# 社区特色品牌工作总结(必备8篇)

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2025-05-31

*社区特色品牌工作总结1论旅行社品牌的建设摘要：我国旅游业经过20多年的发展，已经取得不错的成绩，但是旅行社品牌的建设没有得到足够的重视。品牌不仅是旅行社竞争力的核心，也是旅游经济发展实力的重要标志。文章在分析了总结我国旅行社品牌发展中存在的...*

**社区特色品牌工作总结1**

论旅行社品牌的建设

摘要：我国旅游业经过20多年的发展，已经取得不错的成绩，但是旅行社品牌的建设没有得到足够的重视。品牌不仅是旅行社竞争力的核心，也是旅游经济发展实力的重要标志。文章在分析了总结我国旅行社品牌发展中存在的问题的基础上，提出了旅行社品牌建设的策略。

关键词：旅行社 品牌 建设

当我们计划外出旅游，有朋友问我们准备些什么饮料，回答当然是“可口可乐”、“百事可乐”、“农夫山泉”了；问准备些什么小食品，火腿肠当然是双汇了。可当问我们准备选择哪一家旅行社时，我们可能无言以对。大家都晓得，现在旅行社的旅游信息广告充斥着各种新闻媒体。应该说那么多家旅行社，对于旅游者而言，可供选择的余地的确增加了，奇怪的是反而让旅游者缺少了主张。在这个领域内，旅游者没有心目中的知名旅游企业，不能像选择其他商品一样做到心中有数。

一、旅行社品牌建设的基本内容

旅行社品牌，一般是指旅行社为了识别其旅行社或产品，并区别于竞争者所用的一种具有显著特征的标记。品牌的外形要素通常有名称、标志或商标组成，而内涵要素则是旅行社的经营理念、经营方针、服务理念、服务特色、服务质量等方面的有机组合。旅行社的品牌经营，则是通过品牌设计、品牌推广、品牌保护及品牌资产评估等活动，以提高客人的满意度、美誉度。品牌可以分为产品品牌、个人品牌、事件品牌、组织品牌等类型，旅行社业主要应进行组织品牌和产品品牌的建设。1.旅行社组织品牌

旅行社组织品牌也可称为旅行社企业品牌，它是旅行社在公众心目中建立的一种名称、标记或者视觉图案等，使旅行社在市场上区分于其他竞争对手，从而让旅游者更倾向于选择本旅行社的产品。比如公众熟悉的春秋、康辉、广之旅等都属于旅行社企业品牌。但一般公众在谈到旅行社企业品牌时并不会单独讲企业的属性、包装等因素，而是考虑企业的整体形象。因此旅行社企业品牌实际是超越于产品与服务之上的一个整体概念。2.旅行社产品品牌

研究者一般认为，有形的产品可致力于打造产品品牌，而无形的产品则应致力于打造企业品牌。旅行社产品是旅行社为满足旅游者在旅游过程中的需要而向旅游者提供的各种有偿服务，是一种无形的产品。但旅行社如果缺乏品牌产品，很难真正建成有影响的企业品牌。长期以来，我国旅行社在企业品牌建设方面做出了较多的努力，但由于对产品品牌的忽视，使得企业品牌显得比较空洞。旅行社产品所涉及的旅游资源、配套设施等属于公用资源，旅行社不能排他性地使用。一个旅行社经营的某类产品其他旅行社也可以经营，产品的物质部分其实没有太大分别。真正使产品显得不同的只有旅游服务。旅行社产品跟其他商品不同，它的生产要在消费时进行，旅游在购买旅行社产品时，只能看到报价、行程、服务标准等书面材料，对旅游过程愉悦与否起到决定作用的服务质量只能限于推测。旅行社必须采取某种方式向公众告知本旅行社产品与众不同的品质。打造产品品牌就是让顾客对旅行社的服务产生一种正面积极的联想。由于品牌总是在长期稳定的高品质的基础之上建立起来的，选择品牌产品使顾客感到降低了购买风险。

二、我国旅行社品牌建设存在的问题分析

二十多年来，在我国旅游业取得长足发展的同时，亦暴露出诸多问题和不足。由于诸多因素的制约，我国旅行社的基本格局——表现在所有制形式、投资主体、企业运行方式、经营理念等方面，一直未有大的改变。旅游业的散、小、弱、差在旅行社行业中体现得更为明显。在许多国际知名品牌已进入国际化的当今世界，我国旅行社行业实际还未真正踏上品牌管理之路。其表现有以下几点： 1.品牌意识欠缺

