

# 招商方案的格式及(汇总5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 招商方案的格式及篇一

**【活动简介】**第一届全国青年运动会将于20xx年10月18日在福建省福州市隆重举行，这是我省第一次承办全国大型综合性运动会，是一次展示福建经济社会发展和人民群众良好精神风貌的机会。为迎接这一重大赛事，向全省人民传递“文明有礼、从我做起”的东道主精神，省青运会组委会拟向全省人民寄递一封信，大力弘扬八闽精神，增强全省人民的自豪感和凝聚力，营造“积极主动、全民参与”的主人翁精神。

### 一、活动时间

20xx年7月1日-20xx年9月30日

### 二、“一封信”形式

以邮折“卡书”形式进行制作邮寄，每份拟定价20元。

### 三、“一封信”内容

1. 《喜迎青运会 做文明有礼福建人》——致全省人民的一封信；
2. 青运会个性化邮票或纪念版银钞（可搭载赞助商宣传）；
3. 青运会宣传明信片（可搭载赞助商宣传）；

4. 赞助商优惠券宣传手册。

#### 四、投放方案

可由省公司精选数据库名址，也可根据赞助商需求使用相关指定数据库，为目标客群寄递“一封信”，各地可根据招商情况搭载赞助商广告。

#### 五、项目招商

##### （一）总冠名

1. 赞助金额：建议200万元，名额1名。

2. 享受权利

（2）可在一封信内夹寄企业宣传单；

（4）可在青运会明信片广告位搭载企业广告宣传；

（5）可在全省邮政网点门楣led投放冠名商家广告，为期3个月；

（6）可在全省邮政营业厅设置冠名企业x展架/易拉宝，作为商家宣传使用；

（7）向青运会组委会争取的其他权利。

##### （二）赞助商

1. 赞助金额：6万元起。

2. 享受权利

（1）可在一封信内夹寄企业宣传单；

(2) 可在青运会明信片广告位搭载企业广告宣传;

(4) 可在当地邮政营业厅设置企业x展架/易拉宝, 作为商家宣传使用。

## 招商方案的格式及篇二

欢迎各商家合作: 个性策划、给您带来不一样的盛典视野。

一: 举办地点□xx酒店. 人员限制(500人)

二: 举办时间□20xx年元月19日晚15点---22点

三: 招商条件: 冠各单位: 5万元、送会员证5本。协办单位: 2万元、送会员证2本。

四: 媒体宣传:

1: 冠名入场卷门票宣传。

2: 广电报刊登(一个整版)、

3: 现场视频宣传、条幅宣传、产品展示。

4: 冠各单位领导讲话、另享有广电与俱乐部20xx大型活动的宣传。

5: 俱乐部直属群和各分会群、微信、官方公众平台定期宣传。

6: 每个商家可以报一个节目在晚会上表演, 作为商家舞台形象展示。

7: 俱乐部20xx年针对冠名和协办商家组织定制一场专项活动。

五：其他商家赞助条件不限。

1：享受俱乐部官方公众平台定期宣传。

2：现场条幅宣传、现场视频循环播出。

3：享有参加广电与俱乐部20xx各项大型活动的宣传。

六：赞助单位享有福利：

1：享有与俱乐部长长期战略合作，享有双方资源互推共享、相互支持的权利。

2：享有《天柱沟户外基地》、《白鹿山户外基地》、《天弘葡萄基地》、《健康免费体验中心》会员待遇.享有俱乐部合作中石油、中石化加油打折优惠。汽车维护、免费验车、救援服务。享受合作保险公司购买保险团购最低价。

七：本次活动将邀请有关媒体、焦作周边具有代表性的行业、商家等参加。

俱乐部：办公室□xxxx 手机：xxxxxxx

联系电话□ xxxx

xxx俱乐部

20xx年11月28日

欢迎各商家洽谈合作：洽谈电话□xxxxxx

xxx个性策划、给您带来不一样盛典视野。

**【特别说明】：**

- 1: 本次有官方新媒体支持。
- 2: 参会人员结构实力较强，都是xxx高端会员。
- 3: 高端集中给商家提供了资源交流、活动消费的极大潜力和发展管道。
- 4: 每个合作商家根据赞助都有在台上介绍、展示、台下推介活动的机会。
- 5: 本会将建立所有合作商家资源共享、共同打造命运的设想和强烈愿望。
- 6: 建立常态化商家合作联盟，推进网络线上交流和线下互动价值最大化。
- 7: 定时组织合作商家主管和高端人员交流、加强共同体的合作与发展。
- 8: 跨行业联盟让您交接各行业精英，使您走出一个前所未有的新局面。
- 9: 各路行业精英和老板红包发不停，让您享受新年红包红红火火!

xxx俱乐部特约记者团全力报道!

