

如何做到 精彩开业

宝龙商业2024年



POWERLONG

配合招商 传播影响



磨合团队 精彩开业

- 搭建平台
- 传播影响
- 放大优势
- 鼓动信心
- 推动进驻
- 掌握资源

- 塑造品牌
- 抢占市场
- 创新活动
- 制造亮点
- 营造氛围
- 精彩开业



项目成立——270天

启动期

● 启动期——重要节点

完成时间	节点事项	规定动作	完成标准
开业前450天	总经理到岗	-	-
开业前430天	项目位置更新	高德、百度等地图类APP和朋友圈定位项目位置更新	完成更新
开业前420天	乔迁办公室	1、办公室氛围营造 2、乔迁仪式视频	宣传出街
	开业前企划工作倒排计划表	完成筹备期企划工作倒排	完成计划表
开业前410天	阵地包装完成	1、招商电话和广告现场发布； 2、招商办公室指引及集团品宣介绍	完成出街
	前筹预算分解	根据总部下发筹备期预算完成开业筹备预算分解	开业筹备期企划预算及方案签批件
开业前400天	招商工具制作一稿	招商说辞、招商手册（含IPAD招商信息）编制及设计	完成编制
开业前360天	招商工具制作二稿	招商视频、招商H5等编制及设计	完成设计
开业前330天	完成当地企划供应商考察及入库	进行当地供方考察及入库	至少完成2家供方入库
开业前325天	主力店-超市/影院入驻宣传	配合招商节点进行主力店入驻宣传	完成出街
开业前300天	自媒体号建立	服务号、视频号、抖音、小红书	建立
开业前290天	完成第一阶段招商推广方案	根据项目定位和业态规划完成3个月标准招商推广方案。包括slogan、项目亮点、媒体投放清单及预算（TO B端和TO C端）、发声量数据、自媒体排期表、招商活动规划、周期3个月	完成方案签批
	自媒体粉丝招募计划编制完成	进行指标分解	方案签批
开业前270天	室内外广告灯箱方案签批	根据项目结构特点和招商需求规划方案	室内外广告灯箱方案签批版
	客流计数系统方案签批	协助工程进行点位现场勘查编制方案	客流计数系统方案签批版
	媒体市调	摸排本地媒体资源建立媒体资源库	完成媒体市调报告
	招商推广全面出街	完成第一阶段招商推广方案落地	完成出街

● 启动期/前430天——项目位置更新

规定动作：高德、百度等地图类APP和朋友圈定位项目位置更新

完成标准：完成更新



朋友圈定位



百度地图



高德地图

● 启动期/前420天——办公室搬迁

主导：行政人事

管控要求：企业文化墙、激励标语、项目介绍、优秀项目展示海报等。

营造筹备期招商热情及氛围，色调统一，信息传达明确。设计忌繁复、主题不清。



优秀项目展示



办公室氛围布置



项目定位展示

● 启动期/前410天——阵地包装完成

1) 招商电话和广告现场发布

露出项目的定位和招商信息。必须完成：项目外围挡、公交站台、外立面墙体广告。

2) 招商办公室指引及集团品宣介绍

规划商户从外围入场动线，沿途设置导视系统，必须完成：地贴、立牌、桁架。

(以上物料包括但不限于，有条件的项目可制作：高炮广告、公交车站台广告等)



招商系列围挡



楼体外墙信息



招商办公室指引

● 启动期/前400天——招商工具制作第一稿

完成项目周边市调、确定项目初步定位后
3天完成招商说辞；15个工作日后完成招商手册。

1) 招商说辞：

- 将招商信息归纳成Q&A形式文件。
- 清晰梳理：商圈人口、交通情况、区块规划、周边产业、项目优势、项目定位、业态规划等基础招商说辞。

临海宝龙广场项目招商说辞 Q&A

Q: 人口多少、质量怎样？

A: 项目核心商圈人口超过 28 万，主力消费人群是消费力较强的城镇居民，周边 3 公里范围辐射镇域核心，现有人口约 11 万人，周边 10 公里辐射到上盘、头门港、桃渚、前所等区域超 40 万的常驻居民及工业区客群。

Q: 当地主要产业有哪些？人均可支配收入如何？

A: 杜桥作为临海市经济副中心城市、全国百强镇，是全国眼镜之乡，眼镜企业达 1000 家之多，还有化工、机械两大产业支撑，民营经济发达，杜桥商业可辐射上盘、头门港、桃渚、前所；杜桥城镇人均可支配收入超 7 万元；

Q: 项目整体面积多少？商业面积多少？

A: 临海宝龙项目整体建筑面积 28 万㎡，其中商业综合体面积 5 万㎡，规划业态有影城、超市、KTV、电玩城、儿童乐园、珠宝数码、精品服饰、潮流运动、教育培训、餐饮美食等，足可满足当地居民对品质生活的体验追求；还有室外约 1 万㎡的步行街，与综合体做到业态补充；

Q: 广场周边配套有哪些？宝龙世家一共多少户？什么时候交付？

A: 广场位于杜桥镇滨海路与滨海西路交叉口，项目覆盖 123 个行政村，周边汇聚了水务局、国家电网、临海住房和城乡建设分局、临海农商银行、客运中心、杜桥镇政府等一批极具价值的城市精粹。宝龙世家一共 21 幢 1202 套，预计在开业后一年内交付。

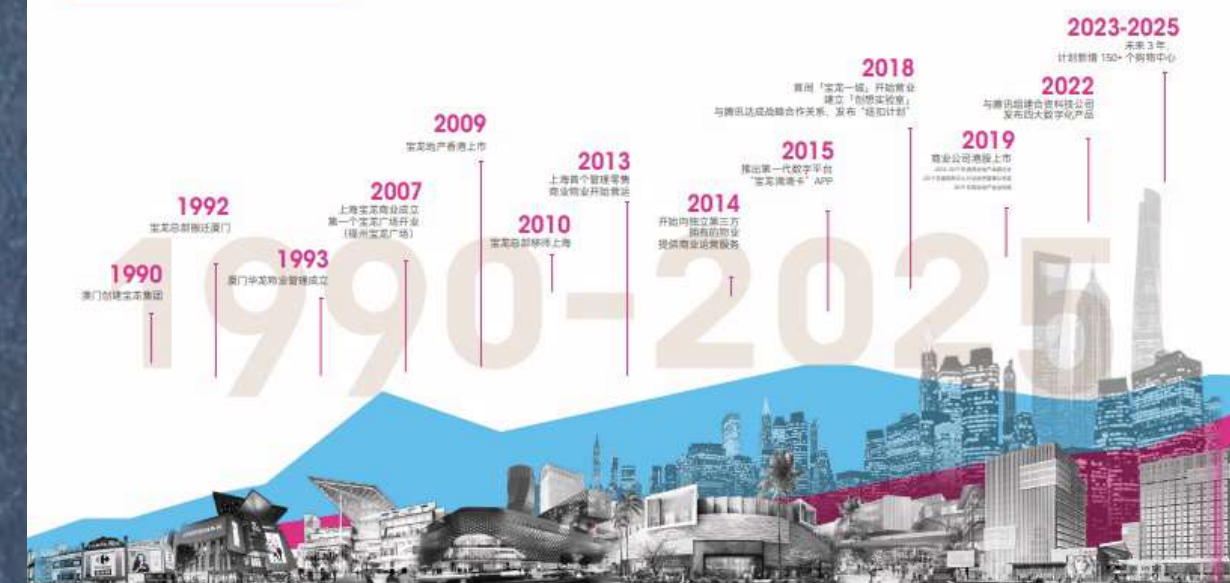
Q: 项目开业后有多久的培育期？

A: 项目周边人群密集，且为临海东部唯一城市综合体，开业即火爆！虽然我们预判不需要培养期，但是我们每月会有主题 PR 活动去制造话题。开业周年每季度会有 SP 和大型的活动会提高曝光率。

招商说辞 Q&A



宝龙商业发展历程



招商手册

● 启动期/前400天——招商工具制作第一稿

2) 招商手册内容

分类	主要内容	责任部门	内容
集团介绍	集团发展历程	营运管理中心企划部	宝龙集团简介、宝龙商业简介、集团发展历程等。
	全国项目布局		发展战略、全国布局、标杆项目、筹备期项目情况等。
项目介绍	城市区位介绍	项目企划部	城市位置、城市特点、城市经济、区位优势、人口客群
	项目介绍		项目定位、项目信息、项目交通特点、招商信息
	业态规划		项目规划、项目动线、业态规划图
	重点品牌		标杆品牌、主力品牌、首进品牌
	项目亮点		项目优势、（建筑结构、停车场、智慧商业等）
	营销思路		集团重大营销活动、区域联动活动、项目重要活动，整体营销策略
	营运管理		营运管理优势、日常营运策略

● 启动期/前360天——招商工具制作二稿

招商H5、IPAD等编制及创新招商工具设计

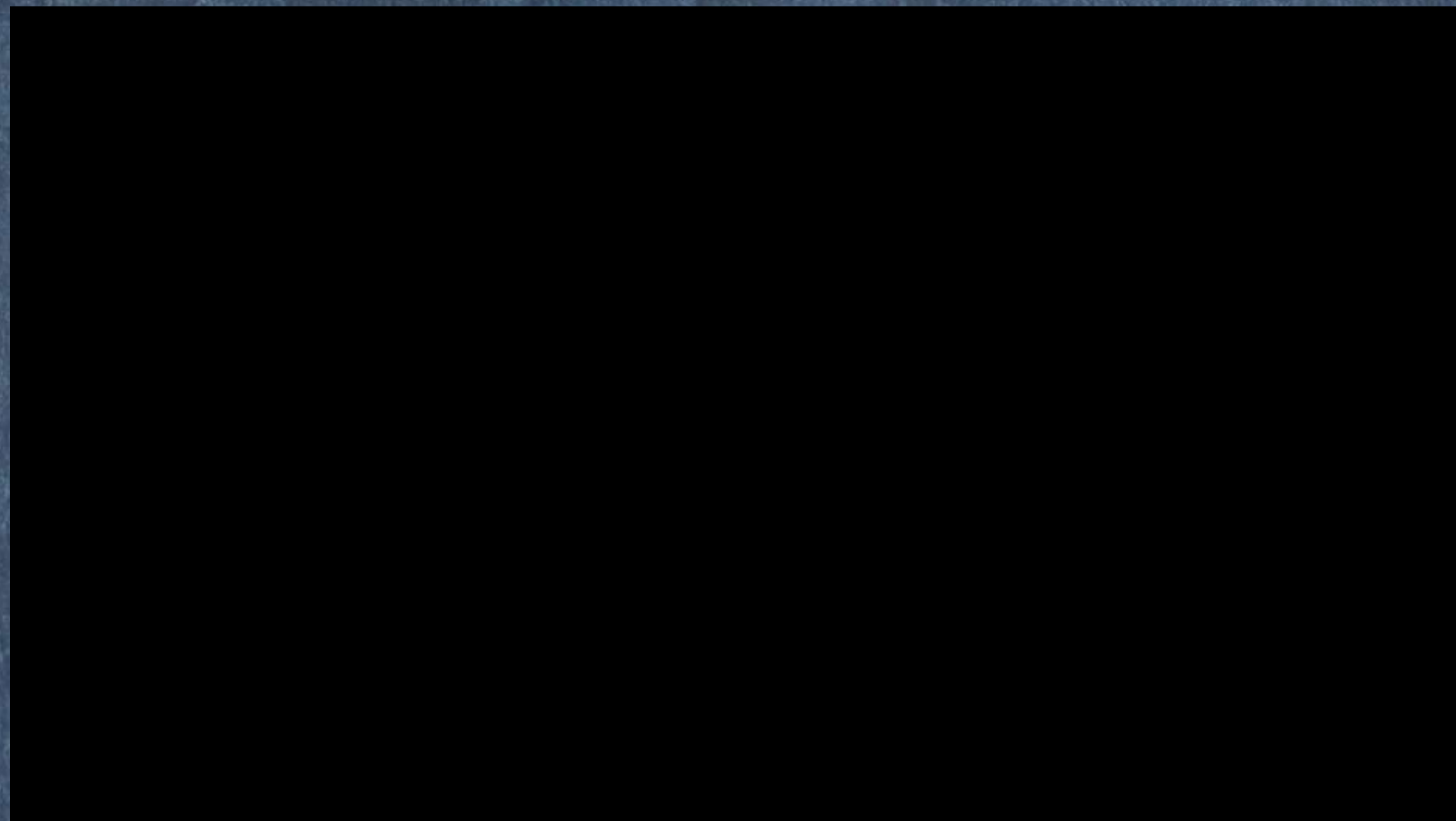
- 根据招商定位、项目调性、业态细分等，完善招商手册

招商视频：

- 必须包含：项目定位、调性，项目特色，周边环境，业态分布，商圈未来展现。



招商H5、IPAD设计



招商视频参考

启动期/前330天——企划供方考察及入库

当地或周边制作类供应商

- 物料制作类供应商不少于 5 家、美陈设计 制作类供应商
- 并了解由总部成本部下发年度指导价。

当地或周边媒体类供应商

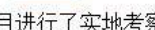
- 含报纸、电视、电台、网络、电梯框架、 户外广告牌等,不少于 5 家，独家资质除外。
- 与项目成本负责人协作完成至少2家供方入库。

		供方现场考察评估表 (企划活动类)		编号: 版号: A/0 页码: 第 1 页 共 1 页			
考察供方	烟台中央影文化传媒有限公司			供应类别	活动		
考察地点	山东烟台						
评审内容	权重	评审标准		分值	得分	评分说明	
公司规模	5%	注册资金 100 万以上		5			
		注册资金 50 万-100 万		3			
		注册资金 50 万以下		2			
公司资质	30%	拥有多种类优质资源（如演艺、舞美、模特等），并且多次服务过多家业内优秀企业		30			
		拥有多种类资源（如演艺、舞美、模特等），服务过业内优秀企业		20			
		拥有单一活动资源，服务过当地业内知名企业		10			
独家特色	15%	有市场独有的亮点稀缺资源，且具有市场话题性		15			
		无市场独有亮点稀缺资源		0			
活动方案	10%	活动流程及方案完整，能完整提供样品图片		10			
		活动流程及方案基本完整，不能完整提供样品图片		5			
服务及时性	10%	根据我方合理要求，24 小时内随时提供有效服务		10			
		根据我方合理要求，能提供有效服务，但需要 24 小时以上的时间		6			
		根据我方合理要求，不能提供有效服务		0			
执行能力	15%	每场活动能够根据方案，100%兑现执行		15			
		每场活动能够根据方案，80%-100%兑现执行		10			
		每场活动能够根据方案，兑现执行低于 80%		5			
案例背调	15%	活动效果后评估良好		15			
		活动效果后评估一般		10			
		活动效果后评估较差		0			
最终得分				100			
综合评价							
考察结论	☐ 合格 ☐ 不合格 注：70 分及以上为合格						
考察人员 签 名							

说明：
1、此表为个人评分表。
2、此表应有考察照片、过往优秀服务案例作为附件。
3、总分 85 分以上为 A 类公司，总分 60-85 分为 B 类公司

供方打分表：平均分70分以上为合格

公司考察报告

2023 年 8 月 22 日，考察小组（）、牛经宇到达公司，对该公司总部和项目进行了实地考察，对该公司总部进行了实地考察。该公司（职务：总经理，）接待了考察小组一行，并陪同参观。现将考察结果整理、汇总如下：

一、基础信息：

1、公司基本情况会议服务，展览展示；文化艺术活动的组织策划（不含教育培训）；文艺创作，演出经纪；舞台设备、灯光音响设备的销售、租赁；影视策划；婚庆礼仪服务，广告制作、代理、发布，广告牌的安装；摄影摄像服务；企业营销策划；工艺礼品的批发、零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

公司照片：（照片需涉及公司入口或者形象墙、办公区域、会议室、公司获得的嘉奖等）

公司照片：（照片需涉及公司入口或者形象墙、办公区域、会议室、公司获得的嘉奖等）



供方考察报告

考察报告内容含：

- 供方基础信息（入口、办公区、会议室、获奖等照片）
- 组织架构
- 营业执照、资质证书等
- 近三年财务报表
- 近三年主要业绩合同和文件资料
- 项目经理面谈评价
- 可服务范围
- 综合评价

● 启动期/前325天——主力店-超市/影院入驻宣传

主力店签约需完成：

- 1、签约仪式：办公会议室举办，需有签约本、背景（双方logo）、祝贺签约成功的横幅、合影等。
- 2、完成线上宣传。



● 启动期/前300天——自媒体号建立

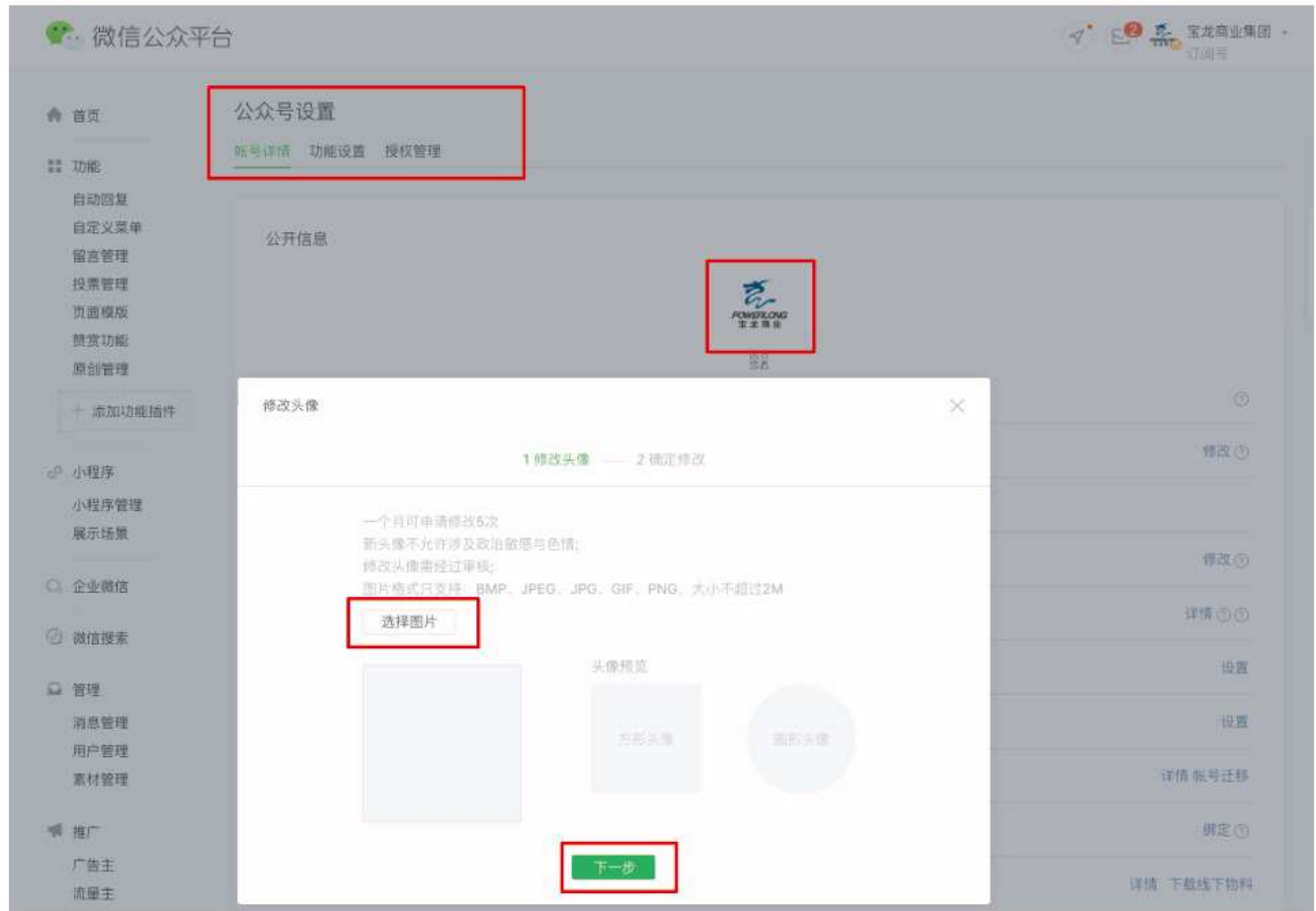
微信：xuetaang7799服务号、视频号、抖音、小红书建立。

- 必须建立官方认证的账号，不可是由个人账号发布公司官方信息。

微信公众号头像更新标准示例：



头像更新路径：



不规范示例：



抖音号头像标准示例：

首选：



如遇到地产抢注，即用备选形式：



抖音号页面展示头部图片：686:342

头图要求：广场外立面效果图，使用较整洁的场景，忌头图过于复杂。



LOGO不使用横板 头图画面琐碎

无特殊原因，项目名称需完整

使用产品线标准logo，白底+标准色。

- 入注册时发现同项目名称被地产率先注册，并头像重复时，使用红底+白logo。在后期地产取消账户时，及时更换回统一标准。
- 注意logo的准确应用，不得变化比例、龙/powerlong/中文字均不可更改比例，不可擅自加减任何东西。

