2023年公司年度计划(模板6篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。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。

公司年度计划篇一

今年以来，公司在董事会的领导下，经过全体员工的努力，各项工作进行了全面铺开“xx”品牌得到了社会的初步认同。总体上说，成绩较为喜人。为使公司各项工作上一个新台阶，在新的年度里，公司将抓好“一个中心”、搞好“两个建立”、做到“三个调整”、进行“四个充实”、着力“五个推行”。以下是本公司的年度工作计划：

1、实行置业任务分解，确保策划代理合同兑现

20xx年公司各类楼盘的销售任务是1.5亿元，其中一季度1500万元、二季度4500万元、三季度4500万元、四季度4500万元。按xx所签协议书，该任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。

为完成年度营销任务，我们建议：策划代理公司可实行置业任务分解，到人到片。而不是单纯依靠招商大厅或中心活动。可采取更为灵活的销售方式，全面完成年销任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上，应完善团购、中心活动推介、上门推介等方案，努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

2、合理运用广告形式，塑造品牌扩大营销

新的一年，公司在20xx年的基础上，将进一步扩大广告投入。

其目的一是塑造“xx”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面□xx应在广告类种、数据统计、效果评估、周期计划、设计新颖、版面创意、色调处理等方面下功夫，避免版面雷同、无效重复、设计呆板、缺乏创意等现象的产生。

3、努力培养营销队伍，逐步完善激励机制

策划代理公司的置业顾问以及公司营销部的营销人员，是一个有机的合作群体。新的一年，公司将充分运用此部分资源。策划代理公司首先应抓好营销人员基本知识培训工作，使营销人员成为一支能吃苦、有技巧、善推介的队伍。其次是逐步完善营销激励机制，在制度上确立营销奖励办法，具体的`奖励方案由营销部负责起草。

公司年度计划篇二

1.对我来说，幸运的是学到了船务操作的流程，虽然有些并未实际操作过，我从师傅那里知道了每一步应该做些什么，应该注意些什么问题!下面我总结一下我学到的海运船务的一般流程。(我方大多数做的是fobchina条款,所以下面总结的也是针对fob术语的)1.根据公司与工厂之间订立的生产合同里的客人要求的交货期来安排船期。

2.根据船期，提前两周写好书面订仓纸(有时也可以是电脑里写订仓纸)，对于在节假日之前更要提早和船公司联系订仓，以免爆仓，订不到仓位。订仓纸里的具体内容大致包括：抬头(shippingadvice)□船开截关日，目地港，所订的柜型(一般就是20尺寸的小柜或是40尺寸的平柜或是40尺寸的高柜)，货物的品名，每种货物体积，数量，总货物体积(以此来确定柜型)，客人的公司名，我方代理公司名，最后就是公司的联系电话，传真号码。

3.写好订仓纸后就是传真给船公司，快的一般就是当天可以

拿到进仓单(shippingorder)了，进仓单里一般包括仓库地址(会有画好的一个地图)，旁边写着何时之前要将货物送到指定仓库，何时要将所需单证寄到船公司等;接着仔细些就是在进仓单旁边的空白处写好每一个货物工厂联系人，货物的箱数，以便工厂那边确认!然后就是对工厂发传真了，货物多的要仔细，一个一个传过去。

4.有些货物是国家法定检验货物，我方外贸公司还需要安排作商检，这个一般是要求工厂去做的;有些货物如木盒子之类还需要作熏蒸，拿到熏蒸证书。

7.开船前一天这样就可以问船公司拿预录单了，早点拿最好，因为这个主要是交给财务的。开船后，对于不熟的客人，需要发装船通知，熟的客人不介意的话，也可以不发的(哈~~这情况下是比较信任我方的客人拉)，8.然后我们就可以要求船公司把做好的提单样本传真过来，作确认，如果有什么不对的地方还可以回传改的;提单确认之前，可以把提单样本传真给客人看一下□t/t30%定金的，客人会把余下的款项打到代理公司的账户下，因为我外贸公司无进出口经营权，所以客人的钱都是进了代理公司的账户。

