

NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务招标

标段编码: NJQT2600734-01QFGH

招标文件

招标人（招标代理）：[捷宏润安工程顾问（江苏）有限公司](#)（加盖电子印章）

[2026-07-15](#)



目 录

招标文件	4
第一章 招标公告	4
第二章 投标人须知	10
投标人须知前附表	10
投标人须知正文	17
开标一览表	26
第三章 评标办法	27
评标办法前附表	27
评标办法正文	31
第四章 合同条款及格式	35
第五章 招标采购清单	48
第六章 图纸	50
第七章 技术标准和要求	51
第八章 投标文件格式	54
封面	56
目录	54
一、投标函及投标函附录	58
(一) 投标函	58
(二) 投标函附录	59
二、法定代表人身份证明和授权委托书	60
三、联合体协议书 (如有)	61
四、投标保证金	62
投标减免缴纳投标保证金信用承诺书	63
五、商务标文件	64
(一) 投标人基本情况表	64
投标人基本情况表	64
(附件) 企业相关证明证照文件	64
(附件) 企业资质	64
(附件) 企业证书	64
(附件) 企业信用管理档案	64
(二) 项目负责人资料表	65
项目负责人资料表	65
(附件) 基本信息	65
(附件) 资格证书	65
(附件) 社保	65
(附件) 业绩	65
(三) 项目管理机构组成表	66
项目管理机构组成表	66
(附件) 基本信息	66
(附件) 资格证书	66
(附件) 社保	66
(四) 拟分包项目情况表	67
(五) 近年完成的类似项目情况表	68
近年完成的类似项目情况表	68
(附件) 企业近年完成的类似项目情况	69
(附件) 项目负责人近年完成的类似项目情况	69
(附件) 企业获奖情况	69
(附件) 项目负责人获奖情况	69
(六) 正在施工和新承接的项目情况表	70

(七) 近3年发生的诉讼及仲裁情况表	71
(八) 近3年财务状况表	72
近3年财务状况表	72
(附件) 财务状况	72
(九) 资格审查其他资料	73
六、经济标文件	74
七、技术标文件	75
八、其他资料	76
第九章 其他	77

第一章 招标公告

(江北分中心) NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务招标公告

标段编码: NJQT2600734-01QFGH

1. 招标条件

本招标项目NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理已由南京观扬置业有限公司以(项目审批文号:南京观扬置业有限公司全周期企划代理服务会议纪要)批准建设,项目业主为南京观扬置业有限公司,建设资金来自国有(非政府投资),项目出资比例为国有(非政府投资):60.00%;私有:40.00%。项目已具备招标条件,招标人为南京观扬置业有限公司,现对该项目服务进行公开招标。

捷宏润安工程顾问(江苏)有限公司受招标人委托负责本工程的招标事宜。

2. 项目概况与招标范围

2.1 建设地点: 南京市江北新区文景路与汇荣路交汇处

2.2 招标范围: 南京NO. 新区2025G18项目企划服务,包括但不限于以下部分:

- 1、全案推广策略: 各阶段全案推广策略、各阶段核心主题,活动(事件、圈层、社群等)策略、文案策略;
- 2、全案价值体现: 项目价值分析、项目全案价值体现包装、核心推广语、推广故事线等;
- 3、全案广告设计: 项目案名logo、VI体系、主形象、价值演绎稿等;
- 4、官号媒体号运营: 包括但不限于微信视频号、小红书等平台,内容包含推广频次及内容规划、传播目标及效果、资源整合能力、线上起号及裂变事件方案等
- 5、销售道具设计: 项目展示区包装建议、围挡、户型册、楼书(部分风格页)、礼品包装、名片等销售物料、其他道具创意等。

2.3 计划工期: 1260日历天

2.4 合同估算价: 1,780,000.00元

2.5 工程规模: 总用地面积49240.81m²,容积率1.8,总建筑面积约13.52万m²,其中地上建筑面积约为9.55万m²,地下建筑面积约为3.97万m²,拟建住宅、地下车库及相关配套设施。(以相关部门最终批复数据为准)

2.6 工程类型: 其他

/

3. 投标人资格要求

3.1 (1) 投标人应具有独立法人资格，持有有效营业执照（提供营业执照扫描件，并加盖公章扫描件上传至投标文件中）；

(2) 投标人提供拟投入本项目的项目负责人与投标人签订的有效劳动合同、社保机构出具的近半年（2026年1月-2026年6月）投标人为其缴纳的养老保险缴费证明材料并加盖社保中心章或社保中心参保缴费证明电子专用章，加盖社保中心参保缴费证明电子专用章的社保材料可视为原件，投标人须将养老保险证明材料原件及劳动合同原件的扫描件编辑至投标文件，否则视为未提供，并将导致资格审查不通过；如社保为第三方代缴，请提供相关证明材料；若项目负责人属企业退休人员、事业编制人员、现役军人等客观原因无法提供养老保险金缴费证明，必须出具相关证明材料及劳动合同，否则一律按未提供养老保险金缴费证明材料处理；

(3) 截止投标文件递交时间当日，投标人未在“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单（提供未在“信用中国”网站中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单网页截图，并加盖公章）；

(4) 投标人业绩要求：企业自2021年5月1日以来承担过单项合同金额100万元及以上的房地产项目全周期企划代理服务的业绩（需提供合同关键页扫描件，时间、金额以合同为准）。

3.2 本次招标是否接受联合体投标：否

4. 招标文件的获取

4.1 招标文件获取时间：本公告发布之日起至投标截止之日止；

4.2 招标文件获取方式：投标人登录“电子招标投标交易平台”免费获取；

本招标公告及招标文件中“电子招标投标交易平台”选用：“宁易新”招标投标交易系统（网址）：<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/login.html>。

5. 投标文件的递交

5.1 投标文件递交截止时间：2026-08-07 09:30:00；

5.2 投标文件递交方式：投标人登录“电子招标投标交易平台”递交；

5.3 逾期递交的投标文件，招标人不予受理。

6. 资格审查办法

本项目采用资格后审方式进行资格审查。

7. 评标方法

7.1 本标段采用的评标办法：公开招标综合评估法；

是否两阶段评标：否；

是否评定分离：否；

7.2 具体评标办法:

详细评审				
条款号	量化因素	量化标准		
2.3.1	分值构成 (总分100分)	(1) 投标报价: 40.00 分 (2) 技术标: 50.00 分 (3) 商务标: 10.00 分 (4) 其他: 0 分		
2.3.2	评标基准价计算方法	招标人或招标代理自行提供报价打分算法, 如下,		
2.3.3 (1)	投标报价得分计算	本次投标报价内容为基于项目全周期企划服务的除税报价, 以有效投标文件 (有效投标文件是指初步评审合格的投标文件, 下同) 的各家评标价 (评标价是指经澄清、补正和修正算术计算错误后的投标预估总价, 下同) 算术平均值为评标基准价。 当有效投标文件 ≥ 7 家时, 去掉最高和最低20% (四舍五入取整, 末尾投标报价相同的均保留) 后进行算术平均为评标基准价; 当有效投标文件为3-6家时, 剔除最高报价 (最高报价相同的均剔除) 后进行算术平均为评标基准价; 当有效投标文件小于3家时, 流标处理。 投标报价高于评标基准价时, 报价得分=40- (有效的投标报价-评标基准价) / 评标基准价*100*0.2; 投标报价低于评标基准价时, 报价得分=40- (评标基准价-有效的投标报价) / 评标基准价*100*0.1; 报价等于基准价的得满分, 报价高于基准价时, 每增加1%扣0.2分; 报价低于基准价时, 每减少1%扣0.1分; 不足1%的按插入法计算, 小数点后保留两位。		
2.3.3 (2)	技术标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		案名设计与VI演绎 (0~10.00)	内容完善 (10 分) 案名构思新颖贴切, VI 演绎体系完整, 视觉美感突出、创意独特, 风格与项目定位高度契合。 内容达标 (8 分) 案名与 VI 设计整体合理美观, 具备创意亮点, 整体符合项目调性, 仅细节打磨略有不足。 内容基础 (6 分) 完成案名及基础 VI 设计, 风格中规中矩, 创意不足, 视觉表现普通, 无明显亮点。 内容薄弱 (4 分) 案名平淡、辨识度低, VI 设计粗糙, 缺乏美感与创意, 和项目定位匹配度较差。 无内容不得分。	10.00
		卖点特点 (0~20.00)	内容完善 (20 分) 卖点金字塔架构完整层级分明, 核心卖点定位精准, 支撑论据详实充分, 逻辑严谨可信, 文字凝练简洁、朗朗上口、易于传播记忆。 内容达标 (15 分) 卖点金字塔框架完整, 卖点贴合项目, 论据与	20.00

			逻辑基本通顺，文字表述通顺易懂，仅部分细节打磨不足，整体表现较好。 内容基础（10 分）搭建出基础卖点金字塔结构，卖点方向无误，但论据单薄，逻辑层次一般，文字表述偏冗长，记忆点不强。 内容薄弱（5 分）金字塔结构混乱，卖点定位偏差较大，论据缺失、逻辑牵强，文字啰嗦晦涩，难以理解和记忆。 无内容不得分。	
		卖点在项目各场景与阶段的运用 (0~10.00)	内容完善（10 分）活动、事件策划思路完整，形式丰富且贴合项目卖点，落地路径清晰，能深度佐证卖点，说服力与传播效果突出。 内容达标（8 分）活动、事件规划完整，可有效结合项目卖点，整体逻辑通顺，仅部分创意及执行细节不够深入。 内容基础（6 分）有基础的活动、事件构想，能关联核心卖点，但形式单一、思路笼统，对卖点的烘托力度有限。 内容薄弱（4 分）活动、事件想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏完整规划，难以起到佐证作用。 无内容不得分。	10.00
		物料道具 (0~5.00)	内容完善（5 分）物料、道具规划全面，品类丰富且紧密贴合项目卖点，呈现形式巧妙，展示逻辑清晰，能直观、有力地佐证卖点，落地性强。 内容达标（4 分）物料与道具搭配合理，可有效呼应项目卖点，整体方案完整，仅部分细节设计不够精致，不影响实际使用效果。 内容基础（3 分）有基础的物料、道具使用思路，能够关联核心卖点，但形式单一、构思笼统，对卖点的烘托作用有限。 内容薄弱（2 分）物料、道具想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏系统规划，难以体现卖点优势。 无内容不得分。	5.00
		媒体新闻策划 (0~5.00)	内容完善（5 分）媒体、新闻策划规划全面，形式丰富且紧密贴合项目卖点，传播逻辑清晰，能直观、有力地佐证卖点，落地性强。 内容达标（4 分）媒体与新闻策	5.00

			划安排合理，可有效呼应项目卖点，整体方案完整，仅部分传播细节打磨不够精致，不影响实际宣传效果。 内容基础（3分）有基础的媒体、新闻策划思路，能够关联核心卖点，但形式单一、构思笼统，对卖点的烘托作用有限。 内容薄弱（2分）媒体、新闻策划想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏系统规划，难以体现卖点优势。 无内容不得分。	
		汇总规则：评委汇总，直接求平均		
2.3.3 (3)	商务标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		企业业绩 (0~10.00)	投标人业绩要求：企业自2021年5月1日及以来承担过单项合同金额100万元及以上的房地产项目全周期企划代理服务的业绩，每提供一个合同得5分，最多10分（需提供合同关键页扫描件，时间、金额以合同为准。） 备注：资格审查业绩、评分项业绩可兼得	10.00
		汇总规则：分项汇总，直接求平均		
2.3.3 (4)	其他评分标准	/		

