

# 采购项目： 望云轩项目包销服务采购项目

项目编号： AHBZ2025-06

## 公开招标文件

采购人： 宿州云清置业有限公司（盖章）

代理机构： 安徽博志项目管理有限公司（盖章）

监督部门： 宿州华瑞天成置业有限公司

2025 年 07 月

# 目录

招标文件第一部分（专用部分）	4
第一章 招标公告	4
一、项目基本情况	4
二、申请人的资格要求：	4
三、获取招标文件	6
四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点	6
五、公告期限	6
六、其他补充事宜	6
七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。	7
第二章 投标人须知前附表	8
第三章 货物服务需求一览表	11
一、服务需求	11
二、商务要求	11
第四章 评标办法（综合评分法）	18
一、评标原则	18
二、评审办法	18
三、评审程序	18
四、资格性审查表	19
五、符合性审查表	21
六、评分办法	22
招标文件第二部分（通用部分）	24
第五章 投标人须知	24
一、总    则	24
二、招标文件	25
三、投标文件	27
四、投标	29
五、开标	30

六、评标 .....	30
七、定标和授予合同 .....	32
八、质疑与投诉 .....	33
九、投标人须知的补充与修改 .....	34
第六章 采购合同（服务类供参考） .....	34
一、合同条款前附表 .....	34
二、合同条款 .....	35
三、合同格式 .....	39
四、合同特殊条款 .....	41
第七章 投标文件格式 .....	42
一、投标函 .....	43
二、开标一览表 .....	44
三、服务分项报价表（服务类） .....	45
四、项目要求响应情况表（服务类） .....	46
五、商务要求响应情况表 .....	47
六、本项目实施方案 .....	48
七、资格证明文件格式 .....	49
一、营业执照 .....	50
二、税务登记证 .....	50
三、法定代表人授权委托书 .....	50
四、法定代表人身份证明书 .....	51
五、财务状况 .....	52
六、依法缴纳税收 .....	53
七、依法缴纳社会保障资金 .....	54
八、具备履行合同所必须的设备和专业技术能力 .....	55
九、书面声明 .....	56
十、招标文件规定的其他材料 .....	57

## 招标文件第一部分（专用部分）

### 第一章 招标公告

#### 项目概况

望云轩项目包销服务采购项目 招标项目的潜在投标人应在安徽博志项目管理有限公司获取招标文件，并于2025年 月 日 点分（北京时间）前提交投标文件。

#### 一、项目基本情况

项目编号：AHBZ2025-06

项目名称：望云轩项目包销服务采购项目

预算金额：1300 万元

最高限价：1300 万元

采购需求：望云轩项目包销服务采购项目概况：望云轩项目占地 4.1 万方，容积率 2.0，计容建筑面积 8.3 万方，总建筑面积 11.6 万方；其中，可售物业包括住宅建筑面积约 8 万平米（669 套），社区商业建筑面积约 0.09 万 m<sup>2</sup>。本次望云轩项目包销服务为望云轩项目包销服务采购项目。

合同履行期限：自合同签订之日起 1 年。

本项目不接受联合体投标。

#### 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：

3. 本项目的特定资格要求：供应商（含不具有独立法人资格的分  
公司、不含具备独立法人资格的子公司）存在以下不良信用记录情形  
之一，不得推荐为中标候选人，不得确定为中标人：

（1）供应商被人民法院列入失信被执行人的；

（2）供应商或其法定代表人或拟派项目经理（项目负责人）被  
列入行贿犯罪档案的；

（3）供应商被市场监督管理局列入企业经营异常名录的；

（4）供应商被税务部门列入重大税收违法案件当事人名单的；

（5）供应商被政府采购监管部门列入政府采购严重违法失信行  
为记录名单的。

以上情形第（1）（3）（4）（5）以“信用中国”  
（<http://www.creditchina.gov.cn>）、“信用宿州”  
（<http://credit.ahsz.gov.cn/cms/infoPublicity/toInfoHongHeiMd.action>）或其他指定媒介[国家税务总局网站  
（[www.chinatax.gov.cn](http://www.chinatax.gov.cn)）、中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）、  
国家企业信用信息公示系统网站（[www.gsxt.gov.cn](http://www.gsxt.gov.cn)）]发布的为准，  
查询截止时点为采购响应递交截止时间。

情形（2）由供应商提供无行贿犯罪记录承诺函。

### 三、获取招标文件

时间：2025 年 月 日至 2025 年 月 日（提供期限自本公告发布之日起不得少于 5 个工作日），每天上午8:00 至 11:30，下午14:30 至 17:30（北京时间，法定节假日除外）

地点：网上获取。

方式：潜在供应商，将营业执照、授权委托书扫描件（含有项目名称、委托代理人联系电话、邮箱）发送至 3989231578@qq.com 并电话（19055700003）告知，审核后并收到电子版招标文件后视为获取递交投标文件资格；未按上述要求执行的潜在供应商递交投标文件将被拒收。

售价：每套人民币 0 元整，招标文件售后不退。

### 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

2025 年 月 日 点 分（北京时间）（自招标文件开始发出之日起至投标人提交投标文件截止之日止，不得少于 20 日）

地点：宿州市埇桥区恒丰城东新城 B 区 3 栋 2703。

### 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

/

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名称： 宿州云清置业有限公司

地址： 安徽省宿州市高新区华瑞科技园 3#5 楼

联系方式： 曹志有 18325770855

2. 采购代理机构信息（如有）

名称： 安徽博志项目管理有限公司

地址： 宿州市埇桥区恒丰城东新城 B 区 3 栋 2703

联系方式： 19055700003

3. 项目联系方式

项目联系人： 宋鑫

电话： 19055700003

## 第二章 投标人须知前附表

序号	内 容	
1	项目名称	望云轩项目包销服务采购项目
2	项目编号	AHBZ2025-06
3	采 购 人	名称：宿州云清置业有限公司 地址：安徽省宿州市高新区华瑞科技园 3#5 楼 联系人：曹志有 联系方式：18325770855
4	代理机构	名称：安徽博志项目管理有限公司 地址：宿州市埇桥区恒丰城东新城 B 区 3 栋 2703 联系人：宋 鑫 联系方式：19055700003
5	采购内容和预算	详见招标公告
6	项目类别	（ 货 物类
		<input type="checkbox"/> 单一产品采购 <input type="checkbox"/> 非单一产品采购，其中标 符号的为核心产品
		<input checked="" type="checkbox"/> 服务类
7	评审办法	<input checked="" type="checkbox"/> 综合评分法 <input type="checkbox"/> 有效最低价
8	中标人个数	1 个
9	招标文件的澄清和修改	详见“第五章 11、招标文件的澄清和修改”
10	招标文件的质疑和答复	详见“第五章 12、招标文件的质疑和答复”
11	投标人资格要求	详见招标公告

12	投标保证金	<p>投标保证金： 0 万元。</p> <p>按照《关于进一步规范政府采购管理支持企业发展的通知》（宿财购 [2021]48 号）执行，政府采购货物、服务以及以非招标方式开展的政府采购工程项目，一律免收投标（响应）保证金。</p>
13	投标保证金到账截止时间	<p>投标保证金到账截止时间与提交投标文件截止时间、开标时间一致。（电子保函推送至电子交易服务平台时间视同保证金到账时间）</p>
14	投标文件份数	<p>一正四副，电子版一份；磋商响应文件正本、副本封面标有“正本”或“副本”字样，分开胶装装订，密封封装在一个封套内，密封袋上标明项目名称、项目编号、所投包号及包名（如果项目分有多个包）、供应商全称。电子版投标文件（U 盘，需加盖公章）应包含纸质版投标文件所有内容。密封随纸质版文件一起密封。</p> <p>注意：在递交投标文件时投标人法定代表人应携带法定代表人证明原件及本人身份证（或委托代理人携带法定代表人的授权委托书原件及委托代理人身份证）参加开标会。不能提供的，采购人将拒绝接收投标文件。</p>
15	投标文件格式	详见第七章
16	服务期	自合同签订之日起 1 年
19	投标截止时间和开标时间	详见招标公告
20	投标文件提交地点	详见招标公告
21	投标有效期	开标后 60 天
22	公告公示媒介	<p>全国公共资源交易平台（安徽省·宿州市）（网址：<a href="http://ggzyjy.ahsz.gov.cn">http://ggzyjy.ahsz.gov.cn</a>）</p>

