

壹城数创未来中心市场化广告服务项目招标

标段编码：NJQT2501403-01QF-GHa01

招标文件

招标人（招标代理）：[南京长昇工程项目管理有限公司](#)（加盖电子印章）



目 录

招标文件	4
第一章 招标公告	4
第二章 投标人须知	9
投标人须知前附表	9
投标人须知正文	15
开标一览表	24
第三章 评标办法	25
评标办法前附表	25
评标办法正文	28
第四章 合同条款及格式	32
第五章 招标采购清单	51
第六章 图纸	52
第七章 技术标准和要求	53
第八章 投标文件格式	54
封面	56
目录	54
一、投标函及投标函附录	58
(一) 投标函	58
(二) 投标函附录	59
二、法定代表人身份证明和授权委托书	60
三、联合体协议书 (如有)	61
四、投标保证金	62
投标减免缴纳投标保证金信用承诺书	63
五、商务标文件	64
(一) 投标人基本情况表	64
投标人基本情况表	64
(附件) 企业相关证明证照文件	64
(附件) 企业资质	64
(附件) 企业证书	64
(附件) 企业信用管理档案	64
(二) 项目负责人资料表	65
项目负责人资料表	65
(附件) 基本信息	65
(附件) 资格证书	65
(附件) 社保	65
(附件) 业绩	65
(三) 项目管理机构组成表	66
项目管理机构组成表	66
(附件) 基本信息	66
(附件) 资格证书	66
(附件) 社保	66
(四) 拟分包项目情况表	67
(五) 近年完成的类似项目情况表	68
近年完成的类似项目情况表	68
(附件) 企业近年完成的类似项目情况	69
(附件) 项目负责人近年完成的类似项目情况	69
(附件) 企业获奖情况	69
(附件) 项目负责人获奖情况	69
(六) 正在施工和新承接的项目情况表	70

(七) 近3年发生的诉讼及仲裁情况表	71
(八) 近3年财务状况表	72
近3年财务状况表	72
(附件) 财务状况	72
(九) 资格审查其他资料	73
六、经济标文件	74
七、技术标文件	75
八、其他资料	76
第九章 其他	77

第一章 招标公告

(市交易中心) 壹城数创未来中心市场化广告服务项目招标公告

标段编码: [NJQT2501403-01QF-GHa01](#)

1. 招标条件

本招标项目[壹城数创未来中心市场化广告服务](#)已由[南京壹城产业发展有限责任公司](#)以[壹城数创未来中心市场化广告服务](#) (项目审批文号:[南京壹城产业发展有限责任公司《会议纪要》\(2025年10月10日\)](#))批准建设,项目业主为[南京壹城产业发展有限责任公司](#),建设资金来自[国有\(非政府投资\)](#),项目出资比例为[国有\(非政府投资\):100.00%](#)。项目已具备招标条件,招标人为[南京壹城产业发展有限责任公司](#),现对该项目进行公开招标。

[南京长昇工程项目管理有限公司](#)受招标人委托负责本工程的招标事宜。

2. 项目概况与招标范围

2.1 建设地点: [南京市秦淮区](#)

2.2 招标范围: [壹城数创未来中心市场化广告服务, 详见服务要求及甲方需求为准;](#)

2.3 计划工期: [457](#)日历天

2.4 合同估算价: [600,000.00](#)元

2.5 工程规模: [壹城数创未来中心总建筑面积约11.8万m², 其中产业办公约5.1万m²、生活配套约1.5万m²;](#)

2.6 工程类型: [其他](#)

[/](#)

3. 投标人资格要求

3.1 (1)、[投标人应具有独立法人资格, 持有有效营业执照\(提供营业执照复印件, 并加盖公章\);](#)

[\(2\)、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度\(出具承诺函\);](#)

[\(3\)、投标人必须提供拟投入本项目的项目负责人与投标人签订的有效劳动合同、社保机构出具的近半年\(2025年3月-2025年8月\)投标人为其缴纳的养老保险缴费证明材料并加盖社保中心章或社保中心参保缴费证明电子专用章, 加盖社保中心参保缴费证明电子专用章的社保材料可视为原件, 投标人须将养老保险证明材料原件及劳动合同原件的扫描件编辑至投标文件, 否则视为未提供, 并将导致资格审查不通过。若项目负责人属企业退休人员、事业编制人员、现役军人等客观原因无法提供养老保险金缴费证明, 必须出具相关证明材料及劳动合同, 否则一律按未提供养老保险金缴费证明材料处理。](#)

[\(4\)、截止投标文件递交时间当日, 投标人未在“信用中国”网站\(<http://www.creditchina.gov.cn/>\)中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单\(提供未在“信用中国”网站中被列入失信被执行人](#)

名单、严重违法失信企业名单网页截图，并加盖公章）；

（5）、投标人业绩要求：企业自2020年9月1日及以来承担过广告策划服务且建筑面积10万平方米（含）以上且服务周期在12个月及以上的业绩，（提供合同复印件加盖公章，时间、面积及服务周期以合同为准，如合同无法反映相关数据的，需提供相关证明材料，企业资格条件业绩与企业评分业绩不可以兼得）；

（6）、本次招标不接受联合体投标；

（7）、与招标人存在利害关系可能影响招标公正性的单位，不得参加投标。单位负责人为同一人或存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段的投标，否则相关投标均无效。

3.2 本次招标是否接受联合体投标：否

4. 招标文件的获取

4.1 招标文件获取时间：本公告发布之日起至投标截止之日止；

4.2 招标文件获取方式：投标人登录“电子招标投标交易平台”免费获取；

本招标公告及招标文件中“电子招标投标交易平台”选用：“宁易新”招标投标交易系统（网址）：<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/login.html>。

5. 投标文件的递交

5.1 投标文件递交截止时间：2025-12-22 09:30:00；

5.2 投标文件递交方式：投标人登录“电子招标投标交易平台”递交；

5.3 逾期递交的投标文件，招标人不予受理。

6. 资格审查办法

本项目采用资格后审方式进行资格审查。

7. 评标方法

7.1 本标段采用的评标办法：公开招标综合评估法；

是否两阶段评标： 否 ；

是否评定分离： 否 ；

7.2 具体评标办法：

详细评审		
条款号	量化因素	量化标准
2.3.1	分值构成（总分100分）	(1) 投标报价：30.00 分 (2) 技术标：55.00 分 (3) 商务标：15.00 分 (4) 其他：0 分
2.3.2	评标基准价计算方法	招标人或招标代理自行提供报价打算法，如下，

2.3.3 (1)	投标报价得分计算	<p>1、评标基准价计算方法：以有效投标文件的投标报价算术平均值为评标基准价（若有效投标文件≥5家时，去掉其中的一个最高价和一个最低价后取算术平均值为评标基准价；若有效投标文件<5家时，取有效投标文件的评标价算术平均值为评标基准价）投标报价等于评标基准价的得满分；偏离评标基准价的，相应扣减得分。</p> <p>2、偏差率计算公式：偏差率=100%× 投标人报价-评标基准价 /评标基准价</p> <p>3、投标报价得分计算投标报价等于评标基准价的得满分，偏离评标基准价的，投标报价每高于评标基准价1%扣0.2分，每低于评标基准价1%扣0.1分，偏离不足1%的，按照插入法计算得分。（小数点后保留两位）注：①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，有可能影响项目质量或者不能诚信履约的，且投标人不能在评标现场合理的时间内证明其报价合理性的，评标委员会有权将其作为无效投标处理。②基准价修正方式：评标委员会在评标报告签字后，上述方法的评标基准价不因招投标当事人质疑、投诉、复议以及其他任何情形而改变，但评标过程中的计算错误可作调整。</p>																	
2.3.3 (2)	技术标评分标准	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="550 739 813 795">评审因素</th> <th data-bbox="813 739 1252 795">评分标准</th> <th data-bbox="1252 739 1428 795">分值</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="550 795 813 1086">项目理解及分析 (0~15.00)</td> <td data-bbox="813 795 1252 1086"> 项目定位（市场、客群、形象） 1) 对本项目的产业定位理解深刻； 2) 对本项目区域及竞争市场的研究透彻； 3) 对目标客群的研判准确； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0) </td> <td data-bbox="1252 795 1428 1086">15.00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="550 1086 813 1523">营销推广策略 (0~15.00)</td> <td data-bbox="813 1086 1252 1523"> 营销推广策略（核心策略、阶段划分、资源加持） 1) 项目阶段推广定位及主题； 2) 推广策略（项目整体及各阶段传播策略、渠道策略、活动策略等计划铺排）； 3) 资源整合（具备多方可整合的资源能力，便于本项目推进过程中各种资源的利用，包括摄影师资源，影视公司资源及各种可被整合的优秀资源）。 (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0) </td> <td data-bbox="1252 1086 1428 1523">15.00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="550 1523 813 1780">平面设计思路 (0~15.00)</td> <td data-bbox="813 1523 1252 1780"> 平面设计思路 1) 推广应用物料表现（视觉表现稿等）； 2) 阶段推广形象标新立异，富有创造力； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0) </td> <td data-bbox="1252 1523 1428 1780">15.00</td> </tr> <tr> <td data-bbox="550 1780 813 2040">文案能力 (0~10.00)</td> <td data-bbox="813 1780 1252 2040"> 文案文字功底 1) 文案水平（广告文案、新闻写作），可以满足广告设计平面文案的精准以及打击力，同时，提供对项目专案的新闻写作、软文、楼书文案等支持。 2) 根据推广策略，方案文字能够 </td> <td data-bbox="1252 1780 1428 2040">10.00</td> </tr> </tbody> </table>			评审因素	评分标准	分值	项目理解及分析 (0~15.00)	项目定位（市场、客群、形象） 1) 对本项目的产业定位理解深刻； 2) 对本项目区域及竞争市场的研究透彻； 3) 对目标客群的研判准确； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00	营销推广策略 (0~15.00)	营销推广策略（核心策略、阶段划分、资源加持） 1) 项目阶段推广定位及主题； 2) 推广策略（项目整体及各阶段传播策略、渠道策略、活动策略等计划铺排）； 3) 资源整合（具备多方可整合的资源能力，便于本项目推进过程中各种资源的利用，包括摄影师资源，影视公司资源及各种可被整合的优秀资源）。 (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00	平面设计思路 (0~15.00)	平面设计思路 1) 推广应用物料表现（视觉表现稿等）； 2) 阶段推广形象标新立异，富有创造力； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00	文案能力 (0~10.00)	文案文字功底 1) 文案水平（广告文案、新闻写作），可以满足广告设计平面文案的精准以及打击力，同时，提供对项目专案的新闻写作、软文、楼书文案等支持。 2) 根据推广策略，方案文字能够	10.00
评审因素	评分标准	分值																	
项目理解及分析 (0~15.00)	项目定位（市场、客群、形象） 1) 对本项目的产业定位理解深刻； 2) 对本项目区域及竞争市场的研究透彻； 3) 对目标客群的研判准确； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00																	
营销推广策略 (0~15.00)	营销推广策略（核心策略、阶段划分、资源加持） 1) 项目阶段推广定位及主题； 2) 推广策略（项目整体及各阶段传播策略、渠道策略、活动策略等计划铺排）； 3) 资源整合（具备多方可整合的资源能力，便于本项目推进过程中各种资源的利用，包括摄影师资源，影视公司资源及各种可被整合的优秀资源）。 (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00																	
平面设计思路 (0~15.00)	平面设计思路 1) 推广应用物料表现（视觉表现稿等）； 2) 阶段推广形象标新立异，富有创造力； (优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)	15.00																	
文案能力 (0~10.00)	文案文字功底 1) 文案水平（广告文案、新闻写作），可以满足广告设计平面文案的精准以及打击力，同时，提供对项目专案的新闻写作、软文、楼书文案等支持。 2) 根据推广策略，方案文字能够	10.00																	

