

FW2025053002

复旦大学
MBA项目腾讯广告平台品牌投放服务
招 标 文 件

项目名称: 复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放
服务

招标人: 复旦大学

招标代理机构: 上海财瑞建设管理有限公司

2025 年 6 月

总目录

投标邀请书.....	2
第一章 投标人须知及前附表.....	5
第二章 采购需求一览表.....	23
第三章 采购需求.....	25
第四章 合同条款.....	32
第五章 各种格式.....	37
第六章 资格证明文件格式.....	54
第七章 评标办法.....	63

招标文件

招标代理项目编号：FW2025053002

投标邀请书

投标邀请书

根据《中华人民共和国政府采购法》及相关法律、法规之规定，上海财瑞建设管理有限公司受委托进行国内公开招标，兹邀请合格投标人就本项目提交投标文件。

一、合格的投标人必须具备以下条件（资格要求）：

1.符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条的规定。为此，投标人应按《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十七条第一款的规定在投标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，自然人的身份证明；

(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；

(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) 参加政府采购活动前三年（2022年6月1日至投标截止时间，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。

3.近三年未被国家财政部指定的“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。

4. 法人的分支机构以自己的名义参与投标时，应提供由法人出具的对本投标活动承担全部直接责任的承诺。

5. 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。

6. 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。

7. 本项目不接受联合体投标，不接受分包转包。

8. 本项目非专门面向中小微企业采购，本项目所属行业为租赁和商务服务业。

二、项目概况：

1. 项目名称：复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务

2. 项目编号：FW2025053002（代理机构内部编号：招 2025-1507）

3. 合同履行期限：预计自合同签订后至 2025 年 12 月 31 日（实际按照采购人的指定投放日期计算）。

4. 采购需求：

包件号	名称	数量	服务的范围、内容及主要技术要求	采购预算（人民币）	最高限价（人民币）
1	复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务	1 项	本项目旨在通过腾讯广告平台开展信息流媒体投放服务。供应商负责结合公众号、	90 万元	90 万元

			视频号、腾讯广告朋友圈等进行投放，并策划、制作和执行包括视频、图文、卡片等形式在内的投放方案，提升品牌形象的前提下，提供全过程的数据监测与效果分析服务		
--	--	--	---	--	--

三、本项目落实政府采购政策的情况：

本次招标执行政府强制或优先采购节能和环境标志产品、促进中小微型企业、促进残疾人就业、支持监狱和戒毒企业、扶持不发达地区和少数民族地区、支持科学进步以及限制采购进口产品等相关政策

四、公告期限：本项目招标公告的公告期限为5个工作日。

五、招标文件的获取：

本项目招标公告发布之日为：2025年06月24日

凡愿参加投标的潜在投标人应于公告发布之日起至2025年07月01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>）在线获取招标文件，逾期不再办理。潜在投标人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招标文件流程并下载电子招标文件，电子招标文件售价零元。未按规定获取招标文件的供应商不得参加投标。招标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。但潜在供应商应授权一名联系人处理文件获取具体事宜，并对应上传“供应商联系人授权函”（格式自拟）。如授权函内容缺失或错误，将做退回修改处理，修改通过后在开标前均可正常下载文件。

六、开标和投标截止时间：

1、开标和投标截止时间：2025年07月22日10:00，迟到或不符合规定的投标文件恕不接受。

七、开标和投标平台：

1、电子采购平台：复旦大学采购与招标管理系统。

2、投标人应在投标截止时间之前，按复旦大学采购与招标管理系统的操作步骤对其投标文件进行加密后递交（上传）至电子采购平台。

3、开标程序在复旦大学采购与招标管理系统上进行，所有投标人应登录到系统内参加开标，并在规定时间内进行投标文件解密。

八、其他须知：

1、本项目采用电子化采购线上方式进行。系统登录方法：进入<https://czzx.fudan.edu.cn>网站，点击校外用户登录，供应商可在系统通知栏目下载供应商投标操作手册。

2、投标文件需使用到CA加密和解密，操作步骤需严格按照复旦大学采购与招标管理系统的要求进行。

3、复旦大学采购与招标管理系统使用技术咨询：400-808-5975转2。

九、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：陈老师

电话：021-65641327

采购代理机构：上海财瑞建设管理有限公司

地址：上海市延安西路 1319 号 15 楼

邮编：200050

联系人：周晨隆、陈瑜、姜诚东

电话：18017330180、17301752962

邮箱：chen_yu@cairui.com.cn

招标文件

项目编号：FW2025053002

第一章 投标人须知及前附表

分目

投标人须知前附表.....	9
投标人须知.....	12
一、总则.....	12
1 适用范围.....	12
2 招标人和招标代理机构.....	12
3 合格的投标人.....	12
4 投标费用.....	12
5 质疑.....	13
二、招标文件.....	13
6 招标文件的构成.....	13
7 招标文件的澄清.....	13
8 招标文件的修改.....	13
三、投标文件的编制.....	14
9 投标语言.....	14
10 投标文件的构成.....	14
11 投标函.....	14
12 投标报价.....	14
13 投标货币.....	15
14 资格证明文件.....	15
15 证明服务合格性的文件.....	15
16 投标保证金.....	16
17 投标有效期.....	16
18 投标文件的式样和签署.....	17
四、投标文件的递交.....	17
19 投标文件的密封和标记.....	17
20 投标截止期.....	17
21 迟交的投标文件.....	17
22 投标截止期之后的投标文件不得修改、撤回和撤销.....	17
五、开标与评标.....	18
23 开标.....	18
24 资格审查.....	18
25 评标过程的保密性.....	19
26 投标文件的澄清.....	19
27 评标办法.....	19

六、授予合同.....	20
28 合同授予标准.....	20
29 招标人接受和拒绝任一或所有投标的权利.....	20
30 中标通知书.....	20
31 签订合同.....	20
32 履约保证金（若合同条款有约定）.....	20
33 招标代理咨询服务费.....	21
34 投标保证金提交和退还操作.....	21
上海财瑞建设管理有限公司从业人员廉洁自律承诺.....	23

投标人须知前附表

注：本表是对投标人须知的具体补充和修改，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 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务 公布媒体： 中国政府采购网、复旦大学信息公开网、复旦大学采购与招标管理中心网
2	2	招标人名称： 复旦大学
3	2	招标代理机构名称： 上海财瑞建设管理有限公司 地址：上海市延安西路 1319 号 15 楼 邮编：200050 联系人：周晨隆、陈瑜、姜诚东 电话：18017330180、17301752962 邮箱：chen_yu@cairui.com.cn
4	8	对招标文件提出澄清问题的截止时间： 2025 年 07 月 02 日 17:00（北京时间） 通讯地址：上海市延安西路 1319 号 15 楼 联系人：周晨隆、陈瑜、姜诚东 电话：18017330180、17301752962 邮箱：chen_yu@cairui.com.cn
5	17.1	投标保证金： 18000 元，转账或其他非现金形式；其有效期应至少能覆盖投标有效期（即其有效期的起始时间应不晚于投标截止日，其有效期的届满日应不早于投标有效期的届满之日）；其收退规定见 投标人须知 附件。
6	18.1	投标有效期： 开标后 90 天
7	18	投标文件的式样和签署： 1) 投标人应严格按照复旦大学采购与招标管理系统的要求编制数据电文形式的投标文件。 2) 凡招标文件的格式中要求投标人代表签名和加盖公章之处，由投标的单位负责人或经正式授权并对投标有约束力的代表签字和加盖投标的单位公章（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。投标人是自然人时，无须加盖公章。下同）。由授权代表签字时，须在投标文件中加附“法定代表人授权书”，其格式应符合招标文件第五章的规定。 3) 投标应按复旦大学采购与招标管理系统的要求将投标文件转换成规定的格式。 4) 当要求在递交数据电文形式投标文件的基础上在系统指定页面（或编制工具）的价格填报栏中直接填报价格时，上述数据与投标文件具有同等法律效力，投标文件应保证相关内容间的一致性。如果在资格审查、评审或签署合同时发现不一致时，除按评审办法规定的报价计算错误修正外，评审委员会和招标人都将按不利于该投标的原则进行处理。
8	19.1	投标文件的组成： 电子投标文件

