# 企业发展规划

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2025-02-23

*第一篇：企业发展规划\*\*\*\*\*\*\*发展规划\*\*\*\*\*\*\*位于河南省东南部，驻马店市偏东部，属于驻马店市，总面积1529平方千米，耕地面积156.8万亩，总人口约151万，其中农业人口122.38万，是一个平原农业大县。\*\*\*\*\*\*\*历史悠...*

**第一篇：企业发展规划**

\*\*\*\*\*\*\*发展规划

\*\*\*\*\*\*\*位于河南省东南部，驻马店市偏东部，属于驻马店市，总面积1529平方千米，耕地面积156.8万亩，总人口约151万，其中农业人口122.38万，是一个平原农业大县。\*\*\*\*\*\*\*历史悠久，人杰地灵，文化灿烂，为千年古县，河南十大古城之一。是古蔡国所在地，是秦相李斯、汉相翟方进的故里，海内外蔡氏祖地，“重阳文化”的发祥地。古蔡八景已列为国家重点保护的名胜古迹。孔子及历代圣贤曾在这里树立了文明的丰碑。数千年来，\*\*\*\*\*\*\*以其厚重的历史文化传承着华夏文明，缔造出数度的繁荣，彰显出上蔡古朴典雅而又不失现代气息的历史文化名城风采。1995年被定为历史人文景观旅游开发区。本规划提出的农产品种植收购销售加工产业，是根据我县农产品产业现状、传统习惯和发展趋势，综合考虑市场因素，通过重点发展和扶持，形成一批具有国际竞争力和满足国内外市场需求的规模化企业。

一、指导思想

适应现阶段国家恢复和振兴农业的结构性调整新形势，以市场为导向，以体制、机制和科技创新为动力，集聚公共资源、技术力量和项目资金，实行区域化布局、专业化生产、企业化管理、一体化经营，加快建设传统优势农产品生产产业带，积极发展和建设规模化农产品加工企业，大力培育农民专业合作经济组织和行业协会，打造优势农产品品牌，创建农产品现代营销体系，努力提高农业综合效益，促进农业增效、农民增收，实行由传统的原始和小农经济向现代农业的转变。

二、基本原则

1.坚持以市场为导向的原则。充分利用现有资源和产业发展优势，以市场需求为导向，立足国际国内两个市场，重点发展具有广阔市场发展前景、产业-1-

覆盖面广、对农民增收效果明显、附加值高的优势农产品，大力发展出口创汇外向型农业，提高农产品市场竞争力。

2.坚持发挥比较优势的原则。充分考虑资源、人才、技术、资金、区位等各方面因素和各地经济发展特征，优先发展具有相对比较优势并对当地经济发展和农民增收有一定支撑作用的优势产业和优势产品。在考虑现有加工企业和传统的基础上，以优势农产品发展对当地和国家经济的拉动作用大小和对农民增收贡献作为衡量标准，确定一批优势产业企业和发展项目予以扶持培育。

3.坚持区域分类指导的原则。按照区域经济生态特点，发挥市场配置资源作用，形成科学合理的产业分工和产业布局。发挥人口比较密集和农产品加工优势，突出发展粮食和经济作物种植、农产品加工等劳动力与技术密集型产业；

4.坚持尊重农民意愿的原则。在稳定农民土地使用权的前提下，切实尊重和保障农民的市场主体地位和经营自主，实行土地流转和区域化布局、规模化生产，加强政策引导和信息及技术服务，充分调动企业和农民等各方面的积极性。

三、目标任务

1.近期目标。根据《农村土地承包经营权流转管理办法》和县政府十二五规划，发挥农产品加工产业优势，大力推进农村土地流转，整合土地，建设优质高效农产品生产基地。计划2025年流转土地1万亩，2025年流转3万亩，2025年流转6万亩，至2025年底达到总流转土地20万亩的目标。其中80%土地建成高标准农产品生产基地，加工原料自足率达到60%以上。在基地生产路两侧种植各种果树、花木等树木，部分地块发展原生态特色农业，打造成以农产品生产为主，特色农业观光旅游，反季节蔬菜生产供应为特色的新型种植模式。

