2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目

招标文件

 **招标人：广东南方农村报经营有限公司**

**招标代理机构：公诚管理咨询有限公司**

**招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837**

**日期：二〇二三年四月**

**目 录**

[第一章 招标公告 1](#_Toc132205734)

[1. 项目概况与采购内容 1](#_Toc132205735)

[2. 投标人资格要求 1](#_Toc132205736)

[3. 资格审查方法 1](#_Toc132205737)

[4. 招标文件获取 2](#_Toc132205738)

[5. 投标文件的递交 2](#_Toc132205739)

[6. 发布公告的媒介 3](#_Toc132205740)

[7. 联系方式 3](#_Toc132205741)

[第二章 投标人须知 4](#_Toc132205742)

[投标人须知前附表 4](#_Toc132205743)

[1．总则 12](#_Toc132205744)

[2．招标文件 14](#_Toc132205745)

[3．投标文件 15](#_Toc132205746)

[4．投标 18](#_Toc132205747)

[5．开标 19](#_Toc132205748)

[6．评标 20](#_Toc132205749)

[7．中标 21](#_Toc132205750)

[8．合同签订 22](#_Toc132205751)

[9．招标代理服务费 23](#_Toc132205752)

[10．纪律和监督 23](#_Toc132205753)

[11. 投标人的知识产权及保密要求 24](#_Toc132205754)

[12．需要补充的其他内容 24](#_Toc132205755)

[第三章 评标办法（综合评估法） 25](#_Toc132205756)

[评审办法前附表 25](#_Toc132205757)

[1．评标方法 28](#_Toc132205758)

[2．评审标准 28](#_Toc132205759)

[3．评标程序 28](#_Toc132205760)

[第四章 合同条款 31](#_Toc132205761)

[**1 合同金额** 33](#_Toc132205762)

[**2 服务范围** 33](#_Toc132205763)

[**3 甲方乙方的权利和义务** 34](#_Toc132205764)

[**4 服务期间（项目完成期限）** 34](#_Toc132205765)

[**5 付款方式** 34](#_Toc132205766)

[**6 知识产权归属** 35](#_Toc132205767)

[**7 保密** 35](#_Toc132205768)

[**8 违约责任与赔偿损失** 35](#_Toc132205769)

[**9 争端的解决** 36](#_Toc132205770)

[**10 不可抗力** 36](#_Toc132205771)

[**11 税费** 36](#_Toc132205772)

[**12 其它** 36](#_Toc132205773)

[**13 合同生效** 37](#_Toc132205774)

[第五章 项目需求书 38](#_Toc132205775)

[**一、项目招标内容及要求** 39](#_Toc132205776)

[**二、报价要求** 40](#_Toc132205777)

[**三、付款方式** 40](#_Toc132205778)

[**四、验收要求** 40](#_Toc132205779)

[第六章 投标文件格式 41](#_Toc132205780)

[第一部分 商务技术文件 44](#_Toc132205781)

[1. 评标索引表 44](#_Toc132205782)

[2. 投标函 46](#_Toc132205783)

[3. 法人代表/负责人证明书 48](#_Toc132205784)

[4. 法人/负责人授权书 49](#_Toc132205785)

[5. 资格审查资料 50](#_Toc132205786)

[6. 投标人综合实力 54](#_Toc132205787)

[7. 2021年1月1日至今同类项目业绩情况 55](#_Toc132205788)

[8. 合同条款偏离表 56](#_Toc132205789)

[9. 项目需求条款偏离表 57](#_Toc132205790)

[10. 公章对投标专用章授权说明（如有） 58](#_Toc132205791)

[11. 服务团队 59](#_Toc132205792)

[12. 服务方案 60](#_Toc132205793)

[13. 投标人认为需要提供的其他资料 61](#_Toc132205794)

[第二部分 报价文件 62](#_Toc132205795)

[1.报价一览表 62](#_Toc132205796)

[2.单项报价表 63](#_Toc132205797)

[3.招标代理服务费支付同意函 64](#_Toc132205798)

[4.投标保证金汇款凭证 66](#_Toc132205799)

# 第一章 招标公告

本招标项目为2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目（招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837），招标人为广东南方农村报经营有限公司，招标代理机构为公诚管理咨询有限公司。项目资金由招标人自筹，资金已落实。现进行公开招标，有意向的潜在投标人（以下简称投标人）可前来投标。

## 项目概况与采购内容

1.1项目概况与采购内容: 本项目拟通过公开招标的方式选取一名中标人，中标人根据招标人要求围绕广东农业品牌及重点产业组织策划创意营销，包括但不限于产业选题与深调研、专题内容策划、主题摄影、营销策划与推广等，持续深化文化赋能，全面提升广东农业品牌文化软实力。具体服务要求详见第五章《项目需求书》。

1.2项目规模：本项目含税总价上限为 210 万元人民币。

1.3标包划分：本项目不划分标包。

1.4 合同周期：自合同签订生效之日起至2023年10月31日。

## 投标人资格要求

2.1投标人须在中华人民共和国境内注册的具有独立承担民事责任能力的法人或其他组织，提供营业执照或事业法人证书（分公司投标须得到总公司授权，同时提供总公司营业执照及盖章授权函）；

2.2投标人在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）没有被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单（以开标时在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料）；

2.3单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的招标活动，以《投标人控股及管理关系情况申报表》填报的内容进行评审；

2.4本项目不接受联合体投标，不允许转包、违法分包。

2.5 已成功报名本项目的投标人。

## 资格审查方法

本项目将进行资格后审，资格审查标准和内容见招标文件第三章“评标办法”，凡未通过资格后审的投标人，其投标文件将被否决。

## 招标文件获取

4.1招标文件获取时间：2023年04月13日至2023年04月17日，每日上午08时30分至12时00分，下午14时00分至17时30分（北京时间，下同）。

4.2采购文件获取方式：

4.2.1注册并登录诚E招电子采购交易平台（https://www.chengezhao.com）进行项目登记、获取采购文件。

（1）“注册”方式详见【诚E招电子采购交易平台-帮助中心-操作指南-注册指引】，注册成功后请登录，登陆后可在【常用文件】处下载《投标人&供应商操作手册》；（所有的附件可在网页首页查看）

（2）“项目登记”方式详见《投标人&供应商操作手册》-“投标人登记”）

 4.2.2本项目登记阶段要求投标人提交下列材料（登记阶段上传至“登记所需材料”处）：

1）单位营业执照扫描件（加盖公章）；

2）单位介绍信或法人证明书或法定代表人授权委托书扫描件；

投标人注册须等待登记审核，具体操作若有疑问，可致电客服热线：020-89524219。服务时间8:30-17:30（工作日）

4.2.3采购文件费用：每套售价500元人民币，售后不退。（“购买文件、支付及下载文件”方式详见《投标人&供应商操作手册》 -“购买文件”。）可选择下列任一种方式支付采购文件费用：

a) 网上支付：选择“网上支付”方式后，点击“提交”，使用微信或支付宝支付文件费用；

b) 电汇：以转账方式支付文件费用，并在支付阶段，将“转账凭证”上传至“附件”处（转账凭证应备注说明“招标代理编号后6位及项目简称”）；

4.2.4在诚E招电子采购交易平台完成登记、可下载文件即登记成功。

4.3供应商如不按上述要求登记报名及获取采购文件的，采购人将不接收该供应商所递交的响应文件。

## 投标文件的递交

5.1投标文件的递交：递交投标文件的截止时间（即投标截止时间）为：2023年05月04日09时30分，投标文件递交地点：广州市天河北路423号远晖商厦8楼1号会议室。

5.2出现以下情形时，招标人/招标代理机构不予接收投标文件：逾期送达或者未送达指定地点的；未按照招标文件要求密封的；未按照本公告要求获得本项目招标文件的。

5.3本项目将于上述同一时间、地点进行开标，招标人/招标代理机构邀请投标人的法定代表人或者其委托的代理人准时参加。参与唱价的授权代表需单独携带（无需密封）一份授权委托书，同投标文件一同提交供招标人/招标代理机构核查。

招标人有权对投标人提供的证明材料进行核实，如果发现投标人提供虚假信息，将追究提供虚假信息的责任。

## 发布公告的媒介

本次招标公告同时在南方日报、招标人网站（http://www.southcn.com/zbtb/zbgg/node\_374095.htm）、诚E招电子采购交易平台（https://www.chengezhao.com）、中国招投标公共服务平台（http://www.cebpubservice.com/）发布，其他媒体转载无效。

