

商业地产实战丛书

COMMERCIAL
REAL
ESTATE

招商

商业地产项目招商策划 与执行实战指南

余源鹏 主编

借鉴国内众多商业地产项目招商成功经验
深入研究介绍商业地产招商专业理论知识
点评分析各类商业地产招商优秀成功案例
详述招商策划与执行方案制定的实操技巧
提供大量优秀商业地产项目招商手册范例



第2版



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

商业地产实战丛书

招商

——商业地产项目招商策划与执行实战指南

第2版

余源鹏 主编



机械工业出版社

本书对商业地产项目招商的策划管理与执行进行了多方面的阐述，是一本内容全面的商业房地产项目招商的参考书。内容包括商业地产招商概论，商业地产招商队伍的组建与管理，商业地产项目市场调研，商业地产项目定位，商业地产项目产品规划建议，商业地产项目招商总策略的制订，商业地产项目招商整合推广策划，商业地产项目招商执行方案的制订，商业地产项目招商合同范本大全，商业地产项目经营管理等。书中介绍了大量商业地产招商的成功案例，并配以详细深入的分析，适应现在商业地产项目招商的策划、管理和执行实战的需求。本书适合房地产开发公司、房地产顾问策划公司、房地产招商代理公司、商业房地产顾问公司、商业房地产项目经营管理公司和房地产广告公司的从业人士阅读参考。

图书在版编目 (CIP) 数据

招商:商业地产项目招商策划与执行实战指南/余源鹏主编。—2版

—北京:机械工业出版社,2015.7

(商业地产实战丛书)

ISBN 978-7-111-50363-7

I. ①招… II. ①余… III. ①城市商业—房地产—市场营销学
IV. ①F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 112199 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:赵荣 责任编辑:赵荣

责任校对:赵蕊 封面设计:张静

责任印制:李洋

北京瑞德印刷有限公司印刷 (三河市胜利装订厂装订)

2015年8月第2版第1次印刷

184mm×260mm·31.25印张·795千字

0001-3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-50363-7

定价:78.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

服务咨询热线:010-88361066

机工官网:www.cmpbook.com

读者购书热线:010-68326294

机工官博:weibo.com/cmp1952

010-88379203

金书网:www.golden-book.com

封面防伪标均为盗版

教育服务网:www.cmpedu.com

本书编写人员

主 编：余源鹏

策划顾问：广州市智南投资咨询有限公司

余源鹏房地产大讲堂

参编人员：

陈秀玲	蔡燕珊	梁嘉恩	杨秀梅	谭嘉媚
黄颖	陈思雅	刘雁玲	刘俊琼	黎敏慧
朱嘉蕾	张家进	余鑫泉	唐璟怡	李苑茹
李惠东	杨逸婷	陈晓冬	奚艳	张雄辉
王旭丹	陈小哲	夏庆	邓祝庆	罗宇玉
杜志杰	罗艳	马新芸	林旭生	陈友芬
张洁	林敏玲	叶志兴	莫润冰	黄志英
胡银辉	曾琳	谭玉婵	蒋祥初	宋明志
肖文敏	刘丹霞	林达愿	罗慧敏	崔美珍

信息支持：智地网

www.eaky.com

房地产基础知识网

www.eakyfa.com

房地产培训课程网

www.eakypx.com

前 言

商业地产是商业房地产的简称，又称商业物业，我国港台地区以及国外的普遍叫法是零售不动产。商业地产既不仅仅是商业，也不仅仅是房地产，它同时兼有地产、商业、投资、运营、模式可复制等特性，是一个具有地产开发、商业运营与资本运作三重特性的综合性房地产行业。从广义上来讲，能够提供商业平台交易的房地产开发项目都能被称为商业地产项目，包括各种零售、餐饮、娱乐、健身、休闲、文化交流等经营用途的房地产形式，其开发类型包括了城市综合体、商业综合体、购物中心、商业街、专业市场、社区商铺、裙楼底商、写字楼、酒店、商务公寓等。

