**国欣地产项目**

**[新媒体运营及网络推广委托服务]**

**招**

**标**

**文**

**件**

**招标项目：**国欣地产三个项目年度新媒体运营及网络推

广委托服务

**招标单位：**长沙国欣房地产开发有限公司

**日 期：**2022年6月

**目 录**

**[第一章 投标须知 2](#_Toc367972739)**

**[第二章 招标项目简介 2](#_Toc367972740)**

**[第三章 招标文件综合说明](#_Toc367972741) 4**

**[第四章 投标文件的编制 6](#_Toc367972742)**

**[第五章 开标、中标资格及定标的相关规定](#_Toc367972744) 8**

**[第六章 投标文件标准格式 14](#_Toc367972745)**

**[第七章 合同范本 2](#_Toc367972746)1**

第一章 投标须知

一、**公司名称：** 长沙国欣房地产开发有限公司

**公司地点：** 长沙市雨花区鑫雅路200号

**二、招标形式：**邀请招标，由招标单位组织内部相关部门自行开标。投标单位必须派授权代表出席开标会。

**三、回标截止日期：**2022 年6月21日10:00整。投标文件未按时送达的视为该投标单位自动弃标。投标单位回标可直接送达或邮寄给投标文件接收人。如投标文件以邮寄方式，回标截止日期以投标文件接收人所在地收到的邮戳日期为准。

**四、投标文件接收人：** 高璐 ， 联系电话： 18711069184 ；地址： 长沙市雨花区鑫雅路200号长沙国欣房地产开发有限公司 ；邮编： 410000 。

**五、开标时间： 2022 年6月21日10:00整（暂定）**

**六、评标办法：**综合评分法（技术标占40%、商务标占30%、公司实力占30%）；评审现场根据竞选单位递交竞选文件签到的顺序进行PPT方案现场演示，各竞选人的PPT方案演示时间不超过30分钟，进评审现场的演示人员不超过3人，评委提问时间不超过10分钟。

**七、答疑：**投标单位对招标文件如有疑点要求澄清，应在回标截止时间前 3 天以书面形式向招标单位提出。招标单位招标答疑联系人： 高璐 ， 联系电话：18711069184。

**八、**投标单位应认真阅读招标文件所附合同书，若有异议应一并在招标答疑时或投标书中以书面的形式提出，否则视为已接受招标文件所附合同书条款。投标单位中标后，须按招标答疑阶段双方协商修改过的招标文件所附合同书条款签订合同；否则，招标单位有权取消该投标单位的中标资格。

**九、**为杜绝商业贿赂现象，共同营造公平、公正的竞争环境，投标单位在提交投标文件的同时必须提交签署完毕的《公平竞争承诺书》（见第六章附件五）。

第二章 招标项目简介

1. **招标项目介绍**
2. **国欣地产**

国欣地产由长沙市国有资产经营集团有限公司全额出资成立，是国资集团旗下房地产开发公司。自2019年成立以来,始终秉承“崇德、守正、务实、创新”的精神,成功开发“国欣·向荣府及国欣·向荣广场”项目,并于2021年12月摘得新地块国欣·云境府,致力将国欣地产打造为长沙国企地产品牌开发公司。

1. **国欣·向荣府**

国欣·向荣府项目位于长沙市雨花区鑫雅路200号。总建筑面积约50万㎡，容积率3.95，总户数约2148户，机动车停车位约2700个。项目建设16栋住宅、2栋公寓、幼儿园及部分商业，分为三期进行开发。项目绿化率40%，匠造双中心景观园林，并引入人车分流等国际先进设计理念，以超宽楼间距打造城芯理想改善住区。国欣地产始终坚守品质与责任并存的国企担当，用对城市不断深耕与精耕的初心，为城市打造高品质项目。

出让年限：商业40年、住宅70年。

2022年营销总纲： 全年以“打造项目口碑、提升客户满意度”为核心，凸显“地段”、“教育”、“服务”等核心价值，全年社群运营及加推节点，实现全年6次推售（住宅3次+商业2次+车位1次）。

2022年项目全年营销目标：15亿元

1. **国欣·向荣广场**

国欣向荣广场项目位于天鹅大道与秀东路交汇处东南角，总占地面积7.6万方，容积率3.0，总建筑面积22.8万方，其中住宅12.6万方，公寓7.2万方，商业3万方。项目共规划10栋高层住宅、1栋平层+loft公寓、1栋酒店式公寓、2栋商业大平层，1栋自持mall和近1万方街区商业；项目配建有幼儿园、3万方购物中心，周南中学、周南秀峰学校仅一路之隔，全方位满足业主的娱乐购物、居家休闲、子女教育等需求，拟打造以学习成长理念贯穿全周期的教育综合体。

出让年限：商业40年、住宅70年。

2022年营销总纲：整盘以“国企造、地铁口、周南旁”为主推广，全年线上围绕主价值点、节点包装、视频号运营等主要工作内容，配合线下广告大牌投放，实现全年5次住宅推售。

2022年项目全年营销目标：6亿元

1. **国欣·云境府**

国欣·云境府项目位于长沙市望城区月亮岛路与黄金大道交汇处东南角，北靠月亮岛路，南邻桑植路，东邻金甲冲路，西靠黄金大道，地处环境优越。其总用地面积约16822.65平米，总建筑面积约435642.68平米。项目拟分两期进行开发，其中一期建筑面积约180323.94平米；二期建筑面积约25531.74平米。

项目拟定由22栋住宅产品与两栋酒店式公寓以及集中商业、地下商业和社区商业构成。住宅面积区间为110-253㎡，共计5种产品，能满足刚需至改善客户的各种需求。

出让年限：商业40年、住宅70年。

2022年营销总纲：项目拟定于9月开放营销中心，10月中旬开盘，以小区自留山体及后期配备的水景为主题，整体形象定调于中高段品质住宅。

2022年项目全年营销目标：4亿元

**二、招标范围和内容**

本次招标的主要内容为国欣地产三个项目国欣·向荣府、国欣·向荣广场、国欣·云境府年度网推框架合同招标，招标人将与中标人签订 《国欣·向荣广场项目2022年7月-2023年6月新媒体运营及网络推广委托服务合同》、《国欣·向荣府项目2022年7月-2023年6月新媒体运营及网络推广委托服务合同》、《国欣·云境府项目2022年7月-2023年6月新媒体运营及网络推广委托服务合同》，委托其负责三个项目线上推广、微信公众号运营、微信视频号运营、抖音号运营、今日头条号运营、舆情引导、危机公关等相关工作以及国欣地产品牌微信视频号运营。

