

2023年粮油贸易销售工作计划(实用5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

粮油贸易销售工作计划篇一

身边常听见这些论调：营销是相通的。果真如此吗？我不以为然。营销有其共性的地方，但不同的企业、不同的行业、同一行业的不同类产品的营销都不尽相同。共性熟为人知，个性才是其与众不同、克敌制胜之处。年度市场推广计划必须是为特定企业度身订做的才有价值。前一段时间，一家著名家电企业高层变动，其以营销理论专家的资历空降负责企业全国营销的副总裁黯然离去，营销行业对此评论颇多，大多集中在“营销理论派不适合做企业”上。但我认为，也许他的很多理论、观点都是非常正确的，但是他忽视了对不同企业的深刻了解、剖析，或者这家企业不允许他这样做，他的一套思路也许用在另外一家企业是合适的，但是用在这家企业，就出现了所谓的水土不服。

我们现在所做的一切工作都是在以往成绩的基础上的辩证继承、提升、发展。新一年度的市场推广必须要保持企业原有一些好的、正确的风格与调性，保持一定的推广连续性才是对企业有益的。对企业发展里程的回顾与研究，可以使我们了解“我们从哪里来，如何走到这里”，从而才能更好地思量下一步“我们将去往哪里”。动手制定一个企业的年度市场计划之前，对企业进行全面盘点，实是必须之举。

二、立足企业品牌未来的发展目标

吴晓波的《穿越玉米地》一书中讲了一个小故事：几个人在比赛看谁先穿过那片玉米地，结果有个人不分东南西北，一头扎进去就跑，结果虽然是第一个到达了终点，但发现这个终点不是自己想要的目的地。其实这个故事在我们制定计划时也同样时时出现。企业品牌长远的发展目标才是我们最终想要的目的地。我们当前所做的一切营销工作不能绝对单列出来，都应该视作建设未来品牌丰碑的一次有效堆砌。品牌的延续性也由此而来。

所有的市场计划都是战略性的，每个公司都必须根据自己在行业中的市场地位以及它的市场目标、市场机会和可利用资源确定一个最有意义的市场计划。它是整个公司总体规划的核心所在。我们可以肯定地说，立足企业品牌未来的发展规划，保持市场推广计划永远走在通往品牌未来发展目标的道路上，这一点极为必要。

三、从企业品牌定位出发

定位如今成了广告人和营销人的口号，但是在制定推广计划时，就将之抛到九霄云外。这里有两种情况：第一，品牌一直没有一个清晰、准确的定位，推广计划仅仅停留在策划层面；第二，品牌已经确立一个较理想的定位，但在制定年度推广计划时，战术违背策略，计划组合远离定位的基点，什么“心智阶梯”、什么“第一说法”等等都没有在计划中得到体现。相反，在计划中还不厌其烦的推出抽奖、降价、赠品促销等一系列促销活动方案，或新闻会、上市推广会等一系列公关活动方案，也会创作几只非常“出色”的广告片，但事后发现品牌知名度并没有提高多少，产品的销售额并没有得到提高。来自欧洲的白色家电巨子伊莱克斯前期在中国市场推出了一只新的广告片“享受篇”，一改其进入中国市场初期延续的广告风格，标版由原来的一句国人耳熟能详的儿歌“伊莱克斯”改成了男中音旁白“生活本来就是享受——伊莱克斯”。业内人士给予了很高赞许，认为伊莱克斯深谙取舍之道，品牌定位一改以往的模糊，而变得清晰，有个性。

据中怡康数据显示，近期其销售业绩也随之上升。

众所周知，宝洁旗下的品牌（51个）少于高露洁一棕榄（65个），营业额却是高露洁一棕榄的两倍，利润则是它的三倍。原因在于宝洁给每个产品一个清晰、差异化定位。所以，制定推广计划之前，应当解决好品牌的定位问题，然后，在计划的每个部分、每个环节去最大化传播这个定位。正如设计一张产品pop□很多人都知道首先要确定我们究竟想表达这个产品的什么卖点一样，制定推广计划，我们首先也必须明白“我们想说的最核心内容是什么”，然后才是计划的具体细则，解决如何去说这一手段问题了。