随着旅行社经营买方市场的出现，供过于求的市场格局越来越突出，在20世纪90年代中后期甚至更早的时间起旅行社已全面进入微利时代。一方面是如火如荼的大众旅游市场的方兴未艾，旅游行业的奶酪越来越诱人，另一方面却是行业的门槛较低，进入较容易，许多作坊式的传统经营企业也在市场上抢分一杯羹，它们往往进入与进出快，短期经营目的性强，没有长远的经营策略与品牌意识，竞争手段以价格竞争为主要方式，对市场“媚俗”现状起到了推波助澜的作用。而一些已基本具备现代化营销理念的大中型；旅行社则在残酷的甚至于不理性的市场竞争中疲于应付，在眼前利益与长远目标的矛盾中沉浮，或者干脆没有意识到品牌对于企业的重要性。2.品牌效应模糊

由于历史原因的影响，我国旅行社经营的地域性强，市场划分带有浓厚的区域色彩，加之国旅、青旅与中旅三家旅行社在很长一段时间内以不同的市场定位分割了旅游市场，竞争性不强。而这几家重要的旅行社在各地均有品牌的使用者，尽管在企业的实际经营中很多并非真正意义上与之有关联的经营实体。同样的品牌用的过多、过滥，品牌带来的效益体现不明显。即使在旅行社市场的激烈竞争出现后，同样由于市场的地域性分工，人们以出游地旅行社为主体参团社的习惯或是方式已经形成，或者说在旅游市场的选择上，消费者往往没有多大的选择余

地。在这种情况之下，旅行社忙于区域内的竞争，而无忧于外部环境，品牌的效应体现式微，也一定程度助长了旅行社对品牌的忽视。3.品牌管理缺乏科学性与长远性

在旅行社经营过程中曾出现过的承包、挂靠等现象，被业内人士公认为有损于旅行社品牌形象。但在无奈的市场选择与低档次的竞争中，相当多的旅行社企业还是选择了它，一方面是整个行业对于旅行社的功利性的赢利要求，一方面是整体旅行社对于科学的品牌规划的认识不足或是操作困难，使得我国旅行社在品牌管理的道路上举步维艰。4.不能形成规模效益

目前我国的大多数旅行社无论从数量还是质量上都与国外发达国家存在很大差距。只重打造、不重管理、短期效应、虎头蛇尾是我国旅行社业发展的最大障碍。此外，在营销方面又缺乏各种营销组织机构和有效的营销手段，忽视整合营销，必然难以提高企业整体的接待能力，形成规模效益。

三、旅行社品牌建设策略 1.树立品牌形象

在当今市场经济条件下，竞争是市场经济的主旋律。企业要在市场竞争中领先同行，就必须与众不同，在社会公众面前塑造超群脱俗的全新形象。塑造企业形象要求企业的知名度、服务质量达到高水准，树立自己的品牌，使消费者产生共鸣。旅行社作为一家旅游企业，在其形象的树立上，要注意战略计划，通过竞争手段使旅行社树立自己的良好形象，形成自己的品牌，更有利于其在竞争中立于不败之地。品牌形象是指品牌给人的感觉以及人们对它的评价。日前我国旅行社品牌形象大多毫无生机，主要表现为：核心价值不强，口号不鲜明，没有感召力，吸引不了游客的注意力。众所周知，良好的品牌形象应给游客带来视觉的冲击力以及心灵的震撼，能让游客回味悠长。如我们一提到黄山，就想到徐霞客“五乐归来不看山，黄山归来不看乐”的名句；一提到香格里拉，就想到那个遥远而美丽的地方。所有这些都是品牌形象的魅力所在。2.重视旅行社品牌的质量建设

品质是品牌的根本，是品牌大厦的根基，是使消费者产生信任感和忠诚度的直接原因。旅行社产品的差异性和个性，是其产品品质的直接体现。当前，旅行社最大的通病是在经营上缺乏特色和个性。旅行社树立品牌，一定要在市场细分方面狠下功夫。设计产品（线路）一定要考虑旅游者的旅游需要，针对多元化的旅游市场需要来设计旅游品牌，所谓“人无我有，任由我新，人新我特”。通过特色来创造新的卖点，以特色来树立品牌。特色的形成主要依靠将性质或形式有内在联系的旅游点串联起来，并在旅游交通、住宿、服务、娱乐、购物等方面选

择与此相适应的形式。例如，“丝绸之路”旅游线，即是将西安、敦煌、吐鲁番乃至中东、欧洲与古代丝绸贸易有关的旅游点串联成一条旅游线路，组织参观文物古迹、民族风情、观赏仿古歌舞（如仿唐舞《丝路花语》等）、品尝历史名菜佳肴、下榻在有地方和民族特色的饭店中，有的地段不乘汽车而骑骆驼或乘坐毛驴车，旅游购物则有古碑刻拓片、唐三彩等，借以使游人充分体验古代丝绸之路的情调，故很受欢迎。

