

# 园区运营方案包括哪些内容(优秀8篇)

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 园区运营方案包括哪些内容篇一

为切实做好体育场馆向社会免费低收费开放工作，满足广大群众体育健身需求，现将安福县体育中心各体育场馆2023年免费或低收费开放工作方案公布如下：

### 一、体育场馆简介

安福县体育中心是完善城市功能，提升城市品位，建设宜居城市，满足群众运动、健身、休闲、娱乐需求的公益工程。该工程2009年11月18日奠基，2012年12月底竣工。包含体育馆、体育场、健身广场、体育公园、环场馆路和防洪堤，占地166亩，总投资1.5亿元。体育中心办公室是体育馆的运营单位，旨在服务全民健身；组织体育赛事。上级主管单位是安福县教体局。

体育馆内设篮球馆和游泳馆。球馆大厅2000m<sup>2</sup>设有2500观众席，可举办篮球、排球、羽毛球、乒乓球、体操、武术等赛事或大型集会和文艺演出等。游泳馆配有25\*21m泳池和池水恒温循环系统，观众席500座，是室内游泳训练、比赛场所。

体育场位于体育馆东南面，是椭圆形封闭式田径运动场，内有400米塑胶跑道、足球场和田赛项目场地，东西两面的观众席、观礼台可容纳6000人就座。

健身广场在体育馆的南面，建有4个篮球场、2个网球场、1个笼式足球场、8个乒乓球台、2组健身路径，安装了各类健身器材，附有停车场。

## 二、免费或低收费开放项目、开放时间及收费标准

### （一）室外免费开放项目、场地和开放时间

项目：篮球，羽毛球，排球，乒乓球，网球，足球，各类田径项目

场地：体育场，健身广场

收费标准：全年免费开放

### （二）低收费开放项目、开放时间及收费标准

项目：篮球，羽毛球，排球，乒乓球，游泳

场地：篮球馆，游泳馆

收费标准：游泳馆30元/次，篮球馆10元/次

## 三、举办体育赛事、体育活动、体育培训情况（见附件1）

## 四、群众参加体育赛事和体育活动、接受体育培训、进行日常健身服务情况

### （一）室内体育场地

体育场核心区、体育馆和游泳馆计划全年接待不低于108000人次、月均接待不低于9000人次、日均接待不低于300人次，全年室内体育场地每万平米平均接待不低于58000人次。

### （二）室外体育场地

体育场核心区、体育馆和游泳馆外围体育场地设施计划全年接待不低于720000人次、月均接待不低于60000人次、日均接待不低于2000人次，全年室外体育场地平均每万平米接待不低于460000人次。

## 五、为群众身边的体育组织服务情况

截至2022年底，体育场馆将为14个运动项目俱乐部（群众体育组织）提供活动场所，会员总数将达到2300人（有关运动项目俱乐部、群众体育组织名单及其联系人、联系方式见附件2）

## 六、成本支出情况

2023年场馆开放成本支出预计最低为90万元，其中水电汽热能耗支出最低为35万元。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

## 园区运营方案包括哪些内容篇二

经充分市场调研，由董事会讨论通过，对条件成熟、有良好

发展空间的建筑市场以及与之相关的产业可设立分公司。

承包人实行竞争上岗，承包周期为 年，竞争承包人的资格须经董事会讨论，董事长批准。

竞争承包人须具备以下基本条件：

- 1、以公司整体发展为己任，顾全大局，立足长远。
- 2、有较长年限的生产经营经历，对所竞争的建筑市场熟悉，有较高的管理驾奴能力。
- 3、有相应的经济实力，保证承包金的按期、足额上缴。

1、新成立的分公司年承包金额不低于 元人民币。

2、新成立的分公司年入账收入不低于 元人民币。

## 第二节分公司管理

加强制度建设，确保经营、质量、安全生产、文明施工、综合管理、财务管理、队伍管理等各项工作到位，并将分公司管理体系报公司备案。

由分公司负责人结合分公司实际情况，制定分公司岗位任职资格、待遇、报酬等相关条件，报经公司总经理批准后实施。分公司使用员工一律实行竞聘上岗，但同等条件下，分公司员工应优先使用公司已在册的职工，分公司与所聘用的员工必须签订劳动合同，明确其岗位、职责、工资标准、福利待遇、保险等。

订立协议，协议必须明确具体期、岗位、待遇等条款，临时聘用协议周期原则上不超过一年。

构建和谐、团结、积极进取的良好氛围，想方设法引进人才、

留住人才、用好人才。

## 第八条 分公司应积极为员工创造继续培训教育的机会

由分公司负责人明确专人保管与使用，印章、资信材料的使用人必须坚持原则，要有强烈的事业心、责任感，有良好的职业道德，建立印章、资信材料的使用台账，使用情况及时向分公司负责人汇报，严禁为非法活动和违背公司经营方针的材料加盖公章、出具资信和介绍信。

各分公司应设立财务科，财务人员配备不得少于两人。

若出现违法违规行为，其责任由分公司负责人以及财务手续执行人共同承担，分公司负责人不得强制财务人员执行不符合财务纪律的行为。

负责制订本分公司质量创优计划，定期检查在施阶段工程质量，有计划有组织员工进行施工操作水平和质量意识，积极引进新技术、新工艺，鼓励技术创新。

分公司单独创优工程所获得证书，可在各有需求的分公司间有偿使用。

具体负责本单位安全生产管理工作，其成员由负责生产经营及安全生产管理负责人，各工程对、项目部安全管理人员，定期不定期进行安全生产检查指导，明确安全责任，杜绝安全隐患，制定安全管理应急预案等，若发生安全事故的应及时向分公司及上级主管部门汇报。 第十六条 分公司应充分重视经营管理工作，加大经营力度，经营方式灵活机动，把经营工作放到各项工作的重点位置，同时也要对承接的工程项目进行调研、认证，形成书面报告，尽可能规避风险，对投入较大的项目应及时向公司汇报。