## 联系方式

招标代理机构 ：公诚管理咨询有限公司

地址： 广东省广州市天河北路423号远晖商厦8楼

联系人：甘尚谦、张美华

电话：13538927304（甘尚谦）、13688894694（张美华）

电子邮箱：gansq@gcbidding.com

开户银行：中信银行广州花园支行

户 名：公诚管理咨询有限公司

账 号：3110910037672304837

招标人：广东南方农村报经营有限公司

招标人地址：广州市越秀区广州大道中289号南方传媒大厦

联系人：崔女士

联系电话：13138607200（时间：9:00-17:00）

招标人：广东南方农村报经营有限公司

招标代理机构：公诚管理咨询有限公司

2023年04月12日

# 第二章 投标人须知

## 投标人须知前附表

本投标人须知前附表是对投标人须知正文的具体补充和修改，如有矛盾，以本前附表为准。

| **条款号** | **条款名称** | **编列内容** |
| --- | --- | --- |
| 1.1.2 | 招标人 | 招标人名称：广东南方农村报经营有限公司招标人地址：广州市越秀区广州大道中289号南方传媒大厦 |
| 1.1.3 | 招标项目名称 | 项目名称：2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837  |
| 1.2 | 资金来源 | ■招标人自筹□使用财政资金□银行贷款□国家融资□其他：  |
| 1.3 | 采购范围 | 详见第一章招标公告 |
| 1.4 | 采购包划分 | ■不划分采购包□划分采购包（采购包划分情况详见第一章招标公告） |
| 1.5.1 | 招标方式 | ■公开招标□邀请招标 |
| 1.6 | 招标组织形式 | □自行招标采购■委托招标代理机构代理招标代理机构名称: 公诚管理咨询有限公司招标代理机构地址：广州市天河区天河北路423号远晖商厦8楼招标代理机构联系人：甘尚谦、张美华招标代理机构电话：13538927304、13688894694 |
| 1.7 | 资格审查方式 | □资格预审，本项目已完成资格预审。■资格后审，资格条件见第三章“评标办法”。 |
| 1.8.1 | 投标人不得存在的情形 | 本条款增加以下规定：/ |
| 2.1.1 | 招标文件的组成 | 本条款替换为：第一章 招标公告第二章 投标人须知第三章 评标办法第四章 合同条款第五章 项目需求书第六章 投标文件格式 |
| 2.1.3 | 招标文件实质性要求的标识及非实质性要求的偏离要求 | （1）招标文件中标识“★”的条款，均为实质性条款，投标人任何不满足实质性条款的投标或负偏离均将被否决。（2）非实质性要求的偏离要求：/ |
| 2.1.4 | 是否以单项报价核定低于成本 | ■不要求□要求，具体要求如下：  |
| 2.2.1 | 踏勘现场 | ■不组织□组织，踏勘现场的时间、地点： |
| 2.3 | 投标预备会 | ■不召开□召开，召开投标预备会时间、地点： |
| 2.4.1 | 投标人提出澄清问题的截止时间和方式 | （1）截止时间： 2023 年 04 月 18 日 12 时 00 分（北京时间）。（2）提出澄清的方式：通过电子邮箱发送至gansq@gcbidding.com（需提供可编辑版word格式与电子扫描件两种形式，扫描件需加盖公司公章），在规定的时间未收到投标人的疑问函视为无疑问，投标人不得以未提出疑问作为招标文件存在错漏的理由。（3）招标人将以书面形式予以解答并向所有投标人进行传达，招标人的书面答疑文件为《招标文件》的组成部分，与招标文件具备同等法律效力。 |
| 2.4.2 | 招标人发出招标文件澄清或者修改的方式 | 以书面形式通知所有投标人。 |
| 2.4.4 | 投标人确认收到澄清或者修改的时间和方式 | 确认收到澄清或者修改的时间：招标人发出招标文件澄清或修改的24小时内。确认收到澄清或者修改的方式：通过电子邮件查看确认，将该函件加盖公章扫描后发至邮箱（gansq@gcbidding.com）。若投标人未在规定时间内确认的，将视为已收到和确认该答疑文件，该答疑文件对投标人具有约束力。 |
| 3.1 | 投标文件组成 | 投标文件必须按照以下分册编制：经济报价部分商务技术部分电子投标文件具体组成详见第六章“投标文件格式”。 |
| 3.2.2 | 投标文件应答和编写 | 1、经济报价部分、商务技术部分分别制作装订成册，电子投标文件以可移动的USB存储介质提交。内应包含经济报价部分、商务技术部分、述标PPT（如有）中所有文件的电子档，要求如下：所有电子文档应包含可编辑OFFICE2003文档格式1份及**PDF扫描件1份（按招标文件要求签字/签章或盖章后的文件扫描件）**，文件应不做压缩处理、不留密码。电子文件命名规范：公司简称（四到六个汉字之内）+项目名称（可适当简写）+应答文本种类（例：商务部分、技术部分、经济报价部分）。2、投标文件应使用不能擦去的墨水打印或书写，由投标人法定代表人或授权的代表人签署并盖单位章。3、投标文件应尽量避免涂改、行间插字或删除。如果出现上述情况，改动之处应加盖单位章或由投标人的法定代表人**签字/签章**或其授权的代表人签字确认。投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和技术规范等。投标人没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标没有对招标文件在各方面都做出实质性响应是投标人的风险，并可能导致其投标作否决投标处理。 |
| 3.2.4 | 投标文件的盖章或者签字 | 投标文件中凡出现投标人单位落款的地方应盖单位公章，如使用依照国家行政部门要求已备案的投标专用章、业务专用章的，应提供所使用印章的合法备案证明（复印件需加盖公章）。同时投标文件签字盖章必须符合以下其中一种：1) 投标人的法定代表人（负责人）或其授权的代理人逐页签字或加盖签字章；2) 加盖投标人单位骑缝章；3) 逐页加盖投标人单位印章。 |
| 3.3.3 | 最高投标限价或者其计算方法 | □不设置最高投标限价★■设置最高投标限价，**详见第六章投标文件格式《报价一览表》，若投标人报价超过限价的报价无效，将被否决投标**。 |
| 3.3.5 | 投标报价优惠条件 | □报优惠价■不接受报优惠价□报优惠价的其他方式： |
| 3.3.6 | 投标报价具体要求 | 1.本项目按照国家和行业现行规定及第四章合同条款的规定进行报价。2.投标报价应包括所有材料、人工、服务、利润及相关税费等完成项目所需的全部费用。3.对应项目需求书的每一条款，供应商在投标文件中所作的所有承诺包含部分承诺，以及供应商在投标文件中所做的建议和列出的附加条件，除非供应商在经济分册中特别注明其价值不包含在基本报价中，招标人将认为其价值已全部包含在基本报价中。4.投标人应开具符合国家税率规定的增值税发票。5.报价表见第六章格式部分，不得更改报价表格式。 |
| 3.4.1 | 投标有效期 | 投标有效期： 90 天 |
| 3.5.1 | 投标保证金金额 | 1. 要求递交投标保证金，投标保证金的金额：人民币**20,000元**。
2. 投标保证金的形式：银行电汇（凭证的备注栏须注明招标代理编号后6位+公司名称简写+投标保证金）

以电汇形式提交的，提交的投标保证金应当从投标人公司账户转出。1. 投标保证金有效期与投标有效期一致。
2. 提交投标保证金帐户信息：

公司名称：公诚管理咨询有限公司银行名称：中信银行广州花园支行银行账号：3110910037672304837 |
| 3.5.2 | 投标保证金形式 | 投标保证金形式：银行电汇投标保证金有效期与投标有效期一致。 |
| 3.5.4 | 投标保证金不予退还的其他规定 | 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还： （1）投标人在招标文件中规定的投标有效期内撤销投标的； （2）中标人无正当理由不与招标人订立合同，或在签订合同时向招标人提出附加条件，或者不按照招标文件要求递交履约保证金的； （3）投标人有围标、串通投标、弄虚作假、向招标人或者评标委员会成员行贿谋取中标等行为的； |
| 3.6.1 | 备选投标方案 | ■不允许□允许 |
| 3.7.1 | 投标文件份数 | 1． 投标文件（含商务技术投标文件及经济投标文件）1式2份，1份正本和1份副本。2． 按项目制作投标文件成册，建议双面打印，并提供1套电子版（要求同时提供必须包含投标一览表(报价表）、投标分项报价表（报价明细表）（如有）、商务技术标、经济标可编辑电子版本，经济标盖章扫描版），投标文件电子版可同刻在一个U盘里，电子版内容需与投标文件纸质内容一致。 |
| 3.7.4 | 投标文件的外层包封 | 1． **商务技术投标文件及经济投标文件应分别装订并单独密封并在封口加盖骑缝章。**2． 商务技术标书里不能含有任何有关投标报价信息。3． 投标人应在每份投标文件的正本、副本和电子文件封面上明确标明“正本”、“副本”或“电子文件”。包封的所有粘接缝隙必须加盖单位章或由投标人的法定代表人或其授权的代表人签字。 |
| 3.7.6 | 投标文件的密封和标记要求 | 投标人应将纸质投标文件密封封装，包封的所有粘接缝隙须加盖单位章或由投标人的法定代表人签字/签章或其授权的代表人签字。1）邮寄标书在外层包封上应写明投标人的名称与地址、邮政编码，以便投标出现逾期送达时能原封退回。具体样式如下：投标文件（文件）招标项目：招标编号：标包号（如有）：招标人名称：本文件于年月日点分（北京时间）（开标时间）前不得开封此文件投标人名称：（公章）投标人地址、邮编：投标人联系人及联系电话：2）招标人对于编制投标文件及密封装订的其他要求：1. 所有纸质文件采用A4纸打印。
2. 电子文档（单独封装）：一份，封装于独立的信封内单独提交，所有投标文件的电子文档按要求汇总后存储于同一可移动的USB存储介质中，信封上标明“电子文档”字样，并在封口处**加盖单位章或投标专用章的骑缝章**。
3. 经济报价文件：**一式贰份**，投标一览表、报价清单、投标保证金汇款底单（如有）、招标代理服务费支付承诺函：封装于独立的信封内单独提交，信封上标明“报价文件”字样，并在封口处**加盖单位章或投标专用章的骑缝章**。
4. 商务技术投标文件：**一式贰份**，封装于独立的信封内单独提交，信封上标明“商务技术投标文件”字样，并在封口处**加盖单位章或投标专用章的骑缝章**。

**所有纸质文件均须胶装（或装订）成册，**若装订成册后单册厚度超过5厘米，可分成上下或上中下册装订。 |
| 4.1.1 | 投标文件递交截止时间 | 详见第一章 招标公告 |
| 4.1.2 | 投标文件递交地点 | 详见第一章 招标公告 |
| 4.1.4 | 投标文件退还 | ■不退还□退还，投标文件退还的具体要求 |
| 5.1 | 唱价时间和地点 | 同投标文件递交截止时间和地点 |
| 6.1.1 | 评标委员会组成人数 |  5 人及以上单数 |
| 6.3 | 评标方法 | □经评审的最低价法■综合评估法□其他： /  |
| 6.4  | 中标候选人推荐原则 | 按照招标文件规定的评分标准进行打分，评分均四舍五入保留小数点后两位，并按照综合得分由高到低的顺序推荐2名中标候选人，确定1名中标人。如综合得分相同，则按照最终有效报价由低到高的顺序确定排名。综合得分与报价均相同的，则按照商务技术部分得分由高到低顺序确定排名。如中标人放弃中标的，则按评标委员会推荐的中标候选人排名依次递补，或重新招标。 |
| 7.1.1 | 中标人数量 | □评标委员会直接确定中标人，中标人数量：/个■招标人确定中标人，中标人数量：1个。 |
| 7.1.2 | 中标原则 | 中标原则如下：根据综合得分排名第一名为中标人 |
| 7.2.2 | 异议受理 | 投标人如对本次招标持有异议的，可以在相应期限内向招标人或招标代理人提出实名书面质疑，对质疑回复不满意的，可提出实名书面投诉，质疑为投诉的前置程序。招标人或招标代理人联系方式详见第一章 招标公告“7.联系方式”。 |
| 8.1 | 履约担保 | ■本项目不适用 |
| 9（1） | 招标代理服务费金额、交纳方式和时限 | 1、招标代理服务费依照中标金额计算，委托代理费用的计算方式及价格标准，详见第六章“招标代理服务费支付同意函”条款。2、招标代理服务费由中标单位支付，中标人须在接到中标缴费通知书后5个日历日内缴纳招标代理服务费及办理完相关付款手续，并凭中标通知书原件和履约保证金缴纳证明与招标人签订合同。3、招标代理服务费的交纳方式：电汇4、中标人在收到中标缴费通知书后，接到招标代理机构付款的通知时，一次向招标代理机构缴清招标代理服务费。 |
| 12.1 | 中标人放弃中标或者不能履行合同的处理 | 二种方式可选：1. 按照评审委员会提出的中标候选人名单排序依次确定其他中标候选人为中标人；

2、重新招标； |
| 12.2 | 电子招标投标 | 否 |
| 12.3 | 其他 | 1. 投标人所有提供的数据材料及相关承诺必须真实有效，招标人将在项目完成评标后，对投标文件进行不定期抽检，若发现投标文件存在虚假内容的，将对相关供应商进行处理。
2. **当投标人承诺内容与所提供的证明材料不一致时，评标委员会有权以不利于投标人的内容为准进行评审。**
3. 如中标后在合同履行过程中出现虚假信息或与投标文件应答不符的情况，招标人有权提出索赔，并保留法律诉讼的权利。
4. 投标人成立至今若有名称的变更，必须提供公司变更说明。否则视其原有名称的相关业绩无效；

5、本招标文件所要求的资质、业绩等材料的，必须为投标人本人的资质、业绩等材料。有母公司、子公司关系的，其资质、业绩不得通用。6、若投标人为分支机构：①其可以使用总公司的资质和财务报告。②若根据授权函内容，后续项目由投标人的总公司负责实施，则认可总公司的业绩，否则只认可分公司自身的业绩（总公司可以使用分支机构业绩，但分公司间业绩不可相互使用）。③人员社保证明材料的缴纳主体允许为投标人的上级机构或下级分支机构或上级机构的其他分支机构（上述的上下级关系为总分公司关系）。④工器具及场地的购买或租赁，总公司及其分支机构间可以互为通用。（如若招标文件有其他规定，则本条目不适用，遵循其原本规定）若投标人为分支机构，则本招标文件所要求的投标文件格式中，所有要求对象为“法定代表人”的内容皆可变更为投标分支机构的法定“负责人”。7、投标人提供的货物及其有关服务必须符合国家规定的资格条件。国家对投标人或货物技术标准有强制性规定和要求的，投标人必须满足其要求。 |

