

并购管理工作报告 合规管理工作报告(模板7篇)

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。报告的作用是帮助读者了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇一

（一）深入贯彻企业主要负责人履行推进法治建设工作

继续深入执行《企业主要负责人履行推进法治建设第一责任人职责实施细则》，将履行推进法治建设第一责任人职责情况列入领导人员综合考核评价指标体系，对于不履行或者不正确履行职责的主要负责人予以问责。进一步加强企业法治建设组织领导，逐步建立健全合规管理组织体系，企业合规经营和规范管理得到有效加强，法律风险防范能力显著提高。

（二）提升基础管理，确保企业经营决策合法合规。

继续巩固和落实规章制度清查梳理优化工作成果，充分发挥法律部作为规章制度归口管理部门的重要作用严把规章法律审核关，发布20xx年规章制度目录，现行有效规章制度共计438件□20xx年共审核规章制度38件。

结合全生产场景划小改革，以切实加强倒三角服务支撑能力为目标，开展20xx年公司级权力清单清查梳理优化专项工作，针对20xx年98项审批事项，保留81项，取消7项、下放6项、部分下放5项，简化1项，新增3项，优化率19%。为全面建立倒三角支撑服务体系，促进互联网化新运营创造良好发展环境。

加强合规管理，倡导合规理念，推动公司形成合法合规的良好运行态势。积极参与微视频大赛，共制作了10个合规小视频，通过这次活动，弘扬合规创造价值的合规文化，培育“合规从我做起、合规人人有责”的合规意识，用身边人、身边事带动全体员工，从“要我合规”转变为“我要合规”。

（三）适应企业文化建设新要求，充分发挥法治文化的传播导向作用

1、高质量做好机制体制改革法律服务支撑，保障互联网化运营模式转型、线上线下一体化运营、人力资源改革等重点工作顺利推进，支撑全生产场景划小改革落地实施，结合小承包工作推进情况和主要类型，做好小ceo法律风险培训工作，全公司共计315名小ceo参加培训。

2、针对新入职员工开展专项法律培训工作，提高新入职员工的法律风险防范意识。

3、举办“市场营销合规管理”专项法律培训，增强一线市场营销人员的法律风险防范意识，提高依法治企水平。

4、开展“法律知识每周一练”培训专题，在直管领导、法律专业线等微信群中以选择题的方式每周推送一期，全年共推送52期，累计答题32154人次。

5、按照市司法局的要求开展20xx年度领导干部网上学法用法考试，共计139名领导干部参加考试，考试通过率达100%。

（四）强化纠纷诉讼成本效益，诉讼案件更加贴近基层实际需求

继续推进法律追缴欠费工作，全年共发起追欠费诉讼89，发出欠费追缴函2531份，追回欠费共计298万余元。配合专业部门追缴房屋租金等专项工作，挽回经济损失204.74万元。有

效维护企业合法权益，确保国有资产保值增值。

（五）强化法律服务的作用，为重点业务发展保驾护航

1、截止11月底，共完成17189份合同的合法性审核，结合公司全生产场景的划小改革，继续探索减少非必要的审核环节，压缩审核层级，利用系统自动收集审签时间，以评价作为手段，平均合同审签效率较20xx年提高1.3%。加强合同集成管理，以原合同为源头，对变更、补充、续签、解除协议等关联合同与原合同进行统一管理。提高合同与业务的贴合度，将合同管理融入前端业务发展要求和后端支撑服务之中。

2、结合“三个一切”基层减负需求，进一步提高前端市场的运营效率，持续优化合同的授权管理。降低了政企专业部分宽带专线、云计算、物联网、云网一体4类合同的审批层级，优化了物资采购专业合同的授权管理，进一步提高了合同审签的科学性。规范了现有公司对合同印章的管理规定及流程，明确了保管合同章的主体责任及交接程序，在制度上保证了合同印章的科学管理。

3、提升合同标准文本管理，本年度共优化更新了119个常用合同标准文本，较去年减少28个，进一步实现由数量向质量的转型，推进结构化合同标准文本在基层单元的使用，提高基层单元合同质量，有效控制风险。将标准文本的制定使用融入市场侧、运营侧、网络侧、工程侧等生产运营场景，为同质化业务推荐使用公司统一合同标准文本，保证合同文本与业务转型相匹配。

（六）创新法律支撑服务模式，优化法治工作体系，加强法治队伍建设

（1）创新优化法律支撑组织体系，提供优质高效的专业法律服务。

组建线上普法团队，参加公司各专业百人以上微信群共计12个，连接业务人员共计1478人，时时分享各类普法培训课件，现场解答专业人员法律问题。

（2）加强法治队伍建设，提升整体能力素质和专业水平。

继续组织开展“国家统一法律执业资格考试”，做好法律人才的培养与管理。组建法律专业战略人才队伍，目前公司共有法律专业骨干人才两人，新锐人才两人。参与国资委组织的企业法律顾问评审工作□20xx年共有两人被评为企业二级法律顾问。通过实施上述举措，有效发挥法律专业人才在普法培训、合同管理、解决热点难点法律问题等方面的创新引领和支撑保障作用，激发人才活力、释放人才价值。

（一）继续推动落实法治建设第一责任人职责，保障依法治理。

将《企业主要负责人履行推进法治建设第一责任人职责实施细则》深入贯彻至各分公司，将履行推进法治建设第一责任人职责情况列入各单位年终绩效考核和领导人员综合考核评价指标体系，对于不履行或者不正确履行职责的主要负责人予以问责。

（二）建立健全合规管理体系，推动合规管理有效实施。

出台《合规管理办法》，建立健全合规管理组织体系，明确各责任部门相应职责。坚持问题导向，突出合规管理工作重点，针对企业面临的突出合规问题进行预警，组织编制、印发《合规手册》。建立健全合规审查机制，将合规审查作为规章制度制定、重大事项决策、重要合同签订、重大项目运营等经营管理行为的必经程序。

（三）夯实合同管理，实现合同赋能。

将合同法律审核与公司业务紧密结合，提供切实可行的合同解决方案，聚焦公司“大物移云智”各类创新业务，将合同审核嵌入公司业务流程，在完成经济合同100%审核的同时，不断提升合同审核质量。强化合同数据分析，最大限度发挥合同管理价值。各单位应在现有合同标准文本使用率及合同审签时效统计的基础上，定期对合同数据进行全面分析，为公司经营业务提供风险态势感知和有价值的信息。

（四）加强依法决策，全面推进重大决策法律论证工作。

根据“三重一大”决策制度，按照国资委和集团要求，深入贯彻落实重大决策法律论证工作，凡需经过法律论证的重大决策事项均应提交法律部门出具法律论证意见。提高企业决策的科学性合法性，有效防范法律风险。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇二

根据省财政厅《关于报送市县财政改革两年攻坚工作总结的通知》和省财政厅《关于全面建立资产管理与预算管理相结合的机制的意见》文件精神，认真梳理工作流程，积极开展资产管理与预算管理相结合工作，督促各单位加强资产管理，提升资产管理意识。现将工作开展情况报告如下。