签订工程合同时，应认真把握，细致研究，合同条款明确规

范。

必须保证跨入新一轮承包期的施工产值不低于自身完成承包经营期三年平均产值的50%。

由总经理提议，董事会研究，可免去其分公司经理职务：

- 1、分公司负责人不顾公司利益，有与公司发展背道而驰的行为。
- 2、承包内不能按时足额上缴承包金的。
- 3、分公司出现重大质量、安全事故的。
- 4、经营方法不当、经营手段不力致使分公司严重亏损。第十二条 分公司管理人员聘任。解聘由分公司负责人决定，报公司备案。有下列情形的分公司负责人可以直接解聘：

- 1、不适应所聘岗位要求，造成分公司工作被动。
- 2、因自身工作不力，造成分公司亏损或产生严重的负面影响的。
- 3、严重违背请销假制度，不请假离开分公司连续一个星期或累计达一个月的。

出现质量、安全事故、发生违法经营行为被相关管理部门处罚时，公司对分公司负责人有权实行追加处罚，被相关管理部门暂停经营资格的，按其年度承包金的1-3倍追加罚款，被相关管理部门吊销经营资格的，按其年度承包金的10-30倍追加罚款。在实施上述处罚时，公司仍保留进一步追加处罚的权利。

# 园区运营方案包括哪些内容篇三

绩效考核的作用工作成绩考评信息的主要用途之一,是对管理人员、员工提供反馈,让他们了解工作情况,分享了酒店前厅绩效的'考核方案,一起来看看吧!

## 一、总则

### (一) 目的

本方案适用于对前厅各岗位工作人员的考核。

### (三) 原则

定性与定量相结合,公开、公正。

## 二、考核内容

岗位类别绩效指标评分标准分值得分

行李

服务行李运送

行李寄存主动热情,件数点清,发放准确,手续完善,每发生差错事故1次扣2分

服务态度热情、礼貌、周到,不向客人索取小费。每发生1次客人投诉扣2分

前厅

接待

服务入住接待手续办理不超过3分钟,记录准确,每发生客人

投诉或出现差错，扣1分

分房熟悉房态信息，分房准确，每发生差错1次，扣1分

特殊情况

服务态度礼貌、热情、周到，每发生一次客人投诉扣2分

总机

接听电话语言规范、迅速及时，抽查中发生长时间无人接听或占线，1次扣0.5分

接受留言应准确记录客人姓名、房号、留言内容，并及时转告，发生1次漏转现象扣2分

商务

中心

服务服务意识态度热情，微笑服务，语言运用准确得当，每出现1次客人投诉扣2分

订票服务准确、及时，符合客人要求，每出现差错1次、发生客人投诉1次均扣2分

工作记录完整、准确，无人为差错，每出现差错1次扣1分

离店

服务客人离店

手续办理办理结账手续快速准确，提取寄存行李准确无误，每出现差错一次扣1分



离店信息

#### 四、考核实施

s优秀90~100分薪酬上调3个等级或升职1级

a良80~89分薪酬上调2个等级

b好70~79分薪酬上调1个等级

c一般60~69分薪资待遇保持不变

d差60分以下减少5%的工资

### 园区运营方案包括哪些内容篇四

对建筑企业而言，经营管理是企业增效益、上水平的关键，建筑公司运营方案。加强建筑经营管理，说到底，就是加强项目成本的管理和控制则是企业经营的着眼点；其落脚点就是研究如何更大的增加企业效益，为企业赚钱，并以此为基础，推动企业具有更大的竞争能力。建筑经营的主要内容包

括：  
一是人工费的控制。在各种生产要素中，人是最活跃的因素。工程的质量，工期、成本，安全等管理目标都是靠人的劳动去实现的。所以，人是生产要素中进行动态管理和优化配置的重点。在项目施工管理中，项目经理按施工计划组织均衡的施工，减少赶工或窝工浪费，并不断进行劳动力平衡、调整。解决施工中工人数量、工种、技术相互配合等问题，充分调动工人积极性。同时加强技术教育和培训，提高人的质量意识工作技能及劳动生产率，实现工程一次成功，杜绝返工现象的发生。避免因返工造成人工、材料浪费，机械台班及工期延长等计划外支出而加大现场施工的成本。此外，还

可采取控制非生产人员比例，对分项、分部、单位工程实行人工费包干等措施控制人工费。

二是材料费的控制。工程材料的费用通常占工程造价的三分之二。主要通过量、价两方面控制：对材料用量的控制。项目经理可以以施工预算为依据，正确核算材料消耗，实行限额领料制度，余料回收；推广采用降低材料消耗的各种新技术、新工艺、新材料；对零星材料实行包干控制，超用自负，节约归己；加强现场管理，合理堆放，减少二次搬运造成的损耗等。对材料价格的控制。材料采购要在目前建筑工程材料品种规格繁多、优劣混杂、价格相差悬殊的情况下，做到及时，准确大量地掌握材料市场信息，在保质保量的前提下，货比三家，争取最低买价。对于造价大的分项工程，可以采取招标的方式，往往能获得质量好和价格合理的材料。合理组织运输方式，以降低运输成本；考虑资金的时间价值，根据工程进度及需要，由技术人员编制材料使用计划按需购进，减少资金占用。

三是机械费的控制。在施工过程中，应合理安排施工生产，加强机械租用计划管理，杜绝因安排不当引起的设备闲置，提高现场设备利用率。此外，要定期对现场机械设备进行维护、保养，提高设备的完好率，避免因使用不当造成机械设备的停置。四是附件加工和分包工程费的控制。在市场经济体制下，钢门窗、木制成品。砣件、金属构件和成型钢筋的加工，以及打桩、土方，吊装、安装、装饰和其他专项工程的分包，都要通过经济合同来明确双方的权利和义务。在签订这些经济合同的时候，特别要坚持“以施工图预算控制合同金额”的原则。绝不允许合同金额超过施工图预算。根据部分工程的历史资料综合测算，上述各种合同金额的总和约占全部工程造价的三分之二左右。由此可见，将附件加工和分包工程的合同金额控制在施工图预算以内，是实现预期的成本目标的重要环节。五是强化工程质量、工期、安全成本控制。施工企业要正确认识工程质量、工期、安全与成本之间的对立与统一关系，同时施工过程中要始终贯彻项目的

