

2023年商业工作计划书(汇总9篇)

在现实生活中，我们常常会面临各种变化和不确定性。计划可以帮助我们应对这些变化和不确定性，使我们能够更好地适应环境和情况的变化。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

商业工作计划书篇一

出卖人： _____

注册地址： _____

营业执照注册号： _____

企业资质证书号： _____

法定代表人： _____ 联系电话： _____

委托代理人： _____ 地址： _____

联系电话： _____

委托代理机构： _____

注册地址： _____

营业执照注册号： _____

法定代表人： _____ 联系电话： _____

买受人： _____

[本人][法定代表人]姓名：_____ 国籍

[身份证][护照][营业执照注册号][]

地址：_____

联系电话：_____

地址：_____

电话：_____

第一条 项目建设依据。

该地块土地面积为_____，规划用途为_____，
土地使用年限自_____年_____月_____日至
_____年_____月_____日。

第二条 商品房销售依据。

第三条 买受人所购商品房的基本情况。

买受人购买的商品房(以下简称该商品房，其房屋平面图见本
合同附件一，房号以附件一上表示为准)为本合同第一条规
定的项目中的：_____

第_____ [幢] [座] _____ [单元] [层] _____
号房。

该商品房的用途为_____，属_____结构，层高
为_____，建筑层数地上_____层，地
下_____层。

该商品房阳台是[封闭式][非封闭式]。

该商品房[合同约定][产权登记]建筑面积共_____平方

米，其中，_____套内建筑面积_____平方米，公共部位与公用房屋分摊建筑面积_____平方米(有关公共部位与公用房屋分摊建筑面积构成说明见附件二)。

第四条 计价方式与价款。

1、按建筑面积计算，该商品房单价为(_____币)每平方米_____元，总金额(_____币)_____千_____百_____拾_____万_____千_____百_____拾_____元整。

2、按套内建筑面积计算，该商品房单价为(_____币)每平方米_____元，总金额(_____币)_____千_____百_____拾_____万_____千_____百_____拾_____元整。

3、按套(单元)计算，该商品房总价款为(_____币)_____千_____百_____拾_____万_____千_____百_____拾_____元整。

第五条 面积确认及面积差异处理。

根据当事人选择的计价方式，本条规定以[建筑面积][套内建筑面积](本条款中均简称面积)为依据进行面积确认及面积差异处理。

当事人选择按套计价的，不适用本条约定。

合同约定面积与产权登记面积有差异的，以产权登记面积为准。

2、双方同意按以下原则处理：

(1)面积误差比绝对值在3%以内(含3%)的，据实结算房价款；

(2)面积误差比绝对值超出3%时，买受人有权退房。

买受人退房的，出卖人在买受人提出退房之日起3天内将买受人已付款退 还给买受人，并按_____利率付给利息。

买受人不退房的，产权登记面积大于合同约定面积时，面积误差比在3%以 内(含3%)部分的房价款由买受人补足;超出3%部分的房价款由出卖人承担， 产权归买受人。产权登记面积小于合同登记面积时，面积误差比绝对值在3%以 内(含3%)部分的房价款由出卖人返还买受人;绝对值超出3%部分的房价款由 出卖人双倍返还买受人。

因设计变更造成面积差异，双方不解除合同的，应当签署补充协议。

第六条 付款方式及期限。

买受人按下列第_____种方式按期付款：

- 1、一次性付款
- 2、分期付款
- 3、其他方式

第七条 买受人逾期付款的违约责任。

1. 按逾期时间， 分别处理(不作累加)

(2)逾期超过_____日后，出卖人有权解除合同。出卖人解除合同的， 买受人按累计应付款的_____ %向出卖人支付违约金。买受人愿意继续履行合同的， 经出卖人同意， 合同继续履行， 自本合同规定的应付款期限之第二天起至实际全额支付应付款之日止， 买受人按日向出卖人支付逾期应付款万分之_____ (该 比率应不小于第(1)项中的比率)的违约金。

本条中的逾期应付款指依照本合同第六条规定的到期应付款

与该期实际已付款的差额;采取分期付款的,按相应的分期应付款与该期的实际已付款的差额确定。

.

第八条 交付期限。

1. 该商品房经验收合格。
2. 该商品房经综合验收合格。
3. 该商品房经分期综合验收合格。
4. 该商品房取得商品住宅交付使用批准文件。

.

第九条 出卖人逾期交房的违约责任。

1、按逾期时间,分别处理(不作累加)

(2)逾期超过____日后,买受人有权解除合同。买受人解除合同的,出卖人应当自买受人解除合同通知到达之日起____天内退还全部已付款,并按买受人累计已付款的____%向买受人支付违约金。买受人要求继续履行合同的,合同继续履行,自本合同第八条规定的最后交付期限的第二天起至实际交付之____日止,出卖人按日向买受人支付已交付房价款万分之____(该比率应不小于第(1)项中的比率)的违约金。

第十条 规划、设计变更的约定。

(1)该商品房结构形式、户型、空间尺寸、朝向;

买受人有权在通知到达之日起15日内做出是否退房的书面答复。买受人在通知到达之日起15日内未作书面答复的，视同接受变更。出卖人未在规定时限内通知买受人的，买受人有权退房。

买受人退房的，出卖人须在买受人提出退房要求之日起_____天内将买受人已付款退还给买受人，并按 _____利率付给利息。买受人不退房的，应当与出卖人另行签订补充协议。

第十一条 交接。

商品房达到交付使用条件后，出卖人应当书面通知买受人办理交付手续。双方进行验收交接时，出卖人应当出示本合同第八条规定的证明文件，并签署房屋交接单。所购商品房为住宅的，出卖人还需提供《住宅质量保证书》和《住宅使用说明书》。出卖人不出示证明文件或出示证明文件不齐全，买受人有权拒绝交接，由此产生的延期交房责任由出卖人承担。

由于买受人原因，未能按期交付的，双方同意按以下方式处理：

第十三条 出卖人关于装饰、设备标准承诺的违约责任。

1. 出卖人赔偿双倍的装饰、设备差价。

第十四条 出卖人关于基础设施、公共配套建筑正常运行的承诺。

如果在规定日期内未达到使用条件，双方同意按以下方式处理

第十五条 关于产权登记的约定。

1. 买受人退房，出卖人在买受人提出退房要求之日起_____日内将买受人已付房价款退还给买受人，并按已付房价款的_____ %赔偿买受人损失。

2. 买受人不退房，出卖人按已付房价款的_____ %向买受人支付违约金。

第十六条 保修责任。

买受人购买的商品房为商品住宅的，《住宅质量保证书》作为本合同的附件。出卖人自商品住宅交付使用之日起，按照《住宅质量保证书》承诺的内容承担相应的保修责任。

买受人购买的商品房为非商品住宅的，双方应当以合同附件的形式详细约定保修范围、保修期限和保修责任等内容。

在商品房保修范围和保修期限内发生质量问题，出卖人应当履行保修义务。因不可抗力或者非出卖人原因造成的损坏，出卖人不承担责任，但可协助维修，维修费用由购买人承担。

第十七条 双方可以就下列事项约定：

第十八条 买受人的房屋仅作_____使用，买受人使用期间不得擅自改变该商品房的建筑主体结构、承重结构和用途。除本合同及其附件另有规定者外，买受人在使用期间有权与其他权利人共同享用与该商品房有关联的公共部位和设施，并按占地和公共部位与公用房屋分摊面积承担义务。

出卖人不得擅自改变与该商品房有关联的公共部位和设施的使用性质。

1. 提交_____仲裁委员会仲裁。

2. 依法向人民法院起诉。

第二十条 本合同未尽事项，可由双方约定后签订补充协议(附件四)。

第二十一条 合同附件与本合同具有同等法律效力。本合同及其附件内，空格部分填写的文字与印刷文字具有同等效力。

第二十二条 本合同连同附件共_____页，一式_____份，具有同等法律效力，合同持有情况如下：_____出卖人_____份，买受人_____份，_____份，_____份。

第二十三条 本合同自双方签订之日起生效。

第二十四条 商品房预售的，自本合同生效之日起3天内，由出卖人向_____申请登记备案。

(签章) (签章)

商业工作计划书篇二

街招商策略

混淆的概念。

进入有目的的招商工作。

一、商业街的定位

1、商业街的商业主题。

即商业街应该具有的独特的商业经营的主要脉络和指导思想。

例如以“中档品牌，大众服务”为经营方针的西单商场，经过二十年的经营，形成了一套完整的“平民消费”模式的管

理理念，调查显示，在此消费的北京市本地人占消费总量的74%，而境外人士占了26%。

来自中东，2%来自世界各地。

2、商业街的社会主题。

即商业街所承载的社会责任和应具有的非购物的功能，商业街是城市形象的代表，消费者或游客观商业街，即可知城市之容、之貌、之风、之魂。

例如广州北京路商业步行街定位为“古城商都”，以该步行街为核心向周边地区辐射，结合周围的文物古迹和珠江滨水景观，发展成为一个集购物、游览、休闲、观赏于一体的多功能商业区，体现完整的历史脉络和现代商业气息。

位于“商业、旅游、文化”的一体化上。

案例：某商业街的定位启示录

项目选址

该项目周边具备成熟的商业环境

竞争对手

百脑汇、老牌百货商场等

市场调查

该区域外资企业数量众多；

发现商机

士的欢迎；

确定目标客户

在中国居住及进行商务、旅游等外籍人士

进行项目定位

“国际商品街”：以经营国外商品为主，充满异国商业特色的商业街

商业街布局

保健品类：药店、护肤用品店等 宠物用品类：猫、狗粮及用品店

休闲类：体育、运动、休闲用品店、网球、高尔夫用品专卖店等；

二、选择最佳业态组合 商圈里业态越丰富，商圈经济也就越成熟，各业态根据商圈的特点，可以做到资源共享、优势互补。同样在商业街这样一个完整的生态系统内部，各业态也应相互补充、协调发展，这样才能凝聚各业态的闪光点以强化和突显商业街的整体定位。一般来说，商业街的行业结构呈现“三足鼎立”状：具备购物功能的占40%，具备餐饮功能的占30%，具备休闲娱乐功能的占30%。当然，这个结构并非放之四海而皆准的“经典定律”，主题不同的商业街在业态构成上将会形成不同的比重。

