# 最新商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表(5篇)

来源：网络 作者：心上人间 更新时间：2024-06-25

*商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表一目前，我市已有43家企业进入\_\_市“政保贷中小企业库”。其中，建仓炉业、金朝阳电动车、绿洲食品3家企业已通过德州银行和华安保险公司的考察，贷款有望近期批复；燕陵生物科技、黄三角环保产业园、德顺昌...*

**商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表一**

目前，我市已有43家企业进入\_\_市“政保贷中小企业库”。其中，建仓炉业、金朝阳电动车、绿洲食品3家企业已通过德州银行和华安保险公司的考察，贷款有望近期批复；燕陵生物科技、黄三角环保产业园、德顺昌农业科技等企业正在考察中。“那政保贷”工作的开展，将有效解决我市中小企业融资难题。

外贸进出口及利用外资，力争超额完成20\_\_年\_\_市分配任务目标。

一是多措并举，全力助推外贸稳定发展。深度挖潜星光、金麒麟、泰山、国强等重点企业，引导扩大进出口规模；持续组织企业参加境内外展会，引导企业利用第三方网络平台，鼓励企业积极与一达通、新华锦等外贸综合服务平台合作；培育潜力出口企业，重点跟进欧瑞尔新能源生产许可证的办理进度，跟进庞大调味异地报关回流进度，跟进威格尔融资进展情况；发展新型贸易业态，积极引导外贸企业试水跨境电商，培育本地外贸综合服务企业。

二是突出重点，做好利用外资工作。充分发挥对韩招商办公室的作用，积极走出去，争取获得更多的项目线索；做好现有线索的帮扶工作，加强现有外资线索的跟进、帮扶、服务，力促项目早签约、早开工、早投产。

三是强化责任，加大招商引资力度。加快走出去、请进来，借助京津冀一体化机遇，获得更多项目线索；加快重大项目推进力度，着力推进裕罗目的建设进度，做好4万吨聚安酯及其他精细化学品项目、30万吨煅烧石油焦等项目的后续服务工作。

四是立足职能，全面开展电子商务工作。加快特色产品展示展销中线的筹建，加快与各企业的对接，确定装修设计方案及第三方运营公司，全力推动中心筹建；引导各乡镇（街道）实施“一镇一业”、“一村一品”工程，加快特色农产品网上销售步伐；积极申报，争取丁坞镇前何庙村“淘宝村”“实至名归”；推进传统企业转型，引导培育传统企业成立独立法人企业。

**商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表二**

结合去年的工作实际情况，在新的一年里一方面要广泛的收集客户资料，寻找上档次的主流品牌，了解客户的扩展规划以及经营计划思路。另一方面就是要定期对其他及周边城市招商部进行市场调查研究，了解对方的市场布局情况，投资厂商的变动和销售情况，以及客流结构等信息。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。

一、计划明年的招商工作目标初步为以下几点：

1、提升自己的业务水平，多学习，多与本部门人员交流，探讨相关的招商知识及部门工作;

2、与同行业人员多交流，探讨摸索，创新招商知识;

3、了解相关信息及时与领导及其他部门沟通，大家一起探讨，从而结合本部门实际工作进一步改进;

二、尽可能多的增加预备客户资源

1、真诚礼貌的接待好上门的有意向客户及考察团体。

2、到台商聚集的城市收集客户资源，学习别人的成功招商案例，吸取别人失败的教训，从而成就自己的工作。

3、通过与客户间经常性的联络互动，及时了解行业的相关动态。

三、稳固目前现有台商，同时引进其他主流品牌厂家

1、眼睛不能仅仅放在新的投资上，也要服务好已有企业厂商，逢年过节为他们送去我们的问候，积极解决他们的企业实际问题，让他们有到家一般的感觉。

2、结合部门实际情况，更多的了解及引进其他有意向或主流品牌厂商，尽可能稳定目前现有的企业厂商，同时形成稳定的发展态势。

3、相关工作及时与领导及相关部门之间取得沟通，确保工作无误。

四、积极的去推广本市开发区，使其能被更多的台商所熟知

1、抓住一切可以和台商企业交流沟通的机会，让他们了解德州经济开发区，向他们介绍现行的多项优惠政策。

2、市里或区里有什么活动项目，及时的、尽可能的联系自己所知道的所有台商，邀请他们来开发区实地考察。在新的一年里，积极主动的开展招商工作，使自己的业务能力得到更多的锻炼和提升，也使自己的工作能有更多的优秀成绩。

