

2023年车位销售大礼包模式 公司定做礼品采购合同共(优质5篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

车位销售大礼包模式篇一

本合同自买卖双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章或合同专用章之日起生效。

本合同附件是本合同不可分割的一部分，与合同正文具有同等法律效力。

本合同生效后，对本合同条款的任何修改或补充，应经双方协商后以补充协议的方式明确，补充协议经双方签字盖章后生效。

本合同一式两份，买方执一份，卖方执一份，具有同等法律效力。

甲方(公章)：_____乙方(公章)：_____

车位销售大礼包模式篇二

甲方(需方)：

地址：

电话：

传真：

乙方(供方)：

地址：

电话：

传真：

甲方与乙方根据《_民法典》的规定，本着平等、自愿、诚实、信用的原则，经双方充分协商，就甲方根据需求向乙方订购全新合格的积分礼品的事宜订立《与礼品采购合作协议》，以资双方共同遵守。

第一条 甲方因业务发展需要，向乙方采购如下积分礼品以供甲方客户进行兑换：

备注：上述数量、总价均为上限，最终甲方按照实际发生的数量、总价与乙方结算。

第二条 产品描述

1. 乙方应向甲方提供产品质检检验报告，确认产品质量通过有关认证机构检验。

2. 产品的技术标准(包含质量要求)，应符合：

(1)按国家标准、行业标准履行；

(2)无国家标准、行业标准的，按通常标准或符合协议目的的特定标准履行；

(3)没有上述标准的，或虽有上述标准，但甲方有特殊要求的，按甲乙双方在协议中商定的技术条件、样品要求或补充的技

术要求优先执行。

甲方对产品要求：

1. 包装：乙方按国家有关标准对产品进行标准包装，确保产品符合长途运输配送、防潮、防震要求，确保产品在运输途中不被损坏，使用经甲方认可的包装设计。产品本身及包装不影响人体健康或不产生环境污染问题，达到国内环保要求。

第三条 交货方式和验收

交货日期：

交货地点：

运输费用：由乙方承担。

交货方式：乙方负责送货上门，本协议采用的是以下第 种交货方式。

(1)集中配送

乙方提供产品仓储，不再另行收取仓储服务费，按甲方要求的数量、时间、批次将产品送达甲方指定的地点和接收人，乙方所配送产品需在交货前通知甲方，并配合甲方指定验收人员当场拆封产品验收。乙方在完成送货后 天内将配送公司签字确认的送货单或同类凭证留存，以备查验。

(2)点对点上门配送客户

乙方提供产品仓储，不再另行收取仓储服务费，按甲方要求的数量、时间、批次将产品送达甲方指定的地点和客户，乙方在客户签收时提醒客户当场检查商品的完好性。乙方在配送产品当天，应致电客户确认配送地址及配送时间，并与客户确认是否由他人代收礼品，若客户要求变更配送地址的，

乙方应要求客户与甲方客服人员联系。乙方在每月 日前向甲方提供上个自然月的已发货订单汇总表(包含补发货订单)，甲方在收到已发货订单汇总表后的 个工作日内完成数据核算。如甲方对乙方提供的数据存有异议，甲方需于报表核算后 个工作日内书面通知乙方，双方另行核对，协商解决。如甲方确认数据无误，甲方对结算月订单客户进行电话回访，抽查配送情况及服务质量，无误后通知乙方邮寄清款文件和发票。

若乙方未能在指定日期提供足额的产品，每迟延一天，应每天按总金额的

向甲方支付违约金，直至提供足额产品为止，同时，甲方由此遭致的损失应由乙方负责赔偿。

若甲方逾期付款的，每日按所涉金额的 的标准向乙方支付违约金,同时，乙方有权顺延交货日期，甲方任何一批货款迟延付款超过 日的，乙方有权中止履行所有未交货的订单，且甲方应付甲方未至付款期的所有货款。在甲方向乙方清偿所有货款和违约金后，乙方再恢复履行订单中约定的交货义务。

甲方无故拒绝接收货物，或在交货期限前无故提出退货，均视为甲方违约，甲方同意向乙方支付合同总价款的 的违约金，如果还有其他损失的，还应赔偿乙方的其他全部损失。甲方若已支付预付款的，预付款不予退还。

若甲方提供的交货地点或收货人信息有误，则应承担乙方为此多支付的实际费用和因此造成的全部损失。

若乙方送货至指定交货地点时，甲方或其客户未履行签收义务，乙方有权拒绝交付本合同项下的货物，并视甲方违约，无故拒绝接收货物，乙方不承担因此而可能造成的延迟交货的责任，且由此产生的一切后果由甲方负责，包括但不限于提存货物的费用，违约金，仓储费，运输费和人工费等。

