**深圳会展中心管理有限责任公司**

**招标文件**

**项目名称：深圳会展中心第二十四届高交会专业观众邀请推广引流服务项目**

**深圳会展中心管理有限责任公司**

**2022年9月**

**目 录**

[**第一部分 项目要求** 1](#_Toc113390897)

[一、 投标人须知 1](#_Toc113390898)

[二、 特别说明 3](#_Toc113390899)

[三、 投标文件编制 4](#_Toc113390900)

[四、 项目要求 4](#_Toc113390901)

[五、 其他项目说明资料 8](#_Toc113390902)

[**第二部分：开标评标流程** 9](#_Toc113390903)

[六、 开标阶段 9](#_Toc113390904)

[七、 评标阶段 9](#_Toc113390905)

[**第三部分：评审办法** 10](#_Toc113390906)

[八、 评审办法 10](#_Toc113390907)

[（一） 符合性检查 10](#_Toc113390908)

[（二） 综合评议指标表 10](#_Toc113390909)

[**第四部分：合同条款及格式** 13](#_Toc113390910)

[**第五部分：参考附件** 17](#_Toc113390911)

[附件1：报名回函 17](#_Toc113390912)

[附件2：投标函 18](#_Toc113390913)

[附件3：投标一览表 19](#_Toc113390914)

[附件4：考察证明 20](#_Toc113390915)

[附件5：技术服务响应/偏离表 21](#_Toc113390916)

[附件6：商务条款响应/偏离表 21](#_Toc113390917)

[附件7：报价一览表（货物）（本项目不适用） 22](#_Toc113390918)

[附件8：报价一览表（服务） 23](#_Toc113390919)

[附件9：报价一览表（工程）（本项目不适用） 24](#_Toc113390920)

[附件10：法定代表人证明书 25](#_Toc113390921)

[附件11：法人授权委托证明书 27](#_Toc113390922)

[附件12：经营业绩一览表 28](#_Toc113390923)

[附件13：售后服务承诺书（质量保证服务承诺书） 28](#_Toc113390924)

[附件14：履约情况及社会信誉承诺书 30](#_Toc113390925)

[附件15：投标文件密码单 31](#_Toc113390926)

**第一部分 项目要求**

1. **投标人须知**

**重要提示：**

1. 本文所示时间均为北京时间。
2. 用“☑”标识时表明该选项被招标人选用，用“□”标识时表明该选项未被招标人选用。本文件中对应模板性条款未被招标人选用的内容，自动不适用。
3. 招标人在编制招标文件时，示范文本中的空格部分应根据招标项目实际需求填写，无内容或不采用者应用斜画线表示或者注明“本项目不适用”。

|  |
| --- |
| **投标人须知** |
| **条款号** | **名称** | **编列内容** |
| 1 | 招标人 | 名称：深圳会展中心管理有限责任公司联系地址：深圳市福田区福华三路深圳会展中心联系人：杨先生电话：0755-82848831传真：0755-82848831邮箱：yangxh@chtf.com |
| 2 | 项目名称 | 深圳会展中心第二十四届高交会专业观众邀请推广引流服务项目 |
| 项目类别 | 服务类 |
| 项目介绍 | 为提高本届高交会专业观众的邀请效率，完成邀请推广目标，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，合作开展第二十四届高交会专业观众邀请推广引流工作。合作范围主要包括：BD渠道置换合作、社群营销合作、圈层链接推送、高科技行业门户网站、媒体引流推广、线上整合营销平台、短视频App引流推广、以及线上线下抽奖打卡、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。 |
| 实施地点 | 深圳会展中心 |
| 服务期 | 90天 |
| 3 | 报名(文件获取）开始时间 | 2022-9-15 14:00（北京时间） |
| 报名方式 | 完整填写本项目报名回函（详见采购公告）并加盖公司公章后，按要求上传至https://cg.szcec.com/sharing/leEuHRv5g，并致电确认。逾期报名的（以报名回函送达时间为准）将不予接受。 |
| 招标文件获取方式 | 深圳会展中心官网采购公告栏目下载:（<https://www.szcec.com/News/index/id/256.html>） |
| 4 | 报名(文件获取）截止时间 | 2022-9-21 17:00（北京时间） |
| 5 | 投标人提出质疑截止时间 | 2022-9-21 17:00（北京时间） |
| 招标人澄清、修改、答疑截止时间 | 2022-9-22 17:00（北京时间） |
| 6 | 投标文件递交截止时间 | 2022-9-26 09:00（北京时间） |
| 7 | 投标文件递交方式及注意事项 | 响应文件应以扫描版（PDF版）及MS Word版文件加密形式上传至https://cg.szcec.com/sharing/DJ7drqThW，并致电确认。注意事项如下：1. 为便于开标时的解密操作，投标文件（PDF版及Word版）必须制作为一个压缩文件后再行加密，否则投标文件将被拒收。**建议编制文件目录**并采用WinRAR或WinZip等常用压缩软件进行压缩和加密。
2. 投标人授权代表须熟记文件密码，否则做废标处理。投标文件递交时间截止后，不再接受任何理由的撤回或重新提交文件请求。
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. 本项目实质性响应内容以盖章扫描版（PDF版）文件为准，Word版文件仅供评标时搜索文件内容之用而不作为评审依据。
 |
| 8 | 开标时间 | 2022-9-26 09:00（北京时间） |
| 开标地点 | 腾讯会议号：394-721-594（免密，入会前必须改名为“公司简称+姓名”），届时请各投标人按采购公告要求准时提交投标文件及密码并参加在线开标。 |
| 投标文件密码 | 在开标时按照招标人现场指令将投标文件解密密码（详见附件）上传至https://cg.szcec.com/sharing/AEx2izSUE。（为确保开评标工作的保密性并兼顾效率，密码早发、晚发的，均可能导致废标的不利后果） |
| 9 | 是否接受联合体投标 | ☑不接受□接受，应满足下列要求：  |
| 10 | 现场踏勘 | 1. ☑不组织。可在公开招标开始后至公开招标结束前自行踏勘。
2. □组织，踏勘要求：
3. 投标人是否必须参加：

