



重庆银行
BANK OF CHONGQING

项目名称：品牌全案营销(2023)项目

项目编号：CQBF23294

公开竞争性磋商文件

采购人：重庆银行股份有限公司（盖章）

二〇二四年一月

目录

第一部分采购邀请函（公告）	2
第二部分采购须知	4
第三部分商务符合性要求	12
第四部分技术符合性要求	15
第五部分合同条款（部分）	16
第六部分响应文件格式	19

第一部分采购邀请函（公告）

供应商：

本项目已由重庆银行股份有限公司批准实施，采购人为重庆银行股份有限公司，资金来源自筹，采购预算：180万元，采购资金已落实，项目已具备采购条件。现邀请贵单位参与本项目采购。

- 1、项目名称：品牌全案营销(2023)项目
- 2、项目编号：CQBF23294
- 3、采购方式：公开竞争性磋商
- 4、项目标段：本项目划分为1个分包。
- 5、采购内容：详见第三部分《商务符合性要求》及第四部分《技术符合性要求》
- 6、采购要求：详见第三部分《商务符合性要求》及第四部分《技术符合性要求》
- 7、采购文件的发布

(1) 发布时间：2024年1月19日

(2) 发布方式：**官网发布**

1) 如采购文件规定发布方式为邮件发布：采购人向供应商电子邮箱发送采购文件及相关资料，请供应商收到后按要求以电子邮件回复。采购人发送本采购文件邮件之日即视为供应商领取本采购文件之日。

2) 如采购文件规定发布方式为官网发布：凡愿意参加的供应商，从本采购文件发布之日起至提交响应文件截止时间前，均可登录采购人官网（<http://www.cqcbank.com/>）首页“采购信息”栏下载获取采购文件、答疑、补遗、澄清等采购有关资料。在此期间，供应商应随时关注网上发布的采购资料。不管供应商是否下载，均视为其已知晓采购文件的全部内容和有关事宜。本项目不需要报名，直接参与采购。本采购文件在采购人官网发布之日即视为供应商领取本采购文件之日。

3) 如采购文件规定发布方式为现场发布：供应商应于领取采购文件期限内到重庆市江北区江北城街道永平门街6号重庆银行股份有限公司15楼行政部领取采购文件及相关资料（联系人：朱老师、联系电话：023-63367107）。供应商领取采购文件时，须提交供应商单位介绍信及领取人身份证复印件。供应商不得在领取文件期限外领取采购文件及相关资料。领取采购文件期限最后一日即视为供应商领取本采购文件之日。

8、采购响应保证金：详见第二部分《采购须知》

9、响应文件的递交时间及地点

(1) 投标方式：**现场投标**

(2) 递交响应文件截止时间：2024年2月27日14:00时

(3) 如采购文件规定投标方式为现场投标：参与采购供应商须于递交响应文件截止时间前1小时起（递交响应文件开始时间）~递交响应文件截止时间递交响应文件到开标地点。

(4) 如采购文件规定投标方式为非现场（纸质）投标：参与采购供应商须于递交响应文件截止时间前通过邮寄快递等方式递交响应文件到采购人指定地址（纸质报价邮寄地址）：重庆市江北区江北城街道永平门街6号重庆银行股份有限公司行政部收件人：朱老师、联系电话：023-63367107。

1) 供应商应充分考虑响应文件邮寄快递相关风险（包括但不限于：丢失、延误、地址模糊错误）。如因此导致响应文件未在规定时间内送达采购人指定地点的一切后果由供应商自负。

2) 请供应商在响应文件密封袋上注明参与开标的法定代表人或其委托代理人姓名、手机号码、邮箱地址；响应文件密封袋应装入邮件快递包装袋中，邮件快递包装袋上请注明供应商名称及项目名称。如供应商未注明以上信息，导致采购人无法确认其响应文件或无法联系其相关人员按时参加远程视频开标，由此引起的一切后果由供应商自负。

3) 请供应商邮寄快递响应文件后尽快把相关信息（供应商名称、参与开标的法定代表人或其委托代理人姓名及电话、邮寄快递公司单号）通过采购文件联系邮箱告知采购人，便于采购人查收响应文件。

(5) 如采购文件规定投标方式为非现场（电子）投标：参与采购供应商须于递交响应文件截止时间前通过其授权电子邮箱（电子邮箱地址详见供应商响应文件中《响应函》）递交响应文件到采购人指定的电子投标（报价）邮箱。采购人拒收或不认可非授权电子邮箱递交的响应文件，由此引起的一切后果由供应商自负。

1) 供应商应充分考虑电子邮件传输风险，如因此导致响应文件未在规定时间内送达采购人指定电子投标（报价）邮箱的一切后果由供应商自负。

2) 请供应商在递交响应文件电子邮件主题中注明“响应文件—项目名称(简称)或项目编号”字样, 邮件正文中注明“供应商名称、参与开标的法定代表人或其委托代理人姓名、手机号码、邮箱地址”, 响应文件电子文档以附件形式上传递交响应文件电子邮件。如供应商未注明以上信息, 导致采购人无法确认其响应文件或无法联系其相关人员按时参加远程视频开标, 由此引起的一切后果由供应商自负。

3) 供应商不得在递交响应文件电子邮件主题及正文部分体现除以上第2)点要求注明信息以外的响应文件内容, 否则将导致响应文件被视为未按采购文件要求密封而被拒收, 由此引起的一切后果由供应商自负。

(6) 如采购文件规定供应商可选择非现场(电子)投标、非现场(纸质)投标其中一种方式投标, 递交响应文件截止时间前, 如采购人收到供应商的纸质及电子响应文件, 则视为供应商采用非现场(纸质)投标, 以供应商的纸质响应文件为准。

10、开标时间及地点

(1) 开标时间(响应文件开启时间): 详见递交响应文件截止时间。

(2) 开标地点

1) 如采购文件规定投标方式为现场投标, 开标地点如下:

重庆市江北区江北城街道永平门街6号重庆银行股份有限公司28楼会议室;

2) 如采购文件规定投标方式为非现场(纸质)投标或非现场(电子)投标, 开标地点如下:

采购人指定的远程视频会议室。供应商参与开标的法定代表人或其委托代理人需自行下载安装“腾讯会议”及“钉钉”程序, 并确保开标时通讯、网络音视频畅通。如供应商相关人员未按要求下载安装以上软件或通讯、网络音视频不畅通, 导致其不能按时参加远程视频开标, 由此产生的风险由供应商自行承担。

11、本采购文件中所有时间均以北京时间为准。

12、采购联系方式

采购人: 重庆银行股份有限公司

地址: 重庆市江北区江北城街道永平门街6号

联系人: 朱老师

联系电话: 023-63367107

联系邮箱(电子投标(报价)邮箱地址): 772747974@qq.com

第二部分采购须知

- 一、项目名称：详见第一部分《采购邀请函（公告）》
- 二、采购内容：详见第三部分《商务符合性要求》及第四部分《技术符合性要求》
- 三、采购要求：详见第三部分《商务符合性要求》及第四部分《技术符合性要求》

四、供应商资格

1、项目资格要求：

- (1) 在中国境内注册，具有独立法人资格（提供**营业执照复印件并加盖投标人公章**）。
- (2) 投标人未被“信用中国”网站列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单。（提供“信用中国”<http://www.creditchina.gov.cn> 网站查询结果，查询方式：进入信用中国网站<http://www.creditchina.gov.cn>，右上角查询框中输入企业名字查询，在查询结果中找到对应企业，下载**信用信息报告**。

提示：下载的信用信息报告为 PDF 格式，名称为“法人和非法人组织公共信用信息报告”，右上角有二维码校验码。

（查询时间为磋商文件发出之日起至磋商截止日之间任意一天，并将查询结果打印后装订入磋商文件中密封提交。）

- (3) 供应商自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，供应商执行的银行业品牌全案营销服务案例不少于 1 个。

证明材料：提供**·案例合同复印件并加盖供应商公章**；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，投标人还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定其实质性工作内容符合上述要求）。

案例认定标准：合同名称或合同服务内容含“**全案营销**”或“**品牌推广**”或“**市场策略**”或“**营销策略**”或“**整合营销**”以上关键字（**特别说明：建议供应商在复印件中对以上关键字进行标注，以便评审。**），或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效案例，按相应规则计分。若案例中虽包含上述关键字，但评标委员会认定该案例与本项目无实质关联性，则视为无效案例。

