# 2024年it项目计划书(14篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-09-08

*时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。it项目计划书篇一1、政府接待市场尽管“三公消费”受到限...*

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。那关于计划格式是怎样的呢？而个人计划又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**it项目计划书篇一**

1、政府接待市场

尽管“三公消费”受到限制，但公款消费并没有完全消失，必要的、合理的公务接待还是有一定的市场的，只是数量上有较大的缩减。在这种情况下，酒店要留住公务客人，细化服务、做好关系营销。使酒店成为当地政府公务接待的定点酒店。

2、商务散客市场

积极拓展区域内各大企事业机关、协议单位、公司散客市场的基础上，加快建立与携程、艺龙网等网络预订的销售合作进程，提高商务散客的入住率，并提供相应的免费接送机和其他特色服务，体现四星级酒店的延伸服务和品牌档次。使酒店成为区域商务活动，散客休闲首选酒店。

3、会议市场

（1）、政府机构、企事业单位、金融机构、县局级单位成为会议市场主流，也成为酒店会议市场的主要目标。此类会议市场价位居中，且具有一定的规模，整体消费性强。

（2）、随着地区市场经济的进一步活跃，个体、私营企业会议呈上升趋势。此会议市场一般人数多、时间短，虽然价位不高，但能带动会议设施、餐饮收入及综合消费。

（3）、投资商、房地产企业等商业新闻发布会形成商务会议市场的一部分，此会议市场规格高、价位高，人数略少，但利润空间较大，能带动酒店主要产品的销售收入。

酒店加强会议市场的开发，提升会议服务接待的能力，使酒店成为区域会议服务中心。

4、旅游市场

旅游已经成为一种大众化的生活方式，旅游业发展的集群化是一个重要趋势，旅游产业结构类型逐渐由传统的观光游为主向休闲度假为主转变。酒店根据酒店自身优势资源提供多元化的休闲娱乐服务，借助峨眉山及周边环境增加休闲度假体验。使酒店成为“乐峨旅游线”的接待签约酒店。

5、大众化消费市场

大众消费成为餐饮市场主体。中国餐饮业权威人士指出，由于城乡居民收入水平的不断提高，餐饮的社会化需求日趋旺盛，餐饮业以大众化消费为主体的格局已在全国城乡市场确立。餐饮企业受市场巨大需求的吸引，已经开始把服务重点转向普通消费群体，经营结构不

断调整，经营重心不断面向家庭、个人和工薪阶层。从而酒店积极拓展大众化消费市场。使酒店成为区域大众消费受欢迎的酒店。

1、通过政府与职能部门的关系，调查统计政府及相关职能部门年度会议计划、接待计划以及经费的预算计划。由销售部负责专人跟踪衔接，并根据会议、接待的规模、经费计划制定相应的营销策略。

2、通过相关的职能部门的关系，调查统计城区及周边65岁以上老人的出生日期，由销售部跟踪衔接，进行情感营销，并制定相应的生日庆典营销策略。

3、通过民政部门、婚姻登记处、城区街道及社区主任和周边村镇负责人关系，调查统计城区及周边青年人年度婚庆情况。由销售部跟踪衔接，进行情感营销，并制定相应的婚庆庆典营销策略。

4、通过教育局、高中学校校务处等关系，调查统计城区及周边本年度高考学生及家庭情况。由销售部跟踪衔接，进行情感营销，并制定相应的高考庆贺营销策略。

5、通过对旅游市场的调查，统计乐峨旅游社团，由销售部衔接，并制定相应的旅游社团营销策略。

6、通过对成都会务公司、培训机构的调查，了解会务公司及培训机构的年度计划，由销售部衔接，并制定相应会务及培训接待营销策略。

7、通过对当地企事业、个体客商的调查，统计年度的公司接待、客商活动计划。由销售部跟踪衔接，并根据接待及活动的规模制定相应的接待营销策略。

8、建立对出租车司机推介客人的激励机制。与出租车司机联系，长期为酒店送客入住的出租车司机现金回扣，增大散客入住率。

9、加强网络订房的促销，推出免费接机等优惠促销举措，完善网络定房系统设备和内部运转流程。

10、对于代表各单位与我酒店直接联系的合作人员采取酒店多项优惠政策，尽量满足其特别要求、赠送时尚礼品或根据要求提供合理返利等手段抓牢回头客。

11、每月或者季度评出客房及餐厅消费前十名，给予赠送礼品、合理返利或本酒店客房全额免费消费券；赠送贵宾卡，在以后消费时享受优惠。

12、推出各种组合产品，增加客户消费额，抓住市场机会。如：客人一旦入住即免费赠送时令水果一盘，或鲜花一支。

塑造高档形象，主动争取客源，创造服务特色和赢取良好口碑。同时，稳固公务客人，重视旅游度假、会议商务客人，开拓大众化消费市场，走个性化发展道路。逐步从“官场”走向“市场”。

1、客房经营措施

（1）、经营思路

客房为酒店最大的创收赢利点。因此，首先强化客房业务的拓展，尽量争取最大的客务量，以避免酒店出现冷清的局面。所谓“先有人

气，后有财气”，客房的经营策略以量为主，以价高折大的房价政策，配以灵活性强的销售手段，尽量吸引较多的顾客惠顾，建立熟客群体，并利用顾客口碑，蓄意造势，提高酒店的知名度和尊贵形像。这两种做法之间存在着一定发展关系上的矛盾，但可通过提供特色的服务和热诚的接待，作为矛盾的润滑剂，以减少矛盾。提供良好的服务和建立密切的客户关系，为客房业务拓展上的成败关键。

（2）、营销手段

借势于“峨眉山”国际旅游大品牌，以价格策略为主要竞争手段，提升客房出租率为目的。与重庆、成都的地接及组团旅行社签订协议，成为乐峨旅游线的定点接待点。与旅游集散中心、自驾车协会签订协议，销售俱乐部会员卡（以打包形式组合酒店客房、餐饮、康乐产品并给予一系列优惠）。以扫楼形式与本地政府、企事业单位、学校、行业协会等各协议团体签订协议；与成都、乐山的培训机构、会议公司合作在酒店开展培训及会议活动。同时，配合系列的广告造势，突出威尼大酒店高档豪华、休闲健康、时尚潮流的产品特性。

（3）、价格定位

由于市场的淡旺季之分，制定高于本地四星标准的酒店门市挂牌价，旺季中，可尽能争取到最高的房租收入；同时，执行价高折大的灵活价格政策，暗地里与商务、会议公司及中介代理商签订较低价格的特价合同，实行薄利多销的手段，尽量缓冲淡季的影响，争取客源市场的份额。

**it项目计划书篇二**

随着人民的生活水平不断提高，父母对于子女的生活投入越来越大，子女消费在家庭总消费中的比重不断增加，而此阶段的儿童比重也在增加，他们的购买呈现个性化品牌化的趋势。

根据团队的市场调研及分析，确定杭州下沙东东城急需一个以儿童为对象的服装品牌。虽然，目前中国童装品牌的销售渠道还处于初级阶段，层次比较低，竞争又极为激烈，但是，童装品牌市场是一个相对特殊的产业，也是一个极具潜力的产业。据有关资料显示，中国的童装品牌市场每年至少拥有380亿元的市场规模。因此，我团队预计投资100万，剩下流动资金30万，加盟巴拉巴拉服装店。据财务预测投资回报期为2年，2年后可以开始赢利。童装行业是一个新制成的奶酪，谁动了谁都会尝到其中的甜头。

1、项目背景

童装涵盖了0-16岁年龄段人群的全部着装。童装企业进行童装品牌定位，可以通过年龄层细分市场。按年龄段可以细分为婴儿装、1－3岁段的幼儿装、4－6岁段的小童装、7－9岁段的中童装、10－12岁段的大童装、13－16岁段的少年装。从国内童装市场的现实经营状况看，中国婴儿装、幼儿装、小童装和中童装发展已初具规模，产业层次比较明显，拥有各自的领军企业，品牌数量相对较多。

依据近几年的调查数据显示中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，随着家庭收入的进一步提高，中国童装市场的消费需求已由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型。在杭州市，消费者对童装需求趋向潮流化、品牌化。

我国拥有庞大的童装消费群体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，我国14岁以下的儿童约有3.14亿，其中城市近1亿，农村2亿多。随着人民生活水平的逐渐提高，童装市场空间也迅速呈几何级数量增长。同时，由于中国的独生子女政策，所有的衣装消费因为没有弟弟妹妹们的“接班”，皆属“一次性消费预计在今后几年，随着我国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，将进一步推动童装市场进入新一轮的发展期。20xx年新生儿出生数进人高峰期，中国将在未来几年形成一个庞大的儿童消费市场。

因此，项目小组认为今年在东东商城开设一家童装店是迎合了市场需求的，目前童装市场的空缺很大。

2、项目宗旨

为满足日益增长的顾客需要，同时也充分发挥我们所学的专业知识，响应国家鼓励大学生创业口号，我们几个有共同兴趣同学聚在一起，积极为杭州地区服装产业发展服务。 我们的宗旨是满足需求，成就团队。

3、项目介绍

随着家庭收入的进一步提高，以及城市居民逐步达到小康生活水平，在现实中现在小孩的服饰需求也平常化，一年当中平时两套，过生日一套，六一节一套，过春节一到两套，一年当中最少需求5-6套市场较乐观。消费者对童装的需求趋向潮流化、品牌化。项目小组选择了加盟浙江巴拉巴拉童装十大童装品牌。根据到时实际的店面大小和陈列，将产品分为实用型与礼品型，童装的间接购买群体就来自将童装做为礼品赠送的部分客户，因此将童装做为礼品来卖会是一种新的营销方式。同时兼具网上销售，网络是现在化的产物，电子商务越来越流行，抓住这个机会我们可以发展网络销售。

走“一本二赢三发展”的战略路线，一本即第一年是固本期，在正常经营的前提下实现收回投资成本就可以了；二赢即第二年赢利期，开始实现赢利；三年发展期，考虑扩大规模实现进一步发展

1、产品品种规划

产品品种主要分为高档，中高档，一般。用途方面分为自用或送礼。

服饰档次的选择要根据当地的具体情况，同时经营儿童服装也要注意款式、色彩的选择与更新。大部分家长喜欢自己的孩 子穿得漂亮、可爱。除此之外，儿童服装的质地十分重要，任何家长都密切关心孩子的健康，一些纯棉的内衣和袜子是家长的首选。同时，在店里准备一些儿童玩具往往会带来一些意外的收获。另外，随着市民消费水平的提高，低档童装的市场变得非常有限，中高档童装开始渐渐受欢迎，因此，在进货时应注意选择价格适中的中档童装。

2、研究与开发

巴拉巴拉研发团队由88名专业设计人员和工艺技术人员组成。拥有男（中）童、女（中）童、小童、配饰4 个设计项目部，各自负责相应产品的设计以及参与每季产品的品类规划工作。20xx 年，巴拉巴拉的研发团队依靠高效率的合作开发各类服饰产品2,645款，上市产品为2,191 款。

公司长期聘请法国知名时尚与色彩咨询公司peclers paris 对巴拉巴拉产品的研发提供咨询服务，包括每季度的设计企划案、灵感来源的资讯发布和童装故事主题。还定期组织专业设计人员赴亚太区域与欧美区域进行市场考察。

根据第三方调研机构accume（上海亚米咨询服务有限公司）于20xx 年7 月提供的调研报告，在产品评价方面，巴拉巴拉品牌在“值得信赖的品牌”、“面料柔软、穿着舒适”、“设计时尚、新颖”、“款式可爱、大方”、“颜色搭配协调、柔和”等纬度，位列同行业前列。

3、未来产品和服务规划

一站式全品类全年龄段的专业、时尚童装品牌，专业、时尚、愉悦是巴拉巴拉的品牌核心价值。巴拉巴拉产品已全面覆盖0-16岁儿童的服装、童鞋、配饰品类。巴拉巴拉注重消费者购物体验，一站式的零售空间提供多样的专业时尚产品，持续创造选择丰富、物超所值的消费价值。巴拉巴拉正努力实现世界儿童服饰标杆品牌的愿景。不断开放研究新的产品满足顾客需求。优质、低价。满足用户对“消费质量”的追求，坚持为用户提供高性价比的手机产品与服务，不损害用户利益，不降低服务质量。商城一直坚持客户第一、员工第二、股东第三的经营理念；坚持诚信为本、用心服务、创造价值、坚守承诺、追求卓越、心怀感恩的服务理念，为新老客户提供全方位高品质的物流服务。

