

# 公司管理制度完整版 公司绩效考核管理方案(优秀8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 公司管理制度完整版篇一

1、为了公平、有效地评价客服人员的工作业绩、工作能力和工作态度，及时纠正偏差，改进工作方法，激励争先创优，优化整体客服团队，从而全面提升客服质量和企业效益，特制定本考核方案。

2、对客服人员进行的业绩考核结果将作为本公司进行人员薪资调整、培训规划、职位晋升和岗位调动的决策依据。

3、将绩效考核融入公司管理过程，在考核中形成员工与公司双向沟通的平台，增进管理效率、推动公司良好运作。

本着公平、公正、引导、激励的原则实施考评，客服人员的考评结果将与公司业绩和个人业绩直接挂钩，业绩考评也将作为薪资的主要参考依据，直接决定着个人收入。

以业绩考核为主，多元考核形式并用来进行综合考量，以求考核效益最大化。

本方案适用于本公司所有的客服人员，请相关部门负责人遵照实施，予以认真落实，如有特殊情况不便按时实施的，需及时告知，另做考虑。

基于客服岗位特质，客服人员的绩效考核将实行月度考核，

每一月作为一个考核单位，具体考核时间待商议（每月的月末或下月月初）。

绩效考核指标是员工工作业绩、工作能力的量化形式，通过各量化指标的考量可以体现客服人员的工作业绩、能力和态度。基于客服岗位自身的工作性质和工作内容，客服人员绩效考核指标主要分为以下几个方面：

1、指标完成率。指标完成率，即特定月内通过客服人员实际完成的销售额与计划所要完成的销售额之间的比率，表示为实际销售额/计划销售额，如a万/月。

2、询单转化率。询单转化率，即顾客向客服询单服务的人数到最终下单人数的个比率，表示为最终下单人数/询单人数。

3、最终下单成功率。最终下单成功率，即顾客下定单的人数到最终付款人数之间的比例，表示为最终付款人数/下单人数。

4、客单价。客单价，即特定时间内每个客户购买本店商品的额度，是本旺旺落实且最终付款的销售总额与下单付款的客户总人数之间的比例，表示为特定时期内销售总额/付款客户人数。它充分体现了客服人员的客户亲和度和工作能力。

5. 旺旺回复率。旺旺回复率，即客服人员通过旺旺作出回复的客户数与总接待的客户数之间的比率，表示为回复客户数/总接待客户数。如对所有接待的客户都予以回复，则回复率为100%。

6、旺旺响应时间。旺旺相应时间，指每一次自客户询单到客服作出回应这一过程之间的时间差的均值。一般来说，40秒的响应时间是相对正常的，做的熟练的客服会吧响应时间控制在20~30秒，它直接关系到对客户态度和客户关系的维持。

7、协助跟进服务。本项只作为一种工作情况的参考，会根据具体情况做具体调整。

8、执行力。执行力，即客服人员特定时间内所完成上级主管交代任务的情况，本项则由上级主管基于客服人员工作实情作出考量，赋予分值。

上述各项指标主要依据客服人员的实际工作情况，依据客服绩效管理系统（如：赤兔名品）所对应数据进行统计。此外，在实际考评中除了主管结合客服人员实际工作表现作出评价外，客服人员自身也有自评的权力和权利。最终的考核结果将是对上述各个指标考评结果的综合评价。

1、考核者必须熟悉绩效考核制度、量化指标及考核流程，熟练使用绩效考核工具，并在考核、赋值的过程中及时与被考核者（客服人员）沟通，力争客观、公正地完成考评工作，保证考评工作的顺利、有效开展。

2、考核者依照制定的考核指标及标准，根据各客服人员所对应的各项指标数据及工作表现予以评估、打分，赋予各项指标以具体分值。

整个客服评估满分100分，其中指标完成率占30%（30分），询单转化率占30%（30分）、下单成功率占10%（10分）、客单价占5%（5分）、旺旺回复率占5%（5分）、旺旺响应时间占5%（5分）、协助跟进服务占5%（5分）、执行力占10%（10分）。

以上程序完结后，还需要员工做出自我评定，主管负责人也需要结合员工工作成绩及平时表现对员工做出客观评定。员工自评和主管评定也将作为个人最终等级评定及奖惩的参考依据。

3、对各个被考评者的各指标考核分值进行加总，并由高到低

作出排序。根据加总分值，将客服人员分为初级客服、中级客服和高级客服三个等级。其中两次考评中，分值都在90分以上的，该客服人员客服等级将被定为高级客服；两次考核分值都在80分~90分之间的，客服等级定为中级客服；两次都在70~80分的，则视为初级客服。被考核者其中一次考核总分低于70分者将给予提醒并进行深度访谈，经指导仍低于70分者将予以淘汰。客服人员考核等级不同，所对应的薪资水平、岗位奖金等不同，旨在鼓励创先争优。

#### 4、补充建议（待商议）：

每一季度或每一年度还将基于本阶段内客服员工的总体工作业绩，评选出季度或年度“最佳客服专员”、“优秀客服专员”若干名，其中最佳客服专员占全体客服人员的比例不得超过5%，优秀客服专员比例不得超过10%。获得此类奖项者将给予特别奖励，如颁发特别鼓励奖或奖励旅游。

为保证客服考核制度的完善和考核结果的有效、公正，特此设定考核申诉这一特殊程序。对于部门及主管负责人做出的考评结果，如有异议，员工可直接向部门主管提出申诉，先由部门主管进行协调，经协调仍有异议的，可向公司人事部门提出申诉，由人事部进行具体调查，予以协调，切实保证考评结果的客观、公正。

对于生产部门员工的绩效考核工作，尽管很多企业都在积极推进和努力实践，基层班组也分别制定了员工工作业绩考核制度、规定和办法，然而在实际运作中，由于认识、理解和方法的差异，往往存在着诸多盲点和误区：

