

# 公开竞争性谈判 采购文件

项目名称：2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服  
务项目

采 购 人：深圳出版集团有限公司

地 址：深圳市福田区皇岗路深业上城 B 座 2801 号

邮政编码：518000

电 话：13691669369

联 系 人：程晓杰

# 目录

<b>第一章 采购公告 .....</b>	<b>1</b>
一、项目需求 .....	1
二、项目限价 .....	2
三、供应商资格要求 .....	2
四、公告期限 .....	2
五、获取采购文件时间及方式 .....	2
六、采购信息发布方式 .....	3
七、递交响应文件时间及方式 .....	3
八、采购项目联系人信息 .....	3
<b>第二章 供应商须知 .....</b>	<b>4</b>
一、响应文件的编制要求 .....	4
二、响应文件的编制 .....	5
三、响应文件的递交 .....	5
四、评审标准 .....	6
五、供应商响应无效的情形 .....	11
六、推荐成交候选供应商 .....	11
七、合同授予 .....	12
<b>第三章 文件格式 .....</b>	<b>13</b>

# 第一章 采购公告

深圳出版集团有限公司就 2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服务项目 进行采购，欢迎符合资格的供应商参与本次采购活动。

## 一、项目需求

(一) 项目名称：2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服务项目。

(二) 采购单位：深圳出版集团有限公司。

(三) 项目服务内容：

为 2025 南国书香节暨第七届深圳书展提供新媒体宣传服务，具体如下：

1. 城市生活方式媒体宣传投放。选取聚焦深圳城市生活方式的媒体发布深圳书展现场活动内容，完成图文、视频采编制作，具体如下：

(1) 提供第七届深圳书展现场文字、图片采编服务，在深圳城市生活方式相关微信公众号平台提供头条编辑发布推文 1 次。

(2) 提供第七届深圳书展现场视频采编服务，在微信视频号编辑发布短视频 1 次，抖音平台转发一次。

(3) 分发内容到至少 2 个其他社交媒体渠道（包括但不限于小红书、微博、社群等）。

2. KOL 流量达人合作。选取用户总量较大、活跃度较高的新媒体平台（如小红书、抖音、视频号等），与一系列平台 KOL 流量达人合作产出并发布深圳书展宣推图文、视频内容，具体如下：

(1) 统筹对接 30 位及以上符合项目要求的抖音、小红书、视频号等平台本地相关自媒体博主，总计发布分发合计 60 条以上第七届深圳书展逛展探店类图文、视频内容。

(2) 安排专人统筹服务，根据要求统筹规划拍摄宣传排期、现场统筹监督拍摄、对接具体内容制作包括创意策划、视频脚本、现场拍摄、内容修改、审核发布等相关工作；确保所有内容在约定时间内完成发布。

## **二、项目限价**

本次采购项目限价为 13 万元（含税），包含技术服务费、制作费、税费等项目服务相关全部费用。

## **三、供应商资格要求**

(一) 在中华人民共和国境内注册且具有独立法人资格；

(二) 没有被列入“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))的“严重失信主体名单”、“重大税收违法失信主体名单”和“失信被执行人”的情况，无严重违法失信记录；

(三) 没有被列入深圳出版集团有限公司供应商黑名单

(四) 不接受个人响应；

(五) 单位负责人为同一个人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加本项目的招标采购活动。

## **四、公告期限**

2025 年 10 月 28 日-2025 年 10 月 30 日(根据实际调整时间)

## **五、获取采购文件时间及方式**

(一) 领取时间: 2025 年 10 月 28 日-2025 年 10 月 30 日(根据实际调整时间)

(二) 获取采购文件的方式：自行下载。

## 六、采购信息发布方式

市属国企阳光采购服务平台和深圳出版集团公司官网同步发布采购公告。

## 七、递交响应文件时间及方式

(一) 递交响应文件截止时间: 2025 年 10 月 31 日上午 09: 00  
(根据实际调整时间)

(二) 递交响应文件地点: 深圳市福田区皇岗路深业上城写字楼 B 座 2801 号深圳书城文化(集团)有限公司营销中心。

(三) 递交要求: 邮寄或直接递送。供应商需递交一份响应文件, 响应文件递交时需密封(加封条盖公章), 密封袋上应**写明联系人、联系方式及联系邮箱(便于通知谈判时间)**。对于未按时递交响应文件或者响应文件的密封性及完整性存在问题, 视为供应商不参与本项目。

