## 第二章 招标项目需求

### 一、对通用条款的补充内容

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **内 容** | **规 定** |
| 1 | 联合体投标 | 见《招标公告》中“投标人资格要求”部分的相关内容 |
| 2 | 投标有效期 | 120日历天（从投标截止之日算起） |
| 3 | 投标人的替代方案 | 不允许 |
| 4 | 投标文件的投递 | 本项目实行网下投标，按照招标文件的要求提交纸质文件正本1份，副本4份，电子文件1份（WORD和PDF格式电子文档各1份）电子文档要求U盘，PDF格式有签字盖章，不留密码，无病毒，不压缩，密封提交，所有应答文件应于递交截止时间之前送达招标文件规定的地址。 |
| 5 | 履约保证金 | \_\_\_\_\_万元或合同金额的\_\_\_\_\_%，缴纳方式： |
| 6 | 中标服务费 | 根据“深圳市财政委员会关于规范深圳市社会采购代理机构管理有关事项的补充通知（深财购[2018]27号）”的规定执行。招标代理服务收费以中标/成交通知书公布的中标金额为计算基准，按差额定率累进法计算，作为招标代理服务费。低于人民币陆仟元的，按陆仟元计取。 |

备注：本表为通用条款相关内容的补充和明确，如与通用条款相冲突的以本表为准。

### 二、实质性条款

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 具体内容 |
| 1 | 完全满足本项目服务期限的要求。 |
| 2 |  |
| …… |  |

注：上表所列内容为不可负偏离条款

### 三、项目概况

（一）预算金额： 人民币伍拾万元（¥500,000.00），最高投标限价：人民币伍拾万元（¥500,000.00）

（二）项目概况：按照王伟中同志2022年2月19日对深圳口岸“在更高起点、更高层次、更高目标谋划推进深圳口岸综合改革，推动口岸事业高质量发展，更好地服务深港合作，为深圳“双区”建设、“双改”示范等重大国家战略加快落地落实作出新的更大贡献，以实际行动迎接党的二十大胜利召开”的批示精神，为用足、用好深圳口岸作为深圳“城市名片”的天然资源，充分发挥深圳口岸广告工作潜能，服务深港合作，体现口岸综合改革推进成效，向全社会展示深圳口岸高质量发展良好态势，以打造国际一流口岸为目标，拟针对目前深圳陆路口岸广告杂、乱、差、内容与表现形式严重影响口岸形象、经济效益低等系列问题，对深圳陆路口岸的色彩、亮化、广告设施、商业氛围营造进行统一规划、统一设计、统一施工、统一运营，高起点、高标准、整体性规划设计，全面优化口岸广告空间布局，提升资源规划配置效率，研究制定口岸广告运营的竞争机制（至少2-3家企业集团竞争运行），以考核选优汰劣，取得高资源汇报，达到社会效益和经济效益的统一，以弥补我市财政资金不足。提高口岸广告政治、社会和经济效益，真正发挥口岸广告资源应有的效果和作用。

鉴于广告设置和运营全过程研究咨询不同于城市规划和市政设施设置咨询，专业门槛较高，需专业广告公司实施，拟建立研究咨询项目——“深圳陆路口岸广告设置规划和视觉重构规划设计服务全过程等顶层策略研究”，费用控制在50万元人民币以内，采取公开招标方式。研究咨询成果将用于七个陆路口岸广告设置规划和视觉重构规划设计的招标、规划、设计、施工及运营全流程。

### 四、项目技术要求

**A.服务要求**

成果材料标题：《深圳陆路口岸广告设置规划和视觉重构规划设计服务全过程等顶层策略研究》

**（一）宏观分析：深圳口岸广告宏观发展背景分析**

1、国家口岸发展“十四五”规划、深圳市“十四五”规划涉及口岸广告分析；

2、粤港澳大湾区发展规划纲要涉及口岸广告分析；

3、香港“两城三圈”战略涉及口岸广告分析。

**（二）调研勘察：调研深圳七个陆路口岸视觉载体现状及存在问题**

建立高水平团队，通过对深圳七个陆路口岸现有视觉载体及可利用视觉资源现场踏勘分析，明确深圳七个陆路口岸各类型视觉载体发展的阶段，得出未来口岸广告业可利用视觉资源载体发展方向。包括以下基础项目：

