

FW2025122901

复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告

品牌投放服务

招标文件

项目编号：FW2025122901

项目名称：

复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌
投放服务

招标人：

复旦大学

招标代理机构：

上海政采项目管理有限公司

2026年1月

总目录

投标邀请书	1
第一章 投标人须知及前附表	4
第二章 采购需求一览表	22
第三章 采购需求	24
第四章 合同条款	31
第五章 各种格式	38
第六章 资格证明文件格式	55
第七章 评标办法	63

投标邀请书

本项目依据《中华人民共和国招标投标法》及其相关法律法规进行公开招标，复旦大学（以下简称招标人）和上海政采项目管理有限公司（以下简称招标代理机构）兹邀请合格投标人就本项目提交投标文件。

一、项目基本情况：

- 1、项目编号：FW2025122901
- 2、项目名称：复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放服务
- 3、采购需求：

采购项目名称	复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放服务
数量	1 项
项目简要描述	投标人需对招标人的腾讯推广账户预存推广费，使用腾讯的微信朋友圈、公众号、浏览器等非视频类广告产品进行投放，并策划、制作和执行包括图文、卡片等形式在内的投放方案，提供全过程的数据监测与效果分析服务，收集满足招标人要求的有效线索直至预存推广费消耗完毕。
采购预算金额 (人民币)	98 万
最高限价 (人民币)	98 万
合同履行期限	合同签订之日起至推广账户账面金额执行完毕（预计为 2026 年 6 月 30 日）
中小微型企业划分标准所属行业	租赁和商务服务业
本项目是否专门面向中小微型企业采购	否

二、本次招标的合格投标人应满足下列资格要求：

- 1、投标人应提供下列证明材料：(a) 法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明；(b) 财务状况报告、依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函；(c) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；(d) 参加采购活动前三年（2023 年 1 月 1 日至今，以下简称“近三年”或“前三年”）内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。
- 2、近三年未被国家财政部指定的“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等官方渠道列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信名单。
- 3、法人的分支机构以自己的名义参与投标时，应提供由法人出具的对本投标活动承担



全部直接责任的承诺。

4、单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同供应商，不得参加本次采购活动。

5、应未曾为招标人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

6、本项目不接受联合体投标。

三、本项目落实政府采购政策的情况：

本次招标执行政府强制或优先采购节能和环境标志产品、促进中小微型企业、促进残疾人就业、支持监狱和戒毒企业、扶持不发达地区和少数民族地区、支持科学进步以及限制采购进口产品等相关政策。

四、招标文件的获取：

本项目招标公告发布之日为：2026年1月14日

凡愿参加投标的潜在投标人应于2026年1月14日至2026年1月19日17:00止（北京时间），通过复旦大学采购与招标管理系统（以下简称电子采购平台，网址为：<https://cz.fudan.edu.cn>）在线获取招标文件，逾期不再办理。潜在投标人可进入电子采购平台后在“正在进行的项目”版块中选择项目进入在线获取招标文件流程并下载电子招标文件，电子招标文件售价零元。未按规定获取招标文件的供应商不得参加投标。招标文件获取阶段无资格审核流程，若电子采购平台显示有的也将直接通过。但供应商应授权一名联系人处理文件获取具体事宜，并对应上传供应商联系人授权函（格式自拟），如授权函内容缺失或错误，修改通过后，供应商在开标/唱价前仍可正常下载文件。

五、开标和投标截止时间：

1、开标和投标截止时间：**2026年2月4日9:30时**（北京时间），迟到或不符合规定的投标文件恕不接受。

六、开标和投标平台：

1、本项目采用电子采购方式，并在电子采购平台（复旦大学采购与招标管理系统，网址为：<https://cz.fudan.edu.cn>）操作，进入平台后，供应商可在系统通知栏目下载供应商操作手册。电子采购平台技术咨询电话：400-808-5975转2。

2、投标人应在投标截止时间之前，按复旦大学采购与招标管理系统的操作步骤对其投标文件进行加密后递交（上传）至电子采购平台。

3、开标程序在复旦大学采购与招标管理系统上进行，所有投标人应登录到系统内参加开标，并在规定时间内进行投标文件解密。

七、公告期限：本项目招标公告的公告期限为5个工作日。

八、其他须知：

本项目采用电子招标方式，并在电子采购平台（复旦大学采购与招标管理系统，网址为：<https://cz.fudan.edu.cn>）操作，进入平台后，供应商可在系统通知栏目下载供应商投标操作手册。电子采购平台技术咨询电话：400-808-5975转2。

九、联系方式：

招标人：复旦大学

地址：中国上海邯郸路 220 号

邮编：200433

联系人：李老师

电话：021-65641327

招标代理机构：上海政采项目管理有限公司

地址：上海市静安区天目中路 380 号 11 楼

邮编：200070

联系人：王一澄、孙健峰

电话：021-62091273, 021-62091273-8003

传真：021-33045877

邮箱：wangyicheng@shzfcg.cn

招标文件
项目编号：FW2025122901

第一章 投标人须知及前附表

分目录

投标人须知前附表.....	7
一、总则.....	8
1 适用范围.....	8
2 招标人和招标代理机构.....	8
3 合格的投标人.....	8
4 采购政策.....	9
5 投标费用.....	9
6 异议.....	10
二、招标文件.....	10
7 招标文件的构成.....	10
8 招标文件的澄清.....	10
9 招标文件的修改.....	11
三、投标文件的编制.....	11
10 投标语言.....	11
11 投标文件的构成.....	11
12 投标函.....	11
13 投标报价.....	11
14 投标货币.....	12
15 资格证明文件.....	12
16 证明服务合格性的文件.....	13
17 投标保证金.....	13
18 投标有效期.....	14
19 投标文件的式样和签署.....	14
四、投标文件的递交.....	15
20 投标文件的密封、标记和发送.....	15
21 投标截止时间.....	15
22 迟交的投标文件.....	15
23 投标文件的修改、撤回和撤销.....	15
五、开标与评标.....	16
24 开标和解密.....	16
25 资格审查.....	16
26 评标过程的保密性.....	17
27 投标文件的澄清.....	17
28 评标办法.....	17
六、授予合同.....	17
29 合同授予标准.....	17

30	招标人接受和拒绝任一或所有投标的权利.....	17
31	中标通知书.....	17
32	签订合同.....	17
33	履约保证金（若合同条款有约定）.....	18
34	招标代理咨询服务费.....	18
	从业人员廉洁自律承诺.....	21

投标人须知前附表

注：本表是对投标人须知的具体补充和修改，两者之间如有矛盾，应以本表为准。

序号	条款号	内容
1	1	项目名称： 复旦大学 EMBA2026 上半年度腾讯广告品牌投放服务 公告发布媒体： 中国招标投标公共服务平台、复旦大学信息公开网、复旦大学采购与招标管理中心网站
2	2	招标人名称： 复旦大学
3	2	招标代理机构名称： 上海政采项目管理有限公司 地址： 上海市静安区天目中路 380 号 11 楼 邮编： 200070 联系人： 王一澄、孙健峰 电话： 021-62091273, 021-62091273-8003 传真： 021-33045877 邮箱： wangyicheng@shzfcg.cn
4	4.2	中小微型企业划分标准： 《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300 号） 所属行业： 见投标邀请书
5	8	踏勘现场： 不组织现场踏勘。 对招标文件提出澄清问题的截止时间： 招标文件获取截止时间当日 17:00 时（北京时间）
6	17.1	投标保证金： 人民币 18000 元；其有效期应至少能覆盖投标有效期（即其有效期的起始时间应不晚于投标截止时间，其有效期的届满日应不早于投标有效期的届满之日）；其收退规定见投标人须知附件
7	18.1	投标有效期： 开标后 90 天
8	19.1	电子采购平台： 复旦大学采购与招标管理系统。投标人应使用电子采购平台及其工具编制数据电文形式的投标文件，最终生成并上传加密电子投标文件
9	20.1	递交投标文件的方法： 通过电子采购平台递交数据电文形式的投标文件。开标结束之前，本项目不接受纸质形式的投标文件
10	21.1	投标截止时间： 2026 年 2 月 4 日 9:30 时（北京时间）
11	24.1	开标时间： 同投标截止时间
12	24.3	投标文件解密时限： 开标时间到达后 60 分钟
13	24.5	开标信息确认时限： 开标记录表生成后 10 分钟
14	32.1	合同签约地点： 复旦大学
15	其他	投标人不得相互串通投标，投标人不得与招标人或招标代理机构等串通投标，否则其投标文件将被判定为无效并依法各自接受有关监管部门的处罚。

投标人须知

一、总则

1 适用范围

本招标文件适用于本须知前附表第 1 项所列项目的采购。

2 招标人和招标代理机构

本次招标的招标人和招标代理机构见本须知前附表第 2 项和第 3 项。

3 合格的投标人

3.1 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同供应商，不得参加本次采购活动。

3.2 应未曾为招标人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。

3.3 投标人应满足投标邀请书中规定的合格投标人的各项资格要求。

3.4 如果本次招标允许两个或两个以上单位组成投标联合体参与投标，则整个投标联合体将被视为一个投标人，且组成投标联合体的牵头人及各成员应满足投标邀请书中所列明的相关资格要求。当由两个或两个以上单位组成投标联合体时，除须提交联合体各方各自的相关证明文件外，还应符合下列要求：

- (1) 应随投标文件一起提交一份“联合协议”，该协议中应明确指定联合体的牵头人，阐明联合体各方的职责和分工，声明联合体各方在合同执行过程中将承担各自独立和相互连带的责任；
- (2) 联合体各方的职责和分工应与各自的特长、专业工作经验和资质等级允许承担的工作范围（若有时）相适应；
- (3) 投标人的投标文件及中标后签署的合同文件，对联合体的每一成员均具有法律约束力；
- (4) 除牵头人之外的联合体其他各方的单位负责人应签署并提交一份授权书，以证明联合体牵头人的资格；
- (5) 联合体牵头人应被授权代表所有联合体成员承担责任和接受指令，并且由联合体牵头人负责整个合同的全面实施；
- (6) 联合体的各成员不得再以自己名义单独参加同一合同的投标，也不得同时加入两个或两个以上联合体参加同一合同的投标，如有违反将取消全部相关投标人的投标资格；
- (7) 由同一专业的单位组成的联合体，按照“联合协议”中分工承担该专业工作的资质等级较低的成员确定整个联合体该专业的资质等级。

3.5 如果本次招标允许合同分包履行的，则投标人应当在投标文件中载明分包承担的供应商，分包供应商均应满足投标邀请书中所列明的相关资格要求且不得再次分包。投标



人和分包供应商除须提交各方各自的相关证明文件外，还应随投标文件一起提交一份“分包意向协议”。该协议中应明确分包供应商；阐明分包供应商的职责和工作内容；声明在合同执行过程中由中标人就采购项目和分包项目向招标人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

4 采购政策

4.1 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）的规定，本项目的招标公告或招标文件中所称中小企业，是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与任一大型企业的负责人为同一人，或者与大型企业存在直接控股、管理关系的除外。对于货物采购项目，要求拟供货物由中小企业制造且不能使用大型企业的商号或商标；对于服务采购项目，要求服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。本招标文件中所称的中小微型企业的含义均与此相同。

4.2 本项目所对应的中小微型企划分标准及所属行业见本须知前附表第4项。中小微型企划分标准中所提及的“从业人员”包括与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数。

4.3 如投标人（对于货物采购项目，指产品的制造商；对于服务采购项目，指服务提供商）为符合财库〔2020〕46号和财库〔2022〕19号文要求的中小微型企，则投标人应在投标文件中提供格式符合财库〔2020〕46号附1要求的《中小企业声明函》；如投标人为残疾人福利性单位，则投标人应在投标文件中提供格式符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）要求的《残疾人福利性单位声明函》，残疾人福利性单位视同小型、微型企业；如投标人为监狱或戒毒企业，则投标人应在其投标文件中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）出具的属于监狱或戒毒企业的证明文件，监狱或戒毒企业视同小型、微型企业。投标人一旦中标将在中标公告中公告其声明函，接受社会监督；若提供声明函与事实不符的，将依照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。

