

招标编号：CRZY2026-002

# 卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购

## 招 标 文 件



招 标 人：威海辰瑞置业有限公司

招标代理：山东同力建设项目管理有限公司

2026 年 3 月



# 目 录

第一部分	招标公告	2
一、	项目名称:	2
二、	项目概况和招标范围:	2
三、	投标人资格要求	2
四、	获取文件时间及地点:	2
五、	投标文件提交	3
六、	开标时间及地点	3
七、	发布公告的媒介	3
八、	其它补充事宜	4
九、	联系方式:	4
第二部分	投标人须知	5
	投标须知前附表	6
第三部分	开标、评标、定标	20
一、	开标	20
二、	评标	22
三、	定标	26
四、	编写评标报告	26
五、	签订合同	26
第四部分	采购项目说明	27
第五部分	投标文件（格式）	29
第六部分	合同书（范本）	46



## 第一部分 招标公告

山东同力建设项目管理有限公司接受威海辰瑞置业有限公司委托，对卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购以公开招标方式确定中标单位。

一、项目名称：卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购

二、招标编号：CRZY2026-002

三、项目概况和招标范围：

1. 项目概况：威海辰瑞置业有限公司计划为卧龙山居项目采购销售代理服务公司。（详见采购项目说明）

2. 服务期：1年，非独家代理销售。服务期满，如中标单位服务良好，双方可协商后续签合同。

3. 控制价：详见招标文件。

四、投标人资格要求

1. 具有独立承担民事责任的能力。

2. 投标单位近一年在“信用中国”或“信用中国（山东）”无违法违规记录。

3. 投标单位、法定代表人（若非法人单位，以下内容中的法人代表均为负责人）、委托代理人未被最高人民法院列入失信被执行人。

4. 投标单位、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪行为记录。

5. 本次采购不接受联合体投标。

五、获取文件时间及地点：

1. 获取时间：2026年3月11日17时00分至2026年3月18日17时00分。

2. 获取地址：登录“威海市公共资源交易网”首页右侧“交易服务一网通办系统-（新版）一网通办系统”进行“平台切换”点击“国企采购”进入国企阳光采购平台获取文件（网址：<http://ggzyjy.weihai.cn/>）。逾期



无法从国企阳光采购平台中获取文件，未在规定时间内从系统中获取招标文件的投标人将无法递交电子投标文件。

交易服务一网通办系统技术支持电话：4009980000（受理问题：系统登录、信息完善、CA 锁绑定、平台切换），一网通办技术支持 QQ 群：1143439694；0631-5172975；国企采购技术支持电话：17863029936，国企采购技术支持 QQ 群（投标人）：1046971257。

注：未注册用户请先免费注册。登录威海市公共资源交易网右侧“交易服务一网通办系统”-（新版）一网通办系统按钮进行注册登记，并办理“安全证书（CA）”和“电子签章”进行获取文件。“安全证书（CA）”和“电子签章”办理请按照“威海市公共资源交易网”右侧“CA 办理”中“CA 证书办理介绍”进行办理。

3. 本项目不接受供应商到现场参加开标活动；供应商提前熟悉交易系统（国企采购供应商操作手册网址：

[http://ggzyjy. weihai. cn/bszn/005005/20200820/ee51cd3e-144e-497c-9fde-def112be090. html](http://ggzyjy. Weihai. cn/bszn/005005/20200820/ee51cd3e-144e-497c-9fde-def112be090.html)），通过交易系统线上参加开标活动，不熟悉系统操作产生的风险由供应商承担”。

## 六、投标文件提交

递交投标文件截止时间：2026 年 3 月 26 日 9 时 00 分

地点：登录“威海市公共资源交易网”首页右侧“交易服务一网通办系统-（新版）一网通办系统”进行“平台切换”点击“国企采购”进入国企阳光采购平台进行提交。投标人对网上提交的投标文件应加密，在开标会上使用数字证书（CA）进行解密（可远程在线参与开标解密），才能读取或导入投标文件。

## 七、开标时间及地点

1. 时间：同递交投标文件截止时间；

2. 地点：威海市公共资源交易中心交易七厅（威海市环翠区塔山中路 317 号四楼）。

## 八、发布公告的媒介



本次公告在中国招标投标公共服务平台（[www.cebpubservice.com](http://www.cebpubservice.com)）、威海市公共资源交易网（<http://ggzyjy.weihai.cn/>）上发布。

### 九、其它补充事宜

1. 本项目实行全流程电子化，提交投标文件截止时间前，随时关注威海市公共资源交易网（变更公告栏）内变更提醒。

2. 投标人自行准备电脑，提前在个人电脑上进行测试确保音频、视频功能、CA 签章功能可正常使用。投标人不到现场参与开评标，但应保持通讯畅通因通讯不畅造成的一切后果由投标人自行承担。

### 十、联系方式：

1. 招标单位：威海辰瑞置业有限公司

地址：威海市青岛北路 158 号

联系人：姚玉洁

联系电话：0631-5197016

2. 招标代理机构：山东同力建设项目管理有限公司

地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎顺商务 508

联系人：于浩、王丽霞

联系电话：0631-5811098

电子邮箱：[tljs2018@126.com](mailto:tljs2018@126.com)

发布人：山东同力建设项目管理有限公司

发布时间：2026 年 3 月 11 日



## 第二部分 投标人须知



## 投标须知前附表

序号	项目	内容
1	项目名称	卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购
2	项目编号	CRZY2026-002
3	招标单位	招标单位：威海辰瑞置业有限公司 地 址：威海市青岛北路 158 号 联 系 人：姚玉洁 联系电话：0631-5197016
4	招标代理机构	代理机构：山东同力建设项目管理有限公司 地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎 顺商务 508 联系人：于浩、王丽霞 联系电话：0631-5811098 电子邮箱：tljs2018@126.com
5	项目详细情况	见招标公告。
6	资金来源及比例	100%自筹资金
7	落实情况	已落实
8	电子投标 特别提示	1. 登录威海市公共资源交易网 ( <a href="http://ggzyjy.weihai.cn/">http://ggzyjy.weihai.cn/</a> ) 首页右侧“交易 服务一网通办系统- (新版) 一网通办系统”进 行“平台切换”点击“国企采购”进入“国有企 业阳光采购服务平台”，如跳转国企阳光采购平



		<p>台时，提示用户不存在，可拨打技术支持电话（17863029936）解决。</p> <p>2. 本项目必须网上递交投标文件，参与本项目投标人应利用办理好的 CA 锁登录国企阳光采购平台进行招标文件的下载和网上递交投标文件，且安全证书（CA 锁）在有效期内。</p> <p>3. 电子投标文件的制作及提交等有关操作见本文件及威海市公共资源交易网）办事指南栏目- 国企采购专区- 《新版威海市国有企业阳光采购服务平台操作演示视频（供应商）》，网址：<a href="https://ggzyjy. Weihai. cn/bszn/005005/20260109/315a049e-0d75-4f85-8634-00d90a843936.html">https://ggzyjy. weihai. cn/bszn/005005/20260109/315a049e-0d75-4f85-8634-00d90a843936.html</a>。响应文件制作及系统使用咨询电话：17863029936；平台 QQ 服务群：1046971257。</p> <p>4. 网上提交投标文件时，登录交易平台的电脑须满足环境要求（详见新版威海市国有企业阳光采购服务平台供应商用户手册<a href="https://ggzyjy. weihai. cn/bszn/005005/20260109/eb4ba418-4b35-4f05-aa69-44fd7d8a7ffb.html">https://ggzyjy. weihai. cn/bszn/005005/20260109/eb4ba418-4b35-4f05-aa69-44fd7d8a7ffb.html</a>）。</p> <p>5. 投标人提交的电子投标文件应按照本招标文件《第五章 投标文件格式》进行编制，数据文件（excel 格式）必须从本项目的招标文件压缩包内的对应包段目录下获取，且必须在原文件上</p>
--	--	--



		<p>严格按照其中要求填写。因投标人自身原因导致电子投标文件编制不规范使投标文件内容无法导入系统的，该投标文件将被视为无效投标文件。</p> <p>6. 电子投标文件必需有电子签章方为合法的投标文件，未对电子投标文件进行电子签章的，将作为无效投标处理。</p> <p>7. 投标人投标文件中的相关扫描件应保证清晰度，无法辨认的评审时受到影响的，由投标人承担相应责任。</p> <p>8. 除网上递交电子投标文件外，如有要求递交相关资质证明文件原件的，还须按其要求独立密封递交。</p> <p>9. 投标人应充分考虑到网上递交投标文件会发生的故障和风险。对发生的任何故障和风险造成投标人报价内容不一致或利益受损或投标失败的，招标人及招标代理机构不承担任何责任。</p>
9	资质证明文件原件	本项目无需提供资质证明文件原件
10	投标文件份数	网上按时递交投标文件 1 份。
11	实物样品	无
12	现场踏勘	不组织
13	投标预备会	不召开
14	投标有效期	公开报价之日起 90 日



15	投标文件递交时间及地点	电子投标文件 递交截止时间：详见招标公告。 递交地点：上传至阳光采购平台。
16	开标时间	详见招标公告
17	开标地点	详见招标公告
18	公开报价方式	远程报价，投标人不到现场参与开标。投标人需提前准备已配置好环境的电脑及 CA 锁，在规定的时间内进行开标的各项操作，开评审期间需实时关注交易系统相关通知，且联络方式应保持畅通。
19	公开报价程序	签到时间：递交投标文件截止时间前完成。 解密时间：开始解密后 15 分钟内完成。 <b>注：未按规定时间完成签到或解密，否决投标。</b>
20	资格审查方式	资格后审
21	评审办法	综合评分法
22	联合体报价	不允许
23	分（转）包	不允许
24	投标保证金	无
25	履约保证金	本项目不收取履约保证金
26	付款方式	见合同范本
27	其他	1. 本项目以公开招标方式实施采购。 2. 如投标单位在本次项目中弄虚作假成为中标单位的, 后期一经发现将取消其已中标资格, 且今后不再录用, 给招标人造成损失的, 招标人有



