**竞争性谈判邀请**

**通知书**

**项目名称：第二十三届高交会专业观众邀请推广引流项目（二次启动）**

**深圳会展中心管理有限责任公司**

**二O二一年九月**

**目 录**

[**第一部分：项目要求** 1](#_Toc80285282)

[**一、 单位名称** 1](#_Toc80285283)

[**二、 单位地址** 1](#_Toc80285284)

[**三、 项目名称** 1](#_Toc80285285)

[**四、 项目介绍** 1](#_Toc80285286)

[**五、 实施地点** 1](#_Toc80285287)

[**六、 报名方式及截止时间** 1](#_Toc80285289)

[**七、 响应文件递交截止时间、编制形式、递交方式及注意事项** 2](#_Toc80285290)

[**八、 谈判日期及地点** 2](#_Toc80285291)

[**九、 联系人与联系方式** 2](#_Toc80285293)

[**十一、 特别说明** 2](#_Toc80285296)

[**十二、 项目要求及数量** 3](#_Toc80285297)

[**十三、 其他项目说明资料** 13](#_Toc80285298)

[**第二部分：谈判流程** 14](#_Toc80285300)

[**十四、 谈判流程** 14](#_Toc80285301)

[**第三部分：评审办法** 15](#_Toc80285302)

[十五、 评审办法： 15](#_Toc80285303)

[**（一）** **符合性检查** 15](#_Toc80285304)

[**（二）** **综合评议指标表** 16](#_Toc80285305)

[**第四部分：响应文件说明** 21](#_Toc80285306)

[十六、 被邀请供应商参评时应递交的报价清单和响应文件 21](#_Toc80285307)

[**第五部分：参考附件** 23](#_Toc80285308)

[附件1：考察证明 23](#_Toc80285309)

[附件2：技术服务响应/偏离表 24](#_Toc80285310)

[附件3：商务条款响应/偏离表 25](#_Toc80285311)

[附件4：报价一览表（服务） 26](#_Toc80285312)

[附件5：法定代表人证明书 30](#_Toc80285314)

[附件6：法人授权委托证明书 31](#_Toc80285315)

[附件7：经营业绩一览表 32](#_Toc80285316)

[附件8：售后服务承诺书 33](#_Toc80285317)

[附件9：履约情况及社会信誉承诺书 34](#_Toc80285318)

**第一部分：项目要求**

1. **单位名称**

深圳会展中心管理有限责任公司（以下简称“采购人”）

1. **单位地址**

深圳市福田区福华三路 深圳会展中心

1. **项目名称**

第二十三届高交会专业观众邀请推广引流项目（二次启动）

1. **项目介绍**

为提高高交会专业观众的邀请效率，促使观众邀请渠道更广泛、邀请成效更显著，现寻求有精准匹配资源、擅长整合营销的新媒体营销公司或机构，合作开展第二十三届高交会专业观众邀请推广引流工作，合作范围主要包括：高交会观众服务“双微”账号代运维、BD渠道置换合作、社群营销合作、圈层链接推送、短视频App引流推广、抽奖打卡及直播等新媒体互动活动的组织与执行、推广内容制作（文案、视频、海报、H5等）等。

采购人现拟采用“竞争性谈判”的方式，选定该项目合作单位，项目具体要求及工程量详见本通知书**第十二、十三项**。

1. **实施地点**

深圳会展中心

1. **报名方式及截止时间**

有意向参与本项目的供应商请于2021年9月30日17时整前（北京时间），将报名文件的**盖章扫描件**发送至采购联系人传真或邮箱并致电确认。逾期报名的（以电子邮件送达时间为准）将不予接受。

1. **响应文件递交截止时间、编制形式、递交方式及注意事项**

响应文件应在2021年10月8日17时整前（北京时间），以**加密PDF文档（不含密码）**形式发送至采购联系人邮箱并致电确认。

**注意事项：**

1. 为便于开标时的解密操作，响应文件（PDF格式）建议采用常用的压缩加密方式，如 (\*.rar)、(\*.zip)等压缩格式。
2. 请参加单位授权代表熟记文件密码详情，并在开标时间开始后15分钟内发送密码至采购联系人邮箱（为确保开评标工作的保密性并兼顾效率，密码早发、晚发的，均作废标处理）。
3. 所有需要加盖公章的页面均须加盖公章，要求签名之处须有相应的亲笔手写签名或法定有效的私章。
4. **谈判日期及地点**

2021年10月9日9:00（北京时间）开始，深圳会展中心指定视频会议室，届时请各参加单位按采购公告要求准时提交响应文件并参加在线谈判。

1. **联系人与联系方式**

联系人:刘女士 电话/传真： 0755-82848826/82848694

电子邮箱：[1771389354@qq.com](mailto:1771389354@qq.com)