25	其它	<p>本项目采购代理服务费：按照代理合同约定支付，评审费据实结算，由中标人支付；</p> <p>(1) 收费对象：<input type="checkbox"/>采购人 <input checked="" type="checkbox"/>成交供应商</p> <p>(2) 收取方式：采购代理服务费以汇款形式支付</p> <p>(3) 成交候选供应商被确定为成交供应商后，须在领取成交通知书之日起3个工作日内向代理公司支付采购代理服务费。</p> <p>(4) 成交供应商须在以下账户交纳采购代理服务费：</p> <p>账户名：安徽博志项目管理有限公司</p> <p>开户行：中国银行股份有限公司宿州埇桥支行</p> <p>账号：184263064981</p>
----	----	---

## 第三章 货物服务需求一览表

### 一、服务需求

#### 第一项、项目概述

##### （一）项目基本信息

望云轩项目作为招标人开发建设项目，位于宿州市高新区拂晓大道与北三环交口东南角，项目规划总用地面积达 4.1 万方，规划建设指标严格遵循城市建设规范，容积率为 2.0，计容建筑面积 8.3 万方，总建筑面积 11.6 万方。项目整体建筑规划融合现代建筑理念与居住需求，旨在打造区域标杆性人居与商业综合项目。

##### （二）可售物业详情

**1、住宅部分：**可售住宅建筑面积约 8 万平米，共计 669 套房源，涵盖多种户型结构，满足不同客群的居住需求。户型设计科学合理，注重空间利用与居住舒适度，从单身公寓到改善型大户型均有布局，为销售提供丰富选择。

**2、社区商业部分：**社区商业建筑面积约 0.09 万 $m^2$ ，商业规划涵盖日常生活配套业态，旨在服务社区居民及周边消费群体，具有较强的投资与经营价值。

#### 第二项、采购服务内容

##### （一）包销服务定义

本次采购的包销服务，是指招标人将望云轩项目指定房源以明确约定的底价交付于中标人（包销单位），中标人须以招标人名义，依据房地产销售相关法律法规及行业规范，按照不低于招标人设定底价的价格标准，面向市场开展房源销售活动。销售过程中产生的实际销售价格超出底价的溢价部分，将作为中标人开展包销服务的利润来源。

## （二）包销房源范围

**1、首期指定房源：**本次包销首期暂定房源为 3#、5#、8# 楼剩余可售房源，具体房源明细以招标人向中标人提供的《望云轩项目包销房源清单》为准。清单内容包含但不限于房源房号、建筑面积、户型结构、招标人设定的底价等关键信息。

**2、后续房源加推：**后续房源加推将根据项目实际销售进度、市场行情变化及招标人整体销售策略综合评估确定。若需加推其他楼栋房源，招标人将以书面形式提前 15 个工作日向中标人发出通知，按照本次招标确定的包销底价重新签订补充协议明确新增房源的销售周期等相关条款。

**3、包销基准单价：**按照高层（11F 以上）\_\_\_元/平米，洋房（11F 及以下）\_\_\_元/平米。

**4、报价方式：**投标人按照包销基准单价报下浮率。

**5、销售策略：**投标人可参考现行项目的销售策略。

## （三）销售实施要求

**1、销售流程规范：**中标人在开展销售活动前，须制定详细的《望云轩项目包销销售执行方案》，报招标人审核备案。方案应涵盖销售团队组建与培训计划、销售渠道拓展策略、销售价格策略、销售进度安排、营销活动策划等内容。销售过程中，中标人需严格按照经招标人审核通过的方案执行，不得擅自变更销售策略与流程。

**2、销售价格管理：**中标人对外销售房源价格不得低于招标人设定的底价，若因市场特殊情况需对销售价格进行调整，须提前向招标人提交书面申请，说明价格调整原因、调整幅度及预期影响，经招标人书面审批同意后方可执行。中标人应建立完善的价格管控机制，防止出现低价倾销或价格欺诈等损害招标人品牌形象与市场秩序的行为。

**3、销售合同管理：**所有房源销售合同均须使用招标人提供的标准合同模板，合同条款内容不得擅自修改。销售合同签订前，中标人需将拟签订合同提交招标人进行合规性审查，经招标人确认无误并加盖公章后，方可与购房客户签订。销售合同签订后，中标人应在 3 个工作日内将合同原件移交招标人存档，并同步提交合同电子文档备案。

### 第三项、项目保证金条款

**金额规定：**本项目保证金金额为人民币陆拾万元整（¥ 600,000.00），中标人须严格按照此固定金额缴纳，多缴或少缴均视为无效缴纳。具体缴纳形式、缴纳时间及退还方式双方签订合同时予以明确。

### 第四项、推广费用结算标准

#### （一）费用提取规则

推广费用以当月成交房源的招标人设定底总价为计算基数，根据当月成交套数实行阶梯式提取比例，具体标准如下：

月度成交套数	推广费提取比例（按成交总额底总价计算）
1 - 9 套	1%
10 套及以上	2%

#### （二）业绩补全与费用结算

**1、业绩补全机制：**若乙方在某一月度超额完成销售任务（即当月成交套数达到或超过 10 套），可对前期未完成销售任务月份（即当月成交套数不足 10 套）的推广费用进行差额补足。具体计算方式为：将前期未达标月份的成交房源按 2% 比例重新计算推广费用，扣除已按 1% 提取的费用后，差额部分由甲方在乙方超额完成任务当月的推广费用结算时一并补足。

#### **2、费用结算周期与流程：**

结算周期：推广费用按月进行结算，结算周期为每月 1 日至当月最后一日。

请款申请及审核：乙方每月 20 日前将本月销售并网签完毕且全款到账的房源的推广费用提交至甲方处核对，甲方应在月底前根据乙方所提交的明细清单进行核对完毕，申请材料包括但不限于《望云轩项目推广费用结算明细表》（需列明成交房源房号、成交底总价、应提取推广费用金额等信息）、销售合同复印件、购房客户付款凭证复印件等。若审核发现问题，甲方将及时通知乙方进行修正，乙方应在收到通知后 3 个工作日内完成整改并重新提交请款申请。

支付：甲方在审核完乙方请款申请，并收到合法合规发票后，于次月 15 日前将推广费用以银行转账方式支付至乙方指定账户。

## 第五项、乙方团队配置要求

### （一）团队人员构成与职责

**1、营销经理（1 名）**：需具备 [3] 年以上房地产项目营销管理经验，持有房地产经纪职业资格证书（或相关专业高级证书）。全面负责项目销售团队管理、销售计划制定与执行、销售目标达成、与甲方及相关部门沟通协调等工作，确保项目销售工作顺利推进。

