**重汽（重庆）轻型汽车有限公司**

**2025年百度广告投放项目**

**招　标　文　件**

**招 标 人：重汽（重庆）轻型汽车有限公司**

二〇二五年三月

# 招标公告

1. **重汽（重庆）轻型汽车有限公司现对2025年百度广告投放项目进行公开招标，资金已落实，具备招标条件，欢迎合格潜在投标方前来参加投标。**

**二、招标内容及技术要求**

重汽（重庆）轻型汽车有限公司，为充分利用搜索引擎进行品牌知名度的传播，现寻找合作单位（以下称投标人）完成项目相关工作。

2.1 投放点位

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **媒体** | **产品类型** | **产品名称** | **产品位置** | **展现形式** | **计费方式** |
| 百度 | 搜索+信息流 | 车效通 | 百度APP+百度PC端 | 图片+视频 | CPC（按点击收费） |
| 百度 | 有驾运营 | 购车宝 | 百度APP+有驾 | 图文+视频（以线索交付为主，无固定展现形式和位置） | CPL（线索成本计费） |
| 备注：百度各区域投放量比例以执行时招标人需求为准； |

2.2 合同有效期： 12个月（起止时间以合同为准）。

2.3 投放区域：城市定向（此定向为预估，实际以执行时招标人下单为准）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **省份** | **城市** |  | **序号** | **省份** | **城市** |  | **序号** | **省份** | **城市** |
| 1 | 云南 | 普洱市 |  | 36 | 河南 | 郑州市 |  | 71 | 浙江 | 台州市 |
| 2 | 青海 | 西宁市 |  | 37 | 贵州 | 遵义市 |  | 72 | 重庆 | 重庆市 |
| 3 | 云南 | 昆明市 |  | 38 | 安徽 | 安庆市 |  | 73 | 内蒙古 | 呼和浩特市 |
| 4 | 江苏 | 苏州市 |  | 39 | 河北 | 石家庄市 |  | 74 | 贵州 | 六盘水市 |
| 5 | 辽宁 | 沈阳市 |  | 40 | 重庆 | 重庆市 |  | 75 | 黑龙江 | 哈尔滨市 |
| 6 | 新疆 | 阿克苏地区 |  | 41 | 黑龙江 | 哈尔滨市 |  | 76 | 新疆 | 乌鲁木齐市 |
| 7 | 天津 | 天津市 |  | 42 | 山东 | 潍坊市 |  | 77 | 吉林 | 长春市 |
| 8 | 内蒙古 | 呼伦贝尔市 |  | 43 | 山东 | 菏泽市 |  | 78 | 北京 | 北京市 |
| 9 | 山东 | 济南市 |  | 44 | 云南 | 大理白族自治州 |  | 79 | 河北 | 承德市 |
| 10 | 四川 | 成都市 |  | 45 | 山东 | 临沂市 |  | 80 | 重庆 | 重庆市 |
| 11 | 浙江 | 宁波市 |  | 46 | 辽宁 | 本溪市 |  | 81 | 河北 | 石家庄市 |
| 12 | 贵州 | 贵阳市 |  | 47 | 山西 | 太原市 |  | 82 | 河南 | 新乡市 |
| 13 | 江苏 | 徐州市 |  | 48 | 辽宁 | 鞍山市 |  | 83 | 福建 | 泉州市 |
| 14 | 湖南 | 长沙市 |  | 49 | 黑龙江 | 大庆市 |  | 84 | 山西 | 太原市 |
| 15 | 吉林 | 长春市 |  | 50 | 山东 | 日照市 |  | 85 | 山东 | 菏泽市 |
| 16 | 福建 | 漳州市 |  | 51 | 山东 | 枣庄市 |  | 86 | 河南 | 周口市 |
| 17 | 福建 | 三明市 |  | 52 | 河北 | 沧州市 |  | 87 | 山东 | 临沂市 |
| 18 | 新疆 | 阿勒泰地区 |  | 53 | 四川 | 凉山彝族自治州 |  | 88 | 西藏 | 拉萨市 |
| 19 | 内蒙古 | 通辽市 |  | 54 | 贵州 | 毕节市 |  | 89 | 山东 | 烟台市 |
| 20 | 黑龙江 | 黑河市 |  | 55 | 广西 | 百色市 |  | 90 | 广西 | 梧州市 |
| 21 | 内蒙古 | 兴安盟 |  | 56 | 内蒙古 | 包头市 |  | 91 | 河南 | 郑州市 |
| 22 | 广东 | 东莞市 |  | 57 | 云南 | 昭通市 |  | 92 | 湖北 | 襄阳市 |
| 23 | 河北 | 张家口市 |  | 58 | 云南 | 文山壮族苗族自治州 |  | 93 | 四川 | 广元市 |
| 24 | 山东 | 济宁市 |  | 59 | 黑龙江 | 齐齐哈尔市 |  | 94 | 山东 | 德州市 |
| 25 | 新疆 | 巴音郭楞蒙古自治州 |  | 60 | 云南 | 红河哈尼族彝族自治州 |  | 95 | 福建 | 福州市 |
| 26 | 浙江 | 温州市 |  | 61 | 新疆 | 伊犁哈萨克自治州 |  | 96 | 河南 | 洛阳市 |
| 27 | 江苏 | 连云港市 |  | 62 | 福建 | 龙岩市 |  | 97 | 新疆 | 哈密地区 |
| 28 | 安徽 | 合肥市 |  | 63 | 贵州 | 黔西南布依族苗族自治州 |  | 98 | 新疆 | 伊犁哈萨克自治州 |
| 29 | 福建 | 南平市 |  | 64 | 北京 | 北京市 |  | 99 | 四川 | 成都市 |
| 30 | 江苏 | 盐城市 |  | 65 | 湖北 | 宜昌市 |  | 100 | 云南 | 曲靖市 |
| 31 | 内蒙古 | 赤峰市 |  | 66 | 山东 | 青岛市 |  | 101 | 广西 | 北海市 |
| 32 | 湖北 | 随州市 |  | 67 | 山西 | 阳泉市 |  | 102 | 河北 | 沧州市 |
| 33 | 江苏 | 无锡市 |  | 68 | 天津 | 天津市 |  | 103 | 贵州 | 黔东南苗族侗族自治州 |
| 34 | 云南 | 临沧市 |  | 69 | 河北 | 张家口市 |  | 104 | 陕西 | 西安市 |
| 35 | 河北 | 唐山市 |  | 70 | 浙江 | 金华市 |  | 105 | 北京 | 北京市 |