**三、招标控制价**

不高于96万元/年，投标报价高于控制价作弃权处理。

**四、招标要求（投标单位资格）**

1、竞选人须具有独立法人资格，企业营业执照处于有效期内。

2、竞选人需具有丰富的房地产广告策划和整合推广经验，近三年以来至少成功服务过三个全国知名房企整合推广的项目，或两个30万方以上商业综合体项目。

3、单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本项目招标。

4、与招标组织方存在利害关系或可能影响招标公正性的法人、其他组织或个人，不得参加本项目招标。

5、竞选人应符合市场行为规范，具备为品牌型企业提供高水平服务的能力，在业内有良好的口碑。

6、参与单位需提交的文件包括：营业执照副本、代理授权证明文件和公司业绩资料、法定代表人资格证书（或授权委托书）原件及复印件等。

7、承诺履行《中华人民共和国合同法》的规定；遵守国家法律、行政法规具有良好的信誉和诚实的职业道德。

**五、服务期限及服务要求**

2022年7月--2023年6月，合同一年一签，如服务能够达到和满足招标组织方要求，可优先续签。（具体起始日期以合同约定日期为准）

**六、合作中的考核说明**

见合同附件考核表

第三章 招标文件综合说明

**一、招标文件的组成**

本项目的招标文件包括下列文件及根据本章第二条以及第三条发出的解释和补充修改通知。

1. 投标须知
2. 招标项目简介
3. 招标文件综合说明
4. 投标文件的编制
5. 开标、中标资格及定标的相关规定
6. 投标文件标准格式
7. 合同书格式

**二、招标文件解释**

1、投标单位在收到招标文件后，如有疑问要澄清，须在收到招标文件后 3 日内以书面形式或电子邮箱形式向招标单位提出。招标单位负责组织解答，并以书面形式或电子邮箱形式分发给各投标单位。如因答疑而产生对招标文件实质性内容修改的，按本章第三条的规定以补充通知的方式发出。

2、投标单位对招标单位提供的招标文件和勘察现场所提供的现场资料和数据做出的推论，由此所造成的后果，招标单位概不负责。

3、投标单位在领取招标文件时，须登记好联系人、联系方式、电子邮箱，以便联系接收招标文件的澄清、修改、补充等文件。如由于投标单位登记的联系人、联系方式、电子邮箱等出现错误而导致相关文件接收不到的责任由投标单位自行承担。

**三、招标文件的修改**

1、招标单位对已发出的招标文件进行必要的澄清或修改的，须在投标截止时间2日前出具相关的书面补充通知（该补充通知作为招标文件的组成部分），发给各投标单位。当招标文件、招标文件的澄清、修改、补充等文件在同一内容上表述不一致时，以最后发出的书面文件为准。

2、为使投标单位在编制投标文件时，将补充通知修改的内容考虑进去，招标单位可延长投标截止时间（延长时间在补充通知中写明）。

**四、现场踏勘**

1、投标单位自行进行现场踏勘。投标单位应对项目现场和周围环境进行现场踏勘，以便编制投标文件。

2、投标单位的任何人员为了踏勘现场而需要进入招标单位所管辖的场地时，需事先经招标单位同意。除由于招标单位的原因外，在现场踏勘中所发生的人员伤亡和财产损失应由投标单位自行负责。投标单位现场踏勘所发生的一切费用由投标单位负责。

3、投标单位应充分重视和认真地考察现场，收集编制标书和签订合同所需的有关信息，一旦中标，应被认为考察结果已充分体现在投标书中。投标单位在中标后以不清楚现场而提出的增加费用或延长工期的申请将不获批准。

第四章 投标文件的编制

**一、投标文件的组成**

投标文件由技术标、商务标、公司实力组成。各部分分开装订，投标人必须按照招标文件提供的格式和顺序进行编制，但表格可以同样格式进行扩展。

1、**技术标**包括（但不限于）以下内容：

**投标方资格文件：**

（1）企业法人营业执照副本复印件加盖公章

（2）企业法人证明书及身份证复印件

（3）法人代表盖章的对参加本项目投标的受委托人的有效授权委托书（须含受委托人的身份证复印件），详见第六章附件三。

（4）公司近两年主要业绩清单等有关资料并加盖公章。

**投标内容及技术介绍：**

**1、项目服务内容：新媒体运营及网络营销推广思路**

**2、项目重点突破难题**

（1）区域板块如何亮相发声引发市场关注？

（2）如何通过线上输出项目价值抢占客户心智？

1. 除常规网推内容形式外，如何低成本增加项目线上曝光度？

**提案内容：**各投标人可根据自身对项目现阶段运行的主要任务作出自身的判断与安排。包括但不限于：**项目线上推广策略与创意表现**

**思考核心要点：**推广策略思考：结合板块发展、整盘价值、市场竞争，梳理推广思路，包括但不限于新媒体运用、活动策略、炒作策略、创新方案等。

**3、国欣地产品牌微信视频号运营思路**

**2、商务标包括以下内容：**

（1）投标函（见第六章附件一）；

（2）投标报价表(按第四章投标报价要求)；

**3、公司实力包括（但不限于）以下内容：**

（1）公司规模及组织架构；

（2）公司自有可合作资源介绍（包括且不限于活动、布展、自媒体等）；

（3）竞选单位配置国欣地产各项目的专案组主创人员架构、职能、分工、资历及经验介绍；

（4）竞选单位近三年以来服务的为品牌房企服务的案例及成果及合同证明文件；

**二、投标报价说明**

1、投标单位必须采用第六章附件二的投标报价表格式进行报价；

2、本次招标中，投标人须根据招标人提供的招标文件、合同条款、技术要求等相关资料自行报价，与完成本合同工作所需的所有费用构成合同单价，与招标人提供订购量清单数量共同构成投标总价；本次招标要求采用含税综合单价包干的方式进行报价。（详见第六章附件二，表格可根据具体情况进行调整）；

