**精品歌曲创作及展演宣传项目**

**招标文件**

（项目编号：M4400000707530686）

招 标 人：广东南都娱乐传媒股份有限公司

招标代理机构：广东省机电设备招标有限公司

2025年5月

**投标提示**

**（本提示内容非招标文件的组成部分，仅为投标人制作文件提醒。如有不一致，以招标文件为准）**

1、潜在投标人须按招标文件及公告要求登记。

2、本公司启用网上登记系统进行投标人登记及购买文件。请登录广咨电子招投标交易平台网站（www.gzebid.cn）进行投标人注册登记。

3、为避免因迟到而失去投标/报价资格，请投标人**适当提前到达开标现场**。

4、投标/报价文件应按顺序**编制页码**。

5、请仔细检查投标/报价文件是否已按招标文件要求**盖章、签字（签章）、签署日期**。

6、请正确填写《开标/报价一览表》。多子包项目请仔细检查子包号，子包号与子包名称必须对应。

7、投标人须通过广咨电子招投标交易平台网站（[http://www.gzebid.cn）获取子账号的方式递交投标/报价保证金及中标/](http://www.gzebid.cn）获取子账号的方式递交投标/%E6%8A%A5%E4%BB%B7%E4%BF%9D%E8%AF%81%E9%87%91%E5%8F%8A%E4%B8%AD%E6%A0%87/)成交服务费。

8、每个投标人每个项目的保证金缴纳账户是唯一的，本司将根据唯一保证金缴纳账户的缴纳情况，确认投标人是否已按规定缴纳项目保证金。所以请各投标人缴纳保证金前务必核对正确的缴纳账户，错缴误缴导致未按项目缴纳保证金的情况将由投标人自行负责。

9、投标/报价保证金必须于招标文件递交截止时间前到达广东省机电设备招标有限公司的账户。

10、未中标的投标人的投标保证金退款程序：在**中标通知书发出后的五个工作日内**按规定程序原额退还。

11、中标人的投标保证金退款程序：在**收到**中标人提交的**合同原件或复印件后五个工作日内**原额退还。

12、如招标文件有澄清、修改或者延期的，我司会在相关媒体上发布公告，并**以电子邮件的形式**通知所有登记及购买招标文件的投标人。

13、如投标/报价产品属于许可证管理范围内的，须提交相应的许可证复印件。

14、如投标人以非独立法人注册的分公司名义代表总公司盖章和签署文件的，须提供总公司的营业执照副本复印件及总公司针对本项目投标/报价的授权书原件。

15、为了提高采购效率，节约社会交易成本与时间，本司希望购买了招标文件而决定不参加本次投标的投标人，在投标/报价文件递交截止时间的3日前，按《投标/报价邀请函》中的联系方式，以书面形式告知招标代理机构。对您的支持与配合，谨此致谢。

16、因场地有限，本公司无法提供停车位，不便之处敬请谅解。

**目 录**

第一章 投标邀请函 1

第二章 投标人须知 6

第三章 用户需求书 20

第四章 合同格式（参考） 29

第五章 投标文件格式 35

第六章 评标办法 64

**第一章** **投标邀请函**

**投 标 邀 请 函**

[项目编号：M4400000707530686]

**广东省机电设备招标有限公司**（以下称“招标代理机构”）受**广东南都娱乐传媒股份有限公司**（以下称“招标人”）的委托，就**精品歌曲创作及展演宣传项目**进行国内公开招标。有关事项如下：

**一、项目概况**

1.项目编号：M4400000707530686

2.项目名称：**精品歌曲创作及展演宣传项目。**

3.最高限价（含税）：人民币360万元

**注：如投标报价超过最高限价，则其投标文件作无效投标处理。**

4.采购数量：1项

5.项目内容及要求：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 采购内容/用途 | 详细要求 |
| 1 | 精品歌曲创作及展演宣传项目 | 详见用户需求 |

**注：投标人应对项目所有的内容进行投标，不允许只对其中部分内容进行投标。**

**二、合格投标人资格条件**

2.1、投标人具有独立承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织。（需提供营业执照复印件或事业法人登记证或合法注册证明文件复印件。（分公司投标，须取得具有法人资格的总公司（总所）出具给分公司的授权书，并提供总公司（总所）和分公司的营业执照（执业许可证）复印件。已由总公司（总所）授权的，总公司（总所）取得的相关资质证书对分公司有效，法律法规或者行业另有规定的除外）。

2.2、投标人具有良好的商业信誉和健全的财务制度：投标人提供2024年度的财务状况报告（若2024年新成立的，提供成立至今的月或季度财务状况报告复印件并加盖公章）或者基本户开户银行出具的资信证明复印件或提供资格声明函。

2.3、投标人具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供2025年至今任意1个月缴纳税收和社会保障资金的相关材料或提供资格声明函。如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料。

2.4、投标人参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录。重大违法记录是指：投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）（提供资格声明函）。

2.5、单位负责人为同一人或者存在控股、管理等关联关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的采购活动，投标人应提交书面声明（提供资格声明函）。

2.6、投标人具备履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供资格声明函）。

2.7、本项目不接受备选方案，不允许分包或转包，不接受联合体投标。

**三、获取招标文件的方式**

3.1符合资格的投标人应当在2025年5月27日起至2025年6月4日期间（9:00～12:00，14:00～17:30，法定节假日除外）按以下方式登记并获取招标文件。

本项目只接受网上登记，投标人首先访问广咨电子招投标交易平台网站（www.gzebid.cn）进行网上注册及项目在线登记。如投标人尚未注册，请根据网站指引进行办理，具体流程操作见网站“平台服务—办事指南—操作手册”的对应栏目。招标文件购买支持微信、支付宝两种方式，支付成功后我司会为您开具增值税普通电子发票，投标人可以登录系统选择对应项目下载电子发票（有关网上注册、在线登记及招标文件发票等事宜，请联系客服。热线电话：400-9030-870，网站客服(QQ)：3151435402）。

3.2招标文件售价人民币300元，售后不退。

3.3发布公告的媒介：本项目招标公告同时在中国招标投标公共服务平台、广咨电子招投标交易平台（广东省机电设备招标有限公司网）、南方网、《南方日报》发布。

**四、投标文件的递交截止时间和递交地点**

4.1、递交投标文件截止时间：2025年6月17日09:30（北京时间）**，迟于此时间递交的投标文件将被拒绝。**

4.2、递交电子投标文件地点：投标人应在截止时间前通过广咨电子招投标交易平台（网址：www.gzebid.cn）递交电子投标文件。逾期送达的投标文件，电子招标投标交易平台将予以拒收。

注： 本项目为全流程电子招投标项目，投标人需于投标截止时间前在广咨电子招投标交易平台（网址：www.gzebid.cn）上传电子投标文件。

电子投标文件上传流程：

1、潜在投标人制作完成投标文件，签字盖章后，扫描为PDF格式。

2、登录广咨电子招投标交易平台系统，进入项目在【在线报价】处上传已签字盖章PDF格式的投标文件。

3、如PDF电子投标文件需使用电子章，可使用平台的在线签章功能。使用标信通APP移动CA对投标文件进行在线签章。

4、在线填写报价明细与开标一览表。

5、确认报价。

本项目使用系统加密方式加密电子投标文件，供应商无需使用广咨国际数字化投标工具客户端。相关操作见网站“平台服务>>操作手册》广咨国际数字化采购咨询平台供应商操作手册”

由于本项目为电子标项目，若出现线上线下无法同步开标或解密异常或可能无法实现所有已按时递交投标文件的投标人均可顺利完成在线开标的情况或其他不可控的因素时，由招标代理机构另行通知线上开标时间或终止线上流程（直接以线下开评标为准），所有参与方免责。

**五、兹定于下列时间和地点公开开标**

5.1、投标截止时间和开标时间：2025年6月17日09:30（北京时间）

5.2、开标地点：广东省机电设备招标有限公司10楼会议室（地址：广州市环市中路316号金鹰大厦10楼）/广咨电子招投标交易平台（网址：[www.gzebid.cn）开标系统。](http://www.gzebid.cn）开标系统。)

5.3、投标人应按招标文件的要求准时参加开标会议。投标人代表未出席开标会，不影响开标，且不得对开标程序、结果等提出任何异议。

**六、其他说明**

6.1、各投标人的资料复印件应加盖单位公章保证所提供资料的真实性，如发现有虚假、隐瞒情况者，招标人将取消其投标资格。

6.2、 购买了招标文件，而不参加投标的投标人，请在开标前3日以书面或邮件形式通知招标代理机构。

6.3、招标代理机构和招标人将不负责投标人准备投标文件和递交投标文件所发生的任何成本或费用。

**七、招标代理机构所在地和联系方式**

7.1、招标人联系方式

招 标 人：广东南都娱乐传媒股份有限公司

地 址：广东省广州市越秀区广州大道中289号

联 系 人：郭慧聪

电 话：13602888045

7.2、招标代理机构联系方式

招标代理机构名称：广东省机电设备招标有限公司

联系人：胡美欢、王晓黎

电 话：020-83544332、83541795

电子邮件：jdzbhu@163.com

 招标人：广东南都娱乐传媒股份有限公司

招标代理：广东省机电设备招标有限公司

2025年5月27日

**第二章** **投标人须知**

**投标人须知前附表**

|  |  |
| --- | --- |
| **项号** | **内容规定** |
| 1 | **项目名称：精品歌曲创作及展演宣传项目****招标人名称：广东南都娱乐传媒股份有限公司** |
| 2 | **资金来源：**自筹资金 |
| 3 | **招标方式：**国内公开招标 |
| 4 | **招标信息发布：**中国招标投标公共服务平台、广咨电子招投标交易平台网站（广东省机电设备招标有限公司网）、南方网、《南方日报》。 |
| 5 | **招标范围：**详见投标人须知 |
| 6 | 纸质投标文件份数：中文正本1份；中文副本2份；投标文件电子文档1份（usb闪存盘）。以上投标文件，仅用于招标人存档使用，不作为评审依据。（纸质投标文件如采用邮递方式送达的，请务必提前寄出并通知招标代理项目联系人，保证投标文件在提交截止时间前送达指定地点并密封完好）。邮寄地址：广东省广州市越秀区环市中路316号金鹰大厦10楼1032，收件人：王工，联系方式：020-83541795。 |
| 7 | **投标有效期：90天（日历天）** |
| 8 | **投标保证金：****1、投标保证金金额：****投标人必须提交¥50000.00元(大写：人民币伍万元整)的投标保证金****2、投标保证金缴纳方式：**（1）按银行子账号信息汇款/转账方式缴纳；或（2）电子保函线上缴纳方式：**（1）银行子账号信息汇款/转账缴纳方式：**①投标人网上登记成功后，应登录广东省机电设备招标有限公司广咨电子招投标交易平台网站（http://www.gzebid.cn）并选择对应项目获取缴纳投标保证金的银行子账号信息（每位投标人每个项目的保证金缴纳账户是唯一的，该账号是针对每位投标人随机生成的专属账号）。②投标保证金应从投标人的账号支付，并以资金到达该子账号的时间为准，如从其他账户、或未缴纳到指定的子账号，视为无效投标保证金。③缴纳投标保证金时投标人须仔细阅读广咨电子招投标交易平台的缴纳保证金页面的所有内容（包括重要事项），如因投标人未按要求错误操作造成系统平台无法识别缴纳账号信息或投标保证金未在投标截止时间前到账的，视为未按要求缴纳保证金，由此造成后果由投标人自行承担责任。**（2）电子保函线上缴纳方式：**①登录广咨电子招投标交易平台网站（www.gzebid.cn）并选择对应项目，选择“申请电子保函”，使用标信通APP进行扫码申请，选择开函机构并填写发票信息（如为首次在该开函机构申请电子保函需先完成准入），选择CA盾（如未办理移动CA，系统将自动赠送一个仅能用于开函的CA），确认提交并完成支付，成功出函后，投标人在标信通APP点击“确定提交”，电子保函同步提交至广咨电子招投标交易平台，还可在标信通APP手机下载所开具的电子保函。②登录标信通APP，点击“投标保函”-“申请保函”，选择“广咨电子招投标交易平台”并选择开函机构（如首次在该开函机构申请电子保函需先完成准入），选择项目申请保函（需先在广咨电子招投标交易平台完成项目投标登记，否则无法购买电子保函），填写发票信息，选择CA盾，确认提交并完成支付，成功出函后，投标人在标信通APP点击“确定提交”，电子保函同步提交至广咨电子招投标交易平台，投标人可在标信通APP手机下载所开具的电子保函。具体操作可访问广咨电子招投标交易平台：平台服务》办事指引》电子保函方式缴纳保证金。（投标保证金缴纳指南具体见：广咨电子招投标交易平台网站（www.gzebid.cn）首页>平台服务>办事指南>广咨电子招投标交易平台网上缴纳投标保证金说明，咨询热线电话：400-9030-870 网站客服(QQ)：3151435402。） |
| 9 | 投标截止时间：详见投标邀请函投标文件递交地址：详见投标邀请函。 |
| 10 | 开标时间：详见投标邀请函地址：详见投标邀请函。 |
| 11 | 招 标 人：广东南都娱乐传媒股份有限公司地 址：广东省广州市越秀区广州大道中289号联 系 人：郭慧聪电 话：13602888045 |
| 12 | 招标代理机构名称：广东省机电设备招标有限公司联系人：胡美欢、王晓黎电 话：020-83544332、83541795电子邮件：jdzbhu@163.com |

