# 2024年商铺招商方案(十九篇)

来源：网络 作者：诗酒琴音 更新时间：2024-09-05

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**商铺招商方案篇一**

广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会，简称经贸勤俭，以为学院学生，提供一个服务平台与心灵家园为宗旨，积极协助勤工俭学生的生活学习。

我们有一个专门的人才库，运行高效合理，可以为这次\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛召集许多人才，提供许多优秀的公益活动方案。

经贸勤俭的口号是:strivefordreams!一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:20\_\_年11月，响应学院\"学会感恩、学会感动\"的精神，组织了经贸学院\"情暖心灵,感动广外\"班级感恩文化建设系列大赛，引起了校内外广大的关注，且该活动以每年一届的形式开展至今。20\_\_年5月经贸勤俭与国泰君安证券有限公司、中国人寿广州分公司、中德安联人寿保险有限广州分公司、美国友邦保险有限公司广州分公司、建设银行等十多家公司和机构合作，举办一场广外大实习兼职招聘会，为勤工俭学的同学们提供实习兼职岗位，落到实处，帮助到有需要的同学。20\_\_年11月，顺迎经贸学院第一届校友会的成立，协助学院举办\"对话企业高层--论当代大学生所需素质\"的经贸校友论坛，邀请了包括美国总统圆桌会议议员徐耀良先生等经贸学院尊敬校友与同学们展开了关于大学生发展的多元交流，响应热烈。在汶川大地震发生半年后，勤俭举行了一场哀悼逝者、同时激励人心的\"汶川大地震半年祭\"。20\_\_年11月，我会承办了校级性的大型活动\"南湖国旅马尔代夫杯\"，体现了经贸勤俭活动的多样性，提高了学会的影响力和知名度。20\_\_年3月开始的面向勤俭服务对象进行的访谈调研活动立会至今，经贸勤俭多次与多家知名商家成功地交流与合作，开展过诸如讲座、展销等形式的活动，获得了诸多好评，规划方案《公益活动方案招商策划书》。

二.活动背景:

改革开放以来，中国的经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。然而还有一群人，他们孤独，他们无助，他们需要我们的帮助。他们是社会的弱势群体--失学儿童，孤独老人等。同时，经济迅速发展也带来了很多环境问题，由于环境恶化引起的各种灾祸也严重影响了很多人生活。

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会本着\"勤俭永远站在需要帮助的人身边\"的宗旨，开展此次主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，希望能够唤醒大家做公益的想法，并让他们付诸行动，帮助更多需要帮助的人。

三.活动目的:

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会希望能够通过开展照片展以及主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，使大家更加关注公益活动，并且付诸行动，投入到公益活动中来，在大学中兴起一股做公益的风气同时帮助身边需要帮助的人。另一方面，在这一次活动中，既能提高贵公司的知名度，也能为贵公司树立良好形象。

四.活动主题:

\"我们在一起\"公益活动方案征集及评选

五.活动形式:

(1)照片展宣传公益活动

(2)征集公益活动方案

(3)公益活动方案初赛

(4)公益活动方案复赛

(5)执行胜出者的公益活动方案

六.活动地点

校道(照片展及宣传)课室(复赛场地)

七.宣传方式

(续上表)

八.市场分析

改革开放以来，中国的经

经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。于是，在物质生活相对稳定的情况下，人们开始更多地关注慈善事业。商家如果从慈善事业入手，在群众中树立优秀的品牌形象，积极进取的公司文化，这样会更容易被消费者所接受。消费者也会更有意愿选择形象良好的商家的商品。商家的无形资产就会显著增加，在与激烈商业竞争中更有优势，为商家的长远发展打下了牢固的基础。

(1)主办方可行性:

我们经贸学院是广外中的，人数最多的一个学院。并且学院里各部门都很活跃，总是能带动整个学校一起活动。并且，我们与大学城其他高校的联系颇为频繁，到时候能邀请外校部门的同学们参与其中。况且，这次我们举办的这个活动这么有意义，届时活动参与人数上万不是问题。

(2)时间可行性:

如今正是新学期伊始，大家的课余时间很宽裕，有充分的时间关心学习以外的活动。并且能积极地参与到其中。并且正是因为课余时间很多，学生此时的消费能力是很强的。商家在这时候做宣传，宣传的效果很快就能体现出来。

(3)活动形式可行性:

这次我们举办的这个公益活动策划大赛，是迎合社会发展的需要。商家也能从中获得无形资产，为商家占领消费者市场提供便利。

总而言之，这次活动，商家能从中获得的收益，是远远大于付出的。可见这次活动是可行的。

九.经费预算

十.备注

(1)策划书中涉及的对其他物资的赞助，可与贵公司协商后决定赞助方式;

(2)在活动期间，贵公司可派负责人到现场视察宣传工作的进程和效果;

(3)活动结束后，如商家需要，可为贵公司提供宣传工作反馈;

(4)若贵公司对本次活动的细节有不清楚的地方，我们将由专人向贵公司提供详细解答

十一、联系方式

地址:广州市番禺区小谷围大学城广东外语外贸大学

单位:广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会

**商铺招商方案篇二**

\"我们在一起\"公益活动方案招商策划书

帮助广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会宣传此次活动，也算是公益活动啊，请广东狮子会和安仕顿国际英语关注。

一、主办方介绍

广东外语外贸大学国际经济与贸易学院勤工俭学会，简称经贸勤俭，以为学院学生，提供一个服务平台与心灵家园为宗旨，积极协助勤工俭学生的生活学习。

我们有一个专门的人才库，运行高效合理，可以为这次\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛召集许多人才，提供许多优秀的公益活动方案。

经贸勤俭的口号是:strivefordreams!一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:\_年11月，响应学院\"学会感恩、学会

感动\"的精神，组织了经贸学院\"情暖心灵,感动广外\"班级感恩文化建设系列大赛，引起了校内外广大的关注，且该活动以每年一届的形式开展至今。20\_\_年5月经贸勤俭与国泰君安证券有限公司、中国人寿广州分公司、中德安联人寿保险有限广州分公司、美国友邦保险有限公司广州分公司、建设银行等十多家公司和机构合作，举办一场广外大实习兼职招聘会，为勤工俭学的同学们提供实习兼职岗位，落到实处，帮助到有需要的同学。20\_\_年11月，顺迎经贸学院第一届校友会的成立，协助学院举办\"对话企业高层--论当代大学生所需素质\"的经贸校友论坛，邀请了包括美国总统圆桌会议议员徐耀良先生等经贸学院尊敬校友与同学们展开了关于大学生发展的多元交流，响应热烈。在汶川大地震发生半年后，勤俭举行了一场哀悼逝者、同时激励人心的\"汶川大地震半年祭\"。20\_\_年11月，我会承办了校级性的大型活动\"南湖国旅马尔代夫杯\"，体现了经贸勤俭活动的多样性，提高了学会的影响力和知名度。20\_\_年3月开始的面向勤俭服务对象进行的访谈调研活动立会至今，经贸勤俭多次与多家知名商家成功地交流与合作，开展过诸如讲座、展销等形式的活动，获得了诸多好评。

二.活动背景:

改革开放以来，中国的经济不断发展，许多老百姓都过上了小康生活。然而还有一群人，他们孤独，他们无助，他们需要我们的帮助。他们是社会的弱势群体--失学

儿童，孤独老人等。同时，经济迅速发展也带来了很多环境问题，由于环境恶化引起的各种灾祸也严重影响了很多人生活。

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会本着\"勤俭永远站在需要帮助的人身边\"的宗旨，开展此次主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，希望能够唤醒大家做公益的想法，并让他们付诸行动，帮助更多需要帮助的人。

三.活动目的:

广东外语外贸大学国际经济贸易学院勤工俭学会希望能够通过开展照片展以及主题为\"我们在一起\"的公益活动方案的征集比赛，使大家更加关注公益活动，并且付诸行动，投入到公益活动中来，在大学中兴起一股做公益的风气同时帮助身边需要帮助的人。另一方面，在这一次活动中，既能提高贵公司的知名度，也能为贵公司树立良好形象。

四.活动主题:

\"我们在一起\"公益活动方案征集及评选

五.活动形式:

(1)照片展宣传公益活动

(2)征集公益活动方案

(3)公益活动方案初赛

(4)公益活动方案复赛

(5)执行胜出者的公益活动

**商铺招商方案篇三**

为了加快我镇工业发展，加大招商引资力度，使我镇经济快速健康发展，结合我镇实际，特制定本实施方案。

一、指导思想

以全面落实科学发展观为指导，不断提高招商引资质量，实现富民强镇和建设小康农村为奋斗目标，按照“实事求是、客观公正、科学合理、简便易行”的原则，从根本上促进我镇经济快速、健康发展和社会全面进步。

二、组织领导

江口墟镇成立招商引资工作领导小组，由党委书记滕刚任组长，党委委员刘钦华任副组长，向圣军，唐伟，蒋红，张开华，向宏清等同志为成员。

三、具体措施

1 、执行党政主要领导负责制，将招商引资工作作为一把手工程来抓。

2 、净化招商引资环境

3 、优化政务环境，镇各单位及各职能站所尽量为客商着想，创造方便、便利的环境，如出现“门难进、脸难看、事难办”的情况视情节严重，给予严格处理。

4、加强对招商引资信息的搜集管理。

加强招商引资基础性工作建设，建立健全招商引资信息网络，编制可用于招商项目资料，全面完成招商引资项目库、信息库、人才库三库的建设。

5 、以商招商

对我镇的客商，定期走访，听取他们的意见和建议，了解客商的困难，并及时解决客商的问题，做到“以情招商，以情安商”，使他们做我们的宣传人，达到以商招商的目的。

6 、加强宣传，营造全民招商氛围

在全镇范围内加大招商引资的宣传，使全镇人民了解、关心、支持、参与招商引资。把全镇上下的认识统一到一心一意谋发展，人人为招商引资出力献策上来。形成全民招商引资氛围。

中共江口墟镇委员会

江口墟镇人民政府

\_\_年 1月

**商铺招商方案篇四**

目录

前言

第一部分 商业定位

第一章 项目总体定位

一、 前期沟通总结

二、 项目总体定位

三、 项目的功能定位

第二章 商业业态定位

一、 定位理由

二、 业态定位

第三章 商业名称定位

一、 商业案名定位

二、 博览城的解释

第四章 商业管理功能定位

一、 现有管理格局

二、 金润物流的管理功能定位

三、 现代化的管理体系

第五章 商业经营业种定位

一、 主题物流定位

二、 经营业种定位

三、 定位规划

第二部分 招商策略

第一章 招商总策略

第二章 招商阶段设置

第三章 招商工作计划表

前言

商业物业是房地产业里经济价值的物业形态，在动态的经济大环境中，商用物业疲惫的活跃着——高回报刺激着巨资开发;而经营的艰难加大了风险。要让商业物业从“炙手”向“可热”转化，就要在分析大的物业环境下，结合项目本身，步步为营，攻克风险的城堡。商铺时代的来临，催化了商业市场的竞争，加速了城市商业的繁荣，新兴商圈挑战传统商圈，随着城市改造步伐的加快和商铺概念的深化推广，市中心商圈和洪城大市场的商圈的局面被打破，香江、鸿顺德纷纷涌现。本项目要在激烈的商战中占据点，就要做好工作中的每一环，而招商在工作环中是关健的一环，它赢与否关系着销售战的再打策略。要做好招商工作就要有一个好的招商策略来指导。我们的招商策略在“赢了再打”的总策略下，各工作环节环环相扣，做好“赢”的工作后，然后“再打”下一战役。项目要生存，必须做好招商工作，积累前期客户;而招商的成功要有一个好的策略才能得以保证。但策略不是凭空而生的，是在市场的基础上，对商业准确定位后，在概念上创意不行，在经营上还要有思想。

第一部分 项目定位

第一章 项目总体定位

一、前期沟通总结

本项目不是一个简单的商业地产或商业经营项目，因而在对它进行评介和探索其商业价值所在时，是在宏观区域市场范畴和大流通领域里寻找恰当的出路。前期报告在充分的市场调查基础上，深入研究了南昌市的商业发展格局，并创造性的提出了“批发mall”的市场形象定位概念和物流中心定位。但是在市场定位方面，报告并未提出更多可供参考的选择。没有能够充分体现出本案的相对市场优势，“批发mall”的市场定位同样无法全面体现本案的核心竞争力，缺乏足够的市场引爆力。鉴于此，我们针对前期市场调研报告中的部分内容进行了深度分析。由于南昌市批零业总体竞争环境在不断恶化，商战一触即发。为避免正面火拼，寻求更高层面的边缘性竞争优势，本项目在前期报告中采取“洛克菲勒不淘金”策略，跳出圈外，在产业选择方面独辟蹊径，针对市场特点和本项目自身的优势，为加强市场引爆力，我司在原方案的基础上进一步对物流中心定位提升出主题物流概念。

二、项目的总体定位

本项目立足于服务周边市场，集批发、零商品展示交易、物流配送功能等为一体，具有强大辐射的大型现代化的主题物流中心。

三、项目的功能定位

1、功能组合

(1)展示、交易功能区该功能区是本案的主功能区。展示功能与交易功能区，形成了前“展”后“店”的格局，依托南昌对于江西极强的辐射作用，通过动态的展览展示提升本项目的辐射半径。同当前批发市场的主要差异表现在：集中主题规划，导购便利(吸收零售商业的优点);增加了展示的设计，为交易提供了一个动态的展示平台(有利于展示商品的风采，便于看样定货);经营产品以品牌商品为主导(通过展览展示为品牌企业提供一个推广新品和展示企业的平台，有助于吸引品牌企业进入本项目，体现本项目的中档商品交易中心的定位);销售形式以开架式销售为主，统一结算，营造了良好的购物环境(良好的购物环境有利于吸引品牌或企业进入、扩大零售和批发交易量;减轻经营人员工作压抑，营造舒适的工作环境)?对于小的代理商可将仓储和批发、零售一体化，但需达到展示功能要求(设计标准模式、类似街面专卖店);可配计算机，进行客户管理，仓储管理(mis系统)-预留管线。

(2)会展会议、推介培训服务功能区该区域是市场的配套功能区，主要是提高本案的档次和水平;同学院、行业协会等共同成立具有一定的专家顾问组委会，为会展会议、推出和培训奠定基础;有计划、有主题地组织各种会展会议。对服装，可以安排各种主题的时装表演，动态地推出各个新产品，并成为一道独特的风景城，例如：季节主题：春、夏、秋、冬;类别主题：时装系列运动系列 绅士系列 学生系列 淑女系列…… 动态的、系列的活动，可以增加市场的“热点”和“兴奋点”，吸引人流;? 组织国内和区域的各种专题交流会议和论坛;?有目的、有计划地对批发企业的员工和经理人组织系列培训，提高经营人的素质，发展其技能，开发其潜力，变得更有才干;

