

服务内容、服务要求、相关要求及商务要求

一、项目概述

附表、横博苑项目主要技术经济指标

项目	数量	单位	备注
建设用地面积	50958	平方米	
总建筑面积	140100	平方米	
计容建筑面积	112100	平方米	
住宅建筑面积	102940	平方米	
公建建筑面积	9140	平方米	
其中	商业用房面积	6140	平方米
	物业用房面积	1300	平方米
	社区组织用房面积	1600	平方米
	门卫、消防室	120	平方米
建筑占地面积	9500	平方米	
地下建筑面积	28000	平方米	
建筑密度	17.94	%	
容积率	2.20	%	
绿地率	35.7	%	
机动车停车位	1000	辆	
非机动车停车位	2336	辆	

本项目位于马鞍山市博望区武当山大道与海河路交叉口西南角。本项目规划建设用地面积为 50958.30 m²，总建筑面积 140100 m²，地上总建筑 112100 m²，地下室总建筑面积 28000 m²。地上建筑包括 102940 m²住宅建筑(共 980 户，11 栋 18 层,5 栋 9 层)，6140 m²商业用房,1300 m²的物业用房(其中养老用房 250 m²，文体设施用房 730 m²，社区办公 620 m²)，1600 m²社区组织用房，120 m²门卫、消控室。地下室总建筑面积 28000 m²，包括机动车库、非机动车库、设备用房，其中机动车库中包括 6600 m²的地下人防机动车库。

二、服务内容

(一) **委托代理形式**：该项目为中标人独家全程营销策划及销售代理。

(二) 中标人负责横博苑项目全程营销策划及销售代理。服务项目不仅限于以下内容：

- 1、负责整盘策划、推广、平面设计、营销、内场接待、二级营销渠道架构、电商、签约、按揭等工作。
- 2、承担广告制作与发布、各类活动、销售物料制作、销售部工资及佣金发放等。
- 3、中标人负责制定项目的整体营销方案、营销推广策略、销售节奏安接、价格策略、内部认筹方案、开盘方案,推广活动及项目包装方案等重要策略,经招标人认可后中标人负责执行和实施,并及时向招标人汇报。中标人成立专门工作组全面跟进项目规划及设计工作,参与项目方案讨论及设计评标等工作。从策划和销售角度为招标人提供专业意见和建议进行市场调研、客户访谈、销售推广研究,向招标人提报项目市场客户调研报告,产品定位和产品解决方案的客户反馈和修订建议,项目销售及推广策略。经招标人认可后中标人负责执行和实施,并及时向招标人汇报。

三、服务相关要求

(一) 投标方案所有权

- 1、招标人拥有所有投标方案的使用权。
- 2、投标人保证方案及有关创意并未侵犯他人知识产权,否则投标人必须承担由此引起的全部法律责任和经济责任。
- 3、未经招标人许可,投标人不得将本项目的任何信息传递给第三方。否则投标人必须承担由此引起的全部法律责任和经济责任。

(二) 服务人员的要求

- 1、遵纪守法，品行良好，身体健康。
- 2、具备相关的房地产销售业务知识，熟悉业务，适应岗位需要。
- 3、具有较强的服务意识，服从安排，认真负责，勤劳敬业。
- 4、服务相关人员须着装整洁，销售人员须统一制服上岗。
- 5、服务人员数量：中标人应派不少于 10 名营销策划人员和销售人员负责该项目的营销工作，包括售楼部需要的销售经理、策划经理、职业顾问、前台秘书、水吧、保安、保洁等，所有人员需要经过招标人面试通过后方可录用，所有人员上岗前须经过专业培训，保证上岗人员的营销水平及对该项目的熟悉程度达到招标人要求。周末、假日、展销会及重大推广活动期间应视情况另增加人手。所有人员须通过人力资源公司派遣，中标人如需对非离职的主要营销人员进行调整，需提前半个月通知招标人并得到招标人的同意后实施，上岗前所有人员需配置到位，上岗人员须与投标文件中拟派人员一致，否则招标人有权不支付任何费用。

