

合同编号：

温州市瓯海区南湖未来社区 运营管理服务合同

委托人：温州市瓯海新城建设集团有限公司

受托人：绿城物业服务集团有限公司、温州振凯未来
实业有限公司、温州鸿隆实业有限公司

二零二一年 8 月

项目名称：温州市瓯海区南湖未来社区运营管理服务

项目编号：

甲方（委托方）：温州市瓯海新城建设集团有限公司

乙方（服务方）：乙方¹：绿城物业服务集团有限公司、

乙方²：温州振凯未来实业有限公司

乙方³：温州鸿隆实业有限公司

以上统称为乙方

根据《中华人民共和国民法典》及国家、省、市、区政府的有关规定，甲乙双方在平等、自愿、协商一致的基础上，签订此合同（以下简称“本合同”），以利共同遵守。

第一条 项目概况及服务期限

1.1 合同概况：甲方委托乙方进行温州市瓯海区南湖未来社区（以下简称“南湖未来社区”）的运营管理服务，规划总建筑面积约：71.16万平方米。其中，纳入“本合同”九大场景运营服务范围的，为甲方持有的南湖未来社区九大场景空间25326.57平方米。

1.2 项目地址：温州市瓯海区南湖未来社区。

1.3 服务期限：

1.3.1 九大场景运营服务分四部分：

第一部分为咨询服务期，自合同签订之日起，至南湖未来社区整体投入运营之日止。

第二部分为招商服务期，根据南湖未来社区实际建设进度，符合招商条件之日起算（具体招商进场时间以甲方书面通知，乙方签字确认为准），总招商服务周期为10个月。

第三部分为运营筹备服务期，具体运营筹备时间为南湖未来社区整体投入运营之日前的6个月，至整体投入运营之日止。

第四部分为运营管理服务期，具体运营管理时间为南湖未来社区整体投入运营后的10年。

1.3.2 数字化平台运维及资源配置服务：

数字化平台运维的第1年为建设附带免费质保运维期，即运营期第1年免费（不含建设期），到期后按每年收取有偿服务费；数字化平台资源配置服务的前3年为建设附带免费服务期，即建设期2年和运营期第1年免费，到期后按每年收取有偿服务费。

第二条 合作内容

2.1 服务目标：南湖未来社区作为浙江省首批未来社区试点之一，实施区域总面积25公顷，总建筑面积71万平方米。乙方将以“年轻活力社区，创新创业之城”为主题，在围绕南湖“塘河文化、甌越文化、古城文化”历史底蕴的同时，通过充满人文情怀的运营规划和“教育、健康、创业”重点场景的运营，旨在营造一个“有归属感、有舒适感、有未来感”的社区生活共同体。

2.2 服务内容：根据《浙江省未来社区建设运营导则》，树立“运营前置”思维，实现建设运营全过程指导，将运营需求落实到物理空间规划设计中的要求，针对南湖未来社区处于整体开工建设的状态，为保障前期实施方案能更好服务后期未来社区运营，同时通过统筹招商规划提升项目服务质量及运营效益。本合同服务内容包括南湖未来社区的运营咨询服务、招商服务、运营筹备服务、运营管理服务和数字化平台运维及资源配置服务等六大模块。具体服务内容如下：

2.2.1 运营咨询服务

乙方根据南湖未来社区后期实际运营需求，优化运营实施方案，支持智慧平台建设，协助项目验收，完成积分体系设计、事件清单、业态定位等专项工作，同时配合甲方进行部门公关、参观汇报、展厅解说、对外宣传等工作。具体运营咨询服务内容，详见“附表一：南湖未来社区运营咨询服务内容”。

2.2.2 招商服务

乙方根据优化后的运营实施方案，针对甲方持有的南湖未来社区九大场景中的经营性空间，提供符合后期运营要求的招商管理服务，服务内容包括租金调研、租金标准制定、招商资料准备、招商策略与计划制定、筛选意向品牌、制定租赁合同版本、招商洽谈跟进及租赁合同签署、主持召开招商例会、提交招商工作报告、催缴租赁保证金等。具体招商服务内容，详见“附表二：南湖未来社区招商服务内容”。

2.2.3 运营筹备服务

乙方根据南湖未来社区建设进度与九大场景落位情况，在整体正式运营前6个

月介入筹备管理，派驻运营总经理等管理层到岗，进行项目建设（运营相关）现场管理，同时招聘组建南湖未来社区运营团队，完成团队工作制度和场景服务手册制定等专项工作。具体运营筹备服务内容，详见“附表三：南湖未来社区运营筹备服务内容”。

