



复旦大学
EMBA2025 年度巨量引擎视频投放服务

采 购 文 件

项目编号：FW2025032702（2402040012）

项目名称：EMBA2025 年度巨量引擎视频投放服务采购

采购人：复旦大学

采购代理机构：上海国际招标有限公司

2025 年 4 月

总目录

响应邀请书.....	1
第一章 供应商须知及前附表.....	5
第二章 采购需求一览表.....	21
第三章 采购需求.....	23
第四章 合同条款.....	28
第五章 各种格式.....	34
第六章 资格证明文件格式.....	47
第七章 评审办法.....	54

采购文件
项目编号：2402040012

响应邀请书

响应邀请书

根据《复旦大学快速交易采购实施细则（试行）》的规定，复旦大学（以下简称采购人）和上海国际招标有限公司（以下简称采购代理机构）兹邀请合格供应商就本项目提交响应文件。

一、项目基本情况：

- 1、项目编号：FW2025032702（2402040012）
- 2、项目名称：复旦大学 EMBA2025 年度巨量引擎视频投放服务采购
- 3、采购需求：

采购对象名称	EMBA2025 年度巨量引擎视频投放服务
数量	1 项
项目简要描述	本项目计划通过巨量引擎旗下的广告平台，开展短视频类信息流媒体投放服务。旨在借助巨量引擎的精准数据能力，结合抖音、今日头条等主流短视频平台的广告场景，投放复旦大学 EMBA 宣传视频内容，实现全国范围内的精准人群覆盖。
采购预算金额 (人民币)	90 万元
最高限价 (人民币)	90 万元
合同履行期限	预计自合同签订起至 2025 年 10 月 31 日（具体按照采购人的指定投放日期和日预算，直至投放总金额使用完毕）
中小微型企业划分标准 所属行业	租赁和商业服务业
本项目是否专门面向 中小微型企业采购	否
其他	本项目限制采购进口产品

二、本次采购的合格供应商应满足下列资格要求：

1、供应商应当具备下列条件：（a）具有独立承担民事责任的能力；（b）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；（c）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；（d）参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。为此，供应商应在响应文件中提供下列证明材料和书面声明：（a）法人或者其他组织的营业执照等证明文件；（b）财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函；（c）具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；（d）参加采购活动前三年（2022 年 4 月 1 日至今，以下简称“近三年”或“前三年”）内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。

2、近三年未被“信用中国”网站（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或政府采购严重违法

法失信名单。

3、法人的分支机构以自己的名义参与响应时，应提供由法人出具的对本采购活动承担全部直接责任的承诺。

4、单位负责人为同一人或者存在直接控股或管理关系的不同单位，不得参加同一包件的响应或者未划分包件的同一采购项目的响应（单位负责人指法人的法定代表人或者非法人组织的负责人）；供应商应未曾为采购人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

5、本项目不接受联合体响应。

三、采购文件的获取：

1、本项目采购公告发布之日为：2025年4月14日。

2、凡愿参加响应的潜在供应商应于2025年4月14日至2025年4月19日17:00止（北京时间）通过复旦大学采购与招标管理系统（以下简称电子采购平台，网址为：<https://cz.fudan.edu.cn>）在线获取采购文件，逾期不再办理。潜在供应商可进入电子采购平台后在“正在进行的项目”版块中选择项目进入在线获取采购文件流程并下载电子采购文件，电子采购文件售价零元。未按规定获取采购文件的供应商不得参加响应。采购文件获取阶段无资格审核流程，若电子采购平台显示有的也将直接通过。

注：供应商应授权一名联系人处理响应截止时间之前的联系工作，并对应上传供应商联系人授权（格式自拟）。如授权函内容缺失或错误，将退回修改，在唱价前均可正常下载文件。

四、响应截止时间和唱价时间：

响应截止时间和唱价时间：**2025年4月24日10:00时**，迟到或不符合规定的响应文件恕不接受。

五、唱价和响应平台：

1、供应商应在响应截止时间之前按电子采购平台的操作步骤对其响应文件进行加密后递交（上传）至电子采购平台。

2、唱价程序在电子采购平台进行，所有供应商应登录电子采购平台参加唱价并在规定时间内进行响应文件解密。

六、其他须知：

1、本项目采取快速交易的采购方式进行，属于未列入中央预算单位现行集中采购目录且采购预算也未达到中央预算单位现行政府采购限额标准的采购人可以自主采购的项目。

2、本项目采用电子采购方式，并在电子采购平台（复旦大学采购与招标管理系统，网址为：<https://cz.fudan.edu.cn>）操作，进入平台后，供应商可在系统通知栏目下载供应商操作手册。电子采购平台技术咨询电话：400-808-5975 转 2。

3、供应商不得相互串通参加响应，供应商不得与采购人或采购代理机构等串通，否则其响应文件将被判定为无效并依法各自接受有关监管部门的处罚。

七、联系方式：

采购人：复旦大学

地址：中国上海邯郸路220号

邮编：200433

联系人：李老师

电话：86-21-65641327

采购代理机构：上海国际招标有限公司

地址：中国上海延安西路 358 号美丽园大厦 14 楼

邮编：200040

联系人：冯璐燕、王晓

电话：86-21-32173704、32173692

邮箱：fengluyan@shabidding.com

采购文件
项目编号：2402040012

第一章 供应商须知及前附表

分目录

供应商须知前附表.....	8
供应商须知.....	9
一、总则.....	9
1 适用范围.....	9
2 采购人和采购代理机构.....	9
3 合格的供应商.....	9
4 促进中小企业发展等政策的规定.....	9
5 响应费用.....	10
6 异议.....	10
二、采购文件.....	10
7 采购文件的构成.....	10
8 采购文件的澄清.....	10
9 采购文件的修改.....	11
三、响应文件的编制.....	11
10 响应语言.....	11
11 响应文件的构成.....	11
12 响应函.....	11
13 响应报价.....	11
14 响应货币.....	12
15 资格证明文件.....	12
16 证明提供的采购对象合格性的文件.....	13
17 响应保证金.....	13
18 响应有效期.....	14
19 响应文件的式样和签署.....	14
四、响应文件的递交.....	14
20 响应文件的密封、标记和发送.....	14
21 响应截止时间.....	15
22 迟交的响应文件.....	15
23 响应文件的修改、撤回和撤销.....	15
五、唱价与评审.....	15
24 唱价和解密.....	15
25 资格审查.....	16

26	评审过程的保密性	16
27	响应文件的澄清	16
28	评审办法	17
六、	授予合同及其他	17
29	合同授予标准	17
30	采购人接受和拒绝任一或所有响应的权利及采购失败的情况	17
31	成交通知书	17
32	签订合同	17
33	履约保证金（若合同条款有约定）	17
34	采购代理咨询服务费	18
35	响应保证金提交和退还操作	18
	上海国际招标有限公司从业人员廉洁自律承诺	20

供应商须知前附表

注：本表是对供应商须知的具体补充和修改，两者之间如有矛盾，应以本表为准。

序号	条款号	内容
1	1	项目名称： 复旦大学 EMBA2025 年度引擎引擎视频投放服务采购 公告发布媒体： 复旦大学采购与招标管理中心网站（ czzx.fudan.edu.cn ）、复旦大学信息公开网（ xxgk.fudan.edu.cn ）
2	2	采购人名称： 复旦大学
3	2	采购代理机构名称： 上海国际招标有限公司
4	4.2	中小微型企业划分标准： 《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300 号） 所属行业： 见响应邀请书
5	8	对采购文件提出澄清问题的截止时间： 采购文件获取截止日当日 18:00 时（北京时间） 现场踏勘： 本项目无现场踏勘
6	17.1	响应保证金： 响应保证金的金额为人民币 18,000 元；其有效期应至少能覆盖响应有效期（即其有效期的起始时间应不晚于响应截止时间，其有效期的届满日应不早于响应有效期的届满之日）
7	18.1	响应有效期： 唱价后 90 天
8	19.1	电子采购平台： 复旦大学采购与招标管理系统。供应商应使用电子采购平台及其工具编制数据电文形式的响应文件，最终生成并上传加密电子响应文件
9	20.1	递交响应文件的方法： 通过电子采购平台递交数据电文形式的响应文件。唱价结束之前，本项目不接受纸质形式的响应文件
10	21.1	响应截止时间： 2025 年 4 月 24 日 10:00 时（北京时间）
11	24.1	唱价时间： 同响应截止时间
12	24.3	响应文件解密时限： 唱价时间到达后 60 分钟
13	24.5	唱价信息确认时限： 唱价记录表生成后 10 分钟
14	32.1	合同签约地点： 复旦大学
15	3.2	本次采购为首次公告采购，重新公告采购规定详见供应商须知第3.2.2条

供应商须知

一、总则

1 适用范围

本采购文件适用于本须知前附表第1项所列项目的采购。

2 采购人和采购代理机构

本次采购的采购人和采购代理机构见本须知前附表第2项和第3项。

3 合格的供应商

3.1 供应商应满足响应邀请书中规定的合格供应商的各项资格要求。

3.2 本次采购为首次公告采购或为重新公告采购见本须知前附表第15项。

3.2.1 如本次采购为首次公告采购，当参与唱价的供应商数量、通过资格审查的供应商数量或通过符合性审查的供应商数量不足三家时，本次采购失败。除采购任务取消情形外，采购人有权重新发布采购公告。

3.2.2 如本次采购为重新公告采购，当参与唱价的供应商数量、通过资格审查的供应商数量或通过符合性审查的供应商数量不足三家但大于等于一家时，将进行二家或一家供应商唱价或评审。在上述情况下，经评审小组评审后，若供应商的除价格以外的评审因素的合计得分分值小于对应评审因素合计满分分值 60%的，则该供应商将不作为成交候选人向采购人推荐。若本次采购无成交候选人，则本次采购失败。

