**《商业计划书》规范化格式**

**保 密 承 诺**

　　本商业计划书内容涉及本公司[商业秘密](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E7%A7%98%E5%AF%86" \o "商业秘密)，仅对有投资意向的投资者公开。本公司要求[投资公司](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E8%B5%84%E5%85%AC%E5%8F%B8" \o "投资公司)[项目经理](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%B9%E7%9B%AE%E7%BB%8F%E7%90%86)收到本商业计划书时做出以下承诺：

　　妥善保管本商业计划书，未经本公司同意，不得向第三方公开本商业计划书涉及的本公司的[商业秘密](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E7%A7%98%E5%AF%86" \o "商业秘密)。

　　项目经理签字：

* 接 收 日 期： 2019年 11月 01日
* 商 业 计 划 书

（撰写参考）

* 项目名称:ZXXXZ 快递柜
* 项目单位：ZyanZxxxz Inc.
* 地 址
* 电 话
* 传 真
* 电子邮件 ZyanZoom Inc.
* 联 系 人
* [公司名称]
* [日期]
* 目 录
  + 执行概要 …………………………………………………
  + 第一部分 公司基本情况…………………………………
  + 第二部分 公司管理层……………………………………
  + 第三部分 产品/服务………………………………………
  + 第四部分 研究与开发……………………………………
  + 第五部分 行业及市场情况………………………………
  + 第六部分 营销策略………………………………………
  + 第七部分 产品制造………………………………………
  + 第八部分 管理……………………………………………
  + 第九部分 融资说明………………………………………
  + 第十部分 财务计划………………………………………
  + 第十一部分 风险控制………………………………………
  + 第十二部分 项目实施进度…………………………………
  + 第十三部分 其它……………………………………………
  + 备查资料清单……………………………………………………
* 执行概要

　　说明：执行概要尽量控制在2-3页纸内完成。

　　[摘要内容参考]

　　1、公司基本情况 （公司名称、成立时间、注册地区、[注册资本](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B3%A8%E5%86%8C%E8%B5%84%E6%9C%AC" \o "注册资本)，主要股东、股份比例，[主营业务](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%BB%E8%90%A5%E4%B8%9A%E5%8A%A1" \o "主营业务)，过去三年的[销售收入](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E6%94%B6%E5%85%A5" \o "销售收入)、[毛利润](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%AF%9B%E5%88%A9%E6%B6%A6" \o "毛利润)、[纯利润](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BA%AF%E5%88%A9%E6%B6%A6" \o "纯利润)，公司地点、电话、传真、联系人。）

　　2、主要[管理者](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AE%A1%E7%90%86%E8%80%85" \o "管理者)情况 （姓名、性别、年龄、籍贯，学历/学位、毕业院校，政治面貌，行业从业年限，主要经历和经营业绩。）

　　3、产品/服务描述 (产品/服务介绍，产品技术水平，产品的新颖性、先进性和独特性，产品的竞争优势。)

智能快递柜

　　4、研究与开发 (已有的技术成果及技术水平，研发队伍技术水平、竞争力及对外合作情况，已经投入的研发经费及今后投入计划，对研发人员的[激励机制](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%BF%80%E5%8A%B1%E6%9C%BA%E5%88%B6" \o "激励机制)。)

　　5、行业及市场 (行业历史与前景，[市场规模](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%A7%84%E6%A8%A1" \o "市场规模)及增长趋势，行业竞争对手及本公司竞争优势，未来3年市场[销售预测](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E9%A2%84%E6%B5%8B" \o "销售预测)。)

　　6、营销策略 (在价格、[促销](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BF%83%E9%94%80" \o "促销)、建立销售网络等各方面拟采取的策略及其可操作性和有效性，对[销售人员](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E4%BA%BA%E5%91%98" \o "销售人员)的激励机制。)

　　7、产品制造 (生产方式，生产设备，[质量保证](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A8%E9%87%8F%E4%BF%9D%E8%AF%81" \o "质量保证)，[成本控制](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%88%90%E6%9C%AC%E6%8E%A7%E5%88%B6" \o "成本控制)。)

　　8、管理 (机构设置，[员工持股](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%91%98%E5%B7%A5%E6%8C%81%E8%82%A1" \o "员工持股)，[劳动合同](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8A%B3%E5%8A%A8%E5%90%88%E5%90%8C" \o "劳动合同)，[知识产权管理](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%9F%A5%E8%AF%86%E4%BA%A7%E6%9D%83%E7%AE%A1%E7%90%86" \o "知识产权管理)，[人事计划](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%BA%E4%BA%8B%E8%AE%A1%E5%88%92" \o "人事计划)。)

　　9、融资说明 (资金需求量、用途、使用计划，拟出让股份，投资者权利，退出方式。)

　　10、[财务预测](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A2%E5%8A%A1%E9%A2%84%E6%B5%8B" \o "财务预测) (未来3年或5年的销售收入、利润、[资产回报率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B5%84%E4%BA%A7%E5%9B%9E%E6%8A%A5%E7%8E%87" \o "资产回报率)等。)

　　11、风险控制 (项目实施可能出现的风险及拟采取的控制措施)

**第一部分 公司基本情况**

* 公司基本情况：
* 公司名称ZXXXZ
* 成立时间2019.11.01
* 注册地点
* 公司性质为：有限公司。
* 公司沿革：说明自公司成立以来主营业务、股权。注册资本等公司基本情形的变动，并说明这些变动的原因。
* 目前公司主要股东情况：列表说明目前股东的名称及其出资情况，如下表：
* 股东名称 出资额 出资形式 股份比例 联系人 联系电话
  + 甲方
  + 乙方
  + 丙方
  + 丁方
* 目前公司内部部门设置情况：以[组织机构图](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BB%84%E7%BB%87%E6%9C%BA%E6%9E%84%E5%9B%BE" \o "组织机构图)来表示本公司的独资、控股、参股有公司经及非法人机构的情况：

　　以图形方式表示。

* + 公司曾经经营过的业务有多伦多市内快递，软件外包 。
  + 公司目前经营的业务为多伦多市内快递 ，软件外包。
  + 目前主营业务为多伦多市内快递 。
* 公司目前职工情况：

　　\*如：拥有员工 人，其中[管理人员](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AE%A1%E7%90%86%E4%BA%BA%E5%91%98" \o "管理人员) 人，生产工人 人；管理人员中，大专以上文化程度的有 人，占员工总数 %，大学本科以上的有 人，占员工总数 %，硕士学位(含中级职称)以上的有 人，占员工总数 %，博士学位(含高级职称)以上的有 人，占员工总数 %；

**第二部分 公司管理层**

[董事会](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%91%A3%E4%BA%8B%E4%BC%9A)成员名单：

