

年度计划咋写(实用5篇)

在现代社会中，人们面临着各种各样的任务和目标，如学习、工作、生活等。为了更好地实现这些目标，我们需要制定计划。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源配置。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。

年度计划咋写篇一

一、开业前准备的工作。

1、市场定位。为什么把市场定位放在第一位呢？开店前做得最多的事情，应该是市场调查，调查所在地其他同行的日常经营情况，经营档次和客流量还有经营项目是主要了解的内容。只有在充分了解了对手的情况后，才可以更好的制定出自己的经营路线取长补短。是做大排档还是专业店这非常关键，关乎到日后的可持续发展和新业务的拓展。

2、店铺准备。关键在于寻找有足够大内室空间的店面（最好在200平方以上，低于200平方则不利于日后的发展），因为室内洗车将是未来美容业的趋势，室内洗车必然会淘汰露天洗车的。除了面积要够大，还要注意几点：租金要合理，太贵的话划不来。门口要有足够的停车位，否则洗完的车无处可停。临近路边、附近没有红绿灯，路中间无绿化隔离带能让车子随时掉头为好。入口最好有两个，如果只有一个，那也要够同时进出两辆车的为好。

3、经营项目。汽车美容店当然应该以洗车和美容为主业啦，但是具体的美容项目是什么呢？这里给大家写一下（注：仅仅是美容部分而已）：新车开蜡、手打蜡、机打蜡、内饰清洗、内饰消毒、发动机室清洗、封釉、镀膜、真皮保养等。至于怎么做以上说的这些项目呢？在下面的文中会详细列出。

书面写的只能给出个大概，是对日后的具体操作提供参考而已。如果，想要做一站式汽车美容养护中心，那就要准备多些新的项目，以便能给客人提供一整套完善的服务。

4、招聘员工。最好在招工吋，多招熟练工人。除了可以快速进入工作状态令店面迅速走上正轨之外，还能顺带的安排他培训其他的新手。此外，需要注意的是，不要在招工启事上注明“招美容师傅”。因为这样招来的人，多数只干打蜡、抛光封釉之类的活，绝不肯洗车的。招人一定要招什么都肯干的人，如果有这样的师傅，宁可多付点工资。除了可以减少不必要的闲人、降低店面运营费用之外，还可以在队伍里树立一个好的'榜样。

5、装修店面。装修美容车间时，应多以方便日后的使用为好，并尽可能的考虑到多方面的情况，安排好蓄水（水池）、排水（污水）、滤水（污水）等方面，电器插座还要考虑防潮防短路等问题。车间设计尽量简洁，布线布管要合理，最好把车间的用电独立一个闸刀，以防日后因短路跳闸而影响全店面的正常用电。此外，要考虑到日后的拓展需要，为日后拓展新业务需要而预留空间，比如说贴膜房和举升机位置，我给些准备装修的朋友一些建议：

（1）洗车位置应设计有3个以上为好，要是面积不够，最少也不能少过两个位置，否则雨后的晴天，是根本忙不过来的。

（2）最好能安装提升机，无论是更换机油还是喷底盘装甲，都是给客人显示你们专业形象的最好方式。

（3）保留贴膜房，而且最好是靠近外面设置，而不是缩在店里面。在贴膜的时候，关上玻璃大门，行人经过就可以看到了。

6、设备购买。我给大家列举需要购买的设备：

(1) 抽水机2台或以上。以备不时之需，突然坏了，另一台顶上。

(2) 地毯甩干机1台。最好是不锈钢外壳的。

(3) 吸尘器2台最好。刚开业时，工少，可以只购买一台，但需要备马达。

(4) 打蜡机2台。车多时或是赶工时，可以同时施工，快点。

(5) 抛光机2台。

(6) 臭氧消毒机或者是高温消毒机1台。臭氧消毒机实用和危险度低于高温机。

(7) 泡沫机1台。装洗车液用。

(8) 水桶若干、毛巾若干、刷子若干。

7、制度设定。任何的公司企业，都要有员工守则，要用制度去约束员工而不是老板去监督员工。具体的细则将在下文提供参考。

8、加盟学习。如果你考虑到加盟一个品牌的话，那么就需要做这方面的准备了，但是在众多的美容品牌里挑选一个好的，的确不是件容易的事。因此，加盟前必须了解清楚该品牌的实力、能够提供的帮助、企业与产品的知名度、加盟条件与费用等等。就算是选好的连锁品牌，在签约时也必须把合同看清楚，了解透彻了方好签字。否则日后出来问题，就又免不了无谓的争吵了。加盟的合同写多漂亮都好，和现实都有很大的差别。不如说，他写的都是超正常的运营状态，排除了雨天、停电、停水、放假等因素。此外他们通常都是强调的是收入，而没有给大家计算费用的成本。就算是列出了成本，也只是简单的计算了一下工资、房租、水电税金等

常用费用，而没有把其他的杂七杂八的费用给大家列明，例如说水桶、水鞋、制服、刷子、清洗剂、机器设备配件和维修折旧、工人的伙食费、工人房的租金、工人提成等等一系列的费用。这些都是很运营成本，而非常奇怪的是，加盟总部总是不约而同的没有一一列明出来。不能说是故意的，只能说是“善意”的。只有当你真正加盟了以后，才能看到问题的所在，但到那时一般都是骑虎难下了。虽然不可以一棍子打翻一船人，但有心想加盟的你，必须有这个心理准备才好。

9、产品购买。如果选择了加盟连锁品牌，那么多数是使用品牌提供的产品了。但如果没有选择加盟的话，那选择什么产品来使用呢？其实不难，这就要看你市场调查的工作做得够不够细了。通过仔细的观察同行，不难发现他们通常使用的产品是什么牌子的，既然大家都选择了这个牌子的产品，自然不会差到哪里去了。

