

四川广绵高速公路有限责任公司品牌  
文化建设服务

比 选 文 件

比 选 人：四川高路文化旅游发展有限责任公司

比选代理机构：成都千一工程项目咨询有限公司

2024年02月



# 目 录

第一章	比选公告 .....	3
第二章	比选申请人须知（含评分办法） .....	5
第三章	项目概述及需求 .....	18
第四章	合同主要条款 .....	9
第五章	比选申请文件格式 .....	14

# 第一章 比选公告

## 四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务 比选公告

### 1. 比选条件

本比选项目四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务已具备比选条件，比选人为四川高路文化旅游发展有限责任公司，资金来自企业自筹。项目出资比例为 100%。项目已具备比选条件，现对该项目进行公开比选。

### 2. 项目概况与比选范围

2.1 项目名称：四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务。

2.2 项目实施地点：比选人指定地点。

2.3 实施内容：为比选人提供本项目《品牌文化建设》咨询项目实施纲要包含的所有内容及满足比选人对本项目提出的其余要求。

2.4 服务期：9 个月【其中项目交付时间为 3 个月，售后服务期为 6 个月（售后服务支持方式：线上/远程电话咨询）】。

2.5 服务要求：满足合同要求，并通过甲方验收。

### 3. 比选申请人资格要求

3.1 本次比选要求比选申请人须具备独立法人资格；

3.2 业绩要求：近 3 年（2021 年 1 月 1 日至今，以合同签订时间为准）完成 1 个品牌文化建设（服务）等相关业绩。

3.3 信誉要求：未处于财产被接管、冻结、破产状态；无不良行为记录、没有处于比选申请禁入期内（提供承诺函）；①在国家企业信用信息公示系统(<http://www.gsxt.gov.cn/>)中被列入严重违法失信企业名单，不得参加比选申请。（事业单位除外）（提供网站截图）②在“信用中国”网站(<http://www.creditchina.gov.cn/>)中查询列入失信被执行人名单的比选申请人，不得参加比选申请（提供网站截图）。③比选申请人所提供的比选申请文件中的相关材料必须真实、合法、有效，没有弄虚作假（书面承诺）。

3.4 本次比选不接受联合体参选。

3.5 与比选人存在利害关系可能影响比选公正性的单位，不得参选。法定代

表人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段比选申请。否则，相关比选申请均无效。

#### **4. 比选文件的获取**

4.1 凡有意参加比选申请的比选申请人，请于 2024 年 3 月 19 日开始在“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站（<https://glwl.scgs.com.cn/>）”免费匿名下载比选文件。比选人不提供其他任何报名和比选文件获取的方式。

4.2 比选文件有关通知（如有）由比选申请人在“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站（<https://glwl.scgs.com.cn/>）”自行查阅与下载。

4.3 比选申请人应在比选期间适时关注上述网站，并及时下载相关内容，比选不再另行通知。如有问题或疑问，应及时与比选人联系，因未能及时下载资料（如果有）的相关责任由比选申请人自行承担。

#### **5. 比选申请文件的递交**

5.1 比选申请文件递交的截止时间(比选截止时间，下同)为 2024 年 3 月 26 日 10 时 00 分，地点为成都市武侯区二环路南三段 5 号人南大厦 B 座 8 楼。

5.2 逾期送达的或者未送达指定地点的比选申请文件，比选人不予受理。

#### **6. 发布公告的媒介**

本项目比选公告在“蜀道投资集团有限责任公司网站（<http://www.shudaojt.com/>）”、“四川高速公路建设开发集团有限公司网站（<http://www.scgs.com.cn/>）”和“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站（<https://glwl.scgs.com.cn/>）”上同时发布。

#### **7. 联系方式**

比选人：四川高路文化旅游发展有限责任公司

地址：成都市二环路南四段莱蒙都会 2 栋 10 楼

联系人：王女士

联系电话：028-86058728

比选代理机构：成都千一工程咨询有限公司

地址：成都市武侯区二环路南三段 5 号人南大厦 B 座 8 楼

联系人：张先生

联系电话：028-61501001

## 第二章 比选申请人须知（含评分办法）

比选申请人须知前附表

项号	条款	内容规定
1	项目概况	项目名称：四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务。
		项目实地地点：比选人指定地点。
2	服务期	9个月【其中项目交付时间为3个月，售后服务期为6个月（售后服务支持方式：线上/远程电话咨询）】。
3	实施内容	为比选人提供本项目《品牌文化建设》咨询项目实施纲要包含的所有内容及满足比选人对本项目提出的其余要求。
4	服务要求	满足合同要求，并通过甲方验收
5	比选申请人提出问题的截止时间	2024年 月 日 12:00 之前（比选申请人在此时间之后提出的问题，比选人不再进行澄清和答复） 形式：通过加盖单位公章的纸质文件向比选人提出需澄清的问题，要求比选人对比选文件予以澄清。
6	比选人澄清疑问的时间	比选截止时间2日前。比选申请人应实时在“四川高路文化旅游发展有限责任公司网站（ <a href="https://glwl.scgs.com.cn/">https://glwl.scgs.com.cn/</a> ）”上查询澄清文件，比选申请人未下载澄清文件的，其后果由比选申请人承担。
7	比选申请人确认收到比选文件澄清的时间	自行查询，无需确认。
8	比选有效期	60日历天（从比选申请截止之日起计算）
9	比选保证金	不提交
10	比选保证金退还	/

