**中国重汽集团济南专用车有限公司**

**新媒体平台直播和短视频运营项目**

招

标

书

招 标 人：中国重汽集团济南专用车有限公司

2025年9月

**第一章 招标公告**

**一、项目名称**

项目名称：中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目。

**二、招标内容**

中国重汽集团济南专用车有限公司官方抖音号、快手号、视频号等账号的运营、短视频内容策划制作发布、日常直播、营销线索收集、数据复盘分析等。

**三、招标形式**

招标形式：公开招标（线下开标）。

**四、议程安排**

1. 公告时间：2025年9月4日（若有调整请以实际为准）。
2. 答疑时间：截止至2025年9月12日15点前（若有调整请以实际为准）。
3. 答疑方式：书面答疑。请投标人在规定时间内将答疑内容扫描件发送至邮箱：[itjy102@126.com，招标人看到后第一时间进行回复。](mailto:pangyan@sinotruk.com，招标人看到后第一时间进行回复。)
4. 招标文件递送时间：2025年9月16日8：30-9：10时（若有变动另行通知），现场递交。
5. 开标时间：2025年9月16日9:30时（若有变动另行通知）。
6. 投标地点：山东省济南市章丘区潘王路17668号，具体会议室（或会议号）另行通知。

联系人：姜经理 联系电话：18233562233

**五、投标须知**

1. 投标人须遵守《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国民法典》及其它有关的法律和法规；为中华人民共和国境内注册的独立法人机构，具有独立承担民事责任能力。公司成立三年以上（以营业执照成立日期到开标当日满三年为准），注册资金不低于100万；公司需为一般纳税人资格，经营范围满足招标项目需求；投标人须提供具有统一社会信用代码的三证合一的营业执照副本**原件**及复印件（加盖公章）。
2. 投标人须提供法人授权委托书**原件**（在投标文件副本中可用复印件）及投标人的法定代表人或授权代表的身份证**原件**及复印件（加盖公章），法人到场的，出具法定代表人资格证明文件。
3. 具有健全的财务会计制度，财务状况和市场行为良好，投标人三年内无违法及重大违规情况。没有处于被有权机关吊销营业执照、吊销资质、停业整顿、取消投标资格以及财产被接管、冻结或进入破产程序等。
4. 投标人没有被列入招标人处《黑名单》（《黑名单》指投标人与招标人在以往或正在进行的合作中，存在招标人认为的违反合同约定或违反法律法规等的失信行为）的证明原件。
5. 投标人提供经会计师事务所审计且出具无保留意见的近三年的财务审计报告原件，并加盖公章，包括但不限于报告页、经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及报表附注。如投标人公司没有经审计的财务报告，可提供加盖公章的近三年财务报表，包括但不限于资产负债表、利润表、现金流量表。应提供中文版本的审计报告或财务报表。企业最近半年完税证明、信用证明材料（中国人民银行信用代码证+征信报告）。年度纳税信用评价信息（可从电子税务局查询截图，需加盖公章）。企业对外担保说明（写明贵单位对外有无对外担保和质押业务，需加盖公章）。
6. 投标人一旦参与投标，无论是否中标、是否签署合同，对获得的招标人商业信息（包括但不限于文字、图形、logo、商标、技术等所有信息资料）均不会用于本次投标项目以外事项，否则自愿承担一切责任。
7. 中标的投标人严禁弃标，弃标单位将进入中国重汽集团《违约单位名录》,禁止其参加中国重汽集团系统内所有单位招标。
8. 投标人须认可招标人的工作指令，包括节、假日能正常开展工作的要求。
9. 投标人须认可招标人终止合同后2个月退还履约保证金的招标要求。
10. 无论投标结果如何，投标人应承担编制投标文件、递交投标文件、考察等所涉及的一切费用。
11. 招标人对未中标者不作任何解释。
12. 本次招标项目不接受联合体投标。
13. 逾期的投标文件招标人不予受理。

**六、报名及招标文件的获取**

参加投标者，请于2025年9月10日下午17:00前，按照6.1-6.6顺序及所列项相关资料的原件加盖公章后，扫描为电子版，要求每个同类别文件单独扫描成页，禁止不同类别多页合并联接扫描，扫描文件必须清晰可辨，否则影响报名的审核，扫描文件格式为pdf格式，禁止采用压缩文件格式或图片格式，所有扫描文件都打包到1个pdf文档并设置目录发送到邮箱itjy102@126.com里，邮件名格式为：XXX公司（五个字以内公司简称）XX项目报名资料。电话联系工作人员查收（姓名：姜经理；联系方式：18233562233），同时必须在邮件中以文字方式提供投标单位全称、投标授权人姓名、联系方式（固定电话、手机、电子邮箱）。

