

2023年公安安保总结报告(汇总5篇)

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。那关于总结格式是怎样的呢？而个人总结又该怎么写呢？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

看房车司机工作总结篇一

今年年初，为加强景区内部管理，改变干部职工工作作风，调动员工积极性，增强工作人员责任感，提高旅游服务质量和服务水平。一方面，我们对全景区实施了制度化管理，推行科学和行之有效的目标管理责任制，签订内部目标管理责任书，实行定岗、定位、定指标、定任务，将工作任务与奖金福利挂钩，并在月工资中扣留10%作为风险押金，在年底进行工作实绩考核（目标责任制检查验收）时严格兑现。这样，真正做到人人有责任，个个有压力，从根本上调动了广大干部职工的积极性，取得了良好的效果。另一方面，整顿干部作风，提高服务意识和服务质量。我们认为，风景区的干部队伍在综合素质、文化结构、艺术修养、工作作风等方面应区别于一般单位的干部，每一位景区工作人员都应是一道靓丽的风景。但前段时间景区的人员素质、思想作风很不理想，与开发建设的需要很不相适应。因此，我们在去年的基础上，今年再次大力进行思想作风整顿，采取开展批评与自我批评、进行岗位述职、召开民主生活会以及优质服务竞赛等活动方式转变干部职工的工作作风，通过一年的努力，已经把干部的作风彻底转移到服务景区、服务建设、服务游客上来了。再者，提高工作人员业务素质，我们采取送出去、请进来的办法，分层次、分阶段对景区工作人员进行了培训，同时，组织干部职工出外学习考察，交流经验，干部的综合素质有了明显的提高。同时，改变用人机制，从社会招聘了一些优秀人才充实到营销、开发、导游一线，真正将风景区干部的

人员结构调整到最优、思想素质调整到最佳、综合能力调整到最强的状态，将“以人为本”的理念真正贯通到了各项工作中。

为了更好地宣传推介湄江，进一步提高湄江的知名度，扩大旅游市场，搭建招商引资平台，做好做活湄江这篇山水文章，在我们的争取下，于今年9月30日至10月6日以涟源市人民政府、娄底市旅游外事侨务局名义联合举办了湖南旅游节 首届“多彩湄江 投资福地”旅游文化节暨湄江旅游开发10周年纪念活动。主体活动的湄江旅游开发10周年纪念大会暨广场文艺表演、大型绝壁攀登表演、湄江民俗山歌对唱赛、湄江抓鱼比赛、湄江风景名胜区投资说明会、湄江书画摄影展、篝火焰火晚会、湄江探宝你最红等活动均取得了良好的效果，尤其是旅游文化节开幕式，规模巨大，场面火爆，盛况空前，参加人数达3万余人。旅游文化节过后，湄江的人气指数与旅游收入直线上升，与去年同期相比，旅游人数与经济收入成倍增长。这次旅游文化节的成功举办，可谓高水平策划，大手笔运作，不仅为湄江带来了人气和经济效益，也为湄江今后如何做大做活做强奠定了良好的基础，取得了良好的经验，其影响是相当深远的。

看房车司机工作总结篇二

“导游”工作给我的生活带来了许多快乐，却也让我知道，“导游”不是一项简单的工作，与其他职业有一个显著的不同，那就是你必须与客人近距离接触，这自然使我们对服务的感触比一般人深刻。从某种意义上可以这么讲，导游职业的无穷魅力正是源于我们对服务的感知和热爱。

通过几个月的工作实践，我深深的体会到，取得了导游证，并不代表你就永远是一个合格的导游员，而是要不断的的学习、充实、提高。在旅游者的眼中，导游员应该是无所不知的“万事通”。导游服务是知识密集型的高智能的服务工作，丰富的知识、广博的见闻是做好导游服务工的前提。作为一

个导游员就要“与时俱进”，永远保持积极的求知欲，以适应社会进步和发展的需求。更重要的是。我们自己千万不敢把自己当成“万事通”，要保持谦虚谨慎的态度，要切记“学海无涯”、“学无止境”，“人外有人，天外有天”，“三人行，必有我师”。

要时刻牢记导游的职责，认真学习《导游人员管理暂行规定》、《中华人民共和国国家标准导游服务质量》，努力的实施好旅游计划，作好联系、协调、讲解等服务工作。坚持“宾客至上、服务至上、为大家服务、合理而可能”的四大服务原则细致、热心、周到的作好导游服务工作。也就是一切工作以旅游者为出发点，以服务为出发点，时刻考虑旅游者的利益和要求，绝不能拒绝游客的合理合法要求。服务过程中要坚持“为大家服务”的原则，不能有亲疏之分，厚此薄彼，而应对每个游客都热情、周到、友好、尊重，不偏不倚、一视同仁；要坚持“合理而可能”的原则，在旅游服务过程中，要时刻关注游客的情绪变化，耐心倾听旅游者的意见、要求，冷静分析、仔细甄别，合理又能实现的，就努力的去做，如果没有作好或是已经错过机会，就想办法及时弥补，以求最大限度的达到游客的满意。

导游讲解服务是整个旅游服务活动过程中极为重要的一个方面，在导游讲解过程中，我认为“准确、清楚、生动”三者相辅相成，缺一不可，首先“准确”是首当其冲，至关重要的，在讲解过程中牢记“一伪灭千真”的教训，切忌胡编乱造、张冠李戴、信口开河，这样会使游客有被蒙蔽、愚弄的感觉，会引起游客的反感、责备。旅游者在旅游活动中“求知”是重要的内容之一，而我们导游就起着传播知识信息、传递审美观念、播洒中华文明的重任，因此导游语言必须科学、规范，传递的信息必须正确无误，这样更能够吸引游客的注意，满足游客的“求知”愿望。其次，“清楚”是关键，在导游讲解中，清楚、简洁流利的语言表达，是导游语言科学性的又一体现。口齿清楚、言简意赅、措词恰当、组合相宜、层次分明、逻辑性强，避免使用生僻的词汇和滥造词汇，

