

最新跑户外活动教案(大全6篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告帮助人们了解特定问题或情况,并提供解决方案或建议。下面是小编为大家带来的报告优秀范文,希望大家可以喜欢。

开标总结报告篇一

- 1、投保单的初审、登记、交单
- 2、保单的领取,发放登记
- 4、库存管理,主要是产品单证它的一个入库和领取的登记

第二部分,是个人成果和不足的总结

首先说一下个人成果:第一个方面就是初审工作,经过对投保单的认真仔细的审查之后,确保无误再交到运营进行扫描录入,减少后续问题的发生,(减少问题件)以便提高承保速度。第二个方面是报表,每天对总公司下发的报表做进一步的处理,统计,以便于各家代理公司及时的了解自己的业务量,对于各位老师来说就是能够及时的了解自己的任务进度,做到心里有数,通过对数据的分析,为后续工作制定更好的计划。就我个人而言,我觉得工作成果对我来说就是工作收获,那的收获就是学到了很多知识,积累了一定的经验。

工作不足:对于初审工作,说实话开始的时候我觉得它就是个case[soeasy]但是经过一段时间的工作之后,出现的一些问题,比如证件号、银行卡号填写错误,邮编错误等等,让我深刻的意识到,这不是一项简单的工作,因为往往越是觉得容易的工作就越容易马虎,而初审这项工作恰恰是需要

认真、仔细。单子多的时候，我就用以着急，也就容易马虎，所以这一点是需要改正的。另外一点就是还欠缺业务知识，业务水平还有待提高。

第三部分是未来明年的一个工作计划

首先，继续做好先前的工作，听从领导的安排

第三，继续努力学习业务知识，提高自己的业务水平，那我希望有机会的话能够去听一听老师们的课程，因为很多东西自己去看和通过老师讲解，在理解上是有一定的差距的。

个人感受(个人收获)

1保险方面的理论和知识以及保险行业的现状，使我对保险有了一个更客观、全面的认识。说实话在之前没有接触保险行业前，我对保险的认识就是，保险都是骗人的，对保险这门行业的认识非常的狭隘和片面，在真正的了解之后发现，那么对于现在的社会，太多的事故问题的发生，保险就显得越加重要。

3、电脑办公的实用知识与软件应用技巧，以及处理问题的能力和经验，强化了我对扩展知识和提高能力的学习欲望。虽然我大学学习的是电脑，但是它设计的方面也很广，我学习的是计算机网络。学习的侧重点不同，所以之前对办公的应用也不是很精通，而且我之前是很烦恼excel表格，但是通过在工作中的学习，发现它并没有想象中那么难，世上无难事，只怕有心人，在认真面前，困难就是个纸老虎。我不怕自己犯错，需要在错误中总结经验，不能一错再错。也希望在我犯错误的同时，领导积极地批评指正，因为在以往的工作中，领导从没有严厉的批评过我，总是给予鼓励，这让我想到了某位名人说过的一句话就是“好孩子是夸出来的”我觉得是有一定的根据的，鼓励和夸赞也是一种动力。

4、培养了我勤奋、踏实、认真、负责任的工作态度。虽然初审不需要什么技术含量，但是它是一个需要你去认真仔细对待的工作，可能就是写错一个数字，可能就是一项内容空缺，等等，就会带来很多的问题。处在什么样的岗位上就该以身作则，做什么事都要担起自己的责任。

个人的一个祈愿，愿景

首先，我希望咱们国华明年能够顺利的上市，之后也算是一个新的开始，希望能够有一个更好的发展。

其次，是希望我们经代能够在各位老师和我们大家的辛勤努力下，保质保量的完成各项任务，甚至是超额完成。

第三，是对我自己的一个愿景吧，希望我有一天也能够像在座的各位老师一样，站到台上去讲课，有一天大家也会尊敬的叫我温老师，那我也算完成了小时候的一个当老师的梦想。

第四，是对大家的祝愿，希望大家身体健康，合家幸福。因为老师们经常出差非常的辛苦，劳累奔波。所谓身体是革命的本钱，我们保证一个好的身体才能更好的投入到工作中，所以大家一定要注意身体，加强锻炼。