由于商业地产兼具出售和出租两种经营模式，随着城市土地的日益稀缺，城市土地的价值也是逐年上升，许多房地产开发商基于企业的长远发展战略，从住宅地产开发转向商业地产开发，在出售部分商铺和公寓回笼资金后，手握大量商业经营场地，长期出租，做大业主。

招商是物业所有人或商业经营管理公司主动寻找商家租赁本项目并进行经营的一个过程。在这个过程中，需要在一定范围内对物业进行宣传推广以增加项目的知名度与美誉度，然后在此基础上招商人员要主动寻找商家，并与其就相关条件进行谈判，最终使商家入驻本项目。项目开发前期对主力店进行招商洽谈更能提前锁定主力商家进行定制型的规划设计，使本项目更有商业价值，降低开发运营风险。

对于商业物业来说，由于在刚开始时商业氛围还没有形成，或者是商业氛围不够浓厚，这时若将商业物业进行销售，售价将会比较低，甚至会出现滞销的局面。若这时将商业物业进行招商，开发商先让利吸引商家入驻，等到市场培养起来后，物业的价格必定有所上涨，这时才对物业进行销售。这样做既可以避免出现滞销的局面，又可以使开发商享受物业升值所带来的收益。

当然，若投资商不急于回笼资金，将部分或全部物业用于出租，通过长期收取租金的形式获得回报，其总收益必定会远远大于销售所带来的收入。香港几大开发商均有将大约三分之一的物业进行招商出租的习惯。招商出租和销售是房地产行业获取投资回报的两大途径。

招商可以为商业地产的开发带来更多的收益。我们在2010年编写了《商业房地产项目招商实操一本通》一书，本书一经面世即深受全国商业地产开发商、招商代理公司、经营管理公司等相关从业人员的追捧，多次加印。



由于近年商业地产开发情势火爆，许多新的问题、新的方式方法层出不穷，应广大读者要求，我们经过两年多时间的总结研究，在保留第1版精华的基础上对第1版进行修订，增加了大量精心挑选的商业地产招商的成功案例，并配以详细深入的点评来对相关的理论进行说明，删除了部分不适应现有操作要求的内容，使得本书更具学习参考价值，更能适应现在商业地产项目招商的策划、管理和执行实战要求。

本书共用10章的内容对商业地产项目招商的策划管理与执行进行全面的阐述，这10章的内容具体如下：

第1章，商业地产招商概论，主要内容包括：商业地产的相关概念，商业地产招商的十个基本原则，商业地产招商策划的六个流程，商业地产四个招商阶段的工作要点，商业地产招商控制的五个方面，商业地产招商的十个成功要诀，商业地产招商应注意的12个问题。

第2章，商业地产招商队伍的组建与管理，主要内容包括：商业地产招商组织架构的建立，商业地产招商人员的岗位职责说明，商业地产招商队伍的培训，商业地产招商队伍的管理。

第3章，商业地产项目市场调研，主要内容包括：商业地产项目市场调研概述，商业地产项目投资环境分析，商业地产项目所在城市商业环境分析，商业地产项目的商圈分析，商业地产项目的自身情况分析，商业地产项目的竞争对手分析，商业地产项目的客户群分析，商业地产项目的SWOT分析。

第4章，商业地产项目定位，主要内容包括：商业地产项目定位概述、商业地产项目的功能定位、商业地产项目的形象定位、商业地产项目的档次定位、商业地产项目的客户群定位、商业地产项目的业态定位。

第5章，商业地产项目产品规划建议，主要内容包括：商业地产项目产品规划修改建议，商业地产项目业态规划建议。

第6章，商业地产项目招商总策略的制订，主要内容包括：商业地产项目经营租赁模式的确定，商业地产项目招商目的、目标和原则的确定，商业地产项目招商进度计划的制订，商业地产项目招商渠道的确定，商业地产项目招商策略的制订、商业地产项目招商中存在问题的预测。

第7章，商业地产项目招商整合推广策划，主要内容包括：商业地产项目营销策划，商业地产项目招商广告策划，商业地产项目招商广告文案撰写，商业地产项目招商媒介策划，商业地产项目招商包装策划，商业地产项目招商活动策划，商业地产项目招商推广策划。

