# 政府品牌建设工作总结(通用17篇)

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2024-06-22

*政府品牌建设工作总结1一年来，在部门领导的指导和同事们的帮助和支持下，我顺利完成了以下工作：>一、品牌建设工作1、规范制度管理。结合20xx年实际情况，对公司品牌管理流程进行优化和完善，对品牌管理的4个制度和5个流程重新进行修订和完善。分别...*

**政府品牌建设工作总结1**

一年来，在部门领导的指导和同事们的帮助和支持下，我顺利完成了以下工作：

>一、品牌建设工作

1、规范制度管理。结合20xx年实际情况，对公司品牌管理流程进行优化和完善，对品牌管理的4个制度和5个流程重新进行修订和完善。分别是：浦镇公司品牌管理办法、对外新闻发布管理办法、形象识别系统管理办法、公司对外网站管理办法，制定了五个流程：品牌管理工作流程、品牌形象传播工作流程、对外宣传工作流程、对外新闻发布工作流程和公司信息发布流程。并制定了中国南车标识使用规范及使用流程，今年以来督促和指导各单位严格遵守该使用规范，并加强过程中的点检和指导工作。

2、高度重视品牌工作的巩固和拓展。定期组织召开了7次品牌执行委员会办公室例会，做好会前会议资料、场地等的准备协调及会中记录工作，并做好会后总结工作。

3、加强对各项制度和工作流程的管控。对公司各单位VI标识的运用情况进行督导和把关，对标准把握不清的现象，及时发现上报，下发相应的整改业务联系书，并督促和指导相关方案设计。针对客设、动设整车产品铭牌、转向架设计部零部件产品铭牌屡屡出错的问题，经过多方了解和协调，制定下发了“关于制定公司产品铭牌制作流程的业务联系书”，明确细化产品铭牌制作流程，要求设计部门图纸设计方案必须报企业文化部审核，采购部按照图纸先制作样品交企业文化部审核确认后方可批量制作，并做好过程中的指导、把关和存档工作。

4、持续推进VI整改工作。按照VI手册要求完成了浦镇公司40余项、海泰公司20余项、城轨公司10余项VI运用的指导、把关和存档工作。

1）针对一些部室和车间使用不规范的问题，再次起草并下发了《关于规范使用中国南车标识的通知》，明确了禁止使用中国南车VI标识的区域以及规范使用的标准，负责对整个流程进行全程跟踪管理，并将所有的整改方案及实物存档。起草下发了“关于更改安全帽VI标识使用不规范的业务联系书”，按照安技环保部提出的整改计划督促和指导其对安全帽标识进行整改。针对信息科技部提交的“申请使用中国南车标识的业务联系书”，按照相关流程及时做好协调、指导和存档工作。12月份协助精益管理部检查和指导公司6条精益示范线VI运用情况。

2）随时关注和指导江门、杭州新基地建设中VI标识的运用情况，对疑难问题及时与南车企业文化部沟通，和江门新区多次就新建厂区的VI使用进行沟通和交流，要求江门公司高标高起点做好厂房彩色、道路标识等工作，各项方案均需报企业文化审核后实施。

3）按照南车要求，下发了杭州公司中英文名称组合规范，指导杭州公司奠基仪式用名片、手提袋、公司铭牌方案的设计与制作。

5、指导做好公司精益管理培训道场和设计工艺道场正容镜、精益理念板、安全门、指导员和学员服装、工作帽正确运用中国南车VI手册，并对道场指导员老师进行规范运用公司PPT模板、文档模板以及品牌知识的培训。协助完成了道场文化氛围的营造及各期开营、闭营现场服务与拍照。

7、展览展会工作。年初上报了公司20xx年拟参展计划，搜集准备“20xx年度拉美铁路论坛展览”、“江苏省企业创新成果展” 、“20xx年印度国际铁路设备展览会”、“20xx年第七届CRTS CHINA国际轨道交通展” 、“20xx年北京国际城市轨道交通展览会”展会所需资料，做好相关协调工作。编写了“20xx年第七届CRTS CHINA国际轨道交通展”策划方案，并做好展会现场服务工作。

8、按照南车要求，搜集整理并上报了公司BI调研材料。拟定公司BI调研计划，并做好调研期间的协调和人员安排工作。

9、按照南车要求，做好年初南车品牌检查组来公司检查指导档案资料准备及各单位VI运用的检查指导工作，拟写汇报材料并制作了汇报用PPT。按要求完成了公司品牌建设半年总结，并按照要求自查打分。

>二、文化建设工作

1、年初协助布置员工形象素质工程推动大会现场，准备会议所需资料，做好会中协调服务工作。按领导要求做好员工形象素质工程工作组会议内容及人员协调工作，参与过程点检并做好宣传工作。

2、完成了公司职代会、三八表彰等重大20余次新闻事件的现场拍照宣传稿件的撰写及形象展示室的讲解工作。

3、配合做好杭州线、深四线等重大产品下线仪式的筹备、形象展示室讲解及现场服务与拍照工作。

**政府品牌建设工作总结2**

我街道对肺炎、流行性乙型脑炎、非典等进行针对的相关宣传，特别是我国近年来流行的甲型流感疫情，我们组织相关人员分期分批到小学、中学及村(居)委会群体聚居的地方进行宣传，防护指导，发放传单、宣传画及其它相关资料一大批，做到相关知识家喻户晓。经过宣传教育安定了民心，得到了群众的理解与好评。

经过努力，今年我街道的健康教育工作取得了较好地效果。使我街道群众及中小学生对相关的知识有了进一步的了解，加强了防病保健意识。但我们也清醒认识到开展健康教育的社会工作的艰巨性和长期性，健康教育工作要常抓不懈，经常性地开展。

今年xx公司的品牌建设工作主要是根据总公司品牌建设的工作要求，结合xx公司的实际，继续做好标志的更新工作，对服务规范、标准进一步完善，努力做好服务工作，提升“xx”的品牌形象。现将工作总结如下。

一、继续加强xx公司品牌建设的组织领导。坚持以品牌建设领导小组为领导，组织协调公司品牌建设工作。同时，根据分公司的情况，对品牌建设领导小组进行了调整。

二、进一步完善服务规范、标准和各项制度。xx公司对服务规范和服务标准进行了回顾与修订，重点突出规范可操作性，使其既有利于分公司内部监管，又有利于细化实施，以促进分公司服务的水提高。同时，结合安全工作的需要，更新了分公司应对安全事故、重大安全隐患、消防综治等突发事件应急处理制度、预防机制，落实安全工作，防止因突发事件给分公司的`品牌形象带来不利影响。

三、落实建档工作。对xx公司的规范性、制度文件进行纸质建档和电子建档

四、积极提高xx公司的服务水平，塑造良好的企业形象。在对顾客的服务过程中，xx公司始终坚持执行xx公司服务规范和服务承诺，重合同、守信誉，认真执行国家的有关政策法规，不乱收费，不索回扣，不压价购买租户商品，不能无理刁难租户、拒答租户问题。在各个节假日前，向各个场地的租户派发通知，提醒各个租户做好节日用电用火、防火防盗工作。累计发出各安全工作、台风雨季防汛、防涝提示等通知（短信）155份。在自管房服务方面，每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金，免去了住户的奔波劳碌。春节之前，共张贴15份温馨提示于各自管房显眼位置，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作。4月与素社街道联系，领取相关居民生活防火安全印刷品120多份，向辖内自管房宿舍住户进行了派发。通过一系列措施，塑造文明、规范、诚信、服务优质的企业品牌。