## 一、总则

**1、项目说明**

1.1项目说明

广东省机电设备招标有限公司（以下简称“招标代理机构”）受广东南都娱乐传媒股份有限公司委托（以下简称“招标人”），就“**精品歌曲创作及展演宣传项目**”进行国内公开招标。

1.2资金来源

自筹资金

1.3招标方式

公开招标方式

1.4招标项目

**精品歌曲创作及展演宣传项目（下称“本项目”）**

（详细内容请参阅招标文件中“用户需求书”的相关内容）

**2、定义及解释**

2.1公开招标方式：招标人参照《中华人民共和国招标投标法》及相关法律法规，在指定的网站发布相关采购信息，邀请不特定法人单位购买招标文件，法人单位并按照招标文件的约定，编制投标文件，参与投标，随后，招标人组织评标委员会，按照招标文件的要求投标文件进行评审，并最终推荐中标单位的过程。

2.2业主/招标人/甲方/使用单位/采购人/用户：均指广东南都娱乐传媒股份有限公司；招标代理机构：广东省机电设备招标有限公司。

2.3 投标人/供应商：指响应招标、参加投标竞争的法人或者其他组织。

2.4评标委员会：评标委员会是依法组织的专门负责本次招标及评标工作的临时性机构。

2.5日期：是指公历日。

2.6合同：指本次招标所产生的合同或合约文件。

2.7招标文件中的标题或标名仅起引导作用，而不应视为对招标文件内容的理解和解释。

2.8“招标人”、“投标人”、“成员”和“各方”等人或有关组织的用词均是指依法成立的公司、组织或行政事业单位下属机构。根据上下文的需要，这些用词的单复数具有相同的定义。

2.9招标文件中所规定的“书面形式”，是指任何手写的、打印的或印刷的通讯，包括电报和传真发送。

**3、合格的投标人**

3.1与本项目招标公告（或投标人须知前附表）中合格投标人资格条件一致。

**4、纪律与保密事项**

4.1凡参与招标工作的有关人员均应自觉接受有关主管部门的监督，不得向他人透露已获得招标文件的潜在投标人的名称、数量以及可能影响公平竞争的有关招投标的其他情况。

4.2开标后，直至向乙方发出《中标通知书》时止，凡与审查、澄清、评价和比较投标的有关资料以及授标意见等，参与招标工作的有关人员均不得向投标人及与评标无关的其他人透露。

4.3除投标人被要求对投标文件进行澄清外，从开标之日起至授予合同期间，投标人不得就与其投标文件有关的事项主动与评标委员会及招标人联系。

4.4从开标之日起至授予合同期间，投标人试图在投标文件审查、澄清、比较和评价时对评标委员会施加任何影响或对招标人的比较及授予合同的决定进行影响，都可能导致其投标文件被拒绝。

4.5投标人不得串通作弊，以不正当的手段妨碍、排挤其他人，扰乱招标市场，破坏公平竞争原则。

4.6获得本招标文件者，应对文件进行保密，不得用作本次投标以外的任何用途。若有要求，开标后，投标人应归还招标文件中的保密文件和资料。

4.7由招标人向投标人提供的服务要求等相关资料，被视为保密资料，仅被用于它所规定的用途，除非得到招标人或招标人的同意，不能向任何第三方透露。开标完成后，投标人应归还所有从招标人处获得的保密资料。

5、投标人须知

5.1凡参加本次投标的投标人视为已充分认识和理解了任何与本项目有关的事项及各种困难情况。

5.2 投标人应保证所提供给招标人的资料和数据是真实的。

6、投标费用

6.1投标人应承担获取招标文件及所有与编写和提交投标文件有关的费用，不论投标的结果如何，招标人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

## 二、招标文件

**7、招标文件的构成**

7.1本次招标的有关内容和要求在招标文件中均有说明。招标文件包括：

第一章 投标邀请函

第二章 投标人须知

第三章 用户需求书

第四章 合同格式

第五章 投标文件格式

第六章 评标办法

7.2投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和规范等要求。投标人没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标文件没有对招标文件各方面都有做出实质性响应是投标人的风险，因为没有实质性响应招标文件要求的投标将被拒绝。

**8、招标文件的澄清**

8.1任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应以书面形式通知招标代理机构。招标代理机构对其在投标人须知规定的投标截止时间**15日以前**收到的对招标文件的澄清要求将以书面形式予以答复，同时将书面答复发送给每个购买招标文件的投标人（答复中包括所有问题，但不包括问题的来源）。

8.2对于投标人澄清要求的回复，招标代理机构均将以书面形式或指定网站及媒体上发布的信息通知所有投标人，凡在上述网上发布的信息，与招标文件具有同等法律效力，将被视为对所有投标人进行了有效通知。

**9、招标文件的修改**

9.1在截止投标时间**15日前**的任何时候，无论出于何种原因，招标人或招标代理机构可主动地或在解答投标人提出的需澄清的问题时向投标人发修改文件对招标文件进行修改。

9.2文件的澄清和修改文件将以书面形式通知所有购买招标文件的投标人，该澄清文件也是招标文件的组成部分，并对投标人具有约束力。

9.3为使投标人编写招标文件时有充分时间对招标文件的修改部分进行研究，招标人或招标代理机构可自行决定，酌情延长投标截止日期，同时将决定以书面形式通知所有购买招标文件的投标人。

9.4投标人在收到招标代理机构发给的任何澄清和修改文件时，都应在收到后立即以书面形式向招标代理机构确认。

9.5对于招标文件的修改或补充文件，招标代理机构均将以书面形式或指定网站及媒体上发布的信息通知所有投标人，凡在上述网上发布的信息，与招标文件具有同等法律效力，将被视为对所有投标人进行了有效通知。

**10、招标语言及计量**

10.1投标文件和来往函件应用中文书写，投标人提供的支持文件、技术资料和印刷的文献可以用其它语言，但相应内容应附有中文翻译本（经公证处公证），以中文为准，对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

10.2招标文件中的所有计量单位和规格说明都使用国家法定计量单位表示。

## 三、投标文件的编制

**11、特别说明**

11.1本招标文件服务指标要求中，重要的、关键的服务指标要求或性能要求，投标人要特别注意，必须对此响应或完全满足或优于这些要求。否则若有一项重要指标未响应或存在负偏差，将按投标无效处理，即废标。

11.2本招标文件的商务合同条款部分除保险、终止和合同生效条款外，均不允许实质性偏离。投标人必须对本招标文件的每一项要求给予实质性的响应，否则其投标将被拒绝。

11.3 投标人对本投标文件的每一项要求所给予的响应必须是唯一的，否则将视为不响应。

**12、投标语言及计量**

12.1投标人提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使用中文。投标人提供的支持文件和印刷的文件可以使用英文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释时以中文翻译为准。

12.2在投标文件及所有投标人与招标人往来文件中所有计量单位和规格说明均须用国家法定计量单位表示。

**13、投标文件的构成**

13.1投标人编写的投标文件应包括下列部分：

（1）按投标人须知规定填写投标函、投标报价表。

（2）按投标人须知出具的资格证明文件，证明投标人是合格的且中标后有能力履行合同。

（3）按招标文件的规定出具的证明文件。

（4）按投标人须知规定提交的投标保证金。

（5）对招标文件第三章做出书面响应。

（6）投标人应参照招标文件第五章的内容格式提供全面的响应的文件。

**14、投标文件的要求**

14.1投标人应依照招标文件中投标文件格式填写，并真正对招标文件的要求做实质性的响应。

14.2投标人必须按照招标文件要求，正面回答所有的问题，并按所附格式要求正式签署。

14.3投标人对于招标文件的所有“★”号要求，必须作出真实满足的响应，否则将作无效投标处理。

**15、投标报价**

15.1投标人必须按招标文件中“用户需求书”等规定的报价方案报价，否则视为非实质响应性投标。

15.2投标人所报的投标价在合同执行期间是固定不变的，不得以任何理由予以变更。以可调整的价格提交的投标文件将作为非响应性投标而予以拒绝。

**16、投标货币**

16.1投标人提供的服务须用人民币报价；

16.2投标文件中的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；总价金额与单价金额和数量乘积不一致的，以单价金额和数量乘积为准，但单价金额小数点有明显错误的除外。

**17、证明投标人合格和资格的文件**

17.1如投标人须知规定，投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部分。

17.2投标人提交的中标后履行合同的资格证明文件应满足招标文件的要求：

1. 投标人与本次招标项目类似案例的业绩（提供合同复印件）；（如需）
2. 投标人已具备履行合同所需的人力、财力、物力和服务能力；（如需）
3. 有关确立投标人法律地位和专业服务能力的原始文件副本复印件（如营业执照等资格证书）。（如需）

**18、投标保证金**

18.1招标代理机构受招标人委托代理招标人收取本项目投标保证金。所有投标人必须就所投项目按规定提交投标保证金。投标保证金金额详见投标人须知前附表规定。投标保证金应在投标截止时间前到达广东省机电设备招标有限公司帐户上。

18.2投标保证金是为了保护招标人免遭因投标人的行为而蒙受损失，招标人在因投标人的行为受到损害时可以依法没收投标人的投标保证金。

18.3投标保证金投标保证金缴纳方式：子账号方式缴纳。投标人网上登记成功后，应登录广东省机电设备招标有限公司广咨电子招投标交易平台网站（http://www.gzebid.cn）并选择对应项目获取缴纳投标保证金的子账号（每位投标人每个项目的保证金缴纳账户是唯一的，该账号是针对每位投标人随机生成的专属账号）。

①投标保证金应从投标人的账号支付，并以资金到达该子账号的时间为准，如从其他账户、或未缴纳到指定的子账号，视为无效投标保证金。

②投标人严禁采用EFT系统(广东金融结算系统/广州银行)方式缴纳投标保证，如采用此方式导致招投标系统无法识别缴纳账号信息的，视为未按要求缴纳保证金，由此造成后果由投标人自行承担责任。

③根据银行跨行转账时间惯例，一般需要2个工作日到帐，部分银行需要3至5个工作日到账。为确保投标保证金有效，请投标人预留足够的时间提前转账，以免影响投标。

18.4凡没有根据投标人须知的规定提交投标保证金的投标，将按投标人须知的规定视为非响应性投标予以拒绝。

18.5未中标的投标人的保证金，将按投标人须知发出中标结果通知之日起5个工作日内由收款人原额退还**（保证金不计利息）**。为了便于投标保证金顺利退还，所有投标人务必详细填写好投标保证金退还说明并在开标时与标书一起递交。

18.6中标人的投标保证金的退还必须同时满足以下要求：

（1）中标人按投标人须知规定签订合同；

（2）中标人按投标人须知规定支付招标代理服务费。如果中标人拒绝支付规定的招标代理服务费，招标人有权在投标人所交的投标保证金中扣除相应费用。

18.7下列任何一种情况发生时，投标保证金将被没收：

（1）投标人在投标文件中规定的投标有效期内撤回其投标；

（2）投标人在规定期限内未能根据投标人须知规定签订合同；或未能根据投标人须知规定接受对错误的修正；

（3）投标人在投标过程中提供虚假材料。

**19、投标有效期**

19.1投标文件应根据投标人须知的规定保持有效，比规定期限短的将视为非响应投标而予以拒绝。

19.2特殊情况下在原有投标有效期截止之前，招标人可征求投标人同意延长投标有效期。这种要求与答复均为书面形式提交。投标人可以拒绝招标人的这种要求，其投标保证金将不会被没收。接受投标的有效期延长的投标人将不会被要求和允许修正其投标文件，而只会要求其相应地延长其投标保证金的有效期。在这种情况下，本须知有关投标保证金的退还和没收的规定将在延长了的有效期内继续有效。

**20、投标文件的样式和签署**

20.1投标文件应按第五章要求编制。

20.2投标人应准备纸质投标文件1份（正本），2份（副本），1份（投标文件电子文档）。每份投标文件清楚标明“正本”或“副本”，如果“正本”与“副本”或“投标系统上传的电子投标文件”不符，以“投标系统上传的电子投标文件”为准。

**电子文件的内容为投标文件可编辑电子版，详细报价表（用excel制作，保存为.xls格式）及正本盖章签字PDF扫描件保存至usb闪存盘介质。**

20.3投标人文件“正本”是属于投标人自己制作的，均需用不褪色墨水书写或打印。

20.4投标文件的任何行间插字、涂改和增删，必须由投标文件的签字人用姓氏或首字母在旁边签字并加盖修改章或法人公章才有效。

20.5投标文件（副本），所有资料都有可以用投标文件的（正本）复印而成。

20.6投标文件的正本及所有副本的封面均须由投标人加盖公章。

20.7投标人须为其投标文件的正本及所有副本**制作目录并标明页码**。

20.8电报、电话、电传、传真的投标文件将被拒绝。

## 四、投标文件的递交

**21、投标文件的密封和标记**

21.1 **投标文件的包封要求；投标人最好按以下规定分别独立包封投标文件，独自分开的封包数共为3包:**

（1）投标文件正本包封为一包，并在外包装上清晰标明“正本”字样；

（2）投标文件所有的副本一起包封为一包，并在外包装上清晰标明“副本”字样；

（3）投标文件的电子文件封为一包，并在外包装上清晰标明“电子文件”字样；

21.2投标文件的密封要求：投标人应确保上述各包分别独立密闭封装，外包装材料不应留有可在包封后添加或抽取投标文件的空隙。

21.3信封或外包装封套上应当注明项目名称、投标人名称。如果未按要求标记，招标人和招标代理机构对误投或提前启封概不负责。

21.4招标代理机构对不可抗力事件造成的投标文件的损坏、丢失不承担任何责任。

**22、投标截止日期**

22.1所有投标文件应在投标截止时间前送达投标、开标地点，并交予招标代理机构工作人员，任何迟于这个时间的投标将被拒绝。

**23、迟交的投标文件**

23.1按照投标人须知规定，招标代理机构将拒绝并原封退回在规定的投标截止时间后收到的任何投标证明文件。

**24、投标文件的修改与撤回**

24.1投标人在递交电子投标文件后，在投标截止时间前投标人可以修改其投标，需在交易平台发出修改或撤回通知，并按要求加盖供应商印章。投标截止时间后不得修改其投标。

24.2 投标人可以在投标截止时间前撤回其投标。

## 五、开标与评标

**25、开标**

25.1.1.招标人在指定地点和时间组织公开开标，如有改变，以招标代理机构的最新通知为准。届时投标人代表应现场或在线参与。现场出席开标仪式的代表应签名报到以证明其出席。投标人不参加开标会的，视其放弃见证、监督、申辩有关开标活动的权利。

