**城投琶洲中心东塔第二阶段**

**广告全案服务项目**

**竞选采购文件**

**2024年3月1日**

1. **竞选公告**

**城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务项目**

**竞选公告**

根据有关法律法规及相关采购管理规定，本着公平、公正、公开原则，拟对城投琶洲中心东塔企业会客厅广告全案服务项目进行公开竞选采购，按竞选采购程序选定相应服务单位，现将该竞选采购项目相关信息对外公开发布。

请符合资格的意向竞投人自本公告发布时间起至竞投文件截止接收时间止，自行前往采购人处领取或网上自行下载相关文件/资料及信息，并按要求自行参与竞投工作。竞投人需对所有的竞投内容进行报价，不允许仅对部分内容进行竞投。竞投人需自行承担所有与其参加竞投有关的全部费用。

**一、竞选项目内容说明**

（一）项目名称：广州城投·琶洲公馆

（二）项目内容：服务单位需按照招选人要求实现城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务项目，具体推广内容详见清单

（三）项目地点：广州市海珠区新港东路608号

（四）项目限价： 438522.00元人民币（含税）

（五）本项目设置合理报价区间为[项目限价\*80%，项目限价]

**二、供应商资格要求**

1、竞投人必须是国内合法注册的法人或其他组织, 并已办理合法税务登记，具有开具相应发票能力；

2、竞投人须具备实施采购项目所需的广告服务的经营范围；

3、本项目不接受联合体竞投。

**三、竞投资料及递交时间地点**

（一）公司资质的相关文件：公司营业执照（加盖公章）及公司基本情况介绍等资料。

（二）城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务方案（含竞投报价清单以及服务事项等）。

（三）竞投单位以密封形式提交竞投资料，本项目仅接受现场递交资料，快递方式提交资料将视为无效竞投。

（四）竞投文件提交截止时间：2024年3月8日上午9:00

（五）递交地址：广州市海珠区新港东路608号25楼

（六）开评标时间：2024年3月8日上午9:30

**四、中选和公布**

（一）本采购项目信息同步在广州国企阳光采购信息发布平台（https://ygcg.gzggzy.cn）及采购人的官方网站（http://www.gzcityone.com/）发布，符合资格的意向竞投人可自行查阅或下载相关文件/资料及信息，并按要求自行参与竞投工作，并自行承担所有与其参加竞投有关的全部费用。

（二）经综合评审，综合得分最高且方案符合广州市城壹房地产顾问有限公司要求的竞投单位推荐为第一项目供应商。第一项目供应商放弃中选、或因不可抗力提出不能履行合同的，采购单位可以确定排名次高的第二项目供应商为项目供应商。

（三）竞投文件的截止递交时间前，如递交的有效竞投文件少于三家，则采购招选工作失败。广州市城壹房地产顾问有限公司将按有关规定另行组织采购竞选工作。

（四）本采购文件的最终解释权归采购人。

公布时间: 竞投截止日起30日内

**五、采购单位名称、地址及联系方式**

采购人名称：广州市城壹房地产顾问有限公司

采购人地址：广州市越秀区广电城投686产业园22楼城壹顾问

采购联系人：杨先生

联系方式：15374099831

  广州市城壹房地产顾问有限公司

2024年3月1日

二、**竞投须知**

一、总体说明

1. 竞选适用范围

1.1 项目竞选服务于广州市城壹房地产顾问有限公司。

1.2 本竞选文件仅适用于本次公开竞选所叙述的城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务项目，本次竞选采用一次报价一次评标定标的方式，竞投人的报价必须固定，且只能根据采购方给予的方案作一个最有竞争力的设计和竞投人案，否则将作无效竞投处理。

1.3 项目承包方式为合价包干形式。

2. 定义及解释

2.1 竞选文件中的标题仅起引导作用，而不应视为对竞选文件的内容的理解和解释。

2.2 服务：指竞投人为满足竞选文件要求而提供的服务。

2.3 采购方：广州市城壹房地产顾问有限公司。

2.4 竞投人：指与竞选文件规定要求一致，响应竞选，参加竞选竞争的合法公司。

2.5 合格的竞投人：竞投人提供的所有服务，其来源地均应为中华人民共和国或与中华人民共和国有官方贸易关系的国家或地区。采购方将拒绝接受不合格的服务，并有权不予支付任何费用，同时保留追究相关责任的权利。

2.6 中标承判商：指经评标委员会评审推荐、采购方确认的获得本项目中标资格的竞投人。

2.7 合同：指依据本次服务竞投结果签订的协议。

2.8 日期：指公历日。

2.9 竞投适用法律：本次竞投适用的主要法律法规为《中华人民共和国招标投标法》及国家和地方政府竞投相关法规。

3. 竞投费用

3.1 本采购项目不设竞投保证金。

3.2竞投人自行承担所有与编写和提交竞投文件的有关一切费用。

二、竞投文件

4. 竞投文件的构成

4.1 关于竞投文件：竞投文件是采购方作为阐明所需服务的基本要求，竞投文件、评选结果、合同书和相关承诺确认文件均作为任何一方当事人履约的重要依据。

4.2 竞投文件应装钉牢固不可拆卸，如因装钉不牢固导致的任何损失由竞投人承担。

4.3 所有竞投文件（除特殊规格的图纸等外）应按A4规格制作。

4.4 竞投人应认真阅读竞投文件中所有的事项、格式、条款等。竞投人没有按照竞投文件要求提交全部资料，或者竞投文件中没有对各方面作实质响应致使竞投人存在相关风险的，可能导致其竞投被拒绝。

4.5 竞投人如对竞选文件有任何疑问，均应在规定时间的竞投答疑会上或前以书面形式（包括书面文字、电传、传真、电报等，应加盖公章）向采购方提出澄清要求。

4.6 对竞投文件进行必要的澄清修改或对竞投人澄清要求的回复，采购方将视情况确定采用适当方式予以澄清或以书面形式予以答复，并在其认为必要时，将不标明询问来源的书面答复发送给每个购买竞选文件的竞投人；竞投人在收到澄清或修改通知后24小时内应立即以书面形式（应加盖公章）予以确认，逾期不提交书面确认的，视为已确认。