质量成本、工期成本及安全成本的管理思想，力争做到实现价值最大化。

工程质量成本控制。工程质量是施工企业的信誉保障，是赢得市场的关键，且是终身负责制。质量成本是指为保证和提高工程质量而支出的一切费用。因此，施工企业要加强工程项目的技术质量检验及人员的技术，提高操作人员的技术素质，树立每个人都对工程质量终身负责的理念，严把各道工序质量关，提高工程质量一次合格率，避免返工及质量事故的发生，降低质量成本。

工期成本控制。工期成本是为了实现工期目标或完成合同工期而采取措施的费用、以及因工期延误而导致的业主索赔费用。工期并不是越短越好，缩短工期虽会减少设备等费用支出，但同时因赶工会造成人力、物力投入量的增加，有可能造成窝工，引起成本费的上升，工期缩短到一定程度后，成本费会急剧增加，此时如果得不到业主的合理补偿就会造成施工成本的额外增加；相反，如果工期延长，不需要花费赶工措施费用，但人工费、临时设施费和机械设备的租赁费都有可能增加，如不能满足合同工期要求，还可能造成业主索赔。所以，在前期安排施工组织设计时，一定要结合工程的特点和合同条件，综合工期与成本的各种因素，对工期做合理计算，进行周密部署和安排，找到工期成本最低的理想点，以降低工期成本。

安全成本的优化和控制。在当前的社会经济发展状况和科技进步水平条件下，根据建筑施工企业自身的管理水平和目前的经济技术水平，可以区别性地确定企业当前的期望安全保证程度下的安全成本总量。为了简化系统考查的重点，屏蔽诸多变化因素对考查目标的影响，假定外部条件相对固定，并以此来确定该条件下企业最佳安全成本投入量，从理论上寻求达到安全总成本最经济的目标。建筑经营的范围是多方面的，本本文仅阐述成本管理一个方面一斑窥豹。在激烈的市场竞争中不断地自我完善，增强企业的生命力，才能使企

业在激烈的市场竞争中可持续发展。施工项目的成功管理不仅对项目、对企业有良好经济效益，对国家也会产生良好的社会效益。

重要的是加强对人的管理。加强思想教育，增强职工热爱企业的荣誉感，在此基础上加强对职工约束，按照企业大局的要求实施自身的行为，使干部职工成为企业思想的实践者、宣传者、推领者、落实者。同时，加强制度的管理，企业为实现自身的愿望，确定发展的远大方向和近期目标，需要对内外的企业行为的影响因素加以规范，严格一致，束上律下，一视同仁，对部门、对人员、对领导、对员工，分别不同岗位、不同职级各岗位各人员作出一定的约束。落实最重要，同样需要加强落实的管理制度。在此基础上，企业根据自身工作和整体发展的需要，确定不同的管理部门和人员，对于机构的管理，应明确职责，落实岗位，必要的话还要与各岗位人员的个人收入挂钩。

关于资金的管理，以严格控制为主导。但因事而异。我们提倡开源节流，资金用在刀刃上，起到应有的作用。以此推动机构的有效运转，企业的发展经营。

树立起全员经营的理念企业中，全员提供经营信息非常重要，全员关心市场，全员关心经营，有价值的信息就可能出现。这方面我们可以借鉴很多的成功经验。这也是市场营销的群众路线。我们企业的每一项管理，其实都是经营活动。干的好了是推动经营工作，干的不好或不注意经营，就阻碍了市场的发展，全员经营的理念要深入人心。以企业实例告诉我们：干好现有项目承接一个项目的过程，其实就是展示了企业形象和实力的过程，是取得业主信任，变成业主寄予很高期待的过程。如果我们项目干得好，这种期待得到了验证，我们企业的形象和声誉就得到了加强，反之就产生了不良影响，这种负面影响传播很快、很广，很长时间难以消除，正所谓“好事不出门，坏事传千里”，干好现有项目的意义是非常重要的。干好现有工程，通过现场托市场，现场硬管理，

交好一方朋友，是开拓一个市场，一个行业的根本出路，也是最经济、最见成效的经营方法。

经营的成果，是企业多部门精诚合作、倾力打造的完美作品，是一个系统工程，参与经营的部门都很重要，缺一不可。经营人员获取可靠信息，还得通过商务部门报价，技术部门作科学可行的方案等，经营内业人员作资信标，财务人员提供商业担保，项目管理和人力资源部门提供组织机构等，多部门进行合作。有的关键部门需要在短时间，了解大量的图纸，作出合理的报价，优秀的方案，这都是硬功夫，来不得半点马虎，这个环节出了问题，也会使经营工作前功尽弃，而这种过硬的功夫，是靠勤劳加智慧在实战中一次次磨练出来的，需要他们付出艰辛的劳动，不知疲惫的加班加点。需要他们不断的熟悉各地区定额，市场行情，施工工艺，新技术，新材料以及不断创新、更新的报价知识、技巧和新方法。就连标书装订都要下功夫，不断创新。这些都是经营成败的关键环节，这种综合实力是经营实力的反映。

激励机制要跟上企业要完善劳动、人事和薪酬体系，使经营系统的关键性、龙头性，在待遇中体现出来，同他们付出的辛劳对等起来，我们才有可能打造出一支优秀的经营队伍。

一是对市场经营队伍素质的要求需要热爱这个行业，立志干出成果的人组成。同时要求这些人综合素质要高，既要有丰富的管理知识，技术能力，商务经验，又要具有谈判能力，表达能力，能够推销企业，推销自己，推销产品的能力。这些人可以是自有职工，也可以是外聘人员。企业自己培养核心经营人员非常重要，而且必不可少，培养经营人员，传帮带的方法很有效，但是系统的培训工作也要跟上。如果仅靠自己培养和发现内部人员，不能满足经营工作发展的需要，所以经营队伍的建设必须走市场化和精英化的道路。