3、投标报价依据：自主报价；

4、第六章附件二中所列项的含税综合包干单价包含所有人员报酬、管理费、利润、税金等一切费用。投标单位应按报价说明，填写各项单价和合价。投标单位漏报价的项目，或没有填入单价的项目，招标单位将认为此项目费用已包括在清单的其他单价之中，不再另行计价；

5、第六章附件二中的年度预计用量为暂定量，实际数量根据甲方最终确定的清单为准。招标单位所列出的清单项目及数量，未经招标单位同意，投标方单位不得擅自修改。开标后，发现擅自修改清单量，或出现漏报，恶意错报的，一律作废标处理。

6、投标书包干价格应包括 合同书报价单格式内约定的费用；

7、招标单位不接受有任何选择的报价，投标文件中只允许有一个投标报价。

**三、投标文件的有效期**

1、自投标截止日（开标日）起 90 个日历天，投标书应保持有效；

2、在特殊情况下，招标单位可与投标单位协商延长投标文件的有效期。这种要求和答复都以书面或传真的形式进行。在有效期内，投标单位不能修改投标文件；

3、中标单位的投标文件有效期至合同期满为止。

**四、投标保证金**

无

**五、投标文件的格式、份数和签署**

1、投标文件包括：本章第一条中规定的内容。投标单位提交的投标文件必须使用招标文件所提供的投标文件全部或部分格式（表格可以按同样格式扩展）；投标文件用A4白色复印纸、用不褪色墨水填写或用中文打字并装订成册；对于比较大的图纸可使用白色较大纸，但须将较大纸折叠成A4纸大小并统一装订。

2、投标文件的封面、投标函均应加盖投标单位印章并经法定代表人或其委托代理人签字。由委托代理人签字的在投标文件中须同时提交投标单位签署的授权委托书。投标单位签署授权委托书格式、签字、盖章及内容均应符合要求，否则投标单位签署授权委托书无效。

3、全套投标文件应无涂改或行间插字和增删。如有修改处，应由投标单位加盖投标单位的印章或由投标文件签字人签字确认。

4、投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标单位负责。

**六、投标文件的密封及标记**

1、投标文件密封在密封袋中，要求提供正本 1 份、副本 2 份，正本与副本分别封装，并在包封面及装订成册的投标文件右上角清楚的注明“正本”或“副本”字样。如果副本与正本不符，以正本为准。

2、所有封袋上都应写明投标人的名称，包封的封口处须加盖投标单位印章。

第五章 开标、中标资格及定标的相关规定

**一、回标**

1、投标单位必须在投标须知中规定的回标时间前将投标文件递交到指定地点。招标人在接到投标文件时将要求投标人签字确认收到的日期和时间。回标时间后送达的投标单位，视为该投标单位自动弃标。

**二、中标资格**

1、中标原则：按投标须知的约定执行。

2、开标结束后，招标单位对符合中标资格的投标单位进行资格及报价核查，发现有下述情况之一的，招标单位认定其为不合格投标单位，投标书作为废标处理：

（1）招标单位发现投标单位以他人的名义投标的；串通投标的；以行贿手段谋取中标或者以其他弄虚作假方式投标的；

（2）投标文件没有投标授权代表签字和加盖公章的；

（3）投标文件未能实质响应招标文件条件和要求的；

（4）投标文件附有招标单位不能接受的条件的；

（5）投标单位拒不按照要求对投标文件进行澄清、说明或修正的。

3、投标文件的澄清、说明与修正

（1）招标单位有权就投标文件中含糊之处向投标单位提出询问或澄清要求，投标单位必须按照招标单位通知的时间、地点及方式进行说明和澄清；

（2）投标单位对投标文件的澄清不得改变投标价格及投标文件中包含的实质性内容；

（3）招标单位对符合中标资格的单位报价进行校核，看其是否有算术错误，修正错误的原则为：

① 如果投标报价中小写金额与大写金额不一致时，以大写金额为准；

② 若投标报价汇总表中的金额与相应的清单中的合计金额不吻合时，应以修正算术错误后的清单中的合计金额为准，改正投标报价汇总表中相应部分的金额和投标总报价。

（4）按上述修改错误的方法，调整投标书中的投标报价。经投标单位确认同意后，调整后的报价对投标单位起约束作用。如果投标单位不接受修正后的投标报价则其投标将被作为废标处理。

**三、评标方法**

**1、评标原则**

（1）公开、公平、公正及诚实守信

（2）科学合理

（3）反不正当竞争

（4）贯彻招标人对本次招标工作的各项要求和原则

（5）具体评标标准按《中华人民共和国招标投标法》第41条第（二）项的规定执行。

**2、评标内容**

（1）投标文件符合性及完整性评审

（2）投标人资历及经验评审

（3）投标人服务表现能力评审

（4）投标人合作计划评审

（5）投标人投标价格评审

**3、评标程序及办法**

本次招标采用综合评分法（按评审得分计）确定中标单位，分技术标、商务标、公司实力三项，技术标40%、商务标30%、公司实力30% ，具体评标方法下：

（1）招标人在开标仪式上根据投标须知相关规定，对投标人的投标文件是否应当受理进行审查，然后将应当受理的投标文件送招标小组评审。

（2）符合性及完整性评审：每位评委分别对各投标文件进行符合性及完整性评审，对各投标文件能否符合招标文件要求做出明确判定。

（3）对于通过符合性及完整性评审的投标文件，投标人对投标方案进行讲述后，招标小组针对各投标文件的技术标进行评审打分，并对投标人由高至低进行排序，技术标评审时不得拆封并宣读商务标报价。

（4）技术标评审完成后，由招标小组拆封并宣读商务标报价，招标小组针对各投标文件的商务标进行评审打分，本招标采取综合评分法评标，技术标、商务标、公司实力权重比为4:3:3。