6.1投标人报名表；

6.2营业执照副本；

6.3投标单位基本情况表；（附件3）

6.4资质证书：经营范围符合本次招标方所需招标设备资质要求；

6.5信用中国截图（报名日期前5日内“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn）

查询本单位未被列入联合惩戒失信人名单的网页截图）；

6.6投标保证金电汇或网银的底联。

本项目实行资格预审，报名成功不代表资格审查通过，以最终通过资格审查委员会的审查

为准。

**七、投标保证金**

投标人应在**开标前3天**从基本账户向招标人交纳人民币5000元的投标保证金后才能获得本次招标的投标资格，投标人中标后，该保证金不再退还，自动转为履约保证金，如中标人拒绝签署合同，保证金不予退还；投标人未中标，该保证金将在中标通知发布之日起45个工作日内原路径全额无息退还。投标人报价必须涵盖所有类目，否则为无效投标，缴纳保证金时，应在汇款时注明“××公司新媒体平台直播和短视频运营项目投标保证金”。

1、投标保证金的形式：电汇或网银

2、投标保证金的金额：人民币5000.00元（标书资质中附保证金付款凭证）

开户名称：中国重汽集团济南专用车有限公司

账 号：227305574495

开 户 行：中国银行章丘支行

3、保证金截止时间：2025年9月11日17：00前。

4、投标保证金应从投标人的基本账户转出至上述账户并到账，否则视为无效投标。

5、投标人应充分考虑银行信息交换时间，由此带来的保证金不能按时到帐的责任由投标人自行承担。

注：发生以下情况时，招标人有权没收投标保证金：

1. 投标人已向招标人申请参加本次投标，但又计划撤回投标，未在开标日3日前向招标人书面说明的；
2. 开标时投标人非因不可抗力原因未按时参与的；
3. 投标人递送文件后，无正当理由放弃投标的；
4. 自中标通知或中标公告发出之日起30日内，中标人无正当理由不签订合同的；
5. 投标过程中被查实有串标、围标、陪标等违规违纪行为的；
6. 投标人有违约违规行为或被投诉、举报的，在调查处理期间，保证金暂不退还，待调查处理结束后按有关规定处理。

**八、终止招标**

出现下列情形之一，招标人有权否决所有投标人的投标，并终止招标：

1. 符合条件的投标人或者对招标文件做实质响应的投标人不足三家的；
2. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
3. 经评标委员会评审，所有投标均不符合招标人要求的；
4. 因重大变故，采购任务取消的；
5. 招标人认为其他应终止招标的情形。**九、废标**

投标人有下列情形之一，其投标将被视为废标，招标人将严格按照《中华人民共和国招标投标法》及相关法律、法规及规章制度的规定行使权利。投标人给招标人造成损失的，招标人有索赔的权利，投标人应予以赔偿。

1. 投标人提供的有关资格、资质证明文件不合格、不真实或提供虚假投标材料。
2. 投标人在报价有效期内撤回投标。
3. 在整个评标过程中，投标人有企图影响评标结果公正性的任何活动；
4. 投标人以任何方式诋毁其他投标人。
5. 投标人串通投标。
6. 以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取中标的。
7. 中标人不按规定签订合同。
8. 投标人负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位；
9. 投标人被举报、检举，并经招标人查实无误的。
10. 法律、法规规定的其他情况。

**十、验收及违约责任交货期**

1. 按照合同约定执行。
2. 合同以最终签署版为准。

**十一、付款方式**

项目费用分为年费和月费两部分，年费占招标总额30%，招标人每月对项目KPI完成情况进行考核，详见附件4《中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目——月度服务KPI评分表》、根据考核结果按季度支付费用；剩余年费部分根据整个项目年度完成KPI情况进行考核，详见附件5《中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目——年度服务KPI评分表》，根据考核结果支付年费。月度费用中标人开具合同要求的发票，发票挂账后次月付款。招标人支付半年期商业汇票（包括银行承兑汇票或商业承兑汇票），具体根据合同约定执行。

**十二、投标报价**

1. 经与招标人或其指派的答疑人员充分沟通确认基础上，由投标人在满足招标人所提出的、与本项目有关的所有费用；投标人报价必须涵盖所有类目，否则为无效投标。
2. 视频制作、图片设计等相关知识产权归招标人所有，投标人与招标人应当互相保守双方的商业秘密。对提供的参数、技术指标、价格等技术资料，未经招标人书面许可，投标人不得泄露。
3. 所有报价货币单位均为：元（人民币），报价包含：不含税金额、税率及价税合计金额。如发生政策性税费降低，中标价格要进行相应调整。

**十三、中标人瑕疵滞后发现的处理原则**

无论基于何种原因，各项本应作为拒绝处理的情形，即便未被及时发现或中标人隐瞒真实情况，而使该中标人通过了资格审核、初评、现场复审、终评或其他所有相关程序，包括已发布中标通知或已签订合同的情形，招标人均有权拒绝或取消中标人资格，一旦中标人被拒绝或该中标人此前的评议结果被取消，相关的一切损失均由该中标人承担。

