

采购项目编号：SZZXDL-2025-00514

# 深圳市政府采购 招标文件

## 【服务类】

项目名称：影院宣传

采购人名称：深圳市体育彩票管理中心

采购代理机构名称：深圳市深水水务咨询有限公司

# 目 录

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>第一册 专用条款</b> .....     | <b>1</b>  |
| 关键信息.....                 | 3         |
| 第一章 采购公告 .....            | 15        |
| 第二章 投标须知前附表 .....         | 18        |
| 第三章 项目需求 .....            | 19        |
| 第四章 政府采购合同的签订、履约及验收 ..... | 25        |
| 第五章 投标文件格式、附件 .....       | 36        |
| <b>第二册 通用条款</b> .....     | <b>72</b> |
| 第一章 总则 .....              | 73        |
| 第二章 招标文件 .....            | 76        |
| 第三章 投标文件的编制与递交 .....      | 78        |
| 第四章 开标 .....              | 82        |
| 第五章 评标要求 .....            | 83        |
| 第六章 评标程序及评标方法 .....       | 84        |
| 第七章 定标及公示 .....           | 87        |
| 第八章 公开招标失败的后续处理 .....     | 90        |
| 第九章 合同的授予与备案 .....        | 93        |
| 第十章 质疑受理 .....            | 94        |

## 第一册 专用条款

### 警示条款

#### 《深圳经济特区政府采购条例》

第五十七条 供应商在政府采购中，有下列行为之一的，一至三年内禁止其参与本市政府采购，并由主管部门记入供应商诚信档案，处以采购金额千分之十以上千分之二十以下的罚款；情节严重的，取消其参与本市政府采购资格，处以采购金额千分之二十以上千分之三十以下的罚款，并由市场监管部门依法吊销其营业执照；给他人造成损失的，依法承担赔偿责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

- （一）在采购活动中应当回避而未回避的；
- （二）未按本条例规定签订、履行采购合同，造成严重后果的；
- （三）隐瞒真实情况，提供虚假资料的；
- （四）以非法手段排斥其他供应商参与竞争的；
- （五）与其他采购参加人串通投标的；
- （六）恶意投诉的；
- （七）向采购项目相关人行贿或者提供其他不当利益的；
- （八）阻碍、抗拒主管部门监督检查的；
- （九）其他违反本条例规定的行为。

#### 《深圳经济特区政府采购条例实施细则》

第七十五条 供应商有下列情形之一的，属于采购条例所称的串通投标行为，按照采购条例第五十七条有关规定处理：

- （一）投标供应商之间相互约定给予未中标的供应商利益补偿。
- （二）不同投标供应商的法定代表人、主要经营负责人、项目投标授权代表人、项目负责人、主要技术人员为同一人、属同一单位或者在同一单位缴纳社会保险。
- （三）不同投标供应商的投标文件由同一单位或者同一人编制，或者由同一人分阶段参与编制的。
- （四）不同投标供应商的投标文件或部分投标文件相互混装。
- （五）不同投标供应商的投标文件内容存在非正常一致。
- （六）由同一单位工作人员为两家以上（含两家）供应商进行同一项投标活动的。
- （七）主管部门依照法律、法规认定的其他情形。

第七十七条 供应商有下列情形之一的，属于隐瞒真实情况，提供虚假资料，按照采购条例第五十七条的有关规定处理：

- （一）通过转让或者租借等方式从其他单位获取资格或者资质证书投标的。
- （二）由其他单位或者其他单位负责人在投标供应商编制的投标文件上加盖印章或者签字的。
- （三）项目负责人或者主要技术人员不是本单位人员的。
- （四）投标保证金不是从投标供应商基本账户转出的。
- （五）其他隐瞒真实情况、提供虚假资料的行为。

投标供应商不能提供项目负责人或者主要技术人员的劳动合同、社会保险等劳动关系证明材料的，视为存在前款第（三）项规定的情形。

《中华人民共和国政府采购法实施条例》

第十八条 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。

除单一来源采购项目外，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。

## 关键信息（通用）

|          |                                                                                                                                                                                                       |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 采购项目编号   | SZZXDL-2025-00514                                                                                                                                                                                     |
| 项目名称     | 影院宣传                                                                                                                                                                                                  |
| 项目类型     | 服务类                                                                                                                                                                                                   |
| 是否长期服务项目 | ■是                                                                                                                                                                                                    |
| 采购方式     | 公开招标                                                                                                                                                                                                  |
| 货币类型     | 人民币                                                                                                                                                                                                   |
| 招标文件结构   | <p>1.本招标文件分为第一册“专用条款”和第二册“通用条款”（另行装订）。</p> <p>2.“专用条款”是对本次采购项目的具体要求，包含招标公告、招标项目需求、合同条款及格式、投标文件格式、附件等内容。</p> <p>3.“通用条款”是通用于政府采购项目的基础性条款，具有普遍性和通用性。</p> <p>4.当出现“专用条款”和“通用条款”表述不一致或有冲突时，以“专用条款”为准。</p> |

## 资格、符合性评审条款

**（凡有下列情形之一的，将导致投标无效）**

| 资格性审查表 |                                                                  |
|--------|------------------------------------------------------------------|
| 1      | 投标人不具备招标资质要求，或未提交相应资质证明材料；(详见采购公告“申请人的资格要求”，其中未列示的资质要求不得导致投标无效。) |
| 2      | 投标文件存在招标文件中规定的其它投标无效条款的；                                         |
| 3      | 法律、法规规定的属于投标无效的其他情形。                                             |

| 符合性审查表 |                                                                                                  |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 将一个包或一个标段的内容拆开投标；                                                                                |
| 2      | 投标文件及开标一览表未按招标文件规定密封、签字、盖章；                                                                      |
| 3      | 对同一项目投标时，提供两套以上的投标方案（招标文件另有规定的除外）；                                                               |
| 4      | 未按招标文件所提供的样式填写《投标函》；未按招标文件所提供的《政府采购投标及履约承诺函》进行承诺；                                                |
| 5      | 未按照招标文件规定要求签署、盖章或投标文件没有法定代表人签字，或签字人没有法定代表人有效授权书的；                                                |
| 6      | 投标总价或分项报价高于预算金额（最高投标限价）；                                                                         |
| 7      | 同一项目出现两个及以上报价，且按规定无法确定哪个是有效报价；                                                                   |
| 8      | 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，且不能在合理的时间内提供书面说明，或无法提交相关证明材料，投标人不能证明其报价合理性的； |
| 9      | 所投产品、工程、服务在商务、技术等方面没有实质性满足招标文件要求的（是否实质性满足招标文件要求，由评标委员会根据《实质性条款响应情况表》做出评判；                        |
| 10     | 对招标文件规定的服务清单项目及数量进行修改或采购标的响应不全；                                                                  |
| 11     | 投标文件存在招标文件中规定的其它投标无效条款的；                                                                         |
| 12     | 法律、法规规定的属于投标无效的其他情形。                                                                             |

## 评审信息（综合评分法）

本招标文件所述评标方法和定标方法与招标文件《通用条款》所述不一致之处，以以下方法为准。

### 一、评标定标信息

本项目为非评定分离项目。

评标方法：综合评分法

候选中标供应商家数：3（中标或者成交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或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标或者成交供应商，也可以重新开展政府采购活动。）

中标供应商家数：1

### 二、评审方法

本项目采用综合评分法评审，投标文件应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进行评审。评审委员会各成员应当独立对每个通过资格性审查和符合性审查且报价不超过预算控制金额的投标人的投标文件进行评审，并汇总每个投标人每项评分因素的评分、评标委员会各成员对每个投标人评分的和，取算术平均值确定每个投标人的评审总得分，并出具评审结论。

本次评标采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。评标委员会推荐排名前三的投标人分别作为第一、第二、第三中标候选人，其中第一中标候选人为首选的中标人。若出现第一中标候选人放弃中标资格或其中标资格被依法确认无效的，则第二中标候选人为新的中标人，以此类推。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按技术部分得分最高的投标人为排名第一的为第一中标候选人。

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；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为投标无效处理。

供应商提供报价合理性说明的方式，包括但不限于现场提交、电子邮件提交等其他便捷方式。若评审委员会成员对是否须由投标人作出报价合理性说明，以及书面说明是否采纳等判断不一致的，按照“少数服从多数”的原则确定评审委员会的意见。

### 三、价格分计算方法

依据《深圳市财政局关于严格执行财政部 87 号令价格分计算规定的通知》（深财购（2018）33 号）、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）第五十五条第六款之规定：价格分应当采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×100

评标总得分=F1×A1+F2×A2+.....+Fn×An

F1、F2.....Fn 分别为各项评审因素的得分；

A1、A2、.....An 分别为各项评审因素所占的权重(A1+A2+.....+An=1)。

评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

在实际评标过程中，《评分细则表》中的“分值”项为各项评审因素的实际分  $S_n$ ， $S_n = F_n \times A_n$ ，评标总得分  $= S_1 + S_2 + \dots + S_n$ ，投标报价的实际分  $= (\text{评标基准价} / \text{投标报价}) \times 100 \times \text{价格权重}$ 。

#### 四、详细评审

（一）评标专家应对通过投标文件初审进入评标程序的投标文件先评技术标、再评商务标；

（二）评标专家需按招标文件规定的评审标准对投标人提交的投标文件进行评审，投标文件中与评审标准无关的内容不作为评审内容。

（三）评标委员会在评标时，应按照以下量化的评审因素，对各投标文件进行分析和比较：

评分细则表

| 序号 | 评分项 |                        |    | 权重                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|-----|------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 价 格 |                        |    | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2  | 技 术 |                        |    | 43                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|    | 序号  | 评分因素                   | 权重 | 评分准则                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|    | 1   | 实施方案                   | 15 | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 投标人对本项目需求理念认知深刻。</p> <p>2. 投标人对广告宣传位所在区域的人流量以及人群特征有深入了解。</p> <p>3. 投标人基于上述两点，能优化本项目广告宣传投放方案，提升宣传效果。</p> <p><b>（二）评分标准：</b></p> <p>1. 投标文件满足评审内容情况，本项最高得 <u>6</u> 分。</p> <p>（1）考察点每满足 1 点得 2 分；最高得 <u>6</u> 分</p> <p>（2）考察点全部不满足，不得分。</p> <p>2. 在此基础上，根据方案整体全面性、具体性、针对性、合理性、可操作性进行评分，本项最高加 <u>9</u> 分。</p> <p>（1）投标文件响应内容全面；</p> <p>（2）投标文件响应内容具体；</p> <p>（3）投标文件响应内容针对性强；</p> <p>（4）投标文件响应内容科学合理；</p> <p>（5）投标文件响应内容可操作性强。</p> <p>满足以上五项要求的评价为优，加 9 分。</p> <p>满足以上四项要求的评价为良，加 5 分。</p> <p>满足以上三项要求的评价为中，加 1 分。</p> <p>其它情况的评价为差，不加分。</p> |
|    | 2   | 项目重点难点分析、应对措施及相关的合理化建议 | 15 | <p><b>（一）评分内容：</b>评审投标人对本项目难点重点的认识和应对措施。</p> <p>1. 投标人能结合彩票行业深入分析本项目重点。</p> <p>2. 投标人能结合彩票行业深入分析本项目难点。</p> <p>3. 投标人基于以上重点难点分析，能够提出具有创新性和可操作性的建议。</p> <p><b>（二）评分标准：</b></p> <p>1. 投标文件满足评审内容情况，本项最高得 <u>6</u> 分。</p> <p>（1）考察点每满足 1 点得 <u>2</u> 分，最高 <u>6</u> 分；</p> <p>（2）考察点全部不满足，不得分。</p> <p>2. 在此基础上，根据方案整体全面性、具体性、针对性、合理性进行评分，本项最高加 <u>9</u> 分。</p> <p>（1）投标文件响应内容全面；</p> <p>（2）投标文件响应内容具体；</p> <p>（3）投标文件响应内容针对性强；</p> <p>（4）投标文件响应内容科学合理。</p> <p>满足以上四项要求的评价为优，加 <u>9</u> 分。</p> <p>满足以上三项要求的评价为良，加 <u>5</u> 分。</p> <p>满足以上二项要求的评价为中，加 1 分。</p>               |

|   |      |             |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|------|-------------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |      |             |    | 其它情况的评价为差，不加分。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|   | 3    | 质量保障措施及方案   | 8  | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 投标人质量保障措施全面。</p> <p>2. 投标人质量保障措施合理。</p> <p>3. 投标人质量保障措施严谨有效。</p> <p><b>（二）评分标准：</b></p> <p>1. 投标文件满足评审内容情况，本项最高得 <u>3</u> 分。</p> <p>（1）考察点每满足 1 点得 <u>1</u> 分，最高 <u>3</u> 分；</p> <p>（2）考察点全部不满足，不得分。</p> <p>2. 在此基础上，根据方案整体具体性、针对性、可操作性进行评分，本项最高加 <u>5</u> 分。</p> <p>（1）投标文件响应内容具体；</p> <p>（2）投标文件响应内容针对性强；</p> <p>（3）投标文件响应内容可操作性强。</p> <p>满足以上三项要求的评价为优，加 <u>5</u> 分。</p> <p>满足以上二项要求的评价为良，加 <u>3</u> 分。</p> <p>满足以上一项要求的评价为中，加 <u>1</u> 分。</p> <p>其它情况的评价为差，不加分。</p>             |
|   | 4    | 违约承诺        | 5  | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 投标人违约承诺内容具体。</p> <p>2. 投标人违约承诺中有明确的补偿措施。</p> <p><b>（二）评分标准：</b></p> <p>1. 投标文件满足评审内容情况，本项最高得 <u>3</u> 分。</p> <p>（1）考察点每满足 1 点得 <u>1.5</u> 分，最高 <u>3</u> 分；</p> <p>（2）考察点全部不满足，不得分。</p> <p>2. 在此基础上，根据方案整体全面性、针对性、合理性、可操作性进行评分，本项最高加 <u>2</u> 分。</p> <p>（1）投标文件响应内容全面；</p> <p>（2）投标文件响应内容针对性强；</p> <p>（3）投标文件响应内容科学合理；</p> <p>（4）投标文件响应内容可操作性强。</p> <p>满足以上四项要求的评价为优，加 <u>2</u> 分。</p> <p>满足以上三项要求的评价为良，加 <u>1.5</u> 分。</p> <p>满足以上二项要求的评价为中，加 <u>1</u> 分。</p> <p>其它情况的评价为差，不加分。</p> |
| 3 | 综合实力 |             |    | 40                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|   | 序号   | 评分因素        | 权重 | 评分准则                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|   | 1    | 投标人同类项目业绩情况 | 6  | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 投标人在 2022 年 1 月 1 日至本项目投标截止日，具有影院映前广告宣传业绩的，每提供一项得 <u>2</u> 分，最高得 <u>4</u> 分。</p> <p>2. 投标人在 2022 年 1 月 1 日至本项目投标截止日，具有影院灯箱广告宣传业绩的，每提供一项得 <u>2</u> 分，最高得 <u>2</u> 分。</p> <p>以上 2 项累计得分，同一合同内容具有影院映前广告宣传业绩和影院灯箱广告宣传业绩可累计得分。</p> <p><b>（二）评分依据：</b></p> <p>1. 投标人须提供项目合同关键信息页（含签订合同双方</p>                                                                                                                                                                                              |

|   |                       |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---|-----------------------|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                       |   | <p>的单位名称、合同项目名称、服务内容、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页）复印件并加盖公章作为得分依据。原件备查。</p> <p>2. 以上资料均要求提供扫描件或复印件加盖投标人公章。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况，一律作不得分处理。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 2 | 拟安排的项目负责人情况（仅限一人）     | 6 | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 项目负责人在 2022 年 1 月 1 日至本项目投标截止日，负责执行过影院映前广告宣传项目的，每提供一项得 2 分，最高得 6 分。无业绩，不得分。</p> <p><b>（二）评分依据：</b></p> <p>1. 要求提供劳动合同（或者通过投标单位缴纳的载有社保部门公章的本项目投标截止日前一个月的个人社保证明（因社保部门原因暂时无法取得的则可往前顺延一个月），如供应商为新成立单位且成立时间不足一个月的，可提供加盖公章的情况说明或者证明材料亦视为符合。如为退休返聘人员则提供劳动合同或返聘协议）作为证明依据。如劳动合同以投标人分公司名义签订的（或社保由分公司缴纳），须提供投标人分公司营业执照证明，视为同等有效合同（社保）。</p> <p>2. 如涉及考察人员工作经验，要求提供项目合同关键信息页（含签订合同双方的单位名称、合同项目名称、服务内容、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页）作为得分依据，通过项目合同关键信息页（含签订合同双方的单位名称、合同项目名称、服务内容、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页）无法判断是否得分的，也可以提供能证明得分的其它证明资料，如项目报告或履约评价或合同采购人出具的证明文件等，需加盖合同采购人公章（或采购人业务章）。</p> <p>以上内容需提供扫描件或复印件加盖投标人公章。</p> |
| 3 | 拟安排的项目团队成员（项目负责人除外）情况 | 6 | <p><b>（一）评分内容：</b></p> <p>1. 团队成员人数达到 5 人或以上，得 2 分；不足 5 人的，不得分。</p> <p>2. 团队成员中具有本科学历，每有 1 人得 0.5 分，最高得 2 分。</p> <p>3. 团队成员在 2022 年 1 月 1 日至本项目投标截止日，负责执行过影院映前广告宣传项目的，每提供一项得 1 分，最高得 2 分。无业绩，不得分。</p> <p>以上 3 项累计得分。</p> <p><b>（二）评分依据：</b></p> <p>1. 要求提供劳动合同（或者通过投标单位缴纳的载有社保部门公章的本项目投标截止日前一个月的个人社保证明（因社保部门原因暂时无法取得的则可往前顺延一个月），如供应商为新成立单位且成立时间不足一个月的，可提供加盖公章的情况说明或者证明材料亦视为符合。如为退休返聘人员则提供劳动合同或返聘协议）作为证明依据。如劳动合同以投标人分公司名义签订的（或社保由分公司缴纳），须提供投标人分公司营业执照证明，视为同等有效合同（社保）。</p> <p>2. 学历证明须同时提交毕业证书及学历认证报告或学信网（<a href="https://www.chsi.com.cn/">https://www.chsi.com.cn/</a>）查询截图。学信网无法</p>                                  |

