

中国重汽豪曼汽车 2026 年度抖音平台账号运营及矩阵建设项目

标 书

招标单位：中国重汽集团福建海西汽车有限公司

2026 年 3 月

第一部分 招标公告

一、项目名称

项目名称：中国重汽豪曼汽车 2026 年度抖音平台账号运营及矩阵建设项目。

二、招标内容

中国重汽豪曼汽车 2026 年度官方抖音账号运营及经销商账号矩阵建设，具体包括提出运营策略和传播方案、策划并制作短视频和直播项目、粉丝运维管理、营销线索管理、数据分析复盘等，以及经销商月度短视频脚本和直播指导手册的提供、车型宣传视频素材提供、相关传播素材的设计等。

三、招标方式

公开招标，内部评标

四、开标时间

开标时间：2026 年 5 月 6 日 14:30 时（若有变动另行通知）。

五、开标地点

开标地点：重汽海西办公楼 213 会议室（若有变动另行通知）。

六、中标人数量

中标单位为 1 家。

第二部分 投标人须知

一、投标须知

1. 投标人须遵守《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国民法典》及其它有关的法律和法规；为中华人民共和国境内注册的独立法人机构，具有独立承担民事责任能力。公司成立两年以上（以营业执照成立日期到开标当日满两年为准），注册资金不低于 500 万元；公司需为一

般纳税人资格，经营范围满足招标项目需求；投标人须提供具有统一社会信用代码的三证合一的营业执照副本原件及复印件（加盖公章）。

2. 投标人须提供法人授权委托书原件（投标文件副本中可用复印件）及投标单位的法定代表人或授权代表的身份证原件及复印件（加盖公章），法人到场的，出具法定代表人资格证明文件。

3. 具有健全的财务会计制度，财务状况和市场行为良好，投标人三年内无违法及重大违规情况。没有处于被有权机关吊销营业执照、吊销资质、停业整顿、取消投标资格以及财产被接管、冻结或进入破产程序等。

4. 投标人没有被列入招标人处《黑名单》（《黑名单》指投标人与招标人在以往或正在进行的合作中，存在招标人认为的违反合同约定或违反法律法规等的失信行为）的证明原件。

5. 投标人近三年的公司财务报表（资产负债表、损益表、现金流量表）未显示异常的证明原件。

6. 投标人一旦参与投标，无论是否中标、是否签署合同，对获得的招标人商业信息（包括但不限于文字、图形、logo、商标、技术等所有信息资料）均不会用于本次投标项目以外事项，否则自愿承担一切责任。

7. 中标的投标人严禁弃标，弃标单位将进入中国重汽集团《违约单位名录》，禁止其参加中国重汽集团系统内所有单位招标。

8. 投标人应有商用车品牌社交平台官方账号运营经验，具有良好的风险应对能力，须认可招标人的工作指令，包括节、假日能正常开展工作的要求。

9. 本次招标项目不接受联合体投标。

10. 逾期的投标文件招标人不予受理。

二、终止招标

出现下列情形之一，招标人有权否决所有投标人的投标，并终止招标：

1. 符合条件的投标人或者对招标文件做实质响应的投标人不足三家的；
2. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
3. 经评标委员会评审，所有投标均不符合招标方要求的；
4. 因重大变故，采购任务取消的；
5. 招标人认为其他应终止招标的情形；

三、废标

投标人有下列情形之一，其投标将被视为废标，招标人将严格按照《中华人民共和国招标投标法》及相关法律、法规及规章制度的规定行使权利。投标人给招标人造成损失的，招标人有索赔的权利，投标人应予以赔偿。

1. 投标人提供的有关资格、资质证明文件不合格、不真实或提供虚假投标材料；
2. 投标人在报价有效期内撤回投标；
3. 在整个评标过程中，投标人有企图影响评标结果公正性的任何活动；
4. 投标人以任何方式诋毁其他投标人；
5. 投标人串通投标；
6. 以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取中标的；
7. 中标人不按规定签订合同；
8. 投标人负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位；
9. 投标人被举报、检举，并经招标方查实无误的。
10. 法律、法规规定的其他情况。