二是对企业经营队伍数量的要求，一定要有足够量的市场经营人员，建筑市场营销和其它产品推销一样，要用足够的人

力和时间对接业主、项目和市常一个工程项目承接到手，从获取信息、开始接触，到跟踪业主，直至取得他们的信任，招投标的策划和落实，以及后期关系的维护，环节多，周期长，需要的资源也多，牵扯经营人很大的精力。一个人一年内如果能够成功揽到一两个有规模的项目，已经很不容易。所以不能指望有限的几个经营人员能承接到大量的项目。根据我们的经验，一个人一年也就能够搞到1个亿左右的项目，多了很难突破，希望走经营精英之路是不现实的，但经营精英的带动作用不可估量。要突出经营工作的龙头地位，实现通过扩大市场份额来加快企业发展的目标，不仅在经营人员的数量上要满足，而且营销人员的选择也不容忽视，各层次的、各区域的、各种类型的要进行合理而有效的搭配。

三是对市场细分和经营结构的要求市场细分，要从内、外两方面切入。紧盯大市尝大业主、大项目的经营方针不动摇，“三大市潮的辐射带动作用非常明显，只有“三大市潮在企业中的支撑作用得到重视，才能缓解资源紧张的压力，同时在企业内部，经营结构布局要合理、系统、科学。要对经营区域进行划分，设专人专区负责，作精作透这些区域、这个行业。实现信息和关系资源共享。保持经营人员的相对稳定性和适应经营工作的可动性。经营人员还要掌握联营分包，劳动力市场资源以及一些其它社会资源，使有些项目能够顺利实施或转嫁风险。

对外要发展一些社会资源提供可靠市场信息；要有专人从政府计划部门，规划部门，设计院等获取源头信息；要熟悉建委，招投标，招标代理等招标管理部门。要对在施有影响的项目进行跟踪回访，建立良好的合作关系。四是经营指标明确，落实人头，激励机制要完善经营工作取得成效是一个综合的、系统的、漫长的功夫，不可能一朝一夕就能出成果，但经营成果是衡量经营业绩的唯一标准。只有扛起指标，才能慢慢地走进经营系统这一个圈，用自己的智慧，勤劳和诚信来取得成果。所以我们只能把扛了指标的经营人员才能叫作市场营销人员，没扛指标的人，不能叫作市场营销人员。

责任明确了，扛了指标了，我们才会有压力，才会变成动力，才会坚定不移地去实现目标。

另外经营工作是一个开拓性的工作，激励机制要完善，要跟上，才能使经营工作始终充满活力，勇于去挑战。

这和一般的产品推销一样，要不怕失败，坚持不懈，持久以恒的敲开业主的大门，勇敢的去推销自己，推销企业，不气馁，才会成功。我们不可能对所有的经营人员配车，配待遇，所以要用吃苦精神，流汗精神，节俭经营的精神去开拓市常六是经营人员要具备非常敏锐的职业和市场感知力，主动的发现、寻找、把握商机处处留心皆商机，也许媒体的一个报导，朋友的一个闲聊，一个统计资料，一个广告，政府的一个公告，一片空地，一个规划可能都蕴藏着商机，只不过在于我们用没用心去发现、去分析、去整理。只要我们投身到这个工作中，并用心去做，我们就会捕捉到丰富的市场信息，通过我们的筛选，跟踪，就有可能承接到一个个项目。

## 园区运营方案包括哪些内容篇五

### （一）电子银行业务发展战略不明晰

品牌建设相对滞后邮储银行电子银行业务发展起步较晚，目前仅仅作为传统物理渠道的补充，从战略性角度发展的中长期规划尚未明确。另外，邮储银行电子银行业务宣传力度不足，仅采用简单的、层次较低的宣传广告来推介，独立鲜明的邮储银行品牌形象还未建立，客户认知度不高。

### （二）电子银行业务产品创新能力不足

自助设备使用有待提高邮储银行电子银行业务产品创新能力较弱，以个人网银为例，尚未开通跨行资金自动归集；电子银行支付商户数量较少，商户类型需拓宽；自助机具的智能化水平较低，功能单一，自助开卡、缴费、理财等功能尚未

开通。邮储银行自助设备、电子银行业务体验终端等硬件配备不足，已配备的使用效率有待提高。

### （三）电子银行业务营销机制不健全

专业人才配备落后邮储银行电子银行业务缺乏科学的经营考核机制，存在“重开通、轻维护、弱反馈”的现象；营销手段较为单一，过于依赖网点传统营销方式，微信、易信等新型网络营销工具利用不足。电子银行业务的发展离不开大堂经理的配备，但当前很多网点未能配备大堂经理，而柜面员工又缺乏对电子银行业务的深入了解，营销电子银行业务的主动性、积极性较差。

### （四）电子银行业务风险防范机制建设滞后

数据安全易受到威胁邮储银行缺乏统一的电子银行操作规程和风险管理办法，管理人员、柜员等对电子银行业务风险点不明晰；风险事件发生后，由于部门之间的权限不清晰，不能及时做出反应；科技技术保障力量薄弱，数据安全易受到威胁。

### （一）实施电子银行优先战略

加强电子银行品牌建设邮储银行应尽快组织实施电子银行优先发展战略，总行层面要制定电子银行业务发展的中长期规划，自上而下加速推进电子银行的应用，构建线上线下一体化金融服务体系，适应互联网金融发展的新趋势。具体来讲，对电子银行发展所需资源配置要给予倾斜，积极整合产品、渠道，强化电子银行对各项业务的支持力度，不断提升市场竞争力。邮储银行可以委托专业公司设计邮储电子银行的特色品牌，加大在高端媒体的宣传，逐步树立鲜明的电子银行形象。加快电子银行体验中心建设，开展客户体验工作：对于不信任电子银行的客户，要不厌其烦地向其宣传电子银行业务及其优越性，让其逐渐接受电子银行服务方式；对习惯