4 促进中小企业发展等政策的规定

4.1 本项目的采购公告或采购文件中所称中小企业，是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与任一大型企业的负责人为同一人，或者与大型企业存在直接控股、管理关系的除外。对于货物采购项目，要求拟供货物由中小企业制造且不能使用大型企业的商号或商标；对于服务采购项目，要求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。本采购文件中所称的中小微型企业的含义均与此相同。

4.2 本项目所对应的中小微型企业划分标准及所属行业见本须知前附表第4项。中小微型企业划分标准中所提及的“从业人员”包括与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数。

4.3 本项目是否属于专门面向中小微型企业采购的项目见响应邀请书。

4.4 如响应产品的制造商或服务提供商为中小微型企业，则供应商须在响应文件中提供符合采购文件所附格式的《中小企业声明函》。若供应商提供的声明函与事实不符的，采购人将追究其法律责任。

4.5 本项目限制采购源自中华人民共和国关境外（包括香港、澳门和台湾等单独关境地区）制造的产品，用源自中华人民共和国关境外制造的产品参与响应的响应文件将被判为无效。

5 响应费用

供应商应承担编制和递交响应文件的所有费用，不论响应的结果如何，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。

6 异议

如供应商认为采购文件、采购过程或成交结果使自己的合法权益受到损害的，应在供应商知道或者应知其权益受到损害之日起1个工作日内，以书面形式向响应邀请书中注明的采购人或采购代理机构一次性提出针对同一采购程序环节的全部异议，否则将不予受理。

二、采购文件

7 采购文件的构成

7.1 采购文件包括：

章节	名称
	响应邀请书
一	供应商须知及前附表
二	采购需求一览表
三	采购需求
四	合同条款
五	各种格式
六	资格证明文件格式
七	评审办法

7.2 供应商应认真阅读采购文件中所有的章节、条款、格式、图样、附表和附件。如果供应商没有按照采购文件的要求提交全部资料，或者响应文件没有对采购文件在各方面都作出实质性响应，属于供应商的风险。根据**评审办法**的规定，没有实质上响应采购文件要求的响应将被判为无效。

7.3 如果采购人在**采购需求**中给出了的工艺、材料和设备的标准或者参照的品牌及型号，则它们仅仅起说明作用，并没有任何限制性，供应商在其响应文件中可以选用替代的工艺、材料、标准、品牌和（或）型号等，但这种替代要实质上优于或相当于**采购需求**中的相关要求，并能使采购人满意。

8 采购文件的澄清

任何要求对采购文件进行澄清的供应商，均应在**本须知前附表**第5项规定的截止时间前按**响应邀请书**中采购代理机构的联系方式以书面形式（如信函、传真或电子邮件，下同）发

给采购代理机构。采购代理机构对在该截止时间前收到的任何澄清要求将以书面形式予以答复，同时将书面答复发送给每个获取采购文件的供应商。

9 采购文件的修改

9.1 在响应截止时间之前的任何时候，无论出于何种原因，采购人和采购代理机构可主动地或在解答供应商提出的澄清问题时对采购文件进行修改。

9.2 对采购文件的修改将以书面形式通知所有获取采购文件的供应商，并对其具有约束力。供应商应立即以书面形式确认已收到了修改通知。

9.3 为使供应商在编制响应文件时有充足的时间对采购文件的修改部分进行研究，采购人可以自行决定，酌情延后响应截止时间。

三、响应文件的编制

10 响应语言

供应商递交的响应文件以及供应商与采购代理机构就有关响应活动的所有来往函电均使用中文。供应商可以提交使用其他语言的资料，但有关的段落必须翻译成中文，在有差异和矛盾时以中文为准。

11 响应文件的构成

供应商编制的响应文件应包括下列部分：

- (1) 按照本须知第12条要求填写的响应函；
- (2) 按照本须知第13条和第14条要求填写的响应报价表；
- (3) 按照本须知第15条要求出具的资格证明文件，以证明供应商是合格的，成交后有能力履行合同；
- (4) 按照本须知第16条要求出具的证明文件，证明供应商提供的采购对象是合格的，且符合采购文件的规定；
- (5) 按照本须知第17条要求提交的响应保证金。

12 响应函

供应商应按照采购文件第五章中所附的“响应函格式”完整地填写响应函。

13 响应报价

13.1 供应商所填写的任一报价项的报价均应包括符合采购文件要求的与该报价项相关的所有费用（包括所有软硬件、服务费用、可能有的关税、增值税及其他税费等）。

13.2 供应商应按照采购文件第五章中所附的格式完整地填写响应报价表，说明所提供的采购对象的名称、数量、规格、原产地及制造商（仅适用于货物）、数量、单价和总价。每项内容只允许有一个报价，任何有选择的报价将不予接受。

13.3 供应商的报价不应有缺漏项。如有缺漏项，在授标时将被认为已包含在其他已报明价格的项目中（即合同价格将不予增加），但在评审时将把其他有效标中的该项最高报价计入该供应商的评审价格之中。

13.4 供应商在其响应内容清单中如有超出采购文件采购需求一览表及**采购需求**要求的附加、辅助或额外的服务、部件、配件等，不论其是否标明分项价格，在计算评审价格时一律不予扣除。除非供应商在其“响应函”和“响应报价汇总表”中对这一部分价格作出了明确申明，且在唱价时和唱价记录中已扣除了这部分价格。

13.5 响应报价表中的价格应按下列方式分开填写：对所提供的采购对象进行报价。该报价必须包括所有采购对象的费用、配套部件、人力成本、操作成本、管理费用、增值税和其他全部税费；

13.6 响应报价表中标明的价格在合同执行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更，以可调整的价格递交的响应将视为非响应性的响应而被判为无效。

14 响应货币

本采购项下的响应应以人民币（CNY）报价。

15 资格证明文件

15.1 按照本须知第11条的规定，供应商应提交证明其有资格参加响应和成交后有能力履行合同的文件，并作为其响应文件的一部分。

15.2 供应商提交的证明其有资格参加响应和成交后有能力履行合同的文件应能使采购人和采购代理机构满意，并符合下列要求：

- (1) 法人或者其他组织的营业执照等证明文件；
- (2) 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函。为此，供应商应按照采购文件第六章中所附的格式提供书面声明或以下三项证明材料：
 - (a) 财务状况报告。供应商应提供经审计的财务报告或其基本开户银行出具的资信证明。部分其他组织和自然人，没有经审计的财务报告，可以提供银行出具的资信证明。供应商也可以提供《财政部关于开展政府采购信用担保试点工作方案》（财库〔2012〕124号）中规定的财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的担保函作为财务状况报告的证明；
 - (b) 依法缴纳税收的相关材料。依法缴纳税收的相关材料指：由税务机关出具的供应商依法缴纳税收的凭证或依法享受免税的证明；
 - (c) 依法缴纳社会保障资金的相关材料。依法缴纳社会保障资金的相关材料指：由供应商当地社保中心或类似机构出具的含有参保人数信息的供应商缴纳社保资金证明材料；
- (3) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；
- (4) 参加采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；
- (5) 证明满足**响应邀请书**中规定的合格供应商的其他资格要求的文件；
- (6) 具备法律、行政法规规定的其他条件的证明材料。

15.3 供应商应填写并提交采购文件第六章中所附的资格证明文件。

16 证明提供的采购对象合格性的文件

16.1 按照本须知第11条的规定，供应商应提交有关证明文件，证明其按合同要求提供的所有采购对象的合格性，并能满足采购文件的要求。证明文件应作为响应文件的一部分。

16.2 证明提供的采购对象能够满足采购文件要求的文件可以是文字资料、图样和数据，供应商应提供：

- (1) 货物的技术内容和规格（或服务的内容和范围）的详细说明；
- (2) 项目实施计划；
- (3) 项目管理和技术人员、项目管理和技术支持方案等；
- (4) 售后服务计划（包括质量保证承诺、售后服务机构、维保计划和备品备件等）；
- (5) 业绩证明；
- (6) 供应商的相关证书、证明响应符合采购要求或针对第七章**评审办法**可提升响应竞争力的其他资料等；
- (7) 逐条对**采购需求**进行评议，说明自己提供的采购对象是否作出了实质性响应，并按采购文件第五章中所附的格式逐条填报“技术响应/偏离表”；
- (8) 对采购人提出的商务条款进行评议，并按采购文件第五章中所附的格式填报“商务响应/偏离表”。

16.3 凡是响应文件的商务或技术部分与采购文件的要求之间存在负偏离（即不能满足采购文件要求）的，必须在响应文件的“商务响应/偏离表”或“技术响应/偏离表”中予以反映，否则在成交后一律不予考虑。但在评审时，如果在响应文件的“商务响应/偏离表”和“技术响应/偏离表”之外发现上述负偏离的，则将作出对供应商不利的评估。

17 响应保证金

17.1 供应商应提交一笔**本须知前附表**第6项规定的响应保证金，并作为其响应文件的一部分。

响应保证金是为了保护采购人和采购代理机构免遭因供应商的行为而蒙受的损失。采购人和采购代理机构在因供应商的行为而蒙受损失时，可根据**本须知**第17.5条的规定不退还其响应保证金。

17.2 对没有随附响应保证金的响应，在评审时将视为非响应性的响应而被判为无效。

17.3 未成交人的响应保证金，将在采购人向成交人发出成交通知书后退还。

17.4 成交人的响应保证金，将在成交人按**本须知**第32条规定与采购人签订合同并按**本须知**第33条规定交纳履约保证金（若**合同条款**有约定）后退还。