（三）其他要求

- 1、中标人销售目标：在代理期间，除不可抗力因素及招标人原因外，中标人应按合同要求完成相应的销售指标。
- 2、中标人高级管理人员（副总经理或以上级别）需每周赴项目所在地举行有关本项目营销工作的会议，以推进项目营销工作的正常有序开展。
- 3、中标人在现场售楼部进行销售工作，中标人现场销售人员的着装、工作环境、工作时间、工作要求、销售行为及程序应符合招标人的要求。
- 4、中标人应积极参与市场推广策划中的宣传活动，例如邮寄宣传单张、软性推广、邀请卡、新闻发布会、展销会及一切有助于该项目的推广与销售宣传工作。
- 5、在代理销售期间，中标人须确认本项目的销售说辞并严格按照此销售说辞对外宣传，不得以口头、书面等任何形式向买方做出未经招标人认可的承诺和解释。

6、中标人不得向外有夸大不实之宣传，不得违反当地法令及招标人关于代理项目需公示有关资料的要求，若致使招标人蒙受任何伤害，或衍生纠纷，则招标人可单方解除本合同，并根据情节轻重要求中标人赔偿损失。

7、中标人应为代理销售房产的价格表、付款方式、优惠措施等提供专业意见，招标人享有决定权。中标人应严格按照招标人制定的价格表、付款方式等相关销售资料执行，不得任意改变。

8、中标人代表招标人以招标人的名义与买方签署该项目的《认购书》、《定房单》及《商品房买卖合同》，负责向客户催缴房款、相关税费，负责协助银行办理银行按揭，并负责催促买方及时办理收楼手续等相关事项。招标人应提供相关企业相关资质证明，包括但不限于公司地址、固定电话、法人章及相关合同签定所需相关资料。

9、非经招标人同意，中标人不得与买方增减经招标人审定的《认购书》、《定房单》、《商品房买卖合同》及相关文件的任何条款。

10、中标人须安排人员协助招标人跟踪处理有关业主、客户投诉工作。如按揭银行无指定律师事务所办理按揭手续，中标人负责收集客户有关办理银行按揭的资料。

11、中标人不得在本项目现场范围内推介其他项目（招标人的其他项目除外），如经发现，招标人有权单方解除合同。

12、中标人不得擅自向买方收取未经招标人同意的任何费用。中标人工作人员就委托事项不得有任何有损于招标人声誉之行为。招标人如发现中标人派驻销售现场的工作人员不遵守销售管理规范、对待客户态度粗鲁、与客户发生言语冲突的，影响项目声誉的，有权要求中标人及时进行撤换及调整。如中标人的人员发生变动，须及时书面通知招标人。

四、办公场所

- 1、招标人负责人售楼部租赁、装修。
- 2、中标人负责售楼处日常运营的水、电、通讯（宽带及座机）及采购必要的办公家具、办公设备等费用。

五、销售价格与优惠的制定

- 1、本项目在开盘前一个月，中标人向招标人提交该项目该期的定价分析报告及提供销售价目表（具体到每间/套房产），招标人确定该期项目的平均底价。在本协议约定的合作期限内，乙方不得以任何理由变动招标人确定的本期房屋平均底价。
- 2、中标人按本项目该期的平均底价为依据，根据每套房屋具体情况，制定具体每间/套房屋的底价表，经招标人确认后，该每间/套房屋的单套底价表作为双方结算服务费（佣金及溢价）最终依据。双方均不得向第三方透露每套房的底价。
- 3、在实际销售过程中，中标人可根据市场反应，在具体每套/间房屋单套底价的基础上对销售价格提出建议，但必须经招标人书面批准后方可实施。未得到招标人授权同意的，中标人无权对房价进行加价销售。在销售期间双方对外执行统一的报价和优惠措施。
- 4、销售报价和优惠措施等方案，招标人和中标人双方需在正式开盘前 15 天内确定。

六、报价要求及服务费用结算

- 1、具体每套房屋价格，制定一房一价表，开盘前两周内由招标人签批后执行。招标人签批的一房一价表，作为中标人结算佣金及溢价的依据。
- 2、报价方式：本项目采用费率报价，最高佣金投标费率 $\leq 2.5\%$ ，同时中标人保证，扣除上述佣金后不低于招标人实收价格。

3、溢价：销售过程中，超过成交底价的部分，称为溢价。凡有溢价产生的，招标人与中标人双方按不低于 8:2 的比例进行分配，即投标人所获得溢价分配比例 $\leq 20\%$ 。