完善农产品产业化服务体系，确保优势农产品产前、产中、产后及加工销售等各个环节技术指导和服务到位，农户参与优势农产品产业化经营的比例达到50%以上，参加农民专业合作组织的农户占全国农户总数的40%以上；加大农业科技成果转化和推广力度，全县优势农业良种覆盖率要达到50%。

2.中长期目标。在不断加强传统优势农产品加工产业的同时，建设一批适应国内国际市场需求的农产品深加工企业，开发新产品，延长产业链，增加农产品附加值，促进就业，提高市场竞争力；增加深加工农产品自给率，替代进口，降低物价，满足国内市场消费，促进优势农产品产业多元化、可持续良性发展。

四、发展优势农产品产业的主攻方向、发展重点和优势区域

利用我县土地资源优势和劳动力优势，重点发展甜高粱制糖、大豆植物蛋白提取、植物油产业、饲料产业、玉米产业、大棚蔬菜产业、水果产业等产业。按协会会员单位经营性质的不同承担相应的产业生产。

五、大力发展农产品加工产业

农产品加工产业是一项复杂的系统工程，建设内容涉及到方方面面，需要协会会员的分工和协作。会员定期交流工作情况，研究产业扶持政策，确定重点建设项目，加强组织协调，检查督促农产品加工产业重点发展规划的实施和进展，对各产业的发展目标进行年度和阶段考核评估。

在农产品加工产业化建设中，既要加强统一领导，通力协作，又要明确分工和职责，落实任务。按照“渠道不变、管理有序、目标统一、合理分工”的原则，将国家财政和从各方面争取的对农业的援助资金和物资的投入，进一步向优势农业产业集聚。根据各种资金的性质和用途，按照产业建设分工和实

施职责，统筹安排产业与投资渠道，避免企业之间项目的重复投资和不均衡，提高产业的项目整合力度。

\*\*\*\*\*\*\*

二0 一二年六月

**第二篇：企业发展规划**

国务院最新印发的《十二五节能环保产业发展规划》成为昨夜今晨市场关注的热点。《规划》明确了完善价格、收费和土地政策，加大财税政策支持力度等七个方面的措施。那么，这次《十二五节能环保产业发展规划》的出台具体怎样的战略意义？中国国际经济交流中心专家景春梅对此作出解析。

景春梅：节能环保产业是我国确定的七大战略性新兴产业之一。为落实“十二五”规划和国务院有关培育发展战略性新兴产业的政策，国家发改委会同有关部门起草了整个规划。

从国际上看，为应对国际金融危机和全球气候变化的挑战，使我国在新一轮经济竞争中占据有利地位，必须大力发展节能环保产业。而从国内看，面对越来越严峻的资源环境约束，加快转变发展方式，实现节能减排目标，也必须加快发展节能环保产业。

《规划》的颁布实施将大大促进节能环保产业的发展，使节能环保产业成为我国新一轮经济发展的增长点和新兴支柱产业，无论在当前还是长远都具有十分重要的意义。

《规划》提出，节能环保产业潜力巨大，拉动经济增长前景广阔。据测算，到2025年，我国技术可行、经济合理的节能潜力超过4亿吨标准煤，可带动上万亿元投资。从目前来看，我国节能环保产业发展的现状如何？《十二五节能环保产业发展规划》实施后哪些产业将从中受益？

景春梅：“十一五”以来，我国大力推进节能减排和建设两型社会，节能环保产业得到了较快的发展，2025年节能环保产业的总产值达到2万亿元，从业人员达到2800万人，产业领域不断扩大，初步形成了门类较为齐全的产业体系。