|   |                 |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|-----------------|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                 |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>查询的,可提供其他佐证材料(如毕业院校、人社部门等颁发机构或监管机构等单位出具的证明),留学归国人员如无法提供学信网查询记录截图,提供国(境)外学历证书扫描件(以及中文翻译件)和教育部留学服务中心出具的国外学历学位认证书扫描件【或教育部留学服务中心网站(<a href="http://zwfw.cscse.edu.cn/">http://zwfw.cscse.edu.cn/</a>)在线查询截图】也予以认可。</p> <p>3. 如涉及考察人员工作经验,要求提供项目合同关键信息页(含签订合同双方的单位名称、合同项目名称、服务内容、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页)作为得分依据,通过项目合同关键信息页(含签订合同双方的单位名称、合同项目名称、服务内容、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页)无法判断是否得分的,也可以提供能证明得分的其它证明资料,如项目报告或履约评价或合同采购人出具的证明文件等,需加盖合同采购人公章(或采购人业务章)。</p> <p>以上内容需提供扫描件或复印件加盖投标人公章。</p> |
| 4 | 影院映前宣传资源        | 9 | <p><b>(一)评分内容:</b></p> <p>1. 投标人用于满足本项目需求的资源中,含有中影国际影城、博纳影城、百川影城,南国影城,海岸影城、万达影城、太平洋影城、深影国际影城、华夏星光影城、飞尚百誉影城、中影南方国际影城的,每具有一个,得<u>1</u>分,最高得<u>6</u>分。</p> <p>2. 投标人用于满足本项目需求的影院数量达到 31(含)-35(含)家得<u>1</u>分;36(含)-40(含)家得<u>2</u>分;40(不含)家以上得<u>3</u>分;其他情况不得分。</p> <p><b>(二)评分依据:</b></p> <p>1. 投标人提供影院映前广告相关授权证明,扫描件或复印件加盖投标人公章。</p> <p>2. 投标人提供的证明材料如无法明确证明评分内容或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况,一律作不得分处理。</p>               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5 | 影院灯箱宣传资源        | 9 | <p><b>(一)评分内容:</b></p> <p>1. 投标人用于满足本项目需求的资源中,含有中影国际影城、博纳影城、百川影城,南国影城,海岸影城、万达影城、太平洋影城、深影国际影城、华夏星光影城、飞尚百誉影城、中影南方国际影城的,每具有一个,得<u>1</u>分,最高得<u>6</u>分。</p> <p>2. 投标人用于满足本项目需求的影院灯箱数量(含拉布灯箱数量)101(含)-105(含)个得<u>1</u>分,106(含)-110(含)个得<u>2</u>分;110(不含)个以上得<u>3</u>分;其他情况不得分。</p> <p><b>(二)评分依据:</b></p> <p>1. 投标人提供影院灯箱广告的相关授权证明,扫描件或复印件加盖投标人公章。</p> <p>2. 投标人提供的证明材料如无法明确证明评分内容或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况,一律作不得分处理。</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 6 | 投标人自主知识产权产品(创新、 | 4 | <p><b>(一)评分内容:</b></p> <p>1. 投标人获得广告类软件著作权(或专利)的,每提供1个软件著作权(或专利)得2分,最高得4分。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|   |          |        |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|----------|--------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |          | 设计)情况  |    | <b>(二) 评分依据:</b><br>(1) 要求提供有效的广告类软件著作权(或专利)证书复印件加盖投标人公章作为得分依据。<br>(2) 提供官方网站截图加盖投标人公章, 原件备查。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况, 一律作不得分处理。                                                                                                                                                                           |
| 4 | 政府采购政策部分 |        |    | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|   | 序号       | 评分因素   | 权重 | 评分准则                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|   | 1        | 环保执行情况 | 2  | 要求投标人就是否受过环保主管部门行政处罚作为得分依据; 以投标人在投标文件中提供的承诺作为依据; 若隐瞒情况虚假应标将导致投标无效并报主管部门处理。采取客观化评分; 受过行政处罚不得分。                                                                                                                                                                                                                    |
| 5 | 诚信情况     |        |    | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|   | 序号       | 评分因素   | 权重 | 评分准则                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|   | 1        | 诚信情况   | 5  | <b>(一) 评分内容:</b><br>根据《深圳市财政局关于印发<深圳市财政局政府采购供应商信用信息管理办法>的通知》(深财规〔2023〕3号)相关规定, 如供应商在全国范围内存在因政府采购违法、违规行为受到财政部门罚款等一般行政处罚信息, 或者存在该办法第十一条所称在本市集中采购活动中的一般违法失信行为记录信息, 且在公示期内的, 本项不得分, 否则得满分。<br><b>(二) 评分依据:</b><br>采购代理机构通过“信用中国”、“中国政府采购网”、“深圳市政府采购监管网”以及市、区财政部门认定的其他渠道查询供应商信用信息, 具体以开标当日上述渠道的全部查询结果为准, 投标人无需提供证明材料。 |

备注:

- 1.有取值范围的, 含上限值不含下限值。每一项的得分均不能超过该项最高分值。
- 2.缺项则该项为 0 分或不合格为 0 分。
- 3.价格、技术、商务部分为针对项目具体情况设置项目, 累加满分为 100 分, 固定额外加分部分为固定设置项, 对涉及政策导向优先采购产品进行额外加分。
- 4.综合以上分析比较, 评委会将对各投标文件进行书面的量化评定, 得分精确到小数点后两位。

## 需要落实的政府采购政策

### 一、评标优惠政策

1、计划是否面向中小企业采购：☒ 是 ☐ 否

☒ 整体面向中小企业采购；

☐ 预留预算总额的\_\_\_\_\_%专门面向中小企业采购：\_\_\_\_\_(二选一)

(1) 供应商以联合体形式参加采购活动，联合体中中小企业承担预算总额的\_\_\_\_\_%部分；（不低于 40%）

(2) 获得采购合同的供应商将采购项目中的\_\_\_\_\_%分包给一家或者多家中小企业。（不低于 40%）

备注：（1）采购限额标准以上，200 万元以下的货物和服务采购项目、400 万元以下的工程采购项目，适宜由中小企业提供的，应当专门面向中小企业采购。超过 200 万元的货物和服务采购项目、超过 400 万元的工程采购项目中适宜由中小企业提供的，预留该部分采购项目预算总额的 40%以上专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业的比例不低于 70%。

（2）注意：资格要求中的是否接受联合体、是否接受分包需对应勾选。

（3）采购人拟不专门面向中小企业预留采购份额的，应当按照财库〔2020〕46 号文件第六条第二款规定说明原因，并由其主管预算单位确认留存。

2、小微企业报价优惠：0 % （10%-20%）（联合体\_\_\_\_%）（4%-6%）（如整体面向中小企业，此处填写 0）

3、采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：15

请参照《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）》从以下 16 个行业中选定：1.农、林、牧、渔业；2.工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业）；3.建筑业；4.批发业；5.零售业；6.交通运输业（不含铁路运输业）；7.仓储业；8.邮政业；9.住宿业；10.餐饮业；11.信息传输业（包括电信、互联网和相关服务）；12.软件和信息技术服务业；13.房地产开发经营；14.物业管理；15.租赁和商务服务业；16.其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等。

### 二、关于失信供应商的价格上浮

根据《深圳市财政局关于印发〈深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法操作细则〉的通知》（深财购〔2017〕42 号）的规定，采取价格评比法（比如最低评标价法）的项目，因违法违规行为被记入诚信档案的失信供应商最终报价在该企业最后一轮报价的基础上上浮 10%。失信供应商符合优惠主体资格的，价格扣除和价格上浮一并执行。

### 三、其他需要落实的政府采购政策

（一）采购人拟采购的产品属于《关于调整优化节能产品环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9 号）品目清单范围的，应依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。对于已列入品目清单的产品类别，采购人可在采购需求中提出更高的节约资源和保护环境要求，对符合条件的获证产品给予适当评审加分。对于未列入品目清单的产品类别，鼓励采购人综合考虑节能、节水、环保、循环、低碳、再生、有机等因素，参考相关国家标准、行业标准或团体标准，在采购需求中提出相关绿色采购要求，促进绿色产品推广应用。

（二）根据《深圳市人民政府关于印发深圳市贯彻落实守信联合激励和失信联合惩戒制度实施方案的通知》（深府〔2017〕57号）、《深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法》（深财规〔2017〕8号）以及《深圳市财政局关于印发<深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法操作细则>的通知》的要求，对列入失信“黑名单”的供应商限制参与政府采购。

（三）若供应商在政府采购活动中出现《深圳经济特区政府采购条例实施细则》第八十四条规定情形的，采购人或招标机构可将有关情况报同级财政部门，由财政部门根据实际情况记入供应商诚信档案，予以通报。市、区财政部门将加大对违法违规供应商的惩戒力度，实施联合惩戒。

（四）根据财政部《关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125号）、《深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法》（深财规〔2017〕8号），供应商信用信息的查询渠道为“信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）”中的“信用服务”栏的“重大税收违法案件当事人名单”“失信被执行人”、“中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）”中的“政府采购严重违法失信行为记录名单”、“深圳信用网（<https://www.szcredit.org.cn/>）”、“深圳市政府采购监管网（<http://www.zfcg.sz.gov.cn/>）”，相关信息以开标当日的查询结果为准。

## 招标代理服务取费说明

(1) 计算基数：中标金额。

(2) 计算方法：采购代理机构以招标文件规定的计算基数，依据《深圳市财政局关于规范深圳市社会采购代理机构管理有关事项的补充通知》（深财购〔2018〕27号）规定的招标代理服务费收费标准，按差额定率累进法计算，低于5000元的按照5000元计取。

(3) 支付人：■中标人。

(4) 支付方式：银行转账。

(5) 收款账户信息如下：

户名：深圳市深水水务咨询有限公司

账号：443899991010003343618

开户行：交通银行深圳金叶支行

招标代理服务收费标准

| 服务类型<br>费率<br>中标金额 | 货物采购   | 服务采购   | 工程采购   |
|--------------------|--------|--------|--------|
| 100 万元以下           | 1.500% | 1.500% | 1.000% |
| 100 万元（含）-500 万元   | 1.100% | 0.800% | 0.700% |
| 500 万元（含）-1000 万元  | 0.800% | 0.450% | 0.550% |
| 1000 万元（含）-5000 万元 | 0.500% | 0.250% | 0.350% |
| 5000 万元（含）-1 亿元    | 0.250% | 0.100% | 0.200% |
| 1 亿元（含）-5 亿元       | 0.050% | 0.050% | 0.050% |
| 5 亿元（含）-10 亿元      | 0.035% | 0.035% | 0.035% |
| 10 亿元（含）-50 亿元     | 0.008% | 0.008% | 0.008% |
| 50 亿元（含）-100 亿元    | 0.006% | 0.006% | 0.006% |
| 100 亿元（含）以上        | 0.004% | 0.004% | 0.004% |

以某服务类项目招标为例：

假设其计算基准价为5000万元，则招标代理服务费计算为：

100 万元×1.5%=1.5 万元

（500-100）万元×0.8%=3.2 万元

（1000-500）万元×0.45%=2.25 万元

（5000-1000）万元×0.25%=10 万元

因此，该项目招标代理服务费为：1.5+3.2+2.25+10= 16.95 万元。

第一章 采购公告

|                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 项目概况                                                                                                                     |
| 影院宣传的潜在投标人应在 <u>深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 401</u> 获取招标文件，并于 <u>2025 年 06 月 11 日 14 点 30 分</u> （北京时间）前递交投标文件。 |

一、项目基本情况

- 1.采购项目编号：SZZXDL-2025-00514
- 2.项目名称：影院宣传
- 3.预算金额：600000.00 元
- 4.最高限价：600000.00 元
- 5.采购需求：

| 标的名称 | 数量 | 单位 | 简要服务需求 | 备注 |
|------|----|----|--------|----|
| 影院宣传 | 1  | 项  | 详见招标文件 |    |

6.合同履行期限：自本项目合同生效之日起至所有服务内容执行完毕之日止（预计 2025 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，采购人将根据中标供应商履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年。第一年为项目招标的中标服务期限，合同一年一签。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，将根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止项目合同。

- 7.长期服务项目说明：该项目是长期服务项目。
- 8.本项目不接受联合体投标。
- 9.项目前期设计、规划论证单位：无
- 10.资金来源：财政资金 100 %
- 11.采购计划编号：/
- 12.项目地点：深圳市
- 13.采购方式：公开招标
- 14.评标方法：综合评分法

二、申请人的资格要求

- 1.具有独立法人资格或是具有独立承担民事责任能力的其它组织（提供营业执照或事业单位法人证书或社会团体法人登记证书等证明资料扫描件或复印件加盖投标人公章，原件备查）；
- 2.参与本项目投标前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明，加盖投标人公章）；
- 3.参与本项目政府采购活动时不存在被有关部门禁止参与政府采购活动且在有效期内的情况（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明，加盖投标人公章）；
- 4.具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明，加盖投标人公章）；
- 5.未被列入失信被执行人、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（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明，加盖投标人公章）；
- 6.不存在《深圳市财政局政府采购供应商信用信息管理办法》（深财规〔2023〕3 号）列明的严重违法失信行为（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明，加盖投

标人公章)；

7. 不同供应商的法定代表人、主要经营负责人、项目投标授权代表人、项目负责人(如有)、主要技术人员(如有)不得为同一人、属同一单位或者在同一单位缴纳社会保险;不同投标供应商的投标文件不得由同一单位或者同一人编制;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,不得参加本项目政府采购活动(由供应商填写《供应商基本情况表》相关信息,如发现不同投标供应商的相关信息存在上述“不得”的情形,作投标无效处理);

注:采购代理机构将通过“信用中国”中“信用服务”栏的“重大税收违法案件当事人名单”“失信被执行人”“中国政府采购网”中的“政府采购严重违法失信行为记录名单”“深圳信用网”以及“深圳市政府采购监管网”为供应商信用信息的查询渠道,相关信息以开标当日的查询结果为准。信用信息查询记录应当作为项目档案材料一并保存。

8.本项目不接受联合体投标。不允许转包、非法分包(由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明,加盖投标人公章)。

9. 本项目是否专门面向中小企业采购:是。投标人应为中小微企业(提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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);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),本项目采购标的(服务需求)对应的中小企业划分标准所属行业为:租赁和商务服务业, 供应商未按要求提供声明函或不符合要求的,作投标无效处理。

### 三、获取招标文件

1.获取招标文件时间:2025年05月30日起至2025年06月06日(节假日除外),09:00~11:30,14:00~17:30(北京时间)。

2.获取招标文件地点:深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路112号罗湖投资控股大厦裙楼401。

3.获取招标文件方式:线上报名

报名网址: <https://jdy.shenshuizaojia.com:8443/f/6758fdb2f9ae5eae94a793db>

4.招标文件售价:每套人民币500元。招标文件售后不退。

5.报名时提交以下资料:

(1)投标人的营业执照复印件、法人代表证明书、授权委托书、法定代表人及被授权委托人身份证复印件,以上资料须加盖投标人公章,格式自定。

(2)《中小企业声明函、残疾人福利性单位声明函、监狱企业声明函》(格式详见本公告“八附件”招标文件第五章“投标文件格式、附件”)加盖投标人公章。

### 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

1.递交投标文件时间:2025年06月11日14:00~14:30。

2.投标截止及开标时间:2025年06月11日14:30。

3.开标地点:深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路112号罗湖投资控股大厦裙楼401。

### 五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

### 六、其他补充事宜

1.本项目实行网下纸质答疑,凡对招标文件有任何疑问的(包括认为招标文件的技术指标或参数存在排他性或歧视性条款),请投标人于2025年06月10日(招标文件发布之日(当日不计)起第7个工作日)17:30前,根据《深圳经济特区政府采购条例》第六章、《深圳市经济特区政府采购条例实施细则》第六章及深圳交易集团有限公司政府采购业务分公司网页 <https://www.szggzy.com/globalSearch/details.html?contentId=1211037> 所发布的有关质疑的指引及要求填写质疑函件,并将质疑函件以及相关质疑内容的证明材料原件一次性送达深圳市深水水务咨询有限公司,逾期不受理。

2.投标人有义务在招标活动期间浏览本公告中的相关网站,招标人在上述网站上公布的与本次招标项目有关的信息视为已送达各投标人。采购代理机构将答疑情况或相关的补充公

告（说明）在相关网站公布，请投标人及时关注本项目的投标答疑情况。投标人因疏忽，未及时登录相关网站了解相关的答疑情况及补充说明，产生的不利后果由投标人自行承担。

3.本项目在深圳政府采购自行采购系统发布相关公告，请供应商在投标截止前在平台（<https://trade.szggzy.com/ggzy/center/#/login>）及时注册，未及时注册导致无法录入供应商信息产生的不利后果由投标人自行承担。

**七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系**

深圳政府采购自行采购网站 <https://zxcg.szggzy.com/home/index.html>

深圳市深水水务咨询有限公司 <http://www.szsszx.com/>

**1.采购人联系方式**

单位名称：深圳市体育彩票管理中心

联系人：林工

电话：0755-82139386

地址：深圳市罗湖区清水河一路 116 号罗湖投资控股大厦 2 座 17 楼

**2.采购代理机构联系方式**

单位名称：深圳市深水水务咨询有限公司

项目负责人：李夏冰

电话：0755-25164102 手机：15815558585 邮箱:349010520@qq.com

项目配合人：麦舒群

电话：0755-29395688 手机：13556822161

地址：深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 401

**八、附件**

/

## 第二章 投标须知前附表

说明：本表是对通用条款《投标人须知》条款的补充、修改和完善，如果有矛盾，应以本表为准。

| 序号 | 内容             | 规定                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 联合体投标          | ■不接受（招标文件中相关联合体规定均不适用） □接受                                                                                                                                                                                                                                         |
| 2  | 踏勘现场           | ■不组织。<br>□组织。踏勘时间：_____年____月____日____时____分<br>集合地点：_____<br>联系人：_____, 联系电话：_____                                                                                                                                                                                |
| 3  | 投标人质疑的截止时间     | 招标文件发布之日起第 7 个工作日                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 4  | 答疑的截止时间        | 质疑文件受理之日起 7 个工作日内                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 5  | 招标文件澄清或修补的截止时间 | 截标之日 3 日前                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 6  | 招标代理服务费        | （1）计算基数：中标金额。<br>（2）计算方法：采购代理机构以招标文件规定的计算基数，依据《深圳市财政局关于规范深圳市社会采购代理机构管理有关事项的补充通知》（深财购〔2018〕27 号）规定的招标代理服务费收费标准，按差额定率累进法计算，低于 5000 元的按照 5000 元计取。<br>（3）支付人：■中标人。<br>（4）支付方式：银行转账。<br>（5）收款账户信息如下：<br>户名：深圳市深水水务咨询有限公司<br>账号：443899991010003343618<br>开户行：交通银行深圳金叶支行 |
| 7  | 投标担保           | ■不提交                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 8  | 投标有效期          | 120 日历天（从投标截止之日算起）                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 9  | 替代方案           | ■不允许 □允许                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 10 | 评定分离           | □是 ■否                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 11 | 评标方法           | ■综合评分法 □最低评标价法                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 12 | 定标方法           | □自定法 ■无                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 13 | 履约保证金          | ■不提交                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 14 | 投标文件份数         | （1）开标信封一份；<br>（2）纸质投标文件一正本，四副本，副本可用正本复印件，建议胶装，统一密封在一个外密封包里。                                                                                                                                                                                                        |
| 15 | 投标文件电子版        | 光盘/U 盘（投标文件正本盖章后的彩色扫描件，PDF 格式）                                                                                                                                                                                                                                     |
| 16 | 预算金额           | 金额：人民币 陆拾万元整（¥600000.00 元），分项预算限额详见服务清单一览表，超出预算金额或分项预算限额的投标文件将导致投标无效。                                                                                                                                                                                              |
| 17 | 最高投标限价         | 金额：人民币 陆拾万元整（¥600000.00 元），分项最高投标限价详见服务清单一览表，超出最高投标限价或分项最高投标限价的投标文件将导致投标无效。                                                                                                                                                                                        |

## 第三章 项目需求

### 一、服务清单一览表

| 序号 | 采购计划编号 | 服务名称 | 备注 | 财政预算限额<br>(元) | 最高投标限<br>价(元) | 所属行业 |
|----|--------|------|----|---------------|---------------|------|
| 1  | /      | 影院宣传 | /  | 600000.00     | 600000.00     |      |

### 二、实质性响应条款

| 序号 | 具体内容                 |
|----|----------------------|
| 1  | 完全满足本项目技术需求和商务需求的要求。 |

### 三、项目背景

为深化媒介公关传播矩阵建设，拓展本级媒介投放渠道，扩大体彩品牌影响力，我中心计划选择一家服务商开展合作，主要内容包括在影院映前银幕和影院灯箱开展体彩公益宣传。

### 四、具体技术要求

#### （一）项目投放方案

投标人须制定项目投放方案，包括但不限于项目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。

#### （二）影院银幕映前宣传

1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。

2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。

3、影院数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。

4、持续时间：投放时间不少于 30 天。

5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，但应事先征得采购人同意，同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。

6、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件（包括但不限于动画、视

频、图片或文稿等），由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。

7、上播要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。

8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。

9、下播要求：宣传内容发布期满，投标人须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。

### （三）影院灯箱宣传

1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。

2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。

3、影院数量及灯箱数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。

4、持续时间：投放时间不少于 30 天。

5、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。

6、制作及展示要求：

海报灯箱宣传尺寸：50cm×70cm（宽×高）；

拉布灯箱宣传尺寸：不小于 2 平方米（按影院拉布灯箱实际尺寸制作）。

7、上刊要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单并在 7 个工作日内完成上刊，上刊后 7 个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。