通过资格条件审查的案例可纳入后续评分。

(4) 项目人员配置要求

供应商须为我行配备至少 5 人（含）专职服务团队，项目人员配置要求如下：

- 1) 项目负责人 1 名：自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，担任项目负责人或总监至少实施过 3 个（含）以上银行业品牌全案营销服务项目（提供**项目负责人简历**）。
- 2) 营销策划人员 1 名：自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，至少实施过 1 个（含）银行业品牌全案营销服务项目（提供**个人简历**）。
- 3) 创意设计人员 1 名：自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，至少执行过 3 个（含）以上银行业创意设计案例（提供**个人简历**）。
- 4) 文案人员 1 名：自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，至少执行过 3 个（含）以上的银行业品牌、产品宣传物料文案撰写案例（提供**个人简历**）。
- 5) 媒介企划人员 1 名：自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，至少执行过 3 个（含）以上的媒介企划及投放案例（提供**个人简历**）。

(5) 证明材料：

(1) 提供**本项目团队成员表、个人简历表（特别说明：相关人员是否符合采购文件要求须在团队成员表或个人简历中如实填列!!!）、案例情况统计表等材料并加盖公章。**

(2) 提供 2023 年 6 月至本磋商文件发出之日的由供应商单位为项目成员缴纳的**连续 3 个月**的社保缴纳证明，（**以上资料均需加盖供应商公章**）。签订合同前须承诺指定的项目经理及项目成员未经甲方同意，在项目执行过程中不得随意更换。

(6) 本次采购不接受联合体投标。

(7) 本项目不予接受“上海合合信息科技股份有限公司、北京眼神智能科技有限公司、重庆格润文化传播有限公司、重庆领典文化传播有限公司”4 家单位的响应文件。

2、供应商存在下列部分或全部情况的，不得参加本项目采购活动：

(1) 与采购人存在利害关系可能影响采购公正性的法人、其他组织或者个人；单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一分包或者未划分包的同一采购项目采购活动；为采购项目提供设计、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；

(2) 与采购人有控股关系的；

(3) 因违法经营受到责令停产停业、吊销许可证或者执照、或者存在其他重大违法记录

的；被有关行政部门或采购人暂停（禁止）参加采购（投标）活动期限以内的（提供承诺，格式详见第六部分《响应文件格式》）。

3、如本次采购接受联合体投标且以上第1、2条未进行以下规定，拟联合体投标的供应商还应遵守以下规定：

（1）联合体各方应提供有效的联合体协议书、授权函或其他资料，明确联合体牵头人和各方权利义务（原件请装入响应文件正本，复印件请装入响应文件副本）；

（2）由同一专业的供应商组成的联合体，按照资质等级较低的供应商确定资质等级；

（3）联合体各方不得再以自己名义单独投标或参加其他联合体在同一分包或者未划分包的同一采购项目投标。

五、采购文件的澄清和修改

1、供应商应仔细阅读和检查采购文件的全部内容。如发现缺页或附件不全，应及时向采购人提出，以便补齐。如有疑问，应在提问期（供应商领取本采购文件之日起2日）内以书面形式（包括书面文字、传真、邮件等）向采购人提出。采购人可视具体情况做出澄清或修改。如供应商未提出疑问，即视为供应商已仔细阅读采购文件全部资料，完全理解并同意采购文件所有条款内容并同意放弃对采购文件有不明白及误解的权利。提问期外提出的与采购文件相关的提问质疑，采购人可不予受理。

2、采购人对采购文件如有澄清或修改（可能影响响应文件编制），将在以下时间前以书面形式通知所有参与采购的供应商：

（1）递交响应文件截止时间前1日（如为单一来源采购、（公开）商务谈判、（公开）征集入库、（公开）谈判、（公开）询比、（公开）竞价）；

（2）递交响应文件截止时间前3个工作日（如为（公开）竞争性谈判、（公开）询价）；

（3）递交响应文件截止时间前5日（如为（公开）竞争性磋商）。

3、澄清或修改（可能影响响应文件编制）通知至递交响应文件截止时间不足以上时间的，顺延递交响应文件截止时间，具体延期时间以采购人通知为准。澄清或修改内容为采购文件的组成部分。

六、响应文件

供应商应当按照以下要求编制响应文件，并对采购文件提出的要求和条件做出实质性响应。响应文件由以下部分和供应商所作的一切有效补充、修改和承诺等文件组成。请供应商按照本文件第六部分“响应文件格式”规定的目录顺序组织编写和装订。响应文件组成如下：

1、响应函

2、报价明细表

3、供应商资格证明材料（按第二部分《采购须知》第四条“供应商资格”要求）

4、法定代表人身份证明书（法定代表人参加开标时提供）或法定代表人授权书（其委托代理人参加开标时提供）（原件请装入响应文件正本，复印件请装入响应文件副本）

5、诚信声明

6、递交采购响应保证金的凭证复印件

7、采购响应保证金退还信息表

8、商务符合性应答表

9、技术符合性应答表

10、评审、商务及技术等资料（按评审办法、商务符合性及技术符合性等要求）

11、供应商的其他资料或承诺（如果有）

12、电子文档

七、响应文件的数量、签署及装订要求

1、如采购文件规定投标方式为现场投标或非现场（纸质）投标，相关要求如下：

（1）**纸质响应文件一式三份，一正二副。**每份纸质响应文件须清楚地标明“正本”或“副本”字样。响应文件的正本必须用不退色的墨水填写或打印并按采购文件要求加盖公章，副本可以用复印件。正本与副本不一致时，以正本为准。纸质响应文件请装订成册，编制页码且不采用活页装订。

（2）**电子文档一份，包含纸质响应文件盖章正本扫描文件的全套响应资料（格式为PDF）及WORD（WPS）格式未盖章响应文件电子文档，**请采用U盘作为载体。电子文档仅作存档使用，不作为响应文件必要组成部分及评审依据。电子文档内容应与纸质响应文件正本一致，当电子文档内容与纸质响应文件正本不一致时，以纸质响应文件正本为准。

（3）纸质响应文件和电子文档由供应商自行密封。响应文件密封袋上请注明项目名称、供货商名称、“响应文件”、参与开标的法定代表人或其委托代理人姓名、手机号码、邮箱地址。若响应文件过厚，供应商可自行将响应文件分装成多册多部分并分别密封。

2、如采购文件规定投标方式为非现场（电子）投标，相关要求如下：

（1）**电子文档一份，**具体内容如下：

1）**纸质响应文件盖章正本扫描文件的全套响应资料，格式为PDF，**供开标评标使用。

2) 未盖章响应文件电子文档, 格式为 **WORD (WPS)**, 仅供资料存档使用。

3) 采购文件中相关副本要求全部取消。

(2) 电子文档加密:

1) 请用 **WinRAR** 软件加密压缩或 **PDF、WORD (WPS)** 文档设置打开密码。供应商在开标时将密码告知采购人以启封响应文件。

2) 如响应文件未加密或提前泄露密码, 将导致该响应文件被视为未按采购文件要求密封而被拒收, 由此引起的一切后果由供应商自负。

3) 如开标现场采购人用供应商提供的密码无法启封响应文件 (原因包括但不限于: 密码错误、软件冲突、文件损坏), 将导致响应文件因无法开标而被拒收, 由此引起的一切后果由供应商自负。

4) 如供应商不提供密码, 导致响应文件无法启封, 将视为在响应文件有效期内撤销响应文件, 由此引起的一切后果由供应商自负。

(3) 电子文档中纸质响应文件盖章正本扫描 **PDF** 文件作为本项目评审依据。纸质响应文件盖章正本 (开标后递交采购人) 及电子文档中未盖章响应文件 **WORD (WPS)** 文件仅作参考资料存档使用, 不作为响应文件必要组成部分及评审依据。电子文档中纸质响应文件盖章正本扫描 **PDF** 文件内容应与其他纸质及电子响应文件一致。当电子文档中纸质响应文件盖章正本扫描 **PDF** 文件内容与其他纸质或电子响应文件不一致时, 以电子文档中纸质响应文件盖章正本扫描 **PDF** 文件内容为准。

3、采购文件提供有统一格式的, 供应商应按统一格式编制响应文件, 并在相应的位置签字或盖章或签字盖章。采购文件没有提供统一格式的, 供应商自行确定格式填报。

4、响应文件如果有涂改、澄清、说明或补正, 必须由法定代表人签字 (盖章) 或委托代理人签字 (盖章) 或加盖供应商公章方为有效。

5、采购文件要求供应商签字或盖章或签字盖章的响应资料 (包括但不限于响应函、报价明细表、法定代表人授权委托书、诚信声明、商务符合性应答表、技术符合性应答表) 内容如较多可多页填列, 但需逐页 (1 张纸可视为 1 页) 按采购文件要求签字或盖章或签字盖章, 否则评审委员会有权将其响应文件作无效响应文件处理。

6、供应商应保证响应文件中的相关证明资料清晰可辨, 否则评审委员会有权因相关证明资料不清晰、不清楚或不能证明其符合采购文件相关要求等原因否决该响应文件或决定该响应对应的评分项不予得分, 由此引起的一切后果由供应商自负。

