附件1

**投标人符合《政府采购法》第二十二条规定条件的声明函**

我单位参加\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_（项目名称）投标活动。针对《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定做出如下声明：

1.我单位具有独立承担民事责任的能力；

2.我单位具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

3.我单位具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

4.我单位有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

5.我单位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；（1.供应商在参加政府采购活动前三年内因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，期限届满的，可以参加政府采购活动。2.《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十九条第一款规定的“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定。）

6.我单位满足法律、行政法规规定的其他条件。

承诺人名称（公章）：

日期：\_\_\_\_\_\_年 月 日

附件2

**磋 商 响 应 承 诺 书**

启东市文化广电和旅游局：

我们已收到你们关于 **项目**的磋商文件，经仔细阅读研究，我们决定参加投标，并作如下承诺：

1. 愿意按照磋商文件的一切要求，参与投标。
2. 我方的磋商响应文件自开标后60天内有效。

3.如果我们的磋商响应文件被接受，我们将严格履行磋商文件中规定的每一项要求，按期、按质、按量履行义务。

4.我们愿意提供在磋商文件中要求的所有资料。

5.我们同意你们的确定成交供应商的方式。

6.有关投标事项的函电，请按下列方式联系：

单位： 邮 编： 电话：

传真： 联系人： 地址：

供应商（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

受托代理人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

附件3

**法定代表人身份证明**

先生/女士，身份证号码： ，

现任我单位 职务，为法定代表人，特此证明。

单位名称(盖公章)：

日 期： 年 月 日

**附：法定代表人的身份证正反面复印件并盖单位公章**

附件4

**法 定 代 表 人 授 权 委 托 书**

启东市文化广电和旅游局：

本人 （姓名）系 （授权单位名称）的法定代表人，现委托 （姓名）（身份证号 ）为我方代理人，以我方名义全权处理与 采购项目有关的一切事务，其法律后果由我方承担。

本授权书于 年 月 日起生效。代理人无转委托权。

被授权人（签字）： 性别： 年龄： 职务：

身份证号码：

通讯地址：

联系电话：

授权单位法定代表人（签字或盖章）：

授权单位名称（盖章）：

年 月 日

**附：代理人(被授权人)身份证正反面复印件并盖单位公章**

附件5

**供应商信用承诺书**

为营造公开、公平、公正的交易环境，树立诚信守法的投标人形象，本人代表本单位作出以下承诺：

一、本单位对所提交的单位基本信息、单位负责人、项目负责人、技术负责人、从业资质和资格、业绩、财务状况、信誉等所有资料，均合法、真实、准确、有效，无任何伪造、修改、虚假成分；

二、严格依照国家和省、市、县关于招标投标等方面的法律、法规、规章、规范性文件，参加公共资源交易招标投标活动；积极履行社会责任，促进廉政建设；

三、严格遵守即时信息公示规定，及时更新信息；

四、自我约束、自我管理，守合同、重信用，不参与围标串标、弄虚作假、骗取中标、干扰评标、违约毁约、恶意投诉等行为，主动维护招标投标的良好秩序；

五、本单位自愿接受招标投标有关行政监督部门的依法检查。如发生违法违规或不良行为或存在其他法律法规对招标投标行为予以限制的情形，自愿接受招标投标有关行政监督部门依法给予的行政处罚（处理），并依法承担相应的法律责任；

