**深圳会展中心管理有限责任公司**

**招标文件**

**项目名称：****深圳会展中心第二十五届高交会IT展**

**人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目（二次启动）**

**深圳会展中心管理有限责任公司**

**2023年7月**

**目 录**

第一部分 项目要求 2

一、 投标人须知 2

二、 特别说明 4

三、 投标文件编制 5

四、 项目要求 6

五、 其他项目说明资料 8

第二部分：开标评标流程 10

六、 开标阶段 10

七、 评标阶段 10

第三部分：评审办法 11

八、 评审办法 11

（一） 符合性检查 11

（二） 不可偏离项检查 11

（三） 综合评议指标表 11

第四部分：合同条款及格式 14

附件1：报名回函 22

附件2：投标函 23

附件3：投标一览表 24

附件4：考察证明 25

附件5：技术服务响应/偏离表 26

附件6：商务条款响应/偏离表 27

附件7：报价一览表（货物）（本项目不适用） 28

附件8：报价一览表（服务） 29

附件9：报价一览表（工程）（本项目不适用） 31

附件10：法定代表人证明书 32

附件11：法人授权委托证明书 33

附件12：经营业绩一览表 34

附件13：售后服务承诺书（质量保证服务承诺书） 35

附件14：履约情况及社会信誉承诺书 36

附件15：投标文件密码单 37

**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：刘女士电话：0755-82848826传真：0755-82848694邮箱：liuxh@chtf.com |
| 2 | 项目名称 | 深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目（二次启动） |
| 项目类别 | 服务类 |
| 项目介绍 | 为配合做好第二十五届高交会新一代信息技术展（暂名，以下简称IT展）的业内宣传，树立专业形象，促进IT展的招组展和专业观众邀请，拟采购IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传推广服务。 |
| 实施地点 | 在相关媒体上投放 |
| 服务期/交货期/工期 | \_168天，中标通知书发放之日起至11月30日（暂定为6月中下旬-11月30日） |
| 3 | 报名(文件获取）开始时间 | 2023-7-25 15:30（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/MttSxcTHi，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 | 2023-8-1 17:00（北京时间） |
| 5 | 投标人提出质疑截止时间 | 2023-8-1 17:00（北京时间） |
| 招标人澄清、修改、答疑截止时间 | 2023-8-2 17:00（北京时间） |
| 6 | 投标文件递交截止时间 | 2023-8-3 17:00（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）及可编辑版（Word或WPS版）文件加密形式上传至https://cg.szcec.com/sharing/VphA8iKiT，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/WPS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，并在开标前按时将投标文件解密密码（格式详见附件）上传至指定地址，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，可编辑版（Word/WPS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 | 2023-8-4 14:30（北京时间） |
| 开标地点 | 腾讯会议号：218690542（免密，入会前必须改名为“**公司简称+姓名**”,会议期间**禁止使用虚拟背景**），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/Hb3QhnaRx。（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,投标人可在本项目招标公告发布后至报名（文件获取）时间截止前自行踏勘。
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；投标人应指派符合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. 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。
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，**视频会议期间禁止使用虚拟背景**。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☑商务条款响应/偏离表☑履约情况及社会信誉承诺书□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□其他：  |
| 5 | 价格标部分 | ☑投标一览表☑报价一览表（货物/服务/工程）（根据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 | 资质要求 | 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证明材料或登记证书扫描件及“信用中国”网站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采购活动。）
2. 投标人代表必须是投标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人员。（提供法定代表人证明书、法人授权委托证明书及法定代表人、被委托人身份证扫描件并加盖投标人公章；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，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。
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. 投标报价包括但不限于人工费、交通、住宿、餐费、差旅费、增值税费及其它一切相关费用等完成本项目所需的全部费用。
