

# 深圳市 XXXX 实业发展有限公司**销售**工作手册

[理论是灰色的，生活之树常青，因此我们需要  
不断实践。让我们紧记：因为学习，所以进步。]

——— 写在前面

## 前 言

欢迎您加入“深圳市 XXXX 实业发展有限公司”（以下简称“公司”），您的加盟使公司又增添了一份活力。

为了使您尽快掌握和了解与您有关的工作事项，我们特为您准备了这本手册，它将为您带来方便和必要的工作指引，请您务必仔细阅读，如有任何查询，可向公司相关部门咨询。

希望您能在不断的工作实践中对本手册提出更多更好的建议。

## 第一部分：规章制度

公司每位销售人员必须时刻紧记，作为公司之代表，应表现恰当，以免有损公司形象。

下列是销售人员必须遵守之规章制度。如有违反，公司将给予纪律处分。情节严重者，将采取即时解雇而无须预先告知及补偿。

## 1. 考勤暂行制度

- 1) 工作时间: 9:00—17:30 值班时间: 13:00—20:30
- 2) 每周6个工作日, 上、下班时要在公司规定位置签到, 作为人事部的当月考勤记录备案; 每周每人轮休一天, 周六、周日不安排轮休。
- 3) 迟到或早退5分钟以上、15分钟以下者, 每次扣除薪金20元; 15分钟以上、2小时以下者, 每次扣除薪金50元; 2小时以上者按旷工处理。每月累计5次以上迟到者按每次罚款50元计, 严重者按自动离职处理。
- 4) 无故不上班者作旷工处理, 旷工半天扣除当日薪金的20%, 旷工1天扣除当月薪金的40%, 旷工2天扣除当月薪金总额, 连续旷工超过3天或一年内累计旷工超过5天者, 作除名处理, 公司不负责其一切善后工作。
- 5) 请假必须填写《请假条》, 职员层由部门经理签署意见, 经理层由主管副总经理签署意见, 请假批准后方可离开工作岗位, 同时《请假条》应交人事部备案。
- 6) 请假者如无法到公司请假, 必须在每天上班前或不迟于上班时间15分钟内, 致电所在部门经理, 说明请假原因和请假时间, 返回公司后应及时补填《请假条》交人事部备案, 请病假者应出具有效医疗证明。
- 7) 请病假扣除当日薪金的50%, 病假累计半月以上者, 当月薪金按照实际工作日发放。
- 8) 请事假扣除当日薪金全额。
- 9) 因外出公干、参加社会活动请假, 需经领导批准给予公假, 薪金照发。

## 2. 个人形象要求

男士: 衣着纯色衬衣、西裤, 或西服套装(部门有统一工作服必须统一着装), 衣领要扣上并结适当颜色的领带, 衬衣扎放整齐, 领带紧贴领口, 领口、袖口无污迹; 着深色或浅色袜, 深色皮鞋保持光亮, 西装口袋不放物品; 头发整齐、干净, 不蓄胡须; 在办公区域内必须正确佩带工作牌; 上班时间不吃带异味的食物, 不得在办公位吸烟、如需吸烟应到公司指定的吸烟区; 售楼处内不宜佩带太阳眼镜、帽子等。

女士: 衣着庄重且高雅之办公室服装(部门有统一工作服必须统一着装), 应着

有袖衬衣、长短适度的西裙、套裙、单色丝袜、皮鞋；当气温至 15℃以下时方可穿长裤；首饰佩带应恰到好处，不宜佩带过多首饰，指甲不宜过长；发型文雅、大方、庄重，梳理整齐，不得奇形怪状、五颜六色；指甲油应选择自然色，上班必须化妆、但不得浓妆艳抹；保持口腔清洁，上班时间不吃带异味的食物；在办公区域内必须正确佩带工作牌。

### 3. 销售人员工作职责

- 1) 保持售楼处现场环境干净整齐，接待台资料物品摆放有序。
- 2) 公司内部所发文件要认真阅读、收好、放好，不可随意乱放或给客户、外人取阅。
- 3) 工作时间内不得大声喧哗，不得用电话聊天，不得做与工作无关的事。
- 4) 当发现售楼资料有不清楚或错误时，应及时通知公司有关部门加以改正，决不能当着客户的面前指出错误。
- 5) 销售人员要诚恳、热情的接待每一位客户，尽量详尽的介绍楼盘的有关情况；不得与客户发生争执，如有发现即刻辞退。
- 6) 当一个人上班时，顾客问是否一个人吗？应答：其他人带客户去看楼了。如有客户交款或看楼，应立即通知公司有关部门。
- 7) 发现难题或其他事情应当天记载，在每周例会时提出（重大事项应即时提出），由销售经理集中反馈回公司研究、解决。
- 8) 已经优惠了的客户认购书，不能让别的客户知道。
- 9) 客户在看完样板房后，应送名片给客户，顺便问客户是否方便留个联系电话，以便日后联络。
- 10) 销售人员要每天认真填写《客户接待登记表》、《销售人员工作周报》及建立《客户档案》。
- 11) 销售人员应了解每位客户楼款的交付情况及时提醒客户有关楼款交付事宜。
- 12) 协助客户顺利完成（如交款、签合同、办公证、按揭手续、入伙手续、办房产证）等手续。
- 13) 未按期交款的，应协助财务催收。
- 14) 销售人员要对已购房客户提供积极、热情的售后服务。

### 4. 销售经理工作职责

- 1) 制定、记录考勤表，排班表。
- 2) 组织每周一上午 9：00—10：00 的销售例会。对每周销售情况、客户信息反馈做总结与计划。
- 3) 积极督促、协调销售人员的日常销售工作，及时汇报有关情况。
- 4) 每日汇总销售人员的《客户接待登记表》，填写《楼盘销售日报表》。
- 5) 每周一向公司呈报《楼盘销售周报表》。
- 6) 每月月初前三日向公司呈报《楼盘销售月报表》。

#### 5. 奖金分配制度

- 1) 为增强部门整体凝聚力和提高了销售业绩，销售奖金由公共基金和奖励奖金两部分组成。例如：销售奖金 (X) = 公共基金 (X1) + 奖励奖金 (X2)，以每套房销售奖金 RMB：X 元计，其中：公共基金为 X1 元（由销售人员平均分配），奖励奖金为 X2 元（奖励成单销售人员）。
- 2) 每月 8 日前将上月业务完成情况填写月度结算表后，由财务部审核无误后上报主管销售的副总经理审阅签字。每月 10 日发放奖金。
- 3) 奖金结算时间标准以收到客户签定合同规定之首期款为准。
- 4) 所有违反考勤制度者，当日成交的公共基金部分全部扣除，此部分平均分配给其他销售人员。

#### 6. 违章贿赂处罚

- 1) 公司绝不容许销售人员行贿及受贿或利用其职务便利收受任何利益。
- 2) 如有发现销售人员有行贿及受贿行为，将即时解职，情节严重的，将追究其法律责任。
- 3) 如有出现不可推卸之利益馈赠时，销售人员需事前填写《收取个人利益申报表》并呈主管副总审批及指引。

