# 最新企业计划书(14篇)

来源：网络 作者：梦醉花间 更新时间：2024-10-16

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。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，我们一起来了解一下吧。企业计划书篇一a公司是一家专业生产、经营顶...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。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，我们一起来了解一下吧。

**企业计划书篇一**

a公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。

本公司创建于20××年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20××年6月通过了国家生产许可证的验收；被省质量监督局20××年度抽查测定为合格产品。20××年3月通过北京中大华远认证中心的iso9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%；并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场；并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造a品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设；开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

（一）品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

（二）目标市场

县级、地级市（25—35岁的女性为主要目标消费群）

（三）市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是；公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把a公司在电动车行业耸立起来。

（四）产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

（五）市场现状

20××年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

**企业计划书篇二**

1. 确定仓库设施的参数

仓库的设施，需根据所存储的产品类型来确定，一般有堆垛式设计，立体货架设计，或者堆垛式与立体式结合的设计类型。一般对于附加值较高、仓储要求较高的产品，应使用立体货架设计仓库。同时，还需确定仓储对象的包装参数、所需仓库设施参数，包括托盘参数、货架参数、叉车参数以及仓库面积等。

2. 仓库规划

托盘为单面使用四向进又，托盘载重能力为500 kg，托盘尺寸为1 400 mm ×1 100 mm，托盘厚度为130 mm。因货物高度达1．5 m，高度较高，为保证堆码及存放安全，每托盘内的货物仅按一层码放，每层可码放6箱货物。

3. 货架参数

货架采用横梁式货架。货架外围尺寸为长2 900

mm、宽1 200 mm、高3 500 mm；内围尺寸为：长2 800

mm、宽1 1o0 mm、高3 400 mm。

货格高度为1 550+130=1 680 mm，货架分为上下

两层，共两个货格；每货格码放两个托盘，具体尺寸为2800mm×1100mm.码放货物以后的实际高度为1 680×2=3 360mm，小于货架高度。货架采用横梁组合式。货架的整体形位尺寸完全按照自动立体仓库的要求设计，满足立体库设备长期自动运行的需求。每个货架每单位货格可以码放两个托盘，每托盘码放6箱货物，每货架分上下两层，即两个货格，则每货架可以码放货物24箱，共需2 123／24=88．46=89个货架，分10排码放，5巷道，每排89／10=9个货架，因此一个货架区域总长度为9×2 900(货架外围尺寸)=26100mm=26.1 m 。

4. 巷道设计

仓库巷道宽度设计需要考虑托盘尺寸、货物单元尺寸、搬运车辆型号及其转弯半径的大小等参数。同时，也与货物堆存方式及车辆通行方式有关。根据货物的周转量大小，通道按单向和双向运行原则设计。若采用小型叉车搬运，一般单向设计为2．4～3．0 m，双向5～6 m。

5.叉车参数

普通叉车标准作业高度一般在3 m，因此在设计货架高度的时候，要考虑叉车作业高度等主要技术参数。一般额定起升质量5 000kg，最小转弯半径为3 400 mm，最小直角通道宽度为3 000 mm。

2．3 库房整体布局

依据库房总面积，一个货架区域面积为27 m ×26．1 m。货架区域共设有5条巷道，货架分10排摆放，每排9列，每个货架分2层货格码放货物。每个货格中存放2个托盘，因此一个货架区域的货位(托盘存储数)为：10(排)×9(列)×2(层)×2(货位)=360个货位，且每个托盘可盛放6箱货物，则该区域存储能力应为360×6=2 160箱货物.

**企业计划书篇三**

近年来，中国餐饮业发展迅速，餐馆种类繁多，商店数量迅速增加。各类酒店层出不穷，行业竞争日趋激烈。与此同时，外国快餐的登陆也对中国餐饮业提出了严峻的挑战。随着国外快餐的大规模进入，一种新的餐饮经营模式，连锁经营逐渐引起了从业者的关注。连锁经营改变了传统的小规模生产经营模式，有效降低了经营成本，扩大了市场份额，给企业带来了巨大的规模效益。中国有识之士已经开始把连锁作为发展生产经营的有效手段。比如北京全聚德烤鸭集团、东安餐饮集团、天津狗不理集团、大连渤海酒店集团等都处于国内餐饮行业连锁经营的前列，促进了行业的规模化发展。但总的来说，连锁经营在中国，尤其是餐饮业，还处于初级阶段。大力发展连锁经营是餐饮业提高经济效益的有效途径和必由之路。

本店位于大学聚集中心，主要目标客户是大学生、教师和工人。营业面积约80平方米。主要提供早餐、午餐、晚餐、特色冷饮和休闲餐饮等。早餐的特点是小吃。品种多，口味全，营养丰富，让食客有更多的选择。午餐和晚餐主要是健康的菜肴。这家餐厅采用快餐自助餐，使顾客有更轻松的用餐环境和更多的选择。餐厅装修自然随意，很有现代气息。墙面采用光温色调，厨房布局合理精致，采光好。整体感觉介于家庭厨房的性质和酒店厨房的性质之间。

初始阶段（1月—3月）

主要产品是针对城市中三个群体不同健康状况的膳食。市场策略是通过积极有效的营销策略，挤出中国餐饮和保健药品的市场份额；建立绿色食品良好的品牌形象，提升知名度和美誉度；收回初始投资，积极推进市场。

中期（1年）

巩固和扩大现有市场份额，进一步完善餐饮管理体系，提高企业科学管理水平；开始准备品牌扩张所需的企业识别系统、统一特色美食、统一管理模式的建设。

长期（2年）

到那时，餐厅的运营已经进入了稳定良好的状态。随着企业实力和影响力的增强，当服务范围不再能满足潜在客户的需求时，就会通过特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

1.餐厅开业前需要做广告，因为主要的客户群体是针对学生的，学生之间信息传递的速度和广度都很大，没必要在宣传上花费太多精力，只需要传单或多媒体形式的简单广告。

2.餐厅采用自助餐式，提供免费茶和鲜汤。而且大米质量比竞争对手好，可以采用不同的方法使口感不同，从而区别于竞争对手，给客户更多的优惠，吸引更多的游客。此外，餐厅还根据不同的节日设置有特色的情侣套餐，这将成为餐厅的一大特色。

3.很多同学都习惯了3.1线的生活方式。很多时候，为了节省时间，他们会选择最近的餐厅，而不是远处的餐厅。所以地理位置和校门距离不是很大。餐厅也会在适当的时候提供外卖服务，并根据不同情况采取相应的措施。比如三单以上（含三单），可以免费送到你家，单独点外卖的需要交一定的送货费。这还有一个好处。如果一个人想点外卖，为了不交送货费，会点另外两个外卖，这样也可以增加销量。

4.餐厅使用不锈钢材质的自助餐盘，经济环保，垃圾不能随便倾倒。可以联系农民，让他们免费领取，互惠互利。据悉，竞争对手在这方面做得并不好，所以良好的就餐环境可以吸引更多的顾客。

5.虽然暑假期间游客数量会大幅下降，但毕竟还是有一些学生留在学校，附近的居民和农民工。当时可以采取减少生产、转移服务重点等方式，改善暑假期间的经营状况。考虑寒假学习一个月，减少了不必要的花费。

6.市场经济发展迅速，变化多端，充满活力。所以，要从长远的角度看一个企业的发展，制定长远的规划。需要总结运营的整体情况，在每个阶段之后制定下一步计划，这是一个阶梯式的发展模式。运营稳定后，可以考虑扩大运营，增加其他服务项目，寻找新的市场，做连锁经营，慢慢打造自己的品牌，发展成为专为学生提供美食的餐饮行业。总之要从长远的角度看问题，这样才有企业的未来。