4、实施阶段

（1）商圈确定

经过研究与分析选定自己的开店的环境

（2） 选址需要注意的事项：

a.在当地的商业街，人流量大，目标群体也相对集中

b.当地热闹的步行街

c.当地的幼儿园、小学比较集中或临进的区域

d.当地童装店比较集中的地方

（3）营业执照的注册以及税务、卫生注册找好门面房，与房东签订房屋租赁合同。 工商局注册办理个体营业执照。

（4） 营业面积及店铺装潢

（5）宣传准备工作:

a.宣传单页的印刷。

b.宣传单页的派发。

（6）开业筹备工作:

a.店铺内产品的整理（上架及入册）。

b.检查店内设施，如有损坏及时修理。

c.备好当日所需各类票据，如小票、发票、收据等。

d.预备所须零钱，所需金额及面值依据实际情况来定。

e.了解当天新上产品及其价格。

f.优惠活动的相关信息。

g.其他相关物品的采购（鞭炮、音响等）

（7）正常运营中：

a.了解当天商品调价及促销活动,新品、特卖品等的放臵。

b.巡视区域内的货架，了解销售情况，是否需要紧急补货。

c.卖场中是否有污染品或破损品。

d.价格卡与商品陈列是否一致。

e.努力为顾客做好服务，接受顾客的建议。

f.注意卖场内顾客的行为，有礼貌的制止顾客的不良行为。

g.为顾客做结帐及产品包装服务。

h.以顾客为重，一旦有顾客上门，应有“欢迎光临”等招呼。

（8） 营运后：

a.是否仍有顾客滞留。

b.店铺橱窗射灯、招牌灯、空调等设备是否关闭。

c.当日营业现金是否全部收好（锁好）。

d.整理各类票据及当日促销物品。

e.进行当日盘点，填写登记销售日报表。

f.整理服装及卫生。

g.做好关店安全工作。

5、服务与支持

微笑对待每一个顾客，我公司服务宗旨：高效、负责、解惑 我公司服务目标：只为客户服务。加上巴拉是全国童装品牌中销售金额最多(20xx年的销售25亿，20xx年销售40亿)、销售网点最多(在全国300多个城市拥有3000多家网点)、广告投入最大的品牌(广告采用央视、省级联动的方式)，他是第一家获得中国名牌\\的童装品牌，他是连续两届获得中国服装协会中国十大童装品牌\\的品牌。除非您不选择经营品牌童装，如果要经营品牌童装，巴拉巴拉对每个加盟的支持绝对是最佳选择。

1、市场介绍

从整个中国目前发展的速度可知，人们的生活水平越来越高，父母对子女的生活投入也越来越大，儿童消费呈现出明显的个性化，购买主动化的趋势。童装市场发展空间将逐年增加，所以说童装品牌市场是一个有发展的行业。

目前中国童装品牌的销售渠道还处于初级阶段，层次比较低，但中国童装品牌行业已经踏入品牌竞争领域，竞争愈演愈烈。童装品牌市场是一个相对特殊的产业，也是一个极具潜力的产业。据有关资料显示，中国的童装品牌市场每年至少拥有380亿的市场规模。

2、目标市场

以东东城附近3~12的儿童为目标客户群。

3、顾客购买准则

（1）消费者的基本情况：东东城对面是梦琴湾小区，60%的人口是业主，多从事管理层次的工作，40%的人口是为外来打工的租客。多蓝水岸小区多为在乔司监狱的工作的职员。多为一家三口的居民。

（2）购买能力：消费水平为中等。

（3）消费的满足度：质量较高，价位适中的巴拉巴拉童装较能接受。店址离居住地较近，选购便利。

（4）消费行为：1）服装是生活的必需品，童装为儿童的必需品。2）巴拉巴拉是品牌童装，追求品牌也是当前的一种潮流。3）巴拉巴拉童装是适合3~12岁的儿童，东东城附近有2个小学，2个幼儿园，有相对多的目标客户群。

4、竞争对手分析

（1）主要竞争者： 没有品牌标签的童装店一家；潜在竞争者：红黄蓝、、派克兰帝、巴布豆等品牌童装可能将入驻东东城。

（2）现有产品供给情况：童装店没有形成规模，量少，质量低劣，无品牌效应的影响。 （3）竞争点：巴拉巴拉童装是森马服饰下的一个儿童品牌，知名度较高，价位中等，款式新颖，多与当前儿童热衷的动画人物相结合，为儿童所青睐。

（4）未来的竞争趋势：

1）同类知名度的品牌童装入驻。

2）网上的销售渠道的扩大

1、市场计划

依据近几年的调查数据显示中国童装消费均呈现两位数以上的增长，童装成了服装业发展的一个新增长点，随着家庭收入的进一步提高，中国童装市场的消费需求已由过去的满足基本生活的实用型开始转向追求美观的时尚型。目前，消费者对童装需求趋向潮流化、品牌化。

我国拥有庞大的童装消费群体，童装市场具有极大的开拓潜力。根据有关人口统计年鉴，我国16岁以下的儿童约有4亿，其中城市近1.4亿，农村2.6亿多。随着人民生活水平的逐渐提高，童装市场空间也迅速呈几何级数量增长。而目前，全国年儿童用品消费约6000亿元，占全国儿童用品总消费的6%。同时，由于中国的独生子女政策，所有的衣装消费因为没有弟弟妹妹们的“接班”，皆属“一次性消费。预计在今后几年，随着我国每年新生儿出生数量的增加和社会经济发展步伐加快，将进一步推动童装市场进入新一轮的发展期。20xx年起，新生儿出生数进人高峰期，中国将在未来几年形成一个庞大的儿童消费市场。加之，人们收入水平的提高，特别是城镇及农村消费能力的增强，也将成为带动儿童用品市场需求增长的因素之一。

因此，我们小组经过调研，认为开设一家童装店是迎合了市场需求的。

目标市场1:2-16岁的儿童，涵盖了小童、中童和大童的整体消费群。价格为35到418元，主要面对城市中高等收入家庭，市场定位为都市时尚新生代，有独特的品牌文化及品牌内涵。

目标市场2：回头客。产品是可以互相替代的，而品牌不可以，品牌的个性及价值是独特的，是不可取代的。只要该品牌在顾客群中形成了良好的消费者忠诚度，顾客的回头率就会增高。

2、销售策略

公司的市场营销部门会使用不同的营销策略销售我们公司的童装产品，具体的营销策略有如下几种：

（1）提升品牌形象：

提升品牌形象不仅可以提升品牌的影响力还有知名度，而且可以稳固人们的忠诚度，影响着品牌的销售量。提升品牌形象的具体方法有：a.从店面的改造提升形象，b.个性化的旗舰店设置，c.加强店员能力培训，d.售后服务。 （2）动漫与卡通营销：

动漫，有着良好的市场受众基础，卡通漫画形象也有其独特的性格和良好的市场认知度。动漫更加直接的通过各种卡通形象宣传，童装品牌也更加容易获得认知。

（3）集中市场营销策略：

集中市场营销策略是选择某一细分市场为目标市场，集中力量施行专业化的生产和销售，以满足特定消费群体的需求。这一策略的好处是，可以使产品在局部市场占据优势地位，专业化生产和单一营销组合有利于企业降低成本。集中市场营销策略有利于公司童装产品的个性化营销策略，能够使公司产品满足市场上不同消费群体的个性需求。

（4）差异性市场营销策略 ：

差异性市场营销策略就是指企业根据各个细分市场的不同特点，实行多种品牌、多种款式、多种规模、多种价格、多种分销渠道、多种广告形式等多种营销组合，以满足消费者的不同需求。差异性市场营销策略是经济发展和消费需求多样化的产物，也是企业市场竞争的结果。近年来，国内外的一些大企业都采用这一策略。其好处是可以扩大产品总销售量，提高市场占有率，同时多种营销组合能够提高企业的竞争。

（5）促销策略：

促销是指经营者向消费者传递有关本企业产品的各种信息，说服或吸引消费者购买其产品，以达到扩大销售量的目的。常用的促销手段有广告、人员推销、网络营销、营业推广和公共关系。巴拉巴拉童装专卖店的促销策略一般有：促销活动，会员制度，赠品促销等。

3、销售渠道及伙伴

巴拉巴拉童装的分销主要有公司自主完成，公司会在各个销售市场建立零售实体店进行公司产品的专业化销售，在公司的市场基础与品牌形象比较稳固之后，公司会在全国范围内，邀请加盟商代理销售本公司的童装产品。

随着互联网在中国的进一步普及应用，网上购物逐渐成为人们的网上行为之一。网络销售也成为了巴拉巴拉童装的一个重要的销售渠道。

在公司的合作伙伴方面，公司会选择玩具制造商、乳制品销售商以及儿童教育辅导机构作为公司发展的合作伙伴。

4、销售周期

天气对服装销售的影响太大了，整合历年的经验，为大家总结一年里服装的5个阶段性时节：

（1）一月到四月：服饰冬装鼎盛季节,属疯狂旺季。具体日期在元旦假期、双休日。此时气候严寒，冬装买价高、利润高。二月：是服饰冬装最鼎盛的季节,属疯狂旺季。具体日期在春节前后、元宵佳节、国际情人节、双休日。此时天气依旧较冷，冬装买价高、利润高。三月：服饰换季季节,冬装开始甩货,春装陆续批量上市,属标准旺季,具体日期在三八节、双休日。此时天气冷暖交替温度过度，适合冬装甩货，春装上市。四月：服装春装销售季节。属标准旺季,具体日期在双休日,此时天气温和,冷暖适中,春装热销中。

（2）五月：服饰春夏装过度交替季节,属标准旺季,具体日期在五一长假期间,双休日.此时天气气温逐渐偏热,春装下市,夏装开始上市,夏装热销,春装甩货。

（3）六月到八月：服装夏装销售季节,属标准淡季,具体销售日期在儿童节,双休日,此时天气气温偏热,夏装热销,跑量大,但价格低,利润少。此时天气异常炎热，夏装销售基本停滞不前，建议促销。

（4）九月：服装夏秋装过度季节，也是淡季过度旺季的季节，属尴尬淡季，具体销售日期在双休日、傍晚时分、九月中下旬。此时天气开始降温，日夜温差较大，风大。夏装清库，秋装全面上市。此时消费者多有持币观望心态，故人多成交低。此时各位店长应当心态平稳，不焦不燥，积极调整好店内的货品和陈列,准备迎接旺季。

（5）十月到十二月：服装秋装销售季节,属疯狂旺季,具体销售日期在国庆长假期间、双休日。此时气温适中，日夜温差大，秋冬装全面热销。此时国庆的到来也宣布了服装旺季正式开幕。消费者疯狂购物期，集中在国庆长假，人多，成交量高，但秋装价格适中，利润适中，故需配合促销来最大限度加大成交量，充分利用国庆节来跑量。十月的销售旺季主要集中在国庆七天长假,长假过后由于消费者地心理疲劳,还会出现一段销售低谷(约维持15天左右),所以希望各店主充分利用起国庆长假做销售，以便能平安地度过剩下的15天低谷。接下来的服饰秋冬平稳过度季节,属标准旺季,具体销售日期在双休日、傍晚时分。此时气温逐渐降低，秋装甩货下市，冬装稳步上市。秋装甩货热销，冬装陆续上市，价格高，利润大。最后服装冬装全面上市季节,属疯狂旺季,具体销售日期在平安夜、圣诞节、双休日。此时天气寒冷，冬装卖价高，利润大，节日期间配合促销提升冬装成交量。

5、定价策略

一个公司的定价策略直接关系到公司的产品能否为消费者所接受。我们公司在公司产品的定价方面会根据对公司内外部因素的综合分析进行。在公司内部，公司会根据公司童装产品的原料价格、公司的人员工资以及产房土地投资等方面对公司产品进行定价。在公司外部，公司会依据公司对市场上其它童装产品的调研结果的分析对公司的童装产品进行定价。公司产品的最终价格是内外部分析价格的综合。

1、组织结构

经理 领班 收银员 营业员

2、团队成员岗位描述和要求

（1）经理：综合管理与应付；

要求：有较好的管理及组织协调能力；热情大方。

（2）领班：带班、理货、现场投诉处理与反映；

要求：有良好的团队合作精神和较好的协调沟通能力；耐心，领悟力强。 （3）收银员：收银、存款、班销售对账、店面形象整理； 要求：耐心、细心、认真。

（4）营业员：销售、顾客接待、店面形象整理； 要求：有良好的沟通能力、宽阔的胸怀。

3、建立团队愿景、使命和精神

愿景：目标明确，坚定不移，天道酬勤，永续经营

团队经市场分析与调研，决定加盟巴拉巴拉服装店。团队将在这方面坚定不移下去，也相信努力经营必有回报。

使命：丰富儿童美好生活，让孩子们自由成长，童年不同样

加盟巴拉巴拉服装店，开在下沙东东城，也是希望丰富东东城附近的孩子的生活，让孩子们穿着舒适的服装，自由、快乐地成长，创造出每个孩子不一样的童年。

精神：以协同合作和核心，凝聚全体成员的向心力，达到个体利益和整体利益的统一。 整个团队要分工合作，让整个团队有一致的工作动力及目标，使整个团队及每个员工的价值发挥到最大化。

走“一本二赢三发展”的战略路线，一本即第一年是固本期，在正常经营的前提下实现收回投资成本就可以了；二赢即第二年赢利期，开始实现赢利；三年发展期，考虑扩大规模实现进一步发展。

1、短期目标：

第一年：固本期，产品以保证质量为前提，能实现收回投资成本即可，因为是新手，可能很多包括进货、销售技巧等很多方面都是一个学习与适应的过程，同时在第一年的经营期间发展老客户，培养客户忠诚度并不断通过老客户带来老客户，比如发展会员等，实际操作是一项长期化坚持化的过程，做出巴拉巴拉童装店的风格，注重销售培养客户群体，同时为打造店名识别系统打好基础。发展一个新客户比老客户要难得多，而让一个新客户成为老客户成为忠诚老客户更是难上加难，也就是服务化发展，如何提高顾客价值，如何留住老客户，如何能给他们更多的增值服务，是值得我们要思考的问题。

2、中期目标：

第二～三年：当属赢利阶段，销售的同时重点打造知名店面为主，多做自己店里的相关宣传与推广.，加深客户影响度，在这一年中周边能记得我的店名，我店的品牌，有了需求能马上来店里就是成功的，在保证赢利的基础上，可以的话进行店面面积扩大规模的计划。

