

招标投标领域信用管理新规出台

依法限制严重失信主体参与招标投标

广东建设报讯 记者赵文霞报道：为进一步加强招标投标领域信用管理，规范公共信用评价和评价结果应用，近日，国家发展改革委、工业和信息化部、住房城乡建设部等8部门联合印发《招标投标领域信用管理暂行办法》（以下简称《办法》），结合招标投标信用管理实践，聚焦解决经营主体关切的重点问题，提出了针对性举措。《办法》自2027年1月1日起施行。

《办法》围绕建立健全公共信用信息全链条管理机制提出了系列要求，推动公共信用信息在招标投标活动中更好应用。一是目录管理机制。明确招标投标领域公共信用信息的范围和具体类别，对确定全国统一的信用信息目录和数据规范提出要求，统

一信用信息认定标准。二是归集共享机制。对招标投标领域公共信用信息的归集方式、时限要求作出具体规定，推动信用信息“应归尽归”、共享共用。三是集中公示机制。通过“信用中国”网站公示招标人、投标人、招标代理机构的招标投标领域公共信用信息，并通过全国公共资源交易平台网站公示评标专家依法被取消评标资格的行政处罚信息，强化社会监督。四是查询应用机制。规定依法必须招标项目，在委托代理机构、选聘评标专家、开展评标、确定中标人等环节，应当查询招标投标领域公共信用信息，并对存在失信情形的招标代理机构、评标专家、投标人依法采取惩戒措施。五是申诉处理机制。对招标投标领域公共信用信息的申诉处理

程序作出规定，建立统一的申诉渠道，明确申诉处理时限，保障招标投标参与主体的合法权益。

《办法》聚焦招标人、投标人、招标代理机构、评标专家等4类招标投标参与主体，逐项明确实施信用约束的具体情形和方式。其中，对于招标代理机构，将其信用状况作为招标人择优选择招标代理机构的重要参考；对于评标专家，要求评标专家库组建单位在专家管理全过程应用信用管理手段；对于投标人，依法限制严重失信主体参与招标投标活动；对于招标人，将招标人纳入国务院有关部门开展的公共信用评价范围，要求各级招标投标行政监督部门根据评价结果，提高或者降低抽查比例和检查频次。

此外，《办法》对规范公共信用评价、拓展应用场景提出具体要求，深化公共信用评价结果在招标投标领域的应用。一是严格限定实施主体。规定由国务院招标投标行政监督部门确定本行业统一的公共信用评价规则，地方不得自行开展招标投标领域信用评价。二是划定评价“负面清单”。列明公共信用评价和评价结果应用的禁止性情形，防止通过公共信用评价或评价结果应用限制、排斥潜在投标人或投标人。三是加强评价结果应用。鼓励在设置评标标准（资格审查标准）、确定保证金缴纳机制等重点环节参考公共信用评价结果，并要求各级招标投标行政监督部门根据公共信用评价结果实施差异化监管，形成“守信受益、失信受限”的良好秩序。

广州官宣首批“好房子”试点项目

4个项目入选，分布在荔湾、天河、番禺三区

广东建设报讯 记者唐培峰报道：近日，广州市住房和城乡建设局发布通知，公布全市首批“好房子”试点项目清单，4个在建住宅项目成功入选，标志着《广州市好房子评价标准（试行）》正式进入落地示范阶段。

据了解，本次试点项目经全市征集、专业遴选产生，聚龙湾·源舍、鸿璟台、阅璟台、保利珠江天悦4个项目全部达到评价标准基本级建设要求。这些项目分布在荔湾、天河、番禺三大片区，其中荔湾区占2席，天河、番禺各占1席，全部为在售在建商品房，未来将作为广州高品质住宅标杆打造。

本次试点旨在推动7月15日出台的《广州市好房子评价标准（试行）》（以下简称《标准》）落地实



保利珠江天悦内港湾规划效果图

施。《标准》紧密对接“好房子”建设工作指引，聚焦消防、应急、隔声等市民关切的痛点，提出69条控制项、

219条得分项标准，从安全耐久、生活便捷、全龄宜居、环境友好、舒适可变、绿色低碳和智慧高效等角度，对

住宅建筑提出高品质设计要求，旨在构建分级分类、多层次的评价指标体系。《标准》创新“分项评价+综合定级”评价模式，将好房子评价划分为基本级、一星级、二星级、三星级共四个等级。