4.4 本项目是否属于专门面向中小微型企采购的项目见投标邀请书。

4.4.1 如果本项目为专门面向中小微型企采购的项目。投标人必须为中小企业，且在投标文件中须按照本须知第4.3条的要求提供文件。当在招标文件获取截止时间前获取招标文件的潜在投标人数量不足3家或者通过资格审查的投标人数量不足3家时，将中止本次采购活动，并按财库〔2020〕46号文有关规定重新组织采购活动。

4.4.2 如果本项目为非专门面向中小微型企采购的项目。在评审时将按财库〔2020〕46号和财库〔2022〕19号文的规定，对由小型和微型企业承接的服务给予评标价格扣除。

5 投标费用

投标人应承担编制和递交投标文件的所有费用，不论投标的结果如何，招标人和招标代



理机构在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

6 异议

如投标人认为招标文件、招标过程或中标结果使自己的合法权益受到损害的，应在《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》所规定的异议提出期限内，以书面形式向投标邀请书中注明的招标人或招标代理机构一次性提出针对同一采购程序环节的全部异议，否则将不予受理。

二、招标文件

7 招标文件的构成

7.1 招标文件包括：

章节	名称
	投标邀请书
一	投标人须知及前附表
二	服务需求一览表
三	采购需求
四	合同条款
五	各种格式
六	资格证明文件格式
七	评标办法

7.2 投标人应认真阅读招标文件中所有的章节、条款、格式、图样、附表和附件。如果投标人没有按照招标文件的要求提交全部资料，或者投标文件没有对招标文件在各方面都作出实质性响应，属于投标人的风险。根据评标办法的规定，没有实质上响应招标文件要求的投标将被否决。

7.3 如果招标人在采购需求中给出了的工艺、材料和设备的标准或者参照的品牌及型号，则它们仅仅起说明作用，并没有任何限制性，投标人在其投标文件中可以选用替代的工艺、材料、标准、品牌和（或）型号等，但这种替代要实质上优于或相当于采购需求中的相关要求，并能使招标人满意。

8 招标文件的澄清

如有组织现场踏勘，详见本须知前附表。

任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应在本须知前附表第5项规定的截止时间前按本须知前附表第3项规定中的通讯地址以书面形式（如信函、传真或电子邮件，并应同时在电子采购平台上提交，下同）发给招标代理机构。招标代理机构对在该截止时间前收到的任何澄清要求将在原发布招标公告的媒体上发布澄清公告，同时将书面答复发送给每个从规定渠道获取招标文件的潜在投标人，答复中包括潜在投标人所问的问题及对问题的答复，但不包括问题的来源。



9 招标文件的修改

9.1 在投标截止时间之前的任何时候，无论出于何种原因，招标人和招标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。

9.2 对招标文件的修改将在原发布招标公告的媒体上发布修改公告，以书面形式通知所有从规定渠道获取招标文件的投标人，并对其具有约束力。投标人应立即以书面形式确认已收到了修改通知。

9.3 为使投标人在编制投标文件时有充足的时间对招标文件的修改部分进行研究，招标人可以自行决定，酌情延后投标截止时间。

三、投标文件的编制

10 投标语言

投标人提交的投标文件以及投标人与招标代理机构就有关投标的所有来往函电均应使用中文。投标人可以提交用其他语言的资料，但有关的段落必须翻译成中文，在有差异和矛盾时以中文为准。

11 投标文件的构成

投标人编制的投标文件应包括下列部分：

- (1) 按照本须知第 12 条要求填写的投标函；
- (2) 按照本须知第 13 条和第 14 条要求填写的投标报价表；
- (3) 按照本须知第 15 条要求出具的资格证明文件，以证明投标人是合格的，中标后有能力履行合同；
- (4) 按照本须知第 16 条要求出具的证明文件，证明投标人提供的货物及伴随服务是合格的货物及服务，且符合招标文件的规定；
- (5) 按照本须知第 17 条要求提交的投标保证金。

12 投标函

投标人应按照招标文件第五章中所附的“投标函格式”完整地填写投标函。

13 投标报价

13.1 投标人所填写的任一报价项的报价均应包括符合招标文件要求的与该报价项相关的所有费用（包括所有软硬件、服务费用、可能有的关税、增值税及其他税费等）。

13.2 投标人应按照招标文件第五章中所附的格式完整地填写投标报价表，说明所提供的服务的数量、单价和总价。每一报价项只允许有一个报价，任何有选择的报价将不予接受。

13.3 投标人的报价不应有缺漏项。如有缺漏项，在授标时将被认为已包含在其他已报明价格的项目中（即合同价格将不予增加），但在评标时将把其他有效标中的该项最高报价计入该投标人的评标价格之中。

13.4 投标人在其服务清单中如有超出招标文件服务需求一览表及采购需求要求的附加、辅助或额外的服务等，不论其是否标明分项价格，在计算评标价格时一律不予扣除。除非投标人在其“投标函”和“投标报价汇总表”中对这一部分价格作出了明确申明，且在开标时和开标记录中已扣除了这部分价格。

13.5 投标人不得将从第三方采购设备的随机备品、备件列为需要另行收费的备品、备件，否则在授予合同时将从授标对象的投标价格中扣除这部分费用，但在计算评标价格时这部分费用将不予扣除。

13.6 投标报价表中的价格应按下列方式分开填写：对所提供的服务进行报价，该报价必须包括投标人提供相关服务所包括的所有人力成本、操作成本、管理费用、增值税和其他全部税费。

13.7 投标人应按照本须知第 13.6 条的要求分类报价，其目的是便于评标委员会评标。在任何情况下，分类报价方式并不限制采购人以任何条款签订合同的权利。

13.8 投标报价表中标明的价格在合同执行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更，以可调整的价格递交的投标将视为非响应性的投标而被判为无效。

14 投标货币

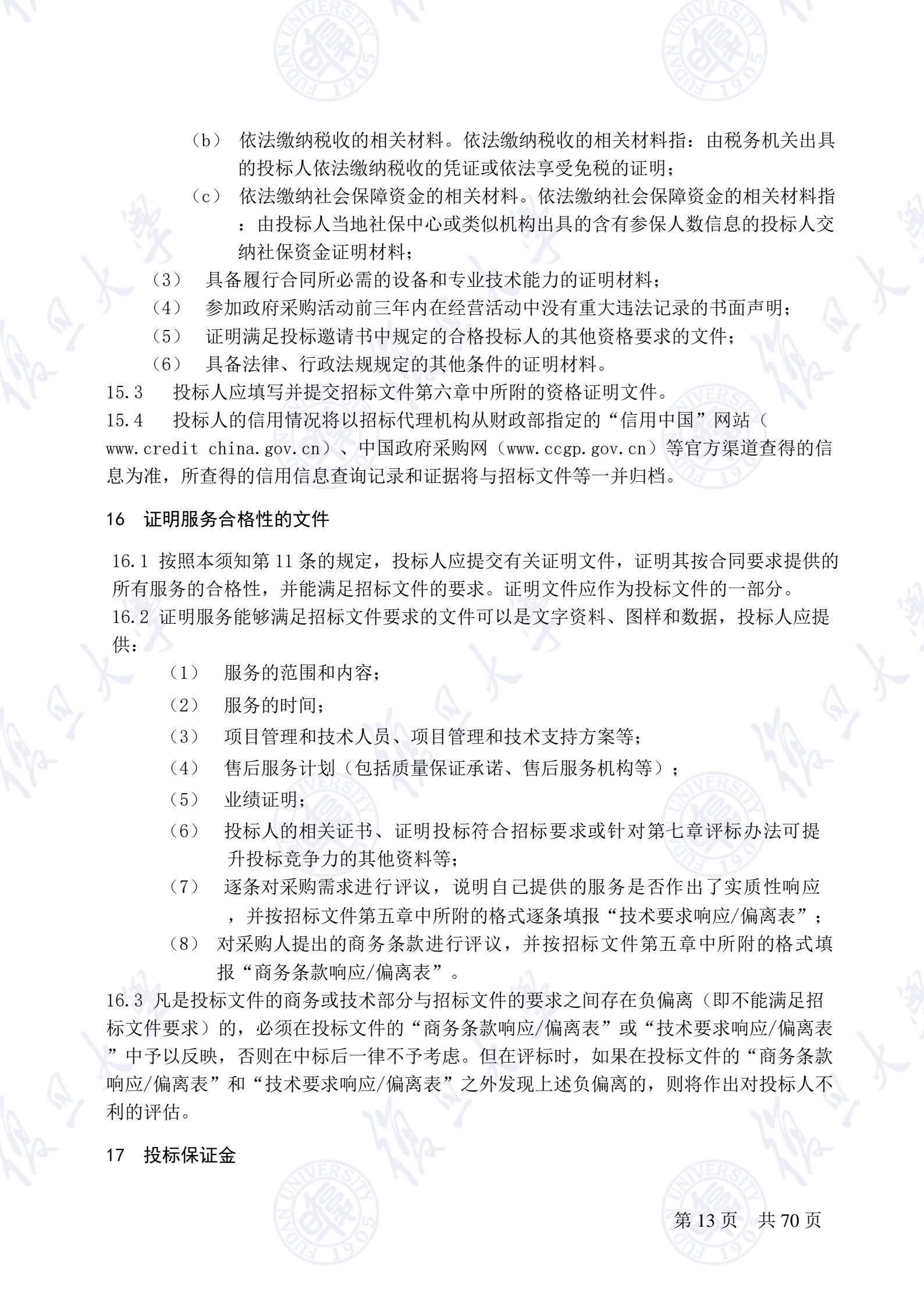
本采购项下的投标应以人民币（CNY）报价。

15 资格证明文件

15.1 按照本须知第 11 条的规定，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。对于本项目合格投标人资格条件中提及的与单位或个人相关的资质或资格证明文件，投标人可以在投标文件中直接提供相关资质或资格证明文件，也可以提供可以查询到相关资质或资格信息的有关官方网站的网址（必须保证此类查询无需任何费用，也无需事先办理注册或认证等手续）；如果投标人在其投标文件中既未提供上述资质或资格证明文件，也未提供可供查询的官方网站的网址，则将视为投标人未按规定提供资格证明文件。

15.2 投标人提交的证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件应能使招标人和招标代理机构满意，并符合下列要求：

- (1) 法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明；
- (2) 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料或声明函。为此，投标人应按照招标文件第六章中所附的格式提供书面声明或提供以下三项证明材料：
 - (a) 财务状况报告。投标人应提供经审计的财务报告或其基本开户银行出具的资信证明。部分其他组织和自然人，没有经审计的财务报告，可以提供银行出具的资信证明。投标人也可以提供《财政部关于开展政府采购信用担保试点工作方案》（财库〔2011〕124 号）中规定的财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函作为财务状况报告的证明；



- (b) 依法缴纳税收的相关材料。依法缴纳税收的相关材料指：由税务机关出具的投标人依法缴纳税收的凭证或依法享受免税的证明；
- (c) 依法缴纳社会保障资金的相关材料。依法缴纳社会保障资金的相关材料指：由投标人当地社保中心或类似机构出具的含有参保人数信息的投标人交纳社保资金证明材料；
- (3) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；
- (4) 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的书面声明；
- (5) 证明满足投标邀请书中规定的合格投标人的其他资格要求的文件；
- (6) 具备法律、行政法规规定的其他条件的证明材料。

15.3 投标人应填写并提交招标文件第六章中所附的资格证明文件。

15.4 投标人的信用情况将以招标代理机构从财政部指定的“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等官方渠道查得的信息为准，所查得的信用信息查询记录和证据将与招标文件等一并归档。