7、如第二部分《采购须知》第四款“供应商资格”中允许总公司 (总行) 或被授权的分公司 (分行) 参与本项目采购, 响应文件加盖总公司 (总行) 或被其授权的分公司 (分行) 公章均可; 响应文件由总公司 (总行) 法定代表人签字 (盖章)、总公司 (总行) 授权的分公司 (分行) 负责人签字 (盖章)、总公司 (总行) 法定代表人的委托代理人签字 (盖章) 或总公司 (总行) 授权的分公司 (分行) 负责人的委托代理人签字 (盖章) 均可。

八、**报价要求:** 详见第三部分《商务符合性要求》

九、**付款方式:** 详见第三部分《商务符合性要求》

十、**采购响应保证金及费用**

1、采购响应保证金: 本次采购供应商需缴纳采购响应保证金, 具体要求如下:

(1) 采购响应保证金金额: 人民币 **23294** 元。

(2) 采购响应保证金提交方式: 以**银行转账**或**银行电汇**形式提交, 供应商可任选一种。

(3) 提交时间和账户要求: 采购响应保证金必须从供应商单位银行账户直接转 (汇) 入以下指定银行账户, 其转 (汇) 款到账截止时间为递交响应文件截止时间前一日。若采购文件规定的递交响应文件截止时间顺延, 则采购响应保证金到账截止时间相应顺延。请供应商在进 (转) 账单据上注明**项目名称或项目编号**, 如供应商未按以上要求注明信息, 导致采购人无法确认其采购响应保证金, 由此引起的一切后果由供应商自负。

采购响应保证金指定账户:

账户户名: 重庆银行股份有限公司

账号: **020101040017909**

开户行: 重庆银行总行营业部

供应商转账中如有疑问, 请咨询重庆银行廖老师电话: **023-63367349**。

(4) 采购响应保证金有效期: 与响应文件有效期一致。

(5) 如本项目第一次采购失败且采购人未退还供应商缴纳采购响应保证金, 则视为供应商在本项目后续各次采购中已缴纳采购响应保证金。

(6) 特别提示: 请供应商务必仔细阅读下列条款:

1) 各供应商在银行转账 (电汇) 时, 须充分考虑银行转账 (电汇) 的时间差风险, 如同城转账、异地转账、跨行转账或电汇等所需的时间。采购响应保证金未在到账截止时间前汇入采购文件指定账户的风险由供应商自行承担。

2) 供应商应按采购文件要求递交采购响应保证金。没有按时足额提交采购响应保证金或

未从供应商银行账户提交采购响应保证金或采购响应保证金未汇到采购文件指定账户的供应商递交的响应文件将被评审委员会视为不响应采购文件而将其响应文件作无效响应文件处理。

3) 如第二部分《采购须知》第四款“供应商资格”中允许总公司(总行)或被授权的分公司(分行)参与本项目采购,响应保证金由总公司(总行)或其被授权的分公司(分行)缴纳均可。

(7) 采购人在成交通知书发出后5个工作日内退还非成交供应商的采购响应保证金;在采购合同签订且提交履约保证金(如果有)后5个工作日内退还成交供应商的采购响应保证金,但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外。供应商退还中如有疑问,请咨询采购联系人,联系电话详见第一部分《采购邀请函(公告)》。

(8) 供应商存在下列部分或全部情况的(不可抗力导致除外),可不予退还其采购响应保证金:

- 1) 在响应文件有效期内撤销响应文件;
- 2) 无正当理由放弃成交;
- 3) 未按采购文件要求通过响应文件资料复核或相关测试(面试);
- 4) 未在收到采购人或通知其领取成交通知书时限内领取成交通知书;
- 5) 供应商在收到成交通知书后,无正当理由不与采购人订立合同或在签订合同时提出附加条件;
- 6) 未按采购文件要求提交履约保证金或低价履约担保;
- 7) 采购文件中其他不予退还采购响应保证金的情况;
- 8) 被查实存在影响成交结果违法违规行为等情况;
- 9) 相关法律法规规定没收采购响应保证金的情况。

2、采购费用:无论采购过程中的做法和结果如何,供应商须自行承担所有与采购有关的全部费用。

十一、 开标

1、开标时间及地点:详见第一部分《采购邀请函(公告)》。

2、采购人邀请供应商法定代表人或其委托代理人(附授权委托书)准时参加开标。

3、供应商对开标有异议的,应当在开标现场(含远程视频会议现场)提出。采购人当场作出答复,并制作记录。若供应商的法定代表人及其委托代理人均未参加开标或中途离场的,视为其默认开标结果且对开标现场无异议权。开标结束后,不接受供应商对开标环节的任何异议。

十二、 采购评审

1、评审委员会的组成

(1) 评审委员会将由采购人代表和评审专家共5人(含)以上单数组成。

(2) 供应商法定代表人或其委托代理人(附授权委托书)须随时对评审委员会的询问予以解答。

2、评审程序

(1) 符合性评审

对响应文件的符合性评审包含形式、资格及响应性评审,具体评审内容及标准如下:

1) 形式评审内容

① 采购响应保证金:审查是否符合第二部分《采购须知》第十条“采购响应保证金及费用”要求;

② 响应文件的签署及盖章:审查采购文件规定的签字盖章处是否签字及盖章齐全;

③ 投标人员身份及授权委托书:核验参加开标供应商的法定代表人或其委托代理人身份证、社保卡、驾照或其他身份证明材料,核验其委托代理人的授权委托书,以确认投标人员身份及授权委托书合法有效;

④ 响应文件完整性:审查响应文件内容是否按采购文件要求编制完整。

2) 资格评审内容:审查是否符合第二部分《采购须知》第四条“供应商资格”要求。

3) 响应性评审内容

① 采购内容及要求:审查是否符合第三部分《商务符合性要求》及第四部分《技术符合性要求》;

② 商务符合性:审查《商务符合性应答表》应答内容;

③ 技术符合性:审查《技术符合性应答表》应答内容;

④ 其他实质性要求:审查是否符合采购文件规定的其他实质性要求。

4) 符合性评审标准

① 供应商不存在下列情况的,其响应文件为有效响应文件;

② 供应商存在下列部分或全部情况的,其响应文件为无效响应文件。

A、拟提供的货物或服务或工程不满足采购文件实质性要求的;

- B、未按采购文件要求提交采购响应保证金的；
C、未按采购文件要求提供资格证明材料的；
D、响应文件中采购文件规定的签字盖章处签字及盖章不齐全；
E、响应文件内容未按采购文件要求编制完整；
F、《商务符合性应答表》中应答“负偏离”或应答（实质）内容经评审委员会认定为“负偏离”的；
G、《技术符合性应答表》中应答“负偏离”或应答（实质）内容经评审委员会认定为“负偏离”的；
H、初次报价高于项目预算或限价或不符合第三部分《商务符合性要求》中报价要求的；
I、串通投标或弄虚作假或有其他违法行为的；
J、不按评审委员会要求澄清、说明或补正，或评审委员会不认可其澄清、说明或补正的；
K、采购文件其他无效响应文件规定的；
L、不符合采购文件其他实质性要求的；
M、其他不符合法律、规章、规范性文件的。
- 3) 评审委员会认定为符合性评审不合格的供应商，不参与以下详细评审。
4) 经符合性评审，出现以下情况，本次采购失败：
①无合格供应商；
②合格供应商数量<2家（如为（公开）竞争性磋商、（公开）询比、（公开）竞价）；
③合格供应商数量<3家（如为（公开）竞争性谈判、（公开）询价）。

(2) 详细评审

1) 评审委员会有权直接按以下第(3)项要求符合性评审合格供应商直接最终报价（如采购文件要求多次报价）或直接按以下第(6)项规定确定成交候选人（如采购文件要求一次性报价）或评审委员会全体成员与每一参与详细评审的供应商就技术参数、质量保证、价格情况、售后服务及合同条款等分别进行谈判（磋商）（如采购文件要求多次报价）。逐家谈判（磋商）一次为一个轮次，谈判（磋商）轮次由评审委员会视情况决定。在谈判（磋商）中，任何一方不得透露与采购有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。

2) 评审委员会对供应商响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或有明显文字和计算错误的有权直接按对供应商不利原则进行评审或要求供应商以书面形式加以澄清、说明或补正后再行评审。

3) 采购人保留在正式的采购中修改部分采购条件的权利。采购文件如有实质性变动，须经评审委员会半数以上成员同意并签字确认。评审委员会以书面形式将相关变动通知参与采购或详细评审的供应商，并要求其法定代表人签字（盖章）或委托代理人签字（盖章）或加盖供应商公章确认。如不确认，供应商即被视为拒绝修改并放弃参与采购。