4.7 竞选过程中的一切修改文件或补充文件一旦确认后与竞投文件具有同等法律效力，竞投人有责任履行相应的义务。

5. 竞选文件的修改与撤回

5.1 在竞投截止时间之前，竞投人可以修改或撤回其竞投文件，但须书面通知采购方。

5.2 在竞投截止时间之后，采购方不接受竞投人对竞投文件做任何修改及撤回。

三、竞投文件的编制

6. 竞投语言及计量

6.1 竞投文件以及竞投人为采购方就有关竞投的往来函电均使用中文。竞投人提交的支持性文件和印制的文件可以用另一种语言，但相应内容应翻译成中文，在解释竞投文件时以中文文本为准。

6.2 竞投人必须以人民币报价。竞投文件的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；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；单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价；对不同文字文本竞投文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

6.3 竞投人须按照竞选文件指定的格式填写各种价格单，价格单中的报价应计算正确。

7. 竞投文件内容

7.1 竞投人编写的竞投文件及排序应包括下列部分：

1）竞投人公司资质等相关证明文件；

（2）竞投报价执行清单（参考附件5）；

（3）服务响应文件，包括但不限于以下内容：

按本须知规定填写的项目竞投函（参考见附件2），法定代表人证明及授权书（参考附件3），竞投报价表（参考附件4），资格文件声明的函（参考附件6）及业绩一览表（参考见附件7）

7.2 竞投文件按规定加盖的竞投人公章必须为企业法人公章，且与竞投人名称一致，不能以其它业务章或附属机构章代替。需签名之处必须由当事人亲笔签署或当事人签字章。

7.3 竞投人应对竞投内容提供完整的、详细的、清晰的方案说明，如竞投人对指定的要求建议做任何改动，应在竞投文件中清楚地注明；竞投人对竞选文件的对应要求应当给予唯一的实质性响应，否则将视为不响应。技术参数要求中标注有具体数值要求的，竞投人必须在服务响应文件中标注实际数值，不标注数值者视为不响应。

7.4 竞投人应对项目可能涉及的相关知识产权归属进行标注、说明或提交官方证明文件，如技术专利、创新方法论工具等；同时应对因本项目所产生的推广创意设计图文等知识产权归属进行说明，第一归属方为广州市城壹房地产顾问有限公司。

7.5参与本采购项目的竞投人须接受及保证，采购人在中华人民共和国境内使用竞选服务时（含竞投人提供的设计、软件、服务及提供服务所需的设备、货物、产品、资料、技术或其任何一部分），享有不受限制的使用权，不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律纠纷。如竞投人不拥有相应的知识产权，则应由竞投人负责获得并提供给采购人使用，其竞投报价中必须包括合法获取该知识产权的一切相关费用，如竞投人没有单独列出的，视为已包含在相应报价中。一旦使用竞投人提供的服务（含竞投人提供服务所需的设备、货物、产品、资料、技术或其任何一部分），采购人不再承担第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律纠纷。

8. 竞投文件交付要求

8.1 全部竞投文件应一式五份密封提交，其中，正本（纸质）一份，副本（纸质）四份，在文件封面右上角显着注明“正本”和“副本”字样，并加盖公章。副本内容可采用正本的复印件。一旦正本与副本不符，以正本为准。竞投文件须由竞投人的合法授权代表正式签署，任何涂改或修正（如有）必须由原签署人签字确认。

8.2 所有竞投文件及样板（如有）应在竞投截止时间前送达竞投文件递交地点（时间及地点以第一章竞投邀请为准），凭法人代表证明书及授权人委托书及委托人身份证（仅限于法人不出席的情况下）原件，并当面交予采购方，采购方将拒绝以下情况之一的竞投文件：

（1） 迟于竞投截止时间递交的；

（2） 以电报、电话、电传、传真或邮递形式递交的；

（3） 密封不严、册装不整的；

8.3 所有竞投文件必须封入密封完好的信封或包装，封口加盖竞投单位公章。并在信封或包装的封面上写明：

收件人名称：广州市城壹房地产顾问有限公司

项目名称：城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务项目

包装内容：竞投文件正本/副本/唱标信封

竞投人名称：

竞投人地址：

联 系 人： 联系电话：

**在规定的开标时间前不得启封**

1. 采购方对不可抗力事件造成的竞投文件的损坏、丢失不承担任何责任。
2. 采购方不退还竞投人的竞投文件及递交的其它资料。

8.4竞投文件递交

（1）递交地点：广州市海珠区新港东路608号25楼。

（2）竞投文件递交受理时间于2024年3月8日上午9:00截止；逾期不予受理。

9. 述标要求

9.1本项目要求进行现场述标，述标顺序将在现场随机抽签，每家单位依次分别进行述标，每家单位述标时间不超过40分钟，参与述标环节人员不超过2人。

9.2述标人员需为拟派的项目负责人或授权委托代表

三**、评审/选定方法及标准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项号 | 内 容 | 说明与要求 |
| 1 | 评审原则 | 按有关法律、法律及相关规定组建评审小组负责本次采购项目具体评审工作，本着公平、公正、科学、择优的原则，按照采购文件的要求/标准推荐评审结果。 |
| 2 | 资格/符合性审查 | 1. 评审小组将根据采购文件的规定，对各竞投文件进行资格及符合性审查。（具体审查标准见后附表）2. 符合性审查结论意见采取少数服从多数原则，即超过半数评审人员的结论为“通过”则该竞投人通过资格及符合性审查，否则不通过。3. 不能通过资格及符合性审查的竞投文件，不得参与综合评审打分。 |
| 3 | 评审标准及定标授标 | 1.评标小组评委由广州市城壹房地产顾问有限公司相关人员组成，由评委对已通过符合性检查竞投人的竞投文件，逐项列出竞投文件的全部竞投偏差。2.商务评分：各评审分项得分=各评委评分总和÷评委人数3.项目方案评分：各评审分项得分=各评委评分总和÷评委人数4.经济评分：以通过本项目资格及符合性检查且若位于[项目限价\*80%，项目限价]区间的竞投报价（不含税，下同）计算算术平均值，该算术平均值为评标基准价。竞投报价中等于或最接近于评标基准价的报价单位得50分，其余报价单位的报价每高于或低于评标基准价5%，扣2分，未达到5%按5%扣取，得出经济分，计算过程中数据均精确到小数点后两位。凡不在本项目设置的合理报价区间范围内的报价单位得0分5.综合得分：商务评分+项目方案评分+经济评分=综合得分。评委根据竞投人综合得分高低排定名次。6.评分按四舍五入原则精确到小数点后两位。综合得分排名第一的竞投人推荐为第一中标候选人。第一中标候选人放弃中标、或因不可抗力提出不能履行合同的，采购方可以确定排名次高的第二中标候选人为中标承判商。7.综合评分相同的，按不含税报价由低到高顺序排列；综合评分相同，且不含税报价相同的，按竞投报价由低到高顺序排列；综合评分相同，且不含税报价及按竞投报价均相同的，按商务评分情况评分由高到低顺序排列。综合评分相同，且不含税报价、竞投报价和商务评分均相同的，名次由评审人员会抽签决定。8. 评标委员会提出评标书面报告和推荐候选中标意见报采购方确认，确认后由采购方与预中标承判商进行最终澄清及对竞投人的资格和履约能力进行再次审查，形成最终合同的基础文件。如在最终澄清过程中，发现预中标承判商存在重大问题造成其履约能力不能满足要求的，可以取消其中标资格。最终澄清完成后，由竞投公司根据采购方确认的结果发出中标通知书。中标承判商应按竞投文件规定向采购方提交相应文件，并在规定时间内与采购方签订合同。 |

