# 在集团全员营销分享会上的讲话[合集五篇]

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-08-28

*第一篇：在集团全员营销分享会上的讲话在集团全员营销分享会上的讲话同志们：今年元月X日，集团“每周一提升”房产专场会议明确提出，集团上下要弘扬国企优势，做实现代营销，推动集团快速高质量发展。今天再次召开全员营销分享会，共同分享全员营销，足以...*

**第一篇：在集团全员营销分享会上的讲话**

在集团全员营销分享会上的讲话

同志们：

今年元月X日，集团“每周一提升”房产专场会议明确提出，集团上下要弘扬国企优势，做实现代营销，推动集团快速高质量发展。今天再次召开全员营销分享会，共同分享全员营销，足以证明全员营销工作重要性。这次全员营销分享会更是一次学习提升会、任务部署会和宣传推介会。在会议结束前，我就营销认识、营销形势、营销内容、营销办法这四个方面提出一些想法，与大家共同分享。

一、坚持营销先行，强化四个意识

一是盈利意识。XX集团是国企，是企业就必须盈利，企业要把追逐最大利润作为最终目标。盈利要做到四个方面：必须盈利。盈利是企业生存和发展的根本，要把销售做大，成本降低当作经营的最大原则。要具备盈利能力，掌握获利方法。依法盈利。盈利必须符合相应的法律法规，在带头自觉执行行业规范的前提下实现利润。要进一步增强安全、环保、质量意识，违规事项坚决不做。长期盈利。作为XX地方国企，要深耕这片热土。房产要以交房作为营销的开始，不断为业主提供增值服务，赢口碑、多营销。合作对象都是我们的资源，长期盈利必须依靠合作。客户是我们的上帝。处处盈利。营销盈利包括多个方面。对持续亏损、扭亏无望的企业，上级明确要求不解决企业亏损，就要解决亏损企业。对盈利模式不清晰，长期经营亏损且扭亏无望的一律进行关停并转。公益性项目要争取政府补助，相关单位责任人要扛起相应责任，加快解决相关问题。

二是营销意识。需具备四个条件：出色完成本职工作。做好本职工作本身就是营销。在干好本职工作的基础上，通过销售产品、服务，实现多元收益。熟悉集团产品服务。强化营销意识，必须熟悉集团的产品、服务，做到如数家珍，关键是说出内涵，知晓文化。及时捕捉营销机会。营销是满足别人需要，帮助别人解决问题，要时刻关注别人的需要，及时适时推介给合适的对象。亲友聚餐时，可以发一发集团宣传手册，讲一讲集团产品、服务。树立整体大局观念。对集团要有强烈的使命感、责任感、荣誉感，自觉维护集团形象，切实增强全社会认同感、信任感。对照标准，找准差距，最终实现全员营销、全面营销、全程营销、全天候营销、全方位营销。

三是客户意识。集团上下要真正把“客户”放在心上，在对外交流、合作中，主动联系客户，强化客户意识。要尊重客户。客户是我们价值的创造者，平时多提醒，才是真关心。为客户办事，主动服务，能跑一次办成的事绝不让客户跑第二次，实现不见面审批、不见面付款。要分类管理。客户关系有四个层次，包括买卖关系、供应关系、合作伙伴和战略联盟关系。我们每个单位、团队，每个人都能关联若干客户，各块要分类管理，市场营销部统筹部署。要维系关系。做好与客户的日常交流互动，倾听客户意见和建议，加强对客户的了解，优化客户关系，防止客户误解。在平时多下功夫，定期回访客户。要挖掘价值。客户是我们的资源，要询问客户需求，介绍自己产品、服务功能。可以通过活动沟通客户，从而深入挖掘潜在客户的价值。

四是全员意识。要做到人人会营销、个个懂营销、时时想营销、处处做营销。明确主业主责，非营销人员全员营销是“自留田”，对营销人员而言全员营销是“责任田”。要把营销当作一种生活习惯，实现收入多元化。要把营销当作企业文化的一部分，把营销文化扎根于大家心理。

