

最新产品招商策划文案 招商方案(模板10篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

产品招商策划文案 招商方案篇一

a□横幅在一系列活动开展过程中，在活动现场及人流密集处挂起大型宣传横幅。明确标明企业名称与标志，内容如“本活动由xx单位主办”，具体内容及横幅制作等可面议。

b□宣传画、海报从活动开始，在各活动地点张贴大型宣传画及海报。其中含有赞助方的企业文化等介绍。

c□报刊宣传在一切与本次活动相关对外宣传新闻通讯稿中注明赞助方名称，公开表示对赞助方大力支持的感谢。

d□现场布置在现场的背景、横幅、旗帜、衣帽、遮阳伞等布置上印出赞助方公司名称及标志。

e□媒体宣传为赞助单位开办新闻发布会等活动，确保活动现场媒体对其进行现场宣传报道，请赞助单位负责人发言并安排媒体采访等。争取到的媒体如：《人民日报》、《光明日报》、《中国青年报》、《经济时报》、《中国教育报》、《每日商报》、《浙江日报》、《杭州日报》、《都市快报》、《青年时报》、《钱江晚报》、《杭州网》、《今日早报》、共青思维网、浙江电视台、浙江人民广播电台等（有联系人确定可以报道）对活动进行宣传，力求活动能上报、上镜。

f□dv宣传我们将拍摄活动实况录像，剪辑后连接到杭州网络传媒有限公司进行网上宣传。

g□物品宣传赞助商可以自己决定所提供的物品（商品），以代表赞助商的形象和品牌。此物品（商品）可以作为此次活动的奖品授予参赛群众，以达到无形中的宣传作用。详细细节面议。

h□信息宣传以短信群发的方式向市民宣传赞助方对本次公益性活动的大力支持与赞助，树立良好的公众形象，进一步提高企业知名度，有助于企业扩大市场。

三、赞助方义务

1、赞助方式本次活动的赞助方式可以是多种多样的，各赞助上可以提出适合自身情况的特殊要求，并与我们的代表洽谈。也可以在我们提供的以下几种方式中作出自己满意的选择。我们欢迎各种方式的合作。

a□现金赞助现金赞助为最普遍的赞助方式之一，也是最直观、最有效的赞助方式。赞助商可以通过支票、转帐、现金等各种手段完成赞助。

b□实物赞助实物赞助也是赞助商经常采用的赞助方式之一，由于实物的不确定性，具体内容可在面谈中协商。参考实物内容：遮阳伞，水，服装，遮阳帽等。

c□混合赞助混合赞助一般为比较实际的一种赞助方式，即以现金支付一部分赞助，以实物形式支付另一部分赞助。具体细节将在洽谈中确定。

3. 活动后期（具体可面谈）

（3）可在本校为贵单位做一定次数的海报，宣传单等宣传

资料。

产品招商策划文案 招商方案篇二

方案1：投资型客户购买置恒新天地步行街一层二层商铺，并将商铺委托甲方经营5年，甲方一次性给乙方支付两年的租金；客户购房时在总额中一次性扣除，后三年按销售价格的5%作为保底，超出部分2：8进行分成(在租金收取后的第三个月支付)，并由商管公司统一运营管理。自购自营客户在不影响项目整体业态分布的情况下，对其自有商铺拥有优先租赁权。

方案2：投资型客户购买置恒新天地步行街一层商铺，并将商铺委托甲方经营3年，甲方一次性给乙方支付1年的租金，客户购房时在总额中一次性扣除，后两年按销售价格的5%作为保底，超出部分按照2：8分成。

投资型客户购买置恒新天地步行街二层商铺，并将商铺委托甲方经营5年，甲方一次性给乙方支付2年的租金，后三年按销售价格的5%作为保底，超出部分按照2:8分成。

方案3：投资型客户购买置恒新天地步行街一层二层商铺，并将商铺委托甲方经营3年，甲方一次性给乙方支付一年的租金；客户购房时在总额中一次性扣除，后三年按销售价格的5%作为保底，超出部分2：8进行分成(在租金收取后的第三个月支付)，并由商管公司统一运营管理。

二. 推出本案的目的：

1. 经过初略了解客户普遍对置恒新天地项目位置认可，所以我们在通过返租形式获得商铺的支配权的时候，再以较低的门槛租赁给经营户经营的同时，我们需要充分考虑该地段的租金，以避免出现返租的点比实际租金少。

2. 置恒新天地步行街目前还未形成，“买铺自愿，出租自

便”的模式，在很大程度上阻挡了投资户的投资热情，对于有经济实力的客户来说，买铺不是难事，如何出租铺位却是难事。用售后返租的形式可以解决这类投资户的后顾之忧。

3. 一层二层的业态短期内不容易准确定位，以返租五年的形式卖给投资者为置恒新天地步行街的成功打造赢得了五年的宝贵时间。

三. 详细方案(个人建议采用方案1)

1. 置恒新天地步行街

一层商铺价格拟定为30000元，返租后的实际成交价即为26400元。

二层商铺价格拟定为10000元，返租后的实际成交价即为8800元。

2. 执行方法

(1) 采用五年包租、前两年按每年6个点的租金一次性返还。也就是购买任何一个商铺，则该商铺五年的经营权委托第三方(实际上就是开发商)进行全权经营，而且在购铺签合同同时即可获得头两年的租金，每年租金实际回报率为6%。

