

最新团队户外拓展的感悟 团队户外拓展活动方案(模板8篇)

心得感悟是指一种读书、实践后所写的感受性文字。那么心得感悟该怎么写？想必这让大家都很苦恼吧。下面是小编帮大家整理的优秀心得感悟范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

团队户外拓展的感悟篇一

（一）人员编制：以抽签方式决定队员选择，每15人为一小队，共10个队伍。

（二）活动流程：

- 1、7：00-7点30---指定地点集合、点名，安排车辆出发至目的地
- 2、9：00-11：00-自由浏览景点
- 5、17：00以后---离开景区，参加踏春活动的同事整理东西，保持环境的清洁，返回市区指定地点用餐，结束一天行程。

团队户外拓展的感悟篇二

拓展熔炼了一支坚强、团结的优秀团队！

xx年11月20早8点，天气相当给力，我们相约在美丽的广州。这次活动是为我们公司的优秀员工进行管理培训。一个高绩效团队是成功企业必不可少的组成部分，针对企业中团队合作效率不高的现状，为企业中的各个阶层人员设计了英雄团队建设课程，旨在帮助员工更好的在团队中发挥个人潜质。

在本次的king计划当中，每位学员都参与其中，让他们发觉自身的潜能。学会遇到问题换位思考。在工作中，不要为表面的现象所困扰，有些印象其实是主观的臆想，需要你的耐心和智慧，通过分析、判断，充分了解它的本质，通过组织、协调达到目标，通过沟通交流，才能建立多赢的局面。颁奖时刻很多学员都分享了本次活动的心得。

信任的实践除了内在心态因素外，还存在一定的外在因素。我们在做信任背摔项目的时候，教练会反复强调受力的双手要完全伸展，但是要手掌向上，肘部向下。按照习惯，我们会认为相反的方式才能最大程度受力，但是此处为什么采用看似不受力的方式来受力呢？而且结果验证这种违背习惯的方式是安全可靠的？答案很简单，学过物理的都知道，能量是不会消失的，只会转移或者转化。而要让运动的物体静止下来，就要把物体所带的巨大动能转移成热能或者内能。这个能量转化过程所带来的影响是巨大的。如果让我们用看似坚硬稳固的骨头关节去承担这个冲击力，除了疼痛之外，严重的是会产生关节错位甚至骨折的。

反而是采用了用相对较弱的受力方式，留给彼此足够的弹性缓冲余地，让时间和空间来分散冲击力的影响，不但感觉不到疼痛，过程还会很美好。因为，团结让我们整个团队都出了力，大家一人分担一部分力，那么再大的冲击力也能被消化。而在公司运营管理方面，领导者充分信任员工，团队领袖充分信任团队成员；而员工和团队成员也充分信任他们的领导者。同时他们也都用自己的实际行动来实践了对彼此的信任。但是在信任和信任碰撞的过程中，软着陆就是链接和融合两种信任的最好方式。

在这里，软着陆其实就是工作关系中的处事方式。虽然我们人性本善，但是有的事情如果全凭着自己的性子来而不采用一丝一毫的管理艺术的话，其结果只会事与愿违。严重的，本来的好意反而会给对方造成不可修复的伤害。信任软着陆，不但能让大家彼此实践信任，还能让这种信任转化成巨大的

职业收益。反之，说句不好听的，到时候死都不知道怎么死的。信任背摔，教会我信任的重要性，更让我明白了如何去实践信任。他告诉我在职场生涯里的信任三要素：团结信任，信任放权，信任软着陆。本质好，不是真的好；本质好而且让对方用事实感觉你的本质好，才是真的好。

在大家分享了小组成功一刻的喜悦、完成了一次对自我的重新认识，战胜了心魔，由内心的极大恐惧到无所畏惧，真正实现了认识自我、挑战自我、超越自我的目标，更熔炼了一只坚强、团结的优秀团队，相信很多体会一定会对我们以后的工作和生活产生很多积极的影响。相信大家都从中得到了或多或少的启发，但我们是否能真正把拓展中的精神运用到工作中去，能否把得到的启示运用到生活中去，还需要一个更长的磨练过程。