● 启动期/前290天——完成第一阶段招商推广方案

根据项目定位和业态规划完成3个月标准招商推广方案。

包括slogan、项目亮点、媒体投放清单及预算（TO B端和TO C端）、发声量数据、自媒体排期表、招商活动规划周期3个月。

目录	内容	涵盖内容
项目解读	城市解读	地理位置、区域位置、交通状况、人口状况、经济状况、城市商圈
	项目亮点	项目核心亮点、品牌亮点
	客群解读	核心客群、机会客群、边缘客群、竞品重合、定位结论
	推广策略	项目推广Slogan、项目推广定位：基于自身优势、市场特征、品牌构成、核心客群，竞品解读，最终推导出的整体推广定位。
目标设定	招商目标	招商目标品牌设立、推广目标确定
推广方案	推广思路及规划	推广思路、规划时间轴、目标达成分解
媒体策略	媒体策略	媒体策略简述、重点投放媒体说明。
费用预算	预算费用分解	针对以上方案分解预算。

● 启动期/前290天——自媒体粉丝招募计划编制完成

自媒体账号建立后粉丝指标：

自媒体号	建立后2个月				开业前3个月				开业前			
服务号	1000				3000				5000			
视频号	1000				2000				3000			
抖音号	1000				4000				7000			
小红书	200				500				1000			

公司新成立的自媒体号，要求商管全员关注。

营销宣传计划表（季度复盘，依据进度逐步优化）

2024年事业三部项目重大节点营销宣传计划																								PS：季度复盘，依据进度逐步优化																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
营销阶段		招商突破期												招商过渡期										开业营销准备期																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
宣传受众		TO B（强化施工火热进度，招商优势信心曝光）												TO B 40% TO C 60%（营销逐步过渡到C端服务）										TO C（开业前三月营销周期）																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
月份	3月				4月				5月				6月				7月				8月				9月				月份	11月				12月	12月开业																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周	第1周	第2周	第3周	第4周																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
阶段诉求目标	招商蓄水，意向签约商户 1. 事前行业媒体曝光（宝龙城市首进，济源亮点） 2. 借助郑州头部媒体资源对项目进行发声				豫西北商业高地，城市招商沙龙推介会 1. 《“济”将发声》项目推介会郑州站 2. 城市发声，项目品鉴视频首发				主力店基本成型，品牌蓄水超80%，品牌矩阵宣发 1. 城市更新话题街头采访，巩固招商信心 2. “浪漫奇遇 城市告白计划”结合520主题制造城市话题，提升声量。				主力店招商收官，启动济源宝龙招商大会 1. 济源主力店签约仪式，首进品牌意向矩阵 2. 整体推动珠海宝龙亮相画面，拉动二家宝龙招商突破				餐饮蓄水超100%，会员蓄水正式启动 1. 开展装修启动说明会 2. “浪漫奇遇”城市漫游计划				整体招商率突破80%，营销逐步过渡至C端 1. 第二条项目品鉴视频首发 2. “浪漫奇遇”城市漫游；				餐饮招商收官，餐饮矩阵成型发布，营销重点转移至C端 1. 第二条项目品鉴视频首发 2. 联合全体签约商户开展百日誓师大会				商家集体进场，开业营销启动，城市逐步规模渗透 1. 城市社区规模渗透，会员招募及社群营销启动 2. 联动人社局，结合周边企业及商家，启动万人招聘会				城市事件营销渗透延续，开业信息释放，项目亮灯大事件 1. 联动政府全面渗透，大型亮点事件组织 2. 倒计时15天持续线上稿件 3. 开业动员大会，开业活动PR/SP亮点传播				开业活动线上线下宣传广播，全城联动 1. 城市事件营销渗透，济源双店联动 2. 倒计时15天持续线上稿件 3. 开业动员大会，开业活动PR/SP亮点传播				开业引路																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
营销侧重	项目信息释放				施工进度宣发				品牌意向签约视频宣发				周边城市招商沙龙				周边城市招商沙龙				街头采访城市更新情感话题				施工火热现场项目设计亮点话题延伸				招商大会预热线下打卡点城市情感视频				济源宝龙招商大会主力店签约仪式				会员招募启动				政府联动规模事件				装修启动说明会				周边小区及学校初步渗透品牌联合寄递市集余线下蓄水				第二条品鉴视频首发				百日誓师大会决战百日龙腾				城市事件营销渗透“城市街头篮球赛”				腾讯游戏“源计划”赛事营销冠名主力店联动冠名				“光芒奇遇”亮灯仪式政企联动				城市事件营销渗透济源宝龙如期而至				开业动员大会PR/SP活动亮点挖掘				开业全链路空间焕新抢先看网红矩阵探店				庆典仪式PR/SP活动																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
重要营销事件	项目发声提升项目知名度				树立开业信心传播				《“济”将发声》城市招商沙龙				《浪漫奇遇 城市告白计划》相遇既是奇遇，话别则是缘起 联动电视台、行业媒体，开展节日城市浪漫告白计划，提升项目形象及声量。 (抖音、小红书、朋友圈、视频号联动)				济源宝龙招商大会奇遇之境 基础招商主题招商会				主力联动扩大声量				知：宝龙+体育局+高校“浪漫奇遇”城市漫游计划，从起点济源宝龙-城市地标，在奇景打卡点 --（宝龙会济源，城市故				知：联动主力店渗透校园及周边社区，开展奇景市集主题招商展				知：联合商务局、商家代表举办中秋国庆感恩会 结合城市购物节启动仪式，持续曝光项目将（行业媒体、政府宣推、商户社群等多渠道）				社区区主群渗透				官媒宣发企业社群渗透				多渠道活动曝光达人转发				多渠道活动曝光达人转发				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光				短视频、推文全渠道曝光			

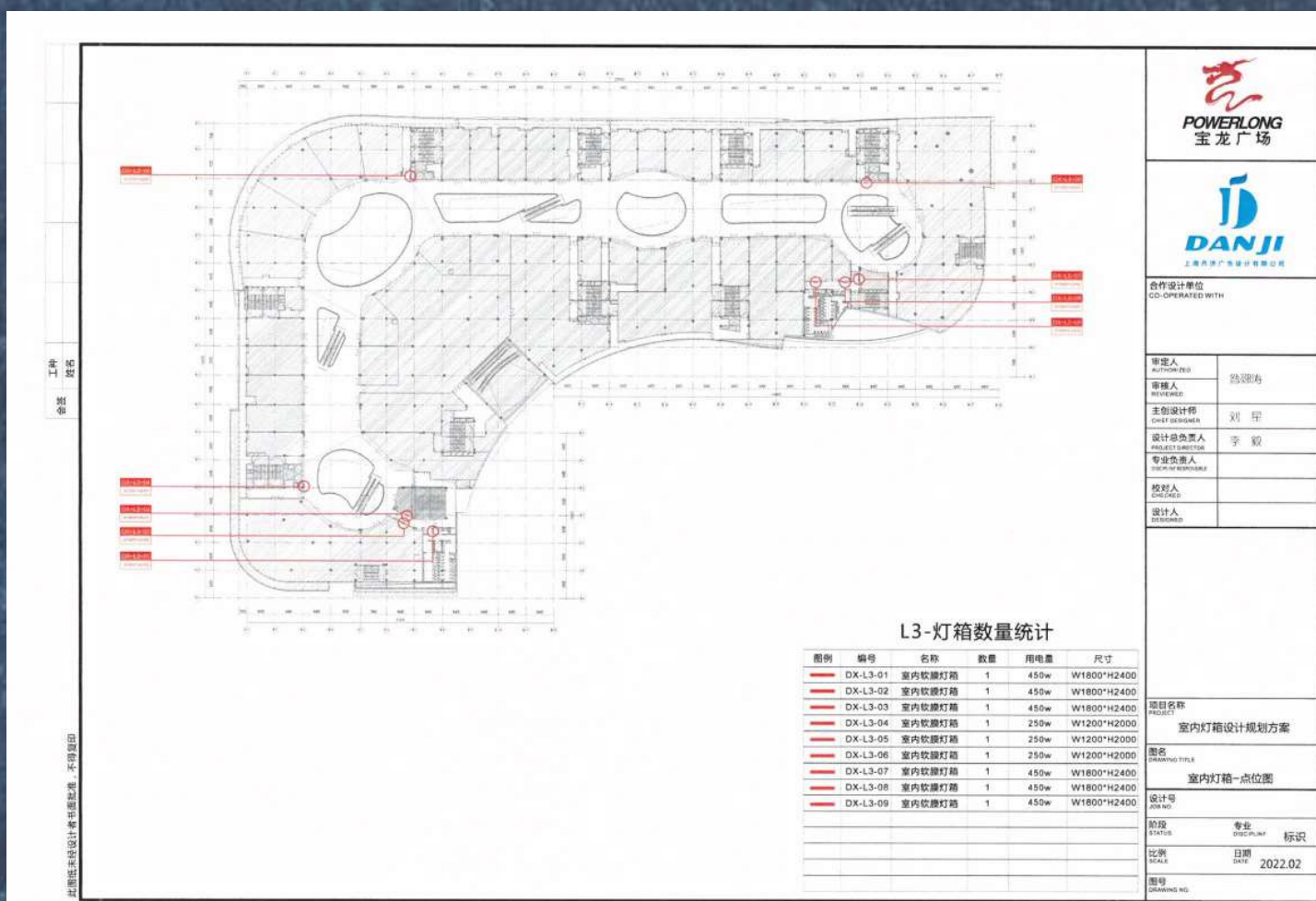
启动期/前270天——室内外广告灯箱方案签批

根据项目结构特点和招商需求规划方案
方案签批：文件审批标、灯箱点位规划方案

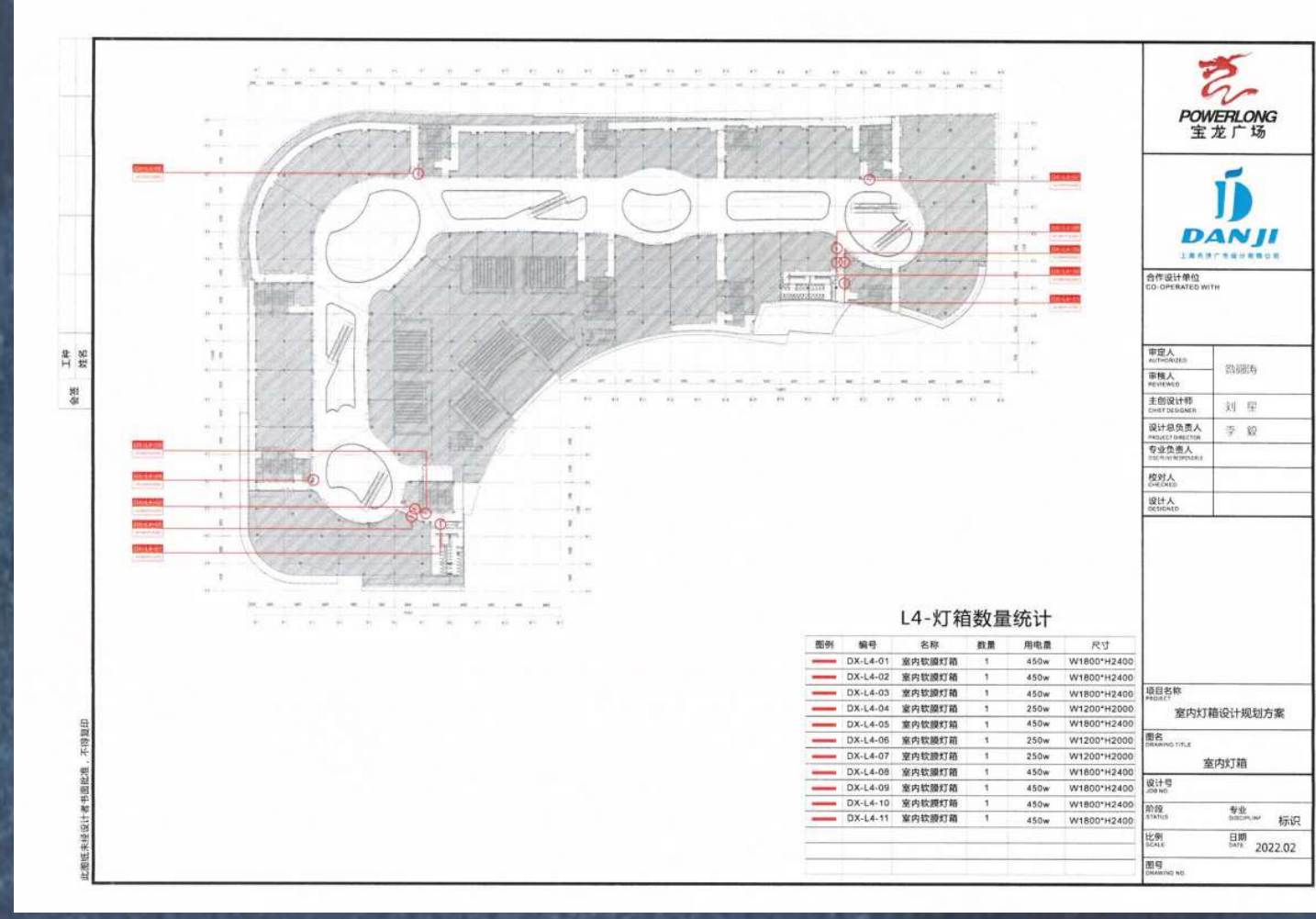
				
商业集团文件审批表				
日期: 2022 年 03 月 01 日				
文件名称	金义宝龙广场室内广告灯箱方案事宜审批			
文件类型	制度类 ☐ 通知类 ☐ 其他 ☒			
内容及目的	尊敬的各位领导： 根据商业集团建设标准，结合经营需求，金义宝龙广场室内广告灯箱根据现场实际情况，共设置 81 块，总面积：246.65 平方，用电量：25KW，分别如下： 1、负一楼 45 块（商业街 6 块、电梯厅 6 块、停车场公共区域 12 块、停车场柱面 21 块） 2、一楼 5 块（电梯厅） 3、二楼 11 块（电梯厅 2 块、卫生间通道 9 块） 4、三楼 9 块（电梯厅 3 块、卫生间通道 6 块） 5、四楼 11 块（电梯厅 3 块、卫生间通道 8 块） 详见附件，谢谢！ 请领导审批！			
发布时间	2022/03/01	发布范围		文件页数
经办部门	工程物业部	经办人	孙建	负责人
商业公司	孙建 徐建 孙建 孙建 孙建			
地产公司	孙建 孙建 孙建			
（商业）浙江事业部				
集团相关中心				
总经理				
相关副总裁				
联席总裁兼 商业集团总裁				

备注：文件签批后需由经办人将审批表与文件同时归档保存。

文件审批表



点位规划方案明细



● 启动期/前270天——客流计数系统方案签批

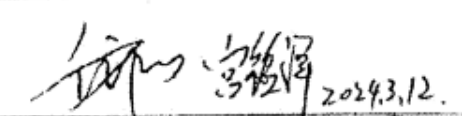
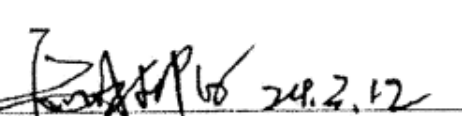
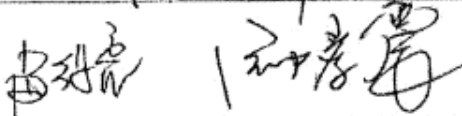
协助工程进行点位现场勘查编制方案

审核标准：：广场商业空间与外部空间的出入口、与内街相同的外铺入口。

流程：点位布置方案-客流考核点位审批-文件审批表

商业集团文件审批表

日期: 2024 年 3 月 12 日

文件名称	关于 23 地块 S2#楼客流计数点位文件会签				
文件类型	制度类 ☐ 通知类 ☐ 其他 ☒				
内容及目的	尊敬的各级领导: 宁波宝龙文创港项目 23 地块 S2#楼为购物中心, 根据《宝龙广场建造标准》, 需设置客流统计系统。前端设备共设置 34 个点位, 其中一楼 24 个, 二楼 2 个, 三楼 6 个, 地下一层 2 个, 均设置在广场商业空间与外部空间的出入口、与内街相通的外铺入口。具体位置详见附件图纸。 客流统计系统及前端设备由地产依据《宝龙广场建造标准》负责实施。 妥否, 请领导批示				
发布时间	2024 年 3 月 12 日	发布范围	浙江事业部 商管公司	文件页数	7
经办部门	文创港商业公司工程部	经办人	宫铭泽	负责人	汤胜机
商业公司	 2024.3.12  2024.3.12				
事业一部	 				
相关中心总经理					
相关副总裁					
联席总裁兼 商业集团总裁					
地产总部相关中心					
总裁					

