

招商活动方案（集锦 12 篇）

招商活动方案 第 1 篇

为进一步改善我街道投资环境,把我街道办事处明年的招商引资工作早安排,早落实,抓紧抓好,抓出成就,做好十三五的工作规划,全力以赴抓好招商引资各项工作,根据我区《招商引资工作考核办法》精神及考核办法的有关规定,特制定如下工作方案:

一、坚持发展是第一要务。

坚持“引进来”与“走出去”并举的战略,围绕以经济建设为中心不动摇,按照市领导有关要求和我市“十二五”规划,做好扩大开放和招商引资工作,以“环境友好型、资源节约型”,不断扩大我街道利用外来投资规模,推动我办经济结构调整和增长方式转变,加速实现我区经济社会的跨越式发展。

二、坚持区政府制定的“五年再创一个新区”的工作思路。

坚持区政府制定的“五年再创一个新区”的工作思路。发展战略和依托城市壮大三产,加强投资方向性指导,用心引进贴合先进街道办事处优化经济结构,具备资源优势和区域优势的项目,引导投资流向主导优势产业,并对我街道四个村进行道路硬化改造,突出自身优势,加强科技投入和基础设施建设,加强引进项目和项目建设工作,一条龙为投资商协商服

务，并且将在办事处设立“投资商家意见投诉站”，对我街道各相关部门进行监督，为商家带给最大化的优质服务。

三、抓好项目前期工作，提高招商引资效率。

深入企业、基层，结合实际制作一批可实施项目，对重点项目要做到必须的深度。要充分利用好招商项目库。及时将招商引资项目库中的项目进行归类、更新、调整，利用招商引资项目册、政府信息网站、市内外新闻媒体进行宣传推介，把我办的招商项目信息向国内外传递。

四、不断创新招商方式，提高招商引资的针对性和实效性。

要利用全街道工作人员、在外创业人员、各类商会联系广泛的特点，动员他们参与我办的招商引资与经济协作，不断拓宽招商与协作渠道。不断加强招商人员业务素质培训。透过多种渠道和途径，努力培养一支适应对内对外开放的高素质工作人员。

招商活动方案 第2篇

按照县委、县政府开展招商引资“三年攻坚”活动的工作部署，为促进我局招商引资工作有效开展，确保完成招商引资“三年攻坚”任务，制定本方案。

一、指导思想

以科学发展观为指导，按照全县招商引资“三年攻坚”会议的总体部署，明确招商引资目标，加大招商引资力度，严格落实招商引资措施，主动沟通，加强联系，重点服务，确保完成我局招商引资目标任务。

二、目标任务

20xx 年—20xx 年，至少引进 1 个超千万元以上工业项目，20xx 年确定目标并洽谈，20xx 年项目签约，20xx 年确保开工。

三、主要措施

（一）强化组织领导。成立局招商引资工作领导小组，局长我局招商引资工作第一责任人，副局长黄汉洙为招商引资工作分管负责人。

局招商引资工作领导小组成员为：

领导小组下设办公室，办公室设在项目投资建设公司，成员为：

局招商引资工作办公室负责组织、谋划、综合、协调全局招商引资活动。

（二）建立三项制度。一是实行包保完成任务制度。局招商办和局主要领导签订目标责任书，确保完成局年度招商目标任务。二是实行招商引资工作每月一通报、两月一调度制度。局务会每个月专题研究一次招商引资工作，听取各科室和招商人员招商引资工作情况汇报，分析有价值的信息，研究新情况、解决新问题，重要项目信息随时会办并作出安排。三是安排必要的工作经费。

（三）全员捕捉并提供信息。招商引资是“一把手”工程，是保增长、促发展、培财源的根本途径，也是全局干部职工的重要职责，局机关各科室、局属各单位 10 月底前至少提供 1 条有价值的招商信息（指有明确投资人、投资项目、落地意向，并进行询问考察，具体由局招商办认定），

并实行月报制度。

（四）积极走访并跟进意向项目。局招商办对所掌握的相关招商引资信息进行分析、筛选，对有价值的招商信息和合作投资意向的人员，注重加强联系，主动采取有效措施，力促来考察签约。

