

# 弱电现场管理方案(大全5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 弱电现场管理方案篇一

(一)加强师德师风建设，努力建设党和人民满意的教师队伍

1. 热烈庆祝第31个教师节，举行市、区年度教师座谈会，邀请市领导出席并接见受表彰教师。(责任处室：教师工作处、办公室、组织部、宣传部、政策法规处、财务处、基教处、职成教处、高教处等)

2. 开展中小学教师师德承诺活动，自觉抵制有偿家教等违反职业道德行为，增强广大教师教书育人的责任感和使命感。(责任处室：教师工作处、宣传部、监察室)

(二)加强教师职业能力建设，促进专业成长发展

1. 组织开展全市教育系统法律知识电视大赛，增强广大干部教师依法治教、依法执教意识和能力。(责任处室：政策法规处、市教育电视台)

2. 评选首届xx市年度教师，开展20xx年黄鹤英才(教育)计划教育名师评选，组织受表彰教师赴各区巡回报告。(责任处室：教师工作处、组织部、宣传部、市语委办)

3. 表彰20xx年全市中小学幼儿园十佳、百优班主任，提升班主任队伍专业化水平;开展一师一优课，一课一名师活动，组织教师人人上优课，提高中小学教师信息技术应用能力。(责

任处室：基教处、教科院)

4. 举办市属中等职业学校专业教师技能大赛，建设中等职业学校名师工作室，组织骨干教师赴企业挂职锻炼。(责任处室：职成教处)

5. 组织评选第八届xx市优秀外籍教师、第五届xx市先进聘外单位，吸引更多外籍优秀人才服务xx教育发展。(责任处室：国际合作交流处)

6. 组织开展全市第十四届教师五项技能竞赛获奖选手风采展示，进一步扩大教师专业影响力。(责任处室：教育工会)

7. 开展农村教师普通话大赛选拔活动，进一步提高农村中小学教师语言能力。(责任处室：市语委办)

(三)服务和关爱教师成长，增强教师队伍的凝聚力和荣誉感

1. 举办江城之恋·爱在教育教师集体婚礼，增强教师队伍的职业荣誉感。(责任处室：教育工会)

2. 开展中小学教师心理健康维护主题活动，进一步普及教师心理健康维护常识，促进教师身心健康。(责任处室：教师工作处、市教科院)

3. 走访慰问先模教师，加强对农村偏远学校教师的关心帮助。(责任处室：教育工会)

1. 精心组织，加强领导。市委教育工委、市教育局成立教师节庆祝活动领导小组，由委局主要领导任组长，各项活动的责任处室制定具体活动方案并组织落实，工委宣传部统筹宣传报道工作。各区和相关学校要相应成立工作专班，强化责任落实，精心安排教师节期间各项活动。

2. 厉行节约，严格标准。严格执行中央八项规定以及省、市相关实施细则，遵循简朴、隆重、热烈、务实原则，严格按照相关标准和规定办好教师节庆祝活动。庆祝活动要与党的三严三实教育活动结合起来，进一步加强和改进作风，积极为教师办实事。

3. 加强宣传，营造氛围。抓住教师节契机，策划组织好宣传活动，集中宣传报道近年来教育事业发展取得的新成绩、涌现出的优秀教师典型，形成正确的社会舆论导向，努力形成尊师重教的良好社会氛围。

4. 加强协调，确保稳定。重视教师队伍的稳定问题，加强矛盾的排查化解，耐心做好政策解释工作。积极向有关部门反映教师合理诉求，加强协调沟通，切实维护好教育的和谐与稳定。

## 弱电现场管理方案篇二

为隆重、热烈、活泼的庆祝xxx成立xx周年，进一步推动班集体建设年工作，激发少先队员的爱国主义情感，增强少先队员的集体荣誉感，进一步加强未成年人的思想道德建设，我校特开展“祖国，我为你骄傲；雅小，我为你自豪！”庆国庆系列活动。

“祖国，我为你骄傲；雅小，我为你自豪！”

20xx年x月x日

1、低年级：“祖国，我为你骄傲；雅小我为你自豪”童谣说唱比赛。可以根据班级的情况，由班主任从班中选择组队学生，人数根据情况自定(不少于10人)。为了丰富童谣的表现形式，充实内容，活跃气氛，在童谣诵读时可以采用分角色、加动作、配音乐等不同形式，将表现和创新和谐地结合。时间是3~5分钟。

