

招标编号：N5100012023003960

四川广播电视台

2024 年宣传推广服务采购项目

招 标 文 件

四川广播电视台

四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司共同编制

2023 年 12 月

目 录

第一章	投标邀请	2
第二章	投标人须知	5
第三章	投标文件格式范本	22
第四章	投标人的资格、资质性及其他类似效力要求	51
第五章	应当提供的投标人的资格、资质性及其他类似效力要求的证明材料	53
第六章	招标项目技术和商务要求	56
第七章	评标办法	69
第八章	合同拟定条款	78
第九章	附件	87

第一章 投标邀请

四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司受四川广播电视台的委托，对 2024 年宣传推广服务采购项目进行国内公开招标，兹邀请符合本次招标要求的供应商参加投标。

一、项目基本情况

1. 招标编号：N5100012023003960
2. 项目名称：四川广播电视台 2024 年宣传推广服务采购项目
3. 资金来源：财政预算安排（预算品目：C23150000 广告宣传服务）
4. 预算金额：450 万元
5. 最高限价：报价折扣比例：100%，单价最高限价详见第六章三、服务要求及内容
6. 采购需求（共 1 包）：

序号	采购标的	数量	所属行业
1	2024 年宣传推广服务采购	1 项	租赁和商务服务业

（详见招标文件）。

7. 合同履行期限：自签订合同之日起至 2024 年 12 月，具体按照合同约定为准。
8. 本项目不允许联合体投标。
9. 本项目不允许分包履行合同。

二、供应商参加本次政府采购活动应具备下列条件

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定：

- (1) 具有独立承担民事责任的能力；
- (2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- (3) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- (4) 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- (5) 参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；
- (6) 法律、行政法规规定的其他条件。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目专门面向中小企业（残疾人福利性单位、监狱企业视同小微企业）采购。

3. 本项目的特定资格要求：无。

三、禁止参加本次采购活动的供应商

1. 参加本次政府采购活动前三年内，供应商单位及其现任法定代表人、主要负责人不得具有行贿犯罪记录。

2. 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且禁止进入政府市场的处罚还在有效期内的供应商不得参与本次政府采购活动。

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。与参加本项目的其他供应商属于同一集团、协会、商会等组织，不存在按组织要求协同参加采购活动的情形。

4. 为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

四、资格性审查

本项目投标供应商的资格条件在开标后进行审查。供应商应在投标文件中按招标文件的规定和要求附上所有的资格证明文件，要求提供的复印件或扫描件必须加盖单位印章。

五、报名获取招标文件

时间：自 2023 年 12 月 27 日至 2024 年 1 月 4 日每天上午 00:00:00 至 12:00:00，下午 12:00:00 至 23:59:59（北京时间）。

地点：四川省政府采购一体化平台（www.ccgp-sichuan.gov.cn）

方式：在线获取。

途径：项目电子化交易系统-投标（响应）管理-未获取采购文件中选择本项目获取招标文件。

招标文件售价：0 元（投标资格不能转让）

六、投标截止时间和开标时间：2024 年 1 月 17 日 10:00（北京时间）。

投标文件必须在投标截止时间前送达开标地点。逾期送达或密封不符合招标文件规定的投标文件恕不接受。本项目接受快递、邮寄等非现场方式提交的投标文件（须在快递、邮寄包装袋或标签上注明所投项目信息，快递、邮寄费用由供应商自行承担，否则代理机构有权拒绝），但供应商应预留充足的快递和邮寄时间，确保投标文件在截止时间前送达递交地点。

七、递交投标文件和开标地点：四川省成都市武侯区太平园中四路大合仓星商界 4 栋 3 单元 310 号四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司开标厅。

八、本投标邀请在四川政府采购网（www.ccgp-sichuan.gov.cn）以公告形式发布，公告期限：自公告发布之日起 5 个工作日。

九、联系方式

1. 采购人信息

名 称：四川广播电视台
地 址：成都市高新区世纪城路 66 号
联系方式：杨老师，028-85982912

2. 采购代理机构信息

名 称：四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司
地 址：四川省成都市武侯区太平园中四路大合仓星商界 4 栋 3 单元 310 号
联系方式：028-85558473

3. 项目联系方式

项目联系人：唐颖
电 话：028-63920875

4. 采购一体化平台技术支持

在线客服：通过四川政府采购网-在线客服进行咨询

400 服务电话：4001600900

CA 及签章服务：通过四川政府采购网-办事指南进行查询

第二章 投标人须知

一、投标人须知前附表

序号	条款名称	说明和要求
1	采购预算 (实质性要求)	采购预算：450 万元。 超过采购预算的投标为无效投标。
	最高限价 (实质性要求)	最高限价：报价折扣比例：100%，单价最高限价详见第六章三、服务要求及内容。 超过最高限价的报价为无效投标。
2	报价不正当 竞争预防措施 (实质性要求)	<p>评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料。供应商书面说明按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就供应商提供的服务的主营业务成本（应根据供应商企业类型予以区别）、税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用等成本构成事项详细陈述。</p> <p>供应商书面说明应当签字确认或者加盖公章，否则无效。书面说明的签字确认，供应商为法人的，由其法定代表人或者代理人签字确认；供应商为其他组织的，由其主要负责人或者代理人签字确认；供应商为自然人的，由其本人或者代理人签字确认。</p> <p>供应商提供书面说明后，评标委员会应当结合采购项目采购需求、专业实际情况、供应商财务状况报告、与其他供应商比较情况等就供应商书面说明进行审查评价。供应商拒绝或者变相拒绝提供有效书面说明或者书面说明不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件作为无效处理。</p>
3	是否专门面向中小企业、小微企业	本项目专门面向中小企业。

序号	条款名称	说明和要求
4	合同分包	本项目不允许采用分包方式履行合同。
5	参数说明	本项目中的实质性技术参数为本项目的最低配置要求，不允许负偏离；本项目中的非实质性技术参数允许负偏离，但不得低于国家标准中的强制性要求。对未有注明的参数要求，均以标准配置为准。如在各技术参数中指出某些技术参数仅为某一品牌所特有的，仅起说明作用，并没有任何限制性。投标人在投标中可以选用替代标准，但这些替代要实质性相当于技术规格的要求，并提供相关证明材料；在招标文件中有未提及到的技术细节或招标文件中任何条款的叙述中没有明确的规定，都视为是指国家（或部颁行业）的标准和规范。
6	定标	A. 采购人委托评标委员会直接确定中标供应商 <input type="checkbox"/> B. 由评标委员会推荐中标候选供应商, 由采购人按顺序确定中标供应商 <input checked="" type="checkbox"/>
7	拟推荐中标候选供应商数量	3家
8	评标情况公告	评标结果将在四川政府采购网上予以公告。
9	采购文件咨询	联系人：唐颖。 联系电话：028-63920875
10	开标、评标工作咨询	联系人：苟小芳。 联系电话：028-63920873
11	联合体投标	不允许联合体投标。
12	投标有效期	提交投标文件的截止之日起 90 天。
13	考察现场、答疑会	采购单位认为有必要，另行书面通知。
14	构成招标文件的其他文件	招标文件的澄清、修改书及有关补充通知为招标文件的有效组成部分。
15	投标保证金	根据四川省财政厅关于印发《四川省政府采购营商环境指标提升专项行动工作方案》的通知（川财采〔2020〕74号）取消收取投标（响应）保证金的规定，本项目不收取投标保证金。

序号	条款名称	说明和要求
		金。
16	投标文件份数 (实质性要求)	1. 资格性投标文件正本 1 份, 副本 2 份; 2. 技术和商务投标文件正本 1 份, 副本 2 份; 3. 用于开标唱标的“开标一览表” 1 份。
	投标文件电子文档	为了便于采购项目资料的存档管理, 供应商需提供单独密封的电子文档(光盘或 U 盘) 一份: 1. 电子文档包含资格性投标文件、技术和商务投标文件、开标一览表电子版各一份(word 或 pdf 格式); 2. 电子文档内容如与纸质版投标文件不一致(包括签字和盖章), 以纸质版投标文件为准且不利后果由供应商自行承担。
17	招标文件内容冲突的解决及优先适用顺序	1. 招标文件内容前后有矛盾或不一致时: 相关法律法规、规范性文件 and 强制性标准有专门规定的, 以符合相关法律法规、规范性文件 and 强制性标准的为准; 有时间先后顺序的, 以时间在后的修改、澄清或补正文件为准; 没有时间先后顺序的, 以投标人须知前附表为准, 如前附表中无相关内容, 在保证国家、集体和采购人利益不受损害的情况下按有利于供应商的原则进行处理。 2. 招标文件内容与相关法律法规、规范性文件 and 强制性标准不一致的, 以相关法律法规、规范性文件 and 强制性标准的规定为准。
18	履约保证金 (实质性要求)	本项目不收取履约保证金。
19	询问和质疑	对招标文件中采购需求、供应商特定资格条件、评审标准、合同条款的询问和质疑: 法定期限内依法向采购人一次性提出; 对招标文件其他部分以及招标过程和中标结果的询问和质疑: 法定期限内依法向代理机构一次性提出。 注: 1. 根据《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规,

序号	条款名称	说明和要求
		供应商质疑不得超出采购文件、采购过程、采购结果的范围，质疑函内容应当包括：（1）具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；（2）事实依据；（3）必要的法律依据；（4）其他法定内容。2. 质疑函范本见附件 1。
20	供应商投诉	投诉受理单位：本采购项目同级财政部门 单位名称：四川省财政厅政府采购投诉处理中心。 联系电话：028-86723581、028-86723539、028-86723553。 地址：四川省成都市锦江区学道街 26 号。 邮编：610000。 注： 1. 根据《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第 94 号）的规定，供应商投诉事项不得超出已质疑事项的范围。 2. 投诉书范本见附件 2。 3. 根据《政府采购质疑和投诉办法》第三十七条之规定： （1）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； （2）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。
21	代理服务费 （实质性要求）	按预算金额作为计算基数收取，中标价 100 万元以下部分收费费率 1.5%，100-500 万元部分收费费率 0.8%，按差额定率累进法计算后的 60%收取，由 <u>中标供应商</u> 一次性支付。 收取方式： 现金或银行转账 收款单位： 四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司 开户行： 中国建设银行股份有限公司成都慧谷支行 银行账号： 51001860041052507208

序号	条款名称	说明和要求
22	信用融资	有融资需求的供应商，可根据《四川省财政厅关于推进四川省政府采购供应商信用融资工作的通知》（川财采[2018]123号）等有关规定进行信用融资，相关文件请在四川政府采购网查询。
23	政府采购合同签订、公告、备案	中标公告发布之日起三十天内，签订政府采购合同；政府采购合同签订之日起2个工作日内，政府采购合同将在四川政府采购网公告；政府采购合同签订之日起七个工作日内，政府采购合同在四川政府采购网备案。
24	包装要求	涉及商品包装和快递包装的项目，供应商提供产品及相关快递服务的具体包装应符合财政部办公厅 生态环境部办公厅 国家邮政局办公室关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号）的规定。

二、总 则

1. 适用范围

本招标文件仅适用于本次招标采购项目。

2. 有关定义

2.1 “采购人”系指依法进行政府采购的国家机关、企事业单位、其他组织。

2.2 “采购代理机构”系指根据采购人的委托依法组织招标活动的采购机构。

2.3 “招标采购单位”系指“采购人”和“采购代理机构”的统称。

2.4 “投标人”系指报名并获取了招标文件拟参加投标和向采购人提供服务的供应商。

3. 合格的投标人（实质性要求）

合格的投标人应具备以下条件：

- （1）本招标文件规定的供应商资格条件；
- （2）遵守国家有关的法律、法规、规章和其他政策制度；
- （3）按要求获取了招标文件。

4. 投标费用（实质性要求）

投标人参加投标的有关费用由投标人自行承担。

5. 充分、公平竞争保障措施（实质性要求）

5.1 本服务项目采购清单中涉及货物采购且招标文件注明了核心产品的，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，采取随机抽取方式确定。其他同品牌投标人不作为中标候选人。

本服务项目采购清单中涉及货物采购但根据技术构成、产品价格比重等具体情况招标文件未注明核心产品的，通过资格审查、符合性审查提供相同品牌产品的不同供应商均获得中标人推荐资格。

5.2 采购代理机构及其分支机构不得在所代理的采购项目中投标或者代理投标。

5.3 **回避。**政府采购活动中，采购人员及相关人员与供应商有下列利害关系之一的，应当回避：

- (1) 参加采购活动前 3 年内与供应商存在劳动关系；
- (2) 参加采购活动前 3 年内担任供应商的董事、监事；
- (3) 参加采购活动前 3 年内是供应商的控股股东或者实际控制人；
- (4) 与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
- (5) 与供应商有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

本项目政府采购活动中需要依法回避的采购人员是指采购人内部负责采购项目的具体经办工作人员和直接分管采购项目的负责人，以及采购代理机构负责采购项目的具体经办工作人员和直接分管采购活动的负责人。本项目政府采购活动中需要依法回避的相关人员是指评标委员会成员。

供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。采购代理机构将及时询问被申请回避人员，有利害关系的被申请回避人员应当回避。

5.4 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

- 5.4.1 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- 5.4.2 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- 5.4.3 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；

5.4.4 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；

5.4.5 不同投标人的投标文件相互混装。

三、招标文件

6. 招标文件的构成

6.1 招标文件是供应商准备投标文件和参加投标的依据，同时也是评标的重要依据。招标文件用以阐明招标项目所需的资质、技术、商务及报价等要求、招标投标程序、有关规定和注意事项以及合同主要条款等。本招标文件包括以下内容：

