

天目湖旅游度假区新媒体平台统一内容 制作、发布与运维项目

项目编号:ZYJS-ZC2022121

竞争性磋商文件

采购人：溧阳市天目湖镇人民政府

采购代理机构：常州中宇建设工程管理有限公司

二〇二二年三月

总 目 录

第一章	竞争性磋商公告	1
第二章	供应商须知	6
第三章	项目需求	22
第四章	合同条款及格式	27
第五章	评标方法与评标标准	34
第六章	响应文件格式	40
	友情提醒	51

第一章 竞争性磋商公告

项目概况

(天目湖旅游度假区新媒体平台统一内容制作、发布与运维项目) 采购项目的潜在供应商应在(常州市溧阳市昆仑街道泓口路 333 号苏华国际广场 19 楼 08 室中宇财务室) 获取采购文件, 并于 2022 年 3 月 21 日 14 点 00 分(北京时间) 前提交响应文件。

一、项目基本情况

项目编号: ZYJS-ZC2022121

项目名称: 天目湖旅游度假区新媒体平台统一内容制作、发布与运维项目

采购方式: 竞争性谈判 竞争性磋商 询价

预算金额: 人民币 180 万元

最高限价: 人民币 180 万元, 磋商供应商的报价不得高于最高限价, 否则作为无效响应处理。

采购需求: 2022 年是天目湖旅游发展 30 周年, 文旅产业是天目湖的战略支柱性产业, 为集约高效利用资源, 形成整体、优质和精准推广, 度假区将开设小红书官方账号, 并与原有抖音官方账号和哔哩哔哩官方账号进行整合, 统一策划、统一内容制作、统一运营维护。

合同履行期限: 自合同签订之日起壹年。

本项目(否)接受联合体。

二、申请人的资格要求：

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：无
3. 本项目的特定资格要求：

①未被“信用中国”网站（WWW.creditchina.gov.cn）和“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重失信行为记录名单；

②参加竞争性磋商活动前三年内，在经营活动中无重大违法记录或无不良行为记录（如该记录对禁止参与招投标活动有明确规定的，则从其规定，联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录）；

③无其他法律、行政法规规定的禁止参与招投标活动的行为；

④单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的采购活动；与采购人存在利害关系可能影响竞争性磋商公正性的法人、其他组织，不得参加投标。

三、获取采购文件

时间：2022年3月7日至2022年3月14日，每天上午8:30至11:00，下午13:30至17:00（北京时间，法定节假日除外）

地点：常州市溧阳市昆仑街道泓口路333号苏华国际广场19楼08室中宇财务室

方式：（磋商供应商可采取以下任一种方式获取竞争性磋商文件）

①线上获取：

方式一：磋商供应商在规定的获取时间内登录

“<http://www.czzyzbzx.com/>”网站右上角“供应商注册”进行注册登记，注册成功后可进入相应项目公告填写登记信息，并按要求交纳竞争性磋商文件费用，登记材料及费用审核通过后，磋商供应商可自行下载竞争性磋商文件。

方式二：磋商供应商在规定的时间内将登记材料扫描发至本公司邮箱“zhongyuliyang111@163.com”并按要求交纳竞争性磋商文件费用后，竞争性磋商文件以邮件形式发送至磋商供应商邮箱。

②现场获取：竞争性磋商文件现场购买地点：常州市溧阳市昆仑街道泓口路 333 号苏华国际广场 19 楼 08 室中字财务室

售价：人民币伍佰元/份，竞争性磋商文件售后一概不退。未获取竞争性磋商文件的磋商供应商不得参与投标。磋商供应商获取竞争性磋商文件时应提供如下材料：

户 名：常州中字建设工程管理有限公司

开户银行：江南农村商业银行中关村支行

开户行行号：314304381397

账 号：1225300000009045

①登记表（格式见公告附件 1）

财务室电话（查询标书款及保证金情况）：0519-87252266

四、响应文件提交

截止时间：2022 年 3 月 21 日 14 点 00 分（北京时间）

地点：常州市溧阳市昆仑街道泓口路 333 号苏华国际广场 19 楼 09 室

五、开启

时间：2022年3月21日14点00分（北京时间）

地点：常州市溧阳市昆仑街道泓口路333号苏华国际广场19楼09室

六、公告期限

自本公告发布之日起3个工作日。

七、其他补充事宜

1. 踏勘或澄清

①对竞争性磋商文件需要进行澄清或有异议的供应商，均应在2022年3月14日17:30前按竞争性磋商公告中的通讯地址，将澄清或异议内容一次性以书面形式并加盖公章送达采购代理机构，否则视为无有效澄清或异议。

②有关本次采购的事项若存在变动或修改，竞争性磋商代理机构将通过补充或更正形式在采购公告发布网站上发布，因未能及时了解相关最新信息所引起的投标失误责任由供应商自负。

2. 响应文件制作份数要求：

正本份数：1份，副本份数：2份；响应文件应按顺序胶装成册，并编制响应文件目录索引。不论供应商成交与否，响应文件均不退回。

八、凡对本次采购提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名称：溧阳市天目湖镇人民政府

地址：常州市溧阳市协和路8号

常州中宇建设工程管理有限公司

联系方式：陈女士 电话 0519-87980388

2. 采购代理机构信息

名称：常州中宇建设工程管理有限公司

地址：常州市溧阳市昆仑街道泓口路 333 号苏华国际广场 19 楼 08

室

联系方式：0519-85782055、85785155

3. 项目联系方式

项目联系人：左学文、包婷

电话：0519-85782055、85785155

第二章 供应商须知

一、总则

1、采购方式

本次采购采取竞争性磋商方式，本文件仅适用于竞争性磋商公告中所述项目。

2、合格的供应商

2.1 满足竞争性磋商公告中“供应商资格要求”的规定。

2.2 满足本文件实质性条款的规定。

2.3 本竞争性磋商文件中所有带★号的内容均为实质性条款，如供应商递交的响应文件不符合实质性条款的要求，将作为无效响应文件处理。

3、适用范围及定义

3.1 适用范围

依据《中华人民共和国政府采购法》及有关法律法规制定本须知。

3.2 定义

3.2.1 “重大违法记录”系指磋商供应商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。

3.2.2 “不良行为记录”系指供应商发生下列情形之一：

(1) 被“信用中国”网站（WWW.creditchina.gov.cn）和“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重失信行为记录名单；

(2) 在招标投标活动中因违反相关规定被政府采购及招标投标监管部门列入不良行为记录名单的（包含本须知第 16.5 条中相关内容）。

3.2.3 “参加采购活动前三年”是以响应文件的递交截止时间为时间点向前追溯。

4、磋商费用

4.1 供应商应自行承担所有与参加竞争性磋商有关的费用，无论投标过程中的做法和结果如何，采购代理机构在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

4.2 采购代理服务收费标准

4.2.1 收费费率：

服务类型	费率	中标金额（万元）	服务招标
		100 以下	1.5%
		100-500	0.8%

4.2.2 中标服务费收费按差额定率累进法计算。例如：某项目中标金额为 170 万元，则招标代理服务收费计算方式如下：（以此类推）

$$100 \text{ 万元} \times 1.5\% = 1.5 \text{ 万元}$$

$$(170-100) \text{ 万元} \times 0.8\% = 0.56 \text{ 万元}$$

$$\text{合计收费} = 1.5 + 0.56 = 2.06 \text{ (万元)}$$

成交服务费收费最低为人民币 3000 元，若按上述计算方式不足人民币 3000 元的，则按人民币 3000 元收取。

4.3 本次竞争性磋商按 4.2 条内容计算中标服务费，成交供应商在成交通知书发出之日起五个工作日内向采购代理机构缴纳。

5、竞争性磋商文件的约束力

供应商一旦购买了本竞争性磋商文件并决定参加投标，即被认为接受了本竞争性磋商文件的规定和约束，供应商应当按照竞争性磋商文件的规定制作响应文件并参加竞争性磋商。

二、竞争性磋商文件

6、竞争性磋商文件构成

6.1 竞争性磋商文件有以下部分组成：

- (1) 竞争性磋商公告
- (2) 供应商须知
- (3) 项目需求
- (4) 合同条款及格式

(5) 评标方法与评标标准

(6) 响应文件格式

请仔细检查竞争性磋商文件是否齐全，如有缺漏请立即与采购代理机构联系解决。

6.2 供应商应认真阅读竞争性磋商文件中所有的事项、格式、条款和规范等要求。按竞争性磋商文件要求和规定编制响应文件，并保证所提供的全部资料的真实性，以使其响应文件对竞争性磋商文件作出实质性响应，否则其风险由供应商自行承担。

7、竞争性磋商文件的澄清

7.1 任何要求对竞争性磋商文件进行澄清的供应商，均应按磋商公告规定的提疑时间及要求前，将澄清或异议内容一次性以书面形式并加盖公章送达采购代理机构，否则视为无有效疑问或澄清。

7.2 若供应商认为设置的资质、条件、技术要求、商务条款、评标办法（评分标准）等存在歧视或不公正待遇的，应在上述期限内提出异议，否则视为无有效异议。供应商根据采购代理机构的答复作出是否继续参加竞争性磋商的决定。

7.3 采购人或采购代理机构将视按照上述 7.1、7.2 条规定收到的要求澄清或提出异议事项决定是否发布澄清修改公告，或就个性化的问题回复提出澄清要求的潜在供应商。为避免不正当竞争或可能泄露采购人机密等不利情形，采购代理机构对供应商的疑问可以作选择性答复。

