

FW2026070701

复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务

招 标 文 件

采购编号：YX-FDCG-2026-039

项 目 名 称： 复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务

招 标 人： 复旦大学

招标代理机构： 上海银鑫建设咨询有限公司

2026 年 7 月

总目录

投标邀请书	1
第一章 投标人须知及前附表	5
第二章 采购需求一览表	25
第三章 采购需求	27
第四章 合同条款	28
第五章 各种格式	33
第六章 资格证明文件格式	41
第七章 评标办法	72

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

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，上海银鑫建设咨询有限公司受招标人（复旦大学）委托进行国内公开招标，特邀请合格的投标人前来投标。

一、项目基本情况：

- 1、项目编号：FW2026070701（采购编号：YX-FDCG-2026-039）
- 2、项目名称：复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务
- 3、采购需求：

采购对象名称	复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务
项目简要描述	本项目计划于 2026 年下半年，依托腾讯广告平台开展非视频类信息流广告投放服务。要求充分整合腾讯生态的数据优势与专业运营能力，基于复旦大学 EMBA 潜在考生精准画像，实现品牌广告定向触达。投标人需负责招标人腾讯广告的计划推广，本项目涉及的腾讯推广账户预存充值，利用朋友圈、公众号、浏览器等非视频广告资源，完成图文、卡片等素材的策划制作与投放执行，同时提供全流程数据监测、效果分析及有效线索归集服务，如期达成品牌投放项目目标。 具体详见招标文件第三章“采购需求”。
采购预算金额 (人民币)	122 万元
最高限价 (人民币)	122 万元
合同履行期限	自合同签订起，至 2026 年 12 月 31 日。
中小微企业划分标准 所属行业	租赁和商务服务业
本项目是否专门面向 中小微企业采购	是

二、本次采购的合格投标人应满足下列资格要求：

- 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：
(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）参加政府采购活动前三年（2023年7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。

2、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。

3、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的政府采购活动。

4、应未曾为招标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、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。

6、本项目不接受联合体投标。

7、本项目不接受分包。

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、招标文件的获取：

本项目招标公告发布之日为：2026年7月24日

凡愿参加投标的潜在投标人应于2026年7月24日起至2026年7月31日16:30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。

注：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。但投标人应授权一名联系人处理文件获取具体事宜，并对应上传该联系人授权函（格式自拟），如授权函内容缺失或错误，将作退回修改处理，修改通过后在开标前均可正常下载文件。

五、投标和开标：

1. 投标截止时间和开标时间：2026年8月14日9:30时，迟交或不符合规定的投标文件恕不接受。

2. 投标和开标地点：电子采购平台

注意事项：

1、投标人应在投标截止时间之前，按电子采购平台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。

2、开标程序在电子采购平台上进行，所有投标人应登录到系统内参加开标，并在规定时间（开标时间到达后 60 分钟）内进行投标文件解密。

六、公告期限：本项目招标公告的公告期限为 5 个工作日。

七、其他须知：

1、投标人不得相互串通投标，投标人不得与招标人或招标代理机构等串通投标，否则其投标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。

2、本项目采用电子招标方式，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投标操作手册。电子采购平台技术咨询电话：400-808-5975 转 2。

3、投标文件需使用到 CA 加密和解密，操作步骤需严格按照电子采购平台的要求进行。

八、联系方式：

招标人：复旦大学

地址：上海市杨浦区邯郸路 220 号

邮编：200433

联系人：成老师

电话：021-65645530

招标代理机构：上海银鑫建设咨询有限公司

地址：上海市徐汇区零陵路 583 号海洋石油大厦 1216 室

邮编：200030

联系人：吴佳

电话：13370067006

邮箱：344605699@qq.com

提交保证金账户信息：

账 户 名：上海银鑫建设咨询有限公司

开户银行：建行上海第五支行

账 号：31001505400050017159

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

第一章 投标人须知及前附表

分目录

投标人须知前附表.....	8
投标人须知	10
一、总则	10
1 适用范围	10
2 招标人和招标代理机构	10
3 合格的投标人	10
4 政府采购政策	10
5 投标费用	11
6 质疑	11
二、招标文件.....	12
7 招标文件的构成	12
8 招标文件的澄清	13
9 招标文件的修改	13
三、投标文件的编制	13
10 投标语言	13
11 投标文件的构成	13
12 投标函	14
13 投标报价	14
14 投标货币	14
15 资格证明文件	14
16 证明提供的采购对象合格性的文件	15
17 投标保证金	15
18 投标有效期	16
19 投标文件的式样和签署	16
四、投标文件的递交	16
20 投标文件的密封、标记和发送	16
21 投标截止时间	17
22 迟交的投标文件	17
23 投标文件的修改、撤回和撤销	17
五、开标与评审	17
24 开标和解密	17
25 资格审查	18

26	评审过程的保密性	18
27	投标文件的澄清	18
28	评标办法	18
六、授予合同及其他		19
29	合同授予标准	19
30	招标人接受和拒绝任一或所有投标的权利及采购失败的情况	19
31	中标通知书	19
32	签订合同	19
33	履约保证金（若合同条款有约定）	19
34	采购代理咨询服务费	20
投标保证金提交和退还操作须知		21
从业人员廉洁自律承诺		24

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 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务 采购服务名称： 复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务 公告发布媒体： 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站
2	2	招标人名称： 复旦大学
3	2	招标代理机构名称： 上海银鑫建设咨询有限公司 地址： 上海市徐汇区零陵路 583 号海洋石油大厦 1216 室 邮编： 200030 联系人： 吴佳 电话： 13370067006 传真： 021-33312773*809 邮箱： 344605699@qq.com
4	4	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： 见投标邀请书
5	8	对招标文件提出澄清问题的截止时间： 招标文件获取截止时间当日 17:00 时（北京时间）
6	17.1	投标保证金： 投标保证金的金额为 2.44 万元；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时间，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
7	18.1	投标有效期： 开标后 90 天
8	19.1	电子采购平台： 复旦大学采购与招标管理系统。投标人应使用该系统专用工具编制数据电文形式的投标文件，最终生成并上传加密电子投标文件。
9	20.1	递交投标文件的方法： 按照电子采购平台的要求递交数据电文形式的投标文件。
10	21.1	投标截止时间： 2026 年 8 月 14 日 9:30 时（北京时间），迟交或不符合规定的投标文件恕不接受。
11	24.1	开标时间： 2026 年 8 月 14 日 9:30 时
12	24.3	投标文件解密时限： 开标时间到达后 60 分钟
13	24.5	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。
14	24.6	投标文件的纸质归档： 无
15	32.1	合同签约地点： 复旦大学
16	踏勘	无

序号	条款号	内容
17	其他	1.投标人不得相互串通投标，投标人不得与招标人或招标代理机构等串通投标，否则其投标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。 2.电子采购： 1) 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。投标人应使用电子采购平台及其工具编制数据电文形式的投标文件，最终生成并上传加密电子投标文件。 2) 通过电子采购平台递交数据电文形式的投标文件。开启结束之前，本项目不接受纸质形式的投标文件。 3) 投标人应妥善保管 CA，及时到证书颁发机构续期。出现下列情况的，投标人必须重新用 CA 签章和加密投标文件，并在投标截止时间之前上传完成到电子标系统：1、CA 到期后重新续期；2、CA 因遗失、损坏、企业信息变更等情况更换新证书。 4) 投标人必须使用给投标文件加密的同一个 CA 进行解密操作。同时参与多个项目的投标人可以办理多个 CA，因携带错误或日程冲突等原因导致无法正常参与项目开标和评审的，由投标人自行承担责任。 5) 投标人因 CA 遗失、损坏、更换、续期、忘记密码、电脑环境更换、未进行模拟解密等导致在规定的解密时间内投标文件无法解密的，由投标人自行承担责任。 6) 投标人在编制投标文件时，应按照招标文件及复旦大学采购与招标管理系统供应商投标操作手册的要求制作、签章、上传电子投标文件并进行预览自检，制作过程中遇到涉及平台使用的任何问题，请登录系统，点击帮助信息，与工作人员联系。 7) 投标人应充分考虑到网上投标可能会发生的技术故障、操作失误和相应的风险。对因网上投标的任何技术故障、操作失误造成投标人投标内容缺漏、不一致或投标失败的，招标人不承担任何责任。