五、做好品牌建设资金投入的落实。今年在宣传方面共投入了120元。主要是用于横幅宣传、墙报制作以及引发各种通知。同时，新印制xx公司部分管理人员的名片。

六、存在不足

1、人才储备不足。xx公司人数比较少，懂品牌方面知识的人数更少，不利于xx公司的品牌建设工作的开展。

2、传播手段比较单一，不利于企业形象传播。

七、20xx年工作计划。

1、继续提高xx公司的服务水平，提高企业的形象和品牌知名度。加强与租户沟通交流，不断了解租户需求，切实做好服务。xx公司要急租户之所急，积极做好场地的维修工作；同时，在节假日、雨季期间，派发通知，提示租户注意做好节假日及雨季的安全生产工作。积极做好到期合同续约工作。xx公司将对每月各场地合同进行统计、核对，在合同到期前一个月，主动向租户发出合同到期通知书，提醒租户合同即将到期，并咨询租户续约意向。若租户有意继续合作，派工作人员主动与租户进行接触、洽谈，了解租户对新合同特别是租金方面的意见，并同时了解租户的最新信息、需求和对我们工作的建议。在自管房服务方面，继续实行每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金；节假日张贴温馨提示，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作；继续落实自管房的维修工作。

2、继续执行公司vi使用手册的规定，根据集团以及总公司有关规定，制定xx公司相关vi使用规定。

3、做好品牌建设的宣传和培训工作。xx公司将利用宣传栏、会议等形式进一步加强品牌建设在单位内部的宣传，普及员工品牌工作意识。同时，积极选派员工参与总公司组织的品牌建设培训工作，提高员工的实战能力。

4、继续做好品牌建设资金的投入。明年，xx公司将对宣传栏进行改造，提升企业外在形象；将印制xx公司的信封、便签等办公用品。同时，做好资金的使用的管理，确保专项专用。

各位代表：

现在，我代表乡人民政府向大会作工作报告，请予审议，并请县政协委员和列席代表提出宝贵意见。

一年来的工作回顾

xx年，xx乡在县委、县政府的正确领导下，在各级各部门的大力支持下，以开展“创先争优”主题活动为契机，狠抓干部管理工作和干部作风转变。以经济建设为中心，紧扣“保增长、扩内需、调结构”的战略部署，落实了“五抓五促”的工作思路，大力实施“大干新三年，实现新跨越”的发展战略，形成了“农业稳乡、工业强乡、商业活乡、农工商多业并存、互补互促”型的经济发展格局，实现了年初提出的“发展一方经济，确保一方稳定，服务一方群众，构建一方和谐”总体目标。圆满完成上级下达的各项工作任务，实现农业增产、农民增收、农村和谐稳定。

**政府品牌建设工作总结3**

1、根据项目特点，项目监理机构人员由下表所列人员组成。

总监理工程师：1人；

总监理工程师代表：1人；

主体结构施工时进驻：4人，土建和钢结构施工安装监理人员结合；

安装及装修施工时进驻：4人，土建、钢结构、水电施工安装监理人员结合；

资料信息管理员1人，安全监理人员1人（兼）。

2、投入的监理设施

现场由建设单位提供监理办公室及图纸、配套办公设施一套。

监理公司自备钢卷尺、电脑1台、照相机1部、游标卡尺一把。

建设单位提供的监理设施在工程竣工后，已全部移交建设单位。

**政府品牌建设工作总结4**

我校将师德建设作为一项事关教育工作全局的大事，纳入教育工作的总体规划，贯穿于教育工作的全过程。加强领导，统筹部署，切实做到制度落实、组织落实、任务落实。要将师德建设作为考核学校工作的一项重要内容。由校长冯加元同志亲自抓、相关部门各负其责、分工负责、协调一致的工作格局。学校建立相应的工作机制，保证师德建设工作落到实处。学校基层党组织、广大党员教师充分发挥了政治核心和先锋模范作用，加强与学生、家长和社会的联系与配合，形成加强和推进师德建设的合力，积极创设了一个有利于教师成长的和谐氛围。

**政府品牌建设工作总结5**

>内容预览：

近年来，我县大力实施品牌战略，强化品牌意识，开展品牌宣传，重视扶持培育，形成了一批具有一定规模和知名度的农产品品牌，不断提高了农产品附加值，有力地推动了县域经济持续健康快速发展。现总结如下：

>(一)、品牌建设基本情况

目前我县农产品注册商标数达7件；4种农产品获得无公害、绿色和有机农产品认证。7家企业获得QS食品安全管理体系认证。

>(二)、主要做法和工作成效

1.加强组织领导，强化意识树品牌。XXX县农业局高度重视农产品品牌建设，及时调整充实了农产品品牌建设工作领导小组，进一步明确领导小组职责和部门责任，形成了上下联动、层层负责、狠抓落实的长效工作机制。相继出台了农产品品牌建设目标考核制度及扶持资金奖励办法等政策文件，对通过无公害农产品、绿色食品、有机食品认证和农产品基地认定的进行奖励，农业品牌建设成为了农业产业化、农牧业现代化发展的助推器。开展了形式多样的品牌知识宣传活动，全县品牌意识明显增强，品牌氛围日益浓厚。

2.开发特色资源，发挥优势树品牌。一是打好生态资源牌。XXX县农业局充分利用得天独厚的水土光热资源，积极发展无公害农产品、绿色食品、有机食品，把资源优势转化为品牌优势和经济优势。二是打好特色产品牌。积极挖掘我县的特色资源，做足特色农产品品牌内涵，农产品品牌活力得到提升。努力培育了红枣、杏子、葡萄、松子、巴达木等一批特色主导产业，经济作物种植规模、品质、加工能力走在XX前列，特色品牌效应得到……

**政府品牌建设工作总结6**

x校长到xx中学后，开拓进取，锐意改革。他本人并组织全体教职工多次外出参观学习，引进先进的管理，科学治校，依法治校。他组织制定了《xx中学教职工奖惩方案》，对学校教职工和各部门的奖惩目的、意义、内容和方法作出了明确的规定，该规定对全面贯彻落实了党的教育方针，全面推进了素质教育，科学管理，统帅学校工作作用极为巨大。根据奖惩方案，又制定《教职工出勤奖实施细则》、《教师职工年度考核及奖励方案》、《课时津贴发放方案》等，全面奖励各项工作突出的个人和部门。对不执行《教育法》和《教师法》等的个人和部门实行严惩，使教职工端正了教育思想，强化了岗位职责；真正体现了奖勤罚懒，绩效优先，调动了教职工的积极性。

学校除了严格的制度管理之外，德治也十分重要。首先x校长加强了教职工政治学习，师德教育常抓不懈。第二，关心教职工疾苦，“乐教师所乐，悲教师所悲”。凡是教职工的满旬、红白喜事、生病住房等，他同工会一道恭贺、慰问、探望、解决，让教职工们感到学校大家庭的温暖。如$2老师遭到歹徒的抢劫致伤，他知道后同工会\*马上请人把$2老师送到医院，同时积极要求派出所缉凶。又如$2老师出了车祸，他亲自到两路去探望。一幕幕，一件件无不打动教职工的心，激发了他们工作的积极性。第三，若教职工家庭有纠纷，他主动及时调解处理各种矛盾；若教职工在教育教学上有困难，他主动去帮助、去开导、去解决。

