

最新董事长上半年总结报告 上半年董事长助理个人总结(模板5篇)

随着社会一步步向前发展，报告不再是罕见的东西，多数报告都是在事情做完或发生后撰写的。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

董事长上半年总结报告篇一

- 2、董事长的信件及电子邮件的整理工作；
- 3、董事长办公室资料的整理与归档工作；
- 4、公司各类报批文件的回复，跟踪及信息反馈工作；
- 5、公司各大项目相关资料的整理，各类资料文稿及董事长资料文稿的撰写，归档工作；
- 6、集团各类会议中所有的决议事项及工作的落实与跟进，将实际情况及时上报董事长；
- 7、协助董事长协调处理各项工作；
- 8、经理办公会会议纪要的记录与整理；
- 9、负责董事会会议筹备，通知；
- 10、协助董事长进行对外商务活动和商务洽谈

看了董事长助理岗位职责还看

董事长上半年总结报告篇二

董事长助理在求职的过程中，个人的工作经验必然是求职的一大优势，但是在编写个人简历的时候，如果不注意众多的工作经验也可能成为负面影响。

个人信息

性别：男

年龄：44岁民族：汉族

工作经验：以上居住地：浙江台州黄岩区

身高□cm户口：浙江台州台州

自我评价

有较好地专业知识和丰富地实践管理经验,能整体规划民企规范有序经营,精通6s管理和oec管理,熟悉iso9000,pmc管理及pdca循环管理□isots16949□a管理及tqm管理。根据企业特点编制或制订各种规章制度,岗位职责绩效考核计划与流程.有很强的计划、协调组织沟通及执行能力.

求职意向

寻求职位：总经理、常务副总,厂长、董事长助理

希望工作地点：浙江浙江

期望工资：0/月到岗时间：随时到岗

工作目标/发展方向

总经理

常务副总

厂长

董事长上半年总结报告篇三

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

上半年的回顾和复盘

数字总体满意，但不令人兴奋

上半年我们的销售增长**%，利润略有增长，销售和利润都达到了预算。

为什么说总体满意呢？

这个数据是在特别的环境，特别的2022年上半年产生的。很多人说上半年活下来就很好，疫情的影响加上环境的影响，国际的、国内的这个大背景下，整个集团取得这个成绩，我觉得是了不起的，在这里，我们掌声感谢一下。

那么，为什么说不兴奋呢？

第一是，我们整体的盈利能力，我们的毛利率、净利润还有很大增长空间；

第二是，我们企业之间发展得不那么平衡，有的企业很快，有的没那么快；

第三是，我们提出了“**提增计划”，我感觉发生的变化只有少数企业比较明显，多数企业还没有实质性的变化，可能

思想上有一些想法，但是在行动上还比较缓慢，在结果上还没得到体现。

工作成绩显著，令人振奋，令人鼓舞

尽管数据上不那么令人兴奋，但是今年上半年整个集团的工作成绩是显著的，我们聚焦在几件大事，完成得比较好。

第一件大事是****项目。**成功在香港上市，这是在国际的资本市场环境非常恶劣的情况之下，我们成功上市，融资量排在第二位，股价一直稳定攀升，资本市场给予高度的评价，我们把一个不可能的事情做的可能，体现了**的精神。

确实，**这个项目能做成体现了团队上下一心，这种精神，是一件事、一群人、一起拼、一定赢！这种精神，就是没有什么不可能的精神；
这种精神，就是做最坏的打算，做最好的努力！

**项目的成功，也发挥了*种力量的作用。

第五是行动的力量。说实话，才开始压力巨大，包括我在内，这是一种无形的压力。但是后来我们出去跑了，上海、北京跑一圈下来后，一下子就感觉压力小了。

第二件大事是**的变形金刚项目。刚和我谈变形金刚项目的时候，尽管我是支持的，但是内心是不踏实的。涉及到基层门店的组织变革，面广量大，那么多的店长职能要调整，那么多员工的职能要改变。

我做企业有这么多年了，最难做的事情就是关于人的事情，这件事情我觉得**做得非常了不起，不仅是降低了成本，更重要的是什么？更重要的是通过组织变革，更多地增加了服务的意识、增加了经营意识、增加了顾客的意识，提高了效率，让组织更加灵活，就是我们需要的变形金刚组织。

