

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计(6篇)

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/fanwen/meiwen/241a58bb3eaf21316c65536927076b5b.html>

范文网，为你加油喝彩！

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，一起来看看吧。

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇一

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。

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。

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。

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。

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。

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇二

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:strive for dreams!一直以来，经贸勤俭保持着开展优良精品活动的传统:20xx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。20xx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。20xx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”。20xx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。20xx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》。

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。

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。

“我们在一起”公益活动方案征集及评选

(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

校道(照片展及宣传)课室(复赛场地)

(续上表)

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

(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

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇三

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。

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11400m²，其中出让面积9327m²，规划区间道路面积20xxm²，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15000m²

2.2商住部分：

销售住宅：约17000m²

返迁住宅面积：约10000m²

2.3绿化面积约3000m²(包括平台绿化)

2.4地下建筑：约6000m²

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)

---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。

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。

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，尽量降低投资门槛，使项目积聚大量的潜在客户群。

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”的大卖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。

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇四

制定非常好的招商策略，而在招商实施中没有很好的执行、甚至走样，那么一切都前功尽弃，一

一个富有热情、精干、强大的招商队伍是招商的关键。招商的组织框架和岗位职责的确定，主要是对人才个体的技能的锁定和对团队的整体规划。结构合理且高效的招商队伍应配备以下以下几方面人员：

- 1、招商经理1人，招商团队总负责人。
- 2、招商主管若干，分别负责项目招商区块的工作：招商主管应具备一定的招商运作经验，长于说服、鼓励性的谈判，具团队合作精神、服从意识和大局观念。
- 3、招商助理若干，主要职责是帮助一线招商人员作好内务(资料物品、来电来函、来人洽谈、信息收集等)和会务组织等工作。
- 5、其它服务人员如文案、平面设计、接线及接待人员。

打造一支业务能力强、能吃苦、讲奉献、思想品质好的招商团队，是商业地产招商工作顺利进行的重要保证。商业地产招商工作是一项专业性和时效性很强的工作，它要求招商人员具备良好的基本素质和专业素质，以适应各种压力挑战。

(一) 招商人员必须具备的基本素质

1、良好的心理素质。优秀的招商人员的心理素质表现好：临危不惧，胜不骄，败不妥。具体表现为要具备：

- (1)坚定的事业心，包括很强的敬业精神，创业精神，勇于进取，勇于创新。
- (2)强烈的责任感，是对工作的高度负责精神，刚毅果断，勇于权限内的决策，敢于承担责任。
- (3)坚韧顽强的意志力、稳健持重，意志品质坚强的招商人员才能克服困难，并不为小恩小惠诱惑。
- (4)良好的自控能力，招商的双方都是围绕各利益，心理上处于对立状态，出现僵持甚至不欢而散的现象亦为常见。

2、具备相关经济知识、社交能力和语言表达能力

(1)商业地产招商涉及到经济学、零售学、房地产开发经营、会计与税收等相关学科，以及最新的相关法律法规知识，而且新知识、新技能不断涌现，招商人员必须掌握这些基本知识，适时学习充电，才能更好做好招商。

(2)商业地产招商对象的行为是一个投资行为，而这行为需要多个管理层的分析到最高层的决策，这就是要求招商人员须充分地分别与各管理层人员进行多次沟通，因而交际工作十分必要且有效。

(3)招商信息主要是通过文字形式传递出去的，而招商谈判则主要是通过语言来沟通的。招商人员语言表达须正确规范，使用有效的语法、修辞和逻辑，使表达更具吸引力、说服力和感染力。

3、具备良好的现象判断能力和灵活应变能力

(1)敏锐的观察力通过察言观色可捕捉对放的投资意图和实力，通过对手的语言表达姿势和动作观察、分析，进而做出准确的判断。

(2)应变能力指招商人员能够根据招商形势的千变万化、审时度势，争取相应灵活的对策，使判断向有利己方的方向发展。

(一)招商人员的特殊素质

1、热爱商业地产的招商工作，对招商具有特有的兴趣。

2、具有局势控制能力，主要表现在对招商准备工作，了解自身项目的优缺点，了解对方的招展实情，并在时间上、心理优势占据主动权。

3、较佳的团队精神，招商是整体运作的，虽然整体项目按商品或服务项目的大类或中类分至每位招商人员，但各个功能区的招商成功与否影响到整体项目招商是否成功。

4、外语知识。

(三)招商人员的培训

招商人才并非天生就有的，他们是通过选拔、培训并在实践中锻炼出来的。绩效考核和激励机制在招商实践中对人才的培养起到重大的作用。培训就是通过理论和案例的学习，并参与实践，使其达到知识广博、经验更丰富，能够胜任招商工作。