3.增强服务意识，提升品牌美誉度。

美誉度是消费者在综合自己的使用经验和所接触到的多种品牌信息后对该品牌价值认定的程度。品牌美誉度是形成消费者忠诚度的重要因素。由于旅游消费者非常注重旅游过程中的信用和服务，旅行社应建立以顾客满意为核心价值的品牌营销战略，全面提升品牌经营前、中、后期服务管理，在每一个服务的节点上，都要重视提供给顾客的服务与承诺，强化服务或者建立和消费者深人沟通的渠道来规避消费者的不满。导游是旅行社创建名牌的关键所在。要加大对导游培训的力度，全面提高导游的整体素质和服务水平，从而提高游客满意度。4.树立“员工第一”的观念

在旅行社品牌的传播过程中，员工素质是一个非常重要的因素。高素质的员工会在服务中卞动积极地向旅游消费者宣传旅行社的品牌形象，能使旅行社品牌在游客内心塑造的过程中起到直接的作用。旅行社应树立“员工第一”的观念，应该把员工作为一个整体的人、活生生的人来理解，解决员工的后顾之忧，为员工的成长营造理想的环境。旅行社管理人员应该了解员工能力和个性上的差异，采取柔性化管理，充分尊重员工，信任员工，增强员工的责任感和归属感。尤其关键是应重视导游素质的培养，使其更忠诚地为旅行社服务，真诚地为游客服务，从而为旅行社实施品牌经营战略打下良好的基础。5.加强旅行社品牌营销

**社区特色品牌工作总结2**

\*\*县品牌建设工作汇报

一、目前我县注册商标现状：

在我局的重点培育下，目前全县共拥有注册商标\*\*\*件，省著名商标\*\*件，地理标志证明商标\*件，中国驰名商标\*件，强力推进了我县地方产品的市场竞争力，极大地提升了企业增效、商标增值、地方增名的效果，为促进县域经济又好又快发展打下了坚实的基础。

在注册商标中铸造业\*\*件、食品类\*\*件、医药类\*\*件、加工业\*\*件、化工类\*\*件、商业\*\*件、饲料种籽\*\*件、服务业\*\*件、广告管理类\*\*件。省著名商标食品类\*\*件、药品类\*件、生产水泥\*件、碳素\*件。今年我局重点培育\*\*有限公司的注册商标申报“中国驰名商标”，目前材料已报送国家工商总局。

二、立足服务，创新监管方式，促进地方经济发展。为更好的保护我县农产品特色品牌，促进产业上档升级，进而推动产业链延伸，提升市场竞争力，我局立足职能，加快发展“一村一品”、“一县一业”的特色现代农业体系，以扶持、推广当地农产品龙头加工企业为突破口，创新监管方式，全面提升商标监管服务综合能力，积极探索建立商标服务、指导、培育、维权等一条龙服务机制，以打造具有地域特色的商标品牌为重点，加快推进培育、指导企业商标注册工作。

1、创优服务，加快推进商标注册。在县委县政府的强有力领导和相关职能部门的全力扶持下，我们对我先特色农产品资源进行了全面的调查摸底和论证，专门成立了申报领导组，指定专人，通过上门服务指导帮扶、联点服务亲历亲为、打击侵权保护名牌等措施尽职尽责履行职能，在短短6个月成功注册\*件地理标志证明商标，实现了我县地理标志证明商标“零”的突破，开创了我县农产品商标新局面。用实际行动扶持本地品牌成为中国驰名商标，是我们局在保护知识产权创新上的又一新举措。20\_年，我们对全县地方特色龙头行业进行了广泛摸底，实地调研企业发展需求后，精心甄选\*\*有限公司争创中国驰名商标，并于20\_年使该公司的注册商标荣获了中国驰名商标，成为我县第一个中国驰名商标。

在商标日常管理工作中，根据企业不同的经营状况，我局实地上门积极鼓励、引导企业制定切实可行的商标战略，帮助企业解决在实施商标战略中遇到的困难和问题。全年及时通知\*户企业在宽展期内办理了注册商标续展工作，为\*户企业及时办理了著名商标续展工作，帮助\*户企业办理申报了省著名商标相关事宜，指导帮助 “\*\*有限公司”完善、递交了中国驰名商标申请资料。