8. 发布公告的媒介

本次招标公告在南京市公共资源交易中心网、江苏省公共资源交易中心网、/等媒介上发布。

9. 其他

9.1 本工程采用远程不见面开标模式。投标人应在投标截止时间前登录招标文件载明的“南京智能开标大厅”网址，按系统提示完成开标流程。因投标人自身设施故障或自身原因导致无法完成投标的，由投标人自行承担后果。

9.2 本项目为“宁易新”招标投标交易系统项目，各投标人需注意以下事项：

(1) 投标人须下载并安装“南京公共资源交易CA互联互通助手（新）”。

下载地址：<https://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/jyfw/079004/downloadcenter.html>

(2) 投标人须在江苏省公共资源交易经营主体信息库系统登记企业相关信息。

登录地址：<http://49.77.204.17:7082//jsztk/#/login?redirect=%2F>

(3) 投标人需登录“宁易新”招标投标交易系统参与投标，网址为：

<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njxm-prod/gdebs-login-web/login>

(4) 投标人需登录南京智能开标大厅（新系统登录）参与开标活动，网址为：

http://njggzy.nanjing.gov.cn/BidOpening/online_bidding_platform/login

(5) 投标人需通过以下地址下载“‘宁易新’招标投标交易系统投标文件编制工具”制作投标文件：

<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/jyfw/079004/downloadcenter.html>

9.3 为避免投标单位因解密失败造成无效投标的情形，投标工具提供预解密功能，以验证递交的投标文件是否完整有效。操作注意事项如下：

(1) 预解密过程中，如出现异常问题，请联系投标工具公司进行排查处理。

(2) 投标文件递交后，可能会存在文件撤回重新制作上传的情况，请务必每次重新上传后，下载最新的文件进行预解密验证。

(3) 如投标文件递交后未进行文件预解密验证，可能会存在开标过程中因文件无法解密被退回处理的风险，后果需自行承担。

9.4 技术支持联系方式：

(1) “宁易新”招标投标交易系统及投标工具联系电话：025-69088960-7-2

(2) 江苏省公共资源交易经营主体信息库：025-83668675（工作时间：工作日8:30-18:00）

(3) 南京智能开标大厅联系电话：0512-58188512

(4) 国信CA联系电话：025-68505679

(5) CFCA联系方式：18061882568、4001662366

9.5 其他说明：[/](#)

10. 联系方式

招标人：	南京观扬置业有限公司	招标代理机构：	捷宏润安工程顾问（江苏）有限公司
地址：	南京市江北新区新锦湖路3-1号 中丹生态生命科学产业园一期B座2楼220室	地址：	南京秦淮区太平南路389号13楼
联系人：	陶睿	联系人：	孙成
电话：	13851440230	电话：	13813960567

招标采购监督部门及电话：[国企采购自行监管（电话:13811888797）](#)

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

投标人须知前附表与正文内容相抵触的，以正文为准。

条款号	条款名称	编列内容
1.1.2	招标人	名称： 南京观扬置业有限公司 地址： 南京市江北新区新锦湖路3-1号中丹生态生命科学产业园一期B座2楼220室 联系人： 陶睿 电话： 13851440230
1.1.3	招标代理机构	名称： 捷宏润安工程顾问（江苏）有限公司 地址： 南京秦淮区太平南路389号13楼 联系人： 孙成 电话： 13813960567
1.1.4	项目名称	N0. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理
1.1.5	建设地点	南京市江北新区文景路与汇荣路交汇处
1.2.1	资金来源	国有（非政府投资）
1.2.2	出资比例	国有（非政府投资）:60.00%;私有:40.00%
1.2.3	资金落实情况	已落实
1.3.1	招标范围	南京N0. 新区2025G18项目企划服务，包括但不限于以下部分： 1、全案推广策略：各阶段全案推广策略、各阶段核心主题，活动（事件、圈层、社群等）策略、文案策略； 2、全案价值体现：项目价值分析、项目全案价值体现包装、核心推广语、推广故事线等； 3、全案广告设计：项目案名logo、VI体系、主形象、价值演绎稿等； 4、官号媒体号运营：包括但不限于微信视频号、小红书等平台，内

		<u>容包含推广频次及内容规划、传播目标及效果、资源整合能力、线上起号及裂变事件方案等</u> <u>5、销售道具设计：项目展示区包装建议、围挡、户型册、楼书（部分风格页）、礼品包装、名片等销售物料、其他道具创意等。</u>
1.3.2	服务期	<u>1260</u>
1.3.3	质量标准（技术性能指标）	<u>合格</u>
1.4.1	投标人资质条件、能力和信誉	<u>（1）投标人应具有独立法人资格，持有有效营业执照（提供营业执照扫描件，并加盖公章扫描件上传至投标文件中）；</u> <u>（2）投标人提供拟投入本项目的项目负责人与投标人签订的有效劳动合同、社保机构出具的近半年（2026年1月-2026年6月）投标人为其缴纳的养老保险缴费证明材料并加盖社保中心章或社保中心参保缴费证明电子专用章，加盖社保中心参保缴费证明电子专用章的社保材料可视为原件，投标人须将养老保险证明材料原件及劳动合同原件的扫描件编辑至投标文件，否则视为未提供，并将导致资格审查不通过；如社保为第三方代缴，请提供相关证明材料；若项目负责人属企业退休人员、事业编制人员、现役军人等客观原因无法提供养老保险金缴费证明，必须出具相关证明材料及劳动合同，否则一律按未提供养老保险金缴费证明材料处理；</u> <u>（3）截止投标文件递交时间当日，投标人未在“信用中国”网站（http://www.creditchina.gov.cn/）中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单（提供未在“信用中国”网站中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单网页截图，并加盖公章）；</u> <u>（4）投标人业绩要求：企业自2021年5月1日以来承担过单项合同金额100万元及以上的房地产项目全周期企划代理服务的业绩（需提供合同关键页扫描件，时间、金额以合同为准）。</u>
1.4.2	是否接受联合体投标	否

1.9.1	踏勘现场	不组织
1.10.1	投标预备会	不召开
1.10.2	投标人提出问题的截止时间	2026-07-23 00:00:00
1.10.3	招标人书面澄清的时间	2026-07-23 17:00:00
1.11	分包	不允许
1.12	偏离	不允许
2.1	构成招标文件的其他材料	无
2.2.1	投标人要求澄清招标文件的截止时间	2026-07-23 17:00:00
2.2.2	投标截止时间	2026-08-07 09:30:00
2.2.3	投标人确认收到招标文件澄清的时间	2026-07-23 17:00:00
2.3.2	投标人确认收到招标文件修改的时间	2026-07-23 17:00:00
3.1.1	构成投标文件的其他材料	无
3.3.1	投标有效期	90 天

3.2.3	最高投标限价或其计算方法	最高投标限价：1,780,000元 最高投标限价计算方法：<u>1、服务期分为【首开期、强销期、续销期、尾盘期】四个阶段，投标单位根据对项目和市场竞争对手的分析，投报首开期、强销期、续销期、尾盘期四个阶段的服务月费和完整服务期总费用。月费标准应遵循强销期单价高于续销期单价的原则，否则按无效标处理。</u> <u>2、首开期：首开（含当月）至首开后第4个月（含当月）；该时期预计4个月，预计时期2026年8月-2026年11月，最高投标限价为80000元/月；</u> <u>3、强销期：首开后第5个月（含当月）至首开后18个月（含当月）；该时期预计14个月，预计时期2026年12月-2028年1月，最高投标限价为70000元/月；</u> <u>4、续销期：首开后第19个月（含当月）至住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2028年2月-2029年1月，最高投标限价为30000元/月；</u> <u>5、尾盘期：住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2029年2月-2030年1月，最高投标限价为10000元/月；</u> <u>6、全周期服务总价最高投标限价178万元，投标人的所有投标价不得高于对应的最高限价，否则按无效标处理，实际服务期以合同约定为准。</u> <u>7、本项目的最高限价为含税价。</u>
3.2.4	投标报价的其他要求	总价 投标人的所有投标价不得高于对应的最高限价： 1、投标单位需以优质服务完成此次招标事项，并持续改进和满足客户要求。要求提供全程的策略服务、提升品牌及项目的对外形象输出，助力项目销售；项目企划费用采用整体销售期内的总价包干原则，销售期分为【首开期、强销期、续销期、尾盘期】四个阶段，投标单位根据对项目和市场竞争对手的分析，投报首开期、强销期、续销期、尾盘期四个阶段的企划服务月费和对阶段总费用，组成整个销售周期的企划服务总价。月费标准应遵循续销期低于强销期的原则。 2、如实际销售时期与报价单中约定的始末时间有差异时，按照下述规则处理：若对应阶段的实际销售时间短于报价清单内的约定始末时间，则按照实际销售月度数*该阶段月费进行结算支付（不满一个月按整月结算）；若实际销售进度迟缓，超出报价清单内时间服务的，不再计取服务费用。 3、企划费用按季度结算，根据服务质量进行打分，每次结算留置10%作为服务保证金，待尾盘期结束，即住宅成交80%以上，次季度全

		额结算。各销售期服务期若迟缓超期则支付款项按清单约定绝对周期进行结算支付。本项目可能分期开发，投标人自行考虑对各销售期延缓的影响，总价不作调整。 4、如合同期内乙方服务质量不达标，或出现其他严重违反合同约定的行为，经甲方提醒或要求后仍无改进的，甲方有权暂停或提前解除合同，按实际服务阶段的月费进行结算，因上述原因导致合同提前解除的，全额罚没留置保证金。如非乙方原因导致的合同提前解除，留置保证金可在合同解除次月全额结算。 5、企划服务过程中，甲方有权根据市场变化和实际销售进度调整强销期、续销期界定范围、时间长度，费用不做调整。
3. 4. 1	投标保证金	投标保证金的金额：人民币15,000元 投标保证金形式： 现金 支票 是否委托南京市公共资源交易中心江北新区分中心代收代退： 否 投标保证金提交账号 户名名称：捷宏润安工程顾问（江苏）有限公司 开户银行：兴业银行南京城南支行 银行账号：409500100100034201 银行地址：南京市秦淮区中山南路414号 办理流程：1. 以现金或者支票形式提交投标保证金的，应当从本单位基本账户转出，随投标文件上传缴款凭证。2. 投标保证金退还节点如下：非中标候选人在中标候选人公示结束起5日内退还；第二、三名中标候选人在中标结果公告发出起5日内退还；中标人在合同签订之日起5日内退还。有关保证金递交退还等相关事宜请提前联系代理人员。

3.5.2	近年财务状况的年份要求	不要求
3.5.3	近年完成的类似项目的年度要求	要求 <u>2021</u> 年
3.5.5	近年发生的诉讼及仲裁情况的年份要求	不要求
3.6	是否允许递交备选投标方案	不允许
4.2.2	递交投标文件地点	投标文件应递交至南京市招标投标交易系统
4.2.3	是否退还投标文件	否
5.1.1	开标时间和地点	开标时间：同投标截止时间 开标地点： <u>南京智能开标大厅（网址：https://njggzy.nanjing.gov.cn/BidOpening/online_bidding_platform/login）。</u>
5.2	开标程序	开标程序为： （1）公布投标人名单； （2）投标人在规定的时间内解密其投标文件； （3）招标人对未成功解密的投标文件进行退回； （4）由招标人（招标代理）随机抽取评标相关参数（如有）； （5）公布开标结果； （6）投标人提出异议或咨询（如有）； （7）招标人在线答复投标人提出的异议或咨询（如有）； （8）开标结束。 投标人解密时间： 公布投标人名称后 <u>60</u> 分钟以内
6.1.1	评标委员会的组建	评标委员会构成<u>7</u>人，其中招标人代表<u>2</u>人，专家<u>5</u>人； 评标专家确定方式：

