

六、商务、服务条款偏离表

(一) 服务条款偏离表

投标人名称：文旅联动公益宣传

项目编号：SZDL2026000681

序号	招标服务条款	投标服务响应	偏离情况	说明
1	<p>(一) 深圳景区宣传：</p> <p>1、景区 LED 屏幕宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区，景区入口或景区内部的 LED 屏幕进行体彩品牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 屏幕数量：不少于 10 块屏幕。</p> <p>(4) 播放次数：每块屏幕宣传内容的播放频次均不少于 120 次/天，单次播放时间不少于 15 秒。</p> <p>(5) 持续时间：每块屏幕宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 投放尺寸：单块屏幕面积不小于 15 m²，所有屏幕总面积不低于 440 m²。</p> <p>(7) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于视频、动图、图片等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(8) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(9) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p>	<p>(一) 深圳景区宣传：</p> <p>1、景区 LED 屏幕宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区，景区入口或景区内部的 LED 屏幕进行体彩品牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 屏幕数量：不少于 10 块屏幕。</p> <p>(4) 播放次数：每块屏幕宣传内容的播放频次均不少于 120 次/天，单次播放时间不少于 15 秒。</p> <p>(5) 持续时间：每块屏幕宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 投放尺寸：单块屏幕面积不小于 15 m²，所有屏幕总面积不低于 440 m²。</p> <p>(7) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于视频、动图、图片等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(8) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(9) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p>	正偏离	道旗数量上投标服务响应为 76 面比招标服务条款中要求的 75 面多 1 面

<p>(11) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>2、景区内道旗宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区，景区内部重要路口或道路两旁以道旗形式进行体彩品牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 道旗数量：不少于 75 面。</p> <p>(4) 道旗尺寸：单面不少于 0.5 m²。</p> <p>(5) 持续时间：每面道旗宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于图片、文字等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(7) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(8) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、道旗数量、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(9) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、道旗数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>3、景区高炮台 LED 屏幕宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区的高炮台 LED 屏幕进行体彩品</p>	<p>(11) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>2、景区内道旗宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区，景区内部重要路口或道路两旁以道旗形式进行体彩品牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 道旗数量：不少于 76 面。</p> <p>(4) 道旗尺寸：单面不少于 0.5 m²。</p> <p>(5) 持续时间：每面道旗宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于图片、文字等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(7) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(8) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、道旗数量、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(9) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、道旗数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>3、景区高炮台 LED 屏幕宣传</p> <p>(1) 服务内容：要求在一个或多个景区的高炮台 LED 屏幕进行体彩品</p>	
--	--	--

<p>牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 屏幕数量：不少于 2 块屏幕。</p> <p>(4) 播放次数：每块屏幕宣传内容的播放频次均不少于 120 次/天，单次播放时间不少于 15 秒。</p> <p>(5) 持续时间：每块屏幕宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 投放尺寸：单块屏幕面积不少于 15 m²，所有屏幕总面积不低于 35 m²。</p> <p>(7) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于视频、动图、图片等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(8) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(9) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(11) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p>	<p>牌形象宣传。</p> <p>(2) 景区级别要求：4A 级及以上级别。</p> <p>(3) 屏幕数量：不少于 2 块屏幕。</p> <p>(4) 播放次数：每块屏幕宣传内容的播放频次均不少于 120 次/天，单次播放时间不少于 15 秒。</p> <p>(5) 持续时间：每块屏幕宣传内容的投放时间均不少于 30 天。</p> <p>(6) 投放尺寸：单块屏幕面积不少于 15 m²，所有屏幕总面积不低于 35 m²。</p> <p>(7) 内容制作要求：宣传内容包括但不限于视频、动图、图片等，采购人提供相关设计源文件，由投标人在 7 个工作日内按照要求设计、制作成符合要求的宣传内容，并根据采购人要求修改，直到采购人满意为止。</p> <p>(8) 上刊确认单：采购人确认宣传内容后，投标人须提供上刊确认单，供采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(9) 上刊要求：投标人须在上刊后 7 个工作日内提供上刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人须至少巡检 1 次，并提交巡检报告，报告内容须包括投放地点、巡检时间、宣传内容近景、远景照片等信息。</p> <p>(11) 下刊要求：发布期满后，投标人须在 7 个工作日内提交下刊报告，报告内容须包括投放地点、屏幕数量、持续时间、投放日期、宣传内容近景、远景照片等信息。</p>		
<p>2</p> <p>(二) 宣传效果评估： 投标人所有服务内容完成后，须在 14 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个景区的受众数据分析（比如：人流量数据、宣传触达分析、问卷</p>	<p>(二) 宣传效果评估： 投标人所有服务内容完成后，须在 14 个工作日内提交宣传效果评估报告，报告内容包括但不限于服务期间每个景区的受众数据分析（比如：人流量数据、宣传触达分析、问卷</p>	<p>无偏 离</p>	

