

小区方案汇报文案 小区物业管理方案(大全9篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

小区方案汇报文案篇一

20xx年办事处委托我们利合物业公司对20xx年改造的老旧小区和20xx年以前改造的小区按照上述文件要求，实施专业化得物业管理，利合物业公司重点对医药公司家属院、新华小区实施了物业管理，对这两个小区实施物业管理和过程中新华路办事处物业管理办公室以及我们利合物业管理公司联合对以上小区张贴了入住公告，我们公司还张贴了《至小区业主的一封公开信》，并做了详细的入户调查，把三级服务内容标准、服务承诺、办事处考核物业公司的内容，以及收费许可证都传递到了业主当中。并且根据业主意愿让同意入住的业主给予签字，统计了业主的详细姓名、联系方式、车辆信息、建筑面积，这些内容形成了小区业主的初步档案资料。目前医药公司物业管理已经初步成效，收费工作正在进行。新华小区11月1日我公司正式入住管理，各项服务已经到位，准备在20xx年12月1日收费。庆安小区我们正在做入户调查，但是物业管理入住的各项办公用品、设备已经准备到位。准备20xx年元月1日正式纳入管理。

老旧小区有四个明显的特点

- 1、老，这些小区大都建在20xx年以前，有的甚至是上世纪末、本世纪初建设的小区，基础设施薄弱，公共设施毁坏严重，

无人管理，有的曾经有人管理但是由于没有健全的机构引导及管理而失败。

2、小、大多数只有一百多位业主，建筑面积10000平方左右，规划不合理，有的是分两期建设一个小区中有不同的开发商，有的还是公有住房、小产权房，不能办房产证，大多数没有门岗房，没有公用绿地或绿地太小，没有健身器材。

3、规划不合理，人员混杂，缴费意识淡薄。强烈要求政府改造并实施物业管理的业主和无所谓不需要管理的业主形成鲜明对比。利合物业对上述实施物业管理的两个小区进行的初步调查，调查显示结果，收费工作中缴费积极的业主和找各种理由不缴费的业主形成了鲜明的对比。小区与小区物业联系紧密，各自又成独立的单元，很容易进行物业的从新规划和定义。

4、违建建筑很多，由于多年没有管理，违建建筑见缝插针，影响小区的形象，很多业主要求物业公司拆除违章建筑。

2、由于长时间没有实施物业管理，小区业主交费意识淡薄，物业费收缴率只有百分之五十左右。有的法律模糊，缴费只愿意按照使用面积而不是按照法律规定的建筑面积交费。

3、改造速度过急，没有物业公司参与规划，有些改造项目不适合以后实施物业管理。

4、改造是一个系统工程，并不是一个部门能完成的，需要多部门来配合，如老小区门岗房的问题，有的开发商当初为了售房，建立了后勤式的物业，当售房完毕的时候，物业不能维持，开发商撤离了物业，开发商就把门岗房收回来用于出租，按照《条例》、《物权法》的规定这些应当是小区当中的公共用房。这些门岗房以及物业用房追回必须要有建设局或规划局的配合。有的小区当中没有门岗房，建设门岗房需要规划部门审批，这也是在新政[20xx]20号文件中的内容。

5、改造老旧小区及实行物业管理，必须同拆除私搭乱建相结合，有的老旧小区没有门岗房和物业公共用房，而这些小区有的私搭乱建的位置恰巧可以建立门岗房和公共用房。

6、针对老旧小区小的特点，重新定义物业管理区域。有的老旧小区相邻，可以把两个或几个小区打通，这样就可以布局更合理，就可以养活”物业。

1、老旧小区改造必须结合物业管理公司。物业管理公司具有专业化得管理经验，改造后的小区也应当由物业公司来管理，因此老小区改造应该由物业公司提出改造方案，由办事处组织论证实施，最后由物业公司和办事处职能部门共同监督质量。这样才能不给以后物业管理造成成本负担。

2、在办事处社区的主导下多部门配合。老旧小区因为多年无人管理，存在着很多问题，这些问题的解决不是一个部门能解决的，必须由政府牵头，多部门配合。

3、对前期改造过的小区进行二次改造。对小区内的违法乱建的项目，依靠业主参与由物业公司提出，法律部门参与，政府协调“啃”下这个骨头。

4、由政府牵头对老旧小区进行物业知识进社区的宣传。让业主明白相关的法律和法规。

5、根据文件精神，要建立政府救助机制。对确因生活困难难以缴纳物业服务费用的居民，要积极采取不同形式的政府救助。

6、对承担社会责任管理老旧小区的物业管理公司给予按照管理老旧小区面积，给予政府补贴，缓解物业管理公司的困难。

7、老小区改造，不能急于求成。每年确定一个到两个小区实行改造，要改造一个成功一个管理一个，在改造中积累经验，

为以后改造打下基础。

8、重视老旧小区大门改造及建设，这一点很重要。用先进技术来做好老旧小区的大门改造，这样可为物业公司节省很多管理成本。

结束语：总之，老旧小区改造并实现物业管理全覆盖是一项切实的惠民工程，要政府引导协调多部门参与，形成由物业管理公司参与物业管理规划，政府部门协调，改造过程和改造后由物业公司和政府部门共同联合参与监督和验收最后由委托入驻管理的物业公司实施管理，并对实施物业管理的公司给予适当的补贴的模式，才能把这项惠民工程做好，从而得到老百姓的支持欢迎。

小区方案汇报文案篇二

一、活动目的

晶弘电器有限公司成立于20xx年11月，是一家现代化的专业冰箱制造企业，是国内专业从事冰箱研发、制造和销售的制冷家电企业之一。由于起步晚跟海尔、美菱等都有一定差距，开展这次活动不仅是为了提升销量，更是为了提升品牌认知度及美誉度。