6.1.1 投标邀请；

6.1.2 投标人须知（包括投标文件的密封、签署、盖章要求等）；

6.1.3 投标人应当提交的资格、资信证明文件；

6.1.4 为落实政府采购政策，采购标的需满足的要求，以及投标人须提供的证明材料；

6.1.5 投标文件编制要求、投标报价要求；

6.1.6 采购项目预算金额、最高限价；

6.1.7 采购项目的技术规格、数量、服务标准、验收等要求，包括附件、图纸（如项目涉及）等；

6.1.8 拟签订的合同文本；

6.1.9 服务提供的时间、地点、方式；

6.1.10 采购资金的支付方式、时间、条件；

6.1.11 评标方法、评标标准和投标无效情形；

6.1.12 投标有效期；

6.1.13 投标截止时间、开标时间及地点；

6.1.14 采购代理机构代理费用的收取标准和方式；

6.1.15 投标人信用信息查询渠道及截止时点、信用信息查询记录和证据留存的具体方式、信用信息的使用规则等；

6.1.16 其他事项。

6.2 投标人应认真阅读和充分理解招标文件中所有的事项、格式条款和规范要求。投标人没有对招标文件全面做出实质性响应是投标人的风险。没有按照招标文件要求作出实质性响应的投标文件将被视为无效投标。

7. 招标文件的澄清和修改

7.1 在投标截止时间前，招标采购单位无论出于何种原因，可以对招标文件进行澄清或者修改。

7.2 招标采购单位对已发出的招标文件进行澄清或者修改，澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在招标文件要求的提交投标文件截止时间十五日前进行，同时在四川政府采购网上发布更正公告。该澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

7.3 投标人认为需要对招标文件进行澄清或者修改的，可以以书面形式向招标采购单位提出申请，但招标采购单位可以决定是否采纳投标人的申请事项。

7.4 在投标截止时间前，招标采购单位可以视采购具体情况，延长投标截止时间和开标时间，并在四川政府采购网上发布变更公告。

8. 答疑会

8.1 根据采购项目和具体情况，招标采购单位认为有必要，可以组织召开标前答疑会。

8.2 所发生的一切费用由供应商自己承担。

四、投标文件

9. 投标文件的语言（实质性要求）

9.1 投标人提交的投标文件以及投标人与招标采购单位就有关投标的所有来往书面文件均须使用中文。投标文件中如附有外文资料，除了一些行业标准、国家标准、国际标准、证书、专门术语、人名、地名、公司名称、外籍人士的签名和护照等需要以非中文表述且不宜翻译为中文的以外，应逐一对应翻译成中文并加盖投标人公章后附在相关外文资料后面。否则，如影响评标委员会评判，投标文件该部分外文资料无效

9.2 翻译的中文资料与外文资料如果出现差异和矛盾时，以中文为准。

10. 计量单位（实质性要求）

除非另有规定，本采购项下的投标均采用国家法定的计量单位。

11. 投标货币（实质性要求）

本次招标项目的投标均以人民币报价。

12. 联合体投标（实质性要求）

本项目不允许联合投标。

13. 知识产权（实质性要求）

13.1 投标人应保证在本项目使用的任何服务（包括部分使用）时，不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由投标人承担所有相关责任。

13.2 除非招标文件特别约定，采购人享有本项目实施过程中产生的知识成果及知识产权。

13.3 投标人如欲在项目实施过程中采用自有知识成果，在使用该知识成果后，投标人需提供开发接口和开发手册等技术文档，并提供无限期技术支持，采购人享有永久使用权。

13.4 如采用投标人所不拥有的知识产权，则在投标报价中必须包括合法获取该知识产权的相关费用。

14. 投标文件的组成

投标人按照招标文件的规定和要求编制投标文件。投标人编写的投标文件应包括：资格性投标文件、技术和商务投标文件、用于开标唱标的“开标一览表”以及电子文档。

投标文件中根据招标文件要求提供的有关资格、资质性及其他证明材料，均应在有效期内。如有效期已经届满，但根据国家或行业主管部门规定可以延期使用的，应在投标文件中另附可以延期使用的证明材料。

资格性投标文件系投标人提供的资格证明材料，用于资格审查；技术和商务投标文件系投标人提供的技术和商务资料，用于符合性审查和综合比较评分。

14.1 资格性投标文件：完整提供符合招标文件要求投标人资格条件的有效证明材料（详见第五章）。（**实质性要求**）

14.2 技术和商务投标文件：

14.2.1 项目服务内容；

14.2.2 技术方案、项目实施方案；

14.2.3 保证项目正常使用和运行需要的条件（如涉及）；

14.2.4 售后服务方案

（1）投标人设立的售后服务机构网点清单、服务电话和售后服务人员名单；

（2）服务承诺和保障措施；

（3）培训措施：说明培训内容及培训的时间、地点、目标、培训人数、收费标准和办法；

(4) 其他有利于用户的服务承诺。

14.2.5 技术和商务要求应答表（格式见第三章）

14.2.6 报价部分

本次招标报价要求：

(1) 投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现，包括投标人完成本项目所需的一切费用以及招标文件规定的其他费用。（**实质性要求**）

(2) 投标人只允许有一个报价，任何有选择或可调整的报价将不予接受。（**实质性要求**）

(3) 以人民币报价，招标文件有格式要求的，按照格式要求进行报价。

14.2.7 其他响应材料

(1) 投标函原件（格式见第三章）；（**实质性要求**）

(2) 其他实质性要求应答表；（格式见第三章）

(3) 投标人类似项目业绩一览表；（格式见第三章）

(4) 投标人基本情况表；（格式见第三章）

(5) 投标人本项目管理、技术、服务人员情况表；（格式见第三章）

(6) 其他招标文件要求或投标人认为需要提供的应答。

14.3 用于开标唱标的“开标一览表”：

用于开标唱标的“开标一览表”，按照招标文件格式制作。如用于开标唱标的“开标一览表”与技术和商务投标文件中的“开标一览表”（如有）不一致，以用于开标唱标的“开标一览表”为准。

14.4 投标文件电子文档：

14.4.1 电子文档应以光盘或U盘形式制作；

14.4.2 电子文档包含资格性投标文件、技术和商务投标文件、开标一览表电子版各一份（word 或 pdf 格式）；

14.4.3 电子文档内容如与纸质版投标文件不一致（包括签字和盖章），以纸质版投标文件为准。

注：投标人不能以“赠送、赠予”等任何名义提供货物和服务为由规避招标文件的约束，投标人不得向采购人给予赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。否则，投标人提供的投标文件将作为无效投标处理，即使中标也将取消中标资格。（**实质性要求**）

15. 投标文件格式

招标文件提供了格式文件的，投标人按照格式文件要求填写相关内容。对于没有格式要求的投标文件由投标人自行编写。

16. 投标保证金（实质性要求）

根据四川省财政厅关于印发《四川省政府采购营商环境指标提升专项行动工作方案》的通知（川财采〔2020〕74号）取消收取投标（响应）保证金的规定，本项目不收取投标保证金。

17. 投标有效期（实质性要求）

17.1 投标有效期见投标人须知前附表。投标文件中载明的投标有效期可以长于招标文件规定的期限，但不得短于招标文件规定的期限。否则，其投标文件将作为无效投标处理。

17.2 因不可抗力事件，采购人可于投标有效期届满之前与投标人协商延长投标有效期。投标人拒绝延长投标有效期的，不得再参与该项目后续采购活动，但由此给投标人造成的损失，采购人可以自主决定是否给予适当补偿。投标人同意延长投标有效期的，不能修改投标文件。

17.3 因采购人采购需求作出必要调整，采购人可于投标有效期届满之前与投标人协商延长投标有效期。投标人拒绝延长投标有效期的，不得再参与该项目后续采购活动，但由此给投标人造成的损失，采购人应当予以赔偿或者合理补偿。投标人同意延长投标有效期的，不能修改投标文件。

18. 投标文件的印制和签署

18.1 投标人应按招标文件要求准备：资格性投标文件、技术和商务投标文件、用于开标唱标的“开标一览表”以及电子文档。资格性投标文件以及技术和商务投标文件的正本、副本数量应不低于“投标须知前附表”中要求的数量。资格性投标文件单独装订成册；技术和商务投标文件单独装订成册。

18.2 投标文件应打印或用不褪色、不变质的墨水书写，并由投标人的法定代表人或其授权代表在规定签章处逐一签名或盖个人印章并加盖投标人公章。（**实质性要求，第七章 4.2.2 规定的例外情形除外**）

18.3 投标文件的打印和书写应清楚，任何行间插字、涂改或增删，必须由投标人的法定代表人或其授权代表签名或盖个人印章并加盖投标人公章。（**实质性要求**）

18.4 除单独密封递交用于开标唱标的“开标一览表”以及电子文档外，投标文件

需采取胶装方式装订成册。

18.5 投标文件统一用 A4 幅面纸（招标文件要求提供的特殊图纸除外）印制，逐页编码。

19. 投标文件的密封和标注

19.1 资格性投标文件的正本和所有副本单独密封；技术和商务投标文件的正本和所有副本单独密封；用于开标唱标的“开标一览表”单独密封。（实质性要求）

19.2 电子文档单独密封。

19.3 投标人应在投标文件的封面上注明投标人名称、招标编号、项目名称及包号（如有多个包）；并在资格性投标文件封面注明“资格性投标文件”字样，在技术和商务投标文件封面注明“技术和商务投标文件”字样。

投标文件的正本和副本还应在其封面清楚地注明“正本”或“副本”字样，投标文件副本可采用正本的复印件，若正本和副本有不一致的内容，以正本为准。（实质性要求）。

19.4 在投标文件的密封袋上注明投标人名称、招标编号、项目名称及包号（如有多个包），在资格性投标文件密封袋上注明“资格性投标文件”字样，在技术和商务投标文件密封袋上注明“技术和商务投标文件”字样，在“开标一览表”密封袋上注明“开标一览表”字样，在“电子文档”密封袋上注明“电子文档”字样。

19.5 所有外层密封袋的封口处应粘贴牢固。（实质性要求）

19.6 供应商可以对不符合密封和标注要求的投标文件进行修改完善后再次递交，但递交时间不得迟于招标文件规定的递交截止时间。（实质性要求）

19.7 密封袋封口处可加盖投标人公章或其他专用印章。

20. 投标文件的递交

20.1 投标人应在招标文件规定的投标截止时间前，将投标文件按招标文件的规定密封后送达开标地点。投标截止时间以后送达的投标文件将不予接收。（实质性要求）

20.2 递交投标文件时，报名供应商名称和招标文件的文号、包号应当与投标供应商名称和投标文件的文号、包号一致。但是，投标文件实质性内容中与报名供应商名称和招标文件的文号、包号一致，只是封面文字错误的，可以在评标过程中当面予以澄清，以有效的澄清材料作为认定投标文件是否有效的依据。

20.3 “资格性投标文件”、“技术和商务投标文件”、用于开标唱标的“开标一览表”应单独封装递交，否则投标文件将被拒绝。（实质性要求）

20.4 “电子文档”应单独封装递交。

21. 投标文件的修改和撤回（实质性要求）

21.1 投标人在递交了投标文件后，可以修改或撤回其投标文件，但必须在规定的投标截止时间前，以书面形式通知采购代理机构。

21.2 投标人的修改书或撤回通知书，应由其法定代表人或授权代表签署并盖单位印章。修改书应按招标文件规定进行密封和标注，并在密封袋上标注“修改”字样。

21.3 在投标截止时间之后，投标人不得对其递交的投标文件做任何修改或撤回投标；属于恶意撤销的，采购人、采购代理机构将报监督部门处理。

五、开标和中标

22. 开标

22.1 开标在招标文件规定的时间和地点公开进行，投标人派代表参加。

22.2 开标时，由投标人或者其推选的代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由招标工作人员将投标人单独递交的“开标一览表”当众拆封。投标人或者其推选的代表确认投标文件情况，仅限于确认其自己递交的投标文件的密封情况，不代表对其他投标人的投标文件的密封情况确认。

22.3 所有投标唱标完毕，如投标人代表对宣读的“开标一览表”上的内容有异议的，应在获得开标会主持人同意后当场提出。如确实属于唱标人员宣读错了的，经现场核实后，当场予以更正。

22.4 开标时属于下列情况之一的，将作为无效投标处理（实质性要求）：

(1) 单独提交的“开标一览表”未按格式要求签字、盖章，或提供复印件的（招标文件另有规定的除外）；

(2) 没有提供“开标一览表”的；

(3) 提供多份“开标一览表”但价格等实质性内容不一致的。

22.5 投标人未派代表参加开标的，视同认可开标结果。

23. 开标程序

开标会主持人按照招标文件规定的开标时间宣布开标，按照规定要求主持开标会。开标将按以下程序进行：

23.1 宣布开标会开始，宣布参加投标的供应商名单。

23.2 根据投标人或者其推选的代表对投标文件密封的检查结果，当场宣布投标文件

的密封情况。

23.3 唱标。主持人宣布开标后，由现场工作人员按任意顺序对投标人的“开标一览表”当众进行拆封，宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容。同时，做好开标记录。唱标人员在唱标过程中，如遇有字迹不清楚或有明显错误的，应即刻报告主持人，经现场核实后，主持人立即请投标人代表现场进行澄清或确认。唱标完毕后投标人或者其推选的代表需现场对开标记录进行签字确认，投标人或者其推选的代表对唱标内容有异议的，可以当场提出，并要求会议记录人在开标记录中予以记录，或者另行提供书面异议资料，不签字又不提出异议的，视同认可唱标内容和结果，且不得干扰、阻挠开（唱）标、评标工作。

23.4 主持人宣布开标会结束。所有投标人代表应立即退场（招标文件要求有演示、介绍等的除外）。同时所有投标人应保持通讯设备的畅通，以方便在评标过程中评标委员会要求投标人对投标文件的必要澄清、说明和纠正。评标结果投标人在四川政府采购网上查询。

23.5 投标人不足三家的，不进行开标。

24. 开评标过程存档

开标和评标过程进行全过程电子监控，并将电子监控资料存储介质留存归档。

25. 中标通知书

25.1 中标通知书为签订政府采购合同的依据，是合同的有效组成部分。

25.2 中标通知书对采购人和中标人均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果，或者中标人无正当理由放弃中标的，应当承担相应的法律责任。

