

一、文件主控部门、首次公布、实施时间

主控部门	文件版本	首次公布时间	首次实施时间

二、文件修改统计

序号	修改日期	申请人	修改页次、章节	改后版次

三、相关部门评审签署

董事办	行政部	人力资源部	电脑资讯部	计划技术部	工程部	业务部	采购部	预算部	策划部	营销部	财务部	审计部

四、审批签署

编写		审核		同意	
此文件是企业知识产权，严禁私自复制。 欢迎您对任何文件提出修改意见，但在您意见没有被同意之前，必需实施文件要求。					

1. 目标

1.1. 好

2. 适用范围

2.1. 艰苦

3. 定义

3.1.

4. 职责

5.

6. 作业内容

6.1. 目录

6.1.1. 项目概况

6.1.1.1. 地理位置及交通优势

6.1.1.2. 项目基础名称

6.1.1.3. 产品（住宅）概况

6.1.1.4. 品牌内涵

6.1.1.5. 项目规模

6.1.1.6. 总体计划和建筑设计

6.1.1.7. 公建配套设施

6.1.1.8. 智能服务系统

6.1.1.9. 文化教育

6.1.1.10. 投资置业环境

6.1.1.11. 物业管理

6.1.1.12. 三期住宅装修标准

6.1.1.13. 售价、付款方法、入住费用

6.1.2. 项目优劣势比较及劣势难点释疑

6.1.3. 销售工作程序及礼仪

6.1.3.1. 电话咨询

6.1.3.2. 现场销售

6.1.3.3. 购楼交易程序及手续

6.1.3.4. 购楼税费

6.1.4. 销售疑难问题及解答

6.1.5. 其它相关部门资料

6.1.5.1. 物业管理企业

6.1.6. 售后服务及投诉处理

6.2. 项目概况

6.2.1. 地理位置及交通优势

6.2.1.1. 由 x 房地产企业开发“xx 居”项目在富饶 x 市 x 镇，总占地 28 万平方米。x 超市、x 公园、x 高级中学，x 酒店等生活配套近在咫尺。处于 x 镇和 x 之间中心点，离 x、x

仅 15 分钟车程。地理位置得天独厚，环境优美，交通便捷，是白领精英理想居所。小区内采取人车分流设计，各行其道，安全畅顺。

6.2.2. 项目基础名称

6.2.2.1. 发展商：x 市 x 房地产开发（简称“x 地产”）

6.2.2.2. 承建商：浙江 x 建筑集团七分企业〔特级企业〕

6.2.2.3. 总体计划：珠海 x 工程设计

6.2.2.4. 园林设计：珠海市 x 园林设计

6.2.2.5. 建筑设计：珠海 x 工程设计

6.2.2.6. 物业管理：x 市 x 物业管理

6.2.3. 全新组团“x”产品概况

6.2.3.1. 5 月 x 居首次以“x”组团推出多层住宅 14#—17#共 352 套，推出短短 3 个

月已全方面售罄。

6.2.3.2. 10 月又以“x”组团推出 18#—20#住宅 7 栋 196 套单元，x2 期采取全新设

计意念，18#—20#中 5 栋为多层住宅，2 栋为小高层设计，首层部份单元随楼附送 DIY 私

家花园，6 层及 11 层单元全部为 4.5 米或 6 米中空大厅设计。该组团中 19#楼为整个组

团中楼皇，1-8 层为一梯四户设计，9-11 层为一梯两设计，11 层为空中别墅设计、随楼

附送超大型私家露台，19#正对组团中心主绿化园景，最宽楼距达 53 米，表现豪宅典范。

开售当日，推售单元已超 9 成，取得了很好业绩。

6.2.3.3. 8 月再以“x”组团推出 21#—25#部份住宅，21#—25#为“x”组团升组

产品，在保持“x”组团一贯优点外，更提升住宅交楼标准，如住户大堂采取了酒

店式大堂设计，另外，铝合金材料更升级为喷涂形材料，使业主生活更显尊贵。

6.2.4. 品牌内涵

6.2.4.1. 本项目由 x 市最具实力大型港资企业 x 市 x 房地产开发所开发。

企业创建于 1999 年，经过不停发展，业务范围已拓展至房地产开发经营、物业管理、房地产中介服务、酒店物业等多个行业。x 地产最初关键从事商品房代售经营，自成立 x 市 x 房地产开发以来，经过本企业同仁不停努力，企业事业得到了长足发展，已成为 x 较具影响力房地产开发企业，至今已成功开发了“x 花园一至五期、x 酒店项目，参与开发了 x 镇 x 阁；开发中“xx 居”（包含“x 学校”）项目，是 x 市同期开发最大楼盘之一。

