**新疆交通建设集团股份有限公司市场开发中心**

**“提质增效年”活动实施方案**

2015年是全面深化改革的关键之年，是全面推进依法治国、依法治疆的开局之年，是全面完成“十二五”规划的收官之年，也是交建集团全面改革创新、大力转型升级、顺利实现改制目标，保持持续稳健发展的重要一年，做好今年各项工作意义重大，为确保集团公司2015年目标的实现，集团公司确定2015年为“提质增效年”，开发中心根据4月12日集团公司“提质增效年”专题会议精神及提质增效活动要求，召开了中心提质增效专题会议，对如何提高部门工作效率，增加时效，提高管理的工作进行了着重要求，现结合市场开发中心工作目标，特制定“提质增效年”活动实施方案：

**一、目标要求**

深入贯彻集团公司三届五次职代会“改革攻坚 创新驱动 提质增效”总体要求，全面组织开发中心全员开展提质增效活动，以“提升管理质量、增强工作效能、提高内控执行力、增加企业效益”为主题，以目标管理、绩效考核为主要手段，着力加强全面预算管理、落实岗位职责、提高内控执行力、提高全员开发意识，努力实现开发中心年度目标任务的完成。

**二、活动组织机构**

1、领导小组：

组长：贾季炫

副组长：柳人铭、何定丽、郭丽霞、杨帆

组员：开发中心全体员工

2、职责：

（1）小组组长贾季炫负责确定指导思想和实施方案；全面组织“提质增效”专项活动的有序开展；审定工作小组各项重大决策；组织对活动效果进行综合评估。

（2） 小组副组长柳人铭负责实施方案的整体协调落实；负责实施方案执行过程中的督导；何定丽负责专业技术部，郭丽霞负责省内事业部，杨帆负责省外事业部方案的实施和落实。

（3） 小组各成员为本次专项活动各个部门的第一责任人，参与执行具体任务方案，落实措施。

**三、主要内容**

开展“提质增效年”活动，在坚持集团公司基本要求的前提下，结合开发中心工作实际，着眼于解决存在的问题，明确今年市场开发工作的重点，通过扎实有效的工作，全面提升管理质量、提高执行力，重点在以下三个方面下功夫，努力实现集团2015年新签合同额目标。

一是全力开拓主业市场，以“抓住重点、保证份额、拓展区域、多元发展”的思路，进一步调整经营策略，精耕细化传统市场，创新开发模式，充分调动集团与子公司两个层面的积极性，大力开拓业务市场。

二是稳固新疆市场，自主、大力参与疆内常规项目开发，继续保持本土传统市场占有率稳步增长，同时依托乌市市政高架桥项目及地铁项目，建立长效开发机制，以自主或联合方式大力开发地铁、隧道、市政、民航等领域市场，实现多元发展及区域扩张。并创新市场开发和项目经营管理方式，积极探索以PPP模式进行项目开发与投融资建设。合理划分疆内农村公路、大中修等二级市场。

三是加强省外市场开发力度，科学布局，稳定有序地发展区域市场，维系好人脉关系、保持信息渠道畅通，提高整合资源的能力和应变能力，加强预见性和市场判断力，做好信息公关工作，今年力争在西北、西南等省区实现市场开发工作实质性突破。

**四、主要措施及步骤**

第一阶段：强化宣传教育，提高思想认识（4月25日-4月30日）

主要任务是：1、全面部署。制定实施方案，成立领导小组，召开动员会议，广泛宣传发动，认真组织学习，提高思想认识，全面部署“提质增效年”的各项工作安排。进一步明确指导思想、工作目标、方法步骤和工作要求。

2、强化学习。通过集中培训、自学、交流学习体会等形式，组织开发中心全体员工认真学习《新疆交建集团“提质增效年”活动实施方案》及《市场开发中心“提质增效年”活动实施方案》，通过学习，进一步统一思想，提高认识，使全体员工深刻认识“提质增效年”活动的重要性和必要性。

第二阶段：突出重点活动，增强工作效能。从提高部门管理质量、提升工作效率、创新管理思路、严格执行内控制度、实行部门预算管理、节约部门费用等方面增强工作效能。按事业部、专业部部制落实实施方案（5月1日-10月30日）

