
经济技术开发区招商方案

111111经济技术开发区招商引资方案

一、塑造 111111 经济技术开发区形象

111111 经济技术开发区进行市场推广的第一步是塑造成功的开发区形象。塑造开发区形象是沟通开发区理念和文化的工具，通过精湛的标识设计，涵盖准确的理念设计，形成具有开发区职能特征和鲜明特点的视觉形象、行为规范和经营理念，对内灌输于开发区的广大员工，形成统一的开发区精神；对外运用多渠道全方位的宣传手段沟通于社会各界，让公众知晓开发区，了解开发区，进而认同开发区，有效的扩大开发区的知名度。

(壹) 开发区形象基本元素及特征

开发区形象包括开发区的介绍、主商标、产业导向、服务宗旨等主要内容。塑造开发区形象时，应采用专业化的开发区形象识别系统成功树立开发区形象。

开发区形象基本元素及特征

基本元素	特征
开发区介绍	以得体的文字或图形的形式突出开发区的特点，强调开发区的优势
商标符号	以设计简洁，形象鲜明的图形符号给人以深刻的印象
状态	将商标符号赋予一定的动态或静态图象，并确定其不同的使用场合
色彩	从色彩学的角度确立商标的主色、衬托色、深浅、2-3套色系搭配及其相应的使用场合
字体	确定与开发区商标搭配的文字及其他的开发区文档所用的文字的大小、字体及相应使用场合

基本元素	特征
宣传文字	以规范的书写风格、文体制作适当的宣传语句，并注意多语言文字使用规范、非罗马字符使用规范、译文规范、字译规范
标题框	清楚地标示开发区各项服务工作在不同页面中的主次地位
照片	用于各种场合的照片或特殊制作的图片、指定图片社
插图	广泛地被用于时间紧迫、费用有限的文字材料、包装、电子邮件、广告、讲演资料之上

(式) 从内部塑造开发区形象

开发区从内部着手塑造开发区形象，应注重细节，规范统一，努力提高管理水平，树立专业的招商形象。

内部形象塑造要素及要点

要素	要点
办公环境	环境整洁，装修风格高雅，格调清新，符合国际潮流；设有中英文指路标牌，方便外来客户；大楼大厅设有中英文欢迎辞，让外来客户感受到宾至如归的感觉
办公用品	规范对内对外的文档格式、文档装订的方式；规范员工名片设计；规范开发区信封、信纸、传真纸设计
专业形象	从着装、礼仪、谈吐等方面作出规范，要求员工树立专业服务形象
专业素质	引进高素质人才，提高总体人员素质；进行内部培训，对员工外语水平、法律知识、招商谈判技巧等方面进行专业指导；强化专业服务观念，提高专业服务水平，帮助员工了解招商中应该传递的信息，以及有效传递信息的技巧及方式
专业意识	建立一种亲商意识，不断增强与外商的感情，使之相互了解相互信任；着力培养员工的招商意识及对招商工作的敏感度

(参) 制作开发区宣传用品

开发区的形象需要一定的宣传载体。开发区可经过专业设计，制作一定的宣传用品，在不同的场合分别运用。

开发区宣传用品

形式	制作要点	用途
宣传手册	制作精美，内容丰富。用得体的文字，运用多种图表照片等列明开发区的基本概况，突出主要优势、公开优惠政策、手续流程及招商指南等主要信息。	主要用于重要的招商活动时配合招商部门在与客户作面对面的正规介绍时使用。或者在日常宣传时派送给潜在客户，咨询机构、商会及其他中介机构，政府机构等相关单位。
一次性宣传品	制作可以相对简单，但是内容精当，主题鲜明	主要用于开发区招商会、宣传会等大型的活动时散发给广大参加者时运用。这一成本较低的方式可以有效扩大知晓人群
专业研讨著作	制作精美，突出学术性特点。收录开发区介绍、开发区客户的反馈、与开发区发展有关的专业研讨文章等内容	主要用于针对专门行业、学术机构、政府机构等的招商研讨会
VCD 或录像带	运用多媒体动画加解说的形式将开发区的主要情况拍摄成 VCD 或录像带。	主要可以用于派送给未到现场的客户，辅助手册等文字形式的传统宣传手段给这些客户以身临其境的感受，或者选择在电视等媒体中播放。
开发区宣传礼品	制作标有标志或开发区发展理念的礼品和宣传衣衫	与手册等主要宣传品一同使用，加强宣传效果
商务指南	制作精美，印有开发区的标志及日历，内容包括开发区投资环境介绍；以及主要政府机关、酒店、机构、火车订票电话；医院、国际学校的电话、地址等等	派送给潜在客户

