

**“高庐·紫云台”房地产开发项目
销售代理服务**

招 标 文 件

招 标 人：四川高路文化旅游发展有限责任公司

2021年9月

目 录

第一章 招标公告.....	2
第二章 投标人须知.....	4
第三章 评标办法和标准.....	23
第四章 合同条款及格式.....	28
第五章 服务要求.....	62
第六章 投标文件格式.....	63

第一章 招标公告

“高庐·紫云台”房地产开发项目销售代理服务 招标公告

1. 招标条件

1.1 本招标项目“高庐·紫云台”房地产开发项目已由成都市发展和改革委员会以川投资备【20175101007003159372】FGQB-0308号批准建设，项目业主为四川成南高速公路有限责任公司，建设资金来自国家投资-非政府投资，项目出资比例为100%，招标人为四川高路文化旅游发展有限责任公司。项目已具备招标条件，现对该项目销售代理服务进行公开招标。

1.2 本招标项目由成都市发展和改革委员会核准（招标事项核准文号为川投资备【20175101007003159372】FGQB-0308号）的招标组织形式为自行招标。招标人选择的招标代理机构是/。

2. 项目概况与招标范围

2.1 项目名称：“高庐·紫云台”房地产开发项目销售代理服务。

2.2 建设地点：四川省成都市成华区和敬路366号。

2.3 项目规模：项目总占地约63亩，总建筑面积约为175861.24 m²，其中住宅约为114858.57 m²，商业约为12762.06 m²，地下建筑部分（主要为停车区及设备用房）共计约48240.6 m²。本次招标项目占地约50亩，其中住宅建筑面积约为99254.92 m²，地下室建筑面积约51931.93 m²，地上最高42层，最低31层，地下2层，容积率3，总建筑密度9.64%，绿地率40%，车位1236个，车位比1:2.98。

2.4 招标范围：本项目商品房及车位的销售代理服务（具体包含销售代理及渠道推广等），本次可售商品房共计414套（其中A户型约206 m²共120套，B户型约240 m²共216套，C户型约280 m²共78套），车位1236个，预计销售金额约20.7亿元。

2.5 服务期限：自合同签订之日起至项目清盘并完结相关手续（住宅剩余不超过20套）。

2.6 质量要求：成约定销售目标，快速回款。

2.7 标段划分：1个标段。

3. 投标人资格要求

3.1 本次招标要求投标人须具备：

3.1.1 具有独立法人资格，持有有效营业执照；

3.1.2 财务要求：近3年（2018年至2020年）无亏损；

3.1.3 业绩要求：近三年（2018年1月1日至今）以来，承揽过3个建筑面积5万m²及以上或项目占地面积不低于30亩的销售代理业绩；

3.1.4 信誉要求：

(1) 在国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>) 中被列入严重违法失信企业名单，不得参加投标；

(2) 在“信用中国”网站 (<http://www.creditchina.gov.cn>) 中被列入失信被执行人的投标人，不

得参加投标；

(3) 近三年内(2018年1月1日起至本项目投标截止日期间)投标人(单位)及其法定代表人有被人民法院生效判决或裁定认定为行贿犯罪的(投标人须提交无行贿犯罪的承诺函),不得参加投标。

3.2 本次招标不接受联合体投标。

4. 招标文件的获取

4.1 凡有意参加投标的投标人,请于2021年10月19日开始在“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站(<http://glwl.scgs.com.cn/>)”免费匿名下载招标文件。招标人不提供其他任何报名和招标文件获取的方式。

4.2 招标文件有关通知(如有)由投标人在“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站(<http://glwl.scgs.com.cn/>)”自行查阅与下载。

4.3 投标人应在招标期间适时关注上述网站,并及时下载相关内容,招标人不再另行通知。如有问题或疑问,应及时与招标人联系,因未能及时下载资料(如果有)的相关责任由投标人自行承担。

5. 投标文件递交截止时间及地点

5.1、投标文件递交截止时间(投标截止时间,下同)2021年11月8日10:00(北京时间)。

5.2、地点为成都市二环路南四段51号2栋10楼本项目开标室。

逾期送达的或者未送达指定地点的投标文件,招标人不予受理。

6. 发布公告的媒体

本项目招标公告在“蜀道投资集团有限责任公司网站(<http://www.shudaojt.com/>)”、“四川高速公路建设开发集团有限公司网站(<http://www.scgs.com.cn/>)”和“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站(<http://glwl.scgs.com.cn/>)”上同时发布。

7. 联系方式

招标人:四川高路文化旅游发展有限责任公司

地址:成都市二环路南四段51号2栋10楼

联系人:樊女士

电话:028-85579365

传真:028-86058729

第二章 投标人须知

投标须知前附表

条款号	条款名称	编列内容
1.1.2	招标人	名称：四川高路文化旅游发展有限责任公司 地址：成都市二环路南四段 51 号 2 栋 10 楼 联系人：樊女士 电话：028-85579365
1.1.3	招标项目名称	“高庐·紫云台”房地产开发项目销售代理服务
1.1.4	项目建设地点	四川省成都市成华区和敬路 366 号
1.1.5	项目规模	项目总占地约 63 亩，总建筑面积约为 175861.24 m ² ，其中住宅约为 114858.57 m ² ，商业约为 12762.06 m ² ，地下建筑部分（主要为停车区及设备用房）共计约 48240.6 m ² 。本次招标项目占地约 50 亩，其中住宅建筑面积约为 99254.92 m ² ，地下室建筑面积约 51931.93 m ² ，地上最高 42 层，最低 31 层，地下 2 层，容积率 3，总建筑密度 9.64%，绿地率 40%，车位 1236 个，车位比 1:2.98。
1.1.6	项目计划开盘日期	2021 年 10 月 31 日
1.2.1	资金来源及比例	100%自筹资金
1.2.2	资金落实情况	已落实
1.3.1	招标范围	本项目商品房及车位的销售代理服务（具体包含销售代理及渠道推广等），本次可售商品房共计 414 套（其中 A 户型约 206 m ² 共 120 套，B 户型约 240 m ² 共 216 套，C 户型约 280 m ² 共 78 套），车位 1236 个，预计销售金额约 20.7 亿元。
1.3.2	服务期限	自合同签订之日起至项目清盘并完结相关手续（住宅剩余不超过 20 套）
1.3.3	质量要求	达成约定销售目标，快速回款。
1.4.1	投标人资质条件、能力和信誉	（1）具有独立法人资格，持有有效营业执照； （2）财务要求：近 3 年（2018 年至 2020 年）无亏损； （3）业绩要求：近三年（2018 年 1 月 1 日至今）以来，承揽过 3 个建筑面积 5 万 m ² 及以上或项目占地面积不低于 30 亩的销售代理业绩； （4）信誉要求： A. 在国家企业信用信息公示系统（ http://www.gsxt.gov.cn ）中未被列入严重违法失信企业名单；

		B. 在“信用中国”网站 (http://www.creditchina.gov.cn) 中未被列入失信被执行人的投标人; C. 近三年内 (2018 年 1 月 1 日起至本项目投标截止日期间) 投标人 (单位) 及其法定代表人没有被人民法院生效判决或裁定认定为行贿犯罪的。
1.4.2	是否接受联合体投标	不接受
1.4.3	投标人不得存在的其他情形	(15) 根据国家或四川省有关部门制定的其他联合惩戒措施规范性文件 (联合惩戒措施包括限制参与工程招投标或限制参与政府采购活动), 被列为联合惩戒对象的; 注: 除此之外招标人不得另行增加其他限制投标情形。
1.9.1	踏勘现场	由投标人自行踏勘现场
1.10.1	投标预备会	不召开
1.12.3	偏差	不允许
2.1	构成招标文件的其他材料	补遗或答疑文件 (若有时)
2.2.1	投标人要求澄清招标文件	时间: 投标截止时间 15 日前 (投标人在此时间之后提出的问题, 招标人不再进行澄清和答复) 形式: 以传真等书面形式匿名向招标人提出需要澄清的问题, 要求招标人对招标文件予以澄清。
2.2.2	招标文件澄清发出形式	招标文件的澄清应于投标截止时间 10 日前, 在四川高路文化旅游发展有限责任公司网站 (http://glwl.scgs.com.cn/) 发布, 涉及到评标办法修改的, 应将修改后的招标文件作为附件上传, 对招标文件的所有修改内容应在澄清文件正文中全部列出, 新上传的招标文件中修改内容与澄清文件正文不一致的, 以澄清文件正文为准。若澄清文件发出的时间距投标截止时间不足 10 日, 则应延长投标截止时间 (不影响投标文件编制的情形除外)。投标人应实时在四川高路文化旅游发展有限责任公司网站 (http://glwl.scgs.com.cn/) 上查询澄清文件, 投标人未下载澄清文件的, 其后果由投标人承担。
2.2.3	投标人确认收到招标文件澄清	自行查询, 无需确认。
2.3.1	招标文件修改发出形式	招标文件的修改应于投标截止时间 10 日前, 在四川高路文化旅游发展有限责任公司网站 (http://glwl.scgs.com.cn/) 发布, 涉及到评标办

		法修改的，应将修改后的招标文件作为附件上传，对招标文件的所有修改内容应在修改文件正文中全部列出，新上传的招标文件中修改内容与修改文件正文不一致的，以修改文件正文为准。若修改文件发出的时间距投标截止时间不足 10 日，则应延长投标截止时间（不影响投标文件编制的情形除外）。投标人应实时在四川高路文化旅游发展有限责任公司网站（ http://glwl.scgs.com.cn/ ）上查询修改文件，投标人未下载修改文件的，其后果由投标人承担。
2.3.2	投标人确定收到招标文件修改	自行查询，无需确认。
2.3.3	投标截止时间	2021 年 11 月 8 日 10:00（北京时间） 注：若有补遗文件修改的，以补遗文件中确定的时间为准。
3.2.1	报价方式	根据投标函及附录按比例自行报价
3.2.2	最高投标限价	最高限价为：详见本章附件《最高限价表》； 投标人所报投标报价不得高于最高限价的单价，否则投标无效； 投标人结合自身经营、管理水平，并充分考虑服务期间的未来风险，经过经济技术比较分析后，自主报价。
3.3.1	投标有效期	90 日历天（从投标截止时间算起） 注：在投标有效期内未完成评标和定标的，招标人应当通知所有投标人延长投标有效期；拒绝延长投标有效期的投标人有权收回投标保证金；没有拒绝延长投标有效期的投标人自动延长其投标担保的有效期，但不得修改投标文件的实质性内容。因延长投标有效期造成投标人损失的，招标人应当给予补偿，但因不可抗力需延长投标有效期的除外。
3.4.1	投标保证金	（1）投标保证金的金额： 10 万元 （2）投标保证金的形式：采用银行电汇或现金转账形式或银行保函形式 （3）投标保证金采用银行保函形式，银行保函由投标人开立基本账户的银行出具。如投标人开立基本账户的银行不能出具银行保函，则由该银行系统内其他支行或基本账户银行的上级银行出具。银行保函应采用招标文件提供的格式，若采用银行自有格式，其提交的银行保函内容不得对担保金额、担保范围、担保期限、担保内容作出降低担保效力的实质性修改。保函有效期不少于投标有效期。招标人若按本章第 3.3.2 项规定延长了投标有效期，则投标保证金的有效期也相应延长。 （4）投标保证金采用银行电汇或现金转账的按下列方式提交： 投标保证金缴纳至招标人的指定银行及账号如下： 户 名：四川高路文化旅游发展有限责任公司

		<p>账 号：51001875136050441685 开户银行：建行成都南郊支行</p> <p>银行电汇或现金转账必须由投标人基本账户一次性划入招标人的指定账户，且须在投标截止日前到账（由招标人进行核查）。</p> <p>（5）投标保证金的提交： A. 银行保函原件单独密封装入信封；银行保函的影印件（彩色或黑白）应装订在投标文件正本之中。 B. 银行电汇回执单或现金转账凭证影印件装入投标文件正本之中。</p>
3.4.2	投标保证金的退还	<p>投标保证金的退还</p> <p>（1）退还时间：确定为中标候选人的投标保证金，在招标人与中标人签订书面合同后 5 日内开始退还，最迟应不超过投标文件有效期。其他非中标候选人的投标保证金在中标通知书发出后 5 日内开始退还。</p> <p>（2）退还方式： A. 银行保函由投标人法定代表人或其委托代理人本人凭单位介绍信（或授权委托书）、身份证原件在招标人处领取。 B. 现金担保递交至在招标人账户的凭投标人单位介绍信（或申请函）和收据，退还至投标人的汇款账户；</p> <p>（3）投标保证金的利息计算原则： ①投标保证金以现金或者支票形式递交的，投标保证金的利息计算原则：投标保证金递交至招标人指定的开户银行及账号时，投标保证金的计息期起始日期为投标截止当日，终止日期为招标人退还投标保证金日期的前一日，但最长不超过投标有效期，利率为中国人民银行公布的前期活期存款利率（利息金额计算至分位，分以下尾数四舍五入）。 ②投标保证金采用银行保函的，不适用。</p>
3.4.3	投标保证金不予退还的情形	<p>（1）投标人在投标有效期内撤销投标文件；</p> <p>（2）中标人在收到中标通知书后，无正当理由不与招标人订立合同，在签订合同时向招标人提出附加条件，或者不按照招标文件要求提交履约保证金；</p> <p>（3）发生投标人须知前附表规定的其他可以不予退还投标保证金的情形。</p> <p>（4）在投标活动中，投标人串通投标、弄虚作假，中标人在收到中标通知书后，无正当理由拒签合同协议书的，投标保证金也不予退还。</p>
3.5	资格审查资料的特殊要求	无

3.5.2	近年财务状况的年份要求	2018 至 2020 年
3.5.3	近年完成的类似项目情况的时间要求	2018 年 1 月 1 日至今。
3.6.1	是否允许递交备选投标方案	不允许
3.7.1	投标文件格式	<p>(1)不得对招标文件规定的投标文件格式的内容进行改变原意或影响投标实质性的删减或修改。</p> <p>(2)投标人可以在投标文件格式内容之外另行说明和增加相关内容,作为投标文件的组成部分。另行说明或自行增加的内容、以及按投标文件格式在空格(下划线)由投标人填写的内容,不得与招标文件的强制性审查标准和禁止性规定相抵触。</p> <p>(3)按投标文件格式在空格(下划线)由投标人填写的内容,不需要填写的,可以在空格中用“/”标示,也可以不填(空白)。</p> <p>(4)投标文件应对招标文件提出的所有实质性要求和条件作出实质性响应,并且实质性响应的内容不得互相矛盾。</p> <p>(5)投标文件应内容完整,字迹清晰可辨。字迹模糊导致无法确认关键技术方案、关键工期、关键工程质量保证措施、投标价格的,应否决其投标。</p> <p>(6)投标文件所附证明材料应内容完整并清晰可辨。所附证明材料内容不完整或字迹模糊的,评标委员会可要求投标人提供原件核验。</p>
3.7.3	投标文件签字或盖章要求	<p>(1)投标文件应逐页(含骑缝章)加盖投标人单位(法定名称)章,不得使用专用印章(如经济合同章、投标专用章等)或下属单位印章代替,否则视为无效标书。</p> <p>(2)投标文件格式中要求投标人“法定代表人或其委托代理人”签字的,如法定代表人亲自参加招标而不委托代理人参加招标的,由法定代表人签字;法定代表人授权委托代理人参加招标的,由委托代理人签字,也可由法定代表人签字。</p> <p>(3)投标文件若有修改,修改处应加盖投标人单位(法定名称)的印章。</p>
3.7.4	投标文件份数	正本一份,副本一份,电子文档(光盘或U盘)1份。副本可由其正本复制(复印)而成(包括证明文件)。正副本内容应一致。当副本和正本内容不一致时,以正本为准,但副本和正本内容不一致造成的评审差错由投标人自行承担。

4.1.1	投标文件的包装和密封	投标文件的纸质文本和电子文档均应密封完好(包装及密封形式不限), 封口处应加盖投标人单位公章。
4.1.2	封套上写明	招标人名称: 四川高路文化旅游发展有限责任公司 投标人全称: <u>“高庐·紫云台”房地产开发项目销售代理服务</u> 投标文件 在年月日时分前不得开启
4.2.1	递交投标文件	投标人应在本投标人须知前附表第 2.3.3条规定的投标截止时间之前递交投标文件。
4.2.2	递交投标文件地点	成都市二环路南四段 51 号 2 栋 10 楼本项目开标室
4.2.3	投标文件是否退还	否
5.1	开标时间和地点	开标时间: 同投标截止时间 开标地点: 成都市二环路南四段51号2栋10楼本项目开标室
5.2	开标程序	密封情况检查: 未按招标文件投标人须知前附表4.1.1条要求密封的投标文件招标人或招标代理机构将予以拒收, 开标时各投标人不再对密封情况进行检查。 开标程序: 1、到达开标时间, 招标人将公示参与招标项目的所有投标人投标保证金的提交情况, 对于未按要求提交投标保证金的投标文件, 该投标文件将被拒绝, 作否决投标处理。 2、不分递交先后顺序随机开启。 3、唱标完成后, 招标人或招标代理机构按要求填写开标记录表, 转入评标阶段。 注: 投标人对开标有异议的, 应当在开标现场提出, 招标人当场作出答复, 并制作记录。
6.1.1	评标委员会的组建	评标委员会构成: <u>5</u> 人。 其中: 招标人代表 <u>1</u> 人, 评标专家 <u>4</u> 人。 评标专家的确定方式为: <u>按规定随机抽取评标专家</u> 注: 1、评标委员会组建时, 可增加评标委员会人数, 但招标人代表人数不能增加。
6.3	评标办法	综合评分法
7.1	是否授权评标委员会确	否, 推荐的中标候选人数量: 1-3 名。

