# 合作意向书示例(3篇)

来源：网络 作者：夜幕降临 更新时间：2024-08-23

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？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。合作意向书示例篇一一、...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？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。

**合作意向书示例篇一**

一、公司简介

二、项目介绍

三、价值理念

四、权利义务

五、合作方式

目 录

一、公司简介

沧州汇通装饰装修工程有限公司(以下简称汇通公司)成立于20\_\_年8月21日，注册资金500万元，于20\_\_年12月24日又成立沧州汇通通信工程有限公司(以下简称汇通公司)，注册资金1005万元。员工近百人，有专业施工队伍8支，并收购山东省乐陵市丁坞镇的360亩窑地与其进行合作开发。

公司在董事长的领导下，实行垂直管理模式，董事长负责制，下设综合人力资源部、财务部、工程部、设计室、市场部、采购与库管存管理部。

公司经营范围：通信系统工程服务、楼宇设备自控系统工程服务、计算机网络系统工程服务、计算机系统集成服务、保安监控及防盗报警系统工程服务;批发、零售;办公用品、计算机耗材。

二、项目介绍

1、项目名称：大和庄电子商城

2、项目构想：商城共四层，底楼是品牌区，二楼为散商区，三楼是小商品以及维修售后区，四楼部分是管理区，地下室是停车场和超市，在我们商城北部规划成快捷酒店，南楼是大型的商务写字楼，周边门市多以通讯店、电器店、企事业单位营业厅构成，形成浓烈的商业氛围。

3、招商范围：以电脑软硬件、电器、通讯产品(其它与电子相关产品)以及售后服务四大体系组成

4、管理理念：商城成立后，将设市场管理部、市场营销部、市场策

划部、高新科技部及旗下分公司。电子城注重品牌效应，维护商户利益，以质量、信誉、服务为根本，将商户统一管理，定期培训，以高素质、高标准，实现双方共赢。

5、优惠政策

a、 三星、联想、戴尔等知名品牌售后设在四楼并实行优惠政策;

b、营业时间至晚九点完全颠覆沧州电子商城营业模式，为上班族以及白天工作繁忙者提供服务便利;

c、对新型电子产品或享有港澳台、国内外专利产品我们可提供创新补贴或减免租金等优惠

6、战略目标：汇通公司是要打造出沧州的电子品牌园地，三年巩固，拉住客户，稳扎稳打，步步为营;十年发展，借助商城平台不断扩展业务，站在科技前沿，网络人才，大胆尝试;二十年腾飞，以雄厚财力、物力和人力上升为城市知名科技地带，树立起沧州科技中心旗帜，乃至全国科技中枢。

三、价值理念

沧州市运河区大和庄是沧州市迄今拆迁户数最多、拆迁规模最大、社会各界关注度最高的改造项目，同时也是沧州市以及运河区的重点民生工程之一，建成后这里会是一个集居住、商贸、娱乐、办公、教育、医疗于一体的功能设施齐备、业态分布合理、人文环境和谐的现代化高尚社区。这里将成为沧州新城中心，为狮城增添一张靓丽的城市新名片，创造一个具有示范和标杆意义的沧州市旧城旧村改造的新

典范。考虑到地缘文化和城市人民地标熟悉度，我们不仅把电子城命名为“大和庄电子商城”还会为这里原住百姓提供在大和庄电子商城里优先录用的工作机会，社保福利待遇优厚。这里的百姓朴实、忠厚、善良、这里的交通便利、商业聚集人文情怀浓厚，我们围绕着高、新两字建立起大和庄电子商城，这一定会成为沧州科技中心的标杆榜样。

四、权利义务

1、汇通公司权利义务：享有对大和庄电子商城的统一经营管理和物业管理的权利，对管理范围的场地、设备、设施、环境卫生、治安消防、经营秩序及各项经营活动等事务全权实施管理,维护大和庄电子商城的正常运行。

2、大和庄村委会权利义务：配合汇通公司的管理及整体业态的统一规划、统一布局,商城商户应服从并配合汇通公司的统一管理以及组织的促销活动,维护大和庄电子商城的整体形象。

五、合作方式

1、汇通公司和大和庄村委会双方为达成战略合作意向，本着自愿、 诚实、互利的原则，在友好协商的基础上签定合作意向，共同严格履行

2、汇通公司通讯地址： 沧州市运河区黄河西路冀春大厦802

开户银行：沧州银行股份有限公司车站支行

账户：

联系电话：传真：2178688

大和庄村委会通讯地址：

开户银行：

账号：

联系电话：传真：

3、付款方式：电汇、支票、银行转账(对公账户)

