

2023年经营计划工作计划和目标(精选5篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。优秀的计划都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

经营计划工作计划和目标篇一

目前，物业管理公司负责集团在z投资主要项目之一的投资广场的物业管理及配套z公寓的经营，广场在硬件环境上确实是z一流的，已成为z的标志工程及形象代表，而物业管理作为主要的软件环境，也需要高标准、高水平，两相结合使投资广场成为真正的一流物业。

在目前的基础上，兹有相关计划如下：

首先是物业公司的地位，按实际情况的需要以及地产与物业管理

之间的关系，物业管理行业的普遍惯例，物业公司隶属房地产公司，作为房地产公司下属专门从事物业管理的独立机构，这样的结构专业对口，两用其利，上下呼应，在现阶段无论对地产开发还是物业管理都十分有利。

其次应以委托合同或其它法律形式明确投资广场业主方（z公司）与物业公司的聘用委托关系，以及规范第二业主（租户、使用人）与物业公司的间接委托关系。

物业公司内部的架构，目前严重失调，应在精简、实用原则下，建立现代企业所必须具备的机构。按目前的情况，急需建立的职能机构如综合管理部（行政、人事、质量管理），

营销企划部（企业ci与企业文化策划、宣传、营销），再完善和规范财务计划部（负责会计核算、出纳、仓管、成本控制管理），另外将投资广场物业管理与z公寓的经营管理按职能各自成立一个管理处□z公寓是作为物业公司向业主方承租经营的物业，由“z公寓管理处”按商务酒店模式进行管理，而“广场管理处”则为包括公寓在内的所有投资广场的物业提供全面的物业管理方面的服务。“投资广场管理处”与“z公寓管理处”作为物业公司两个独立部门，公司“三部”（财务、综合、营销）作为公共服务部门，负责全公司（包括“两处”）的相关职能管理。公司对“两处”按各自特点进行考核管理：广场管理处以客户满意度和整体发展作业绩考核依据，公寓管理处以营业状况做业绩考核依据。

这样，即形式物业公司与房地产公司的建属关系，与业主方□z公司）的聘任委托关系，与租户的间接聘任委托关系（通过业主方进行）的明确层次；物业公司内部再形成“三部”“两处”的事务管理与事业管理、服务与经营（物业管理与公寓酒店经营）各职能明确的格局，权责、利分明，便于控制和规范。

无论是物业公司的整体运作，还是各部门的管理，都需要有一套统一、系统的模式来规范、协调和实施控制，这是现代企业管理得以成功运作的基本系统要求。

物业管理和公寓酒店管理在当今都是较为成熟的行业，有整套的理论支持，有很多历经成功检验的成熟经验，有无数成功条例可供借鉴。在结合实际的基础上，参照这些成熟的经验来制定各项运作管理规范。建立一套系统的模式，这样形式高起点、高标准来创造高水准，可以得到事半功倍的效果。

这也是物业公司急待解决的问题。

在日常的基础管理中，充分彩各种现代管理方法和技术，如

普通应用于服务行业的计划目标管理、全面质量管理TQC体系管理和协调、激励管理等。

根据iso9001质量保证与管理国际标准中有关服务行业的要求，将各项管理工作的每一项细节形式标准化文件，在物业管理标准化之路，这也是行业发展的趋势。

经营计划工作计划和目标篇二

年度经营计划工作是一项超前的专项工作，应实现下列预期目标：

1《XX公司年度经营发展计划》》

2《XX公司年度财务预算计划》》

3、《经营团队目标管理责任书》》

1、《产品运营年度行动计划和绩效管理办法》》

2、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法》》

3、《产品研发年度行动计划和绩效管理办法》》

4、《采购管理年度行动计划和绩效管理办法》》

5、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法》》

6、《人力资源管理年度行动计划和绩效管理办法》》

7、《年度人力标准配置计划》》

8、《年度人工成本总量计划》》

9、《员工薪酬管理基本规则()》

二、组织管理

年度经营计划是一项跨部门、跨领域的策划工作，需要集体智慧，也需要民主和集中过程。为达成预期目标，整个工作计划的实施，由总裁办统一组织，财务中心和各部门按照分工落实。

组 长：

副组长：

成 员：

三、工作内容、步骤与时间表

1、销售预测：运营/销售中心根据第四季度合同和订单情况，预测x年和x年全年的产品销售量、销售收入，提出《x-x市场销售预测和目标计划》草案(x10月20日前)

