# 2024年企业策划书案例(大全13篇)

来源：网络 作者：风华正茂 更新时间：2024-05-20

*范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。企业策划书案例篇一岗位作贡献、青...*

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

**企业策划书案例篇一**

岗位作贡献、青年展风采

丰富青年员工生活，搭建相互交流平台，增进友谊，分享工作心得，展示青年员工积极向上的精神风貌。

4月20日(周五)

惠亭水库

公司青年员工，自愿报名

公司政工科(团委)

1、活动日上午8：00在公司院内集合，将活动参与人员分成几个小组(小组数视参加人数定)。(8:10~8:20)

2、各小组推选组长、副组长和安全员各一名，组长全面负责本小组各项工作，协调分工，并协助团委确保活动顺利开展，副组长负责人员联络，小组之间交流合作，安全员负责本组成员活动过程中的各项安全措施落实。(8:20~8:30)

3、后勤保障人员随车出发，将活动物资搬至活动地点，活动其他人员徒步出发至活动地点，途径惠亭山，各小组团结互助，争取在最短的时间内到达活动地点。(8:30~10:00)

4、开始烧烤和野炊，各小组之间加强沟通和互助，确保食物安全美味。(10:00~12:30)

5、活动中要体现节能环保意识，活动结束后必须进行卫生清扫和东西清理，保持环境整洁。(12:30~13:00)

6、听取《建设和弘扬统一的企业文化》宣传手册讲解。

7、以小组为单位，进行全体参与者的.互动小游戏，游戏输的一组要表演节目。(13:00~15:00)

8、集体从惠亭山爬山返回，各小组团结互助，争取在最短的时间内返回。

1、公司属各单位、各部室青年员工自愿报名。联系人：吴小斐(664997)

2、参加活动者需遵守活动纪律，团结互助，并准备娱乐小节目(无硬性要求)，充分展现青年员工风采。

3、活动过程中，参与者要积极交流岗位心得、生活趣闻、厨艺或其他特长。

4、请各单位负责人支持并鼓励青年员工参与该主题活动。

1、活动组织：公司团委

2、活动总策划：金亚男

3、活动指挥：祝德军

3、活动总责：潘文峰

4、活动摄像、宣传：刘倩玉

5、活动安全：吴小斐

6、后勤保障：刘毓伟、李蓓蓓、商爱玲、李佳

坐地起身

一.项目类型：团队合作型

二.游戏规则：

1、首先要求四个人一组，围成一圈，背对背的坐在地上;

2、在不用手撑地站起来;

3、依次增加人数，每次增加2个直至每组全员都参加进来。

4、计时起点为四个人坐在地上就位时，计时终点为全员一起完成坐地起身，中间失败或违例则从人数不变的环节重新开始。

四.活动目的：这个任务体现的是团队队员之的配合，该项目主要让大家明白合作的重要性。

解手链

一、游戏简介：所有的队员首先左手和左边队友的左手相握，右手和自己对面的队友右手相握，这样手牵手结成了一张网，要求大家在不松开手的情况下，让网成为一个圆。时间短的小组胜利，计时起点为大家面对面的站成同心圆，计时重点为手链全部解开。

二、游戏人数：小组全员(偶数)

三、活动目标：锻炼新团队的沟通，执行及领导力。

人椅

一.游戏类型：团队游戏

二.游戏目的：从本游戏中体验团队精神，要求在团队中的每一个人都要充分贡献自己的力量，不能存在任何偷懒、滥竽充数的思想。

三.游戏规则和程序：

1、每组所有的成员都应该围成一圈，每位成员都应该将他的手放在前面的队友的肩上;

2、听从主持人的指挥，然后每位成员都应该徐徐坐在他后面队友的大腿上;

3、坐下之后，开始计时，要求先正转二圈，再反转一圈，用时少的一组获胜;

4、要求所有人屁股不能离开身后队友的大腿，否则违例一人次，总时间加5秒。

1、安全：灭火器、云南白药、创可贴、碘伏(吴小斐)。

2、烧烤食物：肉食、素菜、烧烤作料(商爱玲、刘倩玉)

3、主食：方便面、白膜、火锅(潘文峰、吴小斐)。

4、生活用品：碗筷，纸巾、桌布(李蓓蓓)。

5、酒水：纯净水4桶，矿泉水2箱(吴小斐)。

6、车辆：皮卡车1辆(潘文峰)。

7、工具：烧烤架两套、锅两个(带锅铲)、平底锅一个、木炭、柴火、刀具、砧板(潘文峰、吴小斐)

8、作料：油、盐、火锅底料。

9、横幅、旗子、相机。

**企业策划书案例篇二**

摘 要：在税收政策标准下，纳税人在相关法规学习过程中，统筹策划企业生产经济和财务活动进而取得经济效益的行为是税收策划。在遵守法律的前提下，运用财务管理方式实现纳税的延迟或者是缩减，提升企业生产效益。本章分析了企业财务管理税收筹划的现状后，提出相应的优化策略。

关键词：企业；财务管理；税收

在市场经济发展的背景下，企业通过减少纳税的方式实现企业自身经济的发展。需要保障在遵守法律的前提下进行，根据实际内容的分析税收策划能够实现企业效益的最大化。企业税收和财务管理之间有着紧密的联系，因此做好税收策划是企业中的重要环节。

1.可行性分析

税收筹划可行性主要体现在税收差别待遇过程中，为企业的发展提供更加广阔的前景。根据企业生产经营状态，在财务管理中引进税收筹划的管理模式，有利于企业管理模式的转型升级，同时，增强企业财务管理的明确化以及规范化，拓展企业在税收筹划方面的发展空间，这有利于其发挥优化作用。将税收筹划应用到财务管理工作中，能够为税收筹划工作提顺利开展提供动力，提升财务管理在企业发展中的地位。实际工作中将财务管理环节运用到税收筹划工作中，极大地丰富了财务管理的功能，从而提升财务管理工作的效率。

2.问题分析

放眼国家企业发展的历史，税收筹划在财务管理中很多方面还存在不足。主要体现在，没有全面了解企业税收筹划的工作内容。在国内的企业财务管理中引入税收筹划的工作机制时间比较短，企业不能深刻的理解税收筹划工作的理念，在实际执行环节不能将税收筹划工作的具体环节落实到位，导致税收筹划管理模式发挥的作用不佳。更严重的是少数企业在税收筹划工作还存在着错误理解，认为税收筹划工作环节复杂，不如直接偷税。漏税、逃税效果明显，没有正式税收筹划工作的科学性。在企业税收筹划中不能充分理解风险意识，企业管理不重视税收策划的风险管理，严重限制提升财务管理能力。并且税收筹划在企业财务管理中没有体现出良好的成本控制认识，在税收筹划工作中缺少专业的技术人才。工作人员对税收筹划的认识还仅仅停留在表面。不能深入剖析税收筹划机制在企业管理中的作用。所以，使用更加科学的税收筹划手段，根据企业在引进税收筹划机制工作中发现的问题，制定可行性高的.方案，并贯彻执行每一个工作环节，才能够提升税收筹划的效率。

为了达到提升企业价值的目的，需要深刻认识企业财务管理是社会经济发展的基石，同时，引进税收筹划管理机制，在此基础上有效提升企业盈利能力和偿债能力。由于企业发展运用应力能力权衡企业发展的潜力，实际中税收利润与企业应力之间关系非常紧密。实现企业缴纳税收后利润的最大化，就要明确认识税收筹划工作具有科学性以及高效性，只有完善这方面的制度，才能增强企业的整体应力能力以及偿债能力。

企业经营管理水平的应用价值主要体现在企业的财务管理工作税收筹划方面以及会计管理水平中。在企业实现经济发展的进程中，对资金。利润、成本等方面是重视程度比较高的。企业经营中实施税收筹划能够协调发展三者之间的关系，从而促进企业全面水平的提升，落实税收筹划工作的过程中，运用先进的管理模式提升财务工作人员的工作能力，进而促进会计管理整体水平的提升。有效防止企业陷入税收法的陷阱中的有效措施，就是在企业财务管理中增加税收筹划的应用。加强企业税收筹划的应用，有利于企业在激烈的市场环境中发挥自身的竞争优势。