1名店长兼收银员，1名厨师，2名服务员。经营理念侧重于以下几点：

主要文化特征：保健和人文关怀

主要产品特点：素食餐具有食疗和保健功能主要服务特点：自助形式，会员制跟踪服务主要环境特点：绿色餐饮环境与传统文化

大学食堂吃饭一直是个问题，大学吃饭质量低已经成为公认的问题，只满足了学生的温饱问题，但质量远不能满足学生的要求。根据这一点，为了保证食品安全，提高大学生的食品质量，该计划旨在为大学生提供廉价、安全、优质、有特色的食品，同时为高校提供一定的勤工俭学工作，帮助贫困学生更好地完成学业。优点和缺点：

优势分析：这家餐厅的运营解决了学校食堂饭菜口味单一的问题，也不用担心流动摊点的卫生得不到保证，和食堂一样方便快捷，节省时间。此外，餐厅采用自助选择的方法，应该很容易受到顾客的欢迎，并节省一些人力资源。简单舒适的装修将是餐厅的一大特色。学生一般喜欢在干净的餐馆吃饭，服务态度好，所以满意的服务也将是餐馆的一大特色。此外，餐厅提供绿色健康的食物。也符合社会绿色生态的理念，更适合注重健康的大学生。另外，学校食堂有明确的就餐时间限制，而校外很少有餐厅卖早餐，所以校外店很容易抓住因时差而失去的市场份额，换句话说就是想在就餐点前后一段时间内就餐的潜在客户所产生的市场份额。

劣势分析：由于起步早，快餐店规模小，人力资源和服务项目有限。校园内外的竞争也很激烈，所以还是有很多弊端。另一方面，由于学校假期是固定的，寒暑假期间游客数量会急剧下降，寒假期间会比暑假期间少，这将是一个难以解决的问题。

**企业计划书篇四**

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。

a公司是一家专业生产、经营顶级品牌——电动自行车、电动摩托车、电动喷雾器等a系列产品的企业。

本公司创建于20xx年7月份，目前，拥有生产流水线两条，固定资产800万元，员工120多人，其中高级管理人员10人，中层管理人员15人。并在20xx年6月通过了国家生产许可证的验收;被省质量监督局20xx年度抽查测定为合格产品。20xx年3月通过北京中大华远认证中心的iso9001质量体系认证。

本公司在电动车行业的产销量名列前茅，成功地在浙江县市级市场上网络遍布率达80%;并渗透了福建省、江西省、安徽省、重庆市、广西省等省市市场;并通过了浙江省、江苏省、上海市、山东省等新产品鉴定，并在以上各省份公安厅上了目录。

本公司将以打造a品牌为企业目标，发展多元化经营，加快网络建设;开展网络服务和电子商务，努力将本公司建设成为集研制、开发、生产、销售、信息网络、科技服务于一体的区域性乃至全国性的电动车企业。

(一)品牌定位

争做电动车行业的领导品牌

(二)目标市场

县级、地级市(25-35岁的女性为主要目标消费群)

(三)市场前景

二十一世纪已经到来，二十年的改革开放使中国大地发生巨大的变化，市场已不在是昨天的市场。各行各业的人们在不同的领域中拼搏发展，或沉或浮，实现各自的理想。在走过原始积累的辛酸苦辣后，他们成为社会财富的拥有者。

而随着高新技术产业的迅猛发展，加快了信息的传递速度，使国内电动车市场前进的步伐在不断加快。电动自行车作为一个新兴的产物，它的诞生来自于自然资源的日渐减少、城市环境的日渐恶劣、人们生活需求日需提高的情况下，故电动自行车的出现使之成为人们为之风靡的产品。这不仅是国内市场，国外市场亦是;公司的网站以及公司注册在阿里巴巴的网站，外商的访问率居高不下，良好的市场前景为电动车行业带来前所未有的机遇和挑战。

目前，公司引用人才，布好棋局，提炼公司核心价值，提高自身的竞争力。在产品质量管理、新产品开发、营销策略制定等都充分地体现公司“做大、做强”的定位需求，故公司并驾国内销售、国际贸易两条轨道，把a公司在电动车行业耸立起来。

(四)产品优势

低噪音、高效率、驱动力矩大、无火花换向

(五)市场现状

20xx年的浙江电动车市场，由于绿源、小飞哥、欧豹、以人等国产厂家控制了近70%的市场，因而整个市场运行大体平稳，但里面同样潜伏着引起市场动荡的因素。

1、价格仍是导致电动车市场最不稳定的因素。尽管电动车前四大品牌控制着绝大部分市场，但部分区域品牌想扩大市场份额，往往用低价策略来扰乱市场，另外，即使在几个大品牌之间，在市场的压力下，也在暗中较劲，其中小裟电动车几大品牌降幅，这些都是可能引致电动车价格战的不确定因素。

2、电动车行业对比摩托车来说，技术含量相对较低，电动车企业之间的竞争更多地体现在成本上，但随着几大品牌的规模已经形成，成本优势相差无几，因此电动车行业技术升级之战不可避，节能技术、绿色技术、数字化技术等等技术革新将引发新的竞争。

3、从整体上来看，目前电动车市场仍处于供大于求的状况，竞争渐趋于白热化，加之电动车电机、电池的不稳定，许多老企业面临着生产设备和技术更新的难题。激烈的竞争将厂家面临多重压力，市场份额向大品牌集中，小品牌的市场份额也正在大幅下降，部分企业甚至已处在挣扎线上。

4、从市场需求情况看，电动车消费的档次将逐步拉开，一些整体品质卓越的高品位电动车将成为市场消费的主流，技术含量高的精品电动车因具有绝对的换代优势而受到欢迎。

5、由于农村普及速度加快，一些低价位电动车的需求重心由城镇居民家庭向城郊农村地区延伸，需求总量呈稳步上升之势，产销状况趋势向好，生产处于良性循环的合理区域内。加之最近处于“非典”时期，更为电动车市场带来前所未有的机遇和挑战。 6、地区性品牌借助地缘资源在当地拥有相当的市场占有率。

因为其自身资源、经营管理、销售网络等原因，在当地拥有相当的市场占有率，形成了一定的区域壁垒。由上面的市场状况分析可知：

1、技术竞争必将升级。随着电动车行业第二轮高速发展期的来临，国内电动车市场的格局将面临着重新洗牌，新老两大阵营之间的对抗将围绕如何赢得电动车换代市场来进行。

2、电动车企业的营销管理能力将接受严峻考验。绿源及其他新进入者，营销管理规范、系统运作，市场控制力强、市场策划一流、手法稳健，a电动车将如何应对，如何强化自我的营销能力，将成为对a电动车的最大考验。