但是，在业态组合方面必须有主次之分，如北京西单，仅靠庄胜崇光百货和时代广场两个明星店铺，是支撑不了一条街的整体开发的；又如北京东直门内餐饮一条街，是由223家不同风味、不同流派、不同规模的餐饮店，在1500米长的地段内有序排列组合而成，这些都不是一个店所能作为的。

通常商业街的组成是以大型百货商店、专卖店、购物中心、

大型综合超市为主，普通超市、便利店等作为丰富商业街的补充形式出现。应该注意的是，信誉和口碑是商业街长期发展的依托，引入的品牌商品必须要保证真实性。

三、商业街的招商策略

招商策略是实现商业街赢利的重要步骤，也是实现商业街理想业态组合的真正执行者。与其他商业物业的营销策略有所不同的是，商业街的招商工作不能是被动的接受客户购买商铺，还要对入驻商家的信誉、经营管理、商品质量、公司经营状况等方面的内容进行考察。

1、确定招商对象

招商对象的确定围绕项目的目标来确定，例如命名为“国际商业街”、或者是代表城市形象的商业街等档次比较高的项目，一般都是引进国内外有影响、有实力的商业机构作为经营管理的合作对象，招商的重点对象为实力强的大规模商业机构、营销经验丰富的地区代理商、知名企业、知名品牌等。

还可以通过特殊项目的引入丰富商业街的功能，塑造项目的独特性。例如品牌在本区域独家经营的优先引进，拥有特色经营项目的商业机构优先引进。某商业街曾引进心理诊所、企业家沙龙、刺绣、宠物托管、老公寄存处等特色服务机构。

2、确定经营模式

投资经营：是指商铺业主购买商铺后自己直接经营。

委托经营：是指商铺业主出于保险起见，将商铺委托商管公司租出去，让别人经营。

租赁经营：是指经营业主一时买不起商铺，以租赁的形式进行租赁经营。

直接经营：某些商管公司将直接经营管理大约20%的营业面积，避免因全部他营造成失控的应变举措。

虚拟经营：是指以商业街为总品牌商标，与若干个研发机构、生产厂家和经销商进行对接，开发、生产、销售相应的该商业街旗下的子产品。

3、制定招商优惠策略

根据地区政府对商业街的扶持政策确定可以给予招商对象的优惠措施，对于一些新兴的没有天然地理、人文等资源的商业街来说，这一优惠措施对吸引人气有莫大的帮助。

4、招商流程

市场调研和目标客户分析(招商部) 客户招商月计划实施(招商部) 客户招商周计划(招商主管) 客户信息归档完善、招商资料准备就绪(行政部) 目标客户开发，拜访、接洽(招商主管)

客户分类、确定重点客户(招商部) 填写招商意向表（招商部、客户）

客户资格考察、评估核准(招商部) 确定合作对象、签定招商意向书、交纳定金(招商部、财务部、客户)

与客户沟通、谈判、方案修改与认可（招商主管、对口部门）

招商协议正式签定(招商部、总经理室、客户) 提供装修方案及电脑效果图(客户) 提供租赁面积认定书、租赁许可证和装修入场证（总经理室、物业中心）

进行装修、备货、上柜、营业（客户）

商业工作计划书篇三

河池学院在近年来发展巨大，东区由之前的附属校区，现在变成主校区。特别是逸夫楼、图书馆、新1栋教学楼的竣工。我院共有教职工642人全日制在校生8759人。虽然分布在三个校区，但是一半以上的同学住在东校区，几乎全部教职工和学生都要到东区上课。由此可见在河池学院东校区承包超市是非常值得投资的。

我们主要的目标客户是大学生，下面我们分析一下大学生的消费特点：

由于大学生年龄较轻，群体较特别，他们有着不同于社会其他消费群体的消费心理和行为。一方面，他们有着旺盛的消费需求，另一方面，他们尚未获得经济上的独立，消费受到很大的制约。消费观念的超前和消费实力的滞后，都对他们的消费有很大影响。特殊群体自然有自己特殊的特点，同时难免存在一些非理性的消费甚至一些消费的问题。为了调查清楚大学生的消费情况，我决定在身边的同学中进行一次消费的调研，对大家的消费进行归宗和分析。

大学生的消费支出中占据了相当大的份额。当代大学生主要有以下几支出：伙食费，买服饰，上网费，手机费，恋爱等。

他们比重是：1.伙食费 2买衣服3恋爱、交际等 3上网费、手机费等

由于上课时间早，很多同学来不及吃早餐。特别是从西区、北区赶去东校区上课的。路上排队买东西的人也多。很多同学都饿肚子。

经过一个学期发现，由于东区没有商店，许多同学课间的时候跑去门口去买。

很多同学会由于地点远，懒得动等因素而没有去。经过一些随即访问，很多同学希望课间的时候在校园购买零食。如：夏天买水冰茶、等。冬天买热腾腾玉米、奶茶等。

河池学院北门1（也就是我们常说的后门）到也就是白龙公园前面三角区，一直到北门（东校大区）开了各式各样的店面。如：饮食、复印店、奶茶店、便利店、文具点、饰品店等。晚上还有许多小地摊。五花八门应有尽有，这样给我们东西照成一定威胁。除了必需品之外，对其他产品和服务对我们都是很大的竞争对手。由此我们要在特色方面提高，提高竞争力吸引消费者。

由市场分析和竞争者分析得出：校园商业街必须要产品完善齐全、服务好、具有校园特色吸引更多的消费者。一下几个是校园街必备的商铺：便利超市、复印店、奶茶店、通讯代理缴费店、文体店、护肤饰品店、格子铺、自助洗衣店。

（一）便利超市：

1. 商品配置的面积分配

商品位置的配置应该按照消费者购买每日所需商品的顺序作出动线的规划，也就是说，要按照消费者的购买习惯和人流走向来分配各种商品在卖场中的位置。一般来说，每个人一天的消费总是从“食”开始，所以可以考虑以菜篮子为中心来设计商品位置的配置。

第一、面包及果菜部。这一部门常常是超级市场的高利润部门，由于顾客在购买面包时，也会购买部分蔬菜水果，所以，面包和果菜品可以采用岛式陈列，也可以沿着超级市场的内墙设置。在许多超级市场中，设有面包和其他烘烤品的制作间，刚出炉的金黄色的、热气腾腾的面包，常常让顾客爽快地掏腰包。现场制作已成为超级市场的一个卖点。

第二，冷冻食品部。冷冻食品主要用冷柜进行陈列，它们的摆放既可以靠近蔬菜，也可以放置在购物通道的最后段，这样冷冻食品解冻的时间就最短，给顾客的携带提供了一定的便利性。

第三，膨化食品部。膨化食品包括各种饼干、方便面等。这类食品存放时间较长，只要在保质期内都可以销售。它们多被摆放在超级市场卖场的中央，用落地式的货架陈列。具体布局以纵向为主，突出不同的品牌，满足顾客求新求异的偏好。

第四，饮料部。饮料与膨化食品有相似之处，但消费者更加注重饮料的品牌。饮料的摆放也应该以落地式货架为主，货位要紧靠膨化食品。第五，奶制品部。超级市场中的顾客一般在其购买过程的最后阶段才购买容易变质的奶制品，奶制品一般摆放在蔬菜水果部的对面。

第六，日用品部。日用品包括洗涤用品、卫生用品和其他日用杂品，一般摆放在超级市场卖场的最后部份，采用落地式货架，以纵向陈列为主。顾客对这些商品持有较高的品牌忠诚度，他们往往习惯于认牌购买。这类商品的各种价格方面的促销活动，会使顾客增加购买次数和购买量。3超市出入口要大，方便购买结算。特别是课件高峰期的时候，结算商品时间迅速否则引起顾客不满甚至流失。

（二）打印复印店

具备完整的打印复印设备。对制作学院社团班级的奖状、证书，工作证，收集各种简历、毕业论文、公文模板、学院各种活动申请、总结等。

（三）奶茶店

一半柜台，一半桌椅的形式。奶茶文化在校园风靡是不容

忽视的。制作成本低，卖价高是奶茶店公开的秘密。奶茶味道是最重要的。在没有技术的情况下，可以代理某个知名品牌。或者和有丰富经验的吧台员工合作。

（四）通讯代理

学校是通讯客户高度集中的群体，据悉，河池学院的移动客户每个月为移动进账20w□目前校园网络都是联通的市场。联通和移动在河池学院势均力敌。由此两家的代理权都要拿到，这样每年的充值和开户收益可观。

（由于缺乏实际的数据，这项我无法完成。）

商业工作计划书篇四

××一期商街位于濠河之畔，处于城市商业中心，与繁华的南大街北段仅一步之遥。这样具有“钻石级”市口的商业街，当前缘何一时难“热”？在我们拿出策划方案之前，首先必须对此进行研究分析，以便找准“病灶”对症下药。据考察和分析，××一期商业步行街主要存在“先天”与“后天”两方面原因。

（一）、商街设计“先天不足”

1、大广场难搞大活动。步行街北广场扼××街、××路交汇处，西邻五星级大酒店，原本属于最能吸引公众“眼球”、最宜举办大型活动的商业舞台，能给商街源源不断注入人气。由于当初仅从景观角度设计广场的“旱式喷泉”、“简易花坛”，而没有考虑广场的商业价值，如今的广场很难发挥聚集人流、吸纳大型活动的功能。广场热不起来，商街自然冷落。