企业财务管理是决定企业生存能力的关键，同时税收筹划是财务管理的分支机构，二者之间关系密切，并且税收筹划能够有效规范企业财务管理流程，从而实现企业生产的有序性，逐渐实现企业利润的最大化。这种方式将直接影响税收筹划工作实施的受益以及企业的获利能力。表现在企业财务管理工作中主要就是财务决策作用，为企业领导在做决策的时候提供准确的数据资料，保障决策的高效性。

为了增加税收筹划在企业管理中的科学性，要注重措施的合理应用，文章结合企业管理中的目前现状，优化了税收筹划模式，促进企业财务管理在稳定有序的环境中运行。

运用客观公正的企业管理原则，严格将税收筹划的相关环节落实到企业财务管理中，保障其管理的科学性。强化企业管理合法性的认识，在法律的框架中应用税收筹划，同时遵守国家财务会计的相关法律规定。结合时代进步的背景应用税收筹划，依据前沿的法律规范，统筹财务管理的总目标，保障财务筹划工作顺利进行。实现企业利润的最大化，是财务管理和税收筹划的目的，因此二者目标必须统一，另外，企业财务管理税收筹划工作中应该遵循成本效益和财务决策过程。在此前提下，发挥税收筹划应用的最大价值。

在企业财务管理的不同阶段应用税收筹划，能够保障每一个环节都能发挥其效能。这种方式能够将筹资方式详细的阐述。为了有效减少企业筹资的成本，企业将主要运用于成本列支方式相适应的税收筹资管理方式结合，根据实际融资量选定非金融机构以及金融机构。充分重视税收筹资的应用，是企业管理过程中需要遵循的原则。及时调整缺乏税收筹资观念的问题。在进一步优化税收制度的背景下，更要深化税务体制管理的层次性。同时，政府方面也要跟进步伐，增加税务活动的举办次数，强化企业财务管理基础规范知识的宣传，提升企业参与税收筹划工作的积极性，详细阐明将税收筹划应用于企业管理的前景。

在税收筹划的应用过程中，本着实现企业效益的目的，根据企业经营的状态，发展与之相适应的税收筹划管理方式，是企業财务管理人员的职责。有效权衡税收筹划在财务管理中的效用，同时，明确税法在企业税收筹划中的时效性，提升企业风险预测能力，根据经济环境与税法的调整，从而密切结合税法的相关规定。

税收筹划管理工作中完善机制建设工作，是企业财务管理对税收筹划的应用措施。聘请本领域内高水平的专家，结合企业发展的实际情况，制定相关税收筹划的科学机制。保证工作人员能够独立设计税收筹划的方案，紧密结合相关机制以及法律规范，加强和完善税收筹划制度，充分体现税收筹划的应用价值。

为了保证企业财务管理水平，有效提升税收筹划能力，国家企业在财务管理中，应该具有针对性地进行税收筹划工作，提升税收筹划工作的效率。针对不同的经济业务开展具有针对性的管理，管理过程中根据业务特征有效分析国家的税收政策，增强对不同税收政策的了解。在此基础上，提升税收管理的水平，保障国家企业财务管理水平稳步提升。

同时调整税收筹划理念是提升企业财务管理税收筹划水平的关键因素，提升开展税收筹划工作的能力，积极转变企业管理者对税收筹划的认识与理解，深刻认识到税收筹划工作的重要性。企业管理者应该加强税收筹划方法的学习，创新税收筹划管理模式，进一步提升税收筹划水平，同时增强税收筹划工作的宣传力度，积极鼓励员工重视税收筹划的程度，积极配合税收筹划工作的运行，奠定良好的税收筹划基础。

综合文章上述内容，加强企业财务管理工作，一定运用科学的方式加强管理。全方位的将税收筹划方法应用在财务管理中。在经济环境复杂的当下，企业财务管理中的重要环节就是税收筹划，能够保障企业效益的最大化，基于此加强税收筹划的科学方式以及理论研究是关键。

**企业策划书案例篇三**

同志们：

今天，我们召集全公司技术员以上干部召开一个会议，中心议题是热烈欢迎由中国炼焦行业协会王秘书长和太原顺天文化科技有限公司++经理带队的、为我公司进行创造现代企业管理制度、全面提升管理水平策划团队的各位专家、学者。同时，就如何配合策划团队做好策划工作的问题，进行一次集中动员。首先，请允许我以公司董事长、总经理的名义，代表全公司一千多名干部和职工，对策划团队的各位领导、各位当家表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

下面，我就如何做好策划工作的问题，讲几点意见。

一、做好策划工作，是++公司发展壮大的当务之急。

经过三年多来全公司干部、职工的共同努力，我们公司承担的由国家经贸委列入国家级“双高一优”项目的技改工程已经圆满结束。随着时间的推移和配套工程的不断完善，企业已发展到今天这样象模象样、有眉有眼的地步。公司工作重心由基本过渡型转向生产经营型，企业的社会效益和经济效益明显提高，外面参观的人越来越多，外界的赞美声也越来越高。但是，在这种大好形势下，我们的干部队伍并没有丝毫的轻松感，反而感到任务越来越重，工作越来越繁，思绪越来越乱，压力越来越重。经过认真的分析研究，我们认为之所以出现这种情况，就是“创业容易守业难”的哲理在我们公司的集中反映。我们的技改项目虽然已经结束了，但要真正守好这个摊子，确实的一件十分不容易的事情。据资料显示，三年前，全国民营企业的平均寿命只有三年半；到20xx年，情况有所好转，民企的平均寿命达到了七年。七年是个什么概念？也就是两千五百多天，在历史长河中一瞬即逝。远的、大的不说，我们知道的红级一时的海棠洗衣机、三株口服液、红桃k之类的生产企业，耍了一顿热闹之后，就在市场上销声匿迹了。

民营企业的寿命不长，原因是多方面的，有法制不完备的因素，有政策变动的因素，有市场的因素，有人们消费观念变化因素，有产品质量因素，有体制因素，有政府行为不该到位的越位、该到位的缺位、职能错位的问题等等。但从主观上说，经营理念、管理机制、管理制度的缺位、空位、错位是根本的，就我们公司的情况看，法人治理结构基本停留在家族式管理的层面上，观念仍停留在土打土闹的旧时段，整体管理存在着家族式管理的人为性、拍脑袋决策的随意性、制度过渡头痛医头、脚痛医脚的零碎性、单位之间的制度缺乏连环配套的不系统性、只强调小团体方便的独立性、顾此失彼的失衡性、执行上的乏力性、考核上的缺位性、兑现时的不透明性。这种状况如不尽快改变，企业就会失去竞争力，就没有发展后劲。公司要壮大，要发展，要从胜利走向胜利，要打造成百年旗舰，靠什么？靠改革找出路，除此而外，别无出路。而改革要成功，要得到予想的效果，必须有一个科学的、具有战略高度的、远近结合的、符合自身实际和行业特点的、规范的、成龙配套的规划，这是改革成功的基础和前提。但是，要完成这一基础性而又带有根本性的重要任务，靠我们自身的素质和水平去自我积累、自我完善，是有很大困难的，甚至可以很不自信地说，成功的概率是极小极小的。就象一个得了重病的人自己去给自己做手术一样不可能。办法只有一条，找医生。改革和治病一个道理，我们自己无能为力，就去找专家，借助外界力量去完成。这就是我们进行这次整体策划的根本原因所在。

很明显，搞好这次策划，是我们公司改革、发展壮大的需要，是我们做精、做细、做强、做大的需要，是增强企业综合实力、提高竞争能力的需要，是适合新一轮竞争形势的需要。一句话，是把我们大家辛勤哺育的++公司打造成百年旗舰的需要，具有深远的战略意义和现实意义。我们每一个同志都要从战略的高度、以长远的眼光和全局的角度，去认识策划工作的重要性，以积极、主动、自觉的态度和主人翁的精神，投身于策划的每个环节中去，以自己聪明的才智和置身于其中的优势，为++公司策划的成功做出自己应有的贡献。