就像搭积木一样，各种形状都能搭出来，组织确实是柔性的、敏捷的，没有以用户为核心的思想，我们是应对不了新的市场、新的变化的。

我相信经过这样的变革，对**的未来发展，不只是这一两年，是有战略意义的！

第三件大事是集团实施了“**提增计划”。刚刚**讲了很多，为什么我们要把它上升到，是政治运动，文化运动？核心并不是简单地提毛利、降成本。

而是通过这个手段，来增强我们经营能力，来转变我们原来简单的卖货、简单的渠道的思路，来去掉零售商、批发商、渠道商的标签，做成一个有价值的顶天立地，上要捅破天，下面轧到地，真正形成全链路、全域的供应链网络，这是企业要转型的方向。毛利率的提升，必须要有强大的供应链，必须要在供应链中有话语权。

除了这几件大事，我们的整个上半年，在创新和转型的变革中，还有一些亮点和突破，这是令人鼓舞的。

第一个亮点是**总部自营的比重增加明显，非常了不起。

第二个亮点是**在自有品牌上有很大的进步。自有品牌是我们的方向，不仅仅是**，整个五星控股，未来的十年，如果没有几个产品品牌的话，这就是我们的悲哀，就说明我们没有远见，就说明我们不会做生意，就说明我们没有发现这个趋势。

我说过，**这两个产销一体化的企业市值，他们如果还是简单地卖货、简单地做环节、简单地做渠道、简单地做终端，可能不可能有那么高的水平。

第三个亮点在好享家、好橙工和橙智云上都有进步。这两个

新业务迅速崛起，方向是找到了，但有几点强调一下。

一是要有好的理念，在低碳的环境下，围绕楼宇的节能和家庭减排；

二是定位，我们的定位是技术驱动的智能楼宇和绿色楼宇，而不是一个设备的销售和产品的销售，是通过技术做到减少碳排放量多少；

三是聚焦，要做出样本出来，做几个楼宇出来，做几个产业园出来，做几个学校，做几个工厂，这是好享家要聚焦的。供应链是我们擅长的，那么就从供应链为入口，在某一个行业中做出标杆，大家朝着这个方向去努力。

第四个亮点是阿格拉等几个成长型企业培育了新的增长曲线。阿格拉把自营业务成立新的公司，在小家电的方向上，从代理走向平台集采再走向工厂定制。

比如星智慧，现在找到了一点感觉，尝试创造品牌，我们需要构建这样的能力，我们要做这样的转型。原来我们简单卖货，现在我们开始转型，要运作品牌、打造品牌、创造品牌，这就是我们的方向。

第五个重要的亮点就是集团的投资。在危机中也好，灾难也好，变化也好，星纳赫团队经受住了考验。

我们调整了赛道布局，现在向科技赛道进军。调整很快，投资就是要快，投资就是考验快速的反应能力。投资不能有边际，当然我们也要有自己的根据地。我们快速布局新能源，我们的布局很果断，而且重仓。

我们以往投的很多都是明星项目，体现了我们这个团队的专业能力。尽管我们团队很多都在外地，但是他们都在研究，未来投资就靠专业的分析、研究、判断能力。短短几年，星纳赫的能力在行业中反响很大，体现了我们用产业做投资的不一样的地方。

数字和成绩的背后，看到了力量、看到了希望

上半年，我们遇到前所未有的挑战和困难，有人当做危机，有人当做灾难，甚至是生死考验。从这个意义上来说，我认为我们的团队经受住了考验——不管是我们应对困难迎难而上的勇气，还是我们顺应市场变化的反应速度，以及我们战胜困难、解决问题的能力，还是我们在成绩面前不骄不躁、居安思危、不断反思、不断创新、始终变革的作风。

这对于五星控股来说，这就是一种氛围、习惯、文化和力量。我们在这么大的困难面前都取得了这么好的成绩，虽然未来要面临的困难仍然多，但以我们团队的能力、勇气、毅力、斗志、激情和能力，我相信我们有能力应对。

讲到这儿，上半年所取得的这些成就，我想再次用掌声表示祝贺，感谢大家！

以上部分是总结，上半年我觉得还要有反思，深刻的反思。

第一，我们的用户。我们在用户上花的时间、做的工作、链接程度、用户对我们的信任、我们给用户带来的价值等方面都值得反思。不论是**、**还是好享家，我希望不要忘记最根本的东西：

第二，我们的合作伙伴。这个年代做企业和以前不一样，以往的企业更多依靠内部生产要素，而现在企业更多靠外部资源来发展自身。我们要反思的是我们的开放程度、思想、人脉关系、社会资源、行业资源、生态布局究竟怎样。丛林法则非常简单，就是大树的身边要有灌木、小草、小树，没有其他植物的话大树也长不起来，因为没有生态。