		<p>权索要赔偿。</p> <p>3. 投标单位在本次招标成功中标后，拒绝或不能按照招标人的要求提供服务的，招标人有权撤销其已中标资格，给招标人造成损失的，招标人有权要求索赔。</p> <p>4. 投标人不得对本项目进行分包或转包。如投标人在中标后出现上述情况，一经招标人发现立即取消其中标资格。</p>
28	是否委托定标	是
29	代理服务费	招标结束后招标代理费，由中标单位交纳。
30	交易咨询费	专家评审费由中标单位据实交纳。
31	信用信息报告查询路径	<p>(1) 信用中国：进入信用中国首页→右上方“信用信息”查询框内输入企业名称/统一社会信用代码等信息搜索→点击要查询的企业→下载信用信息报告。</p> <p>(2) 信用中国（山东）：进入信用中国（山东）首页→上方“信用中国信息查询”查询框内输入企业名称/统一社会信用代码等信息查询→点击要查询的企业→下载信用信息报告。</p> <p>注：若投标单位所附信用信息报告与以上查询路径内容不一致的，以招标文件中查询路径内容为准。</p>



## 《实质性条款一览表》

说明：本表系招标文件及修改性文件中涉及的所有实质性条款的汇总。不允许有任何负偏离，否则否决投标。

序号	项目名称	内容
1	资格性评审	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 有效的营业执照扫描件；</li><li>2. 信用中国（<a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a>）或信用中国（山东）（<a href="http://credit.shandong.gov.cn">credit.shandong.gov.cn</a>）查询的信用信息报告；</li><li>3. 投标单位、法定代表人、委托代理人未被最高人民法院（<a href="http://zxgk.court.gov.cn/shixin/">http://zxgk.court.gov.cn/shixin/</a>）列入失信被执行人截图。查询省份：全部。</li><li>4. 投标单位、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪行为记录。（投标单位信用承诺书）</li><li>5. 本项目不接受联合体投标。</li></ol>
2	符合性评审	不存在招标文件规定的关于投标单位投标无效的情形。



## 一、总则

### （一）资金来源及落实情况

1. 资金来源：自筹。
2. 落实情况：已落实。

### （二）编制依据

本文件依据《山东省省属企业阳光采购监督管理办法》等法律法规，参照《国有企业采购操作规范》《国有企业采购管理规范》，结合《威海市市属国有企业阳光采购监督管理暂行办法》及国家和山东省有关法律、法规、规章制度编制。参加本项目投标人应接受本招标文件关于电子招投标各项规定。

### （三）适用范围

本招标文件适用于第一部分招标公告中所叙述的项目。本项目按**服务类**以公开招标方式实施采购。

### （四）投标语言

投标人与其他采购当事人相互间交换的文件和来往的信函均须使用中文。

### （五）计量单位

除招标文件的技术规格另有规定外，投标文件应使用中华人民共和国法定计量(货币)单位。

### （六）其他

1. 投标人自行承担参加投标的全部费用，招标单位和山东同力建设项目管理有限公司（以下简称“招标公司”）均无义务和责任承担此费用。

2. 招标单位或招标公司均无义务向投标人解释其中标或未中标的原因，且不予退还其投标文件。

3. 投标人应通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台获取招标文件，并通过该平台网上上传电子投标文件，未通过平台上传电子投标文件的，为无效投标（响应）。获取招标文件的投标人不足 3 家的，本项目废标。

### 4. 合格投标人



合格投标人确定原则为：以通过资格审查、符合性审查且所提供的服务、技术、方案能满足招标单位需求的为合格投标人。

## 二、招标文件

### (一)招标文件的构成

由各包段本文件（word 格式）和各包段的数据文件（excel 格式）构成，采用压缩包电子版文件格式提供。

#### 1. 本文件（word 格式）由下列文件组成：

- (1) 招标公告
- (2) 投标须知
- (3) 采购内容与要求
- (4) 评审原则和方法
- (5) 投标文件格式
- (6) 采购合同（范本）
- (7) 在招标过程中由招标单位或招标代理机构发出的修正和补充文件等（如有）

#### 2. 数据文件（excel 格式）由下列文件组成：

- (1) 封面
- (2) 投标报价表（含明细）
- (3) 需求响应表（如有）
- (4) 评审对照表
- (5) 评分对照表（如有）

3. 投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和技术规范、参数及要求等，如果投标人没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标人没有对招标文件在各方面都做出实质性响应，其风险应由投标人自行承担并根据有关政策和条款规定，其投标有可能被拒绝，或者被认定为无效投标。

### (二)招标文件的答疑



投标人认为招标文件、招标过程、中标或者中标结果使自己的权益受到损害的，应当在投标截止 2 日前一次性全部提出针对同一采购程序环节的质疑，招标公司均以书面的形式予以答复，必要时将不标明查询来源的答复发给所有潜在投标人。

接受质疑函的方式：书面形式提出

联系部门：招标代理公司

联系电话：0631-5811098

通讯地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎顺商务 508

### (三) 招标文件的澄清与修改

1. 招标文件的澄清与修改以书面形式提出。

2. 在招标文件要求的提交投标文件截止时间 2 日前，招标公司可以对招标文件进行澄清与修改。

3. 招标文件的澄清与修改是招标文件的组成部分，招标公司将会通过“威海市公共资源交易网”，以更正公告形式（电子交易系统发送更正提醒通知）一并告知所有潜在投标人，并对潜在投标人具有约束力。

### (四) 异议处理

#### 1. 质疑

依据《威海市市属国有企业阳光采购监督管理办法》规定，供应商认为采购文件、采购过程、成交结果使自己的权益受到损害，应于法律法规的规定期限内以书面形式向采购人或采购代理机构提出质疑。采购人或采购代理机构应当在收到供应商的书面质疑后 3 个工作日内做出书面答复，但答复内容不得涉及商业秘密。

#### 2. 仲裁或起诉

供应商对答复不满意，或者采购人、代理机构未在规定的时间内做出书面答复的，供应商可以在答复期满后向采购人所在地仲裁机构、人民法院申请仲裁或起诉。



### （五）解释权

本招标文件的最终解释权属于招标公司，以书面解释为准。

## 三、投标文件的编制

### （一）投标文件编制要求

1. 投标人应按招标文件中提供的投标文件格式（详见第五部分 投标（响应）文件格式）编写投标文件，并使用 A4 规格编制。投标文件应编写目录，具有结构清晰的文档结构图（打开 word 视图中的“文档结构图”后能看到详细章节），页码连续。

2. 投标人按照招标文件要求所提供的各种证明文件必须真实且合法有效，经扫描后粘贴到投标文件的相关页上，确保清晰度可辨认，评审时由于无法辨认所产生的后果，由投标人自行承担。为了保证系统电子化处理效率，在保证可辨认清晰度情况下扫描时应尽量降低扫描分辨率。

3. 投标人应自行确保本文件的内容已充分覆盖了数据文件中《评审对照表》和《评分对照表(如有)》中的各项要求，并准确将对应的起止页码填写到数据文件《评审对照表》、《评分对照表(如有)》表格中每项后的起始页码和终止页码栏位上。对于不涉及或无法填写的评审项（评分项）（例如：报价），可在页码索引处填写 1。

### （二）数据文件编制要求

1. 投标人须从所报项目的招标文件压缩包内对应包段目录下获取本文件（变更后的数据文件需要重新下载），必须在原文件上严格按照其中要求填写，其内部已约定好固定格式和相关内容，对采用非该文件基础上编制或对该文件进行任何工作表、表格行、表格列的增减、对工作表先后顺序的变动，以及对锁定区域内的数据进行更改、文件另存到其他文件等违规性操作，都会导致系统无法接收该文件使其响应失败。

2. 投标人应按数据文件中规定的要求，完整、准确地填写《封面》《投标报价表（含明细）》《需求响应表（如有）》《评审对照表》《评分对照表》，任



何的漏表、漏项及信息不完整、填写数据不规范或不正确，都将导致电子交易系统无法接收该文件使其响应失败。

3. 投标人在对数据文件电子签章前，应按照上述 2 项的要求进行认真检查与确认。因投标人自身原因所导致其响应失败的，须自行承担相关责任。

#### 四、投标文件

投标人编制投标文件必须包括：投标文件（PDF 格式）（第一册）、数据文件（PDF 格式）（第二册），以上内容缺一不可，否则为无效投标（响应）。

1. 投标文件（pdf 格式）（第一册）由下述部分组成[属于固定格式的须按招标公司提供的格式填写，详见第五部分 投标文件（格式）]。

##### 2. 数据文件（pdf 格式）（第二册）

投标人须从本项目招标文件压缩包内获取对应包段的数据文件（EXCEL 格式），并严格按照要求填写。填写完成后在威海市国有企业阳光采购电子化服务平台中上传该数据文件（EXCEL 格式），系统将自动转换为 PDF 格式，再加盖投标人电子印章。数据文件（PDF 格式）包含下列内容：

- （1）封面
- （2）投标报价表（含明细）
- （3）评审对照表
- （4）评分对照表（如有）

3. 投标人应通过威海市公共资源交易网登录威海市国有企业阳光采购电子化服务平台获取招标文件，并通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台网上上传电子投标文件，电子投标文件成功上传后，将会生成投标回执，未通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台上传电子投标文件的，为无效投标。

#### 五、投标报价要求

1. 本项目销售代理费设上限控制价，上限控制价为：

结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%以内（即小于 50%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的 1.1% 结算。



结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%-80%（即大于等于 50%小于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的 **1.6%** 结算。

结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 80%以上（即大于等于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的 **2.1%** 结算。

**本项目投标报价超过上限控制价否决投标。**

2. 投标人只能提报一个方案和报价，提报两个或两个以上的方案和报价将视为无效投标；

3. 投标人的投标报价为一次性报价，任何包含价格调整要求的投标将被视为非实质性响应而被拒绝；

4. 投标人应严格按照招标文件所提供的格式填写齐全，不得涂抹、修改，表中相应内容的报价必须计算正确；

5. 所有价格折扣、优惠条件必须在开标一览表中注明，否则评标时不予认可；

6. 投标文件中开标一览表内容与投标文件中报价明细表内容不一致的，以开标一览表为准；

7. 投标文件的大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；总价金额与单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准，单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价。若投标人拒绝接受上述修正，其投标将被拒绝；