## 第二部分：基本房地产知识及业务

### 1. 业务常用词语解释

- 1) 房地产：房地产又称不动产，是房产和地产的总称，具体地是指土地及其附着物。房产总是以地产联结为一体的，具有整体性和不可分割性。

- 2) 房地产产权：是指产权人对房屋的所有权和对该房屋所占土地使用权。具体内容是产权人对房地产的占有、使用、收益和依法处分的权利。
- 3) 土地使用权：是指土地使用权拥有者对土地使用的权限，包括开发权、收益权、处置权。政府以拍卖、招标、协议的方式，将国有土地使用权在一定年限内出让给土地使用者。土地使用权期满后，如该土地用途符合当时城市规划要求的，土地使用者可申请续用，经批准并补清地价后可以继续使用。
- 4) 房地产市场：主要包括房地产买卖、租赁市场。含一级市场，二级市场和三级市场。一级市场是指国家土地管理部门按土地供应计划、采用协议、招标、拍卖的方式，以土地使用合同的形式，将土地使用权以一定的年限、规定的用途及一定的价格出让给房地产发展商或其他用地者的市场。二级市场是指房地产发展商根据土地使用合同的要求将建好的房屋连同相应的土地使用权转让给单位和个人的市场。三级市场是指单位、个人之间的房地产权转让、抵押、租赁的市场，它是在二级市场基础上的第二次或多次转让房地产交易活动的市场。
- 5) 土地类型：深圳市土地按其使用性质划分为：居住、商业、工业、仓储、综合用地、公共设施及自由集资、微利房用地。
- 6) 三通一平：是指在发展基础上的水通、电通、路通及场地平整。
- 7) 七通一平：是指上、下水通，排污通、排水通、路通、通讯通、煤气通、电通及场地平整。
- 8) 国土局：代表国家行使土地所有者的权利，以及对房地产市场、房地产行业管理的政府部门。
- 9) 公证处：是国家的证明机关，是提供法律公证的机构。
- 10) 国土局产权登记处：是专门办理房地产初始登记、转移登记、抵押登记、变更、继承、赠与等手续的部门。
- 11) 房地产证：是房屋土地所有权属二合为一的凭证，是房地产权属的法律凭证。
- 12) 商品房：是指发展商以市场地价取得土地使用权进行开发建设并国土局批准在市场上流通的房地产，它是可领独立房产证并可转让、出租、继承、抵押、赠与及交换的房地产。
- 13) 复式房：上、下两层二合为一，与标准房的结构方面有区别。
- 14) 总建筑面积：各层建筑面积的总和。底层建筑按外墙墙角以上的外围水平

面积计算，二层及二层以上按外墙外围水平面积计算。

15) 建筑密度：在用地范围内所有建筑物的基底面积总和与地块面积之比。

16) 容积率：规定的地块上全部的建筑总面积与地块面积之比。

17) 红线图：又叫“宗地图”，是按一定比例尺制作的用以标示一宗地的用地位置、界线和面积的地形平面图。它由政府土地管理部门颁发给土地使用权受让者，受让者只能在红线范围内施工建房。

18) 预售许可证：按规定房屋未建好之前出售均要办理此证，发展商将有关资料送到国土局申请，批准后方可预售楼花。

19) 外销许可证：凡对境外预售的房屋都要办理此证方可出售。

20) 深圳房地产买卖合同：是由国土局统一编制，用以明确买卖双方权利和义务的协议，所有的商品房销售都须签定此合同，内销的房地产合同可免做公证，外销的房地产合同必须做公证。

21) 房地产抵押合同：是明确房地产抵押贷款中双方当事人权利和义务关系，由银行、业主和发展商三方签定。

22) 银行按揭：是指购房者购买楼房时与银行达成抵押贷款的一种经济行为，业主先付一部分楼款，余款由银行代购房者支付，购房者的楼房所有权将抵押在银行，购房者将分期偿还银行的贷款和利息。

23) 预售楼花：即楼宇预售。房地产经营者获取了建设土地，按政府批准建筑施工图纸施工，且投入开发的资金已达到投资总额的 25%（用地价款除外），便可向深圳市房地产产权登记处申请和办理楼宇预售登记，经批准后方可预售。

24) 样板房与示范单位：是指与实际房屋的结构相同，但装修标准按发展商的售楼书而定的房间。示范单位与样板房的装修有区别，目的是为提供给客户做装修参考。

25) 物业管理：是房地产管理市场化的一种综合性经营方式，分为维护性管理和经营性管理两类。维护性物业管理的职能，主要为高层与多层住宅、综合写字楼、标准工业厂房等楼宇及机电设备保养维修、治安、消防、环境卫生及其他服务为业主提供良好的工作和居住环境。经营性物业管理除具有维护性管理职能外，还通过对物业出租经营达到回收投资和获取利润的目的。

26) 房地产评估：就是房地产估价师根据房地产的有关信息、数据，选择合适的估价方法，按照一定的估价程序，最后确定物业的价格和价值的过程。评估

的主要方法有：1、市场比较法；2、收益还原法；3、剩余法；4、成本法。

27) 银行本票：是付款人将款项交存银行，由银行签发给他凭此可以办理转帐结算或支取现金的票据。有效期为一个月。

28) 银行汇票：是汇款人将款项交存当地银行，由银行签发并给汇款人持往异地办理转帐结算或支取现金的票据。有效期为一个月。

29) 银行支票：是银行的存款人签发并给收款人办理转帐或委托开户银行将款项支付给收款人的票据。有效期为十天。

## 2. 对销售人员的工作要求

1) 良好仪表：要保持仪表整洁，坐立姿势端正，言谈举止大方，态度亲切、友善，语言表达清楚，字体端正，能使客户产生良好的印象。

2) 规范工作：工作中有礼貌地接待客户和咨询电话；保持售楼处现场和样板房的清洁卫生，保持售楼资料及有关物品条理、整齐的摆放。

3) 虚心学习：虚心地向售楼处负责人及有经验的职员学习、咨询有关房地产的知识，并了解公司系统的日常运作规范。

4) 业务准备：接待客户前，需清楚掌握以下内容：（见下页）

A. 楼盘发展商的信誉、施工质量、区域位置、交通情况、土地用途、使用期限、楼盘名称、内在潜力、主体建筑的性质、结构及入伙日期等具体情况；

B. 所有单位面积的大小、单位朝向、楼层间隔、建筑材料、每平米售价、单价（最高、最低）、平均售价、特殊楼层及面积、楼层与楼价、建筑面积与使用面积的比例、大小区配套情况、小区总体规划、未来发展前景、与本区同类物业相比价位、付款方式的折扣比例是否合理、广告内容是否与销售资料相同；

C. 熟悉各种方式、签认购书、交楼款、开收据、签合同、办公证、办房产证手续、入伙手续及各部门所收取费用；如有按揭之楼宇，要清楚该楼盘的按揭年限及按揭比例，必需资料及手续，并了解银行之按揭费、保险费、抵押费、年期利息及月供款。

D. 以上内容销售人员已经熟练掌握，方可带客户看楼及推销，否则答非所问，影响公司的信誉。

## 3. 购房客户的接待

1) 吸引新顾客的注意力是极为重要的，所以要用诚恳、友善、专业、合作的态

度获取顾客的好感和赞赏。

2) 推销成功的第一步就是，销售人员要完全熟悉和了解将会推销的楼盘情况，因此在介绍楼盘时，对顾客所说的每一句话都要言之有物。如楼盘的结构、单位面积、单位朝向、楼层间隔、建筑材料、平均售价、周边环境、配套设施及其他同类楼盘的情况，销售人员都要清楚，否则被顾客的问题难倒而不知所措，将会失去一个推销的机会。