8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。

9、下刊要求：服务期满，投标人提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。

### （四）宣传效果评估

投标人完成所有服务内容后，在 7 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。

### （五）其他要求

1、投标人负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。

2、采购人在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，投标人须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，采购人

权要求投标人顺延相应宣传内容的发布时间。

## 五、商务需求

（一）服务期限：自本项目合同生效之日起至所有服务内容执行完毕之日止（预计 2025 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，采购人将根据中标供应商履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年。第一年为项目招标的中标服务期限，合同一年一签。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，将根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止项目合同。

（二）付款方式：本项目费用分两次支付，合同生效且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%；本项目合同约定的服务内容全部执行完毕，投标人提交项目所有验收材料，经采购人审核通过且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%。本项目费用含宣传设计、制作、发布以及税费等所有费用。

（三）验收要求：

1、验收人员：采购人指定的工作人员。

2、验收时间：投标人提交所有验收材料后 7 日内完成验收。

3、验收方式：采购人在投标人的服务期内不定期抽查、按付款方式进行各阶段验收。采购人验收及抽查时，对投标人不履行合同、不适当履行合同等行为，采购人有权提出修改意见，投标人有义务遵照执行，并采取其他补救措施。采购人检查、监督投标人关于服务需求、响应情况等方面的任何建议和要求不得减少、免除投标人在本合同项下的责任和义务（包括但不限于投标人对影院宣传投放质量应承担的全部责任）。

4、验收内容及要求：验收人员参照下表要求，按照投标人实际响应及完成情况进行验收。

| 序号 | 服务内容     | 具体服务需求                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 完成情况 | 验收结论 |
|----|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| 1  | 项目投放方案   | 投标人须制定项目投放方案，内容包括但不限于项目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。                                                                                                                                                                                                                                  |      |      |
| 2  | 影院银幕映前宣传 | 1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。<br>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。<br>3、影院数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。<br>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。<br>5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，但应事先征得采购人同意，同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。<br>6、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件（包括但不限于动画、视频、 |      |      |

|   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |  |
|---|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|   |        | <p>图片或文稿等），由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>7、上播要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> <p>9、下播要求：宣传内容发布期满，投标人须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。</p>                                                                                                                                                                                                                          |  |  |
| 3 | 影院灯箱宣传 | <p>1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。</p> <p>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。</p> <p>3、影院数量及灯箱数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。</p> <p>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。</p> <p>5、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>6、制作及展示要求：</p> <p>海报灯箱宣传尺寸：50cm×70cm（宽×高）；</p> <p>拉布灯箱宣传尺寸：不小于 2 平方米（按影院拉布灯箱实际尺寸制作）。</p> <p>7、上刊要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单并在 7 个工作日内完成上刊，上刊后 7 个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> |  |  |

|   |        |                                                                                                                                           |  |  |
|---|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|   |        | 9、下刊要求：服务期满，投标人提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。                                                       |  |  |
| 4 | 宣传效果评估 | 投标人完成所有服务内容后，在 7 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。                                                                          |  |  |
| 5 | 其他要求   | 1、投标人负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。<br>2、采购人在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，投标人须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，采购人有权要求投标人顺延相应宣传内容的发布时间。 |  |  |

5. 验收不合格处理：按照本项目“商务需求”中的“违约责任”、投标人投标文件中的“违约承诺”及本项目合同相关约定进行处理。

#### （四）违约责任

1、如因投标人原因在服务期内未能按照本合同约定完成服务内容，投标人应在采购人指定的时间内进行整改，每逾期一日，投标人须按合同价款的万分之五向采购人支付违约金，逾期超过 15 日（含本数），采购人有权解除本合同，且有权要求投标人按照本合同价款的 20% 支付违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。

2、本合同履行过程中，如投标人有违约行为或影响采购人签订本合同目的之行为（比如：从事有损采购人或者中国体育彩票声誉或者形象的行为），投标人应在采购人指定的时间内进行整改，每逾期一日，投标人应向采购人支付合同总价款的千分之一（1‰）作为违约金，该情形出现累计五次或经采购人书面通知，在通知期限内投标人仍未纠正的，采购人有权解除本合同，投标人须向采购人按本合同总价的 20% 支付违约金并结算退还未履行服务内容的相应合同款项，若因此造成采购人损失的，投标人还应当承担赔偿责任。

3、由于投标人履行本项目合同的行为导致采购人遭受损失或者向他人先行赔付的，采购人除要求投标人按照本合同约定承担违约责任外，还有权就其遭受的损失及向他人赔付的款项要求投标人足额赔偿。

4、本项目合同任何一方擅自解除本合同，或者本项目合同任何一方根本违约，导致相对方解除本合同的，守约方有权要求违约方按照本合同总价款的 20% 支付违约金并赔偿守约方因此遭受的损失。同时，如投标人为前述情形下之违约方的，采购人还有权要求投标人返还已支付但未实施部分的合作费用。

5、未经采购人书面同意，投标人不得将本合同项下的权利或义务转让给第三方，否则所得收益归采购人所有，且投标人还应向采购人支付合同总价款 20% 的违约金，同时采购人有权解除本合同。

6、投标人因违反本合同约定而需要向采购人支付的任何费用（包括但不限于违约金、赔偿金），采购人均有权在向投标人支付款项时予以先行扣除。

7、投标人基于本合同约定应向采购人支付的违约金不足以弥补采购人损失的，投标人应予以补足。本合同所约定的采购人损失包括但不限于采购人直接经济利益的减损、可得利益损失、采购人向第三方支付赔偿款、向行政机关缴纳的罚款等全部损失及费用。

8、因投标人违约导致采购人解除本合同的，投标人应当自收到采购人解除通知之日起 5 日内，将基于本合同未实施的款项退还采购人。

9、投标人在宣传投放中出现排版、错字、漏字等常规性错误的，投标人须承担消除影响、免费重新投放及赔偿损失等法律责任。

10、投标人未经采购人同意，擅自取消、更改或缩减本合同所约定的服务内容，采购人有权立即解除本合同，投标人须向采购人结算退还未履行服务内容的相应合同款项、支付本合同总价款 20%的违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。

11、投标人保证其在本合同中提供的项目成果（包括但不限于宣传设计、宣传物料等）不侵犯任何第三方的权益（包括但不限于知识产权等），如有违反或有任何第三方提出侵权指控，投标人须与第三方交涉并应承担全部法律责任、费用和经济赔偿。同时，采购人有权解除合同，投标人应当按照本合同总价款的 20%向采购人支付违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。

12、投标人存在违约行为时，采购人由于维权/向投标人主张权利/追究投标人违约责任所产生的调查取证费、公证费、评估费、鉴定费、审计费、诉讼费、仲裁费、保全费、保全担保费或保全担保保险费、律师代理费、咨询费、执行费、差旅费等，由投标人承担。

## 第四章 政府采购合同的签订、履约及验收

### 一、重要提示

中标人将于中标通知书发出之日起十个工作日内，按照招标文件和投标文件内容与采购单位签订书面合同，合同书可参考本招标文件规定的合同样本，有专业类别的格式合同范本请选择相应的合同。

中标人应当按照合同约定履行义务，完成中标项目，不得将中标项目转让（转包）给他人。

《深圳经济特区政府采购条例》第五十七条规定：供应商在政府采购中，有下列行为之一的，一至三年内禁止其参与本市政府采购，并由主管部门记入供应商诚信档案，处以采购金额千分之十以上千分之二十以下的罚款；情节严重的，取消其参与本市政府采购资格，处以采购金额千分之二十以上千分之三十以下的罚款，并由市场监管部门依法吊销其营业执照；给他人造成损失的，依法承担赔偿责任；涉嫌犯罪的，依法移送司法机关处理。

1.在采购活动中应当回避而未回避的；

**2.未按本条例规定签订、履行采购合同，造成严重后果的；**

3.隐瞒真实情况，提供虚假资料的；

4.以非法手段排斥其他供应商参与竞争的；

5.与其他采购参加人串通投标的；

6.恶意投诉的；

7.向采购项目相关人行贿或者提供其他不当利益的；

8.阻碍、抗拒主管部门监督检查的；

9.其他违反本条例规定的行为。

供应商必须诚信投标，对项目需求进行实质性响应。采购单位（或深圳市深水水务咨询有限公司）将组织聘请第三方专业机构（必要时，邀请参加本项目投标的供应商）实施项目履约验收，如未按合同履约，将按上述规定进行处理。

## 二、合同条款及格式（服务类）

### 影院宣传项目合同

甲方：深圳市体育彩票管理中心

地址：深圳市罗湖区清水河街道清水河一路 116 号罗湖投资控股大厦 B 座 1704 单元

联系人：

联系电话（手机）：

乙 方：

地 址：

联系人：

联系电话（手机）：

本项目为深圳市体育彩票管理中心 2025 年中心采购—委托代理机构公开招标项目，项目编号为\_\_\_\_\_，经\_\_\_\_\_实施公开招标采购，\_\_\_\_为中标方。按照《中华人民共和国民法典》、《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》以及《深圳经济特区政府采购条例》等相关法律、法规之规定，经深圳市体育彩票管理中心（以下简称“甲方”）和（以下简称“乙方”）协商一致，达成以下合同条款，以资共同遵守：

### 一、合同期限

自本项目合同生效之日起至所有服务内容执行完毕之日止（预计 2025 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，甲方将根据乙方履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年，合同一年一签。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，甲方有权根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止项目合同。

### 二、服务内容

#### （一）项目投放方案

乙方须制定项目投放方案，内容包括但不限于项目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。

#### （二）影院银幕映前宣传

1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。

2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。

3、影院数量：乙方用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。

4、持续时间：投放时间不少于 30 天。

5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，

但应事先征得甲方同意，同时乙方应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。

6、内容制作要求：宣传内容投放前，甲方提供相关设计源文件（包括但不限于动画、视频、图片或文稿等），由乙方按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。

7、上播要求：甲方确认宣传内容后，乙方须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。

8、巡检要求：服务期内，乙方须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。

9、下播要求：宣传内容发布期满，乙方须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。

### （三）影院灯箱宣传

1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。

2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。

3、影院数量及灯箱数量：乙方用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。

4、持续时间：投放时间不少于 30 天。

5、内容制作要求：宣传内容投放前，甲方提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由乙方按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。

6、制作及展示要求：

海报灯箱宣传尺寸：50cm×70cm（宽×高）；

拉布灯箱宣传尺寸：不小于 2 平方米（按影院拉布灯箱实际尺寸制作）。

7、上刊要求：甲方确认宣传内容后，乙方须提供上刊确认单并在 7 个工作日内完成上刊，上刊后 7 个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。

8、巡检要求：服务期内，乙方须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。

9、下刊要求：服务期满，乙方提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。

### （四）宣传效果评估

乙方完成所有服务内容后，在 7 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。

### （五）其他要求

1、乙方负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。

2、甲方在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，乙方须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，甲方有权要求乙方顺延相应宣传内容的发布时间。

### 三、付款方式及期限

1、本合同总价为人民币\_\_\_\_\_元整（¥\_\_\_\_\_），已包含乙方为履行本合同约定项目

所需的人工费、物料费、拍摄费、广告费、推广费、策划设计费、制作费、制版费、宣传费、整改费、快递费（包括但不限于乙方寄送相关文件资料到甲方办公室所发生的费用）、税费、利润以及其他项目活动执行所需的一切直接和间接费用；合同期内，在乙方服务质量得到认可的前提下，甲方须控制宣传投放率，确保本合同总额如期足额支付。除上述款项外，甲方无需再向乙方支付任何款项。

2、本项目费用分两次支付，合同生效且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%，即人民币\_\_\_\_\_元整（¥\_\_\_\_\_）；本项目合同约定的服务内容全部执行完毕，乙方提交项目所有验收材料，经甲方审核通过且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%，即人民币\_\_\_\_\_元整（¥\_\_\_\_\_）。

3、甲方支付任何一期价款前，乙方应向甲方提供合法有效的完税发票；乙方未及时提供发票的，甲方有权拒绝支付相应款项，且不构成本合同项下之违约情形，乙方不得以此为由拒绝或减少履行本合同项下的义务。

4、本合同费用总额的所有支付由甲方以银行转账方式付至乙方下列指定银行账户。

（1）甲方开票信息如下：

名称:深圳市体育彩票管理中心

纳税识别号:12440300455753906E

地址、电话:深圳市罗湖区清水河街道清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦 2 座 1704 单元 0755-82136431

开户行及账号:农业银行深圳金福支行 41001900040038317

（2）乙方指定收款账户信息如下：

名称：

纳税识别号：

地址、电话：

开户行及账号：

5、乙方上述信息变更的，应及时书面通知甲方，否则甲方按照上述银行账户付款的，视为甲方已履行付款义务，由此造成的损失由乙方自行承担。如在合同期限内该账号注销或其他因乙方原因导致甲方无法进行支付的，不视为甲方违约，由此造成的损失由乙方自行承担。

6、甲方因财政拨款流程或遇财政国库结算等特殊时期导致延迟付款的，最终付款按照财政有关规定执行，不视为甲方违约，乙方应当继续按照协议约定履行相应义务。

#### 四、验收要求

1、验收人员：甲方指定的工作人员。

2、验收时间：乙方提交项目所有验收材料后 7 日内完成验收。

3、验收方式：甲方在宣传发布期内不定期抽查、按付款方式进行各阶段验收。甲方验收及抽查时，对乙方不履行合同、不适当履行本合同等行为，甲方有权提出修改意见，乙方有义务遵照执行，并采取其他补救措施。甲方检查、监督乙方关于服务需求、响应情况等方面的任何建议和要求不得减少、免除乙方在本合同项下的责任和义务（包括但不限于乙方对影院宣传投放质量应承担的全部责任）。

4、验收内容及要求：验收人员参照下表要求，按照乙方实际响应情况及完成情况进行验收。

| 序号 | 服务内容 | 具体服务需求 | 完成情况 | 验收结论 |
|----|------|--------|------|------|
|----|------|--------|------|------|

|   |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |
|---|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| 1 | 项目投放方案   | 乙方须制定项目投放方案，内容包括但不限于项目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |  |
| 2 | 影院银幕映前宣传 | <p>1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。</p> <p>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。</p> <p>3、影院数量：乙方用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。</p> <p>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。</p> <p>5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，但应事先征得甲方同意，同时乙方应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。</p> <p>6、内容制作要求：宣传内容投放前，甲方提供相关设计源文件（包括但不限于动画、视频、图片或文稿等），由乙方按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>7、上播要求：甲方确认宣传内容后，乙方须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，乙方须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> <p>9、下播要求：宣传内容发布期满，乙方须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。</p> |  |  |
| 3 | 影院灯箱宣传   | <p>1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。</p> <p>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |

|   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |
|---|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
|   |        | <p>中心。</p> <p>3、影院数量及灯箱数量：乙方用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。</p> <p>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。</p> <p>5、内容制作要求：宣传内容投放前，甲方提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由乙方按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>6、制作及展示要求：</p> <p>海报灯箱宣传尺寸：50cm×70cm（宽×高）；</p> <p>拉布灯箱宣传尺寸：不小于 2 平方米（按影院拉布灯箱实际尺寸制作）。</p> <p>7、上刊要求：甲方确认宣传内容后，乙方须提供上刊确认单并在 7 个工作日内完成上刊，上刊后 7 个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，乙方须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> <p>9、下刊要求：服务期满，乙方提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。</p> |  |  |
| 4 | 宣传效果评估 | 乙方完成所有服务内容后，在 7 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |
| 5 | 其他要求   | <p>1、乙方负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。</p> <p>2、甲方在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，乙方须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，甲方有权要求乙方顺延相应宣传内容的发布时间。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  |

5、验收不合格处理：按照本项目甲方招标文件中的“违约责任”、乙方投标文件中的“违约承诺”及本合同相关约定进行处理。

## 五、违约责任

1、如因乙方原因在服务期内未能按照本合同约定完成服务内容，乙方应在甲方指定的时间内进行整改，每逾期一日，乙方须按合同价款的万分之五向甲方支付违约金，逾期超过 15 日（含本数），甲方有权解除本合同，且有权要求乙方按照本合同价款的 20%支付违约金并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

2、本合同履行过程中，如乙方有违约行为或影响甲方签订本合同目的之行为（比如：从事有损甲方或者中国体育彩票声誉或者形象的行为），乙方应在甲方指定的时间内进行整改，每逾期一日，乙方应向甲方支付合同总价款的千分之一（1%）作为违约金，该情形出现累计五次或经甲方书面通知，在通知期限内乙方仍未纠正的，甲方有权解除本合同，乙方须向甲方按本合同总价的 20%支付违约金并结算退还未履行服务内容的相应合同款项，若因此造成甲方损失的，乙方还应当承担赔偿责任。

3、由于乙方或乙方工作人员履行本项目合同的行为导致甲方遭受损失或者向他人先行赔付的，甲方除要求乙方按照本合同约定承担违约责任外，还有权就其遭受的损失及向他人赔付的款项要求乙方足额赔偿。

4、本项目合同任何一方擅自解除本合同，或者本项目合同任何一方根本违约，导致相对方解除本合同的，守约方有权要求违约方按照本合同总价款的 20%支付违约金并赔偿守约方因此遭受的损失。同时，如乙方为前述情形下之违约方的，甲方还有权要求乙方返还已支付但未实施部分的合作费用。

5、未经甲方书面同意，乙方不得将本合同项下的权利或义务转让给第三方，否则所得收益归甲方所有，且乙方还应向甲方支付合同总价款 20%的违约金，同时甲方有权解除本合同。

6、乙方因违反本合同约定而需要向甲方支付的任何费用（包括但不限于违约金、赔偿金），甲方均有权在向乙方支付款项时予以先行扣除。

7、乙方基于本合同约定应向甲方支付的违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应予以补足。本合同所约定的甲方损失包括但不限于甲方直接经济利益的减损、可得利益损失、甲方向第三方支付赔偿款、向行政机关缴纳的罚款等全部损失及费用。

8、因乙方违约导致甲方解除本合同的，乙方应当自收到甲方解除通知之日起 5 日内，将基于本合同未实施的款项退还甲方。

9、乙方在宣传投放中出现排版、错字、漏字等常规性错误的，乙方须承担消除影响、免费重新投放及赔偿损失等法律责任。

10、乙方未经甲方同意，擅自取消、更改或缩减本合同所约定的服务内容，甲方有权立即解除本合同，乙方须向甲方结算退还未履行服务内容的相应合同款项、支付本合同总价款 20%的违约金并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

11、乙方保证其在本合同中提供的项目成果（包括但不限于宣传设计、宣传物料等）不侵犯任何第三方的权益（包括但不限于知识产权等），如有违反或有任何第三方提出侵权指控，乙方须与第三方交涉并承担全部法律责任、费用和经济赔偿。同时，甲方有权解除合同，乙方应当按照本合同总价款的 20%向甲方支付违约金并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

12、乙方存在违约行为时，甲方由于维权/向乙方主张权利/追究乙方违约责任所产生的调查取证费、公证费、评估费、鉴定费、审计费、诉讼费、仲裁费、保全费、保全担保费或保全担保保险费、律师代理费、咨询费、执行费、差旅费等，由乙方承担。

## 六、双方的权利和义务

1、甲方须向乙方提供符合要求的宣传素材，并保证素材的质量完好，如因素材质量问题而

影响了按时发布，责任由甲方承担。乙方有义务至少提前 7 日向甲方说明所需宣传素材的具体要求。

2、甲方保证其宣传素材不侵犯他人知识产权且没有违反法律或法规，若有任何第三针对甲方提供的宣传素材提出权利要求或违反法律法规，甲方应承担责任。除甲方提供的宣传素材外，乙方针对宣传中的其他内容负责，确保不因此侵犯任何第三方的合法权益或违反法律法规规定。若任何第三针对宣传除素材外的其他内容提出权利要求或认为宣传发布产品违反法律法规规定的，乙方应承担责任；若因此给甲方造成损失或导致甲方向任何第三方支付款项的，乙方应承担赔偿责任。

3、乙方作为专业影院宣传媒体有义务对宣传的内容和表现形式进行审查，如有不当之处，乙方应当及时告知甲方，并提出修改意见。如乙方未尽审查义务，致使该宣传内容和表现形式投放后引起纠纷的，乙方应负责解决；若因此给甲方造成损害的，乙方应承担赔偿责任。

4、甲方如发现乙方的宣传投放工作有误需及时通知乙方，乙方应于收到甲方通知之日起 2 个工作日内改正，宣传投放周期由此顺延；若因此给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任。

5、如因不可抗力因素或设备维护导致服务内容出现调整，乙方应向甲方提前报备并征得甲方同意，同时乙方应当无条件进行补足并承担由此产生的全部费用。

6、乙方于本合同项下的工作成果（包括但不限于乙方制作的宣传内容、拍摄的照片及视频、文字内容等），其知识产权及所有权概归甲方所有。未经甲方书面许可，乙方不得将前述工作成果以及甲方的名称、LOGO 及体育彩票标识等用于本合同以外的用途。

7、乙方负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。

8、乙方应当事先将拟选定的影院告知甲方并获得甲方的确认。如甲方对于乙方选定的影院持有异议或者认为乙方选定的影院不符合本合同要求的，乙方应当根据甲方的要求无条件重新选择符合本合同约定的影院。

## 七、保密义务

1、双方应当就其所能够知悉本合同范围内有关的商业和技术秘密承担保密责任，未经对方书面同意，不得向任何第三方披露或用于本合同以外的其它事项。

2、双方在文件与可视化资料来往时，有义务注明保密文件，并告知对方的工作人员。

3、双方同意并承诺，对上述所有保密信息予以严格保密，保密期限至保密信息公开为止，不因合同的不生效、无效或者部分无效、终止或者部分终止而失去对双方的约束力。

4、因泄露对方商业秘密给对方造成损害的，由泄露方承担全部责任。

## 八、争议解决

1、若遇不可抗力因素导致合同不能如期进行，双方本着友好协商的态度解决。

2、因本合同引起的或与合同相关的任何争议，由甲乙双方协商解决；如协商不成或者一方不愿协商的，任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

## 九、其他

1、本合同未尽事宜，由双方友好协商解决，签订补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

2、本项目招标文件、乙方投标文件为本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

3、本合同自甲、乙双方法定或授权代表人签字并加盖各自公章之日起生效，签订于甲方所在地，一式贰份，甲方壹份，乙方壹份，均具有同等法律效力。

（以下无正文，为《影院宣传项目合同》的签署页）

甲方：深圳市体育彩票管理中心

乙方：

（盖 章）

（盖 章）

法定（或授权）代表人：（签字）

法定（或授权）代表人：（签字）

签约时间：

签约时间：

### 三、履约担保

保 函 编 号 : \_\_\_\_\_

致: \_\_\_\_\_:

鉴于 \_\_\_\_\_ (被保护人) 已于贵方签订了 \_\_\_\_\_ (项目名称) (采购项目编号: \_\_\_\_\_) 的 \_\_\_\_\_ (采购合同名称) 采购合同 (下称合同), 工期自 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日至 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日。我方接受被保证人的委托, 在此向受益人提供不可撤销的履约保函:

1. 本保证担保的最高担保金额为人民币 \_\_\_\_\_ (小写) 元 ( \_\_\_\_\_ (大写) 元)。
2. 本保证担保的保证期间自 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日至 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日。
3. 在本保证担保的保证期间内, 我方将在收到 \_\_\_\_\_ (受益人) 法定代表人或其授权委托代理人签字确认并加盖公章的书面索赔通知后 \_\_\_\_\_ 个工作日内, 不争辩、不挑剔、不可撤销地向受益人支付索赔款, 直至本保证的最高担保金额。
4. 索赔通知应当说明索赔理由、索赔款额的计算方法, 并必须在本保证担保的保证期间内送达我方。
5. 本保证担保项下的权利不得转让。
6. 我方提供本保证担保后, 受益人与被保证人对合同进行修订的, 应当将修订后的合同原件送我方案案。
7. 本保证担保的保证期间届满, 或我方向受益人支付的索赔款已达本保证担保的最高担保金额, 我方的保证责任免除。
8. 本保证担保适用中华人民共和国法律。
9. 本保证担保以中文文本为准, 涂改无效。

(本保函失效后, 请将原件退回我方注销)

保证人名称 (公章): \_\_\_\_\_

法定代表人或委托代理人 (签字): \_\_\_\_\_

单位地址: \_\_\_\_\_

电话: \_\_\_\_\_ 传真: \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_

说明: 《履约担保》为中标后提交履约保函时所用, 投标文件中无需提供《履约担保》。

#### 四、政府采购履约情况反馈表

采购单位名称：\_\_\_\_\_ 联系人及电话：\_\_\_\_\_

|                |      |                                                                                                                              |                                                                                                             |     |  |
|----------------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--|
| 采购项目名称         |      |                                                                                                                              | 采购项目编号                                                                                                      |     |  |
| 中标人名称          |      |                                                                                                                              | 供应商<br>联系人及电话                                                                                               |     |  |
| 中标金额           |      |                                                                                                                              | 合同履约时间                                                                                                      | 自 至 |  |
| 履约情况评价         | 总体评价 | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差                  |                                                                                                             |     |  |
|                | 分项评价 | 质量方面                                                                                                                         | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |     |  |
|                |      | 价格方面                                                                                                                         | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |     |  |
|                |      | 服务方面                                                                                                                         | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |     |  |
|                |      | 时间方面                                                                                                                         | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |     |  |
|                |      | 环境保护                                                                                                                         | <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |     |  |
|                | 其他   | 评价内容为：<br>评价等级为： <input type="checkbox"/> 优 <input type="checkbox"/> 良 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 差 |                                                                                                             |     |  |
| 具体情况说明         |      |                                                                                                                              |                                                                                                             |     |  |
| 采购单位意见<br>(公章) |      | 日期：     年     月     日                                                                                                        |                                                                                                             |     |  |

说明：

- 1.本表为采购单位反映政府采购项目履约情况时所用，投标文件中无需提供；
- 2.履约情况评价分为优、良、中、差四个等级，请在对应的框前打“√”，然后在“具体情况说明”一栏详细说明有关情况。

## 第五章 投标文件格式、附件

**特别提醒：**投标人在编辑投标文件时，应严格按照招标文件提供的格式进行编写，因未按要求编写导致投标文件不予受理、无效标或废标的，一切后果由供应商自行承担。

投标文件组成：

密封袋封条格式

投标文件封面格式

目录（目录格式自定）

评标指引表

- 一、投标函
- 二、政府采购投标及履约承诺函
- 三、法定代表人授权委托书、法定代表人证明书
- 四、投标人基本情况表
- 五、开标一览表（报价表）
- 六、投标分项报价表
- 七、实质性条款响应情况表
- 八、服务（技术）条款偏离表
- 九、商务条款偏离表
- 十、实施方案
- 十一、项目重点难点分析、应对措施及相关的合理化建议
- 十二、质量保障措施及方案
- 十三、违约承诺
- 十四、投标人同类项目业绩情况
- 十五、拟安排的项目负责人情况（仅限一人）
- 十六、拟安排的项目团队成员（项目负责人除外）情况
- 十七、影院映前宣传资源
- 十八、影院灯箱宣传资源
- 十九、投标人自主知识产权产品（创新、设计）情况
- 二十、环保执行情况
- 二十一、优惠政策声明函等证明文件
- 二十二、招标代理服务费承诺书
- 二十三、政府采购违法行为风险知悉确认书
- 二十四、招标文件要求的其他内容及投标人认为需要加以说明的其他内容

密封袋封条格式

影院宣传

□投标文件

□开标信封

招标项目编号：\_\_\_\_\_

投标人名称（公章）：\_\_\_\_\_

投标人代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

投标截止日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_时\_\_\_\_分（前不得开封）

投标文件封面格式

正/副本

影院宣传

投标文件

招标项目编号：\_\_\_\_\_

投标人名称（公章）：\_\_\_\_\_

投标人代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

投标日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 投标文件目录（目录格式自定）

按照招标文件的要求编制投标文件相应内容，请标明各部分内容的页码。

## 评标指引表

（置于投标文件的首页）

为方便参与该项目的评委专家的评标，快速找到评标事项与该项目投标文件所对应的位置，请投标人参照下表格式，编制本项目评标指引表。

项目名称：

招标项目编号：

### 项目评标指引表

| 一、资格性审查指引 |                                                 |               |      |
|-----------|-------------------------------------------------|---------------|------|
| 序号        | 资格性审查项目                                         | 证明文件          | 起止页码 |
| 1         | 申请人的资格要求                                        | 营业执照          |      |
|           |                                                 | .....         |      |
|           |                                                 |               |      |
|           |                                                 |               |      |
|           |                                                 |               |      |
|           |                                                 |               |      |
| 二、符合性审查指引 |                                                 |               |      |
| 序号        | 符合性审查项目                                         | 说明（填写：符合/不符合） |      |
| 1         | 未出现将一个包或一个标段的内容拆开投标；                            |               |      |
| 2         | 投标文件及开标一览表按招标文件规定密封、签字、盖章；                      |               |      |
| 3         | 对同一项目投标时，未提供两套以上的投标方案（招标文件另有规定的除外）；             |               |      |
| 4         | 按招标文件所提供的样式填写《投标函》；按招标文件所提供的《政府采购投标及履约承诺函》进行承诺； |               |      |
| 5         | 按照招标文件规定要求签署、盖章或投标文件有法定代表人签字，或签字人有法定代表人有效授权书的；  |               |      |
| 6         | 投标总价或分项报价不高于预算金额（最高投标限价）；                       |               |      |
| 7         | 不存在以下情形：同一项目出现两个及以上报价，且按规定无法确定哪个是有效报价；          |               |      |

|                        |                                                                                                           |      |      |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|
| 8                      | 不存在以下情形：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，且不能在合理的时间内提供书面说明，或无法提交相关证明材料， 投标人不能证明其报价合理性的； |      |      |
| 9                      | 所投产品、工程、服务在商务、技术等方面实质性满足招标文件要求的（是否实质性满足招标文件要求，由评标委员会根据《实质性条款响应情况表》做出评判；                                   |      |      |
| 10                     | 不存在以下情形：对招标文件规定的服务（货物）清单（工程量清单）项目及数量进行修改或采购标的响应不全；                                                        |      |      |
| 11                     | 投标文件不存在招标文件中规定的其它投标无效条款的；                                                                                 |      |      |
| 12                     | 不属于法律、法规规定的投标无效的其他情形。                                                                                     |      |      |
| 三、综合评分指引（请根据项目评分表内容调整） |                                                                                                           |      |      |
| 评分类别                   | 评分项目                                                                                                      | 对应章节 | 起止页码 |
| 价格部分                   |                                                                                                           |      |      |
| 技术部分                   |                                                                                                           |      |      |
|                        |                                                                                                           |      |      |
| 商务部分                   |                                                                                                           |      |      |
|                        |                                                                                                           |      |      |
| .....                  |                                                                                                           |      |      |
|                        |                                                                                                           |      |      |

备注：对于“综合评分指引”请投标人按照评分细则表的评分要求，根据各评分项目以自上而下的顺序编制。因项目次序混乱而影响评标效率及评标结果者，投标人自负其责。

## 一、投标函

### 投标函

致：深圳市深水水务咨询有限公司

1.根据已收到贵方的招标项目编号为\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_项目的招标文件，遵照《深圳经济特区政府采购条例》等有关规定，我单位经研究上述招标文件的专用条款及通用条款后，我方愿以投标书中《开标一览表》中填写的投标报价并按招标文件要求承包上述项目并修补其任何缺陷。

2.我方已认真核实了投标文件的全部资料，所有资料均为真实资料。我方对投标文件中全部投标资料的真实性负责，如被证实我方的投标文件中存在虚假资料的，则视为我方隐瞒真实情况、提供虚假资料，我方愿意接受主管部门作出的行政处罚。

3.如果我方中标，我方将按照招标文件规定提交履约保证金。

4.我方同意所递交的投标文件在“对通用条款的补充内容”中的投标有效期内有效，在此期间内我方的投标有可能中标，我方将受此约束。如果在投标有效期内撤回其投标，其投标保证金将全部被没收。

5.除非另外达成协议并生效，贵方的中标通知书和本投标文件将构成约束我们双方的合同。

6.我方理解贵方将不受必须接受你们所收到的最低标价或其它任何投标文件的约束。

单位名称：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

单位地址：\_\_\_\_\_

单位公章：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_

## 二、政府采购投标及履约承诺函

### 政府采购投标及履约承诺函

致：深圳市体育彩票管理中心

关于贵公司发布（项目名称）项目（招标项目编号：（招标项目编号））的采购公告，本公司（企业）愿意参加投标，并声明：

我单位承诺：

1.我单位参与本项目所投标（响应）的货物、工程或服务，不存在侵犯知识产权的情况；已知悉并同意中标（成交）结果信息公示（公开）的内容。

2.我单位参与该项目投标，符合招标文件关于联合体及进口产品的相关资格要求。

3.我单位参与本项目投标前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

4.我单位参与本项目政府采购活动时不存在被有关部门禁止参与政府采购活动且在有效期内的情况。

5.我单位具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件。

6.我单位未被列入失信被执行人、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。

7.我单位参与该项目投标，严格遵守政府采购相关法律，不造假，不围标、串标、陪标。我单位已清楚，如违反上述要求，投标将作无效处理，被列入不良记录名单并在网上曝光，同时将被提请政府采购主管部门给予一定年限内禁止参与政府采购活动或其他处罚。

8.我单位如果中标，做到守信，不偷工减料，依照本项目招标文件需求内容、签署的采购合同及本单位在投标中所作的一切承诺履约。我单位对本项目的报价负责，中标后将严格按照本项目招标文件需求、签署的采购合同及我单位在投标中所作的全部承诺履行。

我单位清楚，若以“报价太低而无法履约”为理由放弃本项目中标资格时，愿意接受主管部门的处理处罚。若我单位中标本项目，我单位的报价明显低于其他投标人的报价时，我单位清楚，本项目将成为重点监管、重点验收项目，我单位将按时保质保量完成，并全力配合有关监管、验收工作；若我单位未按上述要求履约，我单位愿意接受主管部门的处理处罚。

9.我单位已认真核对了投标文件的全部内容，所有资料均为真实资料。我单位对投标文件中全部投标资料的真实性负责，如被证实我单位的投标文件中存在虚假资料的，则视为我单位隐瞒真实情况、提供虚假资料，我单位愿意接受主管部门作出的行政处罚。

10.我单位承诺中标后项目不转包，未经采购人同意不进行分包。

11.我单位保证，其所提供的货物通过合法正规渠道供货，在提供给采购人前具有完全的所有权，采购人在中华人民共和国使用该货物或货物的任何一部分时，不会产生因第三方提出的包括但不限于侵犯其专利权、商标权、工业设计权等知识产权和侵犯其所有权、抵押权等物权及其他权利而引发的纠纷；如有纠纷，我单位承担全部责任。

12.我单位保证，若所投货物涉及《财政部生态环境部关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19号）列明的政府采购强制产品，则所投该产品符合节能产品的认证要求。

13. 我单位保证，符合“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；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”的情形。

14.我单位保证，若所投产品列入强制性产品认证目录的，则所投该产品须获得强制性产品认证证书（即 CCC 认证）；其中适用自我声明评价方式的产品，则所投该产品须具有“强制性认证产品符合性自我声明”；若所投产品列入工业产品生产许可证管理的产品目录的，则所投该产品生产者（制造商）须获得《全国工业产品生产许可证》。

15. 我单位参与本项目政府采购活动时不存在《深圳市财政局政府采购供应商信用信息管理办法》（深财规〔2023〕3号）列明的严重违法失信行为。我单位清楚，如存在违反投标承诺行为情节严重的，将根据《深圳市财政局关于印发<深圳市财政局政府采购供应商信用信息管理办法>的通知》，依法被列入失信信息。

以上承诺，如有违反，愿依照国家相关法律法规处理，并承担由此给采购人带来的损失。  
特此声明！

单位名称：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

单位地址：\_\_\_\_\_

单位公章：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_

### 三、法定代表人授权委托书、法定代表人证明书

#### 法定代表人授权委托书

本授权委托书声明：注册于（投标人地址）的（投标人名称）在下面签名的（法定代表人姓名、职务）在此授权（被授权人姓名、职务）作为我公司的合法代理人，就（项目名称、招标项目编号）的招投标活动，采购合同的签订、执行、完成和售后服务，作为投标人代表以我方的名义处理一切与之有关的事务。

被授权人（投标人授权代表）无转委托权限。

本授权书自法定代表人签字之日起生效，特此声明。

随附《法定代表人证明》

单位名称：\_\_\_\_\_

法定代表人（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

单位地址：\_\_\_\_\_

单位公章：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_ 签发日期：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_

附：（1）被授权人身份证复印件（正反面）；（2）被授权人近一个月（由于社保部门原因最近一个月的社保证明无法提供的可往前顺延一个月）的社保证明。若供应商成立不足一个月的，需提供成立情况说明函（格式自拟），无需提供相关人员社保，亦可得分；若为退休返聘人员，需提供说明函（格式自拟），无需提供相关人员社保，亦可得分。

## 法定代表人证明书

\_\_\_\_\_同志，现任我单位\_\_\_\_\_职务，为法定代表人，特此证明。

本证明书自签发之日起生效，有效期与本公司投标文件中标注的投标有效期相同。

附：

营业执照（注册号）：\_\_\_\_\_

经济性质：\_\_\_\_\_

主营（产）：\_\_\_\_\_

兼营（产）：\_\_\_\_\_

附：（1）法定代表人身份证复印件（正反面）；（2）法定代表人近一个月（由于社保部门原因最近一个月的社保证明无法提供的可往前顺延一个月）的社保证明。若供应商成立不足一个月的，需提供成立情况说明函（格式自拟），无需提供相关人员社保，亦可得分；若为退休返聘人员，需提供说明函（格式自拟），无需提供相关人员社保，亦可得分。

投标人名称（单位盖公章）：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

签发日期：\_\_\_\_\_

#### 四、投标人基本情况表

##### 一、公司基本情况

#### 供应商基本情况表

填表单位：（加盖单位公章） 填表日期： 年 月 日

|                              |                     |             |                                                                                                                           |          |          |
|------------------------------|---------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| 采购人                          |                     | 项目名称        |                                                                                                                           |          |          |
| 投标（响应）供应商                    |                     | 供应商统一社会信用代码 |                                                                                                                           |          |          |
| 投标（响应）供应商相关人员情况              |                     |             |                                                                                                                           |          |          |
| 序号                           | 职务                  | 姓名          | 身份证号码                                                                                                                     | 劳动合同关系单位 | 缴纳社会保险单位 |
| 1                            | 法定代表人/单位负责人/主要经营负责人 |             |                                                                                                                           |          |          |
| 2                            | 项目投标授权代表人           |             |                                                                                                                           |          |          |
| 3                            | 项目负责人               |             |                                                                                                                           |          |          |
| 4                            | 主要技术人员              |             |                                                                                                                           |          |          |
| 5                            | 投标文件编制人员            |             |                                                                                                                           |          |          |
| 说明：同一职务有多人担任（如主要技术人员），应分行填写。 |                     |             |                                                                                                                           |          |          |
| 投标（响应）供应商关联关系情况              |                     |             |                                                                                                                           |          |          |
| 序号                           | 关联关系类型              | 关联主体名称      | 备注                                                                                                                        |          |          |
| 1                            | 控股股东                |             | 指出资额（或持有股份）占投标（响应）供应商资本总额（或股本总额）50%以上的股东，以及出资额（或持有股份）的比例虽然不足 50%，但依其出资额（或持有股份）所享有的表决权已足以对投标（响应）供应商股东会（或股东大会）的决议产生重要影响的股东。 |          |          |
| 2                            | 管理关系                |             | 指对投标（响应）供应商不具有出资持股关系，但对其存在管理关系的主体。                                                                                        |          |          |
| 说明：同一关联关系类型有多个主体的，应分行填写。     |                     |             |                                                                                                                           |          |          |