(3) 最终报价（如采购文件要求多次报价）

1) 所有参与详细评审的供应商应根据采购文件、补遗书及相关书面通知，在评审委员会规定的时间内书面报出最终服务承诺和最终报价。供应商在开标后做出的所有书面承诺及报价须由其法定代表人签字（盖章）或委托代理人签字（盖章）或加盖供应商公章确认。在规定时间内未提交最终报价的供应商视为放弃最终报价，以其前一次报价为其最终报价。在采购实质性内容不变的情况下，最终报价（包括单项报价（如有））不能高于前一次报价（包括单项报价（如有）），最终优惠（赠送、免费）报价（如采购文件要求）不能低于前一次报价，否则评审委员会有权拒绝其报价，将其响应文件作无效响应文件处理或以其前一次报价为其最终报价。

2) 供应商最终报价高于项目预算或高于项目限价或低于最终优惠（赠送、免费）报价限价（如采购文件要求）或不符合第三部分《商务符合性要求》中报价要求的，评审委员会有权拒绝其最终报价，将其响应文件作无效响应文件处理或以其前一次报价作为其最终报价。

3) 如本项目评审办法为经评审的最低价法且采用多次报价，最终报价后出现以下第(6)项“确定成交供应商”涉及的并列排名第一名的情况，评审委员会可通过并列第一名供应商再次报价方式决定其排名先后。再次报价要求按以上第1)、2)点规定执行。

4) 如供应商仅对总报价进行最终（再次）报价，未对组成总报价的各项单价进行最终（再次）报价，结算时按以下公式计算组成总报价的各项单价最终（再次）报价进行结算：

组成总报价的各项单价最终（再次）报价=组成总报价的各项单价第一次报价×（总报价最终（再次）报价-采购文件规定的固定报价总计）/（总报价第一次报价-采购文件规定的固定报价总计）。

注：以上组成总报价的各项单价不包括采购文件规定的固定报价。

5) 如采购文件规定投标方式为非现场（纸质）投标或非现场（电子）投标，供应商可按以下任一种方式提交最终（再次）报价：

①供应商按规定提交电子及纸质最终（再次）报价。电子报价为最终（再次）纸质报价的扫描件或照片。电子及纸质最终（再次）报价必须保持一致。电子报价（投标）邮箱及纸

质报价邮寄地址详见第一部分《采购邀请函（公告）》中联系邮箱及响应文件邮寄地址。

② 供应商按规定从其**授权电子邮箱**（电子邮箱地址详见供应商响应文件中《响应函》）提交电子报价（最终（再次）纸质报价的扫描件或照片）到电子投标（报价）邮箱。电子投标（报价）邮箱地址详见第一部分《采购邀请函（公告）》中联系邮箱地址。

特别提示：建议纸质报价扫描件或照片以附件形式上传电子报价邮件，电子报价邮件主题及正文部分不体现报价金额，否则由此产生的一切风险由该供应商自行承担。

（4）报价算术修正

报价有算术错误的，评审委员会有权按以下原则对报价进行修正，修正的价格经供应商书面确认后具有约束力。供应商不接受修正价格的，评审委员会有权拒绝其报价，将其响应文件作无效响应文件处理。

- 1) 响应文件中报价明细表内容与响应文件中相应内容不一致的，以报价明细表为准；
- 2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 3) 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以报价明细表的总价为准，并修改单价；
- 4) 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 5) 同时出现两种以上不一致的，按照以上规定的顺序修正。

（5）响应文件的澄清、说明和补正

1) 在评审过程中，评审委员会可以要求供应商对所提交响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或有明显文字和计算错误的内容以书面形式澄清、说明或补正。评审委员会不接受供应商主动提出的澄清、说明或补正。

2) 评审委员会对供应商提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求供应商进一步澄清、说明或补正。

3) 澄清、说明和补正不得改变响应文件的实质性内容（报价算术修正的除外）。供应商的书面澄清、说明和补正属于响应文件的组成部分。

（6）确定成交供应商

1) 本项目采用的评审办法如下：

① **综合评审法**：指响应文件满足采购文件全部实质性要求且按评审要素的量化指标评审得分由高到低及采购文件相关规则进行排名，确定排名第一或排名靠前（征集入库）的供应商为成交供应商的评审办法。

② **供应商排名规则**：

A、评审分值设置：报价部分 40 分、商务部分 30 分、技术部分 30 分。

报价部分（40分） 计算结果保留小数点后两位，第三位四舍五入。	
报价（40分）	1、上述计分按低价优先法计算得分。即满足磋商文件要求且报价最低的为报价评审基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：报价得分=(评审基准价 / 投标或磋商报价)×40 2、报价以供应商总报价为评审依据。
商务部分（30分）	
案例业绩（30分）	1、自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，供应商执行的银行业品牌全案营销服务案例，每提供一个案例得 4 分，该项最高可得 20 分。 证明材料：提供 案例合同复印件并加盖供应商公章 ；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，投标人还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定其实质性工作内容符合上述要求）。 案例认定标准：合同名称或合同服务内容含“ 全案营销 ”或“ 品牌推广 ”或“ 市场策略 ”或“ 营销策略 ”或“ 整合营销 ”以上关键字（ 建议供应商在复印件中对以上关键字进行标注，以便评审。 ），或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效案例，按相应规则计分。若案例中虽包含上述关键字，但评标委员会认定该案例与本项目无实质关联性，则视为无效案例，不予得分。 自 2020 年 1 月 1 日起至本磋商文件发出之日期间，供应商执行的线上媒体（腾讯或微信朋友圈）媒体资源采买与投放的服务案例 1 个得 2 分，该项最高可得 10 分。 证明材料： 1、提供 案例合同复印件并加盖供应商公章 ；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，参与磋商供应

	<p>商还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定其实质性工作内容符合上述要求)。</p> <p>2、案例认定标准：合同名称或合同服务内容能体现线上媒体（腾讯或微信朋友圈）媒体资源采买与投放，或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效。</p> <p>3、线上媒体资质认定标准：腾讯对参与磋商供应商的媒体资质授权书或腾讯核心服务商对参与磋商供应商的媒体资质二次授权书或腾讯重点服务商对参与磋商供应商的媒体资质二次授权书。</p>
<p>技术部分（30分） 该部分最终得分取所有评委的算术平均值。得分保留至小数点后两位，第三位“四舍五入”。</p>	
<p>方案设计（30分）</p>	<p>方案设计内容要求：</p> <p>1、结合线上渠道对目前重庆银行自有互联网渠道（手机银行/微信银行）运营进行分析，并结合数字化营销策略提出可行性建议和营销推广策略，包括但不限于客群分析、市场调研、场景应用、创意设计及媒介投放；须采用PPT文稿演示及解说方式提供，演示时间不超过15分钟。</p> <p>方案设计评分标准：</p> <p>A. 对项目认识基本全面，但理解不够深刻，制定的项目方案设计基本合理，具有一定的针对性、传播性和可行性（0-10分）；</p> <p>B. 对项目认识较全面，理解较深刻，制定的项目方案设计较合理，具有较好的针对性、传播性和可行性（10-20分）；</p> <p>C. 对项目认识全面，清晰、透彻、深刻，制定的项目方案设计基本合理，有完整的策略规划方案（产品营销策略/客群营销策略/品牌营销策略）且配备具体落地实施方案，具有较强的创意性、传播性和可行性（20-30分）。</p>

B、以上评审办法，评审委员会对满足采购文件全部实质性要求的供应商进行综合评审，按综合评审得分（价格得分+商务得分+技术得分）由高到低排出名次，综合评审得分高的排名优先。综合评审得分相同的，按照总报价由低到高的顺序排名，总报价低的排名优先。综合评审得分及总报价相同的，按照技术部分得分由高到低排名，技术部分得分高的排名优先。综合评审得分、技术部分得分及总报价均相同的供应商并列排名。如m个供应商并列排名第n名，低于以上并列排名供应商综合评审得分的供应商从m+n名开始排名。

C、按以上B点规则排名后，如前三名中出现并列排名情况，由评审委员会投票决定其中并列排名供应商排名先后。

③推荐成交候选人

评审排名后，评审委员会推荐排名评审排名第一的供应商为第一成交候选人，评审排名第二的供应商为第二成交候选人，评审排名第三的供应商为第三成交候选人，不足三名按实际数量推荐。

2) 采购结果公告

评审结束后，采购人在其官网（<http://www.cqcbank.com/>）首页“采购信息”栏或邮件公告采购内容、采购方式、成交候选人、拟成交价格等信息。供应商自行登录网站或接收邮件查询。供应商对评审结果有异议的，应当在公告期间提出。公告期外提出的异议，采购人可不予受理。

