最新辖区工作亮点汇报 区域党建工作总结（汇总7篇）

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

辖区工作亮点汇报篇一

一是整合街道层面服务资源□xx街道党工委充分发挥辖区资源丰富的优势，将辖区内6家市直机关、2家医院、6所学校等事业单位，5家大型国有企业和包百、王府井等8家金融商贸企业全部纳入对社区居民的服务体系中，进一步强化了基层党组织的服务功能。街道党工委先后开展了“为社区作贡献，为企业促发展，为群众送温暖”主题活动，促进社企党建优势互补，为社区办公和活动场所及设施建设投入了资金，整体提升了街道社区党建工作水平;推动辖区单位把“岗位奉献”活动与服务群众有机结合起来。

二是推动社区层面服务群众工作取得实效。消防官兵为在青16#社区居民讲解消防安全的相关知识，消防战士现场演示如何正确使用灭火器等消防器材;一附院开展了义诊活动，医院党员走上街头为群众发放劳动健康知识宣传单、健康知识手册2000余份;包百的青年志愿者们走出商场，清理社区垃圾死角，铲除小广告，为社区的环境美化贡献了力量。组织社区和辖区单位关注民生民情，开展扶贫济困、走访慰问活动，春节、元宵、端午、中秋、重阳等传统节日累计受助对象共计800余人，累计发放慰问金、慰问品60万余元。

通过我们的努力，区域化党建工作虽然取得了一定成绩，但还存在一些不足和差距。今后，我们将继续发挥街道区域党工委的职能作用，积极探索、大胆实践、勇于创新，推动街

道党建工作再上一个新的台阶!

辖区工作亮点汇报篇二

东湖街道积极做好市(区)委员进社区和6名市党代表定点9社区的安排工作，配合区组织部开展“市党代表进社区”活动，在活动中，市(区)委员、市党代表通过与党员群众座谈、接访或走访党员群众、到社区内的党组织及企业、社会组织等走访调研、参加社区党组织生活或群众活动的方式，向党员群众宣传xx届五中全会精神，了解市委、区委重大决策部署在基层的贯彻落实情况和基层党组织以及党员队伍建设的状况，听取党员群众心声、收集社情民意，对于社区党员群众反映的问题，力所能及予以帮助解决，对需要协调有关部门解决的问题，以提案、提议等方式向有关部门反映，并跟踪落实，解决了一批关系群众切身利益的急事、难事，为群众办实事、好事，取得了良好的成效，密切了市党代表与基层党员和群众的联系，畅通了基层社情民意表达的渠道。如7月5日下午□xx市党代表、市委常委、市纪委书记周林祥同志到金岭社区参加“七一”活动，慰问社区党员，参加金岭社区文体公园认养揭牌仪式，还深入了解了金岭社区开展社区自治工作的情况并予以了充分肯定。如xx市党代表、区委常委、区纪委书记周向阳同志多次到社区参与“迎大运，环境提升行动”，和党员群众清扫社区环境卫生。

按照区文件要求，街道机关73名在职党员全部到所挂点的社区登记备案，参与社区活动。如为做好迎大运工作，每周六上午，机关在职党员到社区协助清理环境卫生，整治乱摆卖，进行义务宣传，服务社区群众。在职党员参与社区活动期间，注意收集社情民意，及时上报反馈，积极发挥了桥梁纽带作用。同时，从今年2月起，机关在职党员穿上红色义工马甲，每周六开展“文明出行”志愿行动，分组到东湖路与太白路交通路口开展劝导义务活动，树立市民文明出行、遵章守纪、礼貌谦让交通文明意识，截止目前已组织疏导交通20多次。

今年5月，街道通过面向社会公开招聘了6名社区组织员，其中5名为本科学历，1名为大专学历。目前，辖区8个社区配备了专8名组织员(大望社区暂未配备)，专门从事社区党建工作，平均年龄32岁，全部具有大专以上学历(其中4人为本科)。

辖区工作亮点汇报篇三

转眼间□20xx年已成为过去成为历史，但我们仍然记得去年一整年的激烈竞争。本行业天气虽不是个性严寒，但大街上四处飘着的招聘条幅足以让人体会到20xx年阀门行业将会是一个大的竞技场，竞争也将更加的白热化。市场总监、销售经理、区域经理，大大小小上千家企业都在抢人才，抢市场，大家切身的感受到了市场的残酷成都，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

一、任务完成状况

今年实际完成销售量为5100万，其中一车间球阀2100万，蝶阀1200万，其他1800万，基本完成了今年初既定的目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长;但蝶阀销售不够理想(计划是在1500万左右)，大口径蝶阀(dn1000以上)销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常□oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