□是（若不参加，将因投标文件不完整导致失去本项目投标资格）□否（可选择不参加，不影响投标资格但可能会产生不利后果）1. 招标人定于202×-××-×× ××: ××邀请投标人人员察看现场并讲解项目需求；投标人应指派完全符合疫情防控要求的人员参加本项目的现场踏勘。
2. 投标人须持《现场考察证明》（格式见附件）参加现场踏勘，并在完成现场踏勘后交由招标人管理人员签字确认，并附于投标文件中。
3. 已报名但未参加现场踏勘的，招标人视为已理解并认同本次踏勘所涉及的全部内容，且对本次踏勘的组织实施过程无异议。投标人自行承担因不参加现场踏勘可能造成的一切后果（包括因此失去投标资格的情形）。
4. 鉴于疫情防控要求，所有入场人员需持24小时核酸检测阴性结果，投标人须至少提前一天与踏勘联系人预约。否则，将可能导致投标人不能进入踏勘现场的不利后果。投标人必须保证所安排的踏勘人员完全符合政府主管部门及招标人的疫情防控要求，否则由此带来的一切责任和风险均由投标人自行承担，且招标人有权拒绝未预约备案人员参加本项目踏勘活动。**（特别注意：各投标人不得指派属于封控区、管控区、防范区人员作为本项目的踏勘人员）**
5. 踏勘联系人：×××

电话：0755-8284××××，手机：XXXXX集合地点：××××××××××××××1. 特别说明：若现场考察与本项目招标（采购）文件载明的要求不一致时，以本项目招标（采购）文件中的要求为准。
 |
| 11 | 履约保证金 | 是否要求递交履约保证金： 1. ☑不要求
2. □要求
3. 履约保证金金额：人民币 / 元
4. 履约保证金的形式：□银行转账 □现金
5. 投标人保证金收款银行账户信息（选用“银行转账”方式须填）

收款单位：深圳深圳会展中心管理有限责任公司开户银行： ／ 银行账号： ／ 1. 履约保证金的形式为银行转账的，需在转账时注明项目名称，保证金应从投标人公司账户中转出。
 |
| 12 | 投标样品 | ☑不要求递交投标样品□递交投标样品，具体要求： |
| 13 | 评标方法 | ☑综合评分法□最低价法□其他： |
| 14 | 推荐中标候选人数量 | ☑内部招标评标小组推荐的中标候选人数： 1 个。（适用于采用**综合评分法**、**最低价法**） |

1. **特别说明**
2. 投标人必须具备开展视频会议所需的基本网络设备及网络环境。投标人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开标工作的后果，亦不得因此对本项目招标结果提出异议。
3. 本项目涉及的所有往来资料文件均需通过招标人报名回函上指定的地址和方式发送和接收，否则可能导致文件不被接受的不利后果。
4. 参与本项目投标，投标人无需交纳投标保证金。如有意参与本项目投标，请在招标公告规定的报名截止时间前，按照要求的方式提交报名回函并致电确认，招标人只接受报名成功的投标人参加投标。
5. 投标人如对获取的“招标文件”有疑问，须在质疑时间截止前，以书面形式（加盖单位公章）向招标人提出，招标人将视情况采用书面或其他形式予以答复或澄清；若投标人在上述时间内未提出疑问的，即视为该投标人已完全理解并接受“招标文件”上载明的所有内容，并不再对“招标文件”提出任何异议或质疑。
6. “招标文件”如有变更、补充或澄清，招标人将以公告形式在原公告发布媒体上公开发布。在公告发布后，招标人将会通过电话、邮件或其他任何可能的方式通知已报名的潜在投标人。收到上述通知后，潜在投标人应立即向招标人回函确认。如无回函确认，即视为潜在投标人已知晓相关变更、补充或澄清内容且无异议。
7. 当本项目《报价一览表》上的投标报价与《投标一览表》不一致时，以《投标一览表》为准。
8. **投标文件编制**

|  |
| --- |
| **投标文件的编制** |
| **条款号** | **名称** | **编列内容** |
| 1 | 投标文件组成 | ☑资格审查文件☑商务标部分☑技术/服务标部分☑价格标部分☑投标文件密码单（按要求单独提交） |
| 2 | 资格审查文件 | ☑营业执照☑“信用中国”网站www.creditchina.gov.cn公示的企业信息打印件☑法定代表人资格证明书☑法定代表人授权委托书（法定代表人作为本项目代理人的，无需提供）☑资质及其证明文件□经营业绩一览表及业绩证明文件□联合体协议书□投标人股东关系构成表□其他： |
| 3 | 商务标部分 | ☑投标函☑投标一览表☑商务条款响应/偏离表☑履约情况及社会信誉承诺书☑服务承诺□现场考察证明□其他： |
| 4 | 技术标部分 | ☑技术条款响应/偏离表☑技术/服务方案□项目管理及服务能力☑工程质保/（售后）服务承诺书☑项目团队成员☑其他：增值服务 |
| 5 | 价格标部分 | ☑报价一览表（货物/服务/工程）（根据本项目所属类别选择其一）□其他： |

