

# 丰臣南郡项目营销企划服务项目

项目编号:ZYJS-SG2024077

## 公开招标文件

招标人：常州星港置业有限公司

招标代理机构：常州中宇建设工程管理有限公司

二〇二四年八月

# 目录

第一章	招标公告 .....	2
第二章	投标人须知 .....	7
第三章	项目需求 .....	22
第四章	合同条款及格式 .....	26
第五章	评标方法与评标标准 .....	34
第六章	投标文件格式 .....	38
友情提醒	.....	54

# 第一章 招标公告

## 项目概况

(常州星港置业有限公司丰臣南郡项目营销企划服务)的潜在投标人应在(常州钟楼区大仓路65号(博济五星智造园)8号楼2楼常州中宇财务室)获取招标文件,并于2024年09月03日上午9点00分00秒(北京时间)前递交投标文件。

## 一、项目基本情况

项目编号: ZYJS-SG2024077

项目名称: 丰臣南郡项目营销企划服务

项目预算金额: 人民币6万元/月, 人民币72万元/年, 216万元三年。

项目最高限价: 人民币6万元/月, 人民币72万元/年, 216万元三年, 投标人的每月报价、每年报价、三年报价均不得高于对应最高限价, 否则作为无效投标处理。

采购需求: 本项目为丰臣南郡项目营销企划服务, 主要内容包括但不限于项目定位策划、品牌识别系统建立与设计、项目总体战略与策略策划、阶段营销推广方案设计、营销推广的媒体整合策划、户外包装设计、项目样板区开放营销推广工作策划、常州市场情况提供、驻场服务等所有服务。

合同履行期限: 叁年, 合同一年一签, 服务期开始时间以招标人通知为准。一年合同期满后经招标人考核同意续签后签下一年合同, 服务期限总累计不得超过叁年; 考核不合格的, 终止合同不再续签。

本项目不接受联合体。

## 二、申请人的资格要求:

1、具有独立承担民事责任能力的法人或其他组织，提供有效的营业执照副本；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；资产运营良好，不存在因借贷、担保等可能影响投标人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、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

5、参加招标活动前二年内，在经营活动中无严重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）；

6、未被“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国执行信息公开网列入失信被执行人、被执行人、重大税收违法案件当事人名单、严重失信行为记录名单（招标人或招标代理机构进行查询，投标人无需提供证明材料）；

7、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的采购活动；与招标人存在利害关系可能影响招标公正性的法人、其他组织，不得参加投标；

8、无其他法律、行政法规规定的禁止参与招投标活动的行为；

9、本工程不接受联合体投标，不得分包转包。

### 三、获取招标文件

时间：2024年8月13日至2024年8月20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：常州钟楼区大仓路65号（博济五星智造园）8号楼2楼常州中宇财务室

方式：

(1)线上获取：将获取材料扫描（投标人情况表盖章扫描件及招标文件费用缴纳凭证）发至本公司邮箱“zhongyuzhaobiao111@163.com”后，招标文件以邮件形式发送至供应商邮箱。

户 名：常州中字建设工程管理有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司常州勤德支行

账 号：1105052609000510202

财务室电话（查询标书款情况）：0519-85782855

(2)现场获取：公开招标文件现场购买地点：常州钟楼区大仓路65号（博济五星智造园）8号楼2楼常州中字财务室。

报名单位须在第1条规定截止时间前将标书款缴入以下专用账户，禁止第三方代缴，转帐时请备注所投项目编号。

财务室电话（查询标书款）：0519-85782855

售价：人民币伍佰元/份（从企业账户缴入代理机构银行账户或现场报名缴纳），招标文件文件售后一概不退。未获取招标文件文件的投标人不得参与投标。投标人获取招标文件文件时应提供如下材料：

投标人情况表（格式见网站首页资料下载板块）

#### 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

时间：2024年09月03日上午9点00分00秒（北京时间）

地点：常州钟楼区大仓路65号（博济五星智造园）8号楼2楼常州中字招标中心开标室

#### 五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

## 六、其他补充事宜

### 1、澄清

①对招标文件有澄清或疑问的投标人，均应在2024年08月20日17:30前按招标公告中的通讯地址，将疑问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疑问。

②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相关网站上发布，因未能及时了解相关最新信息所引起的投标失误责任由投标人自负。

### 2、投标文件制作份数要求：

正本份数：1份，副本份数：4份；投标文件应按顺序胶装成册，并编制投标文件目录索引。不论投标人中标与否，投标文件均不退回。

### 3、投标保证金要求

#### ①投标保证金专用帐户：

户名：常州中宇建设工程管理有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司常州勤德支行

账号：1105052609000510202

#### ②投标保证金到账截止时间：同投标文件递交截止时间

#### ③投标保证金金额（人民币）：肆万元（转帐时请备注所投项目编号）

④报名单位须在第2条规定截止时间前将投标保证金从企业账户缴入投标保证金专用账户，拒绝以其它方式缴纳，禁止第三方代缴保证金。供应商应充分考虑投标保证金在途时间，确保投标保证金在到账截止时间前到达投标保证金专用

帐户。

⑤未按上述 4 条要求提交投标保证金的将被视为无效响应，其投标文件将被评标小组拒绝。

4. 公告发布媒体：常州中宇建设工程管理有限公司

## 七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

### 1、招标人信息

名 称：常州星港置业有限公司

地 址：常州市钟楼经济开发区玉龙南路 213 号 8970 室

联系方式：徐工 0519-88891960

### 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：常州钟楼区大仓路 65 号 8 号楼二楼

联系方式：0519-85782055

### 3、项目联系方式

项目联系人：左学文

电 话：0519-85782055

注：上述个人信息由于工作需要经机构或本人同意对外公布。

## 第二章 投标人须知

### 一、总则

#### 1、招标方式

本次招标采取公开招标方式，本招标文件仅适用于招标公告中所述项目。

#### 2、合格的投标人

2.1 满足招标公告中“投标人资格要求”的规定。

2.2 满足本文件实质性条款的规定。

2.3 本招标文件中所有带★号的内容均为实质性条款，如投标人递交的投标文件不符合实质性条款的要求，将作为无效投标文件处理。

#### 3、适用范围及定义

##### 3.1 适用范围

依据公开、公平、公正、诚实信用的原则制定本须知。

##### 3.2 定义

3.2.1 “重大违法记录”系指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。其中较大数额罚款是指：达到处罚地行政处罚听证范围中“较大数额罚款”标准的；法律、法规、规章、国务院有关行政主管部门对“较大数额罚款”标准另有规定的，从其规定。

3.2.2 “不良行为记录”系指投标人发生下列情形之一：

(1) 未被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国执行信息公开网列入失信被执行人、被执行人、重大税收违法案件当事人名单、严重失信行为记录名单；

(2) 在招投标活动中因违反相关规定被政府采购及招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 “参加招标活动前二年”是以投标文件的递交截止时间为时间点向前追溯。

#### 4、投标费用

4.1 投标人应自行承担所有与参加投标有关的费用，无论投标过程中的做法和结果如何，招标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 招标代理服务收费标准



收费标准：中标人须按三年中标总金额对应下表相对应分档按费率计算及支付中标服务费以及评审相关费用。中标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。

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

缴纳时间：中标人在中标（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。

若某项目三年中标总金额为 150 万

$100 \text{ 万} * 1.5\% = 1.5 \text{ 万}$

$(150 - 100) \text{ 万} * 0.8\% = 0.4 \text{ 万}$

$1.5 \text{ 万} + 0.4 \text{ 万} = 1.9 \text{ 万}$

户名：常州中宇建设工程管理有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司常州勤德支行

账号：1105052609000510202

财务室电话（开票）：0519-85782855

4.3 本次招标按 4.2 条内容计算中标服务费，中标人在中标通知书发出之日起五个工作日内向招标代理机构缴纳，否则招标代理机构有权直接从其投标保证金中扣除该项费用。

## 5、投标人代表

指全权代表参加招标活动并签署投标文件、与招标人签署合同的人，如果投标人代表不是法定代表人，须有与投标人代表相符的《授权委托书》（格式见第六章 投标文件格式）。同一投标人不得授权多人作为同一项目的投标人代表，否则其投标文件将被作为无效投标。

## 二、招标文件

### 6、招标文件构成

6.1 招标文件是用以阐明所需内容、公开招标程序的资料。本招标文件、招标代理机构在开标前发出的答疑纪要和其他补充修改函件,均是招标文件的组成部分,对投标人起约束作用。招标文件有以下部分组成:

- (1) 招标公告
- (2) 投标人须知
- (3) 项目需求
- (4) 合同条款及格式
- (5) 评标方法与评标标准
- (6) 投标文件格式

请仔细检查招标文件是否齐全,如有缺漏请立即与招标代理机构联系解决。

6.2 投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和规范等要求。按招标文件要求和规定编制投标文件,并保证所提供的全部资料的真实性,以使其投标文件对招标文件作出实质性响应,否则其风险由投标人自行承担。