注：代理机构将于截标当日同步通过以下网站进行查询：通过国家企业信用信息公示系统 (<https://www.gsxt.gov.cn/index.html>)、或机关赋码和事业单位登记管理网 (<http://gjsy.gov.cn/sydwfrxxcx/>)、或全国社会组织信用信息公示平台 (<https://xxgs.chinanpo.mca.gov.cn/gsxt/newList> 等网站查询的最新股权（或管理）关系截图。查询结果与供应商填报信息不一致的，以代理机构于截标当日的查询结果为准。

##### 二、供应商资格证明文件

投标人须按本招标文件第一章采购公告第二条“申请人的资格要求”提供相关的资质证明，且已接受报名的单位，不代表资格审查通过。投标文件中未提供或提供不完整、不符合要求的，投标文件将按无效标的情形处理。

##### 三、如联合体投标，投标人还必须提供《联合体投标协议》（格式自定）。

## 五、开标一览表(报价表)

### 开标一览表(报价表)

项目名称：\_\_\_\_\_ 招标项目编号：\_\_\_\_\_

| 序号 | 项目名称 | 投标总价（元） | 备注 |
|----|------|---------|----|
|    |      |         |    |

投标人名称（单位盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

#### 备注：

1. 此表为投标文件的组成部分，须附在正、副本的投标文件中，并另封装一份于开标信封中（信封中须同时提供法定代表人证明书、法定代表人授权委托书、被授权人身份证复印件）。

2. 此表内投标报价为最终价，开标信封及投标文件内不得含有任何对本报价进行修改的其他说明或资料，否则为无效投标。

3. 投标人应根据本企业的成本自行决定报价，但不得以低于其企业成本的报价投标；评标时，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；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

## 六、投标分项报价表

### 投标分项报价表

项目名称: \_\_\_\_\_ 采购项目编号: \_\_\_\_\_

(格式自定)

投标人名称（单位盖章）: \_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）: \_\_\_\_\_ 职务: \_\_\_\_\_ 日期: \_\_\_\_\_

备注:

1. 此表为《开标一览表(报价表)》的报价明细表。
2. 所有价格均以人民币作为货币单位填写及计算。
3. 该格式仅作参考，投标人的详细报价表格式可自定。

## 七、实质性条款响应情况表

### 实质性条款响应情况表

项目名称：\_\_\_\_\_ 招标项目编号：\_\_\_\_\_

| 序号 | 招标文件要求内容             | 投标文件响应情况 |
|----|----------------------|----------|
| 1  | 完全满足本项目技术需求和商务需求的要求。 |          |

填写说明：

- 1.上表所列内容为不可负偏离条款。出现负偏离或未响应的，将导致投标无效。
- 2.“投标人响应情况”一栏应如实填写“响应”或“不响应”。

投标人名称（单位盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

## 八、服务（技术）条款偏离表

### 服务（技术）条款偏离表

项目名称：\_\_\_\_\_ 采购项目编号：\_\_\_\_\_

| 序号           | 招标文件服务条款                                                                                                          | 投标文件服务条款 | 偏离情况 | 说明 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------|----|
| (一) 项目投放方案   | 投标人须制定项目投放方案，内容包括但不限于项目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。                                                       |          |      |    |
| (二) 影院银幕映前宣传 | 1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。                                                                   |          |      |    |
|              | 2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。                                                                      |          |      |    |
|              | 3、影院数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。                                                                                  |          |      |    |
|              | 4、持续时间：投放时间不少于 30 天。                                                                                              |          |      |    |
|              | 5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，但应事先征得采购人同意，同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。                                   |          |      |    |
|              | 6、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件（包括但不限于动画、视频、图片或文稿等），由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。                                        |          |      |    |
|              | 7、上播要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。 |          |      |    |

|            |                                                                                                        |  |  |  |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|            |                                                                                                        |  |  |  |
|            | 8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。                   |  |  |  |
|            | 9、下播要求：宣传内容发布期满，投标人须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。              |  |  |  |
| (三) 影院灯箱宣传 | 1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。                                                                        |  |  |  |
|            | 2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。                                                           |  |  |  |
|            | 3、影院数量及灯箱数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。                                |  |  |  |
|            | 4、持续时间：投放时间不少于 30 天。                                                                                   |  |  |  |
|            | 5、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。                                 |  |  |  |
|            | 6、制作及展示要求：<br>海报灯箱宣传尺寸：50cm×70cm（宽×高）；<br>拉布灯箱宣传尺寸：不小于2平方米（按影院拉布灯箱实际尺寸制作）。                             |  |  |  |
|            | 7、上刊要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单并在7个工作日内完成上刊，上刊后7个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。 |  |  |  |
|            | 8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日                                 |  |  |  |

|            |                                                                                                        |  |  |  |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|            | 期、宣传内容。                                                                                                |  |  |  |
|            | 9、下刊要求：服务期满，投标人提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。                    |  |  |  |
| (四) 宣传效果评估 | 投标人完成所有服务内容后，在7个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。                                         |  |  |  |
| (五) 其他要求   | 1、投标人负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。                                                                        |  |  |  |
|            | 2、采购人在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，投标人须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，采购人有权要求投标人顺延相应宣传内容的发布时间。 |  |  |  |

填写说明：

- 1.“偏离情况”栏中应填写“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”。
- 2.“招标文件服务条款”一栏应填写招标文件第一册第三章“四、具体技术要求”的内容；“投标文件服务条款”一栏必须详细填写投标文件服务条款的主要内容摘要。
- 3.如果偏离情况与投标技术响应的响应情况不一致，或技术参数中要求提供相关证明材料但投标人未提供的，均视为负偏离，在对应的评分项进行适当减分。

附件（可选）：关于偏离情况的说明（格式自定）

投标人名称（单位盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

九、商务条款偏离表

商务条款偏离表

项目名称：\_\_\_\_\_ 采购项目编号：\_\_\_\_\_

| 序号      | 招标文件商务条款                                                                                                                                                                                   | 投标文件商务条款               | 偏离情况 | 说明     |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------|--------|------|------|---|--------|------------------------|--|--|--|--|
| (一)服务期限 | 服务期限：自本项目合同生效之日起至所有服务内容执行完毕之日止（预计 2025 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，采购人将根据中标供应商履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年。第一年为项目招标的中标服务期限，合同一年一签。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，将根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止项目合同。                |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
| (二)付款方式 | 本项目费用分两次支付，合同生效且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%；本项目合同约定的服务内容全部执行完毕，投标人提交项目所有验收材料，经采购人审核通过且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%。本项目费用含宣传设计、制作、发布以及税费等所有费用。                                                   |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
| (三)验收要求 | 1、验收人员：采购人指定的工作人员。                                                                                                                                                                         |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
|         | 2、验收时间：投标人提交所有验收材料后 7 日内完成验收。                                                                                                                                                              |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
|         | 3、验收方式：采购人在投标人的服务期内不定期抽查、按付款方式进行各阶段验收。采购人验收及抽查时，对投标人不履行合同、不适当履行合同等行为，采购人有权提出修改意见，投标人有义务遵照执行，并采取其他补救措施。采购人检查、监督投标人关于服务需求、响应情况等方面的任何建议和要求不得减少、免除投标人在本合同项下的责任和义务（包括但不限于投标人对影院宣传投放质量应承担的全部责任）。 |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
|         | 4、验收内容及要求：验收人员参照下表要求，按照投标人实际响应及完成情况进行验收。                                                                                                                                                   |                        |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
|         | <table><tr><th>序号</th><th>服务内容</th><th>具体服务需求</th><th>完成情况</th><th>验收结论</th></tr><tr><td>1</td><td>项目投放方案</td><td>投标人须制定项目投放方案，内容包括但不限于项</td><td></td><td></td></tr></table>               | 序号                     | 服务内容 | 具体服务需求 | 完成情况 | 验收结论 | 1 | 项目投放方案 | 投标人须制定项目投放方案，内容包括但不限于项 |  |  |  |  |
| 序号      | 服务内容                                                                                                                                                                                       | 具体服务需求                 | 完成情况 | 验收结论   |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |
| 1       | 项目投放方案                                                                                                                                                                                     | 投标人须制定项目投放方案，内容包括但不限于项 |      |        |      |      |   |        |                        |  |  |  |  |

|  |  |   |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |  |  |  |  |  |
|--|--|---|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
|  |  |   |                          | 目宣传媒介类型、媒介数量、宣传投放实施形式、宣传投放时间计划、人员安排等。                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 2 | 影 院<br>银 幕<br>映 前<br>宣 传 | <p>1、宣传媒介：在每个影院所有影厅（IMAX 影厅除外）的所有场次投放银幕映前体彩品牌宣传内容。</p> <p>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。</p> <p>3、影院数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 30 个。</p> <p>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。</p> <p>5、投放频次：一次性投放。如遇特殊情况或不可抗力因素，可进行合理拆分或分次投放，但应事先征得采购人同意，同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。</p> <p>6、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件（包括</p> |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>但不限于动画、视频、图片或文稿等），由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>7、上播要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上播确认单并在 7 个工作日内完成上播，上播后 7 个工作日内提交上播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、上播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> <p>9、下播要求：宣传内容发布期满，投标人须提交下播报告，报告内容须包括影院影厅名称、投放场次、持续时间、上播和</p> |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

|  |  |   |        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |  |  |  |  |
|--|--|---|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
|  |  |   |        | 下播日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上播和下播日期、宣传内容。                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  |  |  |  |  |
|  |  | 3 | 影院灯箱宣传 | <p>1、宣传媒介：在影院的海报灯箱、拉布灯箱投放体彩品牌宣传内容。</p> <p>2、影院位置要求：地处深圳各行政区域的主要核心商业圈或工业区或住宅区或人流大的购物中心。</p> <p>3、影院数量及灯箱数量：投标人用于投放宣传内容的影院数量不少于 10 个。海报灯箱展示数量不少于 90 个；拉布灯箱展示数量不少于 10 个。</p> <p>4、持续时间：投放时间不少于 30 天。</p> <p>5、内容制作要求：宣传内容投放前，采购人提供相关设计源文件，包括但不限于海报、图片或文稿等，由投标人按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容。</p> <p>6、制作及展示要求：海报灯箱宣传尺</p> |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | <p>寸：50cm×70cm<br/>(宽×高)；</p> <p>拉布灯箱宣传尺寸：不小于2平方米(按影院拉布灯箱实际尺寸制作)。</p> <p>7、上刊要求：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单并在7个工作日内完成上刊，上刊后7个工作日内提交上刊报告，报告内容须包括影院名称、上刊日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示上刊日期、宣传内容。</p> <p>8、巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检1次，并提交巡检报告，报告内容须包括影院名称、巡检日期、宣传内容照片等信息。照片须清晰显示巡检日期、宣传内容。</p> <p>9、下刊要求：服务期满，投标人提交下刊报告，报告内容需包括影院名称、灯箱宣传内容上刊和下刊日期、持续时间、宣传内容照片等信</p> |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--|

|         |                                                                                                                                 |   |             |                                                                                                                                           |  |  |  |  |  |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
|         |                                                                                                                                 |   |             | 息。照片须清晰显示上刊和下刊日期、宣传内容。                                                                                                                    |  |  |  |  |  |
|         |                                                                                                                                 | 4 | 宣 传 效 果 评 估 | 投标人完成所有服务内容后，在 7 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个影院的播放场次、人流量等数据。                                                                          |  |  |  |  |  |
|         |                                                                                                                                 | 5 | 其 他 要 求     | 1、投标人负责办理每次宣传内容审批等流程并承担由此产生的费用。<br>2、采购人在宣传内容投放期间将进行不定期抽检，一旦宣传内容出现画面损坏等影响投放效果的情况，投标人须立即免费进行整改并提交整改报告，整改期间不计入发布时间，采购人有权要求投标人顺延相应宣传内容的发布时间。 |  |  |  |  |  |
|         | 5. 验收不合格处理：按照本项目“商务需求”中的“违约责任”、投标人投标文件中的“违约承诺”及本项目合同相关约定进行处理。                                                                   |   |             |                                                                                                                                           |  |  |  |  |  |
| (四)违约责任 | 1、如因投标人原因在服务期内未能按照本合同约定完成服务内容，投标人应在采购人指定的时间内进行整改，每逾期一日，投标人须按合同价款的万分之五向采购人支付违约金，逾期超过 15 日（含本数），采购人有权解除本合同，且有权要求投标人按照本合同价款的 20%支付 |   |             |                                                                                                                                           |  |  |  |  |  |

|  |                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  | 违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。                                                                                                                                                                                                                         |  |  |  |
|  | 2、本合同履行过程中，如投标人有违约行为或影响采购人签订本合同目的之行为（比如：从事有损采购人或者中国体育彩票声誉或者形象的行为），投标人应在采购人指定的时间内进行整改，每逾期一日，投标人应向采购人支付合同总价款的千分之一（1‰）作为违约金，该情形出现累计五次或经采购人书面通知，在通知期限内投标人仍未纠正的，采购人有权解除本合同，投标人须向采购人按本合同总价的 20%支付违约金并结算退还未履行服务内容的相应合同款项，若因此造成采购人损失的，投标人还应当承担赔偿责任。 |  |  |  |
|  | 3、由于投标人履行本项目合同的行为导致采购人遭受损失或者向他人先行赔付的，采购人除要求投标人按照本合同约定承担违约责任外，还有权就其遭受的损失及向他人赔付的款项要求投标人足额赔偿。                                                                                                                                                  |  |  |  |
|  | 4、本项目合同任何一方擅自解除本合同，或者本项目合同任何一方根本违约，导致相对方解除本合同的，守约方有权要求违约方按照本合同总价款的 20%支付违约金并赔偿守约方因此遭受的损失。同时，如投标人为前述情形下之违约方的，采购人还有权要求投标人返还已支付但未实施部分的合作费用。                                                                                                    |  |  |  |
|  | 5、未经采购人书面同意，投标人不得将本合同项下的权利或义务转让给第三方，否则所得收益归采购人所有，且投标人还应向采购人支付合同总价款 20%的违约金，同时采购人有权解除本合同。                                                                                                                                                    |  |  |  |
|  | 6、投标人因违反本合同约定而需要向采购人支付的任何费用（包括但不限于违约金、赔偿金），采购人均有权在向投标人支付款项时予以先行扣除。                                                                                                                                                                          |  |  |  |
|  | 7、投标人基于本合同约定应向采购人支付的违约金不足以弥补采购人损失的，投标人应予以补足。本合同所约定的采购人损失包括但不限于采购人直接经济利益的减损、可得利益损失、采购人向第三方支付赔偿款、向行政机关缴纳的罚款等全部损失及费用。                                                                                                                          |  |  |  |
|  | 8、因投标人违约导致采购人解除本合同的，投标人应当自收到采购人解除通知之日起 5 日内，将基于本合同未实施的款项退还采购人。                                                                                                                                                                              |  |  |  |
|  | 9、投标人在宣传投放中出现排版、错字、漏字等常规性错误的，投标人须承担消除影响、免费重新投放及赔偿损失等法律责任。                                                                                                                                                                                   |  |  |  |

|  |                                                                                                                                                                         |  |  |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  | 10、投标人未经采购人同意，擅自取消、更改或缩减本合同所约定的服务内容，采购人有权立即解除本合同，投标人须向采购人结算退还未履行服务内容的相应合同款项、支付本合同总价款 20%的违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。                                                            |  |  |  |
|  | 11、投标人保证其在本合同中提供的项目成果（包括但不限于宣传设计、宣传物料等）不侵犯任何第三方的权益（包括但不限于知识产权等），如有违反或有任何第三方提出侵权指控，投标人须与第三方交涉并应承担全部法律责任、费用和经济赔偿。同时，采购人有权解除合同，投标人应当按照本合同总价款的 20%向采购人支付违约金并赔偿采购人因此遭受的全部损失。 |  |  |  |
|  | 12、投标人存在违约行为时，采购人由于维权/向投标人主张权利/追究投标人违约责任所产生的调查取证费、公证费、评估费、鉴定费、审计费、诉讼费、仲裁费、保全费、保全担保费或保全担保保险费、律师代理费、咨询费、执行费、差旅费等，由投标人承担。                                                  |  |  |  |

填写说明：

- 1.“招标文件商务条款”一栏应填写招标文件第一册第三章“五、商务需求”内容；
- 2.“投标文件商务条款”一栏详细填写投标文件的商务要求响应，并对照招标商务条款对应响应；
- 3.“偏离情况”一栏填写“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”；
4. 如果偏离情况与投标商务响应的响应情况不一致，或招标文件的商务要求中要求提供相关证明材料但投标人未提供的，均视为负偏离，在对应的评分项进行适当减分。

附件（可选）：关于偏离情况的说明（格式自定）

投标人名称（单位盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 日期：\_\_\_\_\_

## 十、实施方案

## 十一、项目重点难点分析、应对措施及相关的合理化建议

## 十二、质量保障措施及方案

十三、违约承诺

十四、投标人同类项目业绩情况

十五、拟安排的项目负责人情况（仅限一人）

十六、拟安排的项目团队成员（项目负责人除外）情况

十七、影院映前宣传资源

十八、影院灯箱宣传资源

十九、投标人自主知识产权产品（创新、设计）情况

二十、环保执行情况

备注：以上投标文件编制节点，请根据评审表的要求提交相应资料，格式自定。

## 二十一、优惠政策声明函等证明文件

填写指引：

1.该部分内容由供应商根据自身实际情况填写，不符合要求的供应商可以不填写或直接删除相应的声明函。供应商自行对声明内容的真实性负责；如提供虚假声明，将报送主管部门进行行政处罚。若无法确定是否为中小微企业，可查阅《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）或向深圳市中小企业服务局咨询。中小企业参加政府采购活动，应当按照国务院批准的《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（银发〔2015〕309号）和《财政部 工业和信息化部关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库〔2020〕46号）的规定，出具《中小企业声明函》，《中小企业声明函》中相关企业所属行业应当与采购标的所属行业相一致。该部分内容填写需要参考的相关文件：（1）财政部《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）；（2）《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，以下简称300号文）。

2.该部分内容填写需要参考的相关文件（[-点此下载-](#)）：

（1）《深圳市财政局关于落实有关政府采购优惠政策的意见》（深财购函〔2019〕868号）；

（2）财政部《关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库〔2020〕46号）；

（3）《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）。

3.请依照提供的格式和内容填写声明函，不要随意变更格式或增删内容；满足多项优惠政策的企业，不重复享受多项价格扣除政策。

4.声明函具体填写要求：

（1）声明是中小企业须填写《中小企业声明函》的以下五项内容（填写位置的字体已加粗）：

第一处，在下划线上如实填写中型或小型或微型；

第二处，在下划线上如实填写中型或小型或微型；

第三处，在“采购单位名称”下划线处填写本项目的实际采购单位名称（深圳市深水水务咨询有限公司不是本项目的采购单位，而是本项目的组织实施机构）；

第四处，在“采购项目名称”下划线处填写本项目的实际项目名称（项目名称可在招标公告处查看）；

第五处，在“☐本企业制造的货物”或“☐提供其他\_\_\_\_\_企业（请填写：中型、小型、微型）制造的货物”两处中选择一处打√；如选择在“☐提供其他\_\_\_\_\_企业（请填写：中型、小型、微型）制造的货物”一处打√，还须在此下划线处如实填写中型或小型或微型；

同时请注意：“☐本企业制造的货物”、“☐提供其他\_\_\_\_\_企业（请填写：中型、小型、微型）制造的货物”中所称的货物是指单一产品采购项目中的货物，或者非单一产品采购项目中的核心产品（货物），不包括使用大型企业注册商标的货物；本项中的货物制造商应当在投标文件“分项报价清单”中明确列明。

