# 宝能销售计划

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2024-09-21

*第一篇：宝能销售计划HONEYWELL电子净化机销售计划杭州宝能净化工程公司主要经营空气净化产品，自从1999年与HONEYWELL公司合作至今，从市场对比此类设备一无所知，到今天取得的成果，既是我公司的10年来对该产品所付出的心血的回报...*

**第一篇：宝能销售计划**

HONEYWELL电子净化机销售计划

杭州宝能净化工程公司主要经营空气净化产品，自从1999年与HONEYWELL公司合作至今，从市场对比此类设备一无所知，到今天取得的成果，既是我公司的10年来对该产品所付出的心血的回报，更离不开贵公司一如既往的支持。

目前杭州宝能净化工程公司已从起初的纯销售法杖成为包含空气净化品设计、安装、销售、售后为一体的专业公司。我们可以自豪的说：在该行业的经销商中，无论从销售规模、人员配置、售后服务等方面，均属于行业翘楚。

电子空气净化产品在国内市场的发展可分为几个阶段：在市场导入阶段：99-03年，该阶段产品属于创造市场消费阶段，使用者对该类产品认知很肤浅，HONEYWELL产品属于该行业的唯一进入者和先行者，处于无竞争的状态，但是缺乏的市场认知度，这导致99-03年的销售额仅仅1-2万美金。但我们坚信该产品一定会大有作为的，其次对HONEYWELL公司销售政策的延续性季度的信任，抱着这个信念，我们在此阶段进行了大量的投入：包括定期设计院的推广会、有偿的上图方案，出资进行产品的送检等，在企业生存及心理双重压力下总算坚持下来。产品的发展阶段：04-06年，通过前期近5年的努力，我们在医疗行业取得了不错的业绩，典型案例如：浙一医院、市一医院、红会医院等，在该领域我们确立了一枝独秀的局面。依托HONEYWELL公司净化产品，我公司在规模及利润方面也得到了一定的发展，同时也建立了基本覆盖浙江省的二级销售网络：金华区域、宁波区域、嘉兴区域等，并成立了专业的工程售后部门，主要负责项目实施、项目维护及安装、各区域的技术支持。在此期间国内外各种空气净化产品蜂拥而上，我们也感到了较大的竞争压力。产品的竞争期：06年至今，通过几年的辛勤耕耘，HONEYWELL产品逐渐在该行业树立了高品质的形象，由于一些标志性的案例成功，导致国内外的品牌开始重视该领域，因此大批的净化品牌静茹视野，国外品牌如：HONEYWELL、爱默生、TRION、日本山武、挪威AIRGENIC、美国IGF、BENTAX等，国内自主品牌如深圳电精科技、北京动力源、北京爱康、上海胜洁、上海汉宝、耐切尔、梅思泰克、浙江佩洁尔、上海苍穹、阳光等也相续在国内开展空气净化业务。由于该行业还属于冷门行业，总市场需求量不大，需要高额利润支撑，他们为了抢得市场一席之地，纷纷采用诱人的经销差价来吸引有经验及销售途径的代理商来推广其产品。由于该类产品依然处于创造市场消费的阶段，有必须遵循现有的低价中标的程序，不仅要求产品的投标价格不能过高，因此只有较大的经销厂家才能有高额的费用来吸引设计师、专家及业主等来推广其产品，这对高价位的HONEYWELL产品造成极大的销售压力。正因为以上的原因，本来HONEYWELL的产品深入人心并已上图，但最后被同品质的产品抢走或被业主取消，实在令人痛心。

为了与HONEYWELL公司更紧密的深度合作，让HONEYWELL电子净化产品不仅仅口碑好，销量也达到稳步提升的局面，通过我公司近十年来电子空气净化产品的销售经验及对整个浙江市场现状的了解，我们提出09年的销售思路。杭州宝能公司09年的市场推广计划

1.1 继续深化做大量的繁琐的基础推广工作，包括设计院的推广上图、评标专家的关系维护、招标代理公司的沟通、业主的认可、项目预算的确定以及品牌的指定等。

1.2 在销售渠道建立方面：立足于浙江，深化区域市场的分销，将HONEYWELL产品延伸

到浙江各个区域市场，完善宁波、金华、嘉兴等二级办事处的建立，加强销售团队力量。

1.3 在行业方面：我们立足目前的医院系统，积极扩展机场、车站、酒店、体育馆等大空间

行业。

1.4 继续完善加强安装售后服务队伍，有本公司专业人员对HONEYWELL产品进行安装、调试及维护，根据该产品的特点及成功案例的经验，只有这样才能使HONEYWELL产品的美誉度更深入人心。