团队户外拓展的感悟篇三

在大一新生刚刚开始大学生活之际，正是班级凝聚力成型，大学价值观领悟的关键时刻。为此，交通学院心理学研会举办户外素质拓展活动。

第一，帮助同学们融入集体，提高团结协作能力，加强班级凝聚力；

第二，丰富大学课余生活，体会大学魅力。

热爱班级，体验凝聚。

11月3日—11月4日图书馆东面

（一）前期策划宣传工作

各班心理委员于10月31日（星期三）晚10：00之前，将本班报名人员名单发送至xxxxxx@□

（二）活动组织

- 1、11月1日（星期四）组织部将报名人员统计分组，安排活动时间，并通知各班心理委员。
- 2、组织部安排活动各时段负责人和负责部门，负责部门须提前十分钟到场，参与正常活动组织，突发情况应对及器材交接收集。

（三）活动环节

- 1、主持人开场
- 2、爱的抱抱（热身活动）
- 3、队形队旗设计（团队意识）
- 4、珠行千里（团队协作）
- 5、无轨列车（团队协作）
- 6、感谢参与，结束语。

团队户外拓展的感悟篇四

本次活动以“端午营销”为主题，旨在向高中端客户和大众客户表达银行与之分享耕耘硕果、共创美好未来的真诚愿望，传播银行个人银行业务以客户为中心、致力于实现银客“双赢”的经营理念。各行可在此基础上，根据本行的活动特色，提炼活动主要“卖点”作为副题。

20xx端午节期间

以中秋佳节、端午节为引爆点，以个人高中端客户和持卡人

为重点目标群体，以巩固和发展客户、促进储蓄卡使用、提高速汇通手续费等中间业务收入为主攻目标，重点拓展购物、旅游、餐饮、娱乐市场及其相关市场，同时扩大产品覆盖人群，促进客户多频次、多品种使用，带动个人银行业务全面发展；同时通过“端午营销”宣传活动的开展，确立我行品牌社会形象，增强客户对我行个人金融三级服务（vip服务、社区服务、自助服务）的认知和感受，提高电子渠道的分销效率，切实提升经营业绩。

活动主要包括以下内容：

（一）“端午营销产品欢乐送”优惠促销赠礼活动。

为鼓励持卡人刷卡消费和无纸化支付，促进银行卡和自助设备各项业务量的迅速增长，同时保持和提升速汇通业务竞争优势，促进汇款业务持续快速发展，特开展以下优惠促销赠礼活动：

1、“端午营销。自助服务送好礼”

（1）活动期间持我行储蓄卡在全省范围内的自助设备上缴纳2次费用的客户，可持缴费凭证及存取款凭证，到所在地的营业网点兑换价值200元的礼品一份。先到先得，送完为止。凭证必须是同一储蓄卡的缴费凭证，礼品兑换后，我行将收回缴费凭证。

（2）凡在活动期间办理签署代缴费协议的客户，可获得价值200元的礼品一份。签约即送，一户一份，先到先得，送完为止。

活动礼品由各行自行购置。

2、“端午营销。卡庆双节”

(1) 活动期间申请卡免收当年年费。

(2) 刷卡消费达到一定标准，可凭消费交易pos单据和银行卡到当地建行指定地点领取相应标准的礼品，领完为止。

刷卡消费达1000元(含)以上，赠送价值100元礼品；

刷卡消费达5000元(含)以上，赠送价值150元礼品；

刷卡消费达10000元(含)以上，赠送价值200元礼品；

刷卡消费达20000元(含)以上，赠送价值300元礼品；

礼品应充分迎合客户节日期间消遣购物的心理，刷卡消费5000元以下的建议为动物园门票、公园门票、商场周边麦当劳等用餐环境幽雅的快餐机构套餐票等，具体由各行自行确定。

