

# 2023年品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广 推广工作计划(优秀5篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

## 品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广工作计划篇一

今年是党的<sup>v</sup>召开之年，区委、区政府提出了高质量打造现代化滨海大都市首善之区的宏伟蓝图，潘火街道作为首善之区“精彩板块”、先行标兵，街道上下要准确把握发展方向和历史使命，保持“咬定青山不放松”的执着，保持“行百里者半九十”的清醒，真抓实干、开拓奋进，在新时代赶考路上继续考出好成绩。

今年工作的总体思路是：坚持以<sup>v</sup>新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，忠诚拥护“两个确立”，坚决做到“两个维护”，围绕“七创争先”、奋进攀高的总体要求，坚决贯彻落实区委、区政府和街道党工委各项决策部署，坚决扛起新时代发展历史使命，统筹抓好疫情防控和经济社会发展，奋力打造现代化滨海大都市首善之区“精彩板块”。综合考虑各方面因素，建议今年经济社会发展主要预期目标为：地区生产总值增长，规模以上工业增加值增长12%，社会消费品零售总额增长17%，完成固定资产投资60亿元，一般公共预算收入与经济增长基本同步，能源和环境指标完成上级下达的计划任务。

重点做好以下四方面工作：

一、狠抓“产业提能”，推动经济发展。

做强优势产业。积极应对新冠疫情常态化和国内外经济形势下行压力，继续培育四大产业集群，通过博格华纳、圣龙汽车、高发汽车等骨干企业再投入，做强第一个超百亿汽车零部件产业。继续打造制造业单项冠军梯队，推动荣大昌等企业争创国家级制造业单项冠军。继续抓好企业上市，加快伏尔肯、舒普智能等企业上市进程。依托精准有效服务，全力培育更多“专精特新”小巨人企业。2022年，力争新增上市企业2家、专精特新“小巨人”企业2家、国家级单项冠军企业1家。

狠抓项目落地。聚焦“七创争先”十大攻坚任务，重点抓好百纳生元等重大产业项目，引进当年销售额超15亿元企业项目1个，力争达到2个。依托高发、利时等产业项目，引进总投资1亿元以上项目6个。大力培育新上规企业，力争今年规上企业突破百家，新增工业产值20亿元以上。重点抓牢圣龙、车多多、华飞等重大外资项目，确保实际利用外资达到3700万美元；大力推进全市首个“定品质”全装修现房销售试点项目，抓牢都市产业园内5个产业项目，力争全年完成固定资产投资60亿元。

加快动能转换。推动数字经济与辖区产业深度融合，建设更多的数字车间和智能工厂；充分发挥经济政策导向作用，鼓励企业加大科技创新和成果转化力度，进一步激活发展潜力；开展工业土地综合整治，不断强化“工业大脑”，推动低效资源再利用，为优质企业提供发展空间；推动清华长三角研究院宁波分院在新材料、高端装备等领域集聚创新创业人才，引导中物院宁波军转民科技园做大做强光电产业；加快推进2000平方米人才综合服务展厅建设，全力争创省级“人才创业园”，2022年申报国家级“引才工程”10名，省级“引才工程”13名。

二是狠抓“品质提档”，推动城市更新

拓展发展空间。通过专班运作、合力攻坚，加快金域传奇南、

昌兴街、土桥工业区、王家弄村周边等地块拔钉速度，力争全年完成拔钉250亩以上。加快土地收储，完成金域传奇西、华东物资城、东方丽都西、王家弄报社、世纪花园西等土块收储出让，力争全年出让土地210亩。

优化环境品质。对标文明典范城市创建要求，结合“问题及时发现有效解决闭环机制”，继续推进菜场周边、老旧小区、背街小巷等区域集中整治；继续加大垃圾分类工作的宣传、监督力度，加强机关、村社干部入户指导和督导，提升垃圾分类“三率”；深入开展“拆违治乱”集中攻坚，年内力争拆除存量违建4万平方米以上；深入推进五水共治，完成平方公里“污水零直排”样板区创建，力争中塘河市控断面水质达到iii类水质标准。

