的强力支撑和支持。

1. 国际销售应调整主打产品，从专业鸿基座椅产品向现代产品过渡，以做现代礼堂、影院及公共场所座椅为主。

2. 国内市场的产品策略按产品系列推进：

1) 针对现代礼堂、影院及公共场所座椅产品，应“加强开发、推陈出新、完善细节”，为满足二、三级市场，适度扩充hj排椅系列。

2) 针对课桌椅、等候椅产品，推行“整合资源、全新导入、量力扩展、同步推进”的策略，以行业中等价位推广产品。

3. 生产部应根据上述策略和业务实际需求，制订产品的开发、采购和品质保证的相应计划，采取必要的行政措施，确保产品开发结构和生产结构的调整到位。

（三）品牌与招商策略

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

1. 国际销售部应以“鸿基座椅”为主打品牌，以展会、网络等通路为手段，以海外采购商和经销商为目标大力开展招商活动。

2. 国内销售部应在中国区市场主推“鸿基座椅”品牌，采用以商招商、广告招商、专员招商、展会招商等手段，面向家具业、影院业、体育场馆、会堂、礼堂和意向投资者五类潜在客户展开强力招商活动。

（一）生产资源保障

1. 公司新增投资100万元，增加生产设备，扩大生产场地或（参股、收购、外发），确保产品生产年度销售实现营业额1.1亿，冲刺目标1.21亿元和各项营销策略的实现。

2. 生产部作为二线部门，理应成为国际销售部和国内销售部的坚强后盾，必须始终围绕客户要求而非生产要求运转，必须按照一线部门的产品策略规划和实际定单需求，组织设计开发、物料采购、产品生产和品质控制等各项生产管理活动。

3. 按时交付合格产品，始终是生产管理的不容置疑的核心任务。生产部应订立适宜的品质目标，采取适宜的控制措施，以适宜的品质成本，为经营一线准时提供合格产品。

4. 生产成本特别是材料成本的控制，将是考验生产部各级主管的关键所在，必须列入各部门主管的首要议事日程，必须以非常手段克服和消化各类涨价因素，以降低材料采购成本为突破口，以提升生产速度、提升单位时间产量、采用计件计酬方式为基本点，带动人工成本、能耗成本等在内的各项产品成本的降低，使主营业务的座椅材料成本控制在45%以内。

（二）人力资源保障

1. 加快人才引进：以《□xx年人力配置标准计划》为基础，加快新增人员中的关键职位的引进和流失人力的补充，确保一、二线用人需求；建立人员淘汰和人才储备机制和计划，在xx年5月31日前将应淘汰人员全部淘汰完毕，将储备人才全部引进到位。

2. 加强教育训练：建立培训体系，以素质培训为核心，对公司员工和加盟商进行系统的培训，提升员工和合作伙伴的职业和经营素质。

3. 建立合理的分配体系：建立起对外具有竞争性、对内具有公平性、对员工具有激励性的、包括员工薪资、福利、红利在内的分配体系；并在施行中不断地加以检讨和完善。

4. 建立合理的绩效管理体系：按照“有计划、分步骤、可量化、可持续”的原则，由常务副总经理牵头，以目标管理为

基础，建立起工作绩效管理体系，按照分级管理、分层考核的原则□xx年2月1日起，总经理对公司经营团队实施考核；至迟于xx年4月1日起，各部门对中层干部（部门）和基层干部（作业组）施行考核；绩效管理必须与分配体系联动推行，以确保目标管理切实落实。

（三）综合管理保障

市场竞争特别是出口贸易竞争的加剧，必然在技术壁垒上体现，客户必将更加关注体系认证等技术性措施；公司将xx年定义成为未来3—5年的经营发展奠定基础的“管理基础年”，高效顺畅的管理是公司核心竞争力的一个核心。

1. 由常务副总经理主导，集合内外资源，自xx年3月1日起，公司推展“建构管理体系，增强公司体质”活动，用6个月时间，建立起包括营销管理、生产管理、技术管理、品质管理、经济管理等在内的顺畅的、高效的管理体系。管理体系的建构，必须以“理顺脉络、提升效率”为目标，注重先进性与实战性、阶段性与前瞻性的有机结合，为必要时的体系认证打好基础。

2. 按照分权管理的原则，由经营团队成员负责，大力推进管理团队建设、骨干队伍建设、经营目标落实检讨等工作。

（四）财务资源保障

1. 逐步下放费用审批：在20xx年已经下放部分权限的基础上，财务部按“编制责任人”的思路，将各类费用的初审权下放给各业务部门副总（经理），以便形成权责对等机制；财务部在费用流向的合理性等方面加强监测。

2. 主导成本降低活动：在设定成本降低目标的基础上，财务人员必须更多地“走出去”，直接参与市场调研，或组织各类专项活动，协助、指导相关部门降低成本。

3. 整合多个专卖店资源：由财务部主导，对乐从专卖店、博览专卖店、郑州专卖店、苏州专卖店等资源的工商、银行、税务、海关资源进行整合，为一线部门提供便捷的财务交流和结算通道。

4. 健全财务监测体系：财务部必须积极参与“建构管理体系，增强管理体质”活动，理顺、健全财务监测体系，重点关注物流活动背后的财务信息流。

（五）组织管理保障

1. 由董事长（总经理）负责，与经营团队签定《目标经营责任书》，明确各责任部门的目标、责任和相应的权利。

2. 由各责任部门副总（经理）负责□xx年2月15日前，对各项目目标进行层层分解，并与各级主管签定《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。

各级主管的《目标管理责任书》统一汇集于人力资源部，实施归口管理。

3. 由财务经理负责□xx年2月15日前，出台《财务预算和成本责任控制办法》，明确各类责任人的成本控制项目、目标、责任和奖惩事项，并每月组织检讨和通报等工作。

4. 由常务副总经理负责□xx年2月15日前，以董事长（总经理）为授权方，与各责任部门副总（经理）签定《安全生产责任书》，明确年度安全生产特别是工伤预防的目标和责任等，确保年度重大事故控制为零。

5. 由营销副总经理负责，组织每月/季“经营目标达成检讨会”，总结成果，检讨差距，研拟对策，跟进结果。

公司高层清醒地认识到□xx年的经营目标，是在全面权衡和全

面分析的基础上制定的，是一个充满机遇和机会的计划，也是一个具有挑战和风险的计划；要将这一理想变为现实，需要全体员工的共同努力。

（一）更新观念，创新管理

公司认为，要达成xx年的经营目标，首先要更新观念，各级主管和全体员工必须彻底摈弃“因循守旧、得过且过、小步前进、作坊经营”的思想观念，以宏观的立场，树立“产业洗牌、不进则退”的危机意识和“发展公司，分享成果”的捆绑意识，在生产管理的流水作业、产品开发的结构系列、采购管理的成本降低、订单评审的菜单管理、后勤保障的服务品质、财务监测的深入一线等等各方面，创新经营思维、创新管理模式，为公司经营从作坊工厂向现代企业的彻底转型奠定良好的基础。

（二）切实负责，重在行动

行动，是一切计划得以实现的首要；执行，是一切目标得以达成的关键。没有行动和执行，一切都是空谈。

公司要求，各级干部和全体员工以“负责任”的态度做好各项工作，特别是经营团队和中层干部，必须以“责任”主管的立场开展各项工作，不得仍有“功在我责在他”的遇事推委的恶习和恶行。

公司强调：干部和员工的价值在于行动和执行，公司将以行动力和执行力考察所有干部，对于那些纸上谈兵、不尚作为的干部和员工，将列入员工淘汰计划的首选，首先予以淘汰。

（三）业绩优先，奖惩落实

追求利润最大化，永远是企业经营的灵魂；任何企业的首要社会责任，都是赢得市场，扩大经营，收获利润。

利润是xx年公司经营指标的“核心之核”，销售是实现利润的载体性指标。在这一思想指导下，“业绩定酬，指标量化，逐级捆绑，分层考核”是公司的基本政策取向，也就是，经营团队以利润为核心指标与公司实施紧密捆绑，中/基层干部和员工以工作业绩指标与上级主管实施紧密捆绑，采用自上而下逐级考核的办法，充分调动全体员工的工作积极性。同时，对于不能胜任本职的干部（包括团队成员）和员工，采取主动让贤、组织调整、公司劝退、末位淘汰等措施，增强造血功能，提升管理体质。

总之，公司希望并要求：所有鸿基从业人员，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，投身“打造高效鸿基，实现业绩翻番”的伟大征程中，为公司的跳跃发展作出更大的贡献！