他不但严格要求他人，而且更严格要求自已。首先他以身作则，每天几乎最早到学校做办公室清洁，检查学生和教师到位情况。很双休日、节假日也未休息，学校大小事他争着做，真正起到表率作用，全校师生无不赞扬。为了搞好教育教学改革，他亲自带头上教研课和班会课，让全体教师学习观摩，在学校掀起了教育教学改革热潮。第二，从不搞特殊化，凡要求教职工做到的，自已首先做到。如他要求40岁以下的教师参加进修提高，首先他自已参加了学习。自己请假，超出规定期限仍按制度执行。

波涛不惊。而对于企业内部而言，从外部看制药的发展可谓一路顺风。却刚刚经历了一场产品更名的风险，并且在破釜沉舟中获得了胜利。

年在上海证券交易所挂牌上市，制药股份有限公司（以下简称“制药”成立于年。国内唯一一家以贴剂（膏药）为主的上市公司。国内贴剂（膏药）市场，制药与天和、奇正形成了三足鼎立的局面。同时，制药也是贴剂（膏药）行业首个“中国著名商标”获得者。

危机来临

制药面临产品更名的是骨质增生一贴灵。该品种是省批准的“保健药品”（后转为械字号），90年代以来销售额一直稳定在7000万左右，最高峰达到过8000万元。这个品种在制药有着极其重要的地位，一方面是企业起家产品，同时也是对企业利润贡献最大的产品之一。

制药很早就意识到骨质增生一贴灵药健字号的身份可能存在政策风险。

而这个品种的疗效确切，市场基础也较好，于是制药在骨质增生一贴灵的基础上进行了新药申报。年5月27日，经国家药品监督管理局批准，核准产品正式品名为膏。20\_年制药将以膏命名的新产品推出市场。

制药非常清醒地看到骨质增生一贴灵存在的政策变动风险，因此，如何迅速将骨质增生一贴灵的市场安全转移到膏上成为企业首要解决的问题。为此制药对膏进行了系列营销努力——聘请国内某著名营销策划公司，制定推广方案，在央视投入4000万广告费，大力宣传“骨质增生，关节疼痛，风湿痛，请用牌膏”，并在销售政策上给予倾斜等等。但出乎意料的是，膏当年销售仅4000万，而骨质增生一贴灵的销量仍然为7000万，显然骨质增生一贴灵的市场未被成功转移。

膏的惨败，使企业上下对于广告投入心存余悸。从此后，企业选择了“大终端小广告”的营销模式，在全国建立了近千人的销售队伍，其中终端促销员队伍达600人，希望来拉动膏的销售，而广告特别是大众传媒宣传基本停止了。然而，企业的努力也没有得到回报，膏的年销售额下滑到万元左右，庞大的终端队伍在管理上耗费了企业管理层的大量精力，而骨质增生一贴灵在几乎没有得到任何营销支持的情况下，销售继续稳定在7000万元。

当制药用各种方法都未能将骨质增生一贴灵的7000万市场转移到膏上时，新的国家政策终于出台了。根据新规定，骨质增生一贴灵年必须停止生产，退出市场，这意味着以后市场上只能销售牌膏，制药将面临巨大的损失。为此，制药决策层经反复权衡考虑，最后决定再一次借助外脑力量，进行营销战略的全面调整。年月，经过多次考察，制药确定成美营销顾问公司（以下简称成美）为其战略合作伙伴。

新定位，重拾一贴灵市场

成美的研究人员经过初步分析，认为要使骨质增生一贴灵的现有用户转而购买膏，首先需要明确目前购买骨质增生一贴灵的用户是谁，他们的需求是什么等，然后看膏是否能够满足这些需求。这是7000万市场能否转移的基础，因此也是研究的第一步。

经过各地终端走访，和促销人员的访谈，研究人员了解到尽管制药过去对骨质增生一贴灵的广告宣传包含骨质增生、风湿、关节痛、但其现有用户基本上为有骨质增生问题的患者。正如定位大师特劳特先生所言“命名是战略的重要组成部分”，“骨质增生一贴灵”的产品名天然就给人专治骨质增生的感知，导致一般风湿痛或者关节疼痛的消费者绕道，而部分骨质增生患者则成为忠诚顾客。

而膏的用户则非常分散，这是因为膏的产品名并未明确指明适用范围，而企业的广告宣传包含了骨质增生、风湿痛、关节痛，涵盖了几乎所有的肌肉关节疼痛，加上企业对终端的任务压力，只要有人买膏药，制药促销员就强推膏，因此可以说购买膏的用户需求是多样的。根据制药一线销售人员的反馈，这万并非是从骨质增生一贴灵用户中转过来，主要是强力终端抓住的新用户，这些用户是非常不稳定的，可能撤掉终端促销员就会导致市场的丢失。

了解了这些信息，大家就不难理解为什么前期无法顺利将骨质增生一贴灵的市场转到膏上了，骨质增生一贴灵是专治骨质增生的膏药，而膏和市场上其他镇痛膏药没有什么不同，不如骨质增生一贴灵针对性强，自然难以转移，在消费者观念中这是两个完全不同的膏药。

看清楚这些存在于消费者头脑中的事实后，我们明确了——要想转移骨质增生一贴灵的7000万，就必须让消费者感知到膏就是原来的骨质增生一贴灵，还是那个专治骨质增生的膏药，它只是更名了而已。虽然这必定会然舍弃膏现有的万零散的市场，但研究人员经过与制药的深入沟通，提供翔实而全面的研究资料，最终企业痛下决心，同意成美的建议，舍弃这万市场，为新市场铺平道路。

为了转移骨质增生一贴灵的7000万市场，制药“被迫”接受聚焦“骨质增生”市场，但仍心存疑问，担心专注于骨质增生市场是否过于局限呢？毕竟骨质增生一贴灵过去十年间销量一直无法突破瓶颈，如果市场太小，而又为此舍弃了上述万市场，那结果不堪设想。

同时进一步研究发现，不仅是骨质增生一贴灵多年来出现销量瓶颈，奇正消痛贴、天和骨通贴膏均多年来没有出现增长，业内公认贴剂（膏药）市场的竞争格局已经形成，贴剂（膏药）市场的发展空间不大，这也是为什么制药减少广告投入的原因之一。

带着这些疑问，研究人员对贴剂（膏药）市场整体格局进行了研究。结果表明，表面上贴剂（膏药）市场形成了以奇正藏药、桂林天和、制药为代表的三家暂时领先，云南白药膏奋起直追的局面。但是在20多亿的贴剂（膏药）市场，三者销售金额总和不足整体贴剂（膏药）市场的30%，如果换成市场份额，因为奇正消痛贴每贴价格达到13元，骨质增生一贴灵4元左右每贴，天和骨通近2元每贴，而其他产品大多几毛一贴，如按销售数量计算，“三巨头”所占的市场份额远远低于30%。研究发现贴剂（膏药）市场尤其是二三级市场，主要被各地方性卫生材料厂生产的低价伤湿膏、麝香壮骨膏和虎骨膏之类的所占据。同时，市场上还有大量械字号膏药，如“苗老爹”、“贵州心意”等等。这些膏药凭借挂金等手段，在局部市场终端进行强力推销，也占据了不少市场。

