1. **供应商须知**

| **条款号** | **条款名称** | **编列内容** |
| --- | --- | --- |
| 1 | 询价文件实质性要求的标识 | 询价文件中标识★的条款，均为实质性条款。 |
| 2 | 响应文件编制要求 | 1、签字或盖章要求：  （1）响应文件中凡出现供应商单位落款的地方应盖单位章。  （2）响应文件签字盖章必须符合以下其中一种：  1）供应商的法定代表人（负责人）或其授权的代理人逐页签字；  2）加盖供应商单位骑缝章；  3）逐页加盖供应商单位印章。  2、响应文件的密封和标记要求：响应文件应装订完整，密封后，加贴封条。 |
| 3 | 应答有效期和报价具体要求 | 1、报价具体要求   1. 供应商应根据自身具体情况及项目实际要求对本询价项目报价（注：保留小数点后2位)。 2. 除合同另有规定外，供应商的报价已包括供应商为完成本合同规定的工作所承担的全部费用，包括成本、税金、利润等，并包含了应由供应商承担的义务、责任和风险所发生的费用。 3. 供应商作出的报价为一次性报价，除非采购人要求，供应商在报价截止日期之后，不得主动对报价做出任何修改。 4. ★**报价人须承诺提供增值税专用发票（税法规定不允许开具专票的项目除外）。** 5. 报价表格式详见询价文件第六章《八、报价函》。   2、应答有效期： 60 天 |
| 4 | 成交候选人推荐原则 | 在满足采购文件实质性要求的条件下，由项目小组（由采购人组建）综合考虑各报价商的资质、报价、实施方案、类似业绩案例等内容，以评分方式评选出一名成交候选人。  供应商不得有在企业的采购活动或履行合同中因违反国家法律法规受到行政处罚、被依法列为失信被执行人、出现过重大事件，否则采购人有权重新组织采购，且采购人无需承担任何责任。其中，重大事件包括但不限于采购活动及履行合同中弄虚作假骗取中标行为、串通投标行为、伪造检测结果行为、不按照报价文件的应答结果与采购人签订合同、不按照合同约定到货（安装）经催告后仍未履行的行为等。  在第一成交候选人撤销报价或放弃成交的，采购人重新组织询价采购。 |
| 5 | 其他 | 采购结果经采购人确认后，采购结果不另行公示。 |

1. **评审办法**

**评审办法前附表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 条款号 | | 评审因素 | 评审标准 |
| 初步评审 | 形式及响应性评审 | 供应商名称 | 与供应商营业执照一致 |
| 响应文件格式 | 应答函、法定代表人身份证明、法定代表人授权委托书按询价文件提供的格式和要求提交 |
| 应答报价 | 应答报价表按询价文件提供的格式和要求提交 |
| 实质性条款偏离情况 | 满足询价文件实质性条款（“★”项否决应答的关键条款） |
| 响应文件的签署和盖章 | 响应文件的签字、盖章须符合询价文件第二章供应商须知“2.响应文件编制要求”要求 |
| 资格评审 | 具有独立承担民事责任能力 | 供应商须为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登记证书复印件（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） |
| 具备服务能力 | 供应商应具备承担本采购项目的能力（提供应答函） |
| 信誉要求 | 供应商参与本采购活动时，未被列入国家企业信用信息公示系统的经营异常名录、严重违法失信企业名单。（提供应答函） |
| 应答唯一性 | 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，不得同时参加本项目的采购活动（提供应答函） |
| 其他要求 | 本项目不接受联合体报价，不得转包或分包。供应商应对所有的采购内容进行报价，不允许仅对部分内容报价（提供应答函） |
| 综合评分法 | 本项目采用**综合评分法**，即在符合采购文件初步评审相关要求的前提下，由项目小组（由采购人组建）根据**后附的评分标准**对各报价商的资质、报价、案例等内容进行评审，得分最高者为中选供应商。 | | |

**评分标准表**

1. 分权值：总分为 100 分，评分分值分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评审项** | **各部分分值** | **备注** |
| **商务审查** | **26** | **本项目商务部分设置评分基准线。若投标人的商务评分低于基准线，其投标应答将被视为存在重大商务技术偏差，则报价无效，不进入技术部分评审。**  **商务评分基准线=本项目商务部分分值×60%（即26×60%=15.6分）** |
| **技术审查** | **54** |
| **价格评审** | **20** |
| **总和** | **100** |