一是我区每年定期组织所有执行政府会计制度的行政事业单位资产报表工作人员进行培训，并将国有资产数据信息全部纳入全省行政事业单位资产管理系统，国有企业资产数据信息全部纳入了政府资产管理系统，做到了资产变动信息随时可以查询。二是建立资产系统，全区所有行政事业单位将资产录入系统，实现了行政事业单位资产数据与财务数据保持一致，资产报表数据与部门决算有关数据全部一致。三是出台《市区行政事业单位通用办公设备和家具配置标准》文件，建立健全资产配置标准体系。同时，规定资产购置必须列入年度部门预算，单位购置、新增资产必须申报审批程序，资产收益实行预算管理，规范了资产预算编制程序。

建立健全资产运行机制，制定出台办公用房、公务用车管理办法，严格按照行政事业单位资产配置有关规定，执行资产配置程序，有效控制新增资产数量和经费，切实降低全区资产运维支出。

出台国有资产管理文件，加强国有资产使用管理，建立健全资产出租出借和资产处置审批机制，严格按照要求上缴国有资产处置收益。同时，在国有资产收益方面，加强了收益监缴，资产收益全年分次上缴国库。

下一步，我区将不断完善资产管理与预算管理相结合的工作机制，为预算编制提供准确、细化、动态的资产信息。同时，切实加强行政事业单位资产监督管理，确保资产配置科学、使用有效、处置规范、监督到位。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇三

今年的消防安全宣传月活动主题为“人人参与消防、共创平安和谐”。通过开展丰富多彩的消防宣传教育活动，切实提高全体师生的消防意识，增强消防素质，提高抗御火灾的整体能力，为构建平安和谐校园创造良好的消防安全环境。

“人人参与消防、共创平安和谐”

活动时间□20xx年11月

为确保消防安全宣传月活动取得实效，我校成立了以张忠刚校长为组长，张良顺、贺明军副校长为副组长，各班主任为成员的消防安全宣传月活动领导小组。安全办具体负责策划，协调消防安全宣传月各项消防宣传工作。

组长：张忠刚

副组长：张良顺贺明军

成员：各班班主任

各班采取张贴宣传标语、进行国旗下讲话、开展自救互救、组织消防应急演练、布置消防安全宣传月活动展牌、举行主题大队会等师生喜闻乐见的形式，广泛开展消防宣传教育活动，积极营造良好的宣传氛围。

(一)开展了一次消防安全自查：在11月9日前各班深入细致的开展一次消防安全大检查，发现隐患，马上整改；完善学校安全工作体系，不断加强学校安全防范意识和各项安全防范措施，进一步消除学校内部各种设施的安全隐患，确保广大师生的生命安全。

(二)各班在11月9日以前各班位置张贴消防安全宣传资料安全常识二十条。

(三)、11月5日清晨，利用升旗仪式国旗下讲话的时间，从防火、灭火、逃生、自救四个方面深入浅出地介绍了火灾的形成过程、火场中易出现的延误逃生时机的误区、自救逃生的方法以及灭火器的种类和操作使用方法等一系列防火安全知识。通过此次讲话，师生们从中吸取了教训，真正起到了普及消防知识、提高消防安全认识、增强防火安全意识的作用。

(四)、全校开展了一次火灾逃生应急演练，演练在紧急状态下老师和学生的迅速撤离技能学生们在老师的带领下，安全、快速、有序地撤离现场，来到安全地带。通过这次演练使师生员工增强了消防安全意识，提高了自防自救的能力和使用消防器材的本领，教育学生掌握报警，逃生救护等自防自救基本技能。

本次消防安全宣传月系列活动，各小学全体师生的消防安全意识大有提高，同时更获得了有效地消防安全知识。此次宣传活动，加强了学生良好的习惯的培养，让学生牢固树立“时时讲安全，处处讲安全”的思想，提高学生自我教育，

自我管理，自我防护的意识和能力。我校今后的工作中将继续贯彻上级消防工作的各项方针，最大限度的避免火灾的危害。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇四

20世纪80年代，西方国家为了解决政府的财政危机、管理危机和信任危机，掀起了一场声势浩大的新公共管理行政改革浪潮。新公共管理强调政府的公共服务职能，要求把服务对象的需要，即公众需要放在首位，并对政府与市场、国家与社会的关系重新进行定位和调整，主张“大市场、小政府”，要求在公共部门内部引入市场竞争机制，利用私营部门的管理技术再造政府，从而提高公共服务的质量和水平。

澳大利亚是最早进行新公共管理改革的国家之一，目前已经建立起独具特色的全面资产战略管理体系，其重点就是以市场化、分权化、绩效化为导向，确立“服务、节约”的管理原则，完善法制，采取多样化、市场化的管理手段节约行政成本，提高政府资产管理效率。

20世纪80年代初，澳大利亚的国有企业总资产约占全国企业总资产的20%，产值占本国gdp的10%左右。从80年代中期开始，基于打破垄断、促进竞争、优化政府职能等改革理念，澳大利亚掀起了大规模的私有化和产权多元化浪潮，大幅削减政府资产数量，公共部门从直接的经济活动中撤离，将诸如电讯公司、航空公司等许多国有企业或资产出售给私营部门，对于一些政府无法完全退出的公共服务领域，则尽可能地引入市场竞争机制，采取公私合作方式进行管理和运营。

目前，澳大利亚政府资产主要分为两类：一类是具有公共特征的资产，包括国家标志性建筑、国防资产、土地及矿产资源、文化遗产、生态保护性资产和公共服务性资产等。另一类则是投资于市场失灵领域的资产，这里所说的市场失灵领域包括私人不愿投资的领域以及某些必须由政府控制产权的

领域。

澳大利亚为联邦制国家，其政府资产分别属于联邦、州以及地方政府所有。联邦政府的资产主要是联邦立法、司法和行政机构办公设施、文化遗产、博物馆、离岸三海里以外的海上矿产和石油资源以及少数企业（如皇家铸币厂）。州政府的资产主要包括州立法、司法和行政机构办公设施、公共土地、矿产资源、州立学校和监狱等。以新南威尔士州为例，州政府拥有全州一半以上的土地，用于建立公立学校、医院、公园等公共设施，该州陆上资源以及离岸三海里以内海上矿产和石油资源也属于州政府资产。州下属的地方政府拥有为数不多的资产，主要是社区公立医院、幼儿学校、养老院、福利院等社会公用事业。

联邦政府资产分为国内资产与海外资产。国内资产是联邦政府资产的主体部分，又分为国防资产和非国防资产。非国防资产主要包括行政性资产、国有企业资产、住房资产和其它资产，其中行政性资产约占非国防资产的8%，国有企业资产占20%左右，其它资产主要分布于科研、环保、文化遗产、博物馆、公共医疗和教育等领域。

澳大利亚联邦政府、州政府和地方政府分别都设有相互独立的专门政府资产管理机构，拥有不同的职责和分工。除了海外资产和国防资产以外，联邦政府资产由资产管理局负责统一管理；州及地方政府资产多由公共事务局负责管理。

负责监督和管理政府持有的企业股权，管理和指导政府资产出售、合同管理事务，并处理资产出售的相关遗留问题，下设政府企业指导机构、资产出售部、专有权和土地政策部以及保险和风险管理部。

政府企业指导机构负责对政府持有的企业股权进行监督和管理，并为作为企业政府股权代表的政府部长提供决策建议。资产出售部负责制定政府资产出售的程序，并对其进行监督

和管理。专有权和土地政策部负责为部长履行法定职权和职责、实施联邦土地和公共建设工程政策提供支持和建议。保险和风险管理部负责管理澳大利亚政府风险管理基金，并在政府机构中积极推广风险管理理念，推动风险管理的实行。

