

招标编号：CTZY2026-05

# 听海林居项目广告策划公司服务商采购

## 招 标 文 件



招 标 人：威海城投置业有限公司

招标代理：山东同力建设项目管理有限公司

2026 年 6 月



# 目 录

第一部分	招标公告	2
一、	项目名称:	2
二、	项目概况和招标范围:	2
三、	投标单位资格要求	2
四、	获取文件时间及地点:	2
五、	投标文件提交	3
六、	开标时间及地点	3
七、	发布公告的媒介	4
八、	其它补充事宜	4
九、	联系方式:	4
第二部分	投标单位须知	5
	投标须知前附表	6
第三部分	开标、评标、定标	20
一、	开标	20
二、	评标	22
三、	定标	26
四、	编写评标报告	26
五、	签订合同	26
第四部分	采购项目说明	28
第五部分	投标文件（格式）	31
第六部分	合同书（范本）	49



## 第一部分 招标公告

山东同力建设项目管理有限公司接受威海城投置业有限公司委托，对听海林居项目广告策划公司服务商采购以公开招标方式确定中标单位。

一、项目名称：听海林居项目广告策划公司服务商采购

二、招标编号：CTZY2026-05

三、项目概况和招标范围：

1. 项目概况：为威海城投置业有限公司采购 1 家营销广告策划服务单位；

2. 招标范围：听海林居项目，采购营销广告、策划服务单位进行项目品牌服务，提供各项目整体营销策划就广告策略，更好的宣传各项目优势，提升项目转化率。（详见采购项目说明）

3. 服务期：12 个月。（自合同签订之日起）

4. 概算投资：24 万元；控制价：20000.00 元/月。

四、投标单位资格要求

1. 具有独立承担民事责任的能力。
2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度。
3. 投标单位近一年在“信用中国”或“信用中国（山东）”无违法违规记录。
4. 投标单位、法定代表人（若非法人单位，以下内容中的法人代表均为负责人）、委托代理人未被最高人民法院列入失信被执行人。
5. 投标单位、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪行为记录。
6. 本次采购不接受联合体投标。

五、获取文件时间及地点：

1. 获取时间：2026 年 6 月 25 日 17 时 00 分至 2026 年 7 月 2 日 17 时 00 分。

2. 获取地址：登录“威海市公共资源交易网”首页右侧“交易服务一网通办系统-（新版）一网通办系统”进行“平台切换”点击“国企采购”进



入国企阳光采购平台获取文件（网址：<http://ggzyjy.weihai.cn/>）。逾期无法从国企阳光采购平台中获取文件，未在规定时间内从系统中获取招标文件的投标单位将无法递交电子投标文件。

交易服务一网通办系统技术支持电话：4009980000（受理问题：系统登录、信息完善、CA 锁绑定、平台切换），一网通办技术支持 QQ 群：1143439694；0631-5172975；国企采购技术支持电话：17863029936，国企采购技术支持 QQ 群（投标单位）：1046971257。

注：未注册用户请先免费注册。登录威海市公共资源交易网右侧“交易服务一网通办系统”-（新版）一网通办系统按钮进行注册登记，并办理“安全证书（CA）”和“电子签章”进行获取文件。“安全证书（CA）”和“电子签章”办理请按照“威海市公共资源交易网”右侧“CA 办理”中“CA 证书办理介绍”进行办理。

3. 本项目不接受供应商到现场参加开标活动；供应商提前熟悉交易系统（国企采购供应商操作手册网址：<https://ggzyjy.weihai.cn/bszn/005005/20260109/eb4ba418-4b35-4f05-aa69-44fd7d8a7ffb.html>），通过交易系统线上参加开标活动，不熟悉系统操作产生的风险由供应商承担”。

## 六、投标文件提交

递交投标文件截止时间：2026 年 7 月 7 日 9 时 00 分

地点：登录“威海市公共资源交易网”首页右侧“交易服务一网通办系统-（新版）一网通办系统”进行“平台切换”点击“国企采购”进入国企阳光采购平台进行提交。投标单位对网上提交的投标文件应加密，在开标会上使用数字证书（CA）进行解密（可远程在线参与开标解密），才能读取或导入投标文件。

## 七、开标时间及地点

1. 时间：同递交投标文件截止时间；

2. 地点：威海市公共资源交易中心交易六厅（威海市环翠区塔山中路 317 号四楼）。



## 八、发布公告的媒介

本次公告在中国招标投标公共服务平台（[www.cebpubservice.com](http://www.cebpubservice.com)）、威海市公共资源交易网（<http://ggzyjy.weihai.cn/>）上发布。

## 九、其它补充事宜

1. 本项目实行全流程电子化，提交投标文件截止时间前，随时关注威海市公共资源交易网（变更公告栏）内变更提醒。

2. 投标单位自行准备电脑，提前在个人电脑上进行测试确保音频、视频功能、CA 签章功能可正常使用。投标单位不到现场参与开评标，但应保持通讯畅通因通讯不畅造成的一切后果由投标单位自行承担。

## 十、联系方式：

1. 招标单位：威海城投置业有限公司

地址：威海市青岛北路 158 号

联系人：姚玉洁

联系电话：0631-5197016

2. 招标代理机构：山东同力建设项目管理有限公司

地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎顺商务 508

联系人：于浩、王丽霞

联系电话：0631-5811098

电子邮箱：t1js2018@126.com

发布人：山东同力建设项目管理有限公司

发布时间：2026 年 6 月 25 日



## 第二部分 投标单位须知



## 投标须知前附表

序号	项目	内容
1	项目名称	听海林居项目广告策划公司服务商采购
2	项目编号	CTZY2026-05
3	招标单位	招标单位：威海城投置业有限公司 地 址：威海市青岛北路 158 号 联 系 人：姚玉洁 联系电话：0631-5197016
4	招标代理机构	代理机构：山东同力建设项目管理有限公司 地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎 顺商务 508 联系人：于浩、王丽霞 联系电话：0631-5811098 电子邮箱：tljs2018@126.com
5	项目详细情况	见招标公告。
6	资金来源及比例	100%自筹资金
7	落实情况	已落实
8	电子投标 特别提示	1. 登录威海市公共资源交易网 ( <a href="http://ggzyjy.weihai.cn/">http://ggzyjy.weihai.cn/</a> ) 首页右侧“交易 服务一网通办系统- (新版) 一网通办系统”进 行“平台切换” 点击“国企采购” 进入“国有企 业阳光采购服务平台”，如跳转国企阳光采购平



		<p>台时，提示用户不存在，可拨打技术支持电话（17863029936）解决。</p> <p>2. 本项目必须网上递交投标文件，参与本项目投标单位应利用办理好的 CA 锁登录国企阳光采购平台进行招标文件的下载和网上递交投标文件，且安全证书（CA 锁）在有效期内。</p> <p>3. 电子投标文件的制作及提交等有关操作见本文件及威海市公共资源交易网）办事指南栏目- 国企采购专区- 《新版威海市国有企业阳光采购服务平台操作演示视频（供应商）》，网址： <a href="https://ggzyjy.weihai.cn/bszn/005005/20260109/315a049e-0d75-4f85-8634-00d90a843936.html">https://ggzyjy.weihai.cn/bszn/005005/20260109/315a049e-0d75-4f85-8634-00d90a843936.html</a>。响应文件制作及系统使用咨询电话：17863029936；平台 QQ 服务群：1046971257。</p> <p>4. 网上提交投标文件时，登录交易平台的电脑须满足环境要求（详见新版威海市国有企业阳光采购服务平台供应商用户手册 <a href="https://ggzyjy.weihai.cn/bszn/005005/20260109/eb4ba418-4b35-4f05-aa69-44fd7d8a7ffb.html">https://ggzyjy.weihai.cn/bszn/005005/20260109/eb4ba418-4b35-4f05-aa69-44fd7d8a7ffb.html</a>）。</p> <p>5. 投标单位提交的电子投标文件应按照本招标文件《第五章 投标文件格式》进行编制，数据文件（excel 格式）必须从本项目的招标文件压缩包内的对应包段目录下获取，且必须在原文件</p>
--	--	---



		<p>上严格按照其中要求填写。因投标单位自身原因导致电子投标文件编制不规范使投标文件内容无法导入系统的，该投标文件将被视为无效投标文件。</p> <p>6. 电子投标文件必需有电子签章方为合法的投标文件，未对电子投标文件进行电子签章的，将作为无效投标处理。</p> <p>7. 投标单位投标文件中的相关扫描件应保证清晰度，无法辨认的评审时受到影响的，由投标单位承担相应责任。</p> <p>8. 投标单位应充分考虑到网上递交投标文件会发生的故障和风险。对发生的任何故障和风险造成投标单位报价内容不一致或利益受损或投标失败的，招标人及招标代理机构不承担任何责任。</p>
9	资质证明文件原件	本项目无需提供资质证明文件原件
10	投标文件份数	网上按时递交投标文件 1 份。
11	实物样品	无
12	现场踏勘	不组织
13	投标预备会	不召开
14	投标有效期	公开报价之日起 90 日
15	投标文件递交时间及地点	电子投标文件 递交截止时间：详见招标公告。