			精准表达节点文字（内容包含活动方案、推文主题等）。 (优=10.00;良=8.00;中=6.00;差=4.00;无=0)	
汇总规则：分项汇总，去掉1个最高分和1个最低分后求平均				
2.3.3 (3)	商务标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		企业业绩 (0~15.00)	企业自2020年9月1日及以来承担过广告策划服务且建筑面积10万平方米（含）以上且服务周期在12个月及以上的业绩；有一个得5分，满分15分。注：提供合同复印件加盖公章，时间、面积及服务周期均以合同为准，如合同无法反映相关数据的，需提供相关证明材料，企业资格条件业绩与企业评分业绩不可以兼得。	15.00
汇总规则：分项汇总，直接求平均				
2.3.3 (4)	其他评分标准	/		

8. 发布公告的媒介

本次招标公告在南京市公共资源交易中心网、江苏省公共资源交易中心网、/等媒介上发布。

9. 其他

9.1 本工程采用远程不见面开标模式。投标人应在投标截止时间前登录招标文件载明的“南京智能开标大厅”网址，按系统提示完成开标流程。因投标人自身设施故障或自身原因导致无法完成投标的，由投标人自行承担后果。

9.2 本项目为“宁易新”招标投标交易系统项目，各投标人需注意以下事项：

(1) 投标人须下载并安装“南京公共资源交易CA互联互通助手（新）”。

下载地址：<https://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/jyfw/079004/downloadcenter.html>

(2) 投标人须在江苏省公共资源交易经营主体信息库系统登记企业相关信息。

登录地址：<http://49.77.204.17:7082//jsztk/#/login?redirect=%2F>

(3) 投标人需登录“宁易新”招标投标交易系统参与投标，网址为：

<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njxm-prod/gdebs-login-web/login>

(4) 投标人需登录南京智能开标大厅（新系统登录）参与开标活动，网址为：

http://njggzy.nanjing.gov.cn/BidOpening/online_bidding_platform/login

(5) 投标人需通过以下地址下载“‘宁易新’招标投标交易系统投标文件编制工具”制作投标文件：

<http://njggzy.nanjing.gov.cn/njweb/jyfw/079004/downloadcenter.html>

9.3 为避免投标单位因解密失败造成无效投标的情形，投标工具提供预解密功能，以验证递交的投标文件是否完整有效。操作注意事项如下：

(1) 预解密过程中，如出现异常问题，请联系投标工具公司进行排查处理。

(2) 投标文件递交后，可能会存在文件撤回重新制作上传的情况，请务必每次重新上传后，下载最新的文件进行预解密验证。

(3) 如投标文件递交后未进行文件预解密验证，可能会存在开标过程中因文件无法解密被退回处理的风险，后果需自行承担。

9.4 技术支持联系方式：

(1) “宁易新”招标投标交易系统及投标工具联系电话：025-69088960-7-2

(2) 江苏省公共资源交易经营主体信息库：025-83668675（工作时间：工作日8:30-18:00）

(3) 南京智能开标大厅联系电话：400-998-0000、025-68505877、68505828

(4) 国信CA联系电话：025-68505679

(5) CFCA联系方式：18061882568、4001662366

9.5 其他说明：[/](#)

10. 联系方式

招标人：	南京壹城产业发展有限责任公司	招标代理机构：	南京长昇工程项目管理有限公司
地址：	南京市秦淮区广景路9号数创未来中心A座招商中心	地址：	南京市广聚路33号21楼
联系人：	薛高杰	联系人：	罗美玲
电话：	15195900219	电话：	15895932145

招标采购监督部门及电话：[国企采购自行监管（电话：/）](#)

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

投标人须知前附表与正文内容相抵触的，以正文为准。

条款号	条款名称	编列内容
1.1.2	招标人	名称： 南京壹城产业发展有限责任公司 地址： 南京市秦淮区广景路9号数创未来中心A座招商中心 联系人： 薛高杰 电话： 15195900219
1.1.3	招标代理机构	名称： 南京长昇工程项目管理有限公司 地址： 南京市广聚路33号21楼 联系人： 罗美玲 电话： 15895932145
1.1.4	项目名称	壹城数创未来中心市场化广告服务
1.1.5	建设地点	南京市秦淮区
1.2.1	资金来源	国有（非政府投资）
1.2.2	出资比例	国有（非政府投资）:100.00%
1.2.3	资金落实情况	已落实
1.3.1	招标范围	壹城数创未来中心市场化广告服务，详见服务要求及甲方需求为准；
1.3.2	服务期	457

1.3.3	质量标准（技术性能指标）	<u>满足服务要求及甲方需求</u>
1.4.1	投标人资质条件、能力和信誉	<p><u>(1)、投标人应具有独立法人资格，持有有效营业执照（提供营业执照复印件，并加盖公章）；</u></p> <p><u>(2)、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（出具承诺函）；</u></p> <p><u>(3)、投标人必须提供拟投入本项目的项目负责人与投标人签订的有效劳动合同、社保机构出具的近半年（2025年3月-2025年8月）投标人为其缴纳的养老保险缴费证明材料并加盖社保中心章或社保中心参保缴费证明电子专用章，加盖社保中心参保缴费证明电子专用章的社保材料可视为原件，投标人须将养老保险证明材料原件及劳动合同原件的扫描件编辑至投标文件，否则视为未提供，并将导致资格审查不通过。若项目负责人属企业退休人员、事业编制人员、现役军人等客观原因无法提供养老保险金缴费证明，必须出具相关证明材料及劳动合同，否则一律按未提供养老保险金缴费证明材料处理。</u></p> <p><u>(4)、截止投标文件递交时间当日，投标人未在“信用中国”网站（http://www.creditchina.gov.cn/）中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单（提供未在“信用中国”网站中被列入失信被执行人名单、严重违法失信企业名单网页截图，并加盖公章）；</u></p> <p><u>(5)、投标人业绩要求：企业自2020年9月1日及以来承担过广告策划服务且建筑面积10万平方米（含）以上且服务周期在12个月及以上的业绩，（提供合同复印件加盖公章，时间、面积及服务周期以合同为准，如合同无法反映相关数据的，需提供相关证明材料，企业资格条件业绩与企业评分业绩不可以兼得）；</u></p> <p><u>(6)、本次招标不接受联合体投标；</u></p> <p><u>(7)、与招标人存在利害关系可能影响招标公正性的单位，不得参加投标。单位负责人为同一人或存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段的投标，否则相关投标均无效。</u></p>
1.4.2	是否接受联合体投标	否
1.9.1	踏勘现场	不组织

1.10.1	投标预备会	不召开
1.10.2	投标人提出问题的截止时间	2025-12-05 12:00:00
1.10.3	招标人书面澄清的时间	2025-12-05 12:00:00
1.11	分包	不允许
1.12	偏离	不允许
2.1	构成招标文件的其他材料	/
2.2.1	投标人要求澄清招标文件的截止时间	2025-12-05 12:00:00
2.2.2	投标截止时间	2025-12-22 09:30:00
2.2.3	投标人确认收到招标文件澄清的时间	2025-12-05 12:00:00
2.3.2	投标人确认收到招标文件修改的时间	2025-12-05 12:00:00
3.1.1	构成投标文件的其他材料	/
3.3.1	投标有效期	90天
3.2.3	最高投标限价或其计算方法	最高投标限价： 600,000

		最高投标限价计算方法： <u>投标人的投标报价应是投标人完成所有工作内容所需的人工费、设备费、劳务费、资料费、管理费、利润、税金等全部费用。</u>
3.2.4	投标报价的其他要求	总价 60万元，投标报价超过限价作废标处理。
3.4.1	投标保证金	<p>投标保证金的金额：人民币12,000元</p> <p>投标保证金形式：<u>现金</u> <u>支票</u> <u>银行保函</u> <u>保险保单</u> <u>担保保函</u> <u>信用承诺</u></p> <p>是否委托南京市公共资源交易中心代收代退： <u>是</u></p> <p>投标保证金提交账号</p> <p>户名名称：南京市公共资源交易中心 开户银行：交通银行江东中路支行 银行账号：320006613018010009990 银行地址：南京市江东中路265号一楼大厅交通银行江东中路支行</p> <p>办理流程：</p> <p>(1) 以现金或者支票形式提交投标保证金的，应当从本单位基本账户转出。投标人需登录江苏省公共资源服务平台（南京市），凭缴纳码关联到账信息与投标项目信息，无须随投标文件上传缴款凭证。</p> <p>(2) 以纸质保函（保险）形式提交投标保证金的，投标人须将纸质保函（保险）扫描件编入投标文件对应位置，并将纸质保函（保险）原件提交至上述银行办理收讫手续。</p> <p>(3) 以电子保函（保险）形式提交投标保证金的，通过出函机构自行办理的，投标人须将电子保函（保险）数据文件上传至投标文件对应位置，无须在江苏省公共资源服务平台（南京市）提交；通过江苏省公共资源服务平台（南京市）/宁企通惠企综合服务平台/南京市融资信用服务平台“投标电子保函服务专区”在线办理的，开标前须在江苏省公共资源服务平台（南京市）进行提交。</p>

		<p>(4) 以信用承诺方式替代投标保证金的，投标人应签署信用承诺书，随投标文件一同提交。</p> <p>(5) 投标保证金退还节点如下：非中标候选人在中标候选人公示结束起5日内退还；第二、三名中标候选人在中标结果公告发出起5日内退还；中标人在合同签订之日起5日内退还，招标人未书面通知交易中心合同签订时间的，中标人在中标通知书签发之日起35日内退还。在以上退还节点前，招标人可书面通知交易中心提前退还或延迟退还。</p> <p>注：实行减、免投标保证金的项目，按《关于实行差异化缴纳投标保证金降低招标投标交易成本的通知》执行。</p>
3.5.2	近年财务状况的年份要求	不要求
3.5.3	近年完成的类似项目的年度要求	要求 <u>2020年</u>
3.5.5	近年发生的诉讼及仲裁情况的年份要求	不要求
3.6	是否允许递交备选投标方案	不允许
4.2.2	递交投标文件地点	投标文件应递交至南京市招标投标交易系统
4.2.3	是否退还投标文件	否
5.1.1	开标时间和地点	<p>开标时间：同投标截止时间</p> <p>开标地点：<u>南京智能开标大厅（网址：https://njggzy.nanjing.gov.cn/BidOpening/online_bidding_platform/login）。</u></p>
5.2	开标程序	<p>开标程序为：</p> <p>(1) 公布投标人名单；</p> <p>(2) 投标人在规定的时间内解密其投标文件；</p> <p>(3) 招标人对未成功解密的投标文件进行退回；</p> <p>(4) 由招标人（招标代理）随机抽取评标相关参数（如有）；</p>