招商的培训主要有以下几个方面：

1、项目及产品知识，以使团队成员对项目的现状有清楚的认识。

2、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。

3、招商专业知识(招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等)。

4、招商要旨(招商策略说明及合同解读等)。

招商团队成立后即将进行正式的招商工作，从这一阶段开始面临的是大量的实施工作。首先在项目的核心概念基础上撰写招商文案、制定《招商手册》、制定媒体发布计划、准备合同文本、准备各类产品和项目的宣传资料等等。

(一)业态组合以及租金预测

招商实施的第一步应该是确定计划中的业态组合，并对周边地产租赁行情进行详细的调查，包括价格、租赁方式、业主投资收益等方面。项目定位是商业街，那它首先就是一个购物中心，业内一般认为购物中心的最佳功能比例是零售、餐饮、娱乐为52：18：30，并称之为黄金比例。当然这个比例并不是绝对的，应灵活应用，但其中隐含的一个原则必须要遵守：购物中心首先是一个

卖场，购物功能应占到至50%的比例。如果餐饮占多数，就是饮食中心;娱乐比例太多，就是娱乐中心，都不能称之为购物中心。过分强调娱乐功能，对发展旅游有好处，但吸引不了回头客。迪斯尼的娱乐做得最好，但95%的游客只去过一次。所以，首先应当是一种零售业态，可以吸引顾客重复消费。

项目租金水平则依据调查结果来确定，调查的结果应分为分割、分层、整体出租三种方案。三种不同的出租方案各有优劣，现行商业地产项目主要采取的是分割和整体出租两种方式，整体出租招商工作比较简单、可一次性回笼大量资金，但回收期较长而且出租者要承担经营风险(一旦承租者经营不善将对整个项目造成打击);分割出租招商工作复杂、早期投入大，但收益率大大高于整体出租方式(数据显示同时段内高于整体出租50%)，采用分割出租方式，开发商自主规划空间大、经营风险较小。

(二)广告投放

考虑到项目建设周期较长，且涉及到拆迁的问题，在土建施工之前不宜大规模投放广告，在项目地点周边大量投放平面广告即可。在土建进行到一定程度时可开始大规模投放广告，传播渠道包括传统的电视、报纸、电台等，也可在互联网上相关网站投放。

广告宣传是影响消费者的利器，使广告发挥最大的作用，我们应该做好以下工作。

1、做好地方媒体调查：对当地媒体做深入调查，根据目标消费者收听、收视率较高的节目和价格作合理组合，使产出比例平衡。对户外广告价位以及影响力进行调查，如公交车身广告、写字楼平面广告、干道路灯广告以及公交车、的士停车牌广告等。以调查结果进行宣传模式组合。

2、择好广告发布内容：一般来说，宣传应该采用软硬结合的方式广告主打产品的usp(独特的销售主张)加深顾客对产品的记忆和影响，树立产品形象与品牌形象。软文诉求点是产品功效的进一步具体化讲解，从每个角度，按不同的方式，向客户细细阐述，达到理性购买的目的。

3、据产品整体的推广策略决定广告投入。

4、面对竞争产品的强大广告，采用相应有效对策：首先摸清产品的广告投放情况，应避开与竞争产品正面广告接触。

(三)主要目标客户锁定

首先是确定核心主力店，核心主力店应根据设计中的业态组合锁定一些高端品牌客户，成立专案组进行宣攻关。商业地产招商一般走的是以大带小路线，以大带小就是用核心主力店来带动次主力店和中小商家。核心主力店对项目的成败起着决定性的作用，它决定了项目的品牌形象、主力客户群、人流量和物流、人流动线。

