

# 2023年造纸厂生产计划(精选7篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。相信许多人会觉得计划很难写？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 造纸厂生产计划篇一

在who宣布新型冠状病毒肺炎构成国际公共卫生紧急事件之后，很多国家和地区对中国采取了旅行限制措施。

一些人担心，中国会不会因此在国际社会“陷入孤立”？

我在前面的文章中说过，对于who的这一判断，请以平常心对待。

这并不是说who对中国抗击疫情没有信心。相反who在这次疫情当中多次对中国的努力表示肯定和感谢。

who作出这一决定，主要是考虑到其他国家也出现了感染新冠肺炎的案例。

我觉得who主要是希望各国都因此重视疫情，采取必要措施防范疫情在全球蔓延。

截至目前，全世界已经有几十个国家对中国采取了不同程度的旅行限制措施。像美国，完全禁止过去两周到过中国的非美国公民入境，这明显违背了who的建议。

但总体来说，对于其他国家采取的措施，我们也不要过度反应。

想想看，在中国国内，对于来自武汉和湖北其他地区的民众，不也已经采取了很多限制性措施吗？包括隔离14天等。

对于其他国家来说，对中国疫情感到担忧，甚至有一点恐慌，也是可以理解的。

现在，最重要的还是通过科学手段，千方百计控制住疫情。等到疫情彻底解除，一切都会恢复。

我3月中旬还要计划去美国出差，当然也希望疫情早日得到控制。

我的感觉是，疫情之下，大家不用担心，中国在国际社会被“孤立”。

我一直认为，中国是全球第二经济体，是世界上绝大多数国家重要的贸易和投资伙伴，世界需要中国。

当然，中国也需要世界。

## 造纸厂生产计划篇二

### (一)落实安全责任，认真履职到位。

认真梳理修订安全工作制度流程，按照“业务工作谁主管、安全工作谁负责”的原则，进一步明确各级各类人员的安全责任、管理标准与管理措施；分解细化安全管理目标，逐级签订《安全生产责任书》，健全和完善公司、单位、工段(班组)、员工四级责任体系，实现安全管理的全覆盖；实行安全管理绩效定期评价、考核，纵向到底、横向到边；坚持一票否决制。

单位20\_\_年安全工作计划，请于1月31日前报生产安全部技安室李波处。各单位领导(特别是行政主要领导)要高度重

视并切实履行安全工作计划、安排、督促、检查、考核、奖惩的管理职责;如发生事故后,必须在第一时间组织应急处置和上报安全管理部门及公司领导,对谎报、瞒报事故的单位和个人,公司将加大问责和处罚力度。

## (二)加强教育培训,提高安全素养。

以上领导干部从业资格、安全责任意识培训;二是加强安全管理人员、班组长、特种作业人员的培训;三是加强特种作业岗位持证人员的岗位培训;四是加强对相关方人员危险源辨识、安全常识以及安全技术交底的培训;五是高度关注并加大劳务派遣人员、临时用工人员安全培训的力度,加大安全教育培训内容、学时、对象等的针对性和档案建设。

公司每季度随机抽取管理人员进行履职闭卷考试,抽取作业人员进行现场危险源辨识考察,考试不合格人员进行再学习、再考试考察。对长期习惯性违章人员实施待岗学习,经考试合格后方可重新上岗。

## (三)强化安全监管,治理违章行为。

现场安全监管是安全管理的关键、重要环节,安全管理部门要抓好综合管理,安委会各专责组抓好业务条块的监管,单位抓好日常具体的落实,管理部门、专责组和单位应加大工作力度,各司其职、密切配合,形成齐抓共管合力。同时要坚持安全工作效能监察制度,促进各级管理人员安全工作落地,安全管理绩效得到正确评估,形成步调一致、上下联动的长效机制。

