**公开招标文件**

**项目编号：ZJYX-2025-01**

**项目名称：2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购）**

采购单位：浙江神仙居景区运营管理有限公司（盖章）

代理机构：浙江耀信工程咨询有限公司（盖章）

二〇二五年二月

目录

[第一部分 招标公告 2](#_Toc306901419)

[第二部分 采购需求](#_Toc306901436) 5

[第三部分 投标人须知](#_Toc306901444) 7

[第四部分 评标办法及评分标准](#_Toc306901457)19

[第五部分 合同主要条款](#_Toc306901461) 22

[第六部分 投标文件格式](#_Toc306901462) 28

**第一部分 公开招标公告**

|  |
| --- |
| 项目概况    2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购）的潜在投标人应在 线上获取 获取（下载）采购文件，并于2025年03月12日 09:00（北京时间）前递交（上传）响应文件。 |

**一、项目基本情况**

项目编号：ZJYX-2025-01

项目名称：2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购）

采购方式：公开招标

预算金额（元）：1500000

最高限价（元）：折扣率≤100%

采购需求：

标项名称：2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购）

数量：1

预算金额（元）：1500000

简要规格描述：详见招标文件采购需求

备注：

合同履约期限：详见招标文件采购需求

本项目（否）接受联合体投标。

**二、申请人的资格要求：**

（一）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条投标人应当具备的条件，浙财采监【2013】24号《关于规范政府采购投标人资格设定及资格审查的通知》第六条规定，以及未被“信用中国”（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（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；

（二）落实政府采购政策需满足的资格要求：无

（三）本项目的特定资格要求：具有腾讯授权的区域及行业服务商授牌证书。

**三、获取（下载）招标文件**

时间：/至2025年03月12日，每天上午00:00至12:00，下午12:00至23:59（北京时间，线上获取法定节假日均可，线下获取文件法定节假日除外）；

地点（网址）：通过“乐采云”平台（https://www.lecaiyun.com/）进行网上获取采购文件；

售价（元）：0

方式：供应商登录乐采云平台（https://www.lecaiyun.com）在线申请获取采购文件（进入“项目采购”应用，在获取采购文件菜单中选择项目，申请获取采购文件）。

**四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点**

1.提交投标文件截止时间：2025年03月12日09:00（北京时间）

2.投标地点（网址）：

（1）电子加密响应文件：在“乐采云”上传提交。“电子加密响应文件”成功上传提交后，投标人自行打印响应文件接收回执。

（2）备份响应文件：投标人自行确定是否提交。若提交请在响应文件截止时间前将备份响应文件打包压缩加密（未加密造成泄密的由投标人自行承担）后以电子邮件的形式发送至1032780068@qq.com，逾期发送的将被视为未提交。

3.开标时间：2025年03月12日09:00（北京时间）

4.地点（网址）：仙居县安洲街道炉兴中路16号3楼，在乐采云平台（https://www.lecaiyun.com/）上开启响应文件,同时邀请供应商在线参加开标。

**五、公告期限**

自本公告发布之日起5个工作日。

▲六、**投标保证金**

**1.投标保证金：人民币 3 万元。**

2.交付方式：转账、电汇、银行汇票。投标保证金必须以供应商名义从其账户汇入浙江耀信工程咨询有限公司仙居分公司账户，并注明项目名称，确保在投标响应文件提交截止时间前到账。

账户名称：浙江耀信工程咨询有限公司仙居分公司

开户银行：浙江泰隆商业银行台州仙居支行

账 号：33010170201000014652

**七、其他补充事宜**

1.供应商认为采购文件使自己的权益受到损害的，可以自获取采购文件之日或者采购文件公告期限届满之日（公告期限届满后获取采购文件的，以公告期限届满之日为准）起7个工作日内，以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑。质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级采购监督管理部门投诉。质疑函范本、投诉书范本请到浙江企业采购信息服务网在线下载模块中下载。

2.标前准备：各投标人应及时完成CA数字证书办理，拿到CA后在乐采云平台进行绑定。因未办理CA数字证书等原因造成无法投标或投标失败等后果由投标人自行承担。

3.本项目通过“乐采云平台”实行电子投标，电子交易具体流程详见操作指南：登录乐采云平台（www.lecaiyun.com），从首页-服务中心-帮助文档-项目采购-电子招投标，查看文档和视频。供应商在使用系统进行投标的过程中遇到涉及平台使用的任何问题，可致电政采云平台技术支持热线咨询，联系方式：400-881-7190。供应商应通过“乐采云平台”电子投标工具制作投标文件，电子投标工具请自行前往浙江企业采购信息服务网下载并安装（“乐采云电子交易客户端”下载网址：https://b.zhengcaiyun.cn/luban/category?parentId=550045&childrenCode=qicaiCategory17&utm=luban.luban-PC-39026.959-pc-websitegroup-navBar-front.8.c8789bc0520b11efb86dbfa49a87be0d），具体以浙江企业采购信息服务网最新网址为准。

4.投标文件解密时间：开标时间后供应商可以登录“乐采云平台”的“项目采购-开标评标”，用制作电子标书的CA锁对电子加密投标文件进行解密。若供应商在规定时间内投标文件无法解密，或解密失败且备份文件读取失败（含未提交），则投标无效。

5.本项目所有公告发布网站：浙江政府采购网（[http://zfcg.czt.zj.gov.cn](http://zfcg.czt.zj.gov.cn/)）。项目如有更正或澄清公告，请各供应商自行及时登录上述网站查看，采购代理机构不再作出书面通知。

6.中标结果公告发出后，采购监管部门如发现供应商出现投标硬件异常的，若查证后存在违法事实的，将取消该供应商的中标资格，剩余供应商达3家及以上的，由采购人决定是否按中标顺位替补；不足3家的，该项目作废标处理。

**八、对本次招标提出询问、质疑、投诉，请按以下方式联系**

1.采购人：浙江神仙居景区运营管理有限公司

项目联系人（询问）：顾巧璐

项目联系方式（询问）：13968548255

地址：仙居县

2.采购代理机构信息

名称：浙江耀信工程咨询有限公司

地址：仙居县安洲街道炉兴中路16号3楼

传真：/

  项目联系人（询问）：戴燕红

项目联系方式（询问）：13666451431、13362610537

3.同级采购监督管理部门

名  称： 仙居县国资工作中心

地  址： 仙居县南峰街道环城南路财政大楼

传  真： 0576-89375340

联 系 人： 徐女士

监督投诉电话：0576-87772238

**第二部分 采购需求**

**▲重要提示：**

**1、采购人保留调整数量和范围的权利，投标人自行考虑并承担风险费用。投标报价必须包括为完成该项目全部内容所需的一切人员工资、奖金、各种加班费、节假日补贴、夜餐费、各种社会保险、劳保福利、安全保险、食宿与交通、管理费用、税费、利润，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有工作开支、政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等各项全部费用并承担一切风险责任。在合同服务期间内不得违反国家相关政策规定。**

**2、中标单位在签订合同时，若坚持提出附加条件和不合理要求，中标资格将被取消，该中标投标人对由此产生的一切后果负责。**

**3、任务分配原则上采用择优选择法。30万元以下的任务由采购人在入围供应商中直接选择；30万元以上的任务，采购单位或根据对入围供应商综合评价的基础上择优选取（综合评价主要内容：完成时间要求、技术难度、各入围供应商的综合能力、工作表现等）或在入围供应商中进行二次竞价进行任务分配（二次竞价使用信封密封报价，只进行一轮竞价，竞价的报价不得高于合同签订价格，报价最低的获得任务分配，报价相同的则抽签决定）；采购人不保证各中标人具体承担的项目数量以及项目的资金规模情况，且采购人不承担向中标人公布或答询有关具体的划分标准及分配方法的义务。投标人应充分考虑经营风险，并尽可能提供优惠的价格和优质的服务，以提高自身的竞争力。**

**4、在合同期内，由采购人根据实际情况需要对服务单位进行任务分配。服务单位如多次出现服务质量不合格、响应速度较慢等情况，则其被分配的任务会大幅减少或取消其服务资格。入围供应商必须服从采购人的安排。**

## **一、采购项目一览表**

本次招标共 1 个标项，项目预算总金额为 150 万元，具体内容如下表：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **标项**  **序号** | **标项名称或内容** | **数量** | **单位** | **预算（万元）** | **备注** |
| 1 | 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） | 1 | 项 | 150 |  |