(3)零售功能区零售功能区主要是拉动市场的人气，但是引入的零售业，不是按照商业中心区的业态引入，而是引入对批发市场经营有益的业态;引入的企业应该是行业的龙头，能够带动其它中小企业和个体进入。例如，麦德龙的客户群有60-70%是团购客户，它走的是一种c&c的批零兼售的仓储式超市功能。或者引入专业商店的品牌商家，如国美、苏宁等电器经销商;东方家园、百安居、好美家、欧培德等建材家居超市、法国的低压电器分销商企业蓝格赛等。将行业的巨无霸与小批发企业融为一体，借助大企业同小批发企业的错位经营，形成某种批发产品种类的集群。同时，引入一定比例面积的超市，专营店，可以汇聚消费人流，增加本项目的出售或出租面积，降低投资商的风险，增加项目的成功率。

(4)休闲娱乐功能本案的经营者既是一个庞大的经营群体，也是一个庞大的消费群体，一定对休闲娱乐功能存在着巨大的需求。一方面，为了业务的需要，接待客户需要一定的休闲娱乐设施，另一方面，批发业务通常在下午3-4点钟结束，需要一个消费的空间。同时，南昌洪城区域也没有较高档次的休闲娱乐设施和场所，在本案内建立一定的休闲娱乐设施，可以填补洪城区域相对缺乏休闲娱乐产业的需求。该区域为配套服务区，以满足本项目经营主体和消费者需求为主导，兼顾洪城区域对于休闲娱乐的需求，可以规划批发商会所，设置各种时尚休闲的项目，例如健身房、桌球、乒乓球室、美容美发、壁球室、棋牌室等运动休闲项目;各种主题的餐厅、茶室;设置商务娱乐、餐饮和业余时间休闲活动功能等。

(5)仓储物流功能本案作为位于洪城区域的新型批发mall，仓储物流功能是重要组成部分。不仅为本案的经营商家服务，同时也将填补整个区域的市场空间，独享一片利润天空。结合目前批发市场“多批次、小批量”的特点，可以为这种类型的批发交易形式提供小包装，并集中配送;? 仓储可以采用租赁自用和委托管理仓储服务区两种方式;? 对于加工处理必须设计标准化的包装模式;?整个仓储物流服务可以委托第三方物流公司进行经营，引入仓单经营模式，实现物流现代化;?主要的功能有仓位租赁、托管、包装、加工服务、配送服务、验收货物、车库、租车。

(6)信息服务功能信息服务功能区主要是收集、加工和处理各种行情，及时为入驻的企业发布信息，以指导企业生产经营活动，建立21世纪的智能化信息中心、成为行业市场信息发布中心是目标，主要功能为媒体发布行业信息、信息分析和收集、广告展新规划、展示广告设计、建立经济模型供求线、办媒体(杂志、报)、internet网络。?委托高校或研究所，设计市场的经济结构模型，建立相应的供求曲线图，以预测和分析市场前景;? 有组织的收集相关信息，并实行免费和有偿的服务;?创办市场自己的专业杂志和报纸，推介产品和邮购服务，发布推介的活动和企业形象宣传;?摊位展示主题设计服务，企业和商品的广告创意和设计服务，提高市场的整体形象水平;?负责市场自身的宣传，每年必须有完整的广告计划，广告主题、广告创意、设计方案，保证经营人的共同利益;?借internet网络发布各种信息。(7)商务办公服务功能区由于本案的主要目标客户是企业，而不是个体经营者，在经营过程中，必然有的需要一定的办公空间，同时也存在诸多的商务活动。由于增加人员相对会增加成本，商务功能服务区就是代理商务服务。这些企业由于规模较小，资金能力有限，在商务活动中，迫切需要一个能够提供一个完善商务服务的办公环境。?商务洽谈室：供小企业按小时租用，这样可以避免由于办公面积较小或没有办公场地造成的商务洽谈的不便利性。伴随着商务洽谈室的租赁，同时提供各种商务服务;?会议室/中心：供入驻的中小企业召开各种会议使用;? 俱乐部：中小企业家的乐园，一方面有固定的场所，另一方面可以获得许多的优惠和服务;?电子商务中心：文字处理系统(打字、复印、传真、装帧等)，但必须定价服务，以减少经营人的经营成本;各种咨询服务，弥补经营者的某些不足;?秘书服务：是一大特点，处理经营者摊位外的公共事务，包括合同管理，电话、网络订购记录服务，谈判记录等;?理财服务：是代理财务管理(记帐、凭证、报表)，真正了解经营的财务状况，并给出经营财务上的指导和提示;?结算服务：是在银行统一指导和管理下，保证资金的安全性和经营过程的可信性;? 会计、律师、广告、印刷等相关服务业的办公室;?商务办公区将成为大客户的办公场所和小型客户的交易场所，并提供各种相关的商务配套服务，与铺位交易形成互动。

(8)管理功能管理是保证交易的正常化的基本保障? 组织由政府有关部门、发展商和经营主体共同参加的市场管理委员会;? 制定和修改市场的管理规定;?解决市场纠纷和分歧;? 检查、监督产品的质量;? 决定非营业时间的进出货、防盗、防火;? 确定商品包装的标准;? 处理紧急情况的问题;?组织有关推介、展示、培训等有利市场的活动;? 争取政府的优惠政策，创造良好的市场平台环境;? 成立具有行业特点的中介服务组织，专业商会，行业协会。

(9)公共设施、环境服务区完善的公共设施，才能保障批发市场能够正常运行。公共环境包括市场内部和外部。外部公共环境是市场的外部形象的直接体现，在建筑外观设计上追求时代气息，配套环境协调一致的主题风格，当然还包括公共停车场、良好景观环境、舒适工作环境、方便的购物工具、快餐吧等;内部环境设计购物动线通畅、清晰，空间利用率高，环境卫生整洁，给人们提供舒适的工作和购物环境，还包括电话、公共网络、供水、电暖设备、保安、报警、防火、餐饮配套等。2、产业结构组合报告在市场调查的基础上，确定了五大门类、十一个标准门类四十二个商品类别的产业组合模式 门类配置 标准门类 权重比例 门类细分基础门类 食品类35% 包装食品、礼装食品、保健品、绿色食品等 烟酒类 烟、酒、饮料等 服装类 各类服装、鞋帽、纺织品等发展型门类 家居类 35%装潢材料、五金、床上用品、美居用品、家具、精美工艺品、花卉等 电器类 电视、音响、电饭煲、冰箱、洗衣机、空调、吸尘器、微波电器、消毒柜等 玩具、文具类儿童玩具、成人智力玩具、办公文化用品、乐器、小型科学器材等潜质型门类 休闲用品 10% 体育健身器材、户外活动器材、钓鱼器材、老年保健器材、休闲体育服装及用品等影象图书 各类图书、期刊、电子影象制品大综型传统门类 日用小百货 17% 特殊门类 地方性土特产类 3% 古玩类

二、商业业态定位本项目的功能架构是由批发、零售、采购、配送及配套服务构成，是以主题物流为依托，集批发、零售、采购、配送及配套服务功能于一体的大型展示交易中心。

三、商业案名定位为降低项目风险，本项目的商业案名定位为：江西国际商品博览城博览城是指以江西省庞大的资源为依托，集产品会展、交易、信息、服务功能于一体，具有一定档次，统一形象，统一经营。它不仅是产品的展览，也是一个城市形象、个性、素质和实力的集中表现，同时还是城市整体价值的集中体现。

四、管理功能定位商业策划的结果是策划了一个案子，铺出一条路子，带出一个班子。商业策划的核心体现在策划项目的长期繁荣，所以功能定位至关重要。中国物流业在经济高速增长的大环境下有了很大改善，但在管理功能上还存在明显的不足。

首先，从发达国家来看，现代物流的功能是设计、执行以及管理客户供应链中的物流需求，其特点是依据信息和物流专业知识，以最低的成本提供客户需要的物流管理和服务。而现在，我国多数物流企业是在传统体制下物资流通企业基础上发展而来的，企业服务内容多数仍停留在仓储，运输，搬运上，很少有物流企业能够做到提供综合性的物流服务，现代物流服务的功能尚不能得到很好的发挥。我国的物流企业，无论是物流服务的硬件还是软件与高效率低成本的现代物流还有较大的差距，信息收集、加工、处理、运用能力、物流的专门知识，物流的统筹策划和精细化组织与管理能力都明显不足。

其次，条块分割的物流管理和流通体制制约着物流业的发展。物流的专业化分工特点虽然日益明显，但是物流的组织和管理却不断向综合性发展，各种物流方式和物流载体之间的联系越来越紧密。但是，我国目前的物流行业管理仍沿用着计划经济时期的部门分割体制。与物流相关的各部分分别由铁道、交通、民航、内贸等不同政府部门进行管理。依据这种条块管理体制，形成了自上而下的纵向隶属和管理格局，严重制约着在全社会范围内经济合理的对物流进行政体统筹和规划，妨碍着物流的社会化进程，制约着现代物流的进一步发展。1、现有管理格局? 洪城大市场洪城大市场由原来的物流中心的代表，现逐渐隐退，最主要的原因是其物流市场散、乱、差、小、效益低、缺乏现代管理手段。具体表现在：?鸿顺德2、金润物流中心的管理功能定位金润物流中心打破原有市场格局，集仓储、承运、搬运、营运、营销、服务等多种功能为一体，在提升南昌物流业竞争水平的同时开创了一个全新的市场空间。金润物流中心的管理还突出维护中坚租户群体的利益，从原来任其抢生意到对各经营业主实施任务提供，依托统一营业执照的金润物流中心，整合现有个体运输资源并提升为具有现代物流理念的综合物流平台，利用整合后的超强市场竞争力占领整体货运市场的业务主流，改变以往个体户抢生意的局面而代之以同一形象下的物流中心分配任务的格局，最终提升货运市场的竞争层面，以确保最终的价值化目标的实现。3、金润物流中心现代化的管理体系4、矩阵式管理架构诠释矩阵式管理结构是指：按职能划分的部门与按产品、服务或工程项目划分的部门结合起来的组织形式，每个成员均要在“条”和“块”两方面分别执行两个领导的指挥。这种管理架构结合了近期利益与远期利益，利于单位核算，提高了决策质量。

五、商业经营业种定位

商业要成功，经营业种定位是一个关键因素，形成有个性的业态模式，才能在竞争中立于不败之地。因此，我司在对本项目的商业经营业种定位是基于反复的市场调研和对省外同类市场的论证之上，具有很强的市场竞争力和吸引力。

1.主题物流定位本项目处于洪城板块的洪城大市场的正南面，且有承接洪城大市场及周边五大市场巨大人流和商机的先天优势，对物流而言，具有强大的市场辐射力。无论是传统物流，还是现代物流，物流的定义决定了“物流”本身是一项综合性极强的经济体系。前在中国西部、中部乃至东部沿海蓬勃发展的现代物流建设，基本停留在“大流通、大商贸、大物流”的初级认识阶段，这种不具备任何主题、没有产业支撑的物流概念一定程度上限制了民间资本对物流的投资认识，这也正是国内物流建设之所以“雷声大、雨点小”的重要原因之一。为此我司将现代物流的定位提升到“主题物流”定位。主题物流在现代物流基础上，依托地区产业经济，涵盖了产业产品采购物流、生产物流、销售物流、配送物流、回收物流全过程。

2.经营业种定位金润物流中心由多种业态和谐组成,真正实现在一个单一的物流主题下进行多元化经营,限度地延长顾客的逗留时间，提升了消费的比率与金额。、定位指标表主题理念定位现代商业生活 形象定位 商业航母;新城标;新引擎 功能定位 批零市场功能区 门类定位定位 基础性门类 35% 食品 烟酒 信息服务区 服装 发展性门类 35%家居电器 玩具、文具 展示交易中心 娱乐休闲区 潜质性门类 10% 休闲用品 酒店 影象图书 大综传统门类 17% 日用小百货 仓储配送 特殊门类 3% 土特产货运服务区 古玩 管理及商务办公区 目标客户 批发商业、零售商业、辅助商业、配套服务 价格定位

3. 定位规划

1) 粮农产品博览城?定位前提在前期市场调研过程中，通过对“\_\_大”的关注，我们注意到“三农”问题在中国经济改革中的重要地位。江西是农业大省，粮农产品收入占农民收入的29%，所以三农问题尤显突出。南昌市是江西省一个核心城市，南昌在解决“三农”问题方面的态度直接影响着江西三农改革的方向。在地理位置上，江西省衔接中国两大“都市经济圈”(长三角、珠三角)，如何帮助、引导江西的优质粮农产品进入以上述两个地区为代表的发达地区市场，进而扩展到国际市场，提高农民依赖农产品销售的直接收入;降低市场门槛，引导更多农民进入到商贸流通领域，改变以往农民出力、商家赚钱的传统市场模式;大力推进农业产业化，加快发展农产品流通组织，不断拓宽农民的增收渠道;运用信息技术，创新经营理念，发展和扶持一批现代化的农产品流通组织，降低粮农产品流通成本，都是南昌市今天不得不面对的事情。随着中国政府对农村科技发展的强力推动，今天的中国农业已经接近耕种“工业化”，解放农村，引到一部分农民剩余劳动力“下岗”，通过有效地扶持引导，依靠他们对自身产品的熟知度提高产品的市场竞争力，同时获取更大的市场回报，也是三农改革的思路之一。会展经济正在逐步成为江西经济发展的“助推器”。会展经济集商品展示、交易和经济技术合作等功能为一体，并具备信息咨询、投资中小企业融资和商务服务等配套功能，在贸易往来、技术交流、信息沟通、经济合作诸方面发挥着日益重要的作用，其1:10的产业带动系数让会展经济在中国经济舞台上扮演着越来越重要的角色。金润物流要区别于其它物流，在定位上就要比他人高一个层次，这就需要我们的定位根据地方的经济特点来紧密地联系政治形式，使定位别具一格却又具有可操作性。?定位规划由此我司在对本项目的定位规划时，萌发了依托粮农产品主题物流，提高江西农产品竞争力，同时也可借此加大政府对本项目的支持度，将本项目提升到一个高度。亟待解决的“三农问题”，强大经济带动力作用的会展经济，都为本项目开发提供了定位依据，我司站在策划的战略高度，结合南昌单核中心城市的地位与作用，经过反复论证，对一期市场形象作出如下定位：优化农业产业结构，打造江西粮农精品的商贸航母“中国(江西)粮农产品博览城”粮农产品博览城集会展、交易、物流、信息、服务功能于一体，其产品经营范围涵盖粮食系列产品、蔬菜产品、粮食深加工产品、生态农业产品、园艺花卉产品、农副产品、方便食品、地方土特产品、畜牧业产品、水产品、农业经济作物、生态保健品、绿色食品、传统中药、棉麻产品、食用菌、生产资料、农业机械等，并率先引入了生产技术及农业人力资源两项交易主体。依靠先进的管理理念，通过博览城营运中心、信息中心和营销中心的功能设置，改变传统批发市场物业管理、经营管理严重落后、经营现场环境恶劣、交易行为不规范以及产品整合能力差的落后市场模式。?效果预测粮农产品博览城是紧扣“三农”问题，因而，政府无论是在关注上还是在支持度上都会有所偏重。而且只要宣传到位的话，市场引爆的威力还是挺大的。只要管理得当，粮农产品博览城的经营及发展的具有很大的潜力。2) 制造业主题?定位前提粮农产品博览城由于与政策的联系紧密，一方面在政策上可能取得优惠，但另一方面的风险也是很大的，所以，我司寻找另一条同样是具有市场爆破力，但风险相对要小的定位。? 定位规划提出制造业为后补定位。江西制造业产品博览城? 效果预测