3、履行职责，大力保护县域品牌。我局立足职能，履行职责，有计划地组织和开展了打击商标侵权和制售假冒伪劣商品专项行动，全面营造了公平、合理、有序的市场环境。

我们注重抓住重点，破解难点，突出特点，采取多种形式，组织了多次专项行动，实现了打假工作点面结合，以点带面，全面铺开的局面。一是厂商主动上门协助打假。多次和品牌生产企业联合行动，在我县市场查获假冒产品100件，价值20万元，没收销毁侵权假冒产品314件；联合\*\*有限公司查扣侵权产品2400件，管件1200个；和厂家联合打击销售侵权假冒防冻液行为，查扣侵权假冒防冻液100余桶，价值1万余元；和\*\*食品有限公司联合查处假冒侵权调味品380袋，价值2000余元。二是协同职能部门联合打假。与县烟草公司配合，成功捣毁了一个销售侵权劣质卷烟的窝点，当场查获侵权卷烟21条，货值7000余元，经鉴定为侵权劣质卷烟，当事人被处以2万元的罚款。并对社会影响力大，涉案金额大的重大案件达到移送标准的案件及时向相关部门进行移送处理。三是帮助企业维权出击打假。20\_ 3 年，我们协助\*\*有限公司外出进行打假，现场查获侵权假冒商标余万张以及配套的封口胶带和封口胶帽。

为加强商标印制企业管理，维护商标印制市场秩序，我们以全县从事商标标识、包装装潢印刷企业为监管突破口，对全县30余户印刷企业进行了清查摸底，通过检查企业市场准入资格的合法有效，查看企业印制商标标识承接、出入库、废次标识销毁等制度的完善度，以此查堵商标违法源头，做到监督检查与规范并举，从源头上预防商标假冒、近似等侵权行为，有效地保护了注册商标的专用权。

三、下一步计划和打算。

我们将充分运用工商管理职能，着力抓好驰名、著名商标的培育、保护和使用管理，以“大力实施品牌兴县工程，加大商标保护力度，以产业支撑品牌、品牌提升产业”为工作思路，争取通过品牌建设，提高农民收入、加快农业产业化进程、推动县域经济发展、提升地方形象的有效途径。

1、加大品牌建设力度，重点培育和创建一批拥有自主知识产权、生产规模大、市场影响力和竞争力强的驰名、著名商标以及地理标志证明商标，争取在品牌数量和质量上有较大幅度的提高。一是争取在20\_年帮助\*\*有限公司将其商标申报为“中国驰名商标”，使我县中国驰名商标拥有量达到2件；在20\_年培育3户企业申报山西省著名商标，力争使我县山西省著名商标拥有量达到20件。二是针对我县特有的土地肥沃我们将着力扶持一项特色农业产业，积极筹备申办地理标志证明商标。三是针对我县\*\*产业日益凸显的成群而不壮观、品牌影响力不足、企业管理滞后等问题，通过提升老品牌、创造新品牌等多种途径，推动我县\*\*行业做强做大，助力我县\*\*业转型跨越发展。在20\_年协助\*\*协会充分准备申报集体商标的相关材料，在县相关部门的 4 大力支持下，深入调研起草切实可行的《\*\*集体商标使用的管理细则》，并主动和国家商标局联系、沟通申请注册相关事宜，促使集体商标尽快早日注册成功。四是针对我县是农业大县的实际，需要有一定规模的农业生产基地和实力强大的龙头企业，推进“蔬菜、瓜果、服务业”农产品品牌群建设。我局已亲临\*\*乡\*\*村、\*\*有限公司实地调查摸底，重点培育、扶持蔬菜瓜果、农业服务业两大特色农业产业的发展，扶持龙头企业打品牌进入市场，带动我县其他农产品品牌发展。五是针对苗木花卉业已逐渐成为我县经济发展的支柱产业之一，我们将着重扶持\*\*农林专业合作社、\*\*园艺苗圃、\*\*有限公司等苗木企业发展其特色品牌，逐步形成以\*\*村、\*\*村、\*\*村和\*\*村等为中心的种苗基地，重点培育一批有影响力的苗木花卉类注册商标，引导我县苗木花卉向规模化、市场化发展，以高品质、名品牌赢得市场的青睐。

**社区特色品牌工作总结3**

积极开展品牌创建不断深化和谐社区建设XX街道XX社区XX社区辖区面积平方公里，居民户4422户，人口9112人。我们在街道党工委的指导下，以区‚四型社区‛创建为主线，以品牌创建为......

第1篇：品牌建设汇报\*\*县品牌建设工作汇报一、目前我县注册商标现状：在我局的重点培育下，目前全县共拥有注册商标\*\*\*件，省著名商标\*\*件，地理标志证明商标\*件，中国驰名商标\*件，强力推......

社区建设工作汇报参考范文各位领导：大家好!欢迎大家到社区来指导工作。社区居委会位于县城东南部，地处城乡结合带，辖区面积大约一平方公里，共有街道20余条，居民小组6个，现有居民40......