备注: 文件签批后需由经办人将审批表与文件同时归档保存。

文件审批表



客流系统考核

客流系统点位方案

● 启动期/前270天——媒体市调

摸排本地媒体资源建立媒体资源库
媒体市调报告内容

板块	涵盖内容
媒体市调规划	城市属性、调研渠道、调研媒体大类
媒体市调思路	城市概况：行政区、人口情况、经济情况、产业布局 媒体传播维度概况（广度传播、深度传播、持续导流）
主流媒体概况	传统纸媒、广播电台、线上媒体、交通媒体、社区媒体
重点媒体描述	按大类将本项目重点关注的媒体进行分析汇总（受众、优势、刊例价）

媒体收集汇总表

类型	媒体	覆盖面	联系人	职务	联系方式	媒体关系
资源型媒体						
全城类媒体						

● 招商期/前270天——招商推广全面出街

完成第一阶段招商推广方案落地

线下渠道：地铁广告、公交车站广告、小区、快递箱、项目阵地布置等

线上渠道：视频号、朋友圈、抖音、小红书、新媒体、电视台、电台等



施工进度



入驻城市



项目调性

270天---90天

招商期

● 招商期——重要节点

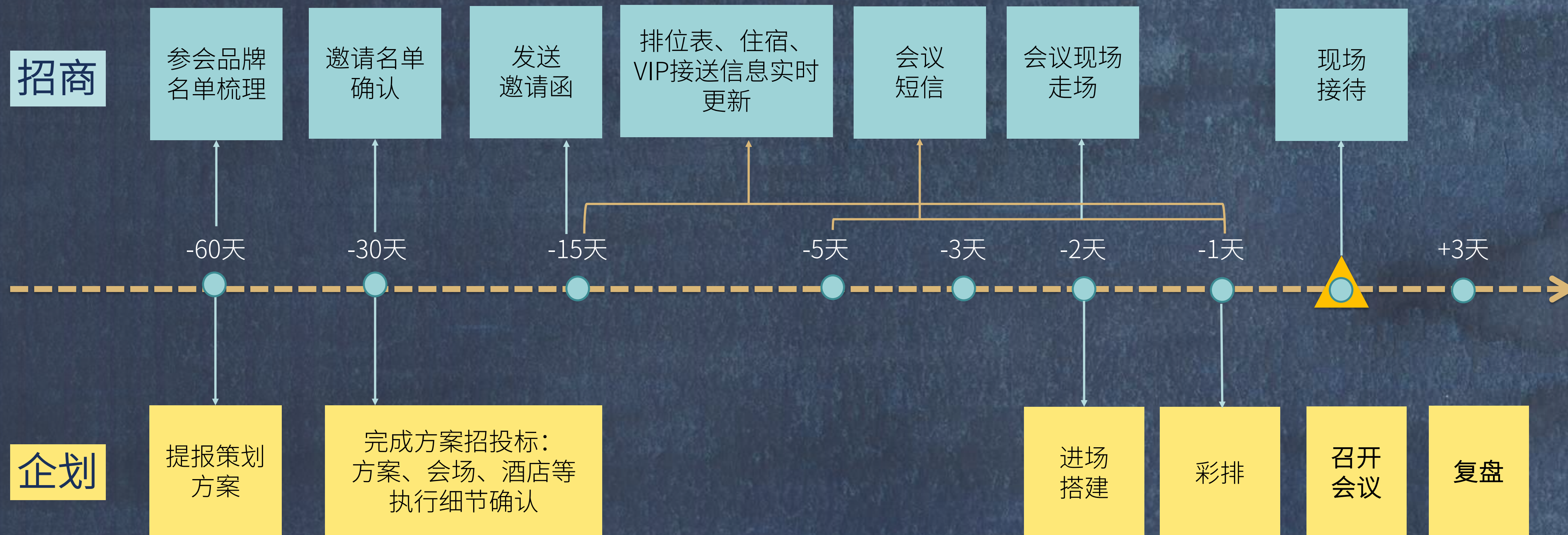
完成时间	节点事项	规定动作	完成标准
开业前220天	年框（物料、活动）合同签订	确定年度物料、合作单位	定标合同签批
开业前210天	开展招商大会	按SOP规范开展	完成活动开展
	采光顶封闭	配合关键节点开展品宣	完成关键节点宣传
开业前200天	完成第二段招商推广方案	根据项目定位和业态规划完成3个月标准招商推广方案。 包括slogan、项目亮点、媒体投放清单及预算（TO B端和TO C端）、发声量数据、 自媒体排期表、招商活动规划	完成方案签批
	完成电动葫芦点位规划	按经营需求规划电动葫芦点位需求报工程	完成点位规划图
开业前180天	第二阶段招商推广全面出街	开业前180天-90天推广计划出街	完成出街
	室内外小品方案签批	绿植租摆/休闲椅/艺术景观等方案，按要求完成点位规划布置	完成方案签批
	开业庆典主持确认	与集团企划部确认开业庆典主持	主持人档期确认截图
	完成看场通道布置	按要求布置	完成布置照片
开业前150天	开展招商私享会	按SOP规范开展	完成活动开展
开业前120天	开业前三个月企划活动方案签批	按要求规划开业前三个月企划方案	完成方案签批
	开业美陈规划brief完成	按要求进行开业美陈规划	完成方案签批
	会员招募计划编制完成	悠悠会员招募	完成方案签批
	亮灯仪式	配合地产开展亮灯仪式	完成品宣出街
	完成舞台电源点位规划	根据点位需求进行电源点位规划	点位规划图
	悠悠小程序上线	完成小程序上线	悠悠小程序上线截图
开业前110天	装修说明会	按规划要求开展	完成活动开展
	完成第三段开业预热推广方案	编制第三阶段开业预热推广方案	完成方案签批
开业前100天	完成周边氛围	围挡、外墙面巨幅广告、场内入驻条幅、入驻品牌展示等	完成出街
	百日誓师大会	按要求开展	开展百日誓师大会照片

● 招商期/前210天——招商大会

找谁规模：100-200人

客户级别：区域性代理商、区域联发品牌老板、品牌区域拓展负责人

招商会工作时间节点



*详见《宝龙招商大会规范指引》

● 招商期/前210天——招商大会

工作分配

工作项目	工作内容	主责部门	执行配合
活动方案	确定会议时间、举办地点、执行方案、活动流程、现场布展等	项目企划部	营运中心企划部/企划部
嘉宾邀约	招商邀约名单确认，统筹招商中心、城市公司、项目邀约名单等	城市招商中心	招商中心综管部/城市招商中心/ 项目招商部
	招商启动邀约，发布小程序及电子邀请函等	城市招商中心	
	邀约名单回函，确认纸质邀请函发布地址等	城市招商中心	
	纸质邀请函快递，确认签收情况等	城市招商中心	
	投资、金融类客户名单、轻资产客户名单、地产邀约名单确定及相关对接等	城市招商中心	项目行政部
嘉宾上台	确定嘉宾上台签约、站台流程，协调招商中心、城市公司、项目确定嘉宾及环节等	城市招商中心	招商中心综管部/城市招商中心/ 项目招商部
晚宴排桌	晚宴座位排位及确认等	城市招商中心	
现场执行	跟进嘉宾到场及现场接待等	城市招商中心	
活动执行	舞台搭建、主持人对接、演绎节目、文稿筹备、现场控场、媒体对接等	项目企划部	/
接待统筹	住宿安排、用餐安排、接送安排、客户对接安排、停车安排、礼品采购、VIP室及专属安排、 模特/礼仪/签到人员/接待人员/保安/保洁现场定岗等	项目行政部	城市招商中心/项目招商部/企划 部

*详见《宝龙招商大会规范指引》

● 招商期/前210天——招商大会 会议流程

活动	时间段	会议流程	流程要求
洽谈	14：00-14：30	签到	必定环节
	14：30-17：30	自由洽谈	必定环节
	17：30-18：00	晚宴入座	必定环节
主活动	18：00-18：05	开场表演	必定环节
	18：05-18：10	主持人开场	必定环节
	18：10-18：15	领导致辞	必定环节
	18：15-18：20	集团介绍	必定环节
	18：20-18：40	项目介绍	必定环节
	18：40-18：45	嘉宾致辞	视招商大会方案确定
	18：45-18：55	主次力店品牌签约/重点联发品牌签约	具体形式视招商大会方案确定
晚宴	18：55-19：00	祝酒	必定环节
	19：00-21：30	晚宴	必定环节

*详见《宝龙招商大会规范指引》

● 招商期/前200天——完成第二阶段招商推广方案

根据项目定位和业态规划完成3个月标准招商推广方案。
包括slogan、项目亮点、媒体投放清单及预算（TO B端和TO C端）、发声量数据、自媒体排期表、招商活动规划周期3个月。

目录	内容	涵盖内容
项目解读	城市解读	地理位置、区域位置、交通状况、人口状况、经济状况、城市商圈（优化）
	项目亮点	项目核心亮点、品牌亮点（优化）
	客群解读	核心客群、机会客群、边缘客群、竞品重合、定位结论（优化）
	推广策略	项目推广Slogan、项目推广定位：基于自身优势、市场特征、品牌构成、核心客群，竞品解读，最终推导出的整体推广定位。（优化）
目标设定	招商目标	招商目标品牌设立、推广目标确定（优化）
推广方案	推广思路及规划	推广思路、规划时间轴、目标达成分解（优化）
媒体策略	媒体策略	媒体策略简述、重点投放媒体说明。
费用预算	预算费用分解	针对以上方案分解预算。

● 招商期/前200天 完成电动葫芦点位规划

电动葫芦点位规划要点:

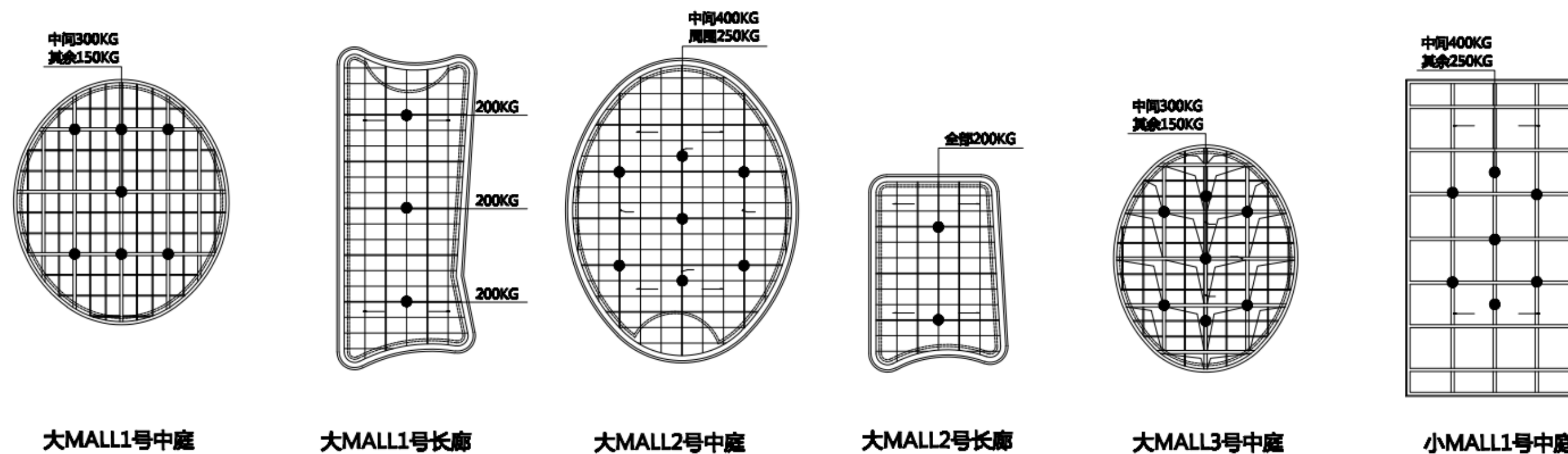
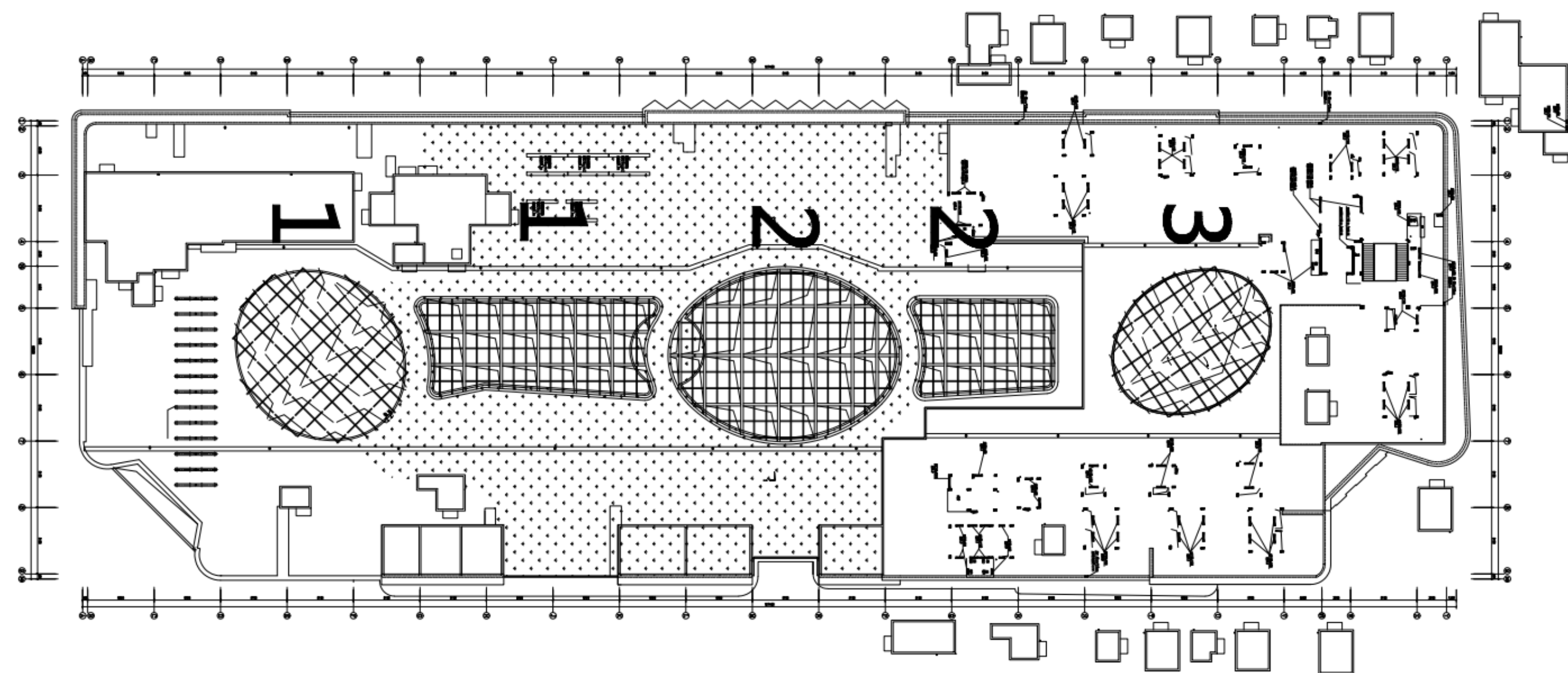
点位需避开扶梯等突出位置

中庭承重主吊点不小于300kg

其余吊点承重不小于150kg

规划

G07 注: 采光顶立柱具体落位以结构计算为准



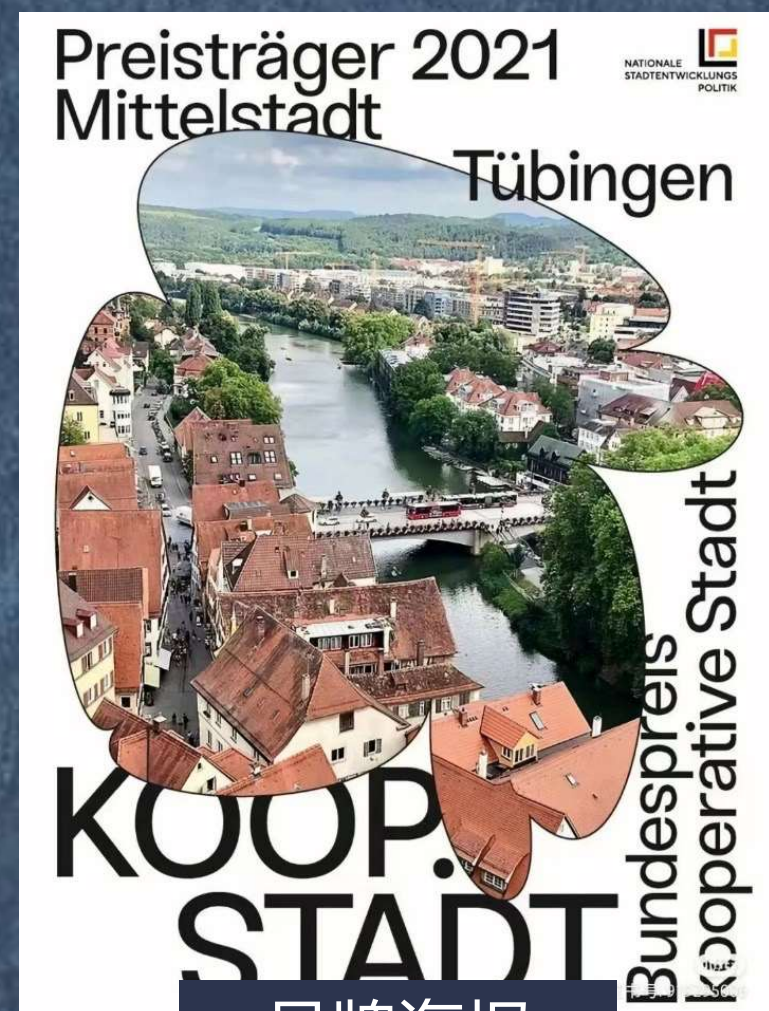
布点参考

● 招商期/前180天——第二阶段招商推广全面出街

完成开业前180天-90天推广计划出街

线下渠道：包括但不限于地铁广告、公交车站广告、小区、快递箱、项目阵地布置等

线上渠道：包括但不限于视频号、朋友圈、抖音、小红书、新媒体、电视台、电台等



品牌海报



开工进度



开工视频



进场视频

招商期/前180天——室内外小品方案

包括：绿植租摆/休闲椅/艺术景观等
文件审批表：对花岗花艺、休闲座椅、固定垃圾桶等标准软装清单申请立项，确定分布点位、数量、预算金额。

页码：1/1



商业集团文件审批表

日期：2024年2月2日

文件名称	宁波江北宝龙广场花缸花艺休闲座椅等费用的申请				
文件类型	制度类 ☐ 通知类 ☐ 其他 ☒				
主要内容	尊敬的领导： 宁波江北宝龙广场根据现场经营需求，对花缸花艺、休闲座椅、固定垃圾桶等标准化软装清单申请立项。已根据宝龙广场商业标准化方案确认样式及点位，包含室内垃圾桶44组，花缸花器20组，造型座椅6件，休闲坐凳2件，室内及商业街卫生间垃圾桶253件，宠物座椅2件，宠物垃圾桶3件，哺乳椅7件，窗帘5件，室外垃圾桶22组，预估费用25.25万元；外广场树木亮化37棵，矮灌木亮化10件，矮灌木亮化圆球芦苇300件，草皮亮化蒲公英250件，预估费用37.55万元；合计预估费用62.8万元。 现申请立项62.8万元，由地产公司招采并承担结算付款，详见附件。妥否，呈请领导批示。				
发布时间	2024.2.2	发布范围	项目	文件页数	1
经办部门	宁波江北宝龙广场企划部	经办人	任彤彤	负责人	卢琪
商业公司	宁波江北宝龙广场花缸花艺、休闲座椅、亮化费用， 预估费用62.8万元。 任彤彤 2024.2.2				
事业一部	[Signature] 2024.2.4				
商业集团相关中心总经理	室内美陈及室外亮化亮化标准报批 [Signature] 2/4				
相关副总裁	同意上报 贺旭东 27. [Signature] 2024.2.2				
联席总裁兼商业集团总裁	[Signature]				

