

地产设计工作报告(通用5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。那么我们该如何写一篇较为完美的报告呢？下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

地产设计工作报告篇一

莱恩田园区的出现，体现了莱恩公司长远的战略眼光和做百年企业的雄心壮志。

莱恩田园区的出现，使莱恩公司在有意无意之中闯入了复合型房地产开发这一前端领域的表现，或者说，莱恩公司在有意无意之间为房地产开发的未来成功准备了条件。

莱恩田园区的出现，顺应了当代人、当代社会对绿色生态环境的向往与呼唤，其深厚的发展潜力不可限量。

莱恩田园区在开发模式上，采用了创新策划在先，规划设计在后，让两者相互弥补、相映生辉的做法，也是一个超前性的景区与地产开发模式创新，它对莱恩公司的未来事业将产生深远的影响。

1) 市场背景

莱恩田园区位于重庆九龙坡区西彭镇一侧，现占地约200亩，前期果园开发已小见成效，大规模的综合性的开发即将进行。

果园内的果树现在枇杷为主，同时准备发展一批相应的果树，形成一个有多种水果树的综合性果园。

在历史上，西彭镇是有栽种水果的悠久历史的，万亩红桔的

壮观至今仍为人津津乐道。如今，西彭镇政府又提出了建立万亩伏淡季水果的发展战略构想，为金果园的可持续性发展提供了强有力的支撑。

现在，西彭镇已有常住人口约五万，随着渝西经济走廊的建设和新厂新单位的迁入，西彭镇的未来人口还会大量增加。西彭镇的现有休闲娱乐设施——特别是新潮时尚的休闲娱乐设施已经不能满足居民们的需要。

重庆主城区人口已超过600万，主城区居民的生活水平、消费能力都在不断的提高，休闲娱乐的郊区化(由近郊逐步走向远郊)是一个不可阻挡的大趋势。

2) 产品分析

莱恩田园区位于重庆九龙坡区西彭镇一侧，现占地约200亩，莱恩田园区是重庆的一个具有独特地理位置和优越自然环境的、大型生态绿化田园区。

优势：

一棵令人震惊和赞叹的超级百果树——

它立在莱恩田园区的大门口或中心。

它那巨硕无比的下部(直径不低于十米)是钢筋水泥雕塑出来的，但外形与真树相比，足以乱真。

中心主要是空的，以泥土填满，使树根能够直通地下(包括外露一部分);也可巧妙设计一些弯曲的树洞，供孩子们捉迷藏。

上部则有序地种植一批各种各样的果树，让其慢慢长大，仿佛是巨树的枝，是巨树的天生的组成部分。

还可为其编一个古老的神话传说故事，让许多游客更加深信

不疑。

果树命名为“仙醉百果树”，由著名书法家题字，由著名文人写一篇赋，立石碑刻于树旁。

这是果园独创的特色景观之一，是它的形象标志之一。

它是时尚气息浓郁的公园化，可以参照珊瑚公园的建筑风格；

在资金许可的前提下，公园的设计建筑应敢于适度超前(至少要有鲜明的独家特色)，不要认为远郊的公园设计就一定比主城区的公园落后，这方面做好了，也是一个独特的卖点，同时也能有效阻止竞争者的跟进。

劣势：

对发展商来说，是挑战，从规划设计的难度，建筑容积的降低，园林景观的增设造成的成本增加，未来物业管理服务的升级，都要求发展商投入更多的人力物力财力。

3) 竞争对手分析

东方半岛花园是深圳布吉的一个具有独特地理位置和优越自然环境的、大型生态绿化园林式社区。东方半岛花园招标后，打出‘特大型低密度园林式住宅’牌子，推出了‘绿色概念’和‘环保概念’。这是附和深圳目前地产发展阶段和消费潮流的。

东方半岛花园的园林式是一个环境系统概念，大到小区的外围环境，内部环境，地形，布局，空间，庭院的序列，主题的不同，功能的组合，景观的效果，小到园中的一石一水，一草一木，都要纳入环境系统进行精心设计。

