

沿河县崔家村片区棚户区改造项目（滨江帝景）第一阶段

房屋销售代理服务采购需求公示

1、项目名称：沿河县崔家村片区棚户区改造项目（滨江帝景）第一阶段房屋销售代理服务

2、项目编号：JYZB2022/25

3、公示期限（不少于 2 个工作日）：2022年08月24日至2022年08月25日

4、采购预算：1950 万元

5、最高限价：1950 万元

6、采购预算确定依据：贵州沿河滨江置业有限责任公司自筹资金

7、采购单位名称：贵州沿河滨江置业有限责任公司

项目联系人：李宁

联系电话：15117730535

8、采购代理机构全称：贵州吉阳项目咨询有限公司

项目联系人：胡进

联系电话：0851-82216615 13809455733

9、任何单位和个人对本项目文件采购需求公示有异议的，可在公示期限内，反馈意见给代理机构。

附件（上传采购文件主要包括：资格条件、采购人需求、评标办法）。

**资格条件：**

1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定。

(一) 具有独立承担民事责任的能力：提供法人或其他组织的营业执照等证明文件，或自然人身份证明；

(二) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供 2021 年度经审计的财务状况报告材料或 2022 年 1 月以来其基本开户银行出具的资信证明（新成立企业可根据自身情况酌情递交相关材料）；

(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；

具体要求：依法缴纳税收（2022 年 1 月起至投标截止时间前任何 3 月的缴纳凭证）和社会保障资金的相关材料（2022 年 1 月起至投标截止时间前任何 3 月的缴纳凭证，不需要缴纳税收或社保资金的投标人须提供相应证明文件）。

(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；

具体要求：提供参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明（格式自拟）；

(六) 法律、行政法规规定的其他条件；

(七) 供应商需自行承诺未在“信用中国”网站上及中国政府采购网上被列入失信被执行人、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，如有被列入的情况，将视为无效投标

2、本项目的特定资格要求：本次招标要求投标人营业执照经营范围包含：房地产营销策划、房地产销售、房地产销售代理中一项或多项。

## **采购人需求:**

采购主要内容：沿河县崔家村片区棚户区改造项目（滨江帝景）第一阶段房屋销售代理服务；

项目地点：沿河县崔家村；

项目规模：第一阶段标招范围为该项目规划 10-15 号楼，规模为：住宅建筑面积约 96655 m<sup>2</sup>（不含安置房部分）775 套、商业约 11365 m<sup>2</sup>、地下车库建筑面积 61523 m<sup>2</sup>（1397 个）；

预估销售服务费：1950 万元（最终以实际销售完成产值结算）；

服务期：暂定 5 年；

服务质量：符合国家相关法律法规以及招标人的使用要求；

服务内容：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、代办拆迁安置房的相关手续等。还应包含但不限于以下内容：

### **（一）市场策划**

#### **1、市场调研**

- (1) 项目所在区域房地产市场现状分析；**
- (2) 项目所在区域竞争项目分析；**
- (3) 项目周边配套分析；**
- (4) 潜在客户市场调查分析。**

#### **2、项目定位**

- (1) 项目地块的优劣势、机会点与威胁点分析；**
- (2) 项目产品定位；**
- (3) 项目形象定位；**
- (4) 目标客户定位；**
- (5) 项目定价范围建议。**

### **（二）营销策划**

- 1、项目营销总体策略；**
- 2、项目阶段性营销计划；**
- 3、入市时机选择；**
- 4、销售分期控制；**
- 5、价格定位及策略。**

### **（三）广告推广**

- 1、项目推广口号；**
- 2、项目卖点整合包装；**
- 3、整体广告计划；**

4、广告预算及媒体组合；

5、项目形象策划；

6、项目基本形象设计：

（1）标志

（2）标准字

（3）标准色彩

（4）标准组合

7、项目标志形象应用设计：

（1）内部应用：名片、信封、信签、识别卡、文件袋、贺卡、水杯、手提袋；

（2）销售中心：装修建议及展板设计；

（3）户外应用：工地围墙、引导旗、车体、广告牌等。

（三）、传播工具的创意与设计：

（1）楼书创作（创意、文案、设计）；

（2）折页及海报创作（创意、文案、设计）；

（3）报广创作（创意、文案、设计）；

（4）新媒体广告稿文案等。

（四）销售代理及服务

1、建立销售队伍，依合同授权范围内执行销售行为；

2、销售文件及管理文件的制订；

3、销售道具使用；

4、销售人员培训；

5、制订销控计划；

6、销售执行的内部协调程序；

7、客户资源库的建立；

8、售后服务机制建立；

9、定期报送各项统计报表。

详细内容由乙方中标后在工作计划书中另行拟定，并经甲方核定同意后作为合同附件。

**评标办法：**

序号	评分项	分值	评分标准
一	人员配备	5 分	配备专职的项目负责人、销售人员配备合理齐全得 5 分。（包括但不限于：销售总监 1 名，策划 1 名，销售经理 1 名，置业顾问等 6 名等人员），每少提供一名人员扣 1 分，扣完为止。
二	房地产销售代理业绩	15 分	近三年内有一个房地产销售代理业绩得 5 分，满分 15 分。提供合同或相关证明文件复印件或扫描件。
三	实施方案	50 分	
1	市场分析	10 分	根据方案中对整个项目市场调研分析进行评分。 优：10-8 分 良：7.9-6 分 中：5.9-4 差：3.9-0 分
2	项目营销策划方案	10 分	根据方案中对整个项目营销策划方案进行评分。 优：10-8 分 良：7.9-6 分 中：5.9-4 差：3.9-0 分
3	项目销售计划及执行方案	10 分	根据方案中对整个项目销售计划及执行方案进行评分。 优：10-8 分 良：7.9-6 分 中：5.9-4 差：3.9-0 分
4	项目推广方案	10 分	根据方案中对整个项目推广方案进行评分。 优：10-8 分 良：7.9-6 分 中：5.9-4 差：3.9-0 分
5	人员配置计划	10 分	根据方案中对整个项目销售团队人员配置计划进行评分。 优：10-8 分 良：7.9-6 分 中：5.9-4 差：3.9-0 分
四	投标报价	30 分	1.住宅、商业和车库部分代理销售服务报费率（10 分）： 报费率大于 3% 的投标无效。报费率小于等于 3% 的参加评分，费率最低的得 10 分，次低的得 9.5 分，再次低的得 9.0 分，以此类推，最低为 0 分。 2. 超过均价部分收益服务费费率（10 分）： 报费率大于 50% 的投标无效。报费率小于等于 50% 的参加评分，费率最低的得 10 分，次低的得 9.5 分，再次低的得 9.0 分，以此类推，最低为 0 分。 3.安置房部分服务费（10 分） 服务费报费率大于 1000 元/套的报费率无效。服务费报费率小于等于 1000 元/套的参加评分，报费率最低的得 10 分，次低的得 9.5 分，再次低的得 9.0 分，以此类推，最低为 0 分。
五	政策性加分	5 分	

<b>1</b>	节能产品、环境 标志产品	<b>2 分</b>	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），每一项得 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，每一项得 0.5 分，最高不得超过 2 分。
<b>2</b>	少数民族自治区 和享受少数民族 自治待遇的省份 的投标主产品	<b>3 分</b>	对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分和价格扣除，即采用综合评分法或性价比法进行评审的，在总得分基础上加 3 分。
<b>合计</b>		<b>100 分</b>	