## 1．总则

### 1.1 项目概况

1.1.1招标人：招标人单位名称及联系方式见投标人须知前附表。

1.1.2招标项目名称：项目名称及招标编号见投标人须知前附表。

### 1.2 资金来源和落实情况

本项目资金已落实，资金来源见投标人须知前附表。

### 1.3 招标范围

本次招标范围：见投标人须知前附表。

### 1.4 标包划分

本项目标包划分情况见投标人须知前附表。

### 1.5 招标方式

1.5.1 招标方式见投标人须知前附表。

1.5.2 公开招标：是指招标人以招标公告的方式邀请不特定的法人或者其他组织投标。

1.5.3 邀请招标：是指招标人以投标邀请书的方式邀请特定的法人或者其他组织投标。

### 1.6 招标组织形式

本项目由招标人自行组织/委托招标代理机构采用代理招标的方式进行，招标组织形式、招标代理机构名称及联系方式见投标人须知前附表。

### 1.7 资格审查

1.7.1 本招标项目资格审查方式见投标人须知前附表。

1.7.2 资格预审：是指在投标前对投标人进行的资格审查。采用资格预审方式的，资格条件已经在招标文件发出前的“资格预审文件”中做出规定。

1.7.3 资格后审：是指在开标后由评标委员会根据招标文件的规定对投标人进行的资格审查。采用资格后审方式的，投标人应当具备的资格条件见投标人须知前附表。

1.7.4 采用资格后审的，招标人必须在招标文件中详细规定资格审查标准和方法。

1.7.5 资格后审一般包括下列内容：

（1）资格要求；

（2）其他业绩要求；

（3）审查标准和方法。

1.7.6 资格后审不合格的投标人，评标委员会应当否决其投标。

### 1.8 投标人不得存在的情形

1.8.1 投标人不得存在下列情形之一：

（1）被责令停业或破产状态的；

（2）被暂停或者取消投标资格的；

（3）财产被重组、接管、查封、扣押或冻结的；

（4）在最近三年内有骗取中标、严重违约、重大质量或者安全问题的（以相关行业主管部门的行政处罚决定或司法 机关出具的有关法律文书为准）；

（5）被工商行政管理机关在全国企业信用信息公示系统中列入严重违法失信企业名单；

（6）被最高人民法院在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）或各级信用信息共享平台中列入失信被执行人名单

（7）法律法规限定的其他情形；

（8）招标文件规定的其他情形：见候投标人须知前附表。

1.8.2 法定代表人/单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本项目中同一标包投标或者未划分标包的同一招标项目投标。

### 1.9 合格的货物和服务

1.9.1 投标人提供的所有货物及其有关服务的原产地，均应当来自中国或者是与中国有正常贸易往来的国家或者地区。采购人的支付也仅限于这些货物和服务。

1.9.2 本招标文件所属的“原产地”是指货物开采、生长、生产或者提供有关服务的来源地。所述的“货物”是指制造、加工或者实质上装配了主要部件而形成的货物。商业上公认的产品是指基本特征、性能或者功能上与部件有着实质性区别的产品。

1.9.3 投标人提供的所有货物及其有关服务应当符合国家规定的资格条件。

### 1.10 投标费用

不论结果如何，投标人自行承担所有准备和参与投标有关的费用。

### 1.11 保密

参与招标投标活动的各方应当对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应当对由此造成的后果承担法律责任。

### 1.12 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

## 2．招标文件

### 2.1 招标文件的组成

2.1.1 招标文件一般由以下部分组成：

第一章招标公告/投标邀请函

第二章投标人须知

第三章评标办法

第四章合同条款

第五章项目需求书

第六章投标文件格式

招标人另有规定的，见投标人须知前附表。

2.1.2 招标文件对同一内容的表述应当一致。第一章“招标公告”或者“投标邀请书”与招标文件在同一内容的表述上有矛盾或者冲突时，以第一章“招标公告”或者“投标邀请书”为准；投标人须知前附表与投标人须知正文在同一内容的表述上有矛盾或者冲突时，以投标人须知前附表为准。

2.1.3 招标人在招标文件中以显著的方式标明实质性要求、条件以及不满足实质性要求和条件的投标将被否决的提示；对于非实质性要求和条件，规定允许偏差的最大范围、最高项数和调整偏差的方法。显著标识方式和具体要求见投标人须知前附表。

2.1.4 招标人可以要求以某一单项报价核定是否低于成本，具体要求见投标人须知前附表。

### 2.2 踏勘现场

2.2.1投标人须知前附表规定组织踏勘现场的，招标人按照投标人须知前附表规定的时间、地点组织投标人踏勘项目现场。

2.2.2潜在投标人踏勘现场发生的费用自理。

2.2.3除招标人的原因外，潜在投标人自行负责在踏勘现场中所发生的人员伤亡和财产损失。

2.2.4招标人在踏勘现场中介绍的项目现场和相关的周边环境情况，供潜在投标人在编制投标文件时参考，招标人不对投标人据此作出的判断和决策负责。

### 2.3 投标预备会

投标人须知前附表规定召开投标预备会的，招标人按照投标人须知前附表规定的时间和地点召开投标预备会，澄清潜在投标人提出的问题。

### 2.4 招标文件的澄清和修改

2.4.1 投标人对招标文件有疑问的，应当按照投标人须知前附表规定的时间和方式，要求招标人对招标文件进行澄清。

2.4.2招标人应当按照投标人须知前附表规定的时间和方式，将澄清或者修改内容发给所有获取招标文件的投标人，但不指明问题的来源。

2.4.3如澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，应当在递交投标文件截止时间至少10日前发出，不足10日的，招标人应当相应顺延投标截止时间。

2.4.4 投标人收到澄清或者修改后，应当按照投标人须知前附表规定的时间和方式通知招标人，确认已收到该澄清或者修改。

2.4.5 所有关于招标文件的澄清和修改均作为招标文件的补充部分。当招标文件、招标文件的澄清或者修改等在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的书面文件为准。

## 3．投标文件

### 3.1 投标文件的组成

投标人应当按照投标人须知前附表的要求制作并递交投标文件。投标文件组成见投标人须知前附表。

### 3.2 投标文件的编制

3.2.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件，投标文件应当对招标文件提出的实质性要求和条件作出响应。

3.2.2投标人应当认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和技术规范等。投标人没有按照招标文件要求递交全部资料或者投标人没有对招标文件在各方面都作出实质性响应是投标人的风险，并可能导致其投标被否决。投标文件应答和编写的具体要求见投标人须知前附表。

3.2.3 投标人递交的投标文件以及投标人与招标人就有关投标的所有往来函电均应当使用中文。投标人递交的证明文件和文献可以使用另一种语言，但相应内容应当译成中文，在解释投标文件时以中文译本为准。

3.2.4 投标文件应当使用不褪色的材料书写或者打印，并加盖单位公章或者由投标人的法定代表人签字/签章或者其委托代理人签字。委托代理人签字的，投标文件应当附法定代表人签署的授权委托书。投标文件应当尽量避免涂改、行间插字或者删除。如果出现上述情况，改动之处应当加盖单位公章或者由投标人的法定代表人签字/签章或者其委托代理人签字确认。盖章或者签字/签章另有要求的，见投标人须知前附表。

### 3.3 投标报价

3.3.1 投标人应当根据招标文件要求进行报价，投标人应当报出符合招标文件要求的拟提供投标货物的单价（如适用）和总价。

3.3.2投标货币：人民币。

3.3.3 招标人设有最高投标限价的，投标人的投标报价不得超过最高投标限价，否则其投标将被否决。最高投标限价或者其计算方法见投标人须知前附表。

3.3.4 招标人不接受投标人的任何低于成本报价的不正当竞争方式。

3.3.5 只有在招标文件要求或者允许报优惠价时，投标人才可以报出。投标人优惠报价的数额，开标时也必须当众宣读。关于优惠条件的规定见投标人须知前附表。

3.3.6 投标报价的具体要求见投标人须知前附表。

### 3.4 投标有效期

3.4.1 投标有效期从递交投标文件截止日起计算。投标有效期的具体时间见投标人须知前附表。在此期间，投标人不得要求撤销或者修改其投标文件。投标有效期不满足招标文件要求的投标将被否决。

3.4.2在原定投标有效期满之前，如果出现特殊情况，招标人决定延长投标有效期的，应当以书面形式向投标人提出延长投标有效期的要求，投标人须以书面形式予以答复。投标人同意延长投标有效期的，不得修改其投标文件的实质性内容，但应当相应延长其投标保证金有效期；投标人拒绝延长投标有效期的，其投标失效，投标人有权收回其投标保证金。

### 3.5 投标保证金

3.5.1 招标人要求投标人递交投标保证金的，投标人必须在递交投标文件的同时，按照投标人须知前附表的规定递交投标保证金。投标保证金一般不超过项目估算价的2%，本招标项目的投标保证金金额见投标人须知前附表。

3.5.2 招标人可以规定投标保证金是以现金、支票、银行汇票、在中国注册的银行出具的银行保函等方式递交，依法必须进行招标的项目的境内投标人，以现金或者支票形式递交的投标保证金应当从其基本账户转出。投标保证金有效期应当与投标有效期一致。投标保证金的形式见投标人须知前附表。

3.5.3 招标人最迟应当在书面合同签订后5日内向中标人和未中标的投标人退还投标保证金及银行同期存款利息。

3.5.4发生下列情形之一时，投标保证金可不予退还：

（1）投标人在招标文件中规定的投标有效期内撤销投标的；

（2）中标人无正当理由不与招标人在规定期限内订立合同、在签订合同时向招标人提出附加条件，或者不按照招标文件要求递交履约保证金的；

（3）投标人有串通投标、弄虚作假等行为的；

（4）其他规定见投标人须知前附表。

3.5.5 未递交投标保证金或者递交的投标保证金有瑕疵的投标将被否决。

### 3.6 备选投标方案

3.6.1 除投标人须知前附表另有规定外，投标人不得递交备选投标方案。

3.6.2若招标人在招标文件中邀请投标人递交备选方案，则投标人除按照招标文件规定的基本方案编制和递交投标文件外，可以附加递交备选投标方案。

3.6.3备选投标方案应当说明其对基本方案的改进意见和带来的效益，并附必要的图纸、设计计算、技术要求及其他有关资料，在封面上应当注明“备选投标方案”字样。

3.6.4 允许投标人递交备选投标方案的，只有符合招标文件要求且评标价最低或者综合评分最高而被推荐为中标候选人的投标人所递交的备选投标方案，可予以考虑。评标委员会认为其备选投标方案优于其按照招标文件要求编制的投标方案的，招标人可以接受该备选投标方案。

### 3.7 投标文件的式样、密封和标记（递交纸质文件适用）

3.7.1投标人应当编制一份投标文件“正本”和投标人须知前附表所述份数的“副本”和“电子版”，副本为正本复印件。投标文件正本和副本如有不一致之处，以正本为准；纸质版文件与电子版文件不一致时，以纸质版文件为准。

3.7.2 每份投标文件的正本、副本及电子版应当分别装订，并于封面上明确标明“正本”“副本”和“电子版”字样。

3.7.3 投标文件应当按照招标文件规定密封包装，并于封装封面上明确标明“正本”“副本”和“电子版”字样。密封的所有黏接缝隙必须加盖单位公章或者由投标人的法定代表人签字/签章或者其委托代理人签字。

3.7.4 外层包封应当写明招标人的名称和地址、项目名称、招标编号，并注明开标时间以前不得开封。还应当写明投标人的名称与地址、邮政编码，以便投标出现逾期送达时能原封退回。