	定中标人	如果中标人放弃中标、因不可抗力不能履行合同、不按照招标文件要求提交履约保证金，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，招标人可以按照评标委员会提出的中标候选人名单排序依次确定其他中标候选人为中标人，也可以重新招标。
7.3.1	履约担保	提交，履约保证金要求如下： 履约保证金金额： <u>100</u> 万元； 履约保证金形式及提交时间：通过中标人的基本账户以现金转账或银行保函方式，须在中标人在接到中标通知书后5日内提交。
7.4	签订合同	合同协议书经双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。中标人应按其投标文件的承诺，派遣项目管理人员。在项目实施全过程中，未经招标人同意，中标人在投标文件中所报的项目负责人不得更换，项目管理团队其他人员若有变更，应与招标人协商议定。
10	需要补充的其他内容	
10.1	编页码	不作统一要求，投标人自定。
10.3	报价唯一	只能有一个有效报价。投标报价文件（包括投标函）中的任何单价、合价或总价，不论其大写金额或小写金额均只能有一个，任何有选择和保留的报价将不予接受。
10.4	低于成本报价	在评标过程中，评标委员会发现投标人的报价明显低于其他投标报价，使得其投标报价可能低于其个别成本的，应当要求该投标人作出书面说明，评标委员会应从投标人的人员配置、服务期限、施工期配合服务的要求、管理成本等方面综合考虑对投标人是否低于其个别成本进行认定，评标委员会经评审认为其不低于成本的，应当书面说明理由。投标人不能说明或者评标委员会认为说明不合理的，由评标委员会认定该投标人以低于成本报价竞标，其投标应作否决处理。 启动低于成本评审的具体标准：/。 评标委员会全体成员半数以上认为该投标人不能合理说明的，认定该投标人以低于成本报价竞标，其投标应作否决处理。持有异议的评标委员会成员可以书面方式阐述其不同意见和理由，拒绝签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意。
10.5	确定中标人	招标人（或招标人授权的评标委员会）按照评标委员会推荐中标候选人的顺序确定中标人。但当投标人被推荐为中标候选人的合同段数量多于

		<p>可以中标的合同数量时，按如下方式确定中标人：</p> <p>由招标人选择中标的合同段，招标人选择该投标人中标的合同段的原则是：∟。</p> <p>注（1）根据《中华人民共和国招标投标法实施条例》第五十五条，国有资金占控股或者主导地位的依法必须进行招标的项目，招标人应当确定排名第一的中标候选人为中标人。排名第一的中标候选人放弃中标、因不可抗力不能履行合同、不按照招标文件要求提交履约保证金，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，招标人可以按照评标委员会提出的中标候选人名单排序依次确定其他中标候选人为中标人，也可以重新招标。</p>
10.6	投标文件的真实性要求	<p>投标人所递交的投标文件（包括有关资料、澄清）应不存在弄虚作假或隐瞒。</p> <p>投标人声明不存在限制投标情形但被发现存在限制投标情形的，属于隐瞒情形（单位负责人为同一人或 者存在控股、管理关系的不同单位，在同一标段投标 或者未划分标段的同一招标项目投标，若投标人在投 标文件中已填报上述信息的，不属于隐瞒情形）。</p> <p>如投标文件存在弄虚作假或隐瞒，在评标阶段发现的，评标委员会应将该投标文件作否决投标处理；中标候选人确定后发现的，招标人可以取消中标候选人或中标人资格。</p>
10.8	招标文件内容冲突的解决及优先适用次序	<p>招标文件中招标人编制的内容前后有矛盾或不一致，有时间先后顺序的，以时间在后的修改、澄清或补正文件为准；没有时间先后顺序的，以公平的原则进行处理。投标人须知前附表和招标文件中“注”的内容与正文不一致时，以投标人须知前附表和招标文件中“注”的内容为准。对招标文件的内容理解有争议的，由招标人按照招标文件所使用的词句、招标文件的有关条款、招标的目的、习惯以及诚实信用原则，确定该条款的真实意思，有两种以上解释的，作出不利于招标人一方的解释。</p>
10.9	评标结果公示 (中标候选人公示)	<p>公示媒介：<u>同招标公告发布媒介</u> 公示时间：<u>3</u> 日</p>
10.11	知识产权	<p>构成本招标文件的各组成部分，未经招标人书面同意，投标人不得擅自复印和用于非本招标项目所需的其他目的。招标人拥有各投标人投标文件中所有方案的使用权，且不进行补偿。</p>
10.12	监督单位	<p>四川高速公路建设开发集团有限公司投资管理部（研究中心）</p>
10.13	投诉	<p>监督部门将按照《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《工程建设</p>

		<p>项目招标投标活动投诉处理办法》（2004年7月6日国家发展改革委等七部委令第11号、2013年3月11日国家发展改革委等九部委令第23号修改）、交通运输部《公路工程项目招标投标管理办法》（2015年第24号）、《四川省公路工程项目招标投标管理实施细则》（川交发〔2019〕32）的规定接受针对公示内容的投诉。投诉材料要求、投诉受理条件及查处参照七部委令第11号（九部委令第23号修改）和（川交发〔2019〕32号）对投诉的规定执行。</p> <p>（1）投诉人认为招标投标活动不符合法律行政法规规定的，可以在知道或者应当知道之日起10日内提出书面投诉。依法应先提出异议的，异议答复期间不计算在内；异议人对答复不满意，应在异议答复之日起10日内提出书面投诉。</p> <p>（2）投诉人向监督部门提出投诉，应当实名提交投诉书。（投诉书格式详见投标人须知附件十）</p> <p>（3）有下列情形之一的投诉，不予受理：</p> <p>①投诉人不是所投诉招标投标活动的参与者，或者与投诉项目无任何利害关系；</p> <p>②投诉事项不具体，且未提供有效的线索、证据，难以查证的；</p> <p>③投诉书未署有投诉人真实姓名、签字和有效联系方式的；以法人名义投诉的，投诉书未经法定代表人签字并加盖单位章的；委托代理人没有相应的授权委托书和有效身份证明复印件，或者有关委托代理权限和事项不明确的；</p> <p>④应当在规定时间内提出诉求而未提出，超出投诉时效的；</p> <p>⑤已经作出处理决定，且投诉人没有提出新的证据的；</p> <p>⑥投诉事项应先提出异议没有提出异议、已进入行政复议或者司法程序的；</p> <p>⑦其他行政主管部门已经受理的。</p>
--	--	---

10.14	异议	<p>投标人或利害关系人认为招标投标活动存在不符合法律、法规和规章规定的，可以依法向招标人提出异议，或者依法向有关行政主管部门投诉。投标人或利害关系人对招标文件、开标、评标结果事项进行投诉的，应当依法先向招标人提出异议。</p> <p>(1) 异议提出的期限规定如下：</p> <p>①对招标文件有异议的，潜在投标人或者其他利害关系人应当在提交投标文件截止时间 10 日前提出。</p> <p>②对提交投标文件的截标时间、开标程序、投标文件密封检查和开封、唱标内容、开标记录、唱标次序等开标有异议的，投标人应当在开标期间当场提出。</p> <p>③对评标有异议的，投标人或其它利害关系人应当在中标候选人的公示期间提出。</p> <p>(2) 异议人提出异议应当提交异议书，但异议仅涉及开标的除外。(异议书格式详见投标人须知附件九)</p> <p>(3) 异议人是法人的，异议书必须由其法定代表人或者授权代表签字并加盖公章；其他组织或者个人提出异议的，异议书必须由其主要负责人或者提出异议的本人签字，并附真实有效身份证明复印件。</p> <p>(4) 有下列情形之一的，招标人可以不予受理异议，并向异议人发出异议不予受理通知书：</p> <p>①异议人不是投标人、潜在投标人或者其他利害关系人；</p> <p>②未在法定的异议期限内提出的；</p> <p>③规定应当以书面形式提出但未以书面形式提出的；</p> <p>④异议书未按照要求签字盖章的；</p> <p>⑤异议书未提供有效联系人和联系方式的；</p> <p>⑥针对依法应当保密的信息和资料提出异议的；</p> <p>⑦开标现场已经投标人确认的事项，开标后投标人又就该事项提出异议的；</p> <p>⑧招标人已经做出明确答复，无新的事实证据，又就同一问题提出异议的；</p> <p>⑨异议人违反《中华人民共和国招标投标法》等法律规定，捏造事实、伪造材料或者以非法手段取得证明材料提出异议的。</p> <p>招标人对异议未在规定时间内做出答复的，异议人可以向交通运输行政主管部门申诉，交通运输行政主管部门应当责令招标人依法做出答复。异议人对答复不满意的，可以提起投诉。</p>
-------	----	---

10.15	特别注意	如本招标文件投标人须知前附表所述内容与招标文件投标人须知正文部分所述内容不一致或招标文件投标人须知正文部分中表述不明时，以投标人须知前附表的所述内容为准。
-------	------	---

附件：

最高限价表

销售代理	2021年签约金额超过 <u>10</u> 亿元（含），按 <u>1.8</u> %计提佣金
	2021年签约金额超过 <u>6</u> 亿元（含）不足 <u>10</u> 亿，按 <u>1.5</u> %计提佣金
	2021年签约金额不足 <u>6</u> 亿元，按 <u>0.3</u> %计提佣金
	2022年每月签约金额超过月度任务，按 <u>1.6</u> %计提佣金
	2022年每月签约金额不足月度任务，按 <u>0.9</u> %计提佣金
	车位代理销售：不高于 <u>1000</u> 元/个

注：1、投标人结合自身经营、管理水平，并充分考虑服务期间的未来风险，经过经济技术比较分析后，自主报价。但投标报价不得低于成本。

2、投标人应对以上内容进行逐项报价。若报价遗漏，视为本部分价格已均摊在其他项。

3、销售目标由中标人和招标人根据实际情况，制定月度销售目标。

4、2022年以月签约金额计提佣金，签约金额计算方式为：

月销售任务：（项目总套数 - 2021年实际完成套数 - 清盘套数）/9个月。

5、车位销售：截止2022年6月30日，销售总数量不低于400个，若未达成销售目标，车位代理佣金提留全部扣除，不予发放；

6、投标报价为投标人开展销售代理服务工作所发生的一切费用，包括但不限于营销渠道费、销售代理佣金、管理费、保险费、各种税费、风险金、开展销售工作所产生的必要的推广及物料费等完成项目所需的一切费用。

1 . 总则

1.1 项目概况

1.1.1 根据《中华人民共和国招标投标法》等有关法律、法规和规章的规定，本招标项目已具备招标条件，现进行招标。

1.1.2 本招标项目招标人：见投标人须知前附表。

1.1.3 本招标项目名称：见投标人须知前附表。

1.1.4 本标段建设地点：见投标人须知前附表。

1.1.5 本招标项目规模：见投标人须知前附表。

1.1.6 项目计划开盘日期：见投标人须知前附表。

1.2 资金来源和落实情况

1.2.1 资金来源及比例：见投标人须知前附表。

1.2.2 资金落实情况：见投标人须知前附表。

1.3 招标范围、服务期限和质量标准

1.3.1 招标范围：见投标人须知前附表。

1.3.2 服务期限：见投标人须知前附表。

1.3.3 质量标准：见投标人须知前附表。

1.4 投标人资格要求

1.4.1 投标人应具备承担本招标项目资质条件、能力和信誉：见投标人须知前附表；

1.4.2 是否接受联合体投标：见投标人须知前附表；

1.4.3 投标人不得存在下列情形之一：

(1) 为招标人不具有独立法人资格的附属机构（单位）；

(2) 与招标人存在利害关系且可能影响招标公正性；

(3) 与本招标项目的其他投标人为同一个单位负责人；

(4) 与本招标项目的其他投标人存在控股、管理关系；

(5) 为本招标项目的代建人；

(6) 与本招标项目的代建人或招标代理机构同为一个法定代表人；

(7) 与本招标项目的代建人或招标代理机构存在控股或参股关系；

(8) 被依法暂停或者取消投标资格；

(9) 被责令停业、暂扣或者吊销执照、或吊销资质证书；

(10) 进入清算程序，或被宣告破产，或其他丧失履约能力的情形；

(11) 被工商行政管理机关在全国企业信用信息公示系统中列入严重违法失信企业名单；

(12) 被最高人民法院在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）或各级信用信息共享平台中列入失信被执行人名单；

(13) 在近三年内投标人或其法定代表人、拟委任的项目负责人有行贿犯罪行为的；

(14) 法律法规或投标人须知前附表规定的其他情形。

1.5 费用承担

投标人准备和参加招标活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与招标活动的各方应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

1.7 语言文字

除专用术语外，与招标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释。

1.8 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.9 踏勘现场

1.9.1 由投标人自行踏勘现场，以便查明或核实有关编制投标文件和签订合同所必需的一切资料。

1.9.2 投标人应承担踏勘现场的责任和风险以及期间发生的一切费用。

1.9.3 投标人若因踏勘现场发生的人身伤亡、财物或其它损失，不论何种原因所造成，招标人均不负责。

1.10 投标预备会

1.10.1 按投标人须知前附表规定不召开投标预备会，招标人按投标人须知前附表规定澄清投标人提出的问题。

1.10.2 投标人应在投标人须知前附表规定的时间前，以书面形式(须加盖投标人公章)向招标人提出需要澄清的问题。

1.10.3 招标人在投标人须知前附表规定的时间内，将对投标人所提问题的澄清，以书面方式通知所有购买招标文件的投标人。该澄清内容为招标文件的组成部分。

1.11 分包

本项目严禁分包。

2. 招标文件

2.1 招标文件的组成

本招标文件包括：

- 1、招标公告；
- 2、投标人须知；
- 3、评审办法和标准；
- 4、合同条款及格式；
- 5、服务要求；
- 6、投标文件格式。

根据本章第 1.10 款、第 2.2 款和第 2.3 款对招标文件所作的澄清、修改，构成招标文件的组成部分。

2.2 招标文件的澄清

详见投标人须知前附表。

2.3 招标文件的修改

详见投标人须知前附表。

3. 投标文件

3.1 投标文件的组成

3.1.1 投标文件应包括下列内容：

- (1) 投标函及投标函附录；
- (2) 法定代表人身份证明书；
- (3) 法定代表人授权委托书；
- (4) 投标保证金；
- (5) 投标人基本情况表；
- (6) 信誉承诺和财务证明；
- (7) 项目管理机构组成表；
- (8) 类似业绩汇总表；
- (9) 服务方案；
- (10) 投标人认为需提供的其他材料。

3.1.2 投标文件格式

投标人提交的投标文件应当使用招标文件所提供的投标文件全部格式（表格可以按同样格式扩展）。

3.2 投标报价

投标人应按第三章“评标办法和标准”和第六章“投标文件格式”中“投标函”和“投标函附录”的要求填写。

3.3 投标有效期

3.3.1 在投标人须知前附表规定的投标有效期内，投标人不得要求撤销或修改其投标文件。

3.3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，招标人以书面形式通知所有投标人延长投标有效期。投标人同意延长的，不得要求或被允许修改或撤销其投标文件；投标人拒绝延长的，其投标失效。

3.4 投标保证金

3.4.1 投标保证金

详见投标人须知前附表；投标人不按本章 3.4.1 要求提交投标保证金的，其投标文件作否决处理。

3.4.2 投标保证金退还

详见投标人须知前附表。

3.4.3 投标保证金不予退还的情形

详见投标人须知前附表。

3.5 资格审查资料

除投标人须知前附表另有规定外，投标人应按下列规定提供资格审查资料，以证明其满足本章第 1.4 款规定的资质、财务、业绩、信誉等要求。

3.5.1 “投标人基本情况表”应附企业营业执照副本（复印件，并加盖投标人单位公章）

3.5.2 “财务要求”应附投标人近 3 年无亏损证明材料，内容及格式自拟。

3.5.3 “类似业绩汇总表”应附项目合同协议书复印件或扫描件；具体时间要求见投标人须知前附表，每张表格只填写一个项目，并标明序号。

3.5.4 “信誉要求”应在“投标文件格式”中“六 1、信誉承诺”中按承诺格式进行承诺，并附投标人国家企业信用信息公示系统网页查询资料或“信用中国”网页查询资料。

3.6 递交备选投标方案

3.6.1 除投标人须知前附表规定允许外，投标人不得递交备选投标方案，否则其投标将被否决。

3.6.2 允许投标人递交备选投标方案的，只有中标人所递交的备选投标方案方可予以考虑。评标委员会认为中标人的备选投标方案优于其按照招标文件要求编制的投标方案的，招标人可以接受该备选投标方案。

3.7 投标文件的编制

3.7.1 投标文件应按“投标文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为投标文件的组成部分。其中，投标函附件在满足招标文件实质性要求的基础上，可以提出比招标文件要求更有利于招标人的承诺。

3.7.2 投标文件应当对招标文件有关服务期、质量标准等实质性内容作出响应。

3.7.3 投标文件应按招标文件要求格式打印，并按招标文件的要求由投标人的法定代表人或其委托代理人签字或盖单位章。委托代理人签字的，投标文件应附法定代表人签署的授权委托书。全套投标文件应无涂改、行间插字或删除，除非这些删改是根据招标人指示进行的，或者是投标人造成的必须修改的错误，但修改处应由投标文件签署人签字或加盖投标人公章证明。签字或盖章的具体要求见投标人须知前附表。

3.7.4 投标文件正本一份，副本份数见投标人须知前附表。正本和副本的封面上应清楚地标记“正本”或“副本”的字样。副本可由其正本复制（复印）而成（包括证明文件）。当副本和正本内容不一致时，以正本为准。

3.7.5 投标文件的正本与副本应采用不能拆散的胶装方式装订成册（如内容较多，允许分册装订），并编制目录，具体装订要求见投标人须知前附表规定。

4. 投标

4.1 投标文件的密封和标记

4.1.1 投标文件的正本、副本和电子文件应密封完好（包装形式不限），封口处至少应加盖投标人单位公章。

4.1.2 投标文件的封套上应写明的内容见投标人须知前附表。

4.2 投标文件的递交

- 4.2.1 投标人应递交投标截止时间：见投标人须知前附表。
- 4.2.2 投标人递交投标文件的地点：见投标人须知前附表。
- 4.2.3 除投标人须知前附表另有规定外，投标人所递交的投标文件不予退还。
- 4.2.4 逾期送达的或者未送达指定地点的投标文件，招标人不予受理。

4.3 投标文件的修改与撤回

- 4.3.1 在规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件，但应以书面形式通知招标人。
- 4.3.2 投标人修改或撤回已递交投标文件的书面通知应按照规定签字或盖章。
- 4.3.3 修改的内容为投标文件的组成部分。修改的投标文件应按照招标文件规定进行编制、密封、标记和递交，并标明“修改”字样。

5. 开标

5.1 开标时间和地点

在规定的投标截止时间和投标人须知前附表规定的地点公开开标。

5.2 开标程序

密封情况检查：未按招标文件投标人须知前附表要求密封的投标文件招标人将予以拒收，开标时各投标人对密封情况进行检查。

- (1) 宣布招标纪律；
- (2) 公布在投标截止时间前递交投标文件的投标人名称；
- (3) 不分递交先后顺序随机开启投标文件，公布投标人名称、投标报价；
- (4) 开标结束。

