# 健身房招商代理合同范本(通用31篇)

来源：网络 作者：紫陌红尘 更新时间：2023-12-18

*健身房招商代理合同范本1链家20\_年开始长租公寓的发展，目前形成了集中+分布式并行的长租公寓模式。链家自如在房源获取上主要采取房东委托管理的模式。具体的方式为，房东通过拨打电话或线上留言的形式告知链家有托管意向，链家则和房东约定时间上门看房...*

**健身房招商代理合同范本1**

链家20\_年开始长租公寓的发展，目前形成了集中+分布式并行的长租公寓模式。链家自如在房源获取上主要采取房东委托管理的模式。具体的方式为，房东通过拨打电话或线上留言的形式告知链家有托管意向，链家则和房东约定时间上门看房，在完成房屋勘察以及与房东的面谈后，进行签约托管。随后自如会对房屋进行相应的改造，然后出租，房东则收取约定的收益。

为了吸引房东吸收更多房源，自如采取了多种优惠政策叠加：

一、自如和房东签约年限以两年起，签约3日后房东即可收到房租，采取一次付一年房租的形式；

二、即便房屋空置，自如依然支付房东房租；

三、房东每年可享受5%租金涨幅；

四、合同到期后，赠送全部装修配置；

五、赠送15万元家财险。

(a) 服务内容以日常维修保洁为主

(b) 产品特点房源分散，无固定产品线

链家自如因为是分布式长租公寓，房型和价格都不固定，视具体房源和位置而定。但是在装修风格方面，链家自如给出了三套方案。以上海自如为例，其装修风格分为“热情奔放的拿铁”、“自然淡雅的木棉”、“无忧无虑的布丁”三类，一定程度上满足不同的租客需求。

在租赁模式上链家自如有两类选择，一类是分租的“自如友家”，另一类是整租的“自如整租”。两者在房屋配置装修方面差异不大，包括衣柜、书桌、洗衣机、热水器、空调、智能锁等。考虑到分租存在的室友选择问题，自如在选房前将已入住的租客部分信息内容公布在相应房源的页面，在不构成泄露租客信息的前提下，让其他租客提前了解未来租住的人员环境。

**健身房招商代理合同范本2**

甲方:

乙方：

为明确双方的权利与义务，甲乙双方在平等互利、自愿一致的基础上，根据《^v^合同法》，甲乙双方本着友好协商的原则依法达成如下委托采购合同条款。

一、乙方委托甲方与 贸易有限公司签订《铝型材购销合同》。具体要求见附件一、附件二(注：如遇价格波动 ，以实际采购价格为准。汇率按乙方《委托付款通知书》当日中国银行公布的外汇牌价基准价结算)。

二、质量要求：符合有关中国出口商检标准。符合国家现行标准。

三、出口口岸： 港。

四、交货期限：20xx年 月 日前，可分期交货，按实际交货量结算。

五、费用与业务款的收取或支付：

1、委托总额： 元，人民币大写： 元整。分两批进货，第一批货款为 元，人民币大写： 元整。 第二批货款为 元，人民币大写： 仟元整;

2、佣金支付：按照甲乙双方约定的佣金比例：委托金额的;分两批付款：

第一批佣金为 元， 元整;

第二批佣金为 元， 元整;

合计人民币为 元， 元整;

3、开证费为开证总额的‰，由乙方在甲方开证前支付给甲方。

4、甲方帐户：

开户银行账户：

开 户 行：

结算帐户账号：

六、在代理采购铝型材过程中所发生的一切费用均由乙方承担，甲方不代垫任何费用。乙方在本协议签订之日起5个工作日内将本合同约定第一批货款开具 万元±5%美金信用证给甲方，并将第一批佣金全额汇入甲方指定账户;第二批货款 万元±5%美元信用证在一个月内开出，并将第二批佣金全额汇入甲方指定账户。

**健身房招商代理合同范本3**

在20xx年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20xx年的销售任务打下坚实的基矗进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在20xx年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20xx年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20xx年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

我在20xx年的房。产销售工作重点是××\*公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

我将结合20xx年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

××房地产公司在董事会的领导下,经过全体员工的努力,20xx年的各项工作取得了丰硕的成果,^v^××^v^品牌得到了社会的初步认同。总体上说,成绩较为喜人。为使公司的各项工作在新的一年里更上一个台阶,特制定本方案。

1.完成房地产开发面积××万平方米。

2.实现楼盘销售额××万元。

3.完成土地储备××亩。

为确保20xx年度经营目标的实现,各部门需要做好如下工作。

(一)完成××项目开发及后期销售工作

××项目是省、市的重点工程。市委、市政府对其寄予了殷切的期望。由于该项目所蕴含的社会效益和经济效益,我们必须高质量完成。因此,公司做出如下计划。

1.确保一季度××工程全面开工,力争年内基本完成一期建设任务

××项目一期工程占地面积为××亩,总投资××亿元,建筑面积××万平方米。建筑物为××商业广场裙楼、××大厦裙楼和一栋物流仓库。

(1)土地征拆工作

春节前后务必完成第一期工程的土地征拆工作。一月份完成征地摸底调查,二月份完成征地范围内的无证房屋拆迁,三月份完成征地范围内有证房屋拆迁及国土储备中心土地和集体土地的征收工作。

(2)工程合同及开工

一月份签订招投标代理合同,工程进入招投标阶段。二月份确定具有实力的施工企业并签订施工合同,确定监理企业并签订监理合同。三月份工程正式开工建设。

(3)报建工作

工程部应适时做到工程报建报批,跟进图纸设计。一月份完成方案图的设计,二月份完成扩初图的设计。在承办过程中,工程部应善于协调与相关部门的关系,不得因报建拖延而影响工程如期开工。

2.全面启动细化××项目招商工作

招商工作是××建成后运营的重要基础。该工作开展得顺利与否,也直接影响企业的楼盘销售。因此,在新的一年必须实现招商××户。

(二)加快××项目、××项目的施工速度

协调与施工单位的关系,加快××项目、××项目的施工速度,确保××项目的一期工程、××项目的二期工程在4月底前完成竣工验收。

(三)完成××项目、××项目的销售工作

××项目、××项目已全部竣工完成,为了迅速实现资金回流,结合项目所处地段及同类项目的价格,可以考虑采取适当的优惠措施,提高成交量。今年的目标销售额为××万元,销售率达到××%。

(四)参加土地招标

项目开发部要根据公司的实际情况,积极参与土地的招投标工作,确保企业土地储备达到××亩以上。

**健身房招商代理合同范本4**

xx年以来，我公司在佳能房地产开发集团有限公司和董事会的正确领导下，经过全体员工的努力，各项工作按部就班的全面的展开，为使公司各项工作上一个新台阶，在新的一年里，公司在确保20xx年底方案报批的前提下其工作计划如下：

工程方面

一、以“山水城”项目建设为重点，统筹安排，切实做好建设任务

(一)xx年底前力争方案报批通过

11月份：参与制订规划方案，配合公司领导完成规划方案在市规划局的审批通过。

12月份：配合公司高层完成规划方案的市长办公会议通过，办理环境保护意见表的工作。

(二)、xx年度工作安排

1月份：组织编制环境评估报告及审核工作;办理项目选址(规划局)，参与项目的扩大初步设计，并完成项目场地的地质勘察报告。

2月份：参与工程的施工图设计及图纸审查;编制项目申请报告，办理项目核准(发改委);完成桩基础的工程招投标工作，工程监理招标工作，并组织场地的地下排水工作。

3月份：办理工程规划许可证工作(报市规划局)，并进行场地周围的止水帷幕、护壁桩的施工。

4月份：完成工程主体的招投标工作，办理桩基础工程的施工许可工作。

5月份：办理工程主体的施工许可工作，确定主体工程的施工队伍，至6月中旬完成桩基础工程的施工工作。

6-9月份：基础工程完成。

10-12月份：工程主体完成至底六层封顶。

(三)、报建工作。

工程部应适时做到工程报建报批，跟进图纸设计。元月份完成方案图的设计;二月份完成扩初图的设计。在承办过程中，工程部应善于理顺与相关部门关系，不得因报建拖延而影响工程开工。另外，工程部应加强工程合同、各类资料的存档管理，分门别类、有档可查。建立一套完整的工程档案资料。