二、策划团队的选择和策划的基本思路。

治病要有好医生，学字要有好字帖。要策划出一流的水平，必须选择一流的团体，这是一般的常识所在。为此，公司经过半年多的考察、咨询、分析、比较和不厌其烦的研讨、交流、论证、探索，决定聘请去年在我公司进行全员培训打了胜仗的太原顺天文化科技有限公司为我们进行创造现代企业管理制度，全面提升管理水平的整体策划工作。该公司是一个由中国炼焦行业协会为坚强后盾的、集全国各地资深的专家派、实战派、学院派于一体的、具有雄厚管理、技术等策划实力的、以专门为焦化企业全方位提供服务为宗旨的、具备传播先进经营理念和先进文化理念、对企业进行现场诊断、战略规划、制度建设、文化塑造、广告设计、形象设计，资质和能力的优秀策划团队。前几天，我又一次与公司李经理、吴老师等进行了长达七个小时之多的心碰心、实打实的交流与沟通，对方的思路和我们的要求十分吻合，谈得很投机，而且双方信心十足，我个人思想上很有一种有病找到一所好医院的欣慰感。

这次策划的原则是：整体规划，全方位考虑，分步实施，既符合现代企业发展的方向，又符合民营企业实际，具有现实性、操作性、基础性，做到职责明确，关系顺通，标准科学，易于掌握，不缺一岗，不漏一人。

策划的重点内容是：法人治理结构、企业战略、企业组织结构、企业管理制度，包括人力资源、物资管理、财务管理、生产组织管理、成本管理、市场营销管理和企业文化建设等方面的策划与建设。

策划的时间和进度安排是：策划项目预计用十个月左右的.时间完成，基本划分为三个阶段：第一阶段为调研阶段，即经过调查研究，对企业的经营及管理现状进行全方位的诊断；第二阶段为重点内容策划阶段；第三阶段为培训、监督执行阶段。

从大的方面看，我们可以把这次策划归纳为：

第一、在高度上，从发展战略上着眼，从重整法人治理结构着手，从全方位包装着力，建设++良好的经营活动、良性的管理过程及和谐的人文环境。

第二、在广度上，策划工作要全方位进行，做到横向到边，纵向到底，即从进口、胃口、出口、窗口，环环紧扣，步步为营，配套设置，整体策划。

第三、在深度上，要做到机构精干、职责清楚、关系顺通、规范科学、简便易行、考核到位、见效明显。

第四、在适度上，要把握方向性、基础性、操作性、实用性、渐进性，在现代企业管理和民营企业现状中间寻求出一个科学合理的结合点。

第五、在进度上，做到整体规划，分步实施，重点突破，全面推进，年底完成。

目前，对我公司的策划工作已经列入中国炼焦行业协会二00五年度的重点工作之一。杨秘书长、王秘书长，不仅亲自过问，而且亲自参与策划战略和战术方面把关、定向、审查工作。今天，王秘书长从北京专程赶来，亲自参加我们的动员会，并参与整个策划工作，足见中国炼焦行业协会的决心和对策划工作的重视程度，足见顺天策划团队的实力。策划成功并付诸实施后两至三年内，可望把我们++公司打造成省内第一流的民营企业。我这里用了“可望”两个字，并不表明我们信心的动摇和不足，而是想让大家明白，策划的成功仅仅是基础，而策划的实施才是见效的关键。所以，选择优秀策划团队，仅仅是策划成功的一个方面，我们内部发热，积极主动的配合全力以赴，将成功的策划方案不折不扣地落到实处，这才能构成成功的全部要素。

三、对做好策划工作的几项基本要求：

1、广泛宣传，深入发动。会后各位副总、各车、间处室领导，要在自己主管和分管的范围内，广泛地宣传策划工作的重要意义，把策划的方法、步骤、内容及策划后企业的前景交付给每一位员工，使策划工作成为大家的自觉行动。

2、统一思想，提高认识。全公司员工，特别是各级领导，要从发展战略的高度，从增强++公司综合竞争实力的高度，从打造亚鑫百年旗舰的高度、从顺应时代潮流的高度、从为地方、为国家经济繁荣作贡献的高度、从尊重我们劳动成果的高度，去认识策划工作、理解策划工作、支持策划工作、参与策划工作、做好策划工作。要坚决摒弃偏见，坚决反对不负责任的说三道四，坚决反对消极，应付的态度，真正把策划工作变成学习的过程，培训的过程，自我完善、自我发展、自我提高的过程。

3、精心组织、密切配合。各领导组成员及各职能小组要开动脑筋，各司其职、周密安排、创造性地履行好自己的职责，安照策划的步骤方案，积极主动地、不失时机地配合策划人员，做好每个环节、每个细节的工作，以科学、严谨的态度做好工作，为策划团队树立我们亚鑫人的形象。

4、经常沟通，注意质量。要与策划成员进行经常性的交流活动。尽最大努力满足策划人员的要求，以热情、周到和高质量的服务来保证策划工作的高速度、高质量。

5、实事求是，提供真情。动员会结束后，作为第一阶段的诊断工作立即开始。策划人员将以不同的形式，在不同的场合，利用各种时机，广泛地接触公司的各类人员，了解企业的管理现状，特别是问题，为我们诊断病情，把握脉搏，为下一步做好医治方案，提供详实、可靠的依据。每一位员工都要站在对公司负责的高度，坚持实事求是的原则，说实话，讲实情、表真心，找我们管理中的问题。特别是镇江的同志，要把你们所掌握了解的公司，在生产经营中的问题给策划人员留下来，以利用专家准确诊断病情，开出有效良方。

在今天的会议上，我主要讲这些内容。当前我们面临的工作很多，除正常的生产经营外，机构改革、百分考核、九000认证，部门职能调整。技术改造、新项目开发等，与这次策划工作集中在同一时段，各级干部一定要科学安排、统筹规划、有条不紊、妥善处理好各方面的关系，努力做好各项工作，真正做到相互推动、相互促进、相得益彰，决不能顾此失彼，乱了陈脚。我相信，有策划团队各位专家的悉心指导，有我们创业阶段艰苦奋斗的作风，有全公司职工的共同努力，我们的目的一定可以达到，我们的目的一定能够实现。

谢谢大家！

**企业策划书案例篇四**

通过对公司整体形象进行包装，提高公司软实力，扩大公司对外影响力，发展潜在客户，提高产品在市场中的认知度与份额，增强企业竞争力。

1. 建立。

2. 企业宣传印刷品制作。

3. 企业形象对外宣传片制作。

4. 在可行性的范围内参加或参与公益及其它业内会展活动。（待定）

1. 企业网站：品牌网站资历公司制作：4000—8000元（视网站功能而定）。

2. 企业宣传印刷品：视内容多少而定。暂定约：20xx元（约1000份）。

3. 企业宣传片：3-5分钟短片介绍（企业、产品介绍，企业对外宣传片）暂约：50000元。

4. 其它日常活动：未知。

找设计公司—提案—确立方向—设计制作—修改（意见反馈）—完成上线。

操作周期：3-5周。

操作周期：3-4 周。

站，其它可用媒介）。

操作周期：5-7 周。

由\*\*联系设计公司，提供公司信息，参考何总建议与意见提出设计方案，适时上报进度，确立目标方向配合设计公司完善企业网站建设。完稿上线后由田磊完善与管理网站内容（包括：企业信息、产品信息完善，信息反馈及后台管理等）。

由\*\*进行设计，采集公司信息产品信息，完稿后跟进印刷。

由\*\*寻找联系媒体公司，收集并提供制作所需资料，参考何总意见和建议确定方向与目标，传达于制作公司，确定制作方向。配合制作公司各项工作，跟进监督工作进度与质量。