若甲方需增加产品订购量，乙方须在收到甲方通知增加订购量之日起 天内告知是否能接受新增的订单以及送货时间。甲方的提货代表或委托收货人在提货现场进行数量清点、货物检查和验收确认等作业完毕后，应当立即在送货单上签字确认，若有异议应立即向乙方提出。甲方当时(收到本合同约定的货物 日内)未提出书面异议的，则视为对乙方交付的全部货物验收合格。

第四条 纠纷及处理

乙方应按国家及行业标准为产品提供售后“三包”。甲方为产品的订购方，于产品订购后凡涉及产品质量、品牌或版权的咨询、投诉、产品责任的各类纠纷等事宜均由乙方处理，甲方不负任何直接或连带责任。

乙方作为产品的销售方，保证产品保修 个月，在产品保修期内乙方有责任落实产品的一切质量问题(因产品质量问题而非人为因素造成的)。若因产品质量问题而未能符合国家规定之安全标准及产品责任标准(包括由乙方配送运输中破裂损坏)，甲方有权追究乙方的违约责任或侵权责任，乙方并须赔偿甲方由此遭致之一切损失。乙方应于收到甲方或甲方客户投诉后 天内重新为甲方或甲方客户免费运寄新的产品。

在协议期内, 若因产品质量问题引起客户投诉或纠纷，进而影响甲方业务发展或信用卡产品形象，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

在协议期内，乙方需指派专职人员协助处理有关用户的咨询、投诉、退货等产品质量、品牌异议，以降低可能产生的不良影响。

注：乙方处理客户咨询或投诉方式如下：

咨询、投诉电话： ， 联系人： ；

若甲方或甲方客户拨打此电话进行咨询或投诉，联系人将依情况及时给予回复。

车位销售大礼包模式篇三

甲方（订购方）：_____ 地址：_____ 邮
码：_____ 电话：_____ 法定代表人：_____
职务：_____ 乙方（交售方）：_____ 地
址：_____ 邮码：_____ 电话：_____ 法定代
表人：_____ 职务：_____ 甲、乙双方根据国家粮
食购销管理政策，在*等、自愿、合作、互利的原则下，经充
分协商，达成如下协议。

一、甲方向乙方订购粮食_____公斤（_____市斤）。

品种：_____

订购数：_____

订购价：_____

二、合同订购的粮食质量、等级、水分执行国家规定标准。

三、合同订购的收购：_____。

四、甲方必须做到及时收购，保证不借故压车、退车，做到认真执行国家质价政策，保证不压等压价。对乙方交售的粮食，结算形式不限，现金、转帐由本人任选。除农业税外，不代任何部门扣款，不打白条。

五、乙方必须做到按签订的合同订购品种、数量、种足种好各种作物，正常年景保证按合同规定的品种、数量交售。遇灾可向甲方申请减免。

六、在执行本合同期间，乙方负责人（承包人）有变动时，由接替人继续执行本合同。

七、乙方交售粮食时，需携带本合同，每次结算，甲方要在合同的附表内给予记载。

车位销售大礼包模式篇四

委托方：（以下简称“甲方”）受托方：（以下简称“乙方”）

双方根据《_合同法》以及国家有关法律法规，经友好协商，就甲方向乙方订购礼品的相关事宜达成以下协议条款以资共同遵守。

第一条定制的物品

1. 本合同定制礼品的名称、数量、单位、单价、金额等详见如下《礼品定制采购明细清单》。

《礼品定制采购明细清单》

第二条货款及支付方式

1. 本合同项下商品的总货款为人民币12100元(大写金额：壹万贰仟壹佰元整)。

2. 待乙方将所有定制礼品制作完毕后，应向甲方开具等额正规合法的发票，否则甲方有权拒绝向乙方付款。甲方在验收发票合格后____日内将制作总费用：人民币12100元(壹万贰仟壹佰)，通过打款方式一次性支付于乙方。

第三条商品制作要求

1. 乙方应根据甲方的要求进行制作，具体材质及制作要求详见

《礼品定制采购明细清单》。

2. 甲方在本合同签订之日起____日内，将制作稿文件发送给乙方，未经甲方同意不得随意更改样稿。

第四条交(提)货时间

乙方在样品通过核实认可之日起____日内将符合本合同约定的商品全部交付甲方。

第五条交(提)货地点

1. 本合同涵盖礼品的到货地点为甲方指定：重庆____区江南街道南城xx营销中xx□

第六条运输费用

本合同项下商品的运输由乙方负责，费用也由其承担。

第七条违约责任

1. 本合同全部条款双方均需严格遵守，任何一方违约应承担违约责任并赔偿由此给对方造成的所有损失。

2. 如果乙方延迟交货，则向甲方支付逾期交货违约金，每延迟一天，按本合同总货款的3%计算违约金。

3. 如果甲方拖延提货或延迟付款，则向甲方支付逾期付款违约金，每延迟一天，按本合同总价款的3%计算违约金。

4. 若甲方提供的给乙方的制作稿经甲方签字确认后出现制作错误，甲方有权拒绝支付制作费用，并有权要求乙方赔偿实际损失。

第九条不可抗力

1. 本合同所称不可抗力，是指本合同各方由于地震、台风、水灾、火灾、战争以及其它不能预见，并且对其发生和后果不能防止或不能避免且不可克服的客观情况。

2. 本合同任何一方因不可抗力不能履行或不能完全履行本合同的义务时，应在不可抗力发生之日起____日内通知本合同的另一方，并提供有关部门出具的不可抗力证明，同时提出部分或全部免除责任请求和终止本合同要求。