		递交地点：上传至阳光采购平台。
16	开标时间	详见招标公告
17	开标地点	详见招标公告
18	公开报价方式	远程报价，投标单位不到现场参与开标。投标单位需提前准备已配置好环境的电脑及 CA 锁，在规定的时间内进行开标的各项操作，开评审期间需实时关注交易系统相关通知，且联络方式应保持畅通。
19	公开报价程序	签到时间：递交投标文件截止时间前完成。 解密时间：开始解密后 15 分钟内完成。 <b>注：未按规定时间完成签到或解密，否决投标。</b>
20	资格审查方式	资格后审
21	评审办法	综合评分法
22	联合体报价	不允许
23	分（转）包	不允许
24	投标保证金	无
25	履约保证金	本项目不收取履约保证金
26	付款方式	见合同范本
27	其他	1. 本项目以公开招标方式实施采购。 2. 如投标单位在本次项目中弄虚作假成为中标单位的, 后期一经发现将取消其已中标资格，且今后不再录用，给招标人造成损失的，招标人有权索要赔偿。



		<p>3. 投标单位在本次招标成功中标后，拒绝或不能按照招标人的要求提供服务的，招标人有权撤销其已中标资格，给招标人造成损失的，招标人有权要求索赔。</p> <p>4. 投标单位不得对本项目进行分包或转包。如投标单位在中标后出现上述情况，一经招标人发现立即取消其中标资格。</p>
28	是否委托定标	是
29	代理服务费	招标结束后招标代理费，由中标单位交纳。
30	交易咨询费	专家评审费由中标单位据实交纳。
31	信用信息报告查询路径	<p>(1) 信用中国：进入信用中国首页→右上方“信用信息”查询框内输入企业名称/统一社会信用代码等信息搜索→点击要查询的企业→下载信用信息报告。</p> <p>(2) 信用中国（山东）：进入信用中国（山东）首页→上方“信用中国信息查询”查询框内输入企业名称/统一社会信用代码等信息查询→点击要查询的企业→下载信用信息报告。</p> <p>注：若投标单位所附信用信息报告与以上查询路径内容不一致的，以招标文件中查询路径内容为准。</p>



## 《实质性条款一览表》

说明：本表系招标文件及修改性文件中涉及的所有实质性条款的汇总。不允许有任何负偏离，否则否决投标。

序号	项目名称	内容
1	资格性评审	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 有效的营业执照扫描件；</li><li>2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，投标人参与投标的声明函（按招标文件格式提供）。</li><li>3. 信用中国（<a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a>）或信用中国（山东）（<a href="http://credit.shandong.gov.cn">credit.shandong.gov.cn</a>）查询的信用信息报告；</li><li>4. 投标单位、法定代表人、委托代理人未被最高人民法院（<a href="http://zxgk.court.gov.cn/shixin/">http://zxgk.court.gov.cn/shixin/</a>）列入失信被执行人截图。查询省份：全部。</li><li>5. 投标单位、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪行为记录。（投标单位信用承诺书）</li><li>6. 本项目不接受联合体投标。</li></ol>
2	符合性评审	不存在招标文件规定的关于投标单位投标无效的情形。



## 一、总则

### （一）资金来源及落实情况

1. 资金来源：自筹。
2. 落实情况：已落实。

### （二）编制依据

本文件依据《山东省省属企业阳光采购监督管理办法》等法律法规，参照《国有企业采购操作规范》《国有企业采购管理规范》，结合《威海市市属国有企业阳光采购监督管理暂行办法》及国家和山东省有关法律、法规、规章制度编制。参加本项目投标单位应接受本招标文件关于电子招投标各项规定。

### （三）适用范围

本招标文件适用于第一部分招标公告中所叙述的项目。本项目按**服务类**以公开招标方式实施采购。

### （四）投标语言

投标单位与其他采购当事人相互间交换的文件和来往的信函均须使用中文。

### （五）计量单位

除招标文件的技术规格另有规定外，投标文件应使用中华人民共和国法定计量(货币)单位。

### （六）其他

1. 投标单位自行承担参加投标的全部费用，招标单位和山东同力建设项目的管理有限公司（以下简称“招标公司”）均无义务和责任承担此费用。

2. 招标单位或招标公司均无义务向投标单位解释其中标或未中标的原因，且不予退还其投标文件。

3. 投标单位应通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台获取招标文件，并通过该平台网上上传电子投标文件，未通过平台上传电子投标文件的，为无效投标（响应）。获取招标文件的投标单位不足 3 家的，本项目废标。

### 4. 合格投标单位



合格投标单位确定原则为：以通过资格审查、符合性审查且所提供的服务、技术、方案能满足招标单位需求的为合格投标单位。

## 二、招标文件

### (一) 招标文件的构成

由各包段本文件（word 格式）和各包段的数据文件（excel 格式）构成，采用压缩包电子版文件格式提供。

#### 1. 本文件（word 格式）由下列文件组成：

- (1) 招标公告
- (2) 投标须知
- (3) 采购内容与要求
- (4) 评审原则和方法
- (5) 投标文件格式
- (6) 采购合同（范本）
- (7) 在招标过程中由招标单位或招标代理机构发出的修正和补充文件等（如有）

#### 2. 数据文件（excel 格式）由下列文件组成：

- (1) 封面
- (2) 投标报价表（含明细）
- (3) 需求响应表（如有）
- (4) 评审对照表
- (5) 评分对照表（如有）

3. 投标单位应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和技术规范、参数及要求等，如果投标单位没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标单位没有对招标文件在各方面都做出实质性响应，其风险应由投标单位自行承担并根据有关政策和条款规定，其投标有可能被拒绝，或者被认定为无效投标。

### (二) 招标文件的答疑



投标单位认为招标文件、招标过程、中标或者中标结果使自己的权益受到损害的，应当在投标截止 2 日前一次性全部提出针对同一采购程序环节的质疑，招标公司均以书面的形式予以答复，必要时将不标明查询来源的答复发给所有潜在投标单位。

接受质疑函的方式：书面形式提出

联系部门：招标代理公司

联系电话：0631-5811098

通讯地址：山东省威海市奈古山路古山五巷 16 号鼎顺商务 508

### (三) 招标文件的澄清与修改

1. 招标文件的澄清与修改以书面形式提出。

2. 在招标文件要求的提交投标文件截止时间 2 日前，招标公司可以对招标文件进行澄清与修改。

3. 招标文件的澄清与修改是招标文件的组成部分，招标公司将会通过“威海市公共资源交易网”，以更正公告形式（电子交易系统发送更正提醒通知）一并告知所有潜在投标单位，并对潜在投标单位具有约束力。

### (四) 异议处理

#### 1. 质疑

依据《威海市市属国有企业阳光采购监督管理办法》规定，供应商认为采购文件、采购过程、成交结果使自己的权益受到损害，应于法律法规的规定期限内以书面形式向采购人或采购代理机构提出质疑。采购人或采购代理机构应当在收到供应商的书面质疑后 3 个工作日内做出书面答复，但答复内容不得涉及商业秘密。

#### 2. 仲裁或起诉

供应商对答复不满意，或者采购人、代理机构未在规定的时间内做出书面答复的，供应商可以在答复期满后向采购人所在地仲裁机构、人民法院申请仲裁或起诉。



### （五）解释权

本招标文件的最终解释权属于招标公司，以书面解释为准。

## 三、投标文件的编制

### （一）投标文件编制要求

1. 投标单位应按招标文件中提供的投标文件格式（详见第五部分 投标（响应）文件格式）编写投标文件，并使用 A4 规格编制。投标文件应编写目录，具有结构清晰的文档结构图（打开 word 视图中的“文档结构图”后能看到详细章节），页码连续。

2. 投标单位按照招标文件要求所提供的各种证明文件必须真实且合法有效，经扫描后粘贴到投标文件的相关页上，确保清晰度可辨认，评审时由于无法辨认所产生的后果，由投标单位自行承担。为了保证系统电子化处理效率，在保证可辨认清晰度情况下扫描时应尽量降低扫描分辨率。

3. 投标单位应自行确保本文件的内容已充分覆盖了数据文件中《评审对照表》和《评分对照表(如有)》中的各项要求，并准确将对应的起止页码填写到数据文件《评审对照表》、《评分对照表(如有)》表格中每项后的起始页码和终止页码栏位上。对于不涉及或无法填写的评审项（评分项）（例如：报价），可在页码索引处填写 1。

### （二）数据文件编制要求

1. 投标单位须从所报项目的招标文件压缩包内对应包段目录下获取本文件（变更后的数据文件需要重新下载），必须在原文件上严格按照其中要求填写，其内部已约定好固定格式和相关内容，对采用非该文件基础上编制或对该文件进行任何工作表、表格行、表格列的增减、对工作表先后顺序的变动，以及对锁定区域内的数据进行更改、文件另存到其他文件等违规性操作，都会导致系统无法接收该文件使其响应失败。