## 招商方案的格式及篇三

活动名称□ xx——“20xx年师大迎新生系列活动”（xx为冠名企业）

主办单位□xx师范大学协和学院

支持媒体： 待 定

冠名单位： 待 定（出资企业）

协办单位： 待 定（出资企业）

宣传推广： 天视文化 飞皇文化

活动时间□20xx年9月1日起

方案一： 总冠名1家， 冠名出资人民币6万

冠名赞助商权益：

2. 冠名赞助商可以“20xx年xx师范大学协和学院迎新生系列活动”名义，经主办方授权许可后自行组织相关的媒体宣传及活动，宣传活动内容应经过主办方确认。

活动现场回报：

- 1、活动期间，迎新活动的各类报道中出现冠名赞助商logo及名称；
- 2、活动期间，校方指定地点可举办冠名赞助商产品推广活动；
- 3、活动期间，校方指定地点可派发企业宣传资料及产品样品赠品或纪念品；
- 5、冠名赞助商享有其logo服装提供，将供迎新晚会时使用，服装500件。
- 6、迎新晚会舞台主背景体现冠名赞助商的名字或者logo□
- 7、晚会演出现场广告牌4面。

8、活动期间，迎新生专线大巴车身体现冠名赞助商企业logo及名称，大巴共五辆，路线分别为火车站---师大新校区，汽车北站---师大新校区，汽车南站---师大新校区。

9、在迎新晚会上，主持人将重复提及冠名赞助商名称并表示感谢。

### 其他回报

1. 扩大冠名赞助商在学生群体中的影响力，进一步提高其产品的销售额；

2. 扩大冠名赞助商在福州市区及大学城的影响力，大巴的车体广告有效的实现了这一功能。

### 效果评估

综上所述，我们将获得：

1. 超值的广告回报；

2. 赢得关注的新闻公关事件；

3. 多达2万人次的传播受众，绝佳的事件营销机会；

4. 参与文化事业的美誉，提升品牌高度；

5. 经济效益的提升；

6. 以文化手段展示实力的成就感。

## 招商方案的格式及篇四

一、活动主题：

# 双赢战略联盟计划启动仪式暨“\*\*\*产品”全国招商大会

## 二、活动目的：

- 2、促使观望中的经销商签约；
- 3、吸引更多的潜在经销商关注、签约；
- 4、打造公司在行业的形象；
- 5、为布局全国打好基础

## 三、活动方案

### 1、活动时间：

### 2、活动地点：

### 3、主办单位：

### 4、媒体支持：

《\*\*\*报》 《\*\*\*报》 《\*\*\*报》 《\*\*\*报》 《\*\*\*报》

### 5、嘉宾

### 专家资源组主要成员

### 2、会议背板内容：

(1)大标题：双赢战略联盟计划启动仪式

(2)小标题：暨“某产品”全国招商大会

### 主办单位：



\*\*\*\*\*有限公司

3、会场向导牌；

内容：双赢战略联盟计划启动仪式xx层xx厅

4、独家经销铜牌；

5、拍照和摄像；

7、招商手册、会议手册；

8、《\*\*\*\*\*报》、《\*\*\*\*\*报》、《\*\*\*\*\*报》，其它媒体；

9、产品宣传手册；

10、本次招商会的企业宣传片光盘

11、签名板；

12、主席台姓名台卡；

13、经销商胸卡；

14、主持台上企业标志

15、会务后勤人员配置；

18、主持人确定；

19、政府人员、医学专家邀请；

20、接站车辆(都要用好车)、人员；

21、\*\*\*名礼仪小姐。

## 五、会场布置

### 1、主席台区

- (1)、主席台背板
- (2)、主席台会议桌
- (3)、投影仪、投影幕
- (4)、笔记本电脑
- (5)、主持台、麦克风、音响设备。

### 2、经销商区

- (1)、经销商第一排离主席台保持约3米的距离；
- (2)、经销商区的两侧留出约1.5米的距离；
- (3)、会场内四周易拉宝的环型摆放；
- (4)、会议桌、笔、饮用水
- (5)、会场内墙面形象展示牌。