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项所列项目的采购。

2 招标人和招标代理机构

本次采购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，不得参加同一包件的投标或者未划分包件的同一采购项目的投标。

3.2 投标人应未曾为招标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。

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“联合投标协议”，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“联合投标协议”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 政府采购政策

本项目为专门面向中小企业采购的项目，服务必须是由中型、小型或微型企业提供，投标人或投标联合体成员须按《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）规定填写和提交中小微企业正本声明函，且资格审查时受招标人委托的招标代理机构将按工信部联企业〔2011〕300号文的规定对声明的中型、小型和微型企业作出认定；如投标人为残疾人福利性单位，则投标人须在投标文件中提供格式符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）格式要求的《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，执行上述支持中小微型企业的相同政策；如投标人为监狱或戒毒企业，则投标人须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，监狱或戒毒企业视同小型、微型企业，执行上述支持中小微型企业的相同政策。投标人一旦中标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法律责任。

5 投标费用

投标人应承担编制和递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

6.1 投标人对招标活动事项有疑问的，可以向招标人提出询问。询问可以采取电话、电子邮件、当面或书面等形式。对投标人的询问，招标人将依法及时作出答复，但答复的内容不涉及商业秘密或者依法应当保密的内容。投标人书面询问需在投标截止日十日前向招标人提出，超过该时间的书面询问将不予回答。

6.2 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，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向招标人提出质疑。其中，对招标文件的质疑，应当在其收到或下载招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起七个工作日内提出；对招标过程的质疑，应当在各招标程序环节结束之日起七个工作日内提出；对中标结果以及评标委员会组成人员的质疑，应当在中标公告期限届满之日起七个工作日内提出。

投标人应当在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，超过次数的质疑将不予受理。以联合体形式参加政府采购活动的，其质疑应当由组成联合体的所有供应商共同提出。

6.3 投标人可以委托代理人进行质疑。代理人提出质疑应当提交投标人签署的授权委托书，并提供相应的身份证明。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

6.4 质疑应明确阐述招标文件、招标过程或中标结果中使自己合法权益受到损害的实质性内容，提供相关事实、依据和证据及其来源或线索，以便于有关单位调查、答复和处理。

投标人提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

- (8) 供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话
- (9) 质疑项目的名称、编号
- (10) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求
- (11) 事实依据
- (12) 必要的法律依据
- (13) 提出质疑的日期

投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

质疑函应当按照财政部制定的范本填写，范本格式可通过中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn>）右侧的“下载专区”下载。

6.5 投标人提起询问和质疑，应当按照《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第94号）的规定办理。质疑函或授权委托书的内容不符合《投标人须知》第6.3条和第6.4条规定的，招标人将当场一次性告知投标人需要补正的事项，投标人超过法定质疑期未按要求补正并重新提交的，视为放弃质疑。

质疑函的递交应当采取当面递交形式，质疑递交地址：上海市徐汇区零陵路583号海洋石油大厦1216室，联系电话：33312773。

6.6 招标人将在收到投标人的书面质疑后七个工作日内作出答复，并以书面形式通知提出质疑的投标人和其他有关投标人，但答复的内容不涉及商业秘密或者依法应当保密的内容。

6.7 对投标人询问或质疑的答复将导致招标文件变更或者影响招标活动继续进行的，招标人将通知提出询问或质疑的投标人，并在原招标公告发布媒体上发布变更公告。

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	采购需求
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判为无效。

7.3 如果招标人在**采购需求**中给出了工艺、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，并能使招标人满意。

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**本须知前附表**第5项规定的截止时间前按**投标邀请书**中招标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获取招标文件的投标人。

9 招标文件的修改

9.1 在投标截止时间之前的任何时候，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。

9.2 对招标文件的修改将以书面形式通知所有获取招标文件的投标人，并对其具有约束力。投标人应立即以书面形式确认已收到了修改通知。

9.3 为使投标人在编制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，酌情延后投标截止时间。

三、投标文件的编制

10 投标语言

投标人递交的投标文件以及投标人与招标代理机构就有关投标活动的所有来往函电均应使用中文。投标人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 投标文件的构成

投标人编制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，证明投标人提供的采购对象是合格的，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 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标明价格的项目中（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投标人的评审价格之中。

13.4 投标人在其投标内容清单中如有超出招标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声明，且在开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 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，以可调整的价格递交的投标将视为非投标性的投标而被判为无效。

14 投标货币

本采购项下的投标应以人民币（RMB）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。

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；
- (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；
- (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.creditchina.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，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采购对象的合格性，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 证明提供的采购对象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) 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) 类似项目业绩证明（提供合同复印件等证明材料）；
- (6) 投标人的相关证书、证明投标符合采购要求或针对第七章**评标办法**可提升投标竞争力的其他资料等；
- (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投标，并按招标文件第五章中所附的格式逐条填报“技术投标/偏离表”；
- (8) 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“商务投标/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“商务投标/偏离表”或“技术投标/偏离表”中予以反映，否则在中标后一律不予考虑。但在评审时，如果在投标文件的“商务投标/偏离表”和“技术投标/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。

17 投标保证金

17.1 投标人应提交一笔**本须知前附表**第6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，在评审时将视为非投标性的投标而被判为无效。

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采购代理咨询服务费。

18 投标有效期

18.1 投标人的投标应从招标文件规定的开标之日起，在本须知前附表第7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投标性的投标而被判为无效。

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，但如果该投标人通过了初步评审，其详细评审总分将被直接判定为零分。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8项规定的投标文件。

19.2 投标人应严格按照电子采购平台的要求编制数据电文形式的投标文件。

19.3 投标文件的签章：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（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六章的规定。

19.4 投标人应按电子采购平台的要求将投标文件转换成规定的格式。

19.5 当要求投标人在递交数据电文形式投标文件的基础上在电子采购平台指定页面（或投标工具）的价格填报栏中直接填报价格并用于开标时，上述填报价格视同投标文件一部分，投标人应保证相关内容间的一致性。如果在资格审查、评标时发现投标人填报价格与投标文件正文《投标报价汇总表》相关内容存在不一致，除开标时发现错误并明确提出疑异外，应以填报价格为准；如开标时发现错误并明确提出疑异声明修正为投标文件正文《投标报价汇总表》中金额，则以《投标报价汇总表》为准。对于法律法规及评标办法规定的投标报价错误修正原则无法涵盖的错误情形，评标委员会和招标人都将按不利于该投标人的原则进行处理。

19.6 如确有错漏之处确需要修改或补充，须重新上传修改后或补充的投标文件，开标时以投标截止时间前投标人最终上传的投标文件为准。

四、投标文件的递交

20 投标文件的密封、标记和发送

20.1 本次采购要求投标人按本须知前附表第9项所规定的方式递交投标文件。

20.2 投标人应在投标截止时间之前按电子采购平台的操作规程对其投标文件进行加密后上传至系统。

20.3 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。

20.4 对未按规定获取招标文件的潜在投标人递交的文件，未通过资格预审的申请人递交的文件，逾期送达，未按规定加密或未按规定上传的文件，招标代理机构将不予受理。

21 投标截止时间

21.1 招标代理机构收到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。投标截止时间之后，采购代理将不再接受投标人递交的投标文件。

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时间。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 迟交的投标文件

按照**本须知**第 20 条和第21条的规定，招标代理机构将拒收投标截止期后提交的任何投标文件。

23 投标文件的修改、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。

23.2 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。

23.3 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。

23.4 根据**本须知**第17.5条的规定，在投标截止时间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、开标与评审

24 开标和解密

24.1 招标代理机构将在**本须知前附表**第11项规定的时间组织公开开标。

24.2 开标程序在电子采购平台进行，所有投标人应准时登录电子采购平台在线参加开标。

24.3 开标时间到达后，投标人应在**本须知前附表**第 12 项所规定的时间内按照电子采购平台内要求的操作步骤对其投标文件进行解密。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的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。

24.4 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审时予以考虑。

24.5 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电子采购平台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。

24.6 按**本须知前附表**第 14 项所规定的提交投标文件的纸质归档。

25 资格审查

25.1 开标结束后，招标人委托招标代理机构将依法对投标人的资格进行审查，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) 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；
- (3) 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**联合投标协议**，或者提交的**联合投标协议**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，或者投标人以单独或联合成员形式在不同投标人中出现两次以上的；

25.2 如果投标人未通过上述资格审查，其投标将被直接判为无效，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 评审过程的保密性

26.1 公开开标后，直至向中标人授予合同为止，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审无关的其他人透露。

26.2 在评审过程中，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）评审小组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，评审小组或经评审小组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，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 本次采购将按招标文件第七章**评标办法**所规定的评审方法和标准进行评审。

28.2 本项目评标过程中依法享受中小企业扶持政策的中小微型企业，中标后不得将合同分

包给大型企业。

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，招标人应将合同授予被确定为实质上投标招标文件要求的，能够完全履行合同义务的**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及采购失败的情况

30.1 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。

30.2 如参与开标的投标人数量、通过初步评审的投标人数量不足 3 家，本项目采购失败。

31 中标通知书

31.1 在投标有效期届满之前，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。合同签订地点为本须知前附表第 15 项注明地点。

32.2 除招标文件规定的投标保证金和履约保证金（若合同条款有约定）外，本项目不收取其他保证金。若合同条款中提及收取其他保证金的，则相应内容应理解为可变更的非实质性条款，且合同实际签订时将不予考虑。

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；招标人可以按照评审报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新采购。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 若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的，投标人应按约定提交履约保证金。

33.2 投标人可以采用网上支付、电汇、支票、汇票、本票、保函等形式提交履约保证金。向招标人提交履约保证金银行保函的，其格式应为招标人可以接受的格式。

33.3 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审小组推荐的下一个中标候选人，或重新采购。

34 采购代理咨询服务费

本次招标的招标代理咨询服务费由中标人支付，支付标准以中标通知书中列明的中标金额为准，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）所规定的服务类招标收费标准乘以 **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招标代理咨询服务费，招标代理机构有权不退还其投标保证金。

附件 1:

投标保证金提交和退还操作须知

1接收投标保证金的银行账户信息

- (1) 开户银行：建行上海第五支行
- (2) 户名：上海银鑫建设咨询有限公司
- (3) 账号：31001505400050017159

2提交投标保证金的地点和截止时间

- (1) 地点：上海市徐汇区零陵路 583 号海洋石油大厦 1216 室
- (2) 截止时间：同投标截止时间，以保证金实际到账为准。

3投标保证金的提交

3.1 投标人可以采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票、支票等形式提交投标保证金。为提高效率，鼓励投标人用网上支付、贷记凭证或电汇方式提交投标保证金。

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。

3.3 依法必须进行招标项目境内投标人用现金（含网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票）或支票形式提交的投标保证金，均须从其投标人账户转出。其他招标项目是否有此要求详见具体项目的招标文件。

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。

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、贷记凭证或电汇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：FW2026070701”）。

(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。

3.6当采用银行本票、银行汇票或支票方式提交投标保证金时，招标代理机构的项目负责人将会“投标保证金收据”发给已经提交投标保证金的各投标人，投标人应将“投标保证金收据”的复印件封装在装有“投标一览表”（或“开标一览表”或“投标信息汇总表”）的小信封中，或者装订在正本投标文件的“投标函”（或“投标书”）之后。如果投标人在封装投标文件时尚未收到“投标保证金收据”，也可直接将投标保证金支付单据的打印件或复印件封装在装有“投标一览表”（或“开标一览表”或“投标信息汇总表”）的小信封中，或者装订在正本投标文件的“投标函”（或“投标书”）之后；随后与招标代理机构的项目负责人联系并索要“投标保证金收据”。

3.7当采用网上支付、贷记凭证、电汇方式提交投标保证金时，投标人应将“投标保证金支付单据”的打印件或复印件封装在装有“投标一览表”（或“开标一览表”或“投标信息汇总表”）的小信封中，或者装订在正本投标文件的“投标函”（或“投标书”）之后。

4投标保证金的退还

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，中标人应按下列方式办理投标保证金退还手续：

（1）在收到“中标通知书”后马上填写“中标通知书回执”，并在加盖公章后尽快以扫描邮件方式或传真发给招标代理机构的项目负责人。

（2）中标人代表携带加盖公章的“中标通知书回执”原件、本须知第 3.9 条中提及的纸质版“投标保证金收据”原件（如有）、中标人与招标人签署的中标合同（正本或副本）或招标人开具的中标合同项下的履约保证金收据复印件（当招标文件未要求中标人提交履约保证金时，须提供中标人与招标人签署的中标合同），到本须知第 1.1 条的指定地点办理投标保证金退还手续。

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，未中标人应按下列方式办理投标保证金退还手续：

（1）在收到“中标结果通知书”后马上填写“中标结果通知书回执”，并在加盖公章后尽快以扫描邮件方式或传真发给招标代理机构的项目负责人。

（2）收到未中标人代表加盖公章的“中标结果通知书回执”后，我公司将办理投标保证金退还手续。

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，或者用支票方式退还给“投标保证金收据”中注明的投标人。

5其他

5.1本须知如被具体招标项目的招标文件所引用，即成为该招标文件“投标人须知”的组成部分。如投标人欲对本须知中的相关内容作进一步咨询，可按招标文件“投标人须知”的相关规定以书面形式向招标代理机构提出，也可打电话向招标文件中列明的招标代理机构的项目负责人咨询。

5.2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 2:

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采购项目的招标文件或招标文件中予以公布,以接受招投标或政府采购活动有关当事人(包括监管部门、招标人、评审专家、投标人等,下同)的监督。

公司所有从业人员在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) 不要求投标人或其他利害关系人报销应由个人或公司支付的各类费用。

(3) 不接受投标人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(包括提交谈判投标文件及报价文件的截止期)之前不对外泄露潜在投标人或投标人的名称及数量;除依法公示评审结果或发出有关通知之外,不对外泄露资格审查及评审情况,保守有关当事人的商业秘密。

(5) 不与招标人或投标人串通,搞虚假投标,或者协助投标人作假、作弊、串通投标、陪同投标等。

(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: 021-33312773 , 传真: 021-33312773*809

招标代理机构名称: 上海银鑫建设咨询有限公司

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

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	服务的范围、内容及主要技术要求	最高限价/分项最高限价 (人民币)
1	复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务	1	本项目计划于 2026 年下半年，依托腾讯广告平台开展非视频类信息流广告投放服务。要求充分整合腾讯生态的数据优势与专业运营能力，基于复旦大学 EMBA 潜在考生精准画像，实现品牌广告定向触达。投标人需负责招标人腾讯广告的计划推广，本项目涉及的腾讯推广账户预存充值，利用朋友圈、公众号、浏览器等非视频广告资源，完成图文、卡片等素材的策划制作与投放执行，同时提供全流程数据监测、效果分析及有效线索归集服务，如期达成品牌投放项目目标。	122 万元

注：投标人的投标报价不得超过对应的最高限价（含可能有的分项最高限价）。若投标人的任意一项投标报价超过对应的最高限价或分项最高限价，则其投标将被判为无效。

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

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服务要求，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中的有关强制性规定）。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（但当中国国家标准中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中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《技术投标/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投标不得弄虚作假。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；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投标。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投标，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、采购需求

