



重庆银行
BANK OF CHONGQING

项目名称：线上渠道联动营销一客户规模提升(2023年)

项目编号：CQBF23268

公开竞争性磋商文件

采购人：重庆银行股份有限公司(盖章)

二〇二三年十月

目 录

第一部分 公开竞争性磋商公告	2
第二部分 磋商须知	4
第三部分 服务要求	22
一、 服务内容	22
二、 服务时间要求:	22
三、 服务地点:	22
四、 对拟投入服务的人员配置、经验等方面的要求	22
五、 服务成果要求	22
六、 服务质量及验收要求	24
七、 售后服务要求	25
八、 付款方式	25
九、 其它要求	25
第四部分 合同条款（部分）	26
第五部分 响应文件格式	30
一、 响应函格式	30
二、 报价明细表格式	31
三、 法人营业执照复印件（加盖鲜章）	32
四、 法定代表人授权委托书格式	32
五、 商务技术偏差表格式	33
六、 响应保证金递交相关信息	34
七、 供应商的其他资料或承诺（如果有）	34
八、 电子文档（包含全套响应文件资料的	

第一部分 公开竞争性磋商公告

本项目已由重庆银行股份有限公司批准实施，采购人为重庆银行股份有限公司，资金来自自筹，项目预算为 260 万元，采购资金已落实，项目已具备采购条件。现对线上渠道联动营销一客户规模提升(2023年)进行公开竞争性磋商，现公告如下：

1、 项目编号：CQBF23268

2、 项目名称：线上渠道联动营销一客户规模提升(2023年)

服务内容：该项目拟结合微信银行粉丝运营、微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡等业务指标，针对微信银行、手机银行等线上渠道客户规模提升进行整体规划，包括但不限于定位分析、策略规划、渠道引流方案、系统对接、业务测试、权益采购、运营支撑、权益采购发放等。具体内容详见附件《线上渠道联动营销一客户规模提升（2023）项目业务需求》。权益须至少包含如下资源：

1) 微信立减金：10-100 元面值；

2) 银联代金券：10-100 元面值；

3) 美团代金券：10-100 元面值；

4) 微信立减金：10-100 元面值；

5) 京东 E 卡：10-100 元面值。

具体情况详见第三部分《服务要求》。

3、 服务要求

服务时间要求：自活动上线之日起两年。

服务地点：重庆银行。

4、 竞争性磋商文件的获取时间：从 2023 年 10 月 27 日 12 时 0 分到 2023 年 11 月 14 日 14 时 0 分；

5、 获取方式：凡愿意参加磋商的潜在供应商，从本公告发布之日起至竞争性磋商截止时间前，均可登录重庆银行官网（<http://www.cqcbank.com>）直接下载获取竞争性磋商文件、答疑等有关资料。在公告期间，各潜在供应商应随时关注网上发布的竞争性磋商文件答疑、补遗、澄清等文件内容，不管供应商是否下载，均视为已知晓竞争性磋商文件的全部内容和有关事宜。本项目不需要报名，直接递交竞争性磋商响应文件。

6、 采购响应保证金：人民币 43268 元，应于 2023 年 11 月 13 日 17:00 之前（此时间为到帐时间）递交到指定账户。

7、 响应文件递交方式：供应商需在磋商开始前现场递交响应文件。

8、 磋商开始时间：2023 年 11 月 14 日 14:30 时（北京时间）。

9、 磋商地点：重庆市江北区永平门街 6 号重庆银行 28 楼会议室

采购人：重庆银行股份有限公司

地 址：重庆市江北区永平门街 6 号

联系人：向文福

联系电话：023-63367107

邮 箱：360897936@qq.com

第二部分 磋商须知

一、项目名称

本次竞争性磋商项目为线上渠道联动营销一客户规模提升(2023年)。

二、采购范围及服务内容

- 1、服务内容：详见第一部分《竞争性磋商公告》。
- 2、服务时间：详见第一部分《竞争性磋商公告》。
- 3、服务地点：详见第一部分《竞争性磋商公告》。
- 4、具体服务内容详见本文件第三部分《服务要求》。

三、竞争性磋商供应商的资格

（一）在中国境内注册，具有独立法人资格（提供营业执照复印件并加盖供应商公章），本项目不允许联合投标。

（二）供应商未被“信用中国”网站列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单。（提供“信用中国”<http://www.creditchina.gov.cn> 网站查询结果，查询方式：进入信用中国网站 <http://www.creditchina.gov.cn>，右上角查询框中输入企业名字查询，在查询结果中找到对应企业，下载信用信息报告。

提示：下载的信息信用信息报告为 PDF 格式，名称为“法人和非法人组织公共信用信息报告”，右上角有二维码校验码。

查询生成时间：应当为本磋商文件发出之日至磋商截止日之间任意一天。

递交方式：将信用信息报告打印后放入磋商文件中密封提交。

（三）2020年1月1日至本磋商文件发出之日期间，供应商执行的合同金

额 200 万以上的银行业营销推广项目案例不少于 1 个。（项目服务内容包括“营销活动”“线上运营活动”“活动推广”“用户运营”“营销推广”“品牌宣传”“运营服务”“辅助营销”等关键字）。

证明材料：提供案例合同复印件并加盖XX（供应商或原厂）公章；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，参与磋商供应商还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定其实质性工作内容符合上述要求）。

案例的认定标准：合同名称或合同内容页中项目服务内容包括“营销活动”“线上运营活动”“活动推广”“用户运营”“营销推广”“品牌宣传”“运营服务”“辅助营销”等关键字），或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效案例，按相应规则计分。若案例中虽包含上述关键字，但评标委员会认定该案例与本项目无实质关联性，则视为无效案例，不予得分。