本评标文件包括以下评标过程中所需文件附表：

**符合性检查表**

项目名称：

日期： 年 月 日

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 检查内容 | 竞投人A | 竞投人B | 竞投人C |
| 1 | 竞投人必须是国内合法注册的法人或其他组织, 并已办理合法税务登记，具有开具相应发票能力。 |  |  |  |
| 2 | 竞投人提交资格文件声明的函，声明在过往的经营活动中没有违法或者不良信誉记录。 |  |  |  |
| 3 | 有效法人证明书及授权委托书。 |  |  |  |
| 4 | 项目负责人或授权委托代表进行现场服务方案讲解。 |  |  |  |
| 结论（通过/不通过） |  |  |  |

1. 竞投人分栏中填写“√”表示该项符合竞投文件要求，“×”表示该项目不符合竞投文件要求。
2. 结论栏中填写“通过”表示该竞投人竞投文件符合要求，“×”表示该竞投人竞投文件不符合要求。
3. 结论栏总意见采取少数服从多数原则确定，即超过半数评委的结论为“通过”则该竞投人通过资格审查，否则不能通过。

评委签名：

**综合评分表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评分项目 | 分值 | 评分因素 | 分值分配 | 评审标准 | 得分 |
| 经济评分 | 40 | 经济得分 | 40 | 以通过本项目资格及符合性检查且若位于[项目限价\*80%，项目限价]区间的投标报价（不含税，下同）计算算术平均值，该算术平均值为评标基准价。投标报价中等于或最接近于评标基准价的报价单位得50分，其余报价单位的报价每高于或低于评标基准价5%，扣2分，未达到5%按5%扣取，得出经济分，精确到小数点后两位。凡不在本项目设置的合理报价区间范围内的报价单位得0分 |  |
| 商务评分 | 5 | 公司业绩及同类经验 | 5 | 公司资信情况良好，拥有相关广告全案经验，每提供相应合同或中标通知书等相关证明获得1分，最高得5分。 |  |
| 服务方案评分 | 55 | 切合项目推广诉求，提出项目全案广告 | 20 | 服务方所提供的营销推广方案内容符合项目销售阶段需求，具有创意性构思，平面设计画面优秀。10-20分服务方所提供的营销推广方案内容较符合项目销售阶段需求，较有创意性构思，平面设计画面较优。5-9分服务方所提供的营销推广方案内容部分符合项目销售阶段需求，创意性构思一般，平面设计画面一般。0-4分 |  |
| 方案创意程度，提出营销创意方案和推广策略 | 10 | 方案新颖，推广营销策略逻辑清晰，推广建议方案内容丰富 7-10 分方案较新颖，推广营销策略逻辑较清晰，推广建议方案内容较丰富4-6 分方案缺乏新颖想法，推广营销策略逻辑一般，推广建议方案内容单一 0-3 分 |  |
| 根据项目的产品， 定制广告以及微信营销传播活动建议 | 10 | 营销传播活动建议方案具有创意构思，符合项目销售形象，可执行性高 7-10 分营销传播活动建议方案较有创意构思，较符合项目销售形象，可执行性较高 4-6 分方案创意性一般，可执行性不高 0-3 分 |  |
| 现场述标 | 10 | 根据合作方现场述标情况进行评审，述标内容应包括包括但不限于以下内容：合作项目方案实施的时间计划和重要节点的时间安排、项目理解（包含对项目定位、项目功能组合规划等内容）、管理团队的配置，对述标内容进行横向比较。分等级评分：优得10分；良得5分；一般得3分；差得1分，无现场述标不得分。 |  |
| 团队配置 | 5 | 团队架构及配置优 4-5分团队架构及配置较优 2-3分团队架构及配置一般 0-1分 |  |
| 合计 | 100 | 　 |  |

**备注：**按照评审程序、评分标准以及权重分配的规定，评审委员会各成员分别首先就各个合作方的商务技术情况及其对评审文件要求的响应情况进行评议和比较，评出其商务技术评分。然后，再对各合作方的经济报价进行评分。最后在现场达标中再对各合作方的服务方案进行评分。将各合作方的商务技术评分、经济评分和服务方案评分相加得出其综合得分。

**综合评审汇总表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 有效竞投人名称 | 商务得分 | 服务方案得分 | 经济得分 | 总得分 | 排名 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