四、让产品扮演好它的角色

市场推广计划中有几个必须的部分，如市场竞争环境swot分析、品牌定位、营销目标、市场推广策略、费用预算等。但产品策略及产品的推广在整个计划中扮演了极其重要的角色。有人断言：上世纪50年代，那才是产品时代，现在已进入概念时代。我不敢苟同。产品是市场营销的核心和灵魂，是营销舞台上的明星。产品好、受目标客户喜爱，市场营销计划成功的可能性就大；否则，市场推广计划就很难长期成功地推销该产品。事实上，任何市场营销计划的核心都应包括一些真正有价值的产品，脱离产品而单纯设计的市场推广计划就只能是镜中月、水中花，没有任何价值可言。产品一般分为核心产品、有形产品、附加产品三个层次，其中对核心产品的研究是市场推广工作的重头戏。

产品策略是营销组合的主线，是价格策略、渠道策略和促销策略的基础，是企业与消费者沟通的桥梁，企业与市场的关系也主要是通过产品或服务来联系的。因而，产品策略是制定市场营销计划的支柱和核心。

但是为什么说年度推广计划无法有效实施与产品有关了？这里面有两个原因，一是一些企业的产品根本没有竞争力，谈

产品实在是羞于启口，于是避而不谈，玩玩概念什么的；二是新年度的产品研发计划滞后于市场推广计划，并且产品开发的时间进度表一改再改，一拖再拖，原定的上市时间根本不能保证，从而打乱了原定的全年度市场推广计划。这种现象目前在家电行业、汽车行业非常普遍。因此，必须在制定年度市场计划之前，市场部门要与产品部门深入探讨，对下一年度的新品的相关情况（外观、功能、质量、价格、上市时间等）一一落实、确认，以保证三军未动，“产品”先行。只有新品的不断推出，才能使全面的市场推广工作打出节奏来，才能形成一首和谐的品牌传播进行曲。

五、评估营销团队的执行力

在2000年ibm公司的年度报告中，路易斯·v·郭士纳这样评价他的继承者萨缪尔·帕尔米萨诺，“他的特长在于能够保证所有计划都得到切实的执行”。执行能力已经成为业界评价一个营销管理人员、营销团队的一个重要指标。市场营销执行是一个艰巨而复杂的过程。但是非常遗憾的是，美国的一项研究表明，90%被调查的计划人员认为，他们制定的战略和战术之所以没有成功，是因为没有得到有效的执行。拉里·博西迪在其the discipline of getting things done 一书中提到，执行是一种暴露现实并根据现实采取行动的系统化的方式，它包括三个核心流程：人员流程、战略流程和运营流程。因此，我们在制定推广计划前，应对现有营销团队的执行力进行评估，对可能出现问题的环节在计划中进行预警设置，加强监控的措施，保证人员流程的畅通。实际情况是，每家企业营销队伍的组成都有其复杂性、特殊性，在制定计划时，要充分考虑到这一点，力争做到“扬其长，避其短”！

当然，营销团队执行力的增强不是通过一个年度市场推广计划就能得以改善的。这是一个庞大的系统工程。

六、imc的贯彻与实施

舒尔兹提出了一套非常理想化的整合营销传播的模式，但相信对中国目前的很多企业而言都很难真正做到，但有两点我认为值得借鉴。一是，我们的市场推广计划应该聚焦在我们的消费者身上，而不仅仅是关注营销目标。所有品牌信息的接受者为消费者，由产品到消费者的旅程，实际上也是品牌传播的沟通渠道。无视消费者的存在，尤其是核心消费群的识别，年度市场推广计划也就失去了倾诉的对象。二是，传播组合的每一个部分，都在说服消费者相信我们提供的独特的竞争性利益点。各种形式的传播手段，都可以运用完成我们所设定的传播目标，并且由于传播目标是由我们所欲改变、修正、强化的消费者行为所主导，所以依循此目标所运用的传播手段才不会误入歧途，才有助于传播目标的达成。而在实际操作中，第二点往往最难以落实，变成百花齐放齐争春的局面。最常见的几个小细节，如电视广告片强调的是一种高科技感觉，但画面处理、剪辑水平欠佳，让人产生低劣之感；又如一次大型的促销活动，电视广告、促销单页、海报、促销品的调性各不相同，设计风格迥异，甚至文字信息都不一样等等，都可以看出市场推广方案的不严谨，整合性缺乏。可以想象，消费者看见这些不同信息，除了迷惑，只有不解了。

七、彻底告别经验主义

1. 市场调研的必须性

在制定下一年度市场推广计划前，做扎扎实实的市场调研，分析市场、了解消费者、分析竞争对手、从另一个角度了解自己的市场地位、市场表现非常有必要，这一点上，外资品牌的基础工作做得比较到位。一些烟草公司、汽车公司多年来收集他们产品使用者相当多的详细资料，美国运通、威士卡[visa]等也都拥有其客户及潜在客户的详细资料。