2、中年级：“爱国、爱校、爱班”红歌大合唱比赛，以齐唱、合唱为主要表现形式，演唱作品可以根据艺术作品的内容进行合理的创编。以班为单位组成合唱队，人数不少于20人。

评分：要求符合主题、健康向上，整齐合拍、音准到位，精神饱满、真挚感人，服装统一，组织纪律好，上下场快静齐，各班设指挥一名，限由本班学生担任，如有特色，可酌情加分。

3、高年级：“爱国、爱校、爱班”集体诗朗诵比赛。以班为单位，人数不少于20人。诗歌内容健康向上，围绕“祖国，我为你骄傲；雅小，我为你自豪”开展，以音诗画的形式，时间不超过5分钟。

低年级：音乐教室童谣集体诵读比赛(行为规范、文明礼仪)

中年级：多功能教室集体大合唱比赛(爱国、爱校、爱班)

高年级：篮球场集体诗朗诵比赛(爱国、爱校、爱班)

## 弱电现场管理方案篇三

### （一）《展会立项策划书》的概念：

所谓展会立项策划，就是根据掌握的各种信息，对即将举办的展览会的有关事宜进行初步规划，设计出展览会的基本框架，提出计划举办的展览会的初步规划内容，主要包括：展会名称和地点、办展机构、展品范围、办展时间、展会规模、展会定位、招展计划、宣传推广和招商计划、展会进度计划。现场管理计划、相关活动计划等。《展会立项策划书》是为策划举办一个新展会而提出的一套办展规划、策略和方法，它是对以上各项内容的归纳和总结。

### （二）展会立项策划书的内容结构：

- 1、办展市场环境分析：包括对展会展览题材所在产业和市场的情况分析，对国家有关法律、政策的分析，对相关展会的情况的分析，对展会举办地市场的分析等。
- 2、提出展会的基本框架：包括展会的名称和举办地点、办展机构的组成、展品范围、办展时间、办展频率、展会规模和展会定位等。
- 3、展会价格及初步预算方案。
- 4、展会工作人员分工计划。
- 5、展会招展计划。
- 6、展会招商计划。
- 7、展会宣传推广计划。
- 8、展会筹备进度计划。
- 9、展会服务商安排计划。
- 10、展会开幕和现场管理计划。
- 11、展会期间举办的相关活动计划。
- 12、展会结算计划。

### （三）展会立项策划书的写作要求：

#### 1、展会名称

展览会的名称一般包括三个方面的内容：基本部分、限定部分和行业标识。如“第xx届中国出口商品交易会”，如果按上述三个内容对号入座，则基本部分是“交易会”，限定部

分是“中国”和“第xx届”，行业标识是“出口商品”。

下面分别对这三个内容作一些说明：

1) 基本部分：用来表明展览会的性质和特征，常用词有：展览会、博览会、展销会、交易会 and “节”等。

2) 限定部分：用来说明展会举办的时间、地点和展会的性质。

展会举办时间的表示办法有三种：一是用“届”来表示。二是用“年”来表示，三是用“季”来表示。如第x届大连国际服装节、xx年广州博览会、法兰克福春季消费品展览会等。在这三种表达办法里，用“届”来去示最常见，它强调展会举办的连续性。那些刚举办的展会一般用“年”来表示。

展会举办的地点在展会的名称里也要有所体现，如第x届大连国际服装节中的“大连”。

展会名称里体现展会性质的词主要有“国际”、“世界”、“全国”、“地区”等。如第x届大连国际服装节中的“国际”表明本展会是一个国际展。

3) 行业标识：用来表明展览题材和展品范围。如第x届大连国际服装节中的“服装”表明本展会是服装产业的展会。行业标识通常是一个产业的名称，或者是一个产业中的某一个产品大类。

## 2、展会地点

策划选择展会的举办地点，包括两个方面的内容：一是展会在什么地方举办，二是展会在哪个展馆举办。

1) 策划选择展会在什么地方举办，就是要确定展会在哪个国家、哪个省或者是哪个城市里举办。

2) 策划选择展会在哪个展馆举办，就是要选择展会举办的具体地点。具体选择在哪个展馆举办展会，要结合展会的展览题材和展会定位而定。另外，在具体选择展馆时，还要综合考虑使用该展馆的成本的大小如何、展期安排是否符合自己的要求以及展馆本身的设施和服务如何等因素。