开标总结报告篇二

对策一：加强销售队伍的目标管理

- 1、服务流程标准化
- 2、日常工作表格化
- 3、检查工作规律化
- 4、销售指标细分化

5、晨会、培训例会化

6、服务指标进考核

对策二：细分市场，建立差异化营销

我们对以往的重点市场进行了进一步的细分，不同的细分市场，制定不同的销售策略，形成差异化营销；根据**年的销售形势，我们确定了出租车、集团用户、高校市场、零散用户等四大市场。对于这四大市场我们采取了相应的营销策略。对政府采购和出租车市场，我们加大了投入力度，专门成立了出租车销售组和大宗用户组，分公司更是成为了出租车协会理事单位，更多地利用行业协会的宣传，来正确引导出租公司，宣传**品牌政策。平时我们采取主动上门，定期沟通反馈的方式，密切跟踪市场动态。针对近两年**市场出租车更新的良好契机，我们与出租公司保持贯有的良好合作关系，主动上门，了解出租公司换车的需求，司机行为及思想动态；对出租车公司每周进行电话跟踪，每月上门服务一次，了解新出租车的使用情况，并现场解决一些常见故障；与出租车公司协商，对出租司机的使用技巧与维护知识进行现场培训。针对高校消费群知识层面高的特点，我们重点开展毕加索的推荐销售，同时辅以雪铁龙的品牌介绍和文化宣传，让他们感受雪铁龙的悠久历史和丰富的企业文化内涵。另外我们和**市高校后勤集团强强联手，先后和理工大后勤车队联合，成立校区维修服务点，将服务带入高校，并且定期在高校组织免费义诊和保养检查，在高校范围内树立了良好的品牌形象，带动了高校市场的销售。

对策三：注重信息收集 做好科学预测

当今的市场机遇转瞬即逝，残酷而激烈的竞争无时不在，科学的市场预测成为了阶段性销售目标制定的指导和依据。在市场淡季来临之际，每一条销售信息都如至宝，从某种程度上来讲，需求信息就是销售额的代名词。结合这个特点，我

们确定了人人收集、及时沟通、专人负责的制度，通过每天上班前的销售晨会上销售人员反馈的资料和信息，制定以往同期销售对比分析报表，确定下一步销售任务的细化和具体销售方式、方法的制定，一有需求立即做反应。同时和品牌部相关部门保持密切沟通，积极组织车源。增加工作的计划性，避免了工作的盲目性；在注重销售的绝对数量的同时，我们强化对市场占有率。我们把分公司在**市场的占有率作为销售部门主要考核目标。今年完成任务，顺利完成总部下达的全年销售目标。

对于备件销售，我们重点清理了因为历史原因积压下来的部分滞销件，最大限度减少分公司资金的积压。由于今年备件商务政策的变化，经销商的利润空间进一步缩小，对于新的市场形势，分公司领导多次与备件业务部门开专题会讨论，在积极开拓周边的备件市场，尤其是大客户市场的同时，结合新的商务政策，出台了一系列备件促销活动，取得了较好的效果。备件销售营业额**万元，在门市销售受到市场低价倾销冲击影响较大的情况下，利用售后服务带动车间备件销售，不仅扭转了不利局面，也带动了车间的工时销售。

活动，以及各班组之间的自查互查工作；建立了每周五由各部门经理参加的的车间现场巡检制度，对于售后维修现场发现的问题，现场提出整改意见和时间进度表；进站专人接待，接车、试车、交车等重要环节强调语言行为规范；在维修过程中，强调使用“三垫一罩”，规范行为和用语，做到尊重用户和爱护车辆；在车间推行看板管理，接待和管理人员照片、姓名上墙，接受用户监督。为了进一步提高用户满意度，缩短用户排队等待时间，从6月份起，售后每晚延长服务时间至凌晨1:00，售后俱乐部提供24小时全天候救援；通过改善售后维修现场硬件、软件环境，为客户提供全面、优质的服务，从而提高了客户的满意度。全年售后维修接车台次，工时净收入**万元。