		<p>(5) 公布开标结果；</p> <p>(6) 投标人提出异议或咨询（如有）；</p> <p>(7) 招标人在线答复投标人提出的异议或咨询（如有）；</p> <p>(8) 开标结束。</p> <p>投标人解密时间： 公布投标人名称后 60 分钟以内</p>
6.1.1	评标委员会的组建	<p>评标委员会构成<u>5</u>人，其中招标人代表<u>0</u>人，专家<u>5</u>人；</p> <p>评标专家确定方式： <u>/</u></p> <p>从招标人提供的评委候选人名单中随机抽取</p>
7.1.1	是否授权评标委员会确定中标人	<p>否</p> <p>推荐的中标候选人数量：<u>3</u></p>
7.3.1	履约担保	<p>履约担保的形式：<u>/</u></p> <p>履约担保的金额：<u>/</u></p>
10	需要补充的其他内容	
10.3	技术标要求	<p>暗标：<u>不采用</u></p> <p>横向暗标：<u>不采用</u></p> <p>具体要求：<u>/</u></p>
10.4	<p>本项目委托公证进行现场公证。不超过200万元的，每件按2000元收取；超过200万元至1000万元的部分，按0.08%收取；超过1000万元至3000万元的部分，按0.05%收取；超过3000万元至5000万元的部分，按0.01%收取；超过5000万元的部分，按0.005%收取。公证费支付方式：中标人支付该项目公证费。投标人需综合考虑进行投标报价。投标报价中需要综合考虑由投标人缴纳的交易服务费用。本项目的交易服务费支付标准按照《关于贯彻落实〈关于优化公共资源交易服务收费管理有关事项的通知〉的通知》（宁发改价费字【2023】614号）“建设工程、水利工程交易服务费收费标准表”执行。招标人支付交易服务费总额的70%，中标单位支付30%，对进入公共资源交易机构开展交易的中小微企业，交易服务费减按80%收取。</p>	

1. 总则

1.1 项目概况

1.1.1 根据《中华人民共和国招标投标法》等有关法律、法规和规章的规定，本招标项目已具备招标条件，现对本标段进行招标。

1.1.2 本招标项目招标人：见投标人须知前附表。

1.1.3 本标段招标代理机构：见投标人须知前附表。

1.1.4 本招标项目名称：见投标人须知前附表。

1.1.5 本标段建设地点：见投标人须知前附表。

1.2 资金来源和落实情况

1.2.1 本招标项目的资金来源：见投标人须知前附表。

1.2.2 本招标项目的出资比例：见投标人须知前附表。

1.2.3 本招标项目的资金落实情况：见投标人须知前附表。

1.3 招标范围、工期（服务期、交货期）和质量标准（技术性能指标）

1.3.1 本次招标范围：见投标人须知前附表。

1.3.2 本标段的计划工期：见投标人须知前附表。

1.3.3 本标段的质量要求：见投标人须知前附表。

1.4 投标人资格要求

1.4.1 投标人应具备承担本标段施工的资质条件、能力和信誉。

(1) 资质条件：见投标人须知前附表；

(2) 财务要求：见投标人须知前附表；

(3) 业绩要求：见投标人须知前附表；

(4) 信誉要求：见投标人须知前附表；

(5) 项目负责人资格：见投标人须知前附表；

(6) 其他要求：见投标人须知前附表。

1.4.2 投标人须知前附表规定接受联合体投标的，除应符合本章第1.4.1项和投标人须知前附表的要求外，还应遵守以下规定：

(1) 联合体各方应按招标文件提供的格式签订联合体协议书，明确联合体牵头人和各方权利义务；

(2) 由同一专业的单位组成的联合体，按照资质等级较低的单位确定资质等级；

(3) 联合体各方不得再以自己名义单独或参加其他联合体在同一标段中投标。

1.4.3 投标人不得存在下列情形之一：

(1) 与招标人存在利害关系且可能影响招标公正性；

(2) 与本招标项目的其他投标人为同一个单位负责人；

- (3) 与本招标项目的其他投标人存在控股、管理关系；
- (4) 与本招标项目其他投标人代理同一个制造商同一品牌同一型号的设备投标；
- (5) 为本招标项目的代建人；
- (6) 为本招标项目的招标代理机构；
- (7) 与本招标项目的代建人或招标代理机构同为一个法定代表人；
- (8) 与本招标项目的代建人或招标代理机构存在控股或参股关系；
- (9) 被依法暂停或者取消投标资格；
- (10) 被责令停产停业、暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照；
- (11) 进入清算程序，或被宣告破产，或其他丧失履约能力的情形；
- (12) 法律法规或投标人须知前附表规定的其他情形。

∟

1.4.4 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本招标项目投标。

1.5 费用承担

投标人准备和参加投标活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与招标投标活动的各方应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

1.7 语言文字

除专用术语外，与招标投标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释。

1.8 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.9 踏勘现场

1.9.1 投标人须知前附表规定组织踏勘现场的，招标人按投标人须知前附表规定的时间、地点组织投标人踏勘项目现场。

1.9.2 投标人踏勘现场发生的费用自理。

1.9.3 除招标人的原因外，投标人自行负责在踏勘现场中所发生的人员伤亡和财产损失。

1.9.4 招标人在踏勘现场中介绍的工程场地和相关的周边环境情况，供投标人在编制投标文件时参考，招标人不对投标人据此作出的判断和决策负责。

1.10 投标预备会

1.10.1 投标人须知前附表规定召开投标预备会的，招标人按投标人须知前附表规定的时间和地点召开投标预备会，澄清投标人提出的问题。

1.10.2 投标人应在投标人须知前附表规定的时间前，以书面形式将提出的问题送达招标人，以便招标人在会议期间澄清。

1.10.3 投标预备会后，招标人在投标人须知前附表规定的时间内，将对投标人所提问题的澄清，以书面方式通知所有购买招标文件的投标人。该澄清内容为招标文件的组成部分。

1.11 分包

投标人拟在中标后将中标项目的部分非主体、非关键性工作进行分包的，应符合投标人须知前附表规定的分包内容、分包金额和接受分包的第三人资质要求等限制性条件。

1.12 偏离

投标人须知前附表允许投标文件偏离招标文件某些要求的，偏离应当符合招标文件规定的偏离范围和幅度。

2. 招标文件

2.1 招标文件的组成

本招标文件包括：

- (1) 招标公告（或投标邀请书）
- (2) 投标人须知；
- (3) 评标办法；
- (4) 合同条款及格式；
- (5) 报价清单或发包人（委托人）要求；（如有）
- (6) 图纸或发包人提供的资料；（如有）
- (7) 技术标准和要求；（如有）
- (8) 投标文件格式；
- (9) 投标人须知前附表规定的其他材料。（如有）

根据本章第1.10款、2.2款和2.3对招标文件所作的澄清、修改，构成招标文件的组成部分。

2.2 招标文件的澄清

2.2.1 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如发现内容不全，应及时向招标人提出，以便补齐。如有疑问，应在投标人须知前附表规定的时间前以书面形式（本招标文件中书面形式指通过电子招标投标交易平台发送和接受的且可被该系统识别的数据文件，下同），要求招标人对招标文件予以澄清。

2.2.2 招标文件的澄清将在投标人须知前附表规定的投标截止时间15天前，由招标人通过电子招标投标交易平台发给所有购买招标文件的投标人，但不指明疑问的来源。如果澄清发出的时间距投标截止时间不足15天，并且澄清内容可能影响投标文件编制的，相应延长投标截止时间。

2.2.3 投标人应及时登陆电子招标投标交易平台获取澄清后的招标文件，未按澄清后的招标文件编制的投标文件有可能被评标委员会否决。

2.3 招标文件的修改

2.3.1 在投标截止时间15天前，招标人可以书面形式修改招标文件，并通知所有已购买招标文件的投标人。如果修改招标文件的时间距投标截止时间不足15天，并且修改内容可能影响投标文件编制的，相应延长投标截止时间。

2.3.2 投标人应及时登陆电子招标投标交易平台获取修改后的招标文件，未按澄清和修改后的招标文件编制的投标文件有可能被评标委员会否决。

3. 投标文件

3.1 投标文件的组成

3.1.1 投标文件应包括下列内容：

- (1) 投标函及投标函附录；
- (2) 法定代表人身份证明或附有法定代表人身份证明的授权委托书；
- (3) 联合体协议书（如有）；
- (4) 投标保证金（如有）；
- (5) 报价清单；（如有）
- (6) 商务标文件；
- (7) 技术标文件；（如有）
- (8) 资格审查资料；
- (9) 定标资料；（如有）
- (10) 其他资料。

3.1.2 投标人须知前附表规定不接受联合体投标的，或投标人没有组成联合体的，投标文件不包括本章第3.1.1（3）目所指的联合体协议书。

3.2 投标报价

3.2.1 投标人应按第五章“报价清单”的要求填写相应表格。

3.2.2 投标人在投标截止时间前修改投标函中的投标总报价，应同时修改第五章“报价清单”中的相应报价。此修改须符合本章第4.3款的有关要求。

3.2.3 招标人设有最高投标限价的，投标人的投标报价不得超过最高投标限价，最高投标限价或其计算方法在投标人须知前附表中载明。

3.2.4 投标报价的其他要求见投标人须知前附表。

3.3 投标有效期

3.3.1 在投标人须知前附表规定的投标有效期内，投标人不得要求撤销或修改其投标文件。

3.3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，招标人以书面形式通知所有投标人延长投标有效期。投标人同意延长的，应相应延长其投标保证金的有效期，但不得要求或被允许修改或撤销其投标文件；投标

人拒绝延长的，其投标失效，但投标人有权收回其投标保证金。

3.4 投标保证金

3.4.1 投标人在递交投标文件的同时，应按投标人须知前附表规定的金额、担保形式和第八章“投标文件格式”规定的投标保证金格式递交投标保证金，并作为其投标文件的组成部分。联合体投标的，其投标保证金由牵头人递交，并应符合投标人须知前附表的规定。

3.4.2 投标人不按本章第3.4.1项要求提交投标保证金的，其投标文件作废标处理。

3.4.3 招标人与中标人签订合同后5个工作日内，向未中标的投标人和中标人退还投标保证金及银行同期存款利息。

3.4.4 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 投标人在规定的投标有效期内撤销或修改其投标文件；
- (2) 中标人在收到中标通知书后，无正当理由拒签合同协议书或未按招标文件规定提交履约担保；

3.5 资格审查资料

3.5.1 “投标人基本情况表”应按投标人须知要求附投标人营业执照、资质证书等材料，具体要求见投标人须知前附表。

3.5.2 “近年财务状况表”应按投标人须知要求附经会计师事务所或审计机构审计的财务会计报表，具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.3 “近年完成的类似项目情况表”应按投标人须知要求附中标通知书和（或）合同协议书、工程接收证书（工程竣工验收证书），具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.4 “近年发生的诉讼及仲裁情况”应说明相关情况，并附法院或仲裁机构作出的判决、裁决等有关法律文书，具体年份要求见投标人须知前附表。

3.5.5 投标人须知前附表规定接受联合体投标的，本章第3.5.1项至第3.5.4项规定的表格和资料应包括联合体各方相关情况。

上述资料投标人应从江苏省公共资源交易经营主体信息库系统中选择相应扫描件编入投标文件相应位置，投标人有义务核查投标资料的有效性和真实性，如存在扫描件无效、不清晰、不完整等情形的，投标人应及时更新相关资料，并重新制作并上传投标文件。

3.6 备选投标方案

除投标人须知前附表另有规定外，投标人不得递交备选投标方案。允许投标人递交备选投标方案的，只有中标人所递交的备选投标方案方可予以考虑。评标委员会认为中标人的备选投标方案优于其按照招标文件要求编制的投标方案的，招标人可以接受该备选投标方案。

3.7 投标文件的编制

3.7.1 投标文件应按第八章“投标文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为投标文件的组成部分。其中，投标函附录在满足招标文件实质性要求的基础上，可以提出比招标文件要求更有利于招

标人的承诺。

3.7.2 投标文件应当对招标文件有关工期（服务期、交货期）、投标有效期、质量标准（技术性能指标）、招标范围等实质性内容作出响应。

3.7.3 投标文件应在投标函、授权委托书、承诺书加盖使用电子招标投标交易平台可以接受的数字证书加盖的电子签名。

4. 投标

4.1 投标文件的密封和标记

4.1.1 潜在投标人应当使用投标文件制作软件按照招标文件规定的内容和格式编制、签名、加密、递交投标文件。签名和加密必须使用电子招标投标交易平台可接受的数字证书。“投标文件格式”中要求盖单位章和（或）签字的地方，申请人均应使用电子招标投标交易平台可识别的数字证书加盖申请人的单位电子印章和（或）法定代表人的个人电子印章或电子签名章。联合体牵头人按上述规定加盖联合体牵头人单位电子印章和（或）法定代表人的个人电子印章或电子签名章。

4.2 投标文件的递交

4.2.1 投标人应在投标人须知前附表规定的投标截止时间前，向电子招标投标交易平台传输递交加密后的电子投标文件。

4.2.2 投标人递交投标文件的地点：见投标人须知前附表。

4.2.3 逾期上传投标文件的，招标人不予受理。

4.2.4 通过电子招标投标交易平台中上传的电子投标文件应使用数字证书认证并加密，未按要求加密和数字证书认证的投标文件，招标人不予受理。

4.3 投标文件的修改与撤回

4.3.1 在本章第2.2.2项规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件，投标文件以投标截止时间前完成递交至电子招标投标交易平台最后一份投标文件为准。

4.3.2 修改的投标文件应按照本章第3条、第4条规定进行编制和递交。

5. 开标

5.1 开标时间和地点

5.1.1 招标人在本章第2.2.2项规定的投标截止时间（开标时间）和投标人须知前附表规定的地点公开开标。

5.1.2 投标人参加开标会要求：见前附表须知。

5.2 开标程序

按照投标人须知前附表规定的开标程序进行开标。

5.3 开标时出现下列情况的，招标人将拒绝其投标。

5.3.1 未按投标人须知前附表5.1.2“投标人参加开标会要求”参加开标的；

5.3.2 未能在投标人须知前附表规定的时间内成功解密的。

6. 评标

6.1 评标委员会

6.1.1 评标由招标人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由招标人或其委托的招标代理机构熟悉相关业务的代表，以及有关技术、经济等方面的专家组成。评标委员会成员人数以及技术、经济等方面专家的确定方式见投标人须知前附表。

6.1.2 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

(1) 招标人或投标人的主要负责人的近亲属；

(2) 项目主管部门或者行政监督部门的人员；

(3) 与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；

(4) 曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。

6.2 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.3 评标

评标委员会按照第三章“评标办法”规定的方法、评审因素、标准和程序对投标文件进行评审。第三章“评标办法”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

7. 合同授予

7.1 定标方式（适用于非评定分离项目）

除投标人须知前附表规定评标委员会直接确定中标人外，招标人依据评标委员会推荐的中标候选人确定中标人，评标委员会推荐中标候选人的人数见投标人须知前附表。

7.1 定标方式（适用于评定分离项目）

7.1.1 采用评定分离项目，投标人应按投标人须知前附表要求准备定标材料。

7.1.2 定标委员会按照招标文件规定的定标方案，在评标委员会推荐的中标候选人中择优确定中标人，并向招标人提交定标报告。中标候选人数量见投标人须知前附表。

7.2 中标通知

在本章第3.3款规定的投标有效期内，招标人以书面形式向中标人发出中标通知书，同时将中标结果通知未中标的投标人。

7.3 履约担保

7.3.1 在签订合同前，中标人应按投标人须知前附表规定的金额、担保形式和招标文件第四章“合同条款及格式”规定的履约担保格式向招标人提交履约担保。联合体中标的，其履约担保由牵头人递交，并应符合投标人须知前附表规定的金额、担保形式和招标文件第四章“合同条款及格式”规定的履约担保格式要求。

7.3.2 中标人不能按本章第7.3.1项要求提交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4 签订合同

7.4.1 招标人和中标人应当自中标通知书发出之日起30天内，根据招标文件和中标人的投标文件订立书面合同。中标人无正当理由拒签合同的，招标人取消其中标资格，其投标保证金不予退还；给招标人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4.2 发出中标通知书后，招标人无正当理由拒签合同的，招标人向中标人退还投标保证金；给中标人造成损失的，还应当赔偿损失。

8. 重新招标和不再招标

8.1 重新招标

有下列情形之一的，招标人将重新招标：

(1) 投标截止时间止，投标人少于3个的；

(2) 经评标委员会评审后否决所有投标的。

(3) 评标委员会否决不合格投标后因有效投标不足3个使得投标明显缺乏竞争，评标委员会决定否决全部投标的；

(4) 同意延长投标有效期的投标人少于3个的；

(5) 中标候选人均未与招标人签订合同的。

(6) 法律、法规规定的其他重新招标的情形。

8.2 不再招标

重新招标后投标人仍少于3个或者所有投标被否决的，属于必须审批或核准的建设工程项目，经原审批或核准部门批准后不再进行招标。

9. 纪律和监督

9.1 对招标人的纪律要求

招标人不得泄漏招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

9.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通投标或者与招标人串通投标，不得向招标人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评标工作。

9.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标办法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

9.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

9.5 投诉

投标人和其他利害关系人认为本次招标活动违反法律、法规和规章规定的，有权向有关行政监督部门投诉。

10. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见投标人须知前附表。

开标一览表

壹城数创未来中心市场化广告服务开标记录表

项目名称：壹城数创未来中心市场化广告服务

标段名称：项目

标段编码：NJQT2501403-01QF-GHa01

评标相关参数：

序号	投标人名称	投标报价(元)	投标保证金账户	投标保证金应缴金额(元)	投标保证金实缴金额(元)	投标保证金缴纳方式	投标保证金信用承诺	投标保证金到账情况	解密情况	项目负责人	服务期限(日历天)
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											

最高投标限价：

招标人：

行政监督：

开标地点：

见证人：

公证机构：

第三章 评标办法

初步评审			
条款号	评审因素	评审标准	
2.2.1	形式评审标准	投标人名称	与营业执照、资质证书一致
		电子签名	投标文件电子签名符合第二章4.1.1的要求
		投标报价	本项目采用总价报价，且只能有一个有效报价，但招标文件要求提交备选投标的除外
		授权委托书（如有）	企业法定代表人委托代理人有合法、有效的委托书
		暗标形式评审（如有）	暗标编制符合投标人须知前附表要求
2.2.2	资格评审标准	营业执照	具备有效的营业执照
		信誉要求	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		项目负责人	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		类似项目业绩	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		财务状况	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		项目负责人的其他要求	符合第二章“投标人须知”第1.4.1项规定
		投标人资格其他条件审查	符合第二章“投标人须知”第1.4.3项规定
2.2.3	响应性评审标准	投标内容	符合第二章“投标人须知”第1.3.1项规定及项目需求
		投标有效期	符合第二章“投标人须知”第3.3.1项规定
		投标保证金	符合第二章“投标人须知”第3.4.1项规定
		招标人其他要求	/
详细评审			
条款号	量化因素	量化标准	
2.3.1	分值构成（总分100分）	(1) 投标报价：30.00 分 (2) 技术标：55.00 分 (3) 商务标：15.00 分 (4) 其他：0 分	
2.3.2	评标基准价计算方法	招标人或招标代理自行提供报价打分算法，如下，	
2.3.3 (1)	投标报价得分计算	1、评标基准价计算方法：以有效投标文件的投标报价算术平均值为评标基准价（若有效投标文件 ≥ 5 家时，去掉其中的一个最高价和一个最低价后取算术平均值为评标基准价；若有效投标文件 < 5 家时，取有效投标文件的评标价算术平均值为评标基准价）投标报价等于评标基准价的得满分；偏离评标基准价的，相应扣减得分。	

		<p>2、偏差率计算公式：偏差率=100%× 投标人报价-评标基准价 /评标基准价</p> <p>3、投标报价得分计算投标报价等于评标基准价的得满分，偏离评标基准价的，投标报价每高于评标基准价1%扣0.2分，每低于评标基准价1%扣0.1分，偏离不足1%的，按照插入法计算得分。（小数点后保留两位）注： ①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，有可能影响项目质量或者不能诚信履约的，且投标人不能在评标现场合理的时间内证明其报价合理性的，评标委员会有权将其作为无效投标处理。②基准价修正方式：评标委员会在评标报告签字后，上述方法的评标基准价不因招投标当事人质疑、投诉、复议以及其他任何情形而改变，但评标过程中的计算错误可作调整。</p>		
2.3.3 (2)	技术标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		项目理解及分析 (0~15.00)	<p>项目定位（市场、客群、形象）</p> <p>1)对本项目的产业定位理解深刻；</p> <p>2)对本项目区域及竞争市场的研究透彻；</p> <p>3)对目标客群的研判准确；</p> <p>(优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)</p>	15.00
		营销推广策略 (0~15.00)	<p>营销推广策略（核心策略、阶段划分、资源加持）</p> <p>1)项目阶段推广定位及主题；</p> <p>2)推广策略（项目整体及各阶段传播策略、渠道策略、活动策略等计划铺排）；</p> <p>3)资源整合（具备多方可整合的资源能力，便于本项目推进过程中各种资源的利用，包括摄影师资源，影视公司资源及各种可被整合的优秀资源）。</p> <p>(优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)</p>	15.00
		平面设计思路 (0~15.00)	<p>平面设计思路</p> <p>1)推广应用物料表现（视觉表现稿等）；</p> <p>2)阶段推广形象标新立异，富有创造力；</p> <p>(优=15.00;良=13.00;中=11.00;差=9.00;无=0)</p>	15.00
		文案能力 (0~10.00)	<p>文案文字功底</p> <p>1)文案水平（广告文案、新闻写作），可以满足广告设计平面文案的精准以及打击力，同时，提供对项目专案的新闻写作、软文、楼书文案等支持。</p> <p>2)根据推广策略，方案文字能够精准表达节点文字（内容包含活动方案、推文主题等）。</p> <p>(优=10.00;良=8.00;中=6.00;差=4.00;无=0)</p>	10.00

		汇总规则：分项汇总，去掉1个最高分和1个最低分后求平均		
2.3.3 (3)	商务标评分标准	评审因素	评分标准	分值
		企业业绩 (0~15.00)	企业自2020年9月1日及以来承担过广告策划服务且建筑面积10万平方米（含）以上且服务周期在12个月及以上的业绩；有一个得5分，满分15分。注：提供合同复印件加盖公章，时间、面积及服务周期均以合同为准，如合同无法反映相关数据的，需提供相关证明材料，企业资格条件业绩与企业评分业绩不可以兼得。	15.00
		汇总规则：分项汇总，直接求平均		
2.3.3 (4)	其他评分标准	/		
2.5.2	竞争性判断	有效投标少于3名时，评标委员会作出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。		
4.3.2	定标方法	/		
<p>综合评估法综合评分相同且报价相同时中标候选人或中标人确定方法：<u>综合比较与评价后按照得分高低顺序对投标人进行排列。得分相同的，按报价由低到高顺序排列。得分且报价相同的，按技术指标优劣顺序排列，综合排名第一名的投标人确定为中标人。</u></p>				
需要补充的其他内容： /				

1. 评标方法

综合评估法：

本次评标采用综合评估法。评标委员会对满足招标文件实质性要求的投标文件，按照本章第2.3款规定的评分标准进行评审，并按投标人须知前附表7.1款规定的数量推荐中标候选人，或根据招标人授权直接确定中标人，但投标报价低于其成本的除外。综合评分相等时，以投标报价低的优先；投标报价也相等的，由招标人按照评标办法前附表规定的方法排序推荐。

2. 评审标准

2.1 评标入围（如采用）

2.1.1 投标文件存在评标入围及评标办法前附表所列情况之一的，不再进行后续评标。

2.2 初步评审标准

2.2.1 形式评审标准：见评标办法前附表。

2.2.2 资格评审标准：见评标办法前附表。

2.2.3 响应性评审标准：见评标办法前附表。

2.3 分值构成与评分标准

2.3.1 分值构成：见评标办法前附表。

2.3.2 评标基准价计算

评标基准价的计算公式：见评标办法前附表。

2.3.3 评标标准：见评标办法前附表。

3. 评标程序

3.1 评标准备

3.1.1 评标委员会由招标人依法组建。评标委员会负责人由评标委员会成员推举产生。评标委员会成员应签署《评标声明书》，遵守有关法律、法规、规章，遵守评标纪律和其他评标有关规定。

3.1.2 招标人应向评标委员会提供与评标有关的工程项目信息和资料，所提供的资料和信息不得带有不公正、影响或排斥某些投标人的情况。

3.1.3 评标委员会成员应独立研读招标文件。对招标文件中存在的问题的处理应由评标委员会讨论决定。评标委员会可要求招标人对招标文件的内容作必要的澄清、说明，但澄清、说明不得改变招标文件的实质内容。

3.2 初步评审

3.2.1 评标委员会依据本章第2.2.1项、2.2.2项、第2.2.3项规定的标准对投标文件进行初步评审，有一项不符合评审标准的且符合下列条款的予以否决：

（一）投标文件中的投标函未加盖合法有效电子签名；

- (二) 企业法定代表人委托代理人没有合法、有效的委托书的；
- (三) 投标人资格条件不符合国家有关规定或招标文件要求的；
- (四) 投标人名称或组织结构与资格预审时不一致的；
- (五) 除在投标截止时间前经招标人书面同意外，项目负责人与资格预审时不一致的；
- (六) 组成联合体投标未提供联合体各方共同投标协议的；
- (七) 在同一招标项目中，联合体成员以自己名义单独投标或者参加其他联合体投标的；
- (八) 联合体成员与资格预审确定的结果不一致的；
- (九) 投标报价低于工程成本或者高于招标文件设定的招标控制价或者招标人设置的投标限价的；
- (十) 同一投标人提交两个及以上不同的投标文件或者投标报价，但招标文件要求提交备选投标的除外；
- (十一) 未按招标文件要求提供投标保证金的；
- (十二) 投标文件载明的招标项目完成期限超过招标文件规定的期限的；
- (十三) 明显不符合技术规范、技术标准的要求的；
- (十四) 投标文件载明的货物包装方式、检验标准和方法等不符合招标文件的要求的；
- (十五) 投标文件提出了不能满足招标文件要求或招标人不能接受的工程验收、计量、价款结算和支付办法的；
- (十六) 不同投标人的投标文件以及投标文件制作过程出现了评标委员会认为不应当雷同的情况的；
- (十七) 以他人的名义投标、串通投标、以行贿手段谋取中标或者以其他弄虚作假方式投标的；
- (十八) 技术标文件存在明显技术方案错误、或者不符合招标文件有关暗标要求的；
- (十九) 投标文件关键内容模糊、无法辨认的。
- (二十) 经批准的其他要求（详见前附表）。

补充的否决条款：

- 1. 投标文件中已标价工程量清单与招标文件规定的暂估价、暂列金额及甲供材料价格不一致的；
- 2. 投标文件中已标价工程量清单与招标文件明确列出的不可竞争费用项目或费率或计算基础不一致的；
- 3. 投标文件中已标价工程量清单与招标文件提供的工程量清单中的项目编码、项目名称、项目特征、计量单位、工程量不一致的（措施项目增项除外）。

投标文件中的材料不符合第一章投标人须知 3.5条款要求的，评委会应按上述第三款予以否决。

3.3 详细评审

3.3.1 评标委员会按本章第2.3款规定的量化因素和分值进行打分，并计算出综合评估得分，各项分值计算均保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。

- (1) 按本章第2.3.3（1）目规定的评审因素和分值对投标报价计算出得分A
- (2) 按本章第2.3.3（2）目规定的评审因素和分值对技术标计算出得分B
- (3) 按本章第2.3.3（3）目规定的评审因素和分值对商务标评分计算出得分C

(4) 按本章第2.3.3(4)目规定的评审因素和分值对其他评价评分计算出得分D

3.3.2 评分分值B的计算应按评标办法前附表要求汇总并计算得分；

3.3.3 投标人得分=A+B+C+D。

3.3.4 评标委员会发现投标人的报价明显低于其他投标报价，或者在设有最高投标限价（招标控制价）时明显低于最高投标限价（招标控制价），使得其投标报价可能低于其成本的，应当要求该投标人作出书面说明并提供相应的证明材料。

3.4 投标文件的澄清和补正

3.4.1 在评标过程中，评标委员会可以通过电子招标投标交易平台要求投标人对所提交投标文件中不明确的内容进行书面澄清或说明，或者对细微偏差进行补正。评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或补正。

3.4.2 澄清、说明和补正不得改变投标文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。投标人的书面澄清、说明和补正属于投标文件的组成部分。

3.4.3 评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

3.5 评标结果

3.5.1 除第二章“投标人须知”前附表授权直接确定中标人外，评标委员会按照得分由高到低的顺序推荐中标候选人（适用于综合评估法）。

3.5.2 评标委员会在推荐中标候选人时，应遵照以下原则：

(1) 评标委员会应当按照投标人须知前附表7.1.1款规定，推荐相应的数量的中标候选人。

(2) 评标委员会完成评标后，应当向招标人提交书面评标报告。

(3) 采用“评定分离”的项目，经评标委员会评审，符合招标文件要求的投标人少于投标人须知前附表7.1.4规定的中标候选人数量，但不少于3人时，全部推荐为中标候选人。当符合招标文件要求的投标人少于3名时，评标委员会作出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。

3.5.3 评标委员会完成评标后，应当向招标人提交评标报告。

3.6 评标争议处理

3.6.1 评标委员会全体成员应独立评审，对所提出的评审意见承担个人责任。

3.6.2 评标委员会对需要全体成员共同确认的重大事项各成员意见不一致的应进行表决。表决事项经评标委员会全体成员超过半数以上同意视为有效，表决不得违背法律、法规和招标文件的规定。表决通过电子招标投标交易平台进行。

3.6.3 本评标办法中需要评标委员会全体成员共同确认的重大事项是指：

(1) 按本章3.2条款否决该投标人的投标的；

(2) 按本章3.3条款投标做废标处理的或投标人有关资格、业绩等认定的；

(3) 按本章3.4条款要求投标人澄清、说明或补正的；

(4) 其他有可能影响评标结果、可能对投标人产生不公、或者可能影响招标人利益的。

3.6.4 评标委员会成员对书面决议或评审结论持有异议的，应当书面阐述其不同意见和理由。拒绝在书面决议或评标报告上签名且不陈述其不同意见和理由的，视为同意书面决议或评标结论。评标委员会应当在评标报告中做出说明。

3.6.5 评标委员会形成的最终评审结论，应能体现大多数评委的评审意见，如有超过二分之一的评委提出异议的，应当当场重新评审。

4. 定标方法（适用于评定分离项目）

4.1 中标候选人确定方法

4.1.1 当合格投标文件数大于投标人须知前附表7.1.4款规定的数量时，按投标人的综合评分由高至低，推荐规定数量的中标候选人。

4.1.2 中标候选人公示期间，因异议或投诉，取消相应中标候选人的资格后，招标人根据投标人须知前附表7.1.4规定，采用继续定标，招标人继续定标。采用组织原评标委员会重新评审补充推荐中标候选人，招标人组织原评标委员会重新评审补充推荐中标候选人；中标候选人小于三家时，评标委员会做出是否具备竞争性判断，如具备竞争性，可继续推荐中标候选人。

4.2 定标委员会

4.2.1 定标委员会由招标人按相关要求组建，代表招标人对评标委员会推荐的中标候选人投标文件进行评审，人员数量详见投标人须知前附表。

4.2.2 定标委员会组长在定标会上推荐产生。

4.2.3 招标人在定标前可以介绍项目情况、招标情况、清标及对投标人或者项目负责人的考察、质询情况；招标人可以邀请评标专家代表介绍评标情况、专家评审意见及评标结论、提出注意事项。定标委员会委员有疑问的，可以向招标人或者评标专家提问。

4.2.4 与投标人有利害关系的人员不得参与本项目的定标工作。

4.2.5 招标人组建定标监督小组，对定标过程进行见证监督。

4.3 定标方法

4.3.1 定标委员会成员根据招标文件规定的定标方法和定标因素进行定标，具体定标方法详见评标办法前附表。

4.3.2 中标人放弃中标、因不可抗力提出不能履行合同，或者招标文件规定应当提交履约保证金而且在规定的期限内未能提交的，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，招标人可以采用原定标标准和方法，由原定标委员会在中标候选人名单中重新确定中标人并公示。其他中标候选人与招标人预期差距较大，或者对招标人明显不利的，招标人可以重新招标。

第四章 合同条款及格式

合同编号：_____

壹城数创未来中心市场化广告服务 合同

甲方：

乙方：_____

签订日期：____年____月____日

甲方（委托方）：

乙方（受托方）：_____

甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规的规定，本着平等自愿的原则，经双方友好协商一致，就甲方委托乙方对“壹城数创未来中心”项目进行广告策划及推广服务运营等事宜，达成如下合意，以兹共同遵守。

第一条 委托事项

1.1.甲方就其在南京市秦淮区壹城数创未来中心项目（以下简称“本项目”）委托乙方为本项目的招商推广提供广告策划及推广服务。

1.2.服务内容为：在委托期限内乙方需按期完成包括但不限于阶段性策略制定、活动策略方案建议、广告策略、平面设计、美宣服务等服务项，并于每月工作例会提交上月工作总结报告，具体服务项详见合同附件4策划推广代理服务内容。

第二条 合同期限

2.1.本合同服务期限：本期服务共计15个月，自2025年 月____日起至2027年 月__日止，具体起始时间以甲方工作通知单为准。

第三条 合同价款

3.1.本合同暂定含税总金额为：¥ _____ 元（大写人民币： _____ 整）；税率：6%。其中不含税金额为：¥ _____ 元（大写人民币： _____ 整），税金：¥ _____ 元。

3.2.本项目采用月费制，费用按月支付，每期含税标准月费详见下表。

服务期	暂定时间段	服务时长	月费标准(万元/月)	合计(万元)
1	2025年 月 日起至 2027年 月 日	15个月		

第四条 付款方式

4.1.支付节点：先服务后付费，按月支付，次月支付上月服务费，以此类推。

4.2.付款要求：乙方根据与甲方确认的每月工作计划，完成对应服务内容并提交验收服务报告及付款申请，经甲方确认后，提供相关成果物，纸质盖章版1份，电子版光盘1份（光盘中需包含设计画面正稿以供相关制作用途）。甲方在收到乙方提交的服务报告及付款申请后，依据附件6考核评分表所列内容对乙方进行当月工作考核并发送乙方。付款金额以当期服务金额为基准，根据考核结果支付对应金额的费用，具体考核标准如下：

得分 (X)	当期支付	备注
X<80分	70%	若当月综合得分<90分，甲方下发整改通知书并约谈乙方。 若乙方次月得分≥90分，则在次月月费中补发上月暂缓发放的金额。 若乙方连续2个月(从约谈当月计算)<90分，连续2个月的扣除月费金额将不再补发。
80≤X<85分	80%	
85≤X<90分	90%	
≥90	100%	

注：乙方在收到评分表之时起24小时内需确认回复，若无回复，视为同意本次打分。若对打分存在异议，乙方有1次申诉权利，需在收到评分表之时起24小时内进行异议举证，逾期视为放弃举证，视为同意本次打分。甲方在收到异议之时起24小时内予以审核，经甲方核实认可后，由甲方重新进行打分，甲方应在乙方确认之日起15个工作日内完成付款。

4. 3. 在本合同约定的合作期限届满之日,因乙方逾期完成服务内容给甲方造成损失的，乙方应赔偿甲方全部损失，包括但不限于律师费、诉讼费、鉴定费、调查取证费、交通住宿费等。

4. 4. 付款方式：**银行转账**。

乙方指定收款银行账户信息和纳税人信息如下：

开户银行： _____
 户名： _____
 账号： _____
 纳税人识别号： _____
 地址： _____
 电话： _____

乙方应按照甲方的纳税人基础信息开具增值税专用发票，甲方纳税人基础信息如下：

公司名称：南京壹城产业发展有限责任公司
 纳税人识别号：9132 0104 2497 0018 42
 地址：南京市秦淮区广景路9号
 电话：025-84695874
 开户银行：工商银行南京大行宫支行

账号：4301 0166 0910 0130 150

4.5. 甲方付款前，乙方须向甲方提供符合甲方要求的增值税专用发票，且乙方开具的增值税专用发票的内容必须与本合同约定的合同价款完全一致，并加盖发票专用章，否则甲方有权拒绝付款，且不承担任何责任。

4.6. 乙方必须严格遵照相关税收法规和文件，开具合法的增值税专用发票。如因乙方开具的增值税专用发票不符合税收法规与税务机关相关规定而给甲方造成经济损失的，乙方负责赔偿甲方一切损失，包括但不限于税金、附加费、罚金、滞纳金等。

4.7. 乙方承诺，本合同签署的乙方公司名称与发票开具单位与收款单位一致，乙方不得以其他理由在合同执行过程中要求调整发票开具单位或收款单位，否则视为乙方违约。

4.8. 在本合同履行过程中，如遇国家调整税率（包含企业资质税率调整），税率增加时本合同项下尚未支付的款项，甲方按照原含税金额予以支付；税率降低时本合同项下尚未支付的款项，甲方按照最新税率调整计算后的含税金额予以支付。

第五条 甲方的权利和义务

5.1. 甲方有权指定专人负责与乙方沟通、对接及协调相关工作，以提高工作效率。

5.2. 甲方应积极配合乙方，及时向乙方提供开展工作所需且合理的各类图片文字资料和相关的各种批文，具体内容乙方另行提供清单。甲方对上述资料的合法性、真实性、准确性负责。

5.3. 甲方应及时审定乙方提交的成果物并有权提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整，直至甲方书面认可后方可定稿。在重大工作上，甲方需以书面形式告知乙方所有的修改意见和建议。

5.4. 甲方有权监督乙方的工作进度和质量，对于发现的问题要求乙方进行整改，直至乙方工作得到甲方的认可。

5.5. 甲方有权组织周例会，总结上周工作成果，布置本周工作内容。乙方的项目小组主要成员必须出席例会，并在一个工作日内提交会议纪要（一式两份）报双方主要负责人签字确认。

5.6. 在乙方尽职尽责完成工作任务的前提下，甲方应按合同约定支付相关费用。

5.7.甲方有权按项目进展需求，提前一个月通知乙方，终止合同，且不承担违约责任。

第六条 乙方的权利和义务

6.1.乙方专门成立项目小组整体服务于本合同约定项目，并保证项目小组人员的稳定性。未经甲方书面允许，乙方不得擅自调整本合同确定的项目小组人员，具体人员名单见附件7。如确实需要进行人员变动，乙方应在变动事由发生之日起3日内向甲方提交书面申请，并提交专业能力不低于变动人员的新成员供甲方确认，经过甲方确认后方可执行。

6.2.乙方所有策划方案及相关建议方案需以书面形式向甲方汇报，在取得甲方确认后方可执行。乙方应严格按照双方商定的进度计划开展工作，不得无故延期或随意修改广告成品。所有广告成品应按甲方确认的正稿进行输出、制作、发布。因乙方工作缘故导致成品与甲方确认的正稿不一致，致使甲方蒙受损失的，经济损失由乙方全额赔偿。

6.3.设计制作稿件一经定稿，乙方需提供作品正稿光盘给甲方，该光盘必须能满足输出、印刷等制作要求。

6.4.涉及到制作类的设计（包括但不限于印刷、导视系统、现场包装物料等），乙方有义务到现场监督制作公司的制作过程和质量，把控设计作品的最终制作效果。

6.5.乙方需将每月工作成果（确认稿）以打印稿的形式装订成册提交给甲方备案，一式两份；每月所有确认文件需以矢量文件或图片文件格式刻录光盘提交给甲方备案，一式两份。

6.6.乙方需根据合同约定的时间向甲方提交一份周边项目推广广告的简报。

6.7.乙方对于为履行本合同所得知的甲方的一切业务信息及乙方提供的创意、设计等相关资料，承担保密义务。若因此致使甲方形象、经济等方面受损，甲方有权采用包括法律在内的手段维护自身权益。

6.8.未经甲方书面同意，乙方不得将甲方委托的内容全部或部分转包给第三方或与第三方合作，否则甲方有权终止协议且不承担任何违约责任。

6.9.如甲方对乙方工作人员的工作态度或工作能力提出质疑，要求更换工作人员，乙方应积极响应甲方需求进行调整。

6.10.如因相关重大会议或汇报需要乙方就合同项目对外发言、发文的，所有行为必须经甲方允许，符合甲方要求，否则甲方有权单方终止合同并追究乙方因此给甲方带来的一切损失。

第七条 合作流程及工作成果验收

7.1. 合同期限内，双方于每月第一周内进行每月工作例会，线上或线下形式不限，以确定本月主要工作内容。一方确定每月工作例会召开时间后，应提前24小时通知另一方参加。例会应以会议纪要形式就上月已完成情况进行确认，并对本月待完成工作内容、合理时间节点进行明确。双方应当场签署会议纪要或会议结束24小时内对书面会议纪要进行签收确认。

7.2. 推广服务工作内容应在每月工作例会中明确，如有变更，会后甲方可向乙方通过《工作联系单》变更本月服务内容，经双方书面确认后遵照执行。《工作联系单》可载明具体的服务数量、质量、时间、方式及效果。

7.3. 若更改后的推广服务内容超出乙方原定预计完成时间（参考附件5），乙方可在月工作例会的会议纪要中另作说明。乙方可就更改后的服务项内容完成情况提前申请甲方进行验收，甲方应及时验收并在通过验收后完成服务费用的付款事宜。

7.4. 甲方有权对乙方所提交的包括但不限于文字资料、策划思路及具体服务内容等以书面形式提出修改意见和建议，乙方应在甲方要求的时间内，以双方沟通确认后的方案进行修改、调整。在乙方提交有关文件或相关服务内容后，甲方应在三个工作日内以书面形式提出明确的合理意见，以便乙方有足够时间保质保量完成服务，若甲方超期未提出异议的，则视为同意乙方提交的最后一版方案为最终方案。

第八条 知识产权

8.1.乙方保证其提供给甲方的文件和资料，包括但不限于所有的文案、设计草稿及完稿等（不包括甲方提供的资料和数据），不违反《中华人民共和国广告法》、知识产权方面的法律规定及相关法律、法规的规定，不侵犯任何第三方的任何权益。如果甲方由于使用了乙方提供工作成果（不包括甲方提供的资料和数据）而导致遭受损失或侵害第三方权益的，乙方应承担全部的法律费用（包括但不限于甲方为提出抗辩而支付的律师费、澄清事实的费用、对第三方的赔偿等所有诉讼费用），并赔偿对甲方造成的所有损失。

8.2.乙方为甲方创作的广告成品及设计稿件,甲方在分阶段支付完毕服务费用后,乙方在各阶段向甲方提交的工作成果如涉及知识产权均归甲方所有,乙方未经甲方书面授权不得将有关工作成果及知识产权用于本项目以外的任何用途。但乙方有权用所设计的作品参与公益、专业、行业或媒介所组织的竞赛评比活动及自身的宣传活动。

第九条 违约责任

9.1.合同甲乙双方任何一方因未履行合同约定或违反国家法律、法规及有关政策规定,受到行政罚款或给对方造成损失的均由责任方承担责任,并赔偿给对方造成的经济损失。

9.2.如因乙方原因未能在计划时间内完成双方确认的工作内容及工作量,甲方有权向乙方发出书面限期改正通知。乙方在收到书面限期改正通知之日起15日内拒不改正的,甲方有权单方解除合同,并结清相关费用,且不承担任何违约责任。同时乙方应按照解除当月基础服务费标准的三倍向甲方支付违约金。

9.3.因乙方工作失误等原因造成甲方项目形象受损视为违约,甲方有权单方解除合同,并结清相关费用,且不承担任何违约责任。同时乙方应按照解除当月基础服务费标准的三倍向甲方支付违约金。

9.4.甲方根据本合同约定或法定原因解除或终止本合同的,甲方应于合同解除或终止结算完成之日起10日内结清其他应付款项。

9.5.未经甲方书面允许,乙方擅自调整本合同确定的项目小组人员,事后未获得甲方认可的,甲方有权终止本合同,但应结清相关费用。同时乙方应按照解除当月基础服务费标准的三倍向甲方支付违约金。

9.6.如因甲方原因未按合同约定支付乙方款项,乙方有权单方面以通知形式解除本合同,甲方应于合同解除或终止结算完成之日起10日内结清其他应付款项,同时应按照解除当月基础服务费标准的三倍向乙方支付违约金。

9.7.除本合同另有约定外任何一方单方终止合同时,均须提前十五天书面通知对方,并交接工作,双方就已完成的工作量进行验收结算,未发生的月费及其他费用甲方不再另行支付。

第十条 不可抗力

本合同存续期间,因不可抗力或政府政策、政令(以正式文件为准)等不可抗拒的因素,造成本合同及其补充协议内容部分或全部不能履行,双方互不承担

违约责任。但应在四十八小时内，将相关事件、可能引发后果等情况以书面形式通知另一方，并且在事件发生之日起十五天内，向另一方提交有关权威部门的证明，及本合同（包括补充协议）约定义务与责任不能履行或需要延期的报告。

第十一条 通知和送达

11.1.甲乙双方发送通知的方法，应采用快递（指定EMS）或直接送达的方式，凡涉及双方权利、义务的，应以书面形式通知。下列送达地址即为各方的收件地址。如地址有更改，须及时以书面形式通知对方。凡按各方最后地址送达的通知或其他有关文件均视为有效送达。

11.2.甲方送达地址：_____

 邮政编码：_____

 联系人：_____ 电话：_____

11.3.乙方送达地址：_____

 邮政编码：_____

 联系人：_____ 电话：_____

第十二条 保密条款

甲方提供的商业资料仅限于本合同范围内使用，未经甲方书面同意乙方不得随意使用，不得向第三方及公众泄露，由此而造成的损失由乙方全部承担，包括但不限于律师费、诉讼费、鉴定费、调查取证费、交通住宿费等。

第十三条 合同争议

在履行本合同过程中，如发生争议，双方应协商解决，如协商不成，任何一方均可向秦淮区人民法院提起诉讼。

第十四条 合同生效

本合同经甲乙双方盖章之日起生效。

第十五条 其它约定

15.1. 本合同一式肆份，甲方持贰份，乙方持贰份，每份均具有同等法律效力。

15.2. 按照相关法律法规的规定，政府审计监督部门有权对经双方确认的合同结算进行的审计监督，乙方应提供全部的配合工作并执行政府审计监督部门依法作出的审计决定。如政府审计监督部门核减合同价款的，乙方应在收到甲方通知之日起30日内退回核减部分。

15.3. 除本合同另有约定外，任何一方不得单方面更改或解除本合同。本合同未尽事宜，甲、乙双方可另行协商或签订补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。若本合同与补充协议不一致的，以补充协议为准。

第十六条 附件

本合同附件为本合同的组成部分，与本合同不可分割，与本合同具有同等效力。

附件如下：

附件1：廉政保密协议；

附件2：工作联系单；

附件3：成果提交确认单；

附件4：策划推广代理服务内容；

附件5：项目推广每期月费及服务内容明细；

附件6：考核评分表；

附件7：乙方工作组成员名单。

（以下无正文）

甲方： _____

乙方： _____

（盖章）

（盖章）

授权代表签字： _____

授权代表签字： _____

签署日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日

签署日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日

且

附件1：廉政保密协议

甲 方：【南京壹城产业发展有限责任公司】

乙 方：【 】

为了保持廉洁自律的工作作风和保密需求，防止各种不正当行为的发生，根据廉政建设的各项规定，特定立本协议如下：

一、甲乙双方应当自觉遵守国家和所在地区关于项目合作工作的规则和廉政建设的各项规定。

二、甲方及其工作人员不得以任何形式向乙方索要和收受回扣等好处费。

三、甲方工作人员应当保持与乙方的正常业务交往，不得接受乙方的礼金、有价证券和贵重物品，不得在乙方报销任何应由个人支付的费用。

四、甲方工作人员不得参加对公正执行公务有影响的宴请和娱乐活动。

五、甲方工作人员不得要求或者接受乙方为其住房装修、婚丧嫁娶、家属和子女的工作安排以及出国提供方便。

六、乙方应当通过正常途径开展相对业务工作，不得为获取某些不正当利益而向甲方工作人员赠送礼金、有价证券和贵重物品等。

七、乙方不得以洽谈业务、签订经济合同为借口，邀请甲方工作人员外出旅游和进入营业性高档娱乐场所。

八、乙方不得为甲方单位和个人购置或者提供通讯工具、交通工具、家电、高档办公用品等物品。

九、乙方如发现甲方工作人员有违反上述协议者，应向甲方领导或者甲方上级单位举报。甲方不得找任何借口对乙方进行报复。甲方对举报属实和严格遵守廉洁协议的一方，在同等条件下给与承接后续工程的优先邀请投标权。

十、甲方发现乙方有违反本协议或者采取不正当的手段行贿甲方工作人员，甲方根据具体情节和造成的后果追究乙方合作协议中合同款项10%的违约金。由此给甲方单位造成的损失均由乙方承担，乙方用不正当手段获取的非法所得，甲方有权予以追缴。

十一、未经甲方许可，乙方不得向无关第三方泄露本合同条款的任何内容以及本合同的签订和履行情况，包括通过签订和履行本合同而获知的甲方、甲方关联公司及甲方员工的任何信息。乙方承诺对甲方为履行本合同所提供的资料及其它商

业秘密（包括但不限于与甲方有关的图片、文字、活动方案、设计图纸、人员照片等信息）负有保密的义务，不得擅自截取、收集,并采取一切合理的措施以使其所接受的材料免于散发、传播、披露、复制、滥用及被无关人员接触。本合同终止后,乙方应继续严格遵守前述规定之保密义务直至相关信息已为公众知悉时为止，否则由此给甲方造成损失的，甲方有权主张损害赔偿。

十二、本协议作为《壹城数创未来中心市场化广告服务合同》附件，与《壹城数创未来中心市场化广告服务合同》具有同等法律效力，经协议双方签署之日起生效。

十三、本协议一式【肆】份，甲方执【贰】份；乙方执【贰】份。

甲方：【南京壹城产业发展有限责任公司】 乙方：【 】

盖章

盖章

时间：【2025】年【 】月【 】日 日期：【2025】年【 】月【 】日

附件2：工作联系单

工作联系单

收件单位：		发件单位：	
收件人：		经办人：	
文件编号：		发件时间：	
序号	项目名称	项目描述	备注
任务接收状态		<input type="checkbox"/> 接收任务 <input type="checkbox"/> 拒收任务	
		拒收原因：	

附件3：成果提交确认单

成果提交确认单

合同名称		合同编号	
甲方			
乙方			
委托内容			
本次提交成果			
乙方提交说明	乙方签字盖章：		
接收部门 审核意见			

附件4：策划推广代理服务内容

<p>(一) 项目全程广告策划</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 阶段性策略制定 <ol style="list-style-type: none"> (1) 阶段性策略定位推导 (2) 阶段性策略定位解读 (3) 阶段性宣传语 (4) 阶段性创意形象导出 2. 执行策略导出 <ol style="list-style-type: none"> (1) 年度推广策略 (2) 月度推广执行策略及计划 (3) 各推广阶段划分 (4) 各阶段推广核心目标 (5) 各阶段推广分步主题 (6) 各阶段推广主要动作建议 (7) 根据甲方节点，策划各类相关促销、公关及其他性质的有效活动（不含具体执行） 3. 活动策略方案建议（各活动策划概念及传播要点） <ol style="list-style-type: none"> (1) 活动策略、渠道及工具选择 (2) 活动前期宣传、物料、宣传等具体方案 4. 广告策略（含各类媒介节点性的广告策略、创意构想、平面表现及新闻、软文炒作等建议） 5. 传播与媒介策略的制定 <ol style="list-style-type: none"> (1) 传播与媒介覆盖策略目标 (2) 分阶段传播策略的制定 (3) 媒介炒作计划的制定、实施、监控及调整 6. 广告具体实施 <ol style="list-style-type: none"> (1) 广告创意设计 (2) 电视广告创意 (3) 电台广告创意 (4) 户外广告创意 (5) 其他所有甲方指定的媒体广告表现创意 7. 推广费用建议 <ol style="list-style-type: none"> (1) 推广总费用拟定 (2) 按阶段划分推广费用及比例 (3) 按媒介划分推广费用及比例 (4) 各媒体费用分配及比例 8. 其他策略服务 <ol style="list-style-type: none"> (1) 辅助甲方与第三方进行沟通 (2) 定期收集竞争对手广告 (3) 甲乙双方共同制定每项工作实际可行的工作时间表，双方共同监督并完成，根据甲方要求定期提报工作计划及总结 	<ol style="list-style-type: none"> 9. 项目全程跟进服务 <ol style="list-style-type: none"> (1) 实行例会制 (2) 实行专案小组制 (3) 广告成本预算 <p>(二) 设计服务</p> <p>第一部分：项目全程宣传物料规划与设计</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 楼书规划及设计 (3) 海报规划及设计 (4) DM规划及设计 (5) 阶段性宣传手册、宣传物料设计 (6) 折页、单页规划及设计 (7) 宣传板、展板设计 (8) 其他 <p>第二部分：现场包装</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 氛围挂旗 (2) 销售中心形象牌 (3) 看楼路线指引牌 (4) 形象墙/接待台设计 (5) 道旗/灯杆旗/楼体条幅 (6) 看房车/电瓶车包装 (7) 样板间通路氛围布置 (8) 样板间欢迎牌 (9) 背板、展板、展台 (10) 设计概念介绍 (11) 其他 <p>第三部分：活动的现场包装形象设计</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 舞台背景板 (2) 氛围挂旗 (3) 条幅 (4) 拱门 (5) 各类活动现场包装设计及其物料延申设计 (6) 其他辅助品设计（礼品） <p>(三) 媒体广告实施</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 报纸、杂志、网络广告创意和平面设计 (2) 电台、电视、专题片广告文字创意 <p>(四) 新媒体内容运营维护、传播与媒介策略</p> <p>具体微信服务内容详见本章附件《推广月度固定服务项内容》</p>
--	--

附件5：项目推广每期月费及服务内容明细

(一) 时间期限 (暂定) : _____

月费 (万元/月)		合同内服务内容约定	工作成果
费用小计 (万元)		1、提供阶段性策略制定服务(月度/半年度/年度)	
项目人员 架构	项目负责人 专案文案 专职ae 专案设计	——包括项目阶段性策略推导及定位、项目阶段创意形象导出	
编制数量	4	2、提供常规媒体广宣内容执行服务(SVG推文不少于2篇/月、海报不少于12篇/月、月度视频剪辑2个(不含拍摄、三维建模)、月度H5邀请函类1个) ——执行内容包括项目自有公众号、官方平台及朋友圈所涉及海报、推文素材文案撰写画面设计及内容发布 3、提供项目策划执行活动方案及物料内容执行服务(根据甲方执行计划) ——执行内容包括活动方案策划建议、活动涉及宣传及执行物料内容文案撰写及画面设计 4、提供项目包装策划内容执行服务(根据甲方执行计划) ——包括项目展示性物料如项目围挡、展架、展示性屏幕画面的内容文案撰写及画面设计 5、提供销售道具策划及内容执行服务(根据甲方执行计划) ——包括项目招商用宣传折页、单页等内容文案撰写及画面设计	1、基于项目前期策略定位月度/半年度/年度阶段性推广策略方案一份PPT形式 2、月度常规推文发布、海报汇总文件材料一份 3、月度活动策划方案一份、如活动执行汇总执行文件材料一份 4、根据执行情况, 汇总项目包装执行文件材料一份 5、根据执行情况, 汇总销售道具执行文件材料一份