1. **结果通知**

本项目谈判结果的知会方式, 以采购人签发的“中选通知书”为准。

1. **特别说明**
2. 参加单位必须具备开展视频会议所需的基本网络设备及网络环境。参加单位应自行承担因不具备上述条件或网络环境不佳而导致的无法按要求正常参与本项目竞争性谈判工作的后果，亦不得因此对本项目竞争性谈判结果提出异议。
3. 本项目涉及的所有往来资料文件均需通过本单位报名回函上指定的电子邮箱发送和接收，否则可能导致文件不被接收的不利后果。
4. **项目要求及数量**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **（一）商务需求** | | | |
| **序号** | **需求名称** | **需求说明** | **偏离选项** |
| 1 | 资质要求 | 1. 参加单位必须为中华人民共和国境内注册且合法运作的企业。提供企业营业执照复印件（复印件加盖参加单位公章）。 2. 参加单位须提供国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）公示的企业信息打印件并加盖参加单位公章。企业公示信息应含注册资金及经营范围信息，且无未改正的经营异常信息，无严重违法失信记录。 3. 参加单位必须提供不少于2个可证明其专业实力的新媒体营销案例（合同签订时间须在2019年6月1日至采购公告发布之日），提供合同关键页复印件（合同关键页包含但不限于项目名称、业主方名称、合同主要内容、签订时间、履约地点、甲乙双方盖章等信息）及案例情况陈述（可包括策划方案介绍、图文及设计展示、运营效果、活动效果）、网址、公众号等证明资料。以上证明资料加盖参加单位公章。 4. 参加谈判的代表必须是单位的法定代表人或持有法定代表人亲自签署的法人授权委托证明书的该单位员工。（提供法定代表人证明书、法人授权委托证明书，如单位法定代表人为本项目授权代表，则仅提供法定代表人证明书及身份证复印件，各证明书须加盖公章，身份证原件备查）。 5. 本项目不接受联合体投标。 | 不可偏离 |
| 2 | 报价要求 | 1. 本项目报价以人民币为结算币种，报价含方案策划费、图文设计创作费、视频制作费、渠道商洽及投放费、平台内容维护费、客服咨询费、活动执行费、物料设计与制作费、相关工作人员费用及相应增值税费等所有相关费用。本项目不再另行支付其他任何费用。 2. 参加单位必须提供第二十三届高交会专业观众邀请推广引流策划方案，以及方案中所有服务项目的单（分）项及总价报价清单，并加盖公章。 3. 参加单位应在该预算范围内，充分利用自身优势提供给采购人最优质的运营服务、内容生产及制作服务、渠道投放服务，以创造最大化的营销价值。 4. 本次投标的费用由参评单位自理。 | 不可偏离 |
| 3 | 服务期限 | 1. 本项目服务时间为“中选通知书”发放第二日起（鉴于新冠病毒疫情，中标通知书的发放形式不限于电子邮件、签收、快递等形式）至2022年8月31日，最终服务起止时间以合同条款为准。 2. 2021年12月30日前，中选单位须提交第二十三届高交会结束后的阶段工作总结，总结内容包括但不限于“高交会观众服务”双微代运营、短视频APP引流、线上线下互动活动，社群圈层营销、BD渠道置等情况。 3. 2022年9月30日前提交“高交会观众服务”双微代运营全年的工作总结。 4. 采购人将根据公司相关管理制度对中选单位已开展工作进行考核评定，如未达到继续履行协议标准的将提前终止合作，具体办法以双方签订的合同为准。 | 不可偏离 |
| 4 | 控制金额 | 本项目总控制金额为35万元（含税），超过上述控制金额的视为无效报价。 | 不可偏离 |
| 5 | 付款方式 | 1. 双方签订合同后十五个工作日内，采购人向中选单位支付合同总金额的45%。 2. 2021年12月30日前，根据中选单位提交的当届高交会推广引流阶段工作总结，结合引流实际效果，采购人审核并确认后，采购人向中选单位支付合同总金额的45%。 3. 合同期满三十个工作日内，根据中选单位提交的双微代运营工作总结，结合实际运维效果，采购人审核并确认后，向中选单位支付合同总金额的10%。 4. 如中选单位未能达成本项目引流目标1.2万人，经审核确认无误，采购人将扣除合同总金额的5%。 5. 如中选单位未能达成本项相关推广工作指标，且影响整体工作成效，经审核确认无误，采购人将扣除合同总金额的3%。 6. 中选单位应提供相应金额的增值税专用发票。 7. 项目的执行期间，如遇到运营内容、开发需求、排期计划等需要进行调整时，应以书面确认为准。 8. 有关合同详细事宜以合同条款为准。 | 不可偏离 |
| **（二）技术/服务需求** | | | |