**十四、最终解释权**

本次招标最终解释权归中国重汽集团济南专用车有限公司所有。

# **第二章** 评标方法

本次评标采用技术标和商务标分级开标的模式。首先进行技术标评审，由评标专家组对所有投标方的技术标部分综合评定和打分，**技术标评审合格的投标方可以进入商务标评审环节，技术标评审不合格的投标方会面临淘汰。**然后进行商务标的评标及商务标的评分，招标人有权根据项目情况，采取多轮评标模式，最终根据技术标及商务标的总得分确定各投标人排序，确定中标人。另外招标人有权根据情况取消招标，招标人不向投标方解释未中标原因。评分细则如下：

**评分细则**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评标因素** | **总分** | **评审内容** | **最高**  **得分** | **评分标准** |
| **技术标** | **40分** | **技术方案**  **（36分）** | **5分** | **运营策略与年度传播规划的完整性、可操作性、与重汽专用车品牌契合度。投标人具备国外合法VPN使用渠道，并能应用于国外官方账号运营，（需出具合法VPN相关证明和年度规划）优秀得4–5分，良好得2–3分，一般得0–1分。** |
| **7分** | **短视频内容策划与执行方案的创意性、平台适配性、引流能力。（需出具短视频投流平台及案例展示，短视频发布视频类型和内容策划案）优秀得5–7分，良好得2–4分，一般得0–1分。** |
| **7分** | **直播执行方案的完整性、技术手段应用、观感提升措施、引流策略。（需出具直播设备清单，直播场景布置图，投流平台及案例等）优秀得5–7分，良好得2–4分，一般得0–1分。** |
| **7分** | **数据复盘与分析能力的科学性、分析维度完整性、竞品洞察能力。（提供相关平台合同或者会员证明）优秀得5–7分，良好得2–4分，一般得0–1分。** |
| **5分** | **对平台规则、热点话题的敏感度与响应能力。（需展示之前案例）优秀得5分，一般得2-4分，差得0-1分。** |
| **5分** | **IP形象设计的创意性、与企业文化的契合度、落地可行性。（需有IP形象的设计图）优秀得4-5分，良好得2-3分，一般得1分。** |
| **质量保障 （4分）** | **4分** | **项目执行经理是否具备汽车行业项目经验及平台运营能力。（需出具相关案例）具备得2-4分，能力欠佳得0-1分。** |
| **商务标** | **60分** | **投标报价 （60分）** | **60分** | **1、经技术标评审合格的投标文件其投标报价为有效报价。满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分60分。**  **2、其他投标人的的价格分按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）\*60分。3、百分率、得分值小数点后保留两位，第三位四舍五入。** |
| **备注：**   1. **通过初审者为有效投标。** 2. **首先根据技术因素对投标方进行技术评标，在满足技术要求的前提下（含技术澄清），经专家组讨论通过后，确定进入商务标评审的投标方，再进行商务标评审。**   **3、综合评价值相同的，依照价格、技术、商务、服务及其他评价内容的优先次序，根据分项评价值进行排名。若上述排名皆相同的，则由全体评委成员无记名投票，得票高者排序在前。**  **4、评委打分不得超过得分界限。**  **5、投标方提交的投标文件和资料必须真实有效。合同签订前，招标方有权组织联合小组（财务、技术、设备、质量等）到中标候选人实地审核，如发现投标文件和资料有弄虚作假，招标方有权取消其中标候选人资格，同时招标方有权扣留其投标保证金。** | | | | |

**注：** 1. 投标人综合评审得分取所有评委对该投标人计分之和的算术平均值。

2. 投标文件有下列情形之一的，由评标委员会按不响应招标文件有权拒绝或无效投标处理：

1）样品不满足招标文件规定的；

2）无法定代表人签字或盖章的，签字人无法定代表人有效授权的，应加盖投标人公章而未盖章的；未按照招标文件要求密封的；

3）未按规定格式密封或填写，内容不全或者关键内容字迹模糊，无法辨认的；

4）投标人递交两份或多份内容不同的报价文件，或者在一份报价文件中对同一采购项目报有两个或多个报价，且未声明哪一个有效，按招标文件规定提交备选方案的除外；

5）投标人名称或组织结构与资格审查不一致的；不具备招标文件规定的资格条件及未按招标文件规定的要求提供资格证明文件的；

6）投标人未按照招标文件的要求提供投标保证金的；

7）不同投标人的投标文件内容存在非正常一致的；

8）不同投标人的投标文件相互混装的；不同投标人投标文件中的项目相关人员出现同一人的；不同投标人的投标文件内容出现非正常一致的；

9）不同投标人委托同一人投标的；

10）不同投标人使用同一个人或者企业资金交纳投标保证金的；

11）不响应招标文件供货时间、质量要求、技术要求中带“\*”的技术内容、质保期等实质性内容的；

12）提供虚假材料谋取中标的；

13）其他任何有企图影响招标结果公正性的活动。

14）故意哄抬价格或压价等其他恶意串通投标的；有损害招标方和用户利益的规定的。

15)技术标书出现报价的；

16）投标有效期不足的；

17）其他未对招标文件实质性要求和条件作出响应的。

**技术规范与评标**

**一、技术标准**

投标人应与招标人指派的答疑人员充分沟通，理解认可并接受相关技术规范及服务要求。

项目标准：详见《中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播、短视频运营项目KPI》。

**二、评分标准**

1. 招标人将坚持“公开、公平、公正”原则，严格按照国家法律法规及公司规章制度要求，设立专家评审小组进行招标评审。
2. 投标人派人员参加开标会议，投标人未参加开标的，视同认可开标结果；
3. 评标分为技术标和商务标两部分进行评审，评审小组分为技术标专家组和商务标专家组。先由技术标专家组进行技术评分，讲标时间30分钟，答疑时间10分钟。严重偏离招标人技术标准的直接淘汰。