8. 投标人免费提供的项目，应先填写该项目的实际价格，并注明免费，此项不计入总计价或合计价；

9. 报价币种为人民币。

**六、投标文件的递交**

1. 投标文件的密封和标记

1.1 第一阶段电子投标文件的密封和标记

1.1.1 加盖了电子印章的电子投标文件（PDF 格式）和数据文件（PDF 格式）须在电子交易平台界面进行提交，提交前系统会自动在本地进行加密和签章，加



密和电子签章后的文件除了会上传到系统中之外还会同步保存到本地计算机。

## 1.2 文件递交

1.2.1 投标人应在《投标须知前附表》规定的时间前在威海市国有企业阳光采购电子化服务平台上传电子投标文件和数据文件。投标人应充分评估集中响应带来的网络影响，尽量避开投标高峰时间，错峰进行投标，系统以收到投标人发出的递交指令的时间作为其投标时间，如该时间超过投标截止时间，其投标将会被判定为无效。

1.2.2 投标人须牢记投标加密密码，该密码将用于报价时解密其投标文件，如忘记密码或输入错误密码多次，其递交的投标文件将无法解密，导致无法提取数据和供他人阅读文件，致使其投标失败。

1.2.3 投标人应将网上递交的已盖章未加密的数据文件和投标文件谨慎保存备份，以便启动应急开标程序时备案。

## 七、投标文件的修改、补充和撤回

1. 投标人必须在规定的投标截止期之前将修改的投标文件上传到威海市国有企业阳光采购电子化服务平台电子交易系统, 在投标截止期之后，投标人不得对其投标文件做任何修改。

2. 投标人在递交投标文件后，可以在投标截止期之前撤回其响应。

3. 开标后不允许对投标文件做实质性修改和补充，不得撤回投标文件。

## 八、投标有效期

1. 从开标之日起，投标有效期为 90 天。投标有效期短于 90 天的，其投标为无效投标。

2. 特殊情况下，在投标有效期满之前，招标公司可以要求投标人延长投标有效期，投标人可以书面形式拒绝或接受上述要求。

## 九、投标保证金

1. 本项目投标保证金收取情况见《投标须知前附表》。

2. 缴纳截止时间：投标文件递交截止时间前。



3. 投标保证金的交纳单位必须与投标人名称一致，且必须从基本账户转出，否则，投标无效。

4. 交纳形式：见《投标须知前附表》。

5. 未中标人的投标保证金，在代理公司向中标人发送中标通知书后，系统自动退还；中标人的投标保证金，在采购人和中标人签署完合同后，系统自动退还。非由中标人原因未能签订合同的，应在招标人作出处理结果之日起五个工作日内退还中标人的保证金。采购项目流标的，系统在确定流标之日起五个工作日内自动退还所有投标人的保证金。

6. 有下列情况之一的，投标保证金不予返还。

6.1 投标人提供不真实资格、资质证明文件的；

6.2 在投标有效期内撤回报价的；

6.3 除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标人不与招标人签订合同的；

6.4 投标人与招标人、其他投标人或者招标代理机构恶意串通的；

6.5 评审委员会认定的其他事项。

对以提供虚假材料或恶意串通或采取不正当竞争手段谋取中标的投标人，一经发现将依法取消其投标人资格，投标保证金不予返还，列入平台黑名单。

#### **十、代理服务费：**

见投标须知前附表

#### **十一、履约保证金**

本项目不收取履约保证金。

## 第三部分 开标、评标、定标

### 一、开标

1. 投标截止时间结束后，实质性响应的投标人不足 3 家的不得公开报价。
2. 招标公司在招标公告规定的时间和地点组织开标。到现场开标的投标人须携带 CA 锁和笔记本电脑，以便进行开标操作。
3. 现场开标和远程开标的投标人代表应在签到表格相应位置上加盖 CA 锁中的电子章以证明其出席，在开标时间前未完成签到的否决投标。
4. 《投标须知前附表》规定了文件解密时间，投标人输入密码错误次数过多、未能按时完成解密、其《数据文件》填写、盖章不规范等导致系统无法解析的，将会被视为无效投标（响应）。
5. 录音、录像：威海市公共资源交易中心负责从递交投标文件开始到确定成交结果全过程的录音、录像工作，确保声音清楚、图像清晰、内容无遗漏。
6. 报价过程中，如遇特殊情况，服从威海市公共资源交易中心场地调配，并遵守相关规章制度。
7. 公开报价程序
  - 7.1 签到：在响应须知前附表规定的时间完成签到。
  - 7.2 启动开标：工作人员在响应须知前附表规定的时间启动开标。
  - 7.3 解密：工作人员启动开始解密指令，投标人开始输入解密密码，解密时间到后工作人员启动停止解密指令。
  - 7.4 报价：停止解密后，系统将自动提取各投标人数据文件中的相关数据生成投标（报价）一览表。携带笔记本电脑和远程报价的投标人应及时关注报价过程，查看报价结果并在投标（报价）一览表上进行电子签署。若投标人不进行相关签署，将被视为其对投标（报价）一览表中所载内容无疑议。
8. 应急报价程序

电子报价过程中如出现下列情况，导致系统无法正常运行，或者无法保证报



价过程的公平、公正和信息安全时，经与行政监督部门沟通后可启动应急报价程序。

- (1) 系统服务器发生故障，无法访问或无法使用系统；
- (2) 系统的软件或数据库出现错误，不能进行正常操作；
- (3) 系统发现有安全漏洞，有潜在的泄密危险；
- (4) 病毒发作或受到外来病毒的攻击；
- (5) 其他无法保证报价过程公平、公正和信息安全的情形。

应急报价程序包括：

- (1) 对未在系统中报价的可暂停报价；
- (2) 对已在系统中报价的应停止，等待系统恢复正常后再组织进行报价。

(3) 对解密环节出错（因系统故障原因导致）的投标人，通过系统的备案功能进行文件上传备案，对备案文件与网上递交的文件不一致（系统通过数字签名进行验证）或备案文件未按照本文件的要求进行编制、签署导致系统无法备案的投标人作无效投标（响应）处理。

(4) 备案功能故障且系统长时间无法恢复正常的，在招标公司的监督下可针对所有在平台中已报价的投标人，启用其电子邮件递交的投标文件进行报价，同时报价由线上转为线下，开标、评审均以电子邮件递交的投标文件为准，投标人必须在获取采购文件时留有本单位详细的邮箱和电话，否则由此产生的不利后果由投标人自行承担。对未按规定递交或递交的文件未按要求进行编制、签署的投标人作无效投标（响应）处理。

#### 9. 应急报价电子邮件递交规定

接收电子邮箱：tljs2018@126.com

递交时间：以电子邮件或电话通知的时间为准；

邮件数量：一封；

邮件主题：项目编号、投标人名称；

邮件内容：附件含项目所有的已投包段，每个包段含已盖章且未加密的数据文件、投标文件各一份。数据文件、投标文件与网上最终递交的必须为同一文件



（可将所投包段的所有文件打包压缩），如果不一致，系统后台会判定为无效投标（响应）文件，导致报价无效。

#### 10. 启动电子邮件报价流程

工作人员电话通知所有投标人启动应急报价程序；

投标人收到通知后在规定时间内通过电子邮件递交投标文件（在非应急报价期间山东同力建设项目管理有限公司不接受、不处理任何通过电子邮件提交的投标文件）；

递交截止时间到，工作人员开始下载投标文件，将报价形成开标报告并邮件回复各投标人；

投标人确认报价并邮件回复，不及时回复的视为对开标报告的内容无异议。

## 二、评标

### （一）评标委员会

根据本项目的特点组建评标委员会，其成员由招标人代表与有关技术方面的专家共 5 人组成。

### （二）评标原则

“公平、公正、科学、择优”为本次评标的基本原则，评标委员会将按照这一原则的要求，公正、平等地对待各投标人，同时，在评标时恪守以下原则：

1. 客观性原则：评标委员会将严格按照招标文件的要求，对投标人的投标文件进行认真评审，评标委员会对投标文件的评审仅依据投标文件本身，而不依靠投标文件以外的任何因素。

2. 统一性原则：评标委员会将按照统一的评标原则和评标方法，采用统一标准进行评标。

3. 独立性原则：评标工作在评标委员会内部独立进行，不受外界任何因素的干扰和影响。

4. 保密性原则：评标委员会及熟知情况的有关工作人员必须对每位评委的评



标意见和投标人的商业秘密严格保密，不得外泄。

5. 综合性原则：评标委员会将综合分析、评审投标人的各项指标，而不以单项指标的优劣评定出中标人。

### (三) 评标程序

1. 公开招标采购项目开标结束后，招标单位或者招标代理机构应当依法对投标人的资格进行审查。

2. 组织评标委员会推选评标组长，招标单位代表不得担任组长。

3. 评标委员会将按照招标文件的规定对投标文件进行符合性和响应性审查，以确定投标文件的有效性。

4. 不允许偏离的实质性要求和条件（出现下列情形之一的，视为对招标文件未做出实质性响应，按照无效投标处理）：

(1) 投标文件不完整的；

(2) 未按规定提交投标保证金的（若有）；

(3) 资质、资格证明文件不完整或不符合要求的；

(4) 投标文件未按规定签署及盖章的；

(5) 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

(6) 投标人的法定代表人或授权代表不在规定时间内答疑或澄清的；

(7) 投标有效期比招标文件规定短的；

(8) 报价及服务承诺等不能满足招标文件要求的；

(9) 不同投标投标人单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的；

(10) 投标文件含有招标单位不能接受的附加条件的；



(11) 评标委员会认为不符合招标文件其他实质性要求或法律规定的。

5. 属于无效投标的，投标人不能通过修正或撤消投标文件中不符合之处而成为实质性响应的投标，招标公司将通知投标人，并说明无效投标理由；属于有效投标文件的，将进行下一轮次的询标和澄清。