1) 广告目标

造市。制造销售热点。

造势。多种媒体一起上，掀起立体广告攻势。

大范围、全方位、高密度传播售楼信息，激发购买欲望。

扩大‘莱恩田园区’的知名度、识别度和美誉度。

提升企业形象。

一年之内销售量达到80%以上。

2) 广告对象

好玩好动的西彭及主城区的幼儿、儿童、少年；

对现代娱乐公园情有独钟的西彭及周边地区青年；

喜欢在大自然的环境中赏花、品茶、垂钓、养鸟的西彭中老年人；

喜爱周末公园休闲、通俗文化演出、节日游园活动的西彭及周边地区居民；

具有怀旧情结、回归自然心愿、喜好一点农活类劳动体验的主城区居民；

乐意居住在绿色园林中的、消费水准较高的西彭及主城区居民；

3) 广告地区

在重庆这个城市及周边地区。

4) 广告创意

广告主题：

(1) 每天活在水果的世界里

创意

选用孙悟空在花果山水帘洞的情景。利用flash动画的方式展现孙悟空在那里的逍遥自在，然后跳到莱恩田园区的画面与此相比，有如回到了当时的时代里，最后，莱恩田园区你也每天尖在水果的世界里。

(2) 回到家，就是渡假的开始。

创意

老公：“行，马上带你上。”

上了车，不过多久就到了。

老公：“没问题。” 孕妇：“真的可以吗？” 老公：“当然，因为我早就在这为你买了一套你一定会满意的房子。” 孕妇：“哇，你好棒呀!!!我每天都可以渡假了!!!!!!” 老公：“回到家，就是渡假的开始。” 你想每天都能渡假吗?就到莱恩田园区。

5) 广告实施阶段

第一期：试销阶段(三个月)

行为方式-----新闻运作、广告、

时 间-----20xx年2月1日

新闻运作是利用新闻媒介替我们作宣传。这种方式近年来被

明智的地产商所采用。新闻的力量远远在于广告的影响，而且少花钱，多办事，容易形成口碑，引起广泛注意。

大造声势。对重庆本地目标市场采用密集轰炸式的广告宣传，各种媒体一起上，采用多种促销手段，造成立体广告攻势。以图一举炸开市常。

市场口碑已初步建立，老客户会引来新客户。让‘莱恩田园区’传为美谈，变成公众的社会话题。

广告方面加大投入量，报纸电视在强度，广度和深度上做足文章。

加强管理和服 务，让售楼现场服务的软功变成硬功，抓住后效应不放。

调动新闻的一切可以调动的手法和载体，进行深入宣传。

合力吸引目标客户，引导30%目标顾客购买。

第四期：巩固阶段(三个月)

行为方式-----营销、广告。

消化剩余楼盘，基本完成销售计划。

对前三期广告运动进行检验，对不足之处加以弥补和改进。

细水长流，渗透式的广告行为。

加强物业管理，贯彻始终的良好服务，树立住户的主人公观念。

注意后效益和市场消费心理贯性。

完善各项法律手续和文书文件，规范，科学，严谨地保证客户各项权益。

地产设计工作报告篇二

随着x月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个月来对“房产销售”的理解和感悟，特对x月分工作制定以下工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

- 1、全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。
- 2、根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。
- 3、锁定有意向客户30家。
- 4、力争完成销售指标

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

- 1、多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。
- 3、在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。
- 4、在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。
- 5、在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等了如指掌。
- 6、对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。
- 7、在总结和摸索中前进。

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

地产设计工作报告篇三

工作报告是我们体现自己工作能力与工作成绩的工具之一，下面本站小编给大家分享几篇房地产文员工作报告，一起看一下吧！

一. 自觉加强学习, 努力适应工作

这是我初到中山的第一份工作, 面对是全新的工作环境, 但庆幸的是在以往的工作经验中我积累了一定的销售文员工作经

验,使得销售统计工作在短时间内即可上手。除此以外,为了尽快适应新的工作岗位与环境,我自觉加强学习、适时调整工作思路、总结工作方法,现已基本能胜任本职工作。

二. 心系本职工作,认真履行职责

(一)认真细致做好销售统计工作

自入职接手销售统计工作以来,我认真仔细地核对每天的成交数据,严格按照销售报表工作要求制作每期的报表所制作的销售报表出错率越来越少,基本上每月报表出错率不超过三次,个别月份甚至还取得了零次出错的好成绩。

(二)积极主动做好文案管理工作

2. 档案管理工作:对于营销部日常文书档案按相关工作标准进行规范化的分类管理,再运用平时维护与定期集中整理相结合的办法,将档案进行分类存档,并做好收发文登记工作;在20xx年12月18日公司行政人事部例行的文件检查中,营销部获得了92分的良好成绩。