（四）项目人员的配置要求：

1、项目经理1名：具备5年（含）以上运营工作经验，至少实施过3个200万元的线上活动营销推广项目（提供项目经理简历并加盖供应商公章）。

2、运营人员不低于2名：具备3年（含）以上运营工作经验，至少实施过2个200万元的线上活动营销推广项目（提供运营人员简历并加盖供应商公章）。

3、项目开发人员不低于2名：具备3年（含）以上互联网开发工作经验（提供开发人员简历并加盖供应商公章）。

4、测试人员不低于2名：具备2年（含）以上测试工作经验，熟悉测试流程并能编写测试案例，至少完成过2个线上营销活动项目测试案例编写（提供测试人员简历及测试案例并加盖供应商公章）。

5、设计人员不低于1名：美术专业院校或本科院校美术设计专业毕业，具备2年（含）以上的设计工作经验（提供设计人员简历并加盖供应商公章）。

6、提供项目人员用工合同复印件，2023年5月至今的由供应商单位为项目成员缴纳的连续3个月的社保缴纳证明，以上资料均需加盖供应商公章）。签订合同前须承诺指定的项目经理及项目成员未经甲方同意，在项目执行过程中不得随意更换。

证明材料：提供案例合同复印件并加盖供应商公章；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，参与磋商供应商还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定其实质性工作内容符合上述要求）。

案例的认定标准：合同名称或合同内容页中项目服务内容包括“营销活动”“线上运营活动”“活动推广”“用户运营”“营销推广”“品牌宣传”“运营服务”“辅助营销”等关键字），或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效案例，按相应规则计分。若案例中虽包含上述关键字，但评标委员会认定该案例与本项目无实质关联性，则视为无效案例，不予得分。

备注：填写附件 2《项目团队成员表》、附件 3《项目团队成员个人简历表》。

(五) 本次采购不接受联合体参与磋商。

四、竞争性磋商文件的澄清和修改

1、 供应商在获取竞争性磋商文件后，若对本竞争性磋商文件有疑问，请将疑问以以下①或②方式提交，提问截止时间为竞争性磋商公告发出之日起 2 个工作日内。如供应商未提出疑问，视为完全理解并同意本采购文件。一经进入竞争性磋商程序，即视为供应商已仔细阅读全部文件资料，完全理解本采购文件所有条款内容并同意放弃对这方面有不明白及误解的权利。

①纸质版疑问文件（须加盖单位公章）递交至采购人（疑问提交时间以采购人收到的时间为准）；

②将疑问文件（须加盖单位公章）的扫描件和疑问文件（word 版）以邮件形式发送至采购人指定邮箱 xiangwenfu@cqcbank.com（疑问提交时间以采购人收到邮件的时间为准）。同时，供应商须在发送疑问文件邮件之日起，在 3 个工作日内，将纸质版疑问文件（须加盖单位公章）送至或寄至采购人，地址详见公告。

注：1) 疑问内容以加盖供应商单位公章的为准。2) 若供应商在提问截止时间前未按以上①或②方式提交疑问文件，采购人有权不予受理该供应商疑问文件。

2、 采购人对竞争性磋商文件如有澄清或修改，将在重庆银行官网（<http://www.cqcbank.com>）发布，修改内容将作为竞争性磋商文件的组成部分。

五、竞争性磋商的响应文件

磋商供应商应当按照以下要求编制竞争性磋商响应文件，并对磋商文件提出

的要求和条件作出实质性响应。

1、响应文件组成

响应文件由以下部分和供应商所作的一切有效补充、修改和承诺等文件组成，供应商应按照本文件第五部分“响应文件格式”规定的目录顺序组织编写和装订。

1.1 响应函

1.2 报价明细表（如果有）

1.3 法人营业执照复印件（加盖鲜章）

1.4 法定代表人授权委托书（原件）

1.5 商务技术偏差表

1.6 响应保证金递交相关信息

1.7 供应商的其他资料或承诺（如果有）

1.8 电子文档（包含盖章后的全套响应文件扫描件 U 盘 **1 份**，采用 U 盘作为载体，格式为 PDF 或 JPG，电子版文件仅作存档使用，不作为评审依据；电子版响应文件应与纸质版响应文件一致，当电子介质的响应文件与纸质响应文件不一致时，以纸质响应文件为准）

六、竞争性磋商响应文件的数量、签署及装订要求

响应文件正本一份，副本一份。正本与副本不一致时，以正本为准。响应文件应装订成册，并编制页码。响应文件应密封。响应文件袋上应注明项目名称、供应商名称、“响应文件”等字样。

本竞争性磋商文件提供有统一格式的，响应文件应按统一的格式制作，并在相应的位置签字或盖章。本竞争性磋商文件没有提供统一格式的，由磋商供

应商自行确定格式填报。

供应商应保证响应文件中的相关证明资料清晰可辨，否则由此引起的后果由供应商自负。

七、 报价及费用结算

(一) 总报价为项目包干价，项目总价包含：

a.项目运营服务费：指执行项目所需人力费用、活动策划费、运营服务费、技术开发费、交通费、第三方软件、住宿费、印刷费、各类税费（含项目运营服务费税金及权益激励费税金）等项目实施所需费用。

b.权益激励费：指执行活动采购的相应权益，其中权益激励采购部分的报价为 180 万元（不含税，固定报价）。

报价说明：

(1)不得恶意报价，如评审一致认为有恶意低价嫌疑则有权要求投标人现场出具低价说明。

(2)各类实物商品，供应商应承诺所提供的所有商品价格不高于京东或天猫或苏宁三家大型电商类网站非限时特惠、大促期间的同款商品价格，商品报价为包含物流配送费用、增值税发票在内的全包价格。

(3)移动、电信、联通话费及流量、中石油及中石化加油卡、京东 E 卡、天猫购物券、天猫超市享淘卡、苏宁礼品卡、永辉超市礼品卡、沃尔玛购物卡、家乐福购物卡、盒马鲜生礼品卡、微信/支付宝立减金等商品，供应商应承诺所提供的商品非含税价格不高于商品面值，商品报价为包含信息发送费、增值税发票等费用的全包价格。

