

横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目
采购文件
(适用于谈判采购)

采购人（法人章）： 珠海大横琴商业经营管理有限公司天沐琴台文化旅游分公司

联系人：曾工

联系电话：0756-3253667

编制时间： 2026 年 8 月

一、采购邀请

1	项目名称	横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目
2	项目地址	横琴粤澳深度合作区
3	采购内容	为横琴天沐琴台提供 2026 年度商业业态品牌招商代理服务，服务内容包括：（1）接洽与谈判：供应商须利用自身品牌数据库及人脉资源，全面对接目标主力店品牌（如：米其林、黑珍珠、夜经济首店、跨界影院、生活美学体验店、大型餐饮、旗舰零售等）；（2）租赁合同推进：成交供应商需协助采购人完成从《租赁意向书》到《租赁合同》的文本沟通、修改及定稿流程，并协调解决品牌方提出的各类技术及商务问题；（3）协调与支持：协助采购人设计、工程、物业等部门与品牌方进行技术对接（如商铺工程条件、装修图纸审核等）。品牌分类以及具体的要求，详见本项目合同及项目需求书。
4	报价要求	供应商含税报价≤912,187.00 元，不设下限。
5	供应商资格要求	1. 供应商具有独立承担民事责任的能力，提供在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织的营业执照或事业单位法人证书。 2. 信誉良好，在经济活动中无重大违法违规行为，未被“信用中国”网站 (https://www.creditchina.gov.cn/xinxigongshi/) 列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重失信行为记录名单； 注：①本项目不接受联合体投标。②两家或以上投标人有如下情况之一的，不得同时参加投标，一经发现均作无效投标：a、法定代表人为同一人的；b、存在控股或管理关系的。
6	议程安排	1. 响应文件递交截止时间：2026 年 9 月 4 日 10 时 00 分（北京时间）。 2. 谈判时间：2026 年 9 月 4 日 10 时 00 分（北京时间）。 3. 谈判地点：珠海市香洲区水湾路 368 号南油大酒店玻璃楼 204（暂定）。 4. 响应文件递交方式： 4.1 本项目接受现场递交或邮寄方式递交响应文件。

		4.2 采用邮寄方式的供应商应注意： (1) 响应文件递交时间以采购人签收时间为准。 (2) 采购人对邮寄过程中可能发生的迟交、遗失或损毁不承担任何责任，相关风险由供应商自行承担。 (3) 顺丰快递（寄方付费）寄送至以下地址： 收件地址：珠海市香洲区水湾路 368 号南油大酒店玻璃楼 204 收件人：曾工 联系电话：13702945431 4.3 采用现场递交的，递交地址：珠海市香洲区水湾路 368 号南油大酒店玻璃楼 204。 5. 谈判会议说明： 5.1 供应商代表需参加谈判会议，并进行签到。 5.2 如供应商代表不参加谈判会议，视为放弃后续谈判资格，按其提交的响应文件进行评审。供应商应确保响应文件所载联系电话畅通，因供应商原因导致未能及时澄清的，相应后果由供应商自行承担。
7	支付方式	合同项下全部含税结算总费用由月度服务费、月度差旅接待实报实销费用、招商佣金三部分构成： 1. 月度服务费：成交供应商于每月完成工作报告（包括但不限于《月度招商工作计划》《月度招商工作总结》《接洽确认单》），以上内容向采购人汇报并获得采购人书面签字确认后，于次月 5 号前向采购人提供的当月的服务费发票（增值税专用发票）及相关请款资料，采购人审核无误后，于 20 个工作日内完成支付。 2. 月度差旅接待费用：结算方式为月度结算，于次月 5 号前向采购人提供发票（餐饮为普通发票，其余票据为增值税专用发票）及相关请款资料（包含请款单、差旅或接待宴请洽谈书面报告等工作成果）。采购人审核无误后，于 20 个工作日内完成支付。 3. 招商佣金：按照招商佣金计算标准进行支付。采购人正式与成交供应商推荐的品牌商户签订正式合同，并按合同规定收取租户租赁保证金及首月租金后，采购人于收到成交供应商提供的发票（增值税专用发票）及相关请款资料（包含请款单、商户转介确认单等招商成果文

