厦门金龙联合汽车工业有限公司招标项目

招 标 文 件

项目名称：金龙客车新媒体平台运营及公关传播服务项目招标

（2022年9月—2024年9月）

 项目编号：KLZB202208090001

招标方：厦门金龙联合汽车工业有限公司

 联系人：张凯

 电 话：0592-6371759

 日 期：2022年8月9日

目录

[公开招标公告 3](#_Toc40105010)

[投标须知 5](#_Toc40105011)

[附件一 投标函 9](#_Toc40105013)

[附件二 法定代表人授权委托书 10](#_Toc40105014)

[附件三 投标供应商情况表 11](#_Toc40105015)

[附件四 报价一览表 13](#_Toc40105016)

[附件五 服务保证承诺书 17](#_Toc40105017)

[附件六 廉洁承诺书 18](#_Toc40105018)

[附件七 投标资格声明函 19](#_Toc40105019)

[附件八 近三年重要客户名单及服务项目 2](#_Toc40105020)2

[附件九 采购招标综合评分表 2](#_Toc40105020)3

# 公开招标公告

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项号** | **主题** | **说明** |
| 1 | 招标人 | 厦门金龙联合汽车工业有限公司（以下简称金龙客车） |
| 2 | 招标执行单位 | 招标中心 |
| 3 | 招标项目 | 金龙客车新媒体平台运营及公关传播项目招标（2022年9月—2024年9月） |
| 4 | 招标项目编号 | KLZB202208090001 |
| 5 | 项目服务时间 | 2022年9月—2024年9月 |
| 6 | 标的金额 | 项目总金额不超过人民币壹佰玖拾壹万圆 |
| 7 | 招标文件售价 | ￥0 |
| 8 | 招标文件领取 | 投标人根据招标公告联系招标项目负责人获取 |
| 9 | 投标文件接收信息 | 投标文件接收截止时间：2022年 8 月 21日 （周日）投标文件接收地址：厦门市集美区金龙路9号厦门金龙联合汽车工业有限公司招标中心 邮编：361023 联络人：林雪芳 电话： 0592-6370049投标人应于投标截止时间前通过邮寄方式递交投标交件，请务必在快递封面注明函件内容(即：招标项目名称、编号，同时写明投标人的名称、地址、联系人、联系电话)。注意：投标人在投寄交件后，需邮件回复标书快递单号以及提供投标保证金电子回执。回复邮箱地址linxf@mail.king-long.com.cn注意：①非邮寄方式（邮寄方式指快件上的信息能证明是第三方快递公司的有效方式）或逾期送达的投标文件恕不接受。②未于快递封面注明函件内容，导致开标遗漏，后果由投标单位自行承担。 |
| 10 | 开标、评标 | 开标、评标时间：2022年 8 月 22 日 （周一）开标、评标地点：厦门金龙联合汽车工业有限公司 |
| 11 | 招标项目联系人及联系方式 | 联系人姓名：张凯 电话：0592-6371759 联系地址：福建省厦门市集美区金龙路9号 |
| 12 | 投标供应商应具备的基本条件 | **本次招标不接受联合体投标****投标供应商应具备以下基本条件：**(一)投标人应是具备独立的法人资格，并提供经年检合格的营业执照（三证合一）；(二)投标人所在的公司主营业务范围，需满足可服务本招标文件要求的所有服务内容；(三)公司合法营业时间五年以上（含五年）；(四)投标人需满足曾服务过国内汽车企业或汽车配件产品企业或官方新媒体平台运营、管理或承接及单独策划完成过以上类型企业在新媒体端传播的整体活动，并具备新媒体运营全案经验或汽车相关或制造业品牌公关传播、品牌传播策划等全案经验，且有3个或以上代表案例（**需提供佐证资料，以服务合同扫描件为准，可遮盖涉密服务金额、服务细则等**），同时具备不少于3例跨界、跨行业（时尚、科技、快消、互联网等）服务经验及相关资源，并承诺未来服务团队核心成员具有相关经验，并在服务中满足我司对服务团队的人员资质要求；(五)投标人公司拥有不少于20人在职团队，（需提供团队成员社会保险缴费证明和案例证明），项目负责人需要从业经验五年以上，并且要求有成功的新媒体运营服务案例，**需要至少一名员工长期驻点金龙客车办公**；(六)具有良好的社会信誉、良好的商业信誉和健全的财务会计制度；（提供2019-2021年审计报告）；(七)有依法缴纳税收（2019-2021年纳税证明）和社会保障资金的良好记录（社会保险缴费证明）；(八)参加投标前三年内,在经营活动中没有因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚的重大违法记录。（需提供“信用中国”截图证明文件）；(九)投标人公司需满足相应的执行能力（**需同时提供具有互联网新闻信息服务、信息网络传播服务等相关许可证**），具有独立完成本招标新媒体运营和技术能力；(十）凡是中标的投标方，均须承诺在采购有效期内以不高于投标的价格对招标人进行合作。 |
| 13 | 投标保证金 | 投标人公司需在截标日之前将投标保证金人民币**3.82**万**采用电汇方式**：转账到招标方以下账户，转账时请注明“公司名称+金龙客车新媒体平台运营及公关传播项目招标（2022年9月—2024年9月）+保证金+金额”字样；并将银行回单“一式三份”与投标文件一并送达；银行回单须字迹和盖章清晰易于辨识。投标保证金缴纳：1.指定银行：中国工商银行厦门分行江头支行 2.户 名：厦门金龙联合汽车工业有限公司3.账 号：4100 0229 0902 4208 2594.到账时间：招标截标日前。 |