社区建设工作汇报:尊敬的各位领导、同志们：根据会议安排，下面我代表团结社区就社区一年来的工作情况向大家作以汇报。一年来，在上级党委和政府的领导和指导下，我们认真树立和落......

社区建设工作汇报范文尊敬的各位领导、同志们：根据会议安排，下面我代表团结社区就社区一年来的工作情况向大家作以汇报。一年来，在上级党委和政府的领导和指导下，我们认真树立和......

**社区特色品牌工作总结4**

20\_年10月，xx街道党工委、办事处投入资金对我社区进行提档升级打造，如今新打造的办公楼让前来指导参观的各界领导和前来办事的居民群众眼前一亮。新打造的办公楼按照一厅一盟三室五站进行功能定位，以求进一步规范社区服务项目和流程，实现办公面积最小化、服务面积最大化、社会效益最优化的管理使用效果，不断提高社区综合服务水平。如今，一楼宽敞的服务大厅，可以更好地为居民提供更优质的服务;

总之，近年来，东xx社区党支部出色完成了党章规定的基层组织的基本任务，领导班子好、党员干部能够较好发挥骨干带头作用，全面贯彻落实科学发展观要求，围绕社区中心工作的同时抓好党建工作，同时抓好党建工作促进社区各项工作，求真务实，开拓创新，各项工作成绩突出，并取得较好成绩。在历年来所组织的各项迎检测评中，我社区均名列前位，社区基层党组织连续5年被评为优秀基层党组织光荣称号。这些荣誉的取得，与上级党组织的领导、与广大党员群众的大力支持是分不开的。20\_年，我们将结合社区实际，因地制宜，继续开拓思路，一如既往认真完成好上级党组织部署的各项工作，做到在探索中求发展，在创新中求提高，争取把我社区党建工作再上一个新台阶。

推荐访问

**社区特色品牌工作总结5**

党建品牌创建汇报材料：树立党建品牌 构建和谐城管 近年来，在县委的正确领导下，县城市管理行政执法局不断适应新形势下对党的建设提出的新要求，紧紧围绕党建工作的中心任务和城市管理的中心工作，积极开展“和谐城管、真情服务”党建品牌创建，有力推动“清洁家园、和谐乡村（社区）”活动和文明卫生城市创建，取得了明显成效，20\_年被评为“浙江省城建城管行政执法工作先进集体”、“台州市文明单位”和“县宣传思想文化工作先进集体”等荣誉称号。

一、背景介绍 随着我县经济社会发展的不断加快和城市化进程的不断推进，城市管理行政执法工作的重要性日益凸现。虽然我县城市管理行政执法工作取得了很大进步，城乡环境卫生面貌得到较大改善，但人民群众对城市环境的要求越来越高，对城市管理行政执法工作的关注度也起来越高。为适应新形势下党建工作的要求和城市管理工作的需要，我局提出并扎实开展“和谐城管、真情服务”党建品牌创建，主要是基于以下三点考虑： 一是提升机关党建工作水平的需要。党的\_对以改革创新精神全面推进党的建设作了总体部署。创建“和谐城管、真情服务”党建品牌既是加强和改进党建工作、推进党建工作创新发展的有益探索，又是新形势下以改革创新的精神全面推进城市管理部门机关党建工作的有效载体，对于激发党建工作的内在活力具有积极作用。

二、具体做法

按照“一支部一特色”和“体现时代性、服务性”要求，我局在“和谐城管，真情服务”党建品牌创建中主要抓好五方面工作：

1、开展素质提升行动。结合创先争优活动，实施素质提升工程，强化学习教育活动，着力塑造一支思想好、作风正、纪律严、业务精的城市管理行政执法队伍。一是开展“学习型党组织”创建。充分利用周一学习夜平台，深化“我推荐、你讲评”学习活动，加强政治理论及城市管理法律法规、业务知识学习，并学习观看杜洪瑛等先进事迹；开展讲学活动，先后由各科室（队）负责人作《浙江省城乡规划条例》、《清洁家园、和谐乡村》等业务知识专题讲座；二是加强党风廉政教育。组织“守纪律、强责任、促作风”专题教育活动，观看廉政教育警示片，开展“廉政短信周提醒”，并于7月党建活动期间组织党员前往坞根红十三军爱国主义教育基

地接受革命传统教育；三是加强执法队伍培训活动。参加由市城市管理行政执法局组织的封闭式军事化培训，并开展集中训练日活动，不断增强执法队伍整体素质。此外，与县总工会联合开展“城区环卫作业百日劳动竞赛活动”，明显提高环卫清扫保洁质量。通过努力，20\_年被县委评为“学习型党组织”和“学习型领导班子”。