(六)融资计划

公司计划以借贷形式，一次性借贷100万美元，用于新品开发、设计、市场推广、广告投入及扩大生产规模。

其中20万美元，用于市场推广及广告费用;80万美元用于其他营运活动。

公司计划以两年收回运营资本

(一)营销策略

品牌定位：中高档。

目标市场：国内二级、三级。

渠道策略：特许经营、专卖连锁

产品策略：在建立行业品牌形象后，向相关联的领域拓展，营造属于a品牌的形态意识。

(二)推广预测：

年份 终端网络 销售额

20xx 50家

20xx 100家 10000万

20xx 200家 15000万

20xx 350家 20000万

在销售额达到10000万时，计划扩大生产规模(土地征用，厂房建设及设备投资)，达到年产a电动车10万量的目标，满足2亿元的年销售额的需求。

通过一系列运作，于20xx年完成2亿元销售额，发展终端网络350家，年生产a电动车10万量。a品牌在中国的二级、三级城市的一类商场或街面拥有专柜或专卖店，并扩展到经济发达的一级城市。a品牌成为中国电动车行业的领导品牌，消费者对a电动车的首选品牌。

a营销管理工程，以 责任清楚、机构合理、规范运作、提高效率、赏罚分明为目标，通过组织架构的设定和业务流程的重新梳理，将a公司建设成为以客户为中心、以市场为导向的现代营销型公司，使其不但能够出色完成公司下达的营销任务，而且能够在竞争越来越激烈的市场中引领整个a公司稳健发展、更加壮大。

通过明确相关岗位工作流程及相关岗位的岗位功能，界定相关岗位的岗位责任，相关岗位工作制度，绩效评估、激励考核及奖罚制度(包括各岗位的奖罚制度)， 派出机构的管理，建立各类规范化表格(如：销售日报表、业务人员工作计划表、绩效考核表等)，及营销服务体系(服务的流程、规范、制度、政策、特色)等工作。

按4年预期目标计算：

年销售额：20000万元

产品成本：20000万元 ×50%=10000万元

市场推广、广告营销费用：20000万元×20%=4000万元

税 收：20000万元×10%=20xx万元

利 润：20000万元×20%=4000万元

优势方面，a已有相关产品生产及销售经验，在统一经营上领先一步。有利于树立企业的整体形象，提高产品及服务质量。

a主要劣势，是没有形成一个以市场为导向、以顾客为中心的组织体系，a内部没有形成统一的价值观，而且在新品开发、设计、工艺质量方面，条件不够成熟。

同时，主要竞争对手的市场意识在增强，渐渐都开始注重品牌和服务，机制灵活，对市场变化反应迅速，对a形成较大威胁，加之行业跟随者及其它品牌的进入将分享a品牌的市场份额，使a品牌渐渐失去行业绝对领导品牌的优势。

a系列产品虽说市场潜力很大，但需主推a电动车，其它产品自然销售。只有当产品向专、新开发，渠道和服务向深、广发展，才能使a品牌真正强大起来。

通过对市场的分析，我们发现，电动车行业在国内外市场上是属于新兴的产物。这反而给a提供了很好的机会。只要及时调整企业战略，充分利用资源，进行合理整合，a品牌是可以在激烈的市场竞争中赢得一席之地。

**企业计划书篇五**

为了丰富员工的业余生活，体现员工工作之外的价值，增进各部门员工之间的了解，增强大家的团体合作精神和凝聚力。

3月17日或3月24日

呼市二中体育馆

呼市项目、区公司项目、呼市软件团队、办事处所有人员以及包头项目（至少派1—2名代表参与）、集宁项目（至少派1—2名代表参与）。

团体比赛

1、各项目部派出2名代表参加羽毛球男子单打，1名代表参加羽毛球女子单打，1男1女参加男女混合双打。（各项目部至少有3人参赛，2男1女）

2、各项目负责人将参加比赛人员的名单，以及裁判员、记分员、监督员名单在12月14日前报到办事处行政助理这里。

3、由各项目部组织自己的拉拉队员，为本项目部加油助威。

4、呼市项目部必须参加，包头和集宁项目可根据自己的实际情况不参加或者派代表参加。

5、比赛结束后，由各项目负责人自主组织员工活动。

6、各项目部推选1名裁判和1名计分人员，以及1名监督人员。

此次比赛取团体前三名，以及最佳球员1名和优秀队员3名（至少1名女队员）。

友谊第一，比赛第二。

比赛结束后将进行颁奖仪式，并合影留念，请大家在比赛结束后暂时不要离开场地。

1、采取三局两胜制。

2、比赛采取比赛淘汰制，比赛对手抽签决定，在第一轮胜出者即可晋级，失败者则需要和另一失败者进行比赛，获胜选手进入终极比赛。

3、单打比赛中，每淘汰1名对手得1分，双打比赛中淘汰对方对手得2分。

1、采用11分每球得分制：即得分先达到11分者在这一局中胜出，如果双方分数达到10分持平，则一方需要超越对手2分方可取胜，在达到15分持平时，一方超越另一方1分即可取胜。

2、中场休息时间：第一局和第二局比赛之间歇息不超过三分钟，第二局和第三局比赛之间有7分钟的休息时间，选手可根据自己的体力和状态决定休息与否，但是，休息时间不得超过7分钟。

1、采用15分每球得分制：即得分先达到15分者在这一局中胜出，如果双方分数达到14分持平，则一方需要超越对手2分方可取胜，在达到20分持平时，一方超越另一方1分即可取胜。

2、中场休息时间：第一局和第二局比赛之间歇息不超过二分钟，第二局和第三局比赛之间有5分钟的休息时间，选手可根据自己的体力和状态决定休息与否，但是，休息时间不得超过5分钟。

1、首先，参赛选手必须为一男一女，可以自由组合，二者应该有较高的默契度和配合度。

2、比赛采取三局两胜制，采用15分每球得分制，即得分先达到15分的一方在本局中胜出；如果双方分数达到14分持平，则一方需要超越对手2分方可取胜，在达到20分持平时，一方超越另一方1分即可取胜。

3、中场休息时间：第一局和第二局比赛之间歇息不超过二分钟，第二局和第三局比赛之间有5分钟的休息时间，选手可根据自己的体力和状态决定休息与否，但是，休息时间不得超过5分钟。

1、不得迟到，珍惜他人时间。

2、中途不得离场，如遇紧急事件，离场时应与本项目负责人做好沟通。

3、不要再场地内来回穿梭，以免影响球员的正常发挥。

4、注意环保，场地内不乱扔垃圾。

5、比赛结束后，由各项目负责人组织本项目人员进行其他活动，可以项目之间进行联谊。

1、比赛时应穿运动服装，以免妨碍个人发挥，影响比赛质量。

2、不要在场地内随意走动，以免被其他场地的球类砸伤。

3、在比赛开始前，球员应做准备运动，先热身，以免在之后的比赛中受伤。

1、本次活动费用由各项目出资，走项目经费，各项目按参加人数多少提供相应经费。

2、比赛工具如羽毛球拍由队员自己准备。

**企业计划书篇六**

由于公司前期在产品发展上没有统一规划，使得产品的研发在不同程度上带有随意性与偶然性，缺乏科学性。而目前市场竞争越发激烈，因此在以后的产品开发上，一定要使用科

学的方法，通过市场调查及诸多测试手段，以保证产品自有的生命力、销售力。在营销策略上也要注意各系列产品的差异化，在市场上互为补充。

1.a类产品营销策略

结合我公司目前的实际资源，在现有产品的四个系列中，着重推广前两个系列。此外，在包装上也要做到以下几点。

① 瓶装系列产品需在包装上进行美化，使其终端陈列更醒目。

② 袋装系列产品的规格需进一步细化，以满足不同区域市场、不同渠道的需求，同时也要美化其包装，使得产品形象更趋高档化。

③ 适时开发散装称重系列及餐饮专供包装。

2.b类产品营销策略 今年底新推出的×××系列产品虽是一次大胆尝试，但其极有可能成为产品组合中的一个亮点，市场潜力巨大，200×年度值得继续投入，同时美化包装，细化规格，乃至开发新品种以满足不同区域市场、不同渠道的需求。