二、美容施工项目细解。

许多朋友都问我，我想做汽车美容，可是我连基本的洗车流程都不会，怎么办呢？洗车不难，洗干净一部车也不难，难在每天洗的每部车都是要干干净净的。如果你没有选择加盟，那么就意味着你必须找专业化的产品和有经验的技师来帮你完成专业化的美容工作。以下我在这里就为大家提供一份美容项目施工流程，供大家参考。

洗车的流程：

1、用散枪形式表面冲水，和用直枪形式将底盘冲洗

把车上的脚垫拿下来清洗，清洗完后用甩干机弄干，放在一旁等待处理。

2、全车喷上洗车液，然后用手套将全车清洗，洗的时候需要

注意的是，要先洗玻璃后洗漆面，先洗车上部后洗车下部。手套洗完每部车后需要过过水。车头灯有时会有蚊虫，此时需要用刷子和洗车液配合才可以清理掉。

3、全车仔细冲水，包括底盘部分，在冲水时，需留意洗车没有抹到的地方，顺手把它洗干净。

年度计划咋写篇二

时光荏苒，不知不觉中□20xx年已悄然逝去，而新的一年也如期而至，与此同时，新年度的工作也随之而来。下面是本站小编收集整理关于公司年度计划书范文的资料，希望大家喜欢。

一、严格遵守财经等法律、法规和国家统一会计制度，遵守职业道德，树立正确的职业品质，严谨工作作风，严守工作纪律，坚持原则，秉公办事，当好家理好财，努力提高工作效率和工作质量。全面、细致、及时地为公司及相关部门提供翔实信息，为领导决策提供可靠依据，当好领导的参谋。

二、积极参与企业管理。随着财务管理职能的日益显现，财务管理应参与到企业管理的各个环节，为总体规划制定提供依据，为落实各项工作进行监督，为准确考核工作提供结果。

三、随着单位精细化管理水平的不断强化，对财务管理也提出了更高的要求，根据财务管理的特点以及财务管理的需要，我们要进一步做好日常工作。1、加强规范现金管理，做好日常核算，按照财务制度，办理现金收付和银行结算业务，强化资金使用的计划性、预算性、效率性和安全性，尽可能地规避资金风险。2、努力开源节流，使有限的经费发挥最大的作用，为公司提供财力上的保证。在费用控制方面，加强艰苦奋斗、勤俭节约的理财作风，将各项费用压到最低限度，倡导人人提高节约的意识。3、加大财务基础工作建设，从粘

贴票据、装订凭证、签字齐全、印章保管等工作抓起，认真审核原始票据，细化财务报账流程。内控与内审结合，每月进行自查、自检工作。做到帐目清楚，帐证、帐实、帐表、帐帐相符，使财务基础工作规范化。

四、实行会计电算化。有条件时，首先实现电算化与手工记账同时进行，逐步实现计算机替代手工记账的财务管理模式，解决会计手工核算中的记账不规范和大量重复劳动极易产生的错记、漏记、错算等错误。大量的信息可以准确、及时的记录、汇总、分析、传送，从而使得这些信息快速地转变为能够预测前景的数据，提高会计核算的质量，通过一系列严格的科学和程序控制，可以避免各种人为的虚假行为，避免在实际工作中违法违规，使其更加正规化、科学化，现代化。

五、参加财务人员每年一度的培训教育，了解新准则体系框架，掌握和领会新准则内容、要点和精髓。全面按新准则的规范要求，进行帐务处理。全面深入的学习财务知识，开拓视野，丰富知识，学好聚财、生财、用财之道，积极实施财务人才工程，进一步完善财会人员知识结构，及早成为一专多能、德才兼备、富有创新精神和进取意识的复合型财会人才，强化财务管理的整体素质。

六、积极争取资金，阐明充分理由，反映真实的情况，并注意及时联系，主动沟通，密切彼此的关系，力争得到更大的支持。

七、积极参与招商引资工作，及时、全面、完整地提供客户需要的各种数据与资料，采取各种措施花样繁多的包装好、宣传好，夯实招商基础。对已接触过的客商，要进一步了解情况，及时传递信息，把握进度，环环相扣，抓准机会，有所突破。

八、继续坚持不怕苦，不怕累的工作干劲，一切以工作为重，严格遵守公司的上下班、请销假等各项制度。爱岗敬业、提

高效率、热情服务，对无法按期完成的工作，要主动加班加点，任务难不扯皮，任务累不推诿，甘于奉献，尽职尽责。

九、圆满完成公司交给的其他任务。

一、指导思想

以省公司提出的工作目标为指针，以寿险业务发展为中心，以城乡网点建设为重点，全面促进营业部寿险业务工作持续、健康、高速发展；在内强素质、外树形象上，公司品牌宣传上，经营管理水平上，业务队伍的专业素质上下功夫，顺利完成营业部的评级，同时圆满完成上级公司下达的全年任务目标而努力奋斗。

二、工作目标

1. 建立健全营业部农村营销网点。年内将在现有业务队伍基础上，新育成3名业务总监，6名高级业务经理，12名业务经理，资深理财顾问达到100人(其中上半年完成45人，下半年完成55人)。完成城区两个营销分部、4个主要农村网点的高立工作；积极拓展渠道，将保险协保员制度建立健全，将协保员队伍发展到200人，准股东队伍争取扩大到100人。
2. 全年寿险价值保费考核目标360万元，奋斗目标450万元。
3. 组织举办10期新人班，20场以上的创业说明会，30场以上的产品说明会，40场以上的客户联谊会。
4. 建立健全营销网点管理办法，制定具体的实施方案与措施。
5. 加大广告宣传力度，实现电视宣传加标语、横幅、宣传单的立体式广告宣传，迅速的打响品牌。
6. 设计制作一套简单实用的展业手册和增员手册，为业务员

提供一些较实用的营销工具。

三、方案措施

1. 战前动员——树立必胜的信念，抢抓机遇、直面挑战

通过各种会议，将公司的伙伴代理制、公司的市场竞争优势，保险市场的发展道理讲深讲透，保持观念新、万事新，从而变被动经营为主动经营；同时建立健全公司各项具体的规章制度，为管理提供良好依据。