5.3 开标异议

投标人对开标有异议的，应当在开标现场提出，招标人当场作出答复，并制作记录。

6. 评标

6.1 评标委员会

- 6.1.1 评审由招标人依法组建的评审委员会负责。
- 6.1.2 评审委员会成员有下列情形之一的，应当回避：
 - (1) 招标人或投标人的主要负责人的近亲属；
 - (2) 项目主管部门或者行政监督部门的人员；
 - (3) 与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；
 - (4) 曾在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。

6.2 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.3 评标

评标委员会按照第三章“评标办法和标准”规定的方法、评审因素、标准和程序对投标文件进行评审。第三章“评标办法和标准”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

7. 合同授予

7.1 定标方式

7.1.1 根据相关法律、法规规定：评审委员会按招标文件要求进行评审，对合格投标人（即通过资格审查和符合性评审的投标人，以下同）的投标文件，按综合得分由高到低的排名顺序依次推荐前 1-3 名投标人为中标候选人，若出现投标人最终综合得分相同时，则投标人报价低的排名应靠前。

7.1.2 在投标有效期内，由招标人向中标人发出中标通知书。中标通知书是合同文件的组成部分。

7.2 中标通知

在本章第 3.3 款规定的投标有效期内，招标人以书面形式向中标人发出中标通知书。

7.3 履约保证金

7.3.1 合同签订前，按投标人须知前附表规定向招标人提交履约担保。

7.3.2 中标人不能按本章第 7.3.1 项要求提交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4 签订合同

7.4.1 中标通知书发出后，根据招标文件和中标人的投标文件，订立书面合同。

7.4.2 如果中标人以合同价款、时间要求、质量标准等非正当理由放弃中标或者在规定的时间内未与招标人签订合同的，其投标保证金不予退还，给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。招标人可以选择顺延后面排名单位确定为中标人，也可以选择重新组织招标。

8. 重新招标和不再招标

8.1 重新招标

有下列情形之一的，招标人将重新招标：

- (1) 投标截止时间止，投标人少于 3 个的；
- (2) 经评审委员会评审后否决所有投标的。

8.2 不再招标

重新招标后投标人仍少于 3 个或者所有投标被否决的，属于必须审批或核准的工程建设项目，经原审批或核准部门批准后不再进行招标。

9. 纪律和监督

9.1 对招标人的纪律要求

招标人不得泄漏招标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

9.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通投标或者与招标人串通，不得向招标人或者评审委员会成员行贿谋取中标，不

得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评审工作。

9.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人推荐情况以及评审有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标办法和标准”没有规定的评标因素和标准进行评标。

9.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

10、需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见投标人须知前附表。

第三章 评标办法和标准

一、总则

1.1 本次评标活动遵循公平、公正、科学、择优的原则。

1.2 招标人将在投标文件递交截止的同一时间,公开对各投标人的报价等内容进行宣读,并作记录,经投标人签字确认后,交由评标委员会进行评审。在本文件规定的提交截止时间后提交的投标文件,招标人将拒绝接收。

二、评审委员会

2.1 本项目的评审委员会由招标人按照相关规定组建。

2.2 评审委员会成员应当客观、公正地履行职责,遵守职业道德,对所提出的评审意见承担个人责任。

2.3 评审程序:资格审查---符合性评审---详细评审---推荐中标候选人。

2.4 在评审过程中,凡未通过上一评审程序的投标文件,不再进入后续评审程序。

三、资格审查

3.1 评审委员会首先对所有投标文件进行资格审查,资格审查实行强制性合格条件标准(见下表),凡有一项不合格则不能通过。资格审查未通过的不再进入下步评审。

资格审查

序号	审查内容	合格条件	合格条件
1	资格要求	具有独立法人资格,持有有效营业执照	提供营业执照复印件并加盖公章
2	财务要求	近3年(2018年至2020年)无亏损	提供证明材料并加盖公章
3	业绩要求	近三年(2018年1月1日至今)以来,承揽过3个建筑面积5万m ² 及以上或项目占地面积不低于30亩的销售代理业绩	提供合同复印件或扫描件并加盖公章
4	信誉要求	(1)在国家企业信用信息公示系统(http://www.gsxt.gov.cn)中未被列入严重违法失信企业名单; (2)在“信用中国”网站(http://www.creditchina.gov.cn)中未被列入失信被执行人名单; (3)近三年内(2018年1月1日起至本项目投标截止日期间)投标人(单位)及其法定代表人没有	提供承诺函和网站截图并加盖公章

		被人民法院生效判决或裁定认定为行贿犯罪。	
	结论	以上条件必须全部通过	

四、符合性评审

4.1 符合性评审主要为评审委员会对各投标文件是否在实质上响应了招标文件要求进行评审。

4.2 若投标文件有下表中所列任何一种情况的，则视为未能在实质上响应招标文件，属重大偏差，将不进入详细评审。

投标文件符合性评审表

序号	重大偏差情况	是否存在重大偏差（填写“是”或“否”）
1	投标文件是否按要求签字盖章	
2	投标文件内容是否不全或关键字迹是否模糊、无法辨认、影响评标专家判断的	
3	投标人的报价是否高于招标最高限价	
4	投标文件是否附有招标人不能接受的条件	
结论（应填写“通过”或“不通过”）		

4.3 上述重大偏差之外的偏差为细微偏差。评审专家应当书面要求存在细微偏差的投标人在详细评审前予以补正。拒不补正的，在详细评审时可以对细微偏差作不利于投标人的处理。有关澄清说明与答复，投标人应以书面形式进行，但对报价等实质性的内容不得更改。澄清问题作为投标文件的组成部分。

4.4 澄清

评审委员会可以书面方式要求投标人对投标文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容作必要的澄清、说明或补正。澄清、说明或者补正应以书面形式进行，并不得超出投标文件范围或者改变投标文件的实质性内容且须经投标人的法定代表人或其授权的代理人签字后有效。澄清文件为投标文件的组成部分。

五、详细评审

评审委员会对通过资格审查和符合性评审的合格投标人进行详细评审，详细评审标准见量化评分标准、评分依据表。

六、推荐中标候选人

评审委员会按综合得分由高到低的排名顺序依次推荐前 1-3 名投标人为中标候选人，若出现投标人最终综合得分相同时，则投标人报价低的排名应靠前。

详细评审表

量化评分标准、评分依据

序号	评分子项	评分标准、依据
1	报价（40分）	<p>投标人根据投标函及投标函附录要求进行分阶段报价，各阶段报价得分标准如下：</p> <p>（1）2021年12月31日之前签约额超过10亿元（含）以上的，通过初步评审的有效报价的算术平均值为评标基准价A，其他有效报价为：A1、A2、A3……An。有效报价等于评标基准价得满分8分，其他有效报价An与评标基准价A相比，每高1%扣1.2分，每低1%扣1分，扣完为止。不足1%按直线插入法计。投标报价得分=8 - （有效投标报价-评标基准价）/评标基准价 *100*1.2（或1）*0.2。计算结果保留两位小数。例如：8 - （1.3%-1.2%）/1.2% *100*1.2*0.2= 6分。</p> <p>（2）2021年12月31日之前签约额超过6亿元（含）不足10亿元的，通过初步评审的有效报价的算术平均值为评标基准价A，其他有效报价为：A1、A2、A3……An。有效报价等于评标基准价得满分16分，其他有效报价An与评标基准价A相比，每高1%扣1.2分，每低1%扣1分，扣完为止。不足1%按直线插入法计。标报价得分=16 - （有效投标报价-评标基准价）/评标基准价 *100*1.2（或1）*0.4。计算结果保留两位小数。</p> <p>（3）2021年12月31日之前签约额不足6亿元的，通过初步评审的有效报价的算术平均值为评标基准价A，其他有效报价为：A1、A2、A3……An。有效报价等于评标基准价得满分4分，其他有效报价An与评标基准价A相比，每高1%扣1.2分，每低1%扣1分，扣完为止。不足1%按直线插入法计。标报价得分=4 - （有效投标报价-评标基准价）/评标基准价 *100*1.2（或1）*0.1。计算结果保留两位小数。</p> <p>（4）2022年月度签约额超过月度任务的，通过初步评审的有效报价的算术平均值为评标基准价A，其他有效报价为：A1、A2、A3……An。有效报价等于评标基准价得满分8分，其他有效报价An与评标基准价A相比，每高1%扣1.2分，</p>

		<p>每低 1%扣 1 分，扣完为止。不足 1%按直线插入法计。标报价得分=8 - （有效投标报价-评标基准价）/评标基准价 *100*1.2（或 1）*0.2。计算结果保留两位小数。</p> <p>（5）2022 年月度签约额不足月度任务的，通过初步评审的有效报价的算术平均值为评标基准价 A，其他有效报价为：A1、A2、A3……An。有效报价等于评标基准价得满分 4 分，其他有效报价 An 与评标基准价 A 相比，每高 1%扣 1.2 分，每低 1%扣 1 分，扣完为止。不足 1%按直线插入法计。标报价得分=4 - （有效投标报价-评标基准价）/评标基准价 *100*1.2（或 1）*0.1。计算结果保留两位小数。</p> <p>报价得分 =（1）得分+（2）得分+（3）得分+（4）得分+（5）得分</p>
2	服务方案（40 分）	<p>1、市场定位：市场定位判断，目标客群分析准确得 5 分，基本准确得 4.7 分，偏差较大得 4.4 分，无得 0 分。</p> <p>2、市场分析：对于市场环境、竞品情况、政策变化有清晰的分析和认知，并对未来市场可能发生的变化具备客观的预见性准确得 5 分，基本准确得 4.7 分，偏差较大得 4.4 分，无得 0 分。</p> <p>3、销售策略：销售策略目标清晰，节点准确，计划合理，可执行度高得 7 分，一般得 6.7 分，差得 6.4 分，无得 0 分。</p> <p>4、营销渠道：营销渠道方式合理，营销渠道工作开展节点明确，具备可执行性得 7 分，一般得 6.7 分，差得 6.4 分，无得 0 分。</p> <p>5、销售计划：销售排期及销售底价设定合理得 7 分，一般得 6.7 分；差得 6.4 分，无得 0 分。</p> <p>6、项目难点应对：难点分析准确，计划合理，对项目的重难点工作有合理预判得 5 分；一般得 4.7 分，差得 4.4 分，无得 0 分。</p> <p>7、人员配置计划：人员配置合理，过往同类项目销售经验丰富得 4 分，一般得 3.7 分，差得 3.4 分，无得 0 分。</p>

3	企业实力 (20分)	<p>近三年（2018年1月1日至今）以来，承揽过3个建筑面积5万m²及以上或项目占地面积不低于30亩的销售代理业绩得4分。除资格审查业绩外，每增加一个建筑面积5万m²及以上或项目占地面积不低于30亩的销售代理业绩加8分。本项最多得20分。</p> <p>注：业绩需提供合同协议书复印件或扫描件并加盖公章作为评审材料，业绩时间以合同签订时间为准。</p>
合计		

第四章 合同条款及格式

合同编号：

“高庐·紫云台”房地产开发项目 销售代理服务协议书

甲方：_____

乙方：_____

签订地点：_____

签订日期：____年____月____日

“高庐·紫云台”项目 销售代理协议书

甲方：_____

统一社会信用代码：_____

法定代表人：_____

乙方：_____

统一社会信用代码：_____

法定代表人：_____

鉴于甲方系“高庐·紫云台”项目（下称“本项目”）业主四川成南高速公路有限责任公司（下称“成南公司”）委托的项目代建方，且已经获得成南公司对于签订本合同及相关事宜的授权。乙方为具备房地产销售代理资格与能力的合法公司。经甲乙双方友好协商，根据《中华人民共和国民法典》等法律法规的规定，就乙方为本项目提供销售代理服务的事宜，达成如下协议：

一、释义

1. 客户：指拟购买或已经购买本项目产品的自然人、法人或其他组织。
2. 签约客户：指已与成南公司签订商品房买卖合同的自然人、法人或其他组织。
3. 认购协议：指由甲方提供模板的，客户与成南公司签订的本项目《认购协议》
4. 购房合同：指由甲方提供模板的，客户与成南公司签订的本项目《商品房买卖合同（预售）》《商品房买卖合同补充协议》以及其他相关合同文件。若本项目包含现售阶段的，则也包含现售阶段的相关合同文件。
5. 购房文件：指客户因购买本项目房屋，而签订的认购协议、购房合同以及其他全部相关文件。
6. 清盘目标：剩余住宅套数不高于 20 套。
7. 甲方损失：因乙方违约行为（详见本合同第十二条约定）而给甲方造成的直接损失以及间接损失（包括但不限于损失政府部门罚金，甲方向第三方承担的违约金、利息以及其他费用，甲方为维护自身权益而产生的律师费、诉讼费、保全费等）。

二、本项目基本情况

1. 项目名称：高庐·紫云台
2. 项目地址：四川省成都市成华区和敬路 366 号
3. 国有土地证号：川（2019）成都市不动产权第 号

4. 占地面积： 34265.5 平方米
5. 土地性质： 二类居住用地
6. 容积率： 3.0
7. 车位配比： 1:2.98
8. 户型数据： 约 206 m² 120 户、约 240 m² 216 户、约 280 m² 78 户
9. 可售建筑面积： 约 98715 m²
10. 计划开盘日期： 2021 年 10 月 31 日

相关数据以政府部门批准的正式文件为准。

三、销售代理事务

1. 甲方委托乙方为本项目销售的代理商，甲方以销售佣金的形式向乙方支付代理费用。
2. 乙方的销售代理范围为：本项目可售住宅、车位（具体的面积、数量等信息，以甲方提供给乙方，并经双方签字、盖章确认的房源表为准。甲方在本项目正式销售前【 】日将房源表提供给乙方签字、盖章，若房源表存在变动的，甲方应及时通知乙方）。
3. 乙方的销售代理期限：自合同签订之日起至项目清盘并完结相关手续（住宅剩余不超过 20 套）。
4. 甲方有权对乙方的销售专业程度以及销售业绩进行考评，制定下达考核目标，如乙方不符合甲方的销售需求，出现本合同约定的情形或其他相当情形的，甲方有权单方解除合同或根据项目销售的实际需要补充新的代理机构、分销机构、营销机构等。
5. 乙方在本项目项下的销售任务、销售节奏，以甲方确定的销售计划为准，甲方有权在代理期内本合同约定代理期内需要调整销售计划，以甲方调整后书面确认的销售计划为准。
6. 甲方有权根据项目实际需要，决定自行或委托第三方完成本项目的部分或全部销售工作，乙方对此不持异议。
7. 若乙方代理期内出现影响本项目、甲方或其他相关公司形象、名誉或造成重大损失，甲方有权单方面解除本合同，并向乙方索赔。

四、销售代理工作内容

（一）现场接待、销售以及签约等工作

1. 乙方应提供专业的现场客户接待工作，并满足下列基本要求：
 - （1） 销售代表仪表端庄、着装标准、佩带工牌；
 - （2） 接待过程中，销售人员始终保持热情的精神状态；
 - （3） 主动告知项目周边不利因素信息及销售现场的重要信息提示；
 - （4） 主动告知了解信息和进行投诉的各条渠道；
 - （5） 对本楼盘的相关情况非常熟悉，对不清楚的问题能在核实后及时给予答复；
 - （6） 能熟悉介绍区域市场和其他楼盘情况；

- (7) 能熟悉介绍政府最新的相关政策措施;
- (8) 签订认购书以前, 置业顾问须向客户出示买卖合同并解释合同条款;
- (9) 主动向客户介绍签约、办理按揭手续所需的必要资料。
- (10) 每周组织召开例会, 向甲方汇报销售进度等相关情况。

针对现场的收款方式, 乙方有义务告知客户, 并按照甲方要求执行, 同时做好客户解释。如因此引起的客户投诉或相关问题应当妥善解决, 并及时向甲方报告。

2. 在甲方委托范围内与客户签署购房文件并催款、完成签约备案、协助办理按揭贷款等客户在购房过程中的相关事宜。

3. 负责处理现场特殊事宜, 包括但不限于客户投诉、并协助处理退房、退款、更改或注销备案等。
4. 按照甲方要求, 定期向甲方提交客户资料(含办理产权过户所需的全部资料)。
5. 按照甲方要求, 向甲方提供各阶段客户分析报告。
6. 各类现场活动监督执行, 并配合大型公关活动的完成。
7. 及时完成如下售后服务工作

(1) 逢重大节日(元旦、春节、五一、端午、中秋、国庆)及客户生日, 乙方应发送经过甲方预先审核通过的祝福短信。

(2) 根据工程进度情况, 在重大工程节点(基础、主体结构封顶、拆外架、竣工验收)通过验收时, 通过适当的渠道向客户传递。

(3) 现场活动预告应及时知会客户, 重大活动情况应以VIP资讯的形式向客户通报。

(二) 现场管理

1. 乙方负责组织销售人员按照双方制定的销售策略, 进行销售部署, 并按要求按时、准确、严格地执行, 包括销售团队的组建、销售人员培训、客户积累策略、展销会组织、客户深入访谈组织执行、促销组织执行、日常和阶段性现场销售组织及与现场销售有关的其它工作事项。

2. 乙方驻场销售期间必须严格现场接待规范, 以热情饱满的态度接待来访客户, 甲方将不定期、不限方式对乙方销售接待服务进行评价。

3. 待乙方进场, 甲乙双方统一形成《现场管理制度及办法》(详见附件一), 并作为本合同附件。

(三) 协助房屋交付

乙方须协助甲方办理本项目房屋交付手续, 项目每批次集中交房期内, 乙方应在收到甲方书面通知后3日内派人(至少20人, 含项目常驻人员)在甲方指定地点协助甲方进行项目交付工作。

(四) 提交报表、报告及资料

乙方须按甲方要求, 准时、准确地向甲方报送相关报表、报告及资料。

五、代理团队

（一）代理团队的构成

1. 乙方应当向甲方提供能够满足本项目需求的策划和销售专业工作人员，相关人员的任职要求及数量（详见附件二）
2. 实际参与本项目工作人员的名单，由乙方在人员进场前 10 个工作日向甲方提供，并经甲方确认后实施。

（二）人员配置要求

1. 乙方在本项目配置的销售经理、销售秘书、策划经理、策划专员，每周在项目现场工作时间应达到 6 天，且节假日及每周周六、周日必须在项目现场办公。
2. 乙方应当在本项目现场配置置业顾问至少 8 名。前述人员的到岗时间为甲方书面通知入场时间后 3 日内，负责项目的销售现场管理及销售接待工作。
3. 乙方派驻项目销售现场的所有工作人员应在甲方放置销售现场的考勤设备上进行考勤，各工作人员驻场工作时间以考勤记录为准。乙方应当服从甲方日常管理制度，工作期间不得擅自离开或早退，若工作途中或工作时间内出现任何安全事故或违法违纪事宜均由乙方自行承担及处理。
4. 项目销售过程中，在不影响项目正常销售的前提下，乙方可根据实际销售情况，经甲方书面同意后，调整现场人员配备数量、驻场时间。
5. 乙方销售经理作为甲乙双方工作的统一对接人。
6. 若乙方违反本款约定的，甲方有权视实际情况收取乙方违约金，若属于乙方管理人员违反则收取 1 万元/人/次，若属于其他人员违反则收取 0.5 万元/人/次的违约金。