(4)除上述以外的其他各类虚拟卡券、音视频或主流网站/APP 会员等，供应

商应承诺所提供的所有商品价格不高于京东或天猫或苏宁三家大型电商类网站及对应网站/APP 自营平台非限时特惠、大促期间的同款商品价格，商品报价为包含信息发送费用、增值税发票在内的全包价格。

(5)本次报价为包含可全额抵扣的增值税专用发票税金的价格。

C.项目总报价超过预算 260 万元的，作无效响应文件处理；项目运营服务费超过 80 万元限价报价的，作无效响应文件处理；权益激励费不按 180 万元固定金额报价，作无效响应文件处理。

(二)、费用支付：以转账方式分 3 次支付：a.合同签订后的 30 天内支付首付款 30%；b.活动开发完成上线运行半年后且所采购权益已完成入库后的 30 天内支付款 40%；c.合同全部执行完毕且验收合格并受到乙方结案报告和发票付款申请后 30 天内支付款项 30%。

特别说明，每次付款前供应商须提供相应金额可全额抵扣的增值税专用发票。

八、 采购响应保证金及费用

1、 响应保证金：本次磋商供应商需缴纳采购响应保证金（具体要求详见下文）。未成交供应商的响应保证金在成交通知书发出后 5 个工作日内按原路径退还；成交供应商的响应保证金在合同签订后 5 个工作日内按原路径退还。

响应保证金的缴纳具体要求：

1) 响应保证金金额：人民币 43268 元。

2) 响应保证金提交方式：以银行转账或银行电汇形式提交，供应商可任选一种。采购响应保证金的递交单位应与供应商的公章一致，采购响应保证金必须从供应商单位账户直接转（汇）入以下指定账户。递交保证金时应注明“××项目响应保证金”。

3) 响应保证金提交时间：转（汇）款到账截止时间为本项目采购文件第

一部分规定的递交时间，若本采购文件规定的响应文件递交截止时间顺延，则响应保证金到账截止时间相应顺延。

4) 响应保证金递交指定账户信息：

户名：重庆银行股份有限公司

账号：020101040017909

开户行：重庆银行总行营业部

注：汇款时若有疑问请咨询廖老师，联系电话：63367349；退款事宜详询采购文件第一部分公告中的联系人及联系电话。

5) 磋商保证金有效期：90 天。

6) 特别提示：各供应商在银行转账（电汇）时，须充分考虑银行转账（电汇）的时间差风险，如同城转账、异地转账、跨行转账或电汇等所需的时间。响应保证金未在到账截止时间前汇入本采购文件指定账户的风险由供应商自行承担。

2、 公开竞争性磋商费用：无论供应商在磋商过程中的做法和结果如何，供应商须自行承担所有与本次采购相关的全部费用。

3、 其他可以不予退还响应保证金的情形：

1) 结果公告后，拟成交供应商不按采购文件规定提供相关原件复核或复核未通过的；

2) 拟成交供应商不按采购文件规定参加相关测试或测试未通过的（如果有）；

3) 成交供应商收到成交通知书领取通知后，未按照采购人的通知时限领取成交通知书。

4) 《招标投标法》、《招标投标法实施条例》及《重庆市招标投标条例》等法律法规规定的没收投标保证金（响应保证金）的情况。

九、 递交竞争性磋商响应文件的时间及地点

详见本文件第一部分。

十、竞争性磋商磋商及评审

1、磋商小组的组成

磋商小组将由相关技术、经济专家，共5人以上的单数组成。

供应商须由法定代表人或其有效代理人（附授权委托书）参加磋商，随时对磋商小组的询问予以解答。

2、磋商程序

（1）初步评审

A、核验参加磋商的供应商的法定代表人或委托代理人本人身份证（原件），核验被授权代理人的授权委托书（原件），以确认其身份合法有效；

B、核验供应商的资格、磋商响应文件的签署、磋商响应文件的完整性、磋商响应文件的符合性。响应文件有下列情况之一，其响应文件无效，其供应商不再参与后续磋商：

- a) 供应商提供的货物或服务不满足采购文件实质性要求的；
- b) 没有按时足额提交磋商保证金（采购文件没有要求提交响应保证金的除外）；
- c) 未按照磋商文件规定提供资格证明材料的；
- d) 报价高于项目预算的；
- e) 其他不符合法律、规章、规范性文件和磋商文件规定的。

C、响应文件报价有算术错误的，评审委员会按以下原则对报价进行修正，修正的价格经供应商书面确认后具有约束力。供应商不接受修正价格的，其响应文件将被否决。

- a)响应文件中的大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；
- b)总价金额与依据单价计算出的结果不一致的，以单价金额为准修正总价，但单价金额小数点有明显错误的除外。
- c)对不同文字文本响应文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

(2) 磋商

A、在符合性审查合格供应商不少于两家的基础上，磋商小组全体成员与供应商就服务内容、服务质量保证、实施进度、拟派人员情况、价格情况、售后服务及合同条款等进行磋商。

B、磋商小组对供应商磋商响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或有明显文字和计算错误的可以要求供应商以书面形式加以澄清、说明或纠正，并要求其授权代表签字确认。

C、采购人保留在正式的磋商中修改部分磋商条件的权利。竞争性磋商文件如有实质性变动的，须经磋商小组半数以上成员同意并签字确认后，由磋商小组以书面形式通知参加磋商的供应商，并要求其授权代表签字确认（如不签字确认即被认为拒绝修改并放弃磋商）。

(3) 最终服务方案和最终报价

供应商应根据竞争性磋商文件、补遗书（若有）及相关书面通知与磋商小组磋商后，在规定的时间内书面报出最终服务方案、服务承诺和最终报价。供应商在磋商时作出的所有书面承诺及报价须由其法定代表人或授权代理人签字确认。原则上最终报价不能更改。在规定时间内未提交最终服务方案、服务承诺和最终报价的供应商视为放弃本次磋商。在磋商实质性内容不变的情况下，最终报价不能高于第一次报价，否则其报价将作为无效报价处理。