但是总体上还存在创新能力不强，结构不合理，市场不规范，政策机制不完善等问题，发展水平还比较低，与需求相比还有较大差距。

规划提出到2025年我国节能环保产业总产值达到4.5万亿元，增加值占GDP2%左右，预计会带动上万亿元的投资，在这个过程中将培育一批具有国际竞争力的大型企业集团。规划明确了节能、资源循环利用、环保等重点扶持的产业领域，提出了重大节能技术与装备产业化半导体照明产业化及应用等八大重点工程，未来五年与这些重点领域和重点工程相关的企业都将从中受益。（中国广播网）

**第三篇：企业发展规划**

演讲稿 工作总结 调研报告 讲话稿 事迹材料 心得体会 策划方案

企业发展规划

企业发展规划目录

一、发展战略与发展计划

二、核心主题与参与要素

1、战略的调查和分析阶段任务

2、企业发展战略咨询和决策阶段

3、企业发展战略的计划跟踪阶段

三、发展战略规划的先期准备

一、发展战略与发展计划

二、核心主题与参与要素

1、战略的调查和分析阶段任务

2、企业发展战略咨询和决策阶段

3、企业发展战略的计划跟踪阶段

三、发展战略规划的先期准备

展开 编辑本段

一、发展战略与发展计划

1、战略与计划的关系

企业发展战略是企业发展计划的路线和原则、灵魂与纲领。企业发展战略指导企业发展计划，企业发展计划落实企业发展战略。

2、注意中、长期大计划下小计划的细分和落实。仅重视计划，尤其是计划是对的；但还要围绕计划作好阶段计划，要坚持用企业的发展战略来指导和统帅各项计划。计划制订时必须注意到：具体的措施、定量的目标和综合平衡。

3、计划必须是基于企业发展战略基础上的详细的相对的短期目标，是战略达成的根本保证。

4、在企业发展战略的制订和实施过程中

精心收集

精心编辑

精致阅读

如需请下载！

演讲稿 工作总结 调研报告 讲话稿 事迹材料 心得体会 策划方案

必须紧紧围绕战略的核心

(1)在企业发展战略的制订和实施过程中，不管你是战略防御还是战略进攻，其中都会存在重中之重，这是任何事物的必然规律。抓住了事物的主要矛盾，就抓住了问题的实质，会使问题的解决事半功倍，许多问题迎刃而解。

(2)企业发展战略的重点，是企业的竞争能力。企业的竞争能力基于对企业内部要素的客观分析和评价，它取决于行业结构和企业相对的市场地位。企业的核心竞争力，才是企业发展战略的实质核心。

核心竞争力是指企业自身拥有超过参与竞争的其他对手的关键资源、知识或能力。这种能力具有对手难以模仿、不可移植、并不随员工的离开而流失等特性。核心竞争力可以是特殊技能、诀窍、企业的知识管理体系或具备很大竞争价值的生产能力拟或具体的技能组合。编辑本段

二、核心主题与参与要素

1、战略的调查和分析阶段任务

(1)目的：对外部不可控因素的对比分析是为了把握有利时机，规避风险，提升企业的快速应变能

力和企业的创新变革和可持续发展能力。对因素的对比分析，使企业能够知己知彼，扬长避短，充分发挥自身优势，使目标、资源和战略统一和谐。

(2)外部环境调查分析内容

①宏观环境分析：政治（politics）、经济(Economy)、社会(society)、技术(Techno-logy)。（简称PEST分析）

②中间环境分析：企业所在行业发展因素分析、企业所在行业结构进化预测、企业所在行业竞争结构分析、企业所在行业特征评价、企业所在行业的变革驱动分析、企业所在行业胜败关键因素分析、机会威胁分析、精心收集

精心编辑

精致阅读

如需请下载！

演讲稿 工作总结 调研报告 讲话稿 事迹材料 心得体会 策划方案

生命周期分析。

③微观环境分析：顾客需求发展分析、供应者供应能力分析、竞争对手的竞争能力分析、潜在进入者分析、现有替代品分析、波特五动力模型分析应用。

(3)内部因素的调查分析内容

①企业内部分析：企业资源竞争优势分析、产品与服务价值链分析、企业核心管理能力分析、企业核心竞争力分析、企业潜在核心能力的分析、公司价格成本分析、公司面临战略优势与劣势分析、成本优势渠道的分析、关键利益相关者分析、企业产品、服务的生命周期分析、SWOT分析(优势（Strengths）、劣势（Weakness）、机会（Opportunities）、威胁（Threats）)。

