

电器公司安全工作计划（精选3篇）

篇1：电器公司安全工作计划

电器公司安全工作计划安全是公司生产经营工作重要组成部分，是保证公司各项工作任务圆满完成、经营目标顺利实现、公司整体推进、创新发展的关键。安全工作必须要常抓不懈、持之以恒、抓实抓死、一抓到底。

一.指导思想：

坚持“预防为主，安全第一”的方针，按照区、街道安检部门、消防部门和安全生产标准化要求，进一步建立和健全安全制度，完善安全防控体系，落实安全责任制，努力营造安全工作的良好氛围和大好局面。

二.工作目标

基本实现安全生产无事故。

三.工作重点

产品安全、人身安全、设备安全和财产安全。

四.工作内容

1.产品安全(包含产品质量，即产品设计可靠性)。责任人__员工和所有部门、车间，主要责任为工程部和质保部。

主要工作：一是对员工进行保密教育，并与相关人员签订保密协议；二是认真及时做好图纸、工艺文件、数据分析、统计资料、质量记录、技术资料等相关文件和内容的、封存、归档工作；三是对各种技术资料要严格复印、查询、备份、借用手续；四是做好新产品样品的封样和保管工作；五是不经批准禁止外人到公司参观；六是加强监督、监控和制约工作；七是对偷窃、泄密给公司造成损失者，按公司规定给予经济处罚，并追究其法律责任。

2.人身安全。责任人__员工和所有部门、车间，主要责任为生产系统。

主要工作：一是教育员工牢固树立“安全至上”的思想，时刻绷紧安全这根弦，做到未雨绸缪，防患于未然；二是教育员工做到三个必须，即必须自觉遵守国家法律法规，必须严格遵守公司规章制度，必须认真按操作规程操作设备；三是改进和更新工装夹具和设备，提高设备的安全防护性能；同时对不安全、不使用的线路和设施及时进行清理；四是认真做好疾病防控工作和卫生工作，保证员工饮水、饮食安全；五是加大监督、检查和奖罚力度。

3.设备安全。责任人为设备使用人员，主要责任为各车间和部门。

主要工作：一是建立健全所有工装夹具、设备、器材和用品台帐，做到认真、细致准确；二是加强对设备管理员，工装夹具、器材和用品使用人员、维护人员及保全工的培训，提高使用的技能和技巧，保证设备和工装夹具等用品的使用寿命和完好率；三是加大检查和巡查力度，对有故障的设备及时维护，使其处于良好状态，不能使用的及时处理；四是定期检查防静电措施是否落实整改到位。

4.财产安全。责任人__员工和部门、车间，主要责任为各车间和部门。

五.具体要求

1.各部门车间要高度重视安全工作，要在预防上动脑子，想办法，在工作中出实招，干实事，真正把各项制度和措施落到实处。

2.要坚持全员参与，齐抓共管，综合治理，力求实效，力争把各种不安全因素消灭在萌芽状态。

3.认真做好安全生产标准化和消防安全台帐工作，做到按要求检查、及时记录、准确无误。

4.对安全工作，公司将不定期进行检查、巡查、督导，发现问题及时指出、及时改正，并同公司质量体系运行，6s现场管理等工作一道实行一月一检查一评比，对好的部门车间和个人进行表彰奖励。对差的进行通报、批评教育、上曝光台和给予经济处罚。

5.全体员工要积极行动起来，自觉投入到安全防控工作中来，从自己做起、从小事做起、从细节做起、从日常工作做起，全力做好安全工作。

6.对安全工作中出现的问题和相关情况，要及时反馈给公司综治办。

篇2：电器公司安全工作计划

一、基本思路

以产品结构改进，新品开发为龙头；以标准化、专业化、批量化、生产为重点；以产品整合、客户清洗、消毒、卫生饮水系统解决方案为核心；以全面提升基础管理和技术岗位员工技能水平为基础；以严格控制生产成本与细化考核，激励措施为保障；以人为本，继续加强技术骨干、业务骨干的招聘与学习培训力度，不断壮大充实团队车间重点岗位中坚骨干力量，全面提升整体素质，努力实现科技创新、新品开发、产品改进与转型，品质与生产管理等方面的新突破，迅速提升品牌形象，努力完成20xx年度各项目标计划。