1. 商务评分表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评分项** | | | **权重** |
| **商务** | | | **26** |
| **序号** | **内容** | **分值** | **评分准则** |
| 1 | 企业综合实力 | 3 | 考察供应商综合实力  1、管理体系认证证书情况，每具备一项以下认证证书得1分，本项满分3分。具体如下：  （1）、具备有效期内的ISO9001或TL9000质量管理体系认证的；  （2）、具备有效期内的ISO45001或OHSAS18001或SA8000职业健康安全管理体系认证的；  （3）、具备有效期内的ISO14001环境管理体系认证的。  注：需提供有效的证书复印件/扫描件作为证明材料，同时提供在全国认证认可信息公共服务平台（http://cx.cnca.cn/）对体系证书的信息查询截图作为评审依据，查询截图显示证书已暂停、失效或撤销的或证明材料不完整的均不得分。 |
| 2 | 拟投入服务团队情况 | 15 | 考察供应商拟投入到本项目的服务人员情况，具体如下：  1、项目经理情况（5分）  按照以下所列标准，根据本项目配置的项目经理情况进行打分，最终累加合计以下2项的得分。具体如下：  （1）具备本科（含）及以上学历的，得2.5分；  （2）所学专业为工商管理、广告、新闻学、设计、新媒体等相关专业的，得2.5分。  注1：①需提供项目经理的学历证书复印件或学信网查询截图作为证明材料，未提供则不得分。②提供**近半年**以来任意一个月的有效缴纳社保的证明复印件，或单位代缴个人所得税税单等，未提供则不得分。  2、其他团队成员情况（10分）  按照以下所列标准，根据本项目配置的其他团队成员情况进行打分，最终累加合计以下3项的得分。具体如下：  （1）拟安排的成员架构（除项目经理外），其中1—3人得3分，4—6人得7分；  （2）团队成员中（除项目经理外）每有1名具有新闻、广告、新媒体、设计、传播学等广告相关专业，以上每提供1个证明得1分，最高得3分；  注2：①需提供团队成员的学历证书复印件或学信网查询截图作为证明材料，未提供则不得分。②提供近半年以来任意一个月的有效缴纳社保的证明复印件，或单位代缴个人所得税税单等，未提供则不得分。 |
| 3 | 同类项目经验 | 8 | 考察报价供应商2021年1月1日至本项目投标文件截止之日内（以合同签订日期为准），承接过的同类项目业绩（同类项目指：线上或线下广告执行、展会活动、政务微信公众号运营或代运营、视频制作、营销策划、活动执行等广告相关项目）的业绩情况。  投标人每具备一份有效的同类项目业绩，得2分；  本项最高不超过8分。  注：①须提供合同关键页（不限于签订合同双方的单位名称、合同名称、合同标的内容、合同金额页、合同签订页等）复印件作为证明材料，不提供不得分。②若合同无法说明项目内容符合上述同类项目经验范围，可提供甲方出具的相应证明文件作依据（证明文件须加盖合同甲方公司章或合同章，或甲方项目使用部门部门章）。③若合同无相关签订时间，则以合同中能够体现的服务起始时间进行认定。④证明材料不完整、不清晰、项目小组无法确定业绩关键信息的将不予认可。 |

1. 技术评分表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评分项** | | | **权重** |
| **技术** | | | **54** |
| **序号** | **内容** | **分值** | **评分准则** |
| 1 | 项目实施方案 | 30 | 考察报价供应商针对本项目需求所编写的技术实施方案情况。技术实施方案包括但不限于项目服务组织措施、响应措施、质量保障、项目保密措施、应急保障措施等有关内容。根据上述内容要点进行综合评分，具体如下：  1、实施方案规划详细、科学合理、契合实际情况，符合项目进度要求，项目管理架构清晰，可行性较高，得21-30分；  2、实施方案规划较详细、合理，基本契合实际情况，符合项目进度要求，项目管理架构较为清晰，具有一定可行性，得16-20分；  3、实施方案规划一般，内容较为笼统，上述所列的内容要点存在欠缺，需进一步细化才能满足实际需求，可行性一般，得10-15分；  4、实施方案内容不完善，无法有效体现上述所列各要点或存在严重的偏差，与项目要求关联性差，可操作性较差，得1-9分；  5、未提供相关内容则不得分。 |
| 2 | 项目执行进度计划 | 24 | 考察报价供应商针对本项目所编制的详细计划进度表。进度表应包含月度、季度计划进度等有关内容。根据上述内容要点进行综合评分，具体如下：  1、计划进度详细、思路清晰，能够覆盖上述所列各要点内容，可行性强，能够满足实际需求，得21-24分；  2、计划进度比较详细，思路也比较清晰，基本能够覆盖上述所列各要点内容，可行性较强，基本能够满足实际需求，得16-20分；  3、计划进度一般，整体内容较为笼统，上述所列的内容要点存在欠缺，可行性一般，得10-15分；  4、计划进度较差，无法体现上述所列各要点或存在严重的偏差，可行性较差，得1-9分；  5、未提供相关内容则不得分。 |