**二、项目概况**

本项目为2025年神仙居腾讯微信广告投放采购，具体内容为2025年配合宣传主题和营销活动，加大在腾讯微信朋友圈、订阅号、视频号的广告宣传。

**三、供应商入围数量：**

采购人拟选定若干家供应商，评标委员会按评审后的综合评分由高到低顺序推荐入围候选供应商。具体入围家数要求如下：

1、当最终有效供应商家数＞3家，则选取综合评分由高到低前3名的供应商入围；

2、当最终有效供应商家数=3家，则选取综合评分由高到低前2名的供应商入围；

3、如中间出现排名相同的则名次顺延（例如1、1、2）；如最后一名出现得分相同的，先以投标报价折扣率低者优先，若相同再以采购人抽签确定。如有入围供应商放弃入围资格，则排名在后的供应商按序往前推。

4、投标截止时间止及评审期间，如最终有效供应商家数＜3家时，则按废标处理，并重新组织采购。

**▲四、商务要求**

**1、服务期限：**自合同签订之日起至服务内容结束或合同金额消耗完毕。

2、**付款方式**

（1）合同签订后，采购人根据每期实际投放金额分阶段付款；

（2）付款后，中标供应商根据需求投放广告，并与每期广告投放后5个工作日内提供投放报告；

（3）每次付款前，中标供应商须开具正规合法的增值税专用发票提供给采购人。

**3、履约保证金**

（1）本项目履约保证金为2万元，可采用转账或采购人认可的方式缴纳；

（2）合同履行终止且所有义务已履行完毕后7个工作日内退还；

（3）中标供应商不能按期保质保量完成服务内容，除承担相关责任外，采购人可相应没收履约保证金。

**4、报价要求**

（1）本项目采用折扣率报价，折扣率≤100%为有效投标报价；

（2）合同价格按入围供应商的折扣率平均值确定结算价款，按实结算；

**（3）曝光单价与投放形式具体要求如下：**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **投放总额** | **投放方式** | **投放地区** | **最高千次曝光单价（元）** |
| 150万 | 竞价-视频/图片 | 上海、北京等核心城市 | 44 |
| 杭州、宁波、南京、苏州等重点城市 | 27 |
| 其他普通城市 | 17 |
| 排期-视频 | 上海、北京等核心城市 | 112 |
| 杭州、宁波、南京、苏州等重点城市 | 72 |
| 其他普通城市 | 39 |
| 排期-图片 | 上海、北京等核心城市 | 91 |
| 杭州、宁波、南京、苏州等重点城市 | 67 |
| 其他普通城市 | 34 |
| 城市等级划分：  1.核心城市（2个）：北京、上海；  2.重点城市（20个）：广州、成都、深圳、杭州、武汉、苏州、重庆、南京、天津、西安、沈阳、长沙、青岛、宁波、郑州、大连、厦门、济南、哈尔滨、福州；  3.普通城市:包含除以上 22 个城市之外的其他城市。 | | | |

**5、互动点击率要求**

投放方式为竞价的，互动点击率不低于1.2% ；投放方式为排期的，互动点击率不低于2%。

**五、入围供应商严禁将承接项目转包，若采购人在合同履行阶段发现入围供应商存在转包的情形，采购人将有权终止合同并追究其相应损失。**

**第三部分 投标人须知**

**前附表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **内容** |
| 1 | 项目名称 | 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） |
| 2 | 招标内容 | 详见本招标文件“第二部分采购需求”内容 |
| 3 | 招标方式 | 公开招标 |
| 4 | ▲服务期限 | 详见本采购文件“第二部分采购需求”内容 |
| 5 | 评标办法 | 综合评分法 |
| 6 | 投标文件有效期 | 自投标文件提交截止之日起90天内有效。 |
| 7 | ▲履约保证金 | 详见第二部分“采购需求”。 |
| 8 | 投标文件形式、制作及组成 | 1. 电子加密投标文件：乐采云平台在线提交、上传一份；  2. 备份投标文件（乐采云平台上最后生成的具备电子签章的备份投标文件，文件名后缀为备份文件四字的首字母）：[电子邮件提交一份，由投标人自行确定是否提交；若提交请将备份投标文件打包压缩加密后以电子邮件的形式发送至1032780068@qq.com，逾期发送的将被视为未提交。](mailto:电子邮件提交一份，由投标人自行确定是否提交；若提交请将备份投标文件打包压缩加密后以电子邮件的形式发送至1032780068@qq.com，逾期发送的将被视为未提交。)  **注：备份响应文件仅在在线解密异常处理时使用。响应文件已按时解密的，备份响应文件自动失效。** |
| 9 | 投标文件提交截止时间及地点 | 详见第一部分公开招标公告 |
| 10 | 开标时间及地点 | 详见第一部分公开招标公告 |
| 11 | 答疑与澄清 | 投标人如发现招标文件及其评标办法中存在含糊不清、相互矛盾、多种含义以及歧视性不公正条款或违法违规等有疑点需要质疑的，可以自收到采购文件之日（发售截止日之后收到采购文件的，以发售截止日为准）或者采购文件公告期限届满之日（即为招标公告发布后的第6个工作日）起7个工作日内，以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑。 |
| 12 | ▲投标保证金 | 投标保证金：人民币30000元。按照采购公告规定方式交纳。 |
| 13 | 实质性条款 | 带▲是实质性条款，投标文件须作出实质性响应，否则作无效标处理。 |
| 14 | 解释权 | 本招标文件解释权属于招标采购单位（采购人和采购代理机构） |

**一、总则**

（一）适用范围

本采购文件适用于本次项目的招标、投标、评标、定标、验收、合同履约、付款等行为（法律、法规另有规定的，从其规定）。

（二）定义

1、“采购组织机构”指采购人委托组织招标的采购代理机构。

2、采购人：是指委托采购代理机构采购本次项目的国家机关、事业单位和团体组织。

3、投标人：是指向采购组织机构提交投标文件的单位或个人。

4、货物：是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。

5、服务：是指除货物和工程以外的采购对象，包括各类专业服务、信息网络开发服务、金融保险服务、运输服务，以及维修与维护服务等。

6、“书面形式”包括信函、传真等。

7、电子交易活动：是指以数据电文形式，依托采购项目电子交易平台进行的采购交易活动。

8、“▲”系指实质性要求条款。

（三）投标费用

1、不论投标结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用（采购文件有相关规定除外）。

# **2、入围单位须向采购代理机构交纳中标服务费，入围单位每家 5000 元，在领取中标（成交）通知书的同时一次性向代理机构缴清。**

**（四）特别说明**

1、投标人投标所使用的资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证必须为本法人所拥有。投标人投标所使用的采购项目实施人员必须为本法人员工（指本法人或控股公司正式员工）。

2、投标人所投产品除采购文件中明确规定要求“提供官网截图或相应检测报告的证明材料”以外，所有技术参数描述均以投标文件为准。投标人对所投产品技术参数的真实性承担法律责任。项目招标结束后、质疑期限内，如有质疑投标人认为中标候选人所投产品、投标文件技术参数与招标需求存在重大偏离、错误、甚至造假的情况，应提供具体有效的证明材料。

3、投标人在投标活动中提供任何虚假材料,其投标无效，并报监管部门查处；中标后发现的,根据《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款第一项之规定，处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

4、投标人不得相互串通投标报价，不得妨碍其他投标人的公平竞争，不得损害采购人或其他投标人的合法权益，投标人不得以向采购人、评标委员会成员行贿或者采取其他不正当手段谋取中标。

5、为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

6、投标文件格式中的表格式样可以根据项目差别做适当调整,但应当保持表格样式基本形态不变。

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。

8、本项目不允许转包、不允许分包。

▲**9、**投标人信用信息查询渠道及截止时点、信用信息查询记录和证据留存的具体方式、信用信息的使用规则：

（1）查询渠道：国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）或其他可被查询的渠道。

（2）截止时点：开标后评标前。

（3）信用信息查询记录和证据留存的具体方式：由采购组织机构在规定查询时间内打印信用信息查询记录并归入项目档案。

（4）使用规则：对列入失信被执行人、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及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的投标人，将被拒绝其参与采购活动。

**（五）质疑与投诉**

1、投标人认为采购文件、采购过程和中标结果使自己的权益收到损害的，可以在知道或者应知其权益收到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购代理机构提出质疑（在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑）。

2、质疑投标人可直接提交、传真或邮寄方式提交质疑书（一式三份），以其他方式提出的质疑，采购代理机构可不予接受、答复。其中，以传真方式送达质疑书的，应及时将质疑书原件送达采购代理机构，采购代理机构以实际收到原件之日作为收到质疑的日期（在质疑期限届满前质疑书已经传真成功的，质疑不视为过期）；邮寄方式送达质疑书的，以采购代理机构实际收到邮件之日作为收到质疑的日期。