7.4 有关本次采购的事项若存在变动或修改，采购代理机构将通过补充或更正形式在网站上发布，因未能及时了解相关最新信息所引起的投标失误责任由供应商自负。

8、竞争性磋商文件的修改

8.1 竞争性磋商文件发出后，在规定响应文件递交时间截止前任何时间，采购人或采购代理机构均可主动地或在解答供应商提出的澄清问题时对竞争性磋商文件进行修改，采购代理机构将通过补充或更正形式在网站上发布，因未能及时了解相关最新信息所引起的投标失误责任由供应商自负。

8.2 采购人或采购代理机构有权按照法定的要求推迟竞争性磋商截止日期和竞争性磋商开始日期。

8.3 竞争性磋商文件的修改和补充文件将作为竞争性磋商文件的组成部分，并对供应商具有约束力。

三、响应文件的编制

9、响应文件的语言及度量衡单位

9.1 供应商提交的响应文件以及供应商与采购代理机构就有关竞争性磋商的所有来往通知、函件和文件均应使用简体中文。

9.2 除技术性能另有规定外，响应文件所使用的度量衡单位，均须采用国家法定计量单位。

10、响应文件构成

10.1 供应商编写的响应文件构成详见第六章《响应文件格式》。

10.2 供应商应将响应文件按顺序胶装成册，并编制响应文件资料目录。

11、证明供应商资格及符合竞争性磋商文件规定的文件

11.1 供应商应按要求提交资格证明文件及符合竞争性磋商文件规定的文件。

11.2 供应商应提交证明其有资格参加竞争性磋商和中标后有能力独立履行合同的文件。

11.3 供应商除必须具有履行合同所需提供的服务的能力外，还必须具备相应的财务、技术方面的能力。

11.4 供应商信用信息查询要求

查询渠道为“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）和“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn），查询截止时间为本项目响应文件接收截止时间。查询结果将以网页打印的形式留存并归档。

12、投标配置与分项报价表

12.1 供应商应按照竞争性磋商文件规定格式填报竞争性磋商报价与分项报价表，在表中标明各分项报价内容。每个分项只允许有一个报价，任何有选择的或附有条件的报价将视为无效响应。本次招标不接受备选方案。

12.2 有关报价的内容

报价表上的价格为含税报价，是为完成竞争性磋商文件规定的服务管理工作所涉及到的
一切费用，包括但不限于开设小红书官方账号并与原有抖音官方账号和哔哩哔哩官方
账号进行整合，统一规划、内容制作及运营维护，相关的申请及维护、视频拍摄、后期制
作、文案策划大数据精准投放，以及为此产生的所有人员费用（工资、福利、培训、体检、
社会保险、公积金、服装费、加班费、差旅费等）、服务及管理所用设备、材料、工具购
项目编号：ZYJS-ZC2022121

置及维护费用、固定资产折旧费、管理费用、利润、税金等支出。竞争性磋商文件未列明，而磋商供应商认为必需的费用也含在报价内。

如果单价和总价不符，以单价为准。每项采购内容只允许有一个报价，任何有选择的或附有条件的报价将视为无效响应。

12.3 货币

响应文件中的单价和总价应采用人民币报价，以元为单位标注。报价应是唯一的，招标方不接受有选择的报价和方案。当数量和单价之积不等于总价时，以单价为准重新计算总价。

12.4 投标配置与分项报价表上的价格应按下列方式分开填写：

- (1) 项目单价：按投标配置及分项报价表中要求填报；
- (2) 项目总价：按各项目单价与数量乘积的总和。

13、偏离表

13.1 供应商应对竞争性磋商文件中规定的商务及技术部分给予充分的考虑。详见第六章《偏离表》相关要求。

13.2 带★号的内容要求必须进行实质性响应，不响应和负偏离都将视为无效响应；

13.3 供应商认为需要的其他技术文件或说明。

14、服务承诺及服务机构、人员的情况介绍

14.1 供应商的服务承诺应按不低于竞争性磋商文件中商务要求的标准。

14.2 供应商的服务机构、服务的制度、服务人员。

14.3 提供参加本项目实施的组成人员资历表，包括每个组成人员的技术职业资格和项目中承担的角色。

15、响应函和报价一览表

15.1 供应商应按照竞争性磋商文件中提供的格式完整、正确填写响应函、报价一览表。报价一览表必须按照本文件格式要求填写并按照格式要求在规规定位置盖章及签字。

15.2 报价一览表中的价格应与响应文件中投标配置与分项报价表中的价格一致。如出现不一致的情况，评标时一律按报价一览表中价格为准。

15.3 报价一览表分项报价加和汇总与总价不一致以分项报价为准进行修正。

16、不良行为记录

16.1 下列任何一种情况发生时，已经中标的，取消其中标资格，并将列入本采购代

理机构不良行为记录名单予以公布，在一至两年内不得参与本采购代理机构组织的项目。已经签约的，所签订的合同无效，同时采购人及采购代理机构不承担任何责任。情节严重的，由财政部门将其列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，并予以通报：

- (一) 供应商提供虚假材料谋取中标（成交）的；
- (二) 供应商采取不正当手段诋毁、排挤或串通他人的；
- (三) 供应商扰乱开标、评标现场、影响评审或办公秩序的；
- (四) 捏造事实、提供虚假材料、以非法手段取得证明材料或者未按规定程序进行质疑、投诉、诉讼，影响项目正常进行的；
- (五) 提出不当要求，向采购代理机构或采购人进行恶意敲诈的；
- (六) 成交供应商在规定期限内未交纳中标服务费或不缴纳履约保证金的。
- (七) 中标（成交）后，无正当理由拒不签订合同或者合同签订后未能履行又不按约赔偿的；
- (八) 向评审专家、采购人、其他项目参与人或竞争性磋商工作人员行贿或者提供其他不正当利益的。

16.2 中标或者成交供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按评审报告推荐的中标或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标或者成交供应商，也可以重新开展政府采购活动；同时，采购人有权要求原成交供应商承担相应损失（包括但不限于以下损失）：

- (一) 原竞争性磋商活动产生的合理费用；
- (二) 如最终成交价高于原成交价的，原成交供应商应当以成交价的差价对采购人进行赔偿。

对于供应商履约验收不合格、双方解除合同的情况，应当按照法律有关规定或者合同约定执行，原则上不得顺延确定中标或成交供应商。需要重新选定供应商的，应当重新开展采购活动。

17、响应文件的有效期

17.1 自竞争性磋商当日起 60 天内，响应文件应保持有效。有效期短于这个规定期限的响应，将被拒绝。

17.2 在特殊情况下，采购人或采购代理机构于原有效期满之前，可向供应商提出延长有效期的要求。这种要求与答复均应采用书面形式。供应商可以拒绝采购人或采购代理机构的这一要求而放弃参加竞争性磋商。同意延长有效期的供应商既不能要求也不允许修改

其响应文件。同时受有效期约束的所有权利与义务均延长至新的有效期。

18、响应文件份数和签署

18.1 供应商应严格按照竞争性磋商公告要求的份数准备响应文件，每份响应文件须清楚地标明“正本”或“副本”字样。一旦正本和副本不符，以正本为准。

18.2 响应文件的正本和所有的副本均需打印或复印，按顺序胶装成册，并编制响应文件目录索引，且由供应商法定代表人或其授权代表签字。授权代表为非法定代表人时，须将法定代表人以书面形式出具的“法定代表人授权书”（原件）附在响应文件中。

18.3 除供应商对错处做必要修改外，响应文件不得行间插字、涂改或增删。如有修改错漏处，必须由响应文件签署人签字或盖章。

四、响应文件的递交

19、响应文件的密封和标记

19.1 供应商应将响应文件正本和所有副本密封，并加盖供应商公章。不论供应商中标与否，响应文件均不退回。

19.2 密封的响应文件应：

(1) 在封皮上注明供应商名称，如因标注不清而产生的后果由供应商自负。按本项目竞争性磋商公告中注明的接收时间和接收地点送达采购代理机构。

(2) 注明投标项目名称、项目编号及“开标时启封”的字样。

(3) 所有响应文件密封口须加盖供应商公章、法定代表人或授权委托人签字或盖章。

19.3 如果响应文件被宣布为“迟到”时，采购代理机构将原封退回。

19.4 未按要求密封和加写标记的响应文件，采购代理机构将予以拒绝。采购代理机构对响应文件的误投或过早启封概不负责，对由此造成提前开封的响应文件，采购代理机构有权拒绝。

20、响应文件递交截止时间

20.1 供应商应当在竞争性磋商文件要求提交响应文件的截止时间前，将响应文件送达规定地点。

20.2 采购人或采购代理机构可以按照规定，通过修改竞争性磋商文件有权酌情延长响应文件递交截止时间，以书面形式通知所有购买竞争性磋商文件的供应商。在此情况下，供应商的所有权利和义务以及供应商受制的截止时间均应以延长后新的截止时间为准。

20.3 迟于响应文件递交截止时间的，采购代理机构将有权拒绝接收其响应文件。公证项目编号：ZYJS-ZC2022121

人员或供应商代表当众检验响应文件的密封情况，确认无误后方可进行拆封。

21、迟交的响应文件

21.1 采购代理机构将拒绝并原封退回在竞争性磋商公告规定的响应文件递交响应文件递交截止时间后收到的任何响应文件。

21.2 采购代理机构对响应文件在送达过程中的遗失或损坏不负责。

22、响应文件的修改和撤回

22.1 供应商在递交响应文件后，可以修改或撤回其响应文件，但这种修改和撤回，必须在规定的响应文件递交响应文件递交截止时间前，以书面形式并加盖供应商公章通知采购代理机构，修改或撤回其响应文件。