**2、置业顾问（5 名）**：具有 [3] 年以上房地产销售经验，熟悉房地产销售流程与市场动态。负责接待客户咨询、带看房源、讲解项目优势、促成交易、协助客户办理购房手续等销售一线工作，完成个人及团队销售任务指标。

**3、策划（1 名）**：具备 [3] 年以上房地产营销策划经验，熟悉房地产市场推广策略与活动策划流程。负责制定项目整体营销策划方案、推广活动策划与执行、市场调研与分析、推广素材创意构思等工作，提升项目市场知名度与销售转化率。

**4、渠道负责人（1 名）**：拥有 [3] 年以上房地产渠道拓展与管理经验，具备丰富的渠道资源。负责项目销售渠道开发与维护、渠道合作商管理、渠道销售业绩考核与激励等工作，拓展多元化销售渠道，提高项目销售业绩。

**5、自媒体网红直播（1 名）**：具有 [3] 年以上自媒体运营或直播带货经验，在房地产领域或相关领域拥有一定粉丝基础与影响力。负责通过自媒体平台（如抖音、快手、微

信视频号等)开展项目直播推广活动,制作发布项目宣传短视频,吸引潜在客户关注,提升项目线上曝光度。

**6、设计(1名):**具备[3]年以上房地产广告设计经验,熟练掌握 Photoshop、Illustrator 等设计软件。负责项目宣传物料设计(如海报、楼书、户型图、围挡广告等)、线上推广素材设计、活动现场氛围设计等工作,确保项目宣传视觉形象统一、美观且符合项目定位。

## (二) 驻场与考勤管理

**1、驻场要求:**营销经理、置业顾问、策划、渠道负责人须常驻项目现场办公,工作时间与招标人项目现场办公时间保持一致,具体作息时间以招标人规定为准。自媒体网红直播及设计岗位人员无需驻场,但需保证在项目推广关键节点及有工作需求时,能及时响应并完成相关工作任务。

**2、考勤管理:**乙方驻场人员须遵守招标人项目现场考勤管理制度,每日按时打卡上下班,不得迟到、早退、旷工。乙方应建立内部考勤台账,每月[7]日前将上月驻场人员考勤记录提交招标人备案。若驻场人员出现考勤异常情况,乙方需及时向招标人说明原因,并按照双方约定进行处理。

## (三) 团队管理与考核

**1、团队培训:**乙方应定期组织团队内部培训,培训内容涵盖房地产政策法规、项目产品知识、销售技巧、市场动态分析等方面,提升团队专业素质与服务水平。同时,乙方需配合招标人组织的各类培训活动,确保团队成员及时了解项目最新信息与销售策略调整。

**2、考核机制:**招标人将对乙方团队进行定期考核,考核指标包括但不限于销售业绩完成情况、团队管理水平、客户满意度、推广活动效果、资料提交及时性与准确性等。考核周期为每季度一次,考核结果将作为双方合作评估及费用结算的重要依据。若乙方团队考核不达标,招标人有权要求乙方限期整改,整改后仍未达到要求的,招标人有权根据合同约定采取相应措施,直至解除合同。

## 第六项、其他服务要求

### （一）服务周期

本项目包销服务周期自合同签订之日起 12 个月。在服务周期内，中标人应按照合同约定全面履行包销服务义务，确保完成项目销售目标。若因特殊情况需提前终止或延长服务周期，双方应提前 [15] 个工作日以书面形式协商一致，并签订补充协议明确相关事宜。

### （二）双方权利与义务

#### 1、招标人权利与义务：

**权利：**有权对中标人包销服务工作进行监督、检查与考核；有权对中标人提交的销售方案、推广活动方案等进行审核并提出修改意见；有权要求中标人按照合同约定完成销售目标，对未达标的情况采取相应措施。

**义务：**向中标人提供项目相关资料（如项目规划图纸、户型图、产权证明、销售许可文件等）；配合中标人开展销售活动，协助处理客户投诉与纠纷；按照合同约定及时支付推广费用及结算包销溢价利润。

#### 2、中标人权利与义务：

**权利：**在合同约定范围内自主开展包销服务工作；按照合同约定获取推广费用及包销溢价利润；要求招标人提供项目销售所需资料与支持。

**义务：**组建专业服务团队，确保团队人员资质与数量符合要求；制定科学合理的销售与推广方案，经招标人审核通过后严格执行；遵守房地产销售相关法律法规及行业规范，维护招标人品牌形象与市场声誉；定期向招标人提交销售报表、推广活动总结等资料，及时反馈项目销售情况与市场动态。

## 二、商务要求

序号	内容	要求
1	服务期	一年
2	服务标准	按照招标文件要求
3	售后服务	/
5	付款	付款人：宿州云清置业有限公司 付款方式：乙方每月 20 日前将本月销售并网签完毕且全款到账的房源、溢价明细以及推广费用提交至甲方处核对，甲方应在月底前根据乙方所提交的明细清单进行核对完毕，并于次月 15 日前根据乙方所提交的明细及发票全额支付乙方溢价款，如逾期支付，甲方应按照应付款项日万分之五支付乙方违约金并承担对乙方造成的一切损失。
6	项目保证金	本项目保证金金额为人民币陆拾万元整（¥600,000.00），中标人须严格按照此固定金额缴纳，多缴或少缴均视为无效缴纳。具体缴纳形式、缴纳时间及退还方式双方签订合同时予以明确。

## 第四章 评标办法（综合评分法）

### 一、 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

### 二、 评审办法

评标委员会对满足招标文件实质性要求的投标文件，按照本章的评分标准进行打分，并将所有投标人按得分由高到低顺序排列，按排列顺序推荐 1-3 名中标候选人，投标报价低于其成本的除外。采用综合评分法的，投标人得分相同时，按投标报价由低到高顺序排列；得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标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排名第一的中标候选人。

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，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。非单一产品采购项目，多家投标人提供的核心产品（详见第二章第 6 点及第三章）品牌相同的，按本条规定处理。

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，应当要求其在合理的时间内提供说明，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。

### 三、 评审程序

3.1 评审程序包括投标文件初审、澄清有关问题、比较与评价和推荐中标候选人名单几个步骤。

3.2 开标结束后，采购人或者采购代理机构依法对投标人提交的资格证明文件进行审查，未通过的应记录原因，通过的填制通过资格审查表交评标委员会参与评标。

3.3 投标文件由评委独立评审后，评委会对投标人某项指标如有不同意见，按照少数服从多数的原则，确定该项指标是否通过（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）。符合审查指标的，为有效投标。

3.4 初审结束后，评标委员会可能会要求有关投标人就其投标书中含义不明确、同类问

题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容进行澄清。投标人的澄清、说明或者补正应当加盖公章，但不得超出投标书的范围或者改变投标书的实质性内容。

3.5 按照招标文件中规定的评标方法和标准，通过初审的投标人方可进入商务和技术评分、综合比较与评价。

3.6 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

(一) 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；

(二) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

(三) 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；

(四) 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。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价经投标人确认并加盖公章后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

3.7 评标结束时，评标委员会要按照规定的格式写出评标报告，说明评标过程中的主要情况，推荐中标候选人。

## 四、资格性审查表

序号	指标名称	指标要求	备注(声明函可合并提供或单独提供)
1	营业执照	企业营业执照合法有效	提供有效的营业执照和税务登记证的（接受合一的证书），应完整地体现出营业执照和税务登记证的全部内容。联合体投标的，联合体各方均须提供。
2	税务登记证	合法有效	
3	财务状况	财务状况声明函	投标人自行出具
4	依法缴纳税收	依法缴纳税收的声明函	投标人自行出具

5	依法缴纳社会保障资金	依法缴纳社会保障资金的声明函	投标人自行出具
6	具备履行合同所必须的设备和专业技术能力	具备履行合同所必须的设备和专业技术能力声明函	投标人自行出具
7	3年内没有重大违法记录或期限已届满的书面声明	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或因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动但期限已届满的书面声明	投标人自行出具
8	信誉要求	招标公告第二、3.条要求	按招标公告第二、3.条要求提供相关资料（采购人或者采购代理机构现场网站查询结果为准）
9	投标情况	按照招标公告要求进行报名	
11	联合体投标	满足第一章投标人资格要求	
12	投标保证金	符合招标文件投标人须知前附表要求	
13	法定代表人授权委托书和身份证明书	符合招标文件要求	法人代表参加投标的无需授权委托书，提供身份证明书即可