16 证明服务合格性的文件

16.1 按照本须知第 11 条的规定，投标人应提交有关证明文件，证明其按合同要求提供的所有服务的合格性，并能满足招标文件的要求。证明文件应作为投标文件的一部分。

16.2 证明服务能够满足招标文件要求的文件可以是文字资料、图样和数据，投标人应提供：

- (1) 服务的范围和内容；
- (2) 服务的时间；
- (3) 项目管理和技术人员、项目管理和技术支持方案等；
- (4) 售后服务计划（包括质量保证承诺、售后服务机构等）；
- (5) 业绩证明；
- (6) 投标人的相关证书、证明投标符合招标要求或针对第七章评标办法可提升投标竞争力的其他资料等；
- (7) 逐条对采购需求进行评议，说明自己提供的服务是否作出了实质性响应，并按招标文件第五章中所附的格式逐条填报“技术要求响应/偏离表”；
- (8) 对采购人提出的商务条款进行评议，并按招标文件第五章中所附的格式填报“商务条款响应/偏离表”。

16.3 凡是投标文件的商务或技术部分与招标文件的要求之间存在负偏离（即不能满足招标文件要求）的，必须在投标文件的“商务条款响应/偏离表”或“技术要求响应/偏离表”中予以反映，否则在中标后一律不予考虑。但在评标时，如果在投标文件的“商务条款响应/偏离表”和“技术要求响应/偏离表”之外发现上述负偏离的，则将作出对投标人不利的评估。

17 投标保证金

17.1 投标人应提交一笔本须知前附表第 6 项规定的投标保证金，并作为其投标文件的一部分。

投标保证金是为了保护招标人和招标代理机构免遭因投标人的行为而蒙受的损失。招标人和招标代理机构在因投标人的行为而蒙受损失时，可根据本须知第 17.5 条的规定不退还其投标保证金。

17.2 对没有随附投标保证金的投标，在评标时将视为非响应性的投标而予以否决。

17.3 未中标的投标保证金，将在招标人向中标人发出中标通知书后的 5 日内内退还。

17.4 中标的投标保证金，将在中标人按本须知第 32 条规定与招标人签订合同并按本须知第 33 条规定交纳履约保证金（若合同条款有约定）后的 5 日内内退还。

17.5 当发生下列任一情况时，投标保证金将不予退还：

(1) 投标人在其投标函中承诺的投标有效期内撤销投标；

(2) 中标人在规定期限内未能

(a) 根据本须知第 32 条规定与招标人签订合同；

(b) 根据本须知第 33 条规定提交履约保证金（若合同条款有约定）；

(c) 根据本须知第 34 条规定向招标代理机构支付招标代理咨询服务费。

18 投标有效期

18.1 投标人的投标应从本须知第 24 条规定的开标之日起，在本须知前附表第 7 项所规定的投标有效期内保持有效。投标有效期比规定短的投标将被视为非响应性的投标而被判为无效。

18.2 在特殊情况下，在原投标有效期届满之前，招标人可征得投标人的同意延长投标有效期。这种要求与答复均应采用书面形式。投标人可以拒绝招标人的这种要求，其投标保证金不会因此而不被退还。同意延长投标有效期的投标人既不能被要求也不允许修改其投标文件，但要相应延长其投标保证金的有效期。

19 投标文件的式样和签署

19.1 投标人应按照本须知第 11 条的要求，使用本须知前附表第 8 项规定的电子采购平台编制数据电文形式的投标文件。

19.2 凡招标文件的投标格式中要求投标人代表签名和加盖公章之处，投标文件对应文件均应由投标人的单位负责人或经正式授权并对投标人有约束力的代表签字和加盖投标人的单位公章（公章是指符合《国务院关于国家行政机关和企业事业单位印章的规定》（国发〔1999〕25 号）的单位正式印章。投标人是自然人时，无须加盖公章。如果要求加盖公章之处投标人加盖的是投标专用章等其他印章，则必须同时提供加盖了公章的声明函，声明所加盖的投标专用章等其他印章与其单位公章具有同等效力，否则不予认可。下同）。由授权代表签字时，须在投标文件中加附“法定代表人授权书”，其格式应符合招标文件第六章的规定（若投标人为非法人组织，应参照法定代表人授权书的格式，由营业执照上的单位负责人签署授权书）。

19.3 投标人应按电子采购平台的要求将投标文件转换成规定的格式。

19.4 当要求投标人在递交数据电文形式投标文件的基础上在电子采购平台指定页面（或

投标工具)的价格填报栏中直接填报价格并用于开标时,上述填报价格视同投标文件一部分,投标人应保证相关内容间的一致性。如果在资格审查、评标时发现投标人填报价格与文件正文《投标报价汇总表》相关内容存在不一致,除开标时发现错误并明确提出异议外,应以填报价格为准;如开标时发现错误并明确提出异议声明修正为投标文件正文《投标报价汇总表》中金额,则以《投标报价汇总表》为准。对于法律法规及评标办法规定的投标报价错误修正原则无法涵盖的错误情形,评标委员会和招标人都将按不利于该投标人的原则进行处理。

四、投标文件的递交

20 投标文件的密封、标记和发送

20.1 本次招标要求投标人按本须知前附表第 9 项所规定的方式递交投标文件。

20.2 投标人应在投标截止时间之前按电子采购平台的操作规程对其投标文件进行加密后上传至电子采购平台。

20.3 由于投标人的原因造成其投标文件未加密的,招标人和招标代理机构对投标信息的意外泄露不承担责任。

20.4 对未按规定获取招标文件的潜在投标人递交的投标文件,未通过资格预审的申请人递交的投标文件,逾期送达,未按规定加密或未按规定上传的投标文件,招标代理机构将不予受理。

21 投标截止时间

21.1 招标代理机构收到投标文件的时间不得迟于本须知前附表第 10 项规定的截止日期和时间。投标截止时间之后,电子采购平台将不再接受投标人上传投标文件。

21.2 招标人和招标代理机构可以按本须知第 9 条的规定,通过修改招标文件自行决定酌情延后投标截止时间。在此情况下,招标人和招标代理机构与投标人之间受投标截止时间制约的所有权利和义务均应延后至新的截止时间。

22 迟交的投标文件

按照本须知第 20.4 条和第 21 条的规定,招标代理机构将拒收并原封退回在其规定的投标截止时间之后收到的任何投标文件。

23 投标文件的修改、撤回和撤销

23.1 投标人在上传投标文件后,可以通过电子采购平台修改其投标文件,但必须在规定的投标截止时间之前撤回并重新上传修改后的投标文件。开标时将以投标截止时间之前最后一次上传的投标文件为准。

23.2 投标人在上传投标文件后,可以通过电子采购平台撤回其投标文件,但必须在规定的投标截止时间之前进行撤回操作。

23.3 在投标截止时间之后,投标人不得对其投标文件做任何修改。

23.4 根据本须知第 17.5 条的规定,在投标截止时间至投标人承诺的投标有效期届满这段



时间内，投标人不得撤销其投标，否则其投标保证金将不予退还。

五、开标与评标

24 开标和解密

- 24.1 招标代理机构将在本须知前附表第 11 项规定的时间组织公开开标。
- 24.2 开标程序在电子采购平台进行，所有投标人应准时登录电子采购平台在线参加开标。
- 24.3 开标时间到达后，投标人应在本须知前附表第 12 项所规定的时间内按电子采购平台的操作步骤对其投标文件进行解密。解密倒计时结束后，不论开标成功与否，投标人上传的数据电文形式投标文件未解密的视为放弃投标，如已解密但因投标人原因无法正常打开的视为投标无效，相关责任均由投标人自行承担。
- 24.4 投标文件解密后，电子采购平台将根据投标文件的内容生成开标记录表。只有在开标时汇总生成的报价变更声明才能在评标时予以考虑。
- 24.5 开标记录表生成后，投标人应及时检查开标记录表的数据是否与其投标文件一致，并在本须知前附表第 13 项所规定的时间内按电子采购平台的操作步骤对开标结果和过程进行确认和电子签名。因投标人自身原因未能在规定时间内作出确认并签名的视为其认可开标结果和过程。

25 资格审查

25.1 开标结束后，招标人委托招标代理机构依法对投标人的资格等进行审查，审查的内容包括：

- (1) 投标人的资格是否符合本项目投标邀请书中列明的对合格投标人的资格要求（投标人应按要求提供相关证明材料）；
- (2) 对于专门面向中小微型企业采购或预留部分预算专门面向中小微型企业采购的项目，投标人是否按规定对专门面向中小微型企业采购的部分提交中小企业声明函；
- (3) 对接受联合体投标项目，以联合体形式投标的投标人是否未按规定提交联合协议，或者提交的联合协议未明确牵头人、各成员间的分工和一旦中标将向招标人承担连带责任，或者投标单位以单独或联合成员形式在不同投标人中出现两次以上的；
- (4) 对接受分包的项目，拟进行合同分包的投标人是否未按规定提交分包意向协议，或者提交的分包意向协议未明确各主体的工作范围和责任，或者分包供应商以单独或分包承接主体的形式在不同投标人中出现两次以上的；
- (5) 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同供应商，不得参加本次采购活动；
- (6) 应未曾为招标人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务；
- (7) 是否有关法律、法规或规章和招标文件明确规定其他将导致投标文件在资格



审查时被判定投标无效的情况。

25.2 如果投标人未通过上述资格审查，其投标将被直接判为无效，不再进入后续评标程序。

25.3 如通过资格审查的投标人数量不足 3 家，本项目将直接发布评标结果公告（或废标公告），不再启动后续评标程序。

26 评标过程的保密性

26.1 公开开标后，直至向中标方授予合同为止，凡与对投标文件的审查、澄清、评价和比较有关的资料以及授标意见等，均不得向投标人及与评标无关的其他人透露。

26.2 在评标过程中，如果投标人试图在投标文件的审查、澄清、评价、比较及授予合同方面向招标人、招标代理机构和（或）评标委员会的评委施加任何影响，其投标将被判为无效。

27 投标文件的澄清

为有助于对投标文件的审查、评价和比较，评标委员会或经评标委员会授权的招标代理机构可要求投标人对其投标文件进行澄清，有关澄清的要求和答复应以书面形式提交，但不得寻求、提供或允许对投标价格或投标文件中的其他实质性内容做任何更改。

28 评标办法

本次招标将按招标文件第七章评标办法所规定的评标方法和标准进行评标。

六、授予合同

29 合同授予标准

除本须知第 30 条规定外，招标人应将合同授予被确定为实质上响应招标文件要求的，能够满意履行合同义务的中标人。

30 招标人接受和拒绝任一或所有投标的权利

当因重大变故采购任务取消时，招标人保留在授标之前的任何时候接受或拒绝任一投标、宣布招标程序无效或拒绝所有投标的权利，对受影响的投标人不承担任何责任。

31 中标通知书

31.1 在投标有效期届满之前，招标代理机构将以书面通知的形式通知中标人。

31.2 中标通知书将成为合同的组成部分之一。

32 签订合同

32.1 中标人应当在招标代理机构发出中标通知书之日起三十（30）天内，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与招标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事

项和中标人投标文件作实质性修改。合同签订地点为本须知前附表第 14 项注明的地点。

32.1 除不可抗力外，中标人拒绝与招标人签订合同的，招标人或招标代理机构将不向其退还投标保证金；招标人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新招标。中标人未在法律规定期限内与招标人签订合同（除招标人原因之外），或者拒绝按照招标文件和中标人投标文件的规定签订合同均视为拒绝与招标人签订合同。

32.3 当中标人被确认为中小微型企业时，所签订的中标合同中约定的支付条款将按《保障中小企业款项支付条例》（国务院第 728 号令）的规定作出相应调整。

32.4 依据财库〔2020〕46 号文的规定享受扶持政策获得采购合同的，小型和微型企业不得将合同分包给大型或中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