二、活动对象

小区活动主要针对小区内部，把小区做深做透，让每一个家庭都了解晶弘的小区活动，扩大品牌影响力。

三、活动主题

主题：大学生创业暨晶弘冰箱进小区活动

大学生作为弱势群体，理应得到社会的关注，企业更应给予

帮助和支持。晶弘冰箱作为一个企业，希望给大学生一个平台，来展现自己的实力，培养自己的能力。因此晶弘冰箱与财贸职业学院合作，给予在校学生锻炼的机会，开展晶弘冰箱进小区活动。

四、活动方式

1、这次活动所有物资经费均由晶弘冰箱提供，活动促销人员为财贸学院在校大学生。活动收益为晶弘冰箱所有，晶弘冰箱为促销大学生发放工资。

2、此次活动展示各款冰箱不仅比市场价优惠500元，而且可以依旧换新，部分机型享受家电下乡补助以及国家能耗补助。

五、活动时间和地点

此次促销活动时间为九月到十月，每周三、四发传单，进行宣传攻势，周五、六、日进行现场活动。地点为各大小区，小区家庭满足20xx~3000户，入住率百分之七十以上。

六、广告配合方式

广告以宣传单页为主，单页的发放要有针对性，每一栋楼必须发，通过塞门缝的方式发放。在小区显眼区域横挂横幅，在小区进行长期宣传。活动现场促销人员的热情介绍，以及产品的展示来扩大活动影响力。

七、前期准备

1、人员安排：每一个小区三名人员，两名男生，一名女生。周三、四进行宣传攻势，发放单页。周五、六、日活动期间，男生要负责帐篷的搭建，展览样机的搬运，活动现场的维护，女生要做好与目标人群的沟通、交流。

2、物资准备：每个小区帐篷两项，地台八个，样机八台，赠品若干，单页若干，横幅一副，价格贴若干，记号笔一直，记录本一个，水笔一支。

3、试验方案：这次活动有格力电风扇进社区为参考资料，人员选取均为以前活动的参与者。

八、中期操作

每一个促销点选一人为组长，负责销量登记以及缺少物品登记，并每日向业务经理汇报，进行补充，货款由女生管理。

确保活动现场必须有人员留守，中午吃饭三人轮流，保护好样机。

活动现场必须保持好卫生，活动物品摆放整洁。

业务经理时常到各个促销点指导工作。

九、后期延续

在活动后期做好宣传工作，以“大学生创业暨晶弘冰箱进社区”为主题，提升品牌知名度、美誉度。

十、费用预算

人员工资：每人每天50元

物业费用：100每天

备用资金：200元

每次活动以三天为一次，费用为2270元(一个促销点)

十一、意外防范

提前跟小区物业沟通好，以保证活动的有序进行。如有特殊情况，应及时与业务经理取得联系。

提前关注天气变化情况，保证活动当天不会受天气变化的影响。

若现场出现库存不足的迹象，要及时与业务经理联系，保证供货。

十二、效果预估和活动总结

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

当然以上十二部分只是促销活动方案的一个大体框架，在操作时还需根据实际情况加以充实和完善，另外负责人还应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，这样才能实现最佳效益。

小区方案汇报文案篇三

二、活动时间□20xx年9月23日

四、活动班级：中(2)班

五、活动目的：

- 1、通过游戏活动，促进幼儿身心发展的协调性。
- 2、通过本次活动，增强孩子与他人合作的意识，并能体会亲子活动的乐趣。

六、活动准备：

1、沙包十个，纸箱两个。

2、绳子27根。

3、板凳25个

4、铅笔、飞碟、彩笔若干

游戏设计(准备3个游戏：投沙包比赛、两人三足、抢板凳)

七、活动人员的安排：

1、拍照：邱秀萍

2、张珊设计游戏、准备材料

3、游戏主持人：张珊

协助者：段宁、邱秀萍

4、第一组，由段宁领队

第二组，由邱秀萍领队

八、活动要求：

1、教师在组织孩子活动之前，教师要先跟孩子和家长声明活动的规则及活动中应该要注意的事项。

2、在活动的过程中，负责领队的老师要提醒家长看好自己的孩子，不能让孩子到处乱跑，保证孩子的安全。

3、游戏结束后，家长才能带孩子离开，中途游戏时间家长不能擅自带孩子走。回家时，要事先与本班老师打招呼，孩子跟老师说“再见”后方能带孩子离开。

4、在活动的过程中，请家长们穿上舒适的运动装，方便于跟孩子合作。建议家长们不要穿裙子或高跟鞋。

九、注意事项：

1、教师要注意排查现场，清理现场一切危险性物品。

2、请家长自觉遵守活动要求，以防出现安全事故。

3、家长要在领队教师的带领下活动，听从领队教师的安排，不能擅自带孩子离开队伍。

4、有个别幼儿会出现胆怯或闹情绪的现象，在不影响活动的情况下，协助老师要及时帮忙解决。

十、游戏活动过程：

1、班主任组织家长集中，声明游戏规则及在游戏的过程中应注意的事项，并宣布活动开始。

2、主持人宣布完后，各班领队老师也可以利用5分钟的时间再次跟家长讲明游戏规则。

3、游戏1《投沙包》

玩法：幼儿分成两组进行投沙包比赛，每对幼儿一次有五个沙包，家长站在幼儿对面规定的位置，用纸盒接住对面幼儿投过来的沙包，接到沙包个数多者为胜。

规则：幼儿与家长都不得超过指定位置。

游戏2《两人三足》

玩法：两组，一家长与一幼儿将相邻的两条腿用绳子绑在一起，听到口令后，两人一起向前跑，先跑完的一对获胜。

规则：必须在起跑前把脚绑好，不准抢跑，若中途绳子散开，应在原地绑好后再继续跑。

游戏3《抢板凳》

玩法：两组，每组一开始就比每组人数少一个凳子，放音乐，家长牵起小孩随音乐围着凳子转圈，音乐停止，就近找凳子坐下，没有找到凳子的就被淘汰出局。每组抢到最后一个凳子的人获胜。

