

广州城投天禧项目营销代理

# 招标公告

招 标 单 位： 广州城慧投资发展有限公司

招标代理单位：广东省广大工程顾问有限公司

日 期：2026 年 5 月

# 广州城投天禧项目营销代理 招标公告

## 一、招标条件

本招标项目 广州城投天禧项目营销代理（项目编号：GDGD-2026-QYCG0010）招标人为 广州城慧投资发展有限公司，招标项目资金为 100%自有资金，现拟进行公开招标。

## 二、项目概况

本项目位于天河智慧城核心区东部，北至华观路，东至大观中路。服务范围为 27、28 地块。项目总用地面积 7.02 万 m<sup>2</sup>，总计容建筑面积为 27.86 万 m<sup>2</sup>，项目核心市场定位为广州城芯·科创新核多功能复合型产城综合体。此次招标服务范围：一期为住宅（1 号楼、2 号楼）、创意办公（3 号楼、4 号楼）、商铺（1-4 号楼底层商铺、5-6 号楼商铺）、写字楼（5 号楼）以及相关配套业态产品；二期为住宅（1 号楼、2 号楼、3 号楼、4 号楼、5 号楼）以及相关配套业态产品等全部可售业态。

## 三、标段划分及招标内容：

**标段划分：**本次招标共设 1 个标段，非独家代理。

**招标内容：**确定 2 家单位为招标人提供包括但不限于营销策划类、销售类工作，具体工作事项如下：

### （一）项目策划类工作内容

包括但不限于：

1、负责撰写项目整体营销策略报告、阶段性营销推广方案、项目产品

定价报告、收筹和推货策略方案、开盘/加推方案、销售拓展执行方案、目标客户分析、市场周报、月报、销售总结、项目后评估工作报告等，相关报告、方案文件需提交书面及电子版，附盖章。

2、合同委托期间，乙方需持续为项目提供策划跟踪服务，乙方根据甲方的需求，按照项目的节点计划安排和要求，完成本项目整体营销策略报告、阶段性营销方案、市场报告、月报、周报等，并按甲方要求的文件格式如 PowerPoint、WORD 等形式向甲方进行专题汇报，相关报告、方案文件需提交书面及电子版，附盖章。相关费用已综合考虑在营销代理服务费用内，甲方无须再行支付。

3、协助确定合作公司（广告、制作、活动公司等）、协助推进广告公司的推广策略和项目形象设计工作：项目推广主画面、销售物料、宣传物料设计等；协助现场物料设计制作：包括户型图、单张、手提资料袋、伴手礼等；协助开放活动、开盘/加推活动；协助产品发布会宣传、布置、邀约、执行等工作；协助推广：包括跟进微信推文、网络推广、户外、大 V、电台、朋友圈等；协助微信推广、小视频发布、项目宣传片等的相关工作。

4、协助提供销售中心、样板房、看楼动线设置及装修包装风格建议；协助提供交楼标准的建议；协助提供园林、示范区的风格建议等。

5、现场包装工作协助：道路指引系统；停车场包装及指引；精神堡垒和保安亭；项目围挡、主入口大门；园林绿化；楼体灯字；营销中心、样板房通道包装等。

## **（二）项目销售类工作内容**

包括但不限于：

1、销售团队组建、客户接待及集中培训、销售说辞、百问百答、抗性口径等；销售接待礼仪等。制定销售流程及组织销售培训、负责销售执行、提出分期推盘建议及售价建议等。

2、乙方派驻自己的销售团队驻场接待及服务客户，实现项目销售目标。

3、负责协助客户签署本项目《认购书》及签署《商品房买卖合同》，并协助甲方对《商品房买卖合同》条款向客户做出合理及合法解释，协助甲方开展其他售后服务跟进工作，包括但不限于按甲方要求完成指定的签约服务及售后服务标准动作及流程等。销售团队及人员若发生调整，则乙方应成立专项团队对前期销售进行跟踪工作。

4、乙方须按照甲方确定的销售条件（包括但不限于售价、折扣、付款方式及本合约条款等）进行推售，否则，由此产生的一切后果由乙方负责，造成甲方损失的（包括但不限于直接损失和间接损失），概由乙方全部承担。