3.7.5 递交投标文件时，招标人应当对符合招标文件规定密封和标记的投标文件进行签收。

3.7.6招标人对于投标文件密封、标记另有要求的，见投标人须知前附表。

## 4．投标

### 4.1 投标文件的递交

4.1.1 投标文件递交截止时间：见投标人须知前附表。

4.1.2投标文件递交地点：见投标人须知前附表。

4.1.3 招标人收到投标文件后，向投标人出具签收凭证。

4.1.4除投标人须知前附表另有规定外，投标人所递交的投标文件不予退还。

4.1.5 出现下列情形之一时，招标人/招标代理机构不予接收投标文件：

（1）逾期送达或者未送达指定地点的；

（2）未按照招标文件要求密封的；

（3）未通过资格预审的申请人递交的；

（4）未按照第一章“招标公告”或者投标邀请书要求获得本项目招标文件的。

### 4.2 投标文件的修改、撤回和撤销

4.2.1在规定的投标截止时间前，投标人可以修改或者撤回已递交的投标文件。

4.2.2投标人修改后的投标文件，应当在规定的投标截止时间前按照招标文件的规定编制、密封、标记、递交。

4.2.3投标人撤回已递交的投标文件，应当书面通知招标人。招标人已收取投标保证金的，应当自收到投标人书面撤回通知之日起5日内退还。

4.2.4 投标人在规定的投标截止时间后，不得在投标有效期内撤销其投标。否则招标人有权不退还其投标保证金。

## 5．开标

### 5.1 开标时间和地点

招标人将按照投标人须知前附表规定的时间和地点公开开标，参加开标的投标人代表应当签名报到，以证明其出席开标。开标时间和投标截止时间应当为同一时间。

### 5.2 开标程序

5.2.1 开标会议由招标人或者其委托的招标代理机构组织并主持，邀请所有的投标人或者其代表出席。投标人代表对投标文件密封性进行检查。

5.2.2 招标人在投标文件递交截止时间前收到的所有投标文件在开标时都应当当众予以拆封、宣读，但按照招标文件规定递交合格的书面撤回通知的投标文件不予开封。

5.2.3开标时，招标人应当当众宣布参加本项目招标的投标人个数及投标文件的密封情况，并宣读收到的所有未撤回的投标文件的“投标一览表”中的内容。“投标一览表”一般包括：投标人名称、投标总报价、交货期（如有）以及招标文件中规定的其他内容。

5.2.4 开标内容填写在“开标记录表”中，由唱标人、记录人、投标人代表、监督人（如有）签字确认，存档备查。

### 5.3 异议

5.3.1 投标人对开标有异议的，应当在开标现场提出，招标人应当当场作出答复，并制作记录。

5.3.2投标人认为存在低于成本价投标情形的，可以在开标现场提出异议，并在评标完成前向招标人递交书面材料，招标人应当及时将书面材料转交给评标委员会。

## 6．评标

### 6.1 评标委员会

6.1.1 评标由依法组建的评标委员会负责，具体人数见投标人须知前附表。

6.1.2 评标期间，任何单位和个人不得非法干预或者影响评标的过程和结果。

6.1.3评标委员会成员名单在中标结果确定前保密。

### 6.2 评标原则

6.2.1 评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.2.2评标委员会按照第三章“评标办法”规定的方法、评审因素、标准和程序对投标文件进行评审。第三章“评标办法”没有规定的方法、评审因素和标准，不得作为评标依据。

### 6.3 评标方法

6.3.1 招标文件中详细载明下述评标方法之一作为本项目评标所采用的评标方法。评标方法见投标人须知前附表。

6.3.2 采用经评审的最低投标价法的，能够满足招标文件的实质性要求，并且经评审的最低投标价的投标，应当推荐为中标候选人，但是价格低于成本的除外。

采用综合评估法的，最大限度地满足招标文件中规定的各项综合评价标准的投标，应当推荐为中标候选人，量化的标准和权重应当在招标文件中明确规定。

6.3.3 法律、法规允许的其他评标方法。

### 6.4 中标候选人推荐原则

评标委员会应当根据《招标投标法》《实施条例》和《管理办法》的有关规定推荐中标候选人，具体推荐原则见投标人须知前附表。

### 6.5 评标报告

评标完成后，评标委员会应当根据《招标投标法》《实施条例》和《管理办法》的有关规定及时向招标人提交评标报告和中标候选人名单。

## 7．中标

### 7.1 中标候选人公示

7.1.1 采用公开招标方式的，中标结果审批通过后，招标人应在“资格预审公告”或者“招标公告”发布媒介公示全部中标人，公示期不少于3日。

7.1.2 投标人或者其他利害关系人对依法必须进行招标项目的评标结果有异议的，应当在中标候选人公示期间提出。

7.1.3.1异议书的格式及要求

1.异议书中应包含异议提出人名称、联系人及联系方式、异议所针对的对象、提出异议的基本事实、相关请求及主张、有效线索和相关证明材料等信息，格式自拟。

2.异议书必须由其法定代表人签字/签章或授权代表签字并加盖单位公章；异议由其他利害关系人提出的，还需出示异议提出人与本次采购活动存在利害关系的证明文件，并附有效身份证明复印件。

3.本采购项目的参与者或其他利害关系人对采购项目有异议的，可以将异议书签字盖章后，连同其他附件资料以现场递交或邮寄的方式在规定时间内向受理机构提出；采用邮寄方式提出的异议，可以在规定时间内先将异议书扫描件以电子邮件方式发出，但书面异议书必须在电子邮件发出的当天同时寄出。

7.1.3.2异议不予受理的情形

1．异议提出人不是本采购项目参与者，或未能提供与本次投标存在利害关系证明文件的其他利害关系人；

2．涉及的事项不具体，且未提供有效线索，难以查证的；

3．提供的资料未提供异议提出人的真实名称、有效联系方式、法定代表人签字/签章和加盖单位公章的；

4．超过异议提出时效的（以收到异议书日期为准；采用邮寄方式的，以邮戳日期为准）；

5．已经作出处理决定，并且异议提出人没有提出新的证据的；

6．涉及招标评标或非招标采购过程的具体细节、其他投标人的商业秘密或其他投标人投标文件的具体内容但未能说明内容真实性和来源合法性的；

7．缺乏事实根据或者法律依据的，或者投诉人捏造事实、伪造材料或者以非法手段取得证明材料的异议。

7.1.4恶意行为的处罚

异议提出人不得以投诉为名排挤竞争对手，不得进行虚假、恶意投诉，干扰招标工作正常秩序的。

### 7.2 确定中标人

7.2.1 除投标人须知前附表规定评标委员会直接确定中标人外，招标人依据评标委员会推荐的中标候选人确定中标人，中标人数量见投标人须知前附表。

7.2.2招标人根据评标委员会推荐的中标候选人名单排序依次确定中标人，具体中标原则见投标人须知前附表。

7.2.3在签订合同之前，中标人放弃中标或者不能履行合同的，招标人可以按照评标委员会提出的中标候选人名单排序依次确定其他中标候选人为中标人，也可以重新招标。

### 7.3 中标通知

7.3.1 在中标通知书发出前，中标候选人的经营、财务状况发生较大变化或者存在违法行为，可能影响其履约能力的，投标人应当主动告知招标人。招标人认为可能影响其履约能力的，应当在发出中标通知书前由原评标委员会按照招标文件规定的标准和方法审查确认。

7.3.2 中标人确定后，招标人应当自行或者委托招标代理机构向中标人发出中标通知书，同时通知未中标人。

7.3.3中标通知书是招标投标档案和合同的组成部分。

7.3.4中标通知书对招标人和中标人具有法律约束力。中标通知书发出后，招标人改变中标结果或者中标人放弃中标的，应当承担法律责任。

## 8．合同签订

### 8.1 履约保证金

8.1.1 在签订合同前，中标人应当按照投标人须知前附表中规定的履约保证金的金额和形式向招标人递交履约保证金。

8.1.2中标人不能按照招标文件要求递交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

### 8.2 合同签订

8.2.1 招标人和中标人应当自中标通知书发出之日起30日内，根据招标文件和中标人的投标文件订立书面合同。中标人投标即视为接受招标文件所附合同文本，不得对合同提出实质性修改意见，招标人和中标人不得订立背离合同实质性内容的其他协议。

8.2.2 中标人无正当理由拒签合同的，招标人取消其中标资格，其投标保证金不予退还；给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

8.2.3 合同效力

下列文件均视为本次招标项目的合同文本，并互为补充和解释，如各部分之间不一致的，则以下列先后排列次序为优先：

①合同实施后的补充协议；②合同协议书；③中标通知书；④招标文件及其附件（含补充、修正、澄清文件、答疑纪要及说明等）；⑤投标文件及其附件；⑥标准、规范及有关技术文件；⑦图纸；⑧招标人建设管理的各项制度、规定。

双方有关招标的洽商、变更等书面协议或文件亦视为合同的组成部分。

## 9．招标代理服务费

中标人应当按照招标文件规定交纳招标代理服务费，招标人和招标代理机构另有约定的从其约定。招标代理服务费的金额、交纳方式和时限见投标人须知前附表。

## 10．纪律和监督

### 10.1 对招标人的纪律要求

招标人不得泄露招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

### 10.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通投标或者与招标人串通投标，不得向招标人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评标工作。

### 10.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员应当客观、公正地履行职责，遵守职业道德，不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标办法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

### 10.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

## 11. 投标人的知识产权及保密要求

11.1 投标人承诺对于提交投标材料中的文字、图片、字体资料、文件享有著作权、所有权或合法使用权，不会侵犯任何第三方的任何权益，否则由此造成的任何责任均由投标方承担，如给招标人造成不良影响，投标人还应承担消除影响、赔偿招标人因此而遭受的全部损失。

11.2 无论是否中标，投标人均应对本次投标获悉的招标人及招标项目的相关信息予以保密，除法律法规规定或国家有权机关要求外，不得以图片、文字、视频等任何方式对外泄露本次招标相关内容，并要求本司雇员及委托的第三方亦承担同等保密义务并对其违约行为承担连带责任。如违反保密义务，须赔偿由此给招标人造成的全部损失。

## 12．需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见投标人须知前附表。

# 第三章 评标办法（综合评估法）

## 评审办法前附表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 条款号 | 评审因素 | 评审标准 |
| 2.1 | 初步评审标准 | 投标人名称 | 与营业执照等一致 |
| 资格条件 | 1、投标人须在中华人民共和国境内注册的具有独立承担民事责任能力的法人或其他组织，提供营业执照或事业法人证书（分公司投标须得到总公司授权，同时提供总公司营业执照及盖章授权函）；2、投标人在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）没有被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单（以开标时在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料）；3、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的招标活动，以《投标人控股及管理关系情况申报表》填报的内容进行评审；4、本项目不接受联合体投标，不允许转包、违法分包。5、已成功报名本项目的投标人。 |
| 法人代表证明书及法人授权书 | 提供合法有效的法人代表证明书及法人授权书。 |
| 合同条款偏离表 | 针对第四章《合同条款》要求填写《合同条款偏离表》，实质性条款（★项等否决应答的关键条款）不允许负偏离，“不满足”和“部分满足”都属于负偏离。 |
| 采购需求条款偏离表 | 针对第五章《项目需求书》要求填写《项目需求条款偏离表》，实质性条款（★项等否决应答的关键条款）不允许负偏离，“不满足”和“部分满足”都属于负偏离。 |
| 投标文件的签署和盖章 | 投标文件中凡出现投标人单位落款的地方应盖单位公章，如使用依照国家行政部门要求已备案的投标专用章、业务专用章的，应提供所使用印章的合法备案证明（复印件需加盖公章）。同时投标文件签字盖章必须符合以下其中一种：1) 投标人的法定代表人（负责人）或其授权的代理人逐页签字或加盖签字章；2) 加盖投标人单位骑缝章；3) 逐页加盖投标人单位印章。 |
| 保证金 | 按招标文件要求提交 |
| 投标报价 | 按照招标文件“第六章投标文件格式”中的“报价一览表”及“单项报价表”要求填写投标报价，报价不超最高限价（如有）。 |
| 实质性响应 | 投标人应满足招标文件实质性条款（★项等否决投标的关键条款），否则不通过资格审查。 |
| 条款号 | 评审内容 | 评分因素 | 分值 | 评分标准 |
| 2.2 | 详细评审标准 | 价格 | 见附表1 | 10 | 见附表1 |
| 商务技术 | 见附表2 | 90 | 见附表2 |
| 综合得分=商务技术得分+价格得分。价格部分评分标准详见附表1；商务技术部分评分标准详见附表2。 |
| 2.2 | 评分计算原则 | 评分分值计算保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。 |
| 3 | 中标候选人推荐原则 | 本项目评审采用综合评分法。评标委员会对满足招标文件实质性要求的投标文件，按照招标文件规定的评分标准进行打分，评分均四舍五入保留小数点后两位，并按照综合得分由高到低的顺序推荐 2 名中标候选人，确定 1 名中标人。如综合得分相同，则按照最终有效报价由低到高的顺序确定排名。综合得分与价格得分均相同的，则按照技术部分得分由高到低顺序确定排名。如中标人放弃中标的，则按评标委员会推荐的中标候选人排名依次递补，或重新招标。 |