研究人员经过综合分析认为，贴剂（膏药）市场并非格局已定，而是一个市场的成熟度相对较低，处于发展状态的市场，目前所谓的三足鼎立相当于马拉松在赛程不足一半的前三名而已，在未来一段时间里将存在着较大的市场空间。

整体贴剂（膏药）市场存在发展空间，让企业看到了一定的希望，但专注于骨质增生市场到底能有多大的市场前景仍需要一个明确的答案。毕竟市场上可以看到，无论是骨质增生一贴灵，还是天和骨通、奇正消痛贴以及云南白药膏宣传主题均为“痛就贴，包治一切疼痛”，尚未有品牌以病症细分市场的先例。成美针对这个问题从病理、药理等方面展开了研究。首先，发现骨质增生是现代人的常见病，如世界卫生组织统计资料显示，骨性关节炎（以骨质增生为病理特点）在女性患病率中占第四位，在男性中占第八位，60岁以上的人群中25%有骨性关节炎症状，而且随着现在人们长时间在电脑前的办公、游戏，长时间的驾驶等，颈椎病、腰椎病等骨质增生病症已经迅速蔓延，而且呈现越来越年轻化的趋势，研究人员从以上信息判断，骨质增生用药市场有较大的市场基础。

骨质增生发病率高，消费者又倾向于专业用药原则，则细分市场可以成立。但现实情况是膏药是一个历史悠久的药品剂型，无论治疗何种问题，膏药都是通过“活血化瘀、消炎止痛”来缓解不适的，市场上没有一个贴剂（膏药）企业通过病症来细分市场的。从症状切入，细分市场，消费者容易接受吗？

针对这个问题，研究人员启用专业市场调研公司，对全国市场的消费者进行了调研。从调研中得知，首先，消费者认为骨质增生的发病是因为长了骨刺，而这与其他风湿痛、关节痛存在着差别。其次，消费者认为骨质增生的症状表现与其他病症是存在差别的：“骨质增生的症状主要表现为针扎一样的刺痛，更难以忍受，而风湿关节炎主要表现为钝痛等”。由于骨质增生症状的疼痛程度高，消费者对缓解疼痛的动机强烈，对膏药的价格敏感度较低，并且接受较高的价格，相对膏4元/贴左右的高价格而言，切入这个市场正逢其时。因此，消费者不仅接受骨质增生专用膏药，而且愿意用相对高的价格来解决骨质增生引起的不适。

综合以上信息，研究人员认为，对骨质增生专用膏药的细分市场存在，而且发病率高，消费者价格敏感度低，是贴剂（膏药）市场最值得占据的细分市场。过去由于缺乏企业的推广与教育，才造成了“骨质增生”非处方用药的细分市场影响力较小。

同时，从竞争角度开看，富有价值的“骨性关节炎（骨质增生）专用膏药”并没有被竞争对手所占据，而且天和骨通和云南白药膏的功能主治范围没有骨质增生，因此无法占据该定位，奇正消痛贴功能主治虽包含骨质增生等，但碍于现有市场构成也不大可能聚焦在骨质增生，这意味着竞争对手未来也难以占据。这为制药抢占“骨质增生专用膏药”定位赢得了时间。

那么对于富有价值的“骨性关节炎（骨质增生）专用膏药”市场，牌膏本身是否有这个实力和优势去占据这个市场呢？

膏产品是在骨质增生一贴灵基础上研发的，其功能主治中清楚明白地表明“用于骨性关节病瘀血停滞、寒湿阻络证，证见：关节刺痛或钝痛……”即专门针对骨质增生问题，治疗骨质增生效果有保证，有产品力保证，过去十余年稳固的消费群也证明了这点。更为重要的是，看到了骨质增生专用膏药潜力后，经过企业后期积极争取，在新产品膏包装上保留了原产品名称“骨质增生一贴灵”，在产品包装上也按规定标注“膏在年新药批准前，系省批准的保健药品，其名称为骨质增生一贴灵”。如此一来，极大方便了骨质增生一贴灵老顾客进行有效对接。

经过上述研究，成美研究人员认为聚焦于“骨性关节炎（骨质增生）专用膏药”是现实的，能够将一贴灵市场实现安全转移。同时，从长远来看，如果制药能占据“骨质增生专用膏药”这个有价值的品牌定位，最终将形成自己独特的核心价值，给消费者一个购买的独特理由，可以长期建立强势品牌的目标。年月，成美就上述研究结果，提交了《牌膏品牌战略研究报告》。经慎重考虑评定，制药接受了所有建议，并着手展开定位下的营销推广。

新定位，初显成效

x年x月，宣传新定位的广告片拍摄完毕。在拍摄广告片之前，成美与制药市场部一起，与广告公司进行了深入的沟通，结合骨质增生膏药的主流消费群，确立“形象阳光”的俏夕阳舞蹈队作为膏的形象代言人，在广告创意上通过在新春晚会受到广泛好评的皮影戏演绎骨质增生症状，通过一群“活泼”的老年人在用过膏之后重现活力的画面，赢得了骨质增生患者的共鸣。由于一贴灵原有市场为全国市场，并看到市场前景的制药决定立即上央视，借助俏夕阳舞蹈组在春节联欢晚会的热度，“牌膏，骨质增生一贴灵”广告语传遍了中国的大江南北。

膏年销售量超过亿元，增长7千多万元，并且极大程度地带动了其他品种膏药的销售，制药贴剂年销量则达到4亿元，位居国内贴剂（膏药）销量第一。而年上半年，膏销量已过亿，企业预计全年销量2亿元，而制药贴剂全年销量将稳过5亿元。由于品牌定位准确，广告有效地拉动了消费者，制药取消了沿袭十余年给经销商赊销的政策，全部采同现款现货。这证明膏已经进入了强势品牌俱乐部，受到了强势品牌的待遇，极大程度降低了企业的财务风险。在终端上，制药改变了过去完全依赖人员强力推销的做法，裁减了4/5的导购人员，管理成本大幅下降，成功转为品牌拉动销售。

如果说销量是一个短期的指标，那么强势品牌的建立将是一个长期的目标，是一个企业可持续发展的根本。膏比销量增长更有意义的指标在于，解决了消费者为什么购买膏，给了消费者一个有价值的购买理由。并且抢占了骨质增生膏药的细分市场，形成了独特的品牌价值。

膏的营销成功，充分说明，在现代营销战争中，制定和实施成功的品牌战略才是赢得战争的关键，而目前仍让不少企业津津乐道的铺货率，强力促销等等“制胜法宝”，在残酷的市场竞争中，将很快变得稀松平常，乏善可陈——只不过是每个企业生存下来的必备条件而已，而制定正确的品牌定位战略才是企业致胜的“根本大法”。正如特劳特先生所言：定位已彻底改变了当今的营销操作。