这是导游讲解基本的要求。另外，“生动”是调和剂，是创造旅游团队和谐气氛的重要手段。如果讲解过程中，语言平淡无奇，象和尚念经似的单调、呆板，会是旅游者感到索然无味，在心里上产生不耐烦或厌恶的情绪；而生动形象、幽默风趣、妙趣横生的讲解能够创造出美的意境，可调整旅游者乐观的心态、欢乐的情绪、浓郁的游兴，创造的是一种和谐、欢乐、积极、高昂团队气氛，给人的是一种美的享受。

看房车司机工作总结篇三

20xx年保安部在各级领导的大力支持与关怀下，在其他部门的积极配合下，经过全体员工的努力，团结协作，任劳任怨，比较圆满地完成了商场各项安全保卫工作，以及部门所承担的日常工作和一些临时性任务，部门的工作水平也有一定的提高，总体而言，保安部已逐步迈向正规化，发展趋势良好，但在工作中还存在一些不足之处。现将一年来我部门的工作向各位领导及同志们做一个汇报，不足之处，敬请批评指正！

保安部做为形象窗口，是商场保持正常运转的枢纽部门，也是处理商场紧急事务，和消费者打交道最多的一个部门，同时安全保卫工作责任又重于泰山。20xx年商场陆续举行了_等大型的户外活动，保安部在商场领导的正确指导和安排下，积极配合其他部门，圆满完成了各项大型活动的安全保卫工作，做到了无一例安全事故，无一起伤亡事件，无一起消费者投诉的要求，在_会场开幕式上，受到了到场领导的一致肯定。

今年在正常的消费者接待中，我部门员工通过商场视频监控系统，时刻抱着对消费者生命财产安全高度负责的态度，高标准严要求完成自己的工作任务。全年未发生大的失窃、失火事件。同时，针对商场地质条件复杂多变等情况，在天气状况不好的时候，我们建立了专人巡查制度，将客房、餐厅、游道及山体纳入我们常规的监测范围内，始终将危险排除在萌芽状态。

消防工作始终都是商场工作的重点。为了把消防工作做好，为安全经营保驾护航，我们本着预防为主的思想，实行消防安全责任制，确定部门经理是部门安全第一责任人。每月组织一次防火检查，及时消除火灾隐患。制定了详细的检修计划，对各种消防设施进行检查、维护、保养。x年5月份对全商场的灭火器进行了年度检查及加压维护，8月底在_开幕之前，对商场的消防应急设施进行了及时的更换和补装，确保各项设备正常运行。另外，由我部门牵头x年的5月和7月份，对全商场进行了两次消防知识培训。在x年度市区组织的各项消防大检查当中，我商场均顺利通过，并受到相关主管部门的称赞。

为了建设一支高素质的保安队伍，配合各部门做好对客服务，一年来保安部积极参与商场组织的集体学习活动，开展了一系列的培训学习和思想教育活动，每个星期我们会定时召开部门通气会，反复强调对仪容仪表、文明用语、行为规范的要求，服务至上的角度出发，我部门规定：个人能解决的问题马上解决，需要其它部门处理的主动和其他部门联系，不让客人多跑路，对客人的意见及时反馈给商场领导，始终笑脸相迎，当好商场第一道靓丽风景线。

检票工作是保安部的基本工作，也是最重要、最艰巨的工作之一。往年，由于员工自身立场不坚定，加上管理疏忽，导致每年商场和水上乐园都有逃票的行为。__年在商场领导的关心支持下，我们在以前的基础上实行了更加严格的检票制度。确实需要免票的消费者我们会告知在商场行政办公室办理有关的准入手续，其他消费者一律凭票入内。另外，我们还实行轮岗轮班制度，有效减少了人情票的发生。应该说x年保安部的验票检票工作较之往年还是有很大的提高。另外，商场停车场车位有限，在夏季高峰期，每天有四五百辆车来来往往，指挥车辆的工作艰巨而又艰辛，但是我部门员工在其他部门的有效协助下，克服困难，较为出色的完成了这个工作。对此，我深表感谢！

保安工作确实存在一定的不足，主要是以下两点：

1、员工综合素质有待加强。由于平常学习培训的时间较少，因而部分保安人员的综合素质有所欠缺，普通话不够标准，个人形象及穿着不注意，影响了商场的整体形象，新的一年，我们将着重强化提高员工的综合素质，通过培训、集中学习、部门经验交流会等来带动工作氛围、态度及个人素质的全方位提高。

2、员工的口头解释能力不强。由于缺乏对商场的了解和相关的专业培训，我部门员工面对消费者的疑问，口头解释能力普遍不强。有时候“心有余而力不足”，好心办坏事。新的一年，我们将建立专门的制度，由部门经理带头，学习、了解商场的相关知识，力争用最短的时间把商场各方面的精髓都了解清楚，争做商场最熟悉的“讲解员”。

对于这些已经出现的缺点和不足，我们会高度重视，在接下来的工作中，结合部门实际情况，扬长避短，在树立商场形象和完善保安部内部建设上狠下功夫，层层抓起。相信在商场领导的支持下，在部门全体人员的努力下，来年我们一定会取得更好的成绩，以不辜负各级领导的期望与厚爱。

最后，在新的一年里，衷心祝福在座的各位领导和同事们身体健康，万事如意，祝愿商场新旺发达，财源广进！

看房车司机工作总结篇四

今年以来，在区委、区政府的正确领导下，风景管理区党工委、管委会紧紧抓住创建5a级景区、发展集体经济、项目建设等重点工作，抢抓机遇，攻坚克难，经济和社会各项事业取得了长足进步。全年预计完成全口径财政收入3442万元，完成公共财政收入1657万元。预计接待游客109.3万人次，同比增长2.3%，预计实现旅游综合收入4774.9万元，同比增长6.5%。

一、统筹规划取得新进展

牢固树立大旅游发展理念，制定发展大旅游规划，逐步实现从“景区”向“旅游区”的转变，构建多元化、复合型旅游产品和产业体系。不断完善《地区控制性详细规划》和《景区旅游总体规划》。完成了孙武文化园、游客服务中心、望湖园别墅改造等项目规划论证。