5、合同委托期间，乙方应按甲方要求及本合同约定的销售目标完成营销代理工作。

6、销售底价：乙方根据调研结果提交《项目产品定价报告》及《销售方案》，制定每套房源价格，具体以甲方审批通过的销售方案及《一房一价表》为准。若合同执行过程确需对销售底价进行调整的，由乙方提出建议，最后以甲方审批确认为准。

7、合同期内，乙方需及时向甲方书面反映客户意见和市场变化状况及提出应对措施，并于每月5日前向甲方提供上月销售工作情况总结及当月的销售工作计划。

8、明源数据输入工作：乙方须按照甲方的要求及时进行明源的数据输入工作，包括房源信息、销控信息、客户信息、销售变更审批等。

### （三）服务团队

投标人应为本项目工作内容配备经验丰富的营销团队包括营销策划团队、销售代理团队等，可根据自身管理架构自行组合配置，以下人员配置要求为招标人最低配置要求，投标人须至少满足以下配置要求：需派驻项目总监1人、策划负责人（策划经理或以上级别）1人、销售负责人1人，负责与甲方就工作事宜进行沟通、联系与推动。组织专业人员形成专项服务团队，其他策划人员不少于1人，销售人员不少于8人（其中需

包含至少 1 位会做直播的销售人员), 专职文员不少于 1 人, 除项目总监外其余岗位工作人员不得兼任多个项目工作。若服务期间有营销代理单位被淘汰, 剩余营销代理单位应在被淘汰营销代理单位撤场后 10 个工作日内继续补充增加以下人员, 作为招标人最低配置要求: 增派销售人员 2 人, 增派其他策划人员 1 人。若上述人员配置仍不能满足项目进度需要时, 投标人将随时无条件增派其他专业人员, 确保人员投入质量满足招标人要求、按时、保质完成任务。上述人员均须具备 12 个月以上工作经验。按招标文件附件 8《服务团队》格式填写, 且须根据所填报的工作经验对应提供证明材料, 以提供如下证明材料为准: ①工作经验: 提供自 2025 年 3 月起 12 个月以上的社会保险证明, 以社保打印盖章件为准。

#### (四) 服务方案

在本招标文件附件 3《广州城投天禧项目营销代理工作大纲》的基础上提出细化、深化的服务方案。

#### (五) 竞争机制

甲方有权根据书面下发的目标考核文件对本项目以二期产品开盘后 90 个自然日作为节点实行末位淘汰制。到达此节点时, 甲方按销售成果对本项目所有营销代理单位进行从高到低排位, 最后一名将被淘汰。最终结果以甲方审批确认为准。乙方已充分知悉并理解上述考核机制, 对此不持任何异议。

#### (六) 《项目整体营销策略报告》

在本招标文件附件 4《项目整体营销策略报告》的基础上提出细化、深化的服务方案。

#### (七) 服务费用

合同含税总金额由营销代理服务费用、销售激励奖金共两部分服务费用构成, 互不抵消。

### 1、营销代理服务费:

本项目营销代理服务费=服务期限内已网签《商品房买卖合同》的总房款×营销代理服务费费率。结合乙方完成甲方规定的年/月度任务（以甲方书面函件为凭证），具体营销代理服务费费率标准如下：

**一期产品营销代理服务费费率标准：**

散售							
产品类型	成交渠道						
	自然到访客户		渠道客户	自渠			
	基础佣金	销售激励奖金	中介渠道	全民营销客户	数字营销	甲方资源（工抵房、公司资源指向认购的类工抵房）	旧改村落商品房置换
住宅（1号楼、2号楼）	0.70%	0.2% （完成全年销售任务≥80%，即可计提此奖励）	按自然到访客户营销代理（基础服务费）费率的80%计提，即为：0.56%	按自然到访客户营销代理（基础服务费）费率的100%计提，即为：0.7%	按自然到访客户营销代理（基础服务费）费率的100%计提，即为：0.7%	1200元/套	按自然到访客户营销代理（基础服务费）费率的50%计提，即为：0.35%