1.5 年销售目标：根据浙江省的市场预估，我公司努力完成含税四十万美金的年进货目标。2 为达到公司设定的目标，我们希望得到HONEYWELL公司以下支持：

2.1 在HONEYWELL公司的支持下，保持我公司浙江省独家“总代理”销售政策（项目落

地为准）

2.2 为适应市场变化，HONEYWELL产品应不断完善各行业所需的国内的相关检测报告及

认证证书，如目前急需的：医院系统需要的卫生许可证，卫生部消毒器械生产许可证等。

2.3 HONEYWELL公司应配备一定的库存商品以缩短供货周期，以适应市场需要。并能够

充分体谅代理商的资金压力。

2.4 提供价格支持：能达到与同档次品牌的价格水平。

2.5 销售报价权：我司对浙江省的项目有航油唯一的报价权及供货的话语权，贵公司应予与

支持。

在此十分感谢领导的审阅并给予大力支持为感

杭州宝能净化工程有限公司

**第二篇：鹿宝堂销售计划**

梅花鹿系列产品销售计划

一、业绩考核，销售一套礼包（1000元—1480元）产品聘任为公司

销售员，销售员销售五套礼包产品聘任为公司销售经理。

二、组建两个销售部，销售员业绩少的部门提成10%，最高提成5000

元/周，销售经理业绩少的部门提成15%，最高提成2万元/周。

三、销售员10C销售额的2%为管理提成，销售经理10C销售额的2%为管理提成，另增加10C－20C销售额1%的管理提成。

四、销售经理津贴补助:（前期1000个销售经理享受补助），享受公

司总销售额5%津贴补助，最高补助2万元。

五、聘任总监：2024年销售收入达到10万的销售经理（奖励10

万元或等值轿车）同时享受公司总业绩1%提成。

六、收入满2024元以上，10%重复消费，给等值产品，销售人员

奖励50%复销提成。

七、县级市开设一家办事处，进货2万元，合同期一年，负责产品

周转，服务费5%。合同期结束剩余产品退还（赚够2万不退）。

八、办事处零售7折进货，零售10%提成。销售员零售7折，7折的50%进入小部门业绩。

九、工资满100元以上发放，每周的周一至周五发放，隔周发放。

十、消费者一周内可以退货，1个月内任意调换货（赠品不能调换）。

**第三篇：能宝兄弟文化**

能宝兄弟文化简介

能宝兄弟，是一个年轻但充满梦想的团队，在国家大力发展文化服务第三产业的大背景下应运而生，不是我们选择了历史，而是历史选择了我们。在历史的潮流中，为了最初的梦想奋力前行。我们不渴望改变历史，但希望历史永远记住我们。

能宝兄弟，一个大学生创业团队，没有百年企业的丰富经验，没有现代企业的复杂人脉，没有资本企业的资金优势；我们剩下的只有思想灵魂和优秀创造力，在这个无情的商业战场上，我们拿什么与别人竞争？？？

商业战场上没有对方的经验可以学习，但我们用思想证明一切；没有复杂的人脉关系，但我们用实力证明一切；没有足够的资金支持，但我们用技术证明一切。我们相信，在构建社会主义现代新型商业公平竞争的今天，我们会一步步走向成功。选择我们，就是选择未来。

现在我们是一粒微小的种子，但未来必将成为一棵苍天大树，为您遮风挡雨，与您共享阳光。选择我们，就是选择成功！

作为文化行业的践行者和传播机构，我们深知文化力量对企业和员工的重要性，文化如同精神食粮，丰富我们的思想灵魂，支持企业的成长。能宝兄弟，没有华丽的外表和虚伪的掩饰，只愿用朴实自然的文化思想，去发现生命最珍贵的价值。

创新思想：时光如潺潺流水，从远古流向远方，我们如同岸边行走的人，如果原地踏步就等于落后，只有不断前行，才能跟随时代步伐，走向胜利的前方。能宝兄弟，从最根本的思想解放出发，结合当代与时俱进的文化，不断创新思想，提高自身发展。创新不等于抛弃，而是传统的延续和弘扬。从历经千年的中华文明吸取精髓，结合客户的实际情况，用现代流行元素，把企业最有价值的地方呈现出来，与众分享。

真诚沟通：作为文化服务行业，需要和众多合作伙伴精诚合作，共赢未来。良好的沟通可以让彼此了解，相互信任，才能目标一致，这也是成功的必要条件。一位伟人曾经说过：在工作和生活当中，沟通是通用的法宝，任何事情都能通过人与人，心与心的沟通解决。能宝兄弟，无论是项目成功或者合作失败，我们都希望用一颗真诚的心与客户沟通，共同解决问题。态度决定一切，态度决定高度，我们用真诚打动客户。诚实守信，是我们企业生存的基石。