(三)做好保密工作

营销策划部日常的决策内容是直接影响到公司利益的关键。故在日常会议或文件传送过程中,凡涉及到公司机密内容的,我均做到了以公司的利益为重,决不外泄公司机密,因为我明白:这是职业道德中最基本的。

(四)协助

财务部发放景三、四期二标段房产证工作

在20xx年11月至12月初期间,逢周一至周五整理景三、四期二标段发放房产证的清单,以短信形式通知业主前业领取房产证,

并协助财务部进行房产证发工作,到目前为止,已有500多户业主领取了房产证。

(五)做好部门物料申购、发放工作

在物资管理方面,我严格按照公司物资管理制度做好部门每天的物品申领、发放、登记管理工作;再根据部门工作需要认真做好部门每月所需物品的申购计划,并在规定时间内(每月25日前)递交集团公司行政人事部进行审批。

(六)做好部门日常文件会审及传阅工作

对于日常部门需会审的文件,及时递交会审部门并密切跟进会审进度,以确保文件在规定时间内完成会审,不耽误部门工作的正常开展,同时做好相关文件的传阅工作。

三. 主要经验和收获

(四)只有树立服务意识,加强沟通协调,才能把份内的工作做好。

四. 工作中存在的不足

由于工作实践不够全面,我在20xx年工作中仍存在以下的不足:

(一)日常工作中与其它同事的沟通欠缺,工作开展得还不够充分;

(二)对公司的发展史及企业文化不够深入了解;

(三)岗位专业知识不充足,实际工作中走了一些弯路。

五. 20xx年度工作计划

- (一) 利用工作之外的时间, 多学习房地产相关专业服务知识;
- (二) 加强对本岗位知识的学习, 以便进一步地提高工作效率。
- (三) 进一步加强部门物资的管理工作;
- (四) 加强部门会审文件的跟进力度;
- (五) 认真制作各类销售报表, 仔细核对相关数据, 以保证报表的正确率。
- (七) 加强与同事之间的沟通, 以利于工作的更高效开展。

一、办公室的日常管理工作。

办公室对我来说是一个全新的工作领域。作为办公室的负责人, 自己清醒地认识到, 办公室是总经理室直接领导下的综合管理机构, 是承上启下、沟通内外、协调左右、联系四面八方的枢纽, 推动各项工作朝着既定目标前进的中心。办公室的工作千头万绪, 在文件起草、提供调研资料、数量都要为决策提供一些有益的资料, 数据。有文书处理、档案管理、文件批转、会议安排、迎来送往及用车管理等。面对繁杂琐碎的大量事务性工作, 自我强化工作意识, 注意加快工作节奏, 提高工作效率, 冷静办理各项事务, 力求周全、准确、适度, 避免疏漏和差错, 至今基本做到了事事有着落。

1、理顺关系, 办理公司有关证件。公司成立伊始, 各项工作几乎都是从头开始, 需要办理相关的手续及证件。我利用自己在xx部门工作多年, 部门熟、人际关系较融洽的优势, 积极为公司办理各类证件。通过多方努力, 我只用了月余时间, 办好了证书、项目立项手续产权证产等。充分发挥综合部门的协调作用。

2、及时了解情况, 为领导决策提供依据。作为x企业, 土地

交付是重中之重。由于拆迁和我公司开发进度有密切关联，为了早日取得土地，公司成立土地交付工作小组。我作小组成员之一，利用一切有利资源，采取有效措施，到、拆迁办等单位，积极和有关人员交流、沟通，及时将所了解的拆迁信息、工作进度、问题反馈到总经理室，公司领导在最短时间内掌握了及拆迁工作的进展，并在此基础上进一步安排交付工作。

3、认真做好公司的文字工作。草拟综合性文件和报告等文字工作，负责办公会议的记录、整理和会议纪要提炼，并负责对会议有关决议的实施。认真做好公司有关文件的收发、登记、分递、文印和督办工作；公司所有的文件、审批表、协议书整理归档入册，做好资料归档工作。配合领导在制订的各项规章制度基础上进一步补充、完善各项规章制度。及时传达贯彻公司有关会议、文件、批示精神。

4、积极响应公司号召，深入开展市场调研工作。根据公司(0x号办公会议精神要求，我针对目前xx房地产的发展情况及房屋租售价格、市场需求、发展趋势等做了详细的市场调查。先后到土地、建设、房管部门详细了解近年房地产开发各项数据指标，走访了一些商业部门如，又到花园、花园□xx小区调查这些物业的租售情况。就x号地块区位优势提出“商业为主、住宅为辅、凸现区位、统筹兼顾”开发个人设想。