**（一）专业技术部**

**一、加强培训，提高员工素质，提升工作效率**

**（一）、《市场开发中心2015年第一期员工培训方案（ 简称“153”培训方案”》：**

为了建立和完善开发中心人才培养机制，通过制定有效的人才培养与开发计划，合理地挖掘、开发、培养后备人才队伍，以便建立开发中心的人才梯队，为开发中心可持续发展提供智力资本支持。同时，为了加强“师带徒”专业技术人员的培养和管理，促使“师带徒”专业技术人员在与之相适应的岗位上充分发挥作用，从而提高“师带徒”的整体水平，使“师带徒”活动管理制度化、科学化，为公司可持续发展提供人才保障，结合开发中心实际情况，制定并从五月份开始实施《市场开发中心2015年第一期员工培训方案（ 简称“153“培训方案）》。

I、实施方法：凡新进员工必须接受9个月的岗位培训：按部门发展状况、工作环境及程序，培训采用“1、5、3”形式，即理论知识培训1个月，专业技能培训5个月、情商培养3个月。老员工根据人员定位，参加专业技能培训、情商培养。理论知识培训主要采取集中授课、普通讲座、观看光碟的方式。

II、考核评估

1、考核的形式

培训考核是培训领导小组按规定的程序对新员工的政治思想、工作业绩和专业技术水平等进行的综合测评；培训工作目标指标考核（专业技术水平、技术能力和综合素质培育的考核）、培训负责人综合评价（工作态度、工作能力、工作业绩的考核）两个方面组成。考核的对象是新员工，通过对新员工的考核来体现培训的效果。

2、考核的时间和方法

坚持日总结、周评价、培训期满鉴定制度。

**（二）、《市场开发中心人员轮岗交流工作目标责任书》：**

为保证集团公司人员发展战略目标和综合型人才培养的实现，充分调动轮岗交流人员的积极性和创造性，快速提升人员综合能力，使人员成为同时具备项管与开发的复合型人才，进而提高企业的核心竞争力，制订并实施《市场开发中心人员轮岗交流工作目标责任书》。

I、实施方法及考核

1、按以下步骤“计划→实施→评估→考核结果（推进和实施）”步骤实施轮岗交流培训工作目标任务。

2、成立考核评估小组。在考核期间，乙方按目标责任书要求按时提交交流工作培训总结。在考核期末，由乙方回顾考核期前制定的目标考核计划，做出考核期的工作总结；乙方所在项目部出具乙方在项目实施期间的年度工作评价。

**二、制定管理新制度，创新管理思路**

**（一）、《市场开发中心工作任务单制度》：**

为提高市场开发中心的工作效率，便于任务双方能完全清楚任务要求、目的，及时、准备的完成工作任务，同时有效杜绝任何人以借口拒绝、推拖工作，不履行工作职责的行为。制定并实施《市场开发中心工作任务单制度》。

I、实施方案

1、实施一任务一单据方式。

2、下达工作任务时必须清楚写明任务内容、完成时间、完成标准、执行人及本人签名，按统一格式编制，一式两份。工作任务完成后，要填写好工作完成情况及完成时间，由工作接收人进行工作完成情况验收及签名。将《工作任务单》交由任务下达人，按规定工作任务及完成时间，对完成情况进行督查。

II、考核

《工作任务单》是考核员工工作态度、工作能力进行绩效考核的重要依据，《工作任务单》的承接及完成情况纳入员工月度考核中。

**三、落实部门管理办法，提高管理质量**

**（一）、《市场开发中心标书评价及改进管理办法》：**

为优化市场开发中心的投标管理工作，加强过程管理，促进投标（资审）文件质量的提高，推进评价工作的持续改进，强化开发人员的责任感，提升集团在市场的核心竞争力，制定并实施《市场开发中心标书评价及改进管理办法》。

I、实施方案

1、市场开发中心成立评价小组，主要包括：组长、组织委员、成员。

2、方法：

组长主要负责按一标一评价原则组织评价会议。组织委员负责及时提醒、通知、组织评价会议并做好记录，对评价意见及措施进行存档备案。受评价项目负责人负责提供评价资料、依据。成员按时参加评价会议并提出改进观点。

II、考核

评价资料做为月度个人绩效考核依据。

**（二）、《市场开发中心员工考核管理办法》**：

为确保部门考核工作的有效推进，规范考核工作的管理，结合《集团公司员工绩效考核管理办法》，制定并实施《市场开发中心员工考核管理办法》。

I、实施方案

1、目标管理考核主要以员工在被考核时间内工作职责、工作计划完成情况以及在此期间的工作成绩与表现为依据，制定可行的《员工考核评审表》，量化工作，坚持客观、 “公平、公正、公开”的原则。

