

北京市政府采购项目

公开招标文件

项目名称：“两区”宣传项目

项目编号/包号：11000025210200138945-XM001

采购人：北京市商务局

采购代理机构：中信国际招标有限公司

目录

第一章	投标邀请	5
第二章	投标人须知。	11
第三章	资格审查	27
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	29
第五章	采购需求	50
第六章	拟签订的合同文本	50
第七章	投标文件格式	110

注：采购文件条款中以“■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

- 1.项目编号: 11000025210200138945-XM001
- 2.项目名称: “两区”宣传项目
- 3.项目预算金额: 309.671万元、项目最高限价(如有): /万元
- 4.采购需求:

包号	标的名称	采购包预算金额 (万元)	数量	简要技术需求或服务要求
01	“两区”建设五周年成效纪实宣传	96.759	1	“两区”建设五周年成效纪实节目, 具体详见第五章采购需求。
02	传统媒体推广	45.759	1	北京“两区”面对面宣传推介活动策划与执行, 具体详见第五章采购需求。
03	视频制作	46.919	1	计划拍摄制作一系列关于北京“两区”建设的视频, 通过生动、直观的视听形式, 全面展示“两区”政策亮点、创新案例和发展成效, 助力打造国际化、市场化、法治化的营商环境, 具体详见第五章采购需求。
04	外文翻译	12.99	1	外文翻译服务, 具体详见第五章采购需求。
05	新媒体推广	59.99	1	通过“开放北京”公众号, 及时推送“两区”建设动态, 权威解读北京开放政策, 具体详见第五章采购需求。
06	宣传片制作	47.254	1	北京“两区”五周年宣传片, 具体详见第五章采购需求。

5.合同履行期限: 自签订合同之日起至本项目全部工作完成为止, 具体详见第五章采购需求。

6.本项目是否接受联合体投标: 是 否。

二、申请人的资格要求(须同时满足)

- 1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定;
- 2.落实政府采购政策需满足的资格要求:
 - 2-1 中小企业政策(是否面向中小微企业采购招标文件若存在不一致以此投标邀请为准)

- 本项目第 01、03、05 包不专门面向中小企业预留采购份额。
- 本项目第 04、06 包专门面向■中小，第 02 包专门面向■小微企业采购。即：提供的货物全部由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务全部由符合政策要求的中小/小微企业承接。

本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小企业制造、服务由符合政策要求的中小企业承接。预留份额通过以下措施进行：要求获得采购合同的投标人将本采购包金额的至少%分包给一家或者多家中小企业的，须提供《拟分包情况说明》，监狱和戒毒企业、残疾人福利性单位视同小型、微型企业（格式详见招标文件）。

2-2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：/。

3.本项目的特定资格要求：

3-1 本项目是否属于政府购买服务：

否

■是，公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织，不得作为承接主体；

3-2 其他特定资格要求：

- (1) 第 01 包投标人应具有有效的《广播电视台播出机构许可证》；
- (2) 其它具体要求详见第三章资格审查要求。

三、获取招标文件

1.时间：2025年6月6日至2025年6月13日，每天上午9点至12点，下午13点至16点（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台

3.方式：供应商使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台（<http://zbcg-bjzc.zhongcy.com/bjczj-portal-site/index.html#/home>）获取电子版招标文件。

4.售价：0元。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2025年6月27日8点30分（北京时间）。

地点：北京市朝阳区东三环中路 59 号楼京城机电大厦 1606 会议室。

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：

1.1 鼓励节能政策：在技术、服务等指标同等条件下，优先采购属于财库〔2019〕19号公布的节能产品政府采购品目清单中的产品。

1.2 鼓励环保政策：在性能、技术、服务等指标同等条件下，优先采购属于财库〔2019〕18号公布的环境标志产品政府采购品目清单中的产品。

1.3 扶持中小企业、促进残疾人就业、支持监狱企业发展政策：若投标人按照工信部颁发的“中小企业划型标准”属于小型、微型企业，或按照《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定属于残疾人福利性单位的，或属于监狱企业的（由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件），评审时其报价享受10%的价格折扣后再计入报价得分。不重复享受政策（如申请人的资格要求部分已专门面向中小企业预留采购份额，则不再享受价格评审优惠政策）。