二、 强化服务意识，提升营销服务质量

20xx年是汽车市场竞争白热化的一年，面对严峻的形势，在年初我们确定了全年为“服务管理年”，提出“以服务带动销售靠管理创造效益”的经营方针。我们挑选了从事多年服务工作的员工成立了客户服务部，建立了分公司自身的客户回访制度和用户投诉受理制度。每周各业务部门召开服务例会，每季度结合商务代表处的服务要求和服务评分的反馈，召开部门经理级的服务例会，在管理层强化服务意识，将服务工作视为重中之重。同时在内部管理上建立和完善了一线业务部门服务于客户，管理部门服务一线的管理服务体系；在业务部门中重点强调树立服务于客户，客户就是上帝的原则；在管理部门中，重点强调服务销售售后一线的意识。形成二线为一线服务，一线为客户服务这样层层服务的管理机制。积极响应总部要求，进行服务质量改进，强化员工的服务意识，每周召开一次服务质量例会，对上周服务质量改进行动进行总结，制订本周计划，为用户提供高质量、高品质的服务。并设立服务质量角对服务质量进行跟踪及时发现存在的不足，提出下一步改进计划。分公司在商务代表处辖区的各网点中一直居于服务评分的前列，售后服务更是数次荣获全国网点第一名。在加强软件健身的同时，我们先后对分公司的硬件设施进行了一系列的整改，陆续建立了保养用户休息区，率先在保养实施了“交钥匙”工程；针对出租车销量激增的局面，及时地成立了出租车销售服务小组，建立了专门的出租车销售办公室，完善了用户休息区。根据当期市场特点和品牌部要求，我们开展了“三月微笑服务”、“五一微笑送大礼”、“夏季送清凉”、“金秋高校校区免费检查”、小区免费义诊、“冬季送温暖”等一系列活动，在客户中取得很大的反响，分公司的服务意识和服务质量也有了明显的提高。

三、 追踪对手动态 加强自身竞争实力

对于内部管理，作到请进来，走出去。固步自封和闭门造车，已早已不能适应目前激烈的轿车市场竞争。我们通过委托相关专业公司，对分公司的展厅现场布局和管理提出全新的方

案和建议;组织综合部和相关业务部门,利用业余时间,对**市内具有一定规模的服务站,尤其是竞争对手的4s站,进行实地摸底调查。从中学习、利用对方的长处,为日后工作的开展和商务政策的制定积累了第一手的资料。

四、 注重团队建设

分公司是个整体,只有充分发挥每个成员的积极性,才能。年初以来,我们建立健全了每周经理例会,每月的经营分析会等一系列例会制度。营销管理方面出现的问题,大家在例会上广泛讨论,既统一了认识,又明确了目标。

在加强自身管理的同时,我们也借助外界的专业培训,提升团队的凝聚力和素质。通过聘请国际专业的企业管理顾问咨询公司()对员工进行了如何提高团队精神的培训,进一步强化了全体员工的服务意识和理念。

20xx年是不平凡的一年,通过全体员工的共同努力,分公司经营工作取得了全面胜利,各项经营指标屡创历史新高。

在面对成绩欢欣鼓舞的同时,我们也清醒地看到我们在营销工作及售后服务工作中的诸多不足,尤其在市场开拓的创造性,精品服务理念的创新上,还大有潜力可挖。还要提高我们对市场变化的快速反应能力。为此,面对即将到来的20xx年,分公司领导团体,一定会充分发挥团队合作精神,群策群力,紧紧围绕“服务管理”这个主旨,将“品牌营销”、“服务营销”和“文化营销”三者紧密结合,确保分公司20xx年经营工作的顺利完成。