(四)、工程质量。

“特洛伊城”项目是市重点工程，也是“特洛伊城”品牌的形象工程。因而抓好工程质量尤为重要。工程部在协助工程监理公司工作的同时，应逐渐行成公司工程质量监督体系。以监理为主，以自我为辅，力争将“特洛伊城”项目建成为优质工程。

(六)、预决算工作。

工程部、财务部必须严格工程预算、决算工作的把关。严格执行约定的定额标准，不得擅自增加工程量和无据结算。不得超预算支付工程款，在20xx年工程进展的同时做好以下两项工作：

1、认真编制工程预算，配合工程部及时做好工程手续的洽谈协商、变更，及时掌握材料的变动情况，配合工程部做好工程进度的控制工作，做好工程的两表对比，限度的节约使用资金。

2、制定工程资金使用计划，“特洛伊城”项目工程估算需用资金亿元左右;其中基础部分需用约亿元;地上商业部分约用亿元;公寓部分约用亿元，做好工程资金的使用计划对项目的建设起着关键性的作用，工程部、预决算部、财务部、采购部以及招商部等职能部门必须紧密联系、团结协作，使各项工作顺利进行。

财务方面

(一)切实完成开工前融资工作和招商工作任务，力保工程进度不脱节

公司确定的20xx年工程启动资金约为2亿元。融资工作的开展和招商任务的完成，直接关系到第一期工程任务的实现。故必须做好融资、招商营销这篇大文章。

1、拓宽融资渠道，挖掘社会潜能

拟采取银信融资、厂商融资、社会融资、集团融资等方式，拓宽融资渠道。通过产权预售、租金预付等办法扩大资金流，以保证“特洛伊城”项目建设资金的及时到位。

2、采取内部认购房号的形式，回笼资金、扩大现金流。

为了使工程建设项目快速回笼资金、扩大现金流，考虑在工程开工同时在公司内部采取认购房号销售计划，比列约为公寓面积的10-15﹪。

3、实行销售任务分解，确保策划代理合同兑现。

20xx年公司建设工程款总需求是亿元。按“特洛伊城”所签协议书，招商销售任务的承载体为策划代理公司。经双方商议后，元月份应签订新的年度任务包干合同。全面完成招商销售任务，在根本上保证工程款的跟进。在营销形式上努力创造营销新模式，以形成自我营销特色。

**健身房招商代理合同范本5**

简单讲，REITs好比房地产的IPO，一般都是将房地产或持有房地产的项目公司股权装入特殊目的载体，以房地产租金以及房地产变现收入（包括房地产的增值收益）作为投资者本息收入的主要来源。以特殊目的载体是公司为例，投资者投资了REITs份额，相当于投资了一家只拥有房地产资产并以持有房地产为业的公司（各国对REITS持有房地产的比例要求不同，一般至少要求高于70%以上）。在这个架构下，REITs投资者可以真正分享房地产的增值收益，而并非是固定收益类产品或是融资主体通过一定期限实现融资需求后回购房地产。

在国际市场上，一般都要求REITs上市，也就是说一支真正的REITs在二级市场交易非常活跃。我们常常说的类REITs产品主要是以房地产租金支撑产品的利息，但是无法覆盖产品的本金；如果REITs产品流动性非常强的话，本金偿付问题就不那么突出，就像股票一样，是可以通过二级市场交易来提供流动性支撑。另一方面，持有REITs份额，就相当于持实质上有了房地产，如果房地产涨幅巨大，那么在短短的几年时间内投资者获得的收益可能就实现本金回收了；反之，一个真正的REITs，本金偿还也需要靠房地产自身的处置实现。

**健身房招商代理合同范本6**

>一.销售节奏

（一）销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3-4个月的时间，因为-项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1.推广销售期安排3-4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。

2.鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。

3.开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

（二）-销售节奏安排：

年10月底—XX年12月，借大的推广活动推出-项目

年12月底—XX年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。

年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。

年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

>二.销售准备（XX年1月15日前准备完毕）

1.户型统计：

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于XX年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

2.销讲资料编写：

由营销-、策划师负责，于XX年12月31日前完成

项目销将资料包括以下几个部分：

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料。XX年12月31日前，由-整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在XX年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料。XX年12月31日前，由-整理后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

3.置业顾问培训：

由营销部-负责，培训时间从XX年11月底—XX年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间：XX年11月底—XX年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间：XX年12月初

工程工艺培训，时间：XX年12月初

样板区、样板房培训，时间：XX年1月9日

销售培训，时间：XX年12月—XX年1月出

2.预售证

由销售内页负责，于XX年1月10号前完成

3.面积测算

由销售内页负责，于XX年1月10号前完成

4.户型公示

由于-项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于XX年1月10号前完成

5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于XX年1月10号前完成

6.一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理-会商后，于XX年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

>三.样板区及样板房

（一）样板区

1.样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区）

2.样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3.样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式和具体要求；

确定y区道路沿线灯光布置方案，灯具选型要求和效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解；

具体见附后（参观园线说明）

（二）样板房

1.样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英郦庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1楼平层、底跃各一套。

2.样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3.样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于XX年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

>四.展示道具

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1.沙盘模型：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

2.户型模型：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

3.户型图：x和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

>五.价格策略

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于XX年1月10日提出销售价格表和销售政策。

>六.推广：

XX年10月底前确定广告推广公司，XX年11月低前出具具体的推广方案。

**健身房招商代理合同范本7**

在房地产营销中，制定一个优秀的营销计划是非常重要的。一般来说，营销计划包括：

1.计划总结：对提出的计划进行简要总结，以便管理部分快速浏览。

2.营销状况：提供市场、产品、竞争、分销渠道、宏观环境等背景信息。

3.机会与问题分析：整合计划中必须涉及的产品所面临的主要机会与挑战、优势与劣势、面临的问题。

4.目标：确定销量、市场份额和利润方面的计划目标。

5.营销策略：提供实现计划目标的主要营销方法。

6.行动计划：这个计划会回答什么？谁来做？什么时候做？费用是多少？

8.控制：描述如何监控计划。

>一、计划概要

计划开始时，应简要总结计划的主要目标和建议。计划总结可以使高级管理人员快速掌握计划的核心内容，计划总结应附有内容目录。

>二、市场营销现状

计划的这一部分负责提供与市场、产品、竞争、分销和宏观环境相关的背景信息。

1.市场情况

应提供所服务市场的信息。市场的规模和增长取决于过去几年的总量，按照市场细分区域分别列出，客户需求、观念、购买行为的趋势也要列出。

2.产品情况

应列出产品线各大产品近几年的销量、价格、利润率、净利润。

3.竞争性的局面

应确定主要竞争对手，并阐述其规模、目标、市场份额、产品质量、营销策略以及有助于理解其意图和行为的任何其他特征。

4.宏观环境状况

有必要澄清影响房地产未来的重要宏观环境趋势，即人口、经济、技术、政治和法律以及社会和文化趋势。

>三、机会与问题分析

公司在整个营销期间面临的主要机遇和挑战、优势和劣势以及面临的问题，应该在描述当前营销情况的数据基础上找出。

管理者应该找出公司面临的主要机遇和挑战，这些机遇和挑战是指可能影响公司未来的外部因素。写这些因素是为了建议一些可以采取的行动。机遇和挑战应优先考虑，以便最重要的机遇和挑战能够得到特别关注。

只要按照上面的销售计划工作，即使不能回到往年的销售高峰，我们也会回到一个良好的状态，因为我们是按照自己最实际的情况来工作的，这样我们的销售工作才会是最好的。我相信我们的国民经济很快就会复苏，我们的房地产市场也会复苏繁荣！