第二部分 招商策略

第一章 招商策略

一、策略延续“赢了再打”的策略不仅是金润物流中心整个项目的总策略，而且同样贯穿在每个环节之中。在招商策略之中，每一个步骤的展开也是遵循着“赢了再打”的策略，在前一个步骤“赢了”的前提下，执行下一个步骤。

二、招商策略

1、敲山震虎构筑较高的平台，与政府形成互动。公关活动先行，如：举办全国性高档次的论坛或是座谈，(论题可以类似为：中国物流市场各何处去?新经济下中国特色物流中心的建设、南昌物流的特点及基础等)，邀请官、产、学、媒介的人士。媒体报道紧随，对于举办的公关活动，媒体的跟踪报道要跟上步伐。在活动前造大声势，形成一种轰动效应;在活动中现场报道，让论坛或是座谈的动态尽展社会;在活动后跟踪报道，扩大论坛或是座谈的影响。

2、围魏求赵本地媒体与全国性媒体结合进行。跳出南昌狭隘的圈子，对全国各地的物流及对与本项目相关的商业经验和总结进行相关报道，达到以全国的“众星”烘托出本项目这个“月”之效。

3、做一个样板市场不管是现代物流也好，主题物流也罢，经营者和投资商是不会掏钱去买一个概念的，他们要买的是概念带给他们的回报，这是商业项目不同于住宅项目的一个重要特征。在香江和鸿顺德以单一、明确的利益点切入市场，这种定位目标准确，命中率高，在细分市场上迅速崛起，但牺牲太大!为了突出一个利益点，而将项目定位于一处狭小的市场区隔，对后期开发不是很有利。金润物流中心项目要真正做成一个物流的中心，招商策略要具有可操作性，就必须立足于南昌这个大的环境中，通过南昌来烘托本项目，通过南昌的发展来衬托出本项目的前景。因而在招商过程中不能单纯地宣传本项目的特点。通过对南昌市场进行考察及对全国相关市场的研究后，我司提出将南昌做成一个“样板市场”的招商策略，一方面为金润物流中心在全国市场的推广做一次预演与探索、测试方案，并积累各方面的经验;另一方面，突破南昌，便可以“样板市场”吸引全国各地的经销商，争取通路的全力支持。

4、完善的商业计划书完善的商业计划书对招商起到事半功备之效。

第二章 招商阶段设置

一、阶段设置表

二、补充说明前期招商主要是对主题产业(如主力店、专业市场)及地区级的交易招商，对广告、物业及经营公司采取招标形式。本项目的招商特点是前期招商、招标和公开招商同时进行，到一定阶段后，进行调整整合，如果此时的结果没有达到目标，则补充主题物流招商;如果达到预期目标，则进行公开招商的散户招商阶段。

第三章 招商工作计划表工作内容

**商铺招商方案篇五**

一、确立目标

新城招商策划是招商过程的第一步，那么，招商策划程序的第一步又是什么呢?策划程序的第一步是确立目标。只有目标确立了，策划工作才能做到有的放矢。确定目标包括三个方面:第一，要达到的目标是什么;第二，围绕目标进行随后的一切工作;第三，目标是否得到了实现。比如，要策划一次海外的新闻发布会。在策划过程中，首先得确定这次新闻发布会的目标是什么?我们要达到一个什么目的?通过新闻发布会，我们或者是要让世界了解我们的投资环境，了解我们的优惠政策，提高我们的知名度;或者是推出多少项目。目标确立之后，随后要围绕目标搜集各种资料，制定各类方案，最后检查目标是否得到了实现。

二、广泛搜集各方面资料

新城招商策划程序的第二步是广泛地、大量地收集信息，获取情报。信息收集对招商工作来说，显得尤为重要。从一定程度上来说，新城招商过程就是一个收集信息、寻找机遇、寻求合作伙伴的过程。一个地区、一个单位的信息流量大、信息面广，就有可能获得较多的招商机会，取得较好的招商成绩。如果信息闭塞，与外界交往甚少，要想招到较多的项目是不可想象的。因此，在新城招商策划中，收集资料、获取信息是非常重要的一环。收集信息时要把握如下几个要点:第一，既要注重信息的针对性，但也不要放过信息的广泛性。如我们策划新闻发布会时，事先理所当然要重点收集与新闻发布会相关的资料及信息，但也不要放过附带而来的一些资料及信息。因为有时稍加留心就可以获得一些意外收获。这一点在广州经济技术开发区的招商不乏其例。如某广场项目就是偶尔从报刊上获得的一则消息而因此引进的。第二，要注意改进收集资料、获取信息的手段。信息瞬息万变，信息交换日益频繁，信息流量不断增加，获取信息的方式也在不断更新。我们要尝试采用各种先进的手段来收集信息。第三，要对信息及时加以处理，并提高加工处理信息的能力。信息是有时效性的，一定期限内信息才有价值，过时的信息是一钱不值的。我们要提高对信息的分析、处理和加工能力，对信息进行深加工，从而使信息的价值量大增。

三、制订各类招商方案

制订方案是新城招商策划的一个重要程序，因为方案的优劣直接影响招商策划后几个程序的进行，直接关系到招商效果的大小。因此，必须极为重视新城招商方案的制订这一环节。

新城招商方案的制订要考虑两个因素:一是方案的可行性，二是方案的可选择性。制定招商方案要切合实际，制订的目标要能够实现，或者说经过努力能够实现。不能不顾实际和可能凭空拍脑袋，不切实际，制订无法实现的方案。所谓方案的可选择性，就是指要同时制订各类方案，以利于决策人物能比较选择其中的方案。为什么要同时提出各类招商方案?这是因为方案的提出与实施之间有一个时间差，在这个时间差里，可能会由于政策、市场或政治、军事、文化等因素的变化而使整个招商环境发生改变，从而使原先制订的招商方案无法实施。如果我们同时制订几类招商方案，当一个方案不可行时可以实施另一个方案，这样就能化被动为主动。比如，在策划海外的新闻发布会时，可以预先提出在国、德国或日本举行等几类方案，以利比较选择。

四、比较选择各类招商方案

各类工业园招商方案提出来了，比较选择其中最合适、最理想的方案也就成为工业园招商策划中一个带有决策意义的重要环节。如果方案选择得好，继而进行的工业园招商工作就有可能取得好的成绩;如果方案选择不当，就会影响效果。

那么，如何比较选择各类招商方案呢?第一，要考虑工业园招商方案是否与园区招商工作的长远战略目标相一致。前面已经提到，招商是一项系统工程，我们对本地区、本单位的招商工作要站在战略的角度进行准确的目标定位，在组织一项具体的招商活动时，首先要考虑招商方案是否与我们长远的招商目标相一致。第二，要选择成功率较高的一种方案。成功率的大小与方案的科学性和创造性有关，也与外方的政治、经济、宗教、文化、地理等因素有关，要选择双方有良好合作意向，把握较大的招商对象。第三，要选择成本较小，而效果又相对较好的一种方案。成本包括机会成本和货币成本。机会成本是指我们在得到一个机会时而又去另一个机会所付出的代价。如我们决定到国招商的同时，失去了在日本招商的可能性。我们在比较选择方案时，要选择机会成本和货币成本都较小，而效果又较好的一种方案。

五、招商方案的实施

招商方案的实施就是将工业园招商方案付诸实际、付诸行动的过程。一般说来，实施的方案是在各类招商方案中经过了严格筛选和充分论证的，是可行和可靠的方案。因此，实施过程中要遵守原方案中制订的程序、原则和操作办法，不得随意变更时间、地点、出席会议的人员等，在万不得已的情况下才改变会议的有关事项。方案的实施一般是一段较为集中的不太长的时间，如举办一个招商会一般只是一星期左右。在方案的实施期内，参加招商会的有关人员一天开个碰头会，交流当天的工作情况，明确下一天的工作任务。这样做可以避免工作的盲目性，使大做得心中有数，有利于在工作中互相支持，加强协调。招商会有其自身的特点，招商方案也有其不同一般的特性。工业园招商方案的实施过程中，尤其要注意信息的捕捉和资料的收集、储存、整理，这样才能保证招商会获得尽可能大的收获。因此，在整个招商活动期间内，需组织尽可能多的力量，主动出击，广交朋友，挖掘新的信息，建立新的招商渠道。

六、方案实施后的跟踪和反馈

工业园招商方案较为集中的实施阶段结束后，并不是园区招商方案全部过程的完结，更不是工业园招商策划的终止。要圆满地完成整个策划工作，还有一道必不可少的程序――方案的跟踪、反馈。跟踪得好，能巩固和扩大招商会的成果，达到事半功倍的效果;跟踪得不得力，则有可能前功尽弃。因此，策划者要极为重视方案的跟踪、反馈工作。

跟踪和反馈主要表现在以下几个方面。第一，主动征询和收集外方(他方)对整个招商方案(如招商会)的意见。在外商或他人眼里看来，本次招商活动成功的地方在哪里?需要改进和注意的地方在哪里?通过收集这些反馈意见，对我们在以后进行类似的招商策划和制订招商方案时能有所借鉴。第二，对在招商活动中所捕捉到的信息要继续跟踪，对新接触的外商要保持联系，不要出现招商会一结束，信息和来往就随之终止的局面。对有意向的合作项目，要在方案实施之后创造条件促其尽快签约。第三，对在招商活动中已签约的项目要加快立项和报批工作，促使项目尽早上马，促使外资尽快到位，使合作项目进入实质性的实施和建设阶段。第四，对\"如何做好方案实施后的跟踪反馈工作\"也应制订一个方案，分工到人，明确职责，并定期检查跟踪、反馈工作的成效。

**商铺招商方案篇六**

宗旨:展示产品特点及公司实力,树立经销商信心,促成潜在客户签单.

程序及具体细节：

一、招商会议时间策略和地点策略

(1)时间策略：招商会议在星期天举行，以方便客户的参与。

(2)地点策略：选择具有一定实力和条件的酒店会议大厅，会议大厅必须具备音响、音像功能、面积适中，地理位置要在交通繁华地。(例如人民大会堂)

二、招商人员及参会工作人员培训

首先对招商人员作一些必要的培训：

一个球队想取得胜利，仅仅依靠球员的个人能力是远远不够的，必须进行团队的磨合和训练。同样，招商队伍组建之后，也必须进行培训。一方面，通过培训是团队了解企业的现状、产品，了解招商策略和操作步骤，同时也是进行磨合的过程。针对招商的培训主要有以下几个方面：

a.企业及产品知识，以使团队成员对企业的现状有清楚的认识。

b.沟通技巧(如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等)，以培养团队成员的职业感。

c.招商专业知识(招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等)

d.招商要旨(招商策略说明及合同解读等)

(1)招商人员必须对产品的各种特点如实掌握。

(2)招商人员必须对自己的客户做事前了解，包括客户的经济实力、销售网络、个人爱好等。

(3)招商人员必须对目前市场具有充分的了解，特别是自己目标客户所在地区市场要进一步了解。

(4)招商人员必须具有一定的谈判策略和能力。

三、会议邀请对象确定

主要分为新客户、老客户、媒体、政要4个部分

通过市场细分界定招商对象：通过市场调查，在各省各个市区选择三到四个具有实力的经销商，发出邀请函，最后在招商会上或以后确定一个具有实力的地市级加盟经销商。(邀请比较突出的老经销商作为代表参加，可以现场发言和带动会场气氛。)

四、确定招商宣传渠道

(一)通过在拟招商地区发行量大的媒体上发出产品招商广告。

(二)通过短信平台向具有一定实力的经销商发出招商信息，并予以跟踪确定。

(三)通过公司营销人员，邀请主要准客户参加会议，设计具有超强杀伤力的邀请函。

五、合同策划：对现场签单的客户我们要单独会见，根据不同实力的经销商对招商合同做一定范围内的修改，提供一定的优惠政策。

六、招商会细节安排，招商人员对具有针对性的重点客户整个会议期间全程跟踪服务。

(1)做好与会客户的接待、住宿、饮食、返城等方面的工作

(2)营造一个轻松愉快的招商会氛围，同时让前来参加招商的客户从侧面知道他们本地区有相同实力的经销商也要参与招商，激起经销商的竞争心理。

(3)招商会上要有营销策划人员、产品经理对当前市场和产品做详细的分析讲解。可以由经销商现场提问关于自己的市场前景和营销策略，营销策划人员做现场解答，帮助经销商树立经销信心。

(4)公司设计的产品手册、招商手册必须有招商人员亲自发到与会经销商手中，并作登记。

(5)现场悬挂、摆放大量产品平面广告(横幅、易拉宝、宣传单等)

(6)邀请已经加盟的经销商，竞争其他地区的经销权，这样就对这个地区想经销而没有经销的准客户产生强大的震撼和压力，使他们看到这个市场的可操作性和利润空间，为了自己的市场不被别人占领，他们可能就会现场签单。

(7)对现场签单的经销商予以更大幅度的价格优惠和政策支持，此信息由主持人现场对与会经销商说明，具体优惠政策由招商人员单独对签单客户说明。

(8)会议结束后赠送礼品。

七、会后跟单流程

(1)电话跟踪回访

(2)营销人员亲自登门拜访

八、招商会结束后做好善后工作

(1)安排好客户的返程事宜

(2)总结此次招商会的得失

(3)对招商会所获取的各种信息整理存档

会议程序：

顺序进行内容(演讲)演讲人时间安排

1致欢迎辞，介绍参会人员主持人5分钟

2公司介绍(配合文字及vcd资料投影展示)公司负责人10-15分钟

3产品介绍(配文字、图片投影展示)产品经理20-30分钟

4营销模式、产品推广方案介绍(文字、vcd及图片投影展示)公司营销负责人或所合作的营销策划公司负责人30分钟

5合作方式及合同讲解(配文字投影展示)公司销售管理负责人15分钟

6经销商及广告商代表发言10分钟

7产品展示及广告宣传、促销活动资料图像、vcd展示主持人20分钟

8签约方式公布、问题答疑公司几位主要负责人2个小时

9签约商务代表、营销负责人1天

具体时间安排：

1.9：00-10：00来宾签到(派发礼品)，参观展示(人员陪同讲解)。

2.10：00-10：30领导讲话

3.10：30-11：00企业负责人讲解。合作单位介绍(如医院等)，

4.11：00-11：20前期客户代表谈经营心得。消费者代表谈服务便利性;

5.11：20-12：00签单会仪式(可安排前期签约者签约)，工作人员宣读签约政策，营造气氛，促成签约。

6.12：00-1：30午餐,签约客户抽奖

7.1：30-3：00分组讨论;

8.3：00-5：00公司参观，签约。

九.费用预算(以预计到会人计算)

1.场租费:

2.中餐(桌):

3.交通车:

4.空飘(2-6个)

5.气拱门(1个)

6.花篮(6-8个)

7.礼品(200份)

8.红包:

9.摄影摄像

(张)

11.展板(2\_米),6块

12.易拉宝:10个

13.邀请函(份)

14.歌舞表演(?)