一般而言，市场分析、竞争品牌分析、消费行为分析是调研工作的几个重要的方面（各自主要内容如图表），也是影响

我们年度市场推广计划的重要因素。这是公司整体决策的依据所在。然而，不管是定性还是定量的市场调研，它们都不可避免地存在着自己的局限性。我们需要辩证看待。

粮油贸易销售工作计划篇二

全系统面对粮价上涨新趋势，围绕“四体系，一基地”建设，全力做好保供稳价工作，确保全市粮食安全。

1、做好保供稳价工作。今年以来，受全国粳稻（米）市场价格拉动影响，我市粮油市场价格呈平稳上涨态势。为确保全市粮油市场供应稳定，我市采取有力措施，全力做好保供稳价工作。一是加强领导。根据上级要求，我市专门成立了保供稳价工作领导小组，由分管副市长任组长，粮食部门牵头，发改委等10部门参与，定期会商粮油供应和价格变动情况，积极应对可能出现的异常情况。二是加强储备粮管理。加快地方原粮储备、成品粮油应急储备轮换入库进度；加强地储粮和成品粮油应急储备的管理，杜绝地方储备粮计划落实不到位、超轮空期及虚报库存等违规现象。三是加强价格监测。提高“无锡市粮油信息预警系统”的市场价格监测频率，对全市18家价格监测点的采价周期由原来的每周一次调整为每日一次，及时准确掌握市场动向。四是完善应急机制。进一步完善了应急预案及实施细则，对辖区内各粮食应急加工点及保供点的储备、加工和供应能力进行了全面梳理、核定和评估。

2、完善粮食储备体系。一是完善储备结构。省级下达的2500吨食用油储备计划已经分解落实到位；补充落实省下达的4000吨成品粮应急储备计划和在我省率先建立8000吨军粮专项储备的设想已得到市政府批准。二是适时轮换储备粮。我市仓储企业抓住粮价上涨有利时机，对地储粮开展轮换，共轮出粮食万吨，轮入万吨，全部实现顺价销售。三是落实地方储备粳稻计划。元月份，市局根据市场粳稻价格行情，与有关部门协商，并经市政府同意，及时调整市区地方储备

粳稻指导价格，确保全市地方储备计划及时落实。四是加强应急储备管理。年初与本市9家承储企业重新签订了成品粮油应急储备承储协议，要求各承储企业严格按照合同要求，抓好落实。五是加强仓储规范化管理。按照去年全国清仓查库的要求，进一步加强仓储企业的规范化管理，对粮食仓储管理工作中的账、表、卡和各项登记簿格式进行了统一规范设置，并增设了储粮信息栏、地方储备标识牌。江苏无锡新安国家粮食储备库被评为“全国粮油仓储规范化管理先进单位”，为全市仓储企业树立了榜样。

3、加强粮食购销工作。上半年，全市共收购粮食亿公斤，完成省局全年调控目标的，完成市政府全年指标的；销售粮食亿公斤，完成省局全年调控目标的，完成市政府全年指标的，呈现了购销两旺的良好局面。在夏粮收购中，全市各级粮食部门高度重视，周密部署，确保夏购工作的顺利进行。全市各收购企业严格执行收购政策，坚持分等定级，按质论价，优质优价，敞开收购，现售现结，同时搞好收购服务，方便群众售粮，真正把农民要求交售的小麦全部收购上来，确保农民得到实惠。截止6月30日，全市共收购小麦亿公斤，同比增加亿公斤，全市收购均价达到96元/百斤，高出国家最低收购价格。宜兴市通过“五个强化（强化政策观念、强化质量标准、强化服务意识，强化安全意识，强化支部领导）”等措施，千方百计服务售粮农民，受到广泛好评，预计小麦收购总量可达2亿公斤。

4、加快粮食科技物流中心建设。全局上下按照年内全面建成无锡粮食科技物流中心建设的要求，一着不让，加快推进项目建设。到目前为止，共投入资金亿元，占工程总额的80%。所有工程土建工作均已基本结束，年内工程可望全面竣工。在此过程中，一是抓基建进度。目前，交易市场管理大楼主体封顶；市场区交易用房主体工程全部完工；仓储西区粮仓完工；仓储东区中生活服务区大楼主体完工；21、8号粮仓主体完工；大米加工厂内粉刷结束；油罐基础完工；科技研发大楼主体结构封顶；信息服务大楼已建至6层左右。二是抓项