序号	条款号	内容
9	20	<p>投标文件的递交：</p> <p>1) 投标人应在投标截止时间之前按复旦大学采购与招标管理系统的操作规程对其文件进行加密后上传至系统，迟交或不符合规定的投标文件恕不接受。</p> <p>2) 由于投标人的原因造成其文件未能加密的，招标人和招标代理机构对信息的泄露不承担任何责任。</p> <p>3) 本项目不接受纸质形式的投标文件</p>
10	21.1	<p>投标截止时间：2025年07月15日10:00（北京时间）</p>
11	22	<p>投标文件的修改、撤回和撤销：</p> <p>1) 文件递交后，可以通过系统修改已提交的文件，但必须在规定的截止时间之前撤回并重新上传。开标时将以截止时间之前最后一次上传的文件为准。</p> <p>2) 在递交文件后，可以通过系统撤回其文件，但必须在规定的截止时间之前进行撤回操作。</p> <p>3) 在投标截止时间之后，投标人不得对其文件做任何修改。</p>
12	23	<p>开标和解密：</p> <p>1) 开标程序在复旦大学采购与招标管理系统内进行，所有投标人应准时登录系统在线参加。</p> <p>2) 开标时间到达后，投标人应在本须知前附表第13项所规定的时间内按照系统的操作步骤对其文件进行解密。解密倒计时结束后，不论开标成功与否，投标人上传的数据电文形式投标文件未解密的视为放弃投标，如已解密但因投标人原因无法正常打开的视为投标无效，相关责任均由投标人自行承担。</p> <p>3) 投标文件解密后，系统将根据投标文件的内容生成开标记录表。只有在开标时汇总生成的报价变更声明才能在评审时予以考虑。</p> <p>4) 开标记录表生成后，投标人应及时检查开标记录表的数据是否与其投标文件一致，并在本须知前附表第13项所规定的时间内按系统的操作步骤对开标结果和过程进行确认并电子签名。因投标人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开标结果和过程。</p>
13	24.1	<p>开标时间：2025年07月15日10:00（北京时间）</p> <p>开标地点：复旦大学采购与招标管理系统（网址为：https://cz.fudan.edu.cn）</p> <p>注：</p> <p>1. 投标人应在投标截止时间之前，按复旦大学采购与招标管理系统的操作步骤对其投标文件进行加密后递交（上传）至电子采购平台，迟交或不符合规定的投标文件恕不接受。</p> <p>2. 投标文件解密时限：开标时间到达后60分钟。</p> <p>3. 开标电子签名或确认时限：开标记录表生成后10分钟，超过时限未签名或确认的，视为对开标内容和过程无异议。</p>
14	4	<p>本采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：租赁和商务服务业。</p>
15	32.1	<p>合同签约地点：复旦大学</p>
16	其他	<p>本项目不组织现场踏勘</p>

序号	条款号	内容
17	其他	投标人不得相互串通参加响应，投标人不得与招标人或招标代理机构等串通，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

投标人须知

一、总则

1 适用范围

本招标文件适用于本须知前附表第 1 项所列项目及服务的采购。

2 招标人和招标代理机构

本次招标的招标人和招标代理机构见本须知前附表第 2 项和第 3 项。

3 合格的投标人

3.1 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，不得参加同一合同项下的政府采购项目。

3.2 投标人应未曾为招标人在本招标合同项下拟采购的服务提供设计、编制技术要求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

3.3 投标人应满足**投标邀请书**中规定的合格投标人的各项资格要求。

3.4 如果本次招标允许两个或两个以上单位组成投标联合体参与投标，则整个投标联合体将被视为一个投标人，且组成投标联合体的牵头人及各成员应满足**投标邀请书**中所列明的相关资格要求。当由两个或两个以上单位组成投标联合体时，除须提交联合体各方各自的相关证明文件外，还应符合下列要求：

(1) 应随投标文件一起提交一份“共同投标协议”，该协议中应明确指定联合体的牵头人，阐明联合体各方的职责和分工，声明联合体各方在合同执行过程中将承担各自独立和相互连带的责任；

(2) 联合体各方的职责和分工应与各自的特长、专业工作经验和资质等级允许承担的工作范围（若有时）相适应；

(3) 投标人的投标文件及中标后签署的合同文件，对联合体的每一成员均具有法律约束力；

(4) 除牵头人之外的联合体其他各方的单位负责人应签署并提交一份授权书，以证明联合体牵头人的资格；

(5) 联合体牵头人应被授权代表所有联合体成员承担责任和接受指令，并且由联合体牵头人负责整个合同的全面实施；

(6) 联合体的各成员不得再以自己名义单独参加本次投标，也不得同时加入两个或两个以上联合体参加本次投标，如有违反将取消全部相关投标人的投标资格；

(7) 由同一专业的单位组成的联合体，按照“共同投标协议”中分工承担该专业工作的资质等级较低的成员确定整个联合体该专业的资质等级。

4 促进中小企业发展的规定

4.1 本项目的招标公告或招标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 14 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 如投标人（对于货物采购项目，指产品的制造商；对于服务采购项目，指服务提供商）为中小微型企业，则投标人须在投标文件中提供符合招标文件所附格式的《中小企业声明函》，在评标时将由小型和微型企业制造的货物或承接的服务给予评审价格扣除。若投标人提供的声明函与事实不符的，采购人将追究其法律责任。

5 投标费用

投标人应承担所有与编写和提交投标文件的所有费用，不论投标的结果如何，招标人和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。

6 质疑

如投标人认为招标文件、招标过程或中标结果使自己的合法权益受到损害的，应在有关法律、法规、部门规章及规范性文件所规定的质疑期限内，以符合要求的书面形式向**投标邀请书**中注明的招标人或招标代理机构一次性提出针对同一采购程序环节的全部质疑，否则将不予受理。

二、招标文件

7 招标文件的构成

7.1 招标文件包括：

章节	名称
	投标邀请书
一	投标人须知及前附表
二	采购需求一览表
三	采购要求
四	合同条款
五	各种格式
六	资格证明文件格式
七	评标办法

7.2 投标人应认真阅读招标文件中所有的章节、条款、格式、图样、附表和附件。如果投标人

没有按照招标文件的要求提交全部资料，或者投标文件没有对招标文件在各方面都作出实质性响应，属于投标人的风险。根据**评标办法**的规定，没有实质上响应招标文件要求的投标将被否决。

8 招标文件的澄清

任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应在规定的截止时间前按**本须知前附表第4项**规定中的通讯地址以书面形式（如信函、传真或电子邮件，下同）发给招标代理机构。招标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购买招标文件的投标人，答复中包括所问问题及答复，但不包括问题的来源。

9 招标文件的修改

9.1 在投标截止期前的任何时候，无论出于何种原因，招标人和招标代理机构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，并在原公告发布媒体发布。

9.2 对招标文件的修改将通知所有购买招标文件的投标人，并对其具有约束力。投标人应立即确认已收到了修改通知。

9.3 为使投标人在编写投标文件时有充足的时间对招标文件的修改部分进行研究，招标人可以自行决定，酌情延后投标截止期。

三、投标文件的编制

10 投标语言

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函电均应使用中文。投标人可以提交用其他语言打印的资料，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 投标文件的构成

投标人编写的投标文件应包括下列部分：

- (1) 按照**本须知第12条**要求填写的投标函；
- (2) 按照**本须知第13条**和**第14条**要求填写的投标报价表；
- (3) 按照**本须知第15条**要求出具的资格证明文件，以证明投标人是合格的，中标后有能力履行合同；
- (4) 按照**本须知第16条**要求出具的证明文件，证明投标人提供的服务是合格的服务，且符合招标文件的规定；
- (5) 按照**本须知第17条**要求提交的投标保证金。

12 投标函

投标人应按照招标文件第五章中所附的“投标函格式”完整地填写投标函。

13 投标报价

13.1 投标人所填写的任一报价项的报价均应包括符合招标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 投标人应按照招标文件第五章中所附的格式完整地填写投标报价表，说明所提供服务的数量、单价和总价。每项服务只允许有一个报价，任何有选择的报价将不予接受。

13.3 投标人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），但在评标时将把其他有效标中的该项最高报价计入该投标人的评标价格之中。

13.4 投标人在其服务清单中如有超出招标文件服务需求一览表及技术要求的附加、辅助或额外的服务，不论其是否标明分项价格，在计算评标价时一律不予扣除。除非投标人在其“投标函”和“投标报价汇总表”中对这一部分价格作出了明确申明，且在唱标时和开标记录中已扣除了这部分价格。

13.5 投标报价表中的价格应按下列方式分开填写：对所提供的服务进行报价，该报价必须包括投标人提供相关服务所包括的所有人力成本、操作成本、管理费用、增值税和其他全部税费。

13.6 投标人应按照本须知第 13.5 条的要求分类报价，其目的是便于评标委员会评标。在任何情况下，分类报价方式并不限制招标人以任何条款签订合同的权利。

13.7 投标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，以可调整的价格提交的投标将视为非响应性投标而予以否决。

14 投标货币

本采购项下的投标应以人民币（CNY）报价。

15 资格证明文件

15.1 按照本须知第 11 条的规定，投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部分。对于本项目合格投标人资格条件中提及的与单位或个人相关的资质或资格证明文件，投标人可以在投标文件中直接提供相关资质或资格证明文件的复印件，也可以提供可以查询到相关资质或资格信息的有关官方网站的网址（必须保证此类查询无需任何费用，也无需事先办理注册或认证等手续）；如果投标人在其投标文件既未提供上述资质或资格证明文件的复印件，也未提供可供查询的官方网站的网址，则将视为投标人未按规定提供资格证明文件。