广州市住房和城乡建设局方面表示，本次“好房子”试点项目的建设方案均已达到《标准》基本级建设要求，各试点项目建设单位要严格落实经审定的“好房子”试点项目建设实施清单，进一步细化各项技术措施、实施路径和保障措施，确保完成“好房子”试点项目任务，力求形成可复制可推广的“好房子”试点项目建设经验。各试点项目可根据实际情况，对照《标准》建设要求，按照“好房子”建设管理相关规定，申报更高等级“好房子”评价。

东莞发文促进停车资源共享利用

行政机关等应将停车设施对外开放

广东建设报讯 记者薛睿报道：近日，东莞市交通运输局印发《关于促进本市停车资源共享利用的指导意见》（以下简称《意见》），旨在提高停车设施利用效率，缓解停车供需矛盾。《意见》自2026年7月14日起施行，有效期三年。

《意见》明确，行政机关、事业单位、国有企业、镇（街道）属企业发挥示范引领作用，在保障内部安全和秩序的前提下，应将其全部或部分停车设施错时对外开放，率先落实共享停车责任。鼓励文体旅场所、商业设施、写字楼等停车设施在空闲时段向社会开放。鼓励居住社区以邻里互助的方式内部共享停车资源，或在保障安全和满足基本停车需求的前提下，错时向社会开放停车设施；鼓励居住社区居民夜间充分利用周边道路或周边单位的闲置车位停放车辆。

在收费管理上，《意见》明确共

享停车原则上实行有偿共享，可按次、按时收费，也可推行包月、包季、包年计费模式，所有停车设施运营单位须全面公示共享停车收费价格。行政机关、事业单位共享停车位严格执行市发展改革部门制定的社会公共（公益）性配套停车设施政府指导价，停放服务费收益全额上缴财政，实行“收支两条线”管理。行政机关、事业单位共享车位优先在工作日下班后、法定节假日全天开放，鼓励实行全时段开放，重要节假日可免费对外开放，重点缓解商圈、景区、居民区集中区域停车压力，同步引导各类社会经营性停车场推出错峰停车优惠政策。

《意见》提出，供需双方开展包月、包时段长期共享停车服务的，应当签订标准化共享停车协议，协议明确泊位位置、停放时段、收费标准、双方权责、违约处置等内容。

惠州发布房地产广告发布合规提示

广告不得含有升值、升学等承诺

广东建设报讯 记者符映雪报道：近日，惠州市市场监督管理局发布房地产广告发布合规提示，进一步规范房地产广告发布行为，维护房地产市场秩序，保障消费者合法权益。

该提示明确四项发布要求：

一是坚持正确导向。符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化要求，不得损害国家利益、泄露国家秘密或者妨害社会安定、损害社会公共利益，不得含有风水、占卜等封建迷信内容或者违背社会良好风尚。

二是内容真实合法。房源信息应当真实，面积应当表明为建筑面积或者套内建筑面积；项目位置示意图应当准确、清楚，比例恰当；对价格有表示的，应当清楚表示为实际销售价格并明示价格有效期限。

三是明晰重要信息。房地产预售、销售广告，必须载明开发企业名称、中介服务机构名称（如有代理销

售）、预售或者销售许可证书号；使用建筑设计效果图或者模型照片的，应当在广告中注明；涉及尚未实现的物业管理内容，应当在广告中注明；涉及贷款服务的，应当载明提供贷款的银行名称及贷款额度、年期；未取得预售、销售许可证明文件的，不得发布房地产预售、出售广告。

四是严禁违规宣传。不得含有升值或者投资回报的承诺；不得出现融资或者变相融资的内容；不得以项目到达某一具体参照物的所需时间表示项目位置；不得违反国家有关价格管理的规定；不得对规划或者建设中的交通、商业、文化教育设施以及其他市政条件作误导宣传；不得含有能够为入住者办理户口、就业、升学等事项的承诺；不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者；不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等绝对化用语。