6.2.4.2. “x”矢志不渝地致力于人文文化房地产开发和服务：出色计划设计、便利交通网络、优良工程品质、完善小区设施、怡情园林绿化、贴心物业管理，赢得了业界及业主一致好评。

6.2.5. 项目规模

本项目总占地 28 万 M²，自西向东分六期发展，容积率 2.4，绿化率 35%。

6.2.6. 总体计划和建筑设计

6.2.6.1. 为使本项目计划建站在一个更高起点，从起，本企业不惜成本分别就 xx 居总体计划、城市综合体及单体设计方案、园林设计方案进行了三次较大规模招标。

6.2.6.2. 总体计划招标吸引了中国多家著名机构参与，竞标方案水准很高，大量现代计划设计理念被利用其中。最终，珠海 x 工程设计，以其整体空间很好，计划布局合理，结构清楚，能充足表现友好人居特色，可实施性较强等综合优势一举夺标。

6.2.6.3. 城市综合体及单体设计中标单位一样为珠海 x 工程设计，该企业强调住宅区环境和建筑、单体和群体、空间和实体整合，并将设计元素融入人居和小区环境，使建筑平面、空间组合和环境富有特色，形体塑造更具魅力。

6.2.6.4. 园林设计方案中标单位为珠海市 x 园林设计，该企业设计方案充足考虑到小区空间，将组团绿化、绿化带、居住区集团绿化设计成点、线、面不一样形式绿化系统。一期绿化在欧洲园林专题情调下，以多外水景喷泉、瀑布、凉亭组合成不一样绿化组团，将作品中或活泼浪漫、或经典幽雅、或贵丽雍华气质带入小区、使小区更富生气，和生活有机融合。设计企业考虑到地下车库范围较大，更从环境保护角度出发，将车库和平台之门出入口、透光井采取全玻璃结构，大大地降低能源浪费。

6.2.7. 公建配套设施

6.2.7.1. 本项目规模庞大，地处 x 市交通关键点，全镇水陆交通十分便利，地理优越，北接 x 经济重镇 x、南接 x 市城区 x，105 国道、中江高速公路和计划建设中广珠西线和广珠轻铁贯穿境内，珠江支流 x 水道绵延而下。中江高速 x 出口已于 11 月正式开通，伴随广珠西线二期工程完工及广珠轻铁建成通车，x 镇将成为 x 市交通枢纽，到时，x 镇将大大拉近和珠三角各大中城市、地域距离。

6.2.7.2. 镇政府为方便 xx 居业主进出，吸引更多投资者到 x 投资，促进镇经济发展，镇政府不惜斥巨款在小区东西两端铺设两条镇级样板路贯通 x 经济重镇 x，极大地缩短了 x 和 x 距离，从 xx 居到 x 仅需 2 分钟车程。

6.2.7.3. 为把 xx 居周围计划成 x 新商住中心，镇政府于 6 月在 xx 居东入口位置兴建了占地 25000 平方 xx 公园，公园有着超前优异设计，园内有怡人绿化带、花池、凉亭和大型舞台和体育设施，可满足以后 x 未来发展需要，x 公园已于 10 月 1 日正式投入使用。

6.2.7.4. xx 居发展商 x 市 x 房地产开发，为满足业主需求将在小区内设大型豪华会所，内设大型泳池、网球场、健身房、乒乓球室、桌球室等多项娱乐设施。除些之外，由发展商在 x 镇内投资兴建四星级 x 酒店已正式开业，内设酒楼、西餐厅、夜总会、桑拿、茶艺馆、美发中心、棋牌、大型会议室、豪华客房等，业主消费可享受多个优惠，彰显业主尊贵身份。

