

最新经营目标计划书 年度经营目标计划书 (模板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。我们该怎么拟定计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

经营目标计划书篇一

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项的基础上，公司发展战略中心对当前行业的竞争形势和趋势作出基本研判，将20xx年的经营方针确定为：

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；各单位、各部门和各级干部的各项经营、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

20xx年，公司的核心经营目标是：

年度销售收入3800万元，增长率93%，保底销售收入2000万元；年度税后利润580万元，增长率228%，税后利润率15%，资产回报率20%，保底利润300万元。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□xx万元，人民币）

（一）市场策略

要实现销售收入的大幅度增长，扩大市场覆盖面、扩大实质客户群，进而大幅提升订单量，是必然选择。因此，公司将20xx年确定为“市场拓展年”，投入巨大投资开拓市场，发展客户、争取订单。对此，应采取下列措施：

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，鼓励全体员工参与营销工作。
2. 发达商场和刘阁商场必须整合各项资源，在20xx半年，采取一切措施，集中精力做好经销商的开发、签约工作。
3. 公司市场的主攻方向是政府协议供货和投标工程的签约为目标市场策略。
4. 建筑模板市场

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10家，力争12家），应以“稳步发展、适度调整”的策略发展直营市场占领九县一市房地产建筑模板。

（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。

20xx年公司的整体产品策略是“亲民路线”，即：在确保品质的基础上，在设计、选材和价格上，始终围绕客户需求，以客户需求为出发点和归属点，以适销对路为原则，降低单套产品利润，提升总体销量，实现利润总量最大化。为此，应采取下列措施：

1. 办公家具为主打产品，从实木产品向现代产品过渡，以做辅助材料为主（如柜身及门板）。

2. 民用市场的产品策略按产品系列推进：

1) 针对民用产品，应“加强研发、推陈出新、完善细节”，为满足二、三级市场，适度扩充2、2、3系列，必要调整4、5、6系列，少量改进7、8、9系列，增加低价位烤漆系列、中价位实木系列。

2) 针对上民用产品，推行“整合资源、全新导入、量力扩展、同步推进”的策略，以行业低价位推广产品，新上茶几批发产品。

3. 生产中心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。

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

经过近十五年的经营，“好居家”已经成为行业的优势品牌，具有较强的号召力；同样，经过多年的运作，“好居家”也已成为“公司”旗下的优质品牌，在市场上和消费群中具有良好的美誉度。因此□20xx年，公司必须集合品牌资源，区分目标客户群，综合运用平面、电波、网络等通路，集中力量向省外市场。

（一）生产资源保障

1. 公司新增投资400万元，增加生产设备，扩大生产场地，确保产品生产3800万元和各项营销策略的实现。

2. 生产中心作为二线部门，理应成为办公和民用营销中心的坚强后盾，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。生产中心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，将是考验生产中心各级干部的关键所在，必须列入各级干部的首要议事日程，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，使主营业务的材料成本控制在46%以内。

（二）人力资源保障

“服务、支持、指导”是人力资源管理永恒的宗旨，保障一、二线部门的后勤供给，构建体系、理顺管理，指导核心部门改善人力资源管理，是人力资源中心20xx年的三大任务。为此，必须从以下四个方面做好人力资源管理工作：

1. 加快人才引进：以《20xx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20xx年6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，由人力资源总监牵头，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□20xx年1月1日起，总经理对公司经营团队实施考核；至迟于20xx年4月1日起，各中心对中层干部（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20xx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. 由人力资源总监主导，集合内外资源，自20xx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、经济管理等方面的顺畅的、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

20xx年，公司将为一线部门提供优势财务资源，在广告、人力、费用、收益分配等各项投入上向一线倾斜。与此同时，财务中心必须从下列四个方面加大监测和监控力度：

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，对工商、银行、税务、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：财务中心必须积极参与“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□20xx年2月20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□20xx年2月20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□20xx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。

5. 由营销总监负责，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□20xx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20xx年的经营目标，首先要更新观念，各级干部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20xx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“打造高效好居家，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！

经营目标计划书篇二

餐饮业消费潜力大，市场前景广阔。很多人都选择了餐饮业作为出发点。创业，首先要准备好一份好的商业计划书。业务计划在业务流程中起着非常重要的作用。

摘要：

家庭式餐厅会带领潍坊餐厅经营者打造一种时尚，主要是因为消费者喜欢在这种清新、和谐、愉悦的氛围中用餐，在用餐过程中能感受到家的温暖，所以这家餐厅短期内不会被淘汰。

一潍坊现状：

1、酒店餐厅：因其“高门槛”它的公众形象和书本式的管理风格将大多数消费者拒之门外，除了一些大型餐馆，它们都

在惨淡经营。

2、特色餐厅:因其独特的店面设计、餐厅氛围、菜肴新颖、价格合理，成为目前市民消费的主要餐厅。

二具体规划案例

位置选择

1. 几大美食街，花园路，于飞路，新华路等。
2. 各大区的繁华地段，家乐家三联家电科技城等。
3. 所选楼层不得超过三楼(最好是二楼或一楼)
4. 几十辆车必须停在选定的场地或其周围(不包括停车场)
5. 租金不得超过30元/平方米

