

# 邮政党建工作述职报告(优质5篇)

随着社会不断地进步，报告使用的频率越来越高，报告具有语言陈述性的特点。通过报告，人们可以获取最新的信息，深入分析问题，并采取相应的行动。下面我就给大家讲一讲优秀的报告文章怎么写，我们一起来了解一下吧。

## 邮政党建工作述职报告篇一

围绕滨海新区大港地区开发开放的发展需要

### 一、围绕滨海新区大港地区的远景发展阐述

随着滨海新区开发开放进程的不断深入，各板块的发展也逐渐步入正轨。特别是大港地区以其自有资源的优势及固有的石油产业背景，在滨海新区的发展中渐露锋芒。大港地区面积平方公里，是滨海新区总面积的一半，现阶段落户的重大项目数量众多，质量高，投资额度巨大，新增销售收入、拉动gdp增长以及新增就业人口在整个新区发展过程中占据举足轻重的位置。就目前而言，大港地区就有41个项目列入天津市区县“五批”重点建设项目中，总投资达到209亿元，其中36个项目已经开工建设，累计完成投资亿元，已经竣工的项目16个，总投资48亿元。而其储备项目也已经达到37个，总投资1902亿元。其中已经签约20个，总投资1485亿元，在谈项目17个，总投资417亿元。其中总投资164亿元、占地6000亩的小王庄镇奥特莱斯城市综合系项目；总投资170亿元，占地4000亩中塘镇滨海国际商贸城项目等成为滨海新区大港地区的发展亮点。

现在滨海新区大港地区的定位非常清晰——建立国家级的生态石油基地，简称天津重要的适应人才教育的培训基地，以及滨海特色鲜明、现代气息浓郁，生活条件舒适的宜居生态新城。

## 二、滨海新区大港地区的发展为邮政发展提供了难得的历史机遇

滨海新区的发展势头迅猛，尤其大港地区，无论是南港工业园还是中华民营经济园，都已经进入了快速的起步阶段。如上所述，大港地区依靠丰富的石油石化资源和良好的区位优势，吸引了一大批技术含量高、投资规模大、产出效益好的超亿元大项目、好项目，形成了以大项目带动大产业、大投入促进大开发的发展格局。为邮政企业的发展提供了难得的历史发展机遇。

一、资金流的整合，使邮政金融业务迎来巨大的发展机会。大港地区引进的大项目现在都以百亿元计算，随之配套设施的建设所涉及的占地补偿款；新开工项目建设人员等工资代发及各企业的公司类业务等，都成为邮政金融业务潜在的客户。现阶段，大港地区中塘镇正处在发放占地补偿款的关键时刻，我局已经成功为第一个发放占地款的薛卫台村代发亿元，我们将以此为突破口，争取中塘镇其他行政村，乃至小王庄、太平镇等地的占地款。

二、上百家企业的进驻，为邮政速递物流板块的业务提供了广阔的市场。就南港工业园区来分析，未来的中国石化物流重镇是南港工业园区未来的市场定位，而仓储物流则是石化产业链条的基本一环，中石化、中石油、泰达蓝盾等石化仓储物流项目，今后将为中俄炼化、蓝星化工等龙头项目的落户提供重要的原料仓储、产品集散服务。这些都是速递物流板块巨大的商机和市场。

三、大批项目的开工建设、大量设施的完善竣工，无数外来人口等务必使邮务类业务实现跨越式发展。南港工业园区成立一周年纪念册以20万元的业务收入成就了大港局最大的函件业务，充分的印证了滨海新区大港地区开发开放所蕴藏的巨大商机。

### 三、当前大港邮政在市场营销存在的问题

#### 1、市场营销的工作理念未能真正树立，观念仍滞后于滨海新区的开发开放的需要

虽然，我们已经开展了很多行之有效的营销工作，但纵观几年的发展，相对滨海新区大港地区的发展规划而言，我们还没有从邮政产品是一切营销行为的基点这个理论上摆脱出来，没有围绕客户的需求和产品的多样性等内容开展工作。田总经理一再要求我们转变观念，我认为营销观念的转变至关重要。我们的专业、支局、员工对市场认识不到位、对营销工作存在畏难情绪、都与观念转变不及时，解放思想不够有很大的关系，也直接造成了在市场调研上的不深入，经营机制上的墨守陈规，把营销简单地局限在关系营销、甚至是推销上来。认识上的不全而造成了营销行为上的偏差，不能适应市场的需要。不适应滨海新区的发展远景。

