

江苏省体育彩票管理中心  
江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目  
招标文件（重新招标）

招标单位：江苏省体育彩票管理中心  
招标编号：JSTCC2501116060

江苏省招标中心有限公司  
中国 南京  
二〇二五年十月

## 目录

第一章 江苏省体育彩票管理中心江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目招标公告 . . . . .	2
第二章 投标人须知 . . . . .	5
前附表 . . . . .	5
一、总 则 . . . . .	6
二、招标文件构成 . . . . .	6
三、投标文件的编制 . . . . .	6
四、投标文件的递交 . . . . .	8
五、开标与评标 . . . . .	9
六、授予合同 . . . . .	13
七、质疑与投诉 . . . . .	14
第三章 合同格式 . . . . .	20
第五章 投标文件格式 . . . . .	27
一、投标函格式 . . . . .	29
二、开标一览表 . . . . .	31
三、分项报价表 . . . . .	32
四、技术/商务规格响应偏离表 . . . . .	33
商务条款偏离表 . . . . .	34
五、投标人必须提交的资格证明文件 . . . . .	35
六、企业一般情况表 . . . . .	36
七、投标人类似业绩证明材料 . . . . .	37
八、人员配备表 . . . . .	39
九、服务方案 . . . . .	40
十、法定代表人资格证明 . . . . .	41
十一、授权委托书 . . . . .	42
十二、投标人认为需提供的其他材料 . . . . .	43
十三、政府采购政策 . . . . .	44

## 第一章 江苏省体育彩票管理中心江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目 招标公告

### 项目概况

**江苏省体育彩票管理中心江苏体彩社交互动类新媒体广告投放**项目的潜在投标人应在**江苏省招标中心有限公司官网**获取招标文件，并于**2025年11月14日下午14点00分（北京时间）**前递交投标文件。

### 一、项目基本情况

项目编号: JSTCC2501116060

项目名称: 江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目

预算金额: 人民币 150.00 万元

最高限价（如有）: 人民币 150.00 万元

采购需求: 选择社交互动类新媒体进行广告投放，根据需求设计广告素材、制作专题页面、提供数据支持、处理体育彩票在媒体上的负面信息等服务，具体要求详见招标文件。

合同履行期限: 自合同生效之日起至预算金额使用完毕、广告全部投放完成。

### 二、投标人的资格要求

1、具有独立承担民事责任的能力；（提供有效期内法人或者其他组织的营业执照等证明文件）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供距投标截止时间前六个月内任意一月份的财务状况报告（至少包括资产负债和利润表）（法人或者其他组织成立未满三个月的可以不提供），或投标截止时间前六个月内银行出具的资信证明，或其上一年度经审计的财务报告；

3、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（根据项目需求提供履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料或承诺书）；

4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供参加本次政府采购活动前半年内〈至少一个月〉缴纳增值税，或营业税，或企业所得税的凭据；并提供参加本次政府采购活动前半年内〈至少一个月〉缴纳社会保险的凭据（专用收据，或社会保险缴纳清单））；

5、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（提供参加本次政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明，加盖投标人公章）；

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。

6、本项目不接受联合体投标及未经招标人同意的任何意义上转包、分包。

**7、本项目的特定资格要求:**

**供应商须具有本次响应媒体的广告代理资质，并提供代理资质证明材料；**

**8、拒绝下述投标人参加本次招标活动：**

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

(2) 除单一来源项目外，凡为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人不得再参加本项目的采购活动。

(3) 被“信用中国”和“中国政府采购网”网站列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单内。

**注：投标人必须在投标文件中对上述资格要求响应并提供有效证明材料，否则将导致投标无效。**

### **三、获取招标文件**

1、招标文件获取时间：2025年10月23日起至2025年10月30日止，每天9:00—11:30，14:00—17:00（北京时间，节假日除外）。

2、招标文件获取方式：

(1) 文件提供方式：纸质文件；

(2) 支付方式：供应商应在江苏省招标中心有限公司官网（[www.jstcc.cn](http://www.jstcc.cn)）“供应商注册”入口进行注册，注册完成后通过“供应商登录”入口进入“JSTCC 江苏招标电子交易平台”，进入“搜索项目”栏目，在搜索框中输入本项目编号或项目名称，点击对应的项目进行“关注”，关注完成后进入“我的项目”栏目，选择本项目并支付费用，支付完成后电子发票可自行在平台下载。

(3) 支付完成后，纸质文件可通过现场领取或邮寄送达，现场领取的请至江苏省招标中心有限公司（南京市鼓楼区郑和中路118号）1203室领取；需邮寄送达的请将公司名称、项目编号+标段号（如有）、邮寄地址发送至邮箱：[gjd@jitic.cn](mailto:gjd@jitic.cn)。为方便供应商制作响应文件，供应商可在“我的项目”栏目中下载电子文件，电子文件仅为方便供应商制作响应文件所用，如纸质文件与电子文件不一致的，以纸质文件为准。

(4) 文件售价：500.00元。

**提醒：供应商必须在上述采购文件发售截止时间前完成注册及领取采购文件事宜，否则系统到时即关闭，供应商将不再允许获取采购文件。**

### **四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点**

提交投标文件截止时间：2025年11月14日下午14点00分（北京时间）

开标时间：2025年11月14日下午14点00分（北京时间）

开标地点：江苏省招标中心有限公司（南京市鼓楼区郑和中路118号D座）16楼1604室

### **五、公告期限**

自本公告发布之日起 5 个工作日。

## 六、其他补充事宜

无

## 七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系

### 1. 招标人信息

名称：江苏省体育彩票管理中心

联系人：刘老师

电话：025-51886149

地址：南京市广州路 191 号五环大厦

### 2. 采购代理机构信息

名称：江苏省招标中心有限公司

地 址：江苏省南京市郑和中路 118 号 D 座

联系人：郭家栋、鲁民颉、姜瑶、陈诚

电 话：025-82281978、83249927、83249926、83248600

### 3. 项目联系方式

项目联系人：郭家栋、鲁民颉、姜瑶、陈诚

电 话：025-82281978、83249927、83249926、83248600

网 址：江苏政府采购网

## 第二章 投标人须知

### 前附表

序号	项 目	内 容
1	招标人名称	名称: 江苏省体育彩票管理中心 联系人: 刘老师 电话: 025-51886149
2	经办机构名称 地址及联系人	名 称: 江苏省招标中心有限公司 地 址: 南京市鼓楼区郑和中路 118 号 D 座 12 楼 联系人: 郭家栋、鲁民颉、姜瑶、陈诚 电 话: 025-82281978、83249927、83249926、83248600
3	投标有效期	开标后 90 日
4	投标文件	份数: 正本一份, 副本四份, 电子版(U 盘, Word 版和 PDF 版)一份
5	投标保证金	本项目不收取投标保证金, 但必须随投标文件一并递交投标(响应)保证承诺书(投标函后), 否则投标无效!
6	投标文件的组成	1、投标函; 2、投标报价表; 3、资质证明文件; 4、其他证明文件。
7	现场踏勘	不组织
8	投标文件递交时间、地点	2025 年 11 月 14 日下午 14 点 00 分(北京时间)之前递交至江苏省招标中心有限公司(南京市鼓楼区郑和中路 118 号 D 座) 16 楼 1604 室
9	开标时间和地点	时间: 2025 年 11 月 14 日下午 14 点 00 分(北京时间) 地点: 江苏省招标中心有限公司(南京市鼓楼区郑和中路 118 号 D 座) 16 楼 1604 室
10	评标标准	综合评标法。
11	评标和定标方法	按综合得分的高低排序推荐 1-3 名中标候选人 招标人根据评标委员会推荐的中标候选人排序确定 1 名中标人。
12	定标结果公示网址	江苏政府采购网
13	合同签订	在中标通知书发出后 30 日之内签订合同。
14	履约保证金	无
15	招标代理服务费	中标人在领取中标通知书前按招标文件规定向招标代理机构缴纳招标代理服务费。账号信息: 户名:江苏省招标中心有限公司; 开户行:中信银行江苏路支行; 账号: 7321810182600023404。