二、基础设施建设取得新成绩

一是大力推进项目建设。抓好孙武文化园、南大门二级游客服务中心、望湖园别墅改造、松海路沿线环境整治、兵圣路亮化工程等项目建设。二是大力推进招商项目建设。帐篷客度假酒店、风情小镇、“城市田园”等项目顺利签约。三是大力推进新农村建设。完成两个社区20个自然村改造，涉及农户1140户，惠及景区所有的居民。四是大力推进征地拆迁工作。全年拆迁企业4家，拆除厂房13000平方米，征收苗圃5户181亩，征地744亩。

三、集体经济取得新突破

农业公司完成销售总值共110万元。完成绕城高速、兵圣路、新农村绿化改造工程等项目，与木渎五峰村合作开发约100亩种植樱花项目。绿化公司全年完成产值近800万元，实现利润近200万。物业公司做好藏书老街的统筹规划、房款的收缴以及藏书老街的统一管理。截止年底共收取房款4510万元，余款于20xx年上半年交付完成。做好社区安置小区商业地块的规划。目前方案设计、施工图设计已完成。金鸡山公墓坚持“先绿化、后建墓”的发展理念“环境园林化、葬式多样化、设计艺术化、管理现代化、服务人性化”的“五化”发展目标发展，顺利通过了二级公墓的验收。全年实现销售1800万元，基本达到年初预定的目标。

四、5a级景区创建取得新成果

优化景区内标识标牌、旅游线路及主要景点内部整治。全面改造兵圣路路面、沿线村庄、北大门停车场等。有序推进三线入地及沿线灯光、景观工程。对景区北大门游客中心进行功能调整优化，改造完成公共厕所、防火物资仓库、监控室等。

强化制度建设，建立应急情况应对机制。强化人员培训，开展景区讲解员、卫生保洁员、观光车驾驶员、农家乐经营等培训。强化安全管理，抓好旅游安全、交通安全、森林防火等工作。

开展服务力提升工程、争创市服务名牌、导游评星定级、高层次培训等，全面细化、优化旅游过程管理。目前景区成为区首家获得iso认证的旅游企业。

五、招商引资取得新成就

认真编制招商手册，研究制定招商政策，积极引进符合特色的文化旅游项目。目前已落地项目投资2.2亿元人民币，洽谈项目总投资25亿元人民币。主要做好了帐篷客度假酒店、城市田园、中韩航天机器人体验展、风情小镇和养生康疗中心项目等项目的招商、洽谈工作。

六、宣传推介取得新成效

办好节庆活动。成功举办新春祈福庙会、市第三届养生文化节、鸟类科普馆开馆仪式、孙子兵法文化旅游节、中韩联合航天·机器人展、第三届世界女子围棋赛等重大节庆活动，进一步提升景区知名度。拓展市场营销。以长三角区域合作为重点，先后赴上海、宁波、安徽等地宣传推介，积极参与大型会展，游客的接待量大幅提升。借力媒体造势。依托央视、人民日报、中国旅游报、中国日报等主流媒体，精心策划宣传报道。年内在省级以上媒体开展报道40多篇(次)，其中，在旅游卫视播出的《之巅》和在中国日报刊发的《围绕5a创

建，全力打造全景式大景区》，在国内外引起了良好反响。

七、民生事业取得新局面

做好信访维稳、社会管理综合治理、环境卫生、安全生产、森林防火、防洪抗汛、计生民政残联工作、劳动和社会保障、困难群体的帮扶等工作，全面构建和谐景区。今年为困难群体提供各类帮扶资金逾50万元。

八、基层组织建设取得新面貌

一是加强理论学习。重点学习5a创建、集体经济、旅游等方面理论知识。二是加强干部队伍建设。公开选拔社会事务办主任一名。在区跨部门竞岗中，一名同志成功胜出。三是加强党员教育管理。组织全体党员干部学习华西村老书记吴仁宝专题报告会、陈超英同志专题报告会、向人民法院学习。四是加强廉政建设。严格落实党风廉政建设目标责任制，各单位、部门负责人签订廉政建设责任书。五是加强机关作风建设。以“强组织、增活力，创先争优迎，让明天更美好”为主题，广泛开展在创先争优活动中开展基层组织建设年活动。六是加强群团工作。选举产生了第一届工会委员会，选强配齐了团工委委员会班子，组建旅发公司妇委会。成功举行区第十二届科普宣传周暨鸟类科普馆开馆仪式。

今年以来，成功创建为全国科普教育基地，通过国家5a级景区省级验收。国家发改委副秘书长赵家荣、全国人大会议副委员长严隽琪、中国人民解放军总后勤部政委刘源上将、全国政协副主席王志珍、航天员大队大队长费俊龙将军、全国人大会议副委员长周铁农等领导先后视察景区，对景区建设发展给予了充分的肯定。

看房车司机工作总结篇五

今年年初，为加强景区内部管理，改变干部职工工作作风，

调动员工积极性，增强工作人员责任感，提高旅游服务质量和水平。一方面，我们对全景区实施了制度化管理，推行科学和行之有效的目标管理责任制，签订内部目标管理责任书，实行定岗、定位、定指标、定任务，将工作任务与奖金福利挂钩，并在月工资中扣留10%作为风险押金，在年底进行工作实绩考核(目标责任制检查验收)时严格兑现。这样，真正做到人人有责任，个个有压力，从根本上调动了广大干部职工的积极性，取得了良好的效果。另一方面，整顿干部作风，提高服务意识和服务质量。我们认为，风景区的干部队伍在综合素质、文化结构、艺术修养、工作作风等方面应区别于一般单位的干部，每一位景区工作人员都应是一道靓丽的风景。但前段时间景区的人员素质、思想作风很不理想，与开发建设的需要很不相适应。因此，我们在去年的基础上，今年再次大力进行思想作风整顿，采取开展批评与自我批评、进行岗位述职、召开民主生活会以及优质服务竞赛等活动方式转变干部职工的工作作风，通过一年的努力，已经把干部的作风彻底转移到服务景区、服务建设、服务游客上来了。再者，提高工作人员业务素质，我们采取送出去、请进来的办法，分层次、分阶段对景区工作人员进行了培训，同时，组织干部职工出外学习考察，交流经验，干部的综合素质有了明显的提高。同时，改变用人机制，从社会招聘了一些优秀人才充实到营销、开发、导游一线，真正将风景区干部的人员结构调整到最优、思想素质调整到最佳、综合能力调整到最强的状态，将以人为本的理念真正贯通到了各项工作中。