#### 2、市场营销缺乏创新和总体策划，有一定随机性和盲目性

滨海新区的开发开放带动了大港地区的发展，数百亿元的投资为邮政发展提供了难得的历史机遇。分析各个重大项目进程，基本都需要几年甚至更长的时间，那么就为我们在市场营销的总体策划和创新上提出了更高的要求。而认真剖析我们的工作，我认为我们缺乏从长远角度把握对市场的分析、定位与控制，常常被动地跟随市场竞争的潮流零散地组织促销活动和进行缺乏创新的营销活动。虽然在营销策略上也能借用营销概念，但往往是一时的行为，而且只有在推销产品时零星地使用广告、宣传公关等策略，而市场营销需要的是精确的市场定位、周密的总体策划，这个要求不能达到，就不能进行成功的市场营销。

不可否认，近年来我们在改善服务态度、优化服务质量和提高服务水平方面做了很多努力。但这些方面还没与邮政市场营销的战略目标和营销策略紧密联系起来，从而使这些工作

缺乏主动性、针对性和有效性。比如，我们在营销上存在盲目性、偶然性。偶然走到一个单位，捕捉到信息，营销员或管理者就会马上凭借第一印象开始函件、集邮或者其他项目的营销。缺乏整体策划、长期规划的步骤。往往由于营销员自身专业的局限或者信息的不全面、团队支撑不到位等原因，造成营销行为的失败。随后，这个项目就不了了之。究竟为什么失败、是否全方位的规划、有没有得到整体资源的投入等重要环节都没有得到分析和总结。这对于邮政能否在滨海新区开发开放的大潮中长久的立于不败之地、持续性的发展至关重要。

### 3、营销管理缺位，不能发挥整体管销效能

营销是一项系统工程，一直以来，大港邮政很重视营销工作，但是越是这样，我越要指出我们仍具有明显的局部性、不确定性和随机性，开展工作不系统、不全面、不到位。

一是营销组织体系不健全。我们至今还没有设立营销管理这样一个部门来专门负责市场调查、市场定位以及新产品的设计与推广等工作，这项工作主要还是由支局、专业、营销员来共同完成。虽然已经取得了一定的成功，但是存在脱节、空白点、沟通不畅等问题，而这些也直接影响营销工作的整体推进。

二是营销运行体系不完善。我们缺乏有效、体系化的营销策划计划，还停留在零散的被动的关系营销的层面上。同时在内部组织机构和业务运作机制，也未强调营销管理的核心地位，营销运作过程效率必然递减。

三是营销信息体系不健全，与有关政府部门、大型企业的信息搜集渠道不健全或者不通畅，很多信息没有被我们及时掌握并利用。

四是各项管理制度不健全，执行力不够。如具体的考核制度、

组织制度、培训制度等，营销员及有关的营销活动没有一个整体的活动框架，致使管理上理不顺，组织上比较松散，人员的考核、任用等环节工作上仍存在一定问题。

#### 4、高级营销人才匮乏，营销效果很难达到

我们企业就目前的现状而言：第一，没有建立一个完善的营销人才梯队，处于高层次的营销战略专家、营销技术专家极其匮乏；而营销战略人才对营销体系而言至关重要。第二，已有的推销人员营销技术不熟练，人员素质不过关。市场营销是一门学问，做营销工作的人不仅要懂营销知识，还要懂心理学、管理学等，精通各种邮政业务知识，更要有职业道德。而日前我们对营销人员的这些要求也就相对弱化。第三，由于以上因素的制约，使我们的组建业务能力强、掌握高端客户、营销大项目的高级营销团队更是无从谈起。

