

# 江门开放大学招生广告抖音 投放及推广采购项目

## 招标文件

(采购编号：JMOPENU2024-001)

江 门 开 放 大 学

2024年1月10日

## 目录

|                 |   |
|-----------------|---|
| 第一部分 招标公告 ..... | 2 |
| 第二部分 采购需求 ..... | 5 |

## 第一部分 投标邀请函

根据《中华人民共和国政府采购法》规定，江门开放大学就江门开放大学2024年度招生广告抖音投放及推广服务项目采用公开招标方式进行采购。

### 一、采购项目的名称及编号、用途、数量、简要技术要求、预算和交货期

1、采购项目的名称及编号：江门开放大学2024年度招生广告抖音投放及推广服务项目（采购编号：JMOPENU2024-001）。

2、用途：招生广告宣传。

3、数量：1项。

4、简要技术要求：江门开放大学2024年度招生广告抖音投放及推广服务，业务覆盖区域含江门三区，视频形式的内容输出,生动详细,精准推送给定向目标人群，灵活投放,投放期间可更换视频内容和素材。

5、预算：本项目最高限价为人民币4.264万元，投标报价不得超过最高限价，否则作无效投标处理。

6、服务期：自签订合同之日起至2024年12月31日止或采购人累计采购量达到本项目采购预算，以先到的为准，本项目服务资格自动终止。

7、获取招标文件方式：下方附件下载。

### 二、投标人资格要求

1、投标人必须符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条的规定；

2、投标人应当是具有合法经营资格的法人、其他组织或者自然人，具有良好的信誉；

3、投标人未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单（处罚期限届满的除外）【采购人在投标截止时间止通过“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）查询供应商信用记录，信用信息查询记录和证据将与采购文件一并归档保存】；

4、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动；

5、本项目不接受联合体投标，不允许转包。

### 三、报价要求

本项目最高报价金额为人民币4.264万元。本次报价以总价报价形式，供应商应当报出一个确定的金额。

投标报价若超过4.264万元的，将被视为无效投标。报价方式为整体项目包干价。报价中必须包含项目全额含税发票、相关工作人员费用、合同实施过程中的应预见和不可预见费用等完成合同规定责任和义务、达到合同目的的一切费用及利润。投标人必须自行考虑本项目在实施期间的一切可能产生的费用。在合同执行过程中，采购人将不再另行支付与本项目相关的任何费用。

### 四、报价需提交的资料

1.项目总报价（报价单位法定代表人签名并加盖单位公章）；

2.报价单位有效的登记证书副本复印件；

3.近三年无重大违法记录的书面声明；

4.在信用中国网站（<https://www.creditchina.gov.cn/>）查询后下载的本单位《信用报告》；

5.报价单位依法缴纳税收和社保的证明材料。提供下列材料之一：

5.1.缴纳税收证明资料:近三个月（2023年9月至2023年12月，下同）依法缴纳税收的证明材料（完税证明、纳税凭证复印件等）。

5.2.缴纳社保证明资料：近三个月依法缴纳社保的证明材料（缴费凭证复印件等）。

6.承接过类似项目的，提供合同复印件；不提供的视为无此情况。

7.对应此项目的服务内容、要求和服务期限等，制定的项目服务方案。

8.报价单位联系人及联系方式。

#### **五、接收投标文件的时间、地点：**

1、接收投标文件时间：2024年1月18 日上午9：00时至11：30时，下午14:30至17:00时。

2、收件地址：江门开放大学招生合作部（江门市蓬江区胜利路116号教学行政楼1楼），联系人及电话：朱老师，3332416。我校统一接收纸质报价材料，材料须密封（密封处须加盖报价单位公章），否则我校予以拒收。

#### **六、评选方式**

1.由江门开放大学各科室人员组成评选小组，根据有关规定，本着公平、公正、科学、择优的原则，根据项目需求、报价单位条件、报价要求和实际响应报价情况等，对投标文件进行评审比较，并推荐评审结果。评审结果按江门开放大学有关规定呈批审定。

2.本次询价评审采用综合评分法，具体详见附件。

附件：江门开放大学2024年度招生广告抖音投放及推广服务项目采购评分表

#### **七、采购人名称、地址和联系方式：**

采购人名称：江门开放大学

地 址：江门市蓬江区胜利路116号

联 系 人：朱家乾

联系电话：3332416

江门开放大学

2024年1月10日

## 第二部分 采购需求

### 一、项目概况

采购人拟采用公开招标的方式确定多家入围服务资格商，最终确定一家服务商（价低者得）提供江门开放大学 2024 年度招生广告抖音投放及推广服务，业务覆盖区域含江门三区，采购预算不超过人民币 4.264 万元，具体金额按实际发生的项目与数量进行结算。供应服务资格有效期为自签订合同之日起至 2024 年 12 月 31 日止或采购人累计采购量达到本项目采购预算，以先到的为准，本项目服务资格自动终止。

### 二、技术指标

- 1、媒体属性：字节跳动
- 2、媒体类型：抖音信息流
- 3、媒体形式：视频形式的内容输出,生动详细,精准推送给定向目标人群，灵活投放,投放期间可更换视频内容和素材。
- 4、投放区域：江门蓬江、新会、江海三区。实际投放区域按采购人需求调整。
- 5、投放时长：设置日预算 $\leq 500$ 元/天（按客户需求设置投放时间段，分3期投放，每期连续投放时长约16-25天左右）
- 6、曝光单价： $\leq 0.03$ 元/曝光，同一手机号码只计一次曝光。收藏信息、填写表单等不另计费。
- 7、预估曝光数： $\geq 133$ 万次

### 三、技术要求

1. 相关宣传内容由中标人提供稿件，经采购人确认后发布。
2. 供应商负责投放广告的制作、发布和信息反馈维护。
3. 供应商应承诺和满足以下要求：

中标后，所投报的投标下浮率在供应服务资格有效期内不能作出改变，供应商应充分考虑市场价格在供应服务资格有效期内浮动的风险。另外，招标人对供应服务的具体采购量由采购人视实际情况确定，服务商有提供增值服务、相关赠送的适当加分。

### 四、投标人资格要求

- 1.投标人必须符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条的规定；
- 2.投标人应当是具有合法经营资格的法人、其他组织或者自然人，具有良好的信誉；
- 3.投标人未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单（处罚期限届满的除外）【采购人在投标截止时间止通过“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）查询供应商信用记录，信用信息查询记录和证据将与采购文件一并归档保存】；
4. 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的政府采购活动；
- 5.本项目不接受联合体投标。

#### 五、投标报价应为人民币含税全包价。

六、服务期：自签订合同之日起至 2024 年 12 月 31 日止或采购人累计采购量达到本项目采购预算，以先到的为准，本项目服务资格自动终止。

#### 七、验收

- 1、验收标准：以国家标准、招标文件、投标文件和所签采购合同的相关条款为标准；
- 2、验收合格后由中标人和采购人双方共同签字确认。

#### 八、结算方式

付款方式：分期付款

第一期款：采购合同签订并生效之日起的10日内由采购人支付合同总金额30%给中标人；

第二期款：在服务期完成经双方验收合格之日起的 10 日内由采购人支付合同总金额 70% 给中标人。

**附件：江门开放大学招生广告抖音投放及推广采购项目评分表**

| 权重               | 评分项目             | 评分要求   | 得分      |         |         |
|------------------|------------------|--|---------|---------|---------|
|                  |                  |  | 商家<br>A | 商家<br>B | 商家<br>C |
| 商务响应性评分<br>(35分) | 项目团队资质<br>(15分)  | 团队实力雄厚，资质优良，得13-15分；<br>团队实力较雄厚，资质较好，得10-12分；<br>团队条件基本符合要求，得8-9分。<br><b>注：报价人需在项目服务方案中写明项目服务团队情况。</b>   |         |         |         |
|                  | 相关类项目经验<br>(10分) | 自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准），每个项目每次得5分，没有的得0分。  |         |         |         |
|                  | 信用记录<br>(10分)    | 无不良信用记录，得5分；否则不符合报价条件。   |         |         |         |
| 技术响应性评分<br>(35分) | 服务方案切合度<br>(10分) | 1、能准确理解项目目标，方案切合项目要求，内容详实，准确满足询价人需求，为优：得9-10分；<br>2、能较为准确理解项目目标，方案较切合项目要求，内容较详实，较为准确满足询价人需求，为良：得7-8分；<br>3、基本理解项目目标，方案基本切合项目要求，具有基本内容，基本满足询价人需求，为中：得5-6分；<br>4、没有提及相关内容的，为差，得0分。 |         |         |         |
|                  | 服务方案质量<br>(20分)  | 1、方案有详细的实施计划，工作措施和方法科学、可操作性强，很好的满足需求，得17-20分；<br>2、方案有较详细的实施计划，工作措施和方法较为科学、可操作性较强，较好的满足需求，得14-16分；<br>3、方案有基本的实施计划，工作措施和方法可操作性一般，基本满足需求，得10-13分；<br>4、低于第3项要求得0分。                |         |         |         |
|                  | 额外服务承诺<br>(5分)   | 报价人作出询价公告以外的服务承诺(有针对性的具体建议措施)<br>1、增加一项（类）有效内容得2.5分，累计不超过5分；<br>2、没有额外服务承诺得0分。   |         |         |         |
| 价格合理性评分<br>(30分) | 评估报价<br>(30分)    | 报价需符合询价要求，否则视为无效投标。其中报价明细详细，得基本分10分；另外20分根据所有报价单位的报价由低至高排序，排第一的得20分，排第二的得18分，排第三的得16分，往后排名得分以此类推。  |         |         |         |
| 总分（100分）         |                  | 合计得分   |         |         |         |
| 评分人：             |                  |  |         |         |         |
| 备注：              |                  |  |         |         |         |