安全管理部门要定期获取、识别法律法规,深入生产现场和重点危险部位,检查、指导制度(安全操作规程)的建立完善,形成管理闭环。

设备设施(电气)、防燃防爆(交通)、工艺技术安全、工

程建设等专责组要坚持开展有主题的专项检查活动，动态实施安全隐患的排查和指导督促隐患的治理。

各单位领导每月必须带队检查一次本单位的安全工作，对检查中发现的安全隐患及时进行整改，对违章行为及时进行教育处罚，并保持检查记录。

以上工作将纳入月度安全风险抵押金和安全绩效考核。

#### (四) 完善试验监管，消除事故风险。

科研生产试验具有很大的风险性，试制试验单位要不折不扣地执行上级及公司安全评审制度及试验安全管理制度，坚持试验前培训、检查，试验中监管，试验后清理、总结，风险程度较高的试验项目必须由单位领导带队实施；重点做好试制、试验前的危险源辨识、分析和防范措施制订、必要的排障演练及应急处置演练，督促科研试验安全管理制度的有效执行，促进科研试验安全管理形成标准化、规范化、表单化，将科研试验的安全风险降到最低。

定型产品要定期做好安全评审工作，坚持危险源辨识，落实管理措施，加强安全教育培训和现场监管及劳动防护用品的使用管理，组织必要的应急处置演练。

#### (五) 健全体系程序，规范相关方管理。

相关方安全管理是难度很大的环节，也是死亡事故高发的重要领域，必须进一步健全和完善相关方管理体系，切实加强风险监管，有效预防事故的发生。一是全面梳理相关方单位，严格审核相关方的资质，建立相关目录档案；二是认真签订相关方安全协议，明确责任义务。长期固定的合作单位可一年一签，临时合作项目必须随商务合同同时签订，未签订安全管理协议不能签订商务合同；三是双方扎实做好人员教育培训、安全技术交底(或安全告知)等前期工作；四是双方共

同开展危险源辨识(或安全评审),制订有针对性的管理措施;五是督促相关方认真履行安全管理的主体责任,业务单位认真履行现场监管责任,安全管理部门认真履行监督责任;六是建立相关方安全管理的动态评估机制及协调、沟通机制,促进存在的安全隐患和问题得到整改落实。

## 造纸厂生产计划篇三

计划书一开头便应对本计划的主要目标和建议作一扼要的概述,计划概要可让高级主管很快掌握计划的核心内容,内容目录应附在计划概要之后。

计划的这个部分负责提供与市场、产品、竞争、配销和宏观环境有关的背景资料。

### 1. 市场情势

应提供关于所服务的市场的资料,市场的规模与增长取决于过去几年的总额,并按市场细分与地区细分来分别列出,而且还应列出有关顾客需求、观念和购买行为的趋势。

### 2. 产品情势

应列出过去几年来产品线中各主要产品的销售量、价格、差益额和纯利润等的资料。

### 3. 竞争情势

主要应辨明主要的竞争者并就他们的规模、目标、市场占有率、产品质量、市场营销策略以及任何有助于了解其意图和行为的其他特征等方面加以阐述。

### 4. 宏观环境情势

应阐明影响房地产未来的重要的宏观环境趋势，即人口的、经济的、技术的、政治法律的、社会文化的趋向。

应以描述市场营销现状资料为基础，找出主要的机会与挑战、优势与劣势和整个营销期间内公司在此方案中面临的问题等。

### 1. 机会与挑战分析

经理应找出公司所面临的主要机会与挑战指的是外部可能左右企业未来的因素。写出这些因素是为了要建议一些可采取的行动，应把机会和挑战分出轻重急缓，以便使其中之重要者能受到特别的关注。