二、强化资源意识，落实保护措施，改善旅游大环境

风景名胜资源是大自然造化之精华，是人类祖先留下的珍贵历史文化遗产，也是风景名胜区赖以生存的命脉，它是国家的一项特殊资源，是保护型的社会公益事业。在今年的工作中，我们始终把资源保护摆在景区工作的首位，正确处理好局部利益和全局利益，眼前利益和长远利益关系，加大资源保护力度，防止和杜绝种种急功近利的破坏性开发的发生。为有效加强对旅游资源的保护，一方面，我们实施严格的监

管制度，同时宣传发动群众增强保护意识，自觉保护旅游资源，诸如制做宣传标牌，下发文件，散发传单等。另一方面，进行大规模的专项整治活动，今年以来，我们对在景区范围内开山采石、挖沙取土、乱砍滥伐以及其它形式的破坏地形地质地貌和自然环境的活动进行了数次全面的清理整顿，共拆除了4家采沙场，封禁了8处采石点，关闭了3家违规企业，查处乱砍林木案件4起等等，对安大公路旅游主干线和入景公路上的路障和路边违章违规摊点进行了彻底清理，景区环境大为改观。

三、加快旅游开发，规划景区建设，提高景区建设规模和建设水平。

开发和建设是一种动态的保护，风景名胜事业离开资源的保护就会失去生存的基础，离开了科学和合理的开发与建设也会失去活力。因此，我们坚持在开发建设中实施保护，在保护中建设完善，做到保护与开发、保护与发展并举，不断开发新的景观，丰富景点内涵，提升景区品位，打造景区新形象。一年来，已投资80万元配套改造人和宾馆；投资20万元建好景区标示系统；投资15万元配套建设管理处机关，包括微机室、档案室等；投资30万元完成观音崖园通寺复建基础工程；投资20万元整改仙人府入景公路；投资15万元新建大江口景区售票亭；投资40万元开发藏君洞国宝厅；投资150万元建好大江口景区秀加移动通信基站；此外，投资80万元的蒿湖公路(蒿子坪至湄峰湖大坝旅游专线公路)3km路面硬化等项目正在动工建设之中。通过这些投资建设，完善了旅游服务设施，提高了湄江的接待档次，丰富了游览内涵。四、丰富旅游文化，作活山水文章，成功举办首届旅游节。为了更好地宣传推介湄江，进一步提高湄江的知名度，扩大旅游市场，搭建招商引资平台，做好做活湄江这篇山水文章，在我们的争取下，于今年x月x日至10月x日以涟源市人民政府、娄底市旅游外事侨务局名义联合举办了湖南旅游节首届多彩湄江投资福地旅游文化节暨湄江旅游开发10周年纪念活动。主体活动的湄江旅游开发10周年纪念大会暨广场文艺表演、大型绝壁攀登表

演、湄江民俗山歌对唱赛、湄江抓鱼比赛、湄江风景名胜区投资说明会、湄江书画摄影展、篝火焰火晚会、湄江探宝你最红等活动均取得了良好的效果，尤其是旅游文化节开幕式，规模巨大，场面火爆，盛况空前，参加人数达3万余人。旅游文化节过后，湄江的人气指数与旅游收入直线上升，与去年同期相比，旅游人数与经济收入成倍增长。这次旅游文化节的成功举办，可谓高水平策划，大手笔运作，不仅为湄江带来了人气和经济效益，也为湄江今后如何做大做活做强奠定了良好的基础，取得了良好的经验，其影响是相当深远的。

看房车司机工作总结篇六

大家好！

一、南景区停车场20xx年收费收入总计五万零三十元整，接待旅游车辆五千余辆次。全年无旅游停放车辆投诉，无发生停放车辆损坏和游客财物失窃事件，实现停车场20xx年全年零投诉的工作目标。

二、20xx年是南景区停车场第一年进行有偿停车，收停车场管理费。所以开始的时候，我们面临和解决了许多工作中的问题、困难。由于南景区多年以来都从未收过停车费，停车场管理无序混乱，加之许多车辆都是周边地区的，他们自由形成习惯，我们遭遇拒交停车费，对此我们进行了细致耐心的讲解，做通了他们的思想工作，理顺了工作关系，使得乱停乱放的车辆有了秩序，也确保了游客车辆及财物的安全。

三、由于南景区刚刚开始建设，停车场基础设施和硬件设施都不完备。为了确保停放车辆的安全和有序停放，对于旅游旺季，停车场地狭小，许多车辆没有办法停入停车场，我们也加强了人员力量，做到车辆只要进入景区旅游，就要负责好游客安全，使游客放心去游玩。

四、规范管理，恪尽职守，扎扎实实做好本职工作。旅游工

作，我们不光向游客开放我们大美的自然风光，同时也向游客展示我们的人文文化。我们针对旺季游客多，游客乱扔垃圾增多的现象，我们在做好说教的同时，也抽调有限的管理人员，进行停车场卫生的管理与清除，做到停车场垃圾不在地面停留八分钟，深入落实集团景区管理的规章制度，确保景区窗口形象的良好！

1、南景区游客成每年上升趋势，所以给现有狭小的停车场带来了很大压力。旅游旺季，很多车辆无法停入停车场，只能停留在公路两侧，给交通和景区管理带来了安全隐患和管理难度，望集团领导能给予充分考虑，扩大停车场地，消除隐患，方便管理。

2、由于南景区是起步发展阶段，所以基础设施不够完善，特别是停车场，没有停车升降杆，我们平日里就用一段小绳子进行停车管理，这样既不安全有与“5a”景区标准设施不配套。