11	比选申请文件份数	正本一份，副本贰份，电子文档一份（U 盘）。
12	比选申请文件递交时间及地点	时间：2024 年 3 月 26 日 10 时 00 分前（北京时间） 地点： <u>成都市武侯区二环路南三段 5 号人南大厦 B 座 8 楼</u>
13	比选申请文件的递交内容	比选申请文件（正本一份，副本贰份，电子文档一份（U 盘））
14	开选时间	比选申请文件递交截止即开选时间：2024 年 3 月 26 日 10 时 00 分（北京时间）
15	开选地点	<u>成都市武侯区二环路南三段 5 号人南大厦 B 座 8 楼</u> 本项目开标室
16	履约保证金	不提交履约保证金
17	比选代理服务费	招标代理服务费由中标人支付。支付标准：按签订的委托招标代理合同约定支付，招标代理费不足 1 万元时，按 1 万元计取。 公司名称：成都千一工程项目咨询有限公司 开户行：中国建设银行股份有限公司成都第八支行 账号：51050148850800000802
18	评选方法及标准	综合评估法
19	比选报价及最高限价	本次比选设最高限价： 最高限价为：157000 元（含税）。 比选申请人所报费用包含了本项目技术服务全过程的一切服务费用（包括但不限于会务费、人工费、交通费、材料费、设备费、差旅费、住宿费、利润、税金、保险等与此有关的一切费用）。 比选申请人所报比选申请报价不得高于最高限价，否则比选申请无效。

## (一) 总 则

### 1、说明

1.1 本项目的比选人为四川高路文化旅游发展有限责任公司，比选人组建评选小组负责评选工作。

### 2、比选范围

本项目比选范围为四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务。

### 3、合格的比选申请人

3.1 本次比选要求比选申请人须具备独立法人资格；

3.2 业绩要求：近3年（2021年1月1日至今，以合同签订时间为准）完成1个品牌文化建设（服务）等相关业绩。

3.3 信誉要求：未处于财产被接管、冻结、破产状态；无不良行为记录、没有处于比选申请禁入期内（提供承诺函）；①在国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>）中被列入严重违法失信企业名单，不得参加比选申请。（事业单位除外）（提供网站截图）②在“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）中查询列入失信被执行人名单的比选申请人，不得参加比选申请（提供网站截图）。③比选申请人所提供的比选申请文件中的相关材料必须真实、合法、有效，没有弄虚作假（书面承诺）。

3.4 本次比选不接受联合体参选。

3.5 与比选人存在利害关系可能影响比选公正性的单位，不得参选。法定代表人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段比选申请。否则，相关比选申请均无效。

### 4、踏勘现场

4.1 比选申请人可自行对工程现场及其周围环境进行考察，以便获取有关编制比选申请文件和签订合同所涉及现场的资料，比选人对未参加现场踏勘产生的后果负责。

4.2 比选人向比选申请人提供的有关现场的数据和资料，是比选人现有的能被比选申请人利用的资料，比选人对比选申请人据此做出的任何推论、理解和结论不承担责任。

4.3 在现场踏勘过程中，比选申请人应注意安全，如果发生人身伤亡、财务或其他损失，不论何种原因所造成，比选人概不负责。

4.4 比选申请人在现场踏勘期间发生的费用由各比选申请人自行负责。

## 5、比选费用

5.1 比选申请人承担其编制比选文件及递交所涉及的一切费用。无论比选结果如何，比选人对上述费用不负任何责任。

5.2 比选申请人无论中选与否，比选人均不退还其购买比选文件的费用。

5.3 无论比选结果如何，比选申请人的比选申请文件均不退回。

5.4 比选人对未中选人作任何解释。

## （二）比选文件

## 6、比选文件的组成

6.1 比选文件包括下列内容：

第一章 比选公告

第二章 比选申请人须知（含评分办法）

第三章 项目概述及需求

第四章 合同主要条款

第五章 比选申请文件格式

6.2 除 6.1 条列明的内容外，比选申请人在提交比选申请文件 2 日前，以书面形式发出的对比选文件的澄清或修改内容，均视为比选文件的组成部分，对比选人和比选申请人起约束作用。

6.3 比选申请人收到比选文件时，应检查页数。比选申请人发现任何页数的遗缺、任何数字或词汇模糊不清、任何词义含混或意义不清，应立即通知比选人补全或澄清。如果比选申请人未按上述内容提出要求而造成不良的后果，比选人不承担责任。比选申请人应认真审阅比选文件中所有的比选须知，如果比选申请人编制的比选申请文件不符合规定的要求，其比选申请文件将被视为不合格的比选申请文件。

6.4 比选申请人应保护比选人（发包人）免于因比选申请人（承包人）执行本合同而引起的在著作权、专利权以及其他知识产权方面针对比选人（发包人）



的第三者主张权利或索赔，如出现前述情况，由比选申请人（承包人）负责解决并承担一切赔偿责任。

6.4 比选文件及补充资料前后有矛盾的，以时间在后的为准。

## **7、比选文件的澄清**

7.1 任何要求对比选文件提出澄清的比选申请人，应以书面形式提出。比选人对收到的任何澄清要求，将以书面形式（或发传真）给比选申请人，若以传真发出的，比选申请人应立即书面回函通知比选人，确认已收到该文件。

### **（三）比选申请文件的编制**

## **8、比选申请文件的语言**

比选申请文件及比选人与比选申请人之间与比选有关的函件和文件均应使用汉语言文字。

## **9、比选申请文件的组成**

9.1 比选申请文件“正本”一份，“副本”贰份，电子文档一份（U盘）；

9.2 比选申请人的比选申请文件内容见第五章《比选申请文件格式》。

## **10、比选申请文件格式**

比选申请文件至少应包括本须知第9条的全部内容，比选申请人提交的比选申请文件应当使用比选文件所提供的比选申请文件全部格式和顺序（表格可以按同样格式扩展）。

## **11、比选申请报价**

11.1 本项目报价实行一次性报价。

11.2 比选申请人的比选报价应是比选文件所确定的比选范围内的全部工作内容的价格及相应服务费（含税费）。

11.3 中选人最终结算的费用不得高于最高限价。

## **12、比选货币**

本工程比选报价采用的币种为人民币。

## **13、比选有效期**

比选文件在本须知规定的比选截止日期之后 60 个日历天内有效。

#### 14、比选保证金

详见须知前附表。

#### 15、比选申请文件的份数和签署

15.1 比选申请人应准备一份正本和贰份副本，在每一份比选申请文件上要明确注明“正本”或“副本”字样，一旦正本和副本有差异，以正本为准。

15.2 比选申请文件正本和副本须打印并按比选文件的规定由比选申请人法定代表人或经正式授权的比选代理人签字。比选申请人如由代理人签字须随比选申请文件递交法定代表人授权书。