9.提单确认了以后，只要把运费和相关杂费付清就可以拿到正本提单，公司拿到正本提单后就可以立即寄给客人，我方是用dhl□哈哈~~只要打个电话，人家就会过来取件的哦。

10.寄了提单之后，1~3个月里摧要核销单，这个是要去摧的，不然这么多外贸公司，人家是不可能会主动记得给你的，核销单也是给财务的，公司可以凭着核销单去退税的，到这里基本上就是出货工作结束了。

11.最后，那就是每次出货之后的文档归类保存了，日后对于相关的货物可以查查翻翻作参考的。

公司年度计划篇三

尊敬的各位领导及员工：

大家好！今天我们在此隆重召开20xx年工作总结表彰大会，首先，我谨代表集团公司，向为铁雄的发展辛勤付出的各位领导及员工表示最亲切的问候和最诚挚的谢意，在这里，请允许我衷心地向大家一声“谢谢大家，你们辛苦了。”

在付出辛勤和洒满汗水的道路上，我们脚踏实地地送走了2xx□在充满希冀和满怀激情的道路上，我们又信心百倍地迎来了20xx年。

20xx年对于煤化公司而言是一个冲满机遇与挑战并存的一年，更是公司收获颇多的一年。过去的一年，公司领导层在集团总部的正确领导和支持下，始终坚持“创绿色公司，做全球公民”的经营理念，审时度势，统揽全局，抓机遇、求发展，公司全体员工，齐心协力、团结拼搏、务实创新、真抓实干，以力争打造“资源节约型，环境友好型”的新型企业为目标，切实完成了集团公司下达的各项生产指标。下面我将从经营、供销、生产、安全、节能环保几个方面对公司本年度的各项工作予以总结同时对20xx年工作计划进行全面部署。

一、经营方面：规范制度、完善预算，加强成本、费用控制，确保经营目标实现

根据公司发展战略，11年我们将管理工作纳入首要位置，财务部认真领会管理效益年的含义，紧紧围绕公司经营目标，开源节流、增收节支，着重从以下几个方面努力，确保了公司经营目标的实现，使财务工作提早步入了“规范化、制度化、法制化、科学化”的轨道。

一是制定完善了部门规章制度。财务部首先从制度上规范了员工，修改、补充、完善了原有的财务制度，并制定了相应

的岗位职责、分工到人，确保了每一项工作都由专人负责；二是完善预算体系□20xx年是公司管理年，预算工作尤为重要，可以说没有预算就没有管理。全面预算管理贯穿于企业经营工作的始终，做到全年开支有预算，有计划，确保资金平衡，是企业实现经营目标的保证；三是加强成本、费用控制。为了寻求好的成本核算办法，真实的反应成本，财务人员亲自深入车间各岗位，虚心学习，对每一个产品、每台设备、原材料品种质量及各种消耗都做到了了如指掌。财务部还亲自到各部门了解有关业务内容，分析费用开支的合理性、必要性，规范了审批、执行、报销程序，减少节约不必要的开支，杜绝浪费现象；四是盘活闲置资产，充分利用资源。对闲置材料进行分类整理，为各单位共享，减少重复采购，做到备品配件有货不买，无货储购，急用急买，缓用缓买。

在财务部人员的共同努力下，圆满完成了全年的预算、成本核算工作□20xx年实现销售收入 亿元，比20xx年减少 亿元，降幅约 %；销售成本 亿元，较上年减少 亿元，降幅约 %；主营业务利润 万元，较上年减少 万元，降幅约 %；毛利率%，较上年降低%，降幅%。上缴税金 亿元，比上年减少 。

二、供销方面：积极调整供应、销售机构，供销工作井然有序

在国际钢铁市场经历金融危机的大背景下，供应部准确掌握市场行情，紧紧围绕采购计划，积极调整采购机构，本着“价格更低、效率更高、质量更好，服务更优”的原则，精心安排，科学组织，加强与煤矿企业的沟通协商，不但扩大了与老客户合作的数量和种类，还增加了许多资源丰富、煤质优良、运输畅通的新客户，各种精煤的采购时机把握得当，工作进展顺利，不但较好的确保公司煤炭供应及时，而且降低了采购成本。