(四) 扩大开发区知名度

开发区进行成功的形象塑造之后，应该运用多种市场推广手段进行开发区形象宣传，努力扩大开发区知名度。

1 利用各种媒体广告，进行宣传推广

根据目标客户以及会对目标客户产生影响的中介公司大多数是商界人士的特点，开发区应该利用合适的媒体形式，例如：财经电视频道、经济广播电台、财经类报纸、商业杂志、商业区的广告灯箱、机场广告牌等等进行广告宣传，以言简意赅的方式介绍开发区

基本情况及其发展理念、宗旨、主要服务等主要内容，还可提供招聘信息、商务指南、网页信息等。这种市场推广方式可以针对目标客户有效地扩大开发区的知晓度。

2 制作开发区网页，跨越时间空间进行宣传

针对目前网络日趋深入人心，开发区可以充分利用这种先进的方式对广大的网络社区成员进行宣传。开发区着手建立本开发区的网页具体设计时，应运用有特色的设计形式，内容可以开发区内部管理、开发区投资环境、招商服务等主要信息为主，还可提供商务指南等信息。为扩大网页的影响，可以链接到影响较大的财经及政府机构网站。同时利用网络的特点，设立网上信箱，加强开发区与各界的交流，及时了解外界对开发区的反馈。这种市场推广的手段可以让开发区的形象辐射面不受地域、时间的限制，更加有效地扩大开发区的知晓度，使开发区的潜在客户了解开发区。

3 定期寄发开发区信息/开发区报刊

利用邮件等形式定期向目标客户寄发有关开发区的动态信息，尤其是如果能附上一些引起企业兴趣的信息，更可起到较好的效果，一方面能够扩大开发区的知名度，更给客户一种主动交流与联系印象。

4 举办开发区宣传报告会

针对对招商工作中产生影响的各类中介机构或者客户本身进行重点宣传，开发区可以定期举办开发区宣传报告会。开发区宣传报告会可以针对不同的对象进行采用不同形式进行报告会：

其一，赞助或协办由开发区目标客户所在行业协会的专业研讨会。通常这类研讨会的参与者大多是企业的高级管理人员。开发区可以通过参观开发区及区内样板企业等形式将开发区的优势传达到这些投资决策者。同时参与这类研讨会也有助于提升开发区着重长远利益和深入了解客户行业发展的专业形象。

其二，邀请外国驻华领事馆、行业协会、咨询机构等各种中介机构，以及外资委、外经委等政府机构参与开发区报告会。报告会期间开展以下宣传活动：由开发区管委会介绍开发区情况；邀请开发区内的成功企业介绍自身在开发区内的营运状况；报告会上散发宣传资料；请与会者观摩开发区介绍片；报告会后邀请参与者组成代表团赴开发区实地考察。这种方式可以扩大开发区影响力，搜集招商信息，同时促进与这些相关单位的交流合作。

二、招商引资

招商引资是开发区工作中的中心环节。利用先进的管理方式，规范招商管理，提高招商工作效率，通过多种渠道，利用多种方式，全面展开招商工作，使开发区招商引资工作形成良性循环。

（壹） 建立招商项目数据库

开发区必须根据自己的市场定位，选取目标客户建立营销数据库，以便有的放矢地进行招商工作。

首先，开发区应对目标客户所在行业的发展状况、客户在营运上的主要需求、以及开发区主要目标客户群的需求等状况进行研究，并收集主要目标客户的公司背景、主要资本构成、组织架构、盈利状况、主要原料供应地、产品市场分析以及未来的发展战略等信息。