规则：音乐没有停止，脚步不能停止。坐下的时候不能用手拉凳子。

4、戏结束后，班主任对此次活动进行总结。

小区方案汇报文案篇四

“我们的节日”——情满两节、爱在社区两节系列活动

为深入践行“三个代表”重要思想，为广大居民提供更多文化服务，不断满足广大居民对文化生活的需求。促进社区物质文明、精神文明协调发展，全面建设和谐社区。

为切实开展好社区的文化活动，成立社区20xx年春节文化活动筹备组，组长为社区书记，成员为社区工作人员。筹备小组下设评委裁判组和后勤保障组评委裁判组负责策划、活动场地布置及制定、执行活动规则，后勤保障组负责提供活动所用的器材及奖品等。

1. 社区迎春趣味运动会，定于x月x日到x日x天，比赛分为乒乓球比赛，拔河比赛和趣味顶气球和绑腿走比赛四个项目。乒乓球比赛和趣味顶气球时间定在x月x日，参赛人员：社区居民，男女不限，年龄不限，参赛人员由楼门组长选送或自愿报名。比赛地点：社区小广场。拔河比赛和绑腿走比赛时

间定在x月x日。拔河比赛由各楼长选送男、女各1支队伍(每支队伍成员不超过12人)，绑腿走比赛，以社区居民三口之家为参赛单位，比赛地点：社区小广场。

2、迎春文艺大联欢：时间定在x月x日。在社区二楼活动室举行，由社区委居民参与进来，内容包括独唱、诗朗诵以及舞蹈、黄梅戏、健身舞及拉二胡等节目。大家一起欢聚一堂，载歌载舞，迎接春节的到来。

3、春节大联欢棋艺书画大比拼，时间定在x月x日，在社区活动室举行，把社区居民中的书法爱好者组织到一起，写春联，对对子，丰富社区居民的节假日文化生活，通过象棋友谊赛增进社区居民之间的沟通及联系。

4、“庆元宵猜灯谜”，活动时间定在x月x日下午。社区居民自由选择灯谜，猜中者由社区工作人员发放奖品(每人限得一份奖品)。猜灯谜地点：社区活动室。

小区方案汇报文案篇五

本站发布小区物业管理方案，更多小区物业管理方案相关信息请访问本站策划频道。【导语】物业管理是指业主对区分所有建筑物共有部分以及建筑区划内共有建筑物场地进行管理的活动。以下是本站整理的小区物业管理方案，仅供参考！

篇一

一、项目概况

1. 地理位置

二、物业管理资料

物业管理将政策和法规为理论依据，寓管理与服务之中，建立社区服务体系。为住户带给全方位管理，服务项目呈现多元化、全方位态势，总体归纳为“六项管理、三类服务”，即“房屋及设施设备管理、环境卫生管理、治安消防管理、绿化管理、车辆交通管理和其它公共管理”；常规性公共服务（合同服务）委托性特约服务（非合同零星服务）和经营性多种服务（全方位、多层次的综合服务）。

1、房屋及设施设备管理

1.1建筑公共部位得到维修、养护和管理范围包括：公共屋面、房屋承重及抗震结构部位、外墙面、楼梯间公共通道、门厅、共用排烟道。

房屋建筑的维护管理实行“管养合一”主要落实在以下几个方面：

a□工作的主动性

管理职责人与服务中心相结合，落实巡查制度及年度房屋建筑维护、养护，执行房屋修缮标准、有关工程施工技术规范、健全档案记录、持续房屋正常的使用功能及完好。

b□工作的多样性

根据房屋的完损状况、季节变化、住户对象等采取日常修缮服务，季节修缮服务、重点修缮服务和特殊修缮服务等形式，并做到制度化、规范化。

c□工作的针对性

在工作中要因地制宜、因时制宜、因房制宜、因户制宜，根据住户的不同需求和所处的特定条件采取有针对性的服务措施。

1.2 共用设施、设备的管理

范围包括：上下水管道、落水管、共用照明、煤气干线、楼内消防设施、电梯、水泵房。

共用设施设备的管理由维修管理和运行管理两大部分组成，进行统一管理，对于不同的设施、设备进行不同的维修管理，执行相应的工作质量标准，建立设施设备管理帐册和重要设备的技术档案，落实定期检查、维修、保养制度各种运行记录齐备。到达设施设备齐全、功能正常、运行良好。

1.3 市政共用设施和附属建筑物、构筑物的养护和管理

范围包括：道路、室外上下水管道、化粪池、沟渠池、地上车库等。

根据共用设施和附属建筑、构筑物的类别不同，指定并落实巡查制度、维修保养制度、大中修工程的验收制度、积累有关技术资料。对于有些专项类别，如：车库、制定专业管理方案并实施。透过有序的工作使其到达功能正常、畅通、达标，基本完好。

1.4 智能化设施设备

范围包括：楼宇对讲系统、用户宽带数据网系统、室内红外线报警系统，周界红外线对射报警系统、门禁及车库管理系统、电子巡更系统等。

根据智能系统的构成、分系统设备的组成状况，建立起适合jt智能系统、操作性强的管理制度，从管理前期介入人员培训入手。做好智能系统设备的档案管理、智能系统的运行管理、系统的维护保养管理、设备维护保养工作质量的检查及设备维修管理，并以科技为先导、智能指挥中心统一指挥、全方位服务，充分利用现有资源，提升智能系统功能，透过严格

管理保证智能系统运作正常。

2、环境卫生管理

在jt我们遵循“高标准、严要求”的环境卫生管理和“高质量、高频度”的环境卫生维护、实施环境卫生管理和环境卫生保护的职能。做好两项工作，即卫生管理、环境管理。

2.1卫生管理

是对房屋公共部位的清洁、卫生、垃圾的收集、清运到达环卫设施齐全，实行标准化清扫保洁，垃圾日清，按计划消毒、灭鼠、灭虫。透过对小区的清洁卫生，区域管理的过程控制，确保向住户带给高档次的服务水准及高质量的生活场所。