		件)后 20 个工作日内, 采购人一次性支付招商佣金给成交供应商。 4. 具体按照本项目合同及项目需求书约定执行。
8	履约担保	无
9	结算方式	合同项下全部含税结算总费用由月度服务费、月度差旅接待实报实销费用、招商佣金三部分构成。合同全部含税结算总额最高不得超过成交总价。任何情形下, 三项费用累计含税总额超出前述含税结算总金额的, 超出部分采购方将不予审核、不予支付。 (1) 月度服务费: 按照最终成交价执行。 (2) 月度差旅接待费用: 实报实销, 每月上限不超过¥20, 000. 00 元。 (3) 招商佣金: 按照合同约定的招商佣金计算标准计算。 本项目具体结算约定详见合同。
10	质量要求	1. 成交供应商严格按照合同要求完成招商工作, 如实向采购人同步全部洽谈信息、客户诉求、合作风险, 同步时间不得晚于洽谈结束后 2 个工作日。 2. 成交供应商不得对项目租金、免租期、工程配套、政府补贴等作出超出采购人书面确认范围的虚假宣传、口头承诺, 所有对外商务条件以采购人盖章书面文件为准。 3. 成交供应商对采购人项目图纸、租金底价、商户信息、招商策略、财务数据等全部商业资料承担永久保密义务, 成交供应商仅可将该等商业资料用于本次招商代理服务之目的, 不得擅自复制、使用于任何其他项目或用途, 亦不得基于该等资料及本次合作过程中获取的商户数据、运营数据等开发衍生产品、训练算法模型或用于自身其他商业用途, 相关合作衍生数据的所有权及知识产权全部归采购人所有, 未经采购人书面许可不得向任何第三方泄露, 合同终止后保密义务持续有效。 4. 成交供应商所有品牌洽谈、带看、高层沟通均完成记录、影像/文件留存, 同步项目关键信息, 同步填写《接洽确认单》交采购人审核, 无书面留痕且未经采购人书面确认的对接不计入有效考核指标, 成交供应商不得据此主张任何费用。 5. 具体按照本项目合同约定执行。
11	时间要求	合同服务期限共计 6 个月, 具体按照合同约定执行。
12	采购文件 附件清单	■ 合同文本 ■ 项目需求书 ■ 项目报价清单

		■招商代理服务单位差旅接待报销标准
13	响应文件组成	1. 文件份数 (1) 纸质版正本一份、副本二份； (2) 电子版一份。 2. 文件内容 (1) 响应文件封面，详见响应文件格式（二）； (2) 资格证明文件，详见响应文件格式（三）； (3) 法定代表人身份证明、法定代表人授权委托书，详见响应文件格式（四）、（五）； (4) 响应承诺书，详见响应文件格式（六）； (5) 报价书，详见响应文件格式（七）； (6) 最终报价书，详见响应文件格式（八）； (7) 《评分细则》中需要提供的资料。 3. 文件编制及封装要求 (1) 供应商应按照采购文件提供的格式、内容和顺序编制响应文件，正、副本分别装订成册，副本可为正本复印件。 (2) 电子版以 U 盘或光盘形式存储，内容为已签字盖章的响应文件 PDF 扫描件，须与纸质版完全一致。 (3) 纸质版与电子版共同密封在不透明的封袋中，封袋包装封面详见响应文件格式（一）。 (4) 最终报价书由供应商自行打印响应文件格式（八）并带到谈判会议现场，在谈判后按规定时间提交。
14	响应有效期	响应文件递交截止之日起 90 个日历天。
15	响应保证金	☐ 有，X 元/ ☒ 无
16	响应文件 否决性条款	1. 响应文件逾期送达； 2. 响应文件未密封或封口未加盖公章； 3. 采购文件明示盖公章处未加盖公章的； 4. 采购文件明示需签字或盖章处未签字或盖章的； 5. 响应文件签字代表不是法定代表人或被授权委托人的； 6. 供应商不满足资格要求或资格证明文件不全的；