1.4 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分。

2.本项目采用电子化与线下流程相结合的招标方式，请供应商认真学习北京市政府采购电子交易平台发布的相关操作手册（供应商可在交易平台下载相关手册），办理 CA 数字证书或电子营业执照、进行北京市政府采购电子交易平台注册绑定，并认真核实 CA 数字证书或电子营业执照情况确认是否符合本项目电子化采购流程要求。

CA 数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理 CA 数字证书或电子营业执照

供应商登录北京市政府采购电子交易平台查阅“用户指南”——“操作指南”——“市场主体 CA 办理操作流程指引”/“电子营业执照使用指南”，按照程序要求办理。

2.2 注册

供应商登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”——“操作指南”——“市场主体注

册入库操作流程指引”进行自助注册绑定。

2.3 驱动、客户端下载

供应商登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”—“工具下载”—“招标采购系统文件驱动安装包”下载相关驱动。

供应商登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”—“工具下载”—“投标文件编制工具”下载相关客户端。

2.4 获取电子招标文件

供应商使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台获取电子招标文件。

供应商如计划参与多个采购包的投标，应在登录北京市政府采购电子交易平台后，在【我的项目】栏目依次选择对应采购包，进入项目工作台招标/采购文件环节分别按采购包下载招标文件电子版。未在规定期限内按上述操作获取文件的采购包，视为报名失败。

3.评标方法和标准：综合评分法

4.公告媒体：本项目涉及公告同时在中国政府采购网、北京市政府采购网发布。

5.免责声明：请各投标人提高警惕，不要轻信其他任何媒介或者向其他组织、个人支付相关款项，避免上当受骗。投标人由此而造成的一切损失，均由其自身承担，采购人/采购代理机构不承担任何责任。

6.Email：chenchen@ck.citic.com 或 zhangjie@ck.citic.com

7.采购代理机构招标编号：0733-25112309

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名称：北京市商务局

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

联系方式：马老师，010-55579745

2.采购代理机构信息

名称：中信国际招标有限公司

地址：北京市朝阳区东三环中路 59 号楼 17 层 1710 室

联系方式：010-87945198

3.项目联系方式

项目联系人：陈晨、胡杰谦、李思哲、张婕、和学娟、钱柏丞、刘莎

电话：010-87945198-556、131

第二章 投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。标记“■”的选项意为适用于本项目，标记“□”的选项意为不适用于本项目。

条款号	条目	内容									
2.2	项目属性	项目属性： ■服务 □货物									
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： □是 ■否									
2.4	核心产品	■关于核心产品本项目包不适用。 □本项目包为单一产品采购项目。 □本项目包为非单一产品采购项目，核心产品为：。									
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。									
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。									
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要 □需要，具体要求如下： (1) 样品制作的标准和要求：； (2) 是否需要随样品提交相关检测报告： □不需要 □需要 (3) 样品递交要求：； (4) 未中标人样品退还：； (5) 中标人样品保管、封存及退还：； (6) 其他要求（如有）：。									
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1"><thead><tr><th>包号</th><th>标的名称</th><th>中小企业划分标准所属行业</th></tr></thead><tbody><tr><td>01</td><td>“两区”建设五周年成效纪实宣传</td><td>其他未列明行业</td></tr><tr><td>02</td><td>传统媒体推广</td><td>其他未列明行业</td></tr></tbody></table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	01	“两区”建设五周年成效纪实宣传	其他未列明行业	02	传统媒体推广	其他未列明行业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业									
01	“两区”建设五周年成效纪实宣传	其他未列明行业									
02	传统媒体推广	其他未列明行业									