**政府品牌建设工作总结7**

乡域经济快速发展。xx年，我乡经济综合实力进一步增强，国民生产总值递增13%，达到1。68亿元，农业生产总值达到0。47亿元，工业生产总值达到0。68亿元，第三产业总值达到0。53亿元；产业结构进一步调整，品种优质化和布局区域化格局初步形成，农业基础地位得到进一步巩固。优质杂交水稻种植全面推广，粮食播种面积年均达1。6万亩，水稻良种普及率达95%以上。大力推广“种三产四”工程，以胡家坪村、南河村、水岩村、黄溪湾村为中心，发展超级稻示范片xx亩，超级稻种植3000亩，杂交丰产玉米种植5034亩，大力发展渔业，以各大骨干山塘水库为中心建立发展池塘养鱼养鱼100亩，水库养鱼200亩；发展生猪养殖，新增规模养殖场1家，全乡年出栏生猪11000头，利用草场资源优势，发展草食动物养殖，新增养羊专业户8户；建立完善动物防疫队伍，认真作好了重大动物疫病防治工作；大力发展特色农业，引导顺天公司成功流转土地3000亩，栽种油茶xx亩，实现了“公司+基地+农户”新产业格局。发展农副产品加工，创办并注册康威酒厂，年产值50万元，产业化发展走上了多样化的发展路子。工业发展实现新的突破，黄溪湾福利冶炼厂、云冶炼厂成功引进外资1000万元，建设厂房4000平方米，办公楼、化验楼4栋，年内工业总产值突破4000万元大关，上交国家税收600万元。

**政府品牌建设工作总结8**

在师德活动中，我们按照教育局、中心校的安排部署，设立了举报箱，公开了举报电话。要求教师们在教育教学活动中努力做到：对学生微笑，任何一个学生都不会受到冷落和歧视；与学生交谈，每一个孩子学生都能和老师\*等地对话；帮学生明理，让每一个学生在体验中辨别善恶美丑；教学生求知，能耐心解答学生提出的每一个问题；让学生自主，尊重学生的意志，张扬学生的个性；给学生机会，每一个学生的特长都能得到充分展示；为学生着想，使每一个学生能得到最大限度的发展。

在师德活动中，我们召开了“师爱生生爱师 促和谐 共发展”演讲会，师生同台进行了演讲。他们用感人的事例，动情的语言，激情的演讲博得阵阵的掌声。此次活动，又给教师上了一堂生动的教育课，大家一致表示，以教师职业道德规范严格要求自己，修师德，练师能，努力为学生提供优质教育，用实际行动树立教师的良好形象。

总之，我校的师德建设工作取得了令人鼓舞的成绩，这些成绩的取得是上级教育部门正确领导的结果；是全校教职工团结拼搏、共同奋斗的结果。但是，在成绩面前，还应时刻保持清醒的头脑，因为，在我们的工作中还存在着许多的不足之处和问题，而且，这只是师德建设迈出的第一步。所以，今后的工作依然十分繁重和艰巨。我们要继续在规范中追求和谐，在创新中追求质量，用新思想、新思路去描绘新的蓝图。

为贯彻落实省委教育工委、省教育厅《关于节实解决当前师德突出问题的通知》（苏教师[20xx]17号）的要求，深入开展“践行师创先争优，办人民满意教育”主题实践活动，进一步提高我市教师师德水\*，我们深入开展了“师德建设月”活动，成果丰硕，现将总结如下：

**政府品牌建设工作总结9**

今年xx公司的品牌建设工作主要是根据总公司品牌建设的工作要求，结合xx公司的实际，继续做好标志的更新工作，对服务规范、标准进一步完善，努力做好服务工作，提升“xx”的品牌形象。现将工作总结如下。

一、继续加强xx公司品牌建设的组织领导。坚持以品牌建设领导小组为领导，组织协调公司品牌建设工作。同时，根据分公司的情况，对品牌建设领导小组进行了调整。

二、进一步完善服务规范、标准和各项制度。xx公司对服务规范和服务标准进行了回顾与修订，重点突出规范可操作性，使其既有利于分公司内部监管，又有利于细化实施，以促进分公司服务的水提高。同时，结合安全工作的需要，更新了分公司应对安全事故、重大安全隐患、消防综治等突发事件应急处理制度、预防机制，落实安全工作，防止因突发事件给分公司的`品牌形象带来不利影响。

三、落实建档工作。对xx公司的规范性、制度文件进行纸质建档和电子建档

四、积极提高xx公司的服务水平，塑造良好的企业形象。在对顾客的服务过程中，xx公司始终坚持执行xx公司服务规范和服务承诺，重合同、守信誉，认真执行国家的有关政策法规，不乱收费，不索回扣，不压价购买租户商品，不能无理刁难租户、拒答租户问题。在各个节假日前，向各个场地的租户派发通知，提醒各个租户做好节日用电用火、防火防盗工作。累计发出各安全工作、台风雨季防汛、防涝提示等通知（短信）155份。在自管房服务方面，每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金，免去了住户的奔波劳碌。春节之前，共张贴15份温馨提示于各自管房显眼位置，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作。4月与素社街道联系，领取相关居民生活防火安全印刷品120多份，向辖内自管房宿舍住户进行了派发。通过一系列措施，塑造文明、规范、诚信、服务优质的企业品牌。

五、做好品牌建设资金投入的落实。今年在宣传方面共投入了120元。主要是用于横幅宣传、墙报制作以及引发各种通知。同时，新印制xx公司部分管理人员的名片。

六、存在不足

1、人才储备不足。xx公司人数比较少，懂品牌方面知识的人数更少，不利于xx公司的品牌建设工作的开展。

2、传播手段比较单一，不利于企业形象传播。

七、20xx年工作计划。

1、继续提高xx公司的服务水平，提高企业的形象和品牌知名度。加强与租户沟通交流，不断了解租户需求，切实做好服务。xx公司要急租户之所急，积极做好场地的维修工作；同时，在节假日、雨季期间，派发通知，提示租户注意做好节假日及雨季的安全生产工作。积极做好到期合同续约工作。xx公司将对每月各场地合同进行统计、核对，在合同到期前一个月，主动向租户发出合同到期通知书，提醒租户合同即将到期，并咨询租户续约意向。若租户有意继续合作，派工作人员主动与租户进行接触、洽谈，了解租户对新合同特别是租金方面的意见，并同时了解租户的最新信息、需求和对我们工作的建议。在自管房服务方面，继续实行每月定期在中心诊所、栅外街设点收取住户租金；节假日张贴温馨提示，提醒住户注意提高警惕，做好防火防盗工作；继续落实自管房的维修工作。

2、继续执行公司vi使用手册的规定，根据集团以及总公司有关规定，制定xx公司相关vi使用规定。

3、做好品牌建设的宣传和培训工作。xx公司将利用宣传栏、会议等形式进一步加强品牌建设在单位内部的宣传，普及员工品牌工作意识。同时，积极选派员工参与总公司组织的品牌建设培训工作，提高员工的实战能力。

4、继续做好品牌建设资金的投入。明年，xx公司将对宣传栏进行改造，提升企业外在形象；将印制xx公司的信封、便签等办公用品。同时，做好资金的使用的管理，确保专项专用。

**政府品牌建设工作总结10**

在20XX年刚接触这个行业时，在选择客户的问题上走过不少弯路，那是因为对这个行业还不太熟悉，总是选择一些小的商家，但这些对车的价格是非常注重的所以今年不要在选一些只看价格，对质量没要求的客户.没有要求的客户不是好客户。

20xx年的计划如下：

一；对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二；在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三；要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

和自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

为了今年的销售任务我要努力完成5000台的任务额，为公司创造更多利润。 以上就是我这一年的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献！

**政府品牌建设工作总结11**

xxxx年，是实施“十三五”规划的重要一年，也是我市“创新发展、转型升级”的深化之年，将进一步加强工业企业品牌战略工作力度，以创新品牌建设为抓手，发挥品牌建设工作对x市调结构、促转型、提管理、强产业的引领和带动作用，推动全市工业企业的品牌建设取得新突破。