1.各系列产品的具体价格详见《××公司产品价格表》。此价格体系若经市场测试，需结合区域市场做调整，将视实际需求，经讨论后做出相应调整。

2.产品价格的基本思路为：在全国统一经销价（含税到岸价）的基础上，视具体情况给予不同的返利及市场支持，额度分别为3%～6%、7%～10%；建议全国统一零售价，但不做硬性要求。但市场监察人员要及时了解市场，避免恶意压价、降价等牟取利益的行为。

结合公司目前实际情况，我们应选用可控性经销模式，以减少公司资金压力并增加市场操控性，具体又可分为以下几种类别。

① 终端渠道商，指拥有现代a、b、c类终端网络的客户。

② 流通渠道商，指拥有批发网络的客户。

③ 餐饮及其他渠道商，指拥有餐饮及其他特殊通路的客户。 其中，各类客户都可能拥有其他类别客户的销售渠道，因此在具体操作时要视实际情况而定，在每一个城市可以选择拥有全渠道的一家经销商，也可以选择几家分别拥有不同渠道的经销商。

**企业计划书篇七**

一：公司介绍

特殊说明：我将家族本身拥有的一个服装加工场和一个服装批发零售店，以及它们在这九年历程中所吸纳的客户为起点，并依托这些优势前提，发挥自己的聪明才智，将其发展成一个富有实力的企业。

(一)、公司经营宗旨及目标

宗旨：公司始终坚持利益共享原则，绝不公以个人私利为导向，而作出有悖各商业联系间各个实体的行为。

目标：将依托家族产业等的优势前提，发挥个人和集体的聪明才智，努力将家族产业做大做强，最终将其打造成一个富有实力的企业。

(二)、公司简介

公司名称：中晟服饰公司

业务范围：主要的经营服装为主，但随着公司的扩大，公司逐渐涉入与服装有关的各个行业，如：布料生产，金融投资。

早期，针对零售商的加工订货。

将来，全方面的开花。

(三)、公司管理

1.管理思想

优良科学管理的前提是确定和贯彻正确先进的管理思想。我们将持集体利益共享的原则，重视企业各个部门人员的个人利益，并给予每个人自由发挥的机制，以此激励每个人充分发挥个人能力，为企业谋划更好的未来。

2.管理队伍

公司的发挥战略，人才战略是其中非常重要的一点。因此吸纳各方人才，将是公司的战略要点。我们将利用各方关系，竭力吸纳各方人才，以此构建一支充满省略，才能出众的管理队伍。

3.管理决策

早期，管理决策将由我们创业小组人员和家族待业本身具有的人员组成，并明确划分各自任务。我们创业小组人员将主要负责市场开发，以及对公司目标的规划的决策;而原有家族行业人员则负责厂务生产的日常管理事务。

将来，随着公司的做大做强，公司的管理决策将由管理部门决策，并细分许多市场直接机构贯彻和执行决策。

二：市场及竞争分析

(一)、市场介绍

中国拥有世界最庞大的消费群体，而服装作为人们日常用品，其需求量可想而知。特别是时尚服饰的需求，近几处呈现更加迅猛的发展趋势。我想这是由于中国经济的高速发展，人们生活水平不断提高，同时，也在接受新思潮的影响而致。但由于爱经济水平的约束，以及中国传统节俭思想的制约，人们大多青睐的往往是那些物美价廉的时尚服饰。之所以，进几年来在网上淘衣服的很多，但在网上买的话有许多缺陷：一是，质量得不到保障，二是：价格还是有点偏高。同时，不得不重点提出的是大学生那块，因为其对时尚服饰的要求最为强烈，特别是对物美价廉的要求强烈。这样也就促使了许多时尚服装店如雨后春笋般的兴起，它们的货源市场将是一个特别巨大的市场。

(二)市场机会及环境

说明：一个新兴企业，一开始就想走名牌路线，是不可成功的，甚至有可以招致自己，创业之路的失败。我们应该量力而行，采取循序渐进的方法，一步一步稳托稳妥打公司初期：我们规划着先打开零售商将产品市场信息打开，并吸纳许多忠实客户，为公司传播影响。

我曾为我的这一个计划，做过一次市场调查，我发觉许多时装店衣服质量是很差，但价格仍然很贵。在仔细询问才发现：原来它们的服装是从批发商那里进来的，进价较高。因此，假如说我们能够直接绕过中间商，而向零售商供货，并以每件只赚固定利润的低价供货，同时保证质量，其市场前景将是十分广的。零售商的广布性，也将为公司品牌创造提供有利条件。

名牌服饰的市场影响力和质量保证，固然较强，但由于每年广告费活动费等投入巨大，其产品价格也就不可能会太低，凭借着物美价谦的优势，我敢说市场前景将是广阔的。

(三)市场竞争分析

由于彩物美价廉的低价策略，其竞争力可想可知。不过仍会有潜在的竞争，许多企业在看到我们采取这样策略所收到良好效果后，仍会纷纷效法，同时，许多品牌厂商，也会采取代价策略来争夺市场。但由于本公司依靠互利共赢所构建的扩大销售体系，同时，在消费者心中建立的物美联社价廉的形象，将会为我们赢得有利条件。

(四)目标市场

企业初期主要针对零售商，间接针对消费者;

企业将来将主要针对消费者。

三：产品(服务)介绍

服务内容

基本服务：零售商将有公司每次供货前，所提供服装照片，以供选择。零售商逃选完毕，将住处上报，本公司将为其量身生产。

每次供货时产品中将夹带一张产品成本报单。

增值服务：对向零售商发货时产生的运输费，税费等中间环节产生的费用，均由其承担。不过若其能够每期向本公司提供有用的市场住处特别是消费者消费购买倾向的住处可酌情减免。

协议服务：如若其与本公司签定长期供货协议，本公司将保证每件只提取15元利润优厚条件供货，并将其纳入合同范围

(二)产品及服务规划

本公司完全遵从利益共享的原则，将任何商业伙伴利益都纳入考虑范围，并以此建立一套服务于利益的服务流程。

(三)商业合同协议的订立

1.零售单位只须祟营业执照复印件及负责人身份证复印件，可享受免押金，只须拨打我们电话预约，我公司按指定时间送货上门，并双方签订合同。

2.依照有关法律在与公司签订1年或以上的长期供货协议后，可预交相当于本公司所提货物应收利润的一半的押金，待到产品买出后再续交另一半钱。

3.本公司将保证自长期合作的每次供货，每件衣服只撮15元利润，并且每次发货到时，货中夹带一张成本报单，报单具有法律效力。

4.零售商每次向本厂提供有用的市场住处特别是消费者购买倾向等到信息，本公司可酌情减免发货途中产生的间接费用。

5.零售商可将自己设计或者其它任何方式搞到的服装样版提供给本公司。本公司估算其有市场前景后，会酌情量产，再销售。在销售结束后的利润结算中，本公司将会按比服装的销售利润的35%给予其分成。同时，将其产品生产，销售等到环节整理成详细的会计分录，经予其参详。会计分录具法律效力。

四：营销策略

(一)市场机构和营销渠道选择

早期时，我会利用大学同学网络，给予他们一定报酬，让其带着本公司的优惠条件，向各零售商进行点对点推销，以获取于那些零售商签订长期供货协订。

将来，我们将充分信赖与零售商所建立的关系，利用其直接与消费者接触的有利条件所能即时向我们反馈的有力市场信息，并能依此即时制定有利的营业员销策略。同时，我们会建立公司专门的营销机构，加以辅佐。

(二)营销队伍和管理

早期的营销团队，将是由我组建的一个多层次推销体系。每一层次：是由我直接委任的同学;二层次：则是由我直接委任的同学它们自己委任的同学组成。三层、四层……以此类推.它们主要的任务是帮助本公司拉客房这样做的好处是:可利用大学同学来自全国各地特点,并以本公司制定的优惠政策为推销的内容,双重优势,将会为本公司客户的确立,以及销售系统的迅速扩大创造极为有利的条件.我们对推销系统的管理,将采取自由原则.并且按照他们个人推销的,并与其签订长期供货协议的店来算工资.