| **序号** | **需求名称** | **需求说明** | **偏离选项** |
| 1 | 项目目标 | 1. 第二十三届高交会的专业观众邀请推广为精准定向推广，以“准确定位专业观众，提升专业观众数量，提高观众质量，促进观众到会”为目标，要求中选单位最终实现引流专业观众1.2万名，到会率不低于35%。 2. 第二十三届高交会专业观众推广引流范围为：从事与 高科技行业相关工作的观众群体和从事投资、金融和财经类工作的观众群体。覆盖范围：为高科技公司、高科技产业园区、孵化器、科技城、科学小镇等机构的网站、媒体、社群以及高新技术类商协会等；与投资机构、金融公司、财经类企业相关的网站、媒体、社群和商协会等。 3. 鉴于目前疫情防控形势仍旧严峻，推广引流的地域范围以深圳及珠三角地区为主。 4. 参加单位须围绕本届高交会的观众定位，覆盖范围和区域范围策划完成第二十三届高交会新媒体邀请推广的整体方案及相关计划书，方案中应包括但不限于参加单位对本项目服务对象的具体分析及匹配推广资源的描述，并在计划中列明相匹配的目标推广资源清单（如媒体、渠道、商协会、社群及机构等）、售后服务支持（如活动现场管理方案、舆情危机措施、应急预案等）。 | 不可偏离 |
| 2 | 服务内容及要求 | 1. **“高交会观众服务”账号双微平台运维与推广** 2. 提出双微平台的年度运维计划，日常运营流程及运维目标。 3. 运营及推广指标为：   微信粉丝数：1万人  微博粉丝数：5000人  双微整体图文浏览量：5000PV   1. 开展双微平台内容制作与推广，年度运维期间原创图文信息不少于30条，其中海报类不少于10条，转载转发信息不少于300次。 2. 开展双微平台运维，提供双微平台后台客服咨询服务：实时在线回复用户咨询信息，及时与采购方沟通反馈，并定期提交汇报。 3. 运营期间，根据高交会的展会节奏，实时优化和调整双微平台的运维及推广方案，为实现增粉及引流到会积极开展相应工作。 4. 双微平台的图文创作应秉持原创精神，严禁抄袭。纯原创图文内容需保证内容的合法性、合理性，并应结合本届高交会主题，有高科技风范，区别于其他展会，体现出高交会的独特魅力和科技正能量。 5. 二次创作的图文内容需保证来源出自高交会官方发布渠道；转载转发内容需保证来源的合法性，并获得转载权、注明出处。 6. **短视频App引流推广** 7. 针对目标观众特征及行为习惯，确定短视频主题，开展拍摄或剪辑不少于5个关于高交会的短视频。 8. 提出短视频投放计划，包括投放目标媒体或平台、投放排期计划、计划引流量等；投放计划应配合高交会展前、展中、展后的工作节奏；要求投放推广指标：   视频浏览量：10W+  视频转发量：1000+  视频曝光量：10w+   1. 策划至少一场直播活动，并至少与一家有10W+粉丝量的帐号合作进行直播，直播时间不少于1小时。 2. 在不限于以上内容的基础上，由参加单位结合展会节点、推广进度等，提出更多形式、更完整、更丰富的基于短视频的营销提案并实施。 3. 视频创作应秉持原创精神，严禁抄袭。视频内容应具备合法性、合理性，并应结合本届高交会主题，有高科技风范，区别于其他展会，体现出高交会的独特魅力和科技正能量。二次创作的视频需保证来源出自高交会官方发布渠道。 4. **线上线下互动活动** 5. 至少开展一场微博话题活动：围绕本届高交会的主题和亮点制造一个特色微博话题，邀请网民进行参与讨论，为高交会营造氛围、制造全民话题。 6. 至少开展一场微信邀请函活动：通过H5形式展示本届高交会主题、信息和亮点，结合专业观众报名系统为展会引流。 7. 至少开展一场微信抽奖活动：在高交会预登记结束前结合线上、线下发起一场抽奖活动，带动现场氛围，促进观众到会，提高展会互动率。 8. 在不限于以上内容的基础上，由参加单位结合展会节点，提出更多形式、更完整、更丰富的线上线下相结合的互动活动方案并付诸实施，引流专业观众到会。 9. 线上线下互动活动应结合本届高交会主题，以传递高科技正能量、传播高交会亮点特色，吸引高素质精准专业观众到会为目标，并具备合法、合规、可操作性。 10. **社群圈层营销** 11. 提出社群圈层营销计划，提供目标社群或圈层标签描述、活跃度描述、推送方式、预计相关引流量等；并配合高交会展前、展中、展后的工作节奏，提供分阶段推送计划及推送内容建议。 12. 要求目标投放不少于500个社群，提供不少50个标签的人群选择，响应人数不低于3万，覆盖全国地域，每次推送有专人监督，并提供截图及数据统计。 13. 推送内容应以高交会官方发布内容、本项目所含原创内容、经采购方同意的二次创作内容为限。 14. 