开标总结报告篇三

培训。店员是最直接和消费者沟通的人员,他们的举手投足、形象代表企业和品牌。

顾客第一印象是店面，包括店面在商场的位置、面积、店面设计的风格以及要表达的想法等。

视觉营销要求对产品进行三次设计：第一次是原始的设计，第二次是卖场的陈列，第三次即再设计、搭配。陈列师要在原有的基础上再设计。

品牌文化和品牌个性点滴细节的流露。

消费者一进店，看到的不光是满堆的货，而是建筑艺术、装潢艺术、视听艺术、嗅觉艺术等元素综合运用所设计营造的一种环境，让消费者感到这个店面的文化和品位。

产品是视觉营销的核心，产品不行其他做得再好也没用，毕竟消费者最终选择的是产品。

丹蓓姿内衣这方面就做的很好。

内衣产品特有的色彩、款式、质感、风格要素通过展示会能淋漓尽致地表达出来。

店铺视觉营销是以用户需求和店铺产品特色为依据的一种促销形式，促销形式上分为产品促销和形象促销，因此视觉营销一定是建立在店铺和产品二大基础之上。以上来自丹蓓姿内衣。

开标总结报告篇四

xx年我们公司在北京、上海等展览会和惠聪、发现资源等专业杂志推广后，我公司的xx牌产品已有一定的知名度，国内外的客户对我们的产品都有了一定的认识和了解。xx年度老板给销售部定下****万元的销售额，我们销售部完成了全年累计销售总额****万元，产销率95%，货款回收率 98%。

产品销售部肩负的是公司全部产品的销售，责任之重大、任务之艰巨，可想而知。建立一支能征善战的高素质的销售队伍对完成公司年度销售任务至关重要。“工欲善其事，必先利其器”，本着提高销售人员综合业务素质这一目标，销售部全体人员必须开展职业技能培训，使销售业务知识得以进一步提高。今年公司添用了网络版速达3000财务管理软件，销售和财务管理可以清晰的及时性反映出来。我们销售人员是在xx市xxxxx科技有限公司的培训下学习成长的，所学习的专业知识和公司内部信息都是保密的，大家必须持有职业道德。老板是率领销售部的最高领导者，希望加强对我们员工的监督、批评和专业指导，让我们销售人员学习更多的专业知识，提升技术职能和自我增值。今年我学习了iso内部审核培训和会计专业知识培训，并获得了国家认可的证书。这一年来我们利用学习到的管理知识、方法在我们公司生产管理中充分实践，其显示效果是满意的。

麦克风线材销售是我公司产品销售部工作的重点，销售形势的好坏将直接影响公司经济效益的高低。一年来，产品销售部坚持巩固老市场、培育新市场、发展市场空间、挖掘潜在市场，利用我公司的品牌著名度带动产品销售，建成了以xx本地为主体，辐射全省乃之全国的销售网络格局。

随着电子产品行业之间日趋严酷的市场竞争局面，信息在市场营销过程中所起的作用越来越重要，信息就是效益。销售部密切关注市场动态，把握商机，向信息要效益，并把市场调研和信息的收集、分析、整理工作制度化、规范化、经常化。产品销售部通过市场调查、业务洽谈、报刊杂志、行业协会以及计算机网络等方式与途径建立了稳定可靠的信息渠道，密切关注行业发展趋势；建立客户档案、厂家档案，努力作好基础信息的收集；要根据市场情况积极派驻业务人员对国内各销售市场动态跟踪把握。

回首一年来，我们销售部全体业务人员吃苦耐劳，积极进取，团结协作取得了良好的销售业绩。成绩属于过去，展望未来，

摆在销售部面前的路更长，困难更大，任务更艰巨。我们销售部全体业务人员一致表示，一定要在 xx年发挥工作的积极性、主动性、创造性，履行好自己的岗位职责，全力以赴做好 xx年度的销售工作，要深入了解电子行业动态,要进一步开拓和巩固国内市场，为公司创造更高的销售业绩。