32.5 除招标文件规定的投标保证金和履约保证金（若合同条款有约定）外，本项目不收取其他保证金。若合同条款中提及收取其他保证金的，则相应内容应理解为可变更的非实质性条款，且合同实际签订时将不予考虑。

33 履约保证金（若合同条款有约定）

33.1 合同条款中约定履约保证金退还的方式、时间、条件和不予退还的情形，明确逾期退还履约保证金的违约责任。

33.2 投标人可以采用网上支付、电汇、支票、汇票、本票、保函等形式提交履约保证金。向招标人提交履约保证金银行保函的，其格式应为招标人可以接受的格式。

33.3 如果中标人没有按照上述第 32.1 或 33.1 条的规定执行，招标人和招标代理机构将有充分理由取消原先发出中标通知书，并不退还其投标保证金。在此情况下，招标人可将本标授予评标委员会推荐的下一个中标候选人，或重新招标。

34 招标代理咨询服务费

本次招标的招标代理咨询服务费由中标人支付，支付标准以中标通知书中列明的中标金额为准，按《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980 号、发改办价格〔2003〕857 号）所规定的服务类招标收费标准乘以 **62.68 %** 计算；支付时间为收到中标通知书后十四（14）天内。如果中标人未按上述规定向招标代理机构支付招标代理咨询服务费，招标代理机构有权不退还其投标保证金。



附件 1:

投标保证金提交和退还操作须知

34.1接收投标保证金的银行账户信息

- (1) 开户银行：招商银行股份有限公司上海南方商城支行
- (2) 户名：上海政采项目管理有限公司
- (3) 账号：121924394410101

34.2提交投标保证金的地点和时间

- (1) 地点：中国上海静安区天目中路 380 号 11 楼
- (2) 时间：每个法定工作日的正常工作时间（北京时间 9:00 时～11:30 时和 13:00 时～16:30 时）

34.3投标保证金的提交

34.3.1 投标保证金以网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票、支票、保函等非现金形式提交的。

34.3.2 投标人不得以现金方式提交投标保证金。

34.3.3 投标人应当按照下列方式办理投标保证金的提交手续：

(1) 当采用网上支付、贷记凭证或电汇方式提交投标保证金时，应在招标文件规定的响应截止时间之前，将相应款项直接付至接收投标保证金的银行账户（以实际到账时间为为准，宜适当提前办理）；在汇款附言中请务必注明：“投标保证金：项目编号”（示例：“投标保证金：FW2025122901”）。

(2) 当采用银行本票或银行汇票方式提交投标保证金时，应在招标文件规定的响应截止时间之前，委派代表携带银行本票或银行汇票，到提交投标保证金的地点办理投标保证金提交手续；在办理过程中，投标人代表须向采购代理机构的经办人明确申明项目编号等信息。

(3) 当采用支票方式提交投标保证金时，应在招标文件规定的响应截止时间的 3 个工作日前，委派代表携带支票，到提交投标保证金的地点办理投标保证金提交手续；在办理过程中，投标人代表须向采购代理机构的经办人明确申明项目编号等信息；投标人应保证提交的支票不是空头支票和不被银行退票，否则，在评审时将被视为未按规定提交投标保证金处理。

(4) 当投标人选投一个采购项目的多个包件或标段且合并提交投标保证金时，必须在投标文件中用表格或其他方式清晰注明每个包件或标段的投标保证金金额。如投标人未在投标文件中注明其所响应各包件或标段的投标保证金金额，且合计的保证金金额又不足时，评审小组将按其所投全部包件或标段的投标保证金均不符合要求来处理。

34.3.4 招标代理机构的项目负责人将“投标保证金收据”（原则上采用电子收据，如投标人有特殊需求，请与招标代理机构的项目负责人联系，下同）发给已经提交投标保证金的各投标人，投标人应将“投标保证金收据”的复印件装订在投标文件中。如果投标人在封装投标文件时尚未收到“投标保证金收据”，也可直接将投标保证金支付单据的打印件或复印件

封装在投标文件中。

34.3.5 当采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票或支票方式提交投标保证金，且投标人收取了纸质版的“投标保证金收据”时，投标人应妥善保存该收据的原件，在办理投标保证金退还手续时，该收据的原件将作为退还凭证。

34.4 投标保证金的退还

34.4.1 在具备向中标人发出中标通知书的条件之后，招标人和（或）招标代理机构将向中标人发出“中标通知书”，除发生招标文件规定的招标人和（或）招标代理机构有权不退还投标保证金的情况之外，在中标人与招标人签订合同且招标代理机构收到中标人提供的合同扫描件之日起的 5 日内，其提交的投标保证金将自动按原路退还，请注意查收退款邮件（邮箱为中标人在招标代理机构处登记的项目联系人邮箱）和退款。如果在规定时间内未收到退款，请及时与项目负责人联系。

34.4.2 在具备向中标人发出中标通知书的条件之后，招标人和招标代理机构将向未中标人发出未中标通知书，除发生招标文件规定的招标人和（或）招标代理机构有权不退还投标保证金的情况之外，在收到通知书之日起的 5 日内，未中标人提交的投标保证金将自动按原路退还，请注意查收退款邮件（邮箱为未中标人在我司登记的项目联系人邮箱）和退款。如果在规定时间内未收到退款，请及时与项目负责人联系。

34.4.3 对采用网上支付、贷记凭证、电汇、银行本票、银行汇票或支票方式提交的投标保证金，在退还的同时还将按中国人民银行公布的人民币活期存款利率向投标人支付投标保证金的利息。

34.4.4 对采用银行保函形式提交的投标保证金，将只根据投标人的要求退还保函正本，不支付投标保证金的利息。

34.5 其他对于因不可抗力等原因导致投标保证金未及时到账等情况，招标人和招标代理机构不承担任何责任。

附件 2:

从业人员廉洁自律承诺

为了加强公司的廉政建设，规范从业人员的代理行为，充分体现公开、公平、公正和诚实信用的原则，确保公司代理的各类项目均能依法、合规地进行操作，防止出现违法、违纪行为，特制定本廉洁自律承诺。

本廉洁自律承诺将在公司代理的每个招标或采购项目的招标文件或采购文件中予以公布，以接受招投标或采购活动有关当事人（包括监管部门、采购人、评审专家、投标人、供应商等，下同）的监督。

公司所有从业人员在招标及采购代理工作中须自觉遵守下列规定：

- (1) 不索取或接受采购人、投标人、供应商或其他利害关系人馈赠的现金、礼品、礼物、有价证券及其它财物等，无法拒绝的一律上缴。
- (2) 不要求投标人、供应商或其他利害关系人报销应由个人或公司支付的各类费用。
- (3) 不接受投标人、供应商或其他利害关系人安排的宴请、旅游、娱乐或其他有悖于法律规定和职业道德的各种活动。
- (4) 除采购人之外，在投标截止时间(包括提交谈判投标文件及报价文件的截止时间)之前不对外泄露潜在投标人或供应商的名称及数量；除依法公示评审结果或发出有关通知之外，不对外泄露评审情况，保守有关当事人的商业秘密。
- (5) 不与采购人或投标人或供应商串通，搞虚假招标，或者协助投标人、供应商作假、作弊、串标、陪标或围标等。
- (6) 除支付合理评审费之外，不向评审专家提供其他财物或好处以影响或干扰其独立、客观和公正地履行评审职责。
- (7) 严格遵守有关法律、法规和规章，自觉接受有关当事人及社会的监督。
- (8) 积极配合有关监管部门采取的对各类违法、违规行为的调查和处理。如公司人员有违反上述规定行为，有关当事人均可向公司反映，或直接向有关监管部门或纪检、监察部门举报。

公司监督电话：021-62091253

传真：021-33045877

上海政采项目管理有限公司

招标文件
项目编号：FW2025122901

第二章 服务需求一览表

服务需求一览表

序号	服务名称	数量	服务的范围、内容及主要技术要求	采购预算金额 (人民币)	最高限价/分项 最高限价 (人民币)
1	复旦大学 EMBA2026 上半 年年度腾讯广告 品牌投放服务	1 项	投标人需对招标人的腾讯推广账户预存 推广费，使用腾讯的微信朋友圈、公众 号、浏览器等非视频类广告产品进行投 放，并策划、制作和执行包括图文、卡 片等形式在内的投放方案，提供全过程 的数据监测与效果分析服务，收集满足 招标人要求的有效线索直至预存推广费 消耗完毕。	98 万	98 万

注：投标人的投标报价不得超过对应的最高限价（含可能有的分项最高限价）。若投标人的任意一项投标报价超过对应的最高限价或分项最高限价，则其投标将被判为无效。

招标文件

项目编号：FW2025122901

第三章 采购需求

一、总则

1. 本采购需求所提出的要求是对本次招标欲采购货物及伴随服务的基本技术要求，并未涉及所有技术细节，也未充分引述有关标准、规范的全部条款。投标人应保证其提供的服务除了满足本采购需求的要求外，还应符合中国国家、地方等有关标准、规范（尤其是必须符合中国国家标准的有关强制性规定）。除本采购需求有例外说明外，当上述标准、规范的有关规定之间存在差异时，应以要求高的为准；当上述标准、规范的有关规定与本采购需求的规定之间存在差异时，应以本采购需求为准（但当中国国家标准的有关强制性规定严于本采购需求的规定时，投标人应在获取招标文件后，尽快向招标人提出，以取得招标人的确认，如果投标人没有提出，则在中标后招标人仍有权在合同价格不变的前提下要求中标人按中国国家标准的有关强制性规定执行）。如投标人所投产品或服务有优于或超出本采购需求，或者优于或超出中国国家、地方等有关标准、规范之处，可以在投标文件的《技术规格响应/偏离表》中列明，并提供相关证明材料，以便评标委员会在评标时能够作出对其有利的评估。
2. 除有特殊说明之外，本采购需求中所有指定的具体技术参数或参数范围，均应理解为是招标人可接受的最低要求。也即，当对应技术参数或参数范围是越小越好时，则指定的具体技术参数或参数范围应理解为是上限值或最大允许范围；当对应技术参数或参数范围是越大越好时，则指定的具体技术参数或参数范围应理解为是下限值或最小允许范围。
3. 投标人针对招标文件中所规定的各项要求的响应不得弄虚作假。投标人中标之后，如果其实际提供的产品或服务的技术指标或状态达不到其在投标文件中承诺的参数值或水平时，招标人将向有关监管部门报告其弄虚作假行为，有关监管部门将按《中华人民共和国招标投标法》第五十四条的规定对其进行处罚；同时该投标人还应就其每一项达不到承诺值或承诺水平的技术指标或要求向招标人支付违约赔偿，且招标人保留终止合同的权利。
4. 本采购需求中所有加注“★”号的要求均为主要要求，投标人在投标文件中应对这些要求作出实质性响应，提供相应的承诺函。如果投标人的投标未对任意一项主要要求作出实质性响应，未按要求提供相应的承诺函，其投标将被判为无效。



二、采购需求

1 项目概况

本项目拟在腾讯广告平台开展 2026 上半年在非视频类信息流媒体投放，旨在充分利用腾讯大数据能力与专业运营商资源，精准触达符合复旦大学 EMBA 招生标准的潜在考生群体。投标人需对招标人的腾讯推广账户（推广账户为招标人在腾讯平台开设的用于推广的专用账户）预存推广费，使用腾讯的微信朋友圈、公众号、浏览器等非视频类广告产品进行投放，并策划、制作和执行包括图文、卡片等形式在内的投放方案，在满足项目 EMBA 招生需求与提升品牌形象的前提下，提供全过程的数据监测与效果分析服务，收集满足招标人要求的有效线索直至预存推广费消耗完毕。