7、做好公司董事会及其他各种会议的后勤服务工作。董事会在召开期间，认真做好会场布置、食宿安排工作。落实好各种会议的会前准备、会议资料等工作。

二、存在的问题和今后努力方向

在20xx年的工作当中，本人能敬业爱岗、创造性地开展工作，取得了一些成绩，但也存在一些问题和不足，主要表现在：第一，办公室主任对我而言是一个新的岗位，许多工作我都

是边干边摸索，以致工作起来不能游刃有余，工作效率有待进一步提高；第二，有些工作还不够过细，一些工作协调的不是十分到位；第三，自己的理论水平还不太适应公司工作的要求。

在即将到来的充满挑战的20xx年，我决心认真提高业务、工作水平，为公司经济跨越式发展，贡献自己应该贡献的力量。我应努力做到：努力学习房产专业知识和相关法律常识，加强对房地产发展脉络、走向的了解，加强周围环境、同行业发展的了解，要对公司的统筹规划、当前情况做到心中有数；本着实事求是的原则，做到上情下达、下情上报；真正做好领导的助手；注重本部门的工作作风建设，加强管理，团结一致，勤奋工作，形成良好的部门工作氛围，积极为公司创造更高价值。

光阴似箭，转眼间我来到xx集团这个大家庭已经一年了。在这半年里，我收获和感触都很多。任职以来，我努力适应工作环境以及工作岗位，认真地履行了自己的工作职责，较好地完成了各项工作任务。作为一个新人，刚加入公司时，我对公司的运作模式和 workflows 都很生疏，多亏了领导和同事的耐心指导和帮助，让我在较短的时间内熟悉各项工作。在此本人对过去一年的工作作一个总结，并在此对公司领导和同事对我的工作关心、支持表示感谢！

主要负责的工作：

一、售楼信息的管理；二、档案资料的收集整理工作；三、开发公司的文秘工作。

一. 售楼信息管理方面：从我接手文员工作以来，楼盘的销售量不多，在同事的指导下，能按时完成任务。

二. 档案资料的收集整理工作：关于开发公司所有商品房销售小业主购房资料、房产证复印件的保管和移交工作能按时完

成;其他相关的资料也能及时存档和保管。

三. 开发公司的文秘工作:

(三). 根据公司领导要求, 负责起草开发公司相关文字资料的工作;

(七). 负责开发公

办公用品的申购、发放、登记、管理工作;

(八). 负责开发公司费用报销单的统一呈报工作;

(十一). 负责所有业主房产证的发放工作, 经审核符合领取规定的, 在当天发放;经审核不符合领取规定的, 在当天内与财务部做好沟通协调工作, 如遇特殊情况, 当天内上报公司领导, 并按领导指示操作。

一、独立工作能力

不足, 有时候仍需要依赖其他同事完成。希望在日后的日子里, 随着经验的不段积累, 能得到进一步的改善。

二、对开发工作方面的了解不足。在日后的日子我会多向身边的同事请教, 可以为以后的顺利工作打下坚实的基础。

虽然加入x集团这个大家庭不久, 但一年的时间却让我充分感受到了集体的温暖, 谢谢公司的领导给这个宝贵的机会, 能为这个温暖的大家庭尽一分力!在以后的日子的里, 相信在集团领导的正确指引下, 我会取得更大的进步!

地产设计工作报告篇四

等方面对房地产产品进行整合, 以优质的服务销售房地产商

品，使消费者在生产或生活，物质或精神方面得到满足，为开发项目规划出满足消费者需求，扩大消费渠道，使开发商获得利益的全过程。

销策划，在买卖双方之间沟通信息，把企业与消费者有效的结合起来，使企业了解顾客的要求，包括房屋的建筑形式、开间布局、装修标准以及色彩等，摸清规律，改进产品，使产品更加适销对路，扩大市场份额，使企业形成有效的传递和反馈的信息系统，在房地产市场中，为企业开拓一个具有生命力的崭新市场。

2.1 房地产营销策划的阶段

房地产营销策划是分阶段的，与销售过程相呼应。在不同的销售阶段，市场推广的目标、任务和具体活动都有所不同，主要包括开发阶段的营销策划、销售阶段的营销策划、物业管理阶段的营销策划。

