



采购文件

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务

采购方式：公开招标

采购人：佛山市高明区禾亿投资开发有限公司

采购代理机构：广东宏正工程咨询有限公司

日期：2024年6月6日

目 录

第一部分 投标邀请函	3
第二部分 采购项目内容	8
第三部分 投标人须知	18
第四部分 合同书格式	28
第五部分 投标文件格式	39
附件一 评审细则	55
附件二 外包装封面参考格式	67

第一部分 投标邀请函

小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务 投标邀请函

小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务招标项目的潜在投标人应在广东宏正工程咨询有限公司（佛山市南海区桂城街道海五路6号城智大厦1幢10层）获取采购文件，并于2024年6月27日9时30分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务

采购方式：公开招标

预算金额：无

采购需求：“小洞邻里中心项目·合和广场”位于广东省佛山市高明区更合镇合和大道旁，物业分三大板块：宿舍板块、酒店部分及商业广场。其生活配套宿舍项目总建筑面积为27636平方米，商业建筑面积约7630平方米，酒店建筑面积约18200平方米（含地下室）。采购人委托中标人作为独家代理，负责上述三大板块的招商及销售代理工作，以及本项目的商家引进、合同谈判签定等服务事宜。招商及销售代理服务期限为2024年7月1日至2025年12月31日止，18个连续自然月。

二、投标人的资格要求

1、具有独立承担民事责任的能力：在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人，投标时提交有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明）复印件。【本项目允许分支机构参与本项目投标，分支机构参与本项目投标须取得总机构出具给分支机构的授权书，并提供总机构和分支机构的营业执照复印件。】

2、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供投标截止日前6个月内（含投标截止时间当月）任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料）复印件，或提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）。

3、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供下列（1）至（3）项中任一项要求的材料扫描件：（1）提供2023年度的财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，并能清晰显示第三方会计师事务所的印章和注册会计师签字盖章，且能反映审计结论。成立不足一年的单位可以提供成立至投标截止时间止

任意一个月的公司财务状况报告。（2）基本开户银行出具的资信证明（要求：提供投标截止日前6个月内（含投标截止时间当月）任意1个月出具的资信证明。如资信证明不能体现基本开户账户的，应另附开户许可证（无开户许可证的，可提供由银行开具的《基本存款账户信息》（公户账户主档）或其他相关证明资料））（3）提供《投标人资格信用承诺函》（详见附件）。

4、履行合同所必需的设备和专业技术能力：具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料，或提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）。

5、参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录：提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）重大违法记录，是指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）

6、投标人未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单。（以资格审查期间查询投标人在“信用中国”网站查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料）。

7、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得同时参加本采购项目投标。提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）

8、本项目不接受联合体投标。（以联合体身份提交投标文件参与投标的，即视为不符合资格要求）

9、投标人为总机构的，须具有有效的房地产经纪机构备案证书。投标人为分支机构的，须具有有效的房地产经纪分支机构备案证书。（提供证书复印件。如投标人所在地实施“一照通行”相关政策，其房地产经纪机构备案或房地产经纪分支机构备案事项以二维码形式集中反映在营业执照上的，可提供扫描二维码后反映的备案事项信息截图，或“信用中国”等系统查询的备案事项页面截图。投标人未完成备案的，投标人必须就取得备案证书事宜提供承诺书，承诺书内容详见附件《备案承诺书》。）

三、获取采购文件

1、获取时间：2024年6月6日至2024年6月18日，每天上午8:30至12:00，下午14:30至17:30（北京时间，法定节假日除外）

2、获取地点：广东宏正工程咨询有限公司（佛山市南海区桂城街道海五路6号城智大厦1幢10层）

3、获取方式：投标人在上述规定的时间内登记并获取采购文件，通过网上购买方式获取采购文件。投标人提交以下资料办理登记手续，复印件须注明“与原件相符”并加盖投标人公章。

(1) 有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明）副本复印件；

(2) 经办人如为法定代表人/负责人的，须提供法定代表人/负责人资格证明书原件、法定代表人/负责人身份证复印件。如为法定代表人/负责人授权代表的，须提供法定代表人/负责人资格证明书原件、法定代表人/负责人身份证复印件、法定代表人/负责人授权委托书原件、法定代表人/负责人授权代表身份证复印件。

【投标人须将交纳采购文件费银行缴款凭证和上述要求资料的复印件及经办人手机号码发至采购代理邮箱（nhhongzheng@126.com），经采购代理确认收齐资料后以电子邮件方式发出采购文件。】

4、采购文件售价（元）：300。采购文件费收款账户信息：①收款单位：广东宏正工程咨询有限公司；②开户行：广发银行佛山南海桂城支行；③账号：110001519010000134；④款项来源：GZT-240464 采购文件费。

5、采购代理机构可提供采购文件购买发票（电子发票），有需要的投标人应提供完整的开票信息。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件开始时间：**2024年6月27日9时00分**（北京时间）

提交投标文件截止时间、开标时间：**2024年6月27日9时30分**（北京时间）

地点：广东宏正工程咨询有限公司开标室（佛山市南海区桂城街道海五路6号城智大厦1幢10层）。

五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

(一) 发布公告媒介：采购与招标网（<https://www.chinabidding.cn/>）、广东宏正工程咨询有限公司（<https://www.gdhzec.com/>）

(二) 本项目实行网上答疑，凡对采购文件有任何疑问的（包括认为采购文件的服务或商务条款存在排他性或歧视性条款），请投标人在公示期间或者自期满之日

起七个工作日内以书面形式向采购代理机构提出（发送邮件至nhhongzheng@126.com），逾期不受理。答疑结果或相关的补充说明以修正/澄清公告形式在指定媒体网站中公布，投标人应及时关注本项目的投标答疑情况。投标人因疏忽未及时了解相关的答疑情况及补充说明而产生的不利后果由投标人自行承担。

七、联系事项

1. 采购人信息

名称：佛山市高明区禾亿投资开发有限公司

地址：佛山市高明区荷城街道沿江路 463 号银海广场 4 座 15 楼

联系方式：0757-88238978

项目联系人：施小姐

2. 采购代理机构信息

名称：广东宏正工程咨询有限公司

地址：佛山市南海区桂城街道海五路 6 号城智大厦 1 幢 10 层

联系方式：0757-81237291

项目联系人：黄小姐

时间：2024 年 6 月 6 日

第二部分 采购项目内容

第一章、投标人资格：

详见《第一部分 投标邀请函》

第二章、采购项目需求

一、委托物业

“小洞邻里中心项目·合和广场”位于广东省佛山市高明区更合镇合和大道旁，物业分三大板块：宿舍板块、酒店部分及商业广场。其生活配套宿舍项目总建筑面积为27636平方米，商业建筑面积约7630平方米，酒店建筑面积约18200平方米（含地下室）。采购人委托中标人作为独家代理，负责上述三大板块的招商及销售代理工作，以及本项目的商家引进、合同谈判签定等服务事宜。

二、招商及销售代理服务内容

1、招商及销售代理服务期限为2024年7月1日至2025年12月31日止，18个连续自然月。

2、中标人的考核目标为，宿舍、酒店、酒店式公寓及商铺招商率（以下简称“整体招商率”）在签订合同后14个月内达到80%，其中酒店在2024年7月31日前签订整租合同（最终以采购人发布公告时间为准），商业招商率在2025年3月31日前达到90%，2025年9月30日开铺率达到80%。考核方式为阶段性考核（详见第三条第1项1.5款阶段累计目标招商率考核表）。招商率=签约面积/总招商面积。其中，签约面积是指已签署《租赁合同》的面积，总招商面积在《招商方案》中确定。

3、中标人在合同签订后15日内制作招商及销售相关文件，由采购人审核通过方可生效。

3.1 制作标的项目《定位报告》，根据业态组合及品牌落位方案，制定租决方案，最后汇总形成全过程《招商方案》（包含《招商推广方案》和《工程需求方案》）和《招商计划》。《招商方案》和《招商计划》经采购人批准后，由中标人执行。

3.2 根据《招商方案》制定《租赁意向书》、《租赁合同》、《认购书》、《房地产买卖合同（预售）》及相关文件，采购人对此文件的起草、变更、终止享有决定权。

3.3 本项目公开发售准备期内（以采购人、中标人双方书面确认的公开发售计划时间为准）完成项目销售的各项筹备工作，包括项目的销售管理制度、销售团队的组建、完善公开销售期各种销售情况应对预案等，并获得采购人的确认。

3.4 在中标人正式进场销售前，中标人负责完成对本项目销售团队的培训，并根据采购人

需求建立本项目销售管理制度。

4、中标人招商执行团队根据《招商方案》按《招商计划》展开招商工作。

4.1 邀约潜在的品牌商户，接待来访商户，从中筛选适合标的项目的商户，确定拟租赁的商铺位置，签署《租赁意向书》。

4.2 协调商户工程人员与采购人工程人员确认商铺需要调改的工程条件。

4.3 代表采购人与商户进行商务谈判，签署商铺《租赁合同》，完成招商工作。

4.4 向已签署《租赁合同》的商户催收合同约定的首笔款，对已签署《租赁意向书》的商户催收意向金，汇总招商专门账户中的收款情况。

4.5 将招商资料交接给采购人的运营管理团队，用于运营管理团队进行商户进场装修、经营的管理工作。

5、中标人成立专门工作组为本项目开展销售工作。

5.1 本项目正式公开发售前，在不违反国家及地方法律、法规、政策的情况下，中标人对本项目进行推广并对意向客户进行调查统计。

5.2 中标人负责接洽客户、市调人员以及交流参观人员。

5.3 中标人负责收集来电来访客户信息，建立来电来访客户档案，向采购人反馈客户意见。

5.4 本项目正式公开发售后，中标人协助采购人与客户签订《认购书》。客户签订《认购书》的同时交纳定金，认购行为按照双方事先共同制订的认购流程执行。

5.5 催促购房客户在《认购书》约定的期限内与采购人签订《房地产买卖合同（预售）》及相关文件，督促购房客户交纳购房款，协助客户在签约时办理贷款相关手续。签约行为按照采购人事先制订的签约流程执行。

5.6 中标人负责管理采购人书面确认的房号销控表，在自有销售渠道范围内组织好楼盘的销售工作。

5.7 在本项目销售过程中，中标人可提供阶段性的销售计划、促销活动计划、推广活动计划等营销方案，并经采购人书面认可后由中标人执行和实施。

5.8 本项目销售期内定期提交销售报告及下阶段销售对策分析，严格做好客户资料的保密，协助督促回笼销售资金，杜绝内部的各类炒筹、炒楼行为，配合做好楼盘销售各项的后期服务工作。

三、招商及销售代理服务费用

1、招商季度服务费结算标准

1.1 按照以下标准，采购人每季度首月的5号前支付给中标人当季度招商季度服务费，招商及销售代理服务费用总额合计90万元，此金额包含税费。

季度	时间	季度服务费（万元）
第一季度	2024. 7. 1-2024. 9. 30	18
第二季度	2024. 10. 1-2024. 12. 31	18
第三季度	2025. 1. 1-2025. 3. 31	18
第四季度	2025. 4. 1-2025. 6. 30	12
第五季度	2025. 7. 1-2024. 9. 30	12
第六季度	2025. 10. 1-2025. 12. 31	12