2.2.4 运营管理服务

乙方在南湖未来社区九大场景整体投入运营后，提供整体运营管理服务，包括南湖未来社区综合运营管理、场景运营管理、商业运营管理等重要模块工作，同时提供活动指导、文创策划、治理协助、外部公关和资产管理等专项服务。具体运营管理服务内容，详见“附表四：南湖未来社区运营服务内容”。

在南湖未来社区运营管理服务期间，乙方需派驻不少于 10 人的运营团队（含运营管理团队 4 人）到岗，具体运营管理服务人员配置，详见“附表五：南湖未来社区运营服务人员表”；每少 1 人扣除相应年度运营管理服务费结算总额的 10%。

在南湖未来社区运营管理服务期间，乙方承担未来社区每年的活动费用。每年度具体的活动计划及预算（不超过 160 万元），以乙方编制后提交甲方确认为准，如因甲方需求导致年度活动预算超支的（以双方对账为准），超出部分由甲方具实承担。运营管理服务期每年的初步活动计划，详见“附表六：南湖未来社区年度活动表”。

2.2.5 数字化平台运维及资源配置服务

数字化平台运维及资源配置服务，包括技术支撑、日常维护、数据提供、流程及页面优化等内容，详见“附表七：数字化平台运维及资源配置服务内容”。

第三条 合作模式及合同价款

3.1 合作模式及价款主要内容：

（1）运营前期服务费

序号	服务项目	内容	报价/万元	服务期限
1	咨询服务	运营顾问咨询费	250	自合同签订之日起，至南湖未来社区整体投入运营之日止

2	招商服务	基础招商服务费	50	符合招商条件之日起（具体招商进场时间以甲方书面通知，乙方签字确认为准），总服务期约为10个月
3	运营筹备服务	运营筹备服务费	90	南湖未来社区整体投入运营之日前的6个月，至整体投入运营之日止
运营前期服务费报价（总计）			390万元	/

（2）运营期服务费

序号	服务项目	内容	报价（万元/年）	服务周期	合计
1	运营管理服务	基础运营管理服务费	480	10年	4800万元
2	数字化平台运维及	数字化平台运维服务	79	9年	711万元
3	资源配置服务	资源配置服务	7.3	9年	65.7万元
运营期服务费报价（总计）					5576.7万元

注：以上服务费用，以九大场景空间 25326.57 m²（含经营性商业空间约 10000 m²）测算。在南湖未来社区建设过程中，若因甲方需求调整出现运营面积变化，导致服务费用增加的，由双方友好协商解决。

3.2 费用标准及结算方式

3.2.1 咨询服务：

① 合同签订后 10 个工作日内，甲方支付运营顾问咨询费的 40%。

② 乙方完成《南湖未来社区运营实施优化方案》、《南湖未来社区运营亮点报告》、《南湖未来社区参观解说词》、《南湖未来社区积分赋分、统计、应用规则及说明》、《南湖未来社区事件应急处置标准手册》、《南湖未来社区场景定位报告》报告。经甲方书面确认后 7 个工作日内，甲方支付运营顾问咨询费的 40%。甲方在收到乙方提交的该等报告后 7 个工作日内，应出具书面反馈意见，如逾期则视为

认可。

③ 根据该项目的实际建设情况，持续为甲方提供意见咨询服务（包含报告更新、修改等工作）直至南湖未来社区整体投入运营后 7 个工作日内，甲方支付运营顾问咨询费的 20%。

3.2.2 招商服务：

① 除基础招商服务费外，针对计租商户，甲方按与商户租约年限支付招商服务佣金（按每 1 年租期对应 1 个月租金作为招商服务佣金，不满 1 年的按此比例折算，招商服务佣金最高不超过 2 个月的租金）。针对非计租商户（以营业额提点或者其他合作形式进驻的品牌商户），由甲方支付乙方该铺 200 元/m²作为招商服务佣金，且最高不超过甲方实收租金。

② 在南湖未来社区九大场景经营性空间整体对外招商租赁时，应满足如下要求的保底租赁基价（各层楼面平均租金）。若因甲方需求或未来社区验收要求，导致出现指定业态招商的（如青少年教育机构、托幼点和物流分拣室等），则该铺位不计入保底租赁基价考核。