#### 5、市场营销手段相对滞后

我们现有的营销手段相对单一，习惯于群众运动式的销售方法，单纯的依靠走访、上门、产品推介会等形式。不善于运用以公共关系、营业推广、广告、人员推销为组合的拉引式营销方法，也不善于与别的企业合作，从而造成单打独斗的局面。而滨海新区开发开放后，整体策划、各具特色的发展格局，要求我们必须具备多元化的市场营销手段，与不同层面、不同市场进行不间断的信息搜集、客户发展、维护、产品的改进、更新等。就目前而言，大港邮政还存在很大的差距。

#### 6、服务质量和水平滞后于业务的发展

市场营销不仅仅是一个营销团队或者单纯营销员的工作，还需要每一名邮政人员的配合和支撑。例如邮政营业员、邮政投递员，要保持与滨海新区开发开放的步伐，要在熟练掌握本职业务的范围内，熟知其他邮政业务的情况，随时保证邮

政投递、邮政营业两个平台树立天津邮政的良好形象、信誉。为营销工作奠定良好的基础和大环境。而客观的说，我们在这方面的工作上还存在一定的差距。

#### 四、建立行之有效的营销体系所采取的具体措施

##### 1、转变观念，树立与市场相适应的营销理念

只有紧密围绕滨海新区开发开放的步骤，紧跟大港地区未来规划的步伐，满足广大用户的需求运作的营销，才是能获得成功的营销，才能真正为企业带来丰厚的效益。因此，我局的营销工作的转变首先从思想转变入手，以调整员工精神状态为着力点，在全局掀起“增强发展意识、树立良好精神状态”的大讨论，有针对性的解决在广大营销员中存在的影响发展的思想观念和精神状态问题，树立和增强发展的紧迫感和责任感，以思想观念的高度统一，稳步引领企业发展。继续发扬“不惟计划惟市场”、“不给自己留后路”、“不用扬鞭自奋蹄”、的三不主义精神，树立“办法总比困难多”、“思路决定出路”，“精神决定态度 态度决定一切”的信心，积极看到地方政策和滨海新区大港地区的资源市场为邮政业务发展提供的机遇。

同时，大港局的邮政员工必须牢固树立以下三种观念：

一是树立围绕滨海新区大港地区的发展为指导的整体营销观念。如果把滨海新区开发开放——大港地区的投资建设作为一个营销项目的话，那么就必须树立一个统一的营销观念，始终围绕滨海新区开发开放——大港地区的投资建设、未来发展的需要。坚定只有不断的围绕需要开展有效的营销活动，才能促进大港邮政发展的信心。

## 邮政党建工作述职报告篇二

努力构筑“大营销”运营体系

——×××“大营销”体系建设工作汇报材料 尊敬的各位领导、各位专家：

时值“三集五大”体系建设的关键时刻，省公司“大营销”专业评估组莅临××公司开展专业评估督导，这对我们进一步深化大营销体系建设，提升经营质效，具有巨大的激励、鞭策和推动作用。首先，我谨代表××市供电公司，对各位领导、各位专家的莅临，表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

下面，我就××市及××市供电公司基本情况、开展大营销体系建设的主要做法、取得成效、巩固措施汇报如下：

## 一、××市及××市供电公司基本情况

××地处鄂西山区与江汉平原的过渡地带，因“蜀江自此如乔木分支”而得名××。全市国土面积×××平方公里，总人口×××万。2011年实现国民生产总值×××亿元，位列全省县域经济10强。

## 二、开展大营销体系建设的主要做法

今年以来，在省、市供电公司的指导下，公司坚持总体设计、效率优先、安全稳定、与时俱进的原则，深化营销体制改革，优化整合各项资源，做到“五到位”、“五确保”，扎实有序推进“大营销”体系建设工作。经过前期的努力，目前已完成新模式导入、业务界面、业务流程调整、机构调整以及人力资源调配，正步入磨合总结阶段。新服务机制与运行模式已实现对接，业务线条突出、专业分工清晰、职责考核明确、内控机制健全的现代营销模式已逐步建立。

（一）宣传发动到位，确保思想认识高度统一。

## 邮政党建工作述职报告篇三

以创建“省教育现代化市”为中心工作，认真贯彻落实学校工作意见，进一步强化目标管理，树立管理保障的观念，提高管理水平，进一步夯实教育技术的硬件基础，同时，注重实效，积极挖掘现有教育技术装备的潜力，全面提升我校教育技术的管理水平、应用水平和综合效益。