②企业财务分析：经济效益分析方法、财务管理的能力与效益分析、公司财务能力分析、经济效益评价指标、财务比率分析。

③市场营销分析：产品结构分析、产品生命周期分析、产品竞争能力分析、市场营销能力分析、投资组合分析之波士顿矩阵、市场营销环境分析。

(4)根据分析结果确定战略的方向、方针，确立分析结果和编写分析报告。

2、企业发展战略咨询和决策阶段

(1)按照预定的战略方针和方向，根据分析报告拟订战略规划草案：企业总体战略规划、各分项战略规划、职能战略规划。

(2)针对发展战略草案进行技术咨询，其中借助专家的定性定量比较分析至关重要。这

也是咨询阶段的实质性任务。咨询的目的：是通过咨询，有效验证战略目标的准确性、战略发展的可行性、资源配置的合理性、战略实施过程的可控性和内外因素造成的风险性，从而，对战略草案进行修正、完善和补充。

精心收集

精心编辑

精致阅读

如需请下载！

演讲稿 工作总结 调研报告 讲话稿 事迹材料 心得体会 策划方案

3、企业发展战略的计划跟踪阶段

(1)详细和完善的战略实施计划是保证战略有效实施的关键。有了计划，就有了秩序和

层次，就有了定性和定量的依据，才不会盲目。

(2)基于计划的实施跟踪是企业发展战略落实的基本保证。通过实施跟踪，才可以及时

了解和掌握实施过程中发生的现象和问题，据此进行及时的纠正和校正；通过跟踪，才可以有效的督促战略计划的有效实施。

编辑本段

三、发展战略规划的先期准备

1、针对企业自身和环境的客观实际情况，分析制订企业发展战略规划的必要性，和采取什么样的企业发展战略（稳定发展或创新发展）。

(1)稳定发展的条件

①市场需求稳定，产品处于市场饱和前期；可维持原有产品市场。

②市场需求稳定，但产品处于市场饱和后期；可采取改善现有产品，维持原市场。

③利用原有产品发展某个细分市场。

(2)创新发展（基于内部资源稳固及丰盈的基础上）

①开发新的产品细分市场。

②开发新的产品。

2、确定制订发展战略所基于的指导思想、方针和应遵循的原则。

3、建立明确的发展方向和目的。

精心收集

精心编辑

精致阅读

如需请下载！

**第四篇：企业发展规划**

物业公司三年发展规划

三年发展战略概要：

物业2025年～2025年企业发展总体规划和发展目标概括为：

1、抓住机遇，向外拓展，向内挖潜，扩大品牌美誉，实现跨越式发展。以伍家.猇亭市场为基础，逐步辐城市中心。

2、三年内管理面积突破 万平米，年服务收入突破 万元，行业资质上二级，成为本地区和周边地区最具知名度的物业管理公司之一；

3、申报并力获通过质量管理体系认证，强化内部管理，逐步实现从单纯管理到市场经营为一体综合化的转变；

4、通过资本结构的调整，优化资源，实现多元化经营，尽快实施和壮大与物业管理相关的配套项目；

5、扩大品牌优势，探讨总结管理经验，形成具有自主知识产权的管理模式。

企业三年发展规划

一、企业发展思路

作为专业物业管理公司，物业将以本《规划书》“抓住机遇，向外拓展，向内挖潜，扩大品牌美誉，实现跨越式发展”的指导思想，充分扩大“××物业”在××乃至周边地区的影响力，力争在3年内让“××物业”成为××以及周边地区物业管理行业的好品牌，在物管行业推进的浪潮中写下浓墨重彩的一笔。