2、“假山”成了“绊脚石”。步行街南入口处的“假山景观”，既无观赏价值，又横亘在道路中央，事实上成了阻碍

游人进入内街的“绊脚石”。此外，南入口的台阶亦与商街道路平坦要求不相符，也没有考虑人性化的地面设计如残疾人、盲人通道等。

3、内外街连接通道商用功能缺失。××街通往内街的三个通道，从商业功能设计上看实属败笔。按照商业街区的布局要求，街区内主干道、副通道两侧均应为店面房，以便使街区形成鳞次栉比的商店群。这不仅能有效吸引顾客逛街购物，易于催生和聚集客流，而且能把土地资源利用率发挥到极致，如同上海豫园商街那样条条路上有店铺，每寸地皮生银子。遗憾的是，××一期外街通向内街的三个通道，两条是没有任何店铺的“幽巷”，顾客在街口看不到商业气氛，甚至不知道里面还有内街；一期与二期之间的通道，同样因一期建筑南侧没有设计店面房，走在南大街的顾客看不出街口的商业氛围而止步于此。

4、××街一侧临街绿化带的设计过长，阻挡店门，不少顾客进店购物因此要绕一大圈，于是放弃了购买动机，导致临街店铺生意清淡。

（二）、商街策划“后天失调”

1、××广场商业街处于核心商圈，在市场竞争特别强调个性化的今天，商街必须有自己的“灵魂”，即战略定位和商业主题。××广场商业街最早定位是“××街”（很好），后来又定位于“×××”很好，只是推广很费力），如今准备冠以“××广场步行街”（老土，没有鲜明个性、目标顾客也不清晰）。由于没有精确、精准的市场定位，关于商业上“我是谁”、“我为谁服务”的问题没有首先解决好，其它问题也就难以解决了。

2、××广场是一处很好的“市民广场”，但要吸引广大市民聚集到这里，还需要有浓郁的“广场文化”，例如象×××路、×××广场、×××步行街那样的广场雕塑。此外，还

需要有体现人文关怀的指引牌、休闲椅、售报亭、公用电话亭、垃圾筒、商品广告牌、露天茶座等。目前，由于上述设施没有配套，××广场的“磁场效应”不佳，所以商街难“热”。

3、打造商街，服务“缺位”。开发商开发一片商铺销售出去，再由物业管理公司去打理，这是开发商业房产的“老皇历”。事实上，经营××广场商业街，“物业管理”代替不了“商业管理”，商业街由“冷”到“热”需要专业策划管理机构来“操盘”运作，此所谓“泛商业地产运作”。××广场起步阶段缺少商业策划管理机构的全程介入，商铺的出租与经营全由业主与商户“婚姻自主”，双方又都缺乏成熟的理性，商街本身也没有搞启动和培育市场的形象“炒作”，这就无法形成火爆的商业氛围。此外，我们对业主购买店铺后的关注程度不够，没有从尽快启动商街运营和提升商业价值的角度予以指导和服务，例如，商街北口的66号（圆形）、68号（尖顶）两家首席店面房一直空关，这对内街商户的经营及整个商街的气氛便构成较大影响。

1、街名：××广场时尚丽人街

2、概念：××广场———××街观光旅游的门户，国际品牌汇聚的商街，都市丽人寻梦的×××。

3、广告语：××广场 / 时尚丽人街———与××相约，与××同行

4、商业门类：购物、休闲、餐饮、美容、娱乐

5、商品：主营国际国内名牌服装、服饰、化妆品、珠宝、眼镜、手表、休闲食品、工艺品等。

6、顾客定位：都市中追求时尚的女性及国内外的旅游观光者。

7、经营理念：站在城市经营的高度打造一条闻名长三角的商业街。

（一）、发布招商公告

我们计划于4月中旬在《××晚报》、××电视台发布招商公告，突出介绍××广场时尚丽人街的市口优势、市场定位和潜在的巨大商机，吸引商户预约登记承租店铺。

（二）、举办招商信息发布会

1、××广场时尚丽人街的总体规划、市场定位、独特优势和前景展望；

2、×××××街可供商户购买或租赁的店铺资源状况，包括售价、租金、物管的优惠政策。

（三）、整合店铺资源

××一期的店铺均已出售，投资者是否愿意委托我公司代理招商和出租？是否同意接受我公司提出的代理租金价格（或称返租报价）？举办招商信息发布会和对外发布招商公告之前，须由××房屋销售公司与业主首先商定委托招商的意向、租金价格等问题。一旦确定了哪些店铺可供委托招商，我们便可以对外开展招商活动和引入商户、洽谈租金。为了使××一期商街尽快形成良好的商业氛围，我们应争取所有空关店铺纳入招商范围，并按照商街的市场定位有的放矢地展开招商。如果有的业主采取等待店铺升值的态度，宁可闲置也不愿出租，我们应当认真加以引导，动员其站在全局利益、长远利益的高度尽快出租，以便消除商街中的店面空关现象。对目前正在寻求转租、退租的商户，我们应当积极宣传本公司为繁荣商街正在采取的举措，动员他们打消念头和恢复信心。如果商户仍然要转租、退租，由于业主与商户之间有约定，我们可在双方解除合同后再将该店铺纳入招商范

围。

（四）、有关租金政策

××一期商街的商业气氛清淡，其中原因之一，是店铺投资者急于高回报开出高租金，让许多欲入驻经营的商户望而却步。因此，我们在为业主代理招商前，必须做好两项重要工作：第一，我们必须向业主说明南大街南北两端存在的区位差异，说明××一期商街处于入市初期，繁荣兴旺需要有一个培育过程，不能无视市场承受能力开“天价”。向业主说清道理很重要，高租金导致店铺无人承租，业主照常要背负购房贷款利息，店铺价值也很难提升。第二，我们要从业主与商户的双方利益，设计比较符合市场行情和商街现状的租金政策。当前，××一期店铺比较合适的租金是：2、外街店铺：租金800—900元/m²年（经测算，外街店铺平均售价12500元，平均面积200m²购房投资约250万元，购房贷款利率按4.7%计算，年利息为儿75万元。如该类店铺以800~900元/m²年租金计算，年收益为16~18万元，剔除利息后的收益4.25~6.25万元。这样的租金对商户来说，目前情况下尚易于接受。）

（五）、商户入驻优惠措施

为了有效启动市场和给商户入驻经营树立信心，我们将“放水养鱼”，从尽快繁荣市场的高度，适时推出必要的优惠措施：第一，商户入驻商街经营一年以内，我们将免费提供一个灯箱广告位（由我方制作灯箱，灯片制作及电费由商户负责），供其做商品或品牌宣传；第二，凡商户举办品牌宣传、商品促销活动，一年内允许在北广场上每季免费举办一次活动，鼓励举办有较大影响力的广场“时尚秀”活动；第三，凡商户入驻经营一年内，店铺物业管理费将按八折优惠收取；第四，为降低入驻商户的经营成本，我们将协调工商、税务部门，给予××广场商业街以集贸市场的税收优惠政策，同时在工商管理费的收取上适当减免。

- 1、××北广场实施改造，以适合举办大型活动。
- 2、××一期南入口的假山拆除，地面实施人性化、商业化改造。
- 3、临××街一侧的店前花圃实施改造，便于顾客无阻碍进店。
- 4、内街的地面进行排水改造，防止夏季雨水倒灌进入店铺。
- 5、××一期南侧花圃争取拆除，最好建造一排店面房，既可街口开店吸引顾客步入内街，又可创收。上述方案，经董事长批准后组织实施。

商业工作计划书篇五

一、发展趋势与战略意义

1. 项目背景：城乡一体化发展

了解和把握社会经济发展趋势，有助于项目高起点规划和实施。

根据十八大报告精神，城镇化未来将成为中国全面建设小康社会的重要载体，更是撬动内需的最大潜力所在。

快速发展的新型城镇化，正在成为中国经济增长和社会发展的强大引擎。

新型城镇化以城乡统筹、城乡一体、产城互动、节约集约、生态宜居、和谐发展为基础特征的城镇化。

这是具有国家战略意义的转变：如果说改革开放前20多年是我国大、中型城市高速发展的黄金时期，那么，未来20年将以乡镇为中心的“城乡统筹”一体化发展的重要时期。

今后，城市的许多资源将向乡镇快速扩散，一批现代化新城将迅速崛起，以缩小大、中型城市与乡镇的差别。

xx无疑是这些新城镇中最闪亮的一个星。

2. 项目立意：新兴现代化“镇级市”中央核心商务圈

基于上述对国家建设发展的战略意义和xx现状的认识，我们对玫瑰星城大二期项目在“城乡一体化”发展进程中有了一个新的认知，并需要赋予它更深刻的涵义。

我们的基本阐述是：一个新兴的现代化“镇级市”的中央核心商务圈，集购物、休闲、娱乐、观光、居住、文化为一体。

它将成为产业发展与城市建设有机互动的一个典范，引领xx现代商贸业的发展潮流，成为支撑xx新生态、新文化、新生活的城市地标。

在传统乡镇向现代小城镇华丽“蜕变”的过程中，玫瑰星城大二期项目将起到一个里程碑的历史意义。

3. 项目布局：奠定项目在xx的核心地位

在新型城镇化建设发展中，商贸业一定充当领军的作用。

因此，在我们的概念中，不是做一般的商业街，而是做一个与人民生活密切相关的新兴现代城市商业综合体。

它在xx的商业布局中要起到标杆作用，成为xx市场繁华、商贸文明的重要引擎。

以玫瑰星城大二期七万方以上的商业建筑体量，足以构成xx这样的中心小城镇的核心商务区的空间。

通过这样重量级的布局，一举奠定项目在xx的核心地位。

4. 项目运作：肩负小城镇裂变的历史使命

项目推广上的运作，希望能在一个比较高的层次上进行，积极争取政府资源，肩负传统小城镇向新型城镇化裂变的历史使命，而不完全是开发商的功利性商业运作。

立足这样的高度，有利于大二期项目的全方位推进。

二、项目理念与商业模式

1. 项目理念：开创后商业街时代的典范之作

商业街是城市生活的一种特定商业形态。

中国商业街历史源远流长，从汉代洛阳街市的鼎盛到唐代长安大街的喧闹，从xx南宋御街的繁荣到明朝南京鼓楼大街的熙攘……商业街成为城市历史经济文化发展的见证。

她讲述着城市的故事、演绎着城市的历史、承载着城市的梦想。

从某种意义上讲，我国商业的发展已经从传统的商店与商店之间的竞争，发展到商街与商街的竞争及商圈与商圈的竞争，甚至城市与城市的竞争。

商业街在城市中的经济形象和商业地位日益突出，商业街经济正强力助推着城市经济的发展，从而成为城市商贸发展、市容风貌和综合竞争力的代表，成为城市文明的重要窗口和名片。