使用电子银行的客户，要强化客户体验与反馈，让邮储电子银行品牌逐渐深入人心。

## （二）加大电子银行产品创新力度

提升自助渠道服务能力邮储银行应加速电子银行新功能的研发推广和既有业务的优化升级，加快推进中间业务和表外业务的电子渠道化，扩大电子银行业务覆盖面。加强同更多电子商务企业的合作，拓展水、电、煤气、招投标平台等公共事业类、政务类平台，引导各省叠加区域特色业务自助功能，为客户提供更多的增值服务。同时，邮储银行应加大自助设备、电子银行体验终端等硬件的投放力度，加快离行式自助银行的建设，拓展电子银行各类渠道，强化对自助设备的运营管理，做好自助设备的使用引导，提升自助设备使用效率。

## （三）健全电子银行营销考核机制

提升员工专业素质邮储银行应尽快制定科学的绩效考核方案和奖惩措施，尽快将电子银行客户渗透率、激活率和替代率纳入对网点经营业绩的考核，以此调动各级对电子银行营销的积极性。邮储银行总部应对电子银行营销活动进行包装策划，完善现有“手拉手、大学生网商大赛”等营销活动平台。邮储银行还可以依托网点经营管理转型，通过交叉营销大力发展电子银行客户。针对电子银行从业人员素质较低的现状，邮储银行一方面应引进懂金融、懂营销的专业人才充实到大堂经理队伍，充分发挥大堂经理的引导作用；另一方面要加强员工培训，强化员工电子银行营销意识，尤其对一线员工要系统性开展电子银行业务知识、营销策略等知识培训，提高其营销以及维护电子银行的技能。

## （四）完善电子银行风险防控机制

切实保证数据安全邮储银行首先要制订科学化、体系化的电子银行业务规程和操作规范，使业务操作有据可依、有章可

循。二是要建立完善的电子银行风险内部控制机制，明确界定电子银行业务各环节的责、权、利。三是要增强银行员工风险防范意识，防范和控制电子银行各环节的操作风险。在电子银行业务拓展上要做到“依法合规”，可以把电子银行纳入日常业务检查范围，定期对电子银行业务的开户手续及操作流程进行检查；定期对柜面操作人员进行风险提示，规范业务操作，加强对业务办理操作过程的风险控制。

## 园区运营方案包括哪些内容篇六

### 1、建群目的要明确。

社群的建立旨在依托又省app平台，利用微信社群工具，吸纳大量精准粉丝，通过社群的互动，教化，引导等，成功的转化成又省平台忠实使用者推广者。

### 2、群公告：

#### 01、群规制度群福利。

b□不定期免费送一些热销的爆品，不定期红包，专家干货分享和咨询。

#### 02、管理人员职责

分配好群管理人数和职责各项工作内容，群主职责（群管理、群维护、规章制度执行、策划群活动、爆品预告与推送、话题、图文推送等）咨询客服（回答群粉提出的各种问题、群内互动、敏感话题转私聊）

#### 03、进群欢迎词

群管理人员见新人进群必须@他进行新人欢迎，例如：@小李欢迎亲进群，请您先看公告，希望本群能给您的生活带便利，

祝您在本群聊的开心，如果打扰到您，您可以设置免打扰模式。

## 04群文化，群导向

群文化：每日问候，推送健康小知识图文或视频，搞笑，正能量视频，群讨论话题。

群导向：通过维护建立老客户关系，吸引新粉入群。

01、社区建群，设计广告宣发的内容（内容另附）附上群二维码，让粉丝一眼能直观的了解清楚本群是做什么的，输出的什么内容，能给粉丝带来什么，引导粉丝扫二维码进群。进群后预告家用常规爆品抢购时间，现金红包发放，手气最佳者免费精品礼品赠送。提醒新人进群看群公告，提醒遵守群规章制度，并按要求操作，例如：修改群昵称。（管理越规范的群给粉丝的信任感越强，越会引起粉丝的注重）

02、线上线下可同时推进，线上以先盘活现有社群，和通过拉群换群的方式。线下以社区楼栋门口或电电梯口张贴广告为主，每个社区以早上7点、中午11点-12点、下午17点半-20点时间段为主。员工以分区方式进行张贴，每个社区为一个独立的社群。

01、共同取向，社群所有成员要有一人共同的价值取向，就是你要保证所有成员都有一个共同的爱好，做不到统一，要在群内引导教化，那就是又省的文化，自用省钱，分享赚钱，只有这样，在社群的。互动中才会轻而易举。

02、采用实名制，对于新加成员一定要严格审核，条件不符合的人不要加，统一的群名片格式，让群规范大家才能认真对待，这样给大家看上去你这群很正式，不像随便聊聊的，这样大家才会注视起来。

03、制度严明，要有一个制度来规范群的管理，写的可以明确一点，谁要违反了规定要遭受什么样的惩罚，都要写清楚。要让那些违反规定的人付出代价。

04、活跃社群，要让一个群活跃，群主本身就得活跃，身为一个群主也是一个带头人整天不说话，那还有谁会带头说话呢？当然，也要找一些喜欢聊天、活波开朗的人，这样能保证每天信息不断。

01、每日签到，从早上开始，起来就在群里打招呼，道个早安，也可以简单的发个小知识，健康养生类的，鸡汤什么的都行，只要适合多数人就行，同时也能带动其他成群里打招呼，就等于是群里签到一样，时间长了大家就会有这种习惯了。