**健身房招商代理合同范本8**

时光飞逝，不经意间20xx年已经结束。默默地算来，从加入金宇房地产开发有限公司，来到隆德县项目部参加销售工作到现在已经有七个多月的时间了，七个月的时间放在以往或许会显得很漫长，但在这里仿佛是眨眼间便消逝而过。

本人是20xx年7月初加入公司的，刚入职时，由半知半解到对销售流程有了较好的掌握，背后确实下了不少功夫，也用了不少时间，当然更少不了同事们的帮助。正因为是第一次接触商业地产的销售工作，所以刚来的前半个月，一边协助同事做好销售工作，一边学习专业知识。慢慢地，对接待客户、跟踪客户、签定合同、售后工作、银行按揭等各方面都开始有一定的认识。到七月份的下半月就开始真真正正独立一人去接待客户，在此过程中遇到过许多困难，但在经理和同事的协助下，都能顺利将工作完成，也从中很快得到成长。一个月后本人对于公司项目的具体情况、公司的管理模式、房地产专业知识和房产销售流程及技巧等都有了很好的掌握。

但由于受国家房地产调控政策及企业自身等因素的影响，我司的楼盘会出现间歇性的低迷状态。当然我们接待的来访客户和来电客户数量也就有限了，而且大部分客户对市场的观望心理较强。本人在前几个月共接待各类来访客户60组次左右，接听各种客户来电50人次左右。虽然来访客户较少，但我们销售人员并没有因此空闲下来，而是积极地对来访客户进行电话回访，对来电意向客户进行预约，对之前的购房业主做好售后服务。本人在这期间不断的学习、锻炼、提升自己业务能力，也积累了一些意向较好的客户群体，为后来的有效成交奠定了基础。

另外，就是在不断地接触各种客户之后，跟其他楼盘相比的过程中更能深刻地体会到我们项目的优劣势。归纳起来有，项目吸引客户的地方主要有：位于隆德县中心地段，交通十分便利，是隆德的首个高层建筑，是隆德的商业核心，是隆德的首座商业综合体，也是隆德的地标型建筑，也可实现一站式购物的便利，拥有现代化的物业管理体系。而影响客户购买信心的因素有：户型设计不是很合理，采光度不是很好，公摊面积过大，担心物业费用过高，没有车库；商铺公摊太大，担心装修效果达不到预期，担心商场火不起来，担心管理跟不上，投资户担心投资回报。

总之，本人在来公司的这段时间里，收获颇多，当然也积累了一些经验，总结出一些心得，希望20xx年借此把工作做的更好，归纳起来主要有以下几点：

1、保持一颗良好的心态很重要。良好的心态是一个销售人员应该具备的最基本的素质，良好的心态也包括很多方面。控制情绪我们每天工作在销售一线，面对形形色色的人和物，要学会控制好自己的情绪，不能将生活中的情绪带到工作中，以一颗平稳的心态去面对工作和生活。宽容心人与人之间总免不了有这样或那样的矛盾事，同事、朋友之间也难免有争吵、有纠葛。只要不是大的原则问题，应该与人为善，宽大为怀，学会宽以待人。上进心和企图心：上进心，也是进取心，就是主动去做应该做的事情，要成为一个具备进取心的人，必须克服拖延的习惯，把它从你的个性中除掉。企图心，当某产生的时候，就会产生企图心；如何将企图心用好，必须好好的学习。

2、不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之你所说的一切都将起到反效果。

3、了解客户需求，第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解。

4、推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势。做到对客户的所有问题都有合理解释。

5、保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们就会将喜爱传递。

6、确定自己的身份，我们不是在卖房子，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其他楼盘，都可以增加客户的信任度。

7、在销售经理的带领下，与同事团结协作，完成公司新一年的销售目标。

8、加强自身学习，因为再好的方法与计划，也要靠强有力的执行力来完成。这也是我个人需要加强的地方。作为房地产的销售人员，不仅要精通卖房业务，对周边的一些知识也必须了解，这样才能更好为客户服务，让客户感觉我们的房子无论从质量，社区环境，物业质量等较其他楼盘都更有优势。

最后，非常感谢公司领导给本人的锻炼机会，感谢同事对我的帮助。在新的一年里自己要保持一颗良好的心态，积极的心态、向上的心态，去面对工作、面对生活，好好工作、好好生活，忠于公司，忠于顾客，忠于自己的职责，也要忠于自己的业绩，来年努力交出自己满意的成绩单。

**健身房招商代理合同范本9**

在房地产市场营销中，制订出一份优秀的营销计划十分重要。一般来说，市场营销计划包括：

>一、计划概要：

对拟议的计划给予扼要的综述，以便管理部分快速浏览。

>二、市场营销现状：

提供有关市场，产品、竞争、配销渠道和宏观环境等方面的背景资料。

>三、机会与问题分析：

综合主要的机会与挑战、优劣势、以及计划必须涉及的产品所面临的问题。

>四、目标：

确定计划在销售量、市场占有率和盈利等领域所完成的目标。

>五、市场营销策略：

提供用于完成计划目标的主要市场营销方法。

>六、行动方案：

本方案回答将要做什么？谁去做？什么时候做？费用多少？

>七、预计盈亏报表：

综述计划预计的开支。

>八、控制：

讲述计划将如何监控。其中个人心得总结如以下：

一、保持一颗良好的心态很重要。良好的心态是一个销售人员应该具备的最基本的素质，良好的心态也包括很多方面。

二、不做作，以诚相待，客户分辨的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之你所说的一切都将起到反效果。

三、了解客户需求，第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解。

四、推荐房源要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势。做到对客户的所有问题都有合理解释。

五、保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们就会将喜爱传递。

六、确定自己的身份，我们不是在卖房子，而仕问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其他楼盘，都可以增加客户的信任度。

七、在销售经理的带领下，与同事团结协作，完成公司新一年的销售目标。

八、加强自身学习，因为再好的方法与计划，也要靠强有力的执行力来完成。

**健身房招商代理合同范本10**

>一、市场调研：

1，前言——本次市调的背景、动机、运用手段、目的等；

2，市场分析

（1）当前市场分析（开发总量、竣工总量、积压总量）

（2）区域市场分析（销售价格、成交情况）

3，近期房地产的有关政策、法规、金融形势

4，竞争个案项目调查与分析

5，消费者分析：

（1）购买者地域分布；

（2）购买者动机

（3）功能偏好（外观、面积、地点、格局、建材、公共设施、价格、付款方式）

（4）购买时机、季节性

（5）购买反应（价格、规划、地点等）

（6）购买频度

6，结论

>二、项目环境调研

1，地块状况：

（1）位置

（2）面积

（3）地形

（4）地貌

（5）性质

2，地块本身的优劣势

3，地块周围景观前后左右，远近景，人文景观，综述）

4，环境污染及社会治安状况（水、空气、噪音、土地、社会治安）

5，地块周围的交通条件（环邻的公共交通条件、地块的直入交通）

6，公共配套设施（菜市场、商店、购物中心、公共汽车站、学校、医院、文体娱乐场所、银行、邮局、酒店）

7，地块地理条件的强弱势分析（SWOT坐标图、综合分析）

>三、项目投资分析

1，投资环境分析

（1）当前经济环境（银行利息、金融政策）

（2）房地产的政策法规

（3）目标城市的房地产供求现状及走势（价格、成本、效益）现实土地价值分析判断（以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照）