22.2 供应商的修改或撤回文件应按规定进行编制、密封、标记和发送，并应在封套上加注“修改”和“撤回”字样。修改文件必须在响应文件递交响应文件递交截止时间前送达采购代理机构。

22.3 在响应文件递交截止时间之后，供应商不得对其响应文件作任何修改。

22.4 在响应文件递交截止时间至竞争性磋商文件中规定的响应文件有效期满之间的这段时间内，供应商不得撤回其投标。

五、磋商与评审

23、磋商

23.1 采购代理机构按本须知规定的时间、地点主持竞争性磋商活动。磋商活动由采购代理机构、采购人、供应商代表及有关方面代表参加。

23.2 参加磋商的供应商法定代表人或授权委托代理人应携带本人身份证明签名报到，以证明其出席竞争性磋商活动。供应商法定代表人或授权委托代理人未准时参加磋商活动的视为自动放弃竞争性磋商，其响应文件将不予评审、不予退还。

23.3 现场由公证人员或供应商代表查验响应文件密封及签章情况。

23.4 磋商小组对供应商递交的响应文件进行审查，可根据评审情况分别对审查通过的供应商进行磋商。

23.5 视评审情况需要，供应商代表进行澄清、回复磋商小组的提问；

23.6 视评审情况需要，进行包括但不限于价格、技术以及售后服务等商务条款的商讨；

23.7 供应商最终填写总报价（至少二次，响应文件中的报价为首次报价，合同单价按最终总报价同比例浮动）、填写承诺函；

23.8 报价超预算者不成交；

23.9 磋商小组经过与供应商的磋商，根据供应商的承诺、响应程度和供应商的最终报价进行综合评审。

23.10 如磋商过程中出现本竞争性磋商文件未尽事宜，由磋商小组根据有关法律、法规以及项目实际情况讨论决定。

24、磋商小组

24.1 采购代理机构将根据项目特点和有关规定组建磋商小组，由采购人代表和评审专家组成，并独立开展评审工作。磋商小组对响应文件进行审查、澄清、评估、比较。

24.2 采购人可以推荐代表参加磋商小组。但人数不得超过磋商小组成员总人数的三分之一。参加评审的采购人代表，必须向采购代理机构提交采购人代表身份授权函或证明。

24.3 磋商小组应以科学、公正的态度参加评审工作并推荐成交候选人。评审专家在评审过程中不受任何干扰，独立、负责地提出评审意见，并对自己的评审意见承担责任。

24.4 磋商小组将对供应商的商业、技术秘密予以保密。

24.5 未经磋商小组批准，其他任何人员禁止进入评审现场。

24.6 磋商小组成员负责具体的评审事务，并独立履行以下职责：

24.6.1 审查、评价响应文件是否符合竞争性磋商文件的要求，并作出评价；

24.6.2 要求供应商对响应文件有关事项作出澄清或者说明；

24.6.3 对响应文件进行比较和评价；

24.6.4 确定成交候选人名单，以及根据采购人委托直接确定成交供应商；

24.6.5 向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。

24.7 磋商小组成员应当履行下列义务：

24.7.1 遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责；

24.7.2 按照竞争性磋商文件规定的评标办法进行评审，对评审意见承担个人责任；

24.7.3 对评审过程和结果，以及供应商的商业秘密保密；

24.7.4 参与评审报告的起草；

24.7.5 配合相关部门的投诉处理工作；

24.7.6 配合采购代理机构答复供应商提出的质疑。

25、磋商过程的保密与公正

25.1 竞争性磋商结束后，直至向成交供应商授予合同时止，凡是与审查、澄清、评价和比较投标的有关资料以及授标建议等，均不得向供应商或与评审无关的其他人员透露。

有关成交信息，须经竞争性磋商文件规定的程序报批后，由采购代理机构书面通知有关单位。采购代理机构对除此以外的其他渠道得悉的任何信息都不承担责任，并保留对其信息来源追究的权力。

25.2 在响应文件的审查、澄清、评价和比较以及授予合同的过程中，供应商试图向采购人、采购代理机构和磋商小组成员施加任何影响，都将会导致其投标被拒绝，并承担相应的法律责任。

25.3 在评审期间，采购代理机构将通过指定联络人（非磋商小组成员）与供应商进行联系。

26、磋商的澄清

26.1 评审期间，为有助于对响应文件的审查、评价和比较，磋商小组有权要求供应商对响应文件中含义不明确的内容进行澄清。

26.2 供应商必须按照磋商小组通知的时间、地点派技术和商务人员进行答疑和澄清，书面澄清的内容须由供应商法定代表人或授权代表签署，并作为响应文件的补充部分，但实质性内容不得做任何更改。

26.3 接到磋商小组澄清要求的供应商如未按规定做出澄清，其风险由供应商自行承担。

27、对响应文件的审查

27.1 响应文件初审分为资格性检查和符合性检查。

资格性检查：依据法律法规和竞争性磋商文件的规定，对响应文件中的资格证明文件进行审查，以确定供应商是否具备参与竞争性磋商的资格。

符合性检查：依据竞争性磋商文件的规定，从响应文件的有效性、完整性和对竞争性磋商文件的响应程度进行审查，以确定是否对竞争性磋商文件的实质性要求作出响应。

27.2 在详细评审之前，磋商小组将首先审查每份响应文件是否实质性响应了竞争性磋商文件的要求。实质性响应是与竞争性磋商文件要求的全部实质性条款、条件和规格相符且其余非实质性技术及商务条款没有重大偏离和保留。

所谓重大偏离或保留是指与竞争性磋商文件规定的主要技术指标或重要的商务条款或除上述以外的多项指标要求存在负偏离，或者在实质上与竞争性磋商文件不一致，而且限制了合同中采购单位的权利或供应商的义务，纠正这些偏离或保留将会对其他实质性响应要求的供应商的竞争地位产生不公正的影响。重大偏离的认定需经过磋商小组三分之二及以上成员的认定。磋商小组判断响应文件的响应性只根据响应文件本身的内容，而不寻

求外部的证据。

27.3 如果响应文件实质上没有响应竞争性磋商文件的要求，磋商小组将予以拒绝，供应商不得通过修改或撤销不合要求的偏离或保留而使其成为实质性响应的投标。

27.4 磋商小组将对确定为实质性响应的响应文件进行进一步审核，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) 如果用数字表示的金额和用文字表示的金额不一致时，应以文字表示的金额为准进行修正；

(2) 当单价与数量的乘积和总价不一致时，以单价为准进行修正。只有在磋商小组认为单价有明显的小数点错误时，才能以标出的总价为准，并修改单价；

(3) 数量不符合竞争性磋商文件要求的作为未实质性响应竞争性磋商文件处理，该响应文件将不予以详细评审，也不得中标；

(4) 当分项报价与汇总总价不符时，以分项报价为准重新计算总价（总价已注明优惠的除外）。

27.5 磋商小组将按上述修正错误的方法调整响应文件中的报价，调整后的价格应对供应商具有约束力。如果供应商不接受修正后的价格，则其响应文件将被拒绝。

27.6 磋商小组将允许修正响应文件中不构成重大偏离的、微小的、非正规的、不一致的或不规则的地方。

28、无效响应条款和废标条款

28.1 无效响应条款

(1) 供应商不具备竞争性磋商文件中规定资格要求的；

(2) 未按照竞争性磋商文件规定要求密封、无单位盖章、无法定代表人或授权代理人签字盖章的；

(3) 供应商在报价时采用选择性或是附有条件的报价；

(4) 经磋商小组认定与竞争性磋商文件有重大偏离；

(5) 响应文件的有效期不满足竞争性磋商文件要求的；

(6) 报价超过规定的预算金额或者最高限价的；

(7) 有下列情形之一的，视为供应商串通投标，其投标无效：

① 不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；

② 不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

③ 不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

- ④ 不同供应商的响应文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；
- ⑤ 不同供应商的响应文件相互混装；
- ⑥ 不同供应商的磋商保证金从同一单位或者个人的账户转出。

(8) 磋商小组认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商不能证明其报价合理性的，磋商小组应当将其作为无效投标处理。

(9) 响应文件含有采购人不能接受的附加条件的；

(10) 被“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)和“中国政府采购网”网站(www.ccgp.gov.cn)列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的；

(11) 竞争性磋商文件明确规定无效的其他情形；

(12) 其他被磋商小组认定无效的情况；

(13) 其他法律、法规及本竞争性磋商文件规定的属无效响应的情形。

28.2 废标条款：

(1) 符合专业条件的磋商供应商或者对竞争性磋商文件作实质响应的磋商供应商不足三家的；

(2) 出现影响竞争性磋商公正的违法、违规行为的；

(3) 供应商的报价均超过了采购预算，采购人不能接受的；

(4) 因重大变故，竞争性磋商任务取消的。

29、评审

29.1 磋商小组将仅对按照本须知有关规定确定为实质上响应竞争性磋商文件要求的响应文件进行评审。

29.2 本项目评标办法采用综合评分法，是指响应文件满足竞争性磋商文件全部实质性要求且按照评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为第一成交候选人的评分办法（详见第五章评标方法与评标标准）