二、坚持谋划先行，认清四个形势

一是产能扩大化。集团层面已经形成四个成熟的板块，这四个板块需要足够的资源来支撑，所有的投入都要有回报，所有产品和服务需要通过营销向市场输出。目前，我们营销力量和产能是不匹配的，要加强这方面的研究。尤其是XX今年XX月XX日初步对外开放，XX酒店明年开始试营业，以及各类房产楼盘销售。

二是竞争白热化。区域房产、大众餐饮等市场竞争已呈现白热化状态，加之消费者购买心理的不断成熟，必须增强品牌意识，发挥独特优势，开展全员营销，适时调整营销策略。XX酒店的建设已对周边餐饮、住宿行业形成了较大的冲击力；集团楼盘每次开盘都会吸引许多其他楼盘置业顾问的“探寻”。

三是手段软件化。很多的营销活动都是通过软件控制，通过大数据分析、云平台来操作。营销条线要充分利用微信、快闪、XX共享汇等工具切实加大营销力度，定期分析相关情况，通过合作共建等方式最大限度发挥好平台功能。

四是营销一般化。这是我们致命的问题，现有营销队伍、营销能力、营销层次不能适应当前形势。我们现有的营销队伍缺少工作阅历，没有更多经验，没有经过市场充分的摸爬滚打，确实需要提升。客户关系维系程度还不够，大家要一起更多学营销、说营销、做营销。X同志，春节前，请亲友小孩帮忙到街上发放集团定制春联；加油站一位加油工，三伏天里，逐门逐户推销加油卡；X同志，亲自驾车几十公里，接朋友到集团楼盘看房；书香门第一位置业顾问，紧跟正离开客户几十米，只为加上一个微信号，这些营销精神值得学习宣传，解决营销一般化的问题。

三、坚持文化先行，做足四门功课

一是营销企业文化。营销首先要营销自己，销是销观念、树形象、赢口碑、聚资源、搞合作，要把集团的企业文化向外输出。企业文化靠我们的一言一行，靠每个员工来维系，靠大家共同汇聚正能量，以企业文化助力全员营销。

二是营销产品服务。我们热销高端房产、热电能源、油品贸易、绿化产业四种产品，力推少儿文旅、餐饮住宿、政务接待、健身养生、建筑安装、集中建设、规划设计、工程检测八项服务。每位员工要了解集团基本情况，体现对集团关心。重点营销产品和服务的特色、亮点、文化，并力求自身体验后深有感触。

三是营销自我能力。每个营销的产品都有与之相匹配的营销政策。营销无处不在，无时不有，营销要以客户为中心。满足客户需求，营销的最高境界就是利他。要拓宽发展空间，发动全员，依靠全员，利用全员开展全员营销，让营销人才脱颖而出。发挥各自优势开展全员营销，体现自我价值，实现收入多元。

四是营销政策措施。集团企业营销有一系列的激励政策，包括人力资源，有市场化的绩效考核，给大家发展的机会、给大家提薪的渠道、给大家一个营销体验。今后要不断健全和完善营销政策，真正让全员营销给大家带来更多实惠。

四、坚持舆论先行，力推四项措施

一是造浓氛围。宣传氛围。所有营销都要辅以信息发布推广、路演等宣传活动，提前半个月出宣传画面，让客户、让社会看到画面、听到声音、知晓政策。工作氛围。营销网络要定期经常性开展小团体活动，分类别、有针对性，大的营销活动每季一次。营造氛围靠开展“比、学、赶、帮”活动支撑，通过分享会、培训会、座谈会、交流会、音乐会、运动会等来提升，通过组织评比、绩效兑现来巩固。保障氛围。要加大营销人才培养、使用、锻炼、激励力度；关心、支持、服务、保障全员营销工作；确立一切围着营销干、一切向着营销看、一切跟着营销走的战略布局，以销定产、不库存、不积压，一线营销发现的问题，客户的信息及时反馈，客户有所指，我们有所行。集团资源人、财、物向营销倾斜，加大对营销人员的人文关怀，加大营销人员奖励力度。

二是创新方式。软件运用。推广云平台，建立集团全员营销微信群、微信公众号，提高发布率、活跃度、关注度，更新方式方法。跨界营销。要搞产品输出，同时要搞客源搜集，加大与各部门如金融、教育、文旅等部门的联系。《xx房地产》、XX要加大营销宣传、增加信息量，大家要经常关注XX这个合作栏目。对外合作。主要是与全员营销不能匹配的，需要借用别人力量、品牌来营销，如安徒生、XX酒店等营销。

