二、申请人的资格要求

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：按财库〔2020〕46 号、黔财采〔2014〕15 号、财库〔2017〕141 号、财库〔2014〕68 号和财政部印发“关于印发节能产品、环境标志产品政府采购品名清单的通知”执行。

3.本项目的特定资格要求：投标人必须是在中国境内注册，并具有独立法人资格，具有有效的营业执照（经营范围须包含房地产策划及房地产销售或房地产代理或房地产中介服务）；

第三章　采购需求

第一节　服务内容及要求

一、项目简介

本次招标项目位于铜兴大道西侧猫猫懂处，基本情况如下：

（一）项目规模：总建筑面积 14.2 万平方米，其中地上 11 万平方米，新建高层住宅、商业（包括新能源汽车展销店、4S 汽车店、生活配套商业、新能源展示厅、新能源办公销售点、创业孵化基地等）；地下 3.7 万平方米，建设两层停车场，停车位 1100 个等。

（二）项目总投资：48000 万元，。

（三）总可售面积及用途：约 107678 平方米（含住宅、商业、公寓）。

二、合作模式

本次招商拟采取佣金+提成的合作模式，具体方式需满足以下条件：

由甲乙双方共同针对每套住宅和商业拟定销售价为溢价点，由乙方进行策划销售，溢价点以下部分乙方按照比例收取佣金，超出溢价点以上部分佣金+提成模式。

三、合作条件

乙方人员：专业营销策划人员 1 名，销售管理人员不少于 5 人。

四、销售代理范围

负责项目营销策划、销售代理、办理招标人与购房者签订《商品房买卖合同》的相关备案手续、负责按揭购房者的银行贷款手续，负责办理不动产登记等相关事宜。

销售目标

4.1 乙方自本代理委托合同签订之日起启动项目销售准备工作，拟定销售推广计划和开盘准备计划；单期项目需按《预售许可证》办理计划，在《预售许可证》计划取得前 3 个月启动营销宣传和推广，《预售许可证》取得后 3 个工作日内启动开盘预售。

4.2 单期项目开盘后 3 个月内完成可销售产品的【50】%（按可销售住宅认购套数计算），开盘后一年内完成可销售产品的【70】%以上（按可销售住宅认购套数计算），至当期项目交付使用之日完成可销售产品的【85】%以上（按可销售住宅认购套数计算）。

4.3 项目整体最后一期项目交付使用前对项目销售情况进行整体核算，项目住宅完成可销售产品的【85】%以上（按可销售住宅合同签订套数计算）。

商业暂不列入考核，签订合同时再商议。考核期从合同签订日起算。

五、销售代理服务费投标限价

最高限价：总销售代理费暂定为：17110000.00 元，最终据实结算（此数据只作数据采集，不作评审依据）；

1.住宅部分：单期开盘后3个月内去化率达到50%的销售代理服务费整体按【3.5%】计提；开盘后一年内住宅去化率达70%，住宅代理服务费整体按【4%】计提；若单期项目交付使用前或项目最后一期交付使用时整体住宅率达85%，住宅代理服务费整体按【4.5%】计提；
2.门面、商业、停车位销售代理费拦标价按照项目整体交付使用前均按7%计取代理费用，若项目整体交付使用时去化率达50%（一楼门面、二楼及以上商铺、停车位分开核定去化率），则按【8%】计取代理费用后一次性补足。

5.1、销售溢价的定义及销售溢价代理费率

（1）销售溢价的定义:实际成交额超出基准价销售部分金额为销售溢价。

（2）销售溢价的最高代理费率为 30%（不超过 30 %，否则，其投标将被拒绝）；

说明及要求：

a 中标人入场后向招标人报项目营销及策划方案，经招标人同意后进行实施；

六、销售代理服务费投标报价

1、销售代理服务费报价，包含售楼的物业服务费、清水样板租赁费、项目策化、广告咨询、办公用品、电脑、乙方全部工作人员的薪酬绩效、住宿费、乙方公司的管理费、利润、税金等一切税费。

2、投标人在进行投标报价时须根据铜仁市现行房屋销售状况自行报住宅和商业的销售代理费率以及销售溢价的最高代理费率；销售代理费率和销售溢价的最高代理费率不高于招标人给出的相应的最高销售代理费率，否则视为未实质性响应招标文件。。