商业特色街作为城市商业综合体的一种表现形态，是商贸服务业最集中的区域，对于推动城市产业集聚、商贸流通、旅

游观光、休闲购物乃至城市品牌形象具有重要作用。

现代商业街与传统商业街不同之处在于，完全摒弃了单纯的购物功能，向着全方位一站式多元化的功能发展，以满足消费者物质与精神全面需求为目标。

这是后商业街时代的重要特征。

在电商迅猛发展的时代，xx星城大二期项目将容纳各种元素，形成可游可玩可赏可体验的新格局，从而打造成后商业街时代的典范之作。

2. 商业模式：开启xx第五代商业模式

创新和差异化经营是商业发展的永恒主题，也是商业地产和商业业态提升竞争力的核心，更是商家通过商业模式赚取最大利润或价值的过程。

商业价值的取向，一般从商业发展的规律来看，商业地产和商业展贸业态必须与时俱进。

中国的商业发展模式经历了许多种的方式方法，归结为主流商业模式：第一代供销社商业模式；第二代百货商业模式；第三代大卖场式的超市连锁经营模式；第四代城市生活休闲中心模式；第五代供应链商业模式。

第五代商业模式，是建立在第四代城市生活休闲中心模式基础上的一种电子商务、物流和金融相结合的新商业模式，在大规模横向供应链商业的基础上，在理念上强调投资运营商的主导权，提供优质资源平台和讯息共享的融汇商品流、运输流、资金流、信息流于一体，同时，完成顾客的体验式消费、商家的参与式经营，投资商和参与者共赢的一站式运营和服务中的多方共赢。

在满足人们一站式购物需求的同时进行升级，增加体验式消费。

购物已不再是商业模式最重要的功能，它是集消费、休闲、文化、运营、体验、服务、参与、共赢八大功能于一体，其中运营、体验、服务、参与、共赢成了经营者的核心；消费、休闲、文化成了顾客的核心。

体验式购物中心既是购物中心，也是休闲中心，同时还是社交中心。

一站式的体验消费和服务，构成元素主要有金融、贸易、服务、文化、娱乐、电子商务、餐饮、交通、停车场、物流等现代商业提倡的“一站式”消费和服务应运而生。

三、项目定位与业态布局

1. 总体定位：中国影视风情第一街

链接xx中国影视城的产业资源和文化积淀，打造一个集合影视文化元素、展示中西合璧建筑景观、体现多元化商业功能、融合本土民俗风情的中心城镇现代化大型旅游购物景点，具有独特景观、丰富内涵、完善功能的集购物、美食、休闲、观光、娱乐、游憩于一体的，能满足多层次消费者全方位物质与精神需求的，独具个性的富于艺术气质的大型现代商业文化街区高品位商务空间。

概念描述：这是中国第一条影视文化主题商业步行街。

徜徉在这条街上，首先映入眼帘的是造型奇特极具现代感的商业建筑，钢架结构、巨幅幕墙，营造出光感通透宽敞明亮的商业空间。

其间，各种休闲设施齐全，消费者可以享受各种体验式消费

的历程。

五光十色的精品橱窗，烘托出浓郁的商业气息。

“潮”气十足的商品，轻吹着时尚之风。

城雕小品和不时闪过的熟悉的明星脸，构成独特的凝固和活态的人文景观。

在繁华的都市商业景观中，衬映着八面山的自然景观。

不时可以看到以影视明星命名的情调十足的咖啡屋、美食店，让你品尝到不一样的美味和优雅。

入夜，璀璨的灯光和绚丽的霓虹交相辉映，让思绪在光影中舞蹈，领略不夜的xx魅力。

2. 业态定位：一中心五大功能区块

一中心：

五区块：

美食风味区块——台湾风味小吃、杭邦菜、茶楼、咖啡、时尚饮品等

酒吧娱乐区块——酒吧□ktv□游戏等

旅游购物区块——旅游纪念品、土特产等

配套业态

主题酒店

中型超市

金融机构

3. 品牌定位：以国内一、二线品牌为主打

根据xx商业现状与消费环境，初期的品牌定位不宜太高端，以国内尤其是省内一、二线产品品牌为主打，如女装类江南布衣、伊芙丽、可可尼等，餐饮类绿茶、弄堂里、两岸咖啡等，休闲健身类蓝士堡等。

此外，配置少量进口高档商品，特别是美容化妆品类。

后期，可进行根据市场情况，进行品牌调整。

(注：此部分内容需通过编制《业态规划》进行细化，以形成招商运营的指导性文件)

四、项目运作机制

本案拟由xx商业特色街联合会牵头，携手xx五大“国字号”商业街——清河坊民俗文化街□xx武林路时尚女装街、中国丝绸城、四季青服饰城、胜利河(大兜路)美食街共同打造。

具体操作平台□xx天下名镇商业管理有限公司□xx茶易餐饮管理有限公司。

1. 资源优势

具有操作性强，可落地的资源优势。

招商资源□xx市13条市政府正式命名的商业街资源有效整合；台湾美食餐饮独特优势资源。

政府资源：联合会直通国家商务部商业步行街指导委员会，为打造“国字号”商业街提供政府资源。

2. 品牌优势

商业街的品牌影响力和众多商家品牌共生性优势。

3. 运营优势

对商业街运营管理有着丰富经验。

五、项目合作方式

1. 整体或部分长期租赁。

(条件另议)

2. 单纯招商服务。

通常采用租金分成，根据不同业态，设定不同的比率，享受服务年限内的(3——5年)分成。

3. 其他合作方式面议。

六、机构简介

商业特色街联合会

是xx市民政局正式注册登记的社团组织，主管单位xx市贸易局，正式成立于20xx年10月，现有会员单位87个(包括xx市政府正式命名的13条商业街及部分商业街品牌企业)。

名镇天下商业管理有限公司

是上市公司“xx”下属子公司(股票代码□xx)□注册资本x万元。

该公司具有国资背景——xx商业集团。

(详见公司介绍)

茶易餐饮管理有限公司

隶属台湾xx餐饮集团，公司管理运营团队均来自台湾，在大陆从事台湾餐饮业策划、招商服务和培训已逾十年。

公司注册资本x万元。

(详见公司介绍)

目录

第一章、 项目概述

第二章、 项目名称和选址

第三章、 项目规划建设方案

第四章、 项目建设条件

第五章、 物料消耗与供应

第六章、 环境保护

第七章、 项目建设周期与日程安排

第八章、 经营管理方式

第九章、 投资估算

第十章、 项目经营策划

第十一章、 效益评价

第十二章、 结论

第一章 项目概述

一、项目背景

宗地系重庆市酉阳民族师范学校，该校创建于清光绪三十年(1904年)，历经了满清、民国、共和国三个时代。

随着现代城市规划、建设，酉阳政府对学校进行升级整合，将原酉阳民族师范学校地块用于房地产开发。

该地块位于县城黄金地段(钟多镇桃花源中路145号)，占地50余亩。

二. 项目历史条件

1、宗地简介

宗地位于县城黄金地段(钟多镇桃花源中路145号)，宗地面积为49亩。

用于商品房项目开发。

2、项目概况

宗地由重庆爵尊房地产开发有限公司于20xx年4月与酉阳国土资源和房屋管理局签定建设用地保用权出让合同。

计划20xx年1月开工，2015年10月竣工。

三、项目建设单位

1、项目公司名称：重庆爵尊房地产开发有限公司。

2、公司经营范围：

在规划范围内从事“该项目”的开发与建设、商品房销售、物业管理等。

3、项目建设规模和建设内容：

“该项目”开发建设总建筑面积约14.7万平方米。

建设内容为新建建筑物、构筑物及其附属设施。

“该项目”由重庆爵尊房地产开发有限公司投入全部建设资金。

四、可行性研究报告编制

1、编制单位：

由重庆爵尊房地产开发有限公司编制酉阳z41-1/02项目可行性研究报告。

2、编制依据：

2.1、渝价[2002]3 号文件

2.2、渝价(2001)402 号文件

2.3、《重庆市房地产业税费政策汇编》

2.4、渝府发(2003)92 号文件

2.5、渝(2000)830 号文

第二章 项目名称和选址

一、项目名称：酉师校项目(暂定名)。

二、地理位置：“该项目”位于钟多镇桃花源中路145号

三、项目占地面积：占地面积约3.2万平方米)。

四、项目用地现状：项目用地范围内为净地。

第三章 项目规划建设方案

一、项目建设内容：

“该项目”建设内容为新建建筑物、构筑物及其附属设施。

二、项目初步规划设计方案

1、规划建设用地面积： 3.2万平方米。

2、总建筑面积： 14.7万平方米。

3、居住建筑面积： 13.23 万平方米。

4、建筑高度：高度控制在100米以内。

5、建筑密度不高于40%。

6、居住总人口： 约4370人。

7、居住总户数： 约1360户

8、绿化率：不低于25% 。

三、项目规划设计特色。

1、规划设计：

在规划设计上拟聘请著名设计公司通过招、投标形式参与“该项目”建筑、景观、人文等规划设计工作。

“该项目”力求吸收当今国内先进的建筑艺术，体现城市风貌和时代特色。

规划设计方案既能满足现代化低密度住宅的各项使用要求，同时也必须适合酉阳总体规划要求，既能突出自己，又能与周围环境相协调。

2、设施、设备、材料：

“该项目”建设将充分引入国内先进的信息技术、引进先进的设备、设施。

3、绿化：

“该项目”力求最大限制度建设生态园林和生态景观设施，为业主提供绿色、优雅、舒适、安逸的居住氛围。

第四章 项目建设条件

一、地理条件：

“该项目”座落在县城黄金地段(钟多镇桃花源中路145号)占地面积约3.2万平方米。

地理位置条件非常优越。

二、市政条件

“该项目”目前大市政条件不足，由于周围已经建成一批商品房项目，随着城区建设步伐，加大了对该区域市政投资，因此“该项目”所需的水、电、气、通讯、道路交通等设施将会同期得到改善。