评委签名：

**四、采购合同/协议**

**城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案合同**

甲方：

法定代表人：

地址：

乙方：

法定代表人：

地址：

甲、乙双方本着平等合作、互惠互利的原则，经友好协商，就甲方 城投琶洲中心东塔 项目的传播策划代理事宜，一致达成如下协议：

一、合作范围

甲方委托乙方作为 广州 市 的“ 城投琶洲中心东塔 ”项目的广告传播策划全案服务公司。

二、合作期限

委托期为自 2024 年 月 日至 年 月 日止。合作期限届满前壹个月，经双方协商同意，可续签合同。

三、委托工作内容

第一部分 广告策划部分

1、广告定位

1.1 市场定位：物业市场定位，消费群体定位

1.2 功能定位：项目功能定位，自身功能定位

1.3 形象定位：项目形象定位，目标客户群形象定位

2、广告策略及创意构想

3、传播与媒介策略的制定

3.1 传播策略遵循的原则

3.2 传播与媒介覆盖率目标

3.3 分阶段传播策略的制定

3.4 媒介宣传计划的制定、实施及调整

3.5 公共关系策略制定

3.6 现场包装策略

4、营销活动策略及工具选择

5、项目全程跟进服务

5.1 实行专案小组制。

5.2 乙方每月提供广告工作总结分析并根据甲方意见及时调整宣传推广及媒体策略。提供相关竞争项目推广资料的收集调查与分析，市场热销楼盘形象包装、广告策略手段探讨等。

5.3 协助甲方进行广告成本预算及费用监控。

6、提供对公司大品牌提升的必要咨询与顾问服务。

第二部分 销售现场包装清单

1、地盘形象设计

1.1 工地围墙/安全通道围板

1.2 工地广告牌

1.3 现场包装

·导示系统

·导示牌

·立柱挂旗

·条幅

·招示布

·停车场标牌

2、售楼处形象展示

2.1 功能指示牌

2.2 销售中心形象背景板

2.3 售楼处展板设计

2.4 区位标示牌

2.5 看楼路线指引牌

2.6 接待区域形象部分

2.7 销售活动宣传资料及展板

2.8 外观形象

2.9 大型喷绘吊旗

2.10 条型悬挂式吊旗

2.11 台面标牌

2.12 售楼处内部形象概念提示及指导

2.13 接待台

2.14 售楼处POP设计

3、导示系统

3.1 样板间户型牌

3.2 样板间功能牌

·主人房

·儿童房

·父母房

·客户

·书房

·健身房

·洗手间

3.3 免费赠送牌: ·洁具·橱具等

3.4 样板房导示牌

3.5 看楼通路氛围布置

3.6 设计要领介绍

4、商业展会、各种新闻发布会展（会）场包装设计

4.1 展位氛围展示

4.2 招示布置

4.3 活动相关印刷品建议

4.4 相关礼品建议

4.5 条幅

5、外卖场展示

5.1 展销会氛围展示

5.2 活动相关印刷品设计

5.3 相关礼品建议

5.4 看楼专车车体设计

5.5 太阳伞

5.6 活动人员服装

5.7 大气球竖幅

5.8 招示布置

5.9 条幅

6、促销礼品类

6.1 礼品外形或外包装形象

6.2 促销活动卡

6.3 请柬、邀请函

第三部分 销售资料清单

1、楼书（或宣传手册）

2、单张、折页（保证不同促销期之更换）

3、DM直邮（保证不同促销期之更换）

4、海报

5、请柬

6、夹报

7、邀请函

8、项目招商手册

9、其他印刷品等

第四部分 户外广告系统设计

1、报纸广告

2、车体广告

3、候车亭广告

4、路牌广告

5、路灯旗

6、立柱式广告

7、灯箱广告

8、其他户外广告

第五部分 项目形象视觉识别系统VI清单

A、基础设计要素

1、项目标志设计

2、项目标志释义

3、项目标志中文标准字

4、项目标志中文辅助字

5、项目标志英文标准字

6、项目标志英文辅助字

7、项目标志中英文标准字与标志组合规范

8、项目标志中文标准字与标志组合规范

9、项目标志英文标准字与标志组合规范

10、项目标志的不同色彩使用规范

11、项目标志在不同环境下的使用规范

12、项目标志的基本组合及应用规范

13、项目标志印刷字体规范

14、项目标志与中英文字体纵使规范（单色）（2项）

15、项目标志的最小使用尺寸、最小预留空间、单色表现

16、项目标志标准色、辅助色及辅助色系

17、标志方格制图法

18、标志明暗度使用规范

19、标志误用范例

20、象征图形

21、吉祥物

22、色带

B、应用设计要素

1、名片（2项）

2、信纸

3、中式信封

4、西式信封

5、工作证（卡）

6、公文纸

7、笔

8、文件袋

9、便笺

10、优惠卡

11、不干胶贴纸

12、手提袋

13、纸水杯

14、胸卡

15、促销礼品形象规范

16、购房协议书封套

17、置业设计封套

18、社区标识设计

19、客户通讯

20、传真纸首页

21、销售人员工作牌

22、认购书

23、置业计划表

24、入伙指南

25、售楼专车

第六部分 媒体广告清单

1、创意类

1.1 网络平面广告

1.2 杂志广告

2、文字方向建议类

2.1 电台广告

2.2 电视广告

2.3 电视专题片

第七部分 现场活动

1、配合项目推广及招商整体编排，提供主题活动建议

2、营销中心开放活动建议

3、样板房开放活动建议

4、项目开盘活动建议

5、圈层活动建议

6、业主嘉年华会活动建议

7、展会、各种新闻发布会展（会）场包装设计

8、专家论坛或各媒体专题讨论策划、协调

9、媒介软性广告策划、撰写

四、双方责任与权利

1、甲方的责任和权利：

* + - * 1. 为避免多头决策而导致工作质量、效率下降，甲方应成立项目组，并选定出项目负责人作为代表与乙方沟通，具体统筹设计方案的审定和各种方案的确定，同时协助双方款项的结算，该项目负责的签字及确认可以代表甲方。