第三，扬长避短不够。我们有很多优势，我们有很多不足，在供应链上的布局我们还是要加快、加快、再加快。我们要学习京东，京东在供应链上做得比较早，现在做到了原材料

都是自我供给、打通、控制了全链路，从别人的表现上，我们有很多要反思的角度。

下一阶段的发展方向和目标

一年只有两次大会，借今天会议的机会，我想谈谈未来的方向和目标——高质量、高价值、高成长、可持续，三高一持续，这就是方向，这也是战略目标。

何为高质量？

高质量是，放弃简单的规模增长的思维。过去十几年以来我们要增长、要规模，但是进入新的发展阶段，我们不要简单增长，而是要有质量的增长。

高质量意味着我们要防范风险，尤其是现在充满不确定的环境下，要求我们效益优先和利益优先。高质量的体现就是要有毛利率的增长、利润的增长，衡量的标准就是利润，能不能赚钱。除了毛利和利润外，还要有两个标准，一个是正向现金流，一个是净资产回报率[roe]

何为高价值？

高价值，站在商业逻辑的角度就是，企业能不能给顾客创造价值，能不能给行业带来贡献，有没有社会意义。而衡量一个企业高价值的标准，就是资本市场是不是给你高估值，没有高估值就是对你不认可。

就好比，好橙工要朝着社会意义上发展，节能减排、双碳，这就是意义，这就是高价值。如果还是简单的设备供应链，这个就不精彩了，你要知道这是你的方向，这是你的定位！

何为高成长？

高成长是我们的进化能力能不能赶上时代的步伐，我们的团队、个人能不能适应进化的速度？现在一些大企业也倒下了，大象倒下之后还有余温，复盘反思以后发现原因是，企业家、创始团队进化的速度不够快，思想没有与时俱进，人到了半山腰，思想还在山脚下，企业尽管已经发展到一定程度了但思想还很落后。

什么是可持续？

可持续是我们任何一个企业要有核心竞争能力。是体现在商品的差异化呢？还是独特的优势呢？我们必须有自己的系统和体系。我现在担心的就是我们跑得很快，但是没有可持续、没有完整的体系、没有基础设施、没有自己的数字化，这是不可持续的。

第一，是我们所处的环境决定的，我们面临的经营环境比以往任何时候都要复杂。现在的环境，无论是地缘政治也好，政策调控也好，疫情变化也好，都带来了许多不确定因素，我们经营环境比以往任何时候都要非常复杂，所以经营环境的改变，我们的经营方式也要随之变化。从这个意义上讲，这时候我们更加要强调质量优先，效益优先的发展战略。

第二，是我们所处的时代决定的，我们完全进入了数字经济时代。发明蒸汽火车的把驾马车的人的生意抢走了，我们再也回不到马车时代，现在也一样，我们再也回不到以前的时代了。

如果说，互联网是高速公路，大数据、云计算，就像高速公路上车和材料，再加上人工智能，就相当于各种生产设备，此外还有区块链技术、互联网和数字经济。所以在如今的环境中，如果我们还像以前那样做事，那是会很危险的，所以我们提出要高质量、高价值，这是时代决定的。

第三，是我们企业发展阶段决定的，我们进入了新的发展阶

段。我们二次创业*2年了，我们的创业和融资赶上了好的市场环境。现在的一级市场融资难，二级市场不听故事，只看数字，有利润、有增长的才是好企业。

在这个情况之下，我们的思路、思维方式发生了大的变化，我们就是要朝着高质量的方向去发展，就是要创造利润、创造价值。

怎么去实现高增长、高质量？今天没有时间详谈，这也不是我能讲得清楚的。我希望我们每个企业、每个团队回去自己思考，究竟怎么实现，这是未来几年都要做的事。

但是，在这里我举例子来说。比如说高质量需要考核财务指标，如果我们目标是要降低负债率，防范风险，就要把正向现金流作为核心指标，要把现金流放在很重要的位置。对于上市公司来说，净资产回报率很重要，投的钱创造了多少价值？这可能是我们要去关注的高质量。

我觉得我们要采取的具体的行动是什么呢？我也有两点。

第一个行动，要像防疫一样，对亏损的业务单元施行动态清零。除了创新的业务部门，只要是亏损的，所有的企业、所有的部门包括所有的门店全部实施动态清零，尽管可能不一定全部实现，但是这个方法很有效。