6.3 投标人一旦购买了本招标文件并决定参加投标,即被认为接受了本招标文件的规定和约束,投标人应当按照招标文件的规定制作投标文件并参加投标。

### 7、招标文件的澄清

7.1 任何要求对招标文件进行澄清的投标人,均应按招标公告规定的提疑时间及要求,以书面形式并加盖公章送达招标代理机构,否则视为无有效疑问或澄清。

7.2 若投标人认为设置的资质、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。投标人根据招标代理机构的答复作出是否继续投标的决定。

7.3 招标人或招标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投标人。为避免不正当竞争或可能泄露招标人机密等不利情形,招标代理机构对投标人的疑问可以作选择性答复。

7.4 有关本次招标的事项若存在变动或修改,招标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投标人自负。

## 8、招标文件的修改

8.1 招标文件发出后，在规定投标文件递交时间截止前任何时间，招标人或招标代理机构均可主动地或在解答投标人提出的澄清问题时对招标文件进行修改，招标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投标人自负。

8.2 招标人或招标代理机构有权按照法定的要求推迟投标截止日期和开标日期。

8.3 招标文件的修改和补充文件将作为招标文件的组成部分，并对投标人具有约束力。

## 三、投标文件的编制

### 9、投标文件的语言及度量衡单位

9.1 投标人提交的投标文件以及投标人与招标代理机构就有关投标的所有来往通知、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，投标文件所使用的度量衡单位，均须采用国家法定计量单位。

### 10、投标文件构成

10.1 投标人编写的投标文件构成详见第六章《投标文件格式》。

10.2 投标人应将投标文件按顺序胶装成册，并编制投标文件目录索引。

### 11、证明投标人资格及符合招标文件规定的文件

11.1 投标人应按要求提交资格证明文件及符合招标文件规定的文件。

11.2 投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有独立履行合同的文件。

11.3 投标人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 投标人信用信息查询要求

查询渠道为“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国执行信息公开网，查询截止时间为本项目投标文件接收截止时间。

### 12、投标配置与分项报价表

12.1 投标人应按照招标文件规定格式填报投标报价与分项报价表，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投标。本次招标不接受备选方案。

12.2 有关报价的内容

本项目投标报价为固定综合单价，投标报价为投标人在投标文件中提出的各项支付金额

的总和。其报价应包括但不限于服务费（包含但不限于所有服务人员的基本工资、岗位津贴、福利及社保、餐补、培训、交通、住宿、驻场费、车旅费等等）、资料费、方案设计费、市场调研费及其他附加费用、企业利润、管理费、税金、应承担的风险、版权归属等以及政策性文件规定等各项应有费用，以及为完成招标文件规定的工作所涉及的一切相关费用。

政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任和招标文件所要求的相关服务等全部内容，以及其它交付招标人正式使用前的所有各项直接、间接费用和市场风险，还包括为完成本项目可能发生的和投标人自身认为需要的一切费用，招标人不再支付其它费用，此外，除非招标文件及合同条款中另有规定，否则，投标人所报价格在项目投标、合同实施期间不因市场变化等任何因素而变动。

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投标。投标人未填单价或总价的项目，在中标后，采购单位将不予支付，并视为该项费用已包括在其它有价款的单价或总价内。

12.2.2 一项内容只允许一个报价，采购代理机构不接受任何有选择性的报价或附条件的报价。

12.2.3 如投标人的报价明显低于成本价，涉嫌恶意竞争，扰乱市场秩序的，投标人必须自行承担由此而产生的任何法律责任。采购代理机构对此不承担任何责任。

### 12.3 投标货币

投标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 投标人应对招标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投标；

13.3 投标人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 投标人的服务承诺应按不低于招标文件要求的标准。

14.2 投标人的售后服务机构、人员应满足招标文件要求。

## 15、响应函和开标一览表

15.1 投标人应按照招标文件中提供的格式完整、正确填写响应函、开标一览表。开标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定的规定位置盖章及签字，否则视为无效。

15.2 开标一览表中的价格应与投标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，评标时一律按开标一览表中价格为准。

15.3 开标一览表分项报价和汇总与总价不一致以分项报价为准进行修正。

## 16、投标保证金

16.1 投标人提交的投标保证金应从投标人银行账户电汇或转账形式一次性递交至招标代理机构指定账户。

16.2 开标时，对于未按招标公告要求提交投标保证金的，将被视为无效投标而予以拒绝。

16.3 未中标的投标人的投标保证金，将在中标通知书发出后5个工作日内予以退还，不计利息。

16.4 中标人的投标保证金，在合同签署并向招标代理机构进行备案后退还。

16.5 下列任何一种情况发生时，投标保证金将不予退还，已经中标的，取消其中标资格，并列入本招标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招标代理机构组织的项目。已经签约的，所签订的合同无效，同时招标人及招标代理机构不承担任何责任：

- (1) 投标人提供虚假材料谋取中标（成交）的；
- (2) 投标人采取不正当手段诋毁、排挤或串通他人的；
- (3) 投标人扰乱开标、评标现场、影响评审或办公秩序的；
- (4) 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；
- (5) 提出不当要求，向招标代理机构或招标人进行恶意敲诈的；
- (6) 中标人在规定期限内未交纳中标服务费或不缴纳履约保证金的。
- (7) 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；
- (8) 向评审专家、招标人、其他项目参与人或招标工作人员行贿或者提供其他不正当利益的。

16.6 中标人违反第16.5条规定，并且导致中标无效的，招标人可以与排位在原中标人之

后第一位的中标候选人签订采购合同或重新委托进行招标，同时，招标人或招标代理机构有权要求原中标人承担相应损失（包括但不限于以下损失）：

- （1）原招标活动产生的合理费用；
- （2）如最终中标价高于原中标价的，原中标人应当以中标价的差价对招标人进行赔偿。

## 17、投标有效期

17.1 投标有效期为开标之日后九十（90）天。投标有效期比规定短的将被视为无效投标而予以拒绝。

17.2 在特殊情况下，招标人或招标代理机构于原投标有效期满之前，可向投标人提出延长投标有效期的要求。这种要求与答复均采用书面形式。投标人可以拒绝招标人或招标代理机构的这一要求而放弃投标。同意延长投标有效期的投标人既不能要求也不允许修改其投标文件。同时受投标有效期约束的所有权利与义务均延长至新的有效期。

## 18、投标文件份数和签署

18.1 投标人应严格按照招标公告要求的份数准备投标文件，每份投标文件须清楚地标明“正本”或“副本”字样。一旦正本和副本不符，以正本为准。

18.2 投标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，并编制投标文件目录索引，由投标人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）附在投标文件中。

18.3 除投标人对错处做必要修改外，投标文件不得行间插字、涂改或增删。如有修改错漏处，必须由投标文件签署人签字或盖章。

## 四、投标文件的递交

### 19、投标文件的密封和标记

19.1 投标人应将投标文件正本和所有副本密封，并加盖投标人公章。不论投标人中标与否，投标文件均不退回。

19.2 密封的投标文件应：

- （1）在封皮上注明投标人名称，如因标注不清而产生的后果由投标人自负。按“投标人须知前附表”中注明的接收时间和接收地点送达招标代理机构。
- （2）注明投标项目名称、项目编号及“开标时启封”的字样。
- （3）所有投标文件密封口须加盖投标人公章、法定代表人或授权委托人签字或盖章。

19.3 如果投标文件被宣布为“迟到”投标时，应原封退回。

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

## 20、投标截止时间

20.1 投标人应当在招标文件要求提交投标文件的截止时间前，将投标文件密封送达投标地点。

20.2 招标人或招标代理机构可以按照规定，通过修改招标文件有权酌情延长投标截止时间，以延期或更正公告形式在网站上发布。在此情况下，投标人的所有权利和义务以及投标人受制的截止时间均应以延长后新的截止时间为准。

20.3 迟于投标文件递交截止时间的，招标代理机构将有权拒绝接收其投标文件。公证人员或投标人代表当众检验投标文件的密封情况，确认无误后方可进行拆封。

## 21、迟交的投标文件

21.1 招标代理机构将拒绝并原封退回在其规定的投标截止时间后收到的任何投标文件。

21.2 招标代理机构对投标文件在送达过程中的遗失或损坏不负责。

## 22、投标文件的修改和撤回

22.1 投标人在递交投标文件后，可以修改或撤回其投标文件，但这种修改和撤回，必须在规定的投标截止时间前，以书面形式通知招标代理机构，修改或撤回其投标文件。

22.2 投标人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。修改文件必须在投标截止时间前送达招标代理机构。