条款号	条目	内容				
		03	视频制作	其他未列明行业		
		04	外文翻译	租赁和商务服务业		
		05	新媒体推广	其他未列明行业		
		06	宣传片制作	其他未列明行业		
11.2	投标报价	<p>投标报价的特殊规定：</p> <p>■无</p> <p>□有，具体情形：_____。</p>				
12.1	投标保证金	<p>投标保证金金额：</p> <p>01包：人民币 1.9 万元</p> <p>02包：人民币 0.9 万元</p> <p>03包：人民币 0.92 万元</p> <p>04包：人民币 0.24 万元</p> <p>05包：人民币 1.1 万元</p> <p>06包：人民币 0.94 万元。</p> <p>投标保证金收受人信息：</p> <p>投标保证金支持网上银行电汇递交保证金或线下递交支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。</p> <p>采购代理机构账号信息：</p> <p>开户名称：中信国际招标有限公司</p> <p>开户行：中信银行北京三元桥支行</p> <p>账号：8110701013102383606</p> <p>注：采用电汇形式的有效性以采购代理机构实际到账情况为准，采用支票、汇票、本票、金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式的，投标人须在提交投标文件的同时提交。</p> <p>投标人在投标截止时间前未按照招标文件要求提交投标保证金的，其投标无效。</p>				
12.8.2		<p>投标保证金可以不予退还的其他情形：</p> <p>□无</p> <p>■有，具体情形：</p> <p>(1) 在投标有效期内，投标人撤销投标的；</p> <p>(2) 中标人不按规定与采购人签订合同的；</p> <p>(3) 中标人不按招标文件要求提交履约保证金的（如需）。</p> <p>(4) 法律、法规规定的其它不予退还的情形。</p>				
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 90 日历日。				
14.1	投标文件份数	<p>投标文件的份数：正本：1 份，副本：4 份，电子版：U 盘 1 个，“开标一览表”1 份。</p> <p>注：</p>				

条款号	条目	内容
		<p>(1) 正本和副本封面右上角需注明“正本”、“副本”字样；</p> <p>(2) 副本可为签字盖章后的正本的复印件；</p> <p>(3) 电子版应包括投标文件正本的完整扫描版（PDF格式）、word/excel（可编辑版）文件。</p> <p>(4) 若上述正副本及电子版存在不一致，以纸质版正本为准。</p>
15.2	投标文件的密封和标记	<p>(1) 投标文件封面详见第七章投标文件格式</p> <p>(2) 密封包装上建议加盖投标人公章。</p> <p>(3) 提倡将正本、副本、电子版文件一起密封包装，开标一览表需单独密封包装，包装封面需清楚标注“投标文件”、“开标一览表”。</p>
22.1	确定中标人	<p>中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人：</p> <p>■否</p> <p>□是</p> <p>中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人：</p> <p>■评审得分相同的，以投标报价低的为中标人；评审得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人；若投标报价、技术部分均相同的，由评标委员会随机抽取</p> <p>□随机抽取</p>
25.5	分包	<p>本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包：</p> <p>■不允许</p> <p>□允许，具体要求：</p> <p>(1) 可以分包履行的具体内容：；</p> <p>(2) 允许分包的金额或者比例：；</p> <p>(3) 其他要求：。</p>
25.6	政采贷	<p>为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。</p>
26.1.1	询问	<p>询问送达形式：以书面形式提出，发送到采购代理机构的联系邮箱（详见投标邀请），请同时电话联系以便采购代理机构及时获知并答复。</p>
26.2	联系方式	<p>接收询问和质疑的联系方式</p> <p>联系部门：中信国际招标有限公司；</p> <p>联系电话：详见投标邀请；</p> <p>通讯地址：详见投标邀请。</p>
27	代理费	<p>收费对象：</p> <p>□采购人</p>

条款号	条目	内容
		<p>■中标人</p> <p><u>收费标准: 第1包: 15000元; 第2包: 15000元; 第3包: 15000元; 第4包: 5000元; 第5包: 15000元, 第06包: 15000元。</u></p> <p>采购代理机构账号信息:</p> <p>开户名称: 中信国际招标有限公司</p> <p>开户行: 中信银行北京三元桥支行</p> <p>账号: 8110701013102383606</p>