3、签订合同按招标文件和中标人的投标文件签订。

4、本项目最终结算的销售基准价为招标人确认的价格。

七、销售代理服务费的结算及支付

1、销售代理服务费的结算

（1）销售基准价代理费的结算

①住宅：单期若开盘后 3 个月内完成可销售产品的【50】%，住宅代理服务费整体按 3.5%计提；若开盘后一年内住宅去化率达 70%，住宅代理服务费整体按 4%计提（前期考核节点未完成既定目标而扣除的代理服务费甲方应一次性按 4%的标准据实补发给乙方）；若单期项目交付使用前或项目最后一期交付使用时整体住宅去化率达 85%，住宅代理服务费整体按 4.5%计提。若提前完成销售指标则代理服务费也相应提前结算。

②门面、商业、停车位销售代理费在项目整体交付使用前均按 7 %计取代理费用，若项目整体交付使用时去化率达 50%（一楼门面、二楼及以上商铺、停车位分开核定去化率），则按 8%计取代理费用后一次性补足。5.3.2 发票及税费：乙方提供相应房款含溢价分成部分的销售代理费增值税专用发票（目前参照税率为 6%），若实际执行税率大于或小于 6%的，差额部分由乙方负担或享有。若提前完成销售指标则代理服务费也相应提前结算。

（2）销售溢价代理费的结算

在本合同期满或终止的五个工作日内，双方进行销售溢价代理费的结算 。

销售溢价代理费结算金额=〖《商品房买卖合同》总金额-《商品房买卖合同》底价总金额〗×乙方销售溢价代理服务费率

2、销售代理服务费的支付

（1）销售基准价代理费的支付

以最终签订协议为准

八、其他说明

1、本次招标第一中标候选人经公示无异议后为本项目的中标人。第一中标候选人放弃、或不能按规定提交履约保证金或其他原因，未能按时签订合同的，招标人可将确定排名第二的中标候选人定为中标人；排名第二的中标候选人出现上述情况，招标人可以确定排名第三的中标候选人为中标人或重新招标。

2、本次招标的第一中标候选人，经公示无异议后为招标人后期房地产销售项目策划商的合格服务商，招标人可从合格服务商中直接选择其销售项目的销售策划代理商。

（说明：本章节里的甲方指本项目的招标人）

第二节商务要求

一、服务期及服务地点

服务期： 730 日历天（从预售许可证取得之日起至住宅清盘）

服务地点：铜兴大道西侧猫猫懂处

二、销售范围：（实际可售面积以不动产信息中心登记为准）。

三、服务范围：负责项目营销策划、销售代理、办理招标人与购房者签订《商品房买卖合同》的相关备案手续、负责按揭购房者的银行贷款手续。

四、服务标准：满足国家及行业的相关规范要求。

五、服务范围（包括但不限于）

按项目实际进展进行相关的策划代理工作，其中包括下列部分：

一、前期策划

（一）市场调研

（二）项目定位

二、营销策划

（一）项目营销总体策略；

（二）项目阶段性营销计划；

（三）入市准备；

（四）销售分期控制；

（五）价格定位及销售策略；

三、广告策划、广告物料制作及广告推广

（一）项目推广口号

（二）项目卖点整合包装

（三）整体广告计划

（四）广告预算及媒体组合

（五）项目形象策划

（六）传播工具的创意与设计：

（七）活动项目及现场包装设计

四、销售代理

（一）建立销售队伍，依合同授权范围内执行销售行为

（二）销售文件及管理文件的制订

（三）销售道具使用

（四）销售人员培训
（五）制订销控计划
（六）销售执行的内部协调程序
（七）客户资源库的建立
（八）售后服务机制建立
（九）定期报送各项统计报表
（十）销售期间全过程的策划及广告工作
六、签订商品房买卖合同
（一）签订商品房买卖合同
七、投标有效期
90 日历天
八、履约保证金
无
九、其他要求
未尽事宜，双方合同中约定。
若投标文件中有英文或其他语种时，请翻译成简体中文。
投标备选方案：本次投标不接受提供备选方案。
投标供应商的报价超过采购总预算或最高限价的，作无效投标处理。
投标供应商如为中小企业、微型企业，须提供财库[2011]181 号文件所规定的《中小企业声明函》。
评标结束后，采购人保留对投标文件的资料进一步核实的权利，若发现有弄虚作假行为的，采购人将其取消中标资格，未中标供应商将没收其投标保证金，并上报相关行政主管部门。
从采购公告发布之日起，至《中标通知书》发出之日止，任何投标供应商不得与评委、采购人及有关工作人员私下接触或联系，严禁投标供应商向采购人、评标委员会成员和与审查活动有关的其他工作人员行贿。
供应商所投报价应包含项目所有费用，即招标代理服务费、培训费、服务费、税费等。