态度不好、重视不够的先给予警告，控制不力而出现问题的，对不起！不换思想就换人，干不好，松位置、摘帽子，这个方法很灵。所以我们高质量发展，首先从动态清零亏损企业、部门、单元开始做起。

为什么我要讲颗粒度，就是要看多少门店是有亏损的，这是可以核算的，亏损的我们先动人，看看改不改，绝对有效！

什么叫好的运营？

运营就是每一个单元都挣钱，打胜仗是最好的，打胜仗是往前看，不要看眼前的困难，大家都跑起来！

第二个行动，要像脱贫攻坚一样，对低毛利、低效益的企业和个人进行“精准扶贫”。中国为什么没有贫困地区了？集团一定要把**进行到底，各位要统一认识，统一思想。我在业务对话中也学到很多东西。

抓企业就是抓人，就是抓两头带中间。我们将坚持每个季度奖励好的经营单体，也对毛利不达标的、下降的，组织促进班，还是在思想上做文章，是思维方式，思维习惯、工作方式要改变。

所以，如何去做到高质量高价值，就是靠我们所有企业，我们今天提出的是个战略性的方向，或者说是战略性的目标，或者是下一阶段的目标。

下半年工作的建议和要求

对下半年工作，有*点建议。

坚持正确的发展方向，巩固产业根据地

越是困难，越是艰难，我们越是不能动摇，越是不能忘使命、忘初心。**使命是让农民生活得更美好，**是让每个童年更美好，好享家是让每个家庭更舒适、健康。

我们要做正确的事，农村市场很难得再有这样的机会，我们已经有了基础；

母婴市场，无论产业界还是投资界都想去做，尽管新生儿出生率下降，但是婴幼儿群体，妈妈群体是最具生命力的；

智能楼宇智能家居方向没有错，要去坚守。我们已经在某些领域形成头部效应，都经过了**年的深耕，就要坚持正确的发展方向。

在数字时代，我们在消费互联网的机会没有了，在产业互联网还有细分领域的机会。既然我们有基础，就要巩固好，既然是龙头，就要发挥龙头作用，保持领先，整合行业资源。

不断优化商业模式，回到生意的本质

尽管我们的商业模式已经在不断迭代，但是环境的变化、顾客的变化等等都要促使我们去思考优化商业模式，让我们的模式更加简单，更加高效，更加受用户喜欢。芒格说过投资就是投生意，生意就是要简单、就是要赚钱。

所以我们优化所有的商业模式，不是把故事讲得更精彩，不是把愿景描绘得更精彩，而是回到生意的本质，能不能赚钱。优化模式的本质，无论是对顾客还是对上游合作伙伴，无论是降本还是增效，就是看能不能赚到更多的钱，我们做生意不要看得太高大上，就是做生意人。

持续组织变革，激发员工潜能

组织的核心是人，未来的组织就是平台加合伙人，人即企业，有了基础设施，一个人就是一个企业。未来的组织更加小微化、更加柔性化、更加虚拟化，**本地生活就是网格化经营、社区化经营。

我们企业现在的组织变革都很好，但是还不能停止。组织变革对激发人的潜能非常有价值，在数字时代，每个人的潜能是无限的，比如我在业务对话过程中发现大家的能力都很厉害。组织变革就是要给这些有能力的人创造机会、创造平台。

坚持长期主义，提前做好未来规划

我们不是简单做一个生意、赚一笔钱，从企业创办起就有使命和愿景，“让更多有志者成就事业梦想”，所以要有长期主义，要提前做好规划。

第一，提前布局新领域。有哪些新的领域，我们是投资还是参与。比如看到新能源的发展，我感受就类似当初空调发展，起初不如风扇，但是之后几倍增长，如果当时我们从五交化到五星电器不做空调，可能就完了。

新能源现在也是几倍增长，背后还有很多零部件产业链。我们怎么参与到未来十年大的赛道，只有大的赛道才能跟上时代的变化。

第二，要提前布局第二条、第三条增长曲线，吃一块、夹一块、看一块，没有就要规划。

第三，提前布局平台经济。我们所有企业经过十多年深耕，要发展平台经济。平台即生态，就是要有一大帮小兄弟、生态伙伴，丛林法则就是大树旁边有灌木，灌木下面有植被。

今天，我们在座的都是骨干。什么是核心骨干？就是在没有鼓励、没有支持、没有包容，只有压力的情况下取得一个个成功。

所谓成功就结果导向，用结果说话。单纯靠鼓励、靠别人成长起来的骨干，充其量是电灯泡，要靠别人才能发电。骨干就是发动机，你要给别人力量，能影响别人。在座的各位不要等领导表扬，真正的骨干靠的是自我驱动，靠的是自我发电，影响别人。