2.2环境管理

jt的环境管理为小区礼貌洁净、环境质量良好、资源合理利用、生态良性循环基础设施健全、生活舒适便捷，构成环保意识，日常管理与保护有机结合，提高住户的生活质量。

3. 绿化管理

绿化的功能是美化环境。透过我们的管理到达绿草荫荫、绿树成荫的效果；我们以专业化的管理养护人员，将片区负责与巡查相结合，科学合理的保养、管理小区的绿化。绿化管理的主要资料是花木、草坪的养护。

4、治安消防管理

治安消防管理工作是jt重点管理工作之一。我们要贯彻“预防为主、防治（消）结合”的方针，对所辖物业区域的治安和消防工作进行全面的管理。

5、车辆交通管理

对小区内各类车辆（汽车、摩托车、自行车等）进出、行驶、停泊实施管理工作，确保车辆安全、交通畅通、组织有序，停放整齐，创造优美的辖区环境。

6、公共管理

6.1 住户装修管理

在jt物业辖区里，对业主及住户的装修实行全面的监管。以确保装修设计合理，隐蔽工程贴合设计规定及图纸要求。装修材料及施工过程贴合消防管理规定的要求，并安全使用。保障住宅的结构安全及小区的整体美观，使业主有一个舒适、安宁的生活环境。

6.2 搞好维修基金以及储备金的核收与管理。

6.3 协助政府进行社会管理，如在物业辖区范围内从事人口统计、计划生育、预防犯罪等方面的工作。

7、常规性公共服务

即物业处履行物业管理合同，为全体业主及住户带来的经常性服务，是所有业主及辖区内住户都能够享受到的。它贯穿于物业管理之中。如：清洁卫生服务、治安保卫服务、维修居住区环境服务等。我们将以专业、入微、优质的服务带给给业主及住户。

8、委托性特约服务

是为某些住户群体带来的服务，如：为高层住户14小时开启电梯、24小时高层供水、水泵的维修保养等。我们以专业的养护工作为业主及住户带给舒适便利的生活环境。

9、经营性多种服务

即向业主及住户带来便利、高效、经济的便民服务。营造jt温馨、和谐的社区环境，努力使居民生活更方便、更迅捷。真正从居民的日常生活细节思考，以点点滴滴的积累和平凡的小事，体现物业管理的亲情和为业主服务的整体水平。从而使每一位业主及住户体验生活在jt这个温暖大家庭的幸福。我们将以业主及住户为中心，有步骤地开展各种无偿与有偿服务，并不断倾听业主及住户的意见，开辟新的服务项目。

篇二

为落实市十三届人大三次会议审议通过的《关于依法加强居民小区物业管理的议案》，进一步规范物业管理活动，切实维护业主和物业管理企业的合法权益，努力提高物业管理水平，根据《物业管理条例》及有关法律、法规，结合我市物业管理工作实际，特制定本方案：

一、指导思想

以国家《物业管理条例》为依据，以沈阳市城市管理工作会议精神为指导，以落实《关于依法加强居民小区物业管理的议案》为重点，以规范管理、提高物业服务水平为宗旨，进一步加强居民小区物业管理工作，推动我市物业管理健康发展。

二、目标和范围

（一）目标：

1、有效解决开发遗留问题，年底前整改率到达90%；对存在工程质量问题的房屋要及时维修，维修及时率到达90%。

2、新建住宅小区推行招投标率到达100%；2019年新进入市场

的楼盘，在商品房销售前要100%签订《前期物业管理合同》和《业主临时公约》。

3、凡从事物业管理活动的企业，要100%取得《物业企业资质证书》。

4、强化对物业管理行为的监督及从业人员的培训，物业企业经理持证率到达100%，并建立起物业管理企业诚信档案、物业管理企业经理信用档案。

5、大力推行物业管理，年底前对具备物业管理条件的住宅小区物业化率到达100%。

6、加强业主自治自律行为，具备条件的住宅小区年底前要到达80%以上成立业主大会和业主委员会。

（二）范围：对全市实行物业管理的244个住宅小区进行排查。根据排查结果，进行清理整顿，进一步规范物业管理行为。

三、工作资料

（一）完善我市物业管理地方性规章建设。依据国家《物业管理条例》及相关配套法规、规章，结合我市物业管理实际情况，透过调研，同时借鉴国内先进城市取得的成功经验，尽快颁布实施《沈阳市物业管理规定》，依法加强我市物业管理活动的监督管理。

（二）全力解决开发建设遗留问题。开发建设单位作为行为主体要切实承担起职责，按照规划和施工标准，对住宅小区存在的问题从新进行完善，建委、规划、房产等相关部门，按照各部门职责，落实到职责单位，做到谁的问题、谁负责、谁解决。并对存在开发建设遗留问题的住宅小区，逐个建立整改档案，制定整改措施，整改合格后再行消号。个性是存在工程质量问题的房屋要确保及时维修，年底前房屋

维修职责要全实到单位、到个人，维修及时率确保在90%以上。同时，有关部门要抓紧制定相应的规定和措施，明确住宅区的交付使用制度，杜绝新建住宅小区产生开发建设遗留问题。

（三）加大对物业市场的监督。

四、物业费的成本测算

- 1、管理、服务人员的工资和按规定提取的福利费。
- 2、清洁卫生费清洁卫生费测算表（04）
- 3、保安费：保安费测算表（05）

小区方案汇报文案篇六

一、活动目的：通过半日家长开放日活动，让家长了解幼儿在园的学习生活情况，增进家园互动，达到家园共育。

二、活动时间：20--年11月9日

三、活动重点：

- 1、通过活动让家长了解幼儿在园的一日学习生活情况。
- 2、加强家园联系，增进家长与老师的沟通，更好地了解幼儿的情况。
- 3、通过亲子游戏活动，提供一个增进幼儿与家长之间感情的机会。