15.2 投标人提交的证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件应能使招标人和招标代理机构满意，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，自然人的身份证明；
- (2) 财务状况及税收、社会保障资金缴纳情况声明函；
- (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) 参加政府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**投标邀请书**中规定的合格投标人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 投标人应填写并提交招标文件第六章中所附的资格证明文件。

15.4 投标人的信用情况将以招标代理机构从财政部指定的“信用中国”网站（www.credit.china.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等官方渠道查得的信息为准。

16 证明服务合格性的文件

16.1 按照本须知第 11 条的规定，投标人应提交有关证明文件，证明其按合同要求提供的所有服务的合格性，并能满足招标文件的要求。证明文件应作为投标文件的一部分。

16.2 证明服务能够满足招标文件要求的文件可以是文字资料、图样和数据，投标人应提供：

- (1) 服务的范围和内容；
- (2) 服务的时间；
- (3) 项目管理和技术人员、项目管理和技术支持方案等；
- (4) 类似项目业绩证明（提供合同复印件等证明材料）；
- (5) 投标人的相关证书、证明投标符合招标要求或针对第七章评标办法可提升投标竞争力的其他资料等；
- (6) 逐条对**技术要求**进行评议，说明自己提供的服务是否作出了实质性响应，并按招标文件第五章中所附的格式逐条填报“技术规格响应/偏离表”；
- (7) 对招标人提出的商务条款进行评议，并按招标文件第五章中所附的格式填报“商务条款响应/偏离表”。

16.3 凡是投标文件的商务或技术部分与招标文件的要求之间存在负偏离（即不能满足招标文件要求）的，必须在投标文件的“商务条款响应/偏离表”和“技术规格响应/偏离表”中予以反映，否则在中标后一律不予考虑。但在评标时，如果在投标文件的“商务条款响应/偏离表”和“技术规格响应/偏离表”之外发现上述负偏离的，则将作出对投标人不利的评估。

16.4 如果招标人在**技术要求**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，投标人在其投标文件中可以选用替代的标准、品牌和（或）型号，但这种替代要实质上优于或相当于**技术要求**中的相关要求，并能使招标人满意。

17 投标保证金

17.1 投标人应提交一笔金额不少于本须知前附表第 5 项规定的投标保证金，并作为其投标文件的一部分。

投标保证金是为了保护招标人和招标代理机构免遭因投标人的行为而蒙受的损失。招标人和招标代理机构在因投标人的行为而蒙受损失时，可根据本须知第 17.5 条的规定不退还其投标保证金。

17.2 对没有随附投标保证金的投标，在评标时将视为非响应性投标而予以否决。

17.3 未中标人的投标保证金，将在招标人向中标人发出中标通知书后的 5 个工作日内退还。

17.4 中标人的投标保证金，将在中标人按本须知第 32 条规定与招标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）后的 5 个工作日内退还。

17.5当发生下列任一情况时，投标保证金将不予退还：

- (1) 投标人在其投标函中承诺的投标有效期内撤销投标；
- (2) 中标人在规定期限内未能
 - (a) 根据本须知第 32 条规定与招标人签订合同；
 - (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 条规定向招标代理机构支付招标代理咨询服务费。

18 投标有效期

18.1投标人的投标应从本须知第 24 条规定的开标之日起，在本须知前附表第 6 项所规定的投标有效期内保持有效。投标有效期比规定短的投标将被视为非响应标而予以否决。

18.2在特殊情况下，在原投标有效期届满之前，招标人可征得投标人的同意延长投标有效期。这种要求与答复均应采用书面形式。投标人可以拒绝招标人的这种要求，其投标保证金不会因此而不被退还。同意延长投标有效期的投标人既不能被要求也不允许修改其投标文件，但要相应延长其投标保证金的有效期。

19 投标文件的式样和签署

19.1投标人应按照本须知第 11 条的要求，准备本须知前附表第 7 项和第 8 项规定的投标文件。

19.2凡招标文件的投标格式中要求投标人代表签名和加盖公章之处，投标文件对应文件均应由投标人的单位负责人或经正式授权并对投标人有约束力的代表签字和加盖投标人的单位公章。由授权代表签字时，须在投标文件中加附“法定代表人授权书”，其格式应符合招标文件第六章的规定。

四、投标文件的递交

20 投标文件的密封和标记

20.1按复旦大学采购与招标管理系统的要求将投标文件转换成规定的格式，对未按规定获取招标文件的潜在投标人递交的投标文件，逾期或未按规定上传的投标文件，招标代理机构将不予受理。

21 投标截止期

21.1投标人提交投标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。

21.2招标人和招标代理机构可以按本须知第 9 条的规定，通过修改招标文件自行决定酌情延后投标截止期。在此情况下，招标人和招标代理机构与投标人之间受投标截止期制约的所有权利和义务均应延后至新的截止期。

22 迟交的投标文件

招标代理机构将拒收投标截止期后收到的任何投标文件。

23 投标截止期之后的投标文件不得修改、撤回和撤销

23.1 投标人在上传投标文件后，可以通过电子采购平台修改其投标文件，但必须在规定的投标截止时间之前撤回并重新上传修改后的投标文件。开标时将以投标截止时间之前最后一次上传的投标文件为准。投标人在上传投标文件后，可以通过电子采购平台撤回其投标文件，但必须在规定的投标截止时间之前进行撤回操作。在投标截止时间之后，投标人不得对其投标文件做任何修改

23.2 根据本须知第 17.5 条的规定，在投标截止期至投标人承诺的投标有效期届满这段时间内，投标人不得撤销其投标，否则其投标保证金将不予退还。

五、开标与评标

24 开标

24.1 招标代理机构将在本须知前附表第 13 项规定的时间和地点组织公开开标，迟交或不符合规定的投标文件恕不接受。

24.2 开标程序在复旦大学采购与招标管理系统上进行，所有投标人应按复旦大学采购与招标管理系统的操作步骤登录参加开标并在规定时间内进行投标文件解密。解密倒计时结束后，不论开标成功与否，投标人上传的数据电文形式投标文件未解密的视为放弃投标，如已解密但因投标人原因无法正常打开的视为投标无效，相关责任均由投标人自行承担。

24.3 投标文件解密后，电子采购平台将根据投标文件的内容生成开标记录表。只有在开标时汇总生成的报价变更声明才能在评标时予以考虑。

24.4 开标记录表生成后，投标人应及时检查开标记录表的数据是否与其投标文件一致，并在所规定的时间内按电子采购平台的操作步骤对开标结果和过程进行确认和电子签名因投标人自身原因未能在规定时间：10 分钟内作出确认的视为其默认开标结果和过程。

25 资格审查

25.1 开标结束后，招标人委托招标代理机构依法对投标人的资格等进行审查，审查的内容包括：

- (1) 投标人的资格是否符合本项目**投标邀请书**中列明的对合格投标人的资格要求（投标人应按要求提供相关证明材料）；
- (2) 投标文件的签署和盖章情况是否符合**本须知第 19.2 条**的规定（包括当投标文件由授权代表签字时，是否提交了格式符合招标文件第六章要求的“法定代表人授权书”）；
- (3) 投标人是否按**本须知第 17.1 条**的要求提交了投标保证金（包括投标保证金的金额、形式和有效期等）；
- (4) 对接受联合体投标项目，以联合体形式投标的投标人是否未按规定提交**共同投标**

协议，或者提交的**共同投标协议**未明确牵头人、各成员间的分工和一旦中标将向招标人承担连带责任，或者投标单位以单独或联合成员形式在不同投标人中出现两次以上的。

- (5) 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，投标人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。

25.2如果投标人未通过上述资格审查，其投标将被直接否决，不再进入后续评标程序。

25.3如通过资格审查的投标人数量不足3家，本项目将直接发布评标结果公告（或废标公告），不再启动后续评标程序。

26 评标过程的保密性

26.1公开开标后，直至向中标方授予合同为止，凡与对投标文件的审查、澄清、评价和比较有关的资料以及授标意见等，均不得向投标人及与评标无关的其他人透露。

26.2在评标过程中，如果投标人试图在投标文件的审查、澄清、评价、比较及授予合同方面向招标人、招标代理机构和（或）评标委员会的评委施加任何影响，其投标将被判为无效。

27 投标文件的澄清

为有助于对投标文件的审查、评价和比较，评标委员会或经评标委员会授权的招标代理机构可要求投标人对其投标文件进行澄清，以书面形式提交，但不得寻求、提供或允许对投标价格或投标文件中的其他实质性内容做任何更改。