2、点将布阵——组建营销服务分部，选拔和培养专职管理人才

组建两个城区营销服务部，四个农村网点服务部。形成竞争格局，在竞争中锻炼和培养人才，形成一支人才辈出的中层业务管理骨干；为业务达标的服务部提供良好的展业平台，同时出台服务部管理方案。

3、签订军令状——实行目标管理，任务责任细分到月到到人

与各管理部门签订全年目标管理责任状，做到目标明确、奖惩有据，增强全体主管带团队冲刺全年业务的信心；将全年任务目标细分到每月，在开业务启动会时，分配到各服务部。通过每月的工作总结会、周主管会、晨会、圩会的绩效分析，追踪团队目标达成情况。

4、招兵买马——开展增员活动，发展兼职协保员队伍

前期投入较小的费用，开展有效专职增员，并要求所有专职的老员和准股东一并进行素质提升培训，在此基础上大力提倡发展兼职协保员队伍，为业务员业务拓展打造平台。形成公司良好的“月初增员，月中培训，月尾大举绩”工作机制。在全县经济基础较好的200个行政村挑选200名较有知名度和

美誉度的人员担任兼职协保员，迅速扩大公司人员队伍规模。制定好协保员管理方案。

一、加强业管工作，构建优质、规范的承保服务体系。

承保是保险公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是保险公司生存的基础保障。因此，在xx年度里，公司将狠抓业管工作，提高风险管控能力。

1、对承保业务及时地进行审核，利用风险管理技术及定价体系来控制承保风险，决定承保费率，确保承保质量。对超越公司权限拟承保的业务进行初审并签署意见后上报审批，确保此类业务的严格承保。

2、加强信息技术部门的管理，完善各类险种业务的处理平台，通过建设、使用电子化承保业务处理系统，建立完善的承保基础数据库，并缮制相关报表和承保分析。同时做好市场调研，并定期编制中、长期业务计划。

3、建立健全重大标的业务和特殊风险业务的风险评估制度，确保风险的合理控制，同时根据业务的风险情况，执行有关分保或再保险管理规定，确保合理分散承保风险。

二、提高客户服务工作质量，建设一流的客户服务平台。

随着保险市场竞争主体的不断增加，各家保险公司都加大了对市场业务竞争的力度，而保险公司所经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务，因此，建设一个优质服务的客服平台显得极为重要，当服务已经成为核心内容纳入保险企业的价值观，成为核心竞争时，客服工作就成为一种具有独特理念的一种服务文化。经过xx年的努力，我司已在市场占有了一定的份额，同时也拥有了较大的客户群体，随着业务发展的不断深入，客服工作的重要性将尤其突出，因此□xx公司在xx年里将严格规范客服工作，把一流的客服管

理平台运用、落实到位。

1、建立健全语音服务系统，加大热线的宣传力度，以多种形式将热线推向社会，让众多的客户全面了解公司语音服务系统强大的支持功能，以提高自身的市场竞争力，实现客户满意最大化。

2、加强客服人员培训，提高客服人员综合技能素质，严格奉行“热情、周到、优质、高效”的服务宗旨，坚持“主动、迅速、准确、合理”的原则，严格按照岗位职责和业务操作实务流程的规定作好接、报案、查勘定损、条款解释、理赔投诉等各项工作。

3、以中心支公司为中心，专、兼职并行，建立一个覆盖全区的查勘、定损网点，初期由中支设立专职查勘定损人员3名，同时搭配非专职人员共同查勘，以提高中支业务人员的整体素质，切实提高查勘、定损理赔质量，做到查勘准确，定损合理，理赔快捷。

4、在xx年6月之前完成营销服务部□yy营销服务部两个服务机构的下延工作，至此，全区的服务网点建设基本完善，为公司的客户提供高效、便捷的保险售后服务。

三、加快业务发展，提高市场占有率，做大做强公司保险品牌。

根据20xx年中支保费收入x万元为依据，其中各险种的占比为：机动车辆险 85%，非车险10%，人意险5%□xx年度，中心支公司拟定业务发展规划计划为实现全年保费收入x万元，各险种比例计划为机动车辆险75%，非车险15%，人意险10%，计划的实现将从以下几个方面去实施完成。

1、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻

坚战，还是我们工作的重点□20xx年在车险业务上要巩固老的客户，争取新客户，侧重点在发展车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

2、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企业，对效益好，风险低的企业要重点公关，与企业建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在xx年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

3、积极做好与银行的代理业务工作□xx年10月我司经过积极地努力已与中国银行、中国建设银行、中国工商银行、中国农业银行、福建兴业银行等签定了兼业代理合作协议□xx年要集中精力与各大银行加强业务上的沟通联系，让银行充分地了解中华保险的品牌及优势，争取加大银行在代理业务上对我司的支持与政策倾斜力度，力求在银行代理业务上的新突破，实现险种结构调整的战略目标，为公司实现效益最大化奠定良好的基础。

在新的一年里，虽然市场的竞争将更加激烈，但有省公司的正确领导，中支将开拓思路，奋力进取，去创造新的业绩，为做大做强公司保险事业而奋斗。

年度计划咋写篇三

一、20xx年全年运营分析

对过去的经营状况的分析是非常有必要的，总结过去的得失，才能更清楚自己未来的路应该如何走。如果说盲目的制定计划，没有任何依据，这个计划无疑是空中楼阁，是站不住脚的。那么，分析过去的运营计划应该如何做呢？普丽缇莎资深美容院管理人员说，分析过往几年，尤其是重点分析上一年的运营情况是最好的办法，对于美容院来说，分析上一年