根据技术标评审结果，排名前三的入围商务标并通知商务标开标时间。技术标评分不带入商务标，未进入商务标评标资格的投标人商务投标书不可带走。

1. 技术评分标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **技术评分标准** | | |
| **项目** | **描　　述** | **分值** |
| **企业资质及服务业绩** | 1.**投标人成立时间三年以上，每增加1年得2分，本项最高得6分（以证书原件为准）** | 20 |
| 2.投标人有数据分析平台企业会员，每个数据平台得2分，本项最高得6分（提供相关平台合同或者会员证明） |
| 3.提供类似汽车行业项目服务业绩，以合同复印件为准，每提供一份得2分，本项最高得6分 |
| 4.投标人具备国外合法VPN使用渠道，并能应用于国外官方账号运营，如具备本项得分2分，不具备不得分 |
| **策划及执行规划** | 1. **运营策略及传播规划：**能够出具年度和阶段性传播方案，内容包含但不仅限于平台账号运营策略、短视频和直播规划等，思路清晰、丰富详实，精准契合中国重汽集团济南专用车有限公司需求并有较强的可实施性得13分；方案笼统、借用既有素材过多或不能详细展现实施规划，每有一项扣2分；没有逻辑，规划不合理的不得分，本项最高得13分 | 65 |
| **2.短视频执行：**满足项目KPI的前提下，能够充分考虑平台特性及市场、行业动向，规划清晰的短视频执行方案，具备策划主题活动内容的能力，要求策划不少于4个主题方案，每个方案富有创意、特色且有引流措施的，得13分；对于短视频规划不清晰，少一个方案或方案每有一处不合理、不完善、无针对性扣2分。本项最高得13分 |
| **3.直播执行：**满足项目KPI的前提下，能够充分考虑平台特性及市场、行业动向，清晰规划日常直播执行方案，利用技术手段提升直播间观感，体现直播间搭建规划和引流措施的，得13分；对于直播规划不清晰，执行方案不合理、不完善、无针对性每有一处扣2分。本项最高得13分 |
| **4.复盘与分析：**较强的日常数据记录、整合和分析能力，对执行情况进行复盘，可以提供全面的账号运营总结框架且分析维度合理，拥有科学的数据获取途径，掌握竞品和汽车行业账号情况，为后续提升提供有利的参考，能够全部满足需求，得13分；对于复盘规划不清晰，不合理，数据获取途径不明确的每有一处扣2分。本项最高得13分 |
| **5、平台洞察：**通过科学的途径，及时了解运营平台规则的更新、组件功能的调整、实时热度话题等，为运营提供有针对性的指导，能够满足需求得8分；无法及时把握所运营平台的更新和调整，对热度话题不敏感，无法提出有针对性的执行指导每有一处扣3分。本项最高得8分 |
| **6、IP 形象设计：**结合公司企业文化及绿叶标识，设计公司IP形象并详细阐述，根据设计亮点进行评分，最高得分5分。 |
| **服务保障** | **1.项目执行经理：**提供完备的服务保障方案，其中项目执行经理具有类似汽车行业项目服务经验且熟悉平台运营规则，能够全面掌控整体项目运营得3分，无类似经验得0分。 | 15 |
| **2.团队分工：**提供完备的服务保障方案，责任分工明确且合理，其中团队提供服务人员满足业务开展要求（标明专职或非专职），团队人员具备相应的专业经验，能够响应项目需求得12分；团队人员分工不合理或分工不明确，无法响应项目需求每有一项扣3分。至少可提供24次培训，不能提供每一项扣2分。本项最高得12分。 |

1. 最终评分标准

按照约定时间，商务标专家组进行商务评标，商务标专家组和技术入围投标人展开多轮商务谈判，期间可对商务谈判内容进行澄清，根据技术标得分与商务报价综合评定，确定中标人。