20xx年以前，公司销售一直实行着本土战略，服务于本省的钢铁企业，因受金融危机与煤价高价位的双重影响，焦化企

业面对前所未有的市场经济带来的巨大挑战，面对内外困境，为摆脱不利的销售处境，迅速适应急剧变化的市场形势，销售部全体业务人员在领导的带队下加大走访力度，准确掌握市场信息变化，充分发挥营销技巧，在稳定省内老客户、开拓省内新客户的基础上，实施走出去战略和预付款模式，发展了一批实力雄厚的新客户，尤其是焦炭质量的不断提高，使我公司焦炭价格一直高于同行业，为公司赢得市场、占得先机，抵御市场风险的能力大大增强。

20xx年6月份，随着公司组织构架的调整，供应部又增加了办公用品、辅助材料等物资采购工作。供应部全体员工在原有工作的基础上，再接再厉，强化采购管理，采取有效措施，严格控制采购成本，为公司节省了开支。（1）、“阳光采购策略”：公开透明的按采购制度程序办事，在采购前、采购中、采购后的各个环节中主动接受相关部门监督。（2）、围绕控制成本、采购性价比最优的原则开展工作：继续围绕“控制成本、采购性价比最优”的工作目标，采购人员在充分了解市场信息的.基础上进行询比价，注重沟通技巧和谈判策略。同时调整了部分工作程序，增加了采购复核环节，力求最大限度的控制成本，为公司节约每一分钱。（3）、加强对购买物品价格信息的管理：每一次采购票据都进行了复印留底，保持了信息资料的完整，同时输入电脑保存，建立供应部信息台帐，以备随时查阅、对比。（4）、提高员工的业务素质和责任感：供应部特别注重对员工业务素质和责任感的培训，除组织部门人员进行培训外，还注重在平时的每项具体工作和每个工作细节中不断的提高业务素质，同时反复强调采购人员的责任感，强调每个人对自己采购的材料负责到底，保证了对材料有效的追踪。

物流公司通过与相关部门的通力合作，克服种种艰难险阻，完成了本年度的货运任务，保证了煤化公司的正常运转。

在供应部、销售部、物流公司全体员工的共同努力下，圆满完成全年供销任务。全年共计采购煤炭 万吨；销售焦炭 万

吨，煤焦油 万吨，粗苯 万吨，硫酸铵 吨；回收货款约 亿元；物流公司完成 万吨货物运输任务，确保了生产的正常运行。

三、生产方面：及时调整生产工艺，加大技术改造，圆满完成生产任务

针对焦化市场的严峻形势，生产部门始终坚持“保安全，提质量，抓技改，降成本，增效益”的原则，根据供销市场情况随时调整生产计划，根据各个部门每天的报表数据进行分析，下发整改通知及时调整工艺指标、工艺参数，保证产品产量、质量，对违章指挥、违章操作、违反劳动纪律的行为及时进行制止，全年生产工艺系统运行平稳，各项工作有序开展,全年共生产焦炭约 万吨，焦油 7万吨，粗苯约 万吨，硫铵约 万吨，煤气约 亿立方米，发电量约 万千瓦时，圆满完成了全年的各项生产任务。

四、安全方面：加大安全教育培训，安全标准化运行顺利

安全工作是稳定企业生产、保障职工权益、保证企业效益的重中之重。安全工作是我公司发展的基础，更是工作的难点之所在，每一个细小的管理漏洞都会给安全工作造成不可预测的后果，为了克服各种不利因素对我们安全工作造成的影响，在公司领导的高度重视和大力引导下，我们在继承传统的安全管理经验的同时，积极学习和探索先进的安全管理办法，结合实际对安全工作进行加强和创新，安全工作整体上是平稳的，安全生产的势头总体上是好的。

1、安全检查：11年共检查各类隐患和问题 项，平均整改率为 %，隐患比较突出的以安全设施维护保养巡检不到位、设备跑冒滴漏等；检查公司违纪人员 人次，主要表现在睡岗、劳保用品穿戴、厂区内吸烟等；岗位操作规程、安全规程及公司相关制度文件等检查 人次，平均合格率为 %；特殊操作程序进行检查 次，班组安全活动开展情况 次，参加各车间