（三）代理团队的调整

1. 代理团队管理人员（经理及以上人员）和其他人员不能擅自变更，如需变更应提前 15 天书通知甲方，并经甲方书面同意；若代理团队人员因个人原因而提出离职的，乙方应当书面通知甲方并指派人员接替离职人员，在不影响项目正常工作推进的情况下，工作交接完成后方可离职。
2. 如甲方认为项目人员不能胜任工作的，乙方应在甲方提出要求后 5 个工作日内予以更换、替补，且不得影响项目的正常工作开展。
3. 若乙方违反本款第 1 项、第 2 项的约定，甲方有权视实际情况收取乙方违约金，若属于乙方管理人员变更则收取 1 万元/人/次，若属于其他人员变更则收取 0.5 万元/人/次的违约金。

五、销售代理事务处理要求

（一）执行要求

所有关于本项目的销售策略、销售组织、销售资料、销售收费、对外宣传口径等工作都需甲方书面确认，乙方才能组织实施。

（二）关于销售承诺

1. 甲方须提供相关经济技术指标、经政府机关审核后的规划图纸等相关文件图纸，以及与之相关的销售承诺内容。

2. 乙方需根据本项目情况编制《“高庐·紫云台”项目销售手册》（下称“《销售手册》”）提交给甲方，待甲方审核通过后，乙方按照《销售手册》进行销售讲解。乙方在代理期内的销售讲解内容不得超越该《销售手册》载明的范围。如《销售手册》约定内容发生变更，甲方须出具书面变更说明，并通知乙方调整相关内容。

3. 乙方在销售过程中，如发生《销售手册》内未涉及内容，乙方不得私自解释或承诺，须向甲方通报相关内容后，由甲方出具书面相关说明作为《销售手册》的补充。

4. 由于《销售手册》涉及商业机密，仅提供给乙方的该项目策划人员、项目经理、驻场经理和置业顾问等相关人员使用，乙方及其雇员有义务保证该《销售手册》内部使用部分的内容不外泄。

5. 甲方有权以任意方式检查乙方人员的销售口径。

（三）关于购房文件

1. 本项目所使用的认购协议、购房合同及其他与客户签订的购房文件，均由甲方确定后提供样本文件，甲方委派专人在售楼处现场负责审查、盖章、签署。未经甲方书面确认，乙方及乙方人员不得对前述文件进行任何形式修改，亦不得与客户签订未经甲方审核的任何文件。

2. 客户签订的购房文件须经甲方审核且签章后生效并备案。

3. 未经甲方审核或乙方经甲方授权审核未通过的购房文件，乙方应该与客户重新签订。

4. 购房文件由甲方统一管理，乙方在与客户签约时向甲方按需领取，签约并完成备案后的购房文件及时交予甲方管理（含作废资料）。

（四）关于签约及协助客户办理按揭手续

1. 乙方所成交的每套房屋、车位，当客户签订认购协议后，乙方负责按时催收一次性付款的所有房款、分期付款的各期购房款、按揭付款的首期房款及按揭客户资料的收集等，负责督促客户按时签署购房合同、按揭合同等购房文件。

2. 客户支付的购房款、定金等费用，由甲方指定的财务人员在项目现场直接收取，该财务人员的作息时间与销售现场规定的销售工作时间一致。乙方及乙方人员不得以任何形式代收任何款项。

3. 乙方销售人员需严格按甲方要求的时间督促客户完成业务办理。

六、代理销售价格

1. 项目住宅、车位等产品的具体销售价格和销售任务，由甲方根据市场、项目情况、主管部门要求等因素制定后，书面告知乙方，乙方应当严格按照甲方确定的销售价执行。甲方有权对委托销售房源的价格进行调整，但应当在变更后及时通知乙方。

2. 乙方在销售过程中无论采取任何营销手段，非经甲方书面同意，售价不得低于甲方制定的销售价。

3. 乙方对外进行发布的销售价公示价格必须经甲方审核认可后方可对外公示。

4. 若因特殊情况（如享有甲方内部员工购房资格的购房客户、各类关系人购房、抵款房源客户）需享有特殊优惠的，乙方应取得甲方的书面许可或通知后方可实施。

七、委托销售过程中的渠道推广工作

1. 本条所称的渠道推广工作包括但不限于：

- (1) 乙方自行委托的第三方渠道公司、平台、组织的渠道佣金、带看奖；
- (2) 老带新奖金；
- (3) 乙方内部的推荐奖励、带看奖；
- (4) 乙方为渠道专场活动所提供的礼品、奖励；
- (5) 乙方为刺激渠道经纪人带来访和促成交的阶段性的奖励；
- (6) 乙方进行的其它渠道推广工作。

2. 乙方可依据项目的实际销售情况采取前述渠道推广措施，由此所产生的费用视为乙方成本，该费用已在确定甲方支付的佣金中予以考虑，故由此产生的由乙方自行承担，甲方不因此增加或减少佣金金额，亦不因此向乙方支付任何额外费用。

3. 若乙方采取渠道推广措施的，应自行处理好与第三方的合作事宜，不得对甲方产生任何不利影响，甲方不因此向乙方或第三方支付任何费用或承担任何法律责任。

4. 若因第三方原因导致甲方损失的，由乙方无条件足额向甲方赔偿相关损失后，乙方自行向第三方追偿。

5. 若因乙方原因导致第三方向甲方主张权利的，乙方应当在甲方指定的期限内解决好与第三方存在的纠纷。若乙方未能在指定期限内处理好相关纠纷，且甲方认为该纠纷可能影响到本项目的正常销售工作，或者可能影响甲方、成南公司以及其他关联公司的声誉的，或者可能造成其他损失的，甲方有权利（但不应视为甲方有此义务）垫付第三方主张的相关费用，乙方对该项垫付无条件予以认可，并在接到甲方通知后3日内向甲方全额支付垫付费用。若乙方认为垫付费用的金额存在争议的，乙方亦应在向甲方支付垫付费用后，自行向第三方主张，不得以此作为拒绝向甲方支付相关费用的依据，否则在保证金中扣除。

八、销售任务以及代理佣金的结算与支付

（一）住宅部分销售任务以及佣金计提标准

1. 销售任务

(1) 2021年（即【 】年【 】月【 】日至【 】年【 】月【 】日）的销售任务为__亿元。

(2) 2022年（即【 】年【 】月【 】日至【 】年【 】月【 】日）月销售任务：（项目总套数 - 2021年实际完成套数 - 清盘套数）/9个月。

2. 佣金计提标准

2021年：

年签约金额超过____亿元（含），按____%计提佣金；

年签约金额超过____亿元（含）不足__亿，按____%计提佣金；

年签约金额不足____亿元，按____%计提佣金。

2022年：

月签约金额超过月度任务，按____%计提佣金；

月签约金额不足月度任务，按____%计提佣金。

(二) 车位部分销售任务以及佣金计提标准

1. 销售任务

自车位预售许可证取得后次月1日起9个月的车位销售周期内，车位销售总量不得低于400个。

2. 佣金计提标准

车位代理销售佣金____元/个

(三) 佣金及结算条件

1. 佣金的性质

(1) 甲方仅依据本合同约定的金额、期限向乙方支付佣金（含税价），除此以外，甲方不再向乙方支付任何费用，亦不因任何原因承担乙方产生的任何费用。前述佣金已包含乙方为履行本合同而产生的费用，包括但不限于成本、人工费用、办公费用、利润、税费等。

(2) 乙方自行进行营销、渠道推广而产生的费用（包括但不限于乙方自行委托的第三方渠道公司、平台、组织的渠道佣金、带看奖；老带新奖金；乙方内部的推荐奖励、带看奖；乙方为渠道专场活动所提供的礼品、奖励；乙方为刺激渠道经纪人带来访和促成交的阶段奖励）应视为乙方成本，由乙方自行安排和使用，甲方不因任何原因承担相关费用。

2. 佣金的结算条件

本项目推售后，满足以下条件的，即视为乙方销售代理成功，甲方据此向乙方结算代理佣金：

(1) 甲方与客户签订《商品房买卖合同》及其补充协议、附件以及其他必要文件。

(2) 客户的购房款支付已达到如下条件：

i. 一次性及分期付款客户：甲方已收到客户支付的全部购房款。

ii. 按揭贷款客户：甲方已收到客户支付的全部首付款以及金融机构支付的全部按揭款。

3. 佣金的计算方式

佣金 = 满足结算条件的实际回款金额 × （按照该套房屋是否完成任务数为计提点数）计提佣金比例-佣金 20%（提留）

4. 佣金的支付

由于项目为整体跳点模式，具体支付方式如下：

2021 年度代理佣金：按月依据累积计签约金额对应提佣点数计提当月佣金，待任务完成到对应节点，下一支付佣金节点补发之前跳点涨幅部分。

2022 年度代理佣金：按月依据累积计签约金额对应提佣点数计提当月佣金。

甲方在次月结算上月达到结算条件的佣金，即：每月 5 日前，乙方应当根据上月达到结算条件情况，编制《代理佣金费用结算单》提供给甲方，甲方收到前述结算单之日起 7 个工作日内进行审核，审核完毕后将书面确认的结算单返回乙方。乙方收到甲方返回的结算单后，根据结算单确认的金额，向甲方提交《付款申请书》，并依据合同约定方式向甲方提供增值税专用发票，若甲方在收到符合约定的付款申请书、增值税专用发票日期为当月【20】日前，甲方于次月【20】日前向乙方支付相关款项；若晚于每月【20】日，付款时间顺延至收到付款申请书、增值税专用发票后两月内支付。

5. 佣金的提留

(1) 结算住房佣金及车位佣金时，甲方暂扣其中 20%作为交房提留佣金，该笔提留于项目交房后按交房套数逐套支付乙方。即甲方在交房后的次月，向乙方支付已交房房屋的提留佣金。

(2) 若乙方未协助甲方交房，视为乙方放弃该笔提留金额，甲方不再向乙方支付该全部提留佣金，且甲方有权委托第三方完成交房的相关工作，由此产生的费用由乙方承担。

(3) 若乙方未能完成车位部分的销售任务（包括连续两个月未能完成月度任务或未能完成年度任务），则甲方不再向乙方支付剩余全部的车位代理佣金中的提留部分。

（四）关于客户退房后佣金的处理

1. 因客户原因导致认购协议、购房合同等购房文件解除或无效

(1) 根据认购书、购房合同没收的定金或应收取的违约金，归甲方所有，如已发放提成给乙方，则应退回甲方。

(2) 该房源视为没有实现销售，乙方对该房屋不计取佣金。已经计取的，乙方应退回甲方。

(3) 若该房屋再次由乙方代理售出，则应视为新售，甲方应按本合同约定的计提标准支付乙方佣金。

2. 因乙方失职或过错原因导致认购协议、购房合同等购房文件解除或无效

(1) 乙方不计提佣金。已经计取的，乙方退回甲方。

(2) 乙方应当赔偿甲方由此产生的全部责任（包括但不限于甲方赔偿给客户的双倍定金、违约金、甲方支付金融机构的按揭利息以及其他款项，以及甲方维护自身权益而产生的诉讼费、仲裁费、律师费、差旅费等费用），甲方有权自当月销售佣金中直接扣除，不足部分由乙方另行支付。

3. 因甲方原因导致认购协议、购房合同等购房文件解除或无效

(1) 乙方应得佣金不变。

(2) 该房屋再次由乙方售出，则应视为新售，甲方应按本合同约定的代理费计提标准支付乙方代理佣金。

4. 乙方应退回、赔偿或其他应向甲方支付的费用，应当在收到甲方通知后【3】日内支付，甲方亦

可选择从应当向乙方支付的任何费用中划扣，不足部分仍有权向乙方另行主张。

（五）合同提前终止或合同到期时的佣金结算支付

1. 本合同提前终止或合同到期之时，乙方达到佣金结算条件的房屋/车位，甲方需按本合同约定标准予以支付（如乙方违约导致了合同的解除，则乙方的违约金、赔偿金等应先予以扣除）。

2. 本合同提前终止或合同到期之时，对于客户已签订购房合同但未达到佣金结算条件的房屋/车位，若甲方提出需求的，乙方应继续跟进服务该部分客户，如该客户在合同终止后的【 】天内达到了佣金结算条件的，则甲方需按本合同约定的结算方式支付该套房屋/车位的代理佣金；除此之外，乙方应停止与该客户的联系且无需跟进，不论购房者是否最终成交与乙方无关。

九、委托销售过程中的营销工作

1. 在销售代理期限内，乙方可根据销售代理工作的需要，自行或委托第三方进行与本项目相关的营销/宣传工作（包括但不限于广告、现场活动等），但由此产生的费用由乙方自行承担并妥善处理好与第三方的合作事宜，甲方不因此向乙方或第三方支付任何费用或承担任何法律责任。

若因乙方原因，导致第三方向甲方主张权利的，视为乙方违约，乙方应按 元/次的标准向甲方承担违约责任，若违约金不足以弥补甲方损失的，甲方有权另行主张。

2. 若乙方决定采取与本项目相关的营销/宣传措施的，应当严格按照与甲方确认的信息、条件等进行，不得使用存在夸大、虚构或其他与项目实际情况不符的表述，亦不得超出甲方书面授权或书面许可而对外作出承诺。乙方对外使用的宣传物料、广告或方案等任何措施/手段，在使用前应当提供给甲方审核，经甲方审核通过后，方可使用。

若乙方采取的营销/宣传措施违反前述要求或存在其它错误或未经甲方书面同意即使用的，视为乙方违约，乙方应按 元/次的标准向甲方承担违约责任，若违约金不足以弥补甲方损失的，甲方有权另行主张。

3. 若因甲方营销工作的原因，导致第三方向甲方主张权利的，乙方应当在甲方指定的期限内解决好与第三方存在的纠纷。若乙方未能在指定期限内处理好相关纠纷，且甲方认为该纠纷可能影响到本项目的正常销售工作，或者可能影响甲方、成南公司以及其他关联公司的声誉的，或者可能造成其他损失的，甲方有权利（但不应视为甲方有此义务）垫付第三方主张的相关费用，乙方对该项垫付无条件予以认可，并在接到甲方通知后 3 日内向甲方全额支付垫付费用。若乙方认为垫付费用的金额存在争议的，乙方亦应在向甲方支付垫付费用后，自行向第三方主张，不得以此作为拒绝向甲方支付相关费用的依据。

十、甲乙双方应提供的文件

（一）甲方应提供的文件

1. 《企业法人营业执照》
2. 《房地产开发资质证书》
3. 本项目的《国有土地使用证》《建设用地规划许可证》《建设工程规划许可证》《建设工程施

工许可证》《商品房预售许可证》。

4. 红线图、项目建设用地总平面图、项目全套建筑施工设计图纸。
5. 物业服务内容、物业费标准（开盘前提供）
6. 住宅质量保证书、住宅使用说明书（交房前提供）
7. 与售楼有关的各类宣传资料、及有关本案推广策划创作所需的本项目的资料。（如：规划文件、景观设计打造方案、产品设计户型源文件等）
8. 房屋交付时间（开盘前提供）
9. 项目交楼标准（开盘前提供）

（二）乙方应提供的文件

1. 企业营业执照正/副本
2. 法人身份证
3. 经纪机构登记证书、经纪机构备案证书
4. 确定项目负责人、团队人员架构及编制，并向甲方提供人员名单（内容包括但不限于人员姓名、岗位、资质等）
5. 其他用于本项目的资质、资格证明文件

（三）文件要求

1. 上述文件均提供复印件，并加盖公司公章；乙方在提交复印件时，应当同时提供相关文件的原件供甲方核验。
2. 上述文件仅限于证明本项目具备合法的销售和交付条件，以及甲乙双方资质证明，不得挪作他用。

十一、甲乙双方的权利与义务

（一）甲方的权利与义务

1. 甲方有权以任何形式或方法对乙方及乙方人员的合同履行情况进行检查。
2. 甲方有权审议乙方提供全部文件（包括但不限于《项目营销策略报告》《项目销售执行报告》），若甲方认为相关文件不符合甲方要求的，有权要求乙方进行修改、完善甚至重做，乙方应当及时按照甲方的要求进行处置。乙方所提交的任何书面方案、建议、计划未经甲方书面确认，乙方不得使用。
3. 甲方在开盘前应具备合法的开发资质，并向乙方提供本合同第三条约定应提供的相关文件，并提供委托销售物业的相关资料。
4. 甲方应为乙方的工作创造完备的销售条件，并承担合同约定范围内的费用，包括如下条件：
 - （1）合法销售（及交房）文件及手续。
 - （2）达到可使用条件的售楼场地（包括售楼部、双方服务本项目案场工作人员的办公地点、项目工地现场的临时接待点）。

(3) 样板房、园林景观（含架空层）示范区（若甲方决定不设置本目设施的，则可不提供）。

(4) 售楼场地用于办公或销售的设施、设备、器具[音响、视频、网络、电话、传真设备、复印及打印扫描设备、饮水机或其他饮品制作设备、房管局房源查询系统设备、甲方人员工作开展所需的电脑（含平板电脑）设备、饮水或饮品器皿、办公座椅、家具、柜子、沙发等]，并承担相应的使用费、维护费用。

(5) 若因项目营销需要对甲方所提供的售楼场地进行包装的，由乙方向甲方提出书面申请、改造方案以及相应报价清单，经甲方书面同意后方可执行，相关费用由乙方自行承担。

(6) 提供看房车专职司机，并承担司机的工资（奖金、福利、保险等），看房车的购置或租赁费用以及用车的油费、过路费、保养费、保险由乙方自行承担。

(7) 提供必要的保安、保洁服务，甲方或其委托的其他第三方提供安保人员、保洁人员、吧台客户服务人员、按揭专员等，由甲方或其委托的第三方单位承担其提供人员的人员工资、奖金、福利、保险等费用。