四、验收及违约责任交货期

1. 按照合同约定执行。
2. 合同以最终签署版为准。

五、付款方式

项目执行期间，招标人每季度对项目 KPI 完成情况进行考核，根据考核结果按季度支付部分费用，同时剩余费用根据整个项目完成情况进行支付，结算方式为商业承兑汇票。

六、投标报价

1. 经与招标人或其指派的答疑人员充分沟通确认基础上，由投标人在满足招标人所提出的、与本项目有关的所有费用，投标单位报价必须涵盖所有类目，否则为无效投标。

2. 视频制作、图片设计等相关知识产权归招标人所有，投标人与招标人应当互相保守双方的商业秘密。对提供的参数、技术指标、价格等技术资料，未经招标人书面许可，投标人不得泄露。

3. 所有报价货币单位均为：元（人民币），含税。如发生政策性税费降低，中标价格要进行相应调整。

七、中标人瑕疵滞后发现的处理原则

无论基于何种原因，各项本应作为拒绝处理的情形，即便未被及时发现或中标人隐瞒真实情况，而使该中标人通过了资格审核、初评、现场复审、终评或其他所有相关程序，包括已发布中标通知或已签订合同的情形，招标人均有权拒绝或取消中标人资格，一旦中标人被拒绝或该中标人此前的评议结果被取消，相关的一切损失均由该中标人承担。

八、最终解释权

本次招标最终解释权归中国重汽集团福建海西汽车有限公司所有。

第三部分 标的物介绍

一、项目名称

中国重汽豪曼汽车 2026 年度抖音平台账号运营及矩阵建设项目

二、项目目的

传播中国重汽豪曼汽车品牌，树立良好的品牌及产品形象，建设豪曼汽车传播矩阵、收集短视频平台营销线索。

三、服务期限

自签订合同之日起 12 个月

四、项目交付物

2026 年度豪曼汽车官方账号运营及经销商矩阵建设方案，包括但不限于年度账号运营策略、经销商账号分级建设机制、热点响应机制等内容。

(1) 官方账号运营（结算比例 55%）：

①运营数据管理，详细记录每月官号运营及绑定子母号的经销商账号的视频、直播的各项数据，包括但不限于发布数量、播放量、转赞评数量及留资等，并输出总结报告。（结算比例 5%）

②根据每月运营数据，同时结合互联网热点出具详细的可落地的年度及季度传播方案 1+4 套。（结算比例 5%）

③豪曼蓝 V 官方抖音账号视频拍摄与制作不少于 120 条，视频类型包括但不限于车型讲解、用车操作讲解、说车段子、热点二创、热门舞蹈、车主故事等。（结算比例 20%）

③项目期间每月策划不少于 2 场直播，全年不少于 24 场，以户外直播为主，绿幕直播为辅。（结算比例 15%）

④以长视频形式拍摄与制作 2 条品牌故事。（结算比例 10%）

(2) 经销商账号矩阵建设（结算比例 45%）：

①针对 40 家强势门店输出月度规划及总结报告，包括但不限于月度运营策略、月度执行规划、联合直播、上月执行分项总结及改善方案。（结算比例 10%）

②每月组织线上全国经销网络培训 1 次，全年度不少于 12 次，内容包含但不限于平台现状及发展规律普及、运营技巧培训、针对官方和终端个人 IP 号进行账号诊断、培训和扶持等。（结算比例 10%）