## 一、总 则

### 1. 适用范围

本招标文件仅适用于本次招标所述项目的政府采购。

### 2. 合格的投标人

详见招标公告投标人资质要求。

### 3. 投标费用

3.1 投标人应自行承担所有与参加投标有关的费用。不论投标的结果如何，招标人及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。

## 二、招标文件构成

### 4. 招标文件包括：

招标公告

投标人须知

合同格式

招标内容与技术要求

投标文件

### 5. 招标文件的澄清

5.1 任何对招标文件要求进行澄清的投标人，均应在投标截止时间十五日前以书面形式现场送达招标代理机构，招标代理机构对投标截止时间十五日前收到的任何澄清要求将以书面形式予以答复。由于投标人所留联系方式有问题而导致招标代理机构无法通知的，其责任由投标人自行承担。（逾期递交对招标文件要求进行澄清的招标代理机构将不予受理）

### 6. 招标文件的修改

6.1 在投标截止时间十五日前，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。

6.2 招标文件的修改将以书面形式，通知所有购买招标文件（或已发送投标确认函）的投标人。由于投标人所留联系方式有问题而导致招标代理机构无法通知的，其责任由投标人自行承担。补充文件将作为招标文件的组成部分，对所有投标人都具有约束力。

6.3 投标人在收到补充通知后，应于一个工作日内正式书面回函招标代理机构。逾期不回的，招标代理机构视同投标人已收到补充通知。

6.4 招标代理机构有权酌情推迟投标截止时间和开标日期，并将此变更通知所有购买招标文件（或已发送投标确认函）的投标人。

## 三、投标文件的编制

### 7. 投标文件的语言及计量单位

7.1 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简体中文。

7.2 除招标文件中另有规定外，投标文件所使用的计量单位，均须采用国家法定计量单位。

## 8. 投标文件构成

8.1 投标人编写的投标文件应包括下列部分：

8.1.1 按照要求填写的投标函；

8.1.2 按照第9条要求填写的开标一览表；

8.1.3 按照第10条要求填写的投标报价表；

8.1.4 按照第11条要求填写的响应偏离表；

8.1.5 按照第12条要求作出的服务承诺；

8.1.6 按照第13条要求出具资格证明文件；证明投标人是合格的，中标人有能力履行合同；

8.1.7 招标文件第一章中要求提供的所有资格证明文件。

## 9. 开标一览表

9.1 投标人必须按照招标文件中提供的开标一览表的规定格式完整、清晰、正确填写，不得自行增减内容，并一份单独封装。

9.2 开标一览表中不得填报有选择性报价方案，表中内容应与投标文件中的内容完全一致，如不一致的，以开标一览表内容为准。

## 10. 投标报价

10.1 投标人应按照招标文件要求填报开标一览表及分项报价表。所有报价如果单价和总价不符，以单价为准，但单价金额小数点有明显错误的除外。每项货物或服务只允许有一个报价，任何有选择的报价将不予接受。

10.2 投标人的投标报价应是完成招标采购范围内的全部服务所需的费用，包含但不限于各项人工、材料设备（含损耗）、税费、利润、管理、税金等所有费用。

10.3 本项目采用固定价格合同；投标人的投标报价在中标后的合同执行过程中，除招标人变更招标采购需求外，服务期间的政策性调整及市场风险等风险费用应含在投标报价中，确定中标后不予调整。

10.4 投标人应充分考虑合同中对投标价格有影响的条款，进行报价。

10.5 投标文件中的货物或服务单价和总价应以人民币为货币单位。

## 11. 技术规格的响应

11.1 技术规格响应偏离表应对招标文件中的技术要求逐项作出实质性响应，否则该投标将被拒绝。

## 12. 服务承诺

12.1 投标人的服务承诺应按不低于招标文件中基本服务要求的标准，并作出响应。

## 13. 证明投标人资格的文件

13.1 按照规定，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。

13.2 投标人除必须具有履行合同所必需的提供货物和服务的能力外，还必须具备相应的财务、物流保障方面的能力；

13.3 投标人应填写并提交招标文件所要求的“资格证明文件”。

#### 14. 投标保证金

本项目不收取投标保证金。

#### 15. 投标管理费

无。

#### 16. 投标有效期

16.1 投标有效期为从开标之日起计算的90天。投标有效期比规定短的将被视为非响应投标而予以拒绝。

16.2 在特殊情况下，招标代理机构于原投标有效期满之前，可向投标人提出延长投标有效期的要求，这种要求与答复均应采用书面形式。投标人可以拒绝接受招标代理机构的这种要求而放弃投标。同意延长的投标人既不能要求也不允许修改其投标文件。

#### 17. 投标文件份数和签署

17.1 投标人应严格按照投标人须知第8.1条的要求，准备投标文件（包括一份正本和四份副本，一份电子版），每份投标文件右上角必须清楚地标明“正本”或“副本”字样。一旦正本与副本不符，以正本为准。

17.2 投标文件的正本和所有的副本及开标一览表均需打印，且投标文件格式中要求签字的字迹应清晰易于辨认并由投标人法定代表人或其委托受托人签字。除姓名签署外，投标文件的任何内容均不允许手写。委托受托人必须将以书面形式出具的“授权委托书”附在投标文件正本中。投标文件签署授权委托书格式、签字、盖章及内容均应符合要求，否则投标文件签署授权委托书无效。

**本招标文件所表述的盖章、公章均指加盖法定名称章，不包括合同专用章、业务专用章等印章。**

17.3 除投标人对错处做必要修改外，投标文件不得行间插字、涂改或增删，如有修改错漏处，必须由投标人法定代表人或委托受托人签字。

#### 四、投标文件的递交

##### 18. 投标文件的密封和标记

18.1 投标人应将投标文件正本和所有副本分别密封在两个信封（箱）中（正本一包，副本一包），且在信封（箱）上标明“正本”、“副本”的字样。信封（箱）封口处应加盖骑缝章。开标一览表、电子版应单独密封后提交。

18.2 信封（箱）封面注明投标项目名称、标书编号、正本或副本及“请勿在 年 月 日下午 时 分（开标时间）之前启封”的字样。

18.3 信封（箱）上应写明投标人名称和地址以及邮政编码，以便如果投标文件被宣布为

“迟到”投标时，能原封退回。

18.4如果信封未按第18.1—18.3条要求密封和加写标记，招标代理机构对误投或过早启封概不负责。对由此造成提前开封的投标文件，招标代理机构将予以拒绝，并退回投标人。

## 19. 投标截止日期

19.1招标代理机构收到投标文件的时间不得迟于投标邀请中规定的截止时间。

19.2招标代理机构可以按第6条规定，通过修改招标文件自行决定酌情延长投标截止时间。

在此情况下，投标人的所有权利和义务以及受制的截止日期均应以延长后新的截止日期为准。

## 20. 迟交的投标文件

20.1招标代理机构将拒绝并原封退回在其规定的截止时间后收到的任何投标文件。

## 21. 投标文件的修改和撤回

21.1投标人在递交投标文件后，可以修改或撤回其投标文件，但这种修改和撤回，必须在规定的投标截止时间前，以书面形式通知招标代理机构。

21.2投标人的修改文件应按第17条的规定进行编制和签署，并按第18条的规定进行密封、标记，同时还应在封套上加注“修改”字样。修改文件同样必须在投标截止时间前送达投标文件接收地点。