负责澳大利亚政府非国防不动产的建设、运营、维护和处置，制订相关政策，下设不动产管理部、国内大型工程部和移民大型工程部。

不动产管理部负责管理澳大利亚政府的国内非国防不动产，包括各部门的办公大楼、法院及其它有特定用途的不动产、公益性资产、文化遗产、住房和闲置土地等。国内大型工程部负责澳大利亚政府国内非国防大型基础建设工程计划，管理国家标志性建筑，如位于阿德莱德的联邦法院和位于堪培拉的国家肖像艺术馆（anzac）第一次世界大战中的澳新军团）公园等。移民大型工程部负责澳大利亚移民局的大型工程建设和管理，目前主要包括基督岛移民接待处理中心和维拉伍德移民拘留中心修复工程。

三、澳大利亚的全面资产管理战略体系

全面资产管理战略是贯穿于澳大利亚整个政府资产管理体的核心理念。所谓全面资产管理战略，是指资产管理必须与政府公共服务目标保持高度一致，在综合考虑整个政府机构的资产状况和资产需求的基础上，基于全局立场做出资产管理决策。基于这一战略理念，澳大利亚制定了政府资产管理五原则：一是资产管理决策应与政府的总体计划相结合；二是资产购置决策应综合考虑资产使用周期的成本、收益及风险；三是资产的使用、维护应实行责任制；四是资产的处置决策应考虑在公平交易条件下取得最大净收益；五是建立有效的内部控制结构。

澳大利亚全面资产管理战略对资产的总体计划、购置、使用、维护和处置都做了明确的规定，并通过各种法律法规进行规

范。其中，最重要的法律是澳大利亚财务会计管理法案，该法案是澳大利亚联邦政府财务管理的核心法案，它明确了政府资产管理的基本原则和相关权责。具体的资产管理要求，则在其它法律中加以详细规定。

(1) 内部控制结构。一个组织中用以确保实施管理人员的计划、意图的系统、过程和程序，称为内部控制结构。该结构主要包括以下因素：一是控制环境，包括管理人员必须遵行的原则、运营模式、管理策略和程序；二是信息系统，包括财务信息和资产的使用记录等相关信息；三是控制程序，主要是内部会计控制体系、管理控制程序以及对资产安全的监督控制体系。内部控制结构是对资产进行合理、有效的分级管理的关键因素，也是有效实施资产管理原则的先决条件。

(2) 资产总体计划。在资产使用周期的每一阶段中，为确保资产有效地支持项目实施的需求，必须结合政府部门组织战略对资产的购置、使用、维护和处置进行规划，这就是资产使用周期内的总体计划。资产总体计划的目的在于提高现有资产及新增资产的利用效率，充分挖掘资产的潜力，降低运营成本。

资产绩效定期审查是资产总体计划工作的核心要素。审查的目的是提供有关资产运营绩效真实、量化的信息，以衡量其是否满足了项目实施的需要。绩效监督贯穿了资产整个使用周期，构成了资产管理的基础。它为各种计划的调整提供参考，确保项目有效地实施。

(3) 资产使用周期成本核算制度。要从资产使用周期的角度来实施资产管理，重要的一步就是理解资产使用周期的不同阶段及有关成本和费用。运用资产使用周期成本核算制度的好处，就是在资产购置之前能对拥有和维护一项资产的全部成本做出全面估评，有助于制定出经济合理的项目实施方案（包括非资产解决方案），同时还可以为资产经常性成本的监控与管理提供标准和基础。

资产使用周期成本包括资本费用和经常费用。资本费用是购置资产所需成本，不仅包括购置费用，还包括运输费用和安装费用等相关费用；经常费用是指资产日常运营所需的经常性开支，除能源、清洁和维护费用以外，还包括资产运营所需专业人员的费用。另外，资产使用周期成本还包括可行性研究和招标等引起的前期计划工作费用以及资产的处置费用。

（4）财务和绩效责任制。建立严格的资产责任制，可以促使资产得到合理使用和维护，提高资产效益，充分发挥资产潜力，达到最优绩效。有效的责任体制必须明确资产使用周期内所有阶段的控制方式和责任，并落实到项目经理一级，确保资产的使用和维护能按购置计划的要求来满足项目需要，达到服务标准。

为确保充分有效地利用资产，项目经理必须既对项目实施中的资产使用费用负责，又要对资产的绩效和安全负责。资产使用费用的责任制，传统上是政府通过预算管理来实现的，但这种机制将资本费用和经常费用分离，不利于资产管理中采取基于资产使用周期全过程的管理办法，会导致资产管理决策上的种种扭曲，因此必须对资产实行预算管理和资产管理相结合的集中监控和管理工作，通过预算程序和成本分摊，确定资产的财务责任方，要求项目经理制定一项资产的使用周期总费用计划，在预算、使用记录、管理汇报中完全采用权责发生制记账法，据此跟踪和控制资产费用开支，及时反映资产的绩效和状态。

（1）非资产解决方案。在总体计划实施过程中，当现有资产不能满足项目实施的需求时，资产管理部门首先必须寻求非资产解决方案的途径。成功的非资产解决方案可以减少或推迟对新资产的需求，同时也减少了资产管理的工作量，解除了一些资本金方面的束缚。

非资产解决方案包括：使用私营部门的资产来提供服务以转移产权风险，或者重新设计项目方案，消除或减少对新资产

的需要；还可以直接降低对服务本身的需求，缩小对项目实施的需求；考虑充分利用已有资产来满足需求等。

(2) 资产购置计划。购置计划要在实际购置之前确定，并体现在资产总体计划中，主要包括以下内容：项目实施所产生的资产需求；是否已充分考虑非资产解决方案；购置方案的比较分析；时间安排和采购程序；资金支出计划；相关人员安排和职责分工。

(3) 资产购置方式。一旦确定需要某项资产，基本上有两大选择：租赁和采购。决定是租赁还是采购某项资产，取决于市场能否提供现成资产来满足该机构的需要。一般来说，资产管理部门会优先考虑租赁，降低产权风险，节约成本。

租赁分为“融资租赁”和“经营租赁”。融资租赁是为购置某项资产进行筹资的有效方法，承租方可以在租期内分期支付资本费用，但承租方享受该项资产的所有收益，同时也承担相应的产权风险。经营租赁的好处在于出租方负担产权风险，常为短期租赁，这为承租方及时应变提供了方便。融资租赁与经营租赁各有利弊，具体选择则要依对资产的具体需求确定。

(1) 使用和维护计划。使用和维护计划的目的是确保资产满足项目要求并得到充分利用，使资产维持在以最低长期费用来满足项目最大需求的状态上。使用和维护计划需要定期检查和修订，以确保满足项目实施的需要。

使用计划旨在建立使资产能高效用于项目实施的途径，包括：对资产的管理、监控、安全等方面的责任；资产绩效所应达到的等级和标准；收集、监控、汇报绩效数据方面的规定；相关人员的培训；估算运营成本。维护计划包括对现有缺陷的修复方法、年度预防性维护计划、大修计划和长期计划等内容。