1. 希望公司各同事配合工作，配合收集信息，提升公司总体利益。

2. 待定活动：

（1）一切对公司形象有促进活动的公益活动（例：掌握有媒体可报道的情况下进行贫困用品捐助、灾区建设材料捐赠（视情况而定，金额可控））。

（2）增加业内荣誉称号：加入业内行会，取得荣誉资质，增加新客户开发时的谈判筹码。

（3）参加行业内展会，以寻找新的客户资源，扩大企业影响，提高知名度，学习业内其它企业的先进经验。

**企业策划书案例篇五**

主题活动时间:20xx年xx月xx日

主题活动地点:龟山公园

主题活动人员:敏盛营销策划公司同事18人

主题活动目的:加强公司两地(玉林与博白)项目同事之间的交流与学习，增进理解与沟通，努力培育协作向上的团队精神，减轻工作压力，锻炼体质，为下一期物业预约、认购做调整好精神状态，以饱满的工作状态投入到工作中。

主题活动内容:

1、户外自助烧烤

2、分团队的气排球、羽毛球

3、成语接龙(歌曲接唱)、有奖抢答、踩气球等互动小游戏，

4、(自由安排)冲向高峰爬山登顶主题活动等

主题活动组织者:敏盛公司销售部经理

主题活动要求:主题活动参加者请遵守相关纪律，严禁个别人脱离群体独自主题活动，着装穿鞋要易于爬山参加户外主题活动为佳。主题活动过程注意人身安全和财产安全，不允许在林区纵火，不提倡以个人为单位独自主题活动。各组队长负责监督本组队员是否掉队。

主题活动内容安排:

集合时间为:xxxx年11月10早上8:30到龟山公园正门集合，分组，将人员划分为9人/组的两小队，选出队长、起队名，做好出发准备。出发过程中思考，等到达公园时各对长进行介绍，介绍所在的队，以及为什么选用这个名字作为队名，游戏过程中要以队名称呼。

进发时间暂定为:8:00准时出发，约30分钟即可到达，全部人员在龟山公园门口集合，买票再进入公园。

游戏时间暂定为9:0011:00

烧烤时间暂定为11:1013:00

领取烧烤工具和食物，开始第一轮pk，最先烤熟食物的前三位同事获胜，每人可获得礼品一份;胜者可获礼品一份。

爬山登顶主题活动时间暂定为15:3016:30:

全体同事以顶峰为目标，最先三位到达者有精美礼品赠送!

互动小游戏:开展游戏的目的就是要让大家消除工作疲劳，放松心情培养团结协作的团体精神，增强凝聚力。因此，在设计互动游戏的时候我考虑可以多增加几个切实可行的、操作简单的游戏，原则是要确保游戏的覆盖面要宽泛，争取使每一位参与者都能感受到游戏带给大家的快乐。

游戏之一:成语接龙(歌曲接唱)

游戏目的:

1、使小组充满活力，增进大家的知识面。

2、培养大家的\'参与意识，锻炼大家的思维能力。

游戏时间:约30分钟左右。

游戏规则:

1、按赛前分组，两组所有的队员都可以参与，甲组任选数字(单位)个字，让乙组说出一个包含此字的成语，乙组方说出成语之后，甲组要接龙下去，组员都可以抢答，在规定时间(5秒)内说不出的告负。下一轮负方出题，不可借助网络科技手段。

2、比赛采用3打2胜制，胜方每人可获笔记本一份(8份)，落后方每人可获笔一支(8支)。

3、休息5分钟进入下一项游戏。

游戏之二:气排球

游戏目的:

1。友谊第一，比赛也第二，培养团结协作精神和活跃团队气氛。

2。让队员们都能够亲身参与和配合，加强体质锻炼，消除害羞和忸怩感。

道具:气排球、球网，一处宽敞的运动场。

游戏准备:事先标出运动场的边界线。

游戏时间:30分钟

游戏规则:

1。按赛前的分组进行，每队派5人首发，每局局分15分，按3打2胜制进行，每局结束休息2分钟，中途可以换人，争取做到每组队员都得到上场参与。

2。场下队员加油助威，战术指导，胜利一组的参与队员每人都获1份奖品嘉奖(射灯8份)，落后一方参赛队员每人可获1份奖品鼓励(笔8支)。

3。休息5分钟进入下一项游戏。

游戏之三:挤爆气球

游戏时间:30分钟

游戏目的:

1、男女搭配，干活不累，工作中如此，游戏中也是一样，锻炼协作配合能力

2、消除隔阂心理，害羞感，锻炼亲近、信任和胆量。

道具:充气气球n个，充气筒。

游戏规则:

1、按赛前分队，每队男女各3人分成3个小组，在规定的时间(5分钟)挤爆气球多者获胜。

2、比赛采用3打2胜制，胜方参赛队员每人可获一份奖品奖励(笔记本6本)，落后方参赛队员每人可获一份奖品鼓励(笔6支)

3、休息5分钟进入下一项游戏。

准备工作:

主题活动方案策划:策划部

物品采购:谭权、冯英、曾思琴、杨雷(9日列出需采购清单，领取采购费用，分两组开始采购(盛世百汇、工业品)，当日完成采购任务，确认所有物资到位)

场地预约:柒总

10日分工:

集合负责人:杨雷(确认参加人员出席情况，确保所有人员按时集合)物资托运:谭权各领部分物品(负责将所有物品在主题活动当天运送到主题活动场所)