微笑服务：微笑，是世界上最美丽的语言。著名文豪泰戈尔曾经说过：微笑是最好的名片。微笑如同温暖的阳光，融化世间坚冰，拉近彼此间的距离。无论对方是谁，我们都愿用最美的笑容面对。微笑可以打开双方紧闭的心门，让对方感受到我们的心灵。能宝兄弟，把微笑服务当作企业文化的一个重要组成部分，我们愿意最美的微笑，去服务每一位客户，无论大小贫富。

用心聆听：互相尊重，是人与人交流的基础，最为一个文化企业，更视我们的客户如同兄弟一般。正如真诚沟通的企业文化一样，在沟通的时候，我们没有滔滔不绝的华丽辞藻去吸引说服客户，只有用心聆听来自客户的心声，才是我们尊重客户的前提。能宝兄弟，只有懂得了聆听，才有发言的资格。

能宝兄弟Logo意义深度解析！>>>

1、绽放的五星。Logo最引入注目的地方就是左侧的五星标志，它是有五种颜色的√形状组合而成，犹如一个舞动的青年，正代表能宝兄弟充满活力，为自己梦想永远奋斗追求。五种颜色灵感来自于奥运五环的，代表着五大洲，寓意为包容一切，更是伟大奥林匹克精神的真实写照。五个√号，是英文单词victory的标志，代表着成功、胜利。

2、能宝兄弟篆刻字。Logo右侧上方是能宝兄弟的中文，采用中华传统的篆刻字体，简洁大方又不失品位。代表着能宝兄弟立足于中华传统文化，把五千年中华文明融入到企业的思想灵魂，成为企业发展指引的灯塔。

3、英文缩写nenboo。Logo右侧下方是能宝兄弟采用国际惯例的英文缩写，既简洁明朗，有记忆深刻。而紧密相连的两个OO代表着兄弟的含义，用卡通笑脸生动的表现出兄弟二人的亲密和睦。nenboo同样是能宝兄弟官方网址的域名，提升了企业品牌形象。

4、双O卡通笑脸。Logo右下方的两个卡通笑脸，是整个Logo的点睛之笔。如果正方向看，是两个兄弟的紧密笑脸，体现出微笑服务的企业文化。如果从上方往下看（垂

直翻转180°），你会惊奇的发现，是两个头戴耳机的兄弟，而又完美的体现出，能宝兄弟“用心聆听”的企业文化。

他们在静静的聆听，神秘

**第四篇：如何能做好销售呢**

一、团队建设的正气是很重要的，现在市场经济面临很多诱惑，特别是管营销要费很大功夫，因为营销人员面对很多诱惑，要有一些规章去约束，但同样精神上也要有一些控制。我认为营销主管更要加强学习，只有你的德和能超越了这些人，你才能带好这个团队；如果不加强学习，你在市场的把握或在市场的高度上没有一个原则性的高度指导，那么销售就不会做好。作为一个有效的管理者，不但要把事情办的成功，而且要团结一致，让员工工作起来心情舒畅，我想这样营销团队的工作才能做的长久。

如何做好销售工作二：

推销：是说服帮助他人了解需要，满足双方完成商品或需求交换的过程。第一，了解顾客真正的需要和症结所在，了解行业市场。

第二，会说顾客的行话术语，缩短距离，了解购买动机，心理价值观。第三，了解顾客的真实情况，设备资金等，发现顾客的需要。

第四，通晓自己和同行的商品优劣差异，了解所销售产品相关技术知识。第五，要具备毅力，耐心，技巧，完美的知识，良好的个性等优秀品质。第六，销售工作的流程是：

1》学习，请教，勤奋，了解客户，多听少说，先建立感情后销售

2》外表穿着打扮，表情言谈举止，令人愉悦的外表才能吸引顾客

3》个人品质；坚韧，热情，诚信，尊敬，守信。

4》沟通技巧：避免懒惰，争论，急噪的谈话方式。

5》主动寻找客户：广告宣传，咨询询问客户，展销会，运用现代工具。通过他人介绍，名录，报纸，杂志，社团，网上搜索，观察，在区域内设专人，建立客户资料卡。

6》约客户的办法：面约，电话约，写信约，委托约，运用社交手腕，恭喜别人，宣传示范样品质量和品质，好奇，利益，震惊接见法。

7》工欲善其事，必先利其器-先做调查，准备充分，满足客户做事原则，性格，需要，精确，高效，陪客户的技巧—吃饭，喝酒，娱乐，送礼，谈话的技巧 8》为客户着想，做好售前售中售后工作，帮助销售，及时售后。