15.主持人

16.其它

整个会议过程要注意三个关键方面：

1、演讲水准。演讲人衣着、气质、口才、内容准备都关系着效果，因此事先要进行专业而系统的训练。因为招商会议本身就是利用综合展示企业的方式来吸引经销商合作的活动，因此公司的经理人员一定要努力具备可展示的素质。

2、问题答疑。因为会议局面的控制能力最集中地体现在这里。在这里要注意任何问题都不能逃避，不能用外交辞令，必须予以正面回答。为了较好地控制好会场局面，要做好如下几个工作：(1)“排雷”。参加招商会的经销商虽总体目标趋向一致，但就单独个体来说心态较为复杂，目的、性格各不相同。对个别态度较为偏激的经销商要在事先判断出，并安排沟通能力强的商务代表进行专门有效的沟通、引导;对竞争厂家来人及恶意刁难者要进行有效疏导。(2)选择合作态度较为积极的经销商作为意见领袖，主动就经销商常规关心的问题进行提问。避免会场的气氛被消极的提问及怀疑、不满的情绪所控制。(3)作为答疑人的公司主要负责人应具有较强的亲和力、人格魅力及较好的应变能力，对经销商可能提出的问题要准备充分。

3.签约：尽管经销商都是经过理性分析来决定自己的选择，但从众心理在这里体现的仍很明显。为了使会场的签约洽谈朝积极的方向走，要做好以下两方面的工作：(1)进行有效，有目的的会前沟通，选出有条件，态度积极，合作倾向明确的经销商进行事前确定，同时也听一下他们的建议和意见。(2)在招商会上，由事先沟通确定的几家态度积极的经销商首先带头签约。

总之，招商会议是一种特别意义的营销公关工作，也是展示公司组织、控制管理、公司基本素质的活动，关系着公司整体招商活动的成败及下步营销运做的顺利展开。因此组织要专业、细致、而周密。

**商铺招商方案篇七**

为答谢广大新老客户对凯丽产品厚爱，中国台湾凯丽化妆品公司一个全新的有r标志的凯丽第二代完美凯丽品牌上市。有关完美凯丽品牌的招商计划和招商方案实施如下：

招商计划：

一.公司凯丽二代产品完美凯丽全国各省、各地区、市县招商厂家直营店。每一县级市、县区域招商一家直营店作为该县级市、县区的县代理，首期一万元加盟才享有该品牌在该地区的独家代理经销权。

二、县级市、县区域原有凯丽一代加盟店有优先代理二代完美凯丽品牌的权利，但必须加盟一万元才享有该品牌在该地区的独家代理经销权。

三、没有取得县级市、县区域完美凯丽品牌代理的直营店，在该县级市不享有独家经营该品牌资格，无权发展自己加盟店经销该品牌。

四、地级市加盟凯丽直营店经营完美品牌，首期五千元加盟方可经销该品牌。每一地级市加盟直营店不得超过该品牌五家连锁直营店。

招商方案：

一、完美凯丽品牌加盟￥10000元，3.5折供货。(县级市享有独家经营权、有10%配送)

二、完美凯丽品牌加盟￥5000元，3.5折供货。(不享有地区保护。有10%配送)

三、完美凯丽品牌一次性进货￥30000元，2.2折供货。(10%配送)

四、完美凯丽品牌一次性进货￥50000元，1.8折供货。(按10%配送)

(三万,五万进货,厂家派专业老师市场策划，技术辅导15天.)

中国台湾凯丽化妆品有限公司市场部

**商铺招商方案篇八**

一、赛事背景

17 年来，以救助贫困地区失学儿童为己任的“希望工程”在祖国大地上生根发芽，并结出了丰硕成果。目前，全国各地共有 14000余所希望小学，仅我市就拥有 300余所。如今的“希望工程”业已完成了由救助模式向发展模式的转型，并以希望小学的全面升级——把希望小学建设成乡村的社会文化、体育中心作为主要任务，为农民的综合素质提高和社会主义新农村建设注入澎湃动力。

20\_\_ 年，中国青少年发展基金会委托独立研究机构，对全国 12省希望小学体育运动环境进行的调查显示：希望小学普遍缺乏体育器材配置、体育课开课率普遍较低， 47%的希望小学没有专门的运动场地，体育课是希望小学学生最喜欢的课程， 78.9% 的学生渴望观看奥运会在 20\_\_奥运年背景下，基于此因，中国青基会决定于东方卫视合作，联合全国青基会系统实施“加油 20\_\_——希望工程快乐体育行动”。这项行动旨在广泛动员社会力量资助希望小学配备“快乐体育园地”，在所有的希望小学中举办一次快乐体育运动会，并于 5 月 28 日至 6月日在上海举办四年一届的 20\_\_全国希望小学快乐体育运动会，力争使之成为中国社会迎接奥运、参与奥运、全民奥运的一次重要公益行动，并要求各省市青基会就快乐体育运动会面向全社会征求冠名赞助。

二、指导思想

通过以希望小学学生为主体的竞技体育比赛，广泛宣传奥运，弘扬奥林匹克精神，为贫困孩子提供同等感知奥运的机会;通过“希望工程”品牌的社会公益事业形象，吸引更多企业反哺社会，关注弱势群体，树立健康企业形象。

三、举办单位

主办单位：中国青基会、东方卫视、招商银行、统一企业、各省级青基会

承办单位：上海市委、上海市青基会、各省级代表队捐助单位

四、举办时间

20\_\_年5月28日—6月2日

五、举办地点

上海市松江体育馆

六、所需资金用项

总冠名(15万元，)，包括天津代表队32人训练、交通、保险、食宿、服装等项费用。

七、权益与回报

1.享有天津市代表队开、闭幕式冠名权;如﹙天津市\_企业希望小学代表队﹚

2.在大型开、闭幕式现场安放广告牌1块(3m×2m);在开幕式或现场周边设置冠名企业广告框架;

3.开、闭幕式现场;单位领导出席开、闭幕式，在嘉宾席就坐，并由市组委会领导统一颁发奖杯一座和荣誉证书。

4.本市各大新闻媒体将以新闻形式对本次活动赞助企业其进行报道;

5.东方卫视对本次活动赞助企业进行报道。

企业冠名回报

一.电视台专题报道10――20分钟(企业捐赠仪式;希望小学代表队成立;公司关心孩子们的训练情况;出征仪式)。

二.今晚报.每日新报.日报.搜狐.都市报道等报道(出征仪式，市.公司.县.镇学校领导举行隆重仪式送行)。

三.有可能中央电视台来津采访天津代表队训练情况。

四.天津代表队旗子冠名。

五.天津代表队运动员衣服.帽子冠名。

六.取得好成绩回来开庆功会。

七.天津代表队获得的奖牌及活动照片回赠给捐赠方。

八.赞助款开据希望工程捐款收据可以抵一部分税。

**商铺招商方案篇九**

民以食为天，中国美食源远流长，中华鲁、粤、川、闽、苏、浙、湘、徽，八大菜系更是撩人胃口，各地美食聚集随州，地方饮食文化更是多姿多彩。

微信营销，现已被各个商家了解认可。众多商家已经申请了自己的微信公众，并创建了自己的微信官方网，但怎样聚集粉丝，增加关注，借用微信平台强大的线上线下互动功能，提升销售，做好营销许多商家并未深入了解应用。

随州首届金秋美食节，召集30—40家美食餐饮商家，借用领秀随州美食微官方网，集中宣传，各显身手，更让食客们了解各种美味，学习饮食文化，促进文化交流。美食节加强了参展商家的品牌影响力，又给商家实实在在的带来经济效益，可谓双赢。

活动主题

随州金秋美食节 百店免费送大餐

活动概述

【活动时间】 20\_\_年10月08日—11月7日

【主办单位】 随州市食品药品监督管理局、随州市餐饮服务行业协会

【协办单位】 本次美食节参与餐饮商家或厂家

【承办单位】 随州领秀传媒

【活动宣传】1.户外：电子阅报栏30块1个月宣传

2.电视：(双向互动电视)开机画面一个月、换台角标一个月

3.网络：领秀随州网通栏硬广一个月、领秀随州微官方网首页图文宣传一个月

4.平面：楚天快报 《领秀随州》杂志美食节专刊软文、硬广

【现场氛围营造】店铺内统一设置杂志免费取阅架，宣传单、杂志、吊旗。

【活动流程】 本次随州金秋美食节由三个活动组成

活动一

活动主题：随州金秋美食节开幕式

活动地点：大润发广场

活动内容：1. 随州金秋美食节开幕庆典

2.现场扫描领秀微官方网，加关注参与抽奖

3.现场幸运大转盘抽取15位免费大餐中奖者

活动二

活动主题：随州金秋美食节 百店免费送大餐

活动地点：参加本次活动餐饮商家店内

活动说明：

1.奖项设定为

一等奖 免费大餐30桌/每周,以30家参与商家计算，即每周每商家送1桌免费大餐(400元以内)。

二等奖 半价大餐60桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送2桌半价大餐，金额不限。

三等奖 7.5折大餐90桌/每周，以30家参与商家计算，即每周每商家送3桌7.5折大餐，金额不限。

四等奖 20元(满100元消费即减20元)优惠若干

注：无论中取任何奖项，同时获得ktv 2小时免费欢乐唱，或其他礼品(待定)

2.抽奖方式

顾客在参与商家店内扫描领秀随州微官方网，即可通过手机参与抽奖活动

活动三

活动主题：拍拍微网秀 免费再中奖

活动形式：活动时间内，参与本次活动消费者，可将所喜爱的特色菜品用手机拍照，并配文字内容上传领秀随州网、领秀随州微官方网上。10月6日—10月11日，评选出10名网友，再送千元礼品(礼品待定)

**商铺招商方案篇十**

一、赛事背景

17 年来，以救助贫困地区失学儿童为己任的“希望工程”在祖国大地上生根发芽，并结出了丰硕成果。目前，全国各地共有 14000余所希望小学，仅我市就拥有 300余所。如今的“希望工程”业已完成了由救助模式向发展模式的转型，并以希望小学的全面升级——把希望小学建设成乡村的社会文化、体育中心作为主要任务，为农民的综合素质提高和社会主义新农村建设注入澎湃动力。

20\_\_ 年，中国青少年发展基金会委托独立研究机构，对全国 12省希望小学体育运动环境进行的调查显示：希望小学普遍缺乏体育器材配置、体育课开课率普遍较低， 47%的希望小学没有专门的运动场地，体育课是希望小学学生最喜欢的课程， 78.9% 的学生渴望观看奥运会在 20\_\_奥运年背景下，基于此因，中国青基会决定于东方卫视合作，联合全国青基会系统实施“加油 20\_\_——希望工程快乐体育行动”。这项行动旨在广泛动员社会力量资助希望小学配备“快乐体育园地”，在所有的希望小学中举办一次快乐体育运动会，并于 5 月 28 日至 6月日在上海举办四年一届的 20\_\_全国希望小学快乐体育运动会，力争使之成为中国社会迎接奥运、参与奥运、全民奥运的一次重要公益行动，并要求各省市青基会就快乐体育运动会面向全社会征求冠名赞助。

二、指导思想

通过以希望小学学生为主体的竞技体育比赛，广泛宣传奥运，弘扬奥林匹克精神，为贫困孩子提供同等感知奥运的机会;通过“希望工程”品牌的社会公益事业形象，吸引更多企业反哺社会，关注弱势群体，树立健康企业形象。

三、举办单位

主办单位：中国青基会、东方卫视、招商银行、统一企业、各省级青基会

承办单位：上海市委、上海市青基会、各省级代表队捐助单位

四、举办时间

20\_\_年5月28日—6月2日

五、举办地点

上海市松江体育馆

六、所需资金用项

总冠名(15万元，)，包括天津代表队32人训练、交通、保险、食宿、服装等项费用。

七、权益与回报

1.享有天津市代表队开、闭幕式冠名权;如﹙天津市企业希望小学代表队﹚

2.在大型开、闭幕式现场安放广告牌1块(3m×2m);在开幕式或现场周边设置冠名企业广告框架;

3.开、闭幕式现场;单位领导出席开、闭幕式，在嘉宾席就坐，并由市组委会领导统一颁发奖杯一座和荣誉证书。

4.本市各大新闻媒体将以新闻形式对本次活动赞助企业其进行报道;