# 投标须知

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项号** | **主题** | **说明** |
| 1 | 招标人 | 厦门金龙联合汽车工业有限公司（以下简称金龙客车） |
| 2 | 招标执行单位 | 招标中心 |
| 3 | 招标项目 | 金龙客车新媒体平台运营及公关传播项目招标（2022年9月—2024年9月） |
| 4 | 项目服务时间 | 2022年9月—2024年9月 |
| 5 | 评审方法 | **综合评审法：**在全部满足招标文件实质性要求前提下，按照招标文件中规定的各项因素进行综合评审后，以评标总得分前三名的投标人作为候选人，项目负责人向公司提报评标结果以及应用方案，经审批确定中标人。只有资格性检查和符合性检查合格的投标文件才能进入综合评分，具体评分细则详见采购招标综合评分表。参与投标供应商应就具体评分细则所需的证明材料随投标文件一并提交，相应项目提交不全或缺漏将直接影响评分，请投标供应商特别注意。采购人在收到评标报告后五个工作日内，合同包确定中标人数量：1个。按照评标报告中推荐的中标候选人顺序确定中标人。中标后，上述中标人应与采购人签订合同（合同价格按各自投标价格签订）。（综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。综合得分相同且投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列）。 |
| 6 | 投标有效期 | 90天（日历天数），从投标文件提交截止日起计算。 |
| 7 | 招标文件领取 | □投标人根据招标公告联系招标项目负责人获取□由招标项目负责人以公司电子邮箱方式发送投标人 |
| 8 | 招标文件的澄清 | 投标人对招标文件如有疑问，请在投标截止日前三天提出，招标人将在投标截止日前二天回复。对于重复问题或超过期限时间提出的疑问，招标人将不保证提供回复说明。 |
| 9 | 招标文件变更 | 招标文件变更内容如果有影响投标文件编制的（如影响投标人价格核算的），招标人将会在投标截止日期前十五天通过书面形式通知投标人；其他不影响投标文件编制的，招标人将在投标截止日期前三天通过书面形式通知投标人。招标人不保证提供对投标人个别通知的服务。**投标截止日期之前发布的招标补充文件均为招标文件的组成部分，****与投标文件具有同等法律效力。当文件间的内容有矛盾时除非另有申明，以日期在后的文件为准。** |
| 10 | 投标文件组成（请认真阅读） | **第一部分：商务报价文件（该部分文件一式叁份，每页加盖公章，用信封独立密封，并在封口处加盖公章）**1. 投标函（附件一）；
2. 法定代表人授权委托书（附件二）；
3. 投标保证金汇款凭证复印件；
4. 采购报价一览表（附件四）；
5. 服务保证承诺书（附件五）；
6. 廉洁承诺书（附件六）；
7. 投标资格声明函（附件七）
8. 近三年重要客户名单及服务项目（2019－2021）（**新媒体运营全案经验或汽车相关或制造业品牌公关传播、品牌传播策划等全案经验案例3个或以上代表案例**，需提供佐证资料，以服务合同扫描件为准，可遮盖涉密服务金额、服务细则等）；（附件八）。

**第二部分：主要企业资质文件（该部分文件一式一份，需加盖公章）**1. 公司资料简介；
2. 最新营业执照副本复印件、开户许可证、开票资料（必须提供）；
3. 投标供应商情况表（必须提供，见附件三，需盖章）；
4. 近三年业绩证明（含审计报告和纳税证明）；
5. 行业相关资质（**需同时提供具有互联网新闻信息服务、信息网络传播服务等相关许可证**）。