三是用好平台。公园平台，尤其是XX会客厅，要成为客户之间、员工之间，各块活动、相关事宜洽谈交流的平台。充分发挥好会客厅的展示、营销、洽谈、平台四大功能，提高使用率。全民健身中心平台管理较好，把全民健身中心“高大上”口碑形象保护好、利用好、宣传好、拓展好。安徒生项目平台提前布局营销。

四是强化考核。确定全员营销薪酬构成与标准，形成标准化管理体系，加大考核力度，提高全员营销体系整体绩效。鼓励、支持、督促各板块制定绩效考核办法，通过绩效考核体现每个人的业绩、价值，通过绩效考核提升干劲，开展比拼。全员营销专项激励是一个时段特定营销行为，适时制定专项措施，但要规范，把这手段利用好、保护好、维系好。

同志们，营销是崇高的职业，全员营销是集团优势所在，我们要以今天活动为起点，迅速主动投入，及早养成营销习惯，用营销实践书写精彩人生，领引美好生活！

**第二篇：在全员实战营销活动动员会上的讲话 1**

凝心聚力 抓客户 励精图治 促发展

--在全员实战营销活动动员会上的讲话

各位员工：

大家好！今天，我们新乡电信擂响了全员实战营销的战鼓。今天的会议就是要动员全体员工以饱满的热情投身到这场实战营销活动中去，发扬不怕疲劳，连续作战的精神，用自己的勤劳和智慧，为公司发展增量增收，为公司建设添砖加瓦，大家齐心协力，再次掀起新乡电信“比、学、赶、帮、超”的业务发展新高潮。本次活动的开展，是公司领导班子审时度势、准确把市场握脉搏的决定，是我们今年工作任务是否能全面完成的关键所在。因此，我们必须举全员之力，全公司之力，确保本次活动一举成功！这里我先讲两点意见。

一、坚定信心，不畏艰难，以“行动”来统领思想

1、要迎着晨光实干，而不是对看晚霞幻想。发扬善谋实干、不骄不躁的精神。克雷洛夫有句话说：“现实是此岸，理想是彼岸，中间有湍急的河流，行动则是架在河上的桥梁”。1－4月，新乡电信人正是以实际的行动，跨越了发展这一湍急的河流。那么，我同样相信，在这业务发展的关键时期，只要我们全体员工再次认清当前公司发展所面临的竞争形势和严峻挑战，进一步提高开展实战营销活动重要性的认识，紧紧围绕公司经营目标，严格执行公司提出的各项经营举措和工作要求，我们就一定能获得更大的收获。

2、要行动，就必须一鼓作气，坚定不移地去干，“天下无难事，只怕有心人”。当前是业务发展的大好时机，我们要抓住时机，加快发展，关键就是要加大3G业务和宽带的发展。1-4月份我们完成经营收入总进度的29.2%，我们要善于冲刺，勇夺胜利。我们再看看现在周边的通信企业，发展都比较快，如果我们不发展或者发展慢了，就会被市场淘汰。因此，我们一定要上下一条心，鼓足一股劲，努力实现业务发展的新突破。

二、提高执行力，凝神聚气，以“行动”来夺取胜利

1、领导干部要带好头。各级领导干部是公司的中坚力量和业务发展的带头人。作为单位和部门的领导，一方面，我们一定要精心组织，周密安排，确保这次活动在本公司开展得有声有色；另一方面，在业务发展过程中，一定要身先士卒，做好表率。我们的各级领导都要坚持以发展为第一要务，切实加强组织领导，集中精力，全力以赴，一级带着一级干，一级做一级的坚强后盾。这次活动时间紧、任务重，各部门必须相互支持、通力协作，形成合力。当前，各单位负责人一定把组织开展实战营销活动作为一项最重要的工作来抓，抓准，抓早，抓狠，抓出成效。