1. **项目要求**

|  |
| --- |
| **（一）商务需求** |
| **序号** | **需求名称** | **需求说明** | **偏离选项** |
| 1 | 资格要求 | 1. 投标人应为中华人民共和国境内注册且合法运作独立法人或具有独立承担民事责任能力的其它组织，未被列入经营异常名录及严重失信名单。（提供企业营业执照或法人主体登记证明材料或登记证书扫描件及“信用中国”ewww.creditchina.gov.cn“信用服务”栏查询“严重失信主体名单查询”、“经营异常名录信息查询”结果网页截图，并加盖投标人公章。被列入失信主体、经营异常的，将被拒绝参与本项目的投标活动）
2. 投标代表必须是投标人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人员。（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）。
3. 本项目不接受联合体投标，严禁转包或非法分包。
 | 不可偏离 |
| 2 | 报价要求 | 1. 报价以人民币为结算币种，《投标一览表》应包含税率、税额、税前及税后总金额并加盖公章。
2. 投标报价不得出现可选择性的报价,含有备选方案的报价将导致废标。
3. 报价应包项目方案中所有服务项目的单（分）项及总价报价清单，投标报价包括但不限于方案策划费、图文内容设计创作费、视频制作费、渠道商洽及投放费、平台内容维护费、项目执行费、活动物料与制作费、人工费用（包含但不仅限于加班费、交通费、差旅费等）及各项税费等完成本项目所需的全部费用。
4. 本次投标的费用由投标人自理。
 | 不可偏离 |
| 3 | 控制金额 | 本项目采购控制金额为人民币35万元（含税），报价超过上述控制金额的投标文件作废标处理。 | 不可偏离 |
| 4 | 付款方式 | 1. 合同签订后二十个工作日内，招标人支付合同总金额的30%。
2. 投标人须向招标人提交当届高交会推广引流总结报告并经招标人审核、验收并确认后，招标人全额支付合同剩余款项。
3. 招标人付款前，投标人应提供相应金额的增值税发票。
4. 有关合同详细事宜以合同条款为准。
 | 不可偏离 |
| 5 | 其他要求 | 1. 本项目在执行期间，如遇到运营内容、投放排期计划等需要进行调整时，须书面报经招标人审批同意后，方可实施。
2. 如因不可抗力导致本届高交会停止举办的，自通知发布之时合同即时自动终止并解除，此期间投标人因如约履行本项目合同且已实际发生的直接费用，招标人可按实予以结算。同时，招标人不再承担投标人由此造成的其他间接费用和损失，投标人亦不得再就上述事项进行任何形式的索赔。
3. 如因不可抗力导致本届高交会会期或其它相关事项发生变动的，投标人须无条件配合调整相关服务（如增减服务内容、延期等），同时签订相应的补充协议。
4. 投标人为本项目所需服务领域内的专业企业，参与本项目投标即视为了解并熟知与本项目相关的一切法律法规、规章制度及行业规范，因此投标人应承担在本项目服务过程中的全部法律风险及其损失赔偿责任，上述风险及责任并不因招标人的任何审核意见而免除。
5. 投标人对于在本项目履约过程中获取或接触到的一切资料、数据及商业秘密均负有保密义务。未经投标人书面同意，任何一方不得以任何形式向第三方泄露本项目的或在履约过程中接触到的任何信息，亦不得将其用于履行本合同之外的任何其他用途。投标人因违反本条约定而给招标人造成损失的，应当赔偿招标人的全部损失，并且招标人保留进一步追究相关法律责任的权利。本条约定的保密义务不因本项目合同的变更、解除或终止而免除。
 | 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** |
|  | 项目总体要求 | 1. 第二十四届高交会邀请推广引流专业观众的数量要求：

为精准定向推广，实现“准确定位专业观众，提升专业观众数量，促进观众到会”的目标，通过“以新媒体为主，线下线下活动相结合”的方式进行推广引流，要求投标人最终实现可溯源的观众邀请人数不少于12000人，其中实际到会率不低于40%。1. 第二十四届高交会邀请推广引流专业观众的行业范围要求：
2. 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。
3. 覆盖范围：为高科技公司、高科技产业园区、孵化器、科技城、科学小镇服务的网站、媒体、社群以及高新技术类商协会；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。
4. 鉴于目前的疫情防控形势，本项目推广引流的地域范围以深圳及珠三角地区为主。
5. 第二十四届高交会专业观众邀请推广引流总体服务方案：