29.3 最低的投标报价或最高的折扣比例是中标的重要条件，但不是唯一条件。

29.4 磋商小组有权评定成交供应商，同时也有权拒绝任何或所有供应商中标。同时，为维护国家利益，采购人在授予合同之前仍有选择或拒绝任何或全部投标的权力，且无须向受影响的供应商承担任何责任。

六、定标

30、确定预成交供应商

30.1 磋商小组根据本竞争性磋商文件规定评分办法与评分标准向采购人推荐成交候选人。

30.2 采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的成交供应商候选人名单中按顺序确定成交供应商。采购人在收到评标报告5个工作日内未按评标报告推荐的成交供应商候选人顺序确定成交供应商，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的成交供应商候选人为成交供应商。采购人也可以事前授权评委会直接确定预成交供应商。

30.3 预成交供应商确定后，采购代理机构将预成交供应商、预成交金额、评委名单等信息在相关媒体网站进行公示，公示时间为1个工作日。

31、质疑处理

31.1 供应商认为磋商文件、磋商过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出，并必须在上述规定期限内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，同时出具相关必要证明（证据）材料。

31.2 提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目竞争性磋商活动的供应商。

31.3 供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

- （一）供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- （二）质疑项目的名称、编号；
- （三）具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- （四）事实依据；
- （五）必要的法律依据；
- （六）提出质疑的日期。

供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章，不得加盖合同专用章、投标专用章等各种形式的专用章。

供应商可以委托代理人进行质疑，应当提交供应商签字盖章的授权委托书，授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

31.4 以联合体形式参加政府采购活动的，其投诉应当由组成联合体的所有供应商共同提出。

31.5 供应商未在第 31.1 条规定的时限内向招标代理机构提出质疑、质疑不符合第 31.1 至第 31.4 条规定的将被视为无效质疑，采购代理机构不予受理。

31.6 在有效质疑期内，若质疑仅是对磋商文件设置的资质、条件、技术要求、商务条款、评标办法（评分标准）等内容的，因该等质疑的设置已在本章节第 7 条（磋商文件的澄清）中予以设定，此时不再作为有效质疑被审查。

31.7 提出质疑的供应商及被质疑的供应商的投标保证金在质疑处理期间，暂不予退还。

31.8 采购代理机构将在收到磋商供应商的书面质疑后七个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

31.9 被质疑的供应商应当配合招标代理机构对质疑内容调查取证，并提供所需的相关资料，否则，视同质疑成立。

31.10 在有效质疑期内，如有参加磋商的供应商提出有效质疑，并因此可能对成交结果产生影响，而最终被取消成交的，采购代理机构对成交单位不承担任何责任。

31.11 若异议供应商对采购代理机构答复不满意的，可以在答复后的十五个工作日内按有关规定，向监督部门提出书面投诉。投诉期间不影响项目的实施。

采购监督部门：常州市财政局采购管理处

监督电话：0519-85681828

31.12 供应商提出书面质疑必须有理、有据，不得恶意质疑或提交虚假质疑。否则，一经查实，采购代理机构有权依据规定报请行业监管部门对该供应商进行相应的行政处罚。

32、成交通知书

32.1 预成交公告发布后，招标代理机构将向成交供应商发出成交通知书。

32.2 成交通知书将是合同的一个组成部分。对采购人和成交供应商均具有法律效力。成交通知书发出后，采购人不得违法改变成交结果，成交供应商无正当理由不得放弃中标，且不影响其成交服务费的支付。

32.3 采购代理机构及采购人对未成交供应商不承担解释其未中标原因的义务。

七、授予合同

33、签订合同

33.1 采购人和成交供应商应当自成交通知书发出之日起三十日内，按照竞争性磋商文件和成交供应商的响应文件订立书面合同。采购人和成交供应商不得再行订立背离合同实质性内容的其他协议。

33.2 签订合同及合同条款应以竞争性磋商文件、成交供应商的响应文件及竞争性磋商过程中有关澄清、承诺文件为依据。

33.3 签订合同后，成交供应商不得将合同相关服务进行转包。未经采购人同意，成交供应商也不得采用分包的形式履行合同，否则采购人有权终止合同，成交供应商的履约保证金将不予退还。转包或分包造成采购人损失的，成交供应商应承担相应赔偿责任。

33.4 成交供应商未按期签订合同或拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按评审报告推荐的中标或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标或者成交供应商，也可以重新开展政府采购活动；对于供应商履约验收不合格、双方解除合同的情况，应当按照合同法有关规定或者合同约定执行，原则上不得顺延确定中标或成交供应商。

33.4.1 成交供应商因不可抗力导致无法按期签订合同的，应当在不可抗力发生之日起5日内提出，并提供书面证据，采购人及成交供应商互不承担任何责任及损失。

33.4.2 成交供应商无正当理由未在规定的时间内与采购人签订合同的，视为自动放弃中标资格，由此给采购人造成损失的，成交供应商还应承担赔偿责任。

34、货物或服务的增加和减少

采购人在授予合同时，需追加与合同标的相同的货物或服务的，在不改变价格水平、合同及其他条款的前提下，采购人可以与成交供应商协商签订补充合同，但增加的数量或金额不得超过中标货物和服务数量或金额的10%。

35、政府采购政策功能

35.1 强制采购节能产品（《节能产品政府采购清单》中以“★”标注的）、强制采购信息安全产品、优先采购环境标志产品。节能产品指列入财政部、发展和改革委员会制定的最新一期《节能产品政府采购清单》的产品；信息安全产品指列入国家质检总局、国家认监委《信息安全产品强制性认证目录》，并获得强制性产品认证证书的产品；环境标志产品指列入财政部、国家环保部制定的最新一期《环境标志产品政府采购清单》的产品。

35.2 根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》，小型、微型企业在评审时享受扶

持政策。小、微企业划型标准见《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业[2011]300号）。

35.3 关于常州市中小企业政府采购信用融资

根据《常州市关于开展中小企业政府采购信用融资工作的通知》（常政办发〔2012〕134号）、《常州市财政局关于全面开展常州市中小企业政府采购信用融资工作的通知》等有关文件精神，我市实行政府采购信用融资。金融机构根据政府采购项目中标合同，为中标企业提供相应额度的融资贷款。

(1) 申请条件及操作流程等事项详见《常州市财政局关于全面开展常州市中小企业政府采购信用融资工作的通知》。

(2) 常州市中小企业政府采购信用融资签约金融机构名单如下：

政府采购信用融资合作商业银行及利率情况表

合作银行	联系人	联系电话	贷款利率上限
江苏江南农村商业银行股份有限公司	潘苗	0519-80585945	LPR+100个基点
江苏银行股份有限公司常州分行	夏文强	13861269216	LPR+100个基点
中信银行股份有限公司常州分行	于澹	13861079977	LPR+50个基点
中国建设银行银行股份有限公司常州分行	李蕾	0519-86812870	LPR+100个基点
中国邮政储蓄银行常州市分行	成庆	18006121930	LPR+100个基点
中国银行股份有限公司常州分行	恽雍	0519-88178290	LPR+80个基点

36、未尽事宜

依据《中华人民共和国政府采购法》及其他有关的法律法规的规定执行。

第三章 项目需求

一、项目背景：

2022 年是我国“十四五”开局之年，是全面建设社会主义现代化国家新征程的开始，更是天目湖旅游发展 30 周年，文旅产业是天目湖的战略支柱性产业，为集约高效利用资源，形成整体、优质和精准推广，度假区将开设小红书官方账号，并与原有抖音官方账号和哔哩哔哩官方账号进行整合，统一策划、统一内容制作、统一运营维护。

二、项目概况：

本项目将围绕“天目湖美好生活”的主题，充分挖掘天目湖深厚的文化底蕴和天目湖文旅新潮流，多元化主题设计、多主题视频拍摄制作、高精度照片拍摄。以自创、首创内容为主的制作，进行精细化内容打造，深度挖掘细节，真实性、逻辑性强，具有完整观赏性。

配合天目湖旅游度假区重大节庆、主题、文旅、季节、专题活动等完成包括短视频的制作、投放与运营，确保视频内容的清晰度、观赏性和可传播性。

根据素材特点、结合宣传需求，剪辑成不同时长的投放成品短片，每周根据具体需求进行合理投放。视频制作所用特效、字体、音效、音乐等相关元素需保证版权。

三、项目需求：

（一）、抖音：

服务期内，提升天目湖旅游度假区管委会抖音蓝 V 品牌社会认知，做好天目湖旅游度假区管委会全年系列营销活动的创新传播，实现抖音合作精准投放，持续耕耘天目湖旅游度假区管委会 IP 定位。

在天目湖旅游度假区管委会抖音平台蓝 V 账号共计制作和完成符合天目湖旅游度假区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量高清晰传播视频 100 条，以 15-90 秒短视频为主。其中推广 65 条视频，粉丝数增加 10 万，总点赞数不低于 15 万，播放量不少于 2000 万，热门数不少于 3 次。

（二）、哔哩哔哩：

服务期内，基于“天目湖美好生活”的呈现，哔哩哔哩“天目湖玩咖”账号抓住消费者对情感互动的积极行为和对新旅游场景的向往进行制作传播和运营。

按采购单位要求为哔哩哔哩“天目湖玩咖”账号共计制作和完成符合天目湖旅游度假区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量传播视频 100 条，以 3-15 分钟长视频为主。服