15.3 除比选申请人对错处作必要修改外，比选申请文件中不许有加行、涂抹或改写。若有修改须由签署比选申请文件人签字。

15.4 不接受电话、传真及电子邮件形式的比选申请文件。

15.5 比选申请文件应该胶装。

#### (四) 比选申请文件的提交

#### 16、比选申请文件的密封

16.1 比选申请人应将比选文件正本和副本一起密封，在密封处加盖比选申请人公章。

16.2 在比选申请文件密封袋上均应标注：

比选人：  
项目名称：

比 选 申 请 文 件

比选申请人：

16.3 如果未按上述规定进行密封，比选申请人的比选申请文件将不被接受。

#### 17、比选申请文件的递交和截止时间

17.1 比选申请文件递交的截止时间见本须知前附表规定。

17.2 比选人可按照本须知的规定以补充通知的方式，酌情延长递交比选文件的截止时间。在此情况下，比选申请人的所有权利和义务以及比选申请人受制约的截止时间，均以延长后新的比选截止时间为准。

17.3 到比选截止时间止，比选人收到的比选申请文件少于3个的，比选人将依法重新组织比选。

17.4 比选人将拒绝接受任何晚于递交比选申请文件截止时间递交的比选申请文件。

## （五）开选

### 18、开选

18.1 比选人将于比选截止时间的同一时间开选。

18.2 未按规定提交的比选申请文件将不予开封，作为无效比选申请文件。

18.3 开选会由比选代理机构组织，由比选申请人代表检查比选申请文件密封情况，经确认密封完好后，由评选组人员拆封，开始评选。

### 19、比选申请文件的有效性

19.1 比选申请文件出现下列情形之一的，应当作为无效比选申请文件，不得进入评选：

19.1.1 未按照比选文件的要求予以密封的；

19.1.2 比选申请文件要求盖鲜章，比选申请文件未按比选文件规定加盖比选申请人公章及由法人代表人或授权代理人签字或盖章的，由授权代理人签字或盖章、但授权代理人没有有效的委托书的；

19.1.3 比选申请文件的关键内容字迹模糊、无法辨认的；

## （六）评选

### 20、评选小组与评选

20.1 评选小组由比选人参考国家相关法律法规组建，负责评选活动。

20.2 整个评选过程采用保密方式进行。

## 21、评选过程的保密

21.1 开选后，直至授予中选人合同为止，凡属于对比选申请文件的审查、澄清、评价和比较有关的资料以及中选候选人的推荐情况，与评选有关的其他任何情况均严格保密。

21.2 在比选申请文件的评审和比较、中选候选人推荐以及授予合同的过程中，比选申请人向比选人和评选小组施加影响的任何行为，都将会导致其比选被拒绝。

21.3 中选人确定后，比选人对未中选人就评选过程以及未能中选原因做出任何解释。未中选人不得向评选小组组成人员或其它有关人员询问评选过程的情况和索取资料。

## 22、比选申请文件的澄清

22 为了有助于比选申请文件的审查、评价和比较，评选小组有权要求比选申请人在比选申请文件中含义不明确的内容等作出澄清。澄清问题的答复作为比选申请文件的组成部分。

## 23、比选申请文件的初步评审

23 初评主要为比选申请文件的符合性评审，只有通过符合性评审的比选申请文件，才能进入下一阶段的评审。

## 24、附件：评选方法和标准

25.1 本项目采用综合评估法进行评选。

评选分为资格性审查、符合性审查、详细评审三部分。只有通过资格性审查、符合性审查的比选申请人才能进入详细评审的综合评审。

本工程评选以百分制计分，评选人员对各项目逐项评定计分，满分 100 分。评选工作由比选人依法组建的评选委员会组织进行。本次评选小组成员人数由 3 人以上（含 3 人）单数组成，评选小组组长由评选小组成员推举产生，主持整个评选工作，与评选小组其他成员有同等的表决权。

本工程评选结果的确定：

根据评选委员会的评审结果，按综合得分由高至低的前一至三名比选申请为中选候选人。以排名第一的中选候选人为中选人（如果两个比选申请综合得分相

同，取比选价格低者)。排名第一的中选候选人放弃中选、因不可抗力因素提出不能履行合同，比选人可以确定排名第二的中选候选人为中选人，依此类推。

附：资格性审查标准和量化评分标准、评分依据

### 资格性审查标准

序号	审查内容	是否通过审查（填写“是”或“否”）
1	营业执照合法有效是否满足比选文件要求	
2	业绩要求是否满足比选文件要求	
3	信誉要求是否满足比选文件要求	
4	联合体要求是否满足比选文件要求	
5	与比选人存在利害关系是否满足比选文件要求	
6	结论	

### 符合性审查标准

序号	审查内容	是否通过审查（填写“是”或“否”）
1	服务期是否满足比选文件要求	
2	服务要求是否满足比选文件要求	
3	比选申请文件签字或盖章是否符合比选文件要求	
4	比选申请文件内容是否不全或关键字迹是否模糊、无法辨认	
5	比选申请人的报价是否高于比选最高限价	
6	比选申请文件是否附有比选人不能接受的条件	
结论（应填写“通过”或“不通过”）		