4. 投标人须提供本项目报价一览表（含详细分项报价表）。备选媒体报价仅做参考不包含在本次投标报价总价内。
5. 招标人不再另行支付其他任何费用。
 | 不可偏离 |
| 3 | 控制金额 | 本项目采购控制金额为人民币10万元（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 | 付款要求 | 1. 本项目分二次支付合同款。本项目签订合同后，招标人支付30%项目合同款；中标单位按合同要求完成本项目所有内容并验收合格，招标人支付合同剩余款项。
2. 中标单位需提供全额或相应金额有效增值税发票。
3. 详细付款事宜以合同条款为准。
 | 不可偏离 |
| 5 | 业绩要求 | 投标人须提供近两年（2021年6月1日至招标公告发布之日，以合同签订时间为准）所承接的专业展览、会议、场馆承接展会或会议宣传项目服务的合作项目案例。（提供合同关键页复印件加盖公章, 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） | 不可偏离 |
| 6 | 验收要求 | 中标方提供《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》执行相关软文撰写工作，执行过程中，提供月报，数据/截屏/软文地址链接清单等的成果汇报，最终形成结案报告：（1）网站类媒体提供的广告投放证明及广告投放当日截屏（至少须提供投放开始日、中间日、结束日三天截屏）；（2）提供软文撰稿投放媒体链接地址清单。若投放媒体链接地址异常，须提供投放媒体软文网页截屏；（3）乙方须注重软文在专业网络媒体的发布效果，保证每篇软文应不少于3家媒体的软文链接能被百度或360搜索引擎收录，以截屏为准；（4）专业网络软文投放专业网络媒体至少3家（不超过5家），撰写专业性的软文不少于9篇，累计至少投放27篇次；新媒体软文投放新媒体至少10家（不超过15家），撰写专业性的软文不少于9篇，累计至少投放90篇次。（5）乙方至少制作6条视频，每条视频至少在8家媒体上发布，每条视频小计播放量至少为5000次。须提供短视频投放媒体链接地址清单和综合类短视频平台投放截图。若投放媒体链接地址异常，须提供投放媒体视频截屏。（6）增值服务（如有）执行情况：提供增值服务发布媒体清单、发布截图、链接或执行现场照片等证明依据。（7）提供关于合作项目合作情况的总结。（8）本项目宣传方案一经确定不得随意更改，中标企业承诺媒体如发生变化，招标人有权不支付相关变化部分的费用。如对招标人利益造成损失的，招标人有权向中标人提出赔偿。 | 不可偏离 |
| 7 | 特别要求 | 1. 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。
2. 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。
3. 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。
 | 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 | 项目范围 | 中标单位负责设计硬广、撰写软文、视频制作、专业网络媒体上发布展会信息、专业展会网站发布展会信息等宣传投放服务的执行。 | 不可偏离 |
| 2 | 项目要求 | 宣传服务方案要突出人工智能领域的专业性：（1）投放要求：1）网络广告：在专业媒体网站和新媒体中选择至少2家媒体投放，时长3个月（计划在10月底前完成）； 2）专业网络媒体软文：软文不少于9篇，每篇软文至少在3家专业网络媒体上发布，累计至少投放27篇次； 3）新媒体软文：投放软文不少于9篇，每篇至少投放10家行业APP、公众号等新媒体，累计至少共投放90篇次；4)视频制作与投放：至少制作6条视频，每条视频至少在8家媒体上发布，每条视频小计播放量至少为5000次。（2）投标人需提供本项目宣传方案及详细的媒体投放计划安排表。 | 不可偏离 |
| 3 | 服务时间要求 | （1）项目实施时长：从合作签约生效起至11月底，计划从7月中下到11月30日。（2）中标单位的硬广设计方案需在中标通知书发放后10个工作日内提交给采购人审核，经采购人确认后方可在媒体投放，且在10月底前投放完成。（3）投标人须在合同约定期限内（自签订合同之日起至11月30日）完成不少于9篇软文的设计、撰写、编辑，且经采购人确认后方可投放。其中，前7篇软文按合同约定投放之日起陆续有计划投放，后2篇须在高交会展期投放，尽量平均投放。（4）8月31日前软文内容，以人工智能领域目标展商为主；9月1日后软文内容以吸引专业观众为主。（5）11月30日前向采购人提供本项目结案报告。 | 不可偏离 |
| 4 | 项目团队成员要求 | （1）投标人须指定本项目负责人，需提供该负责人姓名、电话、职务、相关职称（如有）、工作经验、负责案例、获奖情况（如有）以及身份证复印件（加盖公章，原件备查）等信息，负责联络、沟通、协调及跟进本项目具体实施。（2）项目团队成员（含项目负责人），提供拟派项目团队成员中近两年参与过在专业展览、会议、场馆承接展会或会议宣传项目的工作经历情况，提供拟投入团队成员人数不得少于3人（含项目负责人）个人简介，以及由投标人所购买的近三个月社保清单证明（如在招标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，则可以往前顺推一个月）。 | 不可偏离 |
| 5 | 其他服务 | 加大力度鼓励参选服务商结合自有资源，在广告、软文、视频投放中优先选择新媒体，并提供在人工智能领域内的宣传其他服务，拓展宣传内容和范围，提升宣传效果。形式、内容由服务商结合自有资源拟定，需突出人工智能领域专业性和宣传的有效性。 | 可偏离 |
| 6 | 服务承诺 | 针对本宣传项目提出书面服务承诺，承诺内容包括但不限于项目的总体要求、质量、数量、完成时间等，同时指定项目负责人，严格遵照国家有关广告、互联网媒体、新媒体、短视频平台投放要求和规定，对采购人反映需要调整的问题须在4小时之内做出反应。 | 不可偏离 |
| 7 | 知识产权 | 中标单位针对本项目采购范围内实施的成果，所有权归招标人所有。中标单位必须对设计及文案内容拥有原创性，不得有模仿、抄袭等侵权行为，并且所提供的设计方案及相关图文资料须不涉及侵权第三方权益。若因侵犯第三方合法权利（包括但不限于著作权、商标权、专利权、专有技术或商业秘密）所带来的法律责任以及造成的损失均由中标单位承担，招标人不承担任何责任。若招标人因此造成损失的，由中标单位承担赔偿责任。 | 不可偏离 |
| 8 | 保密要求 | 双方都有责任对对方提供的技术情报、资料数据及商业秘密保密。未经对方同意，任何一方不得以任何形式向第三方泄露本项目资料或在项目中接触到的资料，不得将其用于履行本合同之外的其他用途。中标单位违反本条约定，给招标人造成损失的，应当赔偿全部损失。本条约定的保密义务不因本合同的变更、解除、终止而受影响。 | 不可偏离 |