投标人须知

一、说明

1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。

1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。

1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。

2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

3 现场考察、开标前答疑会

3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的时间和地点参加。

3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

4 样品

4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。

4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1 采购本国货物、工程和服务

5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》

第十条规定情形的除外。

5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标详见第五章《采购需求》。

5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.2.1 中小企业定义：

5.2.1.1 中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

5.2.1.2 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

- (1) 在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；
- (2) 在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；
- (3) 在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

5.2.1.3 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

5.2.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

5.2.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由

司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

- 5.2.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；
- 5.2.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；
- 5.2.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；
- 5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；
- 5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；
- 5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1至8级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

5.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。

5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。

5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**投标无效**；

5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

5.5 网络安全专用产品

5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023年第1号），所提供的产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.6 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.6.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的VOCs含量限制标准（具体标准见第五章《采购需求》），否则**投标无效**；属于推荐性标准的，

优先采购，具体见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.7 采购需求标准

5.7.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

5.7.2 其他政府采购需求标准

绿色数据中心政府采购需求标准（试行）为加快数据中心绿色转型，根据财政部生态环境部工业和信息化部关于印发《绿色数据中心政府采购需求标准（试行）》的通知（财库〔2023〕7号），本项目如涉及绿色数据中心，则具体要求见第五章《采购需求》。

6 投标费用

6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

二、招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章投标邀请

第二章投标人须知

第三章资格审查

第四章评标程序、评标方法和评标标准

第五章采购需求

第六章拟签订的合同文本

第七章投标文件格式

7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则投标无效。

8 对招标文件的澄清或修改

8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投

标人。

- 8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三、投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为无效投标。如招标文件包含多个采购包内容未拆分的，投标人只能对应参加（按照投标邀请要求）成功报名的采购包，不得参加未成功报名的采购包。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》，本项目招标文件若涉及多个编号（如：招标编号、项目编号、北京市政府采购管理服务平台项目编号），投标人编制与投标相关的文件时使用上述任一编号并保持一致即可，不影响投标文件的有效性。

- 10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则投标无效，如“实质性格式”中有盖章要求，盖章页面印有符合要求的公章即

可，不以盖章位置非指定位置为由认为投标无效，公章指投标人单位公章，非合同章、投标专用章。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供的货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

11.2 投标人的报价应包括为完成项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于下列内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；

11.2.2 按照招标文件要求完成项目的全部相关费用。

11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构。以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截

止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其投标无效。

12.4 投标人除需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据电子件”，还需在投标截止时间前，通过电子交易平台上传“投标保证金凭证/交款单据电子件”。

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

12.6 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

12.7 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的投标保证金，经投标人同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外：

12.8 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起 5 个工作日内退还已收取的投标保证金；

12.8.1 中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人；

12.8.2 未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人；

12.8.3 终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后 5 个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

12.9 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.9.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.9.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其投标无效。

14 投标文件的签署、盖章

14.1 投标人份数应按投标人须知资料表的规定准备相应文件。

14.2 投标文件的正本需打印或用不退色的墨水书写，被授权的投标人代表（投标人的委托代理人）须以书面形式出具的《授权委托书》附在投标文件中。

14.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由法定代表人或被授权的投标人代表（投标人的委托代理人）在旁边签字才有效。

14.4 没有按招标文件实质性和符合性规定签字和盖章的投标，将被视为投标无效。

14.5 本项目不接受以传真、电子邮件形式递交的投标文件，须以纸质版文件递交。

四、投标文件的提交

15 投标文件的提交

- 15.1 投标人应将投标文件密封包装以保证自己的投标信息在开标前不被透露。为方便开标时唱标，投标人应另行额外准备一份“开标一览表”的正本单独密封提交，并注明“开标一览表”字样，其正副本仍需包含“开标一览表”。
- 15.2 为方便开标拆启和对迟到的投标进行处理，投标文件封面及密封包装封面建议按照《投标人须知资料表》的要求填写并密封。
- 15.3 如未按本须知第 15.2 条的要求加写标记和密封，采购代理机构对误投或提前启封概不负责。
- 15.4 投标人的投标文件须在招标文件中载明的投标截止时间之前，建议于开标当日递交，因特殊情况，可以接受投标人选择提前邮寄或者送达的投标文件，但投标人须充分考虑邮寄时效和文件包装完整性的风险，未在投标截止时间之前准时到达和包装破损造成的不利后果由投标人自行承担。