目招标。完成了铝合金门窗等项目的招标；小河驳岸的招标正在进行之中；港池、装璜、铁路罩棚等正在做招标的各项前期准备工作。三是抓拆迁工作。帮助朝阳集团物专线办理异地新建的各项手续。目前环评、选址、立项、农用地征用等手续已全部完成，现正在办理土地出让手续。四是抓“感知物流”建设。通过赴常州等地进行参观调研，对物流的信息化管理方案进行充实完善，目前优化后的方案已基本完成，尚需进一步审核、论证。

5、加快中心粮库建设。中心粮库建设是今年各市（县）区粮食工作的重点。半年来，各市（县）区咬定目标不放抓，加快建设，全面推进。江阴市安排750万元维修基金对全市仓储设施进行整修维护，并启动西石桥中心库改造工程。宜兴市引进民资参与中心库建设，走出了一条国有、民营双轨并行建设现代粮食物流园区的新路子，受到省局领导的充分肯定。目前，由民营企业投资1亿元兴建的新庄双木桥粮库已完成一、二期工程建设。宜兴国家储备库新增2万吨仓容扩建项目也于今年夏收前基本建成。徐舍中心粮库5万吨仓容建设项目开工建设，有望在秋购前基本竣工。锡山区东港中心粮库一期工程8600吨仓容及附属配套设施基本竣工，二期工程已经启动。惠山区着力打造“31125”工程。阳山中心库主体工程于去年9月1日开工建设，至今年5月完工，6月10日通过竣工验收。

二、围绕“五个一”工程，着力发展粮食产业

保国有资产保值增值，着力提升粮食产业发展水平。

1、加快发展粮食经济。上半年，全市粮办工业继续保持了良好的发展态势。1-6月全市共完成销售收入亿元，利润4831万元，分别同比增长26%和111%。无锡布勒在新班子的领导下，通过降本增效，引进新品，调整产能，改善工艺，开展精益化和同步生产等措施，确保了企业的持续发展。1-6月份，公司共完成销售收入亿元，实现利润万元，与去年持平。在此

基础上，该公司居安思危，超前谋划，制定了中期发展计划，明确了布勒产品2012年在中国的市场份额目标以及相关的运作策略。宜兴粮食经济提前一个月实现“双过半”，1-6月份，完成销售收入亿元，同比增长38%，实现利润1719万元，同比增长236%。永友公司积极推进与中粮集团的合作，上半年小麦经营量达到70万吨，成为我省粮食贸易的龙头企业。

2、推进“五个一”工程建设。根据省局要求，我市经过层层筛选，确定了2011-2012年拟培育的县级国有粮企典型、战略合作伙伴、产业园区、研发中心、省优品牌，他们分别是宜兴国家粮食储备库、黑龙江东北大有机食品集团有限公司、无锡粮食科技物流中心、国家粮食储备局无锡科学研究设计院的“粮食加工机械装备国家工程实验室”、宜兴市金茂面粉有限公司的“金洁高”牌面粉。此外，市局专门下发了《无锡市推进粮食流通产业转型升级“五个一工程”

（2011-2012年）实施意见》，一是要求抓好市级培育的“五个项目”；二是对各市（县）区分别提出了各自培育对象的具体标准和目标；三是将市级“五个项目”的工作目标任务分解落实到具体处室，明确每年工作任务，落实工作责任，确保规划目标的实现。

3、加强国有资产管理。随着国企改制的结束，加强国资管理，确保其保值增值成为一项重要工作。无锡粮机厂重点做好了盘活中萃新厂区资产的各项前期工作。目前土地证、房产证已办好，方便面生产线正在处置之中，盘活资产的具体方案正在抓紧研究。新业公司全力抓好创收、安全和管理三项工作，上半年共实现收入342万元，同比增长15%，资产出租率达100%。由市局牵头进行了新安油库的拆迁谈判，提前解除租赁合同，有力支持了运河“四改三”工作。宜兴面向全社会公开处理系统内的闲置资产，提升了国有资产的收益水平。