的顾客数，成交数目，客单价，美容院运营成本，利润空间等数据才是第一要务。

1、对顾客类型的分析

美容院顾客类型做大致有三类顾客□a类顾客□b类顾客□c类顾客等。每个月顾客前来消费的次数统计，以及顾客消费频率，客单价是多少。如果顾客比例结构是否合理。如何拓展更多的顾客。顾客怎么样原因进店，进店的频率和次数如何提高？只有具体的细分每一个问题，找到问题的根源和症结所在，才能够在下一年的工作安排中找到对应的工作方法。

2、对新增顾客群体分析

了解以上数据的目的’还是为了新一年的美容院拓客方案的制定，那种美容院宣传效果好，那种促销模式好，什么样的产品和项目对顾客有杀伤力。只有这样，才能了解顾客的消费需求，知道做的哪些工作是有效果的，是有价值的，在后面的工作中才能起到事半功倍的效果。

5、畅销产品的分析

顾客反应最好的项目和最好的产品、最畅销的产品和项目、最畅销的卡、各占多大比例以及高端大项目的销售人数、金额、项目名、反馈等。甚至可以做个销量排名表，全面了解产品，做到优胜劣汰。找出核心优势产品，从而确定核心产品。

6、员工管理分析

员工全年销售情况分析包括员工级别、服务时间、中高档顾客数量、中高档顾客消费金额、总销售、能力特点等。

员工问题全面分析包括：是否有迟到、早退、代打卡、不按

规定请假等违规现象；是否有与顾客争吵，引发投诉现象；是否有争顾客，不服从上级工作安排现象；是否有员工散布负面信息，产生不良影响；是否能积极配合，任劳任怨，体现团队精神；士气是否高涨，精神面貌良好；对薪资、福利、待遇是否有疑问；对上级主管是否有意见或看法；员工不满率、流失率、更新率是否正常；是否经常给企业提出合理化意见或建议，并上报总部……从而总结出销售业绩与培训的关系，销售业绩与薪资结构、销售提成的关系，销售业绩与激励的关系，销售与店内管理与氛围的关系，销售业绩与销售模式的关系，销售业绩与项目产品的关系。

4、美容院销售状况分析

美容院销售类型如何？是会员储值卡销售比较好？还是单次护理消费比较好，二者所占的比重和具体金额如何？是美容院产品销售比较受顾客欢迎，还是美容院服务比较受顾客欢迎？顾客销售的项目具体有哪些？人数比例和金额情况详细对比等。高端消费项目和中低端消费项目对比，是否通过美容院仪器产生销售还是美容院手法产生销售？各个季节美容院销售情况，总结出美容院淡旺季，在旺季应该做哪些促销活动，在淡季是否可以加强对美容院员工进行培训，做到时间最合理的安排分布。

年度计划咋写篇四

为深入贯彻落实党的□xx届三中全会精神，加强党的执政能力建设和党的先进性建设，紧紧围绕中心工作任务，以服务大局、建设队伍为核心任务，以规范机关基层组织建设、提高党员干部职工队伍素质能力为重点，扎实开展党的群众路线教育实践活动，全面加强机关党的思想、组织、作风、制度和反腐倡廉建设，不断推动机关党的建设上水平，为促进旅游事业又好又快发展提供强有力的政治保证，结合我局实际，特制定20xx年党建工作计划：

一、指导思想

围绕市委、市政府和旅游事业又好又快发展的中心工作[]20xx年，市直党建工作总的指导思想和工作思路是：坚持以党的[]xx届三中全会精神为统领，牢固确立科学发展观在党的建设中的指导地位，以加强党的执政能力建设、先进性和纯洁性建设为主线，以建设学习型、服务型、创新型、和谐型“四型”机关党组织为载体，以建设“为民、务实、清廉”机关为目标，牢牢把握服务中心、建设队伍的两大核心任务，大力弘扬“三思三创”精神，全面加强机关党的思想建设、组织建设、作风建设、反腐倡廉建设、制度建设，以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程。

二、党建工作目标

党建工作目标总体要求是：组织健全，领导班子坚强有力；管理规范，党的纪律严明；教育到位，党员队伍素质优良；党组织的战斗力强，党建工作效果好。

(一)班子建设。

- 1、党的基层组织设置合理，管理规范。各支部委员会按照规定程序选举产生，任期届满按时改选(特殊情况经批准可提前或暂缓改选)，委员缺额及时补选，确保组织健全、管理严格。
- 2、党支部书记原则上由行政领导干部担任；委员会成员具有觉悟高、党性强、作风正、能力强的良好素质，热心于党务工作，表率作用好，在党员中有较高的威信。
- 3、党组织领导班子按照党的民主集中制原则，坚持集体领导，委员分工明确、责任到位。班子团结，工作协调。

(二)党员管理

1、有针对性地对党员进行马克思主义理论教育，共产主义理想信念教育，党的群众路线教育，党的基本知识教育、党纪、政纪和法制教育、职业道德、社会公德以及科学文化知识等一系列教育。教育计划周密，教育方法得当，教育效果好。通过教育，党员的党性观念，模范作用明显增强，政治思想素质明显提高。在年度民主评议党员和年度干部考核中，合格党员、称职干部党员为100%，党员获得的各类荣誉称号在干部职工中占有较大的比例。

2、各党支部按照党内监督的有关规定对党员特别是党员领导干部进行监督的力度大，效果好。保证党的路线、方针政策在各支部内的顺利贯彻执行，政令畅通；党员的民主权利得到保障，党内不良倾向得到遏制，党员违法违纪案件为零。

3、对离退休干部职工党员的管理，措施完善，有专人负责。通过各种有效方式给以他们政治上和生活上的关怀，使他们“政治坚定、思想常新、理想永存”，时时处处保持先进分子的优秀品质。

4、按照“坚持标准，保证质量，改善结构，慎重发展”的方针和有关规定，有计划地发展党员，不断壮大党的队伍。对入党积极分子和预备党员的培养教育考察，指定专人负责。坚持高标准、严格要求，成熟一个发展一个。各党支部在发展党员过程中从严把关，手续完整，材料齐备，上报及时。

