**公 开 招 选 文 件**

**广州塔授权开发定制白酒类产品项目**

**招选单位：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司**

**二零二零年五月**

[第一部分招选公告 4](#_Toc40461532)

[一、 项目编号：GZTJ202005 5](#_Toc40461533)

[二、 项目名称： 5](#_Toc40461534)

[三、 招选人： 5](#_Toc40461535)

[四、 招选人简介 5](#_Toc40461536)

[五、 项目要求： 6](#_Toc40461537)

[1、 酒体及品牌要求 6](#_Toc40461538)

[2、 定制酒类产品外观要求 6](#_Toc40461539)

[3、 瓶身材料及标识要求 6](#_Toc40461540)

[4、 品牌授权许可费用和授权期限 6](#_Toc40461541)

[5、 竞选人经营资质及酒源产地生产资质要求 7](#_Toc40461542)

[6、 竞选人销售渠道、推广方案及年销量预测要求 7](#_Toc40461543)

[7、 履约保证金要求 7](#_Toc40461544)

[8、 产品上市要求 8](#_Toc40461545)

[9、 产品市场定价要求 8](#_Toc40461546)

[10、 中选人规定 8](#_Toc40461547)

[六、 竞选人合格条件 9](#_Toc40461548)

[七、 获取招选文件的时间、地点、方式 9](#_Toc40461549)

[八、 竞选费用 10](#_Toc40461550)

[九、 竞选结果公布 10](#_Toc40461551)

[第二部分竞选须知 11](#_Toc40461552)

[一、 总体说明 12](#_Toc40461553)

[1、 定义及解释 12](#_Toc40461554)

[2、 竞选费用 12](#_Toc40461555)

[二、 招选文件 12](#_Toc40461556)

[1、 招选文件构成 12](#_Toc40461557)

[2、 招选文件的澄清 13](#_Toc40461558)

[3、 招选文件的修改与撤回 13](#_Toc40461559)

[4、 竞选文件 13](#_Toc40461560)

[5、 竞选文件交付要求 14](#_Toc40461561)

[6、 招选人名称、地址和联系人 15](#_Toc40461562)

[7、 竞选报价 16](#_Toc40461563)

[8、 竞选报价有效期 16](#_Toc40461564)

[9、 招选文件的解释权 16](#_Toc40461565)

[10、 招选资料表 16](#_Toc40461566)

[第三部分合同 19](#_Toc40461567)

[第四部分评选办法 34](#_Toc40461568)

[一、 评选细则 35](#_Toc40461569)

[1、 白酒类酒体评分标准和权重 35](#_Toc40461570)

[二、 定选和授选 36](#_Toc40461571)

[三、 附表 36](#_Toc40461572)

[第五部分竞选文件格式 46](#_Toc40461573)

[一、 竞选文件封面 47](#_Toc40461574)

[二、 法定代表人证明书 48](#_Toc40461575)

[三、 授权委托书 49](#_Toc40461576)

[四、 竞选承诺函 50](#_Toc40461577)

[五、 资格文件声明的函 51](#_Toc40461578)

[六、 竞选报价一览表 52](#_Toc40461579)

[七、 新产品开发可行性分析报告 53](#_Toc40461580)

[八、 业绩一览表 55](#_Toc40461581)

[九、 竞选条款偏差响应一览表 56](#_Toc40461582)

第一部分招选公告

**广州塔授权开发定制白酒类产品项目招选公告**

广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司（以下称“招选人”）就广州塔授权开发定制白酒类（第33类商标）产品项目公开招募合作企业，欢迎对本项目有兴趣并具备合格竞选人资格的国内法人参加竞选。

## 项目编号：GZTJ202005

## 项目名称：

广州塔授权开发定制白酒类产品项目

## 招选人：

广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司

## 招选人简介

广州塔高600米，是中国第一、世界第三高的旅游观光塔，于2005年11月25日动工建设，2010年10月1日正式对外开放。广州塔作为广州新地标，以“塔耀新城”位居羊城新八景之首。广州塔集都市观光、高空游乐、时尚餐饮、婚庆会展、影视娱乐、环保科普、文化教育、购物休闲等多功能于一体，是国家AAAA级旅游景区及世界高塔联盟“最有价值成员”，2019年登塔游客逾250万人次。广州塔荣获并保持三项吉尼斯世界纪录®称号：最高的惊险之旅、建筑物中最高的旋转餐厅以及建筑物中最高的邮局。广州塔凭借其非凡的建筑成就，荣获了国家科技进步二等奖、詹天佑奖、鲁班奖、中国建筑结构金奖、菲迪克百年重大建筑项目杰出奖等30余项国内外建筑大奖。其“斜、高、扭、偏、柔、镂空”的建筑特点克服了前所未有的工程难度，充分展现了科技、力量与艺术的完美融合，是世界钢结构建筑中具有时代性的标志性建筑。

2015年8月，广州塔酒作为首个商标授权产品推广上市以来，从酒体风格到包装设计，坚持开拓创新精神，倾力打造全新具有广东岭南特色的白酒品牌，呈现白酒全新现代的时尚品饮。未来可期，广州塔将秉承初心，广征具有开拓创新精神及雄厚产销实力的商标授权合作伙伴，共同助力弘扬广东岭南传统文化与中国白酒文化，为广州创新、活力、时尚的城市形象注入新的活力。

## 项目要求：

### 酒体及品牌要求

为巩固和强化广州塔酒品牌，本次招选项目所招选的白酒类酒体分酱香型和浓香型两种，竞选人需同时参与两种香型酒体的竞选，且需根据香型分别提交竞选文件。竞选人所提供定制酒类产品的酒体酒精浓度应在50°以上，酱香型酒体需为贵州茅台酒股份有限公司生产的接近“飞天”的优级酒体、四川郎酒股份有限公司生产的接近“青花郎”的优级酒体、贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司生产的接近“习酒窖藏1988”优级酒体之一；浓香型酒体需为四川宜宾五粮液股份有限公司生产的接近“五粮液1618”的优级酒体、泸州老窖股份有限公司生产的接近“国窖1573或窖藏酒”的优级酒体、四川绵竹剑南春酒厂有限公司生产的接近“剑南春系列”的优级酒体之一。竞选人提交的竞选文件需包含生产企业品牌及定制白酒类酒体的介绍，内容应包括但不限于符合本项目要求的生产企业品牌介绍、定制酒体名称、香型、酒精浓度、原料、厂名、厂址、品牌沿革、酿造工艺等资料。

### 定制酒类产品外观要求

产品瓶身和包装须有广州塔外观元素特点，设计简洁大方，产品外观设计必须为原创，不涉及第三方知识产权。竞选时，必须提供瓶身设计效果图、规格尺寸、产品容量等资料。

### 瓶身材料及标识要求

瓶身材料必须为符合国家卫生及安全标准的环保材料，必须标注广州塔品牌元素。

### 品牌授权许可费用和授权期限

1. 品牌授权许可费用和授权期限

由于定制酒类产品为广州塔官方授权产品，被选定的合作方需向广州塔公司支付品牌授权许可费用。品牌授权许可费用必须以货币资金支付，以自然年为结算周期，合作期限为五年。

1. 品牌授权许可费用的构成

年度品牌授权许可费用=年度授权许可费用固定部分金额+被授权商品的销售分成

* 1. 年度授权许可费用固定部分金额：白酒类产品年度授权许可费用固定部分金额为30万元,从第三自然年开始，每年按上一年的标准递增3%。
	2. 被授权商品的销售分成=被授权商品的不含税出厂单价×被授权商品自然年出厂总数量×普通许可使用费率
	3. 竞选人对白酒类普通许可使用费率进行竞选报价，报价不低于3.3%。
1. 年度品牌授权许可费用支付方式
	1. 2020年至2024年每年12月31日前预先支付次年年度授权许可费用固定部分金额，2020年和2025年的年度授权许可费用固定部分金额按半个自然年等比折算，2020年的授权许可费用固定部分金额在合同签订日起20个工作日内一次性支付。
	2. 每年2月1日前被授权方提供上一自然年的被授权商品生产企业开具的出厂商品销售清单证明、销售增值税发票复印件及被授权方开具的被授权方销售至其他买方的商品销售清单证明、销售增值税发票复印件。授权方以书面方式确认上一年度被授权商品的销售分成金额，被授权方须于当年3月31日前一次性支付。