3) 销售人员必须自觉地去寻找所需参考资料，将公司资料与外界资料作一比较，从而得出本身楼盘特色。从顾客的角度去分析购房者的心态，观察他们对你所推销的楼宇有什么要求，然后总结推销重点。

4) 在推销工作中，销售人员必须具有说服力。一个有效的“说服”是通过一些事例、充分的论据及对客户需求的准确判断，去引导他作出购买的决定。

5) 要注意培养个人的信心，这种信心来自本身丰富的专业知识和清晰的表达能力。

#### 4. 客户购房的信号

1) 与客户交谈时，通常都能发现一些购房的讯号，有时这些讯号会以问题形式出现。还有，从顾客的面部表情及其他动态中，亦会表露出想购买的讯号，如果有兴趣购买的人比较注意销售人员的说话，因此作为一位销售人员首先要留意客户的反应，因为很多人的讯号都是在下意识地表达出来的。

2) 在客户细心看资料及价目表时，请不要分散他的注意力。客户细心地看资料后，如很详细地计算购买费用等问题的时候，这就是购房的讯号。例如：

- A. 什么时间入伙？
- B. 房产证什么时候办理？
- C. 交通是否便利？
- D. 临近是否有超市、学校、菜场等？

另外从客户的动作中亦可观察：

- A. 再次或多次到现场看楼。
- B. 仔细研究售楼资料。
- C. 记录楼宇资料。

#### 5. 完成交易的适合时机

当顾客表露出想购买的意图时，这就是最适合完成交易的时刻，因为有些顾客认为购买它可以带来所需的利益，因此他们才会作出购买的决定。但有些顾客在销售人员开始推销不久便会作出购买决定；而有些就要在整个过程完成后才会作出决定；亦有些顾客要到访数次后才会作出决定。当顾客表示愿意购买时，便应立即开始交易和尽快把交易完成，以免影响顾客对购房的决定和信心。

#### 6. 销售过程须注意事项：

- 1) 销售员首先公司核查售出单位状况，核对无误后，方可受认购，避免重复销售。
- 2) 准确计算楼款金额，同时给选择按揭付款方式的客户提供按揭资料。
- 3) 如遇特殊状况，应及时向经理请示、汇报。
- 4) 现金交付一律到公司财务部门办理。
- 5) 认购完成后，应及时向公司有关部门通报，以便余下的工作事宜能够正常进行。

#### 7. 销售合同签订流程

销售部选定房号

销售人员填写认购书

客户到财务部交订金，开收据

销售经理审核、签字

业主签字

一次性付款

15 天内交付首期款，30 天内付清全款  
并备齐按揭资料

银行按揭

15 天内交付首期款，

销售部签订房地产买卖合同书

一成首期

签订分期付款协议书

一次性付款

财务部开发票

银行按揭

与银行签订按揭贷款

合同书

销售部出具入伙通知书

管理处办理入住手续

### 8. 销售计划的支持

在销售之前，销售员本身要确信自己为专业人士，务使顾客确认销售员之权威推介。要胸有成竹，便要有周详计划支持。而计划需要仔细，行动要大胆，因此每月、每周、每日都要拟订计划。

务必遵循此销售计划支持之程序：

计划      实行      记录      反省      总结

## 第三部分：有关房地产销售的法律文件节选

### 1. 《深圳经济特区房地产转让条例》

(1993年7月24日深圳市第一届人民代表大会常务委员会第十七次会议通过)

第十八条、房地产买卖的当事人应当依法订立房地产买卖合同。

第十九条、房地产买卖合同应当采用主管机关统一制作的文本。房地产买卖合同当具备以下条款：

- (一) 当事人的姓名或者名称、地址；
- (二) 房地产权利证书编号；
- (三) 房地产坐落的位置、面积、四至界线；
- (四) 土地宗地号、土地使用权的性质和年期；
- (五) 房地产的用途；
- (六) 买卖价款及支付方式和日期；
- (七) 房地产使用的日期；
- (八) 公用部分的权益分享及共有人的权利义务；
- (九) 违约责任；

- (十) 合同纠纷的解决办法；
- (十一) 合同生效的条件及时间；
- (十二) 双方认可必要的其他事项

第二十条、预售房地产的，当事人约定交付房地产的时间应当在竣工验收合格之后。

第二十六条、因转让人的过错，不能按约定的时间交付房地产的，转让人应当支付违约金。违约金数额房地产买卖合同中有约定的，从合同约定；未约定的，为延期交付房地产期间的指导租金。造成受让人损失的，转让人除支付违约金外，还应当负赔偿责任。

转让人超过房地产买卖约定时间三十日仍不交付房地产的，受让人有权解除合同。

第二十七条、现售房地产的受让人不按约定期限给付价款的，应当比照中国人民银行有关延期付款规定支付违约金；因受让人过错造成转让人损失的，受让人除支付违约金外，还应当负赔偿责任。

受让人超过房地产买卖合同约定时间三十日仍不给付价款的，转让人有权解除合同。

第二十八条、预售房地产的受让人不按期给付价款的，按下列规定承担违约责任：

(一) 受让人给付的金额达应付价款百分之五十以上的，受让人应当比照中国人民银行有关延期付款的规定向转让人支付延期付款违约金；

(二) 受让人给付的金额不足应付价款百分之五十的，转让人可要求受让人支付违约金。受让人超过合同约定时间六十日仍不给付价款的，转让人有权解除房地产买卖合同。

第三十四条、房地产开发预售房地产应当符合下列条件：

- (一) 土地使用权已经依法登记，取得房地产权利证书；
- (二) 取得《建筑许可证》和《开工许可证》；
- (三) 除付清地价款外，投入开发建筑的资金已达工程预算投资总额的百分之二十五，并经注册会计师验资；
- (四) 房地产开发商和金融机构已签订预售款监管协议；
- (五) 土地使用权未抵押或者已解除抵押关系。

符合以上条件的，经主管机关核准后，发给《房地产预售许可证》；核定为外销的商品住宅，还应发给《商品住宅外销许可证》。

## 2. 《深圳经济特区房地产行业管理条例》

(1995年12月26日深圳市第二届人民代表大会常务委员会第五次会议通过)

第二条、在特区范围内从事房地产开发和房地产中介服务，应遵守本条例。

第三条、本条例所称房地产开发，是指在依法取得土地使用权的土地上进行基础设施、房屋建设的行为。

本条例所称房地产中介服务包括房地产咨询、经纪、评估和其他房地产中介服务。

本条例所称房地产咨询，是指为房地产开发、交易提供信息、咨询、策划、可行性研究服务的有偿行为。

本条例所称房地产经纪，是指以促成房地产交易协议为目的，为房地产交易双方提供中介服务的有偿行为。

本条例所称房地产评估，是指专业评估机构接受委托，估算房地产价格的行为。

第十四条、房地产开发企业或受其委托的单位刊登房地产销售广告，应向广告经营与发布单位提交下列材料的复印件，并出示原件：

- (一) 营业执照；
- (二) 《房地产开发企业资质证书》；
- (三) 预售的，应提交《房地产预售许可证》。现售的，应提交《房地产证》；外销的，应提交《商品住宅外销许可证》。

