

# 2023年商业设计规划(优质7篇)

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？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 商业设计规划篇一

### 一、甲级

从事建筑设计业务6年以上，独立承担过不少于5项工程等级为一级或特级的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。

单位有较好的社会信誉并有相适应的经济实力，工商注册资本不少于100万元。

单位专职技术骨干中建筑、结构和其他专业人员各不少于8人、8人、10人；其中一级注册建筑师和一级注册结构工程师均不少于3人。

获得过近四届省级建设行政主管部门评优及以上级别评优的优秀建筑设计三等奖及以上奖项不少于3项，参加过国家或地方建筑工程设计标准、规范及标准设计图集的编制工作或行业的业务建设工作。

推行全面质量管理，有完善的质量保证体系，技术、经营、人事、财务、档案等管理制度健全。

达到国家建设行政主管部门规定的技术装备及应用水平考核标准。

在固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

## 二、乙级

从事建筑设计业务4年以上，独立承担过不少于3项工程等级为二级及以上的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。

单位有社会信誉以及相适应的经济实力，工商注册资本不少于50万元。

单位专职技术骨干中建筑、结构和其他专业人员各不少于6人、6人、8人；其中一级注册建筑师和一级注册结构工程师均不少于1人。

曾获得过市级建设行政主管部门评优及以上级别评优的优秀建筑设计三等奖及以上奖项不少于2项。

有健全的技术、质量、经营、人事、财务、档案等管理制度。

达到国家建设行政主管部门规定的技术装备及应用水平考核标准。

有固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

## 三、丙级

从事建筑设计业务3年以上，独立承担过不少于3项工程等级为三级以上的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。

单位有社会信誉以及必要的经营资本，工商注册资本不少于20万元。

单位专职技术骨干人数不少于10人；其中二级注册建筑师不少于3人(或一级注册结构工程师不少于1人)，二级注册结构工程师不少于3人(或一级注册结构工程师不少于1人)。

有必要的技术、质量、经营、人事、财务、档案等管理制度。

计算机数量达到专职技术骨干人均台，计算机施工图出图率不低于75%。

有固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

## 一、甲级

1、从事建筑设计业务6年以上，独立承担过不少于5项工程等级为一级或特级的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。

2、单位有较好的社会信誉并有相适应的经济实力，工商注册资本不少于100万元。

3、单位专职技术骨干中建筑、结构和其他专业人员各不少于8人、8人、10人；其中一级注册建筑师和一级注册结构工程师均不少于3人。

4、获得过近四届省级建设行政主管部门评优及以上级别评优的优秀建筑设计三等奖及以上奖项不少于3项，参加过国家或地方建筑工程设计标准、规范及标准设计图集的编制工作或行业的业务建设工作。

5、推行全面质量管理，有完善的质量保证体系，技术、经营、人事、财务、档案等管理制度健全。

6、达到国家建设行政主管部门规定的技术装备及应用水平考核标准。

7、在固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

## 二、乙级

- 1、从事建筑设计业务4年以上，独立承担过不少于3项工程等级为二级及以上的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。
- 2、单位有社会信誉以及相适应的经济实力，工商注册资本不少于50万元。
- 3、单位专职技术骨干中建筑、结构和其他专业人员各不少于6人、6人、8人；其中一级注册建筑师和一级注册结构工程师均不少于1人。
- 4、曾获得过市级建设行政主管部门评优及以上级别评优的优秀建筑设计三等奖及以上奖项不少于2项。
- 5、有健全的技术、质量、经营、人事、财务、档案等管理制度。
- 6、达到国家建设行政主管部门规定的技术装备及应用水平考核标准。
- 7、有固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

### 三、丙级

- 1、从事建筑设计业务3年以上，独立承担过不少于3项工程等级为三级以上的工程项目设计并已建成，无设计质量事故。
- 2、单位有社会信誉以及必要的经营资本，工商注册资本不少于20万元。
- 3、单位专职技术骨干人数不少于10人；其中二级注册建筑师不少于3人(或一级注册结构工程师不少于1人)，二级注册结构工程师不少于3人(或一级注册结构工程师不少于1人)。
- 4、有必要的技术、质量、经营、人事、财务、档案等管理制度。

度。

5、计算机数量达到专职技术骨干人均台，计算机施工图出图率不低于75%。

6、有固定的工作场所，建筑面积不少于专职技术骨干每人15平方米。

## 商业设计规划篇二

12月19日 星期二 晴

生产实习马上就要开始了，我选择了设计院作为实习地点，这主要是根据个人的发展方向来决定的，在设计院里可以了解建筑和结构设计方面的工作，有机会下工地了解施工方面的知识。今天是我参加实习的第一天，心情有点激动，但同时难免有些紧张！早上八点半上班，我很早来到了公司。由于初来乍到，对许多事情的运作都不了解，感觉一头雾水，不知道从何着手。我下定决心，把这里当作人生的战场，来走好人生的关键一步。还好，新同事们给我提了些建议，让我先从最基本的画图开始学起，因为以前学过一点，今天我开始熟悉了auto cad版的基本内容和基本操作以及每一项在实际中的运用，简单操作了下。下午我独立完成了一幅结构平面图，画了好久才完成。看来自己得加把劲了。

12月20日 星期二 晴

这两天都在联系cad，毕竟是基础嘛，一定要扎实了。所以我更得抓紧时间练习。中午我去附近图书馆买了一本最新版的cad教程，里面有好多建筑和结构方面实例，还附有光盘。我计划用一周的时间好好研究，不懂得就翻书，问同事。今天，我照着那cad教程操作了几个简单的命令，l是画直线，o是偏移，sc是缩放线性比例，e是删除，s是拉伸，tr是修剪，co是复制，m是移动.....绘图过程中还可以设置对象捕捉的功能，

用起来非常方便。在学习过程中，学姐给了我很大的帮助，教会我怎样用快捷键，通过不断练习，我的画图速度明显提高了，也学会使用快捷键，确实达到事半功倍的效果，避免走一些弯路。不懂的要经常去问，当然，在他们忙得时候我不会去妨碍他们的工作，我一般都会把不懂的问题先记下等到他们谁有空的时候，就拿去问个明白，画图的问题是逮到谁就问谁，结构方面的问题当然就要问师兄。师兄毕业7年了，有很丰富的工作经验。

12月21日 星期三 多云

下班回去后我看了会书，知道了画图的时候应先进行界面设置□limits--zoom--a(全图显示)。其次要建个图层，比如，通常是用红色点划线来表示，也就是说这张图上所有的轴线都是这样表示的，墙体、门窗、楼梯、细部、文字、标注等都应各设一个图层，颜色的设置最好是有所区别，看图和绘图以及修改时都会很方便。所以我一开始很认真的设置了图层，照着书一步一步做下来，虽然是慢了点，但是熟练了以后速度一定会提高的。对这些方面有了大致的了解后，我进行了实际操作--绘图。绘图所用程序为autocad--计算机辅助设计。程序具有二维，三维绘图功能。要先对功能进行了解，再就是熟悉里面各个工具的用法。绘图的时候也有步骤：轴线--墙线--门窗--楼梯--屋内布置--标注。还要一边绘制一边修改。刚开始画一些简单的房屋平面图，学着用快捷键做图。在绘制的过程中也遇到一些困难，如弧线与直线的交接，图形的闭和，楼梯的绘制，在做这些时候经常出现错误，影响下一步的操作。在这些操作中，就需要有足够的细心和耐心去修改。

12月22日 星期四 晴

设计是指应用设计工具、依据设计规范和标准、考虑限制条件，将所提供的设计数据合成一个“对象”（如建筑）的过程。一个建筑工程的设计需要建筑师、结构工程师和设备工程师

的通力合作，特别是建筑师和结构工程师的相互沟通与密切配合。通过这几天的实习，我了解到在设计院结构方面主要做配筋计算和出建施图和结施图。结构工程师的基本任务是在结构的可靠和经济之间选择运作合理的平衡，力求以最低的代价，使所建造的结构在规定的条件下和规定的使用期限内，能满足预定的安全性、适用性和耐久性等功能要求。建筑设计和结构设计是整个建筑设计过程中的两个最重要的环节，对整个建筑物的外观效果、结构稳定起着至关重要的作用，而两者之间又存在着相互协调、相互制约的关系。

12月23日 星期五 多云

12月26日 星期一 多云

## 商业设计规划篇三

### 一、现状分析：

- 1、根据前期项目洽谈及成本对比分析，公司产品与高速公路项目的现场制作成本对比分析，主要优势在场站建设费用的节省，但需与运输费用的相互平衡，否则优势不明显。
- 2、公司技术核心基本来自传统的现场生产技术，无新的技术注入，缺少一定的竞争力。

### 二、急需解决的问题

针对上述情况，企业要想发展，必须解决以下问题：

- 1、股权结构需进一步完善；
- 2、经营团队的融合力；
- 3、产品的技术含量低；

4、企业核心技术、专业技术人才匮乏；

5、增加企业注册资金。

### 三、公司发展思路

围绕上述问题，企业需找准方向，致力打造自己的核心竞争力，建立如下：

#### 1、发展思路

围绕“节约创造利润，品质提升价值”的经营思路，以生产基地为载体，按照“一平台四主线”的发展构想，加快实施形成多元化产品竞争态势，推动企业持续发展。

#### 2、发展构想

一平台：将企业的六景基地作为经营平台，以平台化的经营思维，通过“联营、引进、合作”等方式，解决公司技术能力，增强产品价值。

四主线：即四条产品线

一是产能释放线：即充分发挥钢筋加工、混凝土的生产能力，对标建工智慧制造和商混生产企业，通过联营、加工等方式，释放产能，实现收入。

二是pc构件线：聚集市政基础设施和区域内中小型交通设施项目，发挥发挥已有的场站能力，实现收入。

## 商业设计规划篇四

\_\_\_\_\_机构创立于1996年，是由长期在中国、美国、新加坡三国传媒领域从事经营管理的资深人士创立的、在中国从事



电视传媒业并拥有海外业务网络的传媒公司。\_\_\_\_\_机构包括分别注册于北京、洛杉矶、新加坡的四家电视和广告公司，目前企业总人数为61人。

## 二、产品与服务

(一) 影视节目：\_\_\_\_\_从海外购买或自己包装、制作影视节目，向国内各地电视台、音像出版公司、宽带网络等媒体公司出售其播映版权而获利。公司也向海外销售中国制作的影视节目。

(二) 电视栏目：\_\_\_\_\_对国内外的影视素材进行市场定位、策划、包装、制作、整合，形成自有本土版权、独立品牌的电视节目，通过在全国各地电视频道播映获取相应广告时段的广告收入。公司目前拥有覆盖全国的电视栏目有四个，其中包括：《\_\_\_\_\_》(80家电视频道)、《\_\_\_\_\_》(60家频道)，总覆盖收视人口超过6亿。

## 三、行业与市场分析

电视媒体产业是中国政府最后开放的行业，随着目前广电政策的逐步放松，这个其经济效应被长期压抑的行业正显示出极大的上升和赢利空间。“制播分离”、“频道所有权与经营权的分离”、“网台分离”这些新政策都直接或间接地给非国有电视企业带来了扩大市场份额的机会。

至\_\_年，中国拥有11.85亿电视观众、1000家以上各类电视台，已成为世界上最大的电视观众市场和电视内容需求市场之一。

互动电视、宽带网络□vod点播等数字媒体的快速发展在未来三年内将为影视内容提供商带来更大规模的收益。

\_\_\_\_\_在电视内容提供、电视广告经营、宽带内容提供、音像内容提供等方面都占据一定的市场份额。

#### 四、市场份额与竞争

在面向全国发行的电视栏目市场领域里，\_\_\_\_\_的主要栏目目前占全国各地频道总共13520小时/年的节目时段，市场占有率在同类公司里排名第二位。

在此类市场领域的广告市场上，\_\_\_\_\_拥有全国各地频道676小时/年的广告时间。广告时间的市场公开价格总额为1.29亿元人民币，在同类公司里排名也是第二位。

在面向全国发行的电视栏目市场领域中，自\_\_年1月起，随着新节目的不断推出，\_\_\_\_\_的市场份额已超过探索频道、新华社、欢乐传媒等主要竞争者，仅排名在光线传播之后。在未来两年里，\_\_\_\_\_仍将保持目前的市场扩张和市场份额增长趋势，到\_\_年中旬成为栏目数量、占有频道时间、广告价值总额排名第一的电视节目公司。

在影视内容版权交易的市场领域里，\_\_年\_\_\_\_\_以800小时以上节目量，

6,964,207元销售收入在同类公司里排名居2-3名。主要竞争者为：映佳国际、大陆桥、唐龙国际。

\_\_年，\_\_\_\_\_与中央电视台的海外节目交易收入为4,804,412元人民币，是该台的第二大海外节目交易伙伴。

#### 五、营销战略

以迅速扩大市场占有率，进一步形成市场领先者的地位为公司的营销战略。目前已经取得显著成效：一年以来公司提供的节目在占有频道时间、广告价值总额等方面在同类市场领域里排名都上升至第二位。

#### 六、企业竞争优势

## (一)海外节目供应网络

基于创始人的海外传媒背景及其运作经验，\_\_\_\_\_已经建立起一个覆盖全球的节目供应网络(由中国节目公司、洛杉矶和新加坡分公司组成)，公司在海外节目供应和内容集成方面的能力远胜于主要竞争对手。

## (二)拥有完善的电视节目产业链条

\_\_\_\_\_是国内少数几个拥有完善的电视节目产业链条(策划—片源整合—制作—发行—市场营销—广告—多媒体开发)的电视企业之一，并在产业链的大多数环节上都具备业内一流的实力。

公司的节目供应网络由全球300余家主要的制作公司构成，国内发行网络可定期把节目供达200家以上地方电视频道。在广告经营方面，公司已经建立起一个有丰富经验的销售团队，并与茅台酒、波导手机、中国网通等越来越多的国内外知名产品品牌有了良好的合作。

## (三)庞大的节目库

公司长年积累形成的影视节目库包括超过1300小时的自有版权母带库、\_\_0小时的具有优先使用权的母带库、35000小时的样带库、3,000,000小时全球节目资料库，是目前国内最完整的节目库之一。

## (四)企业品牌

\_\_\_\_\_目前已成为国内电视业最知名的电视公司之一。同时，\_\_\_\_\_的英文品牌\_\_\_\_\_在海外电视业被广泛认知为“oneofthemostimportantchinabuyer”(最重要的中国交易商之一)。

## 七、管理团队

\_\_\_\_\_, 创始人, 联合总裁。曾在新加坡、美国长期从事电视传媒事业, 在影视节目策划、市场运作方面具有丰富的经验。目前作为中国民营传媒界的代表人物, 他在电视界享有广泛的知名度。他一直是“亚洲电视论坛atf”“中国电视金鹰节”等国内外重要传媒业盛会的演讲嘉宾。

\_\_\_\_\_, 创始人, 联合总裁。长期在海外和北京、上海从事电视传媒业的投资和运营。极强的传媒运作能力和产业整合能力使他成为目前国内电视圈内具有影响力的传媒经营者。

\_\_\_\_\_, 美国公司创始人、海外总经理。长期在好莱坞的电视职业生涯使她成为通晓国际电视行业并具有很强经营能力的职业经理人。

除了以上来自新加坡、美国的高层传媒经营人, 公司还拥有一支富有传媒专业经验的本土核心团队, 共同形成一个高效率的\_\_\_\_\_管理层。

## 八、长期发展目标

通过进一步加强公司已经具备的传媒产业链的各主要环节, 形成更为完善的传媒业经营平台。在未来五年内, 公司将发展成为以电视媒体的内容提供和媒体经营为主, 同时涉及平面媒体、数字化媒体等其它媒体的跨媒体综合性传媒集团。\_\_年, 公司的年营业额将超过亿元, \_\_年, 公司的年营业额将超过3亿元。

## 九、财务预测与融资计划

公司在未来两年的高速成长中, 将分别形成2419.58万元、7201.37万元的销售收入以及2227.50万元、6278.67万元的现金流入。

第一期融资计划：以增资扩股方式融资1000万—3000万元人民币；出让股份范围：10%—35%，资金使用：进一步扩大市场占有率，更迅速地占据市场领先地位；大幅度增强自制节目能力和节目开发能力。

第二期融资计划：以增资扩股方式融资3000万—5000万元人民币；出让股份范围：10%—30%，资金使用：频道经营与战略性业务扩展。

## 商业设计规划篇五

在新的一年里，我要以新的思想面貌对待工作中的方方面面，也力争在大家的帮助下工作中有新的进步。

### 一、努力学习，加强自身修养，不断提高个人素质

在日常生活和工作中，我要努力学习别人的好思想和好作风，不断加强自身修养、提高个人素质。要时常坚持做到“工作要向高标准看齐，生活要向低标准看齐，艰苦奋斗、助人为乐”，继续发扬“三老四严”的作风。我虽还不是一个党员，但要以一个党员的标准来要求自己，不断提高个人的思想觉悟水平。在此期间，还要时刻记着以自己的实际行动影响和带动大家把各项工作做到位。与此同时，我还要结合站上的工作安排和本队实际情况，积极协助队长带领全队员工认真学习处、站各项会议精神和上级的文件精神，上传下达贯彻执行上级的各项工作要求，始终把综合队的服务理念“服务追求完美，住户享受幸福”贯彻落实到各自的实际工作中去。

### 二、工作中的学习要求

1、作为物业管理人员，今后要多学习一些物业管理知识，向书本钻研、向区长和楼长学习，不耻下问，增加知识面，力争学以致用。多了解一些社区知识，把小区当成自己的家。要时常学习钻研物业服务标准规范，对一些内容要多了解，

对一些重点部分要时刻牢记在心，大胆实践。

2、技能管理的学习要有目标，有计划的学习一些经营管理知识，抓紧时机多向有关专业人员学习，同时有计划地看看有关的书，联系自己的工作实践，以求能活学活用。

3、对水厂的工作过程及流程已有一定的认识，但还远远不够，要多观察、多思考，以求对水厂的工作有所帮助。对食堂工作流程了解不多，以后要多看看、多学习。对公寓的管理了解也很肤浅，以后也要多向人们请教，以求想问题能更全面，把工作进一步做好。

### 三、牢记自己的岗位职责，做好队长的好助手

1、水厂的核算工作已交给别人半年多了，但自己摸索出来的经验不能忘，还要及时向他人请教以求深化，因为这是一笔贵重的财富。同时，还能对水厂和公寓结算工作有所帮助。维修监管督促工作移交给大厅两个多月了，但工作经验不能忘，还要继续发扬以往的上进精神。维修班还时常来综合队所管的部门进行维修工作，所以对他们的监管和协作还在继续。

2、做好队长的好助手，时刻以人为善，以队长和站长为榜样，多了解人、关心人，必要时要胸怀大局，多做自我批评，坚持以人为本的原则，在安排工作时要时常来鼓励人，激发人们的自尊心和上进心，让人们在自觉、自愿中发扬团结协作精神，努力把上级安排的工作做好，且为下一步工作的顺利进行打下基础。

### 四、具体工作措施

1、勤奋工作，在重点工作之余抓紧时间把队上的各种资料理顺，及时写完整。

2、抓紧时间及时写出消息通讯，把遇见的好人好事进一步发扬光大。

3、做好各部门的好后勤，让他们在轻松愉快中做好工作。不怕吃苦，也不怕吃亏，一切为了集体的利益，个人受点委屈没有什么，相信吃亏是福。

4、在生活 and 工作中谦虚谨慎、注意细节，多锻炼，经风雨、见世面，多和人交流，不断创新工作方法。

## 商业设计规划篇六

地产指在土地所有制的范围内，用来作为财产的土地，招商是指为项目中经营性的物业需求租户或者经营户的工作，那么新的一年如何做好地产招商工作。下面是有商业地产招商工作计划，欢迎参阅。商业地产招商工作计划1

### 一、项目介绍：

温州商贸城是由江苏奔宏置业有限公司出资建设的，该公司的重点项目——句容温州商贸城位于拥有南京御花园之称的句容市，是句容市政府20xx年重点标志性工程，占地面积200亩，处于西环路和104国道的交汇口。辐射南京大都市经济圈，是周边地区目前规模最大的专业建材、五金机电批发市场。该项目投资2亿多元，建筑面积近70000平方米，商铺面积达80000平米，仓储面积35000平米。

### 二、产品定位优势：

温州商贸城坚持以市场为龙头，以产业为依托，以物流为基础，来打造该市场的集群经济、板块经济和名牌经济，它的建成既顺应了当今商贸流通向大时尚集聚的趋势，也符合该地政府倡导的大力发展民营经济的要求，它高起点的定位、规划，超前的建设理念，长远经营思路，是本地区一个融规

范化，品牌化，专业化为一体最大的综合市场。经营项目分别有陶瓷洁具、石材油漆、灯具家具、木业制品、移门橱柜、五金低压电器钻业交易区等，将句容建材装饰、五金机电消费市场进行了科学的规划整合和有效的管理运作。另外，工商、技监、金融、供水、供电等及教育、餐饮、网络等服务设施一应俱全。温州商贸城是一座融展示贸易、仓储物流、科技服务、信息交流为一体的科技商贸城、文化城、信息城。

### 三、交通概况：

本处于西环路和104国道的交汇口。到达句容市区只有1、2公里的路程。项目门口有公交2路10路汽车，平均10分钟一班直达市区。项目距离南京江宁区只有20分钟车程，距离南京市区只有40分钟车程。

### 四、swot分析：

#### 1□s——优势

(1) 地段——离句容市城市中心只有1.2公里，规划的物流商贸区域，对于大型的主题建材市场来说地段优越、位置显赫。

(2) 交通——项目内有公交2路车直达市区10分钟一班，10路车离项目只有5分钟的路程。

(3) 口碑——项目为句容市政府招商引资项目□20xx年10强民营企业□20xx年消费者信得过企业。

(4) 物业——项目占地面积200亩，该项目投资2亿多元，建筑面积近70000平方米，商铺面积达80000平米，仓储面积35000平米。是句容市最大的建材家具批发零售市场。

(5) 配套——配置自动扶梯、6500平米的大型停车场，还有



宽24米的中央绿化带配置休闲区域，配套设施较为完备。

(6) 品牌商家入驻——一期，二期成功引进马可波罗瓷砖，冠军陶瓷，麒麟床垫，全友家私，皇明太阳能句容总经销，世友地板句容专卖店嘉宝莉油漆句容专卖，品牌影响力强大。

## 2□w——劣势

(1) 由于早期句容商业市场没有成熟给投资者带来了忧虑。

(2) 句容老的建材市场由于产生的早在句容人的心里有的一定的认知度，目前新市场开始需要一定周期的培育。

(3) 项目临104国道道，车流快，人流被阻隔，有碍人气的聚集和商气的形成。

(4) 项目居句容市区以外，区域商业网点分布较稀，商业氛围不足。

## 3□o——机会

(1) 经济因素——股市衰退、证券市场萧条、银行存款利率太低，有效投资渠道窄；与此正好相反的是连年存款余额上升，大量闲散资金找不到有较好回报的投资方式。

(2) 政策因素——国家宏观经济调控失当，造成房价一路高升，给投资者带来了商机。

(3) 市场因素——随着经济复苏，人均收入大幅度提升，消费水平提高，消费能力和消费总量迅速增长，商业行业日益兴旺，商业地产开发前景也越来越美好。

(4) 区域发展——本区域被政府规划为商贸物流区，本项目正符合本区域发展，在附近政府有意建造大面积的经济适用

房，加大了本区域的人流量。

(5) 现行的产权式商铺推广模式，可以满足很大一批中小投资者的投资欲望。

#### 4□t——威胁

(1) 国家相关法规明确规定“禁止返租”，而产权式商铺推广模式必须向投资者承诺返租。

(2) 工商局以及广告法对返租、回报承诺等禁止宣传，使本项目在推广中无法将信息传达到位。

(3) 国家对目前房地产的发展过热不断的控制，银行利息不段上调。

(4) 招商难度大，开业时若无大量商户进入，商场经营会遭致失败，还有可能引发市场危机。

(6) 商业市场竞争激烈、经营困难，若不能盈利或保本，将难以摆脱这一沉重负担而无法彻底解套。

#### 五、岗位职责：

##### (一)、部门本职：

2、负责招商洽谈工作，进行市场拓展和完成领导交办的其他工作。

##### (二)、主要职能：

1、计划安排：编制部门本职所管年度、月度指导工作计划；

2、业务开展：对部门本职所管业务进行信息搜集和业务开展；

- 3、规范制订：对部门本职所管业务组织制定操作规程和管理制度；
- 4、检查考勤：对本部门所管业务进行监督、检查和考核；
- 5、资料管理：对本部资料进行管理；
- 6、工作协调：协调与公司各部门的关系；
- 7、市场拓展：开展对外客户洽谈招商工作；
- 8、工作报告：向总经理提交部门工作报告；

### （三）、管理范围：

部门本职所管理业务范围。

### （四）、工作要求：

- 1、同事之间，分工不分家，分职不分责，齐心协力完成工作；
- 2、要经常深入市场基层，了解市场形势，搜集信息，提出计划方案及实施策略；
- 4、对于应由本部解决的问题，必须在一日内给予明确答复。

## 商业地产招商工作计划2

### 一、策划的总体思路

- 1、全面把握：首先是建立在对当前最优产品设计与操盘策略的全面把握之上的，全面掌握他人犯下的错误，避免重蹈覆辙——先求不败而后求全胜。
- 2、项目对接：强调对项目所在区域及个性特点详尽深入的调

查与研究，并对项目的资源优势 and 劣势进行判断与整合，从而实现最优模式与项目自身进行完美对接。

3、创新超越：每一个地产项目都需要超越自我、超越同行业的最高水平，通过在未来领域的积极开拓，不仅为项目自身创造出竞争优势，还可以为地产企业奠定行业地位。

## 二、项目背景

### 1、用地概述

本地块为国土资源局代号为“市物资再生公司地块用地”，规划用地位于xxxx西路北侧□xxx路东侧□xx中路西，北至金凤凰广常本地块总面积为11400m<sup>2</sup>，其中出让面积9327m<sup>2</sup>，规划区间道路面积2073m<sup>2</sup>，区间道路由受让方按规划要求建造。

### 2、项目规划

商业形式：独立商铺布局+大开间框架自由分割商业布局

住宅形式：小户型酒店式公寓布局（不含返迁楼）

2、1 商铺部分：约15000m<sup>2</sup>

2、2 商住部分：

销售住宅：约17000m<sup>2</sup>

返迁住宅面积：约10000m<sup>2</sup>

2、3 绿化面积约3000m<sup>2</sup>（包括平台绿化）

2、4 地下建筑：约6000m<sup>2</sup>

3、相关部门给定的规划设计要点

## xx市规划局建设用地规划设计要点

### 三、企业资源分析、企业目标的界定

#### 1、项目销售按目标计划顺利完成。

1、1短期销售必须成功，顺利渡过项目风险期，实现资金流的良性运作，确保后续开发资金。

1、2总销售额、回款额、销售进度、利润目标的合理实现。

#### 2、项目对企业品牌及后续项目的拉动和贡献。

2、1借助项目运作的成功，永泰田房地产公司确立在昆山房地产行业的地位和影响力。

2、2综合提升xxxx房地产公司的品牌知名度、美誉度和扩张力。

### 四、核心目标——树立品牌

原理：达到商业房地产的三赢境界

品牌时代需要有品牌时代的房地产开发经营的游戏规则，需要有品牌时代的语言与消费者对话，这种全新的沟通语言与游戏规则，就是“房地产品牌语言与品牌运营规则”。品牌时代的消费者需要的不只是房地产产品，而更是房地产品牌，品牌时代的房地产开发商需要学会生产房地产品牌，需要学会运用“房地产品牌运营”的规则生产适销对路的房地产品牌。

品牌经营与消费者处于动态的平衡，消费者不断将自身的体验反馈给经营者，经营者对房地产品牌进行维护与调整，使品牌体验不断更新，品牌价值不断提升。所谓三赢是指开发

商企业价值、消费者客户价值、项目所处的区域价值三种价值的同步提升。通过对楼盘潜在价值、开发商潜在资源、客户的潜在需求的全方位的挖掘与激活，形成强大的品牌势能：消费者欲望燃烧、品牌光芒闪耀、区域能量引爆。最终达到财富涌流、社会进步的全新局面。

## 五、项目开发总建议

引进先进的商业规划，特别注意引进新业态和设计好项目的业态组合。通过前期招商，引进众多国内、国际知名商业企业和品牌，颠覆旧有商业格局。注意引入商业物业和统一运营管理概念，对项目精心包装。通过超常规宣传，通过事件营销进行造势炒作，让该项目的开发成为当地市民关注的热点，并形成良好的口碑并且节约宣传费用。

通过适当灵活划分商铺面积来控制“总价”，推出短期租赁政策，尽量降低投资门坎，使项目积聚大量的潜在客户群。

### 商业地产招商工作计划3

#### 一、确定招商的组织框架和岗位职责

制定非常好的招商策略，而在招商实施中没有很好的执行、甚至走样，那么一切都前功尽弃，一个富有热情、精干、强大的招商队伍是招商的工作的关键。招商的组织框架和岗位职责的确定，主要是对人才个体的技能的锁定和对团队的整体规划。结构合理且高效的招商队伍应配备以下以下几方面人员：

1、招商经理1人，招商团队总负责人。

2、招商主管若干，分别负责项目招商区块的工作：招商主管应具备一定的招商运作经验，长于说服、鼓励性的谈判，具团队合作精神、服从意识和大局观念。

3、招商助理若干，主要职责是帮助一线招商人员作好内务（资料物品、来电来函、来人洽谈、信息收集等）和会务组织等工作。

5、其它服务人员如文案、平面设计、接线及接待人员。

## 二、建设招商团队

打造一支业务能力强、能吃苦、讲奉献、思想品质好的招商团队，是商业地产招商工作顺利进行的重要保证。商业地产招商工作是一项专业性和时效性很强的工作，它要求招商人员具备良好的基本素质和专业素质，以适应各种压力挑战。

1、良好的心理素质。优秀的招商人员的心理素质表现好：临危不惧，胜不骄，败不馁。具体表现为要具备：

（1）坚定的事业心，包括很强的敬业精神，创业精神，勇于进取，勇于创新。

（2）强烈的责任感，是对工作的高度负责精神，刚毅果断，勇于权限内的决策，敢于承担责任。

（3）坚韧顽强的意志力、稳健持重，意志品质坚强的招商人员才能克服困难，并不为小恩小惠诱惑。

（4）良好的自控能力，招商的双方都是围绕各利益，心理上处于对立状态，出现僵持甚至不欢而散的现象亦为常见。

## 2、具备相关经济知识、社交能力和语言表达能力

（1）商业地产招商涉及到经济学、零售学、房地产开发经营、会计与税收等相关学科，以及最新的相关法律法规知识，而且新知识、新技能不断涌现，招商人员必须掌握这些基本知识，适时学习充电，才能更好做好招商。

(2) 商业地产招商对象的行为是一个投资行为，而这行为需要多个管理层的分析到最高层的决策，这就是要求招商人员须充分地分别与各管理层人员进行多次沟通，因而交际工作十分必要且有效。

(3) 招商信息主要是通过文字形式传递出去的，而招商谈判则主要是通过语言来沟通的。招商人员语言表达须正确规范，使用有效的语法、修辞和逻辑，使表达更具吸引力、说服力和感染力。

### 3、具备良好的现象判断能力和灵活应变能力

(1) 敏锐的观察力通过察言观色可捕捉对放的投资意图和实力，通过对手的语言表达姿势和动作观察、分析，进而做出准确的判断。

(2) 应变能力指招商人员能够根据招商形势的千变万化、审时度势，争取相应灵活的对策，使判断向有利己方的方向发展。

## 三、招商实施

招商团队成立后即将进行正式的招商工作，从这一阶段开始面临的是大量的实施工作。首先在项目的核心概念基础上撰写招商文案、制定《招商手册》、制定媒体发布计划、准备合同文本、准备各类产品和项目的宣传资料等等。

招商实施的第一步应该是确定计划中的业态组合，并对周边地产租赁行情进行详细的调查，包括价格、租赁方式、业主投资收益等方面。项目定位是商业街，那它首先就是一个购物中心，业内一般认为购物中心的最佳功能比例是零售、餐饮、娱乐为52：18：30，并称之为黄金比例。当然这个比例并不是绝对的，应灵活应用，但其中隐含的一个原则必须要遵守：购物中心首先是一个卖场，购物功能应占到至50%的比



例。如果餐饮占多数，就是饮食中心；娱乐比例太多，就是娱乐中心，都不能称之为购物中心。过分强调娱乐功能，对发展旅游有好处，但吸引不了回头客。迪斯尼的娱乐做得最好，但95%的游客只去过一次。所以，首先应当是一种零售业态，可以吸引顾客重复消费。

项目租金水平则依据调查结果来确定，调查的结果应分为分割、分层、整体出租三种方案。三种不同的出租方案各有优劣，现行商业地产项目主要采取的是分割和整体出租两种方式，整体出租招商工作比较简单、可一次性回笼大量资金，但回收期较长而且出租者要承担经营风险（一旦承租者经营不善将对整个项目造成打击）；分割出租招商工作复杂、早期投入大，但收益率大大高于整体出租方式（数据显示同时段内高于整体出租50%），采用分割出租方式，开发商自主规划空间大、经营风险较小。

## 商业设计规划篇七

商业计划书写作心得资金是创业者的生命线，也是贯穿企业发展的核心问题之一。

分享一：不同的项目有不同的计划书内容和侧重点。

在投资领域商业计划通常在20页左右ppt容易让投资者接受，通常风险投资公司对一个企业或一个项目的第一印象就是从商业计划书中形成的，企业如果连一份商业计划都写不好，那这个企业就算不上是个好企业。因为企业管理层对商业计划的重视，从侧面上反映出企业管理者的能力及远见。

完全可以相信：一份完备的商业计划书是企业能否成功融资的关键因素。每个公司、每个项目都是独一无二、与众不同的。应用市面上的商业计划书软件或模板而生成的解决方案虽然可以使您的商业计划书的格式符合标准，但这种一般化

的商业计划书无法为您的项目带来深刻独到的见解，无法实现提升企业价值的重要目标。其实，融资企业走进了一个误区；要知道不同的项目有不同的计划书内容和侧重点，而套用出来的计划书会存在很多的相似之处；当你的商业计划书送致投资人手中的时候，专业的投资人能在很短的时间内便发现商业计划书是套用制成的，可见想融资企业并没有用心去制定自己的商业计划，这在投资人心中求资企业的诚信度就迅速降低了，甚至，投资人会考虑到利益风险，而终止对商业计划书的继续阅读，这样，常常使一个优质的项目流产在最初了。

分享二：不过多强调细节。

投资者关心的是产品能解决用户什么问题。

有的企业过于强调产品的功能细节，创业者担心vc不了解自己的产品。在商业计划书就写得非常具体。其实投资者更关心的是你的产品能够解决用户的什么问题。

分享三：商业模式有重点有差异。

增长潜力有多大？营销模式有效么？

分享四：融资额要明确，财务计划要专业。

融资多少不清楚，很多创业者不是按照公司发展需求来融资的。其实，融资额一方面要符合公司未来一年左右对资金的需求，另一方面要符合公司估值和创始人对股权出让比例的计划。以最小的股权出让比例，获得足够公司一定时期发展所需资金，这样才合理。公司发展壮大后，融资渠道会更为畅通，公司价值更大，融资成本也会更低。再有，融资的财务计划。这一节比较专业，很多创业者都是输在这一点上。一些创业者说不清楚自己拿了资金到底应该怎么花，花完了之后达到怎样的目的，投资人怎么退出以及退出的回报等。

说不清楚这一些数据的来源与出处，你的企业价值就没有办法评估，而你拿到资金并给VC的股权也就没有办法证明是否是合理的，所以财务部分很重要。

分享五：稳定的团队利于融资。

团队是否完整?缺少什么人才?了解自己的不足，诚实面对它并要求协助。团队应当吸收各方优秀人士加入，团队一直都是投资者最为看重的一个因素，风险投资界有这样一种说法：“宁可投资一流人，二流项目;也不投一流项目，二流的人”。也就是投人投人再投人，所以大家最关注团队，原因就是只要团队好，模式、市场与利润都是可以创造的，所以企业融资最应该关注的是团队，而投资者最关注的也是团队。有一个相对稳定的团队对投资的成功还是非常重要。

分享六：介绍行业总的市场份额，阐明本企业占领市场的措施。

市场规模与策略。这部分内容主要包括你所提供的产品或服务所处的市场总额有多大，你的目标是占有多大的市场份额。例如有人这样估计营业额：我发明了一种新鞋垫，假设全国人民每人每年买两双，那么市场容量有26亿双，我们只要获得这个市场的一半就不得了了！比较实在可信的方法是计划投入多少资源，调查面向的市场有多少潜在客户，有哪些竞争产品，然后根据潜在客户成为真实用户的可能性和单位资源投入量所能够产生的销售额，最后算出企业的销售预测。

这一部分是为了让投资者了解你的企业所处的市场总量有多少，你能够使用什么手段占领这些市场。这样，看了这部分内容，投资人就能够了解这个市场上能不能培育出一家能在公开市场上ipo的公司出来。

分享七：商业计划书要动态变化。

在商业计划书里，尽量用数字化和通俗易懂的言语措辞来明晰地描述企业产品或服务的属性，让投资人和团队对产品或者服务项目有足够的兴趣和信心。同样注意策划手段的运用，千万不能过头，要适可而止。很多创业者认为一旦商业计划书写好后，就不需要改变了，其实，商业计划书三个月前的与三个月后的，肯定是不一样的。因为市场与环境随时在变化，创业者的想法也在变，而创业者跟投资人谈完之后所知道的缺点与不足也在促使着商业计划书要修改，所以商业计划书也是一个动态的东西，处在变化当中，需要不断添加一些新的市场数据，不断加入一些新的元素，这样的商业计划书更能得到投资者的持续关注，寻求资金支持的企业不要盲目、更不要走捷径去编制商业计划书，先将融资路径设计好，然后调研、整理各方面的基础资料，接下来才可以考虑策划高质量专业的计划书，这才能使得事半功倍。

分享八：最佳融资时间是企业发展就差钱、点把火就能扩大很多规模的阶段。

关于融资金额的部分其实很多时候都会犯这种错误的，典型待价而沽的心态。比较好的融资时间是企业发展就差钱，点把火就能扩大很多规模的阶段，当然在此之前必须有足够的经营数据支撑并证明了你的商业模式和思路是可行的才行。

分享九：商业计划书在5-8页最好

ppt 商业计划书，有个vc告诉我在5-8页最好，多了的 没时间看下去的。

分享十：风险评估很重要。

风险评估也很重要，我始终把财务、市场规模与策略、风险评估作为商业计划书的三个主要内容。

分享十一：保持差异化，将有限资源集中到一个简单明确的

点上。

在每个环节都要参照路长全的聚焦和切割原则，在产品、用户、市场、收入每个方面都保持与对手的明显差异，并确保将有限的资源集中到一个简单明确的点上。

目标客户和潜在客户的分析解决的是用户模式的问题。可以参考蓝海战略探讨的买方链，以及路长全的优先聚焦。

在确定了市场前景和规模之后，要明确自己能解决目标用户什么问题，找出区别于别人的关键因素-即客户为什么要购买你的产品或服务。这里的“别人”应该包括：业内战略集团、他择产业、互补性产品服务。在“关键因素”的分析上，可以考虑时间因素、情感和功能因素(蓝海战略)，并且也要采用优先聚焦原则。

在上述产品模式明确之后，要找到一种有效的方法，确保目标市场份额的实现，并同时能保证单位投入和产出的合理比例。这里路长全的“速度优先”策略非常重要。