注：由采购人或代理机构负责审查

## 五、符合性审查表

序号	指标名称	指标要求	备注
1	技术要求响应情况	货物服务清单及技术要求响应	按本招标文件第三章评审
2	商务要求响应情况	付款响应、交货及安装调试期响应、质保期响应等。	按本招标文件第三章评审
3	标书规范性	符合招标文件要求（按照规定的要求进行编制、装订、标记和签署）	
4	投标函	符合招标文件要求	

## 六、评分办法

评审项目	分值	评审内容及标准	备注
技术分(80分)	技术服务水平(70分)	<p style="text-align: center;"><b>(一) 营销方案 (20 分)</b></p> <p><b>方案完整性 (5 分)：</b>方案内容完整，涵盖销售团队组建与培训计划、销售渠道拓展策略、销售价格策略、销售进度安排、营销活动策划等所有关键环节，得 5 分；内容基本完整，缺少 1 - 2 个环节，得 3 分；内容严重缺失，得 1 分。</p> <p><b>创新性与可行性 (8 分)：</b>营销方案具有创新性，提出独特且有效的销售思路和推广方式，同时结合项目实际情况，具备较强的可操作性，得 8 分；创新性和可行性一般，得 5 分；缺乏创新性与可行性，得 2 分。</p> <p><b>与项目契合度 (7 分)：</b>方案充分考虑项目定位、目标客群、产品特点等因素，营销策略与项目高度契合，得 7 分；契合度一般，得 4 分；与项目定位不符，得 1 分。</p> <p style="text-align: center;"><b>(二) 市场分析 (15 分)</b></p> <p><b>市场环境分析 (6 分)：</b>对当地房地产市场宏观环境（政策、经济、人口等因素）分析全面、深入，数据详实，得 6 分；分析较全面，数据较充分，得 3 分；分析不全面，数据不足，得 1 分。</p> <p><b>竞争态势分析 (6 分)：</b>对周边竞品项目的产品特点、价格策略、销售情况等分析准确、透彻，能清晰阐述本项目的竞争优势与劣势，得 6 分；分析较准确，能指出竞争优势，得 3 分；分析不准确或不深入，得 01 分。</p> <p><b>目标客群定位 (3 分)：</b>目标客群定位明确，依据充分，符合项目产品特点和市场需求，得 3 分；定位较模糊或依据不充分，得 1 分。</p> <p style="text-align: center;"><b>(三) 项目本体分析 (15 分)</b></p> <p><b>产品优势挖掘 (6 分)：</b>对项目住宅和商业产品的优势（如户型设计、配套设施、区位优势等）分析全面、深入，能够有效提炼卖点，得 6 分；分析较全面，卖点提炼一般，得 3 分；分析不全面，卖点不突出，得 1 分。</p> <p><b>潜在问题识别与应对 (6 分)：</b>能够准确识别项目在销售过程中可能面临的问题（如周边配套不完善、市场竞争压力等），并提出合理的应对措施，得 6 分；问题识别较准确，应对措施一般，得 3 分；问题识别不准确或无应对措施，得 1 分。</p> <p><b>项目价值评估 (3 分)：</b>对项目整体价值评估合理，能够为后续销售策略提供有力支撑，得 3 分；评估不合理或缺乏支撑，得 1 分。</p> <p style="text-align: center;"><b>(四) 营销策略 (20 分)</b></p>	

		<p><b>线上营销策略（8分）：</b>线上营销渠道规划合理，包括自媒体平台推广、网络广告投放、直播销售等策略，具有较强的针对性和可操作性，得8分；策略较合理，可操作性一般，得5分；策略不合理或缺乏可操作性，得2分。</p> <p><b>线下营销策略（8分）：</b>线下营销活动策划丰富多样，如开盘活动、促销活动、渠道拓展等，能够有效吸引客户，提升销售业绩，得8分；活动策划一般，吸引力不足，得5分；活动策划不合理或缺乏吸引力，得2分。</p> <p><b>客户关系管理策略（4分）：</b>客户关系管理策略完善，包括客户跟进、售后服务、客户满意度提升等方面，得4分；策略较完善，得2分；策略不完善或缺失，得0分。</p>	
	履约能力(10分)	<p><b>1、业绩数量（3分）：</b>自2020年1月1日至今，每提供1个房地产包销项目业绩得0.5分，最多得3分。需提供中标通知书、合同关键页（包含项目名称、服务内容、合同金额、签订时间等）作为证明材料，未提供证明材料的业绩不予认可。</p> <p><b>2、业绩规模（4分）：</b>在有效业绩中，单个项目包销总建筑面积达到5万平方米（含）-8万平方米得0.5分/个，达到8万平方米（含）以上得1分/个，本项最多得4分。以合同约定的包销建筑面积为准，证明材料要求同业绩数量项。</p> <p><b>3、项目类型契合度（3分）：</b>提供的业绩中，包含住宅及社区商业综合包销项目的，每个得1分，最多得3分。重点考量项目类型与望云轩项目的相似性，证明材料需体现项目业态类型。</p>	
商务分 (20分)		<p>价格标经评审满足本文件要求且在预算范围内的投标人的报价中，较基准单价下浮最少比例为评标基准价格，得满分。</p> <p>其中高层（11F以上）和洋房（11F及以下）分开报价，各占50%。</p> <p>报价形式为较基准单价下浮比例，最终房源包销底单价=基准单价*（1-下浮比例）。</p> <p>其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分 = （高层评标基准价 / 高层报价） × 价格分分值 50%+ （洋房评标基准价/ 洋房报价） × 价格分分值 50%（取小数点后两位）。</p>	

## 综合评分与定标

1、评标委员会根据上述评分标准，对各投标人的投标文件进行独立打分，计算出各投标人的技术分和商务分，两者相加得出综合得分。

2、按照综合得分由高到低的顺序对投标人进行排名，综合得分最高的投标人为第一中标候选人；若出现综合得分相同的情况，则依次比较商务分、营销方案得分，得分高者优先；若仍相同，可由评标委员会采用记名投票方式确定中标候选人顺序。

3、招标人根据评标委员会推荐的中标候选人顺序，确定中标人。

本评分办法由招标人负责解释，评标过程中如有特殊情况，由评标委员会集体讨论决定。

## 招标文件第二部分（通用部分）

### 第五章 投标人须知

#### 一、总 则

##### 1、适用范围

1.1 本标准文本是根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》等有关法律、法规制订。

1.2 凡在宿州市境内从事货物服务公开招标的政府采购项目，均须使用本标准文本。

1.3 本招标文件的最终解释权归采购单位所有。

##### 2、定义

2.1 货物服务：既是指本范本适用于货物采购或服务采购，也是指货物采购所伴随的服务或服务采购中伴随的货物采购。

2.2 采购单位：是指具体负责和从事采购业务的集中采购机构、社会中介代理机构和采购人的总称。

##### 3、投标人要求

3.1 投标人资格要求详见招标公告。

3.2 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的政府采购活动。为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

#### 4、投标费用

投标人必须自行承担所有与参加本项目投标有关的费用。不论投标的结果如何，采购人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

#### 5、保密

参与政府采购活动的各方主体应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

#### 6、语言文字

招标投标文件使用的语言文字、以及投标人与采购单位就投标相关事项的所有往来函电均须使用简体中文（部分专用术语需使用外文的除外）。

#### 7、计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

#### 8、勘察现场

采购单位根据项目的具体情况，可以组织潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会，但不得单独或者分别组织只有一个投标人参加的现场考察。