**第三部分：技术文件（以下内容需完成纸质及PPT形式的制作，请用U盘拷贝PPT文件并于开标当日9点前携带到现场进行讲标，讲标顺序按照抽签顺序）**1. 金龙客车新媒体平台运营方案(2022年9月-2024年9月)
2. 金龙客车及事业部在品牌面、产品面的新媒体渠道传播方案(2022年9月-2024年9月)
3. 危机公关处理的的案例、资源介绍(重点在于通过已处理的危机案例，说明贵公司资源能力、服务能力、解决问题的能力）
4. 发稿资源展示（沟通央、省级媒体撰写及发布稿件的能力）
5. 媒体资源展示，月费中可做到的媒体资源管理方式
6. 说明投标方运营团队后续工作的内部管理机制，如审稿机制、校验机制等
7. 说明投标方服务金龙客车的管理机制，如沟通反应机制、热点反应机制、内容修改提交时间约定等
8. 专属服务金龙客车的团队展示（包括人员数量、资质）团队核心成员稳定性的承诺（需提供团队成员社会保险缴费证明、经验说明）

**第四部分：招标采用综合评标法，需提供《采购招标综合评分表》中分项的证明或承诺的材料（该部分一式三份）**采购招标综合评分表（附件九）* **以上文件均须加盖公司公章。**
* **投标文件须装订成册，并在封面后附目录，不可散页（不能用回形针等工具简单固定）。**
* **投标人未按招标人要求提供或者遗漏投标文件的，招标人有权做无效标处理。**
 |
| 11 | 投标文件接收信息 | **投标文件接收截止时间：2022年8月21日 （周日）**投标文件接收地址：厦门市集美区金龙路9号厦门金龙联合汽车工业有限公司招标中心 邮编：361023 联络人：林雪芳 电话： 0592-6370049投标人应于投标截止时间前通过邮寄方式递交投标交件，请务必在快递封面注明函件内容(即：招标项目名称、编号，同时写明投标人的名称、地址、联系人、联系电话)。注意：**①非邮寄方式（邮寄方式指快件上的信息能证明是第三方快递公司的有效方式）或逾期送达的投标文件恕不接受**。②未于快递封面注明函件内容，导致开标遗漏，后果由投标单位自行承担。 |
| 12 | 付款方式 | 合同签订后，每月验收完成并收到季度发票后七个工作日，按季度结算。 |
| 13 | 开标、评标 | **开标、评标时间：2022年8月22日 （周一）**开标、评标地点：厦门金龙联合汽车工业有限公司 |
| 14 | 投标保证金 | **投标人公司需在截标日之前将投标保证金人民币3.82万**：采用**电汇方式**：转账到招标方以下账户，转账时请注明“公司名称+项目名称+保证金+金额”字样；并将银行回单“一式三份”与投标文件一并送达；银行回单须字迹和盖章清晰易于辨识。投标保证金应当从投标人基本账户转出，投标保证金未按规定提交将导致废标。对于未中标供应商，在招标结束后一个月内退还投标保证金。对于中标供应商，投标保证金转为履约保证金。投标保证金缴纳：1.指定银行：中国工商银行厦门分行江头支行 2.户 名：厦门金龙联合汽车工业有限公司3.账 号：4100 0229 0902 4208 2594.到账时间：**招标截标日前** |
| 15 | 投标须知 | **一、投标人应认真审阅读招标文件所有内容，如果投标文件不能响应招标文件的要求将被作为无效投标。****二、本次招标不接受联合体投标。****三、投标文件属下列情况之一的，应当在资格性、符合性检查时按照无效投标处理：**1. 超过截止日期前未交保证金或其他等效保证的；
2. 未按照招标文件规定要求密封、签署、盖章的；
3. 超过截止日期送达的投标文件；
4. 不具备招标文件中规定资格要求的；
5. 不符合法律、法规和招标文件中规定的其他实质性要求的；
6. 投标文件未加盖投标法人公章；
7. 投标人发生合并、分立、破产等重大变化的，应当及时书面告知招标人。投标人不再具备招标文件规定的资格条件或者其投标影响招标公正性的，其投标无效。

**四、在招标采购中，出现下列情形之一的，应予流标：** 1. 至投标截止时间止，投标供应商不足三家的；
2. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
3. 投标人的报价均超过了采购预算，招标人不能支付的；
4. 因重大变故，采购任务取消的,招标单位对重大变故的定性保留最终解释权。

**五、投标人有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：**1. 投标人在投标有效期内撤销投标文件的；
2. 投标人在投标过程中弄虚作假，提供虚假材料的；
3. 中标人不与采购人签订合同的；
4. 中标人在签订合同时向招标人提出附加条件或者更改合同实质性内容的；
5. 将中标项目转让给他人或者在投标文件中未说明且未经招标人同意，将中标项目分包给他人的；
6. 被查实存在影响中标结果的违法行为，如围标串标行为：有《招标投标实施条例办法》中的第三十九条，第四十条、第四十一条情形者视为相互串通投标。
7. 其他严重扰乱招投标程序的。