(三)制度落实

1、“三会一课”制度执行情况好。党组织活动有计划安排，有具体内容，有检查落实，有详细记录。党员参加组织生活情况有登记，党员领导干部坚持过双重组织生活的情况好。

2、党内工作制度健全。各级党组织按照管理权限，认真履行职责，及时、准确地传达贯彻上级党委的指示精神，实事求是地反映情况，认真负责地处理好党内一切事务。

3、党费的收缴和管理符合规定要求。各基层党组织按时、按比例上缴党费。党员中无少交或拒交党费的现象。

(四) 工作成果

1、党组织的战斗力和凝聚力强，群众基础好。党员特别是党员领导干部的先锋模范作用得到广大干部群众的认可。

2、党建工作促进了机关作风建设。机关工作人员服务态度端正，公仆意识增强，提高了办事效率。

3、协助行政领导做好政治思想工作，发挥群团组织的桥梁纽带作用，调动一切积极因素，消除不利因素，确保了本单位(部门)各项工作任务顺利完成，并创造了优异的成绩。

三、重点工作任务和安排

围绕奋斗目标，今年我局要千方百计抓好以下几项重点工作：

(一) 强化思想建设，不断提升党员干部素质

结合工作实际，科学制订学习计划，每周组织全局党员干部集中学习理论知识，提高党员干部的政策理论水平。组织开展“思想大解放、促进大发展”大讨论活动，着力转变不适应、不符合科学发展要求的思想观念，着力解决影响和制约科学发展的突出问题以及党员干部党性党风党纪方面群众反映强烈的突出问题，着力构建有利于旅游事业科学发展的体制机制，提高领导科学发展、促进社会和谐的能力，推动全市旅游事业科学发展、和谐发展、率先发展，努力实现“党员干部受教育、科学发展上水平、人民群众得实惠”的总要求。

围绕局党委的中心工作和争先创优活动主题，组织开展学习教育活动，明确学习重点，完善考核制度，引导党员干部在创建中树立学习的理念，不断提升自身素质及工作质量。坚

持支部民主生活会制度、民主评议党员制度、集体学习制度，发挥领导干部在学习上的示范作用，带动各科室学习，形成开放化、互动式的学习氛围，形成学以致用、用以促学、学用相长的良性循环，提高党员干部服务发展的本领。

丰富学习内容，注重把理论学习与政策法规学习、业务知识学习有机地联系起来，学习新政治思想和政策法规，撰写心得体会，在全局上下形成学习热潮。

(二) 强化组织建设，增强党组织的凝聚力和战斗力

年初，对党建工作进行安排部署，明确全年党建工作的目标和任务，真正把党建工作纳入重要议事日程，科学设定目标体系，层层分解，细化量化，责任到人，严格考核，逐项兑现，构建起上下同心、齐抓党建的运行机制。

调整充实党建工作领导小组，定期召开党建工作会议，研究部署工作任务。把党建工作纳入年度工作计划，并将其作为一项重要内容列入下属单位年度考核，开创党委书记亲自抓，分管党组成员具体抓，党务工作人员具体干的齐抓共管工作格局。

以“强组织、增活力、创先争优”为主题，扎实开展“织建设年”活动，引导和鼓励机关党员干部在重点建设一线、基层一线、危难险重岗位创先争优，在服务跨越发展中当先锋。

以开展“组织建设年”活动为契机，继扎实开展“领导班子好、党员队伍好、活动开展好、制度建设好、作用发挥好”的“五好”创建活动，保党务工作规范有序、整体推进。

全面加强党支部建设，按照科学划分、便于管理的原则，把机关党支部拆分为局机关党支部、二级单位党支部和老干部党支部等，党支部抓好内容管理，确保工作取得实实在在的成效。

健全完善党组自身建设制度，坚持民主集中制原则，议事决策制度科学规范，每年召开一到两次民主生活会。

(三) 强化队伍建设，充分发挥党员的先锋模范作用

加强领导班子建设。班子成员积极带头参与各种政治学习，切实做到身先士卒，率先垂范，精诚团结，探索创新，求真务实，廉洁自律，共同致力于规划事业。在提高自主创新能力，改革完善运行机制、强化内部管理、提升职工素养、建立长效机制等方面狠下工夫，努力建设整体素质一流、服务水平优良的领导班子，达到“学习创新好、民主团结好、勤政为民好、清正廉洁好”的“四好”目标，为规划事业发展提供坚强的组织保证。

加强对党员的教育、管理和监督，抓紧抓好党员干部政治理论学习，做到有计划、有组织、有内容、有时间、有经费，按时上党课，同时对重大决策及时传达学习，教育引导党员做好学习笔记，撰写心得体会，组织参加各种培训，观看电教片，断提高党员干部统揽全局、协调各方、分析问题和解决问题的能力，打造一支思想素质高、业务能力强、团结协作精神强、有奉献精神的党员干部队伍。

认真实行党员目标管理，开展民主评议党员，做到有计划、有检查、有督促、有落实，半年有自评，年终有考评，确保目标管理发挥作用。

做好党员积极分子的选拔培养工作，按要求发展党员和入党积极分子。将党员发展的重心放在一线表现优异的职工、优秀团员青年和妇女中，主动找他们谈心，积极动员他们向组织靠拢，加大新党员发展工作力度。

(四) 强化纪律建设，进一步提高工作效率

完善并落实党内和机关的各项制度，督促党员干部执行到位。

组织党员积极开展批评与自我批评，查找并改进自身的不足，倡导自我管理、自我教育、自我服务，强化党员干部的纪律观念。

强化党员责任意识、奉献精神，牢固树立“爱民、为民、富民、安民”的思想，增强党员干部全心全意为人民服务的宗旨观念，进一步发挥发挥党员的先锋模范作用。严格落实年度工作目标岗位责任制，逐步实现各项管理工作的制度化、规范化，明确干部的工作责任，强化干部的服务意识，规范干部的公务行为。