二、主要经济指标计划

1.完成工业总产值XX万元

- 2.完成工时XX
- 3.实现利润X万元
- 4.开发万元以上新产品12种
- 5.引进新材料，新配件，新工艺（缺陷改良）X种
- 6.设备、装备、工装模具添置完善X台/件
- 7.颁布产品经济文件X套
- 8.人均培训学习X小时
- 9.质量奖罚XX元
- 10.开发考察各供应商协作单位X家
- 11.积压处理X万元
- 12.平均计划分X分
- 13.不发生1000元以上责任事故

三、主要工作与措施

（一）、以人为本构建高素质、多形式、生产性专业团队，年初要尽力加大缺员招聘和学习培训力度，短期内构建一支专业化团队。

1.年初把缺员招聘工作当做头等大事来抓，利用网上招聘同事熟人介绍、同行挖人等形式进行全员齐行动、人托人、人找人、三月底迅速完成团队建设工作。

2.强化学习培训、提高团队整体素质和技术岗位员工技能水平，采取理论与实践、行业与工种、双轨并进、相结合的方式，并以内部技师，工程师定期讲座考核进行岗位技能培训，全面提高各类岗位专业技术水平。

3.树立标杆，提升产品品牌形象，年内组织车间主任、生产管理人员采取走出去，请进来的方式学习同行先进的管理模式和生产加工新工艺，不断提升产品档次，拓展产品市场核心竞争力。

4.加强细化考核，严明奖罚制度。强行推进以结果为导向的考核机制。车间实行奖前三，罚后三的激励办法鼓励生产一线技术岗位加班加点，多劳多得工作效率第一的目标，全面有效的激发各种生产岗位员工劳动积极性。

5.强化团队意识，树立快乐和谐新氛围。首先从入司新员工着手，从生活、环境、工作等方面采取以师代徒的方式加快、缩短新员工的适应期、试用期和融入度，尽早发挥他们的聪明才智，引入他们自身带来的新经验新工艺、新工作方法、新思维。以激励全体员工在新的一年里彻底更新观念，从而增加团队的凝聚力。

(二)、加强基础管理的精细化，控制成本的有效化，努力提高产品在市场的竞争力。

1.严格贯彻执行大明机械新的生产运作流程，规范管理与职责，提高管理透明度，减少不必要的重复环节。

2.细化材料采购、发料、产品出入库等流程与制度，杜绝漏洞简便流程，最大限度的控制产品生产过程中的消耗定额，提倡勤俭节约，节约每滴水，每个螺丝钉。

3.加强库存积压和废旧物资的处理力度，盘活资金周转和利用率，年内将处理库存积压产品与车间生产紧密挂钩与结合。积极想法设法改进完善积压产品，落实明确处理政策，尽快降低积压费用占用率。

4.进一步细化生产中等级用料、批量用料、努力减少下角料，杜绝大料小用，薄料厚用的非正常用料，并出台有关流程与制度，以最大限度降低生产成本。

5.逐步实现生产加工批量化、工业规模化运作流程，减少小批量、杜绝单台生产，使产品生产走向正规化、效率化的新轨道。

(三)、高度重视技术创新和科技进步，努力实现新品研发，产品结构、生产链，转型的新突破。

1.进一步修订完善技术管理、新品开发、产品完善，工艺改进工作流程，明确目标落实考核激励政策、充分调动技术人员的创造性和积极性。

2.健全各类产品技术图纸和工艺文件的规范完善工作，学习同行先进技术，满足客户要求，提高产品市场核心竞争力。

3.紧跟社会发展和人们对物质要求的新步伐和新需求，进一步明确产品定位，结构完善与产品系列化、智能化、人性化、实用化、环保节能及在整厂系统解决方案上下功夫，努力研发高附加值产品，将更新时代化产品推向市场，占领市场。