最后，给我们的核心骨干提*个要求。

第三是自控力。因为环境、氛围非常复杂，我们要有价值底线。我们每一个五星的核心骨干，都要坚守价值底线。五星控股企业走到今天，诚信务实，靠踏踏实实做人做事。

自控力还体现在不断地进化，进化我们的思想、观念、思维方式、工作方式，与人相处的方式等等。只有这样，企业发

展的同时，组织才能升级，个人才能进步。

希望今天参会的，还有没参会骨干，一起共勉自适力、自驱力、自控力这*个力。

;

董事长上半年总结报告篇四

下面是小编为大家整理的,供大家参考。

上半年的回顾和复盘

数字总体满意，但不令人兴奋

上半年我们的销售增长**%，利润略有增长，销售和利润都达到了预算。

为什么说总体满意呢？

这个数据是在特别的环境，特别的2022年上半年产生的。很多人说上半年活下来就很好，疫情的影响加上环境的影响，国际的、国内的大背景下，整个集团取得这个成绩，我觉得是了不起的，在这里，我们掌声感谢一下。

那么，为什么说不兴奋呢？

第一是，我们整体的盈利能力，我们的毛利率、净利润还有很大增长空间；

第二是，我们企业之间发展得不那么平衡，有的企业很快，有的没那么快；

第三是，我们提出了“**提增计划”，我感觉发生的变化只有少数企业比较明显，多数企业还没有实质性的变化，可能思想上有一些想法，但是在行动上还比较缓慢，在结果上还没得到体现。

工作成绩显著，令人振奋，令人鼓舞

尽管数据上不那么令人兴奋，但是今年上半年整个集团的工作成绩是显著的，我们聚焦在几件大事，完成得比较好。

第一件大事是****项目。**成功在香港上市，这是在国际的资本市场环境非常恶劣的情况之下，我们成功上市，融资量排在第二位，股价一直稳定攀升，资本市场给予高度的评价，我们把一个不可能的事情做的可能，体现了**的精神。

确实，**这个项目能做成体现了团队上下一心，这种精神，是一件事、一群人、一起拼、一定赢！这种精神，就是没有什么不可能的精神；
这种精神，就是做最坏的打算，做最好的努力！

**项目的成功，也发挥了*种力量的作用。

第五是行动的力量。说实话，才开始压力巨大，包括我在内，这是一种无形的压力。但是后来我们出去跑了，上海、北京跑一圈下来后，一下子就感觉压力小了。

第二件大事是**的变形金刚项目。刚和我谈变形金刚项目的时候，尽管我是支持的，但是内心是不踏实的。涉及到基层门店的组织变革，面广量大，那么多的店长职能要调整，那么多员工的职能要改变。

我做企业有这么多年了，最难做的事情就是关于人的事情，这件事情我觉得**做得非常了不起，不仅是降低了成本，更重要的是什么？更重要的是通过组织变革，更多地增加了服务的意识、增加了经营意识、增加了顾客的意识，提高了效率，让组织更加灵活，就是我们需要的变形金刚组织。

就像搭积木一样，各种形状都能搭出来，组织确实是柔性的、敏捷的，没有以用户为核心的思想，我们是应对不了新的市场、新的变化的。

我相信经过这样的变革，对**的未来发展，不只是这一两年，是有战略意义的！

第三件大事是集团实施了“**提增计划”。刚刚**讲了很多，为什么我们要把它上升到，是政治运动，文化运动？核心并不是简单地提毛利、降成本。

而是通过这个手段，来增强我们经营能力，来转变我们原来简单的卖货、简单的渠道的思路，来去掉零售商、批发商、渠道商的标签，做成一个有价值的顶天立地，上要捅破天，下面轧到地，真正形成全链路、全域的供应链网络，这是企业要转型的方向。毛利率的提升，必须要有强大的供应链，必须要在供应链中有话语权。

除了这几件大事，我们的整个上半年，在创新和转型的变革中，还有一些亮点和突破，这是令人鼓舞的。

第一个亮点是**总部自营的比重增加明显，非常了不起。

第二个亮点是**在自有品牌上有很大的进步。自有品牌是我们的方向，不仅仅是**，整个五星控股，未来的十年，如果没有几个产品品牌的话，这就是我们的悲哀，就说明我们没有远见，就说明我们不会做生意，就说明我们没有发现这个趋势。