2、考核周期与考核时间

每月进行小结考核，年终进行总体考核。

**（二）、《投标保证金退还管理办法》：**

为了有效配合财务管理中心及时将投标保证金退还，缓解集团资金压力，制订并实施《投标保证金退还管理办法》。

I、实施方案

1、投标保证金退还办理原则：本着谁做的项目谁负责。

2、每月三十日开发中心安排专人负责跟财务对接保证金退还情况，并统计成表，通知相关人员及时办退保证金。并将统计资料报开发中心负责人处。

II、考核

保证金的回收情况纳入月度及年度考核。

**（三）、《市场开发中心周例会制度》：**

为加强部门内信息沟通，提高工作效率与管理水平，结合本部门实际，制定并实施《市场开发中心周例会制度》。

I、实施方案

1、周例会时间：每周一上午11：00

2、周会由开发中心专业技术部部长负责组织召开，开发中心副总及本部门全员参加，必要时可邀请其他相关人员或接受提出申请的其他相关人员参加。

3、周例会主要内容：一周工作总结；下周工作计划；重点、难点、热点问题探讨。

4、主持人指定人员负责做好周会会议纪录，要求会议记要当天完成，并在会议纪要后附例会签到表。

II、考核

周例会将作为员工月度考核中的重要项来衡量，直接与员工的绩效工资挂钩。

**（四）、《开发工作管理办法》第四章“资质管理”**

为有效控制资质使用过程中的潜在风险，增强企业风险预控能力，疏理、修订集团与子（分）公司、子（分）公司与子（分）公司之间的资质使用管理制度，从而保障集团、各子（分）公司科学良性发展，预控企业上市期间经营风险，增强企业形象、诚信，为集团的整体上市做好有效的推动工作。制定、修订并实施《开发工作管理办法》第四章“资质管理”。

1、开发中心因业务需使用资质证书、营业执照等一切对外资料时必须经主管经营开发副总经理审批后方可办理，并不得外借，否则，由此给企业造成不良后果或经济损失的，将追究当事人行政和经济责任。

2、资质证件只限于指定工程项目的投标使用，不能超出使用中的范围，用后应及时归还。市场开发中心对外借出的各类证件要逐项登记，并对使用情况跟踪检查，并应定期向主管副总经理汇告。

3、对外开出的所有证件的复印件必须盖单位公章，并盖有“投标专用，复印无效”或“仅限（某一项目）使用，再次复印无效”的印章，且进行登记后方可使用。

4、根据工程特点或投标需要，各子（分）公司确需以集团公司名义或集团公司所属其他单位的资质投标，必须根据工程项目投标申报制度填报《工程项目投标申报表》上报市场开发中心，并遵循调配原则，服从统一协调，参与投标。

**四、积极配合其他部门工作，提升服务质量**

积极参与、切实做好项目标后会审工作，以投标前期项目成本为基础，进行横向对比，分析差异点，保障项目标后的科学性、准确性，做好项目全过程的成本闭合工作，并根据项目的标后情况及时更新开发中心经济标基础资料。

**五、及时更新投标资料库，增强工作效能**

1、商务标模板更新

商务部积极与相关部门对接，及时完善、更新企业证件、企业业绩、人员证明、财务报表等商务标资料，完善商务标模板，提高标书制作质量和效率。

2、技术标模板更新

技术部积极与企业技术中心专家办对接，对不同类型技术投标资料进行收集整理、定期更新，建立相应的分类资料台账，形成不同工艺，施工方法的投标模块。降低标书的出错率，提升标书制作质量和效率。

3、经济标基础资料完善、更新

做好基础工作，通过复核工作量、现场考察、业主质疑、编制投标预算、标前会、通过市场询价、同行业比较等一系列工作，确保投标报价基础资料的准确性。

随着新的《招投标实施条例》的颁布实施，对于投标人的组织、实施、决策等投标行为进行了严控和约束，对于投标人标书的编制要求更加严格。如：投标人报价呈规率性差异即视为串标，这对大型项目运作时的投标报价工作要求更高了。因此，经济部根据所投标项目数据，分类汇总，建立投标报价基础数据库，为参与各类投标项目提供依据，降低经济标文件出错率。