组织党员干部学习廉政建设相关的法律法规和规章制度，督促党员干部自觉遵守各项廉政制度。创新教育载体，深化教育内容，以《党章》、《中国共产党党内监督条例》和《中国共产党纪律处分条例》为主要内容，加强学习教育，认真对照检查，努力以党纪条规规范党员干部的行为。

定期组织督促检查，对各支部执行纪律情况进行督查，对发现的问题要立即落实整改措施，对违反制度的行为，坚决依据责任追究的有关规定给予严肃处理。

(五) 强化作风建设，开创风清气正的工作格局

开展理想信念教育、党性党风党纪教育、从政道德教育等，督促党员干部践行社会公德、职业道德、个人品德、家庭美德，提倡艰苦奋斗和节俭美德，厉行节约，减少“三公”费用支出。局机关党员干部在行政审批、评审和执法活动中，不得以任何名义收费；不得利用职务便利向企业、单位或个人搞摊派、拉赞助，谋取不正当利益。

不断强化行业作风建设。从服务对象中聘请若干行政服务效能监督员。同时认真开展行业风气自查工作，查找近年来存在的各种问题，分门别类建立台账，针对查找出来的存在问题，制定整改方案，明确整改任务、目标、措施和时间要

求等，落实责任人和责任单位，迅速整改到位。

开展“庸懒”治理,提高工作效率。要立足职能，做到行政工作部署到哪，党建工作落实到哪。要落实责任，持续推进治庸治懒，运用宣传教育、党内监督、评先评优等措施，不断解决不作为、慢作为、假作为、乱作为等问题；在项目审批过程中，实行阳光作业，一站式服务，一次性告知，提高工作效率。对重点项目，提前介入，主动服务，建立绿色通道，特事特办；对于属于上级部门审批权限的建设项目，积极协调联系，帮助上报审批，为基层提供优质服务，树立规划队伍的良好形象。

(三)狠抓信访稳定工作，为和谐发展营造有利环境。继续签定好社会治安综合治理责任状，严格落实维护社会稳定工作“一把手”第一责任人制度，通过畅通信访渠道和加强矛盾纠纷定期排查调处，妥善解决职工群众关注的热点难点问题和复退军人稳定工作，确保不出现群体性事件和“一票否决”事件。要结合贯彻实施新《劳动法》，继续深化创建“劳动关系和谐企业”活动，严格执行国家和省市关于劳动保障等方面的法律法规政策，积极实施厂务公开、政务公开，支持员工参与民主决策、民主管理和民主监督，充分调动职工积极性，切实维护员工合法权益，确保不出现用工投诉事件。

(四)精心培育旅游行业文化，为推进旅游事业又好又快和谐发展提供充沛的精神动力。进一步深化旅游机关文化建设。在引导机关人员进一步解放思想、更新观念的同时，适应旅游工作面临的新形势，围绕加快转变旅游局机关职能，达到政府满意、企业满意、群众满意为目标，大力推进市局机关文化建设，丰富十大文化内涵，全面推进建设学习研究型、团结和谐型、拼搏进取型、规范有序型、清正廉洁型“五型和谐机关”活动，争创市直创建和谐机关活动先进单位；特别是要以此为基础，以“强化责任文化、创建学习文化、提倡执行文化、营造创业文化”为指导思想，通过搞好试点，推

广经验，精心培育旅游企业文化，使旅游行业文化建设逐步由点到面、由浅入深，最大限度地增加和谐因素，提供发展动力；深入推进行业精神文明建设，开展好争创“文明单位”、“诚信单位”、“青年文明号”、“巾帼建功示范岗”和特困职工结对救助等特色活动；切实做好联系农村、敬老院和包山头绿化等列入市委目标管理等重点专项工作，确保圆满完成目标任务；认真落实社会治安综合治理和计划生育责任制，通过强化组织领导和监督检查，形成精神文明建设齐抓共管的新局面。

(五)建立科技人才体系，逐步推进行业人力资源建设。进一步强化“人才是第一资源”的观念，加快构建“精英聚集、合理流动”的旅游人才体系。结合全市大规模干部培训活动，认真落实干部学分制管理的各项规定，积极组织参加各类培训和讲座，建立以学分制全员培训为主要载体的立体培训模式，同步更新干部知识结构，在学习中创造发展机遇，在培训中提升干部能力；引导企业加快培养高层次科技人才，广招博引各类精英，特别是要切实加大引进大中专毕业生和专业人才力度，加强行业专业人才储备和挖掘利用，为旅游事业可持续发展提供智力支持，并通过开展技术咨询、委托攻关等形式，做好“借脑生财”文章；建立健全人才引进、培养、使用和管理长效机制，促进人才脱颖而出；按照省局部署，不断壮大高技能人才队伍，为旅游事业又好又快发展提供有效的人才支撑。

各单位要按照局党委提出的20xx年党建和精神文明建设工作思路 and 重点，密切结合工作实际，认真总结经验，找准问题，研究对策，并切实采取有效措施狠抓落实，推进市直党建和精神文明建设迈上一个更新的水平，为促进旅游事业又好又快发展提供有力的政治保证，做出更大的积极的贡献。

年度计划咋写篇五

我国汽车保有量突破3500万辆(其中私家车突破1800万辆)，

成为全球第二大汽车消费国。据国务院发展研究中心估计，中国汽车产业将会保持20—30年的快速增长，达到5669万辆，将高达13103万辆。近年来，我国汽车业迅猛发展。国内外各种预测表明，20中国很有可能超过美国成为世界上最大的汽车制造国。我国目前的汽车人均保有量还很低，每千人汽车保有量仅为美国的2.5%(19辆)，大约相当于美国90年前的水平，是世界上汽车市场潜力最大的国家，预计年汽车保有量将达到1.3亿至1.5亿辆，其中家用轿车比例将增加到78%，达到类似欧美国家平均“一家一辆”的水平。美国目前汽车保有量超过2亿辆，但持续高油价对汽车消费形成了一定的弹性制约，但据国务院发展研究中心研究表明，只要油价维持在一定合理的高位，不高得十分离谱，则高油价对车流量影响将非常有限，汽车消费需求对油价不具有很强弹性，其弹性系数小于1。