③豪曼经销商社群运营，运营内容包含每月的培训课后复习、拍摄及剪辑教程分享等，与培训课互相赋能。（结算比例 5%）

④每月输出门店账号视频脚本不少于 8 个，全年不少于 100 个，包含拍摄方向、创意内容、道具选择、音乐选择、出境人物、推流建议等。（结算比例 10%）

⑤每月提供门店账号视频切片素材不少于 8 个，全年不少于 100 个。（结算比例 10%）

五、项目 KPI 指标

(1) 每月运营数据总结报告 1 份（官号+经销商账号矩阵）。

(2) 年度传播方案 1 套，季度传播方案 1 套。

(3) 豪曼蓝 V 官方账号发布视频不少于 120 条，短视频均播放量不低于 3 万，均点赞量不少于 200。

(4) 每月直播 2 场，全年直播 24 场，每场观看量 >1.5 万次。

(5) 2 条品牌故事以视频制作验收表为准。

(6) 针对 40 家强势门店输出的月度规划及总结报告以每月开展的 1V1 经销商复盘会为准。

(7) 每月至少组织线上全国经销网络培训 1 次。

(8) 豪曼经销商社群运营以每月培训课后群内输出的总结性复习资料及相应的拍摄、剪辑教程为准。

(9) 每月赋能经销商的脚本及视频切片以群内发布为准。

(10) 抖音矩阵体系化至少打造 30 家标杆门店，抖音矩阵体系化累计直播场次不少于 6000 场次，累计总观看量不少 1000 万，累计营销线索不少于 7000 条。

(11) 持续搭建豪曼蓝 V 官方账号所有功能模块（比如：直播的小风车、粉丝群、产品链接等等），作品合集分类，粉丝群运营，产品线上展厅更新，持续搭建在线咨询及预约服务。

六、视频制作要求

(1) 视频格式：各式尺寸大小能够满足主流短视频平台上传的需求并支持不同格式的转换。

(2) 视频时长：包含但不限于适用主流短视频平台的 0-3 分钟视频。

(3) 品质要求：

①精度不低于 1080P

②尺寸 9：16 或 16：9（符合平台常规视频特点），根据甲方需求，在不同的传播平台上发布进行尺寸选择。

③深度植入甲方品牌及产品正面信息，有效表达产品优势。

④出镜至少 1 台甲方产品，多角度、内外、动静展示。

(4) 拍摄团队、设备及场地要求：

①导演及拍摄团队须至少拥有拍摄 10 支以上播放量超过 100 万的优质视频经验，多种视频类型，不限于剧情、口播、制作等类型；

②中标方根据脚本提供拍摄人员选择（3 个及以上）、脚本撰写及其他拍摄、剪辑需要的设备及服务；演员、服装、道具、场景等均需经招标方审核通过后方可出演及拍摄。

③专业配音人员，参与过 10 支以上优质视频配音；

④专业拍摄设备，包括但不限于单反全幅机、稳定器、航拍、专业收音设备、各类灯光等，多机位不少于 2 台设备拍摄，主光、辅光、背景光、顶光等布光需合理、美观。

(5) 报价需匹配展示对应品质样片，此样片将封样，后期执行以此为标准。

七、其他要求

(1) 月度计划：原则上中标方于每月 25 日前根据招标方要求提交次月计划，包括但不限于拍摄计划、视频剪辑计划、脚本计划、经销商培训计划、传播体系规划等系列化运作，经双方协商沟通确认后，中标方执行计划，招标方临时要求的除外。

(2) 视频及直播脚本撰写：要求脚本文案内容符合中国重汽企业形象和豪曼汽车产品的市场定位，有效凸显产品特色，具有较好的视觉吸引力、感染力，具有较强的互动性，能够给用户留下深刻的视觉印象。中标方提供的每个脚本具备创意且保证原创，避免抄袭，中标方须确保文案符合招标方要求，招标方视文案质量提出相应修改建议，中标方需在 1 日内完成；如修改后仍无法满足招标方要求，投标方须继续修改直至符合招标方要求。

(3) 剪辑周期：拍摄结束后 2 个工作日内需要向招标方提供视频剪辑初稿，招标方视视频质量提出相应修改建议，中标方需在 2 日内完成；如修改后仍无法满足招标方要求，中标方须继续修改直至符合招标方要求；如视频内容无法符合招标方要求，中标方须按招标方要求重新拍摄。