2，土地建筑功能选择（见下图表）

3，现实土地价值分析判断（以周边竞争楼盘的售价和租价作为参照）

4，土地延展价值分析判断（十种因素）

5，成本敏感性分析

（1）容积率

（2）资金投入

（3）边际成本利润

6，投入产出分析

（1）成本与售价模拟表

（2）股东回报率

7，同类项目成败的市场因素分析

>四，营销策划

（一）市场调查

1、项目特性分析（优劣势判断，在同类物业中的地位排序）

2、建筑规模与风格

3、建筑布局和结构（实用率、绿地面积、配套设施、厅房布局、层高、采光通风、管道布线等）

4、装修和设备（是豪华还是朴素、是进口还是国产、保安、消防、通讯）

**健身房招商代理合同范本11**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：

第一条、委托事项

甲方委托乙方为其出租房产;房产基本情况如下：

所有人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

产权证号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

租金标准：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

租赁面积： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

第二条委托期限

自20xx年12月至20xx年12月。

第三条现场看房

本合同签订后\_\_\_\_日内乙方应到房屋现场对甲方提供的房屋资料进行核实，经核实房屋状况与甲方\_\_\_\_\_\_提供的资料不一致的，乙方应要求甲方对合同进行修改。

乙方陪同承租方现场看房的，甲方应予以配合。

第四条甲方义务

(一)应出示法人身份证、营业执照等真实的身份资格证明;

(二)应出示房屋所有权证书或证明自己对出租房屋依法享有出租权利的其他证明;

(三)应保证自己提供的房屋资料真实、合法;

(四)应对乙方的业务工作提供必要的协助与配合;

(五)应对乙方提供的承租方资料保密;

(六)不得在委托期限内与乙方介绍的承租方进行私下交易;

第五条乙方义务

(一)应出示营业执照、房地产经纪机构资质证书等合法的经营资格证明;

(二)应认真完成甲方的委托事项，将租赁情况及时向甲方如实汇报，并为承租方现场看房及甲方与承租方签订房屋租赁合同提供联络、协助等服务;

(三)不得提供虚假信息、隐瞒重要事实或与他人恶意串通，损害甲方利益;

**健身房招商代理合同范本12**

三、投资约定

健身房总投资为人民币\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整，双方根据健身房包括装修装潢、设施设备、原材料、加盟费等一切经营有关固定资产进行评估后的最终总价值)。

双方各自出资情况如下：

甲方出资人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整)，

乙方出资人民币\_\_\_\_\_\_\_\_\_元(大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元整)，

其中甲占投资总额的 50 %、乙占投资总额的 50 %。

四、利润分配与债务承担

健身房盈余(利润)按照双方各自的投资比例分配。如存在盈余，双方应于每月\_\_\_\_\_日前对前一个月的盈余进行结算，双方签字确认后方可进行结算利润盈余，禁止一方私自结算盈余。

健身房债务按照各自投资比例负担。任何一方对外偿还债务后，另一方应当按出资比例在15日内向对方清偿自己应负担的部分。

**健身房招商代理合同范本13**

一年的工作就要结束了，而来年的工作也是接踵而至，作为房地产的一名销售人员，我也是要做好xxxx年的工作计划，让自己更加清楚一年要做什么事情，哪些是更加重要的，哪些是需要我继续努力去提高的。

首先是销售目标，xxxx年我要按照主管的要求，达成销售的目标，按照年度的目标去分解，制定好每月的销售计划任务，让自己每个月都明确自己要达成的目标是多少，需要销售多少套房子出去，只有将目标分解下来，一个个的去做好，那么才能在到达年底的时候完成年度的销售任务。通过分解目标，然后再有计划的去找到目标客户，去进行销售，而不是在营业部等待，那样的话是完成不了任务的。

其次是要提升自己的销售能力，今年的工作虽然做完了，任务也达标了，但是感觉有一些运气的成分在，而自己的销售能力其实还是需要进一步的去提升的，一些本来可以拿到手的客户却最后还是没有成功的拿下，而这也是我的销售能力不过关的原因，在xxxx年我要去提升我的销售能力，参加一些销售的课程培训，学习一些销售的方法和技巧，让自己能在这一年的工作中做得更加的好，而不是还保持原来的样子，虽然工作也是会让自己提升，但是多学一些，能提升的更快，也是能更有把握的完成销售的目标。

再次则是对新楼盘的了解，明年有一个新的楼盘要开盘，虽然今年有了解一些情况，但是具体的如何，却是需要进一步的去了解，同时根据自己了解的楼盘情况去进行归纳和总结，转化为销售的话语来跟客户去沟通商谈。对于新楼盘来说，公司也是抱有很大的期望，希望能销售出一个好的业绩，我也是要努力的抓住这个机会，新的楼盘来看的客户也是特别的多，只有把楼盘的情况了解清楚，那么我就能在这些潜在的客户中更好的找到有意向的客户，促成销售，最后达成签约。

新的一年，有新的任务，也有新的期盼，在新的一年，我要完成我的销售任务的同时积极的去学习，让自己的销售能力变得更好，这样也是能再促进工作完成。同时对于自己这一年所犯的一些错误，和不足的地方也是要在新的一年里改进，完善，不再犯这些错误了。我相信在xxxx年，我一定可以按照计划，认真的去把工作做好的。

**健身房招商代理合同范本14**

在已过去的20xx年里，做为一名房产销售人员，我所在的销售部在公司领导的正确带领下和各部门的积极配合下提前完成了全年的销售任务，

房产销售员工作计划。这一年全球的经济危机蔓延，房地产市场大落大起，整个销售团队经历了房地产市场从惨淡到火爆的过程。准备明年在中国经济复苏和政府调控房地产市场的背景下，销售工作将充满了机遇和挑战。现制定20xx年房—地产销售个人工作计划。

一、加强自身业务能力训练。在20xx年的房产销售工作中，我将加强自己在专业技能上的训练，为实现20\_\_年的销售任务打下坚实的基矗进行销售技巧为主的技能培训，全面提高自身的专业素质。确保自己在20xx年的销售工作中始终保持高昂的斗志、团结积极的工作热情。

二、密切关注国内经济及政策走向。在新的一年中，我将仔细研究国内及本地房地产市场的变化，为销售策略决策提供依据。目前政府已经出台了调控房地产市场的一系列政策，对20\_\_年的市场到底会造成多大的影响，政府是否还会继续出台调控政策，应该如何应对以确保实现20\_\_年的销售任务，是我必须关注和加以研究的工作。

三、分析可售产品，制定销售计划、目标及执行方案。我在20\_\_年的房。产销售工作重点是\_\_\_公寓，我将仔细分析可售产品的特性，挖掘产品卖点，结合对市场同类产品的研究，为不同的产品分别制定科学合理的销售计划和任务目标及详细的执行方案。

四、针对不同的销售产品，确定不同的目标客户群，研究实施切实有效的销售方法。我将结合20\_\_年的销售经验及对可售产品的了解，仔细分析找出有效的目标客户群。我将通过对工作中的数据进行统计分析，以总结归纳出完善高效的销售方法。

五、贯彻落实集团要求，力保销售任务圆满达成。我将按计划认真执行销售方案，根据销售情况及市场变化及时调整销售计划，修正销售执行方案。定期对阶段性销售工作进行总结，对于突然变化的市场情况，做好预案，全力确保完成销售任务。

六、针对销售工作中存在的问题及时修正，不断提高销售人员的业务技能，为完成销售任务提供保障。明年的可售产品中商铺的所占的比重较大，这就要求我要具更高的专业知识做保障，我将在部门经理与同事的帮助下，进行相关的专业知识培训，使销售工作达到销售商铺的要求，上升到一个新的高度。

**健身房招商代理合同范本15**

xx市工业园区

招商引资项目合同书(示范文本)

甲方: 工业园区管委会(以下简称甲方)

法定代表人:

委托代理人:

乙方: (以下简称乙方)

法定代表人:

委托代理人:

第一章 总 则

第一条 根据《^v^民法典》等法律、法规之规定,本着友好合作、互惠互利的原则,在平等自愿的基础上,通过甲、乙双方充分协商,特订立本投资合同。

第二章 投资项目的基本情况

第二条 在 引进下,乙方在 (开发区、工业园、中小企业创业基地)投资兴办 项目,主要生产经营 。

乙方项目总投资为 万元/万港元/万美元,注册资本 万元/万港元/万美元,固定资产投资 万元/万港元/万美元(其中设备投资 万元/万港元/万美元,建设投资 万元/万港元/万美元)。该项目分 期投资建设,首期固定资产投资 万元/万港元/万美元,二期固定资产投资 万元/万港元/万美元,整个合同约定投资确保 年内完成。