17.5 当发生下列任一情况时，响应保证金将不予退还：

- (1) 供应商在其响应函中承诺的响应有效期内撤销响应；
- (2) 成交人在规定期限内未能
 - (a) 根据**本须知**第32条规定与采购人签订合同；

- (b) 根据本须知第33条规定提交履约保证金（若合同条款有约定）；
- (c) 根据本须知第34条规定向采购代理机构支付采购代理咨询服务费。

18 响应有效期

18.1 供应商的响应应从采购文件规定的唱价之日起，在本须知前附表第7项所规定的响应有效期内保持有效。响应有效期比规定短的响应将被视为非响应性的响应而被判为无效。

18.2 在特殊情况下，在原响应有效期届满之前，采购人可征得供应商的同意延长响应有效期。这种要求与答复均采用书面形式。供应商可以拒绝采购人的这种要求，其响应保证金不会因此而不被退还，但如果该供应商通过了资格审查和符合性审查，其详细评审总分将被直接判定为零分。同意延长响应有效期的供应商既不能被要求也不允许修改其响应文件，但要相应延长其响应保证金的有效期。

19 响应文件的式样和签署

19.1 供应商应按照本须知第11条的要求，使用本须知前附表第8项规定的电子采购平台编制数据电文形式的响应文件。

19.2 凡采购文件的响应格式中要求供应商代表签名和加盖公章之处，响应文件对应文件均应由供应商的单位负责人或经正式授权并对供应商有约束力的代表签字和加盖供应商的单位公章（公章是指符合《国务院关于国家行政机关和企业事业单位印章的规定》（国发〔1999〕25号）的单位正式印章。单位负责人指法人的法定代表人或者非法人组织的负责人。供应商是自然人时，无须加盖公章。如果要求加盖公章之处供应商加盖的是投标（响应）专用章等其他印章，则必须同时提供加盖了公章的声明函，声明所加盖的投标（响应）专用章等其他印章与其单位公章具有同等效力，否则不予认可。下同）。由授权代表签字时，须在响应文件中加附“法定代表人授权书”，其格式应符合采购文件第六章的规定（若供应商为非法人组织，应参照法定代表人授权书的格式，由营业执照上的单位负责人签署授权书）。

19.3 供应商应按电子采购平台的要求将响应文件转换成规定的格式。

19.4 当要求供应商在递交数据电文形式响应文件的基础上在电子采购平台指定页面（或响应工具）的价格填报栏中直接填报价格时，上述响应文件及报价具有同等法律效力，供应商应保证相关内容间的一致性。如果在资格审查、符合性审查、详细评审或签署合同时发现某一供应商所递交上述文件或报价的内容存在不一致时，除按评审办法规定的报价计算错误修正外，评审小组和采购人都将按不利于该供应商的原则进行处理。

四、响应文件的递交

20 响应文件的密封、标记和发送

20.1 本次采购要求供应商按本须知前附表第9项所规定的方式递交响应文件。

20.2 供应商应在响应截止时间之前按电子采购平台的操作规程对其响应文件进行加密后上传至电子采购平台。

20.3 由于供应商的原因造成其响应文件未加密的，采购人和采购代理机构对响应信息的意外泄露不承担责任。

20.4 对未按规定获取采购文件的潜在供应商递交的响应文件，逾期送达，未按规定加密或未按规定上传的响应文件，采购代理机构将不予受理。

21 响应截止时间

21.1 采购代理机构收到响应文件的时间不得迟于本须知前附表第10项规定的截止日期和时间。响应截止时间之后，电子采购平台将不再接受供应商上传响应文件。

21.2 采购人和采购代理机构可以按本须知第9条的规定，通过修改采购文件自行决定酌情延后响应截止时间。在此情况下，采购人和采购代理机构与供应商之间受响应截止时间制约的所有权利和义务均应延后至新的截止时间。

22 迟交的响应文件

按照本须知第20.4条和第21条的规定，采购代理机构将拒收并原封退回在其规定的响应截止时间之后收到的任何响应文件。

23 响应文件的修改、撤回和撤销

23.1 供应商在上传响应文件后，可以通过电子采购平台修改其响应文件，但必须在规定的响应截止时间之前撤回并重新上传修改后的响应文件。唱价时将以响应截止时间之前最后一次上传的响应文件为准。

23.2 供应商在上传响应文件后，可以通过电子采购平台撤回其响应文件，但必须在规定的响应截止时间之前进行撤回操作。

23.3 在响应截止时间之后，供应商不得对其响应文件做任何修改。

23.4 根据本须知第17.5条的规定，在响应截止时间至供应商承诺的响应有效期届满这段时间内，供应商不得撤销其响应，否则其响应保证金将不予退还。

五、唱价与评审

24 唱价和解密

24.1 采购代理机构将在本须知前附表第11项规定的时间组织公开唱价。

24.2 唱价程序在电子采购平台进行，所有供应商应准时登录电子采购平台在线参加唱价。

24.3 唱价时间到达后，供应商应在本须知前附表第12项所规定的时间内按电子采购平台的操作步骤对其响应文件进行解密。解密倒计时结束后，不论唱价成功与否，供应商上传的数据电文形式响应文件未解密的视为放弃响应，如已解密但因供应商原因无法正常打开的视为响应无效，相关责任均由供应商自行承担。

24.4 响应文件解密后，电子采购平台将根据响应文件的内容生成唱价记录表。只有在唱价时汇总生成的报价变更声明才能在评审时予以考虑。

24.5 唱价记录表生成后，供应商应及时检查唱价记录表的数据是否与其响应文件一致，并在本须知前附表第13项所规定的时间内按电子采购平台的操作步骤对唱价结果和过程进行确认和电子签名。因供应商自身原因未能在规定时间内作出确认并签名的视为其认可唱价结果和过程。

25 资格审查

25.1 唱价结束后，采购代理机构将对供应商的资格进行审查，审查的内容包括：

(1) 供应商的资格是否符合本项目响应邀请书中列明的对合格供应商的资格要求（供应商应按要求提供相关证明材料）；

(2) 响应文件的签署和盖章情况是否符合本须知第19.2条的规定（包括当响应文件由授权代表签字时，是否提交了格式符合采购文件第六章要求的“法定代表人授权书”）；

(3) 单位负责人为同一人或者存在直接控股或管理关系的不同单位，不得参加同一包件的响应或者未划分包件的同一采购项目的响应（单位负责人指法人的法定代表人或者非法人组织的负责人），供应商应未曾为采购人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务，供应商是否按规定提交上述内容的声明函；

(4) 对于专门面向中小微型企业采购或预留部分预算专门面向中小微型企业采购的项目，供应商是否按规定对专门面向中小微型企业采购的部分提交中小企业声明函；

(5) 是否有关法律、法规或规章和采购文件明确规定的其他将导致响应文件在资格审查时被判定响应无效的情况。

25.2 如果供应商未通过上述资格审查，其响应将被直接判为无效，不再进入后续评审程序。如通过资格审查的供应商数量不足三家，本次采购失败。除采购任务取消情形外，采购人有权重新发布采购公告。重新公告后有效响应供应商仍不足三家的，本项目将进行二家或一家供应商唱价或评审，若此时无通过资格审查的供应商，则采购失败。

26 评审过程的保密性

26.1 公开唱价后，直至向成交人授予合同为止，凡与对响应文件的审查、澄清、评价和比较有关的资料以及授标意见等，均不得向供应商及与评审无关的其他人透露。

26.2 在评审过程中，如果供应商试图在响应文件的审查、澄清、评价、比较及授予合同方面向采购人、采购代理机构和（或）评审小组的评委施加任何影响，其响应将被判为无效。

27 响应文件的澄清

为有助于对响应文件的审查、评价和比较，评审小组或经评审小组授权的采购代理机构可要求供应商对其响应文件进行澄清，有关澄清的要求和答复应以书面形式提交，但不得寻求、提供或允许对响应价格或响应文件中的其他实质性内容做任何更改。

28 评审办法

本次采购将按采购文件第七章**评审办法**所规定的评审方法和标准进行评审。

六、授予合同及其他

29 合同授予标准

除本须知第30条规定外，采购人应将合同授予被确定为实质上响应采购文件要求的，能够满意履行合同义务的**综合评分得分最高**的供应商。

30 采购人接受和拒绝任一或所有响应的权利及采购失败的情况

30.1 当因重大变故采购任务取消时，采购人保留在授标之前的任何时候接受或拒绝任一响应、宣布采购程序无效或拒绝所有响应的权利，对受影响的供应商不承担任何责任。

30.2 如参与唱价的供应商数量、通过资格审查的供应商数量或通过符合性审查的供应商数量不足三家，本次采购失败。除采购任务取消情形外，采购人有权重新发布采购公告。重新公告后有效响应供应商仍不足三家的，本项目将进行二家或一家供应商唱价或评审，若仍无有效响应供应商，本次采购失败。

31 成交通知书

31.1 在响应有效期届满之前，采购代理机构将以书面通知的形式通知成交人。

31.2 成交通知书将成为合同的组成部分之一。

32 签订合同

32.1 成交人应当在采购代理机构发出成交通知书之日起三十（30）天内，按照采购文件和成交人响应文件的规定，与采购人签订书面合同。合同签订地点为**本须知前附表第14项**注明的地点。

32.2 除不可抗力外，成交人拒绝与采购人签订合同的，采购人或采购代理机构将不向其退还响应保证金；采购人可以按照评审报告推荐的成交候选人名单排序，确定下一候选人为成交人，也可以重新采购。成交人未在法律规定期限内与采购人签订合同（除采购人原因之外），或者拒绝按照采购文件和成交人响应文件的规定签订合同均视为拒绝与采购人签订合同。