3) 评审结束后，第一成交候选人按采购文件规定通过响应文件资料复核及相关测试（面试）且无以下第4)点取消成交候选人成交资格情况，符合成交条件的，应当确定其为成交供应商并发出成交通知书。

4) 如存在以下情况，采购人可取消成交候选人成交资格（经采购人采购委审批同意的其他情形除外），依成交候选人排位顺序按以上第3)点规则确定其他具备成交资格的成交候选人为成交供应商并发出成交通知书。采购人不得在成交候选人之外确定成交供应商。如所有成交候选人均被取消成交资格，则该项目（分包）采购失败。

①成交候选人放弃成交或未按采购文件规定通过响应文件资料复核或未按采购文件规定通过相关测试（面试）或被查实存在影响成交结果的违法违规情形，不符合成交条件的。

②第一成交候选人总报价在100万以下的，排名靠后的成交候选人总报价超过第一成交候选人总报价的5%，则取消排名靠后的成交候选人成交资格。

③第一成交候选人总报价在100万（含）—200万（含）的，排名靠后的成交候选人总报价超过第一成交候选人总报价的4%，则取消排名靠后的成交候选人成交资格。

④第一成交候选人总报价在200万以上的，排名靠后的成交候选人总报价超过第一成交候选人总报价的3%，则取消排名靠后的成交候选人成交资格。

5) 确定成交供应商并发出成交通知书后，如存在以下情况，采购人可取消成交供应商成交资格，依成交候选人排位顺序按以上第3)、4)点规则确定其他具备成交资格的成交候选

人为成交供应商并发出成交通知书。如所有成交供应商均被取消成交资格，则该项目（分包）采购失败：

成交供应商放弃成交或无正当理由不按照采购文件要求与采购人订立合同或因不可抗力不能履行合同或不按照采购文件要求提交履约保证金或不按照采购文件要求提交低价履约担保或未在收到采购人或采购代理机构通知其领取成交通知书的时限内领取成交通知书或被查实存在影响成交结果的违法违规行为等情形，不符合成交条件的。

（7）采购过程保密

1) 评审委员会成员不得透露与采购有关的供应商的技术资料、价格和其他信息。

2) 在评审期间，若供应商有企图影响采购人的任何活动，此将导致其采购活动即时终止，由此而引发的一切法律后果将由其自行承担。

十三、 成交通知

1、评审委员会的评审结果报采购人有权审批部门审批后，即以书面形式向供应商发出成交通知书。成交通知书是供应商与采购人签订协议的必要条件。

2、采购人无义务向供应商解释采购失败原因，响应文件概不退还。

十四、 履约保证金：详见第三部分《商务符合性要求》

十五、 合同授予

1、供应商收到成交通知书后 30 日内，应按成交通知书中规定的时间、地点与采购人签订书面合同。采购人在合同签订时和项目实施过程中将按供应商响应文件中“无偏离”、“正偏离”、其他优惠承诺响应内容及采购文件其他要求执行，不再做出调整。合同部分条款详见第五部分《合同条款（部分）》。

2、如供应商在规定的时间内拒签合同，则采购人将有权取消其成交资格，没收其采购响应保证金，且两年内不得参与采购人的采购活动。同时给采购人造成损失的，采购人保留向其追偿损失的权利。

十六、 其他

1、凡参加本次采购的供应商均被视为接受上述采购项目的采购要求。

2、响应文件有效期：从递交响应文件截止之日起算 90 个日历天内，响应文件保持有效。如响应文件有效期到期后合同未签订完毕，且成交供应商未向采购人书面提出其响应文件失效，则视为成交供应商同意其响应文件有效期自动无条件延长至合同签订完毕为止。

3、如采购失败，采购人可重新组织采购。

4、采购文件相关部分出现的“投标人”、“外包商”、“服务商”、“施工单位”、“乙方”，在采购阶段均表示“供应商”。

5、采购文件相关部分出现的“招标人”、“甲方”、“重庆银行”、“行方”、“我行”，在采购阶段均表示“采购人”。

6、如供应商符合第二部分《采购须知》第四款“供应商资格”要求，采购文件相关部分出现的“法定代表人”，在采购阶段可表示“法定代表人”、“负责人”、“执行事务合伙人”或其他供应商负责人名称。

7、采购文件相关部分出现的“招标文件”，在采购阶段表示“采购文件”。

8、采购文件相关部分出现的“投标文件”，在采购阶段表示“响应文件”。

9、采购文件相关部分出现的“成交”、“中标”，根据本项目采购方式在采购阶段可表示“成交”或“入库”。

10、对不同文字文本响应文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

第三部分商务符合性要求

一、服务内容：拟通过采购第三方提供全案营销服务，统筹规划数字化营销服务内容，为线上渠道/重点产品/用户运营方面提供策略服务、营销创意服务、互动营销服务等。本项目服务内容主要分为基础服务和互动营销服务。

一、基础服务

(一) 项目管理服务：在服务期间，供应商团队专人负责按周/月/年进行项目整体管理；

(二) 根据行方需求提供策略服务：

1. 线上渠道/重点产品营销策略：根据行方拟推出的线上渠道或重点产品营销规划，于行方提供的线上渠道或产品基本要素等制定营销策略方案。

策略方案包括但不限于：同类竞品分析、用户需求调研、产品定位分析（如推广新产品或新渠道则包含产品命名核心利益点、客户关注点或需求点等）、推广建设规划（如推广新产品或新渠道则包含产品宣传口号、产品互动营销策略、品牌建设规划、主KV设计思路等）以及核心创意规划、策略落地执行规划及执行排期。

2. 用户运营策略：根据行方线上渠道用户运营规划，于行方提供的用户客群特征、产品特点、营销活动等基本要素等制定用户运营、用户促活的营销策略方案。

策略方案内容含：同类竞品分析、用户需求调研、结合产品和用户需求特点等制定对客营销核心策略、对客营销活动主题、对客营销（拉新或者转化）活动形式和内容、对客营销活动创意（线上互动活动创意、节点创意手法、转化活动创意、主KV设计思路等）以及策略落地执行规划及执行排期、营销预算评估等。

3. 事件营销策略：基于行内重要业务营销需求规划，于行方拟结合的产品、或者业务、或者活动事件，制定具有个性化、影响力的事件营销策略方案。

策略方案内容含：同类竞品分析、用户需求调研、产品或事件定位分析、行方需求可行性规划、事件营销主题、线上互动或线下活动具体创意规划、主KV设计思路以及策略落地执行规划及执行排期、营销预算评估等。

4. 其他营销策略：

(1) 基于行内重要业务营销规划，提供拟制作的特效动态视频或创意MG或创意短视频的创意概述、创意文案、脚本或线稿、后期合成制作包装等全流程策略服务；

(2) 基于行方需求进行媒介规划，提供拟推广产品或对客营销活动线上推广的媒介资源选择策略、同行执行资源参考和均价参考价、媒介优质资源点位规划、媒介投放排期计划表或根据互动营销服务需求，进行线上广告精准营销-效果广告模式投放执行，优化师进行每日投放运营、优化模式制定、投放执行完成后再加反馈投放效果分析总结；

(3) 基于行方需求进行交互型创意H5规划，提供交互创意设计、交互逻辑规划、内容文案梳理、界面原创制作、表单收集等开发及动效制作；（交互型H5中的多元的创意形式包括但不限于引入视频、动画、交互、游戏互动、抽奖互动、表单收集或其他形式的交互体验）

(三) 根据行方需求提供创意服务：根据线上渠道/重点产品/用户运营营销需求，在行方提供的基础介绍资料基础上，由专业文案进行画面文案撰写，确定画面文案信息后，再由创意设计人员设计符合传播需求的创意宣传物料。包括但不限于海报/长图/电子渠道广告位/广告投放素材/展示型H5等宣传物料；

(四) 增值服务：

1. 因全年营销服务涉及版权素材使用，签订合同后，由乙方负责为本项目购买年度商用版权图库，服务期内创意素材均由此图库挑选使用，此图库版权图素材仅限本项目使用（包括但不限于版权字体、版权图、版权音乐等）；

2. 乙方基于在数字营销的服务经验以及对互动营销的优势，为甲方提供金融行业数字营销分享、新媒体资源形式分享等线上或线下交流会；

二、互动营销服务

根据行方具体营销需求，制定并实施专项的营销方案或开发型H5进行媒介投放，根据项目要求规划专项营销费用预算，待重庆银行书面确认方案后实施项目营销服务执行，助力营销目标达成。