	调查等)。	调查等)。		
3	<p>(三) 安全应急预案:</p> <p>秉持责任到人的安全准则, 投标人须对本项目所涉及的 LED 屏幕、路旗、高炮台屏幕的制作、安装、投放运营及维护等全流程的安全负责, 为确保不发生掉落、坍塌、漏电、火灾等各类安全事故, 保障相关人员、设施及第三方财产安全, 投标人须提前做好危机预警的筹备工作, 形成安全应急预案, 并承担未履行或未完全履行该安全保障义务所可能产生的全部后果(包括但不限于投标人人员以及现场其他人员的人身损害、财产损失等全部责任)。</p>	<p>(三) 安全应急预案:</p> <p>秉持责任到人的安全准则, 投标人须对本项目所涉及的 LED 屏幕、路旗、高炮台屏幕的制作、安装、投放运营及维护等全流程的安全负责, 为确保不发生掉落、坍塌、漏电、火灾等各类安全事故, 保障相关人员、设施及第三方财产安全, 投标人须提前做好危机预警的筹备工作, 形成安全应急预案, 并承担未履行或未完全履行该安全保障义务所可能产生的全部后果(包括但不限于投标人人员以及现场其他人员的人身损害、财产损失等全部责任)。</p>	无偏离	
4	<p>(四) 其他要求:</p> <p>1、投标人负责办理每次投放内容发布审批等流程并承担由此产生的费用。</p> <p>2、原则上所有宣传内容一次性投放完毕, 如遇特殊情况或不可抗力因素, 可进行合理拆分或分次投放, 但应事先征得采购人同意, 同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。</p> <p>3、采购人在投放期间将进行不定期抽检, 一旦出现投放事故等影响投放效果的情况, 投标人须立即免费进行整改并提交整改报告, 整改期间不计入投放时间, 采购人有权要求投标人顺延相应宣传内容的投放时间。</p> <p>4、投标人提供的公益宣传材料, 必须听取采购人的意见并事先取得采购人的同意。</p>	<p>(四) 其他要求:</p> <p>1、投标人负责办理每次投放内容发布审批等流程并承担由此产生的费用。</p> <p>2、原则上所有宣传内容一次性投放完毕, 如遇特殊情况或不可抗力因素, 可进行合理拆分或分次投放, 但应事先征得采购人同意, 同时投标人应当无条件予以配合并承担由此产生的全部费用。</p> <p>3、采购人在投放期间将进行不定期抽检, 一旦出现投放事故等影响投放效果的情况, 投标人须立即免费进行整改并提交整改报告, 整改期间不计入投放时间, 采购人有权要求投标人顺延相应宣传内容的投放时间。</p> <p>4、投标人提供的公益宣传材料, 必须听取采购人的意见并事先取得采购人的同意。</p>	无偏离	

备注:

1. “招标服务条款”一栏是招标文件第三章 用户需求书“四、项目服务要求”的全部内容;

2. “投标服务响应”一栏是投标人根据自身情况填写对“服务要求”的逐条响应; 并列明响应的具体内容。

3. “偏离情况”一栏填写如实填写“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”, 其中: “正偏离”表示“投标响应优于招标服务条款”, “负偏离”表示“投标响应不满足招标服务条款”, “无偏离”表示“投标响应与招标服务条款一致”。“投标服务响应”对比“招标服务条款”存在