备注：文件签批后需由经办人将审批表与文件同时归档保存。

文件审批表

宁波江北宝龙广场MALL商业美陈清单											
小品及休闲座椅部分											
序号	使用区域	名称	图片	尺寸 (长*宽*高mm)	材质	单位	数量	预算报价		备注	备注
								含税单价	合计		
DP-01	一楼	垃圾桶		L860*W400*H160	0.8mm不锈钢电镀锌全	组	7	1800.00	12600.00	落地价	
	二楼						8	1800.00	14400.00		
	三楼						7	1800.00	12600.00		
	四楼						7	1800.00	12600.00		
	五楼						4	1800.00	7200.00		
	六楼						4	1800.00	7200.00		
DP-02	二楼	花缸		大: L600*W550*H1000mm 小: Φ450*700mm (大款尺寸, 实际以中标单位打样产品尺寸为准)	玻璃+仿真绿植	组	3	3500.00	10500.00	落地价	含花艺
	三楼						4	3500.00	14000.00		
	四楼						3	3500.00	10500.00		
	五楼						3	3500.00	10500.00		
	六楼						3	3500.00	10500.00		
	七楼						1	3500.00	3500.00		
DP-03	三楼	造型座椅		L2400*W900*H950 (大款尺寸, 实际以中标单位打样产品尺寸为准)	玻璃钢+仿真绿植+仿真花艺	件	2	4800.00	9600.00	落地价	含花艺
	四楼						2	4800.00	9600.00		
	五楼						2	4800.00	9600.00		
DP-04	二楼	休闲坐凳		L920*W2000*H450 (大款尺寸, 实际以中标单位打样产品尺寸为准)	玻璃钢+仿真绿植+仿真花艺	件	2	3865.54	7731.08	落地价	
DP-05	二楼	卫生间垃圾桶		φ220*H280	玻璃钢+不锈钢	件	24	34.00	816.00	落地价	
	三楼						40	34.00	1360.00		
	四楼						40	34.00	1360.00		
	五楼						36	34.00	1224.00		
	六楼						27	34.00	918.00		
	商业街一楼						14	34.00	476.00		
	商业街二楼						16	34.00	544.00		
	商业街三楼						16	34.00	544.00		
	备用						40	34.00	1360.00		
DP-06	六楼	造型座椅 (含花艺)		L2200*W500*H450大款尺寸, 实际以中标单位打样产品尺寸为准	玻璃钢+仿真绿植+仿真花艺	件	2	6800.00	13600.00	落地价	含花艺
DP-07	一楼室外	宠物生活站垃圾桶		L860*W400*H160	0.8mm不锈钢电镀锌全木皮	件	3	1800.00	5400.00	落地价	
DP-08	二楼	哺乳椅		L150*W700*H1040	实木框架+防污漆+仿真花艺	件	1	1791.00	1791.00	落地价	
	三楼						2	1791.00	3582.00		
	四楼						2	1791.00	3582.00		
	五楼						1	1791.00	1791.00		
	六楼						1	1791.00	1791.00		
DP-09	二楼	窗帘		L2100*H3000	轨道+布艺	件	1	2310.00	2310.00	落地价	
	三楼			L1500*H3000			2	1650.00	3300.00		
	四楼			L1500*H3000			2	1650.00	3300.00		
DP-10	一楼	双联垃圾桶		L860*W400*H160	0.8mm不锈钢电镀锌全	组	6	800.00	4800.00	落地价	
	商业街一楼						5	800.00	4000.00		
	商业街二楼								4800.00		

内容清单

● 招商期/前180天——看场通道布置

入场通道从商户下车起开始布置，包括但不限于：铺位号、指示牌、项目信息绉架、品牌入住条幔、施工鼓舞标语等。
营造招商热烈气氛。

客户看场准备物品：安全帽、雨伞（雨天）、一次性鞋套、防水鞋套（雨天）、矿泉水等。



品牌入驻条幔



绉架



项目信息绉架

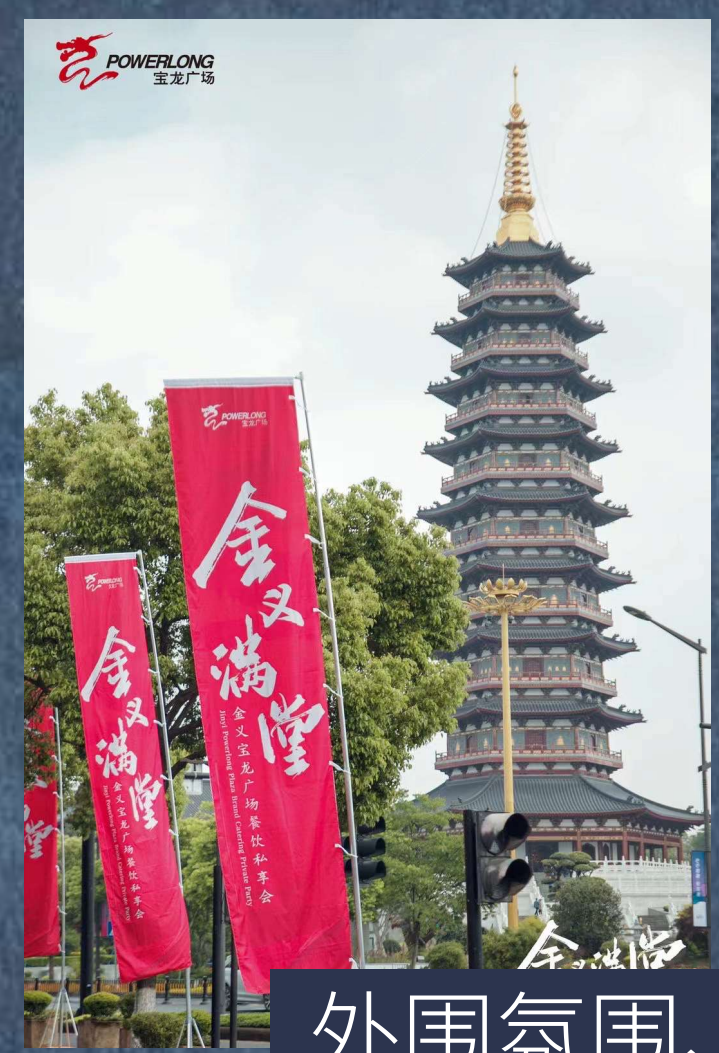


指引牌

● 招商期/前150天——私享会

私享会规模：30-60人

客户级别：当地代理商、品牌区域拓展负责人



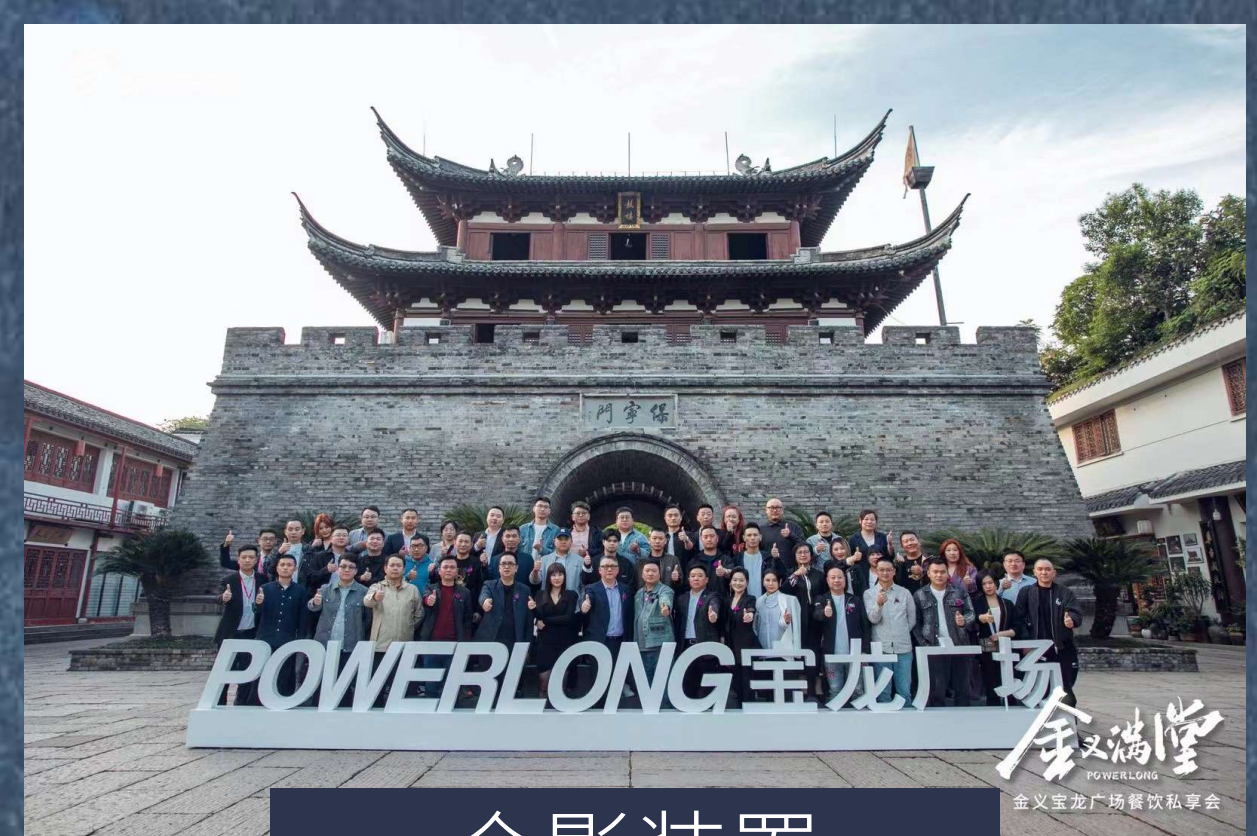
外围氛围、指引



内部氛围



晚宴现场氛围



合影装置



启动仪式



茶歇



内部氛围

*详见《宝龙招商大会规范指引》

● 招商期/前120天——开业前三个月企划活动方案签批

活动方案内容包含：

目录	内容	涵盖内容
项目解读	城市解读	地理位置、区域位置、交通状况、人口状况、经济状况、城市商圈（优化）
	项目亮点	项目核心亮点、品牌亮点（优化）
	客群解读	核心客群、机会客群、边缘客群、竞品重合、定位结论（优化）
	推广策略	项目推广Slogan、项目推广定位：基于自身优势、市场特征、品牌构成、核心客群，竞品解读，最终推导出的整体推广定位。（优化）
目标设定	项目总目标	总指标、开业三天客流指标/销售指标分解（优化）
活动概述	营销思路	推广主题、开业主KV、话题炒作、PR策略、达成销售指标保证（优化）
	活动规划	万人招聘会等PR活动铺排时间轴及概述、会员招募计划及实施概述、社区型及预热活动计划、会员指标分解计划等
媒体策略	媒体策略	媒体策略简述、重点投放媒体说明。
费用预算	预算费用分解	针对以上方案分解预算，包括：PR活动、物料、会员、媒体等

● 招商期/前120天——美陈规划标书完成

标书内容包括内容：

板块	涵盖内容
项目定位	地理位置、客群分析、项目定位、美陈传达目的
点位分布规划	规划的项目美陈点位照片、尺寸、美陈规划尺寸、层高
美陈意向	意向的美陈案例照片展示，点位如有特殊需求必须明确
商务标情况	预算、技术标:商务标比例：50%:50%、点位规划预算比例

● 招商期/前120天——亮灯仪式

配合地产开展亮灯仪式，亮灯后宣传出街

- 项目封顶后，在楼顶架设激光灯；或在商业楼体外投射logo灯。
- 使黄昏至午夜之间从项目附近路过的车辆、行人可以清晰知道项目位置。



楼顶激光灯



墙体logo投影灯



周边夜间
造型亮化



招商办公室周
边夜间亮化



周边树木亮化

● 招商期/前120天——悠悠小程序上线

悠悠上线步骤

工序	工作名称	工作内容	时间节点	负责方
步骤1	微信：xuetang7799资料	开通微信：xuetang7799支付商户号，资料准备包括： 1、营业执照； 2、组织机构代码证； 3、企业法人或者经办人身份证照片； 4、停车场收入结算账户； 5、门店地址，经营场所简介，附带照片； 6、公众号或者小程序截； 7、收费许可证，复印件加盖公章。	开业前3个月	宝龙/悦商
		8、开通后宝龙进行财务打款金额认证；9、开通免密支付，联合运营函签订； 10、微信：xuetang7799审核通过，开始使用		
		电子发票资料准备以及提交，由各商业公司财务负责人与百旺进行沟通，获取电子发票税务信息，填写《宝龙各项目电子发票数据统计模板》。腾讯对电子发票进行配置		
步骤2	停车场的场端系统升级	针对停车场端系统的应用与对接，需要对停车场场端系统进行版本升级。	根据筹开节点推进	宝龙
	停车系统部署	将停车系统与场端系统进行对接，完成项目的停车场系统部署工作。	1个工作日	腾讯
步骤3	系统配置	通过“悠悠后台管理系统”对开通的商场进行“项目”部署工作，开启项目。	内部上线当天	腾讯
		确定商场中所需要关闭的功能。（系统默认为全部开启状态）	内部上线前	宝龙
		使用“悠悠后台管理系统”对商场的各级用户进行权限配置。		宝龙/腾讯
		商户第一次导入，后期可从悠悠后台同步	开业前半个月	悦商/腾讯
	微积分	1、开通商户号；2、腾讯将资料传递给微信：xuetang7799支付操作；3、项目开始圈店；4、注册支付宝账号；5、提供首次圈店商户名录；6、提供商圈维护人员名录以开通权限；7、未对外宣传，仅限内部熟悉操作；8、上线前答疑	提供首次圈店 开业前1个月	宝龙/悦商
	支付宝消费积分	1、在预上线的项目现场进行停车的现场测试工作。2、宣传项目新系统上线工作。3、配置\预发布商场活动、优惠券、限时抢购等信息。	7-10个工作日	支付宝
	内部上线	项目系统正式上线运行。	开业前半个月	宝龙
步骤4	停车测试	在预上线的项目现场进行停车的现场测试工作。	根据项目分解	腾讯/科拓/宝龙
步骤5	正式上线	项目系统正式上线运行。	开业前3个月	腾讯/宝龙

● 招商期/前110天——完成第三阶段招商推广方案

根据项目定位和业态规划完成3个月标准招商推广方案。
包括slogan、项目亮点、媒体投放清单及预算（TO B端和TO C端）、发声量数据、自媒体排期表、招商活动规划周期3个月。

目录	内容	涵盖内容
项目解读	城市解读	地理位置、区域位置、交通状况、人口状况、经济状况、城市商圈（优化）
	项目亮点	项目核心亮点、品牌亮点（优化）
	客群解读	核心客群、机会客群、边缘客群、竞品重合、定位结论（优化）
	推广策略	项目推广Slogan、项目推广定位：基于自身优势、市场特征、品牌构成、核心客群，竞品解读，最终推导出的整体推广定位。（优化）
目标设定	招商目标	招商目标品牌设立、推广目标确定（优化）
推广方案	推广思路及规划	推广思路、规划时间轴、目标达成分解（优化）
媒体策略	媒体策略	媒体策略简述、重点投放媒体说明。
费用预算	预算费用分解	针对以上方案分解预算。

● 招商期/前110天——装修启动说明会

活动地点：外广场或内场中庭

管控要点：

- 1、**参与人员。**总经办、营运、工程物业等相关部分及主力店等品牌商户代表；
- 2、**基本流程。**营运经理讲解证照办理，工程经理讲解施工安全规范，企划经理讲解一店一色规范等；
- 3、**氛围宣传。**现场需营造热烈饱满的装修启动氛围，并组织拍摄进行B端/C端持续至少1周且不少于4条。



● 招商期/前100天——完成周边氛围

包含但不限于完成：围挡、外墙面巨幅广告、场内入驻条幅、树木亮化、入驻品牌展示等。



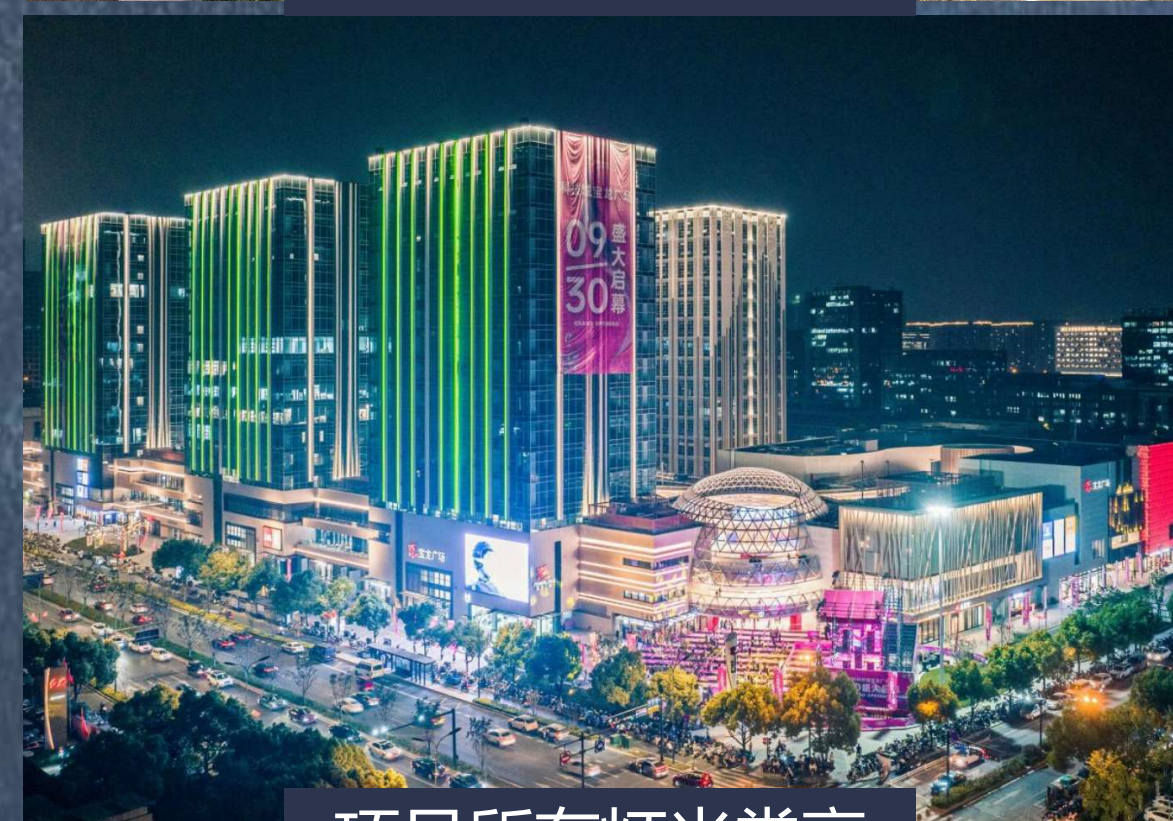
周边树木亮化



10米以上围挡



沿街入驻品牌条幔矩阵



项目所有灯光常亮



外墙面巨幅广告

在沿街显眼位置设立10米以上围挡，将招商信息即入驻品牌醒目展示。
高楼外立面广告：颜色鲜明，采用易辨识的字体，务必在地面行车时可清晰看见。
外围沿街注水道旗矩阵式呈现。