（4）价格评分表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评分项** | | | **权重** |
| **价格** | | | **20** |
| **序号** | **内容** | **分值** | **评分准则** |
| 1 | 价格分 | 20 | 本项目价格分统一采用低价优先法计算，即满足采购文件要求且最后不含税总价报价为最低的投标人报价作为基准价，其价格得分为满分，满分为20分。具体公式如下：  报价得分=（基准价/有效评审价）×价格分分值。  说明：本项目有效评审价为通过初步评审的报价供应商项目总价（不增值含税）。如价格有算术性修正，请以修正后的价格为准。  备注：价格得分四舍五入，小数点后保留两位有效数。 |

## 评审程序

**3.1.1初步评审**

3.3.1.1 项目小组根据本章评审办法前附表规定的标准对响应文件进行初步评审。对全部响应文件进行初步评审，检查响应文件是否完全满足采购文件要求。初步评审分为形式及响应性评审和资格评审。初步评审中有一项不符合评审标准的，将做否决应答处理。

3.3.1.2供应商有以下情形之一的，项目小组应当否决其应答：

1. 不按照项目小组要求澄清、说明或者补正；
2. 允许联合体应答的，应答联合体没有递交共同应答协议；
3. 供应商不符合国家或者采购文件规定的资格条件；
4. 同一供应商递交两个以上不同的响应文件或者应答报价，但采购文件要求递交备选应答的除外；
5. 应答报价低于成本或者高于采购文件设定的最高应答限价；
6. 响应文件没有对采购文件的实质性要求和条件做出响应；
7. 供应商有串通应答、弄虚作假、行贿等违法行为；
8. 供应商以他人名义应答；
9. 没有按照采购文件要求提供应答担保或者所提供的应答担保有瑕疵；
10. 响应文件载明的采购项目完成期限超过采购文件规定的期限；
11. 明显不符合技术规格、技术标准的要求；
12. 响应文件载明的货物包装方式、检验标准和方法等不符合采购文件的要求；
13. 响应文件附有采购人不能接受的条件；
14. 不符合采购文件中规定的其他实质性要求。

3.3.1.3 评审过程中，项目小组收到低于成本价应答的书面质疑材料、发现供应商的综合报价明显低于其他应答报价或者设有标底时明显低于标底，认为应答报价可能低于其个别成本的，应当书面要求该供应商做出书面说明并提供相关证明材料。供应商不能合理说明或者不能提供相应证明材料的，由项目小组认定该供应商以低于成本报价应答，项目小组应当否决其应答。

3.3.1.4 应答报价有算术错误的，项目小组按照以下原则对应答报价进行修正，修正的价格经供应商书面确认后具有约束力。报价不一致的处理原则：

1）当报价一览表报价信息与分项报价表报价信息不一致时，项目小组将以分项报价表中的单价报价信息为准，修正其他报价信息。

2）响应文件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；但单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，并修改单价。

如果供应商不接受对其错误的更正，其应答无效。

**3.3.2详细评审**

项目小组按照本章**前附的评分标准**进行打分。

**3.3.3响应文件的澄清**

3.3.3.1 在评审过程中，项目小组应当以书面形式要求供应商对所递交的响应文件中不明确的内容进行书面澄清、说明或者对响应文件中的细微偏差进行补正。项目小组不接受供应商主动提出的澄清、说明或者补正。

3.3.3.2 细微偏差：是指响应文件在实质上响应采购文件要求，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供应商造成不公平的结果。细微偏差不影响响应文件的有效性。