甲方项目负责人

职务

联系电话

* + - * 1. 双方合作期间，甲方应积极配合乙方，及时提供乙方所需的各类图片和文字资料，并应对上述资料的合法性、真实性、准确性和完整性负责。
				2. 甲方有权在乙方提交工作成果后七个工作日内对乙方所提交的策划思路、广告方案、设计稿和其他书面工作文件以书面形式提出修改意见和建议，乙方据此与甲方共同商议，及时进行修改或调整，如甲方在上述期限内未提出修改意见和建议的，视为认可和接受乙方工作成果。
				3. 所有设计版权在甲方付清服务费后属甲方所有，乙方应按双方约定的时间将所完成的作品以电子版本及稿件的形式由甲方审定，并将最终确定稿件打印稿刻成光盘递交甲方，乙方将电子版本发送到甲方指定邮箱视为已提交工作成果，最终确定稿件打印稿光盘提交给甲方人员或寄送到本合同显示甲方地址后视为已递交甲方。乙方保留将该作品仅用于自身宣传物料、行业评选的权利，乙方不得用于营利性商业用途或损害甲方利益,否则甲方有追偿索赔的权利。
				4. 双方合作期间，甲方应及时向乙方提供必要的销售情况与营销计划，以便乙方及时寻找正确的宣传方案。
				5. 在合作期间，甲方有关的调整意见需即时书面通知乙方，以配合项目的实际情况调整整体策划思路和广告方案等工作，并应给与乙方合理的调整工作时间（具体由乙方根据实际情况确定）。
				6. 甲方提出各种正式建议与意见，乙方项目总监在合同期内必须按甲方要求带队参加甲乙方的双周工作例会，会后次日要提供会议纪要给甲方，由甲方确认，乙方提供后甲方五日内未提出异议的视为确认。乙方要根据甲方的要求参加甲方的重要营销会议，甲方应提前三天通知乙方会议时间。
				7. 如甲乙双方提出的策略与创意和其他公司相同时，乙方有义务通知甲方，由甲方决定该策略和创意的最终执行。
				8. 甲方确定外文翻译公司，所有文件翻译由该公司完成，该公司确保翻译文件的准确性，乙方只需负责提供中文文件。
				9. 合作期满，甲方可提前30天通知乙方不再续约，更换广告代理公司。

2、乙方的责任和权利

1)乙方成立由总监负责的项目专案小组，并以书面形式列明各成员的职务、职责，以便双方合作期间的紧密联系。如果本专案组成员不能满足本项目广告推广的需要，甲方可以要求更换。

2)乙方应在甲方规定的时间，按时、按质、按量完成甲方委托的各项策划、设计、制作和代理业务，并为甲方资料保密，如因乙方原因造成甲方的损失，乙方承担全部责任。双方合作期间，乙方应积极配合甲方的工作。乙方提供的设计稿，应符合《中华人民共和国广告法》以及没有侵犯第三人的知识产权等权利，并须承担由此产生的一切全部法律责任，但因甲方提供的资料、文件、信息等不真实、不准确、不合法导致的，全部责任由甲方自行承担。

3)乙方所有策划方案及相关建议文案以书面形式向甲方汇报。甲方对内容和表现形式等的确认，不构成乙方对内容和表现形式等的承担责任的免除。

4)本项目的推广宣传工作中如有涉及调查公司、公关公司等第三方的工作内容，甲方需乙方对第三方进行监督的情况下，乙方应予以充分配合。

5)乙方应遵从甲方既定的推广费用计划，严格监控推广投入成本，有效降低成本，力求最大的广告效益。

五、计费方式、结算方法：

1. 在本合同有效期内，甲方应向乙方支付服务费，具体如下：
2. 本合同服务费金额（含税）为 整（￥ 元），含6%增值税专用发票)，其中不含税价为：人民币￥ 元，增值税为人民币¥ 元；如因国家政策变化导致增值税税率发生变化的，本合同项下不含增值税的合同价款金额不变，对应增值税金额按照新税率计算，合同价款总额作对应调整。
3. 本合同服务费用按照月度结算（即每月结算一次），每个月广告传播策划全案服务，共计服务费用为人民币 整（小写：¥ 元），具体结算根据实际服务执行时间进行结算。
4. 每次付款前，乙方应向甲方开具等额增值税专用发票。
5. 第三方费用
	1. 因项目推广需要，若甲方需乙方借助或介绍第三方提供相关服务，甲方应向乙方提供其同意接受第三方服务的书面确认文件或是与第三方另行签订独立协议。
	2. 若甲方与第三方另行签订独立协议，则甲方与第三方应根据该独立协议的条款分别享有权利及履行义务，与乙方无涉。
	3. 若甲方未与第三方另行签订独立协议，则甲方应就其根据本合同约定接受第三方服务向乙方另行支付第三方费用。
	4. 第三方费用是指乙方无法独立完成某项工作，经甲方同意后借助第三方资源完成该项工作所发生的成本费用。本合同服务费不包括第三方费用，第三方费用包括但不限于：
* 导演、摄影师、项目形象代言人、广告模特、化妆、道具、服饰、场地租用
* 除中文以外的任何语言翻译的费用以及报酬；
* 菲林制作费、菲林打样费、印刷费；
* 户型图渲染费用；
* 市场调查的相关费用；
* 公关活动执行费用；
* 制作费：展厅、展位设计制作、导视系统制作、VI系统的制作、平面广告制作、电视广告制作、其它各类制作费；
* 购买特殊物料、礼品制作、展会租场；
* 电台广告录制投放费、网站制作及维护费、其它各媒体投放费；
* 项目宣传所需的插画、动画；
* 景观及人物正片拍摄费；
* 租用图片社图片；
* 新闻、软性广告的撰写费；
* 因项目实际需要发生涉及第三方的其他费用。
* 第三方费用须由乙方在费用发生后七（7）个工作日内提交甲方确认。甲方应在收到乙方提交的确认申请及相关的有效票据后三（3）个工作日内予以确认，超过三（3）个工作日仍未确认的，视甲方已确认。甲方应在确认后七（7）个工作日内向乙方支付第三方费用。
1. 差旅费:本合同有效期内，乙方到甲方异地差旅费补贴为一万元整，乙方在月费请款时需同时提交差旅发票，实报实销。若应甲方邀请到其他异地出差由甲方统一安排。甲方在未做书面确认的情况下，乙方自行出差所产生的费用，由乙方自己承担。

六、知识产权的归属

1、对于乙方为履行本合同向甲方提交并为甲方所采纳的，而且甲方已付清相应工作阶段费用的所有方案和作品，知识产权归甲方所有；未支付相应工作阶段费用的所有方案和作品，知识产权归乙方所有。在设计成品发布后，乙方有权将其所设计的作品和完成的策划方案参与公益、专业、行业或各类组织机构所组织的竞赛评比活动及各种公开交流。

2、乙方依据本协议为甲方提供的项目策划方案、作品等资料应为乙方独创作品，若所提供的方案、作品侵犯了他人在先的知识产权而导致甲方损失，则乙方应赔偿由此给甲方所造成的全部损失。