### 3、办展机构

办展机构是指负责展会的组织、策划、招展和招商等事宜的有关单位。办展机构可以是企业、行业协会、政府部门和新闻媒体等。

根据各单位在举办展览会中的不同作用，一个展览会的办展机构一般有以下几种：主办单位、承办单位、协办单位、支持单位等。

1) 主办单位：拥有展会并对展会承担主要法律责任的办展单位。主办单位在法律上拥有展会的所有权。

2) 承办单位：直接负责展会的策划、组织、操作与管理，并对展会承担主要财务责任的办展单位。

3) 协办单位：协助主办或承办单位负责展会的策划、组织、操作与管理，部分地承担展会的招展、招商和宣传推广工作的办展单位。

4) 支持单位：对展会主办或承办单位的展会策划、组织、操作与管理，或者是招展、招商和宣传推广等工作起支持作用的办展单位。

### 4、办展时间

办展时间是指展划在什么时候举办。办展时间有三个方面的含义：一是指举办展的具体开展日期。二是指展会的筹展和

撤展日期。三是指展会对观众开放的日期。展览时间的长短没有一个统一的标准，要视不同的展会具体而定。有些展会的展览时间可以很长，如“世博会”的展期长达几个月甚至半年；但对于占展会绝大多数的专业贸易展来说，展期一般是3-5天为宜。

## 5、展品范围

展会的展品范围要根据展会的定位、办展机构的优劣势和其他多种因素来确定。根据展会的定位，展品范围可以包括一个或者是几个产业，或者是一个产业中的一个或几个产品大类，例如，“博览会”和“交易会”的展品范围就很广，如“广交会”的展品范围就超过10万种，几乎是无所不包；而德国“法兰克福国际汽车展览会”的展品范围涉及到的产业就很少，就只有汽车产业一个。

## 6、办展频率

办展频率是指展会是一年举办几次还是几年举办一次，或者是不定期举行。从目前展览业的实际情况看，一年举办一次的展会最多，约占全部展会数量的80%，一年举办两次和两年举办一次的展会也不少，不定期举办的展会已经是越来越少了。办展频率的确定受展览题材所在产业的特征的制约。我们知道，几乎每个产业的产品都有一个生命周期，产品的生命周期对展会的办展频率有重大影响。产品的投入期和成长期是企业参展的黄金时期，展会的办展频率要牢牢抓住这两个时期。

## 7、展会规模

展会规模包括三个方面的含义：一是展会的展览面积是多少，二是参展单位的数量是多少，三是参观展会的观众有多少。在策划举办一个展会时，对这三个方面都要作出预测和规划。在规划展会规模时，要充分考虑产业的特征。展会规模的大



小还会受到会观众数量和质量的限制。

## 8、展会定位

通俗地讲，展会定位就是要清晰地告诉参展企业和观众本展会“是什么”和“有什么”，具体地说，展会定位就是办展机构根据自身的资源条件和市场竞争状况，通过建立和发展展会的差异化竞争优势，使自己举办的展会在参展企业和观众的心目中形成一个鲜明而独特的印象的过程。展会定位要明确展会的目标参展商和观众、办展目标、展会的主题等。

## 9、展会价格和展会初步预算

展会价格就是为展会的展位出租制定一个合适的价格。展会展位的价格往往包括室内展场的价格和室外展场的价格，室内展场的价格又分为空地价格和标准层位的价格。在制定展会的价格时，一般遵循“优地优价”的原则，即那些便于展示和观众流量大的展位的价格往往要高一些。展会初步预算是对举办展会所需要的各种费用和举办展会预期以获得的收入进行的初步预算。在策划举办展会时，要根据市场情况给展会确定一个合适的价格，这样对吸引目标参展商参加展会十分重要。

## 10、人员分工、招展招商和宣传推广计划

人员分工计划、招展计划、招商和宣传推广计划是展会的具体实施计划，这四个计划在具体实施时会互相影响。

- 1) 人员分工计划是对展会工作人员的工作进行统筹安排。
- 2) 招展计划主要是为招揽企业参展而制定的各种策略、措施和办法。
- 3) 招商计划主要是为招揽观众参观展会而制定的各种策略、