6.2.8. 智能服务系统

6.2.8.1. 本小区采取 4A

级智能化管理，全区配置红外线周界防范系统、实时摄录系统、电子巡更系统、停车场管理系统、IC 可视门禁系统等，使业主生活愈加安全、便捷。

6.2.9. 文化教育

6.2.9.1. 为了给业主儿女提供充足成长空间，让孩子在未来天空中自由翱翔，发展商计划于小区内投资约 1 亿元创办省一级名牌学府——x 学校。x 学校占地 59000 平方米，总建筑面积达 53000 平方米，分设小学部及幼稚园部，校内设施设备按省一级标准配置，含学生饭堂、学生宿舍、小学教学楼、幼稚园教学楼、标准足球场、农田试验区、体育馆（含游泳池）等设施，学校办学规模：小学 36 个班、幼稚园 12 个班，学校将推行优异教育理念，实施小班化管理，充足尊重学生个性发展，确保每一个儿童全部有充足个性发展空间。凡本小区业主儿女入读均可在相同条件下取得优先入学权。

6.2.10. 投资置业环境

6.2.10.1. 回顾 x 市商品房市场发展过程，大致经历了多个主流阶段：
→ 城市中心单体楼 城市次中心区，新区中型住宅区 城郊结合部大型住宅区 城市周围大型屋村。这首先反应出城市扩张对开发行为影响，其次也反应出购房者需求多元化。伴随城市进程不停向北向南扩展，住宅郊区化主流正逐步形成。而本项目不管从规模、地理位置、品牌信誉度或环境上讲全部是城市周围大型楼盘中佼佼者，居住条件和投资潜力不言而喻。

6.2.11. 物业管理

6.2.11.1. 本项目物理由 x 地产属下 x 市 x 物业管理提供。该企业管理经验丰富，实施 ISO9001 管理体系，现有管理物业包含取得 x 市园林式住宅小区及 x 市物业管理优异示范小区称号 x 花园及 xx 居等。物业企业为 x 业主提供周全、细致、全方位小区服务，受到业主良好赞誉。在 xx 居，该企业除秉承原有质素外，还将更现代、更安全、更广泛服务和业主生活结合，让业主充足享受友好 x 诗意生活。