4.加强与公司和市场一线营销人员的沟通和互动，随时掌握了解收集市场最新信息。

5.不断持续引进、应用新材料、新工艺新技术、提高产品档次。

(四)、加强充实技术团队建设和新品研发工作，引入全新的设计理念和开

发新思路。

1.确定产品研发定位于中、高档次，高附加值产品的研发；向广东沿海同行，标杆企业学习新技术，新工艺、上批量、上规模标准化生产目标看齐。

2.年内在工程、技术人员招聘工作中采用灵活机动的方法，定向、长期与包干、临时用工相结合，科学合理的制订一套技术研发人员的考核激励办法，充分发挥他们的聪明才智和研发积极性。

3.及时捕捉收集国内外新科技信息及同行新品研发新动态。以更新设计新理念。

4.加强先进设备和必用工装模具的投入。年内在原有的基础上计划添置、增加现代化设备，逐步改进生产工艺落后局面，向标准化、批量化生产发展。

(五)、加强生产过程细化管理，努力提高生产效率。

1.继续推行生产现场5S管理，充分发挥其规范化、标准化、现代化、生产管理模式。

2.完善岗位定员明确岗位职责，做到现场无管理盲区，最大限度降低管理成本和人力资源成本。

3.加强计划工作管理；从生产计划，材料计划、车间工序间传递计划、日完成计划，周完成计划，月完成计划上下功夫，使生产管理工作有计划有目的的实施。

4.重新核定完善各类产品工时定额消耗定额，严格执行作业指导书，提高生产过程精细化管理水平，科学合理安排用料、下料在下角料中求效率。

5.进一步完善内部考核分配办法，严格执行计件制工资、和上下工序责任赔偿制度，在重点岗位工序同工同酬的原则下实施激励包干制度，明确标价、公开透明，充分调动每个岗位人员的生产积极性。

在新的一年里，我们会面临的是更好的机遇和更大的挑战，我们将更坚定不移的团结在集团董事会周围，以刘总裁报告精神为动力，努力转变旧观念树立新起点，不断学习与创新，继续发扬“永不向困难低头的企业文化精神”精诚团结、众志成城、鼓足干劲，为完成20xx年各项目标计划而努力工作。

电气设备厂

20xx年1月3日

篇3：电器公司安全工作计划

根据公司XX年度深圳地区总销售额1亿元，销量总量5万套的总目标及公司XX年度的渠道策略做出以下工作计划：

一、市场分析

空调市场连续几年的价格战逐步启动了。二、三级市场的低端需求，同时随着城市建设和人民生活水平的不断提高以及产品更新换代时期的到来带动了一级市场的持续增长幅度，从而带动了整体市场容量的扩张。XX年度内销总量达到XX万套，较XX年度增长%。XX年度预计可达到X万-X万套。根据行业数据显示全球市场容量在X万套-X万套。中国市场容量约为XX万套，根据区域市场份额容量的划分，深圳空调市场的容量约为X万套左右，X万套的销售目标约占市场份额的13%。

目前格兰仕在深圳空调市场的占有率约为%左右，但根据行业数据显示近几年一直处于“洗牌”阶段，品牌市场占有率将形成高度的集中化。根据公司的实力及XX年度的产品线，公司XX年度销售目标完全有可能实现。XX年中国空调品牌约有X个，到XX年下降到X个左右，年均淘汰率32%。到XX年在格力、美的、海尔等一线品牌的“围剿”下，中国空调市场活跃的品牌不足50个，淘汰率达60%。XX年度lg受到美国指责倾销；科龙遇到财务问题，市场份额急剧下滑。新科、长虹、奥克斯也受到企业、品牌等方面的不良影响，市场份额也有所下滑。日资品牌如松下、三菱等品牌在XX年度受到中国人民的强烈抵日情绪的影响，市场份额下划较大。而格兰仕空调在广东市场则呈现出急速增长的趋势。但深圳市场基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。根据以上情况做以下工作规划。