二、履约保证金：

1、成交供应商应在签订合同前提交合同金额5%的履约保证金（提交方式及账户信息同采购响应保证金）。

2、履约保证金在该项目服务期结束后根据合同约定，进行验收后无息归还。

三、服务期限：合同签订后，自甲方确认乙方合作服务起一年。

四、服务地点：重庆银行现场服务+线上远程服务。

五、对拟投入服务的人员配置、经验等方面的要求：详见第二部分《采购须知》第四款“供应商资格”第1条“项目资格要求”中“项目人员配置要求”。

六、服务成果要求：详见附件1。

七、服务质量及验收要求：全年度服务完成后，将根据“服务成果要求”对项目服务内容中“基础服务”进行工作量考核。具体工作量考核办法如下：其每项指标完成度=全年实际完成数量/全年不少于完成数量。全年实际完成数量须为甲方认可的完成数量。

八、售后服务要求：

- 1.本项目相关成果不得未经甲方同意转让给第三方；
- 2.乙方服务结束后需保留甲方本项目设计及策划源文件一年，并提供甲方备档留存；
- 3.乙方服务期间所提供的创意设计及其所有项目相关成果不得侵犯他人知识产权，若出现侵权行为，由乙方自行解决；
- 4.乙方服务期间，需建立与甲方建立良好的沟通机制，对甲方书面需求须在1个工作日内做好工作排期；
- 5.乙方需配置固定的项目服务人员进行对接服务，并保障服务团队的稳定性。

九、报价要求：

1、报价及费用结算币种：人民币

2、供应商应严格按照第六部分《响应文件格式》第三条“报价明细表”的格式填写报价。供应商报价应完全包含采购文件（含附件、答疑、澄清及修改文件等）要求的采购范围。若因供应商在报价时有漏报、缺项的情况发生，采购人视为供应商已充分理解采购文件要求，漏报、漏项部分已计入供应商报价之中，若成交后签订合同时报价不予调整。

3、供应商报价应包括总报价、基础服务费报价、互动营销服务费报价。

（1）基础服务费：主要为供应商按行方相关要求进行本项目全案服务的费用，包含项目服务所涉及的人工费、交通费、住宿费、通讯费、邮寄费、日常文件复印打印费、保险费、增值税费等；

（2）互动营销服务费：主要为促进本项目进展所配套进行的互动营销服务，包括但不限于媒介投放等费用。该费用报价为固定报价（50万元）。

（3）本次报价为包含可全额抵扣的增值税专用发票税金的价格。

4、项目总报价超过预算180万元的，作无效响应文件处理；互动营销服务费不按固定报价（50万元）报价的，作无效响应文件处理。

5、特别说明，本项目为多次报价。

6、如评审委员会认为供应商的报价明显低于其他满足采购文件全部实质性要求供应商报价且有可能影响产品、服务或工程质量或者不能诚信履约的，有权要求该供应商在评审现场合理时间内提供书面说明（必要时提交相关证明材料），以证明其报价合理性。供应商拒绝书面说明或评审委员会认为书面说明不能证明其报价合理性的，评审委员会有权将其响应文件作无效响应文件处理。

十、付款方式：

1、支付方式：

（1）基础服务费费用支付方式：

第一次付款：完成合同签订后30个工作日内支付基础服务费的30%；

第二次付款：服务期满半年，乙方出具半年期结案报告，经甲方验收合格后，支付基础服务费的30%；

第三次付款：服务期满一年，乙方出具全年结案报告，经甲方验收合格后，支付基础服务费的40%；

（2）互动营销费支付时间：按开展互动营销服务等项目实际发生据实结算。

2、特别说明，每次付款前供应商须提供相应金额可全额抵扣的增值税专用发票。

十一、响应文件资料复核：

1、评审结束后，采购人有权对第一成交候选人响应文件中所有内容及其相关资料进行复核。接采购人通知，第一成交候选人须在采购人规定时间（知道或应当知道之日起10个工作日内）提供采购人要求的资料进行复核。无论何种原因（包括但不限于：遗失、损毁、保密协议），供应商不按采购人要求（包括但不限于：期限、内容）提供资料，即视为其未按采购文件规定通过相关资料复核。请供应商编制采购文件时，充分慎重考虑以上因素，否则由此引起的一切后果（包括但不限于：取消成交候选人成交资格、不予退还采购响应保证金）由供应商自负！

2、按采购人要求，可采用以下复核方式：

（1）资料原件或证明材料送达采购人处复核；

（2）资料原件或证明材料视频复核；

（3）资料信息官网查询；

（4）采购人要求的其他复核方式。

3、资料复核完毕，后续采购工作按第二部分《采购须知》第十二条第2款第（6）项“确定成

交供应商”相关规定执行。

十二、相关测试（面试）要求：无

十三、其他要求：

- 1、凡参加采购及成交的供应商，均应以最高注意标准来保守采购人商业秘密；与采购人商业秘密相关的一切资料，均应切实采取保密措施，不得外泄；
- 2、成交供应商履约期间，必须最大程度的维护采购人合法权益，如出现与对方当事人或其代理人串通勾结、或其他故意、重大过失行为，损害采购人合法权益的，将严肃追究相关法律责任；
- 3、成交供应商在服务过程中需合法合规，注意维护采购人形象，对于采取不当方式造成采购人形象受损的，将严肃追究相关法律责任；
- 4、成交供应商因履行合同而引起的对于其自身的安全保障责任、人身伤亡事故及由此给其造成经济损失应由成交供应商自行承担。
- 5、供应商及其人员按采购文件要求参与本项目采购活动，但供应商及其人员不得因此使采购人及其人员承担有关的责任和蒙受损失。供应商应对参与本项目采购活动而造成的死亡、人身伤害、财产损失、损害以及任何其它损失、损害和引起的费用和开支承担责任。
- 6、每位供应商须从全案营销项目管理角度为行方线上渠道/重点产品/用户运营等方面拟定策略服务、创意服务、互动营销服务的规划。针对规划内容每位供应商进行述标，述标时间不超过15分钟。请供应商自备笔记本电脑。

第四部分技术符合性要求

详见采购文件相关要求

第五部分合同条款（部分）

以下内容为合同部分条款。签订合同时，采购文件其他部分已明确内容的合同条款必须按采购文件其他部分已明确内容签订；采购文件其他部分未明确内容的合同条款应按合同部分条款或双方商定签订；如采购文件其他部分已明确内容与合同部分条款不一致的，相关合同条款必须按采购文件其他部分已明确内容签订。

项目履约保证金退还约定

(1) 履约保证金为合同金额的 10%总计：人民币_____元（大写：人民币_____整），用于考核乙方执行本项目 KPI，考核内容以合同规定内容为准，打分标准及结果由甲方确定，考核成绩对应比例进行退还。

(2) 考核方式：甲方根据乙方提供的基础服务内容及互动营销服务完成情况，制定 KPI 考核内容，对乙方的基础服务完成数量、项目服务质量、互动营销效果、策略及创意服务等方面，进行综合打分，不同分段对应不同的考核费用，完成对应分段的分数将获得与之匹配的考核费用金额，如下表：

序号	分数	KPI 考核费用领取比例
1	分数 \geq 90	100%
2	89 $>$ 分数 \geq 70	90%
3	69 $>$ 分数 \geq 60	70%
4	59 $>$ 分数 \geq 50	50%
5	50 $>$ 分数	0

甲方的权利和义务

1. 甲方向乙方提供项目整体资料及整体宣传营销构思，并保证所提供材料之真实性、合法性。
2. 甲方有责任配合乙方参与项目工作的各项讨论会议，并就策略、创意、设计等工作的重大问题提供专业建议和决策。
3. 甲方须根据乙方提供的相关推广效果及监测报表进行复查、确认和验收。
4. 甲方负责审核乙方提供的整合推广等策略、创意、设计及发布方案，并享有最终决定权。
5. 甲方负责对乙方所提供的服务等方面进行全面审核，及时给予执行意见。
6. 甲方拥有所有创意设计方案的最终签发权。
7. 项目执行过程中甲方应配合乙方提供企业和项目相关的所需资料，以及推广发布所需之必要合法手续。

乙方的权利与义务

1. 乙方有权要求甲方提供真实有效的相关材料。
2. 乙方有权要求甲方按合同规定按时、按量支付费用。
3. 乙方须安排相应的服务团队，与甲方进行业务联系及服务。
4. 乙方须根据本协议约定及甲方要求按时、按量向甲方提供服务工作。
5. 乙方应保证具有合法的资质签署并履行本合同，为甲方提供服务应符合相关法律规定，若因乙方违法经营、提供广告服务引起主管机关处罚、法律纠纷或其它不良影响，乙方应承担相应责任，并赔偿甲方损失。
6. 乙方有义务完成甲方制定的相应考核指标，通过验审才有权利要求甲方付款。
7. 乙方有义务保证服务团队的稳定，若合同有效期内服务团队有变，应提交新人员简历及录取理由，审核通过才能服务甲方。若不通过，乙方有义务提供其他候选人。