第8章，商业地产项目招商执行方案的制订，主要内容包括：商业地产项目招商前的准备工作，商业地产项目招商对象的确定，商业地产项目租金的确定，商业地产项目招商优惠政策的制订，商业地产项目各阶段招商执行计划的



制订，商业地产项目招商费用的估算。

第9章，商业地产项目招商合同范本大全，主要内容包括：商业地产项目招商代理合同范本，商业地产项目委托经营合同范本，商业地产项目订租协议书范本，商业地产项目租赁合同范本。

第10章，商业地产项目经营管理，主要内容包括：商业地产项目经营管理理念的确定，商业地产项目经营管理方针的确定，商业地产项目经营管理模式的确定，商业地产项目经营管理服务内容的确定，商业地产项目经营管理守则的制订。

本书是一本理论与案例相结合的、内容全面的有关商业地产项目招商实操方面的指导书和案例参考书，具有以下七个特点：

第一，专业性。本书有别于一般的房地产理论图书，它是针对商业地产项目招商这一环节而“量身定做”的一本针对性极强的书。与市面上其他的房地产图书相比，本书更具有专业性与针对性。

第二，实操性。本书的编写人员全部来自多年从事商业地产项目招商的一线专家，实操经验丰富，力求通过全面实用的理论和众多成功的案例，使读者可以在最短的时间内吸收前人的实操经验。同时，本书一如既往地保持了我们的编写房地产图书的实操性风格，力求体现招商工作的内容、要求和深度，并尽量使每一位读者在仔细阅读本书后能够独立操作商业地产项目的招商工作。

第三，先进性。本书以我们的招商经验为基础，总结了近年全国商业地产项目招商的成功案例和成功经验，走在时代发展的前列，能反映商业地产项目招商的发展动态。

第四，全面性。本书的全面性体现在以下两个方面：一是本书中所举的案例涉及商业地产的各种类型；二是本书中的案例来自于全国各地，覆盖面广，具有很好的代表性。

第五，工具性。本书的工具性体现在两个方面：第一，本书的编写具有模块化的特征，每章就是一个模块，并引用了国内许多商业地产项目成功招商的案例，读者在实际工作中遇到问题时，可以直接找到本书中相应的章节进行参考借鉴，第二，本书提供了各类型商业地产项目的招商手册范本和招商中所用到的各种合同、协议的范本，读者可以直接对这些内容进行参考。

第六，案例性。为了说明商业地产项目在招商中的实际工作内容，本书对任何一个细致的要点都以国内相关的优秀案例进行说明。这些案例涉及内容全面，分析到位，能代表国内最高水平。

第七，易读性。本书在语言表达上尽量做到通俗易懂，即使是刚进入这个行业的人员也能充分理解编者想表达的意思，从而更好地掌握商业地产项目的招商要诀。



本书是广大商业地产招商从业人士入门培训和职业提升必备的实战指南，是广大商业地产投资商和开发商的董事长、董事、总经理、总监及各部门、各项目经理的必备参考书籍；适合涉及商业地产开发项目定位、策划、销售、招商和商业规划的商业地产投资商、开发商、运营商、经营管理企业、商业地产咨询顾问公司、商业地产策划招商代理公司、商业地产规划设计单位的相关领导及从业人士阅读；适合商业地产项目的百货、超市、餐饮、娱乐、专卖店、连锁店的经营商家的管理人员学习阅读；是所有有意进入商业地产投资开发行业的投资者、决策者、管理者和从业者的必读书籍。

本书在编写过程中，得到了广州市智南投资咨询有限公司相关同仁以及业内部分专业人士的大力支持，在他们的帮助下，本书才得以及时与读者见面。本书是我们编写的“商业地产实战丛书”中的一本，有关房地产其他相关实操性知识，请读者们参阅我们编写的系列丛书，也请广大读者对我们所编写的书籍提出宝贵的建议和意见。另外，为感谢广大读者的长期支持，请购买过余源鹏主编的房地产和物业管理图书的读者，登录我们的网站（www.eaky.com）可免费下载最新房地产一手资料和《中国房地产情报》刊载的内容。

目 录

前言

第1章 商业地产招商概论	1
1.1 商业地产的相关概念	2
1.2 商业地产招商的十个基本原则	3
1.3 商业地产招商策划的六个流程	4
1. 确立目标	4
2. 广泛收集各方面资料	4
3. 制订各类招商方案	5
4. 比较选择各类方案	5
5. 实施方案	5
6. 方案实施后的跟踪和反馈	5
1.4 商业地产四个招商阶段的工作要点	6
1. 开发前期招商的工作要点	6
2. 开发中期招商的工作要点	6
3. 开业招商的工作要点	6
4. 开业后招商的工作要点	7
1.5 商业地产招商控制的五个方面	7
1.6 商业地产招商的十个成功要诀	8
1.7 商业地产招商应注意的12个问题	11
第2章 商业地产招商队伍的组建与管理	13
2.1 商业地产招商组织架构的建立	14
2.1.1 由开发商组织招商时的招商组织架构	14
1. 开发商招商组织架构一	14
2. 开发商招商组织架构二	14
3. 开发商跨地域招商的招商组织架构	14
4. 开发商跨业态招商的招商组织架构	14
2.1.2 由代理公司组织招商时的招商组织架构	16



1. 代理公司招商组织架构一	16
2. 代理公司招商组织架构二	16
3. 设有对接人员的代理公司招商组织架构	16
2.1.3 由经营管理公司组织招商时的招商组织架构	17
1. 经营管理公司招商组织架构一	17
2. 经营管理公司招商组织架构二	18
2.1.4 商业地产招商人员的配置	19
2.2 商业地产招商人员的岗位职责说明	20
2.2.1 开发商招商人员的岗位职责说明	21
1. 单设招商部的开发商招商的岗位职责说明	21
2. 设置策划师协助招商的开发商招商人员的岗位职责说明	22
2.2.2 代理公司招商人员的岗位职责说明	23
1. 单设招商部的代理公司招商人员的岗位职责说明	23
2. 由开发商提供协助人员的代理公司招商人员的岗位职责说明	24
3. 设有对接人的代理公司招商人员的岗位职责说明	25
4. 跨地域招商的代理公司招商人员的岗位职责说明	27
2.2.3 经营管理公司招商人员的岗位职责说明	28
1. 重点突出招商工作的经营管理公司招商人员的岗位职责说明	28
2. 组织关系责权明确的经营管理公司招商人员的岗位职责说明	29
2.3 商业地产招商队伍的培训	30
2.3.1 商业地产招商队伍的培训内容	31
1. 商业地产招商队伍不同阶段的培训内容	31
2. 社区商业街类招商队伍的培训内容	32
3. 专业市场类招商队伍的培训内容	32
4. 招商代理公司招商队伍的培训内容	33
5. 经营管理公司招商队伍的培训内容	33
2.3.2 商业地产招商队伍培训课时的安排	33
2.3.3 商业地产招商人员言行举止培训	34
1. 商业地产招商人员仪容仪表培训	34
2. 商业地产招商人员仪态举止培训	35
3. 商业地产招商人员交谈礼仪培训	36
2.3.4 商业地产项目招商谈判培训	39
1. 商业地产项目招商谈判的特点	40
2. 商业地产项目招商谈判的原则	40
3. 商业地产项目招商谈判的商务礼仪	40
4. 商业地产项目招商谈判的主要工作内容	41



5. 商业地产项目招商谈判的常见障碍及其对策	42
6. 商业地产项目招商谈判的注意事项	43
7. 商业地产项目招商谈判的成功技巧	44
2.3.5 商业地产招商队伍培训要达到的目标	47
2.3.6 商业地产招商队伍培训管理	49
2.3.7 商业地产招商队伍培训需准备的答客问资料	49
1. 关于项目地理位置的问题	49
2. 关于项目概况的问题	50
3. 关于项目价格和费用情况的问题	50
4. 关于设施设备的问题	51
5. 其他需要准备的问题	51
6. 商业街项目的答客问资料鉴赏	51
2.4 商业地产招商队伍的管理	53
2.4.1 商业地产招商队伍的内部管理	54
1. 商业地产招商人员考勤管理	54
2. 商业地产招商队伍日常工作管理	54
3. 商业地产招商中心值班管理	56
4. 商业地产招商工作日报表审核管理	57
5. 商业地产招商合同管理	57
6. 商业地产招商市场调研管理	59
7. 商业地产招商出差管理	59
8. 商业地产招商费用管理	59
9. 商业地产项目招商保密管理	60
10. 商业地产招商人员辞职管理	60
11. 商业地产招商资料管理	60
2.4.2 商业地产招商队伍的业务管理	61
1. 商业地产招商客户接待管理	61
2. 商业地产招商客户拜访管理	62
3. 商业地产招商客户归属与佣金分配管理	64
4. 商业地产招商认租书签署管理	65
5. 商业地产招商工作变更程序管理	65
第3章 商业地产项目市场调研	67
3.1 商业地产项目市场调研概述	68
3.1.1 商业地产项目市场调研的必要性	68
3.1.2 商业地产项目市场调研的步骤	68



3.1.3 商业地产项目市场调研的四种方法	68
3.2 商业地产项目投资环境分析	69
3.2.1 商业地产项目经济环境分析	69
1. 生产总值分析	69
2. 固定资产投资分析	69
3. 居民生活消费水平分析	70
3.2.2 商业地产项目社会文化分析	72
1. 历史文化分析	72
2. 城市人口情况分析	72
3.2.3 商业地产项目城市条件分析	73
1. 城市基本情况分析	73
2. 城市市政建设分析	74
3. 城市规划分析	74
3.3 商业地产项目所在城市商业环境分析	74
3.3.1 城市整体商业环境分析	74
1. 城市商业市场背景及现状分析	75
2. 城市商业市场发展趋势分析	75
3.3.2 城市商业地产开发经营情况分析	76
1. 城市商业地产用房供销情况及业态变化分析	76
2. 城市商业地产发展趋势对经营业态的影响分析	77
3. 城市商业地产的开发经营及问题分析	78
3.4 商业地产项目的商圈分析	80
3.4.1 商业地产项目所在城市商圈分析	80
1. 购物中心类项目的城市商圈分析	80
2. 步行街类项目的城市商圈分析	82
3.4.2 商业地产项目所在商圈分析	84
1. 购物中心类项目所在商圈分析	84
2. 步行街类项目所在商圈分析	84
3.5 商业地产项目的自身情况分析	85
3.5.1 商业地产项目自身规划情况分析	85
1. 商业地产项目的建筑规划设计分析	85
2. 商业地产项目的软硬件优势分析	87
3. 商业地产项目的业种业态规划分析	89
4. 商业地产项目的不足及建议	90
3.5.2 商业地产项目的配套设施分析	90
1. 商业街类项目的配套设施分析	91

2. 社区商铺类项目的配套设施分析	93
3. 购物中心类项目的配套设施分析	94
3.6 商业地产项目的竞争对手分析	94
3.6.1 购物中心类项目的直接竞争对手分析	95
3.6.2 专业市场项目的直接竞争对手分析	97
3.6.3 商业街项目的直接竞争对手分析	98
3.7 商业地产项目的客户群分析	101
3.7.1 商业地产项目的投资者分析	101
3.7.2 商业地产项目的经营者分析	104
1. 购物中心类项目的经营者分析	104
2. 商业街类项目的经营者分析	104
3. 专业市场类项目的经营者分析	105
3.7.3 商业地产项目的消费者分析	106
1. 商业地产项目的消费者分析访谈提纲鉴赏	106
2. 商业地产项目的消费者分析调查问卷鉴赏	109
3. 商业地产项目的消费者分析访谈资料整理	119
4. 商业地产项目的消费者调查总结	120
3.8 商业地产项目的 SWOT 分析	123
3.8.1 商业地产项目的优势分析	123
1. 城市综合体类项目的优势分析	124
2. 购物中心类项目的优势分析	124
3. 社区商铺类项目的优势分析	125
4. 商业街类项目的优势分析	125
3.8.2 商业地产项目的劣势分析	126
1. 购物中心类项目的劣势分析	126
2. 商业街类项目的劣势分析	127
3. 旅游商业类项目的劣势分析	127
3.8.3 商业地产项目的机会分析	127
1. 购物中心类项目的机会分析	127
2. 专业市场类项目的机会分析	128
3. 社区商铺类项目的机会分析	129
4. 旅游商业类项目的机会分析	129
3.8.4 商业地产项目的威胁分析	129
3.8.5 商业地产项目的 SWOT 整合分析	131
1. SWOT 分析表	131
2. SWOT 整合分析	132



第4章 商业地产项目定位	133
4.1 商业地产项目定位概述	134
4.1.1 商业地产项目定位的价值与作用	134
4.1.2 商业地产项目定位的八大原则	135
4.2 商业地产项目的功能定位	136
1. 某商业步行街的功能定位	136
2. 某购物中心的功能定位	136
3. 某城市综合体的功能定位	136
4. 某旅游商业街的功能定位	137
4.3 商业地产项目的形象定位	137
4.4 商业地产项目的档次定位	142
1. 某城市综合体的档次定位	142
2. 某购物中心的档次定位	144
3. 某大型商业中心的档次定位	144
4. 某大型商场的档次定位	145
4.5 商业地产项目的客户群定位	145
4.5.1 购物中心类项目的客户群定位	146
4.5.2 商业街类项目的客户群分析	147
4.5.3 写字楼类项目的客户群分析	148
4.5.4 专业市场类项目的客户群分析	150
4.6 商业地产项目的业态定位	151
4.6.1 专业市场类项目的业态定位	151
4.6.2 购物中心类项目的业态定位	152
4.6.3 社区商铺类项目的业态定位	167
1. 江西某社区商铺的业态定位	167
2. 深圳某社区商铺的业态定位	168
4.6.4 商业街类项目的业态定位	168
1. 武汉某商业街的业态定位	168
2. 盐城某社区底商式商业街的业态定位	169
3. 四川某商业街的业态定位	170
第5章 商业地产项目产品规划建议	173
5.1 商业地产项目产品规划修改建议	174
1. 深圳某商场的产品规划修改建议	174
2. 四川某社区商铺的产品规划修改建议	174

3. 武汉某社区商业裙楼的产品规划建议	175
4. 湖南某商业中心的产品规划修改建议	176
5. 某购物中心的商铺装修建议一	177
6. 某购物中心的商铺装修建议二	177
5.2 商业地产项目业态规划建议	177
5.2.1 购物中心类项目的业态规划建议	178
1. 深圳某购物中心的业态调查分析	178
2. 武汉某购物中心的业态规划建议	183
3. 商丘某购物中心的业态规划建议	184
5.2.2 城市综合体类项目的业态规划建议	184
1. 芜湖某城市综合体的业态规划建议	184
2. 新化某城市综合体的业态规划建议	185
5.2.3 社区商铺类项目的业态规划建议	186
1. 眉山某社区商铺的业态规划建议	187
2. 武汉某社区商业项目的业态规划建议	188
3. 某社区商业中心的业态规划建议	192
5.2.4 其他类商业地产项目的业态规划建议	196
1. 四川某商业步行街的业态规划建议	196
2. 西安某专业市场的业态规划建议	198
3. 成都某旅游商业项目的业态规划建议	199
第6章 商业地产项目招商总策略的制订	201
6.1 商业地产项目经营租赁模式的确定	202
6.1.1 商业地产项目经营模式的确定	202
1. 长沙某会所项目经营模式的确定	203
2. 武汉某商业街项目经营模式的确定	204
3. 米泉某购物中心项目经营模式的确定	206
6.1.2 商业地产项目租赁模式的确定	207
1. 珠海某商业地产项目租赁模式的确定	209
2. 烟台某商业地产项目租赁模式的确定	211
6.2 商业地产项目招商目的、目标和原则的确定	211
6.2.1 商业地产项目招商目的的确定	211
1. 芜湖某商业街项目招商目标的确定	211
2. 西安某商业地产项目招商目的的确定	212
3. 湖南某城市综合体项目招商目的的确定	212
4. 成都某专业市场项目招商目的的确定	212



6.2.2 商业地产项目招商目标的确定	213
1. 成都某商业地产项目招商目标的确定	213
2. 株洲某商业街项目招商目标的确定	213
3. 成都某专业市场项目招商目标的确定	214
4. 北京某购物中心项目招商目标的确定	214
5. 商丘某购物中心项目招商目标的确定	215
6.2.3 商业地产项目招商原则的确定	215
1. 湖北某商业地产项目招商原则的确定	215
2. 成都某商业街项目招商原则的确定	215
3. 烟台某大型商场招商原则的确定	216
4. 嘉兴某商业街项目招商原则的确定	217
5. 无锡某社区商铺招商原则的确定	217
6.3 商业地产项目招商进度计划的制订	218
6.3.1 商业地产项目招商时间节点的确定	218
1. 浙江某商业街项目招商时间节点的确定	218
2. 桂林某专业市场项目招商时间节点的确定	219
3. 成都某专业市场项目招商时间节点的确定	219
4. 广州某商业地产项目招商时间节点的确定	221
6.3.2 商业地产项目招商工作计划的制订	222
6.3.3 商业地产项目招商流程的制订	234
1. 长沙某会所项目招商流程的制订	234
2. 湖北某商业地产项目招商流程的制订	235
3. 郑州某商业地产项目招商流程的制订	235
6.4 商业地产项目招商渠道的确定	236
1. 商业地产项目的招商渠道	236
2. 商业地产项目招商渠道的确定举例	238
6.5 商业地产项目招商策略的制订	240
1. 贵阳某商业地产项目招商策略的制订	240
2. 郑州某商业地产项目招商策略的制订	244
3. 长沙某商业地产项目招商策略的制订	246
4. 深圳某社区商铺招商策略的制订	247
5. 潍坊某专业市场项目招商策略的制订	247
6. 淄博某大型购物广场项目招商策略的制订	248
7. 东莞某商业街项目招商策略的制订	248
8. 三江某商业街项目招商策略的制订	249
6.6 商业地产项目招商中存在问题的预测	251



1. 长沙某商业地产项目招商中存在问题的预测	251
2. 杭州某商业街项目招商中存在问题的预测	251
第7章 商业地产项目招商整合推广策划	253
7.1 商业地产项目营销策划	254
7.1.1 商业地产项目营销目标的制订	254
7.1.2 商业地产项目营销策略的制订	254
1. 南宁某商业地产项目营销策略的制订	254
2. 湖南某城市综合体项目营销策略的制订	255
7.1.3 商业地产项目营销思路的制订	255
1. 南宁某商业地产项目营销思路的制订	256
2. 盐城某商业街项目营销思路的制订	256
7.2 商业地产项目招商广告策划	256
7.2.1 商业地产项目广告受众分析	256
7.2.2 商业地产项目卖点提炼	257
1. 桂林某专业市场项目的卖点提炼	257
2. 广州某购物中心项目的卖点提炼	258
7.2.3 商业地产项目广告诉求点的制订	259
7.2.4 商业地产项目广告语创作	259
1. 商业地产项目主题广告语的创作	259
2. 商业地产项目非主题广告语的创作	260
7.3 商业地产项目招商广告文案撰写	261
7.3.1 大型商场项目招商手册范本	262
7.3.2 商业街项目招商手册范本	263
1. 洛阳某商业街项目招商手册范本	263
2. 东营某商业街项目招商手册范本	266
7.3.3 城市综合体项目招商手册范本	274
7.3.4 购物中心项目招商手册范本	278
7.3.5 SOHO 综合楼项目招商手册范本	283
7.3.6 健身中心项目招商手册范本	290
7.4 商业地产项目招商媒介策划	294
7.4.1 商业地产项目媒介分析	294
7.4.2 商业地产项目媒介的选择	295
1. 深圳某商业地产项目的媒介选择	295
2. 贵阳某购物中心项目的媒介选择	295
3. 吴江某专业市场项目的媒介选择	297