1 项目概况

本项目计划于 2026 年下半年，依托腾讯广告平台开展非视频类信息流广告投放服务。要求充分整合腾讯生态的数据优势与专业运营能力，基于复旦大学 EMBA 潜在考生精准画像，实现品牌广告定向触达。投标人需负责招标人腾讯广告的计划推广，本项目涉及的腾讯推广账户的预存充值，利用朋友圈、公众号、浏览器等非视频广告资源，完成图文、卡片等素材的策划制作与投放执行，同时提供全流程数据监测、效果分析及有效线索归集服务，如期达成品牌投放的目标。

2 服务范围、内容、标准及要求

2.1 服务范围及服务期限

2.1.1 通过“腾讯广告”工作台，为复旦大学 EMBA 提供“腾讯广告”品牌广告账户（非短视频类）的管理、运营与优化服务，精准覆盖符合复旦大学 EMBA 项目的报考意向的潜在客群。

2.1.2 服务期限：自合同签订起，至 2026 年 12 月 31 日。

2.2 服务内容

2.2.1 **账户体系搭建与预存充值：**负责招标人腾讯推广账户的开立、配置及预存充值工作。至少包括协助招标人完成腾讯广告推广账户的开设及基础配置，完成腾讯推广账户的预存充值，负责广告账户的层级架构搭建，包括推广计划、广告组、创意素材的分层配置，确保账户结构清晰、便于后续数据追踪与效果归因。

2.2.2 **投放策略制定：**投标人需制定高性价比的媒体投放策略与执行方案，以实现优化本项目涉及的腾讯推广账户的目的，提升投放效果。在制定投放策略时可采用的优化方式包括但不限于增减投放非短视频媒体的内容，调整投放形式，调整投放对象人群，地域，投放时间，以及增减符合招标人需求的有效

投放计划等。

2.2.3 账户工具的优化与调整：调整投放平台媒体提供的账户工具，提升账户推广效果。调整方式包括但不限于排除已触达的人群、优化受众人群地域分类、目标企业与行业相关关键词、竞争差异化的内容需求标签、预防性的竞品攻防计划、输出创意的投放表现监测与调整等。

2.2.4 物料准备：根据招标人的需求，围绕腾讯广告提供的数据辅助决策，完成具备目标导向的品牌广告内容策划与制作。策划与制作方式包括但不限于提供用户关注度趋势分析，差异化竞争策划，符合品牌形象的广告文案撰写、原创版权的品牌图文视频内容设计、腾讯广告平台源生投放详情页面的规划与创意设计等有利于提升广告效能的工作等。

2.2.5 广告投放执行与优化：按照招标人确认的投放策略和日预算执行广告投放，并根据实时数据进行持续优化。投放执行与优化包括但不限于完成全部上线素材的制作与备案，完成人群定向配置工作，投放执行过程中及时向招标人反馈审核进度、上线状态等信息，根据招标人需求及招生周期变化，实时调整线上投放策略。

2.2.6 数据分析反馈：根据招标人的需求，按时反馈推广数据报表，完善投放效果的数据分析报表，需保证在日报、周报中体现出科学、严谨且能够指导与辅助招标人明确后续投放计划的数据分析报告。

2.2.7 线索整理交付：负责投放产生的表单线索的归集、筛选与交付。线索整理交付包括但不限于每日完成线索数据的收集、清洗与整理，制作线索日报提供给招标人，每周完成线索数据的深度标注与分析，线索交付以双方约定的频次和格式进行。

2.3 服务标准及要求

2.3.1 投标人需具备在“腾讯广告”平台上的专业推广运营能力，需能遵照招标人需求，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，包括但不限于协调投放资源、协调投放时段等。投标文件内需提供具备“腾讯广告”平台的推广对接能力的相关证明文件。

- 2.3.2 投标人应对复旦大学 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。建议内容应对本项目采购需求有清晰、深刻、有针对性的理解，了解招标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，并在投标文件中提供科学、合理、完整、符合项目特点且表述清晰的描述。
- 2.3.3 投标人编制完整项目推广预算使用计划，列明全部费用明细、资金使用安排及对应交付成果，最大化保障媒介直接投放资金。要求投标人的“腾讯广告”账户的预存充值率（“腾讯广告”账户的预存充值率=“腾讯广告”账户的预存充值金额÷投标总价×100%）不低于 85%。
- 2.3.4 为保证推广结果，投标人的推广方案应满足每 1 万次曝光至少要产生 100 次点击（即点击率（CTR）指标 $\geq 1\%$ ）的要求。为此，投标人应在投标文件中明确针对本项目所能完成的单次点击成本（ $CPC = \text{广告总花费} \div \text{点击次数}$ ）、千次展示成本（ $CPM = (\text{广告总花费} \div \text{曝光次数}) \times 1000$ ）、点击率（ $CTR = \text{点击次数} \div \text{曝光次数} \times 100\%$ ）及单个表单线索成本（ $CPL = \text{广告总花费} \div \text{线索数量}$ ）四项指标的目标区间或目标值，其中单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）及点击率（CTR）三项指标需能互相推导（即 $CPC = CPM \div (CTR \times 1000)$ ）。
- 2.3.5 ★投标人须通过腾讯广告品牌投放服务，在腾讯广告平台上合法获取对复旦大学 EMBA 意向报考人员的表单线索，并向招标人提供不低于 900 条有效表单线索。“有效表单线索”指表单字段（至少包括意向报考人员的姓名、电话、公司名称、公司规模、职务、收入、学历等真实信息）填写完整，且所填信息符合以下条件的线索：1）公司规模：注册资本 ≥ 100 万元；2）职务：中层及以上管理人员或企业实控人；3）收入：年收入 ≥ 100 万元；4）学历：大专及以上。招标人有权对投标人交付的表单线索进行核验（包括但不限于电话回访、工商信息比对等），如发现伪造、编造线索的，该部分线索不计入有效表单线索数量，且招标人有权按合同约定追究违约责任。（投标文件内须提供承诺函，格式见“第五章 各种格式”）
- 2.3.6 结合采购需求，在投标文件中提供对市场现状的分析和评估，拟定清晰、合

理且具备可信性的服务质量目标，投标人按照招标人要求制定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。

2.3.7 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。

2.3.8 投标人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。

2.3.9 在投标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。依据整体方案提供完整的项目预算使用计划，立足本项目的全部需求，保障综合实施效益最优化。

2.3.10 当“腾讯广告”平台投放过程中遭遇某个时间段流量受限，导致单个表单线索成本（CPL）过高时，招标人有权暂停尚未消耗的推广预算，并需能选择将尚未消耗的推广预算重新分配至阿里系、字节系等相关媒体投放平台进行合理投放。为满足上述要求，投标人需具备跨平台综合服务能力，至少具备“巨量引擎”、“小红书”平台的推广对接能力，投标文件内需提供相关证明文件。

2.3.11 合同期间，中标人应根据招标人需求、招生周期、预算金额等，实时向招标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。

2.3.12 中标人需每月向招标人提交各项目投放分析汇总报告。报告应包含但不限于：预算分析、整体投放表现分析，用户行为分析，竞品攻防分析，ROI 与成本分析，创意表现分析，广告形式点位分析等相关内容。

2.4 服务响应时间要求

2.4.1 接到招标人通知后 3 个工作日内，中标人协助招标人完成账户开设，并与招标人进行沟通，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。

2.4.2 上一个节点完成后 1 个工作日内，中标人按照招标人需求，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。

- 2.4.3 上一个节点完成后 1 个工作日内，中标人按照招标人需求完成人群定向工作。
- 2.4.4 上一个节点完成后 1 个工作日内，中标人完成素材上线、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，中标人需及时向招标人反馈相关信息。
- 2.4.5 素材正式上线起，中标人需每日完成数据收集、数据整理工作，并制作线索日报和数据日报提供给招标人，包括但不限于总曝光次数、点击次数、点击率、线索成本等。
- 2.4.6 中标人需每周完成数据标注、数据分析，并根据周数据向招标人反馈客户线索的数量/质量等维度分析。
- 2.4.7 根据每日数据分析结果，分析内容包括每日投放计划与表现效果分析，根据招标人需求，中标人应在 1 个工作日内响应，并向招标人提供优化策略，制作符合优化策略的素材与投放计划、添加 DMP 人群包，经招标人确认后，再次启动新一轮素材投放，提交审核，并安排上线推广。