3、长期目标 ：

第三～五年：在实现赢利的基础上，重点是“三发展”的策略，扩大规模，申请开设其他地方的分店，做区域内有名的巴拉巴拉的童装店，加强内部管理体制，走长远发展路线

1、资金需求与使用计划

（1）选址：以东东城商业圈为中心，店面租金大部分为2万元/月，一年大概24万元/年。 （2）店铺装修：具体装修可以依据房子架构来设计。

门口醒目的广告明确，让路过的人一目了然店内是卖什么东西！重要的一点，相同的衣服挂在不同档次的的店铺会用不同的效果，不要因自己店内整体的形象影响到自己的衣服的档次，影响到顾客的购买欲！

灯光等硬件配备也非常重要的，如果店铺不够亮膛，给人感觉就是象快倒闭的！晚上门头的灯一定要亮，一下子能吸引路过的顾客的眼球！灯光也能让衣服更动人，但是不同的灯光会有不同的效果，冷暖结合是服装店最适合的，如果全部是冷光（也就是平时所看见的白色灯光）店铺虽然亮堂，但是给人的感觉惨白不够温馨，衣服会显得不够柔和！加上暖光灯（平时看见的射灯之类的黄色光）能中和惨白感觉，照射出的衣服也更动人！空调在夏天必需要俱备，不然店里很难留住顾客有耐心挑选衣服的，身上粘滋滋的，试衣服也不会有心情的！

因为巴拉巴拉童装加盟店内装修都是总部统一安排的，所以装修费粗略计算为8万元。 （3）进货预算：先批进货以中低档为主，高档点缀，所以20万元。少进试销，然后在适量进货。因为是新店开张所以款式一定要多，给顾客的选择余地大。

巴拉巴拉进货每一季度进货一次，一年可进四次货，每一季度季末退货可以向总部退进货量的10%，其他的可以低价促销，以求固本。

（4）人力规划：计划雇佣两个女生，一个负责接待顾客，另外一个收银。工资1500/月+提成，提成为月营业额的1%，提高她们的积极性。工作时间为：早上10点——晚上10点。

投资金额分析，每月费用分析： 房租：2万元/月，付六压一，14万元 装修费：8万元

第一次衣服进货：20万元 其他费用：1万元

员工工资：可以在月底结，3000元/月 余下567000元做流动资金使用

2、融资计划

公司起步融资计划

需要货币融资100万元 可利用其它融资方式 借贷融资：

1.自己出资，利用自己平时的资产进行项目投资。

2.向企业和个人进行个人项目投资或寻找项目合作者。

第一充分向他们说明我们的创业项目从市场前景、成功的案例、具体操作过程等几个方面进行论证是能够盈利的；

第二和他们利润共享，按他们出资的比例，按百分比进行利益回报，最后把本金和利益回报一起归还出资人。

向亲朋好友借款

第一充分向他们说明我们的创业项目从市场前景、成功的案例、具体操作过程等几个方面进行论证是能够盈利的；

第二向亲朋好友支付借款利息，利用亲友关系，人脉关系，说服借款并低利率，年利息率为1.5%。

第三积极维护亲友关系，形成良好印象和人脉关系，赢得信任和支持，鼓励。 商业信用融资：

在公司运营后的第二年，有希望向中国邮政争取向中小型企业的小额贷款。

3、损益预估表

单位：元

第一年 第二年 第三年 第四年 第五年

一：毛收 入 减：产品 成本 营业费用

二：产品 销售利润 减：管理 费用 财务费用

三：利润 总额 减：所得 税 四：净利 润

4、现金流预测

单位：元

第一年 第二年 第三年 第四年 第五年

一、经营

活动产生的现金流量 销售商品、提供劳务收到的现金： 收到的税费返还： 收到的其他与经营活动有关的现金： 现金流入小计 购买商品接受劳务支付的现金 支付给

职工以及为职工支付的现金 支付的各项税费 现金流出小计 经营活动产生的现金流量净额

二、投资活动产生的现金流量： 收回投资所收到的现金 取得投资收益所收到的现金

处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额 收到的其他与投资活动有关的现金 现金流入小计

5、资产负债预估表

单位（万元）

1、资产 流 动资产 货 币资金

第一年 第二年 第三年 第四年 第五年

应 收账款 减坏账准备 应收账款净额 流动资产合计 固 定资产 固定资产原价 减累计折旧 固定资产净值

无 形资产 减累计摊销 无形资产净值 资 产合计 负债及权益 应 付股利 应 付工资 负 债合计 实 收资本 盈

余公积 未分配利润 所有者权益合计 负债及权益合计

6、盈亏平衡分析

收入预估表

收入预估表根据对预计的销售量及业务成本的分析详细制定而成，本公司的收入预估表具有客观合理性，该表分为五个年头制成表格。

项目 年 第一年 第二年 第三年 销售量（件） 第四年 第五

销售单价（元） 销售收入（元） 财务收入（元） 合计（元）

在公司的盈亏平衡点的计算方面，公司采用20xx年收入预估表作为参考。

在20xx年度，公司产品的单位售价为90元，销售量为2万件，企业产品销售为180万元，在20xx年度企业的固定成本为35万元，单位变动成本为10元，企业总成本为550万元；

按本公司的销售计算盈亏平衡时的销售量为：350000/（90-10）=4375（件）； 也就是说，在20xx年度，公司要实现盈利必须以90元每件的价格销售出4375件以上的童装。

**it项目计划书篇三**

xx项目商业计划书

xx项目立项；xx项目申报；xx项目规划；xx项目资金申请等。

推动中小企业协调发展。建立中小企业跨区域交流合作机制，鼓励东中西部地区中小企业利用各自比较优势开展合作，缩小地区间发展差距。推进城乡中小企业协调发展。推动军民融合发展，促进中小企业进入武器装备科研、生产和服务领域。鼓励和引导中小企业承担社会责任，营造和谐发展环境。

营造公平开放的市场环境。清理和废除妨碍公平竞争的各种规定，推进实行公平的市场准入制度和公平竞争审查制度，打破区域垄断，统一市场监管。

xx项目商业计划书依照\"科学、客观\"的原则，主要从技术、经济、工程等方面进行充分的论证和可行性分析，对项目建成后可能取得的经济效益、社会效益进行科学预测，从而提出该项目是否值得投资和如何进行建设的咨询意见，因此，该报告是一份较为完整的为项目决策及审批提供科学依据的综合性分析报告。

《xx项目商业计划书》由泓域咨询机构编制，泓域咨询主要针对企业单位、政府组织和金融机构，在产业研究、投资分析、市场调研等方面提供专业、权威的研究报告、数据产品和解决方案。

\"十三五\"期间，全球经济持续复苏仍面临诸多挑战，行业工业经济增长新旧动能正加速转换，行业工业生产将保持平稳增长，但仍存在不稳定因素。未来行业将持续推进供给侧结构性改革，坚持创新引领，加快制造业创新中心建设，以智能制造为主线，推动工业转型升级，同时还要关注国际经贸规则新变化、新趋势，重塑行业工业竞争新优势。

商业计划书是一份全方位的项目计划，其主要意图是递交给投资商，以便于他们能对企业或xx项目做出评判，从而使企业获得融资。商业计划书有相对固定的格式，它几乎包括反映投资商所有感兴趣的内容，从xx企业成长经历、产品服务、市场营销、管理团队、股权结构、组织人事、财务、运营到融资方案。

第一章xx项目总论

第二章xx项目法人基本情况

第三章市场需求预测

第四章建设规模与生产方案

第五章xx项目建设选址及土建工程

第七章技术生产方案

第八章环境保护

第九章劳动保护安全卫生及消防

第十章xx项目节能分析

第十一章xx项目风险分析及风险防控

第十二章xx项目实施管理和劳动定员

第十三章xx项目实施进度计划

第十四章投资估算与资金筹措

第十五章xx项目经济评价

第十六章综合评价及投资建议

第十七章附表及附图

xx项目固定资产投资估算一览表

xx项目流动资金估算一览表

xx项目固定资产折旧和摊销一览表

xx项目综合总成本费用估算一览表

xx项目产品销售收入及税金估算一览表

xx项目综合损益估算一览表

xx项目资金筹措与投资计划一览表

xx项目资金来源与运用一览表

xx项目财务现金流量一览表(全部投资)

xx项目财务现金流量一览表(固定资产投资)

xx项目资产负债表

xx项目建设xx项目招标方案和不招标申请表

xx项目盈亏平衡分析一览表

xx项目盈亏平衡分析图

xx项目借款还本付息估算一览表

**it项目计划书篇四**

一、项目内容

1、项目名称

2、主要产品

3、生产纲领(分阶段实施的要注明)

二、项目单位简介

1、公司名称、地点、历史沿革、资产、主要设施、所有权属(包括固定资产、无形资产、专利、品牌)

2、公司人才：一是领导班子整体素质，二是项目主管和技术主管的个人素质，二是技术队伍的整体素质。素质包括学历、职称、经验、业绩、团队精神、背景。

3、公司经营概述：以表格列出近三年的营业收入、生产效率、技术质量指标、产销率、产利率、人均创收、税前利润总额、市场覆盖率(指地区)和占有率(指占有市场实际需求总量)、资产增值

4、公司现主要产品和生产能力，现新产品开发情况。

三、项目技术

1、项目产品技术先进性：一是与国际领先水平比，与国内同等比，将主要技术性能指标、外观、被新技术更新替代的.周期等主要内容列表进行比较。二是用论证报告、用户反馈、获奖证书、实物展示等证据说话。三是用人才、专业、业绩、有创意的规划等证明技术创新能力。四是与院校及科研机构紧密的技术合作关系。

2、技术升级的规划和措施。

四、产品质量

即从原材料、外购外协件的采购、生产过程的控制、质量保证体系的动作等方面阐述如何建立有效的质量保证体系。

五、市场需求

1、市场定位：经过市场调查，分析顾客群体，按地区、消费目的、消费水平、消费习惯进行分类，从而确定生产什么产品和产品进入市场的方向。

2、市场分析：

(1)市场划分：一是区域划分，二是某一档次产品的划分，分别预测市场占有率;

(2)目标划分：即目标区域和目标占有率。

(3)目标市场划分策略，即实现市场目标和占有率目标所采取的战略战术。

(4)市场真挚据市场调查，明确顾客群体之后，要对顾客的消费需求作定量和定性分析。

3、行业分析：

(1)明确行业现状，特别是主要竞争对手情况(包括竞争对手的人才、创新能力、质量与服务、价格、战略战术和市场拓展等)

(2)明确竞争和购买类型。主要在哪些层面上展开竞争，从消费对象和产品性能分析购买类型，如群体、个体、季节、交际、投资、配套等。

4、市场预测

六、产品成本和价格定位

1、产品成本：一是产品成本构成及价值;二是如何通过材料采购、生产、管理来降低生产成本。

2、产品销售价格定位(包括定位价格和定位策略，静态价格定位和动态价格定位等)。

七、销售策略

1、销售模式;2、销售政策;3、销售措施;4、促销手段;5、销售网络;6、售后服务体系

八、投资总额及构成

1、投资总额

2、筹资渠道

3、建设计划时间表及资金用途构成(体现精打细算，把钱用在刀丸上;对大项目而言，切忌要求资金一步到位)

九、财务分析

1、重要财务指标：近三至五年正常生产所需的资金流量、成本、单位产品利润率、销售金额、投资回报率、资产增值。

2、收支平衡分析，包括与生产能力相适应的最小产出、最在产出所需要的最低支出和考虑到各种风险在内的最大支出，计算盈亏平衡点。

3、计划损益：预计各种风险可能带来的损益额度。

4、计划现金流转：按满负荷生产、资金回笼周期、定额库存、在途发出商品计算资金流量和资金周转周期。

5、计划资产负债表。

十、政策

1、国家宏观产业政策。

2、地方或行业微观政策。

十一、风险

1、任何项目都有风险，没有风险是不正常的。项目在不同阶段有不同的风险，体现在市场、管理、技术、政策、财务等方面。对可预测风险，要有客观的、有逻辑的分析，对不可预测的风险点到为止，不必赘述。

2、预防出现风险的手段和措施。

一、计划概要

本计划主要内容为xxxxxxxx有限公司 20xx年销售部工作思路、工作内容、时间安排等。

本计划目的在于强化销售工作的日常管理，提高销售的计划性、有效性和针对性，使销售工作能够有效地配合和推动公司战略完成和年度经营目标的实现。

二、计划依据

本计划依据公司产品经理战略目标、销售部人员和管理现状、市场需求和竞争实际情况制定。

销售部现状分析如下：

1)没有推销意识，更多的承担的是客户服务的任务

2)工作随机性大，没有形成一定策略和计划

3)销售竞争力弱，未形成良好的销售局面

4)人员销售能力低下，且水平参差不齐

5)销售人员职业素养欠缺，工作主动性需进一步提升

6)人员储备不足，与公司规划不匹配

7)员工成长机制未形成，新员工培训缺乏，日常知识积累缺乏

8)日常工作松懈，个别时间段存在聚众聊天、没有紧迫感(电话量平均在2个左右)

9)销售考核没达到预期效果，部分指标应付成分居多

三、销售工作策略、方针和重点

为确保销售工作具有明确的行动方向，销售部特制定了相应策略和方针，用以指导全年销售工作的开展。

1、销售部门工作策略：

要事为先，步步为营;优势合作，机制推动。

要事为先：分清问题轻重缓急，首先解决目前销售工作中最重要、最紧急的事情;

步步为营：在解决重要问题的同时，充分考虑到公司的战略规划，在解决目前迫在眉睫的问题同时，做好长远规划和安排，做到有计划的层层推进。

优势合作：充分发挥每个销售人员的能力，利用每个销售人员的能力优势为团队做贡献;