第三条 根据项目类别,乙方确保固定资产投资强度每亩不低于 万元,建筑容积率达到 以上,建筑系数达到 以上,预期效益 万元。

第四条 乙方投资项目根据国家相关规定通过环境影响评价审批,依法取得法人营业执照,自主经营,独立核算,自负盈亏。

第三章 项目用地

第五条 甲方提供 亩工业项目生产用地给乙方,地点位于 (四界和实际面积以本合同项目的《国有土地使用权出让合同》为准),项目用地作为工业生产用地,出让期限为50年。

第六条 乙方通过公开“招、拍、挂”方式取得本合同第五条所述土地,土地出让具体事项由乙方与 县(市、区)国土资源局签订《国有土地使用权出让合同》确认。

第七条 乙方全额缴清土地出让金后,可申办《国有土地使用权证》。

乙方在完成本合同约定投资前申办《国有土地使用权证》的,须向 县(市、区)国土资源局提交投资承诺书。

第四章 工程建设和验收

第八条 甲方承诺于 年 月 日前向乙方提供具备“三通一平”(通水、通电、通路和土地平整,水、路通到企业界址边,企业厂区外围距供电主干线最长不超过300米的供电线路由企业自行负责架设)的项目用地。

第九条 经甲方对乙方开工建设事项进行初审认可后,乙方可边开工建设,边按法定程序向相关部门报批。乙方确保在 年 月 日前一期建设投资到位并竣工投产;乙方必须在 年 月 日前启动二期工程建设,确保在 年 月 日前二期建设工程竣工并投资到位。

第十条 乙方必须严格按照有资质的设计单位设计并经甲方审核盖章的项目规划平面图、施工图进行施工建设。

第十一条 为确保工程质量,乙方必须办理工程报建、质量安全监督和施工许可手续。

第十二条 乙方建设工程竣工和设备安装后应申请甲方进行固定资产投资综合验收。

第五章 双方的权利和义务

第十三条 甲方的权利义务

(一)为乙方提供优质服务和良好的发展环境,维护乙方的正常生产经营秩序;

(二)协调兑现本地出台的招商引资各项优惠和奖励政策;

(三)在乙方配合的前提下,协助乙方办理企业立项、审批和其他相关的证照手续;

(四)协调配合有关部门为乙方招收工人;

(五)有权对乙方工程建设进行监督和管理;

(六)法律、法规规定的其他权利和义务。

第十四条 乙方的权利义务

(一)乙方投资的企业拥有法律赋予的财产、经营自主权和劳动用工自主权等权利;

(二)乙方项目竣工验收合格后可享受当地有关优惠和奖励政策;

(三)自愿遵守和执行甲方各项管理规定;

(四)积极参与地方经济建设,服从政府领导,执行本地政府以及园区管委会不违背合同条款和法律法规的各项工作安排;

(五)必须严格按照合同约定的时限进行开工建设和竣工投产,并确保合同约定投资额到位;乙方因客观原因确需延期的,必须以书面形式向甲方申请并取得甲方的认可;

(六)法律、法规规定的其他权利和义务。

第六章 违约责任

第十五条 甲乙双方必须严格履行本合同之规定,若一方不履行合同或不完全履行合同,另一方有权要求对方采取补救措施或追究对方违约责任。

第十六条 对出现下列情况之一的,甲方将追究乙方违约责任,提请土地管理部门依法收回全部或部分项目用地:(一)未经允许,乙方擅自改变工业用地性质的;(二)乙方超过本合同约定开工期限无特殊原因3个月以上仍未开工的;(三)乙方超过本合同约定竣工时间6个月以上仍未竣工的;(四)乙方擅自改变甲方审核批准的企业用地规划的;(五)竣工投产达1年以上乙方仍未达到本合同约定固定资产投资额的。

第十七条 乙方投产之后每年所享受的各项补贴和奖励总额与乙方所缴纳税收地方财政留成部分挂钩,不得超过乙方所缴纳税收地方财政留成部分。

第十八条 对出现下列情况之一的,乙方将追究甲方违约责任,要求赔偿损失或单方解除合同:(一)未经乙方同意,甲方擅自改变项目用地面积的;(二)未经乙方同意,甲方擅自将合同约定的项目用地另作它用的;(三)甲方在合同约定期限内未能履行合同第八条约定的。

第十九条 合同任何一方未征得另一方的书面同意,不得将本合同规定的权利和义务转让给第三方,一方违约转让的,另一方可单方解除合同并追究对方违约责任。

第七章 其他事项

第二十条 甲乙双方应积极主动配合对方工作,互通信息,相互支持,促进双方合作顺利进行。在合同执行过程中遇到特别事项,可以由双方协商同意后进行变更或解除合同,并签订书面协议。

第二十一条 执行合同发生争议时,甲、乙双方应尽可能通过协商解决,协商解决不成的,双方都有提请仲裁或直接诉讼的权利。提请仲裁的,双方应达成仲裁协议。

第二十二条 本合同未尽事宜,双方可另行协商补充约定。补充协议是本合同的附件,与本合同具有同等法律效力。

第二十三条 本合同一式六份,甲乙双方、 县(市、区)外经贸局、 县(市、区)建设局、 县(市、区)国土局、项目引进单位各执一份。

第二十四条 本合同于 年 月 日在 签订,本合同自双方签字、盖章之日起生效。

甲方(签章): 乙方(签章):

法定代表人: 法定代表人:

委托代理人: 委托代理人:

**健身房招商代理合同范本16**

（一）销售节奏的制定原则：推广销售期指从市场导入开始至产品开盘销售，较大规模的项目一般持续3-4个月的时间，因为-项目一期体量较小，建议以2个月左右为好，再结合以实际客户储备情况最终确定；另外，由于销售节点比工程节点易于调整，一般情况下为项目部先出具基本的工程节点，据此营销策划部制定销售计划。制定本计划的重要节点时间时，未与工程部跟进。故本销售计划相关节点只是初稿。待工程节点确定后，再最终定稿。

1. 推广销售期安排3-4个大的推广节点，节点的作用在于不断强化市场关注度，并使销售保持持续、连贯。

2. 鉴于年底临近过年的情况，开盘销售强销期应避开春节假期。

3. 开盘销售前应确保样板区、样板房景观、工程施工达到开放效果。

（二）-销售节奏安排：

1. xx年10月底—xx年12月，借大的推广活动推出-项目

2. xx年12月底—xx年1月初，召开产品发布会，正式启动某项目，同时策划师对市场进行第一次摸底。

3. xx年1月中旬，开放样板房，同时策划师对市场进行第二次摸底。

4. xx年1月下旬，春节之前，开盘销售强销。

1. 户型统计：

由工程部设计负责人、营销部-共同负责，于xx年12月31日前完成

鉴于-项目户型繁多，因此户型统计应包含对每一套房型的统计，包括户型、套内面积、户型编号、所在位置。

2. 销讲资料编写：

由营销部-、策划师负责，于xx年12月31日前完成

-项目销将资料包括以下几个部分：

购买-的理由：产品稀缺性销讲

基本数据：-的主要经济指标、户型面积统计、配套情况、建筑风格、景观设计、交通情况、交房时间、主要交房配置、物管收费；涉及到设计单位的，由其出具销讲材料。xx年12月31日前，由-整理后，统一作为产品和项目优势说辞。