**三、中标与合同签订**

1. 招标人根据竞争性谈判结果确定中标人，并通知中标人，原则上按照技术标商务标综合评标确定推荐中标人（不保证最低价格中标），对未中标单位不做任何解释。
2. 招标人根据评标工作小组的评标结果按相关法律法规的规定及公司相关制度要求，确定中标人。中标人承诺无条件服从招标人针对该项目的后续所有安排。
3. 根据招标人业务需要，具体项目签署与招标人指定单位签署。
4. 招标人发送《中标通知书》给中标人，中标人应及时与招标人联系，在规定的时间内（一般为接到通知后3个工作日内）到招标单位对《中标人推荐表》进行签字确认并签订合同，如果中标人接到《中标通知书》后，无不正当理由拒签合同、在签订合同时向招标人提出无理附加条件的，取消该投标人的中标资格，该企业将进入中国重汽集团《违约单位名录》,禁止其参加中国重汽集团系统内所有单位招标。。
5. 中标人应在保证质量的前提下完成中标项目，不得将中标项目转包或分包给他人，否则视为违约，招标人或相关单位有权解除合同。
6. 在履行合同过程中，中标人由于履行义务的能力或信用有严重缺陷，招标人有权解除合同并取消其中标资格，招标人将从剩余投标人中依序重新确定中标人，或重新组织招标。

**四、验收**

中标人不得以任何非正当理由拒绝该项目执行，招标人有权根据项目执行情况、服务及时性及态度对中标人每月度、年度进行评分，评分标准细则详见合同，月度低于80分甲方有权采取包括但不限于罚款及单方面终止合同等措施进行处罚。合同期内，乙方必须服从管理，如严重违规，给甲方造成重大损失的，甲方有权单方面无条件终止协议,合同约定以最终签署版本为准。

**第三章 投标文件编制**

**一、投标文件签署**

法定代表人或投标人授权代表必须按招标文件的规定在投标文件（正本、副本及各附件）、报价单上签字并加盖投标人单位公章，不得使用其它形式如带有“专用章”等字样的印章，否则投标将被视为无效。如投标人对投标文件进行了修改，则须由投标人的法定代表人或授权代表在修改的每一页上签字或加盖公章。

**二、投标文件的密封和标记**

1. 投标人应将投标文件正本一份、副本五份及U盘电子版一份分别单独密封送达，并在封面明显处注明以下内容：
2. 项目名称：中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目；
3. 投标人名称（加盖公章）、地址、邮编、电话，每一密封文件在封口处黏贴封条并加盖投标人公章；
4. 如果投标人未按上述要求对投标文件密封及加写标记，招标人对投标人提前启封概不负责。对由此造成提前开封的投标文件，招标人有权予以拒绝，并退回投标人取消其投标资格。招标结束后，无论投标人中标是否，投标人递交的投标资料一律不予退回。
5. 投标文件由投标人在开标日自行带到开标现场，在开标时当场交与招标负责人。如根据实际情况，招标形式为线上，需根据招标负责人的通知进行邮寄。
6. **开标时需提交的材料：**
7. 投标文件计量单位

投标文件中所使用的计量单位，除招标文件中有特殊要求外，应采用国家法定计量单位。

1. 投标文件需提交纸质版文件和电子版文件两种，均需包含资质文件、技术标文件、商务标文件三部分提交，纸质版以实物形式提交，电子版以存入U盘形式提交。
2. **纸质版文件**
3. **资质文件（独立封装在一个档案袋，一式五份）**
4. 投标公司单位简介（包含但不仅限于公司名称、成立时间、注册资本、公司在册员工人数（缴纳社保人员）、地址、主营业务介绍等）；
5. 提供企业缴纳社保证明复印件（加盖公章），原件备查；

（3）投标函（格式见附件1）；

（4）投标人基本情况表，附带投标人三证合一的营业执照副本复印件（加盖公章），原件备查；

（5）若是法定代表人参加，需有法定代表人身份证复印件（加盖公章），原件备查。若不是法定代表人参加，需有法定代表人授权委托书原件、法定代表人身份证及被委托人身份证复印件（均加盖公章），投标人或被委托人应提供授权委托书原件（格式见附件2）、身份证原件备查；

（6）投标人提供经会计师事务所审计且出具无保留意见的近两年的财务审计报告复印件并加盖公章，包括但不限于报告页、经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及报表附注，原件备查；

如投标人公司没有经审计的财务报告，可提供投标人近两年的公司财务报表（包含但不仅限于资产负债表、损益表、现金流量表等）复印件并加盖公章，原件备查；应提供中文版本的审计报告或财务报表；

（7）企业最近半年完税证明、信用证明材料（中国人民银行信用代码证+征信报告），加盖公章，原件备查；

（8）年度纳税信用评价信息（可从电子税务局查询截图，需加盖公章），原件备查；

（9）企业对外担保说明（写明贵单位对外有无对外担保和质押业务，需加盖公章），原件备查；

（10）证明投标人资格条件的其他资质（短视频和直播服务或类似广告服务资质证明）、等级证书、行业内相关荣誉（如有）；

（11）企业服务业绩：列举与此招标项目类似的服务业绩，包括项目实施时间、单位、应用范围、投标人参与的核心成员及合同复印件等，合同原件现场携带备查。

1. **技术标文件（独立封装在一个档案袋，其中正本一份，副本五份）：**
2. 项目方案：满足项目KPI前提下（《中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目KPI》见附表），明确项目总体规划及具体实施方案等；
3. 项目团队：列示拟参与项目的团队成员及工作简历、项目分工等；
4. 项目团队服务保障及其他综合说明。

