

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌
传播顾问及网络营销服务
比选文件

比 选 人 名 称：深圳市地铁集团有限公司

法定代表人或其委托代理人：辛 杰

二〇二二年十一月

目 录

致参选人.....	4
参选文件无效和废标的情形摘要.....	5
比选公告.....	7
一、 项目名称	7
二、 项目概况	7
三、 比选内容	7
四、 比选控制价格	9
五、 参选人资格要求	9
六、 参选时间、地点	10
七、 参选所需材料	10
八、 参选联系人	11
第一篇 参选须知.....	12
第一章 总则.....	12
一、 项目概况	12
二、 服务内容	12
三、 工作方式及服务期限	14
九、 参选人资格要求	15
十、 比选、参选的时间安排	15
十一、 参选费用	16
十二、 参选报价限价	16
第二章 比选文件.....	16
一、 比选文件的构成	16
二、 比选文件的补充、修改或澄清	16
第三章 参选文件的编写.....	17
一、 参选文件的组成及要求	17
二、 参选文件内容编写要求	17
三、 参选人的承诺	18
第四章 参选文件的签章要求.....	19

一、 参选文件的份数	19
二、 参选文件的签章	19
三、 参选文件的标识	19
第五章 参选文件递交.....	19
第六章 参选有效期.....	20
第七章 开标.....	20
第八章 评标.....	21
第九章 确定中选人.....	23
第十章 合同的授予.....	23
附件：评标办法.....	23
一、 总则	23
二、 评定标组织	23
三、 评标方法与程序	24
四、 评审标准	26
五、 中选价确定原则	26
六、 定标	26
七、 评标守则	26
第二篇 参选文件格式.....	38
技术标.....	39
商务标书.....	49
第三篇 合同条款.....	55

致参选人

本比选文件是依据有关招标参选的法律、法规、规章和规范性文件的规定，根据本比选项目的特点和需要编制的。

比选文件的编制遵循公开、公平、公正和诚实信用的原则，比选文件的内容已清楚地反映了深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务工作内容和基本要求。我们要求参选人必须完全响应本比选文件的实质性内容。

领取了本比选文件的正式参选人，请随时查看在深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号中有关该项目补遗文件的信息。否则，由此导致的不利后果由参选人自负。

比选人： 深圳市地铁集团有限公司

通 讯 地 址： 深圳市福田区深南大道深铁置业大厦

址：

邮 政 编 码： 518042

码：

联系人： 廖工

联 系 电 话： 0755-89987935

话：

传 真： 0755-89987239

电 子 邮 箱： liaojie@shenzhenmc.com

箱：

日期： 2022年11月18日

参选文件无效和废标的情形摘要

本章节是本比选文件中涉及的所有无效标和废标情形的摘要，除出现以下情形外，参选文件的其他任何情形均不得作无效标和废标处理。比选文件中有关无效标和废标条款的阐述与本章节不一致的，以本章节内容为准。

一、参选文件不予受理的情形（由比选人负责判定）：

1. 参选文件在规定的参选截止时间以后上传的或者未上传指定平台的；
2. 参选文件未按规定加写标识和加盖参选人公章的。

二、参选文件有下列情形之一的，初步评审不合格，应作无效标处理（由评标委员会负责判定）：

1. 参选文件未按要求加盖参选人公章的；
2. 参选文件未经法定代表人或其委托代理人签字或盖章的，或由委托代理人签字但未随参选文件一起提供“法定代表人授权书”原件的；
3. 对固定的参选格式文件内容进行了实质性修改，或加进额外的条件；
4. 参选函中的内容未按比选文件的要求填写；
5. 参选人的报价超出本项目报价总上限的；
6. 经审查参选人不符合资格要求的。

三、参选文件存在下列情形的，应作废标处理（由评标委员会负责判定）：

1. 参选人以他人的名义参选或出现串通参选、弄虚作假情形的；
2. 不同参选人的参选文件内容存在非正常一致的（包括但不限于线上递交参选文件的CPU 序号、硬盘序列号、MAC 地址、IP 地址等）；
3. 不同参选人的参选文件错漏之处一致的；
4. 不同参选人的参选报价或者报价组成异常一致或者呈规律性变化的；
5. 不同参选人的参选文件由同一单位或者同一个人编制的；
6. 不同参选人的参选文件载明的项目负责人与主要技术人员出现同一人的；
7. 不同参选人的参选文件相互混编的；
8. 不同参选人委托同一人参选的；
9. 不同参选人聘请同一人为其参选提供技术或者经济咨询服务的，但比选项目本身要求采用专有技术的除外。
10. 参选人拒不按照评标委员会要求对参选文件进行澄清、说明、补正的。

当参选人出现上述 10 条的情形时，比选人将该参选人列入比选人不良诚信行为名录，并保留对外公示的权利。

比选公告

深圳市地铁集团有限公司拟对深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务（以下简称“本项目”）进行公开比选，欢迎符合本比选公告公布资质要求的公司参加比选。

一、项目名称

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

二、项目概况

（一）深铁珑境花园（一期）

深铁珑境位于深圳市龙华区地铁4号线龙胜站，布龙路与和平路交汇处，占地约11.1万m²，总建面约48万m²，为深铁置业首献龙华的“境”系作品，一期推出建筑面积约180m²叠拼洋房、建筑面积110-147m²小高层，是集宽景美宅、精粹商业、生态景观、全龄教育于一身的综合体项目。一期共344套房源于2022年9月入市销售。

（二）深铁置业品牌

深圳地铁置业集团有限公司（以下简称“深铁置业”）是深圳地铁集团的全资子公司，是集团轨道建设、轨道运营、站城开发、资源经营“四位一体”产业链中的重要环节，肩负着轨道交通沿线土地综合开发、反哺轨道交通建设运营的历史责任，探索并形成了国内领先的“轨道+物业”模式，积累了十余年的轨道上盖综合开发经验。目前已获取土地开发权的项目共27个，总建筑面积超1400万m²，当前在建面积约728万m²，为深圳市政府建设了157万m²逾2.2万套的公共性住房。

三、比选内容

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务，包含但不限于以下内容：

（一）深铁珑境花园（一期）工作

1. 广告策略及创意类

- （1）项目价值梳理及概念包装；
- （2）项目推广策略（包括投放渠道及传播计划、资源整合、营销活动、品牌宣传等）；
- （3）小视频、微电影、网站创意及其文案创作、软文撰写；
- （4）项目全程跟进服务；
- （5）提供必要的咨询与顾问服务（市场调研与跟踪，包括行业/竞品/客群分析与研究，对

其他项目的宣传物料创意设计、投放渠道、互动形式形成简报，网络舆情监控及公关、各类月度/季度/年度策略及总结报告)；

(6)其他按甲方需求配合制定的策略及创意构思工作等。

2. 广告文案及设计类

(1)基础搭建类：项目案名、LOGO 及 VI（视觉形象识别）应用系统的建立与实施方案；

(2)宣传物料类：包括但不限于主 KV（形象画面）、户型图、楼书、海报（含线上）等的文案创作及设计工作；

(3)推广渠道类：包括但不限于指定推广渠道的文案创作、视觉设计、短视频剪辑工作；

(4)销售工具类：包括但不限于纸杯、纸袋、信封、销售文件等的文案创作及设计工作；

(5)展示包装类：包括但不限于导视系统、品牌墙、工法展示、围墙、展板等的文案创作及设计工作；

(6)活动相关类：包括但不限于巡展、临展、各类营销活动主题创意、线下制作物料、线上宣传物料等的文案创作及设计工作；

(7)其他按甲方需求配合的文案及设计工作等，以及前期定稿物料的修改、更新和优化。

3. 网络营销服务工作

(1)策略及创意类：包括但不限于营销策略思路、投放渠道及计划、个性化亮点创意、企业品牌价值输出等；

(2)策略执行类：包括但不限于项目网络营销策略及创意方案执行中所涉及到的文案创作、视觉设计、短视频剪辑、H5 开发、资源整合与沟通等工作，其中短视频及 H5 制作每季度数量各 1-3 个，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整；

(3)日常维护类：包括但不限于企业及项目相关信息、新闻稿件等内容的推送工作；

(4)软文撰写类：包括但不限于专题软文（项目及企业利好信息、自身价值、品牌价值等）及各类活动通稿、新闻通稿的构思、文案撰写及推送等工作，其中原创文章数量每季度 3-5 篇，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整。

(二)深铁置业品牌工作

1. 品牌策略及创意执行类

(1)策略研究类：基于深铁置业目前整体品牌现状协助进行品牌调研和诊断，提出年度策略方向并制定分阶段品牌传播执行方案、品牌及综合活动/事件方案规划、媒体投放组合建议、房地产企业品牌建设对标报告等；

(2)策略执行类：基于年度及阶段策略下的活动主题及执行方案相关的文案创作、视觉设

计、视频剪辑、媒体投放组合建议及内容撰写、费用预算等；

(3) 统筹协同类：根据节点制定深铁置业品牌及项目联动推广策略并配合项目执行；

(4) 物料类：进行全年品牌推广规划与设计，包括但不限于各类媒体投放画面、品牌墙、品牌画册、房协特刊、节庆海报等的文案创作及设计工作；

(5) 礼品类：结合主题节庆及不同人群礼赠需求，提出符合深铁置业调性、同时具有创新创意、美观实用的品牌礼品建议与设计；

(6) 其它品牌相关工作：助益品牌形象的协同配合宣传，包括但不限于企业文化、客户关怀、招聘、公益活动、社会责任等内外部品牌宣传及其它工作全程跟进服务；

(7) 网络营销类：根据项目营销节点及深铁置业品牌宣传需要，提出营销思路及创意，整合并制定投放计划，包括但不限于自媒体、门户网站、视频平台等各渠道的新闻通稿、专题软文、短视频、直播等撰写及制作发布；

(8) 网络舆情监控及公关：包括但不限于项目及企业相关舆情的监控及处理建议；

(9) 策略报告类：例行周报、月报、上年度总结报告、下年度总体策略报告等。

2. 深铁置业微信订阅号工作

(1) 基础管理：内容优化、菜单优化、版面形象设计等；

(2) 内容管理：

1) 文章推送：包括文章排版设计、热点话题内容组织，除上述新闻稿、专题文章外，还包含深铁置业的招聘信息、招采信息等；

2) 模块开发：H5 页面、二维码等的个性化设计，形式不限；

3) 后台运维：粉丝管理、留言管理、评论管理、投诉管理等。

(3) 内容运营：根据节点制定深铁置业微信订阅号增粉计划，分目标按阶段落地实施，包括但不限于项目信息、企业动态、TOD 科普等深铁置业品牌及项目等的日常及创意宣传工作。

四、比选控制价格

本次参选总报价最高限价为人民币 85.5 万元（含税），月服务费单价最高限价为人民币 9.5 万元（含税），报价不能超过项目总上限价及分项月上限价。

五、参选人资格要求

1. 参选人资质要求：参选人必须是中华人民共和国境内注册的法人，注册成立时间不得晚于 2019 年 1 月 1 日。经营范围具备以下一项或多项：从事广告业务、文化活动策划、企业形象策划、美术设计、品牌形象策划、企业形象策划及设计、品牌推广、广告设计或广告制作等。

2. 参选人业绩要求：2019年1月1日至今，与全国50强或深圳20强房地产公司品牌（含分公司，全国50强排名参考2019-2021年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳20强排名参考2019-2021年深圳房协数据）合作过在北上广深一线城市的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目2个，且合同金额在80万元以上（同一品牌可有多个项目）。

备注：以上业绩证明材料需提供合同关键页复印件或中标通知书，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。