不能提供前款规定材料的，广告经营与发布单位不得为其制作、发布房地产销售广告。

第十五条、房地产开发企业的房地产销售广告应当包括下列内容：

- (一) 楼宇地点、竣工交付时间、售价等；
- (二) 预售的，应有《房地产开发企业资质证书》证号、《房地产预售许可证》证号；外销预售的，还应有《商品住宅外销许可证》证号；
- (三) 现售的，应有《房地产开发企业资质证书》证号、《房地产证》证号；外销现售的，还应有《商品住宅外销许可证》证号。

第二十条、本条例所称房地产经纪人，是指依照本条例取得房地产经纪人资格证书并领取执业证书，从事房地产经纪活动的专业人员。

本条例所称房地产评估员包括估价师和评估员。评估员是指依照本条例取得房地产评估员资格证书并领取执业证书，从事房地产估价活动的专业人员。

第二十六条、取得房地产经纪人、评估人员执业证书者，同一时期只能在一家房地产中介服务机构从业。

第三十七条、房地产咨询机构开展咨询业务，双方认为有必要签定书面合同的，应当签定书面合同。咨询合同应具备下列内容：

- (一) 双方当事人的姓名或名称及法定代表人姓名；
- (二) 咨询事项、期限和要求；
- (三) 咨询报酬的数额、给付方式和时间；
- (四) 违约责任；
- (五) 当事人认为应当载明的其他事项。

第四十条、房地产经纪机构开展经纪、代理业务，应当签定书面合同。

经纪、代理合同应具备下列内容：

- (一) 双方当事人的姓名或名称及法定代表人姓名；
- (二) 经纪、代理事项、期限和要求；
- (三) 经纪佣金或代理报酬的数额、给付方式和时间；
- (四) 违约责任；
- (五) 当事人认为应当载明的其他事项。

第四十一条、房地产经纪、代理合同不能履行或不能完全履行的，房地产经纪机构不收取或减少收取报酬，但由于委托人过错造成的除外。

由于房地产经纪机构的过错造成委托人经济损失的，房地产经纪机构应承担赔偿责任。

第四十二条、房地产经纪机构开展经纪、代理业务，有权向委托人获取相关资料，委托人应向房地产经纪机构提供全面、真实的相关资料。委托人提供虚假、失实资料或隐瞒真实情况的，房地产经纪机构有权拒绝为其服务。

第四十五条、房地产经纪机构不得因同一宗经纪业务所涉及的房地产与交易双方中的任何一方发生房地产买卖、租赁关系。

第四十六条、房地产经纪机构就同一宗经纪业务，不得同时兼为经纪、代理行

为。

### 3. 《深圳经济特区商品住宅外销管理办法》

(深圳市人民政府[1992]355号)

第二条、本办法所称的商品住宅外销，是指将特区内的住宅出售给境外公司、企业其他组织、外国人、华侨、港澳台同胞以及在境外中资机构服务的国内人员。

第八条、土地使用者在交清地价后，凭出让合同到市规划国土局领取《商品住宅外销许可证》。

土地使用者外销商品住宅时，应将《商品住宅外销许可证》悬挂在售楼场所，以备查验。土地使用者制作的售楼广告和说明书中，应载明《商品住宅外销许可证》的号码。

购楼者须认明《商品住宅外销许可证》方可购买。由于售楼广告或说明书作不真实宣传，或误导而造成所购住宅不能登记的，土地使用者应承担责任。但购楼者明知不能外销而购买的，损失自负。

第十一条、土地使用者向市规划国土局提出预售外销商品住宅申请时，必须提交下列文件：

(一)、市规划国土、建设管理部门签发的《建筑许可证》和《开工许可证》；

(二)、预售说明书；

(三)、房屋使用、管理维修公约；

(四)、预售款的监管机构（银行或律师事务所）和监督方案；

(五)、经银行或注册会计师审核的，除用地价款外，投入开发建设的资金已达到总投资的百分之二十五的验资证明；

(六)、《商品住宅外销许可证》

预售许可证应该包括的内容：楼宇的位置、装修标准、总套数、拟公开销售套数、每单元的建筑面积、拟售的价格、预售的时间、地点、竣工及交付使用时间。

### 4. 《关于搞活深圳市房地产市场的若干规定》

(深圳市人民政府 1994 年 10 月 26 日文件)

一、国内的企业、事业单位、机关、团体、其他组织及具备合法身份证明的国

内公民可在深圳市购买商品住宅；

二、 预售（购）房地产的买卖双方依《深圳经济特区房地产转让条例》的有关规定签定房地产买卖合同并向房地产登记机关备案后，当预购方与再转让的受让方应在房地产买卖合同上背书记载再转让的情况，背书须载明再转让价格。预购方与在转让的受让方应自背书签字之日起 30 日内持背书的房地产买卖合同及《深圳经济特区房地产登记条例》第三十七条规定的其他文件到房地产登记机关办理转让登记手续，房地产登记机关应自办理转让登记后 15 日内将房地产再转让的情况通知房地产开发企业。

再转让的受让方将房地产再行转让的，按前款规定办理。

三、 预购的房地产在领取房地产权利证书前再转让的，应比照房地产转让的有关规定交纳税费。

四、 对房地产转让，暂免征契税和教育费附加。

五、 内外销商品住宅的每套建筑面积，由房地产开发企业根据市场需求状况自行决定。

#### 5. 《深圳经济特区登记条例》

(1993 年深圳市人民代表大会常务委员会第一次会议通过)

第三十条：申请建筑物、附着物所有权初始登记，应提交下列文件：

- (一) 土地使用权属证明；
- (二) 建筑许可证；
- (三) 施工许可证；
- (四) 建筑竣工验收证；
- (五) 经市政府指定的机构审定的竣工结算书；
- (六) 建筑设计总平面图、建筑物竣工图（包括单体建筑平面、立面、剖面图）；
- (七) 登记机关认可的测量机构出具的实地测绘结果报告书。

第三十七条、申请转移登记，应提交下列文件：

- (一) 《房地产转移登记申请书》；
- (二) 房地产权利证书；
- (三) 身份证明；
- (四) 买卖合同书、或赠予书，或继承证明文件，或交换协议，或依人民法院

依法作出的已生效的判决书、裁定书、调解书，或有关行政机关的行政决定书，或分割的协议书；行政划拨、减免地价的土地，转移时按规定需补地价的，应提交付清地价款证明书。

## 第四部分：销售技巧

人生在世离不开推销。实际上，人人都是推销员。商业社会推销行为无处不在：总统出行为了推销他的国家；公司老板推销着他的企业；薪金阶层推销着他们的劳务和产品。人与人之间的价值交换离不开推销，表达个人的意愿和愿望亦离不开推销。因此，提高推销的技巧对个人素质的提升，实属裨益良多。所以，这份销售技巧的目的，一方面是增加楼盘的销售，另一方面也希望销售人员通过提高销售技巧，从而培养个人素质及形成对销售工作的价值观。