22.3 在投标截止时间之后，投标人不得对其投标文件作任何修改。

22.4 在投标截止时间至招标文件中规定的投标有效期满之间的这段时间内，投标人不得撤回其投标。

# 五、开标与评标

## 23、开标

23.1 招标代理机构按招标文件规定的时间和地点开标，邀请投标人参加，参与开标的投标人代表应携带身份证明原件按本次招标文件规定的时间准时参加。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

23.2 开标仪式由招标代理机构主持，招标人代表、公证或监督部门代表、投标人代表以及有关工作人员参加。

23.3 开标时由投标人代表或监督（公证）人员查验投标文件密封及签章情况，确认无误后，招标工作人员当众拆封唱标。

23.4 主持人在开标仪式上，将公布投标人的名称、投标价格及其投标的修改、投标的撤回等，招标代理机构工作人员将作唱标记录。投标人代表应在唱标记录上签字确认。

**23.5 投标人在报价时不允许采用选择性报价，否则将被视为无效投标。**

23.6 招标代理机构将指定专人负责做开标记录并存档备查，开标记录包括在开标时宣读的全部内容。

## 24、评标委员会

24.1 招标代理机构将根据项目特点和有关规定组建评标委员会（以下简称评委会），由招标人代表和有关专家组成，并独立开展评标工作。评委会对投标文件进行审查、澄清、评估、比较。

24.2 招标人可以推荐代表参加评委会。但人数不得超过评委会成员总人数的三分之一。参加评审的招标人代表，必须向招标代理机构提交招标人代表身份授权函或证明。

24.3 评委会应以科学、公正的态度参加评审工作并确定中标候选人。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 评委会将对投标人的商业、技术秘密予以保密。

24.5 未经评委会批准，其他任何人员禁止进入评标现场。

24.6 评委会成员负责具体的评标事务，并独立履行以下职责：

24.6.1 审查、评价投标文件是否符合招标文件的要求，并作出评价；

24.6.2 要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；

24.6.3 对投标文件进行比较和评价；

24.6.4 确定中标候选人名单，以及根据招标人委托直接确定中标人；

24.6.5 向招标人、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 评委会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 按照招标文件规定的评标办法进行评标，对评审意见承担个人责任；

24.7.3 对评标过程和结果，以及投标人的商业秘密保密；



24.7.4 参与评标报告的起草；

24.7.5 配合相关部门的投诉处理工作；

24.7.6 配合招标代理机构答复投标人提出的质疑。

## 25、评标过程的保密与公正

25.1 开标后，直至向中标的投标人授予合同时止，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，均不得向投标人或与评标无关的其他人员透露。有关中标的信息，须经招标文件规定的程序报批后，由招标代理机构书面通知有关单位。招标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 在投标文件的审查、澄清、评价和比较以及授予合同的过程中，投标人试图向招标人、招标代理机构和评委会成员施加任何影响，都将会导致其投标被拒绝，并承担相应的法律责任。

25.3 在评标期间，招标代理机构将通过指定联络人（非评委会成员）与投标人进行联系。

## 26、投标的澄清

26.1 评标期间，为有助于对投标文件的审查、评价和比较，评委会将有权要求投标人对投标书中含义不明确的内容进行澄清。

26.2 投标人必须按照评委会通知的时间、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投标人法定代表人或授权代表签署，并作为投标文件的补充部分，但投标的价格和实质性的内容不得做任何更改。

26.3 接到评委会澄清要求的投标人如未按规定做出澄清，其风险由投标人自行承担。

## 27、对投标文件的审查

27.1 投标文件初审分为资格性检查和符合性检查。

资格性检查：招标人、招标代理机构依据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明文件等进行审查，以确定投标投标人是否具备投标资格。

符合性检查：评委会依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否对招标文件的实质性要求作出响应。

27.2 在详细评标之前，评委会将首先审查每份投标文件是否实质性响应了招标文件的要求。实质性响应的投标是与招标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的投标。

所谓重大偏离或保留是指与招标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，或者在实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中招标人的权利或投标人的义务，纠正这些偏离或保留将会对其他实质性响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响。重大偏离的认定需经过评委会三分之二及以上成员的认定。评委决定投标文件的响应性只根据投标文件本身的内容，而不寻求外部的证据。

27.3 如果投标文件实质上没有响应招标文件的要求，评委会将予以拒绝，投标人不得通过修改或撤销不合要求的偏离或保留而使其投标成为实质性响应的投标。

27.4 评委会将对确定为实质性响应的投标进行进一步审核，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。只有在评委会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) 数量不符合招标文件要求的作为未实质性响应招标文件处理，该投标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 评委会将按上述修正错误的方法调整投标文件中的投标报价，调整后的价格应对投标人具有约束力。如果投标人不接受修正后的价格，则其投标将被拒绝。

27.6 评委会将允许修正投标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，但这些修改不能影响任何投标人相应的名次排列。

## **28、无效投标条款和废标条款**

### **28.1 无效投标条款**

(1) 未按本次招标公告及招标文件相关要求交纳投标保证金的；

(2) 投标人不具备招标文件中规定资格要求的；

(3) 未按照招标文件规定要求密封、无单位盖章、无法定代表人或授权代理人签字或盖章的；

(4) 投标人在报价时采用选择性或是附有条件的报价；

(5) 经评委会认定与招标文件有重大偏离；

(6) 投标有效期不满足招标文件要求的；

(7) 投标报价不满足招标文件中规定的最高限价（每月报价、每年报价、三年报价均不得高于对应最高限价）；

(8) 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

- ① 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- ② 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- ③ 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；
- ④ 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；
- ⑤ 不同投标人的投标文件相互混装；
- ⑥ 不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

(9) 评标委员会认为投标人的报价相对于其他通过符合性审查投标人的报价明显不合理，有可能影响产品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；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

(10) 投标文件含有招标人不能接受的附加条件的；

(11) 被“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国执行信息公开网列入失信被执行人、被执行人、重大税收违法案件当事人名单、严重失信行为记录名单；

(12) 招标文件明确规定无效的其他情形；

(13) 其他被评委会认定无效的情况；

(14) 其他法律、法规及本招标文件规定的属无效投标的情形。

## 28.2 废标条款：

(1) 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足三家的；

(2) 出现影响招标公正的违法、违规行为的；

(3) 投标人的报价均超过了采购控制价，招标人不能接受的；

(4) 因重大变故，招标任务取消的。

## 29、评审

29.1 评委会将仅对按照本须知有关规定确定为实质上响应招标文件要求的投标文件进行评审。

29.2 本项目评标办法采用综合评分法，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 评标委员会有权评定中标人，同时也有权拒绝任何或所有投标人中标。同时，为维护国家利益，招标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，且无须向受影响的投标人承担任何责任。

## 六、定标

### 30、确定中标人

30.1 评委会根据本招标文件规定评分办法与评分标准直接确定中标人。

30.2 招标人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。招标人在收到评标报告5个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，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中标候选人为中标人。招标人也可以事前授权评委会直接确定中标人。

30.3 中标人确定后，招标代理机构将中标人、中标金额、评委名单等信息在在相关媒体网站进行公示，公示时间为3日。

### 31、质疑处理

31.1 投标人认为招标文件、招标过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在公示期内，以书面形式向招标人、招标代理机构提出，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 提出质疑的投标人应当是参与所质疑项目招标活动的投标人。

31.3 投标人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：

- (1) 投标人的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- (2) 质疑项目的名称、编号；
- (3) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- (4) 事实依据；
- (5) 必要的法律依据；
- (6) 提出质疑的日期。

投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人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。

投标人可以委托代理人进行质疑，应当提交投标人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投标人共同提出。

31.5 投标人未在第 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，招标代理机构不予受理。

31.6 在有效质疑期内，若质疑仅是对招标文件设置的资质、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（招标文件的澄清）中予以设定，此时不再作为有效质疑被审查。

31.7 提出质疑的投标人及被质疑的投标人的投标保证金在质疑处理期间，暂不予退还。

31.8 招标代理机构将在收到投标人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 被质疑的投标人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，如有参加投标的投标人提出有效质疑，并因此可能对中标结果产生影响，而最终被取消中标的，招标代理机构对中标人不承担任何责任。

31.11 若异议投标人对招标代理机构答复不满意的，双方应通过友好协商解决；协商不成的，可向常州仲裁委员会申请仲裁。

31.12 投标人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，招标代理机构有权依据规定报请行业监管部门对该投标人进行相应的行政处罚。

## 32、中标通知书

32.1 中标公告发布后，招标代理机构将向中标投标人发出中标通知书。

32.2 中标通知书将是合同的一个组成部分。对招标人和中标投标人均具有法律效力。中标通知书发出后，招标人不得违法改变中标结果，中标人无正当理由不得放弃中标，且不影响其中标服务费的支付。

## 七、授予合同

### 33、签订合同

33.1 招标人和中标人应当自中标通知书发出之日起三十日内，按照招标文件和中标人的

投标文件订立书面合同。招标人和中标人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招标文件、中标人的投标文件及招标过程中有关澄清、承诺文件为依据。