我说过，**这两个产销一体化的企业市值，他们如果还是简单地卖货、简单地做环节、简单地做渠道、简单地做终端，可能不可能有那么高的水平。

第三个亮点在好享家、好橙工和橙智云上都有进步。这两个新业务迅速崛起，方向是找到了，但有几点强调一下。

一是要有好的理念，在低碳的环境下，围绕楼宇的节能和家庭减排；

二是定位，我们的定位是技术驱动的智能楼宇和绿色楼宇，而不是一个设备的销售和产品的销售，是通过技术做到减少碳排放量多少；

三是聚焦，要做出样本出来，做几个楼宇出来，做几个产业园出来，做几个学校，做几个工厂，这是好享家要聚焦的。供应链是我们擅长的，那么就从供应链为入口，在某一个行业中做出标杆，大家朝着这个方向去努力。

第四个亮点是阿格拉等几个成长型企业培育了新的增长曲线。阿格拉把自营业务成立新的公司，在小家电的方向上，从代理走向平台集采再走向工厂定制。

比如星智慧，现在找到了一点感觉，尝试创造品牌，我们需要构建这样的能力，我们要做这样的转型。原来我们简单卖货，现在我们开始转型，要运作品牌、打造品牌、创造品牌，这就是我们的方向。

第五个重要的亮点就是集团的投资。在危机中也好，灾难也好，变化也好，星纳赫团队经受住了考验。

我们调整了赛道布局，现在向科技赛道进军。调整很快，投资就是要快，投资就是考验快速的反应能力。投资不能有边际，当然我们也要有自己的根据地。我们快速布局新能源，我们的布局很果断，而且重仓。

我们以往投的很多都是明星项目，体现了我们这个团队的专业能力。尽管我们团队很多都在外地，但是他们都在研究，未来投资就靠专业的分析、研究、判断能力。短短几年，星纳赫的能力在行业中反响很大，体现了我们用产业做投资的不一样的地方。

数字和成绩的背后，看到了力量、看到了希望

上半年，我们遇到前所未有的挑战和困难，有人当做危机，有人当做灾难，甚至是生死考验。从这个意义上来说，我认为我们的团队经受住了考验——不管是我们应对困难迎难而上的勇气，还是我们顺应市场变化的反应速度，以及我们战胜困难、解决问题的能力，还是我们在成绩面前不骄不躁、居安思危、不断反思、不断创新、始终变革的作风。

这对于五星控股来说，这就是一种氛围、习惯、文化和力量。我们在这么大的困难面前都取得了这么好的成绩，虽然未来要面临的困难仍然多，但以我们团队的能力、勇气、毅力、斗志、激情和能力，我相信我们有能力应对。

讲到这儿，上半年所取得的这些成就，我想再次用掌声表示祝贺，感谢大家！

以上部分是总结，上半年我觉得还要有反思，深刻的反思。

第一，我们的用户。我们在用户上花的时间、做的工作、链接程度、用户对我们的信任、我们给用户带来的价值等方面都值得反思。不论是**、**还是好享家，我希望不要忘记最根本的东西：

第二，我们的合作伙伴。这个年代做企业和以前不一样，以往的企业更多依靠内部生产要素，而现在企业更多靠外部资源来发展自身。我们要反思的是我们的开放程度、思想、人脉关系、社会资源、行业资源、生态布局究竟怎样。丛林法

则非常简单，就是大树的身边要有灌木、小草、小树，没有其他植物的话大树也长不起来，因为没有生态。

第三，扬长避短不够。我们有很多优势，我们有很多不足，在供应链上的布局我们还是要加快、加快、再加快。我们要学习京东，京东在供应链上做得比较早，现在做到了原材料都是自我供给、打通、控制了全链路，从别人的表现上，我们有很多要反思的角度。

下一阶段的发展方向和目标

一年只有两次大会，借今天会议的机会，我想谈谈未来的方向和目标——高质量、高价值、高成长、可持续，三高一持续，这就是方向，这也是战略目标。

何为高质量？

高质量是，放弃简单的规模增长的思维。过去十几年以来我们要增长、要规模，但是进入新的发展阶段，我们不要简单增长，而是要有质量的增长。

高质量意味着我们要防范风险，尤其是现在充满不确定的环境下，要求我们效益优先和利益优先。高质量的体现就是要有毛利率的增长、利润的增长，衡量的标准就是利润，能不能赚钱。除了毛利和利润外，还要有两个标准，一个是正向现金流，一个是净资产回报率[roce]