- (1)绩效考核不能和班组自身特点相结合。
- (2)绩效考核内容设置不合理、不科学。
- (3)不注重绩效考核过程中的监督作用。

(4) 劳动报酬和实际付出相脱节等。

这种种因素在一定程度上造成了员工个人在业绩评价与实际工作境况上显现出诸多不一致，从而使班组绩效考核没有真正起到应有的激励作用。

为了满足员工渴望公正评价的要求，在绩效考核中生产管理者应确立以下基本原则：

- 1、客观公正、实事求是。根据考核条件和标准，实事求是、客观公正地对被考核班组作出恰如其分的评价。
- 2、注重实绩。在对被考核班组进行全面考核的基础上，以完成工作实际效益为主。
- 3、明确公开。考核标准、程序以及对考评责任者的规定在班组内部应当对全体员工公开。这样才能使员工对绩效考核工作产生信任感，对考核结果也易持理解、接受的态度。
- 4、及时反馈。考核的结果(评语)一定要及时反馈给被考评者本人。在反馈考评结果的同时，应当向被考评者就评语进行说明解释，肯定成绩和进步，说明不足之处，提供今后努力方向的参考意见等。

绩效考核除了要遵循上述四个原则外，还要对考评主管进行充分的训练，使他们尽量不受主观因素的影响，对考评标准有一个准确的、统一的理解，这对有效推行绩效考核是非常重要的。

要使绩效考核发挥其应有的作用，就得制定相应的绩效考核制度。在制定生产部门员工绩效考核制度时，最重要的就是考核内容和考核方式的设计。下表是班组绩效考核中常用的考核内容及考核方式，生产管理者应熟练掌握。

生产员工的绩效考核应以真正能调动他们的积极性和创造性为目的。要衡量生产员工的业绩，就务必把各种工作要素加以量化。因此，在考核项目的设置上要突出重点和生产车间的核心利益，如要考核员工的主要业绩等。

河南某铝厂在铁路运输班组实行了“以量计奖”的绩效考核方案，即组员的奖金与当月完成的运输量和任务数相挂钩，该方法极大地调动了员工的积极性。

该厂的内燃机车检修班组采用的是组员奖金与技术能力挂钩的模式，也就是把组员处理机车故障的技能、次数等作为主要考核指标打分核算。这就让技术能力强、处理故障多的组员多劳多得，同时也激发了其他组员钻研技术的积极性和工作的热情。

一套好的考核制度必须是经过大多数员工认可的。在制定绩效考核制度时，务必结合本生产部门的组织结构、人员结构等实际情况，多方位地征求员工的意见和建议，并在此基础上反复修改，达成共识后再实施。

## 公司管理制度完整版篇二

为加强物业管理公司内部管理，客观评价全体员工履行岗位职责的工作能力和工作效果，充分调动员工履行岗位职责的积极性，特制定本绩效考核办法。

- 2、坚持公平、公正，注重实绩原则；
- 3、以岗位职责为主要依据，坚持上下结合、左右结合。
- 4、定性与定量考核相结合。

由部分管主任、部门正副经理、中心职代会代表、党员代表组成员工考核工作小组，制定员工月（或季）考核办法，指

导部门做好员工考核工作。各部门负责组织员工月（或季）、年度的具体考核工作。

除部主任、部门经理之外的所有员工。

1、岗位工作月（或季）考核（70分）。

每月（季）按各部制定的员工岗位工作考核办法进行考核，折算计分。

2、部门年度评议（30分）。

部门对员工以下十个方面工作情况作出客观的评价：任务履行及规范程度、工作效率、工作主动性与服从性、工作条理性、承担的工作量情况、业务技能提高与成本意识、敬业精神和责任心、劳动纪律遵守情况、团结协作精神、品德言行等。

3、师生投诉与处罚（倒扣）。

每起有效投诉扣10分，每起处罚扣5分；受各级部门表彰，每起加2分。同一事件，不重复扣分和加分。

每年一月上中旬

1、月（或季）考核。部门按部员工月（或季）考核办法进行考核。

2、员工进行年度自我评议。填写《浙江工业大学工勤人员工作考核表》或《物业管理中心20xx年度员工考核表》。

3、部门进行评议，综合记分。填写《浙江工业大学工勤人员工作考核表》或《容大后勤集团物业管理中心年度员工考核表》中相关内容。

5、各部将员工考核结果报物业管理中心办公室。

6、部门经理向个人反馈考核意见。

（一）考核等级：优秀、合格、不合格、不计考核等次四个等级，优秀比例不超过10%。

（二）出现下列情况之一者，考核不合格：

1、工作责任心差，不能胜任工作者；

2、服务态度差，服务对象有三次以上投诉经查属实者；

3、本年度内，对所聘岗位的履职情况较差，不能按计划完成相应的工作任务者；

4、受党内或行政处分未满一年或尚在察看考察期内者；

5、全年累计事假30天，累计病假60天以上者；

6、有旷工行为者；

7、由于各种原因，给部门造成较大损失者。

8、考核总分60分以下者。

1、非学校事业编制人员考核不合格将解除劳动合同，学校事业编制人员考核不合格按照学校有关规定处理。2、考核结果与评选先进、专业技术职务、工人技术等级、工资晋升和岗位聘任挂钩。

绩效考核标准由公司负责人依据各项工作岗位的工作标准制定，考核指标由定量指标和定性指标。

公司员工的绩效考核由品质管理部检查、公司分管领导抽查、



电梯公司经理每月抽检、区域技术主管检查、外部电梯年检、合同签订、急修响应时间、维修工艺效果和工作表现等构成。

物业公司、电梯公司每月不定期对各维保组工作按《电梯维修保养工作质量考核标准》标准进行抽查、区域技术主管按《电梯维修保养工作质量考核标准》进行检查后进行综合评定，并记录考核结果，绩效工资将根据考核结果评定。

1、内部抽检：公司质检人员每月不定时进行抽查考核，考核标准见《电梯维修保养工作质量考核标准》进行：

一、责任人：如果月度考核分数责任人95分（含）以上，发100%的月绩效工资；80分（含）以上95分以下，发90%的月绩效工资；70分（含）以上80分以下，发70%的月绩效工资；70分以下者不予发放当月绩效工资。

——连续两个月绩效考核分数均为60分以下者，责任人可予以辞退。

三、公司主管技术领导在内部抽检时发现电梯存在安全隐患，扣除区域技术主管当月绩效工资的80%；区域技术主管对所存在的问题没有在规定时间内监督整改，扣除当月绩效工资的100%，如发现区域内存在同样的问题或下次检查时发现区域内仍然存在类似问题，对区域技术主管立即给予辞退解聘。

2、外部年检合格情况考核：电梯年检时能否所有电梯一次性合格。若因为电梯维修保养不到位而导致电梯年检不合格需要复检的，扣除责任人和组长当月绩效工资100%，而且组长和责任人需要承担100%的复检费和接待费。