6.2.12. 住宅装修标准（三期）

6.2.12.1. 四期 21 号楼交楼标准（多层）

6.2.12.1.1. 装修标准：

6.2.12.1.1.1. 外墙：粘贴外墙砖。

6.2.12.1.1.2. 内墙：墙身批荡。

6.2.12.1.1.3. 地面：室内地面结构板楼面现浇，不做面层。

6.2.12.1.1.4. 门：防盗入户门，室内留门洞，不设门和门扇，客厅阳台设铝合金落地玻璃门。

6.2.12.1.1.5. 窗：喷涂铝合金窗配玻璃。

6.2.12.1.1.6. 厨房：室内地面结构板楼面现浇，不做面层；墙身批荡；预留排水口，不安装任何厨具。

6.2.12.1.1.7. 洗手间：地面油性防水层；墙身批荡；预留排水及排污口，不安装任何洁具。

6.2.12.1.1.8. 梯间：梯阶贴耐磨砖，梯间墙身扫乳胶漆。

6.2.12.1.1.9. 天花：一般刮白。

6.2.12.1.2. 住宅设施标准：

6.2.12.1.2.1. 供电：接电源至每户总电箱内，设独立之电表。

6.2.12.1.2.2. 供水：接至每户阳台，设独立之水表。

6.2.12.1.2.3. 电话：接至每户室内，户内布装买方自理。

6.2.12.1.2.4. 有线电视天线：接至每户室内，预留接线口，户内布装
买方自理。

6.2.12.1.2.5. 防盗设施：各单位统一配置可视对讲系统。

6.2.12.2. B、四期 22、23、25 号楼交楼标准（小高层）

6.2.12.2.1. 装修标准：

6.2.12.2.1.1. 外墙：粘贴外墙砖。

6.2.12.2.1.2. 内墙：墙身批荡。

6.2.12.2.1.3. 楼地面：室内地面结构板楼面现浇，不做面层。

6.2.12.2.1.4. 门：防盗入户门，室内留门洞，不设门和门扇，客厅阳
台设铝合金落地玻璃门。

6.2.12.2.1.5. 窗：喷涂铝合金窗配玻璃。

6.2.12.2.1.6. 电梯间：电梯大堂地面铺贴抛光砖，墙身扫乳胶漆。

6.2.12.2.1.7. 走火楼梯间：梯级水泥沙浆找平，墙身扫乳胶漆。

6.2.12.2.1.8. 厨房：室内地面结构板楼面现浇，不做面层；墙身批荡；
预留排水口，不安装任何厨

6.2.12.2.1.9. 具。

6.2.12.2.1.10. 洗手间：地面油性防水层；墙身批荡；预留排水及排污口，不安装任何洁具。

6.2.12.2.1.11. 天花：一般刮白。

6.2.12.2.2. 住宅设施标准：

6.2.12.2.2.1. 供电：接电源至每户总电箱内，设独立之电表。

6.2.12.2.2.2. 供水：接至每户阳台，设独立之水表。

6.2.12.2.2.3. 电话：接至每户室内，户内布装买方自理。

6.2.12.2.2.4. 有线电视天线：接至每户室内，预留接线口，户内布装买方自理。

6.2.12.2.2.5. 防盗设施：各单位统一配置可视对讲系统。

6.2.12.2.2.6. 电梯：配置一台电梯。

6.2.12.3. 四期 24 号楼交楼标准（小高层）

6.2.12.3.1. 装修标准：

6.2.12.3.1.1. 外墙：粘贴外墙砖。

6.2.12.3.1.2. 内墙：批荡批荡。

6.2.12.3.1.3. 楼地面：室内地面结构板楼面现浇，不做面层。

6.2.12.3.1.4. 门：防盗入户门，室内留门洞，不设门和门扇，客厅阳台设铝合金落地玻璃门。

6.2.12.3.1.5. 窗：喷涂铝合金窗配玻璃。

6.2.12.3.1.6. 电梯间：电梯大堂地面铺贴抛光砖，墙身扫乳胶漆。

6.2.12.3.1.7. 走火楼梯间：梯级水泥沙浆找平，墙身扫乳胶漆。

厨房：室内地面结构板楼面现浇，不做面层；墙身批荡；预留排水口，不安装任何厨具。

6.2.12.3.1.8. 洗手间：地面油性防水层；墙身批荡；预留排水及排污口，不安装任何洁具。

6.2.12.3.1.9. 天花：一般刮白。

6.2.12.3.2. 住宅设施标准：

6.2.12.3.2.1. 供电：接电源至每户总电箱内，设独立之电表。

6.2.12.3.2.2. 供水：接至每户阳台，设独立之水表。

6.2.12.3.2.3. 电话：接至每户室内，户内布装买方自理。

6.2.12.3.2.4. 有线电视天线：接至每户室内，预留接线口，户内布装买方自理。

6.2.12.3.2.5. 防盗设施：各单位统一配置可视对讲系统。

6.2.12.3.2.6. 电梯：配置两台电梯。

6.2.13. 售价、付款方法、入住详见置业计划书

6.3. 项目优劣

6.3.1. 规模宏大

6.3.1.1. 优：因为居住人员较多，有条件也易形成未来卫星城市住宅区，生活气氛浓郁，对追求规模环境、新生活居住方法买家有强烈吸引力，且配套设施一应俱全，生活便利。