### 2. 优势与劣势分析

应找出公司的'优劣势，与机会和挑战相反，优势和劣势是内在因素，前者为外在因素，公司的优势是指公司可以成功利用的某些策略，公司的劣势则是公司要改正的东西。

### 3. 问题分析

在这里，公司用机会与挑战和优势与劣势分析的研究结果来确定在计划中必须强调的主要问题。对这些问题的决策将会导致随后的目标，策略与战术的确立。

此时，公司已知道了问题所在，并要作为与目标有关的基本决策，这些目标将指导随后的策略与行动方案的拟定。

有两类目标——财务目标和市场营销目标需要确立。

#### 1. 财务目标

每个公司都会追求一定的财务目标，企业所有者将寻求一个稳定的长期投资的盖率，并想知道当年可取得的利润。

## 2. 市场营销目标

财务目标必须要转化为市场营销目标。例如，如果公司想得180万元利润，且其目标利润率为销售额的10%，那么，必须确定一个销售收益为1800万元的目标，如果公司确定每单元售价20万元，则其必须售出90套房屋。

## 造纸厂生产计划篇四

春节前夕，可怕的疫情(新型冠状病毒肺炎)以非常快的速度从武汉向全国蔓延，原本喜迎新春的万家灯火笼罩了一片阴霾。

疫情警报拉响的时候，作为疫情聚集点，武汉聚集了全国人民的目光。确诊病例不断增多，扩散范围越来越广，公路、铁路、渡轮等暂停营运。武汉“封城”了作为一个繁荣的城市加上疫情发生的时间段，可以看出“封城”的困难何等之大，但已经确定了这个决定也为疫情的防御争取了更多的时间。

同时身处“封城”的状态下武汉，不要害怕，武汉并不是孤岛。疫情爆发后全国各地紧急成立医院和医疗救护小组，几千名医护人员奔赴武汉，支援武汉战场。大量工厂在春节期间加班生产口罩，预防疫情蔓延，各地也生产了防护服等医疗设备。全国人民纷纷捐款、捐物、捐资……全国人民都团结一心，众志成城，抗击疫情，不同的城市纷纷表示，有难我们一起抗。

中国为了战疫情，运用水陆空运送资源，为了保证资源运送安全和迅速开辟了648条绿色通道。中国为了防控疫情，举全国之力，保护人民的健康。

84岁的钟南山老爷爷说：“武汉是一个英雄城市”，现在我们的城市生病了，我们一起救治，一起让武汉好起来。一切

都会过去的，黑暗之后，便是光明。

阴霾最终消散，让我们一起为武汉加油！

## 造纸厂生产计划篇五

作为公司的财务出纳工作人员，自然是做好本职工作在先，为公司节俭每一分成本为己任。为再次出色的完成上级交给的工作，特制定出出纳工作计划：

财务出纳工作计划对加强财务管理、推动规范管理和加强财务知识学习教育，有着十分重要的作用。为了做到财务工作长计划，短安排，使财务工作在规范化、制度化的良好环境中更好地发挥作用，特拟订20\_\_年财务工作计划。

### 一、组织财务人员参加上级组织的各种培训。

组织财务人员参加财务人员培训，提高认识，不断加强自身的业务水平。了解新准则体系框架，掌握和领会新准则资料，要点、和精髓。全面按新准则的规范要求，熟练地运用新准则等，进行帐务处理和财务相关报表、表格的编制。

### 二、进一步做好预算工作探索基层学校预算管理规律

按照上级财政部门的要求，总结大口径预算工作的规律，提高预算工作的预见性、民主性和科学性，做好学校部门预算的编制和落实工作。编制好年度预算，并力求切合实际。

### 三、加强规范资金管理。

1、根据新的制度与准则结合实际情景，进行业务核算，做好财务工作。

2、做好本职工作的同时，处理好同其他部门的协调关系。



3、做好正常出纳核算工作。按照财务制度，办理现金的收付和银行结算业务，努力开源结流，使有限的经费发挥真正的作用，为学校供给财力上的保证。加强各种费用开支的核算。及时进行记帐。