各行应根据当地实际情况，积极筛选3-4个大型商场、高档宾馆、高档饭店等消费交易量大的特约商户，对当天消费达到标准的客户采取现场赠礼的方式，提升活动的轰动效应。

3、“端午营销。速汇通优惠大放送”

活动期间，速汇通汇款手续费优惠20%幅度。

(二) “端午营销产品欢乐送”网点个银产品展示及优质服务活动。

以营业网点为单位开展“端午营销。产品欢乐送”优质服务及个银产品的展示活动。活动主要内容有：

1、营业网点统一悬挂宣传横幅，张贴和摆放省分行下发的营销活动海报以及活动宣传折页（近期下发），以新颖、丰富

的视觉感染力，吸引客户关注。

2、网点柜员统一佩戴工作胸牌，增加员工亲和力，突出我行员工热情、亲切的服务形象。

3、活动期间，网点须设专门的宣传咨询台并配备导储员，加强动态推介，引导客户使用我行提供的自助渠道办理普通存取款和缴费业务，积极做好相关兑奖工作。

4、积极开展网点优质服务工作，提高速汇通等业务的柜台服务质量，加强柜台人员与客户的交流，切实提升网点服务形象。

5、切实做好对客户的绿色通道服务，严格按照有关要求向客户提供优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境。

（三）“端午营销产品欢乐送”社区活动。

1、扩大社区营销渗透面，密切社区关系，按计划稳步推进社区营销工作。

抓住中秋节和端午节的有利时机开展“端午营销。产品欢乐送”社区营销活动，稳步推进第二阶段社区营销工作。通过社区金融服务网点优质服务、户外展示、社区金融课堂、营销小分队社区宣传等各个方面密切结合，全方位树立我行的社区服务形象，加强社区金融服务网点与目标社区的各项联系，密切网点与社区客户的感情，稳步推进社区营销工作。

2、结合活动促销内容，确定社区目标客户，积极拓展相关业务量，切实提升社区营销经营业绩。

（1）积极拓展速汇通业务

一月为学生入学或新生报到高峰期，各行可以开展凭学生证

或录取通知书享受汇款优惠的营销活动，吸引学生客户群体，拓展教育社区市场业务；对城市中汇款频率较高的人群，如商业社区经商人员、外出务工群体等，积极开展社区营销活动，提高营销活动的有效性；对潜在的汇款大户及有异地代发工资需求的全国性、跨区域企业，各行可以通过公私联动进行一对一营销，争取异地代发工资等批量汇款业务。

（2）切实促进个人储蓄存款业务

一月个人存款的目标社区应确定为校园社区和批发市场等商业社区，切实抓住学生学费缴纳以及商业交流频繁的季节特点，大力吸收储蓄存款。抓住端午节期间股市休市的商机，重点营销“个人通知存款”，抓住新生入学的时机，重点营销“教育储蓄存款”，营销宣传中要注意突出我行通知存款助理财、教育储蓄可只分两次存入的创新优势。端午节期间，各行要做好安排，活动期间，各行要安排专人值班，妥善处理客户投诉或满足客户的特殊需求。

（3）有效发展个人汽车贷款业务以及各项个人消费信贷业务

活动期间，各行应在汽车经销市场、家电批发市场、住房装修市场等商业社区加强对汽车消费信贷以及我行各项个人消费信贷业务的宣传和营销。加强对高中端客户的营销力度，推进集团客户购车服务合作；同时加强与人保财险公司以及汽车经销商的沟通合作，加大对集团客户资源的拓展力度，促进个人汽车贷款业务稳步增长。