电梯公司分管技术领导承担一定的责任，扣除绩效工资50%

以上，可予以降薪或辞退。如果对有效投诉区域主管不及时处理，当月一次性扣除绩效工资的25%；出现两次扣除50%；

三次降职。

有效的投诉是指：涉及维保人员的维修响应时间、服务水平及技术水平而导致客户投诉并经过电梯公司领导现场确认。

4、区域电梯维保综合效果考核：如果电梯发生故障，能较快处理，在连续三个月区域没有出现客户投诉的前提下，经电梯公司综合考评电梯维保质量优秀，可对区域主管奖励300.00元；如果出现同一电梯故障都因为同一个因素造成，连续维修二次以上的，扣除责任人当月绩效工资10%；连续三次以上的扣除当月绩效工资的50%，同时可给予责任人降薪1档处分，同时扣除区域主管当月绩效工资的20%。其他区域技术人员在考核周期内三次以上支援同一区域时，电梯公司根据情况综合考虑后，可在另一区域扣除的绩效工资总额内奖励支援人员300元至500元。

合同丢失的，责任人扣除当月绩效工资的100%，公司负责人（主管副经理）扣除当月绩效工资30%。

7、如果责任区电梯发生重大设备事故或人身伤亡事故，经确认系责任人的责任，除扣除当月100%的绩效工资，还要承担相应的法律责任；区域主管撤职；主管技术领导扣除当月100%的绩效工资。

8、责任人应严格遵守操作规程，提高安全意识，如果发生伤残事故，确认是责任人违反操作规程，除要承担相应的法律责任外，可予以辞退。

9、维保人员在维修保养过程中隐瞒事实及伪造质量记录者及时开除。

区域主管应将每月绩效考核结果明确告知员工，员工对其考核结果有疑问时，可向公司分管技术主管进行申述，分管技术领导疑问进行界定，并将结果告知区域主管及员工。

# 公司管理制度完整版篇三

第一条随着科学技术的发展，对企业经营管理工作的要求也越来越高，采用计算机对企业进行管理，是提高工作效率和管理水平、实现企业管理现代化的途径。在企业生产经营中推广应用计算机管理，对增加工厂经济效益将起积极的促进作用。

## (二)计算机的管理和使用

### 第二条 归口管理单位：

1. 微型以上档次的计算机管理单位为企业管理科。
2. 过程控制的计算机(主要指单板机)管理为总师办。

(以下内容不包括实时控制用单板机)

### 第三条 管理员职责：

1. 负责计算机运用的长远规划。
2. 根据资金的安排，负责机器及外设、备件的计划、采购。
3. 负责软件的开发规划制定，组织开发成果鉴定。
4. 与教育部门使用，组织计算机技术培训。
5. 对分散使用的计算机进行不定期的检查。

### 第四条 硬件使用：

1. 各单位使用计算机，需提出上机申请，经批准后按规定机型、外设使用。

2. 上机申请分为：单次上机、每月定时上机、每日定时上机三类。

3. 软件开发，上机时间较多的单位，可以申请配置机器。

#### 第五条 软件管理：

1. 各单位需开发的应用软件，应向企管科提出申请。

2. 应用软件的开发分为自力开发、协作开发、委托开发三类。

3. 企管科负责与外单位在有偿或对等的基础上进行软件交流。

#### (三) 软件开发任务书的编制与审批

#### 第六条 编制依据：

1. 厂部对软件开发的总体及项目的要求；

2. 各单位要求开发的项目；

3. 设备及软件开发人员的能力。

#### 第七条 任务书内容：

1. 软件名称；

2. 软件应能达到的技术性能；

3. 软件的操作环境；

4. 更高层次软件对开发软件的要求；

5. 工作进度计划；

6. 设计组织机构、人员安排、协作单位情况；

7. 经费预算。

第八条 任务书的审批：

设计任务书编制完成后，由企管科组织有关科室进行审议，认定可行后，由企管科科长批准。

(四) 软件鉴定

第九条 鉴定的基本要求：

软件全部开发完成后，需经三个月到一年的实践运行(视软件复杂程序)，才能申请鉴定。

第十条 鉴定资料：

软件鉴定前，必须向鉴定小组提供下述资料(其中3-7项资料各二份)。

1. 设计任务书；
2. 软件实现的功能；
3. 使用机型，对外存外设的要求，软件支撑环境；
4. 软件设计的流程图；
5. 源程序清单；
6. 数据库结构；
7. 标准化室审议报告；

8. 用户意见书。

第十一条 鉴定小组的组成与鉴定程序：

2. 鉴定的议程：

- (1) 软件设计者对软件的介绍；
- (2) 宣读标准化审查报告；
- (3) 用户代表发言；
- (4) 操作示范；
- (5) 讨论鉴定结果及提出进一步修改的建议；
- (6) 通过鉴定报告，鉴定小组成员并签字。

第十二条 鉴定后的工作：

1. 整理资料、存档；
2. 将鉴定会的意见反馈到各有关部门。

第十三条 软件的维护与完善。

2. 完善的软件，年底应向计算机管理人员提供修改的程序清单。

(五) 操作证管理

第十四条 操作证由企业管理科统一归口管理，每年审核一次。

第十五条 办理操作证由本人申请，单位领导同意，通过应知应会考试，成绩合格者才能发给操作证。

第十六条 申请操作证的人员应掌握一种或一种以上的计算机语言，了解计算机的结构和操作规程。

第十七条 操作人员能按操作证规定的机型、外设操作。

## 公司管理制度完整版篇四

(一)、区局信息中心负责分局计算机及配套器材的选型、购置和分配，统一管理全局计算机设备和有关附件，对各单位计算机管理工作进行检查和评比。

(二)、各单位领导要高度重视计算机及相关设备的管理和维护，应指定专人负责计算机及配套设备的管理和维护，建立设备档案，登记设备的型号、配置等信息；记载计算机硬件运行情况 and 故障次数及原因、维修内容等。

(三)、信息中心要保证必要的维修力量和相应的维修资金用于计算机及器材设备的维修，每年对计算机设备及管理工作进行一至两次检查，及时维修硬件故障，解决管理上的问题。

(四)、要加强计算机病毒防范措施，每台计算机都要安装防、杀毒软件，并定期升级病毒库。不得随意使用外来软盘或运行来历不明的软件，发现计算机病毒应迅速与分局信息中心取得联系及时解决。