● 招商期/前100天——百日誓师大会

活动地点：营销中心/或者项目外广场

管控要求：

- 1、邀请商户代表、施工单位、地产公司及商管全员参加百日誓师活动，为精彩开业增添信心；
- 2、现场氛围饱满、展现团队积极向上的风貌；
- 3、宣传造势。通过B端、C端发声持续至少1周且不少于4条。



90天---30天

预热期

● 预热期--重要节点

完成时间	节点事项	规定动作	完成标准
开业前90天	第三阶段开业预热全面出街	开业前90天-30天推广计划出街	完成出街
	商户进场仪式	持续开展商户进场仪式及品宣工作	完成仪式及品宣
	开业美陈定标	完成开业美陈定标	定标报告签批
开业前90天	开业庆典定标	完成开业庆典定标	定标报告签批
开业前60天	满月庆方案签批	编制满月庆活动方案并完成签批	完成签批
	悠悠小程序内容配置	微信：xuetaang7799小程序&支付宝小程序相关页面截图（包括：小程序首页、商场活动页、会员权益页、我的客服页、会员手册页）	完成配置
开业前50天	召开开业活动营企会	按要求开展	完成开展
	外墙灯箱画面发布	按sop要求提报画面审核，并督促地产安装	完成画面发布
	开展万人招聘会	按要求开展	完成开展
	第四阶段开业推广方案	编制第四阶段开业推广方案	完成方案签批
开业前45天	社区行	按规范开展	完成开展

● 预热期/前90天——商户进场装修仪式

主力店及重点标杆品牌进场开工仪式

管控要求:

- 1、企划部主导与招商部铺排商户进场仪式，要求高频次、高露出，营造商户集中进场氛围；
- 2、基本物料：定制开工锤、开工锣、四支礼炮、长条桌、水果模型一组（苹果、火龙果、橘子各6个）、饮料一组（旺仔牛奶、王老吉、红牛各6瓶）、品牌条幅1条（恭祝XX品牌开工大吉）。
- 3、宣传渠道：视频号、抖音号、朋友圈图片等，不少于3条；



● 预热期/前90天——商户进场装修仪式

参考格式：



更多免费方案资料关注微信公众号：精英策划圈

● 预热期/前60天——满月庆方案签批

工作事项	开始时间	完成时间	管控要点
方案制定	60天	40天	1、利用好开业后独有节日-满月庆； 2、把控营销活动节奏，做好费用分配； 3、提前做好开业期和满月庆档期活动间联动，提前蓄客；
招标	40天	20天	1、满月庆主PR需开业前20天完成的定标； 2、严格把控年度活动供方执行能力；
活动执行	20天	满月庆	1、做好开业活动复盘，在满月庆活动中及时修正； 2、制定全城有影响力的主PR活动； 3、充分调动商家积极性，尤其是主次力店，做好会员邀约与开发； 4、媒体宣传覆盖全客层； 5、现场物料设计制作要烘托节日氛围。

● 预热期/前50天——万人招聘会

管控要求:

- 1、**地点。**首选项目，次选当地人流较多的市民广场类
- 2、**流程：**活动开始前30天人事主导召开沟通会，确认营运招聘需求，1周内以表格形式提交企划部，沟通本地人才网，达成相关合作协议；企划部活动开始前2周确认活动方案，发起流程审批，活动开启前3天开部门沟通协调会。确认当天活动现场各部门分工。
- 3、**宣传：**微信：xuetaang7799公众号、抖音、员工及商户朋友圈、本地大V、本地人才网及人社局、
- 4、**规模：**参与商户不少于签约品牌的70%，参与人数不少于1000人



● 预热期/前50天一万人招聘会

商户招聘需求收集表模板参考：

宝龙专场招聘会商户信息表-L3层								
序号	铺位号	商户	公司简介	招聘岗位	薪酬福利信息	联系人	联系方式	备注
1	M1-L3-006	大喜市火锅招待所	大喜市火锅招待所，想把成都味道带到全国的每一个大街小巷。具有超出预期的性价比，小份多品，好吃不贵。招牌有料锅采用老鹰茶汤底，带你走进成都市井复古的环境，带你穿越80年代的怀旧时光。成都本土的火锅研发团队，30年炒料老师傅现炒底料，还原成都本土火锅味。大喜市火锅招待所，招待你喜欢的人！	厨师长	厨师长、店长要求工作经验3年以上，每月带薪休假4天，享受月绩效提成	姚维东	13771370171	1名
				副厨师长	每月带薪休假4天，享受月绩效提成			1名
				切配员	每月带薪休假4天，享受月绩效提成，切配员要求工作经验1年以上。			6名
				洗碗洗菜阿姨	每月带薪休假4天，享受月绩效提成			2名
				店长	每月带薪休假4天，享受月绩效提成，厨师长、店长要求工作经验3年以上			1名
				领班	每月带薪休假4天，享受月绩效提成			2名
				服务员	每月带薪休假4天，享受月绩效提成，服务员最好有火锅店工作经验半年以上。			5名
2	M1-L3-032/033	小菜园	小菜园是一家致力于传统与创新地道安徽美食的主题徽菜馆，以大众消费的价格定位，优质的服务以及绿色健康的菜肴，为广大消费者带来了物美价廉的新体验。	服务员	4000-6000	杜甫	16726632663	以上岗位薪资均为底薪+提成。免费提供食宿，夫妻安排夫妻房，宿舍配专人保洁、有空调、WiFi、洗衣机、热水器床上三件套；月休五天，享受带薪年假、法定假福利及加班补、春节带薪假，表现优异者享受带薪员工旅游。
				迎宾	4000-6000			
				传菜员	4000-5000			
				勤杂	3000-5000			
				灶台	6000-8000			
				打荷	4000-5500			
				冷菜	5000-7000			
				切配	4000-5500			
				保洁	4500-6000			

<

>

>|

B1

商户L1

商户L2

商户L3

+

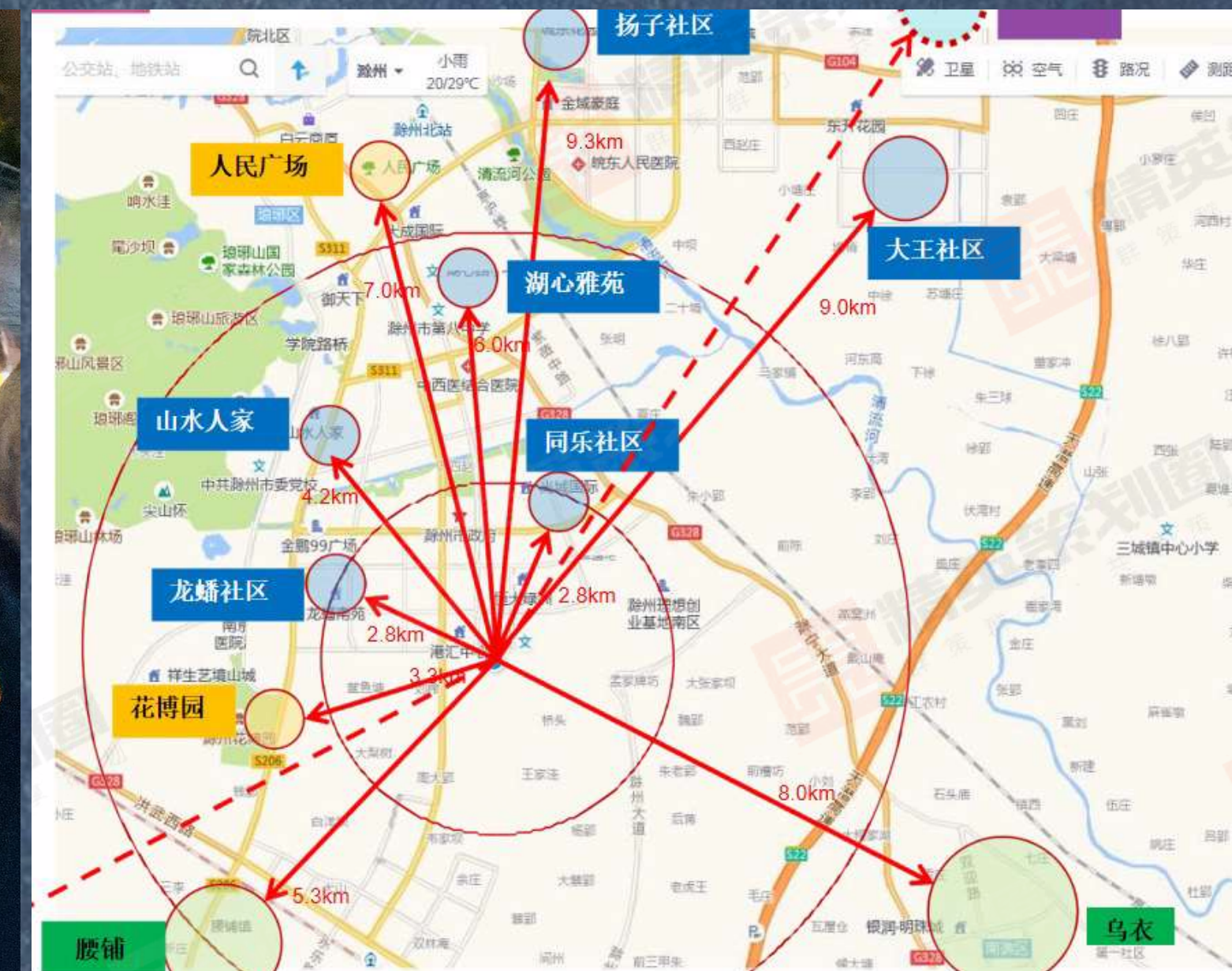
分楼层

人员计划分工表模板参考：

宝龙商户专场招聘会计划分工表				
阶段	事项	项目	具体内容	责任人
前期对接	活动启动 开始前30天	场地确认	确认活动时间、地点	企划部
		活动对接会	人事主导活动对接会，明确时间节点及相关分工	
		对接人才网	联合本地人社局、人才网召开商户招聘会	
		场地确认	确认活动时间、地点	
		场布出图	现场布展图测量出图，确认展位位置	
	活动宣传 开始前15天	物料清单	根据活动规划完成物料清单及广告宣传计划	企划部
		H5内容设计	根据岗位需求进行H5内容设计确定	
		微信公众号发送	人才网微信公众号专题活动内容推送	
		DM印刷制作	根据岗位需求招聘会DM单设计	
		DM派发	确定商圈派发点，招聘会开始前连续3天进行派发	
		短信发送	对接人社局等提前3天短信发送到达传播	行政人事部
		电话邀约	1000个电话邀约求职者参会	行政人事部
准备阶段	场地报批 开始前15天	城管报批	活动场地城管报批	物业部
	商户准备 开始前25天	商户邀约	商户招聘需求收集、logo收集	营运部
	物料设计 开始前15天	主KV设计	活动主KV设计	企划部
		物料设计	5*10m龙门架、3*10m主题喷绘、商户名牌等	
	商户跟进 开始前15天	商户物料	商户展位排序（前后顺序）	营运部
			商户统一展架海报跟进	
活动阶段	分工会 开始前3天	分工会	现场执行分工协调会	行政人事部
	后勤保障	后勤保障	签到登记及参会商户提供午餐及矿泉水	行政人事部
		商户服务	现场接待商户，引导商户去相应的展位	营运部
	现场执行	现场执行	活动现场整体控场	企划部
		拓粉、会员注册	现场拓粉、礼品发放	
后期宣传	专题报道	招聘会结束报道	针对本次招聘会结束后网站新闻报道	企划部

● 预热期/前45天——社区行（一二线城市）

整体策略：针对一二线城市，项目定位为区域型购物中心，**深入5公里！**以周边3公里为核心阵地，延伸至5公里，摸排本地大型社区及企业，形成作战地图，开展社区行和企业行活动。同时深入大型社区微信：xuetaang7799群，结合会员营销、大型营销活动邀约，培养到店习惯。



● 预热期/前45天——社区行（一二线城市）

管控要求：

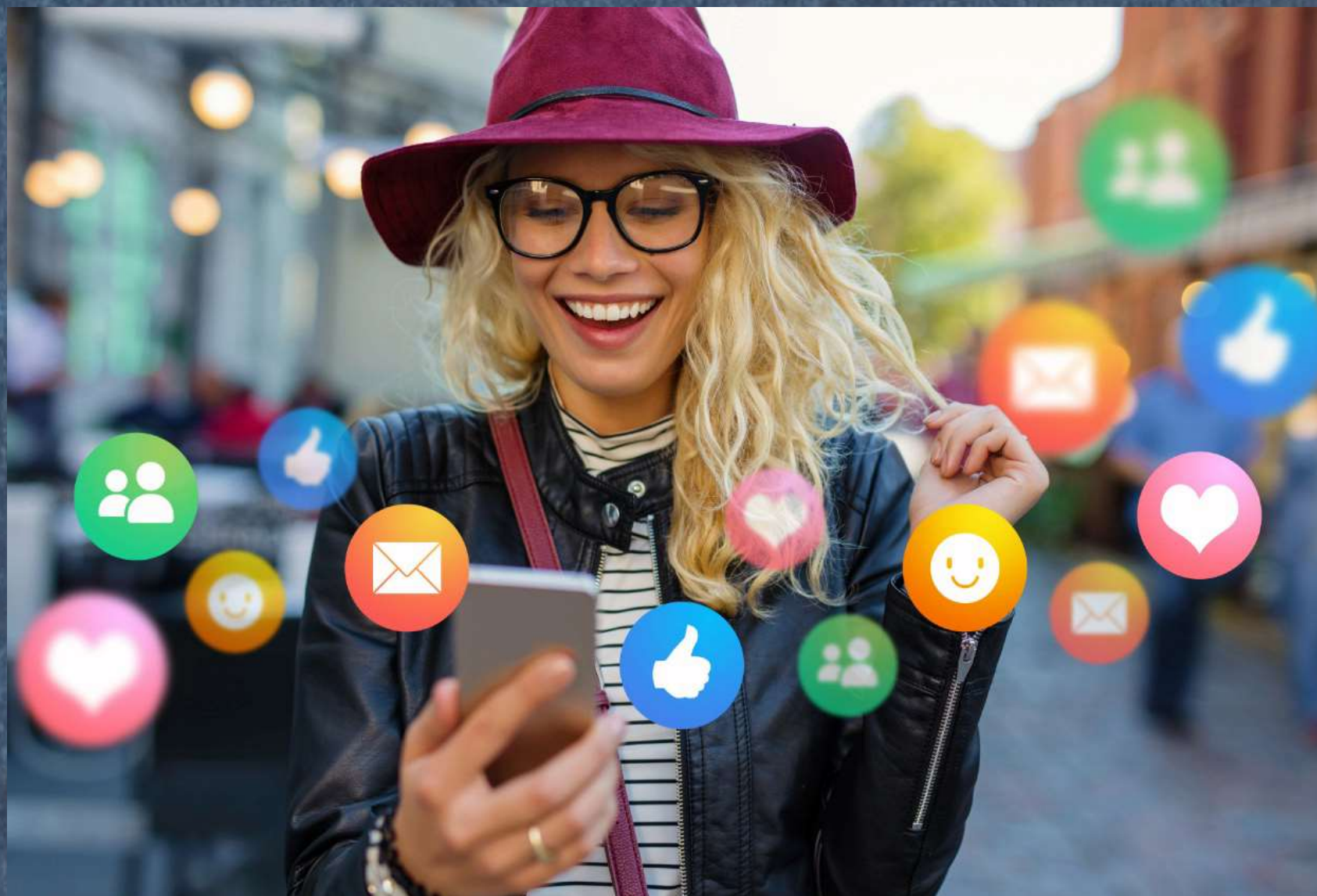
- 1、找到目标市场。结合交通通路、客源分布及产品定位，划分广场核心市场、机会市场、边缘市场；
- 2、找到顾客需求。不同人群细分，需求细分，制定作战计划；
- 3、点、线、面作战计划。结合分级市场及商户定位，分类制定如路演、工厂行、校园行、社区拓卡等；
- 4、明确开业预热拓卡目标。结合开业指标，拆解主力店、重点商户拓卡目标，步步为营，节点管控。



● 预热期/前45天——城市话题营销（三线以下城市）

整体策略：针对低能级城市，项目定位为城市级购物中心，**全城瞩目！**

整合全城资源，联合本地有影响力的异业组织，引入流量级IP活动，通过资源借力、流量加持，重视KOC/KOL流量捆绑提升，高调传播，打造有热度有话题的城市级影响力活动，引爆全城。



● 预热期/前45天——社区型（三线以下城市）

管控要求：

- 1、**联合本地优质资源。**如当地政府资源、本地融媒体中心或其他大型异业组织开展全城赛事类活动，如少儿才艺大赛、街舞大赛、青少年篮球等；
- 2、**规模要求。**活动场次不少于7场，每场参与选手不少于200人；总决赛需设置在开业首日，选手加助力人员不少于300人；
- 3、**曝光量要求。**借助合作方资源线上线下齐发力，线下媒体覆盖全城及下属乡镇；线上可统计曝光量不低于500万；



