

经营公司工作报告 公司经营状况

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

经营公司工作报告 公司经营状况篇一

1. 公司资产净值。资产净值或称净资产是公司现有的实际资产，是总资产减去总负债的净值。资产净值是全体股东的权益，也是决定股价的重要基准。股票作为投资的凭证，每一股份代表一定数量的净值。一般而言，每股净值应与股价保持一定比例，即净值增加，股价上涨；净值减少，股价下跌。

2. 盈利水平。公司业绩好坏集中表现于盈利水平的高低，公司的盈利水平是影响股价的基本因素之一。在一般情况下，公司盈利增加，股息也会相应增加，股价上涨；公司盈利减少，股息相应减少，股价下降。但值得注意的是，股价的涨跌和公司盈利的变化并不是同时发生的，通常股价的变化要先于盈利的变化，股价的变动幅度也要大于盈利的变化幅度。

3. 公司的派息政策。股份公司的派息政策直接影响股价。股息与股价成正比，通常股息高，股价涨；股息低，股价跌。股息来自公司的税后净利，公司净利的增加只为股息派发提供了可能，并非盈利增加，股息就一定增加。公司为了把盈利合理地运用到扩大再生产和回报股东支付股息等，制定了一定的派息政策。派息政策体现了公司的发展战略和经营思路，不同的派息政策对各期股息收入有不同影响。此外，公司对股息的派发方式（如是派发现金股息，还是派送股票股息，或是在送股的同时再派息）也会给股价波动带来影响。投资股票的一个目的是要领取股息，因此，每年在公司公布分配方案

到除息除权前后是股价波动最大的阶段。

4. 股票分割。股票分割又称拆股、拆细，是将1股股票均等地拆成若干股。股票分割一般在年度决算月份进行，通常会刺激股价上升。股票分割给投资者带来的不是现实的利益，但是投资者持有的股票数增加了，给投资者带来了今后可多分股息和获得更高收益的希望，因此股票分割往往会刺激股价上涨。

5. 增资和减资。公司因业务发展需要增加资本额而发行新股，在没有产生相应效益前将减少每股净利，会促成股价下跌。但增资对不同公司股价的影响不尽相同，对那些业绩优良、财务结构健全、具有发展潜力的公司而言，增资意味着将增加公司经营实力，会给股东带来更多回报，股价不仅不会下跌，可能还会上涨。当公司宣布减资时，多半是因为经营不善、亏损严重、需要重新整顿，所以股价会大幅下降；但如果公司为缩小规模、调整主业而减资，则有提高业绩、刺激股价上涨的效果。

6. 销售收入。公司的盈利来自销售收入，销售收入增加，说明公司销售能力增强，在其他条件不变的情况下，将使利润增加，股价随之上涨。值得注意的是，销售收入增加并不意味着利润一定增加，还要分析成本、费用和负债状况。另外，股价的变动一般也先于销售额变动。

7. 原材料供应及价格变化。原材料是公司成本的重要项目，原材料供应情况及价格变化也会影响股价的变动，特别是所需原材料是稀缺资源或是依赖国外进口的公司，其原材料供应情况及价格变化对股价影响更大。如石油价格的变化会立即引起世界各国股价迅速变动。

8. 主要经营者更替。公司主要经营管理者的更换会改变公司的经营方针、管理水平、财务状况和盈利水平。一个锐意进取、管理有方的经营者可能使一个濒临破产的公司起死回生；

而一个因循守旧、不谙管理的经营者也可能会使有过辉煌业绩的公司江河日下。

9. 公司改组或合并。公司合并有多种情况，有的是为了扩大规模、增强竞争能力而相互合并，有的是为了消灭竞争对手，有的是为了控股，也有的是为操纵市场而进行恶意兼并。公司合并总会引起股价剧烈波动，但要分析公司合并对公司是否有利，合并后是否改善公司的经营状况，这是决定股价变动方向的重要因素。