1. **其他项目说明资料**

第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目详细投放要求：

宣传服务方案要突出人工智能领域的专业性，深入人工智能：包含芯片、大数据、智能识别系统、深度学习、智能机器人、AR/VR、虚实共生、智能驾驶；AI技术自动生成内容：包含AI人机交互机器人、AIGC原创内容生成工具，AIGC技术应用及解决方案等细分领域，通过相关媒体或更多推广形式，面向相关企业、机构和专业观众等开展宣传。

（1）投放要求：撰写软文、设计广告、视频制作进行业内媒体投放，覆盖人工智能领域专业网络媒体、新媒体、综合类短视频平台等，总数详见以下要求，形式须包括网络广告、软文、视频、展会信息发布等。其中：

1）网络广告：在专业媒体网站和新媒体中选择至少2家媒体投放，时长3个月（计划在10月底前完成）；

2）专业网络媒体软文：在人工智能领域专业网络媒体投放，并鼓励引入行业知名媒体以获得更好的宣传效果，撰写具有一定专业性的软文不少于9篇，每篇软文至少在3家专业网络媒体上发布（要求每篇软文应不少于3家媒体的软文链接能被百度或360搜索引擎收录），累计至少投放27篇次，媒体清单包括拟投放专业网络媒体至少3家（不超过5家）和备用专业网络媒体3家；

3）新媒体软文：在人工智能领域新媒体投放，并鼓励引入行业知名媒体以获得更好的宣传效果，投放软文不少于9篇，每篇至少投放10家行业APP、公众号等新媒体，累计至少共投放90篇次，媒体清单包括拟投放新媒体至少10家（不超过15家）和备用新媒体5家；

4)视频制作与投放：至少制作6条视频，每条视频至少在8家媒体上发布，每条视频小计播放量至少为5000次，在11月30日前累计播放量至少达到30000次。投放媒体包括行业内专业网络媒体、行业内新媒体（须单位或机构注册账号、非个人账号）以及综合类短视频平台，其中综合类短视频平台限1-2家，如果某媒体上视频没有显示播放量，则在该视频的点赞量、评论量、转发量、收藏量等数值中选择最高的一个数值作为播放量。

（2）计划6月中下旬-8月31日招展为主，9月1日-11月14日邀请专业观众为主，11月15-19日展期宣传为主；

（3）在本项目宣传内容上：以配合招展为主，邀请专业观众为辅。在配合招展中，以推介展会信息、本届亮点、重点展商和展品信息等为主，我方提供素材，合作方需结合人工智能领域的技术焦点、趋势、市场需求以及时事热点等进行设计、撰写、编辑，由我方审核定稿后投放。

（4）投标人需提供本项目宣传方案及详细的媒体投放计划安排表。

**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. 本项目第一中标候选供应商、备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，然后进行不可偏离项检查。对通过符合性审查及不可偏离项检查的投标人，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 | 20% | 50% | 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：（以下内容，请根据《商务需求》第1项“资格要求”编写））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证明材料或登记证书扫描件及“信用中国”网站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采购活动。）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10万元（含税），超过上述控制金额的视为无效报价。 |