应急演练 次；全厂危险作业监护 次；组织综合性检查 次，季节性检查 次，重大风险源检查 次。与调度中心共同对外供煤气进行检测 次，发现问题，及时协调帮助解决，遏制了重大事故隐患的发生。

2、安全教育培训：（1）、规范日常安全教育：为规范日常安全教育，我们着重从规范培训内容、改进培训方式、扩大培训对象范围、合理调整培训时间几个方面着手，使员工的安全观念从“要我安全”转变为“我要安全”，进一步大大提高了职工的安全意识。（2）、严抓外协监护审核：针对七月份发生的两起重大事故，我们进行了深刻的反省，重新修订了《外来施工队安全管理制度》、《安全作业管理制度》等，有效的规范了对外来施工队的管理并做好作业票办理与书面安全告知工作。保证外协单位施工安全。（3）外聘专业讲师：5月，聘请安全评价中心老师，对最新的法律法规、国内外先进的安全管理方法和管理经验、事故案例剖析、特种作业技术标准等内容进行了讲解，管理人员接受到最新的安全信息，提高了安全管理水平，特种作业人员了解最新的行业规范标准，提高了业务水平。参加培训的30名安全管理人员，23名特种作业人员全部考试合格。（4）、为增强员工的安全意识，各分厂、部门组织了“安全在我心”的演讲比赛，参赛选手用朴实的语言说安全、道安全、宣传安全，具有很强的感染力和教育意义，使员工受益匪浅。

3、安全标准化运行：重点夯实安全培训和安全标准化两项基础工作，不断完善安全生产责任制和操作规程，修订完善各分厂作业规程和风险评价控制程序，补充了安全标准化考核实施办法和细则，进一步完善了要害部位的安全管理规定，狠抓了现场安全监督与检查，经全公司共同努力，安全质量标准化达到安全、文明、清洁生产，实现了年初制定的安全奋斗目标。

公司年度计划篇四

20xx年公司的奋斗目标是实现经营收入xxx万元，比上年增长x□□实现净利润xx万元，比上年增长x□□费用总额控制在xx万元以内。为确保上述奋斗目标的顺利完成。200％年我们应重点抓好以下四个方面的工作。

1、要进一步强化市场竞争意识最着贵我两方步伐的加快，特别是我国加入wto后，各种类型企业之间竞争日益激烈，对公司的生存发展提出了，严峻的挑战，优胜劣汰，适者生存，我们必须加速实现从传统计划经济观念向以市场为中心的市场经济观念的转变，真正树立起强烈竞争意识，努力在市场竞争中站稳脚跟。

2、要大胆解放思想，变被动等待观望为主动出击、积极进取。要克服过去“搞外经贸买方市场，外方老板说了算”的思想认识，采取主动出击、灵活多样的工作方法，千方百计利用各种关系广交朋友，广开渠道，收集信息本着平等互利，一至对外的原则，大力密切同省，市同行业间的联系和合作，扩大信息网络合作网络，有无，互通有无，友好协作，共同开拓对外经贸业务。

20xx年，公司要在搞好自身经营的同时，加大对全局外经工作协调、指导的力度。

1.进一步加强招商引资工作。实践证明积极引进外资是莴苣改造大中型企业手段，也是解决目前我局多数企业资金缺乏、经营不善、管理落楼、速冻食品厂新厂□xx饭店办公楼等及家企业的招商引资工作，力争通过合资、合作等形势引进资金，技术设备和管理经验，彻底改造局属大中型企业x□x个。

2.加强对已建成合资企业的协调和管理，年初，要重点抓紧协助xx饭店办理合作经营筹备工作与各项手续，力争于x月底

以前开张营业。要进一步通过调查摸底、深入走访、归口管理等方式加强对已建成营业的xx宾馆□xx饭店□xx公司□xx酒店等合资企业的协调、管理全面掌握筹建、营业及外方情况，及时总结经验教训。认真搞好协调、服务和指导，确保全局外经工作的顺利发展。

