

# 招商工作汇报

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 招商工作汇报篇一

为不断创新招商引资工作思路、改进招商引资方式、落实招商引资工作责任，积极营造“领导干部带头、全员力量参与”的招商引资大格局，不断推动招商引资工作，现结合我区实际，特制定20xx年招商引资高潮实施方案。

引进亿元以上项目12个，工业项目不少于6个；新签项目到位资金19.8亿元，同比增长10%。

紧扣“工业强区”战略，围绕主导产业，聚焦完善产业链，聚焦壮大龙头企业，聚焦培育产业基地、突出工业招商，为区域经济增长提供强有力地支撑。

针对园区现有可利用的成熟地块少，大强项目承载能力受限的现状，适时启动低碳园三期、循环园铁沿线基础设施路建设和征迁工作，完善园区硬件设施，为招商新项目入驻提供平台保障。低碳园三期重点引进具备高新技术、高产出、低碳环保型的项目；根据丰乐河三期综合治理项目进展，引进信息平台、现代物流等生产性服务项目；循环园主要围绕环境污染小、产品附加值高的项目实施“东扩南进”战略。

深化同永佳集团的战略合作，充分运用集团在资金、人才、管理等方面的优势，优先保障项目用地，鼓励积极开展对外合作，加快项目选取力度，力争战略合作早出成果。

借鉴神剑集团收购永佳三利新增产能、奔马与立马合作新上电动车变速器总成的成功经验，鼓励企业通过对外合作、增资扩股、科技创新、融资上市等方式，促进企业“二次创业”，实现企业转型升级，拉动工业经济增长。

按照提质增效、转型升级的要求，联合相关职能部门全力攻坚，大力开展闲置低效土地清理工作。把摸排出的依元服饰、瑞园科技、恒鹰实业、佳美机电等16户企业作为招商资源，鼓励通过嫁接盘活、技改扩建、股权转让、整体转让等方式进行“二次招商”，重点关注飞鸿实业、任翔钢贸。

利用大企业大集团兼并重组不断加快的机遇，加强大企业“敲门招商”力度，促进与国内知名企业、上市公司等大企业大集团合作。重点收集上市公司、知名企业对外扩张及大企业、大集团转移发展的产业现状情况，加强跟踪对接有产业转移、搬迁扩产意向的企业，选取符合产业发展要求有选择地引进产业成熟度高、成长性好的优质项目。

依托置业大厦建设双创基地，打造双创示范平台，促进“大众创业、万众创新”，重点发展电子商务、文创产业和总部经济项目。按照“一年建成运营、两年培育扶持、三年见成效”的目标思路，借鉴外地先进理念、开放政策并结合运营意见，制定完善双创扶持政策；依托杭州颐高电子运营公司市场资源和专业招商优势的同时，紧盯天凡星网络、志合实业、恒隆集团、深圳前海等在谈项目，提高项目入驻率和成长性；力争同普天集团、中东集团的实现合作做强双创基金，发挥双创示范基地配套功能和集聚效应。力争完成招商入驻成熟项目10个以上，创业团队10个以上，实现税收100万元以上。

充分挖掘西溪南镇、潜口镇的自然生态、文化旅游、红色文化、饮食特色、田园风光、名人故居等内涵、资源和优势，在土人学社、美丽之冠、太极养生等项目基础上，结合美丽乡村、特色小镇建设，整合包装一批具有吸引力的招商合作

项目，把引进符合小镇业态打造的项目作为招商重点。多形式、多渠道积极宣传我区的特色小镇优势，重点吸引一些关联产业和资本。强化乡镇、相关部门沟通联系，合力推进，着力把特色小镇打造成养生度假、乡野体验、投资创业的最佳目的地。

抓住当前房地产市场逐渐回暖的有利契机，发挥黄山市中心城区组团定位和工业集聚的优势，围绕富绕、老皖机、农商行北侧等存量可开发资源，积极开展对外推介，盘活存量土地，提升城市品质和壮大城市规模，缓解财政增长压力。

积极会同有关部门开展总部经济招商工作，发挥总部经济办公室协调作用，制定总部经济招商方案，举行招商推介会，强化总部经济招商工作，重点加大对商贸、建筑、规划设计等行业的招商力度，力争实现总部经济税收1.1亿元，进一步壮大财税规模。