随着汽车市场的不断发展，汽车美容已成为汽车行业的重要服务之一，伴随这一需求，汽车美容市场正成为一个量大面广的庞大市场，最新统计表明，我国私人汽车的保有量已经突破了1200万辆，汽车正在日益成为一种大众消费品。我们已经真正迎来了汽车井喷的时代。与此同时，人们对自己的爱车也越加呵护，“三分修七分养”的观念落实到一种实实在在的消费行为上，汽车美容养护业已成为一个新兴阳光产业。

据有关数据统计，截止12月8日，我国的汽车产销量已经突破了1400万辆。

业内人士表示，如果明年国家对汽车市场的优惠政策不变，市场增长率肯定会不小，高增长主要是释放了20累计的需求，不会透支年消费者的需求，而且明年汽车市场增幅应该是先快后慢的，消费者将会在上半年释放掉相当一部分消费潜力。

市场调查表明，目前我国60%以上的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯；30%以上的低人低档车车主也开始

形成了给汽车做美容养护的观念;30%以上的公用高档汽车也定时进行外部美容养护;50%以上的私车车主愿意在掌握基本技术的情况下自己进行汽车美容和养护。不难看出,汽车美容业在我国有着巨大的市场发展空间。

另外,由于汽车美容护理业具有灵活、操作简单、利润较高、风险较低等特点,因此国内的大量洗车店、汽车配件精品店、轮胎店、汽修厂及个人蜂拥进入汽车美容市场,以争得市场上的份额,致使市场竞争日趋激烈。利润丰厚市场巨大“一部10多万元的车,按10年使用期限,每年3万公里行程计算,每年需要用于车辆清洁、保养和维护的费用在3000元以上,对于中高档车,各项费用还将超过这个数字,可以说,作为汽车市场的一块,美容和养护的前景不错,”顺德一位汽车美容店负责人这样介绍。有统计数据表明,目前我国汽车的保有量达1700万辆。在上海等大中城市,私家车的占有率已达12%,并且每年以20%的速度增长。业内人士分析,未来20年内,中国将成为全球第一大汽车市场。目前我国60%以上的私人高档汽车车主有给汽车做外部美容养护的习惯;30%以上的私人低档车车主开始形成了给汽车做美容养护的观念;30%以上的公用高档汽车定时进行外部美容养护;50%以上的私车车主愿意在掌握基本技术的情况下自己进行汽车美容和养护。仅广州市,的汽车保有量已达到62万辆之多。按照80%以上的私车车主为汽车美容护养、一辆车3000元来计算,广州市场上的汽车美容行业整体就将超过10个亿。据业内人士分析,庞大的市场需求为城市的汽车美容店提供了较大的获利空间。

多数业内人士的典型写照,在种种原因的促使下,目前这个行业在某些方面已经开始偏出了正常的轨道,但我们广大的业内人士却浑然不知,或者是就算知晓也已经习惯了这里的一切,当前的主要现状有:

4.1.1 消费者的不太了解

对汽车本身的不了解在众多汽车美容店之间也普遍存在,最

突出的表现就是当消费者由于某些“无知”而将一些莫须有的罪名扣在店方的头上时，店方就是不能明明白白地把这个道理给消费者说通了，而往往是被迫选择再服务的方式进行弥补，为什么呢？归根结底就是一句话“店方对汽车，对汽车美容也没有足够的了解”。这些护理用品的生产厂家对这种情况是看在眼里，急在心里，可是当他们派车技术人员来向店方进行讲解的时候，店方的这种“不了解”还往往会转化成一种固执的抵触心理，让不少生产厂家对此都是深感头痛。

4.1.2美容店普遍缺少优质的服务

汽车美容行业与其说是在卖产品，倒不如说是在卖服务。但目前国内的汽车美容店大都还仅限于“路边摊”的水平，洗车、打蜡等一些初级的护理还是其主要业务，至于服务质量那就更是不敢恭维了。现在还时不时能在媒体上看到一些地区的店家把“汽车美容”做成了“汽车毁容”的案例报道，让我们这些旁观者也着实为这些消费者捏了一把冷汗。

实在是不可取。

4.1.3美容店过分追求极端

经常能在一些媒体上看到有些汽车美容店为了显示其车漆护理产品的“完美品质”，而专门在其做过护理的漆面上燃起熊熊大火或是泼上高浓度的硫酸来做试验，现场的确是壮观。但事后回过头来想一想，没有个必要吗。汽车护理最根本的意义就在于保护在正常行驶状态下的汽车不受损害或者是减小损害，而不是为了考验汽车车漆的防火、耐酸能力。汽车是在空气当中行驶的，对它构成危害的有飞沙、走石和雨雪之类的，大火、硫酸。

所以说与其大张旗鼓地来搞这种炒作，不如让消费者实实在在地去感受车漆护理的效果，最终的事实将会敦促消费者作

出明智的选择。

4.1.4 消费者的成本意识

洗车只是一个典型的例子，同类的现象还大量存在于汽车美容市场。“一分价钱一分货”的道理谁都明白，可问题是有很多消费者不懂得去“认货”，而只好去“认价”，到头来新的产品无法得到推广，旧的产品又被迫压低成本，最后吃亏的还是我们广大消费者。