七、保密

1. 乙方同意将所有甲方提供之资料和数据及乙方在服务期间所知悉的甲方的商业秘密、为甲方所采纳的方案等资料保密，未经甲方书面同意，不得泄露给第三者或者以任何不正当的目的和方式使用。如乙方违反保密约定，则乙方应赔偿由此给甲方所造成的实际损失。
2. 如有第三方参与的工作，如影视拍摄、包装制作、市场调研、户型渲染等，甲方必须与第三方（或包括乙方在内的三方）签署项目的商业保密协议，如因第三方造成泄密，乙方不承担任何的经济损失和责任赔偿。

八、争议的解决

1. 本合同在履行中如发生争议，双方应首先友好协商解决，如经协商解决不成时，由甲方所在地有管辖权的人民法院诉讼解决争议。

九、违约责任

1、甲、乙双方除自然力，政府等不可抗力之因素及甲方书面要求外，应按本合同或各分项合同约定之要求，完成各项工作。

2、在合作期间，乙方不能按照双方共同书面确定的宣传计划时间及时开展工作，从而给甲方造成工作延误或影响，乙方应承担由此导致甲方一切直接经济损失的赔偿责任。

3、合同期内，乙方应严格执行以上条款，保证所提交给甲方的作品或公关活动等营销方案无违反国家相关法律、法规，无侵犯他人合法权益，是自己的原创作品，如出现上述问题，乙方承担全部责任，并赔偿由此给甲方造成一切直接经济损失。

4、如因甲方原因，未能按时付款的，每逾期一天按应付未付款5‰支付违约金给乙方，且乙方有权暂停工作，逾期付款达到60天的，乙方有权解除本合同。

5、任何一方违反本合同约定的，除应承担违约责任外，还应支付因此另一方因此发生的费用（包括但不限于诉讼费、差旅费、律师费、鉴定评估费、查证费等）。

十、合同的解除

1、任何一方违反本合同的约定，守约方有权通知违约方予以及时纠正；若违约方不能在10个工作日内纠正，则守约方有权解除合同。

2、甲方未按合同约定的金额、时间向乙方付款，乙方可向甲方发出书面催款通知书，如甲方逾期60日未履行付款义务，乙方有权单方面解除合同，乙方解除合同后不影响其根据本合同约定的有关条款向甲方主张付清欠款、承担违约责任及赔偿损失的权利。

3、除出现本合同约定的乙方免除违约责任的情形外，乙方未按合同约定的条件、时间向甲方交付作品，甲方可向乙方发出书面催告函，乙方收到催告函后20日仍未交付作品的，甲方有权解除本合同，甲方解除合同后不影响其根据本合同约定的有关条款向乙方主张违约责任及赔偿损失的权利。

4、若本合同一方依据本合同的约定提出解除合同，必须至少提前三个工作日书面通知对方，并指明解除合同的具体时间，但本合同另有约定的除外。

5、本合同解除后，甲方仍须依据本合同约定与乙方结算应付而未付的月度服务费（不足一个月的部分以实际天数计算，时间截止于合同解除之日，每日服务费=月服务费÷30天），本合同解除后5个工作日内，甲方在扣除经双方确认的乙方应付的违约金（如有）后向乙方付清。若甲方未在约定时间支付的，自逾期之日起每日按拖欠款金额的万分之一向乙方支付滞纳金。

6、甲方无故单方解除合同或因甲方违约导致乙方解除本合同的，甲方除应按本合同约定与乙方结算服务费外，还应按本合同服务费金额的10%支付违约金给乙方。

第十一条、其它

2、本合同未尽事宜，双方另行协商解决，可签订补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

3、本合同一式六份，甲方四份，乙方两份。具有同等法律效力。

4、本合同自甲、乙双方签字并盖章之日起生效。

5、甲方指定收取乙方工作成果的邮箱地址为： ，乙方发送到该地址视为已向甲方交付工作成果。

（本页无正文）

甲方： 乙方：

法人代表（盖章）： 法人代表（盖章）：

法人代表委托人： 法人代表委托人：

地址： 地址：

联系电话： 联系电话：

开户名称： 开户名称：

开户银行： 开户银行：

帐号： 帐号：

签定日期：20 年 月 日

本合同附件【一】

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 详情 | 序号 | 类别 | 名称 | 内容 | 不含税价格 |
| 1 | 策略文案客服 | 项目全程广告策划 | •市场定位：项目市场定位、消费群体定位 |  |
| •功能定位：项目功能定位、自身功能定位 |
| •形象定位：项目形象定位、目标客户群形象定位 |
| •推广日常中所涉及的所有文案撰写工作 |
| VI体系设计: |
| •名片/信纸/信封/工作证（卡） |
| •便笺纸、公文纸、笔 |
| •客户通讯 |
| •传真纸首页 |
| •纸杯 |
| •手袋 |
| •文件袋/资料袋 |
| •销售人员工作牌 |
| •认购书/置业计划表/入伙指南 |
| •购房协议书封套/置业计划封套 |
| •售楼专车 |
| 2 | 年度广告案/月度广告案 | •项目核心传播概念 |  |
| •传播与媒介策略的制定 |
| •项目广告语 |
| •定位语 |
| •主题推广语 |
| •广告策略及创意构想 |
| •根据项目营销节点设计各阶段推广告 |
| •主面画延展 |
| 3 | 全程跟进服务 | •实行专案小组制、专人对接、专人服务 |  |
| •广告成本预算及费用监控 |
| 4 | 平面设计 | 项目现场包装设计 | 形象设计： |  |
| •工地现场包装 |
| •工地围墙/安全通道包装 |
| •工地广告牌 |
| •现场包装（欢迎标牌/导示牌/立柱挂旗/条幅/招示布/停车场标牌） |
| 销售形象展示： |
| •售楼处内部形象概念提示及指导 |
| •销售中心形象背景牌及接待台 |
| •销售中心接待区域 |
| •销售中心展示区域/展板设计 |
| •售楼处POP设计 |
| •区位标示牌 |
| •功能批示牌 |
| •台面标牌 |
| •看楼路线指引牌 |
| 外卖场展示： |
| •形象背景墙设计、展板设计、挂旗 |
| •活动相关印刷品设计 |
| •相关礼品建议 |
| •活动人员服装 |
| •大气球竖幅 |
| •招示布置 |
| •条幅 |
| 样板间包装设计： |
| •样板房导示牌 |
| •看楼通路氛围布置 |
| •户型牌 |
| •功能牌（主人房、儿童房、父母房、客房、书房、健身房、洗手间等） |
| •免费赠送牌（洁具、橱具等） |
| •设计要领介绍 |
| 户外广告类： |
| •立柱式广告牌 |
| •车体广告 |
| •候车亭广告 |
| •路牌广告 |
| •灯箱广告 |
| 5 | 项目全程宣传物料 | •项目招商手册设计 |  |
| •项目宣传手册设计 |
| •单张、折页设计 |
| •海报 |
| •DM |
| •其他相关推广资料 |
| 6 | 媒体广告设计 | 网络平面广告： |  |
| •长图 |
| •下拉页 |
| •头图 |
| 线上刷屏单图 |
| •价值体系每周刷屏单图 |
| •节日单图 |
| •节气单图 |
| 7 | 项目活动物料设计 | •品牌圈层活动建议 |  |
| •针对目标客户群的其它促销活动策划 |
| •活动现场展板 |
| •现场桁架 |
| •易拉宝 |
| •现场导示 |
| 活动宣传单图 |
| 8 | 互动 | 纯素材剪辑小视频（15S） | 纯素材剪辑 |  |
| 合计 |  |
| 执行期限：6个月 |  |
| 税费6% |  |
| 含税合计 |  |