第二个商店名称

和顺店家乡快乐餐厅等等

三餐厅设计

1. 整个餐厅体现出一种家和繁华的文化氛围，有绿、黄等颜色，让人耳目一新。
2. 客房设备，尤其是卫生间设备(洗手盆、抽水马桶、干手器、卫生纸等。)应为高档。
3. 餐椅、桌子、碗、碟子、勺子、筷子架、食品容器、衣服套装、筷子套装、窗帘、桌布、口布、衣服、迎宾桌、水标签等。必须定制，并有餐厅标志。

4. 包间应该在15间以上(客人越来越喜欢在包间用餐), 墙壁有专门的传菜孔, 房间有内部电话。豪华包间必须配备电视、沙发等设备)。
5. 大厅应能容纳25张标准十人桌(并扣除桌子与员工和顾客的距离)。最好有个舞台。地板铺防滑80 cm砖, 天花板以暖荧光灯为主光源(省电提高亮度)。
6. 卫生间应铺防滑地砖, 面积不得太小。将员工厕所与客人厕所分开。
7. 厨房铺防滑地砖, 转子必须在 10° 左右。它包括冷食室、小吃室、洗碗室、仓库和装载室。厨房不得小于250平方米。
8. 整个餐厅包括:销售接待区(大桌子、沙发)、酒吧(有足够的空间放饮料)、收银台(2)、办公室、杂物间、更衣室、配电室、音响控制室等。
9. 菜谱是专门设计的, 我们店里的名菜都是用彩色照片, 菜谱的每一页都印有“葡萄酒订单”。

四. 投资成本预算(按xx平方米计算)

1. 装修:130万元
2. 厨房设备:30万元
3. 照明设备、空调(不使用中央空调)、卫生间、办公室、收银台:80万
4. 餐具:30万
5. 前期广告费及开幕式:15万元

6. 营运资金:50万

基金准备金总额:350万元(含不可预见费用)

五. 安置职工

1. 厨房:50人

2. 楼层(含物流):70人

总经理:负责整个餐厅的运营

大堂经理:协助总经理, 负责楼层管理

组长:协助领班细化每个分部

服务员:点菜、配菜、推荐菜和招待客人

欢迎:欢迎客人并引导他们到自己的座位

洗碗机:负责将客人点的菜分发到每张桌子上

停车服务员:负责引导客人到店, 并爱护用餐客人的车辆

收银员:负责每天客人餐费的结算

清洁工:负责打扫整个餐厅

买家:负责整个餐厅的采购

财务部:负责处理餐厅的所有账目

六. 员工招聘

1. 提前两个月开始招聘工作

2. 提前一个月开始员工岗前培训
3. 开业前十天开始工作(做清洁)

七. 规章制度

公司的所有规章制度必须提前一个月写好

1. 企业理念
2. 金融体系
3. 员工守则
4. 厨房管理系统
5. 员工奖惩制度
6. 各部门人员职责

经营目标计划书篇三

1. 预定偿还上年度短期借款1000万，使负债比率低于80%。
 2. 促进全体员工同心协力，努力达成自主性的经营方针。
 3. 营业额达到2亿。
1. 全公司总人数以150人左右为标准。
 2. 确立职位分类、薪金体系。
 3. 设定工作说明书。
 4. 每年派一名员工到日本某公司进修。