四. 返租形式

返租年限：5年。返租形式：前两年一次性返还，在签合同同时即买即返，第3、4、5年租金在每年收取租金后的第三个月支付给购房户(以合同签订时间为准)。

五. 已成交客户策略

1. 对已经成交客户在签商品房买卖合同时，采用集中返租的政策。

2. 已经签定的商铺合同，按照原来合同价格返还12个点。

产品招商策划文案 招商方案篇三

为认真贯彻落实县委十届六次全会、县“两会”、经济工作会及招商引资领导小组扩大会议精神，进一步加大招商引资工作力度，按照《市工业突破园区建设招商引资工作指挥部办公室关于印发〈市招商引资百日竞赛活动实施方案〉的通知》（昆工业园指办〔〕8号）要求，全面掀起半年冲刺竞赛的招商引资新热潮，结合我县实际，制定本实施方案。

坚定不移地实施招商引资“一把手”工程，按照“招商引资是第一政绩”、“第一要事”的要求，动员一切可以动员的力量，调动一切可以调动的资源，不断创新招商方式，通过领导带头、带领、带动，各单位迅速行动，宣传推介，搜集筛选信息，跟踪洽谈签约，引进项目落户，发挥好考核促进招商进度的杠杆作用、提升招商质量的导向作用、服务招商全局的参谋作用以及冲刺竞赛促进招商的推动作用，最大限度的调动各级招商积极性、主动性、创造性，促进各目标责任单位按进度外出招商和召开推介会，加快进度、体现实效、全力冲刺、展开竞赛。通过冲刺竞赛活动，签订一批招商引资项目，推进一批招商引资项目，开工一批招商引资项目，加快一批在建项目的资金到位，迅速掀起大招商、大引资、大开工、大建设的招商引资冲刺竞赛热潮，全面提升我县招商引资的质量和水平，确保全年任务完成或超额完成。

4月1日—7月31日，共4个月。

全县有招商引资任务的单位，即4个镇，杨林工业园区管委会、职教基地管委会、县城新区以及有招商引资任务的县直部门。

（一）开展外出招商和召开推介会的工作情况。

（二）签订招商引资项目的情况（指在冲刺活动期间利用内

外资项目协议的情况）。

（三）项目到位资金占全年招商引资任务数比例的情况（指各单位在活动期限内，阶段完成本年度招商引资项目的到位资金数占招商引资目标任务的比例）。

县招商引资工作领导小组办公室具体负责组织开展此次招商引资半年冲刺活动，具体职责是：负责汇总各单位外出招商、召开推介会、签约项目情况；收集、汇总、整理竞赛活动进展及排名情况；负责领导交办的其他工作。

县考核办负责考核各单位实际到位资金情况。

对各单位的冲刺竞赛活动进行考核排名，纳入年终招商引资综合考核。

（一）外出招商、召开推介会及服务项目个数的情况排名。

（二）签订招商引资项目的情况排名

县直单位以签订框架性协议、投资意向性协议的项目资金总量排名；4个镇、3个园区以签订正式投资协议的项目资金总量排名。

（三）招商引资责任目标完成的情况排名

按照各单位招商引资责任目标完成比例排名，即按各单位实际到位资金与全年目标任务比值排名。

冲刺竞赛活动期间实行一月一通报，招商引资工作领导小组办公室于每月底、下月初将排名情况审核后，由县招商引资工作领导小组进行通报，招商引资半年冲刺活动结束后，进行一次全县大排名。

（一）全员动员，迅速掀起招商引资半年冲刺竞赛热潮。

以贯彻市委九届六次全会扩大会议，市、县招商引资有关会议精神为契机，结合开展百日竞赛，统一思想、提高认识，精心组织、加快行动，迅速开展冲刺竞赛活动。各级各部门领导干部特别是“一把手”，要带头招商，带领招商，把工作注意力聚集到招商引资上来。要认真对照全年的招商引资任务，树立比、学、赶、帮、超的竞争（来源：优习网 m[]意识，在全县上下形成投身招商、关心招商、支持招商、扩大招商的浓厚氛围。

（二）抓好落实，按时上报相关材料。

各单位分别于5月1日前、6月1日前、7月1日、8月1日前将各单位上月外出招商、召开推介会签约项目及项目资金到位情况报招商引资工作领导小组办公室，同时抄报县考核办。

招商引资工作领导小组办公室于5月5日前、6月5日、7月5日、8月5日前将签约项目情况、项目资金到位情况汇总。

（三）突出重点，着力在项目推进和项目引进上实现大突破。

（四）严格督查，县招商办帮助开展招商引资半年冲刺活动。

县招商办要坚持“四查四看”制度，即：查项目开竣工情况，看招商引资的工作实绩；查项目推进情况，看综合配套的服务水平；查招商洽谈情况，看项目对接的实际成效；查领导统筹情况，看领导是否一线招商。通过以查促干、以看促赛，努力营造只争朝夕、紧张快干的工作氛围，持续掀起比拼争先热潮。

（五）对各单位上报的签约项目，纳入全县招商引资和重点产业项目落地开工目标责任管理范围，由县招商办进行汇总后，报县纪委（监察局）备案。其中，内资3000万、外资200万美元以上招商引资和重点产业项目，“昆交会”签约项目实行项目进展月报制度，请各单位填报《市招商引资和重点