3、质疑函格式见《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第94号）附件范本，下载网址：浙江政府采购网(www.zjzfcg.gov.cn)。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：

a供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；

b质疑项目的名称、编号；

c具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；

d事实依据；

e必要的法律依据；

f提出质疑的日期。

4、采购代理机构在收到质疑投标人的书面质疑后7个工作日内作出书面答复（涉及项目公开招标需求内容的由采购人答复），质疑人在收到答复后应于1 日内，以书面或传真形式（签署意见并加盖公章）向采购代理机构回复予以确认。过期未回复的，视为默认接受。

5、质疑投标人捏造事实、提供虚假材料进行质疑的，采购代理机构报告同级监督部门。情况属实的，列入不良行为记录并在指定的媒体上公告。

6、质疑投标人对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级监督部门投诉。

**二、采购文件**

（一）招标文件的构成

本招标文件由以下部份组成：

1、公开招标公告

2、采购需求

3、投标人须知

4、评标办法及评分标准

5、合同主要条款

6、投标文件格式

7、本项目投标文件的澄清、答复、修改、补充的内容

（二）采购文件的澄清或修改

1、采购组织机构可视采购具体情况对已发出的采购文件进行必要的澄清或者修改。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或者采购组织机构应当在投标截止时间至少15日前，在原公告发布媒体上发布澄清公告，澄清或者修改的内容为采购文件的组成部分；不足15日的，采购人或者采购组织机构应当顺延提交投标文件的截止时间。

2、投标人在规定的时间内未对采购文件提出疑问、质疑或要求澄清的，将视其为无异议。对采购文件中描述有歧义或前后不一致的地方，评标委员会有权进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个投标人。

3、当采购文件与采购文件的澄清、修改、补充等在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的书面文件为准。

**三、投标文件的编制**

**（一）基本要求**

1、投标人应仔细阅读采购文件的所有内容，按照采购文件的要求编制和提交投标文件，并对所提供的全部资料的真实性承担法律责任。

2、投标文件、投标人与采购有关的往来通知、函件和文件均应使用中文。如涉及非中文内容的，投标人有义务将其内容翻译成中文，一切对非中文内容的误解，都将由投标人承担。

2、不按采购文件要求提供的投标文件可能导致被拒绝。

**（二）投标文件的组成**

投标人接到采购文件后，按照采购组织机构的要求提供：由电子投标文件、以介质存储的数据电文形式的备份投标文件，分为[商务与技术文件]、[报价文件]、[资格证明文件]，其中电子投标文件中所须加盖公章部分均采用CA签章。【特别提示：如有要求提供资料原件的，原件另行包装，并与投标文件一起提交，投标截止时间后所有原件不予接收。资料原件也可以用与原件相符的公证原件替代】。

**▲1、资格证明文件的组成：**

（1）投标声明书（格式见附件）；

（2）授权委托书（格式见附件）或法定代表人身份证明书；

（3）提供有效的营业执照复印件；如事业单位参加投标的，则提供有效的《事业单位法人证书》复印件；如自然人参加投标的，则提供自然人身份证复印件；

（4）依法缴纳税收及社会保障资金的承诺函（格式见附件）；

（5）有良好的商业信誉、健全的财务状况的承诺函（格式见附件）；

（6）具有履行合同所必需设备和专业技术能力的承诺函（格式见附件）；其中，金融、保险、通讯等特定行业的全国性企业所设立的区域性分支机构参与投标的，除承诺函外还需提供总公司（总机构）授权（或出具总公司的有关文件或制度等能够证明总公司授权独立开展业务的证明）或提供房产权证或其他有效财产证明材料；

（7）参加采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明（格式见附件）；

（8）提供采购公告中符合供应商特定条件的有效资质证书复印件（供应商特定条件中有要求的必须提供），以及需要说明的其他资料（投标保证金缴纳凭证影印件或扫描件等）。

▲**注：开标前采购机构不安排资格预审，投标人的资格审查材料由采购人或采购机构负责审查，若投标人不按要求提供资格审查材料，其投标文件作无效标处理。**

**2、商务与技术文件的组成：**

▲（1）商务响应表（见附件）;

（2）类似业绩一览表（见附件）；

（3）投标人根据评分办法编制的各项内容；

（4）投标人认为需要提供的其他资料（包括可能影响供应商商务与技术标评分的各类证明材料）。 **3、报价文件的组成：**

**▲**（1）投标报价一览表(见附件）；

（2）投标人认为其他需要说明的其他文件和说明。

**（三）投标文件的制作、封装及递交要求**

**1、投标文件的制作要求**

（1）本招标文件中若有多标项的，若参与多标项投标的，则按每个标项分别独立编制投标文件；

（2）电子投标文件编制请按乐采云平台供应商项目采购-电子招投标操作指南和本招标文件要求编制并进行关联定位。

▲（3）投标人应对所提供的全部资料的真实性承担法律责任，投标文件内容中有要求盖章的地方，必须采用投标人CA签章进行盖章。

（4）投标文件编制时应有正确的索引目录及连续页码标注。因投标文件内容不完整、编排混乱导致投标文件被误读、漏读或者查找不到相关内容的责任由投标人自行承担。

（5）投标文件以及投标人与采购代理机构就有关投标事宜的所有来往函电，均应以中文汉语书写。除签字、盖章、专用名称等特殊情形外，以中文汉语以外的文字表述的投标文件视同未提供。

（6）投标计量单位，招标文件已有明确规定的，使用招标文件规定的计量单位；招标文件没有规定的，应采用中华人民共和国法定计量单位（货币单位：人民币元）。

（7）投标文件须清晰可辨，因模糊不清所引起的后果由投标人自行负责。与本次投标无关的内容请不要制作在内，确保投标文件有针对性、简洁明了。

**2、投标文件的封装要求**

（1）投标人应按招标文件规定的内容和要求编制投标文件，并逐页连续标注页码。因投标文件内容不完整、编排混乱导致投标文件被误读、漏读或者查找不到相关内容的责任由投标人自行承担。

**（2）投标文件份数**

①电子加密投标文件：乐采云平台在线提交、上传一份；

②备份投标文件（乐采云平台上最后生成的具备电子签章的备份投标文件，文件名后缀为备份文件四字的首字母）：电子邮件提交一份，由投标人自行确定是否提交；若提交请将备份投标文件打包压缩加密后以电子邮件的形式发送至1032780068@qq.com，逾期发送的将被视为未提交。

**③中标（成交）供应商应提供与电子加密投标文件内容一致的纸质投标文件各一正四副。纸质投标文件装订成册，采用胶订或线订，不得采用活页夹等可随时拆换的方式装订（胶订或线订以外装订形式视为活页装订）。成交供应商在领取中标（成交）通知书时提供纸质投标文件。**

**（3）投标文件的效力**

**投标文件的启用，按先后顺位分别为电子投标文件、以介质存储的数据电文形式的备份电子投标文件。在下一顺位的投标文件启用时，前一顺位的投标文件自动失效。**

**3、投标文件的递交要求**

（1）投标文件导入和加密

①投标人应当按照资格证明文件、商务与技术文件和报价文件三部分分别导入相应位置，各文件之间不得导错位置；

②投标文件编制好后应当生成电子加密投标文件，具体以乐采云平台最新网址为准。

（2）投标文件的提交

①投标文件提交截止时间：见投标人须知“前附表”；

②投标文件提交地点：见投标人须知“前附表”。

（3）不予接收的投标文件情形：

①投标截止时间前未完成传输的投标文件；

②未生成加密的投标文件。

（4）投标人所提交的投标文件不予退还。

（5）如有特殊情况，采购代理机构延长截止时间和开标时间，采购代理机构和投标人的权利和义务将受到新的截止时间和开标时间的约束。

4、投标文件的补充、修改和撤回。

（1）投标人如需对上交的投标文件进行补充、修改或撤回的，必须在投标截止时间以前将书面的修改文件或撤消通知送达采购组织机构。

（2）投标修改文件必须密封，在密封袋上写明项目编号、标段、招标项目名称、投标人名称、并注明“修改文件”、“开标时启封”字样，其作为投标文件的组成部份。

（3）电子投标文件的补充或者修改，应当先行撤回原文件，补充、修改后重新传输提交，投标截止时间前未完成传输的，视为撤回投标文件。

**（四）投标文件的有效期**

1.自投标截止日起90天投标文件应保持有效。有效期不足的投标文件将被拒绝。

2.在特殊情况下，采购人可与投标人协商延长投标文件的有效期，这种要求和答复均以书面形式进行。

3.投标人可拒绝接受延期要求。同意延长有效期的投标人不能修改投标文件。

4.中标人的投标文件自开标之日起至合同履行完毕均应保持有效。

**（五）投标保证金**

**▲**1、**投标保证金：人民币 3 万元。**

**▲**2、交付方式：按照采购公告规定方式交纳。

3、除招标文件规定不予退还投标保证金情形外，投标人投标保证金按以下流程退还：中标人的投标保证金在采购合同签订之日起5个工作日内无息退还，未入围投标人的投标保证金将在中标通知书发出后5个工作日内无息退还。如发生质疑（投诉），质疑人（投诉人）和被质疑（投诉）事项所涉及供应商的投标保证金不受以上时间限制，在质疑（投诉）处理完毕后退还。