21.3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。

21.4在投标截止期至招标代理机构在招标文件中规定的投标有效期满之间的这段时间内，投标人不得撤回其投标。

## 五、开标与评标

### 22. 投标截止时间结束后参加投标的投标人不足三家的处理

22.1如出现投标截止时间结束后参加投标的投标人不足三家的情况，除采购任务取消情形外，其招标文件经评委会认定没有歧视限制条款的情况下，招标代理机构将报告相关政府采购主管部门，据其批准按以下原则处理：

22.1.1同意采取竞争性磋商、竞争性谈判或者单一来源方式采购，招标代理机构将采用相应的采购方式继续实施采购。

22.1.1.1改用竞争性磋商采购方式的，评标委员会转为磋商采购小组，原投标文件变更为磋商响应文件，具体采购程序如下：

（1）磋商采购小组讨论、通过磋商工作流程和磋商要点。

（2）磋商采购小组审阅磋商响应文件。

原招标文件中标注“★”号的为关键技术参数和关键商务条款（如有的话），若投标人对这些关键技术参数和关键商务条款存在任何负偏离，则该投标人响应无效；

（3）围绕磋商要点，磋商采购小组全体成员集中与各个投标人分别进行磋商。逐家磋商一次为一个轮次，谈判轮次由磋商采购小组视情况决定。

(4) 招标文件有实质性变动的，磋商采购小组将以书面形式通知所有参加磋商的投标人。

(5) 磋商结束后，磋商采购小组将要求所有投标人在规定时间内确定并提交最终报价。在规定时间内没有提交最终报价的谈判投标人，其磋商响应视为无效。

(6) 磋商采购小组按照各投标人最终报价，根据原评审办法细则，依据综合评审得分由高到低的顺序推荐成交投标人。

22.1.1.2 改用竞争性谈判采购方式的，评标委员会转为谈判小组，原投标文件变更为谈判文件，具体采购程序如下：

(1) 谈判小组讨论、通过谈判工作流程和谈判要点。

(2) 谈判小组审阅谈判文件。

1) 原招标文件中标注“★”号的为关键技术参数和关键商务条款（如有的话），若投标人对这些关键技术参数和关键商务条款存在任何负偏离，则该投标人响应无效；

2) 原招标文件中标注“▲”的为重要技术参数和商务条款，对这些技术参数和商务条款的负偏离，每偏离一项，评审时增加其最终报价的4%；重要商务和技术偏离累计达3项及以上时，则该投标人响应无效；

3) 原招标文件中未加注星号“★”和“▲”的为一般技术参数和商务条款，对这些一般技术参数和一般商务条款的负偏离，每偏离一项，评审时增加其最终报价的2%；一般商务和技术偏离累计达3项及以上时，则该投标人响应无效；

(3) 围绕谈判要点，谈判小组全体成员集中与各个投标人分别进行谈判。逐家谈判一次为一个轮次，谈判轮次由谈判小组视情况决定。

(4) 谈判文件有实质性变动的，谈判小组将以书面形式通知所有参加谈判的投标人。

(5) 谈判结束后，谈判小组将要求所有投标人在规定时间内确定并提交最终报价。在规定时间内没有提交最终报价的谈判投标人，其谈判文件视为无效。

(6) 谈判小组根据符合采购需求且最终报价最低的原则确定成交投标人。

22.1.1.3 改用单一来源采购方式的，评标委员会与投标人在保证采购项目质量和双方商定合理价格的基础上进行谈判采购。

有多家投标人参加投标但只有一个品牌的，按单一来源方式采购，由评标委员会确定其中一家投标人参加单一来源采购谈判。

22.1.2 政府采购主管部门没有批准采购方式变更的，本次招标项目作流标处理，招标人将依法重新组织招标。

22.2 在评标期间，出现符合专业条件的投标人或者对招标文件做出实质响应的投标人不足三家情形的，比照前款规定执行。

22.3 投标人若不同意采购方式的改变，应在规定的时间内书面向评标委员会说明，未在规定时间内提交书面说明的视为同意采购方式的改变。

## 23. 开标

23. 1 招标代理机构将在投标邀请中规定的时间和地点组织公开开标。招标人、投标人应委派代表准时参加，有关部门可以视情况到现场监督开标活动。投标人不参加开标仪式的，视为对开标过程无异议。

23. 2 按照第20条规定，迟交的投标文件将不予开封。

23. 3 开标时请投标人代表、监督人员查验投标文件密封情况，确认无误后，招标代理机构当众拆封宣读每份投标文件中“开标一览表”的各项内容，以及招标代理机构认为合适的其他详细内容。

23. 4 招标代理机构将做开标记录，开标记录包括按第23. 3条规定在唱标时宣读的全部内容。

23. 5 开标一览表中不得填报有选择性报价方案，否则作投标无效处理；表中内容应与投标文件中的内容完全一致，如不一致的，以开标一览表内容为准。

## 24. 评标委员会

24. 1 唱标结束后，招标代理机构将立即组织评标委员会（以下简称评委会）进行评标。

24. 2 评委会由五人以上单数的行业专家、招标人代表组成。

24. 3 评委会独立开展工作，负责审议所有投标文件，并推荐中标候选人。

24. 4 评委会应对投标人的商业、技术秘密予以保密。

## 25. 评标过程的保密

25. 1 开标后，直至向中标的投标人授予合同时止，凡是与审查、澄清、评价和比较投标的有关资料以及授权建议等，均不得向任何投标人或与评标无关的其他人员透露。

25. 2 在评标过程中，如果投标人试图向招标代理机构和参与评标的人员施加任何影响，都将会导致其投标被拒绝。

25. 3 评标委员会名单应在开标前确定，并在招标结果确定前保密。

## 26. 对投标文件的初审

26. 1 开标后，招标代理机构将组织工作人员或招标人对以法定代表人参加投标的投标人是否按第五章投标文件的相关格式填写资格证明文件，并检查法定代表人的身份证原件；对以委托受托人参加投标的投标人是否按第五章投标文件的相关格式填写授权委托书，并检查受托人的身份证原件。

26. 2 开标后，招标代理机构将组织评委会对投标文件是否完整，有无计算上的错误，文件签署是否合格，投标文件是否大体编排有序且基本符合招标文件的要求。

26. 3 在详细评标之前，评委会将首先审查每份投标文件是否实质响应了招标文件的要求。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的所有全部条款、条件和要求相符，没有重大偏离或保留的投标。所谓重大偏离或保留是指影响到招标文件规定的供货期、供货范围、质量和性能；或者在实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中买方的权利或投标人的义务，纠正这些偏离或保留将会影响其他实质上响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响。

响。重大负偏离的认定须经评标委员会三分之二以上同意。

评委会决定投标文件的响应性只根据投标文件本身的内容，而不寻求外部的证据。本招标文件中标注“★”的为关键技术参数和关键商务条款，对这些关键技术参数和关键商务条款的任何负偏离将导致投标无效。

26.4如果投标文件实质上没有响应招标文件的要求，评委会将予以拒绝，投标人不得通过修改或撤销不合要求的偏离或保留而使其投标成为实质上响应的投标。

26.5评委会将对确定为实质性响应的投标进行进一步审核，看其是否有计算上或累加上的算术错误，修正错误的原则如下：

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

(2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

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

(4) 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。只有在评委会认为单价有明显的小数点错误时，才能以标出的总价为准，并修改单价；