（一）加强服务，提高企业创新品牌意识。加大对现有重点优势企业品牌建设服务力度，强化宣传，引导有潜力的企业开展品牌创建工作。同时，进一步加强对新竣工投产项目的跟踪服务，立足现有新上投资规模大的竣工投产项目的优势，积极引导企业加强品牌培育，高起点做大规模、做强品牌。

（二）加大对现有重点品牌企业的扶持力度。深入调查，掌握情况，梳理政策，积极为具备条件的品牌企业争取政策扶持，鼓励并支持企业加快发展。

（三）加大对x市工业企业品牌整体宣传力度。加强同相关职能部门的协调联系，整合政府的各种资源，通过多种途径、多种形式宣传重点品牌企业，扩大x市工业品牌知名度和影响力。

（四）加大对品牌企业拓展市场的扶持力度，提高品牌产品规模和市场占有率。将地方产品配套工作与加强工业企业品牌建设有机结合起来，对现有品牌或培育品牌对象优先推荐申报列入《x市地方名优产品配套目录》，给予积极扶持。

（五）夯实企业基础，提高品牌经营水平。重点加强企业标准化基础建设、标准化公共服务平台建设工作，促进企业自主创新。同时，加强对企业经营者和管理人员培训，提高企业品牌意识，鼓励企业参加国际品牌培训及资格认证，提高品牌经营水平。

20XX年，实施名牌发展战略以来，我局突出以名优品牌为引领，围绕提升产业竞争力，带动全县工业经济整体质量提高，推动xx县经济又好又快、更好更快地发展。我局采取了一系列措施开展品牌建设工作，现将工作总结如下：

**政府品牌建设工作总结12**

一是严格落实责任制，镇应急管理工作领导小组组长为第一责任人，负责领导预案的制定和统一安排布置。分管领导为第二责任人，负责具体组织落实和牵头实施。二是认真贯彻落实县政府应急管理工作精神，结合本镇实际，制定了具体的应急管理工作预案（即道路交通、水上交通、森林防（扑）火、地质灾害、重大事故、食品卫生、消防、重大疫情等应急预案）。三是进一步建立健全了应急管理规章制度，特别是贯彻落实好应急值班制度。四是预防为主，加强管理，确保应急管理工作的各项措施落实到实处，为了使应急管理工作深入扎实开展，我们坚持利用每周的工作例会，对上周的安全生产工作检查和事故隐患排查、矛盾纠纷、不稳定因素进行收集、分析、汇报、总结，对下一周工作进行安排布置。在每月下旬安全工作例会进行专题小结、通报，要求各单位、部门认真做到看好自己的门，管好自己的人，办好自己的事，事故隐患早发现早整治，矛盾纠纷早调处早防范、措施早落实，把一切不安全稳定因素化解在萌芽状态。

**政府品牌建设工作总结13**

为使我校学规范、强师德、树形象师德主题学习活动迅速开展，学校专门召开了‘学规范、强师德、树形象’师德主题学习活动动员大会，对本次师德主题学习教育活动做了整体安排。其次，对我校部分教职工在师德师风方面存在个别教师政治意识、大局意识不强，工作缺乏事业心，不讲奉献、只求索取，缺乏进取心、满足现状，工作缺乏研究探索，教育管理学生方法简单，体罚或变相体罚学生，组织纪律淡漠、法制意识淡漠，不能正确对待组织和他人等九个方面的突出问题进行了重点指出，并对本次活动的开展提出了明确要求，动员部署大会的召开，为整个师德学习教育活动的顺利开展奠定了坚实的思想基础。

**政府品牌建设工作总结14**

区\_创建机关党建品牌建设活动工作总结

为深入学习贯彻党的十八大精神，进一步推进“三服务一争创”主题实践活动，发挥基层组织和党员干部的表率作用，提升机关党建工作科学化水平，更好地服务全区粮食事业科学发展，区\_积极开展机关党建品牌创建活动。现总结如下：

一是主题明确创品牌。针对机关党建工作实际，结合本单位特点，组织党员干部根据粮食工作职能、服务领域和服务对象的要求，开展党建品牌创建大讨论，集思广益，提炼塑造机关党建品牌。紧扣“粮食安全”这个主题，提出“凝神聚力保粮安”机关党建品牌，以保障民生，确保粮食安全为创建目标，提升基层党组织服务能力，促进粮食事业科学发展，深入推进机关党建品牌创建活动。

二是机制完善建品牌。完善工作机制，将党建品牌创建工作具体化、责任化，落实到每个机关党员，形成上下联运动、齐抓共管的创建工作格局。进一步建立完善创建活动的相关制度，探索把党建的科学化、信息化、制度化与品牌化有机结合起来，形成党建工作与业务工作协调并进、相得益彰的良好机制。不断创新载体，完善体制机制，注重工作实效，逐步形成完整的党建品牌体系，推动机关党建品牌创建活动有序有效开展。

三是措施到位塑品牌。第一，加强粮食执法体系建设。积极探索新形势下做好执法工作的办法和途径，进一步推进粮食行政执法的“常态化、规范化、法制化”。第二，加强粮食质检体系建设。健全粮食安全监测网络，重点开展地方储备粮油和其他政策性粮油质量的监督检查，确保粮油质量安全。同时，积极开展“放心粮油”、“放心馒头”工程建设，让广大居民吃上放心粮油。第三，加强地方储备粮体系建设。大力推广应用科学储粮新技术，进一步提升我区粮食仓储管理规范化、标准化和科学化水平。积极探索储备粮轮换的有效机制，充分发挥储备粮“蓄水池”作用。加强粮食安全应急机制建设，完善粮食市场监测预警和粮食应急保障网络，保障粮食供求总量平衡和价格基本稳定。

**政府品牌建设工作总结15**

1、多渠道、分层次地开展各种形式的师德教育。在加强和改进教师思想政治教育、职业理想教育、职业道德教育的同时，重视对教师的法制教育和心理健康教育。特别是对于青年教师，重点加强理想信念方面的教育，建立和完善师德教育制度。把师德教育作为今年教师全员培训的首要任务和重点内容。

2、加强措施制度的宣传。将近几年下发的有关师德建设的措施和制度印发到每一位教师手中，通过政治学习、书面考试、知识竞赛等形式，组织教师重温各种规定和要求，使教师牢记于心，并落实到具体行动中。

3、严格考核管理。本次活动中，我校进一步完善师德考评制度，将师德表现与教师年度考核、评优奖励、奖励性绩效工资相挂钩。对师德表现不佳的教师及时劝诫，经劝诫仍不改正的，根据《常州市中小学教师违规违纪行政处分办法（试行）》进行严肃处理。

4、不断完善师德建设工作信息收集机制。进一步拓宽信息收集渠道，及时报道先进典型，将这项工作作为全面了解教师和学校情况的一条有效途径，长期坚持下去。另外，还要定期通过调查问卷的形式，全面、详细地了解教师的思想状况，为有针对性地开展工作提供第一手的资料。