#### 9、偏离

招标文件允许投标文件偏离某些要求的，偏离应当符合招标文件规定的偏离范围和幅度。

## 二、招标文件

#### 10、招标文件构成

10.1 招标文件包括以下部分：

10.1.1 第一章：招标公告；

- 10.1.2 第二章：投标人须知前附表；
- 10.1.3 第三章：货物需求一览表；
- 10.1.4 第四章：评标办法；
- 10.1.5 第五章：投标人须知；
- 10.1.6 第六章：采购合同；
- 10.1.7 第七章：投标文件格式；
- 10.1.8 发布的附件、答疑、补遗、补充通知等。

10.2 投标人应认真阅读和充分理解招标文件中所有的内容。如果投标人没有满足招标文件的有关要求，其风险由投标人自行承担。

## 11、招标文件的澄清和修改

11.1 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如发现缺页或附件不全、含义表达不清、有明显文字、计算错误等情形，应及时向采购人或代理机构提出询问。采购人或者代理机构应当在 3 个工作日内对供应商依法提出的询问做出答复，答复内容将在本项目交易平台所在地交易中心门户网答疑澄清栏中公布。

11.2 采购人或代理机构可以对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改，招标文件的澄清或修改将在本项目交易平台所在地交易中心门户网答疑澄清栏中公布，但不指明问题的来源，所有购买招标文件的潜在投标人均有义务自行查看该澄清或修改的内容。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或代理机构应当在投标截止时间至少 15 日前发布，不足 15 日的，采购人或者代理机构应当顺延提交投标文件的截止时间。

11.3 当招标文件的澄清、修改、补充等在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的为准。

## 12、招标文件的质疑和答复

12.1 潜在供应商已依法获取本招标文件的（应提供依法获取招标文件的证明材料），可以对本招标文件提出质疑。质疑应当在获取招标文件或者招标文件公告期限届满之日起 7 个工作日内以书面形式向采购人或代理机构提出，质疑函的内容应包括《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第 94 号）第十二条规定的内容。

12.2 供应商对招标文件有质疑的，应在法定质疑期内一次性提出，采购人或代理机构不再接受同一供应商针对同一招标文件提出的再次质疑（对同一质疑的补充除外）。

12.3 采购人或代理机构应当在收到质疑后 7 个工作日内做出答复。答复内容将在本项目交易平台所在地交易中心门户网站答疑澄清栏中公布,所有获取招标文件的潜在供应商均有义务自行查看该答复内容。

## 三、投标文件

### 13、投标文件的组成

13.1 投标文件由开标一览表、投标书和资格证明文件三部分组成。

13.1.1 开标一览表

13.1.2 投标书包括下列内容: 投标函格式、开标一览表、分项报价表、技术规格(项目要求)响应情况表、商务要求响应情况表、货物服务实施方案等。

13.1.3 证明投标人合格的资格文件

应包括招标文件要求的证明其有资格参加投标,以及中标后有能力履行合同所必需的生产、技术、服务和财务管理等方面能力的证明文件。

13.2 所有货物(包括零部件)须为全新的、未使用过的原装正品。

13.3 投标人必须对其投标文件的真实性与准确性负责。投标人一旦中标,其投标文件将作为合同的重要组成部分。

13.4 投标人应在投标文件中体现本文件要求的内容。

### 14、投标报价

14.1 本项目只允许有一个方案、一个报价。多方案、多报价的投标书将不被接受。(招标文件另有要求的除外)

14.2 货物类项目适用:价格标开标一览表中的投标总报价应包括投标产品以及投标产品产生的采购、运输、人工、安装、售后、税费,公证费、代理费等所有费用,即为履行合同的最终价格。

服务类项目适用:价格标开标一览表中的投标总报价应包括完成本项目的服务费用、税费、公证费、代理费等所有费用,即为履行合同的最终价格。

14.3 货物类项目适用:价格标的货物服务分项报价表上应清楚地标明投标人拟提供货物的名称、型号、数量、单价(含投标产品所产生的采购、运输、人工、安装、售后、税费

等)、总价等内容,其合计价格应与开标一览表中的投标总报价保持一致。

服务类项目适用:价格标的服务分项报价表上应清楚地标明投标人拟提供的服务费用等内容,其合计价格应与开标一览表中的投标总报价保持一致。

14.4 投标货币为人民币。

## 15、投标保证金

15.1 投标人在提交投标文件的同时,应按投标人须知前附表规定的金额和形式提交投标保证金。联合体投标的,其投标保证金由牵头人提交,并应符合投标人须知前附表的规定。

15.2 投标人不按投标人须知前附表要求提交投标保证金的,评标委员会将否决其投标。

15.3 投标保证金的退还:

15.3.1 中标人的投标保证金,在采购合同签订之日起五个工作日内退还。

15.3.2 未中标人的投标保证金,自中标通知书发出之日起5个工作日内退还。

15.3.3 政府采购项目有质疑、投诉的,中标候选人、提出质疑的投标人及投诉人的投标保证金在质疑、投诉处理后,按相关规定办理。

15.4 中标人有下列情形之一的,采购人不予退还其缴纳的投标保证金:

15.4.1 投标人在规定的投标有效期内撤销其投标文件或放弃中标候选人候选资格的;

15.4.2 中标人在收到中标通知书后,无正当理由拒签合同协议书或未按招标文件规定提交履约担保;

15.4.3 存在提供虚假材料参加投标或串通投标等违法、违规行为被查实的。

## 16、投标有效期

16.1 投标有效期在“投标人须知前附表”中有明确的规定。投标人如未就此提出异议,则视同接受;如承诺的投标有效期短于此规定时间的,将被视为非响应性投标而予以拒绝。

16.2 在特殊情况下,采购单位可于原投标有效期满之前,向投标人提出延长投标有效期的要求。投标人同意延长的,应相应延长其投标保证金的有效期,但不得要求或被允许修改或撤销其投标文件。投标人拒绝延长的,可以书面形式拒绝采购单位的这种要求而不失去其投标保证金。如在规定的时间内未提出书面意见表示拒绝,将视为同意延长投标有效期。

16.3 在投标有效期内,供应商撤销或修改其询价响应文件的,应承担责任。

## 17、投标文件的签署

除特别说明外，本文件要求投标人盖章或者法定代表人签字处，均需加盖投标人电子签章或者法定代表人电子签章。被授权人签字的，还需附法定代表人授权委托书。

#### 18、分包

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投标主人根据招标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体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包。

## 四、投标

#### 19、投标文件的提交

2025年 月 日 点 分（北京时间）（自招标文件开始发出之日起至投标人提交投标文件截止之日止，不得少于20日）

地点：宿州市埇桥区恒丰城东新城B区3栋2703。

#### 20、以下情况拒收投标文件

20.1 逾期送达的或者未送达指定地点的；

20.2 未在规定时间内缴纳投标保证金；

#### 21、联合体投标

由两家或两家以上投标人组成的联合体参与投标时，应满足以下要求：

21.1 联合体成员除必须满足投标人资格的要求外，如本项目还有其他特定条件的，联合体各方中至少有一方符合特定的条件。

21.2 联合体应签订联合参与投标的协议，明确各方承担的职责和相应的责任，并授权其中的一个成员作为代表，具体进行投标、签订合同等事务。此协议或授权书应作为投标文件

件的一部分。

21.3 联合体被授权投标人应能全权处理投标过程中的有关问题。一旦成为中标供应商，该被授权投标人应负责签订合同并负责合同的全面实施，包括合同款项的收付。

21.4 联合体各方不得再以自己的名义单独参与同一项目投标，也不得再组成新的联合体参与同一项目中的投标。

## 五、开标

### 22、开标

22.1 采购人将在“投标人须知前附表”规定的时间和地点组织公开开标，投标人的法定代表人或其委托的代理人参加开标会的应携带有效证件；如为代理人参加的，还需提供有效的法定代表人的授权委托书（若制作在电子标书中的，待打开电子标书后查验）。否则将否决其投标。