机制推动：逐步建立解决问题和日常工作的常态机制，通过机制推动能力养成、管理改善和绩效提高。

2、工作方针：

以提高销售人员综合能力为基础，逐渐形成销售工作常态机制，并最终提高销售人员和部门的工作绩效。

以提高销售人员综合能力为基础，

以形成销售工作常态机制为重点

以提高工作绩效为目的

3、工作重点

1)、规划和实施销售技能培训：强化销售人员培训，并逐步形成销售人员成长机制

2)、强化销售规划和策略能力：注重销售的策略性，和销售的针对性(我们的每接的一单都需要策略)。

3)、规范日常销售管理：强化销售日常管理，帮助销售人员进行时间管理，提高员工销售积极性和效率

4)、完善激励与考核：针对性提供员工考核

5)、强化人才和队伍建设：开设销售2-3部的人员都需要加紧完善自己

四、销售工作目标

根据市场竞争情况，结合公司产品经理制，销售部制定出今年的销售目标。并以此作为日常销售工作的依据。

五、销售技能培训

1、学习时间

每周一早上各部门经理开个小会指出各自缺点，并加已完善。

每天中午打球培养两个部门之间的竞争意识。

六、个人营业额。

一、实际招商开发操作方面

1、回访完毕电话跟踪，继续上门洽谈，做好成单、跟单工作。

2、学习招商资料，对3+2+3组合式营销模式领会透彻;抓好例会学习，取长补短，向出业绩的先进员工讨教，及时领会掌握运用别人的先进经验。

3、做好每天的工作日记，详细记录每天上市场情况

4、继续回访xx六县区经销商，把年前限于时间关系没有回访的三个县区：xx市、x县、x县，回访完毕。在回访的同时，补充完善新的经销商资料。

二、公司人力资源管理方面

1、努力打造有竞争力的薪酬福利，根据本地社会发展、人才市场及同行业薪酬福利行情，结合公司具体情况，及时调整薪酬成本预算及控制。做好薪酬福利发放工作，及时为符合条件员工办理社会保险。

2、根据公司现在的人力资源管理情况，参考先进人力资源管理经验，推陈出新，建立健全公司新的更加适合于公司业务发展的人力资源管理体系。

3、做好公司20xx年人力资源部工作计划规划，协助各部门做好部门人力资源规划。

4、注重工作分析，强化对工作分析成果在实际工作当中的运用，适时作出工作设计，客观科学的设计出公司职位说明书。

5、公司兼职人员也要纳入公司的整体人力资源管理体系。

6、规范公司员工招聘与录用程序，多种途径进行员工招聘(人才市场、本地主流报纸、行业报刊、校园招聘、人才招聘网、本公司网站、内部选拔及介绍);强调实用性，引入多种科学合理且易操作的员工筛选方法(筛选求职简历、专业笔试、结构性面试、半结构性面试、非结构化面试、心理测验、无领导小组讨论、角色扮演、文件筐作业、管理游戏)。

7、把绩效管理作为公司人力资源管理的重心，对绩效工作计划、绩效监控与辅导、绩效考核(目标管理法、平衡计分卡法、标杆超越法、kpi关键绩效指标法)、绩效反馈面谈、绩效改进(卓越绩效标准、六西格玛管理、iso质量管理体系、标杆超越)、绩效结果的运用(可应用于员工招聘、人员调配、奖金分配、员工培训与开发、员工职业生涯规划设计)进行全过程关注与跟踪。

8、将人力资源培训与开发提至公司的战略高度，高度重视培训与开发的决策分析，注重培训内容的实用化、本公司化，落实培训与开发的组织管理。

**it项目计划书篇五**

活动地点:xx县xx乡二中

参与人群:中心小学、二中全体师生

倡导人:

电话:

工作单位:郑州

基金会发起宗旨

笔者自小生活在农村，深知农村文艺生活的贫乏，有时候这种贫乏会深深的影响一个人的视野和抉择。其二，现在农村农民外出打工是一种无法判断其影响的潮流，这股汹涌而来的潮流带给农村孩子的冲击无比残酷，很多人成了留守儿童，过着只能吃饱喝好而没有人引领其精神意识走向的井底之蛙的日子。我们大家已经都明白:经历、视野和抉择关乎一个人的未来，而每个儿童的未来就是中国的未来。所以，笔者工作之余，想发动身边有一定毅力和博爱情怀的同事亲友，把他们业余时间，拿来陪我们的农村儿童一起成长。他们的一言一行，无不可以带来让农村孩子感到新鲜和被关爱的春风。

释义:梦，代表梦想。我们每个人从小都有梦想，做个警察，做个科学家，做个老师，做个好人，无不都是梦想。只是随着时间打磨，很多人渐渐模糊了自己的梦想。没有梦想的人，如同小河没有流水，山川没有秀木，繁空没有星星，回航没有灯塔……缺少灵秀、美感和方向，自然也无法领略大千世界诸多光影和奇幻。

曦:晨光。每一个未经世事的孩子都是早晨的太阳，他们新鲜而向上，他们浑身都散发出朝气蓬勃的光芒。

所以，起名，。是期望每一个孩子的梦想如同朝阳一样，在浩瀚苍空冉冉升起。我们能做的，就是，努力为孩子们营造一个属于他们的构建梦想追逐梦想实现梦想的环境和平台。

这就是基金的宗旨:公平、关爱、包容。

基金会成立模式

根据笔者多年在外生活和工作的经验，总结到，现代社会，人们都很忙碌，时间都很紧凑，为一个公益项目拿出百分百的精力和时间几无可能。连我自己也不敢保证，我一手创建她，是否就能一生伴随她。说这个，是想告诉诸位老师和孩子们一个信息:没有任何人会不抱任何目的的来帮助咱们，这很现实但不残酷。每人能给我们一个微笑，这个世界就会瞬间春风如沐。所以，成立之初，一定要给孩子们一个尺寸，基金会，能为你带来的不是整个春天，也许只是一缕春风，也许只是一丝细雨，能不能被润泽被启迪还要看个人的造化。

为了公平起见，基金会筹备前期，会开展一系列活动，从这些活动中遴选第一批直接参与基金会成立庆典的孩子们。没有被选择到的，也可以参加活动。提前透露这个消息，就是想给孩子们一个希望，早一点准备，就多一份完美，到时候亲眼见证基金的成立，将是我们人生中难以泯灭的回忆!

活动一:在全校年级中举行作文比赛。题材内容不限，能表述自己的梦想最好。活动分别设立各种奖项，被选中的作文，可以优先考虑让作者参与基金会的各项活动。并颁发纪念证书。

活动二:举行歌舞文艺汇演。喜欢唱歌善于表演的同学可以上台表演自己的各项特长。表现优秀同样可以获得奖项，并被基金会选中作为代表参加日后各种义演等活动。

活动三:show出你的创意。也许你既不擅长作文，也不善于表演，那么没关系，只要你提的建议、你的发明创造、你的一些找不到人交流的懵懂的想法，告诉基金，只要你被认定是个可以栽培的种子，基金一定愿意聆听和接受你或你的建议与发明。并帮你找到能为你解答你的困惑能帮你改进或推广你的发明的老师或朋友。

活动四:课外的天空。课堂上如果你专心致志，课外时间，完全可以不去做作业，你可以看闲书、下棋、追逐着玩、做运动、跟同学聊天，当然你也可以去厕所方便，或者只要你愿意什么也不干，坐着发呆也没有人有干涉你的权利。说这些，是想告诉孩子们，你的时间你自己有掌握和分配的权利，只要你确保你在课堂上学到了东西，没有虚度一半以上的光阴，那么课余的时间，就要自己支配。就要做真正的自己。基金会会挑选一部分会学习也会玩的人来做小会员，给大家推广你的学习方式。

活动五:你来做大人。小孩子们心思并不小，我小的时候就经常在幻想倘若我做大人，我会怎么做怎么做。那么，给你一次机会，告诉梦溪基金，这一天，倘若你为大人，怎么解答我们这些暂时变成孩子的人的苦恼和困惑。我们期待孩子们的精彩想象与现实表演。

其他活动，容后再列。下面是活动怎样发起的现实问题。

基金会的性质及运作

第一项:活动经费怎么来。第一个活动前期几乎不用投入金钱，后期靠老师们义务阅卷及评判。奖项设置环节需购买奖品，这个经费我来想办法解决。

第二项:基金会成立后怎么维持运作。根据第一项活动的反应，创建公益网站，把活动的剪影和感受放到网上，作为基金会的开篇。经费一块需要前期会员协商筹集解决。每个项目都先从二中实施一遍，即一个基金会贴身陪伴下的学校里的孩子，跟没有这些项目经历的孩子，若干年后，有没有不同，有在哪里?这涉及到教育模式的畴，暂不言及。每个会员都有提出项目的权利，也有监督和运作项目实施的义务。

第三项:会员怎样加入。每个会员都是义工性质，没有任何报酬和物质的收入，这一点每个想参加基金会的人员一定务必考虑清楚。如有企图从基金会中捞取什么的，请你直接掐灭你的想法，这里不欢迎你。同样的，已经入会的会员，一旦被发现以权谋私或涉嫌舞弊，就终身终止会员资格并取消参与活动的权利。这个基金会也是一个想为留守孩子创建一个精神家园的的女孩的梦想，请相信这份愿望是纯真的，请包容这份梦想的纯粹，更欢迎监督这份梦想的实现!

第四:会员参与活动时的经济费用。前期集中在地面即家乡举行，尽量控制成本。后期去外地募捐义演参加联欢等需要的运输食宿等成本，有基金会支付。

第五:基金会的性质。基金会完全是民间的个人联合义工募集资金的形式，愿景是通过同偏远地区农村中学相结合的方式为学校里的孩子送去一份思想上梦想上的雨露，真正的沃土还是学校和社会，我们只是想通过我们创造的这个平台，把真正的关爱和关怀送到孩子们心头，让每个儿童特别是留守儿童都能分享这个社会的阳光雨露，都能有份平淡而很真实的梦想，都能创造一份属于自己的天空。

第六:其他事项，需逐步在具体实施和运作中发现提出并完善。

**it项目计划书篇六**

1.公司简介

xx股份有限公司，是由xx集团公司xx公司改制、扩建成立的xx地区大型塑料建材企业之一，生产基地坐落在xx省xx市，园区一期工程占地7万余平方米，总投资2亿元，现拥有各类先进设备80余台（条），年生产能力3万吨，年生产总值6亿元。

公司拥有雄厚的人力资源和科研开发生产能力。公司以产品质量第一、信誉第一诚信服务于社会大众。产品品种主要有“xx”牌塑料异型材，铝塑复合管材、pp-r铝塑复合管材、pp-r管材、pe给水管材、pe燃气管材、pe-xb、pe-rt管材、u-pvc排水管材及其配套管件。公司生产设备和原材料均为国内外著名生产厂商提供。产品投放市场以来，公司依靠雄厚的技术力量、先进的产品设计、优质的产品质量、多元化的品格规格和优良的服务获得了社会良好的赞誉。

“至高品质，至诚服务”是公司奉行的宗旨，以高起点、高标准、高质量要求自己，以优质的产品、满意的服务回报社会是xx建材不变的追求。

2.公司现状

经过数年的发展，新公司焕发出勃勃生机。截止20xx年12月31日，公司资产总额达2.12亿元，20xx年销售额10340万元，净利润1029万元，纳税额150万元。今年预计销售1.2亿元，净利润1300万元，纳税额200万元。

3.历史沿革

公司的前身是xx机械厂。xx机械厂是xx集团大型综合性骨干企业，国家一级计量单位，全国首批520家重合同、守信用单位之一、中国500家最大机械工业企业之一，全国质量效益先进企业，全国精神文明建设工作先进单位，拥有自营进出口权，并于1996年通过了中国新时代认证中心iso9001和iso9002质量体系认证。xx机械厂依靠雄厚的人力资源和科研开发能力，沿着军民结合的发展道路，不断进行技术创新，优化产品结构，积极开拓市场。xx建材正是其大力发展的民品之一。20xx年经改制、扩建成为今天的xx股份有限公司。

4.资信程度

“xx”牌新型建材经国家化学建材测试中心和中国预防医学科学院环境卫生检测所检测，各项性能及卫生指标均符合国家相关标准要求。产品经国家建设部科技促进中心专家评议小组评估，授予“国内领先水平”称号，中国建设标准化协会将其列为“工程建设推荐产品”，xx省建委授予其“建设工程优秀产品”，先后获得了“国家权威检测达标产品”证书、xx省名牌产品和著名商标，并被列入了建设部科技成果推广转化指南项目。产品广泛应用于建筑给排水、建筑门窗、地热供暖、城市供水管网和燃气管网建设等领域。

1.项目基本情况

该项目于20xx年x月份与xx机械厂签订合作协议，20xx年x月开始建厂，20xx年x月新厂基本建成，基本实现了边建设、边生产、边销售。20xx年x月份xx机械厂撤走股份，xx全资运营。目前，公司管理、生产、研发、销售整体就绪。

2.资金投入

两大项目合作，最主要的优势还是在管理、生产、研发、销售资源的整合上，对于资金需求，初步计划是新上10条生产线，约需资金500万元，补充流动资金7000万元，其他需求视合作规模与市场需求，加以规范即可。

3.市场定位

基于“xx”品牌在业界十七年的市场深耕，“xx”品牌在xx省尤其是在xx市及周边地区的知名度与市场美誉度不断提升，“xx”，不仅是一个管材品牌名称，在市场上更是质量、身份与档次的多重象征。目前，“xx”管业在秉承质量优势的同时，进一步巩固中、高端产品的市场定位，联合“xx”做一个中端产品，逐步走向优势互补、做大做强的健康发展轨道。

1.公司所处行业格局与趋势

公司是一家集生产、销售、研发为一体的大型塑料建材企业。公司自成立以来一直致力于环保、节能减排的新型给排水管材及燃气管材，随着我国对环境污染物的处理力度持续加大，国家对于环境方面的投入逐年增加，污水处理产业迎来发展的高峰期。

一方面，我国历史上排水管网建设欠帐严重，忽视地下埋地管网的建设，导致我国排水管网建设严重滞后于社会经济发展，造成污水收集能力低下，污水处理效能打折，内涝频发。另一方面，由于雨污分流普及率较低，也导致了不必要的水资源浪费。

今年x月份，国务院办公厅印发《关于加强城市地下管线建设管理的指导意见》，把加强城市地下管线建设提升到国家层面，重点安排资金，统筹全国地下管线规划建设、管理维护、应急防灾等全过程，综合运用各项政策措施，全面加强城市地下管线建设管理，用x年时间完成城市地下老旧管网改造，在36个城市开展地下综合管廊试点，用x年时间完善城市地下管线体系。从政策规划来看，未来五至十年，受政府排水排污项目、城市地下管线建设项目等投资需求的拉动，对排水管材、特别是对塑料管材的需求将不断扩大，塑料管材在环保、成本、抗压能力及安装便捷度等方面均有明显的优势。

2.房地产市场及建材市场分析

管业生产、市场与销售状况与国家房地产市场政策息息相关。近年来，国家一、二线城市房地产市场持续低迷，部分城市房地产市场已经趋于饱和或严重饱和。与此相反，国家城镇化建设步伐加快，中西部地区、中、小城市、集镇房地产市场进入快速发展期，从而拉动建材市场快速发展。此外，家装市场、旧房改造、农村地暖市场方兴未艾，管材行业由此进入一个快速发展的黄金时期。

3.竞争对手分析

公司目前xx市场管材企业主要的竞争对手是xx管业、xx管业、xx管业、xx管业和xx集团。xx、xx是四家全国性管业公司，在xx设有办事处，市场份额增速不大。xx在xx市场最大的竞争对手是xx管业新上项目，但xx是以型材为主，而xx的主业则是管材，面对xx管业的低价冲击，我们的对策是用xx管业的低价位与其抗衡。

4.未来市场预测与影响因素

未来市场空间十分巨大，影响市场的因素很多。从目前销售市场的格局来看，城市给排水市场约占三成，工程市场约占一成，家装市场约占两成，渠道经销市场约占四成，除巩固原有的市场份额外，随着居民生活水平的提高，家装市场的空间潜力巨大，未来市场的前景较为乐观。

1.人员构成

（1）截止20xx年x月x日，公司员工构成情况如下：

xx人员：xx；本科及以上xx；

xx人员：xx；本科及以上xx；

xx人员：xx；本科及以上xx；

xx人员：xx；本科及以上xx；

合计xx。

（2）公司没有需要承担费用的离退休人员。

2.组织机构

（1）领导机制

公司实行董事长（会）领导下的公司总经理团队负责制。总经理团队设总经理1人、销售副总经理1人、技术质量副总经理1人、生产副总经理1人、总会计师1人（五人团队）。

（2）组织机构

公司设办公室、财务部、销售部、技术质量部、生产设备部、采购部、仓储部共7个部门，在总经理的领导下开展工作。

3.管理规范性

公司已经组建了精干高效的管理机构，建立健全了各项规章制度，内部管理规范有序，各项工作均有流程，公司高层分工明确，部门职责分明，公司各项管理日趋科学化、规范化、正规化。

与xx合作的优势

xx的优势：

（1）管材专家。xx年建厂，xx年投产，多年来进行技术研发、科技升级、市场锤炼，已经成为管材生产制造专家。

（2）市场优势。在xx省尤其是在xx及周边地区，市场优势明显，许多老用户点名用xx产品。

（3）品牌优势。多年打造的品牌知名度及美誉度，拥有大量的有品牌忠诚度的终端客户。

xx的劣势在于xx机械厂单方面撤资后，经营资金出现困难。

xx的优势：

（1）现成的销售渠道。

（2）资金实力。

（3）国有背景。

xx的劣势在于现有体制下，适应市场经济运作的灵活度不够。

综合双方的优势和劣势，xx与xx的合作正好扬长避短、优势互补，形成合力。

2.合作前景

xx管业与xx型材的合作，不仅是产业的合作，更是管理、科技与体制的融合。两强合作，必将有效整合双方的优势与长处，在目前管材市场较好的基础上，预计三年可实现年销售5个亿，年净利润8000万元，年税收总额突破千万，重新书写xx管材市场新格局，不断扩大市场份额，在xx、xx乃至全国建材行业走出一条国企与民营联手合作、优势互补、共强共赢的新路子。

**it项目计划书篇七**

\*\*年，行政部针对部门十个工作项目，计划实施如下：

此项目和财务共同来完成。公司确定了各部门\*\*年年度费用预算后，各部门将以每个月的费用预算明细数据作为各项日常费用控制的依据，进行合理采购及支出，行政部以月预算执行偏差≤2%为月度费用控制目标，来开展此项工作。每月底各部门进行费用汇总，如有预算超支的现象，行政部将督促费用超支部门进行超支原因分析， 并在下月费用支出时进行控制和调整。以保证全年费用控制目标的实现。

1)制度的监督执行与完善。

目前各部门的管理制度已建立起来，行政管理制度以《员工手册》的形式传达至每位员工。08年制度的执行力很差。在\*\*年的工作中，行政部将以“持续改善”为工作原则，以下达《改善通知单》为主要方式，来加大制度执行力度。

2)公司会议组织及有关事项落实与传达

会议组织讲求效率，每次会议行政部至少提前10分钟做好会议现场布置工作，并知会与会人员准时参与会议，以保证会议准时召开。会议中有关事项的落实，行政部在09年度将不再以会议纪要的形式进行记录，直接以《事项责任书》的方式进行记录，并跟进落实事件进展情况。会议精神的传达由各部门执行，行政部仍以抽检的方式督促传达情况。

3) 规范办公秩序与员工行为的引导。开展此项工作，以日常抽检作为主体，当场发现，当场进行纠正引导，抽检次数每周至少两次。

4) 公司硬件规划及管理，网络系统建设与管理。

硬件购置回来后，由使用部门进行日常管理，行政部做月度使用抽查记录。

目前公司的网站建设已开始，域名已申请到位，网站内容的更新主要由cr部策划人员完成，行政部对更新频率从旁督促，年度内网络信息更新目标为每天更新一次。行政部督察更新的频率不低于每周2次。

公司日常网络维护和dts系统的使用维护由行政部网管人员具体负责，每周至少做一次全面检查，并做巡检记录。月底报行政部汇总备档。dts权限分配情况，也由网管人员负责记录和跟进。每月汇总一次。

5) 引导员有效实施及公司企业理念的宣讲与加强。

09年引导员岗位将由保安兼任。在保证安全的前提下，对前岗亭保安人员将安排具体的引导员岗位培训工作。首先让保安熟悉引导员岗位职责内容，在此基础上，讲解hmci对引导员在流程中的角色定位要求，在具体的日常工作中仍将引导员工作纳入流程考核内容，以考核结果来不断督促保安人员对引导员工作的实施。

对企业理念的学习一般安排在晨会上进行，日常工作中有能积极反映企业理念的事件，行政部将适时将以挖掘，进行积极正面的企业理念。

6) 部门间协调与沟通

部门间的协调与沟通，有助于提高工作效率，减少内耗。但部门间因职责不同，工作重点不同，常会有很多矛盾，行政部将充分发挥“促进剂”的作用，积极调查工作事实，本着团队绩效第一，安全及客户第一的原则，积极协调工作，化解各部门工作矛盾，保障公司各部门之间业务的正常开展。09年行政部至少每周与各部门负责人就部门工作进行沟通一次，收集有关工作协调的问题，进行妥善协调与处理。

7) 公司凝聚力建设

公司的凝聚力，有时体现在员工对于公司开展活动的积极参与性上，有时体现在部门协作时的工作成效上，有凝聚力的公司，员工精神饱满，士气高涨，团队绩效高。公司凝聚力的建设，需要行政部长时间的投入精力，积极开展员工文化活动，公平公正地执行各项管理制度，积极关注员工需求，同时让员工时刻感受到公司给予的关注和支持。当员工对企业产生了强烈的归属感和认同感时，公司的凝聚力建设也就有了成效。

1) 卫生保洁与维护。店面环境管理中，以物业公司保洁员的工作为主要管理对象，行政部实行日检制，每天至少抽查一次卫生情况。对于不合格的地方及时提出整改意见并督促整改，年度内目标设定为日缺失点≤3个，为保证现场清扫及时率≤10分钟，需要业务部门工作人员的共同协助，为保证清扫及时率的达标，行政部除了对内不断提高对保洁员的工作要求，加强对保洁员的监督管理之外，在部门间进行工作沟通时，会不间断地强调业务部门在此项工作中应起到的推进作用。如销售顾问送客户离店后，发现没有保洁员及时清场，应立即知会保洁员清扫现场，以保证待客环境的整洁。

2)绿化及环境维护。绿植的清洁工作及绿化率的提高是09年与绿化相关的目标。行政部已向绿植租摆方提出绿植清洁一个月至少两次。目前，绿植数量120盆左右，在不增加租摆费用的情况下，一个季度内将陆续提高到150盆，以满足hmci对于店面绿化率的要求。行政部对于绿植的质量和清洁将以抽查方式进行，一个月至少两次。另外，绿植摆放的格局在09年度将以两个月一次的频率进行调整，以丰富店面装饰效果。

1)门禁管理

车辆是门禁管理的主要对象。09年此项工作的开展，以完善和落实车辆出门制度为重点。目前行政部主要是日检保安车辆记录，及查看出门证收取情况来衡量门禁管理工作是否落实到位。08年的工作中已反映出一些弊端，制度流于形式化，保安安全意识不够，并不能100%执行出门制度，09年行政部将结合现有车辆进出情况，重新编制记录表格，并加强对车辆进入情况的核查工作。08年保安工作会议对于安全工作的开展有所帮助，在09年的工作中，将继续实施会议，并将门禁管理作为每次的会议重点加以强调，对每月门禁管理中存在的问题进行总结和改善，强化制度的重要性，提高保安对于车辆进出安全的重视。同时，保安在制度执行中如出现执行不力的情况，行政部将及时反馈到物业公司，督促物业公司加强内部管理力度，从侧面强化我公司安保制度的执行。

2)安全保卫管理。

自09年1月起，行政部加强对保安的监管，实施白班签到，及岗亭交接班制度。并对每个班次的工作职责进行明确，后期将以书面形式落实到岗位及个人。岗位职责将作为对保安岗位工作表现优劣进行评定的依据。目前店面人流量及车流量都较小，行政部除了在门禁管理上下功夫，保证车辆安全，在09年对于人员的进出也会予以重视。所有进入岗亭范围内的人员，都必须询问来由，特殊人员及车辆进出要记录备查。

内部资产的管理以行政部为主，各部门协作进行。行政部每月对固定资产进行清查，对调整，存库，报损的资产予以记录。日常工作中发现不恰当的使用行为及时予以制止。

3)消防管理

“防大于消”是行政部进行消防管理的工作指导方针。行政部拟在09年组织每季度1次的消防培训，强化消防意识的灌输，同时，完善消防设施，每月至少一次对消防安全重点区域(地毯区、烤漆房等)进行现场检查，发现有烟头焚烧地毯或易燃物存放等消防隐患情况，进行及时的信息公布及督促改善，从提高员工消防意识及消防行为自觉化两个方面开展消防管理工作。

5.日常行政事务处理。

日常行政事务是行政部最基础的工作。在此项工作上，行政部将以书面记录清晰可查、手续完备率100%、办事效率高但忙而不乱为工作指导方针来开展工作。

1)证照年审。行政部对需要办理手续的证照进行登记，提前确定办理时间，安排在正常时间段内办理完企业证照和车辆证照的相关年审工作。年度目标为办理及时率100%。

2)资料管理。08年公司的文件资料上半年度几乎无任何登记和整理。09年行政部将严格执行资料管理制度，进行资料分类存档。文件资料收发登记率要做到100%。

3)办公易耗品的采购与保管

行政部已通过08年第四季度的用量核算出每季度各部门办公用品基本用量，自09年1月起，以季度为单位，由固定供应商送货上门的方式进行采购。办公用品由各部门领用后，用量由部门内进行控制，保管落实到各使用人。一年以上的耐用办公用品依照以坏旧换新的原则，予以领用。

4)行政用车及公务车管理

目前公司并没有专门的公务车。因工作用车时，车辆驾驶员限由通过了行政部驾驶考核的人员来担任。行政部在出车前以及还车时执行验车制度。在进行验车时，如发现较为严重的车辆损伤时，及时定责，进行处理。另外，行政部将关注公司车辆的保养及外观情况，进行及时的清洗和保养工作。

5)报刊及印刷品管理

报刊杂志由岗亭保安进行收取，并填写收取记录。过期的报刊杂志由使用部门进行存档，一定量后与废旧包装盒一起卖掉，废品费用上交财务部。印刷品由使用部门按人数核发定用量，以季度为单位找行政部领用，行政部进行领用登记，年末进行消耗汇总。

