**四川天府银行股份有限公司**

**企业微信客户经营能力提升项目**

**招标文件**

四川天府银行股份有限公司

二○二四年八月

**目 录**

[申明 2](#_Toc67558681)

[第一部分：投标人须知 3](#_Toc67558682)

[1 说明 3](#_Toc67558683)

[1.1 招标项目概要 3](#_Toc67558684)

[1.2 适用范围 3](#_Toc67558685)

[1.3 法律适用 3](#_Toc67558686)

[1.4 定义及解释 3](#_Toc67558687)

[1.5 合格投标人及合格投标设备 4](#_Toc67558688)

[1.6 注意事项 4](#_Toc67558689)

[1.7 保证 5](#_Toc67558690)

[1.8 相关费用 5](#_Toc67558691)

[1.9 其它要求 5](#_Toc67558692)

[2 招标文件 5](#_Toc67558693)

[2.1 招标文件构成 5](#_Toc67558694)

[2.2 招标文件的解释与修改 5](#_Toc67558695)

[3 投标文件的编制 6](#_Toc67558696)

[3.1 投标语言及计量 6](#_Toc67558697)

[3.2 投标文件的式样和签署 6](#_Toc67558698)

[3.3 投标文件的构成 7](#_Toc67558699)

[3.4 投标报价 8](#_Toc67558700)

[3.5 报价货币 8](#_Toc67558701)

[3.6 投标人应递交的有关证明文件 8](#_Toc67558702)

[4 投标文件的递交 9](#_Toc67558703)

[4.1 投标文件的密封和标记 9](#_Toc67558704)

[4.2 重要须知 9](#_Toc67558705)

[5 知识产权 10](#_Toc67558706)

[6 投标文件评审 10](#_Toc67558707)

[6.1 评标 10](#_Toc67558708)

[6.2 其他事项 10](#_Toc67558709)

[7 招标文件的解释 11](#_Toc67558710)

[第二部分：产品需求说明书 11](#_Toc67558711)

[(一) 招标内容清单及技术参数 11](#_Toc67558712)

[1. 招标产品： 11](#_Toc67558713)

[2. 产品要求 11](#_Toc67558714)

[3.技术规范 17](#_Toc67558715)

[4.服务响应和售后服务要求 18](#_Toc67558716)

[第三部分：投标文件格式投标函格式 18](#_Toc67558717)

[(一) 投标函 18](#_Toc67558718)

[(二) 投标报价表格式 19](#_Toc67558719)

[(三) 法定代表人授权委托书格式 21](#_Toc67558720)

[(四) 资格声明格式 22](#_Toc67558721)

[(五) 服务商信息表格式 23](#_Toc67558722)

[(六) 投标人业绩表格式 24](#_Toc67558723)

[(七) 招标评分标准 24](#_Toc67558723)

申 明

本招标文件专用于四川天府银行股份有限公司（简称“四川天府银行”、“本行”）本次***企业微信客户经营能力提升项目***，招标文件内容解释权归四川天府银行所有。参加投标单位即视为无条件同意本申明并保证对本招标文件可能涉及的四川天府银行商业秘密予以保密，除经四川天府银行书面同意外，任何单位和个人不得为参与本项目投标以外的目的而出版、复制、传播、销售及使用本招标文件。

第一部分：投标人须知

# 说 明

## 招标项目概要

### 招标人：四川天府银行

### 项目名称：***四川天府银行企业微信客户经营能力提升项目招标。***

### 项目内容：本次招标项目内容为***“企业微信客户经营能力提升项目***”。

### 招标方式：公开招标

### 交货期：签订采购合同时确定。

### 交货地点：签订采购合同时确定。

### 开标时间：通过资质审核后另行电话通知。

### 开标地点：四川省成都市锦江区东大街下东大街258号四川天府银行25楼C会议室。

### 联系方式：

### 商务联系人：刘纯燕 028-67676114

### 业务联系人：刘思家 18011597331

### 地址：成都市锦江区东大街下东大街段258号四川天府银行

## 适用范围

### 本招标文件仅适用于本项目招标文件中所叙述的项目。

## 法律适用

### 本招标文件及由本次招标产生的合同适用中华人民共和国法律。

## 定义及解释

### 用户：系指四川天府银行。

### 供应商：指与招标人签订采购合同的中标人或入围供应商。

### 货物：指投标人按招标文件规定，向用户提供所需的产品。

### 服务：招标文件规定投标人必须承担的货物运输、安装、测试、检验、调试、人员培训等技术支持、售后服务以及其他相关的义务。

### 日期：指公历日。

### 合同：指依据本次入围招标结果签订的意向书、协议或合约文件。

### 招标文件中的标题或题名仅起引导作用，而不应视为对招标文件内容的理解和解释。

### 招标文件中所规定的“书面形式”，包括纸质文件和电讯文件形式，既含手写、打印或印刷的文字资料形式，也包括传真等通讯形成文件。

## 合格投标人及合格投标设备

### 合格投标人

（1）具有独立承担民事责任的能力，近两年没有重大的违约违法行为，近三年没有骗取中标和严重违约等问题。

（2）投标人应具备年检有效期内的营业执照件（三证合一）。

（3）投标人应遵守《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国政府采购法》及其相关的中华人民共和国法律和法规。