措施和办法。

4) 宣传推广计划则是为建立展会品牌和树立展会形象，并同时为展会的招展和招商服务的。

## 11、展会进度计划、现场管理计划和相关活动计划

1) 展会进度计划是在时间上对展会的招展、招商、宣传推广和展位划分等工作进行的统筹安排。它明确在展会的筹办过程中，到什么阶段就应该完成哪些工作，直到展会成功举办。展会进度计划安排得好，展会筹备的各项准备工作就能有条不紊地进行。

2) 现场管理计划是展会开幕后对展会现场进行有效管理的各种计划安排，它一般包括展会开幕计划、展会展场管理计划、观众登记计划和撤展计划等。现场管理计划安排得好，展会现场将井然有序，展会秩序良好。

3) 展会相关活动计划是对准备在展会期间同期举办的各种相关活动作出的计划安排。与展会同期举办的相关活动最常见的有技术交流会、研讨会和各种表演等，它们是展会的有益补充。

## 二、《展会项目立项可行性研究报告》的写作

### (一) 《展会项目立项可行性研究报告》的概念

完成了《展会立项策划书》，并不意味着该立项的展会就可以举办了。项目立项只是对举办什么题材的展会和如何举办该展会提出了一个初步的意见，制定了一套初步的方案，至于该展会是否真的可以举办和该方案是否真的可行，还需要对该展会项目及方案进行可行性分析。可行性分析的结论及其他必须考虑的因素，才是决定最后是否可以举办该展会的最终依据。

《展会项目立项可行性研究报告》就是在对展会立项进行可行性分析的基础上完成的研究报告。展会立项可行性分析是展会项目立项策划的继续。展会项目立项策划主要是在掌握各种信息的基础上，初步提出计划举办的展会“是什么样的”；展会立项可行性分析则是在仔细研究各种信息的基础上，深入分析举办展会立项策划提出的“那样的展会”是否可行，为最后是否举办该展会提供科学的决策依据。

如果展会立项策划通过可行性分析，证明计划举办展会的市场条件具备，项目具有生命力，各种执行方案策划合理，项目在经济上可行，风险较小且有一定的社会效益，就可以通过该展会立项策划，决策举办该展会了。

## （二）《展会项目立项可行性研究报告》的内容结构

《展会项目立项可行性研究报告》要对展会立项是可行还是不可行作出系统的评估和说明，并为最终完善该展会项目立项策划的各具体执行方案提供改进依据和建议。因此，《展会项目立项可行性研究报告》主要包括以下几项内容：

### 1、市场环境分析

（1）宏观市场环境：包括人口环境、经济环境、技术环境、政治法律环境、社会文化环境等。

（2）微观市场环境：包括办展机构内部环境、目标客户、竞争者、营销中介、服务商、社会公众等。

（3）市场环境评价□swot分析法，即内部优势、内部劣势、外部机会、外部威胁分析。

### 2、展会项目生命力分析

（1）项目发展空间：即分析举办该展会所依托的产业空间、

市场空间、地域空间、政策空间等是否具备。

(2) 项目竞争力：包括展会定位的号召力、办展机构的品牌影响力、参展商和观众的构成、展会价格、展会服务等。

(3) 办展机构优劣势分析

### 3、展会执行方案分析

(1) 对计划举办的展会的基本框架进行评估，具体包括：

- 1) 展会名称和展会的展品范围、展会定位之间是否有冲突。
- 2) 办展时间、办展频率是否符合展品范围所在产业的特征。
- 3) 展会的举办地点是否适合举办该展品范围所在产业的展会。
- 4) 在展会展品范围所在产业里能否举办如此规模和定位的展会。
- 5) 展会的办展机构在计划的办展时间内能否举办如此规模和定位的展会。
- 6) 办展机构对展会展品范围所在的产业是否熟悉。
- 7) 展会定位与展会规模之间是否有冲突。

(2) 招展招商和宣传推广计划评估

- 1) 招展计划评估
- 2) 招商计划评估
- 3) 宣传推广计划评估

### (3) 展会项目财务分析

1) 价格定位

2) 成本预测

(4) 举办一个展会的成本费用一般包括：

1) 展览场地费用。即租用展览场馆以及由此而产生的各种费用。这些费用包括：展览场地租金、展馆空调费、层位特装费、标准层位搭建费、展馆地毯及铺设地毯的费用、展位搭装加班费等。