3. 参选人不被接受情况如下：

(1) 在参选（询价）活动（包括在深圳地铁项目）中因串通投标（报价）被暂停投标（报价）资格期间；或涉嫌串通参选（报价）并正在接受主管部门调查的；

(2) 下属直管单位有过诉讼、仲裁史，且其诉讼请求、仲裁申请或辩论理由没有被法院、仲裁庭支持的；

(3) 正与深圳市地铁集团有限公司及下属单位进行诉讼、仲裁，且在截标之日前未达成和解或纠纷化解的；

(4) 自截标前三年以来在深圳市地铁集团有限公司及下属单位在参选过程中、合同履行过程中有不良行为记录，或者有对深圳市地铁集团有限公司声誉造成损害行为的；

(5) 自截标前三年以来在深圳市地铁集团有限公司或其下属直管单位存在违约行为的，或在合同履行评价考核中等级不合格的。

4. 联合体要求：不接受联合体参选。单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一项目比选。

六、参选时间、地点

序号	内容	时间安排	备注
1	发布比选公告（发标）	2022年11月18日	深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号
2	截标、开标	2022年11月29日10时	参选文件递交平台（仅接收电子版）：深圳地铁智能招采管理平台（ https://cg.shenzhenmc.com/ ）
3	评标	2022年11月29日14时	地铁大厦智能评定标中心会议室（请持24小时内核酸检测结果方可入内）

注：以上时间和地点有可能变动。如有变动，以比选人最新通知为准。

七、参选所需材料

1. 根据比选文件编制的参选文件（比选文件获取：深圳地铁智能招采管理平台（<https://cg.shenzhenmc.com/>））；

2. 如递交参选文件的参选人为参选单位的法定代表人，须提供法定代表人证明书及本人

身份证原件和复印件；如递交参选文件的参选人不是法定代表人，除提供本人身份证复印件外，还需提供法定代表人证明书和法定代表人身份证复印件及授权委托书。

八、参选联系人

联系人：廖工

联系电话：0755-89987935

深圳市地铁集团有限公司

2022年11月18日

第一篇 参选须知

第一章 总则

一、项目概况

（一）深铁珑境花园（一期）

深铁珑境位于深圳市龙华区地铁4号线龙胜站，布龙路与和平路交汇处，占地约11.1万m²，总建面约48万m²，为深铁置业首献龙华的“境”系作品，一期推出建筑面积约180m²叠拼洋房、建筑面积110-147m²小高层，是集宽景美宅、精粹商业、生态景观、全龄教育于一身的综合体项目。一期共344套房源于2022年9月入市销售。

（二）深铁置业品牌

深圳地铁置业集团有限公司（以下简称“深铁置业”）是深圳地铁集团的全资子公司，是集团轨道建设、轨道运营、站城开发、资源经营“四位一体”产业链中的重要环节，肩负着轨道交通沿线土地综合开发、反哺轨道交通建设运营的历史责任，探索并形成了国内领先的“轨道+物业”模式，积累了十余年的轨道上盖综合开发经验。目前已获取土地开发权的项目共27个，总建筑面积超1400万m²，当前在建面积约728万m²，为深圳市政府建设了157万m²逾2.2万套的公共性住房。

二、服务内容

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务，包含但不仅限于以下内容：

（一）深铁珑境花园（一期）工作

1. 广告策略及创意类

(1) 项目价值梳理及概念包装；

(2) 项目推广策略（包括投放渠道及传播计划、资源整合、营销活动、品牌宣传等）；

(3) 小视频、微电影、网站创意及其文案创作、软文撰写；

(4) 项目全程跟进服务；

(5) 提供必要的咨询与顾问服务（市场调研与跟踪，包括行业/竞品/客群分析与研究，对其他项目的宣传物料创意设计、投放渠道、互动形式形成简报，网络舆情监控及公关、各类月度/季度/年度策略及总结报告）；

(6) 其他按甲方需求配合制定的策略及创意构思工作等。

2. 广告文案及设计类

(1)基础搭建类：项目案名、LOGO及VI（视觉形象识别）应用系统的建立与实施方案；

(2)宣传物料类：包括但不限于主KV（形象画面）、户型图、楼书、海报（含线上）等的文案创作及设计工作；

(3)推广渠道类：包括但不限于指定推广渠道的文案创作、视觉设计、短视频剪辑工作；

(4)销售工具类：包括但不限于纸杯、纸袋、信封、销售文件等的文案创作及设计工作；

(5)展示包装类：包括但不限于导视系统、品牌墙、工法展示、围墙、展板等的文案创作及设计工作；

(6)活动相关类：包括但不限于巡展、临展、各类营销活动主题创意、线下制作物料、线上宣传物料等的文案创作及设计工作；

(7)其他按甲方需求配合的文案及设计工作等，以及前期定稿物料的修改、更新和优化。

3. 网络营销服务工作

(1)策略及创意类：包括但不限于营销策略思路、投放渠道及计划、个性化亮点创意、企业品牌价值输出等；

(2)策略执行类：包括但不限于项目网络营销策略及创意方案执行中所涉及到的文案创作、视觉设计、短视频剪辑、H5开发、资源整合与沟通等工作，其中短视频及H5制作每季度数量各1-3个，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整；

(3)日常维护类：包括但不限于企业及项目相关信息、新闻稿件等内容的推送工作；

(4)软文撰写类：包括但不限于专题软文（项目及企业利好信息、自身价值、品牌价值等）及各类活动通稿、新闻通稿的构思、文案撰写及推送等工作，其中原创文章数量每季度3-5篇，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整。

(二)深铁置业品牌工作

1. 品牌策略及创意执行类

(1)策略研究类：基于深铁置业目前整体品牌现状协助进行品牌调研和诊断，提出年度策略方向并制定分阶段品牌传播执行方案、品牌及综合活动/事件方案规划、媒体投放组合建议、房地产企业品牌建设对标报告等；

(2)策略执行类：基于年度及阶段策略下的活动主题及执行方案相关的文案创作、视觉设计、视频剪辑、媒体投放组合建议及内容撰写、费用预算等；

(3)统筹协同类：根据节点制定深铁置业品牌及项目联动推广策略并配合项目执行；

(4)物料类：进行全年品牌推广规划与设计，包含但不限于各类媒体投放画面、品牌墙、品牌画册、房协特刊、节庆海报等的文案创作及设计工作；

(5) 礼品类：结合主题节庆及不同人群礼赠需求，提出符合深铁置业调性、同时具有创新创意、美观实用的品牌礼品建议与设计；

(6) 其它品牌相关工作：助益品牌形象的协同配合宣传，包括但不限于企业文化、客户关怀、招聘、公益活动、社会责任等内外部品牌宣传及其它工作全程跟进服务；

(7) 网络营销类：根据项目营销节点及深铁置业品牌宣传需要，提出营销思路及创意，整合并制定投放计划，包括但不限于自媒体、门户网站、视频平台等各渠道的新闻通稿、专题软文、短视频、直播等撰写及制作发布；

(8) 网络舆情监控及公关：包括但不限于项目及企业相关舆情的监控及处理建议；

(9) 策略报告类：例行周报、月报、上年度总结报告、下年度总体策略报告等。

2. 深铁置业微信订阅号工作

(1) 基础管理：内容优化、菜单优化、版面形象设计等；

(2) 内容管理：

1) 文章推送：包括文章排版设计、热点话题内容组织，除上述新闻稿、专题文章外，还包含深铁置业的招聘信息、招采信息等；

2) 模块开发：H5 页面、二维码等的个性化设计，形式不限；

3) 后台运维：粉丝管理、留言管理、评论管理、投诉管理等。

(3) 内容运营：根据节点制定深铁置业微信订阅号增粉计划，分目标按阶段落地实施，包括但不限于项目信息、企业动态、TOD 科普等深铁置业品牌及项目等的日常及创意宣传工作。

三、工作方式及服务期限

1. 签约主体：深圳市地铁集团有限公司。

2. 合同为综合单价合同，据实结算。

3. 服务期限：

(1) 本合同期限暂按 9 个月计算。启动日期以甲方书面启动函的要求时间为准。甲方有权根据实际需要，提前解除本合同，双方按照乙方服务月数据实结算费用，甲方无须支付其它费用，且不再承担其他任何责任、赔偿等。

(2) 如甲方因推广周期调整或本项目发生重大调整或出现停建、缓建等其它原因，甲方有权要求乙方暂时停止服务或解除合同。暂停服务期，即“休眠期”内乙方一切工作暂停，甲方不需支付该期间服务费用，合同期相应顺延。

(3) 以上情况甲方须提前 10 日书面通知乙方。

九、参选人资格要求

1. 参选人资质要求：参选人必须是中华人民共和国境内注册的法人，注册成立时间不得晚于 2019 年 1 月 1 日。经营范围具备以下一项或多项：从事广告业务、文化活动策划、企业形象策划、美术设计、品牌形象策划、企业形象策划及设计、品牌推广、广告设计或广告制作等。

2. 参选人业绩要求：2019 年 1 月 1 日至今，与全国 50 强或深圳 20 强房地产公司品牌（含分公司，全国 50 强排名参考 2019-2021 年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳 20 强排名参考 2019-2021 年深圳房协数据）合作过在北上广深一线城市的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目 2 个，且合同金额在 80 万元以上（同一品牌可有多个项目）。

备注：以上业绩证明材料需提供合同关键页复印件或中标通知书，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。

3. 参选人不被接受情况如下：

(1) 在参选（询价）活动（包括在深圳地铁项目）中因串通投标（报价）被暂停投标（报价）资格期间；或涉嫌串通参选（报价）并正在接受主管部门调查的；

(2) 下属直管单位有过诉讼、仲裁史，且其诉讼请求、仲裁申请或辩论理由没有被法院、仲裁庭支持的；

(3) 正与深圳市地铁集团有限公司及下属单位进行诉讼、仲裁，且在截标之日前未达成和解或纠纷化解的；

(4) 自截标前三年以来在深圳市地铁集团有限公司及下属单位在参选过程中、合同履行过程中有不良行为记录，或者有对深圳市地铁集团有限公司声誉造成损害行为的；

(5) 自截标前三年以来在深圳市地铁集团有限公司或其下属直管单位存在违约行为的，或在合同履行评价考核中等级不合格的。

4. 联合体要求：不接受联合体参选。单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一项目比选。

十、比选、参选的时间安排

序号	内容	时间安排	备注
1	发布比选公告（发标）	2022 年 11 月 18 日	深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号
2	截标、开标	2022 年 11 月 29 日 10 时	参选文件递交平台（仅接收电子版）：深圳地铁智能招采管理平台（ https://cg.shenzhenmc.com/ ）
3	评标	2022 年 11 月 29 日 14 时	地铁大厦智能评定标中心会议室（请持 24 小时内核酸检测阴性结果方可入内）

注：以上时间和地点有可能变动。如有变动，以比选人最新通知为准。

十一、参选费用

参选人应承担所有与准备和参加参选有关费用。无论招参选的结果如何，参选人均自行承担因参加参选而发生的一切费用。

十二、参选报价限价

本次参选总报价**最高限价为人民币 85.5 万元**（含税），月服务费单价最高限价为人民币 9.5 万元（含税），报价不能超过项目总上限价及分项月上限价。

第二章 比选文件

一、比选文件的构成

比选文件用以阐明所需参选须知、评定标程序、深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务工作内容和基本要求、合同条款等，比选文件由下述部分组成：