1.2 季度服务费包含：市场调研与分析费、招商策略制定费、宣传推广费、招商团队服务费、客户洽谈与签约费、租赁管理费、后期运营服务费、培训指导费、绩效奖励、行政管理费、税费。

1.3 中标人仅在上述费用内承担1万元以内的营销推广，如营销推广宣传费用超过1万元（由中标人提供支付凭证），应由采购人先行审核同意后，由采购人承担超过一万元的部分，否则与采购人无关。

1.4 采购人暂停项目，暂停期3个月内的部分，采购人按正常季度服务费标准支付暂停期间的季度服务费。采购人暂停项目，暂停期超过3个月的部分，采购人应按正常季度服务费标准的50%支付季度服务费。采购人暂停项目超过6个月以上的，甲乙双方另行商议。

1.5 中标人应在采购人付款前，应开具价税合计金额与应付款金额一致的增值税专用发票给采购人，否则采购人有权拒绝付款。

2、佣金结算标准

阶段	阶段招商时间 (按季度计算)	整体阶段累计目标招商率 (按面积计算，可以上下浮动2%)
一	签订合同后3个月内	20%
二	签订合同后6个月内	30%
三	签订合同后9个月内	50%
四	签订合同后12个月内	65%
五	签订合同后14个月内	80%
备注：		

1、租赁佣金

1.1 中标人招商成功后，采购人向中标人支付租赁佣金，租赁佣金应按该商户免租期后首月租金的 150% 计算，此金额包含税费，对于超出既定租金基准的溢价部分，双方对半分。

1.2 招商成功引进是指商家成功租赁本项目物业并签订相关租赁合同或合作协议并交付租赁或合作押金。

2、销售佣金

2.1 宿舍及酒店式公寓销售佣金：《房地产买卖合同（预售）》金额的 5%。

2.2 商业销售佣金：《房地产买卖合同（预售）》金额的 1%。

2.3 甲乙双方每月就包括但不限于已签订《房地产买卖合同（预售）》的单位房号、合同价款、客户名称、销售佣金率、销售佣金数额等信息制作成每月确认清单，并由双方盖章确认。

3、转介佣金

3.1 若中标人因协助采购人跟进商家合同细节促成签约成功，采购人给中标人支付首月租金的 100%作为协助签约的奖励，完成的面积归属于中标人。

3.2 若中标人因协助第三方渠道跟进商家合同细节促成签约成功，采购人给中标人支付首月租金的 100%作为协助签约的奖励，中标人收到采购人支付的首月租金的 100%后，退给第三方渠道首月租金的 50%，完成的面积归属于中标人。

4、佣金结算方式

4.1 佣金每月结算一次，中标人需每月 5 日前向采购人提交上个月的结佣确认表，经采购人确认无误后，且中标人应开具价税合计金额与应付款金额一致的增值税专用发票给采购人后 5 个工作日内支付上月租赁及销售佣金的 60% 至中标人账户，剩余 40% 作为考核佣金，中标人不先行开具上述发票的，采购人有权拒绝付款。

4.2 如果中标人在该季度整体招商率达到目标招商率，采购人在该季度次月 10 日前支付考核佣金至中标人账户。如果中标人连续两个季度未达到目标招商率，采购人仅支付 60% 的佣金，中标人无权收取考核佣金，后续将不再补发。如中标人在该季度未达到目标招商率的，则采购人给予中标人一个季度宽限期：即如中标人于下一季度达到目标招商率的，中标人有权收取该两个季度的考核佣金，采购人于该下一季度次月 10 日前支付前述两个季度的考核佣金至中标人账户。

4.3 中标人对每个单位以客户签订《房地产买卖合同（预售）》并缴付首期购房款，或以客户签订《租赁合同》并缴付合同约定的首笔款，作为结算佣金的依据。

4.4 当整体招商率达到 80%之后，将不再设考核佣金，采购人在次月 10 日前支付佣金至中标人账户。

3、放弃认购单位的佣金结算

3.1 若客户签署《认购书》之后悔约，中标人不就该单位收取销售佣金，且不计入中标人业绩。若采购人自愿放弃没收客户定金，则该客户认购单位应计入中标人代理销售业绩，。

3.2 如客户在签订正式《房地产买卖合同（预售）》之后解约，不论采购人以何种方式处理有关解约事宜，有关成交仍然用作招商率的计算及销售佣金的结算。

4、放弃认租单位之佣金结算

4.1 已签约客户主动解除《租赁合同》的，中标人不就该单位收取租赁佣金，且不计入中标人业绩。

4.2 采购人主动放弃或延期收取已签约商户的首笔款，或主动与商户解约的，租赁佣金应结算在《租赁合同》原定支付首笔款的月份。

5、若整体招商率在 2024 年 9 月 30 日前达到 100%，采购人以距离 2024 年 9 月 30 日前的完整日历月为基数的 1.5 倍支付月均服务费（即在原基础上的月均服务费上浮 50%）作为激励报酬支付给中标人。

四、采购人权责

1、采购人有权参与中标人在本项目工作中的任意环节，并对有关结果进行审核，及提出改进意见。

2、在合同终止后，采购人如有需要，可请中标人对合同约定范围内之成果提供说明。

3、由采购人原因造成的索赔或损失，及由此而引起的经济和法律费用由采购人自行负责。

4、采购人有权根据工作表现或考核情况，要求中标人调整、更换中标人项目小组人员，中标人工作人员有重大工作失误，采购人有权终止合作合同。

5、采购人提供商户签约所需的各类证照。

6、采购人提供给中标人办公场地，包括必要装修、沙盘等，中标人自行负责办公用品，如电脑、打印机等设备耗材。

7、采购人应设置项目负责人，协调采购人相关部门和人员，配合中标人招商团队工作，沟通信息，解决中标人招商团队与采购人配合团队之间的分歧，与中标人项目负责人共同参加

工作小组的周例会。

8、采购人应设置专门的用印管理员，对中标人提交的按标准文本书写的《租赁意向书》加盖采购人印章，对中标人提交的按标准文本书写的《租赁合同》，根据《招商方案》在不低于该铺位租金标准的情况下，应加盖采购人印章。

9、采购人应设置招商专用收款账户，用于收取招商过程中商户交付的意向金和首笔款，采购人应授予中标人对该账户的查询权限。

10、采购人应设置工程规划人员，配合招商团队针对商户提出的工程条件进行确认，组织工程调改，根据与商户的《租赁合同》的约定，向商户交付符合条件的商铺。

11、采购人应在开业前6个月配备工程物业管理人员和运营管理人员，协调组织商户装修团队入场装修商铺，对接商户运营团队，组织开业筹备工作。

12、采购人有权对购房客户给予折扣优惠，采购人享有对违约客户缴纳的相应款项的没收权及退还权，但采购人不论是给予客户折扣或没收、退还客户款项，均不影响中标人依合同收取约定费用的权利。

13、如因中标人原因导致不能履行、不能按时履行合同义务或出现中标人的行为严重影响采购人商业利益的情况，采购人首先应书面告知中标人并给予中标人14日的整改期，若期满中标人仍未改正，则采购人有权责令中标人停止继续销售本项目，并书面通知中标人终止合同。

五、中标人权责

1、中标人应按合同约定进行项目定位工作，如有特殊情况需变更内容或方式，应在事前报采购人认可。

2、中标人每周向采购人汇报工作进度，展示工作成果，接受采购人对招商工作的问询。中标人现场工作团队和双方的项目负责人，每周召开工作会议对本周工作进行总结、制定下周工作计划。

3、在招商执行过程中，发现招商市场或采购人项目推进等发生变化，致使《招商方案》和《招商计划》无法执行，中标人应中止招商执行，提出《招商方案》和《招商计划》的调整方案，提报给采购人，采购人应在7日内完成确认。确认后，中标人根据新的《招商方案》和《招商计划》继续开展招商工作。同时，调整和确认涉及的其他招商文件。

4、如采购人变更调查内容或方式引致费用增加，可要求采购人支付增加的费用，但在合同内容下的变更采购人无需支付额外费用。

5、采购人未能按照合同约定在规定时间内向中标人支付本代理协议规定的相关费用，超过30日未能按照约定支付的，中标人有权终止合同。

6、中标人必须保守所接触或了解到的采购人的商业秘密，不得泄露。

7、中标人需参与采购人开展的营销推广活动的策划环节与执行环节。

8、中标人需安排6名人员驻场，包括财务专员、招商专员、销售专员、策划专员等，当整体招商率完成80%之后，驻场人员可降低至2人。

8.1 中标人需委派经验丰富并具有相应资历的销售经理负责本项目的销售执行工作，若因工作需要更换销售经理，中标人须提前通知采购人。当中标人销售经理辞职时，中标人应通知采购人并及时安排接替人选。

8.2 相关行业规定须实名认证持证上岗的相关人员应按行业规定持证上岗。

9、合同项下中标人完成的、以任何载体所体现的工作报告、图表的署名权均归属于中标人，采购人在本项目范围内对此知识成果享有永久使用权及所有权。

10、中标人须按照采购人书面确认的售楼方案进行销售，不得擅自改变计划，任意放盘，不得对采购人提供的《房地产买卖合同（预售）》文件、数据进行任何修改。

11、中标人不得以低于采购人书面认可的价格销售或租赁本项目，不得擅自给客户任何形式的折扣，不得向客户收取未经采购人书面同意的任何费用。

六、廉洁条款

1、中标人应采取措施防止招商团队以商业贿赂手段执行招商工作，或接受商户给予商业贿赂。

2、采购人有权对中标人派驻现场的工作人员进行商业贿赂方面的监督检查，如发现中标人驻场人员有商业贿赂嫌疑，可以通知中标人处理，也可直接向有关机关报告。如将嫌疑线索通知中标人处理，中标人应在调查后向采购人详细报告。

3、对证实存在商业贿赂行为的人员，中标人应立即停止其工作，接受公司行政处理，同时移交有关行政或司法机关。

4、采购人不得向中标人招商团队提供财物或工作机会等形式的商业贿赂。采购人保证在合同履行期间及合同结束后1年内不雇佣中标人曾在本项目上工作过的招商团队人员。

七、合同解除

1、因招商文件及对其的调整修订，采购人、中标人双方不能达成一致，任何一方均可解除合同。因此解除合同时，按以下方式处理：

1.1 对已招商成功的部分，若达到该季度考核目标，不再设考核佣金，采购人一次性将租赁佣金全额支付给中标人，若未达到该季度考核目标，采购人将扣除该季度的考核佣金，将佣

金的 60% 支付至中标人账户。

1.2 中标人已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还采购人，如采购人有欠付招商季度服务费的情况，采购人一次性支付给中标人。

1.3 中标人将相关资料和工作成果交付采购人，如采购人聘请新的招商代理人，可指令中标人将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