(8) 销售场地的水电费、网络费、物管费，办公耗材，正常损害造成的场地、物品破损而产生的修复费、保洁费由甲方承担。

5. 自买受人签署购房合同后，物业管理及产权办理均由甲方或甲方委托的第三方公司负责，乙方应当提供必要协助。

6. 按照国家相关规定在现场提供并展示销售信息、乙方销售代理权的公示。

7. 项目销售开始前对乙方营销团队进行项目相关情况告知及介绍。

8. 甲方向乙方提供与本项目营销工作相关的资料和信息，并对信息的真实性和可靠性负责。

9. 向乙方的工作提供必要的协助与帮助。

（二）乙方的权利与义务

1. 乙方有权按本合同约定收取代理费用及其他费用。

2. 乙方保证自身在合同履行过程中，持续具备履行本合同所需的相关资质、能力。

3. 乙方应当按照合同约定，提供能够满足项目需求的团队并配置相应的人员。

4. 销售代理方面：根据甲方要求完成销售目标，拟定具有可操作性的项目整体销售规划、分阶段规划及周期性（月/季度）销售建议、策略、分析、执行方案等报告，达成项目签约/回款目标（方案需包含对当时宏观经济、政策走向、项目所在区域、推盘方案整体进度计划、目标群体同类项目竞争等内容）。根据市场形势及变化，及时给予甲方调整建议。

5. 乙方需按照甲方书面确认的房屋销售价格进行销售。

6. 乙方负责销售现场、外展场地等项目销售场所的氛围营造、销售及其他相关工作。

7. 若因乙方销售策略需对销售现场进行软装调整或其他改造，发生的费用由乙方自行承担。

8. 乙方应当协助甲方完成项目现场的秩序维护工作。

9. 乙方应当对房屋交付、物业及其他相关手续的办理提供协助。

10. 乙方及乙方人员或乙方委托的第三方进场后应遵守甲方指定本项目现场管理制度。

11. 乙方需确保按照有关法律、法规的规定，进行现场接待和项目销售工作。在销售过程中不得存

有欺瞒、抬价、擅自收佣等销售行为。

12. 乙方负责组织项目的销售、营销工作

(1) 销售人员的组织、培训和管理的工作，确保销售人员素质优良，行为规范统一，确保建立一支强有力的营销队伍。乙方应在对每个人员进行全面售前培训（包括后期补充的销售人员），保证每个人员具有符合行业标准和法律规定的专业素质。

(2) 乙方工作人员在对外接待有关客户时，应明示其代理身份和职责范畴，不得以任何（包括但不限于沉默等）方式误导他人或令他人产生误解。

13. 乙方应当制定并执行开盘计划（包括但不限于销售中心及工地气氛包装计划、促销活动计划、广告宣传计划、新闻宣传计划等）

14. 对于甲方提出的本合同项下的需求，乙方应当在甲方指定的合理期限内完成相关工作，若因客观原因导致无法在甲方指定的期限内完成的，应当及时告知甲方并获得甲方的书面同意，否则期限不予顺延。

15. 乙方入场后，应妥善使用甲方提供的场所、物品、设施与设备。在本合同终止后，乙方应将上述物品归还给甲方，如因非自然损耗及不当使用导致的损坏、损失由乙方承担；物品丢失、被盗、人为故意损坏的，乙方自行承担损失。

16. 在本合同履行过程中，乙方及乙方人员对客户的承诺，应当以《销售手册》、购房文件为准。乙方不对客户做出与购房文件或甲方规定或事实不符的书面或口头承诺，否则，由此造成的法律责任及经济责任（包括但不限于甲方支付的违约金、赔偿金、向购房者支付的定金、甲方为维护自身合法权益而产生的费用）概由乙方承担。

17. 所有与客户签字的资料、文件，其原件均应及时交予甲方归档保存。

18. 合作期间，未经甲方书面许可，乙方不得承接方圆 2km 内同类型同档次项目的营销代理工作。否则，乙方应当向甲方支付违约金【50000】元，且乙方应当在收到甲方通知后 1 日内解除与第三方的合同，由此产生的损失、纠纷概由乙方自行承担。

19. 乙方应当保证其在履行本合同过程中所使用的文案、设计方案等材料以及其他履约行为不侵犯第三方的权利，若侵犯了第三方权利的，甲方有权要求乙方支付违约金【100000】元，且因第三方向甲方主张权利而产生的纠纷，由乙方负责处理并承担相关费用，若给甲方造成损失的，还应当赔偿甲方由此产生的全部损失。

20. 无论本合同提前终止或合同到期（包含全部或部分终止/到期），乙方均应当针对已终止/到期部分完成如下工作，否则，甲方有权暂扣任何待付款项（含提留的佣金、履约保证金）直至下列工作完成：

(1) 乙方人员完整地退出销售现场；退场交接物料、设备、家具、物品、文件等，需要与甲方代表共同点验并经过甲方代表的书面确认；

(2) 交回甲方出具的证明乙方代理权限的任何文件；

(3) 拆除/销毁任何表明乙方是本项目代理机构的物料、展示、文件等；

(4) 交回乙方持有的甲方资料、图纸、文件等。

21. 因法定或约定事由而导致合同全部或部分解除的，乙方应当自接到解除通知后【15】天内完成撤场，并移交所有代理相关资料。乙方应当积极向甲方进行交接并配合相关工作，交接同时乙方应继续积极尽职完成代理应尽职责。

22. 乙方有权利根据销售需要，在甲方提供的宣传推广渠道外自行增加，但推广内容及渠道方式需提前告知甲方并得到甲方认可后执行。

十二、违约责任

1. 在合同履行过程中，甲方有权自行或委托第三方对项目销售现场进行不定期暗访，并对暗访结果进行评分。若暗访得分低于 分，要求乙方支付违约金【1000】元/次。若一个月内发生【2】次或一年内发生【3】次的，甲方有权要求更换相关人员，并要求乙方支付违约金【20000】元。暗访评分标准以《案场服务品质服务提升问卷》为准（详见附件三）。

2. 乙方违反本合同第六条第（一）款、第（二）款或第（四）款约定的，甲方有权要求乙方支付违约金【5000】元/次。前述违约事宜一个月内发生【2】次或一年内发生【3】次的，甲方有权要求更换相关人员，并要求乙方支付违约金【20000】元，乙方违反第六条第（三）款的约定的，乙方应当向甲方支付违约金 50000 元/次，并更换相关人员，若违约金不足以抵扣由此给甲方造成的损失（包括但不限于政府部门罚金，甲方向第三方承担的违约金、利息以及其他费用，甲方为维护自身权益而产生的律师费、诉讼费、保全费等费用），甲方有权另行主张。且由此产生的纠纷应由乙方负责解决，并对外承担责任。若情节严重，甲方有权解除合同，并要求乙方支付违约金【50000】元，若违约金不足以抵扣由此给甲方造成的损失，甲方有权另行主张。

3. 乙方违反本合同第七条，在未经甲方书面许可或通知的情况下低于甲方确定的销售价销售的（包括签署的认购协议、购房合同及其他任何对外签订或公示文件或宣传过程中），由乙方补足差价，双倍赔偿差额，若因此给甲方造成损失的，乙方还应当赔偿由此给甲方带来的全部损失。

4. 若乙方连续 2 个月未能完成甲方指定的住宅月度销售任务或未能达到甲方指定的住宅年度任务的，已售部分的提留佣金甲方不再支付，并且乙方应赔偿由此给甲方造成的损失，甲方有权解除合同。

5. 若乙方连续 2 个月未能完成甲方指定的车位月度销售任务或未能达到甲方指定的车位年度任务的，已售部分的提留佣金甲方不再支付，并且乙方应赔偿由此给甲方造成的损失，甲方有权解除合同。

6. 若乙方在合同履行期限内，不具备或不再具备合同约定的相关资质或能力的，应当在相关情形出现后【3】日内通知甲方。甲方有权依据项目的实际履行情况，作出继续履行合同或解除合同的决定。若甲方决定解除合同的，甲方有权要求乙方支付违约金【50000】元，若违约金不足以抵扣由此给甲方造成的损失，甲方有权另行主张。

7. 在合同约定的代理期限（包括延长的代理期限）内，乙方不得单方面解除合同，否则，尚未支付的提留部分佣金甲方不再支付，且甲方有权要求乙方支付违约金【200000】元，若违约金不足以抵扣由此给甲方造成的损失，甲方有权另行主张。

8. 本合同终止后，若乙方未完成本合同约定的退场工作即擅自离场的，甲方有权要求乙方支付违

约金【20000】元，若不足以弥补甲方损失的，甲方有权另行主张。

9. 若乙方移交的资料存在问题（包括但不限于客户基本信息、联系方式、联系地址错误，或资料填写不完整、不规范、存在错误等）的，甲方有权要求乙方支付违约金【5000】元/户，若存在错误的户数达到乙方移交资料户数的三分之一及以上的，甲方有权扣除履约保证金的 20%，若不足以弥补甲方损失的，甲方有权另行主张。若甲方在履约保证金退还后才发现前述情形的，甲方有权从应付给乙方的任何费用中直接扣除相当于履约保证金的 20%的违约金，不足抵扣的，甲方有权另行主张。

10. 截至 2022 年 9 月 30 日，乙方未能在完成甲方委托销售的全部物业（包括住房与车位）95%的，甲方有权解除合同，且未交房的物业提留佣金不再支付，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的损失。

11. 因政策调整等不可抗力因素导致项目销售任务无法完成，乙方不构成违约，由甲方重新制定销售考核任务并出具书面通知后执行。

十三、履约保证金

接到中标通知书 5 日内，乙方应当向甲方支付履约保证金人民币 100 万元(大写：壹佰万元整)。缴纳履约保证金后再签署正式合同。拒绝缴纳履约保证金或履约保证金如果期限内没有支付的，公司有权取消其中标资格并确定新的中标人。

乙方支付履约保证金须采取银行现金转账或银行保函方式。甲方收到履约保证金后，应向乙方开具收据，收据为退还履约保证金的凭证。

保证金退还：

1. 2021 年 12 月 31 日，项目销售签约金额达到 6 亿元，退还 50%履约保证金；
2. 待合同履行完毕后，甲方在扣除乙方应承担的费用（包括但不限于违约金、损失赔偿费用等）后，在收到前述收据且乙方完成退场工作后，次月 20 日前退还剩余履约保证金（无息）；
3. 因乙方原因导致合同终止，则履约保证金不予退还。

十四、发票开具的要求

1. 甲方向乙方支付任何费用的，甲方将以转帐、支票或现金的方式支付，乙方应当在甲方付款前提供合法、等额的增值税专用发票。否则，甲方有权拒绝付款，且不构成违约。

2. 甲方的发票信息如下：

公司名称：四川高路文化旅游发展有限责任公司

纳税人识别号：91510100709201651C

地址、电话：成都市武侯区为环路南四段 51 号、 028-85579367

开户银行：建行成都南郊支行

银行账号：51001875136050441685

项目名称：高庐紫云台

项目地址：成都市成华区和敬路 366 号

十五、通知与送达

除本合同另有约定外，各方就本合同中涉及各类通知、函件、附件、协议等文件以及就本合同发生纠纷时相关文件和法律文书送达时的送达地址（含联系方式，下同）及法律后果作如下约定：

(1) 各方确认的有效送达地址：

甲方确认其有效送达地址如下		
联系地址		【】
邮政编码		【】
联系人		【】
联系电话		【】
电子 送达	电子邮箱	【】
	传真	【】
	手机号码	【】
	微信号	【】
乙方确认其有效送达地址如下		
联系地址		【】
邮政编码		【】
联系人		【】
联系电话		【】
电子 送达	电子邮箱	【】
	传真	【】
	手机号码	【】
	微信号	【】

(2) 各方确认的送达地址如发生变更的，应当在发生变更前三日通过书面方式通知其他方，但各方同意并认可，中信银行及其分支机构通过中信银行网上银行、手机银行、官方网站等渠道展示与本合同相关的提示、公告、通知、联系地址及邮政编码变更等信息的，该等信息一经展示（如展示信息载明生效日期的，以该载明日期为准）即视为已通知/送达其他方。在涉及仲裁及民事诉讼、执行程序时，任何一方送达地址发生变更的，应当在发生变更当日通过书面方式告知仲裁机构、法院。任何一方未按前述方式履

行通知、告知义务的，该方所确认的送达地址仍视为有效送达地址。

(3)各方在本条款确认的送达地址适用范围包括各方在履行本合同过程中的各类通知、函件、附件、协议等文件以及就本合同发生纠纷时相关文件和法律文书向各方的送达，包括在争议进入公证、仲裁、民事诉讼程序后的一审、二审、重审、再审和执行程序（含处置抵质押物等）等各个阶段相关案件材料和法律文书（包括但不限于：各类程序性文书，如起诉状、仲裁申请书、受理案件通知书、应诉通知书、传票、举证通知书、缴费通知书等；各类法律文书，如仲裁裁决书、判决书、裁定书、调解书等）向各方的送达。除本条第（2）款另有约定外，一方按照送达地址发送上述文件，即应视作在下列日期被送达：

①邮递（包括特快专递、平信邮寄、挂号邮寄），以投递之日后的第三日视为送达日；

②电话、传真、电子邮箱、微信或其他电子通讯方式，以发送之日视为送达日；

③专人送达，以收件人签收之日视为送达日；收件人拒收或无人接收的，送达人可采取拍照、录像方式记录送达过程，并将文书留置，亦视为送达；

④同时采用上述几种方式的，以其中最快达到对方者为准。

因任何一方提供或者确认的送达地址不准确、送达地址变更后未及时依程序通知或告知其他方、法院、仲裁机关或公证机关的，或任何一方或其指定的接收人拒绝签收等原因，导致法律文书、执行文书、仲裁裁决或公证机关执行证书等各项法律文书或有关文件无法送达、未及时送达或未能被该方实际接收的，其他方、法院、仲裁机关或公证机关按照上述有效送达规则进行送达即视为有效送达，该方将自行承担由此可能产生的一切法律后果。各方同意法院、仲裁机关或公证机关可以采取一种或多种送达方式送达法律文书，送达时间以上述送达方式中最先到达的为准。

(5)除本合同另有约定外，本条约定内容为本合同各方均明确同意的特别条款，效力独立于本合同其他条款。不论本合同其他条款因为任何原因被法院、仲裁机关或其他有权机关认定为无效或者被撤销，本条约定内容均为有效。

十六、争议解决

未尽事宜，甲、乙双方协商解决；如有争议向甲方所在地法院提起民事诉讼。

十七、其他

1. 本合同约定的要提交的附件是本合同的组成部分。

2. 本合同履行过程中，如有不可抗力影响有关条款之执行时，受影响方应及时书面通知对方，并及时采取措施减少损失或影响，否则应当对损失扩大的部分承担责任。

3. 本合同未尽事宜，由甲乙双方协商一致后签订补充协议，补充协议与本合同不一致的，以补充协议为准。

4. 本合同壹式肆份，甲乙双方各执贰份。

（以下无正文）

甲方单位盖章：

法定代表人或委托代理人签章：

年 月 日

乙方单位盖章：

法定代表人或委托代理人签章：

年 月 日

附件一

《高庐·紫云台现场管理制度及办法》

一、销售部行为规范

(一) **目的：**销售部人员须关心公司，热爱本职工作，遵守职业道德，做到文明优质、高效的服务，维护公司的形象及声誉。

(二) **范围：**该行为规范适用于本销售现场全体工作人员。

(三) **内容：**

1、销售部人员仪表、仪容准则：

- 1) 销售员必须统一着装，若遇轮休当天自行到销售现场接待老客户时，必须着工作装。
- 2) 衣着须保持整齐干净，无污迹和明显皱褶。
- 3) 工作牌须统一佩戴于左胸方。
- 4) 男员工要求佩戴领带，并保持衣领的整洁。
- 5) 皮鞋要保持干净、光亮。
- 6) 在工作中，女销售人员不可梳较怪异的发型。
- 7) 现场女销售人员应根据工作服的顏色，统一丝袜及鞋子的顏色。
- 8) 销售人员上班时不能吃大蒜或韭菜等有刺激味的食物，最好自带口香糖。
- 9) 女销售人员全身饰品不得超过三样。
- 10) 不得使用刺激性气味强的香水。
- 11) 女员工必须化淡妆上岗，口红应使用较淡雅的顏色。
- 12) 不得涂有色指甲油及在指甲上画图案。
- 13) 男员工不得留胡须，头发要经常修剪，保持干净的仪表。
- 14) 不得在客户面前及公共区域内吸烟。

2、销售人员礼仪规范：

- 1) 本公司领导或合作方领导到访时，全体销售人员应起立问好。
- 2) 在工作时间内，销售人员尽量使用普通话进行交流，并使用礼貌用语，不讲粗话或使用侮辱性语言。
- 3) 内部人员相互称呼，对领导应以其职务相称，其他人员之间不得称兄道弟或称呼其绰号、别名等。
- 4) 销售部人员接听电话时必须统一使用“您好，高庐紫云台”的语言。
- 5) 切实服从领导的工作安排和调配，按时完成任务，不得拖延、拒绝或终止工作。
- 6) 销售部人员之间必须发扬团结协作、互帮互助、互相配合的精神，坚持个人利益服从集体。
- 7) 销售部内部资料不允许随意拿给本销售部、本公司以外的其他人员翻看。
- 8) 在接待客户时，不得露出厌烦、冷淡、愤怒、僵硬、紧张、恐惧的表情，必须友好、热情、精神饱满、风度优雅地为客户服务。树立专业销售人员的良好形象。

9) 销售部人员不得与客户发生争吵,如遇到不能解决的事情时,应及时向销售经理汇报情况,由销售经理酌情处理。

10) 销售部人员不得因任何理由在客户和公司人员面前争吵和做出有损于公司及销售部利益和名誉的行为。

11) 销售部人员必须按公司的各项规定接待客户,不得擅自对客户作出任何形式的承诺。

12) 销售人员不得越级申请优惠。

13) 接待客户时尽量不接听私人电话。

14) 销售部人员有义务维护售楼处环境卫生的整洁,个人资料须摆放整齐,与销售无关的东西不得放在展示厅内。

15) 严禁在展示厅内睡觉、聚众闲谈、嬉笑打闹、翻阅报纸、杂志、吃零食。

16) 不得使用热线电话拨打私人电话,接听私人电话不得超过三分钟。

17) 个人联系方式应 24 小时开通,若有公事联系不上时,视情节严重程度给予口头警告或罚款或停岗处理。

3、考勤制度:

1) 销售人员必须按时上、下班,不得无故迟到、早退或旷工。

2) 销售人员必须按编排表值班,不得撤离职守,个人调离、调换值班时须先报销售经理同意后方可执行。

3) 销售部人员每周休息一天,由销售秘书负责安排周一至周五轮流休息,国家法定节假日根据公司的统一要求由销售部另行安排。

4) 在工作时间内需外出者,经销售经理批准后方可外出,并由销售秘书记录其外出时间并记入考勤。

5) 对于 1-2 天的事假,销售人员须有正当理由并事先提出书面申请,经销售经理同意后予以准假,否则按旷工处理。

6) 事假超过 2 天以上,须事先提出书面申请报销售经理,经销售总监同意,批准后予以准假,严禁“先假后请”。

7) 销售人员在一月内连续请假或无正当理由事假累积达 7 天者,公司有权予以解聘。

8) 请病假可提前电话请示,并于假满后的两个工作日内补交医院证明,并由销售秘书记入考勤。

9) 病假超过一天,按公司相关规定执行。

10) 热销期及节假日无特殊理由,销售人员不得请假。

11) 销售部每周例会,所有销售人员不得缺席。

4、销售流程及相关规定:

1) 销售人员在每次接待完客户之后,须完整、如实地认真填写《客户来访登记表》。销售人员与客户签定《认购协议》或《购房合同》时必须按照标准格式填写,不得随意增加或减少其中的内容;如遇客户有特殊要求,需提出书面申请经销售经理签字同意后方可执行。

2) 销售人员与客户签定《认购协议》或《购房合同》后,必须立即填写《销售情况表》及《销控表》,由销售秘书进行核对。已成交客户交完购房款后,负责该客户的销售人员必须立即将客户所交金额登记在《客户交款登记表》上,由销售秘书进行核对。

3) 销售人员在填写各类表格时,必须严格按照表格内容认真填写,如需更改,则应使用涂改液涂改之后再行填写,字迹必须清晰、整齐。

4) 销售人员填写完《购房合同》后,必须自检或请其他销售人员对合同进行检查、核对,无误后方可请客户签字。

5) 销售人员在销售过程中必须严格遵守与执行销售现场确定的销售程序及相关规定,不得擅自更改及越级上报,若遇特殊情况须报销售秘书经销售经理酌情处理。

备注:以上流程将根据销售现场情况有所调整。

5、设备及物品使用规范:

1) 销售人员不得随意进入公司办公室,不得翻看财务人员、现场销售秘书的文件资料。

2) 销售人员如有特殊情况须经销售经理同意后方可使用销售部的电脑(特殊情况是指协助经理打印文件)。

3) 销售部人员禁止使用电脑上网(工作除外),玩游戏。

4) 销售人员不得随意使用销售秘书及财务人员的相关设备(如:验钞机、POS机等)。

5) 销售部人员一律不得使用纸杯饮水。

二、销售部考核及奖惩

(一)考核标准:

销售人员的考核评比基础总分为100分,其考核标准将根据工作开展的情况而有所不同。

★项目未正式开始销售之前,其考核标准如下:

- 1) 仪容仪表考核,占总分的15%;
- 2) 礼仪规范考核,占总分的15%;
- 3) 制度遵守考核,占总分的20%;
- 4) 工作完成情况考核,占总分的50%,其中:
 - A、服从工作安排,占总分的10%;
 - B、工作协助程度,占总分的10%;
 - C、工作完成情况,占总分的30%。

★项目正式开始销售之后,其考核标准如下:

- 1) 仪容仪表考核,占总分的15%;
- 2) 礼仪规范考核,占总分的15%;
- 3) 制度遵守考核,占总分的10%;
- 4) 工作完成情况考核,占总分的60%,其中:
 - A、服从工作安排及完成程度,占总分的10%;

B、工作协助程度，占总分的 10%；

C、工作业绩测评，占总分的 40%（销售套数、销售产值、销售面积、销售成功率各占总分的 10%。）

奖励：

- 1) 严格遵守公司及销售部制定的各项规章制度，有良好的敬业精神。工作任务完成出色，业务突出。
- 2) 所提建议经采纳，实施后取得显著成效。
- 3) 积极开拓业务，为公司及销售部发展作出重大贡献。
- 4) 对工作认真细致，避免了重大安全、差错事故的发生，减少或防止他人对公司及销售部的损害。
- 5) 其他可资奖励的优异表现。

凡属以上情况之一的员工，销售部视具体情况给予通报表扬及奖励，如：年终可参评“优秀销售人员”或“优秀员工”等。

惩处：

- 1) 销售人员的仪表、仪容未达规范者，处以罚金 20 元/次，。
- 2) 销售人员未使用规范语言者，处以罚金 20 元/次。
- 3) 销售人员不服从领导的工作安排者，视其情节轻重处以罚金 50—200 元/次或停岗 1 天—3 天的处罚，。
- 4) 销售人员接待客户时态度不规范或与客户发生争吵，视情节轻重处以罚金 100-500 元/次及停岗 1-3 天的处罚。
- 5) 销售人员在客户面前争吵，双方一律处以罚金 100-500 元。或停岗 1-3 天的处罚。
- 6) 销售人员迟到（早退）15-30 分钟视为“普通迟到（早退）”。若超过 30 分钟以上视为“严重迟到（早退）”，。凡一个月内“普通迟到（早退）”一次，扣现金 20 元，“严重迟到（早退）”一次，扣现金 50 元。凡在一个内有三或三次以上迟到（早退）记录者，公司有权予以解聘。
- 7) 销售人员请假必须提前一天（紧急情况除外），若“先假后请”，以停岗一天处罚，累积达 3 次者公司有权予以解聘。
- 8) 销售人员无假外出一律视为旷工，无故旷工达 3 天者公司有权予以解聘。
- 9) 销售人员在一周内无正当理由临时请假累积达一天以上及一个月内无正当理由临时请假累积达二天以上，予以停岗一天的处罚。
- 10) 销售人员若出现不维护售楼处环境的整洁及个人内务脏乱，处以罚金 20 元/次。
- 11) 销售人员在非规定地点内睡觉、聚众闲谈、看报纸及嬉笑打闹，处以罚金 20 元/次。
- 12) 销售人员用销售部电话接听私人电话超过五分钟，处以罚金 20 元/次。
- 13) 参加会议时不使用普通话，处以罚金 10 元/次。
- 14) 销售人员填写《购房合同》发生错误，已造成经济损失的要据实予以赔偿，并视其具体情况扣除工作完成程度考评分或予以解聘；未造成经济损失的处以罚金 50—200 元及停岗 1-3 天的处罚；合同

复检人并处罚金 20—100 元/次。

15) 销售人员填写《客户来访登记表》时,发生内容填写不完整、填写内容不属实等情况,处以停岗一天的处罚。

16) 销售人员填写《销售情况表》、《销控表》、《已成交客户交款表》等相关表格时,发生漏填、错填、字迹不清等情况处以罚金 20 元/次。

17) 销售人员在执行销售现场的销售流程及相关规定时出现违规情况,未造成经济损失,但给公司造成不良影响者,视其情节轻重,处以没收该合同的销售业绩或销售提成的处罚,累积 3 次者公司有权予以解聘;已造成经济损失的要据实予以赔偿。

18) 销售人员做出有损于公司或销售部利益的行为,一律予以解聘。并根据其行为对公司造成的损失保留依法追究其法律责任的权利。

19) 销售人员擅自对客户作出任何承诺的,一律予以解聘。

20) 由于销售部人员未及时申报销售业绩而造成一房多定的,一律予以解聘。

停岗:

1) 停岗人员必须按时到岗,除老客户外不得接待新客户。

2) 停岗人员在停岗期间与老客户签定的的预定及合同均记入其销售业绩。

3) 如遇销售部人员紧张,停岗人员可接待新客户,其签定的认购及合同可记入个人销售业绩,但只按 50%的产值计算销售提成,剩余 50%部分的销售提成作为销售部公共经费使用。

4) 停岗人员未接待客户时,必须为其他销售人员做协助工作,如:给客户倒水、传递资料、查验合同等工作。

三、销售人员基本要求

(一) 职业道德要求:

1) 销售员必须“以客为尊”,维护公司形象。

2) 必须遵守公司的保密原则,不得直接或间接透露公司策略、销售情况和其他业务秘密;不得直接或间接透露公司客户资料,如客户登记卡上的有关信息;不得直接或间接透入公司员工资料

3) 必须遵守公司各项规章制度及部门管理条例。

(二) 基本素质要求:

1) 较强的专业素质。

2) 良好的品质,突出的社交能力、语言表达能力和敏锐的洞察能力。

3) 充满自信、有较强的成功欲望,并且吃苦耐劳、勤奋执着。

(三) 专业知识要求

A. 对公司要有全面的了解。包括公司的历史状况、公司理念、获过的荣誉、房产开发与质量管理、售后服务的内容及公司的发展方向等。

B. 掌握房地产产业与常用术语,房地产营销知识、银行按揭知识、物业管理知识、工程建筑知识、房地产法律知识及一些专业术语如绿化率、建筑密度、使用面积等。

C. 掌握顾客的购买心理和特性。要了解顾客在购买过程中存在的求实、求新、求美、求名、求利的

心理以及偏好、自尊、仿效、隐秘、疑虑、安全等心理。

（四）心理素质要求

有较强的应变能力，为人真诚自信，乐观大方，有坚韧不拔之毅力，能承受各种困难的打击，责任感强，自制力强。

（五）服务规范要求

1) 来电接待要求

A. 接听电话时，首先应说“您好高庐紫云台”要用带着微笑的声音去说话。

B. 通话时，记录下客户的姓名、电话、关心的问题和要求。

C. 尽量避免使用“也许”“大概”“可能”之类语意不清的回答。不清楚的问题要想办法弄清楚后在给客人以清楚明确的回答，如果碰到自己不清楚有确实无法查清的问题应回答“对不起，先生/小姐，目前还没这方面的资料”。

如遇到与客人通话过程中需较长的时间查询资料，因不时向对方说“正在查找，请您稍等一会儿”。通话完毕后，要礼貌道别。

2) 来访接待要求

接待人员的行为举止要符合规范，要收腹挺胸，面带微笑，目视前方。

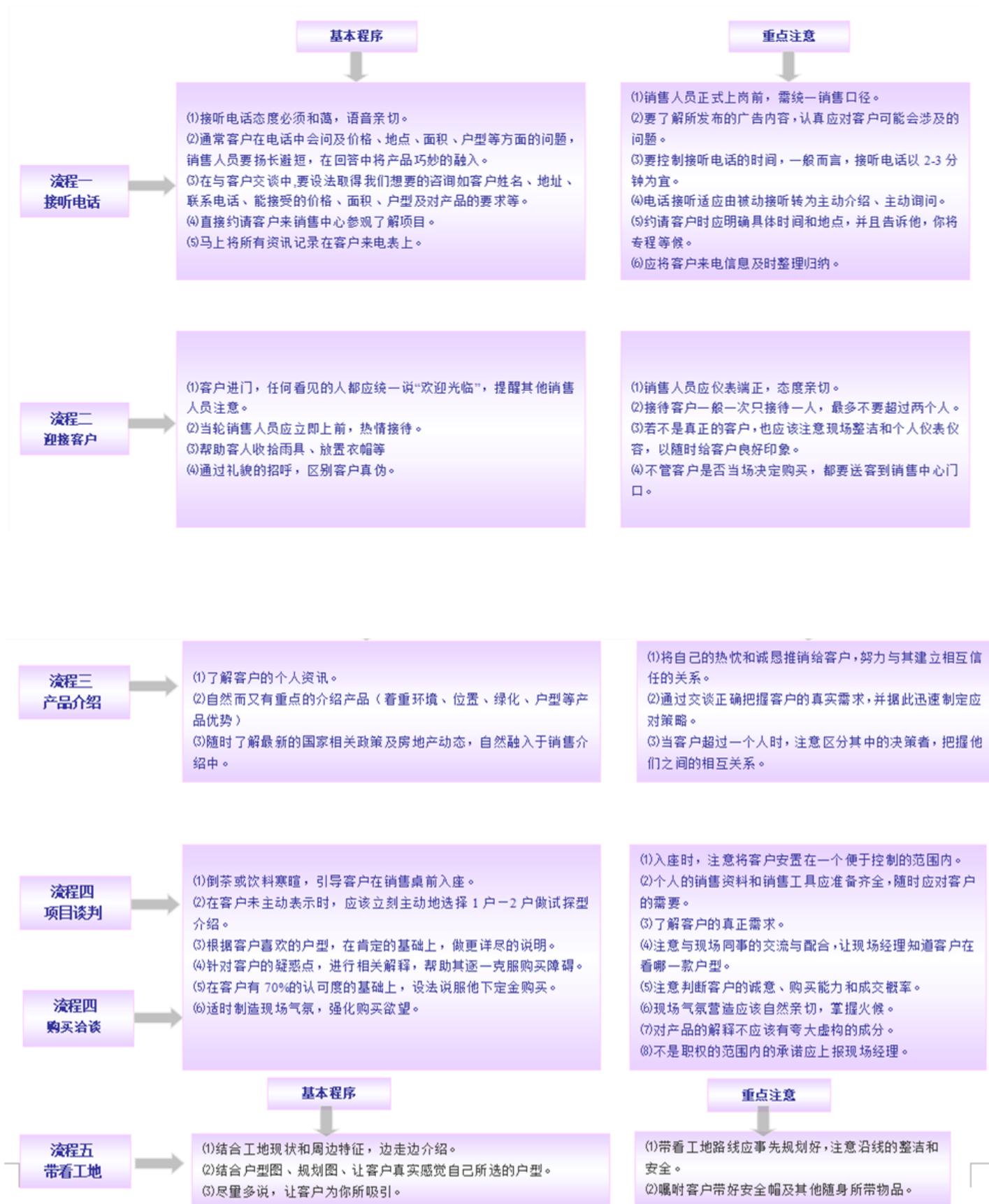
当客人到访时，应该立即放下手中事情起来相迎，当客人坐下后自己方可下座。

积极向客户介绍楼盘资料，尽可能了解客户的需求和爱好，有针对性的进行推销。

不管客户是否有意购买房子，都要将客户送至销售中心门口，并讲“请慢走”或“欢迎下次光临”。

将客户详细资料纪录在案，包括姓名、姓名、电话、关心的问题和要求等。

四、现场销售基本流程



流程六 暂未成交

- (1)将销售资料备齐一份给客户，让其仔细考虑或代为传播。
- (2)再次向客户确定联系方式和联系电话，承诺为其做义务购房咨询。
- (3)对有意愿的客户再次约定看房时间。

- (1)未成交的客户依旧是客户，销售人员应该态度亲切，始终如一。
- (2)及时分析未成交或暂未成交的原因，记录在案。
- (3)针对未成交或暂未成交的原因，报告现场的经理，视具体情况，采取相应补救措施。

流程七 填写资料表

- (1)无论成交与否，每接待一位客户后，立刻填写客户资料表。
- (2)填写重点为客人的联系方式和个人资讯、客户对产品的要求条件和成交或未成交的真正原因。
- (3)根据成交的可能性，将客户分为意向性强、一般、无法判断、同行学习四个等级，以便以后跟踪客户。

- (1)客户资料应认真填写，越详尽越好。
- (2)客户资料表，应妥善保管。
- (3)客户等级应视具体情况，进行阶段性调整。
- (4)每天或每周，应有现场经理定时召开工作会议，根据客户资料表检讨销售情况，并采取相应的措施

流程八 客户追踪

- (1)繁忙间隙，根据客户等级与之联系，并随时向现场经理汇报。
- (2)对于很有希望的客户，销售人员应列为重点对象，保持密切联系，调动一切可能，努力说服。
- (3)将每一次追踪情况详细记录在案，便于以后分析判断。
- (4)无论最后成功与否，都要婉转要求客户帮忙介绍客户。

- (1)追踪客户要注意切入话题的选择，勿给客户造成销售不畅、死硬推销的印象。
- (2)追踪客户要注意时间间隔，一般以2-3天为宜。
- (3)注意追踪方式的变化：打电话，寄资料，上门拜访，邀请他们参加我们的促销活动等等。
- (4)二人以上与同一客户有联系时应该相互通气，统一立场，协调行动。

基本程序

流程九 成交收定

- (1)客户决定购买并下定金时，及时告诉现场经理以查房源情况。
- (2)恭喜客户。
- (3)视具体情况，收取客户大定金或小定金，并告诉客户对买卖双方行为约束。
- (4)详尽解释订单填写的各项条款和内容。
- (5)收取定金、请客户、经办销售人员、现场经理三方签名确认。
- (6)填写完订单，将订单连同定近交送现场经理点备案。
- (7)将订单第一联（订户联）交客户收执，并告诉客户于补足或签约时将订单带来。
- (8)确定定金补足日或签约日。
- (9)再次恭喜客户。
- (10)送客至营销中心大门外。

重点注意

- (1)与经理和其他销售人员密切配合，制造并维持现场气氛。
- (2)当客户对某套住房有兴趣或决定购买但未能带足足够的钱时，鼓励客户支付小定金是一行之有效的办法。
- (3)小定金或大定金的签约日之间的时间间隔尽可能的短，以防各种节外生枝的情况发生。
- (4)折扣或其他附加条件，应呈报现场经理同意备案。
- (5)定单填写完后，再仔细检查户别、面积、总价、定金等是否正确。
- (6)收取的定金需确认点收。

流程十 签定合约

- (1)验对身份证原件，审核其购房资格。
- (2)出示商品房预售示范合同文本，逐条解释合同的主要条款。
- (3)签约成交，并按合同规定收取第一期房款，同时相应抵扣已付定金，将定单收回交现场经理。
- (4)将合同的一份交给客户。
- (5)帮助客户办理银行贷款事宜。
- (6)一次性付款的客户可在其付清全款后备案，若按揭客户需等待银行确定其能办理按揭手续后，方能备案。

- (1)示范合同文本应事先准备好。
- (2)事先分析签约时可能发生的问题，向经理报告研究解决办法。
- (3)签约时，如客户有问题无法说服，汇报现场经理或更高级主管。
- (4)合同一定要其本人亲自签名盖手印。
- (5)由他人代理签约的，户主给与代理人的必须出具公证处的委托公证书
- (6)签约后的客户，应始终与其保持接触，帮助解决各种问题并让其介绍客户。
- (7)若客户的问题无法解决而不能完成签约时，让客户先请回，另约请时间，以时间换取双方的折让。

五、销售部会客制度

（一）、新客户会客制度：

1、新客户：指事前未与任何销售人员有过任何联系，第一次到售楼部咨询的客户；或销售人员约请的，但不能说出销售人员姓名的客户；看到广告或其他媒体后自己直接到售楼部咨询的客户。