		/ 从招标人提供的评委候选人名单中随机抽取
7.1.1	是否授权评标委员会确定 中标人	否 推荐的中标候选人人数： <u>3</u>
7.3.1	履约担保	履约担保的形式： <u>/</u> 履约担保的金额： <u>/</u>
10	需要补充的其他内容	
10.3	技术标要求	暗标： 不采用 横向暗标： 不采用 具体要求： <u>/</u>
10.4	（1）本项目委托公证进行现场公证。收费标准为：不超过200万元的，每件按2000元收取；超过200万元至1000万元的部分，按0.08%收取；超过1000万元至3000万元的部分，按0.05%收取；超过3000万元至5000万元的部分，按0.01%收取；超过5000万元的部分，按0.005%收取。公证费支付方式：中标人支付该项目公证费的100%。 （2）投标人报价中需要综合考虑本项目的交易服务费用。本项目的交易服务费支付标准按照《关于贯彻落实<关于优化公共资源交易服务收费管理有关事项的通知>的通知》（宁发改价费字【2023】614号）“建设工程、水利工程交易服务费收费标准表”执行。 （3）中标单位需将电子投标文件打印四份并加盖单位公章，领取中标通知书时递交给建设单位存档，纸质投标文件需与电子投标文件保持一致，如有不一致的以电子投标文件为准。 （4）因系统限制，第6.1.1项中评标专家确定方式为：从招标代理提供的评委候选人名单中随机抽取，招标人代表由招标人委派”。	

1. 总则

1.1 项目概况

1.1.1 根据《中华人民共和国招标投标法》等有关法律、法规和规章的规定，本招标项目已具备招标条件，现对本标段进行招标。

1.1.2 本招标项目招标人：见投标人须知前附表。

1.1.3 本标段招标代理机构：见投标人须知前附表。

1.1.4 本招标项目名称：见投标人须知前附表。

1.1.5 本标段建设地点：见投标人须知前附表。

1.2 资金来源和落实情况

1.2.1 本招标项目的资金来源：见投标人须知前附表。

1.2.2 本招标项目的出资比例：见投标人须知前附表。

1.2.3 本招标项目的资金落实情况：见投标人须知前附表。

1.3 招标范围、工期（服务期、交货期）和质量标准（技术性能指标）

1.3.1 本次招标范围：见投标人须知前附表。

1.3.2 本标段的计划工期：见投标人须知前附表。

1.3.3 本标段的质量要求：见投标人须知前附表。

1.4 投标人资格要求

1.4.1 投标人应具备承担本标段施工的资质条件、能力和信誉。

（1）资质条件：见投标人须知前附表；

（2）财务要求：见投标人须知前附表；

（3）业绩要求：见投标人须知前附表；

（4）信誉要求：见投标人须知前附表；

（5）项目负责人资格：见投标人须知前附表；

（6）其他要求：见投标人须知前附表。

1.4.2 投标人须知前附表规定接受联合体投标的，除应符合本章第1.4.1项和投标人须知前附表的要求外，还应遵守以下规定：

（1）联合体各方应按招标文件提供的格式签订联合体协议书，明确联合体牵头人和各方权利义务；

（2）由同一专业的单位组成的联合体，按照资质等级较低的单位确定资质等级；

（3）联合体各方不得再以自己名义单独或参加其他联合体在同一标段中投标。

1.4.3 投标人不得存在下列情形之一：

（1）与招标人存在利害关系且可能影响招标公正性；

（2）与本招标项目的其他投标人为同一个单位负责人；

- (3) 与本招标项目的其他投标人存在控股、管理关系；
- (4) 与本招标项目其他投标人代理同一个制造商同一品牌同一型号的设备投标；
- (5) 为本招标项目的代建人；
- (6) 为本招标项目的招标代理机构；
- (7) 与本招标项目的代建人或招标代理机构同为一个法定代表人；
- (8) 与本招标项目的代建人或招标代理机构存在控股或参股关系；
- (9) 被依法暂停或者取消投标资格；
- (10) 被责令停产停业、暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照；
- (11) 进入清算程序，或被宣告破产，或其他丧失履约能力的情形；
- (12) 法律法规或投标人须知前附表规定的其他情形。

/

1.4.4 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本招标项目投标。

1.5 费用承担

投标人准备和参加投标活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与招标投标活动的各方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。

1.7 语言文字

除专用术语外，与招标投标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释。

1.8 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.9 踏勘现场

1.9.1 投标人须知前附表规定组织踏勘现场的，招标人按投标人须知前附表规定的时间、地点组织投标人踏勘项目现场。

1.9.2 投标人踏勘现场发生的费用自理。

1.9.3 除招标人的原因外，投标人自行负责在踏勘现场中所发生的人员伤亡和财产损失。

1.9.4 招标人在踏勘现场中介绍的工程场地和相关的周边环境情况，供投标人在编制投标文件时参考，招标人不对投标人据此作出的判断和决策负责。

1.10 投标预备会

1.10.1 投标人须知前附表规定召开投标预备会的，招标人按投标人须知前附表规定的时间和地点召开投标预备会，澄清投标人提出的问题。

1.10.2 投标人应在投标人须知前附表规定的时间前，以书面形式将提出的问题送达招标人，以便招标人在会议期间澄清。

1.10.3 投标预备会后，招标人在投标人须知前附表规定的时间内，将对投标人所提问题的澄清，以书面方式通知所有购买招标文件的投标人。该澄清内容为招标文件的组成部分。

1.11 分包

投标人拟在中标后将中标项目的部分非主体、非关键性工作进行分包的，应符合投标人须知前附表规定的分包内容、分包金额和接受分包的第三人资质要求等限制性条件。

1.12 偏离

投标人须知前附表允许投标文件偏离招标文件某些要求的，偏离应当符合招标文件规定的偏离范围和幅度。

2. 招标文件

2.1 招标文件的组成

本招标文件包括：

- (1) 招标公告（或投标邀请书）
- (2) 投标人须知；
- (3) 评标办法；
- (4) 合同条款及格式；
- (5) 报价清单或发包人（委托人）要求；（如有）
- (6) 图纸或发包人提供的资料；（如有）
- (7) 技术标准和要求；（如有）
- (8) 投标文件格式；
- (9) 投标人须知前附表规定的其他材料。（如有）

根据本章第1.10款、2.2款和2.3对招标文件所作的澄清、修改，构成招标文件的组成部分。

2.2 招标文件的澄清

2.2.1 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如发现内容不全，应及时向招标人提出，以便补齐。如有疑问，应在投标人须知前附表规定的时间前以书面形式（本招标文件中书面形式指通过电子招标投标交易平台发送和接受的且可被该系统识别的数据文件，下同），要求招标人对招标文件予以澄清。

2.2.2 招标文件的澄清将在投标人须知前附表规定的投标截止时间15天前，由招标人通过电子招标投标交易平台发给所有购买招标文件的投标人，但不指明疑问的来源。如果澄清发出的时间距投标截止时间不足15天，并且澄清内容可能影响投标文件编制的，相应延长投标截止时间。

2.2.3 投标人应及时登陆电子招标投标交易平台获取澄清后的招标文件，未按澄清后的招标文件编制的投标文件有可能被评标委员会否决。

2.3 招标文件的修改

2.3.1 在投标截止时间15天前，招标人可以书面形式修改招标文件，并通知所有已购买招标文件的投标人。如果修改招标文件的时间距投标截止时间不足15天，并且修改内容可能影响投标文件编制的，相应延长投标截止时间。

2.3.2 投标人应及时登陆电子招标投标交易平台获取修改后的招标文件，未按澄清和修改后的招标文件编制的投标文件有可能被评标委员会否决。

3. 投标文件

3.1 投标文件的组成

3.1.1 投标文件应包括下列内容：

- (1) 投标函及投标函附录；
- (2) 法定代表人身份证明或附有法定代表人身份证明的授权委托书；
- (3) 联合体协议书（如有）；
- (4) 投标保证金（如有）；
- (5) 报价清单；（如有）
- (6) 商务标文件；
- (7) 技术标文件；（如有）
- (8) 资格审查资料；
- (9) 定标资料；（如有）
- (10) 其他资料。

3.1.2 投标人须知前附表规定不接受联合体投标的，或投标人没有组成联合体的，投标文件不包括本章第3.1.1（3）目所指的联合体协议书。

3.2 投标报价

3.2.1 投标人应按第五章“报价清单”的要求填写相应表格。

3.2.2 投标人在投标截止时间前修改投标函中的投标总报价，应同时修改第五章“报价清单”中的相应报价。此修改须符合本章第4.3款的有关要求。

3.2.3 招标人设有最高投标限价的，投标人的投标报价不得超过最高投标限价，最高投标限价或其计算方法在投标人须知前附表中载明。

3.2.4 投标报价的其他要求见投标人须知前附表。

3.3 投标有效期

3.3.1 在投标人须知前附表规定的投标有效期内，投标人不得要求撤销或修改其投标文件。

3.3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，招标人以书面形式通知所有投标人延长投标有效期。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，其投标失效，但投标人有权收回其投标保证金。

3.4 投标保证金

3.4.1 投标人在递交投标文件的同时，应按投标人须知前附表规定的金额、担保形式和第八章“投标文件格式”规定的投标保证金格式递交投标保证金，并作为其投标文件的组成部分。联合体投标的，其投标保证金由牵头人递交，并应符合投标人须知前附表的规定。

3.4.2 投标人不按本章第3.4.1项要求提交投标保证金的，其投标文件作废标处理。

3.4.3 招标人与中标人签订合同后5个工作日内，向未中标的投标人和中标人退还投标保证金及银行同期存款利息。

3.4.4 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 投标人在规定的投标有效期内撤销或修改其投标文件；
- (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；

3.5 资格审查资料

3.5.1 “投标人基本情况表”应按投标人须知要求附投标人营业执照、资质证书等材料，具体要求见投标人须知前附表。

3.5.2 “近年财务状况表”应按投标人须知要求附经会计师事务所或审计机构审计的财务会计报表，具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.3 “近年完成的类似项目情况表”应按投标人须知要求附中标通知书和（或）合同协议书、工程接收证书（工程竣工验收证书），具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.4 “近年发生的诉讼及仲裁情况”应说明相关情况，并附法院或仲裁机构作出的判决、裁决等有关法律文书，具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.5 投标人须知前附表规定接受联合体投标的，本章第3.5.1项至第3.5.4项规定的表格和资料应包括联合体各方相关情况。

上述资料投标人应从江苏省公共资源交易经营主体信息库系统中选择相应扫描件编入投标文件相应位置，投标人有义务核查投标资料的有效性和真实性，如存在扫描件无效、不清晰、不完整等情形的，投标人应及时更新相关资料，并重新制作并上传投标文件。

3.6 备选投标方案

除投标人须知前附表另有规定外，投标人不得递交备选投标方案。允许投标人递交备选投标方案的，只有中标人所递交的备选投标方案方可予以考虑。评标委员会认为中标人的备选投标方案优于其按照招标文件要求编制的投标方案的，招标人可以接受该备选投标方案。

3.7 投标文件的编制

3.7.1 投标文件应按第八章“投标文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为投标文件的组成部分。其中，投标函附录在满足招标文件实质性要求的基础上，可以提出比招标文件要求更有利于招