### 三、网络管理

(一)、信息中心负责对微波通讯、帧中继通讯和服务器、集线器等网络设备进行监控，发现异常情况立即组织技术人员进行维护，保证区局主干网络稳定运转。

(二)、信息中心负责对区局每台上网微机安装网卡，设置网关和ip地址，各单位任何个人不得擅自修改网关ip地址。

(三)、各单位操作人员对网络运行中出现的故障应认真记载其故障现象，及时向信息中心反映。

#### 四、机房管理

(一)、计算机用电不能与其他大功率电动设备共用一相线路，不能在计算机接线插座上连接电扇、空调、电暖器等电器设备。接线要按照“左零线，右火线，中间地线”的规定，且必须接好地线。

(二)、机房要注意防火，配备好防火设施。

(三)、机房内要注意防鼠害，铺设重要设备的电源线、网线要用塑胶套管保护。

(四)、机房内严禁放置复印机。

(五)、室内温度一般要保持在摄氏15—35度，相对湿度为40%—60%。

(六)、机房要按统一规定的要求设计，由专业施工队伍施工，机房建设的设计图纸和使用书须经过分局审批。竣工后，由分局信息中心组织专业人员一起验收。

(七)、进入机房时，必须换上工作服和工作鞋，机房内严禁带入任何食品，严禁抽烟、吃东西。

(八)、严格实行上机操作制度，认真记录机器运行情况和作业内容，严禁玩电子游戏和进行其他与工作无关的活动。

(九)、保证设备清洁卫生，经常清理打扫机器表面，定期用计算机专用清洗剂擦拭。

(十)、严格遵守保密制度。计算机存储、打印的各类保密资料，要严格管理，不得外传，作废的资料、打印的草稿，要



及时销毁，并定期作好各种数据的备份工作。

(十一)、机器出现故障，应立即关闭电源，保持原状，由专门人员进行维修，并填写故障维修登记卡。不准擅自拆卸机房内的设备。在离开机房前，必须关好所有机器的电源，盖好防尘罩，关好门窗。

11、安装微机或工作站的办公室必须配备ups电源。开电源顺序为：先开ups电源，再开显示器，打印机，再开主机电源。关电源顺序为：先关主机电源，再关显示器、打印机，再关ups电源。

12、征收大厅的工作间，各科、所的工作间，参照机房管理的要求进行管理。

## 公司管理制度完整版篇五

广告公司薪酬体系管理中，普遍存在着薪酬激励体系不够健全，绩效考核模式不够全面，职业规划工作未能开展以及公司培训活动较为匮乏等问题。

### 1. 薪酬激励体系不够健全

当前我国很多广告公司在实际发展的过程中，普遍存在着员工工作积极性较差、责任心不强等问题，这些因素均成为了限制广告公司发展的关键性因素。构建全面的广告公司薪酬体系优化方案，有助于提升广告公司人力管理的效果。

有效的薪酬管理制度能够增强员工的企业归属感，提升员工的工作质量，转变员工的工作态度，为广告公司的发展奠定良好的基础。反之，则会阻碍广告公司的发展，造成人才大量流失的问题。全面的薪酬激励体系，是广告公司发展中考要考虑的重要问题。基于大量的实践调查研究能够看出，当前广告公司薪酬体系管理不够健全这一项问题中，具体表现

在薪酬管理不够公平，薪酬对外影响力较小，薪酬制度模式不够科学以及薪酬激励效果不够突出等方面。

(1) 薪酬管理不够公平。大量的实践调查研究中显示，当前很多员工认为薪酬管理中存在着不公平的现象，很多员工提出了质疑，这些质疑会直接影响员工的工作热情、工作积极性。

(2) 薪酬对外影响力较小。薪酬管理中，需要结合公司的实际管理情况进行综合分析，提升广告公司薪酬管理中的对外影响力，吸引更多的广告人才。但是实际管理中，广告公司的薪酬管理方式对外影响力却相对较小，易于造成人才流失等问题，无法真正发挥广告公司薪酬管理的实际价值。

(3) 薪酬制度模式不够科学。基于大量的实践调查研究能够看出，广告公司中的层级管理方式会直接影响员工的工作热情度，但是当前很多广告公司人力资源管理中，却存在着职业之间的层次划分不够清晰等问题。员工的实际工作能力、工作年限等没有和其薪资相互联系，这些问题会在一定程度上影响员工的工作质量、工作态度等等。

(4) 薪酬激励效果不够突出。薪酬激励的价值在于最大限度提升员工工作质量、工作积极性与工作效率，但是当前实际的广告公司薪酬管理中，实际的薪酬激励效果却不够突出，没有切实展现工作效率与工作能力对员工薪资的较大影响，进而也会降低广告公司员工工作的积极性。

## 2. 绩效考核模式不够全面

绩效考核对现代企业的发展能够产生重要的影响，科学的绩效考核管理方式能够保证考核的公平性与有效性，促进广告公司的全面发展。但是当前广告公司在实际管理的过程中，虽然很多公司已经认识到绩效考核的重要性，但是实际的管理效果仍然不够理想。产生这种问题的原因主要在于绩效考

核模式不够健全，没有基于广告公司的实际需求进行管理方式的创新，难以真正展现广告公司的实际发展需求，影响着广告公司员工工作的积极性，不利于广告公司的全面发展。

### 3. 职业规划工作未能开展

每一位员工的实际的公司活动中，均希望能够得到晋升与发展，但是当前的广告公司管理过程中，却普遍存在着职业规划工作未能开展的问题。广告公司比较注重经济方面的管理，企业文化管理，但是对员工的个人价值、个人发展规划关注程度不足，具体问题表现在两个方面。

(1) 优秀人才发展受到阻碍。优秀人才是广告公司的巨大财富，但是广告公司实际管理过程中却存在着忽视优秀人才发展规划的问题，没有为广告公司的优秀人才制定明确的个人职业生涯发展规划，这些问题会直接影响广告公司人才的发展与人才的管理效果。

(2) 公司晋升制度不够健全。晋升管理的制度，会直接影响广告公司员工工作的热情度，但是当前广告公司中晋升制度没有直接与人才发展相互联系，一些广告公司中甚至存在着晋升制度不公开透明问题、对于员工个人的晋升国家职称问题单位零管理等，长此以往则会对广告公司的发展产生较大影响。