至少开展一场基于社群圈层的线上活动：如“打卡签到，现场领取奖品”等活动，吸引观众到会。 15. **BD渠道置换** 16. 提出BD渠道置换计划，提供目标渠道清单、目标渠道人群特征描述、置换内容、预计相关引流量等。 17. 开展置换不少于8个BD渠道，在不产生现金广告费用的前提下，置换内容包括但不限于弹窗广告、APP广告、网络及双微推文广告、会员系统直推、优惠消费券、纪念品等。 （在不产生现金广告费用的前提下，采购方提供资源置换如现场服务点资料、宣传品及二维码摆放派发、现场咨询点海报及LOGO展示、高交会免费票证、纪念品互换、公号文章互推等形式；其余资源可进一步协商） 18. 置换内容涉及图文创作的，中选单位负责协调落实采购方及渠道方两方要求达成一致，确保置换内容及发布形式的合法性、合理性，并派专人监督，提供截图及数据统计。 19. 在不限于以上内容的基础上，由参加单位结合展会节点、推广进度等，提出更多形式、更完整、更丰富的资源置换提案并实施。 20. **其他服务**   参加单位提供的方案与计划中包括但不限于上述内容，可根据自身优势、行业经验和对项目的理解提出方案、计划及完成目标。具体实施内容以合同条款为准。 | 不可偏离 |
| 3 | 项目团队要求 | 1. 参加单位必须为该项目成立专门的服务团队。其中主创团队必须包括3人：项目运营经理、内容主编、设计总监各1人；团队其余成员由参加单位自行配置，以最优配置、最高效率完成本项目目标为宗旨。 2. 参加单位中途不能随意变更项目团队成员，如确实需要变动，需向采购人提前提出申请，并保证更换后的人员能力和经验同等于原来的项目成员，且获得采购人的同意后方可进行更换。 3. 主创团队中，项目运营经理应有三年以上新媒体营销实战项目经验，并提供由其所主导完成的新媒体营销成功案例、加盖参加单位公章。内容主编及设计总监均需两年以上专职专业经验，并提供相应案例资料，加盖单位公章。 4. 主创团队应提供身份证复印件、工作证明（所有文件均须加盖参加单位公章，按要求提供复印件的，原件备查。）。 5. 参加单位须提供项目服务团队工作方案，其中包含项目服务团队的成员配置清单、成员介绍和案例经历，并提供成员职责分工表、对接管理流程、应急事务处理预案等。团队工作方案须加盖参加单位公章。 | 不可偏离 |
| 4 | 项目验收标准 | 1. 中选单位应按照双方共同确认的第二十三届届高交会专业观众邀请推广整体策划方案、计划排期表执行工作。在12月30日之前提交会后书面总结数据报告，总结报告包括但不限于对推广引流情况分析、执行效果分析、达标情况、曝光量、投放流量数据情况、受众群体分析、活动数据/效果的成果、不足之处以及对下一届邀请推广方向的建议等。 2. 双微运营期间按采购人要求提供双微平台运营季度汇报，总结报告包括但不限于运行情况、增粉情况、阅读量、点击量、曝光量、粉丝群体分析、活动数据/效果的成果等。合同期满一个月内提交双微运营全年工作总结。 3. 采购方将以高交会观众数据CIS后台中，与中选单位引流相关的观众预登记数量、电子票数量、活动入场登记数量及到会率作为引流效果验收依据。 4. 采购方将以合同列明各分项推广工作指标作为推广效果验收依据。 | 不可偏离 |
| 5 | 项目知识产权保护 | 1. 所有项目成果的版权归采购人所有。 2. 中选单位制作的视频、推广的图文内容均须经过采购 人审核确认同意后，方可进行发布。 3. 中选单位必须保证对运营、设计、开发建设等内容拥有知识产权或其合法使用授权，不得有欺骗、抄袭等侵权行为。若中选单位因违法违规等行为所带来的法律责任与招标人无关，如果对采购人造成损失的应当赔偿招标人损失。 4. 采购人在使用项目成果的任何一部分时，免受第三方提出的涉及侵犯知识产权的起诉，由此所带来的任何法律和经济赔偿责任全部由中选单位自行承担，与采购人无关。 | 不可偏离 |
| 6 | 保密承诺 | 1. 中选单位承诺绝不私自截留、披露或外泄与本项目相 关的资料、以及运行过程中所获取或接触的任何信息及数据。 2. 中选单位必须保证在运行、管理等过程中严格遵守国家和地方相关（特别是信息安全方面）的法律法规，确保采购人使用权以及公民个人信息不受侵犯。 3. 如中选单位存在违规、侵权或泄密等行为的，中选单位须赔偿因此给采购人带来的经济损失，并承担相应的法律责任。 | 不可偏离 |
| 7 | 需提交的资料 | 参加单位提交的文件中须包含但不限于以下内容：   1. 第二十三届高交会专业观众邀请推广引流整体策划 方案。 2. 第二十三届高交会观众邀请推广引流计划排期表。 3. 第二十三届高交会观众邀请推广服务项目报价清单。 4. 参加单位项目服务团队名单及工作方案。 5. 成功案例资料展示（图文、视频）等。 | 不可偏离 |

