目镜物镜企业发展方向规划

目录

概论.....3

一、目镜物镜生产计划的含义与指标.....3

(一)、生产计划的含义与指标.....3

二、目镜物镜企业外部环境分析.....6

(一)、企业外部环境分析.....6

三、目镜物镜企业战略的制定.....10

(一)、目镜物镜企业战略的制定.....10

四、目镜物镜生产计划的编制.....12

(一)、目镜物镜生产计划的编制.....12

五、目镜物镜技术创新的含义.....14

(一)、技术创新的含义.....14

六、目镜物镜企业经营决策的流程.....15

(一)、企业经营决策的流程.....15

七、生产控制的基本程序.....18

(一)、目镜物镜生产控制的基本程序.....18

八、渠道扁平化.....21

(一)、渠道扁平化的概念.....21

(二)、渠道扁平化的原因.....22

(三)、渠道扁平化的形式.....23

九、目镜物镜项目概况.....24

(一)、目镜物镜项目基本情况.....24

(二)、主办单位基本情况 25

(三)、目镜物镜项目建设选址及用地规模 26

(四)、目镜物镜项目总投资及资金构成 27

(五)、目镜物镜项目资本金筹措方案 29

(六)、申请银行借款方案 31

(七)、目镜物镜项目预期经济效益规划目标 32

(八)、目镜物镜项目建设进度规划 34

十、企业技术创新的内部组织模式 35

(一)、内部孵化 35

(二)、技术创新小组 36

(三)、新事业发展部 37

十一、目镜物镜项目风险分析 39

(一)、政策风险分析 39

(二)、市场风险分析 40

(三)、技术风险分析 42

(四)、产品风险分析 44

(五)、价格风险分析 46

(六)、经营管理风险分析 48

(七)、财务及融资风险分析 50

(八)、经济风险分析 52

十二、网络分销渠道 54

(一)、网络分销渠道与传统分销渠道的比较 54

(二)、网络分销渠道的特征 56
(三)、网络分销系统 56
(四)、网络分销渠道类型 58
十三、法人治理结构 60
(一)、股东权利及义务 60
(二)、董事 62
(三)、高级管理人员 64
(四)、监事 65
十四、SWOT 分析说明 67
(一)、优势分析(S) 67
(二)、劣势分析(W) 68
(三)、机会分析() 69
(四)、威胁分析(T) 71
十五、渠道管理概述 73
(一)、市场营销渠道与分销渠道 73
(二)、分销渠道管理目标和任务 74
十六、生产控制的方式 76
(一)、生产控制的方式 76
十七、创新投资策略 77
(一)、创新投资的定义 77
(二)、创新投资与企业战略的关系 78
(三)、创新投资决策过程 79

(四)、创新投资的风险管理.....81

十八、渠道冲突管理 82

(一)、渠道冲突的界定和分类.....82

(二)、渠道冲突产生的原因.....84

(三)、渠道冲突的处理 85

概论

在快速变化的商业世界中，目镜物镜企业要想保持竞争力和持续增长，就必须进行战略层面的思考和规划。本方案提供了一个框架，帮助目镜物镜企业识别核心竞争力，评估市场机会，以及制定必要的战略行动以保持其市场地位。本方案介绍了制定企业发展战略的方法论，并提出了一系列战略计划的关键元素。本文档明确指出，其内容仅供学习交流，不可做为商业用途。

一、目镜物镜生产计划的含义与指标

(一)、生产计划的含义与指标

(一)目镜物镜生产计划的涵义

制定生产计划是为了全面规划企业生产运营系统，包括产品的品种、质量、产量以及产值等生产任务，并安排产品的生产进度。生产计划并非只关乎某几个特定生产岗位或某一生产线的活动，也不涉及产品生产的具体机器设备、人力资源等细节问题，而是提供指导企业计划期生产活动的整体方案。

生产计划工作是通过综合平衡,为生产系统提供优化的生产计划,涉及到企业的中长期生产计划、年度生产计划以及生产作业计划三个层次。这三个计划相互关联、相互依存,形成了完整的生产计划体系。中长期生产计划是企业发展计划的一部分,规划了企业未来三至五年的生产能力、技术改造、设备投资等方面。年度生产计划则是企业年度经营计划的核心,基于企业的经营目标和市场需求,确定了产品的品种、质量、产量等生产指标。而生产作业计划则是年度生产计划的具体实施,将生产任务分解、分配给各个生产单元,以确保实现年度计划。

(二)生产计划指标

生产计划指标的制定是生产计划中的关键内容,旨在有效、全面地指导企业计划期的生产活动。生产计划指标主要构建了产品品种、产品质量、产品产量和产品产值四个主要方面的指标体系。