第五章 物料消耗与供应

一、建筑材料

“该项目”建筑内容为新建高层建筑及配套设施，建筑结构为全现浇钢筋混凝土结构。

钢材： 7350 吨(按50kg/m²计算)

水泥： 27900吨(按190kg/ m²计算)

二、主要设备

消防灭火设备、停车车库、排风、送风系统、应急发电设备、通讯电话系统、照明系统、供暖设备、卫星电视接收系统、通讯电话系统、计算机集成管理系统等。

三、水、电、气、热供应

根据初步计算，“该项目”水、电、气等用量为：

- 1、用电量：60瓦/平方米，则预测项目用电量为12000 千瓦。
- 2、用水量：按2升/平方米·日，用水量为40万立方米/日。

第六章 环境保护

按照国家环境保护局“建设项目环境保护管理办法”，建设项目要采取严格的环境保护措施。

“该项目”的建设内容为高层住宅和商业，对环境的污染较少。

环境保护问题主要是生活污水、生活垃圾、噪声以及汽车废气，此外无其它污染源，不存在有害污水和有害垃圾的处理

问题，对环境的不利影响较少。

项目建设及建成后的使用过程中，将采取严格的环境保护措施，严格遵守国家和重庆市的环境保护法规。

环境保护措施如下：

1、污水：生活污水经化粪池，含油污水经隔油池处理后，达到规定的排放标准，污水排放将严格执行国家和重庆市的有关规定和标准。

2、生活垃圾：将生活垃圾分类收集，由专门的管理部门专设清洁人员，利用密闭垃圾筒运出，由环卫部门统一清运至垃圾处理厂和垃圾消化场处理。

3、噪声：噪声污染源主要是排风机，停车库的排风、送风系统、发电机等，拟优先选择低噪声的设备。

4、汽车废气：因车辆进出、停放造成的汽车废气污染问题，通过在设计时停车库保证车库有一定的容积，采取合理有效的措施，汽车废气排放完全可以达到国家和重庆市规定的废气排放标准。

汽车废气还可通过建筑物周围绿化，减少污染影响。

第七章 项目建设周期与日程安排

一、建设方式

“该项目”建设按照重庆市有关建设工程招标、投标的有关规定，采取招标或议标的方式择优选择建筑施工企业组织施工。

为保证施工质量，工程建设采用施工监理的方式进行，聘请有经验的建设、监理单位进行监理，确保施工质量优良。

二、建设进度安排

1□20xx年1月之前完成前期准备工作。

主要包括：协议签订、规划设计、施工图设计 七通一平、工程招投标等。

2□20xx年1月到2015年10月为施工工期，竣工验收。

第八章 经营管理方式

一、经营设想

1、“该项目”拟采用目前行业流行的建设工程管理模式，按照国家通用建设工程施工条款。

2、“该项目”建成后将吸收国内外的先进管理模式和管理经验，以物业管理公司的形式统一经营管理。

将以现代化的设施、完善的服务，使其成为国内具有一流管理水平的企业。

第九章 投资估算

一、成本构成

宗地占地约49亩，为二类建筑用地，成本由以下几块构成：

1、土地费用

投入土地成本13527.0677万元

2、土地出让金：4147.6723万元

3、其它投入

二、项目设计

总建筑面积： $3.27 \times 4.5 = 14.7$ 万m² 其中：

1、住宅面积： $14.7 \times (1 - 5\%) = 13.97$ 万m²

2、商业面积： $14.7 \times 5\% = 0.73$ 万m²

方案b以4.5容积率，按30层高层与18层小高层设计，高层与小高层各占住宅总面积的50%，商业面积按总建筑面积的8%计算，高层4栋，小高层6栋。

总建筑面积： $3.27 \times 4.5 = 14.7$ 万m² 其中：

1、住宅面积： $14.7 \times (1 - 8\%) = 13.52$ 万m²(高层住宅建筑面积7.2万m²小高层住宅建筑面积6.3万m²)