建筑工艺及材料：需要在xx年12月15日前由工程部出具项目采用的新工艺材料，新技术等基本基本资料。xx年12月31日前，由-整理后，作为材料工艺说辞。

客户问题集：以答客问形式书写，针对英郦庄园的优劣势，做出销讲解决办法。

样板区销讲：

不利因素公示

3. 置业顾问培训：

由营销部-负责，培训时间从xx年11月底—xx年1月

培训内容包括：

销讲资料培训，时间：xx年11月底—xx年12月初

建筑、景观规划设计培训，时间：xx年12月初

工程工艺培训，时间：xx年12月初

样板区、样板房培训，时间：xx年1月9日

销售培训，时间：xx年12月—xx年1月出

2. 预售证

由销售内页负责，于xx年1月10号前完成

3. 面积测算

由销售内页负责，于xx年1月10号前完成

4. 户型公示

由于-项目户型种类繁多，户户均不同，所以在销售前应准备户型的公示，方便客户选房，避免置业顾问出错。

由策划师负责，于xx年1月10号前完成5. 交房配置

由工程设计线蒋总负责，于xx年1月10号前完成

6. 一公里外不利因素

由策划师负责，具体调研后，与销售经理-会商后，于xx年1月10号前完成，分析总结后，作为销售时重点关注的抗性，专门进行培训。

（一）样板区

1. 样板区范围：考虑到-项目销售必须突出良好居住环境的气氛，因此我们将-售楼中心至1#样板房区域所包含的整个大区都打造成为样板区。物管，保洁等须按照样板房的管理规定进行管管理。其中有两套样板房、售楼部到样板间的步行情趣长廊、叠水喷泉、及10#的临时景观区域。（注：从售楼部至样板房之间的参观浏览线路，以下暂定为y区）

2. 样板区作用：最大限度的展现温江宜居，城在林中氛围、家居水畔的氛围，体现国色天香大社区远见、高档、生态、宜居、增值的社区概念，体现独具特色的建筑风格。

3. 样板区展示安排：

确定对y区沿线情调、步行道的包装方式和具体要求；

确定y区道路沿线灯光布置方案，灯具选型要求和效果交底；

明确样板区工程施工、营销包装整体和分步实施节点、任务分解；

具体见附后（参观园线说明）

（二）样板房

1. 样板房选择：样板楼选定为1#楼，1#楼一方面靠近售楼部，由于样板间前10#修建时间较晚，样板间会有较好的景观视线，另外1#楼位于英郦庄园主入口不远，不会影响后期其他楼幢施工，同时也不产生其他楼幢施工影响客户参观的情况。选定1# 楼平层、底跃各一套。

2. 样板房作用：考虑到-项目户型面积偏大，通过样板房精装修设计可以引导客户更好的理解户型设计，同时也是对推广所倡导的享乐主义生活的一种实体诠释。

3. 样板房展示安排：

前期设计，包装由项目部同事负责，-跟进协调。样板房应于xx年12月底前完成，以便于先期推广时，到访客户时参观。样板房的日常管理工作由营销部-负责，。

包括沙盘模型、户型模型、户型图的制作：

1. 沙盘模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

2. 户型模型：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

3. 户型图：-和策划师协商后，由策划师联系相关单位制作

均价确定：包括销售均价及赠送面积等由策划师和销售部职业顾问踩盘整理数据，策划员协同-写出定价报告，报领导审批后执行。价格按建筑面积计算，不包括赠送面积。价格策略包括：销售均价，销售起价，销售实得单价，套内单价。价格走势分析，节点价格初步预计，职业顾问优惠权限，销售主管优惠权限，销售经理优惠权限，内部员工推荐优惠权限，公司领导优惠权限，一旦确定优惠权限，坚决执行，防止权限不明，私放优惠，扰乱现场销售。

时间安排：营销策划部于xx年1月10日提出销售价格表和销售政策。

**健身房招商代理合同范本17**

合作协议书的写法与格式是什么？请参考以下这篇范文。

甲方:

乙方:

本协议本着互惠互利的原则,经双方共同协商,就工程合作监理事项达成一致意见,特订立本协议,为了明确双方职责、权利及义务,以利双方共同遵守。

一、本工程以甲方名义商签工程监理合同。

二、甲方负责开具发票并承担国家规定的有关税费(个人所得税除外)。乙方必须提供相应的发票给甲方。

三、监理费的分配：业主付款必须付至甲方指定帐户，甲方收取整个工程项目监理费的%作为管理费（根据本工程监理合同监理费支付进度收取）。

四、乙方根据工作需要,可自行选聘使用有关专业工程技术人员,并负责支付所聘人员工资费用。乙方不得将甲方公司人员相关证书抵押。

五、乙方接受甲方的指导和监督,重大问题应向甲方及时汇报,甲方应为乙方进行正常工作提供各种便利。

六、乙方必须按照甲方对项目的管理制度和监理程序保证监理工作质量,安全生产,遵守国家、地方法规及监理合同规定，杜绝责任事故发生。如乙方不能保证工作的质量,不能按照甲方对工程监理的管理制度和监理程序做好监理工作,甲方有权不支付相应本应给予乙方的监理费用。

七、如果因乙方工作原因导致甲方被行政主管部门通报批评，甲方有权对乙方停止合作并给予一定的经济处罚，直至解除本次合作监理协议。因工程质量和安全事故导致监理应当承担的责任和相关经济损失支出均由乙方承担。如因事故通报导致甲方不能参加招标投工作，乙方要全力配合甲方解决故事原因，尽快恢复招投标工作，并向甲方支付经济损失：金额：大写小写：￥ 元。如乙方责任导致重特大事故发生，使甲方经济名誉受损造成不可挽回的损失，乙方要承当全部责任，包括为处理事故所需要的全部费用外，还应向甲方支付经济损失：金额：大写小写：￥ 元。

八、乙方负责对所发生的工作业务资料进行统一编号（按照甲方资料要求归档），建立资料挡案，以备上级主管部门检查，项目完成后，乙方负责向甲方提供监理竣工验收报告、业务手册。

九、本协议自起正式生效，直至本工程竣工验收后本协议自动失效。

十、在本协议期间,如遇国家或行业主管部门政策性变更及双方公司重大变化等原因,致使本合同无法履行,本协议则自行解除,但甲乙双方必须处理好本协议书规定的经济利益等问题.

十一、本协议壹式贰份，甲、乙双方各执壹份，经双方签字盖章后生效，期满及财务手续结清后自行失效，未尽事宜由双方另行协商。

十二、双方若有重大争议,可由上级主管部门进行协商处理。

十三、本工程如有延期增加监理费，另行计算延期部分的监理费。

甲方代表签字: 乙方代表签字:

甲方盖章: 乙方盖章:

日 期: 年 月 日 日 期: 年 月 日

这篇合作协议书范文是我们精心挑选的，但愿对你有参考作用。

甲方：

乙方：

签订日期： 年 月 日

合作协议

甲方：

乙方：

根据《^v^合同法》和国家的其他相关规定，本着自愿平等，互利互惠的原则，甲乙双方经过协商订立如下合同条文：

第一条：合作内容

甲乙双方约定就 项目以甲方名义投标，甲方负责按照乙方的要求提供所需文件，负责协助乙方提供相应人员配合乙方工作，监控乙方项目跟踪和实施的所有情况；乙方负责项目中标后的实施，并承担本项目带给甲方的所有费用、风险、和责任。

第二条：合共管理费及付款方式

本协议签署后，甲方提供商务资料，在本协议签订后3天内且在乙方取得商务资料前，乙方支付给甲方现金人民币 元的商务咨询费及风险承担保证金。（整个项目竣工结算完成后退还，）

本项目中标后，乙方需支付给甲方管理费（不含税收费），管理费为中标通知书总金额或者合同总金额的 %，管理费将分次从工程进度款中直接扣除。乙方在施工运作过

程中所产生的各项税收费用将从乙方的工程进度款中直接扣除。

第三条：双方的权利、义务和责任

一：甲方的权利、义务和责任

1、本项目中以甲方的名义进行投标，投标文件的制作由乙方完成，若需甲方配合，另行协商分工及费用，由于投标文件制作造成的.任何直接或者间接的风险，均由乙方承担。

2、甲方负责提供本项目的商务资料给乙方。

3、甲方负责配合乙方进行投标协助以及办理商务手续等相关工作，但相关的所有费用均有乙方承担。

4、甲方有权对乙方的自新状况、项目运作和实施进行调查了解和实时监控，乙方不得有所隐瞒和欺骗，如果甲方判定乙方资信状况、实力规模、项目运作和执行能力等方面存在问题，可能导致无法获取项目、执行实施项目等影响甲方企业形象问题，甲方有权终止双方继续合作。