2. 投标单位应按数据文件中规定的要求，完整、准确地填写《封面》《投标报价表（含明细）》《需求响应表（如有）》《评审对照表》《评分对照表》，



任何的漏表、漏项及信息不完整、填写数据不规范或不正确，都将导致电子交易系统无法接收该文件使其响应失败。

3. 投标单位在对数据文件电子签章前，应按照上述 2 项的要求进行认真检查与确认。因投标单位自身原因所导致其响应失败的，须自行承担相关责任。

#### 四、投标文件

投标单位编制投标文件必须包括：投标文件（PDF 格式）（第一册）、数据文件（PDF 格式）（第二册），以上内容缺一不可，否则为无效投标（响应）。

1. 投标文件（pdf 格式）（第一册）由下述部分组成[属于固定格式的须按招标公司提供的格式填写，详见第五部分 投标文件（格式）]。

##### 2. 数据文件（pdf 格式）（第二册）

投标单位须从本项目招标文件压缩包内获取对应包段的数据文件（EXCEL 格式），并严格按照要求填写。填写完成后在威海市国有企业阳光采购电子化服务平台中上传该数据文件（EXCEL 格式），系统将自动转换为 PDF 格式，再加盖投标单位电子印章。数据文件（PDF 格式）包含下列内容：

- （1）封面
- （2）投标报价表（含明细）
- （3）评审对照表
- （4）评分对照表（如有）

3. 投标单位应通过威海市公共资源交易网登录威海市国有企业阳光采购电子化服务平台获取招标文件，并通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台网上上传电子投标文件，电子投标文件成功上传后，将会生成投标回执，未通过威海市国有企业阳光采购电子化服务平台上传电子投标文件的，为无效投标。

#### 五、投标报价要求

1. 本项目上限控制价为：听海林居项目：20000.00 元/月；报价超过上限控制价，否决投标。



2. 投标单位只能提报一个方案和报价，提报两个或两个以上的方案和报价将视为无效投标；

3. 投标单位的投标报价为一次性报价，任何包含价格调整要求的投标将被视为非实质性响应而被拒绝；

4. 投标单位应严格按照招标文件所提供的格式填写齐全，不得涂抹、修改，表中相应内容的报价必须计算正确；

5. 所有价格折扣、优惠条件必须在开标一览表中注明，否则评标时不予认可；

6. 投标文件中开标一览表内容与投标文件中报价明细表内容不一致的，以开标一览表为准；

7. 投标文件的大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；总价金额与单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准，单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价。若投标单位拒绝接受上述修正，其投标将被拒绝；

8. 投标单位免费提供的项目，应先填写该项目的实际价格，并注明免费，此项不计入总计价或合计价；

9. 报价币种为人民币。

## 六、投标文件的递交

### 1. 投标文件的密封和标记

#### 1.1 第一阶段电子投标文件的密封和标记

1.1.1 加盖了电子印章的电子投标文件（PDF 格式）和数据文件（PDF 格式）须在电子交易平台界面进行提交，提交前系统会自动在本地进行加密和签章，加密和电子签章后的文件除了会上传到系统中之外还会同步保存到本地计算机。

#### 1.2 文件递交

1.2.1 投标单位应在《投标须知前附表》规定的时间前在威海市国有企业阳光采购电子化服务平台上传电子投标文件和数据文件。投标单位应充分评估集中



响应带来的网络影响，尽量避免投标高峰时间，错峰进行投标，系统以收到投标单位发出的递交指令的时间作为其投标时间，如该时间超过投标截止时间，其投标将会被判定为无效。

1.2.2 投标单位须牢记投标加密密码，该密码将用于报价时解密其投标文件，如忘记密码或输入错误密码多次，其递交的投标文件将无法解密，导致无法提取数据和供他人阅读文件，致使其投标失败。

1.2.3 投标单位应将网上递交的已盖章未加密的数据文件和投标文件谨慎保存备份，以便启动应急开标程序时备案。

## **七、投标文件的修改、补充和撤回**

1. 投标单位必须在规定的投标截止期之前将修改的投标文件上传到威海市国有企业阳光采购电子化服务平台电子交易系统, 在投标截止期之后，投标单位不得对其投标文件做任何修改。

2. 投标单位在递交投标文件后，可以在投标截止期之前撤回其响应。

3. 开标后不允许对投标文件做实质性修改和补充，不得撤回投标文件。

## **八、投标有效期**

1. 从开标之日起，投标有效期为 90 天。投标有效期短于 90 天的，其投标为无效投标。

2. 特殊情况下，在投标有效期满之前，招标公司可以要求投标单位延长投标有效期，投标单位可以书面形式拒绝或接受上述要求。

## **九、投标保证金**

1. 本项目投标保证金收取情况见《投标须知前附表》。

2. 缴纳截止时间：投标文件递交截止时间前。

3. 投标保证金的交纳单位必须与投标单位名称一致，且必须从基本账户转出，否则，投标无效。

4. 交纳形式：见《投标须知前附表》。

5. 未中标单位的投标保证金，在代理公司向中标单位发送中标通知书后，系



统自动退还；中标单位的投标保证金，在采购人和中标单位签署完合同后，系统自动退还。非由中标单位原因未能签订合同的，应在招标人作出处理结果之日起五个工作日内退还中标单位的保证金。采购项目流标的，系统在确定流标之日起五个工作日内自动退还所有投标单位的保证金。

6. 有下列情况之一的，投标保证金不予返还。

6.1 投标单位提供不真实资格、资质证明文件的；

6.2 在投标有效期内撤回报价的；

6.3 除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标单位不与招标人签订合同的；

6.4 投标单位与招标人、其他投标单位或者招标代理机构恶意串通的；

6.5 评审委员会认定的其他事项。

对以提供虚假材料或恶意串通或采取不正当竞争手段谋取中标的投标单位，一经发现将依法取消其投标单位资格，投标保证金不予返还，列入平台黑名单。

#### **十、代理服务费：**

见投标须知前附表

#### **十一、履约保证金**

本项目不收取履约保证金。

## 第三部分 开标、评标、定标

### 一、开标

1. 投标截止时间结束后，实质性响应的投标单位不足 3 家的不得公开报价。
2. 招标公司在招标公告规定的时间和地点组织开标。到现场开标的投标单位须携带 CA 锁和笔记本电脑，以便进行开标操作。
3. 现场开标和远程开标的投标单位代表应在签到表格相应位置上加盖 CA 锁中的电子章以证明其出席，在开标时间前未完成签到的否决投标。
4. 《投标须知前附表》规定了文件解密时间，投标单位输入密码错误次数过多、未能按时完成解密、其《数据文件》填写、盖章不规范等导致系统无法解析的，将会被视为无效投标（响应）。
5. 录音、录像：威海市公共资源交易中心负责从递交投标文件开始到确定成交结果全过程的录音、录像工作，确保声音清楚、图像清晰、内容无遗漏。
6. 报价过程中，如遇特殊情况，服从威海市公共资源交易中心场地调配，并遵守相关规章制度。
7. 公开报价程序
  - 7.1 签到：在响应须知前附表规定的时间完成签到。
  - 7.2 启动开标：工作人员在响应须知前附表规定的时间启动开标。
  - 7.3 解密：工作人员启动开始解密指令，投标单位开始输入解密密码，解密时间到后工作人员启动停止解密指令。
  - 7.4 报价：停止解密后，系统将自动提取各投标单位数据文件中的相关数据生成投标（报价）一览表。携带笔记本电脑和远程报价的投标单位应及时关注报价过程，查看报价结果并在投标（报价）一览表上进行电子签署。若投标单位不进行相关签署，将被视为其对投标（报价）一览表中所载内容无疑议。
8. 应急报价程序

电子报价过程中如出现下列情况，导致系统无法正常运行，或者无法保证报



价过程的公平、公正和信息安全时，经与行政监督部门沟通后可启动应急报价程序。

- (1) 系统服务器发生故障，无法访问或无法使用系统；
- (2) 系统的软件或数据库出现错误，不能进行正常操作；
- (3) 系统发现有安全漏洞，有潜在的泄密危险；
- (4) 病毒发作或受到外来病毒的攻击；
- (5) 其他无法保证报价过程公平、公正和信息安全的情形。

应急报价程序包括：

- (1) 对未在系统中报价的可暂停报价；
- (2) 对已在系统中报价的应停止，等待系统恢复正常后再组织进行报价。

(3) 对解密环节出错（因系统故障原因导致）的投标单位，通过系统的备案功能进行文件上传备案，对备案文件与网上递交的文件不一致（系统通过数字签名进行验证）或备案文件未按照本文件的要求进行编制、签署导致系统无法备案的投标单位作无效投标（响应）处理。

(4) 备案功能故障且系统长时间无法恢复正常的，在招标公司的监督下可针对所有在平台中已报价的投标单位，启用其电子邮件递交的投标文件进行报价，同时报价由线上转为线下，开标、评审均以电子邮件递交的投标文件为准，投标单位必须在获取采购文件时留有本单位详细的邮箱和电话，否则由此产生的不利后果由投标单位自行承担。对未按规定递交或递交的文件未按要求进行编制、签署的投标单位作无效投标（响应）处理。

#### 9. 应急报价电子邮件递交规定

接收电子邮箱：tljs2018@126.com

递交时间：以电子邮件或电话通知的时间为准；

邮件数量：一封；

邮件主题：项目编号、投标单位名称；

邮件内容：附件含项目所有的已投包段，每个包段含已盖章且未加密的数据文件、投标文件各一份。数据文件、投标文件与网上最终递交的必须为同一文件



（可将所投包段的所有文件打包压缩），如果不一致，系统后台会判定为无效投标（响应）文件，导致报价无效。

#### 10. 启动电子邮件报价流程

工作人员电话通知所有投标单位启动应急报价程序；

投标单位收到通知后在规定时间内通过电子邮件递交投标文件（在非应急报价期间山东同力建设项目管理有限公司不接受、不处理任何通过电子邮件提交的投标文件）；

递交截止时间到，工作人员开始下载投标文件，将报价形成开标报告并邮件回复各投标单位；

投标单位确认报价并邮件回复，不及时回复的视为对开标报告的内容无异议。

## 二、评标

### （一）评标委员会

根据本项目的特点组建评标委员会，其成员由招标人代表与有关技术方面的专家共 5 人组成。

### （二）评标原则

“公平、公正、科学、择优”为本次评标的基本原则，评标委员会将按照这一原则的要求，公正、平等地对待各投标单位，同时，在评标时恪守以下原则：

1. 客观性原则：评标委员会将严格按照招标文件的要求，对投标单位的投标文件进行认真评审，评标委员会对投标文件的评审仅依据投标文件本身，而不依靠投标文件以外的任何因素。

2. 统一性原则：评标委员会将按照统一的评标原则和评标方法，采用统一标准进行评标。

3. 独立性原则：评标工作在评标委员会内部独立进行，不受外界任何因素的干扰和影响。

4. 保密性原则：评标委员会及熟知情况的有关工作人员必须对每位评委的评



标意见和投标单位的商业秘密严格保密，不得外泄。

5. 综合性原则：评标委员会将综合分析、评审投标单位的各项指标，而不以单项指标的优劣评定出中标单位。

### (三) 评标程序

1. 公开招标采购项目开标结束后，招标单位或者招标代理机构应当依法对投标单位的资格进行审查。

2. 组织评标委员会推选评标组长，招标单位代表不得担任组长。

3. 评标委员会将按照招标文件的规定对投标文件进行符合性和响应性审查，以确定投标文件的有效性。

4. 不允许偏离的实质性要求和条件（出现下列情形之一的，视为对招标文件未做出实质性响应，按照无效投标处理）：

(1) 投标文件不完整的；

(2) 未按规定提交投标保证金的（若有）；

(3) 资质、资格证明文件不完整或不符合要求的；

(4) 投标文件未按规定签署及盖章的；

(5) 评标委员会认为投标单位的报价明显低于其他通过符合性审查投标单位的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其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；投标单位不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

(6) 投标单位的法定代表人或授权代表不在规定时间内答疑或澄清的；

(7) 投标有效期比招标文件规定短的；

(8) 报价及服务承诺等不能满足招标文件要求的；

(9) 不同投标单位单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的；

(10) 投标文件含有招标单位不能接受的附加条件的；



(11) 评标委员会认为不符合招标文件其他实质性要求或法律规定的。

5. 属于无效投标的，投标单位不能通过修正或撤消投标文件中不符合之处而成为实质性响应的投标，招标公司将通知投标单位，并说明无效投标理由；属于有效投标文件的，将进行下一轮次的询标和澄清。

#### 6. 询标和澄清

(1) 对有效投标文件中含义不明确、同类问题前后表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会可以书面形式要求投标单位在规定的时间内作出必要的澄清、说明或者纠正，投标单位应在要求的时间内以书面形式澄清、说明或者补正，并由其法定代表人或被授权人签字，且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。

(2) 投标单位依据评审要求进行澄清、说明或者补正的内容构成投标文件的组成部分。

#### 7. 比较与评价

评标委员会按招标文件中规定的评标方法和评标标准对有效投标文件的商务和技术进行评估，综合比较和评价，按综合得分高低列出中标候选人排序表，若总分相同，以报价得分高的排前；若总分、价格得分都相同，则以技术方面得分高的排前。

#### 8. 出现下列情况之一的，均予以废标

- (1) 合格的投标单位不足三家的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 因重大变故，采购任务取消的。

#### 9. 评标方法

- (1) 评标方法：综合评分法。
- (2) 评标细则：



评分因素		分值	评分标准
商务部分 (30分)	评审基准价		当有效投标单位 $\geq 10$ 家, 评审基准价=(所有投标单位的有效报价之和-有效报价的最高值及次高值-有效报价的最低值及次低值)的算术平均值; 当5家 $<$ 有效投标单位 $< 10$ 家, 评审基准价=(所有投标单位的有效报价之和-有效报价的最高值-有效报价的最低值)的算术平均值; 当有效投标单位数 $\leq 5$ 家, 评审基准价=所有投标单位的有效报价的算术平均值。
	听海林居	30	投标单位报价等于评审基准价时得30分, 报价每高于基准价1%扣0.5分, 每低于基准价1%扣0.25分, 不足1%的按直线插入法计算, 扣完为止。(四舍五入的方法精确至小数点后两位)
资信部分 (5分)	类似业绩	5	投标单位自2023年1月1日起至投标截止时间止, 每有1个类似业绩得1分, 本项满分5分。 类似业绩: 营销广告策划服务 注: 类似业绩附合同关键页扫描件, 时间以合同签订时间为准。
技术部分 (65分)	服务团队实力	10	不能满足招标文件实质性要求的为无效投标文件。满足招标文件实质性要求的, 由评委根据各投标单位提供的服务团队人员职责情况酌情打分。(提供主创人员从业时长与参与项目的相关证明资料) <b>【6分-10分(含)】</b> : 主创人员有广阔的视野、知识面, 具备敏锐的洞察力及执行力。 <b>【3分-6分(含)】</b> : 主创人员的视野、知识面较好, 洞察力及执行力尚可。 <b>【0分-3分(含)】</b> : 主创人员的视野、知识面、洞察力及执行力一般。
	营销策略方案	30	不能满足招标文件实质性要求的为无效投标文件。满足招标文件实质性要求的, 由评委根据各投标单位提供的营销策略酌情打分。 <b>【20分-30分(含)】</b> : 能够保证前期策划及营销策略专业性强, 指导性高, 包括项目定位、销售策略, 提供思路清晰、结构完整的服务。 <b>【10分-20分(含)】</b> : 能够保证前期策划及营销策略专业性、指导性较好, 包括项目定位、销售策略, 提供思路清晰、结构完整的服务。 <b>【0分-10分(含)】</b> : 能够保证前期策划及营销策略的专业性和指导性一般。



推广策略及广告设计	15	<p>不能满足招标文件实质性要求的为无效投标文件。满足招标文件实质性要求的，由评委根据各投标单位提供的广告设计酌情打分。</p> <p><b>【10分-15分（含）】</b>：线下线上推广渠道全面，各种活动策划丰富，各种广告资源投入全面；能够保证广告设计创意性，设计主题及画面内容新颖，冲击力强，能很好的展现项目情况。</p> <p><b>【5分-10分（含）】</b>：线下线上推广渠道较为全面，活动策划较为丰富，广告资源投入较为全面；保证广告设计较好，设计主题和画面展现一般，一定程度展现项目情况</p> <p><b>【0分-5分（含）】</b>：推广渠道、活动策划一般，广告资源投入较少；广告设计一般，未能展现项目情况。</p>
售后服务	10	<p>由评委根据各投标单位提供的售后服务方案从活动策划、执行配合等方面酌情打分，满分10分。</p>

注：a. 本细则只针对有效标书予以评分。

b. 投标单位的分项得分为评标委员会全体成员的分项评分均值。

c. 计算得分时，四舍五入保留至小数点后二位。

### 三、定标

1. 评标委员会根据招标文件载明的评标细则进行综合评审，并按评审后得分由高到低顺序排列，确定排名前三名的投标单位为中标候选人。

2. 评标结束后，公示无异议（公示期1工作日）确定排名第一的中标候选单位为中标单位。如发现上述中标单位存在与招标文件、投标文件不符或弄虚作假等其它违法行为，经招标单位同意：取消中标资格，由排名次之的候选单位中标，依次类推或重新招标。

3. 评标结果将在中国招标投标公共服务平台（[www.cebpubservice.com](http://www.cebpubservice.com)）、威海市公共资源交易网（<http://ggzyjy.weihai.cn/>）发布予以公告。