2、党员要争当模范。一个党员就是一面旗帜，一个支部就是一个保垒。在这次活动中，党员一定要发挥模范作用，吃苦在前，勇于奉献，以实际行动为党徽增光，为党旗添彩；共青团员要争当先锋，不怕苦不怕累，以迎难而上的斗志和饱满的热情，谱写新时代青春的赞歌。

3、渠道要勇挑重担。目前，渠道建设已经逐步深入，在这次活动中，渠道一定扣准定位，充分调动客户经理、社区经理、农村统包人员的积极性，有效开拓集团客户、大客户市场，商业客户、流动客户市场及农村电信市场，要高度重视保存量和活务量营销工作，充分发挥渠道针对营销、组合营销作用，妥善使用“捆”“包”营销武器，促进主营业务收入稳步增长。

4、后台支撑要确保。前端是窗口部门，直接面对客户，后端是支撑，实现资源的合理调配使用，为前端提供充分的能力保障。当前后端要进一步强化服务意识，全心全意为前端服务。总之，前后端一定要通力协作，共同把实战营销活动推向新高。

5、全体员工要团结一心。全体员工都要发扬爱岗敬业的主人翁 精神，树立公司发展我发展，公司兴衰我有责的责任意识，积极主动地投入到本次实战营销活动中来，千方百计地发展业务，尽心尽责地抓好管理，全心全意做好服务，忠于职守地保障安全，迎难而上，排难而进，团结一心地推动新乡电信的进步。

下面，我想就本次实战营销活动再提几点要求：

1、要处理好发展与服务的问题。电信业从本质上说就是服务行业，而服务的对象是唯一的，即电信客户。事实证明，两个企业，在技术发展同等成熟的阶段，市场竞争，靠的就是服务。服务，对我们企业来说，是生命线，服务不仅能提高产品的附加值，而且是提升企业品牌竞争力的关键。因此，服务是一个企业发展的决定因素之一，中国电信“用户至上，用心服务”的理念，我们一刻都不能忘。

2、要处理好发展与成本的问题。当前，公司发展的重中之重就是做大公司规模。在加快业务发展的同时，我们一定要控制好成本。一要合理运用营销成本的前提下，加快3G业务发展；二要从严管理，减少存量和欠费，三要把成本意识植根于每位员工的心中，从我们做起，从小事做起，使人人、事事关注成本成为新乡电信的企业文化。成本是实现收入来源的根基，有投入才有收益，成本更是企业运行的血脉，新乡电信要做大规模决不能以不计成本为代价，相反，我们要更加注重成本的使用，节约成本，实现有效益的良性发展。

3、要处理好局部与整体的关系。本次的实战营销活动也不可能面面俱到，天衣无缝，但不管如何，都要顾全大局，心往一处想，劲往一处使，不唯计划为市场，不唯考核为责任，发展快的地方，尽量发展，能发展多少就发展多少；发展慢的地方，一定要迎头赶上，不要气馁，不怕困难，努力实现，后来居上。总之，有条件的地方要上，而且要快上，没有条件的地方创造条件也要上，一个都不能少。

4、要树立正确的荣誉观。作为公司，我们每位员工都要有强烈的荣誉感。我希望并要求我们新乡电信人在本次活动中要继续发扬这种好的传统。

同志们，在竞争对手如此强大、竞争势态如此严峻的情况下，我们新乡电信人，不屈不挠，默默实干，以我们对公司高度负责的精神和对其它运营商宽大的胸怀，一定能最终获得了胜利。可以说这是次一场没有硝烟的战斗，是一次信心与智慧的较量，只要同心同德，就没有办不成的事。让我们协起手来在实战营销活动中再创新佳绩。我坚信：对于永不言败的新乡电信人来说，只要坚定信心，迎难而上，攻坚克难，必将会推动公司各项工作再上新台阶。行动，就有可能!