注：1、表格中打“√”表示满足，“×”表示不满足，结论及“通过”和“不通过”；

2、有任意一个“×”，表示结论“不通过”。

## 量化评分标准、评分依据

详细评审因素与评分值					评分标准
序号	评审维度	评审维度分值	评审因素	分值	
1	比选申请报价	35分	比选申请报价	35分	<p>报价得分：</p> <p>(1) 评审价=通过初步评审的比选申请人中比选申请函中的比选申请报价。</p> <p>(2) 比选申请报价不参加评标基准价计算的情形：</p> <p>若比选人发现比选申请文件出现以下任一情形，其比选申请报价将不参与评标基准价的计算：</p> <p>a. 未在比选申请函上填写比选申请报价；</p> <p>b. 比选申请报价超出比选人公布的最高投标限价；</p> <p>c. 比选申请报价低于比选人公布的最高投标限价的 87%（不含87%）。</p> <p>(3) 评标基准价的确定（一次平均法）</p> <p>将所有满足参与评标基准价计算条件的比选文件的评审价进行算术平均，以该算术平均值作为评标基准价，即：评标基准价=所有确定参与评标基准价计算的比选申请文件的评审价的算术平均值。</p> <p>当所有比选申请报价均低于标段最高投标限价的 87%，按照标段最高投标限价的 87%作为评标基准价。</p> <p>每高1%扣0.5分，每低1%扣0.25分，扣完为止。不足1%按直线插入法计。计算结果保留两位小数。</p>
2	企业业绩	20分	企业业绩	20分	<p>满足基本资格要求中的业绩即：近3年（2021年1月1日至今，以合同签订时间为准）至少完成过1个品牌文化建设（服务）业绩，得12分；每增加一个类似业绩得4分；本项最高得20分</p>
3	服务要求	45分	服务方案的全面性	15分	<p>对项目是否能够准确理解、思路清晰；整体实施方案等是否全面完整、针对性强、切实可行；创建品牌的总体目标、基本原则、成果文件是否能高质量完成；项目实施时间节点及各阶段控制方案是否详细且可靠；以上内容全优得 10-15 分、</p>

详细评审因素与评分值					评分标准
序号	评审维度	评审维度分值	评审因素	分值	
					良好得 7-9.9、一般得 3-6.9 分、差得 2.9 分，不提供不得分。
			服务工作小组架构	15 分	项目机构设置情况是否合理、服务质量、服务期保障和组织措施等实施是否切实可行、合理合规；以上内容全优得 10-15 分、良好得 7-9.9、一般得 3-6.9 分、差得 2.9 分，不提供不得分。
			服务承诺	15 分	服务承诺详细、具体，满足用户要求且优于其他比选申请人服务承诺，能够快速、及时响应地方发现的疑难问题，后续保障措施健全。以上内容全优得 10-15 分、良好得 7-9.9、一般得 3-6.9 分、差得 2.9 分，不提供不得分。
		技术建议书的分值以计算的平均值为准			
比选申请人综合得分		综合得分=1+2+3			



## **(七) 合同的授予**

### **25、合同授予标准**

25.1 本项目将授予能够最大限度满足比选文件中规定的各项综合评价标准的比选申请人。

### **26、比选人接受和拒绝任何或所有比选的权利**

26.1 比选人在授予比选申请人合同时保留调整部分合同项目的权力。

26.2 比选人不保证最低报价的比选申请人获得合同。

26.3 比选人对未获得合同的比选申请人，将不做任何解释。

### **27、中选通知书**

27.1 中选人确定后，比选人将向中选人发出中选通知书。

### **28、合同协议书的签定**

28.1 比选人与中选人在中选通知书发出之日起 30 日内，将按照比选文件和中选人的比选申请文件签定承包合同。

28.2 中选人如不按本须知第 28.1 条的规定与比选人签定合同，则比选人将有充分的理由废除授标。

### **29、履约保证金**

29.1 详见须知前附表第 16 条规定。

## 第三章 项目概述及服务要求

### 一、项目概述

- 1、服务范围：四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务。
- 2、服务期限：9个月【其中项目交付时间为3个月，售后服务期为6个月（售后服务支持方式：线上/远程电话咨询）】。
- 3、服务要求：满足合同要求，并通过甲方验收。

### 二、服务要求：

# 四川广绵高速公路有限责任公司

## 实施纲要

# 目 录

- 一、品牌文化建设的重要意义
- 二、品牌文化建设存在的典型问题
- 三、品牌文化建设的新方法
- 四、品牌文化建设思路
  - (一) 项目目标
  - (二) 项目收益
- 五、项目实施流程
  - (一) 品牌文化建设路径图
  - (二) 品牌文化建设工作清单
  - (三) 品牌文化建设进度图