根据销售过程的预热期、强销期、热销期、尾盘期阶段性划分，项目市场推

广过程也可以相应地分为四个阶段，针对各个阶段销售任务的不同制订不同的推广计划。在预热期，市场推广应该以推介物业特点为主题，向消费者展示楼盘的基本情况；在强销期应该以推介市场为主题，让更多的目标客户群关注；在持销期应该以推介广告主体为主，配合样板间，在人气积聚的环境下，使消费者产生购买欲望；在尾盘期应该以朴实的宣传为重点，突出项目各种功能性特点，吸引消费者。

2.1.1 开发阶段的营销策划

企业在开发阶段的营销策划应具有前瞻性，要用发展的眼光，运用科学的方法对市场前景开展调查和预测，进行供需分析和和开发潜力分析，做好前期准备工作。只有这样，才能使

所开发的产品在相当长的一段时期内一直处于保值甚至增值的状态，在长期的市场竞争中处于不败地位，赢得市场份额。

2.1.2销售阶段的营销策划

企业在销售阶段的营销策划就是采取各种有利的促销手段，如广告、媒体、活动推广、品牌效应、公共关系等手段，让更多的消费者了解企业的形象和产品的优势，用各种方法增强消费者的购买信心，为消费者提供满意和周到的服务，在销售的黄金期占有市场。

2.1.3物业管理阶段的营销策划

物业是连接企业和消费者的桥梁和纽带，消费者通过物业了解和熟悉企业，因此，物业服务的质量，在一定程度上对消费者是否购房起到了关键性的作用。加强物业管理营销策划的关键应当把为客户服务最为宗旨，如果顾客在享受物业服务中感受到安全放心，达到满意的程度，才能吸引顾客踊跃购房。

2.2房地产营销的几种方法比较

为实现房地产的营销目标，一般使用以下几种营销方式：广告，活动推广，品牌推广，公共关系。几种方法的主要特点见表1。

表1几种营销方式对比

2.2.1广告推广

广告推广是根据营销推广的计划和目标，在市场调查预测的基础上，对广告活动的战略和策略进行整体的系统筹划。它是一种提前的、先行的、具有指导性的活动，决定广告活动的基本思路 and 方向。它包含有分析环境并明确要求、分析广

告产品、确定广告对象、确定广告目标、确定广告主体和创意、广告策略选择、确定广告预算、广告决策、广告效果分析等九项内容。

2_2.2活动推广

活动推广是指企业调动各方力量，通过举办大众关心的、具有创意性的活动，吸引消费者的参与并吸引媒体的报道，从而提升企业和楼盘的知名度，树立良好形象，达到促进销售的目的。

活动推广的类型有：楼盘庆典仪式；社会公益活动；社区内活动；大型有奖销售、打折促销活动；导引教育型活动；善用时势环境型活动等。

2.2.3品牌推广

品牌推广是从规划设计到整个开发过程的一项系统工程，在整个过程中开展品牌积累与创新工程，通过品牌推广，提升了项目的附加值，充实了项目的内涵。

可采取以下方法：楼盘品牌战略；企业品牌战略；企业与楼盘品牌联动战略。

2.2.4公共关系

公共关系是利用各种方法和途径，同消费者、中介、社区民众、政府机构以及新闻媒介在内的各方面公众进行沟通和交流，在社会中建立良好形象和营销环境的活动。

可以采用以下几种方法：新闻；事件；社区关系，调研活动；对外联络协调工作。

通过以上分析，房地产营销策划是在不同的销售阶段，对产

品所处的区位、配套设施、环境设计、单体建筑设计、物业管理等情况进行分析，从而对顾客群进行全方位的分析调查，制定出以满足消费者需求为核心的切实可行的营销策略，在市场竞争中取胜。

3.1项目基本情况

dl-yly项目位于大连市旅顺软件产业带，属于宜居生态地产，周边有轻轨和多个公交站点，交通便利。小区附近设有商业综合体和中小学校，周边有多个低碳环保山体公园，设有居民健身中心等。