1. **其他项目说明资料**

无

**第二部分：谈判流程**

1. **谈判流程**
2. **参加单位按要求准时进入视频会议室；**
3. **参加单位按时发送文件密码至采购联系人邮箱；**
4. **宣布竞谈开始，宣读竞谈注意事项、流程；**
5. 谈判小组推选组长主持谈判；
6. **采购联系人对参加单位投标文件解密。投标文件及密码发送符合要求的参加单位进入等待状态（请勿擅离会议视频可视范围）；**
7. 响应文件的完整性检验和参加单位基本情况的符合性审查；
8. 商务及技术需求响应性评定；
9. 参加单位按**报名顺序**作项目的讲解和演示，以及现场回答谈判小组成员的提问，限时20分钟；
10. 参加单位提供最终报价，**并按要求签名或盖章后将扫描件发送至采购联系人邮箱**；
11. 谈判小组成员采用有记名投票方式按综合评议指标评分；
12. 综合评分的计算和排序；
13. 本项目采购第一候选供应商、备选供应商的确定及“谈判报告”的出具。

**第三部分：评审办法**

1. 评审办法：

首先对各参加单位进行符合性审查。对通过符合性审查的单位，采用**100分制综合评分法**进行评分。

1. **符合性检查**

|  |  |
| --- | --- |
| 评议项目 | 评议标准 |
| 响应文件 | **参加单位提交的响应文件是否按要求编制目录、加密；投标文件的加密密码在规定时间内发给采购人（开标后15分钟内）且文件完整可正常打开；参加单位必须提供由法人代表或其书面授权人签署并加盖参加单位公章的响应文件**。 |
| 法定代表人证明书及授权委托证明书 | 是否提供法定代表人证明书、法人授权委托证明书，如单位法定代表人为本项目授权代表，则仅提供法定代表人证明书及身份证复印件（身份证原件备查，各类证明书需加盖公章）。 |
| 资格证明文件 | 参加单位是否提供以下证明文件：   1. 参加单位必须为中华人民共和国境内注册且合法运作的企业。提供企业营业照（复印件加盖参加单位公章）。 2. 参加单位必须提供国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）公示的企业信息打印件并加盖参加单位公章。企业公示信息应含注册资金及经营范围信息，且无未改正的经营异常信息，无严重违法失信记录。 3. 参加单位必须提供不少于2个可证明其专业实力的新媒体营销案例（合同签订时间须在2019年6月1日至采购公告发布之日），提供合同关键页复印件（合同关键页包含但不限于项目名称、业主方名称、合同主要内容、签订时间、履约地点、甲乙双方盖章等信息）及案例情况陈述（可包括策划方案介绍、图文及设计展示、运营效果、活动效果）、网址、公众号等证明资料。以上证明资料加盖参加单位公章。 4. 本项目不接受联合体投标。 |
| 控制金额 | 本项目总控制金额为35万元（含税），超过上述控制金额的视为无效报价。 |