4.1.5 汽车美容商的成本意识

国内的汽车美容行业目前还处在一个“卖、卖、卖”的时期，店方绝大部分行为的最终目的就是把产品卖出去，去争求利润的最大化。在成本核算方面也是恨不得一分钱能掰成两半来花，如此的“精打细算”怎么可能会有高质量的产品、高水平的服务奉献给广大消费者。消费者与美容店之间共有的这种极端成本意识已经形成了一个恶性循环：消费者只认便宜货，那店方只好去做便宜货。因而会造成顾客的不满意而对汽车美容产生怀疑。

4.2 国际市场

美国汽车服务业的营业额已经超过汽车整车的销售额，其中，单单一个汽车美容业年产值就已经超过3500亿美元。

4.3 市场前景

构目的之所在。

在中国，随着汽车保有量的猛增，市场急需数量多、分布广，零配件质量有保障，技术水平高，诊断准确，设备先进，维修快速的具有专业服务水平的新型养护美容企业，来适应日益发展的汽车后市场。所以汽车养护美容业在中国应运而生，

前景非常广阔，必将成为中国汽车后市场的重头戏。据国家信息中心的数据显示：我国开始汽车总销量每年以15%的速度递增，其中轿车的年需求量将跨越100—200万辆台阶。随着工业经济的强劲发展，未来生活工作的节奏将大大加快，汽车将不可避免地成为大众的代步工具，汽车养护美容服务必将成为大众日常的消费内容。

中国年汽车销售总量图

千万辆

一项调查表明，中国的乘用车厂家和品牌数量，已经远远超过第一汽车大国美国。中国的汽车市场竞争越来越激烈。尽管有人不同意，但总体来看，当前国内汽车产能大于市场需求已经是一个不争的事实。中国汽车市场规模不断扩大，但是产能的增加更快。为了尽可能多的占领市场份额，汽车厂家纷纷推出新车型来吸引消费者。

4.4行业状况

内的汽车装饰美容店存在的问题集中在以下几个方面：

- 1、技术层次低，信息不灵通，先进的养护美容技术由于各种原因得不到掌握推广。
- 2、产品结构层次差。由于片面理解消费者，导致进货随意使产品积压。很多店还存着两年前的产品而导致结构不好，不能满足消费者的真正需求。

3、营业水平较差而导致销售产品能力极低。

4、店面综合管理水平差。包括店面形象设计、客户管理、人力资源、产品供销、售后服务等都缺乏完整有效的管理系统。

以上问题虽然存在，但他们仍能获利，这说明汽车养护美容市场仍然存在较大的利润空间，顾客的消费意识、消费观念仍需进一步提高。随着经济的进一步发展，人民生活水平的不断提高，科学理性的消费将成为未来主流。“四无”店(无专业技术、无专业设备、无专业名牌产品、无服务质量保证)将逐步失去市场。相反，集约经营型汽车服务连锁将以其项目齐全、技术精湛、服务快捷方便、质量稳定而越来越受到人们的欢迎。

因此我们对市场有了了解，然后根据目前公司的状况进行调整，以适应市场的需求，不断提高服务质量，淘汰竞争者。

4.5行业利润

相当于原材料40-50%的利润。再有，一套真皮座椅卖到近3000元，但成本只有1000多元；成本还不到100元的布座套，加工后却卖到了700元左右。难怪一位汽车销售商深有感触地说，卖汽车不如卖美容，他的公司每销售一辆汽车，厂家给的利润才元，而一辆汽车美容，赚的钱要远远多于卖汽车。

另外，改装音响又成为汽车美容暴利最大的项目。加装单碟cd音响要四五千元到十多万元不等。音响的规格越高档利润空间越大，加上进货渠道的不同，利润可达到50%。绝大多数私家车都会进行二次装修也就是美容，花3000-5000元是平常事，花一万元以上的也不在少数。比如汽车贴膜，即使用国外正品，成本只需88元，但市场的报价却在1000元-2000元不等。“整车改造的利润还要大，包括更换保险杠、添加尾翼等个性化设置，一辆车装饰费用少说也得几万元。”凡是跟汽车有关的装饰品的价格就跟着涨，比如普通的靠垫一旦

加上“车用”两个字，30多元的能卖到70多元。即使是汽车美容最初级的业务——洗车也获利颇丰：洗车价格从5元、10元、15元到25元不等。实际上，洗车的成本只占到其中的20%-30%，利润率非常高。汽车维修美容等售后服务的利润之高、市场之大，已经使其成为“众矢之的”。

4.6 市场经验

选址对开任何店的成败有很大的影响。为此，对目前我市几家生意好的汽车美容店的地址比较了一番，得出以下三种地方是开店比较理想的地址。第一，大型住宅区。车主把车开回家后可以找到专业人士把爱车打扮一新，不用走任何多余的冤枉路，这种本身就意味着提供了方便、省时的店自然就是一个招牌，就跟超市进驻各个楼盘一个道理。第二，加油站和汽修店附近。深圳很多汽车美容店就是开在加油站和汽修店旁边的。车主在加油和“大修”的时候，就是车跑了很长一段路的时候，自然也是给车保养的时候。第三，车流量比较大的公路附近。一来因为位置明显车主容易找到，二来因为地段重要容易吸引“眼球”，形成影响力。

4.7 市场运营

连锁经营是未来汽车服务行业最佳的运营模式。在这方面，国内的行业比较零散，没有非常强势的连锁企业，而国外在这方面就有较强优势，首先他们有雄厚的资金，其次有成熟的管理技术。从世界经济发展来看，连锁经营的模式正越来越受到关注，其在服务业、零售业和美容业的巨大成功有目共睹，汽车服务业也不例外。连锁经营的汽车售后服务业必须做到专业化、标准化、规范化，只有技术含量高的服务才能适应市场发展，而做出自己的特色和建立完善的售后服务网络是汽车服务后市场发展的方向和必然趋势。

4.8 市场份额

目前的汽车美容市场主要的市场的呢分配为：

从中可以看出主要的汽车美容公司在市场中的份额都不是很
大因而给公司一个很大的市场配额，公司需要足够的实力进
军汽车美容市场。