25.3 中标人的投标文件本应作为无效投标处理或者有政府采购法律法规规章制度规定的中标无效情形的，采购代理机构将宣布发出的中标通知书无效，并收回发出的中标通知书（中标人应当缴回），依法重新确定中标人或者重新开展采购活动。

25.4 中标通知书在中标公告发布之日同时发出。

六、签订及履行合同和验收

26. 签订合同

26.1 中标人应在《中标通知书》发出之日起三十日内与采购人签订采购合同，并将采购合同递交一份至四川中汇恒工程项目管理咨询有限公司。由于中标人的原因逾期未与采购人签订采购合同的，将视为放弃中标，取消其中标资格并将按相关规定进行处

理。

26.2 采购人不得向中标人提出任何不合理的要求，作为签订合同的条件，不得与中标人私下订立背离合同实质性内容的任何协议，所签订的合同不得对招标文件和中标人投标文件作实质性修改。

26.3 中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购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供应商，也可以重新开展政府采购活动。

27. 合同分包（实质性要求）

本项目不允许采用分包方式履行合同。

28. 合同转包（实质性要求）

本采购项目严禁中标人将任何政府采购合同义务转包。本项目所称转包，是指中标人将政府采购合同义务转让给第三人，并退出现有政府采购合同当事人双方的权利义务关系，受让人（即第三人）成为政府采购合同的另一方当事人的行为。

中标人转包的，视同拒绝履行政府采购合同义务，将依法追究法律责任。

29. 补充合同

采购合同履行过程中，采购人需要追加与合同标的相同服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与中标供应商协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十，该补充合同应当在原政府采购合同履行过程中，不得在原政府采购合同履行结束后，且采购货物、工程和服务的名称、价格、履约方式、验收标准等必须与原政府采购合同一致。

30. 履约保证金（实质性要求）

本项目不收取履约保证金。

31. 合同公告

采购人应当自政府采购合同签订（双方当事人均已签字盖章）之日起2个工作日内，将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告（四川政府采购网），但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

32. 合同备案

采购人应当将政府采购合同副本自签订（双方当事人均已签字盖章）之日起七个工作日内通过四川政府采购网报同级财政部门备案。

33. 履行合同

33.1 中标人与采购人签订合同后，合同双方应严格执行合同条款，履行合同规定

的义务，保证合同的顺利完成。

33.2 在合同履行过程中，如发生合同纠纷，合同双方按照《中华人民共和国民法典》的有关规定进行处理。

34. 验收

34.1 本项目采购人及其委托的采购代理机构将严格按照政府采购相关法律法规以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205号）的要求进行验收。

34.2 验收结果不合格的，将不予支付采购资金，还可能会报告本项目同级财政部门按照政府采购法律法规等有关规定给予行政处罚。

七、支付款项

35. 申请支付

项目验收合格后，按照财政性资金支付和政府采购合同规定，通过直接支付或授权支付方式将资金支付给中标人。

八、投标纪律要求

36. 投标人不得具有的情形

投标人参加本项目投标不得有下列情形：

- 36.1 提供虚假材料谋取中标；
- 36.2 采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人；
- 36.3 与招标采购单位、其他投标人恶意串通；
- 36.4 向招标采购单位、评标委员会成员行贿或者提供其他不正当利益；
- 36.5 在招标过程中与招标采购单位进行协商谈判；
- 36.6 中标或者成交后无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同；
- 36.7 未按照采购文件确定的事项签订政府采购合同；
- 36.8 将政府采购合同转包或者违规分包；
- 36.9 提供假冒伪劣产品；
- 36.10 擅自变更、中止或者终止政府采购合同；
- 36.11 拒绝有关部门的监督检查或者向监督检查部门提供虚假情况；

36.12 法律法规规定的其他情形。

投标人有上述情形的，按照规定追究法律责任，具备 36.1-36.10 条情形之一的，同时将取消中标资格或者认定中标无效。

九、询问、质疑和投诉

37. 询问、质疑、投诉的接收和处理严格按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》、《财政部关于加强政府采购供应商投诉受理审查工作的通知》、《四川省政府采购供应商投诉处理工作规程》和《政府采购质疑和投诉办法》的规定办理（详细规定请在四川政府采购网政策法规模块查询）。

十、招标代理服务费

38. 招标代理服务费按照招标文件规定标准收取，由中标供应商一次性支付；中标供应商应在中标公告发布之日起 3 个工作日内按招标文件规定的代理服务费收取标准，以现金、支票、银行汇票、电汇中的任意一种方式，向本招标文件指定的银行账号一次性支付全部的代理服务费；如逾期缴纳代理服务费，从欠缴之日起，除应缴代理服务费外，按日加收千分之三的滞纳金。如中标人自愿放弃中标或因中标人自身原因被依法取消中标资格，不予退还代理服务费。（实质性要求）

十一、其他

39. 本招标文件中所引相关法律制度规定，在政府采购中有变化的，按照变化后的相关法律制度规定执行。本招标文件规定的内容条款，因相关法律制度规定的变化导致不符合相关法律制度规定的，按照变化后的相关法律制度规定执行。

第三章 投标文件格式范本

一、本章所制投标文件格式（不包括签字盖章），除格式中明确将该格式作为实质性要求的，一律不具有强制性。投标文件对招标文件要求的格式文件进行的适当调整、补充或修改但不影响评标委员会评判的，其投标文件不作无效处理；因格式文件本身出现了瑕疵而对格式文件进行的修正，其投标文件不做无效处理。

二、本章所制投标文件格式有关表格中的备注、说明等，由投标人根据自身投标情况作解释性说明，不作为必填项。

三、本章所制投标文件格式中需要填写的相关内容事项，可能会与本采购项目无关，在不改变投标文件原义、不影响本项目采购需求的情况下，投标人可以不予填写。

四、本章中无相关格式范本的，由投标人自行拟定。

一、开标一览表（用于开标唱标及评审）

项目名称							
招标编号							
序号	服务类别	项目位置	项目类别	服务要求(含人员要求)	单价最高限价	单位	相关要求
1	启动页	《四川观察》APP版面开机页	静态图片	全屏图	1.875	万元/天	设计基准尺寸9:19.5, 安全线9:16
			动图	全屏图	3.125	万元/天	设计基准尺寸9:19.5, 安全线9:16
			弹窗广告	80%浮层广告(内开)	1.25	万元/天	强制弹送, 手动关闭
		《四川观察》APP版面悬浮窗	H5	首页圆形浮窗	1.25	万元/天	可跳转, 封面图片比例 1: 1
2	内容板块	《四川观察》APP版面顶部焦点图	静态图片	轮播图/焦点图广告, 图片比例: 21:9	1.25	万元/天	可上单条文章或专题
		《四川观察》APP版	固定位置有广告	第二屏大图展示, 图片比例: 16:9	1.5625	万元/天	可跳转

		面首页 精选		第三屏大图 展示, 图片比 例: 16:9	0.9375	万元/ 天	
				第二屏小图 展示, 图片比 例: 990*278	0.9375	万元/ 天	
				第三屏小图 展示, 图片比 例: 990*278	0.7875	万元/ 天	
		《四川 观察》 APP 版 面 信息流 文章 首页/ 其他栏 目	软文服 务	根据提供的 文章内容以 小图呈现, 在 精选或其他 栏目展示	0.625	万元/ 条	视内容题材, 硬 广类软文带“推 广”字样附注
		《四川 观察》 APP 版 面 短视频 版块	视频信 息流服 务	短视频专区 视频广告, 视 频为 16:9 横 版	0.625	万元/ 天	可完整播放
3	文章 详情 页广 告	《四川 观察》 APP 版 面顶部 横幅广 告	静态图 片	Banner 设计 尺寸: 宽 990mm*高 278mm	0.9375	万元/ 天	可跳转。当天多 条时, 按签约时 间排序展示

		《四川观察》APP 版面底部横幅广告	静态图片	Banner 设计 尺寸：宽 990mm*高 278mm	0.625	万元/天	
4	其他资源	《四川观察》APP 版面内容专题	新建专题	内容集纳式呈现	3.125	万元/个	/
			专题内容维护	相关稿件整理维护	1.25	万元/月	/
			首页展示	需提供专题内文章 3 篇以上,在首页呈现	0.9375	万元/天	/
		《四川观察》APP 版面搜索框默认文字	搜索条默认文案广告	点击搜索后跳转	0.625	万元/天	跳转指定链接
		《四川观察》APP 版面行业频道	自定义频道	顶部导航栏自定义频道	62.5	万元/年	/
5	直播	/	拉流直播	拉直播信号流,提供远程技术支持。规	3.125	万元/场	/

			格：0.5-2h (小时)每超 1小时，增加 1万元/小时			
		现场直播基础 报价	1-2个机位， 带切换，带主 播1名。规格： 0.5-2h (小时)每超 1小时，增加 2.5万元/小 时	6.25	万元/ 场	四川观察客户 端首页呈现
		附加项	超出大成都 范围	1.5625	万元/ 场	1. 附加项在拉 流直播或现场 直播基础报价 上进行增加
	超出工作天 数		1.5625	万元/ 天	2. 上述附加项 根据项目实际 需求确定，以项 目订单签订内 容及金额为准	
	加普通机位		1.5625	万元/ 个		
	加主播		1.5625	万元/ 人		
	加摇臂		1.5625	万元/ 个	大成都范围内， 根据使用天数 定	
	加演播室		3.125	万元/ 天	按天使用，单天	

						场	价格视演播室大小及设备需求确定
				加转播车, 4机位小型卫星转播车	9.375	万元/场	
				加转播车, 8机位小型卫星转播车	15.625	万元/场	
				微博拉流, 四川观察官方微博号分发直播链接	2.5	万元/小时	
				抖音拉流, 四川观察官方抖音号分发直播链接	5	万元/小时	
				视频号拉流, 四川观察官方微博号分发直播链接	2.5	万元/场	
				快手拉流, 四川观察官方微博号分发直播链接	2.5	万元/小时	
6	抖音 ID: 四川观察	/	视频投放	视频发布(60秒内, 超过60秒上浮20%)	6.25	万元/条	/

			精剪+ 投放	素材精剪+视 频发布	12.5	万元/ 条	/
			制作+ 投放	策划制作+视 频发布	20	万元/ 条	/
			直播	品牌推广专 场（按小时）	5	万元/ 小时	/
				品牌推广专 场（按天）	25	万元/ 天	/
			电商带货专 场	15	万元/ 小时	/	
			电商带货拼 场	3.75	万元/ 商品	/	
7	快手 ID: 四川 观察	/	视频投 放	视频发布	2.5	万元/ 条	/
			直播	品牌推广专 场（按小时）	1.25	万元/ 小时	/
				品牌推广专 场（按天）	7.5	万元/ 天	/
				电商带货拼 场	1.25	万元/ 商品	/
8	视频 号	/	视频发 布	视频发布(60 秒以内)	2.5	万元/ 条	/
	ID: 四川 观察	/		视频发布(60 秒以上)	3.125	万元/ 条	/
9	微博	/	发布	转发	2.25	万元/ 条	/

	ID: 四川 观察			直发	2.5	万元/ 条	/
				直发+置顶	3.4375	万元/ 条	/
10	今日 头条 ID: 四川 观察	/	发布	图文、视频	0.625	万元/ 次	/
11	企鹅 号 ID: 四川 观察	/	发布	图文、视频	0.5625	万元/ 次	/
12	百家 号 ID: 四川 观察	/	发布	图文、视频	0.5625	万元/ 次	/
13	公众 号 ID: 四川 观察 sctv	/	发布	次条（小图）	1.5625	万元/ 条	/
				第三条（小图）	0.9375	万元/ 条	/
			广告位	稿件内嵌广告	1.25	万元/ 天	/
14	Bili bili ID: 四川	/	发布	视频	1.875	万元/ 条	/

	观察						
15	小红书 ID: 四川 观察	/	发布	视频	1.875	万元/ 条	/
16	视频 制作	/	专题片 (广电 级拍摄 制作)	A档(系列 片, 3-5分 钟), 包含前 期拍摄、后期 制作、配音及 字幕包装	25	万元/ 条	/
				B档(3-5分 钟), 包含前 期拍摄、后期 制作、配音及 字幕包装	18.75	万元/ 条	/
				C档(2-3分 钟), 包含前 期拍摄、后期 制作、配音及 字幕包装	7.8125	万元/ 条	/
				D档(2分钟 内), 包含前 期拍摄、后期 制作、配音及 字幕包装	5.625	万元/ 条	/

			A档(成片外拍比例70%以上,不含70%)	3.75	万元/分钟	/
			B档(成片外拍比例30%-70%)	2.5	万元/分钟	/
			C档(成片外拍比例30%以内,不含30%)	1.875	万元/分钟	/
			D档(素材剪辑)	1.25	万元/分钟	/
		宣传片 (影视级拍摄制作)	附加项-航拍	0.625	万元/天	附加项在专题片A-D档或宣传片A-D档基础上进行增加
			附加项-摇臂、轨道、飞猫、灯光、棚拍等特殊摄影	0.625	万元/天	
			附加项-MG动画包装	1.25	万元/分钟	
			附加项-版权音乐	0.375	万元/分钟	
			附加项-3D片头制作	0.1875	万元/秒	
			附加项-创意脚本	0.7875	万元/项	
			附加项-逐帧	4.6875	万元/	

				动画		分钟	
				附加项-影视级调色(专业达芬奇调色)	0.3125	万元/分钟	
			资讯短视频	1分钟以内	3.125	万元/条	/
			视频包装	A档,包含特效制作、包装设计、音效设计	0.625	万元/分钟	/
				B档,包含特效制作、包装设计、音效设计	0.3125	万元/分钟	/
				C档,包含特效制作、包装设计、音效设计	0.1625	万元/分钟	/
17	投票活动	/	线上活动投票	根据合作方提供视频素材,进行A类视频的线上投票	15.625	万元/个	/
				根据合作方提供图片海报素材,进行A类图片的线上投票	7.8125	万元/个	/