对于开标项目，及时对开标记录进行分析、总结，为投标报价储备基础数据资料，以便更准确的分析竞争对手报价水平。

**（二）省内事业部**

**1、完善招标信息查询制度，提升工作效率**

目标：确保及时掌握各领域招标信息

实施方法：制定并实施招标公告查询制度，每月由专人负责查询各领域招标信息发布网站，按要求将已查询招标信息记入《招标公告信息查询汇总表》，满足集团参与条件的填写《招标公告查询信息审批表》，由部门负责人审批。

目标落实：每月由信息查询负责人统计汇总查询公告的数量及批准参投的项目数量，部门主管负责检查落实完成情况，并将结果纳入员工月度考核范畴。

2、**加强团队文化建设，培养团结高效的开发队伍，提升工作效率**

目标：不断提高组织员工之间的协作精神，释放压力，调整[思维方式](http://baike.baidu.com/view/664766.htm)和工作模式，及时发现问题，解决问题以营造和谐、蓬勃发展的团队。

实施方法：专人负责文化建设，具体包括：（1）根据实际情况和工作计划，市场开发中心以建设“学习型、互动型”团队为出发点，将团队活动常态化，每月组织员工进行“AA经济制度”的团队活动。（2）完善文化墙维护管理办法，专人负责办公区域文化墙维护。

目标落实：由部门主管按月检查落实文化墙更新情况，并将结果纳入员工月度考核范畴。

**3、完善《市场开发中心信息报送管理办法》，着力信息宣传工作，提高管理质量**

目标：为了切实保证集团网站及微信平台的正常运行，充分发挥网站及微信平台的宣传作用，确保市场开发中心信息的及时有效报送。

实施方法：修订了《市场开发中心信息报送管理办法》，成立了信息报送领导小组，要求每人每周一篇稿件任务，稿件内容由部门负责人把关审核。网站信息负责人每周统计信息报送数量及发表数量，每周按时将合格稿件发送至网站信息管理部门。

目标落实：各部门负责人及时审核稿件内容，网站信息负责人每月将稿件完成情况统计汇总，并将结果纳入员工月度考核范畴。

**4、按照“计划→实施→评估→考核结果（推进和实施）”步骤组织子分公司绩效考核小组对子分公司进行绩效考核，提高管理质量**

目标：顺利完成年度绩效考核工作

实施方法：与财务管理中心及子分公司紧密联系，每月要求子分公司上报新签合同额、产值、利润完成情况，及时掌握集团及各子分公司上述指标完成情况，为集团领导决策提供依据，过程中考核评估子分公司绩效考核指标完成情况，年底按照目标责任书对子分公司进行绩效考核。

目标落实：每月统计落实子分公司生产经营性指标完成情况，年中召开绩效考核评估会议，年底组织绩效考核领导小组对子分公司进行绩效考核，召开绩效考核大会。

**5、加强信息公关工作，创新管理思路**

目标：做好开发的基础工作，资源上要维持好人脉关系、保持畅通的信息来源渠道、外联资源的储备。

实施方法：（1）及时与相关部门沟通，了解项目信息，及时掌握工程动态，做好投标工作，将上述单位根据业务领域分解至子分公司及开发中心具体员工，责任到人，责任人每周至少联系一次，并将联系事宜记录。

（2）积极拓展经营网络，开发中心在维系好原有经营网络关系的同时，根据工作要求和评标办法，积极开拓新的经营网络。同时，了解其他省份的评标办法。

（3）一如既往地支持子分公司做好市场开发工作。组织子分公司成立疆内大中修市场开拓领导小组，有步骤有目标的参与疆内二级市场投标。

**6、建立长效开发机制，以自主或联合方式大力开发地铁、隧道、市政、民航等领域市场，实现多元发展及区域。**

目标：力争新领域市场有所突破

实施方法：（1）积极主动的最大程度发挥地域和资源优势，通过引荐、拜访等多种沟通渠道，建立经营网络关系，及时捕捉项目信息，提早介入、提早谋划、持续跟进，本年度力争要筛选出一个疆内民航项目作为试点项目，锻炼并提高团队的市场开发能力。

（2）每天专人负责查询各领域招标信息发布网站，及时了解项目信息。

（3）加强专业知识的学习，提高领域市场竞争力。

**7、强化部门预算的管理，节约部门费用**

目标：通过提高预算编制水平，对各项计划目标做出合理安排，增强市场开发预见性，避免盲目行为，确保各项经营开发目标的实现，全面提高部门管理水平和经营开发效率，实现企业价值最大化。