3.3.3.3 澄清、说明和补正不得改变响应文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。供应商的书面澄清、说明和补正属于响应文件的组成部分。

3.3.3.4 项目小组对供应商递交的澄清、说明或者补正有疑问的，可以要求供应商进一步澄清、说明或者补正，直至满足项目小组的要求。

3.3.3.5 项目小组必要时可以要求供应商递交有关证明和证件的原件，以便核验。

**3.3.4成交候选人推荐原则**

成交候选人推荐原则见评审办法前附表。

**3.3.5评审结果**

3.3.5.1 项目小组完成评审后，应当形成统一、完整的书面评审报告或评审纪要。

3.3.5.2 评审报告或评审纪要应当包括下列内容：

（1）项目简介；

（2）采购过程简介；

（3）项目小组初步评审情况说明（包含否决应答的情况说明）；

（4）推荐的成交候选人名单；

（5）签订合同前要处理的事宜；（如有）

（6）澄清、说明、补正事项纪要；（如有）

（7）项目小组成员名单及本人签字、拒绝在评审报告上签字的项目小组成员名单及其陈述的不同意见和理由。

1. **采购需求书**

**总则**

1.1本节为采购人向供应商提出的最低要求，作为供应商填写技术商务偏离表的依据，根据供应商的响应文件完善后，将作为商务合同的附件之一。

1.2对于本节提出的有关要求，供应商应填写“技术商务偏离表”。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，供应商应在建议书中加以补充说明，并提供有关详细资料。

1.4供应商应根据采购项目的要求提出完整的实施方案，如有缺漏，由供应商免费补足。

1.5采购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采购人。

**供应商须对《采购需求书》全部内容理解清楚，并填写《技术商务偏离表》（格式见第六章）**

**南方网朋友圈广告投放服务项目采购需求书**

（1）在2026年5月前，按甲方所需，在广东地区提供定向朋友圈图片或视频广告投放不少于两次；

（2）投放曝光量合共达到700万；

（3）服务期内，乙方每次开展投放业务后需向甲方确认推广成果；

（4）服务期满，乙方应按甲方要求生成项目验收总结报告，对本项目平台宣传推广的效果进行总结。

1. **商务合同**

**总则**

1.1本章涉及商务合同条款要求，供应商填写技术商务偏离表，并作为成交后甲乙双方签订合同的基础。

1.2针对本章合同条款内容，供应商应填写“技术商务偏离表”。如存在偏离应提出充分理由并在“技术商务偏离表”中加以详尽说明。

1.3本章内容根据供应商的响应情况完善后，将作为采购人与成交人签订合同的基础。**广东南方网络信息科技有限公司** 为合同甲方；成交人为合同乙方。

**供应商须对《商务合同书》全部条款理解清楚，并填写《技术商务偏离表》（格式见第六章）。**

**注：本合同仅为合同草案文本，合同签订双方可根据项目的具体要求进行修订和细化，当供应商在成交后，应依据本合同的主要条款与采购方签订正式合同；当本合同与询价采购文件其他部分有冲突，应按询价采购文件的其他部分为准编制合同。合同版本与条款以甲方最新合同模板为准。**

**南方网朋友圈广告投放服务项目合同书**

**甲方：广东南方网络信息科技有限公司**

公司地址：广东省广州市越秀区广州大道中289号新闻中心3楼整层

**乙方：**

公司地址：

甲乙双方依照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国著作权法》等有关法律、法规，就甲方委托乙方协助其在腾讯广告服务平台进行宣传、广告投放等事宜，经友好协商，签订如下协议：

**第一条 合作事项**

1、甲方委托乙方在腾讯广告服务平台为甲方提供宣传推广服务，并因此向乙方支付约定的费用报酬。

2、本协议约定的推广服务的项目名称为： 朋友圈广告投放服务项目 。

3、根据与甲方沟通，针对本项目，乙方在腾讯广告服务平台 朋友圈广告 进行宣传推广。

4、本协议所指的“腾讯广告服务平台”系指由北京腾讯文化传媒有限公司或其关联公司、或其合作伙伴自主研发并运营的广告平台（包括广点通系统、微信公众平台广告服务系统、品牌排期广告系统等、具体以腾讯广告服务平台实际提供为准，简称“腾讯平台”），甲方有权选择进行广告投放的具体渠道平台。