1. **综合评议指标表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评议内容** | **分值** | **评议标准及权重** |
| **商务评议项（20分）** | | |
| 综合实力 | 5分 | 1. 据参加单位企业人员数量规模、财务状况进行比较，综合实力越强得分越高，优得3分，良得2分，一般得1分，（需提供财务报表等加盖参加单位公章，未提供或提供不清晰不得分。）。 2. 据参加单位企业获奖情况打分，获国家级奖项得2分，获省级单位颁发奖项得1分，获市级或协会内颁发奖项得0.5分。该评议项各获奖情况不累加，以最高奖项为准。参加单位需提供获奖证明文件并加盖参加单位公章。 |
| 案例业绩 | 15分 | 1. 根据参加单位所提供的合同签订时间为2019年6月1日至采购公告发布之日期间开展运作的推广引流案例情况打分（案例须提供能够体现上述信息的合同关键页复印件并加盖参加单位公章），除必须要求的提供的2个案例外（已得2分），每增加1个得1分，提供的案例越多，得分越高，最高得5分。 2. 所提供案例中，含有科技类线下活动（包含展览、会议、路演、推介等）案例（所提供的合同关键页复印件需能体现以上内容），每一个案例得1分，最高可得5分，没有不得分。 3. 所提供案例陈述中，包含了不少于5项涉及运营考核指标标准说明（提供能体现运营指标的证明材料并加盖参加单位公章，包括但不限于引流数量、推广渠道及方式、曝光量、点击率、人群标签、内容截图、委托方评价等）的可加分，每个案例加1分，最高5分。 4. 参加单位所未提供或所提供资料描述不清、不能判断的不得分。以谈判小组评委意见为准。 |
| **技术服务评议项（40分）** | | |
| 响应方案 | 30分 | 1. 依据方案提供的目标实现承诺、内容运营指标承诺 等情况综合评分，承诺越高，得分越高，优得5分，良得3分，一般得1分。 2. 依据方案提供的资源匹配度、投放推广排期进行综合评分，资源越丰富、越精准，排期节奏与高交会越适配，得分越高，优得5分，良得3分，一般得1分。 3. 根据方案描述的服务内容综合评分，呈现方案越详细、内容越丰富、创意越新颖、线上线下活动可操作性越强，得分越高，优得15分，良得10分，一般得5分。 4. 根据方案描述的售后服务内容综合评分，呈现的售后服务体系越完善、售后服务范围越详细、得分越高，优得5分，良得3分，一般得1分。 |
| 团队实力 | 10分 | 1. 根据参加单位派出的３名项目主创团队成员情况进行综合评议，主创经验越丰富，资质实力越强，得分越高，优得3分，良得2，一般得1分（提供拟派人员个人简历并加盖公章）。 2. 根据参加单位派出的３名项目主创成员稳定性进行综合评议，提供由参加单位所缴纳的近半年连续缴纳社保的证明材料（须加盖参加单位公章），３人证明资料齐全，得2分，不齐全得1分，没有不得分。 3. 参加单位提供的项目团队配置情况进行综合评议，团队岗位配置越合理、业务分工越明确，完成项目越有保障，得分越高，优得3分，良得2分，一般得1分。 4. 参加单位提供的工作方案中，对于团队业务对接管理流程、工作质量保障措施、应急事务处理流程等内容进行综合评议，越详细越周全，得分越高，最高2分，一般得1分，没有不得分。 |
| **价格评议项（**40**分）** | | |
| 价格评议 | 40 | 1. 当满足谈判文件要求参加单位数量不低于三家时，以所有符合要求的参加单位总价的算术平均值为基准价。 2. 当满足谈判文件要求参加单位数量为两家时，以其中的最低报价为基准价。 3. 价格分计算公式：   （1-|参评报价-基准价|÷基准价）×价格权重  说明：报价最接近基准价的参加单位价格分最高，价格分保留至小数点后两位。 |

算术错误将按以下方法更正（次序排先者优先）：

1、若分项报价与总价不一致，以总价为准。

2、若用文字表示的数值与用数字表示的数值不一致，以文字表示的数值为准。

如果供应商不接受以上对其错误的更正，采购人将拒绝其参加谈判。

供应商在参加本项目谈判时，无需交纳谈判保证金。如有意参与本项目谈判，请在本邀请通知书规定的报名截止时间内回传报名回函并致电确认，采购人只接受书面申请的单位参加谈判。

供应商在领取“邀请通知书”后至谈判开始前2天如对“邀请通知书”有疑问，请以书面形式（加盖单位公章）向深圳会展中心提出，深圳会展中心视情况给予电话或书面解答；供应商在上述时间未提出疑问的，深圳会展中心视为该供应商完全理解并接受了“邀请通知书”所有内容，并不再对“邀请通知书”提出任何质疑。

谈判截止期前的任何时候，无论出于何种原因，深圳会展中心可主动地或在解答参加单位提出的澄清问题时对“邀请通知书”进行修改，并有权对谈判日期进行调整。

“邀请通知书”相关内容的修改及变动，采购人将公告或通知所有供应商，，并对其具有约束力。供应商在公告发出或收到上述通知后，应立即向深圳会展中心回函确认。如无回函确认，产生的后果由被邀请的供应商自负。联系方式详见本通知书第八项。