		7. 未按采购文件规定格式填写； 8. 报价超过上限的，或超出报价范围的； 9. 响应文件附有采购人不能接受的条件的； 10. 不符合法律、法规和采购文件规定的其他实质性要求的。
17	有效供应商不足的处理	截止至响应文件递交截止时间，提交响应文件的供应商不足两家，或有效供应商不足两家的，本次采购活动失败。
18	评审小组	评审小组由[3]名（3 人以上单数）成员组成。
19	谈判内容	本项目谈判内容为■响应报价/■服务方案/口其它[/]
20	评审程序	1. 开启响应文件，评审小组对所有供应商进行资格审查，资格审查合格的供应商为有效供应商。 2. 有效供应商进入谈判环节，评审小组与单一供应商分别进行谈判，并形成谈判记录，由供应商代表及评审小组签字确认。谈判内容不得超出采购邀请第 19 项规定的范围。在谈判中，谈判的任何一方不得透露与谈判有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。 3. 经谈判，对采购文件及其附件作出实质性变动的，将作为采购文件的有效组成部分，以书面形式同时通知所有有效供应商；需重新提交修正文件的，供应商应按照采购文件及其附件的变动情况和评审小组的要求重新提交，修正文件与响应文件具有同等效力。 4. 谈判结束后，谈判小组要求所有继续参加谈判的供应商在规定时间内（谈判小组视谈判进程决定）提交最终报价，最终报价是供应商响应文件的有效组成部分。 5. 已提交响应文件的供应商，在提交最终报价之前，可以根据谈判情况退出谈判。 6. 进入综合评分流程，谈判小组成员独立地根据《评分细则》的评价标准，分别对每个供应商的响应文件进行打分。将所有评价指标所得实际评价分数相加，即为该供应商得分；所有评委对同一供应商的评分的算术平均值为该供应商的综合得分。评审小组将最终得分从高至低进行排序，综合得分最高的供应商排名第一。如最终得分相同的，将依次按[技术指标、商务指标、经济报价]的单项得分从高至低进行排序，若依然相同，则采用随机摇号方式按照大号在前进行排序。

		7. 采购人授权评审小组确定排名第一的有效供应商为成交供应商。 注：1. 邀请供应商未出席谈判会议的，视为该供应商放弃谈判资格。谈判结束后未在规定时间内重新提交响应文件及最终报价的，谈判小组以其递交的响应文件为依据进行评审打分。 2. 评审过程中如出现疑问，谈判小组可以要求供应商进行澄清说明。供应商的澄清或答辩文件应加盖供应商公章，并在规定时间内回复。澄清或答辩文件将作为供应商响应文件的有效组成部分。
21	异议及投诉	供应商或者其他利害关系人对评审结果有异议的，应当在成交结果发出后 3 日内向采购人提出，采购人应当自收到异议之日起 3 日内作出答复。 供应商或者其他利害关系人认为采购活动不符合法律、法规和规章规定的，自知道或者应当知道之日起 10 日内，向采购人提出，采购人应当自收到投诉之日起 15 个工作日内作出答复。
22	其他说明	报价需保留小数点后两位，评审时发现报价小数点未按要求保留的，视为细微偏差，按照四舍五入计算。报价大写与小写不一致的，以大写为准。报价计算有误时，在报价总价（或费率）不变的前提下，按照有利于采购人的原则进行修正。

