

半年度经营工作会议讲话稿(通用6篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

半年度经营工作会议讲话稿篇一

经**市高新区管委会（以下简称“高新管委会”或“甲方”）与成都**信息技术有限公司（以下简称“成都**”或“乙方”）双方友好协商，达成以下合作意向。

市高新区管委会承担着落实高新区信息化规划纲要精神、加快**高新区信息化建设应用的重要职责，以云计算、物联网、移动互联网等先进的信息技术推广应用为契机，构建高新区域智慧公共服务平台，将政府主要管理职能、各项服务职能以及社会各领域的信息服务延伸到信息平台，促进高新区政府自身管理和服务，推进高新区智慧化发展；构建高新区智慧服务体系，进而为高新区民众创造更美好的生活，促进高新区的和谐、可持续成长。

成都**作为信息化技术领航者，专注于云计算、移动互联网技术发展研究和探索，在云计算、移动互联网信息化领域上具有人才、资源、技术和研发等优势，可为客户提供一系列具有国际领先水平的信息化解决方案和服务保障。

双方战略合作本着“政府主导、社会参与、行业联动、企业实施”的原则，以“高起点、高标准、高规格、高品质推进高新区智慧信息化建设”为预期定位，大力推进高新区城市智慧信息化工作的科学、高端、高效发展，把高新区打造成为全国智慧城市的试点示范高地，为推动和促进高新区又好又快的发展做出积极贡献。

以科学发展观为指导，以智慧应用为导向，以信息企业为载体，运用先进技术，深化推进信息技术在不同领域的普遍应用，着力创新社会管理方式和推进智能民生事业发展，加快智慧型商务、文化教育、医药卫生、城市建设管理、城市交通、环境监控、公共服务、居家生活等领域建设，全面提高资源利用效率、城市管理水平和市民生活质量，将高新区建成为一个信息网络通畅、科技应用普及、生产生活便捷、城市管理高效、公共服务完备、生态环境优美、惠及全体民众的智慧城市。

在本次合作中，乙方在自身经营范围内，可以为甲方提供咨询服务、需求调研、项目研发、部署实施等内容。服务内容包括：

- 1、高新管委会将与成都**共同商讨“智慧高新”信息化项目的建设计划；
- 2、成都**将就“智慧高新”项目建设提出具体可行的设计、建设方案，并进行开发、实施。

“智慧高新”项目建设是一项庞大而复杂的信息化应用工程，为了有效地保证项目的建设质量，将项目分阶段、分任务进行组织建设，整个项目建设的全过程划分为需求分析、设计、开发、实施和试运行、正式运行和维护阶段，每个阶段完成相应的任务，确保项目的建设。

第一阶段：需求分析及项目设计阶段

乙方在甲方需求确认基础上对功能进一步加以分析和细化，完成项目详细设计，提交甲方确认，进一步完善和策划，经双方共同确认后正式生效，作为后续软件开发、测试及验收的基础。

第二阶段：项目开发阶段

双方根据确认的设计结果，制定详细的开发计划安排，作为软件开发阶段的项目管理和监控依据；乙方严格按照开发计划进行软件的界面设计、系统编码及测试，保证项目按期交付。

第三阶段：项目实施和试运行阶段

开发完毕，乙方进行项目部署安装，指导协助甲方完成项目的测试、试运行工作，并在原需求设计整体不变的情况下进行局部完善修改。

第四阶段：项目正式运行和维护阶段

系统进入正式运行期，乙方为系统运维提供保障，并根据甲方业务需求，进一步进行扩展建设。

双方同意，本协议签订后，立即成立合作工作组和建议沟通机制，就本协议项下的具体合作事项时间进度安排进行商谈。

1、甲方负责提出具体需求，并在乙方进行软件开发过程中提供必要的支持。

2、甲方有义务协调乙方与甲方相关单位的关系，保障乙方正常的开发条件。

3、乙方负责详细需求调查、设计、开发、调试、培训、技术服务等，保

证按照甲方提出的用户需求按时、按质完成开发任务。

4、乙方承诺为甲方的介入人员的交流、培训、监督和检查提供完全便利的条件。

5、甲方在协议期内发生需求变更较大，引起协议中乙方设计开发内容调整时，双方对变更内容进行协商，协同解决，并

形成备忘录。

1、支付方式：本项目的具体价格、费用根据项目建设阶段，分阶段进行支付。

2、付款方式：原则上每阶段首付款比例不低于50%，尾款预留不超过10%，具体的付款方式双方在每阶段协议中另行协商签署。

3、每阶段的费用根据双方签字确认的工作量评估报告的所需工作日计算、或者通过签订补充协议购买人天数来计算，每阶段的费用除具体工作量费用外，含20%管理费用、3%税费。