5、本协议所指的“甲方产品”是指甲方指定的商品、服务或其他任何合法的宣传对象。无论该商品或服务是甲方自己所有或经营，还是由他人所有或经营，甲方均享有履行本协议所需要的包括但不限于著作权、商标权、肖像权等合法数据推广权利。

6、本协议所指的“数据推广”是可能包含以下一种方式或几种方式的结合：

广告发布：在腾讯广告服务平台上为甲方产品以图片、文字、视频、音频等形式发布广告；

推介内容发布：由甲方提供对其产品进行描述、介绍或推广的、以文字为主要表现形式的内容，并在腾讯广告服务平台发布；

链接推广：由甲方提供网络链接地址，并在腾讯广告服务平台发布。腾讯广告服务平台的用户可以通过点击链接跳转到相应网页，甲方应保证跳转链接所指向的落地页内容及资质的合法性。

7、根据我方指定条件，能对投放目标人群进行筛选，并在定点范围内实现朋友圈有效投放。

8、通过点击投放内容跳转广州公积金微信公众号的功能，并根据广告触发用户进行画像分析和人群拓展lookalike，在腾讯流量生态中为公积金公众号进行人群扩充。实现“高潜”人群与广州公积金宣传匹配，从而更有效地、更为精准地触达目标用户。

9、精准定制投放数量，优化用户属性和标签：通过用户行为、人群属性、行业标签以及关键词等类别，使广告能够传达给客户目标人群，同时在运营中验证，验证时复盘优化，完善感兴趣人群的用户画像，完成用户转化。

10、投放结束后，生成广告触达人群分析报告，包括但不限于对用户属性、用户行为、行为标签等内容进行分析，逐步完善公积金用户画像，实现广告转化。

**第二条 数据推广方式**

竞价广告推广：

竞价广告推广指依据《广告竞价规则》进行竞价推广，包括但不限于 CPM、CPC、OCPM、OCPC、CPV等竞价投放；对于竞价推广方式，甲方委托乙方在广告后台开通相应的账号，以线上竞价方式投放广告。

**第三条 合作期间**

甲乙双方的合作期间为： 合同签订之日起至2026年5月1日（广告投放期以腾讯广告平台审核通过并上线投放为准）

**第四条 宣传推广内容的提交及审核**

1、在本协议约定的范围内，宣传推广的具体内容由甲方提交给乙方并经腾讯广告服务平台审查后接受的为准。

2、依据广告投放的方式，甲方应将相应的广告内容素材提前提交给乙方，这些内容素材可能包括：视频素材、推介文章样稿、链接地址等。

3、甲方应当在广告投放前提前至少2个工作日将内容素材提交乙方。

4、乙方将依据本协议的约定对甲方提交的内容素材进行审查，乙方的审查责任限于：

（1）对于广告，乙方依据《中华人民共和国广告法》及相关法律，对广告内容的合法性进行形式审查；

（2）对于推介文章，乙方依据相关法律对文章内容进行形式审查；

（3）对于链接，乙方仅在技术上审查链接地址是否支持手机、平板电脑等移动终端设备适配且能快速顺利打开。乙方不负责对链接网页的内容进行审查。

5、甲方应确保并为提交内容素材的真实性、合法性负责。因提交内容素材侵犯第三人权利的，乙方不承担任何责任；无论是否属于乙方审查责任范围内，只要乙方发现甲方内容素材为法律禁止发布或若发布将很可能导致违法风险，或存在严重违背社会公序良俗的情形的，乙方均可拒绝或停止对此内容提供推广服务。但乙方应及时通知甲方该等情形的存在并说明理由。

**第五条 广告数据统计**

1、甲乙双方确认，本协议项下的所有数据（包括但不限于信息发布位、发布时间、浏览量、点击量等）由乙方统计。乙方保证统计数据的客观、真实、准确、完整。

2、甲方可自行委托第三方统计机构进行数据统计，但第三方统计机构应同时向甲乙双方报送书面统计结果。

**第六条** **宣传推广费用**

1、支付期限

分两期支付，第一期为合约金额的50%，即 元，于签合同后、乙方向甲方提供有效发票后的一个月内，在甲方收到最终客户发对应款项的前提下，由甲方支付给乙方；第二期为合约金额的50%，即 元，于项目验收后、乙方向甲方提供有效发票后的一个月内，在甲方收到最终客户发对应款项的前提下，由甲方支付给乙方。（乙方每次投放后需向甲方提供投放成效汇总报告以作验收用，合共两次）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 投放地区 | 曝光量（CPM） | 单价（CPM） | 总金额（元） |
| 广东 | 7000 |  |  |

