

家用电器企业战略发展规划方案

目录

前言	3
一、家用电器企业战略的制定	3
(一)、家用电器企业战略的制定	3
二、生产控制的基本程序	5
(一)、家用电器生产控制的基本程序	5
三、家用电器生产控制的概念	8
(一)、家用电器生产控制的概念	8
四、技术贸易	9
(一)、技术贸易概述	9
(二)、技术贸易的国际合作	11
(三)、技术贸易风险管理	12
五、家用电器生产计划的含义与指标	14
(一)、生产计划的含义与指标	14
六、家用电器技术创新的分类	17
(一)、家用电器技术创新的分类	17
七、家用电器技术创新的含义	20
(一)、技术创新的含义	20
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、家用电器项目风险对策.....	24
(一)、加强家用电器项目建设及运营管理.....	24
(二)、采取多元化融资方式.....	25
(三)、政策风险对策.....	25
(四)、市场风险对策.....	26
(五)、技术风险对策.....	27
(六)、资金风险对策.....	27
十、网络分销渠道.....	28
(一)、网络分销渠道与传统分销渠道的比较.....	28
(二)、网络分销渠道的特征.....	29
(三)、网络分销系统.....	30
(四)、网络分销渠道类型.....	32
十一、企业技术创新的内部组织模式.....	34
(一)、内部孵化.....	34
(二)、技术创新小组.....	35
(三)、新事业发展部.....	36
十二、技术创新的过程与模式.....	37
(一)、需求拉动创新模式.....	37
(二)、交互作用创新模式.....	38
(三)、A-U 过程创新模式.....	40
(四)、系统集成和网络创新模式.....	41
十三、SWOT 分析说明.....	42

(一)、优势分析(S)	42
(二)、劣势分析(W)	44
(三)、机会分析(O)	45
(四)、威胁分析(T)	47
十四、生产控制的基本程序	48
(一)、制定控制标准	48
(二)、实际执行情况检验	50
(三)、控制决策	52
(四)、实施执行	52
十五、生产控制的基本程序	53
(一)、制定控制的标准	53
(二)、根据标准检验实际执行情况	55
(三)、控制决策	56
(四)、实施执行	59
十六、分销渠道运行绩效评估	61
(一)、渠道畅通性评估	61
(二)、渠道覆盖率评估	62
(三)、渠道财务绩效评估	63
十七、渠道管理概述	65
(一)、市场营销渠道与分销渠道	65
(二)、分销渠道管理目标和任务	66
十八、库存控制	68

(一)、库存控制的概念	68
(二)、库存的合理控制	69

前言

随着经济全球化及技术革命的推进，家用电器企业面临的挑战和机遇前所未有。高效的企业战略发展规划方案是家用电器企业扬帆远航的路线图，它关注企业的核心能力构建，竞争策略的选择，以及创新驱动的发展路径。通过对行业趋势的洞察与企业内部资源的深入挖掘，本方案旨在帮助企业在复杂多变的商业环境中找到清晰的发展方向。本文档内容丰富专业，仅供学术研究或个人学习之用，不得用于任何商业目的。

一、家用电器企业战略的制定

(一)、家用电器企业战略的制定

家用电器企业战略的规划是从企业整体发展的角度出发，以实现企业的使命和战略目标为指导，全面分析行业的变化趋势，评估和预测竞争对手的行动，制定企业战略的整个过程。战略的制定实质上是一项决策过程，若企业不能科学有序地管理战略制定的所有环节，将难以及时有效地制定出正确的经营战略。

（一）确立企业愿景、使命与战略目标是制定企业战略的首要任务。

1.

企业愿景是通过内部成员共同制定，形成大家共同努力的未来方向。愿景不仅仅是高层管理者的责任，每位员工都应该参与，通过共识达成，以使愿景更富有价值和竞争力。

2. 企业使命阐述了企业的根本性质和存在理由，为战略目标的确定提供基础。使命的明确有助于确立企业的经营主线，提高整体运行效率。

3. 企业战略目标是在一定时期内预期达到的理想成果，必须具有积极的引导和激励作用。目标的制定需要考虑不同类型企业的盈利、服务、员工和社会责任等方面，以符合社会道德标准。

