**城建营销销售代理服务**

**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：2024年2月**

**目录**

**[第一章 招标文件](#_Toc13119)** [3](#_Toc13119)

[一、招标文件的内容 3](#_Toc25369)

[二、招标文件的澄清 3](#_Toc20892)

[三、招标文件的修改 3](#_Toc11408)

**[第二章 投标须知](#_Toc1577)** [4](#_Toc1577)

[一、前附表 4](#_Toc24626)

[二、定义 4](#_Toc27400)

三、项目标的范围 5

[四、公司及项目概况 5](#_Toc22368)

[五、投标单位条件 6](#_Toc9405)

[六、投标费用 6](#_Toc6826)

[七、销售代理佣金限定 6](#_Toc8005)

[八、代理佣金支付原则 6](#_Toc7428)

[九、履约保证金退还原则 6](#_Toc1284)

**[第三章 投标文件要求](#_Toc23927)** [7](#_Toc23927)

[一、投标文件的组成 7](#_Toc17977)

[二、投标文件的份数和签署 7](#_Toc31943)

**[第四章 投标文件的递交](#_Toc26958)** [8](#_Toc26958)

[一、投标书的封装 8](#_Toc6041)

[二、投标截止日期 8](#_Toc19913)

**[第五章 开标与评标](#_Toc20980)** [8](#_Toc20980)

[一、开标 8](#_Toc21363)

[二、评标 9](#_Toc24167)

[三、中标 9](#_Toc8934)

[四、开标评标异常情况处理 9](#_Toc10818)

[五、合同 1](#_Toc17917)0

**[附件：](#_Toc11125_WPSOffice_Level1)** [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、本案工作人员一览表 1](#_Toc8378_WPSOffice_Level1)4

[五、公司销售代理业绩一览表 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、承诺函 1](#_Toc20489_WPSOffice_Level1)7

[八、销售代理招标评分表](#_Toc11723_WPSOffice_Level1)18

**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·彩金湖畔、城建·山水闲庭项目设计文本方案-联系姚伟15256335940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1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。

**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 | **彩金湖畔：**宣城市创业路与文景路交叉口东南角向南170米  **山水闲庭：**宣城市双塔路与瞿山路交叉口中央公园西侧 | |
| 招标方式 | 公开招标 | |
| 招标范围 | 城建·彩金湖畔、城建·山水闲庭项目部分住宅销售代理 | |
| 合作内容 | 销售代理 | |
| 代理期限 | 合同期2个月（自合同签订日起）  投标人在合同期内销售任务完成80%（含）以上的情况下，招标人可以与投标人进行续约，具体是否续约以招标人需求为准 | |
| 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、副本一套 | |
| 投标文件递交 | 宣州区竹苑路文房四宝城2号楼二楼会议室 | |
| 投标截止时间 | 2024年2月29日上午9点50分 | |
| 开标时间、地点 | 详见公告 | |
| 评标方式 | 由招标人招标小组评定 | |
| 履约保证金 | 3万元 | |
| 代理方式 | 独家代理 | |
| 联系方法 | 联系人 | 姚伟15256335940 |

**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、电子邮件等可以有形地表现所载内容的文件。

**三、项目标的范围**

彩金湖畔、山水闲庭合作期限内所有可售商品房。

**四、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城建世纪阳江、城建彩金湖畔、城建望湖城、城建山水闲庭、城建·幕溪和府。

城建·彩金湖畔：项目总建筑面积136411㎡，规划户数674户，其中洋房14栋、高层12栋，合计26栋。容积率仅1.25，绿地率30%，车位配比1:1.2。现代简约的建筑风格为项目增添了科技感。项目全系列产品南北通透，3.1-3.3米超高层高，每家每户都能拥有宽敞明亮的居住环境。小区一楼房源自带庭院，可养花种草，真正实现“庭院生活”。小区内绿化丰富，植被丰满，园区中央自带山体公园，是休憩赏景的最佳去处。

项目位于彩金湖板块，周边配套丰富，生态及教育资源优越。与北师大宣城实验学校、合工大宣城校区仅一路之隔，文脉绵长书香浓郁；项目毗邻彩金湖（关庙水库），凭借一方不可复制的湖景资源，更好的与自然相融，静享尊崇的湖岸线生活；清溪花海、体育中心距离项目仅1.7公里，在欣赏美景的同时也可满足日常锻炼所需，保持健康的体魄；距离大型商业万达广场开车仅需10分钟，在感受繁华生活的同时也避免了拥堵带来的困扰。项目已于2023年5月20日完成整体交付，品质现房，即买即住即装修，减少等待时间，在满园绿化里，感受所见即所得的品质生活。

城建·山水闲庭：项目南区总建筑面积74378㎡，规划户数261户，其中3层合院5栋、6层洋房3栋、8层洋房6栋，10层小高层2栋，合计16栋。南区容积率约1.25，绿地率约27%，建筑密度约25%，机动车停车位约426辆，车位配比约1:1.6，非机动车位约410辆。同时项目采用车辆“直接入库，内部步行”的完全人车分流方式。每栋楼都是电梯直达地下车库，合院每户设有独立的地下室，由地下室直接进入地库。宣城城建，匠心打造宣城品质人居，层高3.1-3.6米，焕新人居高度；用足够广的视野，去欣赏花园里盛开的四季。

项目自身配套约6500㎡商业，可满足业主基本生活需求，约10分钟车程即可到达万达广场（直线距离2.3公里）、国购广场（直线距离2.2公里）等大型商场。

项目北侧就是4A级敬亭山风景区、西侧道汊河景观带、北侧一路之隔中央生态绿地公园，怀抱千亩生态天然氧吧，两大生态湖泊环绕。在享受自然意境的同时，更为每一位家人找到了更多生活的乐趣。漫步于林荫步道，感受绿叶的芬芳和清新的鲜氧。

宣城中学、十二中西校区、阳光中学、市七小等距离项目直线距离均在1000米以内，步行即可到达；项目自建12班幼儿园，让您的孩子在家门口即可享受一站式教育，无后顾之忧！

项目赠送空调、地暖、热水功能主机，室内您自由组合配置，轻松升级新风、除湿、净化、智能四大功能，高品质生活一“机”到位，尽显“七恒”系统魅力，从温度、湿度、含氧量、洁净度、静音、气流组织、智能七个维度，打造健康、舒适、节能、安全的全新生活方式！

**五、投标单位条件**

1、独立法人资格，有效的营业执照，营业执照经营范围包含以下任意一项：房地产经纪、房地产营销策划、销售代理、房地产信息咨询。

2、取得招标人所在地房地产经纪机构备案资格。

**六、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。

1. **销售代理佣金限定**

佣金控制区间：20000元/套-24900元/套；

**八、代理佣金支付原则**

当月若有客户全款到账，次月予以结算，以此类推。

**九、履约保证金退还原则**

中标单位合同期内保底合计需完成销售12套的任务，若完成12套的销售任务，在合同到期且不少于12户客户已签订《商品房买卖合同》后，履约保证金不计息全额退还；若未完成12套的销售任务，则履约保证金不予退还。

**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、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；

（4）投标人在标的周边1公里范围内无其他代理服务项目的《承诺函》。

**B、综合部分**（内容包括但不限于下列各项）

（1）公司简介（业务范围、人力资源、销售资源等）；

（2）管理模式（管理机制、销售团队架构图）；

（3）项目团队（负责本案的项目经理等人员名单）。

**C、技术部分**（内容包括但不限于下列各项）

（1）房地产市场现状及未来走势分析；

（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、推广动作等）；

b.项目理解、卖点提炼。

**D、商务部分（以文本形式单独封装）**

（1）佣金\_\_\_万元/套；

（2）销售代理服务具体内容见详单(附件六）。

**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”和一份“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。商务部分单独封装，基础部分、综合部分、技术部分合并封装。

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）“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2024年2月29日上午9点50分。

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2024年2月29日上午10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，最终与评分排名第一名投标单位签订代理合同。

2、评标办法

（1）审查投标文件是否符合招标文件的要求。

（1）由投标单位负责本案的投标人对销售方案进行讲解，描述项目销售构思理念、创意、项目建议（时间控制在15分钟以内）。

（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：投标单位业绩、销售代理服务具体内容、项目提案、项目组成人员架构体系等。

（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，得分第一名的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，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5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。

合同中将约定操作细则、违规操作的罚则。

**附件：**

**一、授权委托书**

本授权委托书声明：本人 身份号码： 系

（投标单位）的法定代表人，现授权委托

身份号码： 为我司授权代理人，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，授权代理人所签署的一切文件和处理与有关的一切事务，本人均予以承认。

授权代理人无转委托权、特此委托。

授权代理人： 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）

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**

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、副本一份。

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，并可随时被监督。

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。

**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：**

**年 月 日**

**三、销售代理费报价**

**致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：

1、佣金\_\_\_万元/套(含税)， 税率： ； 佣金\_\_\_万元/套(不含税)；

2、缴纳履约保证金：3万元。

投标单位：

年 月 日

**四、本案工作人员一览表**

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

**五、公司销售代理业绩一览表**

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

**六、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、组织销售人员对项目进行拓客、推介、带看以及促进成交等工作。

2、通过自有平台对项目进行宣传，推广。

### **七、承诺函**

**致宣城城建房地产营销策划有限公司：**

我司郑重承诺：在标的周边1公里范围内无其他代理服务项目（包括但不限于与房屋销售、按揭办理、房屋交付、产证办理等有关的各类服务）。

投标单位：

年 月 日

**八、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**  **（50分）** | 投标人的代理业绩（20分） |  |  | 自2020年起在宣城市区及周边县城  有代理项目的1个项目得5分，最高得20分（请提供合同签署页、封面页等证明材料，未提供不得分）。 |
| 投标人的管理机制（3分） |  | 1、简要说明投标人的管理机制得1分；  2、管理机制适应我司情况得1分；  3、机制高效得1分。 |
| 项目团队的组成  （2分） |  | 1. 有项目常驻人员得1分； 2. 有本地区相应岗位经验得1分。 |
| 投标人自有资源 （25分） |  | 1、投标人有自有宣传线上平台得5分；  2、投标人单个官方抖音号粉丝1万（含）以下得10分，投标人单个官方抖音号粉丝1-5万（含）以下得15分，投标人单个官方抖音号粉丝5万以上得20分。 |
| **技术部分**  **（20分）** | 市场及政策研究  （10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得10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（10分） |  | 1、说明目标客户群体，要求证据充分，符合实际情况，得5分；  2、项目理解、卖点提炼要求分析有理有据，得5分。 |
| **商务部分**  **（30分）** | 代理佣金占比  （30分） |  |  | 佣金\_\_\_万元/套  （不含税，报价最低者得30分，第二名得28分，第三名得26分，第四名及后续排名均得24分）； |
| **总计得分** | | |  |  |
| **评委签字：** | | | | |