(5) 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

26.6评委会将按上述修正错误的方法调整投标文件中的投标报价，调整后的价格应对投标人具有约束力。如果投标人不接受修正后的价格，则其投标将被拒绝。

26.7投标文件有下列情况之一的，应当在资格性、符合性检查时按照无效投标处理：

(1) 投标人不具备招标文件规定的资格条件；

(2) 投标人投标报价超出本项目采购预算或最高限价的；

(3) 投标文件未按本须知的规定签字、盖章或进行其他标识；

(4) 投标文件中有两个以上的投标报价（按招标文件规定提交备选方案的除外，且必须注明何种报价为主方案，何种报价为备选方案）；

(5) 投标人递交两份或多份内容不同的投标文件或不同的投标报价的；

(6) 投标文件未按招标文件规定格式、内容填写，内容不全或关键字迹模糊、无法辨认；

(7) 投标文件未响应招标文件的实质性要求和条件；

(8) 投标人与其他投标人相互串通报价；

(9) 投标人以他人名义投标，或者以其他方式弄虚作假；

(10) 不符合法律、法规和招标文件中规定的其他实质性要求的。

26.8在招标采购中，出现下列情形之一的，应予流标：

(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且评委会认定剩余有效投标报价无市场竞争性的；

- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算，招标人不能支付的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的。

流标后，招标人应当将废标理由通知所有投标人。

**26.9 投标人投标文件中的相应证明材料必须真实，一旦经发现存在弄虚作假行为，将直接导致投标无效，并将弄虚作假行为纳入相关企业诚信名单，从投标截止日起三年内不得参加招标人组织的各类招标活动。**

## **27. 投标文件的澄清**

在评标期间，为有助于对投标文件的审查、评价和比较，评委会有权要求投标人对其投标文件进行澄清，但并非对每个投标人都作澄清要求。

## **28. 评标办法**

**28.1 经评审的最低价法——本项目不采用。**

**28.2 综合评分法：**是指对各投标文件的投标报价、商务及技术参数等进行综合评审后，能否最大限度地满足招标文件中规定的各项要求和评分标准进行评审和比较，择优推荐中标候选人。本次评标采取打分的办法进行评标，满分为100分。评标委员会对投标文件进行详细评审和打分，并根据总得分高低进行分别排名，推荐中标候选人。详细评标办法详见附表《评标办法细则》。

## **六、授予合同**

### **29. 合同授予标准**

**29.1 评委会按第26条规定对实质上响应招标文件要求的投标人进行综合评审，最终按综合评审得分由高到低的顺序推荐出中标候选人。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。**

**29.2 招标人根据评标委员会推荐排序确定1名中标人，并在网上公示。**

### **30. 招标人授标时不得对招标文件做实质性更改**

**30.1 招标人不得对招标文件中确定的数量、单价和其他条款和条件作出任何实质性改变。**

### **31. 招标代理机构接受和拒绝任何或所有投标的权利**

**31.1 招标代理机构保留在授标之前任何时候接受或拒绝任何投标，宣布招标程序无效或拒绝所有投标的权力，对受影响的投标人不承担任何责任，也无义务将这样做的理由通知受影响的投标人。**

**31.2 在开标、评标或签订合同期间，投标方以任何不正当方式影响评标或在投标文件中涉及弄虚作假等行为都将被视为严重违纪，评委会有权拒绝其投标；若在中标后发现有此行为（无论履约是否进行），将被取消中标人资格。**

### **32. 中标通知书**

- 32.1 招标代理机构在投标有效期满之前，将以书面形式通知中标人。
- 32.2 中标人在接到招标代理机构通知后五个工作日内必须到招标代理机构领取中标通知书并办理相关交费手续，逾期未办理作自动放弃处理。
- 32.3 中标通知书将是合同的组成部分。

### 33. 签订合同

33.1 中标人应按中标通知书指定的时间、地点与招标人签订合同。招标文件、中标人的投标文件及澄清文件等，均为签订合同的依据。

### 34. 履约保证金

无

### 35. 招标代理服务费

35.1 中标人在办理中标通知书前按中标金额依据《江苏省招标代理服务收费的指导意见》（苏招协【2022】002号）标准向招标代理机构缴纳招标代理服务费。中标人拒不缴纳上述费用的，招标代理机构有权取消其中标资格。

## 七、质疑与投诉

### 36. 质疑

36.1 投标人认为招标文件、招标过程和中标、成交结果使自己的权益受到损害的，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，以书面形式向招标代理机构提出质疑。

36.2 投标人应知其权益受到损害之日，是指：对可以质疑的招标文件提出质疑的，为收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日；对招标过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；对中标或者成交结果提出质疑的，为中标或者成交结果公告期限届满之日。

36.3 提出质疑的投标人应当是参与所质疑项目采购活动的投标人。潜在投标人已依法获取其可质疑的招标文件的，可以对该文件提出质疑。

36.4 投标人可以委托代理人进行质疑。其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。代理人提出质疑和投诉，应当提交投标人签署的授权委托书。

36.5 以联合体形式参加政府采购活动的，其投诉应当由组成联合体的所有投标人共同提出。

36.6 投标人质疑应当有明确的请求和必要的证明材料。投标人必须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，否则招标代理机构有权不予接受。

36.7 质疑函的主要内容须按照财政部制定的质疑函范本（财政部指定中国政府采购网发布）填写；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。

36.8 质疑函应当使用中文。相关当事人提供外文书证或者外国语视听资料的，应当附有中文译本，由翻译机构盖章或者翻译人员签名。

36.9 质疑函应当现场书面提交至招标代理机构联系人（详见招标公告）处，提交时应出示有效身份证明。

37. 投诉

37.1 投标人对招标代理机构的答复不满意或者招标代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。

37.2 投标人投诉应当有明确的请求和必要的证明材料。投标人投诉的事项不得超出已质疑事项的范围。

37.3 投诉人对政府采购监督管理部门的投诉处理决定不服或者政府采购监督管理部门逾期未作处理的，可以依法申请行政复议或者向人民法院提起行政诉讼。

37.4 投诉人在全国范围12个月内三次以上投诉查无实据的，由财政部门列入不良行为记录名单。

37.5 投诉人有下列行为之一的，属于虚假、恶意投诉，由财政部门列入不良行为记录名单，禁止其1至3年内参加政府采购活动：

- (1) 捏造事实；
- (2) 提供虚假材料；
- (3) 以非法手段取得证明材料。证据来源的合法性存在明显疑问，投诉人无法证明其取得方式合法的，视为以非法手段取得证明材料。