#### 22.2 开评标程序

主持人按下列程序进行开标：

- 1 宣布开标开始
- 2 开评标过程中投标人注意事项。
- 3 宣布开标人、监标人、招标人代表等有关人员姓名。
- 4 公布投标人、核验投标保证金。
- 5 投标人远程解密、招标人解密。
- 6 电子唱标。
- 7 进行资格审查
- 8 进入评标环节（符合性评审、技术标、商务标）
- 9 宣布评标结果

## 六、评标

### 23、评标委员会

23.1 评标由采购人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由技术、经济等方面的专

家组成，成员人数为五人以上单数。

评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

(1) 参加采购活动前三年内，与供应商存在劳动关系，或者担任过供应商的董事、监事，或者是供应商的控股股东或实际控制人；

(2) 与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；

(3) 与供应商有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系；

另外，评审专家发现本人与参加采购活动的供应商有利害关系的，应当主动提出回避。采购人或者采购代理机构发现评审专家与参加采购活动的供应商有利害关系的，应当要求其回避。

评标委员会成员应当按照客观、公正、审慎的原则，根据招标文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审。未实质性响应招标文件的投标文件按无效响应处理，评标委员会应当告知提交响应文件的供应商。

## 24、开标评标异常情况处理

24.1 公开招标数额标准以上的采购项目，在招标文件没有不合理条款、招标程序符合规定的前提下，投标截止后提交投标文件或者经评审实质性响应招标文件要求的供应商不足三家，需采用非公开招标方式（单一来源除外）采购的，采购人可在评审现场提出。应征询现场符合条件的供应商同意，且现场所有评审专家出具招标文件没有不合理条款、集中采购机构（采购代理机构）出具招标程序等符合规定的书面意见，经报设区的市级财政部门同意可现场实施（采购人书面申请可后补）

(一) 招标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；

(二) 招标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，采购人应当依法报财政部门批准。

24.2 开标、评标时出现以下情况之一的，将废标：

(1) 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

(2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的。

(3) 因重大变故，采购任务取消的。

24.3 废标后，采购人将通过指定的网站进行公告。

## 25、评标过程的保密性

25.1 从开标至签订合同止，凡是与标书审查、澄清、评价、比较以及定标等有关的评审情况，均不得向投标人或其他无关的人员透露。

25.2 在评标过程中，投标人及其他人员不得向评标委员会成员施加任何影响。保证评标在严格保密的情况下进行。

# 七、定标和授予合同

## 26、定标方式

26.1 采购人将在收到评标委员会提交的评标报告后五个工作日内，按照评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，并在指定的媒介进行公告。

26.2 中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标供应商，也可以重新开展政府采购活动。拒绝签订政府采购合同的成交供应商不得参加对该项目重新开展的采购活动。

## 27、签订合同

27.1 采购人应当自中标通知书发出之日起三十日内（具体时限本文件有约定的，按约定执行），按照招标文件和中标供应商投标文件的约定，与中标供应商签订书面合同，所签订的合同不得对招标文件和中标供应商的投标文件作实质性修改。

27.2 政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与供应商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

27.3 中标通知书发出后，采购人无正当理由不与中标供应商签订采购合同的，将依据相关规定给予处理。

27.4 采购人与成交人签订合同后，应自合同签订之日起2个工作日内，将合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外；并自合同签订之日起七个工作日内，将合同副本报同级政府采购监督管理部门和有

关部门备案。

## 28、履约担保

28.1 中标人在签订合同前必须按招标文件的规定，及时、足额向采购人交纳履约保证金。

28.2 履约保证金是督促中标人按时、按质、按量履行合同的一个经济制约手段。当采购人因中标人违约而造成损失时，可在无须征得中标人同意的情况下首先从其所交纳的履约保证金中获取相应的补偿。

# 八、质疑与投诉

## 29、质疑

29.1 参与本项目采购活动的供应商（即提交了投标文件的供应商）对中标结果提出质疑的，最迟可以在中标公告期限届满之日起七个工作日内，以书面形式向采购人或代理机构提出质疑。

29.2 参与本项目采购活动的供应商（即提交了投标文件的供应商）认为采购过程使自己的权益受到损害的，可以在各采购程序环节结束之日起七个工作日内，以书面形式向采购人或代理机构提出质疑。

29.3 质疑函的内容应包括《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第 94 号）第十二条规定的内容。

29.4 采购人或代理机构在收到供应商的质疑函后，将审查质疑函的格式、内容以及所附的证明文件是否符合要求。如不符合，退回供应商；如符合要求，则在收到书面质疑后七个工作日内，对质疑内容作出书面答复。

29.5 供应商对同一环节的质疑，应在法定质疑期内一次性提出，采购人或代理机构不再接受同一供应商针对同一环节提出的再次质疑。

## 30、投诉

30.1 质疑供应商对采购人或代理机构的答复不满意，或者采购人或代理机构未在规定的时间内答复的，可以在答复期满后十五个工作日内按有关规定，向同级财政部门进行投诉。

## 九、投标人须知的补充与修改

/

## 第六章 采购合同（服务类供参考）

项目编号：AHBZ2025-06

### 一、合同条款前附表

序号	内 容
1	付款人： 宿州云清置业有限公司
2	预付款： /
3	付款条件： 乙方每月 20 日前将本月销售并网签完毕且全款到账的房源、溢价明细以及推广费用提交至甲方处核对，甲方应在月底前根据乙方所提交的明细清单进行核对完毕，并于次月 15 日前根据乙方所提交的明细及发票全额支付乙方溢价款，如逾期支付，甲方应按照应付款项日万分之五支付乙方违约金并承担对乙方造成的一切损失。
4	本项目履约保证金金额为人民币陆拾万元整（¥600,000.00），中标人须严格按照此固定金额缴纳，多缴或少缴均视为无效缴纳。具体缴纳形式、缴纳时间及退还方式双方签订合同时予以明确。

## 二、合同条款

### 1. 术语的定义

#### 1.1 本合同下列术语应解释为：

(1) “合同”是指委托和受托双方签署的、合同格式中载明的委托和受托双方所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成合同的所有文件。

(2) “合同价”是指根据合同规定，中标供应商在正确地完全履行合同义务后采购人应支付给中标供应商的货币数量。

(3) “服务”是指政府采购合同服务清单（同投标文件中开标一览表及其附表，下同）中所规定的服务内容。

(4) “合同条款”是指本章所述全部内容。

(5) “合同特殊条款”是指采购文件正文部分第一章“合同特殊条款”。

(6) “采购人”是指采购文件正文部分第一章“投标人须知前附表”中所述购买服务的单位。

(7) “中标供应商”是指通过采购确定的提供采购文件正文部分第八章“服务需求”中所述服务的成交供应商。

(8) “现场”是指合同规定的履行相关服务的地点。

(9) “验收”是指委托、受托双方依据强制性的国家技术质量规范和合同规定，确认合同项下的服务符合合同规定的活动。

(10) “天”指日历天数（如无特别说明）。

(11) “检验”是指采购人按照合同约定的标准对中标供应商所提供的服务进行的检测与查验。

(12) “检验合格证书”是指检验完成后由采购人和中标供应商共同签署的检验合格确认书。

(13) “政府采购项目验收单”是指采购人根据检验合格证书签署的报同级政府采购监管部门的最终验收确认书。

(14) “第三方”是指合同双方以外的任何中国境内、外的自然人、法人或其他经济组织。

(15) “法律、法规”是指由中国各级政府及有关部门制定的法律、行政法规、地方性法规、规章及其他规范性文件。

(16) “采购文件”是指由招标代理机构发布的采购文本。

(17) “投标文件”是指中标供应商按照招标代理机构发布的采购文件的要求编制、提交并最终被评审小组接受的投标文本。

## **2. 技术规范与服务内容**

2.1 投标服务的技术规范应与采购文件规定的技术规范（如果有的话）相一致。若无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

