# **房地产项目销售代理合同（独家）**

**甲方（盖章）：**

法定代表人或授权代表：

地址：

统一社会信用代码：

财务电话：

开户银行：

银行账号：

电子邮箱：

**乙方（盖章）：**

法定代表人或授权代表：

地址：

统一社会信用代码：

财务电话：

开户银行：

银行账号：

电子邮箱：

鉴于：

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独家策划及销售代理。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，共同执行合同的条款。

### **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，本合同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        以东、       以南，地块号        （参考土地出让合同上准确位置）涵盖该区域的住宅、车位、商铺、酒店、商贸中心等类型商品房。

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《商品房买卖合同》范本与该项目购房者签订的生效销售合同文本。

1.3 成功销售

（1）一次性付款的，购房者签署《商品房买卖合同》，合同全款到甲方帐上，该套房屋即视为成功销售；

（2）购房者做按揭的，购房者支付首期房价款（须符合按揭银行的首付要求），签署《商品房买卖合同》，收齐购房者贷款所需资料，同时与相关银行签订按揭合同且30天内相应贷款至甲方账户，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计算。

（3）代销房屋的成功销售数量以套为基本单位。

（4）销售指标达成率=成功销售房屋的合同总金额/月度销售指标

1.4 销售指标

（1）销售指标系指双方在合同中明确的，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及实际回款金额。

（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；

（3）销售指标：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 时间  销售额 | 年/月 | 年/月 | 年/月 | 年/月 | 年/月 | 年/月 | 年/月 | 年/月 |
| 签约额（万元） |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 回款（万元） |  |  |  |  |  |  |  |  |

（经甲乙双方协商一致，可对销售指标进行调整，以甲乙双方签字并盖公章为准。否则，销售指标以本合同约定为准。）

1.5 营销推广费

营销推广费用包括但不仅限于：项目销售中投入的媒体广告、楼书、DM制作、电视CF制作、灯箱广告、小型看板、房型家配图、引导旗、横幅、路牌、道旗、小区围墙广告及相应的广告宣传与促销活动产生的费用。

### **第二条 销售代理房源范围**

甲方委托乙方独家代理销售由甲方开发的该项目如下：

名称：        。

位置：        。

总建筑面积：约    万平方米（以政府最终批准数据为准）。

### **第三条 销售代理方式**

甲乙双方同意，乙方为甲方开发的该项目的独家代理销售，委托期内，甲方按本合同约定支付乙方销售代理费用。

### **第四条 开盘委托代理期限**

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至    年    月    日。

### **第五条 销售代理服务内容**

5.1 市场调研、营销策划工作。

5.2 销售工作：实现项目的销售。

5.3 交房阶段配合工作：乙方负责联络业主及时办理银行按揭手续及办理商品房买卖合同公证、鉴证、商品房产权证，并协助甲方办理房屋交付手续等一系列售后服务工作。

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“基本佣金+月度考核佣金”的方式计算乙方取得的销售代理佣金（其中10%为交付阶段代理佣金）；

6.2 基本销售代理佣金：甲方按当月成功销售房屋的合同金额的    %支付乙方基本代理佣金；

6.3 月度考核销售代理佣金：按月度考核结果另行支付月度销售代理佣金：

（1）当月销售指标达成率﹥100%时，甲方按考核当月成功销售房屋的合同金额的    %支付乙方月度考核代理佣金；

（2）当月90%≤销售指标达成率≤100%或乙方年度指标进入市场销售前3名（按市房地产信息网为准）时，甲方按考核当月成功销售房屋的合同金额的    %支付乙方月度考核代理佣金；