4、车位销售服务费计算方式：根据车位销售情况，结合考核支付相应费用。

5、佣金、车位销售分成和溢价，中标人均开具相关税票提供给招标人。

6、费用计算方式

本说明旨在阐述和说明招标人实收底价、销售底价等价格关系，明确招标人利益，保证项目在合法合规的前提下，通过一定的营销手段刺激市场，实现快速销售。

6.1 乙方佣金的计算方式

客户实际成交价*考核后佣金费率=乙方佣金，且乙方按上述比例结算佣金后，不得影响甲方实收底价。否则按客户实际成交价-甲方实收底价=乙方佣金结算。本项目最高限价为 2063.44 万元（按照房价 7200 元/m²计费），佣金最终支付金额以实际房价结算为准，但不得超过本项目的最高投标限价。

6.2 溢价的计算方式

客户实际成交价-甲方实收底价-乙方佣金=溢价

7、本项目预算价为按估价，最终支付金额以实际销售金额根据上述结算方式，据实结算。

8、前期宣传费（包括高炮、学校、商场及酒店等地的前期宣传费、小礼品（如：水杯）、公交车身广告费）已包含在总预算中，所有前期宣传费用由中标人承担，投标人在报价时应充分考虑此项费用。

七. 销售节点倒排

以 2022 年 9 月 1 日为开盘日期倒排：

时间节点	关键事件	相关配合
2022.7.1前	启动认筹	拿到预售证
2022.7.20前	二级销售网络架设完毕	
2022.8.1前	开盘价格确定	一房一价表甲方签批
2022.9.1前	开盘	

八、商务要求

(一) 提供服务按照以下原则执行：有国家标准的执行国家标准；无国家标准的执行行业标准；无行业标准的执行地方标准；无地方标准的执行企业标准。

(二) **服务期**：自合同签订之日起 18 个月，到期后合同自行终止。

(三) **履约保证金**

1、在签订合同前，中标人向招标人一次性提交中标价的 2%作为履约保证金（按 2000 万*2%缴纳）。

2、履约保证金作为履行合同的保证。

(四) **进场时间**：中标人接招标人通知后 5 日内完成进场。

(五) **营销方案提交时间**：合同签订后 30 日内提交营销方案至招标人。

(六) **销售指标考核标准及管理办法**

1、房产销售考核

(1) 首次开盘，三个月内可售房源的销售率须 $\geq 50\%$ ，否则招标人有权终止已签订合同，并扣除所有的履约保证金，且招标人不再支付任何费用给中标人。

(2) 服务期（18 个月）结束后招标人对最终销售情况进行考核，考核结果作为服务费的支付依据，具体考核标准如下：

服务期结束后

序号	销售比列	考核后佣金费率

1	销售比例<60%	中标佣金费率点*60%
2	60%≤销售比例<70%	中标佣金费率点*70%
3	70%≤销售比例<80%	中标佣金费率点*80%
4	80%≤销售比例<90%	中标佣金费率点*90%
5	销售比例≥90%	中标佣金费率点

2、车位销售指标及相应服务费

序号	销售比列	车位销售分成	备注
1	销售比例<50%	500 元/个	
2	50%≤销售比例<60%	600 元/个	
3	60%≤销售比例<70%	700 元/个	
4	70%≤销售比例<80%	800 元/个	
5	80%≤销售比例<90%	900 元/个	
6	销售比例≥90%	1000 元/个	

(七) 付款方式:

1、佣金支付

(1) 进度款每季度支付一次

序号	销售比例	支付金额
1	销售比例<60%	按实际销售的 50%支付佣金
2	60%≤销售比例<70%	按实际销售的 60%支付佣金
3	70%≤销售比例<80%	按实际销售的 70%支付佣金
4	80%≤销售比例<90%	按实际销售的 80%支付佣金
5	销售比例≥90%	按实际销售的 90%支付佣金

(2) 服务期结束后根据最终销售情况支付佣金

序号	销售比列	支付金额
----	------	------

1	销售比例<60%	按实际销售的 60%支付佣金
2	60%≤销售比例<70%	按实际销售的 70%支付佣金
3	70%≤销售比例<80%	按实际销售的 80%支付佣金
4	80%≤销售比例<90%	按实际销售的 90%支付佣金
5	销售比例≥90%	按实际销售的 100%支付佣金

2、溢价分成支付：每季度支付一次，每季度结束根基实际销售情况并结合溢价结算方式支付该季度溢价分成费用。

3、车位销售服务费支付：所有服务结束后根据销售情况一次性结算。