**服务团队人员名单**

附件2：廉政责任书

甲方：

乙方：

为加强廉政建设，规范合作过程中双方的各项活动，防止发生各种谋取不正当利益的违法违纪行为，保护国家、集体和当事人的合法权益，根据国家有关法律法规和廉政建设责任制规定，特订立本廉政责任书。

第一条 甲乙双方的责任

(一)应严格遵守国家有关法律、法规，相关政策，以及廉政建设的各项规定。

(二)严格执行合同文件，自觉按合同办事。

(三)业务活动必须坚持公开、公平、公正、诚信、透明的原则(除法律法规另有规定者外)，不得为获取不正当的利益，损害国家、集体和对方利益。

(四)发现对方在业务活动中有违规、违纪、违法行为的，应及时提醒对方，情节严重的，应向其上级主管部门或纪检监察、司法等有关机关举报。

第二条 甲方的责任

甲方的领导和工作人员，在合作的事前、事中、事后应遵守以下规定：

(一)不准向乙方和相关单位索要或接受回扣、礼金、有价证券、贵重物品和好处费、感谢费等。

(二)不准在乙方和相关单位报销任何应由甲方或个人支付的费用。

(三)不准要求、暗示和接受乙方和相关单位为个人装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女的工作安排以及出国(境)旅游等提供方便。

(四)不准参加有可能影响公正执行公务的乙方和相关单位的宴请、健身、娱乐等活动。

第三条 乙方的责任

应与甲方和相关单位保持正常的业务交往，按照有关法律法规和程序开展业务工作，认真履行相关职责，并遵守以下规定：

(一)不准以任何理由向甲方、相关单位及其工作人索要、接受或赠送礼金、有价证券、贵重物品和回扣、好处费、感谢费等。

(二)不准以任何理由为甲方和相关单位报销应由对方或个人支付的费用。

(三)不准接受或暗示为甲方、相关单位或个人装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女的工作安排以及出国(境)、旅游等提供方便。

(四)不准以任何理由为甲方、相关单位或个人组织有可能影响公正执行公务的宴请、健身、娱乐等活动。

第四条 违约责任

(一)甲方工作人员有违反本责任书第一、二条责任行为的，按照管理权限，依据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关追究刑事责任；给乙方单位造成经济损失的，应予以赔偿。

(二)乙方工作人员有违反本责任书第一、三条责任行为的，按照管理权限，依据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关追究刑事责任；给甲方单位造成经济损失的，应予以赔偿。

第五条 本责任书作为合作合同的附件，与其具有同等法律效力。经双方签署后立即生效。

第六条 本责任书的有效期为双方签署之日起至双方履行完毕合同的所有权利义务止。

第七条 本协议一式陆份，甲方执肆份，乙方执二份。

（以下无《廉政责任书》之正文）

甲方单位：(盖章) 乙方单位：(盖章)

法定代表人： 法定代表人：

地址： 地址：

电话： 电话：

 年 月 日 年 月 日

##

## 五、竞投文件格式（竞投人提交）

附件1：竞投文件封面

**城投琶洲中心东塔第二阶段**

**广告全案服务项目**

**竞投文件**

竞投单位：

竞投日期：2024年 月 日

## 附件2：竞投函

## 竞投函

**致: 广州市城壹房地产顾问有限公司（采购人）**

根据你方采购项目 的竞选采购文件要求，我方在此声明并同意：

1. 我方愿意遵守采购文件的各项规定，按采购文件的要求提供各项资料及报价。
2. 我方已经详细地阅读了全部采购文件及附件，包括澄清及参考文件（如果有的话），我方完全清晰理解采购文件的要求，不存在任何含糊不清和误解之处，同意放弃对这些文件提出异议和质疑的权利。
3. 我方完全接受该项目采购文件中关于竞投的规定，并同意放弃对这规定提出异议和质疑的权利。
4. 我方同意提供采购文件要求的有关竞投的其它资料。
5. 我方承诺在本次竞投中提供的一切文件，无论是原件或是复印件均为真实和准确的，绝无任何虚假、伪造和夸大的成份。否则，我方愿意承担相应的后果和法律责任。
6. 我方完全理解，采购人并无义务必须接受最低报价的竞投或其它任何竞投。
7. 如我方的竞投条件被接受，我方同意按照采购文件相关规定签署合同。

竞投人全称（加盖公章）:

法定代表人或其竞投人授权代表(签字)：

日 期： 年 月 日

附件3

**法定代表人证明及授权书**

致: 广州市城壹房地产顾问有限公司

本授权证明：是注册于的法定代表人，现任。在此授权作为我公司的全权代理人，在 的竞投及其合同执行过程中，以我公司的名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于 年 月 日起签字生效，特此声明。

竞投人全称（公章）：

法定代表人（**签字**）：

被授权人(竞投人授权代表)（**签字**）：

|  |
| --- |
| **被授权人(竞投人授权代表)****居民身份证复印件（盖章）****粘贴处** |

附件4

**竞投报价表**

项目名称： [货币单位：人民币元]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 报价内容 | 报价金额 | 备注 |
| 1 | 竞投总报价（含税） |  | 此项参与价格评分 |
| 2 | 不含税报价 |  |  |
| 3 | 增值税费 |  |  |
| 4 | 增值税专用发票税率（6%） |  |  |