**六、其他**中标供应商未经招标方同意且有如下行为之一的，将被列入不良行为记录名单，没收投标保证金，未经审批在一至三年内禁止参加我司采购活动：1. 中标供应商未按照招标文件、中标文件确定的事项签订采购合同；
2. 与我司另行订立背离合同实质性内容的协议的 ；
3. 中标后无正当理由不与我司签订合同的，拒绝履行合同的；
4. 提供虚假材料谋取中标、成交的；
5. 采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；
6. 与采购方、其他供应商或者招标代理机构恶意串通的；
7. 向采购方、招标代理机构行贿或者提供其他不正当利益的。
 |

## 附件一 投标函

厦门金龙联合汽车工业有限公司：

1. 根据已收到的 KLZB202208090001号招标文件，我单位(公司)在研究后，愿按招标文件的要求争取本次招标标的。
2. 我单位(公司)保证所提交的投标文件中所有关于投标资格的文件、证明和陈述均是真实的、准确的。若与真实情况不符，我单位(公司)同意参与此次投标活动无效，并愿意承担由此而产生的一切后果。
3. 我单位(公司)保证提交的投标文件符合国家及招标人有关规定，并符合行业标准、规范、规程、定额及相关法律、法规的要求，并能通过有关主管部门、招标人的审查。
4. 我单位(公司)保证所提交的投标文件内容全部属实，并保证我单位(公司)如果中标，将依照招标文件以及我单位(公司)投标文件内容，与招标人签订合同并按要求履约。
5. 我单位(公司)理解，最低投标报价不能作为中标的唯一条件或保证。
6. 我单位(公司)同意招标文件、中标通知书和我单位(公司)的投标文件将构成合同的构成要件。我单位(公司)已充分知悉并接受采购合同及相关质保协议、售后协议的全部内容，并承诺中标后按贵司要求签订上述协议，受其约束。否则，贵司有权没收投标保证金。
7. 我单位(公司)愿按《中华人民共和国民法典》履行自己的全部责任。
8. 我单位(公司)同意按招标文件规定交纳投标保证金。
9. 与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

 联系人： 地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 电话： 传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 开户行： 账号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件二 法定代表人授权委托书

本授权委托书声明： 我 (授权人)系 (投标公司)的法定代表人，现授权委托 (投标人姓名)为我公司代理人，以本公司的名义参加厦门金龙联合汽车工业有限公司的编号为 KLZB202208090001的招标活动。代理人在制作投标文件、开标、评标、合同谈判过程中所签署的一切文件和处理相关的一切事务，我均予以承认。

代理人在本法定代理人授权委托书有效范围内签署的所有文件不因授权委托的撤销而失效，除非有撤销授权委托的书面通知，本授权委托书自投标开始至合同履行完毕止。

代理人无转委托权。特此委托。

（附授权代理人身份证复印件）

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件三 投标供应商情况表

一、 基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 厂商 名称 | 中文 | 　 | 企业性质 | □国有□合资□独资□私营□跨国集团□上市公司 | 主管部门 | 　 |
| 英文 | 　 |
| 曾用名 | 　 |
| 公司负责人 | 　 | 联络部门/人员 | 部门/职务 | 　 |
| 公司地址 | 　 | 手机 | 　 |
| 公司电话 | 　 | E-mail | 　 |
| 公司传真 | 　 | 公司网址 | 　 |

二、资本现况

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 资 本 | 期间 | 2021年 (万RMB) | 2020年(万RMB) | 创立时（ ）年 (万RMB) | 土地厂房 | 土地面积 | 建筑面积 | 所有权 |
| 注册资本 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | □自有□租赁 |
| 投资总额 | 　 | 　 | 　 |
| 变动原因 | 　 | 　 | 　 |
| 变动方式 | 　 | 　 | 　 |
| 股 东 持 股 状 况 | 主要股东名称 | 国别 | 股份% | 主要管理者 | 职务 | 姓名 | 担任本职务时间 |
| 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 　 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 其他股东 | 　 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 合计 | 　 | 　 | 　 | 　 |
| 公司人员状况  |  总人数： 人 其中直接人员： 人 间接管理人员： 人 |
| 按部门分工划分其中 人员： 人 人员： 人 人员： 人 |