#### （一）强化组织领导。

成立“招商引资高潮”工作领导小组，具体人员组成：

组 长：王恒来

副组长：程朝胜、胡志成

成 员：各乡镇、开发区管委会、区直各部门、区国税局、地税局、供电所、电信局等驻徽有关单位及自来水公司主要负责人。

领导小组下设办公室，办公室设在区招商局，许敏亮同志任办公室主任。

充分发挥职能部门的专业优势，继续推行产业招商。按照工业、文化旅游、现代农业、现代物流、总部经济、商住开发、

电子商务等七大板块进行划分，由分管领导、产业牵头部门、职能部门等共同负责产业招商谋划、指导及重点项目的跟踪、洽谈、签约、推进，进一步提升招商引资水平。

坚持领导招商。继续发挥领导招商优势，对重大项目实施高层招商，实行牵头领导“双月”汇报制度。强化信息工作，继续坚持做到手机报每天有动态，每半月招编发一期商快报，让招商热情持续高涨，形成你追我赶的工作局面，为招商工作提供信息支撑。积极与市招商小分队沟通联系，加强委托招商，与各类商会、行业协会等各类中介组织机构的联系，建立广泛稳定和长期的合作关系，通过政府奖励充分发挥其在招商引资中的重要作用。大力开展对外推介，摸排优势资源，编制一批优质项目，利用徽商大会、皖港合作等平台积极开展对外推介；狠抓以商引商。在做好为企业服务的同时，组织开展以商引商先进典型评比，利用媒体、光荣榜、明星墙等方式进行大力宣传，充分发挥企业主体作用，力争起到事半功倍的效果。以激励促工作。研究制定切实可行、操作性强的《招商引资引荐人奖励办法》，让招商有功人员得实惠，激发招商工作积极性。

为提升招商项目质量，避免出现“边招商边清理，再招商再清理”现象，继续强化项目预审。项目预审各组成单位要切实履行职责，在对项目进行环保、安全、预期效益严格把关的同时，应更加注重考察投资商的“资本、资信、资质、资历”，对项目的投资方式、资金实力、融资渠道以及关联产业和市场情况进行综合评估。

做到谋划一批、在谈一批、签约一批、推进一批，形成招商项目精准服务的合力，进一步推进招商引资工作。按照在谈项目促签约、签约项目抓开工、在建项目早投产、投产企业出效应的要求，坚持“一个项目，一位领导，一套班子，一个方案，一抓到底”推进机制，对重点在谈项目紧盯不放，对落地项目强力攻坚，对建设项目督促推进，对投产项目加强服务管理。

继续推行“联动招商+分开考核”模式，注重招商实绩考核。在增强招商工作信心，充分调动干部的积极性，形成全区上下合力招商浓厚氛围的同时，强化对招商工作的督查，确保招商引资工作落到实处。

## 招商工作汇报篇二

重点是与招商项目有关要素的调查分析（调查分析的内容、方法与前述可行性研究、市场专项调查相似）。

包括项目经营内容（产业）定位、招商规模定位、服务对象（消费者）定位、市场地位定位、招商对象（投资人）定位、经营业态定位、经营主体定位、预期收益定位、核心竞争力定位等。

重点是针对不同招商对象、不同投资者、不同竞争者和不同的宏观环境所构成的招商环境，制定分阶段的、分地域的、分主体的、分依托资源的招商策略，并将招商策略细化成不同的战术组合。

任何一次招商活动都离不开传播。恰当的媒介传播（省钱、有效）是招商过程中关键环节。传播策略包括大众媒介传播策略和活动传播策略两部分，且二者组合互动应用。传播策略对到达率和影响效果要进行定量描述。

### 1、招商成本

由两部分组成：一是可用货币价值尺度表现的成本招商的货币支出总额；二是运用社会资源成本即人脉关系、公关活动、政府公权力扶持、智力后援等，这些社会资源虽然在本次招商活动中没有表现为货币支出的成本形态，但却是过去或未来必须或必然转化为货币支出的成本形态，或者是单纯的货币成本所不能动用的资源，如人脉关系、智力后援、政府公权力，并非单纯支付货币就能动员利用。

## 2、招商成果

由两部分组成：一是以货币价值尺度表现的引入资本金总额和无形资产积累（需经评估才能确定其价值量）；二是引入的经营主体规模，即经营主体的个数和经营能力（年经营总额、总生产量、辐射市场幅度）。

是招商人讲述给招商对象的`未来收益（包括经营收益和增值收益）、形象（可转化为招商对象的品牌要素）、发展潜力的描述。这种描述既是经济的、物质的，也是文化的、精神的，对于招商对象来说，它既是历史的积淀，未来的图画，同时也是现实的真面目。

依据市场现实环境和招商目标确定，表达为进程计划网络图或甘特图（横道表）。

招商过程中由于环境变化、方案偏差、执行偏差等原因出现的过程危机不可避免，因此，策划方案中的危机处理预案是针对招商方案执行过程中最可能产生的危机事件所做的一种预测状态的方案。预案重点是对危机产生的负面影响进行化解和转化。

## 招商工作汇报篇三

乙方：上海××商务咨询有限公司

根据有关法律法规，甲、乙双方经充分沟通和友好协商，就甲方开发建设的项目，委托乙方负责前期调研定位、招商策划代理及营运管理等服务事宜，双方本着平等、互利、长期合作的原则，签订本房地产招商合同，以资共同遵守。

### 一、项目简介

甲方开发的 项目，位于上海市××路×××号，甲方委托乙

方提供本房地产招商合同约定服务内容所涉范围为： 建筑面积×万平方米（以下简称项目）。

## 二、乙方提供的服务

根据本房地产招商合同约定，乙方应向甲方提供的服务应分为项目前期调研定位，招商策划代理和营运管理三个阶段。

### （一）第一阶段：项目前期调研及定位

#### 1、该阶段服务期限：

自××××年×月×日起至××××年×月××日止，服务期限为×个月。

#### 2、该阶段乙方的工作目标及内容（详见附件1）。

#### 3、该阶段服务进度计划：

（1）项目组进驻现场：乙方应在本房地产招商合同签订的同时，向甲方提供该阶段服务项目专案组的成员名单，经甲方审核无异议后三日内，甲方依据本房地产招商合同约定向乙方支付第一笔服务费，在乙方收到甲方支付的第一笔服务费之日起三个工作日内，乙方项目专案组成员进驻项目现场开展工作。

（2）全面实地调研：乙方专案组人员进驻项目现场后，应立即开展全面实地分析调研工作，了解项目前期进展、对项目所处区域商业市场进行调研分析、目标市场分析，并在自收到甲方支付的第一笔服务费之日起四周内，向甲方提出不少于两个的开发方案，供甲方选择使用。

（3）开发方案的研讨：甲方确认开发方案后两周内，乙方应开展消费者、目标客户市场调查，测试调研工作，并向甲方

提交该项目的调研定位终期报告初稿，就定位概念向甲方作以充分汇报并与甲方共同研究。

(4) 商业策划与定位报告的最终完成：乙方提交终期报告初稿后，专案组人员应就该终期初稿报告与甲方进行讨论并听取甲方的修改意见，并在五个工作日内按甲方意见修改完成并提交最终稿提交甲方确认。

#### 4、该阶段服务费的支付：

(1) 该阶段服务费总额为人民币××万元整。

(2) 本房地产招商合同签订后，且甲方确认乙方专案组人员名单之日起三个工作日内，甲方支付给乙方酬金人民币××万元，作为预付款。

(3) 在完成项目该阶段服务后，如甲方委托乙方继续提供第二阶段服务，负责项目的策划及招商代理的，则该阶段剩余的×万元服务费甲方无需再向乙方支付，如甲方不委托乙方继续提供第二阶段服务，则甲方向乙方支付×万元，本房地产招商合同自动终止。

### (二) 第二阶段：项目招商策划及代理

#### 1、该阶段服务期限：

如甲方对乙方提供的第一阶段服务满意，同意乙方继续提供第二阶段服务，则该阶段服务期限为：自甲方确认乙方提交的该项目《商业调研定位终期报告》之次日起至该项目正式开业满6个月之日止。

#### 2、该阶段乙方的工作目标及服务内容（详见附件2）。

#### 3、该阶段服务的实施方案和进度表：



(1) 在本阶段服务开始前五日，乙方须向甲方提供该阶段服务内容的具体实施方案和《工作进度表》，甲方应在收到后十日内确认或提出异议。甲方确认后，该实施方案及《工作进度表》，即作为本房地产招商合同附件予以履行。