（3）当月80%≤销售指标达成率＜90%时，甲方按考核当月成功销售房屋的合同金额的    %支付乙方月度考核代理佣金；

（4）当月70%≤销售指标达成率＜80%时，甲方按考核当月成功销售房屋的合同金额的    %支付乙方月度考核代理佣金。

（5）当月销售指标达成率＜70%时，无月度考核代理佣金。

6.4 每月销售指标由甲方根据项目所在地实际市场状况及推盘节奏在上月月底前下达至乙方。未另行书面进行调整的以第一条约定的销售指标为准。

6.5 甲方与乙方于每月    日之前将乙方已提交的上一月度全款到账房屋的《销售业绩确认表》、月度代理费结算单核对完毕。

6.6 支付周期：

（1）乙方于每月    日前按约提供上一自然月经双方结算确认的销售代理佣金的请款资料及足额有效增值税发票，甲方收到之日起    工作日内支付上一自然月销售代理佣金的   90      ％（扣除交房阶段服务佣金）；

（2）乙方于交房服务阶段（以取得交付使用备案证明次日起计）   3      个月提供经双方结算确认的未结算的交房阶段代理佣金的请款资料及足额有效增值税发票，甲方自收到之日起         工作日内支付。

（3）该项目/区域取得交付使用备案证明次日起  90       天内仍未交付的房源，取消交房阶段服务佣金。

6.7 若商品房买卖合同生效半年以上且因非乙方原因解约的，甲方按交付佣金的  70   ％结算乙方交付佣金。因乙方原因导致解约的，乙方双倍退还该商品房已付佣金。给甲方造成其他损失的，甲方有权向乙方追偿。

6.8 如果乙方未按本合同约定及时提供符合甲方合同约定要求的发票的，甲方有权追偿向乙方追偿由此给甲方带来的全部税费损失，因此产生的一切责任与后果由乙方承担。

6.9 双方确认，对于已经成功销售确认的房屋购房者最终未能成功办理银行按揭贷款而致使该套的房屋买卖合同解除的，则该套房屋为未成功销售房源，甲方在该套房屋的退房当月度的销售代理费用计算时将该套退房房源的销售代理费用扣回，不足抵押的，延期至后期。解约时仍未能扣回的，由乙方另行退相应款项给甲方。

### **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 营销费用由甲方据实承担。营销推广费用预计占销售代理房屋按单套底价计的总房价款之和的    %。该费用如有调整或者需超出    %的应提前    个工作日交甲方书面确认后执行。甲方可根据市场状况随时调整，无须征得乙方许可。

7.3 由甲方于开盘前    天提供书面《销售窗口表》，作为乙方销售价款依据。

### **第八条 沟通机制**

8.1 甲乙双方代表约定每月    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。

8.2 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。除病假、离职或乙方根据法律法规、公司制度与其解除劳动关系外，乙方专项工作小组主要工作人员发生变动的，应提前    天书面通知甲方，经甲方同意后方可更换人员。

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。

9.2 甲方同意在所有宣传媒体广告及宣传资料、销售推广现场、项目所在地、售楼处围板等适当位置上提及乙方为该项目之策划销售总代理或印上乙方公司名称及商标。

9.3 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    个工作日内给予及时书面批复，逾期视作已经认可。

9.4 甲方有权根据市场情况、销售需要随时调整销售价格。

9.5 甲方有权根据市场状况对销售指标进行调整。

9.6 甲方应按本合同规定准时向乙方支付销售代理佣金。

9.7 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《商品房买卖合同》。

9.8 甲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、商品房产权证，并负责主办房屋交付手续等一系列售后服务工作。

9.9 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。

9.10 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。

9.11 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，乙方任何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。

9.12 甲方代表专职负责协调各有关方面的工作，包括但不限于以下方面：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、与乙方结算款项、审阅宣传广告文稿及相关内容，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：        。

邮箱：        。

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。

9.13 甲方代表负责对乙方提供需确认的各项日常管理事宜进行审核与确认，甲方代表无权对本合同内容作出任何变更，也无权对销售代理佣金进行确认。甲方代表须及时提供各阶段所有优惠折扣与优惠政策的书面通知。