2、开展党员先锋行动。为推进“清洁家园、和谐乡村（社区）”活动和文明卫生城市创建活动，建立党员志愿者服务队，充分发挥了党员干部的带头模范作用。如参加县机关工委组织的党员志愿者活动，在城南的玉坎线两侧开展义务清理垃圾活动；组织党员志愿者队伍连续两个多月，每天从凌晨两点半开始集中整治城关中心菜市场周边马路市场，劝导菜贩入室经营，明显改善“脏乱差”现象。采用“党建带工建、团建、妇建”的形式，开展“党员奉献日”、“工青妇活动日”等活动，组织全体党员和共青团员在双休日上街参与执法活动，劝导乱抛乱丟等不文明行为，以实际行动增强市民的环境卫生意识。另外，广大党员干部特别是党员突击队在马路市场、跨门面经营等城市管理热点、难点问题整治过程中勇挑重任，无私奉献，有力确保城市管理行政执法评议工作顺利通过，特别是“清洁家园、和谐乡村（社区）”活动得到市委、市政府的充分肯定。

3、开展岗位示范行动。为发挥岗位示范作用，在城管行政执法窗口和违章处理中心设立党员示范岗，努力提升群众满意度。一方面，实行“零距离”服务。行政审批办事窗口优化行政审批程序，落实审批承诺期限制，开展“上门服务”活动，变“群众跑”为“我们跑”，得到办事群众好评。去

年以来，共为群众服务870多次，办理审批事项1641件，实现“零投诉”。另一方面，实行“一站式”服务。违章处理中心公开举报电话8720\_10，受理群众投诉咨询，畅通群众诉求渠道。从去年以来，共受理投诉举报1154件，办理1054件，处理率为％，有效解决了群众诉求困难。

4、开展服务民生行动。强化“以人为本、堵疏结合”理念，实施便民惠民工程，着力在践行宗旨上下功夫，在服务民生上见成效。一是设立便民疏导点。共在玉环公园外，西门、县前社区及步行街等处设立7个流动摊点疏导点，共设臵经营摊点370多个，还在城中花苑、南二路建设银行两个路段设立便民擦鞋点，设臵摊位近30个，切实解决了弱势群体的生活困难。二是推进结对共建活动。结合“心连心”和“双服务”活动，加强与结对联系的村（居）沟通交流，积极排忧解难。如帮助玉峰村开展生态村建设，改善了村容村貌；指导双庙村开展“清洁家园、和谐乡村”活动，并赠送垃圾筒等环卫设备；国庆前夕，组织党员与玉城街道李家小区党支部开展小区环境卫生大清理，重点清理小区的乱张贴、乱堆放及卫生死角，受到群众欢迎与好评。同时，解决了“深化双服务、建设三平台”活动基层反映的“坎门街道办事处及所属18个村、社区要求解决坎门一级、二级环卫资金问题”等两个问题。

5、开展党员温暖行动。注重人文关怀，体现组织温暖，着力增强机关党组织的凝聚力和向心力。如在“七一”期间，组织慰问“心连心”结对村的老党员以及家庭生活困难的党员；在浙江省第14个环卫工人节期间，组织环卫工人体检和慰问活动，特别是会同县慈善总会开展“慈善关爱环卫

工人年夜饭”活动，让环卫工人感受党委、政府的关怀和温暖。此外，组织“创先争优、奉献城管”读书征文及“爱岗敬业、执着奉献”主题演讲赛、“欢度国庆节、共叙中秋情”联欢晚会等文艺娱乐活动，不断培育机关党建文化，激发执法队伍工作热情。

三、下步打算

1、进一步扩大品牌效应，继续在挖掘品牌潜力、丰富品牌内涵、打响品牌口号等工作上做深做细。

2、进一步发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员干部模范带头作用，切实维护党建品牌形象，提升品牌影响力。

3、进一步完善党建品牌体系，使党建工作真正扎根基层、深入人心，促进城市管理行政执法事业和谐科学发展。篇2：品牌建设汇报 \*\*县品牌建设工作汇报

一、目前我县注册商标现状：

在我局的重点培育下，目前全县共拥有注册商标\*\*\*件，省著名商标\*\*件，地理标志证明商标\*件，中国驰名商标\*件，强力推进了我县地方产品的市场竞争力，极大地提升了企业增效、商标增值、地方增名的效果，为促进县域经济又好又快发展打下了坚实的基础。

在注册商标中铸造业\*\*件、食品类\*\*件、医药类\*\*件、加工业\*\*件、化工类\*\*件、商业\*\*件、饲料种籽\*\*件、服务业\*\*件、广告管理类\*\*件。省著名商标食品类\*\*件、药品类\*件、生产水泥\*件、碳素\*件。今年我局重点培育\*\*有限公司的注册商标申报“中国驰名商标”，目前材料已报送国家工商总局。