2、中标人出现以下任一行为，采购人有权单方解除合同。①连续 6 个月 未能达到目标招商率，②商业招商率在 2025 年 3 月 31 日 前未达到 90%，③商业开铺率 2025 年 9 月 30 日 未达到 80%，④酒店招商率在 2024 年 7 月 31 日 前未达到 100%，⑤出现其他根本违约行为。因此解除合同时，按以下方式处理：

2.1 对已招商成功的部分，仅支付 60% 的佣金，采购人无需支付考核佣金。

2.2 中标人已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还采购人，如采购人有欠付招商季度服务费的情况，采购人一次性支付给中标人。

2.3 中标人将相关资料和工作成果交付采购人，如采购人聘请新的招商代理人，可指令中标人将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

2.4 造成采购人实际损失的，应按实赔偿。

3、采购人有下列情况之一时，中标人有权单方解除合同：（1）采购人暂停项目超过 6 个月；（2）采购人欠付中标人费用超过 30 日；（3）采购人调整施工计划、开业时间，手续办理障碍，不按照《工程需求方案》和《招商推广方案》执行的，延迟书面通知中标人超过 30 日的。因此解除合同时，按以下方式处理：

3.1 中标人已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还采购人，如采购人有欠付招商季度服务费的情况，采购人一次性支付给中标人。

3.2 中标人将相关资料和工作成果交付采购人，如采购人聘请新的招商代理人，可指令中标人将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

3.3 对已招商成功的部分，采购人一次性支付前期保留的考核佣金。

4、除合同约定的解约情况外，任何一方都不得单方解除合同。

八、违约责任

1、合同有效期内，所有条款双方应均严格遵照执行，否则违约方要赔偿因此给对方造成的相应损失。

2、合同执行过程中，如有因不可抗力因素或重大政策影响有关条款之执行的，受影响一

方应及时向对方通报，因此而影响履行有关条款的不视为违约。

3、双方协商同意后对合同的修改、扩充等，应签订补充协议，补充协议在双方签章后与合同具有同等法律效力。

4、双方对合作过程中的所有相关商业资料均负有保密责任，未经许可，任何一方不得擅自对外发布或提供给第三者。

5、除合同另有约定，其他情形下任何一方按合同规定提出解除合同时，需提前 30 天书面通知对方。合同未尽事宜，双方协商解决。若对合同或合同执行中产生的冲突双方协商不成的，任何一方均可向项目所在地人民法院起诉。

九、其他要求

1、本项目为采用固定价格采购的项目，其价格不列为评审因素。投标人无需对本项目涉及的费用进行报价。

2、投标人应充分理解项目需求，结合以往同类项目经验，投入相关专业人员，充分考虑满足采购项目的要求，提出相应的服务方案。

3、服务方案编制要求：结合投标人实际能力进行编制，服务方案必须科学合理、真实可行，能充分体现出自身专业及招商资源优势。

服务方案包括但不限于：

- (1) 调研与分析
- (2) 项目核心问题分析
- (3) 核心策略
- (4) 主体定位
- (5) 主题策略
- (6) 整体招商率目标实现总体方案
- (7) 宿舍板块的目标客群及策略思路
- (8) 酒店板块的目标客群及策略思路
- (9) 商业广场板块的目标客群及策略思路
- (10) 全程营销策划实施方案

第三部分 投标人须知

投标人须知一览表

序号	项 目	主 要 内 容
1	采购预算金额	无
2	投标保证金	本项目无需递交投标保证金
3	中标服务费	中标人无需向采购代理机构交纳中标服务费。
4	统一结算币种	均不计息以人民币元结算
5	投标有效期	递交投标文件之日起 90 天。中标人的投标有效期延续到合同终止日。
6	投标文件数量	投标文件一式五份（其中，正本一份和副本四份），开标一览表一份，电子光盘或 U 盘一份（内容应与投标文件正本内容一致。不留密码，无病毒，不压缩。除提供的图片及相关扫描文件为图片格式或 PDF 格式外，其他内容应保留 EXCEL 格式或 WORD 文档等可编辑格式文件。如投标人中标，部分内容将用于结果公告公布，电子文件与纸质文件内容不同，以盖章的纸质文件正本为准）。投标文件的每份文件分别固定装订成册（不得采用活页形式），并在文件封面上清楚地标明“正本”或“副本”字样。
7	现场考察或者 开标前答疑会	本项目不召开现场考察或者开标前答疑会

一、说明

1. 适用范围

1.1. 采购文件适用于投标邀请函中所述项目的采购。

2. 定义

2.1. “采购人”是指：佛山市高明区禾亿投资开发有限公司。

2.2. “采购代理机构”是指：广东宏正工程咨询有限公司。

2.3. “招标采购单位”是指：采购人。

2.4. 合格的投标人

符合采购公告规定的资格要求。

2.5. “中标人”是指经法定程序确定并授予合同的投标人。

3. 合格的货物和服务

3.1 “货物”是指投标人制造或组织符合采购文件要求的货物等。投标人综合考虑节能、节水、环保、循环、低碳、再生、有机等因素。投标的货物必须是其合法生产的符合货物来源地有关标准要求的货物，并满足采购文件规定的规格、参数、质量、价格、有效期、售后服务等要求。

3.2 “服务”是指除货物和工程以外的其他采购对象，“合格的服务”是指投标人按采购文件的规定，依据中华人民共和国的相关法律、法规、规章以及相关国家标准、行业标准或地方（或企业）标准（如有）的规定或规范要求，向采购人提供满足采购文件规定的需求或特定目标的服务。

3.3 投标人须保证，采购人在中华人民共和国接受和使用投标人所提供服务的全部或任何一部分时，或者在享有合同的全部或部分权益时，免受第三方以侵犯其合法权益（例如侵犯其专利权、商标权、著作权或其他知识产权等）而提出的任何求偿责任起诉。否则，投标人须承担采购人与此相关的一切损失（包括且不限于：诉讼费、律师费、经裁定由采购人承担的任何费用、导致采购人需重新采购所产生的一切费用及时间费用损失等）。

4. 投标费用

- 4.1. 投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用。不论投标的结果如何，采购代理机构和采购人均无义务和责任承担这些费用。
- 4.2. 中标人必须按规定向采购代理机构交纳采购代理服务费。采购代理服务费金额缴交方式及时间详见“投标人须知一览表”内容。

二、采购文件

5. 采购文件的构成

5.1. 采购文件由下列文件以及在招标过程中发出的修正和补充文件组成：

- (1) 投标邀请函
- (2) 采购项目内容
- (3) 投标人须知
- (4) 合同书格式
- (5) 投标文件格式
- (6) 评审细则

5.2. 投标人应认真阅读、并充分理解采购文件的全部内容（包括所有的补充、修改内容、重要事项、格式、条款和技术规范、参数及要求等）。投标人没有按照采购文件要求提交全部资料，或者投标没有对采购文件在各方面都做出实质性响应是投标人的风险，有可能导致其投标被拒绝，或被认定为无效投标或被确定为投标无效。

5.3. 采购文件是编制投标文件、评标、定标及中标后签订合同的重要依据。

6. 采购文件的现场考察、答疑

6.1. 采购人或者采购代理机构可以在采购文件提供期限截止后，组织已获取采购文件的潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会。

6.2. 关于本项目是否组织现场考察或者召开开标前答疑会的情况详见《投标人须知一览表》的“现场考察或者开标前答疑会”内容。

6.3. 任何要求对采购文件进行答疑的投标人，均应以书面形式在公示期间或者自公示期满之日起七个工作日内通知广东宏正工程咨询有限公司。广东宏正工程咨询有限公司将组织采购人对投标人所要求答疑的内容均以网上公告形式予以答复。必要时，将组织相关专家召开开标前答疑会，并将会议内容以网上公告的形式发布（答复中不包括问题的来源）。

6.4. 投标人在规定的时间内未对采购文件提出疑问的，将被视为无异议。对采购文件中描述有歧义或前后不一致的地方，评标委员会有权进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个投标人。

7. 采购文件的澄清或者修改

7.1. 采购人或者采购代理机构可以对已发出的采购文件进行必要的澄清或者修改，澄清或者修改内容在原公告发布媒体上发布澄清公告。澄清或者修改的内容为采购文件的组成部分。

7.2. 澄清或者修改的内容可能影响采购文件编制的，采购人或者采购代理机构在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取采购文件的潜在投标人；不足 15 日的，采购人或者采购代理机构顺延提交投标文件的截止时间。

三、投标文件的编制和数量

8. 投标的语言

8.1. 投标人提交的投标文件以及投标人与采购人就有关投标的所有来往函电均应使用中文。投标人提交的支持文件或印刷的资料可以用另一种语言，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件的修改内容时以中文翻译本为准。对中文翻译有异议的，以权威机构的译本为准。

9. 投标文件编制

9.1. 投标人应当按照采购文件的要求编制投标文件。投标文件应当对采购文件提出的要求和条件作出明确响应。

9.2. 投标人对其投标文件的编制应按要求装订和封装。对未经装订的投标文件可能发生的文件散落或缺损，由此产生的后果由投标人承担。

9.3. 投标人应完整、真实、准确地填写采购文件中规定的所有内容。

9.4. 投标人必须对投标文件所提供的全部资料的真实性承担法律责任，并无条件接受采购人及监督管理部门等对其中任何资料进行核实的要求。

9.5. 如果因为投标人投标文件填报的内容不详，或没有提供采购文件中所要求的全部资料及数据，由此造成的后果，其责任由投标人承担。

- 9.6. 投标报价是以投标人可独立履行项目合同义务，通过合理预测与准确核算后，可达到预期设计功能和常规使用效果，满足约定的验收标准和符合自身合法利益的前提下所作出的综合性合理报价，对在投标文件和合同书中未有明确列述、投标方案遗漏失误、市场剧变因素、应预见和不可预见的费用等均视为已完全考虑到并包括在投标总价之内。
- 9.7. 投标人应预见其超出常规、具有特别意义、会引起竞争非议、有可能影响产品质量或者不能诚信履约的报价会对其投标有效性造成不良影响。投标人应自觉对其作出特别说明并提供相关证明材料以证明该报价的合理性。
- 9.8. 除非采购文件另有规定或许可，投标人提供的货物及服务均以人民币进行报价。
- 9.9. 投标人应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标人的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标人的合法权益。
- 9.10. 在评标过程中发现投标人有上述情形的，评标委员会认定其投标无效，并书面报告上级管理部门。
- 9.11. 投标人根据采购文件的规定和采购项目的实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作分包的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包。

10. 投标要求

- 10.1. 本项目只允许投标人有一个投标方案，每个投标人只能有一个报价。投标报价不得超过采购文件中规定的报价范围。

11. 本项目不接受联合体投标。

12. 投标人资格证明文件

- 12.1. 投标人应按采购文件的要求，提交证明其有资格参加投标和中标后有履行合同能力的文件，并作为其投标文件的组成部分。资格证明文件必须真实有效，复印件必须加盖单位公章。