供应商需结合微信银行粉丝运营、微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡等业务指标，针对微信银行、手机银行等线上渠道客户规模提升提出策略规划、渠道引流方案等（包括但不限于达标客户权益发放、微信银行如何引流手机银行、权益如何发放等）进行述标，述标时间不超过 10 分钟。

（4）详细评审

磋商小组对供应商的最终服务方案、服务承诺和最终报价进行详细评审。

本项目采用综合评分法评审。评分由三部分组成，评分细则如下：

1. 商务条款评分标准（共计 30 分）		
行业项目经验	<p>2020 年 1 月 1 日至本磋商文件发出之日期间，供应商执行的银行业营销推广项目案例（项目服务内容包括“营销活动”“线上运营活动”“活动推广”“用户运营”“营销推广”“品牌宣传”“运营服务”“辅助营销”等关键字），合同金额 200 万以上的案例，每提供一个得案例 5 分，最高 30 分。纳入资格审查的项目服务案例不纳入本项计分。</p> <p>证明材料：提供案例合同复印件并加盖供应商公章；合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的产品内容页（如无法提供产品内容页，或提供的产品内容页无法直接证明为上述相关内容的，参与磋商供应商还须提供相关证明材料且该证明材料须经评标委员会认定</p>	30

	<p>其实质性工作内容符合上述要求)。</p> <p>案例的认定标准：合同名称或合同内容页中项目服务内容包括“营销活动”“线上运营活动”“活动推广”“用户运营”“营销推广”“品牌宣传”“运营服务”“辅助营销”等关键字)，或合同中内容经评标委员会认定其实质性工作内容与上述相关关键字相符，均视为有效案例，按相应规则计分。若案例中虽包含上述关键字，但评标委员会认定该案例与本项目无实质关联性，则视为无效案例，不予得分。</p>	
<p>2. 技术条款的评分办法（共计 30 分）</p>		
项目方案设计	<p>1、结合微信银行粉丝运营、微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡等业务指标，针对微信银行、手机银行等线上渠道客户规模提升提出策略规划、渠道引流方案等；</p> <p>2、对以上策略规划、渠道引流方案等的传播性、可执行性、创意性进行评审；</p> <p>针对磋商文件中技术要求，供应商须在磋商文件中提供详细的技术方案，评标委员会对技术方案的完整性、针对性、合理性及可行性进行横向比较并综合评审：优得 21-30 分，一般得 11-20 分，较差得 0-10 分。</p>	30

3. 投标报价评分（共计 40 分）		
报价	<p>采用低价优先法计算，即满足磋商文件要求且报价最低的为报价评审基准价，其价格分为满分。</p> <p>其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：报价得分=(评审基准价 / 投标或磋商报价) × 40。计算的结果取小数点后两位，第三位四舍五入。</p> <p>其中权益激励采购部分的报价为 180 万元（不含税，固定报价）。</p> <p>注：评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，有权要求该供应商在评标现场合理时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料。供应商拒绝书面说明或不能证明其报价合理性的，评标委员会有权将其作为无效投标处理，其报价不能参与评分。</p>	40

（5）确定成交供应商

评审结束后，磋商小组形成书面的磋商报告，推荐候选成交供应商。磋商小组按各响应人总得分由高到低顺序推荐成交候选人。综合评分相等时，以总报价低的优先；总报价也相等时，以技术部分评分高的优先；技术部分评分也相同时，以商务部分评分高的优先；商务部分评分也相等时，由评审委员会投票表决确定成交候选人排位顺序。

（6）复核资料

评审结果公告后，采购人有权通知拟成交供应商提供采购文件要求的所有复印件的相关原件进行复核，拟成交供应商须在知道或应当知道之日起5个工作日内将要求的上述原件资料送达采购人处，经采购人复核无误后，由采购人按采购文件相关规定确定成交供应商并发出成交通知书。拟成交供应商未通过复核或拒绝提供原件的，采购人有权取消其拟成交供应商资格并不予退还其响应保证金（若有）。在满足相关规定的前提下，采购人有权依序确定拟成交供应商并对其进行相关原件复核及推进后续工作或者选择重新组织采购。

若依次确定其他拟成交供应商为成交供应商的，应遵循以下规则：

1) 第一成交候选供应商拟成交金额在100万以下的，排名靠后的成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的5%；

2) 第一成交候选供应商拟成交金额在100万（含）—200万（含）的，排名靠后的成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的4%；

3) 第一成交候选供应商拟成交金额在200万以上的，排名靠后的成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的3%；

4) 经采购人采购委审批同意的其他情形。

不符合上述条件的，应重新组织采购。

（2）如果采购文件中有相关测试要求的项目：

1) 参加相关测试：采购人应当确定排名第一的成交候选供应商为拟成交供应商，评审结果公告结束后无异议，采购人通知拟成交供应商按采购文件规定参与相关测试。

2) 确定成交供应商和发出成交通知书：拟成交供应商按期通过相关测试的，

采购人确定其为成交供应商并向其发出成交通知书。

3) 领取成交通知书：成交供应商在收到采购人或招标代理机构通知其领取成交通知书的3个工作日内领取成交通知书。

4) 依序确定成交供应商或重新组织采购：

若第一成交候选供应商能按采购文件要求按期通过相关测试并按时领取成交通知书，同时满足其他签约条件，方可签约。

若第一成交候选供应商未能按采购文件要求按期通过相关测试或未按时领取成交通知书，则采购人有权选择依序确定成交供应商或者选择重新组织采购。

选择依序确定成交供应商的程序如下：

A、拟确定第二成交候选供应商为成交供应商的：第一成交候选供应商若未能按采购文件要求参与相关测试或未通过相关测试或未按时领取成交通知书，则取消其成交候选供应商资格，没收其响应保证金；采购人可以选择确定第二成交候选供应商为拟成交供应商或者选择重新组织采购。（若采购人选择确定第二成交候选供应商为拟成交供应商的，应遵循以下规则：

a. 第一成交候选供应商拟成交金额在100万以下的，第二成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的5%；

b. 第一成交候选供应商拟成交金额在100万（含）—200万（含）的，第二成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的4%；

c. 第一成交候选供应商拟成交金额在200万以上的，第二成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的3%；

d. 经采购人采购委审批同意的其他情形。

不符合上述条件的，应重新组织采购。

若采购人选择依序确定第二成交候选供应商为拟成交供应商，第二成交候选供应商应按照采购人相关测试通知，遵循采购文件规定参与相关测试；若第二成交候选供应商按期通过相关测试并按时领取成交通知书，同时满足其他签约条件，方可签约。

若第二成交候选供应商未能按采购文件要求参与相关测试或未通过相关测试或未按时领取成交通知书，则取消其成交候选供应商资格，没收其响应保证金；采购人有权选择依序确定第三成交候选供应商为拟成交供应商或者选择重新组织采购。

B、拟确定第三成交候选供应商为成交供应商的：第一、第二成交候选供应商若皆未能按采购文件要求参与相关测试或未通过相关测试或未按时领取成交通知书，则取消其成交候选供应商资格，没收其响应保证金；采购人可以选择确定第三成交候选供应商为拟成交供应商或者选择重新组织采购。（若采购人选择确定第三成交候选供应商为拟成交供应商的，应遵循以下规则：

a. 第一成交候选供应商拟成交金额在 100 万以下的，第三成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的 5%；

b. 第一成交候选供应商拟成交金额在 100 万（含）—200 万（含）的，第三成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的 4%；

c. 第一成交候选供应商拟成交金额在 200 万以上的，第三成交候选供应商拟成交总报价不得超过第一名拟成交总报价的 3%；

d. 经采购人采购委审批同意的其他情形。

不符合上述条件的，应重新组织采购。

若采购人选择依序确定第三成交候选供应商为拟成交供应商，第三成交候

选供应商应按照采购人相关测试通知，遵循采购文件规定参与相关测试；若第三成交候选供应商按期通过相关测试并按时领取成交通知书，同时满足其他签约条件，方可签约。

若第三成交候选供应商未能按采购文件要求参与相关测试或未通过相关测试或未按时领取成交通知书，则取消其成交候选供应商资格，没收其响应保证金，重新组织采购。

（7）磋商过程保密

磋商小组成员不得透露与磋商有关的供应商的技术资料、价格和其他信息。

在磋商期间，若供应商有企图影响采购人的任何活动，此将导致其磋商活动即时终止，由此而引发的一切法律后果将由其自行承担。

十一、成交通知

磋商小组的评审结果报重庆银行有权审批部门审批后，即以书面形式向供应商发出成交通知书。

采购人无义务向供应商解释磋商失败原因，竞争性磋商响应文件概不退还（包括U盘）。

十二、履约保证金

1、成交供应商应在签订合同前提交合同总金额 5% 的履约保证金。

2、履约保证金在合同执行完毕后一次性退还。如供应商在履约过程中，有违约情况发生，将扣除违约金后仅退还履约保证金余额。

3、履约保证金递交账号与本项目响应保证金递交指定账户信息一致。

十三、合同授予

供应商收到成交通知书后 30 日内,应按成交通知书中规定的时间、地点与采购人签订书面的协议。协议的部分条款见本文件第四部分。

如供应商在规定的时间内拒签合同,则采购人将有权取消其成交资格,且两年内不得参与重庆银行的采购活动。同时给采购人造成损失的,采购人保留向其追偿损失的权利。

十四、其他

- 1、凡参加本次磋商的供应商均被视为接受上述采购项目的磋商要求。
- 2、竞争性磋商响应文件从磋商之日起,其有效期为 90 个日历天。

第三部分 服务要求

一、服务内容

详见《重庆银行线上渠道联动营销一客户规模提升(2023年)需求书》。

二、服务时间要求：

详见第一部分《竞争性磋商公告》。

三、服务地点：

详见第一部分《竞争性磋商公告》。

四、对拟投入服务的人员配置、经验等方面的要求

1、本项本项目拟投入人员配置、经验等须与供应商提供的投标文件承诺内容保持一致。

2、未经我行允许，供应商不能随意变更、撤退人员。我行有权要求供应商更换不合格的项目成员，项目成员是否合格的最终解释权归我行所有。

五、服务成果要求

1、线上营销活动专区建设

(1) 手机银行活动专区建设：在重庆银行手机银行搭建营销活动专区，包含整体页面布局、规划及设计、内容策划、运营维护、技术开发配置、权益对账、客服支撑等。技术端实现手机银行任务接口对接，实现任务的判断及权益发放，能支持客户权益一键发放，实现微信立减金、银联代金券发放、核销数据实时展示。

(2) 微信银行活动专区建设：在微信银行搭建“关注-微信银行绑卡-手机

银行绑卡”营销活动专区，包含整体页面布局、规划及设计、内容策划、运营维护、技术开发配置、权益对账、客服支撑等。技术端实现微信活动专区与手机银行活动专区数据互通、重点模块一致，实现从微信侧一键直达手机银行金融业务场景。

2、营销活动策划及实施

(1) 策划营销活动，拟定运营服务方案，包括但不限于：

a.长期活动：结合业务指标，在手机银行 APP 活动专区/微信银行策划并上线不少于一场的线上渠道联动营销活动，活动时间不少于 6 个月。活动需结合用户常用场景及习惯，通过用户完成签到、任务等，获得持续参与游戏的道具，促进线上渠道客户规模提升。

b.短期活动：基于业务指标进度完成情况并结合全年关键节日热点，在手机银行 APP 活动专区/微信银行策划并上线不少于 2 场短期活动，每场活动持续时间为 1 个月至 3 个月。可引入任务体系、社交裂变的玩法，用户通过完成指定金融任务、签到、邀请好友、裂变好友等获得抽奖或游戏机会，短期内通过活动刺激实现关键业务指标增长。

c.特色活动：针对“重庆银行微银行”，需策划不少于 2 场线上或线下特色活动，每场持续时间至少 1 个月。活动结合我行客群场景，配合简单、低门槛的活动玩法，吸引多客群客户参与，促进微信银行关注量提升。