5.东方卫视对本次活动赞助企业进行报道。

企业冠名回报

一.电视台专题报道10――20分钟(企业捐赠仪式;希望小学代表队成立;公司关心孩子们的训练情况;出征仪式)。

二.今晚报.每日新报.日报.搜狐.都市报道等报道(出征仪式，市.公司.县.镇学校领导举行隆重仪式送行)。

三.有可能中央电视台来津采访天津代表队训练情况。

四.天津代表队旗子冠名。

五.天津代表队运动员衣服.帽子冠名。

六.取得好成绩回来开庆功会。

七.天津代表队获得的奖牌及活动照片回赠给捐赠方。

八.赞助款开据希望工程捐款收据可以抵一部分税。

电话：2824\_\_ 、1380218\_\_ 朱女士

天津市青少年发展基会

**商铺招商方案篇十一**

一.公司介绍。

圆通速递有限公司成立于20\_\_年5月28日。经过八年的精心打造，现已形成集物流、速递为一体的民营企业，并在国内同行业中名列前茅。 圆通公司致力于开拓和发展国际、国内快递、物流市场。我们的服务涵盖报关、报检、海运、空运进出口货物的运输服务;中转、国际国内的多式联运;分拨、仓储及特种运输等一系列的专业物流服务，现已发展成为拥有派送网点1081个，各类运输、派送车辆3000余辆，员工22700余名的大型网络。形成了“网络数字化、服务诚信化、管理人性化、合作国际化”的格局。

1.公司地址：德宏州盈江县。

2.法定代表人：寸得祚。

3.注册资本：10万元。

4.企业类型：物流公司。

5.经营范围：物品配送

企业文化

服务宗旨：客户要求 圆通使命

经营理念：诚信服务 开拓创新

企业方针：以人为本 创优质服务 安全快捷 树圆通品牌

企业目标：超越自我 创民族品牌

企业精神：与时俱进 挑战未来

员工口号：圆通速递 时效第一

宣传口号：服务遍神州 诚信递万家

企业主题：时效、和谐--是圆通永恒的主题

六个战略：安全时效战略 品牌形象战略 市场定位战略 规范服务战略 降低成本战略 创新和谐

战 略

六 个 化：网络信息化 操作规范化 服务诚信化 中转合理化 管理程序化 发展国际化

二.产业分析。

1.本公司属于物流公司，主要也物品配送为主

2，物流产业是未来的支柱产业，未来的商业需要以物流为基础做支撑。 3，据统计有关专家统计截止20\_\_年我国物流产业产值12000亿元，行业产值超过390亿元。

4，20\_\_年国家2会 出台了物流快递产业加盟标准，国家邮政局公布《快递行业特许经营(加盟)合同》示范文本，为进一步规范吃市场使目前的快递产业有恶性竞争，逐渐转向品牌竞争，随着门槛的提高，将使整个产业更加合理，规范的运营。

三.市场分析。

1.加盟圆通快递公司，随着人们生活的提高，对快递的质量要求越来越高，人们对生活的要求也越来越高，随着网络电子商务的普及与发展，我国的电子商务，已经发展到一个高速阶段，物流快递产业已经发展到一个高速成长的阶段，物流快递将是未来大有作为的产业。

2.我准备在我的家乡加盟圆通快递，我们县人口有三十万，目前为止除了ems可以到达，没有别的快递，ems，速度慢，价格贵，民营快递具有速度快，价格低的特点，现在除了ems之外，市场一切空白，所以我觉得是一个很好的切入点。以较低的价格给需要物流的人配送。(价格策略：同城快递 5元/kg 州内 8元/kg 省内 15元/kg )

四.营销。

1.安全时效战略 品牌形象战略 市场定位战略 规范服务战略 降低成本战略 创新和谐战略。

五.企业的运营运作。

1.圆通公司现已发展成为拥有派送网点1081个，各类运输、派送车辆3000余辆，员工22700余名的大型网络。形成了“网络数字化、服务诚信化、管理人性化、合作国际化”的格局。

六.企业的管理。

1. 6年来，公司始终秉承“客户要求，圆通使命”的服务宗旨，以“超越自我，创民族品牌”为目标;以“诚信服务，开拓创新”为经营理念。

2.以与时俱进 挑战未来：为企业精神，以圆通速递 时效第一： 为员工口号以服务遍神州 诚信递万家：为宣传口号，以时效、和谐--是圆通永恒的主题：为企业主题。

七.预测与财务管理。

1.费用预算控制：

品牌加盟使用费：50000元

房租： 3000元/年 250元/月 (我们快递免费提供上门取件，送件，所以，选择在郊区)

装修：5000元

电动摩托车1张送货用 20\_\_ 元 ， 员工 工资 600x12= 7200

实际总投入 =7w ，剩下3w 做流动资金。

八投资的风险分析。

1.盈利模式：

我给自己预定了5个月的亏损时间，5个月后才能达到收支平衡应为我平均一个月的开支为1200元，1200/3=400个包裹，要想从 0 开始做到400个包裹 我给自己4个月的时间，刚开始第一个月200 个包裹，平均一天6个，然后每月以除了这个 以为我们 还为客户提供附加值的 服务，邮寄快递的时候 的纸盒 大批辆采购 5000个 可以把价格控制到 6毛左右 我们1元钱出售给客户，

5000x1-5000x0.6=20\_\_元

其次我们还可以 在为客户提供送货上门的时候 收取一定的手续费 ，初步定价为2元，为送货费，一年送 5000个件 x2=10000元，

一年的收入= 23733+10000+20\_\_=35733 元。

支出，年员工工资600+12+600x3+x0.2的年底奖金 =10800 元。

水电费 200月 x12 ，=2400 元，

房租，3000元。

装修，5000元

前期购入送货电动摩托 一张 20\_\_ 元、

年实际收益=35733-10800-2400-3000-5000-20\_\_=12533，

由于第一年的发展 第二年 我们的回报 将会 =29253 ，x20的上下浮动，第二

年将会有 3w左右的收入， 依次类推，第二年3w+12533 =4w2533 第三年就可以收回全部成本。

第二章

一.产业分析

1.所卖的产品?与该产品在产业发展中的表现和动态如何：快递行业，主要以服务为主，以快速、安全、准确、周到为前提，以每个客户的满意为宗旨。现在随着人们的生活水平的提高，服务行业在市场中的前景已越来越可观，对服务的要求已越来越高，只有提供优质的服务才能在市场行业中占领一角。

2.销售总额与总收入为多少以价格趋向如何：我给自己预定了5个月的亏损时

间，5个月后才能达到收支平衡应为我平均一个月的开支为1200元，1200/3=400个包裹，要想从 0 开始做到400个包裹 我给自己4个月的时间。

除了这个 以为我们 还为客户提供附加值的 服务，邮寄快递的时候 的纸盒 大批辆采购 5000个 可以把价格控制到 6毛左右 我们1元钱出售给客户，

5000x1-5000x0.6=20\_\_元

其次我们还可以 在为客户提供送货上门的时候 收取一定的手续费 ，初步定价为2元，为送货费，一年送 5000个件 x2=10000元，

一年的收入= 23733+10000+20\_\_=35733 元。

3. 经济发展与政府对快递的影响：随着人们生活的提高，对快递的质量要求越来越高，人们对生活的要求也越来越高，随着网络电子商务的普及与发展，我国的电子商务，已经发展到一个高速阶段，物流快递产业已经发展到一个高速成长的阶段，物流快递将是未来大有作为的产业。国家对快递的发展以制定了相应政策和鼓励。

20\_\_年1月19，由中国企业文化建设促进会、中国工业设计协会、人民日报市场部、中国质量与品牌杂志社等主办的第二届中国十大影响力品牌评选活动中，荣获20\_\_年“中国快递行业十大影响力品牌”，同时喻渭蛟董事长获得“中国品牌建设十大企业家”称号

4.市场定位策略：以周到的服务体系、创新的服务意识、全球化的服务网络，全速推动客户走向成功!我们愿与新老客户实现双赢、共同成长。

5.进入该产业的障碍是与典型的回报率有多少：在快递着个行业的最要障碍是道路，时间与空间的局限性。一年的收入= 23733+10000+20\_\_=35733 元。

6.与同行比较的优势以产品的新颖之处和销售范围和产品策略为什么：与同行相比较我们的优势在于，低价格;快速度;与真诚的服务态度给新老顾客留下深刻的影响。销售范围最要在德宏州盈江县，因为我们做的主要是县级代理，我们的服务策略与目标是，占领所有没有圆通的县级城市。

第三章

关于目标市场，在市场中的定位，竞争对手的情况。

1.目标市场：县城区域内所有需要运输的客户，主要是针对私人的快递运输，信件的限时运输。

2.我们的市场定位：是做区域内快递的领跑者，以安全 高效 方便 快捷 为目标，我们对目标市场采用的是大众化营销为差异化营销为铺，采用全国统一的收费标准，为客户提供安全的快递服务，对于长期的合作的大客户，我们会为客户，提供专门的业务员，以及8。5折的优惠价格。

3.竞争对手申通：优势在于申通以覆盖范围大为优势，申通缺点在于，价格贵配送慢，价格贵，我们以这点位切入点，来扩大自己的顾客群。针对的客户主要是以网购，城市之间的快递运输为主，对于乡镇市场，并不是我们的目标市场，虽然我们覆盖范围不到，乡村，但是那只会分流极小的一部分客户，不会对我们构成真正的威胁。

4.人口细分：主要是以18-40岁之间的年轻人为主，因为这部分人 有经济购买能力，也对快递也有需要，我们做的是评价快递所以与收入无关，与职位无关，与民族，与宗教无关。

5.客户动机：对货物运输安全的要求，对速度的要求，而我们圆通就是以跨苏，高效 安全而著名的，完全能满足客户的需求。

在整个区域内市场我们的市场定位是挑战者的地位。我们以低价格的配送，高质量的服务，取胜于我们的对手。

6.地理细分：在各个城乡设立网点，在学校区域设立服务

7.心里细分：对快递物流中货物安全的需要，以及美观的需要，对于包装，我们采取全国统一的包装，我们提供快速的配送，以满足客户对速度心里需要，以及我们的服装，营业员都采取过专业的培训。

市场预测分析

随着宏观经济特别是工业经济企稳，我国物流业总体呈快速回升态势，但由于进出口贸易存在不确定因素、物流价格持续低迷、物流企业经营依旧困难，主要物流运行指标增长水平仍逊于宏观经济增长，反映出我国实体经济增长依然缓慢。《20\_\_-20\_\_年中国快运快递行业市场研究预测及投资环境调查报告》分析：20\_\_年前三季度，社会物流总额为69.41万亿元，同比增速由一季度下降3.3%、上半年下降0.8%转为增长2%，扭转了持续下滑势头。扣除价格因素，实际增长

6.9%，增幅比上半年高0.9个百分点。20\_\_年社会物流总额增长6%左右，社会物流总费用增长8%左右。

《20\_\_-20\_\_年中国快运快递行业市场研究预测及投资环境调查报告》中数据表明：20\_\_年10月份当月快递业务量同比增长11.2%;业务收入完成42.1亿元，同比增长14.5%。同城、异地、国际及港澳台快递业务收入分别占全部快递收入的7.3%、55.6%和31.6%;业务量分别占全部快递业务量的23.7%、70.3%和6.0%。与去年同期相比，同城快递业务收入的比重下降0.4个百分点，异地快递业务收入的比重上升3.8个百分点，国际及港澳台快递业务收入的比重下降4.9个百分点。《20\_\_-20\_\_年中国快运快递行业市场研究预测及投资环境调查报告》预测：我国快运物流市场年均增长率在30%以上，是我国同期gdp平均增长率的3倍，到20\_\_年，我国快运物流市场总规模将达到1090亿元，20\_\_年将达到10151亿元。

据《20\_\_-20\_\_年中国快运快递行业市场研究预测及投资环境调查报告》预测2020\_\_年社会物流总额将有15%左右的增长，物流业增加值增长可达10%上下。20\_\_-20\_\_年，我国将进入快递行业高速发展的新时期，将形成一批具有国际竞争力的快递企业。

第五章

圆通速递经过多年的精心打造，已形成集物流、速递为一体的民营企业。无论您是商务客户，或是个人客户都能找到适合您的产品。

我们开通了同城区域当天件当日取件，当日送达的服务

国内次晨达 次日上午12:00前送达的服务

国内次日达次日下午18:00(广东20:00)前送达的服务

国际件当日取件，当日送达的服务 到付件业务

代取件业务

代收货款业务，

预约配送，预约取件

签收短信提醒业务， 并且我们的每一个加盟店都是全国统一的标准装修，我们的每一个业务员都经过统一的培训，最大化的为客户创造价值，提供便利。

企业会员招募

会员只对大客户开放，比如企业，保险公司 (邮寄保单)以及淘宝私人卖家。对于大客户的管理，我们会给大客户提供优质的价格服务。以及根据走量情况制定不同的价格。

收货。

根据总公司的要求，以及上级公司发货，准时到货接受。

防损，

物品的运输全过程采用标准的运输箱，还可以根据特殊物品提供服务，比如气垫等。

盘点：

实施盘点，对没一件货物gps 进行全程网上追踪。

企业形象 ：

公司统一的vi.