何为高价值？

高价值，站在商业逻辑的角度就是，企业能不能给顾客创造价值，能不能给行业带来贡献，有没有社会意义。而衡量一个企业高价值的标准，就是资本市场是不是给你高估值，没有高估值就是对你不认可。

就好比，好橙工要朝着社会意义上发展，节能减排、双碳，这就是意义，这就是高价值。如果还是简单的设备供应链，这个就不精彩了，你要知道这是你的方向，这是你的定位！

何为高成长？

高成长是我们的进化能力能不能赶上时代的步伐，我们的团队、个人能不能适应进化的速度？现在一些大企业也倒下了，大象倒下之后还有余温，复盘反思以后发现原因是，企业家、创始团队进化的速度不够快，思想没有与时俱进，人到了半山腰，思想还在山脚下，企业尽管已经发展到一定程度了但思想还很落后。

什么是可持续？

可持续是我们任何一个企业要有核心竞争能力。是体现在商品的差异化呢？还是独特的优势呢？我们必须有自己的系统和体系。我现在担心的就是我们跑得很快，但是没有可持续、没有完整的体系、没有基础设施、没有自己的数字化，这是不可持续的。

第一，是我们所处的环境决定的，我们面临的经营环境比以往任何时候都要复杂。现在的环境，无论是地缘政治也好，政策调控也好，疫情变化也好，都带来了许多不确定因素，我们经营环境比以往任何时候都要非常复杂，所以经营环境的改变，我们的经营方式也要随之变化。从这个意义上来讲，这时候我们更加要强调质量优先，效益优先的发展战略。

第二，是我们所处的时代决定的，我们完全进入了数字经济时代。发明蒸汽火车的把驾马车的人的生意抢走了，我们再也回不到马车时代，现在也一样，我们再也回不到以前的时代了。

如果说，互联网是高速公路，大数据、云计算，就像高速公

路上车和材料，再加上人工智能，就相当于各种生产设备，此外还有区块链技术、互联网和数字经济。所以在如今的环境中，如果我们还像以前那样做事，那是会很危险的，所以我们提出要高质量、高价值，这是时代决定的。

第三，是我们企业发展阶段决定的，我们进入了新的发展阶段。我们二次创业*2年了，我们的创业和融资赶上了好的市场环境。现在的一级市场融资难，二级市场不听故事，只看数字，有利润、有增长的才是好企业。

在这个情况之下，我们的思路、思维方式发生了大的变化，我们就是要朝着高质量的方向去发展，就是要创造利润、创造价值。

怎么去实现高增长、高质量？今天没有时间详谈，这也不是我能讲得清楚的。我希望我们每个企业、每个团队回去自己思考，究竟怎么实现，这是未来几年都要做的事。

但是，在这里我举例子来说。比如说高质量需要考核财务指标，如果我们目标是要降低负债率，防范风险，就要把正向现金流作为核心指标，要把现金流放在很重要的位置。对于上市公司来说，净资产回报率很重要，投的钱创造了多少价值？这可能是我们要去关注的高质量。

我觉得我们要采取的具体的行动是什么呢？我也有两点。

第一个行动，要像防疫一样，对亏损的业务单元施行动态清零。除了创新的业务部门，只要是亏损的，所有的企业、所有的部门包括所有的门店全部实施动态清零，尽管可能不一定全部实现，但是这个方法很有效。

态度不好、重视不够的先给予警告，控制不力而出现问题的，对不起！不换思想就换人，干不好，松位置、摘帽子，这个方法很灵。所以我们高质量发展，首先从动态清零亏损企业、

部门、单元开始做起。

为什么我要讲颗粒度，就是要看多少门店是有亏损的，这是可以核算的，亏损的我们先动人，看看改不改，绝对有效！

什么叫好的运营？

运营就是每一个单元都挣钱，打胜仗是最好的，打胜仗是往前看，不要看眼前的困难，大家都跑起来！

第二个行动，要像脱贫攻坚一样，对低毛利、低效益的企业和个人进行“精准扶贫”。中国为什么没有贫困地区了？集团一定要把**进行到底，各位要统一认识，统一思想。我在业务对话中也学到很多东西。

抓企业就是抓人，就是抓两头带中间。我们将坚持每个季度奖励好的经营单体，也对毛利不达标的、下降的，组织促进班，还是在思想上做文章，是思维方式，思维习惯、工作方式要改变。