10. 意外灾害。因发生不可预料和不可抵抗的自然灾害或不幸事件，给公司带来重大财产损失而又得不到相应赔偿，股价会下跌。

经营公司工作报告 公司经营状况篇二

乙方：住所地： 公民身份号码：

甲方的土地承包权转包给乙方的有关事宜，甲、乙双方经过友好协商，特签本转包合同。

一、转包土地的地点：甲方自愿将与 签订承包合同的坐落于的承包经营权转包给乙方。

二、转包土地的期限：转包期限为五个月，自_____年____月____日起至_____年____月____日止。

三、转包价格：土地转包价格为500元，此款自合同生效之日起一次性交纳。

四、转包土地的用途：在转包期间，乙方只能将转包土地用于农业生产，不得买卖、再次转租，不准转作宅基地和构筑其他建筑物。

五、双方的权利义务：

- 1、乙方不得改变土地用途，若自行改变土地用途，甲方有权解除转包合同。
- 2、在不违反国家法律规定及本合同规定情况下，乙方有自主经营权。因土地经营所带来的风险由乙方自行承担。
- 3、转包期间的土地收益归乙方所有，甲方不再享有转包土地的任何收益。
- 4、转包期间，乙方不得再次将土地转包，否则甲方有权解除合同。

六、违约责任及其他事项：

- 1、因甲方不具有完整的土地承包经营权给乙方造成的经济损失，甲方应该予以赔偿。
- 2、若因乙方擅自改变土地用途，致使甲方承包合同被解除，乙方应该赔偿甲方的经济损失。
- 3、自本合同生效之日起，任何一方不得无故解约，否则应该承担对方的全部经济损失，并承担本合同约定转包价格二倍的违约金。
- 4、乙方擅自再转包土地经营权，给甲方造成的经济损失，乙方应该予以赔偿。
- 5、在本合同履行期内，若遇有关部门依法征地，本合同自动解除，征地收益归乙方所有。
- 6、若遇不可抗力致使本合同无法履行，双方互不承担责任。

八、本合同自双方签字之日起生效，在合同履行期间，任何

一方不得擅自变更或解除合同；合同如有未尽事宜，应由甲乙双方共同协商，签订补充协议。补充协议与本合同具有同等效力。

九、本合同一式两份，双方各执一份为凭。

甲方：（签字并手印） 乙方：（签字并手印）

_____年____月____日

经营公司工作报告 公司经营状况篇三

我自4月10来福州总部正式上班，至今已经一个多月了。作为新员工，非常感谢公司、感谢领导能给我提供一个成长的平台。在营运部门学习的这些天，我对盛丰的弹性管理深有体会，但同时觉得盛丰还有改进的空间。对盛丰的管理、业务流程和考核等方面有一些自己的看法。在此结合我这一个月来做的工作、发现相应问题，并结合提出相应的建议。希望领导批评指正。

一、一级战场组织构架

在了解福州区域一级战场组织架构中，我深入了解了福州总部托运部和运营的相关组织情况，其中包括了托运部和运营各岗位人员设置及工作职责和工作安排情况。在此，我先说明我在这此发现的一些问题。

1) 福州总部托运部在日常工作中运行的组织架构和原有设定的组织架构存在不一致。具体表现在，运营部调度和托运部目分离在了不同的部门；福州区域领导直接从事了具体岗位的工作，而没有充分发挥对福州的领导作用。

2) 托运部下辖的岗位人员过多（搬运工、现场管理、开单

业务员、单证员、驻厂），存在管理幅度过宽的情况，这也严重影响到了日常管理的质量。

3) 存在人力资源浪费严重与员工工作积极性不足并存的情况。

一些建议：1) 重新梳理并合理调整组织架构，明确领导和员工的岗位职责，令其都能各尽其职，出色完成本职工作。

2) 调整托运部组织结构，减小管理幅度，改进日常管理质量。可将开单业务组作为营业部独立出来。

3) 剔除不必要岗位设置，精简人员，同时改善员工的福利待遇，做好员工的考核和激励工作。

二、自送流程

在自送流程中，主要对客户上门发货时的验货、开单、贴标签到货物入库的整个流程进行了梳理介绍。同时我也发现了一些问题。

1) 找人卸货和看货耽误时间，造成客户发货等待时间过长

因为是坐在办公室里面，很多时候都实在客户进来叫人卸货了，才出去叫搬运工，顺便看下货。这在不忙得时候当然可以很好的满足，可是在大家都很忙得时候，就不能及时去看货和开现有的单子。

2) 贴标签时找货耽误时间，还可能造成标签贴错的情况

摆放货物人员不固定，以及客户货物没有明显区分标志等原因，贴标签的时候要到处找，找不到的情况下，还存在不知道问谁，这样都会浪费时间且还有可能贴错标签，还有责任人不明确等问题。此外，由于存在手写标签，难免会存在标