2、财务预测：财务中心根据运营和销售部门的预测，测算全年公司销售收入、成本和利润，并预先列出各项成本的基础数据，提出《x年度关键财务指标预测报告》(x10月25日前完成)

3、销售计划：运营和销售中心确定20xx年度销售目标、达成目标的关键措施和所需的财务费用、人力编制和人工成本等资源需求，提出《产品运营年度行动计划和绩效管理办法()》草案、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法()》草案(不含绩效管理部分)(x11月1日前完成)

4、研发计划：研发中心根据销售需求和市场情报，确定研发产品线、关键措施、所需的财务费用、人力配置和人工成本

等资源需求，提出《产品研发年度行动计划和绩效管理方案()》草案(不含绩效管理部分)□(x11月5日前完成)

5、供应计划：根据销售计划和研发计划，采购和制造部门研究确定实现销售目标的关键目标、关键措施和所需财务费用、人力编制和人工成本的资源需求，提出《采购管理年度行动计划和绩效管理办法()》草案、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法()》草案(不含绩效管理部分)□(x11月10日前完成)

6、资源计划：人力资源部根据各部门的人力编制和人工成本需求，汇总、确定年度经营目标的标准人力配置、人工成本控制总量，提出《年度人力标准配置计划()》草案、《年度人工成本总量计划()》草案□(x11月14日前完成)

7、财务预算：财务中心在上述各项计划和财务费用需求的基础上，进行财务需求的预先审查，编制达成经营目标的三套财务预算方案(盈亏平衡、责任目标值和争取目标值)，提出□xx公司年度财务预算计划()》草案□(x11月21日前完成)

8、总体方案：总裁办根据战略方针和各专项行动计划，汇总编制并提交□xx公司年度经营计划书》草案、《经营团队目标管理责任书》草案□(x11月25日前完成)

9、团队初审：总裁办组织经营团队首次会审会议，主要审查专项行动计划和公司财务预算的一致性、可行性，同时审查□xx公司年度经营计划书》草案、《经营团队目标管理责任书》草案的整体性和可行性□(x11月28日前完成)

10、方案完善：各部门根据经营团队初审意见，按照分工，修改完善各项草案，补充专项行动计划的绩效管理部分，与□xx公司年度经营计划书□□□xx公司年度财务预算计划》和《经营团队目标管理责任书》保持协调。同时，人力资源部

编制综合性的《员工薪酬管理基本规则()》。(经营团队，12月5日前完成)

11、团队审定：总裁办组织经营团队进行终审，主要审查总体方案、配套方案之间的一致性、协调性和各项方案的可行性。(经营团队，12月10日前)

12、发布执行：所有方案经过再修订后，至迟于12月20日发布□x年1月1日起执行。(经营团队，总裁办，12月20日前)

13、建立机制：总裁办根据整个年度计划的编制、审查过程，编制并出台《年度经营计划编制与执行管理规范》。(总裁办，12月30日前)

上述内容和步骤，是基本的工作内容和基本的工作步骤，实际执行过程中可以作相应的调整，但是，完成时间只可提前不得延后和逾期。

四、专项行动计划的主要内容

1□x年度工作的简要回顾

2□x年经营环境分析(优势、挑战、机会和威胁)

3□x年行动目标及其细分目标

4□x年关键行动和措施

经营计划工作计划和目标篇三

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。

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收入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、经济管理等在內的顺畅的、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摒弃“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！

经营计划工作计划和目标篇四

- 1、稳抓环卫，提高道路保洁质量，确保开发区环境卫生在全市领先。
- 2、发展绿化，确保完成开发区下达的绿化养护及绿化保洁任务。
- 3、积极拓展其他工程业务，提高经济效益。
- 4、确保安全生产，加强安全意识，尤其是保证车辆行驶安全及道路保洁工人人身安全。
- 5、提高全体干部员工的服务意识和服务理念。

6、维护职工的合法权益，提高职工福利待遇，确保职工队伍的稳定。

7、力争完成全年营业收入520万元，创利税20万元。

8、积极拓展物业管理新业务，拟承接高铁国际商务区一体化物业管理。

1、加强政治学习，统一思想认识，提高全体干部员工为开发区建设和发展服务的意识。将开发区的新形势、新发展、新变化传达给个职工，激发职工的工作热情。

2、加强职工业务技能培训。尤其是物业管理人员，分管理人员、维修人员、秩序维护员（保安）、保洁员等不同部门、不同工种要定期进行物业管理知识、专业技能训练，定期进行消防知识培训；对驾驶员定期进行安全思想教育。