(4) 数量认定：海西公司销售部审核通过且发布记 1 条。

(5) 其他事项：

①项目使用的车辆由甲方提供，中标方承担因项目产生的油费、过路费、洗车费、停车费、违章费、乙方人员差旅等所有费用。

②投标者需向招标者提供至少2条关于中国重汽豪曼品牌短视频样品，方可参与本项目招标，所有样品均为无偿提供，且仅限应标条件，使用权归甲方所有。

八、验收

按照中国重汽集团福建海西汽车有限公司相关规定、要求进行验收。

第四部分 投标资料

一、纸质版资料规格

投标资料及招投标双方就投标交换的文件和来往函件，一律用A4纸规格打印文稿。同时，投标人还可在开标现场播放PPT、视频等相关资料。

二、投标资料主要内容

投标资料应当加盖投标人公章，正本一份，副本四份。投标文件按以下分为三类，分开分装，分开查验：

1. 资质文件（独立封装在一个档案袋，一式两份，正本一份、副本一份）

1) 投标公司单位简介（包含但不限于公司名称、成立时间、注册资本、公司在册员工人数（缴纳社保人员）、地址、主营业务介绍等）

2) 投标人基本情况表，附带投标人三证合一的营业执照副本复印件（加盖公章），原件备查；

3) 若是法定代表人参加，需有法定代表人身份证复印件（加盖公章），原件备查。若不是法定代表人参加，需有法定代表人授权委托书原件、法定代表人身份证及被委托人身份证复印件（均加盖公章），投标人或被委托人应提供授权委托书原件、身份证原件备查；

4) 企业完税证明复印件（加盖公章），原件备查；

5) 投标人近三年的公司财务报表（资产负债表、损益表、现金流量表）未显示异常的证明原件。

6) 企业服务业绩：提供相关服务业绩合同复印件；

2. 技术文件（独立封装在一个档案袋，一式四份，正本一份、副本三份）项目策划执行方案，包括针对招标文件技术要求提出的解决方案，明确项目推进进度及总体规划、具体实施、项目团队等。

3. 商务文件（独立封装在一个档案袋，一式五份，正本一份、副本四份）（格式详见附件 1）

三、投标资料要求

1. 资料文件正本用 A4 纸打印，须加盖投标人公章，并经法人代表或授权代表签署。投标资料的修改处须加盖公章。

2. 将文件密封在同一投标袋内，在封口处贴上封条，封条上须加盖公章，注明：

(1) 招标人：中国重汽集团福建海西汽车有限公司。

(2) 招标内容：中国重汽豪曼汽车 2026 年度抖音平台账号运营及矩阵建设项目。

(3) 投标人全称、联系人、联系电话。

(4) 法定代表人或授权代表签字。

四、投标资料的撤回

投标人撤回投标资料应以书面形式通知招标人，并应有投标人授权代表的签字和单位公章。

五、其他

1. 由于不可抗拒的原因，招标人对投标资料的遗失和损坏不负任何责任。

2. 招标结束后，中标方的样品封存，不予退还。

六、中标人瑕疵滞后发现的处理原则

无论基于何种原因，各项本应作为拒绝处理的情形即便未被及时发现而使该中标人通过了资格审核、初评、现场复审、终评或其他所有相关程序，包括已签订合同的情形，招标人均有权拒绝或取消中标人资格，一旦中标人被拒绝或该中标人此前的评议结果被取消，相关的一切损失均由该中标人承担。

第五部分 评标

1. 招标人将坚持“公开、公平、公正”原则，严格按照国家法律法规及公司规章制度要求，设立专家评审小组进行招标评审。

2. 采用多级评标模式。评审小组专家成员依据投标人的企业资质及服务业绩、运营策略及执行方案、服务保障等情况进行综合排序进行项目技术评分（评分标准见下表， ≥ 70 分进入商务标评议）并根据排序情况确定中标候选人，对未中标单位不做任何解释。