其次，将目标客户的信息整理录入电脑，建立招商项目数据库；将客户按照地区、分布规模、重要程度分类，由招商员负责项目，进行定期拜访、追踪、并更新客户信息；项目成功之后，将各次谈判的相关信息保留在项目数据库中，以备查找及后续工作参考；即使项目暂时失败，也可以将项目相关情况记录在案，分析原因，并继续和客户保持联系，争取日后更有针对性的进行招商。

（贰） 采用多种方式扩展招商

根据 111111 经济技术开发区目前的情况，建议 111111 经济技术开发区在近期内采用以下几种方式进行扩展招商：

5 “以外引外”

针对广大外资投资商较多通过区内已落户企业了解对开发区情况的特点，开发区招商时要多加利用这一招商渠道，与已落户企业加强交流，使其更多地发挥“活广告效应”，吸引广大外资投资商落户开发区，形成“滚雪球”的良好效果。另一方面，开发区也要主动出击，挖掘更多的招商机会，吸引已落户企业的上下游企业、配套行业落户开发区。

6 针对重点潜在投资商进行个别拜访

在获取比较确切的招商信息之后，丰富招商人员的知识结构，树立专业的招商形象，注重与投资商的情感交流，定期拜访潜在投资商及既有投资商，加强信息沟通。

7 通过行业协会、工商联合会、招商代理等中介机构发掘招商机会

中介机构往往拥有较多投资者的信息和资料，通过中介机构向行业内的企业宣传开发区，可以达到事半功倍的效果，并且可以大量节约时间、人力和物力。

4、举办商贸洽谈会

商贸洽谈会可以将潜在投资者集中在开发区，通过一系列的宣传活动和贸易洽谈活动能够达到对开发区很好的宣传效果，并且可以在较短时间内促成商业投资、技术交流或贸易。

三、行动方案及控制

为了要达到 111111 经济技术开发区招商引资的目标，开发区管委会必须将开发区的招商引资战略行动化，使各部门清楚地知道自己的责权，而且可以定下各行动的开始执行和完成任务的时限。

111111 经济技术开发区管委会可以根据行动计划，定期比较行动执行后实际与计划结果之差异，对各部门的进度给予适当的控制，并为补救行动定下所需的步骤及资源，亦为检讨开发区的目标及战略提供了基本根据。因此，在行动计划实施后，开发区管委会可以根据 2001 年的行动计划进度，及下述详细的战略实施时间表，为下一年度的开发区招商引资定下行动计划。

8 行动计划：

招商引资全年活动时间计划总表

活动	时间	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
各种媒体宣传活动											
两会期间各项活动											
绿色基金成立发布会											
与国务院西部开发办公室合作活动											
文化节	绿色食品博览会										
	举办棉花节										
知青联谊活动											
与行业协会、工商联合会等机构合作活动											

与经济较发达地区政府的合作活动										
国外寻找招商代理										
与联合国粮农组织合作										
农科院合作活动										
科技部《科技支持西部大开发研讨会》										
111111 专题片										

1、两会召开期间，举办各种形式的宣传活动（两会期间详细活动方案见附件一）。

- 1) 由兵团召开记者招待会,邀请马市长参加；
- 2) 兵团代表与对口省市召开座谈会,会上为111111开发区进行宣传,分发宣传材料；
- 3) 邀请《中国经营报》或《经济日报》等有影响力的报社对兵团司令和马市长进行访谈，扩大经济开发的对外宣传；
- 4) 利用两会期间的资料交换部门与其它省市的代表交换经济技术开发区的宣传材料。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算（万元）	计划开始执行时间	计划结束时间
扩大经济技术开发区的对外宣传	1.召开新闻发布会，邀请马副市长参加					
	2.组织兵团代表与对口省市的人大代表召开座谈会					
	3.邀请《中国经营报》或《经济日报》等新闻媒体对马市长进行专访			3		
	4.利用两会的资料交换部门将开发区宣传材料分发给各省市的代表					