“南湖单元 D-04 地块、D-05 地块、B-08 地块”社区底商一层，整体对外租赁均价不低于 75 元/m²/月；

“南湖单元 D-04 地块、D-05 地块、B-08 地块”社区底商二层，整体对外租赁均价不低于 36 元/m²/月；

③ 在正式招商前 6 个月或变更租户前，由甲乙双方共同协商确定《租赁一铺一价表》及《商户商务条件》，该表为本合同的附件。乙方视市场情况征得甲方同意后，对该表租金有上下 10%的调控权。该表不作为品牌商户和主力客户的定价依据，非计租类品牌商户和主力客户也可采取其他扣点等方式进行。考虑到未来社区验收和商业强制性培育等因素，在商户租赁合同签署时，甲方需在租赁合同前两年，每年给予最多 9 个月免租期，具体根据商业业态双方协商确定免租期。

④ 自招商服务开始后的 7 个工作日内，甲方需支付基础招商服务费的 50%作为招商服务启动费用，剩余基础招商服务费于招商服务阶段结束后 7 个工作日内支付，支付时间以甲方收到对应金额的增值税发票时间为准。

⑤ 南湖未来社区启动招商之日起，至南湖未来社区整体投入运营之日，作为招商服务考核周期，需按要求完成招商进场率 70%（含）以上为合格。具体考核制度及费用支付标准如下：

招商率 (按经营性商业空间建筑面积计算)	考核制度及费用支付标准
30%	招商率达到30%后, 支付该阶段(招商率0%至30%)已完成招商部分对应招商服务佣金的80%。
50%	招商率达到50%后, 支付该阶段(招商率30%至50%)已完成招商部分对应招商服务佣金的80%。 若在考核周期内, 招商率未达到50%, 扣除所有未支付费用。
70%	在考核周期内, 招商率达到70%, 支付该阶段(招商率50%至70%)已完成招商部分对应招商服务佣金的100%, 并结算前两阶段未支付费用。 若在考核周期内, 招商率未达到70%, 扣除前两阶段未支付费用及本阶段应支付佣金的20%。
80%	若在考核周期内, 招商率超过70%(含)但招商率未达到80%, 一次性支付剩余已完成招商部分(招商率70%至考核截止日时的招商率)对应招商服务佣金的100%。 若在考核周期内, 招商率超过80%(含), 一次性支付剩余已完成招商部分(招商率70%至考核截止日时的招商率)对应招商服务佣金的120%。

3.2.3 运营筹备服务:

① 运营筹备服务期为南湖未来社区整体投入正式运营前的 6 个月。若非乙方原因超出 6 个月, 双方另行协商增加运营筹备服务费。

② 在运营筹备服务期间, 乙方需派驻不少于 3 人的运营管理团队到岗, 每少 1 人扣除运营筹备服务的 20%。

③ 自运营筹备服务期起的七个工作日内, 甲方需支付运营筹备服务费的 50%作为运营筹备启动费用。

④ 在运营筹备服务结束前的 7 个工作日内, 乙方完成《南湖未来社区场景服务手册》、《南湖未来社区运营筹备报告》、《南湖未来社区运营人员招聘需求、薪酬体系和工作职责报告》、《南湖未来社区运营人员培训手册》、《南湖未来社区运营启动工作计划》、《南湖未来社区宣发计划》报告。经甲方书面确认后 7 个工作日内, 甲方支付剩余的 50%运营筹备服务费。甲方在收到乙方提交的该等报告后 7 个工作日内, 应出具书面反馈意见, 如逾期则视为认可。

⑤ 甲方支付每笔款项 10 日前，乙方应开具相应金额的增值税发票。如乙方延期开具，甲方有权顺延付款。

3.2.4 运营管理服务：

① 运营管理服务期为南湖未来社区整体投入正式运营起的 10 年。

② 每年度自乙方提供运营管理服务起的七个工作日内，甲方支付该年度基础运营管理服务费 40%作为运营服务启动费用。

③ 每年度自乙方提供运营管理服务起的第 6 个月末，甲方针对乙方的运营管理服务进行考核，具体的考核制度，详见“附表九：南湖未来社区运营管理服务考核表”。在完成运营考核的 7 个工作日内，甲方根据如下方式支付运营管理服务费。

当期考核最终得分 (满分10分)	费用支付比例
大于8分(含)	支付年度基础运营管理服务费的40%*100%
7.5分(含)至8分	支付年度基础运营管理服务费的40%*90%
7分(含)至7.5分	支付年度基础运营管理服务费的40%*80%
6.5分(含)至7分	支付年度基础运营管理服务费的40%*70%
6分(含)至6.5分	支付年度基础运营管理服务费的40%*60%
小于6分	不予支付年度基础运营管理服务费的40%

④ 每年度自乙方提供运营管理服务起的第 12 个月末，甲方针对乙方的运营管理服务进行考核，具体的考核制度，详见“附表九：南湖未来社区运营管理服务考核表”。在完成运营考核的 7 个工作日内，甲方根据如下方式支付运营管理服务费。