以上技术标文件需提供纸质版，盖章视为有效。

1. **商务标文件（独立封装在一个档案袋，其中正本一份，副本五份）：**
2. 填写并提交《中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目报价表》（以下简称“《报价表》”，格式单独见附表），《报价表》文件格式均为Excel表格，且不允许修改项目，若不按此格式进行报价，则视为无效报价；
3. 《报价表》中条目不允许改动、隐藏，若有则视为无效报价（允许补充填写的部分除外），其中备注栏可补充解释说明；
4. 《报价表》中所有报价均采用人民币报价，并注明含税和未税价格、税率；
5. 《报价表》打印并盖章，视为有效。
6. **电子版文件**
7. 请在U盘中分别建立资质标文件、技术标文件、商务标文件三个文件夹放入投标相关资料，U盘总文件名称为投标单位全称，U盘上交存档，不返还。
8. 包含资质标文件、技术标文件、商务标文件等所有内容，将文件扫描后存为pdf格式提交。

**附件1**

**投标函**

致（招标人名称） ：

根据贵方中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目招标书，签字代表（全名、职务） 经正式授权并代表投标人（投标人名称、地址） 提交下述文件：

据此，签字代表宣布同意如下：

1. 投标人将按招标文件的规定履行合同责任和义务。
2. 投标人已详细审查全部招标文件，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件，我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
3. 投标有效期：自投标截止之日起至合同签署日一直有效。
4. 投标人同意提供贵方要求的可能与投标有关的一切数据和资料，完全理解贵方不一定要接受最低价的投标或收到的任何投标。
5. 投标人承诺所提供的所有数据和资料均真实有效，如存在虚报情况，投标人愿为此承担一切法律责任，并主动退出本项目竞标。
6. 与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

地址： 邮编：

电话： 传真：

投标人授权代表签字： 职务：

投标人名称（及公章）：

日期： 年 月 日

**附件2**

**法人授权委托书**

致（招标人名称） ：

本授权委托书声明：我（法人姓名） 系（投标人名称） 的法定代

表人，现授权委托（投标人名称） 的 （授权委托代理人姓名） 为我公司参加贵方组织的 项目的法定代表人授权委托代理人，全权代表本公司处理投标过程的一切事宜，包括：投标、参与开标、谈判、签约等。

投标人授权代表在投标过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，我公司均予认可并对此承担全部责任。

委托期限：\*\*\*\*年 \* 月 \* 日至 \*\*\*\*年 \* 月 \* 日

全权代表无转委权。特此委托。

|  |
| --- |
| ­­­­法定代表人身份证复印件（反面） |

|  |
| --- |
| 法定代表人身份证复印件（正面） |

|  |
| --- |
| 授权代理人身份证复印件（正面） |

|  |
| --- |
| 授权代理人身份证复印件（反面） |

单位名称（公章）：

法定代表人签字：

授权代理人签字：

日期： 年 月 日

**附件3**

**投标人基本情况表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 单位  名称 |  | | | 代号 | | |  | | | 电话 | | |  | 主管  部门 | |  | | | 企业负责人 | | | |  | 职务 | |  |
| 地址 |  | | | 邮箱 | | |  | | | 传真 | | |  | 经济  类型 | |  | | | 授权代表 | | | |  | 职务 | |  |
| 一、单  位简历  及机构 |  | | | | | | | | | | | | | 单位优  势及特  长 | |  | | | | | | | | | | |
| 二、单  位概况 | 职工  总数 |  | | | | 生产工人人  工程技术人员人 | | | | | | | | 上一年 | | 指标名称 | | | | 计算单位 | | 实际完成 | | | | |
| 工业总产值 | | | | 万元 | |  | | | | |
| 流动  资金 | 万元 | | | | 资金  来源 | | | 自有  资金 | | | 万元 | | 主要经  济指标 | | 实现利润 | | | | 万元 | |  | | | | |
| 银行  贷款 | | | 万元 | | 主要  产品 | | 1、 | | | | | | | | |
| 固定  资产 | 原值万元  净值万元 | | | | 资金  性质 | | | 生产性 | | | 万元 | |  | | 2、 | | | | | | | | |
| 非生  产性 | | | 万元 | | 3、 | | | | | | | | |
| 占地  面积 | 平方米 | | | | 房屋建筑面积平方米 | | | | | | | | 4、 | | | | | | | | |
| 厂房建筑面积平方米 | | | | | | | | 5、 | | | | | | | | |
| 三、主  要产品  情况 | 产品名称 | | 型号 | | 上年  产量 | | | 上年  产值 | | | 产品技术先进水平 | | | | 优质  品率 | | 一等品率 | | | | 曾获何级何种奖励 | | | | 主要用户  名称 | |
|  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  | |  | | | |  | | | |  | |
|  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  | |  | | | |  | | | |  | |
|  | |  | |  | | |  | | |  | | | |  | |  | | | |  | | | |  | |