技术标评标：根据各单位提报内容及技术标内容打分。

商务标评标：以商务报价作为评标依据打分。

公司实力评标：根据各单位提报内容打分。

（5）具体技术标、商务标、公司实力评分办法如下：

**国欣地产三个项目2022年7月-2023年6月**

**新媒体运营及网络推广委托服务**

**招标评分表(技术标)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评审内容 | 分值  | 打分标准 | 【投标人1】 | 【投标人2】 | 【投标人3】 |
| 实际得分 |
| 品牌推广 | 20 | 对企业文化进行准确解读，给出与企业文化符合的公司品牌宣传、未来公司品牌推广策略，计20分 | 　 | 　 | 　 |
| 对企业文化进行解读较准确，给出与企业文化较好的公司品牌宣传、未来公司品牌推广策略，计10分 |  |  |  |
| 对企业文化进行解读一般，给出与企业文化符合的公司品牌宣传、未来公司品牌推广策略一般，计0分 |  |  |  |
| 策略思路 | 20 | 对项目价值进行准确解读，并结合竞品给出精准定位和推广传播策略，计20分 |  |  |  |
| 对项目价值进行解读较准确，并结合竞品给出较好定位和推广传播策略，计10分 |  |  |  |
| 对项目价值进行解读一般，结合竞品给出的定位和推广传播策略一般，计5分 |  |  |  |
| 创意度 | 20 | 与项目高度匹配并具有新颖性、可延展性，计20分 | 　 | 　 | 　 |
| 与项目匹配较高并具具备一定新颖性、可延展性，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 与项目匹配度一般、新颖性、可延展性一般，计5分 | 　 | 　 | 　 |
| 设计能力 | 10 | 广告画面视觉冲击力强、打动力好，能够很好的展现项目形象，画面符合项目调性，提升品质感，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 广告画面视觉冲击力较好，能展现项目形象，画面品质感较好，计8分 | 　 | 　 | 　 |
| 广告画面视觉冲击力，画面品质感一般，计5分 | 　 | 　 | 　 |
| 文案能力 | 10 | 文案符合项目定位，提升项目形象，文字精炼，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 文案较符合项目定位，文字较为精炼，计8分 | 　 | 　 | 　 |
| 文案符合项目定位一般，文字功底一般，计5分 | 　 | 　 | 　 |
| 新媒体推广 | 20 | 熟悉新媒体运营思路，并具有H5、小视频等相关技术，计20分 | 　 | 　 | 　 |
| 较熟悉新媒体运营思路，并具有H5、小视频等相关技术，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 新媒体运营思路一般，不具备有H5、小视频等相关技术，计0分。 | 　 | 　 | 　 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 各投标人得分 | 　 | 　 | 　 |
| 分数合计A（占比40%） | 　 | 　 | 　 |
| 评委签名 | 　 |

得分规则：（具体计算方法为：分数合计A作为评标依据，取评委打分的平均分，保留小数点后两位，采用四舍五入方法记分。

**国欣地产三个项目2022年7月-2023年6月**

**新媒体运营及网络推广委托服务**

**招标评分表(商务标)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 |  |  |  |  |
| 各投标人报价 |  |  |  |  |
| 各投标人得分（100分值） |  |  |  |  |
| 分数合计B（占比30%） |  |  |  |  |
| 评委签字 |  |

1、得分规则：本次投标单位报价的中位值为基准价，该单位得分满分，偏离中位值的投标价按偏离比例扣分，商务标得分=100\*（1-|基准价-投标价|/基准价）。分数合计B作为评标依据，保留小数点后两位，采用四舍五入方法记分）

2、恶意竞争——不合理高价或低价，不具备履行合同的价格，经招标小组商议后最终确认属于恶意竞争的，给予该项0分。

**国欣地产三个项目2022年7月-2023年6月**

**新媒体运营及网络推广委托服务**

**招标评分表(公司实力)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评审内容 | 分值  | 打分标准 | 【投标人1】 | 【投标人2】 | 【投标人3】 |
| 实际得分 |
| 企业实力 | 30 | 公司在本项目人员资历深、创意出色、文案出色、配合度高，可配备3个工作组服务本司，计30分 | 　 | 　 | 　 |
| 公司在本项目人员资历深、创意出色、文案出色、配合度高，可配备2个工作组服务本司，计20分 | 　 | 　 | 　 |
| 公司在本项目人员资历深、创意出色、文案出色、配合度高，可配备2个工作组服务本司，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 20 | 近三年以来服务的为品牌房企服务的案例及成果超5个项目，计20分 |  |  |  |
| 近三年以来服务的为品牌房企服务的案例及成果超3个项目，计10分 |  |  |  |
| 近三年以来服务的为品牌房企服务的案例及成果不足2个项目，计0分 |  |  |  |
| 30 | 公司资源：除创意、设计、文案人员外，有专业的视频制作、H5技术支持、有摄影团队，计30分 |  |  |  |
| 公司资源：除创意、设计、文案人员外，有专业的视频制作、H5技术支持，计20分 |  |  |  |
| 公司资源：除创意、设计、文案人员外，无其他技术支持，计10分 |  |  |  |
| 20 | 媒体资源超5个，计20分 | 　 | 　 | 　 |
| 媒体资源超3个，计10分 | 　 | 　 | 　 |
| 无媒体资源，计0分 | 　 | 　 | 　 |
| 各投标人得分 | 　 | 　 | 　 |
| 分数合计C（占比30%） | 　 | 　 | 　 |
| 评委签名 | 　 |

**技术标、商务标、公司实力评分汇总表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 标段 | 公司名称 | 公司名称 | 公司名称 | 公司名称 |
| 技术标（A） |  |  |  |  |
| 商务标（B） |  |  |  |  |
| 公司实力（C） |  |  |  |  |
| 评定分值（A+B+C） |  |  |  |  |
| 评委签名 |  |

**四、 定标**

招标单位保留接受或拒绝任何某一投标或所有投标的权力：招标单位在发出中标通知书前任何时候有权接受或拒绝任何投标，宣布投标程序无效，或拒绝所有投标，并对由此引起的对投标单位的影响不承担任何责任，也无须将这样做的理由通知受影响的投标单位。

**五、签订合同**

1、中标单位应按中标通知书中规定的时间、地点与招标单位按照招标文件所附合同书格式签订合同。

2、招标文件及其补充资料、中标单位的投标文件及评标过程中有关澄清文件均应作为签订合同的依据。

**六、投标纪律**

1、严禁投标单位对招标单位相关人员实行贿赂；

2、严禁投标单位对招标单位相关人员进行宴请，提供便利、馈送礼品；

3、严禁采用其他任何形式为招标单位相关人员谋取任何利益；

4、有上述行为之一的，一经查实即永久取消该投标单位在招标单位的投标资格，性质严重的将追究法律责任。

第六章 投标文件标准格式

**附件一**

**投 标 函**

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_：

1、根据已收到的 项目招标文件，经我方考察、了解项目基本情况和研究上述招标文件的投标须知、合同条款、要求和其它有关文件后，我方愿以（见报价明细表）总价 元(大写： )报价，按上述合同条款、范围及要求的条件，承担上述项目的工作。