综合评分标准		
项目	描述	分值
企业资质及服务业绩	1) 提供投标人自 2019 年以来汽车行业官方抖音账号代运营案例，以合同复印件为准，每提供一份得 2 分，本项最高得 8 分。	20
	2) 提供投标人自 2019 年以来汽车行业经销商矩阵培训案例，以运营周期数据报告（脱敏处理）或培训课程为准，每提供一份得 1 分，最高得 8 分。	
	3) 投标人每提供 1 项行业内相关荣誉得 1 分，以奖项照片或荣誉证书复印件为准，本项最高得 4 分	
运营策略及执行方案	1) 运营策略及传播规划：能够出具年度和阶段性官方账号传播方案，内容包含但不限于官方账号的运营策略、短视频和直播规划等，思路清晰、丰富详实，精准契合中国重汽豪曼汽车需求并具有较强的可实施性得 8 分；方案笼统、借用既有素材过多或不能详细展现实施规划， 每有一项扣 2 分 ；没有逻辑，规划不合理的不得分，本项最高得 8 分。	60
	2) 短视频执行：满足项目 KPI 的前提下，能够充分考虑平台特性及市场趋势和行业动向，规划清晰的短视频执行方案，富有创意、特色、有引流措施且具有热点跟踪机制的，得 10 分；对于短视频规划不清晰，执行方案 每有一处不合理、不完善、无针对性扣 2 分 ，本项最高得 10 分。	

	<p>3) 直播执行：满足项目 KPI 的前提下，能够充分考虑平台特性及市场、行业动向，清晰规划日常直播执行方案，利用技术手段提升直播间观感，体现直播间搭建规划和引流措施的，得 8 分；对于直播规划不清晰，执行方案不合理、不完善、无针对性每有一处扣 2 分，本项最高得 8 分。</p> <p>4) 复盘与分析：较强的日常数据记录、整合和分析能力，对执行情况进行复盘，可以提供全面的账号运营总结框架且分析维度合理，拥有科学的数据获取途径，掌握竞品和汽车行业账号情况，为后续提升提供有利的参考，能够全部满足需求，得 8 分；对于复盘规划不清晰，不合理，数据获取途径不明确的每有一处扣 2 分，本项最高得 8 分。</p> <p>5) 经销商矩阵建设：提供针对重汽豪曼经销商账号矩阵建设（含短视频及直播两方面）的 30 天试运营方案，包含账号分级培训机制、区域个性化运营策略、话题串联及流量互导方案、标准化内容素材库建设方案等，方案完善、详实、清晰的，得 26 分；对于建设规划不清晰，执行方案不合理、不完善、无针对性的，每有一处扣 2 分，本项最高得 26 分。</p>	
服务保障	<p>1) 项目执行经理：提供完备的服务保障方案，其中项目执行经理具有汽车行业项目服务经验且熟悉平台运营规则，能够全面掌控整体项目运营得 5 分，无类似经验得 0 分。</p> <p>2) 团队分工：提供完备的服务保障方案，团队角色配置齐全，包含策划、编导、拍摄、剪辑、数据分析、培训师等角色，责任分工明确且合理，其中团队提供服务人员满足业务开展要求（标明专职或非专职），团队人员具备相应的专业经验，能够响应项目需求得 15 分；团队人员分工不合理或分工不明确，无法响应项目需求每有一项扣 3 分，本项最高得 15 分。</p>	20

3. 投标文件未密封或资料不完整、投标人对招标文件的实质性要求未做出全面响应、有迹象表明投标人串通投标、中标后无正当理由在规定的时间内不签订合同的、中标后不交纳履约保证金、投标人提供的投标文件弄虚作假及其它违反法律、法规规定情形的，视为无效投标。