公司门面最少200平方

**商铺招商方案篇十二**

甲方姓名：

身份证号：

地址： 邮编：

电话： 传真：

手机：

乙方姓名：

身份证号：

地址： 邮编：

电话： 传真：

手机：

为发挥双方优势，经友好协商，现就合作建立\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_“安冠业”招商加盟店达成如下一致合作方案：

一、甲方的责、权、利：

1.提供招商加盟店的名称使用权。名称统一为“安冠业”招商加盟店。

2.为保证甲方商品的信誉，招商之声誉，监督乙方在该地区的经营不得有损害甲方商誉行为，乙方与甲方合作开始，须付保证金\_\_\_\_\_\_\_万元人民币给甲方(合作期满，甲方把保证金退还给乙方)，中途如有违约行为，根据违约责任大小，甲方有权扣下保证金，甚至继续追加必要的相关法律责任。为保证公司不断致力开发新产品，提高经营管理水平，制定相应的市场销售策略及甲方在产品注册，包设计等无形资产，乙方在加入甲方招商加盟店时，收取乙方招商加盟费\_\_\_\_\_\_\_元人民币(作为首批进货货款)，以保证甲方利益。

3.甲方向乙方提供“安冠”经营的产品(含、具等)和首次相关必要的公司资质。

4.对招商加盟店进行统一管理，管理范围包括经营环境、产品质量、定价及售后服务。

5.甲方保证同等产品在该区域内的统一底价，对产品质量负责。根据需要提供相应的税票(乙方需付税点\_\_%)，有权可根据市场情况调整价格。

二、乙方的责、权、利：

1.享有“安冠业”招商加盟店的名称使用权。

2.享受甲方“安冠业”商城网的形象广告支持。

3.根据当地市场量订货，由于产品的保存等特殊因素，产品原则上不得退换(包括外包

具等)。

4.可参与甲方的有关活动项目可享受优惠，如：满500元送精美具或立减30元等。

5.负责招商加盟店的修以及招牌的制作和悬挂，甲方需要提供参考方案。

6.服从甲方在质量、价格、售后服务等方面的管理服务。

7.每年必须保证销售额不低于\_\_\_\_\_万元，否则，甲方有权终止方案。

三、说明事项：

1.订货与配货：甲方凭乙方签字盖章的书面订货单(传真)组织配货或者本人电话联系亲自订货;

2.产品运输：甲方负责发送到乙方指定地点，费用由乙方负担;

3.结算方法：现金支付，款到发货;

4.甲方授权乙方为“安冠业”招商加盟店项目唯一代理，相同项目在该地区不再发展第二家;

5.乙方在经营项目(指甲方授权乙方经营的产品)上不得与其他企业合作;

四、安冠奖励办法：

1.年度销售额在\_\_\_\_\_至\_\_\_\_\_万元，年底返还年度实际现行额的 \_\_\_\_\_%作为奖励回报。

2.年度销售额在\_\_\_\_\_至\_\_\_\_\_万元，年底返还年度实际现行额的 \_\_\_\_\_%作为奖励回报。

3.年度销售额在\_\_\_\_\_万元以上，年底返还年度实际现行额的 \_\_\_\_\_%作为奖励回报。

五、条款：

1.大纲、范围、定义：乙方享有甲方的各种经营，管理理念，产品商标，包品及各种荣誉，甲方只对乙方的经营提出建议、指导。甲方拥有“安冠业”商城网的所有权和经营权。

2.招商加盟权的授予：甲、乙双方经过协商，签订招商加盟合作方案书，甲方应给予乙方在“安冠业”商城网的合作伙伴的会员权利。

3.财务结算：乙方取货时需付现款，根据需要甲方开具发票。所有债权和债务独立核算，自负盈亏。

4.乙方不得私自进货和窜货，若有其他进货要求应向公司提出申请，批准后方可。

5.挂损、检验之规定：挂损：甲方送至乙方产品，如因甲方对产品包不力，造成产品破损，由甲方负责(拍

照为证据)。

检验：乙方收到甲方产品后，必须对数量、质量、等级、包等细节进行检验，如有问题，应于收到产品三天内向甲方提出，同时出示必要证明，否则，视为产品合格货物成交。

6.事故及顾客反映处理：

在经营过程中，引起的顾客投诉因甲方产品质量问题，由甲方负责处理(如乙方保管不善造成的问题不在甲方负责范围内)，其它因素均由乙方负责。

7.各种报告义务：

乙方定期将经营情况等业务进展、市场信息反馈给甲方，乙方如有新的可行性销售策划及市场信息可及时通知甲方。

8.营业秘密规定：

甲、乙双方都应视公司对对方的经营情况，包括零售额，促销广告计划视为商业秘密，不得泄露。

9.法律及讼诉：

(1)本方案所有附件均构成本方案的主要部分;

(2)双方因履行方案所发生的一切方案本身的争议，应本着友好的原则解决;

(3)若协商不一致，双方可就争议事向方案履行地人民法院提出诉讼;

(4)乙方不得以任何形式利用公司相关资质做方案外任何形式的商业活动，反之甲方

有权利追究相关法律责任;

10.终止及续约：

甲、乙双方若有任何一方违反本方案的任何条款，另一方有权立即终止方案。续约须另行签署方案。

11.本方案有效期即签署日期起\_\_\_\_\_年。

12.附件：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

13.本方案一式两份，双方各执一份，本方案附件为不可分割之部分。本方案经双方盖章生效。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签署(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 签署(盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 姓名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 职位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 职位：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 时间：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**商铺招商方案篇十三**

一、活动意义

● 快乐——是现代人提高生活质量所追求和向往的，在生活节奏越来越快的物质时代，要活得快乐，倒还真的不容易。在这个层面上，《快乐周末》以一种新的休闲生活方式，引导观众在不影响工作的情况下，将周末的时间过得有意义而充实，无论是旅游业好，交友也好，只要能达到缓解生活压力、劳逸结合;同时又能回归自然、扩大与社会接触的范围，都将是本栏目努力为观众服务的方向。

● 《快乐周末》栏目板块是武汉电视台《财商先锋》栏目休闲版自20xx年10月以后经过重新调整，新增的一档旅游交友类节目，节目将采取活动与电视相结合的形式，于黄金时间段位，即每周四21：30分首播，周五12：20分重播。因此，《快乐周末》栏目依托武汉电视台、荆楚网专版双平台、黄金时段的播出，必将成倍地提升企业的广告性价比。

● 人不同、景各异，设置互动环节丰富多彩，让旅游、让周末，过得积极而有意义，形成《快乐周末》的核心竞争力，使其在众多的生活类节目中独树一帜!

二、活动定位

不同的人、地，相同的情、趣。

本栏目以活动为主，在活动中，展示现代社会人们的新生活方式、新价值取向、新交往观念，同时展示旅游景点、相关企业不同层面特色与服务!

● 文化品位：让周末浸泡在大自然中，让友爱滋润于自由天空下。 ● 深度体现：闻所未闻、见所未见的现代创意生活方式。

● 青春激情：无论是新人还是已成名的明星，都在这个舞台上迸发出青春激情。

三、关于节目

栏目名称：快乐周末

栏目长度：8--10分钟

开播日期：20xx年10月21日 21：30分

播出方式：

 电视：首播 武汉电视台五套周四21：30分

重播: 武汉电视台五套周五12:20分

 网络：荆楚网旅游板块专版页面，视频与电视同步

栏目内容:

● 每周一地游，全程跟踪，花絮+主持人现场引领。

● 每期节目确定一个活动主题，一个特有的快乐方式，从四面集结、

路途趣闻、景点游玩、互动钟情、浪漫之夜、生肖星座看情愿、情感测试、最佳旅伴评选等环节，共同体现“快乐”。

主题内容选择：

1、巴士邂逅(集中出发)

2、山水随缘(景区游玩)

3、驿动时刻(自由组合拍照)

4、男女搭配(互动环节)

5、浪漫舞会(夜间活动)

6、友情测试(专业指导环节)

7、最佳旅伴评选

制作包装形式:

● 走出传统的演播室，纵情广阔的大自然，以自然秀丽的山水造景 专业电视记者和支持人全程扑捉精彩瞬间 追求活动实景和电视机前的观众互动效果 时尚、休闲特色的节目包装 每期节目播出前采用媒体滚动式导视宣传 所有参与节目的电视观众均有机会获得幸运大奖，借此环节以推动栏目互动性

四、活动特色

丰富生活模式

生活娱乐性栏目，以展示现代生活为主旨，成就明星的舞台，产生良好的社会效应，以全新视角诠释现代休闲生活方式，《快乐周末》力求成为武汉最优秀的品牌栏目之一。

广泛参与程度

电视观众、网络成员，社会企业、机关团委、工会、民间团体等。 受众群体的年龄横跨18～60岁，此年龄段中既包括了思维活跃、收入高、消费能力强的中坚阶层，亦包括对品牌持有较高忠诚度的理性阶层，在《快乐周末》投放广告的涉及面广，有效到达率高。 强大宣传力度

● 企业品牌同武汉电视总台、荆楚网的组合

本栏目得到武汉电视总台及荆楚网的全力支持，同时辅以武汉其他媒体的全程关注。

● 强大的网络资源优势。

武汉电视台文体频道

荆楚网旅游版首页全程宣传不间断(视频+文字+图片)。

● 节目面向武汉及周边卫星城市播出。

● 武汉主流平面媒体的跟踪报道。

超值价值回报

《快乐周末》作为武汉电视台文体频道一档新栏目，每周首播一次，重播一次，节目影响力和收视率都将会遥遥领先。在该栏目投放广告，观众在欣赏高品质节目的同时，把对栏目的认同转化为对品牌的认同，从而实现优秀栏目与优秀品牌相互提升，对树立品牌形象起到事半功倍的效果。

五、合作形式

● 独家冠名播出+30秒广告(仅一个)

全年共60万 半年35万

广告权益：

1、电视：

a、全年每期特约冠名权益：配音解说《快乐周末》由“”独家冠名播出。

b、全年每期5秒企业赞助标版。

c、全年每期节目中播出30秒广告。

d、栏目宣传片体现赞助商权益：本栏目宣传片在《快乐周末》播出，制作宣传片时可添加赞助商品牌内容。

e、全年每期主持人笔记本全程体现客户权益。

f、全年每月两条免费新闻。

g、上述权益全年播出不少于104次(冠名半年则播放不少于52次)，(含重播)，让品牌深入人心。

h、在栏目策划的社会专题报道中，可安排赞助商领导或相关人员访谈，从软新闻的角度宣传推广赞助商品牌。

i、 专题报道\*公司软性宣传节目2--3期(5分钟)。

2、荆楚网旅游专版：

。。。。。。。。。。。。。。。。。。。

● 联合赞助播出+15秒广告

全年共20万/年/家 半年12万/年/家

广告权益：

1、电视：

a、全年每期联合赞助播出权益：配音解说《快乐周末》由“” 联合赞助播出。

b、全年每期每家5秒企业赞助标版。

c、全年每期节目中轮流播出15秒广告(每期只播一家)。

d、全年每月每家两条免费新闻。

e、上述权益全年播出不少于52次(冠名半年则播放不少于28次)，(含重播)，让品牌深入人心。

f、 专题报道\*公司软性宣传节目1--2期(5分钟)。

g、片尾鸣谢。

2、荆楚网旅游专版：

。。。。。。。。。。。。。。。。。。。

● 联办单位及支持单位：

本栏目活动所涉及的目的地景区或配合企业，可以以不同形式参与，涉及门票、交通、食宿、保险、奖品提供等发生的费用，栏目组将以广告、全程花絮软文介绍等形式提供相应回报。 具体回报如下：

1、赞助门票、食宿的景区或企业，本栏目提供：

a、景区15秒广告播出2次，含重播(7000元)

b、全程花絮软文(8分钟，纯景区介绍不少于2-3分钟)(6000元)

c、5秒标版广告2次，含重播(20xx元)

d、角花不少于10分钟(8000元)

e、主持人口播介绍(1000元)

f、主持人口播同时，字幕显示景区名称

h、提供dvd资料光碟一份(100元)

i、片尾鸣谢字幕(600元)

+ j、荆楚网旅游专版(8000元)

景区形象宣传(约价值3.2万)

2、赞助交通、保险的单位或企业，本栏目将提供：

a、10秒广告播出2次，含重播(4000元)

b、5秒标版广告2次，含重播(20xx元)

c、花絮软文内容中介绍(30秒左右)(1000元)

d、片尾鸣谢字幕(600元)

+ e、荆楚网旅游专版(4000元)

赞助单位形象宣传(约价值1.1万)

3、赞助奖品或纪念品单位或企业，本栏目将提供：

a、主持人口播奖品提供单位(1500元)

b、主持人口播同时，字幕显示奖品提供单位名称

c、片尾鸣谢字幕(600元)

+ d、荆楚网旅游专版(3000元)

赞助单位形象宣传(约价值0.5万)

● 荣誉回报

企业代表出席由栏目组召开的各种媒体联合新闻发布会并发表讲话，可提供宣传企业品牌的相关资料;

● 其它回报

名企业领导可参与节目花絮拍摄;并赠送栏目纪念专题片及影集;于dvd中放有企业贴片广告。

六、招商程序

● 赞助商经与武汉电视台《快乐周末》授权的武汉久仁传媒广告有

限公司洽谈并签订赞助合同后，可获得合同规定的荣誉、待遇及相关的商业、宣传及广告回报。

● 赞助商签定赞助合同时，须提供加盖企业公章的营业执照副本、

生产经营许可证等相关法律文件复印件，企业简介与产品简介，以及具备播出质量要求的广告带。

● 赞助当以现金为主，亦可包括部分指定奖品、礼品、交通工具等实物赞助。

**商铺招商方案篇十四**

一、策划的总体思路

1.全面把握：首先是建立在对当前最优产品设计与操盘策略的全面把握之上的，全面掌握他人犯下的错误，避免重蹈覆辙----先求不败而后求全胜。

2.项目对接：强调对项目所在区域及个性特点详尽深入的调查与研究，并对项目的资源优势和劣势进行判断与整合，从而实现最优模式与项目自身进行完美对接。

3.创新超越：每一个地产项目都需要超越自我、超越同行业的最高水平，通过在未来领域的积极开拓，不仅为项目自身创造出竞争优势，还可以为地产企业奠定行业地位。

二、项目背景

1.用地概述

本地块为国土资源局代号为“市物资再生公司地块用地”，规划用地位于西路北侧，路东侧、中路西，北至金凤凰广常本地块总面积为11400㎡，其中出让面积9327㎡，规划区间道路面积2024㎡，区间道路由受让方按规划要求建造。

2.项目规划

商业形式：独立商铺布局+大开间框架自由分割商业布局

住宅形式：小户型酒店式公寓布局(不含返迁楼)

2.1商铺部分：约15000㎡

2.2商住部分：

销售住宅：约17000㎡

返迁住宅面积：约10000㎡

2.3绿化面积约3000㎡(包括平台绿化)

2.4地下建筑：约6000㎡

3.相关部门给定的规划设计要点

xx市规划局建设用地规划设计要点(略)

4.用地红线图

(见附件)

三、企业资源分析、企业目标的界定

---效益和品牌

1.项目销售按目标计划顺利完成

1.1短期销售必须成功，顺利渡过项目风险期，实现资金流的良性运作，确保后续开发资金。

1.2总销售额、回款额、销售进度、利润目标的合理实现。

2.项目对企业品牌及后续项目的拉动和贡献。

2.1借助项目运作的成功，永泰田房地产公司确立在昆山房地产行业的地位和影响力。

2.2综合提升x房地产公司的品牌知名度、美誉度和扩张力。

四、核心目标——树立品牌

原理：达到商业房地产的三赢境界

品牌时代需要有品牌时代的房地产开发经营的游戏规则，需要有品牌时代的语言与消费者对话，这种全新的沟通语言与游戏规则，就是“房地产品牌语言与品牌运营规则”。品牌时代的消费者需要的不只是房地产产品，而更是房地产品牌，品牌时代的房地产开发商需要学会生产房地产品牌，需要学会运用“房地产品牌运营”的规则生产适销对路的房地产品牌。