# 品牌文化建设项目实施方案

## 一、品牌文化建设的重要意义

品牌文化是企业重要的无形资产，是体现国家核心竞争力的有力名片。党的十八大以来，面对国际经济合作和竞争的新变化，党和国家不断提高对品牌文化的重视。

品牌文化建设落地到国企具体的内部管理、员工凝聚力以及对外形象，包括了以下七大关键方面的重要性：

1. 员工凝聚力：良好的企业文化可以促使员工更好地融入组织，增强他们的身份认同感和归属感。

2. 价值观引导：企业文化是一种价值观的传承和弘扬。通过明确的企业核心价值观，可以引导员工在工作中秉持相同的价值观念，从而形成一致的行为规范和工作标准。

3. 企业形象和品牌建设：文化是企业形象和品牌建设的重要组成部分。一个积极向上、社会责任感强的企业文化有助于树立企业在市场上的良好形象。

4. 管理效能：良好的文化有助于构建一种积极向上的管理氛围，提高领导与员工之间的沟通效果。

5. 企业创新力：鼓励创新是现代企业成功的关键因素之一。通过建立鼓励创新的企业文化，国有企业能够激发员工的创造力和积极性，从而推动企业持续创新。

6. 社会责任感：国有企业在社会中有着重要的角色，其文化建设也应包括对社会的责任感，通过文化企业能够更好地履行社会责任，提升企业的社会声誉。

7. 员工培训和发展：文化也与员工培训和发展直接相关。一个注重学习和发展的企业文化有助于吸引和留住优秀的人才，提高整体的人力资本。

## 二、品牌文化建设存在的典型问题

1. 缺乏明确的品牌文化战略；
2. 领导层支持不足；
3. 文化与实际行为不一致；
4. 缺乏员工的参与和反馈机制；
5. 缺乏品牌文化的内外一致性；
6. 过度依赖表面化元素；
7. 缺乏度量和评估机制；
8. 无法应对变革和挑战。

## 三、品牌文化建设的新方法

1. 品牌建设工作坊：明确和定义企业的核心价值观是品牌文化建设的基础。通过工作坊、研讨会等方式，组织成员可以参与到价值观的共同构建中。

2. 360度反馈：使用360度反馈工具，收集员工对品牌文化的看法，了解组织内外的实际情况，以便进行调整和优化。

3. 品牌体验设计：将品牌文化融入到产品、服务和员工与客户互动的方方面面，通过设计提供一致的品牌体验。

## 四、品牌文化建设思路

## （一）项目目标

通过品牌文化建设项目，挖掘一系列广为流传，家喻户晓的品牌故事；淬炼一个特点鲜明、内容深厚的特色品牌文化体系；搭建一系列传播面广、覆盖面广的文化品牌传播渠道。

## （二）项目收益

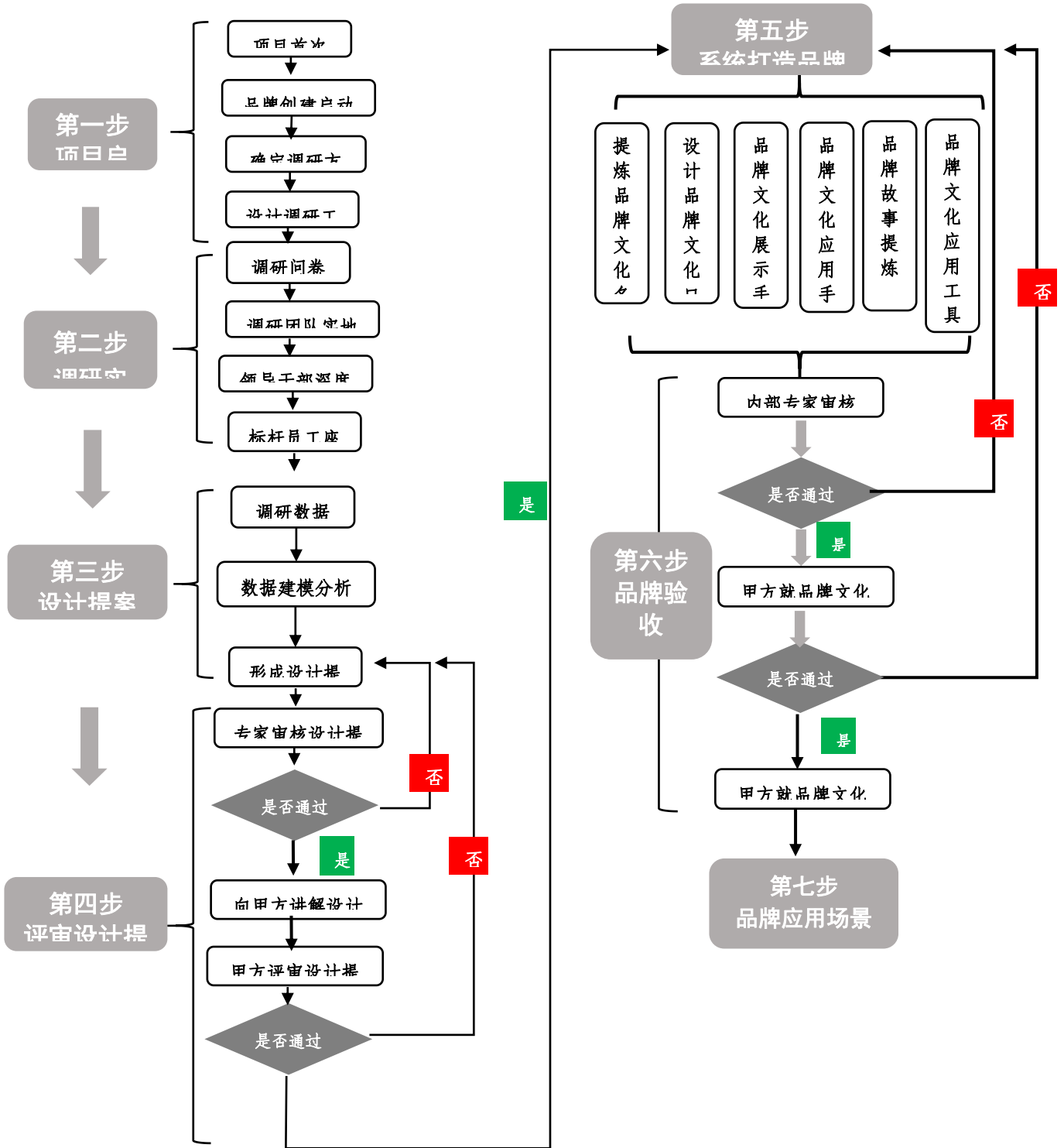
1、收获一个可以深入人心、凝聚力量、响亮的品牌名称。塑造一个品牌文化（名称充分体现主题内涵，突出展现广绵公司特点和工作特色，简短有力，易懂易记，形象贴切，朗朗上口），借助品牌文化精准反映本单位的使命宗旨、工作精神、核心价值等，为广绵公司发展指明方向，为凝聚人心提供精神内核，不断增强基层党组织的向心力与感召力。