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件四 报价一览表

**一、服务范围**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 名称 | 内容及要求 |
| 1 | 日常管理 | 运营管理（公众号、微博、抖音、视频号、官网、B站、） | 包括但不限于公众号日常文章撰稿、抖音/视频号脚本撰写及拍摄、二创剪辑、海报制作（24张/年）、节日、热点事件营销策划等，需保证在真实度和传播传覆盖基础上，传播的有效性，及线上、线下互动人群的活跃度 |
| 2 | 新媒体平台危机公关处理 | 协助建立甲乙双方配合的新媒体平台危机管理体系（包括危机预案、危机预警以及危机处理），需要做到危机发生1个小时内快速反应并给出处理方案。  |
| 2 | 月度与年度传播总结报告 | 1.需包含整体数据情况、新闻稿传播分析（篇数，广告价值）、媒体发布情况分析、重点内容提炼、自身和竞品在传播渠道/传播声量/传播热点等维度分析对比，包含媒体属性、竞品对比、行业分析、整体传播趋势及热门内容分析等；2.根据媒体传播情况提供如何拓展媒体关系的建议，可从竞品行业的新闻传播中提炼出负面信息发布频率较高的媒体，给予分析警示，并提出传播方向建议。3.提交格式：PPT汇总分析报告；4.提交频次：每月月报，每月提交1次，次月7日前提供 |
| 3 | 日常发稿 | 1.每月撰稿与发稿篇数：8篇（每篇800字以上）2.每年深度撰稿与发稿篇数：6篇（每篇2000字以上）3.每篇稿件全网传播阅读总量，大于50000 |
| 4 | 视频传播 | 每月传播8条视频作品，含脚本策划、拍摄和剪辑等，其中原创作品4条，需满足甲方需求每月视频需保证一定的全网传播量（1.抖音传播每月视频保证一定的全网传播量。抖音号每季度涨粉有效人数，同期增加5%，视频传播量同期增加5%，视频互动量同期增加5%;2.视频号传播作品，传播量同期增加5%，视频互动量同期增加5%；3.B每季度涨粉有效人数，同期增加5%，视频传播量同期增加5%，视频互动量同期增加5%；） |
| 5 | 策划新媒体平台传播方案 | 1.根据企业品牌策略、营销计划和市场趋势制订整合新媒体平台传播规划（包括传播主线，品牌层面及各细分市场传播策略及主张，以及配合的公关策略/活动策略/媒介策略等）; 2.新媒体平台季度传播策划，月度传播要点梳理（PPT方式提交）; 月费需包含新媒体平台传播项目的策划方案，每月2个(不包含执行)。3.涉及重大活动，沟通央媒新媒体平台宣传传播 |
| 6 | 媒体关系维护及更新 | 1.根据当前媒体业态的发展情况，提供全面的媒体库，协助建立企业媒体库，并每月更新媒体库，月度提供媒体人变更说明;2.季度提供媒介动态分析（新趋势，新内容等）;3.提供媒体维护的方案与建议（年度方案、节日方案）;4.协助组织媒体维护活动（月费包括方案，不包括执行）。 |
| 7 | 沟通机制 | 沟通方式与频次 | 1.要求1位驻厂人员，做好每周例会组织、双方对接、信息传达等工作2.团队全员到金龙客车厂区进行线下会议沟通(双月一次);3.如涉及重大活动项目，需要项目经理带领服务团队在筹备阶段多次到金龙客车共同商议与工作，费用包含在月费中。 |
| 8 | 培训支持 | 每季度提供1次专业培训，每次人数30人以内，时间不低于4小时。  |
| 9 | 品牌项目 | 品牌传播年度规划、项目策划、执行与效果评估 | 制定基于新媒体平台及传播渠道上的品牌传播年度、季度的传播战略计划，制定传播项目的策划与执行方案，并执行传播项目，完成后回顾并总结传播效果。 |

**注意：我司应对服务范围，设定服务商管理及考评办法（详细文件合同另说明）**

**二、月费部分**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **名称** | **数量/频次** | **报价（元/月）** | **投标方的备注****与说明** |
| 1 | 月费 | 企业微信公众号、抖音、视频号等官方媒体平台运营及监管 | 公众号\*1微博\*1今日头条\*1视频号\*1抖音\*1B站\*1官网\*1 |  |  |
| 3 | 月度总结报告竞品传播分析报告及自身传播监测报告 | 1次/月 |  |  |
| 4 | 日常撰稿 | 8篇/月 |  |  |
| 5 | 日常媒体端发稿 | 8篇/月 |  |  |
| 6 | 官方新媒体平台品牌传播策划方案 | 1份/季 |  |  |
| 7 | 企业官方视频平台原创视频作品拍摄及作品完稿产出（含演员、差旅、拍摄、制作、包装、音乐、确保一定的传播量等全部费用）3分钟以内视频 | 4条/月 |  |  |
| 8 | 小视频二创剪辑（含后期制作、包装、音乐、确保一定的传播量等全部费用）3分钟以内视频 | 4条/月 |  |  |
| 9 |  | 新媒体传播最新资讯分享沙龙及培训分享沙龙 | 1次/季度 |  |  |
| 11 |  | 官方直播平台运营管理及直播活动策划执行（1.使用金龙客车新媒体平台或直播平台2.提供直播技术团队，采用双机位，不少于4小时工作） | 6场/全年 |  |  |
| 12 |  | 日常活动媒体邀约及媒体资源管理 | 按需 |  |  |
| 总计 |  |  | 月费≤7.91万元 |