4、本协议双方签字盖章后正式生效，一式两份，双方各执一份，如有补充内容，双方应协商后修订。

5、如有纠纷，协商不成的任何一方可向沧州市当地法院起诉。

沧州汇通通信工程有限公司：大和庄村委会 ：

签字盖章签字盖章

时间时间

**合作意向书示例篇二**

意向书

融资项目合作意向书样本

发布时间：20xx-11-26 23:11:28 来源：意向书 手机版

甲 方: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称甲方)

公司地址 : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话 : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 传真: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮 编: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

外 方:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(以下简称乙方)

公司地址 :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系电话 : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 传真: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

邮 编: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方经友好,坦诚协商,就甲方“ ”的

建设项目投中小企业融资合作事宜，达成共识如下：

公司名称： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (暂定)

二、公司注册地址 :\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

三、项目总投资 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元, 注册资本\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元

甲方投资 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元, 乙方投资\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元

四、甲方建设项目需提供的投中小企业融资总额约为\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_万美元。

五、甲,乙双方拟共同成立合作公司,乙方拟以现汇作为合作条件;甲方拟以项目的土地 ,固定资产和未来收益作为合作条件。乙方所提供的建设资金分批进入中外合作公司的外汇账户后 ,使用期为 15 年,前 3 年为建设期,建设期内免本息。从第 4 年底开始 ,甲方每年按 12 %的保底利润支付乙方红利,连续 12 年,到期不再还本息。融资项目合作意向书样本

六、使乙方所提供的资金安全进入和汇出,双方就成立“中外合作公司” ，设立“外汇账户”。

七、乙方负责提供申办合作公司所需的有关证明材料，甲方负责在当地办理申报，立项，注册等一切相关手续。双方保证提供给对方的材料是完整的，真实的，有效的。

八、甲方企事业用于抵押的企业的资产及建设项目，需根据中华人民共和国担保之规定，需 项目担保 ，作为与乙方的引资条件，若由于任何不确定因素造成不能按时将利润支付给澳方的，乙方有权接管合作项目的经营权，直至收回投资后，将项目的经营权归还甲方。

九、甲方建设项目的未来收益，需按中华人民共和国合资合作法规定由双方认可的评估或谁机构进行分析评定和投资风险的估算后，作为乙方风险投资的依据。

十、中外合作公司成立后，乙方不参与今后合作公司的一切经营活动，也不承担合作公司的所有法律与经济责任，只负责提供资金的监督使用和调配。合作期满后，乙方无条件退出，合作公司及全部甲方所有。

十一、甲,乙双方在引资合作过程中所产生的有关前期动作费用,境内部分由甲方垫付 ,境外部分由乙方承担。

十二、由此合作意向书所涉及的甲方与第三摩肩接踵经济关系及连带责任关系, 均与乙方无关。

十三、乙方资金到位同时,按实际到位资金的\_\_\_\_\_\_\_ % ,甲方支付第三方( )一次性中小企业融资咨询服务费用。

十四、本合作意向书,由双方代表签字后确认。

十五、本合作意向书一式二份,双方各执一份。未尽事宜,双方另行协商。融资项目合作意向书样本

中方: 外方:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**合作意向书示例篇三**

一、前提

内蒙古威林酒业经过长期积淀，现以扎旗二锅头为主打的酒类产品已在内蒙古西部区市场占据一席之地，在市场份额持续上升的良好势头下，威林酒业本着专业、专注的长远发展理念，继续深耕产品开发，同时计划向市场进一步发力，利用更精准有效的市场营销方式维护与提升品牌形象。

经双方深度沟通，威林酒业已与青叶文化达成初步合作意向，针对威林酒业的需求，现我公司特提交市场营销合作意向书一份，以促进双方合作，以下为针对威林酒业产品、品牌运营的框架计划。

二、服务项目

环境分析

1.外部环境

通过自然环境、人口环境、经济环境、法律环境、科技环境、社会环境等因素分析企业的发展空间;

2.内部环境

通过企业文化、合作商、消费受众、竞争者等因素分析产品的成长空间。

swot分析

1.优势 ：分析企业自身和产品的竞争优势，强化企业和产品的核心竞争力;

2.劣势 ：从整个价值链的每个环节上分析企业与产品的竞争劣势，规避弱项竞争，突出强项;

3.机会 ：针对产品目前在国内及本土的受众认可度及市场空缺程度进行研究分析;

4.威胁 ：针对竞争对手现状、市场同类产品现状、行业政策现状、客户偏好现状等指标进行市场分析，确定产品营销角度。

stp战略制定

1.市场细分

根据购买者对产品或营销组合的不同需求，将市场细分为若干不同的顾客群体，明晰细分市场轮廓;