务期内视频播放量将达到 300 万，全年粉丝数将达到 10 万，点赞数 3 万，达到不少于 10 次板块首页和 10 次板块热门。

（三）、小红书：

新开设小红书天目湖旅游度假区管委会官方账户并运营，按采购单位要求为消费者提供多元、贴心、真诚和可靠的天目湖文旅分享。

为小红书天目湖旅游度假区管委会官方账户共计制作和完成传播内容包括但不限于符合天目湖旅游度假区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量视频和具有超高艺术构图的高精度图片数量为 100 条。服务期内点击量将不少于 30 万，全年粉丝数将不少于 3 万，话题互动不少于 3 次。

（四）、其他要求：

1、服务期内，内容制作围绕天目湖的全域旅游资源，将天目湖旅游度假区的特色文旅资源进行分类主题的包装，以多样的主题内容进行符合采购单位需求且具有传播性、可看性的内容创作。

2、根据新媒体平台得特点、结合采购单位宣传需求，剪辑成 15 秒、30 秒、60 秒、90 秒等不同时长的投放成品短片。

3、服务期内，需有专人在全年之内（包括节假日），按采购单位需求在重要营销节点，结合网络热度、行业舆情、时事热点等，每天出具符合天目湖全域旅游调性和核心受众特点的新媒体导向报告。并及时依据采购单位的要求进行响应内容的设计及网红达人互动传播。

4、各景区联动，孵化各景区 KOL/NPC 制造爆点：联动各个景区开通新媒体账号，打造线上品牌宣传阵地，挖掘打造本景区 KOL/NPC，并统一进行集中培训。通过新媒体时下爆款视频拍摄方式，宣传各个景区特色品牌，集中推广形成刷屏，联动制造传播爆点。

5、服务期内，按采购单位要求至少每月一次对天目湖旅游度假区内人员进行多批次多维度的集中培训新媒体技能培训，打造多个天目湖旅游度假区网红直播基地，挖掘并深度打造多个天目湖旅游度假区本土明星主播。

6、利用所有可用新媒体渠道，并结合天目湖特色资源，每月在抖音、哔哩哔哩、小红书平台上多次举办线上活动，形式包括竞赛活动、参与性节目、抽奖活动等，并积极和其他有影响力的社交媒体账号互动、各平台交叉推广，每场线上活动参与人数不少于 10000 人。

7、每周 1 条原创视频制作并发布（常州市政府政务新媒体发布要求，每 7 天至少发布 1 次）；配合对天目湖现有的优质时令素材加工剪辑，1 条/周（根据内容情况）。

8、每季度末对下一季度做主题规划；每月底前完成采购单位要求的下月内容营销主题及内容规划，得到采购单位签字确认后方可执行；每条内容制作需提供完整的策划方案、执行脚本、实施方案，提案需经采购单位同意确认并及时制作完成和上线。原则上在内容创作、文案创意、后期制作、特效处理上，需符合采购单位立场和采购单位要求。

9、每周产出采购单位要求的当周运营数据报告，并向采购单位上报及及时依据采购单位的要求进行调整。定期收集和分析数据，量化新媒体平台对天目湖的认识水平，研究新媒体平台的用户变化和政策调整，并依据此类信息提供如何全面强化整合市场营销战略以增强天目湖旅游的吸引力的建议。

四、服务团队人员要求：

1、项目实施过程中，须为本项目配备专业的项目执行团队，并指定一名项目负责人和一名项目联系人，派遣2名专业人员常驻天目湖旅游度假区进行内容采编工作，保证有专人提供服务，确保项目顺利执行。

2、每期拍摄制作团队人数不低于20人。主创人员为视觉、编导、数字媒体、新闻、文学等相关专业，并保证主创人员均为本单位的正式职工，且已在职三个月以上。

五、拍摄要求：

（一）前期拍摄要求：

1、采用设备不低于ALEXA mini电影摄影机，电影级画面色彩校正，分辨率1920*1080。影片调性活泼、年轻化，具有网感，有较强传播价值；用艺术、时尚的方式进行剪辑。

2、影片时长15秒-15分钟，可剪辑成15s, 30s, 60s, 90秒等多个短版本，可用于微信、抖音、b站、小红书等新媒体平台投放。高精度图片每期拍摄原素材不少于200张。

3、通过专业的创意和策划，利用摄影摄像、虚拟机理动、影视特效、音效、场景等手段，达到展示目的，要求视频在拍摄摄制中效果好，高速清晰。VCD、DVD等均能播放，并可在电视(4k)、网络上发布(2k)、传播。

4、每期需提供完整的策划方案、执行脚本、实施方案，需现场提案并确认后方可执行。

（二）设备要求：

1、摄像机：至少达到4k超高清数字电影摄影机级别，同时配备广播级高清定焦及变焦镜头；

2、航空设备：至少要有专业级四旋翼飞行器，以保证镜头运动幅度，如悟 Inspire 2 航拍飞行器变形无人机专业套装；

3、前期辅助设备：完备的专业摄像承托设备，包括但不限于：电影摇臂、重型不锈钢无声轨道、手持稳定器、三脚架等；齐全的专业外摄灯光设备，如影视专用聚光灯组；现场专业录音设备；现场音画实时合成混录一体设备/系统。

4、满足 270° 实景采集与 VR、虚拟演播室，实景现场直播要求。

六、版权要求：

1、除采购单位提供的素材以外，供应商保证对其为采购单位拍摄制作的短视频（包括但不限于）等公开发布的内容产品的自采素材部分，拥有版权和其他合法权利，其提供给采购单位的全部信息真实、准确、合法，并且不会侵害任何第三方的合法权益；同时，供应商保证提供给采购单位用于上传并发布在新媒体上的内容不存在任何知识产权或所有权的争议，如因供应商违反上述保证而引起任何争议，供应商应负责解决；如给采购单位造成任何损失，供应商负责承担相应法律责任及并向采购单位全额赔偿。

2、供应商履行本合同过程中所产生的各项作品和知识产权，除已经明确另有归属的以外，均归属于采购单位所有，供应商仅可为履行本合同之目的利用相关作品和知识产权。本合同履行期限届满后，未经采购单位书面许可，供应商不得擅自利用、处分相关作品和知识产权。

七、服务期：

自合同签订之日起壹年。

八、承包方式：固定总价包干

九、付款方式：

1. 在合同签订一个月内，采购单位向供应商付至合同金额的 30%，整体计划、主题策划、拍摄方案及实施方案等由采购单位确认后支付合同价的 30%，剩余 40%根据考核情况每三个月结算一次，付款同时供应商应向采购单位提供相应金额的正式发票。

2. 付款方式：银行转帐。

3. 根据国家现行税法对供应商征收的与本合同有关的一切税费均由供应商承担。

十、项目预算价、最高限价：

预算金额：人民币 180 万元

最高限价：人民币 180 万元，磋商供应商的报价不得高于最高限价，否则作为无效响

应处理。

第四章 合同主要条款

天目湖旅游度假区新媒体平台 统一内容制作、发布与运维项目合同

甲方：

地址：

乙方：

地址：

甲乙双方本着平等友好的原则，就甲方利用互联网媒体资源和传播优势，在乙方工作领域中，达成下述合作。

下列与本次采购活动有关的文件及有关附件是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

- (1) 竞争性磋商采购文件（编号：ZYJS-ZC2022121）
- (2) 乙方提供的响应文件；
- (3) 中标（成交）通知书；
- (4) 甲乙双方商定的其他文件等。

一、合作形式

1.1 双方合作期间，甲方授权乙方成为甲方在新媒体平台的互联网合作伙伴之一，乙方为甲方提供新媒体平台日常运营服务等。

1.2 乙方凭借其自身品牌的资源优势为甲方提供本地专项服务团队，由乙方团队负责人牵头，带领包括策划、商编、视频、设计、运营、优化等具有成熟团队资质的成员，全程跟进保障项目进展。

1.3 乙方保证主要内容：

（一）、抖音：

服务期内，提升天目湖旅游度假区管委会抖音蓝 V 品牌社会认知，做好天目湖旅游度假区管委会全年系列营销活动的创新传播，实现抖音合作精准投放，持续耕耘天目湖旅游度假区管委会 IP 定位。

在天目湖旅游度假区管委会抖音平台蓝 V 账号共计制作和完成符合天目湖旅游度假区

区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量高清晰传播视频 100 条,以 15-90 秒短视频为主。其中推广 65 条视频,粉丝数增加 10 万,总点赞数不低于 15 万,播放量不少于 2000 万,热门数不少于 3 次。

(二)、哔哩哔哩:

服务期内,基于“天目湖美好生活”的呈现,哔哩哔哩“天目湖玩咖”账号抓住消费者对情感互动的积极行为和对新旅游场景的向往进行制作传播和运营。

按采购单位要求为哔哩哔哩“天目湖玩咖”账号共计制作和完成合天目湖旅游度假区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量传播视频 100 条,以 3-15 分钟长视频为主。服务期内视频播放量将达到 300 万,全年粉丝数将达到 10 万,点赞数 3 万,达到不少于 10 次板块首页和 10 次板块热门。

(三)、小红书:

新开设小红书天目湖旅游度假区管委会官方账户并运营,按采购单位要求为消费者提供多元、贴心、真诚和可靠的天目湖文旅分享。

为小红书天目湖旅游度假区管委会官方账户共计制作和完成传播内容包括但不限于符合天目湖旅游度假区宣传定位的具有超高艺术创作的高质量视频和具有超高艺术构图的高精度图片数量为 100 条。服务期内点击量将不少于 30 万,全年粉丝数将不少于 3 万,话题互动不少于 3 次。