散售									
产品类型	营销代理服务费计提标准			成交渠道					
	完成全年销售任务≤80%	80%<完成全年销售任务≤100%	完成全年销售任务>100%	自然到访客户	渠道客户	自渠			
						全民营销客户	数字营销	甲方资源（工抵房、公司资源指向认购的类工抵房）	旧改村落商品房置换
创意办公（3号楼、4号楼）	1.40%	1.60%	1.70%	根据项目下发指标完成情况，创意办公（3号楼、4号楼）按1.4%-1.7%计	按自然到访客户营销代理服	按自然到访客户营销代理服务费费率的	按自然到访客户营销代理服务费费率的	1200元/套	按自然到访客户营销代理服务费费率的50%收取
商铺（1-4）	1.70%	1.90%	2.00%			按自然到访客户营销代理服务费费率的			

号楼底层商铺、5-6号楼商铺)				提, 商铺(1-4号楼底层商铺、5-6号楼商铺)及写字楼(5号楼)按1.7%-2.0%计提	务费率的80%收取	100%收取	100%收取		
写字楼(5号楼)	1.70%	1.90%	2.00%						

二期产品营销代理服务费率标准:

散售										
产品类型	营销代理服务费率计提标准				成交渠道					
	执行时间	月度销售任务≤80%	80%< 月度销售任务≤100%	月度销售任务>100%	自然到访客户	渠道客户	自渠			
							全民营销客户	数字营销	甲方资源(工抵房、公司资源指向认购的类工抵房)	旧改村落商品房置换
住宅(1号楼、2号楼、3号楼、4号楼、5号楼)	二期开盘90个自然日内(含当天)	1.00%	1.10%	1.20%	根据月度销售任务完成情况,按1.0%-1.2%计提;	按自然到访客户营销代理费率的80%计提	按自然到访客户营销代理费率的100%计提	按自然到访客户营销代理费率的100%计提	1200元/套	按自然到访客户营销代理费率的50%计提
	二期开盘90个自然日后(不含当天)	0.90%	1.00%	1.10%	根据月度销售任务完成情况,按0.9%-1.1%计提;					

一、二期产品营销代理服务费用(除一期住宅外)均为成交渠道中自然到访客户按当前年/月度任务完成情况对应百分比计量,其余类型客户,除甲方资源为固定金额外,均按当前年/月度任务完成情况的自然到访客户费率进行计算。举例:二期住宅二期开盘90个自然日内(含当天)

阶段“项目下发月度指标完成情况 $\leq 80\%$ ”营销代理服务费率 $1\%$ ；“ $80\% < \text{项目下发月度指标完成情况} \leq 100\%$ ”营销代理服务费率 $1.1\%$ ；“项目下发月度指标完成情况 $> 100\%$ ”营销代理服务费率 $1.2\%$ 。

除一期住宅外，一期其余产品类型均实施通跳模式，如项目完成年度指标达到对应营销代理服务费率计提标准，则当年度全部营销代理服务费按此计提标准进行补足结算。

本项目为散售，无大宗交易。

本项目营销代理服务费标准（散售）如下：

（1）一期产品（自然来访客户、全民营销客户）：

住宅（1号楼、2号楼）根据项目下发全年指标完成情况，自然来访客户营销代理基础服务费率按 $0.7\%$ 收取，若完成全年销售指标 $80\%$ 及以上则自访客户可另外计提 $0.2\%$ 销售奖励；全民、业主推荐、员工推荐、数字营销则按自然来访客户基础服务费率的 $100\%$ 计提，即为 $0.7\%$ ；

创意办公（3号楼、4号楼）自然来访客户营销代理服务费率根据上述表格中全年销售任务的完成率情况分别按 $1.4\%$ 、 $1.6\%$ 、 $1.7\%$ 计提，商铺（1-4号楼底层商铺、5-6号楼商铺）及写字楼（5号楼）自然来访客户营销代理服务费率根据全年销售任务的完成率情况分别按均按 $1.7\%$ 、 $1.9\%$ 、 $2.0\%$ 收取。全民营销客户则按自然来访客户服务费费率的 $100\%$ 计提。

（2）二期产品（自然来访客户、全民营销客户）

住宅（1号楼、2号楼、3号楼、4号楼、5号楼）自然来访客户根据项目下发月度指标完成率情况，分两个时段计提代理服务费：

二期开盘90个自然日内（含当天）月度销售任务 $\leq 80\%$ ，则代理服务费按 $1.0\%$ 计提； $80\% < \text{月度销售任务} \leq 100\%$ ，则按 $1.1\%$ 计提；月度销售任

务>100%，则按 1.2%计提；

二期开盘 90 个自然日后（不含当天）月度销售任务 $\leq$ 80%，则代理服务费按 0.9%计提；80%<月度销售任务 $\leq$ 100%，则按 1.0%计提；月度销售任务>100%，则按 1.1%计提。

月度销售指标由项目每月月初下发代理团队。

全民营销客户则按自然来访客户服务费费率的 100%计提。

若招标人启动中介渠道或其他渠道进行场外带客，招标人应向中标单位提供书面告知函，说明中介渠道或其他渠道带客的起始时间及结束时间。此期间的中介渠道或其他渠道的场内接待和营销服务由招标人或招标人指定的物业公司安排的值班客服负责通过城投公司系统 IPAD 端口，录入每组来访客户的基本信息，并按照招标人项目管理机制分配对应的成交单位进行接待，成交单位需服从安排。成交单位对应的面积计入负责跟进的成交单位销售目标面积，成交单位对应的营销代理服务费结算标准为：

一期产品（渠道客户）：

住宅（1 号楼、2 号楼）、创意办公（3 号楼、4 号楼）、商铺（1-4 号楼底层商铺、5-6 号楼商铺）及写字楼（5 号楼）按自然来访客户服务费费率的 80%计提（详见上表）。

二期产品（渠道客户）：

住宅（1 号楼、2 号楼、3 号楼、4 号楼、5 号楼）按自然来访客户服务费费率的 80%计提；

招标人资源客户（工抵房、公司资源指向认购的类工抵房）成交单位对应的营销代理服务费结算标准为：

一期产品（招标人资源客户）

住宅（1号楼、2号楼）、创意办公（3号楼、4号楼）、商铺（1-4号楼底层商铺、5-6号楼商铺）及写字楼（5号楼）按照1200元/套计提。

二期产品（招标人资源客户）

住宅（1号楼、2号楼、3号楼、4号楼、5号楼）按照1200元/套计提。

旧改村落商品房置换成交单位对应的营销代理服务费结算标准为：

一期产品（旧改村落商品房置换）

住宅（1号楼、2号楼）按自然来访客户基础服务费费率的50%计提，创意办公（3号楼、4号楼）、商铺（1-4号楼底层商铺、5-6号楼商铺）及写字楼（5号楼）按自然来访客户服务费费率的50%计提。

二期产品（旧改村落商品房置换）

住宅（1号楼、2号楼、3号楼、4号楼、5号楼）按自然来访客户服务费费率的50%计提。

营销代理服务费按95%支付，剩余5%营销代理服务费需作为保证金。楼宇交付前乙方需派出足够多的人员协助交楼，在该套单元的业主收楼后，甲方向乙方支付剩余5%营销代理服务费。若因销售人员乱承诺、错误引导客户或客户原因导致退房的，则乙方需退还甲方支付的该套房屋的营销代理服务费。

若服务期间有营销代理单位被淘汰，剩余营销代理单位应在被淘汰营销代理单位撤场后10个工作日内按要求补充相关人员，否则招标人有权停止该营销代理单位的营销代理服务费支付，直至相关人员到岗为止。

## 2. 销售激励奖金

一期产品中，住宅（1号楼、2号楼）设置销售激励奖金，销售激励奖金按自然到访客户的营销代理服务费0.2%设置，当完成全年销售指标80%

及以上可计提此奖励金给予乙方项目团队，具体激励方案及激励奖金以甲方审批为准，激励奖金以代理费的形式由甲方支付给乙方，乙方根据激励方案发放给项目团队。

#### 四、项目合同服务费预估

项目合同服务费预估：本项目合同服务费预估为 1458.05 万元。合同服务费为预估价，相关酬金、款项、结算等计价方式详见合同。

#### 五、投标人合格条件

参与本项目的投标单位应符合下列要求，并对应提供完整、清晰的投标文件，否则其投标文件为无效投标文件：

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，持有有效的营业执照（或事业法人登记证，或社会团体法人登记证等相关证明）复印件。

2、投标人与招标人过去 3 年内无合同纠纷（按招标文件附件 2 格式提交《投标承诺函》）。

3、业绩要求：投标人提供不少于 1 个近三年（2023 年 1 月 1 日至今）的营销代理服务类业绩，以提供服务合同的关键页（能体现双方盖章、服务内容、签订日期）复印件为准。