				根据合作方提供投票页展示视频成品, 进行 B 类视频的线上投票	9.375	万元/ 个	/
				根据合作方提供投票页展示图片海报成品, 进行 B 类图片的线上投票	4.6875	万元/ 个	/
18	H5 制作	/	创意 H5 网页制作	A 档 (创意+物料+搭建)	9.375	万元/ 个	/
				B 档 (物料+搭建)	4.6875	万元/ 个	/
				C 档 (纯技术搭建)	3.75	万元/ 个	/
19	平面设计	/	长图设计	图片设计, 整合数据资源, 不带印刷	1.5625	万元/ 张	/
			海报设计	图片设计, 整合数据资源, 不带印刷	0.3125	万元/ 张	/
			原创设计	原创设计, 包含商业插画、LOGO 设计、定制角色设计	0.9375	万元/ 张	/

20	观察号	A类	/	/	75	万元/年	包括信息流文章 500 条，新建专题 1 个并维护 1 年，开机页广告 10 天，弹窗页广告 2 天，轮播焦点图 1 天，首页精选广告位 1 天，文章详情页顶部横幅图片广告 1 天
21	观察号	B类	/	/	50	万元/年	包括信息流文章 300 条，新建专题 1 个并维护 1 年，开机页广告 4 天
22	观察号	C类	/	/	25	万元/年	包括信息流文章 200 条，开机页广告 2 天
23	需要提供能满足本项目以上服务要求的服务团队。						
24	超出上述清单范围的宣传推广服务，按需另行协商议定价格，以实际订单签订为准。						
报价折扣比例：（小写） _____ %，大写：							

注：1. 报价应是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现，包括投标人完成本项目所需的一切费用以及招标文件规定的其他费用。

2. “开标一览表”为多页的，每页均需盖投标人印章。

投标人名称：XXX（盖章）



法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXX

日期： XXX 年 XX 月 XX 日

二、资格性投标文件格式范本

(一) 封面

正本（或副本）

资格性投标文件

招标编号：

项目名称：

投标人名称：

日期：

(二) 承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

我公司作为本次采购项目的投标人，根据招标文件要求，现郑重承诺如下：

一、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件：

1. 具有独立承担民事责任的能力；
2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
3. 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
4. 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
5. 参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；
6. 法律、行政法规规定的其他条件。

二、本公司及现任法定代表人、主要负责人在参加本次政府采购活动前三年内不具有行贿犯罪记录。

三、为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。我方承诺不属于此类禁止参加本项目的投标人。

四、投标文件中提供的任何材料资料和技术、商务等响应承诺情况都是真实的、有效的、合法的。

本公司对上述承诺的内容事项及投标文件的真实性负责。采购人、代理机构或评标委员会认为有必要时，有权利对投标文件中相关证明材料的真实性进行核实，我公司承诺积极配合，及时按要求提供网站查询渠道或提供证明材料原件。如经查实我公司提供的投标文件存在虚假，我公司愿意接受以提供虚假材料谋取中标取消中标资格，并报主管部门追究法律责任的后果。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

日 期：XXXX。

(三) 中小企业声明函

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_____（单位名称）的_____（项目名称）采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；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¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；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）；

.....

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：

提示：本项目采购标的所属行业为租赁和商务服务业

¹ 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。

（四）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。

单位名称（盖章）：

日 期：

注：依据财库〔2017〕141号文件，享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

（一）安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；

（二）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

（三）为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

（四）通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

（五）提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），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）。

前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或者服务协议的雇员人数。

（五）法定代表人/单位负责人授权书

XXXX（采购代理机构名称）：

本授权声明：XXXX（投标人名称）XXXX（法定代表人/单位负责人姓名、职务）授权XXXX（被授权人姓名、职务）为我方“XXXX”项目（招标编号：XXXX）投标活动的合法代表，以我方名义全权处理该项目有关投标、签订合同以及执行合同等一切事宜。

特此声明。

法定代表人/单位负责人（签字或加盖个人名章）：XXXX。

授权代表签字：XXXX。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

日期：XXXX。

注：

1. 非法人单位提供单位负责人授权书。
2. 须附法定代表人/单位负责人和授权代表身份证复印件（身份证两面均应复印），否则无效。
3. 法定代表人/单位负责人参与投标时只须提供法定代表人/单位负责人身份证复印件。
4. 投标人的法定代表人/单位负责人为外籍人士的，则提供护照复印件。

（六）关于与其它供应商不存在关联关系 的承诺函

我方已认真阅读_____（项目名称）（项目编号）文件内容，知悉供应商参加本次采购活动应当具备的条件。同时，我方在此郑重承诺如下：

1. 我方未与其他单位负责人为同一人，或者有直接控股、管理关系情形的供应商共同参与本项目的政府采购活动。

2. 如我方与参加本项目的其他供应商属于同一集团、协会、商会等组织的，不存在按组织要求协同参加采购活动的情形。

若有存在违反上述承诺的情形，我方同意采购人将我方投标文件作为无效投标处理，或废除已经签订的采购合同，并承担由此给采购人造成的损失。

本承诺函自法定代表人（负责人）/授权代表人签字或加盖单位公章之日起生效。

承诺人：

法定代表人（负责人）/授权代表人：

年 月 日

三、技术和商务投标文件格式范本

(一) 封面

正本（或副本）

技术和商务 投标文件

招标编号：

项目名称：

投标人名称：

日期：

（二）投标函

XXXX（采购代理机构名称）：

我方全面研究了“XXXXXXXX”项目（招标编号：XXXX）招标文件，决定参加贵公司组织的本项目投标。我方授权 XXXX（姓名、职务）代表我方 XXXX（投标单位的名称）全权处理本项目投标的有关事宜。

一、我方自愿按照招标文件规定的各项要求向采购人提供所需服务。

二、一旦我方中标，我方将严格履行政府采购合同规定的责任和义务。

三、我方同意本次招标的投标有效期为提交投标文件的截止之日起 90 天。

四、我方愿意提供贵公司可能另外要求的，与投标有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

五、我方承诺完全接受和满足本项目招标文件中规定的实质性要求，如对招标文件有异议，已经在投标截止时间届满前依法进行维权救济，不存在对招标文件有异议的同时又参加投标以求侥幸中标或者为实现其他非法目的的行为。

六、参加本次采购活动，本公司以及本公司委托的代理人不属于本项目招标文件规定的禁止参与本项目政府采购活动的情形，也不属于政府采购相关法律法规和规范性文件等规定的其他禁止参加政府采购活动的情形。

七、如本项目评标过程中需要提供样品，则我公司提供的样品即为中标后将要提供的中标产品，我公司对提供样品的性能和质量负责，因样品存在缺陷或者不符合招标文件要求导致未能中标的，我公司愿意承担相应不利后果。

八、法律、行政法规、国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范对供应商或采购品目有强制性要求的，除了招标文件明确要求符合相关强制性要求并提供证明材料的条件外，我公司承诺其他所有条件也完全满足法律、行政法规、强制性标准、政府采购政策和主管部门规范性文件的强制性要求。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

通讯地址：XXXX。

邮政编码: XXXX。

联系电话: XXXX。

传 真: XXXX。

日 期: XXXX 年 XX 月 XX 日。

(三) 投标人基本情况表

单位名称		组织形式	
成立时间		员工总人数	
营业地址		邮政编码	
企业资质等级 (如有)		统一社会信用 代码	
开户银行		账号	
企业类型	大型 <input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 小型 <input type="checkbox"/> 微型 <input type="checkbox"/> 注：根据《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）规定的划分 标准确定；金融业企业根据中国人民银行、中国银行业监督管理委员会、中国证 券监督管理委员会中国保险监督管理委员会、国家统计局关于印发《金融业企业 划型标准规定》的通知银发〔2015〕309号确定。		
联系方式	联系人		电话
	传真		邮箱
法定代表人 (主要负责人)	姓名		电话
经营负责人	姓名		电话
经营范围			
与本单位负责人为同一 人或者存在直接控股、管 理关系的供应商名称			
备注			

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

(四) 其他实质性要求应答表

招标编号：XXX

序号	内容	投标应答	说明
1	投标有效期	符合要求 () 有偏离 ()	
2	投标费用	符合要求 () 有偏离 ()	
3	合同分包	符合要求 () 有偏离 ()	
4	合同转包	符合要求 () 有偏离 ()	
5	履约保证金	符合要求 () 有偏离 ()	
6	知识产权	符合要求 () 有偏离 ()	
7	报价	符合要求 () 有偏离 ()	
8	代理服务费用	符合要求 () 有偏离 ()	
9	合同条款	符合要求 () 有偏离 ()	
10	其他招标文件所有实质性条款	符合要求 () 有偏离 ()	不包括招标文件第四章、第六章涉及的要求
11	需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或其他标准、规范	符合要求 () 有偏离 ()	

注：1. 与招标文件要求有偏离的条款，需具体说明条款名称、招标文件要求的具体



内容和投标应答的具体内容；2. 表格中标明的条款以及其他招标文件要求的所有实质性条款，如没有偏离，可以不逐一列举，直接在“符合要求”后的括号内打勾。3. 招标文件第四章、第六章其他相关要求的响应材料另外提供。

投标人名称：XXX（盖章）

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXX

日期：XXXX年XX月XX日

(五) 技术和商务要求应答表

招标编号：XXX

序号	项目名称	招标文件要求	投标应答

注：

1. 表中“招标文件要求”一栏需列明招标文件第六章“招标项目技术和商务要求”中列明的全部技术和商务条款（不涉及对供应商履约作具体要求的条款除外，如招标文件中的项目概述或项目背景介绍等类似条款；项目清单可不在本表中应答，以开标一览表应答为准）并在“投标应答”一栏中进行应答，表中没有列明或应答的，视为没有对招标文件的相应要求作出响应，若未响应的属于非实质性要求，则按照招标文件的要求进行扣分，若未响应的属于实质性要求，则作无效投标文件处理。

2. 按照招标文件的顺序对应填写。

3. 必须据实填写，不得虚假响应，否则将取消其投标或中标资格。

投标人名称：XXX（盖章）

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXX

日期：XXX

(六) 投标人本项目管理、技术、服务人员情况表

招标编号：

类别	职务	姓名	职称	常住地	资格证明（附复印件）			
					证书名称	级别	证号	专业
管理 人员								
技术 人员								
售后服 务人员								

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

第四章 投标人的资格、资质性及其他类似效力要求

一、投标人资格、资质性要求

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定：

- (1) 具有独立承担民事责任的能力；
- (2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- (3) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- (4) 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- (5) 参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；
- (6) 法律、行政法规规定的其他条件。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目专门面向中小企业（残疾人福利性单位、监狱企业视同小微企业）采购。

3. 本项目的特定资格要求：无。

二、其他类似效力要求

1. 授权参加本次采购活动的供应商代表证明材料。

2. 已报名并获取了招标文件。

3. 参加本次政府采购活动前三年内，供应商单位及其现任法定代表人、主要负责人不得具有行贿犯罪记录。

4. 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且禁止进入政府市场的处罚还在有效期内的供应商不得参与本次政府采购活动。

5. 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。与参加本项目的其他供应商属于同一集团、协会、商会等组织，不存在按组织要求协同参加采购活动的情形。

6. 为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

7. 本项目不允许联合体投标。

8. 本项目不允许分包履行合同。

注：

1. “参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录”中的重大

违法记录，是指供应商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，其中“较大数额罚款”认定为 200 万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于 200 万元的，从其规定。

2. 为了贯彻落实《财政部关于促进政府采购公平竞争优化营商环境的通知》（财库[2019]38 号）优化采购活动办事程序的要求，法律、行政法规、国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范对供应商或采购品目有强制性要求但因属于前置许可等原因，招标文件没有要求供应商在投标文件中提供具体证明材料的，其合法性根据投标文件中的投标函[招标文件第三章格式三（二）]保证，相关证明材料由采购人在签订合同或验收时进行查验。

第五章 应当提供的投标人的资格、资质性及其他类似效力要求的证明材料

一、投标人资格、资质性要求相关证明材料

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的证明材料：

1.1 具有独立承担民事责任的能力（根据实际情况提供以下材料之一）：

①企业法人：提供统一社会信用代码的营业执照（未换证的提供营业执照、组织机构代码证、税务登记证）复印件；

②事业法人：提供统一社会信用代码法人登记证书（未换证的提供事业法人登记证书、组织机构代码证）复印件；

③其他组织：提供对应主管部门颁发的准许执业证明文件或营业执照复印件；

④自然人：提供自然人身份证明复印件；

注：若以无独立法人资格的分支机构参加投标，须提供总公司授权其独立开展业务的证明材料。

1.2 具有良好的商业信誉：提供承诺函[格式见第三章格式二（二）]；

1.3 具有健全的财务会计制度：提供承诺函[格式见第三章格式二（二）]或根据实际情况提供以下材料之一

①可提供 2021 或 2022 年度经审计的财务报告复印件或供应商内部出具的财务报表复印件（至少包括资产负债表）；

②可提供截至投标文件递交截止日一年内银行出具的资信证明复印件；

③供应商注册时间截至投标文件递交截止日不足一年的，也可提供任意月份的企业财务报表（至少包括资产负债表）复印件或在工商部门备案的公司章程复印件；

1.4 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：提供承诺函[格式见第三章格式二（二）]；

1.5 具有依法缴纳税收的良好记录：提供承诺函[格式见第三章格式二（二）]或根据实际情况提供以下材料之一

提供 2022 年以来任意一个月的缴纳税收的银行电子回单或税务部门出具的纳税证明或完税证明或有效票据复印件（新成立公司还未进行纳税申报的出具情况说明原件）；依法不缴纳税收的供应商则提供相关证明材料复印件证明其依法不需要缴纳税收；