服务要求及流程

1. 为保证甲乙双方双方工作的准确推进和实施，双方应在重要项目启动前召开工作会议，协商沟通项目工作计划、创意讨论点等，乙方根据会议讨论关键点协调内部支持部门专业资源执行工作制定工作排期；
2. 工作计划及总结：乙方应根据各阶段的市场情况，编制计划，该计划需经甲方对其内容进行审核批准后方可执行。
3. 甲方应就具体服务事项及要求向乙方下达工作单，乙方应按甲方下达的工作单要求及时为甲方提供符合要求的服务。
4. 如果服务实施过程中，甲方需要调整工作方案，向乙方下达调整工作通知后，乙方根据既有的工作安排，协调其他工作，重新安排计划，落实执行。
5. 乙方提交创意、设计及相关服务成果等，可以采取直接送达、电子邮件、微信、QQ 通讯等多种形式与甲方沟通；乙方工作一经甲方人员签字或通过 Email、微信、QQ 通讯的确认，即被视为甲方认可的有效工作。

保密条款

1. “保密信息”是指本协议拥有信息的一方（以下简称“提供方”）根据本协议向另一方（以下简称“接受方”）提供的信息，或接受方在本协议履行过程中从提供方处获知的信息。保密信息包括但不限于：技术信息、商业信息、商业秘密、文件、程序、图表、数据、业务或业务运作方法和其他保密信息，本协议的条款和与本协议有关的其他信息，本协议履行过程中形成的所有价格信息、数据、资料等。
2. 除本协议另有约定外，对于保密信息，信息接受方在此同意：仅为履行本协议而使用保密信息，并以与对待自己的保密文件同等的谨慎态度对待所接受的保密信息。未经另一方事先书面同意，不得以任何形式披露该等信息。因违反前述约定，违约方应向守约方承担赔偿责任。
3. 本协议项下双方承担保密义务的期限为永久保密。

违约责任

乙方违约责任

1. 甲方确定策略服务和创意服务需求后，乙方应在___个工作日内向甲方提供初稿审核。每延迟一天需按合同总额的 0.1%向甲方交纳违约金，逾期达 5 天的，甲方可解除本合同。
2. 乙方未按照合同要求提供约定服务的，每出现一次，乙方应向甲方支付违约金【 】元。若乙方拒绝提供前述服务，甲方有权聘请第三方提供，由此产生的费用均应由乙方承担。同时，甲方有权解除本合同。
3. 乙方擅自单方解除合同或因乙方原因导致合同被解除的，乙方应立即返还已收全部款项，并按合同总金额的 30%向甲方支付违约金。
4. 乙方在本合同项下应向甲方支付的任何款项，甲方有权从履约保证金或其应付款中直接抵扣，不足部分乙方应在 15 日内付清。若乙方履约保证金被扣除，乙方应在扣除之日起 3 个工作日内补足履约保证金。乙方逾期支付任何一笔款项时，须以应付而未付款项为基数，按支付日所适用 5 年期贷款市场报价利率（即 LPR 利率）的 4 倍为准，向甲方支付资金占用损失费。
5. 因乙方任何违约行为导致甲方损失，除按照本协议约定支付违约金（若有），还须赔偿甲方全部损失。甲方主张权益所产生的诉讼费、律师费、交通费、保全费、保全担保/保险费等均由乙方承担。
6. 若乙方擅自将本合同项下义务部分或全部转让给第三方履行的，甲方有权解除本合同。若经甲方书面同

意由第三方代乙方履行本合同项下部分或全部义务的，乙方在本合同项下的责任并不因此而减免，因第三方履行本合同所应承担的违约责任，包括但不限于违约金、赔偿款等款项支付、维保责任承担等，由乙方与该第三方向甲方承担连带责任。

除本合同另有约定外，乙方违反本合同，且经甲方书面要求后，未在甲方限定时间内改正的，甲方有权解除本合同。

第六部分响应文件格式

一、 响应文件封面格式

项目名称：
项目编号：
分包信息：（如有）

（标注正本或副本处）

响应文件

供应商名称：（盖公章）_____

法定代表人或其委托代理人：（签字或盖章）_____

供应商地址：_____

联系人姓名：_____ 联系人手机：_____

联系人邮箱：_____

日期：_____年_____月_____日

目录

(供应商自拟)

二、 响应函格式

响应函

致：重庆银行股份有限公司

根据贵方采购编号为_____号，（项目名称）_____（分包信息）（如有）的采购文件，我单位正式授权下述签字人（姓名和职务）_____代表我方（供应商名称）_____，提交下述文件正本壹份，副本__份，电子文档壹份。若本项目为非现场开标，授权该电子邮箱（邮箱地址：（如提供））可发送响应文件（含报价）等资料。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

一、报价详见报价明细表。

二、我方完全理解并接受该项目采购文件所有要求。

三、我方提交的所有响应文件、资料都是准确和真实的，如有虚假或隐瞒，我方愿意承担一切法律责任。

四、如果我方成交，我方将履行采购文件中规定的各项要求以及我方响应文件的各项承诺，按《重庆银行采购管理办法》、《政府采购法》、《民法典》等法律法规及合同约定条款承担我方责任。

五、我方理解，最低报价不是成交的唯一条件。

六、本响应文件自评审之日起 90 天内有效。

七、与本此采购有关的一切往来通讯请寄：

地址：_____ 邮编：_____

传真：_____ 联系人：_____

联系人手机：_____ 联系人邮箱：_____

供应商名称（盖公章）：_____

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

三、 报价明细表格式

报价明细表
(第__次)

项目名称：
项目编号：
分包信息：（如有）

需求项目	报价（元）	备注
基础服务费		
互动营销服务费	500000	固定报价
总报价（人民币小写，单位：元）		
总报价（人民币大写）		

供应商名称（盖公章）： _____

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）： _____

日期： _____年_____月_____日

特别提示：请供应商准备多张本空白表（参与开标的法定代表人或其委托代理人随身携带），以便多次报价。第一次报价时，本表须加盖供应商公章；第二次或多次报价时，在法定代表人已签字（盖章）或其委托代理人已签字（盖章）情况下，本表可不加盖供应商公章，但请在本表中“供应商名称（盖公章）”处填写供应商名称全称。

四、 供应商资格证明材料（按第二部分《采购须知》第四条“供应商资格”要求）

五、 法定代表人身份证明书、法定代表人授权书格式

法定代表人身份证明书 (法定代表人参加开标时提供)

(法定代表人姓名) _____ 在 (供应商名称) _____ 任 (职务名称) _____
职务, 是 (供应商名称) _____ 的法定代表人。

特此证明。

供应商名称 (盖公章): _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

如法定代表人有中华人民共和国居民身份证 (临时身份证) 或港澳台居民来往内地通行证或中华人民共和国外国人永久居留身份证, 需提供其以上身份证明复印件, 建议复印件格式如下。如法定代表人无以上身份证明, 需提供正规官方机构颁发 (出具) 能证明其身份的相关证件 (材料) 复印件, 复印件格式自拟。身份证明及相关证件 (材料) 复印信息必完整清晰。

法定代表人身份证明复印件 (正面)

法定代表人身份证明复印件 (反面)

法定代表人授权委托书

(委托代理人参加开标时提供)

致：重庆银行股份有限公司

本授权书声明：注册于（供应商住址）_____的（供应商名称）_____法定代表人（法定代表人姓名）_____代表本单位授权（供应商代表姓名、职务）_____为本单位的合法代理人，以本单位名义全权办理与贵方组织的采购项目（项目名称_____，项目编号：_____号，分包信息：（如有））有关的一切事务。

本授权书于签署当日生效，在撤消授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤消而失效。代理人无转委托权。

供应商名称（盖公章）：_____

法定代表人（签字或盖章）：_____被授权人（签字或盖章）：_____

签署日期：_____年_____月_____日

如法定代表人或被授权人有中华人民共和国居民身份证（临时身份证）或港澳台居民来往内地通行证或中华人民共和国外国人永久居留身份证，需提供其以上身份证明复印件，建议复印件格式如下。如法定代表人或被授权人无以上身份证明，需提供正规官方机构颁发（出具）能证明其身份的相关证件（材料）复印件，复印件格式自拟。身份证明及相关证件（材料）复印信息必完整清晰。

法定代表人身份证明复印件（正面）

被授权人身份证明复印件（正面）

法定代表人身份证明复印件（反面）

被授权人身份证明复印件（反面）

六、 诚信声明格式

诚信声明

致：重庆银行股份有限公司

1、我公司（供应商名称）参加了你公司（采购项目名称）（项目编号： 号，分包信息：（如有））的采购。我司申明：我司响应文件中提供的各项证明材料都是真实、可靠性的。若在评审及后续工作中若发现证明材料的真实性、可靠性存在弄虚作假等行为，采购人有权取消我司成交资格，并没收我司采购响应保证金及履约保证金。我司愿赔偿相应损失并承担一切法律责任。