我的讲话完了，谢谢大家！

**第三篇：在全员实战营销活动动员会上的讲话 1**

凝心聚力 抓客户 励精图治 促发展--在全员实战营销活动动员会上的讲话

各位员工：

大家好！今天，我们新乡电信擂响了全员实战营销的战鼓。今天的会议就是要动员全体员工以饱满的热情投身到这场实战营销活动中去，发扬不怕疲劳，连续作战的精神，用自己的勤劳和智慧，为公司发展增量增收，为公司建设添砖加瓦，大家齐心协力，再次掀起新乡电信“比、学、赶、帮、超”的业务发展新高潮。本次活动的开展，是公司领导班子审时度势、准确把市场握脉搏的决定，是我们今年工作任务是否能全面完成的关键所在。因此，我们必须举全员之力，全公司之力，确保本次活动一举成功！这里我先讲两点意见。

一、坚定信心，不畏艰难，以“行动”来统领思想

1、要迎着晨光实干，而不是对看晚霞幻想。发扬善谋实干、不骄不躁的精神。克雷洛夫有句话说：“现实是此岸，理想是彼岸，中间有湍急的河流，行动则是架在河上的桥梁”。1－4月，新乡电信人正是以实际的行动，跨越了发展这一湍急的河流。那么，我同样相信，在这业务发展的关键时期，只要我们全体员工再次认清当前公司发展所面临的竞争形势和严峻挑战，进一步提高开展实战营销活动重要性的认识，紧紧围绕公司经营目标，严格执行公司提出的各项经营举措和工作要求，我们就一定能获得更大的收获。

2、要行动，就必须一鼓作气，坚定不移地去干，“天下无难事，只怕有心人”。当前是业务发展的大好时机，我们要抓住时机，加快

发展，关键就是要加大3G业务和宽带的发展。1-4月份我们完成经

营收入总进度的29.2%，我们要善于冲刺，勇夺胜利。我们再看看现

在周边的通信企业，发展都比较快，如果我们不发展或者发展慢了，就会被市场淘汰。因此，我们一定要上下一条心，鼓足一股劲，努力

实现业务发展的新突破。

二、提高执行力，凝神聚气，以“行动”来夺取胜利

1、领导干部要带好头。各级领导干部是公司的中坚力量和业务

发展的带头人。作为单位和部门的领导，一方面，我们一定要精心组

织，周密安排，确保这次活动在本公司开展得有声有色；另一方面，在业务发展过程中，一定要身先士卒，做好表率。我们的各级领导都

要坚持以发展为第一要务，切实加强组织领导，集中精力，全力以赴，一级带着一级干，一级做一级的坚强后盾。这次活动时间紧、任务重，各部门必须相互支持、通力协作，形成合力。当前，各单位负责人一