（二）制定战略方案需要全面考虑内外部环境的因素。

1. 通过与战略专家和相关人员的合作，制定详细的战略方案，确保行动计划的实施。

2. 分析内外部因素，识别相似战略，并判断其适应性和可能的缺陷。在此基础上，修订或制定新的战略方案，以确保与企业目标 and 环境相一致。

（三）评估和选择战略方案是确保战略有效性的关键步骤。

1. 综合评价企业内外的优势、劣势、机会和威胁，科学评估各种方案的有效性、可行性和收益性。

2. 确定最符合企业需求、最有效和最适宜的战略方案，以发挥企业资源和能力的最大化。

以上三个步骤的实施需要考虑到企业管理者的专业知识、实际经验和领导风格，以确保战略决策的正确性。

二、生产控制的基本程序

(一)、家用电器生产控制的基本程序

家用电器生产控制的三个关键阶段包括测量比较、控制决策和实施执行。而控制目标的制定主要由计划职能负责，然而，在当前的实际情况下，企业对控制创意的认识仍然较为薄弱，控制目标在生产计划中的指标和标准值也显得不够完善。因此，将制定标准作为基本程序之一变得尤为重要。

(一) 制定控制的标准

制定控制标准的目的在于明确在生产过程中人力、物力、财力等的限度，同时规定产品质量特性、生产数量、生产进度等方面的标准。这些标准可以以实物或货币数量表示，包括生产计划指标、消耗定额、产品质量指标、库存标准和费用支出限额等。为确保合理可行，制定控制标准的方法包括类比法、分解法、定额法和标准化法。

1. 类比法：通过参照企业历史水平或同行业的先进水平，制定标准，以确保其简单易行且客观可行。

2. 分解法：将企业层的指标逐层分解为各个生产单元的控制目标，在成本控制中发挥着重要作用。

3. 定额法：通过规定生产过程中某些消耗的标准，包括劳动和材料的消耗定额，以确保生产过程的可控性。

4. 标准化法：将权威机构制定的标准作为自身的控制标准，例

如国际标准、国家标准、部门颁布的标准以及行业标准等，在质量控

制中得到广泛应用。

（二）根据标准检验实际执行情况

这一阶段的目标是通过检查、测定实际生产成果，将结果与标准进行比较，找出差异并澄清差异的性质和程度，最终采取相应的处理措施。测量比较即通过生产统计手段获取系统的输出值，与控制标准进行对比分析，发现偏差。

对于产量、利润、劳动生产率等目标，正偏差表示未达标，需要思考相应的控制措施。而在成本、工时消耗等目标中，正偏差则表示超过控制标准，为企业带来积极效果。在实际工作中，这些概念是明确的，不容混淆。

（三）控制决策

控制决策的核心在于根据偏差产生的原因提出纠正偏差的措施。这一决策过程主要包括分析原因、拟定措施和效果预期分析。

1. 分析原因：有效的控制需要从最基本的原因入手。有时采取的控制措施可能是从表面出发，但往往以牺牲其他目标为代价。因此，对导致控制目标失控的原因要进行实事求是的分析。

2. 拟定措施：从主要原因入手，研究控制措施。传统观点认为主要是调整输入资源，但实践证明对于生产系统而言，这远远不够，还需检查计划的合理性以及组织措施的改进。

3. 效果预期分析：生产系统是一个庞大的系统，无法通过实验验证控制措施。但为了确保控制的有效性，必须对控制措施进行效果分析。企业可采用推理方法，在观念上分析实施控制措施后可能出现

的各种情况，以制定更为周密的控制措施。

（四）实施执行

实施执行是控制程序的最后一步，由一系列具体操作组成。控制措施的执行贯彻如何直接影响控制效果。如果执行不力，将导致整个控制活动功亏一篑，因此在执行中需要专人负责，进行及时监督和检查。

1. 制定详细计划： 在执行阶段，制定详细的实施计划是关键。明确每个步骤的责任人、时间表和所需资源，确保计划的可操作性和实施的可行性。

2. 分配职责和资源： 将任务分解给相关团队成员，确保每个人都明确自己的职责，并提供所需的资源。有效的沟通和团队合作是确保执行成功的关键。

3. 建立监控机制： 设立监控机制用于跟踪执行进度和效果。通过实时监测，可以及时发现偏差并采取纠正措施，确保整个过程始终保持在可控制的状态。

4. 灵活调整： 在实施过程中可能会遇到未知的挑战 and 变化，因此需要具备灵活性，及时调整计划和策略。这包括在必要时重新评估控制标准 and 目标，以确保它们仍然符合实际情况。

5. 持续改进： 实施执行的过程中，不仅要关注当前的控制目标，还要思考长远。通过持续监测和反馈，寻找改进的空间，以适应变化的市场和环境。

6. 培训和发展： 在执行过程中，有必要为团队提供培训和发展

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/635103301200011221>