25.1.2.在投标截止时间后，招标代理通过广咨电子招投标交易平台对已递交的电子投标文件进行系统解密。系统解密完成后，招标代理机构工作人员公布招标项目名称、投标人名称、投标总报价等主要内容及开标记录表中的其他必要内容。投标总报价以数字和文字两种方式表述的，应公布文字表述的投标报价。

25.1.3.投标人对开标有异议的，远程在线参加开标会议的，应当通过电子投标平台在线限时内提出异议。现场参加开标会议的，应在开标现场提出。

25.1.4.招标人或招标代理机构当场或线上作出答复，并制作开标记录，各投标人需在开标确认截止时间前对开标一览表确认。

25.2开标时间采用北京时间计时（以国家授时中心标准时间为准）。

25.3开标地点：详见投标人须知前附表规定。

25.4开标由招标代理机构主持，投标人代表应准时参加开标会议。投标人代表未出席开标会，不影响开标，且不得对开标程序、结果等提出任何异议。未递交投标文件的投标人广东省机电设备招标有限公司有权拒绝其参加开标会。

25.5 开标时，招标代理机构当众宣读投标人名称、修改和撤回投标的通知（如果有）、投标报价及其他必要的内容，除照规定原封退回迟到的投标之外，开标将不得拒绝在投标截止时间前收到的投标文件，开标会过程中不接受已提交投标文件的投标人撤回投标文件。发现投标人不足三家的公开招标项目，做废标处理。

25.6迟到或撤回的投标文件将被原封退回给投标人。

25.7招标代理机构将做开标记录，开标记录包括在开标时宣读的全部内容，并由投标人签字确认，存档备查。

**26、评标委员会**

26.1本次招标，招标人参照相关法律法规组成评标委员会。

26.2 评标委员会

26.3评标委员会只对确定为实质上响应招标文件要求的投标，即通过符合性审查的投标进行评价和比较，响应的依据是招标文件本身的内容，而不寻求其它证据。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部主要条款、条件和规格相符，没有重大偏离的投标、关键条文的偏离、保留或反对。

**27、评标原则和评标方法**

27.1评标遵循公平、公正、科学、择优的原则。评标委员会将按照规定只对通过初步评审的招标文件进行详细评审。

27.2评标方法：本次招标的评标方法采用综合评分法。

27.3评标规则与步骤：详见第六章；

**28、投标文件的修正和澄清**

28.1为有助于投标文件的审核、评价和比较，评标委员会可分别要求投标人对其投标文件进行澄清，有关澄清的要求和答复先以口头形式答辩，然后在要求的时间内以书面形式提交，但不得寻求、提供或允许对投标价格或实质性内容做任何更改。

28.2投标人不得通过修正和撤销不合要求的偏离或保留从而使其没有实质上响应招标文件要求的投标成为实质上响应的投标。

28.3所谓实质上响应投标应是与招标文件要求的全部条款、条件和规格相符，没有重大偏离或保留。所谓重大偏离和保留是指实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中招标人的权力或投标人的业务。纠正这些偏离或保留将会对其他实质上的响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响，评标委员会决定投标文件的响应性只根据投标文件本身内容，而不寻求外部的证据。对于在技术响应/差异表中的描述与投标文件其他地方的描述有差异的，以该表为准。评标委员会若注意到该差异，可要求投标人澄清（除不允许偏离的★条款外）或视为完全响应；若未注意到，则视为完全响应。投标人必须按照技术响应表中对用户需求书的实际响应情况提供服务，否则按提供虚假材料处理，已中标的可取消中标资格。

28.4评标委员会将允许修正投标文件中的不构成重大偏离的、微小的、非正规的、不一致的或不规则的地方，但这些修正不能影响任何投标人相应的名次排列。

**29、拒绝任何或所有投标的权力**

29.1评标委员会经评审，认为所有投标都不符合招标文件实质性要求的，可以否决所有投标。

29.2当有效投标人少于3名时，可以拒绝所有投标并重新组织招标。

29.3如果第一、或二、或三中标候选人不能按照招标文件要求及其投标文件的承诺签订合同或其投标文件与事实不符，招标人有权依照法定程序将合同按顺序授予其他中标候选人或重新开启招标程序，对受影响的投标人不承担任何责任，也无义务向受影响的投标人解释采取这一行动的理由。

## 六、授予合同

**30、中标人的确定**

30.1根据评标结果，招标人将按照招标文件的约定确定中标人。

30.2评标委员会无义务将合同授予投标报价最低的投标人。

**31、中标结果公示**

**31.1广东省机电设备招标有限公司将在规定的时间通过指定网址公示中标结果。**

31.2在投标有效期满之前，广东省机电设备招标有限公司将在指定网址公告中标结果，并将招标结果通知招标人。

**32、合同授予**

32.1招标人将合同授予被确定的中标人，中标人必须以中标人名义签订合同，若中标人为分公司或子公司的，应当在合同签订前提交由总公司出具的授权函。

32.2招标人在授予合同时根据实际的需要有权对“用户需求书”中列举的涉及内容予以适当的增减，涉及内容的增减，该等增减行为不得对整个“用户需求”产生实际背离。按实际内容变化修正相应的价格。

**33、中标通知书及中标结果通知书**

33.1招标代理机构将用书面的方式向中标人发出经确认的书面《中标通知书》，中标人收到《中标通知书》后及时书面向广东省机电设备招标有限公司确认。

33.2 《中标通知书》将是合同的一个组成部分。

33.3广东省机电设备招标有限公司发出《中标通知书》时，向所有未中标人公告中标结果，对不中标的投标人不另行通知，亦不作任何解释。

**34、签订合同**

34.1中标人应自《中标通知书》发出之日起三十日内，应按照《中标通知书》指定的时间、地点，派遣其授权代表前往与招标人签署合同。

34.2合同的组成基于但不限于以下部分：

（1）《合同条款》；

（2）招标文件及澄清、补充、修改文件；

（3）中标人的投标文件及澄清、补充、修改文件；

（4）相关资料；

（5）《中标通知书》。

34.3签定合同过程中的解释顺序：1、中标通知书；2、中标单位投标文件；3、招标文件；当上述三份文件中的表述有冲突之处，以上述文件顺序列前的文件表述为准。

34.4不接受中标人授权其分公司或者分支机构签订合同。

**35、招标代理服务费**

**35.1.中标人应按中标通知书要求与招标人签订合同。**

**35.2.中标人须向招标代理机构交纳的招标代理服务费，收费按照《国家计委关于印发《招标代理服务收费管理暂行办法》的通知》（计价格[2002]1980号）及《国家发展改革委员会办公厅关于招标代理服务收费有关问题的通知****》（发改办价格【2003】857号）的标准，以中标金额作为采购代理服务费的计算基数进行计算招标代理服务费并下浮50%向招标代理机构缴纳，本项目为服务类招标项目。**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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% |
| 100～500万元 | 1.1% | 0.8% | 0.7% |
| 500～1000万元 | 0.8% | 0.45% | 0.55% |
| 1000～5000万元 | 0.5% | 0.25% | 0.35% |

**35.3招标代理服务费由中标人通过广咨电子招投标交易平台（http://www.gzebid.cn）向招标代理机构缴交。【严禁采用EFT系统(广东金融结算系统)方式缴纳，如采用此方式导致招投标系统无法识别缴纳账号信息的，视为未按要求缴纳招标代理服务费，由此造成后果由投标人自行承担责任。】。**

**36、监督与检查**

36.1投标人有下列情形之一，则中标、成交无效，投标保证金不予退还，取消投标人一年至三年内参加广东南都娱乐传媒股份有限公司招标项目的投标资格并予以公告；给招标人造成损失的，应追究其经济责任或法律责任：

1.提供虚假投标材料的；

2.采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人的；

3.与招标单位、其他投标人恶意串通的；

4.向招标单位行贿或者提供其他不正当利益的；

5.其它违法、违纪或违规的行为。

**37、招标文件的解释权**

37.1如果投标人对此次招标活动有疑问，可参照相关法律法规向广东省机电设备招标有限公司提出异议。广东省机电设备招标有限公司应当给与答复，并将结果告知有关当事人。异议应符合以下条件，如不符合，广东省机电设备招标有限公司将不予受理。

(1) 提出异议的应是投标人或者其他利害关系人。

(2) 异议必须以书面形式提出，注明异议的项目名称、项目编号、异议投标人的单位名称、详细地址、邮政编码、联系人及联系电话等基本情况。

(3) 异议文件必须由法定代表人签署或经法定代表人授权的代表签署，加盖单位公章，在规定的时限内将异议书原件送抵广东省机电设备招标有限公司。

(4) 有异议的具体事项、请求及理由，不得含有虚假、恶意成份，并附相关证据材料，所依据的有关法律、法规、规章的名称及条款内容。

(5) 异议材料中有外文资料的，应一并附上中文译本，并以中文译本为准。

(6) 异议事项属于有关法律、法规和规章规定处于保密阶段的事项，异议的当事人应当提供信息来源或有效证据。

1. **用户需求书**

1.打“★”号条款为实质性条款（如有），若有任何一条负偏离或不满足则导致投标（响应）无效。

2.打“▲”号条款为重要技术参数（如有），若有部分“▲”条款未响应或不满足，将根据评审要求影响其得分，但不作为无效投标（响应）条款。

**一、项目目的**

本项目以传承岭南地域文化基因、展现民谣歌曲魅力为核心目标，面向全国音乐创作者发起原创音乐作品征集活动。重点支持融合地方文化元素的音乐创作，通过现代艺术形式活化传统音乐。

**二、服务内容**

1.创作方向

地域文化表达：鼓励运用方言声腔（如粤语、客家话、潮汕方言等）、传统音乐元素（如渔歌调式、木鱼书韵律、山歌技法等）进行创新编创；

载体形式拓展：涵盖童谣改编、新民谣创作、非遗音乐再生等类型，支持交响化、电子化等跨界演绎方式；

审美价值提升：要求作品兼具文化辨识度与时代气息，在保持传统韵味的同时融入现代音乐语汇。

2.核心要求

地域标识性：作品需体现特定地域的文化符号系统（包括但不限于语言特征、节庆习俗、历史记忆等）；

艺术创新性：突破传统音乐形态边界，展现数字技术赋能下的音乐新形态；

传播延展性：具备新媒体传播潜力，可转化为短视频、互动音乐装置等多元载体。

服务期限：合同签订之日起至2025年12月31日。具体内容如下：

**（一）歌曲创作扶持**

投标人根据项目需求，采取定向邀约与社会公开征集相结合的方式，完成不少于25首体现岭南地域文化特征的原创音乐作品创作，其中应安排部分音乐家参与线下乐会演出。

扶持包括但不限于音乐人歌曲创作工作（作词、作曲、编曲、演唱等）、版权授权使用费、顾问/嘉宾创作费、IP授权费用、场地设备租赁服务费、主题策划服务费、社会征集专家评审费、社会征集歌曲创作扶持经费及其他相关合理费用等。

征集对象：

1. 定向邀约知名音乐人：拟特邀在歌坛有影响力、有行业地位的大咖歌手以及词曲创作人领衔创唱。如陈楚生、李昊、五条人等（或同级别艺人）。特邀创作应兼容老牌知名音乐人、乐坛中坚力量、近年深受年轻人欢迎的新生代力量，以及深耕粤港澳大湾区多年的歌手以及词曲创作人等。定向邀约作品不少于5首，投标人需提供拟邀约名单，且需承诺中标后能邀约到名单内音乐人（或同级别艺人）。
2. 社会征集：创作者不受地区、年龄、性别、职业限制，全国及海内外专业、业余词曲唱作者均可参加本次征集活动。

征集时间：根据整个项目涉及内容合理规划，包括但不限于投稿、评选、宣推等阶段。

作品要求：

（1）歌曲曲风上以民谣风格为基础，鼓励曲风混搭创新，如混搭说唱、电子乐、流行乐等，易于传唱，具有较强的艺术表现力和感染力；

（2）创作主题贴近实际、贴近生活，鼓励结合岭南文化地区的具体元素，例如特色乐器、自然风光、人文历史、社会变迁等，以小见大，充分展现岭南地区的文化魅力，呈现出独特的岭南地域风情和时代气息；