三是狠抓“治理提效”，强化精细化管理。

## 品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广工作计划篇二

严格落实《党风廉政建设目标责任制》。年初，按照区纪委要求，与各基层党组织签定《党风廉政建设目标责任书》，把党风廉政主要工作任务分解落实到各村，把责任落实到岗、到人。同时，镇纪委负责监督检查责任制的落实情况，有力推动了党风廉政建设工作开展。在全镇20-年度工作综合表彰大会上，对党风廉政建设，特别是镇村党员干部队伍作风建设做了进一步部署，要求各基层党组织要切实将党风廉政建设列入重要议事日程，抓好、抓实、抓出成效。表彰会后，全镇各村按照本村工作计划，紧紧围绕镇党委、政府工作中心，迅速展开全年工作，实现了农村经济社会发展的良好开局。

年初，严格程序，周密组织，圆满完成北\*\*村村民委员会选举工作。目前，全镇村两委班子人员、机构健全到位，并有专职人员负责本村纪检工作，村级重大事项实行民主决策，为村级工作实现良好运行奠定了坚实基础。

一是抓好村党务、政务公开工作。发挥纪检部门职能作用，进一步加强村级党务、政务公开的督促落实。公开由代理中心统一内容，全面接受村民监督，较好地解决不公开、假公开、公开不及时等问题，进一步了增强村级工作透明度。

二是认真开展“大排查、大走访”活动。结合驻村指导员、驻村“第一书记”包村工作的开展，深入开展“大排查、大走访”活动，及时解决、化解关系农民切身利益的矛盾和问题，切实维护群众利益，确保各村和谐稳定。

以上瓦泉村为重点，切实推进农村基层党风廉政建设示范村创建活动。上瓦泉村是著名的“有机专业村”，近年来，该村两委在镇党委政府的正确领导下，以富民强村为己任，大力发展有机农业，在全镇有机农业中起到了很好的领跑作用，成为全镇廉洁勤政、富民强村的典范。镇纪委及时与村两委搞好沟通，要求他们要巩固优势，发扬作风，切实发挥好党风廉政建设工作示范带头作用，目前该村各项软件设施健全，下一步将重点规划建设廉政文化一条街。

按照《党风廉政建设目标责任书》要求，认真抓好责任制的落实，同时，及时成立以镇党委书记负总责、镇纪委书记具体抓的农村党风廉政建设工作领导小组，结合村两委成员培训班、每季度村级工作会议的召开等形式，适时调度农村党风廉政建设工作开展情况，确保村级党风廉政建设工作有效开展。

回顾今年以来的工作，我们取得了一定成绩，但与上级部门和人民群众的要求还有一定的差距，有些方面还有待于进一步探索和完善，如：部分农村党员干部的党性观念还不够强，勤政、廉政意识不足，铺张浪费等不良风气时有发生；部分村对反腐倡廉工作认识不足，政务、村务公开，尤其是财务公开等制度有待完善和提高。这些问题我们将在下一步工作中全力改进工作方法、强化工作措施，努力加以改进，为建设“有机农业镇、生态旅游镇、和谐新城镇”做出新的贡献。

# 品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广工作计划篇三

地址：

电话：

乙方：

地址：

电话：

## 一、甲方的责任和义务

- 1、甲方负责整形美容活动当地的发布和推广服务。
- 2、甲方制作所涉及的整形美容项目的相关资料和\_\_\_\_\_。
- 3、甲方组织乙方的相关从业人员进行短期的培训或学习交流。
- 4、甲方不定期派美容专业人士到乙方营业场所进行交流指导。
- 6、甲方确保整形美容行医资质符合国家规定。

## 二、乙方的责任和义务

- 1、乙方为甲方提供当地整形美容业的市场信息以供甲方决策。
- 2、乙方配合甲方进行市场推广及客户挖掘。
- 3、乙方在客户中积极推广医疗整形美容服务。
- 4、乙方需按照甲方提供的书面要求或培训指导内容来对甲方的品牌、业务项目等各方面内容进行宣传介绍。