### 四、编写评标报告

依据评委评标签字的原始记录和评标结果，按照规定的内容要求编写评标报告，并由全体评委签名。

### 五、签订合同



1. 评标结果公告后，由招标单位、招标代理向中标单位签发中标通知书。
2. 中标合同原则以第六部分合同书（范本）为基础，并根据投标、答疑情况进行修改补充，自签订之日起生效。
3. 中标单位在规定的期限内无正当理由拒绝签订合同，取消原中标决定，与排名次之的中标候选人签订合同或重新组织招标。



## 第四部分 采购项目说明

### 一、背景

为了更好地促进听海林居项目销售，听海林居项目计划采购一家广告策划服务公司进行项目品牌服务。提供各项目整体广告战略及策略规划，更好地宣传各项目优势，提升项目转化效率，实现各项目销售目标。

### 二、服务内容

工作阶段	工作名称	内容	细则
前期策划	项目定位	产品定位	根据市场调研，确定项目的产品类型（如刚需、改善、高端等）
		客户定位	明确目标客户群体，细化客户画像。
		价格定位	结合市场情况和项目成本，制定初步价格策略。
		品牌定位	确定项目的品牌形象和核心价值主张。
销售策划	销售策划	销售节点规划	制定开盘、加推、促销等关键节点的时间表。
		销售政策制定	设计优惠政策（如折扣、赠品、按揭支持等）。
		销售说辞设计	编写统一的项目介绍、户型讲解、客户问答等销售话术。
	推广策划	推广主题设计	确定项目的核心推广主题和卖点（如地段、配套、户型等）。
		推广渠道规划	选择线上线下推广渠道（如社交媒体、户外广告、电视广告等）。
		活动策划	策划开盘活动、客户沙龙、节日促销等活动，吸引客户参与。
	预算与资源分配	推广预算制定	根据项目规模和销售目标，制定广告推广预算。
		资源分配	合理分配广告资源，确保重点渠道和节点的投入。
广告设计	广告创意设计	广告主题设计	根据项目定位和推广主题，设计广告的核心创意。
		文案撰写	撰写广告文案，包括项目卖点、优惠政策、活动信息等。
		视觉设计	设计广告视觉内容，如海报、横幅、视频、H5 页面等。
		视频设计	短视频、宣传片脚本策划、文案撰写，实地拍摄、后期剪辑、调色配乐、字幕制作、包装等。
	广告物料制	线上物料	制作社交媒体广告、网站 Banner、短视频等数字广告内容。



	作	线下物料	对接第三方公司制作户外广告、宣传单页、展板、售楼处装饰等。
		销售工具	制作户型图、项目手册、VR看房等销售辅助工具。
	广告投放 与执行	媒体投放	根据推广策划，执行广告投放（如线上广告、户外广告等）。
		效果监测	实时监测广告投放效果，优化投放策略。
		活动执行	配合推广活动，设计活动相关的广告物料和宣传内容。
效果评估 与优化	广告效果评 估	数据分析	分析广告的点击率、转化率、客户到访量等数据。
		客户反馈	收集客户对广告和活动的反馈，了解客户需求。
	策略优化	广告优化	根据效果评估，调整广告创意、文案和投放渠道。
		活动优化	总结活动经验，优化活动策划和执行流程。
		销售策略调整	根据市场反馈，调整销售策略和推广计划。

服务时间一年。如本合同期满，经双方协商，同意续签的，双方应另行签署书面合同；如服务期未满，因甲方对服务质量不满意，甲方有权随时终止合作。

### 三、费用及考核标准

（一）广告策划费用：项目线上线下宣传推广、活动物料、案场包装设计、销售物料等工作，需广告策划及设计服务，服务费按季度考核后支付。

（二）考核标准：

（1）考核比例：以季度服务费的 20% 进行考核，考核分为两部分：

第一部分为工作完成度考核，由项目负责人进行打分。（占比 5%）；

第二部分为广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果，由销售经理进行打分（占比 15%）。

（2）考核办法：

A、工作完成度考核办法：项目负责人和销售经理以《项目季度工作考核表》进行打分，打分内容包含任务完成情况及工作效果。乙方考核所得平均分数超过 90 分（含 90 分）的，全额支付考核费用；若乙方该季度所得平均分数在 60-90 分（含 60 分不含 90 分）之间的，则按照考核结果分值的百分比乘以考核费用支付服务费；若乙方该季度所得平均分数低于 60 分（不含 60 分）的，则扣除全部



考核费用。

如连续三个月月度考核打分为 80 分以下，有权解除合同，另行选定其他广告策划公司。



## 第五部分 投标文件（格式）



# 投标文件

项目名称：听海林居项目广告策划公司服务商采购

招标编号：CTZY2026-05

投标单位名称（盖章）：\*\*\*有限公司

日期： 年 月 日



# 目录

(由投标单位自行索引带页码目录)



## 一、商务文件



## (一) 投标承诺函

山东同力建设项目管理有限公司：

我方收到 CTZY2026-05 号招标文件，经详细研究，决定参加投标。

1. 我方愿意按照招标文件的规定和要求提供货服务，报价详见投标函附录。

2. 我方同意 90 天的投标有效期，严格遵守投标文件的各项承诺。在此期限届满之前，本投标文件始终对我方具有约束力，并随时接受中标。我方承诺在投标有效期内不修改、撤销投标文件。

3. 我方愿意遵守招标文件的规定和要求，并提供招标文件中要求的所有资料。

4. 我方愿意按招标文件规定，全额交纳投标保证金（若有）。

5. 如果我方中标：

(1) 我方承诺将按照招标文件的规定全额交纳招标代理服务费；

(2) 我方承诺在中标通知书发出后，在规定期限内与招标单位签订合同；

(3) 我方承诺在合同约定的期限内，按期、保质、保量完成服务任务。

6. 所有有关本投标的函电，请按下列地址联系：

单 位： 邮政编码：

地 址： 联 系 人：

电 话： 传 真：

开户名称： 开户银行：

开户账号：

投标单位（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日 期：



## (二) 投标承诺函附录

招标编号：CTZY2026-05

项目名称：听海林居项目广告策划公司服务商采购

序号	名称	综合报价 (元/月/含税)	税率	备注
1	听海林居			
2	合计(元)		大写： 小写：	
3	投标声明：			

注：1、投标声明用于填写除总报价、服务期限外需要开标宣读的投标文件的其它主要内容，由投标人自行确定，做到言简意赅无歧义。

2、未宣读的投标价格、价格折扣等实质内容，评标时不予承认。

投标单位（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日 期：



数据文件填写说明:

### 投标报价一览表

项目编号	CTZY2026-05			(电子公章)
项目名称	听海林居项目广告策划公司服务商采购			
包段编号	001	包段名称	第一包	
交付期*		服务期*		
预算价	240000.0000	投标总价	0.0000	大写:
*服务地点	采购文件要求地址			
投标报价说明	<div style="font-size: 2em; opacity: 0.5;">第 1 页</div> 报价明细表			

序号	招标要求		投标响应		
	服务名称	数量	单位	单价(元)*	合价
1	听海林居项目广告策划公司服务商采购	12.0000	月		0.0000

**注意:**

1. 有底色标识的单元格可填写，“\*”项是必输项，任何有底色的必输项为空都可能导致您本次**投标无效**（若无此项内容，可填写无）；
2. 如想拷贝数据到某个待填写单元格，应采用选择性粘贴（只粘贴文本），否则单元格填写**无效或被锁死**；
3. **按照本表显示位置加盖一个电子印章；**
4. 本表为固定格式且有数字指纹，必须在原表上填写，填写完毕后只可保存不可另存。
5. 删除本表、增加本表、增加行列、删除行列、对固定格式的任何改动均会导致**无效投标**；

注：报价一览表：（1）交付期：填写“按甲方要求”；（2）服务期：12个月。（自合同签订之日起）。



## 二、资信文件



## (一) 法定代表人身份证明

投标单位名称：

单位性质：

地址：

成立时间：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

经营期限：

姓名：\_\_\_\_\_ 性别：\_\_\_\_\_ 年龄：\_\_\_\_\_ 职务：

系\_\_\_\_\_（投标单位名称）的法定代表人。

特此证明。

投标单位：\_\_\_\_\_（盖单位章）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

（法定代表人身份证双面复印件）



## (二) 法人授权委托书

本授权书声明：注册于\_\_\_\_\_(国家或地区的名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(公司名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(法人代表姓名、职务)\_\_\_\_\_，代表本公司授权\_\_\_\_\_(被授权单位名称)\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_(被授权人的姓名、职务)\_\_\_\_\_为本公司的合法代理人，参加编号为 CTZY2026-05 号的公开招标采购活动，以本公司名义处理一切与之有关的事宜。

如果本公司在此次采购活动中中标，被授权人有权代表本公司签署采购合同。

本授权书于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日法定代表人签字或盖章并由单位盖章生效，特此声明。

