

茶叶保险实施方案(汇总5篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么方案应该怎么制定才合适呢？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。

茶叶保险实施方案篇一

为强化消费者维权意识，促进医疗质量和水平整体持续提升，努力营造全社会共同关注维护消费者合法权益的良好氛围和消费环境，特制定xx年“3.15”国际消费者权益日纪念活动方案。

以党的十八大,十八届三中、四中全会和中央经济工作会议精神为指导，以“携手共治，畅享消费”为主题，宣传有关消费维权的法律法规，提高消费者的维权观念和能力，更新维权方式，创新维权机制，加强社会共治，不断适应新形势，健全和完善各项惠及民生的消费政策，扩大公共服务，扎实推进新形势下消费维权事业，有效释放消费潜力，促进我县经济健康稳定发展。

成立xxxxx年“3.15”国际消费者权益日纪念活动领导小组，成员如下：

组 长□xx

副组长□xx

成 员□xx

1、3月6日，成立岳西县卫生局xx年“3.15”国际消费者权益日纪念活动领导小组，制定工作方案。

2、3月9日至3月10日，各乡镇卫生院、县直医疗卫生单位悬挂宣传横幅(电子横幅)。

3、3月11日至14日，各医疗卫生单位对照《执业医师法》等法律法规开展依法执业和医疗质量安全的自查自纠活动;县卫生监督所对医疗卫生和公共卫生经营单位进行专项执法检查，规范市场秩序，维护消费者权益。

4、3月15日，围绕“携手共治，畅享消费”年主题，卫生监督所、疾控中心印制相关宣传材料，并派员到竹篙尖公园参加县xx年“3.15”国际消费者权益日纪念集中宣传活动，开展法律法规咨询宣传，识假辨假，现场受理投诉，发放宣传资料;各乡镇卫生院要积极参加乡镇政府组织的纪念活动。

1、加强领导，协同作战。各单位要明确任务，各司其职、协同作战，共同做好“3.15”活动的整体策划和组织实施工作，努力丰富和创新“3.15”活动的内容和载体，进一步提高活动的针对性和有效性，做到广泛参与，社会互动。

2、强化宣传，注重实效。积极争取宣传部门和新闻媒体的配合，营造良好的舆论氛围，突出以“携手共治，畅享消费”为宣传主题，集中力量，着力推进质量兴县、名牌战略、加强医疗安全和公共卫生安全监管等工作，尤其要认真解决人民群众关心和反映强烈的医疗质量和服务水平问题。通过声势浩大影响广泛的纪念活动，为消费者排忧解难，促使经营者自觉承担社会责任，诚实守信经营。同时要认真做好3·15期间投诉调处工作，及时化解消费纠纷。

茶叶保险实施方案篇二

为全面了解、评价公司员工的工作成绩，提高工作效率，有效地激励表现优秀的员工并为员工创造一个积极向上的工作氛围，调动员工的工作积极性;弘扬企业文化精神，充分发掘人才、留住人才，鼓励先进、鞭策后进;加强员工对企业

的认同感和归属感，同时也为企业的长远发展提供合适的储备人才；树立公司模范，从而提高企业管理和精神文明建设水平，完成公司下达的各项任务指标，树立你争我赶创一流的竞争意识，充分调动广大职工的积极性和创造性，特制定本方案。

二、评选对象

滨江区和东方通信全体员工

三、评选名额

评选年度优秀员工3名。

五、评选流程

1、成立“优秀员工评定小组”，确保评选活动公平、公正下进行，评定小组由各部门负责人组成，有意向参与评定小组的同仁可到人事部报名。

2、由各部门筛选出符合评选条件的1名候选人，对满足条件的人员投票进行推荐。要求各部门在总结员工工作的基础上，注重实绩的考核，确保优秀员工得到应有荣誉。

3、推荐上来的候选人通过部门负责人填写《优秀员工推荐表》上报人事部进行汇总；经公司优秀员工评定小组确定最终获奖名单。

4、由评定小组根据候选人汇总，民主评选，确定人员后报总经理；总经理根据上报的结果，确认最后的年度优秀员工。

六、入选资格

凡经公司批准入职，至20xx年12月31日工作时间达到半年的

公司正式员工，均有资格参加评选。参加评选的员工，必须同时满足下列条件，方可获得参评资格。

茶叶保险实施方案篇三

旅游纪念品作为旅游商品的核心部分，在推动了旅游目的地人口就业、增加居民收入等方面都有重要作用。特别地，旅游纪念品作为旅游目的地形象的体现和载体，在离开其所依存的旅游地之后，更能起到对旅游地进行宣传、推广的作用。但是长期以来，旅游纪念品市场始终存在不少问题，这些问题的解决也极大地影响着当地旅游业的健康发展。