13. 投标有效期

- 13.1. 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算，具体单位时间详见《投标人须知一览表》的“投标有效期”内容。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于采购文件中载明的投标有效期。

14. 投标保证金

14.1. 本项目无需递交投标保证金。

15. 投标文件的数量和签署

15.1. 投标人应编制投标文件一式五份（其中，正本一份和副本四份），开标一览表一份，电子光盘或U盘一份。

15.2. 投标文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由法定代表人/负责人或经其正式授权的代表签字。授权代表须出具书面授权证明，其《法定代表人/负责人授权委托书》应附在投标文件中。

15.3. 投标文件中的任何重要的插字、涂改和增删，必须由法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在旁边签章或签字才有效。

四、投标文件的递交

16. 投标的截止期

16.1. 提交投标文件的截止时间详见采购公告。

16.2. 投标人应当在采购文件要求提交投标文件的截止时间前，将投标文件密封送达投标地点。采购人或者采购代理机构收到投标文件后，如实记载投标文件的送达时间和密封情况，签收保存，并向投标人出具签收回执。任何单位和个人不得在开标前开启投标文件。

17. 投标文件的密封和标记

17.1. 为方便开标时唱标，投标人应将《开标一览表》一份单独密封提交，并在信封上清晰标明“开标一览表”字样。若此《开标一览表》与投标文件中的《开标一览表》内容不一致，以投标文件正本为准。

17.2. 投标文件的每份文件必须分别固定装订成册（不得采用活页形式），并在文件封面上清楚地标明“正本”或“副本”字样。副本内容可以是正本内容的复印件。若副本与正本不一致，以正本为准。建议投标人将投标文件正本和所有的副本密封包装在同一个密封袋内。

17.3. 电子光盘或U盘一份单独密封提交，并在信封上清晰标明“投标文件电子版”字样。

17.4. 信封或投标文件外包装上应当注明项目名称、项目编号和“在2024年6月27日9时30分之前不得启封”的字样（可参考《附件二 外包装封面参考格式》），封口处应加盖投标人印章或密封章。

17.5. 逾期送达或者未按照采购文件要求密封的投标文件，采购人、采购代理机构将拒收。投标人所提交的投标文件在评标结束后，无论中标与否都不退还。

18. 投标文件的补充、修改或者撤回

18.1. 投标人在投标截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或者采购代理机构。补充、修改的内容应当按照采购文件要求签署、盖章、密封后，作为投标文件的组成部分。

五、开标、评标定标（详见后附《评审细则》）

六、确定评审结果

19. 中标通知

19.1. 中标结果将在指定媒体上公告，并向中标人签发《中标通知书》，不在中标名单之列者即默认为落标，对中标与落标原因不作任何解释。

19.2. 在未取得合法理由而获批复前，中标人擅自放弃中标资格，则须承担相应的违约处罚责任，并赔偿采购人由此所造成的一切经济损失。

20. 合同签订与跟踪

20.1. 中标人须于中标通知书发出之日起 30 日内与采购人签订采购合同。采购合同须经采购代理机构鉴证，如对抗或拖延履行签订合同责任和义务时，将没收其投标保证金。合同标的、数量、金额、服务承诺、履约方式等必须与采购文件和中标人的投标文件保持一致。采购人或代理机构不得在采购文件未约定的情况下向中标人提出不合理要求。

20.2. 采购合同履行中，采购人追加与合同标的相同的服务的采购金额不得超过原合同采购金额的 10%，即内容只能是增加原合同规定的服务的数量，不能改变原合同其他条款，并应当在确保有采购资金支付的前提下方可与投标人签订补充合同。

20.3. 采购文件、中标人的投标文件及相关澄清材料，均作为合同订立的依据。对投标文件及澄清复件中出现歧义、不确定的内容等解释均以本项目评审专家的理解确认为准。

20.4. 中标人委托分支机构履约合同的，中标人必须出具授权委托书，明确授权范围，分支机构在中标人的授权范围内履行合同。该分支机构必须应当具备相应资格条件。中标人向采购人提供营业执照、有效的房地产经纪分支机构备案证书及授权

委托书复印件。分支机构履行合同，其法律责任由总机构承担。

- 20.5. 合同生效后一切行为均适用于《中华人民共和国民法典》，履约期间有违约过错的一方，须承担相应的责任。

七、其他

21. 质疑与处理

- 21.1. 投标人认为采购文件、采购过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起7个工作日内（潜在投标人已依法获取其可质疑的采购文件的，可以对该文件提出质疑。对采购文件提出质疑的，应当在采购文件公告期限届满之日起7个工作日内提出。）以实名书面形式向采购代理机构或采购人提交质疑申诉，质疑内容不得含有虚假、恶意成分。依照谁主张谁举证的原则，提出质疑者必须同时提交相关确凿的证据材料和注明事实的确切来源，对捏造事实、滥用维权扰乱采购秩序的恶意质疑者或举证不全查无实据被驳回次数在一年内达三次以上，将纳入不良行为记录并承担相应的法律责任。若对采购方案中存有倾向性、歧视性等影响公平竞争的内容提出质疑的，应在公示期间或者自期满之日起七个工作日内以书面形式直接向委托采购代理机构提出，同时知会采购人。
- 21.2. 对中标候选人或投标人之间的投标行为提出质疑时，被质疑者对举证材料须给予书面澄清回复，其投标文件内容须公开接受任何形式的审查核实。
- 21.3. 对出现有违公平竞争、对中标候选人提出的质疑而未获有效解决等情况时，可由相关责任归属部门组织会审，或提请评委会内的部分主要专家成员进行复审，复审时各相关当事人须同时列席并就质疑内容进行举证和接受质询，评委会最终的表决意见报经管理部门批复后即作为复审结果，各当事人均予以尊重服从。

22. 投诉

- 22.1. 质疑投标人对采购人、采购代理机构的质疑答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在质疑答复期满后15个工作日内向监督管理部门投诉。监督管理部门在收到投诉后30个工作日内，对投诉事项作出处理，并以书面形式通知投诉人和投诉事项有关的当事人；投诉应当有明确的请求和必要的证明材料，投标人投诉的事项不得超出已质疑的事项的范围；监督管理部门必要时可以进行调查取证或者组织质证，对依法进行调查取证的，投诉投标人与投诉有关的当事人应当如实反映情况，并提供相关材料；捏造事实、提供虚假材料或者以非法手段取得证明材料进行投诉的，应当予以驳回，并承担法律责任。

23. 终止招标

- 23.1. 如发生终止招标的情况，采购人或者采购代理机构将及时在原公告发布媒体上发布终止公告，以书面形式通知已经获取采购文件的潜在投标人，并将项目实施情况和采购任务取消原因报告管理部门。已经收取采购文件费用或者投标保证金的，将在终止采购活动后5个工作日内，退还所收取的采购文件费用和所收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

第四部分 合同书格式

（附注：本合同为合同的参考文本，合同签订前可根据项目的具体要求进行修订。本合同所有条款均在签订合同时编制，确定合同内容依据为采购文件和投标文件及相关确认文件。项目重要内容可作为附件。）

小洞邻里中心项目·合和广场 招商及销售代理服务合同

甲方：_____

乙方：_____

甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》以及相关法律法规之规定，本着公平合理、互惠互利的原则，经充分协商一致，达成如下合同，以资双方共同遵守。

一、委托物业

“小洞邻里中心项目·合和广场”位于广东省佛山市高明区更合镇合和大道旁，物业分三大板块：宿舍板块、酒店部分及商业广场。其生活配套宿舍项目总建筑面积为27636平方米，商业建筑面积约7630平方米，酒店建筑面积约18200平方米（含地下室）。甲方委托乙方作为独家代理，负责上述三大板块的招商及销售代理工作，以及本项目的商家引进、合同谈判签定等服务事宜。

二、招商及销售代理服务内容

1、招商及销售代理服务期限为2024年7月1日至2025年12月31日止，18个连续自然月。

2、乙方的考核目标为，宿舍、酒店、酒店式公寓及商铺招商率（以下简称“整体招商率”）在签订本合同后14个月内达到80%，其中酒店在2024年7月31日前签订整租合同（最终以甲方发布公告时间为准），商业招商率在2025年3月31日前达到90%，2025年9月30日开铺率达到80%。考核方式为阶段性考核（详见第三条第1项1.5款阶段累计目标招商率考核表）。招商率=签约面积/总招商面积。其中，签约面积是指已签署《租赁合同》的面积，总招商面积在《招商方案》中确定。

3、乙方在合同签订后15日内制作招商及销售相关文件，由甲方审核通过方可生效。

3.1 制作标的项目《定位报告》，根据业态组合及品牌落位方案，制定租决方案，最后汇总形成全过程《招商方案》（包含《招商推广方案》和《工程需求方案》）

和《招商计划》。《招商方案》和《招商计划》经甲方批准后，由乙方执行。

3.2 根据《招商方案》制定《租赁意向书》、《租赁合同》、《认购书》、《房地产买卖合同（预售）》及相关文件，甲方对此文件的起草、变更、终止享有决定权。

3.3 本项目公开发售准备期内（以甲、乙双方书面确认的公开发售计划时间为准）完成项目销售的各项筹备工作，包括项目的销售管理制度、销售团队的组建、完善公开销售期各种销售情况应对预案等，并获得甲方的确认。

3.4 在乙方正式进场销售前，乙方负责完成对本项目销售团队的培训，并根据甲方需求建立本项目销售管理制度。

4、乙方招商执行团队根据《招商方案》按《招商计划》展开招商工作。

4.1 邀约潜在的品牌商户，接待来访商户，从中筛选适合标的项目的商户，确定拟租赁的商铺位置，签署《租赁意向书》。

4.2 协调商户工程人员与甲方工程人员确认商铺需要调改的工程条件。

4.3 代表甲方与商户进行商务谈判，签署商铺《租赁合同》，完成招商工作。

4.4 向已签署《租赁合同》的商户催收合同约定的首笔款，对已签署《租赁意向书》的商户催收意向金，汇总招商专门账户中的收款情况。

4.5 将招商资料交接给甲方的运营管理团队，用于运营管理团队进行商户进场装修、经营的管理工作。

5、乙方成立专门工作组为本项目开展销售工作。

5.1 本项目正式公开发售前，在不违反国家及地方法律、法规、政策的情况下，乙方对本项目进行推广并对意向客户进行调查统计。

5.2 乙方负责接洽客户、市调人员以及交流参观人员。

5.3 乙方负责收集来电来访客户信息，建立来电来访客户档案，向甲方反馈客户意见。

5.4 本项目正式公开发售后，乙方协助甲方与客户签订《认购书》。客户签订《认购书》的同时交纳定金，认购行为按照双方事先共同制订的认购流程执行。

5.5 催促购房客户在《认购书》约定的期限内与甲方签订《房地产买卖合同（预售）》及相关文件，督促购房客户交纳购房款，协助客户在签约时办理贷款相关手续。签约行为按照甲方事先制订的签约流程执行。