标人的承诺。

3.7.2 投标文件应当对招标文件有关工期（服务期、交货期）、投标有效期、质量标准（技术性能指标）、招标范围等实质性内容作出响应。

3.7.3 投标文件应在投标函、授权委托书、承诺书加盖使用电子招标投标交易平台可以接受的数字证书加盖的电子签名。

4. 投标

4.1 投标文件的密封和标记

4.1.1 潜在投标人应当使用投标文件制作软件按照招标文件规定的内容和格式编制、签名、加密、递交投标文件。签名和加密必须使用电子招标投标交易平台可接受的数字证书。“投标文件格式”中要求盖单位章和（或）签字的地方，申请人均应使用电子招标投标交易平台可识别的数字证书加盖申请人的单位电子印章和（或）法定代表人的个人电子印章或电子签名章。联合体牵头人按上述规定加盖联合体牵头人单位电子印章和（或）法定代表人的个人电子印章或电子签名章。

4.2 投标文件的递交

4.2.1 投标人应在投标人须知前附表规定的投标截止时间前，向电子招标投标交易平台传输递交加密后的电子投标文件。

4.2.2 投标人递交投标文件的地点：见投标人须知前附表。

4.2.3 逾期上传投标文件的，招标人不予受理。

4.2.4 通过电子招标投标交易平台中上传的电子投标文件应使用数字证书认证并加密，未按要求加密和数字证书认证的投标文件，招标人不予受理。

4.3 投标文件的修改与撤回

4.3.1 在本章第2.2.2项规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件，投标文件以投标截止时间前完成递交至电子招标投标交易平台最后一份投标文件为准。

4.3.2 修改的投标文件应按照本章第3条、第4条规定进行编制和递交。

5. 开标

5.1 开标时间和地点

5.1.1 招标人在本章第2.2.2项规定的投标截止时间（开标时间）和投标人须知前附表规定的地点公开开标。

5.1.2 投标人参加开标会要求：见前附表须知。

5.2 开标程序

按照投标人须知前附表规定的开标程序进行开标。

5.3 开标时出现下列情况的，招标人将拒绝其投标。

5.3.1 未按投标人须知前附表5.1.2“投标人参加开标会要求”参加开标的；

5.3.2 未能在投标人须知前附表规定的时间内成功解密的。

6. 评标

6.1 评标委员会

6.1.1 评标由招标人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由招标人或其委托的招标代理机构熟悉相关业务的代表，以及有关技术、经济等方面的专家组成。评标委员会成员人数以及技术、经济等方面专家的确定方式见投标人须知前附表。

6.1.2 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

- (1) 招标人或投标人的主要负责人的近亲属；
- (2) 项目主管部门或者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。

6.2 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.3 评标

评标委员会按照第三章“评标办法”规定的方法、评审因素、标准和程序对投标文件进行评审。第三章“评标办法”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

7. 合同授予

7.1 定标方式（适用于非评定分离项目）

除投标人须知前附表规定评标委员会直接确定中标人外，招标人依据评标委员会推荐的中标候选人确定中标人，评标委员会推荐中标候选人的人数见投标人须知前附表。

7.1 定标方式（适用于评定分离项目）

7.1.1 采用评定分离项目，投标人应按投标人须知前附表要求准备定标材料。

7.1.2 定标委员会按照招标文件规定的定标方案，在评标委员会推荐的中标候选人中择优确定中标人，并向招标人提交定标报告。中标候选人数量见投标人须知前附表。

7.2 中标通知

在本章第3.3款规定的投标有效期内，招标人以书面形式向中标人发出中标通知书，同时将中标结果通知未中标的投标人。

7.3 履约担保

7.3.1 在签订合同前，中标人应按投标人须知前附表规定的金额、担保形式和招标文件第四章“合同条款及格式”规定的履约担保格式向招标人提交履约担保。联合体中标的，其履约担保由牵头人递交，并应符合投标人须知前附表规定的金额、担保形式和招标文件第四章“合同条款及格式”规定的履约担保格式要求。

7.3.2 中标人不能按本章第7.3.1项要求提交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4 签订合同

7.4.1 招标人和中标人应当自中标通知书发出之日起30天内，根据招标文件和中标人的投标文件订立书面合同。中标人无正当理由拒签合同的，招标人取消其中标资格，其投标保证金不予退还；给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4.2 发出中标通知书后，招标人无正当理由拒签合同的，招标人向中标人退还投标保证金；给中标人造成损失的，还应当赔偿损失。

8. 重新招标和不再招标

8.1 重新招标

有下列情形之一的，招标人将重新招标：

(1) 投标截止时间止，投标人少于3个的；

(2) 经评标委员会评审后否决所有投标的。

(3) 评标委员会否决不合格投标后因有效投标不足3个使得投标明显缺乏竞争，评标委员会决定否决全部投标的；

(4) 同意延长投标有效期的投标人少于3个的；

(5) 中标候选人均未与招标人签订合同的。

(6) 法律、法规规定的其他重新招标的情形。

8.2 不再招标

重新招标后投标人仍少于3个或者所有投标被否决的，属于必须审批或核准的建设工程项目，经原审批或核准部门批准后不再进行招标。

9. 纪律和监督

9.1 对招标人的纪律要求

招标人不得泄漏招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

9.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通投标或者与招标人串通投标，不得向招标人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评标工作。

9.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标办法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

9.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

9.5 投诉

投标人和其他利害关系人认为本次招标活动违反法律、法规和规章规定的，有权向有关行政监督部门投诉。

10. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见投标人须知前附表。

开标一览表

N0. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理开标记录表

项目名称：N0. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理

标段名称：服务

标段编码：NJQT2600734-01QFGH

评标相关参数：

序号	投标人名称	投标报价(元)	投标保证金 账户	投标保证金应 缴金额(元)	投标保证金实 缴金额(元)	投标保证金 缴纳方式	投标保证金 信用承诺	投标保证金 到账情况	解密情况	项目负责人	服务期限(日 历天)
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											

最高投标限价：

招标人：

行政监督：

开标地点：

见证人：

公证机构：

第三章 评标办法

初步评审			
条款号		评审因素	评审标准
2.2.1	形式评审标准	投标人名称	与营业执照一致
		电子签名	投标文件电子签名符合第二章4.1.1的要求
		投标报价	只能有一个有效报价，但招标文件要求提交备选投标的除外
		联合体投标人（如有）	无
		授权委托书（如有）	企业法定代表人委托代理人有合法、有效的委托书；
		暗标形式评审（如有）	无
2.2.2	资格评审标准	营业执照	具备有效的营业执照
		安全生产许可证	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		信誉要求	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		资质等级	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		项目负责人	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		技术负责人	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		类似项目业绩	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		财务状况	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		项目负责人的其他要求	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		联合体投标人（如有）	无
		投标人资格其他条件审查	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
2.2.3	响应性评审标准	投标内容	符合第二章“投标人须知”第1.3.1项规定
		项目完成期限	符合第二章“投标人须知”第1.3.2项规定
		质量	符合第二章“投标人须知”第1.3.3项规定
		投标有效期	符合第二章“投标人须知”第3.2.1项规定
		投标保证金	符合第二章“投标人须知”第3.4.1项规定
		投标报价范围	投标报价不低于成本且不高于投标人须知前附表规定的最高投标限价（招标控制价）
		技术规范和技术标准	符合第五章“技术标准和要求”规定

		雷同性评审	不同投标人的投标文件以及投标文件制作过程未出现雷同的情况	
		招标人其他要求	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定	
详细评审				
条款号	量化因素	量化标准		
2.3.1	分值构成（总分100分）	(1) 投标报价：40.00 分 (2) 技术标：50.00 分 (3) 商务标：10.00 分 (4) 其他：0 分		
2.3.2	评标基准价计算方法	招标人或招标代理自行提供报价打分算法，如下，		
2.3.3（1）	投标报价得分计算	本次投标报价内容为基于项目全周期企划服务的除税报价，以有效投标文件（有效投标文件是指初步评审合格的投标文件，下同）的各家评标价（评标价是指经澄清、补正和修正算术计算错误后的投标预估总价，下同）算术平均值为评标基准价。 当有效投标文件≥7家时，去掉最高和最低20%（四舍五入取整，末尾投标报价相同的均保留）后进行算术平均为评标基准价； 当有效投标文件为3-6家时，剔除最高报价（最高报价相同的均剔除）后进行算术平均为评标基准价； 当有效投标文件小于3家时, 流标处理。 投标报价高于评标基准价时，报价得分=40-（有效的投标报价-评标基准价）/评标基准价*100*0.2； 投标报价低于评标基准价时，报价得分=40-（评标基准价-有效的投标报价）/评标基准价*100*0.1； 报价等于基准价的得满分，报价高于基准价时，每增加1%扣0.2分；报价低于基准价时，每减少1%扣0.1分；不足1%的按插入法计算，小数点后保留两位。		
2.3.3（2）	技术标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		案名设计与VI演绎 (0~10.00)	内容完善（10 分）案名构思新颖贴切，VI 演绎体系完整，视觉美感突出、创意独特，风格与项目定位高度契合。 内容达标（8 分）案名与 VI 设计整体合理美观，具备创意亮点，整体符合项目调性，仅细节打磨略有不足。 内容基础（6 分）完成案名及基础 VI 设计，风格中规中矩，创意不足，视觉表现普通，无明显亮点。 内容薄弱（4 分）案名平淡、辨识度低，VI 设计粗糙，缺乏美感与创意，和项目定位匹配度较差。 无内容不得分。	10.00
		卖点特点 (0~20.00)	内容完善（20 分）卖点金字塔架构完整层级分明，核心卖点定位精准，支撑论据详实充分，逻辑严谨可信，文字凝练简洁、朗朗	20.00

			上口、易于传播记忆。 内容达标（15 分）卖点金字塔框架完整，卖点贴合项目，论据与逻辑基本通顺，文字表述通顺易懂，仅部分细节打磨不足，整体表现较好。 内容基础（10 分）搭建出基础卖点金字塔结构，卖点方向无误，但论据单薄，逻辑层次一般，文字表述偏冗长，记忆点不强。 内容薄弱（5 分）金字塔结构混乱，卖点定位偏差较大，论据缺失、逻辑牵强，文字啰嗦晦涩，难以理解和记忆。 无内容不得分。	
		卖点在项目各场景与阶段的运用 (0~10.00)	内容完善（10 分）活动、事件策划思路完整，形式丰富且贴合项目卖点，落地路径清晰，能深度佐证卖点，说服力与传播效果突出。 内容达标（8 分）活动、事件规划完整，可有效结合项目卖点，整体逻辑通顺，仅部分创意及执行细节不够深入。 内容基础（6 分）有基础的活动、事件构想，能关联核心卖点，但形式单一、思路笼统，对卖点的烘托力度有限。 内容薄弱（4 分）活动、事件想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏完整规划，难以起到佐证作用。 无内容不得分。	10.00
		物料道具 (0~5.00)	内容完善（5 分）物料、道具规划全面，品类丰富且紧密贴合项目卖点，呈现形式巧妙，展示逻辑清晰，能直观、有力地佐证卖点，落地性强。 内容达标（4 分）物料与道具搭配合理，可有效呼应项目卖点，整体方案完整，仅部分细节设计不够精致，不影响实际使用效果。 内容基础（3 分）有基础的物料、道具使用思路，能够关联核心卖点，但形式单一、构思笼统，对卖点的烘托作用有限。 内容薄弱（2 分）物料、道具想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏系统规划，难以体现卖点优势。 无内容不得分。	5.00
		媒体新闻策划 (0~5.00)	内容完善（5 分）媒体、新闻策划规划全面，形式丰富且紧密贴合项目卖点，传播逻辑清晰，能	5.00