2、创建落地载体，收获一套标准明晰、落地实用的品牌文化标准化应用手册与工具库。创建品牌文化不是目的，让文化产生实际价值才是目的，标准化应用手册结合上百个具体应用场景，绘制了清晰的操作路径，让品牌文化不再是一句口号，而是与业务深度融合，成为可操作、可落地的行动指南。

3、提炼一系列广为流传、家喻户晓的品牌故事。深度挖掘广绵公司内部感人至深的故事，通过故事传播品牌文化，通过故事教育全体职工。

## 五、项目实施流程

### (一) 品牌文化建设路径图





## (二) 品牌文化建设工作清单

品牌文化打造工作清单			
实施阶段	工作内容	关键动作	负责团队
第一步 项目启动	项目对接	乙方咨询专家线上对接广绵公司，了解广绵公司基本情况	乙方咨询
	品牌创建启动会	组织乙方咨询专家顾问、调研团队、广绵公司党群部、领导干部及相关人员召开品牌创建启动会	乙方咨询专家团队、 调研团队 广绵公司
	确定调研方法	确定合适的调研方法（例如实地观察法、集中研讨法、深度访谈法、建模分析法、调查问卷法等）	乙方咨询调研团队
	设计调研工具	设计线上调研问卷（包括但不限于）：《品牌建设前期调研问卷》、《品牌文化建设所需材料清单》等	乙方咨询调研团队
		设计线下调研表单（包括但不限于）：《品牌建设沟通单》、《座谈记录表》等	乙方咨询调研团队
第二步 调研实施	线上调研问卷发放及填写	下发《品牌建设前期调研问卷》、《品牌文化建设所需材料清单》等，广绵公司代表通过微信扫描二维码即可填写	乙方咨询调研团队
	调研团队实地考察	到广绵公司现场进行实地调研	乙方咨询调研团队
	领导干部深度访谈	与领导干部进行深度访谈： 1、访谈对象：党组织（支部、党总支、党委等）书记、各部门负责人等； 2、采访形式根据实际情况灵活采用线上或者线下；	乙方咨询调研团队
	标杆员工座谈	座谈对象：基层员工代表，采访形式根据实际情况灵活采用线上或线下	乙方咨询调研团队
第三步 设计提案	访谈及问卷数据统计	收集调查问卷数据，整理访谈记录	乙方咨询调研团队
	建模分析	组织专家顾问，构建分析模型，深度分析调研数据	乙方咨询专家
	形成设计提案	策划团队完成《品牌提炼设计提案》	乙方咨询策划团队

	内部专家设计提案审核	乙方咨询品牌顾问团队对设计提案进行审核	乙方咨询专家
第四步 评审设计 提案	向广绵公司代表讲解设计提案	乙方咨询专家向广绵公司代表讲解设计提案	乙方咨询专家
	评估设计提案	与广绵公司代表就设计提案进行沟通碰撞，评估提案的可行性	乙方咨询专家
第五步 系统打造 品牌	提炼品牌名称	1、提炼高辨识度品牌名称； 2、丰富完善品牌内涵寓意；	乙方咨询策划团队
	设计品牌 LOGO (徒定)	结合广绵公司需求与调研分析结果，设计团队设计品牌 LOGO，要求 LOGO 生动形象、寓意丰富、辨识度高、易于记忆；	待定
	《品牌应用手册》	根据甲方常见品牌应用场景与诉求，设计应用手册及工具库	乙方咨询策划团队
第六步 品牌验收	品牌名称、内涵释义、手册、工具库等审核	专家顾问团队对品牌方案进行审核	专家团队
	品牌验收	广绵公司代表验收品牌建设方案成果	策划团队

### (三) 品牌文化建设工作进度图

品牌文化建设工作进度图																																				
阶段	关键动作	第1天	第2天	第3天	第4天	第5天	第6天	第7天	第8天	第9天	第10天	第11天	第12天	第13天	第14天	第15天	第16天	第17天	第18天	第19天	第20天	第21天	第22天	第23天	第24天	第25天	第26天	第27天	第28天	第29天	第30天	第31天	第32天			
第一步 项目启动	项目签约	1																																		
	品牌文化创建启动会		1																																	
	确定调研方法			1																																
	设计调研工具				2																															
第二步 调研实施	线上调研问卷发放及填写					2																														
	调研团队实地考察					2																														
	领导干部深度访谈					2																														
	标杆员工座谈					2																														
第三步 设计提案	访谈及问卷数据统计							1																												
	建模分析								2																											
	形成设计提案									4																										
第四步 评审设计提案	内部专家审核设计提案															1																				
	讲解设计提案																1																			
	甲方评估设计提案																	1																		
第五步 系统打造品牌文化	提炼品牌名称																2																			
	设计品牌LOGO(待定)																				3															
	设计《品牌文化展示手册》																					3														
	设计《品牌文化建设应用手册》																						4													



## 第四章 合同主要条款

# 四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务合同

甲方：四川高路文化旅游发展有限责任公司

乙方：

根据《中华人民共和国民法典》及有关法律、法规规定，甲、乙双方本着平等互利、真实自愿的原则，经协商一致，就甲方委托乙方进行咨询服务的有关事宜，达成如下协议：

### 一、服务内容与费用标准

乙方将根据附录中的要求，在经过甲乙双方书面确认后，为甲方提供双方约定的咨询服务，具体如下：

模 块	成果产出
品牌文化名称与释义	品牌名称
	品牌名称释义
	品牌文化内涵释义
《品牌文化展示手册》	品牌落地整体思路
	品牌落地工作法
《品牌文化应用手册》	设计《品牌文化建设应用手册》
	品牌文化故事提炼（2个）