响应不全（包括未响应整项招标服务条款或者未响应一项招标服务条款的部分内容），均视为“负偏离”。

（二）商务条款偏离表

投标人名称: 文旅联动公益宣传

项目编号: SZDL2026000681

序号	招标商务条款	投标商务响应	偏离情况	说明
1	<p>（一）服务期限： 本项目合同生效之日起至本项目合同约定的所有服务内容执行完毕之日止（预计 2026 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，采购人将根据中标供应商履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年。若采购人决定延长，续约按每年签订一次的方式进行，第一年为项目招标的中标服务期限。采购人在续约时无需另行组织招标，投标人不得以续约为由提出任何额外费用要求。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，采购人有权根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止/解除本合同，且无需承担任何违约责任。</p>	<p>（一）服务期限： 本项目合同生效之日起至本项目合同约定的所有服务内容执行完毕之日止（预计 2026 年 11 月 30 日前执行完毕）。项目服务期满后，采购人将根据中标供应商履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过 3 年。若采购人决定延长，续约按每年签订一次的方式进行，第一年为项目招标的中标服务期限。采购人在续约时无需另行组织招标，投标人不得以续约为由提出任何额外费用要求。如遇政策原因导致项目出现重大调整的，采购人有权根据实际情况调整工作内容和工作要求或提前终止/解除本合同，且无需承担任何违约责任。</p>	无偏离	
2	<p>（二）付款方式： 本项目费用分两次支付，合同生效且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%；本项目合同约定的所有服务内容全部执行完毕，投标人提供所有验收资料，经采购人审核通过且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%。本项目费用含设计、制作、发布以及税费等所有费用。如遇不可抗力因素导致付款延误，付款时间由双方协商确定。</p>	<p>（二）付款方式： 本项目费用分两次支付，合同生效且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%；本项目合同约定的所有服务内容全部执行完毕，投标人提供所有验收资料，经采购人审核通过且收到发票后 10 个工作日内支付合同总价的 50%。本项目费用含设计、制作、发布以及税费等所有费用。如遇不可抗力因素导致付款延误，付款时间由双方协商确定。</p>	无偏离	

3	<p>(三) 验收要求:</p> <p>1、验收人员: 采购人指定的工作人员。</p> <p>2、验收时间: 投标人提交项目所有验收材料后 7 日内完成验收。</p> <p>3、验收方式: 采购人在投标人的服务期内不定期抽查、按付款方式进行各阶段验收。</p> <p>4、验收内容及要求: 验收人员参照下表要求, 按照投标人实际响应及完成情况进行验收。</p>						正 偏 离	道 旗 数 量 上 投 标 服 务 响 应 为 7 6 面 比 招 标 服 务 条 款 中 要 求 的 7 5 面 多 1 面	
	序号	服务内容	具体需求	投标人响应情况	完成情况	验收结论			备注
	1	深圳景区宣传	1、景区 LED 屏幕宣传 (1) 服务内容: 要求在一个或多个景区, 景区入口或区内的 LED 屏幕进行体彩品牌形象宣传。 (2) 景区						
	<p>(三) 验收要求:</p> <p>1、验收人员: 采购人指定的工作人员。</p> <p>2、验收时间: 投标人提交项目所有验收材料后 7 日内完成验收。</p> <p>3、验收方式: 采购人在投标人的服务期内不定期抽查、按付款方式进行各阶段验收。</p> <p>4、验收内容及要求: 验收人员参照下表要求, 按照投标人实际响应及完成情况进行验收。</p>								
	序号	服务内容	具体需求	投标人响应情况	完成情况	验收结论	备注		
	1	深圳景区宣传	1、景区 LED 屏幕宣传 (1) 服务内容: 要求在一个或多个景区, 景区入口或区内的 LED 屏幕进行体彩品牌形象宣传。 (2) 景区						

<p>人在后7个工作日内提供报告，报告内容包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容、远景、照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人至少巡检1次，并提交巡检报告，报告内</p>	<p>人在后7个工作日内提供报告，报告内容包括投放地点、屏幕数量、播放次数、投放日期、投放面积、宣传内容、远景、照片等信息。</p> <p>(10) 巡检要求：服务期内，投标人至少巡检1次，并提交巡检报告，报告内</p>
--	--

<p>制作符合要求的宣传内容,并根据采购要求修改,直到采购人满意为止。</p> <p>(7) 上刊确认单:采购人确认宣传内容后,投标人提供上刊确认单,采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(8) 上刊要求:投标人上</p>	<p>制作符合要求的宣传内容,并根据采购要求修改,直到采购人满意为止。</p> <p>(7) 上刊确认单:采购人确认宣传内容后,投标人提供上刊确认单,采购人审核投放资源、媒介及时间。</p> <p>(8) 上刊要求:投标人上</p>
--	--