第七：业务员的口才—恭维，倾听，讲解，同意顾客观点，激发购买欲望，抓住购买时机。

第八：业务员维护健康，清洁，整洁，运动，娱乐，积极乐观，做事坚持不懈，计划—目标—行动，行为高效，预想做事的过程和结果，做重要而有利的事，选对方法，增强意志力，判断力，勤勉自立。

第九：人生观：快乐每时每刻，好的方面看，没办法是没找到办法，接受批评，乐观，开朗，成熟。

第十：健康训练：健康观念，放松，微笑，运动，饮食起居合理，好的睡眠。

销售流程：查找客户—预约联系—了解详细需要—充分准备拜访客户—得到顾客认同。这里包含了二个方面：一是做为企业如何做好销售，有这么多领导在，这个问题我还不敢谈。二是销售人员如何做好销售。今天作为一名基层的销售人员站在业务员的角度和大家探讨一下我们销售人员应该如何做好销售。

如何能做好销售呢？

这里包含了二个方面：一是做为企业如何做好销售，有这么多领导在，这个问题我还不敢谈。二是销售人员如何做好销售。今天作为一名基层的销售人员站在业务员的角度和大家探讨一下我们销售人员应该如何做好销售。

爱迪生说过一句话：“世界上没有真正的天才，所谓的天才就是99%的汗水+1%的灵感”；著名的推销之神原一平也说过一句话：“销售的成功就是99%的努力+1%的技巧”；乔基拉德也说过：“销售的成功是99%勤奋+1%的运气”。不可否认，他们都是成功人士，因此他们的话都有道理，从这三句话可以：任何的成功都是要有代价的，都需要我们付出很多、很多，而“灵感”、“技巧”、“运气”也是成功不可缺少的因素，想一想我们可以得到如下的公式：

销售成功=勤奋+灵感+技巧+运气

不知大家对这个公式认同吗？

那如何做好销售有了答案：

第一：勤奋。(脑勤、眼勤、耳勤、口勤、手勤、腿勤----六勤)

要想做好销售首先要勤奋，这也是一名业务人员所必备素质。在营销界有这样一句话：“一个成天与客户泡在一起的销售庸材的业绩一定高于整天呆在办公室的销售天才”。这句话讲得很好，“勤能补拙”吗!

勤奋体现在以下几个方面：

一、勤学习，不断提高、丰富自己。

1．学习自己销售的产品知识，本行业的知识、同类产品的知识。这样知己知彼，才能以一个“专业”的销售人员的姿态出现在客户面前，才能赢得客户的依赖。因为我们也有这样的感觉：我们去买东西的时候，或别人向我们推荐产品的时候，如果对方一问三不知或一知半解，无疑我们会对要买的东西和这个人的印象打折扣。我们去看病都喜欢找“专家门诊”，因为这样放心。现在的广告也是：中国移动---通信专家、九牧王---西裤专家、方太---厨房专家。我们的客户也一样，他们

希望站在他们面前的是一个“专业”的销售人员，这样他们才会接受我们这个人，接受我们的公司和产品。

2．学习、接受行业外的其它知识。就像文艺、体育、政治等等都应不断汲取。比如说：NBA休斯顿火箭队最近胜负如何、姚明表现状态、皇马六大巨星状态如何、贝利加盟皇马了吗等等，这些都是与客户聊天的素材。哪有那么多的工作上的事情要谈，你不烦他还烦呢。工作的事情几分钟就谈完了，谈完了怎么办，不能冷场啊，找话题，投其所好，他喜欢什么就和他聊什么。

3．学习管理知识。这是对自己的提高，我们不能总停止在现有的水平上。你要对这个市场的客户进行管理。客户是什么，是我们的上帝。换个角度说，他们全是给我们打工的，管理好了，给我们多用几支血清，我们的销售业绩就上去了。

二、勤拜访。

一定要有吃苦耐劳的精神。业务人员就是“铜头、铁嘴、橡皮肚子、飞毛腿”。

1．“铜头”---经常碰壁，碰了不怕，敢于再碰。

2．“铁嘴”---敢说，会说。会说和能说是不一样的。能说是指这个人喜欢说话，滔滔不绝；而会说是指说话虽少但有内容，能说到点子上，所以我们应做到既敢说又会说。

3．“橡皮肚子”---常受讥讽，受气，所以要学会宽容，自我调节。

4．“飞毛腿”---不用说了，就是六勤里的“腿勤”。而且行动要快，客户有问题了，打电话给你，你就要以最快的速度在第一时间里赶到，争取他还没放下电话，我们就已敲门了。勤拜访的好处是与客户关系一直保持良好，不致于过几天不去他就把你给忘了。哪怕有事亲自去不了，也要打电话给他，加深他对你的印象。另外，我们要安排好行程路线，达到怎样去最省时、省力，提高工作效率。

