

最新营销中心开放董事长发言稿 营销中心开放发言稿(汇总5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

营销中心开放董事长发言稿篇一

尊敬的各位领导、各位嘉宾，新闻界的朋友，女士们、先生们：

大家上午好！

很高兴能与大家相聚在一起，参加中房红伙里营销中心的开放盛典。在此，我谨代表中房房地产开发集团向莅临本次开放活动的各位领导、嘉宾、媒体工作者以及所有关心、关注中房红伙里的朋友表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

伙牌镇位于湖北省襄阳市襄州区北郊，版图面积167平方公里，是襄阳市北拓、襄阳市工业化、城镇化建设的桥头堡。依托雄厚的地理资源和独特的自然资源，在历届镇委镇政府的不努力下，一个依山傍水、绿树成荫、鸟语花香、城园结合的新伙牌走向人们的生活。

乘着伙牌镇阔步发展的契机，秉承“健康人文，国际社区”的开发理念，中房房地产开发集团斥巨资打造了18万方临新207国道国际社区——中房红伙里。作为伙牌镇中心的重量级作品，中房红伙里占据了城市中心区的天时之优；皓营路及新207国道的黄金交叉点，让中房红伙里拥有了百年荣景的地利之势；联袂顶尖设计团队共同建构，荣获襄阳市领导

及各界人士关心，这让中房红伙里又具有了人和之利。中房红伙里得天时、地利、人和，将在这现在是、将来也是的中心宝地上，建造中心。

作为襄阳首个镇级社区商业示范点项目，中房红伙里在建筑规划设计过程中充分利用周边环境资源，拟打造伙牌镇首家集幼教培训、休闲养生，餐饮娱乐等功能为一体的大型社区，做到建筑与自然生态与生活空间完美结合。建设完成后，中房红伙里将成为一座居住人口近万的大型人文生态社区，为伙牌镇6万居民提供最顶级的品质生活。

今天，中房红伙里营销中心的开放，仅仅是中房房地产开发集团迈出的第一步。我们将会牢记使命，积极进取，为升级伙牌人居环境而不懈努力。在此，我们竭诚欢迎各界人士探访中房红伙里营销中心，了解中房红伙里独特魅力，畅享中房红伙里惬意生活。中房房地产开发公司期待各界朋友、领导一如既往的关心和支持，也将与大家一起共享伙牌繁华，共赢合作发展，共创美好未来！

谢谢大家！

营销中心开放董事长发言稿篇二

一、活动目的1、告知社会公众xxx营销中心开放；

2、提升xxxx公司的社会知名度和公众形象；

3、展示xxxx的建设实力。

二、活动主题：

1、活动主题：

2、活动主标题：热烈庆祝xxx营销中心开放

3、整个活动应用红、黄、绿等彩虹色作为活动主色调，塑造公司良好的社会形象。

三、沿途及周边布置

1、项目所在地沿途：布置“xxxx盛大开放”广告牌。简洁明了，风格一致，形成气势。

2、项目大门

在营销中心大门两侧各悬挂气球条幅一条，内容为：

热烈庆祝xxx营销中心开放！

努力建设生态宜居魅力城市！

3、大门西侧布置嘉宾停车场，用于领导、主要嘉宾停车，其余人员车辆沿闻一多大道停放。嘉宾停车场用彩条合围，根据邀请嘉宾按照一人一车的数量确定停车场大小。停车区内设专人引导停车。

四、会场布置

1、嘉宾签到处：设置在嘉宾停车场至会场之间。

需准备用品：签字笔，题词本

2、休息区：营销中心内设置休息区，供领导、贵宾休息。

3、主席台设置：

主席台设在营销中心门前，尺寸另定，面向南方。主席台上铺红色地毯，一条架空彩虹位于主席台前面正上方，横跨整个主席台，标题为“xxxx”营销中心盛大开放”，彩虹门下方

设置两个狮子。

皇家礼炮：主席台前两侧设16门；主席台前两侧各8门。

嘉宾区：主席台前方5米处往后依次排放四排坐椅，每排20把，并预备20把备用。方阵区：主席台下设四个方队（建设单位、施工单位、设计单位、监理单位），每个方队设6排每排6把椅子，加上椅套，并四个方队共预备20把备用。

预备工作：主席台上搭设风雨、遮阳棚。

五、相关部门、单位的邀请

- 1、政府相关职能部门；
- 2、合作单位、项目相关单位、浠水知名企业；
- 3、媒体宣传单位：。

相关部门、单位、人员的邀请需要做专题会议研究决定。

六、活动用品

七、人员安排

2、礼仪小姐：主要领导、嘉宾下车后，根据负责迎接工作领导的指示，为来宾佩戴胸花，引导领导到休息区休息，引导来宾至来宾区就坐。剪裁捧花庆典议程开始后，礼仪小姐负责引导领导剪裁。议程结束后，负责引导领导、来宾至停车场上车。

3、音响、礼炮、烟花负责人员：根据设备租赁情况由设备公司提供，公司项目负责人做好衔接工作。

4、安全保卫人员：请县公安局派出民警协助治安秩序维护。

临时围墙大门口两名，会场两名。

5、公司主要领导：迎宾时在县主要领导、贵宾下车时迎接，并陪同至休息区休息。议程结束后，送县主要领导和贵宾离场。

八、活动程序

8: 20领导、贵宾签到，贵宾领导到达现场，工作人员接待，礼仪小姐为贵宾领导佩戴胸花，并引导领导在贵宾休息区休息。

2、庆典程序：

7) 剪裁开始，由政府领导、嘉宾、公司领导，人员待定。8) 参观营销中心、领导嘉宾题字、合影留念； 9) 开放典礼仪式结束；领导车辆先行，其他车辆稍候。10) 中午设午餐，招待来宾。

十一、应急措施

1、医疗救护

——现场安排一名医护人员，负责临时医疗救护。

2、通信保障预案

——现场设短距离无线对讲机系统一套，四部对讲机；

3、恶劣天气预案

——现场预备雨伞300把；（数量待定）

——准备防雨棚（提前2天咨询气象台做好防护措施），若有可能下雨提前一晚上搭起；

4、设1辆小车作为专车，保证随时出发。

营销中心开放董事长发言稿篇三

(一)总销量同比增长。全市完成销量33425箱，同比31713箱增长1712箱，增幅5.4%，增幅位居全省第四位。

长汀同比增长20.23%，连城增长16.83%，上杭增长8.84%，武平增长14.74%，漳平同比下降0.79%，永定同比下降1.7%，新罗同比下降2.03%。

(二)低档烟销量同比下降。

全市低档烟销量8290箱，同比8393箱减少103箱，降幅1.23%。

(三)销售结构快速提升，一、二类烟合计占比为24.67%，同比提高2.3个百分点。

全市一类烟销量4376箱，同比3514箱增长862箱，增幅24.53%，占总销量比重为13.09%，同比增长2.01个百分点；二类烟销量3870箱，同比3580箱增长290箱，增幅8.1%，占总销量比重为11.58%，同比增长0.29个百分点；三类烟销量13672箱，同比11201箱增长2471箱，增幅22.06%，占总销量比重为40.9%，同比提高5.58个百分点；四类烟销量3216箱，同比5025箱减少1809箱，降幅36%，占总销量比重为9.62%，同比下降6.22个百分点；五类烟销量8290箱，同比8393箱减少103箱，降幅1.23%，占总销量比重为24.8%，同比下降1.66个百分点。

(四)省产烟同比增长。全市完成销量27266箱，同比26491箱增长775箱，增幅2.93%，增幅位居全省第二位，占总销量比重为81.57%，同比下降1.96个百分点。

其中省产一类烟销量3524箱，同比2837箱增长687箱，增幅24.22%；省产二类烟销量3617箱，同比3323箱增长294箱，

增幅8.85%；省产三类烟销量12542箱，同比10051箱增长2491箱，增幅24.78%；省产四类烟销量538箱，同比2808箱减少2270箱，降幅80.84%；省产五类烟销量7045箱，同比7473箱减少428箱，降幅5.73%。

（五）七匹狼品牌市场份额逾六成。

七匹狼系列销量xx4箱，同比17503箱增长2611箱（增长绝对值位居全省第一），增幅14.92%，增幅位居全省第一位，占总销量比重为60.18%（全省最高），同比提高4.98个百分点。

一、二类七匹狼销量7131箱，占一、二类烟销量8246箱的86.48%；一类七匹狼销量3524箱，占一类烟销量4376箱的80.53%；二类七匹狼销量3607箱，占二类烟销量3870箱的93.21%，三类七匹狼销量12542箱，占三类烟销量13672箱的91.73%。

一类七匹狼销量3524箱，同比增长687箱，其中，软红狼销量1029箱，同比增长87箱；软灰狼销量2423箱，同比增长721箱；纯典狼销量33.4箱，同比下降46.6箱；雅典狼销量33.9箱；圣典狼销量3.9箱，同比下降7.9箱。

二类七匹狼销量3607箱，同比增长294箱，其中，红狼销量3110箱，同比增长437箱；枣红狼销量301箱，同比下降187箱；豪迈狼销量96.3箱；豪运狼销量100.1箱。

三类七匹狼销量12542箱，同比增长2490箱，其中，白狼销量6293箱，同比增长1485箱；古田狼销量5588箱，同比增长1242箱；蓝狼销量222箱，同比增长89箱；金狼销量439箱，同比减少326箱。

四类七匹狼即豪情狼销量441箱，同比减少860箱。

（六）省外烟销量同比增长。全市完成6034箱，同比5130箱

增长904箱，增幅17.62%，增幅位居全省第四位，占总销量比重为18.05%，同比提高1.88个百分点。

其中省外一类烟销量811箱，同比621箱增加190箱，增幅30.6%；省外二类烟销量229箱，同比242箱减少13箱，降幅5.37%；省外三类烟销量1071箱，同比1130箱减少59箱，降幅5.22%；省外四类烟销量2678箱，同比2217箱增加461箱，增幅20.79%；省外五类烟销量1246箱，同比920箱增长326箱，增幅35.43%。

（七）条均价上升显著。1-3月全市卷烟销售条均批发价70.36元，同比65.79元，增长4.57元，同比增长6.95%，增幅位居全省第四位。在各个县（市、区）中，新罗区条均价最高（82.29元）且条均价同比增幅最大（10.32%）。

1-3月份全市省产卷烟销售条均批发价69.82元，比去年同期64.02元增加5.80元，增幅9.06%。

1-3月份全市省外卷烟销售条均批发价72.52元，比去年同期74.33元减少1.81元，降幅2.44%。

（八）百牌号烟覆盖市场

3月份在我市销售的百牌号卷烟30个。1-3月份百牌号销量32319箱，同比30802箱增加1517箱，增幅4.93%，占总销量比重为96.69%，同比下降0.44个百分点。

（九）超进度完成xx年省产一二类烟实现数

我市省产一、二类烟占该类别的比重较高。1-3月，省产一类烟3524箱，占一类烟销量4376箱的80.53%；省产二类烟3617箱，占二类烟销量3870箱的93.46%。

1-3月份，省产一类烟3524箱，完成省公司要求的省产一类烟

实现数9450箱的37.29%，超进度12.29个百分点。3月份，省产一类烟销量664箱，同比增长60箱，增幅9.93%，符合省公司要求（3-12月份省产一类烟要实现10%的增长）。

1-3月份，省产二类烟3617箱，完成省公司要求的省产二类烟实现数11240箱的32.18%，超进度7.18个百分点。

二、库存情况

3月末库存为3518箱，低于控库指标（3600箱）82箱，其中省产烟库存1468箱，存销比为0.25（约8天）；省外烟库存1980箱，存销比为1.28（约38天）。一、二、三、四、五类烟库存分别为455箱、353箱、1016箱、1000箱、695箱。

三、下步工作计划

（一）以网建现场会为契机，全面提升营销网络管理水平。

在去年实施四大课题攻关的基础上，今年将以深化终端建设、完善需求预测体系、打造服务品牌、加强基层客户服务部团队建设和强化物流基础管理等五个课题创新实践活动为载体，紧密结合建标贯标工作，突出标准化、系统化、信息化、高效化，全面开展网建现场会筹备工作，建成具有“科学合理、简单高效”鲜明特色的卷烟营销网络，初步实现经营效益型网建向管理效益型网建转变。

1. 突破终端

今年的首要任务是“终端突破”，力争通过强化终端建设形成客户服务体系化、差异化和品牌化，具体要做到“三个更加”（即客户服务更加有效、营销管理更加到位、服务窗口更加文明）和“三个更有”（即营销指导更有意义、终端延伸更有实效、客户关怀更有特色）。

2. 系统集成

今年要在网上订货□e化管理的基础上，与中软海晟公司加强合作，结合“三个更加、三个更有”终端突破活动，把握整合、共享和协同三个关键点，以统筹规划、分步实施、逐级集成为原则，打造“电子商务、网上管理、物流管理”三个信息平台。

3. 建标贯标

今年将按照市局建标贯标工作要求，以化繁为简、突出实效为原则，注重对接，把握关键，突出治本，扎实推进建标贯标工作。

4. 形成体系

今年将以终端突破为基础，以三个平台为依托，结合建标贯标工作，全面开展五个体系建设。一是实施“菜单式”客户服务模式，打造客户服务体系；二是试行“接触点营销”模式，构建工商协同品牌培育体系；三是健全专销协同客户管理模式，完善控制市场体系；四是推行网上管理模式，探索建设科学合理管理体系新途径；五是着力打造专业化物流运作管理体系。

（二）科学把握卷烟投放节奏，提高卷烟经营水平

我们要根据市场需求投放货源，继续本着“稍紧平衡”的原则，注重把握投放节奏，加强对市场需求的分析、研究，重点监控存销比、价格的变动情况，避免因货源投放过多而导致社会库存的增加和卷烟价格的波动，确保卷烟市场的平稳发展。

（三）以“农村抓销量、城市抓结构”为中心，实现“保增长、提结构、稳价格”目标。

今年我市卷烟营销目标是：一是实现总销量10万箱，比增1941箱，同比增幅1.98%；二是实现省产一二类烟销量20690箱，比增1470箱，同比增幅8%；三是实现条均价70元，比增4.3元，同比增幅6.5%；四是实现卷烟毛利增长3000万元以上。

要完成销量目标，就必须大力开拓农村市场，向农村市场要销量。一要抓好边远行政村市场占有，充分倾斜低档烟货源；二要依托农村服务工作站，进一步完善工作站设施，创造良好的工作、生活环境，让农村工作站的客户经理能够安心做好客户服务工作；三要服务与监管并重，加强专销结合，有效覆盖农村市场。

要确保销售结构的提升，就必须抓好城市零售客户服务工作。一要准确分析服务需求，提高响应速度。要认真了解城市客户最关心、最迫切需要解决的问题，切实帮助加以解决。以客户经营指导为载体，提高城市客户经营能力；二是要做好70家“品牌形象店”建设工作，提升城市客户的终端形象，加强全国性骨干品牌的宣传力度，从而提高其培育高档名优烟的能力；三要积极开展工商协同工作，多开展一二类烟的促销活动。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

营销中心开放董事长发言稿篇四

“舞林大会”镇江首届广场舞大赛火热启幕

2015年5月17日，位于丹徒新区镇荣公路和谷阳中大道交汇处的恒冠·32°摩卡营销展示中心门口水鼓喧天，吸引了多批客户前来参观咨询。活动当天，项目户型模型区、沙盘区人气最高，而丰富多彩的文艺表演与现场抽奖（抢黄金）活动，更是让全场气氛高潮迭起！

上午9点，恒冠·32°摩卡营销展示中心开放典礼正式开始。江苏恒冠房地产开发有限公司董事长xxx□总经理xxxx等主要领导出席了此次盛典，并共同为此次活动剪彩！

随着活动的进行，精致奢华的营销中心内迎来了大量客户，气氛热烈。除了精彩的文艺表演，主办方还在洽谈区为客户们奉上了水果、糕点以及精美饮品，在水果糕点的醇美芳香中，或低声交谈，或侧耳倾听，客户在对项目进行了深入的了解后，对恒冠·32°摩卡顶级的商业配套和超实用的户型设计表示相当赞叹与期待。

恒冠·32°摩卡营销中心的正式开放，也宣告了为期2个月的“恒冠·32°摩卡杯”舞林大会暨镇江首届广场舞大赛正式启幕！活动当天的另外一场重头戏，当属比赛的抽签仪式，在紧张的抽签过后，之前报名参赛的24支队伍正式确定比赛场次及时间。

活动现场，主持人随机采访了一个团队，领队人表示：“我们这队年龄都比较大，最小的还52岁了”。但是小编感受着她们散发出的风采，若不是提前了解她们的年龄，还真看不出她们的实际年龄。由此看来由恒冠·32°摩卡冠名，腾讯

房产镇江站、镇江市总工会联合举办的舞林大会注定会“舞比精彩”！

恒冠·32°摩卡，项目位于丹徒新区镇荣公路和谷阳中大道交汇处，建筑面积约8万方，由江苏恒冠房地产开发有限公司投资开发。项目规划有2栋高层住宅、2栋小高层住宅，和底层商业带。所含绿化公园5100平，设施，配套，环境，均属上乘！商住结合的设计理念，必将给丹徒新区的住宅市场带去一阵清风。

目前，冠宝商圈核心90平三房、120平四房部分限量房源摇号免首付，零压力购买，全城预约中！

营销中心开放董事长发言稿篇五

【查看直播】，现在独家放送他现场的讲话内容：

大家上午好，欢迎大家莅临华强广场，参加营销中心暨样板房、中心会的开放与启动活动。在这里，我谨代表芜湖市华强广场置业有限公司的全体同仁，对各位的到来表示最热烈的欢迎和最衷心的感谢！

作为芜湖市中心最重量级的作品，华强广场占据了城市中心区的天时之优；而中山路、芜纺厂以及“赭山、镜湖、滨江”三大商圈的黄金交叉点，则让华强广场拥有了百年荣景的地利之势；再者，华强广场联袂具有丰富项目建设、运作经验的国际顶尖设计团队共同建构，并一直得到芜湖各界人士及领导的关心，这让华强广场又具有了人和之利。华强广场得天时、地利、人和，在这块过去是、现在是、将来也是的中心瑰宝之地上，于中心处再造中心。我们坚信，它必将成为时代骄傲、延续城市传奇的芜湖鸿篇巨制。

极致高端，物业价值更加多元丰满。53万平方米同步全球的中国城市中心体，汇聚尊贵住区□5a甲级写字楼、空中商铺、

高端百货、国际奢侈品旗舰店、潮流电子消费中心等鼎级业态，贡献和引领国际都会中心生活。

今天，华强广场营销中心的开放，仅仅是芜湖华强广场迈出的第一步。我们将会牢记使命，积极进取，为升级芜湖人居环境，为芜湖带来傲视繁华的都心生活而不懈努力。同时，我们也期待各界朋友、领导一如既往对华强广场的开发及建设给予最大的关心和支持。

谢谢大家！

《快讯：华强广场常务副总经理孙方永讲话-365地产家居网》