在活动期间，各行要加快业务受理的效率和审批速度，在规范操作的基础上力求为客户提供便捷高效的服务。

（三）“端午营销。产品欢乐送”活动。

以本次活动为切入点，通过建立客户回访制度、了解客户节日需求，充分利用合作单位的服务功能向客户提供全方位贵

宾增值服务；同时抓住高端客户“十一”期间有闲暇考虑个人或家庭的财务规划问题的有利时机，向高端客户推介个人理财业务，进一步提高乐当家理财服务的吸引力。主要内容有：

1、活动期间，各行采用信函方式或人工送达方式向客户发送省分行统一制做的一张节日贺卡，并同时准备一定金额的礼品。礼品袋由省分行统一制作下发，礼品由各行自备。

2、联合本地餐饮、娱乐等行业的高档合作机构在活动期间向持有我行卡的客户提供打折优惠；联合机场、车站等交通部门向我行客户提供贵宾服务。

3、端午节期间，客户外出较多，各行要确保理财中心、理财专柜和客户专窗正常营业；同时组织营业网点、个贷中心等经营机构切实落实客户绿色通道服务和各项优先优惠服务，为客户营造良好的节日服务环境；另外要密切协作，严格执行“漫游服务”标准，确保总行v客户在全国范围内能够得到专门服务，兑现乐当家的品牌承诺。

通过本次系列活动，全行个人银行业务力争在10月份实现以下目标：

1、客户新增超过历史同期水平，并使客户结构得到改善，质量得到进一步提高；

4、自助设备存取款及其他代理业务交易量比9月份增长10%。

5、圆满完成各项业务指标。

团队户外拓展的感悟篇五

10月29日早上8点国家中医药管理局第三期会计领军（后备）人才全体学员赴北京市昌平区开展了团队拓展训练活动。

上午，在教练的引导下，我们先进行了一系列热身运动，紧接着，学员们很快达成一致并组建了四个战队：绿巨人队、梦想队、旗开得胜队和雄鹰队，并相继完成了队名选定等任务。在各队依次展示队名、口号和队歌后，训练正式拉开了序幕，率先安排的是数字排序游戏，队员们在队长的带领下精诚合作、取长补短，克服了一个个难题。该项目让队员们意识到打破固有思维模式的重要性，以及团队成员合理分工的必要性。下午，为了锻炼大家的反应思维能力，教练安排同学们开展了“松鼠，大树，地震”的游戏，随后教练安排了“击鼓颠球”、“不倒森林”、“传递能量球”、“穿越火线”、“激情节拍”5个训练项目。在之后的pk大战中，大家都展现了良好的团队合作意识和强烈的集体荣誉感，最终由旗开得胜队拔得头筹。

一天的拓展训练圆满结束，虽然身体的疲惫在所难免，但内心收获的是满满的感动，拓展训练通过了户外游戏、智力比拼等形式，考验和锻炼了大家的团体协作能力、推理反应能力、组织分工能力，激发了团队的协作意识，提升了团队凝聚力。

团队户外拓展的感悟篇六

记得当时教练给我们上的第一堂课，要求我们忘记年龄忘记性别忘记职务来做游戏。在游戏中，笑声和掌声一直伴随着我们，新奇而兴奋的心情，活跃在整个训练过程中。教练要求我们全体学员分为三队，要求选出队长、起队名、制定口号、确定队歌。所有任务分配完毕，我们队的队员就热火朝天的忙活开了。你一言我一语，大家积极参与，互相启发，最终我们决定：我们的队旗是——黄色的队旗，队伍的名字是——“雪豹，意思自然就是迅猛，敏捷，勇敢，我们的口号“雪豹，雪豹，勇往直前”，我们的队歌“相信自己：多少次挥汗如雨，……”充分展示我们队伍斗志激昂的状态和相信自己相信团队的精神。在一天的活动中，教练不仅给予我们的活动以严格有度的指导，而且对我们每一项活