5、乙方的宣传推广活动必须满足甲方医疗美容整形技术的实际情况，不得做夸大虚假宣传，必须维护甲方品牌形象。

### 三、利润分配

1、本着资源互用、利益共享的原则进行利润分配，项目提成：整形、皮肤提成\_\_\_\_\_ %。口腔、假体丰胸项目提成\_\_\_\_\_ %。无创针剂类\_\_\_\_\_ %。

2、提成费用均在次月\_\_\_\_\_ 号前打到乙方指定合法账户上（如遇到特殊情况，双方可协商打款日期）。

### 四、合作期限

双方约定合作期限从\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_ 月\_\_\_\_\_ 日起至\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_ 月\_\_\_\_\_ 日止。

### 五、保密原则

乙方和甲方均有义务履行保密义务，未经对方同意，不得向任何第三方披露或透露有关本合同内容项目下的任何信息。

### 六、争议解决

合同有效期内，若双方发生任何争议，应本着相互谅解、互惠互利的原则协商解决。如果协商不成，双方可向\_\_\_\_\_ 方所在地人民法院诉讼。

### 七、其他

1、乙方向甲方推荐的顾客可享受由双方组织的客户联谊和交流活动。

2、合同签订后，甲方提供整形、光子项目资料及宣传画册等资料给乙方作为参考资料。

3、本合同一式\_\_\_\_\_份，甲乙双方各执\_\_\_\_\_份，并由签字盖章之日起生效。

甲方（签章）：

代表人（签字）：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

乙方（签章）：

代表人（签字）：

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广工作计划篇四

### 一、背景

对于建筑装饰行业来说，在消费者中形成品牌形象的企业非常少，这与行业的特殊性有关。gl公司专业从事建筑幕墙、金属门窗、建筑装饰装修设计、施工及技术研发，承接建筑幕墙及金属门窗的生产、加工与安装。虽说公司已经有16年的历史，但由于其行业的特殊性，产品并非大众消费品，企业品牌推广的步伐也一直比较缓慢。

### 二、gl公司品牌推广存在的主要问题

#### 、对品牌的重视度不高

虽然gl公司高层领导已经在思想上意识到了品牌建设的重要性，但是在实际的实施过程中未给予资源的大力支持，在人员以及资金投入上都未达到一定的要求。加强公司全体人员尤其是高层管理人员的品牌意识，对企业的未来发展意义重

大，必须引起公司的高度重视。

、员工工作动力不足、专业水平低

、缺乏对品牌的准确定位和系统规划

gl公司对品牌的定位不准确，造成了企业对外宣传的关键点不明确，每次的品牌推广活动便很难向目标消费者传达一致的信息，无法在消费者心目中形成清晰的品牌形象[]gl公司对于品牌的推广缺乏系统性，导致品牌宣传的效果无法持久，难以实现品牌推广的最终目标。

## 品牌推广周工作计划 衢江区品牌推广工作计划篇五

### (一)高位统筹谋划，分批推动改革

2017年，推进以健康为中心的综合医改被市深改领导小组列为争当全面深化改革排头兵重点项目和市政府年度绩效目标。今年以来，市政府先后3次召开市医改领导小组会议，研究改革举措。万勇市长在3月底全国医改工作电视电话会议后专门进行再动员、再部署，强调医改必须落实“强医惠民”。李忠副市长先后8次分赴汉阳、黄陂区和市一医院、中心医院等开展调研，以“解剖麻雀”的方式研究改革举措。

鉴于武汉地区公立医院隶属关系复杂、体量庞大，按照“先行试点、逐步推开”的原则，我市用近2年时间、分4批启动了武汉地区139家公立医院综合改革，先后出台了公立医院综合改革方案和一系列配套文件，完善顶层设计，确保医疗、医保、医药“三医”联动，促进各项改革措施落实落地，实现全面、平稳和有序推开。

具体推开路线图为：从2016年2月1日起，率先取消18家市、区属二级以上医院药品加成，同步调整医疗服务价格，启动综合改革试点；同年12月31日，针对试点中遇到的问题，在再



次调整完善医疗服务价格的基础上，将试点范围扩充至36家市、区属二级以上医院；2017年3月31日，在武汉地区“一盘棋”统筹改革的总体格局下，11家省属二级以上医院启动综合改革；同年5月31日，包括部属医院、军队医院在内的各级各类公立医院全部取消药品加成，全面实施综合改革。