（一）西藏旅游业发展背景

（二）旅游纪念品

旅游纪念品是指旅游者在旅游活动整个过程中购买的具有区域文化特征和民族特色，富有长期纪念意义的产品。旅游纪念品以旅游地为依托而存在，以该地区的旅游体验密切联系。旅游纪念品作为旅游目的地形象的体现和载体，在离开其所依存的旅游地之后，更能起到对旅游地进行宣传、推广的作用。这也使得在发展旅游的同时，旅游纪念品作为旅游开发的重要组成部分也应该被重视起来。

由于自然和历史因素，西藏在长期封闭的环境下，文化习俗等都保持着深刻的民族印记，有其独一无二的展现方式。随着西藏旅游业的发展，越来越多的人进入西藏，开始了解当地的文化。虽然旅游业的发展推动了西藏的社会进步，但是也逐渐涌现出许多的问题。

西藏目前的纪念品市场空间格局混乱，缺乏产品与市场地域范围相对应的层次体系。一定区域内真正有地方特色的旅游纪念品，投入少，宣传力度小，未能打造品牌效应，无法实现潜在价值。同时，更多的地区根本没有优秀的旅游纪念品，

只能从区域外引进知名度较大的、经营较成功的产品销售。从整体发展情况来看，西藏地区旅游纪念品发展的问题主要体现在以下几个方面：

（一）品牌意识差

近年来，西藏旅游业不断发展，但具有西藏特色的旅游纪念品开发与包装设计严重滞后。这些产品不能满足日益剧增的游客需求，从而成为制约西藏旅游业发展的一大瓶颈。目前主要问题出现在，旅游关联产业发展不足，尤其是具有民族特色的旅游商品产业。西藏自身的社会发展并未与时代同步，同时旅游纪念品的生产和营销，也不能适应旅游业快速发展的需求。长期封闭的自然和社会环境，使西藏民众的商业意识淡薄，制约了西藏对的文化旅游产业的发展。此外，西藏文化产业发展起步晚，基础薄弱，动力不足，整体水平不高，没有形成文化创意产业的概念。

文化创意产业作为新兴的第三产业，这一概念在20世纪末由英国率先提出，后来获得巨大成功。在旅游业成功发展的地区，人们对于旅游项目创意产业融合的重视不亚于对旅游项目本身的开发，因此旅游业也在逐渐发展的过程中出现了与文化创意产业融合的趋势。

（二）产品单一，产品持续性不足

西藏文化旅游产品结构、形态单一，主题雷同性强，品牌性弱。纪念品在进入消费者的手中之后，由于文化内涵的缺失和缺位，通常陷入冲动购物后被丢弃的恶性循环。原因在于西藏目前的旅游纪念品基本没有专业的设计和开发，加之一些设计人员和机构的藏文化基础与设计功底薄弱，始终没能让纪念品的设计达到理想的状态。

（三）文化内涵不足，特色不强

目前，西藏文化旅游纪念品缺乏对文化内涵的系统挖掘，使本土旅游纪念品地域性或是特色性不鲜明，从而失去了对游客的吸引力。文化体验旅游者们到不同文化背景的区域旅游，感受到的都是不同文化带给他们的震撼，从而激发他们想对当地的文化进行探索的热情，最终还是文化的交流。所以文化特色对于旅游者而言其实是旅行体验的重要评价标准，而作为旅游业的重要组成部分，旅游纪念品的开发设计必须要重视其文化内涵。

（四）粗制滥造现象严重

游客到西藏旅游，大都以朝圣和净化心灵的心情去旅游。但到了西藏后，买到的有部分是粗制滥造、假冒伪劣的商品，损害了西藏的旅游形象。就西藏本土纪念品而言，技术、文化含量有限，设计简单，加工制作工艺粗糙，没有竞争力，制作粗陋、质量不高，游客对于这类产品通常是“一次性消费”，很难带来二次购买。