将来,随着自己拥有广阔的销售体系,因此,公司的产品将会开辟自己的一个市场,并且也吸纳了许多忠实客户，此时，我们会趋胜追击，适时建立起自己的品牌。

(三)客户关系建立

早期，我们将主要关注与零售商关系的建立，以所与其签订的合同协议倡导，在与其双赢的基础上，建成一个完整的利益相关整体。(本公司领带于零售商的销售，而零售商则依赖于本公司的产品。)

将来，我们的目光将主要投身消费群体，继续推行物美价廉的消费者为导向，产品更加符合口味的品牌战略，并以次建立更多的忠实客户网络。

六、资金需求及筹措方法

早期，市场建立，将花费巨大，而整个活动的花费将由家族产业承担。

将来，在建立自己的品牌，会同时实行两种方案。一是：现有的销售方案，仍主要以物美价廉的策略为主;二是：依托自己的品牌，开发另一条销售网络，采取加盟的方式组建。前者由于实行加工订贷，所以资金主要由零售商承担;后者由于实行加盟方式，公司拿一半，加盟商拿一半。

**企业计划书篇八**

第一组：王冬雪(组长)，王强，王道元，王琼洁

我们组种植的蔬菜是苦苣（碎叶菊花苦苣），该蔬菜为一二年生草本植物，适应性强，抗病，耐寒 耐热性很强，它是阳性植物，喜水、嗜肥、不耐干旱。喜潮湿、肥沃而疏松的`土壤，从沙土到粘土、ph4.5–8.9之间的土壤上均能生长，但以微酸至中性沙堆土上生长最好。所以我们组选中苦苣进行种植。

一.何时种：期为9～10月；生育适温为15～20℃。具体在9月21号-30号之间进行种植。

二.怎么种：苦苣菜的种子小而轻（千粒重0．8—1.2g)顶上力弱。因此，土地理整平耙匀。有翻耕前，应施足底肥，仅墒商好，以保证出苗整齐，苗全、苗壮。苦苣比较适合培植在排水良好、营养丰富的碱性土壤中。因此我们在种植时要充分保证栽培地排水通畅 以保证苦苣的更好生长。

三.栽培技术：苦苣的栽培方法和生菜基本相同，可周年栽培，以育苗移栽为主，在秋季也可进行直播。凡是育苗全过程的旬平均温度高于10℃，可在露地育苗。低于10℃要采取适当的保护地育苗。

四.苦苣的育苗：

1. 播种前准备。 在选择好的地块上，每10平方米施充分腐熟、筛细的有机肥60～80千克，撒匀后与土壤充分搅拌，做成1.2米宽的畦，整平。

2.播种育苗。 在育苗畦内先浇足水，再撒籽，盖上5mm厚的细

土，温度控制在15-20度，以利于发芽出苗。并适当通风，防治徒长。

五.苦苣的定植：（应在苗龄35～40天,7-8片叶时进行定植）

1. 择茬口 选择土质肥沃，前茬施肥多，保水保肥能力强的地块，避免重茬。

2. 整地施肥 结合施底肥，及时翻地，耙平。

3. 栽植密度 一般按株距20～25厘米，行距30厘米定植。

六.田间的管理与操作：

1.浇水。缓苗期视情况一般浇两次缓苗水，每次水量随秧苗长大逐渐增多，生长盛期要保持土壤潮湿，收获期要适当控水。

2.追肥。苦苣施肥以底肥为主，若底肥充足，可以不追肥

3.病虫害防治。苦苣的病虫害很少。一般虫害为白粉虱、蚜虫等。因为是小面积种植，所以我们在种植时可以考虑不用药，定期去检查虫子，采用人工抓的方法。

七．及时采收

根据市场行情及下茬作物安排情况适时采收，采收宜在早晨进行以防叶片萎蔫。

八．清洁田园

将采收后落于地的老叶、病叶及残存在土壤中的菜根清理干净，集中进行无害化处理，保持田间清洁，培养地力，进行可持续生产。

**企业计划书篇九**

xxx公司(或xxx项目):

地址:

邮政编码:

联系人及职务:

电话:

传真:

网址/电子邮箱:

一.公司简单描述

二.公司的宗旨和目标(市场目标和财务目标)

三.公司目前股权结构

四.已投入的资金及用途

五.公司目前主要产品或服务介绍

六.市场概况和营销策略

七.主要业务部门及业绩简介

八.核心经营团队

九.公司优势说明

十.目前公司为实现目标的增资需求：原因、数量、方式、用途、偿还

十一.中小企业融资方案(资金筹措及投资方式及退出方案)

十二.财务分析

1.财务历史数据(前3-5年销售汇总、利润、成长)

2.财务预计(后3-5年)

3.资产负债情况

第一章公司介绍

一.公司的宗旨(公司使命的表述)

二.公司简介资料

三.各部门职能和经营目标

四.公司管理

1.董事会

2.经营团队

3.外部支持(外聘人士/会计师事务所/律师事务所/顾问公司/技术支持/行业协会等)

第二章技术与产品

一.技术描述及技术持有

二.产品状况

1.主要产品目录(分类、名称、规格、型号、价格等)

2.产品特性

3.正在开发/待开发产品简介

4.研发计划及时间表

5.知识产权策略

6.无形资产(商标/知识产权/专利等)

三.产品生产

1.资源及原材料供应

2.现有生产条件和生产能力

3.扩建设施、要求及成本，扩建后生产能力

4.原有主要设备及需添置设备

5.产品标准、质检和生产成本控制

6.包装与储运

一.市场规模、市场结构与划分

二.目标市场的设定

三.产品消费群体、消费方式、消费习惯及影响市场的主要因素分析

四.目前公司产品市场状况，产品所处市场发展阶段(空白/新开发/高成长/成熟/饱和)产品排名及品牌状况

五.市场趋势预测和市场机会

六.行业政策

一.有无行业垄断

二.从市场细分看竞争者市场份额

三.主要竞争对手情况：公司实力、产品情况(种类、价位、特点、包装、营销、市场占率等)

四.潜在竞争对手情况和市场变化分析

五.公司产品竞争优势

一.概述营销计划(区域、方式、渠道、预估目标、份额)

二.销售政策的制定(以往/现行/计划)

三.销售渠道、方式、行销环节和售后服务

四.主要业务关系状况(代理商/经销商/直销商/零售商/加盟者等)，各级资格认定标准政策(销售量/回款期限/付款方式/应收帐款/货运方式/折扣政策等)

五.销售队伍情况及销售福利分配政策

六.促销和市场渗透(方式及安排、预算)