（3）每个作品时长不少于2分钟，不接受清唱及纯音乐等无歌词作品；

（4）作品应为2025年1月1日以来创作的或未曾发表、未获得市级以上各类奖项的原创作品，重新编配翻唱作品不纳入本次征集范围；

（5）作品投稿者须保证对作品享有独创性和完整版权，不得有侵犯第三方著作权或其他知识产权等侵权行为。

（6）作品需具备以下条件：

A. 在专业录音棚录制、无损音质、分轨文件完整；

B. 适合主流媒体/短视频平台传播的节奏、时长设计；

C. 作品旋律、歌词、编曲等都应与主题相契合，体现创作专业性和多元文化元素融合的创新性；

D. 具备影视/游戏OST、商业广告二次开发潜力。

3.征集方式

通过招标人在社交平台搭建的线上报名页面以及与主流音乐、视频、社交平台合作完成征集。投标人根据项目需求，提供拟邀合作平台、合作模式及作品征集方式等。

4.作品评选

投标人根据项目需求，提供作品评选方案，其中需包括专家评审及线下评审会。投标人需提供不少于8位评审邀约名单，包括但不限于音乐创作、音乐教学、音乐发行、岭南文化研究等领域专家学者、资深从业者等。

5.激励政策

投标人根据项目需求，提供激励政策方案，包括但不限于“优胜作品”评选、作品合辑收录、推荐签约发行、作品宣推等。

**（二）歌曲后期制作及拍摄**

投标人根据项目需求，为新创歌曲提供后期制作、视频摄制、传播物料制作等服务，包括但不限于以下服务：

1. 作品后期制作（编曲、录音、混音等）：包括但不限于专业录音棚及设备租赁：控制室含符合唱片级制作要求的大型数字及模拟调音台、声卡、话放、线材等设备，压缩、均衡等效果器的混音设备，监听音箱多套，保证最佳的拾音质量话筒多支。投标人需提供后期制作导演、国内专业录音师、混音师、母带工程师等名单；拟选用的专业录音棚及设备清单。
2. 视频摄制：为不少于25首歌曲创作拍摄制作传播短视频、宣传片、歌曲MV等，包括但不限于作品内容策划编导服务、传播品制作、道具/舞美搭建费、服化道、拍摄场地租赁、视频参演演员邀请、后期制作团队服务费、素材版权使用费及其他相关合理费用等。投标人需提供视频团队人员配置、拍摄设备清单等，团队人员需至少包含编导1名，摄像2名，后期制作1名，拍摄助理1名。
3. 传播物料：根据项目需求制作传播品、视觉设计及传播品延展。含为不少于25首民谣类原创歌曲，根据内容要求和音乐属性等设计单个主视觉、项目KV、作品海报、歌词视频、MV设计、道具、宣推H5等，包括但不限于原创设计及延展、版权素材采买费等。

**（三）线下推广及线下展演**

1.启动发布会

投标人根据项目需求，策划落地1场启动发布会，提供内容及服务包括但不限于：活动主题、亮点内容、流程规划、邀约不少于8名嘉宾（含食宿交通差旅等服务）、举办场地、视觉设计、视频摄制、现场布置搭建、物料制作、1-2名演职演艺人员邀请（含演艺人员及陪同人员食宿交通差旅等服务）、1名专业主持人、2-4名妆发团队、6-8名礼仪、3-4名摄影摄像师（含设备及导播系统）、速记人员等。

1. 线下定向推广活动
 投标人根据项目需求，策划落地不少于1场主题宣介/高校宣推活动，提供内容及服务包括但不限于：合作单位/高校、活动主题、亮点内容、流程规划、邀约不少于5名嘉宾（含食宿交通差旅等服务）、举办场地、视觉设计、视频摄制、现场布置搭建、物料制作、演职演艺人员邀请（含演艺人员及陪同人员食宿交通差旅等服务）、3-4名摄影摄像师（含设备及导播系统）等。
2. 年度线下展演+收官研讨会
 投标人根据项目需求，策划落地1场大型线下音乐会及研讨会，提供内容及服务包括但不限于：活动主题、亮点内容、流程规划、邀约不少于8组表演歌手（含歌手及陪同人员食宿交通差旅等服务）、邀约不少于5组嘉宾（含食宿交通差旅等服务）、举办场地、视频摄制、视觉设计、现场布置搭建、设备租赁、物料制作、演职演艺人员邀请（含专业主持人1-2名、6-8名妆发团队、6-8名礼宾人员，6-8位现场执行人员等）、配备灯光师、音响师、屏控师及4-6名摄影摄像师（含设备及导播系统）等。

**（四）宣传推广**

投标人根据项目需求，需从前期预热、项目启动、歌曲征集、作品发布、线下推广、后期传播等项目全程各环节，充分利用媒体传播资源以及社交媒体资源，联动包括但不限于央媒、全国头部音乐/视频垂类平台、主流网络及社交平台、自媒体等进行传播宣发，最大化辐射和影响目标圈层，实现裂变式社交互动传播，以推动精品歌曲出圈破圈。提供内容及服务包括但不限于：宣推计划、内容策划、视觉设计、视频摄制、宣推平台资源（不少于3家）、全媒体传播矩阵投放、数据优化等。投标人需提供拟合作主流音乐/视频平台、媒体平台等名单，并承诺在国内主流网络平台点击量不低于5000万。

**三、付款方式**

本项目按以下方式实施支付：

1、招标人在合同签订后，自收到中标人开具的相应金额的增值税发票之日起的15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向中标人支付合同总价的40%；

2、中标人完成所有歌曲及mv等传播品制作，招标人收到中标人开具的相应金额的增值税专用发票之日起15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向中标人支付合同总价的30%。

3、中标人完成年度线下展演+收官研讨会，招标人收到中标人开具的相应金额的增值税专用发票之日起15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向中标人支付合同总价的20%。

4、项目活动结束经招标人验收合格，招标人收到中标人开具的相应金额的增值税专用发票之日起的15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向中标人支付合同总价的10%。

**项目实施清单（精品歌曲创作及展演宣传项目）服务内容主要为：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 分类 | 服务内容 | 关键指标 | 数量 | 单位 |
| 歌曲创作扶持 | 定向邀约及社会公开征集音乐人原创歌曲 | 定向邀约知名音乐人及社会公开征集结合，制作推出不少于25首新创民谣类音乐作品，其中部分音乐人出席线下音乐会。 包括但不限于音乐人歌曲创作工作（作词、作曲、编曲、演唱等）、版权授权使用费、顾问/嘉宾创作费、IP授权费用、场地设备租赁服务费、主题策划服务费、社会征集专家评审费、社会征集歌曲创作扶持经费及其他相关合理费用等。 | 25 | 首 |
| 歌曲后期制作及拍摄服务 | 作品后期制作 | 对新创民谣歌曲进行后期制作（编曲、录音、混音等），包括但不限于专业录音棚及设备租赁：控制室含符合唱片级制作要求的大型数字及模拟调音台、声卡、话放、线材等设备，压缩、均衡等效果器的混音设备，监听音箱多套，保证最佳的拾音质量话筒多支。后期分轨混音以及母带处理：拟邀请国内专业录音师、混音师、母带工程师制作。 | 1 | 项 |
| 视频摄制 | 根据项目要求，为不少于25首歌曲创作拍摄制作传播短视频、宣传片、歌曲MV等，包括但不限于作品内容策划编导服务、传播品制作、道具/舞美搭建费、服化道、拍摄场地租赁、视频参演演员邀请、后期制作团队服务费、素材版权使用费及其他相关合理费用等。 内容策划编导：根据宣传片/歌曲MV实际内容编写脚本、总导演根据脚本规划分镜头；拍摄场地租赁、拍摄设备：含多机位专业摄影摄像设备、灯光设备、轨道、航拍器材、收音器材等租赁； 视频拍摄制作：根据脚本及项目要求完成多机位视频拍摄、后期剪辑（含调色、配音、配乐、空镜、素材等版权服务）；美陈置景：根据脚本要求，租赁或搭建视频拍摄场地、场景美术设计及道具设计等，包含场景搭建、物料制作、装卸运输、场地报批、安保等。 | 1 | 项 |
| 传播物料 | 根据项目需求制作传播品、视觉设计及传播品延展。含为不少于25首民谣类原创歌曲，根据内容要求和音乐属性等设计单个主视觉、项目KV、作品海报、歌词视频、MV设计、道具、宣推H5等，包括但不限于原创设计及延展、版权素材采买费等。 | 1 | 项 |
| 线下推广及线下展演服务 | 启动发布会 | 场地租赁：天河大剧院或同级别活动场地，包括场地桌椅、灯光音响等设备使用、会议服务、VIP停车位、报批及安保费用等。 | 1 | 天 |
| 嘉宾邀请服务：拟邀国内知名专家学者、民谣原创音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台等学界业界代表不少于8位嘉宾出席。包括但不限于线下出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 8 | 位 |
| 现场布置搭建：包括高清LED、约5×3m主题背景板、木结构+异型装置主题展示区、指示牌若干、定制启动装置、签约道具、舞台搭建、60寸提词器、研讨环节白色沙发、屏幕灯光音响等设备技术人员、拆装运输等。 | 1 | 项 |
| 会议物料：包括但不限于专业PPT笔、录音笔、嘉宾台卡、饮用水、评分表印制、黑色签字笔、主持稿手卡、流程单、折页等宣传品印制、现场伴手礼、签约簿、麦盒、工作证等。 | 1 | 项 |
| 演职演艺人员邀请服务：邀请1-2名大湾区民谣歌手现场演唱、1名专业主持人、2-4名妆发团队、6-8名礼宾人员等，含食宿、差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |
| 视觉设计、音视素材：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计、动态KV设计、启动/签约仪式视频、流程音乐等制作、版权素材采买等 | 1 | 项 |
| 摄影摄像：预计摄影师1名、摄像机位2个、导播系统等，包括活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪 | 3 | 位 |
| 现场速记，预计工作4小时以上 | 1 | 位 |
| 线下定向推广活动 | 场地租赁：预计广深佛莞等重点城市或星海音乐学院等高校音乐学院开设专门的项目相关线下推广活动。租用高校内报告厅/会议室等同类型级别活动场地，包括场地桌椅、屏幕音响等硬件设备使用、VIP停车位、报批及安保费用等； | 1 | 天 |
| 现场布置搭建：包括约5×3m主题背景板、活动指示牌若干、舞台搭建、屏幕灯光音响等设备技术人员、拆装运输等 | 1 | 项 |
| 活动物料：包括但不限于专业PPT笔、录音笔、嘉宾台卡、麦牌、饮用水、流程单、黑色签字笔、主持稿手卡、互动礼品、工作证等 | 1 | 项 |
| 视觉设计：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计等 | 1 | 项 |
| 嘉宾邀请服务：拟邀国内知名专家学者、民谣原创音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台、往届获奖者等代表不少于5位嘉宾出席。包括但不限于线下出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |
| 摄影摄像：预计摄影师1名、摄像机位2个，包括活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪 | 3 | 位 |
| 年度线下展演+收官研讨会 | 表演歌手邀请服务：邀约作品原创音乐人及相关歌手、乐队进行现场表演，含提前1天彩排、歌手及其陪同人员食宿交通差旅等费用，拟不少于8组音乐人。圆桌研讨服务：拟邀音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台、专家学者等多方代表参与研讨会拟不少于5组嘉宾。嘉宾邀请服务：拟邀国内合作方代表、音乐机构、高校专家学者、行业协会、企业代表等嘉宾出席，含现场出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用以上费用含邀请、接待、订票等服务费 | 1 | 项 |
| 场地租赁：广州市内剧院、LiveHouse等同类型级别活动场地，预计容纳500人以上，包括场地桌椅、硬件设备使用、会议服务、VIP停车位、报批及安保费用等；预计搭建彩排1天、活动执行1天 | 2 | 天 |
| 现场布置搭建：包括但不限于约10×3m主题背景板、约20×1m艺人海报吊旗、约5×2.6m合影打卡区+互动装置、6-8套指示牌、舞台发光立体字、舞台台阶、讲台（含包装）及拆装运输等； | 1 | 项 |
| 设备租赁、舞台搭建：约9×3.5mP3高清LED屏幕租赁； 舞台搭建：含舞台结构、地毯、60寸提词器等；音响麦克风设备：含线阵音箱、音频处理器、无线手持麦克风、配套功放舞台返送音箱、讲台座麦、信号放大器、数字音控台、耳返、专业播音手提电脑、线材及周边设备等；灯光设备：含电脑光束灯、LED par灯、观众灯、信号放大器、数码灯光控台、烟机、雷亚架、电源箱、讯号线、电源线、专业播音手提电脑等 | 1 | 项 |
| 活动物料：包括但不限于全场饮用水、宣传折页、节目单、手举牌、停车指引等物料印制、现场伴手礼、发光棒手幅灯牌等气氛道具、麦盒、主持手卡、工作证、对讲机等。 | 1 | 项 |
| 视觉设计、音视素材：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计、动态KV设计、歌曲VJ设计、流程音乐设计制作、版权素材采买等 | 1 | 项 |
| 演职演艺人员邀请服务：包括专业主持人1-2名、6-8名妆发团队、6-8名礼宾人员，6-8位现场执行人员等（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |
| 灯光师、音响师、屏控师：含提前1天彩排，现场执行1天 | 2 | 天 |
| 摄影摄像：预计摄影师2名、摄像机位4个，导播系统等，含活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪若干 | 6 | 位 |
| 宣传推广服务 | 视觉设计 | 根据宣推计划和内容进行视觉设计及传播品延展。包括但不限于宣传主KV、海报、各渠道推广图、宣推H5、歌手海报、话题海报等，含原创视觉设计及延展包装费、素材版权使用费等。 | 1 | 项 |
| 国内头部平台宣推 | 与微信视频号、抖音、哔哩哔哩、酷狗音乐、QQ音乐、网易云音乐等不少于2家主流视频及音乐平台合作宣推作品，如搭建专题主页、建立专属歌单、匹配用户标签推送推荐歌单，制造话题等，包括但不限于宣传推广策划服务、平台推广费、数据资源推广费、媒体矩阵宣传费等。 | 1 | 项 |
| 网络平台宣推 | 在微博、小红书、微信等主流网络平台进行活动宣传推广，与各平台音乐类达人、KOL合作宣发，包括但不限于宣传推广策划服务、平台推广费、内容生产费、媒介内容合作及投放费、平台传播费等。 | 1 | 项 |
| 数据服务 | 根据相关节点稿件完成数据管理、收集相关链接、数据优化服务 | 30 | 项 |