### 4. 公司培训活动较为匮乏

知识经济时代下，每一个企业都需要认识到培训的重要价值，通过积极的`培训活动，增强员工工作的能力与工作的质量，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。但是在广告公司实际管理的过程中，却普遍存在着广告公司管理人员比较关注员工工作的能力、绩效考核的情况，但是却忽视公司培训活动的的问题。缺乏有效的培训活动，会直接造成员工知识、能力与其实际工作、发展难以有效搭配的问题，不利于广告公

司的全面发展。

知识经济时代下，广告公司可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式，通过公司绩效考核方式的创新等策略，全面提升管理质量，不断促进公司发展，满足广告公司的实际发展需求。

## 1. 明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式

薪酬管理制度的设计，需要基于广告公司的实际发展需求、未来发展需要，结合员工的特点进行针对性管理。在广告公司薪酬体系设计的过程中，需要遵循着公开、公平与公正的原则，保证薪酬管理的透明度，使每一位员工都能够认识到薪酬与个人能力直接的密切联系，使员工保持良好的工作态度与工作积极性，保证广告公司内部管理的公平性。

在绩效管理的过程中，可以基于广告公司各个部门的实际工作要求、岗位特点进行综合分析，引入绩效考核等相关管理要求。比如广告公司对员工销售人员的实际销售能力、绩效水平要求较高，则可以将广告公司员工销售人员个人的工作能力、工作态度以及工作质量等直接与其薪资水平相互联系。积极创新薪酬管理制度，将员工的工作年限等与其薪资水平同样保持联系，比如某员工工作年限高于1年，底薪则可以增加100元，员工工作年限2年，则可以底薪增加200元等，保持员工的职业稳定性，降低员工离职等问题为广告公司带来的直接损失。薪酬体系的设计，还需要适当增加员工的带薪休假、定时体检等内容，比如可以为工作高于1年的员工，每年开展一次身体检查活动，工作年限高于5年则可以拥有一次公司出资的旅游或者是外出学习活动等等，使员工能够对公司保持一定的归属感，感受到公司对他们的关心与支持。薪酬管理的过程中，可以适当增加员工之间的薪酬差距。比如绩效水平相对较强的员工，则其薪资水平也会显著高于绩效水平相对较差的员工，通过拉开薪资水平的方式，留住更多的优秀人才，为广告公司的全面发展奠定良好的基础。

在此基础上，广告公司还可以适当增加一定的对外竞争优势。比如可以基于其他广告公司的薪资待遇，增加本广告公司中的福利待遇，使更多的优秀人才能够涌入到广告公司当中，促进广告公司的发展。

## 2. 创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量

公司绩效考核管理的方式，也是直接影响公司发展的关键性因素，基于当前广告公司的特点以及广告公司绩效考核中普遍存在的问题，广告公司可以通过基于实际发展需求，创新绩效考核模式，全面提升绩效考核管理的质量。

（1）构建完善的绩效考核管理指标。基于需要特征的广告公司绩效考核管理目标，需要包含针对性、个性化以及发展性的特点，明确各项管理要求，从实际出发，从细节入手，将广告公司实际管理中的各项事物引入其中，制定完善的绩效考核管理指标，全面展现员工的实际绩效水平。例如可以将员工的工作能力、工作态度、合作能力、独立完成工作能力等等相关因素融入到综合考核活动中。比如在为员工位置某项广告设计工作后，员工个人设计的总体时间、客户满意度等等，将这些元素融入薪资体系管理过程中。

（2）及时反馈绩效评价的具体情况。及时反馈绩效评价的具体情况，有助于深入分析问题、及时解决问题，真正展现绩效考核的实际价值。在当前的广告公司发展过程中，需要制定完善的公司绩效考核评价反馈制度，基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，提升广告公司的整体竞争能力，使广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。

（3）制定针对性的绩效考核管理方法。针对性的绩效考核管理方法，主要是基于不同的部门发展需求、工作需求，进行制度的设计与全面管理。广告公司实际发展的过程中，不同的部门也会具有不同的员工管理需求，比如市场部门需要重

点考察员工的语言沟通能力、表达能力，市场部门则可以将员工销售能力引入绩效考核中；设计部门则比较注重员工的设计能力、思维能力以及合作能力等等，设计部门则可以将员工的广告设计数量、客户满意度等融入总体绩效考核中。通过针对性的绩效考核管理办法，提升广告公司的整体考核效果，增强广告公司团队凝聚力。

（4）开展奖惩结合的绩效考核模式。奖惩结合的绩效考核方式，能够在激励员工的同时，保持良好的公司管理模式，及时惩处具有不良工作态度的员工，发挥激励的价值，保证公司的全面发展。

### 3. 注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失

职业生涯规划是一个人职业发展过程中的目标，对人才的发展能够产生重要的影响。缺乏有效的职业生涯规划，会使人才的发展出现一定的盲目性特点，不利于人才个人的发展，同时也对公司的发展产生了一定的阻碍性影响。在当前知识经济时代下，广告公司需要注重员工职业生涯规划的重要意义，通过职业生涯规划，为员工提供发展的舞台，将员工个人的发展与广告公司的愿景密切联系，为每一位优秀人才制定职业生涯规划，实现优秀人才与广告公司的全面、同步发展。

比如广告公司可以结合公司的战略发展计划，为优秀人才打造个性化的职业发展路径，比如可以在优秀人员进入公司1年以内，制定成为公司优秀员工的计划；优秀员工进入公司3年内，成为公司的骨干；优秀员工进入公司10年内成为业界精英等等，使每一位优秀人才都能够明确自身的职业生涯规划，积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与职业自豪感。

### 4. 开展员工培训教育活动，不断促进公司发展

全面的员工培训活动能够不断提升员工的知识与技能掌握能力，对员工综合工作质量的提升能够产生重要的影响。当前知识经济时代下，广告公司相关管理人员需要充分认识到员工培训的重要价值，基于广告公司的实际需要特征，开展各式各样的教育与培训活动，并使培训活动能够具有针对性、层次性特点，使培训活动能够成为常态。

比如广告公司可以基于不同部门的员工发展需求，开展各式各样的教育与培训活动，注重培养员工的职业道德，深层次提升员工个人素质，使员工接受企业文化和先进技术的熏陶。可以采取培训效果评估与内训讲师工作改进方法即：针对培训内容吸收的中期培训效果评估，以内容回顾及直接领导评价为主，针对培训后行为改善程度的长期效果评估，以培训内容内部分享与转化，业绩提升的考量为主，目的是为了充分发挥培训的最终效用。可以采用激励机制即：在公司建立内部讲师制。公司内部选拔业务优先的员工作为内部讲师，推行激励包括按课时发放的月度培训津贴及依据年度工作考核授予的年终工作奖励考量。培训结束后，高管要做好后续反馈、跟踪工作，为以后的培训提供参考。这种方式有助于不断提升广告公司综合管理的效果，切实发挥员工培训教育活动的价值，同时也对员工的全面发展能够产生重要的影响。