6)钥匙管理

行政部按照钥匙管理制度，进行钥匙备用及领用登记，每季度核查一次钥匙使用情况。

xx年公司的经营目标决定了人员的规划及配置。行政部将在第一季度着重开展人员规划和配置工作。

1月份工作安排：1)进行工作岗位分析。确定各岗位人员任职条件、工作职责、工作权限等，为人员引进后能很好地进入工作状态做好必要的准备工作。2)选择合适的招聘渠道。控制好招聘费用。3)准备好应聘表、面试提纲等书面资料。4)确定一个适当的招聘周期(15天为宜)。落实面试考官人选、面试地点以及面试方式。

2月份工作安排：5-15号：组织面试。15--20号：进行甄选，确定人选。21号以后，实施新员工入职培训课程。

员工的培养通过培训、选拔、职业规划等不同方式来实现。09年行政部除了开展必要的新员工入职培训工作以外，根据各部门培训计划，督促培训工作的实施，进行培训效果培训，不断改进培训方式，以达到培养员工的目的。考虑08年培训实施情况，xx年的培训计划按每周一次的频率来开展，员工较能接受，且培训效果较好。另外，行政部将在09年在公司内部加强自我培训和学习的引导。变被动受训为主动求知。

关注员工心理需求，根据员工特性制定适合的职业发展规划，是稳定员工的有效方式。当心理需求适当得到满足，员工的工作积极性和稳定性都会提高。行政部在09年度会加强与员工的交流，每位员工每月至少有一次交流机会，及时收集员工思想动态，对于不稳定因素及时地化解，引导员工认同企业文化。

绩效考核机制的建立以激励员工发挥工作潜能为工作目标。首先行政部将做好绩效考评的准备工作，如对员工进行分类，设定各类别人员相适应的考评标准等。此工作拟在第一季度内完成。

鉴于目前公司还处于初步发展阶段，人员配置较为紧张，行政部实施半年度考评和年度考评。与考评工作相对应的设置则是半年度以及全年度的调薪、晋升、或奖金制度的实施。考评实施过程中，行政部将积极收集各方数据，对考指标的设定，考评的公正性或其它方面进行不断改善。最终确定一个适应于企业现状的考核体制。

推行绩效考核，需要各部门的共同协作，各部门负责人应能正确理解绩效考核的意义及体制的实施方法，只有这样，才能在部门内推行绩效考核体制。同时，在推行绩效考核前，行政部将通过多种方式引导员工对绩效考核进行正面认知，理解绩效体制实施对于个人职业发展的有利性。只有员工正确认识了绩效考核，其推行的效果才会是正面的，积极的。在09年第二季度会重点开展此工作。

绩效与薪酬是密不可分的。在推行绩效考核机制的同时，薪酬方案的调整同时要进行。依据绩效考核的不同评分标准，设置对应等级的薪酬，这是较为直接明了又简单易行的方式。

员工关系建设工作的成效，很大程度上反映在员工队伍的稳定性上。妥善处理好员工关系，不仅是企业社会良好形象打造的侧面，更是企业寻求长远发展的致胜法宝。行政部除了开展员工关怀工作，将引导员工与公司多进行沟通，多多发挥建设投诉渠道的作用，拉近企业与员工的距离，增加员工对企业的归属感。

在09年的企业文化建设工作中，对外，行政部将向其它兄弟单位积极学习，了解职能部门相关信息，进行积极必要的联络，保障公司业务的正常开展。对内，计划每季度至少组织一次员工集体活动，提升企业凝聚力。适时开展小规模的、有针对性的竞赛活动，活跃企业氛围。拟在第一季度，组织员工进行《员工手册》学习竞赛;第二季度，组织员工参加健康体验活动，传达企业关怀;第三季度，组织防暑知识学习，第四季度，组织以部门为单位的小型体育竞赛活动。

**it项目计划书篇八**

1、公司名称、地址、联系方法等

2、公司的自然业务情况

3、公司的发展历史

4、对公司未来发展的预测

5、本公司与众不同的竞争优势或者独特性

6、公司的纳税情况

研究资金投入

研发人员情况

研发设备

研发的产品的技术先进性及发展趋势

1、产品的名称、特征及性能用途

2、产品的开发过程

3、产品处于生命周期的哪一段

4、产品的市场前景和竞争力如何

5、产品的技术改进和更新换代计划及成本

管理团队和管理组织情况

1、公司的管理机构，主要股东、董事、关键的雇员、薪金、股票期权、劳工协议、奖惩制度及各部门的构成等情况

2、公司管理团队的战斗力和独特性及与众不同的凝聚力和团结战斗精神

五、非处方药(otc)行业、市场与竞争分析

1、目标市场

a) 细分市场

b) 目标顾客群

c) 5年生产计划、收入和利润

d) 市场规模、目标市场所占份额

e) 营销策略

2、行业分析

a) 行业发展程度

b) 行业发展动态

c) 行业总销售额、总收入、发展趋势

d) 经济发展对该行业的影响程度

e) 政府对行业的影响

f) 发展的决定因素

g) 竞争战略

h) 行业门槛

3、竞争分析

a) 主要竞争对手

b) 竞争对手的市场策略及所占市场份额

c) 竞争对手可能出现的新发展

d) 竞争策略

e) 在发展、市场和地理位置等方面的竞争优势

f) 竞争压力的承受能力

4) 产品的价格、性能、质量的市场竞争优势

六、营销策略

1、营销机构和营销队伍

2、营销渠道的选择和营销网络的建设

3、广告策略和促销策略

4、价格策略

5、市场渗透于开拓计划

6、市场营销中意外情况的应急对策

七、生产经营计划

1、新产品的生产经营计划

2、公司现有的生产技术能力

3、品质控制和质量改进能力

4、现有的生产设备或者将要购置的生产设备

5、现有的生产工艺流程

6、生产产品的经济分析及生产过程

八、融资说明

1、投资计划：

a) 预计的风险投资数额

b) 风险企业未来的筹资资本结构安排

c) 获取风险投资的抵押、担保条件

d) 投资收益和再投资的安排

e) 风险投资者投资后双方股权的比例安排

f) 投资资金的收支安排及财务报告编制

1) 投资者介入公司经营管理的程度

2、融资需求

a) 资金需求计划：为实现公司发展计划所需要的资金额，资金需求的时间性，资金用途(详细说明资金用途，并列表说明) b) 融资方案：公司所希望的投资人及所占股份的说明，资金其他来源，如银行贷段等。

九、财务计划与分析

1、过去三年的现金流量表

2、过去三年的资产负债表

3、过去三年的损益表

4、过去三年的年度财务总结报告书

5、今后三年的发展预测

十、风险因素

1、技术风险

2、市场风险

3、管理风险

4、财务风险

5、其他不可预见的风险

6、风险控制和防范手段 十一、退出机制

4、利润分红

**it项目计划书篇九**

（一）公司名称

xxx广告传媒有限公司、xx广告传媒有限公司、xx广告传媒有限公司

（二）公司性质

集制作、代理、策划、创意、调查、咨询为一体的媒介性合资广告公司。

（三）公司宗旨

以帮助客户获取经济效益和社会效益

（四）公司目标

实施个性化的经营理念，打造西部具有一定影响力的广告公司。

（五）创业理念

公司目前处于调查研究和起步的阶段，但是我们形成一个共叫，即在起步之初积极探索发展模式和方向，走一条有自己特色的路子，通过有效的资本运作，从最初吸引小客户做起，以精益求精的务实态度与客户建立良好的长期的合作伙伴关系，逐步扩大自己的经验和名气，一点一点划分属于我们的，断超越自己，这是广告公司发展的关键。

（五）公司服务

1、专业化的广告服务为我们的客户提供具体正确的行业咨询服务，包括数据调查资料，分析结论。从而使得客户的投资更科学、公道，全方位与消费者沟通。成立内部的研究机构，逐渐开创自己的理论架构和知识体系，建立自身文化。与媒体成为战略伙伴，代理和完全买断媒介的大量广告版面和时间，由我们单方向对广告主进行广告媒介的倾销和贩卖。

2、为客户提供正确、科学的市场调查，不必客户东奔西跑，我们为客户提供完善的效果测定服务。

3、用户利益：我们因自身特点具有业务本钱上上风。能把客户所需的广告预算降到最低，做到真正的优质价廉。

（一）市场描述

广告行业是我国的新兴行业，20xx年我国共有广告公司荚冬几年来公司数目不断增加，营业额和从业职员不断扩大，增长速度可观，全国广告经营额20xx年突破20xx亿元大关。按照专家的猜测，20xx年我国国内生产总值增长不低于7%，将达到21万亿元以上，全国广告经营额大概在3100亿元左右。

（二）目标市场

我们把创业初期目标市场按地域特点分为三类：xx地区内部市场，xx地区周边市场，xx大地区市场，远期目标市场为xx地区。

xx地区内部市场主要表现为各房地产楼盘全套vi，商品广告，商场广告以及包装。xx地区周边市场的主要表现为xx各周边县市的户外广告牌，墙体广告的制作。xx大地区市场的主要表现为商场或企业事业单位提供市场调查，公关活动策划，举行促销活动所需的广告服务以及各小商展的门面广告，招牌制作，户外广告等。

（三）目标客户

目标客户初期主要定位在xx、xx、xx地区的各建筑商、企业、商场、门面。

（四）建设进度

接触广告公司由筹建、预备到实施预计将花费一个月的时间。其中第一周主要用于资金的筹备，公司前期策划。从第二周开始，我们将用两周的时间，同时从硬件与软件两方面建设公司。到最后一周，在完善公司建设的同时，将联络成都的商务网站与一些广告装潢公司，以及目标顾客群相对集中的广告装潢门面，争取与它们建立贸易伙伴关系。

（五）市场发展战略

创业初期阶段第一年

1、我们初期阶段的发展模式

方案（1）：与xx区一些广告装潢公司联系，谋求建立广告联合体。这是由于自身都存在规模小，孤立发展的特点，有的公司具有媒体代理上风，有的具备客户资源，有的具备区域上风。我们通过资本运作，实行横向联合，整合资源，上风互补，降低本钱，风险共担。团体化是中国广告业进一步发展的必然选择。通过各种方式联合形成强有力的广告区域团体。通过规模化经营，上风互补，降低经营本钱。这样有助于摆脱各小公司单独发展的重复和徘徊状态，从而提升整体服务水平。这也对我们公司初期的发展有相当大的帮助。

方案（2）：假如联合不成功，我们初期只能立足xx周边地区，抢占四周各类广告业务，我们以设计制作广告招牌为主，辅之进行一些有一定规模和影响的公关策划活动，吃掉大型广告公司所无暇顾及的零散业务，一步步打响名气。在发展中拓展长线业务。珍视同客户的关系，建立良好的客户关系，让今天的广告客户成为明天接触广告公司的义务宣传员。也可以尝试邀宴客户参股，共同发展。

2、联络各商展，门面业主，向其宣传先容本广告公司。

3、寻找广告制作耗材供给商，确保进货渠道的服务与质量。

4、与xx个大商务网站建立友情链接，在网上宣传先容本广告公司。

5、开通电话业务咨询以及建立公司网站提供网上咨询服务。

创业发展阶段（第二、三年）

本广告公司在发展初期的规范运营中积累了相当的经验，在xx市场具有一定的名气，被越来越多的客户认同，同时公司职员的技术水平，制作设备随着发展上了一个台阶，那么这个阶段的目标是进一步树立本广告公司的品牌形象，并对市场进一步推广，把我们的广告业务目标发展到大中企业。

初步建立一个稳定的客户群。能够在xx市主流媒体做广告宣传，影响力开始向整个xx地区覆盖。

把本广告公司向xx各地推广，公司利润将趋向稳定化。

**it项目计划书篇十**

为认真贯彻党中央、国务院关于大力开展农村土地整治的有关精神，统筹安排、科学指导土地整治活动，落实最严格的耕地保护制度和最严格的节约用地制度，促进新农村建设和城乡统筹发展，根据和省国土资源厅《转发国土资源部》（国土资耕发[20xx]号）和市国土资源局的文件精神，结合的实际，特编制本实施方案。

坚持以科学发展观为统领，全面落实党中央国务院关于大力推进土地整治的决策部署，以落实“两个最严格”土地管理制度、促进城乡统筹发展和新农村建设为根本目的，以整体推进田、水、路、林、村综合整治为平台，以优化城乡用地结构、增加有效耕地面积、提高耕地质量和改善生态环境为重点，统筹安排土地开发整理复垦等土地整治活动，协调好土地整治与耕地保护、产业发展、城乡建设和生态建设的关系，促进我区经济社会科学发展和跨越式发展。

1、依法依规科学规划。以《土地管理法》等有关法律法规为依据，细化和落实《区土地利用总体规划（20xx—20xx年）》对土地整治的部署安排，合理确定土地整治目标，明确规划期间的补充耕地任务、土地整治重大工程和相关政策措施等，确保规划的全面实施。

2、促进城乡统筹发展。围绕协调推进城镇化和新农村建设的总体要求，以土地整治与城乡建设用地增减挂钩相结合为平台，整合资源，聚合资金，统筹推进田、水、路、林、村综合整治，提高耕地综合生产能力，促进土地节约集约利用，改善农民生产生活条件，发挥土地整治综合效益。

3、上下结合相互协调。坚持自上而下、上下结合，充分考虑各地经济社会发展要求和土地整治潜力，统筹安排全区土地整治目标任务，广泛听取各方意见，做到上下衔接;加强部门协调，做好与城乡规划、区域规划、行业规划等相关规划的衔接。

4、专家领衔公众参与。充分依靠高等院校、科研院所及专家队伍，加强协作，广泛听取专家意见，做好土地整治规划的咨询论证。采取多种方式和渠道，扩大规划编制的公众参与，特别要考虑相关利益人的意见，增强规划修编的公开性和透明度，实行科学、民主决策。

