

公开招标文件

采购单位：三亚市旅游和文化广电体育局

项目编号：HNDMG2019036

项目名称：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体
整合营销项目

代理机构：海南鼎铭项目咨询管理有限公司

目 录

第一部分 投标邀请.....	1
第二部分 项目要求.....	3
第三部分 投标人须知.....	7
第四部分 合同条款.....	17
第五部分 评标方法和标准.....	20
一、初步审查.....	20
二、评标方法和标准.....	22
三、 评审原则.....	23
四、评标方法.....	23
第六部分 投标文件格式.....	27
一、报价文件格式.....	27
二、商务技术响应文件.....	31
三、投标人认为需要提供的其它文件.....	39

第一部分 投标邀请

海南鼎铭项目咨询管理有限公司受三亚市旅游和文化广电体育局委托，对 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目组织公开招标。现邀请国内合格的供应商来参加密封投标。

1、项目编号：HNDMG2019036

2、招标项目及范围：

包号：本项目

项目名称：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目

项目编号：HNDMG2019036

采购内容：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销 1 项

项目要求：详见《招标文件》第二部分

项目预算：本项目投标总价为人民币（大写）肆佰伍拾万元整（¥4,500,000.00）超出采购预算（最高限价）的投标，按无效投标处理。

3、投标人资格要求

3.1、1、符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条及法律、行政法规的各项规定；

2、具有独立法人资格的国内企业；

3、有依法缴纳社会保障资金和纳税的良好记录（需提供 2019 年近两月纳税和缴纳社保记录凭证并加盖公章）；

4、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动；

5、本项目拒绝联合体投标。

3.2 投标时必须提交以上相关证明资料。

4、招标文件的获取

4.1、发售标书时间：2019 年 7 月 10 日 00:00:00 至 2019 年 7 月 17 日 00:00:00。

4.2、发售标书地点：<http://zw.hainan.gov.cn/htms/login!register.do>。

4.3、标书售价：招标文件每套售价 100 元；投标保证金金额：50000 元整。

4.4、投标人提问截止时间：2019 年 7 月 22 日 17:30:00（北京时间）。

五、投标文件和保证金的递交

- 5.1、投标文件递交截止时间：2019年8月2日9:00（北京时间）。
- 5.2、投标文件递交地点：三亚市政务中心公共资源交易大厅第2开标室。
- 5.3、开标时间：报名成功后于系统的项目信息中查看
- 5.4、开标地点：报名成功后于系统的项目信息中查看
- 5.5、保证金到账截止日期：2019年8月2日9:00（北京时间），投标保证金的形式：网上支付，支付地址为：<http://zw.hainan.gov.cn/htms/login!register.do>。
- 5.6、公告发布媒介：全国公共资源交易平台（海南省）·三亚市 <http://zw.hainan.gov.cn/ggzy/syggzy/>，中国海南政府采购网 <http://www.ccgp-hainan.gov.cn/>。

6.其他

- 6.1、必须在海南省市场主体管理系统（<http://zw.hainan.gov.cn/ggzy/>）中注册并备案通过，然后登陆电子招投标系统（<http://zw.hainan.gov.cn/htms/login!register.do>）下载、购买电子版的招标文件；
- 6.2、投标截止日期前，必须在网上上传电子投标文件——PDF格式(使用 WinRAR 加密压缩)；
- 6.3、招标文件费于开标现场缴纳；
- 6.4、公告期限：2019年7月10日00:00:00—2019年7月17日00:00:00。

7、联系方式

代理机构：海南鼎铭项目咨询管理有限公司

地 址：三亚市吉阳区海罗一路苏商大厦9楼

邮政编码：572000

项目联系人：赵女士

联系电话：18976612713

采 购 人：三亚市旅游和文化广电体育局

地 址：三亚市文明路政府第二办公大楼7楼

项目联系人：甫先生

联系电话：13876792949

海南鼎铭项目咨询管理有限公司

2019年7月10日

第二部分 项目要求

一、具体执行要求

（一）平台运营要求

1、平台日常运维

（1）对脸书 Facebook（含 Messenger）、Youtube、Instagram、推特 Twitter、VK、领英 LinkedIn 6 大平台上进行重点推广（推广强度按照排名先后），并开通三亚旅游抖音海外版 Tik Tok 帐号，进行日常运营、与 Tik Tok 开展品牌合作。

（2）在谷歌 Google 上结合三亚市大型活动赛事进行广告投放。

（3）在 Pinterest、Line、Kakao、SnapChat 小平台上以维护为主，定期更新三亚旅游资源、大型活动赛事等信息。

2. 全年度配合推广活动

根据三亚市旅游和文化广电体育局营销计划，结合三亚举办的大型活动、旅游推介活动等进行配合推广，包括线上配合、现场配合、媒体宣传等。利用 Facebook、Twitter、Instagram、YouTube 等平台进行推广，活动前期进行预热，活动时进行集中推广，活动后进行后续维护。（注：2019 年下半年营销推广和大型活动计划请参照本部分第五项。）

（二）广告投放

1、平台广告投放

将平台广告投放与 OTA 联动，实现线上广告推送到点击、购买的流量转化。

（1）Booking 和 Agoda 作为全球使用率和访问量最高的两个 OTA 网站，可广泛覆盖三亚市主要的标客源市场。以二者作为重点推广的 OTA 阵地，通过在新媒体平台脸书 Facebook、Google、Instagram、VK 上投放广告，可保障三亚在目标市场高曝光度的同时，向两大网站进行点击、购买量的导流。

（2）在 YouTube、Twitter 平台三亚旅游官方账号上投放三亚旅游宣传广告。

（3）在 Facebook Messenger 中搭建智能客服机器人，保证用户回复率，并提供便利的自助查询服务，提升粉丝体验，加强粉丝与三亚主页粘性。

(4) 与三亚市目前正在开展或即将开展合作的大型旅行社官网进行链接与互动，包括采购方指定的各相关旅游企业信息（含其名称、logo 标识、网址、电话等）。

2、意见领袖 KOL 广告投放

购买行业意见领袖 KOL 资源，实现线上线下、跨平台联动。

(1) 结合不同类型 KOL 资源，线上及线下跨平台同步合作，以达到城市口碑、线上声量及直接导流的合作效果。

一是线下合作：邀请一位旅行/摄影/极限运动等旅游垂直类 KOL 到三亚深度体验，将 KOL 进行二次包装，打造成为三亚专属旅游意见领袖，全年持续发布三亚深度体验系列主题内容，作为线上产品吸引粉丝体验。二是线上发帖：在三亚主页发布专属旅游意见领袖深度体验三亚相关产品信息，发起竞猜游戏，调动粉丝互动转发及直接引流。邀请 KOL 全年深度体验三亚次数不少于 10 次。

(2) KOL 资源合作：借助海量一手 KOL 资源，提供优质、多类型的合作资源，全年实现与 1-2 个旅游类大品牌的合作项目（运动类，旅游类，时尚类，环保类知名品牌）。KOL 覆盖北美、南美、欧洲、日韩、东南亚等关键合作地区，跨越 Facebook、Instagram、YouTube、VK 等平台，实现多平台联动。

(3) 与 Tik Tok 开展内容合作，针对东南亚、日韩市场邀请 Tik Tok 网络红人体验三亚，全年不少于 3 次。

3、广告投放部分为 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目重点，预算需占整个项目经费的 70%以上。

(三) 线上活动营销

从品牌及营销双线出发，策划 4 场线上活动，依靠新媒体、行业意见领袖 KOL 等多方引流及多渠道传播。

(四) 举办一场海外线下推介会

拟在三亚重点客源市场——俄语地区举办一场海外推介会，邀请人员包括三亚市旅游和文化广电体育局代表（含 2 人差旅费）、当地旅行商和旅游行业协会代表、海外权威媒体、当地主流媒体、新华网等国内知名媒体等 60 人以上。线下执行包括活动整体策划、现场搭建等。线上推广包括在 Facebook 及 Twitter 平台进行贴文制作发布与广告投放，同时配合 Instagram 进行活动图片的更新、YouTube 平台的视频发布等。

（五）特别要求

内容管理团队需要由常驻三亚的专业团队进行采编、拍摄、活动安排等，并服从三亚市旅游和文化广电体育局的调派，实现随时沟通。中标方需安排 1 名内容采编人员常驻三亚市旅游和文化广电体育局指定办公地点。

二、重要指标评估

（一）新媒体投放

1、Facebook 曝光量 8,000 万，与 OTA 网站相链接的平台广告投放，完成引流效果，按点击行为计次不少于 40 万；互动总量不少于 40 万；粉丝增长量不少于 15 万（其中 50%以上为俄罗斯、西欧、北欧及东南亚国家粉丝）；12 个月贴文投放不少于 360 篇，Messenger 智能客服机器人不少于 1 万用户，全年不少于 2 万互动。

2、Google 包含 5000 万曝光与及 OTA 网站相链接的平台广告投放，完成引流效果，按点击行为计次不少于 40 万，Youtube 视频观看总量不低于 30 万；12 个月原创视频投放不少于 6 个，总上传视频量不少于 40 个，单支观看次数不少于 1 万次。

3、Twitter 曝光量 500 万，互动总量 90,000；粉丝增长不少于 2.5 万；12 个月贴文投放不少于 360 篇。

4、VK 曝光量 1,500 万，与 OTA 网站相链接的平台广告投放，完成引流效果，按点击行为计次不少于 30 万；贴文投放 12 个月不少于 150 篇。

5、Instagram 曝光量 6,000 万，按点击行为计次不少于 10 万；互动总量不少于 10 万，粉丝增长量不少于 1 万（其中 50%以上为俄罗斯、西欧、北欧及东南亚国家粉丝）；12 个月贴文投放不少于 360 篇。

6、LinkedIn 曝光量 50 万，粉丝增量不少于 3000 个，贴文投放 12 个月不少于 120 篇。

（二）线上广告营销

每场活动预计覆盖量为 500 万，共计 2,000 万。

（三）KOL 投放：预计粉丝内容覆盖量达 2,000 万以上。

（四）海外 PR 效果：发布 2 篇海外新闻稿（覆盖三亚市重点境外客源市场），达到 400 家以上境外网络媒体转发量。

（五）海外推介会：线上线下不少于 1 万人的关注量。

三、第三方市场营销效果评估报告

中标单位从采购人指定范围内选择第三方监播并保证配合第三方监测公司针对本项目的监播工作和绩效评估工作。第三方出具关于境外新媒体上述营销行为的效果评估报告。所有指标均由第三方监测机构认定是否达到所承诺的效果，第三方监测费用由中标单位支付。

四、服务期限

服务期：12个月。具体执行时间以合同约定为准。

五、2019年下半年营销推广活动计划

序号	项目	项目说明	举办时间
境外展会及推介会			
1	北欧市场	参加世界旅游城市联合会（WTCF）芬兰赫尔辛基香山峰会及举办三亚旅游（瑞典斯德哥尔摩、丹麦哥本哈根）推介会	9月
2	俄语市场	参加俄罗斯秋季国际旅游休闲展参展及举办三亚旅游（莫斯科）推介会	9月
3	日韩市场	参加韩国模德旅游展 Mode Tour（8月30-9月2日）及举办三亚旅游推介会	8月
4		参加日本国际旅游展 JATA（10月24日-27日）及举办2场三亚旅游（大阪、神户）座谈会并赴韩国参加省旅文厅举办的海南旅游推介会	10月
5	东南亚市场	参加马来西亚吉隆坡国际旅游展 MITM（7月6-8日），并在马来西亚、印度尼西亚、泰国旅游开展推介活动	7月
6	港澳台市场	参加台湾台北国际旅展 ITF（11月8-11日）及举办三亚冬季旅游产品（台中）推介会	11月
7	北美市场	赴美国圣地亚哥参加世界首届沙滩运动会并举办三亚城市推介会	11月
8	国际组织会员活动	参加 WTCF（世界旅游城市联合会）、TPO（亚太旅游振兴机构）、ICCA（国际大会及会议协会）及 PATA（亚太旅游协会）的年会	全年 （具体时间待各国际组织通知）
9	其他临时增加的相关推广活动		全年

第三部分 投标人须知

投标人须知要点

序号	条款	内容规定
1	项目名称	2019-2020年三亚旅游境外新媒体整合营销项目
2	项目编号	HNDMG2019036
3	采购预算	人民币肆佰伍拾万元整（¥4,500,000.00）
4	投标人资格要求	满足招标文件第一部分投标邀请“三、投标人资格要求”中的各项条件
5	投标文件的递交	<p>1、投标文件递交截止时间：2019年8月2日9：00（北京时间）。</p> <p>2、投标文件递交地点：三亚市政务中心公共资源交易大厅第2开标室。</p> <p>3、开标时间：2019年8月2日9：00（北京时间）</p> <p>4、开标地点：三亚市政务中心公共资源交易大厅第2开标室</p>
6	采购人联系方式	<p>采购人：三亚市旅游和文化广电体育局</p> <p>地址：三亚市政府第二办公大楼7楼</p> <p>联系人：甫先生</p> <p>联系电话：13876792949</p>
7	代理机构联系方式	<p>代理机构：海南鼎铭项目咨询管理有限公司</p> <p>地址：三亚市吉阳区海罗一路苏商大厦9楼</p> <p>邮政编码：572000</p> <p>联系人：赵女士</p> <p>电话：18976612713</p> <p>电子邮件：1007689833@qq.com</p>
8	投标保证金	<p>1、保证金到账截止日期：2019年8月2日9：00（北京时间）</p> <p>2、投标保证金金额：人民币伍万元整（¥50000.00）</p> <p>3、缴纳账户：</p> <p>账户名称：三亚市人民政府政务服务中心</p> <p>账号：46050100513600000808</p>

		开户银行：中国建设银行三亚市分行 4、投标保证金的形式：网上支付，支付地址为： http://zw.hainan.gov.cn/htms/login!register.do 。
9	投标有效期	自开标之日起 90 天。
10	投标文件份数	投标人应提交一套正本、四套副本、一份唱标信封（单独密封提交）、一份电子版投标文件。 注：投标截止日期前，必须在网上上传 PDF 加密压缩的 rar 格式的投标文件）；
11	评审委员会构成	本项目评审委员会共由 5 人组成。（其中：采购人推荐专家 1 人，海南省综合评标专家库中随机抽取专家 4 人。）
12	投标人委托代表人的资格条件	代表人须提交法定代表人授权委托书及身份证复印件。
13	评审方法	综合评分法
14	中标服务费	中标服务费由中标人支付。
15	推荐候选服务商	推荐三名中标候选服务商
16	其他说明	凡涉及招标文件的补充说明和修改，均以中国海南政府采购网及全国公共资源交易平台海南省·三亚市网发布公告内容为准。

A 总则说明

1、适用范围

1.1 本招标文件仅适用于本招标公告中所叙述的招标项目。

2、定义

2.1 “采购人”系指三亚市旅游和文化广电体育局。

2.2 “采购代理机构”系指海南鼎铭项目咨询管理有限公司。

2.3 “投标人”系指向采购人提交投标文件的企业。

2.4 “中标服务商”系指经过招标确定的提供合同货物和服务的企业。

2.5 “货物”系指中标人按招标文件要求，须向用户提供的一切材料、备品备件、工具、手册及其它技术资料 and 材料。

2.6 “服务”系指招标文件规定中标供应商须承担的制作、安装、技术协助以及

其它有关的义务。

3、合格的投标人

- 3.1 具有独立承担民事责任的能力；
- 3.2 参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；
- 3.3 法律、行政法规规定的其他条件；
- 3.4 满足本招标文件投标人资格要求的投标人。

4、投标费用

投标人应承担所有参与投标的相关费用，不论投标过程中的做法和结果如何，采购人和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。

5、联合体投标

根据项目的情况，本次招标不接受联合体投标。

B 招标文件

6、招标文件的构成

6.1 招标文件由下列文件及在招标过程中发出的修正和补充文件组成：

- 第一章 投标邀请
- 第二章 项目要求
- 第三章 投标人须知
- 第四章 合同条款
- 第五章 评标方法和标准
- 第六章 投标文件格式

6.2 投标人发现招标文件中任何数字或词义含混不清，应致电采购代理机构补全或澄清。如果投标人不按上述提出要求而造成不良后果，采购人不承担责任。

7、质疑、投诉

7.1 投标人认为招标文件使自己的权益受到损害的，应在获取招标文件之日或获取文件截止之日起七个工作日内，以书面形式向本代理机构或采购人提出质疑。

7.2 投标人认为开标过程使自己的权益受到损害的，应在开标之日起七个工作日内，以书面形式向本代理机构或采购人提出质疑。

7.3 投标人认为中标结果使自己权益受到损害的，可以在发布中标结果公告之日起七个工作日内，以书面形式向本代理机构或采购人提出质疑。

7.4 质疑必须以书面形式提出。质疑书必须由提出质疑的投标人的法定代表人亲笔签署，并加盖单位公章。

7.5 未按以上要求提交的质疑是无效质疑，不予受理。

7.6 对于供应商的有效质疑，我们将按照《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等有关法律规定及时予以答复。

7.7 投标人对质疑事项的答复不满意，或者没有在法定期限内得到答复的，可以依法向政府采购监管部门进行投诉。

7.8 投标人的投诉，应当符合《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购供应商投诉处理办法》、《财政部关于加强政府采购供应商投诉受理审查工作的通知》、《财政部规范政府采购供应商投诉标准文本》等相关规定。

C 投标文件的编写

8、投标要求

投标人应仔细阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求提供投标文件，并保证全部资料的真实性，使其投标对招标文件作出实质性的响应，否则，将导致废标。本次招标项目不接受多方案投标，否则以无效投标处理。

9、投标语言及计量单位

9.1 投标人提交的投标文件及投标人与采购代理机构就有关投标的所有来往函电均使用中文。投标人可以提交其它语言的资料，但有关段落必须翻译成中文，在有差异时以中文为准。

9.2 除在招标文件的技术规格中另有规定外，计量单位应使用我国法定计量单位（国际单位制和国家选定的其它计量单位）。

10、投标文件的组成

10.1 包括投标函、开标一览表、技术规格偏离表、商务条款偏离表、投标人资格证明文件、项目业绩、投标保证金及投标人认为需提供的其他资料等。

10.2 投标技术响应文件：包括对项目要求的响应情况、营销方案等。

11、投标文件格式

11.1 投标人应按招标文件中提供的投标文件格式制作投标文件。

11.2 投标文件不得采用活页装订，建议采用胶装，活页装订或未按招标文件要求装订的投标文件将被拒绝。

12、投标报价

12.1 投标人应按招标文件中规定的报价表格式以招标内容为基础提出一套完整

的报价。本项目只接受人民币报价。

12.2 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：

12.2.1 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；

12.2.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

12.2.3 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；

12.2.4 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。修正后的报价按照《政府采购货物和服务招标投标管理办法》(财政部令第 87 号)第五十一条第二款的规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

12.3 投标人对每一服务项只允许有一种报价，采购人不接受有选择的报价。

13、投标人资格证明文件

13.1 投标人必须提交证明其有资格进行和有能力履行合同的文件，作为投标文件的一部分。

14、投标保证金

14.1 投标保证金是用于保护本次招标免受投标人的行为而引起的风险，发生下列行为予以没收投标保证金。

- 1) 投标人在规定的投标有效期内撤回投标或有效期不满足招标文件要求的；
- 2) 投标人提交投标保证金后，至投标截止时间未参加投标，且未在投标截止时间前书面通知招标代理机构声明放弃投标的；
- 3) 中标人未在规定期限内与采购人签订合同；
- 4) 如招标文件对履约保证金有要求，而中标人在签订合同后未按规定提交履约保证金。
- 5) 投标人在本次投标过程中出现违反法律法规的行为、扰乱开标评标秩序的行为或恶意利用规则谋求不法利益的行为。

14.2 未按招标文件规定提交投标保证金的投标，将被视为非响应性投标予以拒绝。

14.3 未成交的供应商，保证金将在成交通知书发出之日起 5 个工作日内，由招

标代理机构在全国公共资源交易平台（海南省）·三亚市系统中操作退还保证金。

14.4 成交的供应商，保证金将在采购合同签署后 5 个工作日内，由招标代理机构在全国公共资源交易平台（海南省）·三亚市系统中操作退还保证金。

15. 投标有效期

15.1 投标文件从开标日起，投标有效期为 90 天。如果投标有效期不足 90 天，将导致投标无效。

15.2 特殊情况下，采购人可于投标有效期满之前书面通知投标人延长有效期，投标人可以拒绝上述要求。没有拒绝的投标人，不能修改投标文件。

16. 投标文件的签署及规定

16.1 投标文件份数：见投标人须知要点

16.2 每套投标文件要明确注明“正本”或“副本”的字样。正本和副本出现不一致的情形，以正本为准。

16.3 投标文件正本主要内容（招标文件格式中要求法人代表或授权委托人签字的内容和加盖投标单位公章）应由投标人的法定代表人或其授权的委托人签字（或盖章）或加盖投标人公章。投标文件的副本可以是正本的复印件。

16.4 除投标人对错处作必要修改外，投标文件中不许有加行、涂沫或改写，若有修改须由签署投标文件的投标人法定代表人或其授权代表进行签字或加盖公章。

D 投标文件的递交

所有投标文件必须按采购人在招标公告中规定的投标截止时间之前送至开标地点。采购人将拒绝在投标截止时间后递交的投标文件。

17. 投标文件的密封和标记

17.1 投标人应将投标文件正本单独密封，副本可以单独密封或封装在一个密封袋中，并标明投标人名称、项目编号、项目名称及“正本”或“副本”的字样，并在封口处加盖投标人公章。

17.2 为方便开标唱标，投标人应单独提供一份唱标信封，并在信封上标明“开标一览表”字样。

17.1.1 唱标信封组成部分

(1) 开标一览表；

(2) 中小企业声明函

(3) 反商业贿赂承诺书

17.3 投标文件封皮上还应清楚注明“于__年__月__日 时之前不得启封”的字样（时间系指开标的具体时间）。

17.4 投标人应在不迟于招标公告中规定的截止日期和时间将投标文件递交至采购代理机构，递交地点为招标公告中指定的地址。

17.5 投标人应按上述要求密封及书写标记。未按上述要求密封、标记或迟于递交投标文件截止时间的投标文件，采购代理机构应予拒收。

18、投标文件的补充、修改和撤回

18.1 投标人在投标截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购代理机构。补充、修改的内容必须按招标文件要求签署或盖章，并作为投标文件的组成部分。

18.2 投标人对投标文件的补充、修改的书面材料应按第 17 和 18 条规定进行编写、密封、标记和递送，并注明“补充、修改投标文件”字样。

E 开标和评标

19、开标

19.1 采购人和采购代理机构在招标公告规定的时间和地点公开开标。参加开标的投标人代表应单独提供一份法定代表人身份证明、法定代表人授权委托书及被授权人身份证原件进行签到，未按上述要求递交资料的，代理机构有权拒绝接受其投标文件。

19.2 开标时，由投标人代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由采购代理机构人员当众拆封。

19.3 开标时，采购代理机构当众宣读投标人名称、投标价格及投标文件其他主要内容。

19.4 采购代理机构将做开标记录。

19.5 开标时，投标文件中开标一览表内容与投标文件中明细表内容不一致的，以开标一览表为准。

19.6 投标截止时间结束后参加投标的投标人不足三家的，除采购任务取消情形外，按照中华人民共和国财政部第 87 号令《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第四十三条规定处理。

20、评标委员会

20.1 评标委员会由采购人代表和有关技术、经济等方面的专家组成，成员人数应当为五人以上单数。

21、评标方法

21.1 对所有投标人投标的评估，都采用相同的程序和标准。

21.2 评标严格按照招标文件的要求和条件进行。

21.3 评标方法：本项目采用综合评分法。

21.4 若提交的相关证明材料无法得到核实或未在规定的时间内提交，评标委员会可取消其中标候选人资格，并按顺序由排序第二的候选人递补，依此类推。

22. 评标过程的保密性

22.1 在评标过程中及评标结束后，评标委员会的研究情况和所有投标人的商业秘密都属于保密内容。

22.2 有关投标文件的审查、澄清、评估和比较以及有关授予合同的意向的一切情况都不得透露给任何投标人或与上述评标工作无关的人员。

22.3 投标人不得干扰评标委员会的评标活动，否则将取消其投标资格，其投标保证金将不予退还。

F 定标

23、定标准则

合同将授予符合招标文件实质性要求，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并列。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。不能保证最低报价的投标中标。

24、接受和拒绝的权力

评标委员会有权根据投标人的投标文件对招标文件实质性响应的程度决定接受其全部或部分的投标。

25、授予合同时变更数量的权力

采购人在授予合同时有权对招标文件中的货物数量和服务在其采购合同金额 10% 的范围内予以增加，但不得对单价或其它条款和条件做任何实质性改变。

26、签订合同

26.1 中标服务商按《中标通知书》的要求与采购人签订合同，签订合同期限最

长不得超过 30 天。

26.2 招标文件、中标服务商的投标文件、澄清文件及其在评标中的书面承诺等均为签订合同的依据。

26.3 中标服务商应当按照合同约定履行义务，完成中标项目。中标服务商不得向他人转让中标项目，也不得将中标项目拆分后转包给他人。

26.4 中标人拒签合同，或不能在规定的期限内与采购人签订合同，采购人有权取消其中标资格，其投标保证金不予退还。

26.5 中标人放弃中标或被取消中标资格后，采购人有权按评审委员会推荐的顺序确定中标候选人中标并与其签订合同。所有被推荐的中标候选人均放弃中标或被取消中标资格，采购人应当重新组织招标。弃标或被取消中标资格的供应商不得参加重新招标。

26.6 中标人拒签合同或放弃中标是违约行为，应当依法赔偿违约行为给采购人造成的实际损失。

26.7 签订合同及合同条款应以招标文件和中标人的投标文件为依据。

27、验收

27.1 中标人与采购人应严格按照招标文件规定的标准和投标文件承诺的条件进行验收。

27.2 采购人可以独立邀请第三方参与验收。验收出现争议时，中标人可以与采购人协商共同邀请第三方参与验收。

28、废标

在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

- (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。

29、其他

29.1 中标服务商须在领取《中标通知书》前向采购代理机构交纳招标代理服务费。

29.2 采购代理服务费交纳标准：

29.2.1 以中标总金额作为收费的计算基数；

29.2.2 采购代理服务费按国家计委《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980号）规定的标准计算；

29.2.3 招标代理服务收费按差额定率累进法计算。收费标准如下：

招标代理服务收费标准

中标金额（万元）	货物招标	服务招标	工程招标
100 以下	1.5%	1.5%	1.0%
100-500	1.1%	0.8%	0.7%
500-1000	0.8%	0.45%	0.55%
1000-5000	0.5%	0.25%	0.35%

29.2.4 采购代理服务费的交纳方式：现金或转账。

第四部分 合同条款

甲方：

乙方：

甲、乙双方根据 2019 年 月 日开标的 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目（项目编号：HNDMG2019036）招标结果和有关招、投标文件的要求，依照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国合同法》及有关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经双方协商一致，签订本合同，并严格履行：

第一条 签订本合同的依据

- 1.1 《中华人民共和国合同法》。
- 1.2 国家及地方有关法规和规章。
- 1.3 本项目采购文件、乙方投标文件和中标通知书。

第二条 服务内容、宣传期和项目执行时间

2.1 服务内容：

2.2 宣传期：12 个月，项目执行时间：_____（具体执行时间以采购人确定为准）

2.3 如遇服务范围内有大的调整情况，采购人将提前告知中标人，合同内容经双方协商调整。

第三条 合同价款及付款方式

本次合同总费用为¥_____（大写：人民币_____元整）。

合同的总费用包括广告投放、帖文、稿件制作、媒体宣传、交通及相关劳务支出等完成该项目工作所发生的全部费用以及投标人企业利润、税金和政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等一切费用的总金额。

合同付款方式：

付款方式根据项目进度进行合理安排，以最终合同签订为准。

第四条 甲方责任

4.1 甲方有责任在合同签署后给予乙方积极配合与支持。

4.2 甲方须按本合同规定的付款方式按时支付服务费用。

第五条 乙方权利与义务

5.1 乙方应按照合同规定的招标内容及执行要求组织活动。

5.2 乙方应保守甲方的商业秘密，甲方提供的所有资料不得外泄或者用作其他用途，若因乙方原因，导致资料丢失或外泄，给甲方造成损失的，应给予赔偿。

第六条 合同变更和解除

6.1 本合同条款由甲乙双方在平等自愿的基础上通过协商并达成一致意见后形成，未经双方书面认可，任何一方不得对本合同的条款作出修改或补充。

6.2 如因第三方原因，造成合同不可避免的修改，应取得甲乙双方的书面共同确认，并签署补充合同。

6.3 因不可抗力致使合同履行条件不再具备，经甲乙双方确认后，任何一方均有权解除合同；

第七条 其他

7.1 甲、乙双方在履行本合同中出现的争议首先通过友好协商的方式解决，协商不成的，应当向甲方所在地人民法院起诉。

7.2 由于不可预见的不可抗力因素，导致任何一方不能执行本合同中的部分或全部条款时，遭受不可抗力的一方应及时通知对方，对方可根据实际情况部分或全部免除其应该承担的责任。

7.3 甲乙双方均应自觉配合相关部门对合同履行情况的监督检查，如实反映情况，提供有关资料。

7.4 本合同经甲、乙双方签字、盖章，并由合同签订之日起生效，本合同壹式陆份，甲、乙双方各执两份，采购代理机构执存一份，三亚市财政局政府采购办公室备案一份。自双方履行完合同约定的责任义务后，本合同即行终止。

7.5 本合同未尽事宜，双方可签订补充协议，有关协议及双方认可的来往电报、传真、会议纪要等，均为本合同组成部分，与本合同具有同等法律效力。

甲方：（盖章）

乙方：（盖章）

地址：

地址：

法定（或授权）代表人：（签字）

法定（或授权）代表人：（签字）

__年__月__日

__年__月__日

详细地址：

电话：

传真：

开户银行：

账 号：

第五部分 评标方法和标准

一、初步审查

资格审查表		
序号	审查项目	审查内容
1	投标人资格	提供了有效的三证合一的营业执照或事业单位法人证书。（复印件加盖公章）。
2	纳税凭证和社保缴纳凭证	提供了 2019 年近两个月的纳税和缴纳社保记录凭证并加盖公章。
3	诚信投标声明函	按照招标文件要求提供了诚信投标声明函。
4	信用记录	无重大违法失信行为记录。
5	服务期	12 个月，具体执行时间以合同约定为准。

1、项目开标结束后，采购人及采购代理机构依法对投标人的资格进行审查。只有通过资格审查的投标人才能由评审委员对其符合性进行审查。

符合性审查表		
序号	审查项目	审查内容
1	投标文件份数	满足招标文件正本一份，副本四份。
2	投标保证金	按时、足额缴纳了投标保证金。
3	投标报价	投标报价是唯一的、无选择性的报价，并且未超出最高限价。
4	投标文件签署	有法定代表人或其授权的委托人签字或加盖单位章。
5	投标有效期	满足招标文件规定的 90 天。

- 1、评审委员需要针对符合性审查表中的条款逐一对各投标人符合性进行审查，“√、通过”或者“×、不通过”。
- 2、结论采用“一项否决”原则。只有全部审查项目都是“√、通过”的，结论才能是“合格”；只要其中一项是“×、不通过”的，结论只能是“不合格”。
- 3、只有结论是合格的投标人，才能进入下一轮评审；不合格的被淘汰。
- 4、通过资格审查及符合性审查的投标人必须满足3家，才能进入综合评分程序。

二、评标方法和标准

序号	评审内容	评分标准	满分
1	价格分	<p>评标基准值 = 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。</p> <p>投标人报价得分=最低有效报价/投标人报价*10*100%</p> <p>投标报价不得超出政府采购预算，超出预算的报价为无效报价。</p> <p>投标报价低于采购预算的 80%或明显低于其他投标人的投标报价的，投标人应当对其价格构成的合理性予以说明，并提交相关证明材料。未能作出合理解释的低价被视为低于成本报价。</p>	10分
商务技术评分标准（90分）			
序号	评审项目	评审细则	满分
2	执行团队	<p>针对拟组建项目执行团队人员配备的完整性、可行性、合理性进行评分。</p> <p>1. 执行团队人员需不少于 8 人（含 1 名驻地工作人员）。</p> <p>2. 执行团队人员均具有本科或本科以上学历（提供学历证明）。</p> <p>3. 执行团队中需不少于 5 人具有 5 年以上工作经验（提供人员社保证明），其中新媒体行业 3 年以上工作经验（提供个人简历）。</p> <p>符合全部要求得 5 分，有一项不满足扣 2 分，直至此项分扣完为止。</p>	5分
3	行业经验及执行能力	<p>1.提供 2017 年 1 月 1 日以来完成的境外新媒体单个项目合同金额达到 300 万元（含）以上的旅游类项目业绩，每提供一个案例的证明材料原件（合同、结算单、发票三者选一，同一项目不可重复得分）得 3 分，满分 6 分。未提供相关证明材料的不得分。</p>	6分
		<p>2.提供 2017 年 1 月 1 日以来，曾服务过省市旅游单位官方账号，每提供一个案例的证明材料原件（合同、结算单、发票三者选一，同一项目不可重复得分）得 1.5 分，满分 9 分。</p>	9分
4	运营维护方案	<p>根据各投标人针对脸书 Facebook（含 Messenger）、YouTube、Instagram、推特 Twitter、VK、领英 LinkedIn、谷歌 Google、Pinterest、Line、Kakao、SnapChat 等平台制定的运行维护方案进行逐项评比。</p> <p>1.根据招标文件第二部分项目要求的平台运营要求进行逐条审查各投标人的项目要求响应情况，全部满足招标文件要求得 5 分，有一项不满足扣 2 分，直至 5 分扣完为止。</p> <p>2.信息及线上活动内容发布具有计划性、可行性及安全性，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。</p> <p>3.针对以上平台功能进行深度开发，打造智能服务，提升粉丝体验度，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。</p> <p>4.针对信息发布、更新维护及帖文互动量等，提供实时、便捷的数据监测及展示服务，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。</p>	20分

5	广告投放推广方案	针对招标文件第二部分项目要求的广告投放项目，包括脸书 Facebook（含 Messenger）、YouTube、Instagram、推特 Twitter、VK、Google，根据各投标人制定的广告投放推广方案进行综合评比，且各平台广告投放效果应符合招标文件第二部分重要指标评估的相关项指标要求，全部满足招标文件要求得 20 分，有一项不满足扣 2 分，直至此项分值扣完为止。	20 分
6	线上活动策划方案	根据各投标人提供的线上活动方案，针对活动的创意、高新技术运用、预估效果等方面进行比较。 1、线上活动具有创意性，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。 2、利用高新技术提高线上活动的关注度，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。 3、四场线上活动应符合招标文件第二部分重要指标评估的相关项指标要求；此外，在服务期限内，应针对采购单位所提供的大型线下活动列表，配合策划相应的线上活动，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。	15 分
7	推介会策划方案	对海外推介会方案进行比较，包括推介会方案创意、宣传效果预估、邀请人数及应急预案等，优 5 分，一般 1~4 分，差不得分。	5 分
8	增值服务	1、根据招标文件第二部分 Facebook、Twitter、Google、Instagram、VK 平台的曝光量指标，投标人所提供的方案高于曝光量指标的 10%，每个平台得 1 分，满分 5 分。	5 分
		2、除去招标文件中所要求的服务外，投标人还能够提供的其他增值类服务，如促成品牌合作、建立项目行业专家库、增加线下广告资源投放等，并提供相关证明和策划方案。每提供 1 条得 1 分，满分 5 分。	5 分

三、评审原则

1、遵循公平、公正、科学、择优的原则，以相同的评审程序和标准对待所有的投标人。

2、反对不正当竞争，反对恶意压低投标价格。

四、评标方法

（一）评审规则

1、本招标项目的评审办法采用综合评分法。满分为 100 分，分配为：价格占 10 分，商务和技术占 90 分。

2、综合评分的因素包括以下内容：价格、商务、技术、服务、对招标文件的响应程度等。

3、评审步骤：项目开标结束后，采购人及采购代理机构依法对投标人的资格进

行审查，再由评审委员对其符合性进行审查及详细评审。只有通过资格审查、符合性审查的投标人才能进入详细评审，详细评审是对商务、技术、价格及服务因素的评审。

4、综合评分及其统计：按照评审程序、评分标准以及权重分配的规定，评审委员会成员分别就各个投标人的技术状况、商务状况等进行评议和比较，分别赋分。各评委赋分的算术平均值，即为该投标人的技术得分或商务得分。按综合评分法的报价计算方法计算各投标人的价格得分。将技术得分、商务得分和价格得分相加得出每个投标人的综合得分。

5、综合得分按由高到低顺序排列。综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。综合得分和投标报价均相同的，按技术指标由优至劣顺序排列。

6、综合得分最高的投标人为第一中标候选人，综合得分次高的投标人为第二中标候选人，依次类推。

（二）初步评审

1、项目开标结束后，采购人及采购代理机构依法对投标人的资格进行审查。只有通过资格审查的投标人才能由评审委员对其符合性进行审查。

2、评审委员会根据招标文件要求，对投标人符合性进行评审。只有对《符合性审查表》所列各项目做出实质性响应的投标文件才能通过初步评审。

3、评审委员会将审查投标文件是否完整、有关资料证明文件是否真实有效、是否提交投标保证金、文件签署是否合格、投标有效期是否满足要求等。

4、在详细评审之前，评审委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。实质上响应的投标，应该是符合招标文件重要条款、条件和规格的要求，没有重大偏离或保留的投标。所谓重大偏离或保留，是指实质上影响合同的供货范围、质量和性能；或者实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中采购人的权利或投标人的义务；纠正这些偏离或保留，将会对其他实质上的响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响。评审委员会认定投标文件是否响应招标文件的要求，只根据投标文件本身的内容，而不寻找外部的证据。

4、无效投标的认定

评审过程中，投标文件出现（但不限于）下列情况的，将被认定为无效投标：

- 1) 投标人未提交投标保证金或投标保证金金额不足的；
- 2) 投标有效期不足的；

- 3) 投标文件未按招标文件规定要求填写投标内容及签名盖章的；
- 4) 投标报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

（三）详细评审

详细评审是对通过初步评审的投标进行技术、商务和价格的评审。

1、价格评审

（1）评标基准值=有效投标人的最低投标报价作为评标基准值。

投标报价得分=最低有效报价/投标报价×10分

报价分取小数点后2位，小数点后第三位四舍五入。

（2）小微企业投标价格依据《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）文件及《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库[2011]181号）文件规定，评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。

（3）监狱企业：根据《财政部 司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库[2014]68号）文件规定，监狱企业参加政府采购活动时，应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。

（4）残疾人福利性单位：根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，须提供《残疾人福利性单位声明函》。残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

（5）价格扣除幅度：投标报价给予6%的扣除。投标人同时为小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，评审中只享受一次价格扣除，不重复进行价格扣除。

（6）签订合同时以实际投标价格为准。在《开标一览表》中，小微、监狱、残疾人福利性企业需出示有效证明文件，并在《开标一览表》其他声明中注明。未在开标一览表中注明企业类型的，其投标报价不做优惠折算。

2、商务评审

评审委员会对投标人提供的项目业绩、财务状况、投标文件规范性等情况进行比较和评价。

3、技术评审

评审委员会将根据投标人所提供的项目实施方案、增值服务等，逐项分别进行比较和评价。

注：商务评标因素和技术评标因素的分值取小数点后2位，小数点后第三位四舍五入。

（四）定标原则

1、定标原则：评审委员会依据评审结论推荐3名中标候选服务商。采购人根据评审委员会推荐的中标候选服务商名单，按顺序确定中标服务商。

2、定标程序

1) 评审委员会将评审情况写出书面报告，推荐中标候选人，并按照综合得分高低标明排列顺序。综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。

3) 招标代理机构在评标结束后2个工作日内将评审报告整理送采购人。

4) 采购人在收到评审报告后5个工作日内，按照评审报告中推荐的中标候选人顺序确定中标人。

5) 根据采购人确定的中标人，招标代理机构在中国海南政府采购网及全国公共资源交易平台海南省·三亚市网上发布中标公告，同时向中标人发出中标通知书。

6) 招标采购单位不退回投标文件和其他投标资料。

第六部分 投标文件格式

一、报价文件格式

1、投标书

投 标 书

海南鼎铭项目咨询管理有限公司：

我们仔细阅读并全面研究了 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目（项目编号：HNDMG2019036）招标文件，决定参加本项目的投标。

1、我们自愿按照招标文件规定的各项要求向采购人提供所需货物及服务。我们提供的《开标一览表》的报价包括广告投放、帖文、稿件制作、媒体宣传、交通及相关劳务支出等完成该项目工作所发生的全部费用以及投标人企业利润、税金和政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等一切费用的总金额。。我们的投标总价为人民币(大写) _____(¥)。

2、我们充分理解并完全接受合同条款的各项约定，没有任何异议。

3、如果我们被授予合同，我们将严格履行合同规定的责任和义务，保证按期、按质、按量完成合同义务。

4、我们同意按照招标文件的要求，交纳人民币（大写）：伍万元整（¥50000.00）投标保证金；并承诺如果发生下列情况，我方无权要求退还投标保证金：

- （1）我方在投标有效期内撤回投标；
- （2）我方提供了虚假响应招标文件的投标文件；

(3) 在投标过程中有违反法律法规和相关纪律的行为；

(4) 在收到中标通知书后并在投标有效期内，由于我方原因未能按照招标文件要求提交履约保证金或与采购人签订并履行合同。

5、我们同意按招标文件中的规定，本投标文件的有效期限为自开标之日起 **90** 天。

6、我们愿意提供招标方在招标文件中要求的所有资料。

7、我们愿意遵守招标公告及招标文件中明示的收费标准。

8、我们承诺该项投标在开标后至投标有效期截止前保持有效，不作任何更改和变动。

投标人：（单位盖章）

法定代表人或授权委托人：（签字或盖章）

地址：

邮政编码：

联系人：

联系电话：

电子邮件：

传真：

日期： 年 月 日

2、开标一览表

开标一览表

项目名称：2019-2020年三亚旅游境外新媒体整合营销项目

项目编号：HNDMG2019036

金额单位：元

序号	采购内容	数量	执行时间	投标报价	其他声明
1	2019-2020年三亚旅游境外新媒体整合营销项目	12个月	具体执行时间以合同约定为准。		
总投标报价（大写）：_____小写： 投标总报价包括广告投放、帖文、稿件制作、媒体宣传、交通及相关劳务支出等完成该项目工作所发生的全部费用以及投标人企业利润、税金和政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等一切费用的总金额。					

注：投标人如为小微企业，需在其他声明中注明，并提供中小企业声明函。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权委托人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

3、 分项报价表**分项报价表**

项目名称：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目

项目编号：HNDMG2019036

金额单位：元

序号	内容名称	数量	单价	合计
1				
2				
3				
4				
...				
	••••			
合计 (1+2+3+4+...)				
分项报价大写：_____ 小写：¥				

注：分项报价表的总报价须与投标书、开标一览表的总报价一致。

投标人：（填写名称并盖章）

投标人授权代表签字：

二、商务技术响应文件

1、 法定代表人授权委托书格式

授权委托书

本授权委托书声明：_____（授权单位名称），法人代表为_____（法人代表姓名、职务）。现授权委托_____（被授权人的姓名）为本单位的合法代理人，并将以本单位名义参加海南鼎铭项目咨询管理有限公司组织的 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目（项目编号为：HNDMG2019036）招标投标活动。代理人（被授权人）在本项目投标活动中所签署的一切文件和处理的一切有关事宜，我单位均予承认。

代理人无转委托权，特此委托。

附：代理人（被授权人）二代身份证复印件

投标人（公章）：

法定代表人签字：_____

授权日期：_____

代理人（被授权人）（签字）：

说明：本授权委托书需附法人身份证复印件及授权代理人的身份证复印件。如是法人代表本人参加投标，则只需附法人代表身份证复印件，无需提供授权委托书）

2、 商务条款偏离表格式

商务条款偏离一览表

项目名称：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目

项目编号：HNDMG2019036

序号	项目	招标文件要求	投标文件响应	有无偏离	证明材料
1	投标保证金	按时足额缴纳了投标保证金。			见 页
2	投标文件份数	一套正本、四套副本			
3	授权委托书	法定代表人授权委托书及被授权人身份证明（投标代表如为法人，只需提供身份证明）			见 页
4	信用记录	无重大违法失信记录。			见 页
5	服务期	12 个月，具体执行时间以合同约定为准。			见 页
6	投标有效期	90 天			见 页
7	投标报价	投标报价是唯一的、无选择性的报价，且报价未超出预算。			见 页
8	纳税凭证和社保缴纳凭证	提供了 2019 年近两个月纳税和缴纳社保记录凭证并加盖公章。			见 页
9	企业营业执照	提供了有效的三证合一的营业执照或事业单位法人证书。（复印件加盖公章）			见 页
10	文件签署及盖章	有法定代表人或其授权的委托人签字或加盖单位章。			见 页
11	诚信投标声明	按照招标文件要求提供了诚信投标声明函。			见 页

我们承诺本商务条款偏离一览表的内容真实有效，无任何虚假之处，并且愿意承担因不满足此承诺而引起的相应的法律责任并接受相关部门的处罚。

投标人名称：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

3、 技术条款偏离表格式

技术条款偏离一览表

项目名称：2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目

项目编号：HNDMG2019036

序号	招标文件要求	投标文件响应	有无偏离	偏离说明
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
• • •				

注：技术偏离一览表是对招标文件“第二部分 项目要求”中所有条款的响应情况。

我们承诺本技术条款偏离一览表的内容真实有效，无任何虚假之处，并且愿意承担因不满足此承诺而引起的相应的法律责任并接受相关部门的处罚。

投标人名称：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

4、 资格证明文件

- (1) 营业执照或事业单位法人证书副本复印件；
- (2) 保证金缴纳凭证；
- (3) 2019 年近两个月纳税和缴纳社保记录凭证并加盖公章。；
- (4) 投标人认为需要提供的其他资格证明材料。

5、声明函

诚信投标声明函

致：三亚市旅游和文化广电体育局：

我公司就此次 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目向贵单位郑重声明：

- 一、在投标文件中提供的资格证明文件及技术服务响应等所有文件均真实有效；
 - 二、具有与所提供服务相应的经营资格。
 - 三、在参加政府采购活动前三年内，在经营活动中无重大违法记录。
 - 四、如我司在以往参加政府采购活动前 3 年内因违法经营受到行政处罚，保证禁止参与政府采购活动期限已满，可以正常参与本次投标。
 - 五、具备参与政府采购活动并符合相关法律法规规定的各项条件。
- 以上承诺，如有虚假，我方愿承担由此引发的一切不利后果。

投标人（名称）：

法定代表人或授权代表（签署）：

签署日期：

（注：不得擅自更改本表格式，增加或修改条款内容）

6、信用信息查询

1、根据财库（2016）2017/4/17125 号文的规定，各投标人需通过“信用中国”网站或中国政府采购网查询信用记录，并打印网站查询结果的截图。

2、信用记录查询渠道：“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）

中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）

3、对已列入失信被执行人、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供应商，其投标无效。

4、信用查询记录时间为招标公告发布后至项目开标前的信用记录截图。

投标人名称（盖章）：

法定代表人或授权委托人（签字或盖章）：

日期：

7、反商业贿赂承诺书格式

反商业贿赂承诺书

我公司郑重承诺：

在 2019-2020 年三亚旅游境外新媒体整合营销项目招标活动中，我公司保证做到：

一、公平竞争参加本次招标活动。

二、杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、政府招标代理机构工作人员、评审专家及其亲属提供礼品礼金、有价证券、购物券、回扣、佣金、咨询费、劳务费、赞助费、宣传费和宴请等；不为其报销各种消费凭证，不支付其旅游、娱乐等费用。

三、若出现上述行为，我公司及参与投标的工作人员愿意接受按照国家法律法规等有关规定给予的处罚。

公司法人代表： （签字）

法人授权代表： （签字）

投标经办人： （签字）

（公司公章）

年 月 日

三、投标人认为需要提供的其它文件

投标人简介、企业荣誉证书、项目方案、增值服务等
格式自拟