			直观、有力地佐证卖点，落地性强。 内容达标（4 分）媒体与新闻策划安排合理，可有效呼应项目卖点，整体方案完整，仅部分传播细节打磨不够精致，不影响实际宣传效果。 内容基础（3 分）有基础的媒体、新闻策划思路，能够关联核心卖点，但形式单一、构思笼统，对卖点的烘托作用有限。 内容薄弱（2 分）媒体、新闻策划想法零散，和项目卖点结合度低，缺乏系统规划，难以体现卖点优势。 无内容不得分。	
		汇总规则：评委汇总，直接求平均		
2.3.3（3）	商务标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		企业业绩 (0~10.00)	投标人业绩要求：企业自2021年5月1日及以来承担过单项合同金额100万元及以上的房地产项目全周期企划代理服务的业绩，每提供一个合同得5分，最多10分（需提供合同关键页扫描件，时间、金额以合同为准。） 备注：资格审查业绩、评分项业绩可兼得	10.00
		汇总规则：分项汇总，直接求平均		
2.3.3（4）	其他评分标准	/		
2.5.2	竞争性判断	有效投标少于3名时，评标委员会作出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。		
4.3.2	定标方法	无		
综合评估法综合评分相同且报价相同时中标候选人或中标人确定方法： <u>综合得分相同时，以技术得分高的优先；技术得分也相同的，以投标报价低的优先；投标报价也相同的，由评标委员会随机抽签方式确定。</u>				
需要补充的其他内容： <u>无</u>				

1. 评标方法

综合评估法：

本次评标采用综合评估法。评标委员会对满足招标文件实质性要求的投标文件，按照本章第2.3款规定的评分标准进行评审，并按投标人须知前附表7.1款规定的数量推荐中标候选人，或根据招标人授权直接确定中标人，但投标报价低于其成本的除外。综合评分相等时，以投标报价低的优先；投标报价也相等的，由招标人按照评标办法前附表规定的方法排序推荐。

2. 评审标准

2.1 评标入围（如采用）

2.1.1 投标文件存在评标入围及评标办法前附表所列情况之一的，不再进行后续评标。

2.2 初步评审标准

2.2.1 形式评审标准：见评标办法前附表。

2.2.2 资格评审标准：见评标办法前附表。

2.2.3 响应性评审标准：见评标办法前附表。

2.3 分值构成与评分标准

2.3.1 分值构成：见评标办法前附表。

2.3.2 评标基准价计算

评标基准价的计算公式：见评标办法前附表。

2.3.3 评标标准：见评标办法前附表。

3. 评标程序

3.1 评标准备

3.1.1 评标委员会由招标人依法组建。评标委员会负责人由评标委员会成员推举产生。评标委员会成员应签署《评标声明书》，遵守有关法律、法规、规章，遵守评标纪律和其他评标有关规定。

3.1.2 招标人应向评标委员会提供与评标有关的工程项目信息和资料，所提供的资料和信息不得带有不公平、影响或排斥某些投标人的情况。

3.1.3 评标委员会成员应独立研读招标文件。对招标文件中存在的问题的处理应由评标委员会讨论决定。评标委员会可要求招标人对招标文件的内容作必要的澄清、说明，但澄清、说明不得改变招标文件的实质内容。

3.2 初步评审

3.2.1 评标委员会依据本章第2.2.1项、2.2.2项、第2.2.3项规定的标准对投标文件进行初步评审，有一项不符合评审标准的且符合下列条款的予以否决：

（一）投标文件中的投标函未加盖合法有效电子签名；

- (二) 企业法定代表人委托代理人没有合法、有效的委托书的；
- (三) 投标人资格条件不符合国家有关规定或招标文件要求的；
- (四) 投标人名称或组织结构与资格预审时不一致的；
- (五) 除在投标截止时间前经招标人书面同意外，项目负责人与资格预审时不一致的；
- (六) 组成联合体投标未提供联合体各方共同投标协议的；
- (七) 在同一招标项目中，联合体成员以自己名义单独投标或者参加其他联合体投标的；
- (八) 联合体成员与资格预审确定的结果不一致的；
- (九) 投标报价低于工程成本或者高于招标文件设定的招标控制价或者招标人设置的投标限价的；
- (十) 同一投标人提交两个及以上不同的投标文件或者投标报价，但招标文件要求提交备选投标的除外；
- (十一) 未按招标文件要求提供投标保证金的；
- (十二) 投标文件载明的招标项目完成期限超过招标文件规定的期限的；
- (十三) 明显不符合技术规范、技术标准的要求的；
- (十四) 投标文件载明的货物包装方式、检验标准和方法等不符合招标文件的要求的；
- (十五) 投标文件提出了不能满足招标文件要求或招标人不能接受的工程验收、计量、价款结算和支付办法的；
- (十六) 不同投标人的投标文件以及投标文件制作过程出现了评标委员会认为不应当雷同的情况的；
- (十七) 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；
- (十八) 技术标文件存在明显技术方案错误、或者不符合招标文件有关暗标要求的；
- (十九) 投标文件关键内容模糊、无法辨认的。
- (二十) 经批准的其他要求（详见前附表）。

补充的否决条款：

/

投标文件中的材料不符合第一章投标人须知 3.5条款要求的，评委会应按上述第三款予以否决。

3.3 详细评审

3.3.1 评标委员会按本章第2.3款规定的量化因素和分值进行打分，并计算出综合评估得分，各项分值计算均保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。

- (1) 按本章第2.3.3（1）目规定的评审因素和分值对投标报价计算出得分A
- (2) 按本章第2.3.3（2）目规定的评审因素和分值对技术标计算出得分B
- (3) 按本章第2.3.3（3）目规定的评审因素和分值对商务标评分计算出得分C
- (4) 按本章第2.3.3（4）目规定的评审因素和分值对其他评价评分计算出得分D

3.3.2 评分分值B的计算应按评标办法前附表要求汇总并计算得分；

3.3.3 投标人得分=A+B+C+D。

3.3.4 评标委员会发现投标人的报价明显低于其他投标报价，或者在设有最高投标限价（招标控制价）时明显低于最高投标限价（招标控制价），使得其投标报价可能低于其成本的，应当要求该投标人作出书面说明并提供相应的证明材料。

3.4 投标文件的澄清和补正

3.4.1 在评标过程中，评标委员会可以通过电子招标投标交易平台要求投标人对所提交投标文件中不明确的内容进行书面澄清或说明，或者对细微偏差进行补正。评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或补正。

3.4.2 澄清、说明和补正不得改变投标文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。投标人的书面澄清、说明和补正属于投标文件的组成部分。

3.4.3 评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

3.5 评标结果

3.5.1 除第二章“投标人须知”前附表授权直接确定中标人外，评标委员会按照得分由高到低的顺序推荐中标候选人（适用于综合评估法）。

3.5.2 评标委员会在推荐中标候选人时，应遵照以下原则：

- （1）评标委员会应当按照投标人须知前附表7.1.1款规定，推荐相应的数量的中标候选人。
- （2）评标委员会完成评标后，应当向招标人提交书面评标报告。
- （3）采用“评定分离”的项目，经评标委员会评审，符合招标文件要求的投标人少于投标人须知前附表7.1.4规定的中标候选人数量，但不少于3人时，全部推荐为中标候选人。当符合招标文件要求的投标人少于3名时，评标委员会作出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。

3.5.3 评标委员会完成评标后，应当向招标人提交评标报告。

3.6 评标争议处理

3.6.1 评标委员会全体成员应独立评审，对所提出的评审意见承担个人责任。

3.6.2 评标委员会对需要全体成员共同确认的重大事项各成员意见不一致的应进行表决。表决事项经评标委员会全体成员超过半数以上同意视为有效，表决不得违背法律、法规和招标文件的规定。表决通过电子招标投标交易平台进行。

3.6.3 本评标办法中需要评标委员会全体成员共同确认的重大事项是指：

- （1）按本章3.2条款否决该投标人的投标的；
- （2）按本章3.3条款投标做废标处理的或投标人有关资格、业绩等认定的；
- （3）按本章3.4条款要求投标人澄清、说明或补正的；
- （4）其他有可能影响评标结果、可能对投标人产生不公、或者可能影响招标人利益的。

3.6.4 评标委员会成员对书面决议或评审结论持有异议的，应当书面阐述其不同意见和理由。拒绝在书面决议或评标报告上签名且不陈述其不同意见和理由的，视为同意书面决议或评标结论。评标委员会应当在评标报告中做出说明。

3.6.5 评标委员会形成的最终评审结论，应能体现大多数评委的评审意见，如有超过二分之一的评委提出异议的，应当当场重新评审。

4. 定标方法（适用于评定分离项目）

4.1 中标候选人确定方法

4.1.1 当合格投标文件数大于投标人须知前附表7.1.4款规定的数量时，按投标人的综合评分由高至低，推荐规定数量的中标候选人。

4.1.2 中标候选人公示期间，因异议或投诉，取消相应中标候选人的资格后，招标人根据投标人须知前附表7.1.4规定，采用继续定标，招标人继续定标。采用组织原评标委员会重新评审补充推荐中标候选人，招标人组织原评标委员会重新评审补充推荐中标候选人；中标候选人小于三家时，评标委员会做出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。

4.2 定标委员会

4.2.1 定标委员会由招标人按相关要求组建，代表招标人对评标委员会推荐的中标候选人投标文件进行评审，人员数量详见投标人须知前附表。

4.2.2 定标委员会组长在定标会上推荐产生。

4.2.3 招标人在定标前可以介绍项目情况、招标情况、清标及对投标人或者项目负责人的考察、质询情况；招标人可以邀请评标专家代表介绍评标情况、专家评审意见及评标结论、提出注意事项。定标委员会委员有疑问的，可以向招标人或者评标专家提问。

4.2.4 与投标人有利害关系的人员不得参与本项目的定标工作。

4.2.5 招标人组建定标监督小组，对定标过程进行见证监督。

4.3 定标方法

4.3.1 定标委员会成员根据招标文件规定的定标方法和定标因素进行定标，具体定标方法详见评标办法前附表。

4.3.2 中标人放弃中标、因不可抗力提出不能履行合同，或者招标文件规定应当提交履约保证金而且在规定的期限内未能提交的，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，招标人可以采用原定标标准和方法，由原定标委员会在中标候选人名单中重新确定中标人并公示。其他中标候选人与招标人预期差距较大，或者对招标人明显不利的，招标人可以重新招标。

第四章 合同条款及格式

N0. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务合同

项目名称：N0. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务

项目地点：江北新区汇荣路以东、文景路以北地块

甲方：南京观扬置业有限公司

乙方：

合同编号：

签订日期：

甲方：南京观扬置业有限公司

乙方：_____

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方在平等、自愿、等价有偿、公平、诚实信用的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方对项目进行全周期企划代理事宜，达成一致意见，特签订本合同，以资信守。

一、代理服务内容

南京N0. 新区2025G18项目企划服务，包括但不限于以下部分：

- 1、全案推广策略：各阶段全案推广策略、各阶段核心主题，活动（事件、圈层、社群等）策略、文案策略；
- 2、全案价值体现：项目价值分析、项目全案价值体现包装、核心推广语、推广故事线等；
- 3、全案广告设计：项目案名logo、VI体系、主形象、价值演绎稿等；
- 4、官号媒体号运营：包含但不限于微信视频号、小红书等平台，内容包含推广频次及内容规划、传播目标及效果、资源整合能力、线上起号及裂变事件方案等
- 5、销售道具设计：项目展示区包装建议、围挡、户型册、楼书（部分风格页）、礼品包装、名片等销售物料、其他道具创意等。