### 竞选人经营资质及酒源产地生产资质要求

竞选人必须具备白酒类产品批发、零售销售一体化能力、获得为招选人定制白酒类产品相关资质及许可证件。竞选人如为符合本项目合作开发定制、生产及销售的生产企业（酒厂），需提供符合国家食品安全标准的生产许可及经营资质证明；竞选人如为符合本项目合作开发定制的经营销售企业，需提供与符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）签署的相关文件，明确可开发带有销售条码的“广州塔”定制酒，或由符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）颁授的合作开发授权资质证明及中国商品条码。

### 竞选人销售渠道、推广方案及年销量预测要求

竞选人所提交的竞选文件，须包含广州塔授权开发定制白酒类产品开发可行性分析报告（模板见附件），并将作为评选项目之一。

### 履约保证金要求

竞选人中选后，自双方签订合同之日起至20天内一次性全额支付30万元的履约保证金予招选人。履约保证金将于合同期满后，在中选人履约完毕后30个工作日内无息退还。

### 产品上市要求

8.1 白酒类产品上市要求

a）资质证明提交要求

合作竞选人中选后，自竞选结果公布之日起90个自然日内，必须提供由符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）颁授的合作开发品牌授权证明、经销证明及中国商品条码。如逾期未能提供的，招选人有权终止合作，且中选人已交费用不予退还。如上述已交费用不足以赔偿招选人损失的，超出部分的损失招选人有权向中选人另行追偿。

b）产品上市期限要求

竞选人中选后，自双方签订合同之日起120个自然日内将广州塔授权开发定制白酒类产品实现量产并推出上市。如逾期未能推出上市的，招选人有权终止合作，且竞选人已交费用不予退还。如上述已交费用不足以赔偿招选人损失的，超出部分的损失招选人有权向中选人另行追偿。

8.2 定制白酒类产品上市备案要求

双方签订合同后，如有新开发定制的白酒类产品上市，所选用的酒体品质必须高于本次参加竞选的酒体，且需以书面形式提交包括新产品出厂单价、建议零售价、分成保底单价及代销结算价等予以招选方审核通过后，方可推出市场。

### 产品市场定价要求

竞选企业制定的产品市场销售（含分销、终端、零售、团购）定价，需向招选人报备，招选人有否决权。

### 中选人规定

本次招选项目所招选的酱香型和浓香型白酒类酒体，两种香型只招一家合作方。本次招选中，如招选公告期内只有一家满足竞选要求的合作方响应，招选人将通过商务谈判的形式与其确认合作事宜；如招选公告期内有两家或以上满足竞选要求的合作方响应，根据评选结果，以白酒类两种香型总得分排名第一高的竞选人为中选人。评分标准详见《招选文件》第四部分第一条“评分细则”。中选人如放弃中选、因不可抗力提出不能履行合同、在招选人发现所提交的竞选文件存在虚假资料的，招选人将收回其中选资格，并可确定总得分第二高的竞选人为中选人。

## 竞选人合格条件

1. 竞选人具备独立法人资格并正式运营3年或以上，注册资金须大于等于100万元人民币。
2. 竞选人须持中华人民共和国工商行政管理部门颁发的企业法人营业执照，营业执照含本次招选内容相关经营范围。
3. 竞选人如为符合本项目合作开发定制、生产及销售的生产企业（酒厂），需具备符合国家食品安全标准的生产许可及经营资质证明；竞选人如为符合本项目合作开发定制的经营销售企业，需具有与符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）签署的相关文件，明确具备开发带有销售条码的“广州塔”定制酒的资质，或由符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）颁授的合作开发授权资质证明及中国商品条码。
4. 竞选人具有良好的企业信誉，在过去的经营活动中没有违法或不良信誉记录。
5. 竞选人为一般纳税人，持一般纳税人资格证书。
6. 符合以下规定：

1）具有独立承担民事责任的能力；

2）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

3）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

4）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

5）三年内在经营活动中没有重大违法记录；

6）法律、行政法规规定的其他条件。

1. 符合本招选项目招选人需求及定位（符合性检查表的其他内容）。
2. 本项目不接受联合体竞选。

## 获取招选文件的时间、地点、方式

1. 获取招选文件及报名时间：2020年5月20日11:00起至2020年5月31日11:00止。
2. 获取招选文件方式：凡有意参加竞选者，可与招选联系人联系，获取电子版的竞选文件。获取招选文件需准备以下资料，此为获取招选文件的唯一途径。
3. 法定代表人身份证明、授权委托书、法定代表人及授权委托人身份证（复印件加盖公章）。
4. 公司营业执照副件。
5. 报名方式：电话报名。
6. 报名电话：020-89338023袁先生（报名需提供公司全称、竞选企业联系人姓名、身份证号码、联系方式等）。
7. 递交竞选文件时间：2020年6月1日上午10:00前统一提交竞选文件，逾期将不受理。递交时，请相关人员提供身份证及名片配合工作人员做好相关签收登记工作。
8. 评选地点：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司（广州市海珠区阅江西路222号）

## 竞选费用

无论招选的结果如何，竞选人自行承担所有与编写和提交竞选文件的有关费用。

## 竞选结果公布

1. 报价且方案符合本项目要求，根据评选结果，以两种酒体香型总得分排名第一高的竞选人推荐为中选人。中选人如放弃中选、因不可抗力提出不能履行合同、在招选人发现所提交的竞选文件存在虚假资料的，招选人将收回其中选资格，并可确定得分第二高的竞选人为中选人。
2. 竞选结果公布时间: 竞选评审会议后次日至10个工作日内发布，公示3天。
3. 竞选结果公布方式：竞选人可在公布时限内，登录广州塔官方网站（http://www.cantontower.com）和中国采购与招标网（http://www.chinabidding.com.cn）查看竞选结果。

# 第二部分竞选须知

## 总体说明

### 定义及解释

1. 招选文件中的标题仅起引导作用，而不应视为对招选文件的内容的理解和解释。
2. 服务：指竞选人为满足招选文件要求而提供的服务。
3. 招选人：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司。
4. 竞选人：指与招选文件规定要求一致，响应招选，参加招选竞争的合法公司。
5. 合格的竞选人：符合本招选文件第一部分竞选人合格条件的竞选人规定的内容，竞选人提供的所有服务，其来源地均应为中华人民共和国或与中华人民共和国有官方贸易关系的国家或地区。招选人将拒绝接受不合格的服务，并有权不予支付任何费用，同时保留追究相关责任的权利。
6. 中选人：指经评审、招选人确认的获得本项目中选资格的竞选人。
7. 合同：指招选人和中选人依据本次服务招选结果签订的协议。
8. 实质性响应：指符合招选文件的所有要求、条款、条件和规定，且没有不利于项目实施质量效果和服务保障的重大偏离或保留。
9. 重大偏离或保留：指影响到招选文件规定的范围、质量和性能或限制了招选人的权利和竞选人义务的规定，而纠正这些偏离将影响到其他竞选人的公平竞争地位。
10. 招选文件中规定的“书面形式”包括纸质文件和《招选资料表》中规定的电子文件。