被授权人无转委托权。

法定代表人签字或盖章：

投标单位：\_\_\_\_\_（盖单位章）

（被授权人身份证双面复印件）



### (三) 投标单位概况

企业注册名称			建立日期	
法定代表人		职称		企业性质
企业资质等级		批准成 立时间		
经营方式				
经营范围				
企业简介				

注:提供投标单位概况表、营业执照等材料的扫描件。

投标单位(盖章):

法人代表或委托代理人(签字或盖章):

日期:





## (五) 投标偏离表

(包括技术规格、参数和商务条款偏离)

序号	招标文件条款		投标文件条款	
	条款号	招标文件的内容	条款号	投标文件偏离内容

注：无偏离可填写“无”字，有偏离必须在本表列明，实际存在负偏离而在本表内没有列明的，视为虚假投标。

投标单位（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日期：



## （六）投标单位需要提供的其他资料

附：营业执照扫描件。

附：投标单位、法定代表人、委托代理人未被最高人民法院 (<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>) 列入失信被执行人截图, 查询省份: 全部。

附：信用中国 ( [www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn) ) 或信用中国 ( 山东 ) ( [credit.shandong.gov.cn](http://credit.shandong.gov.cn) ) 查询的信用信息报告。

附：交纳保证金截图。(若有)

投标单位认为需要提供的其他资料。



## （七）投标单位信用承诺书

为营造公平竞争、规范有序的市场环境，树立诚信守法经营形象。本单位郑重承诺：

一、我方在此声明，本次招标活动中申报的所有资料都是真实、准确完整的，如发现提供虚假资料，或与事实不符而导致报价无效，甚至造成任何法律和经济责任，完全由我方负责。

二、我方在本次招标活动中绝无资质挂靠、串标、围标情形，若经贵方查出，立即取消我方报价资格并承担相应的法律责任。

三、我方在以往的招标活动中，无重大违法、违规的不良记录；或虽有不良记录，但已超过处理期限。

四、我方一旦中标，将按规定及时与采购单位签订合同，严格按照响应文件中所承诺的报价、质量、服务期等内容组织实施。

五、自觉接受社会各界的监督，依法接受有关行政机关的事中事后监管和执法检查，并如实提供有关情况和材料。

六、严格遵守国家法律、法规、规章和相关政策规定，积极参与社会信用体系建设，倡树以信笃行，以诚兴业的传统美德，争当信用市民，争创信用企业。

七、我方承诺投标单位、法定代表人、委托代理人近三年内无行贿犯罪记录。如有不实，愿意承担一切后果。

八、本《信用承诺书》同意向社会公开。

承诺单位：

（盖章）

年 月 日



## （八）投标人参与报价的声明函

本单位郑重承诺如下：

1. 具有独立承担民事责任的能力；
2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
3. 具有履行合同所必需的人员、设备和专业技术能力，并能提供优质的服务；
4. 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录
5. 参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；
6. 法律、行政法规及招标文件规定的其他要求；

若我单位提供虚假承诺，我单位同意所递交的投标文件作无效处理，并愿意接受通报，按照有关法律法规规定接受处罚，由此造成的一切经济责任和法律责任由我单位自行承担。

投标单位（盖章）：

法人代表或委托代理人（签字或盖章）：

日 期：



### 三、技术文件



# 技术标部分

注:按评标办法要求编写



## 第六部分 合同书（范本）



## 广告营销策划服务合同

委托方（甲方）：威海城投置业有限公司

受托方（乙方）：

签订日期：       年   月   日



委托方：威海城投置业有限公司（以下简称甲方）

受托方：（以下简称乙方）

根据《中华人民共和国民法典》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方本着“平等友好、精诚合作”的原则，在平等、自愿的基础上，经友好协商，就甲方委托乙方进行\_\_\_\_\_广告营销策划工作，签订本合同。

### 第一条 委托内容

乙方为甲方城投·听海林居项目提供广告宣传推广服务，具体内容详见本合同附件：《服务具体内容》。

### 第二条 合同期限

2.1 本合同服务期限从自2026年6月 日起至2027年6月 日止，一年。

2.2 合同的生效时间与合同的服务期限不一致的，双方权利义务的约定，以合同服务期限为准。

2.4 除非双方在履行合同过程中对服务期限另行约定，否则服务期限不因任何法定事由或者客观情况而延长或者缩短。

### 第三条 计费标准及支付方式

#### 3.1 计费标准

3.1.1 本合同含税总价为¥\_\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_\_元整）。即每月服务费为¥\_\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_\_元整）。乙方应提供\_\_\_\_\_%的增值税专用发票。

#### 3.1.2 其他约定：

3.1.2.1 本合同生效后，如因国家税务政策变化导致税率出现变化的，甲乙双方同意以本合同的不含税固定总价保持不变，乙方发票开具以实际交易发生的增值税税率为准。除因国家税务政策变化导致税率变化外，若因乙方自身原因导致税率发生变化，乙方应提前10个工作日书面通知甲方，并确保本合同不含税固定总价保持不变，乙方发票开具以实际交易发生的增值税税率为准，由此产生的一



切法律风险和经济责任由乙方自行承担。

3.1.2.2经协商，每季度服务费中的20%即12000元作为考核费用，双方每季度根据乙方工作各项目完成度考核分和广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果考核，结算服务费用，甲方应扣的考核费用自应付乙方的服务费用中直接扣除，当季度不足扣除的，顺延至以下个季度度扣除。

### 3.2支付方式:

乙方每个季度服务费为\_\_\_\_\_元/季度（大写：\_\_\_\_\_元整/季度）（其中20%为考核费用），每季度乙方完成当季度所有工作并提交工作成果经甲方确认考核后，由甲方根据本合同第四条确定考核费用的金额，乙方根据甲方核定的金额提交等额合法有效的发票，甲方在收到后15个工作日内，向乙方支付上个季度的服务费。

3.3乙方向甲方提供的发票类型为第1种： 1. 增值税专用发票2. 增值税普通发票。

3.4甲方不接受乙方委托收款，乙方单位名称与银行账户名称应一致。乙方收款账户信息如下：

账户名：

开户行：

账号：

增值税一般纳税人资格认定：

纳税人识别号：

3.5乙方应根据甲方如下信息开具发票：

账户名：威海城投置业有限公司

税号：9137100009448907XN

地址：山东省威海市环翠区竹岛办事处青岛北路158号6、7层

电话：0631-5197015



开户行：威海银行顺通支行

帐号：88400201030000000003

3.6有关与第三方合作所产生的费用：均由甲方承担，但该项合作需提前经甲方同意或由甲方进行委托。甲方委托乙方与第三方合作而代为结算的费用，甲方需承担乙方的税金。例如：户型图的效果渲染；如需乙方协助制作平面设计稿、打样或运送，所产生的费用由甲方自行与相应的第三方结算；电视、电台广告制作和发布费由甲方自行支付，等等。

3.7在本合同期间，乙方工作人员根据委托事项的需要（含现场会议）往返于甲方和乙方之间所发生的差旅费、餐费、住宿费等（合称差旅费）包含在服务费内。

#### 第四条 考核管理方法

4.1考核办法：双方约定每个项目以季度服务费的20%进行考核，考核分为两部分，第一部分为工作完成评分制考核（占比5%）；第二部分为广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果考核（占比15%）。具体要求如下：

##### 4.1.1工作完成评分制考核

4.1.1.1乙方每季度工作评估表总分为100分，由工作态度（10%）、平面表现（40%）、稿件质量（20%）、推广策略（20%）、加分项目（5%）、其他（5%）等方面构成。具体考核指标权重见附表三。

4.1.1.2双方确定每个季度最后一个月进行考核，评分时间为每个季度最后一个月的25日-30日。

4.1.1.3考核流程：每个季度最后一个月25日前，由甲方策划负责人对当季度乙方工作完成情况进行考评打分，由甲方销售经理对广告公司设计出街内容及制定销售政策对项目销售的促进效果进行考核。乙方代表于该月30日前对考核结果进行签字确认，有异议的应当在收到考核结果三日内书面提出。乙方代表签字



确认视为乙方确认；乙方代表于该月30日前既未提出异议，也未签字的，视为乙方认可该考核结果。

#### 4.1.1.4评分结果与服务费关系：

4.1.1.4.1双方同意，每个季度服务费的10%作为评分制考核费用。

4.1.1.4.2乙方评分制考核所得平均分数超过90分（含90分）的，全额支付评分制考核费用；若乙方当月所得平均分数在60-90分（含60分不含90分）之间的，则按照考核结果分值的百分比乘以考核费用支付评分制考核服务费。若乙方当月所得分平均数低于60分（不含60分）的，则扣除全部评分制考核服务费。

