**《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：这里对产品面向的用户种类要进行详细说明。
* 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)：
* 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:

**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：
  + 公司寻求技术开发依托 (如大学、研究所等) 情况，合作方式：
  + 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：
  + 公司未来3—5年在开发资金投入和人员投入计划(万元)：

**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）：
* 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：
* 在产品销售价格方面的策略与实施：
* 在建立良好销售队伍方面的策略与实施：
* 产品售后服务方面的策略与实施：
* 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：
* 简述产品的生产制造过程、工艺流程：
* 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，需要新增投资是多少 万元，
* 新增投资中，需投资方投入 万元，对外[借贷](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%80%9F%E8%B4%B7" \o "借贷) 万元，
* 公司自身投入 万元。如果有对外借贷，抵押或担保措施是什么？
* 请说明[投入资金](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E5%85%A5%E8%B5%84%E9%87%91" \o "投入资金)的用途和使用计划：
* 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？
* 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？
* 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？
* 投资方以何种方式收回投资，具体方式和执行时间：
* 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3—5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（包括[政策风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%94%BF%E7%AD%96%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "政策风险)、加入[WTO](https://wiki.mbalib.com/wiki/WTO" \o "WTO)的风险、[技术开发风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%80%E6%9C%AF%E5%BC%80%E5%8F%91%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "技术开发风险)、经营管理风险、市场开拓风险、[生产风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%94%9F%E4%BA%A7%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "生产风险)、财务风险、[汇率风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B1%87%E7%8E%87%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "汇率风险)、[投资风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%95%E8%B5%84%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "投资风险)、[股票风险](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%82%A1%E7%A5%A8%E9%A3%8E%E9%99%A9" \o "股票风险)、对公司关键人员依赖的风险等。以上风险如适用，每项要单独叙述控制和防范手段）：

**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：1500——2500元/月（月薪）

　　2、主管：3000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——主力店

　　1、[超市](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B6%85%E5%B8%82)：[家乐福](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%B6%E4%B9%90%E7%A6%8F)、[乐购](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%B9%90%E8%B4%AD)、[大润发](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A4%A7%E6%B6%A6%E5%8F%91)、[好又多](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%A5%BD%E5%8F%88%E5%A4%9A)、物美、世纪联华等。

　　2、家电卖场：[国美](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%9B%BD%E7%BE%8E)、[苏宁](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%8B%8F%E5%AE%81)、[永乐](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B0%B8%E4%B9%90)。

　　3、百货：人民商场、石路国际商城、深圳天虹百货、[银泰百货](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%93%B6%E6%B3%B0%E7%99%BE%E8%B4%A7)及长三角地区有名的百货。

　　目标客户——次主力店

　　1、聚人气店：[肯德基](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%82%AF%E5%BE%B7%E5%9F%BA)、[麦当劳](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%BA%A6%E5%BD%93%E5%8A%B3)、[星巴克](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%98%9F%E5%B7%B4%E5%85%8B)、[哈根达斯](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%88%E6%A0%B9%E8%BE%BE%E6%96%AF)，大型中餐、量贩式KTV等

　　2、数码广场、书店、运动天地、名品[折扣店](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%8A%98%E6%89%A3%E5%BA%97)

　　3、电影厅及成人电玩

　　（六）第三方招商网络平台的建立

　　他山之石，可以攻玉，由此，建立第三方招商网络平台可以得到巨大的资讯支持，更能节省大量的人力、宣传推广成本，加快招商速度。构建第三方招商网络平台可以从这些渠道去争取：

　　1、专业的招商网站

　　2、专业的地产交易平台

　　3、行业协会及政府招商机构，行业协会和政府招商机构从某种意义上讲，很具有权威性和号召力，他们既拥有本行的丰富的[品牌资源](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%93%81%E7%89%8C%E8%B5%84%E6%BA%90)和众多企业家朋友圈，更具有说服他们入驻的话语权。更能省却一大笔宣传费用，在短期内带动一大批商家考察、开店的热情。例如东方丝绸市场管委会、镇政府、[闽商](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%97%BD%E5%95%86)会馆、苏州上海各地行业协会、步行街会员单位等。

　　5、与定位不同的商业项目招商部门建立战略性合作伙伴关系，达成资源共享的互赢格局。特别是可以通过私下互动，把对方的招商人员转化为我们的[兼职](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%85%BC%E8%81%8C)招商人员，在高奖励的吸引下，引进我们所需的商家品牌。

　　（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。

　　东盛步行街业态楼层平均租金表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **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 | | | |

　　（十二）招商政策建议方案

　　1、付款方式：分小商铺和大商家两种情况

　　（1）小商铺：首付[定金](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%AE%9A%E9%87%91)（三个月租金），租赁合同签定支付其余全部租金。

　　大商家：根据谈判情况，由集团领导确定。

　　（2）小商铺半年一付，押一个月，下次付款须提前1个月支付。

　　 2、“房租高开低收”

　　房租的高低直接影响到商家和我们双方的利益，同时也体现特色街地段的价值和商铺的档次及品质，在启动市场阶段确定租金价位时，建议租金应高开低收即前三年租金订到一个较高的水平，然后通过免租、免[物业管理费](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%89%A9%E4%B8%9A%E7%AE%A1%E7%90%86%E8%B4%B9)等优惠政策，来调整与周边租金的[价格水平](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E4%BB%B7%E6%A0%BC%E6%B0%B4%E5%B9%B3)，满三年后租金根据市场情况在确定三年后的市场租金价格。

　　3、“放水养鱼”，装修免租期政策

　　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，大品牌主力店、聚人气店为三个月免租期。

　　4、协助办证：提供工商、[税务](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%A8%8E%E5%8A%A1)、卫生、公安、环保等一条龙办证服务。

　　5、提供税收上面的政策支持，[具体政策](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%85%B7%E4%BD%93%E6%94%BF%E7%AD%96)与财务部[协商](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%8D%8F%E5%95%86)后确定。

　　6、允许一定范围内的改变房屋布局

　　 经营者根据经营的实际需要，在符合规划技术规范的条件下，在不改变[建筑主体](https://wiki.mbalib.com/wiki/%E5%BB%BA%E7%AD%91%E4%B8%BB%E4%BD%93)结构的情况下，可根据自己经营项目的需要进行改动或与其它商铺打通统一装修，以最大限度满足经营户的需要。

**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 |

　　四、附录文件(略)