

2023以案明纪专题党课材料 大班健康教案明亮的眼睛(精选7篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

招商加盟计划书篇一

全面贯彻党的x精神，牢固树立科学发展观，以“协调发展、跨越发展、全面发展、可持续发展”为目标，坚定不移地实施开放引进主战略，继续把对外开放和招商引资作为推动我市经济和社会发展的第一要务来抓，优化环境、建好园区、创新方式、提升水平，实现招商引资“质”和“量”的新跨越；加强服务、搭建平台、优化产品结构、扩大出口规模，实现外贸进出口工作的新提升；建立基地，加强培训，抓好渠道开拓，实现外派劳务的新进展，以“规模、速度、质量”的有机统一，在更大范围、更高层次、更广领域强力推进我市对外开放和招商引资工作。

二、20x年工作目标

(一)引进内资：引进市外资金168亿元，较去年实际完成增长14%。其中引进省外资金115亿元，较去年实际完成增长10%。

1. 引进3000万元-5000万元项目90个，其中工业项目54个；
2. 引进5000万元-1亿元项目69个，其中工业项目50个；

三、主要思路及举措

(一)进一步解放思想，营造新一开放、大招商的浓厚氛围。相比沿海开放城市，目前我市所欠缺的不是区位优势，依然是观念、意识和思想的落后。20x年要以“无功就是过”的思想统领对外开放工作，改变被动地等政策、等说法，转变行政理念，树立创新精神和拼搏意识，把解放思想体现在实际工作和具体行动上，真正落到实处。一是各级领导干部率先解放思想。各级领导班子要有目的、有针对性地到浙江、江苏等发达地区考察学习，重点学习先进地区在新形势下招商引资、园区建设、外贸进出口、对外经济技术交流合作的新理念、新举措、新政策，进一步探索紧扣x实际，能积极推动我市对外开放工作上品位、上台阶、上水平的新方法。二是重点引导企业解放思想。在培养“企业家”上下功夫。要充分发挥企业在对外开放中的主体作用，引导企业在练好内功的同时积极“走出去”，利用一切可以利用的招商平台和渠道，瞄准国内500强、世界500强，引进战略投资者，迅速扩张壮大自身的实力。三是发动全员解放思想。进一步采取宣传等多种举措，大力宣传郑汴一体化进程的加快、汴西新区的打造、近年来招商的成效，大力宣传x全方位对外开放面临的大好时机，在全市营造更深层次、更加浓厚的大开放、大招商氛围，发动全市进一步解放思想，抢抓机遇，强力推动开放引进主战略。

(二)进一步加压驱动，继续实行目标管理、督查认定等推动举措。一是全面实施新目标管理考核奖励办法。20x年要继续落实招商引资目标管理责任制，进一步增强招商引资的压力感、责任感、紧迫感。要实施新考核办法，重点考核3000万元以上项目落地，逐步由重数字考核向重项目考核转变，挤水分、压数字，引导招商引资工作科学健康发展；重点考核项目落地投产、资金到位率，引导招商引资工作向重实效发展；对招商引资工作服务部门进行专项考核，将优化环境工作以考核的办法加以推进。二是继续推行督查认定机制。在每季度对招商引资3000万元以上项目进行督导检查的基础上，开展不定期的抽查，并在媒体上进行公布。坚定不移地继续实

行市人大、政协领导带队考核认定，市四大班子年中、年末两次高规格督查。三是进一步完善协调机制。对外开放和招商引资领导小组例会要坚定不移地坚持下去，通报情况，查摆问题，指导全市招商引资工作。全市分别在年初、年中召开一次全市规模的对外开放和招商引资表彰动员大会和招商引资工作经验交流会，每季度召开一次全市性的招商引资工作调度会，在适当的时间召开招商引资工作现场会，指导全市招商引资工作健康发展。