4. 本招标文件的最终解释权归招标人，当对一个问题有多种解释时以招标人的书面解释为准。招标文件未做须知明示，而又有相关法律、法规规定的，招标人对此所做解释以相关的法律、法规规定为依据。

第六部分 中标

一、中标确认

中标后，招标人将发送《中标通知书》给中标人，中标人应在3个工作日内予以正式盖章确认，不能及时确认的，视为中标人弃标，招标人可按评标排名将未中标人递补为中标人，或者采取增补招标的方式重新确定中标人。

二、付款条件及付款方式

1. 原则上以每季度实际执行的KPI完成情况按比例进行结算。招标人（甲方）与中标人（乙方）签订服务合同后，乙方出具符合甲方要求的完整服务方案并完成执行。项目执行期间，招标人每月度对项目KPI完成情况进行考核，根据考核结果按季度支付部分费用，同时剩余费用根据整个项目完成情况进行支付。

2. 付款方式：KPI 核实验收合格后，乙方开具符合甲方要求的增值税专用发票，以季度商业汇票（包括银行承兑汇票和商业承兑汇票）方式付款给乙方指定账户。具体付款时间及方式，以双方签订的合同约定为准。

3. 因发票违规给付款方造成的增值税、所得税等损失，由开票方承担相关责任，包括但不限于税款、滞纳金、罚款及其他相关损失；

第七部分 其他

一、招标人的联系人信息

联系人：蒋文欣。

电子邮箱：728977225@QQ.com。

咨询电话：15620230297。

确定投标的投标人，应在开标 3 日前，将加盖投标人公章的《投标书》（资质文件）扫描后，通过电子邮件的方式发送至上述电子邮箱进行报名。未向上述电子邮箱发送电子邮件的，或者逾期发送电子邮件的，无投标资格。咨询电话仅作为本次招标业务咨询使用，不作报名使用。

同时，投标人应在开标 3 日前，缴纳保证金 10000 元，招标方将在 30 个工作日内将保证金无息原路返回至未中标单位，对于中标单位，该保证金在甲、乙双方签署合作合同之日起，30 个工作日内原路径全额无息退还。

保证金打款账户：

户名：中国重汽集团福建海西汽车有限公司

开户行：中国银行永安支行

账号：428658383219

附件一：投标函

投标函

_____ 公司（招标人全称）：

按照《中华人民共和国招标投标法》等有关法律规定，我们根据招标文件的要求，对 _____（项目名称）进行投标。由投标人 _____（全称）正式委托全权代表 _____（姓名、职务）提交投标文件正本一份，副本三份，并保证所提供的全部资料的真实性、准确性。