二、代理期限

合作期限从____至____。如遇项目推广周期改变，甲方有权提前天书面通知乙方暂停工作，暂停工作期间不付费，合同期限顺延；如项目在推广期内结案，甲乙双方可在友好协商的基础上提前终止本合同，甲乙双方互不承担违约责任，代理费用按实际发生额进行结算。代理期结束前十五日内，双方协商决定委托代理期是否延续。

三、代理费用及支付方式

1、收费范围与标准

经甲、乙双方友好协商，合作期限内，本合同甲方应支付乙方的服务费总额为：合同价（含税）小写：元，人民币(大写)：。不含税合同价：小写：元，人民币(大写)：。税额：小写：元，人民币(大写)：。

2、本合同服务费为固定总价包干，包含乙方完成本合同第一条约定全部服务内容所需的创意费、策划费、推广费、定位费、设计费、文案费、调研费、包装费、人员工资（含加班费）、设备费、办公费、差旅费、安全责任险、保险费、专利使用费、管理费、利润、税金及所有履行本合同的风险费用，该服务费并非计件收费，不因甲方的工作内容变更而调整。

3、除非双方另有书面约定，乙方保证其广告服务及出品不侵犯任何第三方的知识产权和版权。乙方应承担由于其广告服务及出品侵犯第三方知识产权和版权而给甲方造成的所有损失和责任。

4、外地操作费

乙方因甲方广告推广工作需要而发生外地操作费用，如交通费、食宿费等费用包含在合同价中。（外地指南京市以外区域）

5、关于发票的要求：一般计税方法，乙方必须开具合法有效的增值税专用发票，税率为%。

6、付款方式与时间

（1）甲方委托乙方的服务费用采用按季度支付的形式。

（2）企划费用按季度结算及付款，根据服务质量进行打分（具体评分规则见《企划服务评分表》，每次结算留置10%作为服务保证金，待尾盘期结束，即住宅成交80%以上，次季度全额结算并付款。各销售期服务期若迟缓超期则支付款项按清单约定绝对周期进行结算支付。本项目可能分期开发，投标人自行考虑对各销售期迟缓的影响，总价不作调整。

（3）每次付款前，乙方应向甲方提供合法有效的等额发票。因乙方未及时出具等额有效发票的，甲方可拒绝付款并不承担任何责任。

（4）乙方应按甲方要求，向甲方提交完整、真实、准确的请款资料。甲方在收到乙方前述请款资料后，按本合同约定支付相应合同价款。乙方未按要求提交请款资料的，甲方有权相应顺延支付合同价款，且无需承担任何逾期支付的违约责任。若自乙方完成本合同约定工作超过1年，但未按本合同要求提交完整、真实、准确的请款资料的，甲方有权按应付未付款项的50%向乙方付款，且不属于甲方违约。若自乙方完成本合同约定工作超过3年的，仍未按要求提交请款资料的，甲方有权不再向乙方支付任何费用，且甲方无需承担任何责任。

四、运作规则

1、专案小组

乙方应就甲方委托的项目成立专案小组，并提供专案小组名单经甲方认可，由总经理直接领导下的服务专案组，包括项目经理x名、设计经理x名、策划经理x名、设计师x名、文案x名，其他成员x名（请自行命名），总经理控制其质量，小组成员在总经理的直接领导下，从事品牌策略制订、创意以及市场的业务跟踪工作。乙方将保持主要人员构成的相对稳定性，以利于广告运作的延续性。如乙方要调整人员，需提前10日通知甲方并取得甲方书面认可，

否则，甲方有权收取违约金，每天每人次向甲方支付违约金500元，并有权暂缓支付相关代理费用。

甲方有权要求乙方调换甲方认为不适合在本项目工作的乙方专案小组成员，乙方须在48小时内用经甲方批准的合格人员代替被调离人员。乙方未按甲方要求调离、替换人员的，每天每人次向甲方支付违约金500元。

2、流程和进度

签约后项目即进入具体操作阶段，乙方在个工作日内须提供年总体策划案并制定工作进程时间表，经甲方修改、审定、确认后分步实施。为配合市场变化，甲方可随时发出修改调整总体策划方案的通知，乙方在接到甲方通知后于双方同意的时间内提交修改好的总体策划方案，并及时更改媒介计划和工作计划。

各分项项目将围绕以上基本流程进行，具体操作程序如下：

- (1) 乙方向甲方提交正式的分项报价单；
- (2) 甲方审定分项报价单，如无异议，经甲方签名盖章确认后作为正式的分项合同；
- (3) 乙方依据彼此签名盖章的报价单（即分项合同），开始实际性的执行工作。

3、批复

乙方执行代理的事项，应在获得甲方书面批复后方可进行。经批复后，若任何一方提出变更的，因此而产生的额外费用及后果，由提出变更的一方承担。

对于乙方提交甲方批复的事项，甲方应于乙方提交之日起的工作日内或双方协商的日期内予以批核和答复。如不同意，甲方明确提出其不合格之处和修改意见，乙方应依此意见进行修改。

4、会议与会议记录

甲方与乙方的专案小组人员，每月至少召开次工作会议，会议将总结、讨论、分析上阶段的工作。一方发现另一方有可能导致违约的行为，应在会议上明确提示。乙方应不少于每周一次地向甲方报告代理工作的主要进度和成果情况。在发生重大事件的情况下，乙方应及时向甲方报告，甲方应及时对乙方报告中的请示作出批复。遇有紧急情况，经一方提议，双方可协商召开紧急临时会议。

乙方参会人员未按时到场，迟到半小时按500元/人/次违约金，超过半小时按1000元/人/次违约金。

会议由乙方负责记录，甲方负责审核。会议记录应由双方出席会议人员签名、确认。会议记录将作为双方执行本合同的依据之一。会议记录一式两份，双方各持一份。

5、广告设计的准则

(1) 真实：广告须保证所传达信息的真实性，任何明确具体的描述均应有事实依据，不应对自身无法控制的事项作出承诺，不应含有虚假的内容，不应有意误导受众。

(2) 合法：乙方广告须保证其内容和程序不违反法律、法规、规章。

(3) 公平：广告陈述应遵循公平竞争的原则，不应诋毁竞争对手或贬低同行。

(4) 诚实信用：广告不应欺诈、误导客户。广告中涉及与销售产品有关的具体明确的事项应能够履行，对不利于客户的客观信息，不应掩饰或误导。

6、广告存档

(1) 广告设计的存档：乙方须以月为单位提交设计总结，电子版总结需分项目存档备查。

(2) 出街广告的存档：广告发布后，乙方应保留原件，因载体性质不能保存原件的，应当扫描或拍照留存，并分项目按日期存档备查。

(3) 实物广告的存档：在现场向公众展示的沙盘、模型、样板房及其他公示内容，乙方应当拍摄设置有时间水印的录像或照片等形式保存证据、存档备查。

(4) 存档的时限：以上与楼盘销售有关的广告宣传资料，乙方保管期限不得短于本项目竣工备案后两年。

五、双方权利和义务

1、甲方的权利与义务：

(1) 双方合作期间，甲方应积极配合乙方，及时提供乙方所需的各类图片和文字资料，并对上述资料的合法性、真实性、准确性和完整性负责，如因甲方提供的资料而引起法律纠纷，其相关的一切责任由甲方负责，乙方不承担任何直接责任或连带责任。

(2) 甲方有权对乙方提交的所有内容以口头或书面方式提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整，直至甲方签名确认方可定稿。

(3) 在规定最后送稿时限前，甲方有权随时要求对稿件进行修改。若因甲方资料提供、定稿后再次修改等方面因素造成的时间推后，乙方不承担相关责任。

(4) 甲方应尽量尊重乙方的专业经验和知识，考虑乙方工作周期等因素，以使乙方有足够时间保质保量完成各项任务。

(5) 甲方在条件允许的情况下，为乙方提供便利的工作条件，以协助乙方顺利完成工作。

(6) 甲方应按合同约定时间支付服务费，保证项目的正常进行。

2、乙方的权利与义务

(1) 代理期内，乙方使用的相关文字、照片、图片等资料，必须保证资料的合法性、真实性、准确性和完整性，如因乙方提供的资料而引起法律纠纷的，乙方承担相关责任。同时，乙方还需对甲方提交的各类图片或文字资料进行合理的审查，发现资料或图片有明显错误或者缺失的，应立即通知甲方改正或补交。

(2) 乙方应保证专案小组的稳定，核心成员不可更改。如因工作量的增加，应相应增加专案小组的成员。如乙方需变更专案小组其他人员，应征得甲方同意，同时专案小组成员应每月至少1次参加甲方的工作会议。

(3) 乙方应根据双方制定的工作进程表按时工作，并按时向甲方提交工作成果。

(4) 乙方有责任为甲方向第三方争取经甲方认可的最优惠的价格与条件；双方一起或单独与第三方谈判，以任一方谈成的最优惠价为准。

(5) 乙方应提供样稿给甲方审定，若因乙方原因导致成品与甲方审定稿不一致，乙方应赔偿甲方因此引起的损失并承担所有设计和制作费用。若因第三方原因导致成品同审定稿不一致，乙方应协助甲方进行协调。

(6) 乙方有义务对设计制作实施单位（包括印刷、安装等单位）进行监控，并及时向甲方反映监控结果，保证设计成果的实际效果。若因乙方监控不力而造成工作失误，乙方应承担因此而引起的所有损失。

(7) 如遇新闻事件，乙方需为甲方撰写新闻通稿、领导发言稿、行业通稿等相关文案。甲方有特殊撰写要求时，乙方应聘请专业文案进行撰写，保证文案出品质量和及时性。具体费用支付由甲乙双方根据实际情况协商商定。

(8) 乙方需不定期至甲方项目现场考察，并拍照记录，以便及时了解项目动态。

(9) 乙方在工作期间及工作结束后，均负有保密责任。若因乙方原因造成资料泄密，乙方应赔偿甲方因此而引起的经济损失，并承担法律责任。

(10) 乙方应当每半年将所有VI系统、设计稿件汇编成册，并刻录成光盘提交给甲方。每年结束后，乙方应向甲方提交全年推广总结和效果分析。

(11) 乙方应当具备CAD读图能力，并且能够承担渲染户型图等系列工作。

(12) 乙方不得同时代理与甲方所委托项目同地段、同类型的全周期企划代理业务。

(13) 每月28日前须完成当月工作总结及下月工作计划，半年度/年度须完成阶段性工作总结及下阶段工作计划，形成《xx项目企划工作x月总结及x+1月方案汇报》ppt，方案内容涵盖以下7类：企划主题与方案、户外广告表现、销售道具与资料、VI设计、媒体/线上渠道、活动类、其他创意类。

六、知识产权

1、甲方已付费的所有正式设计方案所有权、著作权、专利申请权、商标申请与使用权归甲方所有。且甲方有权对以上稿件进行修改后再发表。非经甲方书面同意，乙方不得将上述权利用于非本合同目的的任何事项，不得随意做其他用途或者擅自传播。

2、对于广告草案及相关效果图，以及甲方拥有使用权之广告制成品（第三方拥有版权的商业图片等除外）、设计稿件、商标、公司名称、广告用语、项目图片、形象等，乙方不得用于其他事项和营利，如因此发生的侵权等纠纷将由乙方承担全部责任。

3、如果有关工作成果涉及第三方的知识产权、财产权或人身权，乙方应在提供报价时、或创作该作品时、或向甲方提交作品前，须向甲方说明，并提出解决该方法的问题，包括乙方同该第三方达成协议或另行创作等。如需向第三方购买或者使用肖像、插画、图片、照片、字体等资料或数据库，需经双方认可方可实施。