2、甲方应将费用支付到如下乙方指定的银行账户：

公司户名：   
开户银行：

公司账号：

**第七条 违约责任**

1、甲方应按照本协议约定的时间和数额支付数据推广费用。如甲方未按约定及时足额支付费用，每延误一天，需按欠付费用总额的3‰支付违约金。

2、乙方若未经甲方允许将甲方商业秘密、推广数据等信息内容进行转移、复制、传播、转让、许可或以任何方式披露、允许、提供他人使用，或从事任何其他非本协议项下目的之外的商业或经营活动，甲方有权单方面解除本协议并向乙方追究责任。

3、乙方若擅自对甲方数据内容进行重大删改，导致甲方欲宣传的产品或服务的社会评价严重降低的，甲方有权单方面解除本协议并向乙方追究责任。

4、任何一方的解约通知必须以书面形式送达对方。

**第八条 保密条款**

1、双方对本协议的具体内容负有保密责任，未经对方事先书面同意，任何一方不得将双方的合作及本协议的具体内容披露给任何第三方。

2、本协议的终止、解除、撤销或无效均不影响本保密条款的有效性及对双方的约束力。

**第九条 不可抗力和情势变更**

1、甲方或乙方因不可抗力或情势变更导致部分或全部迟延或不能履行义务的，不承担违约责任，但应及时采取措施减少因不可抗力或情势变更造成的损失。

2、下列事项为本协议约定的情势变更：

（1）“腾讯广告服务平台”的服务器终止或遭遇不法攻击导致临时性不能正常运行且经腾讯广告服务平台尽力抢修仍无法恢复使用。如发生如上情况时，乙方可以不经通知甲方，先行中止提供推广平台的信息发布及推广服务。但乙方应于该情形发生后12小时内通知甲方，并协商继续履行等事项。

（2）其他在合同成立以后发生的当事人在订立合同时无法预见的的客观情况的重大变化。

**第十条 争议解决**

1、因本协议引起的任何争议，双方应友好协商解决，协商不成，向甲方所在地人民法院诉讼解决。

2、本协议的订立、履行和解释均适用中华人民共和国法律。

**第十一条 协议的生效**

1. 本协议自双方授权代表签字或盖章之日起生效。
2. 本协议一式 陆 份，甲方执 叁 份，乙方执 叁 份，具有同等法律效力。

**甲方（盖章）：广东南方网络信息科技有限公司**

**授权代表（签字）：**

**日期： 年 月 日**

**乙方（盖章）：**

**代表（签字）：**

**日期： 年 月 日**

1. **响应文件格式**

## 应答函

**应 答 函**

致： （采购人名称）

（供应商名称）（以下称“我方”）已仔细研究了 询价文件的全部内容，包括澄清或者修改文件以及有关附件（如有），我方将严格按照询价文件要求递交符合要求的全部响应文件。

我方承诺如下内容：

* + - 1. 我方的响应文件包含询价文件规定的全部内容。
      2. 我方承诺在询价文件规定的应答有效期内（应答有效期：60天）不修改、撤销响应文件。
      3. 我方在参与询价过程中根据采购小组要求提供的符合相关规定的澄清文件，构成响应文件的组成部分。
      4. 我方声明具备如下供应商资格条件：（1）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）；（2）能够开具增值税专用发票（税法规定不能开具专用发票的除外）；（3）具备承担本采购项目的能力；（4）响应报价为对所有的采购内容进行报价。
      5. 我方声明不存在以下情形：（1）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，同时参与本项目的应答；（2）参与本采购活动时，被列入国家企业信用信息公示系统的经营异常名录、严重违法失信企业名单；（3）仅对部分内容报价的情形。
      6. 我方承诺：非联合体参与应答，若我方最终为成交人，不转包或分包。
      7. 我方理解采购单位并无义务必须接受最低报价，完全理解报价不是项目评审的唯一标准。
      8. 如确定我方成交：