28 评标办法

28.1（1）本次招标将按招标文件第七章**评标办法**所规定的评标方法和标准进行评标。

（2）本项目将依法组建评标委员会，评标委员会由招标人代表和政府采购评审专家组成，其中专家的人数不少于评标委员会成员总数的三分之二。

（3）评标委员会负责对投标文件进行评审和比较，并向招标人推荐中标候选人。

28.2**本项目为非专门面向小型和微型企业的项目**，当服务是由小型和微型企业提供时，将给予10%的价格扣除。享受上述评审优惠的前提条件是小型和微型企业不得将中标合同分包或转包给大型和/或中型企业或其他组织。为此，投标人如果是小型或微型企业的话，应按财库〔2020〕46号文的规定填写和提交小微企业正本声明函，且评标时评标委员会将按工信部联企业〔2011〕300号文的规定对声明的小型 and 微型企业作出认定。如投标人为残疾人福利性单位，须在投标文件中提供符合财库〔2017〕141号文格式要求的残疾人福利性单位正本声明函；在评审时残疾人福利性单位将视同小型和微型企业，执行上述支持小型和微型企业的相同政策。如投标人为监狱或戒毒企业，应在其投标文件中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）出具的属于监狱或戒毒企业的证明文件；在评审时监狱或戒毒企业将视同小型和微型企业，执行上述支持小型和微型企业的相同政策。一旦投标人中标，则将在中标公告中公告其声明函，接受社会监督；若提供声明函与事实不符的，将依照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款的规定追究其法律责任。

28.3在详细评审中，当两家或两家以上投标人最终的评分相等时，凡投标产品列入了国家有关部门最新公布的政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单，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投标人排序在前（当投标产品为集成产品时，则上述产品价格占比高的投标人排序在前）。

28.4当采购标的中含有国家有关部门最新公布的政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单且要求强制采购的产品时，第七章评标办法符合性审查阶段的否决投标条款中第 1.1.1.1.1.1（5）条应包含：“对投标产品中列入国家有关部门最新公布的政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单且要求强制采购的产品，投标人未提供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。”

六、授予合同

29 合同授予标准

除本须知第 30 条规定外，招标人应将合同授予被确定为实质上响应招标文件要求的，能够满足履行合同义务的**综合评分得分最高**的投标人。

30 招标人接受和拒绝任一或所有投标的权利

当因重大变故采购任务取消时，招标人保留在授标之前的任何时候接受或拒绝任一投标、宣布招标程序无效或拒绝所有投标的权利，对受影响的投标人不承担任何责任。

31 中标通知书

31.1招标代理机构将以书面通知的形式通知中标人。

31.2中标通知书将成为合同的组成部分之一。

32 签订合同

32.1中标人应当在招标代理机构发出中标通知书之日起三十（30）天内，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与招标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。合同签订地点为本须知前附表第 15 项注明的地点。

32.2当中标人为中小微企业时，所签订的合同中约定的支付条款将按《保障中小企业款项支付条例（国务院第 728 号令）》的规定作出相应调整。

32.3除不可抗力外，中标人拒绝与招标人签订合同的，招标人或招标代理机构将不向其退还投标保证金；招标人可以按照评标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，也可以重新招标。中标人未在法律规定期限内与招标人签订合同（除招标人原因之外），或者拒绝按照招标文件和中标人投标文件的规定签订合同均视为拒绝与招标人签订合同。

33 履约保证金（若合同条款有约定）

33.1中标人应按照合同条款的规定，向招标人提交履约保证金银行保函，其格式应为招标文件

第五章中提供的或其他招标人可以接受的格式。

33.2如果中标人没有按照上述第 32.1 或 33.1 条的规定执行，招标人和招标代理机构将有充分理由取消原先发出中标通知书，并不退还其投标保证金。在此情况下，招标人可将本标授予评标委员会推荐的下一个中标候选人，或重新招标。

34 招标代理咨询服务费

本次招标的采购代理咨询服务费由中标人支付，支付标准以中标通知书载明的中标金额为准，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；支付时间为收到中标通知书后十四（14）天内。如果中标人未按上述规定向招标代理机构支付采购代理咨询服务费，招标代理机构有权不退还其投标保证金。

35 投标保证金提交和退还操作

35.1接收投标保证金的银行账户信息

- (1) 开户银行：中国农业银行股份有限公司上海定西路支行
- (2) 户名：上海财瑞建设管理有限公司
- (3) 账号：094309010400785288948672674

35.2提交投标保证金的地点和时间

- (1) 地点：上海市延安西路 1319 号 15 楼
- (2) 截止时间：同响应截止时间，以保证金实际到账为准

35.3投标保证金的提交

35.3.1 投标人应当以网上银行、支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交。投标人未按照招标文件要求提交投标保证金的，投标无效。为提高效率，鼓励投标人用网上支付提交投标保证金。

35.3.2 当投标人为两家或两家以上单位组成的联合体时（前提是招标文件中未明确声明不接受联合体投标），应由联合体的一方或多方共同提交投标保证金（对于施工招标项目应由联合体的牵头人或联合体的各方提交投标保证金），且所提交的投标保证金应对联合体的所有成员均具有约束力（即只要有任一联合体成员在投标有效期内申明退出联合体，或在中标后不与招标人签订合同，或不按招标文件的规定提交履约保证金，或不按招标文件的规定向招标代理机构支付招标服务费，招标人和（或）招标代理机构均有权不退还全部投标保证金）。如果投标人不接受上述条件，必须在投标文件的“商务条款偏离表”或“商务条款响应/偏离表”中明确申明，否则视为接受。当由联合体的牵头人以联合体的名义提交投标保证金时，本须知中提及的投标人均指投标联合体的牵头人。

35.3.3 依法必须进行招标项目境内投标人用网上银行、支票、汇票、本票形式提交的投标保证金，均须从投标人所设立的单位账户转出。其他招标项目是否有此要求详见具体项目的招标文件。

35.3.4 投标人不得以现钞方式提交投标保证金，也不得用经过背书转让的支票、银行本票或银行汇票提交投标保证金。

35.3.5 投标人应当按照下列方式办理投标保证金的提交手续：

(1) 当采用网上支付方式提交投标保证金时，应在招标文件规定的投标截止时间之前，将相应款项直接付至本须知第 1 条指定的账户（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：“投标保证金：项目编号”（示例：“投标保证金：FW2025053002”）。

(2) 当采用银行本票或银行汇票方式提交投标保证金时，应在招标文件规定的投标截止时间之前，委派代表携带银行本票或银行汇票，到本须知第 2 条的指定地点办理投标保证金提交手续；在办理过程中，投标人代表须向招标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投标保证金时，应在招标文件规定的投标截止时间的 5 个工日之前，委派代表携带支票，到本须知第 2 条的指定地点办理投标保证金提交手续；在办理过程中，投标人代表须向招标代理机构的经办人明确申明项目编号等信息；投标人应保证提交的支票不是空头支票和不被银行退票，否则，在评标时将被视为未按规定提交投标保证金处理。

(4) 当投标人选投一个招标项目的多个包件或标段时，必须在投标文件中用表格或其他方式清晰注明每个包件或标段的投标保证金金额。如投标人未在投标文件中注明其所投各包件或标段的投标保证金金额，且合计的保证金金额又不足时，评标委员会将按其所投全部包件或标段的投标保证金均不符合要求来处理。

35.4 投标保证金的退还

35.4.1 在具备向中标人发出中标通知书的条件之后，招标人和（或）招标代理机构将向中标人发出“中标通知书”，在未发生招标文件规定的招标人和（或）招标代理机构有权不退还投标保证金的情况时，中标人应在合同签订后将合同提交给招标代理机构的项目负责人，用于办理投标保证金退还手续。

35.4.2 在具备向中标人发出中标通知书的条件之后，招标人和招标代理机构将向未中标人发出“中标结果通知书”（或“未中标通知书”，下同），在未发生招标文件规定的招标人和（或）招标代理机构有权不退还投标保证金的情况时，未中标人的投标保证金将由招标代理机构办理退还手续。

35.4.3 招标代理机构原则上将采用网上支付方式将投标保证金退还到提交该保证金时的汇出银行账户。

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投标保证金未及时到账等情况，招标人和招标代理机构不承担任何责任。

附件：

上海财瑞建设管理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、招标人、评标专家、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） 不索取或接受招标人、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） 除招标人之外，在投标截止期（包括提交谈判响应文件及报价文件的截止期）之前不对外泄露潜在投标人或供应商的名称及数量；除依法公示评标结果或发出有关通知之外，不对外泄露资格审查及评标情况，保守有关当事人的商业秘密。
- （5） 不与招标人或投标人串通，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，不向评标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标职责。
- （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。

采购代理机构名称：上海财瑞建设管理有限公司

监督电话：021-62261357

传 真：021-62260898

招标文件

项目编号：FW2025053002

第二章 采购需求一览表

采购需求一览表

包件号	名称	数量	服务的范围、内容及主要技术要求	采购预算 (人民币)	最高限价 (人民币)
1	复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务	1 项	本项目旨在通过腾讯广告平台开展信息流媒体投放服务。供应商负责结合公众号、视频号、腾讯广告朋友圈等进行投放，并策划、制作和执行包括视频、图文、卡片等形式在内的投放方案，提升品牌形象的前提下，提供全过程的数据监测与效果分析服务	90 万元	90 万元