当期考核最终得分 (满分10分)	费用支付比例
大于8分(含)	支付年度基础运营管理服务费的20%*100%
7.5分(含)至8分	支付年度基础运营管理服务费的20%*90%
7分(含)至7.5分	支付年度基础运营管理服务费的20%*80%
6.5分(含)至7分	支付年度基础运营管理服务费的20%*70%
6分(含)至6.5分	支付年度基础运营管理服务费的20%*60%
小于6分	不予支付年度基础运营管理服务费的20%

⑤ 若乙方连续两次运营管理服务考核不及格，甲方有权提前解除本合同，且无

需承担违约责任。

⑥ 除基础运营管理服务费外，针对南湖未来社区甲方持有的经营性商业空间实际租金收入，乙方每年收取当年实际租金总收入的 10%作为营收分成。甲方根据南湖未来社区的经营性商业空间年末开业率，每年度对乙方进行考核，依据考核结果支付。考核时间为每个运营年结束后开始考核，营收分成支付时间为考核结束后 30 日内支付完成。具体考核制度如下：

运营期前三年考核标准如下：

考核内容 (开业率按经营性商业空间建筑面积计算)	支付标准
开业率<60%	不予支付运营管理营收分成
60%≤开业率<65%	年度实际总营收*10%*50%
65%≤开业率<70%	年度实际总营收*10%*70%
70%≤开业率<85%	年度实际总营收*10%*100%
85%≤开业率<95%	年度实际总营收*10%*110%
95%≤开业率<100%	年度实际总营收*10%*120%

运营期第四年开始考核标准如下：

考核内容 (开业率按经营性商业空间建筑面积计算)	支付标准
开业率<60%	不予支付运营管理营收分成
60%≤开业率<65%	年度实际总营收*10%*50%
65%≤开业率<75%	年度实际总营收*10%*70%
75%≤开业率<85%	年度实际总营收*10%*100%
85%≤开业率<95%	年度实际总营收*10%*110%
95%≤开业率<100%	年度实际总营收*10%*120%

3.2.5 数字化平台运维及资源配置服务：

每年度自乙方提供数字化平台运维服务后的 1 个月内，甲方支付该年度数字化平台运维服务费及资源配置服务费总计的 50%；乙方提供数字化平台运维服务满 6 个月后，甲方于 1 个月内支付该年度数字化平台运维服务费及资源配置服务费总计的剩余 50%部分。

3.2.6 乙方收款账户信息

甲方应按被协议约定的支付时间及金额，将每期应付的服务费用支付至乙方指

定的银行账户：

账户名：绿城物业服务集团有限公司

账号：19020401040001196

开户行：农行杭州杭三路支行

3.2.7 乙方应在甲方支付服务费用前 7 个工作日向甲方开具增值税专用发票，如乙方延期开具，甲方有权顺延付款。

第四条 权利与义务

4.1 甲方权利义务

4.1.1 甲方需确保南湖未来社区拥有合法的立项和报批手续，并按工程进度向乙方提供有关南湖未来社区的详细信息及相关资料（包括但不限于商户办理执照所需的市场监督管理局、行政执法局、规划、消防、环保、卫生防疫等报建手续，有关图纸和证明文件）。

4.1.2 甲方给乙方提供达到拎包入住条件的免费精装修办公空间（包括但不限于会议室、办公室等），作为招商和运营办公场地。办公场地所产生水电费、能耗费等运行费用由乙方自行承担。

4.1.3 南湖未来社区运营管理服务期间的日常办公用品、运营管理费用、人员薪酬福利及住宿、补贴、社保、税收、二次招商费等费用，包含在本合同的预算内由乙方自行承担。

4.1.4 甲方应保证其享有南湖未来社区九大场景合法的完整的使用权、转租权、所有权等能满足乙方就该项目合法招商运营的一切权利。

4.1.5 在本合同执行过程中，在乙方不存在过错或违约行为的情况下，甲方不再委托其他第三方为南湖未来社区提供第二条所列明的服务内容，否则乙方所造成的损失由甲方予以弥补。

4.1.6 甲方在运营筹备服务期前，须满足商家进场所需的物业基础条件，包括但不限于给排水达经营标准、电力系统能够达经营要求标准、燃气系统预留管道、消防通过验收标准、隔油池等设备设施达商业使用标准。若因甲方对特定商户招商需求产生的装修补贴，由乙方每月进行申报，甲方审批通过后落实执行，所产生的费用由甲方承担。