1. **不可偏离项检查**

检查内容详见第四条《项目要求》之（一）《商务需求》、（二）技术/服务需求。

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（**20**分）** |
| 1. | 业绩 | 12 | 投标人提交的2021年6月1日至本项目采购公告发布之日期间（以合同签订日期为准）所承接的专业展览、会议、场馆承接展会或会议宣传项目业绩等合同数量进行比较：合同数量满5个及以上的得12分，合同数量2-4个的得8分，合同数量仅1个的得4分，其他不得分。说明：投标人须提供能体现上述评议所需信息（如合同双方名称、合同标的、签订时间）的相应合同的关键页并加盖投标人公章；未提供或提供的相关证明文件不清晰、不完整的，不得分。 |
| 2. | 综合实力 | 8 | 根据投标人的企业自有人员规模进行比较：人员数量第一名得8分，人员数量第二名得5分，人员数量第三名得3分人员数量第四名得1分，其他名次不得分。备注：以各投标人所提供企业所缴纳社保人员数量进行排名作为评审依据，需提供投标人在招标公告发布前3个月可体现社保缴纳总人数的社保证明（如在招标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，则可以往前顺推一个月）（以上证明资料均需加盖投标人公章）。 |
|  | **技术服务评议项（**50**分）** |
| 1. | 投放媒体质量 | 25 | **评审标准：**根据投标人所提供拟投放及备用媒体的相关运营信息，对媒体质量、满足招标人宣传效果的程度高低，进行综合评议。以（1）+（2）合计为本项得分：（1）根据投标人所提交的本项目宣传方案投放媒体（拟投放专业网络媒体和拟投放新媒体）的质量，进行横向综合比较：优秀得20-14分，良好得13-7分，一般得6-1分。（2）根据投标人所提交的本项目宣传方案投放备用媒体（备用专业网络媒体和备用新媒体）的质量，进行横向综合比较：优秀得5分，良好得3分，一般得1分。**证明文件：**投标人提供拟投放及备用媒体的相关运营信息说明文件（运营信息包括但不限于媒体名称、网址、成立开通时间、运营单位、专注领域等），相关说明文件须加盖投标人公章。如说明文件不能清晰反映媒体质量，本项不得分。 |
| 2. | 拟投入本项目人员 | 10 | 根据投标人为本项目指定的项目负责人的情况综合评议：1. 根据项目负责人职称水平高低评议，高级职称4分，中级职称2分，其他情况不得分。
2. 根据项目负责人管理过的典型项目案例数量评议，数量越多得分越高。排名第一得6分，排名第二得4分，排名第三得2分，其他名次不得分。所提供的项目负责人业绩证明如：①含有项目负责人信息的合同关键页复印件；②项目总结报告；③甲方开具的证明等（此三项证明文件提供任一均可，并加盖投标人公章）。所提供的资料不清或无法判定者不得分。

说明：投标人需提供所指定的本项目负责人的相关资格资历证明文件（包含但不仅限于姓名、职务、工作经验、资质资格证书持有情况等），未提供有效证明文件或证明文件不清晰无法辨识评审内容的不得分。 |
| 3. | 其他服务及服务承诺 | 15 | 以下（1）+（2）合计为本项得分：（1）根据投标人所承诺的其他服务内容、形式、质量、宣传效果进行综合比较。非常优秀得12分，优秀得9分，良好得5分，一般得2分。（2）根据投标人对采购人承诺的服务（响应速度越快、承诺内容越全面等）进行综合比较。优秀得3分，良好得2分，一般得1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= |
| ☑取所有有效投标报价算术平均值。 |
| □以所有有效投标报价中的最低价为基准价。 |
| 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= ×× （价格评价分项满分值），Z为本次招标基准价；
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基准价时，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 | 价格得分=（1-|投标报价-基准价|÷基准价）×价格权重分说明：报价最接近基准价的投标人价格分最高，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**

**深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目合同**

（本模板仅供参考）

**甲方：深圳会展中心管理有限责任公司（简称“会展中心”）**

法定代表人：岳启伟

地址：深圳市福田区福华三路深圳会展中心

联系人：孔燕贞

电话：0755-82848869

电子邮件：sws@chtf.com

**乙方：XXXX公司（简称“XXXX”）**

法定代表人：XXX

地址：XXXXXXXXXXXX

联系人：XXX

电话：0755-XXXXXX

电子邮件：

根据《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国民法典》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方本着公平合理、平等互利、诚信自愿的原则，乙方受甲方委托为甲方提供深圳会展中心第二十五届高交会人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目服务，甲乙双方经协商一致，签订本合同，双方保证严格遵守和执行。