4、发生下列情况之一，投标保证金将不予退还：

（1）供应商在投标有效期内撤回投标文件件或放弃中标资格的；

（2）供应商在投标过程中弄虚作假，提供虚假材料的；

（3）中标人拒绝与采购人签订合同的；

（4）将中标项目转让给他人，或者在投标文件中未说明且未经采购人同意，将中标项目分包给他人的；

（5）拒绝履行合同义务的；

（6）其他严重扰乱招投标程序的；

（7）法律、法规明确规定的其他行为。

**四、开标**

本项目通过乐采云平台进行开标、资格审查、评审、询标，投标人均应当准时在线参加，否则产生的风险由投标人自行承担（投标人务必不要离开电脑太久，并留意手机短信，建议投标人提前做好检查“乐采云平台”内，关于“项目采购”的岗位权限是否勾选。如有问题，请致电400-881-7190）。

（一）开标事项

本项目通过乐采云平台进行开标、资格审查、评审、询标，投标人均应当准时在线参加，否则产生的风险由投标人自行承担（投标人务必不要离开电脑太久，并留意手机短信，建议投标人提前做好检查“乐采云平台”内，关于“项目采购”的岗位权限是否勾选）。

投标人无需在开标当天到达开标现场对电子投标进行解密，在解密规定时间内用制作电子标书的CA锁对电子加密投标文件进行解密。

（二） 开标程序：

1、开标会由采购代理机构工作人员主持，主持人宣布开标会开始，介绍参加开标会的相关人员。

2、宣布提交投标文件的投标人家数、投标人名称。

3、宣布开标纪律。

4、签署不存在影响公平竞争的《采购活动现场确认声明书》。各投标人代表应提前打印《采购活动现场确认声明书》（见附件），签署完毕后上传至邮箱（1032780068@qq.com）。

5、投标人进行在线解密（解密时间为开标时间后30分钟内）。

6、采购人或采购机构依法对资格证明文件进行审查，评标委员会对商务与技术文件进行评审。

7、商务与技术文件评审完成后，主持人宣告商务与技术文件评审无效投标人名称及理由，公布经商务与技术文件评审符合公开招标需求的投标人名单以及商务与技术文件得分情况。

8、开启各投标人报价文件，宣读《开标一览表》中的投标报价，以及采购代理机构认为有必要宣读的其他内容。

9、投标人解密后可点击【查看开标记录】查看项目开标记录，并在规定时间内在线确认（投标人未确认的，不影响评标过程）。唱标结束后，由评标委员会对报价的合理性、准确性等进行审查核实。

10、评标结束后，主持人公布投标报价得分、综合得分以及推荐中标候选人排序名单。

11、开标会议结束。

**五、评标**

**（一）组建评标委员会**

1、评标工作由按有关规定组建的评标委员会负责。评标委员会由有关技术、经济等方面的专家和采购单位评审代表组成。在评审专家中推选评标委员会组长，优先推选资深专家为组长。

2、评标委员会成员要严格遵守评审工作纪律、保密、回避等相关规定，依法独立履行评审职责，客观、公正、审慎参与评审工作，自觉签订《采购评审人员廉洁自律承诺书》。

**（二）评审程序**

**1、资格审查**

公开招标采购项目开标结束后，采购人或采购机构应当依法对投标人的资格进行审查，对审查发现无效的进行必要的询标。

**2、符合性审查**

评标委员会应当对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求，对审查发现无效的进行必要的询标。

**3、比较与评价**

（1）对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当通过政府采购云平台要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

（2）评标委员会应当按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，比较与评价。

（3）评标时，评标委员会各成员应当独立对每个投标人的投标文件进行评价，并汇总每个投标人的得分。

**4、得分确认及评审报告编写**

（1）评标委员会对报价文件进行复核，对于系统计算出的价格分及总得分进行确认，现场监督员应对评审结果签署监督意见。如发现分值汇总计算错误、分项评分超出评分标准范围、客观评分不一致以及存在评分畸高、畸低情形的，应由相关人员当场改正或作出说明；拒不改正又不作说明的，由现场监督员如实记载后存入项目档案资料。

（2）评标委员会按评标原则及得分情况编写评审报告。

**5、评价**

采购代理机构对评标委员会评审专家进行评价。

**（三）澄清问题的形式**

（1）**评审中需要供投标人对投标文件作出澄清、说明或者补正的，评标委员会将以书面形式（或通过“乐采云平台”）进行询标。给予供应商提交澄清说明或补正的时间不得少于半小时，供应商已经明确表示澄清说明或补正完毕的除外。供应商务必在线等待，留意手机短信，及时在线澄清、说明或补正。供应商如未在规定时间内澄清说明或补正的，视为放弃澄清说明或补正的权利，评审小组有权对该投标文件作出不利于供应商的评判。**

（2）投标人的的澄清、说明或补正将作为投标文件的一部分。

**（四）错误修正**

投标文件报价出现前后不一致的，除招标文件另有规定外，按照下列规定修正：

1、投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

2、大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

3、单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

4、总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正应当通过电子交易平台交换数据电文，并加盖电子签章或者由法定代表人或其授权的代表签字。修正后的报价经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

**（五）采购过程中出现以下情形，导致电子交易平台无法正常运行，或者无法保证电子交易的公平、公正和安全时，采购组织机构可中止电子交易活动：**

1、电子交易平台发生故障而无法登录访问的；

2、电子交易平台应用或数据库出现错误，不能进行正常操作的；

3、电子交易平台发现严重安全漏洞，有潜在泄密危险的；

4、病毒发作导致不能进行正常操作的；

5、其他无法保证电子交易的公平、公正和安全的情况。

出现前款规定情形，不影响采购公平、公正性的，采购组织机构可以待上述情形消除后继续组织电子交易活动；影响或可能影响采购公平、公正性的，应当重新采购。

**（六）投标人存在下列情况之一的，投标无效**

1、资格证明文件或商务与技术文件跟报价文件出现混装或在资格证明文件或商务与技术文件中出现投标报价的，投标响应文件中的报价货物跟商务与技术内容中的供应货物出现重大偏差的；

2、不具备招标文件中规定的资格要求的；

3、未按采购文件规定签字、盖章的；

4、投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

5、评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，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；

6、投标报价超过招标文件中规定的预算金额或最高限价；

7、投标参数未如实填写，完全复制粘贴招标参数的；

8、电子加密投标文件解密失败或未按时解密的，且未在规定时间内提交备份投标文件的（包括未在解密规定时间内提供备份投标文件解密密码或密码错误的）；

9、投标人仅提交备份投标文件的；

10、投标文件提供虚假材料的；

11、符合中华人民共和国财政部令第87号《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第三十七条情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效，并移送采购监管部门：

（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；

12、不符合法律、法规以及招标文件中规定的无效标条款或其他实质性要求的（招标文件中打“▲”内容及被拒绝的条款）。

**（七）有下列情况之一的，本次招标作为废标处理**

1、符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；

2、现影响采购公正的违法、违规行为的；

3、投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

4、因重大变故，采购任务取消的；

5、评标委员会发现招标文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者招标文件内容违反国家有关强制性规定的；

6、法律、法规和招标文件规定的其他导致评标结果无效的。

**（八）评标原则和评标办法**

1、评标原则。评标委员会必须公平、公正、客观，不带任何倾向性和启发性；不得向外界透露任何与评标有关的内容；任何单位和个人不得干扰、影响评标的正常进行；评标委员会及有关工作人员不得私下与投标人接触。

2、评标办法。具体评标内容及评分标准等详见《第四部分：评标办法及评分标准》。

**（九）评标过程的监控**

1、本项目评标过程实行全程录音、录像监控，投标人在评标过程中所进行的试图影响评标结果的不公正活动，可能导致其投标被拒绝。

2、评审过程中出现录音录像采集设备不能正常运行的，应当立即封存评审资料、中止评审活动，直至设备（或替代设备）运转正常或转移至符合条件的场所后继续进行评审工作。

**六、定标**

1．确定中标人。评审小组根据采购人的《授权意见确认书》，推荐成交候选供应商或直接确定中标人。其中推荐成交候选中标人的，采购组织机构在评审结束之日起2个工作日内将评审报告送交采购人，采购人自收到评审报告之日起5个工作日内在评审报告推荐的成交候选人中按顺序确定中标人。