4、财务人员必须按岗位职责制坚持原则，秉公办事，做出表率。

5、完成领导临时交办的其他工作。

四、财务管理力求科学化，核算规范化，费用控制全理化。

强化监督度，细化工作，切实体现财务管理的作用。使得财务运作趋于更合理化、健康化，更能贴合公司发展的步伐。要严格学校的硬件管理，学校的课桌、凳及教学仪器设备要管好用好，及时修补，严禁外借。确有正常损坏要按照报损程序予以报损。各教室、仪器室、处室要严格管理人员，转换要有手续，损坏丢失要照价赔偿。管好固定资产帐。

五、继续做好收费工作

学校收费工作是高压线，上级部门三令五申，故今年学校仍要加大这方面的管理力度，不收学生的任何费用。

1、按照上级要求停收住宿学生住宿费。虽然物价局允许收取，但为了农民利益，立停。

2、教育班主任、教师不得以任何理由收取学生的任何费用。

3、教育学生使用正版读物。

4、新华书店(基础训练)或保险公司(学生保险)上门服务，

允许学校供给便利条件，但领导、教师严禁介入。

六、抽取部分资金对学校破旧、损坏之处进行修缮。

七、按照上级要求交足电教费(每生12元)，极力争取上级对我校的各项支持。

以上便是我一名财务人员工作计划，总之在00\_\_年里，学校将借改革契机，继续加大财务管理力度，不断提高财务人员业务操作本事，充分发挥财务的职能作用，创造性的完成各项计划资料。

## 造纸厂生产计划篇六

2月4日一则武汉“火神山”医院的无人超市突然登上微博热搜，为降低新型冠状病毒的传播风险，这个超市没有配备收银员，顾客挑选完物品，只需要用手机自助扫码结账就能完成购买。且无人超市24小营业，仅开业第一天就接待了200多人。

该超市是由中百仓储和阿里巴巴旗下淘鲜达共同建设，中百仓储负责供应货物，而淘鲜达提供无人收银系统。

由于新冠病毒存在较强的人际传播特性，为了防控疫情，无接触配送成为了当前的刚性需求。

近期包括国家邮政局、山东省市场监督管理局、合肥经开区市场监督管理局等政府部门先后发布通知，鼓励全面推行“无接触配送”服务。

1月26日，美团外卖紧急推出“无接触配送”，优先在武汉试点，并陆续覆盖全国。美团外卖发布的公告显示，用户在下单时，可通过“订单备注”、电话□app内消息系统等方式，与骑手协商一个商品放置的指定位置，如公司前台、家门口

等，送达后骑手将通过电话和app等渠道通知用户自行取餐。

1月30日，美团宣布“无接触配送”近期将进一步升级，率先在武汉、北京两地试点运营“美团智能取餐柜”，为小区、医院用户提供便利服务。

天猫超市、盒马、饿了么、肯德基、必胜客也纷纷推出了“无接触配送”服务或“无接触点取餐”服务。消费者可以在订单备注栏选择“无接触式配送”，以要求把货品放在如门口、前台等指定位置，待骑手放置妥当后，再前去取货，不用直接接触。

餐饮行业是这次疫情的重灾区，比如新茶饮企业喜茶关闭了在湖北的8家门店，相关负责人透露，在其他地区也按照政府要求关闭了一半以上的门店，“关门期间，所有员工工资照发。”瑞幸咖啡也表示，公司在1月21日第一时间启动了针对疫情的防控预案，除部分地区正常营业外，1月23日起，武汉地区瑞幸咖啡门店已全部关闭，春节期间不营业。

为了自救维持营业，喜茶、瑞幸咖啡开始在无人零售上发力。喜茶目前已在深圳、重庆、北京、南京等全国多个城市的150家门店推出取茶柜，用户线上下单后，待茶饮制作完毕，店员会将茶饮放进柜子里，再通知取茶，从下单到取货完全不需要和店员有任何接触。

而瑞幸咖啡此前为了减少渠道成本而发布的智能无人零售战略也正好派上了用场。1月初，瑞幸咖啡宣布推出无人咖啡机“瑞即购”和无人售卖机“瑞划算”，按照瑞幸方面的说法，这两个新的业态的初衷是为了省去高昂的人员和装修费用，并大幅减少租金，加快扩大客户规模，提高客户消费频次。