(2) 维护措施。在提出资产维护方案后，资产管理部门需要通过责任制组织实施。具体维护措施包括保养措施（当资产不能正常运作时，采取维修措施）、预防措施（按计划定期进行维护，降低资产运作出现问题的概率）及日常管理措施（例如办公家具、用品的定期检查、定期盘点）。

(1) 资产的重置和处置决策。查阅资产记录的相关信息，了解这类资产的有效使用期限、正常经营中进行重置的时间以及平均使用寿命，并根据管理信息系统记录的资产监控状况确定资产的实际绩效与运营状况。资产冗余、绩效不佳、无法使用时，资产管理部门优先考虑对资产进行翻修或改造，或将资产用于其它功能或项目，挖掘资产潜力。如果资产无法被重新利用，则需要对资产进行处置。

(2) 资产的处置办法。基本方法包括：公开拍卖或招标、谈判成交、带折价物成交、将资产卖给或调拨给其它政府部门等。不管采取何种处置办法，都对处置方案进行评估，明确责任分工，增加透明度。评估包括每种处置方法的预计费用和收益。

(3) 资产处置结果的分析。根据机构财会制度规定的资产处置标准，与资产实际处置的时间和收益进行比较，检查财会制度中规定的资产使用年限、预期收益、折旧率等标准是否合理，分析实际处置情况与规定使用年限或预期收益不一致的原因。

澳大利亚对政府资产采取了完全的市场化管理方式，在公共服务领域内部，引入市场竞争机制和私营部门管理方式，使资产管理机构与政府资产占有、使用机构之间建立起模拟市场机制；在公共部门和私营部门之间创造一种契约式伙伴关系模式，从而提高公共部门的资产管理效率和服务水平。

1. 划分生产者和消费者。即将政府行政部门划分为生产者和消费者两方，资产管理机构对政府运行的保障性资产实行集

中统一的管理和服务，为其它政府机构的行政运行提供资产和服务，充当“生产者”；而占有、使用政府资产的机构则是“消费者”。

2. 生产者和消费者之间签订服务协议。政府内部的“生产者”和“消费者”通过签订服务协议明确服务责任和目标，所有资产管理活动都以此为基础运作。

3. 以完善的会计制度作保障。内部市场的核心措施在于引入新的内部核算机制和价格机制，推动公共服务部门之间的内部竞争，并以完善的会计制度作为保障，实时核算双方的服务费用。

澳大利亚通过使用者付费制一方面有效地制约了各政府部门由于无偿占有政府资产所导致的盲目扩张欲望，避免了对资源的不合理配置和浪费，限制了各政府部门规模的扩大。另一方面，除联邦法案有明确规定以外，作为消费者的政府资产使用部门可以到市场上寻找更优的资产和服务来代替政府资产，这样就使得生产者必须改进资产管理效率，为消费者提供更好的服务，从而提高行政效率，降低行政成本。这样价格真正起到了信号灯的作用，从而使市场机制在公共服务领域得以良好运用。同时，使用者付费制也可以增加政府的财政收入，提高政府资产效益。

与传统管理方式不同，资产管理局并不直接出面管理政府资产，而是通过与资产管理公司签订合同，利用私营部门的管理平台来达到政府资产管理的最佳效果。诸如办公楼的修缮、局部重建和对外承建合同的签署等事项，都由资产管理公司根据协议或合同的具体要求负责完成。资产管理局与资产管理公司之间是合作关系，双方通过服务水平协议来确定各自的权利和责任。服务水平协议规定了不同等级的服务标准，资产管理局在该协议中提出对服务等级的要求，资产管理公司根据协议的规定来实施具体的操作和管理，以达到双方认同的服务水平和效果。

为了保证这种市场化管理模式协调运转，资产管理局内部建立基础、中级、高级三个管理层次：基础管理层负责跟踪管理合同的实际履行，并及时就相关事项与合作公司具体操作人员进行协调；中级管理层负责协调政府中层管理人员和合作公司的关系；高级管理层，也称为联合管理委员会，由政府部门和合作公司分别派出2名高级管理人员共同组成，主要对合作双方提供政策上的支持，并做出具有战略意义的决策。

1. 集中房产资源，推行办公用房租金制。联邦政府拥有产权的办公用房由资产管理局集中管理，联邦政府的各个部门可以向资产管理局租用，向资产管理局交纳租金，租金标准与市场标准一致，也可以到市场上另行选择，自行租用办公用房。政府部门租用办公用房的物业管理由政府物业管理部门统一负责，物业管理费用由各部门交纳，这部分费用包括在各部门财政预算中。

2. 物业管理社会化、专业化。政府办公用房的物业管理采取了公私合作模式，由资产管理局与私人专业公司结成合作伙伴关系，资产管理局制定服务标准，重点衡量服务的绩效成果，如对电梯的管理，只注重电梯运行时间、运行效果、提供服务的水平等，而电梯的维修、开关、人员配备等过程则由私人专业公司负责。这种管理方式不但提高了政府资产管理和运营的专业化水平，降低了政府在资产管理和运营方面的资源投入；而且合作双方不是简单的甲乙双方关系，而是利益伙伴关系，有共同一致的目标——提高政府资产管理效率。

澳大利亚政府公务用车管理存在两种模式，一种是外部管理模式，政府只负责制定车辆政策，至于车辆管理和全部服务由私营公司提供；另一种是内部管理模式，它又分为集权方式和分权方式，集权方式指由政府所属专门机构集中管理政策、合同并具体管理车辆，分权方式是指由各部门分别管理政策、合同并具体管理车辆。

上世纪90年代，澳大利亚绝大部分州都对传统的车辆管理方式进行改革，采用外部管理模式，但在实际运行过程中出现了很多问题，例如车辆成本增加，管理效率低下，车辆合同执行不到位，因此又重新采用内部管理模式。目前，澳大利亚普遍采用的是集权式内部管理方式。但是，各州内部管理的具 体运作模式也各不相同，其中，维多利亚模式和昆士兰模式较为典型。

依照维多利亚州法律规定，维多利亚州政府车辆管理中心（以下简称中心）是一个非营利机构，是唯一可以出售、处置政府车辆的机构，负责制定政府部门用车政策，管理调度所有政府车辆。政府各部门公务用车全部从中心租赁，租用车辆的费用由预算资金安排。具体来说，中心的主要任务是：为州政府制定车辆管理政策；集中车辆管理技术为车辆管理服务；实行合同管理，严格成本控制；研究车辆管理最优模式；负责州政府车辆信息和风险管理。

中心在政府车辆管理上，制定了一系列的政策，包括：规定政府使用车型及采购方式；州长、部长、议员和法官的配车标准；一般业务工作配车标准；允许公车私用的情况；车辆使用年限和里程的规定；车辆处置方法。还包括车辆的编制、日程费用、车辆归还标准，车辆备件的管理办法等。

昆士兰州政府车辆管理一直沿用内部管理方式，政府各部门使用车辆都由车辆调配局负责。车辆调配局隶属于昆士兰州商业部，于1990年成立，主要对州政府各部门用车提供租赁服务。其服务分为两项内容：一项是为政府部门提供车辆服务，带有强制性。主要针对警察、教育和其它政府部门等；另一项是为电力等商业部门提供车辆服务，带有商业合作性质。