二、外部环境及政策分析

1、规模化、专业化、市场化是物业管理企业的发展方向

我国的物业管理行业是随着改革开放不断的深入、市场经济日趋活跃、城市建设事业的迅速发展、大批新建住宅区的建成、房地产综合开发的崛起和房产管理体制改革加快而应运而生的，物业管理已成为城市居民生活不可缺少的一部分，优质的服务和管理也将成为地域含金量高低的重要标志。

根据中国市场的发展，有专家预测到2025年，我国城镇住宅面积将会达到180亿平方米，如果按一元每平方米计算，每年的物业服务收入就有180亿元，物业公司的佣金（净利润）将达到18亿元，而且这个市场不会疲软，随着市场经济的发展，其内涵会不断丰富、物业管理可做的事情还很多，这个产业已显示着巨大的潜能。

2、国家对物管日益重视，全国性《物业管理条例》及其配套法规陆续出台

物业管理在我国经过二十几年的发展，其观念已深入人心，居民的生活与之息息相关。针对那种管理不规范、乱收费的政策法规也陆续出台。物业管理无法可依的状态将不再存在。建设部《物业管理条例》己颁布施行，这对规范物业管理，解决物业管理中遇到的实际问题提供了依据。

三、物业的组织设计及战略规划

1、组织是管理的载体

一个企业组织结构是否合理与健全，关系着企业人、财、物等资源运用效率的高低，关系着企业经营目标能否实现，是企业管理的重要内容，是管理的灵魂。

根据组织设计的“效率、合理分权、协同、宽松”的原则，我们拟在2025年上半年，结合“××一期”的接盘，对现在××物业的组织结构进行微调，基本架构为“五部一室”，即：财务部、工程部、保安部、环境维护部、客户服务部、总经理办公室。

2． 战略规划是发展的方向

企业发展战略是关于企业发展的谋略。企业发展是企业成长、壮大的过程，其中既包括量的增加，也包括质的变化。企业发展也需要谋略，对企业发展整体性、长期性、基本性的谋略就是企业发展战略。

企业发展战略有四个特征：一是整体性，二是长期性，三是基本性，四是谋略性。整体性是相对于局部性而言的，长期性是相对于短期性而言的，基本性是相对于具体性而言的，谋略性是相对于常规性而言的。企业发展战略必须同时具有这四个特征，缺少一个特征就不是企业发展战略。

企业发展战略不是企业发展中长期计划。企业发展战略是企业发展中长期计划的灵魂与纲领。企业发展战略指导企业发展中长期计划，企业发展中长期计划落实企业发展战略；前者是纲，纲举目张。在××物业成立之初就应对公司的发展战略进行规划。确立发展阶段和发展思路，并明确各个阶段中的关键问题与存在的风险。

××物业从现在起就更应以做品牌 ———— 一流的物业管理公司作为战略目标。以品牌抢占市场，以管理为依托，开展以高档综合楼宇为对象的多种经营，争取有一两个经营项目创出品牌，发展连锁经营。

四、-战略实施要点

（一）人才是战略成败的关键

1、人才的招聘与选拔

物业管理是一个复杂的系统工程，其管理内容涉及建筑、管理、电气、电子、园林、心理、财务等知识。从物业的发展趋势看，还涉及到规划、评估的知识。

做物业管理不但要懂得本岗位的专业知识，还要对其他岗位的专业知识有一定程度的了解。在人才招聘时不但要有过硬的技术，更要有好的品德。好品德是物业从业人员必备的素质。在人员的选拔上不唯才是举，德才兼备应成为选拔员工的唯一标准。在企业的发展中必须有一群稳定的高素质的人才为企业服务。

2、员工的培训与考核

公司的任何制度与目标的实施都要靠人去执行。对员工进行长期的不间断的培训是公司不断发展的要求。对员工的培训内容应包括技术、意识、公司制度、企业规划、行业发展状况等，使员工清晰的认识到本职岗位在全局的作用、了解本行业的最新动态，寻找差距弥补不足，做到知己知彼。加强员工的责任感、使命感，使企业的发展具有足够的动力。