投标人须围绕本届高交会的专业观众定位、行业要求以及区域范围要求，制定第二十四届高交会专业观众邀请推广引流服务方案，内容应包括但不仅限于投标人对本项目服务对象的具体分析及匹配推广资源的描述，并列明相匹配的目标推广资源清单、投放计划、活动计划、推广排期表、项目服务团队配置及分工、对接管理流程（图）、服务支持方案及承诺（如活动管理方案、舆情危机措施、应急预案等）。 | 不可偏离 |
|  | 服务内容及要求 | 1. **短视频App引流推广：**根据本届高交会专业观众邀请推广方案，针对目标观众的用户画像，制作相关的内容（内容不限于图文、短视频、H5长图等），在时下流行的短视频App中进行专业观众邀请推广引流（短视频App不限于抖音、哔哩哔哩、快手等）具体要求如下：
2. 选定1-2个平台，提出投放计划，包括投放目标平台、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。
3. 要求投放推广指标：

浏览量：整个服务期内不低于100000次曝光量：整个服务期内不低于100000次1. **线上整合营销平台引流推广：**通过招标人在“活动行”（线上整合营销平台）上开设的账号，进行如下服务：
2. 账号年审认证。
3. 主网站及APP首页、展会相关热点子栏目进行banner广告投放。
4. 主网站账号内开辟高交会报名通道，对高交会展览及会议内容进行专题介绍并设置报名页面。
5. 向符合高交会专业观众标签的平台会员发送参会邀请短信（不少于1万名）。
6. 在活动行的官方公众号、APP进行软文推送、官方社群投放、官方运营号、朋友圈推送等。
7. 定期向投标人汇报报名情况，导出平台后台观众报名的数据并提交投标人。
8. **高科技行业门户网站、媒体引流推广：**
9. 根据高交会对行业观众的定位要求，通过拥有数据资源、网络平台、媒介渠道的高科技门户网站、媒体进行邀约引流。
10. 邀请形式包括并不限于网站或媒体旗下的网页、微信、微博、短信、EDM、软文新闻稿件投放、社群、论坛等。
11. 定期向投标人汇报报名情况，并提供观众报名数据。
12. **社群圈层营销**
13. 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。
14. 投放不少于500个符合高交会专业观众标签要求的社群，响应人数不低于3万，覆盖全国地域，每次推送时由投标人指定专人监督，并向投标人提供截图及数据统计。
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5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. **线上线下互动活动**
19. 围绕本届高交会的主题和亮点，开展不少于2场线上线下互动活动，包括但不限于微博话题活动、抽奖送礼活动、现场打卡签到、H5邀请活动等，吸引观众注册登记，促进观众到会。
20. 负责提供活动宣传内容（海报、文章、H5等）及奖品。
21. **特别要求：**以上所有活动或推广内容对外推送、投放或发布前，投标人必须书面报经招标人审核同意。
 | 不可偏离 |
|  | 项目团队及要求 | 1. 投标人须指定本项目负责人，负责联络、沟通、协调及跟进本项目具体实施，需提供该负责人姓名、电话、职务、学历、工作经验、负责案例、以及身份证复印件等信息。
2. 投标人须为该项目成立专门的服务团队。其中主创团队至少3人（即项目负责人、内容主编、设计总监各1人），团队其余成员由投标人自行配置，并提供拟派服务团队成员配置清单、职责分工表、简介和案例经历。
3. 投标人须保持团队的稳定性，不得随意变更项目团队成员，如确实需要变动的，需向招标人书面提出申请，并经招标人的审批同意后方可进行更换，且更换后的人员能力和经验不低于原项目成员。
4. 以上提交的全部资料均要加盖投标人公章。
 | 不可偏离 |
|  | 增值服务 | 投标人可结合自有资源与服务经验，提供其他形式的增值服务，拓展邀请推广渠道和范围，提升引流推广效果。 | 不可偏离 |
|  | 项目验收标准 | 1. 按照第二十四届届高交会专业观众邀请推广整体策划方案、计划排期表要求验收。
2. 在项目结束后提交会后书面总结报告，内容需包括但不限于内容包含但不仅限于本项目履约中的各项过程数据（如浏览量、曝光量、投放流量数据情况等）、受众群体分析、推广引流情况及执行效果分析、目标达成情况、活动数据/效果的成果、问题与建议等。
3. 招标人将以高交会观众数据CIS后台中，与投标人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. 招标人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。
5. 如投标人未能达成本项目可溯源观众邀请人数目标12000人的，经审核确认无误，招标人将扣除合同总金额的5%。
6. 如投标人未能达成本项相关推广工作指标（本条第（5）款所列的情形除外），且影响整体工作成效，经审核确认无误，招标人将扣除合同总金额的3%。
 | 不可偏离 |
|  | 项目知识产权保护 | 1. 本项目所有成果的版权归招标人所有。
2. 投标人制作的推广的图文、视频、H5、海报等内容应秉持原创精神，所有推广引流的内容均须经过招标人审核同意后，方可进行发布。
3. 投标人必须保证对运营、设计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。若投标人因违法违规等行为所带来的任何法律责任和经济赔偿责任均由投标人自行承担，与招标人无关；如果由此给招标人造成损失的，投标人还须承担损失赔偿责任。
4. 招标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投标人自行承担，与招标人无关。
 | 不可偏离 |
|  | 保密承诺 | 1. 投标人承诺绝不私自截留、披露或外泄与本项目相关的资料、以及在本项目履约服务过程中所获取或接触的任何信息及数据。
2. 投标人必须保证在运行、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，确保招标人使用权以及公民个人信息不受侵犯。
3. 如投标人存在违规、侵权或泄密等行为,须赔偿因此给招标人带来的经济损失，并承担相应的法律责任。
4. 本项目所约定的保密义务不因合同的变更、解除或终止而免除。
 | 不可偏离 |