竞投人全称（公章）:

法定代表人或其竞投人授权代表(**签字**)：

日 期： 年 月 日

## 附件5

**竞投报价执行清单**

项目名称：城投琶洲中心东塔第二阶段广告全案服务项目

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 详情 | 序号 | 类别 | 名称 | 内容 | 不含税价格 |
| 1 | 策略文案客服 | 项目全程广告策划 | •市场定位：项目市场定位、消费群体定位 |  |
| •功能定位：项目功能定位、自身功能定位 |
| •形象定位：项目形象定位、目标客户群形象定位 |
| •推广日常中所涉及的所有文案撰写工作 |
| VI体系设计: |
| •名片/信纸/信封/工作证（卡） |
| •便笺纸、公文纸、笔 |
| •客户通讯 |
| •传真纸首页 |
| •纸杯 |
| •手袋 |
| •文件袋/资料袋 |
| •销售人员工作牌 |
| •认购书/置业计划表/入伙指南 |
| •购房协议书封套/置业计划封套 |
| •售楼专车 |
| 2 | 年度广告案/月度广告案 | •项目核心传播概念 |  |
| •传播与媒介策略的制定 |
| •项目广告语 |
| •定位语 |
| •主题推广语 |
| •广告策略及创意构想 |
| •根据项目营销节点设计各阶段推广告 |
| •主面画延展 |
| 3 | 全程跟进服务 | •实行专案小组制、专人对接、专人服务 |  |
| •广告成本预算及费用监控 |
| 4 | 平面设计 | 项目现场包装设计 | 形象设计： |  |
| •工地现场包装 |
| •工地围墙/安全通道包装 |
| •工地广告牌 |
| •现场包装（欢迎标牌/导示牌/立柱挂旗/条幅/招示布/停车场标牌） |
| 销售形象展示： |
| •售楼处内部形象概念提示及指导 |
| •销售中心形象背景牌及接待台 |
| •销售中心接待区域 |
| •销售中心展示区域/展板设计 |
| •售楼处POP设计 |
| •区位标示牌 |
| •功能批示牌 |
| •台面标牌 |
| •看楼路线指引牌 |
| 外卖场展示： |
| •形象背景墙设计、展板设计、挂旗 |
| •活动相关印刷品设计 |
| •相关礼品建议 |
| •活动人员服装 |
| •大气球竖幅 |
| •招示布置 |
| •条幅 |
| 样板间包装设计： |
| •样板房导示牌 |
| •看楼通路氛围布置 |
| •户型牌 |
| •功能牌（主人房、儿童房、父母房、客房、书房、健身房、洗手间等） |
| •免费赠送牌（洁具、橱具等） |
| •设计要领介绍 |
| 户外广告类： |
| •立柱式广告牌 |
| •车体广告 |
| •候车亭广告 |
| •路牌广告 |
| •灯箱广告 |
| 5 | 项目全程宣传物料 | •项目招商手册设计 |  |
| •项目宣传手册设计 |
| •单张、折页设计 |
| •海报 |
| •DM |
| •其他相关推广资料 |
| 6 | 媒体广告设计 | 网络平面广告： |  |
| •长图 |
| •下拉页 |
| •头图 |
| 线上刷屏单图 |
| •价值体系每周刷屏单图 |
| •节日单图 |
| •节气单图 |
| 7 | 项目活动物料设计 | •品牌圈层活动建议 |  |
| •针对目标客户群的其它促销活动策划 |
| •活动现场展板 |
| •现场桁架 |
| •易拉宝 |
| •现场导示 |
| 活动宣传单图 |
| 8 | 互动 | 纯素材剪辑小视频（15S） | 纯素材剪辑 |  |
| 合计 |  |
| 执行期限：6个月 |  |
| 税费6% |  |
| 含税合计 |  |

**备注：竞投单位在竞选公告期间已联系招选单位工作人员进行现场核实，位置经双方确认无误。**

注：1.此表为完成采购项目所有服务内容的总报价明细表，如有缺项、漏项，视为竞投报价中已包含相关费用，采购人无须另外支付任何费用；

 2.竞投人应按采购文件的要求，根据实际情况进行报价。本表内的竞投总价为最终报价，竞投文件内不得含有任何对本报价进行修改的其他说明，否则将被视为无效竞投；

 3.竞投总报价包括了竞投人完成本项目所需的一切工作内容而发生的所有费用；

 4.本竞投价为按实结算；

 5.报价以人民币元为单位，保留小数点后两位；

 6.本表格须附在正副的竞投文件中；

 7.本表格式仅作参考，竞投人的详细报价表格式可自定。

竞投人全称（公章）:

法定代表人或其竞投人授权代表(签字)：

日 期： 年 月 日

附件6

**资格文件声明的函**

广州市城壹房地产顾问有限公司：

关于贵方 项目的竞选，本签字人愿意参加竞投，并证明提交的资格文件和说明是准确的和真实的，并对所提交的资格文件的准确性和真实性负责。

本竞投人授权贵方及本项目竞选人可以向我单位开户银行查询我单位的财务状况。

承诺：

1）我司没有被责令停业或破产状态的；

2）我司没有被暂停或取消竞投资格的；

3）我司没有财产被重组、接管、查封、扣押或冻结的；

4）我司没有在营业期间有骗取中标或严重违约的；

5）我司（含与此申请人有资产关系的母子公司、关联公司）没有在政府、银行、酒店、旅游业及相关行业采购或服务中有不良记录的，其竞投产品在使用过程中出现过重大质量问题且未妥善解决的。

竞投人名称: （公章）

竞投人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日

附件7：其他资料

**业绩一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **客户名称** | **项目名称** | **合同总价（含税）** | **签约时间** | **项目验收情况** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |

注：依据业绩评审中的业绩要求填写本表，提供相关证明材料及过往业绩，合同可只提供首页、含金额页、盖章页。如无同类型服务项目经验，请填上“无同类型服务项目经验”并加盖公章。

竞投人名称: （公章）

竞投人授权代表签字（签名）：

日期： 年 月 日