2、会客制度：采取轮流接待制。

3、具体操作：

A、确定顺序：以销售人员抽签决定排轮顺序。

B、销售人员的客户接待记录，记入“排轮表”。

C、任何情况下的轮空均不补。

D、除公司安排以外，不得以任何理由拒绝排轮。

F、“排轮表”由当轮销售人员的后一位销售人员记录。

G、当轮的前1名及最后1名销售人员必须在接待大厅，原则上不得从事其他事情。

（二）、老客户的会客制度：

1、老客户：指已来过售楼部，有销售人员接待过，并填写了“客户来访登记表”的，双方都明确的记起并认出对方的这类客户；或经朋友介绍给该销售人员，并由该销售人员约请到售楼部的客户（客户到访前，应先告知销售经理）；或销售人员通过接听来电约请到售楼部，并能准确说出销售人员姓名的客户。

2、会客制度：

A、原则上，由原接待该老客户的销售人员接待。若该销售人员不当轮，属提前排轮，本轮次不再安排接待新客户；若已签单的老客户来访，则不计入排轮，但有轮空。

B、若原销售人员休息或因私事不在售楼部，则按正常排轮安排接待。

C、若原接待该老客户的销售人员由于公干而无法接待客户，由当前排轮的最后一位帮忙接待，直到该销售人员回来（老客户算入原销售人员的当天排轮）。

D、若原接待该老客户的销售人员正在签认购书或预定书，可委托当前排轮最后一人帮助签单。

E、若原接待该老客户的销售人员正在接待客户，则按正常排轮安排接待。

F、以客户登记表和个人客户记录本上的回访为准，超过20天未回访的客户，视为销售人员主动放弃该客户，其他销售人员有权回访（放弃的销售人员无权回访）。

G、轮休日，销售人员有权预约老客户到售楼处（必须穿工装，佩带胸牌），但不能接待新客户。

H、轮休前，销售人员知道有某位老客户到访时，可提前将该客户委托给一位销售人员帮带帮签，帮忙的销售人员不算排轮，但有轮空。

I、老客户若与原接待销售人员未立即认出，且已按正常排轮安排了销售人员接待，中途不允许更换销售人员。

3、特殊情况处理：

A、若超过20天未回访客户主动再来售楼部，能准确说出原接待者姓名，则由原销售人员接待；否

则，按新客户处理。

B、客户 20 天后来电咨询的，若能准确说出原接待的姓名或特征的，视为原销售人员已回访了该客户，该客户在有效期内再次来访应按照老客户标准处理。

（三）、客带客的会客制度：

1、客带客是指：

1) 老客户亲自带到售楼部的客户；

2) 老客户直接点销售人员的名字。

确定标准：当轮销售人员必须询问：是否第一次来？是路过、广告或介绍？

条件：客户自己说出是哪位介绍的。

2、会客制度：

A、原则上，由原接待老客户的销售人员接待。

B、若原销售人员休息或因私事不在售房部，则按正常排轮安排接待。

C、若原接待销售人员由于公干而无法接待客户，由当前排轮的最后 1 名帮忙接待，直到该销售人员回来（该客户算入原销售人员的当天排轮）。

D、若原接待销售人员正在签认购书或预定书，可委托当前排轮最后 1 人帮忙签单。

E、若原接待销售人员正在接待客户，则按正常排轮安排接待。

F、轮休前，销售人员知道有某位客带客到访时，可提前将该客户委托给一位销售人员帮带帮签，帮忙的销售人员不算排轮，但有轮空。

（四）、销售提成分配原则：

1、已成交客户从第一次咨询到最后一次定房（指：签购协议或合同）均由一位销售人员接待，则该位销售人员的提成比例按照合同总金额的 100%提取。

2、若客户甲和客户乙分别来访，由两位不同的销售人员接待（都做好客户登记），两者为亲属关系或甲乙共同购买，则该业绩与提成由双方销售代表 5：5 分。

3、若出现一位（批）客户由两位销售代表接待的情况，则两位销售人员的提成标准按照 3：7 的比例提取，视具体情况 4：6 的比例提取）。

1) 第一种情况：客户第一次到访由销售人员 A 接待，第二次到访并定房（指：签预定书）由销售人员 B 接待。则销售人员 A 按照合同总金额的 30%提取，销售人员 B 按照合同总金额的 70%的比例提取，同时该位客户的后序工作均由销售人员 B 负责。

2) 第二种情况：客户第一次到访及最后一次定房均由销售代表 A 接待，而第二次由销售代表 B 接待，则销售代表 A 的提成比例按照合同总金额的 100%提取，同时该位客户的后序工作均由销售人员 A 负责。销售代表 B 不提成。

3) 第三种情况：客户第一、二次到访均由销售代表 A 接待，最后一次定房由销售代表 B 接待，因此提成原则同第一种情况一致，销售人员 A 按照合同总金额的 30%提取，销售人员 B 按照合同总金额的 70%的比例提取，同时该位客户的后序工作均由销售人员 B 负责。

4、若出现一位客户由两位以上的销售代表接待的情况，则负责第一次接待和最后一次定房的销售人员均可按照一定比例提成。而第二次或第二次以上的N位销售代表均无权提成。

注：1、各销售代表之间在客户认定上产生分歧时，由销售经理根据上述原则决定处理方案且予以严格执行。

2、若遇到上述情况之外的情况，由销售经理根据实际情况统筹处理，销售代表需予以服从并执行。

3、客户的确定均以《客户来访登记表》为准。

（五）、来电客户的接待制度：

1、接听新客户咨询电话时，可以报自己的姓名，留自己的联系方式。

2、该客户来访时能主动说出销售人员姓或名的，可由该销售员接待；否则按排轮表安排接待。

（六）、已签单客户的接待制度：

1、已签预定书或购房合同的客户来访，原则上由负责该位客户的销售代表接待。若该位销售人员休息、公干或不在销售现场，则由已接待完新客户的最后一名销售代表帮忙接待。

2、已签认购书或预定书的客户前来签定《购房合同》，必须由负责该位客户的销售人员接待，该类客户不计排轮，但有轮空。若该销售员因公干外出，则由已接待完新客户的最后一名销售代表帮忙接待。

3、已签单客户来缴房款时，若签单销售员不在现场，则由已接待完新客户的最后一名销售代表帮忙接待。

（七）、客户回访制度：

1、销售人员接待完新客户后应主动与客户保持联系，并做好回访工作。

2、回访工作完毕后应及时在笔记本中记录回访情况。

六、执行时间：本制度从 2021 年 月 日开始执行。

七、

销售秘书： _____

营销经理： _____

营销总监： _____

八、销售部人员签名确认：

对于上述所有条款规定清晰并同意后签名确认： _____

“高庐紫云台”销售部

2021 年 月 日

附件二

代理团队的构成及人员要求

一、乙方应当向甲方提供能够满足本项目需求的策划和销售专业工作人员，相关人员的任职要求及数量如下：

岗位	任职要求	数量
项目 总负 责人	具有 10 年以上房地产项目相关工作经验	1 名
项目 执行 负责 人	具有 5 年及以上房地产项目相关工作经验	1 名
驻场 销售 经理	1. 具有大学本科或以上学历 2. 5 年以上的房地产销售现场的相关工作经验，2 年以上销售管理工作经验 3. 有服务品牌开发商的经验 4. 具有 3 年及以上成都五城区或高新区、天府新区，套均面积 160 m ² 及以上或总价 300 万元/套及以上项目管理经验	1 名
策划 经理	1. 具有大学本科或以上学历 2. 5 年以上的房地产策划的相关工作经验，2 年以上策划管理工作经验 3. 有服务品牌开发商的经验 4. 具有 3 年及以上成都五城区或高新区、天府新区，套均面积 160 m ² 及以上或总价 300 万元/套及以上项目策划经验	1 名
策划 专员	1. 1 年及以上成都区域房地产相关专业策划经验 2. 具备服务本项目的能力及经验	2 名
销售 秘书	1. 年龄 30 岁以内 2. 大专及以上学历 3. 1 年及以上房地产销售或行政秘书工作经验 4. 具备一定专业房地产知识 5. 具备服务本项目的能力及经验	1 名
置业 顾问	1. 具有大学专科或以上学历 2. 年龄 35 岁以内	8 名

	3. 女性身高 165cm 及以上，男性身高 175cm 及以上 4. 持有《房地产销售服务人员证书》	
--	--	--

附件三

《高庐·紫云台案场服务品质服务提升问卷》（暂行）

高庐·紫云台销售案场服务品质提升调研项目问卷（暂行）						
打分标准及分数计算解释		1. 打分标准：每个细项指标达到考核要求，则在得分情况中填写相应分数；若未达到，则不得分； 2. 满分100分，可基于检查得分分析总体、分环节、分二级指标的详细得分。				
检查楼盘		高庐紫云台				
检查月份						
电话咨询拨打日期及时间						
暗访进店日期及时间						
暗访离店日期及时间						
接到回访电话日期及时间						
神秘顾客姓名						
神秘客电话						
销售顾问姓名						
神秘检查总分		0.0				
环节	二级指标	细项指标-考核标准（若未达到则不得分）	满分	扣分标准	检查得分	未做到或不涉及请注明原因
A-电话询盘						
A-1	电话接听及时性	响铃3声内接听或彩铃响10秒内接听，若拨打3次无人接听算不合格，但仍需等待时间再次拨打直到接听为止，并记录总共拨打次数	10	若未做到，则扣1分	0	
A-2	电话接通后，接听人员需进行礼貌问候及自我介绍	报售楼处名称：“您好，这是高庐御品江城项目，我姓**，有什么可以帮到您”，超过3声或10秒接听，需向客户致歉：“对不起，让你久等了。”	1	若未做到，则扣1分		
A-3	了解客户购买需求	询问客户想购买的房型或者面积等需求	1	若未做到，则扣1分		
A-4	接听人员对暗访人员提问进行简要回答（引导至现场详细解说）	客户询问楼盘促销活动或促销政策时，予以积极回答；若客户未主动询问，则应主动介绍房型及近期促销活动；对于客户所提问题不能马上回答的，应向客户致歉并邀约客户到现场为其解答或约定电话解答时间	1	若未做到，则扣1分		
A-5	接听人员需详细告知项目位置以及所能乘坐的交通工具	如果客户询问楼盘地址，应该有明确的解答	1	若未做到，则扣1分		
A-6	是否邀请客户来售楼部	主动邀请客户到案场咨询	1	若未做到，则扣1分		
A-7	询问客户基本信息	通话中询问客户姓名（询问到姓氏即可）；联系方式（座机能记录号码，询问是否该号码能找到客户）	1	若未做到，则扣1分		
A-8	客户信息来源	询问客户是怎么了解到我们项目的并记录	1	若未做到，则扣1分		
A-9	接听人员电话接听完后需进行礼貌挂机，等客户挂断后再行挂机	有礼貌挂机记满分，未礼貌挂机或先于客户挂机记零分；（礼貌挂机例如《非标准用语》：感谢您对XX项目的关注，欢迎您到现场进行参观，祝您生活愉快！）	1	若未做到，则扣1分		
A-10	当日短信告知	当天内，接听人员应该给客户发短信告知售楼处地址和相关联系方式（包括系统自动回复的短信）	1	若未做到，则扣1分		
B-正大门至售楼部区域绿化环境						
B-1	正大门至售楼部路面清洁	路面干净整洁，无明显垃圾，如：烟头、废纸、塑料袋等	1	若未做到，则扣1分	0	
B-2	售楼部外围园林景观	售楼处外示范区园林景观干净整洁	1	若未做到，则扣1分		
C-案场内环境及设施						
C-1	售楼处便民雨伞设置	如遇雨天，客户离开时是否打伞护送客户至大门口或车上（晴天不考核，填“-”）	12	若未做到，则扣1分	0	
C-2	售楼部前台台面干净，宣传资料摆放整齐	台面上标准物品包括文件资料袋、名片、楼书，如有多余物品即为不合格，如：水杯、充电器等，拍摄时需注意停留，便于后期截图	1	若未做到，则扣1分		
C-3	售楼部气温环境	售楼部室内空气无异味，光线明亮，室内温度适中，不能过冷或过热	1	若未做到，则扣1分		
C-4	沙盘及户型模型	沙盘及户型模型无破损、无积尘（重点关注沙盘内模型是否有被损坏情况） 沙盘四周是否有一些易导致意外的物品，如：水杯等	1	若未做到，则扣1分		
C-5	楼盘资料及其他阅读资料	户型图、楼书等销售资料及其他相关资料摆放位置明显、整齐、不凌乱，方便取阅（神秘客拍摄时注意对该区域多停留一下，便于后期截图）	1	若未做到，则扣1分		
C-6	案场内整体卫生及设施情况	地面无垃圾、污渍、纸屑，垃圾箱（桶）内清理及时，桶内垃圾不得溢出； 展厅内植物鲜活，盆内无垃圾（重点考察盆内是否有烟头、纸屑）	1	若未做到，则扣1分		
C-7	客户洽谈区卫生情况	洽谈区卫生状况良好，桌面无灰尘、烟灰、废纸，烟缸（烟头不超过3枚）	1	若未做到，则扣1分		
C-8	水吧服务	吧台区域卫生情况良好，物品摆放整齐； 主动向售楼部客户提供茶水或饮料（整个接待过程只要提供了茶水就算合格，如果客户要求则马上提供）	1	若未做到，则扣1分		
C-9	卫生间环境卫生	卫生间镜面清洁（镜面人像清晰，无明显水渍），洗手台旁有放置垃圾桶，垃圾桶内垃圾清理及时，不得溢出； 卫生间环境干净整洁，地面台面无烟头等不卫生物品，洗手间无异味；洗手台擦手纸架保持洁净、无灰尘、无印迹；	1	若未做到，则扣1分		
C-10	卫生间纸张充足，设施设备完好	水池/便池、排风扇等设施清洁完好； 洗手台擦手纸架内纸张准备充足；洗手台台面摆放有便民物料供客户使用，如：洗手液、护手霜、指甲刀等。（神秘客根据现场情况判断，男女卫生间准备的便民物品略有差别）	2	若未做到，则扣2分		
C-11	案场内保洁人员	保洁人员穿着统一制服；保洁人员上班期间不聚众闲聊，不做与工作无关的事情	1	若未做到，则扣1分		
D-接待						
D-1	售楼处接待台	接待台必须是1个人及以上	10	若未做到，则扣1分	0	
D-2	厅前迎接	见到客户来访有人迅速迎	1	若未做到，则扣1分		
D-3	主动问候	接待人员主动问候（语气上表达出欢迎客户来访的意愿即可，表述上可以变化）询问客户是否首次到访，若是：直接开始接待；若不是：询问客户之前接待人信息，找到之前接待销售顾问，做好交接工作；若客户已记不清或已离职，继续接待；	2	有一项未介绍则扣1分		
D-4	置业顾问仪表	置业顾问形象良好，精神饱满，面容整洁，无刺激性异味也不使用浓烈香水，（男）无过长胡须和过长耳发，（女）头发是否扎起，化淡妆，未佩戴夸张装饰品；	1	若未做到，则扣1分		
D-5	置业顾问形象	是否佩戴统一胸牌，胸牌位置统一；着装整洁统一，鞋面是否保持干净、光亮，工装是否有褶皱、污渍	1	若未做到，则扣1分		
D-6	置业顾问仪态	置业顾问行走仪态得体，坐姿端正，站姿挺拔	1	若未做到，则扣1分		
D-7	置业顾问行为规范	在整个购房过程中，置业顾问形象良好，没有大声喧哗、抽烟、打闹等行为记为满分，否则记为零分；	1	若未做到，则扣1分		
D-8	置业顾问自我介绍并主动提供名片	如：“您好！我是您的置业顾问：XXX，很高兴为您服务！”；置业顾问向客户出示自己名片（整个过程只要置业顾问向客户提供了名片都算合格）有一项未介绍则扣1分	2	有一项未介绍则扣1分		