5.6 乙方负责管理甲方书面确认的房号销控表，在自有销售渠道范围内组织好楼盘的销售工作。

5.7 在本项目销售过程中，乙方可提供阶段性的销售计划、促销活动计划、推广活动计划等营销方案，并经甲方书面认可后由乙方执行和实施。

5.8 本项目销售期内定期提交销售报告及下阶段销售对策分析，严格做好客户资料的保密，协助督促回笼销售资金，杜绝内部各类炒筹、炒楼行为，配合做好楼盘销售各项的后期服务工作。

三、招商及销售代理服务费用

1、招商季度服务费结算标准

1.1 按照以下标准，甲方每季度首月的5号前支付给乙方当季度招商季度服务费，招商及销售代理服务费用总额合计90万元，此金额包含税费。

季度	时间	季度服务费（万元）
第一季度	2024. 7. 1-2024. 9. 30	18
第二季度	2024. 10. 1-2024. 12. 31	18
第三季度	2025. 1. 1-2025. 3. 31	18
第四季度	2025. 4. 1-2025. 6. 30	12
第五季度	2025. 7. 1-2024. 9. 30	12
第六季度	2025. 10. 1-2025. 12. 31	12

1.2 季度服务费包含：市场调研与分析费、招商策略制定费、宣传推广费、招商团队服务费、客户洽谈与签约费、租赁管理费、后期运营服务费、培训指导费、绩效奖励、行政管理费、税费。

1.3 乙方仅在上述费用内承担1万元以内的营销推广，如营销推广宣传费用超过1万元（由乙方提供支付凭证），应由甲方先行审核同意后，由甲方承担超过一万元的部分，否则与甲方无关。

1.4 甲方暂停项目，暂停期3个月内的部分，甲方按正常季度服务费标准支付暂停期间的季度服务费。甲方暂停项目，暂停期超过3个月的部分，甲方应按正常季度服务费标准的50%支付季度服务费。甲方暂停项目超过6个月以上的，甲乙双方另行商议。

1.5 乙方应在甲方付款前，应开具价税合计金额与应付款金额一致的增值税专用发票给甲方，否则甲方有权拒绝付款。

2、佣金结算标准

阶段	阶段招商时间 (按季度计算)	整体阶段累计目标招商率 (按面积计算, 可以上下浮动 2%)
一	签订本合同后 3 个月内	20%
二	签订本合同后 6 个月内	30%
三	签订本合同后 9 个月内	50%
四	签订本合同后 12 个月内	65%
五	签订本合同后 14 个月内	80%

备注:

1、租赁佣金

1.1 乙方招商成功后, 甲方向乙方支付租赁佣金, 租赁佣金应按该商户免租期后首月租金的 150% 计算, 此金额包含税费, 对于超出既定租金基准的溢价部分, 双方对半分。

1.2 招商成功引进是指商家成功租赁本项目物业并签订相关租赁合同或合作协议并交付租赁或合作押金。

2、销售佣金

2.1 宿舍及酒店式公寓销售佣金: 《房地产买卖合同(预售)》金额的 5%。

2.2 商业销售佣金: 《房地产买卖合同(预售)》金额的 1%。

2.3 甲乙双方每月就包括但不限于已签订《房地产买卖合同(预售)》的单位房号、合同价款、客户名称、销售佣金率、销售佣金数额等信息制作成每月确认清单, 并由双方盖章确认。

3、转介佣金

3.1 若乙方因协助甲方跟进商家合同细节促成签约成功, 甲方给乙方支付首月租金的 100% 作为协助签约的奖励, 完成的面积归属于乙方。

3.2 若乙方因协助第三方渠道跟进商家合同细节促成签约成功, 甲方给乙方支付首月租金的 100% 作为协助签约的奖励, 乙方收到甲方支付的首月租金的 100% 后, 退给第三方渠道首月租金的 50%, 完成的面积归属于乙方。

4、佣金结算方式

4.1 佣金每月结算一次, 乙方需每月 5 日 前向甲方提交上个月的结佣确认表, 经甲方确认无误后, 且乙方应开具价税合计金额与应付款金额一致的增值税专用发票给甲方后 5 个工作日 内支付上月租赁及销售佣金的 60% 乙方账户, 剩余

40%作为考核佣金，乙方不先行开具上述发票的，甲方有权拒绝付款。

4.2 如果乙方在该季度整体招商率达到目标招商率，甲方在该季度次月 10 日前支付考核佣金至乙方账户。如果乙方连续两个季度未达到目标招商率，甲方仅支付 60%的佣金，乙方无权收取考核佣金，后续将不再补发。如乙方在该季度未达到目标招商率的，则甲方给予乙方一个季度宽限期：即如乙方于下一季度达到目标招商率的，乙方有权收取该两个季度的考核佣金，甲方于该下一季度次月 10 日前支付前述两个季度的考核佣金至乙方账户。

4.3 乙方对每个单位以客户签订《房地产买卖合同（预售）》并缴付首期购房款，或以客户签订《租赁合同》并缴付合同约定的首笔款，作为结算佣金的依据。

4.4 当整体招商率达到 80%之后，将不再设考核佣金，甲方在次月 10 日前支付佣金至乙方账户。

4、放弃认购单位的佣金结算

3.1 若客户签署《认购书》之后悔约，乙方不就该单位收取销售佣金，且不计入乙方业绩。若甲方自愿放弃没收客户定金，则该客户认购单位应计入乙方代理销售业绩，。

3.2 如客户在签订正式《房地产买卖合同（预售）》之后解约，不论甲方以何种方式处理有关解约事宜，有关成交仍然用作招商率的计算及销售佣金的结算。

4、放弃认租单位之佣金结算

4.1 已签约客户主动解除《租赁合同》的，乙方不就该单位收取租赁佣金，且不计入乙方业绩。

4.2 甲方主动放弃或延期收取已签约商户的首笔款，或主动与商户解约的，租赁佣金应结算在《租赁合同》原定支付首笔款的月份。

5、若整体招商率在 2024 年 9 月 30 日前达到 100%，甲方以距离 2024 年 9 月 30 日前的完整日历月为基数的 1.5 倍支付月均服务费（即在原基础上的月均服务费上浮 50%）作为激励报酬支付给乙方。

四、甲方权责

1、甲方有权参与乙方在本项目工作中的任意环节，并对有关结果进行审核，及提出改进意见。

- 2、在本合同终止后，甲方如有需要，可请乙方对本合同约定范围内之成果提供说明。
- 3、由甲方原因造成的索赔或损失，及由此而引起的经济和法律费用由甲方自行负责。
- 4、甲方有权根据工作表现或考核情况，要求乙方调整、更换乙方项目小组人员，乙方工作人员有重大工作失误，甲方有权终止合作合同。
- 5、甲方提供商户签约所需的各类证照。
- 6、甲方提供给乙方办公场地，包括必要装修、沙盘等，乙方自行负责办公用品，如电脑、打印机等设备耗材。
- 7、甲方应设置项目负责人，协调甲方相关部门和人员，配合乙方招商团队工作，沟通信息，解决乙方招商团队与甲方配合团队之间的分歧，与乙方项目负责人共同参加工作小组的周例会。
- 8、甲方应设置专门的用印管理员，对乙方提交的按标准文本书写的《租赁意向书》加盖甲方印章，对乙方提交的按标准文本书写的《租赁合同》，根据《招商方案》在不低于该铺位租金标准的情况下，应加盖甲方印章。
- 9、甲方应设置招商专用收款账户，用于收取招商过程中商户交付的意向金和首笔款，甲方应授予乙方对该账户的查询权限。
- 10、甲方应设置工程规划人员，配合招商团队针对商户提出的工程条件进行确认，组织工程调改，根据与商户的《租赁合同》的约定，向商户交付符合条件的商铺。
- 11、甲方应在开业前6个月配备工程物业管理人员和运营管理人员，协调组织商户装修团队入场装修商铺，对接商户运营团队，组织开业筹备工作。
- 12、甲方有权对购房客户给予折扣优惠，甲方享有对违约客户缴纳的相应款项的没收权及退还权，但甲方不论是给予客户折扣或没收、退还客户款项，均不影响乙方依本合同收取约定费用的权利。
- 13、如因乙方原因导致不能履行、不能按时履行本合同义务或出现乙方的行为严重影响甲方商业利益的情况，甲方首先应书面告知乙方并给予乙方14日的整改期，若期满乙方仍未改正，则甲方有权责令乙方停止继续销售本项目，并书面通知乙方终止本合同。

五、乙方权责

- 1、乙方应按合同约定进行项目定位工作，如有特殊情况需变更内容或方式，应在事前报甲方认可。
- 2、乙方每周向甲方汇报工作进度，展示工作成果，接受甲方对招商工作的问询。乙方

现场工作团队和双方的项目负责人，每周召开工作会议对本周工作进行总结、制定下周工作计划。

3、在招商执行过程中，发现招商市场或甲方项目推进等发生变化，致使《招商方案》和《招商计划》无法执行，乙方应中止招商执行，提出《招商方案》和《招商计划》的调整方案，提报给甲方，甲方应在7日内完成确认。确认后，乙方根据新的《招商方案》和《招商计划》继续开展招商工作。同时，调整和确认涉及的其他招商文件。

4、如甲方变更调查内容或方式引致费用增加，可要求甲方支付增加的费用，但在本合同内容下的变更甲方无需支付额外费用。

5、甲方未能按照本合同约定在规定时间内向乙方支付本代理协议规定的相关费用，超过30日未能按照约定支付的，乙方有权终止本合同。

6、乙方必须保守所接触或了解到的甲方的商业秘密，不得泄露。

7、乙方需参与甲方开展的营销推广活动的策划环节与执行环节。

8、乙方需安排6名人员驻场，包括财务专员、招商专员、销售专员、策划专员等，当整体招商率完成80%之后，驻场人员可降低至2人。

8.1 乙方需委派经验丰富并具有相应资历的销售经理负责本项目的销售执行工作，若因工作需要更换销售经理，乙方须提前通知甲方。当乙方销售经理辞职时，乙方应通知甲方并及时安排接替人选。

8.2 相关行业规定须实名认证持证上岗的相关人员应按行业规定持证上岗。

9、本合同项下乙方完成的、以任何载体所体现的工作报告、图表的署名权均归属于乙方，甲方在本项目范围内对此知识成果享有永久使用权及所有权。

10、乙方须按照甲方书面确认的售楼方案进行销售，不得擅自改变计划，任意放盘，不得对甲方提供的《房地产买卖合同（预售）》文件、数据进行任何修改。

11、乙方不得以低于甲方书面认可的价格销售或租赁本项目，不得擅自给客户任何形式的折扣，不得向客户收取未经甲方书面同意的任何费用。

六、廉洁条款

1、乙方应采取措施防止招商团队以商业贿赂手段执行招商工作，或接受商户给予商业贿赂。

2、甲方有权对乙方派驻现场的工作人员进行商业贿赂方面的监督检查，如发现乙方驻场人员有商业贿赂嫌疑，可以通知乙方处理，也可直接向有关机关报告。如将嫌疑线索通知乙方处理，乙方应在调查后向甲方详细报告。

3、对证实存在商业贿赂行为的人员，乙方应立即停止其工作，接受公司行政处理，同时移交有关行政或司法机关。

4、甲方不得向乙方招商团队提供财物或工作机会等形式的商业贿赂。甲方保证在本合同履行期间及合同结束后1年内不雇佣乙方曾在本项目上工作过的招商团队人员。

七、合同解除

1、因招商文件及对其的调整修订，甲、乙双方不能达成一致，任何一方均可解除本合同。因此解除本合同时，按以下方式处理：

1.1 对已招商成功的部分，若达到该季度考核目标，不再设考核佣金，甲方一次性将租赁佣金全额支付给乙方，若未达到该季度考核目标，甲方将扣除该季度的考核佣金，将佣金的60%支付至乙方账户。

1.2 乙方已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还甲方，如甲方有欠付招商季度服务费的情况，甲方一次性支付给乙方。

1.3 乙方将相关资料和工作成果交付甲方，如甲方聘请新的招商代理人，可指令乙方将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

2、乙方出现以下任一行为，甲方有权单方解除本合同。①连续6个月未能达到目标招商率，②商业招商率在2025年3月31日前未达到90%，③商业开铺率在2025年9月30日未达到80%，④酒店招商率在2024年7月31日前未达到100%，⑤出现其他根本违约行为。因此解除本合同时，按以下方式处理：

2.1 对已招商成功的部分，仅支付60%的佣金，甲方无需支付考核佣金。

2.2 乙方已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还甲方，如甲方有欠付招商季度服务费的情况，甲方一次性支付给乙方。

2.3 乙方将相关资料和工作成果交付甲方，如甲方聘请新的招商代理人，可指令乙方将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

2.4 造成甲方实际损失的，应按实赔偿。

3、甲方有下列情况之一时，乙方有权单方解除本合同：（1）甲方暂停项目超过6个月；（2）甲方欠付乙方费用超过30日；（3）甲方调整施工计划、开业时间，手续办理障碍，不按照《工程需求方案》和《招商推广方案》执行的，延迟书面通知乙方超过30日的。因此解除本合同时，按以下方式处理：

3.1 乙方已收取的招商季度服务费，按实际工作期间结算，将多收部分退还甲方，

如甲方有欠付招商季度服务费的情况，甲方一次性支付给乙方。

3.2 乙方将相关资料和工作成果交付甲方，如甲方聘请新的招商代理人，可指令乙方将相关资料和工作成果交接给新的招商代理人。

3.3 对已招商成功的部分，甲方一次性支付前期保留的考核佣金。

4、除本合同约定的解约情况外，任何一方都不得单方解除本合同。

八、违约责任

1、本合同有效期内，所有条款双方应均严格遵照执行，否则违约方要赔偿因此给对方造成的相应损失。

2、本合同执行过程中，如有因不可抗力因素或重大政策影响有关条款之执行的，受影响一方应及时向对方通报，因此而影响履行有关条款的不视为违约。

3、双方协商同意后对本合同的修改、扩充等，应签订补充协议，补充协议在双方签章后与本合同具有同等法律效力。

4、双方对合作过程中的所有相关商业资料均负有保密责任，未经许可，任何一方不得擅自对外发布或提供给第三者。

5、除本合同另有约定，其他情形下任何一方按本合同规定提出解除合同时，需提前 30 天书面通知对方。本合同未尽事宜，双方协商解决。若对本合同或合同执行中产生的冲突双方协商不成的，任何一方均可向项目所在地人民法院起诉。

九、其它

1、本合同一式肆份，经甲、乙双方代表签字盖章后生效，双方各执贰份，具同等法律效力。

2、乙方银行账户信息及甲方开票信息：

乙方银行账户信息如下：

公司全称：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

甲方开票信息如下：

公司全称：_____

纳税人识别号：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

以下无正文，为签字盖章页

甲方：_____ 乙方：_____

甲方代表：

乙方代表：

签约时间： 年 月 日

签约时间： 年 月 日

第五部分 投标文件格式

投标文件

(正本/副本)

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务

投标人名称：_____

日期：_____年_____月_____日

投标资料目录

序号	投标内容	资料所在页码
1		见投标文件第 页
2		见投标文件第 页
3		见投标文件第 页
4		见投标文件第 页
5		见投标文件第 页
6		见投标文件第 页
7		见投标文件第 页
8		见投标文件第 页
.....		

注：投标人可根据评审项目自行设定表格，本表格只作参考。

投标人情况介绍表

单位名称						
地址						
开户银行						
银行账户						
纳税人识别号						
主管部门		法定代表人		职务		
经济类型		授权代表		职务		
邮编		电话		传真		
单位简介及机构设置						
单位优势及特长						
单位概况	注册资本	万元	占地面积			
	职工总数	人	建筑面积			
	资产情况	净资产	万元	固定资产原值	万元	
		负债	万元	固定资产净值	万元	
财务状况	年度	主营收入 (万元)	收入总额 (万元)	利润总额 (万元)	净利润 (万元)	资产负债率

注：1、根据本表内容相应进行文字描述，如单位性质、发展历程、经营规模及服务理念、主营业务、技术力量等。

2、如投标人此表数据或材料有虚假，一经查实，自行承担相关责任。

投标函

佛山市高明区禾亿投资开发有限公司：

依据贵方小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务的投标邀请，我方代表（姓名、职务）经正式授权并代表（投标人名称、地址）提交投标文件正本一份，副本四份。

在此，我方声明如下：

1. 同意并接受采购文件的各项要求，遵守采购文件中的各项规定，按采购文件的要求提供报价。

2. 投标有效期为从提交投标文件的截止之日起 90 天，中标人的投标有效期延续到合同终止日。

3. 我方已经详细地阅读了全部采购文件及其附件，包括澄清及参考文件(如果有的话)。我方已完全清晰理解采购文件的要求，不存在任何含糊不清和误解之处，同意放弃对这些文件所提出的异议和质疑的权利。

4. 我方已毫无保留地向贵方提供一切所需的证明材料。

5. 我方承诺在本次投标文件中提供的一切文件，无论是原件还是复印件均为真实和准确的，绝无任何虚假、伪造和夸大的成分，否则，愿承担相应的后果和法律责任。

6. 我方完全服从和尊重评委会所作的评定结果。

7. 我方确认知悉违反采购活动相关法律法规规定应承担的违法责任。

投标人名称(加盖公章)： _____

投标人法定代表人/负责人（或法定代表人/负责人授权代表）签字： _____

地址： _____

电话： _____ 传真： _____ 电子邮件： _____

开户银行： _____

账号： _____

日期： _____

法定代表人/负责人资格证明书

致佛山市高明区禾亿投资开发有限公司：

_____同志，现任我单位_____职务，为法定代表人/负责人，特此证明。

签发日期：_____ 单位：_____ (盖章)
附：法定代表人/负责人的性别：_____ 年龄：_____ 身份证号码：_____
联系电话：_____
营业执照号码：_____ 经济性质：_____
主营（产）：_____
兼营（产）：_____

说明：1. 法定代表人/负责人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要行政负责人。
2. 内容必须填写真实、清楚、涂改无效，不得转让、买卖。
3. 将此证明书提交对方作为合同附件。

(为避免废标，请投标人务必提供本附件)

身份证复印件相片一面

身份证复印件国徽一面

法定代表人/负责人授权委托书

致佛山市高明区禾亿投资开发有限公司：

兹授权_____同志，为我方签订经济合同及办理其他事务代理人，其权限是：_____。

授权单位：_____（盖章） 法定代表人/负责人_____（签名或盖私章）

签发日期：

附：法定代表人/负责人授权代表的性别：_____ 年龄：_____ 职务：_____

身份证号码：

联系电话：

营业执照号码：_____ 经济性质：_____

主营（产）：

兼营（产）：

- 说明：
1. 法定代表人/负责人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要行政负责人。
 2. 内容必须填写真实、清楚、涂改无效，不得转让、买卖。
 3. 将此证明书提交对方作为合同附件。
 4. 授权权限：全权代表本公司参与上述采购项目的投标响应，负责提供与签署确认一切文书资料，以及向贵方递交的任何补充承诺。
 5. 有效期限：与本公司投标文件中标注的投标有效期相同，自本单位盖公章之日起生效。
 6. 投标签字代表为法定代表人/负责人，则本表不适用。

（为避免废标，请投标人务必提供本附件）

身份证复印件相片一面

身份证复印件国徽一面

关于资格的声明函

致佛山市高明区禾亿投资开发有限公司：

关于贵方小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务投标邀请，本签字人愿意参加投标，如有欺诈、隐瞒事实违法行为，愿接受相关部门的依法处理。

一、我方对其他相关要求作以下承诺：

1. 我方(填“具有”/“不具有”)独立承担民事责任的能力；
2. 我方(填“符合”/“不符合”)法律、行政法规规定的其他条件。
3. 我方(填“没有”/“有”)被列入“失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单。

(注：投标人未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单。(以资格审查期间查询投标人在“信用中国”网站查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料)。)

二、我方按下表要求在本表后附所需资格证明资料(复印件/打印件均加盖投标人公章)，并承诺所提交资料和说明是准确和真实的。

序号	必须提供的资料	该证明材料所在页码
1	具有独立承担民事责任的能力：在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人，投标时提交有效的营业执照(或事业法人登记证或身份证等相关证明)复印件。【本项目允许分支机构参与本项目投标，分支机构参与本项目投标须取得总机构出具给分支机构的授权书，并提供总机构和分支机构的营业执照复印件。】	
2	有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供投标截止日前6个月内(含投标截止时间当月)任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料(如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料)复印件，或提供承诺函(格式见附件《投标人资格信用承诺函》)。	
3	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供下列(1)至(3)项中任一项要求的材料扫描件：(1)提供2023年度的财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，并能清晰显示第三方会计师事务所的印章和注册会计师签字盖章，且能反映审计结论。成立不足一年的单位可以提供成立至投标截止时间止任意一个月的公司财务状况报告。(2)基本开户银行出具的资信证明(要求：提供投标截止日前6个月内(含投标截止时间当月)任意1个月出具的资信证明。如资信证明不能体现基本开户账户的，应另附	

	开户许可证（无开户许可证的，可提供由银行开具的《基本存款账户信息》（公户账户主档）或其他相关证明资料）（3）提供《投标人资格信用承诺函》（详见附件）。	
4	履行合同所必需的设备和专业技术能力：具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料，或提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）。	
5	参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录：提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）重大违法记录，是指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）	
6	投标人未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单。（以资格审查期间采购代理机构查询投标人在“信用中国”网站查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料）。	
7	单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得同时参加本采购项目投标。提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）	
8	投标人为总机构的，须具有有效的房地产经纪机构备案证书。投标人为分支机构的，须具有有效的房地产经纪分支机构备案证书。（提供证书复印件。如投标人所在地实施“一照通行”相关政策，其房地产经纪机构备案或房地产经纪分支机构备案事项以二维码形式集中反映在营业执照上的，可提供扫描二维码后反映的备案事项信息截图，或“信用中国”等系统查询的备案事项页面截图。投标人未完成备案的，投标人必须就取得备案证书事宜提供承诺书，承诺书内容详见附件《备案承诺书》。）	