2.5 服务团队配备要求

- 2.5.1 应配置一个不少于 6 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（项目经理）一名、媒体运营人员一名、文案人员一名、设计师一名、剪辑师一名、其他行政及财务管理人员一名。项目经理应具备教育类相关的推广代理服务工作经验 10 年及以上，团队成员具备教育类相关的工作经验 5 年及以上。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账户，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的做出判断，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。
- 2.5.2 投标人需在投标文件内提供上述人员的简历、合作案例证明文件、在投标人的当前有效的劳动合同或其他合法用工证明等。
- 2.5.3 投标人运营团队应独立承担过类似在职学历学位教育相关投放项目业务，且项目运行良好。

3 验收要求

3.1 验收由招标人组织，依据本项目的采购需求对中标人的服务质量、实际投放效果进行考核，并根据考核结果决定是否支付相应合同金额。

3.2 验收考核指标包括但不限于以下内容：

3.2.1 中期验收（合同执行 3 个月后）：

3.2.1.1 中期推广效果指标：点击率（CTR） $\geq 1\%$ （以腾讯广告工作台后台数据为准）；

3.2.1.2 中期线索指标：有效表单线索数量不低于合同约定数量的 50%，且每条线索均包含姓名、电话、公司名称、公司规模（满足注册资本超过 100 万元）、职务（满足企业中、高层管理人员或实控人）、收入（满足年收入 100 万及以上）、学历（满足大专及以上学历）等真实信息；

3.2.1.3 数据报告指标：日报、周报、月报按时提交，内容完整、数据准确；

3.2.1.4 素材服务指标：按招标人要求及时完成素材策划制作及上线，响应时间符合第 2.4 条要求；

3.2.1.5 其他服务承诺指标：以投标文件及中标人承诺函中的各项承诺为依据进行逐项核验。

3.2.2 最终验收（合同执行完成）：

3.2.2.1 最终推广效果指标：点击率（CTR） $\geq 1\%$ （以腾讯广告工作台后台数据为准）；

3.2.2.2 最终线索指标：有效表单线索数量不低于合同约定数量，且每条线索均包含姓名、电话、公司名称、公司规模（满足注册资本超过 100 万元）、职务（满足企业中、高层管理人员或实控人）、收入（满足年收入 100 万及以上）、学历（满足大专及以上学历）等真实信息；

3.2.2.3 数据报告指标：日报、周报、月报按时提交，内容完整、数据准确；

3.2.2.4 素材服务指标：按招标人要求及时完成素材策划制作及上线，响应时间符

合第 2.4 条要求；

3.2.2.5 其他服务承诺指标：以投标文件及中标人承诺函中的各项承诺为依据进行逐项核验。

3.3 上述考核指标中，“中期推广效果指标”、“最终推广效果指标”、“中期线索指标”和“最终线索指标”为实质性考核指标，未达标的，招标人有权按照合同约定扣减相应服务费用或要求中标人采取补救措施。

4 报价要求及付款方式

4.1 **报价要求：**本项目采用固定总价合同。该固定总价为供应商全面履行本项目约定的义务与责任、完成约定的工作内容的全部费用，包括但不限于完成通过腾讯广告工作台为复旦大学 EMBA 提供各品牌广告账户（非短视频类）的管理、运营与优化服务所需的推广费用（含本项目涉及的腾讯推广账户的预存充值等）、素材费用（含素材设计、制作、备案及上线等）、人工费、材料费、利润、税金、风险等全部费用。

4.2 **付款方式：**招标人共分三次向中标人支付中标总金额。第一期款项为合同签订后支付合同总金额的 50%；第二期款项为合同执行 3 个月后并经过招标人中期验收合格后支付合同总金额的 30%；第三期款项为合同执行完成并经招标人最终验收合格后支付合同总金额的 20%。

5 违约责任

5.1 若因中标人自身原因给招标人造成损失的，中标人应承担相应责任，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：

5.1.1 中标人提供的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；

5.1.2 中标人未能按约定时间完成创意物料的设计与制作、审核或发布，影响项目招生进度；

5.1.3 中标人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；

5.1.4 中标人提供的数据报告不真实或存在重大偏差，导致招标人决策失误。

5.2 如未达成中期验收指标，招标人有权仅支付前两期中根据广告账户的消耗情况等计算得出的对应的已产生的实际消耗费用(支付金额也不超过前两期款项预计支付的金额，但若实际消耗费用少于第一期已支付金额的，招标人也有权追回)并终止合同。因中期验收不合格导致合同终止的，中标人应在合同终止后5个工作日内完成广告账户移交、投放数据导出及已产出成果物的交接。

5.3 合同履行结束后，若中标人未达成约定的点击率(CTR)指标或未提供符合招标人要求的有效表单线索数量，视为最终验收不合格。最终验收不合格的，招标人不再向中标人支付合同总金额剩余的20%，并根据广告账户的消耗情况等计算得出的对应的已产生的实际消耗费用，若实际消耗费用少于前两期已支付金额的，招标人有权追回差额。

6 投标文件编制要求

6.1 投标人应在投标文件中附完整的项目推广预算使用计划(格式见“第五章 各种格式”)，清晰列明各项费用构成、使用安排及对应交付成果。推广预算编制需立足本项目全部服务需求，以保障招标人综合实施效益最优为核心，科学统筹各项资金分配，整体推广预算规模与本项目招标标的相适配，成本测算客观有据、分配方案具备落地可行性。

6.2 投标人应提供第2.3.5条(即★项)要求的承诺函，格式见“第五章 各种格式”。

6.3 投标人除上述内容外，还应在投标文件中提供包括且不限于服务方案和项目实施方案。

6.3.1 服务方案

服务方案需至少包括：

- ① 本项目招标需求的理解描述；
- ② 本项目现状的分析和评估；
- ③ 拟定的服务质量目标；
- ④ 保证实现服务质量目标的措施；

- ⑤ 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；
- ⑥ 投标人内部的服务质量检查、评价或考核机制；
- ⑦ 对于可能发生的潜在质量问题，拟采取的预防措施；
- ⑧ 对招标人拟定的服务质量考核方法的建议。

6.3.2 项目实施方案

项目实施方案需至少包括：

- ① 拟定的完成项目的进度目标；
- ② 实现服务目标的详细进度计划；
- 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；
- ④ 不能按计划完成里程节点和最终服务进度目标的违约赔偿承诺及改进措施；
- ⑤ 项目各阶段交付成果清单、报告范本和模板；
- ⑥ 投标人编制的完整项目预算使用计划，列明全部费用明细、资金使用安排及对应交付成果。

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

第四章 合同条款

复旦大学2026下半年年度腾讯广告品牌投放项目服务合同

甲方：复旦大学

乙方：XXX有限公司

联系人：XX

联系人：XX

地址：XXXXXXXX XXXXXXXX

地址：XXXXXXXX

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2026下半年年度腾讯广告品牌投放”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 管理媒体提供的广告工具后台，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，主题与文案策划，品牌图片制作，落地页制作。

2. 服务期限：2026年__月__日-2026年__月__日。

3. 合同金额及费用支付

3.1 本合同总金额为¥***,***.** (大写人民币：____)，详见附件“XXX2026下半年度腾讯广告平台品牌投放费用表”。

3.2 甲方分三次向乙方支付合同金额，合同签订后支付合同总金额的50%，即支付¥***,***.**；合同执行3个月后并中期验收合格后，支付合同总金额的30%，即支付¥***,***.**；合同执行完成并最终验收合格后，支付合同总金额的20%，即支付¥***,***.**。

3.3 甲方须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或终止合同。

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“腾讯广告”信息流以外的投放决策，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，乙方应予以执行。