（1）如果我方的投标文件被接受，我方将履行招标文件中规定的每一项要求，并按我方投标文件中的承诺按期、保质、保量提供货物。

（2）我方理解，最低报价不是中标的唯一条件，你们有选择中标人的权利。

（3）我方已详细检查所有招标文件、附件以及所提供的参考文件等，因模糊和误解产生的一切后果，由我方自负。

（4）投标文件在公开报价后 90 天内有效。如果我方在规定公开报价后的有效期内撤回递交投标文件，将被没收投标保证金。

（5）我方同意招标人的要求，提供与递交投标文件有关的其他数据和资料。

（6）我方愿按《中华人民共和国民法典》履行自己的全部责任。

（7）我方若未成为中标人，招标人有权不做任何解释。

（8）我方同意按招标文件规定交纳投标保证金、中标服务费，遵守贵机构有关招标的各项规定。

（9）与本报价有关的所有往来信函，应按下列地址进行：

地址： _____ 邮政编码： _____

电话： _____ 传真： _____

电子信箱： _____

投标人全称： _____ 开户银行名称： _____

公章： _____ 银行帐号： _____

法人代表签字： _____ 开户行地址： _____

年 月 日

附件二：授权委托书

法定代表人授权委托书

中国重汽集团福建海西汽车有限公司：

_____（投标人名称）法定代表人_____授权我公司
_____（职务或职称）_____（姓名）为我单位本次投
标授权代理人，全权处理此次招标项目，投标活动的一切事宜。

委托期限：_____

全权代表无转委托。特此委托。

法定代表人身份证复印件（正面）

法定代表人身份证复印件（反面）

授权代理人身份证复印件（正面）

授权代理人身份证复印件（反面）

单位名称（公章）：_____

法定代表人签字：_____

授权代理人签字：_____

年 月 日

附件三、投标人基本情况表

投标方基本情况表

投标方名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电话		
	传真			网址		
组织结构						
法定代表人	姓名		职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间			员工总人数：_____人			
企业资质等级			其中			
营业执照号						
注册资金						
开户银行						
开户账号						
经营范围						
备注						

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期：_____年___月___日

注：本表应附带投标方营业执照副本及其年检合格的证明材料、组织机构代码证、税务登记证、质量体系认证证书等材料的复印件（加盖单位公章）。

附件四：报价一览表

报价一览表

项目名称：_____

项目编号：_____

投标方名称	
总报价	大写：_____元（人民币，含税） 小写：_____元（人民币，含税）
税点	
项目负责人	
交货期	
合理化建议及 优惠条件	
服务承诺	
对招标文件的 响应程度	完全认同
投标方现场 签字确认	

注：本报价一览表除在报价文件中装订外，还要单独装订密封两份，以方便公开报价。

投标方：（盖章）

法定代表人（委托代理人）：（签字）

日期：_____年___月___日

附件五、报价明细表

报价明细表

由投标单位根据其策划的项目方案明细编制清单并报价

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期： 年 月 日

注：

1. 本表中的总报价必须与《报价一览表》中的总报价一致。报价包含不含税金额、税率及价税合计金额。
2. 如上表中有关费用投标方免费提供，请注明"免费"字样。表格格式可根据需要进行扩展。

附件六、近三年类似项目业绩情况表

近三年行业类似项目业绩情况表

项目名称：_____

项目编号：_____

序号	项目名称	项目单位	签订合同时间	合同金额	合作单位 联系人	合作单位 联系方式

注：1、后附中标通知书或合同协议书。

2、近三年是指从开标当天向前推两年，精确到日。

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期：_____年___月___日

附件七、投标方财务状况表

投标方财务状况表

1、____年基本财务状况

资产总额	_____元	其中	固定资产	_____元
			流动资产	_____元
负债总额	_____元	其中	长期负债	_____元
			流动负债	_____元

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期：_____年__月__日

2、____年基本财务状况

资产总额	_____元	其中	固定资产	_____元
			流动资产	_____元
负债总额	_____元	其中	长期负债	_____元
			流动负债	_____元

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期：_____年__月__日

3、____年基本财务状况

资产总额	_____元	其中	固定资产	_____元
			流动资产	_____元
负债总额	_____元	其中	长期负债	_____元
			流动负债	_____元

投标方：（盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

日期：_____年___月___日

附：应附投标方近三年的财务报表：应附经会计师事务所或审计机构审计的财务会计报表，包括资产负债表、现金流量表、利润表等材料的复印件（加盖单位公章）。

附件九：封面格式（参考）

封面格式（参考）

<p>技术（商务）标书（正本）</p> <p>项目编号： 项目名称： 投标人名称（公章）： 地址： 电话： 传真： 邮编：</p>	<p>技术（商务）标书（副本）</p> <p>项目编号： 项目名称： 投标人名称（公章）： 地址： 电话： 传真： 邮编：</p>
<p>报价一览表</p> <p>项目编号： 项目名称： 投标人名称（公章）： 地址： 电话： 传真： 邮编：</p>	<p>电子版投标文件</p> <p>项目编号： 项目名称： 投标人名称（公章）： 地址： 电话： 传真： 邮编：</p>

封口格式：

.....于____年__月__日__时之前不准启封（公章）.....