33 履约保证金（若合同条款有约定）

33.1 **合同条款**中约定履约保证金退还的方式、时间、条件和不予退还的情形，明确逾期退还履约保证金的违约责任。

33.2 供应商可以采用网上支付、电汇、支票、汇票、本票、保函等形式提交履约保证金。向采购人提交履约保证金银行保函的，其格式应为采购人可以接受的格式。

33.3 如果成交人没有按照上述第32.1或33.1条的规定执行，采购人和采购代理机构将有充

分理由取消原先发出成交通知书，并不退还其响应保证金。在此情况下，采购人可将本标授予评审小组推荐的下一个成交候选人，或重新采购。

34 采购代理咨询服务费

本次采购的采购代理咨询服务费由成交人支付，支付标准以成交通知书中列明的成交金额为准，按《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980号、发改办价格〔2003〕857号）所规定的收费标准乘以62.68%计算；支付时间为收到成交通知书后十四（14）天内。如果成交人未按上述规定向采购代理机构支付采购代理咨询服务费，采购代理机构有权不退还其响应保证金。

35 响应保证金提交和退还操作

35.1 接收响应保证金的银行账户信息

- (1) 开户银行：招商银行股份有限公司上海普陀支行
- (2) 户名：上海国际招标有限公司
- (3) 账号：215080920510001

35.2 提交响应保证金的地点和时间

- (1) 地点：中国上海延安西路358号美丽园大厦14楼1401室
- (2) 时间：每个法定工作日的正常工作时间（北京时间9:00时~11:30时和13:00时~16:30时）

35.3 响应保证金的提交

35.3.1 供应商可以采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票、支票、保函等形式提交响应保证金。为提高效率，鼓励供应商用网上支付、贷记凭证或电汇方式提交响应保证金。

35.3.2 供应商不得以现钞方式提交响应保证金，也不得用经过背书转让的支票、银行本票或银行汇票提交响应保证金。

35.3.3 供应商应当按照下列方式办理响应保证金的提交手续：

(1) 当采用网上支付、贷记凭证或电汇方式提交响应保证金时，应在采购文件规定的响应截止时间之前，将相应款项直接付至接收响应保证金的银行账户（以实际到账时间为准，宜适当提前办理）；在汇款附言中请务必注明：“响应保证金：项目编号”（示例：“响应保证金：12300001”）。

(2) 当采用银行本票或银行汇票方式提交响应保证金时，应在采购文件规定的响应截止时间之前，委派代表携带银行本票或银行汇票，到提交响应保证金的地点办理响应保证金提交手续；在办理过程中，供应商代表须向采购代理机构的经办人明确申明项目编号等信息。

(3) 当采用支票方式提交响应保证金时，应在采购文件规定的响应截止时间的3个工作日之前，委派代表携带支票，到提交响应保证金的地点办理响应保证金提交手续；在办理过程中，供应商代表须向采购代理机构的经办人明确申明项目编号等信息；供应商应保证提交的支票不是空头支票和不被银行退票，否则，在

评审时将被视为未按规定提交响应保证金处理。

(4) 当供应商选投一个采购项目的多个包件或标段且合并提交响应保证金时，必须在响应文件中用表格或其他方式清晰注明每个包件或标段的响应保证金金额。如供应商未在响应文件中注明其所响应各包件或标段的响应保证金金额，且合计的保证金金额又不足时，评审小组将按其所投全部包件或标段的响应保证金均不符合要求来处理。

35.3.4 采购代理机构的项目负责人将会“响应保证金收据”（原则上采用电子收据，如供应商有特殊需求，请与采购代理机构的项目负责人联系，下同）发给已经提交响应保证金的各供应商，供应商应将“响应保证金收据”的复印件装订在响应文件中。如果供应商在封装响应文件时尚未收到“响应保证金收据”，也可直接将响应保证金支付单据的打印件或复印件封装在响应文件中。

35.3.5 当采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票或支票方式提交响应保证金，且供应商收取了纸质版的“响应保证金收据”时，供应商应妥善保存该收据的原件，在办理响应保证金退还手续时，该收据的原件将作为退还凭证。

35.4 响应保证金的退还

35.4.1 在具备向成交人发出成交通知书的条件之后，采购人和（或）采购代理机构将向成交人发出“成交通知书”，除发生采购文件规定的采购人和（或）采购代理机构有权不退还响应保证金的情况之外，在成交人与采购人签订成交合同且采购代理机构收到成交人提供的合同扫描件之日起的5日内，其提交的响应保证金将自动按原路退还，请注意查收退款邮件（邮箱为成交人在采购代理机构处登记的项目联系人邮箱）和退款。如果在规定时间内未收到退款，请及时与项目负责人联系。

35.4.2 在具备向成交人发出成交通知书的条件之后，采购人和采购代理机构将向未成交人发出未成交通知书，除发生采购文件规定的采购人和（或）采购代理机构有权不退还响应保证金的情况之外，在收到通知书之日起的5个工作日内，未成交人提交的响应保证金将自动按原路退还，请注意查收退款邮件（邮箱为未成交人在我司登记的项目联系人邮箱）和退款。如果在规定时间内未收到退款，请及时与项目负责人联系。

35.4.3 对采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票或支票方式提交的响应保证金，在退还的同时还将按中国人民银行公布的人民币活期存款利率向供应商支付响应保证金的利息。

35.4.4 对采用银行保函形式提交的响应保证金，将只根据供应商的要求退还保函正本，不支付响应保证金的利息。

35.5 其他

对于因不可抗力等原因导致响应保证金未及时到账等情况，采购人和采购代理机构不承担任何责任。

附件：

上海国际招标有限公司从业人员廉洁自律承诺

为了加强公司的廉政建设，规范从业人员的代理行为，充分体现公开、公平、公正和诚实信用的原则，确保公司代理的各类项目均能依法、合规地进行操作，防止出现违法、违纪行为，特制定本廉洁自律承诺。

本廉洁自律承诺将在公司代理的每个招标或采购项目的招标文件或采购文件中予以公布，以接受招投标或采购活动有关当事人（包括监管部门、采购人、评审专家、投标人、供应商等，下同）的监督。

公司所有从业人员在招标及采购代理工作中须自觉遵守下列规定：

- （1） 不索取或接受采购人、投标人、供应商或其他利害关系人馈赠的现金、礼品、礼物、有价证券及其它财物等，无法拒绝的一律上缴。
- （2） 不要求投标人、供应商或其他利害关系人报销应由个人或公司支付的各项费用。
- （3） 不接受投标人、供应商或其他利害关系人安排的宴请、旅游、娱乐或其他有悖于法律规定和职业道德的各种活动。
- （4） 除采购人之外，在投标截止时间（包括提交谈判响应文件及报价文件的截止时间）之前不对外泄露潜在投标人或供应商的名称及数量；除依法公示评审结果或发出有关通知之外，不对外泄露评审情况，保守有关当事人的商业秘密。
- （5） 不与采购人或投标人或供应商串通，搞虚假招标，或者协助投标人、供应商作假、作弊、串标、陪标或围标等。
- （6） 除支付合理评审费之外，不向评审专家提供其他财物或好处以影响或干扰其独立、客观和公正地履行评审职责。
- （7） 严格遵守有关法律、法规和规章，自觉接受有关当事人及社会的监督。
- （8） 积极配合有关监管部门采取的对各类违法、违规行为的调查和处理。如公司人员有违反上述规定行为，有关当事人均可向公司反映，或直接向有关监管部门或纪检、监察部门举报。

公司监督电话：021-32173646，传真：021-62791616

上海国际招标有限公司

采购文件

项目编号：2402040012

第二章 采购需求一览表

采购需求一览表

序号	采购对象名称	数量	最高限价 (人民币)
1	EMBA2025 年度巨量引擎视频投放服务	1 项	90 万元

注：供应商的响应报价不得超过对应的最高限价（含可能的分项最高限价）。若供应商的任意一项响应报价超过对应的最高限价或分项最高限价，则其响应将被判为无效。

采购文件
项目编号：2402040012

第三章 采购需求

一、总则

1. 本**采购需求**所提出的要求是对本次采购欲采购对象的基本技术要求，并未涉及所有技术细节，也未充分引述有关标准、规范的全部条款。供应商应保证其提供的采购对象除了满足本**采购需求**的要求外，还应符合中国国家、地方等有关标准、规范（尤其是必须符合中国国家标准的有关强制性规定）。除本**采购需求**有例外说明外，当上述标准、规范的有关规定之间存在差异时，应以要求高的为准；当上述标准、规范的有关规定与本**采购需求**的规定之间存在差异时，应以本**采购需求**为准（但当中国国家标准的有关强制性规定严于本**采购需求**的规定时，供应商应在获取采购文件后，尽快向采购人提出，以取得采购人的确认，如果供应商没有提出，则在成交后采购人仍有权在合同价格不变的前提下要求成交人按中国国家标准的有关强制性规定执行）。如供应商所投产品或服务有优于或超出本**采购需求**，或者优于或超出中国国家、地方等有关标准、规范之处，可以在响应文件的《技术响应/偏离表》中列明，并提供相关证明材料，以便评审小组在评审时能够作出对其有利的评估。
2. 除有特殊说明之外，本**采购需求**中所有指定的具体技术参数或参数范围，均应理解为是采购人可接受的最低要求。也即，当对应技术参数或参数范围是越小越好时，则指定的具体技术参数或参数范围应理解为是上限值或最大允许范围；当对应技术参数或参数范围是越大越好时，则指定的具体技术参数或参数范围应理解为是下限值或最小允许范围。
3. 供应商针对采购文件中所规定的各项要求的响应不得弄虚作假。供应商成交之后，如果其实际提供的产品或服务的技术指标或状态达不到其在响应文件中承诺的参数值或水平时，采购人将向有关监管部门报告其弄虚作假行为；同时该供应商还应就其每一项达不到承诺值或承诺水平的技术指标或要求向采购人支付违约赔偿，且采购人保留终止合同的权利。
4. 对中国国家强制要求应获得许可才能进行的事项，供应商应保证响应产品的制造商或响应服务的提供商和人员具有相应的许可；对列入强制性产品认证目录的产品，供应商应保证响应产品取得认证；对有关法律法规强制要求应获得相关检测或检验的产品，供应商应保证响应产品取得相关检测或检验。
5. 本**采购需求**中所有加注“★”号的要求均为主要要求，供应商在响应文件中应对这些要求作出实质性响应。对于技术规格的主要要求，供应商应提供技术支持资料（技术支持资料指带有参数证明的检测报告、制造商公开发布的印刷资料、用户使用证明等，下同）。如果供应商的响应未对任意一项主要要求作出实质性响应，或者未按要求提供技术支持资料，其响应将被判为无效。