16 投标截止时间

- 16.1 投标人应在招标文件要求提交投标文件截止时间前，将投标文件提交至开标地点，迟到的投标文件将被拒收，采购代理机构应拒绝在其规定的投标截止期后递交的任何投标文件。

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五、开标、资格审查及评标

18 开标

- 18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。开标时所有投标人自愿参加，参加开标的投标人的委托代理人应签名报到以证明其出席。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。
- 18.2 本项目开标过程将由投标人的委托代理人检查投标文件的密封情况，经确认密封完好后，由采购代理机构或采购人当众宣读投标人名称、投标报价等招标文

件规定需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人的委托代理人确认，在开标时没有启封和唱标的投标文件在评标时将不予考虑。

18.3 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.4 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。评标委员会决定投标的响应性只根据采购文件本身，而不是寻求外部的证据，但投标有不真实不正确的内容时除外。

20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六、确定中标

22 确定中标人

22.1 采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定中标人。

23 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在政府部门指定的媒体上公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

23.2 中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

24.1.1 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

25.1 中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

25.2 中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

25.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。

25.4 政府采购合同不能转包。

25.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见《投标人须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则**投标无效**。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

26.2 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《投标人须知资料表》。

26.3 采购人或采购代理机构对投标人依法提出的询问，在 3 个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

26.4 质疑

26.4.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采

购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.4.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

质疑函应当包括下列内容：

- (1) 投标人名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- (2) 质疑项目的名称、编号；
- (3) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- (4) 事实依据；
- (5) 必要的法律依据；
- (6) 提出质疑的日期。

26.4.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.4.4 投标人应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复

26.5 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《投标人须知资料表》。

27 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《投标人须知资料表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

第三章 资格审查

一、资格审查程序

- 1.开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2.《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 3.投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其投标无效。
- 4.资格审查合格的投标人不足3家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。
2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。

序号	审查因素	审查内容
3	投标人信用记录	<p>查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）；</p> <p>截止时点：评审时间前采购人或采购代理机构的实际查询时间；</p> <p>信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存；</p> <p>信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。</p> <p>（本项不需提供证明文件，以采购人或采购代理机构网上查询结果为准）</p>
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。
5	特定资格要求	详见第一章《投标邀请》，其中 第01包 投标人应具有有效的《广播电视台播出机构许可证》。
6	获取招标文件	<p>在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与包的招标文件（如非上述平台项目须按照投标邀请的要求获得参与包的招标文件）。</p> <p>注：如本项目接受联合体，且供应商为联合体时，联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。</p>
7	招标文件、法律、行政法规规定的其他条件	招标文件、法律、行政法规规定的其他条件
<p>备注：投标人须提供或实质满足本表所列资格审查要求，如未提供将不得进入评标环节。通过资格审查标注为√；未通过资格审查标注为×。</p>		

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标方法

1 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
8	报价合理性	报价合理，或投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，能够应评标委员会要求在规定时间内证明其报价合理性的；
9	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；

序号	审查因素	审查内容
10	串通投标	不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；（五）不同投标人的投标文件相互混装；（六）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；
11	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
12	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。
备注：投标人须提供或实质满足本表所列符合性证明文件，如未提供将作无效投标处理。通过符合性审查标注为√；未通过符合性审查标注为×。		

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。

2.2 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，有权要求该投标人在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为无效投标处理。

2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其投标无效。

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

有，具体规定为：_____

无，按下列规定修正。

2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准（未单独递交的以投标文件纸质版正本为准）；

2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

2.5 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情

形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

- 2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 **10%**的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予 **4%**的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
- 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

3 投标文件的比较和评价

- 3.1 评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价；未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