四、具体安排：

- 1、1：50——2：20整理被褥、小便、喝水、吃水果

2、2：20—2：50教育活动(第一步，家园互动《星星的心》第二部手指操《手指变变变》作为一条引线，把所学内容向家长进行展示。第三部诗词、国学儿歌)

3、2：50—3：10幼儿自由活动(班主任组织家长进行简短家长会)

4、3：10—3：40亲子游戏：快乐贴贴贴准备：绳子一条，贴画若干，计时器一个玩法：孩子与家长一组，两组便可开始游戏。两名家长分别背靠背被一条绳子套住，两个幼儿分别站在家长对面的一条线后，游戏开始，每组家长使劲往自己孩子那一边靠拢，当一方家长靠近自己孩子的线上时，孩子为家长脸上贴上贴画，在规定时间内，哪位家长脸上的贴画多，就为最后获胜者。

规则：

- 1、当家长脚踩到线时，宝宝才可以贴。
- 2、贴画只能贴在脸上。
- 3、小朋友不能超出线外。

小区方案汇报文案篇七

一、养护项目相关情况

1、现状：该单位绿化占地面积约为12000平方米，绿化覆盖率高，有大量不同规格品种乔木、修剪造型灌木以及造型盆景，其中以灌木、袋苗修剪居多，并有上千盆小盆栽摆设及室内摆设养护。

2、养护地点：

3、养护范围：

二、养护职责

1、承包养护期限内，我公司按照园林绿化养护操作规程及园林绿化养护质量标准，合理组织，精心养护，并派出专业的园艺师组织指导安排管护工作，并根据各个季节天气及植物生长情况灵活派出不少于3位有经验的工人，保质保量完成养护管理任务。

三、养护内容

1、管理程序：包括淋水、开窝培土、修剪、施肥、除草、修剪抹芽、病虫害防治、扶正、补苗（苗木费另计）等整套过程。

2、管理工具：

a□花剪、长剪、高空剪、铲草机、剪草机

b□喷雾器、桶、斗车、竹箕

c□铲、锄、锯子、电锯、梯子

d□燃料、维修费

3、养护内容：

a□乔木：每年施有机肥料一次，每株施饼肥0.25千克，追肥一次，每棵施复合肥、混尿素0.1千克，采用穴施、及喷洒、水肥等，然后用土覆盖，淋水透彻，水渗透深度10厘米以上，及时防治病虫害，保持树木自然生长状态，无须造型修剪，及时剪除黄枝、病虫枝、荫蔽徒长枝及阻碍车辆通行的下垂枝，及时清理干净修剪物。每周清除树根周围杂草一次，确

保无杂草。

及水肥等，施后三小时内淋水一次，每天淋水1次（雨天除外），水渗透深度10厘米以上，及时防治病虫害，修剪成圆形、方形或锥形的，每周小修一次，每月大修一次，剪口平滑、美观，及时清除修剪物，及时剪除枯枝、病虫枝，及时补种老、病死植株，每周清除杂草一次。

c□草本类：每季度施肥一次，每667m²施尿素混复合肥10千克，采用撒施及水肥等，施后三小时内淋水一次，每天淋水1次（雨天除外），水渗透深度10厘米以上，及时防治病虫害，每周剪除残花一次、清除杂草一次，及时剪除枯枝、黄枝。

d□台湾草：每季度施肥一次，每667m²施尿素混复合肥10千克，施肥均匀、淋水透彻，水渗透深度5厘米以上，及时防治病虫，及时补种萎死残缺部分，覆盖率达98%以上，每月修剪1-2次。