4.2如连续三个月月度考核打分为80分以下，有权解除合同，另行选定其他广告策划公司。

### 第五条 合作方式

5.1工作方式：甲方提供具体工作思路，由乙方成立专业服务小组（不少于三人）进行具体创作执行。

5.2工作周期：具体广告服务项目的工作周期应由双方协商后确定，并作为本合同之附件，与本合同具有同等法律效力。

### 第六条 双方的权利和义务

6.1甲方指定刘扬（电话：17863096991）作为本项目的对接人员，负责与乙方沟通交流。

#### 6.2甲方权利

6.2.1有权要求乙方成立相应的项目专案工作小组，名单作为合同附件，与合同约定内容具有同等效力。

6.2.2有权审查乙方提交的广告策划工作提案。

6.2.3甲方在各阶段整体策划方案确定后，有权根据市场变化，提出局部修改完善意见的权利，但每次提出的修改意见不能违背已经确立的整体策划方案。



6.2.4有权要求乙方按照双方确定的工作计划，按时、保质地完成各项工作。

6.2.5有权要求乙方提交内容详实、可行的广告工作成果。

6.2.6甲方有权拒绝刊登乙方代理或策划的与现行法律、法规或与甲方管理规定相抵触的广告；如乙方拒不修改的，甲方有权终止本合同。若因此违反法律规定需要承担责任的，由乙方自行承担责任；若由此给甲方造成损失的，乙方赔偿甲方全部损失。

6.3乙方指定\_\_\_\_\_（电话：\_\_\_\_\_）作为本项目的负责人，负责与甲方沟通交流。

6.4甲方义务

6.4.1按照合同约定时间向乙方支付服务费。

6.4.2配合乙方工作，及时提供乙方所需的当地市场情况、意向客户统计资料、建筑图纸、效果图及服务项目的相关资料，并保证资料的合法性。

6.4.3为保证工作品质，甲方需要给予乙方合理的工作时间。

6.4.4对乙方提交的各类提案、文案、设计方案、计划书、审稿单等给予及时的答复，通常情况下不超过2个工作日，如内容较多或复杂，则以双方商定的时间为准，但原则上不超过5个工作日。逾期未答复的，视为同意，并承担因甲方不能及时下达指令而引起的工作延误。

6.4.5甲方应当提供其在签约前拥有的项目整体信息、资料给乙方，以使乙方服务更加精准；在本合同履行过程中，甲方新获得、编制的项目相关材料，应当及时以口头或者书面形式披露给乙方。

6.4.6如甲方未能在规定时间内提供乙方所需要的有关基础资料，或未在规定时间内对乙方提交的策划方案提出明确修改意见，由此造成工作时间延误之责任由甲方承担。

6.4.7甲方有权自行决定制作商及供应商，如媒体、印刷公司、制作公司等。需要乙方代理的，双方另行协商办理。



6.4.8甲方有权要求乙方现场驻派人员，并对现场驻派人员的使用有建议权，乙方须配合执行。

#### 6.5乙方权利

6.5.1有权要求甲方按照合同约定时间支付策划服务费。

6.5.2有权要求甲方及时、真实、合法地提供项目相关图片、数据等资料。

6.5.3执行本合同项下内容而向甲方请示的，如甲方未在本合同约定的时间及答复的，乙方在不损害甲方利益的情况下可直接执行。

6.5.4有权在工作成果上非显要位置署名，并有权使用创作作品参与公益、专业、行业或媒介组织的竞赛评比活动及各种展览活动。

6.5.5有权在甲方的委托项目中注明由乙方策划或提供支持等字样或标识。

6.5.6乙方在履行本合同时根据宣传策划工作的实际需要可以使用甲方的名称、商标、域名、企业标识等，但应尊重和维护甲方的保密权和所有权。

6.5.7为确保质量，维护专业形象，因甲方自身原因引起的工作延误，乙方有权相应的顺延完成任务。如有紧急情况与重大事件的加急任务，须经双方协商解决并合理安排工作时间与工作量。

6.5.8甲方要求乙方在提供服务时做出违反法律、法规的行为时，乙方有权拒绝执行。

#### 6.6乙方义务

6.6.1乙方在履行本合同时，必须遵守《中华人民共和国广告法》其他有关法律规定。

6.6.2成立相应的项目专案工作组。

6.6.3非经甲方书面同意，乙方不得将本合同中的全部或部分工作委托他人。对于甲方同意转委托的，乙方承担连带责任。

6.6.4乙方对甲方发出的工作指令须在2个工作日内做出回复，若没有回复视为默认接收工作指令。



6.6.5执行本项目应尽职尽责，完成约定的服务内容，未经甲方书面同意，不得用于其他商业活动或行为。

6.6.6乙方应严格遵守和执行双方约定的作业流程和服务操作、质量标准和时间要求，做好服务工作和质量检查，以及按甲方审查意见作出整改，杜绝工作差错，并接受甲方的业务监督检查。

6.6.7乙方向甲方提交的工作成果，需提供电子文档。

6.6.8乙方应信守职业道德规范和国家有关法律法规，对在开展广告代理活动中知悉甲方的有关情况、资料、商业秘密等负有保密义务。否则，若因此引起法律纠纷的，与此相关的一切责任均由乙方自行负责。

6.6.9乙方应对时事新闻及时发现，并结合本项目应用于广告推广。

6.6.10乙方应每周安排专业摄影人员到项目及项目周边采集项目相关视频及照片素材。在项目重要活动节点及宣传节点时，在甲方要求下，乙方相应增加拍摄次数。

## 第七条 知识产权及人身权约定

7.1乙方策划完成的工作成果，自交付甲方之日起，由甲方享有著作权。乙方未经甲方同意，不得将本合同项下的任何工作成果用于本合同约定外的事项。

7.2乙方为甲方策划稿件、广告、宣传物涉及到的出版、发布、制作、展览等事宜，所选用的文字、稿件、图片等涉及著作权、名誉权、肖像权等，乙方应当自相关权利人处合法取得使用许可。

7.3乙方保证为本合同所完成的创意概念、广告、文案、活动等工作成果不违反国家有关的法律、且不侵犯任何第三方合法权益，否则，由乙方负责处理相关的法律纠纷并承担全部法律责任。若由此给甲方造成损失的，乙方应当赔偿甲方全部损失。

## 第八条 违约责任

8.1本合同签署生效后，双方均应履行本合同的全部条款，对本合同任何条款



、内容之修改、变更和补充，须由甲方与乙方双方共同订立书面协议方生效。

8.2如乙方出现如下任一情形的，乙方应向甲方支付合同总金额的20%作为惩罚性违约金，并且需承担甲方相应损失：

8.2.1乙方提交的工作成果违反国家法律法规规定导致甲方被政府相关部门处罚，或侵犯第三人合法权益的（甲方明确要求的除外）；

8.2.2因乙方未按合同约定履行政府审批手续等乙方原因，导致甲方受到政府处罚；

8.2.3乙方将甲方资料（包括但不限于推广计划、经营信息、业务文件、图纸、数据、软件、有关客户信息）泄露给第三方的；

8.2.4未经甲方同意，将本合同广告服务项目外包或转包的；

8.2.5本合同约定甲方有权单方解除合同的其他情形。

8.3如乙方提交的增值税专用发票不符合政策法规要求或本合同约定，或不能通过税务部门认证，甲方有权拒收或于发现问题后退回。乙方应重新开具发票或采取其他补救措施。

8.4乙方须在双方确认的时间内完成服务工作并向甲方提交工作成果，如发生延误的，则每延迟一天，乙方应按合同总金额的千分之一向甲方支付违约金；延迟时间超过30天的，甲方有权解除本合同。

8.5任一方违约导致诉讼的，承担守约方为实现权利所产生的所有费用（包括但不限于诉讼费、律师代理费、公证费用、保全费用等）。

8.6如发生争议，甲、乙双方应友好协商解决，协商不成的，将争议提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

8.7发生以下情形之一，本合同解除：

8.7.1甲乙双方协商一致解除合同。

8.7.2一方违反合同，以致另一方订立合同的目的无法实现。

8.7.3一方在约定期限内未履行合同约定义务，经另一方催促后，在允许的合



理期限内仍未履行的。

8.7.4乙方擅自将本合同项下义务转委托第三方承担的,甲方有权解除本合同,要求乙方退还全部甲方已付款项,并要求乙方按照年度约定服务费金额的10%向甲方支付惩罚性违约金。

8.7.5乙方违反本合同约定的保密义务的,甲方有权解除本合同,要求乙方退还全部甲方已付款项,并要求乙方按照年度约定服务费金额的10%向甲方支付惩罚性违约金,给甲方造成损失的,乙方还应全额赔偿。