5、甲方有权不定时对项目进行回访，乙方须积极配合。

6、甲方负责在收到货款的10个工作日内按照本协议的

第二条预定支付款项。若乙方未按时提交给甲方项目相关资料，甲方有权不予支付直至资料收集齐全。

二、乙方的权利、义务和责任

1、乙方必须确保本项目排他性与甲方合作，如果乙方

违反此项规定，须向甲方赔偿投标金额的30%作为损害赔偿金。

2、乙方在项目实施过程中发生的所有费用均由乙方自行承担。（包括税收、医保、工伤赔付等费用）

3、乙方须按照协议支付商务咨询费。

4、乙方向甲方提供完整的文件资料，包括但不限于招标文件、投标文件、投标信息、中标通知书、入库单、质检报告等资料，作为甲方支付款项的必备条件。

5、本项目中标后，乙方必须严格按照招标文件，投标文件以及与建设方签订的合同要求实施本项目，并在甲方询问项目进展时，及时准确的告知甲方进度情况并提供相应过程资料，若项目执行有问题，必须及时告知甲方，不得隐瞒。在甲方需要回访项目时，乙方须积极配合。

6、乙方在本项目实施中必须维护甲方企业形象，若乙方在项目实施中造成甲方任何经济、声誉或形象的不良影响，乙方须赔偿，由此引起的一切损失和连带损失。

7、甲方提供的商务文件只针对本协议涉及项目有效，未经甲方书面许可，乙方不得用于任何其他项目或以其他任何方式出现，由此造成任何不良影响的必须向甲方赔偿由此引起的一切损失和连带损失。

8、整个项目工程结算由乙方自行完成，甲方负责监督，如乙方需要甲方配合结算验收，需按市场行情支付甲方相关费用。

第四条：保密条款

甲、乙双方必须对合同的内容保密，未经双方许可，不得向任何第三方透露合同相关的内容，甲方提供给乙方的所有资质、技术文件，乙方必须对其保密，且不得用于除本次合同项目的其他项目当中。

第五条：其他

对于未经事宜，甲乙双方在相互理解的基础上，共同协商解决；签订补充协议，补充协议同主合同一同生效。本协议一式两份，双方各执一份，经双方代表签字盖章后生效，至本项目实施完毕自然终止。

甲方： 乙方：

证件号： 证件号：

日期： 日期：

**健身房招商代理合同范本18**

甲方：

乙方：

甲乙双方在平等互利的基础上，经充分友好协商，根据《^v^民法通则》和《^v^合同法》的有关规定，就甲方委托乙方对“广场项目”(以下简称：本项目)进行商业项目策划顾问及招商代理服务事宜达成以下协议，供双方共同遵守。

第一条服务标的及合作方式、范围

1、标的名称：广场

2、标的地址：与交叉路口(西北角)

3、标的功能：规划功能包括：写字楼、公寓、商业裙房，本合同服务范围仅限于商场部分。

4、标的面积：商场面积约万平方米

5、标的开业时间：约为年月

6、本合同的顾问服务总共分为三大阶段，其中策划咨询阶段、招商执行阶段为主要服务内容，经营管理顾问服务为辅助内容，具体的工作内容和工作详见各阶段服务内容。

7、合作方式：甲方指定乙方为该标的的独家策划招商代理。乙方在项目策划方案的指导下，制定具体的产品包装和推广计划，拟定符合项目定位及经营的招租方案，为甲方提供项目营销及招商策划;在项目产品招商期间深入跟进项目营销及招商策略，组建招商团队，为甲方提供招商代理服务;根据招商进度，针对项目后期的商业运营提供科学合理的管理策划方案与建议。

第二条策划咨询服务内容

一、策划咨询阶段工作内容

1)商业物业业态调查：业态规模与结构、功能规划、商家组合、租赁经营模式、租赁政策、人流表现、经营管理模式以及状况与趋向、物业外观与户外广告经营状况等。

2)商业价格及促销策略调查：物业租金价格市场行情、价格构成、促销手段、租金减免方案、租金递增策略、商家扶持办法等。

3)城市(区域)民生状况及行为习惯调查：收入与日常支出状况、消费模式与习惯消费结构、娱乐休闲习惯与喜好、消费潜力与趋向等。

4)城市(区域)媒介及推广环境调查：媒介力量状态与价格、推广渠道挖掘、推广模式现状、市民接受状况、广告表现方式、线下广告状况及价格等。

二、项目可行性分析

1)在充分调研市场的基础上，通过对本项目主体功能经营的定位、面积比例、投资规模、收益分析和经济分析，进行多方位的比较和分析，从而确定项目总体经营方向和策略，提出符合甲方整体利益最大化的对策和意见。

2)项目招商方向定位及依据：在已确认的可行性分析的基础上，根据总体经营策略，对投资项目进行进一步的市场细分、市场定位，并对各分项功能区的有关经济技术问题提供专业咨询建议。

三、项目招商策划

1)项目招商定位及策略详细阐述。

2)平面布局及商业功能规划。

3)人流导向及配套功能规划。

4)项目租赁价格分析与定位。

5)项目租赁价值及收益评估。

6)招商客户群定位。

7)初步招商资料及文件编订。

四、项目推广策划

1)项目形象定位(描述)及推广定位及策略详细阐述。

2)广告策略及模式计划。

3)推广阶段、目标、原则、手段及内容拟订。

4)媒介分析、媒介策略及媒介计划。

5)项目形象识别系统(vis)平面创意表现。

五、项目经营管理辅助内容

1)经营管理定位阐述。

2)经营管理模式、目标、方案及流程设计。

3)管理岗位职能规划。

4)行政管理制度目录。

第三条招商执行阶段工作内容

一、招商团队管理及招商实施执行工作：

1)制定该项目招商人员编制方案，组建项目小组、开展严格有效的招商培训。

2)派驻招商小组，负责执行具体的招商工作，包括但不限于销控表的管理，根据实际情况调配资源，保证每日有足够的招商人员在岗，按时提交招商进度，实时进行市场调查，对项目商业规划及建筑设计、业态布局、物业配套、景观设计等提供专业意见等。

3)向甲方反映客户的要求、条件，促成客户与甲方签署租赁合同。

二、招商策划细则规划工作：

1)根据策划方案制定具体的项目招商计划及价格政策，对营销推广、招商策略、招商组织及招商部署进行总体规划。

**健身房招商代理合同范本19**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

xx县委、xx县政府决定有县城区招商一座五星级宾馆，通过公开招商确定 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为宾馆投资商。在甲方发布五星级宾馆招商公告条件的基础上，双方本着互惠互利、共同发展、和谐共赢的原则，经充分协商，达成如下合同条款：

一、项目概况及相关要求

(一)项目名称：五星级宾馆暨商贸综合开发。

(二)项目地址：

(三)项目内容与投资规模：

1、项目内容包括五星级宾馆、高档电影院、大型综合超市、高档商住小区。

2、宾馆投资规模要求在 万元以上，高档电影院和大型综合超市投资规模要求在 万元以上，超市要求引进国际国内知名连锁超市。

(四)项目建设期限：

1、宾馆在甲方交付乙方土地之日起6个月内动工， 个月内建成营业。否则，甲方依法征收土地闲置费或收回土地使用权并依法处置土地附着物。因不可抗力因素或征地、拆迁矛盾导致工期延误，则建设工期顺延。