1. 产品品种指标: 产品品种指标规定了企业在报告期内所生产产品的名称、型号、规格和种类。这一指标不仅反映了企业对社会需求的满足能力,还显示了企业的专业化水平和管理水平。确定产品品种首先要考虑市场需求和企业实力,确保产品品种在市场中保持平衡。

2. 产品质量指标: 产品质量指标是企业经济状况和技术水平发展的重要标志之一。它通过统一规定质量参数,形成质量技术标准。这包括产品内在质量和生产过程中的工作质量,如质量损失率、废品率等。

3. 产品产量指标: 产品产量指标是企业在一定时期内生产的、

符合产品质量要求的实物数量。这一指标反映了企业的生产水平，用于制定和检查产量完成情况、分析产品之间的比例关系以及进行产品平衡分配。

4. 产品产值指标：

产品产值指标以货币形式表示产量指标，能够综合反映企业生产经营活动成果，方便不同行业间的比较。产品产值指标包括工业总产值、工业商品产值和工业增加值三种形式，各自用途不同，例如工业总产值反映了一定时期内工业产品的总量，而工业增加值则更真实地反映了企业生产活动的最终成果。

（三）编制生产计划的步骤

制定生产计划是一个复杂而系统的过程，包括以下关键步骤，以确保计划的有效性和可行性。

1. 调查研究：生产计划的第一步是进行调查研究，深入了解企业内外的经营环境。这涵盖了国内外市场信息、上期产品销售情况、合同执行状况、成品库存等。还需对企业的生产能力、原材料及能源供应、成本与售价等进行详尽调查。

2. 统筹安排，初步提出生产计划指标：在这一阶段，需要制定多个生产计划方案，并从中选择一个最为满意的。这包括产量指标的优选和确定、产品的生产进度安排、各产品品种的合理搭配，最终将企业的生产指标分解为各个分厂、车间的具体生产指标。

3. 综合平衡，编制计划方案：制定和优化计划方案时，需要全面反复地进行综合平衡，考虑生产任务与生产能力、劳动力、物资供应、生产技术准备等方面的平衡关系。这确保计划是全面且可行的。

4. 生产计划大纲定稿与报批：

经过综合平衡后，对计划进行适度调整，准确制定各项生产指标，并提交给总经理或上级主管部门批准。生产计划大纲的核心内容包括编制生产计划的指导思想、主要生产指标、完成计划的难点和重点、采取的关键措施，以及生产计划表等详细内容。

5. 监控执行，实时调整：一旦生产计划定稿并获得批准，就需要在执行阶段进行实时监控。这包括对生产过程中的各项指标、生产进度、原材料供应、劳动力利用等进行全面而及时的监测。引入信息技术和数据分析工具有助于实现对生产活动的实时追踪，并及时调整计划以确保顺利执行。

6. 持续优化，提高生产效能：制定和执行生产计划是一个不断优化的过程。企业应该建立一个反馈循环，不断总结经验教训，评估计划的实际效果，并根据反馈结果进行持续改进。通过分析历史数据和生产绩效，企业可以识别出改进的空间，进而调整生产计划的方向和策略。引入新技术和管理方法也是提高生产效能的途径，例如自动化生产线、员工培训和技能提升、供应链的优化等。

通过严格按照以上步骤进行生产计划的制定和执行，企业能够更好地适应市场的竞争和变化，提高生产的灵活性和适应性，实现经济效益的最大化。

二、目镜物镜企业外部环境分析

(一)、企业外部环境分析

目镜物镜企业战略管理是一项复杂的任务，需要全面深入地了解外部环境的各种因素。外部环境分析是战略管理的基础，旨在根据企业当前的市场定位和发展机会，明确未来应该达到的市场位置。这种分析主要包括宏观环境和行业环境两个层面，通过对政治、经济、社会、科技、生态和法律等因素的深入研究，以及对行业生命周期、竞争结构和战略群体等方面的分析，企业可以更准确地制定战略方向，做出未来发展规划。

一、宏观环境分析

1. 政治环境分析

政治环境对企业的影响不可忽视。政治因素包括政治制度、体制、结构、方针政策和政治形势等。不同的政治条件和状况会对企业产生重大而明显的影响。政治环境的不确定性可能催生风险，也可能为企业提供机遇。企业应密切关注政治因素，及时调整战略以适应变化。

2. 经济环境分析

经济环境是企业运营的基础。人口增长趋势、国民收入、生产总值等宏观经济因素直接关系到市场的规模和发展速度。企业需要通过宏观经济环境分析准确评估经济对企业的影响，以科学制定经营战略。

3. 社会环境分析

社会环境是由社会结构、文化传统、消费偏好、人口状况等多种因素构成的。不同的国家和民族具有各自独特的社会文化，这对企业战略的运营和决策产生显著影响。企业需了解并尊重所处社会的文化特点，制定相应的战略。

4. 科技环境分析

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

https://d.book118.com/466014202002010142