考核是对员工的工作做系统的评价。我们仍将以业已施行近×年的《全员季度测评》作为贯通公\*\*核工作的主线，以此揭示员工工作的有效性及其未来工作的潜能，从而使员工本身、企业都受益。

（二）制度是战略实施的保证

1、制度的制定

制度要具有针对性、可行性和长期性。总的来说可分为工作制度和奖惩制度。前者是对各岗位的要求，后者是一种激励措施。健全的制度使公司管理程序化，集约化。杜绝了管理中的随意性和主观性。一个制度不健全的企业会使企业疲于管理而无暇顾及战略的实现。

2、制度的执行

有了严格制度，没有严格的执行就成了没用的摆设。制度出台以后，毋论在公司哪个层面都必须遵守，以保证制度的严肃性。

（三）企业发展规划范文---文化是企业的灵魂

企业的健康发展需要两种纽带：一种是物质、利益的纽带；另一种是文化、精神、道德的纽带。企业如果只有前一种纽带而没有后一种纽带，是不能得到健康发展的。优良的公司文化能够创造出一个良好的企业环境，提高员工的道德素质和技术文化素质，对内形成企业凝聚力，对外提高企业竞争力，形成企业发展不可缺少的精神纽带和道德纽带，并从各个环节调动并合理配置有助于企业发展的积极因素。所以，公司文化是企业持久竞争优势的来源，是企业发展的内在驱动力。

企业文化的建设是一个不断积累、提炼、升华的过程，包括制度文化和理念文化。在制度上形成一个规范、系统、可操作的准则，在理念上以服务、创新、超越为核心价值。

五、-战略实施的步骤

（一）做好企业品牌建设，拟分三步走

第一步（从现在到“××一期”工程完工）。此阶段的主要任务是调整建立公司架构。根据实际需求合理建立各职能部门，修订《岗位说明书》以明晰各部门责任，做到先期人员经培训后上岗履行职责。对工程的施工按照物业管理需要提出合理化建议和监督，对已入场人员进行业务、服务意识方面的专业培训，使“××”项目从一开始就走上制度化、专业化的道路，从而带动全公司的工作“提速、上档”。

第二步（“××一期”入住至到工程全部完成竣工验收）。此阶段，各部门到位，对先期入住的业主提供服务。此期间因边施工边管理遇到的问题较多，对各部门的人员起到一个考验和锻炼的作用。在实际工作中在对各项制度健全和完善，使其更具可操作性。同时逐步开展对外宣传工作，提升公司知名度，并积极和房管局、市物业管理处等主管部门联系，取得业务指导，对参加市及省的项问评选做铺垫。引进ISO9002系统，规范企业管理，力争通过ISO9002质量认证。

第三步（业主入住率达60%后）。召开业主大会，选举业主委员会。和业主签订物业管理合同。建立建全各种档案资料。参照《××省物业管理优秀住宅小区考评办法》对不足地方积极整改，按间隔期分别向主管部门申报“市、省物业管理优秀住宅小区”。请主管部门领导现场参观、指导。争取获得全国物业管理优秀小区的称号。

（二）经营思路

企业发展的目的是盈利。物业公司是一个微利的行业，要想做到盈利先从内部管理着手，开源节流。对内控制成本，对外拓展业务。以“××”为立足点，根据业主需求积极开展特殊服务。根据“××”的地理位置相对较为“黄金”，人流量大，附近较少大的商业设施，交通便利等特点，可开设超市（以日常所需的米、面、净菜、食用油、生活用品为主）、建材店、中介等以便民服务。其次依托品牌承接其他物业管理项目，以创建的品牌资源、人才资源抢占市场，扩大管理规模，在三到五年内争取做行业内一流企业。

（三）实施措施

1、从内部着手，抓好公司内部的管理工作。严格规章制度，对员工严格要求狠抓工作的落实。

2、对业主做好服务工作。对业主的合理要求积极、及时、准确的给予解决。做好小区的文化建设，依靠业主共同将“××小区”建设成文明、安全、整洁、活力、团结的优秀小区。

3、统一员工认识，使公司战略深入到每个员工的脑海，加强其责任感、使命感。做好外联工作，积极配合周围社区、街道、派出所等部门的工作。、做好公司的形象宣传工作，提高公司知名度开展外接业务。

