**城建·世纪阳江（住宅部分）销售代理服务**

**招**

**标**

**文**

**件**

**招标人（公章）宣城城建房地产营销策划有限公司**

**编 制 时 间：2021年8月**

**目录**

**[第一章 招标文件 3](#_Toc1677_WPSOffice_Level1)**

[一、招标文件的内容 3](#_Toc16860_WPSOffice_Level2)

[二、招标文件的澄清 3](#_Toc18057_WPSOffice_Level2)

[三、招标文件的修改 3](#_Toc18534_WPSOffice_Level2)

**[第二章 投标须知 4](#_Toc14355_WPSOffice_Level1)**

[一、前附表 4](#_Toc23156_WPSOffice_Level2)

[二、定义 4](#_Toc27528_WPSOffice_Level2)

[三、公司及项目概况 5](#_Toc10839_WPSOffice_Level2)

[四、投标单位条件 5](#_Toc18361_WPSOffice_Level2)

[五、投标费用 5](#_Toc4695_WPSOffice_Level2)

六、销售代理佣金点数限定............................................................................................................5

七、代理佣金支付原则..................................................................................................................6

八、销售违约责任..........................................................................................................................6

**[第三章 投标文件要求 6](#_Toc17070_WPSOffice_Level1)**

[一、投标文件的组成 6](#_Toc22539_WPSOffice_Level2)

[二、投标文件的份数和签署](#_Toc8970_WPSOffice_Level2) 7

**[第四章 投标文件的递交 8](#_Toc22905_WPSOffice_Level1)**

[一、投标书的封装 8](#_Toc1493_WPSOffice_Level2)

[二、投标截止日期](#_Toc4085_WPSOffice_Level2) 8

**[第五章 开标与评标 9](#_Toc2413_WPSOffice_Level1)**

[一、开标 9](#_Toc17707_WPSOffice_Level2)

[二、评标 9](#_Toc2667_WPSOffice_Level2)

[三、中标 1](#_Toc15983_WPSOffice_Level2)0

1. 开标异常处理........................................................................................................................10
2. [合同 1](#_Toc3978_WPSOffice_Level2)0

**[附件： 1](#_Toc11125_WPSOffice_Level1)1**

[一、授权委托书 1](#_Toc26091_WPSOffice_Level1)1

[二、投标函 1](#_Toc6170_WPSOffice_Level1)2

[三、销售代理费报价 1](#_Toc5373_WPSOffice_Level1)3

[四、本案主创人员一览表 1](#_Toc8378_WPSOffice_Level1)4

[五、公司销售业绩一览表 1](#_Toc4139_WPSOffice_Level1)5

[六、宣城城建房地产营销策划有限公司销售代理服务内容 1](#_Toc20489_WPSOffice_Level1)6

[七、销售代理招标评分表](#_Toc11723_WPSOffice_Level1)17

**第一章 招标文件**

**一、招标文件的内容**

1、招标文件包括以下内容：

（1）投标须知；

（2）投标文件要求；

（3）投标文件的递交；

（4）开标、评标；

（5）投标文件格式及附表；

（6）招标图纸（城建世纪阳江项目设计文本方案-联系黄运超18256322791获取）；

2、投标人应认真阅读招标文件中所有内容，如果投标人的投标文件不能满足本招标文件的要求，责任由投标人自负，招标人有权拒绝未满足本招标文件要求的投标文件。

3、招标人并不保证招标文件能准确的反映项目周边的实际状况，投标人必须对当地以及周边市场特点做出自己的研判，并对此负责。

**二、招标文件的澄清**

1、投标人在收到招标文件和勘察现场后，如有疑问需要对招标文件进行澄清，应于收到招标文件后2日内以书面形式并加盖公章（包括文字、传真）通知招标人。

2、招标人对收到的要求澄清的问题，将以书面形式答复。

3、投标人对招标文件自行做出的解释、推论和应用，招标人概不负责，投标人由于对招标文件的任何误解所造成的后果，均由投标人负责。

**三、招标文件的修改**

1、在投标截止期前2天，招标人可能会以补充通知的方式修改招标文件。补充通知作为招标文件的组成部分将以网站公告形式发布（网址：http://www.xcchengjian.com/）。