**（合同条款仅供参考，合同具体细则最终以招标人与中标人协定为准， 但不得对招标文件、投标文件作实质性修改）**

**第四章 合同格式（参考）**

**精品歌曲创作及展演宣传项目**

**合同书**

**甲　　方：广东南都娱乐传媒股份有限公司**

**乙　　方：**

合同编号：

**服务合同**

甲 方：

地 址：

联系方式：

乙 方：

地址：

联系方式：

 甲、乙双方经过平等友好协商，依照《中华人民共和国民法典》等相关法律法规，现就双方 合作事宜达成如下协议，以资共同遵守。

**第一条 合作内容**

（一）服务内容：

（二）服务要求：

（三）服务时间：

**第二条 合同价款及付款方式**

（一）合同价款总额为人民币 元（大写：人民币 圆整，含税）。该合同价款包含乙方为了履行本合同项下委托事项所产生的费用。除经过甲方书面确认的可增加的费用外，本合同价款总额不因任何事由增加，包括但不限于不可抗力、价格上涨等因素。

1、甲方在合同签订后，自收到乙方开具的相应金额的增值税发票之日起的15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向乙方支付合同总价的40%；

2、乙方完成所有歌曲及mv等传播品制作，甲方收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向乙方支付合同总价的30%。

3、乙方完成年度线下展演+收官研讨会，甲方收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向乙方支付合同总价的20%。

4、项目活动结束经甲方验收合格，甲方收到乙方开具的相应金额的增值税专用发票之日起的15个工作日内，按流程办理资金拨付手续，向乙方支付合同总价的10%。

（二）双方结算账户及发票信息如下表。本合同有效期内，如一方需要改变以下结算账户及发票信息，应提前十五天以加盖公章的书面文件通知对方。如一方未按本合同规定通知而遭受损失的自行承担，若使另外一方遭受损失的，应赔偿相应损失。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 甲方名称 | 广东南都娱乐传媒股份有限公司 | 乙方名称 |  |
| 纳税人识别号 |  | 纳税人识别号 |  |
| 开户银行名称 |  | 开户银行名称 |  |
| 银行账号 |  | 银行账号 |  |
| 地址 |  | 地址 |  |
| 电话 |  | 电话 |  |

**第三条 双方权利及义务**

（一）甲方权利义务

1、甲方根据本次合作实施的实际需要确定委托乙方提供服务的范围、内容及标准。

2、甲方有权监督、指令乙方及工作人员按要求执行；要求乙方更换不符合要求的工作人员。

3、甲方应当按照合同约定付款。

4、甲方有权在本合同履行过程中提出合理的服务增减项目，双方同意：

（1）甲方应当将增减服务项目要求以书面形式告知乙方。

（2）甲方要求增加服务项目的，乙方须配合甲方要求按时按质完成，增加服务项目的价格按照本合同相同或近似的服务项目单价执行，如无相同或近似的服务项目，则乙方承诺给予不高于同类服务项目市场价格的最优惠价格，双方签订书面补充协议对增加服务项目事宜予以确认。

（3）甲方要求减少服务项目的，自书面通知到达乙方工商登记住所或者本合同指定地址时生效，减项部分相应的费用在应付合同价款中扣除。

（二）乙方权利义务

1、乙方保证具有签订并履行本合同的必要资格资质，有能力承担本合同活动。

2、乙方保证按约定的时间、质量完成全部服务工作。

3、乙方应按要求做好验收报告及配合甲方做好验收工作，并承担验收发生的费用。

4、乙方应充分履行安全保障义务，合同履行期间所发生的一切人身伤亡以及财产损失由乙方负责，因此给甲方造成损失的，乙方应负责赔偿。

5、乙方应保证其提供的服务合法合规，不侵害第三方合法权益，否则由此产生的责任由乙方承担，甲方因此遭受损失的，有权向乙方追偿。

6、未经甲方事先书面同意，乙方不得将其在本协议项下的权利或义务转让给任何第三方。

**第四条 违约责任**

（一）任何一方在合同生效后要求终止合同的，应当提前告知对方，并向对方支付合同价款总额的百分之 十 作为违约金，合同另有约定的除外。

（二）若乙方未能按本合同提供服务内容，或未能按照约定的时间内完成工作，或存在严重影响甲方工作的行为，甲方有权解除本合同，乙方应退还甲方已支付的价款，并且支付甲方本合同价款总额百分之 二十 的违约金。

（三）若甲方未按照本合同约定向乙方支付合同款项，每逾期一天，甲方支付乙方当期应付而未付款项的万分之 一 作为违约金。

（四）未经甲方书面同意，乙方不得将本合同项下的权利义务转让给任何第三方，否则甲方有权解除合同，并有权要求乙方承担本合同价款总额百分之 二十 计算的违约金。

（五）甲方有权在任何一期应付合同价款中扣除乙方按照本合同应支付的违约金及/或赔偿金。如果本合同所明确约定的违约金和乙方的其他责任仍然无法弥补甲方因乙方违约行为遭受的全部损失的，甲方有权要求乙方赔偿其全部损失（包括但不限于甲方向第三方承担的赔偿金、违约金、或甲方因参与诉讼而发生的律师费、鉴定费、公证费、诉讼费、差旅费等）。

**第五条 知识产权与商业秘密**

（一）乙方为履行本合同所形成的活动方案、图片、文字作品、音视频等所有资料信息的知识产权均归属甲方所有，合同终止后乙方须移交给甲方，乙方不得将其用于合同项目以外的其他目的或向第三方提供上述资料，否则乙方应另行承担侵权责任。

（二）乙方在签订和履行本合同中知悉的甲方的全部信息（包括技术信息和经营信息等）均为甲方的商业秘密。除本合同规定之工作所需外，未经甲方事先书面同意，乙方不得使用、披露甲方的商业秘密，不得擅自使用、复制甲方的商标、标志、商业信息、技术及其他资料，否则乙方应承担相应的侵权责任。

（三）本合同有效期内及终止后，本条款对乙方仍具有法律效力。

**第六条 不可抗力及免责**

（一）“不可抗力”是指本合同双方订立合同时不能避免且不能克服、不可预见或即使预见亦无法避免的客观情况，该情况妨碍、影响或延误任何一方根据本合同履行其全部或部分义务。不可抗力包括：自然原因的不可抗力，例如：地震、火灾、洪水、严重的传染性疾病等；国家机关原因的不可抗力，例如：法律、政策、行政指令、政府行为和国家政策发生根本性改变；其它不可抗力：战争、武装冲突、动乱、重大疫情等其他突发事件等。

（二）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五日内向对方通报，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，双方可根据不可抗力事件对合同履行的影响程度协商决定延期履行、变更合同或解除合同，并免于承担违约责任。

（三）遭受不可抗力的一方未履行上述义务或不可抗力发生在一方违约前或违约后的，不能免除其违约责任。

**第七条 法律适用及争议解决**

（一）本合同受中华人民共和国法律解释和管辖，并不考虑法律冲突。

（二）双方约定，合同签订地为广州市越秀区。有关本合同的任何争议应由双方秉承善意友好协商解决。若双方协商不成，一方可将争议提交合同签订地有管辖权的法院诉讼解决。

**第八条 通知与送达**

与本合同有关的通知、文件等均须采用书面形式发出，并由中国邮政特快专递（EMS）或专人送至本合同首页载明的通讯地址。EMS寄出第三日（无论对方签收与否）与对方签收日中较早的日期视为已送达日期。一方的地址如发生变更，应于变更后七天内通知对方，未通知或延迟通知的，由其承担法律后果。

**第九条 其他**

（一）本合同经双方法定代表人或授权代理人签字并盖章之日起生效。

（二）本合同一式肆份，双方各执贰份，具有同等法律效力。

（三）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。本合同未尽事宜或任何一方就本合同的任何条款要求修改，须由双方签订书面补充协议。补充协议是本合同的组成部分，与本合同具有同等法律效力，不一致之处以补充协议为准。

【以下无正文】

甲方（盖章）： 乙方（盖章）：

法人（授权）代表签字： 法人（授权）代表签字：

日期： 年 月 日 日期： 年 月 日

**第五章** **投标文件格式**

**一、投标文件封面格式**

投 标 文 件

（项目编号： ）

**项目名称：**

**投 标 人：**

**二、自查表**

**符合性审查表（阶段一）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **审查内容** | **证明文件（如有）** |
| 1 | 符合合格投标人资格条件； | 见投标文件（）页 |
| 2 | 投标文件按招标文件规定要求签署及盖章，由授权代表签署时有法定代表人出具的授权委托书； | 见投标文件（）页 |
| 3 | 投标有效期满足招标文件要求； | 见投标文件（）页 |
| 4 | 按招标文件要求提交投标保证金； | 见投标文件（）页 |
| 5 | 招标文件**★**号条款要求必须满足，投标文件的内容实质性满足招标文件无重大偏离或保留，否则按废标处理，没有出现违反法律、法规规定的情形； | 见投标文件（）页 |
| 6 | 投标文件未附有招标人不能接受的条件的。 | 见投标文件（）页 |

**符合性审查表（阶段二）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **审查内容** | **证明文件（如有）** |
| 1 | 投标人的商务评分未低于招标文件规定的商务得分比例； | 见投标文件（）页 |
| 2 | 投标人的投标报价没有超过本项目的最高限价； | 见投标文件（）页 |
| 3 | 投标人不得递交两份或多份内容不同的投标文件，在一份投标文件中对同一招标内容报有两个或多个报价时必须声明哪一个为最终报价； | 见投标文件（）页 |
| 4 | 无招标文件中规定的其他无效投标的内容。 | 见投标文件（）页 |

注：以上（阶段一、阶段二）的材料将作为投标人符合性审查的重要内容，投标人必须严格按照其内容及序列要求在投标文件中对应如实提供，对符合性证明文件的任何缺漏和不符合项将会直接导致无效投标！

**技术评审自查表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **评审内容** | **证明文件（如有）** |
| 1 |  | 见投标文件（）页 |
| 2 |  | 见投标文件（）页 |
| 3 |  | 见投标文件（）页 |
| 4 |  | 见投标文件（）页 |
|  | ... |  |

**商务评审自查表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **评审内容** | **证明文件（如有）** |
| 1 |  | 见投标文件（）页 |
| 2 |  | 见投标文件（）页 |
| 3 |  | 见投标文件（）页 |
| 4 |  | 见投标文件（）页 |
|  | ... |  |

注：投标人应根据《技术评审表》《商务评审表》的各项内容填写此表，并附于投标文件中。

## 三、投标报价表格式

投标人应按附表1.1～1.2的格式提交投标报价表。

附表1.1开标一览表

金额单位：元（人民币）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目名称** | **投标报价** | **税率** | **服务期** | **备注** |
| **精品歌曲创作及展演宣传项目** | **投标报价（含增值税）（元 人民币）：**大写：人民币 小写：¥  | % |  |  |