33.3 签订合同后，中标人不得将合同相关服务进行转包。未经招标人同意，中标人也不得采用分包的形式履行合同，否则招标人有权终止合同，中标人的履约保证金将不予退还。转包或分包造成招标人损失的，中标人应承担相应赔偿责任。

33.4 中标人未按期签订合同的，招标人可以与排位在中标人之后第一位的中标候选人签订合同或重新委托进行招标：

33.4.1 中标人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，招标人及中标人互不承担任何责任及损失。

33.4.2 中标人无正当理由未在规定的时间内与招标人签订合同的，视为自动放弃中标资格，由此给招标人造成损失的，中标人还应承担赔偿责任。

## 第三章 项目需求

### 一、项目概况：

本项目为丰臣南郡项目营销企划服务，主要内容包括但不限于项目定位策划、品牌识别系统建立与设计、项目总体战略与策略策划、阶段营销推广方案设计、营销推广的媒体整合策划、户外包装设计、项目样板区开放营销推广工作策划、常州市场情况提供、驻场服务等所有服务。

### 二、服务内容：

#### 1、项目定位策划

- 1.1 区域市场的政策动态、历史回顾和趋势分析
- 1.2 竞争对手分析
- 1.3 产品形象推广方向和客群定位
- 1.4 项目价值点的梳理和挖掘
- 1.5 销售推盘及销售策略建议

#### 2、品牌识别系统建立与设计

- 2.1 案名及分案名创意
- 2.2 项目推广主题语的确定
- 2.3 项目 LOGO 及 VI 识别系统
- 2.4 现场包装设计：包括现场户外看板、条幅、海报、拉网展架、销售物料设计等
- 2.5 媒介宣传包装设计
- 2.6 楼书设计（含单张、折页等）
- 2.7 网络广告设计
- 2.8 其他印刷品设计
- 2.9 导示系统设计
- 2.10 媒体广告创意设计工作
- 2.11 项目公司其他设计内容

#### 3、项目总体战略与策略策划

- 3.1 推广契入时机
- 3.2 整合推广策略
- 3.3 媒体策略与事件营销

3.4 营销推广的阶段性活动策划思路

3.5 销售策略与计划控制：包括产品价格策略、销售节奏及进度安排等

#### **4、阶段营销推广方案**

4.1 第一阶段：项目预热期营销推广工作（开盘前）

4.2 第二阶段：项目开盘期营销推广工作（开盘阶段）

4.3 第三阶段：项目持续销售期营销推广工作（持续期）

#### **5、营销推广的媒体整合策划**

5.1 广告推进与项目进度的协调匹配计划

5.2 媒体的选择组合

5.3 媒体投放预算表

5.4 软性新闻报道撰写

5.5 投放频率建议

5.6 项目后续形象推进与巩固宣传

#### **6、户外包装**

6.1 大型广告看板的设计及其它设计（如道路牌、道路挂旗等）

6.2 横幅、竖幅的设计

6.3 工地（园区）指示系统的设计（如欢迎牌、看楼专车、工地指示牌、停车场指示牌等）

#### **7、项目样板区开放营销推广工作**

7.1 项目样板区样板房开放推广方案

7.2 以图文为主的折页文案及设计方案

7.3 展示销售期广告投放频率与计划

7.4 相关广告设计

#### **8、常州市场情况提供**

8.1 常州市场踩盘调查

8.2 常州市场周度周报（含竞品项目来访、成交、客群、优惠、广告推广等监督）

8.3 常州市场月度月报（含竞品项目广告推广监督）

8.4 常州市场年度年报

#### **9、驻场服务**



9.1 根据项目节点铺排，大型节点前不低于 5 个工作日文案、设计驻场。

### 三、团队配置：

投标人组建专业的项目团队负责本次项目，指派项目负责人与招标人对接，其它各专业人员配备齐全。

因项目总负责人及实施人员能力不足、调岗、离职等原因而导致对项目产生的影响由中标人负责。如需要调整项目总负责人及实施人员，中标人必须提前至少提前 10 个工作日书面通知招标人，并提供相应技能的替代人员（替代人员的资质等不得低于原人员），经招标人书面认可，做好交接工作后方可离开项目，否则招标人可认为中标人人员无故缺勤。

实施过程中，中标人必须对其雇员的行为、错误或失职负责，并承担相关责任。招标人拥有对中标人项目总负责人及实施人员提出调整要求的权利，如招标人认为中标人项目总负责人或实施人员能力与本项目实施的要求不符合，则招标人有权要求中标人更换相关人员，中标人应当派遣胜任的人员在收到招标人更换要求后 3 日内到场。未经招标人书面认可，中标方擅自更换咨询团队成员的招标人有权追究其违约责任。

序号	职位	数量	要求
1	总负责	1	8 年以上同岗位工作经历
2	策划经理	1	5 年以上同岗位工作经历
3	文案策划	1	3 年以上同岗位工作经历
4	AE	1	3 年以上同岗位工作经历
5	美术指导	1	5 年以上同岗位工作经历
6	设计	1	3 年以上同岗位工作经历

### 四、合同履行期限：

叁年，合同一年一签，服务期开始时间以招标人通知为准。一年合同期满后经招标人考核同意续签后签下一年合同，服务期限总累计不得超过叁年；考核不合格的，终止合同不再续签。

### 五、承包方式：

固定综合单价

### 六、报价要求：

本项目投标报价为固定综合单价，投标报价为投标人在投标文件中提出的各项支付金额的总和。其报价应包括但不限于服务费（包括但不限于所有服务人员的基本工资、岗位津贴、福利及社保、餐补、培训、交通、住宿、驻场费、车旅费等等）、资料费、方案设计费、市场调研费及其他附加费用、企业利润、管理费、税金、应承担的风险、版权归属等以及政策性文件规定等各项应有费用，以及为完成招标文件规定的工作所涉及的一切相关费用。

## 七、付款方式：

招标人按季度支付服务费，经招标人确认后每季度次月支付上一季度服务费用。

## 八、项目预算金额、最高限价：

项目预算金额：人民币 6 万元/月，人民币 72 万元/年，216 万元三年。

项目最高限价：人民币 6 万元/月，人民币 72 万元/年，216 万元三年，投标人的每月报价、每年报价、三年报价均不得高于对应最高限价，否则作为无效投标处理。

## 第四章 合同条款及格式

合同编号：

# 服务采购合同

项目编号：

项目名称：

委托方（以下简称甲方）：

受托方（以下简称乙方）：

签订地：

签订日期： 年 月

**委托方（以下简称甲方）：**

**受托方（以下简称乙方）：**

就甲方委托（非独家）乙方进行营销企划服务事宜，甲乙双方经过友好协商，根据《中华人民共和国民法典》等相关法规，在自愿、平等和协商一致的基础上，就如下合同内容达成共识，共同遵守。

## **一、合同目的：**

本合同目的在于明确合同双方在丰臣南郡项目营销企划服务项目（以下简称“本项目”）本项目为丰臣南郡项目营销企划服务，主要内容包括但不限于项目定位策划、品牌识别系统建立与设计、项目总体战略与策略策划、阶段营销推广方案设计、营销推广的媒体整合策划、户外包装设计、项目样板区开放营销推广工作策划、常州市场情况提供、驻场服务等所有服务。

## **二、项目概况如下：**

- 1.1 项目名称：丰臣南郡项目营销企划服务项目
- 1.2 项目位置：
- 1.3 项目规模：
- 1.4 项目业态：

## **三、服务内容：**

**乙方为甲方提供本项目营销企划服务范围包括以下内容：**

- 1、项目定位策划
  - 1.1 区域市场的政策动态、历史回顾和趋势分析
  - 1.2 竞争对手分析
  - 1.3 产品形象推广方向和客群定位
  - 1.4 项目价值点的梳理和挖掘
  - 1.5 销售推盘及销售策略建议
- 2、品牌识别系统建立与设计
  - 2.1 案名及分案名创意
  - 2.2 项目推广主题语的确定
  - 2.3 项目 LOGO 及 VI 识别系统
  - 2.4 现场包装设计：包括现场户外看板、条幅、海报、拉网展架、销售物料设计等
  - 2.5 媒介宣传包装设计