2、与行业协会、工商联合会等机构建立合作关系，共同组织有关企业在京、沪两地召开研讨会，并组织企业赴111111经济技术开发区进行实地考察。与此同时，在行业协会报刊、杂志和行业名录等传媒上发布关于111111经济技术开发区的宣传材料。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
对外宣传111111经济技术开发区，使疆外企业进一步了解开发区	1.搜集各种行业协会名录（包括工商联合会等商业组织机构的名录），并记入招商项目数据库	(详见附件二)				
	2.向各行业协会寄送开发区宣传材料			0.05	4月	4月
	3.联系目标行业协会，洽谈合作意向，建立合作关系			-	5月	5月
	4.通过行业协会或主动与选定企业联系			-	6月	7月
	5.与行业协会共同组织在京沪两地召开研讨会			2	8月	8月
	6.组织行业协会负责人和有投资意向的企业代表团赴开发区进行实地考察			10	9月	9月
	7.与有投资意向的企业保持沟通联系，并将数据记入招商项目数据库			-	9月	12月

3、建立与经济较发达地区的政府的合作关系。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
通过政府间的交流与合作，吸引经济	1.搜集北京、天津、山东、江苏、上海、浙江、福建、广东、深圳、大连和青岛等政府西部开发办公室的联络方式	(详见附件三)				
	2.寄送开发区的宣传资料			0.05	4月	4月

较发达地区的企业	3.与西部开发办公室的负责人联系，洽谈合作意向，并记入招商项目数据库			-	5月	5月
	4.拜访合作意向较强地区政府的有关领导，建立合作关系			5	6月	7月
	5.通过地区政府组织当地企业召开开发区宣传报告会			5	8月	8月
	6.组织选定地区政府及企业的考察团赴111111地区进行实地考察			10	9月	9月
	7.与投资意向较强的企业保持沟通与联系并将数据记入招商项目数据库			-	10月	12月

4、联系海外商业联合组织，争取更多的国外资金和技术来源。

1) 香港特区政府筹办大西北考察团，预计2001年5月份赴重庆、成都、西安乌鲁木齐四地考察，争取能够加上111111经济开发区；

2) 在国内外寻找招商代理。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算	计划开始执行时间	计划结束时间
吸引国外资金	1.搜集各种国外商业联合组织及外国领事馆的名录及联络方式	(详见附件四)				
	2.寄送开发区的宣传材料			0.05	4月	4月
	3.与国外商业联合组织或国外驻中国贸易协作办公室建立联系，洽谈招商合作意向，并记入招商项目数据库			-	5月	5月
	4.拜访有合作意向的组织，商谈招商项目，建立合作关系，设立招商代理			1	6月	7月
	5.通过招商代理与国外企业联系，组织考察团赴开发区实地考察			-	8月	9月

	6.与投资意向较强的企业保持沟通与联系并将数据记入招商项目数据库			-	10月	12月
	与大西北考察团联系，争取在考察团的日程中加上111111经济开发区			3		

5、举办各种形式的文化节，通过文化节吸引上下游企业。

1) 组织棉花节

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
对外宣传111111经济技术开发区，吸引资金和技术的进入	1.成立棉花节筹备工作小组，制定文化节的开展方案（包括选择时间、地点、组织人员、参加企业、新闻报道媒体等）			1	3月	4月
	2.制作文化节的宣传材料			3	4月	4月
	3.与棉花生产的上下游企业、新闻报道媒体、外省市地区的政府机关等机构联系，寄发宣传材料及邀请函等，并记入招商数据库			0.5	5月	9月
	4.组织文化节召开			20	10月	10月
	5.文化节召开期间组织召开专题研讨会			10	10月	10月
	6.与投资意向较强的企业保持沟通与联系并将数据记入招商项目数据库			-	11月	12月

2) 组织绿色食品博览会

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算	计划开始执行时间	计划结束时间
对外宣传111111经济技术开发区	1.成立绿色食品博览会组织委员会，制定文化节的开展方案（包括选择时间、地点、人员、参加企业、新闻报道媒体等）			1	3月	4月

开发区，吸引资金和技术的进入	2.制作文化节的宣传材料			3	5月	5月
	3.与相关机构、企业、新闻报道媒体等机构联系，寄发宣传材料及邀请函等，并记入招商数据库			1	6月	8月
	4.组织文化节召开			50	9月	9月
	5.文化节召开期间组织关于棉花生产的专题研讨会			20	9月	9月
	6.与投资意向较强的企业保持联系，并将数据记入招商项目数据库			0.5	10月	12月