其次确定次级主力店和中小商家，次级店和中小商家的选择应配合核心店的定位，使核心店与次级店形成互补关系，相辅相成。次级主力店的组合在商业地产建设期间应有初步规划，项目可以根据当地消费水平、消费结构、消费能力和项目的经营规模进行经营定位的确定，基本上可以从以下几个方面考虑：

1、业态定位：其功能服务于一体的一站式大型商业房地产项目；

- 2、目标市场定位：满足地区全客层消费者需要；
- 3、主题特色：符合当地人群的经营主题设计；
- 4、经营项目：吃、穿、用、玩、乐、赏、游等项目的合理配置；

(四)招商谈判

招商中与“求租者”接触的整个程序，一般如下：

第一次信息的处理(来函、来电)——第一次信息回复——第二次信息处理(二次来函、复电、咨询、商洽)——第二次信息回复(信息升级 有选择发送实质性资料)——招商总部零星接单(上门洽谈、签约)——招商会议的筹划、准备(全国性会议、区域性会议)——发出会议邀请(曾经问询者、熟悉者及看报来电者)——接收报名、督促参会——召开会议并签约——督促履约——店铺入驻。

在这过程中，首先面临的是对“求租者”信息的处理和选择，好的招商广告发布后，招商总部将面对大量的反馈信息。对于第一次来电或来函，我们的工作主要是对“求租者”按已经设定的招商区域归类，对求租者姓名、地址、电话、基本状况和问题做记录，同时给对方发去有关产品和项目的基本资料(包括项目介绍、产品介绍、招商活动的安排)，同时对于各地区实力较强或行业内经营一等的“求租者”做重点标注，用以综合的研究。需要注意的是，不必在电话中向询问者做过多有关招商的说明，主要是避免“求租者”因了解不够而以偏概全或防止竞争者和恶意攻击者获取一手信息。对于一些急于了解情况的“求租者”，招商部门要有专人负责接待和谈判，带领来访者参观项目、了解运作方案等，以免流失“加盟商”。

1.核心主力店的招商谈判

核心店招商谈判的基本策略是专题专攻。

首先明确谈判目的，招商谈判的工作就是围绕谈判目的进行的。目的确定后，就要明确招商谈判的各个目标，目标在谈判中达成，谈判目的也就实现了。目标分三个等级：最高的目标(设想中最好的)；基本目标(可以接受的)；最低目标(底线)。谈判工作就是围绕这些目标争取最大的利益。

目的明确之后就要制定谈判策略，制定策略的依据则是对谈判对象的信息整理。我们要了解谈判对象的状况，对方关注的焦点，设想对方会提出的疑问并制定相应回答。

核心店招商难度最大、地位最重，情况特殊时可以妥协，降低条件以便能尽早完成核心店招商。

2.次级店及中小商家的招商谈判

次级店及中小商家的招商谈判基本策略是统一标准，公正公平。次级店和中小商家的个体与核心店不同，它占整个项目的比重并不大，而且个体之间差异很大。我们要做的是统一租金标准，统一权、责、义。统一租金标准不是一刀切，而是指地理位置相似的租户租金标准统一，相同位置租金差异化会使租户与招商小组产生矛盾。

其次要约定次级店及中小商家的经营范围，次级店和中小商家的业态形式和比例是有设计的，随

意更改经营范围会对整个项目的运营造成不良的影响。

3.特殊商户

特殊商户是指有很高文化、科技或者艺术含量的经营单位，引进特殊商户可以为商业街增加亮点，形成特色。我们可以给予优惠政策邀请入场，以吸引人气。

会后举行自助酒会。

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇五

凤凰山高新技术产业园区全称牙克石亚洲太平洋地区冬季汽车测试高新技术产业开发区，以汽车测试产业为主兼顾旅游产业。主要包括五个不同功能的区域，分别为凤凰山亚太(中国)汽车测试中心;德国博世冬季汽车性能测试场;国家aaa级旅游景区云龙山庄;国家aa级旅游景区凤凰山滑雪场和凤冠高级滑雪场。牙克石市力争用3—5年时间打造亚太地区冬季汽车测试，新技术研发与汽车零部件生产于一体的高新技术产业化基地、国内外重大冰雪、山地竞技体育赛事基地和集特色种植、养殖、汽车测试、休闲度假、会议服务、观光旅游等于一体的园区。