（四）战略实施中可能遇到的问题及预防措施

1、企业发展阶段的人员流动

由于企业和员工处于磨合阶段以及员工对企业文化的认同问题，人员的流动比较频繁，会给企业带来诸如人心不稳、破坏了企业凝聚力、员工没责任心等负面影响。对此，在工作上要有一套完整的激励制度，使员工有目标，有动力。利用业余时间开展有组织的团体活动，老员工主动积极的关心新员工的工作、生活。使员工在企业内找到归属感，保持团队的稳定性和向心力。

2、对物业管理上遇到问题的对应处理

① 企业发展规划范文---处理投诉

在物业管理过程中，由于服务的不到位，遇到业主的投诉是要及时、准确的处理。不以各种客观原因进行推诿。遇到投诉先要承认问题，接纳业主的意见，然后分析造成的原因，准确的将问题处理完。这一过程不单是解决了问题还要了解业主的其他需求和不满，对工作中的不足积极改进把问题处理在萌芽状态中。

②-积极开展文化宣传工作

服务是无止境的，人的需求是无限的。怎样把物业公司的工作做好，达到业主的满意，一靠细致入微的服务，二要做好和业主的沟通，增进相互间的了解。开展拜访工作，积极了解业主需求，根据需求开展有针对性的服务。主动宣传物业公司的管理办法，求得业主的理解和支持。开展以合唱、体育比赛、健身、读书为内容的小区文化活动。用这一形式来带动小区的文明建设。

关于资产重组

××物业企业发展中无疑会遇到资金问题，在物业公司尚未创出品牌、达到规模经营前，物业经费的来源是有限的。根据的现状，一般都是开发商承担了这笔费用。虽然解决了物业公司发展所需的资金问题，同时，也使其变成了开发商的负担和累赘。

从市场角度来看资金的解决途径有二：

其一，通过董事会向企业法人募集投资基金。物业管理是朝阳行业，发展潜力巨大，蕴含着大量的商机。必定会成为资本追逐的对象。

其二，向个人、尤其是企业内部员工寻找投资。由于物业公司具有投资额不大，回报稳定，获利期长，市场稳定等特点对中小投资者来说还是很有价值的。加之，企业内部员工的投资持股更可增强员工“自我”意识，增强企业凝聚力。

借助企业资本重组，公司经营范围将扩大为物业管理(含住宅、商住、写字楼、产业物业及社区物业)、餐饮及社区会所经营、物业管理咨询、房地产咨询及中介、对外承接物业、绿化工程等业务，管理服务的范围也将进一步扩大，2年内争取辐射到周边城市。

1、重组目的本次重组是在××物业成功运作的基础上，通过重组以达到：

① 增强××物业的实力，为实现物业管理工作规模化发展奠定良好基础；

② 继续发扬和扩大“××”品牌的信誉度和美誉度；

③ 使“××”品牌回报社会，使投资者得到实惠；

④ 实现住宅物业、写字楼和商业物业一体化管理和服务；

⑤ 扩大服务项目，满足不同客户的需求。

2、资本构成：

本次重组后，××物业的注册资本将达到×××万元人民币，其构成如下：

① ××物业的资产经评估后，××××投资开发有限公司按原出资比例核定的净资产作为投资新公司的出资额，并增资、控股。

② 其他出资者由愿意与××××物业管理有限公司共同发展的社会法人和团体、企业员工（含其它个体）组成，新投资者可以现金、设备等方式按1：1的比例出资，按《中华人民共和国公司法》规定，出资者总数控制在50个之内。