1、围绕创建“省教育现代化市”这一中心，完善现代设施，提高教育技术装备的水平

(1)充分认识创建“省教育现代化市”的重要意义，正确把握创建“省教育现代化市”的指标，认真做好台帐记录，同时，对过去二年的台帐记录进行全面的检查，做好整理和完善工作，确保高标准、高质量、高水平通过涉及教育技术的各项指标。

(2)加强对高二和高三年级教室多媒体设备的维护，确保教室的现代化实施正常运转，为全面提升教学质量打下扎实的硬件基础。

(3)进一步加强对学校广播系统和校园闭路电视系统的维护，同时，完善科技楼二个多媒体教室的设备，为高一新课程改革做好设备保障。

(4)根据《省中学理科教学仪器设备配备目录(试行)》标准，对照现行教材的新增或调整实验，增补好教育仪器设备，确保演示实验和学生分组实验的开设率均为100%;学生分组实验仪器按一人一组配备，切实提高学生的实践能力。

2、进一步加强教育技术的应用，全面提升应用层次，拓展应用范围，优化应用环境

(1)提升教育技术应用的层次。加强信息技术与课程的整合力



度，逐步从现有的自发的、分散的应用实践向有目的、有意识的整合实践转化。

(2)拓展教育技术应用范围。努力推动教育技术在学生的科技活动、学校的校本课程建设以及学校的校园文化建设中的应用。

(3)优化教育技术应用环境。多渠道加强信息技术与课程整合的培训力度，增加信息技术与课程整合骨干教师的数量，同时，逐步形成学校学科教学的素材库、教学软件库、教师自制、校际交流的课件库、教师的优秀教案库。

3、进一步加强内部管理，全面促进教育技术工作的开展

(1)加强学习，提高服务水平和服务质量，工作中做到开拓创新、积极主动、踏实有效、相互配合和服务教学。

## 邮政党建工作述职报告篇四

20xx年，我局在市局的正确领导下，在县委、政府的大力支持下，团结带领华池局干部职工，紧紧围绕发展这个主题，以人为本，转变思想观念，加强企业管理，创新发展思路，就自身的实际而言，较好的完成了年度主要经营指标，各方面取得了一定的成效。业务收入完成万元，为年计划的，同比增长。业务总量完成万元，为年计划的，同比增长，邮储净增余额1222万元，完成年计划的，市场占有率达到，累计余额达到9484万元，全员劳动生产率达到万元。回顾过去的一年，我们主要做了以下几方面的工作：

按照省、市局关于经营工作的安排布暑，因地制宜，把重点放在了函件、邮储、广告、物流等重点业务和特色业务上，取得了较好的成效。

1、传统函件业务萎缩是不可逆转的现实。要使这一传统业务

有新的发展，必须另辟蹊径。我们把方向确定在了邮资信封的推广使用，书信大赛的造信工程、企业金卡的揽收上。积极协调好各方面的关系，争取业务发展上的主动性。全年揽收制作邮资信封4户1万枚，收入万元，书信大赛收入万元，特别是企业金卡做为阶段性主要工作取得了突破性的发展。经千方百计地努力和多方攻关，得到了各级政府的认知和支持，全县15个乡镇有8个乡镇制作了企业金卡8种8000枚，县政府一次性拨款3万元制作了9种11500枚，共计揽收制作了20种23500枚，实现收入万元. 促使了函件业务量收稳步增长。

2、始终把储蓄作为业务发展的重中之重紧抓不放。以窗口吸储、职工揽储、监管部门支持为主要手段，在首季业务发展竞赛中完成了594万元的净增余额，为全年任务的完成打下了坚实的基础。在5月份成功举办了庆贺华池邮政储蓄余额突破9000万元“真心回报社会，真情答谢客户”为主题的“邮政之夜”专场音乐会，进一步树立了华池邮政新形象，提高了邮政储蓄的社会的知名度与认知度，增强了职工的企业荣誉感及向心力和凝聚力，确保了在业务发展淡季的稳步增长。在第四季度，紧紧抓住了商业银行清理整顿教育储蓄的有利时机，及时调整对策，确保了全年计划任务的完成。