　　序号 职 务 姓 名 工 作 单 位 学历或职称 联系电话

* 1 董 事 长
* 2 副董事长
* 3 董 事
* [董事长](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%91%A3%E4%BA%8B%E9%95%BF)
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 张旭东，男，26， 中国， 2266063883
  + 学历 学位 所学专业 [职称](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%81%8C%E7%A7%B0)
  + 毕业于滑铁卢大学，统计专业，现就职于Moody’s Analytics 担任software Engineer
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：着重描述在本行内的技术和管理经验及成功事例。
* [总经理](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%80%BB%E7%BB%8F%E7%90%86)
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 学历 学位 所学专业 职称
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：着重描在本行业内的技术和管理经验及成功事例。
* 技术开发负责人
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 李扬，男，27，中国，加拿大PR,
  + 学历 学位 所学专业 职称
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：着重描述在本行业内的技术水平、经验和成功事例。
* 市场营销负责人
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 张凌燕，女，中国，加拿大pr,6478065888
  + 学历 学位 所学专业 职称
  + 双硕士学位，
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：着重描述在本行业的营销经验和成功事例。
* 财务负责人
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 学历 学位 所学专业 职称
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：着重描述在财务、[金融](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%87%91%E8%9E%8D" \o "金融)、筹资、投资等方面的背景、经验和业绩。
* 其他对公司发展负有重要责任的人员(可增加附页)
  + 姓名 性别 年龄 籍贯 联系电话
  + 学历 学位 所学专业 职称
  + 毕业院校 户口所在地
  + 主要经历和业绩：根据公司的需要，来描述不同人员在特定方面的专长。

**第三部分 产品/服务**

　　产品/服务描述(这里主要介绍拟投资的产品/服务的背景、目前所处发展阶段、与同行业其它公司同类产品/服务的比较，本公司产品/服务的新颖性、先进性和独特性，如拥有的专门技术、[版权](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%88%E6%9D%83" \o "版权)、配方、[品牌](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%81%E7%89%8C" \o "品牌)、销售网络、许可证、[专营权](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%93%E8%90%A5%E6%9D%83" \o "专营权)、特许权经营等。)：

* 公司现有的和正在申请的[知识产权](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%9F%A5%E8%AF%86%E4%BA%A7%E6%9D%83" \o "知识产权)([专利](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%93%E5%88%A9)、[商标](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E6%A0%87" \o "商标)、版权等)：
* [专利申请](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%93%E5%88%A9%E7%94%B3%E8%AF%B7)情况：
* 产品[商标注册](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E6%A0%87%E6%B3%A8%E5%86%8C" \o "商标注册)情况：
* 公司是否已签署了有关专利权及其它[知识产权转让](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%9F%A5%E8%AF%86%E4%BA%A7%E6%9D%83%E8%BD%AC%E8%AE%A9" \o "知识产权转让)或[授权](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8E%88%E6%9D%83" \o "授权)许可的协议？如果有，请说明（并附主要条款）：
* 目标市场：主要针对condo, townhouse收取快件。
* 产品更新换代周期：更新换代周期的确定要有资料来源。
* [产品标准](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E6%A0%87%E5%87%86)：详细列明产品执行的标准。
* 详细描述本公司产品/服务的竞争优势 (包括性能、价格、服务等方面)：
* 公司的产品为智能快递柜，可以为用户提供24小时收取件的服务，主要帮助用户解决快递送达不在家时无法签收的问题。帮用户解决需要开车去取件点区间的烦恼。
* 产品的[售后服务](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%94%AE%E5%90%8E%E6%9C%8D%E5%8A%A1" \o "售后服务)网络和用户技术支持:
* 产品的售后包括后续的产品硬件维护，偷盗和紧急情况处理，保险等。
* 用户技术支持提供人工处理收取件的Q&A，并帮助用户解决技术问题和特殊情况。
* **第四部分 研究与开发**
* 公司已往的研究与开发成果及其技术先进性 (包括技术鉴定情况、获国际、国家、省、市及有关部门和机构奖励情况)：
* 公司参与制订产品或技术的[行业标准](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E6%A0%87%E5%87%86" \o "行业标准)和质量检测标准情况：
* 国内外研究与开发情况，以及公司在技术与[产品开发](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E5%BC%80%E5%8F%91" \o "产品开发)方面的国内外主要的竞争对手(5家)情况，公司为提高竞争力拟采取的措施：
* 到目前为止，公司在技术开发方面的资金总投入是多少，计划再投入的开发资金是多少 (列表说明每年购置开发设备、开发人员工资、试验检测费用、以及与开发有关的其它费用)：
* 请说明，今后为保证[产品质量](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E8%B4%A8%E9%87%8F" \o "产品质量)，产品升级换代和保持技术先进水平，公司的开发方向、开发重点和正在开发的技术和产品等情况：
  + 公司现有技术开发资源以及技术储备情况：公司进过近半年的调研，基本在技术开发方向有了比较清晰的框架和需求准备，并已经和硬件部门有过接触，初步确定合作内容和意向。开发上不存在门槛，但是需要通过增加人员推进产品适配的落地。
  + 公司寻求技术开发依托 (如大学、研究所等) 情况，合作方式：社招需求已基本敲定。
  + 公司将采取怎样的激励机制和措施，来保持关键技术人员和技术队伍的稳定：我们在传统的行业激励方式基础之上建立了一套属于自己的激励机制和措施，结合传统的对赌协议，使得员工可以根据效益分成，并为能够持续提供稳定贡献的员工提供自由假期等额外福利。并根据资源有效利用的需求考虑雇佣海外劳工。
  + 公司未来1—2年在开发资金投入和人员投入计划：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 岗位 | 等级 | 数量(个) | 单位投入(万加币) | 总投入(万加币) |
| software engineer | senior | 2 | 15 | 30 |
|  | junior | 2 | 10 | 20 |
| Marketing |  | 1 | 8 | 8 |
| Sales & customers relationship |  | 1 | 7 | 7 |
| Equipment |  |  | 5 | 5 |
| Parcel boxes |  | 20 | 0.5 | 10 |
| Total |  |  |  | 90 + tax and bonus (10)+maintenance(insurance, legal consulting services) |

**第五部分 行业及市场情况**

* 行业情况 （行业发展历史及趋势，哪些行业的变化对产品利润、[利润率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%88%A9%E6%B6%A6%E7%8E%87" \o "利润率)影响较大，进入该行业的[技术壁垒](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%80%E6%9C%AF%E5%A3%81%E5%9E%92" \o "技术壁垒)、[贸易壁垒](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%B8%E6%98%93%E5%A3%81%E5%9E%92" \o "贸易壁垒)。政策限制等，行业市场前景分析与预测）：

物流是链接供应端和消费者之间的重要纽带，物流的发展改变了传统的生活和消费方式。有数据显示，中国在快递业务量已经连续四年世界第一，在快递的很多方面已经开始做到引领世界的方向。相交加拿大和美国等欧美国家而言，总体来说发展起步较早，但是势头，速度和行业的广度来说不及中国迅速。总体趋势而言，随着快递业的高速增长，末端派送成本也不断增加，尤其是物流末端消化能力的不足，等待时间长、派送时间冲突等，严重制约着整个物流行业效率的提升。快速、智慧、高效、互联已经成为物流发展的主要目标，智能快递柜的出现，开启了终端物流降本增效的道路，为消费者和快递员都减少了不必要的时间浪费。智能快递柜的出现顺应了发展的潮流，连接了公司、快递员、消费者三者之间的关系，有效解决了快递配送最后100米的难题，给上班族带来了方便。当然智能快递柜的流程并不复杂，对于快递员首先需要先刷卡确认，然后选择合适大小的柜子，录入快件信息后放入，输入用户手机号系统自动发送信息提醒收件人。而用户凭借着短信中的取货码打开柜门，开箱验货并关柜门退出即可。以下是一些关于自己在物流配送行业，电商行业从业一年以来的经验分析以及相关的数据调查。