动中的表现和出现的问题都做了总结和分析，常常让我们有恍然大悟之感，同时也让我们体验了细节的重要，见证了团结合作的力量，感受到了同事之间相互鼓励，相互帮助的真情。

这次拓展训练给我留下的印象极深，得到的知识远比想象要多，而且也让我的个人素质得以提升。

团队户外拓展的感悟篇七

持续时间：5-10分钟

准备：能容纳全班学生的场地，背景音乐(指导师可根据自己喜好选择，节奏感强的音乐即可)

步骤：

1. 先将全班学生按实际人数情况排列成若干纵队，最后一排同学将两只手臂置于前排同学的双肩上。
2. 指导师讲解按摩动作(可选择揉肩膀、捶背、捶腰，也可三者皆选)。
3. 指导师开启音乐，指导学生随音乐节拍做动作，被按摩同时学生也要随音乐节奏扭动身体。
4. 在音乐进行中指导师发号口令(如：全体向后转、向右转)变换队形，也可形成同心圆队形(两圆逆行)。

二、活动

(一)抓乌龟(抓住快乐，躲避痛苦)

准备：能容纳全班学生的场地、几个简短的小故事

步骤：

1. 先将全班学生按实际人数情况排列成蛇形队伍。
2. 指导师讲解动作：每位同学将自己的左手手掌心朝下，与地面呈水平，右手握拳伸出食指朝上，与地面垂直；然后将自己的左手掌置于左侧同学的右手食指之上，依次放好。
3. 指导师讲解游戏规则：设定“反应字”；当学生听到指导师讲故事的过程中出现“反应字”时，应以最快速度抓住左侧同学的食指，同时将自己的右手食指逃脱出来。
4. 游戏规则清楚后，可以先演练一次，以熟悉游戏过程；然后进行3-4轮游戏(中间可更换反应字，也可更换故事，以增加游戏难度)。
5. 奖励与惩罚：连续三次被捉住的同学要受到惩罚(让其表演节目等)，连续三次捉住别人的可获得小的奖励。

(二) 数字传递

准备：能容纳全班学生的场地、写有数字的白纸、空白白纸、笔

步骤：

2. 所有参赛的组员排纵列排好，由指导师向全体参赛学员和监督员宣布游戏规则

3. 游戏规则：

1) 各队排尾同学到指导师身边来，指导师说：“我将给你们看一个数字，你们必须把这个数字通过肢体语言一次让你队员知道，并且让小组的第一个队员将这个数字写到白纸上，看哪个队伍速度最快，最准确。”

3) 比赛进行5局(数字可由指导师设定, 例如可设定为: 0、900、0.01、-1960、198/63等), 每局中间休息1分15秒。感受分享: 请几个学生随意畅谈自己的感受(该活动中什么是制胜的关键)。

团队户外拓展的感悟篇八

1. 明确建制(30分钟)

一至两天的内训结束后, 或者内训间息, 指定双方团队长、排、班长(按贵司现岗级别指定分派即可), 团队拓展活动方案。将参训全体人员等分为红、黄两团队。(每队人员可打乱现有部门编制, 抽签决定归建。)

2. 中高级领导(6—10人)技战术、步兵方略特训(90分钟)

实际上, 考虑到贵司时间安排, 该项应在分组归建前完成。

特训内容包含:

a步兵攻防阵形、攻防火力布控规律、现代步兵攻防通用战术。

b现代军事管理主要条例和规则、特性。

c战术口语、手语、个人技战术。

d小团队(班组)协同技战术。

e典型战术体系的比较与分析, 由受训领导做出因地制宜的甄选。

f现代步兵武器装备使用技术讲解。

特别说明: 为什么只培训双方高级领导, 而不做双方全员的

特训呢？目的就是要激发双方领导人的贯彻力。由他们事后(战前)就象平时工作中遇到紧急情况一样，将信息和意图迅速贯彻传达，然后由下属逐层传达至基层“战士”。语言表述简洁的一方速度快，语言表述清晰的一方沟通得更到位。两强相争，如同争夺一个市场的两家企业，信息传递快的一方、信息沟通精准的一方往往胜出。这就是“贯彻力”强的表现之一。通过该项目，还可以检验两组领导的学习和感悟能力，一群丧失了再学习能力的领导人是很难带领团队迎接新环境中的挑战的。“大战”在即，相信贵司的高级领导定能认真对待，在压力下激发潜能，贯彻好决定“存亡”的信息。(注：有甄选的贯彻，只给双方临战前两天的一个晚上的时间，信息自选，办法自筹。扁平化贯彻对双方都是违规行为，一旦某方违背将被视为不诚信和不自信的表现。)

3. 与(2)同时进行的中、基层代表(10人)战场沙盘及攻防双方态势讲解(90分钟)

前线地形地貌、双方战区位置、可能的攻击方向、火力配置情况等。此时双方“身份”可能并未明确(在分队以前)概率为5:5。代表们作为“一线人员”，一旦分组归建，必须要发挥平时工作中的最佳状态，在双方领导贯彻“特训信息”的同时(或之后)，向领导层及时汇报“市场信息”。沟通能力强的一方会具备优势。

4. 内训结束后，双方临战前一晚的紧急战前决策会议。分组同时召开，双方领导主持。(120分钟)

a 抽签决定的攻、防双方明确战略目标、战略意图。(攻方必须在规定时间内占领守方司令部)

b 双方团队高级主官，依据特训心得制订“作战”方案、战略战术，由双方最高主官做最终决策。

c 双方最高主官颁布、贯彻“战时”奖惩条例和“军规”。

d双方逐级贯彻“作战”方案、奖惩条例和规则。按战略战术意图，明确每个人的岗位、分工、责权。

5. 双方基层“战士”发言，提出合理化建议，集体完善战役方案，君臣一体，上下同心。(30—45分钟)群众的意见不可小视，基层里往往蕴涵着“大智慧”。同样，执行不利的根源往往是基层没有感悟到领导的“大智慧”。沟通不足、贯彻不利，永远都是强势执行力的羁绊。最终决策还是要最高领导来拿，独裁与集中不等于压制个性，民主与自由不等于否定权威。

6. 双方最高主官对己方“励志”宣言，建立团队信念，鼓舞己方斗志，战前部署结束(2分钟)

8. 抵达战区后，双方按编制再次整队。各级主官带队，按序配发装备和给养。我司总教官简短讲话(2分钟);红队最高主官战前“励志”讲演(1分钟);黄队最高主官战前“励志”讲演(1分钟)。升国旗、司旗，唱国歌，规划方案《团队拓展活动方案》。(9:30—10:00)讲话要烘托“大战在即”的紧张气氛，同时给双方团队做“终极”的鼓舞。

9. 双方急行军进入各自战区，攻防双方按事先“计划”布控火力点及攻击阵形，各级主管、我司参谋进行巡视、督导，做最后的战前检查与战前动员。攻击一方会在一个小时内发动进攻(10:15—11:00)各级主官管理、管控力强，注重战术布控细节，完全按战略意图执行到位、精准度高的一方会占据优势。

另外：守方每人要在半小时之内置单兵掩体、设计伪装点(与攻方体力平衡，且是实战所必须。)

10. 第三方奇袭(10:50—11:00)