2、综合商贸用地和商住开发用地必须统一规划设计，统一施工建设，不得进行土地分割出让。高档电影院、大型超市和商住开发须在宾馆主体楼施工到达正负零时才能启动房地产开发建设。其中： 亩商住开发用地在宾馆主体楼达到正负零时可开发 %，在宾馆主体楼封顶时可开发 %，宾馆营业时开发 %，五星级授牌前应保留有建筑面积 万平方米的房地产须经甲方批准方可销售。

3、宾馆正式营业后三年内须取得五星级宾馆授牌，否则整个项目用地按房地产价格用地补偿差价，补偿标准按补缴时同地段的房地产市场价确定。

二、五星级宾馆建设要求

宾馆建设须符合国际标准(gb/t14308-20xx)关于五星级宾馆的建设要求。具体建设内容如下：

1、建筑外观与建筑结构具有鲜明的豪华饭店品质，空间布局合理。应科学规划、设计，建设面积较大，环境整洁，独立于宾馆主体建筑之外应具富有特色的花园(绿化场地)。

2、总建筑面积40000平米以上，按国家五星级宾馆评定标准进行规划设计、建设施工和内外装修。

3、关厅功能划分合理，空间效果良好。在门厅及主要公共区域建设符合标准的残疾人出入通道、残疾人专用卫生间或厕位等相应残障设施。

4、规划建设300间(套)以上可供出租的客房，有标准间(大床房、双床房)、残疾人客房、2种以上规格的套房(包括至少四个开间的豪华套房)，并有行政楼层，且布局合理。客房净面积不少于21平米(不包括卫生间和门廊)，净高不低于3米，客房卫生间面积不少于8平米，客户走廊宽度不于米，高度不低于都米。

5、餐厅、吧室及厨房位置合理，布局科学。既有装饰豪华的中餐厅、西餐厅，亦有独具特色的咖啡厅，还应有专门的酒吧或茶室以及3个以上宴会单间或小宴会厅。

**健身房招商代理合同范本20**

1、水岸项目完成签约面积，申报招商代理服务费526178元

一、二楼格力空调租赁单价140元//月;

中西简餐40租赁单价150元//月;五粮液专卖租金单价120元//月;味稻工场租金单价72元//月

三楼豪爵足道租金单价50元//月;

铁锅门租金单价50元//月;

四楼麻辣快乐营租金单价45元//月;

今泰家居展厅租金单价44元//月国云峰酒店租金单价45元//月

五楼夜时尚台球租金单价38元//月签约面积共计(包括K3苏宁电器)。项目申报代理服务费共计526178元，目前120771元已经回款。

2、时代广场项目完成签约面积，申报招商代理服务费270557元

一楼：汽车展厅租金单价150元//月租赁年限5年

每两年递增8%，物业管理费为18元//月

六楼：成熙国际英语教育租金单价40元//月租赁

年限为8年，每两年递增8%，物业管理费为20元//月两个月租金为：386510元，目前可结算金额为：270557元目前其中有部分客户还在继续重点跟踪，如：地产销售展厅、两组餐饮、钱柜KTV、三组培训及健身等等。

**健身房招商代理合同范本21**

忙碌的五月份工作结束了，六月随之到来，为了在六月取得比五月更加优异的业绩，提升个人业绩特意制定了六月工作计划。

>一、主动与客户沟通联系

过去工作我缺少主动，客户看房都是等到了客户提出来我才会带着他去看房，但是在六月我改变方法，只要有购房欲望的客户，我都会争取让客户来我们部门看房，经过了多个月的练习，我已经学会了骑电动车，客户看房我也方便带着客户去看房，很多时候说的多不如让客户看到实物，让客户自己去感受房屋的好坏，这比我们说的要管用，毕竟我们房屋都是经过了质量检测，所以也不担心客户有什么不满。对于与我联系但是没有时间的客户，我会主动跟客户说明情况，如果多次沟通，都不愿意来看房，一直推脱，我不能一直为客户预留，而是改变策略，让客户感到紧张，比如有竞争客户，如果客户退缩了，那么说明客户要么是当前暂时没有这方面的需要，要么就是客户拿不出资金。果断舍弃，但是却不能断了联系。多带客户看房，通过这样的方式打消客户心中的疑虑，让客户明白我们的房产是否合适他们。

>二、寻找更多优质客户资源

>三、礼貌谦逊

改变自己过去的工作方式，在今后工作中注重礼貌，看到客户友善问好，主动与客户握手，多为客户着想，站在客户的角度去思考问题，去为客户分析问题，不断的提高和沟通，用更高的素质来说服客户，用礼貌打动客户，改变自己过去没有礼仪的沟通，主要以沟通为主，虽然会采取销售手段，但是也会更加柔和，而不是随意的去压迫客户，但是也得有自己的原则作出自己的判断，用良好的素质和礼貌来与客户沟通。

**健身房招商代理合同范本22**

甲方：

法定代表人：

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

资质等级：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 证书编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

甲、乙双方在自愿、平等、协商一致的基础上，就 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (物业名称)的物业管理服务事宜，订立本合同。

第一条 本合同所涉及的物业基本情况

物业类型：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

座落位置：\_\_\_\_\_\_\_\_\_区/县\_\_\_\_\_\_\_\_乡/镇\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 路\_\_\_\_\_\_\_弄\_\_\_\_\_\_\_号

四至范围：东至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ，西至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，

南至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ，北至 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，

以上范围不包括

总建筑面积：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_平方米;

其中：住宅面积\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 平方米;

商业面积\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 平方米，

其它物业类型面积\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 平方米。

物业构成见附件一，物业规划平面图见附件二。

第二条 本合同为期\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_年，自\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日起至\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日止。若合同期限未满，业主大会与物业服务企业签订的物业服务合同生效的，本合同终止。

本合同期限届满后，全体业主没有作出续聘或者另聘物业服务企业决定，乙方按照本合同继续提供服务的，本合同中甲方、业主、乙方各自的权利义务延续。在合同权利义务延续期间，任何一方提出终止合同的，应当提前三个月书面告知对方。

第三条 乙方根据下述约定按照建筑面积向业主收取物业服务费。

(一)住 宅：

高层\_\_\_\_\_\_\_\_元/月·平方米;\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 多层\_\_\_\_\_\_\_\_元/月·平方米;

独栋别墅\_\_\_\_\_\_\_\_元/月·平方米;

(二)办公楼：\_\_\_\_\_\_ 元/月·平方米

(三)商业用房：\_\_\_\_\_\_\_\_元/月·平方米

(四)其它物业类型\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 元/月·平方米

(五)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ;

(六)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

本条约定的物业服务费不含物业大修和专项维修费用，物业大修和专项维修费用按规定在维修资金中列支，并按规定分摊。

第四条 本合同履行过程中，物业服务费标准按照下列第\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方式按签约年度调整：

1、自\_\_\_\_\_ 年\_\_\_\_\_ 月起，每\_\_\_\_\_ 年按照\_\_\_\_\_ (递增或减少)的调整，其中：

l 住宅调整标准如下：

高层\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(%或元/平方米月 );多层\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (%或元/平方米月 );独栋别墅\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (%或元/平方米月 );

l 办公楼：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (%或元/平方米月 )

l 商业用房：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(%或元/平方米月 )

l 其它物业类型\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(%或元/平方米月 )

2、其它调整方式：

第五条 业主的物业服务费用应按\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (年/季/月)交纳。

业主应在 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(每次缴费的具体时间)履行交纳义务。

自本合同生效之日的当月至出售物业交付之日的当月发生的物业服务费用，由甲方承担;出售物业交付之日的次月至本合同终止之日的物业服务费用，由物业买受人按照本合同的约定承担;房屋销售合同未约定的，由甲方承担。已竣工但尚未出售的物业以及甲方未交付给业主的物业，由甲方依照本合同约定的标准向乙方交纳物业服务费。

业主延期支付物业服务费用、停车费或者本合同约定的其它应缴费用的，按照每日千分之\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 计违约金。

业主拒缴物业服务费的，双方约定按照以下第\_\_\_\_\_ 、\_\_\_\_\_ 、\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_种方法处理：

1、\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！