#### 6. 询标和澄清

(1) 对有效投标文件中含义不明确、同类问题前后表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会可以书面形式要求投标人在规定的时间内作出必要的澄清、说明或者纠正，投标人应在要求的时间内以书面形式澄清、说明或者补正，并由其法定代表人或被授权人签字，且不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

(2) 投标人依据评审要求进行澄清、说明或者补正的内容构成投标文件的组成部分。

#### 7. 比较与评价

评标委员会按招标文件中规定的评标方法和评标标准对有效投标文件的商务和技术进行评估，综合比较和评价，按综合得分高低列出中标候选人排序表，若总分相同，以报价得分高的排前；若总分、价格得分都相同，则以技术方面得分高的排前。

#### 8. 出现下列情况之一的，均予以废标

- (1) 合格的投标人不足三家的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 因重大变故，采购任务取消的。

#### 9. 评标方法

- (1) 评标方法：综合评分法。
- (2) 评标细则：



评分因素		分值	评分标准
商务部分 (30分)	报价	/	评审基准价=所有投标单位的有效报价的最低值。 投标单位报价等于评审基准价时得 10 分，报价每高于基准价 1%扣 0.1 分，不足 1%的按直线插入法计算，扣完为止。（四舍五入的方法精确至小数点后两位，若投标单位报价超出投标控制价的，作为无效处理。）
		10	1. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%以内（即小于 50%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。
		10	2. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%-80%（即大于等于 50%小于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。
		10	3. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 80%以上（即大于等于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。
资信部分 (20分)	同类项目 业绩	12	投标单位2022年1月1日-至今（以合同签订时间为准）完成的相同或类似项目业绩的，每具有一项得3分，最高得12分。 注：1. 投标文件需要附合同关键页（时间以签订时间为准），否则不得分。 2. 类似业绩：销售代理或渠道代理项目
	人员力量 配备	8	工作人员岗位配备：代理公司配置销售人员驻场，配置项目策划团队。每配置一人，加1分，本项最高得分8分。无配备人员本项不得分。
技术部分 (50分)	市场认知 分析	13	市场认知分析：市场调研，市场产品优劣势及整体市场分析，由评标小组酌情打分，满分13分。
	项目及产 品分析	12	项目及产品分析：本项目资源、区位、价值，优势劣势分析，卖点提炼等由评标小组酌情打分，满分12分。



目标客群 定位	12	针对项目，目标客群的准确定位、分析目标客户画像等由评标小组酌情打分，满分12分。
营销策略 分析	13	营销思路概要及营销推广：项目营销策略及营销推广方向分析由评标小组酌情打分，满分13分。

注：a. 本细则只针对有效标书予以评分。

b. 投标人的分项得分为评标委员会全体成员的分项评分均值。

c. 计算得分时，四舍五入保留至小数点后二位。

### 三、定标

1. 评标委员会根据招标文件载明的评标细则进行综合评审，并按评审后得分由高到低顺序排列，确定排名前三名的投标单位为中标候选人。

2. 评标结束后，公示无异议（公示期 1 工作日）确定排名前两名的中标候选人为中标人。中标价执行所有中标人分项报价的最低价，否则视为放弃中标资格，按排名顺序递延。如发现上述中标人存在与招标文件、投标文件不符或弄虚作假等其它违法行为，经招标单位同意：取消中标资格，由排名次之的候选人中标，依次类推或重新招标。

3. 评标结果将在中国招标投标公共服务平台（[www.cebpubservice.com](http://www.cebpubservice.com)）、威海市公共资源交易网（<http://ggzyjy.weihai.cn/>）发布予以公告。

### 四、编写评标报告

依据评委评标签字的原始记录和评标结果，按照规定的内容要求编写评标报告，并由全体评委签名。

### 五、签订合同

1. 评标结果公告后，由招标单位、招标代理向中标人签发中标通知书。

2. 中标合同原则以第六部分合同书（范本）为基础，并根据投标、答疑情况进行修改补充，自签订之日起生效。

3. 中标人在规定的期限内无正当理由拒绝签订合同，取消原中标决定，与排名次之的中标候选人签订合同或重新组织招标。



## 第四部分 采购项目说明

### 一、背景

为保障卧龙山居项目 2026 年度销售目标达成，通过公开招标方式引入专业销售代理机构，甲乙双方联合销售，深度融合企业资源优势与市场化营销能力，破解多项目并行的人员配置瓶颈，构建优势互补、协同高效的合作体系。依托专业团队定制精准营销策略，同步强化老项目续销力度，通过精细化运营实现销售规模、周转效率与成本管控的动态平衡。

### 二、销售代理公司要求

(一) 合作模式：开发商与代理公司联合销售

(二) 代理公司工作内容：

名称	内容	细则
市场调研与分析	市场调研	分析区域市场、竞争项目及目标客户群体。
	数据分析	研究市场需求、价格走势及客户偏好，为销售策略提供依据。
销售策略制定	定价策略	根据市场调研，协助甲方制定合理的定价方案。
	推广策略	制定广告、线上线下活动等推广计划，提升项目知名度。
	销售计划	制定阶段性销售目标及执行方案。
销售团队管理	团队组建	招聘、培训销售团队，确保具备专业能力。
	团队管理	监督团队日常工作，确保目标达成。
	绩效考核	制定考核标准，激励团队提升业绩。
客户开发与维护	客户拓展	通过多种渠道寻找潜在客户，如电话、网络、线下活动等。
	客户接待	安排客户看房，解答疑问，提供专业建议。
	客户维护	定期跟进客户，处理投诉，提升满意度。
销售执行	合同签订	协助客户完成购房合同签订，确保流程合规。



	按揭办理	协助客户办理按揭贷款，提供相关咨询服务。
	售后服务	协助客户处理交房、验房等后续事宜。
销售数据管理	数据统计	定期统计销售数据，分析销售进度。
	报表提交	向甲方提供销售报表，汇报销售情况及市场反馈。
品牌推广与宣传	品牌建设	协助甲方提升项目品牌形象，增强市场认知。
	活动策划	组织开盘、促销等活动，吸引客户关注。
与甲方的沟通协调	定期汇报	向甲方汇报销售进展、市场反馈及问题。
	协调资源	与甲方协调广告、物料等资源，确保销售顺利进行。
风险管理	风险识别	识别销售过程中的潜在风险，如市场波动、政策变化等。
	应对措施	制定应对方案，确保销售目标达成。
法律合规	合同审查	确保销售合同符合法律法规，规避法律风险。
	合规管理	确保销售过程符合相关政策，避免违规操作。

### （三）销售任务及销售代理费用

代理费包含基础代理费、全员营销费用，代理公司根据任务完成 50%以下、50%-80%、80 以上进行基础代理费跳点，全员营销为固定值。

为强化销售代理效能，优化佣金激励机制，现制定以下规则：代理佣金实行月度结算与半年度考核双轨制，月度按销售任务完成率 50%以下结算佣金；每半年度对累计销售任务完成情况进行综合统计，根据半年任务完成情况一次性补发前期差额佣金。建立动态管理机制，若代理公司连续 3 个月未完成销售任务，甲方有权单方面解除代理合同，以此保障销售目标高效推进，实现合作双方权责对等、风险共担。如代理公司业绩表现良好，双方协商，可续签合同。



## 第五部分 投标文件（格式）



# 投 标 文 件

项目名称：卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购

招标编号：CRZY2026-002

投标人名称（盖章）：\*\*\*有限公司

日期： 年 月 日



# 目录

(由投标人自行索引带页码目录)



## 一、商务文件



## (一) 投标承诺函

山东同力建设项目管理有限公司：

我方收到 CRZY2026-002 号招标文件，经详细研究，决定参加投标。

1. 我方愿意按照招标文件的规定和要求提供货服务，报价详见投标函附录。

2. 我方同意 90 天的投标有效期，严格遵守投标文件的各项承诺。在此期限届满之前，本投标文件始终对我方具有约束力，并随时接受中标。我方承诺在投标有效期内不修改、撤销投标文件。

3. 我方愿意遵守招标文件的规定和要求，并提供招标文件中要求的所有资料。

4. 我方愿意按招标文件规定，全额交纳投标保证金（若有）。

5. 如果我方中标：

(1) 我方承诺将按照招标文件的规定全额交纳招标代理服务费；

(2) 我方承诺在中标通知书发出后，在规定期限内与招标单位签订合同；

(3) 我方承诺在合同约定的期限内，按期、保质、保量完成服务任务。

6. 所有有关本投标的函电，请按下列地址联系：

单 位： 邮政编码：

地 址： 联 系 人：

电 话： 传 真：

开户名称： 开户银行：

开户账号：

投标人（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日 期：



## (二) 投标承诺函附录

招标编号：CRZY2026-002

项目名称：卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购

项目名称	报价（人民币含税价）	服务期限
卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购	1. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%以内（即小于 50%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。	1 年
	2. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 50%-80%（即大于等于 50%小于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。	
	3. 结算阶段期限内，乙方完成销售任务的 80%以上（即大于等于 80%）的部分，乙方基础代理费提成比例按照本部分合同成交总金额的____%结算。	
投标声明：		

注：1、投标声明用于填写除总报价、服务期限外需要开标宣读的投标文件的其它主要内容，由投标人自行确定，做到言简意赅无歧义。

2、未宣读的投标价格、价格折扣等实质内容，评标时不予承认。

投标人（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日期：



## 数据文件填写说明:

投标报价一览表					
项目编号	CRZY2026-002				(电子公章)
项目名称	卧龙山居项目联合销售代理服务单位采购				
包段编号	001	包段名称	第一包		
交付期*		服务期*			
预算价(%)	640000.0000	投标总价(%)	0.0000	大写: 百分之零	
*服务地点	采购文件要求地址				
投标报价说明	第 1 页				
报价明细表					
序号	招标要求		投标响应		
	服务名称	数量	单位	单价(%)*	合价(%)
1	卧龙山居联合销售代理服务单位采购	1.0000	个		0.0000