致参选人

参选文件无效和废标的情形摘要

第一篇 参选须知

第二篇 参选文件格式

第三篇 合同条款

二、比选文件的补充、修改或澄清

1. 参选人若对比选文件有疑问，需要比选人予以澄清，应于参选截止日 5 日前以书面形式向比选人提出，送至比选文件“致参选人”中写明的比选人地址。不论是比选人根据需要主动对比选文件进行必要的澄清或是根据参选人的要求对比选文件做出澄清，比选人的补遗文件都将在参选截止日 3 日前在深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号向所有参选人公示。比选文件的补遗作为比选文件的组成部分，具有约束力。参选人应随时查看深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号中有关该项目补遗文件的信息。否则，由此导致的不利后果由参选人自负。比选文件的补遗作为比选文件的组成部分，具有约束力。

2. 比选人对在参选截止日 5 日前收到的以书面函件的方式要求澄清的问题，将视具体情况进行澄清，比选人的澄清将通过深铁招采网、深圳地铁官网、国资委阳光采购平台、深铁置业微信订阅号向所有参选人公示。如比选人认为参选人所提出的问题已在比选文件中明确说明，或可以根据比选文件做出明确的推断，比选人将不再予以澄清。

3. 比选文件发出后，在参选截止日 3 日前的任何时候，确需要变更比选文件内容的，比选人可主动或在解答参选人提出的澄清问题时对比选文件进行修改。

4. 比选文件、比选文件补遗、澄清(答疑)、澄清(答疑)会议纪要、修改(补充)函件内容均以书面明确的内容为准。当比选文件、补遗、澄清(答疑)、纪要、修改(补充)函件内容相互矛盾时，以最后发出的为准。

5. 为使参选人在编写参选文件时有充分时间对比选文件的补遗、修改(补充)部分进行研究，比选人有权适当延长递交参选文件的截止日期。

第三章 参选文件的编写

一、参选文件的组成及要求

1. 参选人应仔细阅读比选文件的所有内容，按要求提供参选文件，并保证所提供的全部资料的真实性。

2. 参选文件格式要求：参选文件采用中文编写。

3. 参选文件按照“技术标书”、“商务标书”上传。

二、参选文件内容编写要求

(一) “技术标书”的编写

1. 参选人应按照比选文件第二篇“参选文件格式”中资格审查文件部分的要求编写，“资格审查文件”应包括以下几个主要内容：

一、企业法人营业执照复印件、政府网站显示注册资本的信息页（加盖公章）；

二、法定代表人资格证明书（加盖公章）；

三、法定代表人身份证复印件（加盖公章）；

四、法定代表人授权委托书（如有，加盖公章）；

五、被授权人身份证复印件（如有，加盖公章）；

六、资格审查及技术标评审业绩证明材料（加盖公章）：

2019年1月1日至今，与全国50强或深圳20强房地产公司品牌（含分公司，全国50强排名参考2019-2021年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳20强排名参考2019-2021年深圳房协数据）合作过在北上广深一线城市的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目2个，且合同金额在80万元以上（同一品牌可有多个项目）。

备注：以上证明材料需提供合同关键页复印件，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。合同名称或工作内容需表明具体服务类型。

七、技术标评审团队配置证明材料（加盖公章）：

拟任项目总监、拟任策略总监、拟任创意总监、拟任客户总监、拟任资深文案、拟任项目执行的工作经验及同类业绩，以上团队人员均需有五年以上工作经验。需提供社保证明，社保累计满5年。

八、《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务方案》（加盖公章）

2. 项目资料真实性及业绩由参选人负责核实，以上提供的证书（证件等）必须在有效期内，并加盖公章。若比选人查实上述信息不真实，参选人将负全责。

（二）“商务标书”的编写

1. 参选人应按照比选文件第二篇“参选文件格式”中商务标书部分的要求编写，应包括以下几个主要内容：

①参选函；

②报价表。

2. 参选报价货币为人民币。

3. 比选人认为参选人自备设施、工作人员的保险及劳动保护等费用已包含在参选人的参选报价中。

4. 比选人认为参选人报价已包含但不限于版权、人工、研发及为完成本项目工作产生的管理费、培训费等系列费用及相关税费等（包括关税、增值税）。

5. 比选人认为参选人为履行本合同而提供的产品和服务的知识产权、版权费等第三者费用、根据法律由乙方支付的税费、保险费、合同文本、研究成果等资料的印刷费等已包含在参选人的参选报价中。

6. 参选人报价为项目总报价，本次参选报价**最高限价为人民币 85.5 万元**（含税），月服务费单价**最高限价为人民币 9.5 万元**（含税），超过参选报价总上限及分项月上限按无效标处理。

三、参选人的承诺

参选人必须对下列各项做出承诺：

1. 参选人所提供的资料真实可靠，并完全接受比选人对参选文件的最终审核结果。如经审核参选人参选文件存在虚假资料，比选人有权随时终止其参选（或中选）资格，记录该参选人的不良行为，并由该参选人赔偿由此给比选人造成的损失。

2. 参选人所委派的工作人员在中选后不得随意更改，如确需变更，需经比选人认可同意，如未经比选人同意，参选人自行变更参选文件中委派的主要人员（项目经理、顾问团队成员、

项目组主要人员），比选人有权对参选人予以相应违约处理或终止履行合同。

3. 参选人保证在参选过程中，严守国家法律、法规，本着诚实守信的原则，无互相串通参选报价、无排挤其它参选人的合法权益、无向比选人或评委成员行贿谋取中选、无以他人名义参选或以其它方式弄虚作假骗取中选的不良行为。

4. 参选人同意：

(1) 由于非比选人原因（如因国家审批或政策环境、深圳市城市规划等因素）导致该项目被取消或无法实施，比选人将否决所有参选；

(2) 比选人可以否决所有参选，终止比选而无须说明理由，比选人不承担因此给参选人造成的损失。

第四章 参选文件的签章要求

一、参选文件的份数

参选人提交的参选文件应包含“技术标书”1册、“商务标书”1册，分别上传。

二、参选文件的签章

1. 所有参选文件均须加盖公章及骑缝章。

2. 参选文件均应使用不能擦去的墨水打印或书写，并由参选人正式授权人签署。有增加或修正的各项，都应由参选文件签字人签字证明。

3. 参选文件应无涂改和行间插字，除非这些删改是根据比选人指示进行，或是参选人造成的必须修改的错误。在后一种情况下，修改处应由参选文件签字人签字证明。

三、参选文件的标识

参选人应将“技术标书”、“商务标书”分别编写成册，按以下规定加写标识：

项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务参选文件

参选人名称：

法定代表人或其委托代理人：

日期：

第五章 参选文件递交

一、参选人应按本参选须知规定的平台、日期和时间递交参选文件。

1. 电子版参选文件递交平台：深圳地铁智能招采管理平台（<https://cg.shenzhenmc.com/>）。

2. 参选文件的签署人须是法定代表人或法定代表人授权委托人。法定代表人须提供本人有效身份证件（原件）及法定代表人资格证明书（原件，盖公章）；或法定代表人的授权委托代理人须提供本人有效身份证件（原件）、法定代表人资格证明书（原件，盖公章）及法定代表人授权委托书（原件，盖公章）。本比选文件所述法定代表人即法定代表人或法定负责人。

二、迟到的参选文件

在本参选须知第一章第四条规定的参选截止期以后上传或者未上传至指定平台的参选文件将不予受理。参选人在递交参选文件时应遵照工作人员的安排有秩序地进行。

第六章 参选有效期

1. 自规定的参选书递交截期限起 180 天内，参选书均保持有效。

2. 在特殊的情况下，在原定参选有效期满之前，比选人可以根据需要以书面形式向参选人提出延长参选有效期的要求，对此要求参选人须以书面形式予以答复。同意延长参选有效期的参选人不能要求也不允许修改其参选文件。

第七章 开标

1. 截标后首先进入开标环节，比选人将于参选须知所规定的时间和地点公开举行开标会议，所有参选人代表可选择到场参加。

2. 如参选人现场参加开标会议，参选人只能委派一名代表，且必须是参选人法定代表人或其授权委托代理人。法定代表人须随身携带本人有效身份证件（原件）及法定代表人资格证明书（原件，盖公章）；或法定代表人的授权委托代理人须携带本人有效身份证件（原件）、法定代表人资格证明书（原件，盖公章）及法定代表人授权委托书（原件，盖公章）。

3. 开标会议由比选人主持。

4. 由比选人监审人员检查所有参选文件的上传情况，也可以由比选人委托的公证机构进行检查并公证。

5. 经确认无误后，由比选人当众开启所有参选文件，先开技术标，再开商务标，由比选人工作人员宣读参选人名称、参选报价等。

6. 比选人将作开标记录，以存档备查。

7. 按本须知规定宣布为不予受理情形的参选文件，不予送交评标委员会评审。

8. 开标结束后，进入评标环节。根据评标“先评技术标，再评商务标”的原则，比选人先仅将技术标书移交评标委员会，待技术标书评审完成后再移交商务标书。

9. 参选文件有下列情形之一的，比选人将不予受理：

- (1) 参选文件在规定的参选截止时间以后上传或者未上传至指定平台的；
- (2) 参选文件未按规定编制并加盖参选人公章的。

10. 参选人如对比选文件及参选文件的编制有疑问，请主动及时地联系比选人。

第八章 评标

一、开标完成结束后，进入评标环节。采用“综合评估法”，先评技术标，再评商务标，满分为 100 分，其中：技术标 60 分，商务标 40 分。评标方法及评分标准详见附件《评标办法》。

二、评标

1. 评标分 2 个阶段进行，先评技术标，再评商务标。

技术标评审：

(1) 第一阶段，先将所有合格参选文件的技术标书移交至评标委员会，评标委员会对参选文件的技术标书进行初步评审（有效性审查），只有通过初步评审的技术标书才有资格进入下一步的详细评审。

(2) 评标委员会否决无效标或者界定为废标后，有效参选人不足 4 家的，比选人宣布本次比选失败，重新组织比选。

(3) 技术标初步审查完成后，参选人按照比选人通知的时间在指定地点进行现场陈述答辩。各参选人的陈述答辩按签到的先后时间确定顺序，逐一单独进行。

(4) 主陈述答辩人必须是参选人拟派的项目负责人，项目组成员作为辅助答辩人；非以上人员不得进入陈述答辩现场。参加答辩的所有人员须核对身份，请答辩人员务必携带有效的身份证明材料。

① 参选人先进行 15 分钟以内的方案陈述。为保证陈述效果，可以辅助使用投影演示等形式，但不能再提供任何书面资料。

② 陈述后接着进行 5 分钟以内的答辩，由参选人回答评委提出的问题。

③ 现场陈述答辩结束后，参选人应立即离开现场，不得与其他参选人交谈，透露任何有关参选文件和陈述答辩的内容。一经发现，其参与资格将被取消。

(5) 参选人在陈述答辩过程中，可以对参选文件进行解释、说明、澄清，但不得对人员安排、报价等实质性内容做任何更改。如陈述答辩的内容与参选文件的内容之间有冲突、矛盾的，除陈述答辩对参选文件中的错漏进行的修正、补充外，均以参选文件为准。

(6) 参选人完成陈述答辩后，评标委员会按照评审标准对技术标进行详细评审（详见评审附表），评审完成后，评审分数不得再更改。

商务标的评审

(1) 第二阶段，技术标评审完成后，技术标前 4 名的有效参选人方可进入下一阶段商务标的评审（如出现得分并列导致大于 4 家的情况，则并列的有效参选人共同进入下一阶段商务标的评审）。开标工作人员将商务标书移交评标委员会，评标委员会对商务标部分进行初步评审（有效性审查），只有通过初步评审的商务标文件才有资格进入下一步的详细评审。