- 2.6 楼书设计（含单张、折页等）
- 2.7 网络广告设计
- 2.8 其他印刷品设计
- 2.9 导示系统设计
- 2.10 媒体广告创意设计工作
- 2.11 项目公司其他设计内容
- 3、项目总体战略与策略策划
  - 3.1 推广契入时机
  - 3.2 整合推广策略
  - 3.3 媒体策略与事件营销
  - 3.4 营销推广的阶段性活动策划思路
  - 3.5 销售策略与计划控制：包括产品价格策略、销售节奏及进度安排等
- 4、阶段营销推广方案
  - 4.1 第一阶段：项目预热期营销推广工作（开盘前）
  - 4.2 第二阶段：项目开盘期营销推广工作（开盘阶段）
  - 4.3 第三阶段：项目持续销售期营销推广工作（持续期）
- 5、营销推广的媒体整合策划
  - 5.1 广告推进与项目进度的协调匹配计划
  - 5.2 媒体的选择组合
  - 5.3 媒体投放预算表
  - 5.4 软性新闻报道撰写
  - 5.5 投放频率建议
  - 5.6 项目后续形象推进与巩固宣传
- 6、户外包装
  - 6.1 大型广告看板的设计及其它设计（如道路牌、道路挂旗等）
  - 6.2 横幅、竖幅的设计
  - 6.3 工地（园区）指示系统的设计（如欢迎牌、看楼专车、工地指示牌、停车场指示牌等）
- 7、项目样板区开放营销推广工作
  - 7.1 项目样板区样板房开放推广方案
  - 7.2 以图文为主的折页文案及设计方案

7.3 展示销售期广告投放频率与计划

7.4 相关广告设计

8、常州市场情况提供

8.1 常州市场踩盘调查

8.2 常州市场周度周报（含竞品项目来访、成交、客群、优惠、广告推广等监督）

8.3 常州市场月度月报（含竞品项目广告推广监督）

8.4 常州市场年度年报

9、驻场服务

9.1 根据项目节点铺排，大型节点前不低于5个工作日文案、设计驻场。

#### 四、团队配置：

乙方人员配置详见附件人员配置表。

乙方应认真执行甲方的推广，为甲方提供优质服务，因项目总负责人及实施人员能力不足、调岗、离职等原因而导致对项目产生的影响由乙方负责。如需要调整项目总负责人及实施人员，甲方必须至少提前10个工作日书面通知乙方，并提供相应技能的替代人员（替代人员的资质等不得低于原人员），经甲方书面认可，做好交接工作后方可离开项目，否则甲方可认为乙方人员无故缺勤。实施过程中，乙方必须对其雇员的行为、错误或失职负责，并承担相关责任。甲方拥有对乙方项目总负责人及实施人员提出调整要求的权利，如甲方认为乙方项目总负责人或实施人员能力与本项目实施的要求不符合，则甲方有权要求乙方更换相关人员，乙方应当派遣胜任的人员在收到甲方更换要求后3日内到场。未经甲方书面认可，乙方擅自更换咨询团队成员的甲方有权追究其违约责任。

#### 五、合同履行期限：

叁年，合同一年一签，合同总期限从2024年 月 日至2027年 月 日，服务期开始时间以甲方通知为准。

一年合同期满后经甲方考核同意续签后签下一年合同，服务期限总累计不得超过叁年；考核不合格的，终止合同不再续签。

#### 六、合同费用及支付：

1. 本合同固定单价，暂定合同含税单价： 元/月（大写： /月）；暂定合同含税总价： 元（大写： 元）。其中增值税税率为： %

本项目投标报价为固定综合单价，投标报价为投标人在投标文件中提出的各项支付金额的总和。其报价应包括但不限于服务费（包含但不限于所有服务人员的基本工资、岗位津贴、福利及社保、餐补、培训、交通、住宿、驻场费、车旅费等等）、资料费、方案设计费、市场调研费及其他附加费用、企业利润、管理费、税金、应承担的风险、版权归属等以及政策性文件规定等各项应有费用，以及为完成招标文件规定的工作所涉及的一切相关费用。

2. 服务未满一个月的，按照月费同比例折算。

3. 在每月结束后，由甲方对乙方工作进行考评，实行相应奖惩。

如月度考核均分在 80 分及以上则全额支付，在 70（含）-80（不含）分支付 90%服务费，在 60（含）-70（不含）分支付 80%服务费，在 60（不含）分以下支付 50%服务费；连续 3 次 60（不含）分以下，甲方有权解除合同。月度考核表详见附件。

4. 乙方与甲方确定服务费用后，按甲方要求开具增值税发票凭票向甲方申请付款。按照中国现行税法规定的税费由乙方自行承担。

5. 乙方按节点完成收取合同款时，向甲方开具增值税专用发票，增值税税率为 %，甲方凭乙方提供的增值税专用发票支付相应合同款，如乙方未按约定提供合法、有效、完整、准确的增值税专用发票，甲方有权迟延支付应付款项直至对方开具合格增值税发票，甲方不承担任何违约责任，乙方的各项合同义务仍应按合同约定履行。

乙方须在开具增值税专用发票之日起 15 天内将增值税专用发票送达甲方，甲方签收增值税专用发票的日期为增值税专用发票的送达或签收日期。乙方开具的增值税专用发票不合格的，应在接到甲方要求后的 15 天内重新开具合格的增值税专用发票并送达甲方，乙方自行承担相关费用。

6. 支付方式：合同期内服务费按季度支付，经甲方确认后每季度次月支付上一季度服务费用。

## 七、甲方责任：

1. 配合乙方做好服务，甲方有权对乙方服务情况进行监督和审查，所有的服务项目均需甲方书面确认后方可执行；

2. 甲方应及时向乙方免费提供双方一致同意的本项目实施所必要的的数据信息或其他信息和资源。

## 八、乙方责任：

1. 乙方应按照甲方要求及时修改、完善设计及方案；

2. 乙方必须严格按约定执行甲方委托的各项内容，乙方应按本协议的约定项目定位策划、品牌识别系统建立与设计、项目总体战略与策略策划、阶段营销推广方案设计、营销推广的媒体整合策划、户外包装设计、项目样板区开放营销推广工作策划、常州市场情况提供、驻场服务等所有服务。

3. 乙方应根据甲方要求及时完成项目的服务，如无正当理由延期的，每延期一日乙方应按合同总价款的 1%向甲方支付违约金；

4. 如因乙方提供的服务如违反中华人民共和国法律法规，致使甲方受到相关部门的行政处罚，或造成他人损害构成侵权以致甲方承担侵权赔偿责任的，乙方应赔偿甲方的损失（包括但不限于行政罚款、损失赔偿、鉴定费、诉讼费、仲裁费、律师费、利息、滞纳金等费用）。

5. 乙方指定的工作人员的一切劳务或者劳动关系均与乙方发生，由乙方独自对前述人员进

行负责,并独自承担包括但不限于前述相关工作人员在为甲方提供服务过程中的一切法律风险及意外风险,由此产生的一切法律纠纷与甲方无关。

## 九、赔偿:

1. 若甲方提供的广告的内容或被投放或即将被投放的广告内容中涉及的甲方的产品或服务对他人构成侵权或违反法律的,则乙方有权对前述甲方提供的有关对他人构成侵权或违反法律法规等要求的广告内容拒绝投放,并有责任提醒甲方进行更正。

2. 如因乙方的服务或因服务产生的产品对本合同外的第三方造成侵权的,第三方向甲方主张权益,造成甲方损失的,则乙方赔偿甲方因此产生的损失。

3. 如因乙方未尽到谨慎合理的审查义务,导致服务内容出现错误,包括但不限于文字错误、尺寸偏差、印刷错误、喷绘错误等,则重新制作或修改营销物料的费用由乙方承担。

## 十、知识产权归属:

1. 由乙方履行本合同所提出的项目定位策划、品牌识别系统建立与设计、项目总体战略与策略策划、阶段营销推广方案设计、营销推广的媒体整合策划、户外包装设计、项目样板区开放营销推广工作策划、常州市场情况提供、驻场服务等其他项目或资料的所有权(包括但不限于版权等知识产权)均属于甲方所有,除非乙方对上述项目或资料亦不拥有版权。对于乙方不拥有版权的项目或资料,如对其版权之使用有任何限制,乙方应在对其进行使用前书面告知甲方。

2. 因本合同目的而涉及的商标权、著作权、专利权、肖像权等第三方法律权利,概由乙方负责取得,并由乙方承担由此发生的一切法律责任。乙方应就第三方法律权利的取得向甲方作出说明。甲方如认为必要,可要求乙方出示取得有关第三方法律权利的的证明。

3. 权利瑕疵担保条款:乙方应保证其向甲方提交的成果(包括阶段性和最终性成果)及乙方为实现该成果所使用的必要方法不侵犯第三人的合法权益。甲方因使用乙方提交的成果被第三人指控侵权、提出异议或权利主张的,乙方应当积极协助解决,并按本合同约定承担违约责任。

## 十一、保密要求:

1. 乙方因签订、履行本协议而获悉甲方的所有资料和信息,包括但不限于公司制度、管理流程、房地产项目开发信息、财务信息、客户信息、产品策略、营销方案、定价政策、招投标文件、合同、函件、图纸、会议纪要、甲方掌握的竞争对手信息与行业信息等技术、商业和经营管理等信息,以及虽属于第三方但甲方负有保密义务的技术、商业和经营管理等信息,除非在公众能通过合法途径公开获取,或者甲方在特定书面声明属于公开信息或非保密信息,否则均当然地属于甲方的保密信息;