## 注意:

1. 有底色标识的单元格可填写，“\*”项是必输项，任何有底色的必输项为空都可能导致您本次**投标无效**（若无此项内容，可填写无）；
2. 如想拷贝数据到某个待填写单元格，应采用选择性粘贴（只粘贴文本），否则单元格填写**无效或被锁死**；
3. **按照本表显示位置加盖一个电子印章**；
4. 本表为固定格式且有数字指纹，必须在原表上填写，填写完毕后只可保存不可另存。
5. 删除本表、增加本表、增加行列、删除行列、对固定格式的任何改动均会导致**无效投标**；

注：报价一览表：（1）交付期：填写“按甲方要求”；（2）服务期：1年。（3）投标总价填写：“0”。

2、报价明细表：（1）报价明细表中单价与合价两项内容均填写“0”。



## 二、资信文件



## (一) 法定代表人身份证明

投标人名称：

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\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

投标人：\_\_\_\_\_（盖单位章）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

（法定代表人身份证双面复印件）



## (二) 法人授权委托书

本授权书声明：注册于\_\_\_\_\_(国家或地区的名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(公司名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(法人代表姓名、职务)\_\_\_\_\_，代表本公司授权\_\_\_\_\_(被授权单位名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(被授权人的姓名、职务)\_\_\_\_\_为本公司的合法代理人，参加编号为 CRZY2026-002 号的公开招标采购活动，以本公司名义处理一切与之有关的事宜。

如果本公司在此次采购活动中中标，被授权人有权代表本公司签署采购合同。

本授权书于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日法定代表人签字或盖章并由单位盖章生效，特此声明。

被授权人无转委托权。

法定代表人签字或盖章：

投标人：\_\_\_\_\_（盖单位章）

（被授权人身份证双面复印件）



### (三) 投标人概况

企业注册名称			建立日期	
法定代表人		职称		企业性质
企业资质等级		批准成 立时间		
经营方式				
经营范围				
企业简介				

注:提供投标人概况表、营业执照等材料的扫描件。

投标人(盖章):

法人代表或委托代理人(签字或盖章):

日期:





## (五) 投标偏离表

(包括技术规格、参数和商务条款偏离)

序号	招标文件条款		投标文件条款	
	条款号	招标文件的内容	条款号	投标文件偏离内容

注：无偏离可填写“无”字，有偏离必须在本表列明，实际存在负偏离而在本表内没有列明的，视为虚假投标。

投标人（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日期：



## （六）投标人需要提供的其他资料

附：营业执照扫描件。

附：投标人、法定代表人、委托代理人未被最高人民法院 (<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>) 列入失信被执行人截图。

附：信用中国（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）或信用中国（山东）（[credit.shandong.gov.cn](http://credit.shandong.gov.cn)）查询的信用信息报告。

附：交纳保证金截图。（若有）

投标人认为需要提供的其他资料。



## （七）投标人信用承诺书

为营造公平竞争、规范有序的市场环境，树立诚信守法经营形象。本单位郑重承诺：

一、我方在此声明，本次招标活动中申报的所有资料都是真实、准确完整的，如发现提供虚假资料，或与事实不符而导致报价无效，甚至造成任何法律和经济责任，完全由我方负责。

二、我方在本次招标活动中绝无资质挂靠、串标、围标情形，若经贵方查出，立即取消我方报价资格并承担相应的法律责任。

三、我方在以往的招标活动中，无重大违法、违规的不良记录；或虽有不良记录，但已超过处理期限。

四、我方一旦中标，将按规定及时与采购单位签订合同，严格按照响应文件中所承诺的报价、质量、服务期等内容组织实施。

五、自觉接受社会各界的监督，依法接受有关行政机关的事中事后监管和执法检查，并如实提供有关情况和材料。

六、严格遵守国家法律、法规、规章和相关政策规定，积极参与社会信用体系建设，倡树以信笃行，以诚兴业的传统美德，争当信用市民，争创信用企业。

七、我方承诺投标人、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪记录。如有不实，愿意承担一切后果。

八、本《信用承诺书》同意向社会公开。

承诺单位：

（盖章）

年 月 日



### 三、技术文件



# 技术标部分

注:按评标办法要求编写



## 第六部分 合 同 书 （范 本）



## 卧龙山居项目联合销售代理服务合同

合同编号：

甲方：

乙方：

签订日期：\_\_\_\_\_年 月 日



**甲方：威海辰瑞置业有限公司**

地址：山东省威海市环翠区青岛北路 158 号

开户银行：威海市银行顺通支行

银行账号：817840001421006846

**乙方：**

地址：

开户银行：

银行账号：

前言：

经甲乙双方友好协商达成一致，从双方签订合同之日起，甲方委托乙方为甲方房地产项目进行策划及联合销售代理。依照《中华人民共和国民法典》等有关法律法规，在平等、互惠、互利的原则下，双方签订本合同并承诺遵守本合同所有条款，恪守信用，共同执行协议的条款。

## **第一条 定义及释义**

除非上下文另有定义，本合同中使用的定义词语应具有本合同约定的含义，本协议的条款应当根据本章解释。

### **1.1 该项目**

本合同条文中的“该项目”的含义是：甲方开发建设的位于高区古寨东路西，卧龙山路南（卧龙山路 87 号）的土地及该土地上所建设的全部不动产及附属物，涵盖该区域的住宅、商业、储藏室、车位等。

### **1.2 销售合同**

指乙方按照甲方确认的《商品房认购书》范本及《商品房预（现）售合同》范本与该项目购房者签订的生效合同文本。

### **1.3 乙方客户**

(1) 现场自然到访客户：销售现场由乙方登记来访、接待引导、成功签约、



房款全部支付且由乙方协助办理全流程手续的客户，视为乙方客户。

(2) 全员营销客户：非销售现场自然来访并提前报备客户，视为乙方客户。

#### 1.4 成功销售（乙方计提佣金的条件）

(1) 乙方客户一次性付款或分期付款的，买受人与甲方签署《商品房预（现）售合同》，合同全部房款支付至甲方账户，该套房屋即视为成功销售；

(2) 乙方客户采用按揭贷款方式支付购房款的，买受人向甲方支付首期房价款（须符合按揭银行的首付要求），与甲方签署《商品房预（现）售合同》，乙方收齐买受人贷款所需资料，并由买受人与相关银行签订购房贷款合同且根据与买受人签订的《商品房预（现）售合同》约定的相应贷款支付至甲方账户，该套房屋即视为乙方成功销售，乙方可依本合同的约定同甲方就成功销售的房屋进行款项结算。

(3) 成功销售数量以套为基本单位。

(4) 成功销售金额系指乙方在本合同中约定的时间段内以甲方指定售价对外成功销售商品房的总销售金额。

(5) 合同期限届满终止时，买受人已交不低于 50% 首期购房款或已签订《商品房预（销）售合同》的，仍由乙方协助客户办理后续房屋买卖手续，此种情形视为成功销售。

(6) 未达到成功销售标准的，不支付销售代理佣金。

#### 1.5 销售任务

(1) 半年度销售指标达成率=半年度成功签约（买受人与甲方签署《商品房预（现）售合同》）房屋的合同总金额/季度销售任务，该销售指标达成率仅影响合同第 6.1 条基础代理佣金，不影响双方佣金的结算条件和期限。双方佣金结算条件仍以本合同第 1.4 条定义的“成功销售”的条件为准。

(2) 乙方根据甲方确定的销售单价制定该项目所有房屋对外销售的房价表，并提交甲方予以确认；

#### 1.6 实际销售面积



实际销售面积指《商品房预（现）售合同》中约定的面积（如实测面积有变化，以《商品房预（现）售合同》中约定的面积结算）。

## 第二条 销售代理房源范围

甲方委托乙方代理销售由甲方开发的该项目如下：

名称：城投卧龙山居未售房源，最终以甲方提供房源为准。

总可售建筑面积：约\_\_万平方米。

## 第三条 销售代理方式

甲乙双方同意，乙方为甲方开发的本合同第二条所约定项目的销售代理方，非独家，在本协议合作期限内，乙方利用自身资源导入客户、投入众多资源包括但不限于利用乙方平台上的经纪人以及派单、巡展、直销及其他乙方举办的销售活动促使客户与甲方就合作房源项下房产达成交易。合作房源范围内，甲方有权自行销售、委托其他代理商代理销售或以该项目房源抵顶债务，乙方客户依据本合同第 1.3 条来认定。

## 第四条 委托代理期限

4.1 甲方委托乙方策划及销售代理该项目的期限为自双方签订本合同之日起 12 个自然月，首个月度不足一个自然月的，首月指自合同生效之日起至该自然月的最后一日。本协议期满，如双方在前述代理期限届满后有意继续合作，在代理期限届满前 10 日协商后续签合同。

4.2 在本合同期限届满前，如本合同第二条所约定的项目售罄，则本合同自动终止。

## 第五条 乙方销售代理服务内容

5.1 销售工作：实现项目的销售。有关房源楼号、建筑面积、销售价格等清单由甲方另行统一确定并提供给乙方，乙方应根据甲方售楼处实时数据及信息进行推荐客户。

5.2 全流程各阶段乙方的协调配合工作：乙方负责协助购房者与甲方销售合同签订、联络协助业主准备材料并及时办理银行按揭手续、办理商品房买卖合同



公证（如有需要）、协助甲方向购房者办理房屋交付手续、协助购房者办理不动产权证等一系列售后服务工作。

5.3 人员配置：项目乙方指派\_\_\_\_\_人营销团队驻场，负责甲方销售接待及营销策划工作。

5.4 附件《乙方销售代理工作实施细则》的全部内容。

## 第六条 销售代理佣金标准及支付

6.1 乙方依约履行全部服务内容的，甲方依约按基础代理佣金+全员营销佣金的方式计算乙方取得的销售代理佣金，该方式包含税率为\_%的增值税专用发票。

6.1.1 乙方基础代理佣金=乙方自然到访客户成功销售金额×乙方基础代理费提成比例，每月基础代理费提成比例按最低结算，每半年进行考核补发。

6.1.1.1 乙方基础代理费提成比例如下：

(1) 当半年度销售指标达成率<50%时，乙方基础代理费用提成比例按照\_\_\_\_%结算。

(2) 当半年度 50%≤销售指标达成率<80%时，乙方基础代理费用提成比例按照\_\_\_\_%结算。

(3) 当半年度销售指标达成率≥80%时，乙方基础代理费用提成比例按照\_\_\_\_%结算。

(4) 以半年度销售任务进行考核，根据半年度完成情况，每月的基础代理费提成比例按本条（1）-（3）项的进行补发。

(5) 如乙方完成年度销售任务（以本合同起始时间为第一个自然月，每12个自然月为一个年度计算年度销售任务），乙方当年基础代理费提成比例按\_\_\_\_%进行全年调整。