1. **服务内容及要求**
2. 项目名称：深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目
3. 项目实施地点：深圳会展中心
4. 服务内容
5. 由乙方策划并制定第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体广告投放排期表，并全程执行、采购、跟进及评估；
6. 由乙方策划并制定第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体广告，并根据高交会VI设计硬广告；
7. 由乙方策划并制定第二十五届高交会IT展人工智能领域软文计划排期表且负责完成方案中软文的采编、撰写，并将其软文发布于各媒体；
8. 由乙方策划并制作第二十五届高交会IT展人工智能领域视频计划排期表且负责完成方案中视频的拍摄、剪辑，并将其视频发布于各媒体；
9. 上述所有宣传投放内容和设计须经甲方确认后实施。
10. 服务要求

乙方根据合同附件《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》为执行依据开展工作，甲方按照乙方工作完成情况与乙方结算，排期表时间按签订合同日期相应顺延。

1. **服务期限**

从本合同签订生效之日起至2023年11月30日止。

1. **合同金额及付款要求**
	1. 合同金额
2. 本项目合同金额为¥xx万元（大写人民币：xxxx元整 ），税率为xx%。
3. 以上金额已经包含项目费用开具增值税专用发票所产生的税费及乙方完成本项目服务所发生的全部费用。
	1. 付款要求
4. 合同金额分两次付清
5. 合同签订后甲方向乙方支付合同金额50％款项，即人民币xxx元（大写：xxx元整）；
6. 剩余合同款项由甲方根据本合同的执行情况及乙方提交的结案报告后支付给乙方，具体金额根据最终结算确定。
7. 乙方承诺完成《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能行业垂直媒体投放服务计划及报价表》中必须完成的各项数据，未完成部分，甲方可相应扣减合同款项，并要求乙方按合同总金额10%支付违约金。
8. 甲方办理合同款项支付前，乙方需先向甲方提供全额（等额）真实、合法有效的增值税专用发票。

3.甲方以银行转账的方式将应付款项付至乙方指定的以下帐户

公司名称：

开户银行：

银行帐号：

1. **验收标准**
2. 乙方根据合同附件《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》执行相关广告及其他事项的合作，执行过程中，提供月报，数据/截屏/投放环境拍照的成果汇报，最终形成《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目结案报告》。
3. 《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购项目结案报告》需包含下列数据，才可直接通过确认：
4. 网站类媒体提供的广告投放证明及广告投放当日截屏（至少须提供投放开始日、中间日、结束日三天截屏）；
5. 提供软文撰稿投放媒体链接地址清单。若投放媒体链接地址异常，须提供投放媒体软文网页截屏；
6. 乙方须注重软文在专业网络媒体的发布效果，保证每篇软文应不少于3家媒体的软文链接能被百度或360搜索引擎收录，以截屏为准；
7. 乙方须提供短视频投放媒体链接地址清单和综合类短视频平台投放截图。若投放媒体链接地址异常，须提供投放媒体视频截屏；
8. 提供其他服务、专业网络媒体上发布展会信息、专业网络媒体中的展会频道（或类似频道）中发布人工智能领域招展书、发布展会信息的媒体清单、发布截图、链接或执行现场照片等证明依据。
9. 提供关于合作项目合作情况的总结。
10. **双方权利与义务**
11. 甲方权利与义务
12. 甲方应积极配合乙方的工作，及时提供投放广告内容、软文撰稿和视频制作所需的文件资料、素材及高交会VI。在广告投放的有效期内，凡是由于甲方不能及时提供投放广告内容或软文撰稿、视频制作所需的文件资料，乙方经过多次索要未果致使部分广告、视频及软文未能及时撰写、制作、投放或更新，乙方不承担责任；
13. 如甲方取消或更改广告投放计划，应在拟投放时间前十个工作日向乙方提出（书面形式）；
14. 本合同中涉及的宣传内容及设计，须经甲方审核确认方可对外投放（确认方式为QQ、邮件等书面形式）。甲方对宣传内容及设计有修改的权利，乙方应积极配合落实。甲方有更换广告投放版本的权利，需提前10个工作日通知乙方。广告设计稿由乙方设计，须符合媒体刊出规定，刊登版本为已经双方及媒体予以确认的版本，乙方未经甲方授权不得修改和更换；
15. 在合作期限内，甲方不再自行或委托乙方以外的任何机构在本合同规定的区域内发布广告，本合同签订前已签订的广告发布合同、有证据证明乙方不能履行本合同时除外；
16. 甲方有权对乙方为甲方提供的服务质量进行监督，如未达到甲方相关要求，甲方有权要求乙方进行整改；
17. 乙方按方案在相关媒体投放时，因特殊原因无法正常投放时，甲方有权要求乙方无条件置换等值品牌媒体进行投放，置换等值品牌媒体时须说明原因并经甲方书面认可。
18. 乙方权利与义务
19. 硬广告投放