(2) 宣传物料制作：提供物料设计及印制服务。结合活动规划、行方需求及节假日等，开展活动宣传物料、常态化宣传物料设计和制作，包括但不限于：

a.线上宣传物料：朋友圈海报、长图、推文、信息流广告海报、红包封面等；其中朋友圈海报不少于 10 张，长图不少于 20 张，推文不少于 50 篇、红包封面

1套。

b.线下宣传物料：DM单、海报、桌牌等。宣传物料覆盖重庆银行所有网点。

(3)辅助营销:结合行方旺季营销等，提供不少于10次厅堂辅助营销服务，促进微信银行关注量提升,引导客户完成关注微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡等业务指标。

六、 服务质量及验收要求

1、供应商须成立专门的活动运营项目小组，按照运营服务内容，完整、全面地向我行提供运营服务，每周报送周报（包括但不限于活动数据、活动分析等），每月进行活动数据复盘并就活动运营情况给予甲方优化建议；

2、供应商提供权益采购及发放服务（项目需求表权益为示例，经双方沟通并签字确认，可替换为等值类似奖品）；

3、供应商根据活动情况，提供活动所需功能模块的定制开发、API接口支持、活动测试等技术服务活动测试，以上所有服务需以科技验收上线为准；

4、供应商向我行提供的服务端标准化接口发生变更前【5】日内，需以数据或邮件方式通知甲方变更细节，并配合我行完成相应调整，双方测试验证通过后，对接口进行线上变更；

5、供应商提供的线上活动服务发生变更前【5】日内，需以数据或邮件方式通知甲方变更内容及细节，并配合我行做好相应对外服务解释及客诉处理事宜；

6、供应商须提供“防刷”相关技术支持，包括但不限于接口限流、技术拦截等措施。

7、我行确定活动方案及需求后，供应商承诺在 30 个工作日内完成活动专区及营销活动的部署及上线。

8、供应商需要递交项目推广过程中各个环节的产出物，包括但不限于设计策划方案、文案、权益方案、运营方案、结案报告(包含权益发放明细、活动参与人次)等。

七、 售后服务要求

1、项目推广期间，供应商须配备有 7*24 小时客服人员，对活动过程中出现的所有客户咨询、投诉等问题进行快速处理，须在 1 小时内响应；

2、供应商应对其采购权益的使用、配送、售后、质量等问题进行快速处理，须在 24 小时内响应解决；

3、供应商应对活动效果及时跟踪，且活动上线后，支持因效果不佳做界面、中奖概率等调整，并在 10 个工作日内调整上线；

4、项目结束后 6 个月，供应商应对活动中出现的存量客户咨询、权益使用等问题进行快速处理，须在 24 小时内响应解决；

5、在收集、使用、共享或储存与我行相关的所有数据时，供应商同意实施并遵守甲方所适用的隐私政策和保密标准。

八、 付款方式

详见本采购文件第二部分《磋商须知》。

九、 其它要求

无。

第四部分 合同条款（部分）

合同主要条款内容如下：

（以下合同内容为部分条款，如与上述项目响应要求不一致的，以采购文件条款为准）。

- 1、 服务内容：详见第一部分《竞争性磋商公告》
- 2、 服务时间：详见第一部分《竞争性磋商公告》
- 3、 服务地点：详见第一部分《竞争性磋商公告》
- 4、 人员要求：详见本采购文件第三部分《服务要求》
- 5、 项目验收：详见本采购文件第三部分《服务要求》
- 6、 服务成果：详见本采购文件第三部分《服务要求》
- 7、 服务质量及验收要求：详见本采购文件第三部分《服务要求》
- 8、 售后服务要求：详见本采购文件第三部分《服务要求》
- 9、 付款方式：详见本采购文件第二部分《磋商须知》
- 10、 履约保证金：详见本采购文件第二部分《磋商须知》
- 11、 其它要求详见以下三条：

第一条 双方的权利与义务

1、 甲、乙双方承诺：具备履行本协议所需的资质与能力，对本协议所列明的己方平台、应用、产品、图片、文字等享有合法权利，不存在任何侵犯第三方合法权益之情形。

2、 甲、乙双方承诺：在履行本协议的过程中，尊重对方的合法权益，在进行平台或应用之间技术对接时，不对另一方的系统实施复制、修改、二次创作、

反编译、反向工程等侵害另一方合法权益的行为。

3、为更好的向甲方提供服务，乙方应成立专门的活动运营项目小组，按照活动所需服务内容，完整、全面地向甲方提供服务，并就活动运营给予甲方优化建议。

4、甲方应指派专门的工作人员，协调活动执行过程中的事项，协助乙方处理技术对接、运营、财务结算等问题。

5、在收集、使用、共享或储存与任何甲方产品的用户相关的所有数据时，乙方同意实施并遵守甲方所适用的隐私政策和保密标准。

6、乙方所提供的激励权益将包含售后服务、投诉处理、派发配置等。

第二条 保密条款

1、“保密信息”是指本协议拥有信息的一方（以下简称“提供方”）根据本协议向另一方（以下简称“接受方”）提供的信息，或接受方在本协议履行过程中从提供方处获知的信息。保密信息包括但不限于：技术信息、商业信息、商业秘密、文件、程序、图表、数据、业务或业务运作方法和其他保密信息，本协议的条款和与本协议有关的其他信息，本协议履行过程中形成的所有价格信息、数据、资料等。

2、除本协议另有约定外，对于保密信息，信息接受方在此同意：仅为履行本协议而使用保密信息，并以与对待自己的保密文件同等的谨慎态度对待所接受的保密信息。未经另一方事先书面同意，不得以任何形式披露该等信息。因违反前述约定，违约方应向守约方承担赔偿责任。