6.1.1.2 全员营销佣金：全员营销客户成功销售的，按照该月全员营销成功



销售金额\*全员营销提成比例\_\_\_\_%结算。

6.1.2 乙方销售每套房子佣金中的 3000 元作为交房保证金,该保证金待对应房屋完成竣工验收并正式交付给客户后,由甲方无息支付给乙方。

6.2 支付周期:

乙方于每月 10 日前向甲方提交上一月度成功销售的《销售业绩确认表》,经甲方书面核对完毕确认无误且乙方提供等额符合财务规定的合法有效的增值税专用发票后 30 日内,支付上一月销售代理佣金。

6.3 如果乙方未按本合同约定及时提供符合甲方要求的增值税发票的,甲方有权拒绝支付相应款项,且不因此承担延期付款的责任。同时甲方有权要求乙方赔偿由此给甲方带来的全部损失。

6.4 双方确认,对于已经成功销售房屋后销售合同解除的情形,无论因何原因解除,该房源均视为未销售成功,甲方不向乙方支付佣金;如已经计取了代理佣金,甲方在该套房屋的退房当月度的销售代理佣金计算时将该套退房房源的销售代理佣金扣回,不足抵扣的,延期至下一期抵扣。本合同终止或解除时仍未能全部抵扣的,乙方应于本合同终止或解除时 5 日内另行将未能抵扣部分款项全部支付给甲方。每逾期一天的,乙方应承担应付款万分之五的利息。本合同终止或解除后,销售合同被解除的,乙方应于销售合同被解除之日起 5 日内将甲方已经支付的代理佣金退还给甲方。

6.5 关于非乙方客户的特别约定:乙方客户符合本合同第 1.3 条情形的,计入乙方业绩,不符合该条约定的客户不属于乙方业绩,不计提佣金。但出现与甲方存在业务往来而进行账目工程进度款或结算款购房客户,虽成功销售的业绩不计入乙方业绩。

6.6 乙方如成功销售甲方代理的其他项目,代理佣金遵守其项目佣金标准执



行，如该项目无佣金制度，则由双方商议后签订补充决定。

## **第七条 甲方提供支持**

7.1 甲方负责该项目宣传推广过程中有关成本费用（包括营销推广费用，售楼处及销售现场和样板房装饰装修费用，保安保洁费用、水电（暖气）费、固定电话费、宽带使用费、办公家具设备及低值易耗品购置费用等）。

7.2 涉及本项目的营销宣传推广，包括但不限于：售楼处内外宣传看板、围墙广告画面、楼书、折页、单片、户外广告（发布、喷绘、租赁费用）、横幅、彩旗、推介会、项目说明会以及经甲方确认的策划方案所涉及的公关活动、促销礼品、电话费、网络费等由甲方据实承担，并按实际销售额的 1.5% 控制（售楼处建设和装修、样板示范区或样板间建设和装修不计于营销宣传推广费中），乙方据此编制广告投放计划，经甲方批准后予以投放。甲方可以自主决定广告计划是否采纳、实施。甲方是否采纳、实施，不影响乙方的业绩考核。

## **第八条 沟通机制**

8.1 甲乙双方代表约定每月进行一次项目销售总结和计划例会，总结每月的销售工作情况，对下个月的销售工作计划进行讨论和部署，甲方及时介绍项目工程进度、配套等影响销售的各方面情况。

8.2 每月最末一周，甲乙双方共同对乙方派驻现场销售队伍，进行包括销售、客户接待、客户满意度等代理服务工作内容的检评，遇有不合格的工作人员（所有专项工作小组成员），甲方有权要求乙方更换，乙方必须调整不合格人员。

8.3 甲乙双方代表约定固定时间进行每周一次的项目销售例会，沟通包括客户、销售和市场情况等与销售相关的事项。

## **第九条 甲方的权利与义务**

9.1 保证该项目的开发、建设和销售的合法性，申办有关销售之法律规定批文和手续，并以法律或法规认可之程序进行销售认购。确保销售区域和施工区域有效隔离。

9.2 甲方有权及时对乙方所提交的策划思路、策略、建议、报告分析、管



理企划等工作，提出修改意见或建议，并随时查询乙方工作情况，同时对乙方的建议和报告在接到该等建议或报告后 7 个工作日内给予及时书面批复，逾期视作已经认可。

9.3 甲方有权根据市场情况、销售需要随时调整销售价格。

9.4 甲方有权根据市场状况对销售指标进行调整。

9.5 甲方应按本合同规定准时向乙方支付销售代理佣金。

9.6 甲方委托乙方按经其确认的范本、价格与购房客户签署《认购书》和《商品房预（销）售合同》。

9.7 甲方负责收取购房客户所交付之定金及商品房买卖合同价款，并与购房客户签署《商品房预（销）售合同》。

9.8 该项目所有销售策略、广告计划、销售资料（含销售定价和折扣）、销售收费、对外宣传口径等必须经甲方签字确认。

9.9 有关该项目凡涉及与第三方各类合作合同（包括但不限于宣传及广告），均由甲方与第三方签署，乙方无权代表甲方对第三方作出承诺或代理乙方签署任何文件或资料。

9.10 甲方代表专职负责协调各有关方面的工作，授权范围如下：出具预告登记抵押登记中需甲方提供的各类资料、办理入户手续、与乙方初步审核结算款项、审阅宣传广告文稿及相关内容、对乙方日常管理事宜进行审核与确认，并负责项目销售过程中对乙方的履约情况的审查与监督，给予乙方提供工作协助。

甲方代表：\_\_\_\_\_。

职务：\_\_\_\_\_。

手机号码：\_\_\_\_\_。

甲方代表的确定与变更以甲方书面通知乙方为准，乙方推定的甲方代表对甲方没有任何约束力。甲方代表无权对本合同内容作出任何变更，并须及时提供各阶段所有优惠折扣与优惠政策的书面通知。甲方代表对上月度乙方完成《商品房买卖合同》并全款到账的《销售业绩确认表》进行初步审核业绩，最终确认以甲



方书面盖章确认为准。

9.12 甲乙双方协商客户接访顺序，形成接访管理制度。

9.13 甲方不干涉乙方在本协议约定范围内的销售代理工作，但甲方有权对乙方进行监督，以保证甲方企业及项目的品牌形象。若乙方采取非正当手段破坏本项目的销售秩序，甲方有权立即解除本协议并追究乙方的相关法律责任。

## 第十条 乙方权利与义务

10.1 乙方代表专职负责协调各有关方面的工作，授权范围如下：代表乙方向甲方提交销售任务，若乙方在本合同期间发生重大的销售变动，乙方代表应及时向甲方进行书面通报；与甲方结算款项；与甲方办理相关资料交接手续；负责与甲方就行销策划及销售代理工作事宜进行沟通、联系与推动；负责乙方策划及代理过程的日常事宜；组织专业人员形成本项目服务专案组，制定详细的工作执行计划并安排实施。乙方在代理销售过程中，仅能以甲方销售代理的身份与客户接触，遵循甲方的各项销控管理政策，严格按甲方提供的政策和资料及本合同的约定进行代理销售工作以及其他未具体列明但需乙方开展的工作。

乙方代表：\_\_\_\_\_。

职务：\_\_\_\_\_。

手机号码：\_\_\_\_\_。

乙方代表的确定与变更以乙方书面通知甲方为准。如因客户投诉或经甲方调查，发现乙方销售人员不具备专业素质的，甲方有权要求乙方及时更换，乙方拒不更换的，甲方有权终止本协议。

10.2 乙方同意遵守行业内竞争项目回避原则。乙方保证在甲方所在项目同一区域（具体指市区 1 公里）范围内不得代理其它同类房地产项目的销售代理工作，特殊情况双方协商确定。但在本协议签署日之前的已签代理协议的项目经甲方书面确认同意后不受本条约束。未经甲方许可，乙方不得向第三方（有关法律法规、政府部门、证券交易所或其他监管机构要求和双方有知悉必要的法律、会计、商业及其他顾问、雇员除外）泄露本协议的条款的任何内容以及本协议的签



订及履行情况，以及通过签订和履行本协议而获知的甲方的任何信息，否则应赔偿甲方损失。每次甲方有权扣除 50000 元佣金作为违约金。

10.3 乙方必须在每天下午 17 点前将当日销售日报表汇总及前日签署的《认购书》报甲方。每周向甲方提交现场客户登记情况和销售情况的分析简报。每月 5 日前向甲方提交上月度销售、客户情况、竞争对手、市场情况的总结，以及下月度销售计划建议。每月 25 日前乙方向甲方提交下月度的营销推广方案，经甲方审核同意下发执行。每季度结束后的第一个月 10 日前，提交季度销售回顾和总结。

10.4 保证提供高质量的市场策划、销售工作，按照有关法律规定和本合同约定为甲方提供代理服务，对甲方所委托事项按时、保质、准确完成。乙方所有策划方案、相关建议文案、市场调查、信息资料分析报告等以书面形式向甲方汇报，甲方书面同意后方可执行。乙方应主动将客户的相关要求和咨询内容反馈给甲方，在征得甲方事先同意并预约的情况下安排客户参观项目。乙方根据甲方的要求配合参与新闻发布会或其他联合推广活动。

10.5 乙方须按甲方要求制定售价表及付款方式，并经甲方书面批准后进行销售。乙方不得以自己的名义或甲方的名义收取客户包括佣金在内的任何费用，乙方违反前述约定，一经发现甲方有权解除本协议、扣发所有未发佣金并要求乙方赔偿损失。