- 综合评分法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

- 最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的

投标人为中标候选人的评标方法。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照下述方法确定一个参加评标的投标人，其他投标人无效。

■随机抽取

其他方式，具体要求：_____

3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）_____。

4 确定中标候选人名单

4.1 采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

随机抽取

■其他方式，具体要求：评审得分相同的，以投标报价低的为中标人；评审得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人；若投标报价、技术部分均相同的，由评标委员会随机抽取

4.2 采用综合评分法时，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

4.4 评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐 3 名中标候选人。

5 报告违法行为

5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，有向采购人、采购代理机构或者有关部门报告的职责。

二、评标标准

第01包（“两区”建设五周年成效纪实宣传）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。 注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。
2	项目分析	10	综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目理解分析。 项目需求分析透彻、对此类项目的理解认识度高，项目重难点把控到位，针对性强：10分； 项目需求分析比较清晰，项目重难点把握较准确，对此类项目的理解认识度及针对性较强：8分； 提供了简单、通用的项目需求理解及分析，项目重难点把控、针对性一般：6分； 项目需求分析有所欠缺，项目重难点把控不够到位：4分； 项目需求理解及分析不清晰、不够透彻，项目重难点把控不到位，无针对性：2分； 未提供内容：0分。
3	实施方案	25	投标人根据采购需求提供项目实施方案，包括以下内容：①项目分析、②服务策略、③策划方案、④录制、拍摄方案、⑤后期制作方案。 方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高25分。
4	项目质量控制措施	15	投标人根据采购需求提供项目质量控制措施，包括以下内容：①质量控制方案、②应急方案、③项目进度计划。 方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高15分。

5	拟投入设备情况和售后服务	10	<p>根据投标人制定的①设备投入情况、②售后服务进行评分：</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高10分。</p>
6	团队人员安排	20	<p>投标人根据采购需求特点提供本项目团队人员安排方案至少包括：①配备人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④人员的管理。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
7	投标报价	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 分值。</p> <p>此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。</p>
8	总分	100	

第02包（传统媒体推广）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	<p>综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。</p>
2	项目分析	11	<p>综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目理解分析。</p> <p>项目需求分析透彻、对此类项目的理解认识度高，项目重难点把控到位，针对性强：11分；</p> <p>项目需求分析比较清晰，项目重难点把握较准确，对此类项目的理解认识度及针对性较强：8分；</p> <p>提供了简单、通用的项目需求理解及分析，项目重难点把控、针对性一般：6分；</p> <p>项目需求分析有所欠缺，项目重难点把控不够到位：4分；</p> <p>项目需求理解及分析不清晰、不够透彻，项目重难点把控不到位，无针对性：2分；</p> <p>未提供内容：0分。</p>
3	服务方案	20	<p>投标人根据采购需求提供的项目服务方案，包括以下内容：①前期调研、②会场布置方案（包括但不限于设计、排版、审核、印刷等内容）、③会议服务方案（包括各项事宜的现场协调与服务保障、会后人员疏散及物料清运等内容）、④信息收集与报告总结方案。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得1分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
4	活动执行方案	20	<p>投标人根据采购需求提供的项目活动执行方案，包括以下内容：①活动前期筹备方案、②宣传资料设计制作方案、③活动执行方案、④活动总结报告。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，</p>

			此项最高20分。
5	项目质量控制措施	9	<p>投标人根据采购需求提供的项目质量控制措施，包括以下内容：①质量控制、后续跟进服务方案、②风险与应对措施方案、③项目进度计划。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得3分，部分符合得1分，不符合不得分，此项最高9分。</p>
6	团队人员安排	20	<p>投标人根据采购需求特点提供本项目团队人员安排方案，至少包括：①配备人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④人员的管理。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
7	投标报价	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 分值。</p> <p>此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。</p>
8	总分	100	