**三、非月费部分**

|  |
| --- |
| **项目部分价格体系** |
| **项目** | **内容** | **属性** | **具体类别** | **价格** | **说明** |
| 项目费用 | 稿件撰写 | 超出月费规定稿件数量后 | 新闻通稿、致辞稿、QA等 | 元/篇 |  |
| 小视频拍摄及制作（1分钟内） | 超出月费规定数量后 | 适用抖音、视频号、公众号等新媒体平台传播的1分钟以内的小视频拍摄、策划、制作、保证一定的传播量等全部费用 | 元/条 |  |
| 视频拍摄制作（5分钟内） | 超出月费规定数量后 | 企业品牌/产品类宣传片等 | 元/条 |  |
| 直播活动（2小时） | 超出月费规定数量后 | 企业官方直播平台直播（含人员、设备、策划等费用） | 元/小时 |  |
| 活动策划 | 超出月费规定后的策划案 | 项目策划案 | 元/个 |  |
| 总结报告 | 非乙方执行的传播项目的效果报告 | 以PPT形式展示传播效果，监测效果 | 元/篇 |  |
| 视频剪辑（3分钟内） | 现有视频内容二创剪辑 | 根据现有视频内容进行2次创意、剪辑包装 | 元/条 |  |
| 活动摄影 | 活动、会议等需求场合现场照片的拍摄 | 针对日常有拍照需求的活动、会议等内容进行专业摄影并修片 | 元/4小时 |  |
| 活动摄像 | 活动、会议等需求场合现场活动内容的视频录制 | 针对日常有摄像视频需求的活动、会议等内容进行专业摄摄像拍摄，并输出一条活动成片 | 元/4小时 |  |
| 高清海报设计 | 策划设计企业面高清海报 | 针对企业整体品牌传播调性及传播的重点信息进行策划和设计 | 元/张 |  |
| 其他事项 |  |  |  |  |

备注：

1. 投标人承诺不擅自更改报价单样式及结构内容，否则后果将由投标人自行承担。
2. 价格以人民币结算，并为含增值专税价格。
3. 报价必须加盖公司公章，否则视为无效报价。
4. 在实际执行过程中确有发生，但在上表中未列明之项目，以实际发生时甲方书面确认的报价为准。
5. 以上商务报价将作为中标企业服务合同的一个组成部分，经谈判达成一致后写入合同，在合同期内作为订单执行的价格参照。
6. 结算方式：合同签订后，每月验收完成并收到季度发票后七个工作日，按季度结算。

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件五 服务保证承诺书

厦门金龙联合汽车工业有限公司：

我方已经认真审阅了贵司的金龙客车新媒体平台运营及公关传播项目招标（2022年9月—2024年9月）招标文件（项目编号： KLZB202208090001，并对其没有任何保留意见，经研究决定参加本项目报价并提交投标文件。一旦我方中标，我方承诺如下：

一、交期承诺：

1、工作交期：8月29日前参与完成项目对接工作，8月31日顺利交接完成，并交接工作验收通过。

2、日常沟通：提供专门对接人，每日汇报工作进度情况，保持沟通通畅，2小时内回复。

3、如遇变动情况，至少提前1天告知情况，并提供解决方案确保交期。

二、品质承诺：

1、确保传播文件符合国家法律要求，具有政治意识、时效性、传播正能量。

2、确保传播品质符合贵司的要求及规范。

三、服务承诺：

1、我方指定一名项目驻点人员，负责日常对接、每日工作进度汇报、费用结算，协助招标人公司完成传播工作，如招标人提出需要，应及时提供相关解决方案供招标人参考选择。

2、项目驻点人员需素质高、态度好，24小时开机服务。

3、项目团队需负责传播资料、设计稿之保密工作

4、项目驻点人员应按照相关规定，保存好招标人投标文件、合同、报价确认单、验收清单等往来记录，已备查询。

5、项目驻点人员作为专业人士，应对传播规划、工作进度提出合理建议。在执行过程中，如遇异常情况，应第一时间通知对接人，并积极协助对接人寻找妥善的解决办法。

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件六 廉洁承诺书

为促进廉洁自律有关规定的落实，打击贿赂、以权谋私等违法犯罪行为，保证各项经营活动健康有序开展，维护员工职业操守，提高合作效率，本单位在与厦门金龙联合汽车工业有限公司开展投标业务活动中承诺：