二、评分细则

序号	评价指标	分值	评分细则
一、技术部分（55 分）			
1	项目定位理解	8 分	对天沐琴台项目区位（横琴粤澳深度合作区）、商业定位、目标客群、竞争环境的分析准确且深度足。能结合横琴政策优势（免税/跨境/琴澳一体化）、周边竞品、本地市场认知、消费特征做出精准研判，提出差异化定位建议。 优秀[8-6]： 区位价值分析深入，能准确把握横琴粤澳深度合作区区位优势、琴澳一体化政策机遇，论述充分且有数据支撑；商业定位理解精准，准确把握天沐琴台定位，提出与定位高度契合的招商方向；目标客群画像清晰，精准识别核心客群并附消费力分析与需求特征刻画；竞争环境分析系统，全面调研周边竞品商业并给出差异化竞争分析。 良好[6-3]： 区位价值分析基本覆盖，对横琴粤澳深度合作区区位优势有所认识，但对琴澳一体化政策机遇，缺乏数据支撑；商业定位理解基本正确，对天沐琴台定位有所认识，但提出的招商方向与定位的契合度论证不够充分；目标客群有所识别但画像不够清晰，客群分类较粗，消费力分析缺失或不够详实；竞争环境分析提及周边竞品但调研不够全面，差异化分析较为笼统，缺乏深度对比。 一般[3-1]： 区位价值分析停留在表面，仅泛泛提及横琴的地理位置而未深入分析区位机遇与政策红利；商业定位理解有偏差，对天沐琴台复合定位认识模糊，招商方向与实际定位存在脱节；目标客群识别不清或严重遗漏，缺少客群消费力分析，客群画像与项目实际不匹配；竞争环境分析缺失或严重不足，未调研周边竞品，无差异化分析。 未提供项目定位和理解的分析内容，或分析内容与天沐琴台项目完全无关的，不得分。
2	品牌资源与拓展渠道	15 分	1. 供应商提供目标主力店品牌（业态分类如：米其林、黑珍珠及其旗下子品牌、夜经济首店、跨界影院、生活美学体验店、大型餐饮、旗舰零售等）资源库清单。清单按两级分类标注：深度合

			作（已有签约/合作意向书）、在谈关系（正在接洽中），评委按以下标准评分： 深度合作： 主力店品牌深度合作≥ 10家的，得6分； 主力店品牌深度合作≥ 7家的，得4分； 主力店品牌深度合作≥ 4家的，得2分。 在谈关系： 主力店品牌在谈关系≥ 5家的，得3分； 主力店品牌在谈关系≥ 3家的，得2分； 主力店品牌在谈关系≥ 1家的，得1分。 2. 品牌资源库清单中品牌荣膺黑珍珠或米其林评级：合作类型为深度合作的，每具有一个品牌，得2分，最多得4分。合作类型为在谈关系的，每具有一个品牌，得1分，最多得2分。品牌同时荣膺黑珍珠和米其林评级的，不重复计分。 说明：（1）深度合作关系提供签约或者合作意向书的复印件；在谈关系提供已签署的保密协议（内容可做脱敏处理，但须确保签约双方名称、签署日期信息可见）、或者品牌方出具的接洽函或邀请函的复印件。（2）目标主力店品牌需提供品牌定位或实力的证明文件；（3）星级或钻级评价以签约时该品牌所属餐厅在《米其林指南》或《黑珍珠餐厅指南》中获评级为准，供应商需提供该品牌当时属于《米其林指南》或《黑珍珠餐厅指南》的清单截图或复印件，并加盖供应商公章。
3	品牌匹配性分析	15	供应商需提供针对本项目提交目标品牌推荐清单（非承诺清单），含品牌名称、业态、档次、推荐理由、匹配度分析、预计拓展周期。供应商需对目标品牌推荐清单进行专业分析说明，评审要点如下： 优秀[15-10]：推荐品牌与天沐琴台定位高度契合，覆盖项目需求书核心业态，业态层级分明且与项目调性一致；目标客群匹配度好，精准识别天沐琴台目标客群画像，推荐引进品牌客群完全覆盖核心客群并附消费力与消费偏好分析；品牌组合协同性强，品牌组合形成完整业态生态，协同逻辑清晰，可行性强且有风险预案。