02、红包带动分享，每一个小时，通过群控软件定时发送一款爆品产品，可以先发个红包带动一下，红包不必大，三两块就，名额也不必多，20个左右，越快抢完越让人感觉积极，发红包同时可以在红包里加上我们需要分享的商品名称或者一句介绍。比如说9.9某品特卖，某某商品限量抢购，当然也可以宣导公司，商品全部包邮，正品，7天无理由退换货等。红包一定要发的有价值，要起到宣传的作用，不能白发，虽然金额不多，带动氛围红包是最有效最直接最快速的方式，自然要利用好。不光要在红包上带有广告，还得趁大伙看到红包，抢到红包的同时，在群里多发些关于又省的介绍，比如又省的方便性，实用性、案例：每天收入多少，每单节省多少等等素材。可以是文字，也可以是图片，也可以是视频，这样长期以往，大家会对又省逐渐产生信任感。

03、选择群人气商品，多发布群成员更有兴趣的商品，可以通过长期对群成员的了解，基本也可以分析出来，哪些类目更多人喜欢，更容易下单的，所以尽量选择这些类目发布。

04、与老客户建立关系配合演出，让自己的老客户忠实客户，

扮演配合的角色，为什么是老客户忠实客户，因为他们有购物体验，对平台和商品都认可，更认可你，那么简单让他们在你分享商品时配合一下，也不需要夸张，实事求是的讲就行，重点是配合你，响应你，因为客户一名顶你十句，客户之间更信任，更愿意听。

01、活动创意案，要求简单明了，把活动的创意展示出来，活动基本内容，活动主题，活动时间，活动要有热点性，有趣性，实用性。

02、活动执行案，活动分析，活动目的，活动形式，效果预期和目标，活动详细情况，费用预算，活动流程，活动规则。

例如：针对群内老客户，定期抢红包手气最佳者可送当天推送爆品，免费包邮到家。

拉20人进群者，可在原有加油额度上，奖励1000元加油额度等

新用户注册成功首日成功购买商品5单，可领取1000元加油额度

## 园区运营方案包括哪些内容篇七

为引导员工积极向上，严明劳动纪律，维护餐厅正常的经营管理秩序，奖优罚劣，促进经营管理工作的开展，制定本条例。

### 第一章 奖励

第一条 奖励的种类分为：精神奖励和物质奖励；

第二条 精神奖励包括：表扬、通报表扬、通令嘉奖；

第三条 物质奖励包括：发放奖金、晋升工资；

第四条 在下列行为之一者给予表扬并发给50元以上100以内的奖金；

(2) 完成上级交办的重要工作事项，效果突出，受到上级领导肯定和好评的；

(6) 团结互助、关心他人和集体，当月为员工酒店做好人好事3件（含3件）以上的；

(9) 加班加点不计报酬、不要补休，当月累计达3个工作日及其以上的；

(10) 积极举报违纪违法案件，经部门经理室核查，情况属实的；

(11) 完成任务好，当月受到公司领导表扬3次以上的；

(12) 工作表现突出，在部门进行的评选活动中，被评定为部门优秀员工的；

(13) 其他类似于上述行为，应予奖励的。

第五条 有下列行为之一者，给予通报表扬并发给100元以上200元以内的奖金：

(1) 工作态度好，服务优良、当月受到酒店书面表扬5次（含5次）以上的；

(2) 拾金不昧，及时将物品上缴并帮助查找失主，金额在3000元以上；

(3) 见义勇为，及时制止违法犯罪和各种破坏活动，抓获犯罪嫌疑人的；

- (5) 当月做好人好事5次（含5次）以上的；
- (9) 爱护公物，在设备维护保养、物品保管等方面作出突出成绩的；
- (10) 一贯工作表现突出，全年被评为区域优秀员工达3次（含3次）以上的；
- (11) 在年终考核中，考核等级为优秀的；
- (12) 其他类似于上述行为，应予奖励的。

第六条 有下列情形之一的，将给予通令嘉奖并考虑申请晋升工资；

- (1) 在年终优秀员工评比中被评选为酒店优秀员工的；
- (2) 在酒店精神文明和企业文化建设中，作优异成绩，受到酒店或上级有关部门表彰的；
- (3) 维护酒店利益，使酒店避免直接经济损失，成绩突出的；
- (5) 拾金不昧，及时、主动地将物品上缴部门或归还失主，金额在5000元以上的；
- (6) 全年受到客人书面表扬10次以上，事迹突出的；
- (7) 其他类似于上述情形，应予奖励的。

## 第二章 处罚

第八条 处罚种类：分为口头警告、罚款、书面警告、通报批评、辞退；

第九条 违反公司及餐厅规章制度情节较轻，够不上行政

处分的，处以罚款。

罚款从本人工资中扣除；

第十条 给予行政处分的，如有必要，可以同时处以罚款，当月发生违章违

纪行为2次及其以上的给予加倍处罚或从重处分；

第十一条 有下列行为之一的，首次处以口头警告，2次及以上处以书面警告及罚款：

- (1) 不按规定位置佩戴工牌或员工证的；
- (2) 上班不穿工服或不按规定着装的；
- (3) 仪容不整、不修边幅、衣冠不整洁的；
- (4) 谈吐和举止粗鲁的；
- (5) 缺少酒店职业意识遇到上级领导和同事，不打招呼、不讲礼貌的；
- (6) 言行不文明，在工作中不使用礼貌用语的；
- (7) 当班时走路姿势不正或与他人搭肩牵手而行的；
- (8) 当月迟到、早退累计3次（含3次）以上或旷工一天以内的；
- (9) 当月上下班不按规定考勤卡的；
- (10) 代他人打卡或要求别人代打卡的；
- (11) 乘客用电梯或使用客用洗手间的；