其他详见竞争性磋商文件。

二、合作期限

合同签订之日起至 年 月 日。

三、双方合作费用和支付方式

1、甲乙双方协定,甲方本次打款费用为甲方在抖音的数据推广费用以及合同规定的服务内容,合同总价为 元(大写:)。

2.1. 在合同签订一个月内,甲方向乙方付至合同金额的 30%,整体计划、主题策划、拍摄方案及实施方案等由甲方确认后支付合同价的 30%,剩余 40%根据考核情况每三个月结算一次,付款同时乙方应向甲方提供相应金额的正式发票。

2.2. 付款方式:银行转帐。

2.3. 根据国家现行税法对乙方征收的与本合同有关的一切税费均由乙方承担。

3、甲方付款前,乙方应向甲方提供同等金额的增值税发票,开票项目为信息服务费,乙方为甲方开具的发票种类为:增值税专用发票。

4、甲方开票信息如下：

单位名称：

纳税人识别号：

公司地址及电话：

开户行及银行账号：

5、甲方应将费用支付到如下乙方指定的银行账户：

账户名称：

开户银行：

银行账号：

大额行号：

四、商业秘密及知识产权

4.1 任何一方对于因签署或履行本协议而了解或接触到的对方的商业秘密及其他机密资料和信息（以下简称“保密信息”）均应保守秘密；非经对方书面同意，任何一方不得向第三方泄露、给予或转让该等保密信息。

4.2 除本协议规定之工作所需外，未经对方事先同意，不得擅自使用、复制对方的商标、标志、商业信息、技术及其他资料。

4.3 乙方履行本合同过程中所产生的各项作品和知识产权，除已经明确另有归属的以外，均归属于甲方所有，乙方仅可为履行本合同之目的利用相关作品和知识产权。本合同履行期限届满后，未经甲方书面许可，乙方不得擅自利用、处分相关作品和知识产权。

五、声明及保证

5.1 甲、乙双方互相向对方声明、陈述和保证如下：

- 1) 其是合法设立并有效存续的独立法人；
- 2) 其有资格从事本协议项下之合作，而该合作符合其经营范围之规定；
- 3) 其授权代表已获得充分授权可代表其签署本协议；
- 4) 其有能力履行其于本协议项下之义务；并且该等履行义务的行为不违反任何对其有约束力的法律文件的限制。

5.2 甲方保证：

- 1) 对其提供给乙方的全部信息拥有版权或其他合法权利
- 2) 其提供给乙方的全部信息真实、准确、合法，并且不会侵害任何第三方的合法权益。如因甲方违反上述保证而引起任何争议，甲方应负责解决；如给乙方造成任何损失，甲方应负责全额赔偿。

5.3 乙方保证

5.3.1 乙方保证按照本协议规定的方式使用甲方提供的信息内容。未经甲方书面同意，不得授权乙方以外的第三方使用该信息内容。

5.3.2 除甲方提供的素材以外，乙方保证对其为甲方拍摄制作的短视频（包括但不限于）等公开发布的内容产品的自采素材部分，拥有版权和其他合法权利，其提供给甲方的全部信息真实、准确、合法，并且不会侵害任何第三方的合法权益；同时，乙方保证提供给甲方用于上传并发布在甲方官方抖音账号的内容不存在任何知识产权或所有权的争议，如因乙方违反上述保证而引起任何争议，乙方应负责解决；如给甲方造成任何损失，乙方负责承担相应法律责任及并向甲方全额赔偿。

六、违约责任

6.1 甲乙双方应正当行使权利，履行义务，保证本协议的顺利履行。

6.2 任何一方违反本协议项下的任何规定，均应当承担违约责任；给对方造成损失的，应赔偿对方由此所遭受的直接和间接经济损失。

6.3 如乙方未能依据本协议第一条的约定完成保证指标，乙方应按合同总金额10%向甲方支付违约金。

七、协议期限与终止

7.1 本协议自双方签订盖章后生效，有效期至 年 月 日。

7.2 任何一方可在另一方发生违约行为并在该违约方收到守约方关于违约行为已发生并存在的通知的七天之内仍未能对违约行为作出更正之时，通过向另一方发出解除通知的方式立即终止本协议。

7.3 本协议的提前终止不应影响双方于本协议提前终止日之前根据本协议已产生的权利和义务，协议终止后，甲方未支付的费用不再承担支付义务。

八、争议与适用法律

8.1 如双方就本协议内容或其执行发生任何争议，双方应进行友好协商；协商不成时，任何一方均可向甲方所在地的人民法院提起诉讼。

8.2 本协议的订立、执行和解释及争议的解决均应适用中国法律。

九、其他条款

9.1 本协议的任何一方未能及时行使本协议项下的权利不应被视为放弃该权利，也不影响该方在将来行使该权利。

9.2 如果本协议中的任何条款无论因何种原因完全或部分无效或不具有执行力，或违
项目编号：ZYJS-ZC2022121

反任何适用的法律，则该条款被视为删除。但本协议的其余条款仍应有效并且有约束力。

9.3本协议一式柒份，甲乙双方各执三份，采购代理机构执一份、均具有同等法律效力。本协议未尽事宜由双方另行协商解决。

9.4除本合同另有约定外，未经甲方事先书面同意，乙方不得擅自使用甲方的知识产权及相关资料，包括但不限于甲方商标、专利、著作权、域名、商号、商业信息及技术等。

甲方：

乙方：

地址：

地址：

法定代表人/授权代表：

法定代表人/授权代表：

日期： 2022年 月 日

日期： 2022年 月 日

见证方：常州中宇建设工程管理有限公司

代理机构（章）：

经办人：

电 话：

注：上述格式及内容仅供参考，具体以甲乙双方签订合同时内容为准。

附件：考核表

考核指标						
时间	平台	视频/图片数量	粉丝数	点赞数	点击量	话题互动/首页/板块热门
第 1-3 个月	抖音	30 条	3 万	5 万	800 万	
	B 站	30 条	3 万	1 万	100 万	3 次首页、3 次板块热门
	小红书	30 条	1 万		10 万	1 次话题互动
第 4-6 个月	抖音	25 条	3 万	5 万	500 万	
	B 站	25 条	3 万	1 万	100 万	3 次首页、3 次板块热门
	小红书	25 条	1 万		10 万	1 次话题互动
第 7-9 个月	抖音	25 条	2 万	3 万	400 万	/
	B 站	25 条	2 万	0.5 万	50 万	2 次首页、2 次板块
	小红书	25 条	0.5 万		5 万	1 次话题互动
第 10-12 个月	抖音	20 条	2 万	2 万	300 万	/
	B 站	20 条	2 万	0.5 万	50 万	2 次首页、2 次板块
	小红书	20 条	0.5 万		5 万	/

考核办法说明：

根据情况每三个月考核一次，考核通过并由甲方签字确认，第 1-3 个月则支付合同总金额的 10%；第 4-6 个月则支付合同总金额的 10%；第 7-9 个月则支付合同总金额的 10%；第 10-12 个月则支付合同总金额的 10%。（考核部分结算）

1. 其中，每三个月考核中有 2 条及 2 条以上视频及图片内容未达到甲方要求，则此三个月考核不通过，则甲方不予支付该款项，甲方有权要求乙方配合整改，如整改仍未能满足要求，甲方有权终止合同并有权向乙方提出索赔；每三个月考核中，视频或图片数量、粉丝数、点赞数、点击量、话题互动/首页/板块热门中有一项指标未完成，则此三个月考核不通过，则甲方不予支付该款项，甲方有权要求乙方配合整改，如整改仍未能满足要求，甲方有权终止合同并有权向乙方提出索赔。

2. 其中，粉丝数、点赞数、点击量需均为真实数据，甲方在每三个月考核中对粉丝进行不定期抽查与互动，若发现 10 个及 10 个以上粉丝为虚假粉丝，则此三个月考核不通过，则甲方不予支付该款项，甲方有权要求乙方配合整改，如整改仍未能满足要求，甲方有权终止合同并有权向乙方提出索赔。

3. 服务期间，每期现场拍摄制作团队人数不低于 20 人且为拍摄制作专业人士，由甲方现场查验并签字确认，若出现 2 期及 2 期以上拍摄制作团队人数低于 20 人或团队中存在不为拍摄制作专业人士，甲方有权终止合同并有权向乙方提出索赔。

4. 服务期间，每期现场拍摄设备包括但不限于摄像机、航空设备、前期辅助设备等的数量和设备要求需满足甲方需求，由甲方现场查验并签字确认，若出现 2 期及 2 期以上拍摄设备不满足甲方需求，甲方有权终止合同并有权向乙方提出索赔。

第五章 评标方法与评标标准

一、评标方法与定标原则

本项目评审采用综合评分法，磋商小组在响应文件最大限度地满足磋商文件中实质性要求前提下，按照磋商文件中规定的磋商小组评分部分各项因素，独立对每个有效供应商的响应文件进行评审，各供应商最终得分为磋商小组所评定分值的平均值，磋商小组成员评分及平均值计算均保留两位小数。

磋商小组按评审后最终综合得分由高到低顺序排列名次，并推荐出成交供应商。如得分相同的，按最终报价由低到高顺序推荐成交供应商。得分且最终报价相同的，则以开标签到先后顺序抽签确定成交供应商。

根据相关规定，对于非专门面向中小企业采购的项目在评审价格时给予小型和微型企业 10%的价格扣除，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