2、商业面积： $14.7 \times 8\% = 1.2$ 万m²

方案c以4.5容积率，均按18层小高层设计，商业面积按总建筑面积的10%计算。

共12栋。

总建筑面积： $3.27 \times 4.5 = 14.7$ 万m²其中：

1、住宅面积： $14.7 \times (1 - 10\%) = 13.23$ 万m²

2、商业面积： $14.7 \times 10\% = 1.47$ 万m²

三、成本测算：

(一)、以方案 a设计，费用计算以建安费比率计，故分类为：

1、固定成本

1.1、土地费用 13527.0677万元

1.2、土地出让金 4147.6723万元

1.3、建安费用 23520万元 高层造价按1600元/m²

1.4、建设单位管理费 376万元

1.5、勘测费、设计费 470万元

1.6、施工图审查费 14.7万元

1.7、执照费 42.3万元

1.8、施工图预算编制费 47万元

1.9、工程招投标代理费 94万元

1.10、监理费 188.3万元

1.11、质量监督费 58.8万元

1.12、税金 802万元

1.13、城市建设配套费 2793万元

1.14、防雷施工监审费 7万元

1.15、工程定额测定费 32.9万元

1.16、不可预见费 3682.5万元

固定成本合计 49803.24万元

2、经营成本

3、毛利

(二)、以方案b设计，费用计算以建安费比率计，故分类为：

1、固定成本

1.1、土地费用13527.0677万元

1.2、土地出让金 4147.6723万元

1.3、建安费用 24390万元 高层造价按1600元/m²□小高层按1700元/m²□商业按1800元/m²□

1.4、建设单位管理费 390.2万元

1.5、勘测费、设计费 487.8万元

1.6、施工图审查费 14.7万元

1.7、执照费 52万元

1.8、施工图预算编制费 48.8万元

1.9、工程招投标代理费 97.6万元

1.10、监理费 349.4万元

1.11、质量监督费 61万元

1.12、税金 831万元

1.13、城市建设配套费 2793万元

1.14、防雷施工监审费 8.7万元

1.15、工程定额测定费 40.8万元

固定成本合计 47239.74万元

2、经营成本

3、毛利

(三)、以方案c计，费用计算以建安费比率计，故分类为：

1、固定成本

1.1、土地费用 13527.0677万元

1.2、土地出让金 4147.6723万元

1.4、建设单位管理费 399.8万元

1.5、勘测费、设计费 499.8万元

1.6、施工图审查费 14.7万元

1.7、执照费 53.6万元

1.8、施工图预算编制费 50万元

1.9、工程招投标代理费 100万元

1.10、监理费 357.1万元

1.11、质量监督费 62.4万元

1.12、税金 852.2万元

1.13、城市建设配套费 2793万元

1.14、防雷施工监审费 8.9万元

1.15、工程定额测定费 41.6万元

固定成本合计 47897.84万元

2、经营成本

3、毛利

第十章 项目经营策划

一、调查区域住宅项目综合评述

本区域内在售商业住宅项目主要分布在穿城而过的主干道附近，分布不均匀。

随着城市建设规划实施，酉师校项目(暂定名)将具有巨大的经济价值。

从现有住宅项目的销售价格和销售进度情况看，市场需求还有一定的潜力。

二、市场需求分析

1、城市化需求

据国家统计局统计，中国城市化率达40.6%，进入城市化快速发展期。

根据世界发达国家发展进程分析，城市化率每年递增1.2-1.5%。

2、城市居民居住需求

中国城市化率的增长，农村人口大量进入城市，城市居民居住需求是中国住宅市场的发展动力。

一个国家的城市化率达到70%以上，进入发达国家的水平，一个国家的城市化率达到70%以上，进入发达国家的水平，城市与农村的结构基本平衡。

我们从上述分析中得出，中国房地产市场蕴藏着巨大的需求空间。

3、投资需求

房地产不但具有使用价值，而且具有投资价值。

房地产的投资由于其具有保值增值的功能，又可以出租获取回报，受到投资者的欢迎，投资需求是房地产市场一个重要的组成部分。

三、项目市场走向

目前影响地产开发项目最大的因素，除了国家宏观政策外，从项目本身的因素看，最主要的就是地理位置和价格。

从“酉师校项目(暂定名)”本身因素看，影响项目市场和价格的最主要的因素是地理位置。

地理位置优越的项目应具备的条件是：交通便利、环境优美、邻近旅游景点等。

而“该项目”的地理位置完全具备上述条件。

影响项目市场和价格的因素除地理位置外，还有整体规划、户型设计、景观氛围等。

1、周边环境

本项目位于钟多镇桃花源中路145号。

2、建筑设计

本项目力求为业主营造良好的居住环境，根据不同的户型，设计各种风格的绿化景观。

建筑设计由知名设计院完成，目标是建设成为酉阳标榜建筑。

3、环境设计

将请专业公司设计绿化园艺广场，采用抗污染、适应当地气候、花期和的植物立体绿化。

4、户型设计

多种户型适宜不同需要，小到80平米，大到120余平米。

采用大客厅、大卫生间，根据不同设计风格配以相应的玻璃窗。

5、室内设施及功能

5.1、充分引入智能化概念。

综合布局入户，卫星电视接收系统，火警烟感报警系统，可视对讲电话，车库防盗系统，周界报警系统，密码防盗门。

集中报警。

四、项目优势分析

1、绝佳地理位置

本项目位于钟多镇桃花源中路145号，地处酉阳城市中心。

2、便利的交通

地处县城黄金地段。

五、该项目经营策划

1、本项目的卖点

卖点是销售中带给客户的直接利益和间接利益的总和，在心理上是带给客户一处价值感。

以现有的项目特点对该项目予以包装。

1.1、地处酉阳中心；

1.2、多种户型适宜不同需要，小到50平米左右经济小户型，大到130余平米大户型。

卖点分为实质内容和概念性感受。

实质的内容即房屋在实际生活中所真正具备的设施，而概念性感受是在该房屋中所带来的各种相关感受。

可以肯定地是实质内容如果超前和富有新意，能够博得客户认可，则物业必定热销，所以在前期物业的规划设计和设备的选用必须要不断的改进，以争取做到最好。

使客户真正感到“物有所值”才是销售的根本动力。

好的产品终归会受到客户的青睐，得到市场的认可。

2、竞争对策

对于竞争对手的竞争优势，包括在完善产品中所采用的新技术、新工艺和独特的销售支持点都应尽量采用，甚至在细节上进行模仿，以做到取长补短，特别是竞争项目给客户留下的最佳印象，必须在本项目中整合运用。

3、增加项目的附加值

如果要以高品质出现，必须增加项目可包装的卖点。

具体地从以下两大方面考虑：

3.1.1、样板间的装修由知名的室内设计师进行设计。

3.1.2、社区室外环境由知名设计公司设计。

3.1.3、建筑立面由知名建筑设计事务所担纲，推广时可以冠上该事务所名称。

3.2、采用高档次社区服务，规划好各项功能及各种配套设施。

3.2.1、高质量的物业产品，使客户产生满意和知足的心理。

3.2.2、与客户心理上的价值尺度相吻合，通过提供足够的附加价值带来超值感受。

3.2.3、建设最现代化的高品质商业住宅。

总之，塑造卖点的观点是：在设计上的投入比在材料上花钱更为重要。

务必塑造出名师设计、品牌品质，名家管理的形象。

这样才能达到促进预售效果的目的。

第十一章 效益评价

一、经济效益评价

1、评价方法说明：

1.1、“该项目”的经济效益评价是在通过对本地区的主要在建项目的销售状况进行了调查，并参照了与“该项目”类似的经营单位经济效益的基础上做出的。

1.2、“该项目”建设内容主要为高层住宅及商业，建成后住宅全部销售，并由物业管理公司统一经营管理，配套设施自营。

1.3、效益评估货币本位币为人民币。

2、“该项目”销售收入预算：

“该项目”可销售面积12万平方米，按4000元/平方米，销售收入总额为4.8亿元。

二、社会效益评价

“该项目”的建设为酉阳提供了一定数量商品房市场需求与旅游服务场所，满足了文化、旅游消费需要，促进酉阳经济建设和城市发展，起了一定的推动作用。

第十二章 结论

一、重庆爵尊房地产开发有限公司拟开发建设的酉师校项目(暂定名)，既加快了酉阳城市建设的发展，又满足了酉阳日益增长的物质文化生活需要。

二、经测算“该项目”在经济上是可行的。

从评价方案的分析可以看出，“该项目”具有较好的经济效益。

商业工作计划书篇六

身份证号码： 地址：

买受方： 电话：

身份证号码： 地址：

第一条 店铺的基本情况

第二条 价格

按(总建筑面积)(实际建筑面积)计算，该店铺售价为人民币每平方米_____元，总金额为人民币_____拾_____万_____千_____百_____拾_____元整(小写元)

第三条 付款方式

买受方应于本合同生效之日向出卖方支付定金人民币_____万_____千_____百_____拾_____元整(小写元)，并应于双方办好房产过户手续之日将该店铺全部剩余价款付给出卖方。

第四条 交付事项

出卖方应于收到该店铺定金之日，将该店铺交给买受方使用并将该店铺有关房产登记证交予买受方。

第五条 违约责任

买受方逾期未付清房款，出卖方有权终止合同，由此造成的损失，出卖方不承担任何责任及费用，买受方所预交的定金不予以退还，抵作出卖方损失。双方任何一方中途毁约，则向对方支付与定金数量等额的赔偿金。

第六条 关于产权登记的约定

买卖双方约定在出卖方原房产登记满5年(即 年 月 日)之日起 天内办理产权过户手续。

在买受双方上述约定时间内，出卖方协助买受方在房地产产权登记机关规定的期限内向房地产产权登记机关办理权属登记手续。店铺所有权转移产生的一切费用买受方承担。

第七条 出卖方保证在交易时该店铺没有产权纠纷

有关按揭、抵押债务、税项等，出卖方均在交易前办妥。交易后如有上述未清事项，由出卖方承担全部责任。第八条本合同未尽事项，由出卖方、买受方双方另行议定，并签订补充协议。

本合同及其附件(如果有)和补充协议中未规定的事项，均遵照中华人民共和国有关法律、法规和政策执行。第九条本合同一式_____份，出卖方、买受方双方各执一份，经出卖方、买受方双方签字之日起生效。

附加条款：

商业工作计划书篇七

大家好！

首先我代表青年旅行社欢迎各位的到来。我叫林媛是青旅的一名导游，大家可以叫我小林。

这位是我们的司机王师傅，他驾车经验很丰富，大家可以放心乘坐。我们现在开车前往鼓楼商业街，中午12：30用餐，下午游览古文化街，晚上5点返回酒店。在接下来的游览活动

中请大家多多配合我的工作，我也会给您提供最优质的服务，最后在此预祝您旅游愉快顺利。

大家注意一下，我们现在是在在南门外大街上，很快就到鼓楼了。我在这里先给大家做一个简单的介绍。鼓楼商业街位于天津老城厢繁华商业区。它是天津的发源地和历史上政治，军事，经济文化中心。在洪武三十一年，明太祖朱元璋病故，朱隶发动了“靖难之役”，他夺取皇位后，于142019年在天津设卫，同年修建了天津城即老城厢，并以镇东，安西，定南，拱北命名四个城门。它也是鼓楼商业街的前身。

大家注意一下，现在是9：30，我们12：00准时回到车上，请大家记住，我们所乘的车是韩国大宇车，车牌号为津at1160而且在车前窗右下方有“天津青旅”字样。好了，请大家带好贵重物品，按顺序下车。

大家看我们身后的就是鼓楼商业街了。我先给大家做个简单的介绍。鼓楼商业街重建后是以鼓楼为中心，向北，南，东延伸，形成三条繁华的商业街道。整个街区都是明清建筑风格，是集旅游，文化，休闲，娱乐，购物于一体的大型旅游商贾步行街。我们后面的就是南街，又称“东方不夜城”，它对面的北街又称古董珠宝街，东街又称“精品购物街”。

而它的重中之重还要说是鼓楼。鼓楼位于城的中央，我们在这里就可以远远的看到。鼓楼其实并没有鼓，实际是钟楼。原来大钟每日早晚各敲54下，紧十八慢十八，不紧不慢又十八。大钟每天提醒市民的作息时间，与人们日常生活密切相关，因此鼓楼被列为天津卫三宗宝，即鼓楼，炮台，铃铛阁之首。重修后的鼓楼共有四层，下面三层是天津危陋平房改造成果展，四层为钟楼。

在东街上还有全国第一座以戏剧为主题的博物馆——天津戏剧博物馆，也是广东会馆的旧址。一会儿我会在那给您做详细地介绍。下面就让走进鼓楼商业街来领略一下它独特的文

化气息。

我们现在看到的就是广东会馆的戏楼，这些是当时看戏的茶座，大家先找个位子坐下歇一会儿，听我简单地给大家介绍一下广东会馆。

广东会馆始建于清光绪二十九年，即192019年。戏楼作为会馆的主体建筑，也是目前我国规模最大，保存最为完好的古典式戏楼。广东会馆在建筑上集南北风格为一体，外部采用北方的楼砖建筑，内部采用潮州的建筑风格——雕梁画柱。大家可以看到，这整个戏楼都是金漆木雕的，它是在南方雕刻完运到北方，又重新拼接起来的，整个建筑没有用一个钉子，在76年唐山大地震时，它也是丝毫不动。

大家抬头看，舞台顶部有一个螺旋状的藻井，玲珑剔透，金碧辉煌。它由数以百计的斗拱组成，演员在舞台上不用扩音器，它将声音吸进，再折射出去，能够保持自然的音质和音量。而且我们发现戏楼内和舞台上没有一根柱子，您的视线不受阻挡。同时，舞台仅比地面高一米，您的视线也基本是平视的；如果您坐在高4米包厢里，俯视台上的角度为100~150度，正好符合生理视觉特点；这样，戏楼的设计者充分地为客户着想，很好地解决了视听效果这两方面的问题。

我们看这块匾额，写着“薰衣南来”。“薰”是南方一种带香味的香草，意思是人才好运从南方飞到北方来；在它下面是镶嵌着“天官赐福”的彩色镂空木雕，中间有一个穿红袍的天官，他站在祥云之上，手指着红日，意为“指日高升”。天官前面跪着一个仙童，手里托着一个花瓶，瓶里插着三枝毡，意为“平升三级”。也就是说升官发财的日子不远了，还要连升三级；在天官的身后刻有猴子，向日葵，蜜蜂，意作“早日封侯”。在它的四个角浮雕着口衔桃枝的蝙蝠，意作“福从四方来”。整个画面紧凑匀称，堪称彩色木雕的杰作。