30天---开业

开业期

● 开业期——重要节点

完成时间	节点事项	规定动作	完成标准
开业前30天	倒计时30天品宣出街	30天倒计时节点视频出街	完成出街
	第四阶段开业推广全面出街	开业30天推广计划出街	完成出街
	商户SP活动定稿	按要求编制	经事业部营运审核确认
	电动葫芦测试完成	完成电动葫芦测试	工程提供测试报告
	背景音乐选择	按要求完成	音乐选择目录确认稿
	满月庆定标	完成满月庆主PR等项目定标工作	定标签批件
	开业POP展架/开业花篮打样确认	按要求打样确认	打样确认
开业前20天	开业活动报批完成	完成活动报批	获得报批文书
开业前15天	大众点评微官网上线	完成全部品牌入驻上线	包括项目基础信息和入驻品牌信息
开业前15天	开业活动跨部门协调会	组织开展开业活动跨部分分工协调会	完成活动分工
开业前10天	客流计数器检查	组织开展测试	完成检查
	导向标识系统联合检查	开展联合检查	完成检查及补充
	内场灯箱画面发布	跟进地产内场灯箱画面安装	完成画面安装
	开业主持稿、新闻稿、总经理发言稿	按要求编制开业主持稿、新闻稿、总经理发言稿	通过集团企划部审核
开业前9天	开业美陈进场	美陈进场	完成进场搭建
开业前8天	开业庆典舞台进场	舞台进场	完成进场搭建
开业前7天	培训培训稿下发	按规范编制开业活动培训稿	完成下发
开业前6天	誓师大会暨动员大会	组织商管及各商家店长开展	完成活动开展
开业前2天	开业庆典彩排	详见开业庆典SOP	完成彩排
开业当天	开业品宣	1. 开业庆典9图（10:00AM）；2. 开业庆典小视频；3. 开业盛况9图 4. 开业巡游小视频；5. 开业演艺小视频；6. 晚场客流长图 7. 捷报；8. 当天集锦长图	完成出街
开业后3天	开业活动总结报告	完成开业活动总结复盘	完成总结报告
开业后10天	开业后企划活动验收	完成所有开业活动验收	完成全部验收

● 开业期/前30天——开业媒体全面出街

开
业
前
30
天
自
媒
体
排
期
表

阶段	时间	推广重点	推广形式	媒体形式	自媒体发布内容	相应媒体渠道		预计曝光量
						类型	名称	
逐浪华彩	8.28/周一	夜市行	朋友圈海报	自媒体	活动现场照片	内部渠道	员工朋友圈	/
		倒计时30天 ★★★★★	短视频1条	自媒体	倒计时30天《金义追新指南》	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	8.29/周二	夜市行	朋友圈海报	自媒体	活动现场照片	内部渠道	员工朋友圈	/
		一座城，一群人	短视频1条	自媒体	团队士气+施工进度视频	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	20000
	8.30/周三	浪潮车队媒体出街	短视频1条	自媒体	时髦出街●carry出行	内部渠道	员工朋友圈	5000
大放异彩	8.31/周四	工程进度	朋友圈九宫格1组	自媒体	逐浪速递：首批商铺装修完成	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.1/周五	预热寻找C位出道的你+大型夜市行	短视频1条	自媒体	宣传视频	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.2/周六	寻找C位出道的你+大型夜市行	短视频1条	自媒体	活动现场速报	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	5000
	9.3/周日	寻找C位出道的你+大型夜市行	朋友圈海报	自媒体	活动现场九宫格	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.4/周一	出街品宣	朋友圈海报	自媒体	电梯轿厢+道闸+横幅+丰巢柜贴+公交站台	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	30000
	9.5/周二	开业预热/招聘会预热 ★★★★★	推文1篇	自媒体	招聘会推文	官微	金华金义宝龙广场	5000
	9.6/周三	开业预热/招聘会预热 ★★★★★	短视频1条	自媒体	招聘会品宣视频，近200+商户全城寻找同行！	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	50000
	9.7/周四	开业预热/招聘会预热 ★★★★★	海报	自媒体	倒计时2天	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.8/周五	开业预热/招聘会预热 ★★★★★	海报	自媒体	倒计时1天	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.9/周六	招聘会	短视频1条	自媒体	梦想不设限，发展无极限 人潮涌动，薪意满满	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	20000
	9.10/周日	大放义彩	短视频1条	自媒体	大放义彩1：城市纽带	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	20000
		招聘会	朋友圈海报	自媒体	招聘会现场海报	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.11/周一	PR开业活动预告 重点品牌业态宣传	官微1篇	自媒体	《终于等到你！惊喜剧透先上一波》 抽iphone15活动	官微	金华金义宝龙广场	6000
	9.12/周二	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	数码品牌集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.13/周三	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	金义追星指南第二弹	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.14/周四	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	儿童业态集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.15/周五	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	娱乐生活业态集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.16/周六	大放义彩	短视频1条	自媒体	大放义彩2：色彩生活	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	20000
		寻找C位出道的你	短视频1条	自媒体	活动视频	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	20000
	9.17/周日	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	体验业态集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
		寻找C位出道的你	海报	自媒体	活动现场海报	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.18/周一	sp+团券篇 重点品牌业态宣传	官微1篇 短视频1条	自媒体	《宝龙，有礼了》 潮流品牌集锦	视频号/抖音 官微	金华金义宝龙广场	7000
	9.19/周二	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	亲子类品牌集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.20/周三	重点品牌业态宣传	短视频1条	自媒体	黄金珠宝业态集锦	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.21/周四	大放义彩	短视频1条	自媒体	大放义彩3：城市色卡	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	30000
	9.22/周五	928盛大启幕	短视频1条	自媒体	倒计时5天：开业明星助阵	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	30000
	9.23/周六	开业预热	短视频1条	自媒体	场内穿梭机+重点品牌商铺拍摄	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	30000
	9.24/周日	开业预热	短视频1条	自媒体	倒计时4天：开业明星助阵	视频号/抖音	金华金义宝龙广场	10000
	9.25/周一	PR+SP 开业活动预告	官微1篇	自媒体	《点击解锁金义宝龙广场开业福利全攻略》	内部渠道	员工朋友圈	7000
	9.26/周二	开业预热+寻找C位出道的你	海报	自媒体	倒计时2天	内部渠道	员工朋友圈	/
	9.27/周三	PR+SP 开业活动预告	海报	自媒体	倒计时1天	内部渠道	员工朋友圈	/

● 开业期/前30天——开业媒体全面出街

XX宝龙广场开业媒体投放计划表-第一波

XX宝龙开业前媒体投放计划表										
波段	类别	媒体名称	频次	栏目/位置	规格	时间	数量	预计曝光量（单位W）	预算	备注
第一波	公共交通	公交站台	分别位于金港大道和金山大道上			8月31日-9月13日	3	30	0	
		轻轨	轻轨PIS视频广告，1天轮播45次左右，15S/次			8月31日-9月27日持续	全线3500屏	200	22176	每天轮播90次
	户外	丰巢柜贴	柜贴：600元两周/1T2			8月31日-9月13日	33	11.2	19800	
		小区道闸	1050元/3周			8月24日-9月13日	19	50	19950	
		电梯轿厢	135元/3周			8月24日-9月13日	106	50	14310	
	电台	广播台	对农FM102.2+农村大喇叭			8月25日-8月27日		50	3617.04	
	本地生活	抖音KOL/KOC	600元/人			9月2日-9月3日	30	3	18000	
		小红书KOC	300元/人			9月2日-9月3日	10	2	3000	
		抖+	20元/CPM			持续		15	3000	
	其他	LED巡游车	926.21元/天/车 6个小时,8天，每天1辆			8月2日-8月3日/8月16日-8月20日		5	7409.71	
	网络	朋友圈广告	朋友圈,35元/CPM			寻找C位出道的你+开业信息释放		28.57	10000	
	小计								121263	

● 开业期/前30天——开业媒体全面出街

XX宝龙广场开业媒体投放计划表-第二波

第二波	电台	广播台	对农FM102.2+农村大喇叭	早晚高峰，7天，14次/天，15S	9月7日-9月9日/9月21日-9月27日		200	12056.8	
			交通FM94.2	早晚高峰，7天，6次/天，15S	9月21日-9月27日		150	10266.5	
	户外	电梯轿厢	90元/2周，换画10元/块			9月14日-9月27日	106	50	10600
		乡镇横幅	150元/周/条			9月14日-9月27日	150	30	22500
		小区道闸	700元/2周			9月14日-9月27日	19	50	13300
	丰巢广告	丰巢柜贴	柜贴：600元两周/1T2			9月14日-9月27日	33	34.72	19800
	公共交通	公交站台	分别位于金港大道和金山大道上			9月12日-9月28日	3	70	0
	网络	微信：xuetang7799	金华晚报头条			9月25日	1	2	15000
			义乌网头条			9月26日	1		15000
			爱金义头条			9月25日	1	0.3	0
		各大APP信息流	新闻：今日头条 视频：抖音、芒果TV、搜狐视频 有声：网易云音乐、喜马拉雅、蜻蜓FM、酷狗音乐50元/CPM			9月24日-9月27日		40	20000
		朋友圈广告	朋友圈,35元/CPM			开业内容释放		28.57	10000
		本地生活	抖音KOL/KOC	600元/人			9月21日-9月24日	50	5
	抖音开屏		140元/CPM			9月26日		21.42	30000
	抖+		20元/CPM			8月27日-9月28日持续		50	30000
	抖音信息流		40元/CPM			9月23日-9月27日		30	15000
	视频号微信：xuetang7799		500微信：xuetang7799豆	500	微信：xuetang7799豆，曝光量1557人，1元，7个	微信：xuetang7799豆	8月27日-9月28日持续	23.34	10000
	小红书KOC		300元/人			9月21日-9月24日		20	6000
	大众点评KOC		V4-V5，300元/人			9月21日-9月24日		20	6000
	其他	LED巡游车	1200元/天/车 6个小时,5天，每天5辆			9月23日-9月27日	25	50	30000
		中通快递贴	0.55元/份,3.64W			9月22日-9月25日	3.64	3.64	20000
		DM派送	10W份，5天			9月21日-9月26日	10	10	20000
	小计							345523	

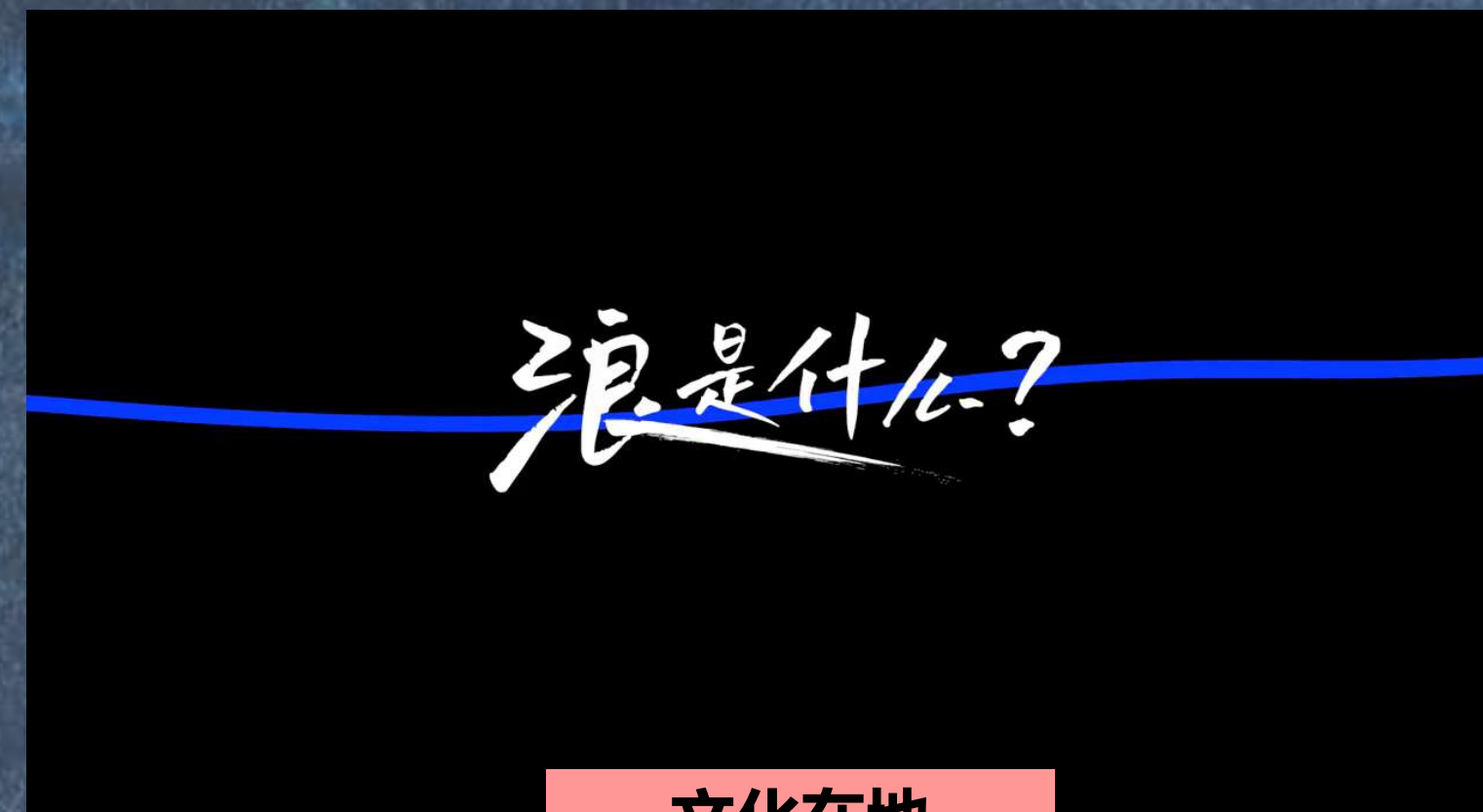
● 开业期/前30天——倒计时30天视频

发布时间：倒计时30天9:00AM

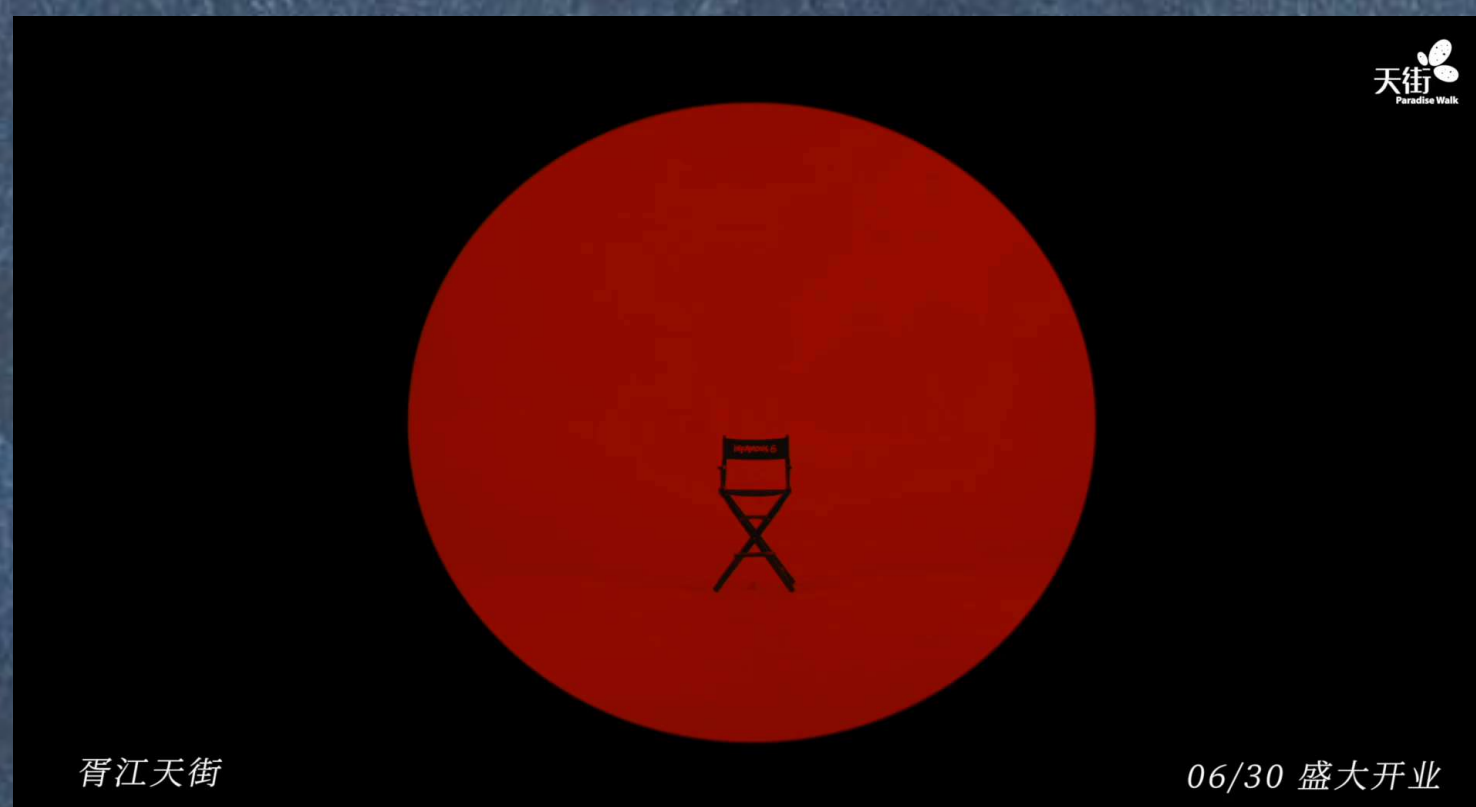
管控要求：倒计时30天城市发声，可结合城市地标、在地文化、开业主题、团队风貌等产出媒体创意视频传播。