主题活动主持:黄建文

现场协调:杨雷

拍照:杨总、甘总

**企业策划书案例篇六**

为了增强员工体育锻炼的意识，提供展现集体风采的舞台，通过拔河比赛发扬团队精神，增强凝聚力，以提高我司员工团体合作的精神。

男子组（八个小组）：

1、由各组选出的队长进行抽签决定第一轮对手，决出前四名进行四强赛；

女子组（三个小组）：

由三组进行循环赛，连续获胜两次的队伍即为冠军队

2、比赛安全区域为2米，可划定区域，除参赛人及裁判、服务人员外不得进入该区域内；

5、所有参赛人员要求空手，不得戴手套；

6、比赛时必须绝对服从裁判的判罚，除队长有权向裁判提出申诉外，其他人不得由对裁判的判罚及要求提出异议，否则，取消该队参赛资格！

1比赛时由于双方都是用力拉，所以拔完后一场后不可立即松绳，以免造成对方队员受伤。

2围观人员必须距离1米之外，防止碰撞。

3比赛要做到文明比赛，遵循友谊第一，比赛第二的原则。

市场监察部：

综合部：

1、做好观看比赛人员名单登记。

2、维持好现场秩序及拍照。

3、把影响比赛的人员名单记录，给予通告批评。

1、整理好比赛场地、划分好比赛区域和观看区域。

2、准备好抽签纸若干、粗绳一根，口哨一只，喇叭（扩音器）一个，红绳一条、创可贴一盒、消毒水一支。

3、提前一天通知比赛时间及规则

3、做好比赛统计、及赛后汇报工作

**企业策划书案例篇七**

1、宣传物品

四张海报、两只易拉宝、横幅广告条。

2、宣讲资料

公司宣传幻灯片、招聘信息幻灯片、人才信息登记表。

3、其他

数码相机、笔记本电脑、u盘、透明胶带、剪刀、细铁丝等。

二、宣讲会名称

\*\*公司校园宣讲会\*\*大学行

三、宣讲会时间

\*\*大学：20xx年11月21日下午4点——6点；

\*\*大学：20xx年11月24日晚上6点30分——8点30分。

四、宣讲会步骤

1、宣传物品、宣讲会资料的制作

1.1海报：制作四张同样的宣传海报，内容是公司简介及招聘信息；

1.2易拉宝：黑色铝合金框的广告架，一只是公司简介，另一只是公司文化篇；

1.3横幅广告条：制作两个横幅广告条，印有“\*\*公司校园宣讲会\*\*大学行”；

1.4公司宣传幻灯片：详细的公司介绍幻灯片；

1.5招聘信息幻灯片：将招聘信息制作成幻灯片形式；

1.6人才信息登记表：供宣讲会现场用。

2、宣讲会会场布置

2.3宣讲会开始前半小时，在会场打开易拉宝，置于讲台两旁，或者置于会场门外。

3、宣讲会进行时

3.2提示入场的学生领取空白的“人才信息登记表”；

3.5退场，同时收拾好相关宣传物品。

五、费用预算

1、宣传物品制作费用

四张海报：50元/平方米，大概需要2平方米，总价100元左右；

两只易拉宝：每只易拉宝180元左右，总价360元左右；

两个横幅广告条：5元/米，两个大概需要10米，总价50元左右。

2、宣讲会会场费

\*\*大学：500元/2小时；

\*\*大学：1500元/2小时。总价20xx元。

3、宾馆费用

4、差旅费

**企业策划书案例篇八**

1、宣传物品

四张海报、两只易拉宝、横幅广告条。

2、宣讲资料

公司宣传幻灯片、招聘信息幻灯片、人才信息登记表。

3、其他

数码相机、笔记本电脑、u盘、透明胶带、剪刀、细铁丝等。

\*\*公司校园宣讲会\*\*大学行

\*\*大学：20xx年11月21日下午4点——6点；

\*\*大学：20xx年11月24日晚上6点30分——8点30分。

1、宣传物品、宣讲会资料的制作

1.1海报：制作四张同样的宣传海报，内容是公司简介及招聘信息；

1.2易拉宝：黑色铝合金框的广告架，一只是公司简介，另一只是公司文化篇；

1.3横幅广告条：制作两个横幅广告条，印有“\*\*公司校园宣讲会\*\*大学行”；

1.4公司宣传幻灯片：详细的公司介绍幻灯片；

1.5招聘信息幻灯片：将招聘信息制作成幻灯片形式；

1.6人才信息登记表：供宣讲会现场用。

2、宣讲会会场布置

2.3宣讲会开始前半小时，在会场打开易拉宝，置于讲台两旁，或者置于会场门外。

3、宣讲会进行时

3.2提示入场的学生领取空白的.“人才信息登记表”；

3.5退场，同时收拾好相关宣传物品。

1、宣传物品制作费用

四张海报：50元/平方米，大概需要2平方米，总价100元左右；

两只易拉宝：每只易拉宝180元左右，总价360元左右；

两个横幅广告条：5元/米，两个大概需要10米，总价50元左右。

2、宣讲会会场费

\*\*大学：500元/2小时；

\*\*大学：1500元/2小时。总价2024元。

3、宾馆费用

4、差旅费

**企业策划书案例篇九**

项目名称:

项目单位（盖章）

地址:

电话:

传真:

电子邮件:

联系人:

年月日

文字排版要求：

1、字型：大标题用2号黑体,中标题用3号黑体,小标题用3号揩体,正文用4号宋体。

2、纸型：统一用a4纸，左侧装订。

3、页边距：上2.6cm、下2.6cm、左3.0cm、右2.0cm。

4、结构层次序数：“一”、“（一）”、“1”、“（1）”。

摘要

说明：在两页纸内完成本摘要

【摘要内容参考】

1、公司基本情况（公司名称、成立时间、注册地区、注册资本，主要股东、股份比例，主营业务，过去三年的销售收入、毛利润、纯利润，公司地点、电话、传真、联系人。）

2、主要管理者情况（姓名、性别、年龄、籍贯、学历/学位，毕业院校、政治面貌、行业从业年限、主要经历和经营业绩。）

3、产品/服务描述（产品/服务介绍、产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。）

4、研究与开发（已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平，竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的激励机制。）

5、行业及市场（行业历史与前景，市场规模及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场销售预测。）

6、营销策略（在价格、促销、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对销售人员的激励机制。）

7、产品制造（生产方式、生产设备、质量保证、成本控制。）

8、管理（机构设置、员工持股、劳动合同、知识产权管理、人事计划。）

9、融资说明（资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。）

10、财务预测（未来3年或5年的销售收入、利润、资产回报率等。）

11、风险控制（项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施。）

**企业策划书案例篇十**

企业成立时间短，品种与规格在一定程度上还不是非常完善，在商品的品牌知名度还不高。行业内的同质性，经营模式相互效仿，客户在选择上对质量和价格要求更加苛刻，客户选择多样化。

市场前期销售网络不完善，营建通路成本太高。与商家的诚信需要逐步建立。在商品传播上概念不清晰，主次客户不明确，媒介资源泛滥，真正适合企业的资源不利于在短时间内发现。

企业或组织团购：主要目标群体个人：辅助目标群体

(功能、卖点、利益点)

市场经济下，迎合了需求了商品才会有自己的市场，而不断追求的质量与随社会发展或需求提高而不断创新的商品才有可能占有更大的市场。

(一)平台推广

1、新闻发布会

在新商品推出时，召集新闻媒体召开新闻发布会，借助新闻媒体与权威部门，提高潜在客户对企业的认识，提升企业形象，为下一步公关工作做好铺垫。

2、商品展示会

制作形象样板间，邀请企业和同行观看公司的商品，但在爱展出商品的同时，应以当前流行的商品为主，并辅以展出先进但有可能是后起之秀的商品，以给客户既紧追形势又具备高端的研发潜力的印象。商品展示会可一举二得，既得到了客户的认同，又在同行领域显露了自身优势，为下一步人才储备奠定了基础。

3、大型展会

首先可以参加技术博览会或科技展览会，把我们的商品列入工业博览会，提供商品实物和详细资料。对其它客户进行商品详细介绍，这样做的目的可以提高我公司的知名度，而且还可以和其它客户进行交流，知己知彼，百战百胜。

4、装材商场(商家)展位推广

属于平台推广范畴，在一个消费群体不是大众化的行业，借助大众广告媒介所浪费的可能不只是那说不出的50%广告费，而且费用过高，新成立的企业势必负担过重。找到与自己最贴近的商场，无非也就找到了最大的消费资源，一个新生的企业和消费者还相对陌生的商品，借助商场就站在了与品牌商同一个竞争平台上。

与商家合作最好的一点是可以省去了自己寻找、培训、建立同期维修服务站的费用。

(二)信息推广 资源库营销

可以利用柏拉图理论，抓住重点，因为一个公司80%的利润通常来自于20%的客户，我们可以对大客户进行详细的调查，从他们哪里可以了解一些对我公司商品的一些可取的评价和要求，我们可以再提供更完善的信息，满足对客户的要求。

另外，我们成立专门的电话营销中心(当然要有好的管理与详细的划分)，对部分客户尝试电话营销，或先进行电话推销，再派销售代表前往洽谈订单事宜，或对已形成合作关系客户，进行电话回访，关系维护。

开拓我们的新市场，发掘新客户，我们可以通过工博会得到客户的一些资料，比如email或电话形式，来提供更详细的资料，加大力度推销我们的商品，询问对方的一些要求。

(三)通路推广

1、零售终端

可以在一类、二类城市成立自己的办事处与销售终端，好处是直接接近客户，方便与客户沟通，便与商品价格管理与质量问题处理。

2、网络推广与销售

利用人员推销、广告宣传手段等，满足通路需求，使商品快速通过中间环节达到铺货目的。在网络建设上，应先对目标市场进行市场调研，对市场潜力、成熟度有一定了解，将最后归整好的主要市场集中精粹力量，直接进驻，并以此作为样板，打造以此为一个小中心点的点面辐射。对终端开通绿色通道，营造销售气氛，制造热销事件，在此基础上增加商品份量，顺理成章的将商品推给分销商。另外，对个别市场(如工厂所在区或认识度很高的区域)，益守不益攻，应待基本成熟的时候一举拿下。

名不见经传的商品如何在一个陌生的市场上站住脚呢?直接攻击大品牌，怕是竹篮子打水一场空，而利用我们集中精力做足一条通路的灵活性，如给经销商更高的折扣或鼓励措施，增加他的利润，给他更多的尊重与支持，想切入立即可以形成流通的通路，也许不是那么困难，而下一步切断大品牌的部分通路又岂不可能?当然这属于“红海”攻击，只是其中一技巧。一个新生的企业，新生的商品，想要迅速立足市场，还需要寻找自己的“蓝海”，这就是在被大品牌放弃了区域或不被大品牌注重的区域，或或我们直接进驻三类市场，以强攻弱。