祥龙迎春，祝我们xxxx科技有限公司在xx年的销售业绩更上一层楼，走在电子行业的尖端，向我们的理想靠拢。

开标总结报告篇五

一、领导重视，责任明确

根据温府办发[2016]98号文件精神，我局负责全区燃气行业职能管理工作。局主要领导党组书记、局长蒋兴元亲自抓，分管副局长柴建国具体抓，局燃气管理科具体负责承办。在执法队伍配置上，形成了以我局牵头，安监、消防、质检、工商、执法为一体的联动执法机制，大大提高了行业管理力度。

在行业管理中建立健全了管理制度，行业管理有管理专用车，管理经费全年落实了 6万元。

1、液化石油气管理方面。我们在燃气管理中重点针对液化石油气行业进行检查，每月一次大检查，每周有抽查，每重大节假日有联合大检查制度。通过检查，整顿规范无证经营户8家等问题，规范了行业经营。其中，5月份对行业从业人员进行了安全培训，培训人数达56人，使从业人员懂政策法规、提高了安全意识。要求企业对配送点实行规范化管理，逐月定期召开安全会议，通报经营情况和安全隐患检查情况，不断改进安全工作的会议制度。同时，对液化石油气充装单位和配送点进行考核评比，做到了企业制度健全，管理规范有效，极大地减少了安全隐患，全区液化气全年无安全事故。“前进配送点”被评为“安全、诚信配送点”。

2、天然气管理方面。天然气管理我们采取检查和评比的方式实施管理。根据检查和群众中调查反应情况，我们制定了天然气（含1家cng加气站共5家企业）安全生产先进企业和诚信服务明星企业的评比办法，就安全和服务在企业中进行评比，要求企业作好检查维修记录，上门宣传服务登记制度等。树立企业抓安全和创优质服务的标杆，切实抓好安全管理规范化、行业服务优质化。成都市凯能燃气有限公司、温江区兴能燃气有限公司被评为“安全生产先进企业”，成都市台商区天然气开发有限公司被评为“安全诚信明星企业”。

3、cng加气站管理方面。就我区目前天然气供气紧张的问题，我们积极寻求解决办法，首先从9月份开始实施24小时供气制度，考虑场地等因素实行分车道和分时段加气的办法，清理整改加气服务质量和提高安全保障，确保车辆加气供应经营。

二、统筹规划，立足长远

根据我区经济发展现状和总体规划，协助区规划局、经济局与燃气企业共同研究燃气规划。遵循我区城市总体规划和消防专项规划的要求，完成了《温江区燃气规划》，计划分期实施，按照市场经济规律，合理确定了用气发展指标、供气比例及燃气价格，使规划具有较强的指导性和良好的操作性，尽可能地满足有条件的公共建筑、商业用户用气。

三、依法行政、严格执法

我们在燃气检查、处罚过程中，严格按照《成都市燃气管理条例》等法规，查处违规8件（次），对企业管道被违规占压等情况下达限期整改通知达6次，拆迁违规建筑2处。全年召开安全工作会议6次，组织安全大检查12次，暂扣、转移液化气钢瓶68只，消除了安全隐患。确保了供气 and 用气的安全。

四、认真落实条例、文件精神，狠抓工作落实

市燃气处下发的各项文件，我局领导都高度重视、认真学习、狠抓落实。

1、对市建委及燃气处文件及时落实转发18份，清理整合液化气配送点17家，达到全区液化气集中配送，门市无重瓶，运输采用自行车（含符合要求的电瓶车）和具有危险品资质的车辆实行配送，降低了运营成本，规范了运输和经营。

3 / 5 分期进行，其中对老城区管网进行改造达2000米，保障了供气安全。转发成建委发[××]547号、569号、579号按照要求组织企业抓好用气宣传、年审工作和保障今冬明春燃气供应工作，通过集中、分片区安全宣传，向群众发放安全资料、图册等达4万份，做到宣传有实效、供应有保障、年审及时等。