土地整治规划以20xx年为规划基期，20xx年为规划期，提出20xx年阶段性目标。规划数据以第二次土地调查及土地变更调查数据为基础，并与土地利用总体规划基础数据相衔接。

1、全面评价上一轮规划及相关工作情况。全面总结u>

2、深入分析土地整治潜力。充分利用第二次全国土地调查和国土资源大调查成果，结合规划编制重点，做好补充调查，全面分析测算土地整治潜力，包括土地整治补充耕地的规模、质量、条件和空间分布，农村建设用地整治及其节约土地的规模和范围等。

3、开展土地整治重大问题研究。围绕国家对土地整治工作提出的新要求和规划目标，结合地方实际，组织开展土地整治目标任务、土地整治与城乡统筹发展、土地整治与农业发展、土地整治与生态环境保护、土地整治权属管理、土地整治重点工程安排、城乡建设用地增减挂钩的土地收入使用、实施土地整治规划政策措施等重大问题研究。

4、明确土地整治的目标任务。研究提出规划期间土地整治的总体目标、主要任务，确定土地整治的规模、结构、布局和时序。

5、确定土地整治重点布局安排。以土地整治潜力为基础，围绕粮食产能核心区和战略后备区建设、基本农田集中区建设、城乡经济社会一体化发展示范区建设，科学划定土地整治重点区域，确定土地整治重点工程和项目，提出实施计划u>

6、制定保障规划实施的政策措施。包括经济、科技、行政等措施和手段。重点加强补充耕地管理体制改革、城乡建设用地增减挂钩等政策的研究，加强制度创新。

7、推进土地整治规划信息化建设。按照“一张图”综合监管平台建设的总体部署，充分运用信息技术与二调成果，与同级土地利用总体规划数据库建设相衔接，推进土地整治规划数据库的建设，实现规划成果叠加上图、动态更新。

1、规划文本。重点阐述土地整治的条件和要求，土地整治战略和目标，土地整治规模、结构、布局和时序安排，土地整治重点区域、重点工程，资金安排与效益分析，环境影响评价，规划实施保障措施等。

2、规划说明。简述规划编制的背景，说明规划目标任务、重点区域、重大工程、重点项目和资金安排等确定的依据，以及规划方案拟定、论证、确定的情况。

3、规划图件。包括土地整治潜力分析图、土地整治规划图，以及土地整治重点区域图、重点工程、重点项目和增减挂钩等规划专题图。以基期年土地利用现状图为底图，比例尺与同级土地利用总体规划图相一致。

4、规划附件。包括规划专题研究报告、基础资料、评审论证材料等。

5、规划数据库。按照国家规定的数据库标准建设。

（一）准备工作（20xx年4月）。制定规划编制工作方案;成立规划编制工作小组;收集整理相关规划编制的文件、规程和标准。

（二）调查分析（20xx年5月）。以乡镇为单元，收集自然资源条件、经济社会状况、生态环境状况、土地利用现状等基础资料，必要时进行实地核查，分析评价土地整治条件和潜力。

（三）拟定方案（20xx年6月）。在土地整治潜力评价和重大问题研究的基础上，明确土地整治战略和目标，根据土地利用总体规划和当地经济社会发展要求等，提出土地整治方案。

（四）协调评审论证（20xx年7月）。采取多种方式广泛征求公众意见，组织有关部门、专家对规划供选方案进行论证。综合各方面意见，修改完善规划成果。

（五）评审报批（20xx年8月）。规划成果经区人民政府审核同意后，报市国土资源局审批规划编制实施方案规划编制实施方案。

（一）成立规划编制领导小组。土地整治规划编制，由分管国土资源工作的政府领导为组长，区国土、发改、农牧、财政、水利、住建、环保及各乡镇政府负责人为成员。领导小组负责协调规划编制中重大问题，做好与相关规划的衔接。

（二）成立规划编制工作小组。工作小组由国土资源分局局长和分管副局长分别担任组长和副组长，整理中心、地籍、耕保、财务、登记中心等股室主要负责人为成员，具体承担规划的编制组织工作。

**it项目计划书篇十一**

为了更好地宣传金银湖的旅游形象，更全面地诠释生态型和现代化的内涵，拟推出“畅享黄金周·相约金银湖”大型主题旅游节系列节庆活动。

活动主题：畅享黄金周·相约金银湖

主要内容：在20xx年xx黄金周的每一天，安排一项主题性项目及系列活动。

指导单位：武汉市旅游局

主办单位：金银湖管理委员会

武汉市东西湖区旅游局

承办单位：李家墩公司、睿升学校、金银湖湿地公园、武汉工业学院（新校区）、东方马城等

20xx年x月x日-x月x日

1、节庆前期，可在《楚天金报》等报纸上刊登系列活动方案，并利用媒体吸引游客前来报名；

2、节庆期间，可联络湖北电视台经济频道、湖北省广播电台和《楚天金报》等媒体进行全程跟踪报道；

3、节庆之后，撰文报道此次活动的成效，以及进行系列征文的刊登工作。

1、阳光金银湖：旅游节启动仪式（x月x日）

2、风情金银湖：水上游乐暨主妇厨艺大比拼活动（x月x日）

3、神秘金银湖：高尚滨水住宅寻宝活动（x月x日）

4、动感金银湖：系列康体活动（x月x日）

5、浪漫金银湖：单身白领联谊会（x月x日）

6、温情金银湖：“尊老爱幼”温情接力棒活动（x月x日）

7、创意金银湖：旅游节闭幕式暨创意推介会（x月x日）

由1-2名顾问、1名组长、3-5名副组长和若干成员组成。领导组下设8个工作组：

1、综合协调组

主要职责：

①负责整体方案制订与落实；

②负责从5月2日-5月6日各主题活动方案的制定与落实；

③负责内外协调联系；

④合理调配相关人员；

⑤指导各组开展工作。

2、服务保障组

主要职责：

①负责启动仪式和闭幕式方案的制定与落实；

②负责省、市、区领导和兄弟单位领导的邀请接待；

③负责管委会展览厅对外开放工作，负责讲解工作；

④负责领导讲话稿起草、上下联络、经费保障等工作；

⑤完成领导交办的其它任务。

3、宣传策划组

主要职责：

①负责总体宣传策划方案的制定与落实；

②落实媒体宣传、媒体广告、户外广告、宣传画册的组织印制与发放等工作；

③负责摄影、摄像、文字等内部宣传工作；

④负责各项主题活动的宣传报道；

⑤完成领导交办的其它任务。

4、景点管理组

主要职责：

①负责各景点的日常管理；

②负责景点游客的接待、讲解；

③督查各景点设立景点导游标志、安全标志、景区内线路标志，督促做好日常环境卫生、交通疏导等工作；

④设立专线电话，负责游客的咨询、投诉等工作；

⑤负责旅游人数统计、旅游信息报送等工作；

⑥负责协调监督各旅游营业网点的经营，有序组织游客；

⑦完成领导交办的其它任务。

5、文化活动组

主要职责：

①负责文艺演出总体方案的制定与落实；

②负责文艺演出者的邀请工作；

③指导各景点开展文化活动；

④完成领导交办的其它任务。

6、交通疏导组

主要职责：

①负责制定旅游节期间总体交通疏导方案；

②指导督促各乡镇进行道路维护，合理设置道路指示牌；

③做好旅游线沿途及各活动场所环境卫生的整治工作；

④成立巡逻队，及时疏导交通，加强交通秩序管理；

⑤负责维持启动仪式、闭幕仪式以及其它主题活动现场的交通秩序；

⑥完成领导交办的其它任务。

7、医护卫生组

主要职责：

①旅游节期间，开展对饮食卫生检查，确保饮食安全；

②负责做好特殊情况下的医疗救护工作；

③完成领导交办的其它任务。

8、安全稳定组

主要职责：

①负责旅游节期间信访稳定、社会治安、安全生产、消防等工作；

②完成领导交办的其它任务。

1、李家墩公司

①进一步挖掘金银湖内涵，丰富内容，提升旅游活动价值；

②协助主办方搞好水上活动的安全工作；

③负责水上活动和厨艺大比拼的设施设备的筹备工作；

④按交通疏导组的要求，做好道路指示牌、安全标志、厕所标志设置，环境卫生、道路维护等工作，进行巡逻，保证沿途卫生整洁，车辆畅通；

⑤按宣传策划组要求，做好户外宣传活动，尤其要做好宣传广告标牌设置工作；

⑥完成管委会和领导小组交给的其它任务。

2、睿升学校

①负责温情接力棒活动中“都市快乐宝贝”和“家庭爱心接力”活动的组织工作；

②保证学校田径场地的开放和运动设备的提供；

③负责康体系列活动中的“环湖长跑”活动的组织工作；

④按交通疏导组的要求，做好活动指示牌、厕所标志设置，环境卫生、道路维护等工作，保证沿途卫生整洁，车辆畅通；

⑤按宣传策划组要求，做好户外宣传活动；

⑥配合卫生医护组，保障学校食堂卫生安全；

⑦完成管委会和领导小组交付的其它任务。

3、金银湖湿地公园

①进一步挖掘公园内涵，丰富内容，提升旅游活动价值；

②做好“单身白领联谊会”活动的组织工作；

③按交通疏导组的要求，做好活动指示牌、安全标志、厕所标志设置，环境卫生、道路维护等工作，对公园进行巡逻，保证院内卫生整洁，车辆畅通；

④按宣传策划组要求，做好户外宣传活动，大力推介金银湖湿地公园；

⑨完成管委会和领导小组交付的其它任务。

4、武汉工业学院（新校区）

①负责旅游节启动仪式和闭幕仪式的组织工作；

②负责学校学生志愿者的提供；

③负责旅游节启动仪式和闭幕仪式文艺活动设备的提供；

④按交通疏导组的要求，做好活动指示牌、厕所标志设置，环境卫生、道路维护等工作，保证沿途卫生整洁，车辆畅通；

⑤按宣传策划组要求，做好户外宣传活动；

⑥配合卫生医护组，保障学校食堂卫生安全；

⑦完成管委会和领导小组交付的其它任务。

5、东方马城

①负责康体系列活动中逛马城活动的组织工作；

②提供2名向导和讲解协助活动的开展；

③按交通疏导组的要求，做好活动指示牌、厕所标志设置，环境卫生、道路维护等工作，保证沿途卫生整洁，车辆畅通；

④按宣传策划组要求，做好户外宣传活动；

⑤完成管委会和领导小组交付的其它任务。

**it项目计划书篇十二**

公伯峡水库灌区工程是指由公伯峡水库引水，黄河南北两岸各建一条干渠及支斗渠等田间配套工程组成，主要解决该地区黄河河谷两岸灌溉及人畜饮水问题，该工程是我省“十五”计划重点水利工程。

项目区位于青海省境内黄河干流公伯峡水电站下游的两岸阶地上，隶属循化撒拉族自治县、化隆回族自治县等两个少数民族县。该地区降水量为259.4mm，蒸发量2206.4mm，沟河多为季节性河流，气候干旱，素有“干循化”之称。项目区现有人口8.3万人，7.03万头（只）牲畜，其中2.18万人贫困，人畜饮水困难。项目区由于缺水，经济发展缓慢，群众生活条件艰苦，水土流失严重，生态环境恶化。水利基础设施建设滞后是长期以来制约区内经济社会发展的主要因素。因此，兴建该工程，不仅是该地区群众改善生产生活条件、脱贫致富的前提，也是黄河河谷两岸生态环境建设的重要基础设施，是这一地区经济发展、社会稳定、环境改善的希望所在。

该工程建设主要内容是北干渠长26.36km，设计流量为3.4m3/s；南干总长31.36km，设计流量为4.8m3/s；支渠66条，126。7 km。工程建设总投资为35499万元，工期为3年。工程建成后，控制灌溉面积为10.93万亩，其中黄河北岸5.04万亩，南岸为5.89万亩。工程无复杂的技术问题，技术上可行的。工程的兴建将极大地改善撒拉族、回族群众的生产生活条件，能使2。18万人脱贫致富，促进和发展民族地区经济，推动社会进步，同时可使黄河两岸绿树成荫，清水环绕，生态环境秀美。

我省对公伯峡水库灌区工程非常重视，为了提高设计质量，节省前期投资，我省于20xx年5月采用向省内外招投标形式来开展该工程规划和项目建议书编制工作，这也是我省第一次采用向省内外公开招投标形式来开展前期工作。该工程规划和项目建议书由甘肃省水利设计院中标，20xx年10月份完成。

如果你有一身技术，如果你对汽车行业感兴趣，那么可以做一个你所在城市的移动式上门汽车维修；另外，很多年轻人喜欢酷炫的汽车，但是他们的经济实力买不起非常昂贵的车，你可以选择做一个汽车改装的公司，为年轻人个性化自己的汽车。

现在农村中老年得高血压和糖尿病的人的很多，但大多都不知道，因为缺少必备的医用设备，比如血压计、血糖仪等，农村老人生病了，只有去医院测量才知道。在家大多时候都不清楚自己的血糖和血压的情况。开一家新型医疗生活馆，可以做一些医疗保健知识、营养食品制作分享的活动，同时经营一些二类医疗家用监测仪器，这样的仪器经营成本和门槛都不高，在价格上可以给予一些优惠。

如果懂得一些美食的制作方法，就可以经营美食小吃，代理熟食加工等，对于这一块，农村还比较空缺。当然，做食品加工很重要的一点是要做出特色，只要你制作的食物无论看相、口感都别具一格，在农村不愁没有市场。熟食加工涉及的面其实也很广，包括配料、烹饪配置等等，还可以延伸至熟食批发、家宴美食定制、小吃加盟等业务。