3.及时交流，传递外经贸信息，促进全局各企业间的联合与合作，互相支持、优势互补，、利润均占，共同发展外经贸事业。

1.多渠道、多工种、灵活多样地做好劳务输出工作。经过去年以年的努力我们无论在行业上，地区上都有初步的突破，为今后的落伍输出工作创造了较为有利的条件□20xx年公司要继续在开拓新市场、新领域，新项目上下工夫。努力通过各种渠道继续探索开拓美国、阿联酋、韩国、匈牙利、东南亚市场。在行业工种上要进一步突破饮食业界限，积极向美容美发、轻工等行业扩展。在落实具体项目方面，除切实抓好原有劳务输出项目、进一步加强厨师的选派和管理工作外，还要继续探索惩办向日本xxxx等地外派、美发、建筑等研修生的新业务，同时继续惩办组织我市饮食服务业管理人员赴日、美考察项目及各种技术交流，厨师培训等业务。

2.大胆开拓、谨慎经营，继续探索贸易新路子。明年，贸易部除要求继续落实好绿豆等粮油购销业务外，还要求在充分搞好市场调查基础上，进一步拓宽供销渠道，选找新的合作伙伴，扩大经营范围，增加经营品种，及积极准备条件，为开展直接外贸业务闯路子，大基础。

3.抓好公司自身尸体经营。办好实体是公司自身发展的比由之路□20xx年，公司要力争用自筹资金和引进外资兴办1－2个投资少，见效快的小型实体，通过实体建设不断扩大公司经济实力，实现聚少成多，滚雪球式的发展。

20xx年财务部要继续健全各项财务管理体系，完善企业财务

制度，认真执行各项财务法规，加强资金管理，特别是要加强对先进和票据的管理，严格各项费用指出的报销制度，控制支出，继续坚持，一支笔审批制度，使财务工作更上一层楼。

公司年度计划篇五

围绕公司“十二五”发展战略和20xx年总体经营思路，为全面提升员工队伍整体素质，促进良好的职业意识、职业文化、职业道德和职业技能的形成，加强培训质量管理，强化培训体系建设，根据人力资源工作总体安排，特制定本培训计划，以明确全年培训工作目标和主要任务。

20xx年将围绕增强业务拓展能力、风险管理能力和服务保障能力，促进公司跨越式发展。为此，结合公司发展和员工能力提升两方面的需求，今年拟实现以下年度培训目标：

（一）植根“打造学习型组织”的思想理念，促进公司实现组织再造，提升全员的学习能力和思考能力，进一步增强竞争力。

（二）加强培训的针对性、适用性和有效性，提高培训向实际工作能力转化的效率，促进员工业绩提升，从而促进公司整体经营业绩的提升。

（三）分层次、分序列，针对公司中高层管理人员和各序列、各部室人员，探索培训形式的多样性。

（四）深入推进各序列的岗位技能和培训考试、考核制度，打造一支敬业、专业、创新、协作的客户经理队伍，为公司实现全年经营目标提供人员保障。

20xx年以来，公司高度重视员工培训工作，从形式上不断索，通过培训使员工综合素质得到了一定的提升。然而，在具体

实施培训过程中，如重数量轻质量、培训效果有待进一步提升等问题也逐步凸显。

鉴于此□20xx年人力资源部拟根据员工学习特点，在培训内容设置，培训时间安排、学习方式方法上作新的探索，讲求培训技，促进培训效果进一步提升。基本措施是：根据员工岗位任职要求，分层级、分序列，有针对性的进行培训。在培训形式上，以公司内部培训师授课为主，外部聘请专业人员授课、参加专业机构培训为辅。在培训内容上，分为新员工培训、业务营销、风险管理、财务管理类培训和通用管理类培训。在培训时间上，每月安排培训课程不少于1次。