### 竞选费用

无论招选的结果如何，竞选人自行承担所有与编写和提交竞选文件的有关费用。

## 招选文件

### 招选文件构成

* 1. 招选文件共六个部分，内容如下：

第一部分 招选公告

第二部分 竞选须知

第三部分 合同

第四部分 评选办法

第五部分 竞选文件格式

第六部分 用户需求书

* 1. 竞选人应认真阅读招选文件所有的事项、格式、条款和技术规范等。如竞选人未对招选文件完全响应而产生的风险，由竞选人自行承担。

### 招选文件的澄清

对招选文件进行必要的澄清修改或对竞选人澄清要求的回复，招选人将视情况确定采用适当方式予以澄清或以书面形式予以答复，并在其认为必要时，将不标明询问来源的书面答复发送给每个报名竞选的竞选人；竞选人在收到澄清或修改通知后24小时内应立即以书面形式（应加盖公章）予以确认，逾期不提交书面确认的，视为已确认。

### 招选文件的修改与撤回

1. 在竞选报名截止前，招选人可对已发出的招选文件进行必要的澄清或者修改。
2. 招选文件的修改应以书面形式通知所有报名竞选的潜在竞选人，并对招选人、竞选人双方具有约束力。潜在竞选人在收到上述通知后，应立即向招选人回函确认。
3. 为使竞选人准备竞选时有足够的时间对招选文件的修改部分进行响应，招选人有权决定是否延长招选截止期。

### 竞选文件

1. 编制
2. 竞选文件应装订牢固不可拆卸，如因装订不牢固导致的任何损失由竞选人承担。
3. 所有竞选文件（除特殊规格的图纸等外）应按A4规格制作。
4. 竞选人应认真阅读本招选文件中所有的事项、格式、条款等。竞选人没有按照招选文件要求提交全部资料，或者竞选文件没有对招选文件各方面做实质响应的，可能导致其竞选被拒绝。
5. 竞选人如对招选文件有任何疑问，均应在规定时间内以书面形式（包括书面文字、电子邮件等，应加盖公章）向招选人提出澄清要求。
6. 竞选文件以及竞选人为招选人就有关招选的往来函电均使用中文。竞选人提交的支持性文件和印制的文件可以用另一种语言，但相应内容应翻译成中文，在解释竞选文件时以中文文本为准。
7. 竞选人必须以人民币报价。竞选文件的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；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；单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价；对不同文字文本竞选文件的解释发生异议的，以中文文本为准。
8. 竞选人须按照招选文件指定的格式填写报价表，报价表中的报价应计算正确。
9. 竞选文件按规定加盖的竞选人公章，必须为企业法人公章，且与竞选人名称一致，不能以其它业务章或附属机构章代替，需签名之处必须由合法被授权方亲笔签署。
10. 竞选文件须由竞选人的合法授权代表正式签署，任何涂改或修正（如有）必须由原签署人签字确认。
11. 竞选过程中的一切修改文件或补充文件一旦确认后与竞选文件具有同等法律效力，竞选人有责任履行相应的义务。
12. 竞选文件必须编制页码，页码必须连续。
13. 竞选文件的组成构成
14. 竞选人编写的竞选文件排序及内容应包括但不限于下列部分：

公司资质等相关证明文件（清单见招选文件“第二部分”第10点）

竞选报价一览表（格式见招选文件“第五部分”）

产品瓶身设计、包装设计效果图

新产品开发可行性分析报告（模板见招选文件“第五部分”）

业绩一览表（格式见招选文件“第五部分”）

竞选条款偏差响应一览表（格式见招选文件“第五部分”）

### 竞选文件交付要求

5.1 本次招选，只接受现场递交竞选文件。竞选人需同时参加两款香型的白酒类产品竞选，且分别提交竞选文件（即针对酱香型提交一份，针对浓香型提交一份）。

5.2 全部竞选文件应每种香型一式五份，每份文件加盖骑缝章后密封提交。其中，正本（纸质）一份，副本（纸质）四份，在文件封面右上角显着注明“正本”和“副本”字样，并加盖公章。副本内容可采用正本的复印件。一旦正本与副本不符，以正本为准。另外，还须提交电子文档（WORD或EXCEL格式，不留密码，无病毒，不压缩）、授权委托证明书（纸质）原件一份。

5.3 所有竞选文件及样板，应在规定的递交竞选文件时间内送达招选文件指定的地点，凭授权委托证明书原件及被委托人身份证（仅限于法人代表不出席的情况下）原件，并当面交予招选人，招选人将拒绝以下情况之一的竞选文件：

（1）迟于递交竞选文件截止时间递交的；

（2）以电报、电话、电传、传真或邮递形式递交的；

（3）密封不严、册装不整、未按要求密封的；

5.4 所有竞选文件必须封入密封完好的信封或包装，封口加盖竞选人公章。并在信封或包装的封面上写明：

|  |
| --- |
| 招选人名称：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司项目名称：广州塔授权开发定制酒类产品项目包装内容：竞标文件正本/副本竞选人名称：竞选人地址：联系人：联系电话：竞选白酒酒体香型：**在规定的评审时间前不得启封** |

招选人对不可抗力事件造成的竞选文件的损坏、丢失不承担任何责任。

招选人不退还竞选人的竞选文件及递交的其它资料。

### 招选人名称、地址和联系人

招选人名称：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司

地 址：广州市海珠区阅江西路222号

邮政编码：510310

联 系 人：袁先生

电 话：020-89338023

### 竞选报价

6.1竞选人应根据招选文件中招选人需求书中的要求，对照招选报表格式规定的填报内容进行逐项报价。

6.2 除非《招选资料表》另有规定，竞选报价是唯一的固定不变的，否则，竞选文件将被作为非响应性招选而予以拒绝。竞选人所报的竞选报价在合同执行期间是固定不变的，竞选人不得以任何理由予以变更。

### 竞选报价有效期

自招选报名截止日起180个自然日（在特殊情况下，招选人可于竞选报价有效期满之前要求竞选人同意延长有效期，要求与答复均以书面形式进行。竞选人可以拒绝上述要求，但其竞选报价将会被拒绝；同意延期的竞选人其权利与义务相应延至新的截止期。）

### 招选文件的解释权

本招选文件由广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司负责解释。

### 招选资料表

竞选人必须认真阅读招选文件中所有事项、格式、条款和招选人需求等。竞选人没有按照招选文件要求提交全部资料，或者竞选文件没有对招选文件在各方面都做出实质性响应是竞选人的风险，并可能导致其竞选无效或被拒绝。

**招选资料表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 主要内容 | 备注 |
| 1 | 公司资质等相关证明文件 | 1、三证合一的营业执照或事业单位法人证书复印件（须加盖本单位公章）；2、一般纳税人资格证书复印件（须加盖本单位公章）；3、法定代表人本人参与竞选的需提供法定代表人身份证明及其身份证复印件（格式见招选文件“第五部分”附表）；非法定代表人本人参与竞选的，需提供授权委托书及被委托人的身份证复印件（格式见招选文件“第五部分”附表并加盖本单位公章）；4、近三年（2016年至2018年）企业纳税完税证明、年度纳税信用评级信息表（复印件并加盖本单位公章）；5、具有良好的企业信誉，在过去的经营活动中没有违法或不良信誉记录；近三年内（本项目竞选截止期前）未被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单的查询结果记录（截屏打印盖公章）；6、符合本项目要求的生产企业提供符合国家食品安全标准的生产许可及经营资质证明，或与符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）签署的相关文件，明确具备开发带有销售条码的“广州塔”定制酒的资质，或由符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）颁授的合作开发授权资质证明及中国商品条码；7、竞选承诺函（格式见招选文件“第五部分”附表）；8、符合本项目要求的生产企业品牌及定制酒体的介绍，内容应包括但不限于符合本项目要求的生产企业品牌介绍、定制酒体名称、香型、酒精浓度、原料、厂名、厂址、品牌沿革、酿造工艺等资料；9、资格文件声明的函（格式见招选文件“第五部分”附表）。 | 竞选人提交的资质证明材料，应包含但不限于此内容。 |
| 2 | 其它竞选文件 | 1、竞选报价一览表（格式见招选文件“第五部分”）；2、产品瓶身设计、包装设计效果图；3、新产品开发可行性分析报告（模板见招选文件“第五部分”）；4、业绩一览表（格式见招选文件“第五部分”）；5、竞选条款偏差响应一览表（格式见招选文件“第五部分”）。 |  |
| 3 | 竞选文件递交 | 2020年6月1日上午10:00前提交 |  |
| 4 | 竞选报价有效期 | 自竞选报名截止日起180天 |  |
| 5 | 竞选文件数量 | 每种香型一式五份（一份正本、四份副本）、电子版一份。 | 每份文件应盖骑缝章后再密封分装 |
| 6 | 竞选报价规范性 | 竞选人不得将项目内容分拆，否则其报价将被视为非实质性响应。 |  |