（五）加强跟踪服务和督促检查。局机关各科室、局属各单位要全力以赴为招商引资服务，切实做到亲商、安商、富商，对引进项目提供优质便捷的跟踪服务，着力为投资者排忧解难，全力为投资者献计献策。

（六）健全考评激励机制。凡提供招商引资信息并成功落户的项目引进者，县里奖励资金全部奖给个人，在同等或相近条件下，优先提拔重用；对未完成提供招商引资信息任务的，与年终奖金挂钩。

四、几点要求

（一）加强领导。成立局招商引资工作机构，形成党政“一把手”亲自抓、分管领导直接抓、各科室（单位）人员具体抓，上下联动、齐抓共管、人人参与的招商引资格局。局招商办要制定招商举措，及时掌握招商引资工作动态，落实每月一通报、两月一调度工作机制，切实把招商引资工作当作头等大事抓紧抓好，抓出成效。局其他各科室（单位）负责人要高度重视招商引资工作，服从局统一安排，第一时间抓好信息收集上报，积极为招商服务。

（二）加强宣传。全局干部职工要抓住各种机会，加大对外宣传力度，大张旗鼓地宣传县的优势、我县发展经济的良好环境和招商引资工作，让

更多客商了解、认识、关注、投资，营造全局招商、全力招商、全年招商的浓厚氛围。

（三）按时报送招商引资情况。局招商办要定期向局领导班子汇报招商引资工作开展情况（招商引资信息、项目运作进度和资金到位情况），积极参加县里组织的集中培训，及时通报我局招商引资情况。局机关各科室、局属各单位要不断向局招商办提供招商信息。

招商活动方案 第3篇

为了使鑫源服饰商城（以下简称：鑫源商城）的招商工作在最短的时间内达到预想的目标，在策划过程中，重点在整合推广方面进行了全面的策划。

这次的招商方案仅仅是体现了对鑫源商城在运作过程中的一些思路和操作手法，并且在与公司领导未进行深入的讨论，难免有不足和偏差之处，因此具体的一些执行方案还须公司领导审视后再另行制定。本项目前期通过条幅和气球等前期的宣传手段来造势，而后期通过招商的方式来达到商铺的价值最大化，从而推动鑫源商城项目的整体销售。

一、本项目的招商目的：

根据鑫源服饰商城（以下简称：鑫源商城）市场定位及营销要求，鑫源商城的招商主要是针对服饰批发与零售等业务展开，主要达到以下目的。

1、通过主动导向式招商完成项目“华北服饰批发基地”为主题的定位。

2、通过招商完成项目“一站式”的服务理念。

3、通过招商的品牌导入来提升（鑫源商城）项目投资价值。

4、通过招商形成鑫源商城项目的商流，最终来增强商户与投资者的投资信心。

5、通过行之有效的招商方式来推动鑫源商城项目的销售。

二、项目概况：

本项目地处繁华中山路《新华集贸市场》，地理位置优势明显，其总占地面积。

1、优势所在

（1）商城内主通道宽 x 米、次通道宽 x 米，层高 4 米左右，宽敞明亮。

（2）东邻南大街，改建后，街宽 x 米，快车道 x 米，人行道 x 米，南大街延长后，北通新华路，南接站前配套服务较其他市场完善，储蓄、邮电、交通等设施是别家没有的。

整改后的东临南大街不仅使广大的商户与消费者在交通行动得到了便利，而且还大大方便了批发商们的货物进出。逐渐形成商业兼游乐观光的步行街在客流方面也属于省城商业中的一大靓丽的风景线。

企业荣誉展示

（1）是省政府商业联合会唯一授权制定的“专业童装批发商城”。

（2）鑫源服饰商城前身是鑫源童装大市场，成立于 19xx 年。该商城

历经过十几年的风雨洗礼，现已具有了深厚童装商业品牌文化的沉淀。

(3) 管理团队和管理模式。为适应新时期的市场发展需求，公司组建了全新的专业管理团队，并且还逐渐引进了国外的先进商业管理模式。

(4) 建筑风格、商铺格局的划分等（国际商场、国际风格）。为商户提供电子商务平台，免费为商户及时发布产品信息（高清晰的电子屏、数字电视、商城周边还设计安装了具有国际标准的翻版广告牌。