1. **其他项目说明资料**

 无

**第二部分：开标评标流程**

1. **开标阶段**
2. 投标人按要求准时进入视频会议室。
3. 招标人宣布开标工作开始，并介绍开标、评标工作的主要流程。
4. 投标人按招标人指令上传投标文件解密密码至招标文件中指定地址。
5. 招标人解密投标文件。
6. 招标评标小组确认开标一览表。
7. 招标人现场公开唱标。
8. 投标人确认唱标结果。
9. 招标人宣布开标工作结束，投标人退出会议室。
10. **评标阶段**
11. 主持人宣布评标工作开始，并播放《招标评标工作守则》。
12. 招标评标小组签字承诺遵守《招标评标工作守则》。
13. 招标评标小组成员推选组长主持评标。
14. 投标文件的完整性检验和符合性审查。
15. 商务及技术/服务需求不可偏离项检查。
16. 招标评标小组成员采用记名方式按照招标文件中规定的评标办法进行评分；
17. 综合评分的统计、排序；
18. 本项目招标第一候选供应商、第二候选供应商的确定及评标报告的出具。

**第三部分：评审办法**

1. **评审办法**

首先对各投标人进行符合性审查。对通过符合性审查的投标人，采用**100分制综合评分法**进行评分。

|  |
| --- |
| **《商务标、技术标、价格标权重表和综合得分汇总》** |
| **权重名称** | **商务标权重** | **技术标权重** | **价格标权重** |
| 权重 | 23% | 47% | 30% |
| 投标人综合得分 | 商务标得分+技术标得分+价格标得分=100 |

1. **符合性检查**

|  |  |
| --- | --- |
| 评议项目 | 评议标准 |
| 投标文件 | 投标人提交的投标文件是否按要求编制目录、加密；投标文件的加密密码按要求发送至招标人且保证文件完整可正常打开；投标人必须提供由法人代表或其书面授权人签署并加盖投标人公章的投标响应文件。 |
| 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 | 投标人是否提供以下证明文件：1. 投标人是否为中华人民共和国境内注册且合法运作独立法人或具有独立承担民事责任能力的其它组织，是否被列入经营异常名录及严重失信名单。（提供企业营业执照或法人主体登记证明材料或登记证书扫描件及“信用中国”(www.creditchina.gov.cn)“信用服务”栏查询“严重失信主体名单查询”、“经营异常名录信息查询”结果网页截图，并加盖投标人公章。被列入失信主体、经营异常的，将被拒绝参与本项目的投标活动）
2. 本项目不接受联合体投标，严禁转包或非法分包。
 |
| 控制金额 | 本项目报价是否高于35万元（含税），超过上述控制金额的视为无效报价并做废标处理。 |

1. **综合评议指标表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评议内容** | **分值** | **评议标准及权重** |
| **商务评议项（23分）** |
|  | 综合实力 | 3分 | 根据投标人注册资金、企业规模等进行综合比较，综合实力越强得分越高，优秀得3分；良好得2分；一般得1分。说明：投标人须提供企业注册资金证明文件、企业员工社保参保情况等资料作为评审依据证明，所提供材料均需加盖投标人公章。 |
|  | 案例业绩 | 20分 | 投标人须提供不少于2个可证明其专业实力的新媒体推广引流案例（合同签订时间须在2019年1月1日至采购公告发布之日期间），须提供合同关键页复印件及案例实施情况描述，根据案例具体情况进行评议：1. 上述案例中，按投标人提供的符合要求的案例数量多少进行排名，第一名8分，第二名6分，第三名得4分，其他名次及少于2个案例的均不得分。。
2. 上述案例中，根据项目服务质量及运营指标覆盖的全面性进行评议（运营指标如服务人员数量、管理人员数量、岗位分类及分布情况、人员到岗率或出勤率、总接待人次、中标人责任投诉次数等）：优秀得8分，良好得6分，一般得4分，无不得分。（须提供包含上述评审要素信息的相应业绩项目的实施情况或项目案例结案报告或履约评价等证明资料）。
3. 上述案例中，含有科技类展会会议的线上或线下互动活动（包含微博话题、抽奖、打卡、朋友圈转发、路演、推介等）案例，每一个案例得1分，最高可得4分，无不得分。