招标文件

项目编号：FW2025053002

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招标欲采购服务的基本技术要求，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。投标人应保证其提供的服务除了满足本**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，投标人应在获取招标文件后，尽快向招标人提出，以取得招标人的确认，如果投标人没有提出，则在中标后招标人仍有权在合同价格不变的前提下要求中标人按中国国家标准的有关强制性规定执行）。如投标人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，可以在投标文件的《技术要求响应/偏离表》中列明，并提供相关证明材料，以便评标委员会在评标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，均应理解为是招标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. 投标人针对招标文件中所规定的各项要求的响应不得弄虚作假。投标人中标之后，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投标文件中承诺的参数值或水平时，招标人将向有关监管部门报告其弄虚作假行为，有关监管部门将按《中华人民共和国政府采购法》第七十七条的规定对其作出处罚（即将被处以“在一至三年内禁止参加政府采购活动”的处罚）；同时该投标人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招标人支付违约赔偿，且招标人保留终止合同的权利。
4. 本**采购需求**中所有加注“★”号的要求均为主要要求，投标人在投标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，投标人应提供技术支持资料。如果投标人的投标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，其投标将被判为无效。
5. 本**采购需求**中所有加注“▲”号的要求均为特别关注的要求，投标人在投标文件中应对这些要求作出实质性响应并按要求提供证明材料，否则评标委员会有权作出对投标人不利的评估。

二、技术要求

(一) 项目背景

1. 项目内容：本项目为复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务。拟投放渠道为腾讯广告平台，以复旦大学 MBA 项目品牌推广和招生引流需求为基础，供应商需负责结合公众号、视频号、腾讯广告朋友圈等进行投放，并策划、制作和执行包括视频、图文、卡片等形式在内的投放方案，提升品牌形象的前提下，提供全过程的数据监测与效果分析服务。

2. 服务期限：预计自合同签订后至 2025 年 12 月 31 日，期间按照采购人的指定投放日期投放，投放计划随合同附件另行签订。合同期限达到约定时间或投放总金额使用完毕，合同即终止履行。

3. 上述总金额为供应商方案中的投放计划金额，投放计划金额不低于投标金额的 90%，（★投标人应提供承诺函承诺投放计划金额不低于投标金额的 90%）。

4. 付款方式：合同签订后分三次支付，第一期款项为合同签订后支付合同总金额的 70%；第二期款项为合同签订后 3 个月支付合同总金额的 20%；第三期款项为合同执行完成，采购人验收完成后支付合同总金额的 10%。

(二) 采购内容

1. 通过腾讯广告工作台，为复旦大学 MBA 提供品牌广告账户的管理、运营与优化服务。

保证推广结果：供应商承诺完成投标方案中提交的单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）和点击率（CTR）三项指标，其中点击成本（CPC）不高于 4.5，千次展示成本（CPM）不高于 35，点击率（CTR）不低于 0.5%。并通过持续的账户优化，精准覆盖符合复旦大学 MBA 项目的潜在客群，合法获取不得低于 2,000 条的符合采购人要求的有效表单线索，有效表单线索必须包含如下真实信息：姓名、电话、公司、职务、学历，与其他可能采购人需要的新增信息，

2. 优化账户数据：通过媒体投放账户，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的有效投放计划等）。

3. 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、竞品攻防计划等）。

4. 广告素材策划与制作：根据采购人的需求，围绕腾讯广告提供的数据决策支持，完成具备目标导向的品牌广告的内容策划与制作（包括但不限于广告文案撰写、图片设计、短视频剪辑，平台源生投放介绍页面的设计，等有利于提升广告效能的优化工作）。

5. 数据反馈复盘：按要求按时反馈推广数据报表，至少包含日报、周报相关可辅助与指导投放计划的数据分析。

（三）服务要求

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。

2. 供应商应对复旦大学 MBA 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。

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交接，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，至少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；

（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，中标人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（线索）日报和数据日报提供给采购人，至少包括但不限于总曝光次数、点击次数、点击率、线索成本；

（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，根据项目管理要求，供应商须在 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，供应商须根据采购人需求、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。

4. 供应商需清晰了解竞品情况，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。

5. 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。

(四) 验收及考核标准

1. 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，中期考核指标：单次点击成本（CPC）不高于 4.5，千次展示成本(CPM)不高于 35，点击率(CTR)不低于 0.5%。合法获取不得低于 1,000 条的符合采购人要求的有效表单线索；

2. 采购人将在当合同履行结束后进行最终验收，最终验收指标：供应商在投标方案中承诺完成的单次点击成本（CPC）、千次展示成本(CPM)和点击率(CTR)三项指标。如供应商未完成上述指标时，供应商应将合同总金额的 10%作为违约金赔偿给采购人。

(五) 供应商要求

1. 服务团队：应配置一个不少于 5 人的固定的服务团队：其中需要至少包括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、其他服务人员二名。
2. 项目经理应具备推广代理服务工作经验 ≥ 1 年，承担过类似相关投放项目业务。
3. 项目团队成员具备线上推广经验 ≥ 1 年，承担过类似相关投放项目业务。
4. 项目经理及媒体运营人员须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。

注：以上人员均需提供个人简历、近6个月内任意一个月缴纳社保的证明（若为劳务派遣、非全日制用工等用工形式应提供相应证明材料）、合作案例等相关证明材料，其中简历应至少包含：人员姓名、出生年月、性别、工作年限、工作经历介绍等，合作案例的证明文件内需有明确的项目负责人或项目团队成员的人员信息。

5. 供应商须有“腾讯广告”或其他平台如“巨量引擎”、“百度广告”等平台的对接能力；

（六）服务方案具体要求

1. 供应商须针对本项目在投标方案中提交的单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）和点击率（CTR）三项指标和有效表单线索数量，其中点击成本（CPC）不高于4.5，千次展示成本（CPM）不高于35，点击率（CTR）不低于0.5%，有效表单线索数量不少于2000条；

2. 供应商须针对本项目采购需求对服务内容提供理解及描述内容，包括但不限于：对MBA项目定位、目标受众及宣传需求；

3. 供应商针对本项目现状须提供分析和评估，包括但不限于：对现状分析应当全面深入，评估科学合理，结合项目特点提出了创新性建议；

4. 供应商须根据服务内容拟定服务质量目标，包括但不限于：服务质量目标设定应当清晰、科学、合理且具有可行性，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；

5. 供应商须保证实现服务质量目标的具体措施及内容，包括但不限于：供应商应实现服务质量目标的措施，并结合项目特点，提出了具体的实施方案及风险应对策略；

6. 供应商须对在服务工作中可能发生的各类典型或常见质量问题提供认识与分析，包括但不限于：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，结合项目特点提出了具体的案例说明及解决思路；

7. 供应商须自行提供内部的服务质量检查、评价或考核机制，包含服务质量检查、评价或考核机制应当有利于项目实施；

8. 供应商对于可能发生的潜在质量问题，须自行提供拟采取的预防措施；

（七）项目实施方案

1. 供应商须提供完成项目的进度目标内容方案，包括但不限于：项目全周期阶段划分，每阶段需明确核心目标、关键输出物。
2. 供应商须提供实现服务目标的详细进度计划；包括但不限于：提交可视化进度工具（如甘特图或项目管理软件导出文件），需包含任务层级分解（WBS）、责任人、跨团队协作流程及依赖关系说明。
3. 供应商须提供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；包括但不限于：需按岗位/角色拆分人力资源（如策略团队、创意团队、技术支持团队），明确各阶段投入人数、工时及技能要求。
4. 供应商须提供如不能按计划完成最终服务进度目标的违约赔偿承诺及改进措施内容；
5. 供应商须提供项目进度中拟采用的沟通机制方案；需定义多方沟通会议制度（如周例会、双周汇报会），明确参会方及决策权限。
6. 供应商须提供市场环境变化的监测机制与处置预案管理方案。需列明监测指标，并说明数据来源（如腾讯广告官方报告、第三方监测工具）。

招标文件

项目编号：FW2025053002

第四章 合同条款

（如果本项目为专门面向中小微型企业采购的项目，则本合同视为中小企业预留合同）

复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务合同

甲方：复旦大学

联系人：

地址：

乙方：

联系人：

地址：

为了更好地宣传推广“复旦MBA项目”，经双方友好协商，乙方向甲方提供腾讯广告平台品牌投放服务，具体内容如下：

1. 信息流推广管理优化服务

- 1.1 制作排期并提供给甲方确认。
- 1.2 在腾讯平台充值，后台搭建。
- 1.3 物料上传信息流后台并提供预览给到甲方确认，在甲方确认后进入投放。
- 1.4 制作相关投放效果报告，分析总结并提供优化建议。