3、报刊业务把重点放在一次性收订上，作为阶段性重点业务实施攻坚战略。积极争取当地各级党委部门的支持，以党报党刊为重点，为配合党报党刊督查，组成六个收订小组，分段包干，责任到人，及时汇总情况，汇报主管领导，督促完成。同时抓大不放小，门店、商厦、小区分组派专人挨家挨户上门宣传动员，挖掘自费订阅潜力□xx年全年流转额完成97万元，占计划的102%□xx年一次性收订完成万元，完成年计划93万元的，较好的完成了报刊收订任务。

4、按照省市局的安排布署，借服务“三农”政策的东风，努力促进物流业务的发展。与工商局多次协调，更换了营业执照，增加了物流配送等业务种类，在政策上取得了支持。在县城建立物流配送站1处，各乡镇及部分行政村建立三农服务

点40处，并给予优厚的提成比例，调动了职工及代办人员发展业务的积极性。有选择地配送质优价廉的洗衣粉、洗洁精，重点代理西凤系列酒。经过一段时间的市场培育，现已打开了一定销路，市场初具规模，并积累了一定经验，为开展物流业务奠定了政策和经营基础，使物流业务成为各项新业务发展中速度较快、前景较好的一项业务。

根据我局多数为劳务工的特点，利用工余时间，组织职工学习业务知识，进行岗位技能培训，开展经常性的邮政发展形势教育，并对生产人员进行业务技能考试、民主测评，实行分等定级管理，按季考核，与工资挂钩，增强了职工的危机感、紧迫感和争先创优的使命感；对管理人员实行综合考评，能者上，庸者让，动态管理，使人人思想上有压力，有动力，增强了工作上的积极性，主动性；鼓励职工参加市县组织的各种文体活动，组织职工参加“邮政之夜”音乐会的节目演出，在重大节日组织开展文体比赛、联欢等活动，增强了企业的凝聚力、向心力和战斗力，调动了职工为邮政事业奉献的热情和工作积极性，营造了较好的工作氛围。

xx年在全局职工的共同努力下，各项工作取得了一定的成绩，但我们也清醒地认识到自身存在的问题和不足。

三是生产经营没有达到预期的目的，未完成收入计划任务；

四是服务上离客户的需求还有一定的差距，出现了用户申告现象；

## 邮政党建工作述职报告篇五

眼于浅层的分析，没有将整个物流业务的发展放在整个邮政营销体系中去，从某种程度造成业务的条块分割，不利于邮政业务整体的发展。下面，笔者尝试以罗定局为例，谈一谈如何利用现有的山区邮政资源，进行营销配送体系的建设，以作抛砖引玉之举。

## 山区经济及邮政业务发展现状

山区经济主要以农、林为主，交通落后，外来人口少，青壮年都以外出打工作为主要的谋生手段。而与之相对应的山区邮政，其收入主要来源于邮储、报刊、特快、包裹、函件等几大业务。其中，邮储收入占了一半比重以上。经过几年的独立运营，很多山区邮政纷纷走出亏损的困境。但是，我们应该清醒地看到，扣除邮储业务的收入，传统邮政业务其实是处于亏损经营的。特别是乡村邮路这部份，很多乡邮走十几二十里的山路，为的是送一封信，一份报纸。如何提高乡村邮路的利用率，也就成为当前山区邮政急需解决的一大问题。国家局提出大力展物流业，某种程度也可缓冲这个问题。

## 建设邮政营销配送体系的紧迫性

随着我国市场经济不断融入全球，竞争将会越来越激烈。每一种产品从产出到用户手中，营销配送体系或流通营销平台（流通环节和终端末梢）变得越来越重要，特别是终端末梢的建设。很多产品，为了在竞争中脱颖而出，都不约而同地采取自建或合作的方式进行营销配送体系的建设。这对于邮政来说，既是机遇，也是挑战。把握得好，建成了强大无比的营销配送体系，将是使邮政在未来发展中，成为国民经济流通的大动脉，在国民经济中占据举足轻重的地位。