### 1. 销售的重要性

楼盘由最初规划直到最后的建设施工及销售会经历一个漫长的阶段。发展商已投入了大量的资金，楼盘凝聚无数人的心血及劳动成果。销售是楼盘完成经营最重要的一环，楼盘是否可以达到资金回笼或是取得丰厚利润及实行进一步拓展计划，销售人员将是一个重要的角色，亦是楼盘成败的关键所在。

### 2. 销售的收获

- 1) 个人的收获：个人与财务的成功，一连串的奖金及升迁。能与其他销售同事分享来自实践的成功要诀，不知不觉中成为他人的导师。
- 2) 顾客的忠心：当顾客的问题获得解决，他们会继续对您或公司忠心；纵然问题不能获得解决，只要他们与销售员接触的感受是良好的，他们仍然会继续对您或您的公司忠心。
- 3) 口碑：顾客会提出意见，他们谈论不愉快的服务比谈论好的服务多一倍或更多。这会大大影响到现存及潜在的顾客对你或公司的印象。
- 4) 竞争中取胜：物业买卖除了楼宇本身的素质外，优良的服务是与对手竞争不可或缺的因素。单纯满足顾客购得所需物业并不够，他们还希望得到所欣赏的

服务。事实上，优良的服务就是极具竞争力的，它除了可以开创新的客源，保留现时的顾客，更让所有的顾客认为付出的代价是物有所值。

### 3. 怎样成为杰出的销售人员

- 1) 心智的培养：“心智决定行动，行动达至成功”是不变的成功定律，因此我们在工作之前必须提高我们的心智。
- 2) 确定正确的人生观及价值观：销售人员首先要确定正确的人生观和积极的价值观，它是指导一切行动的前提。正确的人生观能使我们把握为人处世的原则，正确的价值观让我们能够清晰地判断工作的价值与意义。
- 3) 发展潜能，肯定自我：销售人员需坚信自我存在的价值，确信自己虽是寂寂无名的小人物，但正因为默默的耕耘，才会使目标达至成功。销售人员必须树立坚定的目标，相信每个人必有其长处，所以，要求自我更高标准，使自己成为最优秀的销售员。
- 4) 肯定开发项目的自身素质：许多人会抱怨自己的楼盘定价过高，质素不及别的楼盘好，市场不景气等等，然而凡事哪有尽善尽美呢？真有所谓的物美价廉，公司产品又何必需要销售。优秀的销售人员就是在于把正确的商品卖给正确的人。
- 5) 乐观自勉，坚持不懈：优秀的销售员一定要具有乐观开朗的性格，特别当遇到失败和颓废的时候，要学会自我安慰，提起精神接受下一次挑战。一个优秀的销售员，要有“努力不懈，坚持到底”的精神，必须自信“精诚所至，金石为开”。
- 6) 挑战自我，挑战强者：销售员要有挑战自我，克服困难的勇气。如果这个月卖了五个单位，那么下个月就要求自己卖十个单位，只有勇于挑战自我才能取得更大的成就。此外，销售员要有[挑战第一]的决心，告诉自己[我是这个月的最佳销售员。优秀的销售员往往是从赢得顾客的尊敬，赢得同事的尊重中取得更大的荣誉和满足。
- 7) 尊重别人，虚心学习：尊重别人的杰出成绩和能力，相信“三人行，必有我师”，只有尊重别人才可能虚心的向他人学习。
- 8) 承担责任的心态：只有老板的心态最合老板的心意。不妨将公司当作是自己的，相信只有公司好方能自己好，于是即使在午餐的时间也会热情的接待客户的来访。相信能成为老板之人必有其长处，先从即刻开始承担起责任，说不定

某天你也可能成为真正的老板。

9) 了解客户的心态：只有从客户的角度出发，才能明白到客户真正的需要及担忧，同时，也只有从客户的角度出发，才能打破客户的隔膜，与之产生共鸣，从而得到客户的信任，达成交易。

10) 培养销售意识，发展销售兴趣：销售工作做得好的销售员必然对销售工作抱有浓厚的兴趣，他能从成功交易中取得成功感。故此，销售员应培养对销售工作的兴趣，利用自信使之变成一种享受，遇挫败不气馁，对工作不厌烦，这样便可从自信的推销中更加满意，更加欣赏自己。

11) 待人亲善，礼貌热诚：销售员首要具备的条件是一副亲善的笑容及一份对工作对客户的热诚。诚挚热情是打破和客户之间障碍的唯一良方，礼貌亲切的笑容散发出的化学作用，会使销售员有如天赋神力，使客户作出认购决定。即使客户不能成功认购，相信也会留下信任及难忘的印象，为下次认购铺垫了管线。

12) 朝气蓬勃，随时作好销售准备：销售员需拥有健康的体魄，朝气蓬勃的干劲，随时作好销售的准备，迎接客户的到来。

13) 服务为先：销售员要本着服务为先的精神，要知道你对客户的态度，会在客户回敬你的态度中一一表现出来。销售工作是一项艰苦的工作，不可能一蹴而就，千祈不可抱着侥幸的心态，只有靠着热情的服务，使客户留下深刻的印象，纵然这次未能购买，下次他们还会再来找你。

14) 敏锐的观察力和正确的判断力：培养敏锐的观察力和正确的判断力，在于细心观察周围的人和事并加以揣摸，同时，模仿及观察有经验的同事，以“取其之长，避己之短”。

15) 不断进修，不断提升：销售员可以参考成功销售员的经历，琢磨他们的经验和推销技巧，参加专业培训课程，不断学习，不断提升自己。

#### 4. 成功的销售技巧

1) 全心投入：熟识公司服务内容、业务及市场情况；掌握基本的销售技巧；资料搜集及整理。

2) 检定资格：辨识目标顾客动向及需要：确认顾客需要。

3) 简要介绍：推销自己的专业权威形象；以逻辑的方式介绍产品之特征及利益以配合顾客的需要。唤起顾客的购买欲及敏于观察其购买讯号。

4) 准确跟进：重新确认顾客需要；向顾客忠实地分析事实并提供解决问题的办法；与顾客保持联络并继续观察其购买讯号。

5) 缔结交易：确定顾客的购买讯号，完成交易。对不同的顾客使用不同的缔结语。

6) 售后服务：了解顾客对该产品的评价；是否需要作任何补充行动；建立良好关系。

## 5. 应接技巧

应对进退，是对人对事最重要的技术。人与人的相处，在初次见面时的印象至为深刻。故而态度和辞令是否得体，可使对方心理上有极大的影响，这就是所谓“先入为主”。能得到别人的好感，便能促使事情顺利的进行。

请记住：客户只会和自己的“朋友”（也许只是暂时的）谈真话及作买卖的。

## 6. 名片使用方法

1) 名片不要与钱包、笔记本等放在一起，原则上应使用名片夹；

2) 名片可放在上衣口袋，但切勿放在裤兜内，要保持名片或名片夹的清洁、平整，在办公桌上准备一些名片；

3) 接收名片必须起身双手接名片，接收的名片不可来回摆弄，不要在接收的名片上做任何标记，写字接收的名片要仔细看一遍再收好，注意不要将对方的名片遗留在座位上；

4) 递送名片必须起身双手递名片，递名片时由下级或访问方先递名片，如是介绍时，应由先被介绍方递名片，递名片时要说“请多关照”等寒暄语，遇到名片上难认的字应及时询问。