10.6 乙方在销售过程中，应根据甲方提供的项目的特性和状况向客户做如实介绍，尽力促销，不得夸大、隐瞒、虚假或过度承诺，否则因此造成的损失由乙方承担。乙方应严格按照甲方制定的价格表、付款方式等相关销售资料执行，非经甲方书面同意，不得擅自对客户做出任何有关商品房价格优惠的承诺。乙方若超越甲方授权向购房客户作出任何承诺，引起相关的法律责任及经济纠纷由乙方负责。

10.7 乙方必须按甲方提供的《商品房认购书》、《商品房预（现）售合同》文本（含补充协议）、或其他与房屋销售有关的合同、协议的文本与购房客户签



订，未经甲方同意，乙方不得擅自修改。乙方负责对购房合同条款向购房客户作出合理、合法解释，指导购房客户缴交各期购房合同约定款项和税费；协助购房客户办理银行按揭手续，收集购房客户按揭贷款资料；协助购房客户及甲方办理商品房买卖合同公证、鉴证，负责向购房客户催缴购房款；协助购房客户办理不动产权证；协助购房客户及甲方办理物业交付手续等一系列售后服务工作；并及时将购房客户资料转交给甲方。

10.8 乙方负责协助业主办理银行按揭手续及办理商品房买卖合同公证、鉴证以及不动产权证，并负责主办房屋交付手续等一系列售后服务工作。

10.9 乙方应制定并按双方确认的《该项目现场销售管理制度》《该项目销售手册》等销售策略、促销、折扣办法等执行有关现场接待、销售认购等工作，未经甲方同意，乙方不得更改执行任何有关规定或决议。

10.10 乙方须确保按照有关法律法规的规定，进行现场接待和销售认购工作，维持销售现场销售秩序。在销售过程中不得存有欺瞒、擅自收取定金、房款或佣金等不法销售行为。

10.11 乙方应对每一个专项销售人员进行全面售前培训（包括后期补充的销售人员），保证每一名销售人员具有符合行业标准和法律规定的专业素质。

10.12 委托销售代理期内，乙方工作人员在对外接待客户时，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。

10.13 委托销售代理期内，乙方不得自行开展经营任何与房产相关的附加业务，亦不得向购房客户捆绑、搭售前述业务，包括但不限于装修、家电销售等；否则甲方有权不予支付涉及到的房产销售提成费用，已支付的甲方有权追回，并要求乙方另外支付1倍金额的违约金。

10.14 乙方在一切营销推广工作中（含员工言行）均须自觉维护甲方和该项目的品牌形象、社会声誉，若因乙方造成的甲方和该项目品牌形象的损害及损失均由乙方承担责任。乙方不得与其招揽的客户或其他第三方恶意串通损害甲方



利益。

10.15 乙方自行承担其派出人员的工资、佣金及相应的福利保险及根据本合同约定履行相应义务导致的一切开支和责任。如乙方与其他人员发生任何涉及劳动、劳务或雇佣关系纠纷，或因乙方人员导致第三人的人身、财产损失，一切责任均由乙方承担，如因此导致甲方承担了责任，甲方有权要求乙方按甲方承担责任数额的 1.3 倍赔偿甲方损失。

10.16 乙方在商品房认购、签约时到甲方处做认购、签约销控记录，避免一房两卖（包括签署认购书或认购协议、商品房买卖合同等）。一旦出现一房两定或两卖或一定一卖等重复销售的，按以下情况确定销售业绩：同一合同性质的，以实际交款（POS 机刷卡时间，无刷卡日期可对比的则按甲方收银员开具的收据编号）时间确定先购买的行为有效；不同合同性质的，以销售合同优于认购协议的原则确认购买行为有效性。按以上原则均无法判断先后顺序的，服从甲方的客户分配。接待未能按原购房意向成交的客户的销售代理负责处理客户的调房引导、不满情绪以及其他矛盾，乙方承担全部的法律后果，并承担不限于由此导致甲方需向客户赔偿的双倍定金、违约金等费用。

10.17 合同期限届满终止时，视为成功销售的，仍由乙方协助客户办理后续房屋买卖手续，如乙方不配合协助，甲方有权不支付此套房屋佣金。

10.18 附件《乙方销售代理工作实施细则》约定的全部服务内容。

### **第十一条 合同解除和终止**

11.1 若乙方在该项目开始销售后连续3个月内未能完成当期销售任务，则甲方有权单方解除本合同，并指定第三方或自行销售该项目。

11.2 因达到合同约定解除的情形的，合同自甲方解除函送达本合同载明的乙方地址之日起双方合同即告解除。乙方应在合同解除之日起5个工作日内返还甲方与该项目有关的全部销售资料。

11.3 受自然原因等不可抗力或政府法令等因素影响导致无法履行合同的，双方可协商解除合同，双方在按约结清销售代理佣金后，双方均无须承担任何责



任，双方协议解除合同。

11.4 乙方在销售过程中，夸大、隐瞒、虚假宣传、误导客户或者超越甲方授权向客户私自承诺，给甲方造成严重影响，出现舆情，甲方有权解除合同并要求乙方按 12.3 条及 12.4 条承担违约责任；

11.5 合同服务期满前如乙方完成项目全部可售房源，则合同自动终止；如在合同服务期满时乙方未完成项目可销售房源 90%的，双方另行协商后可续签合同。

## 第十二条 违约责任

12.1 若甲方逾期无故未支付应付乙方之销售佣金，则乙方有权自逾期之日起，以拖欠金额计算，每日按银行存款利率向甲方收取违约金。无合理原因超过 60 日未支付乙方销售佣金，乙方有权单方解除合同。

12.2 本合同一经签订，除非经甲乙双方协商一致及约定解约情形出现，否则甲乙双方不得以任何理由要求解除或终止本合同。

(1) 若甲方违约解除本合同，甲方应立即支付乙方已成功销售部分的全部销售代理费等费用，同时还应支付月平均销售代理佣金的 20%的违约金；

(2) 若乙方违约解除本合同，乙方应即办理移交手续并于通知送达后 5 自然日内撤离售楼处，同时还应支付月平均销售代理佣金的 20%的违约金。

12.3 乙方对造成甲方（或该项目）声誉损失或经济损失的，乙方承担不低于当月佣金款项 20%的违约金；违约金不足以弥补甲方实际损失的，乙方按甲方实际损失承担全部赔偿责任。

12.4 乙方擅自进行（包括但不限于）有关销售认购、促销折让、在媒体上违规或违法宣传该项目、客户资料挪用、收取客户服务费、虚假承诺、虚假宣传等损害甲方利益的行为的或出现舆情的，乙方向甲方支付 5000 元/次的违约金，并赔偿甲方因此而产生的损失；因乙方前述行为而产生的法律和经济纠纷由乙方承担相应费用；因此导致甲方依法须向客户承担赔偿责任等责任的，甲方有权按判决金额或调解、和解金额的 120%向乙方追偿，还应承担诉讼费、律师费等费用。

12.5 乙方应保证现场人员的在场时间（每天不少于 8 小时），甲方不定期



抽查，每发现一次不在场，乙方应向甲方支付 200 元/次的违约金；累计违反约定达 3 次的，甲方有权解除合同。乙方人员未及时到岗或更换的，依照本条执行。

12.6 甲方因乙方的违约行为行使合同解除权的，乙方向甲方承担 5 万元的违约责任，不足弥补甲方损失的，甲方有权向乙方追偿。本合同另有约定的从其约定。

12.7 若乙方未按约定向甲方提交销售任务、组织例会及汇报的，则甲方有权自逾期之日起，以上月销售代理佣金为基数（上月无佣金的，按照 10 万元为基数），每日按千分之一向乙方收取违约金。逾期达 20 日的，甲方有权单方解除合同。

### **第十三条 知识产权归属**

13.1 乙方或乙方代表，根据本合同代理服务内容直接向甲方提出建议之所有资料或文件所涉及的，包括但不限于前述资料或文件的所有权、知识产权归甲方所有。乙方不得将相关资料用于与履行本合同无关的任何用途，并不得提供给第三人。

13.2 甲方提供给乙方参考的有关项目的有关资料以及销售客户资料的所有权、知识产权归甲方所有，乙方未经甲方书面同意，不得任意使用发布或向第三方提供项目一切相关资料。

13.3 在任何情况下，甲方和乙方各自拥有的商标权都不得受到对方和任何第三方的侵害。

13.4 双方保证向对方提供的各项资料文件具有完整有效的所有权、处分权和知识产权。如因此导致一方涉及侵权纠纷，则由该方负责处理该等纠纷，给对方造成损失的，应当予以赔偿。

13.5 乙方向甲方单独进行工作汇报，任何工作汇报均谢绝以下第三方在场：房地产销售代理公司、房地产顾问公司、房地产策划公司等其他同行业、同性质公司。

### **第十四条 保密事宜**



14.1 甲乙双方同意：在本合同有效期内及本合同有效期届满或终止之日起直至甲方对外公开之日止，本合同内容以及甲方向乙方提供的有关信息情报、资料、合同或乙方向甲方提交的咨询报告及相关文件，均是商业机密文件，应当严格予以保密，不得在未获得对方书面认可的情况下，以任何形式（包括口头和书面）将前述资料和信息直接或间接透露或出示给第三方。甲乙双方均仅限于将该等商业资料或信息透露给予本合同履行直接有关的工作人员，且均需告知有关人员此项保密义务。否则，双方将保留向对方追究由此而引起的直接经济损失及法律责任的权利。

14.2 未经甲方同意，乙方不得以任何形式（包括口头和书面）向第三方提供任何与本项目有关的市场、销售、推广企划等成本费用、策略和执行的细节，如发现乙方泄露，甲方有权向乙方追究因此而造成的直接损失，且甲方可单方解除合同。