签写错和多件货写多少标签的问题。

3) 开单时遇到的问题就更多了

来确定货物运费。其二，送货费标准规定的过细。而日常开单送货时，送货费确定存在问题。其三，对于以体积计费，还是以重量计费不好确定，基本凭经验凭感觉来确定。由于并不是每票货都有详细的重量和体积，客户来发货会存在抛货让重量计费和重货按体积计费的情况，这无形中减少了公司的收入。此外，客户还会对我们产生不信任感。其四，公司办公系统不够完善。包括开单所用的lms系统落后，功能不全；此外没有专门的crm客户关系管理系统。

一些建议：

1) 针对客户发货等待时间过长和贴标签时遇到的问题

在外场要有人专门负责指挥车辆到达、引导客户开单、安排搬运工装卸货、过磅单的记录（过磅单让客户开单信息一起带入开单）、区分每一票摆放货物（在每一票货上显著位置注有货物基本信息，包括：发货人、收货人和件数。这样方便开单员贴标签，不至于造成标签贴错）。业务员开完单后并贴好标签后，将货物从待入库区拉到对应的仓库区域。

注：近期会制定标准的贴标签规范和收获制度，并给相应人员培训、严格执行。

2) 针对开单时运杂费及送货费的确定的问题

公司严格制定发往各网点的运费单价，和送货费单价，要是单价，不是那中分得过细的价格表。具体操作可以不同的分类标准来分别制定相应的运费单价和送货费单价，可对老客户、大客户制定相应的优惠政策。并在日常营业中严格执行。

3) 针对办公系统不完善和缺乏crm系统的问题

公司应该上线一些新系统，并在日常使用中不断完善和升级系统。当然这包括日常开单使用的erp系统和客户关系管理系统[crm]这样可以整理客户的相应资料，了解公司发货周期和货量情况，并提供相应的客户升级，开发新客户的同时防止老客户的流失。

以上都是我在最近日常工作所遇到的一些问题。其实除此之外，还有一些日常的小问题。比如，1、日常的办公室和仓库卫生问题。没有严格要求员工进行每天的“6s”整理，不利于公司给客户带来良好的形象，不利于公司将来的做大做强。此外，还存在诸如工作效率不高、分工不明确和办公设备老化缺乏等问题。

三、接货流程

在接货流程中，区分了零散客户和合同客户的接货流程，并对客户报货、安排车辆提货、返港货物交接和单证交接的整个流程进行了梳理介绍。

目前福州区域内的货物统一由调度负责安排车辆接货。大票货物由总部运营部的调度负责安排接货，小票货物由下院配送调度安排接货。统一调度存在整合车辆资源的优势，但同时也存在不能全面了解包括货物信息、路况信息，以及不同客户信息的问题。由此可能造成提货等待时间过长的的问题，车辆资源得不到充分利用。针对此，福州区域的营业部安排货物到达切可适当配备接送货车辆，方便到达客户的提货的同时也有利于灵活安排车辆提送货，也更有针对性的做好客户维护工作。

在接货存在最大的问题应该就是货物交接和单证交接。在司机接货回来后，虽然有《接货费用每日结算单》作为交接确认依据，因不能确定合适能安排卸货，所以很多情况下不能

现场与搬运工确认货物交接。司机只有在车尾贴上記有接货情况的字条，供搬运工卸货核对。这也及容易造成货物交接问题。

四、福州区域营业点信息

在此，我汇总了福州区域18个营业点的基本信息（地址、电话、人数）、4月份业务信息（开单额、票数、总体积、重量）、线路信息及起运货量等内容。

存在的一些问题：

- 1) 各营业点的基本信息没有在公司系统或是em上及时更新汇总。
- 2) 很多营业点日均营业额不高，营业部存在消极营销情况，基本上坐等客户上门发货；跑业务过于依赖业务员业务开发，吃老本现象严重。
- 3) 公司没有形成网络优势，运输单向化和业务单一的问题严重

相关建议：

- 1) 对个营业网点诸如地址、电话等信息，做到即变即更，要在公司系统以及em上作出变更；同时，部门人员有离职的情况，应当在其离职时候就对其em和lms账号进行及时注销。
- 2) 在落实营业部的相关配备（设备、人员）的情况下，细化对营业部指标的考核，同时相应的激励措施。让营业部主动营销、主动维护客户资源，扩展业务量。我认为一个标准的营业部门的基本人员配置应该是：经理1位、收银员1位、司机1位、接送货员1位、营业员1-2位，其日均营业额应该在1万以上。有自提及送货货物到达，同时要做好出发和业务