1.主要促销方式

2.广告/公关策略、媒体评估

七.产品价格方案

1.定价依据和价格结构

2.影响价格变化的因素和对策

八.销售资料统计和销售纪录方式，销售周期的计算。

九.市场开发规划，销售目标(近期、中期)，销售预估(3-5年)销售额、占有率及计算依据

一.资金需求说明(用量/期限)

二.资金使用计划及进度

三.投资形式(贷款/利率/利率支付条件/转股-普通股、优先股、任股权/对应价格等)

四.资本结构

五.回报/偿还计划

六.资本原负债结构说明(每笔债务的时间/条件/抵押/利息等)

七.投资抵押(是否有抵押/抵押品价值及定价依据/定价凭证)

八.投资担保(是否有抵押/担保者财务报告)

九.吸纳投资后股权结构

十.股权成本

十一.投资者介入公司管理之程度说明

十二.报告(定期向投资者提供的报告和资金支出预算)

十三.杂费支付(是否支付中介人手续费)

一.股票上市

二.股权转让

三.股权回购

四.股利

一.资源(原材料/供应商)风险

二.市场不确定性风险

三.研发风险

四.生产不确定性风险

五.成本控制风险

六.竞争风险

七.政策风险

八.财务风险(应收帐款/坏帐)

九.管理风险(含人事/人员流动/关键雇员依赖)

十.破产风险

一.公司组织结构

二.管理制度及劳动合同

三.人事计划(配备/招聘/培训/考核)

四.薪资、福利方案

五.股权分配和认股计划

增资后3-5年公司销售数量、销售额、毛利率、成长率、投资报酬率预估及计算依据

一.财务分析说明

二.财务数据预测

1.销售收入明细表

2.成本费用明细表

3.薪金水平明细表

4.固定资产明细表

5.资产负债表

6.利润及利润分配明细表

7.现金流量表

8.财务指标分析

**企业计划书篇十**

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：

一；对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二；在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得 客户信息。

三；要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四；今年对自己有以下要求

1：每周要增加?个以上的新客户，还要有?到?个潜在客户。

2：一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3：见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作有可能不会丢失这个客户。

4：对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直。

5：要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6：对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7：客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8：自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9：和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10：为了今年的销售任务每月我要努力完成?到?万元的任务额，为公司创造 利润。

以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。不过现实来说，我目前还是有着很多的不足之处需要我来解决的，我相信自己能够有着更好的发展，不过前景才是最重要的，我相信自己能够做到最好，这是我应该做好的。以后的道路上，我会走的更远，因为我的人生旅途才刚刚开始，我相信自己会做的更好！

**企业计划书篇十一**

20xx年是我公司长期规划的起始之年，我们应发挥优势，抢抓市场机遇，在机遇与挑战并存的形势下，我们必须要练好内功，

以科学发展观统领各项工作，以彭阳县加快城镇化建设、中卫美利工业园区的跨越式发展、银川商业街改造为契机，以经济效益最大化和可持续发展为目标，以“理性经营、科学决策、细化管理、服务至上”为经营理念，全面提升公司综合实力的总体目标。

一、量化目标管理。

按照公司五年发展规划和当年工作计划，20xx年主要经济指标和经营成果将在20xx年基础上稳步全面提升。计划完成监理产值500万元，计划成本万元，计划利润万元。监理费回收率70%。

（一）中卫项目部。

1、经济指标

（1）宁夏锦城建设集团已开工建设6万平米，监理取费9.5元/平米，管理费估算元，人工费估算元，办公费估算元，业务招待费估算元，交通费估算元，实现利润元。

（2）美利工业园区

（3）银川众一集团计划6月份山水城开工建设6万平米，监理取费计划18元/平米，管理费估算元，人工费估算元，办公费估算元，业务招待费估算元，交通费估算元，实现利润元。

2、人员计划：以精干高效为原则， 2月底计划锦城进场4人、美利工业园区进场x人。6月初计划山水城进场5人。后续工程按进度计划陆续进场。

3、培训计划：周五例会安排半小时学习；二月开复工准备工作；三月质量通病防治；四月平法图集及其砼结构；五月安全监理；六月雨季监理事项；七月砌体结构；八月分户验收；九月监理资料；十月冬施；十一月停工注意事项。

4、监理业务范围拓展计划：锦城二期；中卫保障性住房。

（二）银川项目部。

（三）彭阳项目部。

（四）计划完成监理产值500万元，计划成本万元，计划利润万元。监理费回收率70%；工质量合格率100%；全年无重大安全事故。

二、组织管理。

（一）建章立制，筹建监理公司初步形成。

1、以公司五年发展规划为框架，建立公司组织结构，优化配备管理层，以项目部实施扁平化管理。企业负责人一名，财务负责人一名，项目负责人三名，监理人员由项目负责人自行调配。

2、初步建立人员管理制度、工作管理制度、工资管理制度、财务管理制度。并在实施中动态调整。

3、必要进设置招标代理办公室，由财务负责人负责。 4、申请筹建监理资质早谋划、早安排，充分挖掘人际关系，落实监理工程师注册工作。

（二）实施扁平化、制度化、精细化管理。

1、以项目部为核算单位，项目负责人直接对公司负责人负责，自主开展监理工作。

2、项目负责人定期每月30日前向企业负责人书面汇报监理工作情况及下月计划，向财务负责人对帐。

3、认真落实岗位责任制，并对监理人员绩效考核。

4、强化项目部预算，进行财务精细化管理，加强财务分析水平和经营控制能力。结合经营中产生的问题，提出经营风险点控制措施。

（三）团队建设

1、优化公司管理队伍，补充老年化、专业化优秀管理人员进入高管团队，老中青结合。

2、有计划地实施人才招聘和开展培训，逐步改善、提高监理人员素质。以注册监理工程、造价工程师为重点。

3、落实工资增长机制，切实让员工分享公司的经营成果。 4、将筹建公司全称、标识规范使用，统一在公司内部运用。 5、以活动为载体，加强对员工各种文化活动的组织和引导，提高员工文化生活质量。

三、主要管理措施。

（一）安全监理。

1、建立健全安全监理保证体系，落实安全监理责任制。

2、认真履行安全监理职责，以查人、查证为突破口，以审查技术文件为方式，以安全隐患排查为手段，以旁站监理为重点，以制度落实为保障。

3、要求监理人员必须熟知db64/680—20xx，按照《宁夏安全管理规程》实施监理。建立健全安全监理台帐，并真实有效。安全监理资料与实体管理同步，按目录装订，并动态补充完善。

（二）质量控制。

1、建立健全质量保证体系，针对工程的特点和业主方的要求、施工单位的施工技术力量等情况，确定监控目标，制定监理的各项工作制度、工作程序，做到施工质量监理工作有章可循，有法可依。

2、质量监控事前预防，施工操作事先指导。审查人员证件及能力，主要材料、构配件见证取样合格后方可作用，检查机械满足施工要求，技术交底具有可行性、可操作性，各项准备工作就绪，严把隐蔽工程的签字验收关，发现质量隐患及时向施工单位提出整改。

3、动态控制，事中认真检查。通过旁站监理、平行检验、现场巡视，改静态检查变为动态控制。

4、事后验收，及时处理质量问题。当分项、分部工程或单项工程施工完毕后，及时按施工质量验收标准和方法，对所完工的工程质量进行验收。不合格检验批、分项工程坚决要求整改。

（三）进度控制。

1、进度控制由专监兼任，审查施工单位上报的总进度计划、月进度计划、周进度计划（工期紧迫时）可行性、前瞻性。

2、定期检查实际形象进度与计划进度是否相符，如有拖延，及时分析产生的原因。如是施工单位责任，用《监理通知单》督促其采取措施加快进度；若是业主原因，用《工作联系单》告知。