产业项目进展情况统计表》（附件3）上报县招商办。请各单位按照《招商引资半年冲刺竞赛签订项目报表》（附件1）和《招商引资半年冲刺竞赛招商引资项目到位比例报表》（附件2）的要求，认真填写，不得空项。

（六）各单位要及时、全面、准确地上报半年冲刺项目和相关材料，凡弄虚作假的，一经查实，由县考核办按照《县招商引资工作实绩考核奖惩办法》和相关规定予以处理。

产品招商策划文案 招商方案篇四

1、全面启动商业

由于本项目周边商业基础薄弱，原有长江路、越秀路、浦江路、裕安路等商业为社区基本生活配套，尚未形成对外的商业辐射，本项目不具有传统的商业基础和先天的商业氛围。如果实行单一的销售策略，而在没有后期的招商管理和规划跟进的情况下，将使销售形成压力，同时在客观上无法具体执行项目前期定位和业态具体规划。如果在个体投资者无法进行有效的自主招商和租赁的情况下，将不利于项目的后期销售和市场推广，并将造成不良的项目形象和社会形象。只有通过前期的统一招商和对主力店铺的专向引入，通过合理的业态规划及具体业态的导入，使项目在整体建筑完工后进入开盘阶段能快速形成有效的整体商业市场，并在最大程度上保持项目前期的业态统一规划，培养合理有序的整体商业形象和市场形象，推动项目的全面进展。

2、快速回笼资金，缓解销售压力

芜湖整体商业市场以中山路商圈为核心，商业较为集中。而城北板块地域、居住区、人流、商业据点相对分散，作为城北板块的核心商业项目，近7.4万平方米的商业体量对销售将形成巨大的压力。为了在项目运作过程中能快速回笼资金，在分区销售的同时，对部分大体量、大业态、以及特殊主题

区块进行有效的统一招商，通过前期的租金回笼，从而减轻项目的整体销售压力。

3、增加项目卖点，促进销售

项目通过前期的实质招商策略，通过对市场知名商家和具体主力业态的专向导入，将更好地提高项目的整体市场吸引力，进一步促进经营者和投资者对本项目市场的发展前景信心和项目投资价值预期的信心。在项目的运作前期，具体建筑和商业业态尚未完全形成的前提下，同时在城北尚未形成聚集的商业群体，投资者和经营户对商业项目将存有诸多忧虑。在项目的前期推广过程中招商政策可以作为项目的一大卖点进行有效的商业推广，增加本项目的市场竞争力，减弱市场对本项目的地段和交通等不利因素的抗性。

4、增加项目的后期价值和回报价值

商业项目在培养成熟后，开发商可以长期持有项目部分区块产权，通过稳定的租金回报，作为一项长期的投资和资本增长点。同时也可以通过转让产权而销售，在商业价值已经形成的基础上，获得数倍于前期销售价格的利润。

1、吻合项目的市场定位

通过对项目规划区块的全面招商，使项目能在发展的预期内合理推进。同时各项招商工作能吻合项目的前期总体规划，招商内容吻合项目既定的市场定位和相关各项项目的前期规划。

2、执行项目的业态规划

为了形成统一的项目形象和整体商业形象，提升项目整体的商业价值和市场价值，在招商过程中必须以前期的业态规划为基础，在此基础上执行主题业态的集中和多业态的分区，

使商业形态满足前期的合理规划，使项目业态规划的优势发挥至最大化。

3、品牌化

在招商工作中，应以相关对应业态的主力品牌作为突破口，以项目的主力店铺结合有市场影响力的品牌商家，形成联动的商业效应。即可促进下一步的招商工作，同时将有效提升项目的商业形象和商业号召力，进而促进销售的有效展开，为投资者和经营户树立市场信心。

4、主题化

在具体业态的招商过程中，应以主题化经营和特色经营的品牌商家为一线范围，从而强化项目的主题化和核心竞争力，而芜湖传统的商业形态形成一定的市场差异。

5、辐射力

作为城北区块的商业核心区，商业在覆盖城北区域的同时，将辐射整个芜湖区域。因此，商业业态需要有效的支撑，只有具有辐射力的业态和商业形式才能形成本项目的整体辐射力，最终形成真正意义上的城北核心商圈。

根据最新的规划方案，项目按区域分为沿街商业区、商业街、临湖商业区(休闲、娱乐、餐饮)、综合楼(浴场、大型主题餐饮、主题家居馆)、宾馆、商业办公区(soho办公、酒店式公寓)、水岸餐厅。

1、招商业态规划图

2、招商区块具体规划

a区块

临湖休闲风情街

(主要业态：休闲、娱乐、餐饮)

(1) 其中东区和西区分别为独立的2层结构，可以作为单体进行整体招商，具体业态初步设计为主题餐饮或小型浴场。

(2) a区块中间三大区块为4层结构，可以考虑1—2层、3—4层分层招商。沿湖区域的1—2层具体业态初步设计为主题西餐厅、咖啡吧、酒吧、演艺吧、茶楼；其中靠商业街区域的1—2层具体业态初步设计为主题酒吧、演艺吧、美容、餐饮等。