**附表1：价格部分评分标准**

|  |
| --- |
| **价格部分（10分）** |
| 价格分统一采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且最后报价最低的投标人的价格为基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 报价得分=（基准价/评标价）×10 |

**附表2：商务技术部分评分标准（90分）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **评审项** | **评分准则** | **分值** |
| 1 | 技术部分（55分） | 对项目的理解程度 | 根据投标人对本项目目标和实施内容有全面的认识和深入的理解，清楚认识文化整合营销项目的重要价值，能提出有效的实施路径：1.对项目理解程度深入，能科学合理认知项目实施重点，能提出有效、系统的实施策略，得10分；2.对项目理解程度一般，基本准确了解项目实施重点，能提出较为全面的实施策略，得6分；3.对项目理解程度较差，未能正确把握项目实施重点，提出的实施策略全面性或有效性欠缺，得2分； 4.没有提出理解和分析，或提出的理解和分析不具可行性的，不得分。 | 10 |
| 2 | 重点选题与深调研等系列宣传推广 | 根据投标人对广东特色优势农业品牌发展现状认知深刻，提出的选题及调研议题针对性强，实施计划及宣传渠道规划清晰准确、可执行性高。1.对产业发展现状分析准确、理解到位。方案紧扣实际，选题及调研方向新颖，对产业发展具有充分的前瞻指导性；内容策划详实，提纲可行性、操作性强，宣传形式及渠道丰富，得20分。2.对产业发展现状理解到位。方案较为符合实际，选题及调研方向偏常规，对产业发展具有一定的借鉴意义；内容策划较为完整，提纲有可行性和操作性，宣传形式与渠道较为全面，得14分。3.对产业发展现状理解存在偏差，方案与实际匹配度较低，选题及调研方向较为传统，对产业发展无借鉴意义；内容策划简略，提纲可行性、操作性不强，宣传形式与渠道有所欠缺，得6分。4.没有提出方案或提出的方案不具可行性的，不得分。【注：投标人需提供相关说明材料。】 | 20 |
| 3 | 社会化营销行动 | 根据投标人围绕广东水果（荔枝、香蕉、菠萝、龙眼、柑橘、柚）丝苗米、茶叶、花卉、畜牧、水产及预制菜等广东农业特色优势产业，制定的社会化营销策划方案清晰明确、创新性强、可执行性强。1.社会化营销策划创意的针对性与结合度强，传播主题新颖，宣传形式丰富，有充分的创新性，传播渠道组合全面、系统，执行规划完善合理，得20分；2.社会化营销策划创意有一定的针对性与结合度，传播主题较为常规，有一定的宣传形式，创新性一般，传播渠道组合基本全面，执行规划完整，得14分；3.社会化营销策划创意的针对性与结合度较弱，传播主题及宣传形式传统，创新性较弱，传播渠道组合的合理性欠缺，执行规划不完整，得6分；4.没有提出方案或提出的方案不具可行性的，不得分。【注：投标人需提供相关说明材料。】 | 20 |
| 4 | 项目服务承诺及服务保障 | 根据投标供应商对本项目的项目质量保证进行评审:1.服务承诺、服务方案及服务保障体系完善，可行性高，可完全满足且优于采购需求的，得5分；2.服务承诺、服务方案及服务保障体系较完善，可行性较好，可基本满足采购需求的，得3分；3.服务承诺、服务方案及服务保障体系可行性低，未能完全满足采购需求的，得1分；4.无法满足项目服务承诺及服务保障，不得分； | 5 |
| 5 | 商务部分（35分） | 综合实力 | 考察投标人自2021年1月1日以来获得过有关政府部门（或行业协会）颁发的媒体类或宣传类或文化类奖项、荣誉情况：1.获得过国家级媒体类或宣传类或文化类奖项、荣誉，每提供一个得2分；2.获得过省级媒体类或宣传类或文化类奖项、荣誉，每提供一个得1分；3.获得过市级媒体类或宣传类或文化类奖项、荣誉，每提供一个得0.5分；以上累计得分，本项最高得6分。【注：同一作品获得多个级别奖项、荣誉的，按照最高级别计分，不重复累计。】 | 6 |
| 6 | 同类项目经验 | 考察投标人的2021年1月1日至今同类项目经验，同类项目指文化方向整合营销（内容宣传/调研/社会化营销策划等）：每具备1个同类项目业绩，得3分，本项满分12分；注：每份业绩均须提供合同关键页复印件、至少一张已开具发票复印件及发票真伪查询截图，合同关键页证明材料须体现合同签订日期、合同服务内容等，证明材料提供不齐的不予认可。 | 12 |
| 7 | 服务团队情况 | 1、考察投标人拟投入本项目服务团队人员数量情况：团队人员数量≥15人，得5分；10人≤团队人员数量＜15人，得3分；5人≤团队人员数量＜10人，得2分；团队人员数量＜5人，得0分。【注：需提供上述人员投标截止前3个月内任意一个月由社保局或税务部门出具的缴纳社保证明清单(如为本单位缴纳的缴纳社保主体名称与投标方名称(或其分支机构)一致。 如由专业人事代理机构缴纳，须提供人事代理与投标方相应合同或协议，且在协议中应明确包含投标方所提供的团队人员姓名或有人事代理机构盖章的人员清单证明，如存在没有列明的或不清晰的名单情况，则无效)，未按要求提供社保证明的，则本项不得分】2、团队成员同类项目经验，同类项目指文化方向整合营销（内容宣传/调研/社会化营销策划等）：(1)2021年1月1日至今，项目负责人曾担任过同类项目负责人，得3分； 此项最高得3分；(2)2021年1月1日至今，项目团队成员曾参与同类项目，每有1人满足得1分，最高得7分；【注：同类项目证明需提供合同关键页，证明材料需体现项目负责人担任项目经理或项目负责人角色参与，团队成员参与服务团队参与情况）】 | 15 |
| 8 | 服务区域覆盖 | 考察投标人服务区域支撑能力。在广州区域设有营业机构（如总/分公司、办事处）或承诺中标后20日内设立办事处的得2分，否则不得分。【注：提供营业执照复印件或自有房屋产权证明或房屋租赁或承诺函等证明文件。】 | 2 |

## 1．评标方法

本招标项目评标采用综合评估法。评标委员会对满足招标文件实质要求的投标文件，根据本章第2.2款规定的评分因素和评分标准进行评分，按照综合评分由高到低的顺序推荐中标候选人，或者根据招标人授权直接确定中标人，但投标报价低于其成本的除外。

## 2．评审标准

### 2.1 初步评审标准

初步评审标准：见评标办法前附表。

### 2.2 详细评审标准

详细评审标准：见评标办法前附表。

## 3．评标程序

### **3.1 初步评审**

3.1.1 评标委员会根据本章第2.1款规定的标准对投标文件进行初步评审。有一项不符合评审标准的，评标委员会应当否决其投标。

**3.1.2 投标人有以下情形之一的，评标委员会应当否决其投标：**

（1）第二章“投标人须知”第1.8款规定的任何一种情形的；

（2）不按照评标委员会要求澄清、说明或者补正的；

（3）投标文件未经投标单位盖章和单位负责人签字/签章；

（4）允许联合体投标的，投标联合体没有递交共同投标协议；

（5）投标人不符合国家或者招标文件规定的资格条件；

（6）存在下列情形之一：被责令停业；被暂停或取消投标资格；财产被接管或冻结；在最近三年内有骗取中标或严重违约行为的。

（7）同一投标人递交两个以上不同的投标文件或者投标报价，但招标文件要求递交备选投标的除外；

（8）投标报价低于成本或者高于招标文件设定的最高投标限价；

（9）投标文件没有对招标文件的实质性要求和条件作出响应，或者对招标文件的偏差超出招标文件规定的偏差范围或最高项数；

（10）投标人有串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为；

（11）投标人以他人名义投标；

（12）没有按照招标文件要求提供投标担保或者所提供的投标担保有瑕疵；

（13）投标文件载明的招标项目完成期限超过招标文件规定的期限；

（14）明显不符合技术规格、技术标准的要求；

（15）投标文件附有招标人不能接受的条件；

（16）不符合招标文件中规定的其他实质性要求。

3.1.3 评标过程中，评标委员会收到低于成本价投标的书面质疑材料、发现投标人的综合报价明显低于其他投标报价或者设有标底时明显低于标底，认为投标报价可能低于其个别成本的，应当书面要求该投标人做出书面说明并提供相关证明材料。投标人不能合理说明或者不能提供相应证明材料的，由评标委员会认定该投标人以低于成本报价竞标，评标委员会应当否决其投标。

3.1.4 投标报价有算术错误的，评标委员会按照以下原则对投标报价进行修正，修正的价格经投标人书面确认后具有约束力。投标人不接受修正价格的，评标委员会应当否决其投标。

（1）投标文件中的大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；

（2）总价金额与根据单价计算出的结果不一致的，以单价金额为准修正总价，但单价金额小数点有明显错误的除外。

### **3.2 详细评审**

3.2.1评标委员会按照本章第2.2款规定的评审因素和量化标准进行评分，并计算出综合评估得分。

3.2.2 以各评委评分对同一投标人总评分的算术平均分，作为该投标人的最终总得分。评分分值计算原则上保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。另有规定的，见评标办法前附表。

### **3.3 投标文件的澄清**

3.3.1 在评标过程中，评标委员会应当以书面形式要求投标人对所递交的投标文件中不明确的内容进行书面澄清、说明或者对投标文件中的细微偏差进行补正。评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或者补正。

3.3.2 细微偏差：是指投标文件在实质上响应招标文件要求，但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投标人造成不公平的结果。细微偏差不影响投标文件的有效性。

3.3.3 澄清、说明和补正不得改变投标文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。投标人的书面澄清、说明和补正属于投标文件的组成部分。

3.3.4 评标委员会对投标人递交的澄清、说明或者补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或者补正，直至满足评标委员会的要求。

3.3.5评标委员会必要时可以要求投标人递交有关证明和证件的原件，以便核验。

### **3.4 中标候选人推荐原则**

3.4.1 除第二章“投标人须知”前附表授权评标委员会直接确定中标人外，评标委员会按照综合评分由高到低的顺序推荐中标候选人。综合评分相同的，处理原则见评标办法前附表。