2．发布成交结果公告。采购组织机构应当在中标人确定后2个工作日内，在省级以上指定的采购信息发布媒体及相关网站上公告成交结果，并将招标文件随同公告。

3．发出成交通知书。采购组织机构在发布成交结果同时，向中标人发出中标通知书。

4、中标通知书发出之日起至合同签订前，中标供应商不得开展项目实质性工作（如订货、施工等）。否则，造成的有关损失由中标供应商自行承担。

**七、合同授予**

**（一）签订合同**

1、采购人与中标人应当在《中标通知书》发出之日起30日内到采购人或采购代理机构处签订采购合同。同时，采购代理机构对合同内容进行审查，如发现与采购结果和投标承诺内容不一致的，应予以纠正。

2、中标人无故拖延、拒签合同的，采购代理机构和采购人有权不退还投标保证金并取消其中标资格。

3、中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展采购活动。同时，拒绝与采购人签订合同的供应商，由同级监管部门依法作出处理。

4、询问或者质疑事项可能影响中标结果的，采购人应当暂停签订合同，已经签订合同的，应当中止履行合同（中标结果的质疑期为中标结果公告期限届满之日起七个工作日）。

5、采购人应当自采购合同签订之日起2个工作日内，将采购合同在“乐采云”平台上公告，但采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。如合同签订方（采购人或中标人）认为合同内容涉及国家秘密、商业秘密的，请在采购人将合同送采购代理机构鉴证的同时附书面说明告知，否则相关责任由合同签订方自行承担。

**第四部分 评标办法及评分标准**

根据有关规定，结合本次招标实际需求，按照公平、公正、科学择优的原则，特制定本评标办法。

**一、评标方法**

本评标方法采用综合评分法，总计100分(商务与技术文件为70分，报价文件为30分)。

（一）商务与技术文件中的客观分由评标委员会统一意见后统一给分，其余在规定的分值内独立评定打分。

（二）各投标人商务与技术文件得分按照评标委员会成员的独立评分结果汇总后的算术平均分计算，计算公式为：

商务与技术文件得分=评标委员会所有成员评分合计数/评标委员会组成人员数。

（三）**资格证明文件、商务与技术文件、报价文件评审**

**▲1、资格证明文件资格审查（如发现有不符合下列条款的，投标文件将作无效标处理）**

（1）授权委托书的合法性；

（2）供应商资格条件审查；

（3）采购文件其他实质性要求或规定。

**▲2、商务与技术文件符合性审查（如发现有不符合下列条款的，投标文件将作无效标处理）**

（1）“商务与技术文件”按采购文件要求编制，字迹清晰可辩，文件签署、盖章齐全；

（2）投标文件中技术与服务满足采购文件采购需求的实质性要求；

（3）采购文件其他实质性要求或规定。

**▲3、报价文件的符合性评审（如发现有不符合下列条款的，投标文件将作无效标处理）**

（1）报价文件内容是否提供完整，签署、盖章是否齐全；

（2）报价文件是否按规定的格式填写完整；

（3）采购文件其他实质性要求或规定。

**（四）**综合评分法中的价格分统一采用低价优先法计算，即满足采购文件要求且最终报价折扣率最大**（例：折扣率70%、80%、90%，即折扣率70%为最大）**的投标报价作为评标基准价，其报价得满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：

报价得分=(评标基准价／投标报价)×30%×100 。

注：评分过程中采用四舍五入法，并保留小数2位（以乐采云系统计算为准）。

**三、**在最大限度地满足采购文件实质性要求前提下，**按评审后综合得分由高到低顺序排列推荐入围候选供应商。具体入围家数要求如下：**

1、当最终有效供应商家数＞3家，则选取综合评分由高到低前3名的供应商入围；

2、当最终有效供应商家数=3家，则选取综合评分由高到低前2名的供应商入围；

3、如中间出现排名相同的则名次顺延（例如1、1、2）；如最后一名出现得分相同的，先以投标报价折扣率低者优先，若相同再以采购人抽签确定。如有入围供应商放弃入围资格，则排名在后的供应商按序往前推。

4、响应截止时间止及评审期间，如最终有效供应商家数＜3家时，则按废标处理，并重新组织采购。

四、本次评分具体分值细化条款如下表:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评审内容** | **评分标准** | **分值** |
| **一、商务资信分** | | | **29分** |
| **1** | **标书质量** | 根据投标文件内容完整、编排合理、完整清晰、文字综合表述清楚、关联目录点明确等酌情评分，最高得2分；投标文件有关内容前后矛盾、与采购文件要求不一致等，评审小组允许且需要通过询标等程序进行澄清的，该项不得分。 | 2 |
| **2** | **类似项目业绩** | 自2024年1月1日（以合同签订时间为准）以来，承担过4A及以上景区同一单位单次服务金额≥5万的广告投放类似业绩的，每提供一个得1分，最高得5分。  **注：须提供合同扫描件、与合同对应的发票等扫描件（指自合同签订起截至目前，按照合同约定总金额的50%以上额度的发票，可多张发票）并加盖公章后编入商务与技术文件，否则不得分。** | 5 |
| **3** | **企业实力** | 自2022年以来，投标人为腾讯广告服务商的，每提供一个年份牌照，得3分，最高得9分。  **注：须提供有效的证书复印件或扫描件，否则不得分。** | 9 |
| 根据投标人提供的2024年1月1日以来，承接的4A级及以上景区公众号、视频号广告的案例，由评委进行打分。  **注：须提供腾讯广告后台截图并加盖公章后编入商务与技术文件，否则不得分。** | 6 |
| **4** | **互动点击率** | 1、在满足采购需求的基础上，投放方式为竞价的，互动点击率每增加0.1%，得1分，最高得2分；  2、在满足采购需求的基础上，投放方式为排期的，互动点击率每增加0.1%，得1分，最高得2分。  **注：须提供互动点击率承诺函(格式自拟）并加盖公章，否则不得分。** | 4 |
| **5** | **企业荣誉** | 根据投标人提供的广告行业相关荣誉证明，由评委进行打分。 | 3 |
| **二、技术分** | | | **41分** |
| **5** | **对项目的理解分析** | 根据供应商对本项目的需求分析及项目理解情况等内容，由评委进行评分。 | 4 |
| 根据供应商针对本项目提供的工作思路是否明确、合理等，由评委进行评分。 | 4 |
| **6** | **重点难点的理解分析及措施** | 根据供应商提供的项目重难点理解情况及实施难点分析是否到位等，由评委进行评分。 | 4 |
| 根据供应商提供的项目重难点的应对措施是否可行、是否针对性强等，由评委进行评分。 | 4 |
| **7** | **广告推广服务方案** | 根据供应商提供的广告推广服务方案是否能加大在腾讯微信朋友圈、订阅号、视频号的广告宣传、符合采购需求等，由评委进行评分。 | 5 |
| 根据供应商提供的广告推广服务方案的整体方案（包括：投放时间、投放主题、投放人群、投放金额、投放策略等），由评委进行评分。 | 5 |
| **8** | **增值服务方案** | 根据供应商针对本项目提供的增值服务方案（包括：增值内容、增值服务预估效果等），由评委进行打分。 | 5 |
| **9** | **服务保障** | 根据供应商是否能够提供便捷、高效、及时的服务保障等情况，由评委进行评分。 | 5 |
| **11** | **合理化建议** | 供应商从项目实施过程中与采购人的配合或衔接、项目实施过程中的如何提升效率性及工作中如何提升准确性等方面提出合理化建议，由评委进行评分。 | 5 |
| **备注** | **1、以上需提供的证书、证件及证明材料复印件均需加盖投标人单位公章；**  **2、评委打分小数点后最多保留一位。** | | |

**第五部分 合同主要条款**

合同编号：202500060

**发包人（甲方）： 浙江神仙居景区运营管理有限公司**

**承包人（乙方）：**

甲、乙双方根据 项目公开采购的结果，经充分友好协商，本着互惠互利、共同发展的原则，依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国广告法》及其他有关法律、法规，在平等自愿的基础上，本着诚实守信的原则，签订本合同。甲、乙双方共同承诺，严格遵守本合同。