3、南景区停车场没有办公的场所，我们所有的管理人员都是露天办公，在野外吃中午饭，晴天我们就在烈日下，雨天我们就在风雨里，工作环境很艰苦，我们也请集团领导从科学发展、标准管理的角度，对停车场办公地解决一个十多平方封闭式的临时办公亭。

4、停车场标识缺少。作为景区标准化管理的一部分，应该设置明显的交通标志及边境警示标志。

回首20xx年，我们收获丰硕，展望20xx年，我们信心满怀，我们将在各级领导的正确、科学领导下，把南景区停车场工作稳步、扎实地推向一个更新的高峰！

看房车司机工作总结篇七

20xx年，在市委、市政府的正确领导下，在自治区旅游局的大力支持下，我市旅游业取得了令人瞩目的成绩，呈现健康

稳步发展势头。旅游产品体系进一步丰富，旅游接待基础设施进一步得到加强，旅游市场空间进一步拓展，旅游市场运行健康有序，旅游接待服务水平整体提升，休闲旅游城市形象愈加鲜明，旅游业发展的后劲进一步增强。20xx年，我市获得了“中国十大休闲城市”荣誉称号，在中国国际广播电台发起的“全球网民推荐的中国旅游城市”评选活动中，银川市在参评的80多个城市中脱颖而出，进入前20名。截止十月底，全市景区和农家乐共接地游客515.36万人次，较上年同期增长27.64%；实现门票收入18793.22万元，较上年同期增长37.11%，圆满完成了年度工作目标。

一、重大旅游建设项目稳步推进，旅游休闲城市特色进一步彰显。

1、历史人文景区接待设施进一步完善

以镇北堡影城、苏峪口、西夏王陵、贺兰山岩画、中华回乡文化园、黄沙古渡、水洞沟等7家国家4a级景区为主的骨干景区进一步完善旅游基础接待设施，增添新的旅游项目，增强景区的核心吸引力。西夏王陵投资780万元，实施了文物保护工程，修建了三号陵的安防设施，修筑了三号陵至双陵的碎石路面；贺兰山岩画投资1000多万元，核心区修护了防洪护坡，对景区进行了绿化，新增了水关瀑布等景观，祭祀区改造了景区水系，修筑了水库、人行步道、电瓶车道，休闲区修筑了道路，休闲设施土建已经动工；镇北堡华夏西部影城新增了明城街道、长坂坡街道、铜镜长廊、环保展厅等景点，改造了百花堂，新建改建了卫生间等接待设施，新建了景区大门，改造了景区参观线路，扩建了停车场，垦殖景观田，仿建了乡村戏台等。苏峪口投资3000多万元，建设了贺麓山庄，提升了景区的服务档次；水洞沟景区投入了近xx万元，在景区内沿银青高速辅道新修了3250米南门至东门的道路；新建了30000万平米的生态停车场；翻新了石器广场；新添了2座3星级厕所；增加了凉亭、木桥和导览图、警示标识牌等，对鸳鸯湖和红山湖的环境进行了整治，东大门门景和800平米的东门

游客中心目前正在建设中，景区的接待能力有了极大的提升。回乡文化园投资500万元，对景区基础设施进行了改造；投资80多万元，打造“回乡文化园绿廊”景观，新置景观石、黑柳树、桧柏、白蜡、云杉、侧柏、红瑞木、红碧桃、牡丹、芍药、丁香、紫叶矮樱等名贵植物，修建草皮2202平方米；投资70万元，新增博物馆书店、富有伊斯兰特色售货亭等；对博物馆商店重新进行内外装修；添置了休闲椅；实施了园区景观亮化；新换了餐饮中心人工湖水底灯、博物馆馆灯、圣洁广场喷泉电机等；更换博物馆内展板，对景区护栏、路面、路砖、大门等进行了粉刷和维修。黄沙古渡投资1000多万元，修建了203省道至景区的迎宾大道、旅游厕所，扩建了停车场，恢复了月牙湖遗址，修建了古渡路，建成了黄河渔家，架设了3公里100kv高压输电线路，黄河古镇、建设垃圾中转站、污水处池、黄河楼、龙门客栈、14公里景区环园道路。

2、黄河金岸建设带动了一批重大投资项目

灵武市黄河书院项目完成投资8000万元，进展顺利；世界水车博览园、奥兰特户外野战基地等项目已完成前期规划设计等前期工作。贺兰县长河湾休闲度假项目景观水系建设已完成；永宁塞上江南生态园、盛世江南酒店、兴庆区黄河小镇、西夏区镇北堡旅游商贸城等项目在抓紧建设中；西部欢乐谷、西夏皇城等项目在抓紧规划筹备中。

3、生态休闲旅游项目投资活跃

永宁县三沙源景区今年投资多万元开发沙漠湿地生态旅游，开挖水系，修建了休闲会所、景区道路、大门等接待服务设施；金凤区颐和沙漠高尔夫球场已经建成并开杆运营；西夏区鹭岛湖生态园投资5280万元，红柳湾生态园投资6000多万元，开发建设戈壁高尔夫、酒庄等生态旅游休闲项目。

4、农家乐、乡村休闲度假产品不断涌现

金凤区新增农家乐10家，预计投资额一亿多元，涌现了宝光旭日农业生态休闲园、千棕林农家乐、正源农庄、兰花花生生态园等一批档次高、规模大、休闲特点浓郁、项目内容丰富的休闲度假产品；兴庆区新增投资4000万元，新建了花海度假村、龙祥海家庭农家乐、高尔夫农庄等新的休闲度假旅游产品；永宁县结合新农村建设，以镇台村、南方新村、雷台村为重点整村推进农家乐建设；贺兰县清水湖农庄等新建生态农家乐已建成试营业。

5、积极争取中央、自治区旅游专项资金支持。今年以来，通过立项、申报，加大工作协调力度，共争取到中央、自治区旅游专项资金4480万元，其中中央资金400万元，自治区资金4080万元，分别用于苏峪口、岩画、中华回乡文化园等景区基础设施配套和规划补足，有力地推动了景区项目建设。