# 第三部分合同

**广州塔定制白酒类产品商标、著作权授权许可合同**

**甲方（许可方）：**广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司（以下简称 “甲方”）

住所：广州市海珠区阅江西路222号广州塔

**乙方（被许可方）：**（以下简称 “乙方”)

住所：

甲乙双方根据有关法律法规的规定，并本着真诚合作、互惠互利的原则，就甲方授权乙方使用广州塔商标、著作权作为品牌经营广州塔定制白酒类产品一事，达成如下协议：

**一、合同的目的**

在乙方产品广州塔定制白酒类产品中，甲方授权乙方使用甲方商标、著作权，将广州的建筑象征与乙方的酱香型XX品牌白酒产品和浓香型XX品牌白酒产品结合，打造全方位、立体化、具有影响力的广州特色产品。

**二、授权许可的内容及许可方式**

**（一）授权许可的内容**

**1、商标**

（1） 商标（注册证号：第28553366号）

（2）商标（注册证号：第18054252号）

（3） 商标（注册证号：第18054253号）

（4） 商标（注册证号：第28553363号）

**2、著作权**

（1） 著作权（登记号：粤作登字-2018-F-00003741）

（2） 著作权（登记号：粤作登字-2018-F-00003742）

（3） 著作权（登记号：粤作登字-2018-F-00003711）

（4） 著作权（登记号：粤作登字-2018-F-00003746）

（5）广州新电视塔外观图著作权（建筑作品和美术作品）（登记号：19-2006-F-0216）

**（二）授权许可的方式**

普通许可

**三、授权许可使用的范围**

（一）甲方在中国境内（不包括香港、澳门、台湾地区）的以下范围内将许可商标、著作权授权给乙方使用：

1、在生产、销售、展览、商业推广经甲方认可的有广州塔塔形或外观形象的广州塔定制酒类产品时使用许可商标及著作权。

2、在双方协定的XX酒和XX酒的瓶身及外观包装盒上使用许可商标、著作权。合同项下的所有授权合作产品的瓶身及包装设计均应经甲乙双方书面确认后乙方方可生产、销售。

（二）本合同商标、著作权使用权授权范围仅限于双方协商认可的XX酒系列产品，甲方具体授权区为XX酒系列产品全渠道市场，包括乙方线上及线下渠道销售及宣传。

**四、授权许可使用规范**

（一）乙方须在本合同约定的区域及范围内使用授权许可内容，未经甲方书面同意，乙方不得超出本合同授权使用或擅自改变广州塔品牌商标、著作权内容。

（二）乙方须按本合同约定的时间支付授权许可费用。

（三）甲方有权对乙方使用甲方许可商标及著作权的情况进行检查，如发现乙方对品牌的使用情况不符合甲方品牌商标、著作权使用规范的，甲方有权直接要求乙方进行整改。

（四）甲方对乙方设计的品牌营销有建议修改权。

（五）甲方对乙方的设计、销售、包装等样式进行审核并出具书面审批意见后，乙方才可生产销售产品。

**五、授权许可的期限**

授权许可期自2020年 月 日起至2025年 月 日止。

**六、授权许可费用的金额与支付**

**（一）履约保证金**

乙方在本合同签订日起20个工作日内一次性全额向甲方支付履约保证金30万元，履约保证金在乙方合同履行期间无违约行为或已经承担全部违约责任的情况下，将于合同期满且被授权商品已销售完毕，或被授权商品最终销售期限届满后，30个工作日内无息退还。

**（二）授权许可费用的金额计算**

1、年度授权许可费用=年度授权许可费用固定部分+被授权商品的销售分成

（1）年度授权许可费用固定部分金额

第一、二个自然年授权许可费用固定部分金额每年为30万元；从第三个自然年开始，每年按上一年的标准递增3%。第一个自然年和最后一个自然年若不满一年的，当自然年授权许可费用固定部分金额按实际月数折算收取。

（2）被授权商品的销售分成=被授权商品的自然年不含税出厂销售总金额（即不含税出厂单价×被授权商品自然年出厂总数量）×普通许可使用费率

本合同项目规定的白酒类产品普通许可使用费率为 %

2、乙方所提供白酒类产品的酒体为酒精浓度在50°以上的，酱香型XXX酒体和浓香型XXX酒体。

乙方如有新开发定制的白酒类产品上市，所用酒体品质必须高于上述酒体，且乙方需以书面形式提交包括新产品出厂单价、建议零售价及购销结算价等予以甲方审核通过后，方可推出市场。

3、被授权商品销售分成的核算周期

（1）被授权商品销售分成的实际计算与执行自2020年 月 日起，以自然年为结算周期。2020年 月 日-2020年12月31日为初始年度结算周期，2025年1月1日–2025年6月30日为终止年度结算周期，其余年度从2021年起，按1月1日-12月31日为当年度结算期，如此类推；

（2）乙方于每年2月1日前向甲方提供上一自然年的被授权商品的自然年出厂销售总金额及被授权商品生产企业开具的出厂商品销售清单证明、合法有效销售增值税发票的复印件和乙方开具的乙方销售至其他买方的商品销售清单证明、合法有效销售增值税发票的复印件等核对资料，由双方于每年2月28日前书面共同确认上一年度被授权商品的销售分成。

乙方须于2025年8月1日前向甲方提供2025年1月1日至2025年6月30日的被授权商品的自然年出厂销售总金额及被授权商品生产企业开具的出厂商品销售清单证明、合法有效销售增值税发票的复印件和乙方开具的乙方销售至其他买方的商品销售清单证明、合法有效销售增值税发票的复印件等核对资料，由双方于2025年8月31日前书面共同确认当年被授权商品的销售分成。

4、如甲方对乙方提供的被授权商品的自然年出厂销售总金额有异议的，有权聘请有资质的会计师事务所等专业服务机构对相关授权产品的出厂销售情况进行核定，乙方有义务向甲方聘请的会计师事务所出具所有以核查被授权商品的自然年出厂销售总金额为目的所需的资料，相关资料甲方或甲方聘请的会计师事务所有权复印。经核定：

①如实际被授权商品的自然年出厂销售总金额与乙方所报金额一致的，则聘请该专业服务机构的费用由甲方承担。反之，由乙方承担。

②如实际被授权商品的自然年出厂销售总金额低于乙方所报金额的，按乙方所报金额计算所涉年度授权许可费用。

③如实际被授权商品的自然年出厂销售总金额高于乙方所报金额的，按实际被授权商品的自然年出厂销售总金额计算所涉年度授权许可费用。

经核定，如乙方少付甲方品牌授权许可费用的，须自核定之日起五个工作日内一次性向甲方补交完毕，并按第十五条第（五）款约定向甲方承担逾期付款的责任。

如乙方连续两年所报的被授权商品的自然年出厂销售总金额均低于其实际的自然年出厂销售总金额或乙方某一年所报的金额低于实际出厂销售总金额的10%，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权许可费用）不予退还。