**第一条 合同文件：**

1、合同条款。

2、中标通知书。

3、更正补充文件。

4、采购文件。

5、中标人投标（响应）文件。

6、其他。

上述所指合同文件应认为是互相补充和解释的，但是有模棱两可或互相矛盾之处，以其所列内容顺序为准。

**第二条 服务内容**

一、甲方负责办理本合同项下广告的设计、制作，并负责提供相关发布资料与文件。

二、乙方负责本合同项下广告的投放。

三、本合同项下广告发布的媒体为 腾讯微信朋友圈、订阅号、视频号。

**第三条 合同金额**

本项目按实结算，合同签定生效后，按照合同中约定的折扣率（ ）计算曝光量总数，具体如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **投放总额** | **投放方式** | **投放地区** | **最高千次曝光单价（元）** | **折后千次曝光单价（元）** | **投放额1万元曝光量次数** | **互动点击率** |
| 150万 | 竞价-视频/图片 | 核心城市 | 44 |  |  |  |
| 重点城市 | 27 |  |  |
| 普通城市 | 17 |  |  |
| 排期-视频 | 核心城市 | 112 |  |  |  |
| 重点城市 | 72 |  |  |
| 普通城市 | 39 |  |  |
| 排期-图片 | 核心城市 | 91 |  |  |  |
| 重点城市 | 67 |  |  |
| 普通城市 | 34 |  |  |
| 城市等级划分：  1.核心城市（2个）：北京、上海；  2.重点城市（20个）：广州、成都、深圳、杭州、武汉、苏州、重庆、南京、天津、西安、沈阳、长沙、青岛、宁波、郑州、大连、厦门、济南、哈尔滨、福州；  3.普通城市:包含除以上 22 个城市之外的其他城市。 | | | | | | |

**第四条 广告发布监督**

一、甲方有权对乙方发布的广告进行监督。

二、乙方发布的广告如有错误或遗漏，甲方有权要求乙方纠正。

**第五条 验收条款**

乙方在发布广告之前应当就广告发布的实施方案取得甲方验收通过的意见。甲方有权就以下方面进行检查、评估，并综合决定是否验收通过：乙方应保证广告的内容、清晰度、时长与甲方提供的原片一致，并按照甲方要求的时段、位置进行展示。

**第六条 费用支付**

一、付款方式

（1）合同签订后，甲方根据每期实际投放金额分阶段付款；

（2）付款后，乙方根据需求投放广告，并与每期广告投放后5个工作日内提供投放报告；

（3）每次付款前，乙方须开具正规合法的增值税专用发票提供给甲方。

二、**履约保证金**

（1）本项目履约保证金为2万元，可采用转账或甲方认可的方式缴纳。

（2）合同履行终止且所有义务已履行完毕后7个工作日内退还；

（3）乙方不能按期保质保量完成服务内容，除承担相关责任外，甲方可相应没收履约保证金。

三、乙方的账户如下：

开户单位：

开户银行：

银行账号：

**第七条 双方的权利义务**

**一、乙方的权利义务**

（1）乙方有权依据本合同约定获得相应的报酬。

（2）乙方有权依照《中华人民共和国广告法》及有关部门的规定对广告进行审查，并有权决定是否予以发布。对广告中明显违反国家法律法规、政策等相关规定的部分，乙方有权书面通知甲方予以修改；甲方若不同意修改的，乙方有权拒绝发布。

（3）乙方有义务为甲方办理各项必需的行政审批、备案手续，由此产生的相应费用由乙方承担。

（4）乙方应当按照合同约定的要求发布广告，并保证发布的广告符合《中华人民共和国广告法》等法律法规的要求。

（5）乙方在为甲方提供服务的过程中所形成的所有图片、文案及服务成果等的知识产权归甲方所有。

（6）乙方在履约过程中应当积极接受甲方对乙方工作进度和工作成果的建议，并严格按照甲方的要求进行相应调整和修改。

（7）乙方应根据法律法规规定取得合法的业务资质，如乙方未取得业务资质的，甲方有权单方提前终止合同，不再支付任何费用。

（8）乙方承诺，如服务过程中，由于未取得合法业务资质而遭受行政处罚等产生的一切后果由乙方承担，与甲方无关，乙方由此给甲方或第三方造成损失的（包括但不限于经济损失、行政处罚等），乙方负责赔偿。

（9）乙方应严格遵守（《广告法》等）法律法规规定，确保乙方广告发布服务已得到投放对象的充分有效授权，否则甲方有权解除合同，给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任。

**二、甲方的权利义务**

（1）按合同约定时间及时足额支付广告款。

（2）甲方应提交相关需要刊登的资料，甲方应保证资料内容本身的真实性、合法性，因广告内容本身原因导致的纠纷由甲方解决并承担相应责任。由乙方依据《中华人民共和国广告法》对广告内容进行审查、核实，并承担由此产生的法律责任。

（3）甲方对向乙方提供资料的内容进行审核，如因甲方原因造成错误，由此产生的责任由甲方承担；如因乙方疏忽造成刊误，乙方应对错误部分进行更正或重新发布，因此给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任。

（4）甲方有权对乙方各阶段广告投放的工作成果进行确认、验收，并有权要求乙方根据甲方的意见和建议对工作成果进行修改。

（5）甲方有权根据内外部规定，随时要求乙方终止广告发布行为，乙方应配合甲方立即关闭发布通道。

**第八条 知识产权条款**

一、甲方提供的商标、企业名称、广告创意、设计、图形、图片、文字等归甲方所有。未经甲方许可，乙方不得擅自使用或提供给他人使用，否则乙方将赔偿甲方因此产生的一切损失。

二、乙方在履行本合同过程中所形成的所有广告投放创意、服务成果等的知识产权归甲方所有。

三、乙方保证所提供的相关文件、资料及信息未侵犯任何第三方的合法权利，包括但不限于专利权、商标权、著作权、商号权、技术秘密和商业秘密等。乙方提交给甲方的相关展示文本、图片、文字，将视为乙方对以上提供品所涉及信息、图片、字体、字号、方案、方法等的来源及所附的第三人权利已进行了严格审查并得到了相应授权，且已明确知悉相关情况。

四、乙方保证提供的相关文件、资料及信息如涉及第三人权利，或乙方对甲方的所有授权、承诺、同意涉及第三人的，乙方应遵循合法途径事先取得有权人的有效授权，并保证甲方享有使用相关文件、资料及信息的权利。

五、如果甲方因正常使用乙方提供的相关文件、资料及信息而被第三人指控甲方侵犯其知识产权或其他权利，乙方保证自费就上述指控为甲方辩护或进行妥善处理，并承担给甲方及第三方造成的一切损失（包括但不限于赔偿金、律师费等）。如乙方不为甲方辩护或不进行妥善处理，甲方可自行处理，甲方与第三方达成的和解合同或法院生效判决由甲方承担的责任，及甲方自行处理所支出的费用（包括但不限于律师费、案件受理费、执行费、差旅费等）由乙方承担。

**第九条 保密条款**

一、对于在本合同谈判、签订和履行过程中，乙方得到或接触到甲方的保密信息，包括但不限于文件方案、商业计划、客户信息、技术资料、数据等，无论口头或书面形式，无论是否被标记为“保密”字样，乙方均有责任承担保密义务，保密期限为永久。在未得到甲方书面许可的情况下，不得使用或透露给任何第三方，以下保密信息除外：

（1）已经公开发布的或可供一般公开取阅；

（2）在提供给乙方之前已为乙方合法获知且未被限制披露之文件或信息；

（3）乙方已通过合法手段从甲方以外的信息提供者非保密地获得的文件或信息，但乙方知悉该信息提供者对甲方负有保密责任的除外；

（4）由乙方在没有参照甲方保密信息的情况下独立开发的信息；

（5）根据法律、法规、规章及其他有权机关的要求而披露的信息。

二、乙方应确保服务提供过程中产生、加工、交互的信息安全，并应采取必要的有效措施保证其分支机构、参与本项目的雇员，无论是在职中或离职后都能够履行本合同项下的保密义务，若乙方违反本条规定，视为乙方违约。

三、本合同终止或解除后，甲方有权要求乙方将保密信息（无论载于何种介质）退还或加以删除或销毁。

**第十条 反商业贿赂**

一、甲、乙双方都清楚并愿意严格遵守中华人民共和国反商业贿赂的法律规定，任何形式的贿赂和贪污行为都将触犯法律，并将受到法律的严惩。

二、甲方或乙方均不得向对方或对方经办人或其他相关人员索要、收受、提供、给予合同约定外的任何利益，包括但不限于明扣、暗扣、好处费、现金、购物卡、实物、有价证券、旅游或其他非物质性利益等。“其他相关人员”是指甲乙方经办人以外的与合同有直接或间接利益关系的人员，包括但不仅限于合同经办人的亲友。