园区于20xx年12月29日，被自治区人民政府批准为自治区级高新技术产业开发区，是呼伦贝尔市和东四盟市的自治区级高新技术产业开发区。园区位于牙克石市东南郊4公里处，牙克石林场施业区内，东至扎敦河，南连301国道，西接南博草原，北邻滨洲铁路，规划建设面积132平方公里。

到20xx年底，园区共接待国内外游客50余万人次，旅游业纯利润超过6000万元。随着博世集团二期、三期陆地测试场项目的建设和其在亚太地区汽车测试业务的不断扩展，到20xx年高新区内仅汽车测试产值将增至10倍，达到20亿人民币;待eps、abs两条共性生产线成功引入高新区后，预计可实现产值26亿元人民币，届时高新区仅德国博世集团、埃特姆公司就可实现高新技术产业值达46亿元人民币。

1、博世冬季汽车性能测试中心有限公司

德国博世集团是世界的汽车零部件生产商，世界前100强企业。博世集团投资园区建设冬季汽车性能测试中心，主要是对汽车abs(防抱死制动系统)和esp(电子稳定程序)等先进制动系统进行匹配测试，为建设园区提供了优越的产业导向优势。园区自20xx年以来先后与西班牙伊迪达、中国大陆、奇瑞、上海大众等汽车生产企业进行了有效对接，广汽集团高层赴我市进行了考察，就入驻高新区做具体对接，目前已进入论证阶段。博世集团现已在我市投资2亿元人民币，从20xx年到20xx年将投资1.5亿元人民币，总计投资3.5亿元人民币。

2、瑞典埃特姆公司

瑞典埃特姆公司是冰雪测试场的管理、服务企业。该公司于20xx年在我市成立第二家公司——埃特姆(呼伦贝尔)汽车测试场服务有限责任公司。20xx年1月-3月该公司成功为多家世界一流的汽车制造厂商做活动，兰博基尼、保时捷、奔驰、奥迪等诸多国际闻名的汽车厂商来到呼伦贝尔，不仅提高了呼伦贝尔市的知名度，也对经济发展起到了很大的推动作用。高新区名车冰雪展示与体验，已成为冬季呼伦贝尔冰雪场上一道靓丽的风景线。

1、云龙山庄

云龙山庄接待中心是国家aaa级旅游景区，呼伦贝尔夏季避暑旅游胜地，景区集中了呼伦贝尔“山、水、林、原、草”五大特色景观，建有大兴安岭林区野生动物园，具备100人住宿、900人同时用餐的接待能力，是国内外游客观光旅游、休闲避暑的理想场所。

2、凤凰山滑雪场

凤凰山接待中心可提供会议、住宿接待和冬季大众滑雪等服务，是国家aa级旅游景区，于20xx年投资3.5亿元建成，中心内凤凰山滑雪场是目前我区规模较大、雪上项目丰富、雪道种类齐全的天然滑雪场。中心建设有功能齐全的综合会议中心，木刻楞别墅群以及野生动物标本室，现拥有500人住宿、600人会议、800人就餐、1000余人滑雪娱乐的旅游接待能力。先后举办了六届凤凰山滑雪节、并多次举办国际滑雪邀请赛、全国青少年越野滑雪锦标赛、国际雪联夏巡赛、国际汽车越野拉力赛等重大旅游节庆活动和体育赛事。

3、凤冠滑雪场

凤冠滑雪接待中心总体规划设计由芬兰贝利(中国)咨询公司编制完成，总投资1亿元，现已完成投资7000万元，20xx年底投入使用。2818米长的索道为目前国内最先进的滑雪索道，配有6人吊厢，设有3000米、4000米雪道各一条，110米长的魔毯1条以及长300米、400米的拖牵各1条。该雪场的设计标准、高端技术、环保理念、建设规模均为世界一流，为承办国内外重大冰雪赛事、打造呼伦贝尔冬季旅游品牌奠定了坚实的基础。

