

招商引资与 产业生成

Inviting Investment and Generating Industry

赵德海 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

013061131

黑龙江省
哈尔滨

F832.6
117

招商引资与 产业生成

Inviting Investment and Generating Industry



赵德海 著



北航

C1667961



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

F832.6

117

图书在版编目 (CIP) 数据

招商引资与产业生成/赵德海著. —北京: 经济管理出版社, 2013.6

ISBN 978-7-5096-2540-8

I. ①招… II. ①赵… III. ①区域经济—产业发展—外资利用—研究—中国 IV. ①F127 ②F832.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 137210 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: 超凡

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: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 787mm×1092mm/16

印 张: 19.5

字 数: 462 千字

版 次: 2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-2540-8

定 价: 97.00 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

序

招商引资对筹集发展资金、吸引先进技术、推动产业升级、促进区域发展和优化资源配置具有引导作用，我国各级政府十分重视。但对招商引资理论和实际操作方法研究得不够。在实践中，一些地方出现了盲目招商，不按市场规律办事和盲目引进，不顾区域宏观发展战略等问题。这就提出了一个既是理论也是实践的问题：在市场经济体制下，政府部门招商引资行为与市场的边界如何划分？怎样招商引资才能有效促进产业结构升级和经济发展？

哈尔滨商业大学赵德海教授的《招商引资与产业生成》一书对这些问题进行了回答。本书的前半部分归纳了招商引资的基本概念、市场营销、商务谈判、经济核算、投融资、依法行政等内容，在市场经济体制框架下梳理了政府部门招商引资的实际操作流程和行为边界，回答了招商引资“怎么干”的问题；后半部分从产业经济学、创新经济学、区域经济学和市场化理论、产业园区理论等角度，对招商引资促进新兴产业发展、推动产业结构升级、实现区域发展战略的原因、路径、效果和方法进行了理论层面的探讨，回答了招商引资“怎么谋”的问题。可以说，前半部分是战术问题，后半部分是战略问题，两部分相辅相成，兼顾了理论性和实践性，是一个创新。这是作者几十年精心研究的成果，也是改革开放以来我国招商引资实践的经验总结。

当前，我国已进入全面建成小康社会的决定性阶段。党中央、国务院确定了推动产业结构升级，打造中国经济“升级版”的重大战略，并将继续深化改革，推动政府职能转变。这对招商引资工作提出了更高要求。希望广大读者能在此书的基础上，进一步借鉴国内外招商引资的经验，广开思路，不断完善招商引资的理论，指导招商引资工作再上一个新台阶。

特为之序。

商务部副部长 房爱卿



2013年6月

目 录

第一篇 招商引资篇

第一章 招商引资概述	3
第一节 招商引资相关概念	3
第二节 招商引资环境与招商引资	11
第三节 招商引资的一般程序及相关知识	15
第四节 招商引资的发展趋势	22
复习题	24
第二章 招商引资的市场营销	27
第一节 招商引资的市场营销学理论分析	27
第二节 招商引资的营销策略	31
第三节 招商宣传资料的编制与使用	41
复习题	52
第三章 商务谈判	53
第一节 商务谈判过程	53
第二节 商务谈判心理	59
第三节 商务谈判组织与管理	65
第四节 商务谈判礼仪与禁忌	73
第五节 招商引资中的商务谈判	77
复习题	79
第四章 企业经济核算	81
第一节 企业经济核算概述	81
第二节 企业经济核算的基础工作	91
第三节 企业主要经济活动的核算	94
复习题	104

第五章 企业投融资	105
第一节 投融资的基本概念	105
第二节 投融资的产生和发展	108
第三节 投融资理论的基本内容	111
第四节 建立企业投融资体系需借鉴的理论	114
第五节 企业投融资	120
复习题	133
第六章 依法行政	135
第一节 依法行政的内涵	135
第二节 依法行政的主体	140
第三节 依法行政的依据	145
第四节 依法行政的制度	152
第五节 招商引资活动依法行政的重点	162
复习题	170