5. 乙方义务

5.1 依据附件1《复旦大学EMBA2026下半年年度腾讯广告品牌投放费用计划表》完成管理投放，保证甲方项目目标完成。

5.2 提供月报。

5.3 定期会议：根据实际运作情况，召开会议。

5.4 乙方必须对甲方网站信息保密承担责任。

5.5 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）等项指标。

5.6 乙方承诺提供不低于****（指标数量）条符合甲方要求的表单线索。（包含如下真实信息：姓名、电话、公司名称、公司规模（均满足注册资本超100万元）、职务（均满足企业中、高层管理或企业实控人）、收入（均满足年收入100万及以上）、学历（均满足学历大专及以上），及甲方需要的其他新增信息）。

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 若“腾讯广告”平台投放过程中遭遇某个时间段流量受限，导致单个表单线索成本（CPL）过高，甲方有权暂停尚未消耗的推广预算，并可选择将尚未消耗的推广预算重新分配至阿里系或字节系等相关媒体投放平台进行合理投放。

6.5 合同履行3个月后，若乙方未达成约定的点击率（CTR）指标或符合甲方要求的有效表单线索数量50%，视为中期验收不合格，甲方有权仅支付前两期中根据广告账户的消耗情况等计算得出的对应的已产生的实际消耗费用（支付金额也不超过前两期款项预计支

付的金额，但若实际消耗费用少于第一期已支付金额的，甲方也有权追回)并终止合同。因中期验收不合格导致合同终止的，乙方应在合同终止后5个工作日内完成广告账户移交、投放数据导出及已产出成果物的交接。

6.6 合同履行结束后，若乙方未达成约定的点击率（CTR）指标或符合甲方要求的有效表单线索数量，视为最终验收不合格，甲方不再向乙方支付合同总金额剩余的20%，并根据广告账户的消耗情况等计算得出的对应的已产生的实际消耗费用，若实际消耗费用少于前两期已支付金额的，甲方有权追回差额。

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，任何一方均可向甲方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 本合同壹式肆份，自签约日起生效，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。

(签署页)

甲方：复旦大学

乙方：*****

(盖章)：

(盖章)：

授权代表：*****

授权代表：*****

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

附件1:复旦大学EMBA2026下半年年度腾讯广告品牌投放费用计划表

总目标	月目标(2026年下)				
	8月	9月	10月	11月	12月
投放日期	8月20日-31日	9月1日-30日	10月1日-31日	11月1日-30日	12月1日-31日
投放天数	12天	30天	31天	30天	31天
日预算	¥***,***	¥***,***	¥***,***	¥***,***	¥***,***
总预算	¥***,***	¥***,***	¥***,***	¥***,***	¥***,***
金额合计:	¥***,***				

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（CNY _____）。

请你单位在中标通知书发出之日起三十日内与招标人签订合同。

招标人：复旦大学

招标代理：上海银鑫建设咨询有限公司

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：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

第五章 各种格式

分目录

投标函格式	47
投标报价汇总表	49
分项报价表	50
技术规格投标/偏离表格式	53
商务条款投标/偏离表	54

投标函格式

致：_____（招标人和招标代理机构名称）

根据贵方_____项目招标采购的_____服务的投标邀请书（项目编号为：_____），现正式授权的下列签字人_____（姓名和职务）代表投标人_____（投标人的名称），递交下述投标文件：

- （1）投标报价表；
- （2）服务说明一览表；
- （3）商务条款响应/偏离表；
- （4）技术规格响应/偏离表；
- （5）资格证明文件；
- （6）由_____银行转账的金额为_____的投标保证金；
- （7）“投标人须知”第15条和第16条要求投标人提交的全部文件。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

- （a）按招标文件的规定提交服务的投标报价为人民币：

项目编号	大写（元）	小写（元）

- （b）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。
- （c）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。
- （d）我方同意在“投标人须知”第24条所述的开标日期起遵循本投标文件的规定，并在“投标人须知”第18条规定的投标有效期届满之前对我方均具有约束力，而且有可能中标。
- （e）我方承诺满足招标文件“投标人须知”第3.1条和3.2条中对合格投标人的要求。
- （f）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。
- （g）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。
- （h）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。

与本投标有关的正式通讯地址为：

地址：_____

邮政编码：_____

电话号码：_____

传真号码：_____

电子信箱：_____

投标人代表姓名：_____

公章：_____

日期：_____年_____月_____日

投标一览表

项目名称	复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务
供应商	
服务期限	
报价（元/总价）	人民币_____（大写），CNY_____元（小写）
其他关键信息	单次点击成本（CPC）：CNY__元 至 CNY__元（目标区间） 千次展示成本（CPM）：CNY__元 至 CNY__元（目标区间） 点击率（CTR）：不低于__%（目标值） 单个表单线索成本（CPL）：CNY__元至 CNY__元（目标区间）
备注	

注：

1. 投标人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投标文件做否决处理。
2. 本表内的“服务期限”的定义以招标文件的表述为准（对于服务类项目一般应理解为招标文件定义的完成期）。
3. 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。
- 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，否则在评审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：_____

分项报价表

项目编号：_____

服务	序号	名称	服务范围和标准		单位	数量	单价	合价
	1	“腾讯广告”账户的预充值						
	...							
	...							
	2	素材费用						
	3	人工费用						
	4	材料费用						
	...	(可根据实际情况自行填写)						
报价币种		CNY	报价单位	元	本表总价			

注：

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）。
2. 投标人应严格按照本表规定格式填报所有分项报价（包括每个报价项的型号和规格、原产地和制造商、单位、数量以及要求填报的全部价格），如无法对某一报价项单独报价，须在其右侧对应报价栏中填入“已包含”。
3. 对于能够填报单位、数量的单价子目，应填报单位、数量、单价和合价栏；对于无法填报单位、数量的总价子目，应直接填报合价栏。本表总价应为所有合价栏的价格之和。

投标人授权代表签字：_____ 公章：_____

“腾讯广告”账户的预存充值使用计划表

项目编号： ____

总目标	月目标(2026年下)				
	8月	9月	10月	11月	12月
投放日期	8月20日-31日	9月1日-30日	10月1日-31日	11月1日-30日	12月1日-31日
投放天数	12天	30天	31天	30天	31天
日预算（元）：					
总预算（元）：					
金额合计（元）：					

注：投标人所填写本表的“金额合计（元）”应与分项报价表中序号 1 ““腾讯广告”账户的预存充值”相一致。

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：_____

技术要求响应/偏离表格式

项目编号：_____

序号	服务要求	招标文件 条目号	采购需求	投标响应	投标/ 偏离	说明

投标人授权代表签字：_____ 公章：_____

注：投标人应对照招标文件**采购需求**，逐条说明所提供货物及服务已对招标文件的**采购需求**做出了实质性的投标，并申明与**采购需求**条文的偏差和例外。特别对有具体参数要求的指标，投标人必须提供所投设备的具体参数值。

商务条款投标/偏离表

项目编号：_____

序号	招标文件条目号	招标文件的商务条款	投标文件的商务条款	说明

投标人授权代表签字：_____ 公章：_____

注：若投标人对招标文件商务条款无偏离，则可在本表中注明“所有条款无偏离”。

承诺函

致：复旦大学

我公司参加复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务的采购项目（项目编号：FW2026070701），现承诺如下：

我公司承诺通过腾讯广告品牌投放服务，在腾讯广告平台上合法获取对复旦大学 EMBA 意向报考人员的表单线索，并向招标人提供不低于_____条有效表单线索。“有效表单线索”指表单字段（至少包括意向报考人员的姓名、电话、公司名称、公司规模、职务、收入、学历等真实信息）填写完整，且所填信息均符合以下条件的线索：1）公司规模：注册资本 ≥ 100 万元；2）职务：中层及以上管理人员或企业实控人；3）收入：年收入 ≥ 100 万元；4）学历：大专及以上。招标人有权对我公司交付的表单线索进行核验（包括但不限于电话回访、工商信息比对等），如发现伪造、编造线索的，该部分线索不计入有效表单线索数量，且招标人有权按合同约定追究我公司的违约责任。

