

2023年双流区政府工作报告(优质5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。写报告的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

双流区政府工作报告篇一

优秀作文推荐！为贯彻落实党的十九大以来^v^□^v^和省委省政府关于乡村人才振兴的有关要求和农业农村部20xx年农业农村人才工作座谈会精神，深入推进农业农村人才发展体制机制改革，着力培养懂农业、爱农村、爱农民的农业农村人才队伍，不断强化乡村振兴人才支撑，结合我镇实际，现将乡村振兴人才队伍建设工作情况汇报如下：

我镇户籍人口数约万人，农业人口数约万余人，农村劳动力人数约万人，农业农村人才人数488人，其中：农村实用人才带头人202人，新型职业农民125人，农业科技推广人才33人，农村专业服务型人才128人；男性302人，女性186人；大专及以上学历的125人，初中及高中以上学历的320人；35岁及以下的92人，36至50岁的312人。近年来，农村发展迅速，吸引了更多更好的人才投入于开展乡村振兴战略，农村农业人才向高学历年轻化趋势发展。镇、村两级农业农村人才配备分布在全镇各区域各行业。

1、建立健全各项制度和实施方案，从人才队伍建设的规划、实施、部门职能履行、经费保障、政策保障和奖惩措施等方面着手，确保人才队伍建设一步一个脚印。

2、实施重点人才进行培训指导，加强人才队伍建设，着力打造过硬的精干的农村人才队伍。

3、注重推进区域人才队伍建设，切实发挥强有力作用，进一步促进乡村振兴战略工作协调发展。

1、农村生产力水平低下，资源要素活力不足，传统农业产业不能满足人才的生活需求，导致人才大量流失。在推行重大农业农村人才工程过程中遇到的问题和困难原因，国家政府的各种优惠政策、劳动力转移财政补助政策力度不够，难以吸引农业技术人才向农村流动。

2、农村基础设施建设依然薄弱，大多数农村人才向往大城市，在城市务工，工资待遇好，条件优越，发展前景空间大，对农村发展信心不强，农村人才流失的情况比较突出，造成农村人才短缺。

3、农村自身的观念问题，广大农民和基层干部，缺乏人才振兴乡村的观念。

（一）、引导更多人才流向农村

人气旺不旺是乡村振兴与否的关键。当前，要防止农村人口和各类人才过度流失，避免出现农村空心化、荒芜化现象。建议出台政策支持各类人才流向乡村创业就业，引导教育、卫生、文化、农业等行业科技人员、专业技术人员向基层流动，组织专家到乡村开展智力服务，培育新型农业经营主体和新型职业农民队伍，推动工商从业人员、专业技术人才、从事乡村建设和管理的人才流向农村，解决乡村“聚人气”的问题。

（二）、发展壮大农村产业

产业发展是乡村振兴的“造血工程”。要因地制宜的结合自身实际发展优势产业，抓紧落实“一村一品、一镇一业”农业产业强镇示范建设项目。

（三）、推进农村生态环境整治和基层设施建设

切实推进农村生活污水、生活垃圾处理和农村基层设施的建设，将连片开发、新农村建设和美丽宜居乡村建设相结合，整合相关资金，实现农村生活污水生态化、生活垃圾无害化处理，切实改善优化乡村生活生态环境，进一步为发展绿色生态休闲观光产业助力。

（四）广泛宣传、树立人才振兴乡村观念

动员广大农民和基层干部，树立人才振兴乡村的观念。吸进外出乡贤回乡发展或反哺家乡。尤其对懂农业技术，懂农业营销，懂农村发展规划等农村紧缺型人才，要努力创造优越的`工作环境，引进人才、留下人才。

（一）现行政策需要完善和改进的地方：

1. 人才的发展离不开教育，要不留余力全面发展教育事业，加大教育机构、培训机构投入和建设，为本地人才不断的“输血、造血”。
2. 制订和完善人才规划，建立乡村人才数据库，制定出有力度、针对性强、可操作性强的人才引进工作方案，做到以适应产业发展要求、经济社会发展状况及目标要求来规划人才和引进人才。
3. 注重挖掘本土人才和本籍人才，使各类优秀的人才能够在自己擅长的领域发挥才能，让更多的本籍人才回乡发展，造福家乡。