三、勤动脑。

就是要勤思考，遇到棘手的问题，仔细想一下问题出现的根源是什么，然后有根据地制定解决方案。

销售工作中常存在一些假象：有时客户表面很好，很爽快，让你心情很好的走开，可是你等吧，再也没有消息。有时表面对我们很不友好，甚至把我们赶出去，我们可能因此不敢再去拜访。这是因为我们没有分清到底是什么原因，所以我们一定要静下心来，冷静思考，才不会被误导。

四、勤沟通。

人常说：“当局者迷”，所以我们要经常与领导和同事交流沟通自己的市场问题，别人的市场可能同样存在，了解他们是如何解决的，也许经过领导和同事的指点，你会恍然大悟，找到解决问题的办法，共同提高。

五、勤总结。

有总结才能有所提高，无论是成功还是失败，其经验和教训都值得我们总结，成功的经验可以移植，失败的教训不会让我们重蹈覆辙。

第二：灵感。

灵感是什么？灵感就是创意，就是创新。要想做好销售，就不能墨守成规，需要打破传统的销售思路，变换思维方式去面对市场。灵感可以说无处不在。

1．与客户谈进货时受阻。突然得知客户生病了或者是亲人、家属生病了，灵感来了，买点东西前去慰问一下，这样可以打破僵局，客户由开始的拒绝，可能会改变态度---进货。

2．产品导入期：推广受阻时，突然得知别的厂家召开新闻发布会。灵感来了，我们不妨也召开一次新闻发布会。

3．逛商场时，看见卖鞋的有鞋托。灵感来了，给防疫站打个电话，就说被狗咬了，问有血清吗？他们一听有人要买，可能就会进货。

第三：技巧。

技巧是什么？就是方法，而且销售技巧自始至终贯穿整个过程之中。我们所面对的客户形形色色，我们都要坚持有一个原则：一是投其所好；二是围魏救赵；三是软磨硬泡。

与客户交往过程中主要有三个阶段：

一、拜访前：

1．要做好访前计划。

(1)好处是：有了计划，才会有面谈时的应对策略，因为有时在临场的即兴策略成功性很小。

(2)事先想好可能遇到的障碍，事先准备好排除方案，才能减少沟通障碍。

(3)事先考虑周全，就可以在临场变化时伸缩自如，不致于慌乱。

(4)有了充分的准备，自信心就会增强，心理比较稳定。

2．前计划的内容。

(1)确定最佳拜访时间。如果你准备请客户吃饭，最好在快下班前半小时左右赶到，如果不想请吃饭最好早去早回。

(2)设定此次拜访的目标。通过这次拜访你想达到一个什么样的目的，是实现增进感情交流，还是促进客户进货。

(3)预测可能提出的问题及处理办法。

(4)准备好相关资料。记清是否有以前遗留的问题，此次予以解决。

二、拜访中：

1．要从客户角度去看待我们的销售行为。如从推销人员的立场去看，我们拜访的目的就是推销产品，而换一个立场从客户的角度来看，就是把客户当成“攻打对象”。

2．拜访的目的重点放在与客户沟通利益上。不要只介绍产品本身，而应把给客户带来的利益作为沟通的重点。这样，客户在心理上将大幅度增加接受性，这样我们可以在买卖双方互惠的状况下顺利沟通。

3．不同的客户需求是不一样的。每个客户的情况都不同，他们的需求和期待自然也就不一样，所以我们在拜访前就要搜集资料，调查、了解他们的需求，然后对症下药。

下面给大家介绍在沟通中的“FAB”法则。

F---Fewture(产品的特征)

A---Advantage(产品的功效)

B---Bentfit(产品的利益)

在使用本法则时，请记住：只有明确指出利益，才能打动客户的心。从销售产品的立场来说，我们很容易认为客户一定关心产品的特征，一直是想尽办法把产品的特征一一讲出来去说服客户，其实不然，产品的利益才是客户关心的，所以大

家记住，在应用本法则时，可以省略F、A，但绝不能省略B，否则无法打动客户的心。

三、拜访后：

1．一定要做访后分析。

(1)花一点时间做，把拜访后的结果和访前计划对比一下，看看哪些目的达成了，哪些目的没达成。

(2)分析没达成目标的原因是什么，如何才能达成。

(3)从客户的立场重新想一想拜访时的感受，哪些地方做的不够好。

(4)分析自己在拜访过程中的态度和行为是否对客户有所贡献。

(5)进一步想一想，为了做得更为有效，在什么地方需要更好的改善。

2．采取改进措施。

(1)只做分析不行，应积极采取改进措施，并且改善自己的缺陷和弱点，才能更好的提高。

(2)“天下只怕有心人”，对于拒绝与排斥的客户，要多研究方法，找出最佳方案，反复尝试，一定能带来好的业绩。

**第五篇：宝能二期工程承包合同1**

宝能（合肥滨湖）二期模板工程承包合同

工程名称：

工程地点：

劳务承包公司：

以下简称甲方

专业承包班组：

以下简称乙方

依照《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国建筑法》及其他相关法律、行政法

规，遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经双方协商决定，承包人同意将宝能二期的（）楼地上、地下主体结构及二次结构模板工程承包给（），为明确双方权利义务关系，特订立以下合同