二、立足服务，创新监管方式，促进地方经济发展。为更好的保护我县农产品特色品牌，促进产业上档升级，进而推动产业链延伸，提升市场竞争力，我局立足职能，加快发展“一村一品”、“一县一业”的特色现代农业体系，以扶持、推广当地农产品龙头加工企业为突破口，创新监管方式，全面提升商标监管服务综合能力，积极探索建立商标服务、指导、培育、维权等一条龙服务机制，以打造具有地域特色的商标品牌为重点，加快推进培育、指导企业商标注册工作。

1、创优服务，加快推进商标注册。在县委县政府的强有力领导和相关职能部门的全力扶持下，我们对我先特色农产品资源进行了全面的调查摸底和论证，专门成立了申报领导组，指定专人，通过上门服务指导帮扶、联点服务亲历亲为、打击侵权保护名牌等措施尽职尽责履行职能，在短短6个月成功注册\*件地理标志证明商标，实现了我县地理标志证明商标“零”的突破，开创了我县农产品商标新局面。

用实际行动扶持本地品牌成为中国驰名商标，是我们局在保护知识产权创新上的又一新举措。20\_年，我们对全县地方特色龙头行业进行了广泛摸底，实地调研企业发展需求后，精心甄选\*\*有限公司争创中国驰名商标，并于20\_年使该公司的注册商标荣获了中国驰名商标，成为我县第一个中国驰名商标。

在商标日常管理工作中，根据企业不同的经营状况，我局实地上门积极鼓励、引导企业制定切实可行的商标战略，帮助企业解决在实施商标战略中遇到的困难和问题。全年及时通知\*户企业在宽展期内办理了注册商标续展工作，为\*户企业及时办理了著名商标续展工作，帮助\*户企业办理申报了省著名商标相关事宜，指导帮助 “\*\*有限公司”完善、递交了中国驰名商标申请资料。

**社区特色品牌工作总结6**

精心组织实施 扎实推进品牌标准化建设

\*\*\*分公司品牌标识标准化建设达标验收

工作汇报

各位领导：

下午好！首先我代表\*\*\*分公司全体干部员工欢迎各位领导莅临分公司检查指导。下面我就分公司品牌标准化建设达标情况向各位领导做汇报：

一、主要工作完成情况

三年来，\*\*\*\*供电分公司深入实施品牌引领战略，以开展品牌传播年活动等为契机，建立品牌建设长效机制，拓宽品牌宣传及传播渠道。分公司在省公司、\*\*公司正确领导和高度重视下，各部室、单位通力合作，基本完成了品牌标识标准化建设工作，使分公司品牌建设不断增强。这些成绩的取得，离不开上级部门和领导的高度重视、大力支持。

（一）高度重视 细化品牌建设目标责任

**社区特色品牌工作总结7**

打造“家在某某”文化品牌推进区域文化繁荣发展

某某区文体局

“文化品牌”是文化发展过程中逐渐形成具有广泛影响力和号召力的精品文化的代言词，具有强大而鲜活的生命力，受到人民群众的喜爱，得到人民群众的拥护，成为政府高度重视、群众乐于参与的文化形象。

近年来，某某区委、区政府以及文化战线同志形成共识：在社会经济快速发展、人民生活水平显著提高的情况下，弘扬主旋律，加强文化建设，提倡百花齐放，坚持为人们群众服务，为某某建设服务，坚持继承和创新相统一，努力打造“家在某某”品牌文化，不断满足人民群众日益增长的精神文化需求。一是有强有力的投入保障机制。区委、区政府工作报告和文化工作会议报告都把建设文化品牌纳入其中，并下拨专款扶持。二是有较完善的组织机制。成立了以为组长、文体局局长为副组长，文艺专家为骨干成员的组织领导和工作班子，贴近某某实际，贴近群众需要，科学规划、精心培育，经过八年多的不懈努力，“家在某某”特色文化广场活动已成为我区文化建设的一大品牌；三是广泛的群众参与工作机制。在我区文化建设过程中，不断综合社区、企业、校园、村镇文化资源，将“家在某某”广场活动建成某某百姓家门口的综艺舞台，群众乐于参与又便于参与，29万某某居民和新市民得以共享一道丰富的文化大餐。