## 八、采购项目联系人信息

(一) 联系人: 程晓杰

(二) 联系电话: 13691669369

(四) 联系地址: 深圳市福田区皇岗路深业上城写字楼 B 座 2801 号

深圳出版集团有限公司

2025 年 10 月 24 日

## 第二章 供应商须知

### 一、响应文件的组成

（一）供应商营业执照；

（二）其它资格证明材料（如有，按第一章采购公告“供应商资格要求”提供）；

注：提供供应商在信用中国网站没有被列入的截图，其中“失信被执行人”会跳转到中国执行信息公开网查询，加盖公章。注意是提供查询截图，非信用信息报告，截图时还应包含电脑显示时间；



（三）法定代表人（负责人）身份证明书与身份证复印件；  
如非法定代表人（或非负责人）作为供应商代表的，则需同时提供法定代表人（负责人）授权委托书与委托代理人身份证复印件；

（四）报价函；

（五）服务方案；

（六）供应商近三年同类项目业绩情况，并填写业绩一览表；

(七) 供应商认为需要提供的其他资料;

供应商在评审过程中作出的符合采购文件要求的澄清、说明和补正, 均为响应文件的组成部分。

上述响应文件均需加盖响应单位公章, 未加盖公章的, 认定资格审查不通过, 采购人不再邀请进行采购协商评审。

## **二、响应文件的编制**

响应文件需准备 1 份正本, 2 份副本, 以及电子文件 1 份(电子文件: 是指将按招标文件要求签署、盖章后的正本投标文件扫描成 PDF 格式后拷贝至无病毒无密码的 U 盘。若电子文件与正本不符, 以正本为准)。

(一) 正本和副本分别装订成册, 响应文件正本应加盖公章(多页加盖骑缝章), 响应文件的副本可采用正本的复印件。

(二) 每份响应文件的封面要明确注明“正本”或“副本”字样, 同时注明项目名称、供应商名称、日期并加盖公章。

(三) 若正本和副本有差异, 以正本为准。

(四) 响应文件必须密封包装: 电子文件应单独密封在一个信封, 在信封上注明“电子文件”, 所有响应文件一起密封包装在封套里。

## **三、响应文件的递交**

(一) 递交方式: 纸质文件, 专人或快递形式送达。

(二) 递交时间: 2025 年 10 月 31 日 09:00 前。

(三) 递交地点: 深圳市福田区皇岗路深业上城写字楼 B 座 2801 号深圳书城文化(集团)有限公司营销中心。

## 四、评审标准

### （一）资格评审

谈判小组于 2025 年 11 月 3 日 10:00 开启响应文件进行资格评审（根据实际调整时间）。参与竞争性谈判的供应商数量须为 2 家以上，若出现参与谈判的供应商数量不足的情况，我方可以根据实际情况对响应文件截止提交日期进行适当延长。

通过资格审查的供应商才能进入现场谈判环节。

### （二）现场谈判

1. 完成资格审查后组织谈判，现场谈判时间一般安排在资格评审结束后 3 天内进行（根据实际调整），具体谈判时间、地点以采购人通知为准。

2. 供应商委派参加谈判的人员为法定代表人（或其授权代表），拟派现场项目经理必须到场。参加现场谈判人员须持本人有效身份证明按时到达指定地点进行谈判。不参加或参加人员不符合要求的视为放弃谈判，属无效响应。

3. 采购人逐一与供应商就价格、服务方案、拟派驻团队要求等内容进行谈判，采购人可根据谈判实际情况提请供应商对响应文件进行修改和补充。

4. 供应商根据谈判情况可对原响应文件进行修改，采购人将对谈判过程和重要谈判内容形成记录，供应商代表签字后作为评审的依据。

5. 供应商代表在谈判中做出的承诺构成响应文件的组成部分，且组成部分具有同等效力。所有参与谈判的供应商应在谈判后的 3 日内就谈判过程中响应文件的修改内容进行盖章确认并提交相应盖章文件，逾期未提交的以首次提交的响应文件进行评审。



### （三）评审方法：综合评估法

响应文件满足采购文件的所有资格条件下，谈判小组与所有参与谈判的供应商进行谈判后，由谈判小组根据采购评审细则要求，结合供应商响应文件和谈判结果进行评分，最后选取综合评分最高的投标人为第一成交候选人。