(四)有效捆绑

1、与大品牌的捆绑

在选择零售终端地址或展柜上摆放商品时，与大品牌临近摆放，首先给消费者有同质感，利用价格优势与终端推力，将商品直观而直接的推该消费者。

2、相近行业的关联捆绑

如装饰专柜或与之相配套的商品，可在消费者购买的同时，引发关联，方便消费者关联购买。或引发消费者的购买欲，引发关联购买。

这我们企业是最重要的一点，完善售后服务，只有诚信好，以后才有更多的合作机会，对于客户反馈的意见不足，我们要进行改正，不满意的地方双方可以进行交涉，如果对方的要求合理我公司尽量满足。

(可行性的运转销售模式) 企业开创期

营建销售网络。借势、共建、双赢，与商家形成统一战略。争取最有力的销售基础。

企业发展期

打造品牌，提升市场占有率，企业流程再造，企业人力财力资源优化。在企业的战略调整下是企业利益最大化，市场的坚定与市场的成熟运作，企业在市场翻身做主人，占有了主动地位，一方面可以对经销商加压，一方面可以降低新入商品的利润，对市场进一步深耕。

精神文明期

企业功成名就，品牌延伸，进行资本运营，关联商品开发，扩大经营规模，寻求持续性发展之路。

同时商品品种的丰富，通路利润的逐步降低，企业同时面临的被新入企业冲击的危险，或承受大幅度大范围的风险打击。

企业的长期生存与发展离不开对通路的长期利润投资，要想实现利益最大化，在企业发展期就可将企业的阻力t开，既淘汰中间环节，直接控制终端，以各种先进终端经营方式对终端直接发力，如：连锁经营、特许经营等形式。另外，由于给终端连锁店大批量持续性的供货，企业可在精神文明期前成立物流中心，获取中间利润。

各种各样的商业报告，如调查报告、工作计划、检验报告、进展报告、申请报告、工作总结等是管理人员工作中常见的、也是不可或缺的书面沟通手段。但由于大多数的商业报告都是一副严肃的面孔，又有一些格式上的要求，因而许多管理人员都认为写这玩意是专家干的，自己则大多唯恐避不及。其实，报告可以帮助你向上级报告进步的成果、记录事件过程(以备将来参考)、推销你的构想。除此之外，报告还能清楚地记录你的思考过程，显示你的能力。

**企业策划书案例篇十一**

在商业计划书中，应提供所有与企业的产品或服务有关的细节，包括企业所实施的所有调查。这些问题包括：产品正处于什么样的发展阶段它的独特性如何，及在何处企业分销产品的方法是什么谁会使用企业的产品，为什么产品的生产成本是多少，售价是多少企业发展新的现代化产品的计划是什么把出资者引到企业的产品或服务中来，这样出资者就会和风险企业家一样对产品有兴趣。在商业计划书中，企业家应尽量用简单的词语来描述每种商品及其属性的定义。这对企业家来说自然是非常明确的，但其他人却并不一定清楚它们的含义。制订商业计划书的目的不仅是要让出资者相信企业的产品会在世界上产生革命性的影响，同时也要使他们相信企业有证明它的论据。商业计划书对产品的阐述，要让出资者感到：这种产品是值得让人投资的，可开发的。

在商业计划书中，风险企业家应细致分析过竞争对手的情况。要清楚竞争对手都是谁他们的公司是如何工作的竞争对手的产品与本企业的产品相比，有哪些优点和缺点竞争对手所采用的营销策略是什么要明确每个竞争者的销售额，如：毛利润、收入以及所占市场份额，然后再讨论本企业相对于每个竞争者来说所具有的竞争优势；要向投资者展示，顾客偏爱本企业的原因是：本企业的产品质量好，送货迅速，定位适中，价格合适等等。商业计划书要使它的读者相信，本企业不仅是行业中的有力竞争者，而且将来还会是确定行业标准的领先者。在商业计划书中，企业家还应阐明竞争者给本企业带来的风险以及本企业所采取的对策。

商业计划书要给投资者提供企业对目标市场的深入分析和数据资料。要细致分析经济、地理、职业以及心理等因素使消费者选择购买本企业产品这一行为的原因，以及各个因素在其中所起的作用。商业计划书中还应包括一个主要的营销计划。计划中应列出本企业打算开展广告、促销以及公共关系活动的地区等相关信息，明确每一项活动的预算和收益。商业计划书中还应简述一下企业的销售战略：企业是使用外面的销售代表，还是使用内部职员企业是使用转卖商、分销商，还是特许商企业将提供何种类型的销售培训此外，商业计划书还应特别关注一下销售中的细节问题。

企业的行动计划应该是无解可击的。商业计划书中应该明确下列问题：企业如何把产品推向市场如何设计生产线，如何组装产品企业生产需要哪些原料企业拥有那些生产资源，还需要什么生产资源生产和设备的成本是多少企业是买设备还是租设备解释与产品组装，储存以及发送有关的固定成本和变动成本的情况。

**企业策划书案例篇十二**

近几年来，园林绿化作为城市环境建设的重要组成部分，有了新的发展机遇，同时也带动了绿化苗木生产的发展。随着社会进步，人民对居住环境的重视以及西部大开发，绿化苗木的需求量越来越大。国内不少大型企业也开始投资“绿色银行”的苗圃生产，许多地区把苗木作为农业产业化调整的主要方向，苗木业在中国已成为具有巨大潜力的朝阳产业。

根据我市的规划，未来3年我市将新建20万亩苗圃，届时全市苗圃面积将达到50万亩，成为西南地区最大的苗圃基地。新建林苗种苗要素市场的，我市各级财政将对业主按照《农业产业化财政贴息资金管理办法》和《重庆市林业贷款中央财政贴息资金管理实施细则》的有关规定给予贴息。作为5个重庆中的森林重庆，未来在政府的大力推动下，我市的绿化事业将得到空前的发展，因此苗圃建设势在必行。

在西部大开发，县政府大力支持的背景下，本着以土地连翩开发，带动周边农民增收，推进森林重庆，给国家添绿为目的，绿化苗木培育种植。作为专业的苗圃培养种植基地，公司本着“抓住机遇，迎合市场，向内挖潜，向外扩展”的指导思想，努力发展，成为一个有地区影响力的苗圃基地。

公司以苗木营销、苗木供应流通以及新品种引进、驯化、绿化工程设计和施工为一体，秉持“品质信誉的服务”的经营理念和“诚实守信、质优价廉”的服务宗旨，提高客户的信赖，扩大市场的份额。

1、外部环境分析

为促进我市苗圃产业健康发展，使苗圃产业成为农民增收致富的新路子，今年上半年我市正式下发《关于加快推进我市林木种苗产业发展的意见》，将对新建规模以上苗圃、实行林苗一体化、新建林木种苗要素市场、林木良种基地等进行全方位补助。

森林工程实施之前，我市的苗圃面积仅有10万亩，从20xx年起，苗木产业的诱人前景，使各种社会资本陆续涌入，到20xx年，3年时间苗圃面积就增长了20万亩，达到30万亩。随着我市将苗木产业作为一项重要的林业支柱产业、规划打造西南地区最大的苗圃基地，未来3年，全市还将新增苗圃20万亩，使全市苗圃总面积达到50万亩。

2、内部环境分析

公司在重庆市潼南县灌坝村建设的苗圃基地，一期租地100到200亩，现已签50亩。已开工建设水渠，预计10月份苗子就可以种下去。分期建设减少资金负担及经营风险。人力资源上，公司作为科研、示范、生产、经营为一体的综合性苗圃基地，配备了一只具有中高级技术人员的优秀队伍。通过技术上的优势，提高公司的核心竞争力。

3、连翩开发增加就业岗位

通过苗圃基地的开发和建设，打造一片具有示范性的苗圃，不仅带动当地人口的就业，减少当地的事业人群，提高当地的财政收入。一期工程将投资xx万元，带动就业人口xx人。总投资xx万元，带动就业人口xx人，财政创收预计xx元。