定把组织开展实战营销活动作为一项最重要的工作来抓，抓准，抓

早，抓狠，抓出成效。

2、党员要争当模范。一个党员就是一面旗帜，一个支部就是一

个保垒。在这次活动中，党员一定要发挥模范作用，吃苦在前，勇于

奉献，以实际行动为党徽增光，为党旗添彩；共青团员要争当先锋，不怕苦不怕累，以迎难而上的斗志和饱满的热情，谱写新时代青春的赞歌。

3、渠道要勇挑重担。目前，渠道建设已经逐步深入，在这次活

动中，渠道一定扣准定位，充分调动客户经理、社区经理、农村统包

人员的积极性，有效开拓集团客户、大客户市场，商业客户、流动客

户市场及农村电信市场，要高度重视保存量和活务量营销工作，充分

发挥渠道针对营销、组合营销作用，妥善使用“捆”“包”营销武器，促进主营业务收入稳步增长。

4、后台支撑要确保。前端是窗口部门，直接面对客户，后端是

支撑，实现资源的合理调配使用，为前端提供充分的能力保障。当前

后端要进一步强化服务意识，全心全意为前端服务。总之，前后端一

定要通力协作，共同把实战营销活动推向新高。

5、全体员工要团结一心。全体员工都要发扬爱岗敬业的主人翁

精神，树立公司发展我发展，公司兴衰我有责的责任意识，积极主动

地投入到本次实战营销活动中来，千方百计地发展业务，尽心尽责

地抓好管理，全心全意做好服务，忠于职守地保障安全，迎难而上，排难而进，团结一心地推动新乡电信的进步。

下面，我想就本次实战营销活动再提几点要求：

1、要处理好发展与服务的问题。电信业从本质上说就是服务行

业，而服务的对象是唯一的，即电信客户。事实证明，两个企业，在技术发展同等成熟的阶段，市场竞争，靠的就是服务。服务，对我们

企业来说，是生命线，服务不仅能提高产品的附加值，而且是提升企

业品牌竞争力的关键。因此，服务是一个企业发展的决定因素之一，中国电信“用户至上，用心服务”的理念，我们一刻都不能忘。

2、要处理好发展与成本的问题。当前，公司发展的重中之重就

是做大公司规模。在加快业务发展的同时，我们一定要控制好成本。一要合理运用营销成本的前提下，加快3G业务发展；二要从严管理，减少存量和欠费，三要把成本意识植根于每位员工的心中，从我们做起，从小事做起，使人人、事事关注成本成为新乡电信的企业文化。成本是实现收入来源的根基，有投入才有收益，成本更是企业运行的血脉，新乡电信要做大规模决不能以不计成本为代价，相反，我们要更加注重成本的使用，节约成本，实现有效益的良性发展。

3、要处理好局部与整体的关系。本次的实战营销活动也不可能面面俱到，天衣无缝，但不管如何，都要顾全大局，心往一处想，劲往一处使，不唯计划为市场，不唯考核为责任，发展快的地方，尽量发展，能发展多少就发展多少；发展慢的地方，一定要迎头赶上，不要气馁，不怕困难，努力实现，后来居上。总之，有条件的地方要上，而且要快上，没有条件的地方创造条件也要上，一个都不能少。

4、要树立正确的荣誉观。作为公司，我们每位员工都要有强烈的荣誉感。我希望并要求我们新乡电信人在本次活动中要继续发扬这种好的传统。

同志们，在竞争对手如此强大、竞争势态如此严峻的情况下，我们新乡电信人，不屈不挠，默默实干，以我们对公司高度负责的精神和对其它运营商宽大的胸怀，一定能最终获得了胜利。可以说这是次一场没有硝烟的战斗，是一次信心与智慧的较量，只要同心同德，就没有办不成的事。让我们协起手来在实战营销活动中再创新佳绩。我坚信：对于永不言败的新乡电信人来说，只要坚定信心，迎难而上，攻坚克难，必将会推动公司各项工作再上新台阶。行动，就有可能!

我的讲话完了，谢谢大家！

**第四篇：行长在全员营销总结会上的讲话**

行长在全员营销总结会上的讲话 同志们：

大家晚上好！今天晚上我们在这里召开全员营销项目总结会议，主要是总结前阶段全员营销取得的成果，对下一步工作进行部署。自全员营销培训开展以来，全体干部、员工都能以饱满的热情和积极的心态，用实际行动投入到学习和实践过程中去，也取得了显著的成效。刚才各个支行行长都分享了成果和感想，培训老师也介绍了这次培训的整体情况。下面，我讲两方面意见：

一、树立全面营销理念，扎实推进全员营销工作。

全员营销是我行下步的重点工作，是我们面对当前形势 “巩固阵地、收复失地、拓展领地”的需要，更是我们未来生存与发展的需要。通过此次培训，全行上下树立了全员营销的理念，一是全员行动，学习氛围浓厚。在整个培训过程中，各支行、部室都能高度重视，全员参与，通过“白天现场辅导+晚上集中授课”的学习模式，“对内营销+上门营销”的营销模式，培养了每位员工的营销意识和技巧。参加此次项目培训的人员，涉及面非常广，有高层、中层干部、总部管理人员、各中心员工、客户经理、柜面人员等，大家都能克服困难，摒弃杂念，静下心来把宝贵的时间和主要精力都放在这次培训上。上课能做到认真听讲，虚心请教，勤动笔、勤思考、勤发问，在有限的时间内掌握更多的知识和技能。包

**第五篇：2024年北方集团集团全员营销奖励制度**

工程项目获取奖励机制

一、工程项目获取奖励机制（软投资外的项目）

（A）信息提供相关人员奖励机制

1、除北方集团市场营销人员以外的其它人员（包括内部员工），凡提供（软投外）的其它项目信息，并进行了相应前期对接、引荐工作，且最终项目获取成功的奖励标准：

①单项工程造价在5000万元（含）以下时，按中标价的0.75‰给予奖励。

②单项工程造价在10000万元（含）以下时，按中标价的0.6‰给予奖励。

③单项工程造价在10000万元以上时，按中标价的0.45‰给予奖励。④上述工程为公建建筑、标志性建筑、超高层建筑、大市政、大路桥、地标性建筑基础、城市轨道交通、大型公共设施（体育设施、大剧院、图书馆、博物馆等），奖励标准在上述基础上提高10~20%，具体根据项目性质评定。