品牌经营与消费者处于动态的平衡，消费者不断将自身的体验反馈给经营者，经营者对房地产品牌进行维护与调整，使品牌体验不断更新，品牌价值不断提升。所谓三赢是指开发商企业价值、消费者客户价值、项目所处的区域价值三种价值的同步提升。通过对楼盘潜在价值、开发商潜在资源、客户的潜在需求的全方位的挖掘与激活，形成强大的品牌势能：消费者欲望燃烧、品牌光芒闪耀、区域能量引爆。最终达到财富涌流、社会进步的全新局面。

五、项目开发总建议

引进先进的商业规划，特别注意引进新业态和设计好项目的业态组合。

通过前期招商，引进众多国内、国际知名商业企业和品牌，颠覆旧有商业格局。

注意引入商业物业和统一运营管理概念，对项目精心包装。

通过超常规宣传，通过事件营销进行造势炒作，让该项目的开发成为当地市民关注的热点，并形成良好的口碑并且节约宣传费用。

通过适当灵活划分商铺面积来控制“总价”，推出短期租赁政策，尽量降低投资门坎，使项目积聚大量的潜在客户群。

六、项目的swot分析

1.项目优势

1.1地理位置优越，商圈人气兴旺

广场位于xx市中心地带，属于人民路顶级商业中心向次级商业中心过渡的边缘地带，距人民路仅500米，紧邻震川路、柏庐路主干道，交通便利。公交车有：2路、3路、5路、9路、18路、104路、106路等。是目前xx市城区内最后一块商业用地。

1.2商业配套完善，商业活动便捷

1.3商铺市场需求较大

商业买家较多，商业炒家占了相当比例

2.项目劣势

2.1周边商业竞争较多，从某种程度上分流消费群体。

2.2虽然本项目具有良好商业环境资源，但是与xx市人民路商业区比较相对滞后，缺乏相应的市政配套设施，导致本项目自身的商业氛围不浓，因此必须依托高档次商业购物中心的连动，共同打造震川路---柏庐路路口商业区。

3.机会点

3.1经济发展利好因素

柏庐路地位的提升，与其说是开发商着力打造的结果，还不如说是xx城市规模扩大、核心商业圈对外延伸的必然。随着经济的飞速发展，城市东扩飞速进行，目前已形成南北以前进路为轴，东西以柏庐路为轴的新格局。柏庐路也因地处城市新轴线中心的缘故，商业地位迅速上升。

3.2地理区位优势

目前xx市房地产市场已日渐成熟，该项目的地理区位优势必然会赢得较大的发展趋势。因此，以超前的决策意识，以科学的态度研究“供给----需求”，便可以抢占“先机”。

3.3项目连动实现价值最大化

本项目对面的莱茵广场已经落成，据悉，怡景湾的住客有40%都是中国台湾人，如能完善和补充莱茵广场的商业缺陷就更能发挥优势，降低运作成本，实现本项目物业潜在价值最大化，使发展商充分兑现效益。

3.4中心城市的建设汇聚了人气

随着城市的发展和知名度的提升，区位优势必然会带来人气的上升，而本项目开发周期估计完全可以“借势造势”，为增加项目开发的安全性打下良好的基矗

4.风险

4.1市场因素

从目前xx市的房地产市场看，项目竞争同质化开始，已引起许多开发商的重视，按我们的开发周期测算，一旦这些开发商都清晰地认识到产品“差异性”的重要性或迅速模仿。那时，本项目还是具有一定市场竞争的风险性。

4.2自身因素

本项目对面的莱茵广场与其他商铺已经有强烈的对比，假如本项目没能创新超越莱茵广场的话，销售的风险性和困难度是显而易见的。

5.综合分析

从市场调研结果分析、本项目的优劣势比较，机会和风险并存。唯一的办法就是尊重市尝适应市场，顺应消费者的心愿，整合与项目有关的各种要素，运用智慧，创造出具有超前性、差异性、引导性、适用性的产品，以合理的成本、利润，达到科学的“投入产业比”，追求产品供给----需求的完善性，使项目达到预期的市场期望值。从目前各热销的商铺物业以及投资者的区域意向，可以看出投资者的考虑因素主要表现在：一是地段和人气，地段和人气是决定商铺租金的重要因素，人流量大、道路畅通、能够留住行人和有稳定消费群体的区域等都是投资考虑的主要因素;二是新的商业模式和经营理念，当前的商业模式开始从条状商业街向集聚式商业区转化，综合性的“商业步行街”、“一站式购物”的大买场等新的经营管理模式所带来的影响是不言而喻的;三是产品和配套，商铺产品的设计和周边能源状况，包括面宽、进深、层高及对消费的有效引导，还有商铺的水、电、煤气、污水排放等技术性内容，以上因素对商铺的功能影响很大，投资者考虑范围较大。

**商铺招商方案篇十五**

一.项目介绍：

温州商贸城是由江苏奔宏置业有限公司出资建设的，该公司的重点项目——句容温州商贸城位于拥有南京御花园之称的句容市，是句容市政府20xx年重点标志性工程，占地面积200亩，处于西环路和104国道的交汇口。辐射南京大都市经济圈，是周边地区目前规模最大的专业建材、五金机电批发市场。该项目投资2亿多元,建筑面积近70000平方米，商铺面积达80000平米，仓储面积35000平米。

二.产品定位优势：

温州商贸城坚持以市场为龙头，以产业为依托，以物流为基础，来打造该市场的集群经济、板块经济和名牌经济，它的建成既顺应了当今商贸流通向大时尚集聚的趋势，也符合该地政府倡导的大力发展民营经济的要求，它高起点的定位、规划，超前的建设理念，长远经营思路，是本地区一个融规范化，品牌化，专业化为一体最大的综合市场。经营项目分别有陶瓷洁具、石材油漆、灯具家具、木业制品、移门橱柜、五金低压电器钻业交易区等，将句容建材装饰、五金机电消费市场进行了科学的规划整合和有效的管理运作。另外，工商、技监、金融、供水、供电等及教育、餐饮、网络等服务设施一应俱全。温州商贸城是一座融展示贸易、仓储物流、科技服务、信息交流为一体的科技商贸城、文化城、信息城。

三.交通概况：

本处于西环路和104国道的交汇口。到达句容市区只有1.2公里的路程。项目门口有公交2路10路汽车，平均10分钟一班直达市区。项目距离南京江宁区只有20分钟车程，距离南京市区只有40分钟车程。

分析：

1、s——优势

(1)地段——离句容市城市中心只有1.2公里，规划的物流商贸区域，对于大型的主题建材市场来说地段优越、位置显赫。

(2)交通——项目内有公交2路车直达市区10分钟一班，10路车离项目只有5分钟的路程。

(3)口碑——项目为句容市政府招商引资项目，20xx年10强民营企业，20xx年消费者信得过企业。

(4)物业——项目占地面积200亩，该项目投资2亿多元,建筑面积近70000平方米，商铺面积达80000平米，仓储面积35000平米。是句容市最大的建材家具批发零售市场。

(5)配套——配置自动扶梯、6500平米的大型停车场，还有宽24米的中央绿化带配置休闲区域，配套设施较为完备。

(6)品牌商家入驻——一期，二期成功引进马可波罗瓷砖，冠军陶瓷，麒麟床垫，全友家私，皇明太阳能句容总经销，世友地板句容专卖店嘉宝莉油漆句容专卖，品牌影响力强大。

2、w——劣势

(1)由于早期句容商业市场没有成熟给投资者带来了忧虑。

(2)句容老的建材市场由于产生的早在句容人的心里有的一定的认知度，目前新市场开始需要一定周期的培育。

(3)项目临104国道道，车流快，人流被阻隔，有碍人气的聚集和商气的形成。

(4)项目居句容市区以外，区域商业网点分布较稀，商业氛围不足。

3、o——机会

(1)经济因素——股市衰退、证券市场萧条、银行存款利率太低，有效投资渠道窄;与此正好相反的是连年存款余额上升，大量闲散资金找不到有较好回报的投资方式。

(2)政策因素——国家宏观经济调控失当，造成房价一路高升，给投资者带来了商机。

(3)市场因素——随着经济复苏，人均收入大幅度提升，消费水平提高，消费能力和消费总量迅速增长，商业行业日益兴旺，商业地产开发前景也越来越美好。

(4)区域发展——本区域被政府规划为商贸物流区，本项目正符合本区域发展，在附近政府有意建造大面积的经济适用房,加大了本区域的人流量。

(5)现行的产权式商铺推广模式，可以满足很大一批中小投资者的投资欲望。

4、t——威胁

(1)国家相关法规明确规定“禁止返租”，而产权式商铺推广模式必须向投资者承诺返租。

(2)工商局以及广告法对返租、回报承诺等禁止宣传，使本项目在推广中无法将信息传达到位。

(3)国家对目前房地产的发展过热不断的控制，银行利息不段上调。

(4)招商难度大，开业时若无大量商户进入，商场经营会遭致失败，还有可能引发市场危机。

(6)商业市场竞争激烈、经营困难，若不能盈利或保本，将难以摆脱这一沉重负担而无法彻底解套。

五.岗位职责：

招商部职责

一、部门本职：

1、组织及负责整个商城的招商工作：市场调查、市场分析、项目定位、信息收集、反馈信息、商品结构调整、组织各种促销及展销活动;

2、负责招商洽谈工作，进行市场拓展和完成领导交办的其他工作。

二、主要职能：

1、计划安排：编制部门本职所管年度、月度指导工作计划;

2、业务开展：对部门本职所管业务进行信息搜集和业务开展;

3、规范制订：对部门本职所管业务组织制定操作规程和管理制度;

4、检查考勤：对本部门所管业务进行监督、检查和考核;

5、资料管理：对本部资料进行管理;

6、工作协调：协调与公司各部门的关系;

7、市场拓展：开展对外客户洽谈招商工作;

8、工作报告：向总经理提交部门工作报告;

三、管理范围：

部门本职所管理业务范围。

四、工作要求：

1、本部人员要严格遵守公司的各项规章制度;

2、要经常深入市场基层，了解市场形势，搜集信息，提出计划方案及实施策略;

3、将以顾客服务为中心作为工作原则，高质量完成好本职工作，促进公司整体管理服务水平的提高;

4、对于应由本部解决的问题，必须在一日内给予明确答复;

5、同事之间，分工不分家，分职不分责，齐心协力完成工作。

招商部经理：

一、岗位职责：

1、履行领导所指派的工作;

2、负责制定招商工作计划及目标;

3、根据招商计划及目标，制定相关招商工作方案，落实及实施各项招商方案，统筹本部人员联系客户，并洽谈招商细节;

4、建立及健全招商各项管理制度及实施细则;

5、评估部门下属各人员的工作业绩;

6、评估各项招商方案的工作效果;

7、定时向上级汇报招商工作情况;

8、定时开展市场调查工作并及时汇总上报;

9、建立完整的一套招商资料库。

二、领导责任：

1、对部门工作目标的完成负责;

2、对下属人员的工作质量、服务水平负责;

3、对下属人员的整体行为规范、工作秩序及精神面貌负责。

**商铺招商方案篇十六**

(一)夯实基础，强化项目工作。

1、狠抓项目生成和包装。紧紧围绕我县“2+2”重点产业，牢牢抓住平昌被列为“全国粮食生产先进县、中央财政小农水重点县、全国生猪和肉牛生产优势区域布局重点县、全国优质商品猪战略保障基地建设重点县、全国森林经营试点县、全省现代畜牧业培育重点县、全省林业产业化重点县”以及江口水乡被国家水利部命名为川东北地区唯一的“国家水利风景区”等大好机遇，研究生成10个招商引资新项目、大项目，及时聘请专家做好策划包装，为招商引资奠定基础。

2、强化项目投资信息搜集和追踪。主动和产业龙头企业、商会、协会搞好联系，充分发挥驻外窗口的作用，多渠道搜集项目投资信息，建好信息档案，及时与客商联络，为小分队对接洽谈项目提供目标。要把引进战略投资者作为招商引资项目工作的重点和主要着力点来抓，努力发展、延伸产业链，逐步形成以大产业、大项目为核心，中小产业、项目为依托的产业招商格局。

3、加大项目跟踪落实力度。建立在谈、签约、开工、投产项目跟踪管理台账，对重点项目实行专人全程跟踪，一月一督查、一月一上报。每季收集更新一次推介项目前期工作进展情况，分析一次项目促进工作运行情况。

4、切实做好项目统计分析工作。按省、市统计要求建好统计项目档案，按月向省、市招商引资局及县统计局报送统计报表，按季做一次统计分析，为全县招商引资工作提供参考意见。统计工作要深入全县所有乡镇，做到全面、具体、科学，以确保市政府下达我县年度目标任务的全额完成。

(二)明晰思路，创新促进工作。

1、继续推行部门定人定期联络制。每个招商工作人员负责联系2-3个经济部门或重点企业，每月至少到所联系的单位收集一次有关招商引资的项目信息及最新的行业政策，整理成文字资料后在集中学习时相互交流。通过实施部门联动，确保全县招商引资一盘棋。

2、拓宽招商引资渠道。一是例会招商。积极参加省、市统一组织的“西博会”、“西交会”等重大招商引资活动。二是登门招商。组建小分队主动走出去，积极开展有针对性项目对接活动。计划今年3-10月，每月至少安排一次小分队招商活动。三是以商招商。要创造良好的外商创业条件，提高投资回报率，增强外商满意度，通过他们的宣传和推介，形成以外引外、以商招商的效应;四是委托招商。在平昌籍外出务工人员较为集中的东部沿海城市和成渝两地，选定一些事业有成的乡友或者考察一些有实力的中介机构实行有偿委托招商，引进项目资金，使招商引资工作逐步由政府推动为主向市场化运作为主转变;五是驻点招商。充分利用招商局现有人员结构，在广州、北京两地设立驻外招商窗口，扩大招商视野。六是要以乡招商。要充分利用我县在外工作、务工、经商人才多的优势，鼓励他们多为家乡发展献计出力，引导他们回乡创业和引进外面的大公司、企业来我县投资置业。

3、加大招商引资宣传力度。充分利用《平昌县招商局》网站阵地，精心组织投资商密切关注的资料及时上网;制作平昌县大交通建设、生态资源优势、“2+2”产业发展规划以及“平安、诚信、生态、和谐”的地域形象等专题ppt演示文稿，结合广播电视、光盘、户外广告、宣传图册等常规宣传方式大力宣传平昌的优势资源和潜在的区位优势，提升平昌的知名度和诱惑力。