二、工作规划

根据以上情况在XX年度计划主抓六项工作：销售业绩

根据公司下达的年销任务，月销售任务。根据市场具体情况进行分解。分解到每月、每周、每日。以每月、每周、每日的销售目标分解到各个系统及各个门店，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对国美、苏宁等专业家电系统实施力度较大的销售促进活动，强势推进大型终端。

2、k/a代理商管理及关系维护

针对现有的k/a客户、代理商或将拓展的k/a及代理商进行有效管理及关系维护，对各个k/a客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司XX年度的新产品传播。此项工作在8月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各k/a及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

3、品牌及产品推广

品牌及产品推广在XX年至XX年度配合及执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。如“ 格兰仕空调健康、环保、爱我家 ” 等公益活动。有可能的情况下与各个k/a系统联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“ 路演 ” 或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。4、终端布置

根据公司的XX年度的销售目标，渠道网点普及还会大量的增加，根据此种情况随时随地积极配合业务部门的工作，积极配合店中店、园中园、店中柜的形象建设，。积极对促销安排上岗及上样跟踪和产品陈列等工作。此项工作根据公司的业务部门的需要进行开展。布置标准严格按照公司的统一标准。

5、促销活动的策划与执行

促销活动的策划及执行主要在XX年04月—8月销售旺季进行，第一严格执行公司的销售促进活动，第二根据届时的市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

6、团队建设、团队管理、团队培训

团队工作分四个阶段进行：

第一阶段：8月1日—8月30日a、有的促销员进行重点排查，进行量化考核。清除部分能力底下的人员，重点保留在40人左右，进行重点培养。b、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善促销员的工作报表。c、完成格兰仕空调系统培训资料。

第二阶段9月1号-XX年2月1日第二阶段主要是对主力团队进行系统的强化培训，配合公司的品牌及产品的推广活动及策划系列品牌及产品宣传活动，并协作业务部门进行网点扩张，积极进行终端布置建设，并保持与原有终端的有效沟通，维护好终端关系。

培训系统安排进行分级和集中培

培训

业务人员 促销员

培训讲师 < 促销员

利用周例会对全体促销员进行集中培训

9月1日-10月1日：进行四节的企业文化培训和行业知识的培训

10月1日-10月31日：进行四节的专业知识培训

11月1日-11月30日：进行四节的促销技巧培训

12月1日-12月31日：进行四节的心态引导、培训及平常随时进行心态建设。

XX年1月1日-1月31日：进行四节的促销活动及终端布置培训

XX年2月1日-2月29日：进行全体成员现场模拟销售培训及现场测试。并在每月末进行量化考核，进行销量跟进。

第三阶段：XX年2月1日-2月29日

用一周的时间根据网点数量的需求进行招聘促销员工作，利用10天的时间对新入职促销进行系统培训、考核、筛选。对合格人员进行卖场安排试用一周后对所人的促销再次进行考核，最后确定定岗定人，保证在3月1日之前所有的终端岗位有人。

所有工作都建立在基础工作之上

第四阶段：XX年3月1日-7月31日

第四阶段全面启动整个深圳市场，主抓销售所有工作重心都向提高销售倾斜。

第一：跟随进货源，保证货源充足，比例协调，达到库存化，习题尽量避免断货或缺货现象。

第二：招聘培训临时促销员，以备做活动，全力打造在各个环节都比较有战斗力的团队。

第三：严格执行公司的销售策略及促销活动，并策划执行销售促进活动，拉动市场，提升销量。

第四：跟进促销赠品及赠品的合理化分配。

第五：进行布点建设，提升品牌形象。随访辅导，执行督导。

第六：每月进行量化考核

第七：对每月的任务进行分解，并严格按照wbs法对工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。第八：利用团队管理四大手段：即周工作例会；随访辅导；述职谈话；报表管理。严格控制团队，保持团队的稳定性。

第九：时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造快速反应的机制。

第十：协调好代理商及经销商各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

以上是XX年度的工作计划，如有考虑不周之处，请领导多多指导！！