5. 建立经理级以上员工住宅制度。

1. 设立五个分公司。

2.a产品不良率降至5%以下。

3.b产品进口到岸价每吨控制在元以下。

1. 总资产尽可能控制在5000万元左右。

2. 营业外收入中的租金收入以每月500万元为目标。

3. 加强企划部门的预算控制。

(二) 公司20xx年度各部门经营目标

1. 达到年销售额3亿元、利润率10%的目标。

2. 在上年纯利率10%的前提下，尽可能扩大市场占有率到10%，打垮公司，使本公司在本行业中排名进入前五名。

1. 拟出内部监察计划。

2. 希望各部门的计划制定工作于月日以前结束，以配合经营会议，并于日内召开年度计划发表会。

3. 关于经营计划与实绩，应能以图表形式表示以获得整体的概象，并拟出具体的图表管理方案。

4. 为新的组织拟订职务权限规则。

5. 做好新投资机会的投资报酬率分析。

1. 拟订使产品合格率达到85%的计划。

2. 拟订适当计划，以使不良产品比率降到1%以下。

3. 以1200万元于月份更换机，以便能降低成本10%，把制造成本控制在2亿元以下。

1. 拟出年内例行事项的実施计划表。

2. 拟订综合控制计划，重点放在推销员与管理职员上。

3. 订出计划，使达到附加价值150万元与提高工资20%的目标。

4. 拟订修订薪金与改善薪金体系的具体计划。

5. 提出具体的计划，于月份增加餐厅设备。

6. 与有关人员协商，拟订员工的医疗计划。

3. 达到应收款回收85%的目标，并依顾客别与部门别制作回收的目标图表。

4. 按月拟订销售促进计划。

5. 把销售重点放在a□b□c三个产品上，希望能使其销售额达到总销售额的75%以上。

6. 拟出更换公司货车的计划。

1. 下年度须把重点放在资金运用效率上，希望每月召开经营会议时，能提出月资金设计调度计划实绩对照表。

2. 拟定利益目标3000万元、销售目标3亿元、制造成本2亿元、销售成本4000万元、管理成本20xx万元。

经营目标计划书篇四

为贯彻公司“围绕市场、解放思想、适度调整、稳妥求进、高质低耗、创收增效”的精神，使公司内部竞争机制与市场机制结合。根据公司目前实际状况，必须制定先进合理科学的管理制度，向程度化、正规化的发展，实行全员全过程的指标考核与奖惩，使公司员工人人有责任，个个有指标，严格考核与奖惩及全生产过程的衔接监督，达到上道工序为下道工序负责的目的；严格执行岗位定员，以岗定资，实行高额浮动工资的制度，迫使公司干部员工在危机感和责任感中勇挑重担，争完指标，为全面完成xx年各项经济指标而共同奋斗。

以吨丝工资为基础，公司员工一律接受指标考核，执行以岗定资，以质计件，以产计酬，多劳多得的原则。

1、公司全员奖金一律与一、二车间的三大指标挂钩，（满负荷生产情况下）取一、二车间定岗人员平均奖金的平均值去计算。产量低于2.8吨（25天），非缫丝人员一律不与三大指标挂钩，超产奖仅缫丝工享受（超产奖基本工资不浮动）。

2、整理车间的奖金除按内部指标挂钩外，与一车间定岗人员的平均奖金去计算；厂丝复整组的工资、奖金除按内部指标挂钩外，与二车间的产量、消耗挂钩，并按二车间定岗人员的平均值去计算。

3、锅炉车间设安全奖，人均（除软化工）20元。

4、各车间主任、副主任的奖金按车间人均奖金200、150%去计算。

5、学徒期改为两个月，生活费补助标准仍执行原规定。缫丝一、二车间、整理车间新增学徒工，根据个人缫作技术，提前上岗者，可套入计件工资计算，徒工工资由公司负担；锅

炉、综合、煮茧、打包新增人员，实习期为半月，徒工工资由车间负担；非生产性新增人员，实习期为半月，工资由公司负担。

实行全员全过程的质量监督考核，并履行签字手续，上道工序为下道工序负责，下道工序有权对上道工序流入下道工序的半成品进行按标准验收与反馈，对于不符合标准的半成品有权拒收，并按程序报请职能部门（生产科、检验室）进行仲裁，按标准实施奖惩。

世纪之初，公司董事会立足现状，从可持续发展的解度，充分酝酿、决定。

- 1、继续发挥龙头作用，保持夏秋两季蚕茧的收购，保证蚕桑基地的稳定发展。
- 2、有步骤地完成双宫丝自动缫丝生产线的改造工作，做到有计划、有落实。
- 3、进一步做好财务工作，加快资金周转率、利用率，做到所有帐目清晰，日清月结。

经营目标计划书篇五

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：

（一）出台公司经营的总体规划。包括：全年度公司经营计划、全年度公司总体财务预算、经营团队绩效管理方案。这些总体规划，将规定公司总体的经营目标、关键措施、财务预算和经营团队的绩效管理办办法，具体工作成果体现在下列文件上：

1□□xx公司年度经营发展计划□xx□□

2 2020年xx公司年度财务预算计划 2020

3、《经营团队目标管理责任书 2020》

（二）出台年度规划的配套方案。包括与上述总体方案相配套的，运营、销售、研发、采购、制造、人力资源等各专项行动计划和部门绩效管理、员工薪酬管理方案，以支持总体规划，具体工作的成果体现在下列文件上：

- 1、《产品运营年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 2、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 3、《产品研发年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 4、《采购管理年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 5、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 6、《人力资源管理年度行动计划和绩效管理办法 2020》
- 7、《年度人力标准配置计划 2020》
- 8、《年度人工成本总量计划 2020》
- 9、《员工薪酬管理基本规则 2020》

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：

xx年度经营计划及其配套方案的编制工作，按下列基本步骤和时间表进行：

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xx年和xx年全年的产品销售量、销售收入，提出《xx—xx市场销售预测和目标计划》草案（xxx10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xx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《xx年度关键财务指标预测报告》（xxx10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》xx草案、《市场销售年度行动计划和绩效管理办法》xx草案（不含绩效管理部分）（xxx11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》xx草案（不含绩效管理部分）（xxx11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》xx草案、《制造管理年度行动计划和绩效管理办法》xx草案（不含绩效管理部分）（xxx11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□xx□□草案、《年度人工成本总量计划□xx□□草案□□xxx11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□xx□□草案□□xxx11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□□xxx11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□□xxx11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，以与□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□xx□□□□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□xx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。

按照上述分工，各部门编制的专项行动计划，应包括但不限于下列内容：

1□xx年度工作的简要回顾

2□xx年经营环境分析（优势、挑战、机会和威胁）

3□xx年行动目标及其细分目标

4□xx年关键行动和措施