1.6 具有依法缴纳社会保障资金的良好记录:提供承诺函[格式见第三章格式二(二)]或根据实际情况提供以下材料之一

提供 2022 年以来任意一个月的缴纳社保的银行电子回单或社保征收部门出具的社保缴纳证明材料或从社保征收部门官网打印的社保电子证明或其他有效票据复印件;依法不缴纳社会保障资金的供应商则提供相关证明材料复印件证明其依法不需要缴纳社会保障资金;

1.7 参加本次政府采购活动前三年内,在经营活动中没有重大违法记录:提供承诺函[格式见第三章格式二(二)];

1.8 法律、行政法规规定的其他条件:提供承诺函[格式见第三章格式二(二)]。

2. 落实政府采购政策需满足资格要求的证明材料:

本项目专门面向中小企业(残疾人福利性单位、监狱企业视同小微企业)采购。

供应商应满足《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的条件并提供相应证明文件:

2.1 中小企业提供《中小企业声明函》原件(格式见第三章)。

2.2 符合条件的残疾人福利性单位提供《残疾人福利性单位声明函》原件(格式见第三章)。

2.3 监狱企业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复印件。

二、其他类似效力要求相关证明材料

1. 法定代表人/单位负责人授权书原件(非法定代表人或单位负责人参与投标时提供,格式见第三章);法定代表人/单位负责人参与投标时只须提供法定代表人/单位负责人身份证复印件。

2. 已报名并获取了招标文件(供应商可以不在投标文件中提供证明材料)。

3. 参加本次政府采购活动前三年内,供应商单位及其现任法定代表人、主要负责人不得具有行贿犯罪记录。[提供承诺函,格式见第三章格式二(二)]

4. 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且禁止进入政府市场的处罚还在有效期内的供应商不得参与本次政府采购活动。相关主体信用记录以“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)、“四川政府采购网”曝光台、“成都信用”等网站查询结果为准(供应商可以不在投标文件中提供信用记录查询结果,开标当天,代理机构工作

人员将在有关网站查询供应商在投标截止时间前的信用信息记录，并将查询记录和证据存档；在“信用中国”网站、“成都信用”网站等渠道未查询到公司基本信息的，查询时视为未被列入“信用中国”、“成都信用”失信记录名单）。

5. 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。与参加本项目的其他供应商属于同一集团、协会、商会等组织，不存在按组织要求协同参加采购活动的情形。[提供承诺函，格式见第三章格式二（六）]

6. 为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。[提供承诺函，格式见第三章格式二（二）]

注：1. 以上内容装订成资格性投标文件。2. 以上要求投标人提供的证明材料须加盖投标人公章。3. 证明材料的影印件、打印件与复印件具有同等效力。4. 投标文件中根据招标文件要求提供的投标人的资格、资质性及其他类似效力要求的证明材料，均应在有效期内。如有效期已经届满，但根据国家或行业主管部门规定可以延期使用的，应在投标文件中另附可以延期使用的证明材料。

第六章 招标项目技术和商务要求

一、项目概述

为四川广播电视台提供 2024 年宣传推广服务。服务期内，为四川广播电视台及其频道、频率等相关项目在各类央级媒体、省级媒体、头部视频网站、两微一端等渠道提供宣传推广服务，组织开展相关线上线下活动，进行各类视频、宣传册、H5 等的策划、设计及制作。

二、执行标准、规范

GY/T 332-2020《互联网互动视频数据格式规范》等。

三、服务要求及内容

序号	服务类别	项目位置	项目类别	服务要求(含人员要求)	★单价最高限价	★单位	相关要求
1	启动页	《四川观察》APP 版面开机页	静态图片	全屏图	1.875	万元/天	设计基准尺寸 9:19.5, 安全线 9:16
			动图	全屏图	3.125	万元/天	设计基准尺寸 9:19.5, 安全线 9:16
			弹窗广告	80%浮层广告(内开)	1.25	万元/天	强制弹送, 手动关闭
		《四川观察》APP 版面悬浮窗	H5	首页圆形浮窗	1.25	万元/天	可跳转, 封面图片比例 1: 1

2	内容 板块	《四川观察》APP 版面顶部焦点图	静态图片	轮播图/焦点图广告, 图片比例: 21:9	1.25	万元/天	可上单条文章或专题
		《四川观察》APP 版面首页精选	固定位置有广告	第二屏大图展示, 图片比例: 16:9	1.5625	万元/天	可跳转
				第三屏大图展示, 图片比例: 16:9	0.9375	万元/天	
				第二屏小图展示, 图片比例: 990*278	0.9375	万元/天	
				第三屏小图展示, 图片比例: 990*278	0.7875	万元/天	
		《四川观察》APP 版面信息流文章首页/其他栏目	软文服务	根据提供的文章内容以小图呈现, 在精选或其他栏目展示	0.625	万元/条	视内容题材, 硬广类软文带“推广”字样附注
		《四川观察》APP 版面	视频信息流服务	短视频专区视频广告, 视频为 16:9 横	0.625	万元/天	可完整播放

		面 短视频 版块		版			
3	文章 详情 页广 告	《四川 观察》 APP 版 面顶部 横幅广 告	静态图 片	Banner 设计 尺寸：宽 990mm*高 278mm	0.9375	万元/ 天	可跳转。当天多 条时，按签约时 间排序展示
		《四川 观察》 APP 版 面底部 横幅广 告	静态图 片	Banner 设计 尺寸：宽 990mm*高 278mm	0.625	万元/ 天	
4	其他 资源	《四川 观察》 APP 版 面 内容专 题	新建专 题	内容集纳式 呈现	3.125	万元/ 个	/
			专题内 容维护	相关稿件整 理维护	1.25	万元/ 月	/
			首页展 示	需提供专题 内文章 3 篇 以上，在首页 呈现	0.9375	万元/ 天	/
		《四川 观察》 APP 版 面 搜索框 默认文	搜索条 默认文 案广告	点击搜索后 跳转	0.625	万元/ 天	跳转指定链接

		字					
		《四川观察》APP 版面行业频道	自定义频道	顶部导航栏自定义频道	62.5	万元/年	/
5	直播	/	拉流直播	拉直播信号流,提供远程技术支持。规格: 0.5-2h(小时)每超1小时,增加1万元/小时	3.125	万元/场	/
			现场直播基础报价	1-2个机位,带切换,带主播1名。规格: 0.5-2h(小时)每超1小时,增加2.5万元/小时	6.25	万元/场	四川观察客户端首页呈现
			附加项	超出大成都范围	1.5625	万元/场	1. 附加项在拉流直播或现场直播基础报价上进行增加
				超出工作天数	1.5625	万元/天	2. 上述附加项根据项目实际需求确定,以项目订单签订内容及金额为准

			加普通机位	1.5625	万元/ 个	/
			加主播	1.5625	万元/ 人	/
			加摇臂	1.5625	万元/ 个	大成都范围内, 根据使用天数 定
			加演播室	3.125	万元/ 场	按天使用,单天 价格视演播室 大小及设备需 求确定
			加转播车, 4 机位小型卫 星转播车	9.375	万元/ 场	/
			加转播车, 8 机位小型卫 星转播车	15.625	万元/ 场	/
			微博拉流, 四 川观察官方 微博号分发 直播链接	2.5	万元/ 小时	/
			抖音拉流, 四 川观察官方 抖音号分发 直播链接	5	万元/ 小时	/
			视频号拉流, 四川观察官 方微博号分 发直播链接	2.5	万元/ 场	/

				快手拉流,四川观察官方微博号分发直播链接	2.5	万元/小时	/
6	抖音 ID: 四川观察	/	视频投放	视频发布(60秒内,超过60秒上浮20%)	6.25	万元/条	/
			精剪+投放	素材精剪+视频发布	12.5	万元/条	/
			制作+投放	策划制作+视频发布	20	万元/条	/
			直播	品牌推广专场(按小时)	5	万元/小时	/
				品牌推广专场(按天)	25	万元/天	/
				电商带货专场	15	万元/小时	/
				电商带货拼场	3.75	万元/商品	/
			7	快手 ID: 四川观察	/	视频投放	视频发布
直播	品牌推广专场(按小时)	1.25				万元/小时	/
	品牌推广专场(按天)	7.5				万元/天	/
	电商带货拼场	1.25				万元/商品	/

8	视频号	/	视频发布	视频发布(60秒以内)	2.5	万元/条	/
	ID: 四川观察	/		视频发布(60秒以上)	3.125	万元/条	
9	微博 ID: 四川观察	/	发布	转发	2.25	万元/条	/
				直发	2.5	万元/条	/
				直发+置顶	3.4375	万元/条	/
10	今日头条 ID: 四川观察	/	发布	图文、视频	0.625	万元/次	/
11	企鹅号 ID: 四川观察	/	发布	图文、视频	0.5625	万元/次	/
12	百家号 ID: 四川观察	/	发布	图文、视频	0.5625	万元/次	/
13	公众号 ID:	/	发布	次条(小图)	1.5625	万元/条	/
				第三条(小	0.9375	万元/	/

	四川观察 sctv			图)		条	
			广告位	稿件内嵌广告	1.25	万元/天	/
14	Bilibili ID: 四川观察	/	发布	视频	1.875	万元/条	/
15	小红书 ID: 四川观察	/	发布	视频	1.875	万元/条	/
16	视频制作	/	专题片 (广电级拍摄制作)	A档 (系列片, 3-5分钟), 包含前期拍摄、后期制作、配音及字幕包装	25	万元/条	/
				B档 (3-5分钟), 包含前期拍摄、后期制作、配音及字幕包装	18.75	万元/条	/
				C档 (2-3分钟), 包含前期拍摄、后期制作、配音及字幕包装	7.8125	万元/条	/

			D档（2分钟内），包含前期拍摄、后期制作、配音及字幕包装	5.625	万元/条	/
		宣传片 （影视级拍摄制作）	A档（成片外拍比例70%以上，不含70%）	3.75	万元/分钟	/
			B档（成片外拍比例30%-70%）	2.5	万元/分钟	/
			C档（成片外拍比例30%以内，不含30%）	1.875	万元/分钟	/
			D档（素材剪辑）	1.25	万元/分钟	/
			附加项-航拍	0.625	万元/天	附加项在专题片A-D档或宣传片A-D档基础上进行增加
			附加项-摇臂、轨道、飞猫、灯光、棚拍等特殊摄影	0.625	万元/天	
			附加项-MG动画包装	1.25	万元/分钟	
			附加项-版权音乐	0.375	万元/分钟	

				附加项-3D 片头制作	0.1875	万元/ 秒	
				附加项-创意 脚本	0.7875	万元/ 项	
				附加项-逐帧 动画	4.6875	万元/ 分钟	
				附加项-影视 级调色(专业 达芬奇调色)	0.3125	万元/ 分钟	
			资讯短 视频	1 分钟以内	3.125	万元/ 条	/
			视频包 装	A 档, 包含特 效制作、包装 设计、音效设 计	0.625	万元/ 分钟	/
				B 档, 包含特 效制作、包装 设计、音效设 计	0.3125	万元/ 分钟	/
				C 档, 包含特 效制作、包装 设计、音效设 计	0.1625	万元/ 分钟	/
17	投票 活动	/	线上活 动投票	根据合作方 提供视频素 材, 进行 A 类视频的线 上投票	15.625	万元/ 个	/
					根据合作方	7.8125	万元/ 个

				提供图片海报素材,进行A类图片的线上投票		个	
				根据合作方提供投票页展示视频成品,进行B类视频的线上投票	9.375	万元/个	/
				根据合作方提供投票页展示图片海报成品,进行B类图片的线上投票	4.6875	万元/个	/
18	H5制作	/	创意H5网页制作	A档(创意+物料+搭建)	9.375	万元/个	/
				B档(物料+搭建)	4.6875	万元/个	/
				C档(纯技术搭建)	3.75	万元/个	/
19	平面设计	/	长图设计	图片设计,整合数据资源,不带印刷	1.5625	万元/张	/
			海报设计	图片设计,整合数据资源,不带印刷	0.3125	万元/张	/
			原创设计	原创设计,包	0.9375	万元/	/

			计	含商业插画、LOGO 设计、定制角色设计		张	
20	观察号	A 类	/	/	75	万元/年	包括信息流文章 500 条,新建专题 1 个并维护 1 年,开机页广告 10 天,弹窗页广告 2 天,轮播焦点图 1 天,首页精选广告位 1 天,文章详情页顶部横幅图片广告 1 天
21	观察号	B 类	/	/	50	万元/年	包括信息流文章 300 条,新建专题 1 个并维护 1 年,开机页广告 4 天
22	观察号	C 类	/	/	25	万元/年	包括信息流文章 200 条,开机页广告 2 天
23	需要提供能满足本项目以上服务要求的服务团队。						
24	超出上述清单范围的宣传推广服务, 按需另行协商议定价格, 以实际订单签订为准。						

★四、商务要求

1. 服务期限：自签订合同之日起至 2024 年 12 月，具体按照合同约定为准。

2. 服务地点：四川广播电视台

3. 资金支付期限及付款比例：供应商根据单价最高限价（详见第六章三、服务要求及内容）报出统一折扣比例，最终根据实际发生数量进行结算（结算价=供应商折扣比例*单价最高限价），付款条件说明：不定期结算。合作期内，双方根据实际情况协商结算时间。中标供应商应及时汇总经采购人验收合格的《项目订单》金额并形成结算单；在收到采购人确认的结算单后，中标供应商及时提供加盖公章后的结算单及等额合格的增值税专用发票给采购人，采购人在收到中标供应商提供的等额合格的发票后 10 个工作日内向中标供应商一次性全额支付相关费用。