第03包（视频制作）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	<p>综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。</p>
2	项目分析	10	<p>综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目理解分析。</p> <p>项目需求分析透彻、对此类项目的理解认识度高，项目重难点把控到位，针对性强：10分；</p> <p>项目需求分析比较清晰，项目重难点把握较准确，对此类项目的理解认识度及针对性较强：8分；</p> <p>提供了简单、通用的项目需求理解及分析，项目重难点把控、针对性一般：6分；</p> <p>项目需求分析有所欠缺，项目重难点把控不够到位：4分；</p> <p>项目需求理解及分析不清晰、不够透彻，项目重难点把控不到位，无针对性：2分；</p> <p>未提供内容：0分。</p>
3	日常重点工作拍摄 策划方案	10	<p>投标人根据采购需求提供相应方案：</p> <p>策划方案完整全面，内容定位精准、专业，兼具创新性，突出特色，可执行性强，完全满足采购需求：10分；</p> <p>策划方案较完整较全面，内容定位较为准确、专业，具有一定的创新性及特色，可执行性较强，可以满足采购需求：7分；</p> <p>策划方案描述通用简单，内容定位存在一定偏差或方案缺乏创新性，可执行性一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>策划方案描述简略，内容存在缺失、定位存在偏差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>策划方案不完整，内容缺失过多、定位存在严重偏差或未提供任何材料：0分。</p>

4	日常工作拍摄制作方案	10	<p>投标人根据采购需求提供相应方案：</p> <p>拍摄手法先进，素材丰富，拍摄设备完备，剪辑成片完全满足采购需求要求，得10分；</p> <p>拍摄手法较先进，素材较丰富，拍摄设备较完备，剪辑成片基本满足采购需求要求，得6分；</p> <p>拍摄手法较先进，素材丰富程度一般，拍摄设备完备性一般，剪辑成片基本满足采购需求要求，得3分；</p> <p>拍摄手法先进性一般，素材不够丰富，拍摄设备完备性较差，剪辑成片无法满足采购需求要求，得1分；</p> <p>未提供任何方案不得分。</p>
5	策划和制作方案	10	<p>投标人根据采购需求提供策划和制作方案，至少包括：</p> <p>①政策解读系列短视频策划方案、②政策解读系列短视频拍摄制作方案；</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高10分。</p>
6	项目质量控制措施	10	<p>投标人提供采购需求提供的项目质量控制措施，包括以下内容：①质量保障措施方案、②项目进度安排方案。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得 5 分，部分符合得 2 分，不符合不得分，此项最高 10 分。</p>
7	团队人员安排	30	<p>综合考虑投标人针对本项目提供的项目负责人情况。</p> <p>项目负责人专业性强，类似项目履历及成功案例丰富，组织实施团队的构建能力强，得10分；</p> <p>项目负责人专业性较强，经验及业绩较好，团队构建能力较好，得6分；</p> <p>项目负责人专业性、业绩、能力一般，得3分。</p> <p>未明确项目负责人得0分。</p> <p>注：需附项目负责人简历、职称证书（如有）、同类项目经验等相关证明资料。</p>
8			<p>投标人根据采购需求提供本项目其他团队人员，至少包括：①配备人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④人员的管理；</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际</p>

			情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。
9	投标报价	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 分值。</p> <p>此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。</p>
10	总分	100	

第04包（外文翻译）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	<p>综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。</p>
2	项目分析	10	<p>综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目理解分析。对采购人业务需求特点理解精准，对委托内容理解全面且具有高度，能够针对采购项目重点难点问题作出有针对性的分析：10分；</p> <p>对采购人业务需求特点理解准确，对委托内容理解全面，分析能力强：8分；</p> <p>对采购人业务需求特点理解基本准确，对委托内容理解基本全面，具备分析能力：6分；</p> <p>提供了对采购人业务需求特点的理解、对委托内容的理解，但有偏差，分析存在漏洞：4分；</p> <p>对采购人业务需求特点理解不准确，对委托内容理解片面，分析能力弱：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
3	服务方案	15	<p>综合考虑投标人对本项目的总体认识、理解提出的翻译、审校、排版服务方案。</p> <p>内容全面、具体、清晰、规划合理，可行性及针对性强，能够完全满足项目实际需要的，得：15分；</p> <p>内容较为全面、较为具体、较为清晰、规划较为合理，可行性及针对性较强，能够较好满足项目实际需要的，得：12分；</p> <p>内容基本全面、具体、基本清晰、规划基本合理，可行性及针对性一般，能够基本满足项目实际需要，得：8分；</p> <p>内容不够全面、具体、不够清晰、规划不够合理，可行性及针对性较差，勉强满足项目实际需要，得：4分；</p> <p>内容全面性较差、不具体、清晰性和规划合理性差，可行性及针对性差，无法满足项目实际需要，得：1分；</p> <p>未提供方案得0分。</p>