### 评标办法细则

序号	评分因素	评审标准	分值
<b>一、价格 (30 分)</b>			
1	投标报价	以满足招标文件要求且最低的报价（即“执行价”）为评标基准价，其价格分为满分 30 分。其他供应商的价格分统一按照下列公示计算：  报价得分=(评标基准价/投标报价)*100%*30，保留小数点后 2 位)	30 分
<b>二、技术 (60 分)</b>			
1	项目整体服务方案	根据供应商提供的项目整体服务方案进行评审：  1、供应商针对本项目提供的整体服务方案内容完整、与项目符合度高、可操作性强，服务内容细致，得 6 分； 2、供应商针对本项目提供的整体服务方案内容较完整、与项目符合度较高、可操作性较强，服务内容较细致，得 4 分； 3、供应商针对本项目提供的整体服务方案内容不够全面、与项目符合度一般、可操作性一般，服务内容不够细致，得 2 分； 4、未提供，不得分。	6 分
2	团队成员	供应商投入本项目团队的人员人数不少于 9 人，成员角色包含但不限于项目经理 1 名、策划、设计、运营、媒介、优化师、视频制作等若干，且每个角色具有同类项目服务经验 5 年及以上，学历不低于本科，每提供一个符合角色要求的人员得 2 分，同一人员角色不兼得，满分 18 分；  【投标文件中应提供拟投入本项目的团队成员清单，清单至少包括：姓名、年龄、学历、从业经验、在本项目中担任的角色等，并提供相关证明文件，证明文件应能反映出相关内容。同一人员角色不兼得。同时，应提供应答供应商为项目组成员缴纳的 2025 年 1 月以来任意一个月供应商为其缴纳的社保证明，否则不得分】	18 分
3	媒体资源方案	根据供应商提供的媒体资源方案进行评审，包括但不限于社交互动类新媒体的选择、月活用户数量和人群特征、是否具备广告售卖体系情况：  1、社交互动类新媒体的选择与采购需求贴合度高，月活用户完全满足采购要求、具备独立系统的广告售卖体系，得 8 分； 2、社交类媒体的选择贴合采购需求，月活用户满足采购要求、具备独立系统的广告售卖体系，得 6 分； 3、社交类媒体的选择与采购需求贴合度一般，月活用户一般、具备独立系统的广告售卖体系，得 4 分；	8 分

		4、社交类媒体的选择与采购需求贴合度有明显瑕疵，月活用户有所欠缺、具备独立系统的广告售卖体系，得 2 分； 5、未提供方案的或不能满足项目贴合度、月活用户、独立系统的广告售卖体系的，不得分。	
4	广告素材制作	根据供应商针对“购彩者权益保护教育”广告素材进行评审： 1、广告素材设计创意新颖、贴合项目要求，得 5 分； 2、广告素材设计创意虽然完整，但不完全贴合要求，得 3 分； 3、广告素材创意一般，不贴合采购人要求，得 1 分； 4、未提供的，不得分。	5 分
5	数据分析及报告	根据供应商提供的数据分析及广告发布情况报告方案进行评审： 1、方案完整，分析详细，数据完善，得 5 分； 2、方案较完整，分析较详细，数据基本完善，得 3 分； 3、方案不完整，分析不全面，数据有缺失，得 1 分； 4、未提供的，不得分。	5 分
6	危机公关方案	根据供应商协助采购人开展危机公关的方案进行评审： 1、方案表述清晰、内容完整全面、工作环节设置严谨合理，可行性强、并迅速处理体育彩票在媒体上的负面信息，得 5 分； 2、方案表述清晰、内容较完整、工作环节设置较科学、可行、能及时处理体育彩票在媒体上的负面信息，得 3 分； 3、方案表述较清晰、内容较完整、工作环节设置一般，可行性一般、处理体育彩票在媒体上的负面信息承诺不够及时，得 1 分； 4、未提供，不得分。	5 分
7	应急处置方案	根据供应商针对广告漏发、错发、未足量发布等情况制定的应急处置方案进行评审： 1、方案内容完整、表述清晰，处置措施完全满足采购人需要，得 3 分； 2、方案内容较完整、表述较清晰，处置措施基本满足采购人需要，得 2 分； 3、方案内容不完整、表述缺乏条理，处置措施无法满足采购人需要，得 1 分； 4、未提供，不得分。	3 分
8	现场陈述答辩	项目负责人或项目团队骨干成员针对“购彩者权益保护教育”主题，形成项目策划提案进行现场答辩，陈述时间不超过 10 分钟。 评审小组根据供应商现场陈述及答辩情况进行评分：	10 分

		<p>1、现场陈述及答辩条理清晰、对项目的理解非常充分完整，得 10 分；</p> <p>2、现场陈述及答辩条理清晰、对项目的理解完整，得 8 分；</p> <p>3、现场陈述及答辩条理较清晰、对项目的理解较完整，得 6 分；</p> <p>4、现场陈述及答辩条理清晰度一般、对项目的理解一般，得 4 分；</p> <p>5、现场陈述及答辩条理清晰度较差、对项目的理解较差，得 2 分</p> <p>6、未按要求陈述及答辩的，不得分。</p> <p>【供应商可自行准备 PPT、视频等可以充分展示企业实力及方案内容的陈述材料】</p>	
--	--	---	--

### 三、商务（10 分）

1	类似业绩	供应商应提供自 2022 年 8 月 1 日以来签订的类似项目业绩合同，每提供 1 份满足要求的业绩合同得 2 分，满分 10 分。 【类似业绩指：与本次采购的社交类新媒体广告投放内容、需求相关或相似，合同中应能体现响应内容，否则视为未提供。时间以合同签订时间为准，提供合同复印件加盖公章】	10 分
合计			100

#### 备注：

(1) 促进小微企业发展政策：根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定，对小、微型企业的价格给予 10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。参加投标的中小企业，应当按照《政府采购促进中小企业发展管理办法》的规定提供《中小企业声明函》（中小企业划型标准详见《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）。

接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的，对联合体或者大中型企业的报价给予 4%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

(2) 监狱企业扶持政策：根据《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》(财库〔2014〕68 号)，监狱企业视同为小型、微型企业，享受以上政策。监狱企业须提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，否则不考虑价格扣除。

(3) 残疾人福利性单位扶持政策：根据《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库〔2017〕141 号)，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，

享受以上政策，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供本通知规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

#### （4）异常低价的处理

1) 评审过程中出现下列情形之一的，评审委员会将启动异常低价投标（响应）审查程序：

①投标（响应）报价低于采购项目预算 50%的，即投标（响应）报价<采购项目预算 ×50%；

②投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45%的，即投标（响应）报价<采购项目最高限价×45%；

③评审委员会认定的供应商报价过低、有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

2) 启动异常低价投标（响应）审查后，评审委员会将要求相关供应商在评标现场合理的时间内，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相关证明材料，对投标（响应）价格作出解释，由评审委员会结合同类产品在主要电商平台的价格、该行业当地薪资水平等情况，依据专业经验对供应商报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不提供书面说明、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，评审委员会将其作为无效投标（响应）处理。审查相关情况在评审报告中进行记录。”

（5）投标人必须逐条响应上述所有评审细则，并在招标文件中提供有效证明材料及列明索引、页码，否则将可能导致不得分。

### 第三章 合同格式

(本合同格式仅为招标文件提供之范本, 部分条款可在实际签订时根据项目情况由甲乙双方另行协商约定。)

合同编号:

项目名称:

采购人(以下称甲方):

住所地:

供应商(以下称乙方):

住所地:

采购代理机构:

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等法律法规的规定, 甲、乙双方按照江苏体彩社交互动类新媒体广告投放服务项目的公开招标结果签订本合同。

#### 第一条、合同标的

1、服务内容: 甲方委托乙方负责江苏体彩社交互动类新媒体广告投放服务, 详见采购需求。

2、合同履行期限: 本项目服务期为合同生效之日起至预算金额使用完毕、广告全部投放完成。

3、服务地点: 江苏。

#### 第二条 合同金额

本合同预算总金额为人民币壹佰伍拾万元整(¥1500000), 根据预算总金额和供应商的社交互动类媒体信息流广告执行价【人民币           元每千次曝光(¥       元/CPM)】确定广告投放次数。

本合同价款包括但不限于人员经费、办公费、设备费、宣传费、制作费、知识产权费用、相关税费等其他顺利完成本项目所发生的一切费用。如供应商已实质性响应竞争性磋商文件要求, 而报价中未明确的费用采购人视为隐含的优惠条件。采购人无须另向成交供应商支付其他任何费用。

本合同价款还包含乙方应当提供的伴随服务费用。

本合同执行期间合同价款不变。

### **第三条 组成本合同的有关文件**

下列文件和响应文件或与本次采购活动方式相适应的文件及有关附件是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