劣：开发期长，工地环境在很长一段时间内难以改善，很多配套设施也并不能和住宅一同交付使用。

6.3.1.2. 释：引导用户憧憬整体小区交付后生活，描绘在如此大型小区内和众不一样生活方法，越早做出购置决定，价格越划算，升值潜力越大。

6.3.2. 地理位置及交通配套

6.3.2.1. 优：x 镇地理位置得天独厚，全镇往中国外交通很便利；x 港、105 国道和已经全方面通车中江高速公路贯穿境内。伴随广珠西线二期工程完工及广珠轻铁建成通车，x 镇将成为 x 市交通枢纽，往 x 仅 6 分钟车程，而往珠海及广州更大大缩减至 35 分钟。在 xx 居东西两端，镇政府投资兴建两条镇级样板路，直接贯通 x 经济重镇 x，x 和 x 距离以后近在迟尺，2 分钟时间就能够横跨两地。而且，为方便业主进出，xx 居将设置豪华专巴，每日穿梭两地。

6.3.2.2. 劣：买家心理感觉较远，不属于 x 范围，位置较生僻，缺乏熟悉感；不知坐什么车，不方便，提心交通费用高。

6.3.2.3. 释：从城市发展计划和住宅郊区化新观念角度淡化买家对地理位置注意力，从价格、环境和位置楼盘横向比较手法凸显其它优势；具体讲解入住后穿梭巴士线路、频次、地点及收费。

6.3.3. 居住环境

6.3.3.1. 优：相信每个买家全部会被 x、东风、古镇其它楼盘所不含有绿化环境所吸引，成为决定购置关键原因。

劣：楼盘周围工厂较多，甚至和工厂距离只有一墙之隔，空气质素较差。

6.3.3.2. 释：此时为临时现象，镇政府已计划将 xx 居周围发展成为 x 镇新大型商住中心，从其在 xx 居东入口投资超出 1 千万兴建 xx 公园，已可看出镇政府决心。而且，镇政府已正式和 x 居周围厂商沟通协商，逐步车间、厂房将搬至 x 和横栏交界位置，部份厂商已于今天开始实施搬迁，相信，在一定时间内，镇政府是有能力完成全部厂房搬迁工作。可想，待新商住中心形成后，xx 居升值潜力将比 x 花园更大。

6.3.4. 计划设计

6.3.4.1. 优：绝对是精品之作，不惜成本为了 x 人度身订造。

6.3.5. 文化教育

6.3.5.1. 优：在 xx 居计划中，有一所由发展商投资兴建省一级名牌学府“x 学校”，x 学校幼托、小学拥有超前计划设计，实小班化教学，教育形成完整高级体系，成为中、青年夫妇购置选择原因。

6.3.5.2. 劣：学校从兴建到投入使用仍有一段时间，用户对学校兴建信心不足。

6.3.5.3. 释：销售中关键讲解学校规模、设计、内部设施等，顺带介绍业主儿女入读优势。另外，对学校兴建动工时间及现在进度，要明确回复业主，学校桩基础工程已于今年 8 月完成，学校土建工程计划在明年 5 月份正式动工，估计在 9 月正式投入使用。

6.3.6. 品牌信誉度

6.3.6.1. 优：x 地产经过多年品牌经营已在 x 北部镇区消费者心中形成了实力、信誉、质量、计划设计优良象征，相信用户所以对期楼心理影响相对较小。

6.3.6.2. 劣：开发商第一次开发如此大型项目，且品牌产品价格相对较高。

6.3.6.3. 释：发展商用心在做项目，从计划到施工无不高标准严格要求。所以品牌背后所带附加值才能领导区域市场发展方向，提升区域物业档次。

6.3.7. 配套设施

6.3.7.1. 优：设施档次高、种类全，含有其它楼盘少有酒店及大型会所，小学、幼稚园等，生活配套不假外求。

6.3.7.2. 劣：会所、学校可供使用还 2 年时间，跟不上住宅入住配套需要。

6.3.7.3. 释：销售中明确向用户说明，学校桩基础工程已完成，土建工程计划于明年 5 月份动工，估计在 9 月份可正式交使用。xx 居会所会设置在三期 12#首层，内设乒乓球、桌球、健身房、网球场、泳池等娱乐设施。

6.3.8. 物业管理及智能化服务

6.3.8.1. 优：从 x 花园及 x 居一、二期，能够看出 x 物业管理企业服务素质较高，且所管理 x 花园项目，已被 x 市政府评为“x

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/405001312231011221>

6.3.8.2.