（五）假冒伪劣产品多，“飞地销售”现象严重

由于没有实际性的政策保护，即使出现比较有特色的旅游纪念品，很快就会出现其他的旅游地纪念品销售市场，甚至是小商品批发市场，远距离的“飞地销售”使其失去其特色和独有性，吸引力减小。西藏本土旅游纪念品缺乏完善的产权制度和政策保护，伪劣商品多。

（六）“舶来品”影响大

目前，国内旅游纪念品市场中，旅游纪念品以传统的民间工艺品为主。西藏旅游纪念品是以本地原始的手工艺品为基础进行基础性开发。但在西藏一些纪念品销售点，旅游纪念品大多数是印度和尼泊尔借用西藏的工艺和民族风格特色生产，后在西藏进行销售的。此外还有一部分是来自内地的小商品生产基地，如义乌、广州等地，而西藏本土生产的原真纪念

品却很稀少。尼泊尔手工艺品以相似的文化符号和低廉的成本，轻而易举地占据了西藏旅游纪念品中大份额的饰品市场，挤占了西藏的市场，导致西藏旅游市场上充斥着大量的旅游“舶来纪念品”。

（一）以市场需求为开发导向

旅游纪念品的本质是一种商品，作为商品，设计和开发应“以客为主”，从消费者的需求出发，满足消费者需求，关注游客的情感，做情感化设计。重视游客的情感体验，发展创新，提取具有当地特色的鲜明文化符号，迎合游客情感，做到以充分竞争市场的态度来发展旅游纪念品，而不是以垄断市场的态度来做。旅游纪念品设计出不仅应具备观赏价值，还应有实用价值，提高旅游纪念品的附加值，才是旅游纪念品可持续发展的要求。

（二）产品要体现民族性和时代性

民族性和时代性相融合，审美与实用并重是旅游纪念品可持续发展的要求。旅游纪念品包装设计的创意制作无疑给现代蓬勃发展的旅游产业带来新的突破，它独特的设计理念与制作必须要逐渐满足消费者和游客对现代旅游纪念品的审美情趣。

（三）产品开发应尊重当地的宗教文化信仰

开发者意愿、本地人意愿、本地文化内涵之间通常会存在矛盾，作为开发者必须重视这个问题。在西藏，一些宗教性物品并不适合开发成旅游产品，如牦牛头。牦牛头在当地宗教信仰中有其特殊的文化含义，这样的物品其实不应该被开发，更不应该直接作为旅游纪念品来出售，否则，这有对当地信仰不尊重的嫌疑。笔者认为，在发展旅游的过程中，把一些具有特殊宗教意义或是文化意义的符号对一般游客加以限制，保持其严肃性与神秘性是非常有必要的。

（四）注重对于当地原始文化的保护

旅游地的文化是旅游纪念品设计的根基，旅游文化的保护是可持续发展的内在要求。在西藏这个拥有独特文化资源的旅游目的地，对当地原始文化的保护更是旅游纪念品开发的关键之一。其中，民族手工业作为旅游纪念品开发的重要基础，必须加以保护，笔者建议在当地可以开办一些技术学校，培养民族传统手工艺接班人。

（一）依附于旅游规划而发展

从文化背景来看，旅游的规划目前都是专业性人员在负责，在进行相关工作之前对于当地的文化都有比较全面的了解，在历史跨度上面有连续性，对于目的地发展的内在要求都有比较详细的了解，能够把握住当地未来旅游发展的方向。

（二）成为独立的发展行业

旅游纪念品设计作为旅游文化产品设计重心，面对旅游业发展日益迅速的中国的现状，市场潜力巨大，所以在未来的发展中，它很有可能独立出来成为单独的行业。若旅游纪念品设计成为了单独的发展行业，则专业化程度会更高。设计者们作为外部的专家可以在各方面管理者的帮助下，更好地对当地的文化历史进行深层次的了解，提取出有内涵的文化符号，设计出独具特色的产品。并且，设计活动的进行在景区发展管理者的管理下进行，在未来会更加有利于市场的规范和管理，对于日后的长线发展也是有益的。

在物质文明和精神文明都极大地丰富的现代社会，旅游作为一种文化性活动，已经逐渐成为人们生活休闲的一部分，旅游业未来的发展也是不可估量的。旅游纪念品所承载的文化内涵代表着目的地的对外形象，也代表着这个地区的，甚至可能是整个国家的形象，所以在旅游目的地发展中，做好旅游纪念品的设计也是重要的一环。