- (1) 乙方提供的投标文件和投标报价表；
- (2) 投标承诺；
- (3) 服务承诺；
- (4) 中标通知书；
- (5) 甲乙双方商定的其他文件。

### **第四条 甲方的权利和义务**

1、甲方按照合同约定，提供开展江苏体彩社交互动类新媒体广告投放服务所需的基本资料，并及时支付相关费用。

2、甲方根据本次合作实施的实际需要，确定委托乙方提供活动承办服务的项目、范围、内容及标准，并于方案中加以明确。

3、甲方负责监督乙方的人员团队、实施方案、服务效果等，并有提出整改的权利。

### **第五条 乙方的权利和义务**

1、乙方保证具有签订并履行本合同的必要资格资质，有能力承担本合同服务。

2、乙方保证按约定的时间、质量，执行服务方案，向甲方提供江苏体彩社交互动类新媒体广告投放服务，并在本合同规定的范围内采取措施维护甲方的利益；如有需要甲方提供的物料、场地、或者人员配合，需提前 5 个工作日跟甲方沟通确认后由甲方执行。

3、乙方应保证甲方在使用、接受本合同服务或其任何一部分时，不受第三方提出侵犯其专利权、版权、商标权和工业设计权等知识产权的起诉。一旦出现侵权，由乙方负全部责任。KOL 选择需经甲方确认，且达人账号无负面舆情记录和意识形态问题，达人发布内容需经甲方审核，不符合要求的应在 24 小时内修改重发。若达人粉丝量造假（以第三方数据为准），甲方有权扣除该达人对应费用的 50%。

### **第六条 款项支付**

1、本合同所有款项均以人民币支付。

2、付款方式：本项目采用 CPM 结算方式，根据采购人广告实际投放情况，在每个阶段广告投放完成、采购人验收合格后 10 个工作日内结算。

3、如乙方违反合同约定或者造成甲方的其他损失，甲方在书面通知乙方后，有权从上述款项中优先扣除。

4、款项支付的账号：\_\_\_\_\_开户行：\_\_\_\_\_户名：

### **第七条 税费**

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

### **第八条 违约责任**

1、本合同经甲方双方签字盖章后，非因不可抗力因素，甲乙双方任一方在对方没有违约行为的前提下单方面终止合作关系的，需赔付由此给对方造成的相关经济损失。

2、甲乙任何一方不履行本合同内容，或在履行过程中发生失职、失误而导致对方蒙受损失的，应赔偿对方相应损失。

3、甲方未按期付款的，每逾期一日，支付给乙方相当于未付款项万分之五的金额作为滞纳金。但累计滞纳金总额不超过欠款总额的 5%。

4、甲方欲变更服务内容的，甲方应提 2 个工作日书面通知乙方。如甲方未能在规定时间内提供相应的服务内容，乙方有权推迟服务时间并不需承担任何责任。

5、乙方违反本合同内容，或服务无法达到甲方要求，应按照甲方要求予以纠正，并赔偿甲方因此遭受的全部损失。如乙方不纠正或纠正后仍达不到甲方要求的，甲方有权扣除合作费用的 20%作为违约金，且有权解除本合同。

### **第九条 廉政条款**

双方在签订和履行本合同过程中，应当自觉遵守法律法规、商业道德及廉洁自律规定，恪守职业道德规范，开展正常商业交易活动，抵制商业贿赂行为。乙方不得从事有损履约的行为，不得邀请甲方人员参加有可能影响正常商业交易活动的宴请、娱乐以及旅游等活动，不得向甲方人员提供礼、金或其它利益等。甲方如发现乙方有违反本条款规定的行为，甲方有权要求乙方支付本合同总额 15%的违约金并赔偿损失，有权解除本合同，并有权限制或取消乙方参与甲方今后业务活动的资格和机会。

甲方有权对乙方履行本合同的情况进行审计和监督，乙方负有协助义务，并保证提供的资料和信息真实、完整、准确。

甲方监督电话：025-51889042。

## 第十条 合同的变更和终止

除《政府采购法》第 49 条、第 50 条第二款规定的情形外，本合同一经签订，双方当事人不得擅自变更、中止或终止合同。

## 第十一条 合同的转让

乙方不得擅自部分或全部转让其应履行的合同义务。

## 第十二条 纠议的解决

因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲、乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决争议，向甲方所在地人民法院提起诉讼。

## 第十三条 合同生效及其他

- 1、本合同自甲乙双方签字盖章（公章或合同专用章）后生效。
- 2、本合同一式六份，具有同等法律效力，甲方执四份、乙方执二份。
- 3、本合同中记载的双方地址、电子邮件真实有效，为双方确认的送达地址和联系方式，送达地址和电子邮件发生变动应当及时书面告知对方。双方可通过联系单、信函、传真和电子邮件方式进行联系。如一方通过中国邮政特快专递向对方发送文件，因对方本合同中的地址记载错误或者地址变更未通知或者对方拒签未能送到的，视为文件已经送达对方。采用电子邮件送达文件的，视为在电子邮件发送当日相关文件已经送达对方。
- 4、合同及其附件中所述联系方式如有变更，变更的一方应当在变后以书面方式及时通知另一方。否则一方依据合同及其附件中所述的联系方式发出的通知经过一定期间视为通知已到达。
- 5、甲方在履约验收条件达到时，组成验收小组，按《江苏省政府采购履约验收管理办法》规定启动履约验收工作。验收合格的，由甲方形成履约验收书，作为验收证明。
- 6、本合同应按照中华人民共和国的现行法律进行解释。

甲方（单位盖章）：

乙方（单位盖章）：

地址：

地址：

法定代表人或授权代表签字：

法定代表人或授权代表签字：

联系方式：

联系方式：

签订日期： 年 月 日

## 第四章 采购需求

### 一、项目概况

江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目，要求以江苏地区广域受众为目标，通过信息流广告的投放，推广体彩产品、活动，传播体彩公信、公信、责任的品牌核心价值观。

### 二、技术要求

#### 1. 广告发布要求

- (1) 广告形式: 信息流(图片或视频)。
- (2) 投放渠道: 移动端。
- (3) 投放地区: 定向江苏。
- (4) 增值服务要求: 合作周期内, 供应商免费为采购人提供单平台粉丝量在 100 万-150 万、80 万-100 万、30 万-50 万的 KOL 达人各 10 个, 参与采购人需要的主题宣传或线下落地活动打卡, 并通过社交媒体进行传播。所有达人须通过官方平台下单。
- (5) 广告排期: 广告投放排期由采购人自由选择, 供应商协助采购人制订排期表, 并根据采购人最终确定的排期表进行投放。

#### 2. 媒体要求

- (1) 供应商须从社交互动类新媒体(包含但不限于微信、QQ、抖音、小红书等)中选择一家符合体育彩票客户群体特征的媒体信息流广告进行投放。
- (2) 供应商选择的社交互动类新媒体, 其 2025 年 1 月的月活用户不低于 1 亿。(数据来源须为 A. C. 尼尔森、艾瑞咨询等平台)。
- (3) 供应商选择的媒体资源, 须拥有独立、系统的广告售卖体系。

#### 3. 服务要求

##### (1) 人员要求

①供应商须为本项目提供一位项目经理, 负责本项目的商务协调。未经采购人书面许可, 项目经理在本项目实施期间不得更换。

②供应商必须针对本项目组建不少于 8 人的服务团队(不包含项目经理), 成员角色包含但不限于策划、设计、运营、媒介、优化师、视频制作等, 团队成员学历不低于本科。响应文件必须明确声明项目团队人员名单并附人员简历, 团队所有成员须有不少于五年的此类项目经验, 并在类似项目中担任相同角色。