2、当招标文件与补充通知相矛盾时，以最后发出的补充通知为准。

3、在编制投标文件过程中，招标人可随时对投标人进行考察。

**第二章 投标须知**

**一、前附表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 招标人 | 宣城城建房地产营销策划有限公司 | |
| 项目地点 | 阳德西路与卜村路交叉口（老建材市场对面） | |
| 招标方式 | 公开招标 | |
| 招标范围 | 城建世纪阳江项目住宅部分销售代理 | |
| 合作内容 | 销售代理 | |
| 代理期限 | 合同期六个月（自合同签订日起） | |
| 投标有效期 | 开标日至招标人发出中标通知书后5天内有效 | |
| 投标文件份数 | 正本一套、副本贰套、投标文件电子档一份 | |
| 投标文件递交 | 城建·世纪阳江营销中心二楼会议室（宣城市阳德西路与卜村南路交叉口） | |
| 投标截止时间 | 2021年8月16日上午9点 | |
| 开标时间、地点 | 详见公告 | |
| 评标方式 | 由招标人招标小组评定 | |
| 联系方法 | 联系人 | 刘磊13856317050 |

**二、定义**

本招标文件使用的下列词语汇具有如下规定的意义：

1、“招标人”指本招标项目的全案代理企业宣城城建房地产营销策划有限公司 （简称：城建营销）；

2、“投标人”指符合资格并向城建营销提交投标文件的单位；

3、“招标文件”指由城建营销发出的本文件，包括全部章节、修改文件、补充条款附录及为招标所发出的其他信函；

4、“投标文件”指投标人根据本招标文件向城建营销提交的全部文件；

5、“书面形式”指合同文件、信件和数据电文（包括电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件）等可以有形地表现所载内容的文件。

**三、公司及项目概况**

宣城城建房地产营销策划有限公司是宣城市城市建设集团有限公司的全资子公司，成立于2020年3月，注册资本500万元，主要从事房地产营销策划、楼盘销售代理。目前城建营销代理的项目有大唐国际城、城建世纪阳江、城建彩金湖畔。

城建·世纪阳江项目位于阳德西路与卜村南路交叉口（距高铁站900米），是由国企城建集团开发，国企中建五局、市政集团建设，强强联手共同打造的高档小区。项目总建筑面积约面积 193296 ㎡，容积率 2.0，绿地率 31%，车位配比 1:1.1。是宣城市首个现房销售小区、首个智慧化小区、首个层高全3.05米小区，同时项目建筑密度仅 16%，造就了超宽楼间距，最高达 122.4 米，保证每家每户有充足的采光，形成了明厅、明卧、明厨、明卫的“四明”户型，每户拥有一间以上朝南卧室，并均拥有景观阳台。项目所用的建材都是一线品牌如马钢钢筋、东鹏瓷砖、 王力门、海螺水泥、通力电梯，让业主居住更舒心，质量更放心。

**四、投标单位条件**

1、投标人须为独立法人，在营业执照经营范围中有体现房产经纪服务；

2、近三年具有2个以上全盘销售代理项目，累计合作合同面积达到30万平方米以上，其中至少有一个单个合同面积不少于10万平方米销售代理项目；

3、具有多年二三线城市及宣城市区或周边县市项目营销策划代理经验。

**五、投标费用**

投标人应承担其编制投标文件以及递交投标文件所涉及的一切费用，无论投标结果如何，招标人对上述费用不负任何责任。

**六、销售代理佣金点数限定**

销售代理佣金按已完成销售金额的百分比计费，控制为1%以内计费。

代理期内，中标单位不收取除代理佣金以外的其他任何费用。

**七、代理佣金支付原则**

1、代理佣金按季度支付，具体支付节点如下：

（1）销售房屋全款到位后支付佣金总额的90%。

（2）完成交房或项目结案工作后支付佣金总额的10%。

2、办理产权登记时实测面积与销售面积之误差不作综合佣金退补调整。

3、招标人确定房屋销售价格表（一房一价），中标人不得浮动更改。

**八、销售违约责任**

1、招标人根据项目销售制定各阶段销售进度指标，同时每月第一个工作日前制定销售任务书下发给中标人，中标人根据招标人销售进度指标及任务书进行销售。

2、每阶段均进行考核，如中标人未能按时完成任何一个阶段的销售进度指标及任务书要求，招标人则按该阶段所得代理佣金80%发放给中标人。

3、若中标人连续二次出现未能按销售进度指标及招标人下发的销售任务书完成，招标人除了该阶段所得代理佣佣金80%发放给中标人外，可根据实际情况解除合同并重新委托其他销售代理公司，中标人应无条件服从。

**第三章 投标文件要求**

**一、投标文件的组成**

**1、投标人的投标文件应包括下列内容：**

**A、综合部分**（内容包括但不限于下列各项）

（1）公司业绩

a.公司简介（业务范围、人力资源、销售资源等）；

b.公司近三年主要业绩（含成功案例、阶段销售业绩）。

1. 管理模式
2. 管理机制；

b.项目销售组织的机构图.

1. 项目团队
2. 负责本案的项目经理、销售经理、置业顾问人员名单、业绩及证明资料;

b.案场常驻人员不得少于8人，其中包括不少于7名销售人员（含销售主管、置业顾问）、1名销售经理。

**B、技术部分**（内容包括但不限于下列各项）

（1）市场及政策研究

a.房地产市场现状及未来走势分析；

b.项目周边楼市现况及未来走势分析；

c.相关政策、法规及趋势研究，特别是针对项目所涉及的有关法规研究。

（2）项目定位及分析

a.项目目标市场、客户分析（包括但不限于：竞品PK、客户分析、推广动作、活 动分析等）；

b.项目理解、卖点提炼、策划定位；

（3）整体营销思路

a.营销策略、节点铺排；

1、2021年推案建议{包含但不限于（开盘时间、推售节点、去化速度）等}；

2、整体推广思路{包括但不限于：整案推广策略、活动策略以及对应平面展示、分阶段推广策略、活动建议、重要节点活动建议（线上与线下活动）}；

3、不同销售阶段、不同形态产品的整合传播策略和媒体组合及运用分析。

b.项目价格策略（开盘均价、全盘均价等）；

**C、商务部分**

（1）销售代理佣金占完成销售金额的合计百分比点数 %（住宅）；

（2）销售代理服务具体内容见详单；(以附件六为准,要求提供按附件完成各项工作的承诺)；

**D、基础部分**

1、法人资格证明书或法人授权委托书

2、接受招标文件的函

3、营业执照及资质证书复印件（开标时要求投标单位提供原件核对）。

**二、投标文件的份数和签署**

1、投标人必须编制前文所要求的投标文件一份“正本”和两份“副本”，并明确标明“正本”和“副本”。投标书文件正副本如有不一致之处，以正本为准。综合部分与技术部分合并封装，商务部分与基础部分合并封装。

2、投标文件的正本与副本均应使用不能擦去的墨水打印或书写，按具体要求由投标人加盖公章和法定代表人或法定代表人委托的代理人印鉴或签字。

3、全套投标文件中不允许有任何涂改和行间插字。

**第四章 投标文件的递交**

**一、投标书的封装**

1、投标文件正本和副本均须在骑页边加盖投标人公章。纸张统一使用A4纸装订。

2、投标人应将投标书正本和副本分别封装两个包封中，并在包封上正确注明“正本”或“副本”字样。包封上应注明：

（1）招标人名称及投标人名称；

（2）xxxxx房地产有限公司销售代理标书名称；

（3）“开标前不得开封”字样，同时在封口处加盖公章。

3、包封上应注明投标人的名称与地址，以便投标人被宣布迟到时，能原封退回。在规定时间之后收到的投标书，将被原封退还投标人，并注明收到投标书的详细日期和时间。

4、如果外层包封上没有按上述规定密封并加写标志，招标人将不承担标书错放或提前开封的责任，由此造成的过早开封的投标书，招标人将予以拒绝，并退还给投标人。

**二、投标截止日期**

1、投标截止日期为前文中的投标截止日期2021年8月16日上午9点。

2、因发放补充通知的原因，招标人可根据前文所述酌情延长递交投标文件截止日期。

3、招标人将拒绝投标截止期以后递交的投标文件。

**第五章 开标与评标**

**一、开标**

1、开标由招标方主持，开标时间为2021年8月16日上午9点。

2、开标时，由投标人代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由工作人员当众拆封，记录投标人的名称、代理取费、项目经理姓名和其它招标人认为有必要的内容。投标文件未按照招标文件的要求予以密封的，将作为无效投标文件，退回投标人。

3、招标人在截止时间前收到的所有文件，开标时都应当众拆封。

4、在开标时，投标文件出现下列情形之一的，将作为无效投标文件，不得进入评标：

（1）投标文件未按招标文件的要求予以密封和标记的；

（2）投标文件中的投标函在规定的位置未加盖投标人公章的；

（3）投标文件不全的；

（4）投标文件未按要求和格式编制装订及填写，内容不全或字迹模糊、辨认不清的；

（5）投标人未按规定出席相关会议的。

**二、评标**

1、评标

由招标人成立评标小组统一进行开标及评标，选取一家投标单位与招标人签订销售代理合同。

2、评标办法

（1）由投标单位本案的项目经理对整盘方案进行讲解，描述项目销售构思理念、创意、项目建议、各关键节点时期的销售策略，开盘后推售及去化节点并对评标小组的提问做解答。（时间控制在30分钟以内，提问环节为10分钟）

（2）所有投标人完成提案汇报后，由评标小组开封商务标进行评分。

（3）评标主要内容：投标单位资质、业绩；佣金费用及支付办法；销售代理服务具体内容；项目提案，项目组成员架构体系其操盘经验等。

（4）如参与本次投标的各家单位的技术水平、服务质量等其它内容均不能满足招标人的要求，招标人可另行举行招标。

**三、中标**

1、评标小组根据评标结果，得分最高的一家投标人为中标候选人，其余投标人按分数高低作为合格候选人。

2、确定中标单位后，招标人向中标单位发出中标通知书，并同时将中标结果通知所有未中标单位，对未中标的投标人，招标人有权不作任何解释。

**四、开标评标异常情况处理**

投标文件递交截止时间后参加投标人不足三家的，按以下原则处理：

1、招标文件没有不合理条款，符合规定的，采取竞争性谈判、询价或者单一来源方式采购；

2、招标文件存在不合理条款的，招标公告时间及程序不符合规定的，将作废标处理并重新组织招标。

**五、合同**

中标单位收到中标通知书后，应在15个工作日内与招标人商洽签署合同，合同经双方商洽后签订。

合同中将约定销售进度指标及考核办法细则，约定达不到目标（合同金额、回款金额、去化率等）、违规操作、重大失误的罚则。

**附件：**

**一、授权委托书**

本授权委托书声明：我 （姓名）系 （投标单位）的法定代表人，现授权委托 （单位名称） （姓名）为我的授权代理人，以本公司的名义参加宣城城建房地产营销策划有限公司的销售代理服务投标，授权委托人所签署的一切文件和处理与有关的一切事务，我均予以承认。

授权委托人无转委托权、特此委托。

授权委托人： 性别： 年龄：

单 位： 部门： 职务：

投标单位：（盖公章）

法定代表人：（盖法人章）

日期： 年 月 日

**二、投标函**

**招标人：宣城城建房地产营销策划有限公司**

我方已收到贵公司发出的投标邀请函，经全面考虑和现场勘察，现决定参加贵司的销售代理服务投标，并做出如下承诺：

1、我方将遵照贵司招标文件的要求，递交投标资料。

2、我方提交投标文件正本一份、副本两份。

3、在投标期限内，贵司的招标文件及我方递交的投标文件始终对我方具有约束力，并可随时被接受。

4、我方愿意履行自己在投标文件中的全部承诺和责任。

5、我方愿意按中标通知书和招标文件的要求及时签订销售代理服务合同。

6、我方同意承担为此投标所发生的一切费用。

7、如果我方中标，将派出 （项目经理）为本项目的负责人，未经招标人同意，我方不会更换项目经理。

**投标人： （章）**

**单位地址：**

**法定代表人或委托代理人： （签字、印章）**

**电话：**

**传真：**

**日期： 年 月 日**

**三、销售代理费报价**

**招标人：宣城城建房地产营销策划有限公司**

经我司慎重研究，郑重承诺：在贵司项目的销售代理投标活动中，如果我司中标，按以下标准计费：

销售代理服务佣金占完成销售金额的 %计费。

投标人承诺事项：

投标单位：

时间： 年 月 日

**四、本案主创人员一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 职务 | 职称 | 策划楼盘业绩 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**五、公司销售业绩一览表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 时间 | 项目名称 | 项目销售情况简介 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **宣城城建房地产营销策划有限公司销售代理服务内容**

本次招标销售代理内容包括但不限于：

1、开展市场调研：宏观和微观形势分析、消费群分析、宣城市房地产市场分析、项目周边环境及房地产市场分析、市场竞争状态分析等内容并提交市场调研报告。在项目实施过程中提交项目竞争楼盘的月度、季度、年度市场调研报告。

2、提交项目整体及阶段销售推广细化方案（包括产品详细定价、入市策略、价格策略、销售控制及进度安排、开发节奏安排方案、小区配套配置要求、物业管理服务建议等）。

3、项目销售人员销售专业技能及礼仪培训；项目现场销售流程的组织设计建议；项目认购及销售期销控计划；项目各阶段公关活动的创意策划。

4、提交项目全程销售推广计划及费用预算报告。

5、项目销售及行政人员应配合招标人录入营销系统，完善台账，制作并按时提交招标人要求的各类报表。

1. **销售代理招标评分表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **投标单位：** | | | | |
| 评标项目 | 评标细项 | 评分 | 小计 | 评标规则 |
| **综合部分（20分）** | 投标人的代理业绩（6分） |  |  | 1、投标人在宣城市区及周边县城有代理项目得3分; 2、近三年代理累计项目达30万平方的项目得1分，累计代理面积每增加10万平方米项目得1分，最高得3分。 |
| 投标人的管理机制（5分） |  | 1、简要说明投标人的管理机制得2.5分； 2、管理机制适应我司情况得1.5分； 3、机制高效得1分。 |
| 项目团队的资格  （9分） |  | 1、项目经理、销售经理二个岗位满分分别为1.5分； 2、置业顾问部分有岗位经验得1分，全有得2分；  3、常驻人员8人的2分，8人以上多一名多得0.5分，最多得4分。 |
| **技术部分（50分）** | 市场及政策研究  （6分） |  |  | 1、对宣城市区市场调研数据完整真实性，包括大部分周边竞品楼盘和宣城市区近期开盘楼盘的得满分； 2、没有近期开盘楼盘或没有竞品楼盘调研的不得分。 |
| 项目定位及分析（19分） |  | 1、说明目标客户群体，要求证据充分，符合实际情况，本项8分； 2、项目理解、卖点提炼、策划定位，要求分析有理有据，本项6分； 3、针对项目提出建议，本项5分； |
| 整体推广思路 （19分） |  | 1、销售推广策略、推广节点铺排，本项7分； 2、项目推售计划（开盘时间、推售节点、去化速度等），本项8分； 3、项目价格策略（开盘均价、全盘均价、不同产品均价等），本项4分； |
| 评标组提问（6分） |  | 1. 解答语言清晰、思路符合逻辑（2分） 2. 策划类问题具有创造性（2分） 3. 销售类问题具有突破性（2分） |
| **商务部分（30分）** | 代理佣金占比 （30分） |  |  | 1、代理佣金比例为：0.85%及以下时得30分、0.9%时得25分、0.95%时得20分、1%时得10分。 2、代理佣金指销售代理佣金（销售）。 |
| **总计得分** | | |  |  |
| **评委签字：** | | | | |