

Training Manual of Investment Promotion

招商引资 实训手册

张鸿儒 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

Training Manual of Investment Promotion

招商引资 实训手册

张鸿儒 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

招商引资实训手册/张鸿儒著. —北京: 经济管理出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5096-2635-1

I. ①招… II. ①张… III. ①外资利用—中国—手册 IV. ①F832.6-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 209763 号

组稿编辑: 杨国强

责任编辑: 张瑞军

责任印制: 杨国强

责任校对: 陈颖 李玉敏

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京画中画印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 880mm×1230mm/16

印 张: 28.75

字 数: 850 千字

版 次: 2013 年 9 月第 1 版 2013 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-2635-1

定 价: 258.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前言

招商引资响彻中华大地。30多年来，各省、地、市、县都在招商引资，几乎所有地方的书记、行政首长都以“一号工程”、“压倒一切工作”、“重中之重”定性、定位这项工作，而各地的电视、电台、报纸、网站无不为此大肆宣传。

招商引资轰轰烈烈。责任制、承包制、全员招商制、重奖、撤职，各种制度措施不遗余力；招商会、推介会、签约仪式、奠基仪式、开工仪式等频频出现。

招商引资重要非凡。招商引资是通过服务投资、引入投资，把发展的要素及条件引入本地的行为，从而达到配置资源的目的，但其在现实中所展示的发展推力、腾飞引擎、脱贫致富的重要成果，以及被大多数人和众多媒体称之为跨越式发展唯一途径的功效，能够在现实中看到、感到、享受到。

招商引资从业人众。全国3000多家开发区、经济区，15000多家产业园，估计约有10万人专职于招商引资工作，30万人兼职于招商引资工作，他们都在努力拼搏。

招商引资缺乏理论。招商引资工作涉及产业、投资、经济、商务、法律、土地、建设、环保、能源、安全、外语、外贸、外资等多方面的知识，但更主要的是，如何寻找、发现项目信息，判断并抓住项目线索，推动加快项目建设，而服务促进项目投产的专门理论和技术方法更缺乏。

招商引资应该提高。在伟大的民族复兴步伐日益加快、各行各业千帆竞发不断提高水平的伟大时代，招商引资工作同样也应在其“三十而立之年”日趋成熟，应在成本效率、工作贡献、投入产出、社会发展等诸多方面有所提高。

招商引资亟需培训。培以成长壮大，训以熟练掌握。10万专职和30万兼职招商引资人员无一不需培训。特别是专业的原理、知识、技术、技能、方法方面的培训。

招商引资呼唤勇士。虽不会流血牺牲，但可能“身败名裂”；虽不会破产失业，但一定“抛家舍业”。招商引资需要勇于创新、善于领军、勤于实践、积极探索、攻坚克难的勇士，更需要慷慨奉献的仁人志士。

招商引资成就无限。伟大的时代，涌现伟大的成就。招商引资事业涌现出无数的人才、实现了无数壮举、创造了多个令人惊叹的奇迹。那些享誉、载誉的“工业园”、“科技园”、“示范园”、“产业基地”等地区，无不彰显招商引资的骄傲。

招商引资值得奉献。我们是战斗在招商引资战线的普通一员，是在这一岗位奉献着的浩荡大军中的沧海一粟，又是有着非普通追求的一个团队：

我们从成立那一刻起，便将招商引资定为主营业务；

我们从当初一个产业园，三年建起了三个产业园；

我们边实践招商引资，边致力于招商引资的理论、知识、技术、技能、方法的探讨，积极总结、研究、实践、试验和创新。

2010年，我们出版了《招商选资的经营管理》；2011年，我们出版了《产业园区的经营管理》；现在，我们将凝聚本团队创新实践和研究成果的《招商引资实训手册》奉献给我们的同行。

三本不薄的书籍里面有我们团队辛勤的积累、实践的结晶、经验的总结、勇敢的探讨、无私的奉献。我们希望以真实实践弥补不足的水平，以实用填补不完整的缺陷，以创新缩小不系统的差距，以认真改正工作的粗糙，以硕果代替将来的遗憾，以早抛之砖盼求美玉迭出。

本手册集张鸿儒博士的10余篇报告、辅导讲座提纲之精华，并由其在主要内容、体例、实际应用与可操作性上做了新的调整。本书吸纳了各次参加辅导人员提出的有关问题，同时将《招商选资的经营管理》、《产业园区的经营管理》各章后附的思考题编制成本书的选择、判断、填空、训练和简答、问答题，并给出参考答案，以飨读者。