（1）乙方根据甲方提供的素材，负责广告的设计，广告投放的内容须经甲方审核后方可发布；

（2）乙方根据合同附件《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》，执行广告设计、采购投放，执行过程中，提供月报，数据/截屏/投放环境拍照的成果汇报，最终形成结案报告；

（3）乙方委派团队与甲方进行定期与不定期的业务沟通与服务工作，若因甲方需求变化或投放媒体资源自身发生变动等，需对媒体广告投放进行调整时，应保证不低于原计划排期的媒体广告总刊例价，并以甲方书面确认为准；

（4）乙方应主动提前向甲方索要各类工作所需的相关资料，提早向甲方提供相关媒介的政策；

（5）凡出现错刊、漏刊等情况，经核查确定后，乙方积极主动与媒体协商弥补；

（6）乙方应及时向甲方提供媒体相关信息资料，并负责协助甲方理顺与广告发布媒体之间的关系，处理相关事宜；

（7）乙方负责设计硬广及设计制作论坛等活动所需的易拉宝，且须经甲方审核后方可投放；

2.软文撰稿

（1）乙方根据合同附件《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》执行相关软文撰写工作，执行过程中，提供月报，数据/截屏/软文地址链接清单等的成果汇报，最终形成结案报告；

（2）乙方委派团队与甲方进行定期与不定期的业务沟通与服务工作，若因甲方需求变化或投放媒体资源自身发生变动等，需对软文投放进行调整时，应保证不低于原投放媒体的软文发布总刊例价，并以甲方书面确认为准；

（3）乙方策划组织与采编第二十五届高交会IT展人工智能领域软文的主题、篇数和发布周期，以及可发布的媒体列表，最终以甲乙双方确认的媒体投放安排计划表为准；

（4）乙方提供的每篇软文字数不能少于400字。内容真实，不得抄袭、复制，且要突出行业热点、亮点；

（5）乙方须注重媒体稿件质量，应安排专业、有经验媒体人撰写软文。本届高交会开展期间，乙方须派专业媒体人对大会人工智能领域进行采访和撰写稿件，并分别安排在最后2篇软文中投放；

（6）乙方须注重软文在专业网络媒体的发布效果，保证每篇软文应不少于3家媒体的软文链接能被百度或360搜索引擎收录，以截屏为准；当收录数量不足时，乙方可主动增加发布的专业网络媒体数量来提高收录数量，增加发布的专业媒体须具备一定知名度并经甲方审核同意方可列入收录数量中。

3.视频制作

（1）乙方根据合同附件《深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表》执行视频制作及推广计划，在执行过程中，提供月报，提供包括但不限于数据/截屏/视频地址链接清单等的成果汇报，最终形成结案报告；

（2）乙方须保证所制作视频的质量，每条视频时长控制在1分钟左右，内容真实无误，不得抄袭、复制，且要突出人工智能领域的热点、亮点、人气及参展企业形象和最新产品等，视频内容用于本届招展、招揽观众和下届预订；
 （3）乙方须保证每条视频至少在8家媒体上发布，每条视频小计播放量至少为5000次，在11月30日前累计播放量至少达到30000次。投放媒体包括行业内专业网络媒体、行业内新媒体（须单位或机构注册账号、非个人账号）以及综合类短视频平台，其中综合类短视频平台限1-2家，如果某媒体上视频没有显示播放量，则在该视频的点赞量、评论量、转发量、收藏量等数值中选择最高的一个数值作为播放量；
 （4）乙方在制作、编辑视频过程中，须按展前、展中、展后的时间顺序来安排视频制作。

1. **违约责任**
2. 甲方应严格按照第三条支付乙方款项，如应甲方延迟付款导致乙方无法顺利履行合同，甲方承担全部责任及产生的一切费用；
3. 乙方与媒体之间的任何纠纷与甲方无关，甲方已向乙方支付本合同项下全部费用而乙方未向媒体支付广告发布、软文撰写、视频投放费用的，一切责任由乙方自行承担，由此给甲方造成损失的，乙方应予以赔偿，赔偿范围包括甲方实际损失、诉讼费、律师费、公证费、鉴定费等全部维权费用；
4. 如因乙方配合不积极等原因致使甲方广告、软文、视频不能按计划发布（包括但不限于出现错版、错时、错稿、错刊、漏刊等情况），甲方有权拒付乙方相关费用；未完成部分，甲方可扣除乙方未完成部分的相应费用。如因此给甲方造成损失的，乙方还应予以赔偿，赔偿范围包括甲方实际损失、诉讼费、律师费、公证费、鉴定费等全部维权费用；
5. 甲乙双方除不可抗力因素外，应按合同约定之要求完成各自所应履行的责任和义务，否则视为违约，违约方应赔偿由此给守约方造成的损失。
6. **合同终止**
7. 因解除而终止：