（4）投标人应不属于有腐败和欺诈行为的不合格的投标人。

（5）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度。

（6）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。

（7）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

（8）本次招标不接受联合体投标。法定代表人为同一个人的两个及两个以上法人，母公司、全资子公司及其控股公司，允许以母公司投标。

（9）所招标设备具备合规合法的相关认证资质。

（10）所招标设备要支持并适配我行设备管理系统，包括后续程序升级带来的运维支持。

（11）所有招标厂商设备拥有设备序列号，可以上送地理位置。

（12）符合法律、行政法规规定的其他条件。

### 合格设备和服务

（1）投标人提供的投标设备、技术培训、服务等应来自于招标文件规定的合格的原产地。

（2）合格的原产地系指投标设备或其部件的生产地为中华人民共和国或与中华人民共和国有正常贸易往来的国家或地区。投标设备或其部件是通过制造、加工或用重要的和主要的原部件装配而成的，其基本特性或功能或效用应是商业上公认、与原部件有着实质性区别的产品。

## 注意事项

### 在投标文件评审期间，除投标人被要求对投标文件进行解释外，投标人不得就与招标有关的事项主动与评审委员会以及招标人联系。

### 在投标文件评审期间，投标人试图在投标文件审查、解释、比较和评价时对评审委员会施加任何影响或对招标人的评审结果进行影响，都可能导致其投标文件被拒绝。

### 投标人不得串通作弊，以不正当的手段妨碍、排挤其他投标人，破坏公平竞争原则。

### 获得本招标文件者，应对文件进行保密，不得用作本次招标以外的任何用途。

### 招标人向投标人提供的公司介绍、项目背景、项目内容和开展计划等相关资料，被视为保密资料，仅被用于它所规定的用途，除非得到招标人的同意，不能向任何第三方透露。否则招标人将保留采取相应法律措施的权利。

### 投标人利用不当手段，误导其他投标人做出非合理行为，均会导致其投标文件被拒绝。

## 保证

### 投标人保证所提交给招标人的资料和数据是真实的、完整的、合法的和有效的，并对此承担相应的法律责任。

## 相关费用

### 投标人应承担其编制、提交投标文件以及参加本次招标的所有费用，不论招标的结果如何，招标人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

## 其它要求

### 中标人在项目实施中，我行提供的业务、技术信息和所有相关文档为我行重要保密信息，一切由中标人导致的信息泄露所造成的损失，由中标人承担。

# 招标文件

## 招标文件构成

### 招标文件包括：

**第一部分 投标人须知**

**第二部分 产品需求说明书**

**第三部分 投标文件格式**

### 投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和技术规范等。投标人没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标文件没有对招标文件各方面要求作出实质性响应，将有可能导致其投标文件被拒绝。

## 招标文件的解释与修改

### 在提交投标文件之前，招标人以书面形式对任何要求对招标文件进行澄清的，投标人应予以逐条答复，并将该书面答复发送给招标文件的每个收受人。

### 在提交投标文件之前，无论出于何种原因，招标人可随时在解答投标人提出的需澄清的问题时，向招标文件的所有收受人发送对招标文件的修改文件。

### 招标文件的澄清和修改文件将以书面形式通知招标文件的所有收受人，该澄清和修改文件也是招标文件的组成部份，并对投标人具有约束力。

### 为使投标人编写投标文件时有充分时间对招标文件的修改部分进行研究，招标人可酌情推迟递交投标文件截止时间，并将推迟决定以电话/传真形式通知所有招标文件的收受人。

### 投标人在收到招标人发给的任何澄清和修改文件时，都应在收到后立即以书面或传真形式向招标人确认。

# 投标文件的编制

## 投标语言及计量

### 投标人提交的投标文件以及投标人与招标人的所有往来函电均应使用中文。投标人提供的支持文件和印刷的文献可以用另一种语言，但相应内容应附有中文翻译本，在解释时以中文翻译本为准。投标人应对其投标文件的中文翻译错误或因投标人与招标人对回复文件中文版本的理解存在差异而导致的机会丧失或其他问题，自行承担风险。

### 投标人提交的投标文件中涉及简称或缩写的须注明其中文全称和中文含义。

### 除非在招标文件中另有规定，投标人在投标文件中及其与招标人的所有往来文件中的计量单位均应采用中华人民共和国法定计量单位。

### 投标人提供的任何资料中所提及的业务和技术用语，应符合国内银行业务和技术监管部门的通用解释，有差异的应特别注明。

## 投标文件的式样和签署

### 投标人应准备投标文件***一份正本和4份副本***，投标文件须清楚地标明“正本”和“副本”字样。如正本和副本不符，以正本为准。

### 投标文件正本须用不褪色墨水书写或打印，由投标人的法定代表人或经其正式授权的代表签署。被授权代表须将以书面形式出具的《法定代表人授权书》**（原件）**附在投标文件中。

### 投标文件的任何行间插字、涂改和增删，必须由投标人在旁边加盖公章才有效。

### 在招标文件中已明示需盖章及签名之处，投标文件正本均须由投标人加盖投标人公章，并经投标人法定代表人或其授权代表签名或盖章。**投标文件正本须加盖投标人公章骑缝章**。

### 投标文件副本可采用投标文件的正本复印而成。

### 传真或电传的投标文件将被拒绝。

### 由于投标文件正本、副本相互之间任何不符而导致的所有后果，由投标人自行承担。

## 投标文件的构成

### 投标人应认真审阅本招标文件，并按相关规定，提交完整的投标文件。本次招标要求投标方提供实施、培训、服务等一揽子解决方案及报价。

### 投标人编写的投标文件应编排为两部分：（1）商务投标文件；（2）技术投标文件。

### 商务投标文件的格式要求如下：

（1）投标函（格式见第三部分：投标文件格式）；

（2）投标报价表（格式见第三部分：投标文件格式）；

（3）法定代表人授权委托书及授权人与被授权人身份证；

（4）公司介绍：包括但不限于公司注册资本、业务规模、组织架构、财务状况、技术队伍及实施服务能力等，以及证明公司综合实力、技术力量、开发经验、信誉和资质的材料复印件；