6、召开111111经济开发区发展基金的发布会。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算(万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
通过基金发布会扩大111111经济开发区招商引资的宣传	1.组建基金发布会工作组，确定发布会工作方案			0.5		
	2.制作发布会的介绍材料			1		
	3.与有关新闻报道媒体、企业联系，寄发发布会介绍材料和邀请函			0.05		
	4.组织基金发布会召开			5		
	5.将发布会得到的有关数据记入招商数据库			-		

7、利用各种媒体广告，进行宣传推广(详见附件五)

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算(万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
针对目标	1.制作经济技术开发区的宣传材料；			5	3月	

客户有效地扩大开发区的知晓度	2.确定宣传渠道（如财经类报刊、商业杂志、机场广告牌等等）；			-		
	3.联系有关传媒，洽谈广告发布事宜；			1		
	4.确定广告发布媒时间、地点或等；			-		
	5.发布开发区招商引资广告			?		
	6.对广告效果进行评估			2		12月

8、组织拍摄111111经济开发区的专题电视片，在《经济半小时》一类全国性电视栏目内播出。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算	计划开始执行时间	计划结束时间
通过电视栏目在全国范围内宣传111111经济技术开发区	1.成立开发区专题记录片拍摄工作小组			1	7月	
	2.组织有关人员展开记录片的拍摄工作			5		
	3.联系《经济半小时》等全国性的电视宣传栏目，洽谈播放事宜			3		
	4.记录片播放			-	9月	9月

9、组织京沪两地的新疆插队知青的联谊活动，共同促进兵团开发建设。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算	计划开始执行时间	计划结束时间
	1.成立“新疆生产建设兵团插队知青联谊会”筹备工作小组			-	4月	4月
	2.在《新民晚报》《北京晚报》上发布消息，搜集京沪两地曾在新疆建设兵团插过队的知青名录			8	5月	5月

	2.与知青取得联系			2	6月	7月
	3.组织插队知青的联谊活动，举办“新疆生产建设兵团插队知青联谊会”成立活动			5	8月	8月
	4.组织对开发区投资兴趣较强的知青赴开发区进行实地参观考察			5	9月	9月
	5.与联谊会成员保持沟通，将数据记入招商项目数据库			-		

10、与农科院等科研院所合作，争取技术上的支持。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算（万元）	计划开始执行时间	计划结束时间
获得技术上的支持	1.搜集有关科研机构的名录及联系方式，并记入招商项目数据库			0.5	5月	5月
	2.与科研机构的有关部门联系，寄发开发区的宣传材料，洽谈合作意向			0.05	6月	7月
	3.拜访有较强合作意向的科研机构，建立合作关系			2	8月	9月
	4.组织科研机构的专家考察团赴开发区进行实地考察			5	10月	10月
	5.组织召开专家讨论会议，商讨适合开发区的发展方案			2	10月	10月
	6.落实通过的专家方案			-	11月	12月

11、与科技部合作，组织在111111经济技术开发区召开《科技支持西部大开发研讨会》。

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
利用研讨会取得多方面专家及企业家的支持	1.与科技部的有关部门联系, 洽谈合作意向			-	8月	8月
	2.开发区成立“科技支持西部大开发研讨会”工作组, 开展组织工作			-	9月	9月
	3.联络有关专家、新闻媒体、及政府机构人员			1	9月	9月
	4.组织召开“科技支持西部大开发研讨会”			5	10月	10月
	5.将研讨会的有关数据记入招商数据库			-	11月	12月