4. 验收方案：

(1) 履约验收的主体：四川广播电视台

(2) 邀请验收对象：无

(3) 验收时间：供应商提出验收申请之日起 10 日内组织验收

(4) 验收方式：自行验收

(5) 验收程序：分段验收

(6) 验收内容：采购文件的技术和商务要求、投标文件的响应和承诺、合同约定内容

(7) 验收标准：严格按照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205 号）等政府采购相关法律法规的要求进行验收。

5. 知识产权：供应商应保证在本项目使用的任何服务（包括部分使用）时，不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由供应商承担所有相关责任。

五、其他要求

供应商针对本项目提供服务方案，方案包含：(1) 总体策划方案；(2) 宣传平台和渠道规划；(3) 新媒体产品宣传思路；(4) 宣传保障方案；(5) 售后服务方案。

注：带★项条款为实质性要求和条件，不允许负偏离。

第七章 评标办法

1. 总则

1.1 根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等法律制度，结合采购项目特点制定本评标办法。

1.2 评标工作由采购代理机构负责组织，具体评标事务由采购代理机构依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表和有关技术、经济、法律等方面的专家组成。

1.3 评标工作应遵循公平、公正、科学及择优的原则，并以相同的评标程序和标准对待所有的投标人。

1.4 为保障政府采购公开、公平、公正和诚实信用的原则，采购人、代理机构或评标委员会认为有必要时，有权利对投标文件中相关证明材料的真实性进行核实，供应商应予积极配合，及时按要求提供网站查询渠道或提供证明材料原件，如发现供应商提供虚假材料，将取消其中标资格，并报主管部门追究其法律责任。

1.5 评标委员会按照招标文件规定的评标方法和标准进行评标，并独立履行下列职责：

- (1) 熟悉和理解招标文件；
- (2) 审查供应商投标文件是否实质性满足招标文件要求，并作出评价；
- (3) 根据需要要求招标采购单位对招标文件作出解释；根据需要要求供应商对投标文件有关事项作出澄清、说明或者更正；
- (4) 推荐中标候选供应商，或者受采购人委托确定中标供应商；
- (5) 起草评标报告并进行签署；
- (6) 向招标采购单位、财政部门或者其他监督部门报告非法干预评标工作的行为；
- (7) 法律、法规和规章规定的其他职责。

1.6 评标过程独立、保密。投标人非法干预评标过程的行为将导致其投标文件作为无效处理。

2. 资格性审查

2.1 开标结束后，采购人或者采购代理机构依法对投标人的资格进行审查。投标人存在下列情况之一的，投标无效：

- (1) 属于禁止参加投标的供应商

(2) 未根据招标文件规定提供投标人资格性投标文件；

(3) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2.2 同一合同项下资格性审查合格的投标人不足 3 家的或资格性审查合格的投标人提供的核心产品品牌不足三个的，予以废标。

3. 评标方法

本项目评标方法为：综合评分法。

4. 评标程序

4.1 熟悉和理解招标文件和停止评标。

4.1.1 评标委员会正式评标前，应当对招标文件进行熟悉和理解，内容主要包括招标文件中采购项目技术和商务要求、评标方法和标准以及可能涉及签订政府采购合同的内容等。

4.1.2 评标委员会熟悉和理解招标文件以及评标过程中，发现招标文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者招标文件内容违反国家有关强制性规定的，应当停止评标工作，与采购人或者采购代理机构沟通并作书面记录。采购人或者采购代理机构确认后，应当修改招标文件，重新组织采购活动。

4.2 符合性检查。

4.2.1 评标委员会依据本招标文件的实质性要求，对符合资格的技术和商务投标文件进行审查，以确定其是否满足本招标文件的实质性要求。本项目符合性审查事项仅限于本招标文件的明确规定。技术和商务投标文件是否满足招标文件的实质性要求，必须以本招标文件的明确规定作为依据，否则，不能对投标文件作为无效处理，评标委员会不得臆测符合性审查事项。

4.2.2 投标文件（包括单独递交的开标一览表）有下列情形的，不作为实质性要求进行规定，即不作为符合性审查事项，不作为无效投标处理：

(1) 投标文件（包括单独递交的开标一览表）密封时未加盖、少加盖公章或者密封章，但是密封完好、完整标明了投标人名称且得到投标人（法定代表人或者授权代理人）现场认可的；

(2) 存在个别地方（不超过 2 个）没有法定代表人签字，但有法定代表人的私人印章或者有效授权代理人签字的；

(3) 除招标文件明确要求加盖单位（法人）公章的以外，其他地方以相关专用章加盖的；

(4) 招标文件要求投标文件内容逐页盖章但以骑缝章的形式代替投标文件内容逐页盖章的（但是骑缝章模糊不清，印章名称无法辨认的除外）；

(5) 其他不影响采购项目实质性要求的情形。

除政府采购法律制度规定的情形外，本项目投标人或者其投标文件有下列情形之一的，作为无效投标处理：

(1) 技术和商务投标文件正副本数量不足的；

(2) 技术和商务投标文件未按招标文件要求签署、盖章的（招标文件另有规定的除外）；

(3) 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；

(4) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

(5) 不满足招标文件规定的技术和商务等实质性要求的；

(6) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

4.3 通过资格性审查、符合性审查的同一合同项下投标人提供的核心产品品牌不足3个的，不再进行比较与评价。

4.4 比较与评价。按招标文件中规定的评标方法和标准，对未作无效投标处理的技术和商务投标文件进行综合比较与评价。

4.5 复核。评分汇总结束后，评标委员会应当进行复核，特别要对拟推荐为中标候选供应商的、报价最低的、投标文件被认定为无效的的进行重点复核。

4.6 推荐中标候选供应商。中标候选供应商应当排序。采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。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。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。

评标委员会可推荐的中标候选供应商数量满足法定要求，但不能满足招标文件规定的数量的，在获得采购人书面同意后，可以根据实际情况推荐中标候选供应商。未获得采购人的书面同意，评标委员会不得在招标文件规定之外推荐中标候选供应商，否则，采购人可以不予认可。

4.7 出具评标报告。评标委员会推荐中标候选供应商后，应当向招标采购单位出具评标报告。评标报告应当包括下列内容：

(1) 招标公告刊登的媒体名称、开标日期和地点；

(2) 获取招标文件的投标人名单和评标委员会成员名单；

- (3) 评标方法和标准;
- (4) 开标记录和评标情况及说明, 包括无效投标人名单及原因;
- (5) 评标结果, 确定的中标候选人名单或者经采购人委托直接确定的中标人;
- (6) 评标委员会授标建议;
- (7) 报价最高的投标人为第一中标候选人的, 评标委员会应当对其报价的合理性予以特别说明。

(8) 其他需要说明的情况, 包括评标过程中投标人根据评标委员会要求进行的澄清、说明或者补正, 评标委员会成员的更换等。

评标委员会成员应当在评标报告中签字确认, 对评标过程和结果有不同意见的, 应当在评标报告中写明并说明理由。签字但未写明不同意见或者未说明理由的, 视同无意见。拒不签字又未另行书面说明其不同意见和理由的, 视同同意评标结果。

4.8 评标争议处理规则。评标委员会在评审过程中, 对于符合性审查、对供应商投标文件做无效投标处理及其他需要共同认定的事项存在争议的, 应当以少数服从多数的原则做出结论, 但不得违背法律法规和招标文件规定。有不同意见的评标委员会成员认为认定过程和结果不符合法律法规或者招标文件规定的, 应当及时向招标采购单位书面反映。招标采购单位收到书面反映后, 应当书面报告采购项目同级财政部门依法处理。

4.9 供应商应当书面澄清、说明或者更正。

4.9.1 在评标过程中, 对投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容, 评标委员会应当以书面形式(须由评标委员会全体成员签字)要求供应商作出必要的书面澄清、说明或者更正, 并给予供应商必要的反馈时间。

4.9.2 供应商应当书面澄清、说明或者更正, 并加盖公章或签字确认(供应商为法人的, 应当由其法定代表人或者代理人签字确认; 供应商为其他组织的, 应当由其主要负责人或者代理人签字确认; 供应商为自然人的, 应当由其本人或者代理人签字确认), 否则无效。澄清、说明或者更正不影响投标文件的效力, 有效的澄清、说明或者更正材料, 是投标文件的组成部分。

4.9.3 评标委员会要求供应商澄清、说明或者更正, 不得超出招标文件的范围, 不得以此让供应商实质改变投标文件的内容, 不得影响供应商公平竞争。本项目下列内容不得澄清:

- (1) 按财政部规定应当在评标时不予承认的投标文件内容事项;
- (2) 投标文件中已经明确的内容事项;

(3) 投标文件未提供的材料。

4.9.4 本项目采购过程中，投标文件出现下列情况的，除招标文件另有规定外，按照以下原则处理：

(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。

(5) 对不同语言文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

投标报价同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价经投标人书面确认，书面确认应加盖公章或者由法定代表人或其授权的代表签字。投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

出现本条第（4）项规定情形，单价汇总金额超过政府采购预算或者本项目最高限价的，供应商投标文件应作为无效投标处理；单价汇总金额比总价金额高，但未超过政府采购预算或者本项目最高限价的，应以单价汇总金额作为价格评分依据。

注：评标委员会当积极履行澄清、说明或者更正的职责，不得滥用权力。供应商的投标文件可以要求澄清、说明或者更正的，不得未经澄清、说明或者更正而直接作无效投标处理。

4.10 报价不正当竞争处理：详见投标人须知前附表。

4.11 现场复核评标结果。

4.11.1 评标结果汇总完成后，评标委员会拟出具评标报告前，采购代理机构组织 2 名以上的本单位工作人员，在采购现场监督人员的监督之下，依据有关的法律制度和采购文件对评标结果进行复核，出具复核报告。存在下列情形之一的，根据情况书面建议评标委员会现场修改评标结果或者重新评标：

(1) 分值汇总计算错误的；

(2) 分项评分超出评分标准范围的；

(3) 客观评分不一致的；

(4) 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

评标报告签署前，经复核发现存在以上情形之一的，评标委员会应当当场修改评标

结果，并在评标报告中记载；评标报告签署后，采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的，应当组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，书面报告本级财政部门。

4.11.2 有下列情形之一的，不得修改评标结果或者重新评标：

- (1) 招标采购单位现场复核时，复核工作人员数量不足的；
- (2) 招标采购单位现场复核时，没有采购监督人员现场监督的；
- (3) 招标采购单位现场复核内容超出规定范围的；
- (4) 招标采购单位未提供书面建议的。

5. 评标细则及标准

5.1 本次综合评分的因素见综合评分明细表。

5.2 评标委员会成员应当根据自身专业情况对每个有效投标供应商的投标文件进行独立评分，加权汇总每项评分因素的得分，得出每个有效投标供应商的总分。

5.3 综合评分明细表

序号	评分因素	分值	评分标准	说明
1	报价	10分	以本次有效的最低投标报价为基准价，投标报价得分=(基准价 / 投标折扣比例)*10	共同评分因素
2	技术服务要求	24分	投标人完全响应第六章三、服务要求及内容的非实质性要求的（共24项）没有负偏离的得24分，每一项负偏离扣1分，扣完为止。实质性要求不参与本项评审。	技术类评分因素
3	项目负责人	11分	拟为本项目提供的项目负责人具有电视台或影视制作行业从业相关经验得5分；以上相关从业工作经验10年以上的加3分（提供项目负责人相关证明材料，包括但不限于简历或劳动合同等复印件加盖投标人公章）；具有编辑或广播编导专业高级及以上职称的得3分，具有编辑或广播编导专业中级职称的得1分（提供职称证书复印件并加盖投标人公章）。本项最多得11分。	共同评分因素
4	团队能力	10分	拟为本项目提供的项目团队成员（项目负责人除外）每有1人拥有媒体采编或宣传推广或视频制作	共同评分因素

			<p>3年以上相关工作经历得1分（提供包括但不限于简历或劳动合同等证明材料并加盖投标人公章），最高得5分；每有1人具有编辑或广播编导或影视艺术专业中级职称得1分，每有1人具有编辑或广播编导或影视艺术专业高级及以上职称得2.5分，最高得5分（中级、高级职称不重复评分，仅针对个人最高职称评分）。</p> <p>注：提供相关证明材料，并加盖投标人公章，不提供不得分。</p>	
5	服务方案	35分	<p>供应商针对本项目提供服务方案，方案包含：(1)总体策划方案、(2)宣传平台和渠道规划、(3)新媒体产品宣传思路、(4)宣传保障方案、(5)售后服务方案。方案包含以上内容且无缺陷的得35分，每缺少一项扣7分，每有一项内容有缺陷扣3.5分，该项7分扣完为止。</p> <p>注：缺陷是指不适用于本项目，表述前后不一致或内容矛盾，语句有歧义，仅有框架或标题，涉及的规范及标准错误，套用其他项目内容等任意一种情形。</p>	技术类评分因素
6	业绩	10分	<p>供应商2020年1月1日(含)至投标截止日每有1个类似本项目业绩的得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：供应商须提供中标（成交）通知书（以落款时间为准）或合同（以签订时间为准）或商务确认书（以落款时间为准）关键页等相关资料的复印件加盖公章。同时提供两种以上证明材料的时间以时间最晚的为准。类似业绩是指各类视频宣传策划，或活动设计及制作，或宣传推广等。</p>	共同评分因素

注：1. 评分的取值按四舍五入法，保留小数点后两位。2. 带★项条款为本项目实质性要求，不属于综合评分明细表的评审范围。

6. 废标

6.1 本次政府采购活动中，出现下列情形之一的，予以废标：

- (1) 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的。

废标后，采购代理机构应在四川政府采购网上公告，并公告废标的情形。投标人需要知晓导致废标情形的具体原因和理由的，可以通过书面形式询问招标采购单位。

6.2 对于评标过程中废标的采购项目，评标委员会应当对招标文件是否存在倾向性和歧视性、是否存在不合理条款进行论证，并出具书面论证意见。

7. 定标

7.1 定标原则：本项目根据评标委员会推荐的中标候选人名单，按顺序确定中标供应商；或者由采购人委托评标委员会直接确定中标供应商。采购人授权评标委员会直接推荐中标供应商的，除非评标委员会在评标报告中出具正当理由，排名第一的中标候选人作为该项目中标供应商。