三、围绕依法管理工作，着力确保市场稳定

全行业坚持依法管粮，加大监管力度，确保了我市粮食市场的稳定、有序，市局质监所再次荣获了“全国商业质量监督检测先进单位”荣誉称号。

粮油贸易销售工作计划篇三

过去的一年，是很不寻常的一年。面对国际粮价大涨大落的复杂形势，面对国内重大自然灾害的严峻局面，面对百年奥运保供应的重大任务，按照^v^□^v^的统一部署，在国家发展改革委的指导和有关部门的大力支持下，粮食部门认真贯彻落实科学发展观，认真执行国家粮食政策，正确把握形势，改善宏观调控，深化企业改革，加强监督检查，创新体制机制，发展流通产业，经过广大干部职工的共同努力，保证了全国市场、受灾地区和奥运举办城市的粮油供应和价格基本稳定，保护了种粮农民利益，保障了国家粮食安全，为国民经济平稳较快发展作出了积极贡献。

（一）宏观调控稳粮价取得明显成效

一是抓好粮食收购，种粮农民利益得到保护。20*年全国各类粮食经营企业收购粮食5836亿斤（原粮，下同），其中国有粮食企业收购3407亿斤。国家连续调高小麦、稻谷最低收购价，将稻谷最低收购价实施范围扩大到11个省（区）。在6个小麦主产省启动执行预案，全年收购最低收购价小麦835亿斤，比上年增加256亿斤。认真落实国家关于东北地区粳稻、玉米、大豆和南方稻谷的临时收储政策，有效解决农民“卖粮难”问题，20*年收购临时存储稻谷236亿斤、玉米266亿斤、大豆13亿斤。粮食收购期间，各级粮食行政管理部门派出工作组，由负责同志带队深入基层检查指导，协调解决收购过程中出现的问题，督促做好粮食收购工作。各地发挥国有粮食企业主渠道作用，引导和鼓励多元主体积极入市收购，搞活粮食流通。这些措施有力地支撑了粮食市场价格，使农民得到实惠。国家增加政策性粮食收购、提高收购价格带动市场粮价回升，按商品量测算，使全国农民增收500多亿元。仅河

南省收购最低收购价小麦近500亿斤，全省农民增收30多亿元。

二是适时吞吐调节，粮食市场和价格保持基本稳定。面临国际粮食危机，粮价大幅上涨的严峻形势，根据国家宏观调控需要和市场需求情况，适时安排政策性粮食竞价销售，合理把握储备粮油的轮换时机和销售节奏，稳定了市场，保证了供应，避免了粮价大涨大落，维护了广大生产者和消费者的权益。20*年国有粮食企业销售粮食3328亿斤，其中销售政策性粮食952亿斤。

三是充实粮食储备，市场调控能力增强。认真组织实施中央储备玉米、大豆和食用植物油增储计划，中央储备粮、油库存同比分别增加122亿斤和75万吨。及时下达和督促实施中央储备粮年度轮换计划。按照^v^部署，各地认真落实国家有关部门下达的地方储备粮规模指导计划和储备油规模标准要求，地方储备粮、油库存同比分别增加85亿斤和29万吨。

四是完善应急体系，应急保障能力得到提高。按照国家粮食应急预案要求，各地进一步完善本地区粮食应急预案，积极组织培训和应急演练，健全应急保障体系。适应部队后勤保障社会化改革的需要，军粮供应工作和应急保障能力建设取得明显成效。目前全国已确定粮油应急加工定点企业2374家，应急供应定点企业6595家，增强了应急保障能力，经受住了重大自然灾害和突发事件的考验。

五是加强产销衔接，有效促进区域粮食供求基本平衡。20*年，国家下达政策性粮食跨省移库计划100亿斤，目前已累计完成亿斤，有效地充实了销区粮食库存，缓解了产区收储压力。认真落实关内销区到东北产区采购粳稻运费补贴政策，促进东北地区粳稻销售。大力开展粮食产销衔接，通过举办各类粮食产销衔接交易会、贸易洽谈会、产销合作会，签订粮食购销合同410亿斤。

（二）抗灾救灾保供应取得突出成绩

20*年初，我国南方遭遇历史罕见的雨雪冰冻灾害，波及到17个省（区、市）。在^v^煤电油运抗灾抢险指挥部统一指挥下，国家^v^和受灾地区各级粮食部门把“抗雪灾、保供应、稳粮价、安民心”作为最紧迫的任务来抓，加强粮源组织调度，及时启动应急预案，受灾地区粮食部门在当地党委、政府组织领导下，广大干部职工克服天寒地冻、电断路滑等种种困难，肩挑背扛、翻山越岭送粮送油，保证了受灾群众特别是边远地区居民的生活需要。