评议依据：1. 投标人须提供能够体现上述评议信息（如合同双方名称、签订时间、合同标的及主要内容等）的合同关键页扫描件、案例实施情况描述并加盖投标人公章。
2. 投标人未提供或所提供合同证明、案例实施情况描述等文件描述不清、不能判断的，均不得分。
 |
| **技术服务评议项（47分）** |
|  | 服务方案 | 32分 | 1. 承诺可溯源引流人数超过招标人要求的12000人，承诺数量最高者得5分，其余得3分，未超过者不得分。
2. 承诺实现BD渠道置换数量超过招标人要求的5个，承诺数量最高者得5分，其余得3分，未超过者不得分。
3. 依据方案中提供的引流资源匹配度、投放推广引流排期进行综合评分，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8分，良得5分，一般得3分。
4. 根据方案中的服务内容综合评分，呈现方案越新颖、活动可操作性越强，得分越高，优得9分，良得6分，一般得3分。
5. 根据投标人提供的舆情危机措施、应急事务处理流程等内容进行综合评议，越及时越周全，服务越有保障，得分越高。优得5分，良得3分，一般得1分。
 |
|  | 团队实力 | 12分 | （1）根据投标人为本项目指定的项目负责人的新媒体推广引流方面工作经验以及管理过的新媒体推广引流典型项目案例等进行综合比较：优秀得3分，良好得2分，一般得1分；（2）根据投标人派出的项目其余2名主创团队成员经验情况进行评议，参与项目数量越多，得分越高：按照2名主创团队成员参与项目总数量由多到少排名，第一名得3分，第二名得2分，第三名得1分，其他名次不得分。（提供学历证明、参与案例合同关键页扫描件并加盖公章）。（3）根据投标人派出的项目主创成员稳定性进行综合评议，提供由投标人所缴纳的近3个月连续缴纳社保的证明材料（(如公告日上一个月的社保材料因社保部门原因暂时无法取得，则可以往前顺延一个月，证明材料须加盖投标人公章），每提供一位成员的证明材料得1分，最多得3分，没有不得分。（4）投标人提供的项目团队配置及分工情况进行综合评议，团队成员岗位配置越合理、团队业务对接管理流程越周全、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。说明：投标人未提供或所提供资料证明等文件描述不清、不能判断的，均不得分。 |
|  | 增值服务 | 3分 | 根据对投标人提供的增值服务内容及形式、创意性、可操作性进行综合比较：优得3分，良好得2分，一般得1分，未提供的不得分。 |
| **价格评议项（**30**分）****（说明：以下所称的“投标报价”均是指税前总金额，即净价）** |
| 价格评议 | **基准价和算法类型选择** |
| 基准价 | □各有效投标报价大于n家时，去掉一个最高和最低报价后的算术平均值乘以％。当有效投标报价少于n（含）家时，则以所有有效投标报价的算术平均值乘以％。n= |
| ☑取有效投标报价算术平均值。 |
| □有效投标报价的最低价为基价。 |
| 算法类型 | □固定比例法 | 价格得分=M-[（｜投标价格-基准价｜/基准价）\*100/N]\*扣分值M=（价格评价分项满分值），N=，投标价格每高于N％时，扣分；每低于N％时，扣分；最低得0分。 |
| ☑固定乘积法 | 价格得分=（1-A×｜1-投标报价/Z｜）×M1. M=30 （价格评价分项满分值），Z为本次招标最佳报价（即基准价）；
2. A为价格调整系数，当投标报价低于本次招标最佳报价（即基准价）时，A=0.5；当投标报价高于次招标最佳报价时，取A=1；
3. 计算分数时四舍五入取小数点后两位，当价格分＜0时，取0。
 |
| □其他方法 |  |

算术错误将按以下方法更正（次序排前者优先）：

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。

如果投标人不接受上述错误的更正方式，招标人将拒绝接受其投标文件。

**第四部分：合同条款及格式**

**深圳会展中心第二十四届高交会专业观众邀请推广引流服务采购合同**

**（仅供参考）**

甲乙双方依据《中华人民共和国民法典》及国家有关法律、法规的规定，在公平、平等、自愿、等价有偿、诚实信用的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方提供第二十四届高交会专业观众邀请推广引流项目服务方面，达成一致意见。为明确双方权利、义务关系，特签订合同如下，以资信守。

**一、总则**

甲方授权乙方作为第二十四届高交会专业观众邀请推广引流项目服务商，自即日起至年 月日止，合同有效时间依照实际服务时间为准。

**二、服务内容**

甲方承诺通过短视频App引流推广、线上整合营销平台引流推广、高科技行业门户网站、媒体引流推广、线上线下互动活动、社群圈层营销、BD渠道置换等各项新媒体营销及推广工作，开展高交会观众邀请引流及促进到会，实现可溯源的专业观众注册引流不少于1.2万人，其中本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。

**三、甲方的权利及义务**

1、甲方有权对乙方所提供的服务提供相关建议，并有权要求乙方所提供服务不背离甲方品牌文化和VI体系规划；

2、针对双方都认可的营销方案和执行计划，甲方应根据乙方需要及时提供推广素材、活动进展等有关资料，并保证提供的资料准确、完整，并对其正确性和有效性承担责任；

3、甲方根据乙方推广工作的实际需求，向乙方提供一定数量的电子票用于推广及引流；

4、根据本协议第六条之规定，按时向乙方支付服务费；

5、甲方对乙方所有成果拥有审核确定权，所有乙方提交至甲方的设计、方案等工作成果和智力成果的版权等知识产权、所有权全部归甲方。

**四、乙方的权利及义务**

1、乙方应根据甲方需求，在规定时间内据此协议提供各项服务，完成专业观众引流数量目标，并保证向甲方提供的工作成果和智力成果完全符合中国国家及地方相关法律法规的要求，不存在侵犯任何第三方合法权益的情形，并保证所提供的各项服务的质量；

2、乙方应秉持原创精神、严禁抄袭，保证提供给甲方的图文内容、视频、H5、海报等推广材料的合法性、合理性、传播正能量，二次创作的图文、视频等内容需保证来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和准确性，并获得转载权、注明出处；