4、乡村旅游发展

公司的各种绿苗产品具备很高的观赏性及实用性，作为示范性基地，配合乡村旅游的模式，打造一片具有观光性的苗圃，摆脱了传统单纯的种植与经营的思路，因地制宜增加观光、展示、休闲的项目，带动更多的经济效益，促进当地旅游业的发展。

20xx年8月19日，重庆市召开森林工程大会，会议提出用十年左右时间，把重庆建设成为人居环境优美、生态系统稳定的“森林重庆”，并发布了《重庆森林工程总体规划》。规划从五大重点工程建设森林重庆，包括：城市森林工程、农村森林工程、通道森林工程、水系森林工程、苗圃基地工程。

根据我市政府的规划，20xx年底为止，绿地率30％以上，绿化覆盖率33％以上，林木覆盖率32％以上，人均公共绿地9平方米以上。

到20xx年，新造林1100万亩，改造低效林1000万亩，森林覆盖率达到38%，城市建成区绿地率达到37%，都市区基本建成国家森林城市，部分区县（自治县）建成市级森林城市。

到20xx年，全市森林覆盖率达到45%，城市建成区绿地率达到39%，把重庆建设成为名副其实的森林重庆。

从我市的规划可以看出，未来至少15年内，我市对于树苗的需求极高，市场前景广阔，需求量巨大。尤其是对于苗圃行业来说，极具发展空间。

同时，从苗圃基地工程上，我市力争将重庆打造成为西南地区乃至全国的苗木供应基地。为此，政府将主导积极探索多种发展模式，将种苗培育和通道绿化等工程结合起来，全面推进林木种苗生产基地化、造林良种化、质量标准化、种苗产业化。苗圃行业将迎来发展的新天地。

1、苗圃征用地费用按每亩xx万元计算共计约xx亩xx万元=xx万元

2、苗圃基础设施建设费用估算约为xx万元。

3、苗圃苗木引进和新增园林机械按市场价估算为xx万元。

合计，该项目投资估算为?万元。

公司地处xx，位置优越、交通便利

1、差异化经营模式

未来几年产品上市时，将会遇到更多的市场冲击。为减小市场的风险，拓展自己的发展空间，从产品上跟风种植苗木，多做市场调研，做出自己苗圃的特色，紧抓细分市场，开拓大众市场。

2、多种盈利模式

我公司是集科研、示范、生产、经营为一体的综合性苗圃基地。研发创新观赏性苗木，打开新兴市场；规模化大众苗木，降低生产成本；打造本地的苗圃示范基地，提高公司的软平台；复合观光及休闲项目，拓展经营渠道。

新市场具备无竞争、高利润、高风险的优点，调研市场导向、紧抓客户需求，推出新苗圃，降低企业风险，达到高盈利的目的。示范性基地本身具备一定的观光性质，通过对旅游观光的休闲基础建设，使苗圃具备旅游休闲的盈利基础。

通过对各项的经营模式的纵深推进，达到公司多种盈利的模式，确保企业顺利盈利的发展经营。

3、合作发展模式

与学校、企业、单位建立服务关系，加强彼此合作，摆脱传统纯销售的经营模式，深化市场服务。对企业及事业单位加强服务，建立常年合作关系，巩固现有市场。与学校建立观光教育合作，加强市场的影响力。

近几年,我国绿化苗木产业发展虽取得了长足进步,发展势头迅猛,但产业发展中却存在着一些不容忽视的问题。在森林工程的助推下，重庆苗圃面积增长迅速，总面积已超过四川省，跃升为西部最大的林木种苗基地，但因为存在一定的行业隐患，未来竞争力堪忧。

由于人工、土地租金、管理费用上涨，一些中型苗圃发展壮大后纷纷以承接边坡绿化工程为目标，以此提高经济收入。与此同时，为了减少运费、降低投入成本，有资金实力、规模比较大的园林绿化公司则纷纷建立自己的苗圃储备苗木。

作为一个刚开始起步的苗圃公司，在发展中应通过一下几个方向，降低企业风险：

1、看准市场

对于新品种苗木的价格变化应该全面来看。新品种推出之初，价格较高

是正常的。较高的利润会吸引资金迅速注入，生产量增大，价格将逐渐回落。苗木种植需要几年的周期，到时新产品不一定就好销售。

2、复合经营

苗圃设计成观光花木园，同样可以享受休闲的乐趣。苗圃可以在保留生

产需要的苗木外，设立专门的观光休闲区域，适当调整种植结构，进行一点园林设计，展示苗木的美观性以及花木园的休闲性，合理规划，使人们能够从中体味大自然的美妙。以“农家乐”的方式，让游客充分享受田园乐趣。

3、有效推广

通过网络、实体进行全方位的推广苗圃，加强对市场的覆盖，获取更多更广阔的客户。例如，生产示范、科普教育是现代城市人们追求精神生活的一种方式。观光休闲的方式也可为苗圃带来潜在的客户。在观光休闲区域，种植的苗木质量好、树形好，乔、灌、草搭配合理，互相衬托各自的美妙之处，来买苗的客户看到示范后，会对苗木有个更好的印象，从而能促进苗木的销售。

我公司立足长期发展，打造一个优秀的企业。产品上具备多、广、全的优势，具有广玉兰、柿子树、樱花、紫薇、桂花，竹子，垂柳、银杏、枇杷树、红叶李、红叶碧桃等等树苗。人力资源上是企业的核心，我公司配备了一只集技术、推广、生产的优秀人才队伍，作为公司驱动的核心。运营上，复合型经营发展模式，确保了企业顺利、高效、持续的发展。

**企业策划书案例篇十三**

随着民营企业的迅速发展，中国的民营企业如何实现管理变引进富有行业背景和经验的专业人才管理企业革、管理升级，已经成为近年来的热门话题。但民营企业管理升级又举步唯艰、困难重重，原因何在？是不是现代企业的管理模式就不能在民企中生根发芽呢？民营企业的老板积极引进富有行业背景和经验的专业人才管理企业会不会就有显著的成效呢？以下是对w公司的案例进行深入的剖析并提出解决方法。

一、民营企业所有权与管理权未实现真正意义上的分离

w公司是一家民营企业，随着市场经济的不断深入，该公司也逐渐走向成熟与壮大，并积极发展与大公司的合作，引进现代企业管理制度。范副总作为职业经理人管理公司，但最终选择辞职，主要原因是该公司尚未实现真正意义上的所有权与管理权的分离。

1、w公司未形成现代企业管理制度生存的土壤

民营企业采用现代企业制度，必须要由职业经理人进行管理，实现企业所有权与管理权的分离。但中国的民营企业家们在推动企业管理现代化上却采取了谨慎的态度。因为目前中国的法制环境还不完善，很多职业经理人的技术素质和道德素质并没有经过考验。在一个信用缺乏的环境中，让创作者把经过多年拼搏创造出来的财富交给别人去打理，没有几个人能够放心得下。w公司皆如此，张总虽然聘任范副总管理公司业务，但范副总的现代管理机制却在w公司找不到生存的土壤。

2、职业经理人管理权有限，无法建立现代企业机制

范副总曾在企业界担任“专业管理人士”，可谓职业经理人。但在作为民营企业的w公司，实际上实行的仍是集权式的领导管理模式，张总的授权也只是在一定的责任范围内，并没有完全意义上的将公司的经营责任授予范副总，使得范副总的现代企业管理机制无法得以贯彻落实。

二、两种不同风格的管理模式的冲突

不同的管理模式所带来的影响及效果也是不同的。同一公司不同的管理者他们的风格也不尽相同。张总在过去既是领导者，也是管理者。他的管理模式属于典型的“家长式”管理模式。他的公司不是靠健全的机制和客观事实来管理人，而是凭经营者主观的经验和常识，靠简单的信任和亲情去约束人。w公司眼前面临着与国内大公司合作的契机，这种原有的模式显然不适应公司更好的发展，故任命范副总负责公司的经营。但范副总这种新的管理模式一时不能适应或破除长期以来形成的旧的管理理念，所以范副总会感觉到工作无法进行或进行的艰巨性，只好选择辞职。