可以将芜湖市此类处于市中心的休闲娱乐业态进行洽谈，同时向合肥、南京等地进行招商，向有意进驻芜湖经济技术开发区此类业态进行招商洽谈。

项目休闲娱乐设施主要包括足浴、桑拿、按摩、美容美体、spa美容中心、棋室、健身中心、酒吧、茶楼、咖啡吧、西餐厅等。

此类业态招商主要面对芜湖本地市场及在安徽设立连锁的品牌

店，同时考虑在南京、杭州等地进行相关业态品牌招商，提升整体休闲娱乐设施的档次。

ktv——根据周边消费者特点及消费能力，建议引入量贩式ktv如泡泡龙、城市花园ktv、银乐迪(如结合银泰百货顶层空间)等量贩式ktv

b区块

综合楼

(主要业态：家居广场、浴场主题餐饮、办公)

(1)b区块中沿街一楼部分将作为商业街底商进行统一销售，不作具体招商。

(2)其中2层区域具体业态初步设计为主题小型家居广场、主题饮浴场。家居广场业态招商商家以扩展型华东连锁品牌店为主，即可作整体招商，同时可扩大项目的商业影响力。浴场——建议在芜湖、马鞍山、南京、合肥等一带已发展较为成熟的品牌店进行招商，如马鞍山翠林洗浴中x等。

(3)其中3层及以上区域具体业态初步设计为办公、商务空间。可以作为小型公司的积聚地，主要公司形式为：外贸公司、贸易公司、销售公司、企业办事处、咨询公司、广告公司、装潢设计公司、图文公司、网络公司[it]美体、健身、家政公司、培训机构、主题店行政区等。

c区块

宾馆

(主要业态：宾馆、餐饮)

d区块

水岸餐厅

(主要业态：主题餐饮)

由于项目现阶段业态规划为中小型业态，单体业态体量较小，同时没有大型主题广场和百货中心等主力店的规划。所以结合项目现有状况和具体业态规划，招商工作将以芜湖为主体市场，进行点对点的专向招商。同时结合局部的个体业态的规划需要，进行异地招商(上海、南京、杭州、广州等城市)

1、休闲业态

具体业态主要为西餐厅、咖啡吧、茶楼、足浴、浴场、桑拿、按摩、美容美体□spa美容中心、棋x室、健身中心等，主要招商区域为芜湖市。

主要商家有城市花园酒吧、上岛咖啡、都市花园咖啡馆、风雅老树咖啡、六和村茶馆、雨之林红茶坊、良子足浴、雅室工艺等。

外地商家为(主要为上海地区)：两岸咖啡、左岸咖啡、星巴克咖啡。

2、娱乐业态

具体业态主要为酒吧、演艺吧、夜总会□ktv□主要招商区域为芜湖市。

主要商家有城市花园ktv□金壁辉煌ktv□及其他娱乐个体。

3、餐饮业态

具体业态主要为饭店、餐厅、主题餐厅、特色饭店、茶餐厅、中式快餐。主要招商区域为芜湖市。

餐饮招商主要为大型酒楼的招商工作，其招商对象主要面对芜湖本地客户，以在芜湖本地发展的'特色餐饮为主，同时考虑外地餐饮连锁品牌的引入，如各色连锁快餐店等。

4、购物业态(综合楼区域)

具体业态主要为小型艺术家居广场，主要内容为居家用品、整体厨房、床上用品、生活用品、家艺等。主要招商区域为芜湖市。

其中入驻商家以强调生活艺术的品牌为首选。参考品牌有“博洋家纺”、“帅康整体厨房”、“大洋窗帘”、“美克美家”、“艺藤居”、“布老虎”等。

5、办公业态(综合楼区域)

主要招商区域为芜湖市。

商业物业项目招商的方式主要有两种，委托专业招商咨询机构进行项目招商，自己搭建招商团队进行招商工作。

1、委托专业招商咨询机构进行项目招商

对于商业房地产项目来讲，将国际知名零售商或者国内著名的主题百货公司请进来有利于整个项目的招商，通常国内专业的招商咨询机构更具有国际知名零售商和国内著名的主题百货公司的关联度，所以委托专业咨询机构进行商业房地产项目的前期招商更能有效促进项目的进展，同时可以连带后期的商业管理和运营，对项目的市场推广和后期运营更为有利。缺点是成本较高，同时需要前期对当地市场和项目本身进行深度的调查和研究。

2、自己搭建招商团队

作为具有商业项目运营经验的开发商，已经具有一定的招商经验和成熟的招商团队，自己搭建招商团队进行自主招商可以切合项目，对招商工作是非常有利的，同时对项目的把握和当地市场的消费状况及投资需求的研究有充分的优势。但同时容易使开发商分散精力，在项目后期中不易脱身，如果项目招商一旦陷入僵局，将使问题更加复杂化。

本项目如果确定自己搭建招商团队自行招商，就必须组建具有商业运营招商经验的团队，弥补开发商在经验上的不足；同时须具有商业项目后期经营管理的经验，招商团队可以作为

项目后期开业经营的管理公司的基本团队。

a□招商团队架构表

b□招商相关工作经营管理架构图

1、广告招商

常规招商最常见的就是通过广告招商，它主要是通过各种广告媒体将项目的招商信息传播出去，通过电话、传真、信件等方式来收集客户资料，通过进一步谈判，引导投资者对项目产生兴趣。对于招商团队不健全或者相关经验尚不到位的情况下，这种招商方式是比较合适的，并能快速地开发市场。