**第四部分：响应文件说明**

1. 被邀请供应商参评时应递交的报价清单和响应文件

按第十二项、第十三项要求提供的相应文件（含商务、技术条款响应/偏离表，报价清单），响应文件应编制目录（含页码） 。

主要谈判响应文件参考清单：

* 1. 公司情况一览表；
  2. 提供企业营业执照（复印件加盖参加单位公章）；
  3. 国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）公示的企业信息打印件并加盖参加单位公章。；
  4. 法定代表人证明书（加盖公章）；
  5. 法人授权委托证明书（加盖公章）（如单位法定代表人为本项目授权代表，则仅提供法定代表人证明书及身份证复印件，身份证原件备查）；
  6. 商务条款响应/偏离表；
  7. 技术/服务条款响应/偏离表；
  8. 项目报价一览表（加盖公章）；
  9. 业绩一览表及合同关键页复印件（加盖公章）（根据项目需求提供）；
  10. 项目/施工方案（根据项目需求提供）；
  11. 资质证明文件（加盖公章）（根据项目需求提供）；
  12. 售后服务承诺书（根据项目需求提供）；
  13. 现场考察证明（根据项目需求提供）；
  14. 项目团队成员简介及认证资格证书复印件（加盖公章）（根据项目需求提供）；
  15. 企业员工社保证明资料（加盖公章）（根据项目需求提供）；
  16. 第二十三届高交会专业观众邀请推广整合策划方案
  17. 第二十三届高交会专业观众邀请推广投放排期表
  18. 第二十三届高交会观众邀请推广服务项目报价清单
  19. 投标单位项目团队成员及对接管理方式说明文件

**第五部分：参考附件**

附件1：考察证明（本项目不适用）

**现场考察证明**

乙方（ ）：

已于**2020年\*月21日**参加了采购人（深圳会展中心管理有限责任公司）**关于\*项目的现场考察**，详细听取了采购人的讲解和要求，已经知晓采购人本次项目的所有内容以及技术要求等。

采购人管理人员签字：

日期：

附件2：技术服务响应/偏离表

**技术服务响应/偏离表**

参加单位名称：

| 序号 | 竞争性谈判文件技术服务 | | 参加单位响应 | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 条目号 | 技术服务明细 | 响应内容 | 有/无  偏离 | 说明 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

填报说明：

1.本表中的《竞争性谈判文件技术服务》来自于竞争性谈判邀请通知书的第十一项《项目要求及数量》中的“技术服务要求”，参加单位须逐条填写在本表中，并对《参加单位响应》下的三栏要求作出响应。

2.《响应内容》栏须参加单位填写对每条需求的具体响应内容，不得只填写“响应”、“优于”等字样。对于需要提供相关证书的响应内容，应在该栏中填写相关证书名目，并在本表后附加相关证书复印件（加盖公章）。凡在本栏出现遗漏、不填或完全复制《技术服务明细》内容，将会导致该响应文件不能通过符合性检查。

3.《有/无偏离》栏只需填“有”或“无”。 响应结果优于（或高于）本项目需求的（即正偏离），仍须如实填写“无”，可在《说明》栏中作出具体说明。“不可偏离项”响应内容为“有”的，视同偏离本项目要求，该响应文件不能通过符合性检查。

参加单位代表签字:

参加单位名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

附件3：商务条款响应/偏离表

**商务条款响应/偏离表**

参加单位名称：

| 序号 | 竞争性谈判文件商务要求 | | 参加单位响应 | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 条目号 | 商务要求明细 | 响应内容 | 有/无  偏离 | 说明 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

填报说明：

1.本表中的《竞争性谈判文件商务要求》来自于竞争性谈判邀请通知书的第十一项《项目要求及数量》中的“商务要求”，参加单位须逐条填写在本表中，并对《参加单位响应》下的三栏要求作出响应。

2.《响应内容》栏须参加单位填写对每条需求的具体响应内容，不得只填写“响应”、“优于”等字样。对于需要提供相关证书的响应内容，应在该栏中填写相关证书名目，并在本表后附加相关证书复印件（加盖公章）。凡在本栏出现遗漏、不填或完全复制《商务要求明细》内容，将会导致该响应文件不能通过符合性检查。

3.《有/无偏离》栏只需填“有”或“无”， 响应结果优于（或高于）本项目需求的（即正偏离），仍须如实填写“无”，可在《说明》栏中作出具体说明。“不可偏离项”响应内容为“有”的，视同偏离本项目要求，该响应文件不能通过符合性检查。

参加单位代表签字:

参加单位名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

附件4：报价一览表（服务）

**报价一览表（服务）**

项目名称：

币种：人民币 税率：% 单位：元

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 内容描述 | 单位 | 数量 | 单价 | 金额 | 备注 |
| 1 | “高交会观众服务”账号双微平台运维与推广 |  |  |  |  |  |  |
| 2 | 短视频App引流推广 |  |  |  |  |  |  |
| 3 | 线上线下互动活动 |  |  |  |  |  |  |
| 4 | 社群圈层营销 |  |  |  |  |  |  |
| 5 | BD渠道置换 |  |  |  |  |  |  |
| 6 | 其他服务 |  |  |  |  |  |  |
|  | ...... |  |  |  |  |  |  |
| 合计金额： | | | | | |  |  |