2.2 投标服务的服务内容应与采购文件规定的服务内容及投标文件中的服务指标响应表一致。

## **3. 知识产权**

中标供应商应保证，采购人在其接受该服务或其任何一部分时不受第三方提出的侵犯专利权、著作权、商标权和工业设计权等的起诉。如果任何第三方提出侵权指控，中标供应商须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

## **4. 完成方式**

中标供应商应按照采购文件正文部分第一章“八、服务需求”及“九、商务和技术要求”规定的时间和地点完成服务。

## **5. 付款**

5.1 合同以人民币付款。

5.2 在中标供应商按照合同的规定履行服务后，将按照采购文件正文部分“合同条款前附表”规定的付款方式付款。

5.3 政府采购货物和服务项目不得收取质量保证金以及其他没有法律依据的保证金。（《安徽省财政厅关于进一步优化营商环境的通知》皖财购[2022]556号）

## **6. 履约保证金**

本项目履约保证金金额为人民币陆拾万元整（¥600,000.00），中标人须严格按照此固定金额缴纳，多缴或少缴均视为无效缴纳。具体缴纳形式、缴纳时间及退还方式双方签订合同时予以明确。

## **7. 检验和验收**

7.1 采购人依法组织履约验收工作。采购人应当根据采购项目的具体情况，自行组织项目验收或者委托采购代理机构验收。采购人委托采购代理机构进行履约验收的，应当对验收结果进行书面确认。

7.2 采购人或其委托的采购代理机构应当根据项目特点制定验收方案，明确履约验收的时间、方式、程序等内容。

7.3 对于采购人和使用人分离的采购项目，应当邀请实际使用人参与验收。采购人、采

采购代理机构可以邀请参加本项目的其他供应商或第三方专业机构及专家参与验收,相关验收意见作为验收书的参考资料。政府向社会公众提供的公共服务项目,验收时应当邀请服务对象参与并出具意见,验收结果应当向社会公告。

7.4 采购人或者采购代理机构应当成立验收小组,按照采购合同的约定对供应商履约情况进行验收。验收时,应当按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认。验收结束后,应当出具验收书,列明各项标准的验收情况及项目总体评价,由验收双方共同签署。履约验收的各项资料应当存档备查。

7.5 验收合格的项目,采购人应当根据采购合同的约定及时向供应商支付采购资金。验收不合格的项目,采购人应当依法及时处理。采购合同的履行、违约责任和解决争议的方式等适用《中华人民共和国民法典》。供应商在履约过程中有政府采购法律法规规定的违法违规情形的,采购人应当及时报告本级财政部门。

## **8. 索赔**

8.1 如果服务的质量、数量等与合同不符,或在规定的质量保证期内证实服务存在缺陷(包括潜在的缺陷等),采购人有权根据有资质的质检机构的检验结果向中标供应商提出索赔。

8.2 在合同规定的验收期和质量保证期内,如果中标供应商对采购人提出的索赔负有责任,中标供应商应按照采购人同意的方式解决索赔事宜。

8.3 如果中标供应商在合同规定的索赔通知期限内,未对采购人的索赔通知做出答复,则上述索赔应视为已被中标供应商接受。如中标供应商未能在采购人提出的在合同规定的期限内或采购人同意的更长时间内,按照本合同第 8.2 条确定的方式解决索赔事宜,采购人将从中标供应商的履约保证金或者应支付给中标供应商的合同款项中扣回索赔金额。如果这些金额不足以补偿索赔金额,采购人有权向中标供应商提出不足部分的补偿。

## **9. 履约延误和误期赔偿**

9.1 如中标供应商无正当理由而拖延提供服务,采购人有权提出误期赔偿或解除合同。

9.2 在履行合同过程中,如果中标供应商遇到妨碍按时提供服务的情况时,应及时以书面形式将拖延的事实,可能拖延的期限和理由通知采购人。采购人在收到中标供应商通知后,应尽快对情况进行评价,并确定是否通过修改合同,酌情延长提供服务时间。

9.3 除本合同条款第 10 条规定外,如果中标供应商没有按照合同规定的时间提供服务,采购人可要求中标供应商支付违约金。违约金按每周末提供服务费用的 0.5%计收,但违约金的最高限额为未提供服务的合同价格的 5%。一周按 7 天计算,不足 7 天按一周计算。如果达到最高限额,采购人有权解除政府采购合同。

## **10. 不可抗力**

10.1 尽管有本合同条款第 8 条和第 9 条的规定,如果中标供应商因不可抗力而导致合同实施延误或不能履行合同义务的话,在不可抗力影响的范围内中标供应商的履约保证金或

者应支付给中标供应商的合同款项不能被没收，也不应该承担违约赔偿或终止合同的责任。

10.2 本条所述的“不可抗力”是指那些中标供应商无法控制、不可预见的事件，但不包括中标供应商的违约或疏忽。不可抗力事件包括，但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震、防疫限制和禁运及其他双方商定的事件。

10.3 在不可抗力事件发生后，中标供应商应尽快以书面形式将不可抗力的情况和原因通知采购人。除采购人书面另行要求外，中标供应商应尽可能继续履行合同义务，以及寻求采取合理的方案履行不受不可抗力影响的其他事项。如果不可抗力事件影响延续超过 120 天，双方应通过友好协商在合理的时间内就进一步实施合同达成协议。

10.4 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

## **11. 税费**

11.1 中国政府根据现行税法对采购人征收的、与本合同有关的一切税费，均由采购人负担。

11.2 中国政府根据现行税法对中标供应商征收的、与本合同有关的一切税费，均由中标供应商负担。

## **12. 仲裁**

12.1 在执行本合同中所发生的或与本合同有关的一切争端，买卖双方应通过友好协商的办法进行解决。如从协商开始 60 天内仍不能解决，双方应将争端提交有关省、市政府或行业主管部门寻求可能解决的办法。如果提交有关省、市政府或行业主管部门仍得不到解决，则应向\_\_\_\_\_仲裁委员会申请仲裁。

12.2 在仲裁和诉讼期间，合同应继续履行。

## **13. 违约终止合同**

13.1 在采购人对中标供应商违约而采取的任何补救措施不受影响的情况下，采购人可向中标供应商发出终止部分或全部合同的书面通知书。

(1) 如果中标供应商未能按合同规定的期限或采购人同意延长的限期内提供部分或全部服务；

(2) 中标供应商在收到采购人发出的违约通知后 20 天内，或经采购人书面认可延长的时间内未能纠正其过失；

(3) 如果中标供应商未能履行合同规定的其他义务。

13.2 在采购人根据上述第 13.1 条规定，终止了全部或部分合同后，采购人可以依其认为适当的条件和方法购买类似未交的服务，中标供应商应对采购人购买类似服务所超出的费用部分负责，并继续执行合同中未终止部分。

## **14. 破产终止合同**

如果中标供应商破产或无清偿能力时，采购人经报同级政府采购监督管理部门审批后，可在任何时候以书面形式通知中标供应商，提出终止合同而不给中标供应商补偿。该合同的终止将不损害或影响采购人已经采取或将要采取的任何行动或补救措施的权利。

### 15. 转让和分包

15.1 合同不能擅自转让或分包。

15.2 经采购人和同级政府采购监督管理部门事先书面同意，中标供应商可以将合同项下非主体、非关键性工作分包给他人完成。接受分包的人应当具备相应的资格条件，并不得再次分包。分包后不能终止中标供应商履行合同的责任和义务，接受分包的人与中标供应商共同对采购人连带承担合同的责任和义务。