广告招商的费用较高，对于商业项目初期不适合用投放大量招商广告的方式进行招商。由于消费者在选择投资项目时往往比较谨慎，对于缺乏品牌知名度的新新项目缺乏信心，因此广告招商的效果不是很明显。广告招商的优点是传播面广，能够找出很多招商人员无法找到的潜在投资者。其缺点是费用高，招商质量低，针对性差。采用此种方式的关键在于，要选择经销商关注的媒体发布招商广告。

在这里我们建议，在项目前期可以通过适量的媒体进行广告的全面推广，在达到直接招商效果的基础上，为后期的点对点招商形成认知的基础。全国性的招商广告发布媒体已经越来越集中，报纸基本集中在《中国经营报》、《南方周末》、《环球时报》；杂志则集中在《销售与市场》、《商界》、《南风窗》。因此这些是大型商业项目首选的全国招商广告媒体。作为本项目将以芜湖市场为基础，适当辐射周边区域巢湖市、马鞍山市、铜陵市、南京市。针对芜湖市场主流媒体基本以《大江晚报》、《芜湖日报》为主；针对周边区域以《金陵晚报》为主流媒体；针对上海区域以《新民晚报》为主流媒体；针对浙江区域以《钱江晚报》为主流媒体。

2、展览会招商

通过芜湖房地产交易会或住宅博览会，以及相关的行业展会进行展览会招商，同时针对外地市场可以参加上海、南京、浙江等地区的专业性展览会。展览会上信息和业内人士比较集中，是招商的大好时机，而且通过这种方式的招商成本最小。

3、项目洽谈会

项目洽谈会是招商最为常见的一种形式。由招商团队与拟合资、合作或引进的项目，有针对性地与投资者和商家洽谈。其特点是针对性强，易于吸引有兴趣的客商。影响大，实效性好，主办者可以派遣技术专家与客商直接进行接洽。

4、项目发布会

项目发布会是招商经常采用的方式。它是由主办者在一定的场合公布拟引进投资、合作的项目，阐述本项目的总体情况、发展规划、投资前景、商业前景，以期吸引投资者和客商。

5、专家研讨会

专家研讨会是一种较小型、时间较短的招商形式。可以通过由政府部门、经济研究机构举行的区域性投资战略、政策、现状和发展趋势的研究讨论会的方式，进行项目的互动、传播和招商。其特点是灵活，即是务虚，又重务实，可以公布一些项目进行招商，可以介绍本地区的投资前景和项目的未来规划，以及相关的优惠政策，达到宣传的效果。

6、点对点招商

根据现有的招商区块规划和具体业态体量现状，进行有针对性、有目标的专向招商。其特点是机动灵活，针对性强，气

氛融洽，同时招商效果理想，绩效明显。

7、通过人脉关系招商

开发商可以利用现有的关系网络和人际关系，进行有针对性的招商，虽然圈子和招商面小，但成功率高。

产品招商策划文案 招商方案篇五

3. 大一新生目前非常需要了解大学生生活和校园文化。也需要得到各方面的关心和指导。

主办单位：**学院共青团委

承办单位：

协办单位：

赞助单位：

一年过去了，我们城南学院迎来了新一届的同学，他们带着青春蓬勃的朝气和远大的志向加入到***学院这个团结友爱的大家庭。为欢迎他们的到来，表达对新同学的关心与期望，让他们能更多地了解***学院的传统和优秀文化，使他们能尽快地在大学生活当中找到自己的位置以进入角色。希望通过此次活动，可以浓厚校园文化氛围，丰富新生的课余生活，发掘文艺人才，给新生们创造一个锻炼自我的舞台，提高他们的艺术欣赏水平，陶冶情操，让新生们在浓厚的艺术氛围中健康成长，将来为社会做贡献。

1、为精心准备演讲比赛和征文比赛活动定会吸引全校众多师生，得到他们的关注。有助于赞助公司更加集中的进行公司形象的宣传，扩大市场影响力，有利于公司吸引优秀人才。

2、宣传范围广。本次晚会面向全校，通过我们的宣传可以对全校产生一定影响，，为贵公司打开广阔的销售市场，提高产品认知度，拓展潜在商机。

3、宣传形式多样。可通过***学校广播站、宣传海报、我院主页以及学报等媒体进行全方位的综合宣传，通过我们的途径必能收到良好的宣传效果。

3、宣传时间长。本次活动可以让赞助企业有充足的时间对其产品、服务及品牌进行推销和宣传，在广大师生心中产生良好效应。

4、投资费用少。本次活动经费不超过***元

传单、赠送样品等。

6、赞助公司如果为知名企业，在经过双方协商后，我们还可以协助赞助公司进行校园见面会活动。同时，我们愿建立长期的合作关系，提供以后其他活动的第一赞助机会。

7、若企业愿意协办这次活动，我们可以将这次晚会的冠名权授予企业，还可以在晚会中介绍公司的文化。

一冠名买断权

(人民币***元或等值奖品，但现金不少于***元)

