# 《节水与水资源管理宣传》项目附件：

## 一、采购项目技术要求

1. **项目内容**
2. 在广佛地铁（佛山段）人流量最大的两个站厅开展节水宣传，宣传周期不少于60天，含广告的设计和制作；
3. 本项目相关设计版权及成果原件提交采购人，以便采购人用于其他形式的节水公益宣传（节水宣传设计需有佛山特色，不得与现有节水宣传设计高度雷同，成交供应商承担涉及设计版权相关的侵权风险及应诉）；
4. 对我市重点用水监控单位开展3场节水培训，培训场地安排在酒店会议室举行（具体时间和地点以采购确认为准），每场培训会期半天，每场培训人数约50人，不提供用餐服务，采购人提供工业节水技术方面专家，相关会场租赁费用及专家费用等由成交供应商承担。
5. **服务要求**
6. 成交供应商应认真办理采购人委托的事项，在接到采购人需求后，积极与采购人沟通，积极响应、密切配合，以确保项目的顺利、有效开展。
7. 成交供应商所提供的服务方案须经采购人确认后方可组织实施。
8. 所有与项目相关的对外发布资料，成交供应商均须按采购人核准的内容发布；否则，因此而引起的责任和纠纷由成交供应商承担。
9. 成交供应商应安排相应的项目专案小组，便于与采购人就项目细节等方面进行适时沟通联系。
10. 成交供应商必须遵照采购人的管理及安排，所有的服务必须达到采购人的标准要求，随时配合采购人的调度及工作安排。
11. 成交供应商须拥有足够的人力、物力、财力、机械设备和技术能力等资源，保证按质按量完成采购人委托的业务。
12. 成交供应商如有其它方案和建议，应提前与采购人商议，并提供详细可行的操作方案与材料，以便采购人决策。
13. 培训活动组织必须有相关的现场应急方案，确保培训工作有序进行。
14. 活动结束后，成交供应商须安排相应的工作人员将所有设备物资全部撤场，并负责场地的清理工作。
15. **知识产权及版权声明**
16. 成交供应商需应采购人要求提供关于本项目所有设计方案和照片，采购人拥有在日后宣传、展览及推荐实施等权利。
17. 本合同项目成果（包括但不限于设计宣传方案、照片、视频、推文）的全部权利，包括但不限于知识产权，归采购人所有。
18. 成交供应商保证所提交的设计策划方案不会侵犯任何其他人的知识产权（著作权、商标权、专利权）等。若发生由此造成的任何纠纷，一切法律责任及给采购人造成的损失均由成交供应商承担。
19. 采购人对本项目具有最终解释权。

## 二、采购项目商务要求

| **序号** | **商务条款** | **要求** |
| --- | --- | --- |
| 1 | 采购项目预算金额 | 详见《磋商邀请函》。 |
| 2 | 报价要求 | 1.报价方式为广东省佛山市目的地交付价。  2.磋商报价指供应商为完成本项目所收取的全部费用，包含但不限于以下费用：【成本费、劳务费、交通费、场地费、税金（全额含税发票）、雇员费用以及项目实施过程中其它应预见和不可预见费用等完成本招标项目、达到采购人目的的一切费用及企业利润。】  3.供应商须考虑本项目在实施期间的一切可能产生的费用。  4.报价（含初次报价、最后报价）不得高于本项目的招标项目预算金额，否则视为无效报价，作无效响应处理。 |
| 3 | 服务时间 | 合同签订之日起至2021年12月30日完成项目内容。 |
| 4 | 服务地点 | 采购人指定地点。 |
| 5 | 人员要求 | 1.成交供应商须按其响应文件中承诺提供的项目组人员必须按要求投入到本项目中，在合同期内不得擅自更换。成交供应商如因工作安排或其它原因，需要更换项目组人员时，应事前向采购人提出书面申请，未经采购人同意，不得更换人员。  2.如成交供应商未经采购人书面同意擅自更换项目组人员，除须按采购人的要求对人员作出调整外，还须交纳违约金。累计达4次后，采购人有权终止合同，由此引致的经济损失，成交供应商须全额赔偿，采购人保留追究成交供应商相关责任的权利。  3.采购人有权以书面形式要求成交供应商更换不能按规定履行合同的人员。  4.即使是采购人要求或同意更换的人员，其代替人员的资质仍应得到采购人的认可，且其资历和经验均不低于被更换人员。由此而产生的费用由成交供应商承担。  5.成交供应商对其雇员的人身安全负全部责任。 |
| 6 | 验收要求 | 根据采购人单位内部要求进行验收，费用由成交供应商支付。 |
| 7 | 付款办法 | 1.合同款项支付阶段和比例如下：  1）合同生效后，支付合同款的50%；  2）服务期结束且验收通过后付清余款。  2.结算方式：转账结算（银行转账）。  3.付款方：采购人；收款方：成交供应商。  4.开具发票：成交供应商收款时必须持有效发票。收款方、出具发票方、合同乙方均必须与成交供应商名称一致。  5.付款期间如因特殊情况需调整，由双方协商处理。 |
| 8 | 服务响应要求及售后服务要求 | 1.合同执行期间，成交供应商须提供常设每周7天×24小时服务专线和长期的免费技术支持。  2.对采购人的服务通知，成交供应商必须在接报后30分钟内响应，1小时内到达现场，2小时内处理完毕。  3.项目工作结束后，成交供应商须提供常长期的咨询及服务支持。 |
| 9 | 其他 | 详见“合同书范本”。 |