汶川特大地震发生后，及时落实^v^抗震救灾总指挥部的部署，按照“3个月内向灾区困难群众每人每天发放1斤口粮”的标准，累计下达中央储备粮抗震救灾计划亿斤，向四川省定向销售国家临时储存玉米亿斤。紧急安排四川灾区粮食收购补贴和所需受损仓库维修、烘干设备采购资金亿元。四川、甘肃两省以及云南、陕西部分市县及时启动粮食应急预案，全力以赴抗震救灾，切实做好成品粮油加工、调运和供应工作，做到路断、桥断、粮不断，确保灾区群众、抢险救援部队和抗震救灾人员“有饭吃”。不少灾区粮食部门的干部职工强忍失去亲人的悲痛，冒着随时余震的危险，不顾个人安危，舍小家顾大家，全力投入抗震救灾保供应工作。一方有难，八方支援。全国各地粮食部门迅速组织捐款捐物，送温暖献爱心，有力地支持了抗震救灾和灾后重建。

在抗击严重自然灾害的战斗中，粮食行政管理部门发挥了坚强的组织保障作用，粮食企业发挥了重要的供应保障作用，军粮供应单位发挥了坚强可靠的后勤保障作用，广大干部职工充分发挥了主人翁精神，创造了许多可歌可泣的英雄事迹，涌现了一批先进集体和先进个人。这次会议将对全国粮食系统64个抗震救灾先进集体和124名先进个人进行表彰。

（三）粮食流通体制改革继续深化

一是以纪念改革开放30周年为契机继续推进粮食流通体制改革。落实中央关于纪念改革开放30周年的部署，认真开展

以“粮食流通体制改革和现代粮食流通产业发展”为主题的纪念活动，总结粮食流通体制改革成就和经验，加强现代粮食流通产业发展战略研究，提出相关政策措施建议，推进粮食流通体制改革继续深化，推动现代粮食流通产业发展。

粮油贸易销售工作计划篇四

^v^__市委办公室__年工作要点__年，是__克服困难、加快发展的关键一年，迎“七艺”盛会、展古城新貌的重要一年，开展机关效能建设、提升工作层次的开局之年。做好今年的办公室工作，意义重大。在新的一年里，市委办公室工作总的指导思想是，以^v^理论和“三个代表”重要思想为指导，全面贯彻十七精神，按照搞好“三个服务”，发挥“四个作用”的基本要求，围绕中心、服务大局，埋头苦干、踏实工作，求真务实、开拓创新，不断把办公室工作推上新的台阶。根据这一指导思想，在具体工作中，必须做实做深做好“一二三四五”的文章，为更好地履行办公室的各项职责，为加快实现“两个率先”作出更大的贡献。一是紧扣一个主题紧扣“创一流、出精品、树形象”这一主题，全面推进办公室各项工作。一要增强活力创一流。激发全办同志争先创优的热情，以更佳的状态、更高的标准、更强的力度，争创一流工作业绩。二要规范运作出精品。以出精品为载体，将打造精品的过程作为提升工作层次、优化服务的过程，不断探索规律、规范程序，努力把每项工作、每个步骤做到位、做圆满。三要文明高效树形象。

通过开展扎实的机关效能建设，以及二轮文明机关创建活动，进一步提升工作水平和工作层次，达到效率更高、服务更优、运转更畅、队伍更强、评价更好，树立党委办公室的良好形象。二是着力两个提高提高是办公室工作永恒的主题。一要努力提高工作层次。要结合机关效能建设，认真分析现状，查找存在问题，针对薄弱环节，进一步健全和完善岗位目标责任制、承诺服务制、考核奖惩制和日常工作流程，以促进

工作规范，保证工作效能，提高工作水平。二要努力提高工作能力。把能力建设放到十分突出的位置，精心创设和运用载体，通过集中学习、专题教育、选派培训、业务研讨、技能考核、轮岗交流、下派挂职、参与中心等多种形式，提高办公室干部的文字驾驭、事务办理、调查研究、口头表达、组织协调和议事参谋等能力。三是围绕三个重点按照市委的要求，力求谋势有新作为，工作有新突破，抓实有新成效。一要善于谋势。正确判断国际国内宏观形势，做到理论上清醒、政治上坚定；准确把握市委工作的关注点、着力点和新亮点，主动当好参谋；领会市委领导和秘书长对工作的新要求，认清办公室工作面临的新形势、新挑战，找准工作定位，突出能力、作风和制度三大建设，努力跟上领导的快节奏，适应领导的高要求。二要勇于突破。