2.4 前端展示形式：图文、视频、留资落地页、抽奖页面等。

2.5 服务承诺

（1）投放全程投标人需按招标人要求及时反馈传播策略的有效性，提供效果评估报告；

（2）图片及视频物料制作，媒体展示页、落地页面、抽奖页面、展示文案的创意设计和制作；

（3）每月底根据当月效果评估提供次月投放策略和提升改进方案；

（4）本次合作为开口合同，框架协议签订时间为期12个月，按期进行投放，每期招标人以约定CPL或CPC数量形式进行投放。若每期投放完成后任一数量不足，投标人需补充投放且在30日内完成数量补足，补充投放产生的费用由招标人承担；

（5）每期硬广投放，投标人负责拍摄并制作广告视频不少于1支，每支需有招标人产品出镜，清晰度不低于1080P；

（6）投标人负责收集投放所得销售线索，并按天进行线索分类（按城市）提报给招标人；

（7）投标人对投放进行监测，提供日/周/月等阶段性报告及相关数据分析，并提供项目总结；

（8）项目验收时，投标人需提供盖有媒体（或媒体授权单位）鲜章的投放数据报告，以证明投放数量、区域、标签等关键数据的足额完整购买；

（9）若项目执行中包含其他成本，如承载销售线索、视频拍摄、服务器、人工费、手续费等，投标人需在商务报价时充分考虑，价格商谈议定后招标人不再另行支付其他任何费用。

（10）投标人具有履行合同所必需的专业专职团队，团队人员不低于6人，具备策划、设计、信息优化等相关业务的能力和成功经验。团队核心成员包含但不限于：项目经理、推广专员、信息优化师、平面设计、视频剪辑、文案策划等，并具有3年以上相关业务服务经验等。