三、承包范围: 宝能（合肥滨湖）二期的基础结构、地下室结构、主体结构、二次结构及其附属工程等的垫层、承台、筏板、柱、墙、梁、板、压顶、构造柱、构造梁、门窗洞口过梁、预制构件、阳台、线条、造型、后浇带、二次结构等所有的混凝土工程施工作业（包括混凝土的振捣、磨平）

四、承包方式：包工包设备包耗材。

①、包机具：包木工圆盘锯、刨木机、手电锯、电钻等木工常用和必用设备及其设备用电线和手工工具；自备本班组施工用安全帽、安全带、手套、水鞋、雨衣等劳保用品；

②、包耗材：包铁钉、钢钉、铁线、脱模剂、圆盘锯片、砂轮片、竹筒、粉笔、233115471.doc 第1页，共7页

拆模用撬棍、冲洗模板。

③、包工：为完成（）#楼建筑工程中的全部模板工程提供全部劳务，即模板工程施工作业过程中的全部作业内容。包括模板工程施工用材料的场内运输、制作、涂刷隔离剂、安装、看模、拆模、装卸、搬运、退钉、清理、分类堆码；协助基础结构、地下室结构、主体结构的施工定位放线；

④、包安全文明施工：本专业承包范围内的所有安全文明施工的工作内容，工完料清，涉及到的其他专业承包班组的成品保护。

五、承包单价：（单位：人民币）

按本合同“三”、“四”条款的内容及其它条款的要求，以甲方决算的建筑面积计综合单价 95 元/㎡（其中：包括班组安全管理和质量管理专项费用及其它所有的管理费用）。

六、工程质量标准：合肥市标准化文明工地。

七、工期要求：按照项目部安排的计划工期执行。

八、结算及付款办法:（1）工人进场施工至施工期满每5个月为一个付款周期，春节前另支付一次工程款，甲方按实际发生的经业主验收合格工程量的60%向乙方支付工程款，在此之前乙方所有开支均由乙方自理。

（2）在主体结构及二次结构完成并验收合格后，甲方按实际发生工程量的75%向乙方支付工程款（含已付工程款），余款25%在竣工验收合格后2个月后付清。

九、双方职责：

（一）、甲方权益和义务：

1)、提供施工图并进行施工技术交底；

2)、提供工人临时住宿及合理的生活用水和照明用电。住宿生活用电、控制在平均每人每月10度以内，生活用水控制在按每人每月3吨之内，超过部分由班组负承担；

3)、组织施工管理，提供施工进度计划；

4)、提供安全施工设施和装备，进行安全技术交底；

5)、提供工程用模板、顶木、方条、拉条、止水螺杆及螺帽垫片、水平运输用人力斗车、垂直运输机械及其钢丝吊绳和麻绳；

233115471.doc

第2页，共7页

6）、垂直运输提升机操作人员由甲方负责安排；其操作人员工资由甲方负担。7)、提供施工用水用电，夜间施工照明光源； 8)、制定施工技术方案和技术措施；

9)、组织安全培训教育和施工质量技术培训教育； 10)、按期结算工程款；

11)、代为乙方办理工人劳务等手续，但费用由乙方承担；

12)、对施工安全、质量、文明卫生进行管理、监督、检查，并执行相关的管理制度；

13)、如因业主、项目部或设计原因所造成的返工或合同之外临时安排的用工，按实际发生的工程量即时签证增补计算补给乙方。签证单必经甲方项目负责人核实签字并报甲方公司负责人审批后方可有效。

14)、甲方对乙方在施工过程中出现下列行为之一的情节，甲方有权按公司规章对乙方实施相应的经济处罚,甲方亦有权单方面中止本协议书，甲方要求乙方退场，乙方必须无条件退场。同时，乙方还须承担自行造成的一切经济责任。①.当乙方不能无能力按甲方要求的质量和进度完成各阶段的模板工程任务； ②.当乙方人员在施工过程中,不遵守安全操作规章规程，发生一般违章作业但未造成伤害后果的行为，一个月内累计违章次数达十人次的；