3、根据市建设委员会下发的考核意见，查漏补缺，建立健全燃气行业行政许可受理窗口、工作流程和规范化服务体系，按照规定期限受理企业申请、上报审批。

五、健全应急措施，保障信息畅通

我们按照调整制订应急保障预案的要求，制定了我区燃气应急预案，设立温江区城镇燃气重大事故应急指挥部。各燃气企业制定燃气事故应急预案，公布责任人和联系电话，各片区、社区有安全信息联系人，协助巡查燃气事故，一有燃气事故迅速传递信息。要求企业安全责任人24小时开机。应急措施中消防、医院等单位配合。组织各企业应急队伍演练，锻炼队伍应急机动能力，极大地将预案事故损失做到降到最低。演练中上传下达通畅，事故信息传递及时，事故处理有效，确实保障供用气环境安全、稳定。

六、××年工作思路

（一）指导思想

在区委、区政府正确领导下，认真贯彻落实区委第十二次党代会和关于实施“惠民行动”的有关精神，坚持“服务与管理并重、重在管理”的方针，狠抓行业管理，坚持“高起点、高标准、优服务”的“两高一优”的管理标准，创一流的管理绩效和成果，树立良好的管理形象，全面提升服务品质。

（二）工作重点及措施

1、在温江柳城区、新城范围内今年将实现汽化率100%；

4、积极开展燃气安全宣传、培训及检查整改，普及燃气安全知识，牵头协调相关部门确保全区燃气安全供应。

5 / 5

开标总结报告篇六

一、确保业务合规、平稳发展

在省公司各部门的悉心指导下，每月我们严格遵守上级公司下发的承保政策、费用政策，把好承保入口关，确保业务质量稳步提高。在业务良性发展的同时，经营成本和盈利水平持续改善，规模效益总体呈现协调发展的态势。针对理赔工作中存在盲点问题，查找症结，进一步优化工作流程。如在加强损余物资的管理上，继续细化管理制度和理赔、财务的交接环节，使“跑、冒、滴、漏”现象得到有效控制。

采取管控措施的同时，公司还通过每周五的培训例会，强化理赔人员的职业道德素养和专业工作技能，防范道德风险对理赔工作的影响。通过这些有效措施的管控使公司理赔各项指标保持在较好的水平范围内。

二、内控合规工作进一步完善，为业务发展保驾护航

通过合规经营的宣导，提高全员的合规意识。提倡将合规工作日常化：即将监管机关的各项检查内容做为日常实务工作的准则、做为我们进行自查工作的重点；把上级公司的各项制度切实运用到实际工作中，提高了员工的责任意识。根据公司发展的实际情况，定期、合理地对公司内部各条线的管理办法进行修订和补充。通过整章建制，完善内控合规工作的依据。

三、存在的主要问题

由于业务发展思路的惯性思维，认为新的承保政策“管控过严、过死”，业务发展没有出路。没有真正理解上级公司的精细化管理意图，体现出我公司在适应市场变化和调整经营策略上的能力较弱，致使公司上半年业务发展滞后，整体序时进度落后于省公司下达的目标，全年业务发展较吃力。对新版基本法的贯彻落实不到位，使销售团队在管理上没有好的制度做保障，人员流动性较大，各销售渠道都缺少稳定、专业的销售人员，影响了标准化团队的建设。公司的业务仍以内部员工销售为主，中介业务和互动业务的占比较低。

按照总、省公司客户服务工作的要求，我们在客户服务规范上做了大量工作，客服工作从整体上有了一定的改善，但距离执行客户服务的标准化规范还相差甚远：在基本服务礼仪上仍然存在着装不规范、服务用语不标准，对外部客户和对内部员工服务环节不紧凑，工作态度散慢的情况。柜面人员时常遭到外部客户和内部员工的投诉，与公司业务发展不和谐。