车辆调配局统一置备州政府公务用车，但并不取得车辆的产权，而是通过和大型汽车公司签订合同（汽车生产厂商让渡车辆使用权给政府部门可以获得税收优惠），获得车辆的使

用权，再通过提取折旧等方式向政府各部门进行租赁。各部门与车辆调配局签订租约，租约的时间一般定为2-3年，租约期满或者行驶4万公里以后，租车部门就可以将车交还由车辆调配局统一处置。一般来讲，各部门自行决定其租车数量，车辆调配局负责提供租车过程中的财务账目。车辆的租金每6个月要调整一次，车辆返还后还要计算残值。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇五

德国拜尔斯多夫并购丝宝

10月2日，德国拜尔斯多夫公司出资35亿港元购入丝宝国际集团旗下的丝宝日化85%的股份，至此中国洗护发行业最大的一宗合作案一锤定音。这触发了人们诸多联想，也再一次将丝宝国际集团以及旗下子公司丝宝日化推到舞台的中央。

近年来，丝宝日化一直是中国洗化行业的标志性企业，它的一举一动备受业界关注。通过非凡的策划与强有力的终端能力，丝宝日化在宝洁、联合利华、花王等跨国公司的围攻下脱颖而出，并成为了洗化领域的领军企业。

在全球化的背景下，中国企业面临着两个最大的变量：一是品牌；二是资本。在双重压力之下，联盟与联合成为中国企业从长大到壮大的重要路径，也是它们应对强大的跨国公司的必要手段。忽略此背景，谈丝宝国际集团与拜尔斯多夫公司的合作毫无意义。

谈丝宝日化的现在和未来，必先深入了解丝宝日化的过去与历史。虽然有一些零星文章对丝宝日化有所报道，但大都侧重于对其营销模式的解读，无法全面、深入地了解一个企业营销决策的前世今生，以及战略抉择的背景与逻辑。记者通过深入细致的采访，试图发现丝宝国际集团与拜耳斯多夫公司合作的普遍意义与参考性价值。丝宝日化曾是中国营销界的标杆企业，而现在，它处在一个新的战略起点上。

联姻背后：终端优势的新证明

今年“十一”黄金周是“火炉”武汉一年中最好的时候，秋高气爽，气温宜人。就在和拜耳斯多夫公司合作消息发布的第二天，丝宝日化的员工们就在企业内部刊物《丝宝风》上看到了丝宝日化新任首席执行官吴勇男代表丝宝日化高层的“采访对话”。

吴勇男阐述了联姻拜耳斯多夫公司的战略构想，访谈录传递了新丝宝日化对未来的信心。的确，在经过了未来竞争趋势的缜密考量之后，丝宝日化的新变化令人期待。此前，在宝洁、联合利华们此起彼伏的洪亮声音中，丝宝日化的声音略微显得有些单薄。在联姻拜耳斯多夫公司之后，新丝宝日化正蓄势待发。

根据最新的统计数据，2006年我国洗护发产品的销售额约为220亿元，比上一年增长14%；目前丝宝日化的市场份额约为10%，排在宝洁、联合利华之后，位居全国第三位。据丝宝国际集团新闻发言人杨勇介绍，近年来，尽管竞争日益激烈，但是依靠稳定卓越的销售团队、成熟的终端营销模式和渗透力超强的营销网络，丝宝日化一直健康、持续地发展着。然而，在宝洁、联合利华强大的攻势面前，丝宝日化难免有些捉襟见肘。宝洁推出9.90元一瓶的飘柔，这种“杀敌一万、自损三千”的杀招在相当长的一段时间里影响了这一领域多数品牌的市场表现；而联合利华能够动用数亿元的广告费来全力推出清扬，其力度和阵势就连宝洁都难以匹敌。相对弱小的资本，促使丝宝日化不得不在资金和市场的决策上更加审慎，只能在营销模式和品牌推广中采取差异化策略以赢得比较优势。

无疑，丝宝日化手中最强硬的一张牌是终端，而终端的优势已使其牢牢地占据了中国市场第三名的地位。在本土品牌阵营中，丝宝日化无疑是目前最强势的，而且只有它才能在一、二级市场和宝洁、联合利华相抗衡。但很显然，排名并不是

丝宝日化真正想要的，它希望打开全新的市场局面。

“丝宝日化的营销网络以及终端营销模式已经被市场证明是成功的，这一点也得到了德国拜尔斯多夫公司的高度认可。合作之后，由于品牌管理能力与科研能力的提升，丝宝日化的营销网络以及终端营销模式将更充分地显示其价值。所以，丝宝日化的营销模式不仅不会发生变化，还将进一步增强。”这是吴勇男的阐释。

看得出来，多年来积累的“终端营销模式”仍然是丝宝日化不可偏废的法宝。而真正和拜尔斯多夫公司合作的理由则是显而易见的，加强线上品牌传播攻势。“通过发挥自己的优势，积极引进具有先进品牌管理经验和研发能力的跨国公司，实现优势互补，将使丝宝日化的发展在规模和速度上取得质的飞跃。这是丝宝日化与德国拜尔斯多夫公司进行战略合作的原因所在。”丝宝国际集团新闻发言人杨勇如是说。

凭借着十几年积累下来的完善的终端营销模式，再加上德国日化巨头拜尔斯多夫公司在品牌管理方面能力和经验，显然是新丝宝日化基于未来竞争的一种战略性考虑。有了德国拜尔斯多夫公司的加盟，新丝宝日化显得底气十足。就在和德国拜尔斯多夫公司签订合作协议之后的几天内，杨勇在不同场合表达了这一观点：“争取重夺日化行业的第二把交椅。”尽管宝洁、联合利华均表态欢迎市场竞争，但是隐隐之中中国日化行业的格局或将改写。对于此次合作，丝宝日化的四大品牌也各得其所，将避免小护士、活力28等品牌被收购之后遭到雪藏的宿命。“四大品牌的发展前景肯定会更好，绝不可能被雪藏。德国拜尔斯多夫公司在国内没有洗护发产品，也没有洗护发品牌。丝宝日化的四大品牌将与德国拜尔斯多夫公司的护肤品牌形成最佳互补。”吴勇男坚定地表示。

加强品牌力

佳、万佳及万客隆等超级量贩店手中，谁也无法对它们说“不”。进入它们的大门，在货架上摆放一些产品，是大多数快速消费品企业挤破脑袋都要干的事。丧失了这一块领地，你永远无法跻身一流品牌的行列，窝在批发部、夫妻小店里，充其量算一个二流品牌。真正有志于做品牌的企业，终端是一个不得不拼抢的领地。“不做终端等死，做终端找死”，这个咒语曾在日化界流行多年。不过，它只是对品牌虚弱、资本匮乏的企业而言，对于早年在终端积累了丰富资源和经验的丝宝日化来说，终端不是一个找死、等死的问题，而是一个关乎核心竞争力的问题。

如此庞大的促销队伍，要靠什么来调动？“很简单，就是靠组织能力”，从首席（区域总经理）到商务代表，再到促销员，早期的丝宝日化并没有通过代理商来做ka大卖场，而是一个堡垒一个堡垒拿下的。没有了代理商的掺和，销售变得纯粹了很多。事实上，像沃尔玛、家乐福这样的强势ka卖场根本就不愿意和代理商打交道，而企业也不愿意将视为生命的终端资源轻易交给代理商。再者，很少有代理商愿意负担高昂而名目繁多的费用，而且他们很难负担得起。因此，很多品牌无比担心的窜货问题，在丝宝日化看来几乎不存在。而令很多日化企业焦头烂额的市场秩序维护工作，对于丝宝日化来说则是轻松得多。