3、出资要求

① 拟加入××××物业管理有限公司的出资者应本着“诚实、信用”的原则，以“利益共享，风险共担”为基础，与××物业共同发展，携手共进。

② 出资者应具有较大的规模，具有一定的投资能力，投入的资本额不低于××万元，也不得超过×××万元。

③ 出资者必须为愿意在物业管理行业寻求发展的社会法人和团体、企业员工（含其它个体）。

××物业的经营活动与发展前景

一、企业发展规划范文---经营活动

根据公司的发展规划和设想，××物业将开展以下方面的活动：

1、增加扩大公司经营规模和业务范围所需要的资源；

2、对现有设备进行更新、增加；

3、增加开展小区文化活动的设施；

4、选择性购买商铺用于出租或经营；

5、建设公司自己的苗圃、花卉基地；

6、开展与市政社区管理有关的工程建设服务项目；

7、增设经营社区会所及其它相关业务。

二、发展前景

通过向拟投资项目的投资，使公司的物业管理面积由现在的×××万M2，力争在2～3年内超过×××万M2（含住宅物业、社区物业及产业物业）。公司的经营收入主要来源于工程项目的收入、管理输出和物业策划的收入及物业管理费的收入，未来三年内，将由现在的××余万元增加到×××万元。通过与物业管理相关的其它业务的开展，快速提升公司的盈利能力。重组后的××物业将实现物业管理的规模化及全方位发展，必将给投资者带来丰厚的回报。

1、××物业的管理输出和品牌输出规划

“管理输出”将是××物业的一项潜力巨大的收入来源，公司将成立专门部门，专业运作，在提升××物业品牌形象的同时也为公司带来收益，使咨询业务成为公司新的利润增长点。

2、餐饮及社区会所经营规划

拟利用××大厦、××大厦区域优势，开展会所经营活动，并利用现有品牌优势涉足餐饮娱乐等行业，开展积极的创收活动。此项业务每年将为公司创造非常可观的经济收益。

3、承接工程规划

公司实力增强后，拟积极对外承接工程，开展园林绿化、机电设备维修、楼宇外墙清洗和楼宇智能工程等专业经营，承接的工程质量要达到一流，确保零投诉。

4、园林绿化工程发展规划

在公司发展的适当时候，我们将组建专业的园林绿化公司从事苗木培植、鲜花种植、草坪培育等业务，力争三年内使其成为××地区最有竞争力的花草苗木供应基地。

企业发展规划范文为企业发展规划提供了模板。××××物业管理有限公司愿以本《规划书》为公司未来三年企业发展指导思想，与社会各界共谋发展，为地区的物业管理事业与国际惯例接轨，不断提高人们的生活水平和居住环境贡献力量。

**第五篇：企业“十一五”发展规划**

企业十一五发展规划

背景与基础分析、战略选择、专项规划选择、制定行动计划、项目具体细节与举措、规划的准备实施与管理.1.背景原则1.1规则编制背景1.2规则编制原则1.3规划时限

2.公司现状2.1 发展历程2.2 企业特色

3.行业发展机遇3.1行业分析3.2主要业务 3.3行业问题 3.4行业前景

4.企业发展目标 4.1企业发展阶段 4.2企业发展目标 4.3企业中长期经营目标 4.4企业中长期管理目标 4.5目标制定的基本思想

5.发展战略 5.1人力资源战略 5.2特色营销战略 5.3技术制胜战略

5.4品牌工程战略 5.5超常规发展战略

6.企业发展模式 6.1发展模式的选择 6.2中长期发展模式的说明

6.3中长期发展模式展望 6.4中长期发展模式模块组合7.企业管理 7.1管理定位 7.2管理机构 7.3管理方法 7.4管理制度 7.5生产管理 7.6技术管理 7.7营销管理 7.8财务管理 7.9信息管理

8.职工队伍 8.1职工队伍管理目标 8.2职工远景规划 8.3职工管理制度的系统性 8.4精才集聚原则

9.企业文化 9.1意义 9.2企业家形象 9.3团队形象 9.4公共关系

10.组织措施 10.1建立执行组织10.2规划执行力 10.3为核心目标工作 10.4 建立学习组织

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！