### （四）评审细则

每个投标人的评标总得分  $FA = F1 + F2 + F3$ ，其中：F1 指价格项评审因素得分、F2 指技术项评审因素得分、F3 指商务项评审因素得分。

各项评审因素的设置如下：

价格项（ $F1 \times A1$ ）满分为 30.00 分

投标报价得分 = （评标基准价/投标报价）× 价格分值（注：满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。）最低报价不是中标的唯一依据。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

评分项	项目	分值	描述
价格部分	报价	30.00	根据响应单位提供的《报价表》，价格分采用低价优先法计算，即满足采购方案要求且报价最低的报价为评标基准价，其对应供应商报价得分为 30 分；其它竞价单位的价格分按照下列公式计算：其他报价得分=（评标基准价/投标报价）*30，计算过程及计算结果四舍五入保留小数点后两位。
商务部分	供应商 宣传能 力评估	20.00	一、投标人新媒体微信公众号粉丝量级评估（0-10 分） 1. 服务要求：投标人需提供微信公众号粉丝量截图。 2. 评分标准：

		<p>粉丝量在 100 万以上，得 10 分。</p> <p>粉丝量处于 50 万-100 万，得 5 分。</p> <p>粉丝量处于 10 万-50 万，得 3 分。</p> <p>粉丝量在 10 万以下，不得分。</p> <p>二、投标人爆款推文创作能力评估（0-5 分）</p> <p>1. 服务要求：投标人需提供推文后台数据截图和链接（链接可正常打开），后台数据要保证属实（提供承诺函），最多提供两篇。</p> <p>2. 评分标准：</p> <p>推文阅读量在 100 万以上的，提供一篇得 5 分。</p> <p>阅读量处于 50 万-100 万，提供一篇得 3 分。</p> <p>阅读量处于 10 万-50 万，提供一篇得 2 分。</p> <p>阅读量在 10 万以下，不得分。</p> <p>此项满分 10 分。</p> <p>三、其他宣传渠道及资源分发评估（0-5 分）</p> <p>1. 服务要求：投标人需提供包括但不限于小红书、微博、等其他渠道粉丝量截图。</p> <p>2. 评分标准：</p> <p>提供粉丝量 50 万以上的其他渠道，一个得 5 分，提供粉丝量 10 万以上的其他渠道，一个得 2 分，此项最多 5 分。</p>
	公司过往业绩	<p>10.00</p> <p>投标人供近三年内同类项目业绩情况，具有文化活动宣传等服务经验的，每提供一份得 5 分；满分 10 分。需提供采购合同关键页（关键页包含但不限于合同封面、服务内容页、服务人员页、双方盖章页），原件备查。未</p>

			提供或提供不符合要求的不得分。
技术部分	服务方案	40.00	<p>一、项目整体规划（10分）</p> <p>（一）评分内容：</p> <p>考察投标人提供的项目整体规划，包含以下内容：</p> <p>项目推进时间计划、项目实施计划、项目质量管理等</p> <p>（二）评分标准：</p> <p>方案包含以上三项内容得5分；包含以上二项内容得3分；包含以上一项内容得1分；其他情况不得分。</p> <p>在此基础上，根据方案响应情况进一步评审：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 方案内容全面、具体，可行性高，加5分；</li> <li>2. 方案内容较全面，可行性较高，加3分；</li> <li>3. 方案全面性、可行性一般，加1分；</li> <li>4. 方案不全，可行性低，不加分。</li> </ol> <p>二、平台运营方案（10分）</p> <p>（一）评分内容：</p> <p>考察投标人提供的平台运营方案，包含以下内容：</p> <p>抖音方案、小红书方案、视频号方案等</p> <p>（二）评分标准：</p> <p>方案包含以上三项内容得5分；包含以上二项内容得3分；包含以上一项内容得1分；其他情况不得分。</p> <p>在此基础上，根据方案响应情况进一步评审：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 方案内容全面、具体，可行性高，加5分；</li> <li>2. 方案内容较全面，可行性较高，加3分；</li> <li>3. 方案全面性、可行性一般，加1分；</li> </ol>