通过工作计划的实施，切实的提高工作效率，发挥个人的主观能动性，高标准要求自己，争取为台办招商工作的开展贡献自己的力量。

五、统筹兼顾，切实抓好各项基础工作。

一是全面落实综合治理和信访、安全目标责任制，扎实抓好安全稳定及防邪工作，确保县招商系统和诣稳定;

二是继续深入抓好城乡环境综合治理工作;

三是抓好招商网站建设，搞好对外宣传和各类信息的及时报送工作;

四是扎实开展惠民连心行动，做好挂联帮扶村的扶贫解困工作;

五是加强机关内部管理。继续做好阳光党务、政务工作。建立健全科室职能职责和岗位目标考核办法，加大作风建设力度，努力把县招商局打造成为学习型、阳光型、高效型、清廉型、服务型机关;

六是扎实做好外事工作，加强涉外管理。对因公出国(境)团组和人员必须按规定的程序申报，严格执行因公出国(境)人员的政治审查、任务审核、行前教育和回国报告制度。积极配合相关部门做好涉外工作检查指导，切实做好来平昌的外国记者和专家的管理工作及外宾接待相关工作的服务指导，确保外事平安;

七是严格执行基本国策，切实抓好计划生育工作。

**商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表三**

为认真做好20\_\_年招商引资工作，全面实现工委、管委提出的年度目标任务，经研究，特提出如下招商局年度工作计划。

一、目标任务

全年全局新引进招商引资项目2个以上，其中家具项目不低于1个，实现到位资金不低于4000万元。

二、计划安排

1月：完成市、区两级招商引资考核，提出招商引资先进单位和个人的建议名单和表彰意见，提交区工委、管委会议研究。

2月：修订完善招商引资相关文件；开展招商引资优惠政策的清理规范工作；利用在外创业人士春节回乡探亲时机，做好招商引资的宣传推介工作。

3月：做好20\_\_年招商引资项目谋划工作，完善充实项目库；筹备并召开20\_\_年招商引资工作会议、第一次招商引资项目推进会；加强外出招商，筹备并落实区领导赴北京开展招商活动；加大家居产业园宣传，提出20\_\_年宣传方案。

4月：筹备并组织召开一季度全区招商引资调度会、第二次招商引资项目推进会；筹备并组织实施一期招商引资培训；筹备并落实区领导赴广东开展招商活动；筹备并参加\_\_市在深圳举办的投资环境说明会。

5月：筹备并组织召开第三次招商引资项目推进会；筹备并落实区领导赴上海、江苏开展招商活动。

6月：筹备并组织召开第四次招商引资项目推进会；筹备并落实区领导赴福建、浙江开展招商活动，计划在浙江召开一次小型推介会。

7月：筹备并组织召开上半年招商引资调度会、第五次招商引资项目推进会；筹备并参加\_\_市在上海松江举办的投资环境说明会。

8月：筹备并组织召开第六次招商引资项目推进会；筹备并落实区领导赴成都召开一次小型推介会。

9月：筹备并组织召开第七次招商引资项目推进会，筹备并参加\_\_市在福建泉州举办的投资环境说明会。

10月：筹备并组织召开第三季度招商引资调度会，第八次招商引资项目推进会，回访相关企业。

11月：筹备并组织召开第九次招商引资项目推进会，回访相关企业。

12月，筹备并组织实施年度招商引资考核，总结一年工作。

（一）加强价格宣传工作。

以《中华人民共和国价格法》实施十七周年为契机，广泛深入地开展价格法律法规学习宣传活动，认真学习和贯彻《山东省深化价格改革实施方案》所确定的深化“六大改革”、完善“四个机制”，加快构建政府定价管理、差别化价格、价格调控、价格监管、民生价格五大政策体系的价格改革措施，努力形成遵法守法、依法治价的浓厚氛围。重大价格政策措施的出台都要通过电视、广播、报纸、网络等渠道及时向社会披露，增加透明度，增强各方面对价格工作的了解、理解和支持。