			良好[10-5]：推荐品牌基本契合天沐琴台定位，但业态覆盖存在缺口或业态层级不够分明，部分品牌与项目调性略有偏差；目标客群匹配度一般，基本识别天沐琴台目标客群但覆盖不全，客群消费力分析缺失或不够详实，品牌客群与项目客群的吻合度论证不够充分；品牌组合有一定协同性，品牌组合基本合理但缺乏系统的分层设计，协同逻辑阐述不够清晰，互补效应不够明确；。 一般[5-1]：推荐品牌与天沐琴台定位存在明显偏差，业态结构不合理或核心业态缺失，品牌调性与项目定位不匹配；目标客群匹配度差，客群分析粗略或与天沐琴台实际客群不匹配，未识别核心客群，缺少消费力分析；品牌组合缺乏系统规划，品牌之间无协同性考虑，未形成业态互补，品牌组合呈现随机堆砌。 未提供服务方案，或方案内容完全不合理、不可执行。
4	服务方案与执行计划	7分	供应商提供按月细化的招商工作计划（格式自拟），包括但不限于：各阶段目标品牌、工作内容、重难点分析、交付物、关键节点等，评审要点如下： 优秀[7-5]：项目落地计划清晰，每个推荐品牌均提供落地可行性分析（包括但不限于：物业条件适配性、租金承受力评估、装修周期预估、证照办理要求等）；6个月工作排期清晰合理，月度节点明确，设有阶段性签约目标里程碑，排期与招商周期匹配，各阶段工作衔接紧密；风险控制方案系统全面，系统识别招商过程中的主要风险（品牌引进失败、商户临时退出、政策变化、工期延误等）并制定明确应对预案和退出机制，风险等级分类清晰。 良好[5-3]：项目落地计划基本可行，对部分品牌提供落地分析但深度不够，可行性论证不够充分，部分品牌缺少物业条件或证照要求的分析；工作排期有但月度节点不够清晰，阶段性签约目标缺失或合理性一般，排期与招商周期的匹配度不够，各阶段工作衔接不够紧密；风险控制方案提及风险但预案不充分，识别的风险点不够全面，应对措施较为笼统，缺少退出机制。 一般[3-1]：项目落地计划缺失或分析泛泛，未提供具体品牌的落地可行性分析，仅停留在概念层面；工作排期不合理或缺失，无阶段性签约目标，排期与招商周期严重不匹配，时间安排不合理；风险控制方案缺失，未考虑招商过程中的主要风险，或仅泛

			泛提及“加强管理”而无实质措施。 未提供服务方案，或方案内容完全不合理、不可执行，不得分。
5	拟派项目团队	10 分	根据供应商为本项目拟派的项目团队整体实力进行综合评价，重点考察以下维度：①项目负责人的商业招商从业经验、同类项目操盘业绩及领导能力；②团队人员配置的完整性、专业结构合理性（是否涵盖市场调研、品牌拓展、商务谈判、数据分析等关键岗位）；③核心成员在商业综合体、文旅商业或大型产业园区招商领域的实际工作经历、相关行业协会/组织参与主要工作或任职及成功案例，评审要点如下： 优秀[10-6]：项目负责人经验丰富，具有 10 年以上商业招商经验，有米其林/黑珍珠等高端品牌招商成功案例，提供完整履历和案例证明材料；团队配置合理且稳定，有不少于 5 人的专属团队，成员专业背景覆盖招商拓展、商务谈判、法务合规等领域，团队分工明确且人员稳定；具备粤港澳大湾区商业招商经验，能提供本地项目案例证明，熟悉珠海/横琴商业市场环境，在省级或市级相关行业协会/组织参与主要工作或任职。 良好[6-3]：项目负责人有一定招商经验但不足 10 年或无高端品牌招商案例，履历和案例证明不够完整；团队配置基本合理但人数不足 5 人或分工不够明确，专业背景覆盖不全，缺少法务或商务谈判方面的专业成员；本地招商经验有限，粤港澳大湾区项目案例缺失或不够典型，对珠海/横琴商业市场了解不足。 一般[3-1]：项目负责人经验不足，招商经验少于 5 年且无相关案例，专业能力难以支撑项目需求；团队配置明显不足，人数少于 3 人或无明确分工，专业背景单一；无粤港澳大湾区商业招商经验，对本地市场环境完全不了解。未提供团队信息，或团队配置严重不满足项目基本需求的，不得分。 说明：供应商需提供拟派项目团队组建方案、人员简历、业绩证明材料、任职文件或其他相关作证材料等，不提供或不按要求提供，不得分。
6	现场陈述与答辩	/	供应商代表就上第 1 和第 3 项评审内容向评审小组进行现场陈述，供应商可自行准备陈述资料或者 PPT，时间不超过 10 分钟（提