1. 赞助商有权不让其他商家介入，活动全程为赞助商宣传服务；

2. 享有本次晚会独家冠名权（单位名称写入活动横幅），同时享有回馈方案中所有宣传方式。

二冠名赞助

(人民币***元或等值奖品，但现金不少于***元)

1. 在本次活动所有环节宣传均列为赞助单位；
2. 活动中主持人现场鸣谢；
3. 享有回馈方案中1-7项宣传方式。

三联合赞助

(人民币***元或等值奖品，现金不少于***元)

1. 在活动现场，鸣谢单位
2. 主持人现场鸣谢
3. 享有回馈方案中的。1-5项宣传方式

四后勤赞助

(赞助晚会工作人员服装，参赛服装，矿泉水)

1. 可用横幅，海报，传单进行宣传；
2. 比赛活动中主持人鸣谢；

1. 宣传海报：

本次活动的海报将贴于宿舍楼下，比赛前期分别公寓, 教学楼等流量较多的地方。主要用于介绍活动主题，活动方式，活动进程，参与办法和宣传贵公司的相关活动信息。我们承诺海报将充分宣传某某公司。

2. 发放传单：

传单内容为某某公司的信息及活动介绍，详尽地宣传贵公司的各项资讯。这样同学们可了解贵公司的概况。除活动现场发放外，还可以分配学生会成员在寝室发放，力求达到充分宣传效果。

3. 悬挂横幅：

4. 展板：

我方将利用大型展板宣传某某公司和本次的活动，以增加本次活动在全校的影响力和影响范围。展板将突出赞助本次活动的某某公司。

5. 服饰：

我们建议在比赛期间参与人员身着印有贵公司标志和文字的t恤衫，给与观众以醒目和深刻的印象，也可很好地提高贵公司的声誉和形象。

6. 门票宣传：

在现场活动时间我们还可以将某某公司的优惠券、打折券、会员卡作为副券发售，以充分引起学生的关注，带动在本校同学在某公司的消费。

7. 新产品展示：

厂家如有意向可在我校人流量最大的地方展示贵公司的新型产品，并发宣传单。但规模需始终，并支付场地费用。

8. 赞助方礼遇：

本次活动最终解释权归***学院所有

产品招商策划文案 招商方案篇六

角*定位阶段的沟通是否到位，就看你是否能用这句话进行阐述：什么人+因为什么原因+准备在什么时间+什么地方+花多少钱+做什么事情+怎么做。

成功的招商谈判，取决于很多要素，品牌、公司形象、谈判环境、公司团队、谈判细节、谈判心态、语言技巧等等。

然而，出乎我意料的是：不少企业竟然在谈判初期的角*定位阶段就出现失误，表现平淡、细节失礼，都为招商谈判的失败埋下伏笔甚至直接为谈判画上了句号，这其中还不乏一些知名品牌。

通常，我们将招商谈判分为五步，见图1。角*定位是通过直接和间接的问话，收集信息，将客户进行定位的过程。

【案例1】

我陪同客户到一家玩具连锁公司，我们走进公司接待门厅，前台马上接待了我们。前台：您好。

客户：您好，我们想咨询一下你们的项目。

前台：好的，为了让您有一个基本的认识，我先带您看看我们的产品。

前台带我们到展示厅，开始依照顺序介绍他们的产品。

前台：这是我们的魔术系列，这是我们的整蛊玩具系列……

我们跟着前台把全部产品看了一圈，然后由前台带到接待室。

前台：你们稍等，我马上请我们的招商经理过来。

2分钟后，招商经理过来了。

经理：你们刚才看过我们的产品，感觉怎么样？

客户：还可以。

经理：你们了解我们加盟政策吗？

客户：不是很了解，今天就是过来咨询的。

经理：好的，我先介绍一下我们的项目和政策，我们是

产品招商策划文案 招商方案篇七

坚持以科学发展观为统领，以县委全体（扩大）会议精神为指导，紧紧围绕“重大项目集聚年”工作主题，抢抓中国国际水晶节和全国地方金融论坛举办契机，瞄准目标，快速推进，强势突破，力争签约一批，开工一批，储备一批，实现招商引资项目总量上台阶，体量大突破，质量大提升，确保提前完成全年招商引资任务，并为明年招商引资工作奠定坚实基础。

以《中国国际水晶节邀请客商及签约项目任务分解表》为目标任务分解体系，通过集中开展“百日招商会战，百个项目签约”活动，实现签约过5000万项目2个以上，其中过亿元项目数1个以上。

2、组织实施阶段。结合实际，积极“走出去”，瞄准重点区域，以商会商，宣传推介，捕捉有效信息；及时“请进来”，参加重要活动，以会引商，现场考察，尽快达成协议，确保在谈项目早签约、签约项目早结果。

3、总结汇报阶段。活动结束后，对任务完成情况及时进行总结。

1、加强组织领导，成立以乡党委书记为“一把手”的活动领导小组，并结合乡实际制定活动方案，加大人力、物力、财力投入力度，确保活动取得实效。

3、优化服务环境。认真落实《县年鼓励投资扶持政策》，进一步提升项目服务水平，提高办事效率，实行重大项目全程帮办制，主动靠前，主动服务，让外来投资者顺心、安心、放心地投资兴业。

4、围绕产业规划，全面“走出去”、“请进来”招商。以本乡工业集中区主导产业和农副产品深加工产业进行招商，“走出去”，广交朋友，广集信息，储备一批有实力、影响大、质量高的大项目，并及时“请进来”参观考察，力争早日达成意向。