二、客户反映较多的状况

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮大就是纸上谈兵。

1、质量状况：质量不稳定，退、换货状况较多。如xxx客户

的球阀□xxx客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、细节注意不够：如大块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如xxx□xxx□xxx等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，这天和昨日不一样的价。

5、技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解□xxx□xxx等人均有提到这类问题。问题不大，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、大客户体会不到公司的照顾与优惠。

三、销售中的问题

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽;销售人员已掌握了必须的销售技巧，并增强了为客户服务的思想;业务比较熟练，都能独当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法□xxx在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。好的方面需要再接再励，发扬光大，但问题方面也不少。

1、人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是监管不力，二则销售

人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种状况存在公司各个部门，公司就应有适当的考勤制度，有不良现象发生时不就应仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更能让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时带给报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱职责，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门职责不清，本未倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最终可能给公司的未来发展带来重大的损失。

四、关于公司管理的想法

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。就应说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是十分完美的。

辖区工作亮点汇报篇四

xx年终快到了，作为区域销售经理应该拿出一份比较像样的总结报告，怎样的总结才能既让公司领导满意，又对来年的工作具有指导作用呢？笔者认为虽然漂亮的各种格式化总结报告很多，但是万能变不离其中，关键是要抓住二个要点：总结要客观、既有成绩也有问题，要用数据和事实说话，要分析存在问题的本质性原因；总结中还要有计划，既要将计划任务分解落实，还要有可行的方法解决存在的问题，并且找到其中的增长点。

一、当年市场工作总结

1、情况概述客观地表述任务完成情况，取得的成绩，要用数据说话。比如：今年公司下达的销售任务指标是多少，实际完成了销售任务多少，超额完成任务或离任务的差距是多少，达到人均消费者多少，与去年相比增长率是多少，各项经用开支多少，完成利润多少。市场占有率多少，与去年相比增长了多少，产品见货率多少，是提高还是降低了。经销商网络情况如何□a类、b类、c类各有几家，销售队伍情况如何等等。只报大账和特别需要说明的数据，不需报细账，否则成了数据分析报表。

2、简要分析针对上述的事实（数据），简要分析其原因，是行业形势、竞品原因、公司政策、还是其它原因所致。

3、特别说明若是成功的经验，对公司其它市场有指导意义的，需要简洁、生动的表述成功的典型案例或经验，可让公司宣传鼓舞士气或在其它市场推广。若是区域市场运作上存在明

显的不足或严重的问题，需要对不足之处和问题进行深刻的剖析，如网络构建问题、销售队伍问题、新产品开发问题、消费者沟通和启动问题等，要找出问题的根本性原因，分析清楚问题出在那一个环节段上，如广告促销火候不到，差几成。

二、明年工作计划

1、要全面将总体的目标任务分解成各个阶段、各个区域的子目标。将任务落实到人（经销商和对应的销售人员），对各种资源进行合理的配置。最好用表格、数据说明，力求仔细、认真、全面、准确。或者可以用附件的形式详细说明，但是年终总结一定是少不了明年的打算，如果公司的习惯是单独行文的，那么在报告里只要把简要的打算、主要的思路表现出来就可以了。

2、要到位目标需要有措施的支持，通过什么措施、配置什么资源，达成什么目标。先落实有把握的目标，期望达到的目标要另行说明，不能混为一谈，否则就会让领导感到不踏实、不到位、不放心的感觉，自己也容易搞糊涂，误将理想当现实。

3、要有突破和亮点突破，一般可以从今年存在的主要问题着手，今年的主要问题已经在总结中分析清楚了，公司领导也早已看在眼里，要集中精力抓一个问题，虽然一个市场问题可能是成千上万，但是只要解决了一个主要矛盾其它矛盾就会迎刃而解。通过正确的方法、严密思维、准确有效的措施努力在突破中创造出新的销售增长点和亮点。市场、销量、品牌还需要厚积薄发，一年解决一个主要问题，上一个台阶，而且是说到做到了，第二年你再写这样的报告，领导就相信你，就能得到应有的支持。