4.1.7 合作期间甲方有权审核乙方的品牌传播方案以及活动方案，并有权对乙方组织或协办活动效果进行评估。甲方尽力整合当地企业、人才信息与相应需求，提供给乙方，以支持乙方制订有效活动方案。甲方应主动整合并提供本地宣传媒体资源，同时积极与乙方协同推动政府相关部门支持。

4.1.8 甲方拥有乙方与南湖未来社区有关的所有运营策略及商业行为的最终决策权。

4.1.9 若因乙方运营原因，导致南湖未来社区未通过挂牌验收，且经过整改后仍未通过挂牌验收的，甲方有权单方面解除本合同。

4.2 乙方权利义务

4.2.1 乙方在合同履行过程中，必须遵守国家 and 地方相关法律法规，认真履行和组织好南湖未来社区的咨询、招商、运营服务工作，全面维护甲方利益，完成全部合同义务。

4.2.2 乙方负责服务范围内的咨询、招商、运营、策划、组织、协调具体实施工作。

4.2.3 乙方可适时根据招商进度对招商策略及招商方案进行修改，提交应变招商方案，并提交甲方（包括电子文本）进行审核。

4.2.4 针对南湖未来社区九大场景约 10000 m²经营性商业空间的租赁，乙方按照本合同“3.2.2 招商服务”约定进行。遇特殊情况，如客户一次性租赁多个单位需另行约定租金价格的，或客户租赁价格超过乙方 10%上下调控权的，乙方应告之甲方，作个案协商处理。

4.2.5 乙方以甲方名义开展招商代理工作，不得损害甲方的企业形象及合法权益。

4.2.6 乙方按本合同中约定的事项提供运营管理服务，但不承担对业主、承租户及其经营者、消费者的人身、财产的保管保险义务。

4.2.7 合作期间，乙方将派遣工作人员开展具体运营管理工作，乙方承担南湖未来社区运营团队人员包括但不限于工资、奖金、福利、住宿差旅等所有相关费用。

4.2.8 对甲方提出的运营服务要求，乙方应及时落实，在运营工作中，如甲方需要了解南湖未来社区相关运营情况的，乙方应积极配合。

4.2.9 在运营管理服务期间，若出现针对南湖未来社区的政府奖励，该奖励归

乙方所有。

4.3 双方其他约定

4.3.1 考虑到南湖未来社区运营工作的复杂性与不可确定性，若出现本合同外的相关工作事项，则在本合同框架内进行微调或以此为基准双方协商给付。

4.3.2 乙方在运营九大场景空间时，若产生运营服务收益（如临时商业展出、临时商业活动、广告宣传及广告位租用、促销活动、固定点位设备安放、临时场地租用等），则该收益按 50%：50%比例由甲乙双方分成。

4.3.3 在南湖未来社区整体投入运营后，考虑人员工资、物料物资上涨等问题，基础运营管理服务费每三年在上一期的基础上递增 5%。

4.3.4 在南湖未来社区整体投入运营满6年，乙方可根据运营情况提前解除合同，但需提前 6 个月通知甲方；同时如乙方第 4-6 年度的考核平均分未达到 7 分，甲方也可提前解除合同。

第五条 保密义务

5.1 甲乙双方在本合同有效期内及本合同终止之日起三年内应严格保守对方的商业机密。未经双方书面同意不得将保密信息对外发布或披露、提供给任何第三方。

5.2 本合同涉及的项目开发技术工艺文件、经营信息、项目概况等资料均属甲方所有，乙方由于工作需要接触上述资料或数据时，应为甲方保密，不得以任何形式透露给第三方。甲方在外已公开的资料或数据，不属保密之列。乙方为甲方所提供的相关书面咨询建议报告，除用于项目宣传使用的资料外，未经乙方书面同意，甲方不得提供给第三方。

5.3 本条款在合同终止或解除后仍继续有效。

第六条 违约责任

6.1 本合同的任何一方不履行本合同中所规定的任何责任或义务，而使对方造成损失的，须赔偿对方因此造成的相应损失。

6.2 甲乙双方任何一方无法律依据或合同约定，提前解除合同的，违约方需支付未履约部分合同金额的 10%作为违约金，实际损失大于赔付违约金的，按实际损失进行赔付。

6.3 乙方超过约定日期 15 个工作日不能提供服务的，甲方有权单方面解除本合同，并要求乙方承担违约责任，履约保证金不予退还。

6.4 甲方如超过约定时间 15 个工作日不支付费用的，乙方有权单方面解除合同，并要求甲方承担违约责任。

第七条 不可抗力事件处理

7.1 合同有效期间，因不可抗力（如洪水、地震、火灾等自然灾害及战争等人力无法抗拒、不能预料又不可避免的事件；无支付能力、破产等不视为不可抗力）而一方不能履行本合同的，在取得有关部门的不可抗力的认定后不视为违约。