5、2020年 月 日至2020年 月 日期间商标、著作权仅限于乙方用于产品包装标签备案、产品备案报批流程的使用，产品不能用于销售、承诺销售及任何商业用途，故此期间不收取授权许可费用。

6、除交付甲方授权许可费用外，乙方公司所有收益归乙方所有。

**（三）授权许可费用的支付**

1、乙方于每年的12月31日前预先支付次年授权许可费用固定部分金额予甲方，甲方确认款项到账后，于次年1月15日前开具发票内容为“品牌使用费”，税率为6%增值税专用发票予乙方。2020年的授权许可费用固定部分金额乙方在本合同签订日起20个工作日内一次性全额向甲方支付。

2、甲乙双方须按本条第（二）款第3项约定核算被授权商品的销售分成。乙方须于次年的3月31日前支付甲方上一年的被授权商品销售分成。2025年的被授权商品销售分成乙方须于2025年9月30日前完成支付。

**（四）甲方账户及地址信息：**

账户名：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司

账 号：800206026109012

开户行：广州银行营业部

地址：广州市海珠区阅江西路222号广州塔一楼

联系电话：89338222

**（五）乙方增值税发票开票信息：**

公司名称：

纳税人识别号：

公司地址：

电话：

开户行名称：

银行账号：

**七、资料提供**

（一）甲方应出具一份独立商标、著作权使用授权书给乙方，以便乙方运营所需。

（二）甲方为乙方提供其经营活动所需的甲方的相关资质证明文件和证书。

（三）乙方所生产的广州塔授权系列产品中白酒类产品，酒体源应由酒厂供应，需向甲方提供授权产品的生产许可证、或合作开发授权书及一级经销商授权、品牌授权商、商品条形码等其他相关资质证明（保持合同期内有效）。

**八、质量保证措施**

（一）甲方有权监督乙方履行本合同的各项约定，在不影响乙方经营的情况下，定期或不定期的审核乙方生产资质以及活动情况。甲方有权利要求乙方提供各批次产品的出厂检测报告；同时，甲方有权委托双方认可的第三方检验机构对合同约定的乙方产品进行检测鉴定，鉴定结果证明产品无质量问题的，甲方负责鉴定费用，反之，乙方负责鉴定费用。

（二）甲方只授权乙方使用本合同约定的品牌商标、著作权，对其生产、宣传、销售等活动不作风险承担与担保。如产品出现质量问题或直接导致消费者造成损害或损失时，由乙方承担相应法律责任、赔偿及售后。

（三）乙方人员与甲方合作网点联合开展营销活动时，应当保护客户合法权益，未经甲方同意，禁止销售不相符的产品。乙方可根据经营需要自行招聘工作人员。

（四）乙方需对甲方向其介绍的客户的投诉予以及时和妥善的处理，如遇客户有退货要求，乙方应无条件回购产品。

（五）乙方所提供的酱香型酒体需为贵州茅台酒股份有限公司生产的接近“飞天”的优级酒体、四川郎酒股份有限公司生产的接近“青花郎”的优级酒体、贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司生产的接近“习酒窖藏1988”优级酒体之一；浓香型酒体需为四川宜宾五粮液股份有限公司生产的接近“五粮液1618”的优级酒体、泸州老窖股份有限公司生产的接近“国窖1573或窖藏酒”的优级酒体、四川绵竹剑南春酒厂有限公司生产的接近“剑南春系列”的优级酒体之一。

**九、产品宣传推广**

（一）乙方须负责产品的宣传与推广。乙方须统一产品和品牌形象，积极宣传本合同项下产品的品牌形象，建立一体化的营销模式、产品信息发布体系，为消费者提供产品展示、产品体验、专业销售人员服务等符合品牌形象的售前及售后服务，以共同建立和维持本合同项下产品品牌商标、著作权，推动本合同项下产品品牌商标、著作权竞争力的提升，并为消费者提供更优质的产品和更优质的服务。

（二）甲方允许乙方以甲方认可的形式（例如举办或联合举办产品推介会、主题活动等）进行产品营销，甲方不对乙方的销售行为承担任何责任，如因生产、销售、质量、售后等发生纠纷，由乙方负责解决，并承担全责。

（三）如甲乙双方均同意进行广告宣传、人员培训或参加展会，各方可就费用分担达成一致后执行，未达成一致的由相关方事前沟通或各自承担费用。

**十、双方关系**

（一）乙方独立自主经营，在不违背甲方的经营方针和合同协议约定的情况下有自主经营权和管理权，乙方可根据自身的情况调整经营活动。

（二）甲乙双方互相不为对方的经营结果负责。甲乙双方互相不负责任何一方单独针对第三方的债务、承诺、义务和责任等。

（三）包括但不仅限于乙方的如下行为造成的法律责任或后果，全部由乙方自行承担：

1、乙方因为独立与客户之间的合同纠纷而产生的违约责任；

2、乙方所雇佣员工而产生的支付工资福利等费用；

3、乙方以甲方名义在外赊购材料及原材料款或广告宣传印刷费；

4、乙方以甲方名义租赁办公场所、设备等而产生的费用；

5、乙方雇佣人员在履行职务过程中因为意外而产生的医疗、劳保费用；

6、乙方在经营公司期间所产生的或者在法律上应该承担的其他任何费用及责任。

乙方在出现纠纷时应该独立解决并以自有资产承担责任，如出现诉讼、仲裁情况，乙方要求甲方以第三方名义出面配合时，乙方必须承担相关所有费用。

**十一、剩余存货处理**

（一）合同期满后，未经甲方书面同意，乙方不得再生产被授权商品，对已生产、上架及正在销售中的 酒，双方应作盘点封存，由甲方确定最后销售的合理时限并书面通知乙方。甲方通知的销售时限届满，乙方应下架所有被授权商品并不再对外销售。若超过最后时限乙方仍在销售的，甲方有权追究乙方的法律责任并要求乙方赔偿甲方经济损失。

（二）如乙方无法定或约定事由单方解除合同的，或因乙方违约导致甲方解除本合同的，自合同解除之日起，乙方须对市面销售的产品进行下架处理、停止相关产品的生产。

**十二、知识产权条款**

（一）乙方仅能在本合同约定的授权范围内使用甲方的商标、著作权，未经甲方书面授权，在本合同期间、合同期满或解除后，乙方均不得有如下行为：

1、不得以股东或实际控制人身份成立公司名称中含有“广州塔”字样的公司或字号、商号中含有“广州塔”字样的公司；

2、不得更改公司名称使之含有“广州塔”字样；

3、不得注册含有“广州塔”、“Canton Tower”、“小蛮腰”字样及与本合同授权许可之商标式样近似的商标；

4、不得以甲方拥有著作权及其他知识产权的设计成果申请专利。

（二）XX酒的酒瓶及包装设计的著作权和专利申请权归甲方所有。

**十三、保密条款**

本合同涉及商业秘密，双方均有保密义务。未经对方书面许可，任何一方不得向外透露本协议、本次许可的有关内容。

仅在下列情况下，本合同各方才可以披露前款所述信息：

1、法律的要求。

2、任何有管辖权的政府机关、监管机构的要求。

3、非因该方过错，信息进入公有领域。

4、各方事先给予书面同意。

**十四、不可抗力**

（一）“不可抗力”是本协议双方不能合理控制、不可预见或即使预见亦无法避免的事件，该时间妨碍、影响或延迟任何一方根据协议履行其全部或部分义务。该事件包括政府行为、自然灾害、战争或任何其他类似事件；

（二）出现不可抗力事件时，知情方应该在不可抗力发生之时起24小时之内以书面形式通知对方，并告知该类事件对本协议可能产生的影响，并应该在不可抗力发生10日之内提供相关官方证明；