但在疫情之下，无人零售迎来了新的机会。“就瑞幸而言，门店零售看到受到了影响，但无人零售咖啡是时候发力

了。”近期，瑞幸咖啡cmo杨飞在朋友圈表示，肺炎疫情危中有机，企业既需要控制现金流，也同时要琢磨疫情当下和以后的新需求，“的非典，刘强东关闭线下转到线上，成了后来的京东商城。”

## 突如其来的机会

自2月3日春节复工后，周康的电话几乎被打爆了，在回应全天候科技的期间，他十分钟之内就同时用微信和电话处理了三个客户的咨询。

但在他看来，在之前，这个行业始终不温不火。

早在，周康所在的公司就进入了智能取餐柜行业，并在第二年研发出了第一台智能取餐柜。随后成立中央厨房，建立配送团队进行试点，希望借此打入餐饮业。但运营情况不如预期。

前后，无人零售概念崛起，智能取餐柜迎来了第一波的浪潮。周康透露，他们当时和阿里巴巴、口碑、饿了么、美团等签署合作协议，向对方提供设备。在美团的北京总部大楼、饿了么上海的总部大楼都进行了试点，“使用效果以及使用率都不错，美团总部投放的智能外卖取餐柜，平均单格单日的使用次数高达8-10次。”

然而此后，无论是美团还是饿了么，都没有对取餐柜进行大力的推广。

实际上，取餐柜的优势明显。它不仅可以解决写字楼、高校存在的外卖乱放现象，规划安全有秩序的外卖环境，还可以避免可能存在的风险。周康提到，“高校、写字楼都会有普遍的外卖丢失现象，其实并不是有很多人恶意偷取外卖，而是当人拿错外卖的时候，就会产生恶性循环现象，最终导致总会有一个人丢失外卖。”

而取餐柜也受到了外卖小哥和餐饮企业的欢迎。对外卖小哥来说，智能取餐柜由于可以统一存放，不用一对一配送到人，因此可以节约送餐时间，减轻配送压力，增加配送效率。对于餐饮企业来说，也可以提升翻台率，降低成本、提高收入。

即便如此，在过去的数年中，智能取餐柜业务也并没有获得爆发。

“外卖是懒人经济发展的产物，大多数消费者点外卖是为了方便，而如果用户需要下楼到取餐柜取餐，特别是如果有多个取餐柜需要去找，那么体验就会较差。”一位消费者认为。

而站在周康角度来看，他认为取餐柜过去不普及更大的原因在于“算不过来账”。

他解释称，目前取餐柜的盈利模式有几种，比如由外卖平台出资投放，合作商家想使用外卖柜那就上交佣金给外卖平台。外卖平台还可以通过柜体广告、显示屏广告进行盈利，“毕竟目前外卖柜的使用频次是要比快递柜还要高。”

再一种盈利方式就是对外卖小哥进行收费，“外卖小哥一般比较乐意使用取餐柜的，可以节省很大一部分时间，高峰期能多接几单进行配送，也缓解了配送压力。”

但总体来看，单纯运营取餐柜所获得的盈利非常微薄，市面上很少有单独依靠运营取餐柜的企业，而取餐柜的制造企业更多以制造、销售为主要利润来源。更多时候，取餐柜运营者为团餐企业，他们会深入产业上游，以设备销售、食材销售、团餐服务□saas服务等综合能力盈利。

据国家^v^数据显示，中国餐饮收入33769亿元，其中团餐收入最高，达到1亿元，占比约。

“团餐企业的智能取餐柜使用量是最大的，外卖柜的重复使

用率是最高的。”另一位来自智能取餐柜行业的人士表示，团餐企业目前分为两种经营模式，一是进驻甲方，即团餐企业以承包食堂的形式服务于机关企事业单位、学校、军队、工厂等；二是中央厨房的形式，完成餐品加工生产，再定时定配送。这两种模式，取餐柜都能起到减少排队，降低人力成本的价值。