## (二) 取消药品加成，控制医药费用

一是破除以药补医机制。取消药品加成和调整医疗服务价格是破除以药补医的两个关键环节。各级各类公立医院均实行药品零加成(中药饮片除外)，药品销售价格平均下降了15%，斩断了医院的逐利机制；先后3次实施医疗服务价格调整，共调整4大类4197项价格中的2623项，提高体现医务人员技术劳务价值的项目收费，并全部纳入了医保支付范围，促进医院主动提升技术服务的同时，力求不增加患者负担；启动补偿机制等综合改革，价格调整对取消药品加成造成政策性亏损的平均补偿比达到85%。

三是精准治理过度医疗。出台《规范诊疗30条》，依托“双随机一公开”监管模式，开展医疗机构合理用药专项质控和违规收费精准整治。清理问题872条，典型案例148个，查出违规收费项目1147项。查处挂牌督办案件17起，给予党纪政纪处分50人次，问责560人共964人次。对医疗机构合理用药情况进行考核通报，倒逼医疗机构合理检查、合理用药、合理治疗。联合市人社部门，初步完成100个单病种付费数据测算和21个日间手术病种筛选，拟通过精细化约束和引导，规范医疗服务行为。

## (三) 构建医疗联合体，推进分级诊疗

一是推进紧密型医联体建设。医联体是推进分级诊疗工作的主要载体。中心城区组建了28个紧密型医联体，涵盖28家大医院和70家基层医疗卫生机构，实现了医联体内“人通、医通、财通”，明确了在基层医疗卫生机构开展的40种小手术

目录，制定了双向转诊的标准和流程，对符合规定的转诊住院患者连续计算起付线，建立金字塔型的报销机制，引导患者在基层首诊。2016年，全市基层医疗卫生机构总诊疗量达万人次，占比达；医联体内上转病人4万余人、下转9000余人。“小病在基层，大病到医院，康复回基层”的合理就医秩序正在逐步形成。

二是构建大型医疗集团。在汉部省属大型公立医院探索在新城区通过新建、托管等形式构建医疗集团，优化新城区医疗资源，打造与基层医疗卫生服务机构的利益共同体、管理共同体。同济医院新建光谷院区、中法生态新城院区；协和医院在经开区组建协和医院西区，托管蔡甸区、江夏区和东西湖区人民医院；省人民医院托管汉南区人民医院；市中心医院托管新洲区人民医院等。

三是打造跨区域专科联盟。根据不同医疗机构优质专科资源，以若干所医疗机构特色专科技术力量为支撑，跨区域组建专科联盟，形成补位发展模式，重点提升重大疾病救治能力。武汉儿童医院牵头成立“湖北省儿科医疗联盟”，凝聚了157家医疗成员单位，服务范围覆盖全省及河南、陕西等周边省市；市第一医院在长江中游城市群牵头组建了首个跨区域专科医疗联盟——“长江中游皮肤科联盟”；市结防所、市金银潭医院等医院牵头的专科联盟正在积极筹建中。

#### (四) 加强医疗管理，提升服务质量

一是开展改善医疗服务行动。实施“一室一医一患”诊查制、严格术前核查制等10多项规范化制度，医院管理水平得到明显提高。推行“一站式就诊服务”、免费邮寄中药饮片等30多项惠民便民举措，患者就医流程进一步优化。开展三级医院“分时段精准预约”和实名制预约诊疗服务，预约挂号数量同比增长15%。每两年面向社会开展一次“好医院、好医生、好护士”评选，定期开展第三方医疗服务满意度测评，满意度均在90%以上。

二是持续加强医疗质量管理。健全医疗质量管理与控制组织体系，成立21个市级专科质量控制中心。遴选109名医疗专家，组成全市医疗质量管理专家库。实施改善医疗服务行动计划专项督导，2016年以来，抽查病历万份、处方万张，考核医护人员4080人，清理典型问题297个。开展大型公立医院综合巡查，对发现的医疗质量管理问题限期整改、认真复查、全市通报。全市医疗质量持续提升，连续多年未发生重大医疗安全事件，医疗事故发生率下降趋势明显。