5、依托四营工业集聚区为载体，放大园区集聚效应。不断完善园区的基础设施和功能设施配套建设，进一步提升项目承载能力，推进园区共建共用。着力引进符合园区定位和产业发展的优质项目，进一步彰显园区特色优势。

产品招商策划文案 招商方案篇八

根据市委十二届九次全委(扩大)会议精神确立的三个“三分之一”工作法，落实1/3干部抓招商引资工作，结合发改委工作职能和人员结构状况，认真制定外出驻点招商方案。

一、成立组织，加强领导

为进一步加强招商队伍，整合人员走出去，保证有足够的人力、精力和财力抓招商，成立由主任任组长，副主任任副组长，其他相关同志为组员的领导小组。

二、培训教育，增强招商能力，做好准备工作

发改委近期将组织相关人员，进行招商业务知识培训，由主任朱岚同志介绍招商工作经验，并邀请招商局同志讲解招商引资优惠政策和我市关于招商工作的相关文件精神，以及企业进入园区应具备的条件。

三、安排人员，搜集信息，选好驻点，明确时间

对发改委在岗人员分三批组织外出驻点招商。充分利用亲属、战友、同学、朋友、投资商关系和网络等搜集招商信息。

四、几点要求

(一)要加强培训教育，增强做好招商工作信心，真正把招商工作摆上重要议事日程，作为工作的重中之重来完成。提高思想认识，把全委人员思想统一到市委十二届九次全委会议精神上来，切实提高招商能力。

(二)明确任务、强化责任，确保招商任务完成。外出招商的同志，每个人都有任务，都有责任。确保全年完成招商4000万元，超年初任务1900万元的一倍以上。

(三)突出重点，以工业性项目为主，以大项目为主。

(四)有重要招商信息要及时汇报，及时请市领导出面做工作，提高项目成功率，争取早日完成招商任务。

产品招商策划文案 招商方案篇九

当今时代，“宠物热”已经风靡了全国各大城市。人人都说宠物的钱容易赚，可究竟钱该如何去赚却很少有人知晓。先前比较流行的宠物医院和宠物用品商品，由于经营的商家过多，已造成销售额下降，生意运作逐渐步入低谷。如果换一个角度考虑，办一个为宠物专门服务的“宠物托养店”，便会创造较大的经济效益。

北京市东城区有一家“宠物托养所”，它以其独特的经营方式受到了广大宠物主的青睐。当你走进店门便会发现有几只小狗正悠闲地走来走去。而旁边则旧一句“为心中的它找一个温暖的家”的广告语。开业半年来，这句充满人情味的广告语已基本为当地的居民所熟悉。

据这家宠物托养所的店主张芳女士介绍：前年国庆节前夕，她们打算去香港旅游，可是临行前家中的几条宠物狗没人照看，后来不得不取消了自己旅游的计划。不过，这次贻误的旅游机会却给张芳带来了新的商机，她心想：我自己的难处也可能是广大宠物饲养者共同的难处所在。如果为宠物找个地方托养，不也正好满足了广大宠物爱好者的愿望吗？想到此，她决定开设一家宠物托养所。

有了这个打算后，张芳便开始进行紧张的选址。通过调查发现，宠物托养主要的针对对象是一些经常外出，且具有较强经济实力的人。市内高档楼盘自然成了理想的店址。

张芳最终将店址选在繁华的市区。她通过物业公司了解到，东城区某某小区的人数很多，仅登记在册的宠物狗就有5000多条，而且这些住户比较容易接受新生事物。

去年，张芳的托养所开张了。虽然只有60平方米的面积，但宠物用工具却一样也不少。除此之外，她还聘请了几位专门负责照料宠物衣食起居的工人。

张芳的收费标准很独特，分带粮和不带粮两种。对于自带口粮的宠物，收费标准按宠物的体重计算：10公斤以下的15-25元/天，10公斤以上的25-35元/天。由于饲养这些宠物大多数需要用进口粮食，因此对于不带粮的则按体重差异加收10-15元/天。

张芳的运作管理程序也非常简单。顾客需要填写一张包括宠物吃什么、一天喂几次等特性以及双方责任权利的表格。接

下来，张芳要给宠物做一系列诸如测体温的简单体检，防止有传染病的宠物入园。托管完后，顾客交纳规定的托管费用，即可领回宠物。张芳说，由于刚起步经营，业务量不多，每个月的平均收入在6000元左右。

除托养外，张芳还在店内经营一些进口宠物食品、玩具、饰物等，同时还对外承接给宠物洗澡、修剪毛、扎辫子、去虱子、修剪指甲等业务。目前，这些业务占整个宠物托养所收入的一半多。因此，每个月的营业额在万元以上。

张芳介绍说：要办好一个宠物托养所，还得具备一些饲养宠物和宠物常见疾病的观察和治疗等基本知识，有条件的话最好到正规的宠物医院接受专业的培训。宠物托养所开张之前，还要做必要的舆论宣传。由于宠物托养所一般都开设在小区内，因此做广告宣传要在小区附近，这样做既可以节省一定的开支，又能获得较为突出的效果。