3、继续在各部门推行承包责任制，由部门负责人负责本部门内部的所有事务，部门负责人对公司经理负责。

1) 公司拟正式成立监管科，隶属于公司办公室，向办公室及公司总经理汇报工作。监管科于20xx年初成立试运行以来，对公司的各项工作都有了很大的促进作用，但是监管力度仍然不够大，离公司领导对监管科的期许，还有比较大的差距。公司拟于下半年正式成立监管科，加强对各部门的检查考核，量化考核指标，每天考核两次，不走过场，不搞形式主义，不怕得罪人，如实填写日考核表，月底总结考核情况报办公室，根据考核情况按公司奖惩制度进行奖惩。

2) 对环卫队酝酿进行重大改革。推行承包责任制，环卫队实行队长负责制，队长签定承包责任合同，全面负责环卫工作。同时计划分路段进行承包，由监管科对各路段进行考核定奖惩；垃圾中转站（车队）实行队长负责制，队长签订承包责任合同，职责范围包括垃圾中转站、车队、安全保卫、

渣土办；与驾驶员签订责任状，明确驾驶员的责、权、利，进一步明确发生安全事故后公司和驾驶员各自所承担的责任；对原垃圾站进行改造，新上压缩机组一台；强化服务功能，提高服务水平，加大对企事业单位的服务力度，拟增加封闭式保洁车、吸粪车及洒水车各一辆；拟接管经七路垃圾中转站。

2) 办公室加强内部管理，对公司各部门劳动纪律及业绩的监督检查；负责仓库、汽车等事项的综合管理；组织经理办公会及班组长会议，每月进行工作总结并制定下月工作计划；安排监管科每天考核各部门工作；进一步加强物资采购、仓库管理、用油管理，材料进出必须有领导签字；油票由办公室统一开具经总经理签字后方可加油，并由办公室安排专人随同；汽车维修及购买配件由专人负责，办公室统一安排。

3) 绿化队实行承包责任制，分管经理签订承包责任合同，负责绿化队内部所有事务。在确保完成开发区下达的绿化带养护及保洁任务的同時，积极拓展其他绿化工程业务。

4、开源节流，节约各项经费开支，加强财务审计力度，尤其是工程审计，提高公司的经济效益。

5、加大物业管理房租、水电费收费力度，确保费用及时回收。

6、改革公司工资分配体制。进一步提高临聘人员工资待遇以及改革驾驶员工资制度，宗旨是使多劳者多得、少劳者少得、不劳者不得，尽可能使工资分配趋于合理化。

7、加强安全生产管理，进行安全知识培训，包括保安职责教育、消防知识培训、车辆行驶安全教育等，特别是行车安全管理，通过每周进行一次安全思想教育，强化驾驶员的安全意识。确保20xx年全年无安全责任事故。

8、严格执行奖惩制度，细化奖惩条例。做到奖优罚劣，使人

人有压力，人人有动力。

20xx年下半年，我们将以振兴徐州老工业基地为契机，参与推进开发区二次创业，以秦及各级领导的关心支持为动力，齐心协力，共谋发展，争取超额完成全年经济目标任务。

经营计划工作计划和目标篇五

1. 逐步下放费用审批：在20xx年已经下放部分权限的基础上，财务中心按“责任中心”和“成本中心”的思路，将各类费用的初审权下放给各业务中心总监(厂长)，以便形成权责对等机制；财务中心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. 整合多个公司资源：由财务中心主导，对奥米尼、米尼、新得宝、德国华伦西尔等公司资源的工商、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。

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

2. 由各责任中心总监(厂长)负责□xx年2月12日前，对各项目标进行层层分解，并与各级干部签定《目标管理责任书》，逐级明确目标、责任、奖惩等。各级干部的《目标管理责任书》统一汇集于人力资源中心，实施归口管理。

3. 由财务经理负责□xx年2月12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. 由人力资源总监负责□xx年2月12日前，以董事长(总经理)为授权方，与各责任中心总监(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。

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：所有得宝从业人员，必须以全新的观念、全新的面貌、全新的行动，投身“打造高效得宝，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！