未经采购人书面许可, 供应商服务团队人员在合同签署和项目实施期间不得更换, 采购人有权根据简历审核结果、实际工作情况评价提出更换供应商服务团队人员。

##### (2) 制作广告素材

供应商须根据采购人需求撰写文案、脚本, 设计、制作广告素材, 并在采购人指定时间内完成。

##### (3) 制作专题页面

供应商须在采购人规定的时间内，完成广告链接专题页面制作。主要需求包括但不限于：专题页面创意、活动平台搭建、专题页面头图和内容区设计、专题页面交互功能设计等。

（4）数据支持

供应商须根据采购人实际需要，为采购人提供除广告监测数据（详见“交付物需求”部分）以外的数据支持，包括但不限于以下方面：网媒行业多维度排名及分析、视频行业多维度排名及分析、互联网网民定期人群分析、媒体定期人群分析等。

（5）危机公关

供应商须协助采购人处理体育彩票在媒体上的负面信息。

（6）应急处置

供应商应针对广告错发、漏发、未足量发布等情况制定应急处置措施。

（7）交付物要求

供应商需根据采购人要求，提供第三方出具并盖章的广告投放情况监测报告。（媒体明确声明不支持第三方监测的广告位除外）

①阶段性广告投放效果报告

供应商须根据采购人规定的时间节点，出具阶段性广告投放效果分析报告，报告内容包括但不限于广告投放次数、投放地区分布、广告曝光量、广告点击量、达人互动量等的统计数据及交叉分析、下阶段广告投放的优化建议等。

②结项报告

在项目所有广告投放完成后，供应商须对本项目整体投放效果进行分析并提出优化建议，形成结项报告。

4. 提案要求

供应商需针对“购彩者权益保护教育”这一主题，在响应文件在提供项目策划提案（本提案仅供本次公开招标评审使用，不作为实际投放时的方案）。该提案的预算为 30 万元。

提案具体要求如下：

（1）提案形式为 PPT 现场演示，时长为 10 分钟内。

（2）提案应包含以下内容：

①体彩公益品牌推广现状及市场趋势分析

②“购彩者权益保护教育”推广思路及广告投放原理

③广告投放平台、周期、达人筛选及传播策略

④配套的广告素材设计、达人脚本大纲展示

⑤媒体曝光量、达人互动量、用户转化方式及预期量

⑥数据分析服务内容

- ⑦危机处理方案
- ⑧项目团队配备情况

#### 5. 报价要求

供应商的报价应包括但不限于人员经费、办公费、设备费、宣传费、制作费、知识产权费用、相关税费等其他顺利完成本项目所发生的一切费用。如供应商已实质性响应公开招标文件要求，而报价中未明确的费用采购人视为隐含的优惠条件。采购人无须另向成交供应商支付其他任何费用。

### 三、商务要求

#### 1. 服务时间

从合同生效之日起至预算金额使用完毕、广告全部投放完成。

#### 2. 采购预算

本项目预算为 150 万元。

#### 3. 支付方式

本项目采用 CPM 结算方式，根据采购人广告实际投放情况，在每个阶段广告投放完成、采购人验收合格后 10 个工作日内结算。

## 第五章 投标文件格式

\_\_\_\_\_ (项目名称)

# 投 标 文 件

投标人: \_\_\_\_\_ (盖单位章)

法定代表人或其委托代理人: \_\_\_\_\_ (签字)

\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_ 日

**注：请投标单位按照以下文件的要求格式、内容，顺序制作响应文件，并请编制目录及页码，否则可能将影响对响应文件的评价。**

**1. 投标人资格细则索引**

序号	要求	响应情况	页码
1			
2			
3			
.....			

**2. 评分细则索引**

序号	评审因素	响应情况	页码
1			
2			
3			
.....			

**3. 业绩证明索引**

序号	客户名称	合同日期	合同金额	页码
1				
2				
3				
.....				

## 一、投标函格式

致:

根据贵方招标采购的\_\_\_\_\_，正式授权下述签字人\_\_\_\_\_（姓名和职务）  
代表我方\_\_\_\_\_（投标人单位的名称），全权处理本次项目投标的有关事宜。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

(1) 按招标文件规定的各项要求，我方愿以开标一览表中的投标报价并按招标文件  
的规定要求提供所需货物和服务。

(2) 我们接受招标文件的所有的条款和规定。

(3) 我们完全理解贵方不一定将合同授予最低报价的投标人，并有权拒绝所有的投  
标。同时也理解你们不承担我们本次投标的费用。

(4) 我们已详细审核全部招标文件及其有效补充文件（如果有），我们知道必须放  
弃提出含糊不清或误解的问题的权利。

(5) 我们同意按照招标文件第一章“投标人须知”的规定，本投标文件的有效期为  
从投标截止日期起计算的九十天，在此期间，本投标文件将始终对我们具有约束力，并可  
随时被接受。如果我们中标，本投标文件在此期间之后将继续保持有效。

(6) 我们同意向贵方提供贵方可能要求的与投标有关的任何证据或资料。

(7) 一旦我方中标，我方将根据招标文件的规定，严格履行合同的责任和义务，并  
保证于“合同条款前附表”中规定的时间交货，并完成项目的安装、调试、交付买方验收、  
使用。否则我们的履约保证金将被贵方没收。

投标人名称： (公章)

地址： 邮编：

电话： 传真：

法定代表人或委托代理人(签字或签章)：

职务：

日期： 年 月 日

### 投标保证承诺书

致: \_\_\_\_\_(采购代理机构名称)

我(单位/本人,以下统称我单位)自愿参加\_\_\_\_\_ (项目名称和采购编号)的投标,并做出如下承诺:

一、除不可抗力外,我单位如果发生以下行为,将在行为发生的 10 个工作日内,向贵方(或招标人)支付本招标文件公布的预算金额(或最高限价)的 2%作为违约赔偿金(数量不确定的单价采购须约定具体金额)。

1. 自投标截止时间至本项目发布中标(成交)公告为止,撤销投标;
2. 中标后不依法与招标人签订合同;
3. 中标后不按本招标文件规定向招标人提交履约保证金;
4. 中标后不按本招标文件规定向贵方缴纳招标代理服务费。

二、我单位知晓上述行为的法律后果,承认本承诺书作为贵方(或招标人)要求我单位履行违约赔偿义务的依据作用。

投标人: (盖公章)

地址:

电话: 传真:

电子邮件: 邮编:

法定代表人或委托代理人(签字或签章):

日期:

**二、开标一览表**  
**(一式六份, 一份单独封装, 其余随投标文件正副本一并封装)**

招标编号:

投标报价(即“执行价”) (人民币元)	人民币____元每千次曝光(¥____元/CPM)
合同履行期限	
付款方式	
供应商是否属于小微型企业	(填写“是”或“否”)
供应商是否属于监狱和戒毒企业	(填写“是”或“否”)
供应商是否属于残疾人福利性单位	(填写“是”或“否”)

投标人: \_\_\_\_\_ (公章)

法定代表人或其委托代理人: (盖章或签字)

日期:       年       月       日

说明:

- 1、“供应商是否属于小微型企业”栏内填写“是”或“否”。如填写“是”。
- 2、“供应商是否属于残疾人福利性单位”栏内填写“是”或“否”。如填写“是”，供应商需提供《残疾人福利性单位声明函》，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受以上政策，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供本通知规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。
- 3、“供应商是否属于监狱和戒毒企业”栏内填写“是”或“否”。如填写“是”，供应商需提供相关证明材料。