（三）由于以上所述不可抗力事件致使本合同不能履行或延迟履行，则双方均不需承担任何违约责任。

**十五、违约责任**

（一）甲方保证本合同项下的许可商标、著作权不侵犯任何第三人的合法权益。若因此而引起的法律纠纷由甲方负责处理并承担相应法律责任及费用，给乙方造成损失的，甲方承担赔偿责任。

（二）甲方保证本合同项下的许可商标及著作权均为甲方单独所有，甲方有权许可乙方使用许可商标及著作权，且许可商标及著作权均处于有效期。若因此而引起的法律纠纷由甲方负责处理并承担相应法律责任及费用，给乙方造成损失的，甲方承担赔偿责任。

（三）乙方保证其履行本合同不存在对第三方的侵权，因乙方提供服务产生的侵权纠纷由乙方负责解决，如因此导致甲方产生费用支出的（包括因此支持的赔偿、诉讼费、财产保全费、调查取证费用、律师费、公证费、处理纠纷事宜产生的交通费用等），乙方全额向甲方作出补偿。

（四）如乙方逾期向甲方支付全额履约保证金的，每逾期一天，乙方须向甲方支付履约保证金金额1‰的违约金，逾期超过30天的，甲方有权解除本合同，乙方须向甲方支付相当于履约保证金金额的违约金。如违约金不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

（五）乙方应按合同约定时间按时向甲方支付授权许可费用，如逾期未支付的，每逾期一天，乙方须向甲方支付未支付部分金额1‰的违约金，逾期超过30天的，甲方有权解除本合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

（六）乙方如有以下情形之一，或乙方违反合同约定经甲方书面要求整改后在合理期限内未予整改的，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿：

1、乙方擅自改动、生产或使用未经甲方书面确认的产品或包装设计的；

2、乙方超出本合同约定的范围、区域使用许可商标、著作权的，或乙方对上述授权许可内容的使用情况不符合甲方品牌商标、著作权使用规范的；

3、乙方违反第六条第（二）款第5项约定的；

4、乙方经营管理不善，造成乙方公司严重亏损，给甲方公司品牌形象造成严重影响的；

5、乙方向甲方发布不真实信息或提供虚假文件的；

6、乙方未经甲方书面同意，乙方股东发生变更的；

7、乙方采取不正当竞争影响甲方及其他加盟方经营的；

8、乙方在经营过程中，因违反国家、地方相关法律法规，导致被相关管理部门暂停经营、吊销执照或强行关闭的。

9、乙方违反第十二条第（一）款约定的。

（七）未经甲方书面同意，乙方不得将许可商标、著作权转授权予除本合同约定之外的第三人使用、经营，否则，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

（八）乙方在2020年 月 日前必须提供由公司（酒厂）颁授的合作开发品牌授权证明、经销证明及中国商品条码。如逾期未能提供的，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿

（九）自本合同签订之日起120天内，乙方必须将广州塔定制白酒类产品的酱香型XXX酒体和浓香型XXX酒体均上市销售。如逾期未上市销售的，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

（十）产品销售目标

1、酱香型XXX酒体：

乙方2020年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2021年不含税出厂销售总金额目标为 万元，乙方2022年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2023年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2024年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2025年不含税出厂销售总金额目标为 万元。

2、浓香型XXX酒体：

乙方2020年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2021年不含税出厂销售总金额目标为 万元，乙方2022年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2023年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2024年不含税出厂销售总金额目标为 万元，2025年不含税出厂销售总金额目标为 万元。

3、乙方在履行合同过程中，若无正当理由出现实际年不含税出厂销售总金额不及当年不含税出厂销售目标的60%时，甲方有权解除合同，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

（十一）乙方在合作期未满单方面提出终止合同的，乙方已交费用（包括履约保证金及预付的授权使用费用）不予退还。如上述已交费用不足以赔偿甲方损失的，超出部分的损失甲方有权向乙方另行追偿。

**十六、通知**

乙方的通讯地址为： ，邮政编码为： ，电子邮件地址为： ，甲方依本地址向乙方发送有关信函文件，因乙方所留地址有误或变更地址未及时通知甲方的，责任由乙方承担，甲方向乙方所发送的信函、文件、资料自发出之时视为已送达乙方。

**十七、争议的解决**

任何本合同引起的纠纷/争议，应先协商处理。如无法协商处理，应向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

**十八、合同的生效、合同份数及合同备案**

（一）本合同一式 份，甲方叁份，乙方 份，具有同等法律效力。自双方签字盖章（公章或合同专用章）之日起生效。 双方如须对本合同进行修改的，须平等协商并另行签订书面补充协议。对本合同文本的手动修改，除双方均对修改处盖章确认以外，对各方均不发生法律效力。

（二）本合同如有未尽事宜，双方另行协商。协商后以书面形式并经甲乙双方签字认同后得以补充或修改。补充或修改部分与本合同协议约定不一致的，以补充或修改的内容为准。

（三）甲方应当在许可合同有效期内就注册商标部分的授权向商标局备案，乙方应给予必要配合。上述备案费用由甲方承担。

**十九、附件**

附件一：生产许可证

附件二：生产场所各体系认证证书

附件三：外包装设计图

附件四：本次许可的商标/形象明细、商标注册证、核准续展注册证明复印件

附件五：2020年度授权产品的合作开发授权书或一级经销商授权、品牌授权商等其他相关资质证明

**（以下无正文）**

甲方：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司（盖章）

负责人（签字）：

授权代表（签字）：

日期： 年 月 日

乙方：（盖章）

法定代表人（签字）：

授权代表（签字）：

日期： 年 月 日

# 第四部分评选办法

## 评选细则

评委由广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司评审成员组成。评委根据已通过符合性检查竞选人的竞选文件，并逐项列出竞选文件的全部竞选偏差。

评分应考虑到竞选文件之间的细微偏差。细微偏差是指竞选文件在实质上响应竞选要求，但在个别地方存在漏项或者提供了不完整的技术信息和数据等情况，并且补正这些遗漏或者不完整不会对其他竞选人造成不公平的结果。细微偏差不影响竞选文件的有效性。在详细评审时对细微偏差作不利于该竞选人的量化。

评委对竞选文件的响应情况进行评分。评分采用量化方法。

### 白酒类酒体评分标准和权重

1. **评分标准**
	1. 品牌授权许可费用价格评审（见附表2）

竞选人对白酒类订制产品品牌商标普通许可使用费率进行竞选报价，满足招选文件要求的各竞选报价中，白酒类订制产品品牌商标普通许可使用费率最高者其价格分为满分30分。竞选普通许可使用费率每低于最高普通许可使用费率1%，扣0.2分。各竞选单位白酒类订制产品品牌商标普通许可使用费率应保留一位小数且不低于3.3%，否则为无效报价，该项不得分。

计算公式如下：

价格得分=价格部分总分-（竞选最高普通许可使用费率-竞选普通许可使用费率）÷竞价最高普通许可使用费率÷0.01×0.2

（注：上述公式计算值保留至小数点后两位）

* 1. 设计部分评审（见附表3）

满足招选文件要求，根据竞选人提交的瓶身设计、包装设计进行评分。

评委对不同竞选人的瓶身设计、包装设计进行客观公正评分。

设计部分得分=各评委评分总和÷评委人数

* 1. 销售及经营能力评审（见附表4）

满足招选文件要求，结合竞选文件《新产品开发可行性分析报告》中的“产品营销规划”评分。竞选人中未来五年销售目标总金额最高的其得分为10分，次高者得分少3分，以此类推，最低分为0分。评委根据竞选人在区域布局、渠道规划、营销推广规划方案的合理性、可行性、创新性等维度进行客观公正评分，最高分为10分，分三个等级。【合同第十五条第（十）款将按竞选人提交的未来五年销售目标制定销售目标，若无不正当理由出现实际年销售金额不及对应的年销售目标的60%时，招选人有权没收履约保证金并解除合同】