（1）由于乙方违约造成本合同不能履行或不能完全履行，如果甲方认为本合同已无必要继续履行或乙方在收到甲方要求其纠正违约的通知后仍不纠正其违约行为，则甲方有权向乙方发出解除本合同的书面通知，该通知自送达乙方时生效，乙方应向甲方退还已经收取的费用并按合同约定承担违约责任。违约金不足以弥补甲方损失的，甲方可继续向乙方追偿；

（2）由于甲方违约造成本合同不能履行或不能完全履行，如果甲方在收到乙方要求其纠正违约的通知后仍不纠正其违约行为，则乙方有权向甲方发出解除本合同的书面通知，该通知自送达甲方时生效，甲方应向乙方支付双方确认已完成工作量的款项，并按本合同约定承担违约责任；

（3）合同一方依本合同约定行使解除权的，合同自解除通知送达之日起终止。违约方应当向守约方支付违约金或赔偿损失；

（4）合同终止后，不妨碍守约方向违约方追究违约责任。

（三）有下列情形之一的，合同权利义务终止：

（1）本合同因已按约定履行完毕而自然终止；

（2）本合同经各方协商一致而终止；

（3）本合同因一方出现本条（二）的违约情况（包括一方擅自转让本合同项下权利义务行为），另一方发出解除合同的通知；

（4）法律法规规定终止的其他情形。

1. **转让条款**

未经甲方书面同意，乙方不得全部或部分转让其在本合同项下的权利和义务。否则甲方有权解除合同并按第七条执行。

1. **保密条款**
2. 所有项目成果的版权归甲方所有；
3. 乙方必须保证对媒体广告投放、软文撰稿、文案策划、视频创作等方面的合法性，不得有欺骗、抄袭等侵权行为。若乙方因违法违规等行为所造成的法律责任与甲方无关，如果对甲方造成损失的，乙方应当赔偿甲方损失；
4. 在本合同订立前、履行中及终止后，甲乙双方对本合同和相互提供的资料、信息（包括但不限于商业秘密、设计图片、媒体资料、投放数据等）负保密责任；
5. 任何一方违反本合同约定的，责任方应按合同金额10％向合同他方支付违约金，违约金不足以赔偿合同他方损失的，应按合同他方的实际损失给予赔偿；
6. 保密条款具有独立性，不受本合同的终止或解除的影响。
7. **不可抗力**
8. 如合同一方延迟履行或未能履行其本合同中列明之义务，但 该延迟履行或未能履行是因不可抗力而引起，且在该不可抗力排除后第一时间通知了对方,并提供有效证明，该方不被视为违反本合同；
9. 如该不可抗力导致本次项目的实施被延迟，则该被延迟的项目将重新安排于甲方所决定的最早可能日期执行；
10. 本合同项下的不可抗力是指：无法预见、无法避免且无法克服的客观事实，包括但不限于战争、罢工、倒闭、国内暴乱、疾病蔓延、敌对抵抗、戒严令、火灾、洪水、暴风雨、干旱、火山爆发、爆炸、核或化学事件或辐射、海啸、任何自然灾害等。
11. **争议解决**

因本合同有关的任何纠纷或争议，双方应协商解决。协商不成的，双方均可向甲方所在地的人民法院提起诉讼。

1. **法律适用**

本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律法规。

1. **其他条款**
2. 本合同经双方代表人签字并加盖单位公章之日起生效，并在双方履行完成约定事项后终止；
3. 本合同载明的联系方式（包括地址、联系人、电话）为双方约定的联系方式，若有变动，应提前书面告知对方，否则该联系方式为双方法定的送达和联系方式，一经发送至上述地址即视为送达；
4. 投标文件中响应及承诺的内容作为本合同不可分割的组成部分，与合同条款具有同等效力；当本合同条款与上述文件内容不一致时，以其中较为严格的要求为准；
5. 本合同未尽事宜，经双方协商另行签订补充协议，本合同的附件及任何补充协议与本合同具有同等法律效力；
6. 本合同一式陆份，甲方执肆份，乙方执贰份，具有同等法律效力。

（以下无正文，为合同签章页）

**甲 方(盖章)： 深圳会展中心管理有限责任公司**

法定代表人（签名）：

**日期：** 年 月 日

**乙 方（盖章）：**

法定代表人/授权代表（签名)：

**日期：** 年 月 日

**第五部分：参考附件**

附件1：报名回函

**关于确认参加 深圳会展中心第二十五届高交会**

**IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购 项目（二次启动）投标的回函**

深圳会展中心管理有限责任公司：

我公司符合 深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体宣传采购 **项目（二次启动）**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委托人（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 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 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。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：