(三)进一步创新机制，建立“三位一体”新体系。适应x对外开放新形势，建立和完善“投资促进-投资服务-投资投诉”三位一体的新机制，保障招商引资工作健康快速发展。一是完善政策体系，加大政策促进力度。在原有政策的基础上，继续在县区干部中实行二分之一工作法，在市直干部中推行三分之一工作法。坚持把招商引资激励政策落到实处，重奖和提拔招商引资有功人员，重奖招商引资有功单位，掀起全市招商引资新。同时，结合x发展定位，用足用活国家支持老工业基地政策，尽快鼓励类招商项目促进政策，加大对高科技项目、高附加值大项目、产业链对接项目、园区龙头支柱项目、三产服务重点项目、文化旅游带动项目等鼓励类招商项目的支持优惠力度。二是建立大项目准入评审制度和完善“一站式办公”制度。整合市、商务局、工商局、税务局、安监局、环保局、国土局、城建局等部门在行政服务大厅的职能，将大项目评审与办证服务有机结合，明确专人负责，既对项目把关，又对项目负责，真正把减少审批环节和“一费制”、“项目代理制”、“一站式办公”等承诺落到实处。同时，各级土地、财政、城建和公用事业等部门应加大对招商引资工作的支持力度，确保重点项目引进来、留得住、落得下。同时，要改变招商引资专项资金拨付方式，改临时列支为提前拨付，充分做好节会招商会前准备、会中推介和项目对接、会后跟踪落实等各项工作，提高节会招商成效。三是搞好投诉处理。外商投资投诉服务中心要积极完善职能，及时受理投诉并督察查处，对外商的投诉案件，要及时处理，不推诿、不拖延，真正把“亲商、安商、富商”落到实处。

(四)进一步夯实招商引资基础，大力推进园区建设，加强项目库建设。认真贯彻落实《关于加快五县工业园区建设的指导意见》，按照科学规划、优势产业集聚发展、创新发展、可持续发展四项原则，切实加强对我市工业园区建设的指导，要高水平搞好园区规划，加快工业园区基础设施建设步伐，强力推进项目建设，使园区成为集群优势强、科技含量高、环境污染小、投资环境优的经济增长群，成为最重要的招商平台。

精心完善项目库各项内容，做好新招商项目的论证，尤其是要根据国家产业政策和我市重点支柱产业、城市定位做好招商项目的策划和包装。特别是要以汴西新区和杏花营、边村、汪屯和各县的工业园区为依托，以我市五大支柱产业和文化、旅游、现代服务业、农业产业化为重点，谋划论证一批切合x实际的重大项目。各县区、市直有关单位要及时从国家产业政策导向中发现项目，从区域经济结构调整中发展项目，从宏观经济形势变化中发现项目，大力做好项目的筛选、论证、策划、包装、储备工作，以好项目吸引投资，夯实招商引资的工作基础。

(五)进一步改进招商方式，走科学招商新路子。牢固树立新的开放观，以科学发展观指导对外开放，变过去“挖到篮里都是菜”转向冷静选资。一是大力推行产业链招商。市、县(区)两级和商务局(招商局)要认真研究我市产业发展现状，明确发展方向，在拉长产业链上狠抓项目招商，实现建设一批、立项一批、上报一批、储备一批、调研一批，同时，挑选我市懂产业、懂招商、懂外语、懂法律的精干人员，组成专业招商团，紧紧围绕我市五大支柱产业和郑汴产业带产业规划，实行产业招商，并“抓住龙头、带动配套”，选择一个重点项目，向产业链的上下两端推进，实施产业链招商。二是大力推行点对点定向招商。要紧紧盯住境内外500强企业、行业龙头企业、著名品牌企业、在外x人创办的规模型企业等，筛选出一批与我市产业关联度高、有投资计划的企业，深入研究，在搞清对方投资需求、投资计划和我市可提供的各种

配套及成本，并提出初步合作意向的基础上，由市领导带队拜访对方决策人员，实施点对点的定向招商。同时，把引进高新技术企业作为招商引资的重点来抓。20x年务求在高新技术产业、装备制造业、公益性基础设施、服务外包业、劳动密集型产业等领域实现招商引资的大突破。三是大力推行活动招商。积极参加国家和省举办的中博会、厦交会、郑交会等各类经贸洽谈活动，并紧扣“早、精”，在20x年有针对性地分别在浙江、福建、广东举办承接产业转移招商活动，同时狠抓项目落地，提高履约率。四是大力推行乡情招商和以商招商。研究制定乡情招商和以商招商的政策、措施，加强与浙江商会、福建商会、温州商会、广东商会以及河南在外地各商会的沟通与联系，充分发挥其信息优势和联系企业紧密的优势，通过他们宣传x、动员客商来我市投资。注重发挥现有落户企业的“桥梁”和“纽带”作用，加强与落户企业间的沟通，鼓励和引导企业介绍朋友来x投资考察，宣传我市企业与外地企业对接的成功范例，发挥示范效应。五是加快产业升级，鼓励“优二进三”招商。要在引进新投资项目的同时，加强对已落地重点企业的培育工程，实施再招商，积极引进战略投资者加盟，实现迅速扩张，力争在2-3年内，培育出2-3家上市公司，同时针对我市三产服务业落后局面加大第三产业招商力度，充分利用我市区位和资源优势，在研发、设计、信息、培训和品牌、物流、销售、商业服务等方面，策划包装一批好的项目，加大推介力度，实现新的突破。

(六)进一步优化环境，树立我市对外开放新形象。一是在全市干部群众中着力培育“人人都是招商环境”的思想意识和自觉行为，在各县区和市直各单位中大力开展“质量招商年、环境招商年和效率招商年”活动。二是宣传部牵头，创三城办公室、监察局、开放办、文明委等单位共同参与，精心组织、认真准备，积极参加“外商眼中河南最佳投资城市”、“中部最佳投资城市”等评选活动，扩大x的知名度。三是结合修订《招商引资目标管理考核办法》，将部分市直单位明确为招商引资服务单位，增加依法办事、公正廉洁、

服务质量、办事效率、工作作风等考核内容。年底结合万人评议，接受来汴投资客商专项评议，进一步促进市直机关转变工作作风，提高工作效率。

(七) 进一步加强培训，建立专业对外开放队伍。建立对招商人员轮训制度。市、县(区)两级组织、人事部门要把招商引资培训纳入年度计划。各级党校要认真筹划、精心组织，定期举办不同层次的培训班、研修班，并把能力培训作为重点，开展招商引资专项培训。要继续与全国知名高校联合举办招商引资培训班，今年要选拔一批高素质人员到国内发达地区甚至国外进行实地培训学习。通过多种培训方式，建立一支熟知国际惯例、法律法规、区域经济发展理论、财经和五大产业等相关知识，了解外交礼仪、能够揣摩不同人群心理的专业招商队伍。同时，加强对我市近千家自营进出口权企业政策和业务技能知识的培训，帮助其拓宽外贸业务，使他们早日开展国际贸易活动。

(八) 进一步加大外贸进出口工作力度，做好外派劳务工作，开创全方位对外开放工作新局面。继续坚持以抓两头企业、促中间出口创汇的工作方针，抓紧抓实为出口重点企业服务，以我市出口地方性优惠政策为契机，把国家的外贸发展基金、中小企业开拓国际市场资金以及出口退税等一系列优惠政策和我市地方性优惠政策都不折不扣落到实处，激发企业出口积极性。实行“搭台，企业唱戏”，力争做到“买单，企业出去”，有目的、有针对性组织企业参加世界性商品博览会、交易会、投资贸易洽谈会。同时，要将省、市领导参与的外事、外访活动和企业开展的经贸活动相结合，全方位促进我市开放型经济建设。积极为企业搞好法律、技术、谈判、签订合同、信用担保等服务，力争通过参会让企业接触更多的外商，从而打开外销渠道长期不畅的被动局面。

进一步加快“走出去”步伐，扩大我市符合对外承包工程经营资格企业的申报，壮大外经企业队伍，以对外承包工程订单带动外派劳务；抓好外派劳务的渠道开拓，把外派劳务与境

外加工贸易、境外资源开发等业务相结合，相互促进、协调发展，督促指导市对外经济技术合作有限公司在与国内大型外派劳务公司搞好合作派遣的同时，力争主动开拓，直接与国(境)外雇主或中介机构签订合同，力争在20x年使我市外派劳务工作迈上新台阶。

招商加盟计划书篇二

*的企业总是面临着机遇与挑战并存，希望和恐慌同在。区域领导者的目标是使自己的地位优势常在，基业常青，而挑战者时刻准备着向区域领导者发动猛攻，予取而代，完成企业的由优秀到卓越的转变。在不同的市场目标下的企业时刻面临着市场营销抉择。

许多企业有非常明确的经营战略，要求一切营销抉择要符合这一战略，这种至上而下的以公司为中心的营销抉择是极其错误的。湖北的一家赫赫有名的生产洗衣粉的日化企业，曾经将自己的品牌h卖给了德国的一家公司，而又想借用该品牌的知名度，延伸出一个纯净水产品，而这个非常不英名的营销抉择，却是建立在发扬光大h品牌的战略上。姑且不论一个洗衣粉厂生产出的纯净水会给消费者一个什么样的印象，单就当时火遍大江南北的娃哈哈纯净水，乐百事纯净水而言，品牌延伸的纯净水成功的可能性也不大。许多企业推出新产品，是为了填补公司的空白或延伸产品系列，而不是填补市场空白，这也是许多企业新产品开发失败的一个重要原因。以公司为中心的营销抉择，在公司内部可能大获赞扬，但在市场实践中可能导致灾难性的结果。

营销决策人员也生活在一个梦幻般的理想境界里，它们的脑海里一直执着的认为，产品是为顾客服务的，只有我们提供的产品性能比别人的更好，顾客就会选择我们。这又是极大的错误，因为它认为市场仅是它与它的顾客在做游戏。这种幻想中的营销抉择总是想设计出一种更好的产品或服务，给

会吸引广大的顾客，就会大获成功。例如，铨星通讯就是一个典型的失败的例子。其实，真正的竞争市场是由消费者和众多的竞争对手共同组成的。我们在做营销抉择的时候，即要考虑顾客的需求，又要考虑其他企业在满足这一需求时的反应，否则只能以失败而告终，市场营销抉择就是这么残酷。例如，在充分的分析了顾客的需求之后，在充分地吸取各地自办了电视机厂，规模小、资源分散、档次低、价格竞争严重的教训后，在大连组建全国统一的极具规模的录像机生产厂“华录”。这是一个典型的以顾客为中心的营销抉择，随着人们生活水平的提高，电视机的普及，人们对录象的需求会急增长，这时组建大的录像机生产厂是一个英名的抉择，但事与愿违，这个绝顶科学的抉择是一个巨大的错误，随着vcd影碟机的崛起，录像机很快成为了昨天的奢求。华录的错误就在于它以顾客为中心，得出的英名抉择，而忽视了竞争对手的参与，最终以失败而告终。

营销抉择应以市场为中心，要求营销抉择即要考虑顾客的需求，又要考虑具体市场环境中的竞争者的反应。最近，河北省的一个啤酒企业在本县的占有率比较高，销量稳定，但一直没有增长，而其他品牌的啤酒不断涌入。说啤酒企业为了打破僵局，搞了一个“买三赠一”活动。随着啤酒营销旺季的来临，活动奏效，销量大幅上升。而这时其它竞争品牌眼看自己的销量下滑，也纷纷推出了类似的“买三赠一”、“买二赠一”活动，很快大家又回到了原来的份额水*上。这个营销抉择未来的结果并没有给企业带来益处，相反却带来了费用的增加，因为它很受顾客的欢迎，却被竞争者很快地模仿。又如，广东的一个啤酒企业在大规模地推广纯生啤酒时就充分地考虑了其它竞争者没有能力在短期内模仿该产品，这里竞争者模仿的抉择的实施时间是一个重要的指标，所以它大获成功，成为最大的受益者。一个好的营销抉择既要创造顾客的需求，又要充分地考虑竞争者的反应，既要让竞争对手追随公拓市场，又要留有一个充足的时间使你的营销抉择成功并脱颖而出。

现在真是一个信息爆炸的时代，人类在近30年里所制造的信息量比过去5000年都多。我们的营销抉择是接受人员很难也不愿意处理过分复杂的营销抉择，这样就会产生效率递减，所以我们的营销抉择要简单，思路清晰，见解独特，让人便于接受。但现实生活中却不是这样，当安海斯—不希啤酒公司向公众承诺说“这瓶海威啤酒是专门为你而造的”时，消费者非常们，明确这说的是什么。而现在，这个令人尊敬的百威啤酒大豪门下摆上太多的新面孔。这时再向公众承诺“这瓶百威啤酒是专门为你而造的”时，人们会莫名其妙的问：你说的是那一瓶呢？同样的情形也发生在*啤酒的同行的身上。这样的营销抉择就违反了简单的原则。从前的“诺基亚”是一个大而全的企业，业务领域涵盖电脑、造纸、橡胶，当然还有手机。没人能说清它到底要干什么，直到新一届总裁上任，选择了简单的营销抉择，只做移动电话。只用了10年的时间就成了欧洲第一世界第六的大品牌，一举超过了欧洲老品牌西门子和bp石油。这就是简单的营销抉择的威力。

重大的营销抉择有时要出位，这时要遵守从贤非从重的原则。才能使营销抉择在企业生死攸关之际力挽狂澜。当20xx年9月4日惠普“女强人”卡莉·菲奥里纳向全世界宣布惠普计划与康柏合并时，全世界都惊呆了！因为这将是全球it产业有史以来规模最大的一场合并：涉及的资金规模达到800亿美元，人员多达十几万人，合并项目仅*区域就多达1000多个！于是，世纪合并的惊呼声响彻华尔街。问题的关键还不仅仅时空前的规模。众所周知，企业并购最令人挠头的是内部整合。而在人们看来最难的文化整合、知识整合和人员整合，在这次惠普康柏的世纪合并中，恰恰又都令人担忧。对于文化整合，我们有知道文化的力量是最强大、最持久的，文化整合成功与否将是整个整合成败的关键。而温和持重的惠普之道与康柏新锐文化之间的差异，以及管理结构的差异，都是显而易见的。一如何降双方的文化无缝结合到一起。对于知识整合□it业对于制造业一个很大的不同就在于，当前的核心价值

几乎全在人的脑子里，设备、厂房的价值微乎其微。对于人员的整合惠普康柏的最大特点是彼此间高度的重合，这就意味着许多人员被裁掉。如何顺利的裁员？留谁裁谁？如何交接？一时间，质疑声、辩解声、讨伐声，互相交织在一起。很多it业人士担心这两个it巨头的合并将带来一场混乱甚至是灾难。甚至惠普创始人家族予诉诸法律以阻止这一疯狂举动。直到惠普股东投票通过才使这场世纪合并得以正式启动。但冷眼旁观者仍有人在，然而一年后的结果完全出人意料。整合后的新惠普不仅顺利的完成了整合，而且还在恐怖袭击战争阴云的笼罩下拿出了漂亮的成绩单，截至4月30日，第二季度运营收入与第一季度179亿美元相比增加了以亿美元利润，为14亿美元，比第一财季增长4%，净收入达到59亿美元，每股盈余22美元。这一结果甚至超出了华尔街分析师最乐观的预计，也高于所有观望者的预期。现在新惠普可以自豪的宣布这场世纪合并已经取得了成功。

企业的营销抉择应该与众不同，不要模仿成功者的成功抉择。必须找到另外一种特质，降其锁定，并且做到确实是人无我有的。这种营销抉择就可能脱颖而出，就象当年的“重庆奥尼”首乌植物洗发水一样，曾对宝洁、联合利华产生很大冲击。奥尼挑战宝洁、联合利华这样是跨国公司的潜力到底在那里？就在奥尼品牌的“植物一派”。奥尼从做首乌洗发露开始，就选择了植物一派的营销理念，并以此人无我又的概念统领奥尼的系列产品开发。这样就在根本上将包括宝洁、联合利华在内的洗发产品划归到化学洗发的阵营，而为自己开辟出一个没有竞争者的市场。这比当年七喜上市之初划分可乐市场和非可乐市场的攻击力还可怕，因为奥尼对植物洗发市场的占领也就意味着宝洁、联合利华等国际巨头在*洗发市场领导地位的彻底动摇。所以当年的重庆奥尼的植物一派的人无我有的抉择是非常正确而成功的。

这次实习告诉我，我还需要努力努力再努力，规划好自己的蓝图。在这短暂的实习期间，我深深感到了自己的不足，专业理论知识和实践应用上的差距。在以后的工作学习中，我

会更加努力，取长补短，虚心求教，不断提升自我，在社会上贡献出自己的一份力量。将来无论在什么岗位上，都会努力上进，都会做一个对自己，对工作负责任的人。。

——市场营销方案范本

市场营销方案范本

招商加盟计划书篇三

为深入贯彻党的和市第四次党代会、市委四届二次全委会精神，不断创新招商引资工作思路、改善招商引资方式、拓宽招商引资领域、落实招商引资工作职责，进取营造“领导干部带头、专业队伍主攻、全员力量参与”的招商引资大格局，不断推动经开区招商引资工作深入、高效、健康发展，特制定本方案。

一、工作目标

将20xx年确定为双桥经开区“招商引资攻坚年”，全年招商引资目标任务为：协议资金200亿元以上，到位资金60亿元以上，引进大项目25个以上，引进总部经济企业15户以上，利用内资50亿元以上。

二、工作重点

为确保20xx年招商引资目标任务全面完成，重点抓好以下工作：

(一)突出重点产业。充分发挥经开区“五好一高”的优势，以主导产业为重点，以重大项目为支撑，切实抓好经开区“5+1”产业体系招商工作。

一是汽车及零部件产业。引进汽车整车、专用车及发动机、

车桥、转向器、车架等汽车关键零部件，摩托车及关键零部件等项目，力争引资25亿。

二是现代装备制造产业。电机、轴承、机座、轮毂等，轨道交通装备配套体系和齿轮(磨齿、滚齿)加工，机床制造基地，航空配套产业，大功率柴油机和小型通用汽油机，大型核电装备铸锻件、冷热连轧机铸锻件、大型船用曲轴锻件等关键铸锻件项目，力争引资20亿。

三是循环经济产业。引进电子设备、废旧汽车等拆解项目，再生钢、再生铅、再生橡胶、再生塑料等项目，力争引资20亿。

四是电子信息产业。引进计算机及配套产品、液晶面板及配套产品、通信设备及终端产品、新型电子元件，汽车电子控制装置、车载电子装置等项目，力争引资20亿。引进热水器、冰箱、电磁炉、电饭煲、电风扇、吸尘器等厨房、日用型小家电等项目，力争引资20亿。

五是新能源、新材料产业。引进纯电动和混合动力汽车、汽车燃料电池、汽车轻量化材料、特殊钢、新型有色金属合金材料、光电子材料、光纤通信、新型集成电路、新型建筑材料、电池新材料配件等项目，力争引资20亿。

六是传统优势产业和其他产业。引进本科、高职院校2-3所，力争引资10亿。引进品牌餐饮、百货、连锁店、生产要素批发市场、生活消费批发市场，西部物流园、第三方物流等现代物流等项目，力争引资10亿。引进银行、证券、保险、信托、金融租赁等金融机构，造价、审计等中介咨询机构，力争引资5亿。引进旅游风情小镇、旅游酒店、游乐场、文化创意等项目，力争引资30亿。引进国内及重庆市内品牌房地产项目力争引资20亿。

(二)突出重点区域。抓住国家继续深入实施西部大开发战略，

针对性的锁定重点招商区域，理解、吸纳产业转移和资本外溢，力争在引进资金和项目上取得突破，构成招商引资新格局。一是“珠三角地区”。针对该区域作为全球多个行业的制造基地和战略基地，在汽车及部件、装备制造、电子信息等产业加强对接。二是“长三角经济区”。重点经过全面推进与该区域在高新技术产业、商贸物流等方面的合作，承接产业转移。三是“环渤海经济圈”。借助环渤海地区强劲的工业优势和滨海新区经济发展新引擎，重点针对该区域的循环经济、机械、装备制造等产业进行对接。四是欧美日韩及港澳台地区。主攻欧美日韩及港澳台在金融、物流、电子信息等方面产业，有针对性地加强合作。

(三)突出重点企业。以在华投资的世界500强、中国500强、重庆市工业50强和商业30强、国内外知名品牌企业为重点，努力争取其来经开区建设生产制造基地，设立地区总部和研发机构。

(四)突出重点项目。结合经开区产业发展重点，根据国内外企业发展战略和投资意向，针对性地建立“双桥经开区招商引资重点项目库”，进行项目包装和推介，吸引国内外大公司、大财团来经开区投资兴业。

三、组织保障

成立相应的领导机构和办事机构，构成层级清晰、分工明确、职责落实的机制架构，为招商引资工作供给有力的组织保障。

(一)加强组织领导。经开区招商引资工作领导小组负责统筹经开区对外开放和招商引资工作，研究提出对外开放和招商引资工作的基本思路、工作重点和目标任务；研究制定经开区招商引资优惠政策、考核、奖励、招商委托代理等政策和办法；调度经开区招商引资过程中涉及的土地、资金、人员等资源的平衡；对经开区投资环境、工作透明度和开放度进行监督，对经开区招商工作制度、工作方式进行动态评估；对经开区各

职责领导和职责单位招商引资工作绩效进行检查、考核。

(二)强化统筹协调。招商引资工作领导小组办公室(投资促进局)负责协调、指导经开区招商引资工作，跟进重大招商项目。招商引资评审小组负责对所有招商引资项目投资、用地、产出等进行评估、审核，严格控制引进项目的质量。

(三)成立专业招商小组。结合“5+1”产业体系和重点工作，组成11个专业招商小组，由经开区管委会领导任组长，各相关部门负责人任副组长。各招商小组在经开区范围内抽调2—3名工作人员，专职从事招商引资工作。各招商小组根据涉及产业和目标任务，做好招商项目洽谈、引进、签约和履约等工作的推进及项目落地跟踪服务工作。

四、搭建平台

招商加盟计划书篇四

20x年市场拓展部在公司及分支机构全体同仁关心和支持下，逐步理清思路，打开工作局面，积极上功能、开拓市场。探索一条符合湖北国储实际的市场拓展之路。

一、主要工作

(一)逐步明确仓库未来发展定位。主要围绕四个分公司发展定位进行梳理。在现有业务中进行分类，把符合未来定位及高附加值的优质客户进行着重培养，不符合的逐步淘汰。

(二)是积极跑市场，联系新客户，尝试新领域。公司加紧与联想集团的志勤美集物流公司的洽谈，改造库房硬件设施，引进it产业进场;保持和新疆天业上市公司的联系，打造化工原料物流配送中心。

(三)是加大宣传力度，多渠道开展业务宣传。积极开展申报

湖北省重点物流仓库工作;加紧赶制宣传册,目前清样已经出来;联系专业公司着手广告片脚本编制;针对武钢业务,给武钢物流管理公司送去邀请函。

(四)是着眼市场,完善仓库功能。积极与郑交所联系,申报菜粕和菜油籽期货交割库的申报工作;针对今年国家棉花收储工作任务重的重要信息,积极开展棉花储备库的申报工作。

(五)加大合同管理力度,提高公司掌控能力□20x年9月公司根据《合同管理办法》(以下简称办法)一年来的运行情况,结合公司合同管理实际进行了有针对性的修订。办法经总经理办公会讨论通过,于20x年10月下发并试运行。同年11月要求各单位参照办法将20xx年度合同执行及无合同经营情况进行汇总上报。对发现的问题正在有针对性的加以整改。

二、存在的不足

(一)各分支机构对国家局完善体制机制的顶层设计理解不够,对办公的目的理解不一,所以在推动完善分支机构建设上参差不齐。

(二)由于思维惯性,业务员目前还只能限于本单位和现有业务领域,看市场的宽度和深度都不够。

(三)要从原来的经营人员转化为公司业务人员,形成一个业务团队还有较长的路要走,业务人员的素质和相关业务知识有待提高。

三、20x年工作计划

第一、加大跑市场力度。市场是跑出来的,客户是引进来的。那么,怎么跑市场?一是领导重视。领导重视就是压力,压力转化为动力,可以增强业务人员主动跑市场的积极性,把跑市场变成一个常态性的工作,变被动为主动。领导重视就是

支持，支持就能建立自信，树立必胜的信心。二是建立健全有效的奖惩制度。有效的奖励制度可以有效的提升员工对企业价值的认同，树立对企业的忠诚，以便在此基础上实现其人生价值。合理的惩罚制度可以规范其行为，提升责任心，激发反省能力，对不正确的价值和观念进行改正，提升自我能力。三是明确市场方向。跑市场不能盲目，要根据需求有目的性和针对性的寻找客户资源。要分析自身特点、客户需求、市场动态。增强分析市场、研究市场、把握市场的能力。

第二，明确主营业务，开办专业市场

主营业务指企业为完成其经营目标而从事的日常活动中的主要活动，是企业收入的主要来源。首先，结合自身特点，明确主营业务。武汉分公司、襄阳分公司为城市仓库，具有较强的装卸能力和快速交通通道，适合大宗商品物流和城市快销品作业。孝感分公司具备棉花期货交割资质和多年棉花管理经验，适合以棉花期货交割和收储为主，发展化工产品和烟叶收储。宜昌分公司在集装箱业务上积累了不少经验，可以把集装箱业务打造成主营业务，逐步优化收储种类。各物流部也要结合当前的主营业务，充分发挥成品油、烟叶和种子储备的管理优势，及专用线的特有资产优势，固化主营业务，拓展适合自身的特种业务。在明确主营业务同时，要打造一些有特色的专业市场，如棉花期货交割市场，集装箱业务市场，大型钢材交易市场，城市快销品市场，种子收储、加工市场，竹木交易、加工市场等等。

招商加盟计划书篇五

20xx年7月加入公司，任职副总经理，主管招商部和营运部工作，下面阐述我从入职以来的工作总结。

首先是市场调研并最终形成项目研测报告、商场整体定位、业态占比规划、品牌基数规划、品牌落位图、商场动线规划、租赁决策文件等一系列的招商前期工作；其次是部门人员组

组织架构的设计、团队组建、岗位职责、制度流程、合同文本、部门预算、招商倒排计划、租金执行政策、招商说辞、招商手册制定等一系列中期工作。从20xx年9月初招商部同事开始正式招商，经过15个月的周期，不含超市计划签约面积22459平，实际签约面积204xx平；完成签约率90%，已签约专柜预算收益1779万元□20xx年全专柜预算收益1977万元，预计达成报批版的租赁决策文件计划的80%（以考虑免租期-报批预算收益指标高标准2477万元作比较）。

习惯的作出分析，主要看夜间客流的走向和消费者消费的倾向。一系列的调研为制定项目的研测报告提供第一手数据。

（2）招商前置的准备：首先是组建团队，以部门经理为主，临时抽调营运经理协助招商；其次是要做好各类招商文件，包括：招商手册、招商统一说辞、制度流程的制定与培训、初步规划图纸的交底培训、租金计划的交底培训、资源的收集并分配、分配招商工作任务等。

（3）倒排计划的制定：根据公司要求20xx年10月份开业，制定了一整套倒排计划，涵盖了整个招商工作过程中的所有工作内容和完成的时间节点，作为招商工作的最高指导文件，招商部定期对倒排计划进行梳理和检讨，是完成招商工作的重点工作。

（5）租赁决策文件的制定：根据公司要求，结合瓦房店市场的商业行情，同时参考大连市场中类似项目的收益状况，并考虑到市场商业大环境的前提下，制定了租赁决策文件，按照高标准和低标准两个指导价格，指导招商人员实际洽谈，也为领导决策提供依据。

（6）制度流程及合同文本的制定：制定了招商期间和运营期间的部门制度流程，原则是结合商业公司和集团的组织架构及审批流程，并严格按照既定的制度流程执行；制定了各类合同文本及附带文件，作为签约的前置重要文件。

（7）招商实施阶段的重点阐述和分析：

整个招商过程中，应该说经历了很多波折，在市场大环境的影响下，招商工作面临着巨大压力，但总的来说，我们能够根据招商各个阶段遇到的各类问题及时分析和检讨，缕清思路，启动备选招商方案，基本上解决了问题，具体详述如下。

二楼的招商是最坎坷的，目前的空铺数量也是最多的，主要是由于服装行业经营的不景气，应该说招商部在招聘人员方面也是重点倾向服装类，招商部全体人员利用各种关系进行资源的收集以及全方位的洽谈，可以说大连区域内的服装商户基本都谈过；需要指出的是，由于布局规划和店铺面积过大对招商有一定影响。内衣集合店、运动集合店、皮草广场对招商达成率和招商进度有了保证，但是我们面对的也是同样的痛苦，那就是租金预算背了很多，从二楼我们可以总结出，业态比例规划中服装类比例即使放的已经很低，招商和租金达成也是最困难的，另外品牌级数也跟规划的差距很大，很多引进的品牌质量和运营能力也给后期的调整买下了隐患。

三楼前期招商非常困难，瓦市市场的童装优势资源集中，合作意向无法敲定，引进快乐星后的布局大调整，应该说是三楼招商工作的转折，两大次主力店分布项目南北，对于动线有很大的帮助，三楼满铺的招商结果还是比较不错的，虽然童装类的级别不是很理想，但是合同期可控，不再担忧三楼冷场的情况。需要提出的是汤姆熊的合作没有落下来，这是三楼乃至整个广场的遗憾，从另一个角度讲，娱乐类项目在购物中心的作用越来越明显，商户对城市和商场的考量上有了很严格的要求。

四楼餐饮的招商相对来说比较顺利，美食广场、圣道烤肉瓦国小镇的签约对于其他品牌引进起到了积极作用，但中途铁板烧、烤鱼、西餐厅、瓦国小镇的反弹，瞬间给我们招商的工作带来了巨大考验，招商部也得到公司的大力支持，想尽办法排解了困难，虽然年糕火锅、牛肉汤、五谷板面、姐妹

麻辣烫的品牌级别和经营实力令人堪忧，但是位置、面积对于后续的调整还是可控的。目前有一个空铺，倾向于经营自助火锅，但目前仍没有落实，从洽谈的周期和供应商的数量来分析，主要是瓦房店市场的火锅生意不景气，淡季时间太长，很多供应商对于单独经营自助火锅心有疑虑而放弃投资。

(2) 岗位职责：根据组织架构的设计，对各岗位进行了职责确定及要求并报批；

(3) 制度流程：根据以往项目的实操经验，结合以往项目，制定了部门制度流程，原则是保证营运工程中所有问题解决的时效性，去掉一些繁琐的程序，保证与公司内部、外部的处理口径要一致，综合各部门的意见和建议，形成报批版。

(4) 工程对接：商业规划期间以及商户进场前和进场后，与地产工程的对接尤为重要，由于前期的规划与实际招商进度及调整有很大的变化，在水、电、煤气、空调、消防存在各类问题，虽然在对接过程中发生很多矛盾和不配合，但是凭着一宗宗旨——跟进催促，直到满足商业运营需求为止，基本上目前遗留的问题已经很少。

(5) 图纸评审：对各类图纸的评审，从营运角度提出意见和建议是一项非常重要的工作，虽然从某种角度讲，我们的专业度不够，不能达到毫无遗漏或失误，但是也基本把事情解决在设计阶段，减少了各种浪费，保证公司的损失最小。

(6) 装修管理：装修管理是营运工作的重点，从招商部接到联络单后与商户建立联系开始，到交场、付尺、出图、审图、办理进场手续、施工监管、装修验收为止一些列的工作，需要营运人员的全部参与，关联着很多兄弟部门，这就要求每个人的业务水平和协调能力。以营运部一个全新的团队来说，做到目前这一点着实不易，付出了很多的辛苦，中间过程也出了很多纰漏和失误，但要从实践中总结经验，营运部在开业总结中要体现全面的系统的分析和检讨。

需要指出的是，目前出现问题的原因是多方面的，有客观因素也有主观不足，所以只是提出问题和建议，并不是推卸责任和漠视问题，更重要的是反思解决的办法和途径，我们下一个项目要注意哪些重点问题，具体如下。