投标人法定代表人/负责人（或法定代表人/负责人授权代表）签字：

投标人名称(加盖公章)：

日期： 年 月 日

附件：《投标人资格信用承诺函》参考格式

投标人资格信用承诺函

致：（采购人、采购代理机构）

我方参与（项目名称）（项目编号：_____）的采购活动，现承诺如下：

我方具有符合有关法律法规及采购文件资格要求规定：

有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度。

履行合同所必需的设备和技术能力。

参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

我方与其他投标人不存在单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系。

若我方以上承诺不实，自愿承担提供虚假材料谋取中标、成交的法律责任。

承诺单位（全称并加盖公章）：_____

日期：_____

说明：投标人可自行选择是否提供本承诺函及承诺的内容，若不提供本承诺函或承诺相应内容，应按采购文件资格要求提供相应的证明材料。

附件：《备案承诺函》

说明：投标人未完成备案的，投标人必须就取得备案证书事宜提供承诺书。

总机构投标适用：

备案承诺函

致：（采购人、采购代理机构）

我方参与（项目名称）（项目编号：_____）的采购活动，现承诺如下：

我方为总机构投标，我方承诺最迟在签订合同后，人员进场前取得有效的房地产经纪机构备案证书，并将房地产经纪机构备案证书复印件交采购人存档。

如因我方未按要求取得有效的房地产经纪机构备案证书，造成项目无法实施，或造成采购人损失的，我方自愿承担民事责任并赔偿采购人有关损失，采购人有权单方解除合同。

若我方以上承诺不实，我方自愿承担提供虚假承诺谋取中标的法律责任。

承诺单位（全称并加盖公章）：_____

日期：_____

注：不按此内容做出承诺的，视为不满足资格要求。

分支机构投标适用：

备案承诺函

致：（采购人、采购代理机构）

我方参与（项目名称）（项目编号：_____）的采购活动，现承诺如下：

我方为分支机构投标，我方承诺最迟在签订合同后，人员进场前取得有效的房地产经纪分支机构备案证书，并将房地产经纪分支机构备案证书复印件交采购人存档。

如因我方未按要求取得有效的房地产经纪机构备案证书，造成项目无法实施，或造成采购人损失的，我方及总机构自愿承担民事责任并赔偿采购人有关损失，采购人有权单方解除合同。

若我方以上承诺不实，我方及总机构自愿承担提供虚假承诺谋取中标的法律责任。

承诺单位（全称并加盖公章）：_____

日期：_____

注：不按此内容做出承诺的，视为不满足资格要求。

商务服务响应、偏离说明表

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务

序号	采购文件商务条款	投标文件商务条款	是否响应	差异说明

注：上表中所引用的顺序和编号应与采购文件“第二部分 采购项目内容”的“第二章、采购项目需求”的“一、委托物业”至“八、违约责任”内容的要求相一致。投标人在具体的投标内容中应逐条进行响应，可以增加说明或描述性文字。如投标人完全响应，在“是否响应”栏内填“是”，如投标人提供的条款优于招标要求，则填写“正偏离”，如投标人提供的条款低于招标要求，则填写“负偏离”。投标人如没有对采购文件条款的响应情况进行填写即为不响应该采购文件条款。投标文件与采购文件的任何差异之处，均应按本表格式在“差异说明”栏中逐一说明，优于招标要求的，可提供相关证明资料。实质性条款如不响应或负偏离的，将导致投标无效。

投标人法定代表人/负责人（或法定代表人/负责人授权代表）签字：_____

投标人名称(加盖公章)：_____

日期： 年 月 日

服务方案

- (1) 调研与分析
- (2) 项目核心问题分析
- (3) 核心策略
- (4) 主体定位
- (5) 主题策略
- (6) 整体招商率目标实现总体方案
- (7) 宿舍板块的目标客群及策略思路
- (8) 酒店板块的目标客群及策略思路
- (9) 商业广场板块的目标客群及策略思路
- (10) 全程营销策划实施方案

.....

服务团队情况

承诺函

内容格式自拟

投标人法定代表人/负责人（或法定代表人/负责人授权代表）签字：_____

投标人名称(加盖公章)：_____

日期： 年 月 日

人员情况介绍

内容格式自拟

投标人法定代表人/负责人（或法定代表人/负责人授权代表）签字：_____

投标人名称(加盖公章)：_____

日期： 年 月 日

评分所需或其他投标人认为须提交的资料

注：所提交的复印件/打印件必须加盖投标人公章。

附件一 评审细则

评审细则

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商
及销售代理服务

一. 说明

1. 概述

根据相关法律法规的精神，在保证小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务（以下简称项目）公开招标、公平、公正的基础上，结合项目的技术和商务需求，制定本评审细则，内容包括本次评标的评审过程和方法。

2. 定义

采购人：佛山市高明区禾亿投资开发有限公司。

采购代理机构：广东宏正工程咨询有限公司。

3. 评标委员会组成

评标由采购代理机构依相关法律、法规、规章、政策的规定组建的评标委员会负责。评标委员会成员由采购人代表（如有）和（技术、经济等）方面的评审专家组成，采购人代表人数、专家人数及专业构成按相关规定确定。评标委员会专家成员依法从采购专家库中随机抽取。

二. 评标须知

1. 关于评标纪律

（1）评标委员会成员不得与任何投标人或者与招标结果有利害关系的人进行私下接触，不得收受投标人、中介人、其他利害关系人的财物或者其他好处；

（2）评委应本着客观、公正的原则独立给出评价意见；

（3）评委之间不得相互串通进行评分；

（4）评委不得试图影响其他评委的评价意见。

2. 关于评标责任

（1）评委应在其书面评审意见上签字确认；

（2）评委对其所提出的评审意见承担个人责任。

（3）评标委员会成员不得参加开标活动。

3. 关于回避

有下列情形之一的，不得担任评标委员会成员，如事先不知情的，应在宣读投标人名单及评标纪律后主动提出回避：

- (1) 是投标人或者投标人主要负责人的近亲属；
- (2) 是该投标人的项目主管部门或是该投标人的行政监督部门的人员；
- (3) 与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；
- (4) 曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。

4. 关于保密

评标委员会成员和与评标活动有关的工作人员不得透露对投标文件的评审、中标候选人推荐情况以及评标有关的其他情况。

前款所称与评标活动有关的工作人员，是指评标委员会成员以外的因参与评标监督工作或者事务性工作而知悉有关评标情况的所有人员。

三. 评标原则

评标工作应遵循“公平、公正、科学、择优”的原则。

评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。

四. 开标

1. 递交投标文件时间截止后，采购代理机构或采购人宣布投标文件递交情况。
2. 采购人在《投标邀请函》中规定的日期、时间和地点组织公开开标。开标由采购人或者采购代理机构主持，邀请投标人参加。
3. 开标时，经确认投标文件的密封情况后，由采购人或者采购代理机构工作人员当众拆封，宣布投标人名称和采购文件规定的需要宣布的其他内容。
4. 投标人不足3家的，不开标，且将密封投标文件退还给投标人。
5. 开标过程由采购人或者采购代理机构负责记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认后随采购文件一并存档。

6. 投标人代表对开标过程和开标记录有疑义，可在中标公告发出之日起向采购人或者采购代理机构提出询问。投标人代表认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当在递交投标文件时提出回避申请，采购人、采购代理机构应当及时处理。

7. 投标人代表未参加开标视同认可开标结果。

8. 在评审过程中评标委员会认为如有必要，投标人代表必须按规定时间和要求内到达评审现场处理投标相关事宜，其现场所签署确认的文件均代表投标人的真实意愿和决定，并作为投标文件的补充内容具有不可撤销更改的法律效力。

五. 资格审查

评标委员会应当依法对投标人的资格进行审查。评标委员会主要审查投标人资格是否符合采购文件要求，若合格的投标人不足3家的，不再进行下一阶段的评审工作。资格审查标准详见《附件1 资格审查标准》。

六. 符合性检查

1. 评标委员会对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足采购文件的实质性要求。符合性审查标准详见《附件2 符合性审查标准》。

2. 投标人存在下列情况之一的，投标无效：

- ① 投标文件未按采购文件要求签署、盖章的；
- ② 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- ③ 法律、法规和采购文件规定的其他无效情形。

3. 在评标过程中发现投标人有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

- ① 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- ② 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- ③ 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；
- ④ 不同投标人的投标文件相互混装；

4. 对于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，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

5. 投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代 表人或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正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。

6. 投标截止后投标人不足 3 家或者通过资格审查或符合性审查的投标人不足 3 家的，除采购任务取消情形外，按照以下方式处理：

① 采购文件存在不合理条款或者招标程序不符合规定的，采购人、采购代理机构改正后依法重新招标；

② 采购文件没有不合理条款、招标程序符合规定，需要采用其他采购方式采购的，采购人应当依法报管理部门批准。

七、综合评审与评价

1. 本次招标的评标方法采用综合评分法。

2. 评标委员会应当按照采购文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合评审与评价。

3. 评标时，评标委员会各成员应当独立对每个投标人的投标文件进行评价，并汇总每个投标人的得分。

4. 评分应考虑到投标文件与采购文件之间的细微偏差。细微偏差是指投标文件在实质上响应采购文件要求，但在个别地方存在漏项或者提供了不完整的技术信息和数据等情况，并且补正这些遗漏或者不完整不会对其他投标人造成不公平的结果。细微偏差不影响投标文件的有效性。在详细评审时对细微偏差做不利于该投标人的量化。

评审因素内容详见《附件 3 评分标准》（计算得分均保留小数点后 2 位，第 3 位四舍五入）

5. 评标结果按评审后综合得分由高到低顺序排列。综合得分相同的并列。投标文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人。中标候选人并列的，采取随机抽取的方式确定。

6. 评标结果汇总完成后，除下列情形外，任何人不得修改评标结果：

① 分值汇总计算错误的；

② 分项评分超出评分标准范围的；

③ 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的；

④ 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

评标报告签署前，经复核发现存在以上情形之一的，评标委员会应当当场修改评标结果，并在评标报告中记载；评标报告签署后，采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的，应当组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，

书面报告上级管理部门。

投标人对本条第一款情形提出质疑的，采购人或者采购代理机构可以组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，应当书面报告上级管理部门。

7. 评标委员会发现采购文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者采购文件内容违反国家有关强制性规定的，应当停止评标工作，与采购人或者采购代理机构沟通并作书面记录。采购人或者采购代理机构确认后，应当修改采购文件，重新组织采购活动。