注：

* 1. 参加单位如果需要对报价或其它内容加以说明，可在备注一栏中填写。
  2. 参加单位使用本表或自由报价单格式报价均可，但应能清晰体现总报价及分项报价信息。
  3. 如果分项报价与总价不一致，以总价为准。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：

参加单位名称及盖章：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

报价一览表（工程）（本项目不适用）

**报价一览表（工程）**

工程名称： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_

币种：人民币 税率：% 单位：元

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 分项项目名称 | 工期 | 计量单位 | 工程量 | 综合单价 | 小计金额 | 备注 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计金额： | | | | | |  |  |

注：

* 1. 参加单位如果需要对报价或其它内容加以说明，可在备注一栏中填写。
  2. 参加单位使用本表或自由报价单格式报价均可，但应能清晰体现总报价及分项报价信息。
  3. 如果分项报价与总价不一致，以总价为准。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：

参加单位（盖章）：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

报价一览表（货物）（本项目不适用）

**报价一览表（货物）**

项目名称： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_

交货地点： 交货期：

币种：人民币 税率：% 单位：元

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 型号和规格 | 制造商 | 产地 | 单位 | 数量 | 单价 | 小计金额 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计金额： | | | | | | | |  |

注：

* 1. 参加单位如果需要对报价或其它内容加以说明，可在备注一栏中填写。
  2. 参加单位使用本表或自由报价单格式报价均可，但应能清晰体现总报价及分项报价信息。
  3. 如果分项报价与总价不一致，以总价为准。
  4. 表中“名称”为构成总价的各分项名称，如分项名称不涉及制造商、型号及产地信息等可打“—”。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：:

参加单位名称及盖章：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

附件5：法定代表人证明书

**法定代表人证明书**

参加单位名称：

参加单位地址：

营业执照号码：，经济性质： ，

姓名：，性别：，年龄：，职务：，

系的法定代表人。

特此证明

说明：

1.法定代表人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要行政负责人。

2.内容必须填写真实、清楚，涂改无效，不得转让、买卖。

3.将此证明书提交对方作为合同附件。

参加单位名称及盖章：

日 期：年月日

法人身份证复印件（正面）

法人身份证复印件（反面）

附件6：法人授权委托证明书

**法人授权委托证明书**

本授权书声明：我 （姓名）系

（参加单位名称）的法定代表人，现授权委托（单位名称）的（姓名）为我公司参与本项目竞争性谈判的法定代表人的授权委托代理人，代理人全权代表我所签署的本项目已递交的竞争性谈判响应文件内容我均承认，并全权代表我参与本项目所有竞争性谈判过程。本委托书有效期截至年月日。

代理人无转委托权，特此委托。

附：

代理人： ，性别：，年龄：，

身份证号码：，职务：，

参加单位名称及盖章：

参加单位法定代表人：（签字或盖章）

授权委托日期：年 月 日

说明：1.委托书内容必须填写真实、清楚，涂改无效。

2.委托书不得转让、买卖。

3.将此委托书提交对方作为合同附件。

附件7：经营业绩一览表

**经营业绩一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 合同签订时间 | 项目名称 | 金额 | 工期 | 业主单位 | 服务/施工地点 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

（注：此表格式如不合适，参加单位可自行调整。）

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：:

参加单位名称及盖章：

附件8：售后服务承诺书

**售后服务承诺书**主要内容应包括但不仅限于如下内容：

（注：参加单位可根据项目需求及承诺书具体内容自行调整相关格式）

1. 售后服务内容及范围（含保修服务）；
2. 售后服务人员安排及联系方式；
3. 应急响应时间安排；
4. 维修服务收费标准；
5. 主要零配件价格；
6. 其它服务承诺。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：:

参加单位名称及盖章：

日期：年月日

附件9：履约情况及社会信誉承诺书

**履约情况及社会信誉承诺书**

致： （采购人）

我司郑重承诺：

1. （参加单位名称）在最近三年内（ 年 月 日至报名截止时间）没有处于被责令停业，或财产被接管、冻结、破产状态；没有骗取中标或严重违约引起的合同终止、纠纷、争议、仲裁和诉讼记录，没有重大质量问题。
2. （参加单位名称）及法定代表人在最近三年内（ 年 月 日至报名截止时间）没有行贿犯罪记录。

3、（参加单位名称）自 年 月 日至报名截止时间，提供的服务在中国大陆地区项目中无重大安全事故。

以上承诺如有虚假，你方有权取消我方中选资格，我方同意给你方造成的损失予以赔偿。

参加单位（盖章）：

法定代表人或其授权代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日