3、乙方应不断提高自身服务水平以及挖掘新的传播途径和传播技巧，为甲方活动营销创造更多的价值；

4、针对甲方对乙方提供服务所提出的建议、意见或投诉，乙方应快速响应，及时处理，共同商讨及寻找最优解决办法；

5、未经甲方书面允许，乙方不得将甲方提供的素材文件用于除了本协议用途之外的其他商业项目上；

6、乙方须符合甲方的安全生产及最新的防疫要求，配合甲方的安全生产及防疫工作，签订安全生产和防疫安全责任书，并保证乙方服务人员在甲方场地举办活动期间，严格遵守甲方安全生产和防疫的要求，同时乙方应对服务人员的进行安全及相关事项的培训；

7、乙方保证在本协议有效期内完全具备履行和完成本协议项下全部约定义务的合法有效资质，并按时按质提供相关的总结数据报告。

**五、服务费用及付费方式**

1. 服务费用（含\_\_%税点） 共计：\_\_\_\_\_\_\_元，人民币大写\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. 付费方式：

该协议签订后，15个工作日内甲方支付合同总金额的45%，即人民币：\_\_\_\_\_\_\_\_，大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_圆整，2022年12月30日前，根据乙方提交的工作总结报告，甲方结合引流实际数据，确认验收后，支付合同尾款，即人民币：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，大写：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_圆整。

3、甲方支付款项前，乙方应向甲方开具等额完税增值税专用发票。

4、如乙方未实现可溯源引流观众注册人数低于1.2万人（以2022年11月20日甲方数据库溯源统计数字为准），甲方将扣除本协议总费用的5%。

5、如乙方未能达成本项相关推广工作指标（具体可参考附件），且影响整体工作成效，经审核确认无误，甲方将扣除合同总金额的3%。

6、乙方指定账号

 户名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 支行：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 账号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**六、保密条款**

1、甲方承诺，对乙方提供的一切资料、信息履行保密义务，未经乙方同意，不向任何第三方泄露。

2、乙方承诺，对甲方提供的一切资料及其它商业秘密和乙方为甲方制作的战略方案、传播方案等所有服务项目履行保密义务，未经甲方同意不向任何第三方泄露。

**七、解决争议的办法**

1、本合同履行过程中发生的与本合同有关的一切争议，双方应通过友好协商解决；协商不能达成一致意见的，任何一方均可向深圳市人民法院提起诉讼。

2、若因为不可抗力导致合作取消或无法继续执行，双方应遵循公平合理原则，就已发生合作部分及已发生预付款项等事宜进行协商解决。本协议所称之“不可抗力”是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，该等情况妨碍、影响或延误一方或双方根据协议履行其全部或部分义务，包括新冠病毒肺炎疫情防控、突发公共卫生事件、地震、海啸、水灾、台风、暴动骚乱、罢工、恐怖袭击、战争等。

**八、附则**

1、本合同未尽事宜及修改，由双方友好协商，以签署补充协议的方式确定。

2、本合同一式肆份，由甲乙双方各执 贰 份，均具有同等法律效力，在甲乙双方授权代表签字并盖章之日起生效。

3、其他约定： 本合同附件与合同原件具有同等法律效力 。

4、本合同自即日起至 2022 年11月 30日止结束，合同有效时间依照实际时间为准。

**附件：**

 **1、乙方的第二十四届高交会专业观众邀请推广引流方案**

|  |  |
| --- | --- |
| 甲方（公章）：深圳会展中心管理有限责任公司甲方代表：联系电话： | 乙方（公章）：乙方代表：联系电话： |

**第五部分：参考附件**

附件1：报名回函

**关于确认参加\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目投标的回函**

深圳会展中心管理有限责任公司：

我公司符合**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目**的资质条件及项目要求，确定按时、按要求提交本项目投标文件。

联 系 人：**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**（**必须为本项目的授权代表**）

手机号码：**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

办公电话：**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**（**固定电话**）

电子邮箱：**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**（**所有往来文件需通过此邮箱收发**）

投标人名称及盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_ 月\_\_ 日

**注：1.本件电子档及盖章后的扫描件按要求上传至指定地址；**

**2.上述内容均为必填项，必须按要求如实、完整填报，印章清晰；否则，报名无效。**

附件2：投标函

**投标函**

致：（招标人名称)

1、在研究了你方提供的招标文件及澄清或修改文件后，我方愿意按投标报价一览表投标总价投标、服务期和服务要求提供服务，并履行招标文件及合同协议书中的责任和义务。

2、我方已详细审查全部招标文件，包括澄清或修改文件（如有）以及有关附件。我方完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。

3、本投标有效期为投标截止日起 120 日历日，我方保证在投标有效期内严格遵守本投标函的各项承诺。在此期限届满之前，本投标函将对我方具有约束力，并随时接受中标。

4、我方同意按照你方的要求提供与本投标有关的一切数据或资料，完全理解你方不一定要接受最低价的投标或收到的任何投标。同时也理解，你方不负担我方的任何投标费用。

5、如果我方中标，我方保证按照招标文件规定的期限要求履行提供服务及有关责任和义务。

6、在合同协议书正式签署生效之前，本投标函连同你方发出的中标通知书，将构成你我双方共同遵守的文件，对双方具有约束力。

7、随同本投标函，我方缴纳符合招标文件要求的投标保证金（如有）。如果我方存在以下任何一种行为时，你方有权不予退还投标保证金，取消我方中标资格，另选中标单位，给你方造成的损失超过我方投标保证金的，你方还有权要求我方对超过部分进行赔偿：