（二）加强农业农村人才队伍建设需要的配套措施和支持体系。

1. 推行高校毕业生、大学生村官服务基层政策。让高学历人

才补充乡镇队伍学历短板，优化乡镇人才队伍结构。

2. 优化岗位设置。提高乡镇卫生院、乡村中小学、高、中级专业技术岗位结构比例，同时对工业、农业、园区、旅游等重点单位重点专业人才予以倾斜。

3. 加强乡村人才培养力度。加强农村人才开发，采取“走出去，请进来”相结合的方式，实施各项培训工程，扎实做好乡村人才教育培训工作，培养一批“土专家”和致富能手。

4. 加强加大农村农业政策项目资金的扶持力度。

（三）结合我镇产业发展实际情况，提出以下几点需要省重点扶持的人才政策措施。

1. 改善农村农业人才工作环境和提高收入待遇，营造鼓励人才干成事业、帮助人才干好事业、创造施展才华的社会氛围。

2. 完善目标考核奖励机制，真正发挥绩效工作的绩效导向作用。

3. 强化轮岗交流。通过跟班学习、挂职锻炼等途径，有意识有计划地推进乡镇之间、乡镇和县级单位之间的交流，促进干部多岗位培养锻炼，进一步激发干部队伍活力，形成县乡上下互动交流的轮岗交流机制，促进人才合理有序流动，有效调动乡村人才的工作积极性、主动性和创造性，优化环境，留住更多乡村人才。

双流区政府工作报告篇二

调研时间：

调研地点：

调研内容：

随着人们生活水品的逐渐提高，饮水机已经成为现当代人们的一种新的健康的生活态度和方式。

经调查：如今，饮水机市场基本上已经形成群雄混战的局面，尤其是“珠三角”与“长三角”两大兵团。我国的饮水机生产发源并扬名于长三角的浙江，20世纪90年代，中国第一台饮水机就在此诞生，为今天“长三角”饮水机行业打拼天下奠定了深厚的根基。以美的、安吉尔等品牌为代表的“珠三角”饮水机兵团也逐渐形成。尽管“珠三角”水兵团有着先发优势，但“长三角”水兵团却凭借区域竞争优势厚积薄发、后发制人，大有赶超“珠三角”水兵团之势。资料显示，“珠三角”水兵团已占据了行业68%的市场份额，其主要产品和产值，更是以年20%的速度飞速增长，已大大超过了“长三角”水兵团。

饮水机经过数十载的发展，浙粤两派在技术发展的趋势上也有所不同：浙江水兵团注重发展具有市场发展潜力的高科技含量产品，如直饮机、净水设备等等，他们瞄准这些在国内市场上还未形成一定规模饮水产品进行研发，代表企业有沁园、浪木、先锋等；而广东企业与浙江企业不同，他们则注重传统饮水机产品功能上的更新换代，节能、环保等概念被赋予到饮水机产品上，代表企业有美的、安吉尔等。

广东品牌明显占据上风。在品牌竞争中，浙江企业的劣势相当的明显。广东的美的、科龙等一些行业领军企业虽非“科班”出身。然而其在空调、冰箱等家电领域的品牌影响力早已深入人心了。他们一旦进入其他家电行业，相对于那些中小企业来说，他们的品牌优势就相当的明显了。传统的浙江企业品牌建设对弱些除沁园、浪木等品牌外大都知名度较低。

据权威部门的数据显示：广东的饮水机产量占据了全国市场的70%左右，而美的等企业以44.86%的市场占有率，又占据着绝对的优势。

目前，我国水家电产品的市场营销，特别是浙江一些饮水机企业受到资金和竞争力的局限，大多采取的是代理商模式，厂家基本上没有建立直营办事处或者销售队伍，直接将产品卖给代理商，由代理商操作终端市场。这种模式虽节省销售费用，却使得厂家在市场营销上出现真空，由于无法及时把握市场发展趋势和动态信息，最终导致企业无法制定贴近市场的营销策略和产品定位。

可以说，如今的饮水机行业广东企业占据着绝对的主导地位，在品牌和市场营销上均占据优势，然而，浙江企业的实力却也不容忽视。广东饮水机企业如果想继续引领市场，就必须认真学习浙江企业对产品制造工艺质量的重视。一旦浙江企业加强了自身的品牌营销，广东企业就有可能逐渐丧失现有的市场份额。

另外，从市场消费情况来看，调研结果显示，中低档价格的饮水机最具吸引力，75%的潜在购买者未来打算购买的饮水机的价格在101元~300元之间，而500元以上的产品吸引的是一小部分高端用户。不打算购买饮水机的消费者中，有将近一半的消费者是因为消费观念的原因而不购买饮水机，饮水机本身的质量、价格等客观原因对消费者的消费行为并不起主导作用。目前，国内消费者的强势群体还未明显呈现出来，消费者对于饮水机的价格取向仍以中低端为主。

饮水机已经从成长期进入成熟期，随着买方市场的形成及消费者对饮水机消费观念的转变，饮水机行业已经进入价格、外观造型、质量、性能、功能、服务等全方位的竞争。但社会上有关节能方面的宣传少之又少，消费者不了解也不关注饮水机的耗电情况。节能饮水机比一般的饮水机价格高，而节能产品对消费者的回报是在长期的使用过程中体现的，这一回馈过程比较漫长。对于消费者来说，他们更看中的是眼前的购买费用，对于使用费用则考虑得较少。由于市场没有对节能产品的需求，生产厂家的研发动力就不会很大，使得行业的节能意识也非常薄弱，仅有几家知名品牌推出了节能

产品，节能饮水机在整个行业里还是比较少的。

企业提高产品售价的办法是为饮水机增加附加功能，使饮水机不仅具有普通的加热功能，更通过增加装置改进技术为饮水机增加了水处理、杀菌消毒、抗菌免洗等健康饮水功能，此外，还增加了外加热、温开水等人性化设计。

在发生的一系列“公共健康危机事件”，消费者意识到饮水健康的重要性，也让企业在饮水健康方面下足了功夫，美的“沸腾胆”技术，安吉尔新推出的“袋装水”系列饮水机产品，以及奇贵推出的反渗透取水原理，都在从饮水技术和饮水操作环节进行着改善水质的努力。目前慈溪诸多饮水机企业推广的“麦饭石”技术，引领饮水机向更天然健康的方向发展。

对于商家在饮水机上所花的这些心思和创新，有些消费者觉得很实用，但也有不少消费者认为，类似的新功能看着新鲜，是否实用关键还要看市场的检验。也有饮水机经销商表示，增加附加功能是不少厂家都喜欢采用的策略，有些新功能增加的研发费用不一定高，但价格确可以提高不少。

从卖场方面的统计数据来看，饮水机价位在400——500元产品最受欢迎，国美电器每周发布的饮水机销售排行榜前十位中，200元以下产品只占到1/5不到，其余大部分售价在500元上下。但卖场中的饮水机一般售价大多在八九百块钱，千万以上产品更是不乏其列。

冷热型的饮水机中，立式占90.4%，台式9.5%；单冷型的饮水机中，立式占据全部份额；单热型的饮水机中，立式占74.2%，台式占25.8%；电子制冷型的饮水机中，立式占88.2%，台式占11.8%。总体来说，在各类型的饮水机中，以立式产品为主，超过了86%的市场份额，台式产品所占份额相对较少。

（1）、问卷

饮水机市场调查问卷表

1、您的性别：（ ）

a□男 b□女

2您对家用的饮水机要求是：（ ）

a□冷热双用b□温热双用c□冷温热三用

3、您觉得您的饮水机只安放一个接水位置，冷、热、温水共用一个出水口方便吗？（ ）

a□很合适 b□不合适 c□无所谓

4、您喜欢这样（ ）的饮水机吗？

a□传统无门式 b□有门样式 c□无所谓

5、您喜欢什么风格的饮水机：（ ）

a□现代时尚 b□简洁大方 c□豪华气派 d□精致小巧

6、您觉得饮水机的颜色这样（ ）更适合您？

a□冷色（绿、蓝、紫□ b□暖色（红、橙、黄）

c□黑白 d□其他

7、您能接受的饮水机的价格在：（ ）

a□100元以下 b□100—300元 c□300—800元 d□800元以上

8、您家中的饮水机平时怎么放置的？（ ）

a□平放于桌面 b□立于客厅墙角 c□立于卧室床头 d□其他

9、您觉得饮水机的接水按钮怎么更合适您的使用习惯：（ ）

a□可向下压并弹起 b□带弧度用杯子顶开即可接水

c□隐藏式的和机身融为一体 d□其他想法

10、您觉得饮水机用于杯子存放和消毒的消毒柜对您来说用处大吗？（ ）

a□很^v^□一般c□没必要浪费地方

11、您觉得饮水机安装杯底溢水槽有没有必要，溢水槽清洗方便吗？（ ）

a□有必要，方便清理 b□有必要，不方便清理 c□没必要

12、您在饮水机的使用过程中最想解决的问题是？（ ）

a□清洗问题 b□放置问题 c□安全问题 d□其他

13、假如您家中有10岁以下的小孩，您会担心小孩触碰热水开关而被烫到吗？（ ）

a□不会，因为现有开关涉及很好

b□会，小孩可能摆弄开关把它当玩具

14、假如您的饮水机需要加水或换桶是有什么想法：（ ）

a□饮水机太高，水桶很难装上去

b□水桶太重，很难装上

c□这桶装水太少，更换太勤，能不能换种大的

d□其他

(2)、调查结果

(时间有限，仍在统计中)

以沁园、美的、安吉尔等企业为代表的饮水机企业占据了国内饮水机市场主要份额。目前，市场上的饮水机大品牌主要是安吉尔、美的、沁园三家。虽然饮水机市场前景广阔，但现有大品牌不多，市场竞争主要表现为前三品牌同其他品牌之间的竞争。

根据数据显示□20xx年第一季度，我国饮水机市场上安吉尔占据第一的位置，拥有43.2%的占有率，美的以33.4%的占有率位居第二位，沁园的品牌占有率较去年同期有所下降，以7.6%的占有量位居第三，浪木以6.1%的占有率排在第四位，格力、奔腾、耐德、华裕、康宝、奇迪紧随其后。

安吉尔为适应新的市场竞争环境把新的利润增长点定位于“创新”，细分市场并开发出了一系列适应不同消费者、场合的饮水机产品。安吉尔在华南、华东拥有两大生产基地。华南基地设在西丽、石岩，围绕基地，那里已经形成了包括塑胶模具企业在内的产业集群；宁波的基地附近也形成了由上百家供应商组成的产业链。

双流区政府工作报告篇三

新环境下的经济市场具有很强的全球性与变化性，企业应该适当转变其营销方式，建立和完善的营销信息系统，这有利于企业及时利用变化的市场信息，对自身的营销方向与方式进行及时的调整，做出相适应的决策与制度的建立，更好的应对市场的变动，争取到产品先进的竞争优势，在随时变化

的经济市场中长期稳定发展。

在新经济环境下的经济时代下，企业之间具有较强的竞争压力，但是由于经济发展速度的加快，营销产品的相关技术条件要求也不断增强，在同一个企业短时间掌握所有相关技术，完成同一产品的换代、更新是很困难的，能否利用较短时间、较低成本进行产品性质的转化并且投入到营销之中是衡量企业竞争力的重要标志，因此企业之间合作伙伴的概念就流行开来，成为企业关系的发展主流。建立健康、协助的合作伙伴机制对每个企业来说都是一种机遇与发展，各企业可以凭借自己所拥有的技术能力共同完成一个产品的研发与生产，各补所短、协助互利，并长期维持稳定、可靠的合作关系，一定程度上有效的增加了企业自身的竞争力。企业合作的建立消费者群体的影响也是很大的，每个企业拥有的客户源是有限，如果进行消费者的整合与协调，有利于形成大规模的消费群，有利于联合的各企业对市场地位的占据，有利于加强各企业的竞争优势。

由于经济市场的快速发展，企业对于产品的技术条件掌握的差异基本可以忽略不计，而能够体现的差异表现在产品服务质量与态度上，即超出产品本身的附加价值的差异。消费者对于产品的选择会更多基于购买产品所带来的感受，因此企业需要提升顾客的满意度，做好各方面的产品服务，转化被动服务的理念，主动提供人性化的产品服务与优越的服务环境，才能在企业产品竞争中占据优势。在产品购买的风险方面，企业应该承担更多的责任，这有利于让消费者放心，并且树立起良好的企业形象，对品牌的营造也有积极的影响。

一个具有竞争力的企业是拥有优秀的营销团队的，一个企业的员工的整体素质体现了整个企业的发展态势，也决定着企业的发展未来与方向。好的企业会特别重视对人才的引进与培养，高素质的员工在企业的发展中起到了各方面的促进作用，因此企业应该制定相关的人才引进方案，同时对员工的奖惩制度与考核制度进行完善，这有利于更好的留住企业高

素质人才。企业也应该加强员工的道德水准，加强员工在品德上的自我约束，不能只考虑企业的利润，不积极的承担社会责任。

双流区政府工作报告篇四

每个班级中都存在着不同程度的学生，表现突出的是“优秀生”和“差生”，班主任都把“优秀生”看成掌中之宝，而对待“差生”的教育不够耐心甚至放弃，班主任每周工作计划。要充分认识到转化一名“差生”和培养一名优秀生是同等重要的。

要正确认识“差生”不差和差生心理上的波动变化。经过了解得知虽然差生在某些方面表现不好，放纵粗野，但是心理上都是自卑的，他们对于自己所犯错误常常表现得满不在乎，但心理上经常忐忑不安，往往后悔。这就是说，班主任在转化工作中正确引导，使他们转变过来。偏见与偏爱教育工作者的禁忌。因此在表扬与鼓励时切忌偏见和偏爱，使学生在愉快中得到教育的目的。

二、用良好的形象感染学生

班主任老师是学生的榜样，我们都知道“身教重于言教”，因此我们时刻注意自身对学生的影响，处处做到以身作则。平时我在班级经常强调：“要讲卫生，不能随便乱扔垃圾。”有一天，我看见教室的地面上有垃圾，就随手捡起扔到垃圾桶里。我的动作被学生看见了，他们也都开始检查自己的周围是否有垃圾，并有同学在周记中写道：“老师都能弯下腰去捡一片小小的垃圾，我们更应该按照她的要求去做。”事后，班级卫生明显有了好转。又有一日，我正在教育学生要有礼貌，见到老师或长辈要主动问好，班上忽然有一个学生问我：我们向老师问好，可是有些老师他却不回应我们，老师都没礼貌，凭什么要求我们讲礼貌？这个学生的话听起来有些刺耳，但却提醒了我们为人师者一个道理：老师的一言

一行都会潜移默化地对学生发生影响。

三、制定一份可行的计划

下一页更多精彩内容“班主任周工作计划”

双流区政府工作报告篇五

全面贯彻党的教育方针，以“三个面向”精神为指导，贯彻和执行教育改革发展纲要，转变教学观念，提高素质教学效果，深入教学改革，大面积提高教学质量，推行务实、勇于开拓，面向社会，贯彻德育为首、育人为本、教学为主，提高管理的效果，努力形成一个具有良好班风和学风的班集体。

二、班级概况：

本班有33人，其中男生17人，女生16人，（外地生16人）。

1、在学习方面，整体的水平一般，尤其是语文方面稍弱，学习习惯不太理想，大部分学生惰性较强。

2、在思想方面，从整体上来说，班集体的互帮互助氛围很淡，同学之间关心较少，这种情况尤其体现在学习上：当有的同学出现了不会做的题的时候，很少能有人主动问题，更没有人对其主动进行帮助。着重培养学生的主人翁意识，使学生努力做到热爱集体，热爱劳动，尊敬师长，团结同学，有一定的集体荣誉感。

3、行为习惯方面：

因为学生的来源组成比较复杂，学习的生活习惯和学习习惯差距很大，很多学生的行为习惯还有待培养、提高。在学习方面，他们的好学习态度有待激发；在纪律方面，自律性还有待培养，尤其是外地借读学生在这方面的养成习惯做得还

不够，下课经常有跑、闹、喊叫的现象，需要老师和同学的提醒。

三、工作重点和具体措施

1、定立本班的班规，并让学生严格遵守和执行《小学生守则》、《小学生日常行为规范》及学校各项规章制度，做到不违法，不违纪。

2、在班上营造良好的学习气氛，以“培优扶差”“一帮一”活动为主线，使整体的成绩有所提高，且在各项竞赛能取得好成绩。

3、经常对学生进行思想渗透教育，对学校的警语、标语、级风、校风要深入学习，并付诸行动。

下一页更多精彩“班主任工作计划”