**《中小企业声明函》中制造商、承接/承建企业所属行业应当与招标文件要求的行业相一致，供应商如有疑问，可根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2002），结合《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）进行判断。事业单位、社会组织等非企业主体不享受中小企业扶持政策，但事业单位、社会组织等非企业主体提供全部由中小企业制造的货物参加货物采购项目的除外。**

（2）声明是残疾人福利性单位须填写《残疾人福利性单位声明函》的三项内容（填写位置的字体已加粗），具体参照以上《中小企业声明函》填写要求执行。

（3）声明是监狱企业须填写《监狱企业声明函》的三项内容（填写位置的字体已加粗），具体参照以上《中小企业声明函》填写要求执行。

5.声明函的有效性最终由评审委员会判定。

## （一）中小企业声明函（样表）

本公司郑重声明，根据《关于印发<政府采购促进中小企业发展管理办法>的通知》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加(采购单位名称全称)的 影院宣传采购活动，  
\_\_\_\_\_（填写说明：货物类：提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。服务类：服务全部由符合政策要求的中小企业承接。工程类：工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业。）相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员\_\_\_\_人，营业收入为\_\_\_\_万元，资产总额为\_\_\_\_万元 1，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员\_\_\_\_人，营业收入为\_\_\_\_万元，资产总额为\_\_\_\_万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

……

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

备注：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。

## （二）残疾人福利性单位声明函（样表）

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\_（采购单位名称）\_单位的\_（采购项目名称）\_项目采购活动，并提供：☐本单位制造的货物；☐由本单位承担的工程、提供服务；☐提供其他残疾人福利性单位制造的货物（承诺人在☐处打√）。本条所称货物是指单一产品采购项目中的货物，或者非单一产品采购项目中的核心产品（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：\_\_\_\_\_

### (三) 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（样表）

本单位郑重声明，根据《财政部司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号）的规定，本单位为符合条件的监狱企业，且本单位参加\_（采购单位名称）\_单位的（采购项目名称）项目采购活动，并提供：☐本单位制造的货物；☐由本单位承担的工程、提供服务；☐提供其他监狱企业制造的货物（承诺人在☐处打√）。本条所称货物是指单一产品采购项目中的货物，或者非单一产品采购项目中的核心产品（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。

附：省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的监狱企业证明文件。

单位名称（盖章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

### (四) 含有小型、微型企业的联合体声明函（样表）

1.\_\_\_\_（供应商名称、供应商名称）\_\_\_\_共同组成联合体（详见联合体协议）。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，本联合体中：☐\_\_\_\_单位为\_\_\_\_（请填写：中型、小型、微型）企业，\_\_\_\_单位为\_\_\_\_（请填写：中型、小型、微型）企业；☐联合体各方均为小微企业（承诺人在☐处打√）。

2.本联合体参加\_（采购单位名称）\_单位的\_（采购项目名称）\_项目采购活动，其中，小型、微型企业协议合同金额占到联合体协议总金额比例为\_\_\_\_%（该合同金额为：☐小微企业制造的货物，☐小微企业承担的工程、提供服务，☐提供其他小微企业制造的货物；不包括使用大型企业注册商标的货物；请承诺人在☐处打√），符合《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库〔2011〕181号）第六条规定的优惠政策。本联合体对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业1名称（盖章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

企业2名称（盖章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

.....

## 二十二、招标代理服务费承诺书

### 招标代理服务费承诺书

深圳市深水水务咨询有限公司：

本公司\_\_\_\_\_(投标人名称)\_\_\_\_\_在参加\_\_\_\_\_(项目名称)\_\_\_\_\_(招标项目编号：\_\_\_\_\_(招标项目编号)\_\_\_\_\_)\_\_\_\_\_的招标中如获中标，我公司保证按照招标文件的规定缴纳“招标代理服务费”后，凭领取人身份证复印件并加盖公章领取《中标通知书》。如采用电汇或银行转账，我公司将同时递交招标代理服务费缴费凭证复印件并加盖公章。

我公司郑重承诺：在项目招投标过程中，如我公司违反上款承诺或者因我公司自身原因导致项目废标或者重新招标的，若我公司未缴纳招标代理服务费的，将在收到贵公司缴费通知之日起三个工作日内依据招标文件的规定正常缴纳招标代理服务费，若我公司已经缴纳招标代理服务费的，将放弃要求贵公司退还招标代理服务费的权力，并愿承担由此引起的一切法律责任。

特此承诺!

单位名称：\_\_\_\_\_

法定代表人或投标人授权代表（签名或盖章）：\_\_\_\_\_

单位地址：\_\_\_\_\_

单位公章：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_日期：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_

## 招标代理服务费发票开具须知

|                                                                                                                                                      |                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <b>发 票<br/>类型</b>                                                                                                                                    | <input type="checkbox"/> 增值税普通发票 <input type="checkbox"/> 增值税专用发票 |
| <p>如选择增值税专用发票，需提供以下材料，投标时密封于开标信封中：</p> <p>1.营业执照、一般纳税人资格认定税务通知书或其他可证明具有该项资格证明文件的复印件，加盖单位公章；</p> <p>2.客户的开票资料（单位名称、纳税人识别号、地址、电话、开户行全称及账号），加盖单位公章。</p> |                                                                   |



### 附：缴纳招标代理服务费账号：

|       |                       |
|-------|-----------------------|
| 收款人名称 | 深圳市深水水务咨询有限公司         |
| 开户银行  | 交通银行深圳金叶支行            |
| 账 号   | 443899991010003343618 |

## 二十三、政府采购违法行为风险知悉确认书

### 政府采购违法行为风险知悉确认书

本公司在投标前已充分知悉以下情形为参与政府采购活动时的重大风险事项，并承诺已对上述风险提示事项重点排查，做到严谨、诚信、依法依规参与政府采购活动。

**一、本公司已充分知悉“隐瞒真实情况，提供虚假资料”的法定情形，相关情形包括但不限于：**

- （一）通过转让或者租借等方式从其他单位获取资格或者资质证书投标的。
- （二）由其他单位或者其他单位负责人在投标供应商编制的投标文件上加盖印章或者签字的。
- （三）项目负责人或者主要技术人员不是本单位人员的。
- （四）投标保证金不是从投标供应商基本账户转出的。
- （五）其他隐瞒真实情况、提供虚假资料的行为。

**二、本公司已充分知悉“与其他采购参加人串通投标”的法定情形，相关情形包括但不限于：**

- （一）投标供应商之间相互约定给予未中标的供应商利益补偿。
- （二）不同投标供应商的法定代表人、主要经营负责人、项目投标授权代表人、项目负责人、主要技术人员为同一人、属同一单位或者在同一单位缴纳社会保险。
- （三）不同投标供应商的投标文件由同一单位或者同一人编制，或者由同一人分阶段参与编制的。
- （四）不同投标供应商的投标文件或部分投标文件相互混装。
- （五）不同投标供应商的投标文件内容存在非正常一致。
- （六）由同一单位工作人员为两家以上（含两家）供应商进行同一项投标活动的。
- （七）不同投标人的投标报价呈规律性差异。
- （八）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。
- （九）主管部门依照法律、法规认定的其他情形。

**三、本公司已充分知悉下列情形所对应的法律风险，并在投标前已对相关风险事项进行排查。**

（一）对于从其他主体获取的投标资料，供应商应审慎核查，确保投标资料的真实性。**如主管部门查实投标文件中存在虚假资料的，无论相关资料是否由第三方或本公司员工提供，均不影响主管部门对供应商存在“隐瞒真实情况，提供虚假资料”违法行为的认定。**

（二）对于涉及国家机关出具的公文、证件、证明材料等文件，一旦涉嫌虚假，经查实，主管部门将依法从严处理，并移送有关部门追究法律责任；涉嫌犯罪的，主管部门将一并移送司法机关追究法律责任。

（三）对于涉及安全生产、特种作业、抢险救灾、防疫等政府采购项目，供应商实施提供虚假资料、串通投标等违法行为的，主管部门将依法从严处理。

（四）供应商应严格规范项目授权代表、员工参与招标投标的行为，加强对投标文件的审核。项目授权代表、员工编制、上传投标文件等行为违反政府采购法律法规或招标文件要求的，投标供应商应当依法承担相应法律责任。

（五）供应商对投标电子密钥负有妥善保管、及时变更和续期等主体责任。供应商使用电子密钥在深圳政府采购网站进行的活动，均具有法律效力，须承担相应的法律后果。供应商擅自将投标密钥出借他人使用所造成的法律后果，由供应商自行承担。

（六）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。相关情形如查实，依法作投标无效处理；涉嫌串通投标等违法行为的，主管部门将依法调查处理。

**四、本公司已充分知悉政府采购违法、违规行为法律后果。**经查实，若投标供应商存在政府采购违法、违规行为，主管部门将依据《深圳经济特区政府采购条例》第五十七条的规定，处以一至三年内禁止参与本市政府采购，并由主管部门记入供应商诚信档案，处采购金额千分之十以上千分之二十以下罚款；情节严重的，取消参与本市政府采购资格，处采购金额千分之二十以上千分之三十以下罚款，并由市场监管部门依法吊销营业执照。

以下文字请投标供应商抄写并确认：“本公司已仔细阅读《政府采购违法行为风险知悉确认

书》，充分知悉违法行为的法律后果，并承诺将严谨、诚信、依法依规参与政府采购活动”。

---

---

---

---

负责人/投标授权代表签名：

知悉人（公章）：

日期：

**注：本确认书不作资格符合性考察。**

## 二十四、招标文件要求的其他内容及投标人认为需要加以说明的其他内容

提供招标公告和评标信息中关于投标人的其他相关证明文件（如评标信息中涉及的各种证件（身份证除外）、设备发票等，未涉及的可以不提供）

## 第二册 通用条款（通用）

（投标人须知）

## 第一章 总则

### 1. 通用条款说明

1.1.采购代理机构发出招标文件通用条款版本，列出深圳市政府采购项目进行招标采购所适用的通用条款内容。如有需要，采购代理机构可以对这些条款增加附录或补充内容。

### 2. 招标说明

2.1.本项目按照《深圳经济特区政府采购条例》《深圳经济特区政府采购条例实施细则》《深圳网上政府采购管理暂行办法》及《深圳市政府采购评标定标分离管理暂行办法》的规定，并参考有关法规、政策、规章、规定通过招标择优选定供应商。本招标文件适用于采购公告中所述项目的政府采购。

2.2.本招标文件的解释权归属深圳市深水水务咨询有限公司。

### 3. 定义

3.1.招标文件中下列术语应解释为：

3.2.“采购代理机构”系指政府设立的负责本级财政性资金的集中采购和招标组织工作的专门机构；本项目系指深圳市深水水务咨询有限公司；

3.3.“采购人”或“采购单位”：系指利用财政性资金依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织；

3.4.“投标人”或“投标方”，即供应商，是指参加投标竞争并愿意按照招标文件要求向采购人提供货物、工程或者服务的依法成立的法人、其他组织或者自然人；

3.5.“评标委员会”和“谈判小组”是依据《深圳经济特区政府采购条例》及《深圳经济特区政府采购条例实施细则》有关规定组建的专门负责本次招标其评标（谈判）工作的临时性机构；

3.6.“日期”指公历日；

3.7.“合同”指由本次招标所产生的合同或合约文件；

3.8.招标文件中的标题或题名仅起引导作用，而不应视为对招标文件内容的理解和解释。

### 4. 政府采购供应商责任

4.1.欢迎诚信、有实力和有责任心的供应商参与政府采购事业。

4.2.供应商在政府采购项目投标过程中应诚实守信，不弄虚作假，不隐瞒真实情况，不围标串标，不恶意质疑投诉。如违反上述要求，经核实后，供应商的投标将作废，没收投标保证金，将该供应商列入不良记录名单并在网上曝光，同时提请政府采购监督管理部门给予一定年限内禁止参加政府采购活动的处罚或其他处罚。

### 5. 合格的投标人

5.1.投标人是响应招标并且符合招标文件规定资格条件和参加投标竞争的法人、其他组织或者自然人。

5.2.合格的投标人

- 5.2.1.具有独立承担民事责任的能力。
- 5.2.2.具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度。
- 5.2.3.具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。
- 5.2.4.有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。
- 5.2.5.参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。
- 5.2.6.法律、行政法规规定的其他条件。
- 5.2.7.只有在法律上和财务上独立、合法运作并独立于采购人和政府采购代理机构的供货商才能参加投标。
- 5.2.8.法定代表人或单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同单位不得同时参与同一个项目（包组）的竞争。
- 5.2.9.符合第一章采购公告“投标人资格要求”的条款。
- 5.3.中标人是指经法定程序确定并授予合同的投标人。

## 6. 联合体投标

- 6.1.以下有关联合体投标的条款仅适用于允许投标人组成联合体投标的项目。
- 6.2.由两个或两个以上的自然人、法人或者其他组织可以组成一个联合体，以一个供应商的身份共同投标时，应符合以下原则：
  - 6.2.1.投标联合体应满足采购公告有关投标人资格要求中对联合体的要求；
  - 6.2.2.对于采购公告中所要求投标人应具有的某一资质，若联合体各方均具有，则将以联合体各方中最低的资质等级作为联合体在这一资质条件上的资质等级；联合体各方的不同资质可优势互补。
  - 6.2.3.投标人的投标文件及中标后签署的合同协议对联合体各方均具法律约束力；
  - 6.2.4.联合体各方应当签订共同投标协议，明确约定各方拟承担的工作和责任，并将该共同投标协议随投标文件一并递交给政府采购代理机构；
  - 6.2.5.联合体的各方应当共同推荐一联合体投标授权代表人，由联合体各方提交一份授权书，证明其有资格代表联合体各方签署投标文件，该授权书作为投标文件的组成部分一并提交给政府采购代理机构；
  - 6.2.6.参加联合体的各方不得再以自己的名义单独投标，不得同时参加两个或两个以上的联合体投标、不得以分包商或其它形式参与投标，出现上述情况者，其投标和与此有关联合体、总包单位的投标将被拒绝；
  - 6.2.7.除非另有规定或说明，本须知中“投标人”一词亦指联合体各方。

## 7. 合格的服务和货物

- 7.1.“服务”是指投标人按招标文件规定完成的全部服务内容，其中包括完成服务所需的货物，及须承担的技术支持、培训和其它伴随服务。
- 7.2.“货物”是指投标人制造或组织符合招标文件要求的货物等。投标的货物必须是其合法生产、合法来源的符合国家有关标准要求的货物，并满足招标文件规定的规格、参数、质量、价格、有效期、售后服务等要求。
- 7.3.投标人提供的所有服务，其质量、技术等特征必须符合国家、行业现行法律、法规的相关标准和用户需求。
- 7.4.采购人有权拒绝接受任何不合格的服务，由此产生的费用及相关后果均由供应商自行承担。
- 7.5.投标人应保证本项目的投标技术、服务或其任何一部分不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标

权或其他知识产权而引起的法律和经济纠纷；如果投标人不拥有相应的知识产权，则须在报价中包括合法获取该知识产权的相关费用，并在投标文件中附有相关证明文件。如因第三方提出其专利权、商标权或其他知识产权的侵权之诉，则一切法律责任由投标人承担。

## 8. 投标费用

8.1.不论投标结果如何，投标人应承担其编制投标文件与递交投标文件所涉及的一切费用。不论投标的结果如何，招标采购单位均无义务和责任承担这些费用。

## 9. 踏勘现场

9.1.如有需要，采购代理机构或采购单位将组织投标人对项目现场及周围环境进行踏勘，以便投标人获取有关编制投标文件和签署合同所需的所有资料。踏勘现场所发生的费用和风险由投标人自己承担，投标人应按采购公告所约定的时间、地点统一踏勘现场。

9.2.投标人及其人员经过采购单位的允许，可以踏勘目的进入采购单位的项目现场。若本项目招标文件要求投标人于统一时间地点踏勘现场的，投标人按时前往。

9.3.采购单位必须通过采购代理机构向投标人提供有关现场的资料和数据。

9.4.任何人或任何组织在踏勘现场时向投标人提交的任何书面或口头上的资料，未经采购代理机构在网上发布或书面通知，均作无效处理。采购代理机构对投标人由此而做出的推论、理解和结论概不负责。

9.5.未参与现场踏勘不作为否定投标人资格的理由。

## 10. 招标答疑

10.1.招标答疑的目的是澄清、解答投标人在查阅招标文件后或现场踏勘中可能提出的与投标有关的疑问或询问。

10.2.投标人提出的与投标有关的问题须在招标文件规定的答疑截止时间前以“质疑函”的形式提交给采购代理机构，质疑函应该加盖质疑单位公章。

10.3.采购代理机构对疑问所做出的澄清和解答，以书面答复（包括网站发布信息）为准。答疑纪要的有效性规定按照本通用条款第 13.3.13.4 款规定执行。

10.4.如采购代理机构认为有必要组织现场答疑会，投标人应按照招标文件规定的时间或采购代理机构另行书面通知（包括网站发布的通知）的时间和地点，参与现场答疑会。

10.5.未参与招标答疑不作为否定投标人资格的理由。

## 第二章 招标文件

### 11. 招标文件的编制与组成

11.1.招标文件除以下内容外，采购代理机构在招标（或谈判）期间发出的答疑纪要和其他补充修改函件，均是招标文件的组成部分，对投标人起约束作用；

11.2.招标文件包括下列内容：

#### 第一册 专用条款

##### 关键信息

##### 第一章 采购公告

##### 第二章 招标项目需求

##### 第三章 合同条款及格式

##### 第四章 投标文件格式、附件

##### 第五章 政府采购履约情况反馈表

#### 第二册 通用条款

##### 第一章 总则

##### 第二章 招标文件

##### 第三章 投标文件的编制与递交

##### 第四章 开标

##### 第五章 评标要求

##### 第六章 评标程序及评标方法

##### 第七章 定标及公示

##### 第八章 公开招标失败的后续处理

##### 第九章 合同的授予与备案

##### 第十章 质疑处理

11.3.投标人购买招标文件后，应仔细检查招标文件的所有内容，如有残缺应在答疑截止时间之前向采购代理机构提出，否则，由此引起的投标损失自负；投标人同时应认真审阅招标文件所有的事项、格式、条款和规范要求等，如果投标人的投标文件没有按招标文件要求提交全部资料或者投标文件没有对招标文件做出实质性响应，其风险应由投标人自行承担，并根据有关条款规定，其投标有可能被拒绝。

11.4.任何人或任何组织向投标人提交的任何书面或口头资料，未经采购代理机构在网上发布或书面通知，均作无效处理，不得作为招标文件的组成部分。采购代理机构对投标人由此而做出的推论、理解和结论概不负责。

### 12. 招标文件的澄清

12.1.投标人在收到招标文件后，对招标文件任何部分若有任何疑问，或要求澄清招标文件的，均应在采购公告规定的答疑截止时间内，按“质疑函”的形式向采购代理机构提交。不论是采购代理机构根据需要

主动对招标文件进行必要的澄清或是根据投标人的要求对招标文件做出澄清，采购代理机构都将在投标截止日期前以书面形式（包括在采购代理机构网站公开发布方式）答复或发送给所有投标人。澄清纪要作为招标文件的组成部分，对投标人起约束作用；

12.2.对于没有提出澄清又参与了该项目投标的供应商将被视为完全认同该招标文件（含澄清纪要），投标截止期后不再受理针对招标文件的相关质疑或投诉。

12.3.对招标文件中描述有歧意或前后不一致的地方，评标委员会有权进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个投标人。

### **13. 招标文件的修改**

13.1.招标文件发出后，在投标截止日期前任何时候，确需要变更招标内容的，采购代理机构可主动地或在解答投标人提出的澄清问题时对招标文件进行修改；

13.2.招标文件的修改以书面形式（包括网站公开发布方式）发送给所有投标人，招标文件的修改内容作为招标文件的组成部分，并具有约束力。

13.3.招标文件、招标文件澄清（答疑）纪要、招标文件修改补充通知内容均以书面（包括网站公开发布方式）明确的内容为准。当招标文件、修改补充通知、澄清（答疑）纪要内容相互矛盾时，以最后发出的通知（或纪要）或修改文件为准；