2 服务内容及要求

2.1 通过腾讯广告工作台，为复旦大学 EMBA 提供各品牌广告账户（非短视频类）的管理、运营与优化服务。

2.2 投标人方案应满足点击率（CTR）指标 $\geq 1\%$ ，投标人须在投标文件中明确针对本项目所能完成的单次点击成本（CPC）、千次展示成本（CPM）及点击率（CTR）三项指标的具体数值。

★2.3 通过持续的账户优化，精准覆盖符合复旦大学 EMBA 项目的潜在客群，合法获取符合招标人要求的 ≥ 1500 条有效表单线索，有效表单线索必须包含如下真实信息：姓名、电话、公司、职务、收入、学历和其他可能招标人需要的新增信息。（提供承诺函，格式详见“第五章 各种格式”承诺函 1）

★2.4 投标人须一次性在招标人的腾讯推广账户预存推广费，账面金额不少于 89 万元。（提供承诺函，格式详见“第五章 各种格式”承诺函 2）

★2.5 若因投标人自身原因给招标人造成损失的，投标人应在两个工作日内提出解决方案，并承担包括但不限于赔偿损失、承担违约责任及弥补招标人相关损失的全部责任。（提供承诺函，格式详见“第五章 各种格式”承诺函 3）

2.6 投标人遵照招标人需求，在合作期限内，根据招标人提供的素材要求及时响应。具体服务响应时间要求如下：

2.6.1 自接到招标人通知之日起 3 个工作日内，投标人完成推广账户预存工作，并与招

标人进行沟通确认每轮投放线索预期目标。

2.6.2 完成账户充值 5 个工作日内，投标人须按照招标人需求，准备各项上线素材并提供设计备案，包括但不限于入口标题、入口图片、落地页文案/设计/制作等。

2.6.3 完成各项上线素材并提供设计备案后 1 个工作日内，投标人须按招标人需求完成人群定向工作。

2.6.4 完成人群定向工作后 3 个工作日内，投标人完成素材上线及启动推广工作，包括但不限于：账户搭建工作、素材上传、素材审核、素材正式上线等。工作过程中，投标人须及时向招标人反馈推广工作的进度及相关信息。

2.6.5 自素材正式上线起，投标人须每日完成数据收集与数据整理工作，并制作 Leads 日报（每日统计报表）和数据日报提供给招标人，包括但不限于总曝光次数、点击次数、点击率、线索成本等。

2.6.6 投标人每周须完成数据标注与分析工作，并根据每周数据向招标人反馈客户线索在数量与质量等维度的分析结论。

2.6.7 根据每日数据分析结果，招标人将提出新的要求，投标人须根据招标人要求，在 1 个工作日内响应，并提供优化策略，同时制定符合优化策略的素材与投放计划、添加数据管理平台（DMP）人群包，经招标人确认后，再次启动新一轮素材投放，完成投放审核与上线推广工作。

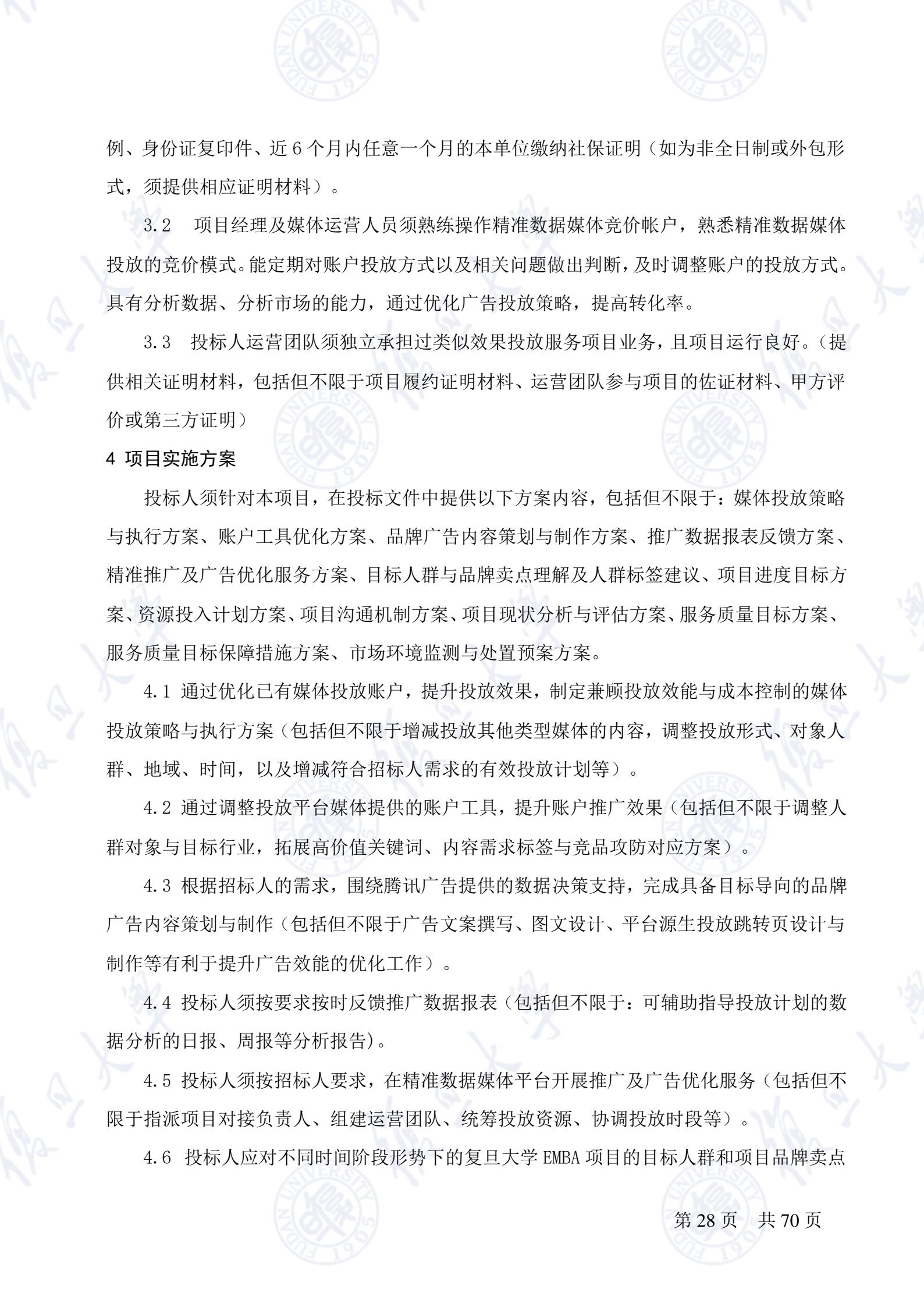
2.6.8 合同履行期间，投标人须根据招标人要求、招生周期及预算金额等，实时向招标人提供线上最新数据动态，同步优化并执行平台投放策略，并及时反馈计划效果。

2.6.9 投标人须每月须向招标人提交各项目投放分析汇总报告。

2.7 投标人须清晰了解竞品情况，提供有效解决应对方案，并根据竞品投放情况，完善投放方案。

3 服务团队要求

3.1 应配置一个 ≥ 5 人的固定的服务团队，其中至少包括：项目指定对接负责人一名、媒体运营人员一名、投诉及建议人员一名及其他服务人员两名。项目经理应具备推广代理服务工作经验 ≥ 10 年，其他团队成员具备线上推广工作经验 ≥ 6 年。需提供人员简历（简历应至少包含：人员姓名、出生年月、工作年限、工作经历介绍）、过往服务相似项目的工作案



例、身份证复印件、近6个月内任意一个月的本单位缴纳社保证明（如为非全日制或外包形式，须提供相应证明材料）。

3.2 项目经理及媒体运营人员须熟练操作精准数据媒体竞价账户，熟悉精准数据媒体投放的竞价模式。能定期对账户投放方式以及相关问题做出判断，及时调整账户的投放方式。具有分析数据、分析市场的能力，通过优化广告投放策略，提高转化率。

3.3 投标人运营团队须独立承担过类似效果投放服务项目业务，且项目运行良好。（提供相关证明材料，包括但不限于项目履约证明材料、运营团队参与项目的佐证材料、甲方评价或第三方证明）

4 项目实施方案

投标人须针对本项目，在投标文件中提供以下方案内容，包括但不限于：媒体投放策略与执行方案、账户工具优化方案、品牌广告内容策划与制作方案、推广数据报表反馈方案、精准推广及广告优化服务方案、目标人群与品牌卖点理解及人群标签建议、项目进度目标方案、资源投入计划方案、项目沟通机制方案、项目现状分析与评估方案、服务质量目标方案、服务质量目标保障措施方案、市场环境监测与处置预案方案。

4.1 通过优化已有媒体投放账户，提升投放效果，制定兼顾投放效能与成本控制的媒体投放策略与执行方案（包括但不限于增减投放其他类型媒体的内容，调整投放形式、对象人群、地域、时间，以及增减符合招标人需求的有效投放计划等）。

4.2 通过调整投放平台媒体提供的账户工具，提升账户推广效果（包括但不限于调整人群对象与目标行业，拓展高价值关键词、内容需求标签与竞品攻防对应方案）。

4.3 根据招标人的需求，围绕腾讯广告提供的数据决策支持，完成具备目标导向的品牌广告内容策划与制作（包括但不限于广告文案撰写、图文设计、平台源生投放跳转页设计与制作等有利于提升广告效能的优化工作）。

4.4 投标人须按要求按时反馈推广数据报表（包括但不限于：可辅助指导投放计划的数据分析的日报、周报等分析报告）。

4.5 投标人须按招标人要求，在精准数据媒体平台开展推广及广告优化服务（包括但不限于指派项目对接负责人、组建运营团队、统筹投放资源、协调投放时段等）。

4.6 投标人应对不同时间阶段形势下的复旦大学EMBA项目的目标人群和项目品牌卖点

具备充分且深刻的理解，并针对投放方案的人群标签提出专业性建议。

4.7 投标人须提供完成项目的进度目标内容方案(包括但不限于：项目全周期阶段划分，每阶段需明确核心目标、关键输出物)。

4.8 投标人须提供完成进度计划中每一项或每一步工作任务的人力等资源的合理投入计划方案(包括但不限于：需按岗位/角色拆分人力资源(如策略团队、创意团队、技术支持团队)，明确各阶段投入人数、工时及技能要求)。

4.9 投标人须提供项目进度中拟采用的沟通机制方案；需定义多方沟通会议制度(如周例会、双周汇报会)，明确参会方及决策权限。

4.10 投标人针对本项目现状须提供现状分析与评估方案(包括但不限于对现状分析应当全面深入，评估科学合理，结合项目特点提出了创新性建议)。

4.11 投标人须根据服务内容拟定服务质量目标方案(包括但不限于：服务质量目标设定应当清晰、科学、合理且具有可行性，结合项目特点，提出了可量化的关键绩效指标(KPI)及实现路径)。

4.12 投标人须保证实现服务质量目标的具体措施及内容方案(包括但不限于投标人应实现服务质量目标的措施，并充分结合项目特点，提出了具体的实施方案及风险应对策略)。

4.13 投标人须提供市场环境变化的监测机制与处置预案管理方案。需列明监测指标，并说明数据来源(包括但不限于腾讯广告官方报告、第三方监测工具)。

5 考核及验收要求

5.1 招标人将在广告品牌投放过程中对中标人进行不定期考核，在投放计划金额执行全部完成后进行最终验收。

5.2 考核内容：投标人在投标文件中明确的单次点击成本(CPC)，千次展示成本(CPM)，点击率(CTR)。若未达到投标人投标文件中的指标要求，投标人应于考核结果出具后两个工作日内，提交相应的优化调整方案，经招标人审核批准后，据此落实相应调整措施。

5.3 招标人将在当合同履行结束后进行最终验收，最终验收指标：投标人在投标文件中承诺完成的点击率(CTR)和有效线索表单两项指标。如中标人未完全达到上述指标时，中标人应将合同总金额的20%作为违约金赔偿给招标人。