茶叶保险实施方案篇四

能说出身边人物和艺术作品中典型人物的某些特征，对特征的社会属性有一定的了解。

了解表示人物特征的方法，能够大胆地运用某种造型方法表示同学的特征。

培养同学的分析能力，发展具有个性的表示能力。

培养同学关爱他人，尊重他人的品质。

人物的脸型和表情

人物肖像画的表示

绘画工具等

2 课时

（教师事先把同学准备的自身的照片收集放在一个小箱子里）

同学们，今天我们做一个游戏， 游戏 的名称是：猜
猜“他”是谁

同学每人从箱子里拿一张照片，猜猜照片中的人物是谁？

（板书：你、我、他）

说说“他”的特征

看自身手中照片的人物，说说“他”给你的第一印象是什么？

仔细观察，“他”有哪些比较明显的特征？（如脸型、五官、发式等）

说说“我”的特征

每个人对自身都应该有一定的了解，谁能用较简洁的语言准确地说出自身的特征。（如脸型、五官、性格等）

1、《蒙娜 · 丽莎》

出示艺术作品

同学观察、体验、讨论人物特征

教师简单介绍达 · 芬奇、《蒙娜 · 丽莎》

同学说说感受、特征，教师总结。

看达 · 芬奇的《最后的晚餐》并作简单的介绍。

2、《凡 · 高自画像》

出示艺术作品

同学观察、体验、讨论、猜测人物特征

教师简单介绍凡高，增加同学对凡高和其作品的认识。

同学说说特征，教师总结。

3、毕加索的人物肖像画

4、现代版的《蒙娜 · 丽莎》

5、探索

比较刚才所看的作品，想想：为什么会有这么大的变化？这又与什么有关呢？

同学讨论、猜测。

教师总结：这主要跟摄影术的发明有关。在摄影术发明以前，像国王、王后、富商这样的重要人物都要通过雇佣画家来为他们画肖像。这些肖像充溢了他们生活的线索，人们能从华丽的服装或是严谨的制服上看出被画者的身份。摄影术发明以后，画家们开始认为*真地再现人物肖像是没有意义的，所以开始考虑创作肖像画的新方法。他们开始探索用不同的色彩和不寻常的方式来表达人类的情感和思绪。这就是肖像画的起源和最初的作用。

同学们，刚才我们一起说了人物特征，那人物特征主要是通过人物的哪个方面表示出来呢？（人物头部）

人物头部是反映人物特征最主要的地方，包括相貌，精神状态，还有性格特征。人物头部的特征主要是通过脸型、五官、和发式来表示出来的，而艺术作品又往往通过人物面部的刻画来揭示人的内心世界，突出表示某一主题。