每阶段费用=工作日费用标准*开发所需工作日*人数

工作日费用标准依据：15000元/22天=681元/天

在乙方为甲方履行本协议、提供开发过程中产生的新成果物的知识产权归甲乙双方共有，未经许可，任何一方不得擅自许可任何第三方阅读、使用或复制。

（一）本框架协议之签署、效力、解释、履行及争议的解决均应适用中华人民共和国法律管辖。

（二）因本协议而产生或与之相关的任何争议，均应首先由双方友好协商解决。若争议发生15天后仍未能得到解决的，任何一方均有权将争议提请提交成都市仲裁委员会仲裁，按照该会仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

（三）双方确认，双方之间的信任与相互合作是本协议得以履行和合作目标得以实现的重要基础，除本协议另有约定之外，一方在未经另一方事先认可的情况下，不应将本框架协议项下的全部或部分权利或义务转让给第三方，除非双方一

致同意或本协议另有约定或法律规定，任何一方不得终止本协议。

（四）本框架协议的所有相关事宜双方均应本着平等互利、精诚合作的原则友好协商解决。

（五）双方合作研究的成果及相关具体合作内容、办法，在本合作意向协议

框架下，另行协商签署。

（六）本协议书一式六份，双方各执三份，由双方授权代表签署并加盖公章后生效。

半年度经营工作会议讲话稿篇二

随着旅游业的不断发展，越来越多的景区开始强调游客的个性化需求，而景区打卡已经成为了一个热门的旅游新兴趋势。景区打卡是指游客在景区的重要景点或者特定位置进行拍照留念，同时标注地点、时间、心情等信息。我最近也参观了一些旅游景点，体验了景区打卡给我带来的心得体会。

一、景区打卡的普及程度

很明显，景区打卡已经成为了当下旅游消费的潮流，这种方式被广泛推广和应用，并且得到了游客们的热烈响应。在我游览的景点，不论是市内的景点还是野外风景区，都有相应的打卡点位，这些点位都有典型的景观、标志性建筑或者让人印象深刻的雕塑，游客们在此拍照留念，分享自己的旅行故事。景区施工方还通过多种形式展示自己的景点特色，增加游客积极性，使得景区打卡也愈来愈深入人心。

二、景区打卡的影响力

景区打卡的意义并不会在拍照这一步就结束，它是游客和景区之间的双向互动过程。打卡点位本身已经成为了景区的名片，游客通过拍照留念的同时，也让身边的人以及社交媒体上的关注者能够看到、了解这一景点，从而产生进一步的传播和影响力。

三、景区打卡的意义

景区打卡不仅仅是拍照留念，还体现了游客个性化的需求和对旅游文化的认同。在打卡的时候，游客将自己的心情和附近的景观、元素、文化特色联系起来，获得了深刻的感受和体验，并将其传播给更多的人，达到了更好的互动和分享。景区打卡不仅仅是一次旅行经历，更是为旅游直接和间接的产业带来了新的升级机会和市场潜力。

四、景区打卡的不足之处

然而，与此同时，景区打卡也面临着一些问题。一些游客将其视作“刷存在感”的重要手段，有的人不顾他人感受，疯狂地围住打卡点位，严重影响了景区的秩序和整洁卫生。还有一些游客损毁公共设施或者在万众瞩目之时出现不恰当的行为，这些都对景区打卡的正常发展造成了不良影响，需要相关管理部门的严格制约。

五、景区打卡的未来发展

尽管存在一些问题，但笔者认为景区打卡仍将成为旅游业的重要方向，会越来越得到更广泛的应用和推广。景区要学习如何平衡留念打卡与保护景区的关系，提升打卡点位的价值和作用，引导游客爱护周围环境，踏实、理性地享受旅游文化带来的美好体验。在这个过程中，景区管理方、游客、相关机构等都需要共同发挥积极作用和共同应对市场变化和挑战。

半年度经营工作会议讲话稿篇三

景区春训是旅游业中一项非常重要的工作，它可以帮助景区提高服务质量、提升员工素质、拓展产品、提高工作效率等。近期我参加了公司的景区春训，通过这次培训，我深刻感受到了它对于我们员工个人和企业发展的重要性。在这里，我分享一下自己的心得体会。