2、一旦我方中标，我方保证在合同期内完成该项目全部合同内容，并另各项服务达到满意的效果，严格履行本合同内所约定的所有责任及义务。

3、除非另外达成协议并生效，贵单位的招标文件、招标文件补充通知、招标答疑纪要、中标通知书和本投标文件将构成约束我们双方的合同。一旦我方中标，我方将保证与贵单位签署正式合同。

4、我方确认本投标书已考虑贵公司已向我们发出的关于招标文件的修改通知及所有相关补充文件，并且我方清楚如有含糊不清之处，将没有更改的权利。

5、我方承诺本投标文件投报的价格包含产品售价、维护价格、相关税费、运输费、人工费等一切执行本项目时可能产生的费用。

6、我方理解本次投标文件中各类项目的数量是便于我方报价的预估数量，一旦我公司中标并与招标人签订采购协议，将以本次投标文件中提报的各类项目的单价作为基准价格，按照招标人或招标人子公司的实际需求数量供应协议内项目。

7、我方文件中载明的项目组负责人、专业人员等我方承诺在服务过程中不得更换人员；特殊情况下，经贵单位批准，方可更换人员。

8、我方同意所递交的投标文件在“投标须知”规定的投标有效期内有效，在此期间内我方的投标有可能中标，我方将受此约束。

9、我方理解贵公司不一定要接纳报价最低的投标书或收到的任何投标文件，也理解贵公司不会解释选择或否决任何投标书的原因。

10、我方知道并同意，如果接到中标通知后未按贵公司要求的时间签署正式合同或坚持提出附加条件,贵公司有权另选其他中标单位。

 投标单位（盖章）：

法定代表人或授权代理人（签字或盖章）：

联系地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

日期： 年 月 日

**附件二**

**报 价 表**（可根据具体情况调整）

竞选单位名称： 金额单位：万元/年（保留两位小数）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 内容 |
| 1 | 工程名称 |  （项目名称） |
| 2 | 招标报价 | 固定总价： 万元/年（含税），其中单项目固定单价为:招标固定总价除以3。 |
| 3 | 招标范围 | 响应招标文件要求。人员基础配备为：策略总监： 、设计总监： 、 资深文案：  、设计师： 、AE： 等，我单位承诺配合销售重大节点，需应甲方要求进行驻场。 |
| 4 | 服务期 | 自甲方发出书面通知之日起计12个月（暂定），招标组织单位保留服务期调整的权利，服务期调整后,服务供应方不得以任何理由增加费用，同时应充分考虑并承诺承担因服务期调整所发生的相关费用。 |
| 5 | 备注 |  |

竞选人： （全称） （盖单位公章）

法定代表人或授权委托人：(签字或盖章)

日期： 年 月 日

**服务月费详细报价清单**（可根据具体情况调整）

**项目名称**：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **渠道** | **服务项目** | **量化内容** | **报价** |
| 　微信　　　 | 　 | 日/周 | 月 | 　 |
| 官方微信的平台开发 | 不低于【1】次维护 | 不低于【4】次维护 | 　 |
| 微信公众号、视频号运维 | 各不低于【3】条/周 | 各不低于【12】条/月 | 　 |
| 线上活动策划 | 　 | 不低于【1】次/月 | 　 |
| 后台数据采集分析报告 |  | 不低于【1】次/月 | 　 |
| 抖音 | 官方平台开发 | 不低于【1】次维护 | 不低于【4】次维护 |  |
| 抖音号运维 | 不低于【3】条/周 | 不低于【12】条/月 |  |
| 线上活动策划 | 　 | 不低于【1】次/月 |  |
| 后台数据采集分析报告 |  | 不低于【1】次/月 |  |
| 今日头条 | 官方平台开发 | 不低于【1】次维护 | 不低于【4】次维护 | 　 |
| 今日头条号运维 | 不低于【3】条/周 | 不低于【12】条/月 | 　 |
| 线上活动策划 | 　 | 不低于【1】次/月 | 　 |
| 后台数据采集分析报告 |  | 不低于【1】次/月 |  |
| 新闻软文 | 稿件撰写 | 　 | 不低于【4】篇/月 | 　 |
| 稿件发布，每篇稿件发布至少五家主流网站 | 　 |
| 论坛 | 原创热帖撰写 | 　 | 不低于【5】篇/月 | 　 |
| 热帖二次传播 | 　 | 不低于【10】次/月 | 　 |
| 业主论坛维护 | 【5】篇论坛帖，每篇不少于【10】个回复 | 【150】篇论坛帖，每篇不少于【10】个回复 | 　 |
| 负面监控 | 全网监控（在各网络平台对项目关键字进行搜索和监控，排除负面信息） | 根据实际情况而定 | 根据实际情况而定 | 　 |
| 重点社区监控（将论坛原创帖在各大渠道进行二次传播） | 根据实际情况而定 | 根据实际情况而定 | 　 |
| 项目数据库更新 | 在各大地产网站进行月度信息更新 | 　 |
|  **基础月费合计：** |  |
| **备注：具体要求以开标洽谈为准** |

投标人：(盖章)

投标人法人或委托人：(签名)

日期： 年 月 日

**附件三**

  **授 权 委 托 书**

致 公司:

本授权委托书声明：我 （姓名）系 （投标单位）的法定代表人，现授权委托 （单位名称）的 （姓名）为我公司合法代理人，以本公司的名义参加贵公司（招标单位）的 项目的投标活动。代理人在开标、议标、合同谈判、合同签订及履行过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，我司均以承认。代理人无转委托权。