实施方法：（1）进一步统一思想，提高认识，增强部门预算编制的合理性、规范性。

组织部门预算员向财务管理中心学习、了解相关法律法规，进一步提高对部门预算编制的认识，严格按照集团公司预算管理的有关规定，积极与财务管理中心相关部门协调沟通，在编制部门预算时，根据上一年度预算执行情况和本年度预算变化和单位实际情况等因素，科学、合理、规范、细化编制部门预算。

（2）进一步提高部门预算执行的严谨性

加强对预算支出的管理，严格执行预算管理制度，不得擅自扩大支出范围、提高开支标准，严格执行预算支出、真实反映本部门财务支出情况。

规范全面预算管理，提升全员预算控制意识，在开发中心内部推行一系列节能减耗的措施，以达到节能增效目标。

（3）部门之间往来文件双面打印，内部使用资料利用单面使用过的纸张打印，除非特殊要求，不使用彩色打印，专人管理办公用品，所有办公用品的领用需登记台账。

（4）优化业务招待费的管理

a、业务招待费按照必要、小额、合理的原则使用。

b、业务招待费的使用，严格落实业务招待费审批权限，按照《业务招待申请单》先请示，经相关领导审批后使用。

c、报销招待费发票时必须加附费用申请单（电话请示的需事后补单），同时需在报销单备注栏说明招待人员、事由及日期。

d、业务招待费的报销原则上采用一事一清，在业务招待活动完成后三日内，报销所有票据。

目标落实：预算负责人按季度与财务管理中心负责人对接，对比预算与部门实际发生费用情况，及时调整预算。

**8、积极推进升特工作，提高工作效率**

目标：今年完成升特资料报送工作

实施方法：（1）协同发展规划部定期落实升特资料的准备情况

（2）积极与设计公司及财务管理中心对接，督促其按时间节点完成升特资料的准备工作。

（3）根据升特资料准备的完成情况，适时召开专题会议

（4）升特资料准备完成后请专家初步审查资料的完整性。

目标落实：专人负责、过程督促、横向沟通、及时汇报、解决问题、上报资料。

**（三）省外事业部**

**1、加强省外招投标信息的获取,提升工作效率**

目标：及时获取各省项目招标信息，能够针对招标项目做好分类、筛选、跟踪、分析、评估、上报、反馈工作，为领导决策是否参与项目投标提供依据。

实施方案：

（1）通过与中心其他部门的业务联动，通过“中国采购与招标网”、各省交通厅网、项目监管网、公共资源交易中心网获取各地区最新招投标信息，经初步筛选后，对企业满足要求的项目做登记汇总，填写招标公告查询信息审批表，并报中心有关领导审核批准后参与。

（2）通过与省外战略合作企业的信息资源共享，了解其他省份近期或年度的公路项目招投标计划，并从中初步筛选符合企业参与条件的重点项目，报中心有关领导研究、审批后，作进一步推进、跟踪。

（3）通过与省外公路行业相关部门、单位的业务对接，拓宽公路项目招投标信息获取渠道。

考核标准：每日招标信息查询完毕后填写市场开发中心招标公告查询记录表，并将查询结果纳入市场开发中心月度考核。

**2、加快人才队伍的建设, 提升工作效率**

目标：通过招聘优秀人才，加大开发人员的培养力度，坚持岗位锻炼和轮岗交流，打造一批适合省外市场开发的复合型人才和优秀团队。

实施方案：

（1）统筹规划，合理配置

对人才团队建设进行统筹考虑，定期研究人才团队建设的相关工作，适时做出战略规划、调整和推进部署，确保人才团队合理安置和科学分布。

 （2）发挥既有，适度引进

立足既有人才资源，制定合理流动机制，加大培养开发力度，不断提升整体素质，做到人人皆为人才，人人皆可成才。同时，根据需求适度引进大学毕业生，以及其它急需、短缺人才，把好人才入口关，保证人才团队人员数量，使人才团队从年龄、知识、专业结构等方面得到逐步优化，人才团队适应力不断提升。

（3）人岗相匹，服务发展

坚持把适合的人选用在适合的岗位，做到人尽其才，才尽其用，通过用好人才充分调动工作积极性，进一步推动现实工作，服务于部门的发展，使团队人员整体素质得到提升，能够满足现实工作的需求，适应企业长远发展的需要。

（4）整合优势，协同共为

结合全中心人才优势，通过新老员工的传、帮、带活动和年度培训计划，使每名员工综合素质和业务能力得到整体提高，对难点、重点工作，整合中心全体人员，群策群力、共谋献策，提高各项工作的时效性。