综上所述，知识经济时代下薪酬管理的价值与绩效考核的作用越来越突出，在当前激烈的市场竞争环境下，每一个广告公司都需要充分认识到人力资源管理的重要性。在实际的管理过程中，可以通过明确公司发展客观需求，设计薪酬管理模式；创新公司绩效考核方式，全面提升管理质量；注重员工职业生涯规划，减少优秀人才流失以及开展员工培训教育活动，不断促进公司发展等方式，改善当前广告公司薪酬管理与绩效考核中所存在的问题，制定完善的公司绩效考核评价反馈制度。在未来的广告公司人力资源管理过程中，需要基于广告公司的绩效考核评价情况进行针对性分析，注重管理方式的持续性完善，使每一位广告公司员工都能够明确积极参与各项公司管理与发展活动，提升员工工作的积极性与

职业的自豪感，在科学、规范性的广告公司发展理念下，构建良好的广告公司人力资源管理模式，提升广告公司的整体竞争能力，使广告公司能够在激烈的市场竞争环境下保持良好的发展态势。

## 公司管理制度完整版篇六

目标的设定应当是以公司的大目标为根本，以有益于提高公司的整体运作水平和有益于提高员工能力和素质为原则。

培训工作目标总目标

单位目标把因员工能力不足、态度不积极而产生的机会成本浪费控制在最小限度。

员工目标提高员工的知识水平和工作能力，从而提高工作的能动性，达到自我实现的目的。

目前，分公司的培训工作要求尚存较大差距，需要作全面的改革。

分公司培训工作的现状及改革方向现状分析：

1. 培训的的目的性与针对性不强  
2. 培训资源不足

改革方向：

1. 建立明确的员工培训计划流程

未与公司、员工的发展，员工个人的现状密切挂钩。在结合岗位要求和全面征询培训需求的基础上，制定目标明确且针对性强的培训计划。

时间资源、师资力量缺乏，缺乏对培训课程及教材的开发。



## 2. 加强师资力量，提高培训质量

组成一支相对稳定的兼职讲师队伍，制定各类培训大纲。

## 3. 培训方式单一、深度不够

缺乏有效的培训手段，培训覆盖面窄，深度不够，培训的持续性差，效果不佳。

## 3. 多种培训渠道和手段并举

多管齐下，采用不同的方法加大培训力度。

## 4. 无跟踪、评估、反馈措施

培训后无跟进、评估、反馈措施，不利于改进。

## 4. 建立跟踪评估、反馈措施

加强培训后的跟踪措施以确保培训取得实际效果。

## 5. 缺乏与支公司及各部门的沟通

与支公司、各部门的沟通及协作不够，对机构的支持不够。

## 5. 加强对支公司的支持及与各部门的配合

在从计划到实施的各环节中与支公司及各部门适时沟通。

培训工作要取得成功，必须要能兼顾个人发展需要、执行管理以及不断作出改进而培训架构的设计，原则上要能协助达到以上三要素。

培训架构设计的指导思想

提的能人

高整力发

上体及展

海运提机

公司作的供个会

?充个?建?多

分人立种

考发起培

虑展合训

公计理方

司发展需要和划的培训流程法综合应用

有效地执行和管理培训工作

?对支公司指导和支持?各部门深入参与和密切配合?及时跟踪和反馈

不断更新、改进培训工作

?全面的培训监督?必要的评估与改进机制?良好的双向沟通渠道

上海产险人力资源培训框架

有效的培训运作和评估体系管理核心人

## 公司管理制度完整版篇七

先对事后对人，明确责任，事事有人负责、人的管理是最难的，尤其对有一定阅历的销售人员、销售团队管理的目的是做好事情，达成公司的目标，也就是说管理好事情，让销售人员达成公司期望的目标就达到了销售团队管理的目的、所以包括销售目标在内的所有目标必须分解到责任人，人人对自己的目标负责、通过对事的管理来达到管人的目的。

以结果为导向，量化管理、销售目标进行月度分解到门店为基本单位，各级销售人员对自己的目标负责、导购负责所促销的门店，业务代表负责自己管理的片区，城市经理负责整个城市，省级经理负责全省，大区对整个大区销量负责，销售总监则对全国负责、前提是销售目标的制定和分解科学，可执行性强、可以通过设立较高的目标充分挖掘销售队伍的潜力，进行目标完成率排名考核，处罚下游，鼓励中游，奖励上游、就像学生考试，试题很难，对每个学生是一样的，也同样能根据分数的高低排出名次、另外一种设立较低的目标，大多数人超额完成，能鼓舞士气，同样进行完成率排名、总之不管考试题的难易，最终优胜者是排名靠前的、一定要考试，不然就不知道好坏了、所有的销售人员都参加数字化的目标考核、销售团队的管理就以结果为导向，对自己的销售目标负责。

销售同比增长率排名的考核公平简单的反映出销售团队的业绩、对人员管理的大忌就是不公平，如果销售目标设置的不公平就先天造成销售队伍的不稳定，比如说2导购的门店基础不同，而目标任务设置一样，就造成基础较差门店导购的离职等、销售同比增长率就是大家都和自己的过去比，比的是进步的速度，落后就要挨打了、整体平均增长300%，为什么你的区域只有30%呢？针对这种市场就要分析原因，对症下药了。

对特殊需要整改的市场，可单独设立目标考核、往往需要大

力调整的市场，参加一刀切的考核时雪上加霜，更不利于市场的培育和调整，只能造成进一步恶化和业务队伍的频繁换人、这种市场可单独报备公司审批独立考核。

以门店管理为基础，所有的管理考核落脚点在终端门店、解决了终端门店的问题，销售就形成了良性的循环、终端门店的销量提升分解点有：单品分销条码执行、零售价格管理、陈列执行、导购管理、缺货、赠品管理、特殊陈列、促销活动执行等，每项管理进行细化，设立；神秘人；检查，反馈到总部在下发到当地整改，再检查，再反馈，再整改，如此循环、公司的稽核部可下设一个终端门店稽核小组，；神秘人；可聘请当地的在校大学生，费用基本为10元/店，以顾客的身份检查，同时可以检查所有项目、该神秘人的设置能有效规避当地经理弄虚作假，加强对终端门店的管控力度，对经销商也能发挥监督作用。

对导购的管理可设置费用销量占比的形式考核当地各级销售人员、快速消费品行业导购人数基数大，工资成本很大，加上促销员管理费每月支出很高，如果管理失控，对公司损失很大、比方我们设置8%的费用比例，导购工资占销售的8%以内，作为一项硬性指标考核当地经理、能有效规避乱上导购和虚报的现象发生、同时用；神秘人；来检查门店有无导购虚报十分有效，抽查几次就能发挥很好的威慑作用。

建立导购培训及认证的体系，打造一支专业、高效、稳定的终端铁军、对导购以销售能力的提高为核心，总部加强促销话术的开发，高效传递到一线导购，力求做到点到位、口语化、傻瓜化、实战化、安排；神秘人；以顾客身份检查导购话术的执行情况、对导购实行初中高三级认证，让导购有提升空间，给予不同的物质精神双奖励。

每月安排全国性主题终端营销活动、主题性营销活动的好处是全国一盘棋，相互造势，提升终端势能，也能比较各地的执行效果，进行全国对比、主题性营销活动能拉动消费者对

品牌的持续关注，避免长期特价和堆码对消费者的刺激疲劳、对特价实行最低限价制度，活动形式多样化，严禁同一单品持续特价活动、通过对主题性活动的执行和管理，特别是效果的评估，能有效的管理销售团队。

销售队伍的热情和士气是高效团队的基本条件、打造一支士气高涨的团队是一个系统工程、首先需要招聘具有乐观精神、勇于挑战、积极进取的员工、二则树立典型和样板，激发销售团队的潜能，别人能做到的你一定能做到、三则选好团队的领导，领导都无精打采就不要指望下属能生龙活虎了、四则做好培训，培养一种赢文化、五则做好激励和处罚，表扬先进，鞭策后进，整体提升。

为了强化培训效果，营销管理者可以组织业务人员设置场景演练，从市场调查到方案制作，再到客户谈判，一个环节一个环节地模拟进行，然后总结经验和教训、通过这种现场模拟演练，能明显提高业务人员的实际操作技能、另外，为了减少业务人员的工作失误，销售团队管理者可以针对业务人员写好的方案，组织讨论、沟通，确定后再让其拿着方案拜访已锁定的目标客户。

## 公司管理制度完整版篇八

为规范我市公交运营企业（以下简称“公交企业”）运营成本的核定，激励公交企业加强运营管理、提质增效，根据《财政部交通运输部关于推进交通运输领域政府购买服务的指导意见》（财建〔20xx〕34号）、《城市公共汽车和电车客运管理规定》（中华人民共和国交通运输部令20xx年第5号）、《贵州省城市公共交通条例》等文件要求，制定本方案。

### （一）目的作用

为实施政府购买城市公交服务制度，科学核定公交企业运营成本和政府购买公交服务资金规模，特制定本方案。

## （二）基本原则

1. 合法性原则。计入规制成本的各项费用应当符合有关法律、法规规定。
2. 相关性原则。计入规制成本的各项成本费用应当与公交企业提供公交运营服务直接或间接相关。
3. 合理性原则。计入规制成本的各项成本费用应当客观反映公交企业运营服务正常需要，并按照科学方法与标准合理核定。影响成本项费用的主要技术、经济指标应当符合行业标准或社会公允水平。
4. 激励性原则。成本规制应建立激励与约束机制，鼓励公交企业在保障运营安全与服务质量的基础上主动节约成本，不断提高运营效率。
5. 精细化原则。成本规制应在现有条件下加强科学化、精细化核定，并随着公交企业经营管理与财务管理规范化程度的提升不断完善。

## （三）适用范围

本方案适用于符合《贵阳市政府购买城市公交服务管理办法》界定的公交企业。

公交企业运营成本由直接运营成本、期间费用以及执行国家政策产生的成本构成。

### （一）直接运营成本

直接运营成本是指公交企业执行运营计划所发生的与运营服务直接相关的成本和费用，包括职工薪酬、能耗费、固定资产折旧、保修费、轮胎费、租赁费、保险费、事故损失费、

安全生产费、其他直接运营费等。

1. 职工薪酬。职工薪酬包括职工工资、福利及社会保险费等支出和劳务费。职工工资是指公交企业所有职工的工资、奖金、津贴、补贴等全部货币性收入；福利及社会保险费是指公交企业为职工支付的职工福利费、工会经费、职工教育经费以及按照国家有关制度规定缴纳的医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保障费和住房公积金；劳务费指公交企业采用劳务派遣用工形式，向劳务公司支付的劳务费。
2. 能耗费。是指公交企业运营车辆在运营服务过程中消耗的天然气、电力费等动力支出。
3. 固定资产折旧。是指公交企业提供客运服务所需运营车辆、场站、车间、行政用房的折旧。
4. 维修费。是指公交企业为提供客运服务发生的零配件材料费、润料费和维修辅助材料费等运营车辆及设备日常维护、保养及大修费用等。
5. 轮胎费。是指公交企业为提供客运服务发生的轮胎更新和修补等费用。
6. 租赁费。是指公交企业以租赁形式租入运营车辆、场站以及其他与公共汽电车运营服务直接相关的设施设备所支付的租赁费用。
7. 保险费。是指公交企业为运营车辆购买的交强险、商业险及企业购买的承运人责任险等保险险种的支出。
8. 事故损失费。是指运营车辆因发生交通事故而赔偿给损失人员在扣除保险公司赔付以及责任人承担赔偿责任所支付的赔款后的净支出。

9. 安全生产费。是指公交企业按照国家有关规定提取，并专门用于购置、安装和使用具有行驶记录功能的车辆卫星定位装置、视频监控装置及运营车辆附属安全设备等完善和改进企业运营安全生产条件的支出，包括定位装置费用、安全防护设施设备费、安全防护用品、检查评估咨询和标准化建设费、设施和设备检测检验费等。

10. 其他直接运营费。是指公交企业提供客运服务过程中发生的其他必要成本，包括点钞服务费、场站设施维护费（含特种设备维修费）、场站水电费、站牌、投币箱维护费、保洁费、劳动保护费、无形资产摊销、安保服务费等。