3.4.2 中标候选人推荐原则见评标办法前附表。

### **3.5 评标结果**

3.5.1 评标委员会完成评标后，应当向招标人递交书面评标报告。评标委员会分组评审的，应当形成统一、完整的评标报告。

3.5.2 评标报告应当包括下列内容：

（1）基本情况；

（2）开标记录和投标一览表；

（3）评标方法、评标标准或者评标因素一览表；

（4）评标专家评分原始记录表和否决投标的情况说明；

（5）经评审的价格或者评分比较一览表和投标人排序；

（6）推荐的中标候选人名单及其排序；

（7）签订合同前要处理的事宜；

（8）澄清、说明、补正事项纪要；

（9）评标委员会成员名单及本人签字、拒绝在评标报告上签字的评标委员会成员名单及其陈述的不同意见和理由。

# 第四章 合同条款

**总则**

1.1本章涉及合同条款要求，投标人填写合同条款偏离表之用，并作为中标后买卖双方签订合同的基础。

1.2针对本章合同条款内容，投标人应填写“合同条款偏离表”。如存在偏离应提出充分理由并在“合同条款偏离表”中加以详尽说明。

1.3本章内容根据投标人的投标情况完善后，将作为招标人与中标人签订合同的基础。广东南方农村报经营有限公司为合同甲方；中标人为合同乙方。

**投标人须对《合同条款》全部条款理解清楚，并填写《合同条款偏离表》（格式见第六章）。**

**注：本合同仅供参考，并非正式合同，当投标人在成交后，应依据本合同的主要条款与采购方签订正式合同；当本合同与招标文件其他部分有冲突，应按招标文件的其他部分为准编制招标文件。合同版本与条款以甲方最新合同模板为准。**

采购合同

**项目名称：** 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介项目之文化整合营销项目

**甲 方： 广东南方农村报经营有限公司**

**乙 方：**

|  |
| --- |
| 甲方： 广东南方农村报经营有限公司 |
| 电话： 020-87361662 | 传真：020-87370311 | 地址：广州市越秀区广州大道中289号新闻中心A座12-13层 |
| 乙方： |
| 电话： | 传真： | 地址： |
| 项目名称： |  |

根据 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介项目之文化整合营销项目的采购要求，按照《中华人民共和国民法典》等法律规定，经双方协商，本着平等互利和诚实信用的原则，一致同意签订本合同如下。

**1 合同金额**

合同金额人民币（大写）： 圆整；（小写）￥ 元整。

**2 服务范围**

本项目服务内容如下：

1）重点选题与深调研等系列宣传推广

挖掘广东特色优势农业品牌在市场实践中的重要成效及突出亮点，形成2个重点内容选题，深度呈现广东农业发展的成果；围绕广东预制菜产业发展进行深度调研，结合对比研究、样本调研、专家访谈等形式，产出调研报告1份，解析广东预制菜产业的发展现状及未来趋势。

基于上述深度内容及相关资讯，共计形成不少于4个省级主流媒体专题或专栏（包括平面媒体整版专题版面、微信公众号头条推送、客户端新媒体专题）。

此外，基于全媒体宣传矩阵进行积极传播，综合利用媒体微信公众号、报刊、APP、微博、网站等渠道进行组合宣传或投放，总频次不少于20次，展现广东农业品牌前沿动态。

2）依托文化机构或营销机构，组织策划创意社会化营销行动

围绕区域公用品牌或主要农产品，依托文化机构的整合策划能力及传播渠道，进行全面的创意策划，制定具有话题性的社交媒体传播主题，利用线上线下相结合方式，开展不少于3组社会化营销。

各组社会化营销应围绕广东水果（荔枝、香蕉、菠萝、龙眼、柑橘、柚）丝苗米、茶叶、花卉、畜牧、水产及预制菜等广东农业特色优势产业，根据产品推广节点及产品特性、社会热点等，形成创意策划方案。实施中通过线上话题传播、主题摄影活动、短视频或海报、文字传播等多种形式，邀请不少于6位文化名人（或社会达人）参与，吸引网络受众参与话题互动，平面、双微、APP、网站等各渠道传播不少于10频次，强化广东特色优势农业产品的人文属性。

**3 甲方乙方的权利和义务**

3.1 甲方的权利和义务

3.1.1 甲方有权要求乙方提供所有策划组织方案,并有权提出修改意见，乙方应按甲方提出的修改意见进行修改完善。

3.1.2 乙方提供的策划组织方案，需向甲方汇报再开展，甲方有权决定是否采纳。

3.1.3 甲方应当按照本合同的约定向乙方支付款项。

3.1.4 乙方在实施项目过程中引发投诉、举报或造成其他不良社会影响的，或者乙方违约的，甲方有权要求乙方暂停项目执行并予以整改。乙方拒绝整改或整改不彻底的，甲方有权终止合同，并要求乙方支付甲方合同总金额30%的违约金，给甲方造成损失的，乙方还应负责赔偿。

3.2 乙方的权利和义务

3.2.1 乙方有权要求甲方按照本合同的约定将款项支付至本合同项下的乙方收款账户。

3.2.2 乙方应当在项目过程和实施过程中接受甲方的指导和监督，按甲方要求实施项目策划方案。

3.2.3 乙方应按照承诺及约定，配备足够具备资质的人员完成甲方要求提供的各项服务，并保障服务质量达到甲方所要求的水平。

3.2.4 乙方应保存好服务过程中的与服务相关的各项材料，包括但不限于各类物料、历史档案、电子资料等，并于服务完成后按甲方意见进行移交或做相关处理。

3.2.5 乙方应接受甲方执行监督和绩效评价等工作，不得干扰、破坏或者采用其他不正当手段影响甲方正常开展工作。

3.2.6 乙方实施过程中制定有关活动或工作方案应征得甲方同意后方可执行。

3.2.7 项目验收具体工作由甲方组织，乙方须按要求提交相关资料，作为项目验收交付材料，包括但不限于验收申请表、合同原件复印件、大额支出票据（单个合同支出金额占本项目合同总金额的10%及以上，视为大额支出）、项目专项审计报告等，最终验收材料将根据实际情况调整。

3.2.8 乙方需要承诺提供给甲方的所有项目验收材料不得挪作他用，不能用于乙方其他项目的验收。

3.2.9 乙方不得转包或违法分包项目内容，乙方转包或分包项目内容的，甲方有权解除合同，并限期乙方在规定的时间内移交有关档案资料。

**4 服务期间（项目完成期限）**

项目在2023年10月31日前完成验收。

**5 付款方式**

5.1 第一笔：合同签订后，自收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起的30个工作日内，甲方按流程办理资金拨付手续，向乙方支付合同预付款（合同总价的30%）。

5.2 第二笔：项目完成全部服务内容后，甲方按流程办理资金拨付手续，并于收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起的30个工作日内，向乙方支付第二笔款（合同总价的40%）。

5.3 第三笔：项目通过甲方验收后，甲方按流程办理资金拨付手续，并于收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起的30个工作日内，向乙方支付尾款（合同总价的30%）。

5.4 发票类型和信息如下：发票类型：增值税专用发票；发票信息：推广服务费；开户名称：广东南方农村报经营有限公司；纳税人识别号：91440000675181604N；地址：广州市越秀区广州大道中289号新闻中心A座12-13层；电话：020-87361662；开户行：中国农业银行股份有限公司广州五羊新城支行；银行账号：4403 0401 0400 03323

5.5 乙方在本合同中约定的银行账户是乙方的收款账户。

收款账户信息：开户名称： ，银行帐号： ，开户行：

**6 知识产权归属**

6.1 乙方保证，乙方在履行本项目中制作的内容包括但不限于各种方案文本、图纸、设计、脚本、视频，使用的软件、技术等，不存在侵犯第三人的在先权利的情形。如因上述方案文本侵犯第三方的合法权益，乙方应承担给甲方造成的全部损失；乙方为履行本项目形成的所有资料的知识产权归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得利用甲方知识产权从事与本项目无关的任何活动。

6.2 乙方因履行本协议而侵犯他人知识产权和发生权属纠纷，乙方自行承担法律责任。如因此给甲方造成损失的，乙方应承担全部赔偿责任。

6.3 甲方拥有乙方履行本合同制作的所有作品及所有素材的所有权，乙方需每月把项目涉及的所有高清版作品图片、设计、视频及原素材等成果材料一并打包，填报无形资产登记月度表，交付甲方；项目执行完成后，乙方将涉及的全部成果材料存储在移动硬盘内，填报无形资产登记汇总表，交付甲方验收。

**7 保密**

项目实施过程中至乙方正式向甲方交付文档资料时止，乙方必须采取措施对本项目实施过程中的数据、文档、设计文件、视频等资料保密，否则，由于乙方过错导致的上述资料泄密的，乙方必须承担一切责任。项目完成后，甲、乙双方均有责任对本项目的保密承担责任。未经甲方同意，乙方不得向第三方透露任何与本项目相关的资料和报告。否则，乙方应向甲方支付合同总价30%的违约金，因此给甲方造成损失的，乙方还应负责赔偿。

**8 违约责任与赔偿损失**

8.1 任何一方违反本合同约定，构成违约。一方违约给另一方造成损失的，守约方有权要求违约方纠正其行为并采取充分、有效、及时的措施消除违约行为造成影响，支付违约金并赔偿损失（包括但不限于直接和间接经济损失以及向违约方追索权利产生的诉讼费、律师费、调查取证费、差旅费等费用）。

8.2 乙方提供的服务不符合本合同约定的，乙方应按甲方要求予以整改并按约定进度提供服务，乙方自收到甲方通知之日起3日内不完成整改的，甲方有权委托第三方予以整改，相关整改费用由乙方承担，乙方应向甲方支付本合同总价10%的违约金。乙方应支付的违约金、整改费用，甲方可从未付服务费中予以扣减。

8.3 因乙方在履行本项目过程中侵犯第三方权利导致甲方遭受索赔的，甲方有权向乙方追偿（包括但不限于因乙方侵权而需向第三方支付的赔偿款、诉讼费以及应诉产生的律师费、公证费等费用），乙方应于收到甲方通知后5个工作日内向甲方支付相关费用。

8.4 因乙方工作失误或乙方其他原因，乙方增加的额外工作量或费用应由乙方自行承担，乙方仍应按约定进度向甲方交付服务成果。

8.5 因乙方提供的服务、宣传等造成他人人身及财产损害的，由乙方承担一切法律责任，并赔偿因此给甲方造成的一切损失。

8.6 因乙方自身原因未能按本合同规定的交货时间提供所有服务内容的，从逾期之日起每日按本合同总价3‰的数额向甲方支付违约金；逾期半个月以上的，甲方有权解除合同，乙方应向甲方退还已支付的全部合同费用，因此给甲方造成损失的，乙方还应负责赔偿。

**9 争端的解决**

合同执行过程中发生的任何争议，如双方不能通过友好协商解决，任意一方可向甲方所在地人民法院提起诉讼。

**10 不可抗力**

10.1 合同不可抗力，是指合同签订后发生的、不能预见的、不能避免并且不能克服的客观情况，其中包括但不限于战争、暴乱、疾病传播、自然灾害、政府政策改变不可控因素。

10.2 任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后3个工作日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

**11 税费**

在中国境内、外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

**12 其它**

12.1 在执行本合同的过程中，所有经双方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）即成为本合同的有效组成部分。

12.2 一方在本合同履行过程中向另一方发出或者提供的所有通知、文件、文书、资料等，均可以本合同所列明的地址送达；一方如果迁址或者变更电话，应当及时书面通知另一方，未履行通知义务的，另一方按原地址邮寄相关材料即视为已履行送达义务；当面交付上述材料的，在交付之时视为送达。

12.3 除甲方事先书面同意外，乙方不得部分或全部转让其应履行的合同项下的义务。

12.4 本合同所有附件、磋商文件、中标通知书等，均为合同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力。（若本合同有附件，则在第十二条最后一款中写明合同包含的所有附件名称；若本合同不涉及相关附件，此条自行删除。）

**13 合同生效**

13.1 本合同在甲乙双方签字盖章后生效。

13.2 合同一式 肆 份，甲方叁份、乙方壹份。

|  |  |
| --- | --- |
| 甲方（盖章）：广东南方农村报经营有限公司 | 乙方（盖章）： |
| 代表： | 代表： |
| 签定地点： | 签定地点： |
| 签定日期：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日 | 签定日期：\_\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日 |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