（5）人员培训

新招聘人员统一参加市场开发中心的“一五三”培训，即理论知识培训1个月，专业技能培训5个月、情商培养3个月，有工作经验的人员参加专业技能培训、情商培养等。通过培训，学习、认识、了解、掌握集团公司的战略规划、企业文化、市场开发工作的重要性、企业各项管理制度、部门职责、工作流程、行业相关法律法规、投标文件编制方法、市场开发工作的思路理念、人际关系处理、人脉关系建立维护等。

考核标准：统一参加市场开发中心组织的考核，对专业技术水平、技术能力和综合素质进行考评。

**3、加强省外监管项目管理力度,提高管理质量**

目标：确保省外项目工程质量优良、进度可控、无安全生产事故发生，维系好与业主的关系，加强风险防控，努力扩大企业知名度，提升企业品牌。

实施方案：

（1）省外项目每月30日前按时上报当月工程月报、下月资金使用计划、考勤表，以便随时掌握项目的施工动态，确保项目始终处于可控状态。

（2）对企业外派的项目管理负责人，在进场之前，由部门组织对其做简单的培训和注意事项要求，并签订承诺书，确保进场后始终能够客观、公正、公平的开展各项工作，协调好多方利益和我方声誉，同时为二次开发提供必要的条件和基础。

考核标准：每月30日前按时上报工程月报、考勤表、项目进度情况、次月资金使用计划、质量安全等方面存在的问题，对于未及时上报的行为纳入市场开发中心月度考核。

**4、加大省外投标项目标书检查力度，落实部门管理办法，提高管理质量**

目标：提高省外投标项目商务、报价文件的通过率，提升投标文件编制水平、开发人员的工作责任心、企业在内地市场的知名度。

实施方案：

（1）省外合作项目的文件编制人员应认真研读招标文件，同时向合作方索要文件编制注意事项，确保文件编制内容符合招标文件要求。

（2）编制投标文件前应根据招标文件要求出具投标文件检查表，文件编制完成后按检查表要求进行自查。

（3）省外自投项目文件编制完成后，文件编制人应按照投标文件检查表要求认真自查，自查完成后商务文件应在开标截止日前3天交由省外事业部负责人审核，同时提供投标文件检查表查验。报价文件由专业技术部部长或其指定的专人检查，如商务、报价文件审核不通过，其行为纳入市场开发中心月度考核。

考核标准：对于未编制投标文件检查表，商务、报价文件审核不通过的，其行为纳入市场开发中心月度考核。

**5、加大省外市场开发力度，创新管理思路**

2015年国家继续加强宏观调控，全国范围内公路建设市场萎缩。一部分计划开工的项目由于资金和程序性问题未能启动，市场形势严峻。为实现集团发展的新跨越，改变集团公司客户单一局面，增加企业业绩，扩大企业知名度，为上市创造有利条件，我们计划加大省外市场的开发力度。

目标：努力完成2015年年初制定的省外市场开发任务

实施方案：

（1）积极与省外兄弟单位沟通，借助资源优势，主动接触行业相关管理部门，获取各省项目信息，通过分析、调研确定适合我们参与的重点项目，持续跟踪，通过自投或合作方式争取有所突破。

（2）对于市场保护主义较强、人脉资源较少、硬件要求较高区域（如江西、贵州、湖南、安徽、广西等）的项目，采取与当地强势企业联盟合作形式参与市场竞争。针对地方保护主义不明显，企业硬件达标且有一定人脉资源区域（如内蒙、河南、四川、青海、甘肃等）的一些重点项目，自主参与项目投标，力求有所突破。

（3）划分开发区域，将青海、甘肃、陕西、河南、云南、福建、广东、内蒙等省份按地域进行划分，派专人进行开发。通过拜访当地强势施工企业、业主、代理、设计院等，建立人脉关系，做好开发的基础工作，重点参与高速、一级、二级及大型农村公路项目。

**6、强化部门预算的管理（参照省内事业部实施方案）**

第三阶段：全面总结，巩固活动成果（12月1日-12月30日）

这项活动重在对开发中心各部门提高执行力、落实重点工作等方面进行全过程监督考核，执行月度“提质增效”会议总结，落实整理总结完善活动方案及实施细则，并于年终活动结束时，“提质增效年”活动领导小组将按照事业部为单位组织考核验收，全面总结活动成效，考评考核结果将作为2015年度绩效考核考核、评先评优、选拔任用的重要依据。

二〇一五年四月二十二日