- (12) 穿工作制服离店的；
- (13) 上下班不走员工通道的；
- (14) 上下班随身带包进店离店、不主动地向保安展示包内携带物品的；
- (15) 当班时擅离岗位的；
- (16) 当班时用酒店联系私人事务或接听私人电话时间超过5分钟的；
- (17) 在上班时间吃零食的；
- (18) 参加会议无故迟到的；
- (19) 随地吐痰、乱丢烟头、纸屑的；
- (20) 攀越围墙、栏杆、门窗的；
- (21) 在更衣柜内存放酒店用品的；
- (22) 下班不离开酒店，无故在酒店逗留的；
- (23) 本部员工在营业场所消费、娱乐的；
- (24) 在工作岗位大声喧哗或聊天的；
- (25) 当班时间收看电视或收听收录机或看与工作业务无关书籍的；
- (26) 未按要求完成工作任务，情节较轻的；
- (27) 工作粗心，出现轻微事故或遭到客人口头投诉的；

(28) 管理人员、督导不力，产生工作事故，负有领导连带责任的；

(29) 管理人员有侮辱、体罚员工行为，遭到投诉的；

(30) 其他类似于上述情形，应予以处罚的。

第十二条 有下列行为之一的，并处以书面警告及通报批评并罚款：

(1) 当月迟到、早退累计5次（含5次）以上或旷工2天（含2天）以上的；

(2) 伪造病假单，骗取病假或编造理由，骗取其他假期的；

(3) 请假超过规定时间一天以上的；

(4) 损坏公物和客人物品，价值在500元以内的；

(5) 对宾客不礼貌，与宾客争辩的；

(6) 拾遗不报，金额在500元以内的；

(7) 服务质量差，业务技能不熟练，未能及时为客人提供满意服务，遭到客人投诉的；

(8) 私自向客人索取小费，物品或其他报酬的；

(9) 不服从工作安排，不行上级指示的；

(10) 工作措施不力，未能按要求完成工作任务的；

(11) 违反操作规程，给酒店造成损失金额在1000元以下的；

(12) 工作麻痹大意，未能及时发现和排除事故隐患，给酒

店成损失的金额

在1000元以下的；

- (13) 搬弄是非，诽谤他人，影响团结的；
- (14) 侮辱、谩骂、恐吓他人，影响恶劣的；
- (15) 当班时擅自离岗，给工作带来影响的；
- (16) 携带酒店物品离店的；
- (17) 上班时睡觉的；
- (19) 使用酒店电脑玩游戏的；
- (20) 下班或离岗，不锁门或忘记关闭电源、水龙头开关的；
- (21) 铺张浪费，不节约水、电给酒店带来损失的；
- (22) 在酒店工作和生活区域乱写乱画的；
- (23) 损坏酒店及餐饮部声誉和形象，情节较轻的；
- (24) 违章违纪不接受教育或处罚的；
- (25) 参加会议无故缺席的；
- (26) 其他类似于上述情节应予以处罚的；

第十三条 有下列行为之一的，给予书面警告及通报批评并罚款：

- (1) 在营业场所吵闹，扰乱酒店秩序的；

- (2) 涂改、伪造单据和证明的；
- (3) 工作粗心，出现工作或服务质量事故的；
- (4) 对检举违章纪行为的人进行打击报复的；
- (5) 拾遗不报金额在1000元以内的；
- (6) 工作中与宾客争吵，造成不良影响的；
- (7) 无正当理由拒不接受工作安排，经教育仍不改正的；
- (8) 劳动纪律松散，当月被口头警告2次（含2次）以上的；
- (9) 玩忽职守，导致发生责任事故的；
- (10) 不按规定收发，登记保密文件的；
- (11) 工作消极怠工，当月工作失误或完不成工作任务2次（含2次）以上的；
- (12) 违反操作规程，造成设备损坏，损失金额在1500元以上的；
- (13) 遇到坏人坏事或他人求助时，有意躲避的；
- (14) 发现损害酒店及餐饮部利益的行为不制止，不报告的；
- (15) 违反消防规定，导致出现责任事故，情节较轻的；
- (16) 丢失工作制服或员工饭卡或更衣柜钥匙，隐瞒不报的；
- (17) 背后对领导和同事不负责任的乱发议论，列中生有，进行人身攻击的；

- (18) 造谣生事，写匿名信，诬蔑陷害他人的；
- (19) 工作中弄虚作假，欺骗组织和同事的；
- (20) 其他类似上述情形，应予以处罚的。

第十四条 有下列行为之一的给予辞退：

- (1) 工作严重失误，给酒店及餐饮部和客人带来损失的；
- (2) 工作中违反操作规程，造成设备损坏，损失在5000元以上的；
- (5) 参与或变相赌博，被公安机关处罚的；
- (6) 在酒店打架、斗殴的；
- (7) 观看或传播淫秽书籍、录像的；
- (8) 酗酒、吸毒的；
- (9) 经常违反劳动纪律，屡教不改的；
- (10) 借工作之便，损公肥私、中饱私囊的；
- (11) 蓄意破坏公物或客人物品的；
- (12) 恶语伤人、侮辱谩骂或殴打客人与同事的；
- (13) 拒不服从工作分配，经教育仍不悔改的；
- (14) 工作严重失职，造成不良影响的；
- (15) 试用期，经考核不合格的；

- (16) 年终考核为不称职的；
- (17) 当月旷工3天（含3天）以上的；
- (18) 当月迟到、早退累计达8次（含8次）以上的；
- (19) 工作不负责任，玩忽职守，给酒店造成严重经济损失或严重损害酒店声誉的；
- (20) 违反计划生育规定，超计划生育或无计划生育的；
- (21) 品质恶劣、道德败坏，乱搞男女关系，造成不良影响的；
- (22) 其他严重违纪行为，应予辞退的。