(2) 如甲方提出异议的，乙方应当根据甲方的意见在三日内提交修改后的方案和计划，如乙方不同意甲方意见或逾期未提交经修改的方案和计划的或修改二次后甲方仍不满意的，甲方有权解除房地产招商合同，双方互不承担违约责任，甲方无需为此支付费用。

(3) 该实施方案及《工作进度表》所确定的日期，甲方有权在房地产招商合同履行期间根据实际情况予以调整，乙方应当无条件予以服从，甲方无需对该调整增加费用。

(4) 乙方应当根据经甲方确认的《工作进度表》中的阶段期限计划或甲方调整后的期限计划履行服务项目，各项完成的日期以乙方提交该项目服务成果的书面报告之日为实际完成之日。

#### 4、该阶段招商租金的价格条件：

(1) 租金的标准不低于人民币××元/日/平方米。

(2) 乙方应当严格遵守双方确定的租金底价及浮动幅度开展工作。非经甲方的书面同意，乙方不得擅自低于底价价格。

(3) 若因市场因素必须调低价格时，经甲方同意后可以调整。同时，乙方应对市场进行预测性分析，以书面报告形式向甲方提报，以其针对价格进行综合性商议。

#### 5、该阶段工作模式：

(1) 专案小组

乙方按甲方确认的专案组名单成立该阶段服务专案组，专案小组人员应不少于6人。

(2) 该阶段服务期限内，除常驻项目现场人员外，乙方应按每月不少于两次、每次不少于2人、每次不少于7天的标准向项目现场派驻资深工作人员到项目现场配合执行及指导。

(3) 现场工作人员：乙方须于本阶段服务开始之日起三日内委派两名专业策划招商人员常驻项目现场（驻场人员须具备5年以上房地产策划及招商代理管理经验，并至少具备3个以上高档项目服务经历），具体负责该阶段服务的实施、执行和监控工作，以确保项目招商的质量。

(4) 该阶段服务期间，常驻人员应全职负责甲方业务，乙方同意甲方将乙方常驻工作人员纳入甲方统一管理，作息时间在甲方工作人员执行。未经甲方同意，乙方不得随意更换、抽调或减少项目专项服务人员（长驻人员名单及个人履历详见附件）；如常驻人员不能胜任甲方工作要求，乙方有义务调换常驻人员至甲方认可；常驻人员的交通食宿等工作费用由乙方自行负责并承担费用。

(5) 月例会制度：

甲方每月召开一次例会，乙方项目负责人必须参加，并须按甲方具体要求，沟通项目情况及汇报工作成果，乙方参加例会所需费用由乙方自行承担。每月一次例会的具体召开日期和地点以甲方通知为准。

6、乙方招商基本进度指标：

(1) 在××××年××月×日前，招商面积应达到总招商面积的50%，在项目正式开业之日前应达到总招商面积的80%。具体指标以甲方与乙方负责招商的客户实际签订的正式合约，并甲方收到前三月租金为准。

(2) 项目正式开业前，如乙方招商面积未达到项目总招商面积的80%或乙方未达到上述招商进度指标，则甲方有权解除房地产招商合同，乙方的服务费减半。

7、该阶段服务费的计取：

8、该阶段服务费的支付方式：

(1) 该阶段服务费结算以乙方招商之客户与甲方签订正式的合约并交纳相当于三个月租金，且正式进场为前提条件。

(2) 该阶段服务期间，如果乙方招商客户退租、退场，乙方应负责立即招进新的客户进场。

(3) 甲、乙双方以月作为该阶段服务费的结算周期。双方应于次月五日前对乙方上个月的服务费进行结算，甲方于确认结算值后的七日内向乙方支付服务费的50%)，剩余50%在该阶段服务期满双方结算完毕后支付。

9、该阶段服务成果的形式和要求：

该阶段服务期限内，乙方为甲方提供的服务应当以文字、图纸、图片或其他形式的载体体现，各服务成果具体载体均应当为至少书面文本二套以及至少电子文本一套（本房地产招商合同另有约定的除外）。

甲方：\_\_\_\_\_ 乙方：\_\_\_\_\_

代表：\_\_\_\_\_ 代表：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

## 招商工作汇报篇四

地址：地址：

邮编：邮编：

委托代理人：委托代理人：

电话：电话：

### 第一条 总则

1、甲方将位于桓仁富尔江街17号 楼 区号平方米（建筑面积）的经营场所租赁给乙方（具体位置见附件二），为乙方提供经营活动，并以此面积计算租金、管理费等费用。

2、乙方销售的商品，必须出具商品质量合格证等国家规定销售有关商品必须具备的文件，属易燃易爆商品的，还须具备消防许可证。

乙方提供的商品范围如下：

2款向甲方提供有关证明文件，经甲方同意并编码后方可销售。

4、乙方负责商品的销售、质量和售后服务，并承担开展业务的经营成本和管理成本。

### 第二条 租赁期限

1、双方商定：本合同租赁期限自 年 月 日起至年 月 日止，其中免租期计 天。共计 天，免租期内的管理费、营销促销费、公共事业费等不予减免，照期支付。

（1）本合同期限内，乙方无严重违法或违约行为；

(2) 乙方应在本合同期满前一个月以书面形式向甲方提出申请;

3、合同终止后乙方必须在三日内将商铺恢复原样后交还给甲方, 即:

(1) 不能破坏商场建筑及构筑物、设施设备;

□2□

不能影响周边其他商铺的经营;

(3) 不能损坏周边其他商铺

的装修及附加在甲方商场上的设备、设施。

4、合同期满终止或因其它原因本合同提前终止, 乙方物品必须在终止之日起三天内撤离甲方所在地。如拖延, 甲方将乙方在商场内的商品及财产经公证后封存, 所需公证堆放物品等费用均由乙方承担。经甲方发函催告七天内, 乙方仍未撤离甲方所在地的, 甲方视作乙方自动放弃物品所有权利, 甲方有权处理封存物品。

第三条租金、综合管理费等费用的计算及其支付方式。

1、乙方租赁的商铺租金单价为 元/平方米·天, 租赁期的租金总额为人民币 元 (大写: 万 仟 佰 拾 元整)。

2、乙方向甲方支付综合管理费 (包含保安、保洁、物业费用) 元/平方米·天, 租赁期的综合管理费总额为人民币元 (大写: 万 仟 佰 拾元整), 与租金同期支付。

3、出于总体经营推广需要, 乙方需支付甲方用于商场促销活动的广告营销促销费单价 元/平方米·天, 租赁期的营销促

销费总额为人民币元，与租金同期支付。乙方需在商场范围内增设广告的，需经甲方同意及有关部门批准，并与甲方另行签订《广告租赁合同》。

5、在合同租赁期内，乙方凡享受免租优惠的，在免租期内，乙方经营的商品应给予适当优惠，甲方组织的各项活动应积极参与。如乙方中途提出终止合同，则不得享受免租优惠，原免去的租金甲方于乙方撤场前全额收回。甲方可根据双方约定自动将乙方的商誉保证金、综合保证金作为冲抵上述条款之约定内容。

6、合同签订当日，乙方向甲方支付商誉保证金贰仟元并交纳综合保证金人民币壹万元。支付的商誉保证金作为甲方对乙方营业员行为规范的约束。交纳的综合保证金，待合同终止费用结清、并在以后的六个月内无商品质量投诉、服务投诉及债务纠纷的，甲方即把上述两项保证金（不计息）退还给乙方。

7、凡在合同履行期内遇法定节假日，乙方支付的租金、综合管理费及营销促销费概不减免。

#### 第四条 双方权利与义务

##### 一、甲方的权利与义务

1、甲方按照合同约定，按时向乙方收取租金、管理费、营销促销费以及本合同约定由乙方承担支付的各种费用。

2、甲方必须按合同规定，按时将商铺交付给乙方使用。

3、甲方为商场提供保安服务和公共部位的照明及保洁卫生服务，为商铺提供用电、用水、电话线路必要的营业设施和商场范围内的广告用电，租赁期间发生的水、电等费用由乙方承担。

4、甲方可以根据商场整体管理要求自定、修改相关的管理规定，以及其他需要的规章制度。根据商品布局需要，甲方有权对商铺面积、位置作适当调整。

5、甲方每天对商场进行巡回检查，随时纠正商场内一切不利于经营的行为，确保商场运行正常、有序。

## 二、乙方权利与义务

1、乙方向甲方提供营业执照、税务登记证、企业机构代码证、法人身份证（复印件）、注册商标证明、授权书等有效证件及法人有效的联系地址、电话、传真，并主动办理进场后的工商、税务登记及装修前的消防审批等需要向当地机关、单位办理的手续。

2、乙方应保证其经营产品的合法性、可靠性和服务的有效性，如乙方所经营的产品发生商标、专利等知识产权或质量、服务纠纷，概由乙方负责，并承担一切责任。

3、乙方必须遵守商场纪律和经营管理制度，不得超越经营范围和双方约定的经营品牌，不得在店面内从事任何可能对甲方或第三方造成损害的违法活动，不得以甲方名义与其他单位签订合同或从事经营业务以外的活动，不得将租赁场所转租、转让给第三方，或与第三方共同使用。本条款之双方约定内容，乙方如有违反，乙方自愿接受甲方自动扣除乙方商誉保证金、综合保证金的等额损失金额及相应罚款。

## 招商工作汇报篇五

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。

## 招商工作汇报篇六

1. 面向人群：希望拥有一份事业，有一定自由支配时间并寻求高收入者(大学生、全职妈妈、上班族做兼职、时间自由安排者、创业者)



2. 基础条件：有责任心、有耐心，了解微信体系的基础功能。

### 1. 公司加盟

加盟费为：省会一线城市10万元，市级5万元，县级3万元。。

加盟城市注册分公司，团队运作，共享城市生活百事通品牌。总公司技术全程跟踪支持，可面向全国加盟招商。

2. 个人加盟采用0加盟费用，一部手机成就你的创业梦想！

加盟费为：省会一线城市5000元，市级3600元，县级2600元。

共享城市生活百事通品牌，当地分公司技术支持，当地分公司团队保证，可面向全国招商加盟。

贡献值累计达到15000元，全额返还合作者当初缴纳的合作履约金。

1. 确定加盟意向，筛选加盟城市。

2. 加盟人身份核实，身份证扫描件或者拍照(入档)

3. 缴纳代理保证金

4. 发放电子合同，确定合同内容

5. 发放统一平台号、授权书等文件及权限

### 1. 公司加盟

确定加盟城市并签订合同后，由总公司培训部进行系统培训，学习专项技能技巧，增强业务知识理解。

公司技术部为分公司制作统一微信平台，并现场或远程指导

分公司技术指导。

总公司全程跟踪分公司发展，不同时期给予不同的策划方案，并全程指导分公司方案实施。

## 2. 个人加盟

确定加盟城市并签订合同后，由总公司通知当地分公司进行系统培训(如当地没有设立加盟分公司，由总公司培训部培训)，学习专项技能技巧，增强业务知识理解。

概述：城市生活百事通一个半公益的网络推广平台，作为平台管理员，利用微信朋友圈做信息展示平台，通过平台收集筛选、发布便民信息(免费)和商业信息(收费)

2. 便民信息处理：管理员在日常平台维护中应耐心责任的处理用户提供的信息，屏蔽不良信息，反馈优质信息。

3. 商业信息定义：任何企业、组织或个人利用我平台以达成销售、推广、集粉等直接或间接盈利为目的的信息都定义为商业信息。

4. 商业信息发布：自付费日起按规定时间、格式、要求发布信息到朋友圈。

### 1、广告费收益：

a个人加盟：根据合作者谈来广告费用提取70%一次性返给合作者。剩余30%属于合作者对公司的贡献值，贡献值累计达到15000元，全额返还合作者当初缴纳的合作履约金。(注：公司奖励的广告单不记为贡献值即总公司或分公司接单会分发到个人合作者)

b公司加盟：加盟分公司即成为百事通网络广告推广公司，团

队独自承接微商和实体店广告业务，赚取相应地区的广告费用以及百事通大团队之间的相互推广的广告费用。

个人加盟者加盟相应地区的个人代理，代理费用除推广人员提成外的所有费用归分公司所有。

## 2、广告单奖励：

a团队合作者成功推荐其他微友与百事通公司合作以后，奖励价值800元~1700元不等的广告单。

3、销售收益：根据合作者所卖公司产品每单收益30%~50%不等。

统一管理

统一昵称

统一设置微信

统一头像

统一朋友圈

城市生活百事通网络技术有限公司坚持为合作伙伴创造价值为核心，以全国首创“公司团队加个人代理模式”。力争在全国打造一个最具影响力的网络平台。

## 招商工作汇报篇七

3. 大一新生目前非常需要了解大学生活和校园文化。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

# 招商工作汇报篇八

根据《中华人民共和国合同法》有关规定，甲、乙双方经平等协商一致，达成如下协议，在履行协议的过程中，甲、乙双方应严格遵守，若有违约应按合同约定赔偿对方由此导致的经济损失。

## 一、合同期限

1. 本合同签署有效期自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日，其中前\_\_\_\_个月为试销期。

2. 合同到期后，另确定新的经销条件，乙方在同等条件下享有优先权。

## 二、经销产品及区域

1. 甲方授权乙方经销甲方 \_\_\_\_\_产品。
2. 甲方授予乙方\_\_\_\_\_产品的销售区域仅限\_\_\_\_\_。

## 三、产品价格

1. 价格按全国统一价执行（价格表附合同）。
2. 乙方严格执行合同约定产品销售价格体系，不能低于或高于合同约定价格销售。否则，甲方不予兑现销售奖励。
3. 甲方保留统一调整产品价格的权力，调价提前\_\_\_\_\_天通知乙方。

## 四、结算方式

1. 经甲方财务部门确认，乙方货款到帐后，甲方组织发货。
2. 如甲方更改帐号，以甲方财务部签章后的书面通知为准。
3. 在未得到甲方财务部签章的书面通知，乙方不得将货款（或借款）交给或借给甲方业务人员或汇入其他帐户，否则，乙方承担责任。

## 五、合作保证

1. 乙方首批货款在本合同签订之日起十日内全额汇入甲方指定帐户。否则，视乙方违约，本合同自行失效。
2. 甲乙双方签订合同时，乙方向甲方交纳\_\_\_\_\_万元的合同保证金，否则视乙方自动放弃合同。合同保证金利息按照银行同期活期存款利率计算。



## 六、市场操作要求

1. 乙方应建立起本区域完整的销售网络，保证经销甲方的产品在经销区域内终端铺货达到：商超\_\_\_\_\_家，酒店\_\_\_\_\_家，酒楼\_\_\_\_\_家（附终端明细目录），产品进入所有终端网点铺货覆盖率第一个月应达到\_\_\_\_\_%，第二个月以后保持在\_\_\_\_\_%以上，每月建设堆头、端架的商超数量应保持在商超总数量的\_\_\_\_\_%以上，经甲方确认。
5. 乙方保证合同指定产品均在限定区域内销售，如窜区域销售，甲方不予兑现销售奖励，并根据数量乙方支付甲方\_\_\_\_\_元/件--\_\_\_\_\_元/件的违约金，或甲方有权取消经销商资格。
6. 乙方做好售后服务并积极维护品牌形象，同时负责做好产品包装物的回收处理工作。
7. 乙方不得经销与甲方产品名称、包装、风格相近的仿冒品或同类产品。否则，甲方视乙方违约，终止与乙方的合作。

七、甲方责任 1. 甲方负责监督并杜绝窜货现象的发生，以确保乙方在销售区域内的合法权益。

2. 乙方在销售甲方产品过程中所发生的广告媒体宣传、宣传品、促销品、推广活动等事宜，乙方应提出计划方案，经甲方审核同意后，乙方即可安排实施。
3. 甲方协助乙方做好产品的售前、售中、售后服务。
4. 保证提供乙方所需的货源，负责做好市场的管理、指导工作；负责提供电视、软性文章等宣传媒体资料及终端培训。
5. 及时兑现合同约定的政策支持。

6. 负责将产品运至乙方市场，运费由甲方承担。

八、产品验货约定 甲方货到乙方市场当日清点核实品种、规格、数量，由乙方法人代表在货运回执单上签字并加盖公章后产品验收生效，运送的产品、宣传品、促销品等物品如出现短缺或破损，乙方应在货运回执单上注明。否则，出现的一切损失由乙方负责。

九、奖励政策 参与公司经销商级别评定，兑现奖励。

十、产品调剂约定 本合同产品在发货三个月内如滞销可提出调剂，调剂产品的来回运费，运送损失及内外包装材料损失费均由乙方承担，乙方所有调换产品必须保证包装无开封、脏、损现象，不影响二次销售，否则不予退换。

十一、双方合作前特别约定

1. 乙方严格遵守国家工商、税务等有关政策、法令、法规进行商业活动，如有违反，属乙方个人行为，概与甲方无关，因此衍生的一切后果，由乙方负责。

2. 乙方向甲方汇报每月库存、销货情况及下期要货计划、市场信息，乙方每次上货金额应在\_\_\_\_\_万元以上。

3. 甲方每月对乙方的考核截止日为当月的\_\_\_\_\_日。

4. 乙方必须向甲方提供完整、准确、真实的终端明细目录，由乙方签字并加盖公章。如出现虚报、错报、漏报现象，经甲方核实后，乙方支付甲方\_\_\_\_\_元 / 家的违约金。

5. 属甲方投入进店费的终端网点，进店所有权应归甲方。

十二、解约手续

1. 在合同生效期，如乙方未能达到双方合同约定条款其中一

条，甲方有权单方终止合同，以甲方经销商确认通知函为准。

2. 在解约时乙方应将经销区域内的销售网点无条件交由甲方接管。

3. 若双方解约，乙方市场完好无损仍有销售价值的产品，甲方按乙方进货价\_\_\_\_\_%的价格回收，与甲方有关并由甲方提供的资料，乙方应无条件交回甲方。

4. 解约手续办理完毕，甲方退还乙方合同保证金。

十三、本合同未尽事宜由双方协议补充，出现争议双方协商解决，协商不成，由甲方所在地法院裁决。

## 招商工作汇报篇九

乙方：

甲乙双方依据《广告法》、《合同法》规定，达成共识，甲方自愿将此项活动中的广告发布权授予乙方，由乙方全程代理实施。

二、合同签订后，甲方应在三日内将款项付清，乙方应在收起款项后及时将广告项目排入流程。

三、广告服务项目：

a□广告宣传在电台、电视台从活动宣传之日起到活动结束，每天各频道游字播出10次以上。

b□广告宣传在电台、电视台从活动宣传之日起到活动结束，每天在电台滚动播出10次以上，电视台第二、三套全天播出8次，第一套播出3次。

c□录制各赞助商祝福片花作为活动片头在活动播出频道中循环播出，并可以广告形式在其他节目前后播出。

d□栏目和专题：大赛运行开始，除了活动播放宣传之外，利用新闻和专题栏目的正面宣传效应进行宣传，在节目中对赛事的准备情况和细节进行播出，利用访谈节目对合作方进行专访。

e□长城网（河北省省委首席新闻网）在“名人名企”频道面向全球转载对名商名企的访谈。

f□现场举贺牌（统一格式，内容自定，免制作费）1—2块。

g□现场小方阵（统一服装，免费）8—10人。

h□冠名广告商可将制式名称和广告制作在“固安电视台第二届青年歌手电视大奖赛”背景板上。

i□可以在重要的赛场中安插自己的商业、企业的表演（预先要经组委的预审通过，统一安排）。

j□参当特邀嘉宾评委（按组委安排的场次和时间参加）

k□从海选开始每场比赛现场主持人口头宣传每场不少于2次的企业广告，在比赛播出过程中每场游字广告播出8次以上。

l□带有赞助企业名称的海报张贴发放：做\*m×\*m的喷绘分别张贴于广播局门口，及各合作门面，制作彩色宣传彩页\*\*\*\*份（方法：广播局门口的喷绘海报中预留出赞助企业名称的位置，随着企业的加入往上粘贴，同时在企业门口处另行制作张贴）。

m□□北方商情□dm报刊，全程追踪报道、宣传。

n□在活动现场摆放广告展台，展示企业形象和产品宣传。

o□现场以了解商业、企业为内容的有奖问答形式来宣传商、企业（由企业提前给稿并在现场宣传展板内容中设置答案供现场观众参找）。

p□106国道大屏宣传（新中街于106国道相交处的百平高清显示屏）。

q□海边欢聚（决赛前三名选手和相关领导一同欢聚）。

r□所有的参加赞助的企业单位在最后的决赛中 will 受到邀请同相关领导和演职人员合影留念。

四、甲乙双方应在互惠互赢的基础上合作，有异议之事项协商而定。

五、甲方的广告内容和广告形式必须通过乙方的审查，对不符合法律、法规的广告内容和表现形式，乙方应要求甲方做出修改，甲方做出修改前，乙方有权拒绝发布，造成的后果由甲方承担。

六、此合同此协议自签订之日起生效，一式两份，甲、乙双方各保存一份。

甲方（公章）：\_\_\_\_\_乙方（公章）：\_\_\_\_\_