(2) 经商务标初步审查，评标委员会作出无效标或者废标处理，致进入商务标详细评审环节的有效参选人不足 3 家，则根据技术标得分，从排名第五起进行递补。若递补后仍不足 3 家，比选人宣布本次比选失败，重新组织比选。

(3) 以参选人所报服务费总价作为商务标评审依据。

(4) 若各参选人的报价，如出现税率不一致的情况，则以不含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算；若税率一致，则以含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算。

(5) 参选人的参选报价中如出现算术错误，将按以下方法进行调整：

① 参选文件中大写金额与小写金额不一致的，以金额低的为准；

② 总价金额与按单价计算的总金额不一致的，以单价计算的总金额为基准。除非单价有明显的小数点错误，此时应以合价金额为准，调整单价。

参选人的参选报价的总价小于调整后的报价，中标价即为投标人的参选报价的总价；参选报价的总价大于调整后的报价，中选价仍为参选人的参选报价的总价，调整后的报价与参选报价的总价之间的差值部分则计入暂列金额。

按照本规定的调整方法确定的调整后报价，须取得参选人同意并书面签字确认；中选人的参选报价是按照本节规定进行了调整的，其中中选价按就低不就高的原则确定。如果参选人拒不接受调整方法以及调整后的报价的，其参选将被拒绝。

(6) 其他情况均按照价格审核计算后，以不利于参选人的原则予以调整。

(7) 商务标初步审查后，评标委员会按照商务标计算公式，完成商务标分数计算。

2. 汇总完成后，评委按照参选人的最终得分值由高到低排列名次，推荐排名第一的参选人为中选候选人。若最终得分相同的，以技术标得分高者排在先；若技术标得分相同的（以保留小数点后两位且四舍五入为准），以商务标报价低者排在先；若报价相同的，以抽签的形式确定中选候选人。最终，评标委员会推荐一名中选候选人，并形成评标报告。

第九章 确定中选人

1. 比选人根据评标委员会提出的书面评标报告，在对推荐的中选候选人的参选文件进行审核后，确定中选人。

2. 比选人在发出中选通知书前的任何时候，有权依据评标委员会的评标报告接受或拒绝任何参选，而且比选人不承担因此产生的任何责任，也无须将这样做的理由通知参选人。

3. 在参选有效期内，比选人将中选结果在“深铁招采网”、“深圳地铁官网”、“国资委阳光采购平台”公示，公示 3 个工作日 无异议的，比选人将向中选候选人发出中选通知书。

第十章 合同的授予

1. 比选人与中选人将于中选通知书发出之日起 30 个工作日内，根据比选文件和中选人的参选文件签订合同。

2. 比选人与中选人签订的合同必须遵守本比选文件的合同条件，并且对合同条款不做实质性更改。

3. 中选人如不按规定与比选人签订合同，或在合同履行过程中未按比选人要求提供服务，则比选人将有充分的理由废除中选，保留要求乙方赔偿损失、承担相应法律责任的权力。比选人可按比选工作小组提出的中选候选人名单得分排名，依次重新确定中选人候选人。依次确定其他中选候选人与比选人的预期差距较大的，或者对比选人明显不利的，比选人重新比选。

附件：评标办法

一、总则

为了保证本次比选参选工作的公开、公平和公正，使评标工作规范化、标准化、科学化，选择有经验、有实力、社会信誉好的单位承担本项目任务，依据相关招参选的法律、法规，特制定本评标办法。本办法作为比选文件的一部分，一切与评标工作有关的人员在评标过程中必须遵守本方法的各项规定。

二、评定标组织

(一) 评标委员会组成

由比选人在开标前成立评选委员会。评标委员会由 7 人组成。

(二) 评标委员会职责

评标委员会负责依据比选文件、本评标原则与程序对参选文件进行客观公正的评审；负

责评标过程中的质疑；根据评审标准及答疑结果对参选人的参选文件进行评审；编写评标报告，推荐中选候选人。

(三) 评标过程由比选人派出监督专员负责监督比选、评标全过程。

(四) 评标过程的会务工作由本次比选工作小组成员负责。

三、评标方法与程序

(一) 本次评标采用“综合评分法”，先评技术标，再评商务标，满分为 100 分，其中：技术标 60 分，商务标 40 分。

1. 评标委员会按照技术标评分标准对各参选人技术文件分别进行打分，各评委评分的算术平均值为该参选人技术标的得分。

2. 然后评标委员会按照商务标计算公式对各参选人商务报价进行评分，最后按顺序汇总各包参选人技术及商务标得分，并按照参选人的最终得分值由高到低排列名次。若出现综合得分相同的情形，以技术标得分高者排在先；若技术标得分相同的（以保留小数点后两位且四舍五入为准），以商务标报价低者排在先；若报价相同的，以抽签的形式确定中选候选人。

3. 最终，评标委员会推荐一名中选候选人，并形成评标报告。

(二) 评标程序

1. 评标分 2 个阶段进行，先评技术标，再评商务标。

技术标评审：

(1) 第一阶段，先将所有合格参选文件的技术标书移交至评标委员会，评标委员会对参选文件的技术标书进行初步评审（有效性审查），只有通过初步评审的技术标书才有资格进入下一步的详细评审。

(2) 评标委员会否决无效标或者界定为废标后，有效参选人不足 4 家的，比选人宣布本次比选失败，重新组织比选。

(3) 技术标初步审查完成后，参选人按照比选人通知的时间在指定地点进行现场陈述答辩。各参选人的陈述答辩按签到的先后时间确定顺序，逐一单独进行。

(4) 主陈述答辩人必须是参选人拟派的项目负责人，项目组成员作为辅助答辩人；非以上人员不得进入陈述答辩现场。参加答辩的所有人员须核对身份，请答辩人员务必携带有效的身份证明材料。

① 参选人先进行 15 分钟以内的方案陈述。为保证陈述效果，可以辅助使用投影演示等形式，但不能再提供任何书面资料。

② 陈述后接着进行 5 分钟以内的答辩，由参选人回答评委提出的问题。

③现场陈述答辩结束后，参选人应立即离开现场，不得与其他参选人交谈，透露任何有关参选文件和陈述答辩的内容。一经发现，其参与资格将被取消。

(5)参选人在陈述答辩过程中，可以对参选文件进行解释、说明、澄清，但不得对人员安排、报价等实质性内容做任何更改。如陈述答辩的内容与参选文件的内容之间有冲突、矛盾的，除陈述答辩对参选文件中的错漏进行的修正、补充外，均以参选文件为准。

(6)参选人完成陈述答辩后，评标委员会按照评审标准对技术标进行详细评审（详见评审附表），评审完成后，评审分数不得再更改。

备注：考虑疫情防控相关因素，比选人有权将本项目原定于地铁大厦深圳地铁智能评标中心现场讲标的形式，调整为视频会议讲标。比选人将在开标后电话通知各参选人，请参选人务必注意电话接听）。

商务标的评审

(1)第二阶段，技术标评审完成后，技术标前4名的有效参选人方可进入下一阶段商务标的评审（如出现得分并列导致大于4家的情况，则并列的有效参选人共同进入下一阶段商务标的评审）。开标工作人员将商务标书移交评标委员会，评标委员会对商务标部分进行初步评审（有效性审查），只有通过初步评审的商务标文件才有资格进入下一步的详细评审。

(2)经商务标初步审查，评标委员会作出无效标或者废标处理，致进入商务标详细评审环节的有效参选人不足3家，则根据技术标得分，从排名第五起进行递补。若递补后仍不足3家，比选人宣布本次比选失败，重新组织比选。

(3)以参选人所报服务费总价作为商务标评审依据。

(4)若各参选人的报价，如出现税率不一致的情况，则以不含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算；若税率一致，则以含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算。

(5)参选人的参选报价中如出现算术错误，将按以下方法进行调整：

①参选文件中大写金额与小写金额不一致的，以金额低的为准；

②总价金额与按单价计算的总金额不一致的，以单价计算的总金额为准。除非单价有明显的小数点错误，此时应以合价金额为准，调整单价。

参选人的参选报价的总价小于调整后的报价，中标价即为投标人的参选报价的总价；参选报价的总价大于调整后的报价，中选价仍为参选人的参选报价的总价，调整后的报价与参选报价的总价之间的差值部分则计入暂列金额。

按照本规定的调整方法确定的调整后报价，须取得参选人同意并书面签字确认；中选人的参选报价是按照本节规定进行了调整的，其中选价按就低不就高的原则确定。如果参选人

拒不接受调整方法以及调整后的报价的，其参选将被拒绝。

(6)其他情况均按照价格审核计算后，以不利于参选人的原则予以调整。

(7)商务标初步审查后，评标委员会按照商务标计算公式，完成商务标分数计算。

2. 汇总完成后，评委按照参选人的最终得分值由高到低排列名次，推荐排名第一的参选人为中选候选人。若最终得分相同的，以技术标得分高者排在先；若技术标得分相同的（以保留小数点后两位且四舍五入为准），以商务标报价低者排在先；若报价相同的，以抽签的形式确定中选候选人。最终，评标委员会推荐一名中选候选人，并形成评标报告。

四、评审标准

技术标及商务标初步评审及详细标准详见附件。

五、中选价确定原则

中选人的总报价即为中选价。

六、定标

比选人在评标工作结束后，将根据评标委员会提交的评标报告，对推荐的中选候选人进行参选文件审核，确定中选人。

七、评标守则

- (一) 必须遵守评定标纪律，不得泄密；
- (二) 必须公正、公平，不得徇私；
- (三) 必须科学严谨，不得草率马虎；
- (四) 必须客观，不得带有成见；
- (五) 必须平等，不得强加于人。

所有与比选评标活动有关的人员必须遵守国家、地方政府制定的法律、法规和市建设行政主管部门的相关规定，遵守保密制度；如有违犯，将按有关规定给予行政处分；情节严重、构成犯罪的，交由司法机关依法追究其法律。

附表 1

开标记录表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	审查项目	上限价 (含税总价)	参选人名称					
			参选人 1	参选人 2	参选人 3	参选人 4	参选人 5	参选人...
1	参选文件在截止时间前递交至指定平台	855,000.00						
2	参选文件按规定加写标识及盖章							
3	参选含税报价（元）							
评审结论								

说明：1. 评审通过的用“√”表示，未通过的用“×”表示。结论用“合格”或“不合格”表示。

2. 报价保留小数点后两位数字，且四舍五入。

记录人（签名）：

复核人（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 2

技术标初步评审表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	审查内容	参选人名称					
		参选人 1	参选人 2	参选人 3	参选人 4	参选人 5	参选人…
1	参选文件按要求加盖参选人公章						
2	参选文件经法定代表人或其委托代理人签字或盖章，或由委托代理人签字并随参选文件一起提供“法定代表人授权书”原件						
3	对固定的参选文件内容格式不能进行实质性修改，不能加进额外的条件						
4	参选人必须是在中华人民共和国境内注册的独立法人机构，注册成立时间不得晚于 2019 年 1 月 1 日						
5	2019 年 1 月 1 日至今，与全国 50 强或深圳 20 强房地产公司品牌（含分公司，全国 50 强排名参考 2019-2021 年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳 20 强排名参考 2019-2021 年深圳房协数据）合作过在北上广深一线城市商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目 2 个，且合同金额在 80 万元以上（同一品牌可有多个项目） 备注：以上业绩证明材料需提供合同关键页复印件或中标通知书，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款						
6	参选人完全响应比选文件						
评审结论							

