

商业地产前期策划方案需甲方提供的资料清单

篇一：一份商业地产前期策划合同书

一份商业地产前期策划合同书

项目：(以下简称本项目)项目地址：

委托方：(以下简称甲方)地址：

电话：传真：

受托方：(以下简称乙方)

地址：

电话：传真：

甲、乙双方经友好协商，达成甲方委托乙方为本项目商业策划、独家招商及物业管理工作之协议。依据中华人民共和国法律的有关规定，具体协议内容如下：

2.甲方权利和义务

2.1 本合作协议签订后，甲方根据实际需要向乙方提供有关本项目的详细资料。包括产权证明，商业公司资质审查、工商营业执照等相关法律文件；

2.2 提供给乙方本项目方案设计图及建筑材料简介；

2.3 提供给乙方本项目的销售方案和商铺分割方案

2.4 协助乙方向有关政府机构查核有关所需文件；

2.5 就本项目招商推广宣传工作提供以下现有材料及资料(如有)：？

售楼书/招商资料；

效果图（室内及室外立面）；

建筑模型；

展板；

现有的建筑设计方案

其他甲方应该提交给乙方的材料

2. 7 所有有关招商推广宣传之平面设计和印刷制作费用，包括印制招商书、录像带制作、横幅及单张制作等，均由甲方负责承担。

2. 8 所有有关招商推广所须宣传推广及公关费用，包括广告宣传费、展销会、新闻发布会、酒会、促销活动、开业剪彩以及其他招商推广活动和邮递费用等，均由甲方承担；

2. 9 甲方可使用乙方的 **ci** 形象作本项目宣传之用。乙方向甲方提供乙方公司 **ci** 形象授权甲方使用的授权书。

3.乙方权利和义务

3.1 本合作协议签订后，乙方应实时开展本项目的各项工作，所有相关本项目的设计规划审核、商业定位、市场调查、及协助各方工作均由乙方策划统筹，但具体方案须事先经由甲方确认同意后方可执行；本合作协议生效后，乙方需实时开展本项目的各项招商工作，招商方案由乙方策划统筹，但具体方案须事先经甲方确认同意后方可执行；

3.2 乙方提供本项目前期策划时间进度表，经甲方确认后执行；由乙方提供本项目前期招商工作、招商工作时间进度表，经甲方确认后执行；

3.3前期策划服务(具体服务内容详见附页)(此项服务内容优先执行);

3.4前期招商服务

在项目建筑期内协助甲方与目标主力店客户接触,掌握其发展动向及硬件上的要求,洽谈初步意向;

联络目标主力客户及协助对项目有兴趣的客户实地视察现场,以尽早掌握其要求,配合项目工程及发展的需要;

现场招商人员由乙方派驻并负责具体招商工作;

于项目即将开业前4个月展开全面推广,全力出击,促使客户与甲方达成租赁协议;

安排客户签署[租赁协议书]及[正式租赁合同];

安排与客户之公关应酬活动;

安排收取之定金等。

3.5乙方应向甲方提供专项工作小组成员等相关资料

4.前期策划服务、规划设计费及进度安排及付款方式

前期策划服务费总计人民币万元整。甲方分三段时间支付乙方前期策划服务费,本合作协议签定后的三天内支付前期策划服务费总数的--%;乙方于协议签署确认后15个工作日内完成《项目商业市场调研及前期策划方案》,乙方提交《项目商业市场调研及前期策划方案》并经甲方确认后三天内,由甲方支付前期策划服务费总数的==%;此后乙方根据甲方提交的《针对初步策划提报的审阅意见》,

按甲方的要求进行补充调查及定位策划建议的调整,并于收到甲方出具的《针对初步()策划提报的审阅意见》之后的15个工作日内完成

《项目商业前期策划方案修整稿》，并提交甲方审阅确认。当《项目商业前期策划方案修整稿》提交并经甲方签收确认后，三天内甲方需付清前期策划费余款。

待乙方完成前期策划服务后，双方进入项目规划设计阶段。由乙方提供商业部分的规划设计服务。规划设计费用原则上按照商业用房总建筑面积的一元/平方米标准收费（需另行订立规划设计服务合同）

5.招商及经营管理服务收费

在委托期内，甲乙双方合作成立项目管理公司或其他合作形式，由乙方负责本项目的招商和后续的物业管理工作。同时针对本项目可借用ss休闲广场的品牌资源，本项目可取得“ss”的冠名权，如命名为ss休闲广场

关于招商工作的代理佣金支付问题：甲方按照双方协商议定的佣金系数比例来支付租赁代理费，佣金系数及支付方式见下表：佣金系数招商进度乙方所得（代理费）付款时间

1. 5完成总建筑面积的40%已租赁商铺的ss个月租金完成该阶段工作后的三天内

1. 8完成总建筑面积的70%超出部分的ss个月租金完成该阶段工作后的三天内

2. 070%以上部分超出部分的ss个月租金按实际发生金额月末结算

6.服务费支付方式

6.1 上述招商代理佣金以人民币结算，并以现金或转帐形式支付予乙方；

6.2 乙方收取前期策划费用时,需向甲方出具正式发票,由此发生的有关税费由乙方承担;

7.不可抗力条款

由于地震、台风、水灾、火灾、战争或其它不能预见并且其发生和后果不能防止或避免的不可抗力事故,致使合同不能够履行时,遭遇不可抗力的一方,应立即将事故情况书面通知对方,遭受不可抗力的一方可免除责任。根据遭受不可抗力事故对履行合同的影响,由双方协商是否解除合同或修改合同。

8.附件

前期商业策划服务内容将作为本合同附件由乙方提供;前期招商推广服务内容将作为本合同附件由乙方提供。

本合同之附件为本合同不可分割的部分,与本合同具有同等法律效力。

9.其它

本合同依照中华人民共和国法律执行。

篇二：商业房地产项目前期策划方案

目录

中文摘要.....5

第一章市场分析.....

一、宏观环境因素分析.....

1.1某经济现状及发展趋向分析.....

二、某房地产市场分析.....

2.1某市房地产现状及趋向分析.....

2.2某房地产市场供求分析.....

2.3房地产市场价格分析.....

2.4房地产市场空置简析.....

2.5各区房地产市场特点及趋势.....

三、项目提案的原则及思路.....

四、商用物业发展的要点分析.....

4.1商用物业的类型.....

4.2商用物业的特征.....

五、广州商用物业的发展轨迹.....

六、某市商业环境分析.....

6.1商业布局总体分布.....

6.2主要商业物业竞争格局分析.....

6.320XX 年-20XX 年某市商用物业销售市场的简析..... 24

6.4现阶段商用物业销售市场的总结..... 2

6.5商用物业市场的发展趋势分析.....

6.6商用物业市场存在的现实问题.....

七、某商业经营及市民消费行为分析.....

7.1某商业经营及主要商业项目销售额分析..... 31

7.2居民收入水平和消费结构分析.....

7.3某市民消费心理分析.....

7.4主要商业地段经营者分析.....

八、针对性的区域商情调查.....

8.1调查目的.....

8.2五星商圈主要街区功能分析.....

 (1)龙城路街区功能分析.....

 (2)解放路街区功能分析.....

 (3)文惠路街区功能分析.....

8.3五星商圈主要商场经营分析.....

8.4近期同区规划的影响.....

九、客户群体分析.....

9.1目标客户群体.....

9.2目标客户群的需求分析.....

第二章项目分析.....

一、地理位置.....

二、项目规模.....

三、项目现状.....

四、项目的资源整合.....

4.1与城市规划前景的整合.....

4.2与商业发展最高经营业态的整合..... 5

4.3与商业经营功能的整合.....

4.4与步行街文化的整合.....

4.5与旅游资源的整合.....

4.6与电子商务资源的整合.....

4.7与事件营销策略的整合.....

五、项目 SwoT 分析.....

5.1总表.....

5.2项目优势分析（S）.....

5.3项目劣势分析（w）.....

5.4项目机会分析（o）.....

5.5项目威胁分析（T）.....

第三章竞争对手分析.....

一、概述.....

2.1区位因素（商圈因素）.....

2.2产品因素（规模因素）.....

2.3经营因素（经营定位）.....

三、主要的竞争对手分析.....

3.1五星商业街.....

3.2蓝色港湾.....

3.3谷埠街国际商城.....

3.4新时代商业港.....

3.5温州商贸城.....

3.6润和 时代广场.....

第四章项目定位.....

一、项目市场定位.....

1.1市场定位理念.....

- 1.2市场定位：.....
- 二、项目形象定位.....
- 2.1形象主题定位：.....
- 2.2支持点：.....
- 2.3项目名称建议.....

摘要

自上个世纪九十年代以来，商品房从热销到滞销再到理性化销售，房地产市场竞争加剧。20XX年之后，随着国家宏观经济调控政策、土地政策、银行贷款政策的调整，开发商完全凭借出让地土地使用权套取银行资金用于房地产项目开发的做法已经难以继续，开发商必须投入大量的自有资金用于项目的前期开发，其面临的开发风险大大加强。于是，更加理性和稳健将成为整个房地产业新的变化，有限的土地资源价值最大化将成为房地产业的最大特征

篇三：大型商业地产项目前期策划模版

大型商业地产项目前期策划模版

商业项目前期策划主要内容

- 1、市场调研分析
 - 1.1宏观市场分析 1.2区域市场分析 1.3客户分析 1.4消费者分析
 - 1.5竞争对手分析 1.6SwoT 分析 1.7未来商业预测分析
- 2、定位分析
 - 2.1战略性总体定位 2.2商业定位
- 3、规划设计建议

3.1、市场依据 3.2、规划设计理念 3.3、市场总体形象 3.4、规划概念设计

3.5、环境景观概念设计 3.6、建筑产品概念设计

4、业态组合规划

4.1业种选择 4.2业种组合比例 4.3业种功能设计 4.4品牌业种布局 4.5楼层主题

5、经济分析

5.1指标预算 5.2分析评估

前期策划第一步市场调研分析

一、市场调研分析的主要内容

1、宏观市场分析

1.1行业环境 1.2城市规划 1.3政策法规 1.4宏观环境

2、区域市场分析

2.1本市商业环境 2.2区域商业环境

2.3商圈分析（城市发展状况、商业环境、商业格局、商圈范围）

3、客户分析

1、经营范围分析 2、投资动向分析 3、经营状况分析 4、客户需求分析

4、消费者分析

1、消费结构研究 2、消费水平研究

5、竞争对手分析

1、竞争对手情况 2、竞争项目情况

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/845103202032011340>