3、本协议项下双方承担保密义务的期限为永久保密。

第三条 违约责任

乙方违约责任

1、甲方确定活动方案及需求后，乙方应在 30 个工作日内完成活动专区及营销活动的部署及上线。每延迟一天需按合同总额的 0.1% 向甲方交纳违约金，逾期达 5 天的，甲方可解除本合同。

2、乙方未按照合同要求提供约定服务的，每出现一次，乙方应向甲方支付违约金【 】元。若乙方拒绝提供前述服务，甲方有权聘请第三方提供，由此产生的费用均应由乙方承担。同时，甲方有权解除本合同。

3、乙方擅自单方解除合同或因乙方原因导致合同被解除的，乙方应立即返还已收全部款项，并按合同总金额的 30% 向甲方支付违约金。

4、乙方在本合同项下应向甲方支付的任何款项，甲方有权从履约保证金或其应付款中直接抵扣，不足部分乙方应在 15 日内付清。若乙方履约保证金被扣除，乙方应在扣除之日起 3 个工作日内补足履约保证金。乙方逾期支付任何一笔款项时，须以应付而未付款项为基数，按支付日所适用 5 年期贷款市场报价利率（即 LPR 利率）的 4 倍为准，向甲方支付资金占用损失费。

5、因乙方任何违约行为导致甲方损失，除按照本协议约定支付违约金（若有），还须赔偿甲方全部损失。甲方主张权益所产生的诉讼费、律师费、交通费、保全费、保全担保/保险费等均由乙方承担。

6、若乙方擅自将本合同项下义务部分或全部转让给第三方履行的，甲方有权解除本合同。若经甲方书面同意由第三方代乙方履行本合同项下部分或全部义务的，乙方在本合同项下的责任并不因此而减免，因第三方履行本合同所应承担的违约责任，包括但不限于违约金、赔偿款等款项支付、维保责任承担等，由乙方与该第三方向甲方承担连带责任。

除本合同另有约定外，乙方违反本合同，且经甲方书面要求后，未在甲方限定时间内改正的，甲方有权解除本合同。

第五部分 响应文件格式

一、 响应函格式

响 应 函

致：重庆银行股份有限公司：

根据贵方招标编号为_____号，_____（项目名称）的采购文件，
我公司正式授权下述签字人_____（姓名和职务）代表我方_____（磋商
供应商名称），提交下述文件正本一份，副本一份，电子文档1份。

据此函，签字人兹宣布同意如下：

一、总报价详见报价明细表。该报价为完成本次所有服务的包干价。

二、我方完全理解并接受该项目采购文件所有要求。

三、我方提交的所有响应文件、资料都是准确和真实的，如有虚假或隐瞒，我方愿意承担一切法律责任。

四、如果我方成交，我方将履行采购文件中规定的各项要求以及我方响应文件的各项承诺，按《中华人民共和国民法典》、合同约定条款及相关法律法规承担我方责任。

五、我方理解，最低报价不是成交的唯一条件。

六、本响应文件自磋商之日起90日历天内有效。

七、与本此采购有关的一切往来通讯请寄：

地 址：_____ 邮 编：_____

电 话：_____ 传 真：_____

供应商（盖公章）：_____

法人代表或授权代表（签字或盖章）：_____

年 月 日

二、 报价明细表格式

报价明细表
(第 次)

项目名称：线上渠道联动营销一客户规模提升(2023 年)			
报价项目	服务内容	报价(元)	备注
项目运营服务费	详见采购文件		含项目运营服务费税金及权益激励费税金
权益激励费	详见采购文件	1800000	不含税，固定报价
总报价	人民币小写		
	人民币大写		

注：请供应商提前准备此空白报价表用于第二次报价。

供应商名称：

法人代表或授权代理人：

(签字或盖章)

年 月 日

三、 法人营业执照复印件（加盖鲜章）

四、 法定代表人授权委托书格式

法定代表人授权委托书

致：_____

本授权书声明：注册于_____（供应商住址）的_____（供应商名称）法定代表人_____（法定代表人姓名）代表本公司授权_____（供应商代表姓名、职务、手机号码）为本公司的合法代理人，就贵方组织的项目名称_____进行磋商，以本公司名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于_____年_____月_____日签字生效，有效期为90天。在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。代理人无转委托权。特此声明。

供应商（盖公章）：

法定代表人签字或盖章：

年 月 日

被授权人签字或盖章：

年 月 日

法定代表人身份证双面复印件

被授权人身份证双面复印件

五、 商务技术偏差表格式

商务技术偏差表

采购项目名称：线上渠道联动营销一客户规模提升(2023 年)

序号	采购项目商务技术要求		是否偏离	如有偏离， 请在此备注偏离内容
1	服务内容	按磋商文件要求执行		
2	服务时间	按磋商文件要求执行		
3	服务地点	按磋商文件要求执行		
4	对拟投入服务的人员配置、经验等方面的要求	按磋商文件要求执行		
5	服务成果要求	按磋商文件要求执行		
6	服务质量及验收要求	按磋商文件要求执行		
7	售后服务要求	按磋商文件要求执行		
8	响应保证金	按磋商文件要求执行		
9	报价	按磋商文件要求执行		
10	付款方式	按磋商文件要求执行		
11	履约保证金	按磋商文件要求执行		
12	违约责任	按磋商文件要求执行		
			

供应商（盖公章）：

注：1、该表内容以采购文件正文为准，根据响应文件情况在“是否偏离”项填写正偏离或负偏离，并在备注栏说明偏离原因；完全符合的填写“无偏离”。

2、该表可扩展。

六、 响应保证金递交相关信息

一、 响应保证金递交凭证复印件

二、 响应保证金退还账户信息

项目名称	项目内容	备注
单位名称：		必须与供应商单位名称一致
账户开户银行：		与递交响应保证金账户一致
账户账号：		
单位地址：		
联系人：		
联系电话：		

七、 供应商的其他资料或承诺（如果有）

八、 电子文档（包含全套响应文件资料的U盘）

附件 1：供应商业绩表

案例情况统计

(请供应商根据采购文件要求如实认真填写附件相关表格资料)