8.7.6乙方提交的策划方案甲方完全不予认同或完全不予采用,经甲方提出修改意见后3日内进行修改,仍不能满足甲方要求的,甲方有权解除本合同。

8.7.7乙方未按合同约定实施广告营销策划服务工作或违反第七条约定,致甲方产生重大损失的,甲方有权单方面解除合同,乙方应当按照甲方损失的1倍予以赔偿。

8.7.8本合同约定的其他情形

8.8如本合同期满,经双方协商,同意续签的,双方应另行签署书面合同;如服务期未满,因甲方对服务质量不满意,甲方有权随时终止合作。

#### 第九条保密守则

9.1乙方对于为履行本合同约定义务所获知的甲方的一切信息、资料及乙方提供的创意、设计等工作成果,均应承担保密责任。未经甲方事先书面同意,乙方不得向与履行本合同无关的任何第三方披露甲方的信息资料,且乙方不得向任何第三方提供类似和雷同与本项目的创意、设计。

9.2乙方只能向为履行本合同约定义务需要知悉相关信息资料的单位和个人进行披露,同时乙方应告知获得此信息资料的各方予以保密应采取相应的保密手段。

9.3乙方违反前述保密义务致使甲方遭受损失的,乙方应承担赔偿责任。

#### 第十条附则



10.1甲乙双方在本合同所留地址为有效通讯送达地址同时作为司法送达确认的地址，任一方变更应书面通知另一方，否则视为未变更。任何一方根据本合同发往另一方的通知或其他文件应当以书面方式。

10.2甲乙双方及其工作人员均应保证通过正常途径开展业务，不出现向对方或对方工作人员给予回扣等商业贿赂行为。

10.3附件为本合同的有效组成部分，甲乙双方必须按等同于本合同遵守履行。

10.4本合同一式肆份，甲方执贰份，乙方执贰份，自双方签字盖章之日起生效。

附件：1. 《服务具体内容》

2. 《专项服务小组名单》

3. 广告公司季度评估表

4. 销售任务

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人：

法定代表人：

委托代理人：

委托代理人：

电话：

电话：

地址：

地址：

签订日期： 年 月 日

签订日期： 年 月 日



## 附件 1

### 具体服务内容

#### 一、营销策略

营销策划推广策略，项目定位、竞品分析、客户分析、销售策略、推盘节奏、活动策划，推广策略、推广渠道推荐；销售策略规划、预算及资源分配。

#### 二、项目全程广告推广

（一）广告定位：项目形象定位

（二）主题形象推广：主题广告语、主题画面、项目核心传播概念

#### 三、VI 应用设计

#### 四、项目全程宣传物料实施

售楼书、折页、海报、直邮、户型手册、客户通讯、价格单页、付款方式清单、认购书、置业计划表、入伙指南、手袋设计、销售人员工作牌、信封、信纸、名片、档案袋、CD 封面、纸杯、礼品（帽子、钥匙扣、雨伞、T 恤等）

#### 五、公众号/视频号推广

（一）项目节气微信单图设计（根据节点需求提供）

（二）项目公众账号图文日常推送等推广服务

（三）视频号日常推送视频制作剪辑等新媒体推广服务

#### 六、线上线下的广告表现

形象广告、促销广告、软文广告等平面及视频推广。

#### 七、现场布置设计

（一）销售现场包装设计

包括活动的现场包装形象设计、活动现场包装辅助品设计 舞台背景板（展场背景板）、氛围挂旗、汽球、条幅、礼品、太阳伞、欢迎标牌、导示牌

（二）营销中心包装设计

包括形象墙设计、实体展板、氛围挂旗、销售中心指示牌、销售中心欢迎标牌、销售中心室内功能牌（接待区、洽谈区、签约区、办公区等）、台面标牌（接待区、洽谈区、签约区、办公区等）

（三）现场样板房及示范单位包装设计

样板间通路氛围布置、样板间欢迎牌、户型标牌、展示空间功能标牌（主人房、儿童房、父母房、客房、书房、电脑房、健身房、画室等）、标牌（洁具、



厨具等）、警示标牌、温馨提示标牌等

#### （四）户外广告的包装设计

围墙、现场路牌、导示牌、立柱挂旗、欢迎标牌、看楼通道、引导标识、条幅、看专车、车体广告、候车亭、路牌广告等

#### 八、售后服务推广应用设计

##### （一）配合客户服务活动策划及执行配合

（二）服务项目小区指示系统、警示系统设计、业主用品系统设计（住所铭牌、住所入口地毯、便签、餐垫、杯垫、钥匙牌、垃圾筒、烟盅、小区交通指示牌、小区公共场所标牌、示意牌、遮阳伞、遮阳蓬等）

#### 九、视频制作和剪辑

推广视频的拍摄、制作剪辑（每周至少一次）



附件 2

专项服务小组名单

整体推广是一个严谨科学的而工作量大的系统工程，所以乙方特别为甲方项目共同设立专项工作小组，以保证能够按照甲方的要求，按时，按质，按量的执行好责任工作。

项目组主要成员一览表

编号	职务	姓名	性别	年龄	学历	专业职责	从业经历
1							
2							



附件 3

### 广告公司季度工作评比表

考核时间		考核项目			
项目	评比类别	工作评比标准	进度及评比要求	分值	评分
工作态度 (10分)	合作态度与责任心	以合同为准, 以友好合作为前提, 遵守合同精神和约定, 尊重合作团队, 认真对待, 积极协作, 团队具有责任心;	尊重合作团队, 不弄虚作假, 不玩忽职守, 认真做好工作。	2.5	
	工作进度	积极配合工作, 按要求进度保质完成各项计划工作, 某类工作返工不高于 3 次;	每一项工作未按节点完成的扣 0.5 分, 扣完为止;	2.5	
	项目组优化运作	项目组成员根据甲方要求相对固定, 人员配置优化完善, 例会无缺席, 例会如不能参加, 需事前通知, 工作积极责任心强, 项目组成员缺席 1 人次扣 0.5 分, 其他按合同;	人员架构完整, 例会无缺席, 每缺席 1 人扣 0.5 分;	2.5	
	报告及设计质量	报告及设计中措辞正确, 条理清晰, 排版符合要求, 无错字、错局和错误的标点符号;	每发现一个错字、错局或错误标点扣 0.5 分, 扣完为止;	2.5	
平面表现 (40分)	文案工作	能够运用合理的新闻和广告语言传达项目卖点, 文案中无不符项目、公司信息, 无违法《广告法》内容, 无错字别字;	按时完成, 无错误, 发现一次错误扣 3 分;	15	
	设计工作	设计工作符合视觉运用环境要求, 卖点突出, 视觉影响力明显, 达到宣传效果, 设计中文案表达无误, 无不当措辞, 无触犯《广告法》条例, 无错误销售表现要素。	按时间节点完成, 无错误, 发现 1 次错误扣 3 分;	15	
	出稿数量及中稿率	能够提供多种创意角度的视觉表现画面及稿件数量, 且保证出街画面的中稿率。	按时间节点完成, 出稿数量少且中稿率低的扣 2 分;	10	
稿件质量 (20分)	出稿数量	微信推文累计出稿数量高, 且出稿品质佳。	月度推文累计出稿数量最少的扣 5 分;	10	
	点击量	能够运用生动有趣、具有吸引力及冲击力的文字语言及画面配合, 卖点突出, 推文点击量高。	月度推文累计点击量最少的扣 5 分;	10	
推广策略 (20分)	项目理解	熟悉我司项目, 熟悉产品特色和卖点, 熟悉公司品牌及发展历程和方向, 策划报告提交及时, 条理清晰, 分析合理, 符合项目和市场状况以及甲方要求, 可执行, 可操作, 有亮点; 推广工作计划性强, 均能按照计划执行; 报告无错字病句, 数据计算无错误。	保质保量提交, 无错误, 发现 1 次错误扣 1 分;	5	
	市场理解	熟悉市场和竞争项目情况, 了解政策及信息动态, 报告和会议提及中无对市场不熟悉之情况反映, 数据库整理完整, 无缺失数据;	对整体市场、区域市场及竞争对手充分了解;	5	
	公关活动	公关活动策划方案有新意, 可操作, 组织实施有序, 达到预期目的和效果。执行环节与活动执行公司充分沟通, 做好事前充分准备, 现场无不良事件发生, 各项物料质量良好, 无损害, 活动衔接无错误, 现场管理无混乱。	如因事前沟通不及时、不充分, 出现重大失误, 一次扣 1 分;	5	



听海林居项目广告策划公司服务商采购

	媒体渠道	媒体计划符合甲方要求，认真考虑媒体平衡，严格控制费用，积极配合处理媒体负面报道的事宜。	每月 25-30 日提交下月媒体计划，如未提交扣 1 分；	5	
加分项目 (5分)	爆款推文	微信推文内容生动有趣、引人入胜，画面创意新颖、主题卖点突出，单篇点击量高。	以篇计算，单篇点击量月度累计 2000 次以上的，每篇奖励 1 分；	3	
	嘉奖行为	值得表扬或嘉奖的其他行为如配合协助我司展会、公关活动等加班行为方面。	以次计算，一次 0.5 分；	2	
其他扣分 (5分)	对外发布	如对外发布的广告如报广、户外、网络等，发布后如存在重大错误，除进行正常扣分外，将进行额外处罚；	详见备注	5	
<b>综合评语</b>			<b>评分人签字</b>	100	