三、评标方法

（一）本次评标采用综合评分法。评标以招标文件规定的条件为依据。评分比重构成如下：

评分项目	价格评分	商务资信分	技术服务分
分值	25 分	50 分	25 分

（二）投标文件差异修正原则

投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准；

投标文件描述内容与原始材料引述内容不一致的，以原始材料内容为准；

对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准；

评标委员会认定为表述不清晰或无法确定的报价均不予修正。

同时出现两种（含）以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价须经投标人确认后产生约束力，投标人确认应当以书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字；投标人不确认的，其投标无效。

（三）投标文件的澄清

1.对投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者纠正。

2.投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，由其授权的代表签字，并不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

3.评标委员会成员均应当阅读供应商的澄清，但应独立参考澄清对投标文件进行评审，整个澄清的过程不得存在排斥潜在供应商的现象。

4.如果投标文件实质上不响应招标文件的各项要求，评标委员会将按照招标文件要求予以拒绝，不接受供应商通过修改或撤销其不符合要求的差异或保留，使之成为具有响

应性的投标。

5.除上述规定的情形之外，评标委员会在评审过程中，不得接收来自评审现场以外的任何形式的文件资料。

评标程序

（一）资格审查

1.项目开标结束后，采购人或者代理机构应当依法对投标人的资格进行审查，出现不符合下列情形之一时，作无效投标处理。《资格审查表》如下：

序号	资格审查内容
1	满足以下所有要求：投标文件提交成功、解密成功、能正常导入电子开标系统，投标保证金完成交纳（如有）
2	分公司投标的，必须由具有法人资格的总公司授权
3	符合《政府采购法》第二十二条所规定的条件；根据以下信息进行评审：1.《投标人资格声明函》及其附件；
4	供应商未被列入“信用中国”网站中“记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”的记录名单；不处于中国政府采购网中“政府采购严重违法失信行为信息记录”的禁止参加政府采购活动期间（以谈判小组于资格性审查时在上述网站查询结果为准，如上述网站查询结果均显示没有相关记录，视为没有上述不良信用记录。同时对信用信息查询记录和证据截图存档。如相关失信记录已失效，供应商须提供相关证明资料）

2.采购人或者代理机构以“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）为查询渠道，对各供应商信用记录进行甄别，对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，应当拒绝其参与政府采购活动。联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。同时对信用信息查询记录和证据截图存档。

3.资格审查环节中如采购人或者代理机构认定供应商不合格，采购人或者代理机构需签署书面意见，并当场书面或电话告知供应商，供应商可在限定的时间内以书面或语音方式进行澄清，采购人或者代理机构不再接受其他外部材料。

4.不通过资格审查或投标无效的，不作符合性审查。

（二）符合性审查

1.评标委员会应当对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否

满足招标文件的实质性要求，出现不符合下列情形之一时，作无效投标处理。《符合性审查表》如下：

序号	符合性审查内容
1	投标报价确定且不高于最高限价
2	有盖章、签署要求的带★格式文件已按要求盖章、签署
3	未发现属无效投标的其他情形（见表末说明）
4	符合政府采购法第二十二条规定条件

说明：以下为属无效投标的其他情形。

（1）除联合体外，法定代表人或单位负责人为同一个人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，同时参加本项目或同一子项目投标的；

（2）评标期间，投标人没有按评标委员会的要求提交法定代表人或其委托代理人签字的澄清、说明、补正或改变了投标文件的实质性内容的；

（3）投标文件提供虚假材料的；

（4）投标人以他人的名义投标、串通投标、以行贿手段谋取中标或者以其他弄虚作假方式投标的；

（5）投标人对采购人、代理机构、评标委员会及其工作人员施加影响，有碍招标公平、公正的；

（6）投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

（7）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2.评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