二、采购需求

1 概况

本项目为复旦大学 EMBA2025 年度巨量引擎视频媒介投放服务。计划通过巨量引擎旗下的广告平台，开展短视频类信息流媒体投放服务。旨在借助巨量引擎的精准数据能力，结合抖音、今日头条等主流短视频平台的广告场景，投放复旦大学 EMBA 项目介绍与宣传视频内容，实现全国范围内的符合 EMBA 项目报考要求条件的精准人群覆盖。同时，该项目目标是提升复旦大学 EMBA 项目在潜在考生群体中的品牌影响力，支持 2025 年度复旦大学 EMBA 招生报考咨询工作的顺利开展。

具体工作包括：通过数据分析优化投放策略，提升转化效果；强化项目在短视频平台的品牌知名度；负责巨量引擎平台上各类短视频广告账户的搭建、管理、运营和优化。最终实现高效触达精准人群，获取高质量潜在客群，促进报考意愿并完成招生目标。

2 服务期限

预计自合同签订起至 2025 年 10 月 31 日，实际按照采购人的指定投放日期和日预算，直至投放计划（随合同附件签订）总金额使用完毕（总金额为成交人方案中的投放计划金额，投放计划金额不低于响应报价的 90%）。

3 服务内容

3.1 通过巨量引擎旗下巨量广告工作台，为复旦大学 EMBA 提供各类短视频广告账户的管理、运营与优化服务。

3.2 保证账户推广效果：供应商应在响应文件中承诺单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）和点击率（CTR）三项指标，并承诺成交后按承诺完成。并通过持续的账户优化，精准覆盖符合复旦大学 EMBA 项目的潜在客群，合法获取不得低于 2500 条的符合采购人要求的表单线索。有效表单线索必须包含如下真实信息：姓名、电话、公司、职务、收入、学历，以及其他可能采购人需要的新增信息。采购人将在投放计划金额执行 50% 后对供应商进行中期考核，在投放计划金额执行全部完成后进行最终验收。

3.3 优化账户数据：通过优化已有媒体投放账户，提升投放效果，制定高性价比的媒体投放策略与执行方案（包括但不限于增减投放短视频媒体的内容，调整投放形式，调整投放对象人群，地域，投放时间，以及增减符合采购人需求多大的有效投放计划等）。

3.4 调整投放工具：通过调整投放平台媒体提供的账户工具，提升账户推广效果（包括但不限于调整人群与目标行业相关关键词、内容需求标签、竞品攻防计划）。

3.5 广告素材策划与制作：根据采购人的需求，围绕巨量引擎提供的数据决策支持，完成具备目标导向的品牌广告短视频内容策划与制作（包括但不限于内容脚本策划，视觉画面设计，广告视频剪辑，广告音频制作等有利于提升广告效能的优化工作）。

3.6 数据反馈复盘：按要求按时反馈推广数据报表，包含日报、周报等相关可辅助与指导

投放计划的的数据分析。

4 服务要求

4.1 供应商遵照采购人需求,在精准数据媒体进行发布精准数据媒体推广及广告优化服务,包括但不限于安排项目对接负责人、安排运营团队、协调投放资源、协调投放时段等。

4.2 供应商应对复旦大学 EMBA 项目的目标人群和项目品牌卖点有充分且深刻的理解,并对投放方案的人群标签提出专业性建议。

4.3 供应商遵照采购人需求,在合作期限内,供应商应根据采购人的素材要求及时做出响应。具体服务响应时间要求:

- (1) 接到采购人通知后 3 个工作日内,供应商协助采购人完成账户开设,并与采购人进行沟通,确认每轮投放线索预期目标及账户充值金额,并完成账户充值;
- (2) 上一个节点完成后 5 个工作日内,供应商按照采购人需求,准备各项上线素材并提供设计备案,包括但不限于入口标题、入口图片、视频剪辑、落地页文案/设计/制作等;
- (3) 上一个节点完成后 1 个工作日内,供应商按照采购人需求完成人群定向工作;
- (4) 上一个节点完成后 3 个工作日内,供应商完成素材上线、启动推广工作,包括账户搭建工作、素材上传、素材审核、素材正式上线等,工作过程中,供应商需及时向采购人反馈相关信息;
- (5) 素材正式上线起,供应商需每日完成数据收集、数据整理工作,并制作 Leads 日报和数据日报提供给采购人,包括但不限于总曝光次数、点击次数、点击率、线索成本等;
- (6) 供应商需每周完成数据标注、数据分析,并根据周数据向采购人反馈客户线索的数量/质量等维度分析;
- (7) 根据每日数据分析结果,根据采购人需求,供应商应在 1 个工作日内响应,并向采购人提供优化策略,制作符合优化策略的素材与投放计划、添加 DMP 人群包,经采购人确认后,再次启动新一轮素材投放,提交审核,并安排上线推广;
- (8) 合同期间,供应商应根据采购人需求、招生周期、预算金额等,实时向采购人提供线上最新数据动态,优化、执行、平台投放策略,并及时反馈数据。
- (9) 供应商需每月向采购人提交各项目投放分析汇总报告,报告须包含但不仅限于:预算分析、整体表现分析、用户行为分析、竞品分析、ROI 与成本分析等相关内容。

4.4 供应商需清晰了解竞品情况,了解 EMBA 项目与复旦管理学院的优势,整合复旦大学 EMBA 项目提供的已有的视频资料,提供有效解决应对方案,并根据竞品投放情况,完善投放方案。

4.5 供应商需清晰了解最新同类型视频广告平台的趋势,了解 EMBA 项目与竞品在不同视频平台上的差异化,具备提前布局除“巨量引擎”以外的大数据媒体投放工具的专业能力。保证项目在视频广告类目下的优势。

4.6 供应商应对本项目采购需求有清晰、深刻、有针对性的理解，了解采购人优势及投放平台的趋势，对 EMBA 项目定位、目标受众及宣传需求有深刻理解、准确把握项目特点、结合项目特点提出创新性建议，并在响应文件中提供科学、合理、完整、符合项目特点且表述清晰的描述。结合采购需求和现状，在响应文件中提供对现状的分析和评估，拟定清晰、合理且具备可信性的服务质量目标，按照供应商对本章 3.2 条要求的分步可量化的关键绩效指标，提供保证实现服务质量目标的具体实施方案及风险应对措施，明确资源分配或时间进度的具体安排。服务过程中，对可能发生的各类典型或常见质量问题，提供案例说明及解决思路，建立服务质量检查、评价、考评机制，提供对质量考核方法的建议，对于可能发生的潜在质量问题，提供预防措施。同时，应在响应文件中提供项目进度目标及进度计划，各类资源的投入计划及不能按承诺完成的违约赔偿承诺及改进措施。

4.7 服务团队：应配置不少于 5 人的固定的服务团队，其中需要至少包括项目经理一名、项目指定对接负责人一名、媒体运营人员一名、投诉及建议人员一名。项目经理应具备推广代理服务工作经验 5 年及以上，团队成员具备相关工作经验 3 年及以上。项目经理及媒体运营人员应能够熟练操作精准数据媒体竞价帐户，熟悉精准数据媒体投放的竞价模式。能定期对账户投放方式以及相关问题做出判断，及时调整账户的投放方式。具有分析数据、分析市场的能力，不断优化广告效果，提高转化率。

4.8 供应商运营团队应独立承担过类似相关投放项目业务，且项目运行良好。

4.9 若因供应商自身原因给采购人造成损失的，供应商应承担相应责任，两个工作日内提出解决方案。具体情形包括但不限于以下情况：

- (1) 供应商提供的视频媒介投放服务不符合复旦大学 EMBA 项目的要求，导致品牌形象受损或招生宣传效果未达预期；
- (2) 供应商未能按约定时间完成视频媒介的制作、审核或发布，影响项目招生进度；
- (3) 供应商在投放过程中出现错误（如媒介选择不当、投放内容错误等），造成不良社会影响或法律纠纷；
- (4) 供应商提供的数据报告不真实或存在重大偏差，导致采购人决策失误。

5 付款方式

采购人共分三次向成交人支付合同金额，第一期款项为合同签订后支付合同总金额的 60%；第二期款项为通过中期考核后支付合同总金额的 30%；第三期款项为合同执完成，采购人按供应商对本章3.2条要求的承诺验收完成后支付合同总金额的 10%。