2、我公司不存在下列部分或全部不得参加本项目采购活动的情况：

（1）与采购人存在利害关系可能影响采购公正性的法人、其他组织或者个人；单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一分包或者未划分包的同一采购项目采购活动；为采购项目提供设计、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；

（2）与采购人有控股关系的；

（3）因违法经营受到责令停产停业、吊销许可证或者执照、或者存在其他严重违法记录的；被有关行政部门或采购人暂停（禁止）参加采购（投标）活动期限以内的。

供应商名称（盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

七、 递交采购响应保证金的凭证复印件

八、 采购响应保证金退还信息表格式

采购响应保证金退还信息表

项目名称	项目内容	备注
单位名称:		必须与供应商单位名称一致
账户开户银行:		与递交采购响应保证金账户一致
银行账户账号:		与递交采购响应保证金账户一致
单位地址:		
联系人:		
联系人手机:		

九、 商务符合性应答表格式

商务符合性应答表

项目名称:

项目编号:

分包信息: (如有)

序号	采购要求	有无 偏离	如有偏离, 请在此备注偏离内容
1	服务内容: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
2	履约保证金: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
3	服务期限: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
4	服务地点: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
5	对拟投入服务的人员配置、经验等方面的要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
6	服务成果要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
7	服务质量及验收要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
8	售后服务要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
9	报价要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
10	付款方式: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
11	响应文件资料复核: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
12	相关测试(面试)要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
13	其他要求: 详见本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》		
14	采购响应保证金及费用: 详见本项目采购文件第二部分《采购须知》		
15	响应文件有效期: 详见本项目采购文件第二部分《采购须知》		
16	其他商务要求: 详见本项目采购文件其他相关商务要求		
17	合同条款: 详见本项目采购文件第五部分《合同条款(部分)》		
		

注: 1、该表以本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》及其他商务要求描述为准, 请供应商按序号做出响应, 若出现前后不一致的情况, 以本项目采购文件第三部分《商务符合性要求》及其他商务要求描述为准。

2、请各供应商仔细阅读本项目采购文件相关条款并对该表内容逐条响应。

3、根据响应文件情况在“有无偏离”项填写“正偏离”或“负偏离”或“无偏离”。

4、该表可扩展。

供应商名称(盖公章): _____

法定代表人或其委托代理人(签字或盖章): _____

日期: _____年____月____日

十、 技术符合性应答表格式

技术符合性应答表

项目名称:

项目编号:

分包信息: (如有)

序号	采购要求	有无 偏离	如有偏离, 请在此备注偏离内容
1	技术要求: 详见本项目采购文件第四部分《技术符合性要求》		
2	其他技术要求: 详见本项目采购文件其他相关技术要求		
		

注: 1、该表以本项目采购文件第四部分《技术符合性要求》及其他技术要求描述为准, 请
供应商按序号做出响应, 若出现前后不一致的情况, 以本项目采购文件第四部分《技
术符合性要求》及其他技术要求描述为准。

2、请各供应商仔细阅读本项目采购文件相关条款并对该表内容逐条响应。

3、根据响应文件情况在“有无偏离”项填写“正偏离”或“负偏离”或“无偏离”。

4、该表可扩展。

供应商名称 (盖公章): _____

法定代表人或其委托代理人 (签字或盖章): _____

日期: _____年_____月_____日

十一、评审、商务及技术等资料（该部分资料由供应商根据评审办法、商务符合性及技术符合性要求等内容编制，并按采购文件要求附相应证明材料。采购文件提供有统一格式的，供应商应按统一格式编制，在相应的位置签字或盖章或签字盖章。采购文件没有提供统一格式的，供应商自行确定格式填报。）

1、项目团队成员表格式

项目团队成员表

序号	姓名	性别	年龄	团队角色	行业工作年限 (年)	职称/专业资格证书 (如果有)	服务案例(个)	备注
1				项目负责				
2				营销策划				
3				创意设计				
4				文案				
5				媒介企划				
.....								

注：1、请投标人根据实际情况如实填写上述内容，可在此表基础上扩展并自行添加其他相关内容或团队成员。

供应商名称（盖公章）：_____

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

2、项目团队成员个人简历表格式

项目团队成员个人简历表

姓名	年龄	学历（学位）
	职务	拟在本项目任职
毕业学校	年毕业于	学校 专业

本项目中的主要工作职责：				
主要工作经历				
时 间	参加过的项目或类似项目	业绩中主要完成的工作说明	担任职务	备注（有中国4A广告公司从业经验的，在此备注）
.....

注：1、请投标人根据招标文件相关要求和实际情况如实填写此表，在此表基础上如有补充信息可自行添加。

2、建议项目负责人提供本人执行过3个（含）以上银行业品牌全案营销服务项目案例作为个人简历附件。

3、建议创意设计人员提供本人执行过3个（含）以上银行业创意设计案例作为个人简历附件。

4、建议文案设计人员提供3个（含）以上的银行业品牌、产品宣传物料文案撰写案例作为个人简历附件。

供应商名称（盖公章）：_____

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

十二、 供应商的其他资料或承诺（如果有）

十三、 电子文档

附件 1： 品牌全案营销（2023）项目服务成果要求

品牌全案营销（2023）项目服务成果要求

服务内容	服务内容板块	服务成果要求（服务质量及验收要求将以服务成果为指标打分）
基础 服务	项目管理服务	全年不少于 50 周次周工作总结及下周工作计划； 全年不少于 12 月月度工作成果报告； 单次项目结束后提报单次项目结案报告； 全年度服务结束后提报 1 次年度结案报告；
	策略服务	服务期内完成不少于 8 个策略服务；
	创意服务	1. 海报文案及创意设计不少于 45 张（如：横版或竖版海报，适用于线上/线下/行内/行外/App 开屏等渠道，创意形式多元化，包括但不限于平面设计海报、原创插画海报等形式）； 2. 长图文案及创意设计不少于 10 张（如：业务详情页长图、功能操作流程长图、活动流程长图、互动型新媒体推文长图等形式）；

		<p>3. 电子渠道广告位文案及创意设计不少于 50 张（如：banner、GIF-banner、弹窗、蒙版、二维码设计等形式）；</p> <p>4. 线上渠道/重点产品/线上运营等方面内容包装不少于 5 次（如：产品业务命名及 logo 视觉设计、产品业务宣传详情手册类设计、电子书设计、互动性 H5 创意设计 & 互动逻辑基础架构开发等形式）；</p> <p>5. 展示型 H5 文案及创意设计不少于 4 个（包括但不限于 H5 内容文案梳理、页面设计及动效制作）</p> <p>6. 根据互动营销服务需求，进行线上效果广告投放的单个资源点位匹配的文案+创意图片素材设计；（根据广告平台素材设计要求，每次广告页外层 12 张+内层落地页长图不少于 5 张）。</p>
	增值服务	<p>1. 在服务期内，提供【新媒体资源形式分享】合同期内不少于 1 次，【金融行业的数字营销分享】合同期内不少于 1 次；</p> <p>2. 在服务期内，配合甲方产品、业务推广需求，积极主动地参与线上</p>

		<p>渠道/客户运营等项目的测试；</p> <p>3. 在服务期内，为本项目购买年度商用版权图库，服务期内创意素材均由此图库挑选使用，此图库版权图素材仅限本项目使用（包括但不限于版权字体、版权图、版权音乐等）。</p>
<p>互动营销 服务</p>		<p>制定并实施专项的营销方案或 H5 进行媒介投放，根据项目要求规划专项营销费用预算，待重庆银行书面确认后实施项目营销服务执行，助力营销目标达成。</p> <p>一、以 30 万互动营销预算投放微信朋友圈信息流广告为例：</p> <p>1、排期计划不少于 3 次；</p> <p>2、效果广告投放执行不少于 3 次；</p> <p>3、投放考核要求：总计实现 1200 万人次曝光，平均投放点击率不低于 0.5%人次；</p> <p>二、以 50 万互动营销预算投放微信朋友圈信息流广告为例：</p> <p>1、排期计划不少于 5 次；</p> <p>2、效果广告投放执行不少于 5 次；</p>

3、投放考核要求：总计实现 2000 万人次曝光，平均投放点击率不低于 0.5%人次。

三、腾讯微信朋友圈信息流广告验收标准

1、以【重庆银行微银行】公众号投放后台腾讯官方数据为准；

2、如投放预算金额未达成以上考核指标，乙方将继续进行投放运营优化，直至达到验收标准。