说明：1. 评审通过的用“√”表示，未通过的用“×”表示。结论用“合格”或“不合格”表示。

2. 只有以上项目全部通过，评审结论为“合格”，否则结论为“不合格”。

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 3

技术标详细评审表（60 分）

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	评分项	评分标准	满分值	参选人名称					
				参选人 1	参选人 2	参选人 3	参选人 4	参选人 5	参选人…
1	深铁珑境花园（一期）工作	1.能准确把握项目定位和需求，对现状进行分析及问题诊断，逻辑清晰并能提出具有建设性的传播策略，对项目主张的演绎契合项目调性，可延展性强（横向比较，满分 10 分） 2.深度挖掘项目价值，各类文案符合持销期需求，契合宣传及活动主题，具有传播度、落地性强（横向比较，满分 10 分） 3.推广丰富形式新颖，各类设计符合持销期需求，契合宣传及活动主题，具有创意性、识别度高（横向比较，满分 5 分）	25						
2	深铁置业品牌工作	1.熟悉深铁置业品牌和项目，提出年度策略及主题，包含但不限于主 KV、节庆海报及文创设计（横向比较，满分 10 分） 2.提供深铁置业订阅号运营思路，内容全面、重点突出，目标受众定位精准，符合国企项目特性（横向比较，满分 10 分）	20						
3	公司实力	1.2019 年 1 月 1 日至今，与全国 50 强或深圳 20 强房地产公司品牌（含分公司，全国 50 强排名参考 2019-2021 年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳 20 强排名参考 2019-2021 年深圳房协数据）合作过在深圳的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目，且合同金额在 80 万元以上（同一品牌可有多个项目，1 个得 1 分，满分 5 分） 备注：以上业绩证明材料需提供合同关键页复印件或中标通知书，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。 2.自身拥有独特资源，网络营销服务经验丰富，打造过软文、视频等爆款作品，提供定制化增值服务（不满足条件得 0 分，满足条件的单位横向比较，满分 5 分）	10						
4	团队配置	横向比较拟任项目总监、拟任策略总监、拟任创意总监、拟任客户总监、拟任资深文案、拟任项目执行的工作经验及同类业绩。以上团队人员均需有五年以上工作经验，需提供社保证明，社保累计满 5 年（不满足条件得 0 分，满足条件的单位横向比较，满分 2 分）	2						
5	答辩情况	现场答辩回答问题思路清晰、逻辑性强、能充分体现自身的组织能力、管理水平和丰富经验（横向比较，满分 3 分）	3						
合计			60						

评委（签名）:

日期： 年 月

日

附表 4

技术标详细评审结果汇总表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	参选人	评标委员会							技术标得分 E_n
		评委 1	评委 2	评委 3	评委 4	评委 5	评委 6	评委 7	
1									
2									
3									
4									
5									
6									

说明：1. 参选人技术标得分的计算办法：取各评委对每一个参选人的技术标评审得分值的算术平均值，即为该参选人技术标得分。

2. 技术标得分的算术平均值保留小数点后两位数字，且四舍五入。

评标委员会（签名）:

日期： 年 月 日

监督（签名）：

附表 5

商务标初步评审表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	审查内容	参选人名称			
		参选人 1	参选人 2	参选人 3	参选人 4
1	商务标文件按要求加盖参选人公章				
2	《参选函》中的内容按比选文件的要求填写并签字盖章				
3	参选人的报价不高于总控制价及分项控制价				
4	参选人的参选报价不可变动，未包含价格调整要求，未递交两份或多份内容不同的报价文件，未在一份报价文件中对同一比选项目报有两个或多个报价，若有多份报价声明哪个有效				
5	参选人的报价清单与比选文件报价清单项目内容一致				
评审结论					

说明：1. 评审通过的用“√”表示，未通过的用“×”表示。结论用“合格”或“不合格”表示。

2. 只有以上项目全部通过，评审结论为“合格”，否则结论为“不合格”。

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 6

商务标详细评审表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

评审内容	评审标准	基准价	参选人名称			
			参选人 1	参选人 2	参选人 3	参选人 4
报 价 (元)	<p>(1) 商务标根据参选人所报的报价评分。</p> <p>(2) 商务分的确定：以进入商务标环节的所有参选人所报的服务费次低价为基准价且为满分 40 分。若进入商务标环节的参选人仅 3 家，则以最低价为基准价且满分。若次低价同时为最高价或次高价，则以最低价为基准价且为满分。</p> <p>按下列公式计算： $F_n = (40 - 40 \times S_n - S_j / S_j)$ 其中：F_n—第 n 参选人的商务得分（当 F_n 小于零分时，该参选人的商务得分按零分计）。 S_n—第 n 参选人的服务费 S_j—所有参选人所报的服务费基准价</p> <p>备注：</p>	855,000.00				
得 分	若各参选人的报价，如出现税率不一致的情况，则以不含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算；若税率一致，则以含税总价作为参选人的报价进行商务标分数计算。	-				

说明：商务标得分的算术平均值保留小数点后两位数字，且四舍五入。

评标委员会（签名）：

日期： 年 月 日

监督（签名）：

附表 7

最终得分结果汇总表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	参选人	En (技术标得分)	Fn (商务标得分)	An (最终得分)	备注
1					An=En+Fn
2					
3					
4					

说明：最终得分保留小数点后两位数字，且四舍五入。

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 8

参选人最终得分排序表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

序号	参选人	排名	An 得分	备注
1		1		按照参选人的最终得分值由高到低排列名次，推荐排名第一的为中选候选人。若出现综合得分相同的情形，以技术标得分高者排在先；若技术标得分相同的（以保留小数点后两位且四舍五入为准），以商务标报价低者排在先；若报价相同的，以抽签的形式确定中选候选人。最终，评委推荐一名中选候选人中选，并形成评标报告。
2		2		
3		3		
4		4		

说明：最终得分保留小数点后两位数字，且四舍五入。

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 9

参选文件不予受理情况说明表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

参选人名称	
不予受理情况说明	
参选人受理记录	
评标委员会意见	
需要说明的其他情况	

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

附表 10

参选文件无效情况说明表

比选项目名称：深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务

参选人名称	
无效情况说明	
参选人受理记录	
评标委员会意见	
需要说明的其他情况	

评标委员会（签名）：

监督（签名）：

日期： 年 月 日

第二篇 参选文件格式

每一对“[]”及其中间的内容，均应由参选人在编制参选时根据情况以适当的内容代替。每一对“{ }”及其中间的内容，参选人在编制参选书时应予以删除。在留有的空白或下划线上或…均应由参选人填入适当内容。

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌 传播顾问及网络营销服务 参选文件

技术标

参选人声明：

我司（单位）对本标书所提供文件的真实性、准确性、有效性负全部责任。

参选人名称（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日 期： 年 月 日

（本页须独立成页）

技术标目录

- 一、企业法人营业执照复印件、政府网站显示注册资本的信息页（加盖公章）；
- 二、法定代表人资格证明书（加盖公章）；
- 三、法定代表人身份证复印件（加盖公章）；
- 四、法定代表人授权委托书（如有，加盖公章）；
- 五、被授权人身份证复印件（如有，加盖公章）；
- 六、资格审查及技术标评审业绩证明材料（加盖公章）：

2019年1月1日至今，与全国50强或深圳20强房地产公司品牌（含分公司，全国50强排名参考2019-2021年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳20强排名参考2019-2021年深圳房协数据）合作过在北上广深一线城市的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目2个，且合同金额在80万元以上（同一品牌可有多个项目）。

备注：以上证明材料需提供合同关键页复印件，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。合同名称或工作内容需表明具体服务类型。

- 七、技术标评审团队配置证明材料（加盖公章）：

拟任项目总监、拟任策略总监、拟任创意总监、拟任客户总监、拟任资深文案、拟任项目执行的工作经验及同类业绩，以上团队人员均需有五年以上工作经验。需提供社保证明，社保累计满5年。

- 八、《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务方案》（加盖公章）

特别说明：

1.项目资料真实性及业绩由参选人负责核实，以上提供的证书（证件等）必须在有效期内，并加盖公章。若比选人查实上述信息不真实，参选人将负全责，比选人有权按照“不利于参选人”的原则处理。

2.所有扫描件格式为jpg格式，且图片的分辨率不小于100dpi。

一、企业法人营业执照复印件、政府网站显示注册资本的信息页（加盖公章）

二、法定代表人资格证明书（加盖公章）

法定代表人证明书

单位名称：

地 址：

姓 名：_____ 性 别：

年 龄：_____ 职 务：

系_____的法定代表人。

特此证明。

本证明书有效日期与参选有效期一致。

参选人（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人（签字或盖章）：

日 期：_____年____月____日

三、法定代表人身份证复印件（加盖公章）

四、法定代表人授权委托书（如有，加盖公章）

法定代表人授权书

本授权委托书声明：我_____ [姓名] _____ 系_____ [参选人名称] _____ 的法定代表人，现授权委托_____ [单位名称] _____ 的_____ [姓名] _____ 全权代表我公司参选项目、代表我公司签署参选文件的法定代表人的授权委托代理人，我承认代理人全权代表我所签署的参选文件的内容、我承认代理人全权代表我司的参选任何行为。

授权有效期由_____ 年 _____ 月 _____ 日至_____ 年 _____ 月 _____ 日。

代理人无转委托权，特此委托。

代理人：_____ 性别：_____ 年龄：_____

身份证号码：_____ 职务：_____

参选人（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人（签字或盖章）：_____

授权委托日期：_____ 年 _____ 月 _____ 日

五、被授权人身份证复印件（如有，加盖公章）

六、业绩证明材料（加盖公章）

序号	项目名称	所在区域(深圳市 XX 区)	开发商名称	开放商规模(全国 50 强或深圳 20 强)	项目总 建面m²	服务类型(商品房/ 写字楼/商业/品牌)	服务起止日期 (XX 年 XX 月-XX 年 XX 月)	合同金额 (万元)
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
...								

2019 年 1 月 1 日至今，与全国 50 强或深圳 20 强房地产公司品牌（含分公司，全国 50 强排名参考 2019-2021 年中指研究院或易居克而瑞数据，深圳 20 强排名参考 2019-2021 年深圳房协数据）合作过在深圳的商品房项目或房地产品牌的传播顾问及网络营销服务项目，且合同金额在 80 万元以上（同一品牌可有多个项目）。

备注：以上业绩证明材料需提供合同关键页复印件或中标通知书，包含服务内容、服务期限、盖章签署页等条款。合同名称或工
作 内 容 需 表 明 具 体 服 务 类 型 。

八、团队配置证明材料（加盖公章）

序号	职责名称	姓名	出生年月	学历	专业	从事工作年限	公司职务	主要简历及承担过的项目
1	项目总监							
2	策略总监							
3	创意总监							
4	客户总监							
5	资深文案							
6	资深设计							
...								