4. 如乙方擅自使用肖像、插画、图片、照片、字体等数据资料或数据库造成侵犯他人知识产权的，应承担全部侵权责任；如导致甲方承担责任的，甲方有权向乙方追偿。

七、商业秘密

1、本合同所指的商业秘密包括但不限于：本合同履行过程中的广告方案、传播策略、设计稿件、效果图、公司运营资料、营业状况、技术手册、客户名单、数据库、研究开发记录、相关的函电及其它技术信息和经营信息。乙方的创意、构思也视为商业秘密的一部分。此保密条款在本合同期内及合同终止后永久有效。

2、任何一方因为履行合同的需要，可以持有、使用、保管存在对方商业秘密的文件、资料、图表、笔记、报告、信件、传真、磁带、磁盘、仪器以及其他任何形式的载体，但该商业秘密仍然归原所有人所有。

3、除了履行合同的需要之外，非经对方书面许可，任何一方不得使用、披露、公布、发布、出版、传授、转让或者其它任何方式使任何第三方知悉属于对方或者虽属于他人但对方承诺有保密义务的商业秘密。

4、根据法律、法规或生效的仲裁裁决、诉讼判决等法律文件的要求，需要对商业秘密进行使用、披露、公布、发布、出版、传授、转让的，不适用于该条的规定。

八、违约责任

1、乙方的有关报价资料若未经甲方签名认可，乙方就进行单独成品制作或媒介发布，均视为乙方违约，因此而产生的费用及甲方损失由乙方承担。

2、因甲方原因造成的工作进程延误，乙方不承担责任，甲方应出具书面证明，工作周期向后顺延。若因乙方原因造成工作进程延误，乙方应承担因此所引起的损失。

3、如因乙方原因不能按照计划发布广告（包括出现错版、错时、错稿等情况），由此导致甲方的经济损失，甲方视事故轻重程度，要求乙方支付相当于5%-20%代理费的违约金，追偿相应的投放费用；如属严重事故，甲方除按上述方式处理并有权即时终止合同。若因媒体或其他第三方原因导致广告执行效果偏差，乙方应协助甲方进行协调。

4、如甲方未按合同要求支付费用，每逾期1个工作日，应按未付费用的0.05%向乙方支付违约金，若逾期超过30个工作日，乙方有权单方面解除合同。如乙方未按规定的时间完成工作，每逾期1个工作日，应支付本期代理费总额的0.05%作为违约金，逾期超过15个工作日，甲方有权单方面解除合同。

5、如乙方未经甲方同意改变专案小组成员，甲方有权提前终止本合同，剩余款项甲方不再付给乙方。甲方有权向乙方收取2万元作为违约金

6、合同期内，如果乙方广告出现严重失误损害甲方品牌，甲方有权终止本合同，剩余款项甲方不再付于乙方，乙方还应赔偿甲方全部损失。

7、当双方在合作上出现重大的意见分歧，如甲方认为其品牌管理思想未能落实，或乙方提出之创意方案长期未能得到甲方认同，甲方可提前解除合同而无需承担任何违约责任。

8、若乙方在合作期间出现工作懈怠、态度消极等状态，或者稿件多次不符合甲方要求而影响工作的，甲方有权酌情扣除部分当期的代理服务费。

9、本合同所称甲方损失，包括但不限于直接经济损失、可得利益损失、品牌声誉损失、罚款、赔偿金、律师费、诉讼费、保全费、公证费等所有合理费用。

九、资料交接

1、乙方应在广告涉及的模特形象、租片等商务法律文件设计制作完成后七日内整理，并交甲方存档。

2、乙方对所有签名确认的创意一月内进行复制，制成刻录光盘交甲方存档。

3、乙方保存所有会议记录和双方签名确认的文件（含媒体计划、创意设计与方案、报价等）。

4、乙方常用工作表包括：客户简报、客户项目工作单/工作确认单、会议记录、工作进度表、工作传真、报价单/费用确认单、媒介发单表等。

5、合同终止后10日内，乙方应向甲方移交以下全部资料：

(1)所有设计成果的源文件及成品文件；

- (2)所有策划方案、活动方案、推广报告、会议纪要等书面料；
- (3)媒体对接资料、投标人档案、广告发布记录；
- (4)项目所有广告宣传资料的存档文件；
- (5)其他与本项目相关的所有资料。

十、其它

1、合同未尽事宜，双方应在本合同达成的原则基础上以补充条款的方式明确，补充条款与合同具有同等的法律效力。

2、本合同附件为：1、项目季度企划工作服务评分表2、报价清单。合同附件与正文具有同等法律效力。

3、因本合同引起的或与本合同有关的一切争议，双方协商不成的，任何一方均有权向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼。

4、合同自双方法定代表人或授权代表签名或盖章并加盖单位公章后生效，双方履行完合同规定的义务后，本合同即行终止。

5、本合同一式肆份，甲乙双方各持贰份，均具有同等法律效力。

6、双方根据有关法律、行政法规规定，经协商一致后，对本合同条款内容做进一步具体化约定，并修改、完善，补充条款如下：

广告设计制作发布规范需符合国家相关法律法规要求，包括但不限于：《广告法》、《房地产广告发布规定》（2015 年 12 月 24 日国家工商行政管理总局令第 80 号发布）。

7、其他条款：

附件（共2件）

1、《项目季度企划工作服务评分表》

2、《报价清单》

（以下无正文）

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

地址：

地址：

法定代表人：

法定代表人：

签约代表（签名）：

签约代表（签名）：

开户行：

开户行：

银行账号：

银行账号：

签约日期：

签约日期：

附件1:

项目季度企划工作服务评分表

类别	评分项目	权重	评估均分	评估分值	考核标准
策略	策略思路	20%	10		乙方每月/每季度/每年根据甲方要求进行策略、活动方案提报、相关报告思路，甲方根据实际执行情况评分。
	活动方案提报思路		5		
	相关报告思路		5		
文案	创意表现	30%	10		乙方每月/每季度/每年根据甲方要求进行创意表现、品质认可度、文字表现力，甲方根据实际执行情况评分。
	品质认可度		10		
	文字表现力		10		
平面	创意表现及调性	30%	10		乙方每月/每季度/每年根据甲方要求进行平面设计的创意表现、品质认可度、表现效果，甲方根据实际执行情况评分；
	品质认可度		10		
	表现效果		10		
配合度	出品时间	20%	5		根据乙方总服务团队人员变动率、物料出品时间、工作配合度及例会出勤率，应甲方人员需求进行评分。
	工作配合度		5		
	人员变动		5		
	例会出勤率		5		
分值合计		100%	100		
综合评述					

备注：季度企划服务评分结果与季度服务费结算相关联，按以下执行，且因季度服务不达标造成的扣款，在最终结算不予补回：

1. 评分结果 ≥ 90 分的，季度企划服务费按照合同约定的100%结算并支付；
2. $80 \leq$ 评分结果 < 90 分的，季度企划服务费按照合同约定的95%结算并支付；
3. $70 \leq$ 评分结果 < 80 分的，季度企划服务费按照合同约定的90%结算并支付；
4. $60 \leq$ 评分结果 < 70 分的，季度企划服务费按照合同约定的85%结算并支付；
5. 评分结果 < 60 分的，季度企划服务费按照合同约定的80%结算并支付）

签字： 日期：

附件2:

《报价清单》

NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务报价单						
企划服务四阶段		始末时间	服务周期（月）	含税阶段月费（元/月）	含税阶段总价（元）	备注
1	首开期	首开（含当月）至首开后第4个月（含当月）；该时期预计4个月，预计时期2026年8月-2026年11月	4			A
2	强销期	首开后第5个月（含当月）至首开后第18个月（含当月）；该时期预计14个月，预计时期2026年12月-2028年1月	14			B
3	续销期	首开后第19个月（含当月）至住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2028年2月-2029年1月	12			C
4	尾盘期	住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2029年2月-2030年1月	12			D
合计全周期企划服务总价（元）						A+B+C+D

我司承诺开具增值税专用发票%。（税率自报）

注：本合同总价款包括但不限于创意费、策划费、推广费、定位费、设计费、文案费、调研费、包装费、人员工资（含加班费）、设备费、办公费、差旅费、安全责任费、保险费、专利使用费、管理费、利润、税金以及所有履行本合同的风险等及其他投标人为履行本合同项下义务的一切费用。超出上述服务周期所产生的费用不再另行增加。

第五章 招标采购清单

《报价清单》

NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理服务报价单						
企划服务四阶段		始末时间	服务周期（月）	含税阶段月费（元/月）	含税阶段总价（元）	备注
1	首开期	首开（含当月）至首开后第4个月（含当月）；该时期预计4个月，预计时期2026年8月-2026年11月	4			A
2	强销期	首开后第5个月（含当月）至首开后第18个月（含当月）；该时期预计14个月，预计时期2026年12月-2028年1月	14			B
3	续销期	首开后第19个月（含当月）至住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2028年2月-2029年1月	12			C
4	尾盘期	住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2029年2月-2030年1月	12			D
合计全周期企划服务总价（元）						A+B+C+D

我司承诺开具增值税专用发票%。（税率自报）

注：本合同总价款包括但不限于创意费、策划费、推广费、定位费、设计费、文案费、调研费、包装费、人员工资（含加班费）、设备费、办公费、差旅费、安全责任费、保险费、专利使用费、管理费、利润、税金以及所有履行本合同的风险等及其他投标人为履行本合同项下义务的一切费用。超出上述服务周期所产生的费用不再另行增加。

第六章 图纸

第七章 技术标准和要求

一、以下内容为本次招标关注的问题(具体详见合同模板)：

1、整体广告企划服务，内容包括几个部分：为开发商本案提供全程的策略服务；为开发商本案提供全程的广告企划服务；为开发商提供本案竞争市场的解读；为开发商提供品牌宣传相关的广告企划服务，每月28日前须完成当月工作总结及下月工作计划，半年度/年度须完成阶段性工作总结及下阶段工作计划，形成《xx项目企划工作x月总结及x+1月方案汇报》ppt，方案内容涵盖以下7类，详见下表。同时，投标人须根据招标人要求在半年度或年度进行工作汇报汇总留痕，以U盘等电子形式固化提交招标人存档。

月度一级工作分类		月度二级工作分类				
1	企划主题与方案	企划推广策略主题	对应卖点逻辑与建议形式	卖点表现形式的预算参考	配合品牌要求的企划动作	竞品推广主题及动作监控
2	户外广告表现	围挡、高炮、电子屏等户外广告设计	横幅、道旗、落地字、桁架等阵地包装设计	蓝白牌、路政标牌等指引广告设计	其他新型广告建议（如有）	
3	销售道具与资料	LOGO墙、灯箱等固定氛围道具设计	KT板、吊旗、图表、展架等临时道具设计	楼书、销售手册、海报、DM单页、户型册等设计	夹报、拓客面单、桌卡、墙贴、水杯等设计	
4	VI设计	LOGO、VI延展和阶段性主题VI设计	名片、信封等vi形象物料设计			
5	媒体/线上渠道	线上媒介渠道与内容建议	软新闻等稿件撰写、视频等脚本撰写	线上渠道的月度维护、内容更新	其他新型线上广告建议（如有）	负面监控及处理
6	活动类	房展会推广与整体物料设计	节点大活动推广与整体物料设计	业主活动推广与整体物料设计	其他项目相关的活动方案	重要活动后评估
7	其他创意类					