采购文件

项目编号：2402040012

第四章 合同条款

服务合同

甲方：

联系人：

地址：

乙方：

联系人：

地址：

为了更好地宣传推广“复旦大学-EMBA项目”，经双方友好协商，乙方向甲方提供“复旦大学EMBA 2025年度巨量引擎视频媒介投放”服务，具体内容如下：

1. 精准数据媒体信息流推广管理优化服务

1.1 管理精准数据媒体信息流后台，包括账户搭建、设置人群定位、广告推广区域、广告推广时间段和每天最高消费。

1.2 物料制作，入口图制作，视频剪辑，落地页制作。

2. 服务期限：XX个月，202X年XX月XX日-202X年XX月XX日。

3. 合同金额及费用支付

3.1 本合同总金额为¥X000,000（大写人民币XXX元整），详见附件“复旦大学EMBA2025年度巨量引擎视频媒介投放服务费用表”。

3.2 甲方分三次向乙方支付合同金额，甲方在收到乙方提供正规的服务费发票后，于15个工作日内支付。

第一期：合同签订后，支付合同金额的60%，即人民币_____元（CNY_____）

第二期：通过中期考核后，支付合同金额的30%，即人民币_____元（CNY_____）

第三期：合同执行完成且通过采购人验收后，支付合同金额的10%，即人民币_____元（CNY_____）

乙方指定银行账户信息：

户名：

开户行：

账号：

4. 甲方义务

4.1 甲方所填写资料的内容必须准确、真实、有效，乙方发现甲方资料不真实，应以书面形式通知甲方，若甲方资料仍存在不真实的情况，则乙方有权随时停止服务终止合同。

4.2 合同签订后，关于精准数据媒体信息流的关键字，在该合同服务期限内，甲方可根据实际情况和市场反应进行修改，乙方应予以执行。

4.3 合同签订后，关于“巨量引擎”投放工具内的媒体产品投放决策，在该合同服务期限内，甲方可根据实际情况和市场反应进行修改与调整，乙方应予以执行。

5. 乙方义务

5.1 提供月报。

5.2 定期会议：根据实际运作情况，召开会议。

5.3 乙方必须对甲方网站信息保密承担责任。

5.4 乙方承诺完成中标方案中提交的单次点击成本 (CPC) 为¥?? - ¥?? (目标区间)、千次展示成本(CPM) 为¥?? - ¥?? (目标区间) 和点击率(CTR)不低于?.? ? % (目标值) 三项指标。

5.5 乙方承诺提供不低于 XXXX-XXXX (目标区间) 条符合甲方要求的表单线索。

6. 发布要求及验收标准:

6.1 甲方向乙方提供的物料不得违反《广告法》及相关规定, 不违反其它各项法律、法规、公共道德准则, 及侵犯其他第三人的合法权益。

6.2 在发布操作中造成的损失, 双方可按公平合理原则承担赔偿责任。但对于因不可抗力引起的失约或延误, 双方均不承担赔偿责任。

6.3 如遇自然灾害事故或有关行政主管部门法规政策的因素造成未能如期完成投递额度, 经双方同意后方可顺延投递。

6.4 当合同履行结束, 乙方提供的符合甲方要求的表单线索低于 XXXX 条时, 乙方应将合同总金额的 10%作为违约金赔偿给甲方。

7. 商业秘密

7.1 本合同条款以及合同所涉及的所有内容均为商业秘密, 双方对此具有保密义务, 在未事先取得另一方书面同意的情况下, 不得向其他人或机构透露。双方同意, 任一方如违反本合同约定之义务, 给另一方造成经济损失的, 应当向另一方承担全部违约责任, 支付违约金或赔偿其所遭受的全部损失。

7.2 商业秘密披露

任何一方在下列情形下披露商业秘密的不视为违反本合同:

- a) 该信息乃根据另一方事先书面同意而披露。
- b) 一方在对其具有管辖权的法律要求下而披露, 但披露一方事先应以书面形式将通知对方。

8. 不可抗力

8.1 如果出现不可抗力, 双方在本合同中的义务在不可抗力的影响范围及其持续时间内将终止履行。但声称遭受不可抗力的一方, 应在不可抗力发生后十五 (15) 日内书面通知对方, 并随附经有关部门确认的不可抗力书面证明, 且应尽可能减少不可抗力所产生之影响。

8.2 因不可抗力导致合同中止履行的, 任何一方均不会因此而承担违约责任。但不可抗力消除后, 双方仍应继续按本合同履行, 或经双方协商一致后进行合同的变更。

9. 争议解决与适用法律

9.1 如双方就本合同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, 任何一方均可向原告所在地区人民法院提起诉讼。

9.2 本合同的订立、执行和解释及争议的解决均应适用中国法律。

10. 其他:

10.1 本合同壹式贰份, 自签约日起生效, 甲、乙双方各执壹份。

10.2 本合同未尽事宜由双方另行协商解决。

甲方：

(盖章)

授权代表 (签字)：

日期： 年 月 日

乙方：

(盖章)

授权代表 (签字)：

日期： 202 年 月 日

附件 1: 复旦大学 EMBA 项目精准数据媒体信息流广告投放费用表

指标	总目 标	月目标 (2025 年)								
		X月	X月	X月	X月	X月	X月	X月	X月	X月
投放日期	-									
投放天数										
日预算										
总预算										

附件：成交通知书

成交通知书（格式）

<p>_____:</p> <p>复旦大学_____采购项目（项目编号：_____），经评审确定贵司为成交单位，成交金额：人民币_____元（CNY_____）。</p> <p>请你单位在成交通知书发出之日起三十日内与采购人签订合同。</p> <p>采购人：复旦大学 采购代理：上海国际招标有限公司 日期：____年__月__日</p> <p>注：本项目已在财政部备案 是（ ） 否（<input checked="" type="checkbox"/>）</p>
--

采购文件
项目编号：2402040012

第五章 各种格式

分目录

响应函.....	36
响应报价汇总表.....	37
响应内容说明一览表.....	38
技术响应/偏离表.....	39
商务响应/偏离表.....	40
响应保证金银行保函.....	41
业绩一览表.....	42
服务人员一览表.....	43
供应商声明.....	44
其它.....	45

响应函

致：_____（采购人和采购代理机构名称）

根据贵方_____项目的响应邀请书（项目编号为：_____），现正式授权的下列签字人_____（姓名和职务）代表供应商_____（供应商的名称），递交响应文件。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

- （1）我方按采购文件的规定提交的响应报价。
- （2）我方将按采购文件的规定，承担完成合同规定的责任和义务。
- （3）我方已详细审核了全部采购文件，包括采购文件的修改通知（如果有的话）、我方知道必须放弃对上述文件中所有条款提出存有含糊不清或不理解之问题的权利。
- （4）我方同意在采购文件所述的唱价日期起遵循本响应文件的承诺，并在“供应商须知”第18条规定的响应有效期届满之前对我方均具有约束力，而且有可能成交。
- （5）如果在唱价后承诺的响应有效期内撤销响应，我方的响应保证金可不予退还。
- （6）如果贵方有要求，我方愿意进一步提供与本响应有关的任何证据或资料。
- （7）我方完全理解贵方不一定要接受最低报价的响应或收到的任何响应。

与本响应有关的正式通讯地址为：

地址：_____

邮政编码：_____

电话号码：_____

电子信箱：_____

供应商授权代表签字：_____

供应商公章：_____

日期：_____年_____月_____日

响应报价汇总表

一、响应报价汇总	
响应报价（元）	
二、其他	
项目名称	
服务供应商	
服务期限（月）	
其他关键信息	
备注	

注：

1. 供应商须在本表的“其他关键信息”区内填入所有唱价所需的信息。
2. 供应商若有报价变更（包括折扣或涨价），应尽量反映在对应分项报价表的具体报价分项中。如果供应商必须在本表所算得的响应总价基础上另附报价变更声明（包括折扣或涨价），则应同时声明具体的变更方式（如按百分比方式或按固定金额方式进行变更）和变更环节，否则在评审以及成交后的合同签署和执行过程中将一律按所有相关报价分项均作同比例变更的方式来加以考虑（但在采购文件中明确的暂定金额、暂估价及暂列金额除外）。
3. 分项报价格式由供应商自拟。

供应商授权代表签字：_____

供应商公章：_____

响应内容说明一览表

序号	名称	型号和规格 (或服务范围和标准)	制造商 (或服务提供者)	原产地 (若有)	数量

供应商授权代表签字：_____ 供应商公章：_____

响应保证金银行保函

(若响应保证金采用电汇、支票等其他形式提供，则无需填写本格式)

致：_____ (采购代理机构名称)

本保函作为_____ (供应商名称) (以下简称供应商) 对_____ (买方名称) 第_____号响应邀请书，关于提供_____ (采购对象) 的响应保证金。

_____ (银行名称) 无条件地、不可撤销地保证并约束本行及其后继者，一旦收到贵方提出的下列任何一种情况的书面通知后不管供应商如何反对，立即不可追索地向贵方支付总额为_____元的人民币：

- (1) 供应商在唱价后至响应有效期届满前撤销其响应；或
- (2) 供应商在收到成交通知书后三十(30)天内，未与采购人签订合同；或
- (3) 供应商在收到成交通知书后三十(30)天内，未向采购人提交可接受的履约保证金(若合同条款有约定)。
- (4) 供应商在收到成交通知书后十四(14)天内，未向贵方支付采购代理咨询服务费。

除贵方提前终止或解除本保函外，本保函从唱价之日起至响应有效期届满之日始终有效，且在贵方和供应商同意延长并通知本行的期限内继续有效。

银行授权代表(打印)：_____

银行授权代表(签字)：_____

银行名称：_____

银行盖章：_____

日期：_____年_____月_____日

银行地址：_____

业绩一览表

序号	业主	项目名称	时间	项目负责人

供应商授权代表签字：_____ 供应商公章：_____

注：供应商应根据采购需求的规定提供证明文件。

服务人员一览表

序号	姓名	工作职务	工作年限	负责的同类项目

供应商授权代表签字：_____ 供应商公章：_____

注：供应商应根据采购需求的规定提供证明文件。

供应商声明

1 名称及其他情况

- (1) 供应商名称: _____
- (2) 地址: _____
- (3) 成立和(或)注册日期: _____
- (4) 企业性质: _____
- (5) 上年末资产负债表
- (a) 固定资产: _____
- (b) 流动资产: _____
- (c) 长期负债: _____
- (d) 短期负债: _____