会馆建成后，在192019年孙中山先生北上，在此发表演

讲“我亿万万同胞，同心协力，何难称雄世界”。还有许多艺术家像邓颖超，梅兰芳等都在此演出过。作为全国第一座戏剧博物馆，我们在戏楼的后面展出了戏剧人偶像，一共展出了50多个剧目，将近百十人。再有，后面还有一个四合院，包括中国戏曲发展史，中国京剧发展史和梨园拜师堂。

好了，我的介绍就先到这，大家现在可以在这里拍拍照，感兴趣的话，可以再到后面看一看。随后可以自由游览购物。但是，请您记住要12点之前回到车上。大家注意安全，现在就可以解散了。

商业工作计划书篇八

注册地址： _____

营业执照注册号： _____

企业资质证书号： _____

邮政编码： _____

委托代理人： _____ 地址：

委托代理机构：

注册地址： _____

营业执照注册号： _____

邮政编码： _____

地址： _____

地址：

共有人：

姓名： 国籍：

【身份证】 【护照】

【委托代理人】 姓名： 国籍：

地址：

邮政编码： 联系电话：

委托代理机构：

注册地址：

营业执照注册号：

法定代表人：

邮政编码：

联系电话：

第一条项目建设依据。

该地块土地面积为，规划用途为，土地使用年限自年月日至年月日。

出卖人经批准，在上述地块上建设商铺，【现定名】 【暂定名】_。建设工程规划许可证号为，施工许可证号为。

_____。

第二条商铺销售依据。

买受人购买的商铺为【现房】【预售商品房】。预(销)售商品房批准机关为，商品房预售许可证号为。

_____。

第三条 买受人所购商铺的基本情况。

地下一层号商铺。

该商铺平时作为商业用房，战时无条件服从国家需要。

该商铺属钢筋混凝土结构，建筑层数为地下一层。

平方米。

第四条 计价方式与价款。

出卖人与买受人约定按套内建筑面积计算该商铺价款：

该商铺单价为(币)每平方米元，总金额(币)千百拾万千百____拾元整。

第五条 套内建筑面积确认及面积差异处理。

合同约定面积与产权登记面积有差异的，以产权登记面积为准。

1、双方自行约定：

(1) 以产权登记面积为准，据实结算房价款；

(3) 产权登记面积小于合同约定面积的部分，出卖人按约定的单价返还买受人。

2、双方同意按以下原则处理：

(1) 面积误差比绝对值在3%以内(含3%)的, 据实结算房价款;

(2) 面积误差比绝对值超出3%时, 买受人有权退房。

买受人退房的, 出卖人在买受人提出退房之日起30天内将买受人已付款退还给买受人, 并按利率付给利息。

买受人不退房的, 产权登记面积大于合同约定面积时, 面积误差比在3%以内(含3%)部分的房价款由买受人补足;超出3%部分的房价款由出卖人承担, 产权归买受人。产权登记面积小于合同约定面积时, 面积误差比绝对值在3%以内(含3%)部分的房价款由出卖人返还买受人;绝对值超出3%部分的房价款由出卖人双倍返还买受人。

面积误差比=

因设计变更造成面积差异, 双方不解除合同的, 应当签署补充协议。

第六条公共部位与公用房屋分摊建筑面积确认及面积差异处理。

合同约定面积与产权登记面积有差异的, 以产权登记面积为准。

鉴于人防工程的特殊性, 公共部位与公用房屋分摊建筑面积不予计价, 双方同意对产权登记面积与合同约定面积发生差异部分互不找补。

第七条付款方式及期限。

买受人按下列第种方式按期付款:

1、一次性付款

买受人在年月日前付清全部房价款的，出卖人给予买受人占付款金额%的优惠，即实际付款额为(_____币)_千百拾万千百拾元整。

2、分期付款

买受人应当按以下时间如期将房价款当面交付出卖人或汇入出卖人指定的银行(帐户名称： ， 帐号： _)

(2)年月日前支付全部房价款的_____%，计(_____币)千百拾万千百____拾元整。

3、按揭付款

(3)买受人付清前述首付款后，应按银行要求持有关材料于_年月日前到银行办妥按揭贷款手续。

4、其他方式

_____.

第八条 买受人逾期付款的违约责任。

1、 买受人如未按本合同规定的时间付款，按下列方式处理：

按逾期时间，分别处理(不作累加)

(2)逾期超过日后，出卖人有权解除合同。出卖人解除合同的，买受人按累计应付款的%向出卖人支付违约金。买受人愿意继续履行合同的，经出卖人同意，合同继续履行，自本合同规定的应付款期限之第二天起至实际全额支付应付款之日止，买受人按日向出卖人支付逾期应付款万分之(该比率应不小于第(1)项中的比率)的违约金。

2、买受人未按银行要求持有关材料按时到银行办妥按揭贷款手续的，视为未按本合同规定的时间付款，按本条第一款承担违约责任。

3、经过银行审查后，银行不能为买受人提供贷款或不能提供足额贷款的，买受人应自银行作出此决定之日起日内自行向出卖人付清房款；否则，买受人应按本条第一款承担未按时付款的违约责任。

第九条交付期限。

1. 该商铺经验收合格。
2. 该商铺经综合验收合格。
3. 该商铺经分期综合验收合格。
4. 该商铺取得商品住宅交付使用批准文件。

1、遭遇不可抗力，且出卖人在发生之日起日内通知买受人的；

第十条出卖人逾期交房的违约责任。

按逾期时间，分别处理(不作累加)

(2)逾期超过日后，买受人有权解除合同。买受人解除合同的，出卖人应当自买受人解除合同通知到达之日起天内退还全部已付款，并按买受人累计已付款的%向买受人支付违约金。

买受人要求继续履行合同的，合同继续履行，自本合同第九条规定的最后交付期限的第二天起至实际交付之日止，出卖人按日向买受人支付已交付房价款万分之(该比率应不小于第(1)项中的比率)的违约金。

第十一条规划、设计变更的约定。

(1)该商铺结构形式、户型、空间尺寸、朝向；

(2)_____.

买受人有权在通知到达之日起15日内做出是否退房的书面答复。买受人在通知到达之日起15日内未作书面答复的，视同接受变更。出卖人未在规定时限内通知买受人的，买受人有权退房。

买受人退房的，出卖人须在买受人提出退房要求之日起天内将买受人已付款退还给买受人，并按利率付给利息。买受人不退房的，应当与出卖人另行签订补充协议。

_____.

第十二条交接。

商铺达到交付使用条件后，出卖人应当书面通知买受人办理交付手续。双方进行验收交接时，出卖人应当出示本合同第九条规定的证明文件，并签署房屋交接单。出卖人不出示证明文件或出示证明文件不齐全，买受人有权拒绝交接，由此产生的延期交房责任由出卖人承担。

由于买受人原因，未能按期交付的，视为交付，房屋损毁灭失的风险归买受人，基于该房屋产生的物业管理等费用由买受人承担。

第十三条出卖人保证销售的商铺没有产权纠纷和债权债务纠纷。因出卖人原因，造成该商铺不能办理产权登记或发生债权债务纠纷的，由出卖人承担全部责任。

第十四条出卖人关于装饰、设备标准承诺的违约责任。

1、出卖人赔偿双倍的装饰、设备差价。

2、经双方选定的鉴定部门确认后，由出卖人在合理期限内恢复到约定标准，或赔偿差价。

3□_____.

第十五条出卖人关于基础设施、公共配套建筑正常运行的承诺。

1. 供水、供电在房屋交付时即达到使用条件；

2. 电梯，空调在房屋交付后日内达到使用条件；

如果在规定日期内未达到使用条件，双方同意按以下方式处理：

1. _____.

第十六条关于产权登记的约定。

1. 买受人退房，出卖人在买受人提出退房要求之日起日内将买受人已付房价款退还给买受人，并按已付房价款的%赔偿买受人损失。

2. 买受人不退房，出卖人按已付房价款的%向买受人支付违约金。

3. _____.

第十七条保修责任。

双方详细约定商铺的保修范围、保修期限和保修责任等(见附件三)。

在商铺保修范围和保修期限内发生质量问题，出卖人应当履行保修义务。因不可抗力或者非出卖人原因造成的损坏，出卖人不承担责任，但可协助维修，维修费用由购买人承担。

第十八条物业管理。

1、前期物业公司由出卖人选择，出卖人应当保证物业管理公司有较好的声誉，有相应的资格与能力来维护买受人的各项权利；买受人应遵守该物业公司的管理规定。

2、首期物业管理公司的服务期限自年月日至年月日，期限届满后，业主委员会有权根据法律的规定，重新选择物业公司。

3、物业管理的时间至少在年月日以前开始，以保证买受人能够及时享受到相应的物业管理服务。

第十九条双方就下列事项约定：

1、该商铺所在商业街的外墙、人防专用设施及其用房的使用权归出卖人；

2、该商铺所在商业街的命名权归出卖人；

3、本合同所规定的书面通知是指以邮寄、公告等方式或直接以书面方式告知对方，以邮寄或公告方式通知的，邮寄或公告当日视为已通知，邮寄后日或公告后日视为通知到达之日。

4□_____.