2) 展会宣传推广费。包括广告宣传费、展会资料设计和印刷费、资料邮寄费、新闻发布会的费用等。

3) 招展和招商的费用。

4) 相关活动的费用。包括技术交流会、研讨会展会开幕式、嘉宾接待、酒会、展会现场布置、礼品、请展会临时工作人员的费用等。

5) 办公费用和人员费用。

6) 税收

7) 其他不可预测的费用

(5) 收入预测

举办一个展会的收入一般包括：

1) 展位费收入

2) 门票收入

3) 广告和企业赞助收入

4) 其他相关收入

4、盈亏平衡分析

(1) 现金流量分析

(2) 净现值分析

(3) 净现值率分析

(4) 获利指数

(5) 内部收益率

5、风险预测

(1) 市场风险

(2) 经营风险

(3) 财务风险

(4) 合作风险

6、存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

7、改进建议

针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出

要成功举办该展会应该努力的方向等。

## 8、努力的方向

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

### （三）《展会项目立项可行性研究报告》的写作要求

《展会项目立项可行性研究报告》是办展机构进行决策是否要举办该展会的重要依据，因此，《展会项目立项可行性研究报告》的写作必须做到材料真实充分，分析客观科学，判断准确有理。

#### 1、市场环境分析

市场环境分析是展会立项可行性分析的第一步，它是根据展会立项策划提出的展会举办方案，在已经掌握的各种信息的基础上，进一步分析和论证举办展会的各种市场条件是否具备，是否有举办该展会所需要的各种政策基础和社会基础。市场环境分析不仅要研究各种现有的市场条件，还要对其未来的变化和发展趋势作出预测。使立项可行性分析得出的结论更加科学合理、市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分析举办该展会的条件是否具备；展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

#### 2、展会项目生命力分析

市场环境分析是从计划举办的展会项目的外部因素出发来分

析举办该展会的条件是否具备；展会项目生命力分析则是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会是否有发展前途。分析展会项目的生命力，不是只分析展会举办一届或两届的生命力，而是要分析该展会的长期生命力，即要分析如果本展会举办超过五届以上，本展会是否还有发展前途的问题。

### 3、展会执行方案分析

展会执行方案分析是从计划举办的展会项目的本身出发，分析该展会项目立项计划准备实施的各种执行方案是否完备，是否能保证该展会计划目标的实现。展会执行方案分析的对象是该展会的各种执行方案，分析的重点是各种执行方案是否合理、是否完备和是否可行。需要强调的一点是，对展会基本框架进行评估，重点不是分析构成展会基本框架的某一个因素的策划安排是否合理和可行，而是从总体上分析展会基本框架是否合理和可行。因为，尽管对构成展会基本框架的每一个因素的策划安排可能是合理和可行的，但由这些因素所构成的展会基本框架从总体上看却可能是不合理和不可行的。所以，要避免这种“个体合理，群体冲突”现象的出现，对展会基本框架进行评估就十分重要。

### 4、展会项目财务分析

展会项目财务分析是从办展机构财务的角度出发，分析测算举办该展会的费用支出和收益。展会项目财务分析的主要目的是分析计划举办的展会是否经济可行，并为即将举办的展会指定资金使用规划。

### 5、风险预测

从展会立项可行性分析的角度看，风险就是办展机构在举办展会的过程中，由于一些难以预料和无法控制的因素的作用，使办展机构举办展会的计划和举办展会的实际收益与预期发



生背离，从而使办展机构举办展会的计划落空；或者是即使展会如期举办，但办展机构有蒙受一定的经济损失的可能性。

## 6、存在的问题

包括通过以上可行性分析发现的展会项目立项存在的各种问题、研究人员在可行性分析以外发现的可能对展会产生影响的其他问题等。

## 7、改进建议

针对上述问题，提出对展会项目立项策划的改进建议，指出要成功举办该展会应该努力的方向等。

## 8、努力的方向

根据展会的办展宗旨和办展目标，在上述分析的基础上，针对存在的问题，提出要办好该展会所需要具备的其他条件和需要努力的方向。

# 三、《参展说明书》的写作

## （一）《参展说明书》的概念

办展机构在确定了展会的有关日期安排，指定了展会承建商、展会运输代理和展会旅游代理以后，就可以着手编制展会的《参展说明书》了。《参展说明书》是办展机构将展会筹备、开幕以及参展商参加展会时应注意的其他问题汇编成册，以方便参展商进行参展准备的一种小册子。编制参展商手册是展会筹备过程中的一项基础性的工作。