投标人：（盖章）

法定代表人（委托代理人）：（签字）

日期：年月日

**附件4**

**中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目**

**——月度服务KPI评分表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **考核项目** | **本月考核** | | | |  | **考核标准** | **考核得分** | **得分计算方式** |
|  |  | **考核板块** | **本月计划** | **本月实际完成** | **KPI完成率** | **平台** |
| 1 | 短视频（40分） | 月度短视频独立制作数量（10分）（均为原创视频其中发布到抖音、快手平台8条，微信视频号2条） | ≥10条 |  |  | 抖音、快手、视频号平台 | 服务KPI要求完成率，完成率为50%以下得0分 |  | 实际独立制作数量/计划发布数量×10分 |
| 月度短视频协助发布数量（5分） | ≥6条 |  |  | 抖音、快手、视频号平台 |  | 实际发布数量/计划发布数量×5分 |
| 月度抖音独立短视频传播量（5分） | ≥16万 |  |  | 抖音平台 |  | 实际独立视频传播数量/计划传播数量×5分 |
| 月度快手独立短视频传播量（5分） | ≥100万 |  |  | 快手平台 |  | 实际独立视频传播数量/计划传播数量×5分 |
| 月度抖音独立单条短视频点赞量不低于50个（5分） | ≥50个/条 |  |  | 抖音平台 |  | 抖音实际点赞不低于50的视频数量/抖音实际发布视频数量×5分 |
| 月度视频号独立短视频单条喜欢量和转发量总和不低于100个（5分） | ≥100个/条 |  |  | 视频号平台 |  | 视频号独立短视频实际喜欢和转发总和不低100的视频数量/视频号实际发布视频数量×5分 |
| 每月短视频投流不低于2400元（即每条视频最少100元）（5分） | ≥2400元 |  |  | 抖音、快手及视频号平台累计投流费用 |  | 实际投流费用/2400元×5分 |
| 2 | 直播（25分） | 月度直播场次（6分） | ≥2场 |  |  | 抖音平台 |  | 实际直播场次/计划直播场次×6分，单场直播时长≥100分钟 |
| 月度直播观看总人数（5分） | ≥0.4万人 |  |  | 抖音平台 |  | 实际直播总观看人数/计划观看人数×5分 |
| 月度直播总点赞量（4分） | ≥3万 |  |  | 抖音平台 |  | 实际直播总点赞量/计划点赞量×4分 |
| 单场直播发放红包不少于50元，礼物不少于50元（4分） | ≥100元/场 |  |  | 根据抖音平台累计直播场次计算，进行红包派发和推流 |  | 发放红包不低于50元，礼物不低于50元的直播场次/实际直播场次×4分 |
| 单场直播投流不低于200元（6分） | ≥200元 |  |  | 抖音平台 |  | 实际投流不低于200元的直播数量/实际直播场次×6分 |
| 3 | 账户运营（25分） | 抖音、快手平台当月粉丝增长数量（5分） | ≥0.21万个 |  |  | 抖音、快手平台之和 |  | 粉丝实际增长量/计划增长量×5分 |
| 视频号当月粉丝增长数量（5分） | ≥300个 |  |  | 视频号平台 |  | 粉丝实际增长量/计划增长量×5分 |
| 营销线索收集数量（15分） | ≥30条 |  |  | 抖音、快手及视频号平台之和 |  | 营销线索实际收集量/计划收集量×15分 |
| 4 | 服务质量（10分） | 团队配备（2分） | 对社会热点、市场热点、平台热点等传播事件缺少灵敏洞察，无法及时策划和执行，如出现1次扣2分。（0分） | | | | |  |  |
| 根据业务需要进行日常基础数据梳理和汇总，互动礼品登记邮寄，客户留言回复，线索分类统计等基础运营事宜，保证准确度和及时性（1分） | | | | |  |  |
| 根据业务需要进行日常基础数据梳理和汇总，互动礼品登记邮寄，客户留言回复，线索分类统计等基础运营事宜，未能保证准确度和及时性，如出现1次扣1分（0分） | | | | |  |  |
| 服务团队按合同要求执行，在岗人员数量符合要求，团队人员稳定，无不合格人员存在（1分） | | | | |  |  |
| 服务团队未按合同要求执行，在岗人员数量未符合要求或未经允许随意变动或存在不合格人员，每出现一人扣1分（0分） | | | | |  |  |
| 提供培训（4分） | 服务团队分工明确，业务执行责任到人，确保执行到位（1分） | | | | |  |  |
| 服务团队分工未明确或业务责任未明确，每出现1处扣1分（0分） | | | | |  |  |
| 认真准备培训内容，培训内容必须包含但不仅限于短视频和直播涉及的专业技能、账号运营思路、各个平台短视频，直播投流方法、视频制作技巧、直播话术指导、账号数据分析和复盘（3分） | | | | |  |  |
| 工作沟通（2分） | 服务团队准备的培训内容，培训内容必须包含但不仅限于短视频和直播涉及的专业技能、账号运营思路、各个平台短视频，直播投流方法、视频制作技巧、直播话术指导、账号数据分析和复盘，要求不少于每个月2次，每个月少一次扣2分（0分） | | | | |  |  |
| 服务团队对客户的需求及时响应，且态度积极（2分） | | | | |  |  |
| 其他 （2分） | 服务团队对客户的需求不及时响应，态度倦怠，每出现1次扣1分（0分） | | | | |  |  |
| 服务团队按要求召开工作沟通会，无无故缺席和迟到现象（2分） | | | | |  |
| 服务团队未按要求参加会议或有无故缺席或迟到现象，每出现1次扣1分（0分） | | | | |  |  |
| 对外重大发布活动中的所有图文材料注重版本管理，实行检查机制，最终呈现材料严禁出现错别字或排版问题，如若出现1次将扣除当月月费。 | | | | |  |
|  | | | | 对于该项目服务范围内的临时工作不接纳1次扣分5分，此项不受限制（减5分/次） | |  |  |
|  | |  |  |
| **月度合计得分** | | | | | | | |  | |
| **月度应得服务费用** | | | | | | | |  | |