1、自然环境：园区内山水林原相连，小径迂回，绿树成荫，驯鹿、狍子、狐狸、野兔、松鼠等动物穿梭其中；夏天可以观赏森林和草原风光，参加射击、骑马、漂流、垂钓、篝火晚会等娱乐活动；冬天可以体验岭上滑雪的快感，还可以乘雪橇、堆雪人、打雪仗、欣赏风格各异的雪雕作品。

园区内林地2062公顷，灌木林874公顷，宜林4501公顷，沼泽地1157公顷，河流水域面积6600平方公里，多年平均径流量7.32亿立方米。林木树种主要有落叶松、白桦、山杨，幼龄林和中龄林面积占林地面积的98.3%，林分长势良好，有200多种野生动植物栖息和繁衍于此。

2、水资源：园区内已经建设人工湖4处，总水域面积362万平方米，总库容为945.18万立方米。项目区的人工湖，除了可以为项目提供优质水源外，冬季可以为汽车测试厂商提供冰面测试场地，夏季可以开发旅游项目和水产养殖项目。

3、会议中心：凤凰山会议中心占地面积20xx平方米，设备功能齐全。拥有总面积共5000平方米风格各异的别墅16栋；面积共3100平方米的木刻楞别墅5栋和1300平方米的综合服务中心，可同时接待400人住宿、500人会议、600人用餐、千余人滑雪及接待各种大型会议旅游团队的能力。中国汽车安全技术发展国际论坛、20xx华佗ceo论箭年会、中央党校“实现经济转型暨牙克石实践高层论坛”均在这里成功举办。

4、交通：国铁滨洲线由东向西在凤凰山高新技术产业园区北侧通过。301国道在凤凰山高新技术产业园区西侧及南侧通过。

5、通讯：园区内开通了移动、电信通讯和宽带网络服务。开办了邮政快件、特快专递、电子信

函等业务，实现了现代化通讯网络，并建有卫星电视地面接收系统。

6、电力：园区北有汇流河发电厂，电力来源充足。

凤凰山高新技术产业园区重点在以下几个方面招商：

1、依托园区环境优势开发特色种植、养殖及特色种养殖产品精深加工项目、有机农业观光项目。如种植黄花菜、蕨菜、柳蒿芽、蒲公英等特色山野菜;种植沙棘、蓝莓、山丁子、沙果等特色经济林;养殖狍子、驯鹿、马鹿、野猪、獭兔、貂、北极狐、貉子、冷水鱼(高白鲑、虹鳟鱼)等，同时可根据种植、养殖项目品种、规模，建设集绿色天然食品精深加工、销售为一体的配套项目。

2、凤凰山高新技术产业园区内现有耕地20xx亩，基本达到旱涝保收田标准，适宜种植有机农作物。拟将耕地建设成为有机农作物高、新、特种植开发项目区。项目区内可建设恒温钢架大棚、日光温室、塑料大棚，种植各种野生浆果、特色蔬菜，形成有机农业综合种植园区。

3、世界知名汽车整车及零部件厂家新建汽车冬季测试基地项目。

4、国内外汽车整车厂家进行全季节汽车测试、试验项目。

5、汽车零部件生产项目。

6、别墅群、休闲、养老、滑雪会馆等旅游地产开发项目。

7、划船、赛艇、帆船、垂钓等水上娱乐项目。

8、冰雪运动、森林景观、餐饮娱乐、生态观光等综合旅游开发项目。

9、牙克石市位于呼伦贝尔中心地带，组建航空俱乐部具有地位优势，凤凰山景区在各通用航空机场、临时起降点能够起到承上启下的作用。组建一家通用航空飞机研发、运营单位，建设专门机场，引进各类飞机及配套服务管理体系，组建航空俱乐部，进行航空培训，形成国内产业链最完整、就地配套能力、产业聚集度的通用航空产业特色区域。目前机场场地平整已经完成，正在论证阶段。

投资额度由建设规模大小确定。

1、政策支持

牙克石市在充分享受国家西部大开发、扶持边疆少数民族地区等各项招商引资优惠政策外，还享受内蒙古自治区和呼伦贝尔市的一系列优惠政策。同时，牙克石市还立足于本地区实际，对大项目实行特事特办、一事一议的原则。