一、自觉遵守国家法律、法规，按照《中国共产党纪律处分条例》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》以及有关要求进行各项业务活动。

二、不向厦门金龙的工作人员及其亲属馈赠礼金、礼品（含有价证券）；不向厦门金龙的工作人员提供任何应由其个人支付报酬的劳务和其它服务；不为厦门金龙的工作人员安排可能影响公正执行公务的任何活动（如：旅游、高消费宴请、娱乐等）；不为厦门金龙的工作人员支付应由其个人支付的任何赞助费、宣传费、咨询费、劳务费等；不为厦门金龙的工作人员报销任何名义的个人消费凭证；不为厦门金龙的工作人员安排违反社会公德的活动；不为厦门金龙的工作人员提供经商、办企业、消费提供特殊便利或优惠等。

三、不与其他经营者串通报价和投标，不排挤其他经营者的公平竞争，损害其他经营者的合法权益；不在工程建设的预决算编制工作中弄虚作假、高估冒算。

四、发现厦门金龙的工作人员有受贿行为或索贿要求、徇私舞弊、滥用职权时，将予以举报并提供证据。举报电话：0592-6371215 ；举报邮箱：jjjcs@mail.king-long.com.cn；举报信件：厦门金龙联合汽车工业有限公司，纪检监察室收。

五、自觉接受监督，本单位及员工若有违反本承诺书（包括但不限于本承诺书所列举禁止项目），致使厦门金龙工作人员受到纪检监察部门党纪、政纪处分，自处分确定之日起三日内，本单位自愿支付贵公司 2 万元人民币违约金；致使厦门金龙工作人员受到司法机关刑事追究（判处拘役或有期徒刑以上刑罚处罚），自判决生效之日起三日内，本单位自愿支付贵公司 5 万元人民币违约金。

特此承诺。

投标人公司盖章：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## 附件七 投标资格声明函

致厦门金龙联合汽车工业有限公司：

 经仔细研究项目名称： （项目编号：KLZB202208090001） 招标项目的招标文件全部内容，我司 （投标人公司名称）郑重声明以下几点：

1. 投标人应是具备独立的法人资格，并提供经年检合格的营业执照（三证合一）；
2. 投标人公司主营业务范围，需满足可服务本招标文件要求的所有服务内容；
3. 公司合法营业时间五年以上（含五年）；
4. 投标人需满足曾服务过国内汽车企业或汽车配件产品企业或官方新媒体平台运营、管理或承接及单独策划完成过以上类型企业在新媒体端传播的整体活动，并具备新媒体运营全案经验或汽车相关或制造业品牌公关传播、品牌传播策划等全案经验，且有3个或以上代表案例（**需提供佐证资料，以服务合同扫描件为准，可遮盖涉密服务金额、服务细则等**），同时具备不少于3例跨界、跨行业（时尚、科技、快消、互联网等）服务经验及相关资源，并承诺未来服务团队核心成员具有相关经验，并在服务中满足我司对服务团队的人员资质要求；
5. 投标人公司拥有不少于20人在职团队，（需提供团队成员社会保险缴费证明和案例证明），项目负责人需要从业经验五年以上，并且要求有成功的新媒体运营的服务案例，需要至少一名员工长期驻点金龙客车办公；
6. 具有良好的社会信誉、良好的商业信誉和健全的财务会计制度；（提供2019-2021年审计报告）；
7. 具有依法缴纳税收（2019-2021年纳税证明）和社会保障资金的良好记录（社会保险缴费证明）；
8. 投标人公司参加投标前三年内,在经营活动中没有因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚的重大违法记录
9. 投标人公司需满足相应的执行能力（提供互联网新闻信息服务许可证、信息网络传播视听节目许可证等），具有独立完成本招标新媒体运营和技术能力
10. 投标人公司未被工商行政管理机关在全国企业信用信息公示系统中列入严重违法失信企业名单；
11. 投标人公司未被最高人民法院在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）或各级信用信息共享平台中列入失信被执行人名单；
12. 投标人公司在近三年内投标人或其法定代表人（单位负责人）没有行贿犯罪行为的。

我司对所有上述资料和信息的真实性和准确性负责，评标后，如贵司审查需要，我司愿意无条件配合提供上述资料，若经审查一旦发生上述资料和信息的失实，贵司将有权宣布我司投标文件作废并没收投标保证金。

投标人公司盖章：

法定代表人或授权委托人(签字或盖章)：

## 附件八

**近三年重要客户名单及服务项目（2019－2021）**

注：如表格不够，可按此表格式自行制表补充填写。

需要提供相关证明合同或证明材料

 投标人单位全称（公章）:

 法定代表人或授权代理人签字：

年 　月 　日

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 客户全称 | 服务时间 | 服务项目 | 详细内容 | 联系人/联系方式 | 是否提供合同复印件 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |

附件九 采购招标综合评分表

**项目评分汇总表**

**招标文件必备项目**（否决项，缺一不可，有提供打“√”；营业执照项填写“注册资本金额和由少至多排名次序”）：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项 目** |  |  |  |  |
| 1 | 投标函(附件一） |  |  |  |  |
| 2 | 法定代表人授权委托书(附件二） |  |  |  |  |
| 3 | 投标保证金汇款凭证复印件 |  |  |  |  |
| 4 | 报价一览表(附件四） |  |  |  |  |
| 5 | 服务保证承诺书(附件五） |  |  |  |  |
| 6 | 廉洁承诺书（附件六） |  |  |  |  |
| 7 | 投标资格声明函（附件七） |  |  |  |  |
| 8 | 公司资料简介 |  |  |  |  |
| 9 | 企业三证合一 |  |  |  |  |
| 10 | 投标供应商情况表（附件三） |  |  |  |  |
| 11 | 近三年业绩证明（含审计报告和纳税证明） |  |  |  |  |
| 12 | 近三年重要客户名单及服务项目（2019－2021）（附件八） |  |  |  |  |
| 13 | 技术文件（金龙客车新媒体平台运营方案、金龙客车及事业部在品牌面、产品面的新媒体渠道传播方案） |  |  |  |  |
| 14 | 团队成员情况表 |  |  |  |  |
| 15 | 信用证明材料 |  |  |  |  |
| 16 | 行业相关资质 |  |  |  |  |

### 评标方法、评标标准、定标原则

**一、评标方法：综合评分法**

对所有投标人的投标文件评审，都采用相同的程序和标准。首先，由评标委员会根据采购文件要求(无效投标界定)，审核各投标文件是否合格、有效，凡不符合专业条件要求和未实质性响应采购文件要求的投标均不进入评分程序。通过以上审核，有三家或三家以上符合专业条件要求并对采购文件作出实质性响应的投标人，则依照以下标准和权重进行评分。

**二、评标标准**

**（一）技术与商务因素分F1（满分40分）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **评分界定** | **分值** |
| 1 | **服务资历：**1.公司注册资本500万至1000万得1分，1000万以上，为2分；2.公司合法营业时间五年得1分，五年以上，为2分；3.公司拥有网络文化经营许可证，得1分;4.公司拥有信息网络传播视听节目许可证，得1分;5.公司拥有广播电视节目制作经营许可证，得1分;6.公司拥有互联网新闻信息服务许可证，得1分;7.公司拥有网络出版服务许可证，得1分;8.公司拥有电信与信息服务业务许可证或增值电信业务经营许可证，得1分; | 10 |
| 2 | **金龙客车新媒体平台运营及在品牌面、产品面的新媒体渠道传播方案：**1.传播内容规划、设计创意点、执行规划等基本满足要求，为1-6分；2.传播内容规划、设计创意点、执行规划等满足要求，还有新思路建议规划呈现，为7-13分；3.传播内容规划、设计创意点、执行规划等满足要求，专业性新思路建议规划，还有执行落地解决方案的规划，为14-20分； | 20 |
| 3 | **公司服务资历及团队服务：**1.2019-2021年服务的重要客户（含上市企业、中央企业、政府部门等）数量4家，为3分，每增加一家加1分，加至5分为止2.公司团队从业相关项目服务经验五年，本次项目团队服务经验五年为3分；公司团队从业相关项目服务经验五年以上，本次项目团队服务经验五年以上，为5分。 | 10 |

**（二）价格因素分F2（满分60分）**

取有效投标人的最终月费投标报价算术平均值作为基准价，其评标基准价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

偏差率=100%×｜评审价-评标基准价｜/评标基准价

（1）如果投标人的评审价＞评标基准价，则最终得分=60-偏差率×60×1.5；

（2）如果投标人的评审价≤评标基准价，则最终得分=60-偏差率×60×1；

注：计算得分时，均四舍五入后保留最后两位小数。

**（三）评标得分汇总**

各部分评分分值分布及评分标准如下:对评委的技术与商务、价格部分评分结果进行统计时，将以算术平均计算各有效投标人的技术与、价格最终得分，各项分数均保留至小数点后2位数（第3位四舍五入）。**综合得分＝F1+F2**

**三、定标原则：合同包确定中标供应商数量： 1 个。**

按照评标报告中推荐的中标候选人顺序确定中标人（综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。综合得分相同且投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列）。中标后，上述中标人均应与采购人签订合同（合同价格按各自投标价格签订）。