2. 服务期限：_____个月，_____年_____月_____日-_____年_____月_____日。

3. 合同金额及费用支付

3.1 本合同总金额为_____元（大写人民币_____元整），详见附录“复旦_____项目报价单”。第一期款项为合同签订后支付合同总金额的 70%；第二期款项为合同签订后 3 个月支付合同总金额的 20%；第三期款项为合同执行完成，甲方验收完成后支付合同总金额的 10%。

3.2 甲方应在乙方提交验收材料后 5 个工作日内完成验收，超过期限未明确验收是否完成的，视为验收通过。

3.3 甲方须在收到乙方提供正规的发票后，于 15 个工作日内支付上述服务费金额。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，关于腾讯平台投放管理，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或终止，乙方应予以执行。甲方应在乙方告知的平台规定的期限内进行修改或终止，如超过期限不得终止或终止将产生额外费用的，甲方应支付相应费用。

5. 乙方义务

5.1 提供投放报告。

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¥_____（目标数值）、千次展示成本（CPM）为¥_____（目标数值）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_____（目标数值）条符合甲方要求的表单线索。（包含如下真实信息：姓名、电话、公司、职务、收入、学历，与其他可能采购人需要的新增信息）

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，双方应依据本合同及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，乙方承诺未完成中标方案中提交的单次点击成本（CPC）为¥_____、千次展示成本（CPM）为¥_____和点击率（CTR）不低于_____%三项指标时，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未公开的内容均为商业秘密，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，任何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，赔偿其所遭受的全部直接损失。

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，任何一方均可向甲方所在地区人民法院提起诉讼。

9.2 若乙方提供的产品和服务存在任何质量问题和错误，甲方有权要求乙方立即更正并重新提供，乙方应当承担因此产生的任何费用，并赔偿因此导致的甲方全部损失。

9.3 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 本协议由双方盖章并且由法定代表人或授权代表签字方为有效，本合同壹式肆份，甲、乙双方各执贰份。

10.2 本合同未尽事宜由双方另行协商解决。

甲方：

乙方：

(盖章)

(盖章)

授权代表(签字)：

授权代表(签字)：

日期： 年 月 日

日期： 年 月

附件：中标通知书

中标通知书（格式）

_____：
复旦大学_____采购招标项目（项目编号：
_____），经评审确定贵司为中标单位，中标金额：
人民币_____元整（CNY_____）

请你单位在中标通知书发出之日起三十日内与采购单位签订合同。

采购单位：复旦大学
招标代理：上海财瑞建设管理有限公司
日期：_____年____月____日

注：本项目已在财政部备案 是（ ） 否（ ）

招标文件

项目编号：FW2025053002

第五章 各种格式

分目录

投标函格式	39
投标报价汇总表	41
报价分类明细	42
服务说明一览表	43
技术规格响应/偏离表格式	44
商务条款响应/偏离表	45
投标保证金银行保函格式	46
服务提供者的声明	47
针对本项目拟委派人员情况表	49
中小企业声明函（服务）	50
其他招标文件要求投标文件需提供的内容	51
评审内容索引表	52

投标函格式

致：_____（招标人和招标代理机构名称）

根据贵方_____（项目名称、项目编号）的招标公告及招标文件，
（姓名和职务）被正式授权代表投标人_____（投标人、地址），向贵方提交
响应文件。

据此函，投标人兹宣布同意如下：

- （1） 我方按招标文件的规定提交的投标人报价。
- （2） 我方将按招标文件的规定，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招标文件，包括招标文件的修改通知（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） 我方同意在招标文件所述的开标日期起遵循本招标文件的承诺，并在“投标人须知”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） 我方承诺满足招标文件“投标人须知”中对合格投标人的要求。
- （6） 如果在开标后规定的投标有效期内撤销投标，我方的投标保证金可不予退还。
- （7） 如果贵方有要求，我方愿意进一步提供与本投标有关的任何证据或资料。
- （8） 我方完全理解贵方不一定要接受最低报价的投标或收到的任何投标。
- （9） 我方完全接受本次招标通过网上进行的方式，并对此网上进行的招标活动的合理性、合法性无异议。我方承诺投标数据的应答截止时间以复旦大学采购与招标管理系统服务器时间为准，一切因网络通讯或我方操作失误造成的应答数据错误或缺失都与贵方及复旦大学采购与招标管理系统无关，我方愿承担因此出现的任何风险和责任。

与本投标有关的正式通讯地址为：

地址：

电话、传真：

邮政编码：

开户银行：

银行账号：

投标人代表签名：

投标人名称（公章）：

日期：_____年_____月_____日

投标报价汇总表

项目名称	供应商	服务期限	报价（元、总价）	其它关键信息	备注

注：

1. 投标人在每条预算编号项下的投标报价均不得超过对应的预算金额或最高限价。若投标人的任意一条预算编号项下的投标报价超过对应的预算金额或最高限价，则评标委员会将对其该包件的投标文件做否决处理。

2. 投标人须在本表的“其他关键信息”区内填入所有报价所需的信息。

3. 本表内的“服务期限”的定义以招标文件的表述为准（对于货物采购项目一般应理解为招标文件定义的交货期；对于设备供货加安装类项目一般应理解为供货、安装、调试完毕，具备验收条件的完工期；对于服务类项目一般应理解为招标文件定义的完成期）。

4. 投标人若有报价变更（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。如果投标人必须在本表所算得的投标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，否则在评标以及中标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（但在招标文件中明确的暂定金额、暂估价及暂列金额除外）

投标人授权代表签字：_____

公章：_____

报价分类明细

项目名称：

招标编号：

序号	名称	服务范围和标准	数量	单价	小计
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
				
合计（元）					

说明：

(1) 所有价格均系用人民币表示，单位为元。

(2) 投标人所填写的任一报价项的报价均应包括符合招标文件要求的与该报价项相关的所有费用（包括所有服务费用、可能有税费等）。

投标人授权代表签字：_____

公章：_____

服务说明一览表

包件号：_____

序号	服务名称	服务范围和标准	服务提供者	服务时间

投标人授权代表签字：_____ 投标人公章：_____

投标保证金银行保函格式

(若报价保证金采用电汇、支票等其他形式提供, 则无需填写本格式)

致: _____ (招标代理机构名称)

本保函作为 _____ (投标人名称) (以下简称投标人) 对
(买方名称) 第 _____ 号投标邀请书, 关于提供 _____ (服务名称) 的投标保证金。

_____ (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投标人如何反对, 立即不可追索地向贵方
支付总额为 _____ 元的人民币:

- (1) 投标人在开标后至投标有效期届满前撤销其投标; 或
- (2) 投标人在收到中标通知书后三十 (30) 天内, 未与招标人签订合同; 或
- (3) 投标人在收到中标通知书后三十 (30) 天内, 未向招标人提交可接受的履约保证金 (若合同条款有约定)。
- (4) 投标人在收到中标通知书后十四 (14) 天内, 未向贵方支付招标代理咨询服务费。

除贵方提前终止或解除本保函外, 本保函从开标之日起至投标有效期届满之日始终有效, 且
在贵方和投标人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: _____

服务提供者的声明

1 名称及其他情况

- (1) 服务提供者名称: _____
- (2) 地址: _____
- (3) 成立和(或)注册日期: _____
- (4) 所属行业: _____
- (5) 企业性质: _____
- (6) 从业人员人数: _____
- (7) 营业收入: _____
- (8) 资产总额: _____
- (9) 近期资产负债表(到_____年_____月_____日止)
- (a) 固定资产: _____
- (b) 流动资金: _____
- (c) 长期负债: _____
- (d) 短期负债: _____

服务提供者提供此类服务的历史(年数)

近三年该服务提供给境内、外主要客户的名称地址

名称和地址	销售项目
-------	------

近三年的年营业额

年份	总额
----	----

有关开户银行的名称和地址

银行名称	地址
------	----

-------	--

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。

日期： _____

服务提供者名称： _____

授权代表签字： _____

授权代表的职务： _____

电话号码： _____

传真号码： _____

电子信箱： _____

公章： _____

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加复旦大学的复旦大学 MBA 项目腾讯广告平台品牌投放服务采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于租赁和商务服务业（所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于租赁和商务服务业（所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额 万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

……以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在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。

企业名称（盖章）：

日期：

备注：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。

其他招标文件要求投标文件需提供的内容

(格式自拟)