14.3 合同有效期内及终止后，保密条款仍具有法律效力。

### **第十五条 争议的解决**

甲乙双方在执行本合同时产生争议，双方应本着友好的态度协商解决；如协商一致，可以签订补充协议；若协商不成，则任何一方均可向甲方所在地有管辖权的法院提起诉讼。

### **第十六条 合同的完整性及法律效力**

16.1 本合同的形成、效力、解释、签署、修改及终止均受中华人民共和国有关法律法规和地方性规定的约束。

16.2 甲乙双方联络方式均以本合同所记载的电话、通信地址为准，双方保证对所提供资料的真实性负责。需要以书面形式通知的，均需以邮政 EMS 方式寄送至指定通信地址。如一方联络方式有变更，变更联络方式应在变更之日起 2 日内以书面方式通知对方，否则另一方以本合同约定的联络方式所做出的任何通知均为有效，一方按照本合同约定的通信地址向另一方发送书面文件（EMS 方式）被退回的，以书面文件寄出之日起第五日即视同送达。



16.3 本合同正文为清洁打印文本，如双方对此合同有任何修改及补充均应另行签订补充协议。合同正文中任何非打印的文字或者图形，除非经双方分别确认同意，否则，不产生任何约束力，也不可推定或默视为有效。

16.4 本合同附件及补充合同构成本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

16.5 如本合同的部分条款被宣布无效，应不影响本合同任何其他条款的效力。

16.6 合同的任何一方未能及时行使本协议项下的权利不应被视为放弃该权利，也不影响该方在将来行使该权利。

16.7 本合同一式四份，甲方执三份，乙方执一份，具有同等的法律效力。

16.8 本合同自双方签字盖章起生效。

附件：

1. 《乙方销售代理工作实施细则》
2. 《销售任务月度分解表》

甲方：（盖章）

乙方：（盖章）

授权代表：

授权代表：

法定代表人（签名）：

法定代表人（签名）：

签署时间：            年            月            日

## 附件一：《乙方销售代理工作实施细则》

### 一、销售代理工作

1. 负责销售组织与部署，组织销售人员按照既定的销售策略，进行销售部署，并按要求按时、准确、严格地执行，包括销售人员项目培训、销售人员对外宣传口径的制定、销售人员调动指引客户策略、展销会认购组织、销售信息渗透部署、促销组织执行、日常和阶段性现场销售组织等。

2. 提供专业的现场接待工作，在甲方委托范围内与购房客户签署《认购书》和《商品房买卖合同》，并指导购房客户按合同约定及时足额缴纳约定款项。

3. 现场购房客户和销售信息的收集和整理，并向甲方提供销售日报表、月报表、季报表等。

4. 乙方组建渠道中介管理服务团队，对各渠道进行统一管理，同时针对甲方进行专人对接汇报服务。

5. 乙方可做分销渠道网络的建立，整合威海及外地的各大中介，形成统一分销服务网络。

6. 乙方可做直属客户持续开发、带访、电话及网络 CALL 客服务，项目单页派发服务，包括派发范围规划，派发执行管理，项目形象展位巡展服务，分销商大会的执行及经纪人中介服务。

7. 乙方配合交房阶段的服务工作。

### 二、客户报备制度及界定标准

1. 报备：代理公司带客报备客户使用微信群报备，每家代理公司一个微信群，由代理公司专人来访前半小时以上进行报备，报备内容含客户姓名（全名）、联系电话（全号），甲方渠道经理对客户进行明源筛查，明源内无客户信息或最后一次来访后 45 天以上客户视为有效客户。

2. 来访：代理公司带客户来访后由接待置业顾问填写《来访客户确认单》，确认单一式三份，甲方留存 2 份（销管存档 1 份，销售现场存档 1 份），代理公司留存 1 份，需标明来访渠道，并由置业顾问确认客户是否到访，甲方销管、销



售经理、渠道经理、营销部经理进行复核。客户多次到访需每次填写客户确认单。

3. 客户保护期：甲方给予代理公司客户保护期为有效客户最后一次到访后 45 天。超过保护期客户于其他渠道成交视为成交公司业绩。客户每次到访需代理公司进行报备，未报备客户不重新激活保护期。

4. 代理公司拓客：代理公司不允许在项目红线内进行拓客，违规拓客视为无效客户。

5. 宣传推广：代理公司对外宣传含城投内容的需由甲方审核后方可对外发布，如未经审批出现宣传推广问题甲方可要求代理公司退场并赔偿相关损失。

#### 6. 客户归属判定

6.1 代理公司需在至少于客户到访前 30 分钟推荐客户，当客户电话号码被推荐后，由现场判定客户是否有效。

6.2 代理公司客户归属判定资料包括：到访客户信息确认单。

6.3 如出现两家或两家以上渠道公司在客户认定上有争议的情况时，需首先保证客户成交，在成交后渠道客户的最终归属判定以微信报备时间及提供相应的直系亲属关系证明，且未过有效期为标准，严禁渠道公司工作人员当着客户面发生争抢客户行为；

6.4 被推荐客户有多个电话号码，其中一个电话号码（不同于推荐确认的电话号码）在代理公司推荐客户日期之前曾在项目登记过，未超过 45 个自然日的，则认定为推荐无效；（认人不认号）；被推荐客户有多个电话号码，被不同的代理公司以不同的电话号码推荐，分为以下两种情况：

A：多方代理公司推荐，以推荐人优先带访为准；

B：若多方渠道（老业主/员工/代理公司）同时带领被推客户到达案场，则需和被推荐客户确定自己属于哪方推荐，如果被推荐客户无法确定，则以报备先后顺序为准；

最终客户归属无论前期经过何种程序，最终以甲方书面盖章确认，甲方有最终的审核权，即使前期有相关人员签字确认，也不能作为最后甲方书面审核的



最终权利。

### 三、各类报表及提报要求

1. 乙方必须在每天晚上 17 点前将当日销售日报表汇总及签署的《认购书》报甲方。

2. 甲乙双方代表约定每月 25 日前进行每月一次的项目销售总结和计划例会，总结每月的销售工作情况，对下个月的销售工作计划进行讨论和部署，甲方及时介绍项目工程进度、配套等影响销售的各方面情况。

3. 每月最末一周，甲乙双方共同对乙方派驻现场策划、销售队伍，进行包括销售、策划、客户接待、客户满意度等代理服务工作内容的检评，遇有不合格的工作人员（所有专项工作小组成员），甲方有权要求乙方更换，乙方必须调整不合格人员。

4. 每周向甲方提交现场客户登记情况和销售情况的分析简报。

5. 每月 5 日前向甲方提交上月度销售、客户情况、竞争对手、市场情况的总结，以及下月度销售计划建议。

### 四、其他内容

1. 乙方保证提供高质量的市场策划、销售工作，按照有关法律规定和本合同约定为甲方提供代理服务，对甲方所委托事项按时、保质、准确完成。

2. 乙方所有策划方案、相关建议文案、市场调查、信息资料分析报告等以书面形式向甲方汇报，甲方书面同意后方可执行。

3. 乙方须按甲方要求，制定售价表及付款方式，并经甲方书面批准后进行销售。

4. 乙方在销售过程中，应根据甲方提供的项目的特性和状况向客户作如实介绍，尽力促销，不得夸大、隐瞒、虚假或过度承诺，否则因此造成的损失由乙方承担。

5. 乙方负责按甲方确认的范本与购房客户签署《认购书》和《商品房买卖合同》，负责对购房合同条款向购房客户作出合理、合法解释，指导购房客户缴交各期购房合同约定款项和税费；督促、协助业主办理银行按揭手续，收集购房客



户按揭贷款资料；协助甲方办理商品房买卖合同公证、鉴证，负责向购房客户催缴购房款；协助办理物业交付手续等一系列售后服务工作；并及时将购房客户资料转交给甲方。协助甲方办理不动产权证书；

6. 乙方应制定并按双方确认的《该项目现场销售管理制度》《该项目项目销售手册》等销售策略、促销、折扣办法等执行有关现场接待、销售认购等工作，非经甲方同意，乙方不得更改执行任何有关规定或决议。

7. 乙方须确保按照有关法律法规的规定，进行现场接待和销售认购工作，维持销售现场销售秩序。在销售过程中不得存有欺瞒、擅自收取定金、房款或佣金等不法销售行为。

8. 乙方有权按本合同约定获取销售代理佣金。

9. 乙方应对每一个专项销售人员进行全面售前培训（包括后期补充的销售人员），保证每一名销售人员具有符合行业标准和法律规定的专业素质。

11. 乙方在一切营销推广工作中（含员工言行）均须自觉维护甲方和该项目的品牌形象、社会声誉，若因乙方造成的甲方和该项目品牌形象的损害及损失均由乙方承担责任。

12. 除甲乙双方协商外，乙方自行承担其派出人员的工资、佣金及相应的福利保险及根据本合同约定履行相应义务导致的一切开支和责任。

13. 合同签订后，乙方前期策划人员需马上到位与甲方工作人员进行对接并开展工作，根据本合同约定的销售专业工作人员必须确保在合同签订之日起 5 日内到岗。

14. 乙方代表负责对于甲方提出须确认的各项事宜，向乙方公司汇报审核并由乙方公司签章确认。若乙方在本合同期间发生重大的销售有关变动，该协调人应及时向甲方进行书面通报。负责与甲方就行销策划及销售代理工作事宜进行沟通、联系与推动，组织专业人员形成本项目服务专案组，制定详细的工作执行计划并安排实施。

15. 乙方提供《该项目现场销售管理制度》作为甲方监督乙方日常规范工作的考核依据，现场管理制度经甲方认可后作为合同附件。



16. 乙方为本项目服务的人员由策划团队和销售专业工作人员组成及简介：

策划团队：

项目总监：\_\_\_\_\_。

策划经理：\_\_\_\_\_。

销售团队：

销售总监：

姓名：\_\_\_\_\_。

电话：\_\_\_\_\_。

简介：\_\_\_\_\_。

销售经理：

姓名：\_\_\_\_\_。

电话：\_\_\_\_\_。

简介：\_\_\_\_\_。

销售员：

姓名：\_\_\_\_\_。

电话：\_\_\_\_\_。

简介：\_\_\_\_\_。



附件二：《乙方销售任务分解》

卧龙山居乙方年度总任务为                      万元，将年度任务进行任务分解：

2026年4月-2027年3月销售任务分解

月份	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合计
任务													100%
金额 (万元)													