

增城开发区南香雅居项目评分表				
部分	序号	评审项目	评审要点	最高分值
商务分	1	全案目标销售额	意向合作方就项目全案目标销售额进行报价(单位:亿元),评分如下: 全案目标销售额小于37.5亿元,报价无效; 全案目标销售额等于37.5亿元,得0分; 全案目标销售额大于37.5亿元且小于39.5亿元,采用内插法计算,报价得分的计算公式= $5-(39.5-目标销售额)/2$; 全案目标销售额大于等于39.5亿元,得5分。	5
	2	固定费用	意向合作方就合作管理的固定费用进行报价,评分如下: 固定费用大于2300万元,报价无效; 固定费用等于2300万元,得15分; 固定费用在2300万元基础上,每降低100万元,加4分; 该项得分最高35分。	35
	3	浮动费率	意向合作方就委托管理浮动费率进行报价,评分如下: 浮动费率大于0.7%,报价无效; 浮动费率等于0.7%,得5分; 浮动费率在0.7%基础上,每降低0.05%,加1分; 该项得分最高10分。	10
	注: 1. 合作管理费用=固定费用+全案目标销售额*浮动费率 2. 报价和得分均保留小数点后两位,从小数点后第三位“四舍五入”			
小计				50.00
技术分	4	代销总体思路	1.代销方案中工作目标、工作思路、工作计划、合作机制的完整性、合理性、科学性。(优2分,良1分,差0分) 2.风险识别的全面性、准确性,应对预案的可行性、及时性。(优2分,良1分,差0分) 3.营销费率是否有明确的控制方法和手段,管控措施是否科学、合理、有针对性。(优2分,良1分,差0分) 4.全案货值是否有明确的保障方法和手段,保障措施是否科学、合理、有针对性。(优2分,良1分,差0分) 5.代销合作中是否有其他职能部门给予支撑。(优2分,良1分,差0分)	10
	5	营销策划及销售实施方案	1.客户调研方案:对目标客户的构成、消费动机及消费行为的调研和分析。(优2分,良1分,差0分) 2.定位策划方案:住宅的项目档次定位、市场研究及分析、竞品分析、项目的经济效益分析。(优2分,良1分,差0分) 3.营销推广方案:营销策略、广告策略、媒体投放策略、推广策略、销售模式等方面的计划与措施,要求符合市场和项目实际,抓住项目本质和核心,主题鲜明,亮点突出。(优2分,良1分,差0分) 4.全案销售计划:涵盖销售计划、价格定位、去化进度、全案货值、营销费率、回款率等营销关键指标的全案铺排,要求符合项目经济可行性,与项目策划定位相匹配。(优4分,良2分,差0分)	10
	6	房屋交付管理	1.交付执行:交付制度的完整性,交付流程是否高效、规范、清晰,确保交付保障措施的有效性。(优3分,良1分,差0分) 2.客户服务:客户服务体系的完整性,客户满意度管理措施的创新性、有效性。(优2分,良1分,差0分)	5
	7	项目管理架构和人员配置	1.管理团队组织架构完善,组织管理清晰、明确,符合《南香雅居项目营销管理合作合同》附件4中项目主要管理人员配置要求,得3分,不满足人员配置要求该项不得分。 2.在项目主要管理人员配置要求的基础上每增加1人得0.5分,最多得2分。	5
小计				30
资质分	8	代建、代管、代销项目经验	意向合作方自2019年1月1日起至本项目公告之日止广东省累计承担委托代建、代管、代销等管理类别的合作项目经验,评分如下: (1)无代建、代管、代销的合作项目经验,得0分; (2)0万平方米<代建、代管、代销的合作项目合计合同签约面积<5万平方米,得2分; (3)5万平方米<代建、代管、代销的合作项目合计合同签约面积<10万平方米,得4分; (4)10万平方米<代建、代管、代销的合作项目合计合同签约面积<15万平方米,得6分; (5)代建、代管、代销的合作项目合计合同签约面积在15万平方米基础上,每增加5万平方米(尾数不计),加1分; 该项得分最高8分。 证明材料要求: (1)提供合作合同复印件关键页,业绩证明材料须体现项目名称、合同签约面积、委托方、受托方、合作时间等。 (2)意向合作方包含实控人及其再投资控股企业(含全资子公司、控股公司【控股公司指直接或间接持有公司股权比例>50%】)且使用母公司注册商标或进行统一品牌管理的各级公司,提供关联公司股权关系证明等。	8
	9	品牌自主开发经验	意向合作方2023年自主投资开发项目经验,评分如下: (1)自主投资开发的项目物业销售面积<100万平方米,得0分; (2)100万平方米<自主投资开发的项目物业销售面积<200万平方米,得2分; (3)200万平方米<自主投资开发的项目物业销售面积<400万平方米,得4分; (4)400万平方米<自主投资开发的项目物业销售面积<600万平方米,得6分; 自主投资开发的项目物业销售面积在600万平方米基础上,每增加100万平方米(尾数不计),加1分; 该项得分最高8分。 证明材料要求: (1)如意向合作方为上市企业,则提供公开独立第三方审计的公开年度报告全口径销售面积数据;如意向合作方非上市企业,则提供经独立第三方审计的项目年度审计报告,以体现项目销售业绩(包括但不限于项目名称、销售面积、销售时间等)。 (2)意向合作方包含实控人及其再投资控股企业(含全资子公司、控股公司【控股公司指直接或间接持有公司股权比例>50%】)且使用母公司注册商标或进行统一品牌管理的各级公司,提供关联公司股权关系证明等。	8
	10	品牌价值	意向合作方或其实际控制人品牌价值: ①在中国房地产业协会和上海易居房地产研究院发布的“2024年中国房地产开发企业综合实力”前30名单内的,得1分。 ②满足①且在中国房地产业协会和上海易居房地产研究院发布的“2024年房地产开发企业交付力TOP20”名单内的,得2分。 本项评分取以上得分最高项,不可累加,此项最高得分2分。(须提供相关证明材料扫描件并加盖公章)	2
	11	信誉证明	1.意向合作方及境内实控人自2019年1月1日起至本项目公告之日止的信用记录不存在逾期还款、无逾期还款记录,得1分,否则不得分(提供人民银行征信记录以及相关债权债务证明文件)。 2.意向合作方及其实控人如为上市企业,要求不存在公开市场债务违约行为,同时意向合作方及其实控人须提供未存在债务违约的承诺函;如意向合作方及其实控人为非上市企业,则意向合作方及其实控人须提供未存在债务违约的承诺函,如满足以上条件,得1分,否则不得分。	2
小计				20
合计				100.00