第二篇 产业生成篇

第七章 招商引资的产业理论	173
第一节 产业概述	173
第二节 产业结构优化	180
第三节 产业集群与产业招商	182
复习题	192
第八章 战略性新兴产业引资的方向、趋势与方法	193
第一节 战略性新兴产业概述	193
第二节 战略性新兴产业的发展趋势	197
第三节 战略性新兴产业引资方式	203
第四节 培育战略性新兴产业发展的基本思路	207
复习题	210
第九章 市场化理论	211
第一节 市场相关理论	211
第二节 市场化相关概念	217
第三节 市场化程度测度的一般方法	221
第四节 黑龙江省八大经济区市场化发展研究	227
复习题	234

第十章 招商引资与区域产业发展	235
第一节 招商引资与区域产业集聚	235
第二节 区域经济发展战略	240
第三节 区域经济规划	244
第四节 区域经济合作	248
复习题	252
第十一章 产业园区发展	253
第一节 产业园区的发展历程	253
第二节 产业园区形成的内在机理和理论基础	258
第三节 产业园区的发展模式	264
第四节 国内外产业园区发展经验借鉴	269
第五节 产业园区存在的主要问题及对策	271
第六节 产业园区与招商引资	273
复习题	279
第十二章 技术创新与企业孵化	281
第一节 技术创新的一般理论	281
第二节 协同创新理论	285
第三节 企业孵化理论	289
第四节 技术创新与企业孵化相结合	292
复习题	297
参考文献	299
后 记	303

第一篇 招商引资篇

第一章 招商引资概述

本章学习提要：

- 掌握招商引资的含义及特点
- 掌握招商引资的原则及一般方法
- 掌握招商引资环境的主要内容及优化原则
- 掌握招商引资工作的一般程序
- 掌握招商引资工作的注意事项及发展趋势

在进一步深化改革开放、振兴区域经济的大格局、大环境下，招商引资作为弥补地区经济资金、技术、管理信息缺陷，以及实现地区经济跨越式发展最为快速也最为有效的经济和行政手段，日益发挥着重要作用。招商引资加快区域经济发展的重要作用除了体现在要素集聚实现资源有效配置外，还体现在能够调整产业结构、促进产业结构升级以及实现产业及区域经济良性竞争。

在充分认识招商引资的重要性及特点之后，可以根据各地区实际，优化招商引资环境，根据招商引资的一般方法和程序进行工作。

第一节 招商引资相关概念

招商引资是当今世界各国、各地区谋求经济发展的客观需要，也是社会分工和市场经济快速发展的必然产物。可以说，哪里有经济区域，哪里就肯定有招商引资活动。招商引资随着经济区域发展而发展，同时它反过来又推动着经济区域的发展。在市场经济处于萌芽期的清朝，就有了招商局，而其后的招商引资的概念也源自于招商局的外延。国内正式在学术上用招商引资为题目进行研讨，始于1993年。进入20世纪90年代后，招商引资成为了热门的话题。

一、招商引资含义及特点

招商引资作为一项特殊的经济和行政行为，既有市场行为，也有政府作为，但它与一般的政府行为、企业管理、项目管理等相比，又有其自身特有的特点。我们可以从广义和狭义两个角度定义招商引资。

（一）招商引资的含义

招商引资属市场经济的范畴，其概念在不同时期有着不同的内涵。狭义的招商引资概念是指经济区以土地资源、招商优惠政策以及廉价的劳动力换取投资商投资的经营活动，即：招商引资 = 土地 + 招商优惠政策 + 廉价劳动力。广义的招商引资概念是指经济区以全部经济资源同投资商投资行为的结合或交换过程，即：招商引资 = 经济要素 + 投资力 × 投资欲望系数。

1. 经济要素

招商引资从根本上说，就是依靠和运用经济区的经济要素，吸引有投资能力的投资商，刺激其投资欲望，提高其欲望系数，最终促成投资商用投资行为同经济区的经济要素以不同的方式结合，产生投资效益。从这个具体概念出发，经济区的经济要素是招商引资的主要素材，它由管理（包括政策）、人才（包括劳动力）、资本（包括土地资源）、信息（包括项目）、网络（包括技术）等因素构成。

2. 投资力

投资商的投资需求是通过利用手中的投资资源换取对投资对象的支配权来实现的，投资力就是投资商利用投资资源换取对投资对象支配权的能力，是由投资商所掌握的可用投资资源的多少决定的，投资资源包括资金、人才、技术、设备、产品、市场与管理等。

3. 投资欲望系数

投资欲望是指投资商的需求或愿望和动机。投资欲望主要包括：①获取资源和原材料的供应；②开拓当地市场；③降低成本；④分散投资风险；⑤获取当地的技术和管理经验；⑥追逐竞争者。投资欲望是投资商把潜在投资力变为现实投资力的重要条件，因而激发投资商的投资欲望是招商引资的基本工作。

从动态上看，招商引资是区域引资主体通过营造招商引资环境、创造条件吸引区域外的资金的过程。招商引资的实质是整合资源的手段，是将区域以外的资源整合进来，与区域内资源实现重组，加快发展。概括起来，招商引资是一个国家和地区（单位、个人），在谋求经济发展过程中，以自身的经济资源优势，并通过大量的、富有创造性的劳动，激发投资者的投资欲望，吸引投资商的资金、人才、技术、设备、产品、市场和管理等生产要素，以促进自身经济发展的活动。

（二）招商引资的特点

招商引资既有市场行为，也有政府行为，但它与一般的政府行为、企业管理、项目管理等相比，又有以下不同的特点：

1. 全民性

一个招商项目的成功招商，对增加经济区财政收入、拓宽就业门路、改善群众生活、引进先进思想和文化等都将产生积极而深远的影响。因此，招商引资工作不是某个部门、某部分人的事，它关系到每个社会成员的切身利益，需要全社会各行各业、各个层面人员的共同参与和支持。

2. 长期性

招商引资不是一项阶段性工作，而是一项长期的战略任务。首先，对外开放是我国的

一项长期的基本国策,尤其是加入 WTO 后,我国经济作为国际经济的一个重要部分,正在加速与国际经济融为一体,全球经济一体化本身又是一个长期的过程,这就决定了招商引资工作的长期性;其次,招商项目从洽谈到营运,工作周期长,因而经济区政府的服务工作须贯穿于招商项目生命周期的全过程,直至招商项目的解体。因此,招商引资是一项没有终结的长期性工作。

3. 复杂性

招商引资是一项跨专业、跨部门、多流程的复杂工作,其复杂性主要表现在四个方面:

(1) 从招商项目的多样性看,项目类型很多,有内资项目、外资项目,有一、二、三产业项目,有新建、扩建、改建项目等。

(2) 从招商项目实施过程看,招商项目从方案设计到建成投产,要经过设计、推介、意向、洽谈、签约、论证、审批、登记、施工、验收、试运行、正式生产等一系列环节,其中有些环节还要经过多次反复进行。

(3) 从招商项目的审批和登记过程看,招商项目的办理过程一般要经过环保、经贸、规划、国土、工商、技监、国税、地税等多个部门审批许可和登记,有的还要申办特种行业许可证等。

(4) 从所接触的人员看,经常会接触到各种各样的投资商或中介,有的语言、习俗不同,存在交流与沟通的困难,也有的是一些骗吃、骗喝、骗财的假投资商,需要警惕上当受骗。

4. 突破性

所谓突破性是指通过招商引资工作,成功地开发与实施一个或一批项目,从而对经济区的经济发展产生突破性的影响。如促成一个大的项目成功开发与实施,不仅能使经济区财政收入有明显增长,增加成百上千个就业岗位,而且大项目的投资将产生产业裂变,引发一大批产业链项目,进而形成和支撑一方的主导产业。

5. 系统性

招商引资工作是一个复杂的开放系统,这也是招商引资工作的重要特征之一。从管理的角度看,招商引资系统是由人才、技术、资源、时间、空间、信息等多种要素组合到一起,为实现一个特定的项目目标而运作的有机整体。作为一个系统,有其本身的内在规律,它要求有一个科学管理保证系统,以统筹协调招商引资的全过程、全部目标以及与招商项目有关各方的全部活动。同时,招商引资系统与外部有着紧密、复杂的联系,不断与外部环境之间有资源和信息的交换,并受外部环境的影响和制约。因此,招商引资系统作为一个开放系统,不仅要求其内部要协调有序,而且要求系统能对外界环境的变化进行自我适应和调节。

6. 不确定性

从引资方的角度看,在一般情况下,引资方在招商引资工作中处于被动地位,因为项目能否开发与实施、何时实施、实施后能产生的效果等,总是掌握在投资商手中;从投资商的角度来看,项目开发与实施的风险总是一个变数,可能随时受到其他外来因素的干扰,如市场行情变化、资金筹措的障碍、合作方出现反复、项目审批受阻等。因此,招商

项目从洽谈开始,就要树立风险意识和不确定性意识,做好两手准备。在实际工作中,对招商项目开发与实施可能出现的问题,要尽量考虑周全,制定变通预案,从最坏处考虑,从最好处准备,尽量使招商引资的不确定性降至最低。

7. 政府推动性

招商引资工作既然是政府工作的重要组成部分,必然具有明显的政府推动性,这主要体现在以下几个方面:

(1) 加强组织领导。政府通过成立专门机构、建立领导责任制、实施目标考核、明确用人导向、制定奖惩措施、强化舆论宣传等各种行政性措施,把各级干部推向招商引资的主战场,营造出人人想招商、人人谋招商、人人为招商的浓烈氛围;形成领导干部带头、专业队伍主攻、全员力量参与的招商引资机制。

(2) 构建招商引资竞争优势。政府通过塑造开放的招商形象、建设良好的投资环境、打造新的特色、形成招商比较优势,使经济区成为招商引资的“洼地”,吸引各类生产要素向经济区流动。

(3) 促进招商项目开发。政府通过产业政策和经济规划引导招商项目开发,通过建立招商项目库、做好招商项目筛选,促进精品项目、优质项目的开发,提高企业招商引资的成功率。

(4) 创造招商引资的品牌。政府通过创办园区、开发区,集中人力、物力和财力,科学规划、集中管理和重点开发,形成招商引资的“亮点”和示范。

(5) 主导招商引资推介。政府通过精心组织各类招商活动、开辟招商引资渠道、创新招商引资运作方式和运用多种市场策略,促进企业招商项目快捷地实现与投资商的合作。

(6) 强化管理服务。政府通过提高办事效率、重点支持、全方位的协调服务,为投资者的投资创造宽松的投资条件,以促进招商引资工作的深入开展。

二、招商引资的意义

(一) 弥补建设资金的不足

长期以来,建设资金短缺一直是制约地方经济发展的一个主要因素。因此,除了充分利用好内部的资金以外,还要积极地利用外资,以弥补现代化建设资金的不足。

(二) 引进先进的技术设备和管理经验,推动产业结构升级

吸引跨国公司投资是发展中国家引进先进的技术和管理经验转变经济增长方式的必然选择。通过招商引资创办投资企业,既可以达到利用外资的目的,又可以在创办和经营管理中学习和引进先进的技术设备和管理经验。另外,在利用外资中,我们还可以学到先进的企业管理经验,并造就一批新型的企业管理人才,这可以直接提高中国企业的经营管理水平。

(三) 推动对外贸易的发展,扩大社会就业,增加国家财政收入

外商投资在促进中国对外贸易发展的同时,也提升了中国的贸易结构和国际竞争力,使中国更广泛地参与了国际分工,参加到了跨国公司的全球分工与生产环节之中,享受了进入全球分工体系的益处,从而促进了开放型经济的全面发展。外商投资企业的建立和投

产开业为中国提供了大量新的就业机会。外商直接投资的大量引进，还扩大了国家财政收入的来源。

（四）促进经济发展的“加速器”

在市场经济条件下，经济发展的关键在于聚集较多的生产要素，并使之达到资源的优化配置，从而增强经济发展的竞争力。而招商引资正是促进各类生产要素聚集，实现资源的优化配置，获得经济发展竞争优势的重要途径。因此，无论是经济发达地区，还是经济落后地区，都需要积极开展招商引资。对于经济发达地区来说，产业的升级，规模效益的扩大，竞争优势的提升，都需要通过开展招商引资，引进高新技术、优秀人才和具有较强支撑和拉动作用的大项目投资，才能达到更上一层楼的发展目标；对于经济欠发达地区而言，经济基础薄弱，原始积累不足，资金、技术和人才都相对缺乏，要解决经济发展中的“瓶颈”问题，最现实、最有效的途径就是上项目，通过招商引资，借助外力实现跨越式的发展。

（五）推动企业资产重组的“杠杆”

企业资产重组是盘活存量资产，增强企业发展活力和竞争力的有效途径。主要是缺乏大型的、有实力的公司介入，这就需要通过招商引资，积极引入上市公司和跨国公司，参与并购。在实际工作中，尤其要重视引入跨国公司参与并购。跨国公司的并购，带来“一揽子创造性投资”，即随着项目的投入，观念、技术管理、营销和市场网络等都会随之移向投资方，从而形成高质量的增量资产，并相应地提升存量资产的质量和促进关联产业改善资产质量。

（六）带动全民观念更新的“舞台”

招商引资的开展本身是建立在大开放、大合作和大竞争的基础上。开展招商引资不仅能引进资金、技术和人才等生产要素，而且能极大地促进思想文化的交流，使广大干部群众从工作实践中感受到先进思想文化的魅力，从而达到思想观念的转变，开放意识的增强，更加自觉地参与市场经济的竞争。

三、招商引资的原则

开展招商引资活动必须要把握好一些原则，把握原则的目的是为了降低招商引资成本，提高成功率，追求实效，不劳民伤财。在招商引资工作中应坚持以下几个原则：

（一）知己知彼的原则

既弄清自己的优劣势（如省情、市情、县情、区情、局情等），也把握对方的优劣势（如技术与产品特点、准备建什么企业、生产何种产品、生产规模与所需原材料等），找到双方的兴趣点和利益结合点，做到引资对象和引资项目有针对性。

（二）“活、留、招三结合”的原则

搞活、办好当地现有企业，尽可能留住当地的项目和资金，在以上两点基础上尽最大努力从区外多招一些项目和资金进来。一个地区应做到以上三个方面兼顾。

（三）重点突破的原则

重点项目是指初步达成协议的项目、属于当地政府选定要重点发展的主导产业的项目

或投资额较大的项目。对重点项目要追踪跟进，要确保项目成功。

(四) 招商引资机构化原则

应当成立专门机构，安排专门人员，常年负责招商引资业务。招商引资的落脚点是企业，政府招商机构可以发挥组织协调、推介项目、搭建平台和营造招商环境等作用。

(五) 长远发展的原则

树立招商引资方面的科学发展观主要表现在注意保护自然环境、保护节约资源、保护名胜古迹、保护职工利益、保护中方利益、保障产业安全和促进地方经济发展等方面。具体表现为“七不招”，即违反国家政策的不招、导致环境污染的不招、不能发挥本地资源优势的不招、对增加本地财政收入和就业作用不大的不招、市场过剩与重复建设的不招、与本地经济发展关联度小和技术含量低的不招、不符合当地产业发展规划的不招。

(六) 合理公关的原则

招商引资离不开公关与交际。要通过适当的渠道与方式开展一些有针对性的活动，进行公关宣传和联络，树立本地良好的对外形象，提高知名度、美誉度和成功度。

(七) 创造商机和营造商气的原则

要通过宣传、广告、投资说明会、项目洽谈会、参观、考察、交流等创造商机，营造招商引资的气氛（氛围），以便参与激烈的招商引资竞争。

(八) 招商信息公开原则

网络化建设水平已经是投资商选择一处投资的重要考量点。在招商引资过程中，本地资源禀赋情况、待建项目库、商业发展规划等相关信息要及时在网上公布。

四、招商引资的一般方法

对于招商引资的方法，国内外并没有形成统一的、明确的界定。事实上，只要是符合地方经济实际的，能够有效地开展招商引资并卓有成效的方法都可以借鉴过来为招商引资所用。

(一) 会议招商

会议招商也称“会展招商”，指的是通过举办各种会议和展览实现招商引资。例如举办投资贸易洽谈会、博览会、项目推介会等，即举办各种会、节、展、坛。举办会议的实际作用是搭建一个舞台或平台，让招商活动和经贸活动唱戏。开展会议招商应注意四借：一是借特产招商（如农业特产、矿产、海产、工业特产等）；二是借特色招商（如区位优势、气候特色、植物特色、旅游特色等）；三是借当地名人招商（实际上是发挥当地名人效应，但借用时一定要慎重，要尊重当地名人，要注意协商和沟通）；四是借特殊历史招商（如名胜古迹、历史上的作用等。安徽省从2005年开始每年召开一次“国际徽商大会”就是一个很好的例子）。山东省在会议招商方面搞得不错，每年都会举办不少相关会议，如潍坊国际风筝节、泰山国际登山节、孔子文化节、寿光国际菜博会、鲁台经贸洽谈会、济南出口商品交易会等。

与招商引资有关的国家级会议主要有北京科博会、上海工博会、厦门投洽会、深圳高交会、杨凌农高会、大连软交会、苏州电博会、广东中小企业博览会、浙江义乌小商品博览会、杭州西湖博览会（1929年创办）、重庆高交会、南宁中国—东盟博览会、中国沈阳

装备制造业博览会、中国吉林东北亚投资贸易博览会、中国长春汽车及零部件博览会、中国青岛国际消费品电子博览会、中国宁波国际消费品博览会和中国中部投资贸易博览会(6个中部省份轮流主办)等。

(二) 机构招商

机构招商也称“专业招商”，与全民招商对应，主要是成立招商局、投资促进局、招商引资办公室、经济合作办公室或投资促进中心等机构推进招商引资工作。成立专门负责招商引资的机构，有利于确保这项工作的持续性和专业性；成立专门的招商机构是一个地区的品牌或形象，有利于应对激烈的竞争和塑造当地形象。专门招商引资机构的职能包括协调全省(或市或区县)的招商引资工作、组织重大招商活动、监督落实项目、改善投资环境、组织企业参展或考察、开展人员培训以及审批企业的设立等。专门的招商引资机构有的属于直属政府机构，有的属于事业性单位。一般情况下，开展招商业务以招商引资机构为主，政府其他相关部门配合。成立专门机构有利于形成招商引资的长效促进机制。

(三) 环境招商

环境包括硬环境、软环境和产业配套环境。硬环境指基础设施建设状况，通称“七通一平”(即通水、通电、通气、通邮、通路、通商、通航和平整场地)；软环境指政策与法规的完善程度、税收优惠程度、市场公平竞争状况、行政办事效率等；产业配套环境是近年来提出的第三个层次的投资环境概念，包括工业与服务业的配套能力、产业链、产业集聚、企业群、经济圈和组团式投资等。

(四) 政策招商

政策招商既包括各层次的优惠鼓励政策，也包括使各类企业可以平等进入市场和开展平等竞争的市场环境方面的政策。提到政策招商的时候，不要只是想到优惠政策，还要想到其他方面的政策。实际上，优惠政策的作用正在弱化和趋于减少，而其他方面政策的作用正在强化。

(五) 产业链招商

产业链招商是指围绕某个产业的上下游行业开展招商，是一种新的招商方式。一系列相互关联的项目构成产业链，这一系列相关项目集中到园区布局，可以形成产业集聚。为了实现产业链招商，要研究和分析产业发展规律，要准备和推出一批相互关联的招商项目材料。发展产业链招商不仅有利于形成产业集聚和规模经济，有利于降低成本，还有利于提高土地的利用效率。

(六) 产权招商

产权招商是指出售企业的全部或部分产权，借以实现招商引资，为此应成立产权交易所。产权招商可以推动国有企业的改革与重组，可以促进民营与私营企业的产权多元化。

(七) 示范招商

示范招商也称“以商招商”。搞好服务，协助办好现有的外来投资企业可以起到示范作用，有利于扩大招商引资。据报道，近年来，山东威海有相当多的项目是来自客商牵线搭桥。

（八）网上招商

网上招商是指要建立相应的招商网站。网上招商有四大优点，即常年性、内容多、更新快和省费用。发展网上招商需要在网上建立相应的栏目，如资源优势、产业优势、推荐项目、现实客商、政策法规和投资环境等栏目。网上栏目的内容要及时更新，栏目的设立要考虑投资者的需要。借助网络资源，还可以在网上召开项目说明推介会或招商洽谈会等。

（九）服务招商

各级政府部门要为前来当地投资的企业和个人提供周到的服务，要实现“零障碍”与“全覆盖”服务。成立行政审批中心，实现一条龙审批，有利于提高办事效率；设立服务中心与投诉中心等，可以帮助投资者排忧解难。服务属于投资软环境，软环境是招商引资竞争力的一个重要方面。

（十）品牌招商

一个地区拥有知名品牌，有利于提高知名度，有利于吸引客商，进而可以促进招商引资。各类开发区也要形成品牌，凡是有品牌的开发区其招商引资搞得越好，如天津经济技术开发区（英文缩写为 TEDA，谐音为中文泰达，目前已形成泰达系列品牌）。

（十一）“筑巢引凤”招商

“筑巢引凤”招商属于建设硬环境方面的问题，即兴办各种区、园和谷等，只有建好载体，才能构筑企业发展空间。

（十二）联谊招商

联谊招商指的是与现实或潜在的投资者搞联谊活动，联络感情，如召开座谈会，组织考察活动等，通过开展联谊活动增进了解和信任，为今后吸引投资打下基础。

（十三）代理招商

代理招商也称“委托招商或中介招商”，即请区外中介机构帮助招商。为此应制定招商引资奖励办法。代理招商是近年来新出现的招商方式。

（十四）顾问招商

顾问招商也称“关系人招商”，即将各种关系人聘为当地政府的顾问，借助关系人实现招商引资。关系人包括当地在外的企业家、领导干部、学者名人、科技专家、影视明星和海外侨胞等。

（十五）“走出去”招商

“走出去”招商包括人员走出去和机构走出去。相关人员到国内沿海地区或境外举办招商引资会、招商说明会和项目推介会等活动，宣传自己，介绍项目，吸引资金和项目进入。此外，还可以在其他地区设立招商办事处（代表处），派出专门人员长驻办事负责当地的招商工作。

除上述 15 种比较流行的招商引资方式外，还有其他一些招商引资方式需要加以注意，如中央商务区（CBD）招商、新城区招商、教育招商、金融招商、商业招商、旅游招商、房地产招商、土地招商等。