拟任项目总监、拟任策略总监、拟任创意总监、拟任客户总监、拟任资深文案、拟任项目执行的工作经验及同类业绩，以上团队人员均需有五年以上工作经验。需提供社保证明，社保累计满5年。

九、《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务方案》（加盖公章）

{参选人应编制完整全面的传播顾问及网络营销服务方案，描述清晰、内容全面，包括但不限于传播策略、主题文案、创意设计、媒介整合及铺排计划、订阅号运营、公司介绍等}

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌 传播顾问及网络营销服务 参选文件

商务标书

参选人声明：

我司（单位）对本标书所提供文件的真实性、准确性、有效性负全部责任。

参选人名称（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日 期： 年 月 日

（本页须独立成页）

商务标书目录

一、参选函（加盖公章）

二、报价表（加盖公章）

一、参选函（加盖公章）

参选函

致：深圳市地铁集团有限公司

1. 经分析研究了贵司提供的比选文件，经研究后，我方愿以报价人民币_____元（含税）（大写：_____）作为**深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务**的报价，并按合同条件、比选文件、参选文件以及国家和地方有关规定的要求，承担并完成本项目的任务。

2. 我方对贵司比选文件中的合同条件无保留、无条件同意，特此声明及承诺。

3. 如果贵公司接受我方的参选，我方保证按合同规定的期限完成工作。

4. 我方同意在规定的递交参选书截止之日起 180 天内遵守本参选。在该期限期满之前，本报价对我方始终有约束力，并可随时被接受。

5. 如果我方中选，我方保证在接到比选人通知中规定的日期内启动相关工作，并在规定的期限内提供相应的服务。

6. 我方承诺：参选人所委派的项目组主要人员在中选后不得任意更改，并提供成员简历经比选人审核确认，如比选人认为有必要调整团队成员，我方将重新提供替换名单。项目服务团队成员一经确认，不得任意更改，如确需变更，需经比选人认可同意，如未经比选人同意，我方自行变更参选文件中委派的主要人员（项目负责人、项目组主要人员），自愿接受相应处罚。

7. 若我方中选本项目，我方承诺本项目可开具增值税专用发票，按合同约定于申请付款前向比选人提供正式的增值税专用发票，否则比选人有权拒绝付款，且并不因此承担任何违约责任。

8. 我方保证：在参选过程中，我方严守国家法律、法规，本着诚实守信的原则，无互相串通参选报价、无排挤其它参选人的合法权益、无向比选人或评委成员行贿谋取中标、无以他人名义参选或以其它方式弄虚作假骗取中标的不良行为。

9. 我方同意：比选人可以在参选有效期截止前，要求延长参选有效期并取得参选人或中标候选人同意。

10. 我方同意：在比选人授标前任何时候，不论任何原因，比选人有权接受或拒绝任何参选，宣布比选程序无效，或拒绝所有参选，并对由此引起的对参选人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参选人。

11. 我方承诺：无条件服从条款：“比选人在与参选人签订正式合同之前任何时候均有权宣布终止比选程序，对受影响的参选人不不承担任何责任，也无义务向受影响的参选人作出解释。”

12. 如果我方中选，我司承诺将使用贵公司的合同模板进行合同签订。

13. 我方保证：服务期间公司与贵司无法律纠纷，一旦发生，将终止合同。

参选人（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人（签字或盖章）：

联系人：_____电 话：

日 期： _____年 _____月 _____日

二、报价单（加盖公章）

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务 报价一览表

货币单位：人民币（元）

序号	项目名称	含税月度服务费（元）	服务期限 （暂按 9 个月计）	税率	增值税税额（元）	含税总金额（元）
1	深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务			6%		

注：

1. 报价采用人民币报价。不含税价、增值税额及含税价须保留小数点后两位数字，且四舍五入。
2. 报价包含本采购文件所要求的完成本项目以及伴随服务等全过程产生的所有成本和费用以及一切税费。
3. 如报价表中的费用有算术及汇总的错误，以本报价清单各单项实际含税合计总数为最终参选价格。
4. 报价中的不含税单价在合同执行期间是固定的，不得以任何理由变更。合同的增值税率按照国家税收法规政策变动而调整。
5. 报价作为合同签订附件。

参选人（盖章）：_____ [参选人名称]

法定代表人（签字或盖章）：

日 期：_____年___月___日

{此件是参选书的组成部分，由参选人填写后放入商务标中。如此文件中任何内容不响应

比选文件要求，参选文件将被作无效标处理}

第三篇 合同条款

深铁珑境花园（一期）、深铁置 业品牌传播顾问及网络营销服务 合同

合同编号：

甲 方：深圳市地铁集团有限公司

乙 方：

二〇二二年十一月

甲方（委托方）：深圳市地铁集团有限公司

乙方（服务方）：

经公开比选，甲方确定乙方为深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务的服务单位，乙方同意按照本合同约定的条款和条件提供服务。为明确双方在上述服务过程中的责任、权利和义务，根据《中华人民共和国民法典》及有关法律、法规的规定，双方本着合法、自愿、公平、诚实信用和友好合作的原则，就甲方委托乙方提供该项目服务签订本合同。

一、项目概况

（一）深铁珑境花园（一期）

深铁珑境位于深圳市龙华区地铁4号线龙胜站，布龙路与和平路交汇处，占地约11.1万m²，总建面约48万m²，为深铁置业首献龙华的“境”系作品，一期推出建筑面积约180m²叠拼洋房、建筑面积110-147m²小高层，是集宽景美宅、精粹商业、生态景观、全龄教育于一身的综合体项目。一期共344套房源于2022年9月入市销售。

（二）深铁置业品牌

深圳地铁置业集团有限公司（以下简称“深铁置业”）是深圳地铁集团的全资子公司，是集团轨道建设、轨道运营、站城开发、资源经营“四位一体”产业链中的重要环节，肩负着轨道交通沿线土地综合开发、反哺轨道交通建设运营的历史责任，探索并形成了国内领先的“轨道+物业”模式，积累了十余年的轨道上盖综合开发经验。目前已获取土地开发权的项目共27个，总建筑面积超1400万m²，当前在建面积约728万m²，为深圳市政府建设了157万m²逾2.2万套的公共性住房。

二、工作内容

深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务，包含但不仅限于以下内容：

（一）深铁珑境花园（一期）工作

1. 广告策略及创意类

- （1）项目价值梳理及概念包装；
- （2）项目推广策略（包括投放渠道及传播计划、资源整合、营销活动、品牌宣传等）；
- （3）小视频、微电影、网站创意及其文案创作、软文撰写；
- （4）项目全程跟进服务；

(5) 提供必要的咨询与顾问服务（市场调研与跟踪，包括行业/竞品/客群分析与研究，对其他项目的宣传物料创意设计、投放渠道、互动形式形成简报，网络舆情监控及公关、各类月度/季度/年度策略及总结报告）；

(6) 其他按甲方需求配合制定的策略及创意构思工作等。

2. 广告文案及设计类

(1) 基础搭建类：项目案名、LOGO 及 VI（视觉形象识别）应用系统的建立与实施方案；

(2) 宣传物料类：包括但不限于主 KV（形象画面）、户型图、楼书、海报（含线上）等的文案创作及设计工作；

(3) 推广渠道类：包括但不限于指定推广渠道的文案创作、视觉设计、短视频剪辑工作；

(4) 销售工具类：包括但不限于纸杯、纸袋、信封、销售文件等的文案创作及设计工作；

(5) 展示包装类：包括但不限于导视系统、品牌墙、工法展示、围墙、展板等的文案创作及设计工作；

(6) 活动相关类：包括但不限于巡展、临展、各类营销活动主题创意、线下制作物料、线上宣传物料等的文案创作及设计工作；

(7) 其他按甲方需求配合的文案及设计工作等，以及前期定稿物料的修改、更新和优化。

3. 网络营销服务工作

(1) 策略及创意类：包括但不限于营销策略思路、投放渠道及计划、个性化亮点创意、企业品牌价值输出等；

(2) 策略执行类：包括但不限于项目网络营销策略及创意方案执行中所涉及到的文案创作、视觉设计、短视频剪辑、H5 开发、资源整合与沟通等工作，其中短视频及 H5 制作每季度数量各 1-3 个，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整；

(3) 日常维护类：包括但不限于企业及项目相关信息、新闻稿件等内容的推送工作；

(4) 软文撰写类：包括但不限于专题软文（项目及企业利好信息、自身价值、品牌价值等）及各类活动通稿、新闻通稿的构思、文案撰写及推送等工作，其中原创文章数量每季度 3-5 篇，具体执行数量以甲方实际宣传需求进行调整。

(二) 深铁置业品牌工作

1. 品牌策略及创意执行类

(1) 策略研究类：基于深铁置业目前整体品牌现状协助进行品牌调研和诊断，提出年度策略方向并制定分阶段品牌传播执行方案、品牌及综合活动/事件方案规划、媒体投放组合建议、房地产企业品牌建设对标报告等；

(2)策略执行类：基于年度及阶段策略下的活动主题及执行方案相关的文案创作、视觉设计、视频剪辑、媒体投放组合建议及内容撰写、费用预算等；

(3)统筹协同类：根据节点制定深铁置业品牌及项目联动推广策略并配合项目执行；

(4)物料类：进行全年品牌推广规划与设计，包括但不限于各类媒体投放画面、品牌墙、品牌画册、房协特刊、节庆海报等的文案创作及设计工作；

(5)礼品类：结合主题节庆及不同人群礼赠需求，提出符合深铁置业调性、同时具有创新创意、美观实用的品牌礼品建议与设计；

(6)其它品牌相关工作：助益品牌形象的协同配合宣传，包括但不限于企业文化、客户关怀、招聘、公益活动、社会责任等内外部品牌宣传及其它工作全程跟进服务；

(7)网络营销类：根据项目营销节点及深铁置业品牌宣传需要，提出营销思路及创意，整合并制定投放计划，包括但不限于自媒体、门户网站、视频平台等各渠道的新闻通稿、专题软文、短视频、直播等撰写及制作发布；

(8)网络舆情监控及公关：包括但不限于项目及企业相关舆情的监控及处理建议；

(9)策略报告类：例行周报、月报、上年度总结报告、下年度总体策略报告等。

2. 深铁置业微信订阅号工作

(1)基础管理：内容优化、菜单优化、版面形象设计等；

(2)内容管理：

1)文章推送：包括文章排版设计、热点话题内容组织，除上述新闻稿、专题文章外，还包含深铁置业的招聘信息、招采信息等；

2)模块开发：H5 页面、二维码等的个性化设计，形式不限；

3)后台运维：粉丝管理、留言管理、评论管理、投诉管理等。

(3)内容运营：根据节点制定深铁置业微信订阅号增粉计划，分目标按阶段落地实施，包括但不限于项目信息、企业动态、TOD 科普等深铁置业品牌及项目等的日常及创意宣传工作。

三、服务期限

1. 本合同期限暂按 9 个月计算。启动日期以甲方书面启动函的要求时间为准。甲方有权根据实际需要，提前解除本合同，双方按照乙方服务月数据实结算费用，甲方无须支付其它费用，且不再承担其他任何责任、赔偿等。

2. 如甲方因推广周期调整或本项目发生重大调整或出现停建、缓建等其它原因，甲方有权要求乙方暂时停止服务或解除合同。暂停服务期，即“休眠期”内乙方一切工作暂停，甲方不需支付该期间服务费用，合同期相应顺延。

3. 以上情况甲方须提前 10 日书面通知乙方。

四、合同价款及支付方式

1. 计价方式

本合同为综合单价合同。

2. 合同价款

本项目月度服务费为___万元/月，合同总价=月度服务费×服务期，服务期暂按 9 个月计，合同暂定总价为人民币___元（大写：___元整），其中不含税价___元，税率 6%，增值税税额___元。合同增值税率根据国家税收法规政策变动而调整，不含税价不随增值税率的变化进行调整，但合同支付总金额不高于合同暂定总价。

上述费用包含乙方完成本合同约定服务内容所发生的人员薪金、差旅费、购图版权费、培训费等一切相关费用，除本合同另有约定外，甲方无需另行向乙方支付其他任何费用。

在合同履行期限内，因法律、行政法规、国家法令政策、税务政策、地方政府的政策规章、规范性文件发生变化，物价上涨或通货膨胀而引起材料、人工等造成成本价格上涨的，本合同价款不予调整，除双方同意根据合同规定对合同进行变更（或修改）外。

3. 支付方式

(1) 服务费用按季度，每 3 个月支付一次，每次支付金额=月度服务费×3，即___万元。

(2) 每次付款应由乙方根据合同规定提出付款申请，经甲方审核通过后 21 个工作日内支付。

(3) 乙方按甲方工作要求完成每个季度的全部工作，向甲方提交工作成果，经甲方书面确认后，由乙方在每季度的最后一个月提出付款申请，经甲方批准后 21 个工作日内支付。

(4) 如本合同发生休眠期，则甲方应将休眠期之前乙方已提供服务期内的广告推广服务费支付给乙方。服务费按下列公式计算：月度服务费×乙方已提供的服务月数—已支付的广告推广服务费。

(5) 如服务期未满时本合同解除，则甲方应将乙方已提供服务期内的服务费支付给乙方。服务费按下列公式计算：月度服务费×乙方已提供的服务月数—已支付的广告推广服务费。

(6) 乙方应在甲方付款前，向甲方提供正式的增值税专用发票，否则甲方有权拒绝付款，且并不因此承担任何违约责任，乙方仍应按本合同约定履行义务。最后一笔款项支付前，需完成合同结算。

五、广告代理服务规则

1. 乙方在接到甲方书面通知（合同正式执行日期）起 15 个工作日内须向甲方提供《深铁

珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务》及《工作进度表》，并严格制定每一个分项的实施过程，甲方在收到前述文件后 10 个工作日组织讨论并给予反馈意见。

2. 乙方应当根据甲方的反馈意见在 5 个工作日内提交修改后的《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务》及《工作进度表》，如乙方不同意甲方意见或逾期未提交经修改的前述文件，甲方有权解除本合同，双方互不承担违约责任，甲方无需为此支付任何费用。

3. 经甲方确认后，前述文件即予以履行。甲方的确认、修改意见等并不能免除乙方应承担的任何责任。

4. 乙方应将经甲方确认的《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务》、《工作进度表》严格贯彻落实到每一个分项目的实施过程中，并按照经甲方签字确认的前述文件、进度计划及甲方下发的工作任务单、甲方调整后的计划等分步实施，各项工作完成的日期以乙方提交该工作服务成果的书面报告并经甲方签字认可之日为实际完成之日。

5. 为配合市场变化，甲方可随时提出修改调整《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务》及《工作进度表》。乙方应当无条件的予以服从，并在接到甲方通知后 5 个工作日内向甲方提交修改好的《深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务》及《工作进度表》，甲方无需对该调整增加费用。

6. 乙方应就该项目整合推广成立项目小组，该项目小组成员应包括项目总监、策略总监、创意总监、资深文案、平面设计师、AE（客服）；另外，乙方必须成立本项目的专案小组。

7. 乙方在接到甲方书面通知之日（合同正式执行日期）向甲方提供项目小组及专案小组人员名单，并经甲方认可。如乙方要调整该项目小组或专案小组人员，需提前 5 日通知甲方并取得甲方认可。甲方有权对该项目小组及专案小组人员的工作表现或业务水平提出意见，有权要求乙方更换，乙方应在接到甲方通知之日起 3 日内予以更换。

8. 乙方的专案小组人员，应充分配合项目进展，与甲方实行周例会制度，由乙方负责召集，双方共同确定整周的工作，有序安排进度。若甲方认为需临时增加例会，乙方需全力配合甲方。项目总监必须出席周例会，每会由乙方专人于会后 1 日内将记录整理的会议纪要交于甲方备忘，须加盖乙方公章。

9. 每月应不少于一次召开双方高层工作会议，乙方需提交广告效果评估报告，检讨广告效果，以指导和调整项目推广的广告策略。当甲方有重大活动及综合会议要求乙方人员参加的，乙方必须积极响应并不得以任何理由推脱。

10. 乙方现指定专人为该项目的负责人，负责整个服务项目的安排、执行和与甲方的沟通、

联络。该负责人向甲方所作出的任何承诺、保证、函件、签字、确认等均视为乙方的行为，均由乙方承担责任。

11. 甲方现指定专人为该项目的对接人，负责整个服务项目的安排、执行及与乙方的沟通、联络。任何承诺、确认原则上应以书面方式，包含邮件、微信等形式。

12. 乙方应按照甲方提供的总体营销预算计划，编制相应的广告及活动推广成本预算及进行费用监控，并经甲方确认。

13. 甲方每个季度安排一次履约评价(评价表详见附件)，如连续两个季度评分分值均在 80 分以下（不含本数），甲方可无条件单方解除该合同。

六、服务成果形式和要求

1. 乙方为甲方提供服务内容均须以文字、图纸、图片或其它有形的载体体现，各服务成果均应提供至少书面文本二套及电子文档一套。

2. 乙方应对其向甲方提供的工作成果进行充分的说明，确保甲方工作人员可以充分理解。如甲方工作人员有异议，乙方应当负责给予充分解释。

3. 乙方应当每月五日前，向甲方提交服务月报，其中应当包括当月计划、当月已完成的项目、计划履行情况、下月计划以及对已履行情况的分析、建议。

4. 乙方提交的工作成果均须经甲方签字认可。如甲方对其内容提出异议的，乙方应当按甲方意见限期修改，直至满足甲方要求。对于紧急事项，甲方可通过电话、电子邮件确认，并在确认后 24 小时内以电子邮件的方式发出书面确认。经甲方确认工作成果，乙方对其文件承担责任，不得更改。

5. 乙方向甲方提交的各种策划、创意、设计、报告等文件，均应加盖乙方公章及设计人员、起草人员以及审定人员的姓名，并应当通过直接提交、电子邮件或特快专递邮寄的方式送达甲方，甲方不接受其它任何形式的送达。

6. 乙方提交的文字、图片、载体均为设计图纸及样稿，应当清楚明晰，并注明其适用使用的媒体，其相应的电子版本可以直接被广告公司、媒体或印刷企业等用于制作菲林(底片)。

七、双方权利和义务

(一)甲方权利及义务

1. 双方合作期间，甲方应积极配合乙方，及时提供甲方所持有的有关项目的各类图片和文字资料，并应对上述资料的准确性和完整性负责。乙方在接到甲方书面通知（合同正式执行日期）之日起 3 日内向甲方提交所需资料明细，经甲方确认后，甲方于 3 日内提供。

2. 甲方有权对乙方提交的策划思路、广告方案、设计稿等所有乙方所提交的工作成果提出

修改意见和建议，乙方据此在甲方指定期限内进行修改、调整，直至甲方认可后方可定稿；若乙方修改或调整三次后仍未达到甲方的要求，甲方有权单方终止合同，双方按已履行的期限及本合同约定的月费用结算，除此之外，甲方不再承担其他任何责任、赔偿等。

3. 甲方应及时在双方商定的工作时间内审定乙方每一步的策划、设计方案，并监督、指导乙方工作的进度、质量等，直至最终定稿。若因乙方原因致使工作的进度、质量不符合合同约定及甲方要求，甲方有权单方终止合同。甲方未在规定或商定时间内对乙方提交的工作成果进行审定的，并不视为甲方对乙方工作成果的认可。

4. 如因乙方原因导致不能按照计划完成工作，如稿件、电子文件、胶片等创作成品的，或相关方案、策划、平面设计等（包括错版、错时、错稿等情况），每发生一次，甲方有权要求乙方承担当月服务费的 10% 作为违约金，并赔偿因此给甲方造成的损失。如属乙方原因造成对甲方的负面/不利报道达 3 家以上（包括 3 家）媒体转载、或引发 2 户以上投诉或起诉/仲裁或信访的，甲方除按上述方式处理外，同时有权解除本合同。

5. 甲方在媒体规定最后送稿时限并预留乙方修改时间前提下，有权利随时要求对稿件进行修改。

6. 甲方在提出各种正式建议与意见时，应采用电子邮件或书面方式，以增进沟通效率及方便将来查证。

7. 在乙方按甲方书面确认的进度和计划完成工作，并向甲方提交工作成果，且经甲方认可的前提下，甲方应按照本合同规定，按时向乙方支付服务费。

8. 乙方依据本协议所完成的工作成果的知识产权归甲方所有，乙方向甲方提供的一切策划、创意、设计等工作成果，一经甲方审核、书面确认并采用，其使用权、著作权（版权）、载体所有权等权利归甲方所有。甲方有权用于广告发布、对外宣传以及再转让等，而无须向乙方支付任何费用。

9. 如有不可控的意外情况发生，甲方有权根据情况暂停当月的品牌策划工作，而不需向乙方支付当月的相关费用。

（二）乙方权利和义务

1. 乙方应尽职尽责为甲方提供深铁珑境花园（一期）、深铁置业品牌传播顾问及网络营销服务，按时、按质、按量完成甲方委托的各项策划、设计、制作等业务，所有广告需甲方同意并书面确认后才能发布或实施。在品牌相关活动中乙方应为甲方的相关资料保密，如因乙方因素造成损失的，乙方应承担相应责任。

2. 乙方应按本合同约定提前向甲方提交甲方持有的相关资料清单，在甲方向乙方提供相关

资料的同时，乙方需签字确认，并妥善保管。如果出现文件泄漏或丢失，乙方应赔偿甲方损失并承担法律责任。乙方应协助印刷公司/制作公司打样并确认工艺、颜色等，若因乙方原因导致成品与甲方确认之正稿不一致，从而致使甲方受损，乙方应赔偿甲方相应的损失。

3. 乙方所有策划方案、相关建议、文案、广告均须以书面形式向甲方汇报，所有服务内容都要经过甲方书面确认。

4. 乙方所有策划方案、相关建议、文案、广告提交甲方及正式发布前需严格校稿，如广告发布后出现错版、错时、错稿等情况，乙方须承担全部责任。

5. 经甲方书面确认后的作品及方案，原则上不得进行修改。若因特殊原因需修改，双方应协商解决，若因甲方原因延误时间造成损失，乙方不承担相关责任。

6. 未经甲方同意，乙方不得将本合同项下工作部分或全部转让或另行委托给第三方或与第三方合作。否则甲方有权解除合同，乙方还须赔偿甲方损失。

7. 在本合同终止时，乙方须将所有创作物料（即包括印刷胶片及打样、报纸及其他媒体的输出内容以及项目图片设计稿、画稿、制版及 CD 等）交回甲方。

8. 对于每一项设计，乙方应当按期向甲方至少提供二套不同设计（包括方案、说明和草图），各项设计应当明确其制作所需的材质、颜色等具体要求，由甲方选择或提出意见。乙方应当根据甲方意见并在甲方指定期限内修改并经甲方书面确认后出具图纸。甲方有权要求乙方对其设计方案进行修改或重新设计。

八、知识产权

1. 甲方根据本合同向乙方提供的样稿、画面和其他宣传资料及其中所包含的创意、设计、图形、图片、文字等素材以及因本合同产生的作品等，其知识产权和其他权益全部归甲方所有，未经甲方事先书面许可，乙方不得为本合同之外的任何目的、以任何形式自行使用或擅自许可任何第三方使用。除上述外，本合同期限内及合同期满后，在甲方按本合同约定支付服务费的情况下，该阶段的全部工作成果所有权和知识产权均归甲方所有，未经甲方书面同意许可，乙方不得再次在其他项目中使用。

2. 乙方应保证其向甲方提交的成果或服务（包括阶段性和最终成果）不侵犯任何第三人的合法权益。乙方向甲方提交的成果或服务（包括阶段性和最终成果）使用第三人专利、专有技术、技术秘密、商业秘密、著作权、商标权等知识产权的，乙方应向甲方说明所涉知识产权权利人名称等权利情况。

3. 乙方提供的成果或服务，如使用第三人专利、专有技术、技术秘密、商业秘密、著作权、商标权等知识产权的，应当在使用前向甲方提交权利人同意使用其知识产权的《使用许可》

（书面形式）或其他证明乙方获得合法来源的书面文件，并注明甲方的使用权限，相关知识产权使用费由乙方承担。

4. 甲方因使用乙方提交的成果或服务被第三人指控侵权、提出异议或权利主张的，乙方应当与第三方协商解决，并承担由此给甲方造成的所有利益损失（包括但不限于甲方实际损失、赔偿、诉讼、仲裁费、律师费、财产保全费、差旅费、交通费等）。

5. 因乙方提交的成果或服务导致第三人的任何专利、专有技术、技术秘密、商业秘密、著作权、商标权等知识产权及其他相关权利受到侵犯或声称受到侵犯，乙方应保证甲方免受第三人追偿。因乙方侵犯第三人权利导致甲方的任何利益损失（包括但不限于甲方实际损失、赔偿、诉讼、仲裁费、律师费、财产保全费、差旅费、交通费等），乙方承诺予以赔偿。

6. 乙方不得将本合同项下产生的任何作品在未经过甲方书面许可的情况下以任何形式有偿或无偿的使用或转让或允许其他方使用、转让，乙方若确实存在需要使用上述产品的需要，应当向甲方提出书面的申请，并经过甲方许可的情况下在指定的授权范围，通过指定的授权方式，在一定的期限内使用，具体以甲方出具的授权书为准。乙方违反此约定，属于重大违约，因此给甲方造成任何损害，乙方承担承担赔偿责任，乙方还应按照本合同约定的违约条款向甲方支付违约金，对因此给甲方造成的负面影响，甲方有权要求乙方采取一切合理形式予以消除。

7. 乙方违反上述条款有关约定的，除赔偿甲方损失外，单次违约应当向甲方支付合同价款20%的违约金。

8. 本知识产权条款独立有效，无论本合同因何种原因终止，本条款均一直有效。

九、违约责任

1. 除不可抗力原因或本合同另有约定外，甲、乙双方应严格遵守本合同的条款，否则，违约方须承担违约责任。

2. 在合同期内，若乙方的工作质量达不到甲方的要求的，累计或连续发生三次以上的，甲方解除本合同。

3. 乙方不能按合同约定之要求及期限或甲方调整后的期限按时完成各项工作，包括乙方未按甲方或合同要求及时、准确提供甲方所需之稿件、电子文件、胶片等创作成品的，或相关方案、策划、平面设计等或其他迟延提供服务的行为，均视为乙方违约。每逾期 1 日，甲方有权按违约当月服务费的千分之一向乙方收取违约金，并承担因乙方迟延交付工作给甲方造成的全部损失。逾期达 10 日的，甲方有权解除本合同；除此之外，如乙方所服务内容非因甲方原因发生三次以上迟延交付情况，乙方应当向甲方承担合同总金额千分之一的违约金，发生五次以上，甲方有权解除本合同。

4. 合同期内，如因乙方原因造成甲方损失或损害甲方商誉的，甲方有权解除本合同。

5. 乙方违反本合同其它约定的，经甲方书面通知限期改正或履行，而期满仍未改正或履行的，甲方有权解除本合同。

6. 除本合同另有约定之外，因乙方原因解除本合同的，乙方应向甲方支付本合同总价款 10% 的违约金，对因此给甲方造成的损失，乙方应承担赔偿责任。

7. 甲方有权从应支付给乙方的款项中直接扣除乙方应承担的违约金等款项，如不足赔偿甲方的损失的，甲方有权继续向乙方追偿。

十、保密

1. 由甲方提供给乙方的所有资料、文件、图纸等，均被视为保密的，未经甲方书面同意，不得泄露给除甲方之外的人任何人、公司和其他单位，同时乙方应采取适当措施对本项目的资料或信息予以保密。乙方违反此条款的，甲方有权立即终止合同，及停止支付相关费用，并有权就此要求乙方做出赔偿。

2. 无论本合同因何种原因终止，本条款均一直有效，对乙方有约束力。

十一、合同的变更与解除

1. 合同生效后，即具有法律约束力，除本合同有相关约定外，任何一方不得随意变更或解除合同。

2. 由于不可抗力的原因，使合同无法完全履行的时候，经双方协商，可以变更或解除合同。

3. 本合同的任何修改，由双方协商同意并另行签订补充协议。

十二、争议解决

在合同履行过程中发生争议，甲乙双方应当协商解决。如协商不成，任何一方均有权将争议提交甲方所在地法院诉讼解决。

十三、其他

1. 本合同经双方法定代表人或授权代表签字，并由双方加盖公章或合同专用章后生效。

2. 本合同的任何修改，由双方协商同意并另行签订补充合同。

甲方(公章):	深圳市地铁集团有限公司	法定代表人或授权代表:	(电子签章)
统一社会信用代码:	91440300708437873H	住 所:	深圳市福田区莲花街道福中一路 1016 号地铁大厦
电 话:	0755-23992674	传 真:	0755-23992674
开户银行:	招商银行深圳分行益田支行	开户全名:	深圳市地铁集团有限公司
账 号:	755904924410506	邮政编码:	518026
项目主管部门经办人及电话:	廖劫, 0755-23992965	项目主管部门审核人:	董佳
合约部门经办人及电话:	蒋烨, 0755-89986630	合约部门审核人:	柯小林
乙方(公章):	(打印)	法定代表人或授权代表:	(电子签章)
统一社会信用代码:	(打印)	住 所:	(打印)
电 话:	(打印)	传 真:	(打印)
开户银行:	(打印)	开户全名:	(打印)
账 号:	(打印)	邮政编码:	(打印)
乙方经办人:	(打印)	乙方经办人电话:	(打印)
合同签署地点:	深 圳		
时 间:	2022 年 月 日 (打印)		

附件

合同单位履约评价表

合同单位		服务项目	
合同名称		合同编号	
服务期限		评价类型	<input type="checkbox"/> 年度履约评价 <input type="checkbox"/> 合同完毕履约评价
得分说明： 履约评价得分 90 分 \leq N \leq 100 分，评价结论为 A 级（优秀）；履约评价得分 75 分 \leq N $<$ 90 分，评价结论为 B 级（良好）；履约评价得分 60 分 \leq N $<$ 75 分，评价结论为 C 级（合格）；履约评价得分 N $<$ 60 分，评价结论为 D 级（不合格）。			
类别	分值	评分	得分说明
业务水平 (45 分)	高效执行力：对于相关推广的快速执行		13-15：执行力快速高效执行，跟进积极，主动协调 资源落实 10-12：执行力较好，能保持主动持续跟进 7-9：执行力一般，但能保持跟进落实 4-6：执行力较弱，偶尔需要敦促执行 0-3：执行力差，需要多此敦促执行，效率不高
	刊发信息的及时整理和反馈（包括提供的其它项目媒体发布信息等服务内容）		9-10：保持主动、积极配合，沟通、理解能力强，热情服务态度 7-8：对于需求能尽量满足，能保证活动顺利进行，态度良好 5-6：配合度一般，沟通有 1-2 个障碍点，态度一般 3-4：经常较难沟通协调，沟通不顺畅，服务不积极 0-2：沟通困难，服务态度差，甚至出现电话关机、无人处理事务的恶劣情况
	危机公关：对危机事件的公关及反应能力		9-10：危机公关能力很强，反应快速，避免相关负面影响 7-8：危机公关能力较好，反应较快，能够处理好相关危机事件 5-6：危机公关能力一般，能够配合处理相关危机事件 3-4：危机公关能力较弱，反应较慢，只能进行协助处理 0-2：危机公关能力差，反应过慢，危机处理作用不大，造成负面影响
	公司资源整合能力：其他媒体资源及公司内外部		9-10：资源整合优秀，带来较高附加值 7-8：资源整合良好，有一定附加值 5-6：资源整合能力一般，有一定效果

	相关资源的整合			3-4：资源整合能力较弱，效果甚微 0-2：资源整合能力较差，无任何附加资源
公司实力 (15分)	公司发展：公司的业务发展空间			9-10：公司快速上升发展，业务发展快速，市场份额大幅上升 7-8：公司持续发展，业务良性发展，市场份额提升 5-6：公司发展一般，业务水平保持，市场份额保持一定比例 3-4：公司发展渐弱，业务水平下降，市场份额降低 0-2：公司发展不顺利，业务水平降低，市场份额严重下滑
	公司规模：公司办公、人员等规模、组织架构			5：公司快速上升发展，团队架构完善，人员稳定 4：公司持续发展，团队人员相对稳定，关键节点可调配 3：公司发展，阶段性人员配备不足，足调配 2：公司发展渐弱，人员对接沟通障碍，推进困难 0-11：公司发展不顺利，人员配置不足，甚至出现无人对接跟进
团队服务 (20分)	配合度：相应沟通机制及反馈机制，对甲方需求的理解、配合、调整			9-10：保持主动、积极配合，沟通、理解能力强，热情服务态度 7-8：对于需求能尽量满足，能保证活动顺利进行，态度良好 5-6：配合度一般，沟通有1-2个障碍点，态度一般 3-4：经常较难沟通协调，沟通不顺畅，服务不积极 0-2：沟通困难，服务态度差，甚至出现电话关机、无人处理事务的恶劣情况
	服务稳定：核心成员的稳定性及综合水平			9-10：团队稳定性高，沟通主动积极及时顺畅 7-8：团队稳定性较高，保持持续顺畅沟通 5-6：团队稳定性一般，但能够保证正常对接 3-4：团队变更，工作交接，勉强能够推进 0-2：团队变更频繁，无交接，工作开展不顺
计划管理 (10分)	工作按照计划按节点提交成果的及时			13-15：完全按计划进行，过程中每个节点成果均按时提交 10-12：基本按计划进行，过程中每个节点成果基本按时提交，延误在可接受范围

				7-9：大多数按照计划进行，个别重大节点延误给甲方工作顺利开展造成困扰 4-6：基本未按计划进行，出现多个重大节点延误，给甲方工作顺利开展造成较大的困扰 0-3：延迟完成情况较为严重，并给甲方造成实质性的损失
合约管理 (5分)	管理情况：严格按照合约完成工作成果，配合付款			5：严格按照合约出色完成工作成果，积极配合付款 4：基本按照合约完成工作成果，比较配合付款 3：能按照合约完成工作成果，能配合付款 2：工作成果与合约有偏差，需要不断督促才能配合付款 0-1：工作成果与合约相违背，不配合付款
得分合计		100		
加减分项	严重失误			因工作失误造成甲方名誉损失或财务损失，每违反1次扣2-3分，最多不超过5分。
	费用节省			通过资源整合，实现较明显的费用节省，但是达到或超越预期效果，每次酌情加分1-2分，依次类推，不超过5分。
一票否决	<p>发生下列情形的之一的，得分汇总不得超过60分：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 评价期内发生较大或以上质量事故、安全事故的，或发生一般事故但累计死亡2人及以上的； 2. 被评价合同单位原因，合同工期延期超过6个月的； 3. 由于合同单位原因给业主造成重大经济损失（直接或间接损失超过5000万元）或严重影响业主形象的； 4. 签订合同后拒不履约或提出其他附加履约条件的； 5. 评价期内被业主约谈两次及以上的； 6. 存在工程维保不及时、推诿扯皮、故意拖延或根据维保办法直接扣除质保金的情况（项目主管部门出具书面说明并提供证明材料）； 7. 发生工人群体到市、区主要公共场所讨薪、静坐等事件的，群体围攻或骚扰党政机关或地铁集团办公场所等扰乱社会秩序事件的。 			
得分汇总				
其他说明 (过程履约评价或年度履约评价得分为90(含)以上或60以下的，需由详细说明优秀之处或				

不合格之处。)	
评价人员签名：	日期：