(5) xx 年 10 月初，被首届河北省经济论坛评为：“二十大最有影响力商城、十大最有影响力市场”。当年 12 月初，正在改造中的鑫源商城被中国纺织工业协会、中国制衣杂志命名为中国著名纺织服装专业市场。

2、劣势分析：

在众多的商户中大部分没有自己的经营主见和市场分析等，所以对于他们（商户、投资人）来说，我们如何转变他们的商铺投资观点是最关键。

三、项目定位

1、形象定位

(1) 品位商业地产（服装商城或购物中心）——————在设计上方面要形成商场或购物中心的概念，并且在创意上一定要有新的想法。

(2) 服务概念——————在如今的社会中，服务业的发展是一个城市建设的见证者。为此要在商业服务上，“服务”是众多商家生存中的一个元素。在我们招商期间一定体现出全新的服务概念化。

2、功能定位

(1) 自由空间、自由组合——————————框架结构设计

(2) 投资潜力大——————————地处繁华地段，我们全力打造未来的专业化“儿童服饰商城或广场”。

四、招商谈判的特点

1、谈判对象的广泛性、多样性和复杂性

在通常的商业地产招商与销售中时间上很有限制，而具体的谈判对象成交条件又是多样的、多变化的。这就要求在招商工作中，招商顾问要围绕本项目的招商范围，广泛收集信息，了解市场行情，并选择适当的方式与广大的商户与投资者要保持广泛的联系和沟通。

2、谈判条件的原则性与灵活性

商业地产项目招商顾问的目标要具体的体现在谈判条件上，条件（优惠政策、）是具有一定的伸缩余地，但其弹性往往不能超越最低界限，界限是谈判人员必须坚持的原则。这一特点就决定了项目谈判人员要从实际出发，既要不失原则，又要随机应变具有一定的灵活性，以保证实现招商谈判的基本目标和最终目的。

3、谈判口径的一致性

我们的招商工作人员在这次商城招商谈判中，双方谈判的形式可以以口头沟通的方式或可选用书面（市场宣传招商资料）的谈判形式，与对方进行更深层次的沟通。这就要求谈判人员要重视谈判策略与技巧，注意语

言表达和文字表达的一致性。谈判人员要有比较好的口才和文字修养能力，也要有较强的公关能力。

五、关于商源的选择原则

根据招商谈判的特点，谈判双方要取得共识，促使谈判成功应遵循以下原则：

1、坚持平等互利的原则

2、平等互利原则，要求谈判双方在适应对方需要的情况下，公平交易，互惠互利，这是保证谈判成功的重要前提。

3、坚持信用原则

信用原则是指招商谈判的双方都要共同遵守协议。重信誉、守信用是商家基本的职业道德。在谈判过程中；应注意不轻易许诺，但一旦承诺，就应履行，保证言行一致，取信于对方，以体现真诚合作的精神。

4、坚持相容原则

相容原则要求谈判人员在洽谈中要对人谦让、豁达，将原则性和灵活性有机结合起来，以更好地达到谈判的目的。

六、招商谈判的准备

所谓招商谈判的准备就是指在思想上、物质上和组织上为谈判进行充分的准备工作，主要包括：招商宣传是招商成功的先导，招商宣传资料是宣传的重要环节，也关系到鑫源市场的整体形象，市场宣传资料所突出如下关键点：

、通过钻石地段选择项目选址的正确性，树立基本点核心地段的商业物业。

2、通过事实列举项目投资商与发展商业绩与荣誉，突出其在项目所在地的地位。

3、招商顾问和投资者以及即将入住商户的选择关系鑫源商城的成与败，在招商过程中，有必要对每个商户进行分级、分类评价，预测他们的投资经营的前景，作为招商的指导。

4、第一需要保证商城内的配套设施的完整性。

5、第二需要保证商城内的品种多样性与专业性。

七、招商工作人员的分配

一般来说，第一步是招商的组织框架和岗位职责的确定，主要是对人才的技能锁定和对团队的整体规划。本人在经过几年实践中得到的经验考虑，从企业的长远发展角度看，招商应配备以下几方面人才：

1、招商经理 1 人，需对本企业所在行业的市场营销有实际操作经验（尤其要擅长招商运作），具出色谈判技巧和人格魅力。

2、招商顾问若干，分别负责商城招商的工作：招商顾问应具备一定的招商运作经验，具备说服、鼓励性的谈判，具团队合作精神、服从意识和大局观念。

3、其它服务人员如文案、平面设计、接线及接待人员视情况而定。

八、应加强招商人员的培训

一个优秀的合唱想要在参加演出时得到观众的掌声，仅仅靠一个队员的个人能力是远远达不到的，必须加强团队的磨合和训练。同样，招商队伍组建之后，也必须进行培训。招商人员一方面通过培训来了解企业的现状和未来的发展前景，同时也是团队进行磨合的过程。针对招商的培训主要有以下几个方面：

1、形象的体现

（1）企业及产品知识，以使团队成员对企业的现状有清楚的认识。

（2）沟通技巧（如接听电话、接待语言、洽谈技巧、仪表举止等），以培养团队成员的职业感。

（3）招商专业知识（招商流程、谈判技巧、接听电话、注意事项等）

（4）招商要旨（招商策略说明及合同解读等）

2、如何提高招商人员的沟通力

（1）有实力。与强者合作才能更强，加盟者希望企业的力量雄厚，解除后顾之忧。招商企业应该将企业长远发展的雄心壮志告诉企业。

（2）有决心。坚定的信念和强有力的推广策略将使加盟商感受到企业推广项目的决心，用数字说明企业的力度是最好的方法。

（3）有信誉。一味的夸大其辞根本无法吸引即将入住的商户和商铺投资者。其次，招商人员在与对方交谈中一定要表现出，态度真诚、有理有据，最大限度的为“投资者”考虑是奠定与商户产生交朋友的基础。

（4）有办法。详细、可行的营销方法对于商户、商铺投资者才有极

（5）有利益。归根结底，成功的推广应该有丰厚的利润，企业的留给加盟者的利益应该十分可观。

3、如何应对商铺投资者、商户的回应的问题。

在招商过程中，要处理大量的信息和参与大量的谈判、说服、培训工作，因此工作内容非常细琐，在实际的过程中常常会遇到一些具体问题，对这些问题的良好解决将使招商工作更完美。对“应招者”提出的问题给予良好的解答将大大增强其信心。

（1）终端的管理和控制方法。

对于终端的管控直接决定了这次招商工作的成与败，因此终端管理的意义也就格外重大一般来说终端包括软终端和硬终端。

硬终端主要是指指的商场的价位在短时间内会不会有什么浮动？对于硬终端管理的主要内容是氛围的包装与营造氛围对提高品牌形象和知名度起着非常重要的作用，会使每一个走进鑫源商城对商户、商铺投资人产生深刻的印象。我们应将现有鑫源商城内商铺包装及出售价位向商户做一详细的介绍，让其根据自己的需要按成本价购选。

软终端主要指终端我们的招商工作人员现场的推荐直接影响招商的进度，作好这次招商工作应要注意以下几个方面必须树立与终端长期合作的目标；

以诚待人，待自己兄弟姐妹一样对待他们，对于年长者要像尊重自己

真诚向他们请教和学习；以信立人，人无信而不立，在工作当中一定要说到做到。

以情动人，以礼待人，加强彼此的沟通；以利导之，建立平等合作关系，圆满完成公司规定的`招商任务，以销售提成形式，增加招商工作人员的奖金收入，最终达到鑫源商城这次招商的目的。

九、项目推广案（20xx 年 12 月 30——20xx 年 3 月 20 日）

（1）准备阶段（12 月 25 日前）

（2）形成“项目策划书”报领导审批，校正并通过。（12 月 28 日）

（3）确定招商班子成员，招商经理 1 名，现场接待 1 名，市场开拓 2 名，宣传单发送 2 名。根据策划书划分任务。（12 月 24——12 月 30 日）

（4）明确项目特色定位在此基础上做好项目的分布划分（12 月 25 ——12 月 28 日）

（5）着手建立宣传鑫源商城的网站等电子媒体，此网站为投资者与入住商户建立俱乐部会员和投资者提供网上服务交流平台，从而建立我公司的原始商户的商铺购买或投资顾客群。为鑫源精品商铺进行网上宣传，为商户和商城整体提供网上宣传。

6 在 12 月 25 日—12 月 28 日前邀请培训师根据市场的实际情况对招商人员进行短时间的培训；从而达到对市场了解项目的市场定位及功能定位以及商城的发展前景分析。

十、价格策略

(1) “低开高走”策略：即以优惠甚至以震撼价入市，以优质优价的形象打入市场，抢占人份额，获得市场关注，聚集人气。实践证明，这种策略是最为保险而且容易造成楼盘热销效果的方法。

(2) 不宜将好的铺位一窝蜂推出，应结合价格低开高走的策略，先以较有吸引力的价格推出位置相对较差的铺位，再随着市场的响应推出相对较好的铺位，价格亦做相应提升。

(3) “特价单位”策略：以部分位置极差且面积较大的铺面以最低起价出售，作为“特价单位”，以超低价造成热销、抢购场面。

(4) 消化风险单位促销策略：在一定阶段对质素较差的单位制定一套促销方法，以低价限时、限量的形式轰动推出，达到畅销的目的。

十一、行销推广策略：

1、通过关系营销及市场营销分阶段进行推广

关系营销主要通过新闻等方式将项目整体形象传播出去，吸引目标客户通过各铺面销售为主。

2、先关系营销，后市场营销

关系招商是针对对鑫源原来的老商户，而市场营销的招商方针则是针对于单个商户与商铺投资人。

3、以卖为主，以租为辅

对于本案的商铺可以采用以卖为主，而以租为辅，当市场旺销时全力

招商活动方案 第 4 篇

活动简介

活动名称： ××——“20xx 年师大迎新生系列活动”（××为冠名企业）

主办单位： xx 师范大学协和学院

支持媒体： 待 定

冠名单位： 待 定（出资企业）

协办单位： 待 定（出资企业）

宣传推广： 天视文化 飞皇文化

活动时间： 20xx 年 9 月 1 日起

方案一： 总冠名 1 家，冠名出资人民币 6 万

冠名赞助商权益：

1. 冠名赞助商享有“20xx 年 xx 师范大学协和学院迎新生系列活动”组织机构授权的冠名权；

2. 冠名赞助商可以“20xx 年 xx 师范大学协和学院迎新生系列活动”名义，经主办方授权许可后自行组织相关的媒体宣传及活动，宣传活动内容应经过主办方确认。

活动现场回报：

1、活动期间，迎新活动的各类报道中出现冠名赞助商 logo 及名称；

2、活动期间，校方指定地点可举办冠名赞助商产品推广活动；

3、活动期间，校方指定地点可派发企业宣传资料及产品样品赠品或纪念品；

4、活动期间，在合约规定的宣传物料上体现冠名赞助商广告，如：迎新手牌 101 个、迎新帐篷 20 个、迎新横幅 20 条，学生手册 3 千本等

5、冠名赞助商享有其 logo 服装提供，将供迎新晚会时使用，服装 500 件。

6、迎新晚会舞台主背景体现冠名赞助商的名字或者 logo 。

7、晚会演出现场广告牌 4 面。

8、活动期间，迎新生专线大巴车身体现冠名赞助商企业 logo 及名称，大巴共五辆，路线分别为火车站---师大新校区，汽车北站---师大新校区，汽车南站---师大新校区。

9、在迎新晚会上，主持人将重复提及冠名赞助商名称并表示感谢。

其他回报

1. 扩大冠名赞助商在学生群体中的影响力，进一步提高其产品的销售额；

2. 扩大冠名赞助商在福州市区及大学城区的'影响力，大巴的车体广告有效的实现了这一功能。

效果评估

综上所述，我们将获得：

1. 超值的广告回报；
2. 赢得关注的新闻公关事件；
3. 多达 2 万人次的传播受众，绝佳的事件营销机会；
4. 参与文化事业的美誉，提升品牌高度；
5. 经济效益的提升；
6. 以文化手段展示实力的成就感。

招商活动方案 第 5 篇

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。

一、指导思想

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。

二、开展半年冲刺竞赛活动的时间安排

4月1日—7月31日，共4个月。

三、纳入半年冲刺竞赛活动的单位

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。

四、开展半年冲刺竞赛活动的内容

（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（指各单位在活动期间内，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）。

五、组织机构及职责分工

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。

六、开展冲刺竞赛的考核办法

对各单位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。

七、实行冲刺竞赛活动结果通报

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。

八、有关要求

（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。

各部门要抓住上半年的时间，由领导带队，主动出击，广泛深入地开展招商活动。要继续按照主攻“长三角”、“珠三角”、“环渤海”的要求，瞄准大企业、大项目、外资项目、科技含量高的项目，在引进项目的规模、质量上有新的突破，切实推进一批项目落地，打牢基矗

（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。

招商活动方案 第 6 篇

一、活动背景

“文化进社区”，是体现文化工作与时俱进的重要窗口，既能折射出城市的文明程度，又能反映出人的素质。在泉州鲤城区政府、泉州广电中心和市青年促进会的组织下，

我们将采取“以社区文艺演出”和“家庭趣味竞赛”为中心，在社区中开展“公益活动”、“便民服务”、“文企联姻”等一系列展示活动的形式来完成“文化进社区”的总体目标，实现便民服务的宗旨。

活动注重便民服务思想，公益性极强，而且主题鲜明，贴近群众。社会的广泛关注必将为赞助商带来极好的广告效应，产生不可估量的广告价值。为赞助商提供一个有利的推广平台，通过活动为企业文化形象、公关品牌做全方位的宣传，达到品牌形象与经济效益双丰收。

二、宣传策略

1、活动深入鲤城区十个小区，逢周六或周日举行。

2、泉州广电中心 889 频道进行前期宣传造势、全程现场采访、直播和后续宣传，覆盖厦门、漳州、莆田等部分地区。

3、泉州电视台将对整个活动进行现场采访报道，并对赞助商的展览活动和针对赞助商量身制作的相关活动进行采访报道。

4、《东南早报》对整个演出活动进行宣传。

5、泉州广电报将对整个演出活动和赞助商相关活动进行前期宣传造势，现场采访和后续宣传。

6、泉州电台 904 交通频道、923 七色调频等频道为活动进行前期播报，活动现场进行采访报道，后续宣传，形成全方位立体式的宣传效果。

三、总冠名赞助商合作赞助费用：

12 万元人民币，共十场演出活动，每个演出活动现场提供一个 3mx3m 展位。

媒体展示：

赞助商将作为联合主办单位之一，整体出现在系列活动的各类报道中，

享有排他性。

泉州广播电视报提供 3 万元不打折广告；

泉州电视台电视图文频道（百姓屏报）提供 4 万元不打折广告；

泉州电台 923 七色调频频道提供 1 万元不打折广告。

泉州广电报在所有版面宣传中链接赞助商企业信息。

泉州电视台对冠各单位领导进行专访。

在每场演出中主持人多次鸣谢赞助商的支持，并出 3 道赞助商知识有奖问答题（奖品由赞助商提供）。

印刷品展示：

在所有宣传海报、宣传单张、宣传横幅上体现赞助商名称或标识。

每个背景喷绘显要位置体现冠单位名称名称。

现场展示：

在每个演出现场显要位置安排专门展位给冠单位的产品或企业形象进行现场推广。

赞助商宣传资料可在每场演出现场派发。

活动现场广告牌一块，由组委会负责设计，赞助商负责制作安放。

特别回报：

邀请赞助商参加各类相关活动。

经主办方授权许可后，可以以活动冠名赞助商的名义自行组织相关的媒体宣传及活动。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/736242240015010051>