自媒体现在虽然人人都能做，但是要想真正运营好一个自媒体，其实还是有一定的难度，就现在已知的大多数网络红人，他们大多数人背后都有自己的运营团队，一个自媒体如果真正运营起来，其所带来的利润是非常可观的。而且运作自媒体平台还有一点比较适合年轻人，就是成本不会太高，一般一阵套设备下来，价格大概也就几千块钱，这个价格实在大多数年轻人的可接受范围之类的。而且年轻人有精力，创意也足够，所以投身做自媒体也是一个不错的选择。

**it项目计划书篇十三**

酒店的经济收入主要来源于三部分：一是客房收入；二是饮食收入；三是配套服务收入；其中客房收入是酒店收入的重要来源，从利润分析，客房收入的经营成本比餐饮、商品都小，客房利润也是酒店利润的主要来源，在经营管理的过程中，要使客房出租率上升，则取决于房务管理，其主要包括以下几个方面：

现将客房部工作开展经营管理情况计划如下：

为了体现从事酒店人员的专业素养，在酒店正式营业之前，针对管理小组所辖酒店是一个新酒店，客房部将搜集各岗位的服务用语，进行留精去粗，后整理，做为我们对客交流的语言指南，同时，也将做为我们培训新员工的教材。

酒店的主营收入来自客房，从事客房工作，首当其冲的是如何使客房达到一件合格的商品出售，它包括房间卫生、设施设备、物品配备等，为了切实提高客房质量合格率，我部严格执行“4级查房制度”，即员工自查、领班普查、主管抽查，经理严查，做到层层把关，力争将疏漏降到最低，并且要求增加‘查房分析’，‘查房记录’，对客房各项指标的检查，用数据来反映存在的问题更直观。

实施首问责任制要求处在一线岗位员工如前厅、楼层、总机、服务中心所掌握的信息量大，如各总的交通信息、旅游资讯、各服务的电话号码等等，还有员工处理事情的灵活应变能力，对客服务需求的解决能力。首问责任制是在正式执行前，已做好各项准备工作，要求各岗位广泛搜集资料，加强培训学习，扩大自已的知识面，以便更好的为客人提供服务。首问责任制从酒店营业时正式执行，使本部的工作效益肯定会有很大的促进作用，确保酒店无不良服务发生。

为了做好客房的卫生和服务工作，客房部从酒店营业以后，制定具体的培训计划，对本部员工开展技术大练兵活动，对员工打扫房间技能和查房技巧进行考核和评定。从中发现员工的操作不规范、不科学，针对存在的问题，楼层领班级以上人员要求每月召开会议，对存在的问题加以分析，对员工进行重新培训，纠正员工的不良操作习惯。

随着酒店开业后客源结构的不断扩展，经常会有一些政府、商务、高端的团队及人员入住客房，在对客服务的技巧上，在服务中出现应急问题的处理，可能会成为我们服务中的难题。为了让酒店的知名度尽快在该地区得到提升，我们将利用来有特长的员工，办起“学习互补班”；考虑到酒店开通的电脑网络，有些员工对电脑还很陌生，我们同时鼓励员工互帮互助，此举，一方面体现了有特长的员工在酒店的价值，另一方面，增长了员工的知识面。同时部门还将在工余时间举办一些文体活动，丰富员工的业余生活。

客房部是酒店的主要创收部门，同时也是酒店成本费用比较高的

一个部门，本着节约就是创利润的思想，我部将号召全体员工本着从自我做起，从点滴做起，杜绝一切浪费现象，同时在员工技能考核中，节能也做为考核项目，目的是加强员工的节能意识，主要表现在： ①客房部要求员工回收客用一次性低值易耗品，如牙刷等回收后可卖给废品收购。②每日早晨要求对楼层的走道灯关闭，中班六点后再开启；查房后拔掉取电卡；房间空调均在客人预抵前开启等等节电措施，这样日复一日的执行下来，能为酒店节约一笔不少的电费。③为了做好物品的成本控制，客房物管针对各管区的物品领用进行合理划分，各楼层每天申领的物品均有定额，且领货不得超出定额的85%，如确因工作需要需超出的，必由上级批示后方可领取，且客用品领用责任到人。

部门将制定《优秀员工评选方案》为指导，坚持每月评出优秀员工，并在部门大会上表扬，以激发员工的工作热情，充分调动他们的主动性、自觉性，从而形成鼓励先进，鞭策后进的良性竞争局面，避免干好干坏一个样。为了使客房部的管理工作更加规范化和更具创新力，充分发挥领班真实的管理水平，并以带动班组员工工作积极性为主旨。

酒店营业后，客房服务中心建立了工程维修档案，对一些专项维修项目进行记录，便于及时跟踪、了解客房维修状况，从而更有力的保障了待出售客房的设施设备完好性，同时更能了解一间客房的设施设备在一段时间内运转状况。

服务体现于细节，小小的一封留言信，写的恰当、写的温馨会给人留下难忘的美好感觉。同样的一件事不同人留言却是千差万别，为了规范我们的留言服务，我部将进行服务中心集中人员讨论如何将“留言服务”做的更好，最后形成统一的写作模式，同类型的事，再给不同客人留言时，能保持一致，也许客人察觉不到这一点，但是我们自己知道我们工作的标准化和规范性。

在以往开夜床的基础上，将酒店自做的天气预报卡片和一些温馨提示卡片放置在客人的床上，如在欢乐节期间给客人送上一些当日的节目祝福，为在店客人的起居生活和出行提供方便。总之，为客人提供超出客人期望值的服务是我们努力的目标。为此，号召员工做一个有心人，注意留心观察客人的生活习惯，掌握客人更为详实的资料，包括哪里人、来的目的、民族等等，才能提供针对性、有特色的服务。同时服务创新需要发散思维，并懂得什么样的服务才能打动客人。相信这些细小的服务能成为酒店服务工作中的一个闪光点。

保证查房及时性、准确率高一直是酒店客房工作的一大难点，如果做得不好，不仅给客人留下不好的印象，而且会给酒店带来经济上的损失。鉴于此，我们将不断摸索，根据酒店入住的客人的特点，会在没有确切退房时间的情况下，主动找有关负责人或向总机打听有无叫醒时间，了解客人的叫醒时间后来推算客人的退房时间，提前做好人员安排，每次接到第二天退房时的通知，将要求早班员工都主动早上和夜班员工一起查房，同时还要继续当日的工作，这样就避免了客人投诉办理退房时间长，也确保了查房的及时准确性。

为提倡环保，创绿色酒店。客房将计划摆放“环保卡”，指住店客人若需要更换床上用品，即将“环保卡”放置在枕头上或床上，这样即为国家节约了水能源，同时能够为酒店节约布草洗涤费。

无论是宾客给我们提的意见又或是表扬，只要我们重视了，以正确对待，理应是我们做为酒店人享用不完的财富，在即将到来的日了里，我们将扬帆起航，踏上新的征程。相信客房部，在上级领导的指导和帮助下，将会有一个全新的美好前程！

**it项目计划书篇十四**

项目计划书的内容：关于惠祥钢铁，物流，煤炭经营的可行性计划。

项目名称：致力于钢铁，物流，煤炭行业的发展。

项目承办单位和项目投资者的有关情况。即：生产经营内容、生产经营规模、产品销售情况、年上缴税额、自有资金数额、债权债务情况等。

兴办外商投资项目要简述：

（1）合营各方概况，即：合营各方名称、法定地址、法定代表国籍及姓名、资金实力、技术力量等

（2）合营方式（注明合资、合作、独资）

（3）合营年限

（4）经营范围

（5）产品销售方向（内销或出口比例）

简述项目建设的必要性和依据。技术引进项目，要简述技术引进内容（关键设备或技术专利）、拟引进技术设备水平及其国别和厂商产品技术水平及市场销售前景。

项目建设拟选地址的地理位置、占地范围（四至范围）、占用土地类别（国有、集体所有）和数量、拟占土地的现状及现有使用者的基本情况。

如果不指定建设地点，要提出对占地的基本要求。

项目建设条件。简述能源供应条件、主要原材料供应条件、交通运输条件、市政公用设施配套条件及实现上述条件的初步设想。需进行地上建筑物拆迁的项目，要提出拆迁安置初步方案。

建设规模和建设内容。生产性项目要提出主要产品品种、生产工艺及生产能力；非生产项目要根据项目的不同性质说明其规模，如旅馆、宾馆项目要说明有多少客房、多少床位；房地产开发项目要说明拟建的建筑物类别及数量；成片开发建设的小区要说明小区的主要功能、建筑容积率等。

总建筑面积及主要单项工程的建筑面积。

一般民用建筑项目不写，其他非工业生产项目简写。

项目总投资额。技术引进项目要说明进口技术设备使用外汇数额，建设费用和购置国内设备所需人民币数额；外商投资企业要说明总投资额、注册资本数额、合营各方投入注册资本的比例、出资方式及利润分配方式。

资金来源。利用银行贷款的项目要将注设期间的贷款利息计入总投资内。 利用外资项目要说明外汇平衡方式和外汇偿还办法。

（六）建设进度初步设想

（七）经济效益和社会效益的初步估算

（八）结论

建设项目拟选位置地形图（城近郊区比例尺为1：2024；远郊区县比例尺为1：10000）。标明项目建设占地范围和占地范围内及附近地区地上建筑物现状。

在自有地皮上建设，要附市规划部门对项目建设初步选址意见（规划要点或其它文件）。

国家限止发展的或按国家及市政府规定需要先由行业主管部门签署意见的项目，要附有关行业主管部门签署的审查意见。

外商投资项目要附以下材料

（1）会计师事务所出具的外商资信证明材料。

（2）合营各方的营业执照（复印件）。

（3）合营各方签署的合营意向书（境内单位要有上级主管部门的意见）。

两个或两个以上境内单位合建的项目要附以下材料

（1）合建各方签署的意向书（要有上级主管部门的意见）。

（2）合建各方的营业执照（复印件）。

其他附件材料。

申请项目权限。

大中型基本建设项目、限额以上更新改造项目、3000万美元以上的利用外资项目，经市计委（限额以上的工业更新改造项目经市经委）审核后，报国家计委（限额以上的工业更新改造项目报国家经贸委）审批，其中2亿元以上项目，由国务院审批。

小型基本建设项目，限额以下更新改造项目

（1）总投资1000万元以上的内资项目、总投资500万美元以上的生产性利用外资项目、300万美元以上的非生产性利用外资项目由市计委（工业更新改造项目由市经委）审批。

（2）总投资1000万元以下的内资项目、总投资500万美元以下的生产性利用外资项目、300万美元以下的非生产性利用外资项目，山区（县）、局、总公司审批。

（3）中央在京单位与本市地方单位合建的项目，由市计委、市建委联合审批。

其它几类项目的审批

（1）外省市省级单位驻京办事处，经国务院机关事务管理局批准设立，具体建设规模由市建委予以确认。

（2）外省市地区级及以下机构的驻京联络处、各大企业的驻京办事机构，经市政府办公厅批准设立，具体建设规模经有关省、市、自治区计委或企业主管部门批准后由市计委予以确认。

（3）外省市单位在京独资建设的项目，按上述权限由项目所在地区县计委或市计委审批。

下列项目，不论规模大小均需报国家审批

（1）外商投资的宾馆、饭店项目，需经市计委、市经贸委、市旅游局联合初审后，报国家计委、国家经贸部、国家旅游局审批。

（2）需国家补助投资或使用国家统借外汇的项目，需由市计委上报国家计委审批。

（3）国家规定的限制类（乙）外商投资项目。

下列项目在市计委审批之前需征得有关主管部门同意

（1）汽车检测场或汽车驾校，需征得市公安交通管理局同意。

（2）歌舞厅项目，建筑面积500平方米以上，需征得市文化局同意（500平方米以下，在征得区县文化局同意后，由区县计委审批）。

（3）经营黄金饰品的项目，需征得市人民银行同意。

（4）施工企业需征得市建委同意。

（5）勘察设计企业需征得首规委办同意。

（6）房地产物业管理公司需征得市房地局同意。

市属单位申报项目，先按隶属关系报到主管部门，再由主管部门上报市计委（或市经委）。

区县属单位申报项目，先报到区县计委，再由区县计委报市计委（或市经委）。

合建项目

（1）中央在京单位与地方单位合建项目，先由合建各方签订合建协议，所签协议经各方上级主管部门认可 （地方单位需经区、县、局总公司一级的单位认可，中央单位需经部委的业务司局认可）后，由合建一方或各方的主管部门联合上报市计委、市建委。

（2）地方单位与地方单位或外省市单位合建项目，先由合建各方签订合建协议，所签协议经各方上级主管部门认可后，由一家或各家的主管部门联合上报市计委。

外省市地区级及以下单位的驻京联络处项目，由联络处持政府办公厅的批件和当地省一级计委的批件，到市计委办理确认手续。

股份制企业或民营企业等无上级主管部门的项目，外省市单位独资在京建设的项目，由项目所在地区、县计委上报市计委。

中外合营项目，由合营的中方按上述办法上报。

需要上报国家计委或国家经贸委审批的项目，一般由主管部门先报到市计委或市经委初审，初审同意后由市计委或市经委上报。

选定建设地址，申请规划设计条件，做规划设计方案。

落实筹措资金方案。

落实供水、供电、供气、供热、雨污水排放、电信等市政公用设施配套方案。

落实主要原材料、燃产的供应。

落实环保、劳保、卫生防疫、节能、消防措施。

外商投资企业申请企业名称预登记。

进行详细的市场调查分析。

编制可行性研究报告，可行性研究报告的作用可参照《可行性研究报告有哪些主要用途？》。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找