2、 投标人应综合考虑整盘住宅、车位全种类产品的企划推广工作，如合同服务期内车位未推售，投标人仍需通盘考虑并按招标人要求完成车位企划推广方案和物料设计工作。

3、 专案小组的工作人员日常支出费用由投标人自行负责；

4、 投标人为本项目配备的专属企划服务人员应并不少于下配置：专属策略1名、对接AE1名、专属文案1名、专属设计1名，遇重要营销节点或项目攻坚时期，必须根据招标人需求阶段性增加支持提升团队，如增加设计总监、策略总监、文案总监等配合完成营销方案及执行。遇首开亮相、开盘加推、发布会、大型节点活动等重要时期要求投标人工作人员驻场（AE、策略、文案等人员，至少1人，至多3人），策略总监或项目负责人应参与月度及重要节点企划方案提报会，执行AE、策略等人员应至少2周一次对销售团队进行访谈，及时了解市场和客户动态。

5、投标人所有策划方案及相关建议均以书面形式向招标人汇报，投标人创意的广告企划内容须合法有效、不侵犯他人权益，发布的内容须经招标人指定人或总协调人确认，如出现侵权行为，由投标人负责处理相关法律纠纷并承担全部法律责任。如招标人因此受到损失，由投标人赔偿招标人受到的全部损失。但招标人单方面的过错造成的除外。

6、投标人明确知道本次广告企划服务目的是为了促进本项目的销售。投标人企划广告人员应到现场了解一线情况，并召开企划例会或参加招标人之营销会议，做到务实有效。

7、投标人应为招标人保守项目和营销方案等商业秘密。

第八章 投标文件格式

投标文件格式

序号	文件夹/文件名称
1	封面
2	目录
3	一、投标函及投标函附录
3.1	（一）投标函
3.2	（二）投标函附录
4	二、法定代表人身份证明和授权委托书
5	三、联合体协议书（如有）
6	四、投标保证金
7	投标减免缴纳投标保证金信用承诺书
8	五、商务标文件
8.1	（一）投标人基本情况表
8.1.1	投标人基本情况表
8.1.2	（附件）企业相关证明证照文件
8.1.3	（附件）企业资质
8.1.4	（附件）企业证书
8.1.5	（附件）企业信用管理档案
8.2	（二）项目负责人资料表
8.2.1	项目负责人资料表
8.2.2	（附件）基本信息

序号	文件夹/文件名称
8.2.3	(附件) 资格证书
8.2.4	(附件) 社保
8.2.5	(附件) 业绩
8.3	(三) 项目管理机构组成表
8.3.1	项目管理机构组成表
8.3.2	(附件) 基本信息
8.3.3	(附件) 资格证书
8.3.4	(附件) 社保
8.4	(四) 拟分包项目情况表
8.5	(五) 近年完成的类似项目情况表
8.5.1	近年完成的类似项目情况表
8.5.2	(附件) 企业近年完成的类似项目情况
8.5.3	(附件) 项目负责人近年完成的类似项目情况
8.5.4	(附件) 企业获奖情况
8.5.5	(附件) 项目负责人获奖情况
8.6	(六) 正在施工和新承接的项目情况表
8.7	(七) 近3年发生的诉讼及仲裁情况表
8.8	(八) 近3年财务状况表
8.8.1	近3年财务状况表
8.8.2	(附件) 财务状况
8.9	(九) 资格审查其他资料
9	六、经济标文件
10	七、技术标文件
11	八、其他资料

（项目名称）（标段编码） 招标

投 标 文 件

投标人：

法定代表人：

年月日

目 录

- 一、投标函及投标函附录
- 二、法定代表人身份证明和授权委托书
- 三、联合体协议书
- 四、投标保证金
- 五、商务标文件
- 六、经济标文件
- 七、技术标文件
- 八、其他资料

（一）投标函

xxxxxxxxxx（招标人）：

1、在研究了项目招标文件后，我们愿意遵照招标文件的要求承担该项目的服务工作。

2、我方已踏勘并完全了解项目现场，我方愿以投标报价：首开期每月人民币（大写）：（小写¥）、强销期每月人民币（大写）：（小写¥）、续销期每月人民币（大写）：（小写¥）、尾盘期每月人民币（大写）：（小写¥），暂定含税总价人民币（大写）：（小写¥），其中不含税总价人民币（大写）：（小写¥），税率：_____%，税费¥，为承接该项目的全周期企划代理服务工作。

3、我方同意所递交的投标文件在“投标须知”前附表规定的投标有效期内有效，在此期间内我方的投标有可能中标，我方接受此约束。

4、除非另外达成协议并生效，你方的中标通知书和本投标文件将构成约束我们双方的合同。

5、本项目服务期：暂估服务期为2026年8月至2030年1月，共计42个月，服务期分为【首开期、强销期、续销期、尾盘期】四个阶段，首开期4个月、强销期14个月、续销期12个月、尾盘期12个月。实际服务期根据招标人通知为准。如评定为不合格及以下则我方有权单方解除本合同，且不需承担任何违约责任。

6、我方承诺：我方投标报送文件均真实有效，若存在弄虚作假行为，我方自愿放弃本次投标行为及中标权利。

投标人：（盖电子印章）

法定代表人或委托代理人：

地址：

电话：

传真：

（二）投标函附录
《报价清单》

NO. 新区2025G18地块房地产开发项目全周期企划代理报价单						
企划服务四阶段		始末时间	服务周期（月）	含税阶段月费（元/月）	含税阶段总价（元）	备注
1	首开期	首开（含当月）至首开后第4个月（含当月）；该时期预计4个月，预计时期2026年8月-2026年11月	4			A
2	强销期	首开后第5个月（含当月）至首开后第18个月（含当月）；该时期预计14个月，预计时期2026年12月-2028年1月	14			B
3	续销期	首开后第19个月（含当月）至住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2028年2月-2029年1月	12			C
4	尾盘期	住宅100%推出；该时期预计12个月，预计时期2029年2月-2030年1月	12			D
合计全周期企划服务总价（元）						A+B+C+D

我司承诺开具增值税专用发票%。（税率自报）

注：本合同总价款包括但不限于创意费、策划费、推广费、定位费、设计费、文案费、调研费、包装费、人员工资（含加班费）、设备费、办公费、差旅费、安全责任费、保险费、专利使用费、管理费、利润、税金以及所有履行本合同的风险等及其他投标人为履行本合同项下义务的一切费用。超出上述服务周期所产生的费用不再另行增加。

投标人：（盖章）

年月日

二、法定代表人身份证明和授权委托书

投标人名称：_____

地址：_____

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。

是否授权：是

授权内容：

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托_____（姓名），
身份证号码：_____为我方法定代表人委托代理人。法定代表
人委托代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改（项目名称）（标段编号）施工投标文件、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：_____。

法定代表人委托代理人无转委托权。

投标人：_____（盖电子印章）

_____年_____月_____日

三、联合体协议书（如有）

_____（所有成员单位名称）自愿组成_____（联合体名称）联合体，共同参加_____（项目名称）_____标段的资格审查和投标。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1、_____（某成员单位名称）为（联合体名称）牵头人。

2、联合体各成员授权牵头人代表联合体参加投标活动，签署文件，提交和接收相关的资料、信息及指示，进行合同谈判活动，负责合同实施阶段的组织和协调工作，以及处理与本招标项目有关的一切事宜。

3、联合体牵头人在本项目中签署的一切文件和处理的一切事宜，联合体各成员均予以承认。联合体各成员将严格按照招标文件、投标文件和合同的要求全面履行义务，并向招标人承担连带责任。

4、联合体各成员单位内部的职责分工如下：（自定义填写）_____。

5、本协议书自签署之日起生效，合同履行完毕后自动失效。

6、本协议书一式_____份，联合体成员和招标人各执一份。

注：本协议书由法定代表人签字的，应附法定代表人身份证明；本协议书由委托代理人签字的，应附法定代表人签字的授权委托书。

牵头人名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

成员一名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

成员二名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

.....

_____年_____月_____日

四、投标保证金

投标减免缴纳投标保证金信用承诺书（如采用）

致（招标人名称）：

我单位将严格遵守《中华人民共和国招标投标法》等法律法规和政策规定，现按照招标文件约定郑重承诺如下：

1、我单位信用状况良好，自愿遵守招标文件要求，通过提供信用承诺的方式，享受全部免除或减半缴纳投标保证金等优惠待遇。

2、我单位如出现投标截止后撤销投标文件、中标后无正当理由不与招标人订立合同、在签订合同时向招标人提出附加条件或其他法律法规规定的投标保证金不予退还的行为，自愿在招标文件约定期限内补缴投标保证金，否则承担因此造成的一切法律后果。

我单位对上述承诺的真实性负责，如有虚假，愿意承担相应的法律责任，并承担因此所造成的一切损失。

承诺单位（盖单位章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

日期：年月日

五、商务标文件

（一）投标人基本情况表

投标人名称										
注册地址						邮政编码				
联系方式	联系人					电 话				
	传 真					网 址				
法定代表人	姓名		技术职称				电话			
技术负责人	姓名		技术职称				电话			
成立时间			员工总人数：							
主营资质			其中	项目负责人						
企业资质				高级职称人员						
统一社会信用代码				中级职称人员						
安全生产许可证号				初级职称人员						
南京市建筑业企业信用管理档案				技 工						
开户银行										
账号										
经营范围										
备注										

（四）拟分包项目情况表

分包人名称		地 址	
法定代表人		电 话	
营业执照号码		资质等级	
拟分包的工程项目	主 要 内 容	预计造价（万元）	已经做过的类似工程

(五) 近年完成的类似项目情况表

企业近年完成的类似项目情况												
序号	合同名称	合同编号	项目地点	开工时间	竣工时间	项目分类	项目内容描述	合同金额	项目负责人	招标人名称	招标人联系电话	其他说明
项目负责人近年完成的类似项目情况												
序号	合同名称	合同编号	项目地点	开工时间	竣工时间	项目分类	项目内容描述	合同金额	项目负责人	招标人名称	招标人联系电话	其他说明
企业获奖情况												
序号	获奖名称	获奖等级	奖项颁发机构	获奖时间	颁奖部门发布的文件号	获奖工程名称	其他说明					

项目负责人获奖情况												
序号	获奖名称	获奖等级	奖项颁发机构	获奖时间	颁奖部门发布的文件号	获奖工程名称	其他说明					

(六) 正在施工和新承接的项目情况表

合同项目名称	
合同项目所在地	
发包人名称	
发包人地址	
发包人电话	
签约合同价	
开工日期	
计划完工日期	
承担的工作	
工程质量	
项目经理（施工）	
技术负责人（施工）	
施工负责人（设计施工总承包项目）	
设计负责人（设计施工总承包项目）	
监理人和总监理工程师以及电话	
合同项目描述	
备注	

注：对于正在施工和新承接的项目，拟任项目经理正在担任担任施工项目经理或设计施工总承包项目经理、施工负责人的，应当提供全部项目的情况表。符合第 2 章投标人须知前附表第 1.4.1 项规定可以投标的，应当同时提供相应证明材料的电子扫描件。

(七) 近 3 年发生的诉讼及仲裁情况表

序号	诉讼或仲裁事项	诉讼或仲裁中的地位	缘由	结果	备注
一	诉讼事项				
二	仲裁事项				
三	其他说明				

(八) 近 3 年财务状况表

(按照第 2 章投标人须知前附表第 3.5.2 项时间要求)

1. 财务状况表

财务状况表

名称	资产总额 (万元)	营业收入 (万元)	利润总额 (万元)	纳税总额 (万元)	负债总额 (万元)	资产负债率	主营业务利润率	注册资本	是否有对外提供担保信息	从业人数
____年										
____年										
____年										

(九) 资格审查其他资料

六、已标价工程量清单

六、服务费用清单
(自拟，上传)

七、施工组织设计

七、技术建议书

_____(自拟，上传)

八、其他资料

第九章 其他