1. 我方承诺若我方成为本项目成交供应商，在你方规定的期限内与你方签订合同。
2. 我方承诺按照询价采购文件的规定及合同约定履行相关责任和义务。

我方在此声明，所递交的响应文件及有关资料内容完整、真实和准确。如有弄虚作假，将承担相应的法律责任，并赔偿由此造成的一切损失。

* + - 1. 我方承诺遵守采购工作纪律，不向第三方透露与本项目报价相关的所有信息，不采取不正当手段谋取成交，随时接受贵方监督检查部门调查并如实说明情况。

单位名称： （盖单位公章）

法定代表人（负责人）或者其委托代理人： （签字或盖章）

地址：

电话： 电子邮箱：

日期： 年 月 日

## 法定代表人（单位负责人）身份证明

**法定代表人（单位负责人）身份证明**

供应商名称：

单位性质：

成立时间： 年 月 日

经营期限：

姓名： 性别： 年龄： 职务：

系XX公司[供应商单位名称]的法定代表人（单位负责人）。

特此证明。

附：法定代表人（单位负责人）身份证复印件(需同时提供正面及背面)

法定代表人（单位负责人）身份证背面复印件贴于此处

法定代表人（单位负责人）身份证正面复印件贴于此处

供应商名称： （盖单位公章）

日期：XX年XX月XX日

## 法定代表人（单位负责人）授权委托书

**法定代表人（单位负责人）授权委托书**

本人XX [供应商法定代表人（单位负责人）姓名]系 XX公司[供应商名称]的法定代表人（单位负责人），现委托XX [委托代理人姓名]为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义全权处理[采购项目名称]签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改响应文件，签订合同和处理一切有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托代理人无转委托权。

附：委托代理人身份证复印件(需同时提供正面及背面)

供应商名称： （盖单位公章）

法定代表人（单位负责人）： （签字或盖章）

委托代理人： （签字或盖章）

联系方式（手机）：

日期：XX年XX月XX日

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

## 供应商基本情况

4.1供应商须为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登记证书复印件（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）；

4.2供应商控股及管理关系情况申报表

**供应商控股及管理关系情况申报表**

致：【[采购人名称]】：

我方自愿参选（ ），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”或空白不填。

供应商： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（盖单位公章）

年 月 日

## 技术商务偏离表

技术商务偏离表

供应商名称（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 项目编号： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 询价文件要求 | | 应答 | | 偏离 | 说明 |
| 询价文件条目号 | 要求内容 | 响应文件条目号 | 应答内容 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 备注 |  | | | | | |

说明：如供应商的响应文件与询价采购文件第四章、第五章有偏离的，应在 “技术商务偏离表”上逐条填写；如全部条款无偏离，则只须在偏离表备注栏填写“全部条款无偏离”或提供空白表格，并加盖公章。

## 供应商承接过的类似项目情况表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 签订合同时间 | 合同金额(万元) | 项目负责人 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

备注：

1.供应商必须如实填写，并保证内容真实可靠，如有弄虚作假，将取消报价资格。

2. 按合同签订时间，必须提供服务合同关键页复印件（包含但不限于合同首页、合同金额页、合同签字页、合同清单）或相关订单、票据、其他证明材料。

## 本项目的实施方案

格式自拟

供应商需根据项目目标和服务内容关键技术指标，拟定具体合理的服务方案。项目服务方案内容自拟。

## 项目报价函

**南方网朋友圈广告投放服务项目响应报价函（服务类）**

**广东南方网络信息科技有限公司：**

根据贵单位朋友圈广告投放服务项目（项目编号： NFWJYCG2025031）采购文件要求，我司已完全了解相关内容，承诺按要求提供产品和服务，现按人民币报价如下：

|  |  |
| --- | --- |
| 服务内容 | （1）在2026年5月前，按甲方所需，在广东地区提供定向朋友圈图片或视频广告投放不少于两次；  （2）投放曝光量合共达到700万；  （3）服务期内，乙方每次开展投放业务后需向甲方确认推广成果；  （4）服务期满，乙方应按甲方要求生成项目验收总结报告，对本项目平台宣传推广的效果进行总结。 |
| 项目报价 |  |
| 增值税率 | % |
| 报价单位 | 单位名称（盖章）：  法定代表人（负责人）或者其委托代理人（签字）：  联系方式 ：  报价日期：202 年 月 日 |