除了运营利润低，对于运营智能取餐柜的企业来说，智能取餐柜成本高昂，因此落地也存在问题。

以市面上常见的取餐柜为例，目前价格在几千到几万之间。周康称，他们公司所生产的取餐柜协议价在6000元到10000元，其中标价一万元的机器有32个格子，搭载寸液晶触摸显示屏，支持触屏操作，采用二维码取餐。

和快递柜不同，由于外卖的消费频率更加频繁，“一个22格的取餐柜，日均开启数量达到100多次。”周康透露。也因为需求过大，如果在一个小区或者写字楼部署取餐柜，其数量要远超过快递柜数量，这是一笔高昂的成本。

另外取餐柜想落地小区或者写字楼还要经历物业这一道关卡，放不放、怎么放、放哪里、放几个，都需要和物业公司共同商讨。有些物业担心外卖智能取餐柜像共享单车品牌一样泛滥成灾，然后草草收场，多数保持较为谨慎的态度。

为此，有些物业开出了不菲的进场费，以智能快递柜为例，此前有媒体报道，快递柜进小区需要缴纳一笔进场费，至少6000元，最高能达到1万元以上。

不过在疫情下，取餐柜面临的这一问题，得到了极大的改善，一位取餐柜运营人士表示，近期“很多小区都主动联系我们，让我们免费进场部署取餐柜。”

而在周康看来，这次疫情对于智能取餐柜来说，将是一个重

大的机遇，“过去美团们只是试点，现在已经把智能取餐柜当成了一个非常重要的战略方向。

无人零售又迎来春天了吗？

在2017年7月初的阿里造物节上，阿里巴巴推出无人店“淘咖啡”体验，一时间，无人零售概念成为资本追逐的焦点，包括京东、苏宁等电商巨头，缤果盒子、未来店、小麦铺、猩便利等创业企业纷纷杀入无人超市领域。

据不完全统计，仅2017年，全国无人零售货架就累计落地万个，无人超市累计落地200家，无人零售市场累计融资超40亿人民币。

当时，无人零售主要有三种形态：自动售卖机、无人便利店、办公室无人值守货架。今天走红的“无接触”概念，在这几种形式之外，又多了智能取餐柜这样的细分形态。

然而好景不长。2017年7月，上海首家无人便利店“缤果盒子”开店仅仅一个月就宣布关门；12月底，业内先后传出猩便利裁员和资金链断裂的消息。截至年底，此前涌现出的数十家无人货架公司，也基本倒闭或转型。

那么，这次借着疫情而兴起的无人零售是再一次昙花一现，还是迎来了新的发展机遇？其问题核心可能指向用户体验和企业成本的问题上。

按照一些业内人士的说法，此前的无人超市压缩了人力的收银成本，但收银员成本反而是零售业成本中最低的，为了替代收银员增加的其他技术成本反而更高，比如摄像头、GPU、重力感应设备投入等。

而在用户体验上，以智能快递柜为例，快递员不通知就将包裹放入快递柜的情况受到了很多用户的投诉。2018年8月，国家邮

政局近日公布的《智能快件箱寄递服务管理办法》要求，智能快件箱使用企业使用智能快件箱投递快件，应当征得收件人同意。

而在疫情之下，无人零售由于避免了人员接触，反而受到了用户的欢迎和至上而下的推广。国家邮政局1月23日发出紧急通知，要求对于寄往武汉的邮件快件，投递人员将与收件人电话联系预约投递，首选投递到智能快件箱，以减少人员间接触。各外送服务企业也推出了无接触服务。