6、旅游产品质量得到进一步提升。西夏城景区顺利通过国家旅游景区工作总结a级旅游景区评定，并获得宁夏首家自驾车营地资格；镇北堡影城申报国家旅游景区工作总结旅游景区工作总结a级旅游景区工作取得突破，已通过国家旅游局验收。

二、旅游规划工作稳步推进，强化特色旅游休闲目的地打造

1、银川市旅游总体规划编制工作稳步推进。通过积极争取获得自治区旅游局规划经费的支持，通过邀请招标，《银川市旅游总体规划》编制工作稳步推进。确定了北京京师天成旅游规划咨询设计有限公司为规划编制单位并签订了规划编制合同，通过资源考察、专题研究等工作，总规已完成初稿。与自治区发改委经济研究中心合作，完成了银川市旅游规划的编制工作并上报。

2、对县区及重点景区的规划指导工作进一步强化。指导部分县(区)修编了旅游规划和西夏城等景区的景区及重点项目规划，积极配合西夏王陵风景名胜区的规划修编，积极参与兵沟文物保护规划、宁东生活服务区规划、贺兰山东麓葡萄酒休闲

旅游项目规划、红柳湾生态旅游规划等的讨论修订等工作。在加强规划指导的同时，我们还着眼于景区建设的实际问题，为景区提供服务。先后组织西夏城、兵沟等旅游景区外出考察旅游经营项目，参加天津中国旅游产业节，拓展思路，推动景区的旅游开发建设。

3、针对银川旅游发展的热点、难点和重点问题组织专题研究。结合西部大开发大学习活动，针对银川生态旅游发展、旅游形象与营销、旅游市场监管与服务、旅游产业链延伸与旅游商品开发等专项课题，组织精干力量，深入基层，并借鉴旅游发展发达区域的做法，开展调研活动，形成了具有一定深度的专题调研报告。

看房车司机工作总结篇八

今年以来，在区委、区政府的正确领导下，风景管理区党工委、管委会紧紧抓住创建5a级景区、发展集体经济、项目建设等重点工作，抢抓机遇，攻坚克难，经济和社会各项事业取得了长足进步。全年预计完成全口径财政收入3442万元，完成公共财政收入1657万元。预计接待游客109.3万人次，同比增长2.3%，预计实现旅游综合收入4774.9万元，同比增长6.5%。

牢固树立大旅游发展理念，制定发展大旅游规划，逐步实现从“景区”向“旅游区”的转变，构建多元化、复合型旅游产品和产业体系。不断完善《地区控制性详细规划》和《景区旅游总体规划》。完成了孙武文化园、游客服务中心、望湖园别墅改造等项目规划论证。

一是大力推进项目建设。抓好孙武文化园、南大门二级游客服务中心、望湖园别墅改造、松海路沿线环境整治、兵圣路亮化工程等项目建设。二是大力推进招商项目建设。帐篷客度假酒店、风情小镇、“城市田园”等项目顺利签约。三是大力推进新农村建设。完成两个社区20个自然村改造，涉及

农户1140户，惠及景区所有的居民。四是大力推进征地拆迁工作。全年拆迁企业4家，拆除厂房13000平方米，征收苗圃5户181亩，征地744亩。

农业公司完成销售总值共110万元。完成绕城高速、兵圣路、新农村绿化改造工程等项目，与木渎五峰村合作开发约100亩种植樱花项目。绿化公司全年完成产值近800万元，实现利润近200万。物业公司做好藏书老街的统筹规划、房款的收缴以及藏书老街的统一管理。截止年底共收取房款4510万元，余款于20xx年上半年交付完成。做好社区安置小区商业地块的规划。目前方案设计、施工图设计已完成。金鸡山公墓坚持“先绿化、后建墓”的发展理念“环境园林化、葬式多样化、设计艺术化、管理现代化、服务人性化”的“五化”发展目标发展，顺利通过了二级公墓的验收。全年实现销售1800万元，基本达到年初预定的目标。

优化景区内标识标牌、旅游线路及主要景点内部整治。全面改造兵圣路路面、沿线村庄、北大门停车场等。有序推进三线入地及沿线灯光、景观工程。对景区北大门游客中心进行功能调整优化，改造完成公共厕所、防火物资仓库、监控室等。

强化制度建设，建立应急情况应对机制。强化人员培训，开展景区讲解员、卫生保洁员、观光车驾驶员、农家乐经营等培训。强化安全管理，抓好旅游安全、交通安全、森林防火等工作。

开展服务力提升工程、争创市服务、导游评星定级、高层次培训等，全面细化、优化旅游过程管理。目前景区成为区首家获得iso认证的旅游企业。

认真编制招商手册，研究制定招商政策，积极引进符合特色的文化旅游项目。目前已落地项目投资2.2亿元人民币，洽谈项目总投资25亿元人民币。主要做好了帐篷客度假酒店、城

市田园、中韩航天机器人体验展、风情小镇和养生康疗中心项目等项目的招商、洽谈工作。

办好节庆活动。成功举办新春祈福庙会、市第三届养生文化节、鸟类科普馆开馆仪式、孙子兵法文化旅游节、中韩联合航天机器人展、第三届世界女子围棋赛等重大节庆活动，进一步提升景区知名度。拓展市场营销。以长三角区域合作为重点，先后赴上海、宁波、安徽等地宣传推介，积极参与大型会展，游客的接待量大幅提升。借力媒体造势。依托央视、人民日报、中国旅游报、中国日报等主流媒体，精心策划宣传报道。年内在省级以上媒体开展报道40多篇，其中，在旅游卫视播出的《之巔》和在中国日报刊发的《围绕5a创建，全力打造全景式大景区》，在国内外引起了良好反响。

做好信访维稳、社会管理综合治理、环境卫生、安全生产、森林防火、防洪抗汛、计生民政残联工作、劳动和社会保障、困难群体的帮扶等工作，全面构建和谐景区。今年为困难群体提供各类帮扶资金逾50万元。