12、取得国务院西部开发办公室的支持

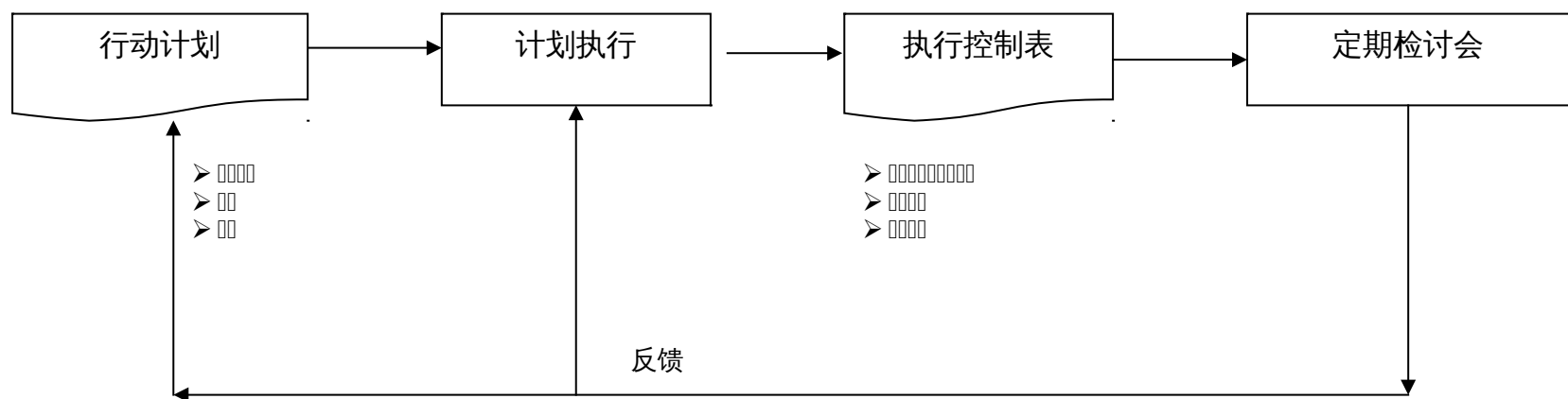
目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
通过国家部委的支持获得开发区更广阔的发展前景	1.与国务院西部开发办公室联系, 介绍开发区战略发展规划, 争取中央对开发区发展政策上的支持			-	3月	
	2.争取西部开发办公室组织的《西部开发研讨会》会场设在111111经济技术开发区			-		
	3.组织有关领导和专家赴开发区进行考察和指导工作			5		
	4.征询有关领导及专家对开发区规划和发展的意见			-		5月
	5.将有关记录记入招商项目数据库			-		

13、与联合国粮农组织建立开发区发展的合作关系

目标	行动	负责人	配合部门	费用预算 (万元)	计划开始执行时间	计划结束时间
通过粮农组织对外宣传开发区, 寻求国外投资	1.搜集有关联合国粮农组织有关机构的信息, 并记入招商数据库					
	2.与有关机构联系, 寄发开发区相关材料			0.05	5月	
	3.与联合国粮农组织共同组织考察团赴开发区进行实地考察			5		12月
	4.与投资意向较强的团体保持沟通与联系, 并将数据记入招商项目数据库			-		

(二) 度量及控制计划执行进度：

上述各项招商引资方案正式确定后, 即应该由该项目的负责人和合作部门按照时间的安排共同推进项目的执行。对于项目的执行进度因定期进行度量及控制, 以及时发现影响项目达到预期目标的各种因素, 并采取相应的解决方案使项目能够最终达到招商引资的目的。度量及控制计划执行进度的流程图如下：



(三) 各阶段责任说明

项目	目的	内容	负责人	时间
1.行动计划执行	把经济技术开发区招商引资战略行动化	1) 把开发区招商引资战略行动化 2) 明确划分各方案负责人的权责 3) 明确各方案的目标和所需完成时间		月度/季度
2.执行控制表	通过定期跟踪行动计划的执行结果，确定各项目的进展方向与目标相符，并在需要是及时对行动方案做出调整，以确保招商引资目标的实现	1) 在各方案执行时予以适当的控制 2) 定期比较方案执行后的实际结果与计划结果，并对差异进行分析 3) 检讨方案执行情况并为改进方案提供依据		每周/每月进行总结分析
3.定期检讨会	检讨计划执行情况，提供商讨与建议的机会，以保证改进后的执行计划与先前所定下的方案目标一致	1) 检讨行动计划执行的进度和方向 2) 剖析行动执行的实际结果与计划结果之间的差异 3) 商议改进方案，确定下一步行动方案		月度/季度

(四) 执行控制表

执行控制表是用来对招商引资 各项方案的实施情况进行跟踪、控制以及改进下一步的行动计划。由计划的相关负责人按一定的时间间隔，如每月、每季度或每周填写，以达到详细跟踪行动计划执行情况的目的。

填表时间：

执行控制表

填表人：

行动项目	计划结果	实际结果	差异	原因	改进方法