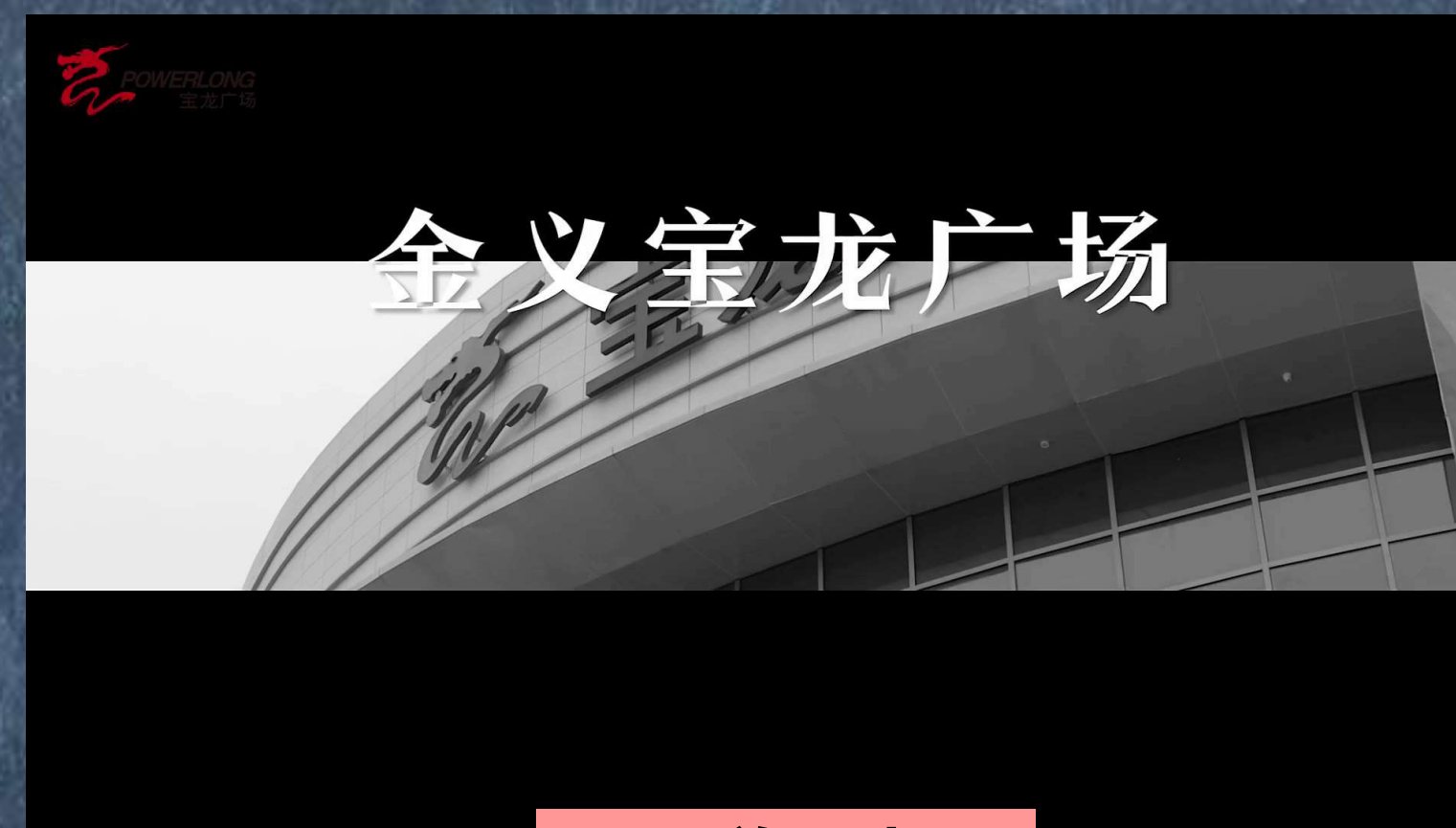
地标城市



文化在地



主题开业



风貌团队

● 开业期/前30天——开业POP展示架

打样时间：开业前30天

安装时间：开业前1天

管控要求：

1、数量。所有商户必须采购1个，餐饮商户建议购买2个以上；

2、款式。底座正面需定制反白公司logo，需提前打样确认。

款式：窄边立式落地

颜色：香槟金色

框架尺寸：50*70cm

画面尺寸：50*69.5cm

底座尺寸：34*30cm

logo尺寸：宽13cm

材质：铝合金立柱、钢板底座



规定样式



● 开业期/前30天——开业花篮规范

打样时间：开业前30天

安装时间：开业前1天

管控要求：

- 1、企划负责打样确认并寻找供应商（优先场内商户）；
- 2、营运负责统计数量，并督促商户与供应商对接结算工作；
- 3、1楼商户每个商户必须采购1对，其他楼层建议采购1对。
- 4、更多方案资料微信：xuetaang7799信run202311



参考样式

● 开业期/前30天——大众点评界面规范

开通时间：倒计时30天

上线时间：倒计时15天

管控要求：

1、需完成页面设置，包含一下内容：门店

基础信息（“门店名称”、“门店电话”、

“营业时间”、“门店地址”“商圈”）、

基础服务信息（停车信息、商场特色标签、

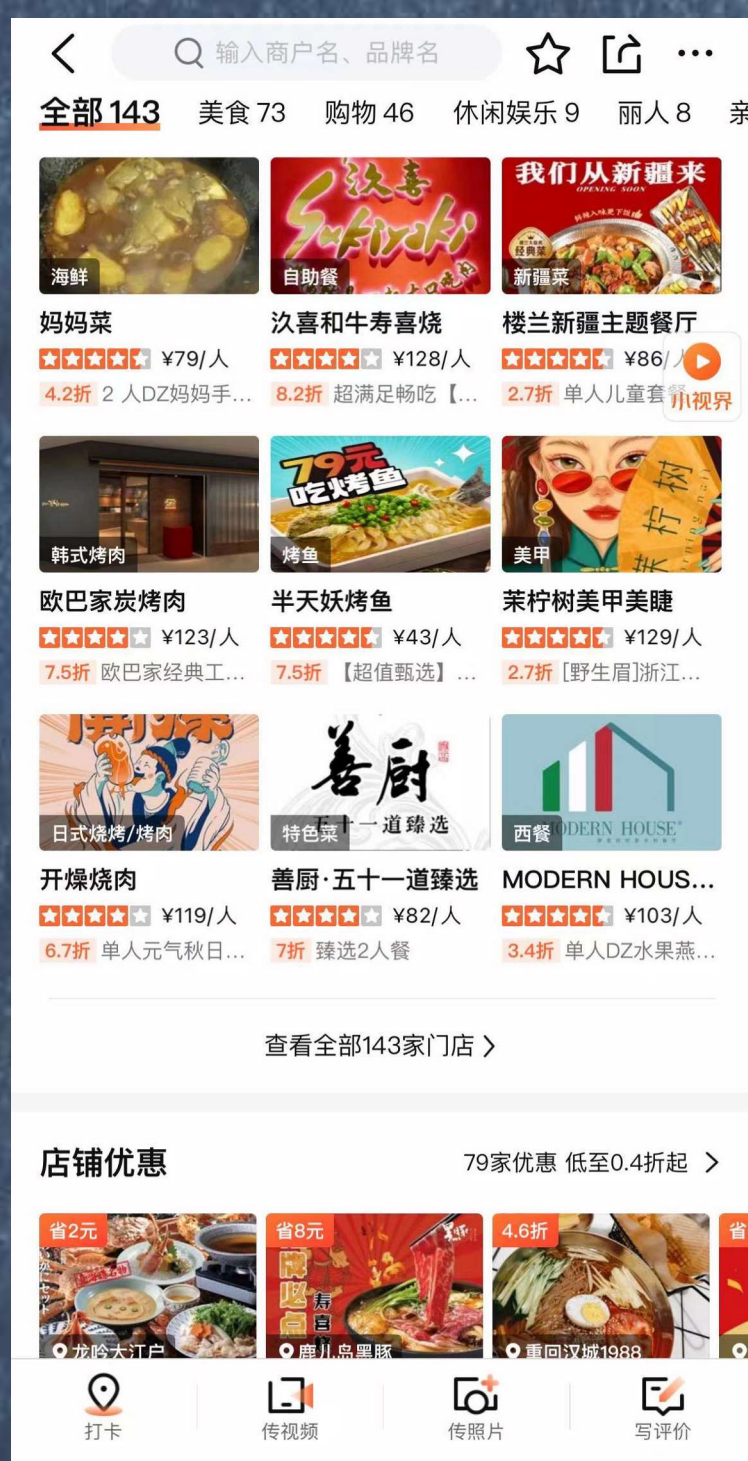
团购信息）、商场装修（上传不少于3张项

目头图、楼层导览

2.完成入驻商户管理，关联项目商户，确保

场内所有商户均完成圈店，商家信息及团购

信息页面展示。



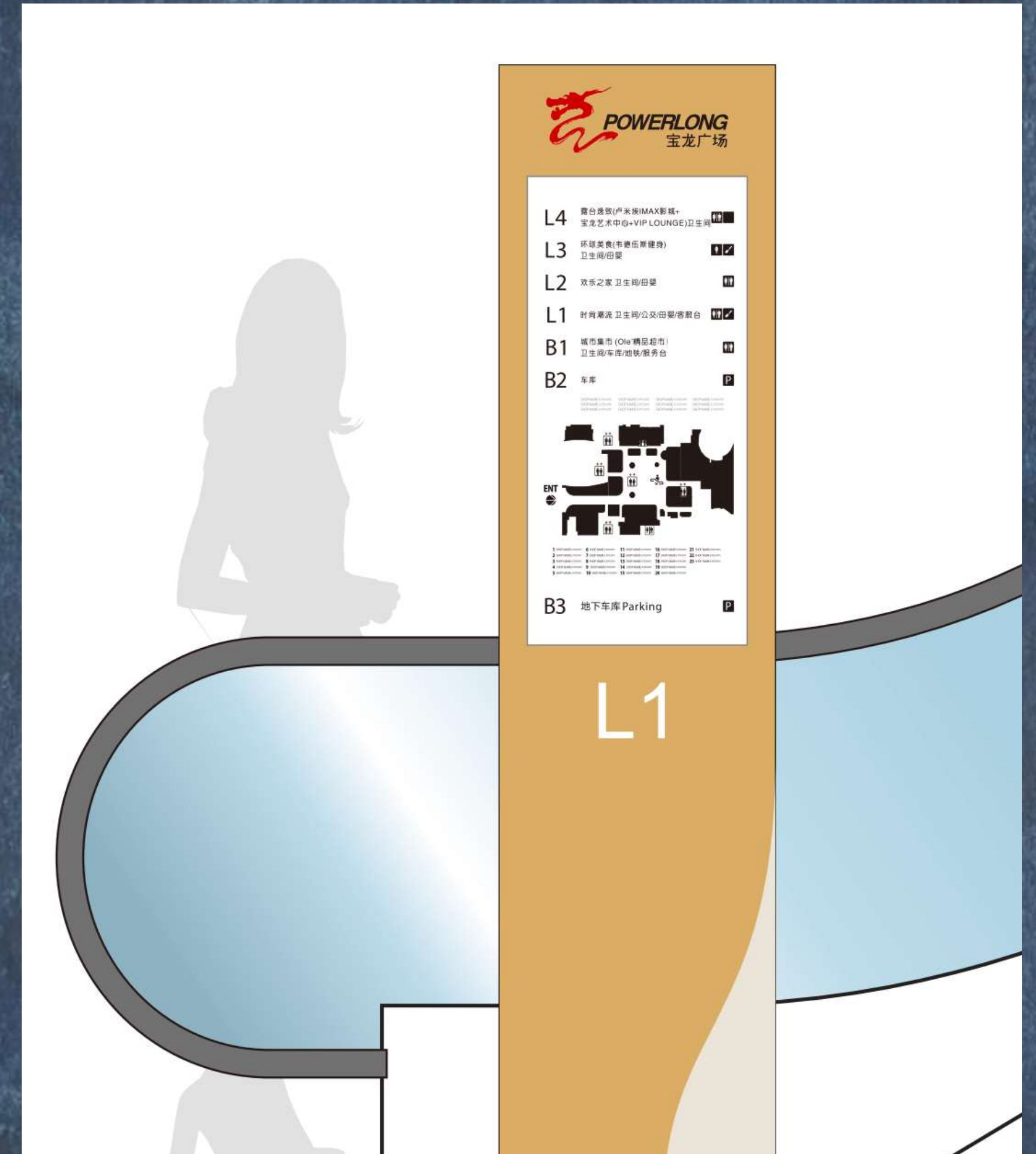
● 开业期/前15天——导向标识系统联合检查

联合检查时间：开业前15天

整改完成时间：开业前5天

管控要求：

- 1、导视公司提交方案后，企划需进行设计文件审核；
- 2、审核后，由导视公司同尺寸，双面KT板打样并悬挂至安装处；
- 3、参与人员：企划部经理、工程部经理、物业部经理、大营运经理、总经理；
- 4、检查内容：确认指示方向、指示内容、安装位置；
- 5、需提前打小样，确认材质、颜色、工艺；
- 6、如需导引主力店，建议放对应业态，不要放具体品牌。



● 开业期/前10天——客流计数器检查标准

测试时间：倒计时10天

管控要求：

- 1、主入口必须测试，其他点位抽查测试比例15%；
- 2、单个入口测试至少15到20人参与，需测试负责人和销控室对讲机实时同步检测数据；
- 3、进出客流测试不少于5次数据准确率需达到95%以上；
- 4、第一次测试测试人员全员进入；第二次测试测试人员分批次进入；第三次测试人员分两批，一批进，一批出，同时进行；第四次测试可设置障碍物测试，第五次测试随机测试。



● 开业期/前8天——内场舞台搭建

进场时间：开业前8天

完成时间：开业前3天

管控要求：

- 1、尽量避免遮挡商户门头，采用通透度高的设计方案，大屏采用双面屏；
- 2、活动区域不可有明线；
- 3、可整合美陈氛围，对舞台下方地面区域、观众坐席进行整体造型设计，提升品质感。



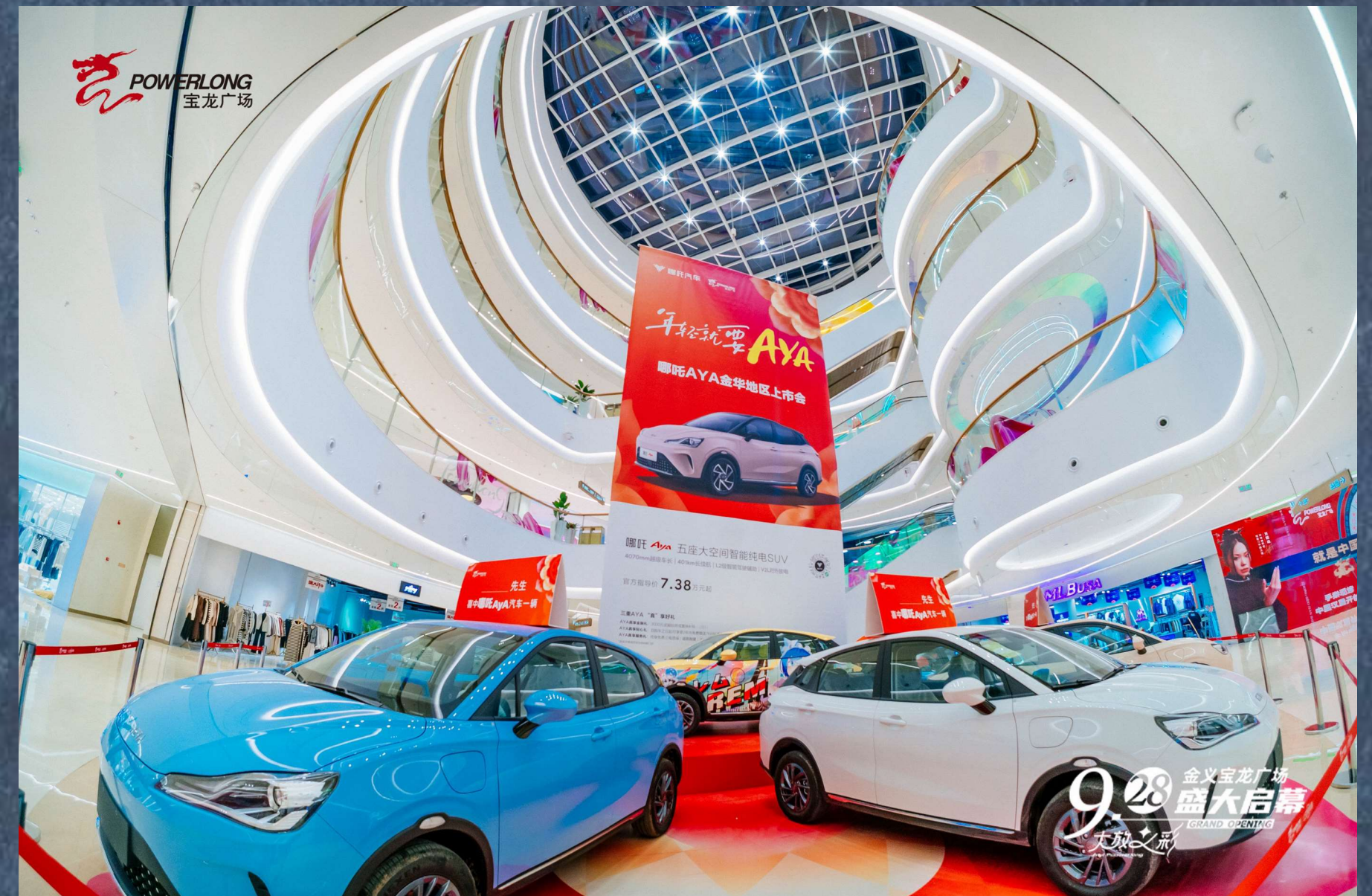
● 开业期/前8天——SP点位搭建

进场时间：开业前8天

完成时间：开业前3天

管控要求：

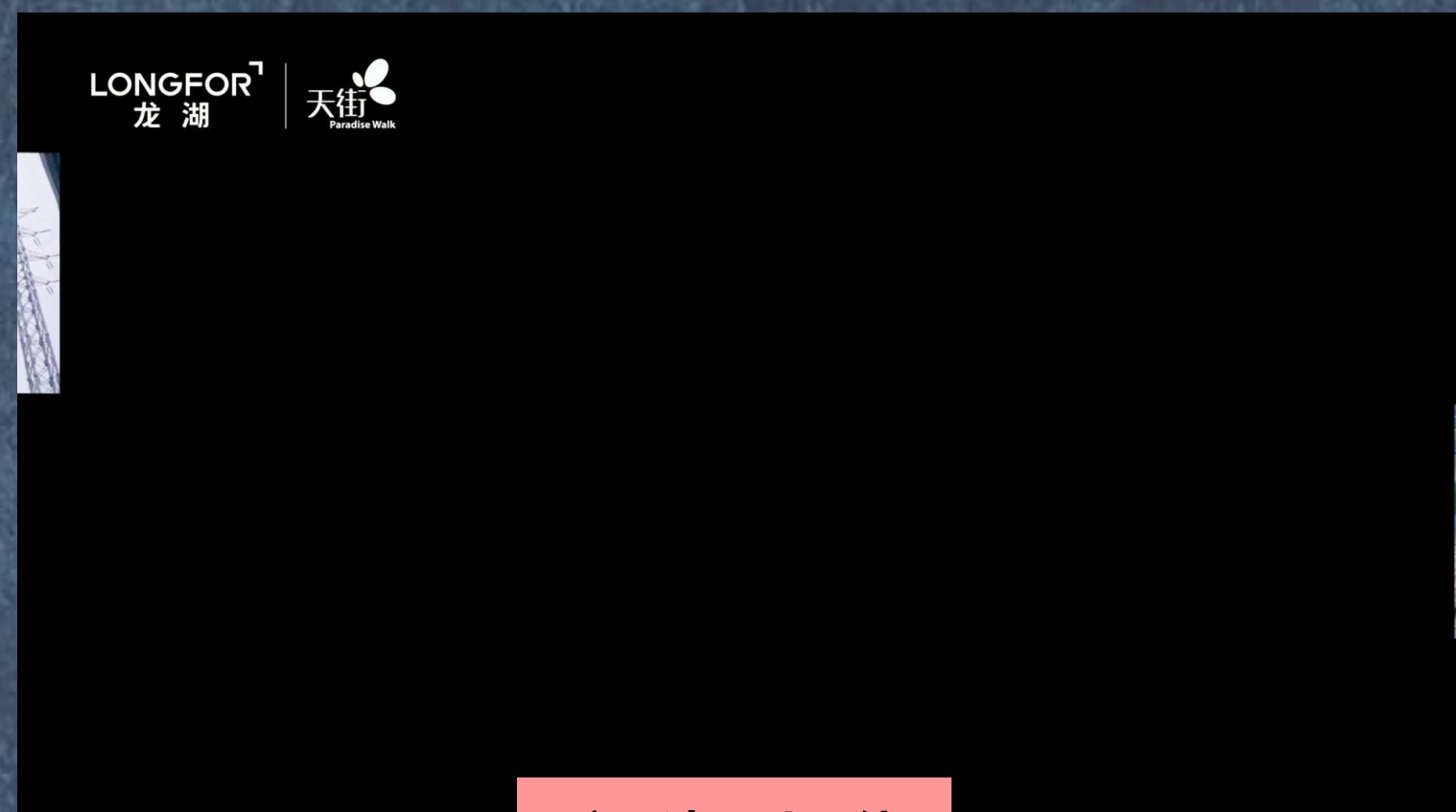
- 1、抽奖点位和礼品点位的设置需内外联动；
- 2、外场抽奖点位、礼品点位需有灯光、音响，并定时安排主持人口播；
- 3、礼品陈列点位需要搭建舞台摆放，舞台高度不低于80cm；
- 4、礼品陈列需饱满，营造开业礼品充足的氛围。