e□室内阴生植物：每天浇水一次，每3天抹叶片尘埃一次，保持植物生长旺盛，叶色墨绿光亮，盆身洁净。

四、一年园林养护工作具体安排：

一月份：全年中气温最低的月份，露地树木处于休眠状态。

1、冬季修剪：全面展开对落叶树木的整形修剪作业；大小乔木上的枯枝、伤残枝、病虫枝及妨碍架空线和建筑物的枝杈进行修剪。

2、行道树检查：及时检查行道树绑扎、立桩情况，发现松绑、铅丝嵌皮、摇桩等情况时立即整改。

3、防治害虫：冬季是消灭园林害虫的有利季节。可在树下疏松的土中挖集刺蛾的虫蛹、虫茧，集中烧死。1月中旬的时候，

蚧壳虫类开始活动，但这时候行动迟缓，我们可以采取刮除树干上的幼虫的方法。在冬季防治害虫，往往有事半功倍的效果。

4、绿地养护：绿地、花坛等地要注意挑除大型野草；草坪要及时挑草、切边；绿地内要注意防冻浇水。

二月份：气温较上月有所回升，树木仍处于休眠状态。

1、养护基本与1月份相同。

2、修剪：继续对大小乔木的枯枝、病枝进行修剪。月底以前，把各种树木修剪完。

3、防治害虫：继续以防刺蛾和蚧壳虫为主。

三月份：气温继续上升，中旬以后，树木开始萌芽，下旬有些树木（如山茶）开花。

1、植树：春季是植树的有利时机。土壤解冻后，应立即抓紧时机植树。植大小乔木前作

好规划设计，事先挖（刨）好树坑，要做到随挖、随运、随种、随浇水。种植灌木时也应做到随挖、随运、随种，并充分浇水，以提高苗木存活率。

2、春灌：因春季干旱多风，蒸发量大，为防止春旱，对绿地等应及时浇水。

3、施肥：土壤解冻后，对植物施用基肥并灌水。

4、防治病虫害：本月是防治病虫害的关键时刻。一些苗木出现了煤污病，瓜子黄杨卷叶螟也出现了（采用喷洒杀螟松等农药进行防治）。防治刺蛾可以继续采用挖蛹方法。

四月份：气温继续上升，树木均萌芽开花或展叶开始进入生长旺盛期。

1、继续植树：四月上旬应抓紧时间种植萌芽晚的树木，对冬季死亡的灌木（杜鹃、红花继木等）应及时拔除补种，对新种树木要充分浇水。

2、灌水：继续对养护绿地进行及时的浇水。

3、施肥：对草坪、灌木结合灌水，追施速效氮肥，或者根据需要进行叶面喷施。

4、修剪：剪除冬、春季干枯的枝条，可以修剪常绿绿篱。

《小区绿化维护方案》全文内容当前网页未完全显示，剩余内容请访问下一页查看。

5、防治病虫害：（1）蚧壳虫在第二次蜕皮后陆续转移到树皮裂缝内、树洞、树干基部、墙角等处分泌白色蜡质薄茧化蛹。可以用硬竹扫帚扫除，然后集中深埋或浸泡。或者采用喷洒杀螟松等农药的方法。（2）天牛开始活动了，可以采用嫁接刀或自制钢丝挑除幼虫，但是伤口要做到越小越好。（3）其它病虫害的防治工作。

6、绿地内养护：注意大型绿地内的杂草及攀援植物的挑除。对草坪也要进行挑草及切边工作。

7、草花：迎五一替换冬季草花，注意做好浇水工作。

五月份：气温急骤上升，树木生长迅速。

1、浇水：树木展叶盛期，需水量很大，应适时浇水。

2、修剪：修剪残花。行道树进行第一次的剥芽修剪。

3、防治病虫害：继续以捕捉天牛为主。刺蛾第一代孵化，但尚未达到危害程度，根据养护区内的实际情况做出相应措施。由蚧壳虫、蚜虫等引起的煤污病也进入了盛发期（在紫薇、海桐、夹竹桃等上），在5月中、下旬喷洒10?20倍的松脂合剂及50%三硫磷乳剂1500?2000倍液以防治病害及杀死虫害。（其它可用杀虫素、花保等农药）

六月份：气温高

1、浇水：植物需水量大，要及时浇水，不能“看天吃饭”。

2、施肥：结合松土除草、施肥、浇水以达到最好的效果。

3、修剪：继续对行道树进行剥芽除蘖工作。对绿篱、球类及部分花灌木实施修剪。

4、排水工作：有大雨天气时要注意低洼处的排水工作。

5、防治病虫害：六月中、下旬刺蛾进入孵化盛期，应及时采取措施，现基本采用50%杀螟松乳剂500?800倍液喷洒。（或用复合bt乳剂进行喷施）继续对天牛进行人工捕捉。

6、做好树木防汛防台前的检查工作，对松动、倾斜的树木进行扶正、加固及重新绑扎。

七月份：气温最高，中旬以后会出现大风大雨情况。

1、移植常绿树：雨季期间，水分充足，可以移植针叶树和竹类，但要注意天气变化，一旦碰到高温要及时浇水。

2、排涝：大雨过后要及时排涝。

3、施追肥：在下雨前干施氮肥等速效肥。

4、行道树：进行防台剥芽修剪，对与电线有矛盾的'树枝一律修剪，并对树桩逐个检查，发现松垮、不稳立即扶正绑紧。事先做好劳力组织、物资材料、工具设备等方面的准备，并随时派人检查，发现险情及时处理。

5、防治病虫害：继续对天牛及刺蛾进行防治。防治天牛可以采用50%杀螟松1：50倍液注射，（或果树宝、或园科三号）然后封住洞口，也可达到很好的效果。香樟樟巢螟要及时的剪除，并销毁虫巢，以免再次危害。

八月份：仍为雨季

1、排涝：大雨过后，对低洼积水

绿化养护承包合同

甲方：（以下称甲方）

乙方：（以下称乙方）

根据××市规划与建设局和××绿化有限公司签订的工程施工合同，甲方将××绿化工程1标段的绿化委托乙方养护，经甲乙双方协商，达成如下协议：

一、养护项目相关情况

养护项目名称：××绿化工程1标段绿化养护

养护地点：公路收费站至五明路

养护面积：13000m²。

二、养护期限

养护期限自××绿化工程1标段工程竣工后至该工程移交

给××建设局止。

三、养护职责

1、承包养护期限内，乙方应按照园林绿化养护操作规程及园林绿化养护质量标准，合理组织，精心养护，保质保量完成养护管理任务。

2、绿化设施及主要养护内容

（1）修剪：根据各类植物的生长特点、立地环境、景观要求，按照操作规程适时进行。

（2）施肥：根据各类植物的生长特点及植物对肥料的需要，要求年施肥不得少于2次以上，新种植物视生长情况，适时适量进行施肥，以保持各类植物的生长旺盛达到一定景观效果。

（3）除草：各类绿地、树穴、绿带要结合松土及时清理各类杂草。

（4）抹芽：主要用于乔木、大型灌木，对不定芽要及时清除，以保持树木骨架清晰，促使生长形态美观，营养集中。

（5）病虫害防治：病虫害防治是园林植物养护中较为重要的手段和内容，要根据各类植物的寄生对象及时做好预测预报，及时采取措施防治。

（6）抗旱、抗台、抗涝：旱季及新种植物要及时进行灌溉，防止植物因脱水而造成枯死。台汛期间要做好加固、排涝抢险工作，防止植物受损。

3、对本合同养护项目实施养护管理所用的一切劳动力、材料设备和服务由乙方自行组织，由此产生的一切费用由乙方承担。

4、承包期限内，本合同养护项目设施量发生减少及毁损的，乙方应及时补齐或修复，并自行承担所需费用。合同期限届满时，乙方应保证本合同养护项目设施量完好无损。未完好的，由乙方负责补齐或修复。届时，未补齐或修复的，甲方可自行或委托他人补齐或修复，费用由乙方负责。