所以，如何去做到高质量高价值，就是靠我们所有企业，我们今天提出的是个战略性的方向，或者说是战略性的目标，或者是下一阶段的目标。

下半年工作的建议和要求

对下半年工作，有*点建议。

坚持正确的发展方向，巩固产业根据地

越是困难，越是艰难，我们越是不能动摇，越是不能忘使命、忘初心。**使命是让农民生活得更美好，**是让每个童年更美好，好享家是让每个家庭更舒适、健康。

我们要做正确的事，农村市场很难得再有这样的机会，我们

已经有了基础；

母婴市场，无论产业界还是投资界都想去做，尽管新生儿出生率下降，但是婴幼儿群体，妈妈群体是最具生命力的；智能楼宇智能家居方向没有错，要去坚守。我们已经在某些领域形成头部效应，都经过了**年的深耕，就要坚持正确的发展方向。

在数字时代，我们在消费互联网的机会没有了，在产业互联网还有细分领域的机会。既然我们有基础，就要巩固好，既然是龙头，就要发挥龙头作用，保持领先，整合行业资源。

不断优化商业模式，回到生意的本质

尽管我们的商业模式已经在不断迭代，但是环境的变化、顾客的变化等等都要促使我们去思考优化商业模式，让我们的模式更加简单，更加高效，更加受用户喜欢。芒格说过投资就是投生意，生意就是要简单、就是要赚钱。

所以我们优化所有的商业模式，不是把故事讲得更精彩，不是把愿景描绘得更精彩，而是回到生意的本质，能不能赚钱。优化模式的本质，无论是对顾客还是对上游合作伙伴，无论是降本还是增效，就是看能不能赚到更多的钱，我们做生意不要看得太高大上，就是做生意人。

持续组织变革，激发员工潜能

组织的核心是人，未来的组织就是平台加合伙人，人即企业，有了基础设施，一个人就是一个企业。未来的组织更加小微化、更加柔性化、更加虚拟化，**本地生活就是网格化经营、社区化经营。

我们企业现在的组织变革都很好，但是还不能停止。组织变革对激发人的潜能非常有价值，在数字时代，每个人的潜能是无限的，比如我在业务对话过程中发现大家的能力都很厉

害。组织变革就是要给这些有能力的人创造机会、创造平台。

坚持长期主义，提前做好未来规划

我们不是简单做一个生意、赚一笔钱，从企业创办起就有使命和愿景，“让更多有志者成就事业梦想”，所以要有长期主义，要提前做好规划。

第一，提前布局新领域。有哪些新的领域，我们是投资还是参与。比如看到新能源的发展，我感受就类似当初空调发展，起初不如风扇，但是之后几倍增长，如果当时我们从五文化到五星电器不做空调，可能就完了。

新能源现在也是几倍增长，背后还有很多零部件产业链。我们怎么参与到未来十年大的赛道，只有大的赛道才能跟上时代的变化。

第二，要提前布局第二条、第三条增长曲线，吃一块、夹一块、看一块，没有就要规划。

第三，提前布局平台经济。我们所有企业经过十多年深耕，要发展平台经济。平台即生态，就是要有一大帮小兄弟、生态伙伴，丛林法则就是大树旁边有灌木，灌木下面有植被。

今天，我们在座的都是骨干。什么是核心骨干？就是在没有鼓励、没有支持、没有包容，只有压力的情况下取得一个个成功。

所谓成功就结果导向，用结果说话。单纯靠鼓励、靠别人成长起来的骨干，充其量是电灯泡，要靠别人才能发电。骨干就是发动机，你要给别人力量，能影响别人。在座的各位不要等领导表扬，真正的骨干靠的是自我驱动，靠的是自我发电，影响别人。

最后，给我们的核心骨干提*个要求。

第三是自控力。因为环境、氛围非常复杂，我们要有价值底线。我们每一个五星的核心骨干，都要坚守价值底线。五星控股企业走到今天，诚信务实，靠踏踏实实的做人做事。

自控力还体现在不断地进化，进化我们的思想、观念、思维方式、工作方式，与人相处的方式等等。只有这样，企业发展的同时，组织才能升级，个人才能进步。

希望今天参会的，还有没参会骨干，一起共勉自适力、自驱力、自控力这*个力。

;

董事长上半年总结报告篇五

按公司制度及流程，及时收集各个部门的报表，并汇总关键数据给生产副总进行审阅。

2、审批各个部门费用支出、生产计划安排、采购计划、销售计划等。

3、定期组织各个部门会议，会前准备好开会的ppt及其他资料。

4、做好生产副总的日程安排。

5、协助生产副总解决各种突发事件。