## 7. 日常工作礼节

1) 引路：应走在客人右前方的2、3步处，让客人尽量走在路的中央，要与客人步伐保持一致，引路时需适当地进行一些介绍，途中注意提醒客人“这边请”、“注意楼梯”等。

2) 敲门：职员需进入关着门的办公室或房间时，应轻叩房门，得到允许后方可进入；如房门是打开的，应轻叩房门引起房间内的人注意，得到允许后再进入。

3) 电梯：等电梯时应站在电梯门的两侧，留出通道让电梯内的人先出电梯；进入电梯后应尽量向后边和两侧站立，最后进电梯者应面向电梯门站立；为不致引起他人厌恶，电梯内切勿大声喧哗、说笑、吸烟。

4) 传话：传话时不可或交头接耳，应使用便签，传话时要向其他人打招呼，表示歉意。

5) 报纸：报纸是公司订阅供全体职员阅览的，由办公室统一保管，所以，看过后请按原位置放回书报架，切勿自己保留或自行剪报，如有需要的内容，可采取复印、摘抄形式保留，或经办公室同意后剪报；切勿花费大量上班时间阅览报纸（寻找市场信息除外）。

6) 用餐：职员在办公室用餐时，应在桌面上事先垫好废纸或塑料以保护桌面不被弄污，用餐后应及时收拾桌面，不要将餐盒留在座位下，应放在楼层统一的垃圾收集箱。

## 8.处理不同顾客之技巧

虽然对顾客的心理大同小异，面对着平易近人的顾客当然容易应付，但当遇上特别的客人，则处理上需要特别小心。下列为几类的客人，我们在处理时要有如下之手法：

1) 高傲的客人：对于这类客人，首先要恭敬、谦逊，使他的自尊心得到满足，然后细心聆听他的说话，以了解其意旨所在，酌量情形，替其办理，办妥后更要道谢。使到对方在表面上得到胜利，而我们自己却得到实际的利益。这种办法在面对这种客人最为有效。假如对方提出过份的要求，也不宜当面直接拒绝，可说自己不能作出任何决定，要请示上级等，以便日后有解决的余地。高傲的客人多数是目中无人，除小心应付之外，有时不妨略加赞扬，反可削其锐气。但在未了解对方性格之前，还是不可妄抛高帽，以免弄巧成拙。

2) 蛮横的客人：对于此类客人，当然是最为头痛的事。不同的场合，面对这样的客人，便要以不同的处理方法应付。对性情暴躁，不明事理的客人，必须忍耐一点，先细听他的说话，然后针对他的观点用最简单、清晰的语句去解释，务令对方释然为止。同时，语气必须诚恳，切勿刺激起他的反感，事情便可迎刃而解。

3) 语言冲突的客人：当客人对言语或态度有误会而不快时，千万不要存有责任在对方的心理，因为每一件事，引起彼此冲突，理由都非绝对的。故宜先自

行检讨，再寻误会所在，仍要用一种友善的态度去慢慢解释。

4) 情绪欠佳的客人：当面对情绪欠佳的客人，他可能受到业务或其他不如意的事打击所致。如能用一种同情及关怀的说话去安慰他，然后徐徐为其解答，自能得到投机，切勿反驳及多辩，再去刺激他的情绪。

5) 别有用心的客人：如面对一些别有用心而又歪曲事实的客人时，你应想到是怀有某种企图的，可不予正面接触；若难以应付，便应及时向上级请示，以获取公司其他同事的支持，寻找到应付的办法。

6) 有自卑感的客人：这类人有一种怕别人瞧不起他，或故意向他留难的心理。因此，在应付他时，应有心理上的准备。首先，切勿用眼睛注视他，以免加深他不安的情绪和种种疑虑。更不可仿效他的说话或神态，否则，很易误会你在对他的调侃。

7) 女性客人：男性销售员在面对女性客人时，一定要避免轻佻、浮躁的态度及印象。轻佻和浮躁，是引致误会的媒介。因此举止要庄重有礼，对于相关恶俗语句，应极力避免。

## 9. 待客词令

词令，是人与人之间沟通的桥梁，亦是交往中的重要条件，要斯文、清晰，才能使人更易于接近。无论事情如何棘手，心情如何激动，谈吐的声线也要温文，不可疾言厉色。谈话的艺术最主要的一点，就是“精简”。“精”就是掌握中心，针对主题；“简”就是直接了当，不兜圈子。谈话精简，便不会喋喋不休，花费彼此双方时间。当有客户向你投诉时，不论对方是什么人物，或是否有理由，应先对他表示同情，与其说“不”字，不如说“是”字，这样更来得恳切和适当，切不可有半点敷衍性质。对方即使是蛮横无理，怒气冲冲，也会被你这种和善的同情语气所化解，神志恢复冷静，把事情重新检讨。

## 10. 电话礼仪规范

1) 电话铃响三声内必须接听，并说：“您好！好景豪园。”（例）如超过 3 声应向对方说：“对不起，让您久等！”

2) 如需其他同事接听，应对客人说：“请您稍候。”

3) 电话机旁随时准备好纸笔，认真做好记录，确认记录的时间、地点、事件和对象准确；如接听电话者本人不在时，应说：“您有什么口讯需要我转达吗？”；如需转达，要记录好内容，及时转达。

- 4) 凡电话涉及业务的，当时找不到接洽人，一律不准推诿，须妥善处理。
- 5) 拨打电话之前要确认电话号码是否正确，准备好讲话内容和明确讲话目的，要考虑打电话的时间是否合适，避免给对方带来不便电话；
- 6) 接通电话后要报出自己的姓名，讲话要有礼貌，如打错电话，应礼貌道歉；如讲话内容比较复杂或难记，可知会对方先准备纸笔做好记录如讲话中途遇到其他事情需要处理，应礼貌的向对方说“对不起”后，让对方等候，如需等候时间过长，应先向对方解释，挂断电话，事后再拨打，切勿让对方在电话旁久候注意通话时间不宜过长；
- 7) 尽量避免在上班时间拨打私人电话，外界的杂音或私语不能传入电话内，通话时如果需要与其他人讲话，应捂住话筒或按下电话上的“话筒闭音”键，通话时如发生掉线、中断等情况，应由打电话的一方重新拨打，等对方放下电话后，再轻轻将话筒放回电话机上。

## 11. 电话技巧（见下页）

- 1) 说话清楚：假如说话含糊不清，或声线太低，对方会不明所以，亦别亢声疾呼。要用平常友谊的语调来谈话就可以了。
- 2) 自我介绍：在友善的气氛下和对方通话，会鼓励对方把他的名字说出，因为你的友善态度告诉他你愿意帮他忙。
- 3) 关怀别人：对于电话询问，我们应提起精神去接听。他可能是想咨询或投诉。我们要设身处地的替对方着想，这样，对方将会感激我们的盛意。
- 4) 以柔制刚：运用多些忍耐性，令对方烦躁的心情平静下来，跟着给予一个迅速而精简的答复，这才是电话谈话的高度艺术。假如你要暂时放下电话去寻找相关资料时，别忘记先问对方能否稍候片刻？不要随便的说：“呃-- 等一等，我看看吧”。
- 5) 不卑不亢：当接听客户咨询电话时，要本着良好的心态，尽可能细致地回答客户提出的问题，切勿把急于推销的感觉传达给客户，要保持与客户同等层面进行交流。
- 6) 获取事实：让对方将他要说的全部说完之后，你才作出结论。假如你尚未掌握一切事情，应再向对方问清楚。须知世界上有多少巧合或类似的事，非弄清楚别轻下你的断语。