4、加快推进区域合作。主动融入成渝经济区，建立完善内外联动、互利共赢的开放合作机制，采取组织乡友会、缔结友好县区、开展商会交流等多种形式，深化合作领域，提升合作水平。努力把平昌建成达渝经济区的劳务输出基地、绿色食品和特色农产品的供应基地及相关工业产品配套基地。

**商铺招商方案篇十七**

一、背景介绍

至此20xx年伦敦奥运会召开之际，中央电视台体育频道与中国网络电视台体育台联合派出优秀拍摄团队前往伦敦录制《伦敦行动》，并制作完成6集伦敦奥运专题节目《伦敦行动》，于20xx年春节期间在cctv5首播。

该片以“伦敦行动”形象大使李冰冰、特邀嘉宾颜强一起带领观众走近泰晤士河，走进伦敦博物馆、歌剧院、白金汉宫，近距离感受多彩而现代的伦敦为主要内容，旨在让观众更能身临其境的感受伦敦，感受奥运。

中央电视台选择了成都作为《伦敦行动》的首映礼发布城市，于20xx年1月8日，在成都这座充满了传统特色的城市举行隆重的首映礼。届时影星李冰冰、中央电视台著名支持人张斌也将来到首映礼现场与蓉城的市民见面。借此首映礼之机，成都电视台也将正式启动“成都电视台20xx伦敦奥运会特别报道”，积极参与伦敦奥运会的报道，从市民的角度观看奥运比赛、感受奥运氛围。

二、活动亮点

1、强势媒体强强联手共同打造影响力

2、影星李冰冰、著名主持人张斌强力加盟活动与市民互动

3、奥运会影响力提升品牌知名度

4、伦敦奥运会火炬手与观众面对面

5、最新sng卫星直播技术实现90分钟大型现场直播

6、多媒体互动实现立体包装传播

7、丰厚媒体回报打造超强品牌实力

8、媒体搭建平台为促销提供渠道

三、活动介绍

活动时间：20xx年1月8日

活动地点：成都市东区音乐广场

活动内容：1、《伦敦行动》内容介绍与节目预告片发布

2、成都电视台20xx伦敦奥运会报道启动

3、李冰冰同iptv观众及现场观众互动并赠送小礼品

4、豪华报道团队市民见面并接受授旗

5、cdtv与cctv签订奥运报道合作协议

6、丰富多彩歌舞表演

四、联动媒体

电视媒体：cctv5、cdtv1

电台：成都广播电台各频率

报纸：成都日报、成都商报、成都晚报

网站：新浪微博、橙网在线、成都全搜索

五、招商及回报

冠名商:

数量：独家

回报内容：

1、享有此次活动的独家冠名权：凡是涉及此次活动的报道均提及冠名企业名称;

2、1月6日、7日、8日、9日循环播放“成都电视台伦敦奥运特别报道”启动宣传片;

时长：15秒

内容：10秒(活动内容)+5秒(冠名企业logo及名称+活动logo或cdtvlogo)

制作要求：宣传片中提及独家冠名企业名称，如：“(企业或产品名称)”之夜„„

投播媒体与平台：cdtv1—《成视早新闻》、《成视午新闻》、《成视18点》、《成视夜新闻》等

cdtv5—《成都全接触主档新闻》、《成都全接触900播报》、《成都全接触夜新闻》

3、电视媒体开辟专门时段进行新闻报道;

(1)、启动仪式当天的新闻报道：

内容：有关当天cdtv伦敦奥运会报道启动仪式专题报道，片中挂上冠名企业角标，报道中提及企业名称;

投播平台：《成视早新闻》、《成视18点》、《成视主档新闻》、《成都全接触》系列新闻报道栏目;

(2)、“我与奥运”系列报道：

内容：在启动仪式后的第二天、第三天，分别围绕“奥运火炬手”、“奥运回顾”等主题进行报道，介绍成都市民对成都电视台记者赴伦敦采访的看法，以及奥运火炬手的期盼等。报道提及企业名称。 投播平台：《成视早新闻》、《成视18点》、《成视主档新闻》、《成都全接触》系列新闻报道栏目。

4、成都电视台新闻中心官方微博与观众互动并抽取幸运观众参加首映礼活动，届时微博将会提及冠名企业名称，如：“xx企业”邀请您参加„„;

5、现场直播阶段，直播画面出现企业名称及logo不少于3次、活动现场主持人现场提及冠名企业名称不少于2次、直播时全程挂住带有企业名称的角标(直播平台：cdtv5，时长90分钟);

6、在活动开始，《成视18点》、《成都全接触主档新闻》将会进行sng现场连线，时长10分钟左右：连线主持人口播提及企业名称不少于2次、画面出现企业名称不少于2次;

7、活动现场冠名企业可组织50名员工方阵参加活动，可举带有企业名称或logo的标牌;

8、活动现场布置融入企业名称等相关元素;

六、招商金额

100000元整

**商铺招商方案篇十八**

一、工作目标

20xx年力争新引进内外资开工(开业)产业项目120个，实际利用内外资金35亿元，其中工业项目占项目总数的50%以上;重点实施“三个十”招商工程，即力争引进10个战略投资者、5个总投资过10亿元、10个过亿元的项目，新增企业创税能力过亿元，解决1万名劳动力就业岗位，实现100个新增项目顺利开工、竣工、投产。

二、工作任务

20xx年继续保持衡阳市招商引资工作一类单位，力争获得湖南省扩大开放工作先进单位荣誉称号。

三、工作措施

(一)宣传造势，打造亮点，让招商引资理念深入人心。

一是利用媒体网络抓招商。一方面充分利用中国衡阳招商网、耒阳电视台、耒政网、《今日耒阳》、红网手机报等新闻媒体为平台，开设招商引资专栏，对我市的资源优势、区位优势、优惠政策等进行宣传报道，力争在全市迅速掀起招商引资热潮。另一方面进一步加大异地招商宣传力度，在北京、上海、广州、深圳、成都、长沙、衡阳等地主流媒体进行宣传，第一时间把我市招商引资亮点展示出来。二是依托自身优势抓招商。根据耒阳特色，认真学习借鉴先进地区招商引资成功经验，做到出好一份信息刊物(《耒阳招商信息》)，制好一张光碟(《投资耒阳》光碟)，建好一个网站(耒阳招商在线网站)，做好一块大型宣传广告牌(高速公路沿线或武广高铁沿线)。三是壮大招商主体抓招商。实施“四个五”招商主体拓展工程，即以耒阳同乡会为主体，组建耒阳珠三角地区商会、长三角地区商会和西南地区商会，主要在北京、上海、广州、成都、长沙建立5个耒阳商会;聘请50名有责任心、信息渠道广的招商网络信息员;逐步发展50名招商联络员、500名招商宣传员。四是推进项目建设抓招商。积极组织“回头看”，邀请市级领导、重点企业负责人、各职能部门及项目座落地负责人、相关村支书、主任召开重点招商引资工业项目推进会，通过调度督办，查找问题，为企业解决实际困难，加速项目建设进度。

(二)项目为王，突出重点，让在谈客商看到拳拳诚心。

一是坚持“招大引强”招商，着力引进十个战略投资者。近阶段主要引进一个总投资过30亿元的项目、四个总投资过10亿元的项目，即由北京天洋集团与深圳老乡谢鹏程合资兴办的“武广新城综合开发”项目;由深圳众为兴数控机床有限公司董事长老乡曾逸牵头，联合富士康集团相关供货商投资兴办的“深圳耒阳工业园(富士康配套基地)”项目;由江苏江阴远景能源集团和香港华润(集团)有限公司投资兴办的“风力发电”项目;由蒙牛股份有限公司投资兴办的“乳制品加工基地、种养基地”项目;由深圳中兴通讯股份有限公司投资兴办的“中兴网通配套基地”项目。二是坚持“走出去”招商，策划好三类招商引资活动。即做好规定动作，积极参加国家、省、衡阳市组织的大型招商引资活动，重点突出第七届中博会、第六届湘商大会等活动;创新自选动作，依托长三角、珠三角、西南地区耒阳几大商会，适时举办招商引资项目推介会，近期拟于四月份联合深圳耒阳商会在深圳召开一次重点项目推介会;由市领导带队组织招商小分队，赴蒙牛集团、众为兴数控机床、远景能源等企业上门招商。三是坚持信息网络化招商，建好三个人力资源台账。即建立重大企业客商信息库、耒阳籍知名专家学者及在外创业成功人士信息库、招商项目信息库等三个台账，构建多层次、多渠道和多元化的立体招商网络。

(三)服务至上，破解难点，让投资软硬环境使人放心。

以省委、省政府明确今年为“开放平台建设年”活动为契机，坚持投资软硬环境两手抓，一是打造招商硬平台，加快一区三园建设。积极推进市经济开发区中小企业创业园建设，加快标准厂房及相关配套设施建设，分功能、分区域、分产业大力引进沿海发达地区劳动力密集型、环境友好型企业落户;积极推进市哲桥现代国际物流园和精美制造园建设，建议加快路网建设，拉通“一横一纵”主干道即七岭完小至京广铁路线、金华北路至柴哲路两条道路，拓宽拓深欧阳海灌区渠道，完善物流园区内给排水基础设施;积极推进大市循环经济产业园建设，建议启动运煤专线建设，新建配套容量的变电站。二是构筑服务软环境，整治部门非法行为。建议对与市政府签约的重点招商引资工业项目，在办理相关手续时，发改、国土、环保、财政、经信、规划、林业、电力、水利、遥电公司、开发区招商局等部门要安排一名专人负责无偿跟踪服务;出台一个服务性文件(明确审批程序、人员、办结时间及该部门对“三乱”行为的查处办法);统一一个收费标准。严厉整治项目座落地强揽工程、强买强卖、敲诈勒索等破坏投资环境的恶性事件，建议发现一起、坚决查处一起，并作为典型案例向全市通报。

(四)明确目标，关注热点，让责任单位坚定招商信心。

为强化责任、明确目标，进一步完善招商引资奖励政策、考核方案、项目呈报程序，建议：一是尽早召开20xx年耒阳市开放型经济工作暨招商引资表彰大会，有关筹备工作我局正在抓紧时间落实，请领导初定会议时间。二是完善耒发(20xx)3号文件，出台更公开、公平、公正的激励机制和奖励政策，进一步加大对投资者、中介人、项目座落地的奖励力度;建议增设20xx年十大重点招商引资工业项目最快进度奖和最佳服务奖两个奖项，争取奖得让人心动，奖得让人心跳，奖得让人眼红，在全市营造更加浓厚的招商引资气氛。三是参照衡阳市项目建设和招商引资考核方案精神，结合我市工作实际，按地域把市经济开发区、街道办事处、有一定工业基础的乡镇、产煤乡镇、其他乡镇分成五类，下达引进项目、签约项目目标任务进行考核，分层次进行比较;按职能把对政府序列单位、机关责任单位分成三类，根据引进产业项目、为企业办实事、客商投诉受理、招商引资工作领导小组集体评定等指标进行考核。四是建议建立招商引资项目评审制度，完善招商引资项目呈报程序，从项目申报、考察、评审、合同起草、领导审阅、正式签约实行“一条龙”跟踪调度制度。五是建议严格实行“五统一”机制，即统一规划布局、统一资源配置、统一政策标准、统一项目准入、统一管理服务;根据耒阳特色对“一区三园”进行分区域、分类别引进产业项目，以全市现有产业分布基础和潜在优势，突出承接产业转移重点，着力发展以先进制造业、电子信息和现代服务业为主的产业体系。

**商铺招商方案篇十九**

为贯彻落实好县委、县政府关于抓好重点产业，重大项目招商引资工作部署，创新招商方式，扩大引资规模，提高招商引资水平，现制定20\_\_年招商引资工作方案。

一、指导思想

以科学发展观为指导，以发展经济为核心，围绕“产业兴镇、创新活镇、精神立镇、依法治镇”的战略目标，明确重点招商产业，招商重点区域，做大产业规模，建立产业支柱，充分利用本地资源优势及县委县政府出台的一系列优惠政策实现招商引资的新跨越和对外开放的新突破，开创渠江镇招商引资工作新局面。

二、目标任务

预计引进资金5千万元，项目不少于3个。

三、招商引资重点产业，主攻区域

围绕全县产业发展特点，结合我镇的实际情况和产业优势，重点抓好：

1、针对目前已纳入渠江镇发展规划的3个项目：

①升家村渠水界土地开发项目，引资外来投资1000万元，力争在下半年完成该项目1000亩的示范基地建设;

②渠之源茶业有限公司茶园基地建设项目，引进外来资金1000万元，力争在年底完成该茶园基地建设项目;

③马颈坳旅游休闲半岛建设项目，引进外来投资3000万元，预计下半年实行该项目的前期工作。

2、加大招商引资度，拓宽招商引资渠道。在今年5月份，将由主要领导带队前往经济发达地区开展招商引资活动。。

四、组织机构和工作措施

1、加强领导，落实保障措施

成立渠江镇招商引资领导小组，实行招商引资工作“一把手”负总责，分管领导具体负责，党政班子成员及其他相关部门负责人齐抓共管的招商引资格局。

为保证招商引资工作的顺利开展，经镇党委政府研究，安排了招商引资工作专项经费12万元，使招商引资领导小组及招商办的各项活动、项目服务等有良好的保障。

2、建立招商引资激励机制，严格奖惩措施

为充分调动镇村干部参与招商引资工作的积极性，便于招商引资工作的领导，配合协调，实行镇班子成员、各办公室、村委会捆绑招商，分配一定的招商引资任务，纳入村级年度目标管理考评与镇机关干部考评重要内容。同时对在招商引资工作中有突出贡献的单位和个人给予一定的奖励，具体措施如下：

新建项目竣工投产后，对项目引荐人由镇政府给予奖励。对单位实际完成固定资产投资在3000万元以上的项目，按实际完成固定资产投入(以审计结果为准)的5‰给予奖励;对引进世界500强、中国500强、上市公司和升级以上高新技术项目的，按实际完成固定资产投入(以审计结果为准)的1‰给予奖励。奖金在项目建成投产后，从企业实现的地方财政纯收益中优先兑付。凡当年实现的地方财政纯收益高于奖励金额的当年付清;低于奖励金额的分期兑付。每年兑付一次，直到全部付清为止。

五、创新招商引资方式，优化服务环境

按照县委、县政府招商引资工作的具体要求，热忱招商，真诚服务，突出以商招商，以友招商，以情招商，以项目招商，以网络招商，积极开展全方位、宽领域、多渠道的招商，不断创新招商工作方式，开创招商引资新局面。

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