（1）投标截止时间后，我方在投标有效期内撤回或修改投标文件；或

（2）我方在接到中标通知书后放弃中标；或

（3）我方自中标通知书发出之日起 30 天内拒绝按照你方指定的时间和地点签订合同及附件；或

（4）我方未能按招标文件要求提交足额履约担保；或

（5）我方在签订合同时提出你方不能接受的附加条件或者更改合同实质性内容的；或

（6）我方资质证书被暂扣或吊销，但仍参与投标的；或

（7）我方有法律法规或招标文件中规定的可以不予退还投标保证金的其他行为。

8、与本投标有关的一切正式往来通讯请发往：

法定代表人或其授权代理人（签字或盖章）：

投标人（名称及盖章）：

投标人地址：

电话：

电子邮箱：

邮政编码：

日期： 年 月 日

附件3：投标一览表

**投标一览表**

项目名称： 单位：（人民币）元

发票类型：□增值税普通发票 □增值税专用发票

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 税前总金额（净价） | 税率 | 税额 | 含税总金额 | 工期/服务期（自然日） | 项目负责人及联系方式 | 安全管理员（如有要求） |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 投标人备注： |

说明：表中安全管理员项为选填项，根据具体项目要求填写。

投标人代表签字：

投标人名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日

附件4：考察证明

**现场考察证明**

投标人（ ）：

你单位已于**\_\_\_\_\_\_年\_\_月\_\_日**指派专人参加了招标人（深圳会展中心管理有限责任公司）**关于****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目的现场考察**，详细听取了招标人的讲解和要求，已经知晓招标人本次项目的所有内容以及技术要求等。

 招标人现场踏勘联系人签字：

 日期： 年 月 日

附件5：技术服务响应/偏离表

**技术服务响应/偏离表**

投标人名称：

| 序号 | 招标文件技术服务 | 投标人响应 |
| --- | --- | --- |
| 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《招标文件技术服务》来自于招标文件的《项目要求及数量》中的“技术服务要求”，投标人须逐条填写在本表中，并对《投标人响应》下的三栏要求作出响应。

2.《响应内容》栏须投标人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，将会导致该投标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，该投标文件不能通过符合性检查。

投标人代表签字：

投标人名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日

附件6：商务条款响应/偏离表

**商务条款响应/偏离表**

投标人名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

| 序号 | 招标文件商务要求 | 投标人响应 |
| --- | --- | --- |
| 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《招标文件商务要求》来自于招标文件的《项目要求及数量》中的“商务要求”，投标人须逐条填写在本表中，并对《投标人响应》下的三栏要求作出响应。

2.《响应内容》栏须投标人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，将会导致该投标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，该投标文件不能通过符合性检查。

投标人代表签字：

投标人名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件7：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. 投标人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. 投标人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）：

投标人名称及盖章：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件8：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 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计金额： |  |  |

注：

* 1. 投标人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. 投标人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）：

投标人名称及盖章：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件9：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. 投标人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. 投标人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. 请注意正确填写“工期”，以确保报价单工期与工期响应文件的一致性。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：

投标人（盖章）：

报价日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件10：法定代表人证明书

**法定代表人证明书**

投标人名称：

投标人地址：

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。

投标人名称及盖章：

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11：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

（投标人名称）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公开招标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投标文件内容我均承认，并全权代表我参与本项目所有公开招标过程。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： ，

投标人法定代表人： （签字或盖章）

投标人名称及盖章：

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12：经营业绩一览表

**经营业绩一览表**

致：（招标人）

我方根据贵公司招标文件要求提供 年 月 日至投标截止时间（拟投服务名称）真实的业绩资料，证明合同附后，清单如下：

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 合同签订时间 | 项目名称 | 金额 | 工期（或服务期） | 业主单位 | 服务/施工地点 | 详见页码 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

备注：

1.此表格式如不合适，投标人可自行调整。

2.投标人根据招标文件业绩部分资格要求及评分标准仔细填写，并填写页码，以供评标委员会查验；

3.上述业绩必须为真实有效，如发现业绩不符，将取消相应资格；

4.证明材料须附在本表后即可。

法定代表人或委托授权人（签字或盖章）：

投标人名称及盖章：

日期： 年 月 日

附件13：售后服务承诺书（质量保证服务承诺书）

**售后服务承诺书（质量保证服务承诺书）**

主要内容应包括但不仅限于如下内容：

（注：投标人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）：

投标人名称及盖章：

日期： 年 月 日

附件14：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： （招标人）

我司郑重承诺：

1. （投标人名称）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. （投标人名称）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. （投标人名称）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。

法定代表人或其授权代理人（签字或盖章）：

投标人（盖章）：

日期： 年 月 日

附件15：投标文件密码单

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_项目**

**投标文件密码单**

**本项目投标文件解密密码为：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_。**

**【特别注意】**

1. 密码区分大小写，且不得使用易与数字混淆的I、l、O（或o）等字母。
2. 本单请严格按招标文件要求的时间和方式提交（切勿同投标文件一起提交）。