## （二）期间费用

期间费用指公交企业为组织和管理公共汽电车运营服务活动而发生的管理费用及财务费用。

1. 管理费用。是指公交企业为提供客运服务所间接支出的费用，包括企业行政管理部门支出的办公费、取暖费、差旅费、水电费、会议费、公务车费用、劳卫消防费、低值易耗品摊销、业务招待费等。

2. 财务费用。是指公交企业为提供客运服务所筹集资金发生的筹资费用，包括利息净支出、金融机构手续费、汇兑净损失等。

## （三）执行国家政策成本

执行国家政策产生的必要支出指公交企业执行国家和省市有关政策产生的必要支出。包括残疾人就业保障金、党组织工作经费。

## （四）税金及附加



税金及附加是指公交企业提供公交客运服务产生的税金及附加费。

#### （五）不纳入规制范围的支出

以下费用不计入规制成本。

1. 由政府投资或社会无偿投入所形成的固定资产以及评估增值的固定资产不计入固定资产折旧；固定资产盘亏、毁损、闲置、自主提前报废和处置净损失不计入固定资产折旧。
2. 公交企业非持续、非正常活动发生的费用支出。
3. 滞纳金、违约金、罚款等支出。
4. 公益性捐赠支出。
5. 公益性广告、宣传支出。
6. 与公共汽电车运营服务无关的费用和其他不合理支出。

#### （一）职工薪酬的核定

职工薪酬按照职工工资、福利及社会保险费、劳务费分别核定。

##### 1 职工工资核定

职工工资按照驾驶员工资和其他人员工资分别核定。

##### （1）驾驶员工资上限

规制驾驶员工资上限，不超过上限部分据实核定，超出部分不予核定。

驾驶员工资总额上限=核定驾驶员人车比×规制年度平均运营车辆数×驾驶员平均工资水平

其中：

核定驾驶员人车比暂定1.9人/辆；

驾驶员年平均工资水平取规制年度上一年贵阳市全部职工平均工资的120%。

## （2）其他人员工资上限

其他人员工资总额以20xx年实际发放数为基数核定。

## 2. 福利及社会保险费核定

医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保障费按照规制年度上一年核定工资总额及社会保障部门规定的企业缴纳比例据实核定。

住房公积金按照不超过规制年度上一年核定工资总额的12%据实核定。

职工福利费、工会经费和职工教育经费分别按不超过规制年度上一年核定职工工资总额的14%、2%、25%据实核定。

3. 规制年度职工薪酬总额小于核定职工薪酬总额的，据实核定；职工薪酬总额大于核定职工薪酬总额的，按照核定职工薪酬总额核定。其中，驾驶员人均薪酬水平不得低于规制年度上一年贵阳市全部职工平均工资。

## 4. 劳务费核定

在劳务派遣用工人数不超过国家相关规定，且人均劳务费不

超过规制年度上一年贵阳市全部职工平均工资100%的前提下，按社会保障部门、贵阳市住房公积金管理中心规定缴纳的单位部份社会保险、医疗保险、住房公积金等相关纳入劳务费管理的劳务费用，据实核定。

## （二）能耗费的核定

1. 能耗费根据运营车辆能耗类型、核定运营里程及单价进行核定。计算公式为：

能耗费=天然气消耗费+新能源能耗费

### 2. 天然气消耗费核定

天然气消耗费在不超过规制上限范围内据实核定，超出部分不予核定，计算公式为

式中：

天然气百公里消耗标准暂定50立方米/百公里；

天然气单价取公交企业规制年度采购天然气的实际单价平均值，采购单价不应超过市场平均价格水平。

### 3. 新能源车能耗费核定

新能源车消耗的天然气费和电力费据实核定。

## （三）固定资产折旧核定

公交企业按照国家和贵州省相关规定确定的固定资产折旧年限和残值率计提的折旧费据实核定，其中运营车辆折旧年限应为8年。

## （四）维修费核定

维修费在不超过规制上限范围内据实核定，超出部分不予核定，计算公式为：

核定保修费上限=保修费标准×核定运营总里程/1000

式中：

保修费标准暂定为262元/千公里。

#### （五）轮胎费核定

轮胎费在不超过规制上限范围内据实核定，超出部分不予核定，计算公式为：

核定轮胎费=千公里轮胎费标准×核定运营总里程/1000

式中：

千公里轮胎费标准暂定为76元/千公里。

#### （六）租赁费核定

租赁费按照租赁合同约定的租赁期及费用据实核定。

#### （七）保险费、事故损失费核定

公交企业按照国家有关规定购买的交强险、商业险等保险费据实核定。

责任事故损失费以1700万元/年为上限据实核定。

#### （八）安全生产费的核定

在公交企业上年度主营业务收入的15%之内，对符合规定支出范围的安全生产费据实核定。

### （九）其他直接运营费的核定

其他直接运营费用按不超过550元/千公里据实核定。

### （十）管理费用的核定

管理费用按不超过2100万元/年据实核定。

### （十一）财务费用的核定

财务费用按照公交企业客运服务相关的实际贷款数额及贷款利率计算利息支出进行核定。银行贷款利息不得高于市国资委设定的利率上限。

### （十二）执行国家政策成本的核定

公交企业按照国家、贵州省有关政策要求计提和支出的残疾人就业保障金、党组织工作经费据实核定。

### （十三）税金及附加的核定

公交企业提供公交客运服务产生的税金及附加费据实核定。

（一）公交企业于规制年度次年3月底前按照本方案，根据年度财务审计核实的财务数据形成运营成本自查报告，并对每项信息说明对应数据来源，供有关部门核实。公交企业随自查报告同时提供企业年度财务审计报告、年度财务综合报表、运营生产报表、人员、车辆台账。

（二）市交委、市财政局、市国资委于规制年度次年3月底前组织第三方机构对规制年度公交企业运营成本进行审计与核定，于5月底前形成运营成本规制报告。

（一）公交企业应当建立健全成本核算制度，分类准确记录本方案中要求的各项成本费用和其他数据。

（二）本方案由市交委牵头，会同市财政局、市国资委等有关部门组织实施。本方案由市交委负责解释，涉及其它部门法定职责及相关政策制度的内容由其负责解释。

（三）本方案自20xx年1月1日起实施，《市人民政府办公厅关于印发贵阳市公共交通企业成本规制管理办法（试行）的通知》（筑府办发〔20xx〕4号）同时废止。