第十条 争议解决

凡因履行本合同发生的或者与本合同有关的一切争议，首先由双方友好协商，若双方不能协商解决，任何一方均可向所在地地方人民法院提起诉讼。

第十一条 其他

1. 本合同自甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章或合同专用章之日起生效。

2. 本合同一式叁份，甲方持贰份，乙方持壹份，具有同等法律效力。

甲方(公章)： _____

乙方(公章)： _____

法定代表人(签字)： _____

法定代表人(签字)： _____

_____年____月____日

_____年____月____日

车位销售大礼包模式篇五

1、项目地下车位分布

车位数

产权性质

进出口朝向

负一层

使用权

负二层

使用权

负三层

使用权，

有一个子母车位

2、项目周边车位物业现状

三王府地下车库销售策略

1、项目地下车位分布

2、项目周边车位物业现状

4、建议：建议落袋价格14万元/个，标价16万元，楼层差8%，即负二楼16万/个，负一楼万元/个；负三楼万/个。开盘当日成交的前10名优惠万元/个，第11名到30名优惠万元/个；

第31名到60, 名优惠万元/个。落袋价以上的作为销售公司的佣金。

第二•周边项目车位物业营销方式

漾福居，平均价格为8-9万元/个，现销售55套左右；

星城世家，万/个，要求一次性付款，无折扣；

亚华香舍花都，地下车位是在交房入住后开始销售，租售并举，售价在万/个，租金230元/月，随着小区入住率高达95%，车位已供不应求，基本销售一空。

第三•市场车位物业投资回报比较

第四•背景分析及调查结论

a□从周边同类项目车位配比率、实际利用率来看，三王府项目车位物业供大于求。

从项目车位配比来看，同类项目中，三王府项目最高，一般项目平均在50%左右，随着城市发展，新项目，车位配比逐步走高；过高的配比，三王府项目车位一段时间将供大于求。

b□从消费能力/投资心理来看，项目业主对车位物业的需求空间并不明显。

随机抽取部分有车业主，约60%的人表示不会考虑购买车位。约40%的人表示将会考虑购买车位，购买动机均为节省使用成本或现在价格较低，先选个好位置。随机抽取部分无车的项目业主，基于消费能力和投资回报的考虑，约80%的人表示最近将不考虑购买车位。

从上表3也反映出这点，银行储蓄或投资住宅、购买股票基金

收益均高于购买车位。

c□市场反应冷淡，部分项目不销售车位，而是长期持有，提高租金，以租受益，等待时机成熟。

素，对车位物业长期持有，以租受益，等待销售时机成熟，成为部分实力项目采取的主要策略。

d□市场上车位销售情况较好的，基本为车位配比较低的成熟社区。

市场上，车位销售较好的，一是商住项目，拥有大量办公需求，二是市中心区成熟小区，入住率高，停车位较少。如维一星城、蔚蓝天空等。

e□项目车位销售，基本上前期均不理想。

从车位销售情况来看，前期普遍情况不理想，基本均为项目入住后，销售率才有所提升，且项目交房越久，入住率越高，车位销售及使用情况越好。值得注意的是，即使是东玺门，专门针对车位强销，目前也仅销售了150个左右，仅为12%左右。

f□拥有大量地面停车空间，则地下车位使用率偏低。

长沙市民喜好省事、方便，有地面停车位，就不愿下地下车位已成普遍现象，如德政园，现基本路面全部都停满车。

第五•车位销售策略

一、车位销售时间安排：

销售部从目前起，重点考虑车位销售的准备工作，待做好车库装修工作后，即5月底6月初开展车位销售。

如此考虑，一是考虑目前车位现状不理想，尤其是亮化与停车系统没有建立；二是需要将周边进行整治，将车辆停到地下车库形成习惯；三是车位的销售，尤其是开始，最好是集中精力打个歼灭战，集中消化一批，然后利用提价等价格杠杆，促进犹豫不决者及早购买。例如东玺门，在车位集中开盘销售一批后，目前已封盘，不再销售，等待客户心理转变。