# 第五章 项目需求书

**总则**

1.1本节为招标人向投标人提出的最低要求，作为投标人填写项目需求条款偏离表的依据，根据投标人的投标书完善后，将作为合同的附件之一。

1.2对于本节提出的有关要求，投标人应填写“项目需求条款偏离表”。如存在偏离应提出充分理由并加以详尽说明。

1.3对于本节中未能提出的指标和不合理的要求等，投标人应在建议书中加以补充说明，并提供有关详细资料。

1.4投标人应根据招标项目的要求提出完整的实施方案，如有缺漏，由投标人免费补足。

1.5招标人有权在签订最终合同前，根据需要修改本章内容。技术标准和要求的最终解释权在招标人。

**投标人须对《项目需求书》全部条款理解清楚，并填写《项目需求条款偏离表》（格式见第六章）。**

2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之

文化整合营销项目采购需求书

**一、项目招标内容及要求**

（一）项目背景

全面贯彻习近平总书记在党的二十大重要讲话精神及对做好“三农”工作作出的重要指示精神，学习贯彻中央农村工作会议和2022中央一号文件精神，贯彻落实省委、省政府有关“百千万工程”的精神指示，本项目目标完善传统主流媒体品牌宣传推介与营销渠道矩阵，助力打造“全国闻名、美誉世界”的广东农产品名片，树立粤字号农业品牌目录标杆；同时遴选一批市县优势产业进行品牌培优扶强，逐步推进实现“点线面”联动发展。

（二）项目任务及内容

1、重点选题与深调研等系列宣传推广

挖掘广东特色优势农业品牌在市场实践中的重要成效及突出亮点，形成2个重点内容选题，深度呈现广东农业发展的成果；围绕广东预制菜产业发展进行深度调研，结合对比研究、样本调研、专家访谈等形式，产出调研报告1份，解析广东预制菜产业的发展现状及未来趋势。

基于上述深度内容及相关资讯，共计形成不少于4个省级主流媒体专题或专栏（包括平面媒体整版专题版面、微信公众号头条推送、客户端新媒体专题）。

此外，基于全媒体宣传矩阵进行积极传播，综合利用媒体微信公众号、报刊、APP、微博、网站等渠道进行组合宣传或投放，总频次不少于20次，展现广东农业品牌前沿动态。

2、依托文化机构或营销机构，组织策划创意社会化营销行动

围绕区域公用品牌或主要农产品，依托文化机构的整合策划能力及传播渠道，进行全面的创意策划，制定具有话题性的社交媒体传播主题，利用线上线下相结合方式，开展不少于3组社会化营销。

各组社会化营销应与广东水果（荔枝、香蕉、菠萝、龙眼、柑橘、柚）丝苗米、茶叶、花卉、畜牧、水产及预制菜等广东农业特色优势产业相关，根据产品推广节点及产品特性、社会热点等，形成创意策划方案。实施中通过线上话题传播、主题摄影活动、短视频或海报、文字传播等多种形式，邀请不少于6位文化名人（或社会达人）参与，吸引网络受众参与话题互动，平面、双微、APP、网站等各渠道传播不少于10频次，强化广东特色优势农业产品的人文属性。

（三）实施要求

本项目招标预算210万元。服务商应制定详实、可行的项目里程碑计划与实施方案，保障项目按要求如期、高质量实施完成。中标人需在2023年10月31日前完成项目所有工作。

（四）交付成果要求

1、系列选题、调研、深度内容策划与宣传推广

重点内容选题、重点农业产业深调研与报告，在省级主流媒体及各矩阵渠道发布并推广：

（1）、平面媒体专题、微信公众号头条、新媒体客户端等，共计不少于4个；

（2）、微信公众号头条、新媒体客户端推送等组合投放。

2、社会化营销行动

依托文化机构，邀请一批文化名人（不少于6位），利用线上线下相结合方式，开展社会化营销。包含不少于3组社会化营销创意方案及实施，成果包括创意策划、话题营销、主题摄影、短视频、海报或文字等在平面媒体、微博、微信、APP、网站等渠道累计发布不少于10频次。

上述内容及相关资讯，在媒体微信公众号、报刊、APP、微博、网站等累计发布不少于20次；营销行动以相关策划方案的实施过程佐证、最终成果达到验收要求为准。交付成果形式根据中标方实施方案，需提供电子版版面、发布截图、链接等证明，并依据签订服务合同条款要求以交付验收报告审核通过为准。

**二、报价要求**

1、本项目的投标报价和结算支付均以人民币为货币单位。

2、本项目为总包价。投标报价包含完成本项目所需的全部费用。

**三、付款方式**

中标人于合同签订的服务期内完成本项目工作内容并交付经采购人审核合格的工作成果后，一次性付款。供应商需开具合法有效的增值税发票，方可办理支付手续；收款方、出具发票方、合同乙方均必须与供应商名称一致，供应商所开具的发票税金与项目结算税金一致。

**四、验收要求**

1、项目完成后，招标人或委托第三方对供应商的推广工作进行绩效评估。供应商需向招标人提供总结报告，报告的基本内容至少包含投放证明、推介效果。

2、供应商需在验收阶段需按照招标人要求向招标人移交成果，包括但不限于项目相关的所有文字、图片、视频、音频等作品及原始素材。

★3、中标人应在合同签订后10个工作日内组建专职服务团队；应每月就服务内容与招标人进行沟通交流；团队人员须经过招标人认可，如不能达到服务要求，中标人须在招标人提出相应要求后7个工作日内更换服务人员。

# 第六章 投标文件格式

**正本\副本**

（项目名称）项目

标包（）（如有）

招标代理编号：

投标文件

**（经济报价文件/商务技术文件）**

投标人：（盖单位章）

 年 月 日

封口格式：

|  |
| --- |
|  **---------于 年 月 日 点 分之前不准启封（公章）---------** |

投标文件封皮格式：

（项目名称）项目

**正本/副本**

招标代理编号：

投标文件

**口 经济报价部分 口 商务技术部分 口 电子文件**

**口 标包（）**

投标人：（盖单位公章）

 年 月 日

**目录**

**第一部分 商务技术文件**

1. **评标索引表**
2. **投标函**
3. **法定代表/负责人身份证明**
4. **法定/负责人授权委托书**
5. **资格审查资料**
6. **投标人企业资质**
7. **2020年1月1日至今同类项目业绩情况**
8. **合同条款偏离表**
9. **项目需求条款偏离表**
10. **公章对投标专用章授权说明（如有）**
11. **服务团队**
12. **服务方案**
13. **投标人认为需要提供的其他资料（格式自拟）**

**第二部分 报价文件**

1. **报价一览表**
2. **分项一览表**
3. **招标代理服务费支付同意函**
4. **投标保证金汇款凭证**

## 第一部分 商务技术文件

1. 评标索引表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 评审因素 | 简述 | 对应页码 | 备注或者说明 |
| 初步审查部分 | 投标人名称 | 与营业执照等一致 |  |  |
| 资格条件 |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| 法人代表证明书及法人授权书 |  |  |  |
| 合同条款偏离表 |  |  |  |
| 采购需求条款偏离表 |  |  |  |
| 保证金 |  |  |  |
| 投标报价 | 报价不超最高限价 |  |  |
| 实质性响应 |  |  |  |
| 技术部分 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 商务部分 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. 投标函

**投标函**

致广东南方农村报经营有限公司：

我方已仔细研究了 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目招标文件的全部内容，包括澄清或者修改文件以及有关附件，我方将严格按照招标文件要求递交符合要求的全部投标文件，所有材料真实有效，不存在弄虚作假行为。

我方特承诺声明如下内容：

1. 我方的投标文件包含第二章“投标人须知”第3.1款规定的全部内容。

2．我方承诺在招标文件规定的投标有效期（投标有效期为90天）内不修改、撤销投标文件，否则招标人有权没收我方投标保证金。

3．我方在评标过程中根据评标委员会要求提供的符合相关规定的澄清文件，构成投标文件的组成部分。

4．我方同意提供贵方可能要求的与投标有关的一切数据或者资料，并完全理解贵方不一定接受最低价的投标。

5．我方承诺，与贵方聘请的为此项目提供咨询服务的公司及任何附属机构均无关联关系，我方不是贵方的附属机构。

6. 我方承诺在采购过程中，本公司承诺不做影响正当交易的事情。

我方承诺不向第三方透露与招标相关的所有信息。

7．如我方中标：

（1）我方承诺在收到中标通知书后，在中标通知书规定的期限内与你方签订合同。

（2）将保证履行招标文件的全部内容，包括澄清或者修改文件以及有关附件（如有）中的全部责任和义务，按质、按量、按期完成《合同书》中的全部任务。

（3）我方承诺在参与招标文件中的所有承诺和投标均被视为合同一部分，无论该承诺是否以合同条款或者附件的形式列入合同中。

（4）我方承诺提供的产品或服务符合国家对网络与信息安全的相关要求。如违反国家对对网络与信息安全的相关要求，责任完全由我方承担。

（5）我方在参加本次投标前3年内，在经营活动及参与采购活动中没有重大违法活动及涉嫌违规行为，并没有因而被有关部门警告或处分的记录。我司非联合体投标，不转包和违法分包。

（6）我方承诺按照招标文件规定递交履约保证金、支付招标代理服务费。

（7）我方为本次报价所提交的所有证明其合格和资格的文件是真实的和正确的，并愿为其真实性和正确性承担法律责任；

（8）按照招标文件的规定及合同约定履行相关责任和义务。

8.随同本投标函按照招标文件要求提交投标保证金一份，金额满足招标文件的要求。

我方在此声明，所递交的投标文件及有关资料内容完整、真实和准确，且不存在第二章“投标人须知”第1.8款规定的任何一种情形。如有弄虚作假或有失诚信行为所导致的一切不良后果，将承担相应的法律责任，并赔偿由此造成的一切损失。

地址： 邮政编码：

电话： 电子邮箱：

投标人名称： （盖章）

 法定代表人（签字或签章）或者其委托代理人（签字）：

 年 月 日

1. 法人代表/负责人证明书

投标人名称：

单位性质：

成立时间： 年 月 日

经营期限：

姓名： 性别： 年龄： 职务：

系（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

附：有效的法定代表人/负责人身份证复印件（需同时提供正面及背面）

法定代表人身份证背面复印件贴于此处

法定代表人身份证正面复印件贴于此处

投标人名称： （盖章）

 年 月 日

1. 法人/负责人授权书

本人（姓名）系（投标人名称）的法定代表人/负责人，现委托（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义全权处理2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目（签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改投标文件，签订合同和处理一切有关事宜），其法律后果由我方承担。

委托期限同投标有效期保持一致。

代理人无转委托权。

附：有效的委托代理人身份证复印件（需同时提供正面及背面）

委托代理人身份证背面复印件贴于此处

委托代理人身份证正面复印件贴于此处

投标人名称： （盖章）

法定代表人/负责人： （签字或签章）

委托代理人： （签字）

 年 月 日

1. 资格审查资料

须按《招标文件》第三章评标办法的资格要求提供。内容为资格要求相关的企业、人员资质等，格式为文件原件复印件或扫描件或网页截图，包含但不限于下列文件：

5.1企业法人营业执照等相关资质材料扫描件（分公司投标须得到总公司授权，同时提供总公司营业执照及盖章授权函）；

5.2在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）没有被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的全屏截图等；

5.3为本项目开具的发票证明文件。如：A.本年度开具的合法有效的同类别增值税发票复印件。B.开具符合本项目相关要求的增值税发票承诺函。候选供应商可提供以上两种证明文件之一或其他有效证明文件。所有材料须加盖单位公章且原件备查。