一是加强理论学习。重点学习5a创建、集体经济、旅游等方面理论知识。二是加强干部队伍建设。公开选拔社会事务办主任一名。在区跨部门竞岗中，一名同志成功胜出。三是加强党员教育管理。组织全体党员干部学习华西村老书记吴仁宝专题报告会、陈超英同志专题报告会、向人民法院学习。四是加强廉政建设。严格落实党风廉政建设目标责任制，各单位、部门负责人签订廉政建设责任书。五是加强机关作风建设。以“强组织、增活力，创先争优迎xx大，让明天更美好”为主题，广泛开展在创先争优活动中开展基层组织建设年活动。六是加强群团工作。选举产生了第一届工会委员会，选强配齐了团工委委员会班子，组建旅发公司妇委会。成功举行区第十二届科普宣传周暨鸟类科普馆开馆仪式。

今年以来，成功创建为全国科普教育基地，通过国家5a级景区省级验收。国家发改委副秘书长赵家荣、全国人大常委会

副委员长严隽琪、中国人民解放军总后勤部政委刘源上将、全国政协副主席王志珍、航天员大队大队长费俊龙将军、全国人大常委会副委员长周铁农等领导先后视察景区，对景区建设发展给予了充分的肯定。

看房车司机工作总结篇九

是丰收和喜悦的一年，在公司领导的正确指导下，公司已经超额完成全年度门票收入计划，而我们部门也在11月底就已经圆满完成300万团队考核指标。这都离不开部门全体同仁的共同付出和努力，虽然到目前为止团队数据已经超额完成十多万，我们没有骄傲，而是把“没有最好，只有更好”做为我们营销工作的座右铭来鞭策自己，时刻让我们保持清醒的头脑，现在我对一年以来的我们的市场营销工作情况的等进行多方面的总结和分析，发现工作中的不足之处，挖掘潜力市场，为来年再工作中更能有的放矢做准备。

我主要对今年的市场环境分析、营销模式及现状分析、团体类型分析等三个方面来进行总结和分析。

1、总体旅游环境来说：随着全球经济的复苏与增长，旅游消费的刚性需求得到了充分的释放。我国人均gdp已经达到3600美元，也正是旅游业爆发性增长阶段，各地的旅游行业均呈整体上升的趋势，有车一族的自驾游出游方式在短线旅游中占了很大比例，当然这也可以从周末停车场的调查统计数据以及的车展火爆情形中可以得出结论。

2、武广高铁旅游效应：正处于武广高铁的中心位置，得天独厚的位置优势也带动了不少省内以及周边省份的游客前来游玩，有数据显示：在“十一”黄金周期间的动车乘客60%都是旅游观光的团体，平日乘武广动车的客人主要集中在周末的时间前来。武广高铁拉拢了、武汉、广州的距离，成为2——3小时生活圈，也打造三地新的旅游方式，为我们带来了新的客源市场。

3、政府亲民政策：今年市政府“六.一”推出的九大公园免费开放以及“十.一”正式营业的野生生态动物园的开放都对我们景区产生了一定的影响，特别是市政府的重点扶持项目生态动物园，他的媒体炒作的曝光率是特别高的，吸引了许多的游客慕名前往。这些景区因政府亲民政策和大量宣传报道短时间来说对我们还是有一定的影响，我们的景区和动物园都是以观赏动物为主，参与性的东西都不是很多，但又各有特色，长期来看，园林系统公园的免费政策对我们来说，应该也算是一件好事，特别是在中小學生团体参观方面。

4、新型旅游项目的开放：建立在贺龙体育场的酷贝拉，他的定位就是中国青少年体验教育基地，吸引了很多家庭以及学校前往该处游玩，火爆的时候都需要提前一周以上预约，根本买不到票。从客户群体定位来分析，酷贝拉的服务对象是3到15岁的青少年儿童，该类群体其实也是我们的重要客源市场，所以我把他列为我们一个新竞争对手。当然，以后还会有更多的竞争对手的出现，像在株洲云龙新区的华强旅游城项目——方特世界主题公园，也会在近2—3年开放等，都需要我们随时做好应对竞争对手挑战的准备。

虽然大的旅游环境是利多的因素，但是我们也还是不可以掉以轻心，我们团队工作在总体门票收入中所占的比例还很低，一直在8%左右上下浮动，如果要质的突破，就一定要重视营销工作，特别是营销务实和营销细节上。

1、公司新馆开放：今年我们的二期工程极地馆项目正式对外开放，是我们景点新增的亮点，因为前期也通过媒体进行了多次报道和炒作，也吸引了大量游客，黄金周期间的游客量都创下了同期的新高。

2、价格体系：我们目前执行的是100元门票价格，在以及周边的景点门票来说应该是最有分量的。我们景区是市所有景区中门票最高的，但对外给与合作商的利益空间政策方面却是还停留在3年前的水平，价格的坚挺以及产品的单一性也限

制了我们的发展。主要一点我觉得还是价格产品比较单一，我们对外营销应该针对不同的市场类型以及根据地域性采取不同的营销策略，也需要制定不同的价格政策措施。

3、营销管理：总体来说我们对市场的把握度还不是很深入，这要求我们需要不断的提高自身的理论学习水平和务实的工作态度。目前我们的营销管理还做得很不够完善，部门虽然也曾尝试过用拜访表的形式来对业务员进行奖惩管理，但是实效性和发挥的作用不是很大。虽然一直在探讨和摸索适合的营销管理模式，需要真正找到合适自己的一套工作方法和方式。营销管理以及策略都不能够简单的去生搬硬套，只有真正适合的才是最好的，所以有时候纯粹的简单的和世界之窗进行数据攀比，也让我们的工作也很被动，反而偏离了原来是正确的合理的模式，也制约了我们的创新的机会和局面。营销需要创新，营销需要针对不同的市场采取不同的营销方式，不可能一揽子都概括了，像是一味药包治百病一样，那样注定会失败的。