### 3、会场入口大厅区

- (1)、会场台阶处，层递摆放易拉宝；
- (3)、会场入口处工作区进入手续登记、会议资料发放、咨询、解答、推荐、引导。
- (4)、专柜实景展示；

(5)、实景两侧不同角度的易拉宝摆放。

## 六、人员分组设置：

e后勤组：票务安排、会议各种费用结算、支付等；

f沟通组：这个组责任最重，一般有分管副总或者市场总监担任，成员是熟悉市场和具有谈判能力的人，负责参会人员的名单整理、分组、就餐安排、合同资料、与会人员的事务协调、意向经销商的沟通促进、配合会务组进行业务安排等。

g登记组

h接站组(需要配合完成)

各岗位分工固定但所设人员可以穿插调整，做到人人有事做，事事有人做。尽量做到包干到人，科学分配，避免一件事几次换人等重复用工现象。如：会场组人员在没有时可协助沟通组谈判或会务组工作。

## 七、会议架构：

?会前宣传

?会场布展

?现场展示

?现场会议

?解答疑问

?会上竞标

?会后签约

?宴会

?后期造势

## 八、会议步骤

### 1、活动筹备

(1)、某公司负责落实包括租场地、会场布置、邀请函、胸卡、样品、招商手册、电子光碟、向导牌□pop招贴、投影仪、手提袋、礼品、形象展示牌、实景堆头等物料准备。

### 2、会前事项：

- 1、专家邀约，人员确定；
- 2、会议场地(容纳150人左右)；
- 3、专家、嘉宾住宿安排预定；
- 4、场地布置及会议所需物料；
- 5、已联络的经销商邀约；
- 6、全国经销商及特邀嘉宾。

### 3、宣传

(1)、对中国某病市场，从高度上、权威上、观念上进行引导。

(2)、借助媒体的声音，传播公司规模、实力及优势所在，增强对目标经销商及目标客户群的说服力和影响力，消除代理疑虑，增强信心。

九、会议流程：

十、会议预算：

1. 会务费用

(1) 场地费用 (2) 食宿费用 (3) 物料费用 (4) 交通费用 (5) 其他费用

2. 会议宣传推广费用

(1) 新闻费用

(2) 嘉宾费用

(3) 营销支持费用

(4) 主持人费用

(5) 其他费用

文档为doc格式

## 招商方案的格式及篇五

首届旅游形象大使选拔赛是由市总工会、市旅游局主办、旅游博览网承办、北京国平创意旅游文化传播有限公司、北京天允创意影视文化传播有限公司联合承办的一项与国际赛事接轨的大型综合性赛事。

首届旅游形象大使选拔赛得到市委市政府的大力支持，及多家山西名企的积极参与，使“旅游形象大使”品牌成为全国具有影响力的区域性知名品牌，直接、间接受众在5000万人以上。

城市时尚风云聚会的焦点。

一个流光溢彩的舞台，一次全市瞩目的盛会。引领城市时尚潮流的“首届旅游形象大使选拔赛”活动，将与全市人民携手，让美丽与木塔约会，让青春与共舞。

为了有效提升的知名度，同时积极响应国家发展旅游事业刺激消费拉动内需的重大决策，首届旅游形象大使选拔赛应运而生。本次大赛在全国通过网络报名，选拔“市旅游形象大使”及“各区县旅游使者”。

大赛旨在以竞赛为桥梁，展示旅游形象、传播旅游城市文化品牌、带动旅游经济与文化之间的交流合作，全力打造市的整体形象，大力提升城市品位。通过政府与企业、政府与社会共同关注旅游、人人热爱旅游的浓厚氛围，必将为市旅游业的发展创造一个良好的机遇，促进市旅游文化产业的跨越式发展。

通过“公平、公正、公开”的比赛，为每一位选手开创一个展示自我的舞台，给每一位选手创造一次发现自我的机会，必将涌现出一支适应发展新形势、新要求的高素质旅游人才队伍，为市旅游业的发展储备人才基础。