B-初步沟通			32	0
E-1	置业顾问主动了解客户购房需求，并推荐合适房屋类型	置业顾问有和神秘顾客互动交流，询问神秘顾客购房需求（例如：面积、户型、预算等）后提出合适的房源并有针对性的讲解各类房屋的优势；没有主动询问神秘顾客需求或未提出建议记为	2	若未做到，则扣2分
E-2	置业顾问主动介绍集团品牌	置业顾问主动介绍川高地产背景、涉及城市、目前集团开发项目、公司经营理念记为满分，有一项未介绍则扣1分；	4	有一项未介绍则扣1分
E-3	置业顾问主动介绍城市规划	置业顾问主动介绍城市发展规划、项目地块地位记为满分，有一项未介绍则扣1分；	2	有一项未介绍则扣1分
E-4	置业顾问按接待流程主动介绍项目区位情况（即带客户至区域沙盘，并予以介绍）	置业顾问主动介绍项目区域情况，对（1）区域位置、（2）教育、（3）交通、（4）商业配套进行详细介绍记为满分，有一项未介绍则扣1分，扣完为止；若客户回复熟悉，可不作详细介绍	4	有一项未介绍则扣1分
E-5	置业顾问主动对项目沙盘进行介绍	置业顾问在接待介绍时，始终使用 射灯笔进行指引 ，在介绍沙盘时需对项目情况进行清晰介绍；例如：（1）项目大小数据（例如：规划面积或占地面积或规划户数等类似数据）、（2）规划产品类型、（3）产品卖点、（4）车位配比情况则记为满分，有一项未介绍则扣0.5分；	2	有一项未介绍则扣0.5分
E-6	销售人员不能遗漏客户资料于公共区域，如：洽谈区、复印机旁	案场无客户资料遗漏于公共区域，达标则记满分，否则记零分；	1	若未做到，则扣1分
E-7	沙盘完好干净、信息清楚完整	沙盘干净完好、信息清楚完整（明确有指北针），并有“仅供参考，以实物为准”、“一切以书面合同约定为准”等规避法律风险的说明记为满分；有破损或者有任何污渍记为或沙盘信息不完整记为零分；规划中的信息需在沙盘中标明“规划中”；置业顾问	1	若未做到，则扣1分
E-8	现场项目信息公示（五证（含预售证）、合同规范版本等）	现场有公示文本展示区，展示区内五证齐全记为满分；缺少一种记为零分；未取得预售证项目此项默认给分，备注：不适用；	1	若未做到，则扣1分
E-9	销售中心资料架物料供应充足、摆放整齐，干净整洁	符合要求则记满分，否则记零分；	1	若未做到，则扣1分
E-10	现场有展示“情况公告”	现场有红线内/外不利因素公示，展板清洁完好，字迹清晰记为满分；缺少任一种或展板有破损、字迹不清晰记为零分，并注明缺失那一块	2	若未做到，则扣2分
E-11	置业顾问主动提示项目不利因素展示（即“情况公告”）	置业顾问主动提示项目不利因素展示，记为满分；隐藏或闪躲回避记为零分。红线内外标识考察不局限于沙盘展示/（情况公告）展板展示，只要销售案场有红线内外标识均可。红线内外标识呈现形式有2类，项目沙盘或展板；	1	若未做到，则扣1分
E-12	置业顾问对竞争对手项目及整个楼市的情况非常了解	神秘顾客主动提问关于周边竞品项目，考察置业顾问对竞品项目讲解。置业顾问对竞品讲解中肯，能恰当对比本品和竞品项目优劣势记为满分；对竞品项目不了解记为零分；对竞品项目一味贬低攻击，又缺乏事实根据记为零分；	1	若未做到，则扣1分
E-13	不得有与事实不符、不当承诺的描述	无与事实不符、不当的描述记为满分；否则记为零分；	2	若未做到，则扣2分
E-14	涉及到数字处（例如：面积）用“约”“左右”等模糊字词	涉及到数字处（例如：面积）用“约”“左右”等模糊字词记为满分；否则记为零分；户型设计尺寸、设计层高数据除外；	1	若未做到，则扣1分
E-15	置业顾问擅于利用现场销售道具展示产品和服务	置业顾问对区位图、沙盘等展示道具做针对性讲解时，对所提到的区位、规范、楼宇户型等信息，能在区位图、沙盘等销售道具上用激光笔加以指示，使客户产生形象认知记为满分；置业顾问口头表述，未利用道具进行指引记为零分；	1	若未做到，则扣1分
E-16	1. 其间置业顾问无因为其他事情中断沟通 2. 确需中断，主动说明并道歉	整个交流过程中没有接打手机等中断沟通情况记为满分；有需要中断沟通时向神秘顾客道歉并说明情况记为满分；置业顾问有中断沟通且没有主动道歉记为零分。如多次打断（打断次数在5次及以上）记为零分；	1	若未做到，则扣1分
E-17	1. 置业顾问对您提的所有问题都能回答 2.（如无法回答）置业顾问主动寻求其他同事帮助，给客户及时解答说明；其中一项满足，则给分	神秘顾客在洽谈过程中，可以表达对小区规划配套、周边市政配套、车位配比或车位租售方式、未来物业服务、房屋质量、公积金贷款或公积金和商业联合贷款的差异等问题的担心和疑问，置业顾问能详细解答记为满分；如果置业顾问不能详细解答，需详细记录下并向销售经理询问清楚后再回答记为满分，规范用语：“您所提出的这个问题我需进一步了解了后才能答复您，我将在 xx日	1	若未做到，则扣1分
E-18	置业顾问对顾客的提问始终耐心回答，整体介绍详细	整个过程中，置业顾问对顾客的提问始终能详细耐心解答记为满分；否则记为零分；	2	若未做到，则扣2分
E-19	园区所有置业顾问遇其他同事的客户时，第一时间问好（非正在接待其他客户时）	如点头致意、微笑问候等；符合要求则记满分，否则记零分；	1	若未做到，则扣1分
E-20	置业顾问主动索取客户信息	置业顾问索取任何可以联系到客户的联系方式	1	若未做到，则扣1分
F-深入交流			17	0
F-1	置业顾问主动询问客户购房的兴趣/意愿及原因	置业顾问主动询问神秘顾客购房兴趣（如有没有看中的户型，楼层，单元等）记为满分；未主动询问记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-2	置业顾问主动引导客户到洽谈区就坐	主动引导客户到洽谈区就坐记为满分；报价结束都未引导就坐不得分	1	若未做到，则扣1分
F-3	置业顾问主动提供相应的书面材料（楼书、户型图）	置业顾问根据客户感兴趣的单元、户型楼层，提供相应的楼书资料，户型图等记为满分；如无主动提供，神秘顾客向置业顾问索取，置业顾问再提供相关资料记为满分；如神秘顾客向置业顾问索取楼书，置业顾问未给，或给的不是神秘顾客要的楼书记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-4	置业顾问主动询问客户对产品的兴趣、购房资格、付款能力（例如询问大致购房预算、购房资格、付款能力）	置业顾问主动询问神秘顾客购房资格、预期价位、是否有资格购买、付款能力等和购买力购买行为相关的问题，记为满分；未主动询问记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-5	置业顾问清晰回应客户对购房优惠政策相关疑问说明：（神秘顾客主动询问房屋折扣问题）	（尝试挑战置业顾问职业底线，如私下做交易；帮忙找熟人找关系/团购/抵租房等，返还回扣。或者让介绍别的开发商房子。需要记录要拿回计价表，有最终明确的价格，包含单价和总价。如有不当承诺，需原话记录）。清晰讲解优惠政策，无不当承诺，记为满分；避开话题，未回应购房优惠，或对购房优惠政策讲解不清晰、不当承诺记为零分；粗暴拒绝客户折扣要求，语气不友好（如，这就是最低折扣了，爱买不买之类）记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-6	置业顾问清晰回应客户对付款方式及其优缺点的疑问	置业顾问主动帮助客户计算房源价格，分析不同付款方式的优缺点，并从客户的实际情况出发，帮助客户分析那种付款方式对客户有利记为满分，以上缺少任一项，记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-7	置业顾问能够结合项目配套特征及您的家庭情况，向您描述未来生活入住场景	结合项目配套特征和您的家庭情况，对客户关注的户型、服务点进行针对性讲解，描述客户入住后未来生活场景，引导客户感受未来生活。（比如结合老年活动、儿童游玩、物业服务等给客户描述入住生活）记为满分，否则记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-8	置业顾问成交意愿强烈，但也没有咄咄逼人的感受	置业顾问积极促使客户成交，但没有一味地逼迫客户下定，记为满分，否则记为零分；	2	若未做到，则扣2分
F-9	当您表示现在看的房子都不合适（对价格、户型、地段等因素不太满意），置业顾问能够恰当应对，积极引导您发现房屋的优势	神秘顾客表示还要在看看，观察置业顾问服务表现。置业顾问主动询问不满意原因，并且通过项目对比，讲解卖点引导神秘顾客发现项目优势记为满分；未进行讲解，引导神秘顾客发现房屋优势，或者变脸，服务不热情，甩客记为零分；	2	若未做到，则扣2分

G-送别			10	0		
G-1	将所有相关资料整理在一起递送给客户	将户型图、价格计算表、名片、楼书等资料装订在一起或放进一个袋子里递送给客户记为满分，否则记为零分；	1	若未做到，则扣1分		
G-2	置业顾问主动送客户到销售中心门口	置业顾问主动送神秘顾客到销售中心门口记为满分；如有事情（如需接待其他客户）不能送别神秘顾客到销售中心门口，向神秘顾客说明并致歉记为满分；没有说再见，或未送别记为零分；	2	若未做到，则扣2分		
G-3	置业顾问主动和客户再见道别，并邀请客户再次来访。	置业顾问在送别过程中，根据实际情况表述温馨语言增强客户感受（如我帮您拎资料袋送您下，您小心台阶，温差变化注意身体等），有以上动作且主动道别并且主动邀请顾客再来销售中心参	2	若未做到，则扣2分		
G-4	置业顾问主动询问客户还有什么地方不清楚并表示可随时电话咨询	置业顾问在送别时表示有什么事情可以随时打电话咨询，参考用语：“再次感谢您今天的来访！本楼盘的详细资料已经装好了，您可以带回家阅读。如有不清楚的地方，请拨打我名片上的电话，随时欢迎您与我联系，非常期待与您的下次见面！”；有表示“电话联系”、“下次见面”等类似表述，则记为满分，	2	若未做到，则扣2分		
G-5	销售中心保安/门童/接待人员及时礼貌的送别	销售中心工作人员（保安、门童、接待人员）及时提供礼貌送别语，记为满分，否则记为零分；	2	若未做到，则扣2分		
G-6	（如下雨/日晒）客户未带伞，销售中心门口服务人员主动给客户伞 说明：如不下雨/日晒，则不评价	下雨天，客户未带伞时，销售中心服务人员主动提供伞给客户，记为满分，客户要求再提供或没有提供伞给客户，记为零分。 非下雨天/日晒默认给分，备注：不适用；	1	若未做到，则扣1分		
H-电话回访			5	0		
H-1	电话回访及时性	3天内接到电话跟踪回访	1	若未做到，则扣1分		
H-2	回访礼仪性	自报售楼处、回访人员姓名；电话回访时，询问客户接电是否方便(任何时候回访均询问)	1	若未做到，则扣1分		
H-3	回访内容规范性	对客户反映的问题、难点，作出相应解答；如果客户没有表示出肯定购买意向，应主动询问客户未购买的原因	1	若未做到，则扣1分		
H-4	前后态度一致	客户表示不会购买，态度是否改变	1	若未做到，则扣1分		
H-5	再次邀请	再次邀请客户到访或邀请客户推荐新客户前来了解、咨询	1	若未做到，则扣1分		
对被检售楼部 总体评价 (要求100字以上)						

第五章、服务要求

服务内容：

- (1) 2021 年销售任务：住宅签约总额不低于 6 亿元（力争 10 亿）
- (1) 合同服务期内具备合法的项目代理及其他相关资质；
- (2) 乙方需按照甲方书面确认的房屋销售价格进行销售；
- (3) 销售现场、外展场地等项目销售场所的氛围营造、销售及其他相关工作；
- (4) 销售现场驻场最低人员要求，销售经理 1 名、策划经理 1 名、策划专员 2 名、销秘 1 名，置业顾问 8 名，发生相关工资等其他费用由乙方自行承担；
- (5) 包含但不限于现场客户接待，协助甲方与购房客户签订住宅、车位购买协议；
- (6) 包含但不限于周期性（月/季度）销售建议、策略、分析、执行方案等报告，根据市场形势及变化，及时给予甲方调整建议；
- (7) 若因乙方销售策略需对销售现场进行软装调整或其他改造，发生的费用由乙方自行承担；
- (8) 催缴成交客户剩余房款、日常客户维护；
- (9) 达到交付条件后，协助甲方办理交房手续；
- (10) 销售现场日常秩序维护；
- (11) 负责渠道销售所有相关工作；
- (12) 为甲方与物业等其他相关手续办理提供协助；

第六章 投标文件格式

正本（或副本）

“高庐·紫云台”房地产开发项目销售 代理服务

投标文件

投标人：_____（盖单位公章）

法定代表人或其授权委托代理人：_____（签字）

注：“_____（盖单位公章）”的，下划线上填写单位全称（法定名称），在单位全称上加盖单位章，单位全称应与单位章一致。

目 录

- 一、 投标函及投标函附录
- 二、 法定代表人身份证明书
- 三、 法定代表人授权委托书
- 四、 投标保证金
- 五、 投标人基本情况表
- 六、 信誉承诺和财务证明
- 七、 项目管理机构组成表
- 八、 类似业绩汇总表
- 九、 服务方案
- 十、 投标人认为需提供的其他材料

一、投标函及投标函附录

(一) 投标函

致：四川高路文化旅游发展有限责任公司（招标人）

1、我方在充分理解招标文件要求的基础上，结合企业自身情况及管理经验，我方愿意以人民币（大写）详见投标函附录的投标报价向招标人提供本项目的销售代理服务及其配合工作。

服务时间： ；

质量标准： 。

2、我方完全同意自行承担为招标所发生的一切费用。

3、我方承诺在招标有效期内不修改、不撤销投标文件。

4、除非另外达成协议并生效，你方的中标通知书和我方的投标文件将构成约束我们双方的合同。

5、我方完全同意招标文件合同条款内容，并承诺中标后严格按该合同约定完成相应的工作内容，承担相应的义务和责任。

6、我方承诺：如我方提供的货物及服务不能满足招标人的要求，招标人可随时更换，我方对此无异议。

7、我方所递交的投标文件已充分考虑了各种外部因素对报价的影响；我方完全同意招标文件规定的投标截止时间；完全同意招标文件的规定，若我方擅自放弃投标、投标后擅自撤回投标文件或是由于自身的过错而不能缔结合同，及招标人发现我方的投标文件资料有隐瞒、欺诈行为的，将取消投标资格。

8、本次投标并非联合体参选。

9、我方愿意提供贵公司可能另外要求的与投标有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

10、我方承诺一旦我公司中标，我方承诺将于收到中标通知书后且在合同签订前，按要求向招标人提交履约保证金，且同意履约保证金的退还方式和时间，否则你方有权取消我方的中标资格，我方同意对招标人由此造成的损失承担赔偿责任。

11、经我方认真核查，本投标人不存在第二章“投标人须知”第 1.4.3 项规定的任何一种情形。

投标人：（盖单位公章）

法定代表人或其授权委托代理人：（签字）

日期：年月日

(二) 投标函附录

最高限价表

销售代理	2021 年签约金额超过 <u>10</u> 亿元（含），按 ____% 计提佣金
	2021 年签约金额超过 <u>6</u> 亿元（含）不足 <u>10</u> 亿，按 ____% 计提佣金
	2021 年签约金额不足 <u>6</u> 亿元，按 ____% 计提佣金
	2022 年每月签约金额超过月度任务，按 ____% 计提佣金
	2022 年每月签约金额不足月度任务，按 ____% 计提佣金
	车位代理销售：不高于 <u>1000</u> 元/个

注：1、投标人结合自身经营、管理水平，并充分考虑服务期间的未来风险，经过经济技术比较分析后，自主报价。但投标报价不得低于成本。

2、投标人应对以上内容进行逐项报价。若报价遗漏，视为本部分价格已均摊在其他项。

3、销售目标由中标人和招标人根据实际情况，制定月度销售目标。

4、2022 年以月签约金额计提佣金，签约金额计算方式为：

月销售任务：（项目总套数 - 2021 年实际完成套数 - 清盘套数）/9 个月。

5、车位销售：截止 2022 年 6 月 30 日，销售总数量不低于 400 个，若未达成销售目标，车位代理佣金提留全部扣除，不予发放；

6、投标报价为投标人开展销售代理服务工作所发生的一切费用，包括但不限于营销渠道费、销售代理佣金、管理费、保险费、各种税费、风险金、开展销售工作所产生的必要的推广及物料费等完成项目所需的一切费用。

投标人：（盖单位公章）

法定代表人或其授权委托代理人：（签字）

日期：年月日

二、法定代表人身份证明书

单位名称:

单位性质:

地 址:

成立时间:年月日

经营期限:

姓 名: 性 别:年 龄: 职 务:

系_____ (投标人单位名称) _____的法定代表人。

特此证明。

投标人: (盖单位公章)

日 期:年月日

说明: 附法定代表人身份证复印件。

三、法定代表人授权委托书

本人(姓名)系(投标人名称)的法定代表人，现委托本单位人员(姓名)为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改(项目名称)投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至第二章“投标人须知”规定的“投标有效期”结束为止。

代理人无转委托权。

附：委托代理人身份证件复印件

投标人：（盖单位公章）

法定代表人：（签字或盖章）

委托代理人：（签字）

联系电话：（固定电话）（移动电话）

日期：年月日

注：本授权委托书为法定代表人不亲自投标而委托代理人投标适用。后附委托代理人身份证复印件。

四、投标保证金

(1) 若采用转账方式，投标人应附银行给投标人的转账回复单复印件或扫描件、人民银行颁发的基本存款账户开户许可证复印件或扫描件。

(2) 若采用银行保函方式，格式如下：

银行保函

(招标人名称)：

鉴于(投标人名称)(以下称“投标人”)于___年___月___日参加“高庐·紫云台”房地产开发项目销售代理服务招标的投标，(担保人名称，以下简称“我方”)无条件地、不可撤销地作出如下保证：若投标人在投标有效期内撤销投标文件，中标后不与招标人订立合同，在签订合同时向招标人提出附加条件，不按照招标文件要求提交履约保证金，或发生招标文件明确规定的其他投标保证金不予退还的情形，我方承担保证责任。我方承诺收到你方书面通知后，在7日内无条件向你方支付累计金额不超过人民币_____万元的担保金额。

本保函在投标有效期或经延长的**投标有效期内**保持有效。要求我方承担保证责任的通知应在上述期限内送达我方。你方延长投标有效期的决定，应通知我方。

担保人名称：_____（盖单位章）

法定代表人或负责人（或其委托代理人）：_____（签字）

地址：

邮政编码：

电话：

传真：

年 月 日

五、投标人基本情况表

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电话		
	传真			网址		
组织结构						
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间			员工总人数：			
企业资质						
营业执照号						
注册资金						
开户银行						
账号						
经营范围						
备注						

注：本表后应附以下复印件（加盖投标人单位公章）：

- 1、营业执照副本；
- 2、其他投标人认为与本项目相关的资料。

投标人：（盖单位公章）

法定代表人或其授权委托代理人：（签字）

日 期：年月日

六、信誉承诺和财务证明

1、信誉承诺

(1) 我单位在国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>) 中未被列入严重违法失信企业名单;

(2) 我单位在“信用中国”网站 (<http://www.creditchina.gov.cn>) 中未被列入失信被执行人名单;

(3) 我单位近三年内 (2018 年 1 月 1 日起至本项目投标截止日期间) 投标人 (单位) 及法定代表人没有被人民法院生效判决或裁定认定为行贿犯罪。

投标人: (盖单位公章)

法定代表人或其授权委托代理人: (签字)

日期:年月日

注: 投标人须提供:

(1) 国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn>) 严重违法失信企业名单查询网页信息资料 (黑白或彩色), 并加盖公章;

(2) “信用中国”网站 (<http://www.creditchina.gov.cn>) 单位“下载信用信息”中的失信被执行人信息查询网页资料 (黑白或彩色), 并加盖公章。

若不提供上述资料, 则视为资格审查不通过。

2、财务证明

投标人须对投标文件中投标人须知前附表 1.4.1 条款“（2）财务要求”的内容作出响应，提供近 3 年无亏损证明材料，并加盖公章，内容及格式自拟。若不提供，则视为资格审查不通过。

八、类似业绩汇总表

序号	业主名称	项目名称	建筑面积/占地面积	合同签订时间	备注

注：投标人以上业绩须提供合同协议书复印件或扫描件并加盖投标人公章，所提供的合同应能体现项目建筑面积或占地面积、签订时间等内容以供评标专家评审。

投标人：（盖单位公章）

法定代表人或其授权委托代理人：（签字）

日期：年月日

九、服务方案

根据自身对本项目市场判断、销售计划、项目难点应对的分析和理解制定服务方案（包括但不限于）：

- 1、市场定位；
- 2、市场分析；
- 3、销售策略；
- 4、营销渠道；
- 5、销售计划；
- 6、项目难点应对；
- 7、人员配置计划。

十、投标人认为需提供的其他材料

此部分为投标人认为需要对投标文件做辅助说明的证明材料及投标文件的扩展。