加强对办公室工作内在规律和发展趋势的研究，善于发现和把握规律，在继承的基础上进一步拓宽工作思路，修正工作标准，创新工作机制；善于自我否定，摆脱习惯思维的束缚，跳出老经验老方法的框框，在否定中不断提升工作档次，求得新的突破。三要精于抓实。坚持一切从实际出发，务实事、重实干、求实效，以良好的精神状态、扎实的工作作风、科学的工作方法，做求真务实的表率。做到细心细心再细心，工作到边到底到位，不留死角和空档；统筹统筹再统筹，工作通盘考虑、系统筹划、前后衔接、左右照应，力求运转更加顺畅；抓紧抓紧再抓紧，视时间为生命，在确保质量的前提下，努力提高工作效率。

五是抓好五项工作

1、以强化参谋为重点，切实提高为决策服务的水平。想全局，谋大事，努力为市委决策实施全过程提供优质高效的服务。一要多议事。以一个时期市委工作重点为主题，通过办公会、中心组学习会、处室长会等，探讨和研究事关我市全局长远的大事要事、影响和制约发展的突出问题，为市委决策提供建议意见。二要深调研。全力协助市委领导搞好重点课题调

研，继续加强对全市经济运行和发展情况的分析研究，认真组织开展民情调研，把调研工作列入干部岗位目标责任制，全办干部人人参与调查研究，个个撰写调研报告，在调研中长见识、增才干，学会做群众工作的基本功。三要精拟稿。正确把握中央方针政策和省委、市委决策意图，注重了解社情民意和基层情况，在吃透“两头”、深入思考的基础上，努力提高文稿起草质量，增强文稿的思想性、针对性和指导性。四要预安排。坚持重要事务预案在先，做到统筹兼顾、超前思考，增强工作的计划性和预见性。对全年市委召开或举行的重要会议和活动等进行预安排。

2、以深化督查为重点，大力促进党委部署的贯彻落实。一要在推进市委重大决策部署的落实上下功夫。组织开展省、市委有关重要会议精神贯彻落实情况的督查，做好年度重点工作分解立项和督查通报、市委决策落实情况督查专报，市委领导批示和交办事项专项查办等工作。二要在发现问题、解决问题上下功夫。走进群众，围绕群众关心的热点、难点、焦点问题开展专项督查；走进问题，围绕影响社会发展和稳定的问题开展督查调研；走进矛盾，围绕制约发展的深层次问题，开展分析性督查。三要在创新督查方法和手段上下功夫。借领导之威、部门之力、舆论之势，采取多种形式，提高督查效能。四要在加强机制建设上下功夫。制订督查工作规范，进一步完善制度，健络，推进督查工作规范化建设，提高督查工作的组织化程度。

流协作机制，为信息服务职能的实施提供保障。

4、以提高效率为重点，确保办公室日常工作顺畅运转。继续按照“严、细、实、合”的要求，扎实做好办公室各项日常工作。一抓协调，形成工作合力。加强与省委办公厅的联系，主动寻求工作上的支持和帮助，加强与市各套班子办公室、县[市、区]委和市级部门的沟通衔接，为工作开展和落实创造良好条件，加强与各县[市、区]委办公室的联系以及内部各处[室、局]之间的协调配合，提高整体工作效能；主动抓好市委

有关重点工作的牵头抓总和重要会议的综合协调工作，坚持每月一次的市委常委重要工作和每周一次的市委市政府领导日常工作安排制度、每月一次的四套班子秘书长和办公室主任联席会议制度和每季一次的县[市、区]委办公室主任例会制度；积极支持^v^[]党史研究室等部门按各自职能开展工作，加强沟通、指导和必要的管理。二抓把关，减少文山会海。从制度建设入手，搞好总体协调把关，精简文件、会议；合理安排领导活动，减少领导不必要的应酬；继续控制各类检查评比达标活动，严格审批程序，完善管理机制。三抓规范，强化运作机制。

粮油贸易销售工作计划篇五

（一）贯彻执行国家和自治区有关内外贸易、对外经济技术合作和粮食工作的方针、政策和法律、规章，拟定全市内外贸易、对外经济技术合作和粮食工作发展战略、中长期规划、年度计划及地方性政策、法规、规章，并组织实施。

（二）研究提出商贸流通体制改革意见，培育和发展城乡市场，推进流通产业结构调整 and 连锁经营、物流配送、电子商务等现代流通方式；监测、分析市场运行和重要商品供求状况，组织实施重要消费品市场调控和重要生产资料流通管理；整顿和规范商贸流通市场经济秩序。