攻击守方的不是对方团队，而是来自第三方——我们拓展机

构的一个武装加强班(10—15人)，他们会选择从守方的薄弱方向发起突袭，他们将由训练有素的专业步兵和军官组成，以十几人之众冲击守方的一只火力完备的连队。为什么要这么做呢？一般来说，在设防严密的战区，攻防双方的兵力对比应为2：1甚至更高，攻方才有一定把握。本次拓展，红、黄双方等分人马，且守方是“以逸待劳”，攻方首次作战大有“飞蛾扑火”之势。为了公允和平衡战局，我司会私下与“攻方”串通，率先从另一个方向发动攻势。但是，我司之专业人士决不会“射杀”首次作战的守方员工，恰恰相反，我司整整一个班以专业效率迅猛出击，是专供贵司守方“射杀”的。目的有三：对守军精神上施加压力、磨砺其志；让守军在“射杀”中练习技战术，并获得成就感；让守军的隐蔽火力点完全暴露给接下来要上阵的攻方！以达成“攻守平衡”，就看守军能不能临阵决策变数，并将决策迅速转为执行了。

11. 攻守双方接战(11：00——12：00左右)

在步兵实战中，蛮勇和“个人英雄主义”总会让一个人“消失”得更快，让己方团队损失“生员”。实战和电影是不一样的。在我司专业参谋的指导下，贵司双方都会“小心翼翼”地作战，不仅仅是为自己，也为了己方不无谓地减员，每个人，无论他什么级别、什么背景——战场上，子弹面前人人平等，每个都只有一次生命！每个人都会这样想：我不能“死”，我“死”了，这块阵地就丢了，我要依靠我的团队才能活得更长久，我的团队要靠“活下来”的“我”才能最终取得胜利。这一仗，会打得艰苦而漫长。

附1：《诚信红布阵亡制》

“诚信宣导”会在我司的战前培训中贯彻、强调。“诚信”涉及一个人的人品，相信贵军人员能经受考验。具体规则是：被“子弹”击中四肢以外、头盔以下的任何部位，即表示你已经“阵亡”了！你的装备里有“一块红布”，请拿出来盖

在头上，那么您会被所有的人(包括射击你的“敌人”)尊重，说明您一个可贵的诚信自律的职业人士。因为“子弹”很小，只有被击中的人才会清楚地知道，如果你忍着痛说谎，那么你亵渎了战场和你的团队。一经查证，“督战队”定会将您“就地除名”。

12. 双方在参谋指导下变换作战方案，各依地势之利出“奇兵”以打破僵局(12:00左右——12:30左右)战场如商场，商场如战场。唯一不变的就是“图变”、“变”与“应变”。对方“变”招了，实战可不是拼“蛮勇”，再强壮的人也经不起一颗子弹，打仗拼的是“头脑”，拼的是“应变”、“决策”与“执行”。谁更快，谁更准，谁更有执行力，他就会掌握战场的主动。“兵无常势，水无常形。上兵若水，奇正相生。”贵司的骨干们一定会在“应变”中爆发出超常的决策力和瞬间执行力，领袖的号召力会让每个人相信“胜利正在召唤着我们”。观望、等待、怀疑、跟风、慢办拍的人会在瞬间被消灭，不负责任、拍脑门的决策也会被凌厉的“转守为攻”或者“变线突击”砸得粉碎。攻守双方究竟谁能胜出?“战役”的结果真的很难预料，但战败一方的主官却肯定会对失败“负责”。

13. 双方午休，午餐作战总结会。(12:40——14:00)

我司主教官、参谋长做战后总结和点评。双方主官做“述职经验、教训报告”。各级人员随后可即兴发言，相互鼓舞。餐后小憩，励兵束马，以图再战。

14. 我军人员将两队人马分别缓步带入新战区，攻防角色互换。攻防双方按“计划”布控火力点及攻击阵形，各级主管、作战参谋进行巡视、督导、战前动员。攻击一方会在半小时内发动进攻(14:15——14:40)

15. 攻守双方接战，守方可以随时转移阵地，此战不以固守全部阵地为目标。双方都将在运动中寻机“歼灭”敌

人(14: 40——15: 20左右)

——袭掠如火，不动如山。攻方的“标地”就是守方的“供给站”，只要拿下“站点”，此役便以守军的失败而告终。反之，守军的战略目标是以“供给站”做饵，企图全歼对方的“士兵”。