本授权书于 年 月 日签字生效，特此声明。

代理人无转委权。特此委托。

 代理人： 性 别： 年 龄：

 身份证号码：

 单 位： 部 门： 职 务：

投标单位（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

**附件四**

**法定代表人资格证明书**

单位名称：

地 址：

姓 名： 性别： 年龄： 职务：

系 （投标单位名称） 的法定代表人。为签署 项目的投标文件、进行合同谈判、签署合同和处理与之有关的一切事务。

 特此证明。

投标单位（盖章）：

 日 期： 年 月 日

**附件五**

**公平竞争承诺书**

致：

 本公司愿接受贵司邀请，积极参加 项目的投标/议标。为杜绝商业贿赂现象，维护良好管理秩序，共同营造公平、公正的竞争环境，我司郑重承诺：

1、遵守贵司就前述项目招投标所制定的所有相关流程及要求。

2、坚持投标独立性，保证不以任何手段了解或意图了解其他投标参与人情况及其报价信息。

3、保证不私下接触贵司负责招投标组织工作的人员及相关领导。

4、保证不对贵司负责招投标组织工作的人员及相关领导进行宴请、招待，或赠送及承诺赠送礼金、礼品、礼券、其他利益。

 5、除自贵司公开渠道获取相关信息外，保证不以其它方式刺探或意图刺探贵司评标、议标信息及其进展。

 6、保证采取内部约束措施，禁止具体经办人或其他相关人员私自实施前述各项禁止性行为，并对其违规后果承担连带责任。

7、如出现违反上述各项承诺情况，自愿接受贵司取消投标资格、没收投标保证金、解除合同等处罚措施，并对贵司因此所受损失进行全额赔偿。

8、如贵司负责招投标组织工作的人员及相关领导，明示或暗示要求宴请、招待，或索取礼金、礼品、礼券、其他利益，或故意刁难、显失公平的，保证立即向贵司监察部门进行举报。

特此承诺

 承诺单位：

 法定代表人：

日期： 年 月 日

**附件六**

竞选人基本情况表

|  |  |
| --- | --- |
| 竞选人名称 |  |
| 注册地址 |  | 邮政编码 |  |
| 联系方式 | 联系人 |  | 电 话 |  |
| 传 真 |  | 网 址 |  |
| 法定代表人 | 姓名 |  | 技术职称 |  | 电话 |  |
| 技术负责人 | 姓名 |  | 技术职称 |  | 电话 |  |
| 成立时间 |  | 员工总人数： |
| 企业资质等级 |  | 其中 | 高级职称人员 |  |
| 营业执照号 |  | 中级职称人员 |  |
| 注册资金 |  | 初级职称人员 |  |
| 基本账户开户银行 |  | 技 工 |  |
| 基本账户账号 |  |  |  |
| 经营范围 |  |
| 资产构成情况及投资参股的关联企业情况 |  |
| 备注 |  |

注：在本表后应附企业营业执照、近三年（提交竞选文件截止时间前36个月内）涉及的任何诉讼仲裁和行政处罚等情况的材料说明等的复印件并加盖单位章。

##

**附件七**

拟投入主要服务人员简历

竞选人名称：（盖章）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓 名 |  | 性别 |  | 出生日期 | 年 月 日 |
| 毕业院校专业 |  | 毕业时间 | 年 月 日 |
| 从事本专业时间 |  |
| 职 称 |  |
| 在本项目承担主要工作内容 |  |
| 主 要 经 历 |
| 时 间 | 参加过的项目简介（资历及服务经验） |
|  |  |
|  |  |

## **注：附拟投入本项目的团队人员配备：一人一表。**

**附件八**

|  |
| --- |
|  **项目服务组成员名单** |
| **工作职责** | **人员** | **职位** | **联系电话** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**附件九**

**企业类似项目情况**

竞选人：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目单位** | **项目名称** | **项目规模** | **项目负责人** | **联系人与联系电话** | **服务日期** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**注：（加盖单位公章）。**

第七章 合同范本

**国欣****地产项目**

**2022年7月—2023年6月**

**新媒体运营及网络推广委托服务合同**

**合同编号：**

**甲方（委托人）：**

**乙方（承包人）：**

合同协议书

甲乙双方经友好协商，就甲方委托、乙方受托 项目（下称“项目”）网络推广服务事宜达成一致，并签订本合同，以兹共同遵守。

一、总则

1、乙方具备履行项目新媒体平台建设维护和网络推广服务的资质和能力。

2、甲方委托乙方提供项目新媒体平台开发和网络平台维护及推广服务。

3、乙方应根据甲方下达的工作要求提供（具体内容见附件清单），并以书面报告形式提交服务成果。

4、服务项目说明

 项目服务期为【12】个月，自【2022】年【7】月【1】日起至【2023】年【6】月【30】日止， 项目新媒体运维及网络推广服务费总额含税价为【 】元（大写：【 元整】，下称“服务费总额”)，月度服务费金额含税价为【 】元（大写：【 元整】。）月度服务费固定包干，包括但不限于策划、分析、服务、人员工资及税费等乙方提供网络推广服务的月度全部费用。