5、加大典型的挖掘和培养力度。榜样的力量是无穷的，而身边的典型更具有说服力。今年我校把培养名师作了队伍建设的重要工作，学校大力宣传师德建设成果和优秀教师的先进事迹，弘扬主旋律，展现当代教师的精神风貌，提高人民群众对教师队伍整体形象的认同感和美誉度。同时，积极开展向典型学习活动，在广大教师中形成崇尚先进、学习先进、赶超先进的良好风气。

**政府品牌建设工作总结16**

1.加强组织领导，强化意识树品牌。XXX县农业局高度重视农产品品牌建设，及时调整充实了农产品品牌建设工作领导小组，进一步明确领导小组职责和部门责任，形成了上下联动、层层负责、狠抓落实的长效工作机制。相继出台了农产品品牌建设目标考核制度及扶持资金奖励办法等政策文件，对通过无公害农产品、绿色食品、有机食品认证和农产品基地认定的进行奖励，农业品牌建设成为了农业产业化、农牧业现代化发展的助推器。开展了形式多样的品牌知识宣传活动，全县品牌意识明显增强，品牌氛围日益浓厚。

2.开发特色资源，发挥优势树品牌。一是打好生态资源牌。XXX县农业局充分利用得天独厚的水土光热资源，积极发展无公害农产品、绿色食品、有机食品，把资源优势转化为品牌优势和经济优势。二是打好特色产品牌。积极挖掘我县的特色资源，做足特色农产品品牌内涵，农产品品牌活力得到提升。努力培育了红枣、杏子、葡萄、松子、巴达木等一批特色主导产业，经济作物种植规模、品质、加工能力走在XX前列，特色品牌效应得到……

20xx年，我镇根据市委、市政府的统一部署和总体要求，以商品农业为基础，以优化环境为保证，以招商引资、商贸服务重镇建设为突破口，突出特色、突出重点，切实加速“产业九尺、商贸九尺、特色九尺”一心一园一区两带两基地建设，全镇经济和社会事业保持健康发展。

上半年工作总结

一、招商引资项目工作取得新进展

有序推进“丽景华庭”、“水岸明珠”两个项目建设，丽景华庭项目总投资7000万元，已投资2400万元，水岸明珠项目总投资4200万元，已投资2500万元。九尺镇光良农贸综合市场综合改造项目，占地31亩，总投资3000万元，已投资2024万元。成华保种猪场建设项目总投资2550万元，已投资1500万元。成华饲料厂建设项目总投资32380万元，已投资300万元。大圣农业项目占地180亩，总投资2500万元，已投资550万元。XX市余之康农业发展有限公司“粮食加工”项目，占地亩，总投资3500万元，已投资50万元。彭州九尺亿佰家冷链物流产业园项目，总规划800亩，一期投资亿元，规划150亩，项目总投资120000万元，目前已签订协议。万立光机电项目，占地700亩，总投资120000万元，目前项目处于在谈阶段。板鸭定点宰杀项目，项目总投资2024万元。

二、镇村基础设施不断完善

三、深入实施新农村建设

以汉彭路、蔬香路沿线、高林村为重点区域，引进蔬菜新品种、新技术4项，指导合作社规范运行，不断提高农业组织化程度，推进农业产业化进程。以蔬香路为重点，筹建大圣农业等农业产业化项目3家，培育种田大户8户，加快土地适度规模经营进程。完成“XX市现代农业发展（水稻）项目”前期申报、论证工作，项目拟在9月开工建设，总投资1900万元。启动双土村新型社区新农村综合体示范建设。启动金沙、金鼓、双土３个村的幸福美丽新村建设。积极推动“永兴村聚居点”、“九尺翠苑”的新建和风貌改造工作。启动完成永兴、鹿鹤村“小拆”项目立项工作。完成双土、金沙村拆院并院项目还耕收尾工作，完成富余还耕土地的确认。完成金鼓、玉源、高林3个村活动中心提升工程，国土用地规划选址放线和规划设计条件等已办理。完成华融化工防护带搬迁土地复垦和宝马小拆还耕验收工作，宝马节约建设用地指标亩。完成蔬香路项目杆线迁改，塔基征地补偿和临时用地补偿及还耕工作。

四、着力打造生态优美环境

开展“四改六治理”工作，规范车辆停放、摊位摆放，以“三化”和“三有”为标准进行主要公路沿线城乡环境专项治理，清理非法张贴书写广告160余处。深化农村散居院落治理，确定谢家院子等4个治理示范点，开展宣传动员，发动群众主动参与治理，集中清运垃圾吨，制作农村生活垃圾分类宣传专栏7个，新建垃圾集中点8个，发放垃圾分类桶24个，指导分批建设农村散居院落体育健身小广场4个。开展以高林村为试点的百村容貌整治工作，新建村道1500米、沟渠1000米，建立1个村庄再生资源回收利用站点，制定村庄规划，完善“环境村规民约”，与全村3012户签订门前五包责任书，逐步实现村庄环境治理规范化、常态化、长效化。

五、社会各项事业协调发展

严格落实计划生育各项政策，计生率在计生局下达的控制指标内，1-6月共征收社会抚养费202813元，按计划开展奖扶、特扶工作，加强流动人口计生管理与服务。完成城乡低保复核普查，完成低保对象一户一档。确定天宝村为“三社互动”试点，积极开展各项筹备。做好残疾人服务。组织文化队伍参加春节大巡游、健身球、排舞教练员培训、老年滚铁环等活动和比赛，积极做好“健身球”之乡的前期准备工作。

下半年主要工作计划

一、农业农村工作

加大农业招商引资力度，尤其是针对蔬香路沿线区域，加快农用地流转，提高农业组织化程度。继续推进城乡统筹发展进程，尤其是针对农村产权的流转，创新工作思路和工作机制，出亮点。完善农业基础设施建设，夯实农业基础。

二、村镇建设工作

完成“丽景华庭”3万㎡商住房建设，完成“水岸明珠”2万㎡商住房建设，并配套基础及公共服务设施。完成成华种猪饲料厂、世权食品厂、固体废物暂存库3宗国有土地“招拍挂”工作。全面完成金鼓安置点建设，确保58户农户全面入住，并配套相关基础设施。启动永兴村9组安置点建设工作,年底完成一层主体修建。有序推进鹅颈项片区改造工作，启动拆迁建设。继续作好标准化幼儿园扩建项目。作好金鼓、玉源、高林村活动中心建设项目指导和协调工作。

三、项目工作

启动冷链物流项目。完成丹景至新都500kv双回线路项目建设工作。继续加大对余之康扩建项目建设用地规划调整和协调用地。进一步推进招商引资项目进度。

20xx年上半年，XX区农村能源建设工作在区委、区政府的正确领导下，在上级有关部门的大力支持下，认真贯彻落实党的十八大精神，坚持科学发展观，按照省、市、区会议精神的要求，坚持城乡统筹协调发展，“大力普及农村沼气，积极发展适合农村特点的清洁能源。”加强领导，精心组织，与时俱进，务求创新，取得了良好成绩。现将XX区20xx年上半年农村沼气建设工作总结如下：

一、农村沼气建设工作目标任务完成情况

1、完成了中央预算内农村户用沼气池项目350户，占任务的70%,预计20xx年10月底可全部完工。

2、建设省级新村集中供气沼气项目工程3处，其中有2处主体工程已完成，正在进行管道安装，预计20xx年10月底,3处工程可全部完工。

3、建成“三沼”综合利用示范片4处，总面积5200亩。其中关帝镇大树村、齐心村、拱桥村芦笋基地2024亩、清水村五谷丰蔬菜基地700亩、清水村西谷养殖场、鑫隆养殖场青花椒基地2500亩。