注：1、品牌文化建设培训 1 次（有效期，自签约起半年内有效）。

2、总服务期：9 个月【其中项目交付时间为 3 个月，售后服务期为 6 个月（售后服务支持方式：线上/远程电话咨询）】。

## 二、双方的权利和义务

### （一）甲方权利和责任

#### 1. 甲方权利：

- （1）依据合同向乙方获取合同约定的各项服务内容；
- （2）要求乙方保守其有关商业秘密；
- （3）要求乙方不得做出有损于甲方正当利益和声誉的行为。
- （4）支付完本合同服务费用后，对乙方提交的双方约定交付范围内的成果文件享有知识产权。

#### 2. 甲方责任：

- （1）全面提供与合同服务内容相关的甲方内部资料；
- （2）依据合同及时向乙方支付费用；
- （3）除不可抗拒因素外，不得擅自终止合同；
- （4）按照双方确认的项目计划书对乙方的阶段性工作成果及最终成果进行研讨、沟通、确认，并配合项目组保证项目按期推进。

### （二）乙方权利和责任

#### 1. 乙方权利：

- （1）安排调研计划及工作人员；
- （2）获取与合同服务内容相关的甲方内部资料，并承诺不向任何第三方扩散项目内容，承担保密责任；
- （3）不得做出有损于甲方正当利益和声誉的行为。

#### 2. 乙方责任：

- （1）依据合同确保向甲方提供项目成果，完成合同约定的所有应尽的咨询义务；

(2) 对甲方资料进行保密；

(3) 除不可抗拒因素外，不得擅自终止合同；

(4) 非甲方过错（即甲方按项目计划书规定时间按期完成了甲方责任）或非不可抗力因素前提下，乙方如不能按项目计划书规定时间交付板块项目成果的，乙方应当承担由此造成的所有损失，甲方有权迟延付款并要求乙方承担违约责任。

(5) 履行本合同过程中因乙方原因侵犯甲方或第三方合法权益的，由此造成的经济以及行政责任应由乙方承担。

### （三）保密条款及知识产权

1. 甲方向乙方提供工作所必须的资料，其中凡有涉及保密需要的，乙方有关人员承诺保守机密，如有违反应承担相应赔偿责任与法律责任；

2. 知识产权双方共享，未经乙方同意，甲方不得向第三方提供本项目成果，但甲方可以合理使用本协议项下知识产权；未经甲方同意，乙方亦不得向第三方提供本项目成果。。

### 三、成果验收

1. 根据项目进程，分阶段确认和验收成果。乙方向甲方提交电子版咨询设计成果后，甲方应在 5 个工作日内确认和验收成果。

2. 甲方在评审时如提出修改意见或内容补充意见，且属于本咨询协议范围之内，乙方应根据甲方意见调整方案或补充内容，调整方案提交后 3 个工作日内再次由甲方组织评审验收。

3. 如甲方未按期组织评审验收成果，乙方向甲方提交咨询设计成果后 5 个工作日内，咨询成果视同已经通过甲方确认验收。

4. 如本合同乙方工作成果达到甲方要求，甲方同意乙方在履行完毕本合同约定内容后继续委托乙方，后续服务内容签署补充协议约定。

### 四、项目费用、付款时间、付款方式

项目含税总费用：人民币\_\_\_\_\_元（大写：\_\_\_\_\_）其中不含税总费用\_\_\_\_\_元（大写：\_\_\_\_\_），税率\_\_\_\_\_%，税费\_\_\_\_\_（大写：\_\_\_\_\_元）若遇国家税率调整，则不含税价不变，含税价相应变动。

1. 提交的项目实施工作方案经公司确认合格且满足合同要求的项目人员全部进场，可支付合同总价 30% 的费用。即人民币\_\_\_\_\_元（大写：肆万柒仟陆佰叁拾陆元肆角）（含

税税率\_\_\_\_%)。

2. 完成品牌文化名称(口号)、内涵释义经甲方验收合格,可支付合同总价30%的费用\_\_\_\_元(大写:\_\_\_\_)(含税税率\_\_\_\_%)。

3. 完成品牌文化内涵体系品牌口号的提炼、《品牌文化展示手册》并经公司验收合格,同时开展品牌文化建设培训(不少于1次)可支付合同总价30%的费用\_\_\_\_元(大写:\_\_\_\_)(含税税率\_\_\_\_%)。

4. 完成《品牌文化应用手册》的编制、品牌故事的提炼(不少于2个),并经公司验收合格后,可支付合同总价10%的费用\_\_\_\_(大写:\_\_\_\_)(含税税率\_\_\_\_%)。

根据本合同的付款约定,甲方对阶段性产出验收合格后,乙方向甲方出具对应金额的“增值税专用发票”(发票内容:培训咨询服务费),甲方在收到乙方出具的合法、有效的发票后7个工作日内,将对应金额的款项转入乙方账户。

#### 4、乙方结算账户信息如下:

名称:

账号:

开户行:

若届时乙方上述信息有变动,要求在5个工作日内书面通知甲方,若乙方逾期未通知造成不能收款或延时收款的,则乙方自行承担责任,与甲方无关,甲方将不承担逾期付款的违约责任。