为加强内部培训师队伍的建设，公司中层管理人员作为培训师给公司员工讲课,将自己的专业知识和经验与人分享，授人以渔。

为促进公司员工职业操守、职业技能、业务营销、风险控制、财务管理、服务保障能力的全面提升，分层次、抓重点建立年度培训计划□20xx年培训计划由以下项目组成：（详见附件□□20xx年培训计划表》）

（一）新员工培训

流程、财务管理制度等。由各部门内部讲师负责授课，培训后进行笔试，笔试结果作为员工试用期考核参考依据。

（二）业务营销培训

业务营销培训主要针对业务部负责人、客户经理，主要内容为营销组织与营销理念、项目调查技巧、财务分析、信贷（担保）流程、反担保流程等，形式主要为业务部、授信审查部、信贷管理部内部培训师授课，部份专业课程由外聘专业人员讲授。

（三）风险控制培训

风险控制培训主要针对信贷管理部、授信审查部、内控合规部和客户经理，主要内容为授信制度和流程、尽职调查指引与技巧、法律知识培训、信息系统培训，形式主要为授信审查部、信贷管理部、内控合规部内部培训师授课，同时结合案例分析、经验交流等培训形式。

（四）财务管理培训

财务管理培训主要针对资产财务部员工，主要内容包括会计核算、会计决算与汇算、税务稽查、预算管理、纳税策划、财务报表分析等，形式主要为资产财务部内部培训师授课。

（五）通用管理培训

通用管理培训针对公司全体员工，主要包括：战略管理、公文协作技巧、人力资源管理、行政管理制度□ppt制作技巧□excel运用技巧等，形式主要为业务部、授信审查部、信贷管理部内部培训师授课，部份专业课程由外聘专业人员讲授。

将培训内容与公司发展相结合，将培训效果与员工个人发展相结合，以全年经营指标为导向，建立培训考核机制，增强员工参与培训的内在动力，进一步提升培训效果。

1、加强对培训效果的测试。继续坚持人员培训台帐，根据培训课程分别采取笔试、笔记检查等不同测试形式，加强对培训效果的检测。

2、各部门每月培训完成率低于80%的，扣减部门季度考核得分。

综上所述□20xx年是公司发展的关键一年，公司上下高度重视

培训工作，全力打造学习型组织。各部门负责人也是部门员工能力提升的“第一责任人”。公司人力资源部将全面规范和完善员工培训需求分析、培训资源开发、课程设计、培训过程控制、培训效果评估等培训管理流程中的各个环节，为公司发展做好智力保障工作。

公司年度计划篇六

在认真审视公司经营的优势和劣势、强项和弱项□swot□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，都必须始终不逾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6500万元，增长率93%，保底销售收入5000万元；年度税后利润780万元，增长率338%，税后利润率12%，资产回报率20%，保底利润360万元。

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□20xx年度销售目标分解表》执行（附件）。

三、主要经营策略

（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．国际贸易中心和中国区营销中心必须整合各项资源，在20xx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北美洲和俄罗斯市场，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66家，力争120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。

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．国际贸易中心应调整主打产品，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．中国区市场的产品策略按产品系列推进：

1）针对橱柜产品，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，新上石英石项目。

2）针对衣柜产品，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）针对浴柜产品，以“依据需求、适当投入，力推国贸、淡对国内”为策略，以出订单为主，以适度利润为目标。国内市场除非承接大量工程订单，否则，以较少精力投入。

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。

（三）品牌与招商策略

品牌是产品营销的催化剂和拉动力。

经过近十五年的经营，“xx”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，“xx-x”也已成为“xx”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，集中力量向海外市场和中国区市场推广“xx”和 “xx”两大品牌。为此，相应措施如下：

1．国际贸易中心应以“xx-x”为主打品牌，以展会、网络等通路为手段，以海外建材商、采购商和经销商为目标大力开展招商活动。

2．中国区营销中心应在中国区市场主推“xx-x”品牌，采用以商招商、广告招商、专员招商、展会招商等手段，面向橱柜业、家电业、建材业、卫浴业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400万元，增加生产设备，扩大生产场地，确保产品生产6500万元和各项营销策略的实现。

2．生产中心作为二线部门，理应成为国际贸易中心和中国区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

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。

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□20xx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□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

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！