很显然，相对于那些农村包围城市的本土品牌，丝宝日化更有大家风范。“丝宝日化的销售人员素质都比较高，终端的特性决定了他们必须具备很强的管理能力。”比如拉芳的业务员，他们的主要任务是与代理商打交道，协助代理商开展市场工作，因此只要搞定了一个代理商，就搞定了一片大市场。而对于丝宝的业务员来说，要拿下一大片市场，不仅要攻下卖场采购员，而且还要管理队伍庞大的年轻促销员。因此，丝宝日化的商务代表即便是到其他企业去应聘，也能获得比其他人更多的机会，同时他们也会从内心深处生出一些自豪感来。“终端营销模式”的价值显然是无可争议的。然而，但是随着时间的迁移，消费者对不再新鲜的促销手法失

去了更多的兴趣。只要你走入一间大卖场，你会被各式各样的促销小姐所包围。人们到大超市购物除了图便宜外，另外一个原因是可以自由、轻松地购物。但过多的促销小姐和不厌其烦的推销，或多或少影响了自选购物的惬意与乐趣。在很多厂商还在沿袭这些被消费者认为很恶劣的硬性推销手法之时，事实上丝宝日化已经走在了终端变革的最前沿。

丝宝日化深刻地意识到，终端的精髓和价值在于与消费者的“沟通”。而“沟通”并不只是终端陈列、促销、现场气氛营造等外在的表现形式那么简单，而是一个系统工程。终端表现形式之外的内在管理、品牌文化等“软硬件”的支撑，将是打造终端模式综合竞争力的关键所在。

“我们以终端营销模式为主导方向，同时也加强了品牌力的塑造。”郑明强说。很多人或许会误解终端营销就是硬性在终端促销产品，这已经是被淘汰的了做法。事实上，丝宝日化已经在有限的资金投入下在离消费者最近的终端开展了一系列活动、事件以及公关传播等工作，相比于传统电视广告单项传播、强制记忆等导致消费者背离的趋势，丝宝日化在终端通过消费者主动参与、互动的方式塑造品牌力，在策略上是值得肯定的。

此外，丝宝日化的销售人员也很清楚，打了多年广告，也在终端卖了很多年，舒蕾等品牌的知名度和美誉度都有了很多积累，不需要促销员推荐就已经能够产生购买，再用庞大的促销员队伍来推销显然有点杀鸡用牛刀的味道，到头来甚至会物极必反。终端“品牌力”的自然释放将取得最好的效果。

归根结底，终端是平的。开放的卖场，有限的空间，造成了终端资源的稀缺。谁都希望抢个好位置，码一个漂亮的堆头，僧多粥少，总会有人哄抬价格，从需求理论上讲，这是合理的。事实上，几乎所有以“平价”作为诉求的卖场都不会将利润点集中在商品的价差上，而是放在诸如进场费、堆头费、促销费等各种费用上。随着供需失衡，这些费用也水涨船高。

对于追求“天天平价”的卖场们来说，这是一个获得利润的重要途径。

“人海战术”和“拉客营销”等已经成为第一代终端模式的过去式套路。如今的丝宝日化在加强终端表现力的同时，也越来越重视一些“务虚”的东西，例如品牌。郑明强认为：“品牌是丝宝日化终端战略的另一个核心。”围绕终端营销模式来塑造品牌力，成为丝宝日化上上下下提及率很高的一个经营理念。

双轮驱动：离消费者更近些

“品牌拉动、终端推动”是连丝宝日化促销员都明白的浅显道理，但现在，这两驾马车一边高一边低。经历了一番长跑之后，品牌的相对弱势影响了终端的效果。如果以5年作为一个期限，2001年之前的5年，丝宝日化的终端营销运用到了极致，这给销售带来了裂变式的增长；2002年之后的5年，终端模式被众多企业大肆模仿，而品牌和新产品开发相对滞后，让丝宝日化的脚步慢了下来。

就像跑步一样，具有爆发力的销售可以在短跑中夺冠，但如果要在10年的长跑中保持快速增长，品牌是一个关键。任何新产品都会有过时的一天，任何新的营销模式总会被别的企业模仿和套用，品牌的长久驱动和推陈出新的产品，才能让企业在10年甚至更长的时间里保持超常规发展。蒙牛是典型的例子，2005年的“超级女声”让蒙牛的销售达到了一个顶峰，但两年后的今天，强大的品牌力和不断开发的新产品仍使其保持了两位数的增长幅度。“今年4月以来，丝宝日化的改变很大。”知名日化营销专家、亚洲phpc咨询有限公司总经理谷俊说。4月，丝宝借“舒蕾十年奉献”的东风一下子推出舒蕾养活头皮系列、发膜纯养系列、沐浴凝露系列三大系列产品。尽管和宝洁相比，丝宝日化推出新品的速度慢了许多；与联合利华推出最新力作清扬相比，丝宝日化的投入少了很多，但是由此可以看出丝宝日化在打造品牌方面的信心

和策略思路的变化。

产品具有产品生命周期，但品牌没有，所以大多快速消费品跨国公司，对新产品的推陈出新乐此不疲，当然伴随其后的是大手笔的广告投放。

但是对于以“终端营销模式”为核心战略的丝宝日化来说，这些快速消费品跨国公司高举高打的做法未必值得效仿。“我们更看重一些离消费者更近的生活圈媒体，比如超市的视屏电视、楼宇电视、电梯广告灯。”吴勇男说，在广告投放上，丝宝日化更为讲究精准投放。“我们同时还赞助了湖南卫视的„超级歌会“、上海东方卫视的„加油好男儿“、山东卫视的„联盟歌会“，这些事件的赞助费用显然要比直接在电视台投放广告更来的实惠而且有效，我们在品牌、产品以及终端层面形成了立体的传播攻势。”在吴勇男看来，终端和品牌这两大驱动力同样重要，只是在丝宝日化这样以终端营销模式为核心的企业中，品牌传播的手段和策略将有所不同。

盟，将使得新丝宝日化在终端这一传统优势得到进一步加强的同时，增强品牌的管理能力。线上线下联动所形成的合力，也让宝洁和联合利华们嗅到了新一轮竞争的火药味。

事实上，除了联姻德国拜尔斯多夫公司共同做大、做强丝宝日化板块之外，通过多年来的多元化探索，丝宝国际集团已经发现了一个新的增长领域：卫生用品市场。这是一个更大的舞台，具有足够大的增长空间，也有足够强大的诱惑力。

此外，丝宝国际集团在个人以及家居生活用品市场也开始进行战略布局。“在空气清新剂等个人以及家居生活用品市场，留给我们的空间将更大，而且我们已经做好了充分的准备。以前的空气清新剂都是遮盖性的，而我们将着重研发分解性的产品，例如一款正在研发的产品，它能分解香烟产生的烟雾。”一位不愿透露姓名的研发人员说，“它的市场前景不

可估量。”据传闻，几个月内，丝宝日化将正式发布这方面的投资情况。

在接下来的几年里，在诸如此类的准蓝海领域，丝宝日化能否续写当年舒蕾所创造的销售神话？相对于未来丝宝日化的命运猜测，这或许是一个不太令人费解的问题。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇六