2、前期工作

已经被内蒙古自治区批准为自治区高新技术产业开发区，聘请芬兰贝利公司完成园区的总体规划，园区基础设施建设完毕。

3、合作方式

独资、合资、合作均可。

商业街招商运营方案 商业招商运营方案设计篇六

新乡市盛润房地产开发公司于xxxx年8月成立，注册资金1000万，是一家集房地产开发，娱乐业、石油业为主，以房地产为龙头的企业，下设天润苑娱乐有限公司，开发的项目有黄岗别墅区、化工路营住房，盛润城市印象(3万多 m^2)，近期的新项目有亚太广场(6万多 m^2)，已经开发好的面积有4万多 m^2 。

新乡盛润广场是经xxxx年新乡市规划委员会第一次会议研究同意，由新乡市盛润房地产开发公司开发，武汉亚大商业策划管理公司进行策划、筹备、招商，集购物、生活休闲、娱乐多功能一站式的购物中心。周边高档社区、政府机关单位、银行、证券汇集，经商氛围异常浓厚。扼守市规划向东南发展的咽喉之地，升值潜力巨大。

1、广场地址：新乡市主干道人民路中段，

2、广场功能：拟定为商住综合大楼，

3、广场具备的条件：广场建筑面积16000平方米，是新乡市重点项目工程，也是人民路上的标志性建筑，在人民路中段南侧建设的一幢高层(a座16层，b座12层)的综合楼，北退人民路红线10米，东退地界6米，西距高层营住楼16米，该楼为全框架结构东西，东西总长49054米，南北进深63.24米，地下室为停车场及设备间，一至四层为营业，建筑面积11937016平方米，a座五至十六层住宅楼位于综合楼北端，东西长49054米，南北进深19044米，高4809米，建筑面积11533066平方米;b座五层至十二层住宅楼位于综合楼南端，东西长4905米，南北进深12064米，高40.6米，住宅建筑面积4881.03平方米，外饰要求一至四层为深驼色面砖，四层以上部分为牙白色面砖配以黄色，兰色外干墙漆。我公司将临街负一层、一层、二层、三层、四层对外招租，(每层xxxx平方米—3000平方米)。每层货载xxkg，拟定商场配置扶梯6部、观光电梯1部、广场设计停车位约3000平方米等设施。

1、广场的位置：盛润广场雄踞主干道人民路中段，道路宽敞，交通便利，临市区地势-龟背广场，西北接驳火车站和各大商场的庞大人流、物流，东边人民公园、体育中心近在咫尺，休闲、娱乐、经济，一触即发，适逢市规划向东南发展，预计在不短时间内，这里将代替仅一街之隔的商业繁华的平原大道，此处尚未有一家有规模的商场，但周边的配套商业网点正在形成，如酒楼、摄影、上岛咖啡、华联超市、美容美发，小型步行街、小吃类等。沿盛润广场商住楼往东，大片的住宅楼正在建设之中，此处多为高级住宅区，应有很好的发展前景。

2、广场的周边环境：盛润广场座落于商业、文化、行政、簇拥的繁华地段，商业氛围异常浓厚，周边财政局、区委、区政府，众多行政机关单位云集，辉龙花园、金桂园、莲花园、富达花园、富达大酒店等均属于高档社区不胜枚举，这里文化氛围良好，居民消费档次高，生活品味高，是新乡市最适合做社区购物中心的地段，另外医院、学校、银行、证券公司遥相呼应，道路宽敞，出行方便，能够吸引四区八县的消费群体，是居家经商的理想之地，也是有实力、有先进管理水平的商家扩大商业网点、打造旺铺的黄金宝地，盛润广场的原址被称为“龟背仙地”集天时、地利、人和为一体，是商家云集的风水宝地，可望在不久的将来，盛润广场必将成为决定全域经济发展的新的商业中心。

更多 范文 请访问 https://www.wtabcd.cn/fanwen/list/91_0.html

文章生成doc功能，由[范文网](https://www.wtabcd.cn/fanwen/)开发