**三、评分标准**

1. **技术部分评审标准**

| **评审因素** | | **评分标准** | 满分值 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 《技术条款差异说明表》响应程度 | 能完全响应或优于得5分；有不能响应或负偏离项的，本项不得分。 | 5 |
| 2 | 对本项目的背景和工作内容的理解和分析 | 优：供应商对本项目的背景和工作内容的理解和分析准确，工作目标定位清晰，得5分；  良：供应商对本项目的背景和工作内容的理解和分析较准确，工作目标的定位较清晰，得3分；  中：供应商对本项目的背景和工作内容的理解和分析基本准确，工作目标定位基本准确，得1分；  差：供应商对本项目的背景和工作内容的理解和分析不到位，工作目标定位不准确或未提供相关介绍和分析，得0分。 | 5 |
| 3 | 宣传方案 | 根据各供应商策划及制定的合作方案（方案需列明推广发布的发布位置，投放形式，用于投放推送的预估花费及效果）进行评分：  优：合作方案具体、详细、可行、新颖且有创意，得10分；  良：合作方案较为具体、详细、可行，具有一定的创意，得7分；  中：合作方案简单、部分内容可行，得3分；  差：合作方案简单且不合理的，得1分；  注：没提供相关方案的本项不能得分。  **加分项：供应商能提供彩色宣传效果图的，得5分。** | 15 |
| 4 | 自身资源和合作资源 | 根据投标人自身资源和合作资源是否满足本项目的需要、资源是否丰富进行评价：  优：自身的社会资源满足本项目的需要，资源丰富，得10分；  良：自身的社会资源基本满足本项目的需要，资源较丰富，得7分；  中：自身的社会资源部分满足本项目的需要，资源较少，得4分；  差：自身的社会资源不能满足本项目的需要，资源缺乏，得0分。 | 10 |
| 5 | 整体实施执行方案 | 对供应商针对本项目需求及合作方案而制定的项目实施执行方案（包含但不限于方案内容呈现及布局、推广宣发、实施进度计划、组织培训会等）进行评分：  优：项目实施执行方案具体、详细、可行，有利于整体项目实施，得10分；  良：项目实施执行方案较为具体、详细、可行，基本有利于整体项目实施，得7分；  中：项目实施执行方案简单、部分内容可行，得4分；  差：项目实施执行方案简单且不合理的，得1分；  注：没提供相关方案的本项不能得分。 | 10 |
| 6 | 人力资源配置 | 对各供应商拟投入本项目的项目团队进行评价：  优：供应商拟投入本项目的项目团队岗位设置准确，职责设定明晰，人员配备充足，管理人员资历丰富且有相关经验，得5分；  良：供应商拟投入本项目的项目团队岗位设置较准确，职责设定较明晰，人员配备较充足，管理人员资历较丰富，得3分；  中：供应商拟投入本项目的项目团队有基本的岗位设置和职责设定，人员配备基本合理，得1分；  差：供应商未对拟投入本项目的项目团队进行具体描述或未提供相关方案，得0分。 | 5 |

1. **商务部分评审标准**

| **评审因素** | | **评分标准** | 满分值 |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 《商务条款响应表》响应程度 | 能完全响应的得3分；有不能响应或负偏离项的，本项不得分。 | 3 |
| 2 | 同类项目业绩 | 2017年1月1日至今（以合同签订时间为准）承接过的同类项目业绩的：  1.每提供一个与地铁站厅、站台、列车等媒体方式宣传项目的，得5分；  2.每提供一个与公共交通媒体方式（除地铁站厅、站台、列车等媒体方式）宣传项目的，得2分；  3.本项最高得20分。  注：提供合同复印件和现场宣传图片并加盖公章。如合同中无法反映项目内容，须提供委托方出具的证明函原件并加盖委托方单位公章，否则该项业绩不纳入评分计算；供应商提供的合同是否属于类似项目业绩以磋商小组认定为准。 | 20 |
| 3 | 授权证明 | 供应商获得广佛地铁线相关媒体宣传授权的，得5分。  注：提供授权证明材料复印件加盖公章。 | 5 |
| 4 | 企业综合实力 | 对各供应商的企业综合实力（包括企业声誉、信誉、获奖情况等）进行评价：  优：企业综合实力强，获得的企业声誉、信誉、获奖等证书多，得5分；  良：企业综合实力较强，获得的企业声誉、信誉、获奖等证书较多，得3分；  中：企业综合实力一般，有相关的企业声誉、信誉、获奖等证书，得1分；  差：企业综合实力差，无提供任何证书的，得0分；  注：在响应文件中提供相关证明材料复印件并加盖公章。 | 5 |
| 5 | 服务响应能力 | 对各供应商的服务响应速度及服务机构便捷程度进行评价：  优：服务响应速度快，服务机构便捷，得7分；  良：服务响应速度较快，服务机构较便捷，得5分；  中：服务响应速度一般，服务机构相对便捷，得3分。  差：服务响应速度慢，服务机构不便捷，得1分。  注：需提供供应商服务机构的营业执照（如为服务点，则须相关证明材料）。 | 7 |
| **注：**证明材料均为复印件或扫描件或打印件，并加盖单位公章。 | | | |

1. **价格部分评审标准**
   1. 经磋商小组审核，满足磋商文件要求且最低价者定为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按下列公式折算递减。即：

其他磋商报价得分 = （磋商基准价÷评审价格） × 价格部分分值

（评审价格、评标基准价均精确到两位小数）