|  |
| --- |
|  |

1. 该评分表以月度为周期进行评分，由甲方每月度评价上月度得分情况，满分为100分，双方确认后签字盖章。
2. 月度评分机制：
3. 月度得分≥90分为优秀，不扣除该月月度服务费用；
4. 60分≤月度得分＜90分，月度实际服务费用（含税）=月度得分/100分\*XX元；
5. 月度得分＜60分，甲方扣除月度执行费用全部金额。

如果月度得分在90分以下，乙方可在收到甲方评分之后，发生扣款行为之前，针对打分情况向甲方提出申诉，甲方在充分考虑乙方的申诉理由之后予以重新打分。

1. 连续2个月得分为60分以下，则甲方有权解除合同。

**附件5**

**中国重汽集团济南专用车有限公司新媒体平台直播和短视频运营项目**

**——年度服务KPI评分表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **类别** | **内容** | **KPI** | **平台** | **备注** | **得分计算方式** | **实际得分** |
| 1 | 短视频（45分） | 发布独立短视频总数量（10分） | ≥120条 | 单平台总数 | 年度 | 实际独立视频发布数量/120条×10分 |  |
| 协助发布短视频总数量（5分） | ≥72条 | 单平台总数 | 年度 | 实际发布数量/72条×5分 |  |
| 独立短视频总传播量（8分） | ≥1392万 | 抖音、快手、视频号之和 | 年度 | 独立短视频实际传播量/1392万×8分 |  |
| 独立视频号总喜欢量和总转发量（6分） | ≥1200个 | 视频号平台 | 年度 | 独立短视频实际喜欢及转发数量/1200个×6分 |  |
| 独立短视频总点赞量（6分） | ≥15000个 | 抖音平台、快手、视频号平台之和 | 年度 | 独立短视频实际点赞数量/15000个×6分 |  |
| 所有短视频投流总金额（6分） | ≥2.88万元 | 抖音平台、快手平台及视频号平台之和 | 年度 | 实际投流视频金额/2.88万元×6分 |  |
| 策划短视频宣传主题活动（4分） | ≥4次 | 抖音平台、快手平台及视频号平台之和 | 年度 | 实际策划活动次数/4次×4分 |  |
| 2 | 直播（25分） | 直播场次（8分） | ≥24场 | 抖音平台 | 年度 | 实际直播场次/24场×8分 |  |
| 直播观看总人数（5分） | ≥4.8万人 | 抖音平台 | 年度 | 实际直播总人数/4.8万×5分 |  |
| 直播总点赞量（4分） | ≥36万 | 抖音平台 | 年度 | 实际直播总点赞量/36万×4分 |  |
| 直播总投入金额（包含投流、红包、礼物）（8分） | ≥7200元 | 抖音平台 | 年度 | 实际投入视频金额/7200元×8分 |  |
| 3 | 账户运营（20分） | 购车线索收集（7分） | ≥360条 | 抖音平台、快手平台及视频号平台之和 | 年度 | 实际购车线索/360条×7分 |  |
| 粉丝增长量（5分） | ≥2.88万个 | 抖音平台、快手平台及视频号平台之和 | 年度 | 实际粉丝增长量/3.12万×5分 |  |
| 提供培训（8分） | ≥24次 |  | 年度 | 实际培训次数/24×8分 |  |
| 4 | 终端赋能（10分） | 按时提交符合重汽济南专用车需求的经销服务网络合作伙伴月度短视频、直播及视频号指导手册（包含但不仅限于阶段性新媒体工作要求、直播和短视频执行脚本参考、优秀短视频和直播案例分析、存在问题分析、平台热门话题与规则等）（5分） | ≥12次 |  | 年度 | 实际指导手册提交数/12次×5分 |  |
| 短视频外出拍摄次数（5分） | ≥6次 |  | 年度 | 少一次扣除2分，外出费用包含在项目合同中，不单独报销。 |  |
| **总得分** | | | | | | |  |

该项目执行满一年后，按照合同约定对年度执行情况进行打分，满分为100分，双方确认后签字盖章。年度评价机制：实际付款金额（含税）=年度评价得分/100分\*XX元；