			问时间不计入)。陈述逻辑清晰、重点突出、时间控制合理,能准确传递方案核心价值,对评审提问的回答体现行业专业性和实操经验,能就具体问题给出有价值的见解。 评审小组就上述陈述结合对应评审项进行综合打分,未进行现场述标的,对应评审项按“一般”计分。
二、商务部分 (15 分)			
1	同类项目业绩	15 分	1. 供应商提供近 5 年内 (2021 年 8 月 1 日至今) 具有商业综合体/购物中心/商业街区招商代理项目业绩的,每项业绩得 3 分,最高 9 分。 说明: 供应商需提供合同关键页复印件 (合同首页、采购内容页、合同金额页 (金额可脱敏处理)、双方签字盖章页、合同签订日期页), 时间以合同签订时间为准, 不提供或不按要求提供, 不得分。 2. 供应商近 1 年每成功引入 1 个米其林星级/黑珍珠钻级品牌及其旗下子品牌的, 得 3 分 (需提供品牌入驻协议或甲方出具的确认函), 本项最高得 3 分。品牌同时荣膺黑珍珠和米其林评级的, 不重复计分。 说明: 引入米其林星级/黑珍珠钻级品牌的, 供应商需提供品牌等级证明文件, 并加盖供应商公章。星级或钻级评价以签约时该品牌所属餐厅在《米其林指南》或《黑珍珠餐厅指南》中获评级为准。 3. 供应商具有区域独家品牌招商资源 (体现品牌把控力和粘性), 每提供一个符合条件的商业品牌独家招商资源, 得 1 分, 本项最高得 3 分。 说明: 供应商需提供与餐饮、零售、文化体验、生活方式、休闲娱乐等商业品牌签订有效的区域独家招商、独家拓展或独家品牌落地合作协议, 且授权范围覆盖广东省或省级以上区域。
三、经济报价 (30 分)			
1	经济报价	30 分	各供应商的报价得分按以下公式进行计算: 报价得分=满分 30 分× (评审基准价/供应商含税价报价) 说明:

			(1) 评审基准价：以各有效供应商含税价的最低价为评审基准价。 (2) 报价保留小数点后 2 位，评审时发现报价超过小数点后 2 位的视为细微偏差，按照四舍五入计算。
--	--	--	---

说明：“[]”表示包含边界数值“（）”表示不包含边界数值。

三、响应文件格式

(一) 包装封面

2026 年 9 月 4 日 10 时 00 分之前不得开启。

项目名称：横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目

供应商（法人公章）：

法定代表人或被授权委托人（签名或签章）：

通讯地址：

邮政编码：

联系人：

联系电话：

联系邮箱：

(二) 响应文件封面

响 应 文 件

项目名称：横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目

供应商（法人公章）：

法定代表人或被授权委托人（签名或签章）：

联系人：

联系电话：

联系邮箱：

（三）资格证明资料

1. 提供营业执照（副本）复印件并加盖供应商公章；
2. 提供“信用中国”网站查询信息（失信被执行人查询、重大税收违法失信主体名单、政府采购严重失信行为记录名单）截图并加盖供应商公章，信用中国网站：<https://www.creditchina.gov.cn/xinxigongshi/>。

（四）法定代表人身份证明

法定代表人身份证明

_____（法定代表人姓名）系_____（供应商名称）法定代表人。

特此证明。

供应商（公章）：

年 月 日

法定代表人身份证正反面复印件

(五) 法定代表人授权委托书

法定代表人授权委托书

本人（法定代表人姓名）系（供应商名称）的法定代表人，现委托
（被授权委托人姓名）代表本人负责参加珠海大横琴商业经营管理有限公司天沐琴台文化旅游分公司组织的横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目的采购活动，参加谈判会议及处理与之相关的事务。

委托期限（ ）年（ ）月（ ）日起至响应有效期截止日。

被授权委托人无转让委托权。

被授权委托人在以上期限之内从事授权范围之内的相关活动引起的一切法律责任均由供应商承担。

附件：法定代表人身份证明

供应商（公章）：

法定代表人（签名或签章）：

被授权委托人（签名或签章）：

年 月 日

被授权委托人身份证正反面复印件

备注：法定代表人作为代表签署响应文件的，则不需提供本授权委托书。

（六）响应承诺书

响应承诺书

珠海大横琴商业经营管理有限公司天沐琴台文化旅游分公司：

我司已详细阅读了横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目的采购文件，自愿参加上述项目采购活动，现就有关事项向采购人郑重承诺如下：