			采 购 人 的 同 意。									采 购 人 的 同 意。										
5、验收不合格处理：按照本项目“商务需求”中的“违约责任”、投标人投标文件中的“违约承诺”及本项目合同相关约定进行处理。										5、验收不合格处理：按照本项目“商务需求”中的“违约责任”、投标人投标文件中的“违约承诺”及本项目合同相关约定进行处理。												
4	<p>(四) 违约责任：</p> <p>1、如因投标人原因在服务期内未能按照本合同约定完成服务内容，每逾期一日，投标人须按合同价款的万分之五向采购人支付违约金，逾期超过 15 日（含本数），采购人有权解除本合同，且有权要求投标人按照本合同价款的 20% 支付违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>2、本合同履行过程中，如投标人有违约行为或影响采购人签订本合同目的之行为（比如：从事有损采购人或者中国体育彩票声誉或者形象的行为），投标人应在采购人指定的时间内进行整改，同时每发生一次，投标人应向采购人支付合同总价款的千分之一（1%）作为违约金，该情形出现累计五次或经采购人书面通知，在通知期限内投标人仍未纠正的，采购人有权解除本合同，投标人须向采购人按本合同总价的 20% 支付违约金并结算退还未履行服务内容的相应合同款项，若因此造成采购人损失的，投标人还应当承担赔偿责任。</p> <p>3、由于投标人履行本项目合同的行为导致采购人遭受损失或者向他人先行赔付的，采购人除要求投标人按照本合同约定承担违约责任外，还有权就其遭受的损失及向他人赔付的款项要求投标人足额赔偿。</p> <p>4、本项目合同任何一方擅自解除本合同，或者本项目合同任何一方根本违</p>										<p>(四) 违约责任：</p> <p>1、如因投标人原因在服务期内未能按照本合同约定完成服务内容，每逾期一日，投标人须按合同价款的万分之五向采购人支付违约金，逾期超过 15 日（含本数），采购人有权解除本合同，且有权要求投标人按照本合同价款的 20% 支付违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>2、本合同履行过程中，如投标人有违约行为或影响采购人签订本合同目的之行为（比如：从事有损采购人或者中国体育彩票声誉或者形象的行为），投标人应在采购人指定的时间内进行整改，同时每发生一次，投标人应向采购人支付合同总价款的千分之一（1%）作为违约金，该情形出现累计五次或经采购人书面通知，在通知期限内投标人仍未纠正的，采购人有权解除本合同，投标人须向采购人按本合同总价的 20% 支付违约金并结算退还未履行服务内容的相应合同款项，若因此造成采购人损失的，投标人还应当承担赔偿责任。</p> <p>3、由于投标人履行本项目合同的行为导致采购人遭受损失或者向他人先行赔付的，采购人除要求投标人按照本合同约定承担违约责任外，还有权就其遭受的损失及向他人赔付的款项要求投标人足额赔偿。</p> <p>4、本项目合同任何一方擅自解除本合同，或者本项目合同任何一方根本违</p>										无 偏 离	

<p>约，导致相对方解除本合同的，守约方有权要求违约方按照本合同总价款的 20% 支付违约金并赔偿守约方因此遭受的损失。同时，如投标人为前述情形下之违约方的，采购人还有权要求投标人返还已支付但未实施部分的合作费用。</p> <p>5、未经采购人书面同意，投标人不得将本合同项下的权利或义务转让给第三方，否则所得收益归采购人所有，且投标人还应向采购人支付合同总价款 20% 的违约金，同时采购人有权解除本合同并有权按照本合同约定要求投标人承担其他违约责任。</p> <p>6、投标人基于本合同约定应向采购人支付的违约金不足以弥补采购人损失的，投标人应予以补足。本合同所约定的采购人损失包括但不限于采购人直接经济利益的减损、采购人向第三方支付赔偿款、向行政机关缴纳的罚款等全部损失及费用。</p> <p>7、因投标人违约导致采购人解除本合同的，投标人应当自收到采购人解除通知之日起 5 日内，将基于本合同未实施的款项退还采购人。</p> <p>8、投标人的宣传物料及素材出现排版、错字、漏字等常规性错误的，投标人须承担消除影响、免费重新发布及赔偿损失等法律责任。</p> <p>9、投标人未经采购人事先书面同意，擅自取消、更改或缩减本合同所约定的服务内容，采购人有权立即解除本合同，投标人须向采购人结算退还未履行服务内容的相应合同款项、支付本合同总价款 20% 的违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>10、投标人保证其在本合同中提供的活动项目成果（包括但不限于宣传设</p>	<p>约，导致相对方解除本合同的，守约方有权要求违约方按照本合同总价款的 20% 支付违约金并赔偿守约方因此遭受的损失。同时，如投标人为前述情形下之违约方的，采购人还有权要求投标人返还已支付但未实施部分的合作费用。</p> <p>5、未经采购人书面同意，投标人不得将本合同项下的权利或义务转让给第三方，否则所得收益归采购人所有，且投标人还应向采购人支付合同总价款 20% 的违约金，同时采购人有权解除本合同并有权按照本合同约定要求投标人承担其他违约责任。</p> <p>6、投标人基于本合同约定应向采购人支付的违约金不足以弥补采购人损失的，投标人应予以补足。本合同所约定的采购人损失包括但不限于采购人直接经济利益的减损、采购人向第三方支付赔偿款、向行政机关缴纳的罚款等全部损失及费用。</p> <p>7、因投标人违约导致采购人解除本合同的，投标人应当自收到采购人解除通知之日起 5 日内，将基于本合同未实施的款项退还采购人。</p> <p>8、投标人的宣传物料及素材出现排版、错字、漏字等常规性错误的，投标人须承担消除影响、免费重新发布及赔偿损失等法律责任。</p> <p>9、投标人未经采购人事先书面同意，擅自取消、更改或缩减本合同所约定的服务内容，采购人有权立即解除本合同，投标人须向采购人结算退还未履行服务内容的相应合同款项、支付本合同总价款 20% 的违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>10、投标人保证其在本合同中提供的活动项目成果（包括但不限于宣传设</p>	
--	--	--