3.对不通过符合性审查或被认定其投标无效的，评标委员会需签署书面意见，并当场书面或电话告知供应商，供应商可在限定的时间内以书面或电话方式进行澄清，评标委员会不再接受其他外部材料。

4.不通过资格审查、符合性审查或投标无效的，不进入技术、商务和价格等的评分程序。

说明：政府采购法第二十二条规定如下：

供应商参加政府采购活动应当具备下列条件：

(一)具有独立承担民事责任的能力；

(二)具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

(三)具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

(四)有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

(五)参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；

(六)法律、行政法规规定的其他条件。

评分标准细则

报价分 （25 分）

评分内容	评分标准	满分
价格分	**一、住宅部分：** 报价 1：去化率达 50%的销售代理服务投标报价得分：（评标基准价/投标报价）×5； 报价 2：去化率达 70%销售代理服务投标报价得分：（评标基准价/投标报价）×5； 报价 3：去化率达 85%销售代理服务投标报价得分：（评标基准价/投标报价）×5； **二、门面、商业部分：** 报价 4：去化率达 50%以下销售代理服务投标报价得分：（评标基准价/投标报价）×5； 报价 5：去化率达 50%以上销售代理服务投标报价得分：（评标基准价/投标报价）×5； 投标报价总得分＝报价 1+报价 2+报价 3+报价 4+报价 5 ①评标基准价指满足采购文件要求且投标价格最低的投标报价，投标报价指满足采购文件要求的各投标供应商的投标报价。 ②对小型、微型企业（含监狱企业）产品的价格给予 6%的扣除，用扣除后的价格参与评审，但须提供中小企业声明函，严格按照财库〔2011〕181 号《政府采购促进中小企业发展暂行办法》执行。提供的声明函必须真实，如有虚假（按照（工信部联企业[2011]300 号），将依法承担相应责任。	25 分

商务分 （50 分）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	投入项目营销团队	22分	配备专职的项目负责人及其他岗位人员，且能提供从业资格证（房地产销售从业资格证或房地产经纪人资格证)2人得12分；每增加1名加5分，最高可加得分10分。（包括但不限于：销售总监1 名，策划1 名，销售经理 1 名，置业顾问若干名等人员）。 **注：以上人员不重复计分，证明材料以 2021年6月起-至今任意三个月投标供应商为其所缴纳的社保证明材料（成立未满三个月的投标供应商提供自成立以来为其所缴纳的社保证明材料）及人员资格证或职称证的复印件或扫描件加盖投标人公章为准。**
2	房屋销售代理业绩	20分	近三年有一个房屋销售的代理业绩得 10分，满分20分。(提供合同协议书为证明材料）
3	投标人在行业内的服务年限	5分	服务年限：0-1 年得 1 分，1-2 年得 2分，3 年及以上得5分。（以营业执照为准）
4	投标文件的规范性	3分	投标文件制作规范，没有细微偏差情形的得3分；有一项细微偏差扣0.5分，直至该项分值扣完为止。

3、技术分（25 分）

序号	评分因素	评分标准		分值
1	营销方案（25分	市场调研	根据市场现状分析（0-2分）	4分
			区域梳理（0-2分）	
		项目定位	目标客户市场定位（0-1分）	3分
			项目品质提升的整改建议（0-2分）	
		营销策划方案	项目营销总体策划（0-10分）	13分
			项目阶段性策划（0-3分）	
		广告策	项目整体形象定位，画面表现（0-3分）	5分

		划方案	项目卖点整合包装（0-2分）	

4、政策性加分（5 分）（本项目为服务项目，不适用）

1	投标产品属于“节能产品清单”或“环保产品清单”有效期内中的产品（强制采购产品除外），在招标采购评审工作过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3 分；如投标产品同时属于“节能产品清单”和“环保产品清单”两个清单中产品的，每一项加0.5 分，最高不得超过2 分。	2 分
2	对产品原产地在少数民族地区的投标主产品（不含附带产品）在总得分基础上加3 分。 ①少数民族自治区:内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区; ②享受少数民族自治待遇的省份:青海省、云南省、贵州省	3 分

1.投标人投标报价超过财政控制值、未按招标文件要求进行报价或评标委员会认为投标人的报价低于成本价，低于成本价的投标人必须提供相应资料证明其报价的合理性，否则将视为有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，投标人的价格分作 0 分处理。