5、乙方应定期向甲方汇报养护管理计划及有关措施。

6、乙方必须重视安全生产，确保全年不出安全责任事故。养护期间，养护工人由于操作不规范等因素造成的安全责任事故，由乙方承担一切责任及损失。

7、根据合同的养护项目，三年养护经费为××绿化工程1标段竣工后工程量（即759863.00元）的5%，合计养护费大写叁万柒仟玖佰玖拾叁元整，小写37993元，承包方式为全额经济责任制承包。

8、三年养护经费待养护期满后一次性付给乙方，由业主方××建设局将原扣留的5%工程质量保证金通过移交验收后直接拔交给乙方。

五、考核验收

1、甲方每月不定期采取普查与随机抽查相结合的办法，对乙方养护质量进行考核验收。

六、附则

1、所有经费，甲方不再对乙方进行取费。

3、未尽事宜，甲乙双方协商解决，并作书面补充协议，补充协议与本合同具有同等效力。

七、本合同一式四份，甲乙双方各执二份，经双方签章后生

效。

甲方： 乙方：

法人代表： 法人代表：

合同签订时间： 年 月 日

小区方案汇报文案篇八

切合节日宣传，如六一、母亲节、中秋、元旦等为契机，升华小区业主服务，增加业主与物业之间的粘性。

二， 形式

基本形式以主题表演的游园摊位活动为主，可根据场地策划专场活动，如趣味运动会、创意绘画比赛，书法比赛等!设置舞台抽奖，增加业主福利。

三， 游园活动模板

1、 主题舞台表演。搭建舞台，联合业主，组织一场表演。业主的广场舞、中心的表演团队节目、器乐、舞蹈等，特色表演有跆拳道表演、永春拳表演、机器人表演、航模表演等。

2、 游园趣味游戏。设置各种各样的趣味游戏。如指压板游戏、趣味猜图游戏、亲子踩气球游戏等多种多样，给业主不一样的节日体验。

四： 时间设置，安排在下午到晚上的时间，不影响业主外出计划和上班计划。

小区方案汇报文案篇九

建材市场一直是大众消费者选购家具的首选之地，随着科技和人们生活习惯的改变和提高，团购已经成为时尚，越来越多的年轻消费者选择在网上发帖、社区组织等形式来结成“同盟”团购。而小区作为最接近消费者的末端，在小区进行推广活动既解决了网上团购带来的不确定性，也让消费者享受到团购所带来的价格折扣等一系列的优惠活动。因此，各地的小区推广活动正在悄悄崛起。

一、前期准备

1.1 小区普查

1.1.1 小区楼盘信息普查的方法

1 从各房产网上了解当地的楼盘信息

2 关注各媒介的广告传播(电视，报纸，横幅，喷绘广告牌)

3 导购员平时的对顾客的信息收集

4 从装修公司的渠道收集

5 业务员深入各小区物业楼盘售楼处的市场调研。

1.1.2 设立楼房盘档案

1.2 人员招聘及管理

成立小区推广部是小区推广逐渐规范化的必要步骤。小区推广部前期可设置一名部门主管，对推广业务员进行日常管理，对整个市场进行楼盘动态调查，展开前期的公关活动。下可设1至5名业务员，负责在主管的带领下开展小区信息的调查，

填制《楼盘档案》信息表并及时呈报主管。

1.2.1 人员招聘及培训

对小区推广销售人员的要求是：吃苦耐劳、百折不挠。小区推广的工作环境差、工作时间长、体力消耗大、成交难度大，只有具备上述品质的小区人员才能胜任。建议去学校招一些刚毕业的来自农村的职高、中专生、大专生，这些人刚出校门，急于求得一份工作，另外来自农村的学生特别能吃苦，工作务实，这是小区推广人员必备的特质之一。有物业管理经验的优先考虑。有物业管理经验的员工，在日后与物业公司打交道时，拥有共同语言，利于与物业公司建立良好的关系。

1.2.2 岗位的职责

主管岗位职责

1. 负责建立小区推广队伍，招聘、并培训小区推广人员
2. 负责小区推广队伍的日常过程管理，建立健全部门管理制度；
3. 建立业务员激励制度，检查、考核下属员工；
4. 开展小区市场调研，制定小区推广业务策略；
5. 带领部门成员，全力以赴，达成公司下达的销售目标；
6. 协调小区推广部与专卖店、客服等其它部门的关系。

小区推广业务代表岗位职责：

1. 开展小区调查，收集小区信息，并提交开发建议，整理后及时呈报部门经理；

2. 对小区物业部门进行公关，与之建立良好的关系；
3. 负责小区进驻的现场布置、顾客接待；
4. 负责业主至总部展厅参观行程的具体组织；
5. 发挥“意见领袖”的作用，开展团购工作；
6. 负责小区售后服务工作；
7. 完成部门经理安排的其它工作。

1.2.3 团队建设方法

小区推广团队设置主管一名，下设推广业务代表若干。业务代表可根据实际情况在后期不间断的补充、储备，保证一定的人员配备。小区推广业务代表每天到公司报到开会后就前往所负责的小区进行一日推广工作了，整天在外没有归属有点失落，在一日当中，接触人群较多，挑战性强、成交率小、打击面大，心理上要承受许多失败挫折的压力，没有一个好的团队、和睦的群体和好的领导是难以为继的，故在团队建设上要花多点心思：首先要树立一个共享目标，公司维护员工的利益，只要是员工付出的努力都会得到回报，我们提出了“以人为本、发展共享”的团队建设的方针；小区推广业务员的会议在每天早上上班时举行，会上每位业务代表发言，对昨天的工作进行总结，并就推广过程中遇到的难题、建议等提出来由大家帮助共同解决，必要时主管要给予亲临协助。会议结束主管带动大家喊出如：“好莱客，领跑者，全面突破，耶！”等的振奋人心的口号，令早会充满工作的激情；团队建设需要在许多细节方面下功夫，如对员工鼓励多于批评、见面礼貌、点滴关怀(避暑、变凉、生病)、集体活动等等方法。