一、“家在某某”特色文化广场活动，成为彰显地域特色的有效载体

某某作为历史文化名城某某的主城区，蕴藏着丰富的优秀民族民间文化资源，经过深入调查研究发现，这些优秀民族民间文化最符合群众的认知方 1

式和审美习惯。因此，我们确立了以“家在某某”特色文化广场活动为主要形式，弘扬优秀民族民间文化为主要内容的文化建设模式。一方面，我们积极组织开展“送文艺、送电影、送科普知识”到村、社区活动，确保每月一场电影，每两月一场文艺演出、每季度一场科普知识讲座，不断丰富和活跃农民群众精神文化生活；同时与镇、街道文化站一道开展群众喜闻乐见的活动。如利用农闲、节日和集市等举办花会、赛歌会、故事会、文艺演出、戏曲票友联谊等活动。另一方面以保护传承省、市非物质文化遗产为契机，充分发掘本地区优秀民族民间文化资源，组织开展传承性的文化广场活动，让更多的百姓了解本地优秀文化，参与文化传承与发展。比如我区蒋乔街道的民间故事、嶂山马灯等是不可多得的乡土文化资源。自年至今，全区和街道举办一系列非遗传承保护广场活动，展示与宣传优秀非遗作品，嶂山马灯曾多次参加省、市非遗表演展示。目前，我区有一项省级非遗保护名录和七项市级非遗保护名录，民间故事还为某某市“《白蛇传》口述文化”成功申报国家级非物质文化遗产保护名录作出积极贡献。

二、“家在某某”特色文化广场活动，成为群众积极参与的广阔舞台

20\_年以来，我区相继组织了“家在某某”社区文化艺术节、“家

在某某”家庭文化艺术节、特色文化广场展演等系列活动。利用重大节日、纪念日举办了“廉政文化”猜谜纳凉晚会、“家在某某”卡拉OK比赛、“红色经典”演唱会、“情系某某，爱在军营”文艺演出、“迎新春”文艺演出等，有力地推动了文明和谐某某的建设。从20\_年起连续三年，区委宣传部、区文体局等部门下发了《20\_年“家在某某”文化惠民方案》、《“家在某某”—庆祝中国\_成立九十周年群众文化活动方案》和《关于开展“家在某某”—20\_年文化惠民活动的通知》，其中特别突出了特色文化广场活动的要求，并纳入评比和表彰。充分体现了某某区在公共文化服务的公益性、均等性和便利性原则。

区文化馆、图书馆和各镇、街道积极行动，主动作为，担当起“家

在某某”特色文化广场活动的主体，为打造“家在某某”文化品牌发挥了积极作用。三年来文化馆开展大中小型特色文化广场活动近50余场，每场演出都能做到节目准备充分，演出质量较高，内容丰富多彩，雅俗共赏，精彩纷呈。图书馆开展广场科普活动15场，特色文化广场活动近40场，某某镇、街道全覆盖，参与群众近10万人次。

目前，“家在某某”特色文化广场活动，成为老百姓喜闻乐见的文

化活动，融入到了人民群众的日常生活中，为全区群众和外来务工人员搭建了一个重要舞台。某某群众既是广场文化活动的参与者，又是广场文化活动的组织者；既是演员，又是观众。在此基础上，群众文化团体和文化志愿者队伍得到蓬勃发展，目前，某某共有个业余文艺团体，涵盖民乐、腰鼓、拉丁舞、排舞、木兰扇„„等门类，共有注册的文化

志愿者名，某某百姓的精神面貌、文化品位得到极大的提高和发展。

三、“家在某某”特色文化广场活动，成为产生优秀文艺作品的一大平台

目前，“家在某某”广场文艺活动是全区群众文艺作品的交流平台，也成为全区推新人、推新作的最佳舞台。在历年活动中，一批批优秀的文艺作品脱颖而出，获国家级奖项个，省级个，市级个，成为某某文艺发展史上历史性的突破。

如：20\_年全区优秀作品参加江苏省第九届“五星工程奖”评比，获得优异成绩。穆源民族学校广场舞蹈《快乐皮筋123》获金奖，某某实验学校舞蹈《我能行》获银奖，宝塔路小学民乐合奏《读书台》、官塘桥中心小学舞蹈《小兵梦》获铜奖；另有两幅学生美术作品获铜奖。另外，官塘桥中心小学舞蹈《打红枣儿送亲人》获江苏省“莲花杯”舞

蹈大赛金奖，中华路小学童声合唱《感谢》、和平街道三茅宫第一社区小品《阳光拆迁就是好》获某某市群众文艺调演银奖，某某区文化馆选送的歌舞《家在某某》和社区选送的节目获铜奖。20\_年，全区将有六个精品节目参加某某市群文调演。“家在某某”文化广场活动，不断提升群众文化活动的层次和高度的同时，也不断创造出具有某某特色的高水平文艺精品，回馈社会，回报群众。

四、“家在某某”特色文化广场活动，成为展现某某良好形象的重要窗口

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找