7) 方便对方：在电话里谈话，不要使用太多的术语。因为对方可能不明白行内人士用语，反而引起不必要的误会。

8) 技巧发问：有技巧的措辞，会带来不同的效果。不要说：“我们没有这类单位！”换过下面的说法：“除此类单位外，还有一类单位，这类单位是目前销售的最快的！”这样，将会获得引导性的答复。

9) 准确接线：假如你不能帮助对方，应要向他解释为什么你要把电话转接另一部门，并且征求对方同意后再这样做。

### 13. 销售员应注意的事项

销售员之所以未能有好成绩，营业额有跌无升，可能是存在一些问题，这时就应注意以下事项：

- 1) 内向被动，守株待兔；
- 2) 悲观消极，永不说 YES，喜欢找借口，推说无可能；
- 3) 无目标，不求上进，得过且过；
- 4) 人在心不在；
- 5) 公私不分，做私事多过公事；
- 6) 过分自信，形成自大，认为自己永远是对的；
- 7) 崇尚自由，不爱受规条及上司管束。

### 附件一：建筑工程常识

#### 1. 多层和高层的界定

一般以电梯加以界定：7层以下（含7层）不带电梯为多层；8层至20层之间为小高层；20层以上100米以下为高层；100米以上为超高层。

#### 2. 几种常见的建筑构造形式

构造形式：是支撑建筑物本身重量的方式。

砖混结构：墙体承重

多层

框架结构：墙体不承重，仅以梁、柱、板作为承重体系

框架结构：通常适用于20层左右的房屋

剪力墙结构：使用钢筋混凝土墙，墙体承重

高层 筒体结构：使用钢筋混凝土墙围合成筒状，起到承重和稳定作用  
(国贸大厦)

钢体结构：使用特殊钢材作为结构支撑 (地王，赛格广场)

### 3. 民用建筑工程的几种常见病及成因 (见下页)

1) 外墙渗漏：在框架结构的房屋出现较多，原因是①填充墙内沙浆不均匀；②建筑用砖质量不合格；③砖的砌筑方法不对，砖线太齐，没有把砖的接口错开；④沙浆批面工序不对，在下层沙浆未完全干透即进行上层批面。

2) 窗框渗水：窗框与外墙接缝处，所填充的沙浆不密实或窗体因质量问题而发生变形。

3) 内墙开裂驳落：因工序时间预留不充分，导致里面一层的沙浆批面未能干透。

4) 下水不足：在施工期间，管道开口未用特制堵头封闭，或因封闭比严而导致杂物进入管道。

5) 上水水压不足：楼顶水箱过小、水位不够或水泵泵力不足。

6) 水管黄锈水：因使用的镀锌水管质量不合格，导致管道内壁生锈，产生黄水现象。

7) 地面开裂：①因进行水泥地面劈面的工序中，不同层面的预留时间不足。  
(2② 建筑物分段水平面沉降范围不均匀。

### 4. 基础设施和配套设施的涵义

基础设施：水、电、道路、通讯、煤气等生活必要设施。

配套设施：会所、泳池、中庭花园、儿童乐园等以提高居住质量为目的的设施。

### 5. 住宅平面设计的几个概念

#### 1) 客厅与餐厅的相互关系

客厅的标准面积：16--20 平米 (长 4.5--5 平米，宽 3.5--4 平米，以常见三件套沙发摆放为准)

餐厅的标准面积：10--14 平米 (以 6-8 人用餐为准)

## 2) 采光、通风的顺序要求

首先保证主要功能房（客厅、主卧房）的采光、通风等要求，再尽可能处理好其他不同功能房的采光、通风等要求。

## 6 . 工程部人员基本架构

经理（结构工程师或建筑工程师）、总工程师、结构工程师、建筑工程师、给排水工程师、电器工程师（强电：照明、空调、电梯等；弱电：电话电视监控、消防报警、保安、电脑网络等）、预决算工程师。

## 7 . 工程部职能

地盘工程建设的质量管理、成本管理、工期管理。

## 8 . 政府有关部门在房地产开发项目中所起的作用

规划国土局：批地、报建、验收

建设局：对施工单位、设计院的管理,以及施工手续的审批

消防局：对消防设计的审批及消防设施的验收

劳动局：电梯的验收和维修申报

环保局：对环境治理的监督

质检站：对工程质量的验收监督

安监站：对施工现场安全措施落实的检查监督

## 附件二：物业管理常识

### 1.物业管理名词概述

1) 物业: 是指住宅区内各类房屋及相配套的公用设施、设备及公共场地。

2) 业主:是指住宅区内住宅和非住宅房屋的所有权人。

3) 属地管理:是指区域相关部门的管理。

4) 行业管理:是指本行业归口处的管理。

- 5) 管理:针对物业管理来理解可以概述为打理、维护、修缮。
- 6) 公用设施专用基金:住宅开发建设单位应当在住宅区移交时,按住宅区建设总投资百分之二的比例,一次性向管委会划拨的公用设施专用基金。此基金只限于购买管理用房和住宅区公用设施的重大维修工程项目。
- 7) 住宅维修基金:是指在住宅区竣工交付使用在一年以上的,由业主作保修期满后第一个月起按月向住宅区管理处缴纳住宅维修基金;当业主发生变更时原业主所缴住宅基金是不予退还的。此基金由住宅区管理处以房屋本体为单住设立专账代管,用于房屋本体公用设施的维修养护,不得挪作他用。

## 2.深圳市现行物业管理方式

深圳现行的物业管理方式均采用了业主自治与专业服务相结合,属地管理与行业管理相结合的管理方式或模式。

## 3.业主大会及管委会(业主委员会)

住宅区入住率达到百分之五十以上时,区住宅管理部门应会同开发建设单位及时召开第一次业主大会,选举产生管委会;但经已入住业主中持有过半数以上投票权的业主决定,可推迟召开业主大会。

## 4.业主大会职权

- 1) 选举、罢免管委会的组成人员。
- 2) 监督管委会的工作。
- 3) 听取和审核管委会的工作报告。
- 4) 决定住宅区内关于业主利益的重大事项。
- 5) 修改业主公约。
- 6) 改变和撤销管委会不适当的决定。
- 7) 批准管委会章程。

## 5.业主大会的组成

业主大会必须有持有过半数以上投票权的业主出席才能举行。业主可以委托代理人出席业主大会,不满十八岁的业主由其法定代理人出席。

## 6.管委会的组成

管委会委员均由业主大会在业主中选举产生。常规性一个单元产生一名，人员数额一般为十一至十七人，不可少过五人，且总人数一定要为单数。

#### 7. 管委会的职权

- 1) 召集和主持业主大会；
- 2) 审议决定住宅维修基金及公用设施专用基金的使用；
- 3) 采取公开招标或其它方式，聘请物业公司对住宅区进行物业管理，并签定委托管理合同。
- 4) 审议物业管理公司制定的对本住宅小区的年度管理计划、住宅区配套工程及重大的维修工程项目；
- 5) 审议住宅物业管理服务费的收费标准；
- 7) 监督物业管理公司对本住宅区的物业管理工作；
- 8) 管委会任期每届为三年。