中标候选人并列的，采取随机抽取的方式确定中标供应商。

7.2 采购人定标程序

7.2.1 评标委员会将评标情况写出书面报告，推荐中标候选人。

7.2.2 采购代理机构在评标结束后2个工作日内将评标报告送采购人。

7.2.3 采购人在收到评标报告后5个工作日内，按照评标报告中推荐的中标候选人顺序确定中标供应商。

7.2.4 采购代理机构在采购人确定中标供应商之日起2个工作日内，根据采购人确定的中标供应商，在四川政府采购网上发布中标公告，同时向中标供应商发出中标通知书。

7.2.5 招标采购单位不退回投标人投标文件和其他投标资料。

7.3 中标供应商拒绝与采购人签订合同或被依法取消中标资格的，依据《中华人民共和国政府采购法实施条例》《政府采购质疑和投诉办法》等相关法律法规另行确定中标供应商或者重新组织采购活动。

8. 评标专家应当承担以下义务：

- (1) 遵守评审工作纪律；

(2) 按照客观、公正、审慎的原则，根据招标文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审；

(3) 不得泄露评审文件、评审情况和在评审过程中获悉的商业秘密；

(4) 及时向监督部门报告评审过程中采购组织单位向评审专家做倾向性、误导性的解释或者说明，供应商行贿、提供虚假材料或者串通、受到的非法干预情况等违法违规行为；

(5) 发现采购文件内容违反国家有关强制性规定或者存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行时，停止评审并向采购组织单位书面说明情况；

(6) 配合答复处理供应商的询问、质疑和投诉等事项；

(7) 法律、法规和规章规定的其他义务。

9. 评标专家应当遵守以下工作纪律：

(1) 遵行《中华人民共和国政府采购法》第十二条和《中华人民共和国政府采购法实施条例》第九条及财政部关于回避的规定。

(2) 评标前，应当将通讯工具或者相关电子设备交由招标采购单位统一保管。

(3) 评标过程中，不得与外界联系，因发生不可预见情况，确实需要与外界联系的，应当在监督人员监督之下办理。

(4) 评标过程中，不得干预或者影响正常评标工作，不得发表倾向性、引导性意见，不得修改或细化招标文件确定的评标程序、评标方法、评标因素和评标标准，不得接受供应商主动提出的澄清和解释，不得征询采购人代表的意见，不得协商评分，不得违反规定的评标格式评分和撰写评标意见，不得拒绝对自己的评标意见签字确认。

(5) 在评标过程中和评标结束后，不得记录、复制或带走任何评标资料，除因规定的义务外，不得向外界透露评标内容。

(6) 服从评标现场招标采购单位的现场秩序管理，接受评标现场监督人员的合法监督。

(7) 遵守有关廉洁自律规定，不得私下接触供应商，不得收受供应商及有关业务单位和个人的财物或好处，不得接受采购组织单位的请托。

第八章 合同拟定条款

四川广播电视台 2024 年宣传推广项目框架合同

甲方：四川广播电视台

联系地址：成都高新区世纪城路 66 号

联系人：

联系电话：

乙方：

联系地址：

联系人：

联系电话：

甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》等有关法律、法规和其他规范性文件的规定，以及四川广播电视台 2024 年宣传推广项目的《招标文件》，乙方的《投标文件》及《中标通知书》，经过友好协商，在平等、互利的原则下，一致达成如下框架合同：

一. 合作内容

1. 为做好甲方对应主体 2024 年重要节目、重点活动、重大项目宣传推广工作，拓展甲方有关节目、活动及项目在四川政经圈的影响力，甲方向乙方采购《四川观察》客户端、四川观察抖音号、四川观察微博号、四川观察快手号、四川观察视频号等新媒体平台矩阵账号宣传推广服务，包括但不限于内容策划、视频制作、文稿撰写、内容发布、直播、投票活动、H5 制作、平面设计、舆情管理、结案报告等系统化宣传推广工作。

2. 合作期限内，双方每次根据双方签署的《订单》履行合约。《订单》为本合同的重要组成部分，与本框架合同具有相同的法律效力。除特殊声明外，订单与本合同如有相冲突之处按照《订单》执行。

3. 《订单》应包含宣传推广服务的基本信息，包括但不限于合作内容，具体渠道资源的名称（含账号 ID）、发布的主题和内容、数量、发布时间、价款等事项，如订单与本合同不一致的，以订单为准。

4. 订单确认流程：甲方对应主体定期或不定期向乙方发出宣传推广服务需求，并详细填写《订单》基本信息内容，经双方盖章之日起生效。

二. 服务期限

自本合同签订生效之日起至 2024 年 12 月。

三. 合同金额和支付

1. 双方按以下价格标准，根据实际执行情况，据实结算：

(1) 在招标文件所列资源清单内的宣传推广需求，按单项最高限价___折扣执行。

(2) 第三方平台的资源使用、流量投放、品牌推广或防屏蔽等费用，根据平台定价，一事一议，实报实销。但乙方在提供该项服务前，应告知甲方费用明细及使用规则，双方协商一致后，体现在《订单》中，并以《订单》书面签署为准。

(3) 超出上述范围的宣传推广服务，双方按需另行协商议定价格，并签署《订单》。

2. 成交金额：_____万元，根据实际使用量据实结算，但总金额不超过 万元，如超出此额度，甲方将不予支付，乙方也不得以任何方式向甲方主张。

3. 结算与付款：供应商根据单价最高限价（详见第*章服务要求及内容）报出统一折扣比例，最终根据实际发生数量进行结算（结算价=供应商折扣比例*单价最高限价），付款条件说明：不定期结算。合作期内，双方根据实际情况协商结算时间。成交供应商应及时汇总经采购人验收合格的《项目订单》金额并形成结算单；在收到采购人确认的结算单后，成交供应商及时提供加盖公章后的结算单及等额合格的增值税专用发票给采购人，采购人在收到成交供应商提供的等额合格的发票后 10 个工作日内向成交供应商一次性全额支付相关费用。

4. 乙方应向甲方开具符合国家法律规定的增值税专用发票，开票项目【节目制作费、广告发布费】，税率【6%】。

5. 甲方采用银行转账支付方式。

甲方开票信息如下：

公司名称：四川广播电视台

纳税人识别号：12510000767258541Y

地址：成都市高新区世纪城路 66 号

电话：028-85981548

开户银行：中行成都市实业街支行

账号：122551479934

乙方帐户信息如下：

公司名称：

统一社会信用代码：

账户名称：

账户号码：

开户银行：

任何一方如需改变其帐户信息，应提前十（10）日书面通知对方。否则，由此导致的后果由违约方自行承担。

四. 双方权利和义务

1. 甲方权利和义务

(1) 甲方有权对乙方开展的服务工作或履行的情况进行监督。

(2) 甲方有权验收乙方提交的工作成果并提出验收意见。

(3) 甲方应遵守国家有关法律、法规和其他规范性文件的规定，不得要求乙方发布违反法律法规的内容。

(4) 甲方应按照本合同约定向乙方支付相应的款项。

(5) 甲方应为乙方的履约工作提供必要的资料。并确保所有的素材、资料的真实性、合法性、有效性，保证内容符合国家相关法律、法规的规定，不会侵犯任何第三方的合法权益（包括但不限于任何第三方的著作权、专利权、肖像权、名誉权等）。

(6) 甲方应按照甲方确认的乙方的策划方案向乙方提供所需的全部素材、资料。因甲方原因导致甲方未按照甲方确认的乙方的策划方案提供全部素材、资料的。乙方创作、发布期限均顺延。

2. 乙方权利和义务

(1) 乙方有权根据本合同约定及订单获得相应的报酬。

(2) 乙方应根据本合同约定和甲方要求独立完成本合同所约定的工作。

(3) 乙方保证乙方确保工作成果的任意一部分或全部均不侵害任何其他人的合法权益（包括但不限于肖像权、名誉权、隐私权、著作权、商标权等）；保证工作成果的内容合法健康，不违反社会公序良俗，不涉及反动、色情、暴力、种族歧视等内容，不违反中华人民共和国法律、法规和政政策。并在合同规定范围内，采取一切措施保护甲方利益。

(4) 乙方应保证其自行创作的内容（若有）的真实性、合法性，有效性，保证内容符合国家相关法律、法规的规定，不会侵犯任何第三方的合法权益（包括但不限于任何第三方的著作权、专利权、肖像权、名誉权等）。乙方应当以高度注意义务对其创作的传播内容自行进行审查，以尽可能避免其创作的内容中出现任何违法情况。若因为乙方创作的内容出现违法、违规等原因，导致甲方受到任何第三方索赔或者国家机关处罚的，乙方应当足额赔偿甲方因此而遭受的所有损失。

(5) 乙方保证在履行本合同项下之义务时，其行为不违反任何对其有约束力的适用法律的限制，也不会侵犯本合同以外任何第三方之合法权益，由此引起相关投诉、纠纷、争议等问题，由乙方承担相应责任，与甲方无关。

(6) 乙方保证其拥有在本合同项下传播渠道为甲方开展传播服务的合法权限。乙方以自己的名义签署本合同并直接承担合同责任，乙方不得以其与任何第三方的关系及合同作为不履行本合同的理由。

(7) 乙方应就传播渠道及自身传播行为的合法性负责且保证不会侵犯任何第三方的合法权益，否则，乙方应当承担由此引发的全部责任，给甲方造成损失的，乙方还应负责赔偿。

(8) 本合同签署后和本合同履行过程中，若甲方发现乙方违反上述声明及保证或不具备声明及保证的资格，有权以书面形式通知乙方解除本合同而不构成违约。

(9) 乙方确保由其向第三方获取的用于本项目的方案、作品（包括但不限于字体、图片、音乐词曲等）已获第三方的真实、合法授权，无权利瑕疵，不违反国家法律法规及各行政管理部门规定、不侵犯任何其他第三方合法权益；且如甲方有需要，乙方应当向甲方提供权利证明（包括但不

限于《许可使用合同》、授权书等），如为复印件，应当加盖乙方公章。

(10) 乙方确保甲方就本合同乙方工作成果用于本合同之目的，除本合同约定甲方应支付乙方款项外，不用再另行支付任何费用，否则乙方承担因此产生的一切后果，给甲方造成损失的，乙方应负责全额赔偿。

(11) 乙方在履行本合同及订单过程中，自行负责其工作人员、参与人员及设备设施的人身及财产安全，乙方有义务采取必要的安全防护措施，并向参与人员提供意外保险等必要防护措施，如发生安全事故（无论是乙方自身人员出现安全事故亦或是乙方对甲方、第三人造成安全事故），与甲方无关，乙方自行承担相应责任和相关费用。若因此给甲方造成实际损失的，乙方应向甲方全额赔偿。

(12) 乙方指派参与本合同约定服务的人员（若有），乙方应当与其建立合法的用工手续。乙方与指派服务人员发生的任何争议，由乙方负责解决，由此影响甲方项目进展或给甲方造成影响或损失的，乙方应当赔偿全部责任。

五. 验收

1. 在渠道资源中开展的内容、品牌宣传工作过程中，经甲方盖章确认的策划说明、内容方向等有关资料是本合同不可分割的组成部分，也是判断乙方工作成果是否符合本合同约定和甲方要求的标准。

2. 在渠道资源中开展的内容、品牌等宣传推广过程中，如有需要，乙方应按时将阶段性工作成果（包括但不限于文章内容、各渠道广告发布截图、拷屏等文件）提交甲方验收。甲方应在收到成果后7日内进行验收，甲方通过邮件或者其他书面方式确认后，才视为验收合格。

3. 在渠道资源中开展的投放的成果是否验收合格，以甲方书面意见为准。乙方提交的工作成果经甲方验收不合格的，乙方应在按照甲方意见修改后及时通知甲方再次进行验收；但无论如何，乙方应在本合同及订单约定的期限内向甲方提交合格的工作成果。乙方提交的工作成果最终通过甲方验收的，甲方应通过邮件或者其他书面方式确认。乙方未完成上述修改或修改后的工作成果仍不符合本合同约定和甲方要求的，视为没有完成工作成果，应按本合同的有关约定承担违约责任。

4. 乙方因验收不合格而不能按时交付有关成果的，视为乙方履行迟延，应按本合同的有关约定承担违约责任。

六. 知识产权

1. 合同签订前或本合同服务范围外，双方各自享有的知识产权不因本合同发生改变，仍归各自所有。本合同的任何内容均不应被视为一方就其知识产权向另一方授予任何许可或权利。

2. 乙方履行本合同的过程中产生的一切作品/工作成果（包括但不限于拍摄脚本、拍摄大纲、分镜头脚本、拍摄素材、音乐作品、美术作品、图片、照片、小样片、成片等），无论是否为甲方最后采用，其完整知识产权及衍生权益（包括但不限于发行、复制、出租、放映、广播、改编、互联网新媒体或其它媒介传播、申请权等）均归甲方单独所有。未经甲方书面同意，任意一方不得自行和/或擅自许可第三方使用、转载、录播。

3. 乙方承诺并保证其设计、创作、制作和交付的项目成果为乙方独立完成或经过合法授权，并承诺及保证其在项目成果中使用的全部素材（包括但不限于音乐、版权、图片、肖像权、视频等），均为其自行创作或已获得合法、有效授权，授权其可在项目成果中使用，不存在任何现有或潜在纠纷或争议，无论第三方对该等服务内容、成果主张权利或利益是基于商业秘密、技术秘密、专利技术、商标标识或其他方面。乙方保证上述内容均未抄袭、复制、窃取他人作品或以其他形式侵犯他人的知识产权或其他合法权益（包括但不限于肖像权、名誉权、姓名权等）。