1. 接受采购文件全部内容。遵守相关工作会议现场纪律。
2. 响应有效期为响应文件递交截止之日起 90 个日历天。
3. 保证响应文件内容无任何虚假。若评审过程中查出有虚假，同意作无效响应文件处理，若成交之后查出有虚假，同意废除成交资格。
4. 保证响应文件不存在低于成本的恶意报价行为。
5. 保证按采购文件及成交通知书的规定内容商签合同，完全接受采购文件所附合同文本。
6. 保证按合同约定完成合同范围内的全部内容。
7. 保证成交之后安排专业技术人员开展工作。
8. 保证按采购文件及合同约定的原则处理费用事宜，不发生签署合同之后恶意提高费用的行为。

若有违反以上任意一条，同意被废除成交资格。

供应商 （公章）：

法定代表人或被授权委托人（签名或签章）：

年 月 日

(七) 报价书

报价书

我司自愿参加珠海大横琴商业经营管理有限公司天沐琴台文化旅游分公司组织的横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目采购活动，接受采购文件的全部内容，我司的含税总价报价为：_____元，具体报价详见《横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目报价清单》。

注：含税报价 $\leq 912,187.00$ 元，否则视为无效报价。

供应商（公章）：

法定代表人或被授权委托人（签名或签章）：

年 月 日

(八) 最终报价书（谈判后按规定提交）

最终报价书

我公司已完全理解珠海大横琴商业经营管理有限公司天沐琴台文化旅游分公司组织的横琴天沐琴台 2026 年度商业业态招商代理采购项目采购活动，接受采购文件及谈判后的全部内容，经充分考虑决定，我司的最终含税总价报价为：_____元。

补充说明：

注：1. 除非在谈判中谈判小组调整或修改采购需求内容，否则采购人不接受高于第一次报价的最终报价。

2. 请供应商自行打印，加盖供应商公章并由法定代表人或被授权委托人签字后带到谈判会议现场，按谈判小组要求在规定时间内现场进行填写并提交。

供应商（公章）：

法定代表人或被授权委托人（签名或签章）：

年 月 日

附件：供应商主力店品牌资源库清单

序号	品牌名称（全称）	业态分类	品牌档次	合作分级	
1	xxxxxx	生活美学	行业头部	深度合作	

1. 业态分类：米其林/黑珍珠/夜经济首店/跨界影院/生活美学体验店/大型餐饮/旗舰零售/其他。
2. 品牌档次：米其林 X 星/米其林入选/必比登/黑珍珠 X 钻/行业头部/区域知名/其他。
3. 合作关系：深度合作/在谈关系。
4. 供应商对以上信息的真实性负责，成交后采购人有权就上述信息进行核查，如发现成交单位存在弄虚作假，采购人有权废除供应商的成交资格且不承担由此造成的损失。

附件：目标品牌推荐清单（非承诺清单）

序号	品牌名称（全称）	业态分类	品牌档次	合作分级	推荐理由	备注
1	xxxxxx	生活美学	行业头部	深度合作	可附页说明	

1. 供应商对以上信息的真实性负责，成交后采购人有权就上述信息进行核查，如发现成交单位存在弄虚作假，采购人有权废除供应商的成交资格且不承担由此造成的损失。

附件：拟派团队人员汇总表

序号	姓名	职务	学历	从业年限	主要项目经历	备注

- 说明：1. 响应文件中须提供团队所有成员近 1 个月社保缴纳证明。
2. 响应文件中须提供项目负责人主导招商代理项目的合同关键页或者甲方确认函或其他有效证明文件（证明其项目操作经历）。
3. 拟派团队在合同期内不得随意更换，如需更换须经采购人书面同意，替换人员资历不得低于原拟派人员。
4. 供应商对以上信息的真实性负责，成交后采购人有权就上述信息进行核查，如发现成交单位存在弄虚作假，采购人有权废除供应商的成交资格且不承担由此造成的损失。

附件：项目业绩汇总表

序号	项目名称	合同金额	合同签订时间	引入品牌名称	品牌档次	备注

1. 供应商对以上信息的真实性负责，成交后采购人有权就上述信息进行核查，如发现成交单位存在弄虚作假，采购人有权废除供应商的成交资格且不承担由此造成的损失。