（二）审慎出台政府调价措施。

积极稳妥地推进县级公立医院改革，做好医疗服务和药品价格的改革后的监管工作，对违反价格法律法规和政策规定的，要依法严肃查处。加强对定价成本的调查和监审，重点做好城乡供水一体化供水价格成本监审工作，审慎出台供水价格。

（三）加强市场价格监测预警。

健全完善价格监测、预警和应急机制，充实价格监测队伍，进一步完善市场价格监测体系。密切关注粮、油、肉、化肥等重要商品的市场价格变化，加强实时监测，对可能引起市场异动的倾向性、苗头性问题及时作出预警，有效防止可能发生的价格异动。

（四）严格规范市场价格秩序。

认真组织开展事关群众切身利益的重要商品和服务价格专项检查，严肃查处囤积居奇、串通涨价、哄抬物价等行为，并对典型案例进行公开曝光。切实加强经营者价格诚信教育，引导经营者诚信定价，守法经营。继续整顿和规范涉农、教育、医疗服务和药品等领域的价格秩序。

（五）进一步加强物价部门自身建设，不断提升依法治价能力。

组织干部职工加强价格法律法规学习，健全学习工作一体化机制，积极转变职能、改进作风，切实提高干部队伍综合素质，努力提高执法水平，为有效推进价格改革提供坚强保障。要规范价格行政行为，坚持以《价格法》为基本准则，运用法治思维和法律手段推进价格改革，把价格调控、价格管理、价格监督等行政行为纳入法制化轨道，做到严格依法行政。

**商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表四**

现将我局20\_\_年度招商引资工作开展情况总结报告如下：

一、20\_\_年度招商引资工作开展情况

今年以来，我局根据县目标责任考核领导小组《关于分解下达20\_\_年县域经济社会发展主要指标任务的通知》（略考组发〔20\_\_〕1号）\_\_县人民政府办公室《关于进一步加大招商引资力度促进投资的通知》（略政办发〔20\_\_〕76号）精神，从县域经济社会发展大局出发，围绕县目标责任考核领导小组下达我局的“策划包装项目2个，到位资金9000万元”年度招商引资任务，积极推进招商引资工作。全年策划包装招商引资项目3个，分别为陕西省县仙台坝铁索桥—三交界一带钾长石矿普查、陕西省县煎茶岭矿田金多金属矿详查和陕西省县铜厂矿田铜金多金属详查项目，涉及资金约1。26亿元。经过与投资方深入接洽，仙台坝铁索桥—三交界一带伟晶岩矿普查和铜厂矿田铜金多金属详查两个项目顺利签约落地，该两个项目实施完成后，预计总投入资金将达到9000余万元。

二、推进工作的主要措施

一是高度重视。今年以来，我局从服务和促进县域经济社会发展大局出发，高度重视招商引资工作，将其视为调整县域经济结构、提升县域经济总量的重要举措，并结合行业优势，积极开展招商引资工作。

二是落实责任。招商引资任务下达后，我局即落实分管领导、责任科室专门负责此项工作。全面落实了“一个项目、一名领导包抓、一个部门牵头、一套方案推进、一套班子服务”的“五个一”工作机制。同时，要求全局上下按照多服务、不干预，多设“路标”、不设“路障”的要求，多为企业出实招，办实事，随时解决企业亟须解决的问题。

三是主动服务。在招商引资工作中，要求各相关科室坚持主动介入，严格落实“三最”（最好的服务、最快的速度、最优的环境）、“三高”（高标准、高效率、高质量）、“三快”（快组织、快报批、快开工）服务要求。具体工作中，要求各业务科室实行对口跟踪服务。如在涉及探矿增储项目时，要求耕保科按照企业用地情况及时上报用地计划，协调帮助企业及时办理临时用地手续；要求资源环境科定期对工程进展情况进行现场检查，督促勘查工程按进度完成，协助企业按期完成地质报告的编写、上报、评审及备案工作，督促企业依法勘查，依法查处乱采滥挖、越界勘查、以采代探等违法行为，按工作进度完成勘查投入；要求矿管科及基层国土资源所做好企业外围协调工作，为企业创造良好的外部环境，协调好厂地关系，督促协助企业办理采矿许可证登记相关手续，按时上报项目工程、投资进展情况等。