我中心接到文件后，院领导立即召开会议，学习文件精神，提高认识，落实责任，认真布置工作，确保医院消防安全工作顺利开展。

消防安全是我中心工作的重要内容，是关系人民群众财产安全的头等大事。对此，我中心成立以中心主任为组长，书记为副组长，各科室负责人为成员的消防安全领导小组，由总务科全面负责日常的消防安全工作。建立健全包括消防安全教育、培训、检查，安全疏散设施管理，用火、用电安全管理，易燃易爆危险物品管理。

中心制订安全教育培训计划，定期对职工进行安全教育，使医护人员及全体员工了解本科室的火灾危险性和防火措施，会报警，会使用灭火器材，掌握扑灭初起火灾和疏散病人的办法。

根据中心的实际情况，制定灭火和火灾应急预案，明确灭火和疏散病人要领及注意事项。

1、医院设有安全出口，楼内走廊及出口无任何杂物，确保消防通道畅通。楼梯出口处设有“安全出口”的指示。

2、消防器材配备情况：我中心现有灭火器11个（其中5个超过使用期限），其他均处于正常可使用状态；消防栓5处，在可正常工作状态。

3、医院用氧安全，能严格按照氧气操作规程进行操作，氧气瓶竖立固定，氧气瓶的开关、仪表均不漏气，医务人员能经常检查，保持氧气瓶的洁净和安全输氧。

4、中心没有大功率电器使用，现电线线路状态较好。

5、消防安全应急演练工作尚不到位。

1、把消防安全工作作为一项重要工作来抓，中心主任要亲自布署，亲手抓。重点部位责任到人。门诊由全科诊室医生负责；病房由病房医生负责；办公室和职工食堂由后勤部门负责；各楼层由各相关科室负责人负责。

2、中心建立火灾巡查、处置制度，发现火灾隐患第一人必须及时处理、上报。

3、对中心现有能够使用的11个灭火器做定期检查，对超过期限的灭火器进行及时更换。

4、不定期在全院进行消防安全检查活动，发现安全隐患及时处理，扑灭安全隐患苗头。

5、在中心开展以消防法律法规和消防安全常识为主要内容的宣传教育活动，尽快组织中心全体职工进行消防安全应急演练。

中心将对自查中发现的问题将近期进行整改，并把消防工作放在重要位置，认真处理好消防与效益的关系，让全中心职工都树立起“防消”意识，并且掌握消防安全知识。确保中心无安全事故发生。

并购管理工作报告 合规管理工作报告篇七

各位代表，同志们：

时光荏苒，转眼一年就要过去了。现在，我受大会主席团的委托向大会作学校工作报告，请各位代表审议，并请列席代表和在百忙之中专程出席会议的教体局领导提出宝贵意见。

一、德育工作

学校坚持育人为本、德育为先，把立德树人作为学校教育的根本任务，以创建“文明校园、文明班级”为基点，加强教师队伍建设和学生教育工作。紧紧围绕学校德育工作发展规划，不断改进工作方法，扎实开展德育工作。

（一）、健全和强化德育领导机构。

成立德育领导机构并夯实各负责人的职责要求，加强考核，促进德育工作的安排与落实，使工作扎实有效开展。同时，结合精准扶贫攻坚活动，成立了关教工作领导小组，对困难学生进行帮扶，并走进他们的家庭进行教育指导，使他们感受到学校的关爱，实现德育教育多渠道并施。

（二）、充分发挥班主任在德育工作中的主力军作用。一年来，多次召开班主任工作会，经验交流会，班主任业务得到进一步提高，管理班级的方式和教育学生的方法明显转变，学生受到了教育，学习得到了提高。

（三）、扎实开展德育常规工作。

1、开学初制定德育工作计划，主题活动安排和少队工作计划，学校按计划有条不紊地开展德育工作，避免德育工作开展的随意性和盲目性，2、坚持日检查周评比工作。学校一直把“文明班级”作为学校德育管理的一项重要内容，做到责任到人，分工明确，要求值日校委，教师切实履行好值日职责，对课间纪律、校园卫生、值勤巡查、放学举牌列队和学生到校情况等方面加强检查，发现问题及时处理，促进学生文明行为习惯的养成。

3、每周班会主题，开展各项班级活动，在班内以板报、演讲、召开主题班队会等做好宣传教育工作，转变了班风，促进了学风。

（四）、强化落实德育考评工作。

1、以“文明教室”评比和“最美学生”评选为抓手，认真检查，严格考核，从而强化了班级管理，促进了班级进步，为学生的发展创造良好的氛围。

2、加强教师师德的考评，学校通过“三评”活动，家长、教师、学生等民意测评来考核教师，促使我校教师道德修养不断提高。

（五）、加强校园文化建设

一年来，我校校园面貌发生了彻底的变化。充分利用红领巾广播站、文明监督岗对学生进行教育。新建教学楼我们力求让每一面墙壁都发挥教育作用，使学生在赏心悦目的环境中身心得到陶冶，拓展了学生的视野，对他们的品德和行为产生了潜移默化的影响。开展了丰富的文体活动：先后举办了“六一”文艺表演，在校建场地简陋条件下，仍然开展了校运动会。同时，我校积极组织学生参加全县中小学生运动会，并取得了优异成绩。乒乓球队、田径队都获得全县小学组团体总分第一名。

二、教学工作

（一）、教学工作是学校的中心工作，教学质量是学校工作的生命线。

一、夯实校本研训，提升教师业务素质。

1. 为了提高教师业务素质和专业水平，我校坚持每周的推门

听课活动与有计划地组织部分教师外出学习与培训。本学期安排全体语文教师参加了《部编教材》的培训，各教研组开展了年级组听课活动，新教师课堂教学展示活动。

2. 教研组建设是学科教学能力建设的核心，是学校开展高质量教育教学的关键。我们向各教研组提出了关注课堂，“有效学习”课堂改革的要求，使各教研组活动规范有序。各教研组能以课堂教学为主要内容，加强共同协作与探讨，认真落实好每一次的教研活动。在活动开展过程中，做到定时间、定地点、定人员，保证每位教师都能深入参与活动。同时加强集体备课，能采取“互助式教研”方式，商讨解决教学实际问题的办法。上课的老师都能以严肃认真的态度对待每一节课，注重反思。本学，开展了语文主题学习实验，我校郑细梅、卢玮芳两位老师分别荣获县语文主题学习说课比赛二等奖和三等奖。我们还与大洋洲、栗江、桃溪小学进行了结成教育共同体，多次、送教到大洋洲小学和桃溪小学，进行了备课指导、理论学习、上课、评课。还邀请共同体学校的老师到我校参加校本教研活动。

本学年我校还承办了县城片区“高效课堂推进会”。展示了我校实施高效课堂的成果与成效。

二、开展丰富多彩的活动，搭建学生成长平台

为了丰富广大学生的课余文化生活，展示小学生的风采，全面提高学生的综合素质，进一步营造校园的艺术氛围，推动校园文化建设再上新台阶。本学，学校组织开展了“国学经典”诵读竞赛、新蕾杯现场作文大赛、数学竞赛、英语书写比赛、田径运动会等竞赛活动。通过这些丰富多彩的活动不但使学生学到很多相关方面的知识，更重要的是学生从中受到很好的教育。同时取得了很好的成绩，县“新蕾杯”现场作文大赛我校学生获得县一等奖二人次，二等奖二人次，三等奖二人次。县数学竞赛荣获一等奖一人，二等奖2人三等奖5人。县中小学生运动会荣获团体总分六连冠的好成绩。