13.4.采购代理机构保证招标文件澄清（答疑）纪要和招标文件修改补充通知在投标截止时间前以网站公开发布形式或书面形式发送给所有投标人。为使投标人在编写投标文件时有充分时间对招标文件的修改部分进行研究，采购代理机构可以酌情延长递交投标文件的截止日期，具体时间将在修改补充通知中明确。

## 第三章 投标文件的编制与递交

### 14. 投标文件的语言及度量单位

14.1.投标人与采购代理机构之间与投标有关的所有往来通知、函件和投标文件均用中文表述。投标人随投标文件提供的证明文件和资料可以为其它语言，但必须附中文译文。翻译的中文资料与外文资料如果出现差异时，以中文为准，但翻译错误的除外。

14.2.除技术规范另有规定外，投标文件使用的度量单位，均采用中华人民共和国法定计量单位。

### 15. 投标文件的组成

15.1.具体内容请详见本项目专用条款的相关内容。

### 16. 投标文件格式

16.1.投标文件包括本通用条款第 15 条中规定的内容。如招标文件提供了投标文件格式，则投标人提交的投标文件必须毫无例外地使用招标文件所提供的相应格式并统一使用 A4 篇幅（表格可以按同样格式扩展）。

### 17. 投标货币

17.1.本项目的投标应以人民币计。

### 18. 证明投标人合格和资格的文件

18.1.投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部分。如果投标人为联合体，应提交联合体各方的资格证明文件、共同投标协议并注明主体方及各方拟承担的工作和责任。否则，将导致其投标无效。

18.2.投标人提交的资格证明文件应证明其满足本须知定义的合格投标人。

### 19. 证明投标文件投标技术方案的合格性和符合招标文件规定的文件要求

19.1.投标人应提交证明文件证明其投标技术方案项下的货物、工程和服务的合格性符合招标文件规定。该投标技术方案及其证明文件作为投标文件的一部分。

19.2.投标人提供证明投标技术方案与招标文件的要求相一致的文件，可以是文字资料、图纸、数据或数码照片、制造商公布的产品说明书、产品彩页和我国政府机构出具的产品检验和核准证件等，以证明投标人响应的真实性。它包括并应符合以下要求：

19.2.1.主要技术指标和性能的详细说明。

19.2.2.投标产品从采购单位开始使用至招标文件中规定的周期内正常、连续地使用所必须的备件和专用工具清单，包括备件和专用工具的货源及现行价格。

19.2.3.对照招标文件技术规格，逐条说明投标技术方案已对采购单位的技术规格做出了实质性的响应，或申明与技术规格条文的偏差和例外。投标人应详细说明投标技术方案中产品的具体参数，不得照搬照抄招标文件的技术要求。

19.2.4.产品说明书或彩页应为制造商公布或出具的中文产品说明书或彩页；提供外文说明书或彩页的，必须同时提供加盖制造商公章的对应中文翻译说明，评标依据以中文翻译内容为准，外文说明书或彩页仅供参考；产品说明书或彩页应能清晰的阅读、识别和判断；

19.2.5.我国政府机构出具的产品检验和核准证件应为证件正面、背面和附件标注的全部具体内容；产品检验和核准证件应能清晰的阅读、识别和判断，提供原件复印件。

19.3.相关资料不符合 19.2 款要求的，评标委员会有权认定为投标技术方案不合格响应，其相关分数予以扣减或作投标无效处理。

19.4.评标委员会有权对以谋取中标为目的的技术规格模糊响应（如有意照搬照抄招标文件的技术要求）或虚假响应予以认定。供应商上述行为一经发现或查实，除扣分或判定投标无效外，采购代理机构可视情况报政府采购监督管理部门做进一步处理。

19.5.投标人在阐述上述第 18.2 时应注意采购单位在技术规格中指出的工艺、材料和设备的标准以及参照的牌号或分类号仅起说明作用，并没有任何限制性。投标人在投标中可以选用替代标准、牌号或分类号，但这些替代要实质上满足招标文件中技术规格的要求，是否满足要求，由评标委员会来评判。

19.6.为保证公平公正，除非另有规定或说明，投标人对同一货物或服务投标时，不得同时提供两套或两套以上的投标方案。

## 20. 投标文件其他证明文件的要求

20.1.对项目招标文件《评标信息》评分项中涉及的相关业绩、社保情况、纳税情况、银行资信等级和资金流状况等内容以及《资格性审查表》和《符合性审查表》中涉及的资格证书，投标人应提供相关部门出具的证明材料原件复印件，原件备查。上述证明材料应为证件正面、背面和附件标注的全部具体内容；有关原件复印件应能清晰的阅读、识别和判断。若投标人未按要求提供证明材料或提供的是部分证明材料或提供不清晰的，评标委员会有权认定其投标文件未对招标文件有关需求进行响应，涉及资格性审查或符合性审查的予以无效标处理，涉及《评标信息》打分项的则该项评分予以 0 分处理。

20.2.本项目涉及提供的有关资质证书，若原有资质证书处于年审期间，投标人提供年审证明的可按原资质投标；若投标人正在申报上一级别资质，在未获批准之前，仍按原级别资质投标。

## 21. 投标有效期

21.1.投标有效期为从投标截止之日算起的日历天数，具体见专用条款中投标有效期的天数要求。在此期间内，所有投标文件均保持有效；

21.2.在特殊的情况下，采购代理机构在原定的投标有效期满之前，采购代理机构可以根据需要以书面形式（包括网站公开发布方式）向投标人提出延长投标有效期的要求，对此要求投标人须以书面形式予以答复，投标人可以拒绝采购代理机构此项要求，而不被没收投标保证金，其投标在原投标有效期满后不再有效。同意延长投标有效期的投标人不能要求也不允许修改其投标文件，但应当相应的延长投标担保的有效期，在延长的投标有效期内本通用条款第 22 条关于投标保证金的退还与没收的规定仍然适用；

21.3.中标单位的投标书有效期，截止于完成本招标文件规定的全部项目内容，并通过竣工验收及保修结束。

## 22. 投标保证金

22.1.投标保证金的缴纳:

22.1.1.缴纳投标保证金的方式:参与投标前须缴纳\_\_\_/\_\_\_万元保证金,落标或中标项目完成后返还,参与投标前未缴纳的,其投标将不予受理。

22.1.2.若为重大项目,采购代理机构可自行决定另外收取投标保证金,不受 22.1.1 款限制。是否另外收取投标保证金,请见本招标文件专用条款《投标须知前附表》中的相关要求。

22.2.投标保证金是为了保护采购代理机构和采购单位避免因投标人的行为而蒙受损失。采购代理机构和采购单位因投标人的行为受到损害时可根据本通用条款第 22.3 款的规定没收投标人的投标保证金。

22.3.如下列任何情况发生时,投标保证金将被没收。

22.3.1.投标人在招标文件中规定的投标有效期内撤回其投标;

22.3.2.中标人在规定期限内未能根据本项通用条款第 47 条规定签订合同;

22.3.3.投标人提供虚假投标文件或虚假补充文件;

22.3.4.投标人以谋取中标为目的的技术规格模糊响应(如有意照搬照抄招标文件的技术要求)或虚假响应的;

22.3.5.投标人质疑投诉提供虚假情况。

22.4.投标保证金账户信息:

## 23. 投标人的替代方案

23.1.投标人所提交的投标文件应完全满足招标文件(包括图纸和技术规范所示的基本技术设计)的要求。除非招标的项目明确允许投标人提交替代方案,否则投标人有关替代方案的条款将不予考虑。

23.2.如果允许投标人提交替代方案,则准备提交替代方案的投标人除应提交一份满足招标文件(包括图纸和技术规范所示的基本技术设计)要求的投标文件外,还应提交需评审其替代方案所需的全部资料,包括项目方案书、技术规范、替代方案报价书、所建议的项目方案及有关的其它详细资料。

## 24. 投标文件的密封、标记和装订

24.1.为方便开标唱标,投标人应单独提交一个密封信封,并在信封上标明“开标信封”的字样,内容包括开标一览表(报价表)、法定代表人证明书、法定代表人授权委托书、被授权人身份证复印件、投标文件电子光盘,若本项目(或包组)接受联合体投标,则联合体投标,应将各方共同签署的《联合投标协议》和《投标联合体授权主体方协议书》一并提交。开标信封是投标文件的组成部分。

24.2.投标文件为纸质投标文件,含正本和副本,投标文件应标明采购项目编号、招标项目名称及“正本”或“副本”。投标文件的所有内容应按 A4 篇幅装订成一册,装订应牢固不可拆卸。装订好的投标文件密封包装在一个外密封袋中,并在外密封袋上注明:

投标文件

采购项目编号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

投标人名称(盖章): \_\_\_\_\_

投标截止时间: \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 \_\_\_\_\_ 时 \_\_\_\_\_ 分(前不得开封)。

24.3.所有投标文件的密封袋的封口处均应加盖投标人公章。

24.4.对于因标书标识不清、装订不牢、密封不严等导致的不利后果由该投标人自负。

24.5.投标方应将投标文件按 24.1-24.2 中的规定进行密封和标记后，按专用条款中采购公告注明的地址送至招标机构。

24.6.邮寄、电报、电话、传真形式的投标概不接受。

24.7.投标文件电子版：光盘/U 盘一份（投标文件正本盖章后的彩色扫描件，扫描件要求为 PDF 格式），请将光盘放在开标信封中，并在光盘上标明采购项目编号、项目名称及投标人名称。

## **25. 投标截止时间**

25.1.招标机构在投标人须知第 24.5 条规定的地址收到投标书的时间不得迟于“投标人须知前附表”第 19 项所规定的时间。

## **26. 迟交的投标书**

26.1.按照本通用条款第 25 条规定，招标机构将拒绝并原封退回在其规定的投标截止期后收到的任何投标书。

## **27. 投标文件的提交和截标时投标文件的数量要求**

27.1.投标截止时间和地点。投标人应根据“专用条款”的规定，在投标截止时间前将投标文件密封送达指定地点。未及时送达指定地点及不符合密封、标记、签章、装订要求的投标文件采购代理机构将拒绝接收。

27.2.截标时递交标书的投标人数量未达到法定家数的，采购代理机构将按法律法规的规定暂停开标和评标程序。如导致招标失败，采购人或采购代理机构将不承担因此给投标人造成的损失。

## **28. 投标文件的修改或撤回**

28.1.投标人已提交投标文件，规定的投标截止时间还未到，投标人可提出对其投标文件的修改或撤回。投标人须提交由投标人代表签名的修改或撤回的书面通知。

28.2.采购代理机构收到由投标人代表签名的修改或撤回的书面通知并确认后，投标人可对其投标文件进行修改，或是撤回其投标。

28.3.投标人的修改文件应按照本招标文件的规定进行编制、密封、标记和提交，并在密封袋上注明“投标修改”。

28.4.投标截止时间之后至投标文件有效期终止之前，投标人不得要求撤回其投标。在此期间撤回投标的，其投标担保将会被没收。

28.5.评标结束后，不论中标与否，投标人均不得收回投标文件。

## 第四章 开标

### 29. 开标

29.1.采购人在“投标须知前附表”中规定的时间、地点组织公开开标。邀请所有投标人代表参加。不参加开标会的投标人，视为其认可开标程序和结果。

29.2.参加开标会议的投标人只委派一名代表，且必须是本单位法定代表人或授权代表，参加会议人员须提供相应的授权委托书。

29.3.开标会由采购代理机构主持，开标程序如下：

29.3.1.采购代理机构核对法人代表或其授权代表身份证明，若不能提供相应的身份证明或不相符，则不能参与开标会议；

29.3.2.招标机构将按“采购公告”规定的时间和地点组织公开开标。投标人应委派代表参加，参加开标的代表应签名报到以证明出席。

29.3.3.开标时，招标机构将当众宣读投标人名称、修改和撤回投标的通知、开标一览表（以招标文件规定的开标一览表内容为准）。投标文件中开标一览表内容与投标报价明细表内容不一致的，以开标一览表为准。

29.3.4.除了按照本通用条款第 26 条规定原封退回的投标之外，开标时将不得拒绝任何投标书。

29.3.5.开标时，招标机构仅拆封开标信封。如投标人未单独密封包装开标信封，招标机构有权拆封投标文件。

29.3.6.按照投标人须知第 28 条规定，提交了可接受的“撤回”通知的投标将不予开封。

29.3.7.无论在开标时没有启封和读出的投标书在评标时将不予考虑。撤回的投标书将原封退回投标人。

29.3.8.招标机构将做开标记录，开标记录包括按本通用条款第 29.3.3 的规定在开标时宣读的全部内容。

29.3.9.供应商在开标过程中知道或者应知其权益受到损害时必须现场明确提出，未明确提出的，即视为认可开标结果。

## 第五章 评标要求

### 30. 评标委员会组成

30.1. 开标结束后召开评标会议，评标委员会由采购代理机构依法组建，负责评标活动。

30.2. 评标委员会的组成及行为规范执行《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（中华人民共和国财政部令第 87 号）、《深圳市财政局关于切实加强政府采购评审现场管理的通知》（深财购〔2016〕32 号），评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为 5 人以上单数，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二。采购项目符合下列情形之一的，评标委员会成员人数应当为 7 人以上单数：（一）采购预算金额在 1000 万元以上；（二）技术复杂；（三）社会影响较大。

30.3. 为保证评委人选的专业性，以及评标中的公平公正性，评标委员会成员从深圳市财政局评标专家库中随机抽取。

30.4. 采购单位代表须持本单位签发的《评标授权书》参加评标。

30.5. 采购单位无代表参与评标，应在开标前一天提交《采购单位不派评委参与项目评标承诺书》给采购代理机构。注：《评标授权书》《采购单位不派评委参与项目评标承诺书》模板可以从“深圳交易集团有限公司政府采购业务分公司网站”（<http://www.szggzy.com/fwdh/fwdhzfcg/>）采购单位页面下“采购”环节“通用表格”处下载。

30.6. 评标定标应当遵循公平、公正、科学、择优的原则。

30.7. 评标活动依法进行，任何单位和个人不得非法干预评标过程和结果。

30.8. 评标过程中不允许违背评标程序或采用招标文件未载明的评标方法或评标因素进行评标。

30.9. 开标后，直到授予中标人合同为止，凡属于对投标文件的审查、澄清、评价和比较的有关资料以及候选中标供应商的推荐情况、与评标有关的其他任何情况均严格保密。

### 31. 向评标委员会提供的资料

31.1. 公开发布的招标文件，包括图纸、服务清单、答疑文件等；

31.2. 其他评标必须的资料。

31.3. 评标委员会应当认真研究招标文件，至少应了解熟悉以下内容：

31.3.1. 招标的目的；

31.3.2. 招标项目需求的范围和性质；

31.3.3. 招标文件规定的投标人的资格、预算金额、商务条款；

31.3.4. 招标文件规定的评标程序、评标方法和评标因素；

31.3.5. 招标文件所列示的投标文件“资格、符合性评审条款”。

### 32. 独立评标

32.1. 评标委员会成员的评标活动应当独立进行，并应遵循投标文件初审、澄清有关问题、比较与评价、确定中标候选供应商、编写评标报告的工作程序。

## 第六章 评标程序及评标方法

### 33. 投标文件初审

33.1.评标委员会将依法对投标文件进行初审。投标文件初审包括资格性审查和符合性审查，资格性审查：依据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明、投标保证金等进行审查，以确定投标人是否具备投标资格。符合性审查：依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否对招标文件的实质性要求作出响应。

33.2.投标文件初审内容请详见“资格、符合性评审条款”。投标人若有一条审查不通过则按无效标处理。评标委员会对投标单位打√为通过审查，打×为未通过审查。

33.3.投标文件初审中关于供应商家数的计算

33.3.1.采用最低评标价法的采购项目，提供相同品牌产品的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个参加评标的投标人，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他投标无效。

33.3.2.使用综合评分法的采购项目，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，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为候选中标供应商。

33.3.3.非单一产品采购项目，采购人应当根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定核心产品，并在招标文件中载明。多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按前两款规定处理。

33.3.4.公开招标以外采购方式以及政府采购服务和工程涉及采购货物的项目，也按此方法计算供应商家数。

33.4.对不属于投标文件“资格、符合性评审条款”要所列不符合的情形，除法律法规另有规定外，不得作为判定投标无效的理由。

### 34. 澄清有关问题

34.1.为了有助于投标文件的审查、评价和比较，对投标文件含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会可以用书面形式(应当由评标委员会签字)要求投标人作出必要的澄清、说明或者纠正。投标人的澄清、说明或者补正应当用采用书面形式（由其授权的代表签字），并不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性的内容。根据本通用条款第 34 条，凡属于评标委员会在评标中发现的算术错误进行核实的修改不在此列。

### 35. 错误的修正

35.1.评标委员会将审查投标文件是否完整、总体编排是否有序、文件签署是否合格、投标人是否提交了投标保证金、有无计算上的错误等。

35.2.算术错误将按以下方法更正（次序排先者优先）：

35.2.1.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；

35.2.2.大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

35.2.3.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；

35.2.4.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；

35.2.5.对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

35.3.对于投标文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则，给评审带来不便，评标委员会可以接受。

35.4.投标人的投标报价是可变动价格的，或包含了价格调整要求的，或投标报价中提供两个（含两个）以上的报价（招标文件规定提交备选投标方案的除外），或严重漏项，评标委员会无法进行判断的，评标委员会可以作无效标处理。

35.5.根据上述修正错误的原则及方法调整或修正投标文件的投标报价，投标人同意后，调整后的投标报价对投标人起约束作用。如果投标人不接受修正后的报价，则其投标将被拒绝并且其投标保证金也将被没收，并不影响评标工作。

### 36. 投标文件的比较与评价

36.1.36.1 评标委员会将按照《深圳经济特区政府采购条例》及《深圳经济特区政府采购条例实施细则》，参照相关法律、法规、规定，仅对通过资格性审查和符合性审查的投标文件进行综合比较与评价。

36.2.评标委员会应当根据招标文件，审查并逐项列出投标文件的全部投标偏离。投标偏离分为重大偏离和细微偏离。

36.3.评标委员会应当对投标人的投标文件进行分析和比较。

36.4.评标委员会应当根据招标文件规定，对投标文件中的每项评审内容进行评审。

36.5.投标文件存在重大偏离的，应作投标无效处理。下列情况属于重大偏离：

36.5.1.投标人以他人的名义投标或出现下列串通投标、弄虚作假投标嫌疑的：

- （1）不同投标人的投标文件内容存在非正常一致的；
- （2）不同投标人的投标文件错漏之处一致的；
- （3）不同投标人的投标报价或者报价组成异常一致或者呈规律性变化的；
- （4）不同投标人的投标文件由同一单位或者同一个人编制的；
- （5）不同投标人的投标文件载明的项目负责人与主要技术人员出现同一人的；
- （6）不同投标人的投标文件相互混装的；
- （7）不同投标人委托同一人投标的；

（8）不同投标人聘请同一人为其投标提供技术或者经济咨询服务的，但招标工程本身要求采用专有技术的除外；

- （9）评标委员会认定的其他串通投标情形。

36.5.2.投标文件不满足招标文件规定的任何一项实质性要求的；

36.5.3.投标文件对招标文件规定的非实质性要求的偏离，超出允许偏离的最大范围或最高项数的；

36.5.4.评标委员会根据招标文件的规定对投标文件的投标价格进行调整，投标人不接受调整方式的，或不接受调整后的价格的；

36.6.细微偏离是指投标文件在实质上响应招标文件要求，但在个别地方存在漏项或者提供了不完整的技术信息和数据等情况，并且补正这些漏项或者不完整不会对其他投标人造成不公平的结果。细微偏离不影响投标文件的有效性。