2. 乙方履行本协议而完成的工作成果,知识产权归甲方所有,亦属于甲方的保密信息;



3. 在本协议期限内以及合同终止后，乙方对所知悉的上述信息负有保密义务应本着谨慎、诚实的态度，采取必要、合理的措施，防止信息扩散。除非经过甲方事先书面同意，乙方不得向本项目无关的第三方泄露，也不得在本协议业务范围之外的任何目的使用；

4. 若乙方违反上述条例，甲方有权立即解除本合同，乙方并需按本协议约定承担违约责任。乙方上述保密义务的期限，从乙方知悉该资料或信息之日起，直至公众可通过合法途径获得、知悉相关资料、信息之日止。

## 十二、乙方的责任限制：

因非乙方过错和过失所产生的损失，乙方均不承担，本合同另有约定的除外，但乙方应配合协调工作。如因乙方向甲方提供服务的第三方过错和过失所产生的损失，甲方有权要求乙方承担赔偿责任。

## 十三、转让条款：

未经甲方事先书面许可，乙方不得向第三方或其关联企业转让或分包本合同项下的任何工作及相关权利、义务。

## 十四、违约责任：

1. 除本协议另有约定外，乙方违反本协议任何约定，经甲方提出后3个工作日内仍未改正的，每次应向甲方支付违约金\_\_\_\_\_元/次，并且甲方可书面通知乙方解除本合同；甲方因此遭受损失的，乙方除依本条支付违约金外还应按实际损失进行赔偿：

2. 守约方主张债权产生的费用（包括但不限于诉讼费、仲裁费、律师费、保全费、保全担保费、执行费等）全部由违约方承担。

3. 因项目总负责人及实施人员能力不足、调岗、离职等原因而导致对项目产生的影响由乙方负责。如需要调整项目总负责人及实施人员，乙方必须提前 10 个工作日书面通知甲方，并提供相应技能的替代人员（替代人员的资质等不得低于原人员），经甲方书面认可，做好交接工作后方可离开项目，否则甲方可认为乙方人员无故缺勤，应向甲方支付违约金\_\_\_\_\_元/人/次。

4. 实施过程中，乙方必须对其雇员的行为、错误或失职负责，并承担相关责任。甲方拥有对乙方项目总负责人及实施人员提出调整要求的权利，如甲方认为乙方项目总负责人或实施人员能力与本项目实施的要求不符合，则甲方有权要求乙方更换相关人员，乙方应当派遣胜任的人员在收到甲方更换要求后 3 日内到场。未经甲方书面认可，乙方擅自更换咨询团队成员的甲方有权追究其违约责任，并向甲方支付违约金\_\_\_\_\_元/人/次。

## 十五、合同的解除和终止：

1. 若遇甲方项目的停建或延建，经甲方书面通知后本合同解除，甲方根据乙方实际工作量结算并支付乙方相应的费用，双方互不承担违约责任。

2. 甲方根据公司实际经营需要，经事先以书面方式通知乙方，有权取消本合同项下的服务内容，该等情况不视为甲方违约，甲方根据乙方的实际工作量结算服务费，除此以外，甲方不承担其他任何责任。

3. 本合同签订后、尚未履行前，若甲方发现乙方同时存在 3 起及以上作为被执行人的案件，或者乙方被列入限制高消费名单，或者乙方作为被执行人的单个案件金额超过本合同金额的 10%，均视为乙方不具备继续履行本合同义务的能力，甲方有权单方解除本合同。若本合同已履行后发现乙方存在上述任何一种情形，甲方有权要求乙方缴纳不低于合同金额 30% 的履约保证金，若乙方在合理期限内不能化解债务，则甲方有权单方面解除本合同，对于乙方已经服务部分，由甲方委托第三方机构进行审计，审计费用由乙方承担，从甲方应付乙方服务款中扣除。若不存在应付服务款，则由乙方直接支付审计费用给第三方；若乙方不予配合，则视为对之前服务的工作量予以放弃。

#### 十六、不可抗力：

1. 如果因为超出一方合理控制的事件的发生且该方于本合同签署之时不可能预知，该等事件的发生且是不能避免并不能克服该等事件或其结果，致使该方不能履行其于本合同项下的义务，则该方的延迟或未履行其于本合同项下的义务的行为应予免责。不可抗力事件包括但不限于：战争、火灾、洪水、地震、风暴、潮水或其他自然灾害以及本协议双方不可预见、不可避免并不能克服的其他因素和事件。

2. 本合同任何一方因不可抗力不能履行本合同规定的全部或部分义务，该方应在 24 小时内通知合同另一方，并须在不可抗力发生后 10 个工作日内以书面形式向对方提供详细情况报告、不可抗力对履行本合同的影响程度的说明及由权威机构签署的有效证明文件。发生不可抗力事件，本合同任何一方均不对因不可抗力无法履行或迟延履行本合同义务而使对方蒙受的任何损失承担责任。但遭受不可抗力影响的一方有责任尽可能及时采取适当或必要措施减少或消除不可抗力的影响。

3、在不可抗力事件发生后，在乙方没有恢复至正常状态的前提下，甲方有权通知乙方后选择其他服务商提供本合同项下的服务。如果不可抗力事件已持续 1 个月，合同任何一方有权通过书面形式告知另一方终止本合同或本合同的部分条款。

#### 十七、通知与送达：

1. 本合同中载明的地址为双方约定的地址。以专人送达方式发出的任何通知，在有关一方的该地址面交时视为已送达；以邮寄方式发出的任何通知，在寄出后 2 日视为已送达（非通知方原因导致的拒收、拒签、退件、第三方代收均视为送达）；发出的短信/传真/电子邮件，自前述电子文件内容在发送方正确填写地址并发送至接收方送达地址当日视为送达。

2. 本合同项下司法文书的送达地址亦为本合同中的地址，该地址可以用于收取各类诉讼、仲裁等司法文书，按照该地址送达的，视为签收，受送达人拒收的，不影响送达效力。本合同任何一方可提前 15 个工作日通知另一方变更其地址，变更生效时间为通知中指明的变更日期，如通知中没有指明变更日期或指明的日期早于通知送达日，则变更生效时间为通知送达日。如一方变更地址未通知另一方的，原约定地址仍为有效送达地址。

3. 双方通知与送达地址如下：

甲方名称：

送达地址：

指定联系人：

联系电话：

邮箱：

传真：

乙方名称：

送达地址：

指定联系人：

联系电话：

邮箱：

传真：

#### 十八、争议的解决：

1. 如甲、乙双方发生纠纷，应通过友好协商解决。如一方违约，应当承担违约责任。

2. 如甲、乙双方发生纠纷且无法友好协商解决，任何一方均有权向常州仲裁委员会提请仲裁。

#### 十九、合同的生效：

1. 本合同自双方法定代表人或授权委托人签署并加盖公章后生效。

2. 本合同附件作为合同中对乙方工作要求、服务内容、工作进度、人员配备等方面的详细阐述，是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。

#### 二十、其他：

1. 本合同任何未尽事宜，双方可进行进一步的协商，达成补充协议。该等补充协议构成本合同不可分割的一部分，具有同等法律效力。

2. 本合同正本一式陆份，甲方持肆份，乙方贰份，每份具有同等法律效力。

3. 本合同附件为本合同的重要组成部分，具体如下：

甲方：

乙方：

法定代表人/授权代表：

法定代表人/授权代表：

签约日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日 签约日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 附件 1:

项目营销企划服务月度考核表				
公司名称:				年 月
序号	重点	目标和要求	分值	考核 打分
1	推广计划及营销媒体费用预算 (20分)	推广方案与销售策略、营销节点紧密结合, 并有清晰的推广计划和明确的广告主题。	10	
		营销媒体费用控制合理, 媒体选择具有指向性, 符合项目定位和项目客群, 以最优的媒介组合实现媒体效应最大化。	10	
2	广告表现 (20分)	广告物料文案组织表现优良, 能切中项目实质卖点, 展现项目形象, 能以出新、创意的诉求, 与客户产生共鸣。	7	
		广告物料平面设计优良, 项目 VI 体系完整, 通过合理的用色和构图, 注重细节处理, 塑造项目良好形象, 能以出新、创意的表达, 展示楼盘最优秀一面。	7	
		广告能与媒体实际工艺、材质、位置等情况相结合, 要对广告制作过程实施监控, 实现广告的制作优良和广告效果最大化。	6	
3	活动策划及组织实施 (15分)	通过活动举办, 实现项目良好营销效果。方案要结合销售策略, 能有助于项目形象展示, 客户积蓄及项目销售的推动。	7	
		在方案策略提出, 与活动公司的对接, 前期的活动组织落实, 活动实施过程中的把控, 活动举办后的效果反馈中, 发挥企划公司应有的作用。	8	
4	项目服务配合及推进 (22分)	按质、按量、按时完成甲方布置的工作, 能按时参加项目工作会议, 上报计划、总结等	10	
		服务团队保持稳定, 对接人员积极主动和开发商进行对接, 积极沟通, 促进项目营销推广工作开展。	4	
		积极对接宣传物料的制作厂商, 对宣传物料、销售道具等宣传推广成品的品质、制作实施监控, 确保出街的广告稿、宣传物料的质量。	4	
		在项目运作过程中, 能提供更好的项目推广思路和方案, 给项目销售带来的很好的促进作用。	4	
5	广告推广效果评估 (18分)	广告发布、活动推广有效地促进项目来人、来电数的增加	9	
		广告发布、活动推广塑造了项目高端形象, 提升了项目价值, 促进客户认同	5	
		非常规的推广方式, 带给市场耳目一新的新闻点, 大大促进传媒对项目的关注与宣传报道	4	