四是严格考核。我局实行了招商引资工作考核督办、表彰奖励办法。年度招商引资任务下达后，将其列入《年度工作目标任务一览表》，与业务工作同部署、同检查、同考核，对工作任务完成较好的单位，在年终考核时予以表彰奖励，对工作任务没有完成或完成较差的采取措施予以处理，

三、工作中存在的问题及打算

我局将招商引资作为促进县域经济发展的重要举措，采取积极有效措施推进此项工作，在近年来招商引资工作中取得了较好成绩，受到了上级主管部门的肯定。但受业务工作局限，我局招商引资项目以矿产品勘查、开发利用为主，近年来，由于宏观经济形势整体下行，矿业经济更是极为萎靡，因此，极大多数矿业权人对矿产品勘查开发持谨慎态度，不愿加大投资力度，导致我局招商引资工作极为困难，年度招商引资任务较难完成。为此，建议县经贸局充分考虑当前工作难处，适当降低我局招商引资任务，待矿业经济整体回暖时再增加任务量。同时，我局将进一步加大工作力度、拓宽招商引资眼界和渠道，力争招好商、招大商。

**商场招商年度工作计划 招商年度工作计划安排表五**

前言：

20\_\_年7月加入公司，任职副总经理，主管招商部和营运部工作，下面阐述我从入职以来的工作总结。

招商方面主要工作概述：

首先是市场调研并最终形成项目研测报告、商场整体定位、业态占比规划、品牌基数规划、品牌落位图、商场动线规划、租赁决策文件等一系列的招商前期工作；其次是部门人员组织架构的设计、团队组建、岗位职责、制度流程、合同文本、部门预算、招商倒排计划、租金执行政策、招商说辞、招商手册制定等一系列中期工作。从20\_\_年9月初招商部同事开始正式招商，经过15个月的周期，不含超市计划签约面积22459平，实际签约面积204\_\_平；完成签约率90%，已签约专柜预算收益1779万元，20\_\_年全专柜预算收益1977万元，预计达成报批版的租赁决策文件计划的80%（以考虑免租期-报批预算收益指标高标准2477万元作比较）。

营运方面主要工作阐述：20\_\_年3月之前，前期营运部的工作主要是组织架构设计和团队组建；评审营运部需要的各类工作前置文件，包括制度流程、倒排计划、岗位职责、培训计划、商户装修手册、商户手册、营业员手册、工程技术条件的提报、图纸细化等一些列的前置工作；中影、家乐福进场后，营运团队人员部分到位，施工现场正式进入角色，开始指导营运团队协调与地产公司的各类工程问题；20\_\_年6月所有营运主管级到职，指导部门经理带领营运团队全面开展各项工作，前期主要是协调重点商户进场、协调地产公司工程技术条件的整改、现场施工的进度跟进、施工安全的管控及问题处理，从20\_\_年4月份到12月初，签约商户装修基本结束，除家乐福、瓦国小镇外，基本能够实现招商率与开业率相符。12月份开始重点跟进开业前各项营运工作的倒排计划，逐一落实，确保营运工作所有事项满足开业需求，包括人员培训、物料准备、商户开业前重点跟进项时间节点计划、双选会、证照办理等

工作全面总结

1． 招商方面：

（1）市场调研报告：针对瓦房店市场的调研，主要重点调研对象是旺角新玛特、大伟时代广场、妇女儿童、步行街；其次是长兴购物、嘉泰商场、商业城、集贸。调研的重点是各个项目的业态、品牌、客流、营业时间、租金及扣率水平，同时也对瓦房店商业氛围及消费

习惯的作出分析，主要看夜间客流的走向和消费者消费的倾向。一系列的调研为制定项目的研测报告提供第一手数据。

（2）招商前置的准备：首先是组建团队，以部门经理为主，临时抽调营运经理协助招商；其次是要做好各类招商文件，包括：招商手册、招商统一说辞、制度流程的制定与培训、初步规划图纸的交底培训、租金计划的交底培训、资源的收集并分配、分配招商工作任务等。

