

# 厦门长庚医院养生文化村公共服务招商

## 招标须知

### 一、招商内容:

1、厦门长庚医院养生文化村建筑1楼、2楼公共服务区（详见平面图）:

- ①临街店面，约337.47 m<sup>2</sup>。优先整体规划，亦可分为6区，建议服务项可以为：书店、花店、便利店、轻食饮品等，意向厂商可另建议规划；
- ②AI体验馆，约45.2 m<sup>2</sup>。如穿戴、VR展示等；
- ③老年健康食品展示。约75.2 m<sup>2</sup>；
- ④摄影理发区，约49.9 m<sup>2</sup>；
- ⑤中央厨房和用餐区，约552 m<sup>2</sup>。该区承揽厂商必须无条件向养生文化村居民提供院方要求的餐食，餐费另行约定，用餐形式包括但不限于堂食、送餐；
- ⑥生活体验馆，约59.9 m<sup>2</sup>。如辅具、自动化设备展示；
- ⑦健身、康复区，约492 m<sup>2</sup>；
- ⑧轻食区，约245.9 m<sup>2</sup>。

2、以上各区可全部承揽，亦可选择1项或组合多项承揽。

### 二、投标必备条件:

- 1、营业执照、行业必要的经营许可、认证、证照等并在有效期内；
- 2、有证据显示具备组织开展经营、服务必要的人力、制度、材料、设备、软件等；
- 3、具有意向场地实际经营、服务经验，具能提供正在经营、服务场所供本院实地考察、评核。

### 三、场地基本情况:

- 1、临街店面交付时为“毛坯”，6区未实际分隔，院方提供水、电等接入位置，可根据需要整合设计，意向厂商需自行设计、装修、设施设备的采买与安装；
- 2、中央厨房交付时为“毛坯”，地平下沉400mm，院方提供水、电、排烟、排水等接入位置，意向厂商需自行设计、装修、设施设备的采买与安装；
- 3、其他区院方已完成基本装修，其他经营、服务、展示所需的装修、装饰、设施设备的采买与安装由意向厂商负责；
- 4、竞标前必须至现场了解、对接空间布置及设备投入事宜。

### 四、管理与费用:

- 1、经营服务所需之人力薪资、保险、服装等费用厂商自行负责；水、电、空

调、蒸汽、打蜡、消杀、垃圾清运等院方提供或代收代付费用，根据实际使用数据如实收取；

- 2、根据实际面积、合约期限等因素收取管理费，评核达标的厂商，报价高者优先得标。

**五、基本服务项目、收费标准、履约保证、管理规定、违约责任、争议管辖等未及事宜，另于合约约定。**

**六、招标流程：**

- 1、委由台塑宁波发包中心办理招标报价，评核合格的厂商择价高者承揽。
- 2、有意愿之厂商请洽“宁波发包中心”填立《厂商调查表》、《汇款账户登记卡》等，完成竞标厂商资料建档。
- 3、竞标厂商依台塑宁波发包中心发布之招标公告，实地考察了解并筹备经营企划评核作业。
- 4、由台塑宁波发包中心洽各竞标厂商询价，竞标厂商于时效内传真回台塑宁波发包中心。
- 5、台塑宁波发包中心将报价厂商反馈给院方，必要时由院方对各厂商经营实绩、经营企划进行评审。
- 6、依院方评审结果，经营企划分数均达到 80 分为合格厂商，由院方呈报发包中心办理，择报价最优者承揽。

**七、评审办法：由院方对厂商经营实绩及企划进行评核：评核总分 100 分。**

- 1、由本院主办单位安排经营企划评审时间、地点，届时请提供「经营企划书」书面资料 10 份，或进行电脑简报。
- 2、经营企划评审委员由本院指定代表组成。
- 3、评审时间每家报告限 15 分钟以内，委员提问 15 分钟，报告及提问时间截止前 3 分钟提预告铃，不得延时；通知到达时间为排定报告时间前半小时。
- 4、经营实绩及企划内容应包含目前意向场地相同经营或服务项目场所（需提供合约书佐证）、平面布置及设计、设备投入明细及金额、人力配备与资质及成本投入、收费方式、投资收益分析、服务承诺、特色服务项目等。
- 5、本院主办单位相关人员可于评核会议中提问，但不具评核资格。

**八、如有疑问请洽厦门长庚医院总务科，电话 0592-6202066，袁先生。**

厦门长庚 总务科

2025 年 6 月 19 日