3.2项目营销计划

一期在20xx年7月份开盘销售，销售周期计划在2年左右。

□1□20xx年3、4月蓄势待发期。售楼处装修、装饰完成正式启用；样板间完成对外开放i参加春季房展；客户积累；会员征集、招募会员。

□2□20xx年5月内部认购期。一期工程开工启动；会员客户预订。

□3□20xx年7月开盘热销期。具备销售条件；一期第一组团开盘销售。

□4□20xx年8、9月续销。

□5□20xx年10持续推广期。形象宣传；主体全面封顶；参加秋季房展会，根据销售情况分期推出房源（秋展强销）。

□6□20xx年11、12月续销（活动促销）。

□7□20xx年3月完成配套及室内装饰；参加20xx年春季房展会

准现房促销。

□8□20xx年5月完成室外硬软覆盖；现房销售；预留中央景观带20%-30%房源现房实景销售。

□9□20xx年6月尾盘清理期。全面交房；尾盘销售。

“dl-yly”项目，使项目周边整体地域价值实现质的飞跃，引领大连城市居住新的迁徙文明。

本文的分析和研究，得出如下主要结论：企业在各个阶段实施营销策划，可以使企业决策准确，避免盲目性和运作出现偏差；优秀的营销策划有利于提升开发企业的营销素质和竞争力。运用房地产项目营销策划理论，有效地整合房地产项目资源，使之形成优势。结合房地产开发项目的实例，通过系统分析，提高企业的管理能力，拓宽房地产产品的销售渠道。

地产设计工作报告篇五

去年的4月1日是我进公司的日子，时光流逝、岁月如梭，转眼间在__房地产公司工作已整整一年了。回首过去的路径，还眺未来的征途，苍苍莽莽中，感觉自己和身边的同事仿佛行者，一路风尘却也一路高歌，一路艰辛却也一路执着，行者的脚步一向勇往直前，公司的发展必然风光无限。

在公司成立不到两年的短短时光里，在陈总的英明领导下，创造了许多骄人的业绩：开发了__市一次性规划面积最大的东湖苑小区；一年开工面积达44万平方米，居全市第一；开发项目建设创市级文明工地率100，居全市第一；一次性通过iso9001/iso14001质量/环境双体系认证，成为全省第一家获双体系认证的房地产企业；小高层设计引入中复式结构设计，为全市首家；……；业绩之多不胜枚举。

当然，在思考成绩的同时，我们也应思考一些存在的问题，因为成绩毕竟属于过去，它所构成的只能是回忆，最好能站在未来的角度考虑现在，也就是站在“巨人的肩膀”上思考问题。

关于贯标，这是我从本职工作来说第一个应该思考的。在陈总的英明决策、高度重视、悉心指导下，公司已经成功地建立起了质量/环境双体系，并通过了认证审核，然而如何保持好体系，使其更好的为公司的发展服务呢？现状不容乐观，随着审核的通过，证书的获得，有些部门也就将体系文件束之高阁，贯标程序抛在脑后，每月的工作总结一拖再拖从不按时编报，现场管理有所松懈，记录保持应付了事，等等等等，理由只有一个字——忙，忙能作为理由吗，况且真的很忙吗。关键在于，思想意识上的重视程度，尤其是部门负责人的思想意识，应该加强他们的贯标意识教育，比如采取对他们专门培训、领导教育、加强交流、举办活动等等。

关于企业文化。正如陈总所说，一个企业优秀企业文化，可以在企业中形成强大的向心力和凝聚力，增强企业的核心竞争力。那么如何进一步加强企业文化建设呢？企业文化是软指标，甚至于是一种无形的东西，因此加强企业文化建设是不能以硬指标来衡量的，我们是否可以采取这样的一些措施：编发公司刊物（刊物中可以让每位员工投稿）、多制造一些员工间相互交流的机会、开展一些文化、游览、体育、座谈等活动，另外提高员工素质也是企业文化建设的一个重要环节。

关于沟通。只要人活在世上，就离不开沟通，在社会上人与人之间从相互了解到相互信任都源于沟通。对于一个企业来说，沟通更是至关重要，上情下达、下情上达，部门之间、员工之间，哪一环节少得了沟通。我们公司每月一次的工作例会，应该说为全体员工提供了一个很好的沟通机会。不过为了更好的进行沟通，是否可以考虑每周公司领导和各部门负责人开一次工作例会，让大家随时了解公司发展的进程，

也能随时掌握公司各部门的工作进程，并且协调各部门间的工作；当然还可以考虑厂务公开或信息通报等多种沟通形式。

关于资金。目前公司在资金方面遇到了困难。不过我认为，虽然土地拍卖未能如愿，但我们的土地还是很有诱惑力的，肯定已经引起了港城房地产界的注意，甚至于一定会有房产商，正在私下考虑和公司洽谈，以达到双赢。

以上五点，为个人之所见，如有不妥，敬请见谅。作为公司员工，能为公司的发展与壮大尽自己的微薄之力，此乃真正之我幸。