八. 定标和授标

1. 采购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。

2. 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。

3. 采购人在收到评标报告 5 个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

4. 采购人或者采购代理机构应当自中标人确定之日起 2 个工作日内，在指定的媒体上公告中标结果。

九. 附件

附件 1 资格审查标准

附件 2 符合性审查标准

附件 3 评分标准

附件 1 资格审查标准

评审内容	采购文件要求
<p>准入条件 (关于资格的声明函)</p>	<p>1、具有独立承担民事责任的能力：在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人，投标时提交有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明）复印件。【本项目允许分支机构参与本项目投标，分支机构参与本项目投标须取得总机构出具给分支机构的授权书，并提供总机构和分支机构的营业执照复印件。】</p> <p>2、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供投标截止日前6个月内（含投标截止时间当月）任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料）复印件，或提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）。</p> <p>3、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供下列（1）至（3）项中任一项要求的材料扫描件：（1）提供2023年度的财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，并能清晰显示第三方会计师事务所的印章和注册会计师签字盖章，且能反映审计结论。成立不足一年的单位可以提供成立至投标截止时间止任意一个月的公司财务状况报告。（2）基本开户银行出具的资信证明（要求：提供投标截止日前6个月内（含投标截止时间当月）任意1个月出具的资信证明。如资信证明不能体现基本开户账户的，应另附开户许可证（无开户许可证的，可提供由银行开具的《基本存款账户信息》（公户账户主档）或其他相关证明资料））（3）提供《投标人资格信用承诺函》（详见附件）。</p> <p>4、履行合同所必需的设备和专业技术能力：具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料，或提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）。</p> <p>5、参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录：提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）重大违法记录，是指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）</p> <p>6、投标人未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单。（以资格审查期间采购代理机构查询投标人在“信用中国”网站查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料）。</p> <p>7、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得同时参加本采购项目投标。提供承诺函（格式见附件《投标人资格信用承诺函》）</p> <p>8、本项目不接受联合体投标。（以联合体身份提交投标文</p>

	<p>件参与投标的，即视为不符合资格要求)</p> <p>9、投标人为总机构的，须具有有效的房地产经纪机构备案证书。投标人为分支机构的，须具有有效的房地产经纪分支机构备案证书。（提供证书复印件。如投标人所在地实施“一照通行”相关政策，其房地产经纪机构备案或房地产经纪分支机构备案事项以二维码形式集中反映在营业执照上的，可提供扫描二维码后反映的备案事项信息截图，或“信用中国”等系统查询的备案事项页面截图。投标人未完成备案的，投标人必须就取得备案证书事宜提供承诺书，承诺书内容详见附件《备案承诺书》。）</p>
--	--

注：所提交的资格证明材料、承诺必须满足“关于资格的声明函”的要求。

附件2 符合性审查标准

评审内容	采购文件要求
投标函	按对应格式文件填写、签署、盖章(原件)
法定代表人/负责人授权委托书	按对应格式文件签署、盖章(原件)
商务服务要求	响应采购文件中的服务部分的实质性条款。
其他	法律、法规和采购文件规定的其他无效情形。

附件3 评分标准

评审内容	内容	评审因素	单项满分
服务商务综合评分 (100分)	同类项目业绩	<p>2021年1月1日至投标截止时间前（以合同签订时间为准），投标人独立承担过同类项目（内容包含招商代理服务，且招商物业面积$\geq 20000\text{ m}^2$）业绩，每提供一个业绩得3分，满分15分。</p> <p>【注：提供合同关键页复印件（须包括项目名称、项目金额、合同签订时间、项目主要内容和双方盖章页），以及验收合格证明材料扫描件。不提供或提供不足或未能有效反映评审内容的，该业绩不计入核算范围。】</p>	15
	调研与分析	<p>根据投标人对宏观市场环境、区域市场环境、市场供求关系的调研与分析进行评审：</p> <p>1、调研与分析充分贴合本项目需求，且全面、透彻、重点突出。得5分。</p> <p>2、调研与分析较一般性、仅列数据，基本贴合本项目需求。得3分。</p> <p>3、调研与分析较简单、数据不全，未能贴合本项目需求。得1分。</p> <p>注：没有调研与分析的，不得分。</p>	5
	项目核心问题分析	<p>对项目核心问题的分析进行评审：</p> <p>1、分析内容完整、全面、条理清晰，分析问题要点专业性及针对性强。得10分。</p> <p>2、分析内容完整、较全面，分析问题要点有一定的专业性及针对性。得7分。</p> <p>3、分析内容不齐全，分析问题要点简单，专业性及针对性尚可。得4分。</p> <p>注：没有项目核心问题分析内容的，不得分。</p>	10
	核心策略	<p>针对本项目进行的核心策略进行评审：</p> <p>1、核心策略内容完整、全面、条理清晰，专业性及针对性强。得10分。</p> <p>2、核心策略内容完整、较全面，有一定的专业性及针对性。得7分。</p> <p>3、核心策略内容不齐全，要点简单，专业性及针对性尚可。得4分。</p> <p>注：没有核心策略内容的，不得分。</p>	10
	主体定位	<p>针对本项目进行的主体定位进行评审：</p> <p>1、主体定位内容完整、全面、条理清晰，专业性及针</p>	10

		<p>对性强。得 10 分。</p> <p>2、主体定位内容完整、较全面，有一定的专业性及针对性。得 7 分。</p> <p>3、主体定位内容不齐全，要点简单，专业性及针对性尚可。得 4 分。</p> <p>注：没有主体定位内容的，不得分。</p>	
	主题策略	<p>针对本项目进行的主题策略进行评审：</p> <p>1、主题策略内容完整、全面、条理清晰，专业性及针对性强。得 5 分。</p> <p>2、主题策略内容完整、较全面，有一定的专业性及针对性。得 3 分。</p> <p>3、主题策略内容不齐全，要点简单，专业性及针对性尚可。得 1 分。</p> <p>注：没有主题策略内容的，不得分。</p>	5
	整体招商率目标实现总体方案	<p>整体招商率目标实现总体方案（包括但不限于定价建议、优惠政策建议、商家引进的资源优势等）进行评审：</p> <p>1、方案内容完整完善、描述详细、清晰、严谨，满足采购需要，切合本项目实际，可行性强，合理性高，逻辑性高。得 10 分。</p> <p>2、方案内容较完整、描述详细，基本满足采购需要，基本切合本项目实际，有一定的可行性、合理性及逻辑性。得 7 分。</p> <p>3、方案内容不完整、描述简单，基本满足采购需要，切合本项目实际程度低，可行性、合理性及逻辑性低。得 4 分。</p> <p>注：没有整体招商率目标实现总体方案的，不得分。</p>	10
	宿舍板块的目标客群及策略思路	<p>对宿舍板块的目标客群及策略思路及建议：</p> <p>1、该板块目标客群及策略思路内容完整完善、描述详细、清晰、严谨，满足采购需要，切合本项目实际，可行性强，合理性高，逻辑性高。得 10 分。</p> <p>2、该板块目标客群及策略思路内容较完整、描述详细，基本满足采购需要，基本切合本项目实际，有一定的可行性、合理性及逻辑性。得 7 分。</p> <p>3、该板块目标客群及策略思路内容不完整、描述简单，基本满足采购需要，切合本项目实际程度低，可行性、合理性及逻辑性低。得 4 分。</p> <p>注：没有宿舍板块的目标客群及策略思路内容的，不</p>	10

		得分。	
酒店板块的目标客群及策略思路	对酒店板块的目标客群及策略思路及建议： 1、该板块目标客群及策略思路内容完整完善、描述详细、清晰、严谨，满足采购需要，切合本项目实际，可行性强，合理性高，逻辑性高。得10分。 2、该板块目标客群及策略思路内容较完整、描述详细，基本满足采购需要，基本切合本项目实际，有一定的可行性、合理性及逻辑性。得7分。 3、该板块目标客群及策略思路内容不完整、描述简单，基本满足采购需要，切合本项目实际程度低，可行性、合理性及逻辑性低。得4分。 注：没有酒店板块的目标客群及策略思路内容的，不得分。		10
商业广场板块的目标客群及策略思路	对商业广场板块的目标客群及策略思路及建议： 1、该板块目标客群及策略思路内容完整完善、描述详细、清晰、严谨，满足采购需要，切合本项目实际，可行性强，合理性高，逻辑性高。得5分。 2、该板块目标客群及策略思路内容较完整、描述详细，基本满足采购需要，基本切合本项目实际，有一定的可行性、合理性及逻辑性。得3分。 3、该板块目标客群及策略思路内容不完整、描述简单，基本满足采购需要，切合本项目实际程度低，可行性、合理性及逻辑性低。得1分。 注：没有商业广场板块的目标客群及策略思路内容的，不得分。		5
全程营销策划实施方案	对全程营销策划实施方案（包括但不限于时间、活动主题、推广媒体、活动内容的初步计划等）进行评审： 1、方案内容完整完善、描述详细、清晰、严谨，满足采购需要，切合本项目实际，可行性强，合理性高，逻辑性高。得5分。 2、方案内容较完整、描述详细，基本满足采购需要，基本切合本项目实际，有一定的可行性、合理性及逻辑性。得3分。 3、方案内容不完整、描述简单，基本满足采购需要，切合本项目实际程度低，可行性、合理性及逻辑性低。得1分。 注：没有全程营销策划实施方案的，不得分。		5
服务团	对投入本项目的服务团队情况进行评审：		5

队情况	<p>1、投标人承诺团队驻场人数满足项目要求6人。其中，投入的销售经理、财务专员、招商专员、策划专员有提供详细的专业背景介绍，以及有详细的专业特长与成功业绩介绍。能明显体现团队人员投入切合本项目实际，人员专业性强。得5分。</p> <p>2、投标人承诺团队驻场人数满足项目要求6人。其中，投入的销售经理、财务专员、招商专员、策划专员有提供简单的专业背景介绍，以及有简单的专业特长与成功业绩介绍。能基本体现团队人员投入符合本项目实际，人员有一定专业性。得3分。</p> <p>2、投标人承诺团队驻场人数满足项目要求6人。其中，投入的销售经理、财务专员、招商专员、策划专员只有简单的履历介绍。难以体现团队人员投入符合本项目实际，难以体现人员专业性。得1分。</p> <p>注：提供承诺团队驻场人数满足项目要求6人的承诺函（格式自拟），提供销售经理、财务专员、招商专员、策划专员的人员介绍（如专业背景、专业特长与成功业绩等），且提供递交投标文件截止日前6个月内（含递交投标文件截止日当月）任意1个月投标人为上述人员缴纳社保证明文件或劳动合同或聘用合同复印件。提供的证明材料未能有效证明上述要求的，不得分。投标人不承诺团队人数满足项目要求6人的，不得分。</p>	
-----	---	--

附件二 外包装封面参考格式

投标文件 / 开标一览表 / 投标文件电子版

项目编号：GZT-240464

项目名称：小洞邻里中心项目·合和广场招商及销售代理服务

投标人名称：_____

投标人地址：_____

联系电话：_____

在 2024 年 6 月 27 日 9 时 30 分之前不得启封

注：以上“投标文件/开标一览表/投标文件电子版”标记的位置，根据“投标文件”、“开标一览表”、“投标文件电子版”实际内容分别标记于不同信封或文件袋中。