### 三、分项报价表

价格单位: 人民币元

序号	广告形式	区域定向	购买方式	执行价	媒体名称	备注
1	信息流 (移动端)	江苏	CPM	人民币_____元 每千次曝光 (¥_____ 元 /CPM)	(填写一家可执行 媒体)	

备注:

- 1、“执行价”为必填项，指每投放1个CPM实际执行的价格。
- 2、“媒体名称”为必填项，填写一家可执行媒体。
- 3、响应文件中须提供媒体盖章的刊例，并明确加收政策（如有）。
- 4、合作周期内，供应商免费为采购人提供单平台粉丝量在100万-150万、80万-100万、30万-50万的KOL达人各10个，参与采购人需要的主题宣传或线下落地活动打卡，并通过社交媒体进行传播。所有达人须通过官方平台下单。

投标人: \_\_\_\_\_ (公章)

法定代表人或其委托代理人: (盖章或签字)

日期:       年       月       日

#### 四、技术/商务规格响应偏离表

## 技术条款偏离表

项目编号:

项目名称:

投标人：\_\_\_\_\_（公章）

法定代表人或其委托代理人： （盖章或签字）

日期： 年 月 日

### 商务条款偏离表

项目编号:

项目名称:

序号	招标文件的商务条款	投标文件的商务条款	响应情况（偏离/响应）	备注
1	付款方式			
2	投标有效期			
3	合同履行期限			

投标人: \_\_\_\_\_ (公章)

法定代表人或其委托代理人: (盖章或签字)

日期: 年 月 日

注: 1. 如投标人无任何偏离, 也需在偏离表中注明并在投标文件中递交此表。

2. 偏离包括正、负偏离, 正偏离指投标人的响应高于招标文件要求, 负偏离指投标人的响应低于招标文件要求。

## 五、投标人必须提交的资格证明文件

1、具有独立承担民事责任的能力；（提供有效期内法人或者其他组织的营业执照等证明文件）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度

（提供距投标截止时间前六个月内任意一月份的财务状况报告（至少包括资产负债表和利润表）（法人或者其他组织成立未满三个月的可以不提供），或投标截止时间前六个月内银行出具的资信证明，或其上一年度经审计的财务报告，或财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函）；

3、投标人具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

根据项目需求提供履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料或提供承诺书）；

4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录

提供参加本次政府采购活动前半年内<至少一个月>缴纳增值税，或营业税，或企业所得税的凭据；并提供参加本次政府采购活动前半年内<至少一个月>缴纳社会保险的凭据（专用收据，或社会保险缴纳清单））

5、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

### 无重大违法行为声明

：

我公司在参加编号为\_\_\_\_\_号\_\_\_\_\_项目的政府采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录。

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。

企业名称（盖章）：      日期：

6、本项目不接受联合体投标及未经招标人同意的任何意义上转包、分包。

**7、特定资格要求：供应商须具有本次响应媒体的广告代理资质，并提供代理资质证明材料；**

8、拒绝下述投标人参加本次招标活动：

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

（2）除单一来源项目外，凡为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人不得再参加本项目的采购活动。

（3）被“信用中国”和“中国政府采购网”网站列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单内。

### 六、企业一般情况表

投标人全称			企业类型			
营业执照	1、主营业务: 2、编号: 3、发照单位:					
企业成立日期		注册资本 (万元)		现有职工总人数 (人)		
法定代表人	1、姓名: 2、职称: 3、联系电话:					
联系人	1、姓名: 2、职称: 3、联系电话:					
企业地址		邮编		电话	传真	
企业简介						

说明: 附营业执照等复印件。

### 七、投标人类似业绩证明材料

序号	项目名称	合同签订时间	合同内容	项目负责人	备注
1					
2					
3					
4					
.....					

投标人: \_\_\_\_\_ (盖章)

法定代表人或授权代表: (盖章或签字)

日期: 年月日

单个项目基本情况表

项目名称	
业主名称	
业主地址	
业主联系电话	
服务价格	
开始日期	
结束日期	
承担的工作	
项目负责人	
经验描述 (与本招标项目相类似的特征及经验描述)	

注：每个类似合同须单独具表，并附相关证明材料，无相关证明的在评审时将不予考虑。

## 八、人员配备表

附相关证明材料。

投标人：\_\_\_\_\_（盖章）

法定代表人或授权代表：（盖章或签字）

日期：年月日

## 九、服务方案

根据评标办法细则进行响应，格式、内容由投标人自拟，需针对本项目特点详细阐述。

### 9-1 项目整体服务方案

(结合评分办法自拟)

### 9-2 媒体资源方案

(结合评分办法自拟)

### 9-3 广告素材制作

(结合评分办法自拟)

### 9-4 数据分析及报告

(结合评分办法自拟)

### 9-5 危机公关方案

(结合评分办法自拟)

### 9-6 应急处置方案

(结合评分办法自拟)

## 十、法定代表人资格证明

单位名称:

单位性质：

地址：

成立时间： 年 月 日

经营期限:

姓名: 性别: 年龄: 职务:  
系 (投标人单位名称) 的法定代表人。为参与\_\_\_\_\_项  
目, 签署上述项目的投标文件、进行招标、签署合同和处理与之有关的一切事务。

特此证明。

注:投标人法定代表人参加投标的,必须附法定代表人身份证复印件并加盖委托单位公章,参加投标时法定代表人将身份证原件带至现场备查。法定代表人授权其他人参加投标的,仅需填写“授权委托书”。

投标人： (盖章)

日期： 年 月 日

## 十一、授权委托书

致江苏省招标中心有限公司:

本授权书宣告:

委托人:

地 址: \_\_\_\_\_ 法定代表人:

受托人(授权代表): 姓名\_\_\_\_ 性别: \_\_ 出生日期: \_\_年\_\_月\_\_日

所在单位: \_\_\_\_\_ 职务:

身份证: \_\_\_\_\_ 联系方式:

兹委托受托人(授权代表) \_\_\_\_\_ 合法地代表我单位参加江苏省招标中心有限公司组织的(招标编号为: \_\_\_\_\_) \_\_\_\_\_ 项目的采购活动, 受托人(授权代表)有权在该报价活动中, 以我单位的名义签署报价书和报价文件, 与招标人协商、澄清、解释, 签订合同书并执行一切与此有关的事项。

受托人(授权代表)在办理上述事宜过程中以其自己的名义所签署的所有文件我均予以承认。受托人(授权代表)无转委托权。

委托期限: 至上述事宜处理完毕止。

附: 法定代表人和受托人身份证复印件

委托单位: (公章)

法定代表人: (签名或签章)

受托人(授权代表): (签名或签章)

年 月 日

## 十二、投标人认为需提供的其他材料

格式内容自拟。

### 十三、政府采购政策

#### (一) 政府采购促进中小企业发展政策

##### 1、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(单位名称)的(项目名称)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. 江苏体彩社交互动类新媒体广告投放项目, 属于其他未列明行业；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, 属于(中型企业、小型企业、微型企业)；

2. (标的名称), 属于\_\_\_\_\_；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, 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：

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。

(二) 残疾人福利性单位声明函格式

**残疾人福利性单位声明函**

本单位郑重声明, 根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库【2017】141号)的规定, 本单位为符合条件的残疾人福利性单位, 且本单位参加\_\_\_\_\_单位的\_\_\_\_\_项目采购活动提供本单位制造的货物(由本单位承担工程/提供服务), 或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物(不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物)。

本单位对上述声明的真实性负责, 如有虚假, 将依法承担相应责任。

企业名称(盖章):

日期:

### （三）监狱企业证明材料

由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件