销售渠道能力及经营能力部分得分=各评委评分总和÷评委人数

* 1. 商务响应评审（见附表5）

根据竞选人过去三年承接过的类似酒类跨界联合品牌营销产品情况进行统一评分。竞选人需提供过往三年定制酒类产品销售报表、利润表（加盖公章）、销售产品（系列）宣传图片、品牌推广成果报告、定制开发合作项目合同复印件（合同可只提供首页、含金额页、签约方盖章页部分）、所获荣誉及证书复印件等。

计算公式：各竞选人商务得分=各评委评分总和÷评委人数

1. **权重分配**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 评分项目 | 品牌授权许可费用 | 设计部分 | 销售及经营能力 | 商务响应 |
| 权重分值 | 30分 | 30分 | 20分 | 20分 |

1. **综合得分**

综合得分=品牌授权许可费用得分+设计部分得分+销售及经营能力得分+商务响应得分总和。

评选委员会根据竞选企业综合得分高低排定名次。

## 定选和授选

根据两种香型的白酒类酒体总得分排名，得分最高的竞选人推荐为第一中选候选人。第一中选候选人未能通过资格后审或放弃中选、因不可抗力提出不能履行合同的，招选人将收回其中选资格并确认得分第二高的竞选人为中选候选人。

招选人确认结果后，对中选人发出中选通知书。中选合作企业应按招选文件规定向招选人提交相应文件，并与招选人签订合同。

## 附表

本评选文件包括以下评选过程中所需文件附表：

附表1 符合性检查表（统一评定）

附表2 品牌授权许可费用价格评审表（统一评定）

附表3 设计部分评审表

附表4 销售及经营能力评审表

附表5 商务响应评审表

附表6 白酒类综合评审汇总表

附表7 竞选企业综合得分汇总表

广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司

 2020年5月20日

**附表1 符合性检查表（统一评定）**

项目名称：广州塔授权开发定制酒类产品项目 项目编号：

|  |  |
| --- | --- |
| **检查内容** | **竞选企业序号及简称** |
|  |  |  |  |  |
| 具备独立法人资格并正式运营3年或以上，注册资金须大于等于100万元人民币 |  |  |  |  |  |
| 三证合一的营业执照或事业单位法人证书复印件（须加盖本单位公章） |  |  |  |  |  |
| 一般纳税人资格证书复印件（须加盖本单位公章） |  |  |  |  |  |
| 法定代表人本人参与竞选的需提供法定代表人身份证明及其身份证复印件；非法定代表人本人参与竞选的，需提供授权委托书及被委托人的身份证复印件 |  |  |  |  |  |
| 近三年（2016年至2018年）企业纳税完税证明、年度纳税信用评级信息表（纳税信用等级需保持在B级或以上） |  |  |  |  |  |
| 具有良好的企业信誉，在过去的经营活动中没有违法或不良信誉记录；近三年内（本项目竞选截止期前）未被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单的查询结果记录（截屏打印盖公章） |  |  |  |  |  |
| 符合本项目要求的生产企业提供符合国家食品安全标准的生产许可及经营资质证明；或与符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）签署的相关文件，明确可开发带有销售条码的“广州塔”定制酒；或由符合本项目要求酒体的生产企业（酒厂）颁授的合作开发授权资质证明及中国商品条码。 |  |  |  |  |  |
| 符合本项目要求的品牌及定制白酒酒体的介绍，内容应包括但不限于生产企业品牌介绍、定制酒体名称、香型、酒精浓度、原料、厂名、厂址、品牌沿革、酿造工艺等资料 |  |  |  |  |  |
| 资格文件声明的函 |  |  |  |  |  |
| **结论（是否通过）** |  |  |  |  |  |

1.竞选企业分栏中填写“√”表示该项符合招选文件要求，“×”表示该项不符合招选文件要求，“△”表示不完全符合；

2.结论栏中填写“通过”表示该竞选企业竞选文件符合招选文件要求，“不通过”表示该竞选企业竞选文件不符合招选文件要求。

3.结论汇总意见采取少数服从多数原则，即超过半数评委的结论为“通过”则该竞选企业通过资格审查及初步审查，否则不能通过。

评委签名：

日期： 年 月 日

**附表2** 品牌授权许可费用价格**评审表（统一评定）**

|  |
| --- |
| **权重分值（30分）** |
| 品牌授权许可费用评分：各竞选单位白酒类订制产品品牌商标普通许可使用费率最高者（最高普通许可使用费率为： %），其价格分为满分30分。竞选普通许可使用费率每低于最高普通许可使用费率1%，扣0.2分。各竞选单位白酒类订制产品品牌商标普通许可使用费率应保留一位小数且不低于3.3%，否则为无效报价，该项不得分。计算公式如下：价格得分=价格部分总分-（竞选最高普通许可使用费率-竞选普通许可使用费率）÷竞选最高普通许可使用费率÷0.01×0.2（注：上述公式计算值保留至小数点后两位） |
| 竞选企业序号及简称 |  |  |  |  |
| 酒体名称/香型 |  |  |  |  |
| 白酒类产品品牌商标普通许可使用费率 |  |  |  |  |
| 得分 |  |  |  |  |
| 评委签名：日期：年月日 |

**附表3 设计部分评审表**

|  |  |
| --- | --- |
| 评审分项竞选企业序号及简称 | **权重分值（30分）** |
| **瓶身设计效果图（25分）** | **包装设计效果图（5分）** | **合计** |
| 1.瓶身设计具有明显广州塔元素，双方品牌主题标识展现，形式协调唯美，瓶身简约时尚，兼顾实用、美观和独特性：16-25分；2.瓶身设计具有明显广州塔元素，瓶身设计美观协调：7-15分；3.瓶身设计简单，无广州塔元素：1-6分4.无提供设计图：0分。 | 1.包装设计具有明显广州塔元素，双方品牌主题标识展现，简约时尚，同时兼顾实用、美观和独特性：4-5分；2.包装设计具有明显广州塔元素，设计简约时尚：2-3分；3.包装设计简单，无广州塔元素：1-2分；4.无提供设计图：0分。 | 30分 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 评委签名：日期：年月日 |

**附表4 销售及经营能力评审表**

|  |  |
| --- | --- |
| 评审分项竞选企业序号及简称 | **权重分值（20分）** |
| **未来五年销售目标规划（10分）** | **销售渠道布局及营销规划（10分）** | **合计** |
| 根据竞选文件中《新产品开发可行性分析报告》“销售规划”的销售目标总金额排名评分，最高者得分为10分。次高者得分少3分，以此类推，最低分为0分。【合同第十五条第（十）款将按竞选人提交的未来五年销售目标制定销售目标，若无不正当理由出现实际年销售金额不及对应的年销售目标的60%时，招选人有权没收履约保证金并解除合同】 | 区域布局、渠道规划及营销规划，分值10分1、区域布局全面，渠道规划多元、可行性强，营销方式创新：8-10分；2、区域布局合理，渠道规划可行，营销方式新颖：5-7分；3、区域布局不合理，渠道规划单一，营销方式传统：0-4分。 | 20分 |
| 未来五年销售目标总金额 | 得分 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 评委签名：日期：年月日 |

**附表5** **商务响应评审表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评审分项竞选企业序号及简称 | **权重分值（20分）** |  |
| **类似品牌产品过往三年经营情况****（10分）** | **过往三年所获荣誉及奖项****（10分）** | **合计** |
| 1、品牌知名度高，营收高，利润高：8-10分；2、品牌稍有知名度，营收一般，稍有盈利：5-7分；3、品牌知名度不高，营收低，出现亏损：0-4分。 | 产品获得国际级荣誉及奖项，每项加5分；产品获得国家级荣誉及奖项，每项加2分；产品获得省市级荣誉及奖项，每项加1分。最高加分不超10分； | 20分 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 评委签名：日期：年月日 |