第二段：拓展视野

在这次春训中，我们去了很多的景区，学习了各个景区的管理模式和服务理念。通过多角度的学习，我们打破了思维定势，拓展了自己的视野。我们从客户的角度出发，思考如何提高景区的吸引力，从而在激烈的市场竞争中占据优势。

第三段：感受服务

在服务方面，这次春训让我最印象深刻的是服务意识的提升。在学习中，我们不断强调文化深度和情感共鸣，服务中的细节点，再简单的服务也要做到温情细致，从而打动客户的心。我们透过眼前的客户，进而看到对品牌的忠诚和感性支持，这些客户从来不仅仅是一张订单，更是一种情感的表达。我们应该用心去服务每一位客户，让他们乐于回头，从而提高客户满意度和回访率。

第四段：重塑自我

春训不仅是学习，也是成长。在这次春训中，我更加注重了自身的认知和修炼，不断探究自我，塑造一个更好的自己。在工作中，我更加注重进一步提升自己的个人能力和团队意识，积极把自己的团队合作意识融入到的工作中去。我认识到，在团队中，只有每个人都在各自的位置合作，才能更好的实现团队共同目标。

第五段：总结

总的来说，景区春训的经历让我受益匪浅。这次春训不仅丰富了我的旅游知识，更加重视服务和质量，拓宽了视野，提升了团队意识。我也坚信，随着我自己不断的成长，公司也能够旅游市场中取得更好的成绩，不断拓展产品和服务领域，更好地回馈社会。

半年度经营工作会议讲话稿篇四

作为旅游的热门去处，景区吸引了众多游客的眼球。对于旅游者来说，这里蕴含着无尽的美好和魅力。而对于我来说，去景区旅游不仅仅是为了寻找新的美景，更重要的是能够得到身心的放松和启迪。在这篇文章中，我将分享我的景区心得体会，希望能给到大家一些有用的参考。

第二段：景区的各种景观

无论是山景、海景、草原还是峡谷，景区都有着迷人的风景。在旅游的过程中，我深深被各种景观所吸引。特别是，经过一段高海拔的攀爬，我来到了一片高原草原。这里没有城市的喧嚣和污染，有的只是青青的草地、还有清新的空气与温暖的阳光。这样的草原景观让我彻底放松了下来。

第三段：景区的人文历史

除了美丽的自然景观外，景区还包含了独特的人文历史。在游览景区，我接触到了很多历史文化遗迹和民族文化习俗。例如，在一次旅游中我去了一个古镇。走在巷道之间，我仿佛穿越回到了那个古老而神秘的时代。古镇内的建筑、雕刻和传统的文化习俗都让我对那个时代的人们心生敬意。整个旅游的过程中，我不仅增长了许多知识，还对我们祖先留下的文化遗产有了更深刻的理解和回应。

第四段：景区的旅游服务

旅游服务是景区体验不可缺少的一部分。景区的旅游服务必须完善，能够满足旅客各种不同需求。在我的旅游中，我感受到了景区良好的旅游服务。无论是吃住行还是娱乐，都非常便捷和舒适。景区内旅游设施、导游和相关服务人员的专业和服务态度也让我印象深刻。

第五段：我的收获

在这些美丽的景区里，我收获了很多。首先，我体验到了美妙的自然和文化之旅。其次，我遇到了很多善良、热情的人，这让我感到快乐和愉悦。最后，我在旅游中学习到了很多知识和文化积淀，这将成为我生活中宝贵的财富。

结论：总结

总的来说，我度过的每一次景区之旅都留下了难以磨灭的印象。从山景到海景，从人文历史到旅游服务，每一次旅游都是一个不同的体验。我相信，旅游可以让人们更加惊喜，让人们更加深刻地理解文化和自然之美。通过这篇文章，我希望能够为您的下一次旅游提供一点启发和参考，希望您在旅途中享受一切，留下美好的记忆。

半年度经营工作会议讲话稿篇五

旅游景区标识牌

景区标识系统是以树立景区形象，为游客提供人性化服务，增强游客的旅游体验，引导游客顺利完成旅游活动为根本目标。

按旅游资源构成景区分为自然类景区、人文类景区及复合型景区三大类型，自然类景区导览标识系统，应尽量保持原有

地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素，并从中提取设计元素。人文类景区导览标识系统，要突出其多功能综合性和文化性特征，以此作为导览标识系统设计和设置的依据，并在创意构思、具体形式、装饰风格上给予充分体现。复合型景区导览标识系统，要与景区整体宏观规划相统一，符合景区人文及自然特色，并视其所处具体位置，根据实际情况及特色，合理设计和设置导览标识。

包含景区全景地图、景区文字介绍，游客须知、景点相关信息，服务管理部门电话等全景导游图。

二、景物（景点）介绍牌

指景点、景物牌介绍，相关来历、典故综合介绍。

三、道路导向指示牌

内容包括道路标志牌、公厕指示牌、停车场指示牌等游客提示牌。

四、警示关怀牌

提示游客注意安全及保护环境等一些温馨提示牌、警戒、警示牌。

五、服务设施名称标识

停车场、售票处、出入口、游客中心、医疗点、购物中心、厕所、游览车上下站、游船码头、摄影部、餐饮点、电话亭、邮筒、医务室、住宿点、博物馆存包处等场所标识等一些公共场所的提示标识牌。公共道路设置交通指示牌，垃圾桶，景区休闲椅凳，仿木景观凳。

半年度经营工作会议讲话稿篇六

旅游是人们消除疲惫，放松身心的最佳方式之一。在旅游的过程中，景区是必不可少的一环。景区是一种包含自然景观和人工景观的范畴，是由人们智慧和劳动创造出来的一个美丽的世界。在去过很多景区后，我们深深感受到了景区的独特魅力。以下是本人的心得体会。

第一段：景区的景点

景区中包含着很多景点，每个景点都有它独特的风情和故事。我们来到这里是为了欣赏美景，感知新知。在观赏这些美丽的风景时，我们将不由自主地欣喜，这也给我们带来了良好的心情。例如，桂林的漓江，以它温婉、含蓄的优美画面给人留下了极深刻的印象，它给我们带来了无限的美好情感。此外，九寨沟的五花海，以它瑰丽的五颜六色给人带来了震慑和兴致，让我们大呼过瘾。

第二段：景区的文化

景区并不只是单纯的风景，还有很多文化元素。在景区中，我们可以了解到这里的历史背景、文化传承、人文风情等。它不仅仅是一个美丽的风景的集合，而是一个承载历史，开阔视野，培养情操的生动世界。例如北京的故宫，这里不仅有迷人的园林建筑，更有几百年的历史文化，让我们感受到珍贵的文化遗产。我们在这里领略到了帝王的功绩、皇权制度、经济文化等方面的历史文化底蕴。

第三段：景区的服务

一处好的景区不仅要有美丽的风景，更要有好的服务。景区服务不仅指人的服务，同时包含周边的服务，像是公共设施等。好的景区服务是能满足我们的需求并让我们感到贴心、舒适的。例如：海南的三亚，这里拥有如海洋公园、观船台

等风景，同时还有沙滩、温泉等周边设施，使旅游者更舒适。在景区旅行的同时，我们对好的服务体验也感到非常重要。

第四段：景区的管理

一个好的景区除了要拥有美丽的风景、好的服务，还需要有严谨的管理。景区管理是指对景区的维护、保护、开发等有效组织、协调和管理。好的管理会让景区更有秩序，更美丽我们能够更愉悦的享受旅行。例如：香港的迪士尼乐园，这里不仅是个好玩的地方，同时在管理上也做得非常好，游客可以如愿顺畅地玩。管理更严谨，会让旅游者在有序的环境中享受旅游中的美好。

第五段：景区的体验

每个景区都有它的特别之处，而我们去旅游的过程就是去发现它独有的魅力。旅行中，我们与亲友感受着自然的美、文化的历史、人文的情感等等。在这一过程中，我们深刻体会到了旅游的愉悦，旅游不仅让我们放松，还能带来人生的咏叹和感悟。在这个过程中，我们应该尽情享受，让旅行成为我们美好回忆的一部分。

总之，景区作为人们旅游的主要目标之一，其背后隐含的千姿百态的魅力，是值得我们一探究竟的。这些魅力不仅来自于景区本身的美丽和融合的文化，更来自于旅行者内心深处感受的悸动和温暖。因此，我相信每一位旅行者都能够深入体验到景区所独有的精神和魅力，成为旅游中的受益者，带着一份美好的回忆回到家中。