二、委托事项

1、单项目微信服务事项：

（1）项目官方微信平台的开发建设；

（2）维护项目官方微信公众平台（公众号和视频号）；

（3）每月制定详细的微信推广策略方案，至少包括一次线上活动的策划；

（4）每周进行至少【3】次信息推送，每月不低于【12】次；

（5）后台数据的采集分析，形成报告，每月提交；

（6）针对官网粉丝的提问，随时解答粉丝的各种问题。

2、单项目抖音服务事项：

（1）项目官方抖音平台的开发建设和维护

（2）每月制定详细的抖音推广策略方案，至少包括一次线上活动的策划；

（3）每周进行至少【3】次信息推送，每月不低于【12】次；

（4）每周进行至少【3】次信息推送，每月不低于【12】次；

（5）后台数据的采集分析，形成报告，每月提交；

（6）针对官网粉丝的提问，随时解答粉丝的各种问题。

3、单项目今日头条服务事项：

（1）项目官方今日头条平台的开发建设和维护

（2）每月制定详细的今日头条推广策略方案

（3）每周进行至少【3】次信息推送，每月不低于【12】次；

（4）后台数据的采集分析，形成报告，每月提交；

（5）针对官网粉丝的提问，随时解答粉丝的各种问题。

4、网络论坛推广服务：

（1）梳理专业主力论坛相关帖子，并保证项目论坛首页内容为甲方公司品牌信息及甲方项目正面信息；

（2）对发布在各个网络的帖子进行跟踪，以及对各个网络首页进行监测；

（3）根据项目客户群定位需求，对非地产专业论坛发布相关帖子进行营销推广，具体网站根据甲方每个营销节点需求由甲方书面确定后发布；

（4）在项目相关业主论坛进行论坛信息发布及维护，每周发布不低于【5】篇论坛热帖。

5、新闻及事件营销：

（1）每月至少提交一份营销事件方案，具体执行内容由乙方提供，甲方根据自身节点来确定安排，每次事件营销确定按效果评估，由甲乙双方根据事件话题点作最终评定；

（2）及时挖掘和发现与项目相关的利好消息并发到各网站论坛中。根据项目销售节点和特殊时期，调整社会化营销推广节奏和方向；

（3）根据甲方新闻需求，对甲方提供的新闻稿，进行及时全面网络环境推广。

（4）每月针对甲方项目营销节点及推广诉求，撰写不低于【4】篇原创稿件，并保证每篇稿件转发至不低于五家主流网站。

6、网络舆情监控：

（1）对甲方公司品牌及项目进行互联网上的网络舆情监控，如发现负面消息及时书面通报给甲方，协助进行处理，配合甲方正确引导论坛言论。

（2）每天对互联网进行至少【3】次排查，发现问题及时书面汇报甲方，并提交监控日报。

7、SEO搜索：

（1）每月有效的新闻营销。对甲方的SEO搜索进行优化，确保在百度、GOOGLE两大搜索引擎首页能快速找到甲方和项目相关的准确信息；

（2）在百度文库首页，搜索到公司及项目相关咨询，并协助甲方回答网民咨询的相关内容。

8、其他服务：

（1）在合同期内，乙方每月提供一份月度监测报告，总结该月网络监控工作情况；

（2）由乙方专业团队负责所有新媒体、网贴、新闻稿的策划撰写工作。

三、服务期限

1、本合同项下服务期届满一个月内，如甲方给予乙方延长本合同期限的书面通知，则甲乙双方按照本合同约定的月度服务费标准另行签订补充协议，约定延长后的服务期（下称“延长期”）、延长期服务费总金额等。延长期内，甲方仍按本合同约定的标准向乙方支付延长期间月度服务费，甲方向乙方支付月度服务费外无需支付其他任何费用。

为免疑问，乙方未能在服务期内按约定完成并提交成果，导致服务时间延期的情况，不属于延长期；甲方有权根据乙方服务效果评估并决定是否延长服务期，甲方不延期的，不承担任何责任。

四、收费标准及付款方式

1、服务费。

（1）服务费付款方式：服务费按月支付。

在乙方妥善履行合同的前提下，乙方于每月8日前向甲方提交上月付款申请，经甲方审核完成后向乙方支付费用。

每次付款前，乙方应提供等额增值税专用发票并书面提示付款，否则甲方有权拒付款。如乙方提供的付款资料不符合要求，甲方有权要求乙方增补并顺延付款期限。

为免疑问，本合同项下服务费不涉及计件调整，不因项目调整或工作计划变更而增加或减少。

所有费用甲方将以银行转账方式支付到合同约定的乙方指定的银行账户，在支付每次费用前，乙方须向甲方提供有效的符合财税要求的增值税专用发票，否则甲方有权相应顺延付款期限。乙方未提供发票前，甲方有权拒绝付款

2、第三方费用提供。

（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，乙方应取得甲方同意接受第三方服务的书面确认文件或由甲方与第三方另行签订协议。

（2）如甲方与第三方另行签订协议，则甲方与第三方应根据该协议条款分别享有权利及履行义务，与乙方无关。

（3）若甲方未与第三方另行签订协议而全权交由乙方与第三方接洽，则甲方应就其根据本合同约定接受第三方服务向乙方支付第三方费用；乙方与第三方接洽前，应将第三方服务内容、服务标准、费用标准等事项事先告知甲方，经甲方书面确认后，乙方方可开展实质性工作。

（4）第三方费用是指经甲方合理确认，乙方无法独立完成某项工作，或某项工作不属于本合同项下乙方直接服务内容，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。本合同项下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；线上及线下奖品及奖金费用；公关活动执行费用；因项目实际需要发生涉及第三方的其他费用。

（5）第三方费用须经甲方事先书面确认后方可发生，否则由乙方自行承担。

4、乙方应在甲方每次付款前提供等额服务费发票(增值税专用发票)，否则甲方有权顺延付款且不视为违约。

5、乙方确认如下账户为本合同项下服务费收款账户，甲方向该账户足额付款，即履行完毕本合同项下付款义务：

账户名称：【 】

开户银行：【 】

账 号：【 】

开票信息：

名 称：【 】

纳税人识别号：【 】

电 话：

地 址：

五、双方权利义务

1、甲方的权利义务

（1）甲方指定营销管理部为项目归口管理部门。甲方应组织工作小组，并指定【项目策划负责人： 】作为甲方代表，与乙方对接沟通。乙方提交服务成果等文件经甲方代表签收，视为甲方收讫。

甲方有权变更甲方代表，但需提前七个工作日书面通知乙方。

（2）服务期间，甲方应及时提供乙方所需甲方及项目图片、文字资料和相关批文。甲方对该述资料的合法性、真实性负责，确保不侵犯第三方合法权益。甲方提供资料涉及纠纷的，相关责任由甲方承担。

（3）甲方有权对乙方提交策划思路、推广方案及所有书面文件提出修改意见和建议。乙方应接受甲方修改意见和建议,并据以修改调整，直至甲方书面同意后定稿。

（4）甲方收到乙方提交批核和答复事项（包括定稿确认等），应在五个工作日内明确回复同意或不同意，本合同另有明确约定除外。甲方针对已核准事项提出变更要求的，由此产生额外费用及后果由甲方承担。