**三、投标人要求**

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定，未被“信用中国”（www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。
2. 投标人为中华人民共和国境内注册的独立法人机构，具有营业执照，成立满三年。
3. 注册资本不低于500万元人民币或等值外币。
4. 三年以上汽车广告运营代理服务经验，持有**百度核心分销商授权证书**。
5. 企业信誉良好，投标人未处于被责令停业、财产被接管或冻结，近三年没有重大违法违纪等不良行为记录（以国家企业信用信息公示系统为准）。
6. 具有良好的银行资信和商业信誉，没有处于被责令停业，财产被接管、冻结破产状态。
7. 中标方不得随意更换项目负责人，若确需更换需征得招标人同意。
8. 无招标违规、谎报年度报告信息、提供虚假资质资料等行为或其他行政处罚记录。
9. 投标方直接或间接股东、法定代表人、董事、监事、高管非重汽员工及其亲属。
10. 没有被中国重汽集团列入黑名单。不接受联合体投标。

**四、招标文件的获取：**

凡有意参加投标者，请于**2025年3月24日17:00前**，按照本条1-10项顺序及所列项相关资料的原件扫描件（要求每一页原文件扫描在一页上，禁止两页或多页合并扫描在一页，扫描文件必须清晰可辨否则影响报名的审核，扫描文件格式为pdf格式，禁止采用压缩文件格式或图片格式，**所有扫描文件都集成到1个pdf文档并设置目录**）发送至邮箱：linyue@sinotruk.com，并电话联系工作人员查收（林玥联系电话：15554187191），邮件名格式为：\*\*\*公司（五个字以内公司简称）-项目名称-报名资料。同时必须在邮件中以文字方式提供投标单位全称、投标授权人姓名、联系方式（固定电话、手机、电子邮箱）。

1. 投标人营业执照。
2. 近三年类似汽车广告运营代理服务合同；百度核心分销商授权证书截图。
3. 经会计师事务所审计且出具无保留意见的近三年的财务审计报告原件，并加盖公章，包括但不限于报告页、经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及报表附注。如投标人公司没有经审计的财务报告，可提供加盖公章的近三年财务报表，包括但不限于资产负债表、利润表、现金流量表。应提供中文版本的审计报告或财务报表；
4. 企业最近半年完税证明、信用证明材料（中国人民银行信用代码证或征信报告）；
5. 提供上一年度纳税信用评价信息（可从电子税务局查询截图，需加盖公章）；
6. 企业对外担保说明（写明贵单位对外有无对外担保和质押业务，需加盖公章）；

本项目实行资格后审，报名成功不代表资格审查通过，以最终通过招标小组的审查为准。预审通过后招标人将本项目招标文件电子版以电子邮件的形式发送至投标方所提供的邮箱，招标方不对投标方能否通过电子邮件正确或及时接收相关邮件负责，招标方邮件发出即视为送达。

技术评标咨询联系人：石明雪，15662772868，shimingxue@sinotruk.com。

**五、投标及开标**

1. 投标时间及地点

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 投标截止时间 | 投标地点 | 投标文件 | 投标方式 |
| 2025年4月1日17:00前 | 山东省济南市历城区华奥路777号重汽科技大厦联系人：林玥联系电话：15554187191 | 纸质副本1份（含资质标、技术标、商务标）；U盘电子版1份（含资质标PDF，技术标PPT、商务标PDF）。 | 邮寄 |
| 2025年4月1日17:00前 | 重庆市江津区双福新区工业园潍柴路2号联系人：刘玄联系电话：19942238709 | 纸质正本1份（含资质标、技术标、商务标）；U盘电子版1份（含资质标PDF、技术标PPT、商务标PDF）。 | 邮寄 |

1. 开标时间及地点

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 开标时间 | 开标地点 | 开标事项 |
| 2025年4月2日9:00 | 山东省济南市历城区华奥路777号重汽科技大厦 | 技术述标（现场/线上） |
| 2025年4月2日13:30 | 山东省济南市历城区华奥路777号重汽科技大厦 | 商务评标（现场/线上） |

**六、评标办法：**

1. 在保证满足招标人要求的情况下，本项目评标采用合理最低价中标法：评标专家组将与投标人进行多轮商务谈判，选取单价最低的投标人中标。
2. **技术评标**：评审小组先对投标人的技术提案进行评分，技术分80分以上的投标人入围商务标评比，未进入商务标评比的投标方离场。技术评分不带入商务评比，评分机制详见《附件四-技术评标办法》。
3. **商务评标**：
4. 投标人按《附件三-投标函》固定格式报价，不能随意更改格式。
5. 招标人会与投标人进行多轮商务谈判，谈判过程中，禁止出现当轮报价高于上一轮报价的情况。
6. 招标人不接受任何选择性报价，对投标人的每一种投标方案只允许有一个投标价。
7. 所有投标价均以人民币报价。

**七、投标文件**

1. **资质标**，纸质正本1份，副本1份，单独密封。（正副本分不同地点投递）
2. 提供《附件一-法定代表人身份证明书》，并加盖公章
3. 提供《附件二-法定代表人授权委托书》，并加盖公章。
4. 提供营业执照复印件，并加盖公章。
5. 近三年类似汽车广告运营代理服务合同；百度核心分销商授权证书截图。
6. 经会计师事务所审计且出具无保留意见的近三年的财务审计报告原件，并加盖公章，包括但不限于报告页、经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及报表附注。如投标人公司没有经审计的财务报告，可提供加盖公章的近三年财务报表，包括但不限于资产负债表、利润表、现金流量表。应提供中文版本的审计报告或财务报表；
7. 企业最近半年完税证明、信用证明材料（中国人民银行信用代码证或征信报告）；
8. 提供上一年度纳税信用评价信息（可从电子税务局查询截图，需加盖公章）；
9. 企业对外担保说明（写明贵单位对外有无对外担保和质押业务，需加盖公章）。
10. **技术标，**提供技术方案，纸质正本1份，副本1份，单独密封。（正副本分不同地点投递）
11. **商务标，**纸质正本1份，副本1份，单独密封。（正副本分不同地点投递）。
12. 《附件三-投标函》，加盖公章。
13. 《附件五-投标保证金退还说明》，并加盖公章。
14. 提供投标保证金缴纳银行回单或网上银行截图。

**八、投标保证金：**

1. 投标保证金支付方式：银行转账。
2. 投标保证金的金额：本项目招标要求投标人提交投标保证金：**2万元**。
3. 投标保证金到账时间：

**于2025年3月31日17:00 时前汇入招标人账户，是否到账以招标人到银行查实的回单为准。**

开户银行：中国建设银行重庆南坪支行

户 名：重汽（重庆）轻型汽车有限公司

帐 号：50001073600050240330

**投标人须在付款凭证备注栏中注明是“2025年百度广告投放项目投标保证金**”。

1. 发出中标通知后40个工作日内，招标人向落标人不计息退还投标保证金；
2. 发生以下情况时，招标人有权没收投标保证金：
3. 截至开标前3天，投标人无正当理由、未书面递交说明而在投标截止日不来投标的。
4. 投标人递送文件后，无正当理由放弃投标的。
5. 自中标（成交）通知书发出之日起30日内，中标（成交）供应商无正当理由不签订合同的，或在签订合同时向招标人提出附加条件。
6. 招标人无正当理由不按本招标文件要求缴纳履约保证金的。
7. 投标过程中被查实有串标、围标、陪标等违规违纪行为的。
8. 投标人有违约违规行为或被投诉、举报的，在调查处理期间，保证金暂不退还，待调查处理结束后按有关规定处理。

**九、履约保证金**

1. 招标人与中标人签订合同后，中标人投标时缴纳的投标保证金**（贰万元整）**自动转变为履约保证金。
2. 中标人如出现以下任一行为，招标人有权单方面终止合同并收取全部履约保证金抵作损失补偿。
3. 签订合同后，中标人对项目执行过程及结果违反合同约定的。
4. 中标人对招标人的订单、时效等合理要求无故推脱或无正当理由拒绝执行的。
5. 中标人在无正当理由或不满足合同约定的情况下单方面解除合同的。
6. 由于中标人原因造成合同非正常提前结束或终止的。

**十、付款方式、周期**

1. 付款方式：**半年期商业承兑汇票**
2. 付款进度：按月结算，当月项目执行完成验收合格后，招标人通知投标人开具相应增值税专用发票，招标人收到发票挂账后次月付款。

**十一、中标**

1. 评标定标后，招标人将以邮件或电话通知的形式通知中标单位。
2. 中标人收到中标通知后，应在30个工作日内与招标人签订合同，中标人无正当理由不与招标人订立合同，或在签订合同时向招标人提出附加条件，取消其中标资格，并没收保证金。

**十二、中标人瑕疵滞后发现的处理原则**

**无论何种原因，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，招标人有权取消其中标资格，一旦中标人被拒绝或该中标人此前的评议结果被取消，因招标产生的相关的费用以及一切损失均由中标人承担。已签订合同的，招标人有权单方解除合同，瑕疵中标人不得以此为由向招标人主张任何权利和请求。**

**十三、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. 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；
8. 被其他投标人举报经查实属实的；
9. 法律、法规规定的其他情况。
10. 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
11. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
12. 评标委员会经评审，认为所有投标都不符合招标文件要求的；
13. 因重大变故，采购任务取消的；
14. 评标委员会认为应当终止招标的其他情形。

**十四、解释权**

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。

**十五、附件清单**

附件一-法定代表人身份证明书

附件二-法定代表人授权委托书

附件三-投标函

附件四-技术评标办法

附件五-投标保证金退还说明

**附件一 法定代表人身份证明书**

**法定代表人身份证明书**

 同志，在我单位担任 职务，特此证明。

法定代表人身份证复印件粘贴如下：

投标单位（盖章）：

法定代表人（签字）：

日期： 年 月 日

**附件二 法定代表人授权委托书**

**法定代表人授权委托书**

重汽（重庆）轻型汽车有限公司（招标单位全称）：

 （投标单位全称）法人代表 授权 （全权代表姓名）为全权代表，参加贵处组织的2025年百度广告投放项目招标活动，全权处理招标活动中的一切事宜，对其在交流、报价、评价中所签署的一切文件和处理与之相关的一切事务，我单位予以承认。

本授权书于\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日盖章生效，特此声明。

投标单位全称（公章）：

法定代表人签字或盖章：

授权代表人签字或盖章：

授权代理人身份证复印件粘贴如下（并提供身份证原件）：

**附件三 2025年百度广告投放项目----投标函**

### 投标函

**重汽（重庆）轻型汽车有限公司**：

1. 我方已仔细阅读2025年百度广告投放项目招标文件的全部内容，投标报价如下：

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **媒体** | **产品类型** | **产品名称** | **产品位置** | **计费方式** | **预估数量** | 单价，元/CPC（或CPL），不含税 | 总价（元，不含税） |
| 百度 | 搜索+信息流 | 车效通 | 百度APP+百度PC端 | CPC | 300000 |  |  |
| 百度 | 有驾运营 | 购车宝 | 百度APP+有驾 | CPL | 1700 |  |  |
| 合计（元，不含税） |  |  |
| 税费 | % |  |
| 合计（元，含税） |  |  |
| 备注：1. 报价表中黄色部分为必填，其他部分不允许修改。
2. “合计（元，不含税）”价格包含本项目执行所有费用（税费除外）。包括但不限于资源购买、视频拍摄、页面制作、销售线索收集分发、出具数据和总结报告、质量保证和售后服务等所有相关费用的总和。
3. 本项目约定购买单个CPC或CPL的单价，在合同期内签订开口合同，**以实际购买数量据实结算。**
 |

2．我方承诺在投标有效期内不修改、撤销投标文件。

3．我方已完全阅知并认同本招标文件及其附件的全部内容，如我方中标：

（1）我方承诺在规定的期限内与你方签订合同。

（2）我方承诺在合同约定的期限内保质保量的完成相应工作。

4．我方在此声明，所递交的投标文件及有关资料内容完整、真实和准确。

5． （其他补充说明）。

投 标 人： 　　　　　 （盖单位章）

法定代表或授权代表： （签字）

地址：

网址：

电话：

邮政编码：

 年 月 日

**附件四-技术评标办法**

**一.技术比选课题**

**核心课题：制定轻型汽车3月-8月百度投放推广策略及规划。**

**要求：**

（1）假设周期内投放预算为80万；

（2）结合汽车市场营销节奏和轻型车产品推广节奏，设定清晰的营销主题；

（3）要求该投放规划包括市场洞察、人群洞察、竞品洞察、整体投放策略、投放文案、物料、投放计划、效果预估（曝光、点击、线索、CPC、CPM）等；

（4）课题输出内容设计：KV、落地页、短视频套版等；

（5）形式及创意：不设限，但需注意创意性、曝光量、线索量、设计感、符合品牌调性；

（6）周期：2025年3月-8月

（7）车型：先锋官V

**二.技术评分规则**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 评价项目 | 满分值 | 实际得分 | 评分标准 |
| 一、整体策略（40分） |
| 1、策略逻辑 | 20 |  | 分析到位、对市场、人群、竞品分析精准，整体投放策略准确，对于本品轻客的推广有很大的指导作用（16-20分） | 分析较准确、对市场、人群、竞品分析较精准，整体投放策略较准确，对于本品轻客的推广有基本的指导作用（10-15分） | 分析不到位市场、人群、竞品分析不准确，整体投放策略不准确，对于本品轻客的推广无指导作用（0-9分） |
| 2、方案可行性 | 20 |  | 方案撰写全面、条理清晰、策略目标明确、有较高的可执行性（16-20分） | 方案撰写基本涵盖各块、条理较清晰、策略目标较明确、方案可执行性一般（10-15分） | 方案撰写板块缺失、条理不清晰、策略目标不明确、可执行性较差（0-9分） |
| 二、创意执行（45分） |
| 1.创意能力 | 25 |  | 主题立意清晰，创意表现手法新颖，且KV画面符合产品的定位（21-25分） | 主题立意明确，创意表现平淡，设计形式创意性不足，KV画面大致符合产品定位（20-13分） | 主题立意模糊，表现手法无创意性，形式表现趋于老套，与产品定位脱离（0-12分） |
| 2.执行落地 | 20 |  | 在标书预算范围内，投放效果较好（量化）（16-20分） | 在标书预算范围内，投放效果一般（量化）（10-15分） | 在标书预算范围内，投放效果较差（量化）（0-9分） |
| 三、服务团队及增值服务（15分） |
| 1、团队保障 | 5 |  | 达到标书要求的固定的团队人员构成及经验要求、保障团队成员人数及全职富足，并针对团队稳定性有足够的保障机制（4-5分） | 可承诺固定的团队人员构成及经验要求，保障团队成员人数、汽车行业经验服务较一般（2-3分） | 只能满足基本团队人员构成，且并未全职服务人员并未达到经验要求（0-1分） |
| 2、增值服务 | 10 |  | 承诺服务多，可及时并积极主动提出有利于活动执行的其他增值服务（8-10分） | 增值服务一般，只可保障基本工作的完成、无法承诺服务期间的增值服务（5-7分） | 增值服务少，无法承诺服务期间的增值服务（0-4分） |
| 合计 | 100分 |  | \ | \ | \ |

**附件五-投标保证金退还说明**

**投标保证金退还说明**

重汽（重庆）轻型汽车有限公司：

我公司参与贵公司组织的“2025年百度广告投放项目”投标的有关活动，并缴纳了投标保证金20000元（大写：贰万元整）。本次投标结束后，请将投标保证金退回我公司以下账号。

公司名称：

纳税人识别号：

地址：

开户行：

开户行联行号：

银行帐号：

特此说明！

申请人：（ 公司全称、盖章 ）

申请日期： 年 月 日