（三）指导、协调全市外经贸工作，组织实施国际市场开拓工作；建立本市进出口公平贸易预警机制，组织产业损害调查，协调反倾销、反补贴、保障措施及其他与进出口公平贸易相关的工作，协调处理对外贸易纠纷。

（四）负责全市外商投资和对外经济技术合作工作；指导外商投资促进工作体系建设；负责境外投资、对外工程承包、对外劳务合作项目和援外项目的管理工作。

（五）研究提出本市流通行业和生活服务业重点设施布局意

见，协调市级商业中心、特色商业街和各类商品交易市场的规划与建设。

（六）负责粮食流通、酒类流通、食盐流通、畜禽屠宰及肉品流通等行业的监督管理工作；指导再生资源流通管理工作。

（七）负责各级储备粮油、仓储设施和安全储藏的管理；监督检查国家粮食收购和销售政策的贯彻执行情况。

（八）研究拟定本市会展经济的规划和计划，拟定各类商品和技术展览展销活动的相关政策。

（九）组织协调商贸流通领域的科技开发、技术引进和科技成果推广，推进商贸流通现代化。

（十）承办市人民政府交办的其他事项。

二、内设机构

根据上述职责，市商务局^{□^v^□}设12个职能处（室）。

（一）办公室

负责机关综合协调、文秘、档案、翻译、、综合治理等行政管理工作；负责安全生产工作。

（二）政治处

负责机关所属单位党群、组织人事、机构编制工作；负责组织指导全市商贸、粮食行业的职工培训工作。

（三）财务处

负责专项资金的核拨管理；负责内部审计工作；负责机关财务工作，指导、监督所属单位财务和国有资产管理工

（四）综合法规处

负责组织草拟全市商业、外经贸、粮食方面的政策、法规、规章，拟定本市现代流通行业发展规划，提出流通体制改革及促进现代服务业发展的政策建议；对本部门制定的规范性文件进行合法性审查；负责牵头协调相关综合业务工作；指导企业改制，建立现代企业制度；负责行政执法监督、行政复议和应诉工作。

（五）市场运行处

负责监测、分析本市重要商品的市场供求状况，负责市场预测、预警和信息，研究提出市场调控的政策建议；研究提出市级商业中心、特色商业街和大型商业设施的建设意见；负责商贸诚信体系建设，规范商业零售业市场经济秩序。

（六）行业发展处

负责餐饮、住宿、美容美发等生活服务行业的管理，研究提出促进行业发展的政策性意见；负责拍卖、旧货、典当、实物租赁、再生资源回收等特殊流通行业的管理；负责成品油零售市场的管理；负责旧机动车交易、报废汽车回收（含拆解）行业的监督管理。

（七）市场监管处（**市酒类专卖局、**市畜禽屠宰加工冷藏行业管理办公室、**市盐业管理办公室）

负责贯彻落实国家及自治区酒类流通、食盐流通、畜禽屠宰及肉品流通的政策、法规，拟定实施细则和管理办法，研究制定行业发展规定；组织实施权限内酒类流通经营者备案登记和酒类商品溯源制度；组织实施食盐零售许可证制度；负责权限内设置定点屠宰厂（场）的审定。

（八）对外贸易处

负责拟定全市对外贸易重点市场开拓计划，提出促进对外贸易发展的政策建议；研究拟定重点商品出口政策，指导出口品牌建设；组织产业损害调查，协调全市反倾销、反补贴、保障措施及出口公平贸易相关工作，协调处理对外贸易纠纷；负责国际市场和国际商情调研和预测工作以及对外贸易运行分析和统计工作。

（九）外资外经处

负责研究提出本市利用外资中长期规划和年度计划，拟定外商投资的政策建议和管理规章，协调吸引外资重大项目；负责权限内外商投资企业合同、章程的审批；负责境外投资、对外工程承包、对外劳务合作项目和援外项目的管理工作。

（十）粮油管理处

负责组织实施全市粮食宏观调控、总量平衡以及粮食流通的规划、计划；负责全市储备粮油及其仓储设施的监督管理工作；组织实施粮食收购许可证制度；负责全市军粮、救灾救助等特殊用粮的供应管理；负责粮食市场统计、监测、分析、预警及信息工作。

（十一）纪检监察室

负责机关及所属单位纪律检查和行政监察工作。

（十二）老干部工作处

负责机关离退休干部管理、服务工作。