⑤上述奖励在项目中标后，施工队伍进场后3个月内，由北方集团总公司市场营销部经理发起评审，经营财务副总、经营副总、总经理、书记、董事长评审通过后，一周内给予提供人奖励兑现。

⑥信息人员在信息跟踪中所发生的一切费用，均包含在上述奖励中，中标人将不另行支付任何费用。

（B）项目获取关系协调奖励基金

1、上述工程项目，提供信息人员通过与对方沟通、协调及运作，不进行公开投标竞标，以议标方式直接获取，且无居间费用的，其关系协调奖励基金标准原则如下：

①单项工程造价在5000万元（含）以下时，按中标价的0.75‰给予奖励。

②单项工程造价在10000万元（含）以下时，按中标价的0.6‰给予奖励。

③单项工程造价在10000万元以上时，按中标价的0.45‰给予奖励。④上述工程为公建建筑、标志性建筑、超高层建筑、大市政、大路桥、地标性建筑基础、城市轨道交通、大型公共设施（体育设施、大剧院、图书馆、博物馆等），上述奖励标准提高10~20%，具体根据项目性质评定。

⑤此奖励是在（A）基础上另行嘉奖，其兑现办法同（A）。

（C）如提供信息人员提供真实有效信息，但因公司原因最终未能承接成功，则给予信息提供人员2024~20000元不等的鼓励奖，由总、子公司市场营销部根据实情评审。

（D）对中介人居间费奖励机制：

若工程项目由信息人提供后，引荐到其它中介人，通过其它中介人运作，且最终项目获取成功，则视工程实际情况给予中介人以下居间费用奖励。

① 如参与公开竞标，以最低价或次底价标中标，则居间费用包含在（A）

（B）信息提供奖励中，不另行支付居间费。

② 如参与公开竞标，中介人通过关系运作，通过围标的方式获得中标，或不参与竞标，直接议标获取，或业主指定给我公司，则居间费用按1%标准进行奖励，具体根据以下条件进行调整。

③ 月进度付款比例：以80%为基准，每超过或低于±5%，奖励系数在②基础上数调整10%，以此类推计算，若付款比例低于50%，则按实际付款比例系数标准计算。

④ 项目净利润指标：房建工程以12%利率、土木以13%的利润率为基准，实际利润率每高于基准利润率的1%，奖励系数在②基础上数调增50%，以此类推，实际利润率每低于基准利润率的1%，奖励系数在②基础上数调减25%按，以次类推，项目利润低于9%，取消居间费，按（A）、（Ｂ）执行，特殊情况，双方另行协商。

⑤ 工程规模指标：房建以10万平米、市政项目以5000万元为基准、盾构项目30000万元为基准，岩土以2024万元为基准，低于上述基准，每低于10%，奖励系数在②基础上数降低10%，以次类推。

⑥ 中标人施工过程中的签证办理、材料认价、结算办理，通过居间人协调与沟通，因此增加的额外利润，按增加部分的25%，另行给予居间人奖

励。

⑦ 信息提供人、中介人在居间活动中所发生的一切费用，均包含在上述奖励中，中标人将不另行支付任何费用。

⑧ 如信息人员为获取个人利益，对业主背景信息提供不准或隐瞒事实，如因业主原因造成公司损失的，一律取消上述奖励，同时视实际情况，保留对介绍人的责任追究。

⑨ 居间费须按公司制度规定进行评审，30万元以内由北方集团总公司经理层及监事会评审，超过30万元（含30万元），必须另行上报控股集团董事长评审，控股集团监事会备案。

⑩ 居间费的支付与兑现，必须在居间合同签订完的前提下，双方按合同约定条款执行。

⑪ 居间合同签订时间必须在工程中标后30日内完成，无特殊情况，超过上述时间，一律不予认可，有责任人自行承担。

北方集团

2024年4月1日

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！