9.14 本合同期间甲方发生有关物业销售事宜的变动，应由甲方代表及时向乙方进行传达和通报。

9.15 乙方向甲方提交报告等工作成果时，甲方应办理收妥手续并于    个工作日内给予书面意见。

9.16 甲方有权安排现场接待客户的顺序及指定任何人接待案场自然来访客户的权利。

9.17 甲方承诺销售期间项目具备如下条件：项目五证齐全、符合办理银行按揭条件售楼处交付使用、确保销售区域和施工区域有效隔离；

9.18 甲方承诺，在乙方正式进场展开销售工作之日前，本项目所有已经发生的营销行为及因此而产生的法律和经济纠纷均与乙方无关。

9.19 甲方同意：具备开盘条件、按施工进度完成施工质量并按期、按约定的标准交付房屋是乙方完成销售指标的前提条件，甲方不能按期开盘、交房的，代理指标、完成销售进度的时间则可以相应顺延。

### **第十条 乙方权利与义务**

10.1 乙方代表：        。

职务：        。

手机号码：        。

邮箱：        。

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区域（具体指市区3公里）范围内不得代理其它同质并形成直接竞争关系的房地产项目的销售代理工作（同区域的该房地产公司在市区开发的其他同质项目，也不得销售代理），特殊情况双方协商确定。但在本合同签署日之前的已签代理合同的项目及甲方书面确认同意的项目不受本条约束。

10.3 乙方必须在每天上午九点前将前一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    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    日前乙方向甲方提交下月度的营销推广方案，    个工作日内甲方审核完毕下发执行。每季度结束后的第一个月    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。

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。

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。

10.7 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；协助甲方办理银行按揭手续，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，负责向购房客户催交购房款；协助甲方办理商品房产权证；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。

10.8 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，未经甲方同意，乙方不得更改执行任何有关规定或决议。

10.9 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。

10.10 乙方享有在该项目的宣传媒体及资料上印上乙方为策划销售代理的字样及乙方的标识。

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），保证每一销售人员具有符合行业标准和法律规定的专业素质。如乙方人员更换（包括离职），需提前    天书面报备甲方，待甲方同意后，乙方方可更换人员。

10.12 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 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。

10.14 乙方自行负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。

10.15 乙方前期策划人员需在合同生效之日起    工作日内到位，及时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    日内到岗。

10.16 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，乙方代表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。

10.17 乙方管理人员及销售团队人员确定后，除因个人与乙方解除劳动关系、乙方根据法律法规或公司规章制度与其解除劳动关系的原因外，乙方不得将其调离本案岗位，如确需更换人员须提前    天书面通知甲方，并必须得到甲方书面认可后方可换岗。

10.18 乙方在商品房认购、签约时需当时到甲方处做认购、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：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公司负责处理客户的调房引导、不满情绪以及其他矛盾，并承担全部的法律后果。

10.19 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 若乙方在该项目毎期项目开盘后   三      月内未能完成当期委托可售房屋    %的成功销售率，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 根据甲方下达的销指标按月考核，若乙方连续在   三      个考核期内未完成销售任务，甲方有权单方解除合同。

11.3 甲方应当在合同解除后    个工作日内将成功销售房屋的代理费用双方在解除协议中明确，双方同时结清相关手续。若合同期限届满终止的，则交不低于    50    ％首期款签合同视为成功销售，并据实际回款金额计算销售代理佣金。

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

11.5 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。

### **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，每日按银行逾期贷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销售部分的全部销售代理费等费用，同时还应承担以代理期间月平均销售代理费用的    20    %的违约金。延期支付销售代理费的，应按照应付款的万分之    三    每日支付逾期付款违约金；

（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    自然日内撤离售楼处，同时还应按前一个月销售总额的    20    %但不超过    30    万元标准向甲方支付违约金。

（3）违约方应在单方解除、终止合同后    日内向对方支付违约金。延期支付应按照应付款的万分之    三    每日支付逾期付款的违约金。

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 乙方工作人员擅自进行（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，乙方向甲方支付    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等责任的，甲方有权按判决金额或调解金额的    120   %向乙方追偿。