辖区工作亮点汇报篇五

作为销售部门的管理人员销售经理，在按照公司规定的岗位职责工作后，在回顾一段时间的工作时，有哪些收获，哪些不足呢?以下一起来看销售经理工作总结：

-办事处在全体人员的努力下，区域业务开展工作基本顺利，全年回款额-万元，基中第四季度完成回款额-万元，占全年的-%，成功开发了分销商-家，-酒店-家。

一、销售回顾

公司产品的结构多层次，系列组合，依托自身商誉优势，在产品定位与市场策略上，近亲繁殖、扩张道路。从x个品牌□x类产品，由-月初在流通领域中常见的辣根王，果汁，寿司酱油，鸡汁，直至后期逐步登陆市场的寿司醋，辣椒油、芥末油等，均在消费界取得部分认可。产品销售过程是通过引导最终消费者，从而带动产品流通的策略，我们同时为销售商和消费者提供优质产品，至上的服务，直接有效的供求资源和网络信息，整个工作是在消费以及流通两个领域同步开展，使销售队伍销售商消费者之间进行整合。

二、经营分析

1、经销商的定位，南京现有的两个经销商□a(-)与b(-)□a现有的销售网络集中在市内酒店宾馆，主营高档干货，餐料配送业务□b的客户群面向流通市场，同时也兼营终端业务□a和b的销售网络存在一定的互补性，同时也缺乏一定的成长性，他们因其客观因素限制，业务拓展能力不强，短期未能在原有的网络基础上进行业务延伸。

2、产品消化周期差异化，产品消化周期完全取决于消费者的使用量，这与各地区的饮食文化密切相关。公司的芥辣、寿司醋，芥末油消化周期较慢，同比之下，鸡汁、果汁、正处

于市场成熟增长阶段，我们在为公司带来增量产品的选择上，需要准确定位。

三、业绩来源

销售商理念是考虑自利行为和风险因素，我们的终端销售队伍在消费界的推广效果。打消了销售商对风险因素的顾虑，从而选择了我们产品作为利润微薄的名牌产品的替代品，鸡汁产品在争夺劲霸的产品份额，果汁替代新的品牌，芥辣则抢占爱思必局部市场，而寿司酱油和醋更多的倾向于引导销售。此外，公司产品在消费界的客户根据不同层次性质区分为：大型餐饮公司或星级宾馆，中档酒楼，专业粤菜馆，咖啡馆等，产品分类全年销售比例如下：

四、存在问题

1.经销商违规(冲货、窜货)

-地区前任经销商与公司战略方向和销售策略的意见上产生分岐，公司因故终止该经销商的产品经销权。然而该经销商竟以此为耻，并拉开了导火索，与南京办销售队伍为敌，浓浓得火药味将鸡汁、芥辣产品价格一降再降。甚至，不惜重金，余近求远，从别的区域采调公司产品低价冲击南京市场，使我们销售队伍在客户眼前的信誉和产品推广带来恶劣的影响。

2.空白市场尚未开发

前期工作重心在南京，时间原因，未能及时将-中部、-部及-部分市场开拓，这些区域市场的工业产业密集度低，在消费水平和餐饮业的发展也较逊色，相对产品品牌竞争的程度上也明显的低，从战略的角度上，这些区域宜早开发，作为待机市场，先入为主。

经验总结，于20-月-日，-办在双门楼宾馆天之味产品厨艺大

观活动，收益匪浅，利用到场嘉宾的人脉资源，不仅提高了产品在厨艺界的知名度，同时也收集了很多业内人士资料和动态信息，以便后期的沟通与合作。

餐饮业宏观分析：下半年禽流感带来餐饮**，-市餐饮业全年零售额-x亿元，下半年零售额仅-亿元，同比下降-%，大中型餐饮上客就餐率同比减少-%，禽流感已成为导致2020年下半年餐饮业萧条的主要因素。

微观分析：消费者要求在预算的约束下将效用最大化，根据消费者的偏好。而生产者在技术约束下，将利润最大化，在双方自利行为的交互作用下，以达到市场均衡，从现有两者均衡比例来看，以下是消费者的选择购买行为比例：

现代营销趋势更多的体现出上朔到生产领域，下伸至消费领域，而不是仅仅局限于流通领域。

辖区工作亮点汇报篇六

转眼间□20xx年已成为过去成为历史，但我们仍然记得去年一整年的激烈竞争。本行业天气虽不是个性严寒，但街上四处飘着的招聘条幅足以让人体会到20xx年阀门行业将会是一个的竞技场，竞争也将更加的白热化。市场总监、销售经理、区域经理，小小上千家企业都在抢人才，抢市场，家切身的感受到了市场的残酷成都，坐以只能待毙。总结是为了来年扬长避短，对自己有个全面的认识。