较强的执行力是我们统一思想、统一目标、统一行动的重要保障。但从整体来看公司的执行力实行较弱，主要表现在：对上级公司的工作安排和工作要求执行不及时，不细致、存在敷衍工作的情况；公司各部门和下辖机构均存在对公司制度和工作要求有令不行、有禁不止的现象，我行我素，在执行力实行上存在懒散、抵触心理。极大影响了公司管理水平的

提高。

随着公司的不断发展壮大，原有粗犷性的管理方式已不适应公司的发展需要，在薪酬绩效管理、人事编制管理、服务规范执行结果考核、承保理赔服务流程和关键岗位的风险管理控上体现出精细化管理程度不高。

开标总结报告篇七

目前，我区物流业以公路运输为主，物流企业多为第三方物流，主要以零担为主，承担经营水泥、钢材等建筑材料以及蔬菜、茶叶、水果运输。近两年，我区年物流货运量到达6100万吨，货运量呈逐年上升趋势。物流业对我区经济社会发展的贡献日益凸显。

透过近年来的发展，我区共有15家物流企业、75家商贸流通企业，拥有必须规模的物流企业主要有名山运发物流公司、东运货运物流有限职责公司、进达物流有限公司、君建物流等企业。其中：名山运发物流公司是省重点企业，每年营业额近6000万元，年企业上缴税金达364万元，车辆90台，为名山区物流重点龙头企业。顺通、东运、进达、君建4家物流企业营业额达00—3000万元，有车辆16—30台，为我区经济发展作出了应有的贡献。

1、物流通道建设状况

名山县地理区位优势显著，是雅安融入成渝经济区的桥头堡。名山幅员面积615、27平方公里，东与蒲江，南与丹陵、洪雅，西与雨城，北与邛崃接壤，辐射范围雅安以及成都、川南和川西北三大经济区，随着成雅、乐雅、邛名三条高速的建成，未来川藏铁路的修建，将是重要交通枢纽。三大工业区（雅安市工业园区、永兴工业集中区、成雅工业园区）在名山入驻。同时名山县拥有蒙顶山、百丈湖等资源，茶文化传播较广，也还有许多待发现、待开发的优势。名山优势的地势、

工业园区发展形势良好，铁路公路建设的有利地势，市物流园区的规划建设等等方面，为此我区物流业发展势必潜力巨大。

2、物流节点（物流园区、服务站）建设状况

名山区现计划在成雅工业园建设物流园区，成雅工业园总面积50平方公里（其中30平方公里已经雅安市人民政府批准），近期发展区10平方公里（年），中期发展区30平方公里（30年），全部位于雅安市名山区境内；规划区北至108国道、南至成雅高速、西至百丈镇白马路、东至治成路（与蒲江县接壤）；涉及名山区百丈镇、红星镇等5个乡镇。重点发展电子信息产业、机械制造业、表面处理、战略新兴产业（新材料、生物技术、生物能源、环保产业）、轻加工业（家具制造业）、现代服务业。目前，园区管委会已组建，成雅公司是成雅工业园建设开发平台公司，前期工作全部完成。交付可用土地00余亩。引进产业项目11个，协议投资达15、52亿元。物流园区还未进行详细设计。

3、重点物流项目建设状况

年10月，名山运发物流有限公司申报的《年重点物流项目名山区运发物流第三方物流中心》的建设资料为：分拨中心、电子商务中第三方物流配送中心改造；完成第三方物流管理、电子交易平台等系统建设；购买轮式装载机3台、水泥罐车30台、四桥重型货车4台。截止年5月，实际完成的建设资料为：购买水泥罐车35台，四桥重型货车4台。项目申报计划总投资2400万元。其中：申请国家补助资金0万元。目前，实际完成投资1936、4858万元，其中：企业自筹资金1736、4858万元，国家补助资金0万元。目前，项目的分拨中心房屋建筑工程正在建设中。