三、细化教学常规过程化管理，努力提高教学质量 1. 课程管理严落实

本学，学校严格“考勤请假制度”，对照学校“总课表”、班级“课程表”、教师“个人小课表”进行巡查，发现问题及时记录与当面指正，此举有效地保障我校能够严格按照省课程设置实施方案要求，开齐学科门类并上足学科课程。同时，我校实施的“校长室请假—教导处调课”制度有效地保障了在有教师请假的情况下班级课程的落实。

2. 业务检查重平时

学校对教师教学常规的检查方式比较灵活，注重日常的业务检查与指导，原则上每月进行一次业务检查，期中期末各一次普查，并能做及时反馈。按照“检查—反馈—改进—复查”四步走的方式，使得教师的各项教学业务工作在平时就落到实处，步步为营，一步一个脚印，不走形式，不走过场，求实创新，为教学服务。继续进行推门听课制度，我们采取“听课评课捆绑制”，使教师的业务学习与听课务实得以有效体现。

3. 规范常规做保障

我们严格要求教师遵守学校工作制度，规范自己的教学行为，尤其是对教学常规工作常抓不懈。教导处继续加强教学“六认真”工作的监督与检查，对教师的备课、上课、作业布置与批改、后进生的辅导、学生成绩的检测等都提出了更为细致的要求。尤其是针对教学常规最薄弱的几个环节：如教学计划中的学情分析、优差生辅导措施，教学反思等。教导处分别作出明确细致的指导与规定。全体教师都能按照教导处的要求认真细致地做好教学常规工作，向课堂40分钟要质量，向课外辅导与作业批改要效益。

4. 教学管理提质量

本学年我校重点抓课堂教学管理，拟通过严格的教学管理求得良好的教学质量。一是学校教导处加强日常教学监控，发现问题，及时分析研究解决办法；二是不断创新质量监控方式方法，加强课堂教学效果检测，进一步巩固和提高质量；三是召开学生、家长座谈会，交流反馈教学情况；搜集、整理、研究学情；四是加强作业、辅导、检测管理力度，避免大量重复性作业，向课堂40分钟要质量；五是扎扎实实地做好“提优补差”工作，从而全面提高学生的总体成绩；六是重点抓好毕业班的教学管理工作，为毕业班尽力提供良好的教学环境与学习氛围。七是开展了万师访万家活动。学校安排教师暑假进行上门家访，并上传上门家访记录和照片交学校。在县万师访万家演讲比赛中，我校周俐琦老师参加比赛获二等奖。

三、安全工作

（一）、建立健全安全工作机制。

成立了安全工作领导小组。健全安全各种制度及防范应急预案，居安思危，开展防范措施的演练。建立安全监控台帐，对校园内外安全状况做到心中有数，对隐患的排查与整改及时到位。

（二）、明确分工，夯实责任。

明确安全分工，各负其责，做到管理到位。设定岗位专人负责，表册记录真实，检查到位。签定安全责任书，发放告家长书，以此夯实了安全管理的责任。

（三）、抓好安全常规工作。

1、计划、安排、制度的落实。

每学期开学初，学校制定出安全计划、安全活动周安全活动

月主题活动安排、安全培训安排。按计划有条不紊的开展工作。

2、安全课及活动宣传的开展

每学期召开安全例会，进行安全培训。要求各班上安全课，上安全主题班会。学校还请交警队同志来我校做安全报告。今年下半年，我校组织了家长志愿者服务，与值日校委和教师共同维护学校大门口安全秩序。这些活动既增强了学生的安全知识，也为我校创建平安校园打下了坚实的基础。

3、抓好安全检查工作

一年来学校进行安全排查多次，收缴学生的危险玩具，制止学生各种危险活动。加强门卫安全保卫工作，严格执行学校各项管理制度，认真履行职责，严禁闲杂人等进入校园，确保校园安全。

4、有效开展传染病的预防 开学初我校就根据季节变化制定了传染病预防计划。并联系县防疫站来我校为学生检查一次，一年来我校以预防易传染病为重点，学校还派校医去学习，做好学校的预防工作。

（四）、落实节假日安全值班制度。

校委会每2人一组轮流值班，做到了24小时通信畅通和检查记录清楚详实。每学期放假前，学校都要进行安全大排查，并对学校假期值班进行详细安排。学校保安实行24小时值班。

四、工会工作

1、开展了师德教育活动。全年开展了四期道德大讲堂活动；5月在全校开展了“三评”活动；9月全体教师签订了师德承诺书。

2、积极开展各项有益教工身心的活动。组织全体教师到樟树皂阁山参观和登山活动、组织女教工参加县教体局妇委会举办的“妈妈风采”才艺展示和教体局工会组织的全县教职工羽毛球比赛；以年级组为单位，开展了“井冈故事我来讲”演讲比赛。

3、关心教职工的身心健康。学校为独生子女家庭办理了爱心保险；为全体教工办理了意外伤害和特种重病保险。组织全校教职工为特困教师捐款献爱心活动。学校为每一位教工订做生日蛋糕，送上生日祝福。

四、后勤工作

2、学校坚持财经纪律，勤俭节约，努力改善学生的学习环境、教师的工作条件及待遇，保证教师安心工作。

3、加大经费投入，努力改善办学条件。今年投入十多万元，将新建1号教学楼安装了学生用书橱；修建南北门围墙及道路共花费二十多万元。

3、学校积极配合县政府做好拆迁工作，搞好校园规划建设。2号教学楼及运动场、校园排水系统已办好相关手续，分别于12月27日、2018年元月4日开标。

各位代表，寒来暑往，冬夏交替。回顾走过的岁月，我们倍感欣慰。过去的一年，我们付出了努力，取得了一定的成绩，这些成绩凝聚了全校教职员工的辛勤的劳动和汗水，是全体教职员工的爱岗敬业、奋力拼搏、无私奉献的成果。

各位代表，成绩来之不易，未来任重道远。我们也清醒地认识到，学校发展中还存在不少困惑与问题，主要是：我们办学的优势还需要转化为特色，教育教学科研还需要积累后劲；队伍的整体素质有待进一步提高；办学条件还需改善；学校的常规管理还要进一步适应上级新的要求。我们必须采取有

力措施切实解决这些问题，推动学校各项事业的健康快速发展。

回顾过去，历史已经写就，我们深受鼓舞；展望新的一年，任重而道远，我们激情满怀。新一年我们的指导思想是：深入学习贯彻党的十九大精神，以办人民满意的学校，做人民满意的教师为目标。坚定不移地贯彻以人为本，依法治校、质量立校、教研兴校、发展学生，成就教师的办学理念；继续实施以工作业绩为目标导向，立足科学管理，突出教育教学中心，强力打造品牌学校的治校方略；进一步树立学校的发展意识、质量意识、创新意识。进一步加强学校文化建设，改善办学条件，努力形成有自身特色的办学路子，实现学校全面工作的又好又快发展。