## （二）《参展说明书》包含的主要内容及写作要求

从某种意义上讲，参展说明书是帮助参展商进行参展筹备的纲领性文件，也是办展机构对展会布展、展览和撤展等各环

节进行有效管理的指导性文件，参展商手册所包含的内容涉及到举办展会的各个环节。

一般来说，参展说明书主要包括以下几方面的内容：

（1）前言。主要是对参展商参加本展会表示欢迎，说明本手册编制的原则和目的，提醒参展商在筹展、布展、展览和撤展等环节要自觉遵守本手册的相关规定等。前言一般都很简短，言简意赅。

（2）展览场地基本情况。包括展馆及展区平面图、至展馆的交通图、展览场地的基本技术数据等。绘制展馆及展区平面图时，要注意标明展馆各种服务设施所在的位置、展区和展位划分的详细情况、展馆内部通道和出入口等；在绘制至展馆的交通图时，要注意标明展馆在该城市的具体位置、到展馆可以利用的各种主要交通工具和交通路线、各指定接待酒店在该城市的具体位置等；对于该展览场地的基本技术数据，要清楚准确地列出地面承重、馆内通风条件、货运电梯容积容量、展馆室内空间高度、展馆入口高度和宽度、展馆的水电供应状况等。对展览场地基本情况的介绍。对于帮助参展商准确地找到展馆和自己的展位，进而进行展位搭装和布展有着很好的指引作用。

## 弱电现场管理方案篇四

为加强企业的绿化管理工作，特制定本方案：

1、保存率：绿地保存率100%，新建绿地“黄土不见天”，不留死角，乔、灌、草等保存率95%以上，大乔木保存率98%以上。新建绿地中，植物成活率95%以上。

2、乔灌草配置：绿地植物群落层次分明，季相分明，景观优美。植物间有适当的生长距离，绿地内植物覆盖率85%以上。绿化布置适应生产功能的要求。

3、绿化面貌：植物生长茂盛，乔灌木主干挺立，枝形完整优美。绿草如茵，绿篱连续、无空档、无死树枯枝；修剪合理、适时，绿地内清洁整齐；病、虫不造成明显危害，无药害；绿地设施及硬质景观保持良好形态。

#### （一）草皮

- 1、每年对草皮修剪2~4次，保证草皮在10厘米以内。
- 2、生长季节生长势良好，不枯黄，春季返青较好。

#### （二）花卉：

- 1、花卉生长繁茂，植株整齐，群体效果较好。
- 2、花卉应时开花，基本无病虫害和残花败叶。
- 3、花丛式花坛花卉整齐一致，不缺株，三季有花。

#### （三）绿篱：

- 1、断面形式、高度、宽度基本符合设计要求。
- 2、适时修剪，保持篱顶篱壁平整。
- 3、生长健壮，枝叶细密，基本不缺株断条，无明显脱脚。

## 弱电现场管理方案篇五

1. 注意库房的干燥整洁,保护库内外的环境卫生。
2. 仓库物品要分类存放,摆放整齐,对库存物品要心中有数,了如指掌。
3. 物品出库要有领用人签字,入库物品要及时登记入账,对工

地急用的物品,直接到工地的要及时办出库手续。

4. 存放有毒、有害、易燃、易爆物品要按规定,放在安全可靠的地方保管,避免发生意外。

冬季怕冻的物品,一定要放到保暖、防冻的地方,以免造成损失。

5. 大宗材料、设备不能入库的,要点清数量,放到安全的地方,要整齐,做好苫盖工作,防止雨淋日晒,避免造成损失。

6. 加强防火防盗工作,确保库房安全。

7. 临时借用的小型工具,要建立借用物品帐,严格履行借用手续,并及时催收入库,如有丢失、损坏,由保管员按价赔偿。