（一）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

（二）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

（三）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。由供应商在响应文件中提供是否为小型、微型企业的《中小企业声明函》格式必须按照《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）文件附件，属于残疾人福利性单位、监狱企业的视同小微企业，如为残疾人福利性单位，由供应商在响应文件中提供《残疾人福利性单位声明函》格式必须按照财库〔2019〕141号文件附件，未按上述要求提供材料或不符合文件要求的不得享受价格扣除。本项目对应的中小企业划分标准所属行业：服务业。

二、评标标准

评审项	评审细则	分值
1. 报价	<p>第一步：报价在采购最高限价以下的为有效报价。超出此范围的报价为无效报价。无效报价的响应文件不进行评审，也不成交。</p> <p>第二步：在所有有效报价中选择最终报价最低的确定为基准报价，其价格分为满分。</p> <p>第三步：将所有有效报价与基准报价相比较：等于基准报价的得 12 分，其他供应商的价格分按照下列公式计算（计算结果四舍五入保留两位小数）：报价得分=(基准价/最后报价)×价格权值(12)%×100</p>	12
2.1 业绩	<p>磋商供应商自 2018 年 1 月 1 日（按合同签订时间）以来至本项目公告发布止，每有一项与本项目类似的城市文旅新媒体项目业绩（内容至少包含新媒体制作、发布、运维中的一项）得 4 分，最多得 16 分，同一单位业绩不重复得分。</p> <p>（响应文件中提供业绩合同复印件并加盖磋商供应商公章，否则不得分，合同原件评审现场核查，无原件不得分）</p>	16
2.2 成果展示	<p>提供对应上述业绩项目的成果视频展示，每项 3 分，最多得 12 分。</p> <p>根据（每项）视频内容评分：内容与业绩合同需求贴切，视频内容条理清晰，视觉效果理想得 3 分；内容与业绩合同需求较贴切，视频内容条理较清晰，视觉效果较好得 2 分；内容与业绩合同需求贴切度一般，视频内容条理不清，视觉效果一般得 1 分；未提供不得分。（评审现场提供成果视频展示，每单位 6 分钟，供应商自备电脑设备。）</p>	12
3. 服务方案	<p>供应商针对本项目提供服务方案，需充分考虑到天目湖旅游度假区的特质，符合天目湖旅游度假区的发展方向，内容包括但不限于：</p> <p>1、企业组织架构（4分）：架构完善、规范、有可操作性的，得 4 分，架构不够完善、规范、操作性不强，但能基本满足要求的得 3 分，架构不够完善、规范、操作性弱，不能满足要求的得 2 分，架构不完善，不规范，不太具备可操作性得 1 分，响应文件中未体现的得 0 分。</p>	36

2、项目总体运营理念（5分）：完全符合项目需求、定位准确、理解透彻、立意明确、条理清晰得5分；较为符合项目需求、定位较准确、理解较透彻、立意较明确、条理较清晰得4分；基本符合项目需求、定位和理解简单、立意含糊、条理模糊得3分；未能充分理解项目需求、立意、条件不明得1分；未提供不得分。

3、制作、发布与运维，包括但不限于：新媒体素材采集、内容编辑、宣传推广、精准推送等（每项3分，共3项）：

3.1 抖音（提升）：内容完整贴切、新颖丰富，具有深度得3分；内容一般、较为新颖，较有深度得2分；内容一般、较为陈旧，基本没有深度得1分；未提供不得分。

3.2 哔哩哔哩（提升）：内容完整贴切、新颖丰富，具有深度得3分；内容一般、较为新颖，较有深度得2分；内容一般、较为陈旧，基本没有深度得1分；未提供不得分。

3.3 小红书（新设）：内容完整贴切、新颖丰富，具有深度得3分；内容一般、较为新颖，较有深度得2分；内容一般、较为陈旧，基本没有深度得1分；未提供不得分。

4、服务质量保障措施（6分）：服务措施方案完整详细、质量保障切实、可操作性强得6分；服务措施方案较完整详细、质量保障较切实、可操作性较强得5分；服务措施方案一般、质量保障较切实可行、可操作性一般4分；服务措施方案一般、质量保障较简单、可操作性一般3分；服务措施方案欠缺、质量保障欠缺、可操作性差得1分；未提供不得分。

5、服务进度保障措施（6分）：服务措施方案完整详细、进度保障切实、可操作性强得6分；服务措施方案较完整详细、进度保障较切实、可操作性较强得5分；服务措施方案一般、进度保障较切实可行、可操作性一般4分；服务措施方案一般、进度保障较简单、可操作性一般3分；服务措施方案欠缺、进度保障欠缺、可操作性差得1分；未提供不得分。

6、相关指标完成方案（6分）：指标明确、措施完善、可操作性强且传播力度大得6分；指标较明确、措施较完善、可操作性较强且传播力度较大得5分；指标较明确、措施较完善、可操作性一般且传播力度一般得4分；指标明确程度一般、措施欠缺、可操作性弱

	且传播力度一般得 3 分；指标明确程度较差、措施欠缺、可操作性弱且传播力度弱得 1 分；未提供不得分。	
4. 人员保障	<p>提供人员保障方案：对项目执行团队结构及专业配置架构合理性，职责明确以及与本项目的内容和要求的适应性进行比较：</p> <p>团队结构及专业配置架构合理，职责明确，与本项目内容和要求相适应得 6 分；</p> <p>团队结构及专业配置架构比较合理，职责较为明确，能够满足本项目服务要求得 5 分；</p> <p>团队结构及专业配置架构一般，职责较为明确，基本能够满足本项目服务要求得 4 分；</p> <p>团队结构及专业配置架构欠缺，职责明确欠缺，基本能够满足本项目服务要求得 3 分；</p> <p>团队结构及专业配置架构欠缺，职责散乱，不能满足本项目服务要求得 1 分；未提供不得分。</p> <p>（响应文件中可提供人员配置方案及相关人员学历证书等材料。）</p>	6
5. 设备保障	<p>提供设备保障方案：对项目执行过程中所需设备配置合理性，设备数量以及与本项目的内容和要求的适应性进行比较：</p> <p>设备配置合理，软硬件设备配置齐全，与本项目内容和要求相适应得 6 分；</p> <p>设备配置较合理，软硬件设备配置较齐全，与本项目内容和要求较适应得 5 分；</p> <p>设备配置合理，软硬件设备配置一般，与本项目内容和要求基本适应得 4 分；</p> <p>设备配置一般，软硬件设备配置欠缺，与本项目内容和要求适应度差得 3 分；</p> <p>设备配置不合理，软硬件设备配置欠缺，与本项目内容和要求不适应得 1 分；未提供不得分。</p> <p>（响应文件中可提供设备配置方案及相关设备证明材料。）</p>	6
6. 项目负责人陈述、答辩	<p>项目负责人针对本项目的运维理念现场陈述，根据现场陈述情况综合打分，陈述内容完善、有针对性的得 4 分，陈述内容较完善、较有针对性的得 3 分，陈述内容一般、针对性一般的得 2 分，陈述内容一般、针对性较差的得 1 分，未陈述的不得分。每家单位陈述时间 5 分钟，可采用 PPT 汇报等形式，电脑设备自备。</p> <p>项目负责人答辩，根据现场答辩情况综合打分，答辩内容完善、详细的得 4 分，答辩内容较完善、详细的得 3 分，答辩内容一般、较详细的得 2 分，答辩内容一般、完善性较差的得 1 分，未答辩的不得分。每家单位答辩时间 5 分钟。</p> <p>（响应文件中提供磋商供应商为项目负责人缴纳的 2021 年 8 月至 2022 年 1 月中任意连续 3 个月的社保证明，评审现场提供身份证原件核对。）</p>	8

7. 增值服务	磋商供应商提供针对本项目的相关增值服务，经评审小组认定，每被评审小组采纳一条得1分，此项最高得4分。 (响应文件中提供承诺方案并加盖供应商公章。)	4
---------	--	---

注意事项：

1、评标标准中涉及的相关证明文件，除了按照要求在响应文件中提供相关文件的复印件（加盖公章），如有要求核查原件的，磋商供应商应在响应文件接收截止时间前随同响应文件一并提交以备核实，否则该项不得分，过时不予接收。

2、为便于评分，请磋商供应商按评分表样式，逐条列出证明材料所在页码，格式自定。

第六章 响应文件格式

响 应 文 件

项 目 名 称：

项 目 编 号：

供 应 商 名 称（公 章）：

日 期：

响应文件目录

（一）实质性资格证明文件

- ★1、法定代表人身份证复印件
- ★2、授权委托书（如有授权必须提供，格式详见附件1）
- ★3、代理人身份证复印件（如有授权必须提供）
- ★4、声明函（格式详见附件2）
- ★5、响应函（格式详见附件3）
- ★6、工商营业执照副本复印件（三证合一）
- ★7、供应商情况表（格式详见附件4）
- ★8、政府采购供应商信用承诺书（格式详见附件5）

（二）商务及技术部分文件

- ★1、报价一览表（格式详见附件6）
- ★2、分项报价表（格式详见附件7）
- ★3、偏离表（格式详见附件8）
- ★4、疫情期间参与政府采购活动开评标人员健康信息登记表（格式参见附件9）
- 5、服务方案（自行提供）

（三）非实质性资信证明文件目录（如果有的话请提供）

- 1、供应商认为可以证明其能力或业绩的其他材料----包含成功案例、业绩证明（供应商同类项目实施情况一览表、合同复印件）
- 2、供应商的信誉、荣誉、获奖证书或文件
- 3、供应商质量保证体系、环境保证体系等方面的认证证书