1、深圳口岸视觉载体概况；

2、深圳口岸视觉载体发展现状；

3、深圳口岸视觉载体空间格局及分布特征；

4、深圳口岸视觉载体供需特征（含受众分析）；

5、深圳口岸视觉载体运营特征预判；

6、口岸色彩、亮化、广告设施、标牌及与口岸导视系统、商业氛围现状融合方面存在问题分析。

**（三）顶层设计：深圳陆路口岸广告设置规划和视觉重构顶层设计**

1、指导思想；

2、规划范围；

3、规划依据；

4、规划原则；

5、总体规划（含使用安全规划）；

6、修建性详细规划设计的范围及内容；

7、编制招投标用的项目需求书；

8、规划设计费测算；

9、实施工程费用评估；

10、未来十年口岸广告收益预估；

11、规划设计及施工运营模式比较研究；

12、口岸广告运营的竞争机制研究（至少2-3家企业集团竞争运行）。

（四）附件——节点控制方案：深圳陆路口岸广告设置规划和视觉重构时间节点控制明细表。

（五）附件——立项呈批材料：根据我办评审最优的规划设计及施工建设运营模式，编制深圳七个陆路口岸广告设置规划、设置标准和视觉重构规设计项目《立项报批材料》。

（六）附件——系列招标文件：撰写深圳七个陆路口岸广告设置规划、视觉重构规设计、建设运营项目《招标文件》和《项目需求书》。

**B.成果文件及验收**

（一）成果文件：乙方所提供的咨询成果由文本纸质版和可编辑的电子版组成，必须图文清楚、图面清晰、版式完整、签署齐全。成果提交期间，乙方须提供：

1、初 稿：打印版6套、电子版1套；

2、征求意见稿：打印版16套、电子版1套；

3、评审稿：打印版16套、电子版1套；

4、终 稿：打印版6套，电子版1套。

（二）验收方式：乙方配合成果制作展示PPT，甲方内部会议评审初稿、征求意见稿、评审稿、终稿。

### 五、项目商务要求

（一）服务期限：2022年5月15日前完成

（二）付款方式：以合同签订为准

（三）质量考核验收标准及违约金

1.质量考核验收标准：以合同签订为准

2.违约金：以合同签订为准

### 六、投标报价

1.本项目服务费采用包干制，应包括服务成本、法定税费和企业的利润。由企业根据招标文件所提供的资料自行测算投标报价；一经中标，投标报价总价作为中标单位与采购人签订的合同金额，合同期限内不作调整。

2.投标人应根据本企业的成本自行决定报价，但不得以低于其企业成本的报价投标；评标时，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，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；投标人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。

3.投标人的投标报价，应是本项目招标范围和招标文件及合同条款上所列的各项内容中所述的全部，不得以任何理由予以重复，并以投标人在投标文件中提出的综合单价或总价为依据。

4.除非政府集中采购机构通过修改招标文件予以更正，否则，投标人应毫无例外地按招标文件所列的清单中项目和数量填报综合单价或总价。投标人未填综合单价或总价的项目，在实施后，将不得以支付，并视作该项费用已包括在其他有价款的综合单价或总价内。

5.投标人应充分了解项目的位置、情况、道路及任何其他足以影响投标报价的情况，任何因忽视或误解项目情况而导致的索赔或服务期限延长申请将不获批准。

6.投标人不得期望通过索赔等方式获取补偿，否则，除可能遭到拒绝外，还可能将被作为不良行为记录在案，并可能影响其以后参加政府采购的项目投标。各投标人在投标报价时，应充分考虑投标报价的风险。