1、组织机构建设状况

名山区政府成立了以区委常委、副区长刘伟任组长名山区物流园工作领导小组，并下设办公室。办公室设在区经济商务和信息化局，领导小组不定期地召开工作会议，分析物流发展态势，研究解决工作中存在的问题，提出工作任务与要求，从而推动了物流园区工作的健康发展，为现代物流业的快速发展带来了强有力的组织保证。

2、物流政策贯彻落实及地方出台的政策状况

为促进我区物流业健康发展，认真落实《四川省人民政府办公厅关于促进物流业健康发展政策措施的意见》（川办发〔〕71号）精神，年3月，名山县人民政府以名府办发〔〕8号文下达了“名山县人民政府办公室关于扶持物流企业发展的通知”，决定对年至年对我县注册的物流企业，根据企业缴纳的税收地方实得部份按比例进行对应扶持。

我区参照川府发〔〕37号《四川省人民政府关于支持芦山地震灾后恢复重建政策措施的意见》，对灾后恢复重建项目在财政、税收、金融、土地几方面给予必须的政策支持。财政上减免部分政府性和行政事业性收费，减免部分政府性基金、减免部分行政事业性收费、一次性免收证照工本费。在税收上减轻个人和企业负担，支持企业吸纳就业，企业在新增加的就业岗位中，招用当地因灾失去工作的人员，与其签订一年以上期限劳动合同并依法缴纳社会保险费的，经县级人力资源社会保障部门认定，按实际招用人数和实际工作时间予以定额依次扣减营业税、城市维护建设税、教育费附加和企业所得税，定额标准为每人每年4800元。允许延期申报纳税。在金融方面增加对受灾地区的信贷投放总量，创新金融产品和服务方式，支持小微企业、重点产业等领域灾后恢复重建。扶持地方金融机构发展，发展适合受灾地区点的村镇银行、小额贷款公司和融资性担保公司等新型农村金融机构。在土地方面应对于纳入灾后重建规划基础设施、公共服务设施和产业项目新增的建设用地，在土地利用年度计划中优先安排。采取边占边补落实耕地占补平衡，在本市、县内完成占补平

衡确有困难的，可在省内跨市、县实行易地占补平衡。提高用地审批效率，纳入灾后恢复重建的受灾企业搬迁用地，由市、县人民政府先行安排供地，涉及农用地转用、土地征收的，能够边建设边报批，由受灾县（市、区）人民政府直接上报省政府，同时抄报所在市人民政府备案。

3、其他主要工作

我区“4·”芦山地震灾后产业恢复重建物流项目进入总规、专规项目有名山区农资配送中心建设、名山运发物流中心建设、茶叶生产加工仓储冷链及配送中心、名山区烟花爆竹配送中心、雅安市川西绿源农产品仓储配送建设项目5个项目，目前项目进展顺利，茶叶生产加工仓储冷链及配送中心和雅安市川西绿源农产品仓储配送建设项目基本完工，其他三个项目正在建设。

借助于成雅工业园、雅安物流园区的建设以及“4”芦山地震灾后物流企业重建的机遇，目前铁路、物流园区正在规划，随着雅安物流园区的选址确定后，我区物流业将有一个转变，构成名山物流中心，物流经济将更大的发展，将会提高茶叶贸易及名山农产品流通水平，提高运输效率，增加农民收入，具有十分重要的好处。

1、名山区物流企业规模较小。名山物流企业15家，分布在名山城区蒙阳镇及新店镇，物流企业普遍占地面积小，有的仅有办公室而已，没有上规模仓储库房、标准的办公楼、没有车辆修理车间及其附属建设施，5家物流有自己的建有信息平台及购置专用车辆等，其他规模较小，车辆多为挂靠。物流企业总体都因土地问题，货物仓储困难，车辆没有地方停，没有专门车辆维护点。

2、物流方面的技术和管理人才不足。我区物流业的发展加剧了对物流人才的需求，当前，我区物流人才无论从数量、质量都明显不能适应当前社会发展的需要。