六、自觉接受政府部门、行业组织、社会公众、新闻舆论等监督；

七、上述承诺已向本单位员工作了宣传教育；

**如有违反上述承诺的不良行为，本单位同意将其予以上网公示。**

投标供应商全称(盖公章)：

法定代表人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

附件6

**供应商情况一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 单位名称 | |  | | | | | | | | | |
| 单位优势及特长 | | |  | | | | | | | | |
| 单位  概况 | 职工总数 | | 人 | | 上一年主要经济指标 | 营业额 |  | | 实现利润 | |  |
| 流动资金 | | 万元 | | 主要  产品 | 1. | | | | |
| 固定资产  （万元） | | 原值：  净值： | | 2. | | | | |
| 占地面积 | | M2 | | 3. | | | | |
| 本次  投标  主要  产品  情况 | 本次投标 主要产品名称 | | | 型 号 | | 上年 产销量 | 产品技术  先进水平 | 曾获何级  何种奖励 | | 主要用户 名称 | |
|  | | |  | |  |  |  | |  | |
|  | | |  | |  |  |  | |  | |
|  | | |  | |  |  |  | |  | |
|  | | |  | |  |  |  | |  | |
| 其他 | 近3年完成及正在执行的合同中发生的由于供应商违约或部分违约而引起诉讼和受到索赔的案件具体情况及结果（须如实填写，若对此进行隐瞒，尔后又被采购人或采购代理机构发现，或被它人举证成立，其磋商资格将被取消）。 | | | | | | 如有名称变更（非因该单位出现了与资格预审（如果经此程序）时的营业性质的根本改变以至不再满足本次招标的要求），说明原名称因何种原因变更为现名称，并提供由工商管理部门出具的变更证明文件。 | | | | |
|  | | | | | |  | | | | |

附件7

**商务部分正负偏离表**

（由供应商据实填写，表格不够自行添加）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 货物或服务名称 | 磋商文件要求的商务条款 | 响应文件响应情况 | 偏离说明 |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |

**注：**

1.供应商提交的响应文件中与磋商文件第三部分“项目需求”中的商务部分的要求，应逐条填列在偏离表中。

2.“偏离说明”一栏选择“正偏离”、“无偏离”、“负偏离”进行填写。正偏离、无偏离的确认和负偏离的是否响应磋商文件，由磋商小组认定。

3.供应商若提供其他增值服务，可以在表中自行据实填写。

附件8

**技术部分正负偏离表**

（由供应商据实填写，表格不够自行添加）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 货物或服务名称 | 磋商文件要求的技术要求 | 响应文件响应情况 | 偏离说明 |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |

**注：**

1.供应商提交的响应文件中与磋商文件第三部分“项目需求”中的技术部分的要求，应逐条填列在偏离表中。

2.“偏离说明”一栏选择“正偏离”、“无偏离”、“负偏离”进行填写。正偏离、无偏离的确认和负偏离的是否响应磋商文件，由磋商小组认定。

3.供应商若提供其他增值服务，可以在表中自行据实填写。

附件9

**磋商报价表**

**项目名称：启东文旅旅游广告联合投放项目（一标包：小红书）（二次）**

表一：分项报价总表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 小红书平台资源 | 展示模式 | 投放位置/方式 | 分项报价（元） |
| 1、发现页信息流 |  |  |
| 2、达人推荐 | 视频 |  |
| 图文编辑 |  |
| 分项报价合计（即本项目报价，进入评分计算） | | |  |

表二：

小红书信息流服务的单项报价组成，如下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 产品 | 产品名称 | 单位 | 数量 | 报价（元） |
| 信息流 | 发现页信息流 | CPM | 1000 |  |

表三：

小红书达人推荐服务的单项报价组成，如下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 达人推荐 | 展示模式 | 粉丝数量 | 展示数量 | 报价（元） |
| 达人合作（视频） | 达人线下拍摄视频 | 1万以下 | 1 |  |
| 1～5万 | 1 |  |
| 5～10万 | 1 |  |
| 合计报价 | | | |  |
| 达人合作（图文编辑） | 达人线下拍摄编辑图文 | 1万以下 | 1 |  |
| 1～5万 | 1 |  |
| 5～10万 | 1 |  |
| 合计报价（元）： | | | |  |

注：

供应商名称：（盖章）

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

**磋商报价表**

**项目名称：启东文旅旅游广告联合投放项目（二标包：抖音）（二次）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **广告资源及服务** | **城市/粉丝量** | **分项报价**  **（元/CPM）** | **权重** |
| 1 | 品牌广告-开屏广告 | 北京、上海、广州、深圳 | A1 | 占开屏广告报价50%权重 |
| 2 | 重点城市，见备注 | A2 | 占开屏广告报价30%权重 |
| 3 | 其他城市，见备注 | A3 | 占开屏广告报价20%权重 |
| 4 | 开屏广告单价小计=A1\*50%+A2\*30%+A3\*20% | | A | 占单价分项报价20%权重 |
| 5 | 品牌广告-推荐信息流 | 北京、上海、广州、深圳 | B1 | 占推荐信息流报价50%权重 |
| 6 | 重点城市，见备注 | B2 | 占推荐信息流报价30%权重 |
| 7 | 其他城市，见备注 | B3 | 占推荐信息流报价20%权重 |
| 8 | 推荐信息流单价小计=B1\*50%+B2\*30%+B3\*20% | | B | 占单价分项报价20%权重 |
| 9 | 品牌广告-内容热推 | 北京、上海、广州、深圳 | C1 | 占内容热推报价50%权重 |
| 10 | 重点城市，见备注 | C2 | 占内容热推报价30%权重 |
| 11 | 其他城市，见备注 | C3 | 占内容热推报价20%权重 |
| 12 | 内容热推单价小计=C1\*50%+C2\*30%+C3\*20% | | C | 占单价分项报价20%权重 |
| 13 | 抖音星图KOL达人推广 | 达人1500万粉丝以上 | D1 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 14 | 达人1000万-1500万粉丝之间 | D2 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 15 | 达人500万-1000万粉丝之间 | D3 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 16 | 达人100万-500万粉丝之间 | D4 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 17 | 达人10万-100万粉丝之间 | D5 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 18 | 抖音星图KOL达人推广单价小计=D1\*20%+D2\*20%+D3\*20%+D4\*20%+D5\*20% | | D | 占单价分项报价40%权重 |
| 19 | 单价分项报价合计（进入评分计算） | |  | 单价分项报价合计=A\*20%+ B\*20%+C\*20%+D\*40% |

**备注：**

1. **重点城市：成都、沈阳、南京、重庆、杭州、武汉、苏州、天津、宁波、长沙、青岛、大连、西安、郑州、福州、哈尔滨、昆明、合肥、厦门、济南；**

**2、其它城市：除北京、上海、广州、深圳、重点城市以外的其它城市；**

**3、此分项报价明细表除分项报价一列由响应供应商自行填报，其余内容不可更改。**

**4、报价按照表格中的城市/粉丝数量分类，呈递减趋势，即北京、上海、广州、深圳>重点城市>其他城市；报价D1>D2>D3>D4>D5,否则为无效报价。**

供应商名称：（盖章）

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

附件10

**磋商报价表（最终）**

**项目名称：启东文旅旅游广告联合投放项目（一标包：小红书）（二次）**

表一：分项报价总表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 小红书平台资源 | 展示模式 | 投放位置/方式 | 分项报价（元） |
| 1、发现页信息流 |  |  |
| 2、达人推荐 | 视频 |  |
| 图文编辑 |  |
| 分项报价合计（即本项目报价） | | |  |

表二：

小红书信息流服务的单项报价组成，如下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 产品 | 产品名称 | 单位 | 数量 | 报价（元） |
| 信息流 | 发现页信息流 | CPM | 1000 |  |

表三：

小红书达人推荐服务的单项报价组成，如下表：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 达人推荐 | 展示模式 | 粉丝数量 | 展示数量 | 报价（元） |
| 达人合作（视频） | 达人线下拍摄视频 | 1万以下 | 1 |  |
| 1～5万 | 1 |  |
| 5～10万 | 1 |  |
| 合计报价 | | | |  |
| 达人合作（图文编辑） | 达人线下拍摄编辑图文 | 1万以下 | 1 |  |
| 1～5万 | 1 |  |
| 5～10万 | 1 |  |
| 合计报价（元）： | | | |  |

**注：最终磋商报价的单价不得高于第一次报价单价。**

供应商名称：（盖章）

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

**磋商报价表（最终）**

**项目名称：启东文旅旅游广告联合投放项目（二标包：抖音）（二次）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **广告资源及服务** | **城市/粉丝量** | **分项报价**  **（元/CPM）** | **权重** |
| 1 | 品牌广告-开屏广告 | 北京、上海、广州、深圳 | A1 | 占开屏广告报价50%权重 |
| 2 | 重点城市，见备注 | A2 | 占开屏广告报价30%权重 |
| 3 | 其他城市，见备注 | A3 | 占开屏广告报价20%权重 |
| 4 | 开屏广告单价小计=A1\*50%+A2\*30%+A3\*20% | | A | 占单价分项报价20%权重 |
| 5 | 品牌广告-推荐信息流 | 北京、上海、广州、深圳 | B1 | 占推荐信息流报价50%权重 |
| 6 | 重点城市，见备注 | B2 | 占推荐信息流报价30%权重 |
| 7 | 其他城市，见备注 | B3 | 占推荐信息流报价20%权重 |
| 8 | 推荐信息流单价小计=B1\*50%+B2\*30%+B3\*20% | | B | 占单价分项报价20%权重 |
| 9 | 品牌广告-内容热推 | 北京、上海、广州、深圳 | C1 | 占内容热推报价50%权重 |
| 10 | 重点城市，见备注 | C2 | 占内容热推报价30%权重 |
| 11 | 其他城市，见备注 | C3 | 占内容热推报价20%权重 |
| 12 | 内容热推单价小计=C1\*50%+C2\*30%+C3\*20% | | C | 占单价分项报价20%权重 |
| 13 | 抖音星图KOL达人推广 | 达人1500万粉丝以上 | D1 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 14 | 达人1000万-1500万粉丝之间 | D2 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 15 | 达人500万-1000万粉丝之间 | D3 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 16 | 达人100万-500万粉丝之间 | D4 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 17 | 达人10万-100万粉丝之间 | D5 | 占抖音星图KOL达人推广报价20%权重 |
| 18 | 抖音星图KOL达人推广单价小计=D1\*20%+D2\*20%+D3\*20%+D4\*20%+D5\*20% | | D | 占单价分项报价40%权重 |
| 19 | 单价分项报价合计 | |  | 单价分项报价合计=A\*20%+ B\*20%+C\*20%+D\*40% |

**备注：**

1. **重点城市：成都、沈阳、南京、重庆、杭州、武汉、苏州、天津、宁波、长沙、青岛、大连、西安、郑州、福州、哈尔滨、昆明、合肥、厦门、济南；**

**2、其它城市：除北京、上海、广州、深圳、重点城市以外的其它城市；**

**3、此分项报价明细表除分项报价一列由响应供应商自行填报，其余内容不可更改。**

**4、报价按照表格中的城市/粉丝数量分类，呈递减趋势，即北京、上海、广州、深圳>重点城市>其他城市；报价D1>D2>D3>D4>D5,否则为无效报价。**

**5、最终磋商报价的单价不得高于第一次报价单价。**

供应商名称：（盖章）

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

时间： 年 月 日

**友情提醒：**

**磋商报价表（最终）需提前加盖公章，投标报价请空着，将在商务技术标评审结束后进入最终报价环节，采购人（或招标代理）通知供应商进行最终报价填报后，所有的响应供应商须在20分钟内填写并提交最后报价。磋商报价表（最终）不得密封在竞争性磋商响应文件中，标后邮寄。**附件11

**中小企业声明函（工程、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.（标的名称），属于（采购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 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（采购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 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：1.如项目属性为“服务”或“工程”，请按本表填写。

2.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。

3.中标（成交）供应商的《中小企业声明函》将随中标（成交）结果公告进行公示。供应商按照本办法规定提供声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

附件12

**残疾人福利性单位声明函**

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位为符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加\_\_\_\_\_\_单位的项目编号为\_\_\_\_\_\_的 项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

注：1、供应商如不提供此声明函，价格将不做相应扣除。

2、中标（成交）供应商为残疾人福利单位的，此声明函将随中标（成交）结果同时公告，接受社会监督。供应商按照本办法规定提供声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

供应商全称（盖章）：

日 期：

附件13

**监狱和戒毒企业证明材料**

**（格式自拟）**

根据《财政部司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号），监狱企业参加政府采购活动时，应当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，供应商属于监狱企业的证明文件。

注：1、供应商如不提供此声明函，价格将不做相应扣除。

2、中标（成交）供应商为监狱企业的，此声明函将随中标（成交）结果同时公告，接受社会监督。供应商按照本办法规定提供声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

附件14

质疑函范本

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址：邮编：

联系人：联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址：邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号：包号：

采购人名称：

采购文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项1：

事实依据：

法律依据：

质疑事项2

……

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求：

签字(签章)： 公章：

日期：

**质疑函制作说明：**

1.供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。

2.质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

3.质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑，质疑函中应列明具体分包号。

4.质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。

5.质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。

6.质疑供应商为自然人的，质疑函应由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。