2.目标市场选择

根据地理区域、消费行为、人文因素、利益因素进行细分市场来定位目标市场(即消费受众);

3.市场定位

结合企业自身的实力及市场现状合理确定经营目标，为产品树立特定形象，在消费受众的心目中为公司的品牌树立重要位置。

竞争战略制定

1.源产地优势战略

2.产品差异化战略

3.快速渗透市场战略

市场营销目标制定

1.市场份额目标制定

2.销售收入目标制定

3.产品知名度、美誉度目标制定

4p策略制定

1.产品

以产品功能诉求为首要，注重开发功能，打造产品独特卖点;

2.价格策略

根据不同市场定位，制定不同价格策略;

3.渠道策略

设计直销及分销模式，建立针对消费受众及经销商的科学销售体系;

4.销售策略

(1)推销

建立销售队伍、销售人员培训及管理;

( 2)品牌推广

利用各种长期持续性信息传播手段刺激消费者购买欲望，促进产品销售，实现营销目标;

(3)公共关系

常态公关：进行持续性形象灌输及品牌影响，强化消费受众认知及认可程度;

危机公关：针对企业及产品所遇到的特殊危机情况进行公关工作，最大化减少品牌负面影响，并借机进行二次宣传。

互联网端营销及销售计划：

1.b2b销售渠道建立

b2b模式是电子商务中历史最长、发展最完善的商业模式，也是企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换，威林酒业可通过我方的研究分析选择适合企业自身情况的b2b销售渠道;

2.b2c销售渠道建立

b2c的网购交易市场规模占比从20\_\_年的25.3%到20\_\_年的45.8%，截止至20\_\_年，中国网络购物市场交易规模较去年同期增长36.2%;从网络购物市场结构分析，b2c占比达到51.9%;

3.c2c销售引流渠道建立

目前国内的c2c的最佳参考样本为淘宝，20\_\_年度b2c市场占比反超c2c后，b2c市场占比仍将持续增加。而c2c市场具有市场体量大、品类齐全的特征，未来也仍有一定的增长空间;

4.o2o销售渠道建立

o2o电商形式在经历几年洗牌之后，发展潜力及市场影响力趋于快速增长至稳定状态的业务形态为主流团购网站(美团、百度糯米、窝窝团等)，同时涌起的o2o企业，还有海客乐、极食网等全国性食品类销售网站以及本土的利客、倍全、阿里婆婆等区域性网站。威林酒业的产品可实现与团购网站的产品进行战略捆绑，并可考虑入驻以上区域性及全国性食品销售网站;

5.c2b销售渠道建立

先有消费者提出需求，后有生产企业按需求组织生产。通常情况下体现为消费者根据自身需求量身定制产品和价格或主动参与产品设计、生产和定价，满足消费者的个性化需求，生产企业进行定制化生产。此类互动型销售可单独策划执行，也可与b2c平台结合进行;

6.众筹销售渠道建立

与京东众筹、淘宝众筹、苏宁众筹等第三方众筹网站对接合作，将产品进行快速曝光及预售;

7.微信微博推广渠道建立

微信用户数量庞大，目前市场上的绝大多数产品的微端基本上都基于微博、微信上的营销推广实现吸粉聚粉，最终达到销售目的。将消费受众进行线上聚集后，无论外部电商平台如何变化，都不会影响到自己的品牌、客户和产品的销售;

8.营销型官网建立

虽然人们对官网的认知越来越薄弱，但只要身在互联网时代，官网就是不可或缺的。如已有企业官网，可考虑将现有官网打造成营销型官网，通过pc端、移动端和微信端实现三网合一的营销。通过seo将推送的关键词优化到首页，当消费受众在搜索酒类相关信息时，威林酒业官网便可排名优先，通过官网建立消费受众对企业及产品的了解和信任，实现有效传播;

(手机应用程序)入驻渠道建立

因app研发及推广费用极高，且使消费受众形成使用习惯的周期过长，故不建议自主开发app，但可考虑对接各类主流商城的app及垂直类目的app进行切入。

10.全网营销推广

自媒体营销、微信营销、热点营销、视频营销、搜索营销、门户专题推广、新闻营销、精准推广、社媒营销等。

无论是pc端还是移动端平台，都是品牌推广、产品销售的基础，在完成数据分析后针对威林酒业的产品进行分析，选择性价比最高的平台进行优先推广，精准搜寻受众客户群体，为产品形象打下扎实基础，最终建立全网营销的生态体系。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找