（3）倒排计划的制定：根据公司要求20\_\_年10月份开业，制定了一整套倒排计划，涵盖了整个招商工作过程中的所有工作内容和完成的时间节点，作为招商工作的最高指导文件，招商部定期对倒排计划进行梳理和检讨，是完成招商工作的重点工作。

（4）各类图纸的深化：图纸是招商的必要要素，根据cad及现场的实际勘察，结合北京策划公司的建议，并按照研测报告中的各类数据及商业理念的要求，形成了一整套图纸，包括大动线图、铺位规划图、业态规划图、品牌落位图，形成招商最基本的工具；

（5）租赁决策文件的制定：根据公司要求，结合瓦房店市场的商业行情，同时参考大连市场中类似项目的收益状况，并考虑到市场商业大环境的前提下，制定了租赁决策文件，按照高标准和低标准两个指导价格，指导招商人员实际洽谈，也为领导决策提供依据。

（6）制度流程及合同文本的制定：制定了招商期间和运营期间的部门制度流程，原则是结合商业公司和集团的组织架构及审批流程，并严格按照既定的制度流程执行；制定了各类合同文本及附带文件，作为签约的前置重要文件。

（7）招商实施阶段的重点阐述和分析：

整个招商过程中，应该说经历了很多波折，在市场大环境的影响下，招商工作面临着巨大压力，但总的来说，我们能够根据招商各个阶段遇到的各类问题及时分析和检讨，缕清思路，启动备选招商方案，基本上解决了问题，具体详述如下。

首先从主力店家乐福签约为招商契机，主动洽谈第二大主力店影城，先后洽谈了星美国际影城、嘉禾、横店，结果是因为租金满足不了预算而放弃合作，但可以说与商户建立了较好的联系，也从另一个角度摸清了院线在三四线城市的拓展计划、物业需求及租金贡献，最后综合各种因素与中影落定了合同并签署了营运方面的补充协议，确保装修档次和日常运营、营销活动的能力；

两大主力店签订的同时，对次主力店及重点品牌进行铺开洽谈。主要目标是引进快时尚品牌，优衣库、ca作为重点引进对象，但是由于北区开店计划的制约，没有能够达成合作。引进快时尚的思路受阻后，招商马上调整思路，将重点偏向服装服饰集合店、精品集合店，服装服饰成功签下了拉夏贝尔集合店、vm、太平鸟、大嘴猴，这几个品牌的落位基本实现了商场地定位和档次；再加上一楼重点品牌好利来、苹果体验店、手表集合店、化妆品集合店的加盟，一楼招商基本成型。一楼招商的遗憾，首先肯德基签约比较晚，对观望品牌的招商没有起到很好的促进作用；二是屈臣氏，由于对方公司的决策前后不确定，以至于没有顺利引进，影响了一楼的品牌级次，虽然丹鸥美莎在经营实力和经营品牌、租金水平都符合要求，但在品牌影响力方面还是弱很；三是中国银行位置的空余，应该说这个位置是商场中最优越的位置，但是由于等靠中国银行，而其中途出现合作反弹，导致我们在整个一楼的规划、租金预测和资源储备方面出现了很大的危机；四是吉野家因为公司人员调整导致合作意向不明确，影响了招商进度的顺利进行，对于观望品牌的签约有很大的负面影响，

二楼的招商是最坎坷的，目前的空铺数量也是最多的，主要是由于服装行业经营的`不景气，应该说招商部在招聘人员方面也是重点倾向服装类，招商部全体人员利用各种关系进行资源的收集以及全方位的洽谈，可以说大连区域内的服装商户基本都谈过；需要指出的是，由于布局规划和店铺面积过大对招商有一定影响。内衣集合店、运动集合店、皮草广场对招商达成率和招商进度有了保证，但是我们面对的也是同样的痛苦，那就是租金预算背了很多，从二楼我们可以总结出，业态比例规划中服装类比例即使放的已经很低，招商和租金达成也是最困难的，另外品牌级数也跟规划的差距很大，很多引进的品牌质量和运营能力也给后期的调整买下了隐患。