2.根据财库〔2017〕141 号文件要求，残疾人福利性单位视同小型、微型企业， 享受相应国家政策优惠。评标委员会依据投标人填写的《残疾人福利性单位声明函》（如有）。

3.评标委员会成员对于节能、环保产品或小型、微型企业的价格扣除，依据投标人填写的《产品适用政府采购政策情况表》（如有）。

对投标产品属于“节能产品清单”或“环保产品清单”有效期内中的产品（强制采购产品除外），在招标采购评审工作过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加 0.3 分；如投标产品同时属于“节能产品清单”和“环保产品清单”两个清单中产品的，每一项加 0.5 分，最高不得超过 2 分。

对于非专门面向中小微企业采购的项目，依照《政府采购促进中小企业发展暂行办法》的规定，凡符合要求的有效投标人，按照以下比例给予相应的价格扣除：

序号	情形	价格扣除比例	计算公式
1	非联合体供应商（供应商须为小型、微型企业）	对小型和微型企业产品的价格扣除 6%	评标价＝总投标报价—小型和微型企业产品的价格×6%
2	联合体各方均为小型、微型企业	对小型和微型企业产品的价格扣除 6%（不再享受序号 3 的	

		价格折扣）	
3	联合体一方为小型、微型企业且小型、微型企业协议合同金额占联合体协议合同总金额 30%以上的	对联合体总金额扣除 2%	评标价＝总投标报价×(1-2%)

注：（1）中型企业不享受以上优惠；

（2）小型、微型企业提供中型企业制造的货物的，视同为中型企业。

（3）小型和微型企业产品包括货物及其提供的服务与工程，无法认定小型和微型企业的，不享受价格扣除。

（4）监狱企业视同小微企业，监狱企业投标的提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件，不再提供《中小微企业声明函》。

（5）残疾人福利性单位视同小型、微型企业，残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》。

（四）综合评分的计算

1.综合评分=价格评分+技术服务评分+商务资信评分 +政策性加分

2.各项得分按四舍五入原则精确到小数点后两位。将综合评分由高到低顺序排列。综合评分相同的，按评标价由低到高顺序排列；综合评分相同，且评标价相同的，按技术评分由高到低顺序排列。综合评分相同，且评标价和技术评分均相同的，名次由评标委员会抽签决定。

（五）中标候选人推荐

1. 评标委员会按上述排列向采购人推荐三名中标候选人，推荐综合得分排名第一的供应商为第一中标候选人。第一中标候选人不得随意放弃中标资格。

2.本项目使用综合评分法，提供相同品牌产品的不同投标人参加同一合同项下投标的，通过资格审查、符合性审查且评审后得分最高的同品牌投标人获得中标候选人推荐资格；评审得分相同的，由评标委员会抽签确定一个投标人获得中标候选人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

项目废标处理

根据《政府采购法》第三十六条规定，本项目或子项目下列情况出现将作废标处理：

（一）符合专业资格条件的投标人或者对招标文件作实质响应的有效投标人不足三家的（说明：使用综合评分法的采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算）；

（二）出现影响采购公正的违法、违规行为的；

（三）投标人的报价均超过了采购预算或最高限价，采购人不能支付的；

（四）因重大变故，采购任务取消的。

定标

（一）代理机构应当在评标结束后2个工作日内将评标报告送采购人，采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。

第一中标候选人因不可抗力因素放弃中标或被依法认定中标无效的，采购人可以按顺序选择第二中标候选人或者重新招标。

（二）采购结果确认后，代理机构将中标结果在采购信息发布网站上进行公告。不在中标名单之列者即为落标人，代理机构不再以其它方式另行通知。

（三）中标结果公告后，中标人须向代理公司领取招标通知书，《中标通知书》将作为授予合同资格的唯一合法依据。

（四）中标人除因不可抗力因素外放弃中标的，应当依法承担相应的法律责任。

（五）凡发现中标人有下列行为之一的，将移交政府采购监督管理部门依法处理。

（1）提供虚假材料谋取中标的；

（2）采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；

（3）与采购人、其他供应商或者代理机构工作人员恶意串通的；

（4）向采购人、代理机构工作人员行贿或者提供其他不正当利益的；

（5）在招标采购过程中与采购人进行协商谈判的；

（6）拒绝有关部门监督检查或者提供虚假情况的；

（7）有法律、法规规定的其他损害采购人利益和社会公共利益情形的。