评审内容索引表

评审因素 序号	评审因素	投标文件中 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			

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

注: 该表应制作在投标文件的扉页中, 具体内容要求可以参照本项目评标方法与程序及评分细则。

★▲项响应索引表（如有）

序号	★▲项内容名称	针对★▲项技术参数提供相应材料名称	投标文件中所在页码	备注
1				
2				
3				
4				
5				

投标人授权代表签字：_____ 公章：_____

注：该表应制作在投标文件的扉页中，具体内容要求可以参照本项目评标方法与程序及评分细则。

招标文件
项目编号：FW2025053002

第六章 资格证明文件格式

分目

营业执照（或事业单位、社会团体相关证书）	56
保证金递交凭证	56
法定代表人授权书	56
财务状况及税收、社会保障资金缴纳情况声明函	57
信用查询记录的相关材料	58
具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明	59
无违法记录声明函	59
承诺函	60
法人出具的承诺函	61
其它	62

营业执照（或事业单位、社会团体相关证书）

（彩色扫描件加盖公章）

保证金递交凭证

（保证金须从投标人所设立的单位账户汇出，提供递交凭证复印件加盖公章，如：汇款凭证、银行汇票等）

法定代表人授权书

（若投标人为非法人企业，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_____公司的在下面签字的_____（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_____项目提交投标文件、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（投标人授权代表）签字：

投标人公章：

财务状况及税收、社会保障资金缴纳情况声明函

我方（投标人名称）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款第（二）项、第（四）项规定条件，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。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

（投标人应提供书面声明或提供招标文件“投标人须知”第 15.2 条规定的三项证明材料）

信用查询记录的相关材料

(彩色扫描件或网页截图加盖公章)

- 1 近三年未被国家财政部指定的“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：_____（招标人名称）

我们_____（投标人名称）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_____（投标人地址）。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。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

无违法记录声明函

致：_____（招标人名称）

我们_____（投标人名称）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_____（投标人地址）。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（注：较大数额罚款的标准见作出行政处罚决定的行政机关所在省、自治区、直辖市的人大常委会或人民政府出台的相关规定）。

特此声明。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

承诺函

致：_____（招标人名称）

我司参与_____（项目名称）不存在以下情况

（1）与我司法定代表人（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，参加同一包件的投标或者未划分包件的同一招标项目的投标；

（2）我司曾为招标人在本招标合同项下拟采购的服务提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

特此承诺。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

★承诺函

致：_____（招标人名称）

我司参与_____（项目名称）就以下事项进行承诺：

承诺针对本项目投放计划金额不低于我司投标金额的 90%。

特此承诺。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

其它

（满足投标邀请书中规定的合格投标人的其他资格要求的证明文件、投标文件要求的承诺函）

招标文件

项目编号：FW2025053002

第七章 评标办法

1 基本情况

- 1.1. 本项目评标以《中华人民共和国政府采购法》等相关文件的规定，以及本评标办法为主要依据，由评标委员会对各投标文件进行综合评定。评标将严格遵守：
 - (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标过程和结果；
 - (3) 保证评标活动在严格保密的情况下进行；
 - (4) 评标活动及其当事人应接受依法实施的监督。
- 1.2. 本项目具体评标事务由评标委员会负责，评标委员会由 5 人单数组成。评审专家按照相关规定从政府采购评审专家库中随机抽取评审专家。
- 1.3. 评标委员会成员及其他参与评标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：
 - (5) 评标委员会的人员组成；
 - (6) 投标文件的初步评审及详细评审情况；
 - (7) 各投标人的澄清问题及投标人的答复；
 - (8) 评委发表的评审意见；
 - (9) 中标候选人的推荐情况。
- 1.4. 参与本项目评标工作的其他人员应按诚实、信用和勤勉的原则完成评标委员会交办的任务性工作，并主动接受评标委员会的监督。

2 评标细则

- 2.1. 本项目采用综合评分法进行评标，其中价格评审采用低价优先法。
- 2.2. 评标步骤
本次招标的评标工作将按下列步骤进行：
 - (1) 符合性审查；
 - (2) 详细评审；
 - (3) 排序并推荐中标候选人。

3 符合性审查

- 3.1. 评标委员会首先将审核投标报价，投标报价的错误修正方法如下：
 - (1) 如果用数字表示的金额与用文字表示的金额不一致，将以文字表示的金额为准；
 - (2) 当单价与数量的乘积与总价不符时，将以单价与数量的乘积为准修正总价；单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价。
 - (3) 当分项合价之和与总价不符时，将以分项合价之和为准修正总价。
- 3.2. 评标委员会将按上述修正错误的方法调整投标文件中的投标报价，调整后的价格对投标

人具有约束力。如果投标人不接受调整后的价格，则其投标将被拒绝。

3.3. 评标委员会将依据法律法规和招标文件的规定对投标文件进行符合性审查，凡投标人的投标文件中存有下列情况之一的，将对其投标文件作否决处理：

(1) **投标人有疑似串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为的，包括但不限于：**

- (a) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- (b) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- (c) 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；
- (d) 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；
- (e) 不同投标人的投标文件相互混装；
- (f) 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；
- (g) 不同投标人的联系人姓名、电话、邮箱、公司地址等基本信息雷同；
- (h) 不同投标人的投标文件由同一电子设备编制、加密或者上传；
- (i) 不同投标人投标文件所记录的硬件信息如网卡（MAC）地址或硬盘序列号等信息相同；
- (j) 投标文件的编制、加密、提交等信息雷同，经评审委员会认定涉嫌串通投标的
- (k) 法律、法规或规章明确规定的其他将导致投标文件被否决的情况。

(2) 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，未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

(3) 投标文件不满足招标文件技术规格中加注“★”号的技术要求；

(4) 有关法律、法规或规章和招标文件明确规定的其他将导致投标文件被否决的情况。

3.4. 根据政府采购法律法规的有关规定，出现下列情形之一的，评标委员会将否决所有投标：

- (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；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为；
- (3) 因重大变故，采购任务取消。

4 详细评审

4.1. 评标委员会将按照本评标办法规定，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术响应情况的详细评审。

4.2. 针对表 1 所列的各项评标要素的评审内容，由评标委员会成员对进入详细评审的各投标人进行独立评审，并给出相应的评分。

表 1 各评标要素的评审要素、满分分值及主要评审内容一览表

序号	评分项目	满分	评分办法
价格部分			
1	价格	30	以进入详细评审的各投标人的评标价的最低价为评标基准价，其价格分为满分 30 分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 价格得分=(评标基准价 / 评标价或评审价) × 30% × 100
商务部分			
2	类似项目	15	根据供应商 2022 年 6 月 1 日至今（以合同签订时间或服务时间为准）与本项目采购内容类似的线上平台宣传推广代理服务业绩（业绩需提供合同复印件，其中需体现出广告主或项目方、时间，推广内容、时间要素、双方盖章签订页）进行打分。每提供 1 项业绩得 1 分，最高得 15 分。 说明：是否属于有效的类似项目业绩由评审委员会根据投标人提供的业绩在业务内容、技术特点等方面与本项目的类似程度进行认定。
3	推广对接能力	3	根据供应商平台推广对接能力进行打分： 提供“腾讯广告”、“巨量引擎”、“百度广告”平台代理能力的证明文件（包括但不限于合同、授权文件、委托等证明材料），每提供 1 项得 1 分，最多得 3 分。
技术部分			
4	指标及有效表单线索	3	根据供应商针对本项目拟定的单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）、点击率（CTR）和有效表单线索数量进行评审： 单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）、点击率（CTR）三项指标和有效表单线索达到采购需求要求的数据指标（单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）和点击率（CTR）三项指标，其中点击成本（CPC）4.5，千次展示成本（CPM）35，点击率（CTR）0.5%、有效表单线索 2000 条）得 3 分； 以上数据指标有 1 项未满足上述要求得 1.5 分；有 2 项及

			以上未满足上述要求不得分；
3	服务方案-需求理解	3	<p>根据供应商针对本项目采购需求的理解描述内容进行综合评审：</p> <p>描述对 MBA 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，逻辑清晰得 3 分；</p> <p>描述对 MBA 项目特点理解较为准确，虽缺乏个别关键需求的深入分析，但仍与项目特点匹配，表述基本清晰得 2 分；</p> <p>科学性、合理性差，对 MBA 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；</p> <p>未提供任何针对性分析或表述得 0 分。</p>
4	服务方案-投放现状分析和评估	3	<p>根据供应商针对本项目投放现状的分析和评估内容进行综合评审：</p> <p>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，逻辑清晰得 3 分；</p> <p>现状分析较为全面，评估基本合理，个别环节存在不足，表述基本清晰得 2 分；</p> <p>现状分析存在偏差，评估缺乏科学依据，与项目特点不匹配，缺乏逻辑存在有较多缺漏得 1 分；</p> <p>未提供任何针对性分析或表述得 0 分</p>
5	服务方案-服务质量目标	3	<p>根据供应商针对本项目拟定的服务质量目标内容进行综合评审：</p> <p>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 3 分；</p> <p>服务质量目标设定较为合理，个别环节缺乏具体量化指标，实现路径描述模糊得 2 分；</p> <p>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；</p> <p>未提供针对性服务质量目标得 0 分</p>