（5）投标人应递交的有关证明文件；

### 技术投标文件的格式要求如下：

（1）投标项目名称及主要技术数据和成效的描述；

（2）推动实施及验收标准；

（3）根据招标文件**第二部分《产品需求说明书》**提出的业务规划，提出对应的项目实施方案（包括并不限于实施方案、项目进度计划、资源保障等内容）；

（4）根据招标文件**第二部分《产品需求说明书》**提出的技术和业务需求，作出对应的技术规格和要求响应；

（5）投标人近三年来在金融行业承担的类似项目成功案例一览表；

**（6）投标人的技术服务和售后服务承诺以及兑现这些承诺所具备的条件和保障措施（包括并不限于售后服务期限、费用、响应时间及方式、备件等）**；

（7）投标货物详细配置清单；

（8）设备安装、调试及验收方案；

（9）保证项目连续正常推动期间所需要的所有备件和专用工具的详细清单。

### 投标人必须按规定要求提供投标项目的详细技术资料，以方便评标委员会评标、定标。投标人提交的技术文件必须是“原件”而不是“复印件”，其中包括方案的目标、规划、实施路径、交付物、适用范围等，所提供的参考资料应尽可能全面详细。

### 重要提示

（1）投标文件内容应严格按照招标文件要求进行编排；

（2）投标文件应按照招标文件的要求如实响应：

（3）在评审过程中，招标人如发现投标人采取不正当手段报送虚假材料，招标人有权取消投标人的投标资格；招标结束后，如发现投标人存在报送虚假投标材料的情形，招标人有权拒签或终止合同，并且招标人有权按照不低于已付合同款项两倍的赔付额向投标人索赔；

（4）投标文件不得随意涂改、加页或减页。

## 投标报价

### 投标人应按照投标报价表格式要求报价。

### 投标人所报的投标价，必须是考虑所有优惠及折扣的最终价格。

### **投标报价应包括企业微信客户经营能力提升项目相关的调研、培训、运营咨询及陪跑费用、售后服务费用、各种税金、保险费等全部投标费用。**

### 投标报价应提供每一产品的单价、每一单类产品总价及本次投标总价。

### 技术规格中特别要求的备品配件、易损件和专用工具的费用。

### 招标人不接受投标人对任何未办理正常进口手续的非中华人民共和国境内生产的货物的投标报价。

### 未经考验的新产品、试制品不能参加投标。

### **投标报价作为评标的依据之一，招标人不保证最低报价中标。**

## 报价货币

### 投标人提供的产品和服务在报价时必须用人民币。

## 投标人应递交的有关证明文件

### 投标人应提交证明其有资格和能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部份。

### 投标人须提交，包括但不限于以下证明文件：

### （1）投标人的资格声明；

（2）法定代表人授权委托书；

（3）授权代理人身份证复印件（正、反面）及公司法定代表人身份证复印件（正、反面）；

（4）投标人营业执照（三证合一）（投标书中附复印件，加盖报价人鲜章）

（5）符合国标的质量检测报告（投标书中附复印件，加盖报价人鲜章）；

（6）具备完整的技术服务支持体系证明材料；

（7）ISO9001:2000族质量管理标准资质证书（投标书中附复印件，加盖报价人鲜章）

（8）类似项目金融行业案例证明材料（复印件，加盖报价人鲜章）；

（9）服务商信息表（格式见第三部分：投标文件格式）；

（10）公司认为需要提供的其他文件及资料。

**（12）如果投标人按照招标文件要求提供的产品不是投标人自己研发的，投标人应得到产品**

**商颁授的有效代理证书或为本次投标提供产品的有效授权（原件）。**

### 按国家法律法规及相关办法规定的从事此类项目的所需具备的一切资质，投标人都应具有，否则将视为无效投标。

# 投标文件的递交

## 投标文件的密封和标记

### 投标人应将投标文件正本和所有的副本分开密封装在单独的封套中，且在封套上标明“正本”、“副本”字样。

### 封套均应按以下要求标记：

递 交：四川天府银行

投标项目：***四川天府银行企业微信客户经营能力提升项目采购招标。***

封套上均应写明投标人全称、地址、联系人和联系电话。

### 将下列内容（从投标文件正本中复印）单独密封入信封，再将其封装于投标文件正本封套内：

1. 投标函；
2. 投标报价表。

## 重要须知

### 招标人将拒绝并原封退回在本招标文件规定的投标截止时间后收到的任何投标文件。

### 开标后，投标人的投标文件相关文件不符合招标文件相关要求的，将被退回。

### 开标后，每个投标人将有***15分钟的讲标时间***，讲标内容为***公司情况及产品介绍***，不得超出投标文件的内容范围。

### 讲标结束后，评标过程将在全封闭地点进行；在此期间，投标人非经评审委员会要求对投标文件含义不明确的内容进行必要的澄清或说明，不得单独联系评审委员会的任何人员。

# 知识产权

### 投标人应保证，投标人是本项目提供的任何产品（含软件）、技术和服务的知识产权的合法所有人，或已经从其合法所有人得到了合法、适当的授权，并保证其产品、技术和服务均不侵犯任何第三人的版权、专利权、商标权或其他形式的知识产权，亦不侵犯任何第三人的商业秘密或其他权利。招标人有权因为投标人提供虚假、错误或误导性信息而拒绝其参加投标，并保留依照所适用法律可能享有的进一步追诉的所有权利。