**注：**

**1.投标报价超过最高限价的属于无效投标。**

**2.所有报价保留两位小数。**

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

附表1.2

**精品歌曲创作及展演宣传项目分项报价表**

（1）项目详细报价表

金额单位：元（人民币）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 分类 | 服务内容 | 关键指标 | 数量 | 单位 | 单价 | 小计 |
| 歌曲创作扶持 | 定向邀约及社会公开征集音乐人原创歌曲 | 定向邀约知名音乐人及社会公开征集结合，制作推出不少于25首新创民谣类音乐作品，其中部分音乐人出席线下音乐会。 包括但不限于音乐人歌曲创作工作（作词、作曲、编曲、演唱等）、版权授权使用费、顾问/嘉宾创作费、IP授权费用、场地设备租赁服务费、主题策划服务费、社会征集专家评审费、社会征集歌曲创作扶持经费及其他相关合理费用等。 | 25 | 首 |  |  |
| 歌曲后期制作及拍摄服务 | 作品后期制作 | 对新创民谣歌曲进行后期制作（编曲、录音、混音等），包括但不限于专业录音棚及设备租赁：控制室含符合唱片级制作要求的大型数字及模拟调音台、声卡、话放、线材等设备，压缩、均衡等效果器的混音设备，监听音箱多套，保证最佳的拾音质量话筒多支。后期分轨混音以及母带处理：拟邀请国内专业录音师、混音师、母带工程师制作。 | 1 | 项 |  |  |
| 视频摄制 | 根据项目要求，为不少于25首歌曲创作拍摄制作传播短视频、宣传片、歌曲MV等，包括但不限于作品内容策划编导服务、传播品制作、道具/舞美搭建费、服化道、拍摄场地租赁、视频参演演员邀请、后期制作团队服务费、素材版权使用费及其他相关合理费用等。 内容策划编导：根据宣传片/歌曲MV实际内容编写脚本、总导演根据脚本规划分镜头；拍摄场地租赁、拍摄设备：含多机位专业摄影摄像设备、灯光设备、轨道、航拍器材、收音器材等租赁； 视频拍摄制作：根据脚本及项目要求完成多机位视频拍摄、后期剪辑（含调色、配音、配乐、空镜、素材等版权服务）；美陈置景：根据脚本要求，租赁或搭建视频拍摄场地、场景美术设计及道具设计等，包含场景搭建、物料制作、装卸运输、场地报批、安保等。 | 1 | 项 |  |  |
| 传播物料 | 根据项目需求制作传播品、视觉设计及传播品延展。含为不少于25首民谣类原创歌曲，根据内容要求和音乐属性等设计单个主视觉、项目KV、作品海报、歌词视频、MV设计、道具、宣推H5等，包括但不限于原创设计及延展、版权素材采买费等。 | 1 | 项 |  |  |
| 线下推广及线下展演服务 | 启动发布会 | 场地租赁：天河大剧院或同级别活动场地，包括场地桌椅、灯光音响等设备使用、会议服务、VIP停车位、报批及安保费用等。 | 1 | 天 |  |  |
| 嘉宾邀请服务：拟邀国内知名专家学者、民谣原创音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台等学界业界代表不少于8位嘉宾出席。包括但不限于线下出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 8 | 位 |  |  |
| 现场布置搭建：包括高清LED、约5×3m主题背景板、木结构+异型装置主题展示区、指示牌若干、定制启动装置、签约道具、舞台搭建、60寸提词器、研讨环节白色沙发、屏幕灯光音响等设备技术人员、拆装运输等。 | 1 | 项 |  |  |
| 会议物料：包括但不限于专业PPT笔、录音笔、嘉宾台卡、饮用水、评分表印制、黑色签字笔、主持稿手卡、流程单、折页等宣传品印制、现场伴手礼、签约簿、麦盒、工作证等。 | 1 | 项 |  |  |
| 演职演艺人员邀请服务：邀请1-2名大湾区民谣歌手现场演唱、1名专业主持人、2-4名妆发团队、6-8名礼宾人员等，含食宿、差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |  |  |
| 视觉设计、音视素材：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计、动态KV设计、启动/签约仪式视频、流程音乐等制作、版权素材采买等 | 1 | 项 |  |  |
| 摄影摄像：预计摄影师1名、摄像机位2个、导播系统等，包括活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪 | 3 | 位 |  |  |
| 现场速记，预计工作4小时以上 | 1 | 位 |  |  |
| 线下定向推广活动 | 场地租赁：预计广深佛莞等重点城市或星海音乐学院等高校音乐学院开设专门的项目相关线下推广活动。租用高校内报告厅/会议室等同类型级别活动场地，包括场地桌椅、屏幕音响等硬件设备使用、VIP停车位、报批及安保费用等； | 1 | 天 |  |  |
| 现场布置搭建：包括约5×3m主题背景板、活动指示牌若干、舞台搭建、屏幕灯光音响等设备技术人员、拆装运输等 | 1 | 项 |  |  |
| 活动物料：包括但不限于专业PPT笔、录音笔、嘉宾台卡、麦牌、饮用水、流程单、黑色签字笔、主持稿手卡、互动礼品、工作证等 | 1 | 项 |  |  |
| 视觉设计：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计等 | 1 | 项 |  |  |
| 嘉宾邀请服务：拟邀国内知名专家学者、民谣原创音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台、往届获奖者等代表不少于5位嘉宾出席。包括但不限于线下出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |  |  |
| 摄影摄像：预计摄影师1名、摄像机位2个，包括活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪 | 3 | 位 |  |  |
| 年度线下展演+收官研讨会 | 表演歌手邀请服务：邀约作品原创音乐人及相关歌手、乐队进行现场表演，含提前1天彩排、歌手及其陪同人员食宿交通差旅等费用，拟不少于8组音乐人。圆桌研讨服务：拟邀音乐人、音乐机构组织、行业协会、高校、音乐企业、商业平台、专家学者等多方代表参与研讨会拟不少于5组嘉宾。嘉宾邀请服务：拟邀国内合作方代表、音乐机构、高校专家学者、行业协会、企业代表等嘉宾出席，含现场出席、嘉宾及陪同人员食宿交通差旅等费用以上费用含邀请、接待、订票等服务费 | 1 | 项 |  |  |
| 场地租赁：广州市内剧院、LiveHouse等同类型级别活动场地，预计容纳500人以上，包括场地桌椅、硬件设备使用、会议服务、VIP停车位、报批及安保费用等；预计搭建彩排1天、活动执行1天 | 2 | 天 |  |  |
| 现场布置搭建：包括但不限于约10×3m主题背景板、约20×1m艺人海报吊旗、约5×2.6m合影打卡区+互动装置、6-8套指示牌、舞台发光立体字、舞台台阶、讲台（含包装）及拆装运输等； | 1 | 项 |  |  |
| 设备租赁、舞台搭建：约9×3.5mP3高清LED屏幕租赁； 舞台搭建：含舞台结构、地毯、60寸提词器等；音响麦克风设备：含线阵音箱、音频处理器、无线手持麦克风、配套功放舞台返送音箱、讲台座麦、信号放大器、数字音控台、耳返、专业播音手提电脑、线材及周边设备等；灯光设备：含电脑光束灯、LED par灯、观众灯、信号放大器、数码灯光控台、烟机、雷亚架、电源箱、讯号线、电源线、专业播音手提电脑等 | 1 | 项 |  |  |
| 活动物料：包括但不限于全场饮用水、宣传折页、节目单、手举牌、停车指引等物料印制、现场伴手礼、发光棒手幅灯牌等气氛道具、麦盒、主持手卡、工作证、对讲机等。 | 1 | 项 |  |  |
| 视觉设计、音视素材：包括但不限于现场物料及延展设计、3D效果图设计、动态KV设计、歌曲VJ设计、流程音乐设计制作、版权素材采买等 | 1 | 项 |  |  |
| 演职演艺人员邀请服务：包括专业主持人1-2名、6-8名妆发团队、6-8名礼宾人员，6-8位现场执行人员等（含邀请、接待、订票等服务费） | 1 | 项 |  |  |
| 灯光师、音响师、屏控师：含提前1天彩排，现场执行1天 | 2 | 天 |  |  |
| 摄影摄像：预计摄影师2名、摄像机位4个，导播系统等，含活动现场照片及全程视频记录、2分钟精剪视频及30秒快剪若干 | 6 | 位 |  |  |
| 宣传推广服务 | 视觉设计 | 根据宣推计划和内容进行视觉设计及传播品延展。包括但不限于宣传主KV、海报、各渠道推广图、宣推H5、歌手海报、话题海报等，含原创视觉设计及延展包装费、素材版权使用费等。 | 1 | 项 |  |  |
| 国内头部平台宣推 | 与微信视频号、抖音、哔哩哔哩、酷狗音乐、QQ音乐、网易云音乐等不少于2家主流视频及音乐平台合作宣推作品，如搭建专题主页、建立专属歌单、匹配用户标签推送推荐歌单，制造话题等，包括但不限于宣传推广策划服务、平台推广费、数据资源推广费、媒体矩阵宣传费等。 | 1 | 项 |  |  |
| 网络平台宣推 | 在微博、小红书、微信等主流网络平台进行活动宣传推广，与各平台音乐类达人、KOL合作宣发，包括但不限于宣传推广策划服务、平台推广费、内容生产费、媒介内容合作及投放费、平台传播费等。 | 1 | 项 |  |  |
| 数据服务 | 根据相关节点稿件完成数据管理、收集相关链接、数据优化服务 | 30 | 项 |  |  |
| **价税合计总额** |  |

注：

**1.所有报价保留两位小数。**

**2.本项目详细报价表的价税合计总额必须与开标一览表投标报价（含增值税）的总额一致。**

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

## 四、资格证明材料

## （1）投标函

**投 标 函**

致:（招标人名称）

 我方确认收到贵方提供的（招标项目名称）的招标文件的全部内容，我方： （投标人名称）作为投标者正式授权（授权代表全名, 职务）代表我方进行有关本投标的一切事宜。

在此提交的投标文件, 正本一份, 副本 份，包括如下等内容：

1. 报价表；
2. 投标函；
3. 法定代表人证明书及法人授权书；
4. 投标保证金支付证明复印件；
5. 有关确立投标人法律地位的原始文件副本复印件（如营业执照、组织代码证、税务登记证等）；
6. 资格及能力证明文件；
7. 商务响应文件；
8. 技术响应文件；
9. 应招标文件的要求提供的其他有关文件

我方已完全明白招标文件的所有条款要求，并重申以下几点：

（一）我方决定参加：项目名称为 的投标。

（二）有关服务的投标总价详见投标报价表。

（三）本投标文件的有效期投标截止日后**90日**有效，如中标，有效期将延至合同终止日为止。

（四）我方已详细研究了招标文件的所有内容包括修正文（如果有）和所有已提供的参考资料以及有关附件并完全明白, 我方放弃在此方面提出含糊意见或误解的一切权力。

（五）我方明白并愿意在规定的开标时间和日期之后,投标有效期之内撤回投标, 则投标保证金将被贵方没收。

（六）我方同意按照贵方可能提出的要求而提供与投标有关的任何其它数据或信息。

（七）我方理解贵方不一定接受最低标价或任何贵方可能收到的投标。

（八）我方如果中标，将保证履行招标文件以及招标文件修改书（如果有的话）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。

（九）如我方被授予合同，我方就本次招标支付有关的招标服务费。

（十）所有与本招标有关的函件请发往下列地址:

 地 址： 邮政编码： .

 电 话： 邮 箱： .

 代表姓名： 职 务： .

投标人名称:（盖章）

投标人法定代表人或其授权代表（签名或盖章）：

日期： 年 月 日

## （2）法定代表人证明书及法定代表人授权书

（投标人可使用下述格式，也可使用广东省工商行政管理局统一印制的法定代表人证明书格式）

**法定代表人证明书**

（姓名）现任我单位（职务），为我司（单位名称）法定代表人，特此证明。

有效期限：

附：代表人性别：年龄：身份证号码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

企业注册号码：企业类型：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

经营范围：

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

|  |
| --- |
| 粘贴法定代表人身份证复印件 |

**法定代表人授权书**

致：广东省机电设备招标有限公司

本授权书声明：注册于（国家或地区）的（投标人名称）的在下面签字的（法定代表人的姓名、职务）代表本公司授权在下面签字的（被授权人的姓名、职务）为本公司的合法代表人，就“项目名称：【项目编号：】”招标的投标和合同执行，以我方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，特此证明。

投标人名称:（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

职务：

被授权人（签字或盖章）：

被授权人身份证号码：

职务：

|  |
| --- |
| 粘贴被授权人身份证复印件 |

（3）资格声明格式

**资格声明函**

**广东省机电设备招标有限公司：**

下述投标人愿响应你方（项目编号）投标邀请，参与投标，并按招标文件要求提交所附资格文件且声明和保证如下：

1. 我方为本次投标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；
2. 我方是依法注册的法人，在法律上、财务上和运作上完全独立于（招标人名称）及广东省机电设备招标有限公司（招标代理机构）；
3. 我方具有独立承担民事责任能力；
4. 我方具有良好的商业信誉和健全的财务制度；
5. 我方具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
6. 我方参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录；
7. 我方所属的单位负责人为同一人或者存在控股、管理等关联关系的不同供应商，未参加同一合同项下的采购活动；
8. 我方具备履行合同所必需的设备和专业技术能力；
9. 单位地址为同一地址的不同投标人，未参与同一合同项下的采购活动。

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

##### （4）其他资格证明材料

根据合格投标人资格条件提供证明材料

五、商务文件格式

#### （一）企业状况

##### （1）企业基本情况介绍

|  |  |
| --- | --- |
| 投标人名称 |  |
| 注册地址（以营业执照上的住所填写） |  | 邮政编码 |  |
| 联系方式 | 联系人 |  | 电 话 |  |
| 邮 箱 |  | 网 址 |  |
| 法定代表人 | 姓名 |  | 技术职称 |  | 电话 |  |
| 成立时间 |  | 员工总人数： |
| 企业资质等级 | （如有） | 其中 | 1、各类注册人员 | （如有） |
| 营业执照号 |  | 2、高级职称人员 |  |
| 注册资金（资本） |  | 3、中级职称人员 |  |
| 实缴资金（资本） |  | 4、初级职称人员 |  |
| 基本存款账户开户银行 |  | 1-4人员合计 |  |
| 账号 |  | 其他人员 |  |
| 委托代理人姓名 |  | 职 务 |  |
| 固定电话 |  | 手 机 |  |
| 传 真 |  | 邮 箱 |  |
| 后附证明文件 | 1、投标人介绍； |
| 备注 |  |