今年实际完成销售量为5100万，其中一车间球阀2100万，蝶阀1200万，其他1800万，基本完成了今年初既定的目标。

球阀常规产品比去年有所下降，偏心半球增长较快，锻钢球阀相比去年有少量增长;但蝶阀销售不够理想(计划是在1500万左右)，口径蝶阀(dn1000以上)销售量很少，软密封蝶阀有少量增幅。

总的说来是销售量正常□oem增长较快，但公司自身产品增长不够理想，“双达”品牌增长也不理想。

对于我们生产销售型企业来说，质量和服务就是我们的生命，如果这两方面做不好，企业的发展壮就是纸上谈兵。

1、质量状况：质量不稳定，退、换货状况较多。如xxx客户的球阀□xxx客户的蝶阀等，发生的质量问题接二连三，客户怨声载道。

2、细节注意不够：如块焊疤、表面不光洁，油漆颜色出错，发货时手轮落下等等。虽然是小问题却影响了整个产品的质量，并给客户造成很坏的印象。

3、交货不及时：生产周期计划不准，生产调度不当常造成货期拖延，也有发货人员人为因素造成的交期延迟。

4、运费问题：关于运费问题客户投诉较多，尤其是老客户，如xxx□xxx□xxx等人都说比别人的要贵，而且同样的货，同样的运输工具，这天和昨日不一样的价。

5、技术支持问题：客户的问题不回答或者含糊其词，造成客户对公司抱怨和误解□xxx□xxx等人均有提到这类问题。问题不，但与公司“客户至上”“客户就是上帝”的宗旨不和谐。

6、报价问题：因公司内部价格体系不完整，所以不同的客户等级无法体现，老客户、客户体会不到公司的照顾与优惠。

经过近两年的磨合，销售部已经融合成一支精干、团结、上进的队伍。团队有分工，有合作，人员之间沟通顺利，相处融洽;销售人员已掌握了必须的销售技巧，并增强了为客户服务的思想;业务比较熟练，都能当一面，而且工作中的问题善于总结、归纳，找到合理的解决方法□xxx在这方面做得尤其突出。各相关部门的配合也日趋顺利，能相互理解和支持。

好的方面需要再接再励，发扬光，但问题方面也不少。

1、人员工作热情不高，自主性不强。上班聊天、看电影，打游戏等现象时有发生。究其原因，一是制度监管不力，二则销售人员待遇较低，感觉事情做得不少，但和其他部门相比工资却偏低，导致心理不平衡。

2、组织纪律意识淡薄，上班迟到、早退现象时有发生。这种状况存在公司各个部门，公司就应有适当的考勤制度，有不良现象发生时不就应仅有部门领导管理，而且公司领导要出面制止。

3、发货人员的观念问题：发货人员仅仅把发货当做一件单纯任务，以为货物出厂就行，少了为客户服务的理念。其实细节上的用心更能让客户感觉到公司的服务和真诚，比如货物的包装、清晰的标记，及时告知客户货物的重量，到货时间，为客户尽量把运输费用降低等等。

4、统计工作不到位，没有成品或半成品统计报表，每一次销售部都需要向车间询问货物库存状况，这样一来可能造成销售机会丢失，造成劳动浪费，而且客户也怀疑公司的办事效率。成品仓库和半成品仓库应定时带给报表，告知库存状况以便及时准备货品和告知客户具体生产周期。

5、销售、生产、采购等流程衔接不顺，常有造成交期延误事件且推脱职责，互相指责。

6、技术支持不顺，标书图纸、销售用图纸短缺。

7、部门职责不清，本未倒置，导致销售部人员没有时间主动争取客户。

以上问题只是诸多问题中的一小部分，也是销售过程中时有发生的问题，虽不致于影响公司的根本，但不加以重视，最

终可能给公司的未来发展带来重的损失。

我们双达公司经过这两年的发展，已拥有先进的硬件设施，完善的组织结构，生产管理也进步明显，在温州乃至阀门行业都小有名气。就应说，只要我们战略得当，战术得当，用人得当，前景将是十分完美的。

“管理出效益”，这个准则家都明白，但要管理好企业却不是件容易的事。我感觉公司比较注重感情管理，制度化管理不够。严格说来公司就应以制度化管理为基础，兼顾情感管理，这样才能取得管理成果的化。就拿考勤来说，卡天天打，但是迟到、早退的没有处罚，加班的也没有奖励，那么打不打卡有什么区别不如不打。又如员工工作怠慢没人批评指正，即使有人提起最后也是不了了只，这拭息、纵容，长此以往，公司利益必然受损。