#### 8. 物业管理公司的义务

- 1) 以“为业主服色”为宗旨，注重社会效益、经济效益和环境效益；
- 2) 按市住宅主管部门规定的标准和委托管理合同对住宅区实施物业管理；
- 3) 接受管委会和业主的监督；
- 4) 组织或协助有关部门提供社区生活服务和开展社区文化活动；
- 5) 按照法律、法规和市政府的有关规定从事经营活动。

#### 9. 住宅区的使用和维护

住宅区建成移交时，开发建设单位应向管委会移交下列住宅区工程建设资料；

- 1) 住宅区规划图、竣工总平面图；
- 2) 单体建筑、结构、设备竣工图；
- 3) 地下管网竣工图；
- 4) 住宅区各类房屋清单；
- 5) 出售房屋的产权范围或成本核算清单；
- 6) 住宅区公用设施、设备及公共场所清单；
- 7) 住宅区未完工的房屋、公用设施、设备及公共场所的竣工日期；
- 8) 其它必须资料。

10. 物业管理中对于房屋的维修责任，按以下规定划分；

- 1) 室内部份由业主负责维修；
- 2) 房屋的外墙、电梯间、通道、屋面、上下水管道、公用水箱、加压水泵、电梯、机电设备、公用天线和消防设施等房屋本体公用设施，由物业管理公司定期养护和维修，其费用从住宅维修基金中支出；住宅区的道路、路灯、沟渠、池、井、绿化、娱乐场所、停车场、连廊、自行车棚(库)等住宅区公用设施由物业管理公司统一维修养护；
- 3) 管理维修养护费用从管理服务费中支出。

11. 住宅区管理服务费的收支范围

管理服务费的来源：

- 1) 部份商业用房租金；
- 2) 公用设施、设备和公共场所的经营收入；
- 3) 向业主收取的管理服务费；
- 4) 住宅区的其它合法收入。

管理服务费的基本开支：

- 1) 日常维修、养护费用；
- 2) 清洁费用；
- 3) 设备损耗、折旧费用；
- 4) 绿化、消杀费用；
- 5) 人员工资、福利；
- 6) 税金；
- 7) 行政办公费用。

管理服务费不包括业主与非业主使用人的人身保险、财产保管、保险费用。对于无故不缴纳管理服务费、住宅维修基金和规定的其它费用的，管理部门可限期交缴，逾期则按日收取千分之三的滞纳金；连续三个月不交缴的，可按住宅区业主公约和委托管理合约的规定进行催缴。

管理部门同供电、供水、供气等部门签有委托抄表及收费合同的，可按合同规定采取相应的催缴措施。

### 附件三：三级市场交易简介

#### 1. 何谓三级市场

三级市场是指单位、个人之间的房地产权转让、抵押、租赁的市场，它是在二级市场基础上的第二次或多次转让房地产交易活动的市场。

#### 2. 三级市场状况

1997年，深圳市因二次以上置业者增加，且大多在二级市场购得新楼后转让旧楼，从而使三级市场的交易量增大。97年全年交易（买卖）4851宗，成交面积55.23万平米，分别比上年增长83.1%和36.1%，其成交面积占全市商品房成交总面积的12%。这说明随着住宅货币化的进一步深入，很多买家已不仅仅是为了自用，而是把房地产市场交易作为一种投资行为，这亦推动了深圳三级市场的继续发展。

#### 3. 三级市场的一般交易过程

寻找市场信息→沟通买卖双方→促成成交→签定买卖合同（境外需公证）→出税单（交税费）→出房产证

#### 4. 深圳市房地产三级市场转让税费（见下页）

序号	税费名称	税率	计算基数	收取对象	征收部门
1)	销售营业税	5%	售价	售方	登记部门代收
2)	城市建设维护费	0.05%	售价	售方	登记部门代收
3)	登记费	0.1%	售价	买方	国土部门收
4)	印花税	0.05%	售价	售方或买方	登记部门代收
5)	单位所得税	15%	所得额	售方	登记部门代收
6)	个人所得税	20%	所得额	售方	登记部门代收
7)	土地增值税	20%	土地增值额	售方	国土部门收

注:1 所得税=现购入价-原购入价-营业税-城建税-土地增值税-登记费-印花税；

2 土地增值额=现购入价-原购入价；

3 现购入价低于估价值(由国土局统一规定)时,取估价值。

#### 附件四：有关风水学的常识

在古代的中国，人们根据长期对自然的细致观察及实际生活的体验，形成了一种有关住宅、村镇及城市等居住环境的基址选择及规划设计的学说，就叫“风水学”，也叫“堪舆学”。这种古老的学说，其中虽然掺杂了许多玄学的成分和迷信的色彩，但它的实质不外是在选址方面作为准绳对地质、地文、水文、日照、风向、气候、气象、景观等一系列自然地理环境因素，哲理、美学、心理、生态等外在因素作出优劣的评价和选择，以及所需要采取的相应规划设计的措施，从而达到趋吉避凶纳福的目的。可以认为，“风水学”是中国古代即已产生的环境设计理论和初级的环境科学。在我们具体销售过程中，灵活的运用一些风水学常识，会增强客户的决策信心。

##### 1．基本原则：

负阴抱阳，背山面水，这是风水观念中宅、村、城镇基址选择的基本原则和基本格局。

所谓负阴抱阳，即基址后面有主峰，左右有次峰（或称为青龙、白虎砂山），山上要保持丰茂植被；前面有月牙形池塘或水流；水的对面还有一个对景山；轴线方向最好是坐北朝南。基址正好处在这个山水环抱的中央，地势平坦而具有一定的坡度。

##### 2．风水与景观：

中国古代哲学思想中的“天人合一”、“天人感应”，是认为人与自然应取得一种和谐的关系。所以，追求一种优美的、赏心悦目的自然和人为环境的思想始终包含在风水的观念之中。依照风水观念所构成的景观，具有以下特点：

1) 围合封闭的景观：群山环绕，自有洞天，形成远离人寰的世外桃源。

2) 中轴对称的景观：以主山——基址——案山——朝山为纵轴；以左肩右臂的青龙、白虎山为两翼；以河流为横轴，形成左右对称的风景格局或非绝对对称的均衡格局。

- 3) 富于层次感的景观：各座山峰构成重峦叠嶂的风景层次，富有空间深度感。
- 4) 富于曲线美、动态美的景观：笔架式起伏的山，金带式弯曲的水，均富有柔媚的曲折蜿蜒动态之美，使风景画面更加流畅、生动、活泼。

## 结 语

以上的房地产知识只是粗略介绍，更多的技巧需要在日积月累的实际工作中了解把握。物业销售工作看似简单，其实它是一项系统工作，但只要你本着诚信、公平、细致的原则从事服务，对每个交易细节都认真对待，避免出错，那么我们的业务水准定能提高。