三、甲、乙双方严格禁止各自经办人员的任何商业贿赂行为。经办人发生本条前述所列示的任何一种行为，都是违反双方公司制度的，都将受到公司制度和国家法律的惩处。

**第十一条 违约责任**

一、承诺达标违约：

（1）若乙方单次所投广告未达到合同约定的承诺曝光量的，乙方需进行退款补偿，或在甲方下次投放时直接抵扣该部分投放款。具体计算方式为：（本次投放曝光总量—实际完成的曝光量）/1000\*折后千次曝光单价。例如，本次甲方采用竞价方式在上海投放10万元广告，折扣后的千次曝光单价为40元，则本次乙方须投放的曝光总量为2500000次，若实际完成的曝光量为2000000次。则本次乙方需要退款补偿（2500000-2000000）/1000\*40=20000元给甲方。

（2）若乙方单次所投广告未达到合同约定的互动点击率的，乙方需进行退款补偿，或在甲方下次投放时直接抵扣该部分投放款。具体计算方式为：（本次互动点击总量—实际完成的互动点击总量）\*(投放金额/本次互动点击总量)。例如，本次甲方采用竞价方式在上海投放10万元的排期广告，折扣后的千次曝光单价为40元，则本次乙方须投放的曝光总量为2500000次，互动点击总量=2500000\*2%=50000次，若实际完成的互动点击总量为30000次。则本次乙方需要退款补偿（50000-30000）\*（100000/50000）=40000元给甲方。

二、甲方无正当理由，逾期支付广告发布费用的，每延期一日，应按逾期部份的万分之五向乙方支付违约金。

三、乙方逾期或未按照甲方要求完成广告发布，每延期一日，应按广告发布费用的千分之三向甲方支付违约金。

四、甲、乙双方中的任一方延期超过十天未履行合同、或无正当理由未履行合同、或违反本合同约定导致合同无法履行的，守约方有权解除合同并要求违约方赔偿由此遭受的损失。

五、乙方发布的广告侵犯第三人合法权益的，一切责任由乙方承担，造成甲方损失的，甲方有权向乙方追偿。

六、在执行本合同过程中，甲、乙双方如遇到不可抗力以致本合同部分或全部无法履行，无须承担对方由此遭受的损失。但双方都有义务尽快通知对方有关情况细节，并积极协商解决办法。

**第十二条 转包或分包**

一、本合同范围的服务，应由乙方直接供应，不得转让他人供应；

二、除非得到甲方的书面同意，乙方不得将本合同范围的服务全部或部分分包给他人供应；

三、如有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权解除合同，追究乙方的违约责任。

**第十三条 不可抗力**

本合同所指的不可抗力是指不能预见、不能避免且不能克服的致使本合同不能按期完全履行或不能履行的客观情况。不可抗力包括但不限于以下情况：

（1）自然力量引起的事故如水灾、火灾、地震、台风、海啸等；

（2）政府的行动如颁布禁令、调整法律、法规、制度或政府征用/没收等；

（3）社会异常事件如战争、罢工、瘟疫等。

**第十四条 合同的变更和终止**

一、根据双方合作的需要，经甲、乙双方协商决定可对本合同进行变更和终止。

二、乙方出现以下情况之一的，甲方有权单方以书面通知的形式终止本合同（自终止合同的通知到达对方之日起，本合同终止），并拒绝支付未发生的相关费用。乙方给甲方造成损害的，应承担赔偿责任：

（1）乙方停止营业、进行清算、被解散、被拍卖、被判为破产或因其它原因致使资不抵债；

（2）乙方出现了其他影响或可能影响本合同正常履行的重大变更，在甲方给予的宽限期内仍无法解决；

（3）乙方违反本合同的规定或其在本合同项下作出的任何承诺、保证、义务，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；

（4）乙方违反本合同任何约定或提供的服务不符合甲方要求，在甲方给予的整改期内仍无法解决；

（5）乙方不恰当开展业务进而引发恶性事件、群体性事件，或造成不良影响的；

（6）因法律法规、监管政策等规定或者甲方内部经营决策、风险偏好等要求发生变化，导致本合同无法继续履行的。

三、本合同约定的知识产权及保密条款不因本合同终止或者解除而失效。

**第十五条 通知及送达**

一、乙方指定签章页所列地址、邮箱、电话、法定代表人（负责人）或授权代理人为乙方的文书送达信息。

二、乙方同意本合同项下甲方发送给乙方的各类通知、函件、协议、资料等文件，通过专人递送、邮寄、快递、传真、电话、短信、邮件等方式按前款所述送达信息进行送达即视为已送达。

三、乙方业务发生争议进入第三方调解、仲裁、法院程序后，第三方调解机构或法院或仲裁机构发送的相关法律文书，通过专人递送、邮寄、快递等方式按前款所述地址及人员进行送达即视为已送达。

四、如乙方上述所列任一文书送达信息有变更的，应当在三日内以书面方式告知甲方、人民法院或仲裁机构或第三方调解机构。在甲方、人民法院或仲裁机构或第三方调解机构收到书面变更通知前，依据本条第一款所述信息送达的文件均视为有效送达。

**第十六条 附则**

一、本合同适用中国法律，在本合同履行期间凡因本合同所发生或与本合同有关的一切争议、纠纷，双方可协商解决。协商不成的，任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的法院起诉，律师费、诉讼费由败诉方承担。

二、本合同一式陆份，甲乙双方各执贰份，代理公司、监管部门各壹份，具有同等法律效力。

三、本合同经双方法定代表人（负责人）或授权代表签章且加盖公章或合同专用章后生效。

四、其他约定： 无

（以下无正文）

|  |  |
| --- | --- |
| **甲方** | |
| **甲方名称：浙江神仙居景区运营管理有限公司**  （盖章）  签约日期： 年 月 日 | 法定代表人（负责人）（签章）：  （或授权代理人）：  地址：  邮政编码：  联系电话： |
| **乙方** | |
| **乙方名称：**  （盖章）  签约日期： 年 月 日 | 法定代表人（签章）：  （或授权代理人）：  地址：  邮政编码：  联系电话： |

**第六部分　投标文件格式**

## 1、资格证明文件格式

**目 录**

（按照“第三部分 投标人须知”有关资格证明文件组成要求编排）

**附件1：**

**投标声明书**

（采购单位名称） ：

(投标人全称) 系中华人民共和国合法企业，经营地址 。

我（姓名） 系上述企业的法定代表人（或营业执照中明确的负责人），参加贵方组织的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (采购编号、采购项目名称)的投标。为便于贵方公正、择优地确定中标人以及投标产品和服务，我方就本次投标有关事项郑重承诺如下：

1、我方向贵方提交的所有投标文件、资料都是准确的和真实的。

2、我方承诺已经具备参加采购活动的投标人应当具备的条件，并真实提供相关材料。

3、提供投标须知规定的全部投标文件，具体内容为：

（1）资格证明文件；

（2）报价文件；

（3）商务与技术标文件。

4、按采购文件要求提供和交付的货物或服务的投标报价详见开标一览表。

5、保证忠实地执行双方所签订的合同，并承担合同规定的责任和义务。

6、保证遵守采购文件中的其他有关规定。

7、我方的投标有效期自在开标日起90天内有效。

8、我方完全理解贵方不一定要接受最低价的投标。

9、我方在投标之前已经与贵方进行了充分的沟通，完全理解并接受采购文件的各项规定和要求，对采购文件的合理性、合法性不再有异议。

10、我方愿意向贵方提供真实完整的任何与该项投标有关的数据、情况和技术资料。若贵方需要，我方愿意提供我方作出的一切承诺的证明材料。

11、我方已详细审核全部采购文件，包括采购文件的澄清或修改文件（如有的话）、参考资料及有关附件，已经了解我方对于采购文件、采购过程、采购结果有依法进行询问、质疑、投诉的权利及相关渠道和要求。

12、我方将严格遵守下列规定：供应商有下列情形之一的，处以采购金额5‰以上10‰以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加采购活动；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

a、提供虚假材料谋取中标、成交的；

b、采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；

c、与采购人、其它供应商恶意串通的；

d、向采购人行贿或者提供其他不正当利益的；

e、拒绝有关部门监督检查或提供虚假情况的。

13、如中标，本投标文件至本项目合同履行完毕止均保持有效，我方将按采购文件及法律、法规的规定履行合同责任和义务。

14、以上事项如有虚假或隐瞒，我方愿意承担一切不利后果，并不再寻求任何旨在减轻或免除法律责任。

与本次投标有关的一切往来通讯请寄：

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 邮编：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人(或全权代表)签字或盖章：