三、企业管理组织的沟通障碍

企业管理职能的真正发挥，也取决于作为企业成员的各方对企业目标极其实施方式的理解，并在多大程度上达成一致，即沟通。范副总作为民营企业的经理人，未解决好上行与下行沟通，造成沟通的障碍，使他的工作作风与管理理念未能得到实质上的贯彻。

1、权力有限，上行沟通不畅范副总在管理公司的时候，由于权力有限，他的管理模式未产生效用，但他没有解决好上行沟通问题，从张总手中获得更多的权力。

2、员工排斥，下行沟通阻塞

w公司为张总一手创办，在过去的管理中关心员工，实施人性管理，营造出了家庭式的和谐氛围，在员工中形成一定的威望，博得员工的信任。范副总在管理公司中缺乏与员工达成共识，强制采取他自己的现代管理模式，必定不受员工的欢迎，必然要被员工排斥与抵制，势必造成下行沟通的阻塞，从而未能形成范副总与员工的之间的凝聚力。

一、适当调整领导与管理方式，实施情境领导模式

领导与管理，既是科学，也是艺术。什么样的管理方式最有效？世界组织行为大师、情境领导模型创始人保罗、赫塞博士曾指出：一个好的经理人不应只是一个命令者，他在领导和管理团队时，不应使用一成不变的方法，而应随着情况和环境的改变及员工的不同来调整自己的管理方式。范副总此时应当适当调整管理方式，实施情境领导模式。如右图所示：

1、了解员工的准备度，发挥员工最佳状态

状态即下属在执行某一项任务时所表现的能力及意愿，是一个变量。不同的员工即便是同一员工，在执行不同任务时所处的状态都是不同的，状态每时每刻都在发生变化。在一个组织完成某项具体任务时，任何人都能清晰地找到自己的位置，即所谓的对号入座。作为公司的领导者范副总，应准确无误地确定每个人的状态。积极探索员工的各自的优势，用人所长避人所短，必须看到并善用员工的优势，可运用巧妙的安排工作、放权给下属、激发员工的工作热情、重视员工的意见，从多角度激发员工的工作潜力，发挥最佳工作状态，努力提高企业企业的整体业绩。

2、提高个人魅力，将职位和个人权力相结合

而不能沿袭老一套。

3、培养良好的心理素质，塑造领导性格特征

领导绩效如何，不仅仅取决于有无优秀的政治品质和精深的才识水平，同时还取决于他们有无较好的心理素质。范副总应从以下几个方面锻炼和培养。首先，锻炼和培养坚强的意志，只有具备了较好的意志品质，才能在工作中具有较强的自觉性和果断性，有无穷的毅力和自制力，在挫折和失败面前不气馁。其次，注重性格的塑造。范副总要做到胸怀坦诚、以诚相见；勇于拼搏、锐意进取；实事求是、讲究谋略；充满自信，勇往直前。最后应有丰富的情感和情绪。范副总要员工有深厚的感情，要爱护他们，关心他们，时时了解他们的冷暖。同时，具备乐观主义情绪，遇事要冷静、沉着，保持情绪稳定。

二、加强沟通，调节人际关系，营造良好的工作氛围

企业中的人际关系的好坏，不仅深深影响着企业内部的程序，而且还作用于每个员工绩效的取得。一个有效的人际关系应该是健康的充满了信任和活力的。它应该使员工在暖暖的氛围中感觉到人生的美好、工作的满足，从而激励所有的成员为实现企业的共同目标而奋斗。

1、积极沟通，妥善解决“元老”及离退休员工的福利问题

范副总此时应积极加强与张总及员工的沟通，说服张总更多地下放人力资源权力，对于那些能力有限、岁数大的“元老”采取提前退休方式以及调换岗位，使每个员工找准自己的位子。解聘一些闲散的老员工，降低成本，但必须解决好他们的退休金及福利待遇问题。积极倾听下属的意见。

2、做到民主管理，充分发挥员工的聪明才智

范副总在此时的企业管理中，要尊重员工，理解、关心员工，同员工共甘苦、共患难，解决员工家庭的后顾之忧，使他们能心情愉快地工作。

充分做到民主，发挥工人的聪明才智，激发他们的工作热情。听听员工的意见，采纳合理化建议如建立和完善人民代表大会制度、充分放权等。善于激励员工，联络同员工感情，增强员工对企业的亲密与责任感。

3、实施人性管理，营造一种家庭式的和谐氛围

范副总在企业各方面实施人性管理，使企业具有浓厚的人情味，象一个家庭一样，员工就会把自己的前途与大家庭——企业的命运联系一起。如中午一起用餐，大家一起谈天，公司多放些花花草草，增加生活情趣，组织户外活动，增进彼此沟通了解。

三、完善人力资源管理机制，开创绩效评估制度

人力资源是企业正常运行的基本保证。现代企业之间的竞争归根结底还是人才的竞争。良好的人才竞争机制能够有效的培养员工的潜意识竞争，这种人力资源管理机制对企业的发展和员工的个人成长都非常重要。

1、选、用、育、留，做好人力资源工作

“选”指招聘和选拔，前者是从外往里选，后者是从下往上选，这是人力资源管理最基础的东西。“用”：如何用好人才？业绩管理是一个手段，目的是为了激励，最终做到知人善用。业绩管理不等于绩效考核，绩效考核只是业绩管理当中的一项工作，还有目标设定、员工指导。“育”：就是培训和员工指导。前者是一对众人，后者是一对一。“留”：是指如何留住人才，可以分为两方面：一是精神方面，包括企业文化留人、事业留人、感情留人；另一个是物质方面，也包括三个内容：薪酬、福利、奖励。福利给人安全感，工资给人价值感，缺一不可。

2、构建培养员工竞争的良性机制

范副总可通过适当的控制末尾淘汰制度，形成学习竞争机制，让每个员工都建立自己的目标管理，通过周末讲堂和课程研讨等形式进行管理控制，使得公司形成良好的竞争性学习氛围.如采取培训、比赛、娱乐等，让员工逐渐发现自己的优势，构建工作信心与培养工作激情，并将其个人价值和企业价值结合起来。让员工在活动中从由意识的注意，逐渐转变到潜意识的学习，使企业的潜意识竞争形成合力。

3、进行业绩评估，开创绩效考核

范副总可对每个职位进行目标设定，再对目标设定进行业绩评估。具体做法有，首先，制定适合本企业的考核方法。其次，确定被考核人的考核要素，就被考核人的业绩与其进行深度的沟通，客观地评价。再次，对被考核人进行业绩指导，与被考核人讨论发展计划。最后，与被考核人讨论业绩回报的措施。同时，考核后给员工培训发展机会，并将其作为薪酬、福利、竞争、培训等的客观依据。

四、统一企业文化理念，凝聚人心，发挥团队精神

企业文化是指企业成员共同接受的价值观念、思维方式、工作作风、行为准则等群体意识的总称。企业文化是构建企业核心竞争力的一个关键要素，是一个企业长期的牵引力。统一的企业文化不仅可以形成凝聚力，激发员工的主观能动性，而且可以促进企业不断向前发展。

1、统一文化理念，提高企业核心竞争力

2、增强企业凝聚力，维持企业良性运转

范副总应尊重员工，关心员工，爱护员工，让员工在企业里就象家一样感到温暖、幸福。同时抓好员工的思想教育工作，树立w公司的企业精神。

后言：面对新阶段新形势，如何进一步提高民营企业竞争力，促进企业管理绩效的科学与规范化，为民营经济全面健康发展奠定坚实基础，是当前民营经济领域中亟待研究解决的重大课题。实践证明，建立符合自身实际的管理模式，走资本运营之路，营造良好企业文化氛围是从根本上增强我国民营企业素质和竞争力，实现民营企业持续快速发展的有效途径。以上是学生之浅见，不足之处还望老师给予批评与指导！

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn