

房地产项目策划全业态报告体系 31套经典地产项目策划范本专业性工具书

地产项目 全程策划

五星档案

易居(中国)控股有限公司 编
克而瑞信息集团

专业模板 精华萃取 市场解读

商业地产招商运营管理报告手册

商业地产

- 档案01→娱乐休闲中心 档案02→多功能商业中心
- 档案03→购物中心 档案04→专业市场 档案05→旅游地产
- 档案06→特色商业街 档案07→大型商铺 档案08→综合商业街
- 档案09→主题商场 档案10→度假酒店

江苏人民出版社



地产项目 全程策划

五星档案

易居(中国)控股有限公司 编
克而瑞信息集团

第④册

商业地产招商运营管理 报告手册

江苏人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商业地产招商运营管理报告手册 / 易居 (中国) 控股有限公司, 克而瑞信息集团编. — 南京: 江苏人民出版社, 2013.1

(地产项目全程策划五星档案; 4)

ISBN 978-7-214-08753-9

I. ①商… II. ①易… ②克… III. ①城市商业—房地产—市场营销学—手册 IV. ①F293.35-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第211548号

商业地产招商运营管理报告手册

易居(中国)控股有限公司, 克而瑞信息集团 编

-
- 策划编辑 顾芳恒
责任编辑 刘 焱
特约编辑 顾芳恒
责任监印 彭李君
装帧设计 金 涛 丰 杰
出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司
江苏人民出版社
天津凤凰空间文化传媒有限公司
销售电话 022-87893668
网 址 <http://www.ifengspace.cn>
经 销 全国新华书店
印 刷 天津泰宇印务有限公司
开 本 889毫米×1194毫米 1/16
印 张 77.25
字 数 862千字
版 次 2013年1月第1版
印 次 2013年1月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-214-08753-9
定 价 798.00 元

(本书若有印装质量问题, 请向销售部调换)

编委会

编著单位:

易居(中国)控股有限公司
克而瑞信息集团

编委会主任:

周忻 张永岳

编委:

丁祖昱 张燕 刘文超 于丹丹 黄子宁 吴洋
叶玮 王路 陈啸天 张兆娟 王永 郭玉良
胡晓莺

总编:

丁祖昱

主编:

张燕

执行主编:

张兆娟 黄章林

执行编辑:

李斌

美术编辑:

潘永彬 谢小玲 王晓丽 李中石 丰杰 陈琦

特约校审:

仲文佳 樊娟 罗克娜

专业支持:



网站支持:



送你一套称手的兵器

洪七公是丐帮的“总经理”。他手里握着一根绿莹莹的打狗棒，这是他作为领导者的“LOGO”，更是他统领丐帮所有员工的组织工具，即攻关御敌的武器。洪七公统领丐帮期间，打狗棒一直伴其左右。有一天它到了另一位暂时的职业“经理人”黄蓉的手上，新人黄蓉凭此获得团队信任，成功走马上任，振臂一呼，众人莫不随行。

细数每个武林高手，都有一件称手的兵器在身。

借助一种武器管理一个组织，利用一种武器攻克一道难关，道理都是一致的：工欲善其事，必先利其器。

利用和使用工具是人类聪明才智的表征之一。

日本美崎荣一郎最近出版了一本指导职场达人如何通过善记工作笔记提高工作效率的书，该书的主要目标是教会人们通过改善工作方法提高自我管理能力最终成为职场达人。我看过非常喜欢这本书。它教会了人们如何在工作中借助有效的管理工具调整工作方法，以达到高效工作的目的。

能找到切实可行的工具和方法并借此建立清晰、快捷、良好的工作习惯总能让你快人一步，先到达终点。竞跑只是一个方面，更重要的是自我时间的节省和预期工作成果的完美呈现。这些工作细节是一个职场人良好思维习惯自我培养中的一个重要过程和步骤。

《地产项目全程策划五星档案》从功能上说是一套专门为从事撰写各类策划报告的营销策划人提供最新报告样板和案例的地产分析工具书。本书旨在辅助人们提高工作效率，求得所管理的新项目的经验借鉴，解决策划人在查找资料及筛选资料时时间成本过大的问题。

我们经常接到读者电话，希望找一些报告模板和案例方面的参考书，因为从事房地产开发工作，尤其在地产开发前期，案头工作量非常大，繁文缛节也很多，借助合理恰当的模板可以让工作得以快速推进。而这一点，也正是本书要满足的需求点。

编著型作者最大的价值是从浩瀚的信息资源中甄选出更

有价值的资料，并使其以一种体系化、系统化的方式呈现，从而使所编著的图书成为使用者真正的案头必备工具书。

策划本书时，我们框定的内容范围为地产中“调研、策划、营销推广、运营及招商”几个处理各类数据和信息时工作量特别大的环节。在以这几部分为纲目统领全书的同时，我们也充分考虑到读者对某些热点开发品类的策划报告需求，如住宅项目中又细分了高层及低层、别墅、中小户型等。鉴于最近商业地产市场的火爆，本书的策划报告档案中还增加了商业地产开发运营及招商中报告模板的品类，这一点可以说是本书比较以往出版的相关图书的一个最大亮点。

本书由结构性好、普适性强、完整度高以及项目执行过程具有很高借鉴性和代表性的范本汇编而成。

一套好的工作工具书，应满足三个需求：

1. 是一个很好的工作模板

这个模板让读者在工作当中，有一个很好的参照标准，能让使用者在千头万绪的工作中立刻找到一个清晰的开始。

2. 技术上提供明确的实战指导

工具书一般都必须解决使用者如何做以及怎么做的问题。工具书的实用性首先是能应用到实践细节中，有很清晰的步骤感，让使用者对该项工作的基本动作一目了然。

3. 配有相关的实战案例讲解

任何理论只有借助实际的案例才能方便读者清晰深刻地理解。这是一套称手兵器的基本前提。

作为中国房产信息集团克而瑞地产的图书人，我们一直称自己为“金矿旁边的卖水者”，在房地产工具书领域中执著一念，多年不改当年痴。

我们一直和读者一起成长，恳请使用我们图书的朋友给予指正和支持。

Amy

五星级地产策划 实战模板

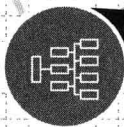
招商运营管理策划是运用招商人员的知识和智慧，
筹划一系列的活动去吸引外来资金、使项目落户的活动。

招商运营管理报告核心节点全程指导

1
项目商业
特性研究



2
区域商业
市场调研



3
招商策划
制定



4
综合运作
计划



5
商业经营及
管理策略





娱乐休闲中心招商运营管理报告范本

报告
范本

01 苏州 CHYH 项目招商运营管理报告

- 005 第一节 市场概况
- 016 第二节 项目综述
- 023 第三节 项目定位
- 028 第四节 产品规划
- 039 第五节 招商策略
- 052 第六节 运营管理策略

多功能商业中心招商运营管理报告范本

报告
范本

02 商丘 HSSM 项目招商运营管理报告

- 0059 第一节 整体思路
- 063 第二节 项目分析
- 066 第三节 商业规划
- 068 第四节 招商策略
- 088 第五节 商场运营管理策略

购物中心招商运营管理报告范本

报告
范本

03

长沙 ALPK 项目招商运营管理报告

- 097 第一节 宏观经济市场状况
- 104 第二节 项目区域分析
- 108 第三节 项目定位分析
- 114 第四节 项目运营管理
- 117 第五节 项目招商规划

专业市场招商运营管理报告范本

报告
范本

04

武汉 HSWZ 建材城招商运营管理报告

- 123 第一节 项目背景
- 126 第二节 项目定位
- 129 第三节 招商策略
- 132 第四节 招商计划
- 144 附表



旅游地产招商运营管理报告范本

报告
范本

05 武陵源 SXGJ 项目招商运营管理报告

- 151 第一节 项目运营及招商思路
- 165 第二节 项目规划设计方案
- 172 第三节 项目景观设计思路

特色商业街招商运营管理报告范本

报告
范本

06 合肥 YYMC · ZXJ 项目招商运营管理报告

- 187 第一节 项目概况及 SWOT 分析
- 190 第二节 招商定位
- 200 第三节 招商八大原则
- 205 第四节 招商策略
- 211 第五节 招商政策
- 217 第六节 招商管理

大型商铺招商运营管理报告范本

报告
范本

07

黑龙江 DZGJ 商铺项目招商运营管理报告

- 227 第一节 区域发展背景
- 232 第二节 项目定位分析
- 244 第三节 业态规划
- 248 第四节 招商策略
- 251 第五节 营销推广
- 256 第六节 运营管理

综合商业街招商运营管理报告范本

报告
范本

08

西安 XTD 项目招商运营管理报告

- 267 第一节 区域市场分析
- 273 第二节 项目定位分析
- 281 第三节 招商运营策略



主题商场招商策划及运营管理报告范本

报告
范本

09 上海 QBT 项目招商运营管理报告

- 291 第一节 项目概况
- 293 第二节 商业定位
- 300 第三节 商业规划
- 306 第四节 经营方案
- 311 第五节 商业目标

度假酒店招商运营管理报告范本

报告
范本

10 重庆 HXJR 酒店招商运营管理报告

- 317 第一节 项目投资环境
- 321 第二节 市场调查和竞争分析
- 324 第三节 项目概况及定位
- 331 第四节 项目运营模式与效应
- 334 第五节 项目经营与推广
- 341 第六节 项目投资估算



商业地产

招商运营管理报告档案库

4 招商运营管理报告手册

报告范本 1

娱乐休闲中心 招商运营管理报告范本



娱乐休闲中心

招商运营管理报告标准模板

1 市场概况

1. 所在城市高档住宅需求及价格走势
2. 高级别墅板块简介
3. 城市土地转让政策及操作形式研究
4. 重点竞争项目简介
5. 市场小结

2 项目综述

1. 项目简介
2. 项目地理环境分析
3. 项目外围环境分析
4. 项目区位环境分析
5. 项目 SWOT 分析

3 项目定位

1. 区域人口细分
2. 区域消费特征分析
3. 项目定位

4 产品规划

1. 整体设计建议
2. 整体划分原则
3. 整体业态比例
4. 各区域功能布局建议
5. 整体空间优化建议
6. 整体外观建议
7. 设计面积建议
8. 设计亮点建议

6 运营管理策略

1. 经营管理建议
2. 统一管理，分散经营
3. 优胜劣汰，差异组合
4. 资源整合，整体策划
5. 服务监督，物业管理

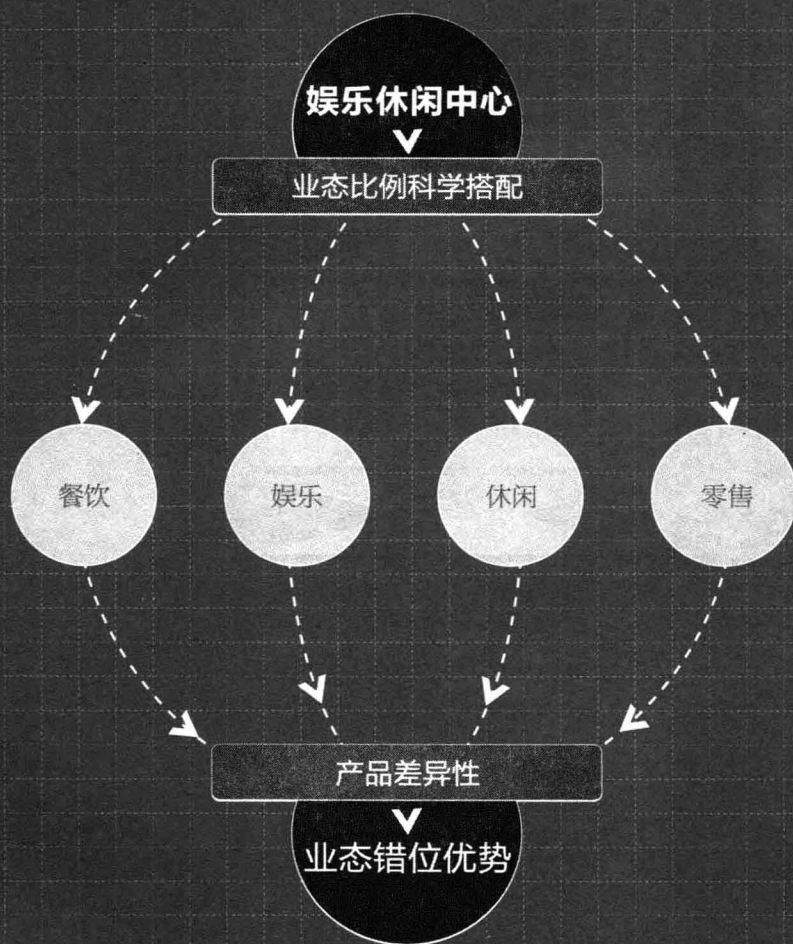
5 招商策略

1. 招商条件
2. 招商原则
3. 招商要点
4. 招商类别
5. 招商常规策略
6. 招商优惠策略
7. 招商方法演绎
8. 招商计划
9. 租金价格策略
10. 招商推盘策略
11. 招商组织架构
12. 招商执行



苏州 CHYH 项目 招商运营管理报告

报告撰写时间：2008 年 10 月



关键词

时尚休闲 产品差异性 业态互补

第一节 市场概况

专业市场是主题商业的另一种表现形式，专业市场在业态业种定位方面比较专一，依靠规模聚集产生的强大辐射能力生存发展。

一、苏州市基本概况

苏州市位于长江三角洲中部、江苏省南部。东临上海，南接浙江，西傍无锡，北依长江。全市总面积 8488 平方公里，现辖沧浪区、平江区、金阊区、虎丘区、吴中区、相城区、苏州工业园区、苏州新区八个区和常熟、张家港、太仓、昆山、吴江五个县级市，总人口是 624 万人。据悉，苏州流动人口与户籍人口比例接近 1:1，流动人口已达到 500 万人左右。

二、苏州市经济指标一览

根据政府公告统计数据显示，2008 年 2 月苏州社会消费品零售总额达 1 323 039 万元，同比 1 月增长 24.8%。金融机构存款余额为 7381.49 亿元，同比 1 月增长 312.83%。贷款余额为 5558.19 亿元，同比 1 月增长 214.33%。全社会固定资产投资达 3 387 750 万元，同比 1 月增长 2%。进出口总额 1 622 867 万美元，同比 1 月增长 12.7%。接待境外游客 11.7 万人次，同比 1 月增长 15.3%。

2007 年，苏州市区城市居民人均可支配收入 21 260 元，全市农民人均纯收入 10 300 元，分别比 2006 年增长 14.7% 和 11%。市区居民人均生活消费支出 13 959 元，农民人均生活费支出 7655 元，分别比 2006 年增长 11.9% 和 12.4%。苏州消费价格总指数 112.6，服务项目价格指数 102.7，消费品价格指数 116.4。经济总量跃过 5000 亿元大关，全市实现地区生产总值达 5701 亿元，其中第三产业增加值 1970 亿元，比 2006 年增长 17.5%。产业结构进一步优化，三次产业的比例为 1.7:63.7:34.6，第三产业比重比 2006 年提高 1.9 个百分点。

（数据来源：2007 年苏州市国民经济和社会发展统计公报）



总体结果显示，苏州经济总量持续攀升，产业结构稳步改善，人均生活水平继续提升，各类消费品市场需求不断增加。

三、苏州商业地产市场分析

作为楼市重要组成部分的商业地产，2007年苏州市区全年商业类房源新增供应面积近95万平方米，成交面积超过90万平方米。

商业物业市场扭转了2006年明显供过于求的局面，基本实现了供需平衡。

商业地产的迅速发展，成为推动苏州经济加速发展的新动力，同时催生了许多经济新热点。

现阶段苏州商业主要集中在老城区范围内，各行政区块都有较为集中的商业圈，且每个商圈各自的业态布局也有很大的不同。其中以观前街商圈作为传统成熟商圈，市场消费力依旧强劲。而其他新兴区域如新区和工业园区，则发展迅猛。

工业园区作为新兴区块，其商圈范围以金鸡湖为界，分为湖西和湖东两个部分。随着苏州城市东扩，园区外来人口日益增多，区域内商业集聚效应将日趋明显，而湖东作为政府规划的新城CBD，商业发展潜力巨大。

苏州市主要商圈基本构成

商圈名称	体量 (平方米)	主力面积 (平方米)	租金水平 [元/(平方米·天)]	业态布局	客群定位
观前街商圈	60万~80万	100~150	主街: 20~35 辅街: 8~15	主街: 服饰、银行、商业大厦、 茶叶店、书店、首饰店等 辅街: 餐饮、美发店、小吃、 工艺品等	苏州本地居民、来苏游客 等各档次消费群体
十全街商圈	10万~20万	50~100	十全街: 5~12 凤凰街: 3~10	十全街: 酒吧、餐饮、古玩、 网吧、家居装饰、皮包等	外籍人士、本地白领、时 尚青年等
南门商圈	15万~25万	80~120	5~12	综合购物休闲	多为苏州本地普通居民
石路商圈	15万~20万	100~200	8~20	大型百货商店、超市、自行车 市场、银行、网吧	周边居民，消费偏向中高端
吴中商圈	10万左右	50~100	3~6	超市、百货、饭店等	区域居民、消费中等
高新区商圈	20万~30万	100~200	4~10	苏州乐园、日韩餐饮街、百货、 酒店等	高新区工作人员、周边居 民、部分外来游客等
环金鸡湖商圈	100万	200左右	2~5	餐饮、娱乐、日常百货等	多为园区工作和居住人群