6	自媒体运营 (5分)	项目自媒体的基础运营工作，能够按时、高质量输出成果文件	5	
小计			100	
综合得分				

附件 2:

合同履行评价表

合同编号:						
供应商名称						
基本情况	服务名称				服务内容	
	服务项目					
	管理事项					
	招标		合同		与本项目合作次数	
服务项目及地产开发公司营销部评价	1、工作推进及时性	<input type="checkbox"/> 提前 <input type="checkbox"/> 准时 <input type="checkbox"/> 稍有延误 <input type="checkbox"/> 严重延误				
	2、管理人员专业水平	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	3、策略专业能力水平	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	4、文案专业能力水平	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	5、设计专业能力水平	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	6、AE专业能力水平	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	7、工作主动程度	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	8、日常工作配合度	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	9、策略创新能力	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	10、团队服务意识	<input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差				
	综合意见: <input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差    评价人员签名:					

地产开发 公司成本 部评价	1、 恶意索赔	<input type="checkbox"/> 时常	<input type="checkbox"/> 偶尔	<input type="checkbox"/> 没有
	2、 结算资料及时性	<input type="checkbox"/> 及时	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 不及时
	3、 结算资料真实性	<input type="checkbox"/> 真实	<input type="checkbox"/> 少量无效的	<input type="checkbox"/> 大量无效的
	4、 结算配合态度	<input type="checkbox"/> 良好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 较差
综合意见： <input type="checkbox"/> 好 <input type="checkbox"/> 较好 <input type="checkbox"/> 一般 <input type="checkbox"/> 较差 评价人员签名：				
下次拟合作项目				
公司总经理意见： <input type="checkbox"/> 同意续签 <input type="checkbox"/> 暂不续签 <input type="checkbox"/> 不合格 签名：				

注：“好”表示认同；“较好”表示基本认同；“一般”表示基本满足公司的要求；“差”表示不认同。



# 第五章 评标方法与评标标准

## 一、评标方法与定标原则

本项目采用综合评分法，由评标委员会对所有有效投标进行详细的评分，采用百分制计分方法。评标时，评标委员会各成员遵循公平、公正、择优原则，独立对每个有效投标人的标书进行评价、打分，各个投标人的评审后最终得分为汇总计算所有评委所评定分值的平均值（保留2位小数）。

评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，以项目方案得分高的为第一中标候选人，上述均相同的按现场抽签确定第一中标候选人。

投标文件满足招标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投标人为排名第一的中标候选人。

## 二、评标标准

评分项	评审内容
<b>一、报价部分（40分）</b>	
投标报价	若有效投标文件<7家时，以有效投标文件投标报价的算术平均值为评标基准价，若7≤有效投标文件<10家时，去掉其中的1个最高价和1个最低价后取算术平均值为评标基准价；若有效投标文件≥10家时，去掉其中的2个最高价和2个最低价后取算术平均值为评标基准价。投标报价等于评标基准价的得满分；偏离评标基准价的，每高于评标基准价1%扣0.9分，每低于评标基准价1%扣0.6分。偏离不足1%的，按插入法计算得分，评分计算过程中的偏离率和分值计算结果均保留两位小数，第三位四舍五入。
<b>二、企业实力（20分）</b>	
业绩案例 (15分)	投标人近3年内（自开标之日起往前推算，以合同签订日期为准）完成过类似营销企划服务项目业绩，每有一份得3分，本项最高得15分，同一单位不重复得分。 注：（投标文件中提供合同和与合同一一对应的付款凭证（银行进账回单等）和与付款凭证对应的发票，材料加盖投标人公章，合同不能体现服务期限的，需提供委托单位出具的盖章证明件，合同原件评审现场核查，否则不

	得分)。
项目负责人业绩 (5分)	<p>项目负责人近3年内(自开标之日起往前推算,以合同签订日期为准)完成过类似营销企划服务项目业绩,每有一份得2分,本项最高得5分,同一单位不重复得分。</p> <p>注:</p> <p>1、投标文件中提供合同复印件(须明确项目负责人),并加盖供应商公章,否则不得分。</p> <p>2、企业业绩与项目负责人业绩为同一项目的可重复得分。</p> <p>3、合同中需体现项目负责人名字,如无体现,需提供业主方的证明材料。</p>
<b>三、项目方案 (40分)</b>	
项目方案 (20分)	<p><b>1. 项目定位策划方案:</b> 整体项目定位服务方案结构完整,区域划分清楚,能够清晰体现项目定位。内容完善,针对性强的得5分,内容较完善,有针对性的得3分,内容一般,针对性较差的得1分,未提供相关内容的不得分。</p> <p><b>2. 品牌识别系统建立与设计方案:</b> 品牌识别度方案,创意新颖,能够清晰体现主题概念。内容完善,针对性强的得5分,内容较完善,有针对性的得3分,内容一般,针对性较差的得1分,未提供相关内容的不得分。</p> <p><b>3. 项目总体战略与策略策划方案:</b> 推广契入时机方案明确,阶段性活动策划清晰,进度安排详细完善。内容完善,针对性强的得5分,内容较完善,有针对性的得3分,内容一般,针对性较差的得1分,未提供相关内容的不得分。</p> <p><b>4. 营销推广的媒体整合策划方案:</b> 广告推进与项目进度的方案协调,投放的频率、费用清单、宣传报道方案完善。内容完善,针对性强的得5分,内容较完善,有针对性的得3分,内容一般,针对性较差的得1分,未提供相关内容的不得分。</p>
现场方案提报 (20分)	<p>投标人根据本项目实际情况进行现场方案提报,内容包括:</p> <p><b>1、项目定位策划 (5分)</b></p> <p>1.1 区域市场的政策动态、历史回顾和趋势分析</p> <p>1.2 竞争对手分析</p> <p>1.3 产品形象推广方向和客群定位</p> <p>1.4 项目价值点的梳理和挖掘</p> <p>1.5 销售推盘及销售策略建议</p> <p>(内容完善,针对性强的得5分,内容较完善,有针对性的得3分,内容一般,</p>

	<p>针对性较差的得1分，未提供相关内容提报的不得分。)</p> <p><b>2、品牌识别系统建立与设计（5分）</b></p> <p>2.1案名及分案名创意</p> <p>2.2项目推广主题语的确定</p> <p>2.3项目 LOGO 及 VI 识别系统</p> <p>（内容完善，针对性强的得5分，内容较完善，有针对性的得3分，内容一般，针对性较差的得1分，未提供相关内容提报的不得分。)</p> <p><b>3、项目总体战略与策略策划（5分）</b></p> <p>3.1推广契入时机</p> <p>3.2整合推广策略</p> <p>3.3媒体策略与事件营销</p> <p>3.4营销推广的阶段性活动策划思路</p> <p>3.5销售策略与计划控制：包括产品价格策略、销售节奏及进度安排等</p> <p>（内容完善，针对性强的得5分，内容较完善，有针对性的得3分，内容一般，针对性较差的得1分，未提供相关内容提报的不得分。)</p> <p><b>4、营销推广的媒体整合策划（5分）</b></p> <p>4.1广告推进与项目进度的协调匹配计划</p> <p>4.2媒体的选择组合</p> <p>（内容完善，针对性强的得5分，内容较完善，有针对性的得3分，内容一般，针对性较差的得1分，未提供相关内容的不得分。)</p> <p><b>注：投标人现场提报方案，时间每单位不超过30分钟，投标文件中提供投标人为提报人员缴纳的连续三个月（2024年5月-2024年7月）社保证明材料，否则不具备现场提报资格，投标人自备电脑等提报设备。</b></p>
--	--

**注意事项：**1、评标标准中涉及的相关证明文件，除了按照要求在投标文件中提供相关文件的复印件（加盖公章），如有要求原件评审现场核查的，投标人应在投标文件接收截止时间前随同投标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，请投标人按评分表样式，逐条列出证明材料所在页码，格式自定。