4、完成沼液浸种15000公斤。

5、完成“三沼”综合利用培训人数1000人次。

6、完成沼气安全知识培训4期，培训人数200人次。

7、编了XX区农村沼气安全管理预案下发到乡镇，印发沼气安全知识挂图4万份，发到沼气用户手中。切实加强农村沼气安全管理，杜绝沼气安全事故的发生。

8、申报规模养殖场大型沼气工程4处。

9、农村清洁能源（cdm）发展机制项目补助已落实。

二、主要工作措施

（一）强化组织领导，实行目标管理

XX区高度重视农村能源建设工作，区政府成立了由分管农业副区长任组长，区级相关部门主要领导和各乡镇主要负责人任成员的XX区农村沼气项目建设领导小组，负责全区农村能源建设的领导和协调工作。层层落实目标责任管理制度，由区政府与各项目乡镇和区农能办、各乡镇与各项目村分别签订项目责任书，充分发挥乡镇干部和村支两委的主动性，有力地推动了全区农村能源建设。

（二）主动协调，争取项目资金

积极争取国家、省、市对农能项目的资金支持，争取到省级新村联户沼气项目1处，省级财政补助万元。申报了XX市西谷有限公司、XX市海宇种猪场、四川正农畜禽养殖有限责任公司和XX市昊鸿家庭农场等4处大型沼气工程。其中，XX市西谷养殖有限公司大型沼气工程有望在今年列入项目投资计划，可获得中央预算内补助资金200万元。

(三)严格政策，强化管理，确保建设质量

一是坚持实行项目公开公示制度；二是加强了项目资金物资管理；三是规划到户，现场培训，示范启动；四是严格建设标准，确保建设质量；五是坚持项目建设要求，逐户逐项验收；六是严格政策，结算补助到户，存入一折通卡；七是加强了项目后期管理，注重效益。

（四）打造社会主义新农村示范片建设

全区累计建设了78个生态农能示范片，石洞乡三清观村，新皂镇梅家沟村、金峰镇莲花池村、关帝镇大树村、清水村、字库村等村的农能示范片建设，为全区新农村建设中“农户房屋内部功能完善”提供了样板。结合农村改厕项目，在灾后重建农房集中安置居民区规划修建生活污水净化沼气池工程，在大型养殖场建设了沼气发电工程项目。在新农村示范村建设中，大力引进推广了农能新技术、新工艺、新材料、新设备，增加了科技含量，配套安装了沼气电子打火灶具、管件、沼气热水器、沼气饭煲、沼气灯具等设备，达到建池标准化，厨房改造布局美观实用化、卫生厕所清洁化、配套安装规范化、庭院经济效益化，为社会主义新农村建设作出积极贡献。

（五）抓好技术培训工作，强化施工队伍管理

加强农能技术培训和施工队伍管理，是提高农能工作质量的关键。在技术培训和施工队伍管理上，我们主要做了以下工作，一是为农村沼气项目建设培训了专业技术人员，现有120名技术员获得了农业部颁发的沼气生产工中级技术职业证书，有46名技术员获得农业部颁发的沼气物管员证书；二是采取现场技能操作，现场技术点评，专题技术讲课的方法，全区培训 “三沼”综合利用1000人次、培训沼气安全管理知识150人次，提高了“三沼”综合利用水平和沼气安全使用技能；三是加强技术人员的职业道德教育，规范施工行为，严格技术标准，切实提高技术人员的职业修养。

（六）搞好“三沼”综合利用，大力推广生态农业示范模式

积极推进生态循环经济发展，提高农能项目综合效益。全区以沼气为载体，积极推广“养殖＋沼气＋种植业”的循环生态模式，加强沼渣、沼液的综合利用，有力促进了循环生态农业发展，实现了沼气发展大跨越、生活条件大改善、生活方式大转变，尤其是关帝镇字库村、大树村、杨家镇万和村、罗汉寺村等地利用沼肥种蔬菜取得了显著的经济效益，通过“三沼”综合利用的生态农业循环经济模式的试验示范推广，为建立XX区无公害生态农业示范基地奠定了良好基础。

（七）加强沼气安全管理，构建平安和谐涪城

抓好沼气安全使用和沼气安全管理工作，是保护人民群众的生命财产安全，坚持以人为本，执政为民，构建平安和谐涪城的重要工作内容。今年编印了《农村沼气户用沼气池安全使用手册》1万余册、印制《农村沼气安全管理须知》挂图40000余张，下发到沼气用户。充分利用各种会议、广播、有线电视等各种形式宣传沼气建设和沼气池出渣换料的安全操作规程。加强了监督检查，尤其是在农村大忙季节中，引导和教育沼气农户科学出料、科学操作、科学管理，杜绝了沼气不安全事故的发生，保护了人民群众生命财产安全，维护了社会稳定，为构建平安和谐涪城作出积极贡献。

（八）开展“政府+农户购买沼气服务”试点工作

近年来，我们建设局在抓好本部门三个文明建设，推进城市建设的同时，积极参与社区各项建设工作，取得了初步成效。我们的做法是：

我局认识到，社区建设只靠党委\*是不够的，要做好社区建设工作，必须要取得驻区单位的全力支持。只有积极发挥驻区单位作用，才能为社区建设提供有效的支持。其次，我局注重与所在社区加强联系和沟通。我们经常主动与社区居委会交流双方之间的工作动态，加强了解与沟通，在重大活动安排上，能事先通气，相互配合，互惠互利。通过经常性的联系沟通，我们与居委会的距离缩短了，感情增进了，形成了亲如一家的社区工作氛围，也初步形成了社区共建的良性机制。

我局注重培育各驻区单位和社区居民的社区意识。由于与社区成员单位之间不存在领导与被领导的关系，因此，只能通过组织、协调的方式去解决问题。我们建设局作为xx的成员单位和牵头单位，在这方面做了一些工作。在抓好社区资源开发利用的同时，通过宣传发动，使辖区内的机关企事业单位、群众团体、居民都来参与社区事务管理，解决社区共同面临的`社会事务，使大家在参与社区建设中催生社区的责任感、使命感，形成了“我为人人，人人为我”的共建氛围。

**政府品牌建设工作总结17**

校委会按照上级部门对未成年人思想道德建设工作的统一部署和要求，认真组织全体人员深入学习和广泛宣传，贯彻落实省、市教育局精神，加强和改进未成年人思想道德建设工作，加强对关心下一代工作的组织建设。同时，把该项工作与民政工作一起部署、一起落实，确保了未成年人思想道德建设工作扎实推进。年初，充实和完善了组织机构，建立健全了工作责任机制，制定了相配套的工作措施，并将未成年人思想道德建设工作摆上校委会重要议事日程，纳入全年工作计划，把该项工作与民政工作一起部署、一起落实，确保了未成年人思想道德建设工作扎实推进。各班级切实加强未成年人合法权的保护，把握重点，找准亮点，解决难点，着力为未成年人做好事、办实事，把未成年人的冷暖放在心上，把他们的喜怒哀乐当作第一工作标准，从关心、爱护未成成年人身心健康入手，加大思想道德建设宣传力度，充分发挥社会舆论导向作用，进一步巩固和陶冶未成年人思想道德情操，为构建和谐、文明校园奠定了基础。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找