参加本书的编写人员有王大祥、崔满丰、张国栋、吉喆、刘寅辉、刘笑宇、刘涛等人员。

目 录

第一部分 招商引资核心内容提纲

第一章 招商引资的基础知识	3
一、招商引资的定义	3
二、招商引资的性质	4
三、招商引资的本质	4
四、招商引资的产生	5
五、招商引资的发展	5
六、招商引资的规律	6
七、招商引资的特点	6
八、招商引资的作用	7
九、招商引资的问题	7
第二章 市场客户对招商引资的需求	8
一、跨国公司投资的服务需求	8
二、国企投资的服务需求	11
三、民企投资的服务需求	12
四、上市公司投资的服务需求	13
五、港澳台同胞及华侨投资的服务需求	14
第三章 招商引资的领导与决策	15
一、招商引资工作的上级领导	15
二、招商引资工作的战略决策	15
三、招商引资工作的发展规划	16
四、招商引资工作的运行体制	16
五、招商引资的工作机制	17
六、招商引资工作的人员要求	17

七、招商引资工作的机构设置	18
第四章 招商引资的组织与管理	19
一、招商引资的岗位分工和责任制	19
二、招商引资的招聘和岗前培训	19
三、招商引资的考核推动	19
四、招商引资的项目信息管理	20
五、招商引资的项目线索管理	21
六、招商引资工作的项目建设推动	24
七、招商引资工作的特有作风	25
八、招商引资工作的专有理念	25
第五章 招商引资的技术与方法	26
一、寻找潜在投资者的“十会”	26
二、招商引资的十八种战法	27
三、关键项目的编、攒、调、改、扩技法	27
四、防止项目不成功的注意问题	28
五、招商引资工作的工艺文件	28
第六章 招商引资的系统理论之一——梧桐理论	29
一、梧桐理论的主要内容	29
二、梧桐理论的系统结构	30
三、梧桐理论的学习使用	31
第七章 招商引资的系统理论之二——蜻蜓理论	32
一、蜻蜓理论的主要内容	32
二、蜻蜓理论的系统结构	33
三、蜻蜓理论的学习使用	34
第八章 招商引资的十大困惑与破解	35
一、招商引资的战略、策略困惑与破解	35
二、招商引资的优势困惑与破解	36
三、招商引资的产业困惑与破解	37
四、招商引资的项目困惑与破解	37
五、招商引资的土地困惑与破解	38
六、招商引资的资金困惑与破解	38



七、招商引资的重视困惑与破解	38
八、招商引资的权限困惑与破解	39
九、招商引资的突破口困惑与破解	39
第九章 招商引资的大项目对策	41
一、大项目的标准	41
二、大项目的作用	42
三、大项目的规律	43
四、大项目信息的寻找	44
五、大项目线索的判断	46
六、大项目的服务	47
七、大项目的谈判	49
八、大项目的建设	50
九、大项目的开业	50
十、大项目的惆怅	50
第十章 招商引资的六个新问题	52
一、招商引资与跨越发展	52
二、招商引资与农业现代化和城镇化	53
三、县级开发区发展方式的转变	53
四、县域产业园的问题与对策	54
五、坚持以地为主招商引资不动摇	55
六、用融资推动招商引资发展	56

第二部分 招商引资知识“七解”

第十一章 招商引资关键字新解	61
一、招	61
二、商	61
三、引	62
四、资	62
五、谋	62
六、略	62
七、优	63
八、势	63

九、禀	63
十、赋	63
十一、路	64
十二、标	64
十三、产	64
十四、业	64
十五、方	65
十六、向	65
十七、政	65
十八、策	65
十九、人	66
二十、材	66
二十一、保	66
二十二、证	66
二十三、核	66
二十四、考	67
二十五、理	67
二十六、论	67
二十七、知	67
二十八、识	68
二十九、质	68
三十、本	68
三十一、技	68
三十二、术	69
三十三、真	69
三十四、法	69
三十五、实	69
三十六、效	69
三十七、规	70
三十八、律	70
三十九、进	70
四十、程	70
四十一、成	71
四十二、果	71
四十三、项	71
四十四、目	71



四十五、寻	72
四十六、源	72
四十七、大	72
四十八、小	72
四十九、信	73
五十、息	73
五十一、线	73
五十二、索	73
五十三、立	74
五十四、推	74
五十五、克	74
五十六、关	74
五十七、落	74
五十八、地	75
五十九、功	75
六十、劳	75
 第十二章 常用英文单词专解	 76
一、accept	76
二、area	77
三、business	77
四、capital	78
五、commercial	79
六、company	79
七、consider	80
八、construction	81
九、contract	81
十、convenient	82
十一、customer	83
十二、decision	83
十三、development	84
十四、environment	85
十五、estimation	85
十六、factory	86
十七、foreign	87
十八、government	87

十九、improvement	88
二十、income	89
二十一、industry	89
二十二、information	90
二十三、international	91
二十四、investment	91
二十五、invitation	92
二十六、location	93
二十七、logistics	93
二十八、look for	94
二十九、management	95
三十、marketing	95
三十一、material	96
三十二、meeting	97
三十三、pay	98
三十四、plan	98
三十五、policy	99
三十六、prepare	100
三十七、price	100
三十八、problem	101
三十九、process	102
四十、product	102
四十一、profit	103
四十二、progress	104
四十三、project	104
四十四、promotion	105
四十五、propel	106
四十六、property	106
四十七、proposal	107
四十八、register	108
四十九、resource	108
五十、risk	109
五十一、sale	110
五十二、service	110
五十三、situation	111
五十四、suitable	112



五十五、support	112
五十六、survey	113
五十七、technology	114
五十八、trade	114
五十九、transportation	115
六十、value	116
 第十三章 招商引资通辞深解	 117
一、保税区	117
二、安全预评价	117
三、比较优势	117
四、标准厂房	118
五、产品结构	118
六、产业结构	118
七、产业聚集	118
八、产业链	119
九、产业乘数	119
十、产业定位	119
十一、产业关联度	119
十二、产业资本	119
十三、差异化营销	120
十四、高新区	120
十五、国际资本流动	120
十六、国际直接投资 (IDI)	121
十七、工业地产	121
十八、互利营销	121
十九、环境评价	121
二十、基础产业	122
二十一、经济规律	122
二十二、价值链	122
二十三、建筑容积率	122
二十四、开发区	123
二十五、楼宇经济	123
二十六、绿色营销	123
二十七、累计投资总额	123
二十八、节能评估	124

二十九、年度投资总额	124
三十、年度投资增长率	124
三十一、企业孵化器	124
三十二、销售利润率	125
三十三、人力资本	125
三十四、融资	125
三十五、商贾	126
三十六、市场细分	126
三十七、土地一级开发	126
三十八、土地投资强度	126
三十九、投资乘数	127
四十、外资	127
四十一、新能源汽车	127
四十二、药品生产质量管理规范 (GMP)	128
四十三、主导产业	128
四十四、支柱产业	128
四十五、资本	128
四十六、资源禀赋	129
四十七、总资产周转率	129
四十八、主营业务	129
四十九、资金链	129
五十、资本结构	130
五十一、总部经济	130
五十二、专利代理	130
五十三、专利年费	130
五十四、美国硅谷	131
五十五、德国慕尼黑科技园	132
五十六、日本筑波科学城	133
五十七、法国索菲亚科技园	134
五十八、英国剑桥科学工业园	135
五十九、韩国大德科技园	136
六十、中国台湾新竹科学园	137
第十四章 招商引资专辞特解	139
一、国企投资原因	139
二、跨国公司投资步骤	139



三、跨国公司投资特点	139
四、跨国公司投资原因	139
五、民企投资原因	140
六、蜻蜓理论	140
七、投资原因分析	140
八、梧桐理论	140
九、项目管理	141
十、项目线索	141
十一、项目信息	141
十二、项目用地条件	141
十三、园区餐饮服务满意度	142
十四、园区厂房闲置率	142
十五、园区购物消费满意度	142
十六、园区产品量市场份额	142
十七、园区国际业内关联度	142
十八、园区继续教育服务满意度	143
十九、园区建设项目选址意见书	143
二十、园区建筑竣工总面积	143
二十一、园区金融服务满意度	143
二十二、园区开工总面积	143
二十三、园区客运服务满意度	144
二十四、园区产品品种市场占有率	144
二十五、园区人力资源服务满意度	144
二十六、园区设备闲置率	144
二十七、园区土地闲置率	144
二十八、园区文体服务满意度	145
二十九、园区业内主要企业资本比重	145
三十、园区业务	145
三十一、园区员工体检和医疗服务满意度	145
三十二、园区与所在产业的行业关系	145
三十三、招商	146
三十四、招商成本	146
三十五、招商方法	146
三十六、招商工艺	146
三十七、招商技术	147
三十八、招商机制	147

三十九、招商理论	147
四十、招商选资	147
四十一、招商引资	148
四十二、招商引资的本质	148
四十三、招商引资的鼻祖	148
四十四、招商引资的产生	148
四十五、招商引资的发展和趋势	149
四十六、园区的社会服务	149
四十七、招商引资的特点	149
四十八、招商引资的规律	149
四十九、招商引资效率	150
五十、招商引资效益	150
五十一、中国产业园	150
五十二、中国开发区产生的原因	150
五十三、中国开发区存在的问题	150
五十四、中国开发区的发展	151
五十五、中国开发区的规模	151
五十六、中国开发区的作用贡献	152
五十七、中国开发区的行政级别	152
五十八、中国开发区协会	152
五十九、园区住宿服务满意度	152
六十、园区的专业服务	153
第十五章 招商引资禁忌用语浅解	154
一、时间方面的禁忌用语和推荐替代语	154
二、空间方面的禁忌用语和推荐替代语	155
三、关于沟通方面的禁忌用语和推荐替代语	156
四、状态方面的禁忌用语和推荐语	158
五、对话中不礼貌的禁忌用语和推荐语	159
第十六章 古今中外商圣商贤对招商引资的启示独解	162
一、白圭对招商引资的启示	162
二、包玉刚对招商引资的启示	163
三、蔡万霖对招商引资的启示	164
四、范蠡对招商引资的启示	165
五、郭广昌对招商引资的启示	166



六、郭台铭对招商引资的启示	167
七、胡雪岩对招商引资的启示	168
八、李嘉诚对招商引资的启示	169
九、李书福对招商引资的启示	170
十、李兆基对招商引资的启示	171
十一、柳传志对招商引资的启示	172
十二、吕不韦对招商引资的启示	173
十三、马化腾对招商引资的启示	174
十四、乔致庸对招商引资的启示	175
十五、荣毅仁对招商引资的启示	176
十六、史玉柱对招商引资的启示	177
十七、陶朱公经商十二则对招商引资的启示	177
十八、陶朱公商场教训对招商引资的启示	178
十九、陶朱公理财致富十二戒对招商引资的启示	179
二十、王健林对招商引资的启示	180
二十一、王石对招商引资的启示	182
二十二、王锡袞对招商引资的启示	183
二十三、王永庆对招商引资的启示	184
二十四、王炽对招商引资的启示	185
二十五、吴仁宝对招商引资的启示	186
二十六、禹作敏对招商引资的启示	187
二十七、张瑞敏对招商引资的启示	188
二十八、张秀根对招商引资的启示	189
二十九、张茵对招商引资的启示	190
三十、郑裕彤对招商引资的启示	190
三十一、安德鲁·卡内基对招商引资的启示	191
三十二、亚蒙·哈默对招商引资的启示	192
三十三、阿曼西奥·奥特加对招商引资的启示	193
三十四、伯纳德·阿诺特对招商引资的启示	194
三十五、哈兰·山德士对招商引资的启示	195
三十六、卡洛斯·斯利姆·埃卢对招商引资的启示	196
三十七、稻盛和夫对招商引资的启示	197
三十八、丰田章男对招商引资的启示	198
三十九、郭鹤年对招商引资的启示	199
四十、金字中对招商引资的启示	200
四十一、具仁会对招商引资的启示	201

四十二、乔·吉拉德对招商引资的启示	202
四十三、拉里·佩奇对招商引资的启示	203
四十四、约翰·戴维森·洛克菲勒对招商引资的启示	204
四十五、亨利·福特对招商引资的启示	205
四十六、康拉德·希尔顿对招商引资的启示	206
四十七、李秉哲对招商引资的启示	207
四十八、鲁伯特·默多克对招商引资的启示	207
四十九、李·艾柯卡对招商引资的启示	208
五十、路易斯·郭士纳对招商引资的启示	209
五十一、皮埃尔·杜邦对招商引资的启示	211
五十二、拉坦·塔塔对招商引资的启示	211
五十三、雷·克洛克对招商引资的启示	212
五十四、松下幸之助对招商引资的启示	213
五十五、史蒂夫·乔布斯对招商引资的启示	214
五十六、土光敏夫对招商引资的启示	216
五十七、威廉·亨利·盖茨对招商引资的启示	217
五十八、沃伦·巴菲特对招商引资的启示	218
五十九、原一平对招商引资的启示	219
六十、郑周永对招商引资的启示	220
第十七章 招商引资典例析解	222
一、好项目缺资质难成好事，先投资再重组好事终成	222
二、大项目常伴大烦恼，大耐心引来大投资	222
三、为了找项目，先行搞会务	223
四、一人传一人搭建人梯，一个引一个带来一批	224
五、发生意外项目跑，措施得当项目保	225
六、以官招商，大路通畅	226
七、找到共同偏好，项目定成没跑	226
八、目光长远说好话，项目由小可变大	227
九、大项目要大胆拿，避风险靠科学抓	228
十、女性细腻，决策犹豫 情感传递，项目不弃	228
十一、项目好，缺资金 攒要素，保引进	229
十二、熟人给足面，政策守底线 变脸不翻脸，赢在巧周旋	230
十三、会前会后忙过会中 会内会外要于会上	230
十四、招商成势项目多 供地紧张有对策	231
十五、领导出头一定给面，保住项目巧妙转换	232