投标人（盖单位章）：

日 期：

**注：▲必须按照本声明书要求填报。**

**附件2：**

**法定代表人授权委托书**

致：（采购单位名称）：

（投标人全称）法定代表人 授权

（全称代表姓名）为全权代表，参加贵单位组织的 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） 编号： ZJYX-2025-01 的招标活动，全权代表我方处理招标活动中的一切事务，我均予以承认。

法定代表人（签字或盖章）：

投标人（盖单位章）：

日 期： 年 月 日

附：

授权代表姓名： 手机：

职务： 电话：

详细通讯地址： 传真：

邮政编码：

|  |
| --- |
| 身份证复印件粘贴处： |

**附件3：**

**依法缴纳税收及社会保障资金的承诺函**

（采购单位名称） ：

我方参与的 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） ZJYX-2025-01 的招标活动，我方郑重承诺：我公司已依法缴纳税收及社会保障资金，符合参与采购活动的资格条件，不存在税收缴纳、社会保障等方面的失信记录。如有虚假，愿承担一切法律责任，采购组织机构可取消我方任何资格（招标/中标/签订合同），我方对此无任何异议。

特此承诺！

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

**附件4：**

**具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的承诺函**

（采购单位名称）：

我方参与的 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） ZJYX-2025-01 的招标活动，我方郑重承诺：我公司在参加本项目采购活动前，我公司具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；没有处于被责令停产、财产被接管、冻结或破产状态，具有足够的流动资金，有能力履行合同。如有虚假，愿承担一切法律责任，采购组织机构可取消我方任何资格（招标/中标/签订合同），我方对此无任何异议。

特此承诺！

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

**附件5：**

**具有履行合同所必需设备和专业技术能力的承诺函**

（采购单位名称）**：**

我方参与的 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目（非政府采购） ZJYX-2025-01 的招标活动，我方郑重承诺，我方承诺具有履行合同所必需设备和专业技术能力。如有虚假，采购组织机构可取消我方任何资格（招标/中标/签订合同），我方对此无任何异议。

特此承诺！

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

**附件6：**

**无重大违法记录声明书**

（采购单位名称）：

我方郑重声明：我方参加本项目招标活动前三年内无重大违法记录（重大违法记录是指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），符合《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》的规定。我方对此声明负全部法律责任。

特此声明。

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

## 2、商务与技术文件格式

**目 录**

（按照“第三部分 投标人须知”有关商务与技术文件组成要求编排）

# 附件7：

**商务响应表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 招标文件要求 | 投标人承诺 | 是否响应 |
| 1 | 服务期限 |  |  |  |
| 2 | 付款方式 |  |  |  |
| 3 | 履约保证金 |  |  |  |
| 4 | 报价要求 |  |  |  |
| 5 | 互动点击率要求 |  |  |  |
| …… | …… |  |  |  |

注：此表可延续，如不填写将视为对招标文件要求完全响应。

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

**附件8：**

**类似项目业绩一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目名称** | **项目地址** | **合同总价** | **合同签订日期** | **项目单位名称及其联系人电话** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |

注：1.表中业绩参照“第四部分 评标办法及评分标准”中要求提供，并附上每个业绩相关材料；

2.投标人承诺提供的上述业绩相关材料真实不假，否则作为投标文件提供虚假材料，按照采购文件相关条款处理，承担一切责任。

3.此表可增行。

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

## 3、报价文件格式

**目 录**

（供应商可参考采购文件“第三部分 投标人须知”报价文件组成要求编排）

**附件9：**

**投标报价一览表**

项目编号：ZJYX-2025-01

项目名称：2025年神仙居腾讯微信广告投放项目(非政府采购）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 内容 | 单位 | 数量 | 折扣率 | 备注 |
| 1 | 2025年神仙居腾讯微信广告投放项目 | 项 | 1 | 折扣率 **%（折扣率保留两位小数）** | 乐采云中的报价同样按折扣率进行报价 |

**注：**投标报价必须包括为完成该项目全部内容所需的一切人员工资、奖金、各种加班费、节假日补贴、夜餐费、各种社会保险、劳保福利、安全保险、食宿与交通、管理费用、税费、利润，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有工作开支、政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等各项全部费用并承担一切风险责任。为保证服务质量，要求投标人的总体报价不得明显低于成本价。

投标人（盖单位章）：

法定代表人或全权代表（盖章或签字）：

日 期：

**附件10：**

**采购活动现场确认声明书（被授权人）**

浙江耀信工程咨询有限公司 （采购组织机构名称）：

本人经由 （单位）负责人 （姓名）合法授权参加2025年神仙居腾讯微信广告投放项目(非政府采购） （编号：ZJYX-2025-01）招标活动，经与本单位法人代表（负责人）联系确认，现就有关公平竞争事项郑重声明如下：

1. 本单位与采购人之间 □不存在利害关系 □存在下列利害关系 ：

A.投资关系 B.行政隶属关系 C.业务指导关系

D.其他可能影响采购公正的利害关系（如有，请如实说明） 。

二、现已清楚知道参加本项目采购活动的其他所有供应商名称，本单位 □与其他所有供应商之间均不存在利害关系 □与 （供应商名称）之间存在下列利害关系 ：

A.法定代表人或负责人或实际控制人是同一人

B.法定代表人或负责人或实际控制人是夫妻关系

C.法定代表人或负责人或实际控制人是直系血亲关系

D.法定代表人或负责人或实际控制人存在三代以内旁系血亲关系

E.法定代表人或负责人或实际控制人存在近姻亲关系

F.法定代表人或负责人或实际控制人存在股份控制或实际控制关系

G.存在共同直接或间接投资设立子公司、联营企业和合营企业情况

H.存在分级代理或代销关系、同一生产制造商关系、管理关系、重要业务（占主营业务收入50%以上）或重要财务往来关系（如融资）等其他实质性控制关系

I.其他利害关系情况 。

1. 现已清楚知道并严格遵守采购法律法规和现场纪律。
2. 我发现 供应商之间存在或可能存在上述第二条第 项利害关系。

投标人代表签名：

年 月 日

注：**供应商认为有利害关系和需要回避的人员，应提供相关证明材料，与本声明书一同提交。由采购代理机构和监督部门负责询问核查；**

**2、该声明书在投标文件解密后30分钟内以邮件方式发送至邮箱1032780068@qq.com，未在规定时间发送的，视为不存在以上情形，所产生的一切后果由供应商自行负责；**

**3、该声明书请各供应商在开标前提前准备好，本表非投标文件的组成内容，无须在投标文件中提供。**

**采购活动现场确认声明书（法人）**

浙江耀信工程咨询有限公司 （采购组织机构名称）：

本人为 （单位）负责人参加2025年神仙居腾讯微信广告投放项目(非政府采购） （编号：ZJYX-2025-01）招标活动，现就有关公平竞争事项郑重声明如下：

1. 本单位与采购人之间 □不存在利害关系 □存在下列利害关系 ：

A.投资关系 B.行政隶属关系 C.业务指导关系

D.其他可能影响采购公正的利害关系（如有，请如实说明） 。

二、现已清楚知道参加本项目采购活动的其他所有供应商名称，本单位 □与其他所有供应商之间均不存在利害关系 □与 （供应商名称）之间存在下列利害关系 ：

A.法定代表人或负责人或实际控制人是同一人

B.法定代表人或负责人或实际控制人是夫妻关系

C.法定代表人或负责人或实际控制人是直系血亲关系

D.法定代表人或负责人或实际控制人存在三代以内旁系血亲关系

E.法定代表人或负责人或实际控制人存在近姻亲关系

F.法定代表人或负责人或实际控制人存在股份控制或实际控制关系

G.存在共同直接或间接投资设立子公司、联营企业和合营企业情况

H.存在分级代理或代销关系、同一生产制造商关系、管理关系、重要业务（占主营业务收入50%以上）或重要财务往来关系（如融资）等其他实质性控制关系

I.其他利害关系情况 。

1. 现已清楚知道并严格遵守采购法律法规和现场纪律。
2. 我发现 供应商之间存在或可能存在上述第二条第 项利害关系。

投标人代表签名：

年 月 日

注：**供应商认为有利害关系和需要回避的人员，应提供相关证明材料，与本声明书一同提交。由采购代理机构和监督部门负责询问核查；**

**2、该声明书在投标文件解密后30分钟内以邮件方式发送至邮箱1032780068@qq.com，未在规定时间发送的，视为不存在以上情形，所产生的一切后果由供应商自行负责；**

**3、该声明书请各供应商在开标前提前准备好，本表非投标文件的组成内容，无须在投标文件中提供**。