（四）竞争性磋商文件要求供应商提供的和供应商认为与本项目有关的并可以提供的其它相关的证明材料（如果有的话请提供）。

注：1. 上述带★材料必须在响应文件中提供，否则将作为无效响应文件处理；

2. 提供复印件的须加盖供应商公章，且复印件内容应清晰可辨，必要时磋商小组有权要求提供原件或公证件进行核对；

3. 本章中的所有的附件格式供参考，供应商可根据自身情况进行补充和修改，但补充和修改不得与本章附件格式内容有实质性的违背。

附件 1:

授权委托书

本授权委托书声明：_____（供应商名称）授权_____（被授权人的姓名）为我方就 ZYJS-ZC2022121 号项目竞争性磋商活动的合法代理人，以本公司名义全权处理一切与该项目竞争性磋商有关的事务，我单位均予以承认。

代理人无转委托权。

代理人的代理期限为自本授权委托书签署之日起至项目合同履行完毕止。

代理人在授权委托书有效期内签署的所有文件不因授权委托的撤销而失效，本授权委托书的有效性与代理人的代理期限一致。

特此声明。

供应商（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

身份证号码：

代理人：（签字或盖章）

通讯地址：

通讯电话：

邮箱：

身份证号码：

年 月 日

附件2:

声 明 函

本公司在此郑重声明:

1. 本公司是有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的;
2. 本公司是资产运营良好, 不存在因借贷、担保等可能影响履行本招标项目的情况, 具有良好的经营业绩, 有提供优质服务的能力;
3. 本公司是具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的;
4. 本公司是依法缴纳税收和社会保障资金的;
5. 本公司参加招标活动前三年内, 在经营活动中无重大违法记录, 无不良行为记录, 无其他法律、行政法规规定的禁止参与招投标活动的行为;
6. 本公司知晓并遵守: 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商, 不得参加同一合同项下的采购活动;
7. 本公司与采购人不存在利害关系;
8. 本公司提交的响应文件中所有关于供应商资格的文件、证明和陈述均是真实的、准确的。

若与真实情况不符, 本公司愿意承担由此而产生的一切后果。

法定代表人或授权代理人(签字或盖章):

供应商名称(盖章):

年 月 日

附件4:

供 应 商 情 况 表

供应商（盖章）：

法定代表人		成立日期	
企业地址		注册资本	万元
经营范围			
营业面积（含厂房）	平方米		
单位简历及内设机构情况			
单位优势及特长			
近三年来完成或正在履行的重大合同情况			
最近2年内在经营过程中受到何种奖励或处分	（包括财政、工商、税务、物价、技监部门稽查情况和结果）		
最近3年内有无因售假、售劣或是其他原因被消费者投诉或起诉的情况及说明	（包括解决方式和结果）		
最近3年内主要负责人有无因经济犯罪被司法机关追究的情况及说明			
获得技术认证的工程师及简介			
其他需要说明的情况			

附件 5:

政府采购供应商信用承诺书

为维护公开、公平、公正的政府采购市场秩序，树立诚实守信的供应商形象，本单位在参与政府采购活动中，自愿作出以下承诺：

一、严格遵守国家法律、法规和规章，全面履行应尽的责任和义务，全面做到履约守信，具备《政府采购法》第二十二条第一款规定的条件。

二、本单位已经阅读并充分理解《常州市政府采购供应商信用管理暂行办法》，自愿按照《常州市政府采购供应商信用管理暂行办法》规定，发生失信行为将记录并公开到“信用常州”、常州市政府采购网。

三、本单位提供给注册登记部门、行业管理部门、司法部门、行业组织以及在政府采购活动中提交的所有资料均合法、真实、有效，无任何伪造、修改、虚假成份，并对所提供资料的真实性负责。

四、严格依法开展生产经营活动，主动接受行业监管，自愿接受依法开展的日常检查；违法失信经营后将自愿接受约束和惩戒，并依法承担相应责任。

五、承诺本单位自觉接受行政管理部门、行业组织、社会公众、新闻舆论的监督。

六、承诺本单位自我约束、自我管理，重合同、守信用，不制假售假、商标侵权、虚假宣传、违约毁约、恶意逃债、偷税漏税、价格欺诈、垄断和不正当竞争，维护经营者、消费者的合法权益。

七、承诺本单位在信用中国（江苏）网站中无违法违规、较重或严重失信记录。

八、承诺本单位提出政府采购质疑和投诉坚持依法依规、诚实信用原则。

九、根据政府采购相关法律法规的规定需要作出的其他承诺。

十、承诺本单位若违背承诺约定，经查实，愿意接受行业主管部门和信用管理部门相应的规定处罚，承担违约责任，并依法承担相应的法律责任。

十一、承诺本单位同意将以上承诺事项上网公示，违背承诺约定行为将作为失信信息，记录到常州市公共信用信息系统，并予以公开。

承诺单位（盖章）：

法定代表人（负责人）：

年 月 日

附件6:

报价一览表

供应商（加盖公章）：

项目名称：天目湖旅游度假区新媒体平台统一内容制作、发布与运维项目

项目编号：ZYJS-ZC2022121

项目报价	
大写：	
小写：	（人民币）

法定代表人或授权代理人（签字或盖章）：

日期： ____年__月__日

注：报价一览表必须加盖供应商公章，由法定代表人或授权代理人签字或盖章（复印件无效）。

附件7:

分项报价表

项目名称		天目湖旅游度假区新媒体平台统一内容制作、发布与运维项目					
项目编号		ZYJS-ZC2022121					
序号	项目名称	项目内容	单位	数量	单价	小计	备注
合计							---
项目总价		大写： 小写： (人民币)					

供应商（加盖公章）：

法定代表人或授权代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

注：

1、如供应商的报价明显低于成本价，涉嫌恶性竞争，扰乱市场秩序的，供应商将自行承担由此而产生的任何法律责任。招标代理机构对此不承担任何责任。

2、行数不够，可自行添加。

附件8:

偏 离 表（商务和服务条款）

供应商应对磋商文件中规定的商务及服务部分给予充分的考虑。

1. 为了评审的需要，供应商对本项目服务指标如有偏离，应在本表中详细列出，如无偏离，请在本部分写“完全响应本项目所有服务需求，无偏离”。
2. 商务条款如无偏离，请在商务条款部分写“完全响应商务条款要求，无偏离”，并按格式要求盖章签字附在响应文件中。

项目编号：ZYJS-ZC2022121

服务内容或商务条款类别	磋商文件具体要求	响应服务或响应内容	符合、正偏离或负偏离
为了评审的需要，供应商对本项目服务指标需求如有偏离，应在本表中详细列出，如无偏离，请在本部分写“完全响应本项目所有服务需求，无偏离”。			
商务条款如无偏离，请在商务条款部分写“完全响应商务条款要求，无偏离”			

供应商（盖章）：

法定代表人或授权代理人（签字或盖章）：

年 月 日

附件 9:

疫情期间参与政府采购活动开评标人员健康信息登记表

姓名		身份证号码	
单位名称			
单位地址			
个人住址			
单位电话		个人手机	
人员身份	<input type="checkbox"/> 采购人代表 <input type="checkbox"/> 供应商代表 <input type="checkbox"/> 评标专家		
参加: <input type="checkbox"/> 开标 <input type="checkbox"/> 评标			
项目名称			
个人健康情况			
有无发热、乏力、干咳、气促情况 <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无			
近 14 天内是否来自（或途径）疫情重点地区和高风险地区？ <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是 ， 到达时间为：			
近 14 天内是否离开过常州？ <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是			
离开常州往		返常日期	
途径（换乘）		途径日期	
近 14 天内是否有与来自疫情重点地区和高风险地区的人员接触情况？ <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是 ， 接触时间为：			
<p>本人承诺以上信息真实准确。如有不实，愿承担由此引起的一切后果及法律责任。</p> <p>申报人（签名）：</p> <p>单位（公章）</p> <p style="text-align: right;">日期：</p>			

友情提醒

供应商：

您好！

为了提高贵公司响应文件的有效性，减少不必要的废标，特友情提醒注意以下几点：

1、请谨记磋商公告中的各项事宜时间节点，特别是磋商时间和地点。供应商应充分考虑天气及周边道路情况，在上述时间前到达开标现场。迟于响应文件递交截止时间的，采购代理机构将拒绝接收其响应文件。

2、响应文件须按竞争性磋商文件《第二章 供应商须知》及《第六章 响应文件格式》中相关要求装订、密封、标记、盖章和签署。所有响应文件密封口须加盖供应商公章、法定代表人或授权委托人签字或盖章。资格证明材料提供复印件的应加盖公章，复印件内容应清晰可辨，必要时磋商小组有权要求提供原件或公证件进行核对。

3、若项目需要提供样品的，请严格按磋商文件要求的规格、时间提供，同时注意样品的密封、隐蔽标签的相关要求。

5、为充分掌握项目情况，可根据自身需要，自行对有关现场和周围环境进行勘察，以获取编制响应文件和签署合同所需的信息。

6、本项目设有预算价，详见竞争性磋商文件《第二章 供应商须知》，报价超过采购预算，采购人无法接受的，将作为无效响应。

7、请仔细审阅磋商公告及磋商文件，如有疑问，请按磋商公告相关要求提出提疑。

我们也欢迎您对我们的采购组织工作提出宝贵意见。电话：0519-85782055

最后祝您竞标成功！

本竞争性磋商文件的最终解释权归常州中宇建设工程管理有限公司所有。