**5.4服务承诺函**

**服务承诺函**

致广东南方农村报经营有限公司：

我方已仔细研究了 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目招标文件第五章 项目需求书。

我方特承诺声明如下内容：

我方如中标后，承诺在合同签订后10个工作日内组建专职服务团队；承诺每月就服务内容与招标人进行沟通交流；团队人员须经过招标人认可，如不能达到服务要求，我方承诺在招标人提出相应要求后7个工作日内更换服务人员。

投标人名称： （盖章）

 年 月 日

**5.5投标人基本情况表**

|  |  |
| --- | --- |
| 申请人名称 |  |
| 注册地址 |  | 邮政编码 |  |
| 联系方式 | 联系人 |  | 电 话 |  |
| 传 真 |  | 网 址 |  |
| 组织结构 |  |
| 法定代表人（负责人） | 姓名 |  | 电话 |  |
| 成立时间 |  | 员工人数： |
| 统一社会信用代码 |  | 其中 | 高级职称 |  |
| 开户银行 |  | 中级职称 |  |
| 账号 |  | 初级职称 |  |
| 备注 |  |

以上信息如没有的可以不填写

**5.6投标人控股及管理关系情况申报表**

致： （招标人名称）：

我方参加 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目的投标，根据法律法规维护采购公正性的相关规定，特就本单位控股及管理关系情况申报如下，并承担申报不实的责任。

|  |  |
| --- | --- |
| 申报人名称 |  |
| 法定代表人/单位负责人 | 姓 名 |  |
| 身份证号 |  |
| 控股股东/投资人名称及出资比例 |  |
| 非控股股东/投资人名称及出资比例 |  |
| 管理关系单位名称 | 管理关系单位名称 |  |
| 被管理关系单位名称 |  |
| 备注： |

注：1.控股股东/投资人是指出资比例在50%以上，或者出资比例不足50%，但享有公司股东会/董事会控制权的投资方（含单位或者个人）；

 2.管理关系单位是指与不具有出资持股关系的其他单位之间存在管理与被管理关系的单位；

 3.如未有相关情况，请在相应栏填写“无”。

投标人： （盖单位公章）

 年 月 日

1. 投标人综合实力

投标人自2021年1月1日以来获得过有关政府部门（或行业协会）颁发的媒体类或宣传类奖项、荣誉情况

1. 2021年1月1日至今同类项目业绩情况

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 签订合同日期 | 合同/订单金额（万元） | 项目负责人 | 合作单位名称 | 证明材料对应页码 | 备注 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 合计：累计金额XX万元 |

备注：

1、注：同类项目业绩认定需提供同类项目合同关键页（封面页、标的页、合同金额页、盖章页）、至少一张已开具发票复印件及发票真伪查询截图作为证明文件，合同关键页证明材料须体现合同签订日期、合同服务内容等，证明材料提供不齐的不予认可。证明材料需清晰可见，原件备查。

2、列入此表的合同，须同时提供**原合同的清晰复印件（与原合同大小一致）**作为支撑，否则视为无效合同；如需考察合同金额的，提供的内容应足以支撑判断项目内容金额等情况，否则视为无效合同；合同文件的序号、命名应与此表上的名称一致，方便查找核对

3、招标方如发现篡改、伪造资料等弄虚作假的行为，将按照第三章评分前附表的诚信要求，对投标人的投标做无效投标处理。

1. 合同条款偏离表

项目名称：2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目

招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 招标文件条目号 | 招标文件的合同条款 | 投标文件偏离情况 | 说明 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

注：

1．投标人应当逐条对照招标文件合同条款，就投标文件对合同条款存在的偏差与例外逐条做出说明；

2．如投标文件对合同条款无任何偏差，投标人仅需在本偏离表中填写“无偏离”即可。

3. 投标人未填写该表则表示完全满足招标文件合同条款要求。

1. 项目需求条款偏离表

项目名称：2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目

招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 招标文件条目号 | 招标文件的技术条款 | 投标文件偏离情况 | 说明 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

注：

1.投标人应当逐条对照招标文件《项目需求书》条款，就投标文件对技术条款存在的偏差与例外逐条做出说明；

2.如投标文件对技术条款无任何偏差，投标人仅需在本偏离表中填写“无偏离”即可。

3、投标人未填写该表则表示完全满足招标文件技术条款要求。

###

1. 公章对投标专用章授权说明（如有）

致： （招标人名称） ：

（投标单位），是中华人民共和国依法登记注册的合法企业，注册地址： ，法定代表人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

在贵单位采购项目：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，招标代理编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，投标单位针对以上招投标项目活动，在此作如下说明：

在此次招投标中，投标单位所使用的“投标专用章”与投标单位公章具有同等的法律效力，投标单位对所使用“投标专用章”的行为和相应责任予以完全承认。特此说明。

**投标单位（单位公章）：**

法定代表人签字或盖章：

日 期： 年 月 日

附：

**同时提供投标专用章在公安、工商等部门的备案手续复印件（加盖单位公章）**

投标单位公章（印模） 投标单位投标专用章（印模）

1. 服务团队

根据《招标文件》第三章 评标办法、第五章 项目需求书要求编写，须包括但不限于拟配备1名专职项目项目负责人、及配置相关工作团队人员。

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 姓名 | 性别 | 身份证号 | 学历、专业 | 相关行业从业时长 | 参与过的同类项目名称 | 拟担任职务或承担工作内容 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

**注：需提供以上人员的职称证相关证书复印件或网页查询截图（显示查询网址），及2022年8月至今任意一月本单位为其缴纳的社保证明或劳动合同复印件。**

1. 服务方案

根据《招标文件》第三章 评标办法、第五章 项目需求书要求编写，包含但不限于以下内容，格式自拟：

**1）对项目的理解程度**

根据投标人对本项目目标和实施内容有全面的认识和深入的理解，清楚认识文化整合营销项目的重要价值，能提出有效的实施路径

**2）重点选题与深调研等系列宣传推广**

根据投标人对广东特色优势农业品牌发展现状认知深刻，提出的选题及调研议题针对性强，实施计划及宣传渠道规划清晰准确、可执行性高。

**3）社会化营销行动**

根据投标人围绕广东水果（荔枝、香蕉、菠萝、龙眼、柑橘、柚）丝苗米、茶叶、花卉、畜牧、水产及预制菜等广东农业特色优势产业，制定的社会化营销策划方案清晰明确、创新性强、可执行性强。

**4）项目服务承诺及服务保障**

根据投标供应商对本项目的项目质量保证进行评审。

1. 投标人认为需要提供的其他资料

## 第二部分 报价文件

1.报价一览表

项目名称：2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目

招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 报价内容 | 含税总报价（元） | 备注 |
| 2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目 | 大写：小写： |  |

说明：

1．以上内容为实质性响应内容，投标人漏写或者错写，将导致被否决投标；

2．投标总报价（含税）元应与报价明细中的总价一致，**含税总报价不得超过本项目的最高限价：含税 2,100,000 元人民币，若投标人报价超出最高限价，作否决投标处理**。

3. 本项目报价保留两位小数。若所报价格出现三位及以上小数位，则第三位小数位及后续小数位无论大小，一律舍去，若所报单价出现小数位不足或无小数位的情况，则默认缺失的小数位为零。

投标人名称： （盖单位公章）

 年 月 日

2.单项报价表

项目名称：2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目

招标代理编号：ZB-04-04A-2023-D-E04837

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目需求信息** | **数量** | **单位** | **含税单价****（元）** | **含税报价小计****（元）** |
| 深度选题 | 1 | 项 |  |  |
| 调研 | 1 | 项 |  |  |
| 版面、专题及头条 | 4 | 个 |  |  |
| 组合推广与投放 | 20 | 次 |  |  |
| 线下营销 | 3 | 组 |  |  |
| 线上推广与传播 | 10 | 次 |  |  |
| 设计 | 3 | 项 |  |  |
| 名人邀请 | 1 | 项 |  |  |
| 含税总报价（元） |  |

说明：

1、投标报价为投标人最终的投标报价，包含《第五章 项目需求书》所述服务需要的全部费用。如果投标人在中标并签署合同后，在项目实施过程中出现任何遗漏，均由中标单位免费提供，招标人将不再支付任何费用。

2、请投标人进行详细的报价分析。（格式自拟）

3、单项报价表合计总价应与报价一览表的含税总报价一致。

含税报价小计（元）=该项含税单价（元）\*数量；

含税总报价（元）=各项含税报价小计（元）的和

4、评标委员会认为，投标人的报价明显不合理或者明显低于其他投标报价，有可能影响商品质量和不能诚信履约的，应当要求该投标人作出书面说明并提供相关证明材料。投标人不能合理说明或者不能提供相关证明材料的，由评标委员会认定该投标人以低于成本报价竞标，投标无效。

5、本项目报价保留两位小数。若所报价格出现三位及以上小数位，则第三位小数位及后续小数位无论大小，一律舍去，若所报单价出现小数位不足或无小数位的情况，则默认缺失的小数位为零。

投标人名称： （盖单位公章）

 年 月 日

3.招标代理服务费支付同意函

致：公诚管理咨询有限公司、广东南方农村报经营有限公司

我公司同意招标方不向贵公司支付任何费用，而由中标人向贵公司支付代理服务费。我公司承诺如下：

如若我公司在贵公司组织的“2022年广东特色优势农业品牌宣传推介暨品牌运营之文化整合营销项目”中标。我公司保证在贵公司发出中标缴费通知书后30个日历日内，本次招标代理服务费依据以下计算。并以银行电汇向贵公司缴交代理服务费。

招标代理服务费的计取，我公司同意以项目的中标金额，按本函费率标准（详见附表），以差额定率累进法计算后按80%计取。

附表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 费率中标金额 | 货物招标 | 服务招标 | 工程招标 |
| 100万元以下 | 1.5% | 1.5% | 1.0% |
| 500～100万元 | 1.1% | 0.8% | 0.7% |
| 1000～500万元 | 0.8% | 0.45% | 0.55% |
| 5000～1000万元 | 0.5% | 0.25% | 0.35% |
| 5000万元～1亿元 | 0.25% | 0.1% | 0.2% |
| 1～5亿元 | 0.05% | 0.05% | 0.05% |
| 5～10亿元 | 0.035% | 0.035% | 0.035% |
| 10～50亿元 | 0.008% | 0.008% | 0.008% |
| 50～500亿元 | 0.006% | 0.006% | 0.006% |
| 500亿以上 | 0.004% | 0.004% | 0.004% |

代理服务费付款期限为贵司发出中标通知书后15日内，我司按以下第种形式向贵公司缴交（若未填写则默认同意第一种收取方式）:

（1）由贵司在本次招标项目的投标保证金中直接扣除；保证金不足的，我司在上述时限内一次性将差额支付给贵司。

（2）我司向贵司账户银行电汇。

**备注（1）**为保证应答保证金的顺利退还，请准确填写以下信息：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **项 目** | 招标代理机构银行信息 | 投标单位银行信息 | 收退保证金银行信息 |
| **开 户 名** | 公诚管理咨询有限公司 |  |  |
| **银行所在地** | 广东省广州市 | XX省XX市 | XX省XX市 |
| **开户银行****（必须以“总行”“分行”“支行”结尾，不得出现“营业部”“处理中心”等字眼）** | 中信银行广州花园支行 |  |  |
| **帐 号** | 3110910037672304837 |  |  |

**备注（2）**如需邮寄代理服务费发票，请填写以下信息：

收件人姓名及电话：

收 件 地 址 ：

若我司未按前述期限支付代理服务费，贵司有权直接在应付我司任何一笔款项中直接扣除。

因前述事项发生争议，我方同意将争议提交北海国际仲裁院华南庭审中心仲裁解决。

特此承诺！

投标人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 年 月 日

4.投标保证金汇款凭证

清晰的投标保证金付款凭证