3、投标文件中所有评审相关的承诺都在中标后写入合同。

## 第六章 投标文件格式

# 投 标 文 件

项 目 名 称：

项 目 编 号：

投标人名称（公章）：

投标人法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

投标人地址：

日期：

# 投标文件目录

## （一）实质性资格证明文件

- ★1、投标人资格声明函（格式详见附件）
- ★2、法定代表人资格证明书（格式详见附件）
- ★3、授权委托书（如有授权必须提供，格式详见附件）
- ★4、投标函（格式详见附件）
- ★5、投标人基本情况表（格式详见附件）
- ★6、工商营业执照副本复印件（三证合一）

## （二）报价及商务部分文件

- ★1、开标一览表（格式详见附件）
- ★2、偏离表（格式详见附件）
- ★3、项目组人员清单（格式详见附件）
- 4、项目方案（自行提供）

## （三）技术部分文件

投标人认为可以证明其能力的其他材料

（四）招标文件要求投标人提供的和投标人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★材料必须在投标文件中提供，否则将作为无效投标文件处理；

2、提供复印件的须加盖投标人公章，且复印件内容应清晰可辨，必要时评标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，投标人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:

## 投标人资格声明函

致：常州星港置业有限公司、常州中宇建设工程管理有限公司

按照招标文件的规定，我单位郑重声明如下：

一、我单位是按照中华人民共和国法律规定登记注册的，注册地点为\_\_\_\_\_，全称为\_\_\_\_\_，统一社会信用代码为\_\_\_\_\_，法定代表人（单位负责人）为\_\_\_\_\_，具有独立承担民事责任的能力（如属于分公司经总公司授权参与项目，由总公司承担民事责任的，需提供总公司项目授权书）。

二、我单位具有良好的商业信誉（指投标人经营状况良好，无本资格声明第十条情形）和健全的财务会计制度。

三、我单位依法进行纳税和社会保险申报并实际履行了义务。

四、我单位具有履行本项目采购合同所必需的设备和专业技术能力，并具有履行合同的良好记录。为履行本项采购合同我单位具备如下主要设备和主要专业技术能力：

主要设备有：

主要专业技术能力有：

五、我单位在参加采购项目政府采购活动前三年内，在经营活动中，未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。其中较大数额罚款是指：达到处罚地行政处罚听证范围中“较大数额罚款”标准的；法律、法规、规章、国务院有关行政主管部门对“较大数额罚款”标准另有规定的，从其规定。（供应商如在参加政府采购活动前 3 年内因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，期限届满的，可以参加政府采购活动。）

六、我单位具备法律、行政法规规定的其他条件。

七、与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他单位信息如下（如无此情形的，填写“无”）：

1、与我单位的法定代表人（单位负责人）为同一人的其他单位如下：

2、我单位直接控股的其他单位如下：

3、与我单位存在管理关系的其他单位如下：

八、我单位不属于为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的

投标人。

九、我单位无以下不良信用记录情形：

1、在“信用中国”、中国执行信息公开网被列入失信被执行人、被执行人、重大税收违法案件当事人名单、严重失信行为记录名单；

我单位保证上述声明的事项都是真实的，如有虚假，我单位愿意承担相应的法律责任，并承担因此所造成的一切损失。

投标人：（加盖公章）

法定代表人（或单位负责人）签字或盖章：

日期： 年 月 日

附件 2:

## 法定代表人资格证明书

单位名称:

地址:

姓名: 性别: 年龄: 职务:

系(投标单位名称)的法定代表人。为参与(项目名称:丰臣南郡项目营销企划服务)(项目编号:ZYJS-SG2024077)的公开招标采购活动,签署、澄清确认、递交、撤回、修改上述项目的投标文件、进行合同谈判、签署合同和处理与之有关的一切事务。

特此证明。

附:法定代表人(单位负责人)有效期内的身份证正反面电子件。

--	--

投标人:(加盖公章)

法定代表人签字、签章或印鉴:

日期: 年 月 日

说明:

1. 若投标人为事业单位或其他组织或分支机构(仅当招标文件注明允许分支机构投标的),则法定代表人(单位负责人)处的签署人可为单位负责人。
2. 投标人为自然人的情形,可不提供本《法定代表人资格证明书》。



附件 3:

## 授权委托书

本授权委托书声明: \_\_\_\_\_ (投标人名称) 授权 \_\_\_\_\_ (被授权人的姓名) 为我方就 (项目名称: 丰臣南郡项目营销企划服务) (项目编号: ZYJS-SG2024077) 投标活动的合法代理人, 以本公司名义全权处理一切与该项目投标有关的事务, 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期与代理人的代理期限一致。

特此声明。

投标人 (盖章):

法定代表人 (单位负责人) (签字或盖章):

附: 代理人有效期内的身份证正反面电子件。

--	--

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

说明:

1. 若投标人为事业单位或其他组织或分支机构 (仅当招标文件注明允许分支机构投标的), 则法定代表人 (单位负责人) 处的签署人可为单位负责人。
2. 投标人为法定代表人参加投标的情形, 可不提供本《授权委托书》。

附件 4:

## 投标函

致：常州星港置业有限公司、常州中宇建设工程管理有限公司

我方参加你方就项目名称：（项目名称：丰臣南郡项目营销企划服务）（项目编号：ZYJS-SG2024077）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起 90 个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方中标，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）：\_\_\_\_\_。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址\_\_\_\_\_

传真\_\_\_\_\_

电话\_\_\_\_\_

电子函件\_\_\_\_\_

投标人名称（加盖公章）\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件 5:

## 投标人基本情况表

投标人（盖章）：

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电话		
	传真			网址		
组织机构代码						
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间						
企业资质等级						
增项资质						
营业执照注册号						
注册资本						
开户银行						
账户账号						
经营范围						
备注						

附件 6:

## 开标一览表

项目名称: 丰臣南郡项目营销企划服务

项目编号: ZYJS-SG2024077

投标报价			
大写:	元/月	小写:	元/月
大写:	元/年	小写:	元/年
大写:	元三年	小写:	元三年

投标人 (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、报价一览表必须加盖投标人公章, 由法定代表人或授权代理人签字或盖章 (复印件无效)。

2、每月、每年报价一致, 否则作为无效投标处理。

附件 7:

## 偏 离 表 (商务和服务条款)

项目名称: 丰臣南郡项目营销企划服务

项目编号: ZYJS-SG2024077

投标人应对招标文件中规定的技术(如服务要求等)及商务条款部分(如服务期、付款方式等)给予充分的考虑。

1. 为了评审的需要,投标人对本项目要求服务条款中指标如有偏离,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要求,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投标文件中。

服务名称或商务条款类别	招标文件具体要求	服务具体响应内容	符合、正偏离或负偏离
投标人对本项目要求服务条款中指标如有偏离,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要求,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”。			

投标人(盖章):

法定代表人或授权代理人(签字或盖章):

年 月 日

注:行数不够,可自行添加。

附件 8:

## 项目组人员清单

项目名称：丰臣南郡项目营销企划服务

项目编号：ZYJS-SG2024077

名 称	姓 名	职 务	资 格 或 职 称	承 担 过 的 主 要 项 目
总负责				
策划经理				
文案策划				
AE				
美术指导				
设计				

注：提供团队主要人员工作简历。

# 友情提醒

投标人：

您好！

为了提高贵公司投标文件的有效性，减少不必要的废标，特友情提醒注意以下几点：

1、请谨记招标公告中的各项事宜时间节点，特别是投标时间和地点。投标人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。迟于投标文件递交截止时间的，采购代理机构将拒绝接收其投标文件。

2、投标保证金必须按招标公告规定的方式和时间缴至指定帐户**并到帐**（常州中宇财务室电话：0519-85782855），拒绝以其它方式缴纳，禁止第三方代缴保证金，

3、投标文件须按招标文件《第二章 投标人须知》及《第五章 投标文件格式》中相关要求装订、密封、标记、盖章和签署。所有投标文件密封口须加盖投标人公章、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，必要时评委会会有权要求提供原件或公证件进行核对。

4、若项目有要求进行信用查询的，投标人须按招标文件《第二章 投标人须知》及《第六章 投标文件格式》中关于投标人信用信息查询要求及时打印并在投标文件中提供相关材料，以免影响投标资格，请投标人务必注意。

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

6、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，以获取编制投标文件和签署合同所需的信息。

7、本项目设有预算价，详见招标文件《第二章 投标人须知》，投标报价超过采购控制价，招标人无法接受的，将作为无效投标。

8、请仔细审阅招标公告及招标文件，如有疑问，请按招标公告相关要求<sup>进行提疑</sup>。

我们也欢迎您对我们的招标组织工作提出宝贵意见。电话：0519-85785155

最后祝您投标成功！

**（全文完）**