1.2.3 绩效考核控制与管理

业绩最能证明业务人员能力的高低，制定一套双方都能接受的绩效考核管理制度有利于业绩不断的上升。公司的绩效管理是建立在保底提成、多劳多得的基础上的，工资底薪600—1000元(可根据当地的实际消费水平设定)，提成为1.5%—4%，如有其他人?设计师或安装工只能提1.5%。实行多形式的报备制度，要求小区推广人员必须时时描写叙述推销的情景，做到不漏过任何可做为报备的信息，这样即使是客户单独来展厅购买，只要备案资料翔实，可计入小区推广员工的业绩。业绩多形式备案、业绩的确认方法改善，增加了人员的信心，小区宣传积极更到位，无形之中也鼓励了小区推广业务员不遗余力的工作作风，小区推广小组即便是撤出，后期仍然会有意外的收获。

二、目标小区选定

通过《楼盘档案》表等各种信息对小区进行评估，从中选取自己的目标小区：一般为中高档小区或者有一些已经购买好莱客衣柜的客户的小区作为自己的目标小区。确定小区之后方可进行开发价值评估并制定推广计划方案。

2.1 评估目标小区的方法

在对目标楼盘进行分析之后，首先评估该楼盘是否值得进驻，也就是评估该楼盘进驻的投入产出比，进行投入产出分析，需明确以下几组数据：

需投入多少人?进行多少天?2、前期的公关费是多少?3、租金怎样?展示物料、宣传物料费用如何?4、预计销售收入有多少?经过计算，若值得进驻，再来决定以何种方式即投入产出最高的方式来进驻并根据具体情况计划推广方案。

2.2 时机的选择

小区推广在时机的选择上有很多技巧，在初期、中期的后期

则重点各不尽相同，初期着重于开发商和售楼部的公关工作，不需投入太多人力物力，只要熟悉售楼部里的经理及售楼小姐，多与他们进行感情沟通，时久日长，说不定她们可以将购房者的资料给予出来，为电话营销解决的关键难题，初期任务还有努力把大自然的宣传折页、广告牌及小巧玲珑的宣传品放入售楼部。中期是整个推广活动中最重要的时期，则重点放在物业公司，中期以交楼时间点作为界定，交楼前的五天到交楼后的二个月划为中期，这时期的业绩如何决定了整个小区推广的成败。往往这个阶段的初期，公司进行造势活动，如挂横幅、条幅、加大资料分发力度和赞助物业活动。交楼后的第三个月，小区推广小组就可退出来了，工作进入了后期阶段，后期的则重点在电话营销。很多业主对地板没有太多的了解，而且从众心理较强，可利用小区先期购买的用板客户作为榜样，并把所有用过好莱客用户拍成写实相片，大力向新客户宣传推介。

三、宣传方式

1、在主要入口处、小区道路中，挂横幅、条幅的造势效果好，但由于会影响小区的美化和小区收取的分布费用较高，故不适长期悬挂。广告喷布可以挂在临时产品展示区。花费多点精力分发彩页单张，扫楼梯式一对一、门对门派发宣传单张，可促使小区业主对产品产生兴趣，进行咨询，进一步挖掘潜在顾客。这是从点到线，由线到面的覆盖过程，正确方法是让推广人员从楼的最高层往下楼层走，心理比较踏实，也不会那么累。

2、公益性广告——小区楼层牌、门牌号码、电梯间内的宣传栏、公益标语、公益镜框，捐助制作小区公益宣传牌、告示栏、指示牌、广告电子时钟及赞助小区的物业杂专。值得注意的是互联网时代已经到来，买得起房的业主很多是知识分子、白领，并懂上网，公司可用赠送小区论坛的新促销形式，深入了解了业主的需求。

3、赞助小区举办的各种活动，如小区开发商举办的收楼晚会，售楼表演户外show□联欢晚会等，提高的美誉度和知名度。

4、设立临时产品展示区。设立展示区让业主可以很直观的了解好莱客的产品、服务、品牌及增强对好莱客产品的信心。

5、建立小区样板工程，欢迎业主参观。使用了好莱客的业主经过前期推广业务人员的热诚服务及精心照顾，已经和业主结下深厚的友谊，一般不会拒绝社区里的其他人到来参观，我们把握机会，在每个小区树立样板工程，邀请其他业主进行参观。对小区内其他正在使用好莱客的业主，说服其窗台的玻璃给予四处张贴好莱客报广告，这种宣传方式效果好，零费用，值得推广。

6、举办装饰课堂。与家装公司联合开展家装饰课堂，免费设计、讲授装饰的知识、流程，内容包括产品的特点与装饰风格，住房装修在选材、设计、装潢方面的要点及如何控制装修成本等等。

四、促销活动

可选取具有代表性的时间比如十一、教师节、母亲节等节假日进行小区内的现场优惠促销活动。改促销活动包括活动的时间、主题、促销方式、物料准备等。（附一范例促销活动）

五、事后评估

5.1促销活动事后评估

促销活动结束之后就促销过程当中的具体情况进行分析，每位参与促销活动的人员均可提出自己的意见和建议，以更加完善以后的促销活动。经销商要对促销活动的时候盈利进行数据计算，用以分析该小区的大致消费情况，调整该小区日后的推广方案。

5.2小区投入产出事后评估分析

当该小区的市场基本饱和之后可以撤出该小区，并将该小区的所有客户信息整理成册，并就此次推广做一个总投入产出事后分析，再就推广过程中的每个环节进行综合分析。