6	服务方案-服务质量目标保障措施	3	<p>根据供应商针对本项目服务质量目标保障措施内容进行综合评审：</p> <p>措施科学、合理、可行，并充分结合项目特点提出具体实施举措及风险应对策略，表述逻辑清晰，内容完整得 3 分；</p> <p>措施具备一定的科学、合理、可行，提出具体实施举措及风险应对策略但与项目特点匹配性不足得 2 分；</p> <p>措施科学性、合理性、可行性欠佳，缺乏具体实施举措及风险应对策略得 1 分；</p> <p>未提供保证实现服务质量目标的具体措施得 0 分。</p>
7	服务方案-各类典型或常见质量问题的认识与分析	3	<p>根据供应商针对本项目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内容进行综合评审：</p> <p>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到位，并结合项目特点提出具体的案例说明及解决思路，逻辑清晰，内容完整得 3 分；</p> <p>对服务工作中可能发生的质量问题有一定的认识与分析并提供解决思路，但缺乏具体案例说明得 2 分；</p> <p>对服务工作中可能发生的质量问题有一定的认识与分析，但提供解决思路及案例说明得 1 分；</p> <p>未提供相关内容得 0 分。</p>
8	服务方案-服务质量检查、评价或考核机制	3	<p>根据供应商内部的服务质量检查、评价或考核机制内容进行综合评审：</p> <p>服务质量检查、评价或考核机制描述完整、内容完善有利于项目实施得 3 分；</p> <p>服务质量检查、评价或考核机制个别内容表述模糊，对项目实施无明显优势得 1.5 分；</p> <p>内容有较多缺漏，得 1 分；</p> <p>内容有较多缺漏或未提供相关内容得 0 分。</p>
9	服务方案-预防措施	3	<p>根据供应商针对本项目可能发生的潜在质量问题，是否提供拟采取的预防措施内容进行综合评审。</p> <p>提供拟采取措施且措施科学、合理，符合项目特点、表述清晰且完整得 3 分；提供拟采取措施但措施科学性、合理性、针对性欠佳，个别内容表述模糊得 1.5 分；</p> <p>内容有较多缺漏或未提供方案的得 0 分。</p>

10	项目实施方案- 进度目标	3	根据供应商针对本项目拟定的完成项目的进度目标内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，项目全周期阶段划分、每阶段需明确核心目标、关键输出物明确，表述清晰且完整得3分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊得2分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得1分；未提供相关内容得0分。
11	项目实施方案- 详细进度计划	3	根据供应商针对本项目拟定的实现服务目标的详细进度计划内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，提交可视化进度工具（包含任务层级分解（WBS）、责任人、跨团队协作流程及依赖关系说明），表述清晰且完整得3分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊得2分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得1分；未提供相关内容得0分。
12	项目实施方案- 资源投入计划	3	根据供应商针对本项目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投入计划内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，对各阶段投入人数、工时及技能要求计划明确，表述清晰且完整，能充分保障人力等资源合理投入得3分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊，基本保障人力等资源投入得2分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得1分；未提供相关内容得0分。
13	项目实施方案- 违约赔偿承诺 及改进措施	3	根据供应商针对本项目拟定的如不能按计划完成最终服务进度目标的违约赔偿承诺及改进措施内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，表述清晰且完整，能充分保障采购人利益得3分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊，能立本满足采购人利益得2分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得1分；未提供相关内容得0分。
14	项目实施方案- 沟通机制	3	根据供应商针对本项目进度中拟采用的沟通机制内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，对多方沟通会议制度、参会方及决策权限定义明确，表述清晰且完整，能充分保障人力等资源合理投入得3分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊，基本保障人力等资源投入得2分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得1分；未提供相关内容得0分。

15	项目实施方案- 监测机制与处 置预案管理	3	根据供应商针对本项目进度中的市场环境变化的监测机制与处置预案管理内容进行综合评审： 内容科学、合理性，符合项目特点，监测指标、数据来源明确，表述清晰且完整，能充分保障人力等资源合理投入得 3 分；具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，个别内容表述模糊，基本保障人力等资源投入得 2 分；内容科学、合理性、匹配度欠佳得 1 分；未提供相关内容得 0 分。
16	项目服务团队- 人员配置	5	根据投标人拟派项目服务团队人员配置进行打分： 提供 5 人及以上的专属项目服务团队，包括指定项目经理（对接负责人）1 名，媒体运营人员 1 名、投诉及建议人员 1 名、其他服务人员 2 名得 5 分； 拟派项目服务团队人员配置 3 人及以上但不足 5 人得 3 分；配置不足 3 人不得分； 以上人员均需提供个人简历、近 6 个月内任意一个月缴纳社保的证明（若为劳务派遣、非全日制用工等用工形式应提供相应证明材料），其中简历应至少包含：人员姓名、出生年月、性别、工作年限、工作经历介绍等
17	项目服务团队- 从业经验	5	根据投标人拟派项目服务团队人员从业经验进行打分： 项目经理具备推广代理服务工作经验 1 及以上年，项目团队成员具备线上推广经验 1 年及以上得 5 分； 拟派项目服务团队人员上述从业经验均达到 6 个月及以上但不足 1 年得 3 分；从业经验不足 6 个月不得分； 以上人员均需提供个人简历、近 6 个月内任意一个月缴纳社保的证明（若为劳务派遣、非全日制用工等用工形式应提供相应证明材料）、合作案例等相关证明材料，其中简历应至少包含：人员姓名、出生年月、性别、工作年限、工作经历介绍等，合作案例的证明文件内需有明确的项目负责人或项目团队成员的人员信息

4.3. 各评委对投标人打分的算术平均值为该投标人的最终得分。

5 推荐中标人

- 5.1. 评标委员会根据各投标人最终得分的排序，向招标人推荐前三名投标人作为本次招标的中标候选人。
- 5.2. 若投标人最终得分相同，则根据投标人须知第 28.3 条规则排序；若排序仍相同，则按投标价由低到高顺序排序；若排序仍相同，按除评标价以外满分分值最大的评标要素的得分（若满分分值同时达到最大，则以序号较小的评标要素为准）由高到低顺序排序；若

排序仍相同，则由评标委员会根据项目实际情况以利于采购资金使用效益的原则择优排序。

- 5.3. 招标人将确定排名第一的中标候选人为本次招标的中标人。如排名第一的中标候选人放弃中标，因不可抗力提出不能履行合同，不按招标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中标结果的违法行为等情形而不符合中标条件的，招标人有权按序确定后续排名的中标候选人为本次招标的中标人，或组织重新采购。

附：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

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构及有关单位：

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），工业和信息化部、国家统计局、发展改革委、财政部研究制定了《中小企业划型标准规定》。经国务院同意，现印发给你们，请遵照执行。

工业和信息化部 国家统计局
国家发展和改革委员会 财政部
二〇一一年六月十八日

中小企业划型标准规定

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入20000万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入500万元及以上的为中型企业，营业收入50万元及以上的为小型企业，营业收入50万元以下的为微型企业。

（二）工业。从业人员1000人以下或营业收入40000万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员300人及以上，且营业收入2000万元及以上的为中型企业；从业人员20人及以上，

且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

（五）零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下

的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

（十六）其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

六、本规定适用于在中华人民共和国境内依法设立各类所有制和各种组织形式的企业。个体工商户和本规定以外的行业，参照本规定进行划型。

七、本规定的中型企业标准上限即为大型企业标准的下限，国家统计部门据此制定大中小微企业的统计分类。国务院有关部门据此进行相关数据分析，不得制定与本规定不一致的企业划型标准。

八、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门根据《国民经济行业分类》修订情况和企业发展变化情况适时修订。

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

十、本规定自发布之日起执行，原国家经贸委、原国家计委、财政部和国家统计局 2003 年颁布的《中小企业标准暂行规定》同时废止。

附：政府采购主要政策：

根据政府采购法，政府采购应当有助于实现国家的经济和社会发展政策目标，包括保护环境，扶持不发达地区和少数民族地区，促进中小企业发展等。对列入财政部、国家发展改革委发布的“节能产品政府采购清单”且属于应当强制采购的节能（包括节水）产品，按照规定实行强制采购。对于列入财政部、国家发展改革委发布的“节能产品政府采购清单”的非强制采购节能产品；列入财政部、环保总局发布的“环境标志产品政府采购清单”的环境标志产品；对于参与投标的中小企业以及经县级以上人民政府民政部门认定、获得福利企业证书的企业，按照国家和上海市的有关政策规定，评标时在同等条件下享受优先待遇，实行优先采购。支持脱贫攻坚和优先采购肉菜中药材等可追溯产品等政策。

上述“节能产品政府采购清单”“环境标志产品政府采购清单”，在采购公告发布前已经过期的以及尚在公示期的均不得作为评标时的依据。

如果有国家或者上海市规定政府采购应当强制采购或优先采购的其他产品和服务，按照其规定实行强制采购或优先采购。