脸型

你属于什么脸型？（如国字脸、瓜子脸等）

教师出示几种常见的脸型

请同学说说各种不同的脸型具有哪些特征？

小结：画人物头部时，我们应该先整体掌握人物的`脸型，再去刻划人物的五官。

表情

同学们，你们“哭过”、“笑过”、“怒过”、“乐过”、“惊喜过”吗？（有过）

请几名同学上台来扮演“哭、笑、怒、乐、惊”的表情。

每组同学选取一种表情用简笔画的形式将它画下来，并派一名同学到黑板上画。

教师总结：人物表情主要是通过人的眉毛、眼睛和嘴巴的变化来实现的。（出示各种表情图片，说清每种表情的变化规律）

感知人体比例、结构

探索：头部比例——三停五眼

a□在教师的指导下，小组内成员之间互相“丈量”“三停五眼”，并记下大体的结果。

b□请同学说一说刚才丈量的结果。

c□教师出示图片，并进行总结。

感知人体比例、结构（教师出示图片，并进行简介）

a□人体比例——立七、坐五、蹲三半

b□人体结构——同学用手摸摸自身的脸，感受一下自身的肌肉和骨骼

出示人体肌肉和骨骼图

过渡：刚才，我们重点学习了人物的脸型与表情，现在我们来尝试一下为自身或同学画一张肖像。在画肖像之前，我们感受一下画家们是如何捕获和表示人物特征的。

同学根据自身的喜好或擅长的表示方法来选择一幅肖像画

（可以是书上，也可以是同学自身准备的）进行临摹。

仔细观察你所选的肖像画，把人物特征用简洁的言语写在作业上。

你能根据自身的理解临摹出画中人物的神情吗？

你所临摹的画是否得到老师或同学的认可？

（精选几张有代表性的作品在实物投影仪上展示）

请大家课后去搜集与本课有关的资料（如图片、文字等），存入学习档案袋，并与同学交流感受。

搜集罗中立《父亲》相关资料。

兴趣是最好的老师。要联系同学的实际，激发同学的学习兴趣，所以在本课中我通过各种手段激发同学的学习兴趣。如刚开始时我就以游戏的方式导入新课，这样把同学的注意力吸引到课堂上来，然后，我让同学说说“我”自身的特征、扮演人物各种表情等，另外通过多媒体课件播放世界优秀美术肖像作品让同学欣赏，展示同学临摹、创作的肖像画，并让同学进行自我评价和互相评价。这样同学在轻松、愉快的课堂氛围中不知不觉就掌握了本课的要点。

茶叶保险实施方案篇五

- 1、 知道多吃水果是对身体有益的。
- 2、 在吃食物和水果前一定要洗手，防止病菌进入体内。
- 1、 加深对水果的认识，会用简单的话语描述水果的特征。
- 2、 观察点数每种水果，会按数取水果。

3、 体验与水果做游戏的快乐。

1、 物质准备：几种常见的水果、幼儿用书、粘贴等。

2、 经验准备：对常见的水果有所了解。

1、 找一找

活动室里藏有好吃的水果，请小朋友找出来。

2、 说一说

你找的是什么水果？都是什么颜色的？摸一摸、压一压有什么感觉？闻一闻有什么味道？

3、 数一数

将水果分类，并数数水果的数量。

4、 贴一贴

请幼儿把每种水果贴画贴到相应数量的盘子或篮子里。

活动目标：

1、 尝试与同伴共做水果串。

2、 知道水果有多种做法。

3、 乐意与人分享食物。

活动准备：

1、 物质准备：各种水果切成小块、竹签若干、盘子若干、菜板、小刀等。

2、 经验准备： 幼儿有吃水果的体验。

活动过程：

1、 讨论水果的吃法。

2、 猜猜水果串是怎么做的？

3、 幼儿洗手，自己做水果串。

4、 品尝自己做的水果串，说一说是什么味道。

1、 做一物多玩操节。

2、 幼儿集体玩物： 走、跑、跳的练习。

3、 幼儿自由组合玩物： 如连线跳；地面滚动；向上抛；网小鱼；垒高；利用圈、棍等辅助材料玩物等。

4、 幼儿收拾物品。

1、 幼儿自由选择区域进行活动。

2、 教师指导：

（1） 重点指导“灵巧的小手”： 用彩泥通过捏、搓、压等方法做出各种水果或水果串。

（2） 巡回指导其它区域的活动。

3、 幼儿整理区域，进行评价

下午活动

1、 午睡起床后，根据天气情况适当增减衣物。

2、户外活动完后，会主动如厕、盥洗、喝水。

活动目标：

- 1、知道购买物品的相关知识。
- 2、大胆与同伴交往，会说礼貌用语。
- 3、体验购买水果游戏带来的乐趣。

活动准备：

- 1、物质准备：各种水果图片若干；娃娃钱币若干；
- 2、经验准备：有与家人去购买物品的经验；已会5以内的点数。

活动过程：

1、游戏：水果超市

（1）交代游戏规则：幼儿取5个娃娃钱币，然后自选水果，一个娃娃钱币换购一个水果，最后到“收银台”付钱。

（2）幼儿自由购买自己喜欢的水果。

2、小组分享活动：

说说自己购买了什么水果，买了几个？

3、游戏：水果排排队

请购买相同水果的幼儿排排队

目标：两人近距离用双手互相抛接球。

玩法：

1、幼儿分成人数相等的两队。

2、教师发出信号，各队排头幼儿从筐中拿出一个球，转身抛给身后的幼儿，如此依次进行，直至把球全部抛完为止。

3、提醒幼儿必须一个接一个地用双手抛接球，不能递球。

1、 幼儿自由选择区域进行活动。

2、 教师指导：

（1） 重点指导“娃娃家”：“娃娃”邀请同伴到“家”里做客，请大家分享水果。

（2） 巡回指导其它区域的活动。

3、 幼儿整理区域，进行评价。