③.当乙方人员在施工过程中,不遵守安全操作规章规程，发生违章作业造成轻伤后果的行为，一个月内累计违章次数达五人次的；

④.当乙方人员在施工过程中,不遵守安全操作规章规程，发生违章作业造成重伤后果的行为，而且乙方未能拿出切实可行的有效整改措施的；

⑤.当乙方人员在施工过程中,不遵守建筑施工质量技术操作规程,不按设计图和规范要求施工,或者不服从施工技术管理人员的指挥,发生模板支撑失稳而使砼梁、板严重变型或垮塌的事件和行为；

⑥.当乙方人员在工地管理范围内或施工过程中,不遵守文明施工管理规章,一个月内发生打架斗殴事件达三次的。

（二）、乙方权益和义务：

1)自行组织遵纪守法、服从指挥、工作负责、技术过硬的合格工人进场施工作业。2)依据本协议要求按期书面向甲方申请借支生活费。

233115471.doc

第3页，共7页

3)主动向甲方项目部工程技术人员询问技术问题，索要技术图纸资料和施工方案及施工安全技术交底资料，并严格执行施工质量及施工安全技术操作规程，严格按设计图和技术交底要求施工。

4)乙方班组要配备专人（专职或兼职）负责配合甲方项目部施工放线、施工质量管理和施工安全管理及检查工作；乙方承包责任人对本班组整过施工过程中的质量和安全负责，积极主动配合项目部抓好工程质量和安全工作及文明施工。乙方施工放线员（责任人）是： ；专职或兼职安全管理员是： ；专职或兼职质量管理员是： ；

5)乙方必须认真抓好本班组的安全管理工作，每天必须在班前对上班工人进行15分钟左右安全教育，进行当天的安全技术交底，使每个工人时刻具备和掌握“不伤害自己，不伤害别人，不被别人伤害”的能力。

6)主动搞好本班组宿舍区的文明、卫生管理工作，定期对班组宿舍内进行卫生大扫除，清理垃圾。木工班负责按甲方现场制度要求冲洗和打扫工人住宅区的公共厕所，每天清洁完成后报项目部负责安全文明卫生工作的管理员检查验收，不合格及时返工。如果班组不能自行完成卫生工作，甲方可另派人完成，相应工资由乙方承担。

7)由乙方自备的施工机具（如：圆盘锯及锯片、平刨、手动电动工具等）必须安全可靠，符合建筑施工安全检查标准；操作工人必须按施工机具安全操作规程进行作业；设备配套绝缘电源电缆必须符合安全用电规范要求，单相插座线必须是三芯绝缘电缆，电机动力电源线必须是五芯绝缘电缆，用电接线必须由具备上岗合格证的电工完成；确保使用安全和安全使用。

8)乙方自备的铁钉、水泥钉、铁线、柱墙箍、加固螺杆螺帽及垫片，必须满足施工工程质量和施工安全要求。

9)自带手工工具、线锤等小型用具，自备生活用品用具。

10)乙方必须严格执行和遵守工地的各项质量、安全、卫生管理制度，认真抓好本班的质量安全、卫生、守法教育，严格按建筑施工安全操作规程和施工方案进行施工，确保安全施工、文明施工、优质施工。

11)乙方承包人及其现场管理负责人和员工必须服从甲方管理人员的管理和指挥（包括质量和安全管理、施工计划和施工方案的调整），对乙方不服从甲方施工233115471.doc

第4页，共7页

部管理人员和专业工长管理和指挥的行为，甲方现场管理人员有全权按规定对乙方给予经济处罚。

12)保证不带非作业的妇女、儿童进入施工现场。

13)合理利用甲方的模板、顶木、方条、钢管等建筑材料，不得有随意浪费的情况发生，做到合理节约使用。每层楼拆模后，都要对模板进行清除废钉处理。14)做到工完场清，堆码有序，在甲方项目指定的地方堆放，不准乱堆乱码材料。下道工序施工前清理归场，否则安排他人清理，费用由乙方承担。

15)合理使用机械设备，不准乱丢乱放机械设备。按照指定地点堆码放置机械设备并保证不被雨淋，以保证安全使用。

九、质量、进度管理约定：

1.乙方必须配备齐现场负责人1人、配合放线员1人，并保证坚守现场，负责本班组的施工安全质量管理和监督检查工作。否则，甲方在給乙方结算承包费时按每人每天200元扣减安全、质量管理费。

2.所有分项工程在完工后，班组先自检合格后再报验收。验收严格按现行规范执行，每发现一处不合格罚款50至300元，并由乙方按要求整改。对造成材料浪费的同时处以材料价格双倍的罚款。若因返工造成工期延误，每延误1天扣2024元。3.精心组织本班组施工作业，保质、保量、安全、高效、按期完成甲方下达的施工任务，不得以任何理由拖延工期。因人为延误工期将处以每天2024元的罚款，直接从班组借款中扣出。