宠物生病或死亡是宠物托养所面临的最大风险，这就要求宠物在接受托管时必须进行细致入微的检查，宠物生病时要及时告知主人；遇到自己不能处理的疾病，要及时送宠物医院治疗，费用双方协商解决。

为了尽量地避免经营风险，在宠物入托前，双方应该明确责任和义务，制定出如果宠物出现意外情况后的一些赔偿的具体办法。

宠物医院相关知识

个新兴职业的出现，更多地引起人们对动物医学专业的好奇和关注。以下是我们为什么选择动物医学专业的四大理由。

理由一：与动物的亲密接触

小刘(北京某宠物医院宠物健康护理员)：

人类对猫、狗等动物的喜爱是本能的，动物医生就是将这种喜爱转化为职业，在对宠物的精心照料和护理中享受着愉悦和满足。都说兴趣才是最好的老师，与可爱的小动物亲密接触，确实是个不错的选择。

理由二：人与动物和谐相处

——彼得·辛格《动物解放》

一部讲述生命温情的影片《帝企鹅日记》赚尽了票房和眼泪。去年日本拍摄的《导盲犬小q》也讲述了小动物成长真实故事。小q从出生到告别人间，经历了三次生离死别，无怨无悔地把自己的生命无私地奉献给了人类。与此相类似，《猫狗大战》、《熊》、《宝贝小猪》、《鸟的迁徙》、《鸟》等电影也赢得了全球观众的关注与认可。

为什么这些电影如此火爆呢？在这个广袤的星球上，人并不是惟一的生命形式，也不是惟一具有情感的生灵。千姿百态的动物是人类最亲密的生存伙伴，有了他们，世界才如此丰富多彩、情趣盎然。精心呵护、人性关怀同样体现在动物身上。而动物医学专业是以生物学为基础，研究动物疾病的发生发展规律，并在此基础上对疾病进行诊断和防治的综合性学科，它是生物医学及社会预防医学的重要组成部分。真情不可阻挡，拯救可爱的小生命是我们义不容辞的责任。构筑和谐社会，同样包括人与动物的和谐相处。

宠物医院的成立条件

根据《_动物防疫法》，规定设立从事动物诊疗活动的机构，应当向县级以上地方人民政府兽医主管部门申请动物诊疗许可证。国家实行执业兽医资格考试制度。具有兽医相关专业大学专科以上学历，经考试合格的，方可获得执业兽医资格证书。从事动物诊疗的，还应向当地县级以上地方人民政府兽医主管部门申请注册。

在获得动物诊疗许可证和动物防疫合格证以后，宠物医院或者宠物诊所只需要申请办理一些诸如工商营业执照等常规经营执照和手续，就可以营业了。

产品招商策划文案 招商方案篇十

20xx年7月1日—9月30日。

任务

通过开展“夏季百日会战”活动，力争实现阶段性招商目标，已引进的入园项目要确保项目建设快速推进，没有引进入园项目的要引进一个入园项目并开工建设。

1、新引进20xx万元以上项目4个，其中5000万元以上项目1个，开工项目不少于2个。

2、已开工的飞翔体育用品、今皓光电、球类产业园等项目主体厂房封顶；力争科农彩棉、高树饰品开工建设主体厂房。

3、已建设主体厂房的海丰塑业项目确保投产。

1、跟踪线索，以更大力度引进项目。要围绕全年目标任务，切实强化工作责任和时间观念，把引进项目和建设项目作为各项工作的重中之重。园区上下要进一步鼓足干劲，抢抓机遇，紧张快干，坚持招大引强，全力拼抢项目，加快项目建设，持续掀起招商引资、项目推进的热潮，倾力打造园区的平台作用。

2、诚心帮办，以更优的服务推进项目。要进一步强化“帮办服务就是招商”的理念，对引进的项目，按照“签约项目抓开工、开工项目抓进度、竣工项目抓投产”的要求，全方位、全过程、全天候帮办服务，要倾力帮办，诚心帮办，靠前服务，千方百计保障项目的顺利实施和快速推进，以扎扎实实

的帮办服务促进项目快开工、快建设、快投产。要按照政策兑现承诺，倾力打造园区优良的投资“洼地”和创业“热土”。

3、竭尽全力，以更实的举措确保活动取得成效。园区领导班子成员和局室所负责人要亲历亲为，靠前指挥，带头、带领、带动招商，突出重点，集中精力，坚定不移地外出驻点招商；大会战期间，各位主任、局室负责人每月外出招商不少于3次，提供有价值线索不少于2条；专职招商人员要确保每月外出招商20天以上；坚持三分之一工作法，即三分之一精力外出招商、三分之一精力抓项目建设、三分之一精力抓日常工作，确保“夏季百日会战”活动取得明显成效。

4、重在落实，以更严的督查推进活动深入开展。坚持督查、调度、通报制度，严格考核、奖惩。园区招商引资工作领导小组对活动开展情况进行全程跟踪督查，及时通报活动进展情况，园区招商局要加强对驻外招商机构的联络，确保驻点到位，工作有力，成效明显，并坚持周通报、月调度制度。活动结束后，要严格对照开工项目、竣工项目标准考核认定实绩，对目标任务完成情况较好的予以通报表扬，对目标任务完成情况较差的予以通报批评，对招商引资无实质性进展的后进单位，按年初制定的奖惩办法对主要负责人予以问责。