二、销售策略：

1、销售政策向车位倾斜。

由于车位的销售金额较小，提成较少。因此为了增加销售人员的积极性，建议采取提高销售人员车位提成标准的方法。

2、公开信通知。

由销售公司制作关于车位销售的公开信，将市场上车位的销售价格及书面形式告知客户，如目前市面上，车位销售及租赁价格普遍提升，部分高端社区，已是一位难求，租金更是高达600元/月等，同时，结合促销措施，以先购先得及前期购买给予一定优惠及一段时间过后将提价等，促进客户产生紧迫感，并提前购买。

3、限期限额优惠促销

销售人员电话联系客户，向客户告知，在三王府项目车位集中开盘时间段内购车位将享有5000元—10000元的优惠，如“购买车位的，前30个优惠10000元/个，前50个客户购车位优惠6000元/个，50——100名优惠3000元/个”，另外，通知客户，“车位即将调价，2013年6月30日之后，价格一律上调10000元/个”等。

购买二个以上车位，额外优惠2000元/个。

4、付款方式多样化。

5、实行销售控制，减少车位推出量

前期车位销售，建议采用销售控制，控制车位推出量，减少客户选择余地；集中放量销售，辅以优惠政策，以现场销售氛围，增加紧迫感，促进成交。宣传上，不宜过多强调三王府项目车位高配比。

三、车位销售计划：

经我们分析，如果在销售过程中，采用上述销售策略，预计可实现如下计划：

四、其他策略

1、物业管理要严格控制地面停车位，小区实行严格的人车分流。

小区园林景观设计施工上，尽量不考虑地面停车位置；交付后，物业管理上要求汽车一律入地下车位，严禁地面停车。同时，地下车位，一律统一加装车位锁，防止随意停放。2、提升成本：提高车位的租金水平。

目前市场普遍项目停车位的月租费为230元—300元左右，车位使用成本偏低，致使使用者宁租不买的心理成为制约车位销售的主要抗性。

为此，特建议如下：在物价局行政指导价的价格幅度内，物业将车位月租费统一上调，例如定为350元/月，以提高租金的方式来促使车位的使用成本上涨，借此促进车位的销售。

3、提升品质，增加信心

销售需具备的条件：

硬件：1、停车标志线与指示标志牌；2、监控摄像头；3、场内灯光；4、耐磨地面；5、进出口的收费岗亭；6、进出口的遮阳棚；7、进出口的灯箱；8、大楼东西两侧的led显示屏
(*)

软件：1、停车计时收费系统；2、人脸识别系统；3、监控系统；

4、讲究推售策略。首先推出负一楼，最后推售负三楼。

致三王府项目业主

——关于车位的公开信尊敬的业主：

您好！在此长沙跃伟豪房地产开发公司的全体员工衷心感谢您对三王府项目的支持！

现在您得到的不仅仅是一个居住的空间，更得到了长沙核心地标所带来的荣耀与尊贵！您的生活将从此而与众不同！当您选择一个家时，请不要忘了安置您的宝马良驹。三王府项目精心为您准备了100多个车位，但在这个大型社区200多户的总数面前，产权车位的数量却明显不足，平均2户才配置了一个车位。据报导，现在长沙市机动车已经突破100万辆，2015年将达到00万台，停车的供需缺口已达50多万个。且三王府项目位于长沙城区最核心商业地段，周边土地已被高度利用，不可以再建大型的停车场。而开发商会在较短的时间内，以最大的优惠幅度，毫无保留的对所有车位进行销售。以三王府项目业主的购买力，消化掉这些产权车位是毫无疑问的。

此时，您将面临以下两种选择：

一、 放弃购买产权车位。如果说您是出于经济实力或无停车需要才做出这样的选择是可以理解的。否则，它将会对您今

后的生活带来许多的困扰。当所有的车位已全部被销售完毕之后，而您又有停车需要时，您不得不从车位业主手上租赁车位，到时，车位的租金也许高得让您无法接受。现在长沙市就有小区的车位月租金超过600元的案例，将来也许会突破千元大关。这也许会让您放弃购车的梦想！不过，您也许可能会选择高价再从其他人手中购得车位，但这也要别人愿意卖才行！

二、 购买车位使用权用于停车或作为投资。这样一来，对于有停车需要的业主就免除了刚才所提到的困扰，让您的爱车得到应有的保护。如果您是作为投资的话，大可通过租赁获取收益，而车位的价值可能会像深圳那样成倍的翻。这就像买了一个小门面，说不定还可以“一车位养三代”呢！您可以借鉴专业市场的运作模式，联合其他车位业主成立车位租赁委员会，统一定价，以维护自己的合法权益！

总之，不论您作出怎样的选择，开发商都会理解和支持！并再次感谢您选择了长房三王府项目！

1、项目地下车位分布

车位数

产权性质

进出口朝向

负一层

使用权

负二层

使用权

负三层

使用权，

有一个子母车位

2、项目周边车位物业现状