特此承诺。

投标人授权代表签字：_____

投标人（公章）：_____

日期： 年 月 日

其它

（如：投标人认为有需要提供其他文件等）

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			
6			
7			
8			
9			
10			

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。

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

第六章 资格证明文件格式

分目录

营业执照.....	60
保证金递交凭证.....	60
法定代表人授权书.....	60
财务状况及税收、社会保障资金缴纳情况声明函.....	61
信用查询记录的相关材料.....	62
参加政府采购活动前3年（2023年7月至今）内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明	63
具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明.....	65
无违法记录声明函.....	65
法人出具的承诺函.....	66
其它.....	71

营业执照

（复印件加盖公章）

保证金递交凭证

（保证金须从投标人账户汇出，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：_____

代理人（被授权人）签字或盖章：_____

单位名称：_____

单位公章：_____

财务状况及税收、社会保障资金缴纳情况声明函

我单位_____（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（公章）：

日 期：

信用查询记录的相关材料

（复印件加盖公章）

- 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：

参加政府采购活动前 3 年（2023 年 7 月至今）内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明

致：_____（招标人）

我公司承诺在参加本项目政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录，遵守国家其他有关的法律、法规和管理办法。
特此声明。

（注：重大违法记录是指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。）

投标人在参加政府采购活动前 3 年（2023 年 7 月至今）内因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，期限届满的，可以参加政府采购活动。）

投标人授权代表签字：_____

投标人（公章）：_____

日期： 年 月 日

承诺函

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，就_____（项目名称）项目作为投标人承诺我司不存在以下情况：

（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

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：_____

公章：_____

投标人授权代表签字：_____

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）。我司在参加本次政府采购活动前三年内，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：_____

公章：_____

投标人授权代表签字：_____

日期：_____年____月____日

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投标或竞争时，须在投标或投标文件中提供本承诺函的原件或复印件，否则将判定该分支机构的资格不符合本项目合格投标人的资格要求）

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。在本承诺函的载明的有效期内，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）：_____

法人的法定代表人或单位负责人签名：_____

____年__月__日

中小企业声明函（服务）

本公司郑重声明，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，本公司参加复旦大学的复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务采购活动，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. 复旦大学 EMBA2026 下半年年度腾讯广告品牌投放服务，属于租赁和商务服务业；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，属于 （中型企业、小型企业、微型企业，选择一项填入）。

.....

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：

说明：

（1）本声明函所称中小企业，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，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。事业单位、团体组织等非企业性质的政府采购投标人，不属于中小企业划型标准确定的中小企业，不得按《关于印发中小企业划型标准规定的通知》规定声明为中小微企业，也不适用《政府采购促进中小企业发展管理办法》。

(2) 本声明函所称服务由中小企业提供，否则不享受中小企业扶持政策。投标人提供的货物既有中小企业提供，也有大型企业提供，不享受中小企业扶持政策。

(3) 依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

(4) 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。

(5) 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业，以招标文件第二章《投标人须知》前附表规定为准。

(6) 投标人为联合体投标的，联合体各方均需出具《中小企业声明函》。

(7) 投标涉及多个采购标的的，每个采购标的均需出具《中小企业声明函》。

(8) 中标人为中小企业的，本声明函将随中标结果同时公告。

(9) 投标人未按照上述格式正确填写《中小企业声明函》的，不享受中小企业扶持政策。

注：各行业划型标准：

行业名称	指标名称	计量单位	大型	中型	小型	微型
农、林、牧、渔业	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$50 \leq Y < 500$	$Y < 50$
工业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 40000$	$2000 \leq Y < 40000$	$300 \leq Y < 2000$	$Y < 300$
建筑业	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 80000$	$6000 \leq Y < 80000$	$300 \leq Y < 6000$	$Y < 300$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 80000$	$5000 \leq Z < 80000$	$300 \leq Z < 5000$	$Z < 300$
批发业	从业人员(X)	人	$X \geq 200$	$20 \leq X < 200$	$5 \leq X < 20$	$X < 5$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 40000$	$5000 \leq Y < 40000$	$1000 \leq Y < 5000$	$Y < 1000$
零售业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$50 \leq X < 300$	$10 \leq X < 50$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$100 \leq Y < 500$	$Y < 100$
交通运输业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$3000 \leq Y < 30000$	$200 \leq Y < 3000$	$Y < 200$
仓储业*	从业人员(X)	人	$X \geq 200$	$100 \leq X < 200$	$20 \leq X < 100$	$X < 20$

	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$1000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
邮政业	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$2000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
住宿业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
餐饮业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
信息传输业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 2000$	$100 \leq X < 2000$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 100000$	$1000 \leq Y < 100000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
软件和信息技术服务业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$1000 \leq Y < 10000$	$50 \leq Y < 1000$	$Y < 50$
房地产开发经营	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 200000$	$1000 \leq Y < 200000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 10000$	$5000 \leq Z < 10000$	$2000 \leq Z < 5000$	$Z < 2000$
物业管理	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$100 \leq X < 300$	$X < 100$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 5000$	$1000 \leq Y < 5000$	$500 \leq Y < 1000$	$Y < 500$
租赁和商务服务业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 120000$	$8000 \leq Z < 120000$	$100 \leq Z < 8000$	$Z < 100$
其他未列明行业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$

说明:

1. 大型、中型和小型企业须同时满足所列指标的下限, 否则下划一档; 微型企业只须满足所列指标中的一项即可。

2. 附表中各行业的范围以《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）为准。带*的项为行业组合类别，其中，工业包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业；交通运输业包括道路运输业，水上运输业，航空运输业，管道运输业，多式联运和运输代理业、装卸搬运，不包括铁路运输业；仓储业包括通用仓储，低温仓储，危险品仓储，谷物、棉花等农产品仓储，中药材仓储和其他仓储业；信息传输业包括电信、广播电视和卫星传输服务，互联网和相关服务；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，以及房地产中介服务，其他房地产业等，不包括自有房地产经营活动。

3. 企业划分指标以现行统计制度为准。（1）从业人员，是指期末从业人员数，没有期末从业人员数的，采用全年平均人员数代替。（2）营业收入，工业、建筑业、限额以上批发和零售业、限额以上住宿和餐饮业以及其他设置主营业务收入指标的行业，采用主营业务收入；限额以下批发与零售业企业采用商品销售额代替；限额以下住宿与餐饮业企业采用营业额代替；农、林、牧、渔业企业采用营业总收入代替；其他未设置主营业务收入的行业，采用营业收入指标。（3）资产总额，采用资产总计代替。

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）

招标文件

项目编号：FW2026070701

采购编号：YX-FDCG-2026-039

第七章 评标办法

第七章 评标办法

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) 对投标文件的初步评审及详细评审情况；
- (3) 对各投标人的澄清问题及投标人的答复；
- (4) 评委发表的评审意见；
- (5) 中标候选人的推荐情况。

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事务性工作，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) 排序并推荐中标候选人。

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 评审小组首先对各投标文件的投标报价进行核价，在核价过程中如果发现投标报价存在计算错误，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，则其投标将判为无效。

3.3 评审小组将依据法律法规和招标文件的规定确认资格审查情况并对通过资格审查的投标文件进行符合性审查，投标人或投标文件存在下列任一情况，经评审委员会认定，其投标

将被否决，审查的内容包括：

- (1) 投标文件的签署和盖章情况是否符合本须知第 19.3 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”）；
- (2) 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）；
- (3) 投标人承诺的投标有效期是否符合本须知第18.1条的规定；
- (4) 投标报价是否超过了本项目招标文件中可能列明的最高限价（含可能有的分项最高限价），或者在未规定最高限价的情况下是否超过了本项目招标文件中列明的采购预算（含可能有的分项预算）；
- (5) 是否提供了两份以上内容不同的投标文件或对任一报价项提出了可选择的报价（除招标文件允许投备选方案外）；
- (6) 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响应事宜；
 - (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响应报价呈规律性差异；
 - (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) 不同投标人的投标文件的网卡（MAC）地址或硬盘序列号等信息相同；
 - (j) 不同投标人的投标文件的编制、加密、提交等信息雷同，经评标委员会认定的；
 - (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。
- (7) 投标文件对招标文件采购需求中任意一项加注“★”号的服务要求是否作出具体、明确的投标性说明，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投标货物（或服务）能够满足相关要求；
- (8) 是否有关法律、法规或规章和招标文件明确规定的其他将导致投标文件被判定投标无效的情况。