12.5 若乙方未书面通知甲方或通知未获甲方书面同意，乙方擅自更换案场经理以上级别的管理人员及案场业绩累积前三名销售代表的，则第一次甲方将给与乙方书面警告，第二次开始甲方向乙方支付    元/次的违约金，该违约金由甲方从乙方的代理佣金中直接扣减。乙方不经甲方同意更换人员超过三次，则甲方有权解除合同。

12.6 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    元/次的违约金；累计违反约定达 3    次的，甲方有权解除合同。

12.7 甲方按合同约定行使合同解除权的，乙方向甲方承担    30    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。

12.8 若甲方未按约定时间交付房屋、因工程质量问题（须经质监部门认定）引起客户投诉，严重影响乙方正常作业或未按合同约定支付相关费用的，甲方调整销售指标或免除乙方部分不能完成销售指标的违约责任。

### **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均应视为甲方的财产，包括但不限于前述资料或文件的所有权、著作权。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所有资料以及销售客户资料的所有权归甲方所有，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它同行业、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的二年内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与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，乙方不得以任何一种形式（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。

### **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   该房地产项目    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，且以邮政EMS网站公示的送达日期为实际送达日。如一方联络方式有变更，变更联络方式方应在变更之日起    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，与本合同具同等法律效力。

16.5 如本合同的某条款被宣布无效，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合同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 本合同壹式肆份，双方各执贰份，具有同等的法律效力。

16.8 本合同自双方签字盖章起生效。

签署时间：    年    月    日

**甲方：（盖章）**

法定代表（签名）：

地址：

开户行：

账号：

**乙方：（盖章）**

法定代表（签名）：

地址：

开户行：

账号：

## **附件一：《乙方销售代理工作实施细则》**

### 一、市场调研、营销策划工作

1.市场调查及分析，竞争对手及竞争产品跟踪研究和客户访谈，根据市场反应、销售状况及成交客户分析，提供专题性、阶段性和每月、每季定期项目分析及总结报告。

2.根据甲方要求，提供项目市场策划，包括整体及阶段性项目市场分析、市场定位、市场推广策略、销售策略、销售渠道、价格策略等围绕项目市场推广及策划方案。

3.根据甲方要求，提供专题性市场分析及建议，包括项目各种配套设施、会所、交楼标准、户型设计、各单体建筑之平面规划和立面设计、户型比例、售楼部等涉及项目开发和销售的有关专题。

4.提供市场推广建议并执行或协助执行，包括广告宣传、新闻宣传、宣传渠道的选择、现场包装、售楼部及示范单位卖场包装、公关活动、促销活动、宣传资料、销售资料、认购资料策划设计等。

### **二、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款。

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.提供售后跟进工作，包括定期或阶段性提交详细之销售报告、客户统计分析、媒介分析、筹划及销售方面之检讨分析报告。

5.配合交房阶段的服务工作。

### **三、各类报表及提报要求**

1.乙方必须在每天上午    9    点前将前一日销售日报表汇总及前日签署的《认购书》报甲方。

2.甲乙双方代表约定每月    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。除病假、离职或乙方根据法律法规、公司制度与其解除劳动关系外，乙方专项工作小组主要工作人员发生变动的，应提前    天书面通知甲方，经甲方同意后方可更换人员。

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    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。

6.每月    日前乙方向甲方提交下月度的营销推广方案，    个工作日内甲方审核完毕下发执行。

7.每季度结束后的第一个月    日前，提交季度销售回顾和总结。

### **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，负责向购房客户催交购房款；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），保证每一销售人员具有符合行业标准和法律规定的专业素质。如乙方人员更换（包括离职），需提前    天书面报备甲方，待甲方同意后，乙方方可更换人员。

10.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。

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，乙方自行负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    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，案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：        。

名项目总监（非驻场）：        。

策划经理（非驻场）：        。

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：        。

驻场助理：        。

姓名：        。

电话：        。

简介：        。

## **附件二：销售指标月度分解表**