36.7.评标委员会应书面要求存在细微偏离的投标人在评标结束前予以补正。拒不补正的，在详细评审时可以对细微偏离按照不利于该投标人的原则进行调整，且投标人不得因此提出任何异议。

### 37. 实地考察、演示或设备测试

37.1.在招标过程中,评标委员会有权决定是否对本项目投标人进行现场勘察或实地考察或检验有关证明材料的原件。投标人应随时做好接受检查的准备。

37.2.若招标文件要求进行现场演示或设备测试的,投标人应做好相应准备。

### 38. 评标方法

38.1.根据《财政部关于加强政府采购货物和服务项目价格评审管理的通知》(财库[2007]2号)、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》(中华人民共和国财政部令第87号)、《深圳市财政局关于印发<深圳市政府采购评标定标分离管理办法>的通知》(深财规〔2020〕1号)关要求,评标办法分为非评定分离项目和评定分离项目。评审方法分为最低评标价法、综合评标法、定性评审法及法律、法规允许的其它评审方法,定标方法为自定法。

#### 38.1.1.最低评标价法

最低评标价法是指以价格因素确定中标候选供应商的评标方法,即在满足招标文件实质性要求前提下,以报价最低的投标人作为中标候选供应商或中标人的评标方法。

#### 38.1.2.综合评分法

综合评分法是指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由高到低排名前列的投标人作为推荐的候选中标供应商的评标方法。

#### 38.1.3.定性评审法

定性评审法是指按照招标文件规定的各项因素进行技术商务性评审,对各投标文件是否满足招标文件实质性要求提出评审意见,并形成评审报告。评审报告的内容主要包括:对各投标文件是否合格提出意见,指出各投标文件中的优点和存在的缺陷,签订合同前应注意和澄清的事项等。所有递交的投标文件未被判定为投标无效的投标人,均推荐为候选中标供应商。

38.2.本项目采用的评标方法见本项目招标文件专用条款的相关内容。

## 第七章 定标及公示

### 39. 定标方法

39.1.项目定标方法根据是否是评定分离项目进行选择。

#### 39.2.非评定分离项目

评标委员会依据本项目招标文件所约定的评标方法进行评审和比较，向采购代理机构提交书面评标报告，并根据评标方法比较评价结果从优到劣进行排序，并推荐候选中标供应商或确定中标人；

39.2.1.采用最低评标价法的，按投标报价由低到高顺序排列，投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。评标委员会认为，排在前面的供应商的最低投标报价或者某些分项报价明显不合理或者低于成本，有可能影响商品质量和不能诚信履约的，应当要求其在规定的期限内提供书面文件予以解释说明，并提交相关证明材料；否则，评标委员会可以取消该投标人的中标资格，按顺序由排在后面的供应商递补，以此类推。对是否满足实质性要求或报价是否合理或是否低于成本，评委会意见不一致时，按少数服从多数原则作出决定。

39.2.2.采用综合评分法的，按评审后得分由高到低顺序排列。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，按技术指标优劣顺序排列。得分且投标报价相同的且技术指标或服务方案优劣相同的，采取随机抽取方式确定中标人推荐资格。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；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为投标无效处理。

39.2.3.采用定性评审法的，按照招标文件规定的各项因素进行技术商务定性评审，对各投标文件是否满足招标文件实质性要求提出意见，指出投标文件的优点、缺陷、问题以及签订合同前应注意和澄清的事项，并形成评审报告。所有递交的投标文件不被判定为投标无效的投标人，均推荐为候选中标供应商。

#### 39.3.评定分离项目

39.3.1.适用评定分离的政府采购项目，采购人应当根据不同的项目选用自定法或者法律、法规及规章规定的其他定标方法确定中标人。

39.3.2.自定法是指采购人组织定标委员会，由定标委员会在候选中标供应商中确定中标人。定标流程如下：

(1) 评审委员会完成评审后，应当出具书面评审报告，推荐三个合格的候选中标供应商，候选中标供应商不标明排序。

(2) 评审报告应当包含各评审专家个人意见和评审委员会结论意见，报告内容包括但不限于对每个候选中标供应商的总体评价、供应商对招标文件的响应程度、技术（服务）方案优劣对比、报价合理性等内容。

(3) 评审专家在评审过程中，判定投标供应商的投标文件为无效的，评审专家应当详细说明投标无效的原因，列举出投标文件存在的问题并署名。

(4) 招标机构应当自评审结束之日起2个工作日内将候选中标供应商名单及其投标文件、评审报告送交采购人。

(5) 采购人应当在自收到评审报告后，组成定标委员会，召开定标会并确定中标人。

(6) 定标委员会应当由5人以上单数组成，采购人应当按照以下要求组成定标委员会：

①重大项目由采购人领导班子成员组成定标委员会，有半数以上班子成员到会方可在候选中标供应商中确定中标供应商。

②特定品目项目的定标委员会应当由 5 人或以上单数的领导班子成员，或者单位中层以上管理人员、具有与所采购项目专业领域中级以上职称人员、采购责任机构负责人等组成。

(7) 采购人讨论决定定标事项时应保证与会成员有足够时间听取情况介绍、充分发表意见。在充分讨论的基础上，采取口头表决、举手表决或者无记名投票等方式进行表决。

候选中标供应商的得票数超过定标委员会成员人数半数的，方可确定为中标供应商。在表决中，各候选中标供应商得票数比较分散且没有供应商得票数超过定标委员会成员半数的，可以剔除得票数最少的供应商后再次表决，直至表决出符合得票数要求的中标供应商。

(8) 采购人讨论决定定标事项，应当按照下列程序进行：

①采购人的采购责任机构负责人或者采购项目需求部门负责人，结合项目需求和评审专家的评审意见，逐个介绍候选中标供应商的情况；

②参加会议人员进行充分讨论；

③进行表决。

(9) 采购人定标时应当坚持择优与竞价相结合，择优为主。综合考虑候选中标供应商的企业实力、企业信誉、投标文件响应情况、投标报价等多方面因素，分析采购项目实际情况，选择履约能力较强、价格合理的供应商。

(10) 采购人应当安排专人对定标过程进行书面记录，形成《定标报告》，作为采购文件的组成部分存档，并及时将定标结果反馈招标机构。

(11) 采购人应当在定标会结束后，及时将《定标报告》反馈招标机构。定标报告应当包括但不限于定标时间及地点、定标委员会成员及职务、对候选中标供应商的讨论意见、表决情况、定标结果、会议纪要等内容。

39.4.本项目采用的定标方法见本项目招标文件专用条款的相关内容。

## 40. 编写评标报告

40.1. 评标报告是评标委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写的报告，评标报告由评标委员会全体成员签字。对评标结论持有异议的评标委员会成员可以书面方式阐述其不同意见和理由。评标委员会成员拒绝在评标报告上签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意评标结论。评标委员会应当对此作出书面说明并记录在案。

## 41. 中标公告

41.1. 为体现“公开、公平、公正”的原则，评标结束后，采购代理机构将在“深圳交易集团有限公司政府采购业务分公司网”（<http://www.szggzy.com/fwdh/fwdhzfcg/>）及采购代理机构官网：（<http://www.szsszx.com/>）上发布中标结果公告，公示期为 72 小时。供应商如对评标结果有异议，请于公示期内，以书面的形式向我公司反映。若在公示期内未提出异议，则视为认同该评标结果。

41.2. 质疑投诉人应保证质疑投诉内容的真实性和可靠性，并承担相应的法律责任。

## 42. 中标通知书

42.1. 中标公告公布后，公示期内无人投诉，请中标人凭单位证明及本人身份证到采购代理机构领取《中标通知书》。

42.2. 中标通知书是合同的重要组成部分。

42.3.因质疑投诉或其它原因导致项目结果变更或采购终止的,我公司有权收回中标通知书或终止采购合同。

## 第八章 公开招标失败的后续处理

### 43. 公开招标失败的处理

43.1.本项目公开招标过程中若由于投标截止后实际递交投标文件的供应商数量不足、经评标委员会评审对招标文件作实质响应的供应商不足等原因造成公开招标失败，可由采购代理机构重新组织采购。

43.2.对公开招标失败的项目，评标委员会在出具该项目招标失败结论的同时，提出重新采购组织形式的建议，以及进一步完善招标文件的资格、技术、商务要求的修改建议。

43.3.重新组织采购有以下两种组织形式：

（1）由采购代理机构重新组织公开招标；

（2）根据实际情况需要向政府采购监督管理部门提出非公开招标方式申请，经政府采购监督管理部门批准公开招标失败采购项目可转为竞争性谈判或单一来源谈判方式采购。

43.4.公开招标失败的采购项目重新组织公开招标，采购代理机构要重新按公开招标流程发布采购公告和招标文件、组成评标委员会等组织采购活动。

43.5.公开招标失败的采购项目经政府采购监督管理部门批准转为竞争性谈判或单一来源谈判方式采购的，可不另行制作谈判文件，采购代理机构可就原招标文件中资格、技术及评标方法等变动情况向拟谈判对象发出谈判邀请。谈判邀请文件与原招标文件具同等效力，变动部分以谈判邀请文件为准。转为竞争性谈判或单一来源谈判方式采购的，供应商的原投标文件转为谈判应答文件。

### 44. 公开招标失败项目转为竞争性谈判方式采购的

44.1.谈判文件

44.1.1.公开招标失败项目转为竞争性谈判方式采购的，原招标文件转为谈判文件。

44.2.谈判小组

44.2.1.公开招标失败项目转为竞争性谈判方式采购后，评标委员会转为谈判小组；专家可重新抽取也可继续采用评标委员会内专家。

44.2.2.谈判前，谈判小组将对各供应商的谈判应答文件进行审查，当谈判应答文件出现下列情况之一的将视为无效，按投标无效处理，不得进入谈判，具体内容见原招标文件中“资格、符合性评审”部分以及谈判邀请中相应的变动部分。

44.3.谈判程序

44.3.1.参加谈判的供应商和谈判小组成员填写谈判登记表，并交验证明文件（法定代表人证明书、法人授权委托书、被授权的谈判代表身份证原件）。

44.3.2.谈判小组主持人宣布谈判规则和谈判纪律。

44.3.3.在谈判中，谈判小组将就以下谈判内容跟供应商进行谈判：

（1）项目方案；

（2）报价；

（3）其它相关事项。

44.3.4.原招标文件或谈判邀请文件有实质性变动的，谈判小组应当通过采购代理机构通知所有参加谈判的供应商。

44.3.5.谈判小组可以用书面形式要求各供应商对其谈判应答文件含义不明确的内容作必要的澄清或者说明，重要问题供应商应以书面形式进行澄清、说明。

44.3.6.允许供应商在谈判结束之前根据谈判小组提出的内容进行澄清、修改或完善，或对项目方案进行相应的调整。

44.3.7.供应商对谈判应答文件进行修改，都应形成文字材料，并经供应商谈判授权人签字认可。

44.3.8.谈判小组所有成员集中与单一供应商分别进行谈判。在谈判中，谈判的任何一方不得透露与谈判有关的其它供应商的技术资料、价格或者其他信息；参加谈判的供应商有两次更改机会；供应商应在规定的时间内提出最后更改及书面承诺。

44.3.9.有下列情形之一的，该供应商的谈判结果按投标无效处理，具体内容见原招标文件中不符合“资格、符合性评审条款”部分以及谈判邀请中相应的变动部分。

44.3.10.谈判结束后，谈判小组根据供应商提供的谈判应答文件、谈判过程中产生的相关资料，对供应商谈判应答文件进行评估与比较，提出书面评审意见。

44.3.11.谈判小组将对谈判过程进行记录，以存档备查。

#### 44.4.评标方法和定标原则

44.4.1.根据《政府采购非招标采购方式管理办法》（中华人民共和国财政部令第 74 号）、《财政部关于加强政府采购货物和服务项目价格评审管理的通知》（财库[2007]2 号），竞争性谈判采购项目的评标方法要比照最低评标价法规定执行。如确因实际情况需要采用其他评标方法的，应报经同级政府采购监督管理部门批准。原招标文件若采用最低评标价法以外的评标方法，转为竞争性谈判后，评标方法应采用最低评标价法。

44.4.2.对公开招标失败转为竞争性谈判方式采购的项目，谈判小组对谈判应答文件进行评审和比较，综合各家供应商最终的方案、服务和投资等谈判结果并按本通用条款第 37.1.1 款的最低评标价法进行评审。

44.4.3.若要采用其他评标方法的，必须报经政府采购监督管理部门批准，谈判小组按批准的评标方法进行评审。谈判邀请文件中应注明批准的评标方法。

44.4.4.谈判小组向采购代理机构提交书面评标报告，并推荐候选中标供应商或确定中标人。

### 45. 公开招标失败项目转为单一来源谈判方式采购

#### 45.1.谈判文件

45.1.1.公开招标失败项目转为单一来源谈判方式采购的，原招标文件转为谈判文件。

#### 45.2.谈判小组

45.2.1.公开招标失败项目转为单一来源谈判方式采购后，评标委员会转为谈判小组，专家可重新抽取也可继续采用评标委员会内专家。

45.2.2.谈判前，谈判小组将对单一来源供应商的谈判应答文件进行审查，当谈判应答文件出现下列情况之一的将视为无效，按投标无效处理，不得进入谈判，具体内容见原招标文件中“资格、符合性评审条款”部分以及谈判邀请中相应的变动部分。

#### 45.3.谈判程序

45.3.1.参加谈判的供应商和谈判小组成员填写谈判登记表，并交验证明文件（法定代表人证明书、法人授权委托书、被授权的谈判代表身份证原件）。

45.3.2.谈判小组主持人宣布谈判规则和谈判纪律。

45.3.3.在谈判中，谈判小组将就以下谈判内容跟供应商进行谈判：

- （1）项目方案；
- （2）报价；
- （3）其它相关事项。

45.3.4.原招标文件或谈判邀请文件有实质性变动的，谈判小组应当通过采购代理机构通知供应商。

45.3.5.谈判小组可以用书面形式要求供应商对其谈判应答文件含义不明确的内容作必要的澄清或者说明，重要问题供应商应以书面形式进行澄清、说明。

45.3.6.允许供应商在谈判结束之前根据谈判小组提出的内容进行澄清、修改或完善，或对项目方案进行相应的调整。

45.3.7.供应商对谈判应答文件进行修改，都应形成文字材料，并经供应商谈判授权人签字认可。

45.3.8.谈判小组与单一来源供应商进行谈判。供应商有两次更改机会；供应商应在规定的时间内提出最后更改及书面承诺。

45.3.9.有下列情形之一的，供应商的谈判结果作投标无效处理，具体内容见原招标文件中不符合“资格、符合性评审条款”部分以及谈判邀请中相应的变动部分。

45.3.10.谈判结束后，谈判小组根据供应商提供的谈判应答文件、谈判过程中产生的相关资料，对供应商谈判应答文件进行评估与比较，提出书面评审意见。

45.3.11.谈判小组将对谈判过程进行记录，以存档备查。

#### 45.4.45.4 评标方法和定标原则

45.4.1.单一来源谈判采用最低评标价法。原招标文件若采用最低评标价法以外的评标方法，转为单一来源谈判后，评标方法改为最低评标价法。谈判小组对谈判应答文件进行评审和比较，对供应商最终的方案、服务和投资等谈判结果按本通用条款第 37.1.1 的最低评标价法进行评审。

45.4.2.谈判小组向采购代理机构提交书面评标报告，并推荐候选中标供应商或确定中标人。

## 第九章 合同的授予与备案

### 46. 履约担保

46.1.本项目履约担保的相关要求：详见“投标须知前附表”。

46.2.在签订合同前，中标人应按规定向采购人提交履约担保，采用履约保函形式的可参照使用本招标文件提供的格式。

46.3.联合体中标的，其履约担保由联合体牵头人提交，并应符合本节第 42.1 条、第 45.2 条的规定。

46.4.如果中标人拒不提交本节第 42.1 条、第 42.2 条要求的履约担保的，采购人可取消其中标资格，并没收其投标担保。

### 47. 签订合同

47.1.采购人和中标人应当按“投标须知前附表”的规定，依据招标文件和中标人的投标文件订立书面合同。

47.2.中标人无正当理由拒签合同的，或者在签订合同时向采购人提出附加条件或者更改合同实质性内容的，采购人可取消其中标资格，并没收其投标担保；给采购人的损失超过其投标担保数额的，中标人应当对超过部分予以赔偿。

## 第十章 质疑受理

### 48. 质疑受理机构

48.1.采购代理机构及采购人负责受理和答复质疑。

### 49. 质疑处理原则

49.1.质疑处理遵循公平、公正、规范、高效的原则。

49.2.供应商质疑实行实名制和“谁质疑，谁举证”的原则，质疑应有具体的事项及事实根据。

### 50. 质疑受理的时效和范围

50.1.供应商认为采购文件、采购过程和中标、成交结果使自己权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购代理机构提出质疑。供应商在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。

50.2.供应商对采购文件有疑问的，采购代理机构及采购人按答疑程序处理；供应商对采购文件有异议的，按质疑程序处理。

### 51. 质疑条件

51.1.提出质疑的应是直接参与相应采购项目的供应商。以联合体形式参与的，由联合体共同提出；

51.2.提供质疑的项目名称和编号、质疑供应商的单位名称、详细地址、邮政编码、联系人及联系电话等基本情况；

51.3.有质疑的具体事项、请求及理由，并附相关证据材料；

51.4.质疑书加盖公章，被授权人进行质疑的同时提交法人授权委托书；

51.5.质疑材料中有外文资料的，应一并附上中文译本，并以中文译本为准。

51.6.质疑不得超过质疑受理的时效和范围。

51.7.不符合上述条件的，我采购代理机构不予受理。

### 52. 受理质疑办理程序

52.1.先与质疑供应商进行沟通，以消除因误解或对采购规则和程序的不了解而引起的质疑。对沟通情况满意的，供应商撤回质疑，质疑处理程序终止。

52.2.处理质疑一般进行书面审查；必要时听取各方当事人的陈述和申辩、进行相关调查；组织原评标委员会或谈判小组进行复议。

52.3.在质疑处理期间，采购代理机构视情形决定暂停采购活动。

52.4.采购代理机构原则上在质疑受理之日起十个工作日内书面答复质疑供应商。答复函以直接领取、传真或邮寄方式送达。

52.5.供应商向采购代理机构提出质疑后，在质疑处理期限内，不得同时向其他方面提起同一质疑。质疑

供应商如已就同一事项提起投诉、提请行政复议或诉讼的，质疑程序终止。

### 53. 相关责任与义务

53.1.采购单位、评标专家和相关供应商等当事人应积极配合采购代理机构进行质疑调查，如实反映情况，及时提供证明材料。

53.2.质疑供应商有下列情形之一的，属于虚假、恶意质疑，采购代理机构将有权力将质疑供应商虚假、恶意质疑的行为上报政府采购监督管理部门，并视情节提请政府采购监督管理部门给予一定年限内禁止参与政府采购活动资格或其他处罚：

53.2.1.捏造事实或提供虚假证明材料的；

53.2.2.假冒他人名义进行质疑的；

53.2.3.拒不配合进行有关调查、情节严重的。

### 54. 其他

54.1.本招标文件的解释权归采购代理机构所有，采购代理机构在征得采购人或相关主管部门同意后，有权在法律允许范围内调整本次招标活动的细节及保留最终解释权。

54.2.采购代理机构向投标人提供的资料和数据，是采购代理机构现有的能供投标人利用的资料，采购代理机构对投标人由此而作出的推论、理解和结论概不负责。

54.3.如果投标人实质上不符合投标资格，即使已购买招标文件、参加投标并缴纳各种费用，采购代理机构或采购人可以随时取消其投标或中标资格，采购代理机构或采购人对该投标人的一切损失概不责任。

54.4.中标无效的，发出的中标通知书和签订的合同自始没有法律约束力，但不影响合同中存在的有关解决争议方法的条款的效力。

54.5.本招标文件所有的附件与本招标文件具有同等效力。