过程决定结果，细节决定成败。公司的目标或者一个计划之所以最后出现偏差，往往是在执行的过程中，某些细节执行的不到位所造成。老板们有很多好的想法、方案，有很宏伟的计划，为什么到了最后都没有带来明显的效果比如说公司年初订的仓库报表，成本核算等，开会时一遍又一遍的说，可就是没有结果，为什么这就是政令不通，执行力度不够啊。这就是为什么国内企业最近几年都很关注“执行力”的一个重要原因，执行力从那里来过程控制就是一个关键!完整的过程控制分以下四个方面：

4)公平激励建立一只和谐的团队，调动员工的用心性、主动性都需要有一个公平的激励机制。否则会造成员工之间产生矛盾，工作之间不配合，上班没有用心性。就我的个人看法，我认为销售部的工资偏低，环境比较行业内各个阀门厂销售人员的待遇，小环境比较公司内各部门的待遇。虽然销售部各员工做得都很敬业，实际上家内心都有一些意见。如果公司认为销售部是一个重要的部门，认可销售部员工的辛苦，期望能留住那些能给公司带来利润的销售人员，那么我推荐

工资还是要有相应调整，毕竟失去一位员工的损失太了。

另外一个方面就诗司管理结构和用人问题。由于公司自身结构的特殊性，人事管理上容易出现越级管理、多头管理和过度管理等现象。越级管理容易造成部门经理威信丧失，用心性丧失，最后是部门内领导与员工不融洽，遇事没人担当职责;多头管理则容易让员工工作无法适从，担心工作失误;过度管理可能造成员工失去创造性，员工对自己不自信，难以培养出当一面的人才。

以上只是个人之见，不必须都对，但我是真心实意想着公司未来的发展，一心一意想把销售部搞好，为公司也为自己争些体面，请各位老总们斟灼。

辖区工作亮点汇报篇七

一、在区域材料的制作和投放上，保证安全

1．首先为幼儿提供活动的材料应精挑细选，选择“三无”材料，即无味、无毒、无伤害。制作前应进行彻底的清洁消毒。在保障安全的基础上，应注意包装和制作的艺术性。比较坚硬、原始的易拉罐、包装盒可用彩纸、丝带、海绵纸、绒布、包装纸等辅助材料进行装饰、改造，使其在具备教育功能的同时又具有安全性。

2．教师要做到勤检查。在每次开展活动的前后，副班教师都要做到检查区角活动材料是否有破损，并及时修补或更换，以保证幼儿安全。

二、活动前讲清要求，保证安全

1．在幼儿即将活动前要为幼儿介绍材料的正确使用方法，如剪刀、小刀、筷子、铅笔等尖锐物品是成人最担心会伤到幼儿的工具，为了幼儿能正确使用材料并保证安全，我们可以

提前给幼儿示范。如：进美工区活动要使用剪刀时，先示范，让幼儿用手紧握剪刀柄，还要提醒他们使用剪刀时，剪刀尖必须朝自己的正前方且不能把剪刀尖指向别人。还可在使用剪刀前教幼儿做手指游戏：大拇指是爸爸，食指是妈妈，中指是姐姐，小剪刀，向前伸，两个山洞竖起来，上面山洞爸爸钻，下面山洞妈妈姐姐钻进去，小剪刀和宝宝乐开花。以此巩固剪刀的使用方法。

2．在操作角活动时，幼儿最喜欢摆弄豆子、别针等一些小东西，这些小东西一不小心就有可能放进口中、鼻中、耳朵里，造成极大危害，因此我们可在开展活动前给幼儿讲清危害，提醒他们该如何做才安全。

三、活动时教师应做到“眼观六路，耳听八方”适时介入，保证安全

由于幼儿的年龄小，自控能力差，在活动时难免会发生争吵，抢夺玩具的行为，还有的幼儿好奇心强，无论什么都想尝试一下，在尝试的过程中也会出现一些不安全行为，为了避免这些事情的发生，我们可以针对幼儿年龄特点，对其进行安全教育。如：可以通过讲一则故事，让幼儿从中学到正确解决问题的方法；进行情景表演，让幼儿懂得如何与别人分享玩具，礼貌待人；看录像视频，让幼儿了解这样做的危害；设计一堂安全课，让幼儿了解区域活动中的安全，增强自我保护意识。

总之，作为教师我们不能怕幼儿受伤就限制幼儿的某些活动，而应该给幼儿充分发展潜力的自由，只要教师做到活动前常规范，活动中常组织常整顿，活动后常清扫。这样就能减少幼儿安全事故的发生，使区角活动成为发展幼儿各方面能力的场所。