<p>计、宣传文件等)不侵犯任何第三方的权益(包括但不限于知识产权等),如有违反或有任何第三方提出侵权指控,投标人须与第三方交涉并应承担全部法律责任、费用和经济赔偿。同时,采购人有权解除合同,投标人应当按照本合同总价款的20%向采购人支付违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>11、在投标人完全履行本合同义务且无任何违约情形的前提下,采购人应按时足额向投标人支付合同费用,采购人无正当理由延期支付合同费用的,每延期一天,采购人应按合同成立时一年期贷款市场报价利率的标准向投标人支付应付而未付费用的违约金。超过三十日仍未足额支付或补足合同费用的,投标人有权单方解除合同,采购人已交付的费用不予返还并要求采购人支付合同总价款20%的违约金。</p> <p>12、采购人因依法追究投标人之违约责任/向投标人维权所产生的费用,包括但不限于采购人支付的调查取证费、公证费、评估费、鉴定费、审计费、诉讼费、仲裁费、保全费、保全担保费或保全担保保险费、律师费、执行费、差旅费等,概由投标人承担。</p> <p>13、投标人因违反本合同约定而需要向采购人支付的任何费用(包括但不限于违约金、赔偿金),采购人均有权在向投标人支付款项时予以先行扣除。</p>	<p>计、宣传文件等)不侵犯任何第三方的权益(包括但不限于知识产权等),如有违反或有任何第三方提出侵权指控,投标人须与第三方交涉并应承担全部法律责任、费用和经济赔偿。同时,采购人有权解除合同,投标人应当按照本合同总价款的20%向采购人支付违约金并赔偿采购人因此遭受的损失。</p> <p>11、在投标人完全履行本合同义务且无任何违约情形的前提下,采购人应按时足额向投标人支付合同费用,采购人无正当理由延期支付合同费用的,每延期一天,采购人应按合同成立时一年期贷款市场报价利率的标准向投标人支付应付而未付费用的违约金。超过三十日仍未足额支付或补足合同费用的,投标人有权单方解除合同,采购人已交付的费用不予返还并要求采购人支付合同总价款20%的违约金。</p> <p>12、采购人因依法追究投标人之违约责任/向投标人维权所产生的费用,包括但不限于采购人支付的调查取证费、公证费、评估费、鉴定费、审计费、诉讼费、仲裁费、保全费、保全担保费或保全担保保险费、律师费、执行费、差旅费等,概由投标人承担。</p> <p>13、投标人因违反本合同约定而需要向采购人支付的任何费用(包括但不限于违约金、赔偿金),采购人均有权在向投标人支付款项时予以先行扣除。</p>	
---	---	--

备注:

1. “招商商务条款”一栏是招标文件第三章 用户需求书“五、商务要求”的内容;
2. “投标商务响应”一栏是投标人根据自身情况填写对“商务要求”的逐条响应;并列明响应的具体内容。
3. “偏离情况”一栏填写如实填写“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”,其中:“正偏离”表示“投标响应优于招商商务条款”,“负偏离”表示“投标响应不满足招商商务条款”,“无

偏离”表示“投标响应与招标商务条款一致”。“投标商务响应”对比“招标商务条款”存在响应不全（包括未响应整项招标商务条款或者未响应一项招标商务条款的部分内容），均视为“负偏离”。

重庆市易平方科技有