6 付款方式

招标人分二次向中标人支付合同金额：合同签订后支付合同总金额的 60%；合同执行完成并最终验收合格后，支付合同总金额的 40%。

7 报价说明

本项目采用总价报价方式，包含且不限于预存推广账户账面金额所需成本、服务费、人工费用、管理费用、税费等所有与本项目相关的费用。

招标文件

项目编号：FW2025122901

第四章 合同条款

(如果本项目为专门面向中小微型企业采购的项目，则本合同视为中小企业预留合同)



复旦大学 2026 上半年年度腾讯广告品牌投放项目服务合同

甲方：

联系人：

地址：

乙方：

联系人：

地址：

为了更好地宣传推广“复旦大学-EMBA 项目”，经双方友好协商，乙方向甲方提供“复旦大学 2026 上半年年度腾讯广告品牌投放”服务，具体内容如下：

1. 精准数据媒体信息流推广管理优化服务

1.1 管理媒体提供的广告工具后台，包括账户搭建、设置人群定位、广告推广区域、广告推广时间段和每天最高消费。

1.2 物料制作，主题与文案策划，品牌图片制作，落地页制作。

2. 服务期限：____年____月____日-____年____月____日。

3. 合同金额及费用支付

3.1 本合同总金额为￥_____（大写人民币_____元整），详见附件“复旦大学 EMBA 年度腾讯广告平台品牌投放费用表”。

3.2 甲方分二次向乙方支付合同金额，合同签订后支付合同总金额的 60%；合同执行完成并最终验收合格后，支付合同总金额的 40%。

3.3 甲方须在收到乙方提供正规的服务费发票后，于 15 个工作日内支付上述服务费金额。

乙方指定银行账户信息：

户名：

开户行：

账号：

4. 甲方义务

4.1 甲方所填写资料的内容必须准确、真实、有效，乙方发现甲方资料不真实，应以书面形式通知甲方，若甲方资料仍存在不真实的情况，则乙方有权随时停止服务终止合同。

4.2 合同签订后，关于精准数据媒体信息流的关键字，在该合同服务期限内，甲方可根据实际情况和市场反应进行修改，乙方应予以执行。

4.3 合同签订后，关于“腾讯广告”信息流以外的投放决策，在该合同服务期限内，甲方可根据实际情况和市场反应进行修改，乙方应予以执行。

5. 乙方义务

5.1 一次性预存推广费，账面金额为¥_____万元（大写人民币____元整）

5.2 提供月报。

5.3 定期会议：根据实际运作情况，召开会议。

5.4 乙方必须对甲方网站信息保密承担责任。

5.5 乙方承诺完成中标方案中提交的单次点击成本(CPC)为¥__-¥__（目标区间）、千次展示成本(CPM)为¥__-¥__（目标区间）和点击率(CTR)不低于____%（目标值）三项指标。

5.6 乙方承诺提供不低于_____（指标数量）条符合甲方要求的表单线索。（包含如下真实信息：姓名、电话、公司、职务、收入、学历，与其他可能招标人需要的新增信息）

6. 发布要求及验收标准：

6.1 甲方向乙方提供的物料不得违反《广告法》及相关规定，不违反其它各项法律、法规、公共道德准则，及侵犯其他第三人的合法权益。

6.2 在发布操作中造成的损失，双方可按公平合理原则承担赔偿责任。但对于因不可抗力引起的失约或延误，双方均不承担赔偿责任。

6.3 如遇自然灾害事故或有关行政主管部门法规政策的因素造成未能如期完成投递额度，经双方同意后方可顺延投递。

6.4 若朋友圈广告投放过程中遭遇某个时间段流量受限情况，导致留资线索成本过高，甲方有权暂停预算，并可选择将部分预算重新分配至腾讯系、百度系、阿里系、字节系等相关媒体投放平台进行合理投放。

6.5 合同履行结束后，若乙方未达成约定的点击率(CTR)指标及符合甲方要求的有效表单线索数量，应按合同总金额的20%向甲方支付违约金。

7. 商业秘密

7.1 本合同条款以及合同所涉及的所有内容均为商业秘密，双方对此具有保密义务，在未事先取得另一方书面同意的情况下，不得向其他人或机构透露。双方同意，任一方如违反本合同约定之义务，给另一方造成经济损失的，应当向另一方承担全部违约责任，支付违约金或赔偿其所遭受的全部损失。

7.2 商业秘密披露

任何一方在下列情形下披露商业秘密的不视为违反本合同：

a) 该信息乃根据另一方事先书面同意而披露。

b) 一方在对其具有管辖权的法律要求下而披露，但披露一方事先应以书面形式将通知对方。

8. 不可抗力

8.1 如果出现不可抗力，双方在本合同中的义务在不可抗力的影响范围及其持续时间内将终止履行。但声称遭受不可抗力的一方，应在不可抗力发生后十五（15）日内书面通知对方，并随附经有关部门确认的不可抗力书面证明，且应尽可能减少不可抗力所产生之影响。

8.2 因不可抗力导致合同中止履行的，任何一方均不会因此而承担违约责任。但不可抗力消除后，双方仍应继续按本合同履行，或经双方协商一致后进行合同的变更。

9. 争议解决与适用法律

9.1 如双方就本合同内容或其执行发生任何争议，双方应进行友好协商；协商不成时，任何一方均可向甲方所在地区人民法院提起诉讼。

9.2 本合同的订立、执行和解释及争议的解决均应适用中国法律。

10. 其他：

10.1 本合同壹式肆份，自签约日起生效，甲、乙双方各执贰份。

10.2 本合同未尽事宜由双方另行协商解决。

（签署页）

甲方：

（盖章）

乙方：

（盖章）

授权代表(签字) :

日期: 年 月 日

授权代表(签字) :

日期: 年 月 日

附录：

附件 1：复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放费用表

	<u>总目标</u>	月目标（2026 年）			
		3 月	4 月	5 月	6 月
投放日期	-				
投放天数					
日预算					
总预算					

附件：中标通知书

中 标 通 知 书 (格式)

_____:

复旦大学_____采购招标项目（项目编号： ），经评审确定贵司为中标单位，中标金额：人民币_____元（CNY_____）。

请你单位在中标通知书发出之日起三十日内与采购单位签订合同。

采购单位：复旦大学
招标代理：上海政采项目管理有限公司
日 期：____年____月____日

注：本项目已在财政部备案 是() 否()

招标文件

项目编号：FW2025122901

第五章 各种格式

分目录

投标函	40
投标报价汇总表	42
分项报价表	43
服务说明一览表	44
技术要求响应/偏离表	45
商务条款响应/偏离表	46
投标保证金银行保函	47
服务提供者的声明	48
其它	50
中小企业声明函（服务）	50
承诺函 1	52
承诺函 2	53
承诺函 3	54

投标函

致: _____ (招标人和招标代理机构名称)

根据贵方_____项目招标采购的_____服务的投标邀请书
(项目编号为: _____), 现正式授权的下列签字人_____ (姓名和职务) 代表
投标人_____ (投标人的名称), 递交下述投标文件:

- (1) 投标报价表;
- (2) 服务说明一览表;
- (3) 商务条款响应/偏离表;
- (4) 技术要求响应/偏离表;
- (5) 资格证明文件;
- (6) 由_____银行开具的金额为_____的投标保证金;
- (7) “投标人须知”第 15 条和第 16 条要求投标人提交的全部文件。

据此函, 签字人兹宣布同意如下:

- (a) 按招标文件的规定提供服务的投标报价为人民币:

包件号	大写 (元)	小写 (元)

- (b) 我方将按招标文件的规定, 承担完成合同规定的责任和义务。
- (c) 我方已详细审核了全部招标文件, 包括招标文件的修改通知(如果有的话)、我方知道必须放弃对上述文件中所有条款提出存有含糊不清或不理解之问题的权利。
- (d) 我方同意在“投标人须知”第 24 条所述的开标日期起遵循本投标文件的承诺, 并在“投标人须知”第 18 条规定的投标有效期届满之前对我方均具有约束力, 而且有可能中标。
- (e) 我方承诺满足招标文件“投标人须知”第 3.1 条和 3.2 条中对合格投标人的要求。
- (f) 如果在开标后承诺的投标有效期内撤销投标, 我方的投标保证金可不予退还。
- (g) 如果贵方有要求, 我方愿意进一步提供与本投标有关的任何证据或资料。
- (h) 我方完全理解贵方不一定要接受最低报价的投标或收到的任何投标。

与本投标有关的正式通讯地址为:

地址:

邮政编码:

电话号码:

电子信箱:

投标人授权代表签字:

投标人公章：

日期： 年 月 日

投标报价汇总表

项目名称	供应商	服务期限	报价（元/总价）	其他关键信息	备注

注：

- 投标人须在本表的“其他关键信息”区内填入所有开标所需的信息。
- 投标人若有报价变更（包括折扣或涨价），应尽量反映在对应分项报价表的具体报价分项中。如果投标人必须在本表所算得的投标总价基础上另附报价变更声明（包括折扣或涨价），则应同时声明具体的变更方式（如按百分比方式或按固定金额方式进行变更）和变更环节，否则在评标以及中标后的合同签署和执行过程中将一律按所有相关报价分项均作同比例变更的方式来加以考虑（但在招标文件中明确的暂定金额、暂估价及暂列金额除外）。

投标人授权代表签字：_____ 投标人公章：_____

分项报价表

项目编号: _____

服务	序号	名称	服务范围和标准	单位	数量	单价	合价
报价币种		CNY	报价单位	元	本表总价		

注:

- 投标人所填写的任一报价项的报价均应包括符合招标文件要求的与该报价项相关的所有费用（包括所有软硬件、服务费用、可能有的关税、增值税及其他税费等）。
- 投标人应严格按照本表规定格式填报所有分项报价（包括每个报价项的型号和规格、原产地和制造商、单位、数量以及要求填报的全部价格），如无法对某一报价项单独报价，须在其右侧对应报价栏中填入“已包含”。
- 对于能够填报单位、数量的单价子目，应填报单位、数量、单价和合价栏；对于无法填报单位、数量的总价子目，应直接填报合价栏。本表总价应为所有合价栏的价格之和。

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

服务说明一览表

项目编号: _____

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

技术要求响应/偏离表

项目编号: _____

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

注：投标人应对照招标文件技术要求，逐条说明所提供的服务已对招标文件的技术要求做出了实质性的响应，并申明与技术要求条文的偏差和例外。特别对有具体指标的服务要求，投标人必须提供所提供的服务能够达到的具体指标。

商务条款响应/偏离表

项目编号: _____

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

注：若投标人对招标文件商务条款无偏离，则可在本表中注明“所有条款无偏离”。

投标保证金银行保函

(若投标保证金采用电汇、支票等其他形式提供，则无需填写本格式)

致：_____ (招标代理机构名称)

本保函作为_____ (投标人名称) (以下简称投标人) 对_____ (买方名称) 第_____号投标邀请书，关于提供_____ (服务名称) 的投标保证金。

_____ (银行名称) 无条件地、不可撤销地保证并约束本行及其后继者，一旦收到贵方提出的下列任何一种情况的书面通知后不管投标人如何反对，立即不可追索地向贵方支付总额为_____元的人民币：

- (1) 投标人在开标后至投标有效期届满前撤销其投标；或
- (2) 投标人在收到中标通知书后三十(30)天内，未与采购人签订合同；或
- (3) 投标人在收到中标通知书后三十(30)天内，未向采购人提交可接受的履约保证金（若合同条款有约定）。
- (4) 投标人在收到中标通知书后十四(14)天内，未向贵方支付招标代理咨询服务费。