		<p>4. 方案不全，可行性低，不加分。</p> <p>三、达人邀约情况（20 分）</p> <p>（一）评分内容：</p> <p>考察投标人提供的达人邀约情况，包含以下内容：</p> <p>达人拟邀约名单、达人简介及粉丝量情况等（投标人提供名单包含平台名称、达人昵称、平台号等关键信息）</p> <p>（二）评分标准：</p> <p>邀请达人数量 30 位及以上（含 30 位）得 10 分；邀请达人数量 25 位及以上（含 25 位）得 5 分，25 位以下不得分。</p> <p>在此基础上，根据达人粉丝量情况进一步评审：</p> <p>1. 达人中有粉丝量达 50 万以上的，一位加 2.5 分，最高可加 10 分。</p> <p>2. 达人中有粉丝量 10 万以上 50 万以下的，一位加 1 分，此条最高可加 5 分。</p> <p>（此项加分累计最高加 10 分，第一条加分优先）</p>
--	--	---

## 五、供应商响应无效的情形

- （一）逾期送达响应文件；
- （二）响应文件未按照采购文件要求签署、盖章的；
- （三）不具备采购文件中规定的资格要求的；
- （四）报价超过采购文件中规定的最高限价的；
- （五）供应商与采购人存在利害关系可能影响采购公正性的情况；
- （六）供应商负责人为同一人或者存在控股、管理关系的；
- （七）供应商有串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为；
- （八）供应商响应文件未注明项目现场负责人的；
- （九）供应商不参加谈判或参加人员不符合要求的；
- （十）供应商未提供信用中国查询截图，仅提供信用信息报告的；
- （十一）“信用中国”网站截图显示查询日期早于采购公告公布之日或无日期的；
- （十二）法律、法规和采购文件规定的其他无效情形。

## 六、推荐成交候选供应商

（一）评审完成后，谈判小组基于评分细则计算出最终综合得分，形成评审报告，按照得分由高到低的顺序，推荐综合得分最高的供应商为第一成交候选供应商。

（二）候选成交供应商履约能力核查无误后，将在深圳出版集团官网、深圳阳光采购平台公示成交结果。供应商或者其他利害关系人对成交结果有异议的，应当在候选成交供应商公示期间提出。

## 七、合同授予

（一）在响应有效期（自递交响应文件截止之日起 60 个日历日）内，采购人向成交供应商发出成交通知书。

（二）采购人和成交供应商应当在成交通知书发出之日起 30 日内，根据采购文件和成交供应商的响应文件订立书面合同。

（三）成交供应商无正当理由不与采购人订立合同，在签订合同时向采购人提出附加条件，采购人有权取消其中选资格，并从候选中选单位中重新选定供应商，并签订合同。

（四）成交供应商不得随意更换项目团队成员，如确实不得不更换，须事先与采购人沟通，且所更换的人员从业资格和经验不得低于中标承诺条件，采购人同意后方可实施。

# 第三章 文件格式

附件 1:

## 报价函

深圳出版集团有限公司:

针对 2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服务项目，我单位报价如下:

项目名称	服务期限	报价 (单位: 元)	备注
2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服务项目	自签订合同之日起，至所有新媒体宣传服务落地、约定服务时限到期为止。		

报价单位名称: ( 盖公章 )

报价日期:

附件 2:

# 法定代表人（负责人）身份证明书

单位名称: \_\_\_\_\_

地 址: \_\_\_\_\_

负责人姓名: \_\_\_\_\_ 职务: \_\_\_\_\_

身份证号码: \_\_\_\_\_

本证明书仅用于本单位签署 2025 南国书香节暨第七届深圳书展新媒体宣传服务项目 的响应文件、签订合同和处理与之有关的一切事务。

特此证明。

供应商(公章): \_\_\_\_\_

日 期: \_\_\_\_\_

附：负责人身份证复印件（正反面）。



附件 4:

## 法定代表人（负责人）授权委托书

（适用于有委托代理人的情况）

本人\_\_\_\_\_（法定代表人/负责人姓名），身份证号码：\_\_\_\_\_，  
系\_\_\_\_\_（供应商名称）的负责人，现授权委托\_\_\_\_\_（姓名）身  
份证号码：\_\_\_\_\_为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签  
署、澄清确认、递交、撤回、修改2025 南国书香节暨第七届深圳书展新  
媒体宣传服务项目的响应文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由  
我方承担。

委托期限：自本委托书签署之日起至2025 南国书香节暨第七届深圳  
书展新媒体宣传服务项目签订采购合同之日止。

代理人无转委托权。

供 应 商（公章）：\_\_\_\_\_

负 责 人（签名）：\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_\_

附：委托代理人身份证复印件（正反面）。