营销。经理对部门全权负责，包括日常管理、部门人员考核、业务完成、异常责任。考核业务指标要以月度为准，业务奖励也应以月度为准。

分公司联系起来，形成网络优势，这样可以再同样的运营成本下，增加公司的营业收入，为公司将来做大做强做好网络准备。在日常营业中，让保价服务、代收货款服务和包装服务真正作为公司的一项增值业务来推广，实现公司由单一、传统的货物运输服务，向现代物流公司的转变。此外，公司可以讲日常单一的货物运输分成快慢车，并进行相应的运费单价调整。这样既满足了一些对时效要求高的客户，又可以再运营成本不增加的同时，增加公司的收入。

五、福州区域搬运工工资统计表

我统计了福州区域各分公司营业部们的所有搬运工1-3月份的工资情况，并算出不同部门的搬运工平均工资水平，了解清楚了不同部门搬运工工资计算标准。

结合到搬运工工资水平情况，与部门实际的业务量比较。存在一些部门搬运工实际得到工资与其所付出的工作强度及工作时间不太符合，造成一些部门搬运工流动性大。此外，又存在一些部门实际的货量不足以支撑搬运工的工作（固定工资的部门），造成公司运行成本过高的情况。

针对以上问题，公司应该结合不同部门的实际货量情况来科学计划搬运工数量，节约出来的成本，可一部分用来改善搬运工工作环境，提高工资待遇方面。

六、配载装车流程

在此，我把实际配载装车整个流程都有了解。并从调度分担、安排车辆、单证制作配载单、找货装车一直到单证交接一整个流程都有介绍。在这了解流程的过程中，我也发现了一些

问题。

- 1) 由于系统的问题，调度在实际配载的情况下严重依赖托运单信息。而托运单在丢失、托运单上的时间不清，以及实际配载的便利性都容易造成一些货物在仓库中待配载等待时间过长的的问题。
- 2) 存在单项车辆运行成本过高的情况。客户处直发车辆，由于不清楚货物的规格形状、以及客户装车不好等问题，造成很多车厢空间浪费，增加车辆运行成本的问题。

一些建议

- 1) 尽快升级完善公司系统软件，在实际配载的过程中能够依靠公司系统来配载，这可以大大节省人力消耗（调度分单、单证系统勾单）。同时也可以减少以上一些原因造成的货物待配时间过长的的问题，提高货物时效。

七、接下来的工作任务

- 1) 由于之前做好的《货物异常处理流程》被领导要求进一步细分完善， 我会在周四提交上来给领导。
- 2) 单证员配载界面ppt由于之前获得的图片衔接存在问题，我会尽快重新获得相关界面截屏。在本周结束前予以完成提交。
- 3) 交接流程（货物交接、单证交接、异常记录的交接）。由于，设计的项目较多，我努力争取在下周三结束前完成。

经营公司工作报告 公司经营状况篇四

公司经营计划书作用在于目标设定和资源配置相对合理明确。通过经营计划可以达到“从上至下”和“从下至上”双向的

充分沟通。今天小编在这给大家带来公司经营计划书，接下来我们一起来看看吧！

一、切实完成年营销任务，力保工程进度不脱节

20__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____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20__年的基础上，将进一步扩大广告投入。其目的—是塑造“__”品牌，二是扩大楼盘营销。广告宣传、营销策划方面，__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。

二、全面启动招商程序，注重成效开展工作

1、结合医药市场现状，制订可行的招商政策

按照公司与策划代理公司所签合同规定，__应于去年出台《招商计划书》及《招商手册》，但目前该工作已经滞后。公司要求，上述两书在一季度由策划代理公司编制出台。为综合医药市场情况，拟由招商部负责另行起草《招商办法》要求招商部在元月份出初稿。

2、组建招商队伍，良性循环运作

从过去的一年招商工作得失分析，一个重要的原因是招商队伍的缺失，人员不足。新的一年，招商队伍在引入竞争机制的同时，将配备符合素质要求，敬业精神强、有开拓能力的人员，以期招商工作进入良性循环。

3、明确招商任务，打好运营基础

__项目一期工程拟在今年底建成，明年元月将投入运营。因而，厂家、总经销商、总代理商的入驻则是运营的基础。我们不能等米下锅，而应军马未到，粮草先行。今年招商入驻生产企业、总经销商、总代理商、医药商业代理机构等任务为300家。由策划代理公司与招商部共同承担。

4、做好物流营运准备，合理有效适时投入

医药物流不同于传统医药商业，它要求医药物流企业不单在医药交易平台的搭建、运输配送能力的提高、医药物流体系的配置上有别于传统医药，更主要的是在信息功能的交换适时快捷方面完全实行电子化管理。因此，新的年度，公司将与市物流研究所进行合作，签订合作协议并按合同协议履行职责。为使公司营运走向市场化，公司拟成立物流部，拟制定__医药物流系统的营运方案，确定设施、设备构成因素，运营流程、管理机制等。该工作在董事会的同意安排下进行。

三、以能动开发员工潜能为前提，不断充实企业发展基础

__的企业精神“三生万物，以人为本；和合求实，科学求真”决定了__品牌的打造，__集团的建立，必须充实基础工作、充实各类人才、充实企业文化、充实综合素质。新的一年，公司将在“四个充实”上扎扎实实开展工作。

公司所指充实基础工作，主要是指各部门各岗位的工作要做到位，做得细微，做得符合工作标准。小事做细，细事做透。务实不求虚，务真不浮夸。规范行为，细致入微。通过做好基础工作，改善内部工作环境和外部经营环境。该工作的主要标准，由办公室制定的公司《工作手册》确定，要求员工对照严格执行。为对各部门基础工作开展的利弊得失实行有效监督，公司在新的年度由办公室承办编制《__工作动态》，每半个月一期。

2、充实各类人才，改善员工结构

企业的竞争，归根结蒂是人才的竞争。我们应该充分认识到，目前公司员工岗位适合率与现代标准对照是有距离的。20__年，公司将根据企业的实际需求，制定各类人员的招聘条件，并设置招聘流程，有目的地吸纳愿意服务于__的各类人才，并相应建立__专业人才库，以满足__集团公司各岗位的需要。

一、在以质量为前提的情况下，货比三家，直接降低药品价格。坚持“同等质量比价格，同等价格比质量，最大限度为公司节约成本”的工作原则。

二、对于非现款供货单位发货遵循少量多次的原则，充分利用供方信贷期。

三、发货方式尽量以送货上门为主，尽量减少物流费用。

四、降低现款供货，寻找新的供货来源。

五、稳定现有供应商，开发培养有潜力的供应商，为公司做大做强做好积极准备。

六、以遵循gsp为标准，力争更好的做好质管部和供应商之间的桥梁。

七、做好物价工作，多方采集消息，提高市场嗅觉能力。

八、贯彻公司宗旨，做好招投标工作，为占领的市场份额而积极努力。

九、对于周期性及流行性的疾病做好更加充份的准备。

十、继续做好销售内勤工作，仍然坚信一个出色的内勤是十个乃至优秀销售员的坚强后盾。

新的一年意味着新的起点，新的机遇，新的挑战，未来从来都是因为它的不确定性而让我们充满激情.我似乎已经看到了我们部门变得强大的光芒，我将留取精华，摒弃糟粕，不纯为了完成任务而工作，要以创造利润来提升自身价值。我将以更饱满的热情投入到各项工作中去，与公司全体员工共同学习、共建和谐、共创辉煌！

20__年已经快要过去，虽然酒店销售业绩并不理想，但那只能代表过去，为了在20__年有一个新的起点，新的目标，特制定工作计划，以作激励。

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，家等重要客户的业务联系，为了巩固老

客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、建立灵活的激励营销机制，开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善__年市场营销部销售任务计划及业绩考核实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店

总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

20__年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

一、20__年的经营方针

灵活策略赢市场，扩大规模增实力，加强管理保利润。

经营方针是公司阶段性经营的指导思想；各单位、各部门和各级干部的各项经营、管理活动，包括政策制订、制度设计、日常管理，都必须始终不渝地围绕经营方针展开、贯彻和执行。

二、20__年的经营目标

(一)核心经营目标

20__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

三、主要经营策略

(一) 市场策略

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20__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。

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。

1. 国际贸易中心应以“____”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“____”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。

四、实现目标的保障措施

(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

1. 加快人才引进：以《20__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20__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，20__年1月1日起，总经理对公司经营团队实施考核；至迟于20__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20__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20__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

1. 逐步下放费用审批：在20__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，20__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，20__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，20__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。

五、总体要求

公司高层清醒地认识到：20__年的经营目标，是在全面权衡

和全面分析的基础上制定的，是一个充满机遇和机会的计划，也是一个具有挑战和风险的计划；要将这一理想变为现实，需要全体员工的共同努力。

(一)更新观念，创新管理

公司认为，要达成20__年的经营目标，首先要更新观念，各级干部和全体员工必须彻底摒弃“因循守旧、得过且过、小步前进、作坊经营”的思想观念，以宏观的立场，树立“产业洗牌、不进则退”的危机意识和“发展公司，分享成果”的捆绑意识，在生产管理的流水作业、产品开发的结构系列、采购管理的成本降低、订单评审的菜单管理、后勤保障的服务品质、财务监测的深入一线等等各方面，创新经营思维、创新管理模式，为公司经营从作坊工厂向现代企业的彻底转型奠定良好的基础。

(二)切实负责，重在行动

行动，是一切计划得以实现的首要；执行，是一切目标得以达成的关键。没有行动和执行，一切都是空谈。

公司要求，各级干部和全体员工以“负责任”的态度做好各项工作，特别是经营团队和中层干部，必须以“责任”主管的立场开展各项工作，不得仍有“功在我责在他”的遇事推委的恶习和恶行。

公司强调：干部和员工的价值在于行动和执行，公司将以行动力和执行力考察所有干部，对于那些纸上谈兵、不尚作为的干部和员工，将列入员工淘汰计划的首选，首先予以淘汰。

(三)业绩优先，奖惩落实

追求利润最大化，永远是企业经营的灵魂；任何企业的首要社会责任，都是赢得市场，扩大经营，收获利润。

利润是20__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！

经营公司工作报告 公司经营状况篇五

鉴于国家节能环保标准逐年提高的现状，未来几年空冷设备领域将面临良好的市场发展前景。在此背景下，我对国内空冷设备龙头企业哈尔滨空调股份有限公司进行了实地调查，通过对公司的历史沿革、经营范围、盈利能力、经营现状、发展潜力等方面的深入了解，并在综合外部因素分析后认为，哈空调管理规范、业绩稳定，并且后续发展动力强劲，盈利能力有望稳步提升。哈空调能够为价值型投资者带来长期、稳定的收益，具有较好的长期投资价值。

由于国家的节能环保标准逐年提高，未来几年空冷设备领域将面临良好的市场发展前景，鉴于哈尔滨空调股份有限公司在该领域的国内领先地位，我于20xx年5月6日深入该公司进行了实地调查，对公司的历史沿革、经营范围、盈利能力、经营现状、发展潜力等方面进行了深入了解。

刚过来那几天，老板就让我做海报，为温州国土资源局做的

公益海报，要发表的日报上的，听到这个有点兴奋，可以上报了，全市发行的哦！其实也没什么，只不过对一个刚实习的学生来说却是很兴奋的事情，第一次嘛，别个做设计久了，随便做个什么都可以印刷的出来的人就没有感觉了。其实做这个也是很不容易的，就像以前上招贴设计的课程一样，前期总是很痛苦的在那想啊想的，后最后才逼出效果来的。我看了那些国务院发行的文件有点头晕。什么招标、挂牌，拍卖的，被弄的乱七八糟的。经过很长一段时间的修改，终于还是过关了，反正主题表达出来了，但自己感觉没特别好。发表出来那天，从来不买报纸的我，还是买了一份收藏呢！纪念一下！

哈尔滨空调股份有限公司(简称“哈空调”)系经哈尔滨市股份制协调领导小组办公室哈股领办字(1993)7号文件批复，由哈尔滨空气调节机厂整体改制、以定向募集方式设立的股份有限公司。在1999年4月26日经中国证券监督管理委员会证监发行字[1999]44号批准，向社会公开发行股票，并于1999年6月3日在上海证券交易所挂牌上市交易。

哈空调是我国最大的空冷机组生产和出口基地，生产规模和效益居行业领先地位。哈空调原主要从事空气冷却设备、空气调节设备、节能换热设备的开发、生产和销售，是国内空冷、空调制造行业中唯一具有为电站、冶金等行业提供空冷器和空调器整机配套能力企业。目前，哈空调还积极推进百万千瓦超超临界机组空冷系统和500kv电力变压器项目的建设，积极拓展新的利润来源。

哈空调充分利用国内石化工业和电力工业快速发展的机遇，创新机制，开拓进取，努力经营□20xx年实现营业收入122,946.34万元，同比增长44.99%，其中主营业务收入121,499.49万元，同比增长44.61%；主营业务利润29,231.36万元，同比增长37.72%；净利润23,558.16万元，同比增长118.98%。

其中公司下属三家全资子公司经营情况良好，对母公司的业

绩贡献较大，分别为哈尔滨天功金属结构工程有限公司，主营高速公路防撞护栏、彩色压型板、钢结构制造、销售及售后服务等业务，实现销售收入321,002,250.80元，贡献净利润58,935,851.02元；上海天勃能源设备有限公司，主营空气冷却冷凝设备、高中低压换热器、制冷空调设备制造安装，实现销售收入157,471,112.57元，贡献净利润1,400,442.48元；哈尔滨天洋设备安装有限责任公司，主营机电安装及空调安装、维修，实现销售收入743,732.8元，贡献净利润11,363.65元。

哈空调计划20xx年营业收入达到15亿元，并将通过加强管理和提高工艺技术水平进一步降低成本、费用率，达到年净利润增长率高于收入增长率的目标。

双行标题。正题下加一个副题，正题概括文章的主要内容，主题思想，副题补充说明调查对象和调查内容。如《感情越拉越近——对江苏省“三下乡”活动的调查》。

从制单到记帐的整个过程基本上了解了个大概后，就要认真结合书本的知识总结一下手工做帐到底是怎么一回事。长辈很要耐心的跟我讲解每一种银行帐单的样式和填写方式以及什么时候才使用这种帐单，有了个基本认识以后学习起来就会更得心应手了。

由于精力有限，在各主干道上我们只访问了很少的路人及环卫工人，所以，我们调查的人群结构相对单一，所调查的一些问题及征求的建议也只能代表极个别观点，但这并不影响所做调查的整体方向，它能对德州市的环境卫生作出一定的反应，因此有一定的借鉴性和改进性。

哈空调的电站空冷节水效果明显，常规的火电湿冷机组，循环水损失约占耗水量的80%，而空冷电站不论是间接空冷方式还是直接空冷方式，都没有循环水的损失，只需锅炉补水和其他用水，电站耗水量明显减少，是我国北部干旱地区、严

重缺水地区新建和扩建火电厂的推荐机组。目前价格比湿冷机组高出20%，如果考虑到多耗出的电力与水，综合成本基本持平，但空冷机组符合国家节能减排的政策方向。

现已建成投产的华能铜川电厂一期工程60万千瓦空冷机组是国家发改委确定的空冷机组国产化依托项目。其中，直接空冷设备由哈空调自主研发生产制造，该机组年耗水量仅为常规湿冷机组的14.3%，是目前国内同类型机组耗水指标最低的电厂，在国际上也处于领先水平。该机组的投产标志着我国已成功掌握了世界先进的大型空冷火力发电技术，也进一步确立了哈空调的市场领先地位。

根据相关资料显示，国家规划20xx年以后的新建电厂中的坑口比例在大幅提高，预计将达到60%~70%，在缺水地区，电站的空冷比例达到了90%，预计坑口电厂的空冷比例平均将达到了80%以上，折算的火电综合空冷比例在50%~60%。按照6000万千瓦火电规模计算，年空冷容量在3000~3500万千瓦左右，市场价值在50~60亿，哈空调的电站空冷设备将具有广阔的市场空间。

火电在总量上虽然存在周期性压力，但电站空冷设备行业的景气度主要取决于新增火电机组规模和空冷比例，未来电站空冷比例将从目前的25%左右逐步提升到50%左右，电站空冷比例逐年增加将有效地弥补此不足。

相对于电站空冷而言，石化空冷的技术含量要低一些，产品的价值也相对低。近年来，随着电站空冷设备市场的快速发展，石化空冷设备对哈空调的利润贡献要弱于电站空冷。产品所处细分行业的发展主要与石化工业的发展密切相关，在宏观经济景气的背景下，哈空调的石化空冷产品仍将延续稳定增长格局，预计年均增长20%左右。

20xx年哈空调还依托中石油大连石化分公司、中石化青岛炼油化工有限责任公司等千万吨级炼油项目，进行了复合板管

箱焊接试制、管与管板深孔焊工艺研究等项目的研发工作,取得了良好的效果,解决了生产瓶颈问题;哈空调还依托上海卡博特石化公司项目,在高粘度流体换热器的研究上取得了很大的进展;哈空调石化产品、工艺技术的自主研发能力正逐步提高,石化空冷设备产品的国际竞争力日趋增强。

(一)中学生的学习心理现状分析教育价值观调查显示,大部分中学生具有较为明确的教育价值观。74%的学生认为学习的作用是提高自身素质,10%的学生认为学习的作用是为了考大学,16%的中学生没有考虑。

到专业实习时间了,整整八周,我在那实习已经不止八周了,拿他工资的人,不能自己想走就走了,也要负起正式员工的责任。

哈空调的成本构成中,以钢、单面铝为代表的原材料占有较大比重,大致为80%左右。另外,各细分产品存在一定差异。其中,电站空冷产品的钢和单面铝的比例大致为40%:60%。单面铝属于附加值较高的材料,哈空调主要从国外进口,自己加工成管材,这种材料国际上可以生产的企业不多,国内在短期实现突破的可能性不大。哈空调作为国际上的大客户,与原材料供应商建立了良好的关系,在价格上有较大的选择权,一般在签定空冷产品的销售合同时已基本同步确立材料采购合同,保证了毛利率的稳定。

香港拥有高度发展及复杂的交通网路。公共运输的主要组成部分包括铁路、巴士(公共汽车)、小巴(公共小型巴士)、的士(计程车)及渡轮等。其中,铁路是香港最主要公共运输工具,每日载客约412总人次;其次是专营巴士,每日载客约394总人次。值得一提的是,香港是全球第一个广泛使用电子货币于公共运输的地区。名为八达通的电子车票兼货币系统在xx年的总流通量达1240万张。

哈空调的产品客观上决定了面对的均为大客户,特点是每年

销售订单、销售客户的总数不多，但是每笔订单金额较大。目前，哈空调销售额前五名的客户平均订单金额接近1亿元人民币，由于项目建设周期长，且具有一定的延续性，所以客户关系相对稳定。

(1)从买白酒的用途来看，约52.84%的消费者用来自己消费，约27.84%的消费者用来送礼，其余的是随机性很大的消费者。

哈空调正积极推进500kv电力变压器项目和百万千瓦超超临界机组空冷系统项目的建设。

注重实用。老年人与其他群体消费的最大区别在于实用，他们购买商品不再以追求时髦、追赶时尚为主，而是注重实用、能用、好用，往往相信自己的购买经验，购买的商品不是用来收藏，或未来若干时期才使用，当前使用不上的商品往往很难购买。

经营公司工作报告 公司经营状况篇六

合作的方式多种多样，如合作设立公司、合作开发软件、合作购销产品等等，不同合作方式涉及到不同的项目内容，相应的协议条款可能大不相同。

本协议的条款设置建立在特定项目的基础上，仅供参考。实践中，需要根据双方实际的合作方式、项目内容、权利义务等，修改或重新拟定条款。双方本着互利互惠、共同发展的原则，经充分协商，一致决定联合出资共同经营_____公司（企业）（以下简称公司），特订立本协议。

1、合作宗旨：

2、合作企业名称：_____，公司地址：_____。核算方式：共同经营、统一核算、共负盈亏。

3、合作项目：

4、经营范围与经营方式：风险提示：

应明确约定合作方式，尤其涉及到资金、技术、劳务等不同投入方式的。同时，应明确各自的权益份额，否则很容易在项目实际经营过程中就责任承担、盈亏分担等产生纠纷。

5、联合出资方式、数额和投资期限：公司投资总额为人民币_____元。甲方投资_____元，占投资总额_____%甲方以下列作为投资现金：_____元：厂房：_____元，折旧率为每年_____%机械设备：_____元，折旧率为每年_____%。专用工具：_____元，折旧率为每年_____%。土地征用补偿费_____元专利权：_____元商标权：_____元技术成果：_____元。投资缴付日期截止_____年____月____日。

6、公司资金增减由董事会决定，并报请合作成员协商，根据资金增减合理调整本协议有关分配比例的规定。

7、公司财产为全体合作成员所共有，任何一方不经全体合作成员一致通过不得处分公司全部或任何部分财产、资产、权益和债务、合作成员出资额及其因参加本合作获得之权益不得转让。

8、合作期限：自_____年____月____日至_____年____月____日止。

9、合作成员的权利和义务甲

方：_____。乙方：
_____。

2、公司的经营管理风险提示：

应明确约定合作各方的权利义务，以免在项目实际经营中出

现扯皮的情形。

3、违约责任风险提示：

合同的约定虽然细致，但无法保证合作方不违约。因此，必须明确约定违约条款，一旦一方违约，另一方则能够以此作为追偿依据。

（1）合作成员任何一方未能按本协议规定依期如数提交出资额时，每逾期时间）违约方应缴付应产出资额的____%作为违约金给守约方。如逾期（时间仍未提交，除累计缴付应出资额的____%的违约金外，守约方有权要求终止协议，并要求违约方赔偿损失。如双方同意继续履行协议，违约方应赔偿因违约行为给公司造成的经济损失。

（2）对不可抗力情况的处理。

（3）协议履行中如发生纠纷，由各方派代表协商解决，或请双方主管部门解解决及请求仲裁机关仲裁。

（4）合作成员不得中途退出合作，如中退出，除赔偿造成的全部损失外，付出资额的____%作为违约金。