4. 甲方为本合同之目的提供给乙方的传播素材等所有资料的知识产权及其相关权利归属甲方所有。除本合同另有约定外，未经甲方书面同意，乙方不得以任何方式自行或允许任何第三方使用。

5. 乙方不因本合同的签署而获得甲方提供的素材及相关信息（包括但不限于 logo、商标、图片、文字、音乐、程序等）的任何权利。乙方仅得在本合同规定的范围内使用上述资料及信息。本合同终止后，乙方应立即停止使用上述资料及信息。

6. 因履行本合同所形成的素材、半成品等，乙方应在交付成果或订单解除时将相关素材、半成品等一并交付给甲方。

七. 保密

1. 本合同下的“保密信息”是指：在为达到本合同合作目的进行评估、磋商、谈判、合作的过程中，一方（简称“披露方”）向另一方（简称“接收方”）提供的任何有关披露方（含披露方客户）业务、财务、技术、经营等方面的非公开的所有信息，包括但不限于数据、帐号、密码、接口程序、相关文档、客户名单、技术资料、软件程序、软件源代码、有关产品及其特性以及操作模式的信息、开发、诀窍、发明（不论是否有专利权）、程式、规则系统、图表、实验笔记、测试程序、软件设计和结构、电脑数据、内部文件、设计和功能规格、或其他报告、分析和性能信息、软件文件和其他技术、业务、产品、业务经营、交易手段、定价、提案与合同、营销或财务信息、计划、市场策略、战略、计划方案、谈判与合同、内部报告、会议记录、内部讨论、邮件往来等任何非公开信息以及任何其他依据商业上的合理判断应为一方所专有的或非公开的信息。双方同意，有关双方本合同下合作项目进展和状态的任何信息、双方的未来发展计划以及本合同下的交易和本合同的条款内容也属于保密信息范畴。保密信息可以表现为书面、口头、图像、电子或其他任何形式。

2. 接收方有义务履行保密义务，应采取必要合理的措施保护披露方向其披露的保密信息，除本合同另有约定或为实现合同目的向必须知晓保密信息的接收方的雇员或接收方的顾问披露保密信息外（就该等披露，接收方应采取必要的措施，以保证该等雇员或其顾问履行其对保密信息的保密义务），未经披露方事先书面许可，不得向任何第三方披露与本合同内容相关的任何信息及双方因履行本合同而获知的披露方的保密信息。接收方不得将披露方的保密信息应用于本合同下双方合作事项之外的其他目的。

3. 如任何政府或司法部门或机构的任何法律、法规、条例、规定或命令要求披露保密信息，则接收方应当在知晓该等强制性要求后立即通知披露方，以使披露方可寻求有关该保密信息的保护性裁定。接收方应尽可能在法律允许的范围内采取对披露方影响最小的方式对相关保密信息进行披露。在可能的情况下，接收方应为披露方争取就该等强制性要求进行抗辩的机会。

4. 接收方同意，将采取充分的保密措施以保护保密信息，防止保密信息的泄露。该等保密措施的充分程度将不低于接收方对自己拥有的相同或类似的保密信息采取的保密措施的充分程度。

5. 接收方同意，一旦其发现因其自身、其雇员或其顾问的原因导致保密信息的泄露或超范围使用，其将立即书面通知披露方，并立即采取合理措施协助披露方重新掌控该等保密信息和防止对该等保密信息的进一步滥用或泄露。

6. 接收方同意，在不应影响本合同的正常履行的情况下，一旦披露方书面要求其归还或销毁保密信息，接收方应立即向披露方归还或销毁自披露方获得的所有保密信息的原件、复印件、摘要以及任何包含保密信息的文件或资料；并在披露方提出销毁书面要求之日起的 10 个工作日内以书面形式向披露方保证已依前述规定对保密信息进行了销毁。

7. 本条规定的保密义务不受本合同期限的限制，在本合同终止后仍然有效，甲乙双方仍需遵守本合同之保密条款，履行其所承诺的保密义务，直到对方书面同意其解除此项义务，或事实上不会因违反本合同的保密条款而给对方造成或可能造成任何形式的损害时为止。

8. 本合同约定的保密义务同时适用于双方各自的关联方。

八. 合同变更和解除

1. 本合同生效后，除法律、法规和其他规范性文件另有规定或本合同另有约定外，未经甲、乙双方书面协商一致，任何一方不得自行变更、中止或解除本合同。

2. 没有法定或约定理由的，任何一方要变更、中止或解除本合同的，应先向对方发出书面通知，然后进行协商。

3. 未经甲方书面同意，乙方不得擅自变更经甲方书面确认的策划方案、创意说明、素材内容、主题方向等，否则应自行承担由于擅自变更导致的费用增加、延误、错误或其他损失。甲方因此受到损失的，乙方还应承担赔偿责任。

4. 甲方要求停止本合同约定的投放或其他服务的，乙方应停止投放或停止其他服务，但甲方应提前通知乙方。对于乙方收到甲方通知前已经发布并经验收合格的渠道资源部分或验收合格的部分，甲方应按本合同约定支付有关费用。

5. 甲方依本合同约定发出了通知但乙方仍然在渠道资源上发布内容或继续履行相关服务的，有关费用由乙方承担。

6. 本合同无论因何种原因中止、解除的，甲方有权要求乙方交付已完成的服务成果，乙方不得拒绝。具体的结算费用，由双方按照合同约定进行结算，合同约定不明的，双方另行协商，但乙方应当先交付成果。经甲方书面通知，乙方以任何理由拒绝交付成果的，甲方有权另行选聘第三方重新完成相应服务成果的，由此产生的费用由乙方承担。

7. 乙方迟延履行合同、单方提前解除合同的，经甲方要求整改后仍然拒绝整改的，甲方有权解除合同，并另行聘请第三方完成本合同约定的服务。由此给甲方造成的损失，包括但不限于另行聘请第三方产生的费用、甲方的其它损失等，由乙方承担。

九. 违约责任

1. 任何一方不履行本合同约定的义务或履行义务不符合本合同约定的，视为违约，应停止违约行为，并承担继续履行、采取补救措施或赔偿损失等违约责任。

2. 乙方未按双方签署的订单约定时间发布相关投放内容的或未按照约定时间或者甲方要求时间完成服务内容的，每逾期一天，应向甲方承担本次订单金额的万分之三的违约金，乙方逾期发布超过 10 天的，甲方有权终止订单不支付本单款项并要求乙方赔偿因此给甲方造成的损失。乙方的服务内容经甲方验收不合格的，视为乙方未按照约定完成服务，乙方除应立即修改外，如果造成逾期的还应按照本条约定承担乙方未按双方签署的订单约定时间发布相关投放内容的或未按照约定时间或者甲方要求时间完成服务内容的违约责任。

3. 甲方未按照约定支付款项的，每逾期一天，应向乙方承担本次订单金额的万分之三的违约金，甲方逾期支付超过 10 天的，乙方有权终止订单并要求甲方赔偿因此给乙方造成的损失。

4. 乙方违反本合同知识产权条款的，应向甲方支付订单金额的 20% 作为违约金。乙方侵犯第三方的知识产权和/或其他合法权益的，除应按照上述约定向甲方支付违约金外，还应赔偿因此给甲方和第三方造成的损失。

5. 乙方因违反有关法律、法规和其他规范性文件的规定而导致甲方损失的，应承担赔偿责任并赔偿甲方所受损失。

6. 乙方因不具备有关法定资质而导致甲方损失的，应承担赔偿责任并赔偿甲方所受损失。

7. 乙方因未办理本合同中广告发布所涉及的登记、备案、审批等有关手续而导致甲方损失的，应承担赔偿责任并赔偿甲方所受损失。

8. 违约方支付的违约金不足以弥补守约方损失的，还应根据守约方的实际损失予以赔偿补足。

9. 本合同所称“损失”包括实际损失、合同履行后可以获得的利益和诉讼费、对外赔偿、行政处罚、仲裁费、合理的调查费、律师费等有关费用。

十. 不可抗力

1. 不可抗力指双方缔结本合同时所不能预见、不能克服和不能避免的事件，该等事件包括但不限于水灾、火灾、旱灾、台风、地震或者其他自然灾害、大规模流行性疾病、罢工（受影响一方员工罢工除外）、骚动、暴乱及战争（不论曾否宣战）、黑客攻击、电信部门技术调整导致之重大影响、政府行为、国家政策的突然变动等。

2. 如果出现以上不可抗力情形致使本合同的履行受到阻碍或各方不能按照本合同项下之约定履行义务时，遇有不可抗力的一方应当在可行的合理期间内及时书面通知对方，并在发生不可抗力事件之日起十五（15）日内，提供不可抗力事件详情及合同不能履行或部分不能履行或需要延期履行理由的有效书面证明（该项证明文件应当由不可抗力发生地的公证机关出具）。根据不可抗力事件对本合同的影响程度，双方应当协商是否解除本合同或部分、全部免除履行本合同的责任，或延期履行本合同。

3. 如发生不可抗力事件，受不可抗力影响的一方无需对任何其他合同方因本合同项下的义务由于不可抗力事件而未能履行或延迟履行而遭受的任何损害、成本增加或损失负责，而该等未能履行

或延迟履行本合同不应被视为违反本合同，但法律另有规定的除外。声称发生不可抗力事件的合同一方应采取适当措施减少或消除不可抗力事件的影响，并尽可能在最短的时间内尝试恢复履行被不可抗力事件延误或阻碍履行的义务。但一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

十一. 通知和送达

1. 根据本合同需要发出的全部通知，均应采取书面形式，以专人递送、特快专递、挂号信件或邮箱发出。特快专递或挂号信件的交寄日以邮戳为准。上述书面通知均应标明具体的收件人。邮箱发出的，以系统显示发送的时间为送达时间。

2. 各方联系方式如下：

甲方联系人：__

电话：__

邮箱：__

乙方联系人：__

电话：__

邮箱：__

十二. 适用法律和争议解决

1. 本合同的成立、签订、效力、解释、履行、变更、终止和争议解决均适用中华人民共和国法律。

2. 在执行本合同中发生的或与本合同有关的争端，双方应通过友好协商解决，不能达成一致时，双方均有权向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼。

十三. 其他

除非法律规定、政府部门要求或本合同另一方事先书面同意，任何一方不应发布或公告本合同和/或其任何有关事项。

1. 第三方不受益。除本合同双方及其各自的继承人和允许的受让人外，本合同不应向任何自然人、法人或其他组织赋予权利或救济。

2. 转让。未经本合同一方书面同意，另一方不得转让本合同中的任何权利和义务。

3. 无中间代理。没有任何代理人、中间人或中介人直接或间接地就本合同和/或其履行为任何一方提供服务或收取与本合同有关的任何代理费、中间人佣金、中介费或类似的佣金。

4. 弃权。本合同一方未行使其在本合同中的任何权利，或未要求另一方履行其在本合同中的任何义务，或未强制执行本合同中的一条或若干条款的，均不应被理解为该方放弃上述有关权利，或以任何方式影响本合同的效力，也不应阻止该方在任何时候行使其有权行使的任何权利。

5. 合同附件。附件为本合同不可分割的组成部分，与正文具有同等法律效力。本合同附件与正文冲突的，以正文为准。

6. 合同修改和补充。本合同未尽事宜应由双方友好协商解决。对本合同和/或其附件的任何修改或补充均采用书面形式。修改或补充文件与本合同不一致的，以该修改或补充文件为准。

7. 语言和文本。本合同及其附件以中文签署，一式【肆】份，甲方持【贰】份，乙方持【贰】

份，具有同等法律效力。

8. 合同签订和效力。本合同自双方盖公章或合同专用章之日起生效；双方履行完毕本合同及其有关的所有义务时，本合同终止。

本合同为中小企业预留合同。

（以下无正文）

甲方（盖章）：四川广播电视台

法定代表人或授权代表签字：

日 期：

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表签字：

日 期：

第九章 附件

附件 1：质疑函范本

质疑函

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址： 邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号： 包号：

采购人名称：

采购文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项 1：

事实依据：

.....

法律依据：

.....

质疑事项 2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求：

签字(签章):

公章:

日期:

质疑函制作说明：

1. 供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应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。
3. 质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑，质疑函中应列明具体分包号。
4. 质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。
5. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。
6. 质疑供应商为自然人的，质疑函应由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

附件 2：投诉书范本

投诉书

一、投诉相关主体基本情况

投诉人：

地 址： 邮编：

法定代表人/主要负责人：

联系电话：

授权代表： 联系电话：

地 址： 邮编：

被投诉人 1：

地 址： 邮编：

联系人： 联系电话：

被投诉人 2

.....

相关供应商：

地 址： 邮编：

联系人： 联系电话：

二、投诉项目基本情况

采购项目名称：

采购项目编号： 包号：

采购人名称：

代理机构名称：

采购文件公告：是/否 公告期限：

采购结果公告：是/否 公告期限：

三、质疑基本情况

投诉人于.....年.....月.....日,向.....提出质疑,质疑事项为:

.....

采购人/代理机构于.....年.....月.....日,就质疑事项作出了答复/没有在法定期限内作出答复。



四、投诉事项具体内容

投诉事项 1:

事实依据:

.....

法律依据:

.....

投诉事项 2

.....

五、与投诉事项相关的投诉请求

请求:

签字(签章):

公章:

日期:

投诉书制作说明：

1. 投诉人提起投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉人和与投诉事项有关的供应商数量提供投诉书副本。

2. 投诉人若委托代理人进行投诉的，投诉书应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由投诉人签署的授权委托书。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。

3. 投诉人若对项目的某一分包进行投诉，投诉书应列明具体分包号。

4. 投诉书应简要列明质疑事项，质疑函、质疑答复等作为附件材料提供。

5. 投诉书的投诉事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。

6. 投诉书的投诉请求应与投诉事项相关。

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

8. 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供应商共同提出。