4.服从工地施工现场人员的指挥和调度，积极配合甲方施工管理人员处理好可能出现的质量安全问题，对于不服从甲方管理人员安排并辱骂、顶撞管理人员者，视情节轻重处以100至300元的罚款。

5.浇灌砼时，乙方必须安排2-4人跟随砼班值班，检查木模，防止出现胀模、垮模、漏模等质量问题。因乙方原因造成的胀模、垮模、漏模等质量问题所产生的费用（材料费、工费、罚款）有乙方承担。

6.严格按图施工，严格执行施工技术操作规程，做到精益求精，确保施工质量。7.确保木模量尺准确，堵缝严密。平面要水平，竖面要垂直，加固牢靠，顶撑稳固，按规定比例起搭梁模。

8.柱、墙、梁、板模的拆卸，必须按项目部要求的时间拆卸，未经工地施工部同意233115471.doc

第5页，共7页

不准拆模。

9.施工要精心组织，质量严格控制。每道工序完工后要做好清理工作，不得有任何杂物，按时完成验收工作，方准进入下道工序施工。

十、安全、文明、卫生管理约定：

1、乙方必须配备专职或兼职安全管理员，负责本班组的安全管理工作，坚持开展班组每日的班前安全活动。否则，甲方在給乙方结算承包费时扣减安全管理费。

2、进驻工地的人员，必须是听从指挥，服从安排，做工负责的合格工人，不准非做工人员在工地留宿，否则，按每人每天20元扣水电和住宿费，从班组承包工程款中扣除。

3、禁止非做工的妇女、儿童进入现场和工地住宿，确保施工安全。否则，处以罚款将从相关班组工程款中扣除。

4、进入工地的全体工作人员必须严格执行和遵守工地的各项规章制度；班组每天上班前必须进行班前安全教育；进入施工现场必须戴安全帽；不准穿拖鞋；不准赤膊上班；严格按机械操作规程使用木工机械、提升机和其它机械；不准从楼上往下扔垃圾和材料；建筑材料、建筑垃圾须用提升机械上、下运输，并且堆码在指定的地点。违反上述任何一项将视其情节轻重处以每人每次20-200元罚款，从班组工程承包费中扣除。

5、电线、开关、灯线、电扇插座由工地电工统一安装，禁止任何人乱拉乱接。禁止使用大容量电器（电饭煲、电炉等），否则收缴用用具并处罚款。

6、凡因乙方违反操作规程，违反安全管理制度而造成的一切安全事故概由乙方承担。

7、乙方人员在工地以外或因非上班时间出现的安全事故应由当事人自行负责。

8、外架严禁堆放模板，现场内模板及时清理干净；在外架上作业的工人必须配戴安全带。

9、施工班组每天必须开展班前安全活动，要由班组长或班组安全员主持，活动内容：㈠.学习作业安全和技术交底内容、措施；㈡.了解将进行的作业的环节和危险程度；㈢.熟悉操作规程；㈣.检查设备是否运行正常及安全保护装置是否完整可靠；检查手工工具是否安全可靠；㈤检查安全劳保用品是否完好，并正确使用。

10、如果甲方决定，为便于文明施工管理要求，对参与施工现场作业的班组工人和班组管理人员，实行分班组统一服装和标志管理，班组应无条件执行。服装样式和艳色由233115471.doc

第6页，共7页

甲方确定，服装费用由乙方承担。

11、按甲方安全要求，做好模板封闭预留洞、管道井口的工作。

十一、材料使用管理约定：

1、不准随意乱锯模板，如有违反，按其材料价格的3至5倍给予处罚；每层拆模后必须及时清除废铁钉，堆码整齐，不得乱丢乱放，否则，按相关规定处以罚款。

2、建筑材料必须材尽其用，合理使用，禁止浪费，禁止大材小用。批量下料方案须经工地负责人批准，否则，根据浪费材料的价值进行赔偿。

3、禁止任何人用方木、拉条等有用材料烧火煮饭，不准用大模板作床板和围墙。

4、模板工程竣工后，乙方必须把模板工程用材料须清理干净，清除铁钉和砼，分类并整齐堆码在公司施工部指定的地方，顶木料要站立堆放，方条要按23条/层堆成3米高左右的方堆，模板要叠层堆码有序，做到工完场清。

十二、相关招标文件、工地的全部管理制度作为本协议的附件，与本合同一并执行。

十三、本协议未尽事宜双方协商，并签订补充合同，与本合同有同等效力。

十四、本合同一式四份，甲方两份，乙方两份。本合同至本工程竣工验收达到规定质量标准，承包工程款付清后失效。

甲方(盖章)：

代表签字：

代表签字：

签订日期：2024年9月 日

乙方(盖章)：

233115471.doc 第7页，共7页

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找