投标人名称及盖章：

日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日

附件4：考察证明（本项目不适用）

**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。

 招标人现场踏勘负责人签字：

 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、不填或不完全响应《技术服务明细》内容的，将会导致该投标文件不能通过不可偏离项检查。“不可偏离项”响应内容涉及偏离内容的，视同偏离本项目要求，该投标文件不能通过不可偏离项检查。

3.《有/无偏离》栏仅可填“有”或“无”。 响应结果优于（或高于）本项目需求的，可在《说明》栏中作出优于（或高于）本项目需求的具体说明。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：

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 |
| --- | --- | --- |
| 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《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、不填或不完全响应《商务要求明细》内容的，将会导致该投标文件不能通过不可偏离项检查。“不可偏离项”响应内容涉及偏离内容的，视同偏离本项目要求，该投标文件不能通过不可偏离项检查。

3.《有/无偏离》栏仅可填“有”或“无”， 响应结果优于（或高于）本项目需求的，可在《说明》栏中作出优于（或高于）本项目需求的具体说明。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：

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“—”。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：

投标人名称及盖章：

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

|  |
| --- |
| 附件8：报价一览表（服务） |
| **报价一览表（服务）** |
| **暨深圳会展中心第二十五届高交会人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表（表一）** |
| 项目名称：  |
| 币种：人民币 税率： % 单位：元 |
| **序号** | **项目** | **媒体名称** | **版面（网页位置、广告大小）** | **计划投放（发布）日期** | **篇数/家数** | **周期时长** | **是否被百度、360搜索引擎收录** | **单项刊** | **小计刊** | **单项** | **小计** | **备注** |
| **含税例价（元）** | **含税例价（元）** | **含税合作报价（元）** | **含税合作报价（元）** |
| **1** | **硬广** |  |  |  |  |  |  | **…** |  | **？个月** |  |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |  | **…** |  | **？个月** |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **分项小计** |  |  |  |  |  |  |
| **…** | **软文（专业网络媒体）** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？篇** | **/** |  |  |  |  |  |  |
| **…** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？篇** | **/** |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **分项小计** |  |  |  |  |  |  |
| **…** | **软文（新媒体）** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？篇** |  |  |  |  |  |  |  |
| **…** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？篇** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **分项小计** |  |  |  |  |  |  |
| **…** | **专业展会网站展会信息发布** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？家** |  |  |  |  |  |  |  |
| **…** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？家** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **分项小计** |  |  |  |  |  |  |
| **…** | **专业网络媒体招展书发布** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？家** |  |  |  |  |  |  |  |
| **…** |  |  |  |  |  |  | **…** | **？家** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | **分项小计（含税）** |  |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **深圳会展中心第二十五届高交会人工智能领域行业垂直媒体投放服务计划及报价表（表二）** |
| **序号** | **项目** | **媒体名称** | **版面（网址链接）** | **条数** | **每条视频播放量** | **播放量小计（不少于5000次）** | **单项** | **小计** | **备注** |
| **5月** | **6月** | **7月** | **8月** | **9月** | **10月** | **11月** | **每条视频（含制作和播放量）含税报价（元）** | **含税报价（元）** |
| **1** | **制作与发布视频** |  |  | **？条** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **每条视频累计播放量没有完成协议要求的，按未完成占比比例进行扣款** |
| **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **…** | **小计** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **其他服务** | **其他服务名称** | **具体描述和预计效果（覆盖人次等）** | 次数 | **？** | **？** | **须报价，如未完成将扣款** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | **小计（含税）** |  |  |  |  |  |
| **以上报价表表一、表二全部含税总价合计（元）（不包含备用媒体）：** |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **深圳会展中心第二十五届高交会IT展人工智能领域行业垂直媒体----备用媒体投放服务计划及报价表（表三）** |
| **注：备用媒体仅用于替换刊登，相关信息如下:** |
| **序号** | **项目** | **媒体名称** | **单项** | **含税单价（元）** |
| **1** |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |

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。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：

投标人（盖章）：

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。

被委托人身份证扫描件（反面）

被委托人身份证扫描件（正面）

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。

法定代表人或其授权委托人（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，每一条内容需简单展开叙述，并正面作答）

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。

法定代表人或其授权委托人（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委托人（签字或盖章）：

投标人名称及盖章：

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或1，O、0或o等数字和字母。
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）。

法定代表人或其授权委托人（签字或盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

日期：\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_日