3、注意材料没有按计划进场和工序安排不当造成的工期延误。

（四）投资控制。

1、投资控制由专监或项目负责人兼任，审查工程量计量、工程款支付应认真，不可凭空估算。

2、投资控制必须依据工程量清单、预算定额、图纸、招投标文、现场施工记录或凭证件等。

3、工程量签证应依据前期施工凭证，征得业主方同意。

（五）合同管理。

1、由专监或项目负责人兼任。

2、建立合同管理档案，尤其是监理费标准和回收情况明细。

3、合理规避经营风险，工期延期、工作量增大时就及时向业主提出追加监理费用申请。

（六）信息管理。

1、加强信息管理，拓宽监理业务范围。

2、做好经营信息的收集工作，从宁夏建设招投标网站、宁夏日报等媒体上搜集相关业务信息，完善经营信息网络，做好信息收集和评估，充分挖掘每条信息的价值，为公司承揽监理业务提供参考。

（七）协调。

1、项目负责人可以解聘不称职的监理人员。

2、项目负责人每月30日向公司负责人汇报工作。

3、项目负责人应与业主、建设行政主管部门做好日常协调工作。

**企业计划书篇十二**

随着企业规模不断扩大，人才需求日益增加，本着发扬企业文化，提高企业员工素质的目的，以获取企业发展所需人才，为企业发展提供强大的人力支持为宗旨，结合公司\_\_年度发展战略及相关计划安排，特制定公司\_\_年度招聘规划。

公司招聘员工应以用人所长、容人之短、追求业绩、鼓励进步为宗旨；以面向社会，公开招聘、全面考核、择优录用、相关专业优先为原则；从学识、品德、能力、经验、体格、符合岗位要求等方面进行全面审核，确保为企业吸引到合适的人才。

\_\_年度是公司发展壮大的一年，面对严峻的人员招聘问题，人力资源部通过不同渠道为企业招聘人员大约为：总面试1.2万人，入职3000人，离职2400人，现有人员600人（以上根据8月18日—12月19日数据，面试4533人，初试2593人，复试997人）。然而由于多方面原因导致新员工流失率相当严重，但基本保障了企业大规模的用人需要。

经反复统计与核算，\_\_年岗位需求涵盖各部门现有人员空缺、离职补缺、新上项目人员配备等方面，具体分析如下：

1、根据各部门人员缺口及预估计流失率，经初步分析\_\_年度招聘岗位信息如下：

（1）一线销售人员1250人；

（2）后勤及高管250人；

（3）\_\_年计划招聘总人数1500人。

2、招聘原则：员工招聘严格按照公司既定的招聘流程，以面向社会公开招聘、择优录用为原则，从学识、品德、体格、符合岗位要求等方面进行审核。确保为企业选聘充分的人力资源。

3、各部门关键岗位选聘，根据个岗位职务不同按内部选聘办法与程序：

（1）自愿报名；

（2）单位推荐；

（3）集中面试；

（4）分类考核；

（5）调查摸底；

（6）统一研究决定。

5、\_\_年度招聘需求

根据公司\_\_年年度经营计划及战略发展目标，各部门需提报年度人员需求计划，

6.1招聘策略

（1）不拘一格，招贤纳才。入职基本工资视人才的能力价值，采用分级界定制。

（2）不限行业，着重潜力。例如，对于大区经理，招聘来源放宽到各个行业，有过严格的职业锻炼，有良好的基础素质的一线市场、行销人员。

（3）不限渠道，多方纳才。中心内部实施人才举荐制度6.2招聘原则（1）聘得起的；（2）管得了的；（3）用得好的；（4）留得住的。

6.3选人原则

（1）合适偏高；

（2）培训和职责的压力可培养大量的人才；

（3）目前公司迫切需要的人才。

6.4招聘方式

（1）以网络招聘为主，兼顾报刊、猎头、内部推荐等。网络招聘主要以前程无忧人才网、智联招聘、58同城、赶集网、中华英才网、百姓网、快点8网、首都人才网、百才招聘、百伯网、手递手、腾讯微博、新浪微博、搜狐微博等（具体视情况另定）；

（2）报刊主要以专业性媒体和有针对性媒体为主；猎头荐才与熟人荐才视具体需求和情况确定；

（3）校园招聘：北京应用技术大学、北京八维教育学校、北京金泽学校、防灾科技大学、北京化工学院；

（4）现场招聘：西国贸招聘会、工体招聘会、国展招聘会、农展招聘会；

（5）定向招聘（军队）：北京武警总队、北京武警第五支队、国旗护卫队、雪豹突击队、仪仗队；

（6）报纸、电视招聘：精品物报、前程无忧报、智联招聘报、中华英才报、《职来职往》栏目；

（7）其他方式（海报、传单）：在公司附近主要小区、公寓发放传单，张贴海报；

（8）补充招聘途径：社会上组织的一些免费招聘会、内部员工推荐、人才中介。

8.1招聘团队各组定岗定编明细

9.1第一阶段：

2月中旬至4月初，招聘高峰阶段，以现场招聘会为主，高度重视网络招聘，具体方案如下：

（1）积极参加现场招聘会，保持每周2场的现场招聘会参会（2）积极参加个人才市场的专场和各相关学校的的免费招聘会；（3）联系北京各大专业学校的老师负责推荐和信息告知；（4）发动公司内部员工转介绍；

（5）坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系，每天集中候选人进行集体面试，此阶段完成年度招聘计划的45%。

9.2第二阶段：

4月中旬至7月，此阶段现场招聘会逐渐冷淡，新增应聘人员较少，同时各高校在陆续开学后将积极筹备校园招聘会，以保证学生就业，因此，这段时间以网络招聘和校园招聘为主，具体方案如下：

（1）坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系，确保人员面试质量；

（2）积极参与省内部分院校的大型招聘费，联系外省及北京周边各大院校，组织校园招聘会或专场招聘会，每场招聘会将有现场公司介绍、现场初始、现场复试，建议能有1-2为公司高层领导参加，现场复试确定录用结果；

（3）联系前期面试人员进行，招聘信息的转告及代介绍。此阶段完成年度招聘计划的25%。

9.3第三阶段：

7月底至10月底，此阶段整体求职人员数量较少且分散，故此段时间，以网络招聘为主，减少或不参加收费型现场招聘会，具体如下：

（1）坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系，每周至少2次以上集体面试邀约；

（2）每周坚持2次以上，网络人才主动搜寻联系，补充少数岗位的空缺及离职补缺

（3）组织部门架构的了解分析、在岗人员的了解分析；

（4）对当年新入职人员的关注、沟通、培训、统计分析；准备申报下半年的校园招聘会。此阶段完成年度招聘计划的15%。

9.4第四阶段：

11月初至12月底，此阶段各大高校都将陆续举办校园招聘会，此阶段主要以校园招聘会为主，主要招聘各部门的储备性人才，具体如下：

（1）建立校园招聘小组，积极参加各校园综合招聘会，对各类院校筹备公司单独举办专场招聘会；

（2）网络招聘平台及论坛等信息正常刷新关注。此阶段完成年度招聘计划的15%。

9.5第五阶段：

12月底至\_\_年1月，此阶段，整体招聘环境不理想，主要联系招聘公司高层类人才，以年度人力资源规划、总结报告，及统计分析为主要工作，非紧急新增岗位，不重点做招聘工作，具体如下：