第二十条买受人的房屋仅作使用，买受人应按物业管理合同约定的经营范围进行经营，使用期间买受人不得擅自改变该商铺的建筑主体结构、承重结构和用途。除本合同及其附件另有规定者外，买受人在使用期间有权与其他权利人共同享用与该商铺有关联的公共部位和设施，并按占地和公共部位

与公用房屋分摊面积承担义务。

出卖人不得擅自改变与该商铺有关联的公共部位和设施的使用性质。

_____.

1、提交_____仲裁委员会仲裁。

2、依法向_____人民法院起诉。

第二十二条本合同未尽事项，可由双方约定后签订补充协议(附件四)。

第二十三条合同附件与本合同具有同等法律效力。本合同及其附件内，空格部分填写的文字与印刷文字具有同等效力。

出卖人份，买受人份，份。

第二十五条本合同自双方签订之日起生效。

第二十六条自本合同生效之日起90天内，由出卖人向_____申请登记备案。

出卖人(签章)： 买受人(签章)：

【法定代表人】： 【法定代表人】：

【委托代理人】： 【委托代理人】：

(签章) (签章)

年月日签于年月日签于

商业工作计划书篇九

业氛围偏冷，商户入驻经营热情不高。据调查，一期商街的65家店铺中，目前出租率仅为52.3%，有近一半的店铺闲置待租；已入驻的商户中有7家正在寻求转租、退租或改行。这种状况，不仅对一期店铺的继续招租、出租产生了不利影响，而且对二期店铺的预售、销售带来了潜在威胁。

因此，我们必须采取有效手段，炒热××一期的商街气氛，大力提升其商业价值，增强业主和商户的投资信心，并以此拉动××二期的店铺出售。鉴于营造一期商街气氛、迅速催生人气的任务迫在眉睫，本案将主要对××一期商街如何突破商业现状和形成旺盛人气进行策划。

一、背景分析

××一期商街位于濠河之畔，处于城市商业中心，与繁华的南大街北段仅一步之遥。这样具有“钻石级”市口的商业街，当前缘何一时难“热”？在我们拿出策划方案之前，首先必须对此进行研究分析，以便找准“病灶”对症下药。据考察和分析，××一期商业步行街主要存在“先天”与“后天”两方面原因。

(一)、商街设计“先天不足”

1、大广场难搞大活动。步行街北广场扼××街、××路交汇处，西邻五星级大酒店，原本属于最能吸引公众“眼球”、最宜举办大型活动的商业舞台，能给商街源源不断注入人气。由于当初仅从景观角度设计广场的“旱式喷泉”、“简易花坛”，而没有考虑广场的商业价值，如今的广场很难发挥聚集人流、吸纳大型活动的功能。广场热不起来，商街自然冷落。

2、“假山”成了“绊脚石”。步行街南入口处的“假山景

观”，既无观赏价值，又横亘在道路中央，事实上成了阻碍游人进入内街的“绊脚石”。此外，南入口的台阶亦与商街道路平坦要求不相符，也没有考虑人性化的地面设计如残疾人、盲人通道等。

3、内外街连接通道商用功能缺失。××街通往内街的三个通道，从商业功能设计上看实属败笔。按照商业街区的布局要求，街区内主干道、副通道两侧均应为店面房，以便使街区形成鳞次栉比的商店群。这不仅能有效吸引顾客逛街购物，易于催生和聚集客流，而且能把土地资源利用率发挥到极致，如同上海豫园商街那样条条路上有店铺，每寸地皮生银子。遗憾的是，××一期外街通向内街的三个通道，两条是没有任何店铺的“幽巷”，顾客在街口看不到商业气氛，甚至不知道里面还有内街；一期与二期之间的通道，同样因一期建筑南侧没有设计店面房，走在南大街的顾客看不出街口的商业氛围而止步于此。

4、××街一侧临街绿化带的设计过长，阻挡店门，不少顾客入店购物因此要绕一大圈，于是放弃了购买动机，导致临街店铺生意清淡。

(二)、商街策划“后天失调”

1、××广场商业街处于核心商圈，在市场竞争特别强调个性化的今天，商街必须有自己的“灵魂”，即战略定位和商业主题。××广场商业街最早定位是“××街”（很好），后来又定位于“×××”（很好，只是推广很费力），如今准备冠以“××广场步行街”（老土，没有鲜明个性、目标顾客也不清晰）。由于没有精确、精准的市场定位，关于商业上“我是谁”、“我为谁服务”的问题没有首先解决好，其它问题也就难以解决了。

2、××广场是一处很好的“市民广场”，但要吸引广大市民聚集到这里，还需要有浓郁的“广场文化”，例如象×××

路、×××广场、×××步行街那样的广场雕塑。此外，还需要有体现人文关怀的指引牌、休闲椅、售报亭、公用电话亭、垃圾筒、商品广告牌、露天茶座等。目前，由于上述设施没有配套，××广场的“磁场效应”不佳，所以商街难“热”。

3、打造商街，服务“缺位”。开发商开发一片商铺销售出去，再由物业管理公司去打理，这是开发商业房产的“老皇历”。事实上，经营××广场商业街，“物业管理”代替不了“商业管理”，商业街由“冷”到“热”需要专业策划管理机构来“操盘”运作，此所谓“泛商业地产运作”。××广场起步阶段缺少商业策划管理机构的全程介入，商铺的出租与经营全由业主与商户“婚姻自主”，双方又都缺乏成熟的理性，商街本身也没有搞启动和培育市场的形象“炒作”，这就无法形成火爆的商业氛围。此外，我们对业主购买店铺后的关注程度不够，没有从尽快启动商街运营和提升商业价值的角度予以指导和服务，例如，商街北口的66号(圆形)、68号(尖顶)两家首席店面房一直空关，这对内街商户的经营及整个商街的气氛便构成较大影响。

二、商街定位

1、街名：××广场时尚丽人街

2、概念：××广场———××街观光旅游的门户，国际品牌汇聚的商街，都市丽人寻梦的×××。

3、广告语：××广场/时尚丽人街———与××相约，与××同行

4、商业门类：购物、休闲、餐饮、美容、娱乐

5、商品：主营国际国内名牌服装、服饰、化妆品、珠宝、眼镜、手表、休闲食品、工艺品等。

6、顾客定位：都市中追求时尚的女性及国内外的旅游观光者。

7、经营理念：站在城市经营的高度打造一条闻名长三角的商业街。

三、招商策划

(一)、发布招商公告

我们计划于4月中旬在《××晚报》、××电视台发布招商公告，突出介绍××广场时尚丽人街的市口优势、市场定位和潜在的巨大商机，吸引商户预约登记承租店铺。

(二)、举办招商信息发布会

2、×××××街可供商户购买或租赁的店铺资源状况，包括售价、租金、物管的优惠政策。

(三)、整合店铺资源

××一期的店铺均已出售，投资者是否愿意委托我公司代理招商和出租？是否同意接受我公司提出的代理租金价格（或称返租报价）？举办招商信息发布会和对外发布招商公告之前，须由××房屋销售公司与业主首先商定委托招商的意向、租金价格等问题。一旦确定了哪些店铺可供委托招商，我们便可以对外开展招商活动和引入商户、洽谈租金。

为了使××一期商街尽快形成良好的商业氛围，我们应争取所有空关店铺纳入招商范围，并按照商街的市场定位有的放矢地展开招商。如果有的业主采取等待店铺升值的态度，宁可闲置也不愿出租，我们应当认真加以引导，动员其站在全局利益、长远利益的高度尽快出租，以便消除商街中的店面空关现象。

对目前正在寻求转租、退租的商户，我们应当积极宣传本公司为繁荣商街正在采取的举措，动员他们打消念头和恢复信心。如果商户仍然要转租、退租，由于业主与商户之间有约定，我们可在双方解除合同后再将该店铺纳入招商范围。

(四)、有关租金政策

1、内街店铺：租金600~700元/m²/年(经测算，内街店铺平均售价8500元，平均面积110m²□购房投资额约94万元，购房贷款利率按4.7%计算，年利息为4.4万元。

如该类店铺以600~700元/m²/年租金计算，年收益为6.6~7.7万元，剔除利息后的收益2.2~3.3万元。这样的租金对商户来说，在目前情况下尚有吸引力，易于接受。)

2、外街店铺：租金800-900元/m²/年(经测算，外街店铺平均售价12500元，平均面积200m²□购房投资约250万元，购房贷款利率按4.7%计算，年利息为儿75万元。

如该类店铺以800~900元/m²/年租金计算，年收益为16~18万元，剔除利息后的收益4.25~6.25万元。这样的租金对商户来说，目前情况下尚易于接受。)

(五)、商户入驻优惠措施

第三，凡商户入驻经营一年内，店铺物业管理费将按八折优惠收取；

第四，为降低入驻商户的经营成本，我们将协调工商、税务部门，给予××广场商业街以集贸市场的税收优惠政策，同时在工商管理费的收取上适当减免。

四、商业氛围营造

(1)、商街指示识别系统布置(详见××广告公司设计效果图)

(2)、设计制作广场、内街雕塑作品(参见×××步行街雕塑照片)，以增添××广场的文化底韵，吸引游人前来休闲。

(3)、广场、内街将有序设立景观式落地广告灯箱、欧式休闲椅、公用电话亭、报刊出售亭、饮料及冰淇淋售卖亭等，广场上采用鲜花盆景搭建可移动立体景观花坛，增加视觉看点，扩大商街的休闲与服务功能。

(4)、邀请政府部门、社会团体前来举办广场主题活动，借力炒热广场、活跃气氛、吸引眼球。尤其要抓住“五一”前后活动频繁，联系总工会、文联、群艺馆、新华书店等单位举办广场活动，借助媒体推波助澜，巧妙宣传××广场。

(5)、与市摄影家协会和新闻媒体联合举办《××风韵》优秀摄影作品广场展示活动，用文化手段提升××广场的时尚品位。

(6)、5月份起，争取举办几次《××之夏》广场音乐欣赏会，用高雅艺术推高××广场在市民心目中的地位，提升广场的“聚流”效应。

五、商街硬件改造建议

1、××北广场实施改造，以适合举办大型活动。

2、××一期南入口的假山拆除，地面实施人性化、商业化改造。

3、临××街一侧的店前花圃实施改造，便于顾客无阻碍进店。

4、内街的地面进行排水改造，防止夏季雨水倒灌进入店铺。

5、××一期南侧花圃争取拆除，最好建造一排店面房，既可

街口开店吸引顾客步入内街，又可创收。

上述方案，经董事长批准后组织实施。