### 投标人应保证，招标人在中华人民共和国使用产品或产品的任何一部分时，如因使用投标人提供的产品或服务而受到第三方关于侵犯版权、专利权、商标权或其他形式的知识产权的指控或其它指控，投标人须与该第三方交涉，采取措施使招标人免受第三方提出侵犯其专利权或其它知识产权的起诉，并对招标人承担相应的赔偿责任。

# 投标文件评审

## 评标

### 评标委员会：招标人将依照《中华人民共和国招标投标法》、国家计委等七部委制定的《评标委员会和评标方法暂行规定》、《四川天府银行招标采购管理办法》等法律法规的有关规定组建评标委员会；评标委员会成员由招标人在开标前临时确定。

### 评标原则：评标委员会按照有关法律、法规规定和招标文件要求，遵循公平、公正、科学、择优的原则，采用相同的程序和标准，不受外界任何因素干扰和影响独立对投标文件进行评审。

### 评标主要内容：对投标文件的初审、质疑、综合评审、择优定标。

### 评标方法：采用综合评分法，即在最大限度满足招标文件实质性要求的前提下，按照评审标准进行综合评审后，择优选取入围供应商。

## 其他事项

### 招标人在授予合同之前仍有选择或拒绝任何或全部投标的权力，对因此而受影响的投标人不承担任何责任，也没有义务向受影响的投标人解释采取这一行动的理由。

### 若投标人数达不到法定要求或评标委员会否决所有投标，招标人有权选择其他采购方式。

### 评标委员会不向落标方解释落标原因，不退还投标文件。

### 在投标、评标过程中，如有投标人联合故意抬高报价或其他不正当行为，招标方有权中止投标或评标。

### 中标供应商确定后，招标人向其发出***中标通知书***。

### 中标供应商应在收到***中标通知书***后与本行进入相关采购的商务讨论，双方达成共识后签订采购**合同**,如双方无法达成共识，招标人有权终止供应商的中标资格。

### 在授予合同时，招标人有权确定货物数量和服务内容。

### ***中标通知书***对招标人和中标供应商均具有法律效力。***中标通知书***发出后，入围供应商放弃入围资格的，或在采购的商务讨论达成共识后的在30天内不与招标人签订**采购合同**的，应依法承担法律责任；招标人无故改变入围结果的，依法承担法律责任。

### 我行具有对入围供应商所实施项目、公司实力等情况进行考察和要求测试拟采购设备的权利**。**

### 重要提示：投标人必须满足招标指标，关键指标不满足做废标处理。

# 招标文件的解释

本招标文件由招标人负责解释。

第二部分：产品需求说明书

# 项目背景及目标

# 项目背景

在金融行业竞争日益激烈的今天，企业微信作为连接客户与银行服务的重要桥梁，对于塑造和提升我行品牌形象、增强客户体验、推动业务发展具有至关重要的作用。为了有效提升企业微信的运营效能，我行计划招标企业微信运营服务商，以提供全面而深入的运营策略和执行服务。目标是通过专业化的运营，将企业微信打造成为员工对客的综合营销工具，提升员工客户经营能力及客户服务体验。

# 项目目标

制定并执行运营策略，完成企业微信经营模式的运营推广及落地，通过精细化运营提升客户粘性和业务转化效率，实现客户服务体验的全面优化。完成我行企业微信的外部好友数量新增30万户规模的添加，认证客户数25万户。

# 项目实施要求

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **运营周期：1个月筹备启动+2个月运营管理+6个月运营咨询及培训** | | | | | |
| **一、筹备期（1个月）** | | | | | |
| **整体方案规划** | | | **人员支持** | **交付物** | **数量** |
| 资源整理 | 行内资源调研 | 行内已有的权益、活动、产品、资讯等进行整合，持续更新使用； | 项目经理1人（建议驻场） 运营经理1人（建议驻场）  培训讲师（根据培训时间到场） | 调研报告 | 1份 |
| 企微使用情况调研 | 对总分支行一线人员对企微的掌握程度、使用意愿度、企微客户经营预期、认知程度等进行培训筹备调研； |
| 账户梳理、开通及权限配置 | 企业微信通讯录更新 | 更新企业微信通讯录架构 | 企业微信通讯录架构 | / |
| 行内现有企业微信账户、群梳理及新增账户开通 | 对行内现有企业微信沉睡账户及沉睡群进行梳理，对后续运营所需人员进行账户开通及权限匹配、合理规划账户及群资源 | 现有企业微信账户及权限满足后续运营所需 | / |
| 内容中心建立 | 产品板块 | 整合行内现有产品进行上架 | 内容中心相关内容上架 | / |
| 活动板块 | 整合行内现有活动内容进行素材上架 | / |
| 权益板块 | 整合行内现有权益内容进行素材上架 | / |
| 引流规划方案 | 线上引流策略 | 梳理行内可利用的线上引流渠道，确定重点引流客群，结合客群特征制定引流策略，如存量客户迁移策略，多渠道添客策略等； | PPT | 1份 |
| 线下引流策略 | 制定线下引流策略，产出线下添客方法论，推动一线营销人员执行； |
| 1v1及朋友圈渠道经营规划方案 | 契机场景梳理 | 针对行方客群标签和运营需求，梳理出1v1运营中的对客事件 |
| 客户分群分层规划 | 为5万以上的价值客户设计首联破冰内容、分层分群经营活跃内容； |
| 1v1投放规划 | 基于行内现有产品、活动、内容，匹配资源，完成5万以上的价值客户的供需匹配，并制定投放频次； |
| 重点社群规划方案 | 行方社群运营业务诊断 | 重点围绕网周客群、养老客群、财富客群、长尾客群，针对行方资源、目标、现状、人员、客群画像、客群需求等进行诊断调研，并产出运营客群的专业性运营节奏； |
| 社群内容规划 | 设计社群栏目，保证群内内容连续性，强化客户社群印象。根据不同时间段激发客户潜力或偏好，同时完成首期内容方向制定； |
| 社群投放计划 | 基于客群特点，制定对应社群内容的投放时间、频次； |
| 启动培训 | 管理端 | 针对企业微信在总行及机构管理端日常经营中的赋能亮点、经营质效提升等方面进行培训，包括企业微信常用功能速成培训，为运营期的正式启动准备 | 现场培训+常用功能操作手册 | 1场 |
| 营销端 | 针对企业微信对直营团队和一线营销团队日常经营中的赋能亮点、经营质效提升等方面进行培训，包括企业微信常用功能速成培训，为运营期的正式启动准备 | 1场 |
| **二、运营期（8个月），包含运营管理、运营咨询及培训 一阶段（预估4个月）梳理企业微信人员架构及重点指导企微好友添加方案落地和常态化1V1经营 二阶段（预估4个月）重点指导1V1及朋友圈分层经营、重点社群运营** | | | | | |
| **好友添加（集中添客）** | | | **人员支持** | **交付物** | **数量** |
| 好友添加活动 | 活动策划 | 设计好友添加活动流程、互动，包括活动主题、形式、权益、规则等； | 项目经理1人  运营经理1人 策划及物料设计人员（远程协助）  数据分析师（远程协助） | 活动H5 | 1个 |
| 线上引流物料设计 | 基于行内线上渠道特征和投放要求，设计引流活动相关物料内容，如短信、海报、banner、AI电话、弹窗等； | 物料 | 5~8个 |
| 引流添客 | 线上添客执行SOP | 产出线上多渠道，多契机下的添客内容SOP，如短信、AI电话、客户经理电访等； | SOP | 每周1个 |
| 线下添客执行SOP | 配合线下业务场景，整理客户经理添客执行的SOP，如厅堂活动邀约添客，进企拜访添客等； | SOP | 每周1个 |
| 添客异议处理SOP | 针对添客过程中的多类型异议点，设计应答内容SOP | SOP | 每周1个 |
| 客户经理推动宣导 | 将上述动及内容进行全面宣导，并督促一线执行；制作个人喜报、支行/个人添客排行榜，通过微信群/邮件推送； | 图文 | 每周1个 |
| **1v1运营** | | | **人员支持** | **交付物** | **数量** |
| 1v1运营 | 企微新客经营 | 针对企业微信新添加以及新调入客户在一个月内完成首联、活跃、破冰，包含一次自我介绍、一次客户关怀、一次产品营销、一次活动邀约； | 项目经理1人  运营经理1人 策划及物料设计人员（远程协助）  数据分析师（远程协助） | SOP | 1套（每月更新） |
| 转化内容契机 | 包括但不限于产品到期/开放、大额进/出帐、客户升降级等）触客契机内容，按照时间以及主推产品每周进行相关内容撰写更新，借助时间契机完成客户经营； | SOP | 每周1个 |
| 节点关怀内容 | 借助节日节气等特殊时间点，撰写对客关怀内容，提升客温。 | SOP | 1套 |
| **社群运营** | | | **人员支持** | **交付物** | **数量** |
| 社群引流 | 社群引流物料设计 | 基于渠道特征和客群需求，进行1v1以及社群引流，进行相关内容、物料等撰写和设计 | 项目经理1人  运营经理1人 策划及物料设计人员（远程协助）  数据分析师（远程协助） | 物料 | 1套 |
| 社群管理 | 社群执行账号设置及建群 | 添加前的形象、添加规则等内容设置；配置社群管理规则、群欢迎语、群公告等 | 配置 | 4类社群 |
| 运营投放 | 每工作日按时完成社群内SOP内容及特定社群活动的投放 | 每个工作日每个群运营投放 | 每日2～3次 |
| 盯群答疑 | 工作时间内及时完成账号内客户异议解答；运营过程中识别意向客户，并转接行内相关职能人员 | 每个工作日在线盯群 | 工作日 |
| 社群内容运营 | 每周内容规划 | 每周和行内人员沟通对其业务目标，输出每个栏目下投放内容规划 | 内容周历 | 每周1份 |
| 社群SOP内容撰写 | 早安话术、行内权益活动包装、投教、关怀等内容撰写，同时协助合规审核修改 | SOP | 每周1套 |
| 社群沙龙活动策划 | 活动类型如下，包含但不限于： 1、节气活跃活动（如元宵节猜灯谜、中秋节猜字谜等）；2、热点解析活动（如理财顺风车、公积金贷款利率下调等）；3、定制产品活动（如专属养老理财的群内营销活动等）；4、知识投教活动（如理财不可能三角知识学习等） | SOP | 每双周1次 |
| 舆论预案准备 | 内容舆论引导流程以及相关内容 | SOP | 1套 |
| **培训支撑** | | | **人员支持** | **交付物** | **数量** |
| 阶段性培训 | 月度培训支撑 | 以月为单位，重点围绕当期企业微信常用功能，运营SOP，阶段性运营成效、机构优秀案例等板块进行培训。切实支撑月度机构企业微信推动落地 | 培训讲师（线上+线下） | 每月培训（可线下或线上）一场 | 8场 |
| 线下工作坊 | 需重点围绕企业微信运营推动中的功能及SOP进行机构相关员工的线下工作坊带教实操。 | 线下工作坊，培训地点主要为成都和南充，可能包含四川其它地级市。 | 6天 |
| **项目结束后需针对整个项目进行复盘** | | | | | |

注：

投标方项目经理及运营经理需满足不低于1个月线下驻场时间。

鼓励投标方围绕上述基本项目需求进行运营服务项目扩展，包括但不限于运营策略及SOP、运营物料、人力支持、线下驻场等方面。

# 服务响应和售后服务要求

1. 项目结束后，投标人需继续提供不低于3个月的后续支持服务，解答招标方在运营过程中遇到的问题，并提供必要的帮助。

2. 如招标方对投标人实施的服务不满意或投诉，投标人需认真对待并及时处理，确保招标方的权益得到保障。

3. 在项目实施过程中，投标人需保持与招标方的及时沟通，了解项目进展和需求变化，及时调整运营方案。

4. 投标人需承诺在接到客户咨询请求后，迅速响应并安排专业人员与招标方对接，确保运营服务的时效性。

# 其他要求

1. 招标方将对客户加企业微信并认证提供活动支撑，如投标人未能实现本项目项目目标中任何一项业绩承诺，招标方有权对项目支付的中标价格进行调整，具体如下：

1.1 项目目标未达成，企业微信的外部好友数量新增不低于25万户规模的开通且认证客户数不低于20万户，支付投标人中标价格90%费用；

1.2 项目目标未达成，企业微信的外部好友数量新增低于25万户规模或认证客户数低于20万户，支付投标人中标价格75%费用。

2. 双方因执行本条款发生的与本项目有关的一切争议，应首先通过友好协商解决；协商不成时，任何一方均有权向招标方所在地人民法院提起诉讼。

第三部分：投标文件格式投标函格式

# 投 标 函

致:四川天府银行

我方确认收到贵方\_***四川天府银行企业微信客户经营能力提升项目招标****\_*项目采购的招标文件，*(投标人名称)*作为投标人已正式授权*(被授权代表全名、职务)*代表我方提交投标文件，正本一份副本4份，并在正本内附有对应于投标文件各册内容的电子文件一套（U盘形式）。

投标文件包括如下内容:

1．投标函；

2．投标报价表；

3．授权书；

4．资格证明文件，资质证明文件、业绩情况；

5．用户需求响应表；

6．技术响应文件；

7．按招标文件中投标人须知及投标文件格式提供的其它有关文件；

8．证明拟提供的产品和服务符合招标文件规定的合法性证明文件。

我方已完全明白招标文件的所有条款要求，并重申以下几点：

1．本投标文件的有效期为投标文件提交截止之日起90天内有效；

2．我方已详细研究了招标文件的所有内容，包括修改文件(如果有)和所有已收到的参考资料以及有关附件，并完全明白。我方放弃在此方面提出不明或误解的一切权利。

3．对贵方在招标文件中（包括修改文件(如果有)和所有已收到的参考资料以及有关附件）有关权利义务和责任限制或免除条款的含义，我方已完全明白并接受。

4．我方同意按照贵方可能提出的要求而提供与投标有关的任何其它数据或信息。

5．我方理解贵方不一定接受最低投标价或贵方收到的任何投标。

6．我方如果中选，将按照招标文件及其修改文件（如果有）的要求及我方承诺，按质、按量、按期履行全部合同责任和义务。

7．所有与本招标有关的函件请按下列联系方式发送:

地 址：. 邮政编码：.

电 话：. 传 真：.

投标人（公章）：

法定代表人

或被授权人签名（或盖章）：

日 期：

# 投标报价表格式

投标人应按附表格式提交报价表，并提供报价表的电子文件。

**投标报价表**

项目名称：***四川天府银行企业微信客户经营能力提升项目招标***

投标人： 　 价格单位：（人民币）元

1.运营管理与咨询费用：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | 项目 | 报价 |
| **1** | 项目调研及规划 |  |
| **2** | 运营管理 |  |
| **3** | 咨询与培训 |  |
| **4** | 其它费用 |  |
| **总价（含税价）** |  |  |
| **增值税率** |  |  |

2.本项目人员实施情况明细：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **姓名** | 职务及职称 | 资格证书 | 工作年限 | 本项目中担任职务 | 相关项目经验及角色 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**备注：**

1、以上报价包括项目运营管理及咨询服务、人员差旅、培训和售后服务费用、各种税金、保险费等全部投标费用。

2、为了便于评标，本投标报价表要求一式两份，一份单独装入小信封进行密封，并注明“投标报价表”字样，放置在投标文件的“开标一览表”信封中，另一份装订在投标文件的“商务部分”之中。

**说明：**如果有其它优惠条件，可以在开标一览表的备注中说明，也可以在一览表下另文说明。

投标人名称:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人单位盖章:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人代表签字：

日期：

# 法定代表人授权委托书格式

**法定代表人授权委托书**

致:四川天府银行

本授权书声明：*（法定代表人姓名）*为本公司（注册于*（省、市、县）*的*（投标人名称）*）的法定代表人，现任*（法定代表人职务）*。在此代表本企业授权*（被授权人姓名、职务）*作为我公司的全权代理人，在*（项目名称）*的投标及其合同执行过程中，以我方的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，特此声明。

投标人（公章）：

地 址：

法定代表人（签字或盖章）：

被授权人（签字或盖章）：

# 资格声明格式

**资 格 声 明**

致：四川天府银行：

下述投标人愿响应你方年月日的投标邀请，参与投标，提供符合产品需求说明书中规定的产品，并按招标文件要求提交所附资格文件且声明和保证如下：

1、我方所提交的所有文件材料是真实的、完整的、合法的、有效的，我方愿为其真实性、完整性、合法性、有效性承担法律责任；

2、我方是依法注册的法人，在法律上、财务上和运作上完全独立于招标人。

3、我方在参加本次投标前年内，在经营活动及参与有关采购活动中没有重大违法活动及涉嫌违规行为，并没有因而被有关部门警告或处分的记录。

4. 我方提供的产品及相关服务与招标文件的要求一致。

5. 我方提供的所有产品、技术及服务的原产地均应来自中华人民共和国或是与中华人民共和国有正常贸易往来的国家或地区。我方在投标文件中确认拟提供的、为实施、完成和维护本项目所需的一切产品、服务或技术，均能够通过一般行政程序获得出口国政府的出口许可。招标人仅就符合该条件的产品、技术和服务按照合同的规定支付价款，对于因无法获得出口国政府的出口许可而无法提供的产品、技术和服务，我方将自行承担损失，并赔偿因无法获得出口许可而给招标人造成的损失。

6. 我方在递交投标文件之前或同时，应当自行负责调查、评估其所在国家或地区法律或政府政策对于其向招标人供应本项目所需的软件、系统、技术等一切产品和服务可能涉及或存在的批准、审查、许可证、登记、备案或其他类似的要求或障碍，并应当向招标人充分披露该要求或障碍（如有），以及其可能需要的程序、时间、导致的技术或法律上的影响。如果我方未能履行这一披露和提示义务，而在项目谈判或签约后的过程中导致本项目谈判或实施进程的中断、延误、障碍或其他损失，我方自行承担相应的赔偿责任。

7. 我方保证，我方已经从其合法所有人得到了合法、适当的授权，并保证其产品、技术和服务均不侵犯任何第三人的版权、专利权、商标权或其他形式的知识产权，亦不侵犯任何第三人的商业秘密或其他权利。招标人有权因为我方提供虚假、错误或误导性信息而拒绝我方参加投标，并保留依照所适用法律可能享有的进一步追诉的所有权利。

8. 我方保证，招标人在中华人民共和国使用产品或产品的任何一部分时，如因使用我方提供的产品或服务而受到第三方关于侵犯版权、专利权、商标权或其他形式的知识产权的指控或其它指控，由我方与该第三方交涉，采取措施使招标人免受第三方提出侵犯其专利权或其它知识产权的起诉，并对招标人承担相应的赔偿责任。

我公司承诺，上述声明及保证均为真实、有效的，如存在隐瞒、欺骗等情形，由此产生的一切后果，由我方自行承担。

特此声明！

投标人（公章） 授权签字人

名称： 姓名：

地址： 职务：

邮编： 签名：

传真： 电话：

# 服务商信息表格式

**服务商信息表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 公司名称 |  | | 组织机构代码 |  | | |
| 税务登记编号 |  | | 营业执照编号 |  | | |
| 上级机构/母公司 |  | | 公司类型 |  | | |
| 注册地址 |  | | 国别 |  | | |
| 注册资本 |  | | 成立时间 |  | | |
| 法定代表人 |  | | 主营业务类型 |  | | |
| 网　址 |  | | 销售模式 |  | | |
| 上年经营额 |  | | 上年利润数 |  | | |
| 经营地址 |  | | | | | |
| 经营范围 |  | | | | | |
| 资质等级 |  | | | | | |
| 组织体系 |  | | | | | |
| 联系人 |  | 联系电话 |  | | 手机 |  |
| E-mail地址 |  | 传真 |  | | 邮政编码 |  |
| 主要产品或项目 | 类别 | 产品规格、型号(项目技术特征） | | | 主要用户 | |
|  |  |  | | |  | |
|  |  |  | | |  | |

投标人名称:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人单位盖章:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人代表签字：

日期：

**说明：**

1.供应商本着“诚实、信用”的原则，如实填写服务商信息表，并对填写内容承担法律责任；

2.供应商应提供自身基本情况简介、产品介绍等情况。

3.供应商还应根据行业特点，提供其他可证明自身资信、技术能力的资料；

4.公司类型：依据国家统计局、国家工商总局《关于划分企业登记注册类型的规定》（国统字〔2011〕86号）的标准填写：100）内资企业：110）国有企业 120）集体企业 130）股份合作企业 140）联营企业 150）有限责任公司 160）股份有限公司 170）私营企业 190）其他企业200）港澳台商投资企业：210）合资经营企业 220）合作经营企业 230）港澳台商独资经营企业 240）港澳台商投资股份有限公司 290）其他港澳台投资企业300）外商投资企业：310）中外合资经营企业 320）中外合作经营企业 330）外资企业 340）外商投资股份有限公司 390）其他外商投资企业

5.主营业务类型：1）咨询服务 2）软件开发 3）运维服务 4）人力资源外包 5）软硬件买卖 6）其他。

6.“经营范围”为企业负责人营业执照规定的内容；

7.“资质等级”包括代理、集成、经销、服务等级以及建筑、装修、信息、安全保卫等资质等级；

8.“组织体系”为全国分支机构设置情况；

9.“销售模式”包括直接销售、代理销售等方式。

# 投标人业绩表格式

**投标人业绩表**

投标人：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编**  **号** | **项目**  **单位** | **项目**  **名称** | **项目**  **内容** | **项目**  **工期** | **项目**  **金额** | **联系人及**  **联系电话** |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |  |  |
| 8 |  |  |  |  |  |  |

**备注：**

1、按《投标人须知》要求的时间段，列出投标人近三年来在金融行业承担的类似设备供应项目；

2、投标人应尽可能提供表列项目的评定证书或用户使用报告的复印件；

3、业绩主要包括：在国内银行实施案例，并对主要成功业绩进行详细描述，业绩列表内容包括但不限于客户名称、系统上线时间、联系人、联系电话等，如以上表格不能体现成功业绩介绍，可以在该表格的基础上进行修改，完善。

投标人名称:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人单位盖章:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标人代表签字：

日期：

# 招标评分标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评审项** | **评审因素** | **评分说明** |
| 价格分20分 | 价格20分 | **A、评标价的计算：**1）不接受选择性报价或者具有附加条件的报价；2）投标文件中如果申报了非招标文件所要求的产品和服务，评标时不予以折价降低评标价；3）以经评委会评审确认的合理有效的投标总报价折合成不含增值税的报价作为评分价格，合格投标单位未超过7家时，以经评委会评审确认的合理有效的评分价格的算术平均值为基准，超过7家（含7家时）将评分价格去掉一个最低值和去掉一个最高值后的算术平均值为基准。 不含增值税的报价＝含增值税的报价/（1+增值税税率）  **B、价格分的计算（保留小数点后2位）**1）以所有有效投标人评标价的平均价作为基准价；2）投标人的评标价等于评标基准价得20分，投标人的评标价每高于评标基准价1%，扣0.5分，投标人的评标价每低于评标基准价1%，扣0.3分，不足1%按插入法计算，最高扣6分。 **注：**评标委员会发现投标人的报价明显低于其他投标报价，使得其投标报价可能低于其个别成本的，应当要求该投标人作出书面说明并提供相应的证明材料。投标人不能合理说明或者不能提供相应证明材料的，评标委员会应当认定该投标人以低于成本报价竞标，并否决其投标。 |
| 商务分23分 | 综合实力 10分 | 1、近三年财务状况（2021、2022、2023年），最高得 5 分。  营业收入比例值。根据投标人经审计的近三年平均营业收入增长率评分，最高得2分，后续按排名依次扣减 0.2分；  营业收入绝对值。根据投标人经审计的近三年平均营业收入绝对值排序，最高得3分，后续按排名依次扣减 0.3分。 |
| 2、投标人的资质情况，最高得5分。 根据投标人企业管理体系认证： （1）质量管理体系，提供GB/T 19001或ISO 9001得1分； （2）信息安全管理体系，提供GB/T 22080或ISO 27001得1分； （3）信息技术服务管理体系，提供ISO/IEC 20000得1分； （4）职业健康安全管理体系，提供GB/T45001或ISO45001得1分； （5）环境管理体系，提供GB/T24001或ISO14001得1分；   注：投标人须提供相关有效期内资质证明。 |
| 业绩经验13分 | 根据投标人自2022年1月1日（以合同签署时间为准）以来提供的银行行业企业微信运营或咨询培训服务的成功实施案例（需提供合同复印件，内容包括但不限于合同首页、采购内容页、签订时间及签章页）。 银行国有行或股份行一个案例得3分，城农商行一个案例得2分，其他银行一个案例得1分，满分13分，同一机构及其分支机构的案例不重复计算。 |
| 运营咨询分57分 | 运营需求满足度10分 | (1)运营周期：1个月筹备启动+2个月运营管理+6个月运营咨询及培训（完全满足得2分，部分满足得0 ～ 1分） (2)资源整理：调研梳理行内资源，完成账户开通及权限配置及企微内容中心建立（完全满足得2分，部分满足得0 ～ 1分） (3)一阶段运营内容：企微好友添加方案落地和常态化1V1经营（完全满足得2分，部分满足得0 ～ 1分） (4)二阶段运营内容：1V1及朋友圈分层经营、重点社群运营（完全满足得2分，部分满足得0 ～ 1分） (5)舆情管理、消保/合规监管（完全满足得2分，部分满足得0 ～ 1分） |
| 运营实施方案12分 | 根据投标人针对本项目所提供的实施方案打分，包括运营框架、私域拉新、运营管理、运营咨询、培训支撑、风险规避以及敏感内容预警拦截等。优良得9-12分；较好得5-8分；一般得0-4分。 |
| 培训支撑及售后服务15分 | 培训支撑：根据投标人提出的培训支撑及售后服务方案，提供运营启动培训专场（线下），每月运营SOP、功能及案例培训一场（线下或线上）、线下机构带教工作坊6天（培训地点主要为成都和南充，可能包含四川其它地级市）。 售后服务：项目结束后，投标人需继续提供不低于3个月的后续支持服务，解答招标方在运营过程中遇到的问题，并提供必要的帮助。 满足以上要求得15分，其余酌情扣分。 |
| 工期计划安排3分 | 根据提交的各阶段详细、具体的时间安排计划的科学性及合理性进行评审，酌情打0-3分。 |
| 服务团队10分 | 根据投标人针对本项目所提供的服务人员的数量、学历、企业微信运营经验、驻场天数等情况打分。优良得8-10分；较好得5-7分；一般得0-4分。 |
| 增值服务7分 | 根据投标人提供的免费实质性增值服务进行打分，视情况得0-7分。 |