附件6：考核评分表

项目广告公司考核表						
年度综合平均分低于90分，甲方有权取消合作						
时间： 年 月						
工作事项	上限/ 基础 分数	权 重	招商负责 人（25%）	策划负责 人打分（ 25%）	项目负责 人打分（ 50%）	
工作投入 度及工作 完成质量 考核（40 分）	项目主要负责人员（文案、策略、执行AE）按时参加周营销例会，特殊情况不能参加提前报备，若无故缺席1次扣1分、扣完即止；	10				
	管理层对项目的关注度，无特殊情况公司中高层（总监）按时参加月营销例会，特殊情况不能参加提前报备，若无故缺席1次扣5分、扣完即止；	5				
	项目工作小组人员的保证，如有不可避免的人员调动需提前一周发甲方更换人员通知函，若某固定岗位在1年之内，累计更换超过3次及以上，此项得分为0分；	5				
	如遇临时工作完成有困难，公司层面给予充分的人员支持和加班协调，保证工作按时有效完成，对临时性工作不能快速反应与调整，每次扣1分、扣完即止；	5				
	乙方需校验及审核所提交材料文字，若提交材料中出现错误，每次扣1分、扣完即止；	10				
	未按甲方确定规定时间完成工作事项，每次扣1分、扣完即止；	5				
策略能力 （30分）	乙方提交所有建设性方案及出街画面需由乙方公司策略总监及设计总监审核通过，方可给予甲方汇报，项目团队其他工作人员对项目需求正确、深入了解及把控，并及时通过工作成果表现出来，若提交的材料中存在项目明显错误，每错1次扣2分，扣完即止；	10				

	文案提供的相关材料，需措辞正确，条理清晰，排版符合要求，同一个工作内容返工不得高于3次； 除甲方给出明确方向调整之外，因文案工作疏忽导致的返工，每返工超过3次以上，扣5分，扣完即止	10				
	设计提供的相关画面，需画面具有创造力、表达传播内容精准，排版符合要求，同一个工作内容返工不得高于3次； 除甲方给出明确方向调整之外，因设计工作疏忽导致的返工，每返工超过3次以上，扣5分，扣完即止；	10				
执行能力 (30分)	执行AE需善于倾听、沟通，能够接受他人的观点，对项目需求具有把控能力，对接甲方工作任务，需思路清晰明确，存在因执行AE传递内容偏差，导致文案及设计出品出现与甲方传达内容有明显差距，每错1次，扣2分，扣完即止；	20				
	根据甲方工作安排及时提供会议记录、进度报告和工作总结，每延期1次，扣2分，扣完即止；	10				
加分项	来访路径为自然到访/媒体推广/阵地包装/活动组织，每签约一组+3分；	5				
	大型销售物料收到甲方高层领导好评+2分；	5				
综合评语：		小计				
综合得分						
备注 加分项不计入考核比例中，直接计入考核得分总分内，满分100分，若得分超过100分，也视为满分100分给予对应月费发放比例。						
甲方评分人员：						
乙方确认人员：						

附件7：乙方工作组成员名单

乙方工作组成员名单

项目负责人：

项目组成员：

序号	姓名	职务	职责	工作年限	教育经历
1					
	从业经历				
	服务案例				
	姓名	职务	职责	工作年限	教育经历
2					
	从业经历				
	服务案例				
	姓名	职务	职责	工作年限	教育经历
3					
	从业经历				
	服务案例				
	姓名	职务	职责	工作年限	教育经历
4					
	从业经历				
	服务案例				

第五章 招标采购清单

第六章 图纸

第七章 技术标准和要求

第八章 投标文件格式

投标文件格式

序号	文件夹/文件名称
1	封面
2	目录
3	一、投标函及投标函附录
3.1	（一）投标函
3.2	（二）投标函附录
4	二、法定代表人身份证明和授权委托书
5	三、联合体协议书（如有）
6	四、投标保证金
7	投标减免缴纳投标保证金信用承诺书
8	五、商务标文件
8.1	（一）投标人基本情况表
8.1.1	投标人基本情况表
8.1.2	（附件）企业相关证明证照文件
8.1.3	（附件）企业资质
8.1.4	（附件）企业证书
8.1.5	（附件）企业信用管理档案
8.2	（二）项目负责人资料表
8.2.1	项目负责人资料表
8.2.2	（附件）基本信息

序号	文件夹/文件名称
8.2.3	(附件) 资格证书
8.2.4	(附件) 社保
8.2.5	(附件) 业绩
8.3	(三) 项目管理机构组成表
8.3.1	项目管理机构组成表
8.3.2	(附件) 基本信息
8.3.3	(附件) 资格证书
8.3.4	(附件) 社保
8.4	(四) 拟分包项目情况表
8.5	(五) 近年完成的类似项目情况表
8.5.1	近年完成的类似项目情况表
8.5.2	(附件) 企业近年完成的类似项目情况
8.5.3	(附件) 项目负责人近年完成的类似项目情况
8.5.4	(附件) 企业获奖情况
8.5.5	(附件) 项目负责人获奖情况
8.6	(六) 正在施工和新承接的项目情况表
8.7	(七) 近3年发生的诉讼及仲裁情况表
8.8	(八) 近3年财务状况表
8.8.1	近3年财务状况表
8.8.2	(附件) 财务状况
8.9	(九) 资格审查其他资料
9	六、经济标文件
10	七、技术标文件
11	八、其他资料

（项目名称）（标段编码） 施工招标

投 标 文 件

投标人： _____

法定代表人： _____

_____年_____月_____日

目 录

- 一、投标函及投标函附录
- 二、法定代表人身份证明和授权委托书
- 三、联合体协议书
- 四、投标保证金
- 五、商务标文件
- 六、经济标文件
- 七、技术标文件
- 八、其他资料

一、投标函及投标函附录

(一) 投标函

XXXXXXXXXX:

1. 我方已仔细研究了XXXXXXXXXX招标文件的全部内容,愿意以人民币(大写)XXXXXXXXXX单位(¥XXXXXXXXXX)的投标报价(费率XXXXX%/折扣率XXXXXXXX%),工期(交货期、服务期)XXX日历天,质量标准(技术性能指标)达到XXXXXXXXXX。随同本投标函提交投标保证金一份,金额为人民币(大写)XXXXX(¥XXXXXX元)。我方承诺在投标有效期内不修改、撤销投标文件及投标保证金。我方将派出XXXXXX作为本工程的项目负责人。

2. 如我方中标:

自行添加

投标人: (盖电子印章)

法定代表人或委托代理人: .

地址: .

网址: .

电话: .

传真: .

邮政编码: .

(二) 投标函附录

服务时长	月费标准(万元/月)	合计 (万元)
15 个月		

__(自拟, 上传)

二、法定代表人身份证明和授权委托书

投标人名称：_____

地址：_____

姓名：_____ 性别：_____ 年龄：_____ 职务：_____

身份证号码：_____

系_____（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

是否授权：是

授权内容：

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托_____（姓名），
身份证号码：_____为我方法定代表人委托代理人。法定代表
人委托代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改（项目名
称）（标段编号）施工投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____。

法定代表人委托代理人无转委托权。

投标人：_____（盖电子印章）

_____年_____月_____日

三、联合体协议书（如有）

_____（所有成员单位名称）自愿组成_____（联合体名称）联合体，共同参加_____（项目名称）_____标段的资格审查和投标。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1、_____（某成员单位名称）为_____（联合体名称）牵头人。

2、联合体各成员授权牵头人代表联合体参加投标活动，签署文件，提交和接收相关的资料、信息及指示，进行合同谈判活动，负责合同实施阶段的组织和协调工作，以及处理与本招标项目有关的一切事宜。

3、联合体牵头人在本项目中签署的一切文件和处理的一切事宜，联合体各成员均予以承认。联合体各成员将严格按照招标文件、投标文件和合同的要求全面履行义务，并向招标人承担连带责任。

4、联合体各成员单位内部的职责分工如下：（自定义填写）_____。

5、本协议书自签署之日起生效，合同履行完毕后自动失效。

6、本协议书一式_____份，联合体成员和招标人各执一份。

注：本协议书由法定代表人签字的，应附法定代表人身份证明；本协议书由委托代理人签字的，应附法定代表人签字的授权委托书。

牵头人名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

成员一名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

成员二名称：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字）

.....

_____年_____月_____日

四、投标保证金

投标减免缴纳投标保证金信用承诺书（如采用）

致（招标人名称）：

我单位将严格遵守《中华人民共和国招标投标法》等法律法规和政策规定，现按照招标文件约定郑重承诺如下：

1、我单位信用状况良好，自愿遵守招标文件要求，通过提供信用承诺的方式，享受全部免除或减半缴纳投标保证金等优惠待遇。

2、我单位如出现投标截止后撤销投标文件、中标后无正当理由不与招标人订立合同、在签订合同时向招标人提出附加条件或其他法律法规规定的投标保证金不予退还的行为，自愿在招标文件约定期限内补缴投标保证金，否则承担因此造成的一切法律后果。

我单位对上述承诺的真实性负责，如有虚假，愿意承担相应的法律责任，并承担因此所造成的一切损失。

承诺单位（盖单位章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

日期： 年 月 日

五、商务标文件

(一) 投标人基本情况表

投标人名称						
注册地址					邮政编码	
联系方式	联系人				电 话	
	传 真				网 址	
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间			员工总人数：			
主营资质			其中	项目负责人		
企业资质				高级职称人员		
统一社会信用代码				中级职称人员		
安全生产许可证号				初级职称人员		
南京市建筑业企业信用管理档案				技 工		
开户银行						
账号						
经营范围						
备注						

(五) 近年完成的类似项目情况表

企业近年完成的类似项目情况												
序号	合同名称	合同编号	项目地点	开工时间	竣工时间	项目分类	项目内容描述	合同金额	项目负责人	招标人名称	招标人联系电话	其他说明
项目负责人近年完成的类似项目情况												
序号	合同名称	合同编号	项目地点	开工时间	竣工时间	项目分类	项目内容描述	合同金额	项目负责人	招标人名称	招标人联系电话	其他说明
企业获奖情况												
序号	获奖名称	获奖等级	奖项颁发机构	获奖时间	颁奖部门发布的文件号	获奖工程名称	其他说明					

项目负责人获奖情况												
序号	获奖名称	获奖等级	奖项颁发机构	获奖时间	颁奖部门发布的文件号	获奖工程名称	其他说明					

(六) 正在施工和新承接的项目情况表

合同项目名称	
合同项目所在地	
发包人名称	
发包人地址	
发包人电话	
签约合同价	
开工日期	
计划完工日期	
承担的工作	
工程质量	
项目经理（施工）	
技术负责人（施工）	
施工负责人（设计施工总承包项目）	
设计负责人（设计施工总承包项目）	
监理人和总监理工程师以及电话	
合同项目描述	
备注	

注：对于正在施工和新承接的项目，拟任项目经理正在担任担任施工项目经理或设计施工总承包项目经理、施工负责人的，应当提供全部项目的情况表。符合第 2 章投标人须知前附表第 1.4.1 项规定可以投标的，应当同时提供相应证明材料的电子扫描件。

(七) 近 3 年发生的诉讼及仲裁情况表

序号	诉讼或仲裁事项	诉讼或仲裁中的地位	缘由	结果	备注
一	诉讼事项				
二	仲裁事项				
三	其他说明				

(八) 近 3 年财务状况表

(按照第 2 章投标人须知前附表第 3.5.2 项时间要求)

1. 财务状况表

财务状况表

名称	资产总额 (万元)	营业收入 (万元)	利润总额 (万元)	纳税总额 (万元)	负债总额 (万元)	资产负债率	主营业务利润率	注册资本	是否有对外提供担保信息	从业人数
___年										
___年										
___年										

(九) 资格审查其他资料

六、已标价工程量清单

六、服务费用清单
(自拟, 上传)

七、施工组织设计
七、技术建议书

__(自拟, 上传)

八、其他资料

第九章 其他