除贵方提前终止或解除本保函外，本保函从开标之日起至投标有效期届满之日始终有效，且在贵方和投标人同意延长并通知本行的期限内继续有效。

银行授权代表（打印）：

银行授权代表（签字）：

银行名称：

银行盖章：

日期： 年 月 日

银行地址：

服务提供者的声明

1 名称及其他情况

- (1) 服务提供者名称:
- (2) 地址:
- (3) 成立和(或)注册日期:
- (4) 企业性质:
- (5) 上年末资产负债表
 - (a) 固定资产:
 - (b) 流动资产:
 - (c) 长期负债:
 - (d) 短期负债:
 - (e) 资产净值:

2 服务提供者提供此类服务的历史(年数)

3 近三年该服务提供给境内、外主要客户的名称地址

名称和地址	销售项目
-------	------

4 近三年的年营业额

年份	总额
----	----

5 有关开户银行的名称和地址

银行名称	地址
------	----

6 其他情况

兹证明上述声明是真实、正确的，并提供了全部能提供的资料和数据，我方同意遵照贵方要求出示有关证明文件。

日期:

授权代表签字:

授权代表的职务:

电话号码:

电子信箱:

服务提供者公章:



其它

(如：中小企业声明函、投标人认为有需要提供的其他文件等)

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。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. 复旦大学 EMBA2026 上半年度腾讯广告品牌投放服务，属于租赁和商务服务业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员（包括与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数）____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）；

2. （标的名称），属于（招标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（包括与企业建立劳动关系的职工人数和企业接受的劳务派遣用工人数）____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。

注：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。

企业名称（盖章）：

日期：

评审内容索引表

评审因素 序号	评审因素	投标文件中 涉及对应评审因素的页码	简要说明 (不超过 20 字)
1	价格 (示例)	第 XX 页 (示例)	报价 XXXX 元, 中型企业 (示例)
2	业绩 (示例)	第 XX~XX 页 (示例)	业绩 X 个, 附证明 (示例)
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

投标人授权代表签字: _____ 投标人公章: _____

注: 该表应制作在投标文件的扉页中。

承诺函 1

致: _____ (采购人名称)

我们 _____ (投标人名称) 就 复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放服务 项目作为供应商递交投标文件。对于招标文件中下述加注 “★” 号的条款, 我方承诺响应以下要求:

通过持续的账户优化, 精准覆盖符合复旦大学 EMBA 项目的潜在客群, 合法获取符合招标人要求的 ≥ 1500 条有效表单线索, 有效表单线索必须包含如下真实信息:姓名、电话、公司、职务、收入、学历, 与其他可能招标人需要的新增信息。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

承诺函 2

致: _____ (采购人名称)

我们_____ (投标人名称) 就 复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放服务 项目作为供应商递交投标文件。对于招标文件中下述加注“★”号的条款, 我方承诺响应以下要求:

一次性在招标人的腾讯推广账户预存推广费, 账面金额不少于 89 万元。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

承诺函 3

致: _____ (采购人名称)

我们 _____ (投标人名称) 就 复旦大学 EMBA2026 上半年年度腾讯广告品牌投放服务 项目作为供应商递交投标文件。对于招标文件中下述加注 “★” 号的条款, 我方承诺响应以下要求:

若因我方自身原因给招标人造成损失的, 我方将在两个工作日内提出解决方案, 并承担包括但不限于赔偿损失、承担违约责任及弥补招标人相关损失的全部责任。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

招标文件
项目编号：FW2025122901

第六章 资格证明文件格式

分目录

营业执照.....	57
保证金递交凭证.....	57
法定代表人授权书.....	57
财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的声明函.....	58
信用查询记录的相关材料.....	58
具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明.....	59
无重大违法记录声明函.....	59
承诺函.....	60
法人出具的承诺函.....	61
其它	62

营业执照

(复印件加盖投标人公章)

保证金递交凭证

(提供递交凭证复印件加盖投标人公章, 如: 汇款凭证、银行汇票等)

法定代表人授权书

(若投标人为非法人企业, 应参照此格式, 由营业执照上的单位负责人签署此授权书)

本授权书声明: 注册于_____的_____ (单位) 的在下面签字的_____ (法定代表人姓名、职务) 代表本公司授权_____ (单位) 的在下面签字的_____ (被授权人的姓名、职务) 为本公司的合法代理人, 就_____项目作为投标人授权代表递交投标文件、澄清答复、谈判、签约、执行、完成和保修, 并以本公司名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于_____年_____月_____日签字生效, 有效期为____天。

特此声明。

附: 被授权人身份证复印件。

法定代表人签字或盖章:

被授权人(投标人授权代表)签字:

投标人公章:

财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的声明函

致：

(招标人名称)

我方_____（投标人名称）符合招标文件的规定条件，具体包括：

1. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
2. 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

特此声明。

我方对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人名称：_____

投标人公章：_____

日期： 年 月 日

（投标人应提供书面声明或提供招标文件“投标人须知”第 15.2(2)条规定的三项证明材料）

信用查询记录的相关材料

（复印件加盖投标人公章）

近三年未被国家财政部指定的“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等官方渠道列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信名单的网页截图：



具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明

致: _____ (招标人名称)

我们_____ (投标人名称)是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司, 主要营业地点设在_____ (投标人地址)。我司具备履行本项目合同所必需的设备和专业技术能力。

特此证明。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

日期: 年 月 日

无重大违法记录声明函

致: _____ (招标人名称)

我们_____ (投标人名称)是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司, 主要营业地点设在_____ (投标人地址)。我司在参加本次采购活动前三年内, 我方没有因违法经营而受到下列处罚:

- (1) 刑事处罚;
- (2) 被责令停产停业、吊销许可证或执照;
- (3) 被处以较大数额罚款等行政处罚(注: 较大数额罚款为 200 万元以上的罚款)。

特此声明。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

日期: 年 月 日

承诺函

致: _____ (招标人名称)

我们_____ (投标人名称)是按中华人民共和国法律正式成立的一家公司,
就_____ (项目名称) 项目作为投标人承诺我司不存在以下情况:

- (1) 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同供应商, 不得参加本次采购活动。
- (2) 应未曾为招标人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务。特此承诺。

投标人名称: _____

投标人公章: _____

日期: 年 月 日

法人出具的承诺函

(若由法人依法设立的分支机构以自己的名义直接参与投标或竞争时，须在投标或响应文件中提供本承诺函，否则将判定该分支机构的资格不符合本项目合格投标人的资格要求)

敬启者：

(填入分支机构的名称) 是由我公司设立的分支机构，该分支机构已按国家有关法律、行政法规规定进行了登记。在本承诺函载明的有效期内，该分支机构参与的所有投标、竞争性谈判、竞争性磋商、询价、比选或类似竞争性活动所产生的民事责任均直接由我公司承担。

本承诺函的有效期为：____年__月__日至____年__月__日。

法人名称（加盖公章）：_____

法人的法定代表人或单位负责人签名：_____

____年__月__日

其它

(如：满足投标邀请书中规定的合格投标人的其他资格要求的证明文件等)

招标文件

项目编号：FW2025122901

第七章 评标办法

第七章 评标办法

1 基本要求

1.1 整个评标工作应符合下列总要求：

- (1) 严格遵循客观、公正、审慎的原则；
- (2) 任何单位和个人不得非法干预或者影响评标过程和结果；
- (3) 保证评标活动在严格保密的情况下进行；
- (4) 评标活动及其当事人应接受依法实施的监督。

1.2 评标委员会成员及其他参与评标工作的有关人员都必须严格保守有关秘密。应当予以保密的信息包括但不限于：

- (1) 评标委员会的人员组成；
- (2) 对投标文件的初步评审及详细评审情况；
- (3) 对各投标人的澄清问题及投标人的答复；
- (4) 评委发表的评审意见；
- (5) 中标候选人的推荐情况。

1.3 参与本项目评标工作的其他人员应按诚实、信用和勤勉的原则完成评标委员会交办的事务性工作，并主动接受评标委员会的监督。

2 评标细则

2.1 评标步骤

本次招标的评标工作将按下列步骤进行：

- (1) 资格审查；
- (2) 初步评审；
- (3) 详细评审；
- (4) 排序并推荐中标候选人。

2.2 本项目的详细评审采用综合评分法，其中价格评审采用低价优先法。

3 资格审查

3.1 开标结束后，招标人委托招标代理机构依法对投标人的资格等进行审查，审查的内容包括：

- (1) 投标人的资格是否符合本项目投标邀请书中列明的对合格投标人的资格要求（投标人应按要求提供相关证明材料）；
- (2) 对于专门面向中小微型企业采购或预留部分预算专门面向中小微型企业采购的项目，投标人是否按规定对专门面向中小微型企业采购的部分提交中小企业声明函；
- (3) 对接受联合体投标项目，以联合体形式投标的投标人是否未按规定提交联合协议，或者提交的联合协议未明确牵头人、各成员间的分工和一旦中标将向招标



人承担连带责任，或者投标单位以单独或联合成员形式在不同投标人中出现两次以上的；

- (4) 对接受分包的项目，拟进行合同分包的投标人是否未按规定提交分包意向协议，或者提交的分包意向协议未明确各主体的工作范围和责任，或者分包供应商以单独或分包承接主体的形式在不同投标人中出现两次以上的；
- (5) 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同供应商，不得参加本次采购活动；
- (6) 应未曾为招标人在本采购合同项下拟采购的对象提供设计、编制采购需求或者提供项目管理、监理、检测等服务；
- (7) 是否有关法律、法规或规章和招标文件明确规定的其他将导致投标文件在资格审查时被判定投标无效的情况。

3.2 如果投标人未通过上述资格审查，其投标将被直接判为无效，不再进入后续评标程序。

3.3 如通过资格审查的投标人数量不足 3 家，本项目将直接发布评标结果公告（或废标公告），不再启动后续评标程序。

4 初步评审

4.1 评标委员会首先对各投标文件的投标报价进行核价，在核价过程中如果发现投标报价存在计算错误，则将按下列原则进行纠正：

- (1) 当单价与数量的乘积与合价不符时，将以单价与数量的乘积为准修改合价（除单价金额存在明显的小数点错误外）；
- (2) 当分项合价之和与总价不符时，将以分项合价之和为准修改总价。

4.2 评标委员会将按上述纠正错误的方法调整投标文件中的投标报价，调整后的价格对投标人具有约束力。如果投标人不接受调整后的价格，则其投标将判为无效。

4.3 评标委员会将依据法律法规和招标文件的规定确认资格审查情况并对通过资格审查的投标文件进行符合性审查，投标文件中有下列情况之一的，将被判定为无效：

- (1) 投标文件的签署和盖章情况是否符合本须知第 19.2 条的规定（包括当投标文件由授权代表签字时，是否提交了格式符合招标文件第六章要求的“法定代表人授权书”）；
- (2) 投标人是否按本须知第 17.1 条的要求提交了投标保证金（包括投标保证金的金额、形式和有效期等）；
- (3) 投标人承诺的投标有效期是否符合本须知第 18.1 条的规定；
- (4) 投标报价是否超过了本项目招标文件中可能列明的最高限价（含可能有的分项最高限价），或者在未规定最高限价的情况下是否超过了本项目招标文件中列明的采购预算（含可能有的分项预算）；
- (5) 是否提供了两份以上内容不同的投标文件或对任一报价项提出了可选择的报价（除招标文件允许投备选方案外）；
- (6) 投标人有疑似串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为的，包括但不限于：
 - (a) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；



- (b) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜;
 - (c) 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人;
 - (d) 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异;
 - (e) 不同投标人的投标文件相互混装;
 - (f) 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;
 - (g) 不同投标人的联系人姓名、电话、邮箱、公司地址等基本信息雷同;
 - (h) 不同投标人的投标文件由同一电子设备编制、加密或者上传;
 - (i) 不同投标人的投标文件的网卡（MAC）地址或硬盘序列号等信息相同;
 - (j) 不同投标人的投标文件的编制、加密、提交等信息雷同，经评标委员会认定的;
 - (k) 有法律、法规或规章明确规定的其他串通响应、弄虚作假、行贿等违法行为。
- (7) 对于列入节能产品政府采购品目清单的政府强制采购产品，未提供由国家市场监督管理总局公布的政府采购节能产品认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书；
- (8) 投标文件对招标文件采购需求中任意一项加注“★”号的技术要求未作出具体、明确的响应性说明，或者未按要求提供技术支持资料，或者提供的技术支持资料不能证明其投标服务能够满足相关要求的；
- (9) 有关法律、法规或规章和招标文件明确规定将导致投标文件被判定投标无效的情况。