#### 四、争议解决

1、甲乙双方同意:给予双方最大程度的理解和支持并寻求适合双方的合作方式;并愿意在真诚与公开的前提下,共同评估或改进项目工作。若本合同项目未能按照附录进行,甲乙双方将以会谈形式共同分析延误的原因,探讨项目进程的改进方法。若延误是甲方责任,例如未能及时提供充分有效的内部协调,导致项目完成时间相应顺延,因此增加的费用应由甲方承担。若延误是乙方责任,例如未能适时进行人员调配或有效管理所获得的项目有关信息,导致项目完成时间相应顺延,因此增加的费用应由乙方承担。



2、若因天气、疫情、意外事故等不可抗拒因素造成项目工期不能如期进行的，双方可通过协商，重新确定咨询顾问。并不迟于项目实施前 3 个工作日以书面方式通知另一方，否则另一方有权终止协议。

3、本合同在履行过程中发生争议，由双方当事人协商解决。协商不成时，双方均同意将该争议提交成都仲裁委员会并依照其仲裁规则进行裁决。

## 五、保密约定

1、乙方应当对本协议及协议项下的内容、因履行本协议或在本协议有效期内获得或接触的甲方商务、财务、技术、产品的信息、用户资料或其它标明保密的文件或信息(简称“保密资料”)保守秘密，未经甲方事先书面同意，不得向任何第三方披露。

2、方应仅为本协议目的而复制和使用保密资料。乙方可仅为本协议目的向其确有知悉必要的乙方人员披露甲方的保密资料，但同时须指示该等人员遵守本条规定的保密义务。如获知保密资料的乙方人员违反保密义务的，则乙方应就此承担责任并赔偿甲方损失。

## 六、争议解决

本合同在履行过程中发生争议，由双方当事人协商解决。协商不成时，双方均同意将该争议提交成都仲裁委员会并依照其仲裁规则进行裁决。

## 七、附则

1、此协议书一式叁份，甲方执贰份，乙方执壹份，具有同等法律效力。

2、本协议书自甲乙双方法定代表人或授权代表签字并盖章之日起生效，本协议的扫描件同样有效，扫描件与本协议原件不一致的，以原件为准。

甲方（盖章）

乙方（盖章）

法定代表人或授权代表（签字）

法定代表人或授权代表（签字）

签署时间：2023 年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签署时间：2023 年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 第五章 比选申请文件格式

# 四川广绵高速公路有限责任公司品牌文化建设服务

## 比选申请文件

比选申请人：

2024 年 月 日

## 比选申请文件目录

- 一、 比选申请函
- 二、 法定代表人身份证明书
- 三、 法定代表人授权委托书
- 四、 比选申请人资格信息
- 五、 项目管理机构组成表
- 六、 比选申请人承揽业绩情况表
- 七、 服务方案
- 八、 其它



## 二、法定代表人身份证明书

单位名称： \_\_\_\_\_（比选申请人全称）

单位性质：

地 址：

成立时间： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

经营期限：

姓名： \_\_\_\_\_ 性别： \_\_\_\_\_ 年龄： \_\_\_\_\_ 职务：

系 \_\_\_\_\_（比选申请人全称） \_\_\_\_\_ 的法定代表人。

特此证明。

比选申请人（盖公章）： \_\_\_\_\_（比选申请人全称）

日 期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

### 三、法定代表人授权委托书

致：\_\_\_\_\_（比选人）

本人 \_\_\_\_\_（姓名）系 \_\_\_\_\_（比选申请人全称）的法定代表人，现授权委托 \_\_\_\_\_（被委托人姓名、职务）为我公司代理人，以本公司的名义参加 \_\_\_\_\_（项目名称）的比选活动。代理人在比选活动过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，均为代表本公司的行为，与本人的行为具有同等的法律效力。本公司将承担代理人行为的一切法律责任和后果。

代理人无转委托权，特此委托。

代理人：\_\_\_\_\_（签字） 性别：\_\_\_\_\_ 年龄：\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_

比选申请人：\_\_\_\_\_（盖章）

授权委托书日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

附：法定代表人和委托代理人身份证复印件。

#### 四、 比选申请人资格信息

企业法人名称			
住 所			
法定代表人			
企业类型			
资质等级			
经营范围			
注册资金		邮政编码	
营业期限			

注：后附：营业执照等比选单位认为与本项目有关的证书复印件。

比选申请人：（公章）

法定代表人（或委托代理人）： （签字）

年 月 日

## 五、项目管理机构组成表

职务	姓名	身份证号	执业资格或经验	备注

注：可根据“量化评分标准、评分依据”配备项目机构组成人员，以上人员应附相应的身份证、执业资格（如有）、社保或劳动合同等相应证书。如不实，属于弄虚作假，取消中选资格。

比选申请人：（公章）

法定代表人（或委托代理人）：（签字）

年 月 日



## 六、比选申请人承揽业绩情况表

序号：

项目名称	
项目所在地	
委托人名称	
委托人地址	
委托人电话	
合同价格	
服务期限	
实施内容	
项目负责人	
项目描述	
备注	

注:比选申请人提供的业绩应提供合同协议书，并加盖申请人的公章。

七、项目实施方案  
(格式自拟)

## 八、其它

### 1、信誉承诺

#### 信誉承诺

(1) 我单位在近三年内（2021年1月1日起至本项目比选申请截止日止）未被行政主管部门明令禁止比选申请（比选）等；

(2) 我单位在“国家企业信用信息公示系统”（<http://www.gsxt.gov.cn>）中未被列为严重违法失信企业的比选申请人；

(3) 我单位在“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn>）中未被列为失信被执行人的比选申请人；

(4) 近三年内（2021年1月1日起至本项目比选申请截止日止）比选申请人（单位）、法定代表人未被人民法院生效判决或裁定认定为行贿犯罪的比选申请人。”

比选申请人： \_\_\_\_\_ （盖单位章）

\_\_\_ 年 \_\_\_ 月 \_\_\_ 日

注：此处还可附比选申请人认为需要提交的资料。若“无”可不提供。