（5）若因甲方资料提供、确认定稿后再次修改或项目工程迟延等原因造成乙方的工作延误，经乙方书面申请甲方书面同意后，乙方不承担迟延责任。

（6）甲方应按照合同约定及时付款。

（7）甲方对乙方的工作提出异议的，乙方应全力纠正。

2、乙方的权利义务

（1）乙方应尽职尽责为甲方提供服务，完成本合同项下的各项工作内容。

（2）乙方应按甲方确认定稿进行输出、发布等业务。否则乙方应赔偿甲方相应损失，甲方确认后又提出修改意见的情形除外。

（3）乙方所有推广方案及相关建议、文案，应同时以书面及可编辑的电子文档等甲方认可方式向甲方汇报和提交。如乙方提交成果与甲方确认内容不一致，乙方应赔偿甲方相应损失。

（4）乙方将组建专门小组向甲方提供本合同约定服务。如甲方认为该小组某一或某几个成员不能履行职责或不能胜任时，乙方应及时更换胜任成员，保持小组服务专业性、持续性和稳定性。如乙方需调整小组成员，应提前七个工作日书面征询甲方并提出更换人员方案，经甲方书面批准后方可调换。乙方小组人员名单见附件二。

（5）乙方应根据甲方要求派遣乙方小组部分或全体人员到项目所在地提供服务。甲方应提前五个工作日将具体工作内容及行程书面通知乙方，以便乙方作出相应安排。

（6）乙方应对其服务成果质量负责，确保策划、文案、稿件等各项内容合法性及独创性。乙方应以其专业知识和能力，使其输出成果符合甲方要求，且不侵犯任何第三方合法权益。否则由此造成纠纷及损失全部乙方承担。若造成甲方损失（包括但不限于行政处罚、经济赔偿等）由乙方承担全部责任。

（7）乙方以会议形式向甲方报告工作进度和成果。会议形式包括现场会议、电话会议、网络会议等各种有效形式。会议将总结、讨论、分析上阶段的工作。在发生重大事件的情况下，乙方应及时向甲方报告，甲方应及时对乙方报告中的请示做出批复。会议由乙方负责记录。会议记录应由双方出席会议人员当日职位最高主管签字、确认。会议记录一式两份，双方各持一份。

（8）乙方的所有工作成果应提交给甲方代表或其书面确认人员。

（9）本合同项下必须经甲方事先批核和答复的事宜，乙方应在获得甲方批核和答复后方可进行。

为免疑义，除本合同已有约定之外，需经甲方事先批核和答复的各项事宜，应由双方协商并以书面形式确定。

（10）乙方可协助甲方与第三方之间就项目相关事项的协商及议价。在同等条件下，甲方也可考虑乙方推荐的第三方。如甲方与第三方另行签订协议，则甲方与第三方应根据该协议的条款分别享有权利及履行义务，与乙方无关。

（11）未经甲方事先书面同意，乙方不得将本合同项下的委托事项转让或委托给第三方实施，否则甲方有权解除合同。

（12）乙方应保证其所提交的市场分析报告数据准备、内容真实。

（13）乙方承诺在履行合同时不进行有损甲方形象、声誉的行为。

五、知识产权

1、乙方因履行本合同而完成的全部工作成果以及文案稿件（包括但不限于推广策略、创意及构思等）的知识产权归甲方所有。未经甲方事先书面同意，乙方不得将本合同项下服务成果用于本合同之外任何用途。

2、如果有关工作成果涉及第三方权利包括但不限于知识产权、财产权或人身权，乙方应在提供报价时、或在稿件确认之前，向甲方说明（包括但不限于有关第三方作品的使用权利和使用期限等），并向甲方提出解决该问题的方法，包括乙方同该第三方达成协议或另行制作等。如上述解决方法需要支付费用的，应由乙方承担。

3、乙方保证其提交服务成果不违反法律法规，不涉及侵犯任何第三方知识产权或肖像权、名誉权等任何权利，否则涉及一切纠纷及责任均由乙方出面处理，由乙方承担全部赔偿责任。

六、保密

1、甲乙双方对因履行本合同而知悉的对方商业秘密互负保密义务。除非国家有权机关强制要求，协议一方未经对方书面同意不得向第三方泄露。

2、商业秘密指双方有关构思、推广策略、营业状况、客户名单及其他技术信息和经营信息。

3、本保密条款在服务期限内及本合同终止后两年内有效。

七、违约责任

1、乙方应按约定向甲方提供微信抖音平台建设服务、提交服务成果等。如有逾期，乙方每日应向甲方支付相当于合同总价的千分之三的违约金；逾期超过十个工作日仍未提供微信抖音平台建设服务或提交成果的，甲方有权解除合同。

2、乙方违约导致合同提前终止（包括甲方行使合同解除权情形）的，乙方向甲方支付相当于合同总价的20%的违约金。

3、乙方在本合同项下应付的违约金、补偿金或赔偿金，甲方有权从应付服务费等费用中直接扣除，乙方对此不持异议。

4、如遇到以下问题甲方有权无条件解除合同:

4.1乙方未按要求完成第二条约定的服务内容；

4.2乙方在服务过程中违反法律或严重损害甲方利益的。

八、争议解决

本合同项下如有争议，甲乙双方应友好协商解决；协商不成的，任何一方均有权向项目所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

九、禁止商业贿赂

1、本合同项下商业贿赂是指乙方或其人员为促成交易或从甲方取得比他人更多的商业利益或更特殊的商业待遇而给予甲方经办部门或员工个人的回扣、退佣、购物折扣、礼品券、优惠券、置业、礼品、馈赠、借款或担保、游览或旅游、娱乐、招待、报销票据等不正当利益。

2、乙方或其人员不得针对本合同签署和执行实施任何形式商业贿赂，包括满足甲方人员索贿要求等。如涉及索贿，乙方应向甲方举报。甲方查明举报属实后将及时公正处理，并为乙方严格保密。

3、如乙方或其人员违反以上约定，甲方有权解除合同，乙方承担导致合同提前终止的违约责任，且甲方将终止与乙方全部既有合作，并将乙方及乙方关联方列入甲方所属集团合作黑名单，不再合作。

十、效力及其他

1、本合同经甲乙双方签署生效；一式柒份，甲方执伍份，乙方执贰份，均具有同等效力。

2、如下附件为合同有效组成部分，与合同主文具同等效力。

附件一：项目详细服务内容；

附件二： 项目工作小组人员名单。

（以下无正文，为新媒体运营及网络推广服合同签章页）

甲方：【 】 乙方：【 】

签约代表： 签约代表：

签约日期：【 年 月 日】 签约日期：【 年 月 日】

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |