

项目编号：清采招第 20250209 号/BMCC-ZC25-0893

清华大学新闻中心视 频制作服务项目

公开招标文件



采 购 人：清华大学

采购代理机构：北京明德致信咨询有限公司

目录

第一章	投标邀请	1
第二章	投标人须知资料表	5
第三章	投标人须知	10
	一、说明	10
	二、招标文件	14
	三、投标文件的编制	15
	四、投标文件的提交	18
	五、开标、资格审查及评标	19
	六、确定中标	20
第四章	采购需求	23
	一、项目概况	23
	二、技术要求	23
	(一) 视频拍摄及后期剪辑技术基本要求	23
	(二) 视频交付要求	26
	(三) 退出机制	26
	(四) 具体要求	27
	三、商务要求	32
第五章	资格审查	35
	一、资格审查程序	35
	二、资格审查要求	35
第六章	评标程序、评标方法和评标标准	39
	一、评标程序、评标方法	39
	二、评审标准	44
第七章	拟签订的合同文本	58
第八章	投标文件格式	63
	一、资格证明文件格式	65
	二、商务技术文件格式	76

注：招标文件条款中以“■”或“☑”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：清采招第 20250209 号/BMCC-ZC25-0893
2. 项目名称：清华大学新闻中心视频制作服务项目
3. 项目预算金额：180 万元
4. 采购需求：为提升新闻中心视频制作的专业性和传播效果，高质量完成视频类宣传工作，满足多元需求，以展现学校风貌、传播校园文化、提升正面宣传效果，计划对一个年度内新闻中心的视频制作进行集中招标采购。所出作品根据采购人用途不同，在学校官方平台发布或其他渠道使用。合同期内，采购人不保证中标人最终执行数量，按照供应商所报单价执行，以合同期内最终实际发生量进行结算。

包号	采购包名称	采购包预算金额	是否允许进口产品投标
01	短视频类	70 万元	否
02	纪录片类	40 万元	否
03	宣传片类	40 万元	否
04	新媒体产品类	30 万元	否

注：投标人只可以对本项目中的一个采购包进行投标。

5. 合同履行期限：自合同签订之日起 12 个月内完成全部服务内容，达到验收合格标准。
6. 本项目是否接受联合体投标：否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：
 - 2.1 本项目专门面向中小企业预留采购份额，即服务全部由符合政策要求的中型、小型或微型企业承接。
 - 2.2 通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询信用记录，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的供应商，没有资格参加本项目的采购活动。
3. 本项目的特定资格要求：参与 02 包纪录片类、03 包宣传片类的供应商应具有广播电视节目制作经营许可证。

三、获取招标文件

时间：2025年7月14日至2025年7月21日，每天上午9:00至12:00，下午12:00至17:00（北京时间，法定节假日除外）

地点：北京明德致信咨询有限公司官网（<http://www.zbbmcc.com>）

方式：本项目接受电汇或网银购买标书（注：汇款时必须备注ZC25-0893报名费，电汇或网银须于“获取采购文件截止时间”前到账，并于“获取采购文件截止时间”前提交报名申请，具体方式详见“其他补充事宜”）

售价：100元/包。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件时间：2025年8月6日09:00-09:30（北京时间）

投标截止时间、开标时间：2025年8月6日09:30（北京时间）。

地点：北京市海淀区学院路30号科大天工大厦B座17层1706第一会议室。

五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

1. 详细报名及获取招标（采购）文件方式，请完整阅读以下全部内容：

（1）请登录“北京明德致信咨询有限公司”官网（www.zbbmcc.com）。右上角点击“我的项目”，注册登录后点击左侧“项目报名”，找到对应项目按提示完善信息、上传报名费转账凭证，点击提交即可。工作日17点（含）前提交的申请，于当日审核；17点后提交的，下一个工作日审核。审核结果将以邮件形式通知，或在“我的投标”中查看报名状态。有关报名过程的问题，请拨打010-82370045进行咨询。有关报名信息的疑问反馈，请按报名页面最下方的提示，发送邮件反馈。招标文件售后不退，请供应商审慎购买。

（2）银行账户信息，电汇购买招标（采购）文件、投标保证金及中标（成交）服务费收取的唯一账户：

汇款或转账时请务必附言“项目编号+包号+用途”，例如：ZC25-0893-01标书款或保证金。

公司名称：北京明德致信咨询有限公司

开户行：中国工商银行股份有限公司北京东升路支行

账 号：0200 0062 1920 0492 968

(3) 招标（采购）文件的获取：登录“北京明德致信咨询有限公司”官网，于“我的项目”→“我的投标”中找到已“审批通过”的项目信息，点击下载获取。

2. 问题咨询联系方式的说明：

(1) 有关报名信息的疑问反馈，请供应商按网站报名页面最下方的提示，发送邮件反馈；

(2) 有关招标（采购）文件购买、中标（成交）通知书领取及服务费发票、保证金交纳及退还事宜，请联系电话：（010）8237 0045 或电子邮箱 FC@zbbmcc.com；

(3) 有关招标（采购）文件技术部分的问题咨询：因项目经理外出、开标等原因，请优先通过电子邮箱：w11@zbbmcc.com 联系。

3. 投标文件请于投标当日投标截止时间之前递交至投标地点，逾期递交的文件恕不接收。投标人应派代表参加开标。

4. 评标方法：综合评分法

5. 采购项目需要落实的政府采购政策：节能产品强制采购；节能产品、环境标志产品优先采购；政府采购促进中小企业发展；政府采购支持监狱企业发展；政府采购促进残疾人就业；进口产品管理；支持脱贫攻坚；扶持不发达地区和少数民族地区；支持自主创新；支持绿色建材等。

6. 本项目招标公告仅在中国政府采购网和清华大学采购信息发布平台上发布。对其他网站转发本公告可能引起的信息误导、造成投标人的经济或其他损失的，采购人及采购代理不负任何责任。

7. 凡对本次招标提出询问及质疑，请与北京明德致信咨询有限公司联系。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系

1. 采购人信息

名 称：清华大学

地 址：北京市海淀区清华园

联系方式：010-62797390

2. 采购代理机构信息

名 称：北京明德致信咨询有限公司

地 址：北京市海淀区学院路 30 号科大天工大厦 B 座 1709

联系方式：010-82370045

3. 项目联系方式

项目联系人：王蕾蕾、赵文宇、吕绍山

电 话：010—61196170

电子邮箱：wll@zbbmcc.com

第二章 投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。

条款号	条目	内容
1.3	联合体	为了便于采购活动开展，如本项目接受联合体，建议以联合体形式参与采购活动的供应商，在联合体确定后，尽早通知代理机构。
2.2	项目属性	项目属性： <input type="checkbox"/> 货物 <input checked="" type="checkbox"/> 服务
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
2.4	核心产品	<input checked="" type="checkbox"/> 关于核心产品本项目不适用。 <input type="checkbox"/> 本项目__包为单一产品采购项目。 <input type="checkbox"/> 本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：_____。
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间：_____年___月___日___点___分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开 <input type="checkbox"/> 召开，召开时间：_____年___月___日___点___分 召开地点：_____。
3.3	演示视频	演示视频： <input type="checkbox"/> 无需递交 <input checked="" type="checkbox"/> 递交，投标人可以用【U盘】形式随投标文件一并递交演示视频（演示视频具体内容详见本招标文件【《第四章 采购需求》】相关规定），供代理机构在评审时向评标委员会播放。如果演示视频超过招标文件规定时间则超出部分不再播放。如因投标人所递交的视频文件出现错误，导致评标委员会无法对此部分顺利进行评审，造成的后果由投标人自行承担，

条款号	条目	内容															
		且对应评分项不得分。															
4.1	样品	投标样品递交： <input checked="" type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 需要															
5.2.4	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1"> <thead> <tr> <th>包号</th> <th>采购包名称</th> <th>所属行业</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01</td> <td>短视频类</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>02</td> <td>纪录片类</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>03</td> <td>宣传片类</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>04</td> <td>新媒体产品类</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> </tbody> </table>	包号	采购包名称	所属行业	01	短视频类	其他未列明行业	02	纪录片类	其他未列明行业	03	宣传片类	其他未列明行业	04	新媒体产品类	其他未列明行业
包号	采购包名称	所属行业															
01	短视频类	其他未列明行业															
02	纪录片类	其他未列明行业															
03	宣传片类	其他未列明行业															
04	新媒体产品类	其他未列明行业															
12.1	投标保证金	<input type="checkbox"/> 不收取 <input checked="" type="checkbox"/> 收取，具体要求如下： 投标保证金金额： 01 包：壹万肆仟元； 02 包：捌仟元； 03 包：柒仟元； 04 包：陆仟元。 投标保证金收受人信息： 账户名称：北京明德致信咨询有限公司 开户行：中国工商银行股份有限公司北京东升路支行 账号：0200 0062 1920 0492 968 交纳投标保证金形式：电汇、网银转账、支票、保函等非现金形式。 为减少收取/退还保证金的手续，建议采用电汇或网银转账方式缴纳保证金。 注：请投标人汇款无论保证金还是标书款务必注明“项目编号+包号+用途”（比如：ZC25-0644-01 保证金或者ZC25-0893-01 标书款），以便财务查账及汇总。															
12.6.2	投标保证金	为保证中标人投标保证金的及时退还，中标人应在采购合同签订后 1 个工作日内，通过其在本项目登记备案的邮箱向															

条款号	条目	内容
		<p>FC@zbbmcc.com 发送邮件告知准确合同签订日期,履行告知义务。</p> <p>中标人发送邮件标题应为“xx 合同已签订,请退还投标保证金”,邮件正文应为“项目编号+项目名称+合同签订日期(年月日)+其他需要说明的事项(如有)”,并将盖章版合同扫描件作为附件上传。</p> <p>如中标人未按要求及时发送通知邮件,由此导致的逾期退还投标保证金或发票开票延迟等责任由中标人承担,采购代理机构不承担相应责任。</p>
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算_90_日。
14.1	投标文件份数	<p>投标文件的份数: 正本 1 份, 副本 5 份。建议双面打印。</p> <p>投标文件电子文档: 1 份(U 盘), 电子文档为正本盖章扫描件(PDF 版本, 大小不超过 100M)和可编辑版本(例如 Word 版) 2 种。电子文档应包括响应文件全部内容。</p>
14.7	投标文件构成	若投标人对本项目的多个包(如有)同时进行投标,则投标文件的编制、包装要求如下:按包分别编制和包装。
22.1	确定中标人	<p>中标候选人并列的,采购人是否委托评标委员会确定中标人: 否</p> <p>中标候选人并列的,按照以下方式确定中标人:得分且投标报价均相同的,以技术部分得分高者为中标人。</p>
22.2	最多中标包数量的限制	<p>如投标人对本项目的多个包同时进行投标,则投标人在本项目中最多中标包的数量:</p> <p><input type="checkbox"/> 不限制;</p> <p><input type="checkbox"/> 限制。具体规定如下:</p> <p>1、本项目【_】~【_】包中,投标人可对其中的任意一个包或多个包同时进行投标,但其在上述包的范围内,最多中标包的数量为【_】个。</p> <p>2、关于投标人所投包的优先中标顺序,规定如下:</p> <p>本项目各包如不在同一日开标,将按照开标日期先后顺序进</p>

条款号	条目	内容
		行评审；对于同一日开标的各包，将按包号由小到大的顺序进行评审；并按上述评审顺序作为投标人的优先中标包顺序。 3、投标人须在投标文件《投标书》中承诺：（1）同意招标文件中关于“投标人在本项目中最多中标包数量”的相关规定；（2）在所投包的范围内，如投标人被推荐为第一中标候选人包数达到规定的最多中标包数，则按招标文件规定优先中标顺序确定不超过规定数量的中标包，同时决定放弃其余各包的投标资格。否则 投标无效 。
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： <input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 允许
26.1.1	询问	询问提出形式：书面形式。
26.2.5	质疑	接收质疑函的方式：书面形式，发送扫描件到 w11@zbbmcc.com 邮箱
26.3	联系方式	联系方式同第一章《投标邀请》中采购代理机构项目联系方式。
27.1	代理费	收费对象：中标人 收费标准：以每个包中标金额为计算基数（单价或折扣率中标的，以预算金额为计算基数），按“国家计委关于印发《招标代理服务收费管理暂行办法》的通知”（计价格[2002]1980号）规定的收费标准（见下表），采用差额定率累进计费方式计算，下浮【20%】，按前述标准如招标项目代理服务费计算超过 10 万元时按 10 万元收取。

条款号	条目	内容																																											
		<table border="1" data-bbox="596 221 1305 667"> <thead> <tr> <th rowspan="2">序号</th> <th rowspan="2">金额 M (万元)</th> <th colspan="3">费率</th> </tr> <tr> <th>货物</th> <th>服务</th> <th>工程</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>$M \leq 100$</td> <td>1.50%</td> <td>1.50%</td> <td>1.00%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>$100 < M \leq 500$</td> <td>1.10%</td> <td>0.80%</td> <td>0.70%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>$500 < M \leq 1000$</td> <td>0.80%</td> <td>0.45%</td> <td>0.55%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>$1000 < M \leq 5000$</td> <td>0.50%</td> <td>0.25%</td> <td>0.35%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>$5000 < M \leq 10000$</td> <td>0.25%</td> <td>0.10%</td> <td>0.20%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>$10000 < M \leq 100000$</td> <td>0.05%</td> <td>0.05%</td> <td>0.05%</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>$100000 \leq M$</td> <td>0.01%</td> <td>0.01%</td> <td>0.01%</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="596 685 1437 719">缴纳时间：在领取中标通知书前向采购代理机构一次性缴纳。</p> <p data-bbox="596 745 1347 779">接收招标代理服务费的银行账号：同投标保证金账号。</p>	序号	金额 M (万元)	费率			货物	服务	工程	1	$M \leq 100$	1.50%	1.50%	1.00%	2	$100 < M \leq 500$	1.10%	0.80%	0.70%	3	$500 < M \leq 1000$	0.80%	0.45%	0.55%	4	$1000 < M \leq 5000$	0.50%	0.25%	0.35%	5	$5000 < M \leq 10000$	0.25%	0.10%	0.20%	6	$10000 < M \leq 100000$	0.05%	0.05%	0.05%	7	$100000 \leq M$	0.01%	0.01%	0.01%
序号	金额 M (万元)	费率																																											
		货物	服务	工程																																									
1	$M \leq 100$	1.50%	1.50%	1.00%																																									
2	$100 < M \leq 500$	1.10%	0.80%	0.70%																																									
3	$500 < M \leq 1000$	0.80%	0.45%	0.55%																																									
4	$1000 < M \leq 5000$	0.50%	0.25%	0.35%																																									
5	$5000 < M \leq 10000$	0.25%	0.10%	0.20%																																									
6	$10000 < M \leq 100000$	0.05%	0.05%	0.05%																																									
7	$100000 \leq M$	0.01%	0.01%	0.01%																																									
	<p data-bbox="363 1308 564 1406">违法行为的处 理</p>	<p data-bbox="596 810 1430 969">如在招标各环节中出现供应商提供虚假材料谋取中标等违法行为，相关情形将被上报财政部门，并按政府采购相关规定处理。</p> <p data-bbox="596 996 1430 1341">《中华人民共和国政府采购法》第七十七条，供应商有下列情形之一的，处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任：</p> <p data-bbox="596 1368 1430 1778">（一）提供虚假材料谋取中标、成交的； （二）采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的； （三）与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的； （四）向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的； （五）在招标采购过程中与采购人进行协商谈判的； （六）拒绝有关部门监督检查或者提供虚假情况的。</p> <p data-bbox="596 1794 1430 1892">供应商有前款第（一）至（五）项情形之一的，中标、成交无效。</p>																																											

第三章 投标人须知

一、说明

1. 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。

1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。投标人必须向采购代理机构购买并获取招标文件，未经向采购代理机构购买并获取招标文件的潜在投标人均无资格参加本次投标。

1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

2. 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。

2.2 项目属性见第二章《投标人须知资料表》。

2.3 是否属于科研仪器设备采购见第二章《投标人须知资料表》。

2.4 核心产品见第二章《投标人须知资料表》。

3. 现场考察、开标前答疑会、演示视频

3.1 若第二章《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。

3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

3.3 若第二章《投标人须知资料表》中提出了演示视频的要求，则投标人应按要求提交相关内容。

4. 样品

4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见第二章《投标人须知资料表》。

4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第六章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5. 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1 采购本国货物、工程和服务

5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》第十条规定情形的除外。

5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第四章《采购需求》。

5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.2.1 中小企业定义：

5.2.1.1. 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，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《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）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

5.2.1.2. 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

（1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

（3）在服务采购项目中，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。

5.2.1.3. 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

5.2.1.4. 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联

合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

5.2.2在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.3在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

5.2.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；

5.2.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

5.2.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），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）；

5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.2.4采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见第二章《投标人须知资料表》。

5.2.5小微企业价格评审优惠的政策调整：见第六章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.3政府采购节能产品、环境标志产品

5.3.1政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。

5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。

5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**投标无效**；

5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第六章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

5.5 网络安全专用产品

5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023年第1号），所提供产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.6 采购需求标准

5.6.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求第四章《采购需求》。

6. 投标费用

6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

二、招标文件

7. 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知资料表

第三章 投标人须知

第四章 采购需求

第五章 资格审查

第六章 评标程序、评标方法和评标标准

第七章 拟签订的合同文本

第八章 投标文件格式

7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则**投标无效**。（实质性响应指满足招标文件实质性要求的响应，实质性要求是指招标文件规定了“**投标无效**”的条款）。

7.3 招标文件纸质版本和电子版本具有同等效力，如有不一致，以电子版本为准。

8. 对招标文件的澄清或修改

8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。

8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。

8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三、投标文件的编制

9. 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第四章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**投标无效**。

9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10. 投标文件构成

10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件的部分格式要求，见第八章《投标文件格式》。

10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

10.3 第六章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4 对照第四章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第四章《采购需求》做出了响应，或申明与第四章《采购需求》的偏差和例外。如第四章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11. 投标报价

11.1 投标报价：清华大学项目现场交货价。

11.2 投标人需在投标分项报价表上列明投标设备的名称、品牌型号和规格、产地和制造商名称等，标明投标货物和服务的单价和总价。

11.3 投标报价应包括货物和标准附件、备品备件、专用工具、运输、保险、安装、调试、

检验、技术服务和培训等为完成本项目所发生的一切费用，采购人将不再支付报价以外的任何费用。

11.4 国产的货物及其有关服务的报价应包括要向中华人民共和国政府缴纳的增值税和其他税金。

11.5 在中华人民共和国境内提供的进口货物及其有关服务的报价应包括要向中华人民共和国政府缴纳的关税、增值税和其他税金。

11.6 从中华人民共和国境外提供货物的报价，应包括银行费、外贸代理费、海关杂费、货物从进口口岸运至最终目的地的内陆运输费、保险费等。符合科技创新进口税收政策的货物，报价时可以不包含向中华人民共和国政府缴纳的关税、增值税等。**如本项目接受进口产品，且投标人所提供的货物如果原产于美国，投标报价中还必须包括加征关税。加征关税的商品清单及税率以国务院税则委员会发布的最新有效公告为准。**投标人应当同时报出到中国口岸的完税价格（外币报价时，外币汇率以投标当日零点的中国银行的现汇卖出价为参考）。

11.7 凡在中华人民共和国海关特殊监管区域内企业生产或加工（包括从境外进口料件）销往境内其他地区的产品，不作为政府采购项下进口产品，但报价要求同 11.6。

11.8 投标货币：人民币。

11.9 投标人所报的各分项投标单价在合同履行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标（招标文件另有规定的除外），将被视为**投标无效**。

11.10 除招标文件规定的以外，投标人每个采购包只能有一个投标方案和报价，否则将被视为**投标无效**。

12. 投标保证金

12.1 投标人应按第二章《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金，不接受以个人名义交纳的投标保证金（自然人投标的情形除外）。投标人自愿超额交纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式：第二章《投标须知资料表》建议的形式及政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理

机构，如保函为电子形式，应在投标文件中附上保函打印件。未按上述要求交纳投标保证金的，其**投标无效**。

12.4投标保证金有效期同投标有效期。

12.5投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

12.6采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的投标保证金，经投标人同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外：

12.6.1投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起5个工作日内退还已收取的投标保证金；

12.6.2中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起5个工作日内退还中标人；

12.6.3未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起5个工作日内退还未中标人；

12.6.4终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后5个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

12.7有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.7.1投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.7.2投标人在投标文件中提供虚假材料的；

12.7.3除因不可抗力以外，中标人不与采购人签订合同的；

12.7.4投标人与其他供应商恶意串通的。

13. 投标有效期

13.1投标文件应在本招标文件第二章《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其**投标无效**。

14. 投标文件的签署、盖章、装订

14.1投标人应准备第二章《投标人须知资料表》中规定数量的投标文件正本、副本及电子文档。每份投标文件须清楚地标明“正本”、“副本”和“电子文档”的字样。若正本和副本不符，以正本为准；电子版与纸质文件不符，以纸质文件为准。

14.2投标文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由投标人的法定代表人（单位负责人）或经其正式授权的代表按招标文件要求在规定的位罝上签字和（或）加盖投标人公章。投标文件的副本可采用正本的复印件。

14.3联合体投标的，对于要求盖章之处，除提供的格式中规定或本招标文件中要求联合体各方盖章的以外，其余均加盖联合体牵头单位公章即可。

14.4任何行间插字、涂改和增删，必须由投标人的法定代表人（单位负责人）或其授权代表签字或加盖投标人公章后才有效。投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。

14.5本文件中的“签字”指签字人亲笔签字或加盖签字人的人名章或手签章。

14.6投标文件需牢固装订成册（凡用活页夹、文件夹、塑料方便式书脊（插入式或穿孔式）均不认为是牢固装订）、目录清楚、页码准确。

14.7投标人在投标过程中相关文件的签订、履行、通知等事项的书面文件中的单位盖章、印章、公章等处均仅指与投标人名称全称相一致的标准公章，如使用投标专用章或其它印章，须提供特别说明函，明确该投标专用章或其它印章作为直接参与投标时相关投标文件的签章、及业务合作伙伴参与投标时授权函的签章，其效力等同于公章（该特别说明函须同时加盖投标人公章和投标人投标专用章或其它印章）。使用非标准公章，未附有效的特别说明函的，其**投标无效**。

14.8若投标人对本项目的多个包（如有）同时进行投标，则投标文件的编制、包装要求以第二章《投标人须知资料表》中的规定为准。

四、投标文件的提交

15. 投标文件的包装、标记和密封

15.1投标时，建议投标人将投标文件分以下几部分进行包装、标记及提交：

（1）投标文件：将正本、所有副本包装在标记为“**投标文件正本、副本**”的包装袋/箱中进行提交；

（2）投标文件电子文档：将投标文件电子文档单独包装在标记为“**投标文件电子文档**”的包装袋中；若招标文件要求提交其他电子介质文档（如演示视频电子文档等），则该文档与投标文件电子文档一并封装在同一包装袋中）；

（3）开标一览表：为方便开标唱标，除投标文件中的《开标一览表》以外，投标人还需另行准备一份相同的《开标一览表》，单独包装提交，在信封上标明“**开标一览表**”字样。

15.2所有包装袋/箱上均需：

（1）清楚标明递交至投标邀请中指定的地址；

（2）注明投标邀请中指定的项目名称、项目编号和“在 （开标日期、时间） 之

前不得启封”的字样；

(3) 写明投标人名称和地址。

15.3如果投标人未按上述要求包装及加写标记，采购人或采购代理机构对投标文件的误投或过早启封概不负责。

15.4未密封的投标文件，采购人、采购代理机构予以拒收。

15.5采购人拒绝接受以电报、电话、传真、电子邮件形式递交的投标文件。

16. 投标截止时间

16.1投标人应在招标文件要求提交投标文件的截止时间前，将投标文件密封送达采购人或采购代理机构，送达地址应是第一章《投标邀请》中规定的地点。

16.2逾期送达的投标文件，采购人、采购代理机构予以拒收。

17. 投标文件的修改与撤回

17.1投标截止时间前，投标人可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或采购代理机构。

17.2投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章、密封后，作为投标文件的组成部分。投标截止时间后，投标人不得对其投标文件做任何补充、修改（评标委员会要求的澄清、说明或者补正除外）

17.3开标后，投标文件不予退回。

五、开标、资格审查及评标

18. 开标

18.1采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。开标时邀请所有投标人代表参加，参加开标的代表应签名报到以证明其出席。

18.2开标时，由投标人或其推选的代表检查投标文件的密封情况；经确认无误后，由采购人或采购代理机构工作人员当众拆封，宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容。

18.3开标过程将由采购人或者采购代理机构负责记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认后随采购文件一并存档。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

18.4投标人代表对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对

投标人代表提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.5投标人不足三家的，不予开标。

19. 资格审查

19.1见第五章《资格审查》。

20. 评标委员会

20.1评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。

21. 评标程序、评标方法和评标标准

21.1见第六章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六、确定中标

22. 确定中标人

22.1采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见第二章《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照第二章《投标人须知资料表》要求确定中标人。

22.2投标人在本项目中最多中标包的数量（如限制数量）要求以第二章《投标人须知资料表》中的规定为准。

23. 中标公告与中标通知书

23.1采购人或采购代理机构自中标人确定之日起2个工作日内在采购公告发布媒体发布中标公告，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为1个工作日。

23.2中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

24. 废标

24.1在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

24.1.1符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；

24.1.2出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4因重大变故，采购任务取消的。

24.2废标后，采购人将废标理由通知所有投标人。

25. 签订合同

25.1中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。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。

25.2中标人拒绝与采购人签订合同的，采购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，也可以重新开展政府采购活动。

25.3联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。

25.4政府采购合同不能转包。

25.5采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见第二章《投标人须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则**投标无效**。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

26. 询问与质疑

26.1 询问

26.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见第二章《投标人须知资料表》。

26.1.2 采购人或采购代理机构对供应商依法提出的询问，在 3 个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当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。

投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.4 投标人应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复。

26.2.5 接收质疑函的方式详见第二章《投标人须知资料表》

26.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见第二章《投标人须知资料表》。

27. 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见第二章《投标人须知资料表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

第四章 采购需求

一、项目概况

为提升新闻中心视频制作的专业性和传播效果，高质量完成视频类宣传工作，满足多元需求，以展现学校风貌、传播校园文化、提升正面宣传效果，计划对一个年度内新闻中心的视频制作进行集中招标采购。所出作品根据采购人用途不同，在学校官方平台发布或其他渠道使用。合同期内，采购人不保证中标人最终执行数量，按照供应商所报单价执行，以合同期内最终实际发生量进行结算。

包号	采购包名称	预算金额
01	短视频类	70 万元
02	纪录片类	40 万元
03	宣传片类	40 万元
04	新媒体产品类	30 万元

二、技术要求

(一) 视频拍摄及后期剪辑技术基本要求

名称	具体要求
创意与脚本	1. 服务商需提供详细的创意方案和分镜头脚本，经采购人审核确认后方可执行。脚本应清晰描述画面内容、景别、时长、音效、配乐、旁白等。 2. 创意需符合项目目标和品牌定位，具有吸引力和传播性。
录制场地	情况 1：服务商提供场地 1、服务商提供场地，录制内容中有涉及实验的，由学校或录制老师协助协调拍摄场地； 2、服务商自带相关摄像设备，搭建拍摄环境； 3、若在服务商指定地点拍摄，需征得采购人同意； 情况 2：采购人提供场地 1、在采购人指定场所进行拍摄，拍摄时间根据采购人实际情况进行调整。 2、录制地点在演播室、教室、办公室、实验室以及外景地等现场直录，要

	<p>求录制现场光线充足、环境安静。</p> <p>3、若涉及特殊场地（如需管制的区域、特定行业场所），需提前协调并获得拍摄许可。</p> <p>4、服务商负责拍摄场地的勘景，并根据场景制定详细的拍摄计划和美术方案（如需）。</p>
录制要求	<p>1. 拍摄前进行充分准备，包括设备调试、场景布置、演员/出镜人员沟通等。</p> <p>2. 镜头语言丰富，构图讲究，运镜流畅自然，能有效表达创意意图。</p> <p>3. 注重光影效果的营造，确保画面具有质感和美感。</p> <p>4. 现场录音需清晰，避免不必要的噪音干扰。</p>
录像设备	<p>1. 摄像设备： 专业级或电影级数字摄影机，确保高画质。建议主摄影机分辨率不低于 4K（3840×2160）。</p> <p>2. 辅助设备： 根据需求配备稳定器、滑轨、摇臂、无人机等辅助拍摄设备，以增强镜头表现力。</p> <p>3. 视频宽高比： 主流 16:9，可根据投放渠道需求提供其他比例版本（如竖屏 9:16）。</p> <p>4. 视频帧率： ≥ 25 帧/秒（PAL）或 ≥ 23.976 帧/秒（NTSC），可根据需求采用更高帧率以实现慢动作等效果。</p>
录音设备	专业级录音设备，包括但不限于枪式麦克风、领夹麦克风、环境声录制设备等，确保同期声和配音的清晰度和质量。
提词设备	配备专业提词器。
照明设备	专业影视灯光设备，包括主光、辅助光、轮廓光、背景光等，由经验丰富的灯光师操作，以营造符合宣传片风格和氛围的光影效果。
美术与妆造	<p>1. 根据宣传片风格和内容，提供专业的美术指导，包括场景布置、道具选择等。</p> <p>2. 配备专业化妆师和造型师，确保出镜人员形象符合影片要求，并在高清拍摄下呈现良好状态。</p>
视频信号源	<p>1. 稳定性： 全片图像稳定，无失帧、果冻效应、过度抖动。</p> <p>2. 信噪比： 图像信噪比高，画面干净，无明显噪点。</p> <p>3. 色彩： 白平衡准确，色彩真实自然或符合特定艺术风格调色需求，多</p>

	<p>机位、多场景素材衔接处无明显色差。</p> <p>4. 曝光： 曝光准确，宽容度高，亮部无溢出，暗部有细节。</p>
视频处理	<p>1. 色彩空间与色深： 支持广色域（如 Rec.709，有条件可支持 P3 或 Rec.2020），色深不低于 8bit，推荐 10bit 或更高，以支持专业的调色处理。</p> <p>2. 视频编码： 交付成品采用 H.264（MPEG-4 Part10）或 H.265（HEVC）编码，MP4 格式。母版或中间片可采用 ProRe 等高质量编码。</p> <p>3. 视频分辨率： 成片分辨率不低于 1920×1080，推荐 4K（3840×2160）制作和交付。</p>
声音效果	<p>1、声音和画面同步；</p> <p>2、声音清晰，无杂音，无干扰，无破音和电流音；</p> <p>3、伴音清晰、饱满、圆润，无失真、无音量忽大忽小现象；</p> <p>4、解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。</p>
音频处理	<p>1、音频格式：音频压缩采用 AAC(MPEG4 Part3)格式；</p> <p>2、声道：双声道，输出通道为立体声；</p> <p>3、量化位数：至少为 16 位；</p> <p>4、音频类型：音乐类、音效声、语音等。</p>
后期制作要求	<p>1、使用常用专业非线性剪辑软件（如 Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, 剪映等）进行后期编辑合成；</p> <p>2、剪辑节奏流畅，叙事清晰，镜头组接富有逻辑性和表现力，符合宣传片整体风格。</p> <p>3. 调色： 进行专业级色彩校正和风格化调色，提升画面质感，统一全片色调。</p> <p>4. 特效与动画： 根据脚本需求，精准、高质量地制作二维/三维动画、动态图形、视觉特效等，并与实拍画面无缝融合。所有素材不应侵犯第三方版权。</p> <p>5. 品牌元素： 在画面适当位置清晰、美观地展示 LOGO、Slogan 等品牌标识，符合核心标识规范，不影响主要画面内容。</p>
剪辑点和转场	<p>1、根据特定要求剪去不需要的时间段。例：XX 分 XX 秒~XX 分 XX 秒部分内容剪去，剪辑后需要保证前后讲话内容的完整性，衔接流畅。</p>

	<p>2、重复的语句，长时间的停顿（10 秒以上不讲话），与视频内容无关的动作等可视情况剪去。</p> <p>3、剪辑衔接自然，景别丰富、组接流畅、色彩和曝光统一，无跳帧，无跳跃感。</p> <p>4、剪辑的转场出现在剪辑点，机位切换和 PPT 展示处。转场效果若不是特殊要求，使用硬切换或者淡入淡出。</p>
字幕制作要求	<p>1. 字幕（如解说词、人名条、关键信息等）清晰易读，用字规范，无错别字。</p> <p>2. 字体、字号、颜色、位置应统一设计，符合影片整体视觉风格，并考虑在不同尺寸屏幕上的可读性。</p>
文本要求	<p>1、纯文本采用 UTF-8 编码或 GB18030 编码。</p> <p>2、采用常见存储格式，如 TXT、DOC、DOCX、PDF、RTF、HTM、HTML、XML 等。</p>

（二）视频交付要求

1. 最终成品：

- 1) 视频需交付 MP4 高清格式的数字文件。
- 2) 如需不同版本（例如：完整版、30 秒精华版、15 秒广告版、社交媒体竖屏版等），需分别注明并交付。

2. 母版文件：

- 提供无字幕、无硬编码 LOGO 的“净版”视频（Clean Version）。
- 提供分轨音频文件（如对白、音乐、音效分离的 WAV 文件）。

3. 项目源文件：

- 提供剪辑工程文件（如 .prproj, .drp）、特效工程文件（如 .aep）、主要设计素材源文件（如 .psd, .ai）等。

（三）退出机制

1. 验收不达标：作品质量经采购方验收未达约定标准，包括但不限于画面清晰度、音频质量、内容完整性、创意契合度等方面。若供应商不及时配合整改或经二次整改后仍未通过验收，或存在严重质量问题、版权纠纷等影响项目正常使用情况。

2. 时间违约：未按照约定的时间节点完成视频制作、交付及服务，导致项目进度严重滞后，影响学校教学、科研等工作开展；未按约定条款及时提供服务响应。累计逾期

超过 5 个工作日，将收到采购方发出的书面警告；累计逾期超过 15 个工作日，或最终交付时间逾期超过 10 个工作日，直接触发退出机制。

3. 违规违法行为：供应商在项目实施过程中存在商业贿赂、虚假投标、恶意串通等违法违规行为，或违反国家相关法律法规，被有关部门查处。存在损害高校声誉、利益的行为。

4. 经营风险：供应商出现破产清算、被吊销营业执照等经营危机，或财务状况恶化，无法履行合同义务。

5. 一经发现触发情形，采购方书面通知供应商限期整改，若未达标，正式下发退出通知。供应商收到通知后，需在 5 个工作日内移交项目资料、素材及工作成果。采购方有权扣除履约保证金作为违约金，保留追责权利；重新招标或协商确定新供应商，原供应商需配合交接；因退出造成损失的，由原供应商承担赔偿责任。

（四）具体要求

注：下文中出现的参考数量为预估数量，不代表最终实际数量。

01 包短视频类

1. 报价相关：

序号	分类	最高限价	参考数量	时间要求
1	1 分钟内微视频	1 万元/部	10 部	任务派发后不超过 2 个工作日完成作品交付验收
2	2-4 分钟短视频	5 万元/部	10 部	任务派发后不超过 3 个工作日完成作品交付验收
3	5-8 分钟短视频	10 万元/ 部	1 部	任务派发后不超过 5 个工作日完成作品交付验收

上表中参考数量为预估数量，不代表最终实际数量。本采购包的投标报价为按照参考数量计算的总价。

2. 内容

结合短视频传播特点，围绕校园热点事件、学生活动、学术讲座、校园生活等主题，制作具有趣味性、传播性的短视频，突出校园特色和青春活力。形式包括但不限于采访类、剧情类、VLOG（视频日志）等。

投标人负责完成栏目的前期策划、脚本构思、采访、撰稿、拍摄、制作、包装等全流程各环节工作。栏目素材按采购方要求可进行短视频二次制作和宣发。

3. 质量要求

画面清晰、稳定，色彩还原度高；音频清晰无杂音，配乐、解说与画面匹配度高；剪辑节奏明快，富有创意，可运用特效、动画等元素增强吸引力。可根据发布平台需求制作横屏或竖屏不同版本。

4. 服务团队

投标人应为本项目组建专业的服务团队，配备专业性技术人员，人员数量要保障项目顺利进行。

服务团队应不少于 8 人，其中应包含具有专业素养的前期脚本编剧、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验。团队中还应配备专职的项目管理人员，项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验。

5. 服务响应

供应商能支持 7*24 小时应答；应对采购人临时发生的宣传需求，能在 1 小时内抵达采购人办公地进行拍摄；可在采购人指定地点进行后期剪辑。

6. 演示视频

投标人提供一段自己单位制作的视频进行演示，具体要求：

内容：反映校园生活的短视频（拟用于抖音平台）1 支

时长：3 分钟以内

格式：MP4

考查目标：1. 要求提供创作思路说明 2. 能够提供视频剪辑的最终视音频轨道截图，展示制作标准和思路。3. 是否有配套包装及标题设计等。

02 包纪录片类

1. 报价相关

本采购包预算 40 万元，每分钟报价不超过 1.5 万元。

单部纪录片预计时长 8-15 分钟，全年制作纪录片总时长约 30 分钟。制作周期根据具体主题和内容协商确定，分阶段交付。

2. 内容

聚焦学校发展历程、重大科研成果、特色学科建设、优秀师生事迹等主题，制作具有深度和内涵的纪录片，展现学校的历史底蕴和发展成就。

投标人负责完成栏目的前期策划、脚本构思、采访、撰稿、拍摄、制作、包装等全流程各环节工作。栏目素材按采购人要求可进行短视频二次制作和宣发。

3. 服务团队

投标人应为本项目组建专业服务团队，配备专业性技术人员，人员数量要保障项目顺利进行。

拍摄项目团队应不少于 8 人，其中应包含具有专业素养的前期脚本构思、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。

视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验，提供成员简历、专业资质证书（如导演资格证、摄影师资格证等）。

团队中应配备专职的项目管理人员。项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验，负责项目的整体协调和进度把控，具备相关资质。

4. 服务响应

供应商能支持 7*24 小时应答；应对采购人临时发生的宣传需求，能在 24 小时内抵达采购人办公地进行拍摄；可在采购人指定地点进行后期剪辑。

5. 质量要求

拍摄手法专业，画面构图精美，镜头运用流畅；音频清晰，解说词富有感染力，配乐贴合主题；后期剪辑逻辑清晰，叙事完整，可熟练运用历史资料、动画特效等丰富内容。掌握或有可调用相关丰富历史文献资料的资源。

6. 演示视频

投标人提供一段自己单位制作的视频进行演示，具体要求：

内容：以高校或教育领域为背景，讲述历史的纪录片，要求使用历史资料、说理思路流畅，视听语言工整，有合适的特效包装。

时长：3 分钟以内

格式：MP4

考查目标：1. 要求提供创作思路说明 2. 能够提供视频剪辑的最终视音频轨道截图，展示制作标准和思路。3. 是否有配套包装及标题设计等。

03 包宣传片类

1. 报价相关

本采购包预算金额 40 万元，每分钟报价不超过 1.5 万元。

单条宣传片预计时长 3-5 分钟，全年宣传片制作总时长约 30 分钟。根据不同用途和需求，制作周期协商确定，分阶段交付。

2. 内容

围绕学校重大活动和重大主题，比如典型人物或专题摄制学校官方宣传片。投标人负责完成栏目前期策划（包括但不限于对拍摄内容类型及场景的拟定、拟投入人员及设备、镜头景别设计思路等）、脚本构思、采访、撰稿、拍摄、制作、包装等全流程各环节工作。栏目素材按采购方要求可进行短视频二次制作和宣发。

3. 服务团队

投标人应拥有高效成熟、具有较强运维能力的制作团队，摄制组分工明确，责任到人；摄制前需制定详细的总体拍摄方案并向采购人进行汇报，经采购人审核并通过后方可进行拍摄；摄制人员有创新性的艺术理念和策划意识，能够满足采购人的拍摄及制作要求。包括但不限于相关脚本、场景、化妆、灯光、摄像机位等配套服务。

核心主创团队不低于 5 人，具有从事宣传片、专题片、广告片等类型影片的制作工作经验。

4. 服务响应

供应商能支持 7*24 小时应答；应对采购人临时发生的紧急宣传需求，能在 4 小时内抵达采购人办公地进行拍摄；可在采购人指定地点进行后期剪辑。

5. 质量要求

画面制作精良，具有视觉冲击力；配音专业，语言表达准确、流畅；配乐大气磅礴，符合宣传片主题；特效和动画、配音运用合理，提升宣传片的质感和档次，可根据需要合理运用 AI、抠图等技术。平均每部宣传片包含动画合成、AI、抠图等技术时长占比不少于 10%。

6. 演示视频

投标人提供一段自己单位制作的视频进行演示，具体要求：

主题：人物故事/专题影片（横屏视频、可为混剪类）

时长：3 分钟以内

格式：MP4

考查目标：1. 要求提供创作思路说明 2. 能够提供视频剪辑的最终视音频轨道截图，展示制作标准和思路。3. 是否有配套包装及标题设计等。

04 包新媒体产品类

1. 报价相关

本采购包预算金额 30 万元，每分钟报价不得超过 2 万元，不足 1 分钟的作品按 1 分钟计价。

参考数量：新媒体产品全年计划制作 5 部，其中包括 0.5-2 分钟的微视频 2 部；3-4 分钟短视频 2 部；4-8 分钟短视频 1 部。

时间：根据不同用途和需求，制作周期协商确定，分阶段交付。一般要求 0.5-2 分钟的微视频不超过 5 个工作日完成交付验收；3-4 分钟短视频不超过 10 个工作日完成交付验收；4-8 分钟短视频不超过 30 个工作日完成交付验收。

2. 内容

结合当下新媒体传播特点，制作适合在微信公众号、视频号、微博、小红书、抖音、快手、B 站等平台传播的视频产品，形式包括但不限于剧情类、采访类、动画类、MV（音乐短片）、互动 H5、AIGC（人工智能生成内容）、VLOG（视频日志）等。

投标人负责完成栏目的前期策划、脚本构思、采访、撰稿、拍摄、制作、包装等全流程各环节工作。栏目素材按采购方要求可进行短视频二次制作和宣发。

3. 服务团队

投标人应为本项目组建专业的服务团队，配备专业性技术人员，人员数量要保障项目顺利进行。

拍摄项目团队应不少于 5 人，其中包含具有专业素养的前期脚本构思、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。

视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验，提供成员简历、相关原创作品简介等。

视频制作团队具有异地制片能力，并提供相关案例介绍。

团队中需配备专职的项目管理人员。项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验，负责项目的整体协调和进度把控，具备相关资质。

4. 服务响应

供应商能支持 7*24 小时应答；应对甲方临时发生的宣传需求，能在 1 个小时内抵达甲方办公地进行拍摄；可在甲方指定地点进行后期剪辑。

5. 质量要求

根据不同内容和发布平台属性，确定视频时长、画面比例、分辨率等要求。可根据发布平台需求制作横屏或竖屏不同版本。

6. 演示视频

投标人提供一段自己单位制作的视频（本单位原创拍摄内容占比不低于 80%）进行演示，要求：

内容：适宜在新媒体平台发布的以高校年终、招生、校庆为主题（三选一）的视频

时长：3 分钟以内（可播放视频片段）

格式：MP4

考查目标：1. 要求提供创作思路说明 2. 能够提供视频剪辑的最终视音频轨道截图，展示制作标准和思路。3. 是否有配套包装及标题设计等。

三、商务要求

1. 项目实施

1.1 交付（实施）的时间（期限）和地点（范围）

详见第七章《拟签订的合同文本》国内合同范本第二条。

★1.2 付款条件（进度和方式）

详见第七章《拟签订的合同文本》国内合同范本第四条合同价款的支付

1.3 履约

1.3.1 履约保证金

详见第七章《拟签订的合同文本》国内合同范本第五条 服务质保期限。

1.3.2 履约验收方案

（1）验收时间：视频交付后

（2）验收方式：组织专家参与验收

（3）验收程序：按照采购人验收相关规定进行

验收内容及验收标准	序号	验收内容	验收标准
	1	作品质量	满足采购需求
	2	服务响应	满足采购需求

2. 采购标的需满足的服务标准、期限、效率等要求

2.1 售后服务

质保期 2 年。视频制作交付后提供不少于 2 年的免费运行指导服务，根据采购人使用过程中反馈的意见和建议，配合采购人及时进行内容修改与更新。针对采购人提出的修改问题，4 个工作小时响应，24 小时内给出解决方案。修改内容包括但不限于唱词修改、封面图片、个别画面调整、个别视频片段的编辑修改、少量资源美化、视频章节调整等。

2.2 保密/知识产权要求

(1) 甲方在履行合同过程中提供给乙方的全部技术文件和其他含有数据和信息的资料，其知识产权属于甲方。未经甲方同意，乙方不得将其用于本合同目的之外的其他用途，且不得擅自向第三方转让、披露。

(2) 所有视频制作成果的版权归甲方所有，原始拍摄文件及拍摄有关的全部素材一并提交甲方，知识产权归甲方所有，内容保密。未取得甲方授权，不得私自传播。不允许冠名赞助、植入任何形式广告等内容；未经甲方同意，不得出现任何商业性标识。

(3) 乙方应保证使用的任何产品和服务（包括部分使用），不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由乙方承担所有相关责任。如乙方提供的服务涉及知识产权，则乙方保证其提供的服务免于甲方受到第三方提出的有关知识产权侵权的主张、索赔或诉讼的损失。

(4) 如果甲方收到任何第三方有关知识产权的主张、索赔或诉讼，乙方应自费用处理与第三方的索赔或诉讼，并赔偿甲方因此发生的费用和遭受的损失。如果乙方拒绝处理前述索赔或诉讼，甲方以自己的名义进行这些索赔或诉讼，因此发生的费用和遭受的损失均由乙方承担。

3. 针对本项目的服务方案、组织方案或承诺

1) 项目实施方案

供应商应根据本项目关于项目实施的要求，针对本项目实际情况结合过往经验分析并指出项目实施过程中关于进度控制，交货、付款、安装、调试、履约验收方案等内容，存在潜在的困难点、风险点，并能够给出妥善的实施方案。

2) 售后服务方案

供应商应根据本项目关于售后服务的要求，制定合理完善的售后服务解决方案，按照国家有关要求及本项目实际情况，最大限度的保证本项目所购设备质保期内外均可以连续、稳定运行，针对本项目提供关于质保服务内容及承诺、故障投标时间等内容的售后服务方案。

3) 项目团队方案

供应商应提供本项目涉及的项目团队成员配置清单，团队成员配置应满足项目团队要求。

第五章 资格审查

一、资格审查程序

1. 开标结束后，采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
2. 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
3. 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。
4. 资格审查合格的投标人不足三家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1.1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。	提供证明文件的复印件
1.2	依法纳税证明	提供本项目开标日前六个月内任意月份投标人税务缴纳有效票据凭证或其他有效证明材料；依法免税的，应提供依法免税的相关证明文件。	提供证明文件的复印件
1.3	依法缴纳社保的证明	提供本项目开标日前六个月内任意月份投标人社会保障资金缴纳有效票据凭证或其他有效证明材料；依法免缴的，应提供依法免缴的相关证明文件。	提供证明文件的复印件
1.4	投标人的财务状况报告（投标人可提供财务报告	1、财务报告 (1) 投标人为企业的，应提供经会计师事务所审计的最新年度财务审计报告，财务审计	提供证明文件的复印件

序号	审查因素	审查内容	格式要求
	或开标日前六个月内投标人开户银行出具的资信证明)	<p>报告应当体现投标人（被审计单位）名称、会计师事务所（审计单位）名称、符合招标文件要求的审计年度并提供经审计的财务报表。未体现以上内容的视为无效。</p> <p>（2）投标人适用《事业单位会计准则》的或适用《政府会计准则》的或适用《民间非营利组织会计制度》的，应提供最新年度财务报表（不要求必须是经审计的）。</p> <p>（3）投标人是上述（1）、（2）以外情况的，按照其依法适用的会计制度、财务规则或会计准则提供最新年度财务报表（不要求必须是经审计的）。</p> <p>（4）应是最新年度完整年度报告/报表，每年4月30日前，可提供上年度或上上年度的报告/报表；5月1日后应提供上年度的报告/报表。</p> <p>2、银行资信证明</p> <p>（1）为落实国家优化营商环境政策要求，本项目中银行资信证明可提供原件，也可提供复印件（含电子银行资信证明文件的打印件），无论开具银行是否标明“复印无效”，投标人提供的复印件在本项目中均予以认可，即不因“复印无效”字样而认定资信证明复印件无效。</p> <p>（2）银行出具的存款证明不能替代银行资信证明，存款证明无效。</p>	
1.5	其他	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2.1	中小企业证明文件	<p>当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购必须提供。</p> <p>1、投标人单独投标的，应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。</p> <p>2、如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且投标人为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明</p>	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件中如实填报，且满足招标文件关于预留份额的要求。	
2.2	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他招标文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的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的投标人，其 投标无效 。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
2.3	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
4	本项目对于联合体的要求	1、如本项目接受联合体投标，且投标人为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。 2、联合体各成员单位均须提供本表中序号1.1至1.6的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表3.2项规定。 3、本表序号3.3项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。 4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。 5、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。	提供《联合协议》原件 格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的 投标无效 。 7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。	
5	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	/
6	获取招标文件	投标人必须向采购代理机构购买并获取所参与包的招标文件。 注：如本项目接受联合体投标，且投标人为联合体时，联合体中任一成员购买并获取文件即视为满足要求。	/

第六章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标程序、评标方法

1. 投标文件的符合性审查

1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第四章《采购需求》中★号条款要求的；
8	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
9	分包其他要求（如有）	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书复印件（如有）；
10	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；

12	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	<p>国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件复印件：</p> <p>1) 采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书；</p> <p>2) 所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当提供：①产品由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求的有效证明文件，或②该产品有效期内的公安部颁发的《计算机信息系统安全专用产品销售许可证》。</p>
13	公平竞争	<p>投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；</p>
14	串通投标	<p>不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）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；（四）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；（五）不同投标人的投标文件相互混装；（六）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；</p>
15	附加条件	<p>投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；</p>
16	其他无效情形	<p>投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。</p>

2. 投标文件有关事项的澄清或者说明

2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。

2.2 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，有权要求该投标人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；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为**无效投标处理**。相关情况将在评审报告中记录。

2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其**投标无效**。

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

有，具体规定为：_____

无，按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。

2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；

2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。

2.5 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第三章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予 4%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。

2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。

2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。

2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。

2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

3. 投标文件的比较和评价

3.1 评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价；未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

■综合评分法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

□最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不

同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照下述方法确定一个参加评标的投标人，其他**投标无效**。

随机抽取

其他方式，具体要求：_____

3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）：当投标人因核心产品相同、综合评分相同或投标报价相同时将被优先推荐为中标候选人。

4. 确定中标候选人名单

4.1 采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

随机抽取

其他方式，具体要求：_____

4.2 采用综合评分法时，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

4.4 评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或投标文件被认定为无效的情形进行重点复核。

4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐 3 名中标候选人。

5. 报告违法行为

5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

二、评审标准

01 包

评分因素		评分说明	分值
价格部分	投标报价	<p>以符合招标文件要求的最低响应报价为基准价，基准价得满分15分，其它供应商的响应报价得分=（评审基准价/该供应商的响应价格）×15。</p> <p>此处响应报价指经过报价修正后的报价，详见第六章《评审程序、评审方法和评审标准》2.4及2.5。</p>	15
商务部分	业绩	<p>1. 投标人自2024年1月1日起至今(以合同签订时间为准)的同类视频制作项目案例，每提供一个得2分，最多得6分。同一甲方的多个合同视为一个案例。需提供相关合同复印件并加盖公章。</p> <p>2. 投标人具有播放量千万级及以上传播案例，每提供一个得2分，最高得14分。需提供相关案例介绍，提供项目合同关键页、提供发布平台能够显示传播量的链接或截图文件、后期工程文件等证明材料。</p>	20
技术部分	需求理解	<p>1) 供应商对项目的需求理解全面，对项目特点及重点的认识和理解准确、全面具体，整体规划合理详实，可行性及针对性均强，完全满足采购人项目建设需要的，得10分；</p> <p>2) 供应商对项目需求的理解基本到位，对项目特点及重点的认识和理解较准确，整体规划合理可行，针对性较低，基本满足（略有欠缺，不影响采购人使用的）采购人项目建设需要的，得7分；</p> <p>3) 供应商对项目需求的理解片面，对项目特点及重点的认识和理解基本准确，整体规划不完善，不能满足采购人项目建设需要的，得4分。</p> <p>4) 未提供相关内容的或有重大缺陷，得0分。</p>	10
	视频制作	投标人提供了针对性拍摄及视频制作方案，方案内容合理、	10

	方案	<p>完善、可实施，完全满足采购人需求，得10分；</p> <p>投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容的合理性、全面性、完善程度等稍有欠缺，还有完善空间得 7分；</p> <p>投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容简单，通用，与项目的关联性及针对性低，保障项目实施有一定困难，得 4分；</p> <p>未提供拍摄及视频制作方案或不满足采购需求的，得 0 分。</p>	
	服务团队	<p>投标人为本项目组建了不少于 8 人的服务团队，其中应包含具有专业素养的前期脚本编剧、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验。团队中还配备专职的项目管理人员，项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验。</p> <p>1、本项目拍摄团队经验丰富、专业背景强、相关的业务能力，分工合理，完全符合要求，职责分工明确。责任到位，且工作熟练、有较强的实践经验，完全满足项目需要，得 10 分；</p> <p>2、本项目配置团队的整体较合理、专业背景较强、经验较丰富，职责分工较明确，部分满足项目需要，得 7 分；</p> <p>3、团队安排欠妥、部分可行，不满足项目需要，得 4 分；</p> <p>4、未提供相关内容，得 0 分。</p> <p>注：要求提供详细的服务团队清单及相应证明材料，包括人员简历、专业证书、近半年内任意一个月供应商为相关人员缴纳的社保或劳动合同复印件、同类项目经验说明、获奖证明及岗位安排。</p>	10
	拟投入设备情况	<p>拟投入设备种类丰富，选型合理，与采购需求契合度高，完全保障项目实施顺利，得 10 分；</p> <p>拟投入设备种类较丰富，选型与采购需求基本契合，可以较好的保障项目实施，得 7 分；</p> <p>拟投入设备种类较少，选型与采购需求契合度差，无法保障项</p>	10

		目实施，得 4 分； 未提供或不满足采购要求，得 0 分。 需提供设备清单、设备说明、照片、合同或发票等。	
	售后服务方案	<p>1. 针对本项目制定服务保障措施，遇到问题时能迅速响应，方案完整、详细、能给出响应具体时间；主要人员配合服务的承诺及其他增值服务承诺等。方案内容优越、全面，完全满足采购人需求，得 10 分；</p> <p>2. 方案较完整、部分响应不全面具体的，服务承诺不够全面，基本满足采购人需求，得 7 分；</p> <p>3. 方案有缺失、响应不全面、服务承诺单一，但不影响项目执行，得 4 分；</p> <p>4. 方案较差，阐述模糊，不能满足项目需求，得 1 分；</p> <p>5. 未提供进度计划、控制措施及服务承诺的不得分。</p>	10
	演示视频	<p>针对投标人提供的演示视频的画质、包装特效、构图、色彩、制作手法等进行综合评审：</p> <p>演示视频播放清晰流畅，表达完整鲜明，画面、声音和谐统一，制作精良、影音效果优良，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，拍摄角度新颖适宜，符合校园生活，有创意、有感染力，得 15 分；</p> <p>演示视频播放流畅，表达完整，画面、声音和谐统一，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，拍摄角度适宜，符合校园生活，得 10 分；</p> <p>演示视频播放流畅，画面、声音和谐统一，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，但存在瑕疵，得 5 分；</p> <p>演示视频播放较为流畅，画面、声音统一，但存在明显瑕疵，得 1 分；</p> <p>未提供演示视频或视频不能正常播放的，得 0 分。</p>	15

02 包

评分因素		评分说明	分值
价格部分	投标报价	以符合招标文件要求的最低响应报价为基准价，基准价得满分 15 分，其它供应商的响应报价得分 = (评审基准价/该供应商的响应价格) × 15。 此处响应报价指经过报价修正后的报价，详见第六章《评审程序、评审方法和评审标准》2.4 及 2.5。	15
商务部分	业绩	1. 投标人自 2024 年 1 月 1 日起至今(以合同签订时间为准)的同类视频制作项目案例，每提供一个得 2 分，最多得 10 分。同一甲方的多个合同视为一个案例。需提供相关合同复印件并加盖公章。 2. 投标人具有在 19 家中央主要媒体播出的纪录片作品的，每部作品得 2 分，最高得 10 分。需提供相关案例介绍，提供相关平台播放链接或截屏，项目合同关键页等证明材料。	20
技术部分	需求理解	1) 供应商对项目的需求理解全面，对项目特点及重点的认识和理解准确、全面具体，整体规划合理详实，可行性及针对性均强，完全满足采购人项目建设需要的，得 10 分； 2) 供应商对项目需求的理解基本到位，对项目特点及重点的认识和理解较准确，整体规划合理可行，针对性较低，基本满足（略有欠缺，不影响采购人使用的）采购人项目建设需要的，得 7 分； 3) 供应商对项目需求的理解片面，对项目特点及重点的认识和理解基本准确，整体规划不完善，不能满足采购人项目建设需要的，得 4 分。 4) 未提供相关内容的或有重大缺陷，得 0 分。	10
	视频制作方案	1) 投标人提供了针对性拍摄及视频制作方案，方案内容合理、完善、可实施，完全满足采购人需求，得 10 分； 2) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容的合理性、	10

	<p>全面性、完善程度等稍有欠缺，还有完善空间得 7分；</p> <p>3) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容简单，通用，与项目的关联性及针对性低，保障项目实施有一定困难，得 4分；</p> <p>4) 未提供拍摄及视频制作方案或不满足采购需求的，得 0分。</p>	
服务团队	<p>投标人为本项目组建了不少于 8 人的服务团队，其中应包含具有专业素养的前期脚本编剧、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验。团队中还配备专职的项目管理人员，项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验。</p> <p>1) 本项目拍摄团队经验丰富、专业背景强、相关的业务能力，分工合理，完全符合要求，职责分工明确。责任到位，且工作熟练、有较强的实践经验，完全满足项目需要，得 10 分；</p> <p>2) 本项目配置团队的整体较合理、专业背景较强、经验较丰富，职责分工较明确，部分满足项目需要，得 7 分；</p> <p>3) 团队安排欠妥、部分可行，不满足项目需要，得 4 分；</p> <p>4) 未提供相关内容，得 0 分。</p> <p>注：要求提供详细的服务团队清单及相应证明材料，包括人员简历、专业证书、近半年内任意一个月供应商为相关人员缴纳的社保或劳动合同复印件、同类项目经验说明及岗位安排。</p>	10
拟投入设备情况	<p>1) 拟投入设备种类丰富，选型合理，与采购需求契合度高，完全保障项目实施顺利，得 10 分；</p> <p>2) 拟投入设备种类较丰富，选型与采购需求基本契合，可以较好的保障项目实施，得 7 分；</p> <p>3) 拟投入设备种类较少，选型与采购需求契合度差，无法</p>	10

		保障项目实施，得 4 分； 4) 未提供或不满足采购要求，得 0 分。 需提供设备清单、设备说明、照片等。	
	售后服务方案	1) 针对本项目制定服务保障措施，遇到问题时能迅速响应，方案完整、详细、能给出响应具体时间；主要人员配合服务的承诺及其他增值服务承诺等。方案内容优越、全面，完全满足采购人需求，得 10 分； 2) 方案较完整、部分响应不全具体的，服务承诺不够全面，基本满足采购人需求，得 7 分； 3) 方案有缺失、响应不全面、服务承诺单一，但不影响项目执行，得 4 分； 4) 方案较差，阐述模糊，不能满足项目需求，得 1 分； 5) 未提供进度计划、控制措施及服务承诺的不得分。	10
	演示视频	针对投标人提供的演示视频的画质、包装特效、构图、色彩、制作手法等进行综合评审： 1) 演示视频播放清晰流畅，表达完整鲜明，画面、声音和谐统一，历史素材使用得当，制作精良、影音效果优良，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，拍摄角度新颖适宜，符合高校背景，有创意、有感染力，得 15 分； 2) 演示视频播放流畅，表达完整，画面、声音和谐统一，历史素材使用得当，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，拍摄角度适宜，符合高校背景，得 10 分； 3) 演示视频播放流畅，画面、声音和谐统一，镜头切换自然，字幕（字体、大小，如有）与画面和谐，但存在瑕疵，得 5 分； 4) 演示视频播放较为流畅，画面、声音统一，但存在明显瑕疵，得 1 分； 5) 未提供演示视频或视频不能正常播放的，得 0 分。	15

03 包

评分因素		评分说明	分值
价格部分	投标报价	以符合招标文件要求的最低响应报价为基准价，基准价得满分 15 分，其它供应商的响应报价得分 = (评审基准价/该供应商的响应价格) × 15。 此处响应报价指经过报价修正后的报价，详见第六章《评审程序、评审方法和评审标准》2.4 及 2.5。	15
商务部分	业绩	1. 投标人自 2024 年 1 月 1 日起至今(以合同签订时间为准)的同类视频制作项目案例，每提供一个得 2 分，最多得 10 分。同一甲方的多个合同视为一个案例。需提供相关合同复印件并加盖公章。 2. 投标人具有全网播放千万级以上或微信平台 10W+传播案例的，每提供 1 个得 2 分，最高得 10 分。需提供相关案例介绍，提供项目合同关键页、提供发布平台能够显示传播量的链接和截图文件等证明材料。	20
技术部分	需求理解	1) 供应商对项目的需求理解全面，对项目特点及重点的认识和理解准确、全面具体，整体规划合理详实，可行性及针对性均强，完全满足采购人项目建设需要的，得 10 分； 2) 供应商对项目需求的理解基本到位，对项目特点及重点的认识和理解较准确，整体规划合理可行，针对性较低，基本满足（略有欠缺，不影响采购人使用的）采购人项目建设需要的，得 7 分； 3) 供应商对项目需求的理解片面，对项目特点及重点的认识和理解基本准确，整体规划不完善，不能满足采购人项目建设需要的，得 4 分。 4) 未提供相关内容的或有重大缺陷，得 0 分。	10
	视频制作方案	1) 投标人提供了针对性拍摄及视频制作方案，方案内容合理、完善、可实施，完全满足采购人需求，得 10 分；	10

	<p>2) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容的合理性、全面性、完善程度等稍有欠缺，还有完善空间得 7分；</p> <p>3) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容简单，通用，与项目的关联性及针对性低，保障项目实施有一定困难，得 4分；</p> <p>4) 未提供拍摄及视频制作方案或不满足采购需求的，得 0分。</p>	
服务团队	<p>投标人为本项目组建了不少于 5 人的服务团队，其中应包含具有专业素养的前期脚本编剧、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验。团队中还配备专职的项目管理人员，项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验。</p> <p>1) 本项目拍摄团队经验丰富、专业背景强、相关的业务能力，分工合理，完全符合要求，职责分工明确。责任到位，且工作熟练、有较强的实践经验，完全满足项目需要，得 10 分；</p> <p>2) 本项目配置团队的整体较合理、专业背景较强、经验较丰富，职责分工较明确，部分满足项目需要，得 7 分；</p> <p>3) 团队安排欠妥、部分可行，不满足项目需要，得 4 分；</p> <p>4) 未提供相关内容，得 0 分。</p> <p>注：要求提供详细的服务团队清单及相应证明材料，包括人员简历、专业证书、近半年内任意一个月供应商为相关人员缴纳的社保或劳动合同复印件、同类项目经验说明及岗位安排。</p>	10
拟投入设备情况	<p>1) 拟投入设备种类丰富，选型合理，与采购需求契合度高，完全保障项目实施顺利，得 10 分；</p> <p>2) 拟投入设备种类较丰富，选型与采购需求基本契合，可以较好的保障项目实施，得 7 分；</p>	10

	<p>3) 拟投入设备种类较少, 选型与采购需求契合度差, 无法保障项目实施, 得 4 分;</p> <p>4) 未提供或不满足采购要求, 得 0 分。</p> <p>需提供设备清单、设备说明、照片等。</p>	
售后服务方案	<p>1) 针对本项目制定服务保障措施, 遇到问题时能迅速响应, 方案完整、详细、能给出响应具体时间; 主要人员配合服务的承诺及其他增值服务承诺等。方案内容优越、全面, 完全满足采购人需求, 得 10 分;</p> <p>2) 方案较完整、部分响应不全面具体的, 服务承诺不够全面, 基本满足采购人需求, 得 7 分;</p> <p>3) 方案有缺失、响应不全面、服务承诺单一, 但不影响项目执行, 得 4 分;</p> <p>4) 方案较差, 阐述模糊, 不能满足项目需求, 得 1 分;</p> <p>5) 未提供进度计划、控制措施及服务承诺的不得分。</p>	10
演示视频	<p>针对投标人提供的演示视频的画质、包装特效、构图、色彩、制作手法等进行综合评审:</p> <p>1) 演示视频播放清晰流畅, 表达完整鲜明, 画面、声音和谐统一, 制作精良、影音效果优良, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 拍摄角度新颖适宜, 符合校园背景, 有创意、有感染力, 得 15 分;</p> <p>2) 演示视频播放流畅, 表达完整, 画面、声音和谐统一, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 拍摄角度适宜, 符合校园背景, 得 10 分;</p> <p>3) 演示视频播放流畅, 画面、声音和谐统一, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 但存在瑕疵, 得 5 分;</p> <p>4) 演示视频播放较为流畅, 画面、声音统一, 但存在明显瑕疵, 得 1 分;</p> <p>5) 未提供演示视频或视频不能正常播放的, 得 0 分。</p>	15

04包

评分因素		评分说明	分值
价格部分	投标报价	以符合招标文件要求的最低响应报价为基准价，基准价得满分15分，其它供应商的响应报价得分=（评审基准价/该供应商的响应价格）×15。 此处响应报价指经过报价修正后的报价，详见第六章《评审程序、评审方法和评审标准》2.4及2.5。	15
商务部分	业绩	1. 投标人自2024年1月1日起至今(以合同签订时间为准)的同类视频制作项目案例，每提供一个得5分，最多得10分。同一甲方的多个合同视为一个案例。需提供相关合同复印件并加盖公章。 2. 投标人具有时长1分钟以上的全网播放千万级以上传播案例的，得10分。需提供相关案例介绍，提供项目合同关键页、提供发布平台能够显示传播量的链接和截图（可显示时长的）文件等证明材料。	20
技术部分	需求理解	1) 供应商对项目的需求理解全面，对项目特点及重点的认识和理解准确、全面具体，整体规划合理详实，可行性及针对性均强，完全满足采购人项目建设需要的，得10分； 2) 供应商对项目需求的理解基本到位，对项目特点及重点的认识和理解较准确，整体规划合理可行，针对性较低，基本满足（略有欠缺，不影响采购人使用的）采购人项目建设需要的，得7分； 3) 供应商对项目需求的理解片面，对项目特点及重点的认识和理解基本准确，整体规划不完善，不能满足采购人项目建设需要的，得4分。 4) 未提供相关内容的或有重大缺陷，得0分。	10
	视频制作方案	1) 投标人提供了针对性拍摄及视频制作方案，方案内容合理、完善、可实施，完全满足采购人需求，得10分；	10

	<p>2) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容的合理性、全面性、完善程度等稍有欠缺，还有完善空间得 7分；</p> <p>3) 投标人提供了拍摄及视频制作方案，但是内容简单，通用，与项目的关联性及针对性低，保障项目实施有一定困难，得 4分；</p> <p>4) 未提供拍摄及视频制作方案或不满足采购需求的，得 0分。</p>	
服务团队	<p>投标人为本项目组建了不少于 5 人的服务团队，其中应包含具有专业素养的前期脚本编剧、中期视频拍摄、后期剪辑制作的专职工作人员。视频制作团队核心成员（导演、摄影师、剪辑师等）需具备相关专业背景和丰富的工作经验。团队中还配备专职的项目管理人员，项目管理人员应为供应商在职人员，有 5 年以上影视行业从业经验。</p> <p>1) 本项目拍摄团队经验丰富、专业背景强、相关的业务能力，分工合理，完全符合要求，职责分工明确。责任到位，且工作熟练、有较强的实践经验，完全满足项目需要，得 10 分；</p> <p>2) 本项目配置团队的整体较合理、专业背景较强、经验较丰富，职责分工较明确，部分满足项目需要，得 7 分；</p> <p>3) 团队安排欠妥、部分可行，不满足项目需要，得 4 分；</p> <p>4) 未提供相关内容，得 0 分。</p> <p>注：要求提供详细的服务团队清单及相应证明材料，包括人员简历、专业证书、近半年内任意一个月供应商为相关人员缴纳的社保或劳动合同复印件、同类项目经验说明及岗位安排。</p>	10
拟投入设备情况	<p>1) 拟投入设备种类丰富，选型合理，与采购需求契合度高，完全保障项目实施顺利，得 10 分；</p> <p>2) 拟投入设备种类较丰富，选型与采购需求基本契合，可以较好的保障项目实施，得 7 分；</p>	10

	<p>3) 拟投入设备种类较少, 选型与采购需求契合度差, 无法保障项目实施, 得 4 分;</p> <p>4) 未提供或不满足采购要求, 得 0 分。</p> <p>需提供设备清单、设备说明、照片等。</p>	
售后服务方案	<p>1) 针对本项目制定服务保障措施, 遇到问题时能迅速响应, 方案完整、详细、能给出响应具体时间; 主要人员配合服务的承诺及其他增值服务承诺等。方案内容优越、全面, 完全满足采购人需求, 得 10 分;</p> <p>2) 方案较完整、部分响应不全面具体的, 服务承诺不够全面, 基本满足采购人需求, 得 7 分;</p> <p>3) 方案有缺失、响应不全面、服务承诺单一, 但不影响项目执行, 得 4 分;</p> <p>4) 方案较差, 阐述模糊, 不能满足项目需求, 得 1 分;</p> <p>5) 未提供进度计划、控制措施及服务承诺的不得分。</p>	10
演示视频	<p>针对投标人提供的演示视频的画质、包装特效、构图、色彩、制作手法等进行综合评审:</p> <p>1) 演示视频播放清晰流畅, 表达完整鲜明, 画面、声音和谐统一, 制作精良、影音效果优良, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 拍摄角度新颖适宜, 符合校园生活, 有创意、有感染力, 得 15 分;</p> <p>2) 演示视频播放流畅, 表达完整, 画面、声音和谐统一, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 拍摄角度适宜, 符合校园生活, 得 10 分;</p> <p>3) 演示视频播放流畅, 画面、声音和谐统一, 镜头切换自然, 字幕(字体、大小, 如有)与画面和谐, 但存在瑕疵, 得 5 分;</p> <p>4) 演示视频播放较为流畅, 画面、声音统一, 但存在明显瑕疵, 得 1 分;</p> <p>5) 未提供演示视频或视频不能正常播放的, 得 0 分。</p>	15

第七章 拟签订的合同文本

招标编号：

服务通用类合同（用于合同额 50 万元以上）

甲方（盖章）：清华大学

具体承办单位：

地址：	北京市海淀区清华园	开户银行：	工行海淀西区支行
税号：	12100000400000624D	银行账号：	0200004509089131550
项目负责人：		联系人：	
联系方式：		联系方式：	
签字地点：	清华大学	签字日期：	

乙方：（盖章）

单位名称：	法定代表人：
地址：	开户银行：
被授权人（签字）：	银行账号：
联系方式（座机）：	签字日期：

清华大学于____年__月__日就_____服务项目进行公开招标方式采购，经评定乙方为中标单位。甲乙双方同意签署本合同，供双方共同遵守。

第一条 服务事项

乙方根据甲方要求提供以下服务：

- 1.1 服务目标：_____；
- 1.2 服务内容：_____；
- 1.3 服务方式：_____；

1.4 服务标准：乙方所提供的服务必须符合国家、省及行业有关标准和招标文件要求。

第二条 服务地点、期限

- 2.1 服务地点：_____。
- 2.2 服务期限为：合同签订之日起__1__年，自合同生效之日起计算。

第三条 合同价款

- 3.1 合同价款为小写¥_____元（大写：人民币_____）。
- 3.2 合同价款已包含服务期间必须的日常易耗品、工具、调试费、材料费、培训费、税费等相

关费用。

第四条 合同价款的支付

甲方在收到乙方开具的等额合规增值税发票后，按照以下第4.3条的付款方式通过银行转账支付合同价款。

4.1 一次性支付

乙方提供服务完毕且经甲方验收合格后____日内，甲方一次性支付全部合同价款。

4.2 分期支付

按年/季度/月支付等额的服务费。

4.3 分期支付（注：在甲方支付尾款前，乙方开具与总合同金额对等的发票）

（1）首付款：合同生效后30日内，甲方向乙方支付合同价款的30%；

（2）进度款：2025年12月31日前，甲方根据乙方交付项目成果据实结算，支付结算金额扣除首付款后的费用；

（3）尾款：项目服务期满，且所有项目成果交付并经甲方验收合格后30日内，甲方据实结算，支付剩余费用。

如果乙方不履行合同约定的义务或其履行义务不符合合同的约定，甲方有权直接从应付乙方的任何一笔款项中扣减甲方应得之补偿。不足部分，甲方有权继续向乙方进行追偿。

第五条 服务质保期限

5.1 自服务结束之日起2年内负责免费运行指导服务，根据甲方使用过程中反馈的意见和建议，配合甲方及时进行内容修改与更新。针对甲方提出的修改问题，4个工作小时响应，24小时内给出解决方案。修改内容包括但不限于唱词修改、封面图片、个别画面调整、个别视频片段的编辑修改、少量资源美化、视频章节调整等。

5.2 履约保证金（非必选项）：

无。

有，具体如下：乙方在签订合同后应向甲方缴纳合同总金额____%的履约保证金为¥_____元（大写：人民币_____元整），该履约保证金将在服务期满后且乙方无违约的前提下无息退还。

第六条 双方的权利和义务

6.1 甲方向乙方提供必要的技术资料、工作条件；

6.2 甲方按照本合同的约定按时、足额支付合同价款；

6.3 甲方有权享有乙方提交的服务工作成果；

6.4 甲方有权按照国家、省、行业有关标准或招标文件要求对乙方提供的服务工作进行验收。验收不合格的，甲方有权要求乙方重新提供服务，直至服务通过验收为止。因乙方提供服务不通过验收而造成甲方损失的，乙方应当承担赔偿责任；

6.5 乙方应按照本合同的约定按时提供服务并保证服务的质量符合合同约定；乙方不按本合同约定提交服务所产生的任何费用由乙方负责，甲方对由此所引起的变动可以不予确认；

6.6 乙方有权按照本合同的约定获得服务报酬。

6.7 乙方应对合同中涉及的货物在运输、存放及交货过程中的丢失或损坏进行全面保险（如有），

还应对其在项目现场进行技术服务的人员进行必要的保险。

第七条 保证

7.1 乙方保证其具有完全的能力履行本合同项下的全部义务。

7.2 乙方保证其所提供的服务及对合同的履行符合所有应适用的法律、行政法规、地方性法规、自治条例和单行条例、规章及其他规范性文件的强制性规定。

7.3 乙方保证其提供的服务不损害任何第三方的合法权益和社会公共利益。任何第三方不会因乙方提供的服务而向甲方主张任何权利。

7.4 乙方保证其提供的服务符合本合同约定和行业标准。

第八条 廉洁条款

乙方保证并承诺，在政府采购、合同签订、履行过程中，未向评标委员会、竞争性谈判小组或者询价小组成员、采购代理机构工作人员、甲方工作人员行贿或者提供其他不正当利益。

第九条 知识产权

9.1 甲方在履行合同过程中提供给乙方的全部技术文件和其他含有数据和信息的资料，其知识产权属于甲方。未经甲方同意，乙方不得将其用于本合同目的之外的其他用途，且不得擅自向第三方转让、披露。

9.2 所有视频制作成果的版权归甲方所有，原始拍摄文件及拍摄有关的全部素材一并提交甲方，知识产权归甲方所有，内容保密。未取得甲方授权，不得私自传播。不允许冠名赞助、植入任何形式广告等内容；未经甲方同意，不得出现任何商业性标识。

9.3 乙方应保证使用的任何产品和服务（包括部分使用），不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由乙方承担所有相关责任。如乙方提供的服务涉及知识产权，则乙方保证其提供的服务免于甲方受到第三方提出的有关知识产权侵权的主张、索赔或诉讼的损失。

9.4 如果甲方收到任何第三方有关知识产权的主张、索赔或诉讼，乙方应自负费用处理与第三方的索赔或诉讼，并赔偿甲方因此发生的费用和遭受的损失。如果乙方拒绝处理前述索赔或诉讼，甲方以自己的名义进行这些索赔或诉讼，因此发生的费用和遭受的损失均由乙方承担。

第十条 保密

10.1 合同双方应对因履行合同而取得的另一方当事人的信息、资料等予以保密。未经另一方当事人书面同意，任何一方均不得为与履行合同无关的目的使用或向第三方披露另一方当事人提供的信息、资料。

10.2 合同当事人的保密义务不适用于下列信息：

- (1) 非因接受信息一方的过失现在或以后进入公共领域的信息；
- (2) 接受信息一方当事人合法地从第三方获得并且据其善意了解第三方也不对此承担保密义务的信息；
- (3) 法律或法律的执行要求披露的信息。

第十一条 违约责任

11.1 合同一方不履行合同义务、履行合同义务不符合约定或者违反合同项下所作保证的，应向

对方承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

11.2 乙方未能本合同规定的服务时间提供服务的，按照每逾期一日合同价款万分之五的标准向甲方支付迟延履行违约金，逾期超过 30 日，甲方有权解除合同，并要求乙方支付合同价款 20 % 的违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应继续赔偿甲方所有损失。

11.3 乙方提供的服务不符合采购文件、报价文件或本合同约定的，甲方有权拒收，并要求乙方按照合同价款 20 % 向甲方支付违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应继续赔偿甲方所有损失。

11.4 乙方不得私自将该服务转包给第三方完成。如私自转包，甲方有权解除合同，并要求乙方按照合同价款 20 % 向甲方支付违约金。

11.5 乙方擅自将合同转包或擅自变更、中止、终止合同，甲方在要求乙方承担违约责任的同时，保留向相关主管部门投诉、举报等相关权利。

第十二条 合同的解除、终止

12.1 有下列情形之一的，当事人可以发出书面通知解除合同，合同自通知到达对方时解除：

(1) 乙方迟延履行服务超过 30 日或提供的服务不符合合同约定、经甲方通知后拒不改正或者无法达到约定服务要求的；

(2) 合同一方当事人出现破产、清算、资不抵债、成为失信被执行人等可能丧失履约能力的情形，且未能提供令对方满意的担保；

(3) 乙方将服务义务转包给第三方。

12.2 本合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当变更、中止或者终止合同。

12.3 因乙方原因造成合同解除的，乙方应退回甲方所有交付款项并承担违约责任。

第十三条 不可抗力

13.1 如果任何一方当事人受到不能预见、不能避免且不能克服的不可抗力事件的影响，例如战争、严重的火灾、台风、地震、洪水、流行性疾病，而无法履行合同项下的任何义务，则受影响的一方当事人应立即将此类事件的发生通知另一方当事人，并应在不可抗力事件发生后 28 日内将有关当局或机构出具的证明文件提交给另一方当事人。

13.2 受不可抗力事件影响的一方当事人对于不可抗力事件导致的任何合同义务的迟延履行或不能履行不承担违约责任，但该方当事人应尽快将不可抗力事件结束或消除的情况通知另一方当事人。

13.3 双方当事人应在不可抗力事件结束或其影响消除后协商继续履行或终止合同。

第十四条 争议解决

双方因履行本合同而发生争议的，应友好协商解决。协商不成的，任何一方有权诉讼至北京市海淀区有管辖权的人民法院。解决争议期间，除争议事项外，双方应继续履行本合同规定的其他各项条款。诉讼过程中产生的诉讼费、律师费、保全费、保全担保费、公告费等所有费用均由败诉方承担。

第十五条 合同生效与其他

15.1 本合同的所有附件（如有）、采购文件、投标文件、相关服务要求、分项报价表等均是合

同不可分割的部分，并与合同正文具有同等法律效力。

15.2 本合同经甲乙双方（法定代表人或授权代表签字）加盖单位公章或者合同专用章后生效。
合同签订日期以双方中最后一方（签署）加盖公章或合同专用章的日期为准。

15.3 本合同一式___份，甲方执___份，乙方执___份。

15.4 合同有效期：自本合同生效日期之日起至本合同权利义务履行完毕之日止。

以下无正文。

第八章 投标文件格式

投标人编制文件须知

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件，编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、投标文件格式中标记为“投标人代表签字”的，可以由法定代表人（单位负责人）（**签字或签章或印鉴**）或委托代理人（**签字**）。
- 4、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

投 标 文 件

项目名称：
项目编号：
项目包号：

投标人名称：

一、资格证明文件格式

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1.1 营业执照等证明文件

1.2、1.3、1.4 文件要求

注：上述内容无格式要求，投标人须提供的资料要求详见第五章《资格审查》“二、资格审查要求”中序号 1.2、1.3、1.4 对应要求。

1.5 投标人资格声明书（实质性格式）

投标人资格声明书（实质性格式）

致：清华大学

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有履行本项目合同所必需的设备和专业技术能力；
- （二）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（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （三）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （四）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

说明：投标人承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

说明：

（1）如本项目（包）专门面向中小企业采购，投标文件中必须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，否则**投标无效**。

（2）如本项目（包）不专门面向中小企业预留采购份额，中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，以证明中小企业身份。只有符合第三章《投标人须知》5.2条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

（3）对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。

（4）中小企业声明函填写注意事项

1) 对于多标的采购项目，投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填报本声明函。

2) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

2.1 中小企业证明文件

中小企业声明函（工程、服务）格式

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）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¹，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）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。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

¹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。

残疾人福利性单位声明函格式

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（**请选择**）：

不属于符合条件的残疾人福利性单位。

属于符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____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。

单位名称（盖章）：

日期：

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

3. 本项目的特定资格要求（如有）

参与 02 包纪录片类、03 包宣传片类的供应商应提供有效的广播电视节目制作经营许可证复印件并加盖公章。

4. 本项目对联合体的要求（如有）

4.1 联合协议（如有）

联合协议

_____、_____及_____就“_____（项目名称）”_____包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

- 一、由_____牵头，_____、_____参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。
- 二、联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
- 三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具授权委托书。
- 四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。
- 五、_____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 六、_____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 七、_____负责_____（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 八、本项目联合协议合同总额为_____元，联合体各成员按照如下比例分摊（按联合体成员分别列明）：
 - （1）_____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元；
 - （2）_____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元；
 - （…）_____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元。
- 九、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。
- 十、其他约定（如有）：_____。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称：_____

联合体成员名称：_____

盖章：_____

盖章：_____

联合体成员名称：_____

盖章：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

1. 如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则**投标无效**。
2. 联合体各方成员须在本协议上共同盖章。

5. 投标保证金凭证/交款单据复印件

说明：

1. 采用网上银行形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账，同时建议在本部分放置凭证/交款单据复印件，否则导致的不利后果有投标人自行承担。
2. 采用支票、汇票、本票等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账，无需在本部分提供复印件。
3. 采用金融机构、担保机构出具的保函形式提交投标保证金的，应确保在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构，同时建议在本部分提供保函复印件。
4. 采用电子保函形式提交投标保证金的，应在本部分提供保函打印件。

二、商务技术文件格式

1. 投标书（实质性格式）

致：清华大学

我方参加你方就_____（项目名称，项目编号/包号）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起_90_个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方中标，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）：无。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 传真_____

电话_____ 电子函件_____

投标人代表签字：

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

2. 授权委托书（实质性格式）

说明：

（1）若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。

（2）若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。

（3）供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》及《法定代表人（单位负责人）身份证明》；但须提供自然人有效的身份证或护照等身份证明文件复印件。

（4）提供身份证的，应同时提供身份证双面复印件。

授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：_____

委托代理人（签字）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证或护照等身份证明文件复印件：

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：_____（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____性别：____年龄：____职务：____

系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件复印件：

3. 开标一览表（实质性格式）

开标一览表（01 包适用）

项目编号：_____ 项目名称：_____

包号	采购包名称	投标人名称	投标报价（人民币元）	
			大写	小写
01	短视频类			

注：1. 此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总报价相一致。
2. 本表必须按包分别填写。

投标人代表签字：_____

投标人名称（加盖公章）：_____

开标一览表（02包/03包/04包适用）

项目编号：_____ 项目名称：_____

包号	采购包名称	投标人名称	投标报价（人民币：元/分钟）	
			大写	小写

注：1. 此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总报价相一致。
2. 本表必须按包分别填写。

投标人代表签字：_____

投标人名称（加盖公章）：_____

4. 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表（01包适用）

项目编号：_____ 项目包号：____ 项目名称：_____

报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	数量	合价（元）	备注/说明
1					
2					
3	...				
总价（元）					

注：1. 本表应按包分别填写。

2. 如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3. 上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

4. 本报价中应包含投标人在执行本项目中所发生的所有费用，采购人将不再支付其他费用。

投标人代表签字：

投标人名称（加盖公章）：_____

5. 采购需求偏离表

说明：关于特殊条款的标记，请与《采购需求》二、技术要求中保持一致；

项目编号：_____ 项目包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条 目号(页码)	招标文件要求	投标内容	偏离情况	说明
<p>针对本招标文件《采购需求》二、技术要求的偏离情况</p> <p><input type="checkbox"/> 无偏离（如无偏离，仅选择无偏离即可，无须填写下表内容；无偏离即为对采购需求条款中的所有要求，均视作投标人已对之理解和响应。）</p> <p><input type="checkbox"/> 有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一列明；对采购需求条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作投标人已对之理解和响应。）</p>					

注①“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

注②如本表不填写或不选择视为投标人对全部条款已理解并完全响应。

投标人名称（加盖公章）：_____

6. 合同条款偏离表（实质性格式）

项目编号：_____ 项目包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条目号（页码）	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
<p>对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择投标无效）：</p> <p><input type="checkbox"/> 无偏离（如无偏离，仅选择无偏离即可，无须填写下表内容；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作投标人已对之理解和响应。）</p> <p><input type="checkbox"/> 有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一系列明；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作投标人已对之理解和响应。）</p>					

注①“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

注②如本表不填写或不选择视为投标人对全部条款已理解并完全响应。

投标人名称（加盖公章）：_____

7. 对本项目的服务方案、组织方案或承诺

8. 项目团队方案

8.1 本项目团队主要人员名单

拟担任 职务、分工	姓名	职称	专业	从业资格	相关工作年限

供应商承诺：项目周期内实施人员保持稳定，项目核心人员不发生变动。

8.2 本项目团队主要人员简历表

姓名		年龄		职称	
身份证号码				职务	
毕业学校				专业	
现所在机构 或部门				相关工作年限	
拟在本项目担任中职务					
主要经历					
日期	参加过的相关项目名称/ 成果情况	担任何职 (负责人/参加者)		是否 已完 成	备注

注：“主要人员”是指实际参加本项目规定的管理、技术和服务工作负责人员（包括但不限于项目负责人等）。

9. 业绩一览表

序号	项目名称	合同签订时间	项目单位	项目单位 联系人/电话	项目内容 描述
1					
2					
...					

注：1、业绩的认定标准及有效证明文件要求见第六章《评审程序、评审方法和评审标准》。

2、供应商应随本表附有效证明材料，业绩证明材料应提供复印件，且内容清晰。供应商应将提供的有效证明材料按本表形式及编号顺序进行编排。未提供有效证明材料的业绩在评审时将不予认可。

3、本表中信息如有虚假，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

10. 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

鼓励制作投标文件封书脊（参考示例如下）

项
目
编
号

包
号

投
标
人
单
位
名
称