物流行业的成本包括获单成本，司机的配送成本。价格一般在CAD$10到$1000之间，配送时间在15mins到一两个月之间。由于细分众多（如商品品类，航线，时间，关税，服务范围等等），价格和收费标准参差不齐，行业鱼珠混杂。普遍属于薄利多销行行业。对于最后的快递费用一般会在例如：送餐和送中大型产品的时候用户没有办法签收导致了产品失窃或者丢失的状况，或者用户不在家或者有事导致司机配送等待，通常司机可以在路上提高速度的效率有限，但是如果减少收件人浪费在下楼开门的十分钟或者司机送上楼的十分钟，司机的收入和效率会有至少20%的提升，按照多伦多的送餐服务参考，等于$3每小时，如果50个小格，满负荷，按照一个小格三天平均只有一个接单计算，一年提高的效率所对应的价值就在$18,250左右。快递柜一年的的维护费在$2000左右（其中包含保险，网络，电费，占地费和相关的维修费用）。（每年如果本地有100个投放点,创造的价值就在百万级，如果可以铺满一线城市，收入规模会相应的线性上升。

* 竞品分析：

Amazon hub locker

开始于2016年左右,希望2020年双倍smart locker的投入数量。（我们没有办法拿到亚马逊内部精确的数量，但是根据这三年的使用，我们从亚马逊的新计划中也能侧面看出smart locker市场的潜在价值）

* 收费方式：一次性收费，没有后续费用。有自己配套的商城。和配送服务。
* 优势：相关的配套服务全
* 劣势：整个铺设计划受公司高层的政策影响大。Condo内的位置还是先占先得原则，并且大多是物业也不清楚亚马逊的相关服务，所以亚马逊并没有太多品牌的优势。

数据参考：488,475 high-rise apartments in GTHA form City of Toronto, 2011, assume 500 apartments/unit, roughly 977 unit total,this number will excreeds 1000 by this year, with 1000 cities like this across the world, the number of condominiums are around 1M, and the cost saving size can potentially be around $10B / year, if half is captured and turned into auto mailboxes, $5B of revenue can be expected )

由于不是所有的包裹都有代收的需求，我们看配送的市场规模大概在万亿左右。取1/5的配送量作为使用需求，1/10作为使用价格，我们预计整个代收市场利润规模在10~100亿USD每年左右。市场规模可以根据NPV公式得出

* 产业链分析：
* 智能快递柜行业产业链分析

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 上游原材料 | | | | |
| 钢材 | 电子元件 | 显示/监控设备 | 控制计算机 | PCBA |
| 中游生产 | | | | |
| 室内智能快递柜 | | | 室外智能快递柜 | |
| 下游应用 | | | | |
| 学校 | 居民楼 | 办公楼 | 超市 | |

* 过去3年或5年和年全行业[销售总额](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%94%80%E5%94%AE%E6%80%BB%E9%A2%9D" \o "销售总额)：必须注明资料来源。

**第六部分 营销策略**

[产品销售成本](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E9%94%80%E5%94%AE%E6%88%90%E6%9C%AC)的构成及销售价格制订的依据：

　　如果产品已经在市场上形成了竞争优势，请说明与哪些因素有关（如成本相同但销售价格低、成本低形成销售优势、以及[产品性能](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E6%80%A7%E8%83%BD" \o "产品性能)、品牌、销售渠道优于竞争对手产品，等等）：

* 在建立销售网络、销售渠道、设立[代理商](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%A3%E7%90%86%E5%95%86" \o "代理商)、[分销商](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%88%86%E9%94%80%E5%95%86" \o "分销商)方面的策略与实施：
* 在[广告促销](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B9%BF%E5%91%8A%E4%BF%83%E9%94%80" \o "广告促销)方面的策略与实施：

公司计划拿下一些快递公司的业务并且铺设一定量的快递柜之后通过传统的自媒体，和传统媒体渠道铺设广告。

* 在产品销售价格方面的策略与实施：

由于取件箱独特的战略意义。它相对应的可以衍生出多种盈利模式。

1. 收费模式
2. 引流模式
3. 广告模式
4. 混合模式

收费模式：

从配送费用中根据使用箱体的大小进行收费，如果逾期转从收件人手中收取逾期费用。

收费根据箱体的大小分为：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 箱子(个)/费用(CAD） | 小 | 中 | 大 |
| Regular Rate | 0.99 | 1.49 | 3.99 |
| Discounted Rate (Promo period) Prepaid services | 0.49 | 0.99 | 2.49 |

引流模式：

作为货物到达用户手里的最后一道关卡，通过开发后续的商城和配套服务盈利。作为唯一一个可以逾期取件的安全服务提供商还可以想物流公司或者商城提供相应的合作机会。

推广费用和商铺利润抽成，在提高利润率的同时可以提高箱体的使用率。

广告模式:

箱体的广告和软件的广告都可以作为收费入口

广告费用预计为每个箱体$10~$30每天，一年单个箱体的广告收入预计为$3650~7300

混合模式（考虑使用）:

将以上模式混合使用

* 在建立良好销售队伍方面的策略与实施：

销售团队还是会走传统的底薪加提成策略，并且预留职位的上升空间，通过业务指标的形式激励员工。

* 产品售后服务方面的策略与实施：

产品的售后计划使用

* 其它方面的策略与实施：
* 对销售队伍采取什么样的激励机制：

**第七部分 产品制造**

* 产品生产制造方式（公司自建厂生产产品，还是委托生产，或其它方式，请说明原因）：
* 公司自建厂情况厂，购买厂房还是租用厂房，厂房面积是多少，生产面积是多少，厂房地点在哪里，交通、[运输](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%BF%90%E8%BE%93" \o "运输)、通讯是否方便：
* 现有生产设备情况（专用设备还是[通用设备](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%80%9A%E7%94%A8%E8%AE%BE%E5%A4%87" \o "通用设备)，先进程度如何，价值是多少，是否[投保](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E4%BF%9D" \o "投保)，最大[生产能力](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%9F%E4%BA%A7%E8%83%BD%E5%8A%9B" \o "生产能力)是多少，能否满足[产品销售](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E9%94%80%E5%94%AE" \o "产品销售)增长的要求，如果需要增加设备，[采购计划](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%87%87%E8%B4%AD%E8%AE%A1%E5%88%92" \o "采购计划)、[采购周期](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%87%87%E8%B4%AD%E5%91%A8%E6%9C%9F" \o "采购周期)及安装调试周期；如果需要大规模建设，是否选择“交钥匙”方式进行，[“交钥匙”工程](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E2%80%9C%E4%BA%A4%E9%92%A5%E5%8C%99%E2%80%9D%E5%B7%A5%E7%A8%8B" \o "\“交钥匙\”工程)的承包机构是否提供工期、质量方面的保证，如何对这些保证加以实施？）：
* 请说明，如果设备操作需要特殊技能的员工，如何解决这一问题：
* 简述服务流程：
* 一、寄件
* 1. 线上下单填写寄件信息（微信/支付宝/顺手付/APP）
* 2. 到柜扫码/输入寄件码
* 3. 支付运费开箱投递
* 4. 快递员取件打印运单
* 5. 发件
* 
* 二、取件
* 1. 快递员选择货品对应格口大小
* 2. 扫描运单
* 3. 输入手机号
* 4. 开箱放入快件
* 5. 触发取件微信/短信消息
* 6. 扫描/输入取件码 取出快件
* 

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 货物运送流程 | 软件服务流程 |
| 配送 | 配送到收件地址附件，如果客人不在家放入收纳柜 | （如有提前下单：物流公司在软件或网站中添加或者集成柜子，货柜系统会给用户发送取件验证信息，同时给司机发送货柜存放验证信息，如果丢失可以通过扫码或选择包裹编号进行再次查询） |
| 收纳 | 配送人员通过使用之前收到的验证信息或者对货物barcode或者二维码再次进行扫描拿到相关的开箱信息，在货柜处扫描之后，将包裹放入系统提供的收纳柜，关门后即可离开 | 如果再次请求验证码，系统会重新发送验证码到配送人员提供的联系方式或者客户端。  之后货柜会扫描配送人员提供的验证信息，并打开相应的货柜方便取货。在货物存好确认之后，给客户发送取件提醒。 |
| 取件 | 收件人到家之后根据系统提示的验证信息（二维码或者数字验证码）提取包裹 | 货柜检测客户的验证信息，并打开相应的货柜同时提醒配送人员已收件 |

* 如何保证主要[原材料](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8E%9F%E6%9D%90%E6%96%99" \o "原材料)、元器件、配件以及关键零部件等生产必须品的[进货渠道](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%BF%9B%E8%B4%A7%E6%B8%A0%E9%81%93" \o "进货渠道)的稳定性、[可靠性](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8F%AF%E9%9D%A0%E6%80%A7" \o "可靠性)、质量及进货周期，列出3家主要供应商名单及联系电话：
* 正常生产状态下，成品率、返修率、[废品率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BA%9F%E5%93%81%E7%8E%87" \o "废品率)控制在怎样的范围内，描述生产过程中产品的[质量保证体系](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A8%E9%87%8F%E4%BF%9D%E8%AF%81%E4%BD%93%E7%B3%BB" \o "质量保证体系)、以及关键质量检测设备：
* [产品成本](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%A7%E5%93%81%E6%88%90%E6%9C%AC)和[生产成本](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%9F%E4%BA%A7%E6%88%90%E6%9C%AC" \o "生产成本)如何控制，有怎样的具体措施：
* 产品[批量销售](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%89%B9%E9%87%8F%E9%94%80%E5%94%AE" \o "批量销售)价格的制订，产品[毛利润率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%AF%9B%E5%88%A9%E6%B6%A6%E7%8E%87" \o "毛利润率)是多少？[纯利润](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BA%AF%E5%88%A9%E6%B6%A6" \o "纯利润)率是多少？

**第八部分 管 理**

* 请说明：为保证融资项目按计划实施，公司准备今后各年陆续设立哪些机构，各机构配备多少人员，人员年收入情况。请用图表统计表示出来，附在本计划中。
* 公司是否通过国内外管理体系认证？
* 公司对管理层及关键人员将采取怎样的激励机制：
* 公司是否考虑[员工持股](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%91%98%E5%B7%A5%E6%8C%81%E8%82%A1" \o "员工持股)问题，请说明：
* 公司是否与掌握公司关键技术及其它重要信息的人员签定[竞业禁止协议](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AB%9E%E4%B8%9A%E7%A6%81%E6%AD%A2%E5%8D%8F%E8%AE%AE" \o "竞业禁止协议)，若有，请说明协议主要内容：
* 公司是否与每个雇员签定劳动用工合同：
* 公司否与相关员工签定公司[技术秘密](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%80%E6%9C%AF%E7%A7%98%E5%AF%86" \o "技术秘密)和[商业秘密](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E7%A7%98%E5%AF%86" \o "商业秘密)的[保密合同](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BF%9D%E5%AF%86%E5%90%88%E5%90%8C" \o "保密合同)：
* 公司是否为每位员工购买保险，请说明保险险种：
* 公司是否存在关联经营和[家族管理](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%B6%E6%97%8F%E7%AE%A1%E7%90%86" \o "家族管理)问题，若有，请说明：
* 公司与董事会、董事、主要管理者、关键雇员之间是否有实际存在或潜在的利益[冲突](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%86%B2%E7%AA%81" \o "冲突)，如果有，请说明解决办法：
* 请说明，公司对知识产权、技术秘密和商业秘密的保护措施：
* 请说明，项目实施过程中，公司需要哪些外部支持，如何获得这些支持：

**第九部分 融资说明**

* 为保证项目实施，需要新增投资200 万加币，
* 新增投资中，需投资方投入 200万元
* [投入资金](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E5%85%A5%E8%B5%84%E9%87%91)的用途和使用计划：参见“公司未来1—2年在开发资金投入和人员投入计划”
* 希望让投资方参股本公司~~还是投资合作成立新公司？请说明原因~~：
* 拟向投资方出让10%股份~~多少[权益](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%9D%83%E7%9B%8A" \o "权益)~~？计算依据~~是什么~~如下？

\*市值估算

* 预计未来3年或5年平均每年[净资产收益率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%87%80%E8%B5%84%E4%BA%A7%E6%94%B6%E7%9B%8A%E7%8E%87" \o "净资产收益率)是少？
* 投资方可享有哪些监督和管理权力？

投资方可以根据提供的RoadMap监督项目的进展。并有权利提供相关的建议和意见。

* 如果公司没有实现项目发展计划，公司与管理层向投资方承担哪些责任？

参见\*对赌协议，股权调整。

* 投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间：

大股东回购或根据董事会的决议

IPO、并购、回购、后续融资轮次退出、出售老股、清算等。

短期策略（3-5y）：后续融资轮次退出

分阶段股权融资，最多30%/次，并购重组

长期策略（10-25y~）：IPO、并购、回购、出售老股、清算等

盈利，股权升值，(OTC，一级二级市场)

* 在与公司业务有关的[税种](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A8%8E%E7%A7%8D" \o "税种)和[税率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A8%8E%E7%8E%87" \o "税率)方面，公司享受哪些政府提供的优惠政策及未来可能的情况（如：[市场准入](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E5%87%86%E5%85%A5" \o "市场准入)、[减免税](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%87%8F%E5%85%8D%E7%A8%8E" \o "减免税)等方面的优惠政策）：
* 需要对投资方说明的其它情况：

**第十部分 财务计划**

* 产品形成规模销售时，毛利润率为 %，[纯利润](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BA%AF%E5%88%A9%E6%B6%A6" \o "纯利润)率为 %
* 请提供：未来1—2年的项目盈亏平衡表、项目资产负债表、项目损益表、项目现金流量表、项目销售计划表、项目产品成本表；

　 注：每一项财务数据要有依据，要进行财务数据说明。

**第十一部分 风险控制**

　　请说细说明该项目实施过程中可能遇到的风险及控制、防范手段：

相对可控的风险包括政策风险、技术开发风险、经营管理风险、市场开拓风险、生产风险、财务风险，对公司关键人员依赖的风险等。快递柜服务涉及的相关政策涉及传统快递和自动贩卖机行业。行业相关法律法规相对规范且稳定，政策变动风险小，市场规范。公司后需要找专业律师团队完善内部到外部的服务条款，在法律层面建立起一套完善的产品和服务的护城河。

主创团队拥有充足的技术开发能力和资源，因此技术相关的开发风险相对较低。

经营管理主创团队有相对较长的创业和团队管理协作经验，对于客户和产品服务质量和稳定性有充足的自信。

市场开拓方面团队曾有大量与小商铺的打交道的经验，在和大型客户打交道方面需要迈出第一步。

生产由国内顺丰快递柜代工的原工厂代工生产，品质有保障。

风险的核心环节：

财务方面公司前期开发阶段需要较为大量的资金支持，开发团队需要在预计五年的难以盈利情况下保证公司能够完成之前设定的发展目标。

**第十二部分 项目实施进度**

　　详细列明[项目实施计划](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%B9%E7%9B%AE%E5%AE%9E%E6%96%BD%E8%AE%A1%E5%88%92" \o "项目实施计划)和进度（注明起止时间）：

**第十三部分 其它**

　　为补充本项目计划书内容，需要进一步说明的有关问题（如公司或公司主要管理人员和关键人员过去、现在是否卷入法律诉讼及仲裁事件中，对公司有何影响）：

　　请将产品彩页、公司宣传介绍册、证书等作为附件附于本[调查表](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B0%83%E6%9F%A5%E8%A1%A8" \o "调查表)后。清单如下：

　　企业应备资料清单

* 1. [营业执照](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%90%A5%E4%B8%9A%E6%89%A7%E7%85%A7)
* 2. [公司章程](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%85%AC%E5%8F%B8%E7%AB%A0%E7%A8%8B)
* 3. [验资](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%AA%8C%E8%B5%84)[审计报告](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%A1%E8%AE%A1%E6%8A%A5%E5%91%8A)
* 4. 资信证明
* 5. 法人代码证书
* 6. [税务登记证](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A8%8E%E5%8A%A1%E7%99%BB%E8%AE%B0%E8%AF%81)
* 7. [财务报表](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%A2%E5%8A%A1%E6%8A%A5%E8%A1%A8)（上年度、本年度、本月）
* 8. [专利证书](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%93%E5%88%A9%E8%AF%81%E4%B9%A6)、鉴定报告
* 9. [高新技术企业](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%AB%98%E6%96%B0%E6%8A%80%E6%9C%AF%E4%BC%81%E4%B8%9A)、高新技术项目证书
* 10. 其它表明企业特点的资料
* 11. 商业计划书

　　公司法律文件可以提供复印件，但需提供原件以备核实。商业计划书、[项目建议书](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A1%B9%E7%9B%AE%E5%BB%BA%E8%AE%AE%E4%B9%A6" \o "项目建议书)以及经过电脑文字处理的文件，要求提供电脑光盘。

[[编辑](https://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E5%95%86%E4%B8%9A%E8%AE%A1%E5%88%92%E4%B9%A6&action=edit&section=7)]

**商业计划书范本**

[[编辑](https://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E5%95%86%E4%B8%9A%E8%AE%A1%E5%88%92%E4%B9%A6&action=edit&section=8)]

**东盛步行街招商计划书**

[[编辑](https://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E5%95%86%E4%B8%9A%E8%AE%A1%E5%88%92%E4%B9%A6&action=edit&section=9)]

**第一部分 招商策划**

　　一、项目总定位

　　（一）统一宣传口径

　　1、宣传总精神：盛泽城市商业新财富中心

　　2、顺应盛泽城市和东方丝绸市场新一轮开发趋势，应运而生。盛氏集团鼎力巨献，政府首推，十大重点工程的重中之重。

　　3、抢占中国东方丝绸市场的核心区位，与盛泽广场共同构筑盛泽城市新商业配套中心及标志性建筑群落，打破盛泽传统[商业模式](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E6%A8%A1%E5%BC%8F" \o "商业模式)，引领盛泽城市商业全面升级。

　　4、融合现代地产和[商业运作](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E8%BF%90%E4%BD%9C" \o "商业运作)理念之精华，借鉴吸收国内外商业名街的成功经验，整合国际商业模式和盛泽本地文化，为盛泽人民和国内外客商打造一个与上海、苏州比肩同步，全新全能的商业舞台，打造成国际化、[本地化](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%9C%AC%E5%9C%B0%E5%8C%96" \o "本地化)、专业化融汇互动的盛泽商业第一街！

　　5、近十万平方米的建筑面积，四百余米的商业长街，集国际一流[大型超市](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A4%A7%E5%9E%8B%E8%B6%85%E5%B8%82" \o "大型超市)、著名家电卖场、数码广场、专业百货、娱乐休闲、餐饮、商务办公、酒店公寓多功能为一体的中高档[shopping mall](https://wiki.mbalib.com/wiki/Shopping_mall" \o "Shopping mall)，汇聚万千人流、[物流](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E6%B5%81" \o "物流)、[资金流](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B5%84%E9%87%91%E6%B5%81" \o "资金流)、[信息流](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BF%A1%E6%81%AF%E6%B5%81" \o "信息流)，将成为新盛泽的真正核心商业区。

　　（二）招商定位

　　作为盛泽及周边唯一的中档偏上的shopping mall,我们重点吸纳具有[品牌知名度](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%81%E7%89%8C%E7%9F%A5%E5%90%8D%E5%BA%A6" \o "品牌知名度)、经营正规、运营良好的品牌商家，以满足大众全方位[消费需求](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E9%9C%80%E6%B1%82" \o "消费需求)。

　　（三）业态定位

　　吸纳中国名街的业态规划精髓并结合盛泽[消费文化](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E6%96%87%E5%8C%96" \o "消费文化)，以各类品牌店、[大卖场](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A4%A7%E5%8D%96%E5%9C%BA" \o "大卖场)、大餐饮、大娱乐为核心，规划了丰富而合理的业态，包括各类品牌店、特色店、[主题百货](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%BB%E9%A2%98%E7%99%BE%E8%B4%A7" \o "主题百货)、电器卖场、[超市](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B6%85%E5%B8%82" \o "超市)、书城等。采用[多元化经营](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A4%9A%E5%85%83%E5%8C%96%E7%BB%8F%E8%90%A5" \o "多元化经营)模式，一站式[商业步行街](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E6%AD%A5%E8%A1%8C%E8%A1%97" \o "商业步行街)（开放式shoppingmall），满足各界人士的消费需求。

　　二、招商策略

　　（一）业态设计先行，准确、[差异化](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B7%AE%E5%BC%82%E5%8C%96)的业态定位是成功招商的前提基础

　　准确、差异化的业态定位乃是[步行街](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%AD%A5%E8%A1%8C%E8%A1%97)竞争胜出的原因。

　　东盛步行街的开发与运营要始终坚持"全新的建筑形态、全新的[消费环境](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E7%8E%AF%E5%A2%83)、全新的业态组合"先进理念。

　　在业态组合方面，我们要紧紧抓住本地消费需求倾向和消费特点，重点突出，业态丰富，有机结合。坚决摒弃不适合本地消费文化的业态！

　　由此，我们确定了以各类品牌店、大卖场、大餐饮、大娱乐为核心，主力店、次主力店（大店）占50％左右，餐饮娱乐休闲（小店）占30%左右，品牌[专卖店](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B8%93%E5%8D%96%E5%BA%97)占20％左右。

　　（二）先确定主力店，再全面招商

　　考虑到主力店、次主力店、国际名牌店及其他品牌招商的不同特点，制定了"先确定主力店，再全面招商"的基本策略。在执行过程中，主力店、国际名店和餐饮、娱乐要提前招商，其它随后进行。

　　（三）为客户度身订做开店全面解决方案

　　在这一策略的指导下，经过专业[培训](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9F%B9%E8%AE%AD)师培训的招商团队，根据实际情况灵活调整和实施[租赁](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A7%9F%E8%B5%81)政策。例如，根据不同类型的租户提出的不同需求，为他们提出度身订做的解决方案；妥善安排好各租户的楼层位置、相互位置，使之相对成行成市、互惠共赢，而不是互相干扰、削弱；根据整体[市场定位](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E5%AE%9A%E4%BD%8D)和业态组合，对进驻租户提出要求，并协助他们调整、提升和完善他们在东盛步行街新店的定位、档次和其他[品质](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%81%E8%B4%A8)。

　　（四）人员、媒体、大型主题活动立体化"整合宣传推广策略"

　　在市场宣传推广方面，实行"整合推广策略"，为招商工作提供有力支持。

　　一为媒体宣传，二为招商活动。

　　关键性招商活动如下：

　　招商发布会暨主力店签约仪式、招商成果发布会、项目推介会、建筑节点庆典会等。

　　（五）招商进度、质量、费用统一控制

　　为把招商计划落实到实处，达到多快好省的目标。我们在招商进度、质量、费用上严格把关，统一控制。采取用时间推动表控制进度；根据业态布局和市场定位对商家精挑细选，重点吸收品牌商、实力商和特色商来控制质量；对招商费用进行精打细算，并采取以下措施对招商费用进行统一安排、科学分配。

　　1、招商任务指标分解到人，成本分解到人。

　　2、关键性招商费集中使用，避免零打碎敲。

　　3、重点保障优秀招商人才的[工资](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B7%A5%E8%B5%84)待遇和奖励管理。

　　4、重视[大客户](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A4%A7%E5%AE%A2%E6%88%B7)招商和关系招商，费用安排上予以倾斜。

　　5、经过精心策划的媒体宣传计划，实现精确、有效的传播，价值最大化。坚决避免宣传费用的乱用和浪费。

[[编辑](https://wiki.mbalib.com/w/index.php?title=%E5%95%86%E4%B8%9A%E8%AE%A1%E5%88%92%E4%B9%A6&action=edit&section=10)]

**第二部分 招商计划**

**一、统筹计划内容**

　　统筹计划内容指的是以我们要做的事情为线索，按先后次序排序、合理安排。时间跨度为招商全面启动至开业。

　　（一）招商阶段划分、招商目标和时间安排

　　阶段划分：招商筹备阶段、主力店招商阶段、全面招商阶段、运营调整阶段四个阶段。

　　招商目标：由于步行街的商家是需要不断调整、优化的，原则上讲，招商工作不是招满了就结束了。但为了明确方向，特定目标如下：

　　1、截止到2006年12月，基本完成步行街主力店、次主力店（大商铺）的招商，完成小商铺70%。

　　2、截止到2007年5月，基本完成招商任务。

　　3、截止到2007年5月底，商家开始入场[装修](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%A3%85%E4%BF%AE)，为开街做准备。力争8月底，确保9月份一定开街。

　　为具体化可执行，在时间安排上，此计划涉及的时间段为：2006年5月开始执行，截止到2007年开业。具体工作安排见下面的《计划执行时间表》。

　　（二）招商人员的[招聘](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8B%9B%E8%81%98)和培训，打造一支精悍的招商团队

　　再大的项目也是人做的，人的因素在项目招商中起着最根本的决定性因素，因此招聘、选拔、培养一大批招商精英，打造一支强悍的招商团队，是招商筹备阶段的最核心任务。

　　目前，新聘3人，其中招商主管和招商专员各一名，策划一名，从商业公司调来一名设计，组建了一个招商二部，但这远远不够。通过网络等多种渠道正在物色更多的从业经验丰富、拥有大量[客户资源](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%A2%E6%88%B7%E8%B5%84%E6%BA%90)的专业化高素质招商人员，目标是组建一个 10 人左右（不含招商中心人员）的专业化团队。

　　一个团队不仅需要专业化，更需要一体化。因此，对团队的培训尤其重要。

　　目标是使整个团队具备完整的项目的知识架构、卓越的团队[执行力](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%89%A7%E8%A1%8C%E5%8A%9B)和共同的[价值取向](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%B7%E5%80%BC%E5%8F%96%E5%90%91)，培训内容如下：

　　1、五个核心理念的培训。

　　2、[团队执行力](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9B%A2%E9%98%9F%E6%89%A7%E8%A1%8C%E5%8A%9B)的培训。

　　3、项目知识的培训，以使团队成员对项目有一个清楚的认识。

　　4、招商技巧的培训，包括接听电话、接待语言、[谈判策略](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B0%88%E5%88%A4%E7%AD%96%E7%95%A5)和谈判技巧等，以培养和提高团队成员的招商能力。

　　5、招商[礼仪](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A4%BC%E4%BB%AA)和招商制度的培训（语言艺术、招商制度说明和合同解读等）。

　　（三）招商架构、招商机制的建立

　　在[人员招聘](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BA%BA%E5%91%98%E6%8B%9B%E8%81%98)的建立上，我们都遵循精英、精简、垂直化原则，目的是实现人员最少化、指挥执行系统最简化、效率成果最大化。以节省招商费用，提高[工作效率](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E6%95%88%E7%8E%87)。人员职责如下：

　　 招商人员主要[工作职责](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B7%A5%E4%BD%9C%E8%81%8C%E8%B4%A3)

　　（1）招商一部主要负责主力店的招商工作：1人

　　（2）招商二部主要负责餐饮、娱乐的招商工作：3人

　　（3）招商三部主要负责百货、服饰类别的招商工作：2人

　　（4）招商四部主要负责综合类招商工作：2人

　　（5）策划部暂定员两名，主要负责招商的策划、[媒体计划](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AA%92%E4%BD%93%E8%AE%A1%E5%88%92)的制定执行、招商文案的策划撰写和设计。一名策划，一名设计。根据发展需要，在步行街开业时，需要再增加策划一名。

　　（6）此架构为开业前期的组织，开业准备期和开业运营期的架构，届时提前3个月报人力资源部。

　　招商机制的建立，是为了在招商团队中形成一种人性化的制度管理氛围，做到有章可依、奖罚分明，既讲究个人贡献、更注重[团队精神](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9B%A2%E9%98%9F%E7%B2%BE%E7%A5%9E)。建立一系列的[管理制度](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%88%B6%E5%BA%A6)。

　　（1）招商人员奖励政策的建立

　　（2）招商人员处罚政策的建立

　　（3）招商人员日常[管理规范](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%AE%A1%E7%90%86%E8%A7%84%E8%8C%83)制度的建立等

　　附：人员[薪酬](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%96%AA%E9%85%AC)及奖励方案

　　一、人员薪酬（建议）：

　　1、一般人员：3000——10000加/月（月薪）

　　2、主管：5000元/月（月薪）

　　3、[经理](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BB%8F%E7%90%86)（暂不设，今后可从现有人员中提拔）4000元/月（月薪）

　　二、人员奖励方案（建议）

　　1、整个招商中心按年[租金](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A7%9F%E9%87%91)手入的4%提取[奖金](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A5%96%E9%87%91)。

　　2、其中招商人员按年[租金收入](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A7%9F%E9%87%91%E6%94%B6%E5%85%A5)的2.5%提取奖金.

　　3、其中其他团队服务人员按年租金收入的1.5%视表现与贡献由地产集团分管领导分配。

　　4、此项奖励方案不含高层领导。

　　（四）相关招商资料的准备

　　（1）招商手册（已有）和[招商说明书](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8B%9B%E5%95%86%E8%AF%B4%E6%98%8E%E4%B9%A6)

　　（2）[租赁合同](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A7%9F%E8%B5%81%E5%90%88%E5%90%8C)

　　（3）委托经营合同

　　（4）定租确认书

　　（5）招商委托书

　　（6）招商流程表

　　（7）招商文案

　　（8）退房申请表等

　　（9）[授权委托书](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8E%88%E6%9D%83%E5%A7%94%E6%89%98%E4%B9%A6)等

　　以上文本见附录，其它文本资料根据不同阶段、具体需求再行撰写！

　　（五）招商方式、目标客户的确定

　　招商方式：

　　1、项目招商发布会

　　2、项目推介洽谈会

　　3、大型零售连锁会议

　　4、登门[拜访](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8B%9C%E8%AE%BF)

　　5、网络招商

　　6、电话联系

　　7、[面对面沟通](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%9D%A2%E5%AF%B9%E9%9D%A2%E6%B2%9F%E9%80%9A)

　　8、[行业协会](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%8D%8F%E4%BC%9A)、政府机构

　　9、各地商会

　　目标客户——主力快递

　　1、快递公司：Canada post, Fedex, UPS, DHL, 顺丰，中国邮政，中通圆通申通

　　2、同城速递：uber eats, 饭团，馋猫，fodora等。

3、中小型快递公司： 4points等

　　（七）招商政策的制定

　　在项目的定位、宣传推广基本到位的基础上，一个优化组合的优惠招商政策可以成为吸引商家入驻的推动剂，正如足球场上那关键性的临门一脚。

　　为了吸引和推动极具[影响力](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BD%B1%E5%93%8D%E5%8A%9B)的主力店的进驻，我们将在租金、[建筑结构](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BB%BA%E7%AD%91%E7%BB%93%E6%9E%84)等方面给予一定的优惠。

　　（八）媒体宣传推广计划的制定执行

　　商业项目，特别是大型商业项目，招商造势至关重要！

[孙子兵法](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AD%99%E5%AD%90%E5%85%B5%E6%B3%95)曰：不战而屈人之兵，造势要依托自身优势，重视宣传的[协同效应](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8D%8F%E5%90%8C%E6%95%88%E5%BA%94)。

　　造势就是运用各种媒体，以新闻性的[软文](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%BD%AF%E6%96%87)宣传炒作为主，配合[硬广告](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A1%AC%E5%B9%BF%E5%91%8A)，形成密集的市场宣传攻势。在短时间内，在吴江、苏州、嘉兴，乃至上海形成热门话题，有力提升我们的项目知名度。这样做的好处是：

　　1、节省大笔[广告费](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B9%BF%E5%91%8A%E8%B4%B9)，因为好的选题和好的文章，一些报纸的收费要比[广告](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B9%BF%E5%91%8A)收费少很多。

　　2、能够使目标商家比较详细的了解我们的项目情况。通过对原来的媒体宣传分析发现，原来的媒体宣传形式比较单一，主要以硬广告为主，缺少详细的分析介绍。这样的广告只能流于形式，一掠而过，不能引起商家的注意和研究。

　　而新闻性的软文或专题性的软文比较具有新闻性、专业性、权威性，而且，广告性不强，不会引起读者的警惕和反感，会仔细的阅读下去。能很快的达到我们的目的。

　　3、由于是专业性的宣传，可以提升[商业地产](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%95%86%E4%B8%9A%E5%9C%B0%E4%BA%A7)项目档次，塑造良好[品牌形象](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%81%E7%89%8C%E5%BD%A2%E8%B1%A1)，为后续开业经营奠定良好基础。

　　在吸引大商家入驻宣传方面，我们宜采用多种宣传手段：报纸、行业报纸、专业杂志、[网络媒体](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E5%AA%92%E4%BD%93)。[电视媒体](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%B5%E8%A7%86%E5%AA%92%E4%BD%93)主要针对中小散户。目前，根据调查分析，确定主打区域为苏州、吴江，其次，为上海。主要报纸为苏州日报、现代快报、扬子晚报，其次为吴江日报、新闻晨报。时间和密度安排上按高、低、高的方式延续。具体媒体宣传方案见媒体计划表。