**附表6 白酒类综合评审汇总表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **有效竞选企业名称** | **品牌商标版权****授权费** | **设计部分** | **销售及经营能力** | **商务响应** | **综合得分** | **排名** |
| **30分** | **30分** | **20分** | **20分** | **100分** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 全体评委签名： |
| 制表、核算人员签名： |
| 监管人员签名： |

**附表7 竞选企业综合得分汇总表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **有效竞选企业名称** | **酱香型综合得分** | **浓香型综合得分** | **总得分** | **总得分排名** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 全体评委签名： |
| 制表、核算人员签名： |
| 监管人员签名： |

# 第五部分竞选文件格式

## 竞选文件封面

**广州塔授权开发定制白酒类产品**

**竟 选 文 件**

**招选单位：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司**

**项目名称：广州塔授权开发定制白酒类产品项目**

**项目编号：GZTJ202005**

**竟选单位： （单位公章）**

**二零二零年 月**

## 法定代表人证明书

**法定代表人证明书**

同志，现任我单位职务，为法定代表人，特此证明。

签发日期： 竞选有效期至：

单位：（盖章）

附：

代表人性别： 年龄： 身份证号码：

联系电话：

营业执照号码：经济性质：

主营（产）：

兼营（产）：

说明：1.法定代表人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要行政负责人。

 2.内容必须填写真实、清楚、涂改无效，不得转让、买卖。

3.将此证明书提交对方作为合同附件。

法定代表人身份证复印件背面

法定代表人身份证复印件正面

参选人： （单位公章）

 年 月 日

## 授权委托书

**授权委托书**

本授权委托书声明：注册于 (国家或地区)的 （竞选人名称）在下面签字的 （法定代表人姓名、职务）代表本公司授权 （单位名称）的在下面签字的 （被授权人的姓名、职务）为本公司的合法代理人，就竞选项目编号为 的项目的竞选和合同签订、执行（包括但不限于确认竞选文件、谈判内容、签订合同、签收文件等），作为竞选人代表以本公司的名义处理一切与之有关的事宜。

本授权书于年月日签字生效，竞选有效期至： 。

特此声明。

竞选人代表（被授权人）签字或盖章：

竞选人代表（被授权人）

身份证复印件正面

竞选人代表（被授权人）

身份证复印件正面

法定代表人签字或盖章：

参选人： （单位公章）

 年 月 日

## 竞选承诺函

**竞选承诺函**

致：广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司

我方收到贵方关于“广州塔授权开发定制酒类产品项目”的招选文件，完全理解招选方需求的所有内容。决定参与本项目竞选，据此我方承诺如下：

一、我方的竞选文件在招选截止日后180天（日历天）内保持有效，如中选，有效期将延至本项目合同执行期满日为止。

二、我方在参与竞选前已仔细研究了招选方需求和所有相关资料，我方完全明白并认为此招选方需求没有倾向性，也没有存在排斥潜在竞选企业的内容，我方同意招选方需求的相关条款，放弃对招选方需求提出误解和质疑的一切权利。

三、我方声明竞选文件及所提供的一切资料均真实无误及有效。由于我方提供资料不实而造成的责任和后果由我方承担。我方同意按照贵方提出的要求，提供与竞选有关的任何其它数据或信息。

四、我方如果中选，保证履行招选文件中承诺的全部责任和义务。

五、我方保证，招选方在中华人民共和国境内使用我方竞选资料、技术、知识产权或其任何一部分时，享有不受限制的无偿使用权，如有第三方向招选方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权的主张，该责任由我方承担。我方的竞选报价已包含所有应向所有权人支付的专利权、商标权或其它知识产权的一切相关费用。

六、所有与本招选项目有关的函件请发往下列地址：

竞选企业名称:（公章）

竞选企业授权代表签字（签名）:

职位:

电话：

传 真：

电子邮件：

说明：本格式文件内容不得擅自删改。

## 资格文件声明的函

**资格文件声明的函**

广州塔旅游文化发展股份有限公司经营管理分公司：

关于贵方项目的竞选，本签字人愿意参加竞选，我司符合本项目关于竞选人经营资质及酒源产地生产资质的要求，并证明提交的资格文件和说明是准确的和真实的，并对所提交的资格文件的准确性和真实性负责。

本竞选人授权招选人可以向我单位开户银行查询我单位的财务状况。

承诺：

1）我司没有被责令停业或破产状态的；

2）我司没有被暂停或取消竞选资格的；

3）我司没有财产被重组、接管、查封、扣押或冻结的；

4）我司没有在最近三年内有骗取中标或严重违约的；

5）我司（含与此申请人有资产关系的母子公司、关联公司）没有在政府、银行、酒店、旅游业及相关行业采购、销售或提供服务中有不良记录的，其产品在使用过程中出现过重大质量问题且未妥善解决的。

竞选人名称: （公章）

竞选人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日

## 竞选报价一览表

**报价表**

竞选编号： 项目名称：

酒体名称/香型： 报价单位：%

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主要报价内容** | **年度商标普通许可使用费率** | **备注** |
| 白酒品类年度商标普通许可使用费率 |  |  |

注：报价应保留一位小数，且不可低于3.3%。

竞选人名称： （公章）

竞选人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日

## 新产品开发可行性分析报告

**（酒体品牌）新产品开发可行性分析报告**

单位：日期：2020年 月 日

**一、拟开发新产品基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 产品主名称 |  | 产品副名称 |  |
| 规格、度数 |  | 香型、口感 |  |
| 拟投放目标市场 |  |
| 目标消费群体 |  |
| 拟针对竞品 |  |
| 锁定价格带 |  |
| 主要运作渠道 |  |

**二、目标市场分析**

（一）市场基本情况

（二）消费特征分析

（三）竞争格局分析

（四）渠道结构分析

**三、自身能力分析**

**四、产品营销规划**

（一）产品规划

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 产品 | 结算价 | 分销供价 | 终端供价 | 零售价建议 | 团购价 |
| 烟酒店 | 餐饮店 | 商超卖场 | 烟酒店 | 餐饮店 | 商超卖场 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

（二）销量规划

2020年不含税出厂销售目标 万元

2021年不含税出厂销售目标 万元

2022年不含税出厂销售目标 万元

2023年不含税出厂销售目标 万元

2024年不含税出厂销售目标 万元

2025年不含税出厂销售目标 万元

（三）区域布局

（四）渠道规划

（五）促销规划

（六）推广规划

**五、运营团队配置**

**六、资源投入预算**

**七、上市推广计划**

竞选人名称： （公章）

竞选人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日

## 业绩一览表

**历史业绩一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **品牌产品名称** | **合作内容** | **开始运营时间** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| … |  |  |  |

注：依据商务评审中的业绩要求填写本表，提供竞选人过往三年定制酒类产品销售报表及利润报表（加盖公章）、销售产品宣传图片、品牌推广成果报告、定制开发合作项目合同复印件（合同可只提供首页、含金额页、签约方盖章页部分）、所获证书复印件等另附，原件备查。

竞选人名称:（公章）

竞选人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日

## 竞选条款偏差响应一览表

**竞选条款偏差响应一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **竞选文件条款及要求** | **参与竞选企业响应情况** | **偏差说明** |
| 1 | ★如参与竞选企业对招选人要求存在异议，请务必说明。 | 理由： |  |

说明：

1. 参与竞选企业对本竞选招选文件的所有条款（包括附件）须完全响应，如有任何偏差和异议，应在本表格中清楚地列明，并指明修改后的条款及理由。若无偏差，请在表格中注明“无偏差”。
2. 参与竞选企业须认真填写本表内容，如填写错误将可能导致竞选结果无效。
3. 除本表所列的偏差外，参与竞选企业承诺，放弃在此方面提出含糊意见或误解的一切权利，招选方可以认为，参与竞选企业完全接受本竞选文件要求和项目澄清修改文件（若有）其他部分的约定。

竞选人名称： （公章）

竞选人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日