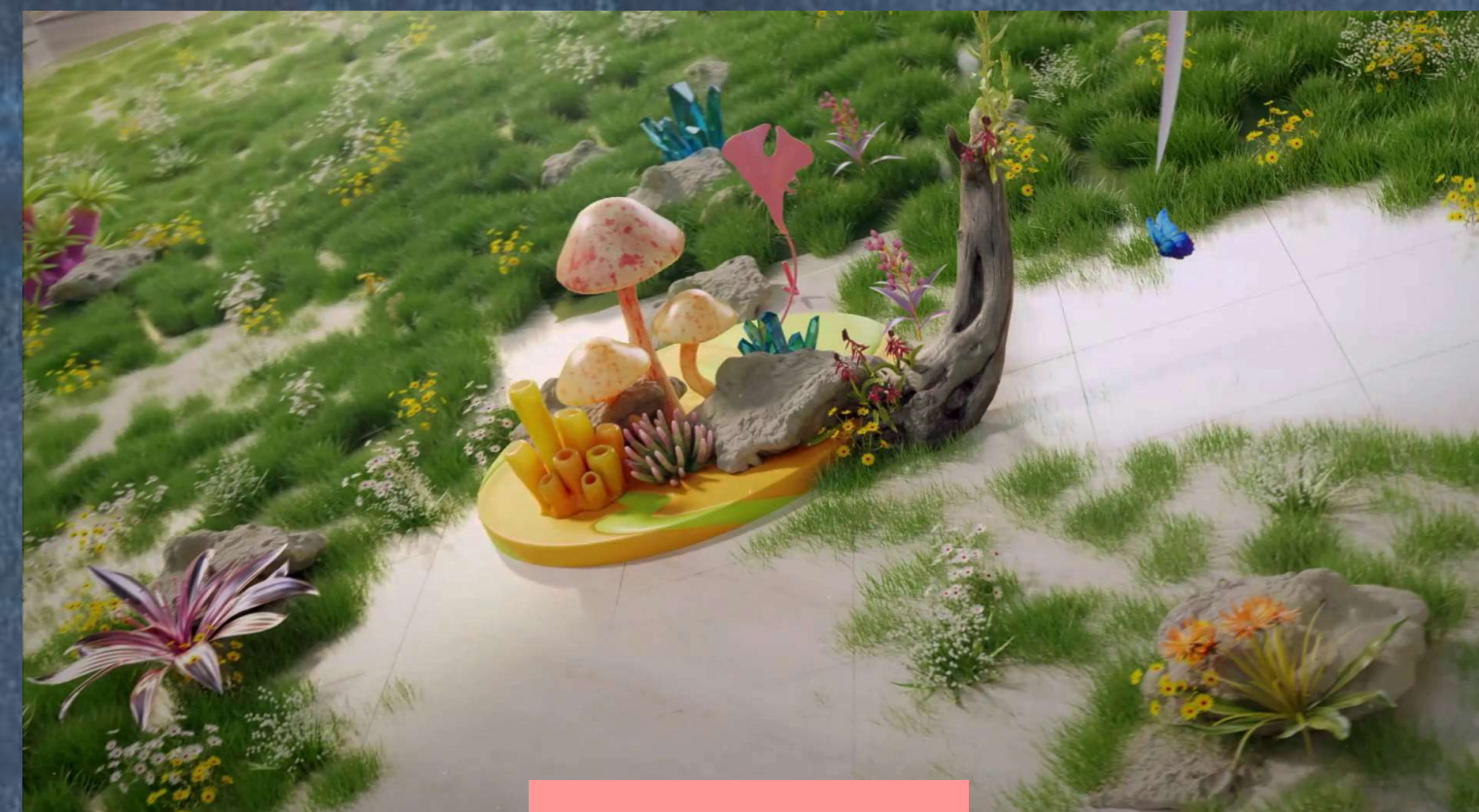
● 开业期/前7天——倒计时视频

发布时间：倒计时7天9:00AM

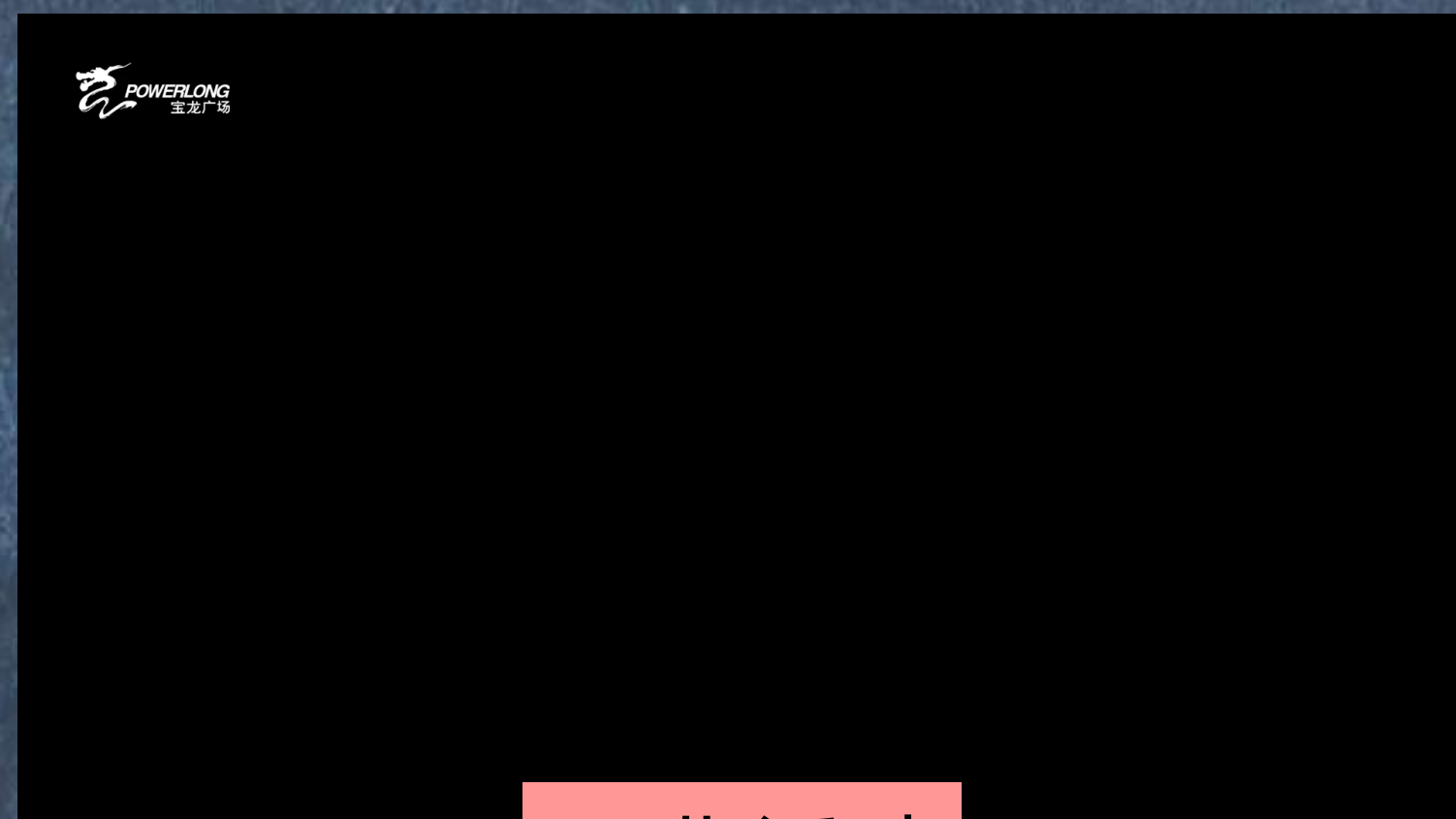
管控要求：结合广告出街、项目定位、开业活动、开业美陈、重点品牌等产出媒体创意视频传播。



广告出街



开业美陈



开业活动



重点品牌

● 开业期/前5天——誓师大会暨动员大会

开展时间：开业前5天

管控要求：

- 1、参与人员：商管总经办、各部门负责人、各商户老板或店长；
- 2、举办地点：项目影院影厅；
- 3、流程环节：总经理发言、招商营运部宣导运营期营运规范、物业部宣导运营期物业规范、企划部宣导开业活动内容、商户签领取开业指标、大合影；
- 4、设备准备。企划-各项物料；营运-影厅大屏及音响使用。



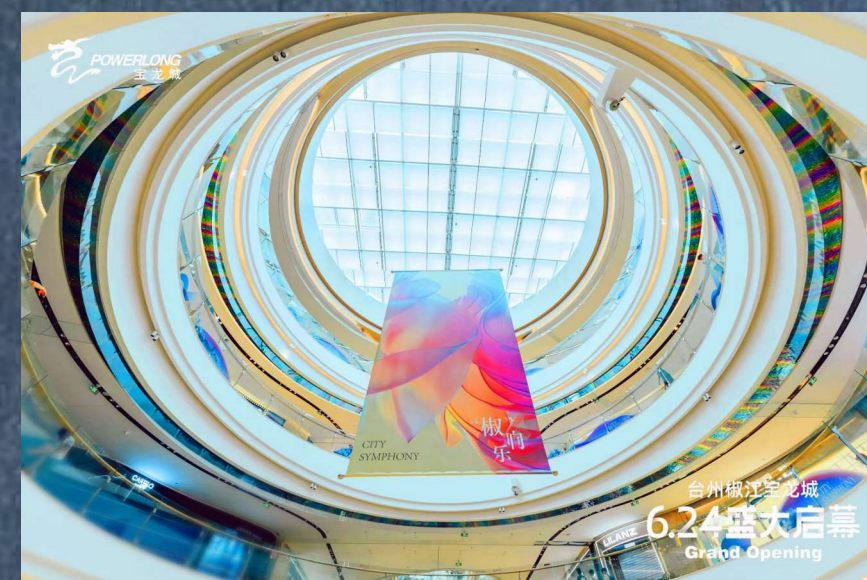
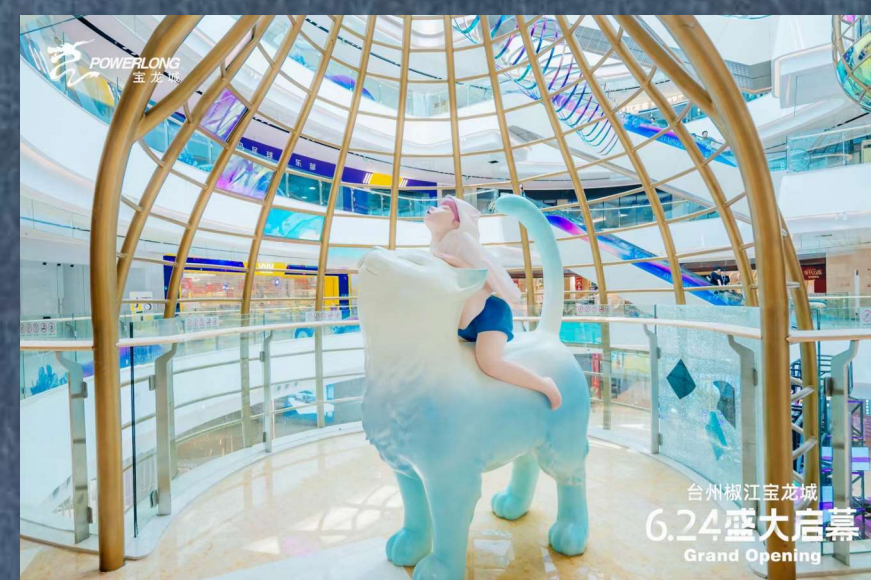
● 开业期/前3天——开业美图

发布时间：开业前3天

管控要求：

- 1、开业前3天完成企划舞台、美陈等点位搭建；
- 2、发布形式：朋友圈九宫格；
- 3、发布镜头：展现建筑美、空间特色、美陈、店铺等。

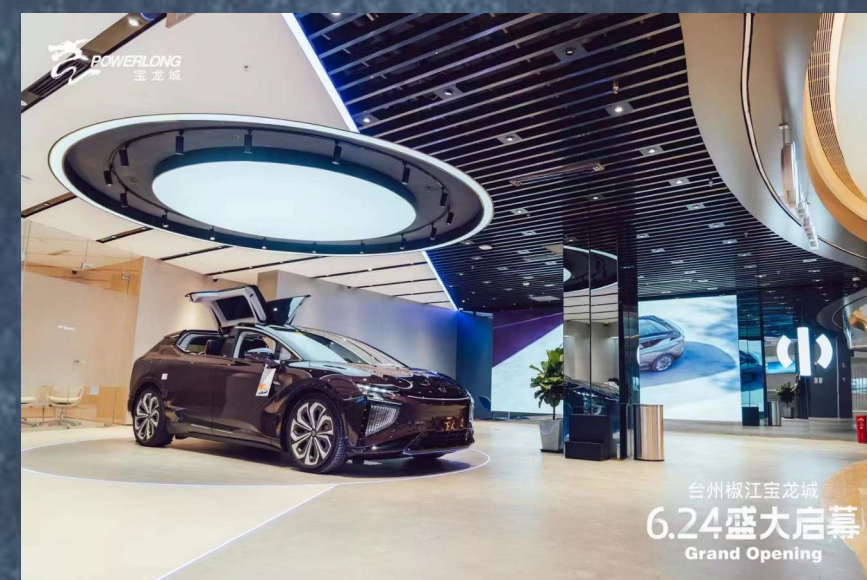
注：店铺照片不可正面直拍，需有前景装饰，或侧面带上周边环境，展现商铺在项目场景氛围内的呈现。



店铺照片太正，无周围环境



有周边环境、前景修饰



● 开业期/当天——开业、庆典九宫格

庆典九宫格发布时间：开业当天10:00AM

开业九宫格发布时间：开业当天午饭时、晚饭时、闭店时

要求：1、所有官方出街照片须添加项目logo。

2、左上角：使用项目LOGO，比例不超过版面的1/40。

3、右下角：放活动主题SLOGAN,比例不超过版面的1/30。

4、同时须存档一套无水印照片。

照片水印比例参考：

1、左上角:使用项目LOGO,比例不超过版面的1/40。
2、右下角:放活动主题SLOGAN,比例不超过版面的1/30。

舞台空镜 (航拍大景)	锣鼓人员摆拍 (手握鼓槌展开姿势、 充满精气神、蓄势待发)	舞台舞蹈表演 (拍摄整体、高潮动作)
领导端坐 (陈总裁镜头、两边人员 入镜，神情自然，鼓掌或 端坐各一套)	剪彩后舞台前方 合影照片	舞狮 (精彩动作抓拍)
陈总画龙点睛 (特写)	店总致辞采青 (空中腾空的姿势正面)	陈总裁巡场 (与各位领导、店总一起 巡场，并且是目视同一个位置)



*详见《开业庆典SOP》

● 开业期/当天——开业当天视频

庆典视频发布时间：开业当天9:30AM

开业视频发布时间：开业当天中午、下午、晚上各一条

要求：1.所有官方出街照片须添加项目logo。

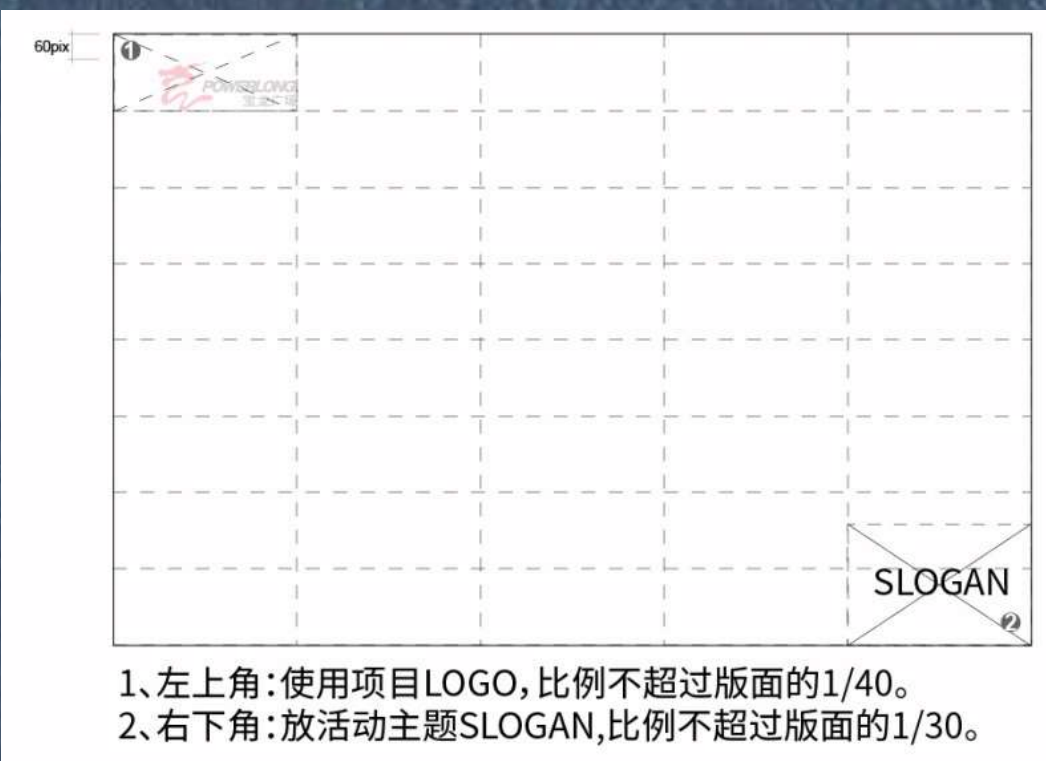
2.左上角：使用项目LOGO，比例不超过版面的1/40。

3.右下角：放活动主题SLOGAN,比例不超过版面的1/30。

4.内容建议已大客流、各活动美陈点位客流、商家客流，另有特色活动可以单独出视频。

参考样式

视频水印比例参考：



开业庆典视频参考



开业客流视频参考



开业活动视频参考



*详见《开业庆典SOP》

● 开业期/次日——客流长图、开业战报

发布时间：开业次日上午

要求：制作单张长图，内容含开业主题、开业客流、销售数据、传播数据、重点品牌销售数据、大客流照片、亮点活动照片等。

参考样式



更多资讯加微信: xuelang7799

Thank You