而在削减成本方面，瑞幸咖啡推出的无人零售战略直接指出，公司推出的无人零售瑞即购售卖的咖啡和门店的咖啡产品在品质、价格、优惠、分量方面都是完全相同的。“相较于门店而言，无人零售的模式更轻，不需要过重的门店装饰；机器也较为灵活，可随时进厂、随时调整，不受场地限制。”瑞幸咖啡ceo钱治亚表示，瑞即购和瑞划算的机器可以摆放在大堂、办公室以及任何能够接近消费者的场所，一定程度扩大了瑞幸的服务场景。

## 瑞幸推出的无人咖啡机

另外，无人零售对于瑞幸咖啡而言可以极大减少高昂的人员和装修费用，并大幅减少了场地租金。按照瑞幸年q3季度的财报，店铺租金和其他营业成本占产品收入的比例为32%。相对于这些成本来说，无人咖啡机的价格并不昂贵，从阿里巴巴旗下的1688来看，无人自助咖啡机的价格从5千多元到6万元不等，其中2、3万元较为普遍。

而现在国内的大部分咖啡馆支出占比较大的是租金、人力和物料。据估算，每个运营人员可同时维护10台无人咖啡机，即使是按同等的物料来制作，一杯咖啡的售价可以压缩到50%以上，且出品速度快、售价低且味道不输一些普通的咖啡馆。

瑞幸方面也表示，“瑞划算”的最大特点是大大减少渠道成



本，用户可以在线下买到电商价。

其实，早在2017年，无人咖啡机就有过一波跑马圈地。但不少玩家们只顾忙着占领市场，却忽略了点位的精细化、规范化运营，逐渐被淘汰了。

疫情带来了新一波智能取餐柜、无人咖啡机等无人概念的走红，但要实现长久发展，归根结底仍然要回到精细化运营上。

## 造纸厂生产计划篇七

1、通过实施基本公共卫生服务高血压病患者管理项目，对城乡居民的慢性病及相关危险因素实施干预措施，减少主要健康危险因素，有效预防和控制高血压病等慢性病。

2、建立高血压病患者的健康档案。

### 二、主要任务

#### (一)、高血压病患者的管理

##### 1、高血压病的检出

根据《城乡居民健康健康档案管理服务规范》，利用建立社区居民健康档案、健康体检、我院的诊疗服务、社区免费测血压、主动检测、首次测血压等方式发现高血压病患者。

##### 2、高血压病患者的登记

将检出的高血压病患者以及我市慢病报告网络所报告的属于本社区的高血压病患者，建立高血压病患者管理花名册并将所有信息录入相关的数据库，进行微机化管理。

##### 3、高血压患者的随访管理和转诊

对检出的高血压患者收集详细的病史，进行必要的体格检查和实验室检查，根据《高血压防治指南》的要求进行临床评估，实行分级管理和随访，随访采用门诊随访、下乡家庭随访、村医协助随访等多种方式，对高血压患者采用药物治疗方案和非药物治疗方案。当患者出现《城乡居民健康档案管理服务规范》中规定的情形时及时转诊到上级综合性医院，待病情稳定后再转回继续治疗、随访。帮助患者制定自我管理计划，对高血压患者进行自我管理的技术支持。

## (二)、高血压病高危人群的健康指导和干预

对高危人群采取群体和个体健康指导相结合的方法，开展健康教育以改变不良的生活方式，通过健康教育提高高危人群对高血压病相关知识及危险因素的了解，给与健康方式的指导，定期测量血压。

## (三)、社区一般人群的健康促进

根据社区人群的健康需求，在社区广泛开展高血压病防治知识宣传，提倡健康的生活方式，鼓励社区人群改变不良的生活方式，减少危险因素，预防和减少高血压病的发生。

- 1、在社区建立高血压防治知识宣传橱窗，制作高血压病防治知识宣传单，通过居委会、医疗站点等发放给社区人群。
- 2、在社区举办高血压病知识讲座和健康生活方式讲座、义诊等活动。
- 3、利用社区居\*活动室等居\*较集中的地方作为高血压防治知识的宣传阵地，摆放各种宣传资料。
- 4、在社区开展免费测血压活动。