### 16. 合同修改

采购人和中标供应商都不得擅自变更合同，但继续履行将损害国家和社会公共利益的除外。如必须对合同条款进行修改时，当事人双方须共同签署书面文件，作为合同的补充，并报同级政府采购监督管理部门备案。

### 17. 通知

政府采购合同一方给另一方的通知都应以书面形式发送至规定的对方地址。通知以送达日期或通知书规定的生效日期为生效日期，两者中以晚的一个日期为准。

### 18. 合同生效

18.1 合同内容的确定应以采购文件和投标文件为基础，不得违背其实质性内容。合同应在买卖双方和采购代理机构、交易中心签字、盖章，并在中标供应商交纳履约保证金后即开始生效。

18.2 本合同一式四份，以中文书就，采购人、中标供应商、采购代理机构各执一份，送政府采购管理机构留存一份。

### 19. 补充条款

如需修改或补充合同内容，经协商，双方可签署书面修改或补充协议，该协议将作为合同的一个组成部分。

## 三、合同格式

采 购 人（甲方）： \_\_\_\_\_

中标供应商（乙方）： \_\_\_\_\_

招标代理机构： \_\_\_\_\_

甲方通过 \_\_\_\_\_ 组织的招标投标活动，决定将本项目采购合同授予乙方。为进一步

明确双方的责任，确保合同的顺利履行，甲乙双方商定同意按如下条款和条件签订本合同：

### 1. 合同文件

下列文件是构成本合同不可分割的部分：

- (1) 合同条款及前附表；
- (2) 中标供应商提交的投标书和投标报价表；
- (3) 中标通知书。

### 2. 合同范围和条件

本合同的范围和条件应与上述合同文件的规定相一致。

### 3. 合同金额

合同总金额为（人民币）\_\_\_\_\_万元

大写：\_\_\_\_\_。

### 4. 付款条件

付款条件在合同条款前附表中有明确规定。

### 5. 交货时间

本合同服务时间在“服务报价表”中有明确规定。

### 6. 合同生效

本合同经四方合法代表签字、单位盖章，并在采购人或交易中心收到中标供应商提交的履约保证金后生效。

采购人（甲方）：

中标供应商（乙方）：

单位盖章：

单位盖章：

法人或法人

法人或法人

授权人（签字）：

授权人（签字）：

联系电话：

联系电话：

开户银行：

开户银行：

帐号：

帐号：

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

采购代理机构：

单位盖章：

项目负责人（签字）：

日期： 年 月 日

#### 四、合同特殊条款

（如有）

## 第七章 投标文件格式

### 投标书格式

项目名称：

项目编号：

所投包号：

# 投 标 书

投 标 人： \_\_\_\_\_ （签章）  
                  年       月       日

# 一、投标函

(采购人名称)：

1、根据贵方(项目编号)招标公告，我们决定参加贵方组织的(项目名称)的招标采购活动。我方授权(姓名和职务)代表我方(投标人全称)全权处理本项目投标的有关事宜。

2、我方愿意按照招标文件规定的各项要求，向采购人提供所需的货物与服务，按照如下销售底价执行，即：

高层(11F以上)基准价下浮比例(大写)\_\_\_\_\_，(\_\_\_\_\_);  
洋房(11F及以下)基准价下浮比例(大写)\_\_\_\_\_,  
(\_\_\_\_\_)。

3、一旦我方中标，我方将严格履行合同规定的责任和义务，保证于合同签字生效后\_\_\_\_日内完成保证金支付和团队进场。

4、我方愿意提供贵方可能另外要求的、与投标有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件是真实的、准确的。

5、我方提供以下开户行、账号，供结算货款(如果成交)：

户名(全称)：

开户行：

账号(请填写完整)：

投 标 人：\_\_\_\_\_ (签章)

法定代表人(签章)：\_\_\_\_\_。

地址：\_\_\_\_\_

网址：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_

传真：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

## 二、开标一览表

标题	内容
项目名称	
项目编号	
供应商（签章）	
法定代表人（签章）或 被授权人（签字）	
投标高层（11F 以上）基准价下浮 比例（大写）	
投标高层（11F 以上）基准价下浮 比例（小写）	
投标洋房（11F 及以下）基准价下 浮比例（大写）	
投标洋房（11F 及以下）基准价下 浮比例（小写）	



#### 四、项目要求响应情况表（服务类）

序号	招标文件要求	投标人响应情况

**注意：**

1、投标人必须将自己的服务真实、准确地填入“投标人响应情况”中，不得以“同左”或“同上”形式填写。

2、投标人必须根据自己所投服务与“招标文件要求”的差异情况，实事求是地填写“响应情况”（优于、满足、不满足），并将这些差异内容用加粗的字体显示出来，不得出现通过改动招标文件要求而使自己的产品满足要求的情况。

3、如果投标人没有按前述要求去做，在项目评审中将可能被认为是未对招标文件作出实质上的响应，或被视作不诚信供应商而拒绝对其做进一步的评审。

4、本表填报顺序需按招标文件“第三章第一大项”中的顺序填写。



## 六、本项目实施方案

(一) 投标人或投标产品制造商简介

(不超过 1000 字)

(二) 本项目详细实施方案、售后方案等

(详细说明)

## 七、资格证明文件格式

项目名称：

项目编号：

所投包号：

# 资 格 证 明 文 件

投 标 人： (签章)

年 月 日

投标人必须提供下列合格性文件:

一、营业执照

二、税务登记证

三、法定代表人授权委托书

(采购人名称):

本人\_\_\_\_\_ (姓名) \_\_\_\_\_系\_\_\_\_\_ (投标人名称) \_\_\_\_\_的法定代表人, 现委托  
(姓名、职务)为我方代理人。代理人根据授权, 以我方名义签署、澄清、说明、补正、提  
交、撤回、修改\_\_\_\_\_(项目名称、项目编号)\_\_\_\_\_, 投标文件、签订合同和处理有关事宜, 其法律  
后果由我方承担。

委托期限: \_\_\_\_\_。

代理人无转委托权。

法定代表人签章: \_\_\_\_\_

身份证号码: \_\_\_\_\_

代理人(被授权人): \_\_\_\_\_

身份证号码: \_\_\_\_\_

投标人名称: \_\_\_\_\_ (签章)

日 期: \_\_\_\_\_

(提供投标人法定代表人、被授权代表人身份证正反面扫描件)

被授权代表人身份证正面电子扫描件	被授权代表人身份证反面电子扫描件
------------------	------------------

法定代表人身份证正面电子扫描件	法定代表人身份证反面电子扫描件
-----------------	-----------------

#### 四、法定代表人身份证明书

投标人名称：\_\_\_\_\_

单位性质：\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_

成立时间：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

经营期限：\_\_\_\_\_

投标人纳税人识别号：\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_性别：\_\_\_\_\_年龄：\_\_\_\_\_职务：\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_

系\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

投标人：\_\_\_\_\_（签章）

年 月 日

## 五、财务状况

（投标人自行出具财务状况声明函并加盖投标人公章，格式自拟）

## 六、依法缴纳税收

（投标人自行出具依法缴纳税收的声明函并加盖投标人公章，格式自拟）

## 七、依法缴纳社会保障资金

(投标人自行出具依法缴纳社会保障资金的声明函并加盖投标人公章，格式自拟)

## 八、具备履行合同所必须的设备和专业技术能力

（投标人自行出具具备履行合同所必须的设备和专业技术能力声明函并加盖投标人公章，格式自拟）

## 九、书面声明

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或因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动但期限已届满的书面声明（投标人自行出具并加盖投标人公章，格式自拟）

## 十、招标文件规定的其他材料