4.4 当评标委员会认为某一可能通过符合性审查的投标人的报价明显低于其他通过符合性审查的投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，将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；若该投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会将判定其投标无效。

4.5 符合性审查不合格的投标人将被判定为无效投标人，不再进入后续的详细评审。

4.6 根据招标投标法律法规的有关规定，出现下列情形之一的，评标委员会将否决所有投标：

- (1) 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足三家且经评标委员会确认项目不再具有竞争性；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为；
- (3) 因重大变故，采购任务取消。

5 详细评审

5.1 评标委员会将按照本评标办法规定，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术响应情况的详细评审。

5.2 针对表 1 所列的各项评审因素的评审内容，由评标委员会成员对进入详细评审的各投标人进行独立评审，并给出相应的评分。

表 1 各评审因素、满分分值、评审内容和评分标准一览表



序号	评审因素	满分分值	主要评审内容和评分标准
1	价格分	30	进入详细评审阶段最低的评审价为基准价，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： 报价得分=（基准价 / 评审价）×30（小数点后四舍五入保留 2 位）
2	业绩	10	投标人合同签订时间在近三年（“近三年”指合同签订时间在 2023 年 1 月至今或服务时间的开始时间在 2023 年 1 月至今）的与本项目采购内容类似项目（效果投放服务）的业绩情况（业绩需提供合同扫描件作为证明文件，且证明材料中需体现出业绩内容、签字页、服务时间或合同的签署时间，如有缺漏或未提供则不得分。）有 1 项业绩得 2 分，最多得本评审因素满分为止。
3	类似效果投放服务业，且项目运行良好的证明	5	投标人运营团队须独立承担过类似效果投放服务业务，且项目运行良好。（提供相关证明材料，包括但不限于项目履约证明材料、运营团队参与项目的佐证材料、甲方评价或第三方证明），每提供一个类似效果投放服务的有效证明材料得 1 分，同一项目的多项材料不重复计分，最多得本评审因素满分为止。
4	点击率(CTR)指标	6	根据供应商针对本项目拟定的点击率(CTR)进行评审：点击率(CTR)≥1% 的得 6 分；点击率(CTR)≥0.5%，且小于 1% 的得 3 分；点击率(CTR) < 0.5% 的得 0 分。
5	媒体投放策略与执行方案	3	根据供应商针对本项目拟定的媒体投放策略与执行方案（含已有账户优化）进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖增减投放其他类型媒体内容、调整投放形式、对象人群、地域、时间、增减符合招标人需求的有效投放计划等核心要求，表述清晰且完整，能充分保障投放效能与成本控制平衡及投放效果提升的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本涵盖核心优化方向，个别内容表述模糊，可基本保障投放工作推进的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
6	账户工具优化方案	3	根据供应商拟定的投放平台账户工具优化方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖调整人群对象与目标行业、拓展高价值关键词、优化内容需求标签、制定竞品攻防对应方案等核心要求，表述清晰且完整，能充分保障账户推广效果提升的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本涵盖核心优化方向，个别内容表述模糊，可基本保障账户优化工作推进的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
7	品牌广告内容策划与制作方案	3	根据供应商拟定的品牌广告内容策划与制作方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，围绕腾讯广告数据决策支持制定，完整涵盖广告文案撰写、图文设计、平台源生投放跳转页设计与制作等核心要求，表述清晰且完整，能充分保障广告效能提升的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本涵盖核心创作方向，个别内容表述模糊，可基本保障广告策划制作工作推进的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
8	推广数据报表反馈方案	3	根据供应商拟定的推广数据报表反馈方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖日报、周报等可辅助指导投放计划的数据分析报告的反馈要求，明确反馈频次与标准，表述清晰且完整，能充分保障数据反馈的及时性与有效性的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本明确数据报表反馈核心要求，个别内容表述模糊，可基本保障数据反馈工作推进



序号	评审因素	满分分值	主要评审内容和评分标准
			的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
9	精准推广及广告优化服务方案	3	根据供应商拟定的精准数据媒体平台推广及广告优化服务方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖指派项目对接负责人、组建运营团队、统筹投放资源、协调投放时段等核心要求，表述清晰且完整，能充分保障精准推广及优化服务有序推进的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本涵盖核心服务要求，个别内容表述模糊，可基本保障服务工作推进的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
10	目标人群与品牌卖点理解及人群标签建议	3	根据供应商提交的对复旦大学 EMBA 项目目标人群、品牌卖点的理解分析及人群标签专业性建议进行综合评审。内容科学、合理，符合项目特点，对目标人群和品牌卖点的理解充分且深刻，提出的人群标签建议专业、有针对性，表述清晰且完整的，得 3 分；内容具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，对目标人群和品牌卖点有基本理解，提出的人群标签建议具有一定合理性，个别内容表述模糊的，得 1.5 分；内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关内容的，得 0 分。
11	项目进度目标方案	3	根据供应商拟定的项目进度目标方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖项目全周期阶段划分，各阶段核心目标、关键输出物明确，表述清晰且完整，能充分保障项目有序推进的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本完成项目全周期阶段划分，各阶段核心目标、关键输出物基本明确，个别内容表述模糊的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
12	资源投入计划方案	3	根据供应商拟定的项目资源投入计划方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，按岗位/角色拆分人力资源（如策略团队、创意团队、技术支持团队），各阶段投入人数、工时及技能要求计划明确，表述清晰且完整，能充分保障人力等资源合理投入的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本按岗位/角色拆分人力资源，各阶段投入人数、工时及技能要求基本明确，个别内容表述模糊，基本保障人力等资源投入的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
13	项目沟通机制方案	3	根据供应商拟定的项目沟通机制方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整涵盖周例会、双周汇报会等多方沟通会议制度，明确参会方及决策权限，表述清晰且完整，能充分保障项目沟通顺畅、决策高效的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本建立核心沟通会议制度，参会方及决策权限基本明确，个别内容表述模糊，可基本保障项目沟通推进的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
14	项目现状分析与评估方案	3	根据供应商拟定的项目现状分析与评估方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，对现状分析全面深入，评估科学合理，结合项目特点提出创新性建议，表述清晰且完整的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，对现状分析较为全面，评估基本合理，提出的建议具有一定可行性，个别内容表述模糊的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。

序号	评审因素	满分分值	主要评审内容和评分标准
15	服务质量目标方案	3	根据供应商拟定的服务质量目标方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，设定的服务质量目标清晰、科学、合理且具有可行性，结合项目特点提出可量化的关键绩效指标（KPI）及实现路径，表述清晰且完整的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，设定的服务质量目标基本合理可行，提出部分可量化 KPI 及实现路径，个别内容表述模糊的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
16	服务质量目标保障措施方案	3	根据供应商拟定的服务质量目标保障措施方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，提出的保障措施具体详实，充分结合项目特点制定具体实施方案及风险应对策略，表述清晰且完整的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，提出的保障措施具有一定可行性，制定基本实施方案及部分风险应对策略，个别内容不够完善的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
17	市场环境监测与处置预案方案	3	根据供应商拟定的市场环境变化监测机制与处置预案管理方案进行综合评审。方案内容科学、合理，符合复旦大学 EMBA 项目特点，完整列明监测指标，明确说明数据来源（如腾讯广告官方报告、第三方监测工具等），处置预案具体可行，表述清晰且完整的，得 3 分；方案具有一定的科学性、合理性，与项目特点基本匹配，基本列明核心监测指标，大致说明数据来源，处置预案具有一定可行性，个别内容表述模糊的，得 1.5 分；方案内容科学性、合理性、匹配度欠佳，或未提供相关方案的，得 0 分。
18	项目服务团队人员配置	5	根据投标人拟派项目服务团队人员配置进行打分： 应配置一个≥5 人的固定的服务团队，其中需要至少包括项目指定对接负责人一名、媒体运营人员一名、投诉建议人员一名及其他服务人员两名的得 5 分。拟派项目服务团队人员配置不足 5 人的不得分； 需提供人员简历（简历应至少包含：人员姓名、出生年月、工作年限、工作经历介绍）、过往服务相似项目的工作案例、身份证复印件、近 6 个月内任意一个月的本单位缴纳社保证明（如为非全日制或外包形式，须提供相应证明材料）。
19	项目服务团队从业经验	5	根据投标人拟派项目服务团队人员从业经验进行打分：项目经理具备推广代理服务工作经验 10 年及以上且项目团队成员均具备线上推广经验 6 年及以上得 5 分；项目经理具备推广代理服务工作经验不满 10 年的或项目团队成员具备线上推广经验不满 6 年的不得分；以上人员均需提供个人简历、近 6 个月内任意一个月缴纳社保的证明（若为劳务派遣、非全日制用工等用工形式应提供相应证明材料）、合作案例等相关证明材料，其中简历应至少包含：人员姓名、出生年月、性别、工作年限、工作经历介绍等，合作案例的证明文件内需有明确的项目负责人或项目团队成员的人员信息

5.3 评标价格是指对可能存在的算术计算错误、折扣或涨价声明、暂列金额以及报价缺漏项均已进行了纠正、考虑、扣除和增加，以及考虑了因执行政府采购政策而应当给予的价格优惠之后的价格。

5.4 本项目为非专门面向中小微型企业采购的项目。在评审时将按财库〔2020〕46 号和财库〔2022〕19 号文的规定，对由小型和微型企业承接的服务给予 10% 的价格扣除。如投标服务提供商为符合财库〔2020〕46 号文要求的小型或微型企业，则投标人须在投标文件中提供格式符合财库〔2020〕46 号附 1 要求的《中小企业声明函（服务）》。如投标人为残疾人

福利性单位，则投标人须在投标文件中提供格式符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）格式要求的《残疾人福利性单位声明函》，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，执行上述支持中小微型企业的相同政策；如投标人为监狱或戒毒企业，则投标人须在其投标文件中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）出具的属于监狱或戒毒企业的证明文件，监狱或戒毒企业视同小型、微型企业，执行上述支持中小微型企业的相同政策。但当任一投标人同时满足促进小型和微型企业、促进残疾人就业和支持监狱和戒毒企业这三项政策中任意两项以上时，将不能重复享受两次以上价格扣除。投标人一旦中标将在中标公告中公告其声明函，接受社会监督；若提供声明函与事实不符的，将依照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。

5.5 除有特别说明外，采购需求中有编号或标志的任一最低层条款均算作一项。

5.6 进入详细评审的各有效投标人的最终得分为评标委员会全体成员对其各项评审因素的合计评分的算术平均值。

6 推荐中标候选人

评标委员会应根据进入详细评审的各有效投标人的最终得分从高到低进行排序，向招标人推荐前三名投标人作为本次招标的中标候选人。当因两家或两家以上投标人的综合得分刚好相等而影响中标候选人的按序推荐时，将按依次按下列步骤决定相互间的排序：

- (1) 相关投标人的价格得分高者排序在前；
- (2) 由评标委员会按有利于采购资金使用效益的原则投票决定。

7 定标

如公示期间无异议，公示期结束后招标人将确定排名第一的中标候选人为本次招标的中标人。如排名第一的中标候选人放弃中标，因不可抗力提出不能履行合同，不按招标文件要求提交履约保证金（若合同条款有约定），或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形而不符合中标条件的，招标人有权按序确定后续排名的中标候选人为本次招标的中标人，或组织重新采购。