（1）公司年度招聘效果分析、公司人力资源分析、协助公司战略分析与讨论；

（2）编制年度人力资源规划；

（3）部门工作总结、讨论、分析，沟通确定新年个人工作计划及目标制定；

（4）建立、编制公司人才培养体系，建立人才成长计划；

（5）建立并完善人力资源管理制度、流程及体系；

企业根据面试的综合结果，将会在最后一轮面试结束当天或3天内告知应聘者结果，并告知录用者办理手续信息。

1、新人入职必须证件齐全有效

2、新人入职当天，人力资源部应告知基本日常管理规定

3、办理好入职手续后，即安排相关培训行程（通常由部门培训），培训计划要求应由各部提出并与人力资源部讨论确定

4、转正时，人力资源部应严格按培训计划进行审核把关，对培训效果不理想或不能胜任者，可以沟通后延迟转正。

1、人力资源部应及时更新员工花名册，每半年做一次全面的招聘效果统计分析；

2、根据效果分析的结果，调整改进工作

3、定期对新入职不足1年的员工作沟通了解，并采取相应的管理措施和方法。

1、做到宁精毋烂，认真筛选，部门负责人不允许以尝试的态度对待招聘工作。

2、对应聘者的心态要很好的把握，要求应聘者具备敬业精神和正确的金钱观。

3、招聘人员应从培养企业长期人才考虑（明确考虑异地工作），力求受聘人员的稳定性。同等条件下，可塑性强者优先。

4、要注重受聘者在职业方面的技能，不要被头脑中职位要求所限制。

5、在面试前要作好充分的准备工作（有关面试问答、笔试等方面），并要求注意个人着装等整体形象。

6、接待前来应聘人员须热情、礼貌、言行得体大方，严禁与应聘人员发生争执。

7、招聘过程中若有疑问，请向闫妍（人力资源部经理）咨询。

**企业计划书篇十三**

活动一：大队部出一期有关雷锋叔叔生前事迹的宣传板报。

活动二：

本周五下午第三、四节进行“美化家园”的活动，主要对象：四至六年级个别同学，安排如下：

地点一：林头乡府，由4年级每班5个同学负责，带队老师：罗翠条、陈倩宜、何淑琛。

地点二：林头老人院，由5年级每班5个同学负责，带队老师：谭纪影、郑芝琳、吴瑞娴。

地点三：林头公园，由6年级每班8个同学负责，带队老师：苏倩兴、郭少莹、郭方兴。

另外，请4-6年级的班主任挑选好相应的同学，并带齐清洁工具：4年级和6年级的同学带好大、小扫把、垃圾铲，5年级的同学带好抹布、小扫把、垃圾铲。

活动三：

1、4周三下午第4节，全校各班播放有关“雷锋生平事迹”的录像，各班主任可举行相

关的主题班会，以此进行深化思想教育。

2、4周三下午第4节，三年级在阶梯室举行“弘扬雷锋精神，共建幸福校园”的主题班会。

活动四：由大队部与语文科组联合在第5周评选“雷锋月”，由3至6年级每班推荐2篇读后感，于5周3下午放学前交齐到苏倩兴处。

读后感要求：

1、对有关学校本月开始各项活动的感受。

2、字数不限。

**企业计划书篇十四**

1、本公司在20xx年度的销售额为250万，今年计划销售额比上一年的销售额提高10%～15%，尽可能在今年将销售额突破300万；

2、本公司有经理一人，业务主管两人，今年计划每个季度每个人的销售额为25万～30万，如果没有完成，扣除相应年终奖金。计划在种子销售量较大的乡镇一个季度的销售额不低于5万，种子销售量较小的乡镇一个季度的销售额保证在2万；

3、公司经营各类作物种子，主要包括水稻和油菜种子，以及少量的蔬菜种子。今年计划水稻种子的销售额为170万，油菜种子的销售额为110万，各类蔬菜种子的销售额为20万。所售的水稻和油菜种子为中档种子产品，各类蔬菜种子为国外进口的高档种子产品。计划三者的利润之比为5：4：1。

1、产品策略

（1）、核心产品策略

今年公司计划凭借着中档水稻和油菜种子较高的性价比，赢得一个较大的市场份额，计划占领该地区相同产品市场份额的8%～10%。凭借着国外进口的各类蔬菜种子的优秀品质，赢得一个较好的市场口碑，计划占领该地区相同产品市场份额的4%～5%。

（2）、种子有形产品及附加产品经营策略

公司所有产品的包装桶装，并在包装桶外附加一小袋试样，小袋为透明的，方便种子购买者很好的观察种子的外观，而且种子用完后包装桶可用来提水等用途。公司产品商标的形状和颜色与同类公司的商标有较大差别，确保标新立异，与众不同，方便好认。公司提供最优质产品售后服务，定期派遣相关专家下乡教授农户种子正确的栽培和田间管理技术，若农户出现种子质量问题，百分之百解决农户的问题，弥补农户的损失。

2、价格策略

在该地区统一经销价的基础上，视具体情况给予不同的返利及市场支持，额度分别为3%～6%、7%～10%；尽量保证同地区统一零售价，硬性要求促销力度不能超过30%以上。市场监察人员要及时了解市场，避免恶意压价、降价等牟取利益的行为。

3、促销策略

在种子销售旺季进行促销、打折、降价的优惠活动，比如购买20亩田的种子用量就打8.5折优惠并赠送1亩田的种子用量，购买10亩田的种子用量就打8.5折等活动，通过这些优惠活动来刺激农户的购买欲望，从而提高公司种子的销售量。

4、广告策略

限于公司产品种类的特殊，所以限制了种子广告宣传的时间和地点。所以公司种子的产品广告主要采用平面广告，大多设立于农村的田间地头，它的主要受众是广大农户，并让我们的广告融入

农户的生活，且成为农户生活中的一部分。但无论如何加大广告的投入，这一投入不能超过年销售利润10%，不能影响公司的流动资金和下一年度的资金周转。

5、售后服务策略

建立完善的售后服务机构，为农户提供及时和一流的售后服务，让农户用得放心。公司的科学顾问在工作时间内热线随时开通，随时为农户解决遇到的一切问题。而且，科学顾问每三天下乡一次，亲自在田间为农户解决问题。

1、人员规划

由于公司只是位于县城的分公司，故公司的人员配置并不齐全，拥有一名经理，两名业务主管，一名会计，一名科学顾问，一名仓库管理员以及一名货车司机。经理和业务主管负责销售，科学顾问负责解决农户在种子使用过程中的种种问题，会计负责公司财务，仓库管理员负责公司的货物管理，货车司机负责送货。 2、团队管理

公司的工作人员各司其职，同事之间相互帮助，与公司的发展共进退。但是，各自的工作必须按时按量的完成，否则依据未完成的工作的量扣除相应的年终奖金，以此来提高公司员工的工作积极性。当然，在年假期间，派送公司的相关的工作人员进行相关的专业的培训，从而提高公司工作人员的专业技能，更好的为公司服务。

四、费用预算

公司今年费用预算：经理月工资为4000，年工资为48000。业务主管月工资为3500，年工资为42000。科学顾问月工资为3500，年工资为42000。会计月工资为2500，年工资为30000。仓库管理员月工资为20xx，年工资为24000。货车司机月工资为2500，年工资为30000。工作人员年工资共计25.60万，一年的广告费用为20万，工作人员的培训费用为5万，差旅费用为5万，年终奖金为10万，其他杂费费用为10万，共计75.60万。

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