7.2 当事人一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失。

7.3 不可抗力事件延续 20 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

第八条 争议解决

8.1 双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向甲方所在地法院起诉。

第九条 合同生效及其他：

9.1 合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

甲方联系人：陈育梁 ，联系电话：（0577）56858507

乙方联系人：陈银特 ，联系电话：13676460677

9.2 本合同执行过程中的未尽事宜，双方应本着实事求是友好协商的态度加以解决。双方协商一致的，签订补充协议。补充协议与本合同具有同等效力。

9.3 本合同一式捌份，具有同等法律效力，甲方执肆份，乙方¹执贰份，乙方²乙方³各执壹份，本协议自双方盖章之日起生效。

甲方¹（盖章）：

法定代表人或受委托人（签字）

地址：

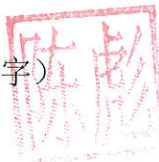
邮编：

电话：

传真：

开户银行：

帐号：



乙方¹（盖章）：

法定代表人或受委托人（签字）

地址：

邮编：

电话：

传真：

开户银行：

帐号：



乙方²（盖章）：

法定代表人或受委托人（签字）

地址：

邮编：

电话：

传真：

开户银行：



乙方³（盖章）：

法定代表人或受委托人（签字）

地址：

邮编：

电话：

传真：

开户银行：



签订日期：2021年8月20日

附表一：南湖未来社区运营咨询服务内容

运营咨询服务	运营实施方案优化	针对已有运营实施方案，按九大场景 33 项指标要求，根据实际运营需求，优化各业态功能。
	智慧平台建设支持	参与智慧运营平台建设，提交平台建设可行性方案、功能设计总纲，并参与平台论证、设计、试用、复盘、优化的相关工作。
	项目验收	项目验收阶段，为项目挖掘亮点、总结经验，并形成项目验收汇报所需要的汇报材料。
	部门公关	与区、镇、社区政府部门沟通，了解、建议各公益、普惠场景落位方式。
	参观汇报	在各阶段，为项目参观接待，准备相应的介绍、汇报、宣传材料，并在必要时参与参观接待和讲解。
	展厅解说	对应项目未来社区展厅的建设进度，以及项目总体完成进度及阶段性研讨、实践成果，形成展厅解说材料并不断更新优化。
	积分体系设计	南湖未来社区积分赋分、统计、应用规则及说明制定。
	事件清单	负责社区运营事件清单编制，并根据各类不同事件，定制差异化的处置执行手册。
	对外宣传	在项目取得阶段性成果后，为项目外部研讨、汇报、推广等活动准备材料，助力项目形成标杆，对外输出瓯海经验。
	业态定位	招商部分功能定位；商业形象定位；品牌级次定位；意向品牌摸底。
	目标客群分析	目标客群来源、目标客群家庭结构、目标客群收入和消费力、目标客群消费习、目标客群期望分析。
	动线规划	九大场景与其它体块的布局与动线规划、出入口的布局。
	业态规划	业态种类筛选、业态配比方案、业态平面布局。

附表二：南湖未来社区招商服务内容

招商管理服务	场景招商	调查市场类似场景业态租金水平，制定项目租金标准和租赁政策； 准备招商资料，制定招商策略及招商计划； 筛选意向品牌，预选前甲方沟通工作； 制定租赁政策及审批流程；制定租赁合同版本； 招商策略、计划和政策的宣导和培训； 招商洽谈、跟进及租赁合同的签署； 主持召开招商周、月例会；提交招商周、月工作报告； 租赁合同的归档。
	市场推广	项目招商阶段的市场推广（自媒体）； 协助项目内装修设计单位的筛选； 协助项目导视系统设计单位的筛选； 协助项目导视系统设计合同的签署； 项目导视系统设计的审核与优化；项目导视系统验收。
	财务管理	项目收益回报测算； 制定合同变更审批流程； 指导租赁保证金的收取。

附表三：南湖未来社区运营筹备服务内容

运营筹备服务	前期运营管理	派驻运营总经理等管理层岗位人员现场驻场,进行项目建设(运营相关)现场管理。招募组建现场运营团队,日常工作管理,提交运营建设进度报告,以及承接甲方交办的其他运营筹备相关工作。
	社区数字化协助	统计梳理社区内的所有空间资产、业主数据、设备数据,并登载入平台,为后期实际运营管理提供支持。
	场景服务定位	针对具体场景落位提出定位方案,包含服务思路、具体措施、阶段计划与服务目标,提交有关部门和甲方备案。
	人事工作	制定项目人员架构与岗位编制、各岗位说明书;制定招聘录用流程;制定员工管理条例;制定员工年度培训计划;招聘乙方派驻的项目人员。
	部门公关	与区、镇、社区政府部门沟通,了解、建议各公益、普惠场景落位方式。
	对外宣传	在项目取得阶段性成果后,为项目外部研讨、汇报、推广等活动准备材料,助力项目形成标杆,对外输出瓯海经验。
	场景服务手册	针对具体场景服务,设计服务方式,撰写服务手册,服务有章可循。
	运营服务人员培训	针对物业及服务团队落地运营,提供物业服务知识、运营服务技巧、客户心理把握与沟通技巧、政府公关技巧、现场活动策划与执行以及其他文艺、审美相关培训,提高现场服务人员的知识、意识与技能。
	参观接待	组织协助重要领导或专家来访时的展厅接待和配合讲解。

附表四：南湖未来社区运营服务内容

综合运营服务	综合运营管理	负责提出年度社区运营、团队培养计划；负责整个运营团队的管理，含工作计划、职责分配、方案指导、过程监督、工作复盘等；各类应急事件进行处置；负责牵头组织日常参观接待；阶段性向甲方汇报工作情况，并按要求进行优化调整。
	场景运营管理	九大场景的日常运营管理：运营管理培训；指导各项工程设施、设备系统的操作培训；建立各项工程设施、设备的运行管理和维护制度。
	商业经营管理	月度店铺经营状况的分析；经营不理想的租户约谈，制定改善和提升计划；经营不理想的店铺品牌调整和升级；退租店铺的合同终止和解约手续办理；每年换铺部分的招商工作；新租户合同的签署和租赁保证金的缴纳；租户市场活动的配合。
	活动指导	年度社区大型活动、日常活动、商业活动、公益活动、节日活动的总体计划编制；各类型活动的文案策划、执行指导；活动外采的资源统筹；商业活动需求调研、活动策划、资源统筹。
	文创策划	注册、设计、运营、更新项目未来社区公号；社区动态信息的采访、协作与发布；社区精神、公约、标语、标签的创意策划；社区商业、服务方式、社区活动的文化提升；社区兴趣社群的组织、培育；社区广告的方案审定。
	治理协助	参与政府组织的各类政策性学习或工作布置会议；协助完成政府部门的工作对接及政策落地执行；负责数字化平台治理模块的运营；协助参与关键性事件的处置指导。
	外部公关	协助完成政府部门、社会组织的社区参观、学习、调研、接待工作；负责向上级政府部门阶段性提交汇报材料；匹配政府部门的相关工作职能或阶段性计划，提供社区材料或协助执行；负责社区经验的对外宣传、推广；政府公关的其他协调工作。
	人事工作	指导各职能专业的培训；项目团队对人员进行绩效评估和制定发展计划；项目对空缺岗位的招聘；项目人员薪酬体系的年度调整。
	财务/资产管理	租户账单的按时发放；租金的收缴；指导月度应收账款报告的编制；编制月度管理报告；指导预算执行和监督控制；指导项目的资产管理对项目团队的财务管理培训。

附表五：南湖未来社区运营服务人员表

人员配置表	岗位	职责/落位	人数
	运营总经理	整体统筹	1 人
	运营总经理助理	协助统筹	1 人
	策划主管	品宣统筹	1 人
	活动主管	活动统筹	1 人
	运营专员	经营性空间运营	2 人
	运营专员	社区礼堂	1 人
	运营专员	共享书房	1 人
	运营专员	幸福学堂	1 人
	运营专员	海π社	1 人

附表六：南湖未来社区年度活动表

活动计划表	活动类型	场次
	年度大活动	2
	节日节庆活动	12
	邻里活动（在基础物业服务中承办）	10
	公益活动	6
	创业类活动	3
	党建治理类活动	按需