2 近三年的年营业额

年份	总额
_____	_____
_____	_____

3 近三年响应标的主要客户的名称及地址

名称和地址	销售项目
_____	_____
_____	_____

4 有关开户银行的名称和地址

银行的名称	地址
_____	_____

5 供应商认为需要声明的其他情况

兹证明上述声明是真实、正确的,并提供了全部能提供的资料和数据,我方同意遵照贵方要求出示有关证明文件。

供应商名称: _____

供应商公章: _____

日期: _____年____月____日

其它

(如：中小企业声明函、供应商认为有需要提供其他文件等)

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，提供的服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业的具体情况如下：

1. 复旦大学EMBA2025年度巨量引擎视频投放服务，属于租赁和商业服务业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员（包括与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数） 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在直接控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

注：从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

企业名称（盖章）：

日期：

评审内容索引表

评审因素 序号	评审因素	响应文件中 涉及对应评审因素的页码	简要说明 (不超过 20 字)
1	价格 (示例)	第 XX 页 (示例)	报价 XXXX 元, 中型企业 (示例)
2	业绩 (示例)	第 XX~XX 页 (示例)	业绩 X 个, 附证明 (示例)
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

供应商授权代表签字: _____ 供应商公章: _____

注: 该表应制作在响应文件的扉页中。

采购文件
项目编号：2402040012

第六章 资格证明文件格式

分目录

营业执照	49
保证金递交凭证	49
法定代表人授权书	49
财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函	50
信用查询记录的相关材料	50
具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明	51
无违法记录声明函	51
声明函	52
其它	53

营业执照

(复印件加盖供应商公章)

保证金递交凭证

(保证金递交凭证提供递交凭证复印件加盖供应商公章, 如: 汇款凭证、银行汇票等)

法定代表人授权书

(若供应商为非法人组织, 应参照此格式, 由营业执照上的单位负责人签署此授权书)

本授权书声明: 注册于_____的_____ (单位) 的在下面签字的_____ (法定代表人姓名、职务) 代表本公司授权_____ (单位) 的在下面签字的_____ (被授权人的姓名、职务) 为本公司的合法代理人, 就_____项目作为供应商授权代表递交响应文件、澄清答复、谈判、签约、执行、完成和保修, 并以本公司名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于_____年_____月_____日签字生效, 有效期为_____天。

特此声明。

附: 被授权人身份证复印件。

法定代表人签字或盖章: _____

被授权人 (供应商授权代表) 签字: _____

供应商公章: _____

财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函

（供应商提供以下书面声明或采购文件“供应商须知”第15.2（2）条规定的三项证明材料）

致：_____（采购人名称）

我方_____（供应商名称）符合以下规定条件，具体包括：

- （1）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （2）具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

特此声明。

我方对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

供应商名称：_____

供应商公章：_____

日期：_____年____月____日

信用查询记录的相关材料

（复印件加盖供应商公章）

近三年未被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等官方渠道列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信名单的网页截图：

具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明

致：_____（采购人名称）

我们_____（供应商名称）是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司，主要营业地点设在_____（供应商地址）。我司具备履行本项目合同所必需的设备和专业技术能力。

特此证明。

供应商名称：_____

供应商公章：_____

日期：_____年____月____日

无违法记录声明函

致：_____（采购人名称）

我们_____（供应商名称）是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司，主要营业地点设在_____（供应商地址）。我司在参加本次采购活动前三年内，我方没有因违法经营而受到下列处罚：

- （1） 刑事处罚；
- （2） 被责令停产停业、吊销许可证或执照；
- （3） 被处以较大数额罚款等行政处罚。

特此声明。

供应商名称：_____

供应商公章：_____

日期：_____年____月____日

声明函

致：_____（采购人名称）

我们_____（供应商名称）是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司，主要营业地点设在_____（供应商地址）。我司声明：

（1） 我司未和与我司单位负责人为同一人或者与我司存在直接控股或管理关系的不同单位，参加同一包件的响应或者未划分包件的同一采购项目的响应（单位负责人指法人的法定代表人或者非法人组织的负责人）；

（2） 我司未曾为采购人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

特此声明。

供应商名称：_____

供应商公章：_____

日期：_____年____月____日

其它

(如：法人出具的承诺函、满足响应邀请书中规定的合格供应商的其他资格要求的证明文件等)

法人出具的承诺函

(若由法人依法设立的分支机构以自己的名义直接参与响应或竞争时，须在响应文件中提供本承诺函，否则将判定该分支机构的资格不符合本项目合格供应商的资格要求)

敬启者：

_____(填入分支机构的名称)_____是由我公司设立的分支机构，该分支机构已按国家有关法律、行政法规规定进行了登记。在本承诺函载明的有效期内，该分支机构参与的所有投标、竞争性谈判、竞争性磋商、询价、比选、快速交易或类似竞争性活动所产生的民事责任均直接由我公司承担。

本承诺函的有效期为：____年__月__日至____年__月__日。

法人名称（加盖公章）：_____

法人的法定代表人签名：_____

____年__月__日

采购文件
项目编号：2402040012

第七章 评审办法

第七章 评审办法

1 基本要求

1.1 整个评审工作应符合下列总要求：

- (1) 严格遵循客观、公正、审慎的原则；
- (2) 任何单位和个人不得非法干预或者影响评审过程和结果；
- (3) 保证评审活动在严格保密的情况下进行；
- (4) 评审活动及其当事人应接受依法实施的监督。

1.2 评审小组成员及其他参与评审工作的有关人员都必须严格保守有关秘密。应当予以保密的信息包括但不限于：

- (1) 评审小组的人员组成；
- (2) 对响应文件的初步评审及详细评审情况；
- (3) 对各供应商的澄清问题及供应商的答复；
- (4) 评委发表的评审意见；
- (5) 成交候选人的推荐情况。

1.3 参与本项目评审工作的其他人员应按诚实、信用和勤勉的原则完成评审小组交办的任务性工作，并主动接受评审小组的监督。

2 评审细则

2.1 评审步骤

本次采购的评审工作将按下列步骤进行：

- (1) 初步评审；
- (2) 详细评审；
- (3) 排序并推荐成交候选人。

2.2 本项目的详细评审采用综合评分法，其中价格评审采用低价优先法。

3 初步评审

3.1 评审小组首先对各响应文件的响应报价进行核价，在核价过程中如果发现响应报价存在计算错误，则将按下列原则进行纠正：

- (1) 当单价与数量的乘积与合价不符时，将以单价与数量的乘积为准修改合价（除单价金额存在明显的小数点错误外）；
- (2) 当分项合价之和与总价不符时，将以分项合价之和为准修改总价。

3.2 评审小组将按上述纠正错误的方法调整响应文件中的响应报价，调整后的价格对供应商具有约束力。如果供应商不接受调整后的价格，则其响应将判为无效。

3.3 评审小组将依据法律法规和采购文件的规定对响应文件进行符合性审查，审查的内容包括：

- (1) 供应商承诺的响应有效期是否符合供应商须知第18.1条的规定；
- (2) 供应商是否按供应商须知第17条的要求提交了响应保证金（包括响应保证金的金额、形式和有效期等）；
- (3) 响应报价是否超过了本项目采购文件中可能列明的最高限价（含可能的分项最高限价），或者在未规定最高限价的情况下是否超过了本项目采购文件中列明的采购预算（含可能的分项预算）；
- (4) 是否提供了两份以上内容不同的响应文件或对任一报价项提出了可选择的报价（除采购文件允许投备选方案外）；
- (5) 供应商有疑似串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为，并经评审小组认定的，包括但不限于：
 - (a) 不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；
 - (b) 不同供应商委托同一单位或者个人办理响应事宜；
 - (c) 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；
 - (d) 不同供应商的响应文件异常一致或者响应报价呈规律性差异；
 - (e) 不同供应商的响应文件相互混装；
 - (f) 不同供应商的响应保证金从同一单位或者个人的账户转出；
 - (g) 不同供应商的联系人姓名、电话、邮箱、公司地址等基本信息雷同；
 - (h) 不同供应商的响应文件由同一电子设备编制、加密或者上传；
 - (i) 不同供应商的响应文件的网卡（MAC）地址或硬盘序列号等信息相同；
 - (j) 不同供应商的响应文件的编制、加密、提交等信息雷同，经评审小组认定的；
 - (k) 有法律、法规或规章明确规定的其他串通响应、弄虚作假、行贿等违法行为。
- (6) 对于列入节能产品政府采购品目清单的政府强制采购产品，是否提供由国家市场监督管理总局公布的政府采购节能产品认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书；
- (7) 响应文件对采购文件采购需求中任意一项加注“★”号的技术要求是否作出具体、明确的响应性说明，是否按要求提供技术支持资料，提供的技术支持资料是否能证明其响应货物（或服务）能够满足相关要求；
- (8) 是否有关法律、法规或规章和采购文件明确规定的其他将导致响应文件被判定响应无效的情况。

3.4 当评审小组认为某一可能通过初步评审的供应商的报价明显低于其他通过初步评审供应商的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，将要求其在评审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；若该供应商不能证明其报价合理性的，评审小组将判定其响应无效。