**企业股东构成情况表**

|  |  |
| --- | --- |
| 企业名称 |  |
| 注册地址 |  | 企业类型 |  |
| 法定代表人姓名 |  | 电话 |  |
| **股东及出资信息** |
| **序号** | **股东名称(姓名/股东全称)** | **股东类型****(自然人股东/法人股东)** | **身份证号****/统一社会信用代码** | **出资额(万元)** | **出资方式** | **占全部股份比例** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

备注：

1.股东或出资人为自然人的，填写自然人姓名及身份证号；股东或出资人为法人的，填写法人企业全称及统一社会信用代码。出资方式填写：货物、实物、工艺产权和非专利技术、土地使用权等。

2.投标人必须如实填写股东构成情况，同时打印“国家企业信用信息公示系统” (网站：<http://gsxt.gdgs.gov.cn/>)网页查询的信息截图。

3.本表格如有虚假或与事实不符，作无效投标处理

##### （2）企业类似项目业绩证明材料

**业绩表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 合同金额（万元） | 合同签订时间 | 招标人 | 联系人及联系方式 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**注：业绩表后应附相应证明材料。**

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

##### （3）企业财务状况

**近三年财务状况表（按年度提供）**

**按招标文件要求提供经财务报告，并根据报告内容填写以下表格：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目或指标 | 单位 |  |  |  |
| 一、注册资金 | 万元 |  |  |  |
| 二、净资产 | 万元 |  |  |  |
| 三、总资产 | 万元 |  |  |  |
| 四、固定资产 | 万元 |  |  |  |
| 五、流动资产 | 万元 |  |  |  |
| 六、流动负债 | 万元 |  |  |  |
| 七、负债合计 | 万元 |  |  |  |
| 八、营业收入 | 万元 |  |  |  |
| 九、净利润 | 万元 |  |  |  |
| 十、净现金流量总额 | 万元 |  |  |  |
| 十一、主要财务指标 |  |  |  |  |
| 1、净资产收益率 |  % |  |  |  |
| 2、总资产报酬率 |  % |  |  |  |
| 3、主营业务利润率 |  % |  |  |  |
| 4、资产负债率 |  % |  |  |  |
| 5、流动比率 |  % |  |  |  |
| 6、速动比率 |  % |  |  |  |

注：

1、投标人应附财务报告的资产负债表、利润表、现金流量表等。

2、请投标人根据表格内容填写关键数据。

3、若缺少上述内容将可能影响评标委员会对投标人的评审。

**（4）投入本项目的主要管理技术人员情况**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **拟担任本项目的角色** | **姓名** | **年龄** | **学历** | **身高** | **具有相关证书(含职称证)等** | **工作年限** | **主要资历、经验及承担过的项目** |
| 1 | 项目负责人 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 宣传人员 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 编导人员 |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 设计人员 |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 活动现场执行人员 |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

##### （5）企业资信状况（如需，格式自拟）；

##### （6）企业综合实力（如需，格式自拟）；

##### （7）企业履约信用、荣誉（如需，格式自拟）；

##### （8）其他商务证明材料（投标人根据商务评分表内容及认为需要补充的说明提供相关材料）。

**（二）主要商务条件响应表**

**主要商务条款响应表**

[说明]投标人应对招标文件第四部分合同所有条款的内容（而非题目）作全面响应，并在“响应”栏中打“√”，有差异的请在“备注”栏中注明具体偏离情况。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 商务条款 | 条款内容 | 响应 | 备注 |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 | ...... |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

说明：

如投标人对招标文件合同条款有偏离的必须填写上表，否则视为完全响应招标文件要求。

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

**六、技术响应文件格式**

**[说明]** 投标人应按照招标文件的要求，根据《用户需求书》要求内容做出全面响应。其内容应包括但不限于本格式内各项要求。对必须响应的内容，必须完全响应，不允许有任何差异，对响应有差异的内容，提出说明和优化建议。

格式6.1 用户需求书中要求投标人自行填写的表格内容

格式6.2 对项目的认识和理解

格式6.3 歌曲创作服务方案

格式6.4 宣传推广方案

格式6.5 征集数量

格式6.6 项目质量保证

格式6.7 技术标评分细则需要提供的资料

格式6.8 招标人配合内容（如有）

格式6.9 投标人认为有必要提供的其他文件（如有）

**格式6.1****.1**

**技术响应表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 用户需求书相应序号 | 用户需求书相关内容 | 响应内容描述 | 差异描述 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**[说明]** 投标人应按照招标文件要求和“用户需求书”作出响应，如有差异的在“差异描述”栏中详细描述差异情况。

若以上表格如为空白，则表示无偏离，即完全满足招标文件的用户需求书条款。

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

**格式6.1.2**

**关键条款响应表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 用户需求书相应序号 | 关键条款（★条款）相关内容 | 偏离情况 | 响应内容描述 | 差异描述 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**[说明]** 投标人需按各自标段中★技术条款逐一对应响应表填写（如有）

投标人必须逐项对★技术条款的偏离情况如实填写，并在本表的“偏离情况”栏中注明“正偏离”或“负偏离”或“无偏离”。如有差异的在“差异描述”栏中详细描述差异情况。

当招标文件中未设置“★”项条款时，应在此表中直接填写：本项目未设置“★”条款。

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

**格式6.2**

**对项目的认识和理解**

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

**格式6.3**

**歌曲创作服务方案**

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

**格式6.4**

**宣传推广方案**

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

**格式6.5**

**征集数量**

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

**格式6.6**

**项目质量保证**

投标人应根据招标文件《用户需求书》及评审内容填写。

**格式6.7**

**技术标评分细则需要提供的资料（如有）**

**格式6.8**

**招标人配合内容（如有）**

 请投标人详细描述中标合同执行阶段需招标人配合的工作内容。

**格式6.9**

**投标人认为有必要提供的其他文件（如有）**

## 七、其他资料格式

7.1 招标服务费承诺书

7.2 退保证金说明

**7.1招标服务费承诺书**

**招标服务费承诺书**

致：**广东省机电设备招标有限公司**

 如果我方（投标人名称）在贵单位组织的（招标项目名称）项目编号为 的相关服务的招标中获中标，我方保证在收到《中标通知书》的当日，按招标文件要求，向贵单位交纳招标服务费（按投标人须知执行）。

 我方如违约，愿凭贵单位开出的违约通知，按上述承诺金额的200％在我方提交的投标保证金中扣付。

 特此承诺！

投标人名称:（盖章）

日期： 年 月 日

**7.2投标保证金退还格式****（样本）**

**退保证金说明**

致：

 我方为 项目的投标，项目编号为 所提交的保证金 元，请贵单位退还时划到以下账户：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 收款单位 |  收款单位名称 |  |
|  收款单位地址 |  |
|  开户银行（含汇入地点） | 省 市（县） 银行 支行（分理处）  |
| 账 号 |  |
| 联系人 |  | 手机号码 |  |

**投标人(公章)：**

**日 期：**

|  |
| --- |
| 汇款凭证粘贴处 |

**第六章** **评标办法**

**评 标 办 法**

# 说明

根据《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《评标委员会和评标方法暂行规定》和国家及地方有关文件精神，在保证本项目招标公开、公平、公正的基础上，结合本项目的需求，制定本评标办法。内容包括本次评标的评审过程和方法。

# 评标须知

* 1. 关于评标方案

2.1.1评标委员会的每位成员（简称评委）应认真地阅读并确认已经正确理解了评标方案。

* 1. 关于评标纪律

2.2.1评标委员会成员不得与任何投标人或者与招标结果有利害关系的人进行私下接触，不得收受投标人、中介人、其他利害关系人的财物或者其他好处；

2.2.2评委应本着客观、公正的原则独立给出评价意见；

2.2.3评委之间不得相互串通进行评分；

2.2.4评委不得试图影响其他评委的评价意见。

* 1. 关于评标责任

2.3.1评委应在其书面评审意见上签字确认；

2.3.2评委对其所提出的评审意见承担个人责任。

* 1. 关于回避

有下列情形之一的，不得担任评标委员会成员，如事先不知情的，应在宣读投标人名单及评标纪律后主动提出回避：

（1）是投标人或者投标人主要负责人的近亲属；

（2）是该投标人的项目主管部门或是该投标人的行政监督部门的人员；

（3）与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；

* 1. 关于保密
1. 评标委员会成员和与评标活动有关的工作人员不得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。
2. 前款所称与评标活动有关的工作人员，是指评标委员会成员以外的因参与评标监督工作或者事务性工作而知悉有关评标情况的所有人员。
	1. 罚则

（1）评标委员会成员在评标过程中擅离职守，影响评标程序正常进行，或者在评标过程中不能客观公正地履行职责的，一经核实，取消担任评标委员会成员的资格，并报有关部门经予法律追究和查处。

（2）评标委员会成员收受投标人、其他利害关系人的财物或者其他好处的，评标委员会成员或者与评标活动有关的工作人员向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐以及与评标有关的其他情况的，一经核实，报有关部门经予法律追究和查处。

# 评标委员会

* 1. 招标人和招标代理依照《中华人民共和国招投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》组建本项目评标委员会。评标委员会成员由技术、经济等方面的专家共5人组成。评标委员会成员享有同等的表决权。
	2. 评标委员会依据招标文件的规定对各投标文件进行评审，得出评标结果，提交评标报告。
	3. 评标委员会经评审，认为所有投标都不符合招标文件要求的，可以否决所有投标。

# 投标文件的澄清

* 1. 除评标委员会主动要求澄清外，从开标后至授予合同期间，任何投标人均不得就与其投标相关的任何问题与评标委员会联系。
	2. 为有利评标，在开标后，可随时请投标人就投标文件中某点加以澄清，澄清的内容不得对投标文件作实质性修改。以书面形式表达并加盖公章的答复经评标委员会认可后，可作为投标文件的一部分参与评标。

# 评标原则和评标办法

* 1. 评标工作应依据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》以及《评标委员会和评标方法暂行规定》以及国家和地方政府有关招标投标法规、实施办法的有关规定，遵循“公平、公正、科学、择优”的原则进行评标。
	2. 本次招标采用综合评分法，即评标委员会对各投标进行综合评价，根据评标细则的规定分别进行打分，统计得出评标结果，将评标结果写出评标报告。所有的评审资料及评分结果统计均须经评标委员会核实并签名确认。
	3. 评标委员会将按照规定只对通过初步评审的投标文件进行评价和比较。评标委员会有权根据有关规定否决所有投标。评标委员会不直接向落标方解释落标原因，不退回投标文件。
	4. 评标方法

5.4.1 本评标办法采用综合评分法。

**5.4.2 评标步骤：先进行资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）评审(见附表1)，再进行技术商务的详细评审。只有通过资格审查及商务技术符合性审查的投标才能进入商务和技术的详细评审。**

**5.4.3 若通过资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）的投标人不足三家，则本项目招标失败。**

5.4.4 商务和技术的评分及其统计：按照评标程序、评分标准以及权重分配的规定，评标委员会各成员分别首先就各个投标人的技术、商务状况及其对招标文件要求的响应情况进行评议和比较，评出其技术评分和商务评分。

5.4.5 技术评分：汇集每一位评委的评分，进行算术平均，得出该投标人的技术得分（四舍五入，取小数点后两位）。

5.4.6 商务评分：汇集每一位评委的评分，进行算术平均，得出该投标人的商务得分（四舍五入，取小数点后两位）

**5.4.7 评标委员会汇总整理所有投标人的商务得分及技术得分后，然后对投标人进行价格符合性审查（阶段二）(见附表4），再进行价格的详细评审。只有通过价格符合性审查的投标才能进入价格的详细评审。**

**5.4.8 若投标人出现商务得分低于商务分值的60%，评标委员会将否决该投标人的所有投标文件，该投标人也不再进入价格详细评审环节。**

**5.4.9 若通过价格符合性审查（阶段二）的投标人不足三家，则本项目招标失败。**

5.4.10 价格评分的评分及统计：按照评标程序、评分标准以及权重分配的规定，评标委员就各个投标人的价格状况及其对招标文件要求的响应情况进行评议和比较，评出其价格评分。

5.4.11 评标委员会将各投标人的技术评分、商务评分和价格评分相加得出其综合得分。将各综合得分由高到低顺序排列，推荐中标候选人。

5.5. 评标流程

5.5.1初步评审

**a.评标委员会按照资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）及价格符合性审查（阶段二）的内容按评标方法对投标文件进行检查，通过资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）所列各项作出实质性响应的投标文件才能进入到商务、技术的详细评审当中；通过价格符合性审查（阶段二）所列各项作出实质性响应的投标文件才能进入到价格的详细评审当中。**

注：如出现无效投标的争议时，各评委按规定以少数服从多数的原则通过记名投票书面确认是否为无效投标。

b.评标委员会将审查投标文件是否完整、有关资格证明文件是否有效、是否提交投标保证金、文件签署是否合格、投标有效期是否满足要求、投标文件的总体编排是否基本有序等。

c.在详细评审之前，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部条款、条件和规格相符合，没有重大偏离或保留的投标。所谓重大偏离或保留是指实质上影响合同的服务要求事项、服务质量；或者实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中招标人的权利或投标人的义务；纠正这些偏离或保留将会对其它实质上响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响。评标委员会决定投标文件的响应性只根据投标文件本身的内容，而不寻找外部的证据。

d.无效投标的认定

**按资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）及价格符合性审查（阶段二）（见附表1、见附表4）所列各项，评标委员会认为投标文件不满足招标文件要求的，将被认定为无效投标。**

5.5.2详细评审

a.详细评审是对通过资格审查及商务技术符合性审查（阶段一）的投标进行技术评审、商务评审以及对通过价格符合性审查（阶段二）的投标进行价格评审。

b.技术、商务评分：评标委员会就技术评分表、商务评分表的评审因素进行评分，各因素所占权重比例见《技术评分表》（附表2）及《商务评分表》（附表3），评分统计按本评标方法的规定进行。

c.价格的核准和评分

a)评标委员会详细分析、核准价格表，看其是否有计算上或累加上的算术错误，修正错误的原则如下：

（1）如果用大写表示的金额和用小写表示的金额不一致，应以大写表示的金额为准；

（2）当单价和数量的乘积与总价金额不一致时，以单价为准（除单价金额小数点明显错误的除外），并修正总价；

（3）漏项的调整方式：如评标委员会认为投标人报价存在重大缺漏项或标准不符事项，评标委员会有权按本次招标其它投标人相应项目的最高报价或最新相同或类似项目合同价格或估价折算,调整评标价格（仅在评标时进行调整，如该投标人中标，所有漏项应包含在供货范围内，且中标价仍按其投标报价计）。

（4）因投标人的投标报价增值税税率报错导致合同含税金额或不含税金额出现错误，经评标委员会复核得出正确税率并计算出评标价计算投标人的价格得分。若评标委员会复核后的评标价高于投标人的错误报价，招标人有权在投标人获得中标后取两者中相对低的价格作为合同价格。

（5）需要投标人提供的额外相关服务所需的费用，如果是另外单独报价的话，评分时应计入投标报价。

（6）评标委员会依据招标文件认为应该调整的价格。

b)评标委员会将按上述修正错误的方法调整投标文件中的投标报价，调整后的价格对投标人具有约束力。如果投标人不接受修正后的价格，则其投标将被拒绝。

c) 价格评分：

各有效投标人的价格评分统一按照下列公式计算：

1. 价格不能超过预算，否则就视为自动放弃本次投标权利
2. 投标人评标价及评标基准价的确认：

通过符合性审查的有效投标人进入价格评分。评标委员会对通过符合性审查的投标文件的投标报价进行复核及算术修正，修正后的价格为投标人的评标价。

1）评标基准价的计算

满足招标文件要求的投标人投标报价求平均值为评标基准价

2）价格评分

a) 当评标总价等于评标基准价，投标人的价格评分为20分；

b) 当评标总价高于评标基准价，投标人的价格评分按下式计算（每高1％，扣0.3分，扣完为止）：

投标人的价格评分=20-（投标人的评标总价-评标基准价）/评标基准价×100×0.3（四舍五入，小数点后保留两位有效数字）

c) 当评标总价低于评标基准价，投标人的价格评分按下式计算（每低1％，扣0.2分，扣完为止）：

投标人的价格评分=20-（评标基准价-投标人的评标总价）/评标基准价×100×0.2（四舍五入，小数点后保留两位有效数字）

d）技术、商务及价格权重分配：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 评分项目 | 技术评分 | 商务评分 | 价格评分 | 总分 |
| 分值 | 60 | 20 | 20 | 100 |

e）根据上述技术、商务及价格的综合评分及其权重分配，代入下列公式计算各投标人的总得分。得分统计保留小数点后两位，第三位四舍五入。进入详细评审的各投标人的综合得分，按得分从高到低排名。

评标总得分=F1+ F2 +F3

其中，F1、F2、F3别为技术、商务及价格评分的汇总得分。

f）评分统计验算：评分统计的结果数据须经评标委员会验算并确认。

5.5.3中标候选人

评标委员会按对各投标人的评标总得分由高到低顺序排列，推荐前3名为中标候选人。排名第一的投标人为第一中标候选人，排名第二的投标人为第二中标候选人，排名第三的投标人为第三中标候选人。评标总得分相同的，名次按技术分较高者排名靠前；评标总得分相同，且技术得分相同的，名次按商务分较高者排名靠前；评标总得分相同、商务评分和技术评分均相同的，名次由评标委员会投票决定；最后，评标委员会写出评标报告，将推荐的中标候选人报招标人核准。

附表1 符合性审查表（阶段一）

附表2 技术评分表

附表3 商务评分表

附表4 符合性审查表（阶段二）

**附表1：符合性审查表（阶段一）**

**符合性审查表（阶段一）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 审查项目 | 投标人 |
| A | B | C | D | E | ... |
| 1 | 符合合格投标人资格条件； |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 投标文件按招标文件规定要求签署及盖章，由授权代表签署时有法定代表人出具的授权委托书； |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 投标有效期满足招标文件要求； |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 按招标文件要求提交投标保证金； |  |  |  |  |  |  |
| 5 | 招标文件**★**号条款要求必须满足，投标文件的内容实质性满足招标文件无重大偏离或保留，否则按废标处理，没有出现违反法律、法规规定的情形； |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 投标文件未附有招标人不能接受的条件的。 |  |  |  |  |  |  |
| **结 论** |  |  |  |  |  |  |

**备注：1、每一项目符合的打“○”，不符合的打“×”；出现一个“×”的结论为不通过。**

**2、表中全部条件满足的结论为通过， 同意进入下一阶段评议。**

**附表2：技术评分表**

**技术评分表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审项目 | 评分细则 | 单项分数 |
| 1 | 对项目的认识和理解 | 根据投标人对本项目的认识和理解程度进行评审：1、对项目有深刻的理解，能科学、合理、准确地分析、解读项目工作方向等内容，得5分；2、对项目理解程度一般，能较为科学、合理、准确地分析、解读项目工作方向等内容，得3分；3、对项目理解程度较差，不能科学、合理、准确地分析、解读项目工作方向等内容，得1分；4、没有提供不得分。 | 5 |
| 2 | 歌曲创作服务方案 | 根据投标人对本项目所编制的歌曲创作服务方案进行评审：1、实施方案规划详细合理、科学、可行性高，符合项目进度要求，可操作性强，项目管理架构清晰，拟邀约的音乐创作人知名度高、业内影响力大、专业性强，专家嘉宾等人员覆盖行业领域广、经验丰富、知名度高、专业性强，社会征集歌曲方法可操作性强，作品评选方案完备，拟合作渠道优质（包含国内主流音乐/视频、社交媒体平台等），完全满足或优于采购需求，得30分；2、实施方案规划详细合理，符合项目要求，具有可操作性，项目管理架构较清晰，拟邀约的音乐创作人、专家嘉宾等人员经验比较丰富，专业性较强，社会征集歌曲方法可操作性较好，作品评选方案比较完备，拟合作渠道较好（包含国内普通音乐/视频、社交媒体平台等），满足采购需求，得20分；3、实施方案内容合理，基本符合项目要求，有一定的可操作性，拟邀约的音乐创作人、专家嘉宾等人员经验一般，专业性一般，社会征集歌曲方法可操作性一般，作品评选方案一般，拟合作渠道一般（国内普通音乐/视频、社交媒体平台等），基本能满足部分采购需求要求，方案需进一步细化，得10分；4、整个项目的实施方案不全面，内容不完整，条理性和可操作性较差，各个阶段的工作阐述有欠缺，拟邀约的音乐创作人、专家嘉宾等人员实力较弱，社会征集歌曲方法可操作性较差，作品评选方案较差，无或国内普通音乐/视频、社交媒体平台等合作渠道差，仅部分满足采购需求要求的，得5分；5、未提供相关内容则不得分。 | 30 |
| 3 | 宣传推广方案 | 根据投标人针对本项目所编制的宣传推广服务方案。内容包括但不限于前期预热、项目启动、歌曲征集、作品发布、线下推广及线下展演、后期传播等项目全程各环节全媒体宣传推广等内容。根据上述内容要点进行综合评分，具体如下：1、推广计划及内容详细完善，能够覆盖上述所列各要点内容，列有宣推的措施和流程，宣推资源优质（包含3家及以上国内头部音乐/视频平台、3家及以上头部社交媒体平台、20家及以上知名媒体等），整体宣推工作满足采购要求，可行性强，能够满足实际需求，得10分；2、推广计划及内容比较详细，基本能够覆盖上述所列各要点内容，列有简单的宣推措施和流程，宣推资源较好（包含1家及以上国内头部音乐/视频平台、3家及以上社交媒体平台、10家及以上知名媒体等等），可行性较强，基本能够满足实际需求，得7分；3、推广计划及内容较为笼统，上述所列的内容要点存在欠缺，宣推资源较少质量一般，可行性一般，仅能满足部分采购需求要求，方案需进一步细化，得4分；4、计划内容较差，无法体现上述所列要点或存在严重的偏差，可行性较差，得1分；5、未提供相关内容则不得分。 | 10 |
| 4 | 征集数量 | 根据投标人对本项目的作品征集进行评审：1、承诺征集作品数量超900首（含）的，得5分；2、承诺征集作品数量超600首（含）的，不足900首的，得3分；3、承诺征集作品数量不足600首的，得1分；4、无法承诺征集作品数量的，不得分。注：须提供承诺函并加盖投标人公章，未提供不得分。 | 5 |
| 5 | 项目质量保证 | 根据投标人对本项目的项目质量保证措施进行评审： 1、项目质量保证措施齐全、可行性高，实施方法和流程科学合理，并能承诺征集的作品与作品要求一致，得10分； 2、项目质量保证措施较为齐全、可行性较高，实施方法和流程较为科学合理，并能承诺征集的作品与作品要求一致，得7分； 3、项目质量保证措施、可行性一般，并能承诺征集的作品与作品要求一致，得4分； 4、项目质量保证措施不齐全、可行性差，实施方法和流程不科学、不合理，不能承诺征集的作品与作品要求一致，得1分；5、没有提供不得分。 | 10 |
| 合计 | 60分 |

**注：评委对各投标文件进行评审，分数精确至小数点后2位。**

**商务评分表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审项目 | 评分细则 | 单项分数 |
| 1 | 项目经验 | 根据投标人2021年1月1日至投标截止日（以合同时间为准）至今承接过的项目业绩进行评审：1、每提供一项“展演或活动类项目”相关的项目业绩得2分，满分4分。2、每提供一项“宣传类项目”相关的项目业绩得2分，满分4分。注：须提供合同关键页复印件（关键页至少包括体现合同内容页、合同时间和双方盖章页）并加盖公章，资料提供不全或提供材料模糊评委无法辨识或认定的，不得分。 | 8 |
| 2 | 项目保障 | 为保证投标人能及时响应物料制作需求，根据投标人自有/合作工厂（100平方米）基础上进行综合评审：1、厂房面积500平方米（含）及以上得3分。2、厂房面积低于500平方米高于300平方米（含）的，得2分。3、厂房面积低于300平方米，高于100平方米（含）的，得1分。4、无自有/合作工厂的不得分。注：1）自有工厂须提供厂房证明文件，包括但不限于房产证且能体现工厂与投标人关系和厂房平面图。2）合作工厂须提供投标人与工厂的有效合作协议证明材料（包括但不限于投标人和合作工厂的有效合作协议、出租人房产证、出租人和合作工厂的有效租赁协议、厂房平面图）。3）资料提供不全或提供材料模糊评委无法辨识或认定的，不得分。 | 3 |
| 3 | 宣传资质 | 根据投标人具有的新媒体平台代理资质或授权进行综合评审：1、有主流新媒体平台一级或以上代理资质，或投放授权的，得4分。2、有主流新媒体平台一级以下代理资质或未明确代理资质等级的，得2分。3、无提供资质或授权的不得分。注：1）须提供有效的代理合同或授权书关键页复印件并加盖公章2）主流新媒体包括但不限于抖音、小红书、腾讯、微博、微信等。3）资料提供不全或提供材料模糊评委无法辨识或认定的，不得分。 | 4 |
| 4 | 项目团队人员 | 根据投标人拟投入本项目的服务团队人员数量进行综合评审：拟投入本项目的项目实施团队人员架构需满足项目需求，应至少包括项目负责人、宣传人员、编导人员、设计人员、活动现场执行人员。每提供一类上述人员得1分，最高得5分，同一人员兼任多个岗位只计算一类得分。注：须提供服务团队人员在投标单位购买的投标截止日前六个月任意一个月的社会保险参保证明材料，无提供或资料不齐全不得分。 | 5 |
| 合计 | 20分 |

**注：1、评委对各投标文件进行评审，分数精确至小数点后2位。**

**2、若投标人出现商务评分低于商务得分的60%，评标委员会将否决该投标人的所有投标文件，该投标人也不再进入价格详细评审环节。**

**附表4：符合性审查表（阶段二）**

**符合性审查表（阶段二）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 审查项目 | 投标人 |
| A | B | C | D | E | ... |
| 1 | 投标人的商务评分未低于招标文件规定的商务得分比例； |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 投标人的投标报价没有超过本项目的最高限价； |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 投标人不得递交两份或多份内容不同的投标文件，在一份投标文件中对同一招标内容报有两个或多个报价时必须声明哪一个为最终报价； |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 无招标文件中规定的其他无效投标的内容。 |  |  |  |  |  |  |
| **结 论** |  |  |  |  |  |  |

**备注：1、每一项目符合的打“○”，不符合的打“×”；出现一个“×”的结论为不通过。**

**2、表中全部条件满足的结论为通过， 同意进入下一阶段评议**