序号	合同签订时间	项目名称	合同采购方名称、 联系人及联系方式	项目金额 (万元)
案例 1				
案例 2				
案例 3				
案例 4				
案例 5				
•••••				

说明：1、每个案例均须提供证明材料。案例证明材料的提供按采购文件相关要求执行。

2、请供应商根据实际情况如实填写上述内容，可在此表基础上扩展并自行添加其他相关内容。

3、项目名称应与供应商提供的案例合同名称保持一致。

我公司承诺以上内容信息都是真实、可靠的。在评审及后续工作中若发现表中信息的真实性、可靠性存在弄虚作假等行为，采购人有权取消我司成交资格并没收我司响应保证金（或履

约保证金），我司愿赔偿相应损失并承担一切法律责任。

供应商（公章）：

法定代表人或其委托代理人：（盖章或签字）

年月日

附件 2：项目团队成员表

项目团队成员表

序号	姓名	性别	年龄	出生年月	团队角色	行业工作年限 (年)	职称/专业资格证书 /获奖情况	备注
1								
2								
3								
4								
5								
……								

注：请供应商根据实际情况如实填写上述内容，可在此表基础上扩展上自行添加其他相关内容。

我公司承诺以上内容信息都是真实、可靠的。在评审及后续工作中若发现表中信息的真实性、可靠性存在弄虚作假等行为，采购人有权取消我司成交资格并没收我司响应保证金或履约保证金（若有），我司愿赔偿相应损失并承担一切法律责任。

供应商（公章）：

法定代表人或其委托代理人：（盖章或签字）

年月日

附件 3：项目团队成员个人简历表

项目团队成员个人简历表

姓 名	年龄		学历（学位）	
	职务		拟在本项目任职	
	工作年限（年）			
毕业学校	年毕业于	学校	专业	
本项目中的主要工作职责：				
主要工作经历				
时 间	参加过的相关项目名称及其合作方的联系人和联系方式	项目金额（万元）	担任职务	备注
.....

说明：1、请供应商根据采购文件相关要求和实际情况如实填写此表，在此表基础上如有补充信息可自行添加。

2、每个案例均须提供证明材料。案例证明材料的提供按采购文件相关要求执行。

3、请供应商根据实际情况如实填写上述内容，可在此表基础上扩展并自行添加其他相关内容。

4、项目名称应与供应商提供的案例合同名称保持一致。

我公司承诺以上内容信息都是真实、可靠的。在评审及后续工作中若发现表中信息的真实

性、可靠性存在弄虚作假等行为，采购人有权取消我司成交资格并没收我司响应保证金或履约保证金（若有），我司愿赔偿相应损失并承担一切法律责任。

供应商（公章）：

法定代表人或其委托代理人：（盖章或签字）

年月日

线上渠道联动营销—客户规模提升（2023）

项目业务需求

一、业务需求背景

为拓宽线上渠道获客模式，搭建“微信银行+手机银行”双端渠道联动营销矩阵，利用微信银行等“轻量级”入口打造银行与潜在用户沟通的连接器，引流潜在客群迁徙至线上统一化经营，提升线上客群的覆盖规模，从而提高用户留存率和转化率，实现线上渠道的联动营销。

二、业务需求概述

“线上渠道联动营销—客户规模提升（2023）”项目拟结合微信银行粉丝运营、微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡等业务指标，针对微信银行、手机银行等线上渠道客户规模提升进行整体规划，包括但不限于定位分析、策略规划、渠道引流方案、系统对接、业务测试、权益采购、运营支撑、权益采购发放等。

竞标过程中，需围绕微信银行粉丝运营、微信银行拉新绑卡、手机银行拉新绑卡提出策略规划、渠道引流方案，采用 PPT 进行演示。

三、业务需求内容

（一）活动内容

1.长期活动：结合业务指标，在手机银行 APP 活动专区/微信银行策划并上线不少于一场的线上渠道联动营销活动，活动时间不少于 6 个月。活动需结合用户常用场景及习惯，通过用户完成签到、任务等，获得持续参与游戏的道具，促进线上渠道客户规模提升。

2.短期活动：基于业务指标进度完成情况并结合全年关键节日热点，在手机银行 APP 活动专区/微信银行策划并上线不少于 2 场短期活动，每场活动持续时间为 1 个月至 3 个月。可引入任务体系、社交裂变的玩法，用户通过完成指定金融任务、签到、邀请好友、裂变好友等获得抽奖或游戏机会，短期内通过活动刺激实现关键业务指标增长。

3.特色活动：针对“重庆银行微银行”，需策划不少于 2 场线上或线下特色活动，每场持续时间至少 1 个月。活动结合我行客群场景，配合简单、低门槛的活动玩法，吸引多客群客户参与，促进微信银行关注量提升。

（二）权益内容

针对运营目标（按 2023 年保持与同业一致的手机银行、微信银行活动类型、频率，进行用户渠道引流及拉新绑卡，以同业同期活动客均单价为参考，客均权益范围 5 元-30 元/户（不含税），覆盖 38 万至 60 万户客户计算）提供配套的权益服务，包括但不限于权益商品选品、供货商品质量、服务保障措施、投诉处理、物流运输方案等。权益须至少包含如下资源：

- 1) 微信立减金：10-100 元面值；
- 2) 银联代金券：10-100 元面值；
- 3) 美团代金券：10-100 元面值；
- 4) 微信立减金：10-100 元面值；
- 5) 京东 E 卡：10-100 元面值。

每波活动权益须以略高于市面银行当前权益奖励力度来吸引客户，故每波活动前须进行当前市场权益力度调研（须覆盖当前当地国有银行、股份制银行、城商行），实际权益发放力度参考调研结果确定。

（三）运营维护周期：自活动上线之日起两年。

（四）本项目实施进度须严格配合对手机银行、微信银行的产品上线进度，推广过程中的交付物成果、知识转移均应符合我行项目管理及项目验收要求。