### 第三章 组织实施

第十五条 餐厅的奖励和处罚工作由部门经理具体组织实施，经理应本着高度

第十九条 各区域根据所在部门奖罚条例对员工进行奖罚，奖励或处罚金额在50元以下，由区域自行决定，报行政办公室备案；50元以上报由行政办公室核准，下发奖罚单。

### 第四章 申诉和申诉的受理

第二十条 奖励或处罚，如果与事实不符，员工可以向行政部申诉，申诉可以以书面形式进行，有关具体事项请按照《金果湾餐厅员工奖罚条例》。

#### 1、餐厅运营组成立

##### 1) 餐厅配电额

2) 餐厅排风量

3) 上下水

## 2、餐厅的布局设定

2) 设立vip独立用餐面积200平米。出于节约成本的考虑，该餐厅可以与员工餐厅共享一个厨房，但该餐厅应设置在离厨房较近的地方。

3) 卫生间面积30平米，男、女各设置1个蹲位，4个洗手池。

4) 办公室及其它配套150平米，不设置零售店。

## 3、员工餐厅位置及区域划分

1) 位置为地下1层；

2) 区域分普通员工区与vip贵宾区。

## 4、就餐时间与人数

1) 周一至周五早餐；中餐；晚餐；

2) 周六、周日中餐；晚餐。

3) 早上就餐时间为7:30-9:00；

## 5、装修风格

### 1) 员工餐厅装修风格

一般员工餐厅的装修风格以实用、简洁、卫生为主，定位于快餐店的装修风格，可适当考虑设置绿植、背景音乐、电视。

## 2 vip餐厅装修风格

vip餐厅装修风格定位于星级酒店的西式精修风格。

## 6、餐饮种类

### 1) 按价位分

### 2) 按餐饮方式分

员工餐饮方式分为套餐和零点餐 vip餐饮方式分为自助和零点餐。

## 3 vip特别餐饮定\*\*务

在餐厅的vip服务区，同时提供按vip人员个人口味、习惯来专门制作食物，在体现人性化的同时，不失vip客人的尊贵。

## 园区运营方案包括哪些内容篇八

根据《体育总局关于印发公共体育场馆基本公共服务规范的通知》（体规字〔20xx〕7号）、《四川省体育局关于做好2022年公共体育场馆开放工作有关事宜的通知》（川体群〔2022〕3号）要求，现将广元市澳源体育中心游泳馆2022年免费或低收费开放工作方案公布如下：

### 一、场馆简介

广元市澳源体育中心游泳馆，位于广元市利州区雪峰教育园区，由市澳源体育服务中心负责日常管理和开放，该中心是市体育局直属的全额拨款事业单位，现有正式编制7人。游泳馆占地约40亩，建筑面积14742平方米，座席1500座。内设50米标准比赛池、训练池、跳水池各一个及相关配套设施和功



能用房，建设标准为乙级。项目总投资13797万元，11月开工，4月25日竣工并投入使用。游泳馆在市澳源体育服务中心指导下由市大蜀道体育产业公司具体负责开放工作，承担管理责任。游泳馆在确保赛事活动、竞技训练情况下，日常对外实施免费低收费开放（商业性赛事活动除外），并在主要入口明显位置制作安装免费低收费开放公示栏，公之于众，加强宣传。

## 二、免费或低收费开放项目、开放时间及收费标准

为规范和加强体育场馆免费开放管理，增强体育公共服务能力，提高场馆利用率，在保证广元市业余体校教学、训练和重要体育赛事情况下，该场馆对外实施免费低收费开放服务。

### （一）游泳馆

#### 1. 对外开放时间（有赛事活动除外）

广元市业余体校训练时间：

日常周一至周五下午18:30——20:30

双休日、国家法定假日、学校寒暑假：

（冬季）上午10:00——12:00下午14:00——17:00

（夏季）上午09:00——12:00下午14:30——17:00

训练泳道为比赛池2、3、4道

对社会免费开放时间

夏季：每周一、三、五早上07:00——08:30（开放负一楼训练池）

冬季：每周一、三、五早上07:30——09:00（开放负一楼训练池）

每年8月8日全民健身日全天开放（限人数开放）

对社会低收费开放时间

冬季夏季

早场09:00——12:00 09:00——12:00 20元/人

下午场14:00——17:00 14:00——17:00 28元/人

晚场17:00——21:00 17:00——22:00 38元/人

65岁以上老年人、残疾人、军人、消防救援人员持证购票价格为18元/人

注：上午场12点须清场，下午场不清场，在下午场结束前30分钟停止购票入场

2. 开放对象：机关、学校、企事业单位及社会团体、群众开展体育健身活动及65岁以下个人健身锻炼（进入2米以上深水区需持有深水证；65岁以上者须凭县级以上医院出具的健康证明方能购票进场）。

3. 活动内容：游泳、健身器械锻炼。

4. 联系（监督）电话：

## （二）室外游泳池

1. 对外开放时间：6—8月的09:00—21:00

2. 开放性质：低收费开放

### 3. 联系(监督) 电话:

#### (三) 注意事项

1. 各健身人员应根据自身身体状况选择合适的运动项目，并承担运动健身风险责任。
2. 各健身人员须严格遵守疫情防控的相关管理规定，并做好个人防护措施。
3. 健身人员可到澳体中心监测室免费进行国民体质监测。

#### 三、计划举办体育赛事、体育活动、体育培训情况

注：赛事活动如有调整或变化，将及时向社会公布。

#### 四、群众参加体育赛事和体育活动、接受体育培训、进行日常健身服务情况

##### (一) 室内体育场地

游泳馆计划全年接待不低于14万人次、月均接待不低于1.2万人次、日均接待不低于383人次、全年室内体育场地每万平方米平均接待不低于17万人次。

##### (二) 室外附属体育场地

游泳馆外围体育场地设施室外游泳池、全民健身路径计划全年接待不低于2万人次、月均接待不低于1500人次、日均接待不低于50人次；全年室外体育场地每万平方米平均接待不低于1.7万人次。

#### 五、为群众身边的体育组织服务情况

截至2022年底，游泳馆将为4个运动项目俱乐部（群众体育组

织) 提供活动场所, 会员总数达到1500余人。

## 六、成本支出情况

2022年游泳馆开放成本支出预计最低为605万元, 其中水电气能耗支出最低为300万元, 人工及药物费用最低150万元, 维修维护、公益性赛事活动承办、培训等110万元, 升级改造45万元。