3.5 初步评审不合格的供应商将被判定为无效供应商，不再进入后续的详细评审。

4 详细评审

4.1 评审小组将按照本评审办法规定，对初步评审合格的响应文件进行商务和技术响应情况的详细评审。

4.2 针对表 1 所列的各项评审因素的评审内容，由评审小组成员对进入详细评审的各供应商进行独立评审，并给出相应的评分。

表 1 各评审因素、满分分值、评审内容和评分标准一览表

序号	评审因素	满分分值	主要评审内容和评分标准
1	价格	30	以进入详细评审的各供应商的评审价格的最低价为评审基准价，价格得分=评审基准价/评审价格×30
2	业绩	15	供应商服务时间或合同签订时间在近三年的线上平台宣传推广代理服务业绩情况（业绩需提供合同复印件或用户证明作为证明材料，且证明材料中需体现出广告主或项目方、服务时间或合同的签署时间业绩内容、合同签署页，如有缺漏或未提供的不得分），有 1 项业绩得 1 分，最多得本评审因素满分为止。
3	跨平台综合能力	3	平台运营能力情况，每提供 1 个主流推广平台授权得 1 分，如：“腾讯广告”、“巨量引擎”、“小红书”等，需提供有效的证明文件，最多得 3 分。
4	项目经理	5	项目经理具备 5 年及以上行业经验的，得 5 分； 项目经理具备 3（含）-5（不含）年行业经验的，得 3 分； 项目经理具备 1（含）-3（不含）年行业经验的，得 2 分； 项目经理行业经验不足 1 年的，得 0 分。 注：需提供个人简历和在职证明作为证明材料，未提供或证明材料不全或证明材料无法佐证满足上述条件的不得分。
5	项目服务团队	5	项目团队其他成员：不少于 5 人，均具备 3 年及以上相关经验的得 5 分； 项目团队其他成员：不少于 5 人，不满足上述条件，但均具备 2 及以上年相关经验的得 3 分； 项目团队其他成员：不少于 5 人，不满足上述条件，但均具备 1 年及以上相关经验的得 2 分； 项目团队其他成员：不少于 5 人，有成员相关经验不足 1 年的得 1 分； 未配备项目团队其他成员或人数少于 5 人的得 0 分。 注：需提供个人简历作为证明材料，未提供或证明材料不全或证明材料无法佐证满足上述条件的，不得分。
6	服务方案 a	4	针对本项目采购需求的理解描述情况。 科学性、合理性强，对 EMBA 项目定位、目标受众及宣传需求有深刻理解、准确把握项目特点、表述清晰且内容完整，条理分明，得 4 分； 科学性、合理性一般，对 EMBA 项目特点理解较为准确，但缺乏某些关键需求的深入分析（如未充分考虑高管人群的时间特点与决策习惯等）与项目特点匹配度一般，表述基本清晰，但部分内容略显冗余或表述不够精准，得 2 分； 科学性、合理性差，对 EMBA 项目特点的理解偏差较大，未能准确把握项目的核心需求，存在较多内容缺漏，表述不够清晰，得 1 分； 照抄采购文件或未提供任何针对性分析或表述得 0 分。
7	服务方案 b	4	针对本项目现状的分析和评估： 现状分析全面深入，评估科学合理，结合项目特点提出创新性建议，逻辑条理清晰，得 4 分； 现状分析较为全面，评估基本合理，部分环节存在优化空间（如未充分考虑行业趋势或用户需求变化等），目标设定不够明确，表述略显冗余或不精准，得 2 分； 现状分析偏差较大，评估缺乏科学依据，未能准确把握项目特点，方案逻辑混乱，内容有较多缺漏，得 1 分； 照抄采购文件或未提供任何针对性分析或表述，得 0 分。

序号	评审因素	满分 分值	主要评审内容和评分标准
8	服务方案 c	4	<p>拟定的服务质量目标： 服务质量目标设定清晰、科学、合理且具有可行性，充分结合项目特点，提出了可量化的关键绩效指标（KPI）及实现路径，表述逻辑严谨，内容完整，得 4 分； 服务质量目标设定较为合理，但部分环节缺乏具体量化指标（如未明确响应时间或客户满意度的具体数值等），实现路径描述不够详细，表述略显冗余或不精准，得 2 分； 服务质量目标设定模糊，缺乏科学依据和可操作性，未能结合项目特点提出具体指标，实现路径不清晰，内容存在较多缺漏，得 1 分； 未提供服务质量目标，得 0 分。</p>
9	服务方案 d	4	<p>保证实现服务质量目标的措施： 保证实现服务质量目标的措施科学、合理且具有可行性，充分结合项目特点，提出了具体的实施方案及风险应对策略，表述逻辑清晰，内容完整，得 4 分； 保证实现服务质量目标的措施较为合理，但部分环节缺乏具体实施方案（如未明确资源分配或时间进度的具体安排等），风险应对策略描述不够详细，表述略显冗余或不精准，得 2 分； 保证实现服务质量目标的措施缺乏科学依据和可操作性，未能结合项目特点提出具体实施方案，风险应对策略不清晰，内容存在较多缺漏，得 1 分； 未提供保证实现服务质量目标的具体措施，得 0 分。</p>
10	服务方案 e	4	<p>在服务工作中可能发生的各类典型或常见质量问题的认识与分析： 对服务工作中可能发生的各类典型或常见质量问题的认识与分析深刻透彻，科学性、合理性强，结合项目特点提出了具体的案例说明及解决思路，表述逻辑清晰，内容完整，得 4 分； 对服务工作中可能发生的的质量问题有一定的认识与分析，但部分环节缺乏具体案例说明（如未明确常见问题的具体表现或影响），原因分析不够深入，表述略显冗余或不精准，得 2 分； 对服务工作中可能发生的的质量问题缺乏深刻认识与透彻分析，未能结合项目特点提出具体的案例说明及解决思路，原因分析不深入，内容存在较多缺漏，得 1 分； 未提供对服务工作中可能发生的的质量问题的认识与分析，得 0 分。</p>
11	服务方案 f	4	<p>响应人内部的服务质量检查、评价或考核机制。 服务质量检查、评价或考核机制有利于项目实施，科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 4 分； 服务质量检查、评价或考核机制对项目实施无明显优势，科学性、合理性一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 科学性、合理性差，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。</p>
12	服务方案 g	3	<p>对于可能发生的潜在质量问题，是否提供拟采取的预防措施。 科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 3 分； 科学性、合理性一般，与项目特点匹配度一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 科学性、合理性差，与项目特点匹配度较低，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。</p>
13	服务方案 h	3	<p>对采购人拟定的服务质量考核方法的建议。 科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 3 分； 科学性、合理性一般，与项目特点匹配度一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 科学性、合理性差，与项目特点匹配度较低，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。</p>

序号	评审因素	满分 分值	主要评审内容和评分标准
14	项目实施 a	3	拟定的完成项目的进度目标。 科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 3 分； 科学性、合理性一般，与项目特点匹配度一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 科学性、合理性差，与项目特点匹配度较低，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。
15	项目实施 b	3	实现服务目标的详细进度计划。 科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 4 分； 科学性、合理性一般，与项目特点匹配度一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 科学性、合理性差，与项目特点匹配度较低，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。
16	项目实施 c	3	完成进度计划中每一项或每一步工作任务的人力等资源的合理投入计划。 人力等资源能保障服务质量，科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 4 分； 人力等资源匹配一般，科学性、合理性一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 人力等资源匹配较差，科学性、合理性差，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。
17	项目实施 d	3	不能按计划完成里程碑节点和最终服务进度目标的违约赔偿承诺及改进措施。 违约赔偿承诺能保障采购人权益，改进措施科学性、合理性强，符合项目特点、表述清晰且完整，得 3 分； 违约赔偿承诺能保障采购人权益，改进措施科学性、合理性一般，个别内容表述不够清晰完整，得 2 分； 违约赔偿承诺无法保障采购人权益，改进措施科学性、合理性差，内容有较多缺漏，得 1 分； 未提供得 0 分。

4.3 评审价格是指对可能存在的算术计算错误、折扣或涨价声明、暂列金额以及报价缺漏项均已进行了纠正、考虑、扣除和增加之后，且对可能有的小微企业所制造的货物（或承接的服务）已经进行了价格扣除之后的价格。

4.4 本项目为非专门面向中小微型企业采购的项目。在评审时将对由小型和微型企业制造的货物（或承接的服务）给予 10% 的价格扣除。

4.5 除有特别说明外，**采购需求**中有编号或标志的任一最低层条款均算作一项。

4.6 进入详细评审的各有效供应商的最终得分为评审小组全体成员对其各项评审因素的合计评分的算术平均值。

5 推荐成交候选人

5.1 评审小组应根据进入详细评审的各有效供应商的最终得分从高到低进行排序，向采购人推荐前三名供应商作为本次采购的成交候选人。当因两家或两家以上供应商的综合得分刚好相等而影响成交候选人的按序推荐时，将按依次按下列步骤决定相互间的排序：

(1) 凡响应产品列入了国家有关部门最新公布的政府采购节能产品、环境标志产品品目清单，则提供了由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能

产品、环境标志产品认证证书的供应商排序在前（当响应货物包含多个产品时，则上述产品价格占比高的供应商排序在前）；

(2) 相关供应商的价格得分高者排序在前；

(3) 由评审小组按有利于采购资金使用效益的原则投票决定。

5.2 当根据采购文件的规定允许二家或一家供应商唱价或评审时，若进入详细评审的供应商数量为二家或一家，除**供应商须知**第3.2.2条规定的不作为成交候选人推荐的情形外，评审小组向采购人推荐的成交候选人数量同进入详细评审的供应商数量。

6 确定成交人

采购人将确定排名第一的成交候选人为本次采购的成交人。如排名第一的成交候选人放弃成交，因不可抗力提出不能履行合同，不按采购文件要求提交履约保证金（若合同条款有约定），或者被查实存在影响成交结果的违法行为等情形而不符合成交条件的，采购人有权按序确定后续排名的成交候选人为本次采购的成交人，或组织重新采购。