附表七：数字化平台运维及资源配置服务内容

项目	业务内容
每年技术运维服务	具体服务包含： 1. 技术支撑： App 主流机型适配，主要适用于以下三类情况：1) Android 系统新版本的上线；2) iOS 系统新版本的上线；3) 华为、小米主流手机厂商对 Android 系统的个性化定制部分； 专题活动支撑：甲方每年举行的大型活动，以及各类常态化的营销活动，在 App 上为活动制作专题页面或功能，为活动在平台上的推广提供技术支撑； 服务接入支撑：新增的各种已有模式服务（包括 H5 服务）的接入； 管理后台支撑：在管理后台随 App/小程序功能更新不断调整和升级时，确保数据库和管理平台有序、稳定地运行； 人员培训支撑：甲方在推广时，对甲方管理人员的集中技术培训提供协助，并提供技术培训文档。 2. 日常维护： 平台运行的日常维护，应对软硬件出现的各种问题，并及时解决； 随时监控 App 的在线使用人数及并发量，及时根据用户人数的增加做出相应的技术调整，并提出硬件调整需求； 甲方在推广时，对甲方管理人员就系统的使用提供疑难解答、远程协助等； 安全维护，维护保障系统服务的安全性； 数据维护，维护数据库处于高效、准确地运行，做好备份工作； 证书到期维护：各种安全证书即将到期，提醒甲方； 其它主动维保服务，包含操作指导、升级更新、定期回访。 3. 数据提供：对于甲方临时性的数据统计或报表需求，乙方应及时了解需求详情，共同协商数据结构或报表格式、视图样式等，及时提供相应支撑，并及时整合到数据统计平台。 4. 流程及页面优化：如对平台中现有功能模块有优化调整的需求，由甲方提出，经甲乙双方协商认可后，由乙方及时进行优化调整。
资源配置服务	6 台 ECS、2 台 SLB、1 台 RDS、1 个 SSL 证书

附表九：南湖未来社区运营管理服务考核表

考核周期： 年 月 日 -- 年 月 日												
序 号	考核纬度	考核指标	权重	考核标准 (A=10、B=8、C=6、D=4、E=2、F=0)						指标定义与考核标准	考评结果	最终得分 (考核结果*权重)
				A	B	C	D	E	F			
1	社区综合运营 (45%)	品宣企划工作	15%	≥10	≥8	≥6	≥4	≥2	<2	【主要考核】完成社区必要对外宣传工作 【统计项/口径】考核期内完成10篇项目公众号推送得满分，依据本表进行考核。		
		社区活动执行	15%	90%	80%	70%	60%	50%	<50%	【主要考核】社区活动完成率 【统计项/口径】根据考核期内已制定的活动计划，考核活动计划的实际完成率，即当期已完成活动次数/当期应完成活动次数*100%。		
		治理工作配合 (政策宣贯配合)	10%	非常满意	满意	较满意	一般	较不满意	不满意	【主要考核】党建引领及政策宣贯 【统计项/口径】通过数字化平台，配合有关主管部门完成相关政策的宣贯，以甲方评价打分为准。		
		社群培育运营	5%	6	5	4	3	2	<2	【主要考核】：社群活动的活跃度及丰富性 【统计口径】：稳定期（从第二期考核开始）依据本表进行考核，即不少于6个社群为A值。第一期考核以3个社群为A值，2个社群为B值，1个社群为C值，无社群即本考核为0分。		
2	社区运营保障 (35%)	日常巡检率	10%	95%	90%	85%	80%	75%	<75%	【主要考核】：巡检计划的执行 【统计口径】：根据巡检计划完成率，即当期已巡检次数/当期应巡检次数*100%。（以巡检记录单为考核依据）		
		巡检问题解决	10%	90%	80%	70%	60%	50%	<50%	【主要考核】：巡检所发现问题的解决能力 【统计口径】：通过巡检发现问题，考核问题解决率，即当期已解决问题/当期应解决问题*100%。（以巡检记录单为考核依据）		
		标准化执行	15%	90%	80%	70%	60%	50%	<50%	【主要考核】组织建设、标准化、安全培训及演习等的学习能力 【统计项/口径】根据年初制定的培训及演习计划，考核培训达成率，即当期已完成培训/当期应完成培训*100%。		
3	运营满意度 (10%)	满意度调查	5%	80	70	60	50	40	<40	【主要考核】社区居民满意度调查 【统计项/口径】通过社区公众号（小程序）进行满意度调查，考核该问卷调查的平均分数。		
		外部公共关系维护	5%	非常满意	满意	较满意	一般	较不满意	不满意	【主要考核】：衡量项目运营团队与甲方和各行行政主管部门等外部单位的协调配合能力，以甲方评价打分为准。		
4	经营性考核 (10%)	应收收缴率	10%	≥85%	≥75%	≥65%	≥55%	≥45%	<45%	【主要考核】费用收缴的及时性 【统计项/口径】针对九大场景经营性空间，考核综合收缴率，即当期应收账款/当期已收账款*100%		
		合计	100%									