4、按招标文件要求进行投标报价（按招标文件附件 2 格式提交《投标承诺函》）。

5、须提供法定代表人证明书、如有委托代理人，还需提供委托代理人

授权委托书及其在投标单位购买的社保证明、所有服务团队人员在投标单位购买的社保证明，社保显示时间至少为投标截止时间的前1个月（以社保机构能出具的最近月份为准），且无异常情况。（法定代表人证明书及授权委托书格式参考招标文件附件9）

6、本项目不接受联合体投标，提交加盖公章的非联合体投标声明（格式自拟）。

## 六、资审方式

6.1 本项目采用资格后审。

6.2 经评审后，通过资格及有效性审查的投标人不足3名时为招标失败，招标人分析招标失败原因，修正招标方案，重新组织招标。

## 七、招标日程安排

7.1 招标公告发布时间：2026年5月8日至2026年5月29日（北京时间，本公告提及的所有时间均为北京时间）。

注：发布招标公告的时间为招标公告发出之日起至投标截止时间止。招标公告发布之日起计算编制投标文件时间，编制投标文件的时间不得少于20天。招标人需发布补充公告的，以最后发布补充公告的时间为准。

7.2 投标登记及获取招标文件时间：2026年5月9日至2026年5月14日（工作日上午09:00至12:00，下午14:00至17:00）投标人需由法定代表人或委托代理人提交以下加盖公章的资料到广东省广大工程顾问有限公司（地址：广州市番禺区东环街文坡路8号8楼，咨询电话：黄工、020-38293607），进行投标登记并获取招标文件：

投标人营业执照（或事业法人登记证，或社会团体法人登记证等相关证明）复印件；

若为法定代表人进行投标登记的，需提交法定代表人证明书；若为委托代理人进行投标登记的，则需提交委托代理人授权委托书（格式自拟）及其在投标单位购买的社保证明。社保显示时间至少为投标登记截止时间的前 1 个月。【此项资料还须在投标文件中装订提供】

投标登记须知：①投标人须保证所提交资料真实、完整、有效、一致，否则自行承担由此导致的与本项目有关的任何损失。②本项目只接受已完成投标登记及领购招标文件的投标人投标。③招标文件售价为人民币 300 元一套，售后不退。

**7.3 提问及招标答疑时间：**若投标人对本招标文件有疑问，务必于 2026 年 5 月 9 日 17:00 时前以书面形式提交招标代理机构并致电告知到位。招标代理机构将在 2026 年 5 月 13 日 17:30 时前以书面形式答复给全部投标人。答疑文件将作为招标文件的一部分，视为签订合同的依据。若答疑文件与招标文件有矛盾，以最后发出的答疑文件为准。

#### **7.4 开标及投标文件的递交**

**7.4.1 开标时间及地点：**2026 年 5 月 29 日 9 时 30 分开标（亦为投标截止时间）；开标地点为广东省广大工程顾问有限公司（详细地址：广州市番禺区东环街文坡路 8 号 8 楼会议室）。

**7.4.2 投标文件递交时间：**各投标人务必于 2026 年 5 月 29 日 9:00 至 9:30 将密封完好的投标文件送至上述开标地点，逾期视为自动放弃。投标文件递交人应为投标单位法定代表人或正式员工。若为法定代表人，则需提交法定代表人证明书；若为正式员工，则需提交其在投标单位购买的

社保证明，社保显示时间至少为投标截止时间的前 1 个月。【此项资料还须在投标文件中装订提供】

## 八、发布公告的媒介

本次招标公告同时在中国招标投标公共服务平台（网址：<http://www.cebpubservice.com/>）、广州国企阳光采购信息发布平台（网址：<https://ygcg.gzggzy.cn/>）、广东省广大工程顾问有限公司网站（网址：<https://www.gdgcgw.com/>）发布，本公告的修改、补充，在广州国企阳光采购信息发布平台发布。各媒介发布的文本如有不同，以在广州国企阳光采购信息发布平台发布的内容为准。

## 九、联系方式

招 标 人：广州城慧投资发展有限公司

地 址：广州市越秀区流花路 117 号流花展馆 16 号馆

联 系 人：邓工

电 话：020-83061910

招标代理机构：广东省广大工程顾问有限公司

地 址：广州市番禺区东环街文坡路 8 号 8 楼

联 系 人：黄工

电 话：020-38293607