三楼前期招商非常困难，瓦市市场的童装优势资源集中，合作意向无法敲定，引进快乐星后的布局大调整，应该说是三楼招商工作的转折，两大次主力店分布项目南北，对于动线有很大的帮助，三楼满铺的招商结果还是比较不错的，虽然童装类的级别不是很理想，但是合同期可控，不再担忧三楼冷场的情况。需要提出的是汤姆熊的合作没有落下来，这是三楼乃至整个广场的遗憾，从另一个角度讲，娱乐类项目在购物中心的作用越来越明显，商户对城市和商场的考量上有了很严格的要求。

四楼餐饮的招商相对来说比较顺利，美食广场、圣道烤肉瓦国小镇的签约对于其他品牌引进起到了积极作用，但中途铁板烧、烤鱼、西餐厅、瓦国小镇的反弹，瞬间给我们招商的工作带来了巨大考验，招商部也得到公司的大力支持，想尽办法排解了困难，虽然年糕火锅、牛肉汤、五谷板面、姐妹麻辣烫的品牌级别和经营实力令人堪忧，但是位置、面积对于后续的调整还是可控的。目前有一个空铺，倾向于经营自助火锅，但目前仍没有落实，从洽谈的周期和供应商的数量来分析，主要是瓦房店市场的火锅生意不景气，淡季时间太长，很多供应商对于单独经营自助火锅心有疑虑而放弃投资。

2． 营运方面：

（1）团队组建：营运工作从团队组建开始，根据组织架构的设计，基本按照时间节点和需求，成功组建了营运团队，对整个营运工作的开展提供保障；

（2）岗位职责：根据组织架构的设计，对各岗位进行了职责确定及要求并报批；

（3）制度流程：根据以往项目的实操经验，结合以往项目，制定了部门制度流程，原则是保证营运工程中所有问题解决的时效性，去掉一些繁琐的程序，保证与公司内部、外部的处理口径要一致，综合各部门的意见和建议，形成报批版。

（4）工程对接：商业规划期间以及商户进场前和进场后，与地产工程的对接尤为重要，由于前期的规划与实际招商进度及调整有很大的变化，在水、电、煤气、空调、消防存在各类问题，虽然在对接过程中发生很多矛盾和不配合，但是凭着一条宗旨---跟进催促，直到满足商业运营需求为止，基本上目前遗留的问题已经很少。

（5）图纸评审：对各类图纸的评审，从营运角度提出意见和建议是一项非常重要的工作，虽然从某种角度讲，我们的专业度不够，不能达到毫无遗漏或失误，但是也基本把事情解决在设计阶段，减少了各种浪费，保证公司的损失最小。

（6）装修管理：装修管理是营运工作的重点，从招商部接到联络单后与商户建立联系开始，到交场、付尺、出图、审图、办理进场手续、施工监管、装修验收为止一些列的工作，需要营运人员的全部参与，关联着很多兄弟部门，这就要求每个人的业务水平和协调能力。以营运部一个全新的团队来说，做到目前这一点着实不易，付出了很多的辛苦，中间过程也出了很多纰漏和失误，但要从实践中总结经验，营运部在开业总结中要体现全面的系统的分析和检讨。

3． 问题与建议：

需要指出的是，目前出现问题的原因是多方面的，有客观因素也有主观不足，所以只是提出问题和建议，并不是推卸责任和漠视问题，更重要的是反思解决的办法和途径，我们下一个项目要注意哪些重点问题，具体如下。

城市级别：城市级别是重点品牌商户考虑的首要因素，比如优衣库这样的品牌，公司的拓展计划有明确的城市级别要求，无论我们放的合作条件多么优越，也是无法达成意向，很多全国或区域连锁品牌都无法辐射到县域城市开店，这是制约招商的重要问题；

公司背景：在商业地产整体不景气的前提下，公司整体的实力和运营能力，是大部分特别是重点品牌商户关注的首要问题之一，很多商户都非常关心公司的背景、实力、运营能力等，我们需要很多的沟通工作才能打消疑虑，但是很多品牌因为公司没有成功运营项目的经验而观望，这个问题是招商过程遇到的比较无奈的问题，很多重要的品牌都非常遗憾的暂停；

项目位置：我们项目的位置在瓦房店市属于偏北位置，与新玛特比较还算可以，但是与传统商圈比较相对偏僻，周边商业氛围不浓，北部已经没有很多居民居住，养商的周期会拉

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