3.4 符合性审查不合格的投标人将被判定为无效投标人，不再进入后续的详细评审。

3.5 异常低价审查：

3.5.1 评审中出现下列情形之一的，评审委员会将启动异常低价投标审查程序：

- (1) 投标报价低于全部通过符合性审查供应商投标报价平均值 50%的，即投标报价 $\leq$ 全部通过符合性审查供应商投标报价平均值 $\times$ 50%；
- (2) 投标报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标报价 50%的，即投标报价 $\leq$ 通过符合性审查的次低报价供应商投标报价 $\times$ 50%；

(3) 投标报价低于采购项目最高限价 45%的,即投标报价<采购项目最高限价×45%;

(4) 评审委员会基于专业判断,认为供应商报价过低,有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

3.5.2 评审委员会启动异常低价投标审查后,相关供应商应当在评审现场合理的时间对投标价格作出解释,提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料,包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等,合理时间一般不少于 30 分钟。对于属于上述 3.5.1 条第 3 项的情形,供应商已随投标文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的,在评审现场可不再重复提交。

3.5.3 评审委员会依据专业经验,参考同类项目中标(成交)价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况,对报价合理性进行判断。投标人不能提供书面说明、证明材料,或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的,评审委员会将对其作为无效投标处理。

3.6 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 评审小组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投标情况的详细评审。

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投标人进行独立评审,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	评标要素		满分 分值	主要评审内容
1	价格 部分	价格	30	投标报价(权重 30%)得分计算公式如下: 进入详细评审阶段最低的评审价为基准价,其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算: 报价得分=(基准价 / 评审价)×价格权值×100
2	商务 部分	相关业绩	10	投标人在近三年(2023 年 7 月 1 日至投标截止时间,以签署时间或服务时间为准)服务过与本项目类似项目业绩和经验情况进行评审(业绩需提供合同复印件或客户证明等证明文件,且证明材料中需体现出项目名称、业绩内容、签字页、服务时间或合同的签署时间,如有缺漏

				或未提供则不得分), 有 1 项业绩得 1 分, 本项累计最多得 10 分。 类似项目业绩和经验: 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		平台综合能力	3	平台对接能力情况, 至少具备“腾讯广告”、“巨量引擎”、“小红书”主流推广平台授权, 每提供 1 个主流推广平台授权证明文件的, 得 1 分, 最多得 3 分; 不具备或未提供证明文件的, 不得分。
4	技术部分	项目经理	5	项目经理具备 10 年及以上学历学位教育类相关行业经验的, 得 5 分; 项目经理具备 5 (含) -10 (不含) 年学历学位教育类相关行业经验的, 得 3 分; 项目经理具备 2 (含) -5 (不含) 年学历学位教育类相关行业经验的, 得 2 分; 项目经理无学历学位教育类相关行业经验, 或不足 2 年的, 得 0 分。 注: 需提供商学院高层管理学历学位教育类合作案例的证明文件 (证明文件内需有明确的项目负责人的人员信息) 和与投标人签订的当前有效的劳动合同或其他合法用工证明的证明材料, 证明文件内人员信息与本项目负责人不一致或未提供的不得分。
5		项目服务团队	5	项目团队成员 (不含项目经理): 不少于 5 人, 均具备 5 年及以上高层管理学历学位教育类相关行业经验的得 5 分; 项目团队成员 (不含项目经理): 不少于 5 人, 均具备 3 (含) -5 (不含) 年高层管理学历学位教育类行业经验的得 3 分; 项目团队成员 (不含项目经理): 不少于 5 人, 均具备 1 (含) -2 (不含) 年高层管理学历学位教育类行业经验的得 2 分; 项目团队成员 (不含项目经理): 不少于 5 人, 行业经验不足 1 年的得 1 分; 注: 项目团队成员相关行业经验年限以提供的同类型渠道投放项目合作案例证明文件的服务时间或签订时间为准。项目团队成员, 每执

				行过一个同类型渠道投放项目，需提供合作案例的证明文件，证明文件内需有明确的项目团队成员信息，证明文件内人员信息与团队成员不一致或未提供完整证明文件的均不得分。少于 5 人或不具备同类型渠道投放项目证明文件的，不得分。
6		服务方案	24	a) 针对本项目招标需求的理解描述。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分； 评分标准的“缺陷”（下同）包括且不限于： （1）存在与项目性质和特点不相适应；（2）缺少具体说明；（3）不具有适用性和针对性； （4）内容前后不一致或前后逻辑错误；（5）存在明显漏洞；（6）涉及的规范及标准应用不准确；（7）照抄采购需求。 b) 针对本项目现状的分析和评估。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分。 c) 拟定的服务质量目标。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分。 d) 保证实现服务质量目标的措施。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分。 e) 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。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分。 f) 投标人内部的服务质量检查、评价或考核机制。 无缺陷的得 3 分；有 1~2 处缺陷得 2 分；有 3~4 处缺陷得 1 分；有 5 处及以上缺陷的或未提供的，得 0 分。

				g) 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。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。 h) 对招标人拟定的服务质量考核方法的建议。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。
7		项目实施方案	15	a) 拟定的完成项目的进度目标。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。 b) 实现服务目标的详细进度计划。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。 c) 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。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。 d) 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。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。 e) 项目各阶段交付成果清单、报告范本和模板。 无缺陷的得 3 分; 有 1~2 处缺陷得 2 分; 有 3~4 处缺陷得 1 分; 有 5 处及以上缺陷的或未提供的, 得 0 分。
8		“腾讯广告”账户的预存充值率	8	根据投标人的“腾讯广告”账户的预存充值率 (“腾讯广告”账户的预存充值率=“腾讯广告”账户的预存充值金额÷投标总价×100%) 进行评审:

				“腾讯广告”账户的预存充值率$\geq 85\%$，得 8 分； “腾讯广告”账户的预存充值率$\geq 80\%$，得 4 分； “腾讯广告”账户的预存充值率$\geq 75\%$，得 2 分； “腾讯广告”账户的预存充值率$< 75\%$，得 0 分。
--	--	--	--	---

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。

4.4 本项目为专门面向中小企业采购的项目，服务必须是由中型、小型或微型企业提供，投标人或投标联合体成员须按《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）规定填写和提交中小微企业正本声明函，且资格审查时受招标人委托的招标代理机构将按工信部联企业〔2011〕300号文的规定对声明的中型、小型和微型企业作出认定；如投标人为残疾人福利性单位，则投标人须在投标文件中提供格式符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）格式要求的《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，执行上述支持中小微型企业的相同政策；如投标人为监狱或戒毒企业，则投标人须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，监狱或戒毒企业视同小型、微型企业，执行上述支持中小微型企业的相同政策。投标人一旦中标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法律责任。

5 推荐中标候选人

5.1 评审小组应根据进入详细评审的各有效投标人的最终得分从高到低进行排序，向招标人推荐前三名投标人作为本次采购的中标候选人。当因两家或两家以上投标人的综合得分刚好相等而影响中标候选人的按序推荐时，将自动计入后续各位小数以决定排序；当计入后续各位小数后相关投标人的最终得分仍然相等时，将依次按下列步骤决定相互间的排序。

- (1) 相关投标人的价格得分高者排序在前；
- (2) 由评审小组按有利于采购资金使用效益的原则投票决定。

6 确定中标人

招标人将确定排名第一的中标候选人为本次采购的中标人。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采购的中标人，或组织重新采购。