　　（九）大型主题招商活动的策划执行

　　大型主题性招商活动，配合全方位立体化媒体平台（电视、报纸、网络、广播）宣传炒作，是步行街招商推广的“核武器”。

　　1、招商发布会

　　2、项目推介会（指区域性的针对一定数量的意向商家的集中性项目说明、洽谈会）

　　3、主力店、次主力店等具有一定品牌知名度和影响力的签约仪式，如肯德基、家乐福、国美、永乐、天虹百货。

　　4、阶段性的招商成果发布会

　　5、以项目命名的大型零售连锁会议

　　6、工程重要节点（封顶、竣工等）完成及开业庆典会

　　根据目前的项目招商情况，在6——8月份，计划举行招商发布会、项目推介会、签约仪式，其它活动视具体发展情况而定。活动具体策划执行方案在确定后撰写。

　　（十）招商费用预算

　　招商费用包括：人员差旅费用、商家接待费用、宣传费用――广告及招商活动费用、招商人员提成。

　　招商总费用为年租金的10%，约为230万左右。其中，招商人员提成4%，差旅招待2%，广告公关礼品费4%。

　　（十一）租金建议方案

　　根据盛泽本地租金情况、目前项目周边商业状况并结合我们的市场定位，确定我们租金水平为中上水平左右。

　　Condo、便利店、超市租金表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **面积** | **日租金** | **年租金** |
| 超市 | 13391.79 m2 | 0.7元/ m2?天 | 342万元 |
| 地上一层 | 4362.656 m2 | 3.5元/ m2?天 | 557.33万元 |
| 地上二层 | 6143 m2 | 1.5元/ m2?天 | 336.33万元 |
| 地上三层 | 7700 m2 | 1.0元/ m2?天 | 281万元 |
| 地上四层 | 8044 m2 | 0.6元/ m2?天 | 176.16万元 |
| 地上五层 | 2369.4 m2 | 0.4元/ m2?天 | 34.6万元 |
| 百货 | 8023 m2 | 0.8元/ m2?天 | 234万元 |
| 家电 | 2293 m2 | 1.2元/ m2?天 | 100.4万元 |
| 数码广场 | 3292 m2 | 1.0元/ m2?天 | 120.15万元 |
| 总计：2181.97万元 | | | |

　　根据入住商家规模、品牌的大小建议给予商家相应的装修免租期。小商家为一个月免租期，

**二、招商计划执行时间表（2006年——2007年开业前后）**

　　招商计划执行时间表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项目明细 阶段划分** | **时间** | **事项明细** | **责任部门** |
| 筹 备 阶 段 （5月— 6月） | 5月 | 1、人员招聘 | 人事部 |
| 2、人员培训 | [副总裁](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%89%AF%E6%80%BB%E8%A3%81)、人事部、招商中心 |
| 3、架构和机制建立 | 副总裁、招商总监 |
| 4、招商资料准备 | 策划部、招商中心 |
| 5、招商计划制定 | 策划部、招商中心 |
| 6、主力店联系洽谈 | 招商中心 |
| 6月初 | 1、人员招聘和培训 | 副总裁、人事部、招商中心 |
| 2、招商政策的制定 | 招商中心、策划部 |
| 主力店联系洽谈 | 招商中心 |
| 家电卖场目标客户深度洽谈，选择一家 | 招商中心 |
| 5、各媒体联系洽谈 | 策划部 |
| 6、具体媒体计划出台 | 策划部 |
| 7、招商方式的确定 | 招商中心 |
| 8、目标客户资料的收集 | 招商中心 |
| 主 力 店 招 商 （6月— 9月） | 6月-7月 | 1、各种业态全面开始招商 | 招商中心 |
| 2、宣传文案、[广告设计](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B9%BF%E5%91%8A%E8%AE%BE%E8%AE%A1)完成 | 策划部 |
| 3、媒体宣传集中攻势展开 | 策划部 |
| 4、超市目标客户深度洽谈，选择一家 | 招商中心 |
| 5、构建第三方招商网络平台 | 招商中心、策划部 |
| 6、家电卖场签约 | 招商中心 |
| 7、主题百货目标客户洽谈 | 招商中心 |
| 8、肯德基正式签约前谈判 | 招商中心 |
| 9、大型中餐开始招商 | 招商中心 |
| 10、招商[新闻发布会](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%96%B0%E9%97%BB%E5%8F%91%E5%B8%83%E4%BC%9A)举行 | 策划部、招商中心 |
| 11、办公室搬迁到国际大厦八楼 | 全体 |
| 8月-9月 | 1、肯德基正式签约入驻 | 招商中心 |
| 2、超市正式签约 | 招商中心 |
| 3、家电卖场正式签约 | 招商中心 |
| 4、按计划进行媒体宣传 | 策划部 |
| 5、举行各种签约仪式 | 策划部、招商中心 |
| 6、大型娱乐深入洽谈 | 招商中心 |
| 全 面 招 商 阶 段 （9月- 开业） | 9月-11月 | 1、各种业态招商取得一定成果 | 招商中心 |
| 2、各种品牌特色店开始招商 | 招商中心 |
| 3、主题百货深度洽谈 | 招商中心 |
| 4、大型中餐确定意向 | 招商中心 |
| 5、数码广场深入洽谈 | 招商中心 |
| 6、建筑封顶[庆典活动](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BA%86%E5%85%B8%E6%B4%BB%E5%8A%A8)筹备开始 | 全体 |
| 11月-07、2月 | 1、大型中餐完成签约 | 招商中心 |
| 2、数码广场、书店、运动天地、名品折扣店确定意向（12月份） | 招商中心 |
| 3、电影厅、成人电玩确定意向，力争成人电玩提前完成签约 | 招商中心 |
| 4、完成小商铺50%以上 | 招商中心 |
| 5、招商成果[展示会](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%B1%95%E7%A4%BA%E4%BC%9A) | 招商中心、策划部 |
| 6、媒体宣传 | 策划部 |
| 7、主题百货签约 | 招商中心 |
| 8、建筑封顶庆典活动举行 | 全体 |
| 3月——开业 | 1、小商铺完成到90%，力争完成到100% | 招商中心 |
| 2、完成项目商业面积招商的90%，力争总完成100% | 招商中心 |
| 3、开业庆典的策划筹备举行 | 全体 |
| 4、媒体宣传 | 策划部 |
| 运营调整阶段 （开业后） | 开业后 | 1、继续跟踪较好商家 | 招商中心 |
| 2、密切关注已进商家的[经营理念](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%BB%8F%E8%90%A5%E7%90%86%E5%BF%B5)和经营业绩 | 招商中心 |
| 3、对业态不好、经营业绩较差、不受欢迎的业态、商家进行调整 | 招商中心 |
| 4、引进新的商家 | 招商中心 |
| 5、继续进行宣传，[打造品牌](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%89%93%E9%80%A0%E5%93%81%E7%89%8C)步行街，促进整体运营和后续招商 | 策划部 |

　　三、各媒体宣传计划表

　　各媒体投放计划表（2006年6月—2007年开业）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **媒体名称** | **媒体具体名称** | **投放金额** | **投放方式** | **投放时间** |
| 报纸 | 现代快报（金楼市） | 待定 | 软文、硬广告、专题 | 06、6—开业 |
| 扬子晚报 | 待定 | 硬广告、专访 | 06、6—开业 |
| 新闻晨报（上海） | 待定 | 软文、硬广告 | 06、6—开业 |
| 吴江日报 | 待定 | 软文、硬广告、专访、专题 | 06、6—开业 |
| 电视 | 苏州电视台 | 待定 | 5秒、10秒广告专访 | 06年7月、8月、12月 07年2月、3月 |
| 网络 | [阿里巴巴](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4) | 待定 | 诚信通会员、广告 | 06、6—07、06 |
| 长三角地产网等 | 待定 | 软文、广告 | 06、6—开业 |
| 户外 | 工地广告、横幅 | 待定 | 喷绘广告墙 | 7月制作发布 |
| 其它 | 待定 | 待定 | 待定 | 待定 |