4、销售队伍：虽然今年营销队伍的流动性不大，下半年增加了2名新业务员，但是在营销队伍的管理、指导、执行和监督等几个方面没有核心的管理人员。虽然业务人员的稳定性对公司乃至部门人力资源成本方面来说是一种很好的成本控制，但是管理和机制激励都没有发挥出最大的能效，极少数业务人员的工作没有方向，工作态度不端正，在滥竽充数，没有危机感和紧迫感，其实这也是拉了整个业务团队的后腿，无形之中在让这个团队没有核心和凝聚力，腐败了团队协作精神。

5、销售工作方面：

a□目前业务员的工作平日主要是进行上门拜访、电话拜访和网络宣传三种方式相结合来进行营销的，缺少相应的专人指导和监督工作，基本上都是根据个人对工作的热爱程度来做的，积极主动外出促销的业务员也不多，所以这些工作方式

就像一盘散沙，在团体开发的过程中还没有发挥团体协作的巨大效能。

b□我们下半年也尝试对高校市场进行重新定位和开发，由于以前从来没有对高校市场进行过宣传和促销等市场培育等工作，很多高校大学生对海底世界的了解程度不是很高，当然成团人数以及价格过高等因素也对这类市场的前景产生了很大的阻力，但是高校市场要真正做好的话的确需要一些特别的政策和措施来启动它，特殊市场需要特别对待。

c□我们需要根据二？八定律来找准工作重点和工作方向，认真分析我们目前的市场情况，并制定出相应的管理模式，有专人指导和监督、管理和落实执行情况，并随时纠正到正确的工作方向上来，发挥集体团队的力量，让1+12。

a□成人市场（含老年人市场）：这还是也一直是我们的重点工作内容，他完全和公司的散客市场没有冲突，反而团队市场应该是和散客市场呈正比例的、同时增长的。我们要做的应该是大力开发大型企事业（200—500人左右）的团队市场以及农村市场（村级或镇级），制定出一些有时效性的特殊政策，给予相应的市场或团队一定的优惠，这些方面我们一直做得不够。

b□高校学生市场：目前所产生的团体门票在总体门票收入中几乎可以忽略不计，通过对高校的调查了解，我认为他在团体门票收入中占有至少20%的位置。先看每年各高校招的新生都是招收40多万，全大学生应该在80万以上，特别是高校扩招以来，每年的人数还在增加。所以我相信只要认真把这块市场做好，可能产生的门票收益可能会是现在的n倍吧。

c□中、小学生市场：我们的主要工作应该是通过公司的活动策划以及宣传来拉动学生市场，虽然目前大多数学校的学生出游工作都有教育局指定相关的旅行社来进行接待，我们需

要三管齐下，但是参观线路的决定权还是在学校，所以，我觉得做好教育局的线路纳入工作，并在学生春秋游前策划相应的活动方案，这类市场给我们景区带来的门票收入应该还是比较稳定的，也不至于全部被旅行社掌握主动，这样我们还可以适当的给予相应的激励或其他特殊手段来掌握主动权，让各方都得到双赢。

d□幼儿市场：该类市场的对外价格管理和其他市场想不一直比较乱，旅行社绝大多数一般都会放弃该类市场或者是做高品质的团队的，但是仍有一些极个别不负责任的旅行社恶意扰乱市场价格体系，做低价团，他们主要是靠牺牲我们幼儿市场的价格利益，为日后做长线客源市场拉拢客户，而我们对这方面又没有办法进行监督以及管理，让我们很被动。就目前的市场情况来看，基本上都是业务员在做维护工作，所以对该类市场我认为可以完全交给业务员来管理，并且大力培养宣传亲子游园活动内容，做好活动推广，也利于公司进行管理。

2、希望部门能够营造相应的学习氛围，可以征订一些营销相关的书籍资料，让业务人员边实战边提高；打造学习型组织团队。

3、针对不同的市场给予相应的激励政策或特殊政策，建议提高成人团队和高校学生团队的提成标准（建议提高到5%左右），学生团队按照现有的提成标准（1—2%）不变。

因为我觉得我们以后的工作重点应该放在成人团队以及高校学生市场开发上，因为他们的难度和需要的精力都比较大，提高相应的标准可以更加好的激励和引导业务员在该类市场做工作。

学生市场工作，主要也就是学生的春秋游工作，它具有时间组织的特殊性和特定性，根据上面的分析的来看，业务员在这方面的定位在维护和辅助市场的作用上，所以建议提成标

准不动。

4、打造有核心的营销队伍，并对业务员的营销有相应的管理、考核、指导、安排、任务分解等，让营销队伍有凝聚力。

5、提高策划活动的的能力，最好能够成立相应的对外宣传队伍，让队伍走出去，像可以策划一些活动进入高校，也可以配合拉动高校市场，小学也可以多策划一些有意义的活动主题，还可以以的名义或主题有的放矢的下乡进行宣传促销，配以相应的特殊政策或手段，也可以检验我们工作的效果。当然这些工作是长期的、系统的坚持和纠正才能看得到效果。

6、建议公司给予车辆燃油补助（500元/月）或者提供交通车辆（10天/月的调动权），便于对外营销提高工作效率，给予部门一定额度的费用用作补贴业务营销，专款专用，而不需要由业务员来埋单。

8、针对大型企业（200—500人）我们还是要特别对待，这也是我们在成人团队开发过程中的一个重点市场，并辅以相应的政策倾斜，制定出特殊的优惠体系以及有效地监督管理办法，配合以相应的活动等支持，这些工作我觉得只要认真去做，还是大有作为的。

9、对待价格体系应该要严格保护，特别是那些触犯了价格政策底线的，因为毕竟业务员是靠业务来拿工资的，假设如果业务员前提是已经和某集团单位做了联系工作的，其他任何人员应该是不允许再去接洽该团队的。这也是对业务员的一个保护政策，不至于每次都是以业务员的妥协而告终。

俗话说：火车跑得快，全靠车头带。

我上面对我们的一些营销工作所涉及到的方面做了一些简要的分析，虽然有些意见不一定和领导的想法一致，但是我相信如果能够上下一心，我想我们以后的工作也会做的有活力

的。当然我也希望我所写的东西能够给领导有一定的参考作用，希望我们能够拥有一套适合自己的组合拳。

市场部：

12月13日