4	管理体系	10	<p>投标人根据采购需求提供的项目工作管理体系方案，包括以下内容：①具有相关工作体系、②工作管理制度和工作模式。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高10分。</p>
5	项目质量控制措施	20	<p>投标人根据采购需求提供的项目质量控制措施，包括以下内容：①质量控制方案、②应急方案、③项目进度计划、④保密措施。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
6	项目负责人	5	<p>项目负责人类似项目的履历及成功案例丰富，组织实施团队的构建能力强，证明材料完备，得5分；</p> <p>项目负责人经验及案例较好，团队构建能力较好且具备较完备的证明材料，得3分；</p> <p>项目负责人经验、能力一般且证明材料不够充分，得2分；</p> <p>项目负责人经验、能力较差或无法体现其能力得，1分；</p> <p>未明确项目负责人得0分。</p> <p>注：需附项目负责人简历、职称证书（如有）、同类项目经验等相关证明资料。</p>
7	团队人员安排	20	<p>投标人根据采购需求特点提供其他团队人员安排，至少包括：①配备翻译人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④翻译人员的管理；</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
8	投标报价	10	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

			投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×分值。 此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。
8	总分	100	

第05包（新媒体推广）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	<p>综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。</p>
2	项目分析	10	<p>结合项目背景和采购人业务需求特点等，对项目背景、主要任务理解透彻全面，能够深入分析，规划合理的得：10分；</p> <p>对项目背景、主要任务有一定的理解和分析，理解和分析内容较透彻完整得：6分；</p> <p>对项目背景、主要任务有一定的理解和分析，理解和分析内容不够透彻完整得：3分；</p> <p>未对项目背景、主要任务进行分析的得0分。</p>
3	公众号更新	10	<p>投标人提供的本项目公众号更新方案，包括以下内容：</p> <p>①公众号日常内容更新，且能保证每年不少于600推送、 ②公众号栏目更新方案。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得1分，不符合不得分，此项最高10分。</p>
4	服务方案	20	<p>投标人提供的本项目服务方案，包括以下内容：①内容规划②关键时点和节日策划方案、③日常推送和推广、④信息安全保障方案。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得1分，不符合不得分，此项最高20分。</p>

5	项目质量控制措施	15	<p>投标人提供的项目质量控制措施，包括以下内容：①质量控制方案、②流程执行确认管理措施方案、③项目进度安排。</p> <p>方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高15分。</p>
6	团队人员安排	5	<p>综合考虑投标人针对本项目提供的项目负责人情况。</p> <p>项目负责人专业性强，类似项目履历及成功案例丰富，组织实施团队的构建能力强，得5分；</p> <p>项目负责人专业性较强，经验及业绩较好，团队构建能力较好，得3分；</p> <p>项目负责人专业性、业绩、能力一般，得2分。</p> <p>未明确项目负责人得0分。</p> <p>注：需附项目负责人简历、职称证书（如有）、同类项目经验等相关证明资料。</p>
7	团队人员安排	20	<p>投标人根据采购需求特点提供其他团队人员安排方案，至少包括：①配备人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④人员的管理；</p> <p>上述内容每有一项方案内容详细，专门针对本项目，符合采购需求和实际情况视为符合；方案内容属于通用类，非专门针对本项目，部分符合实际情况视为部分符合；方案内容非专门针对本项目，不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分，部分符合得2分，不符合不得分，此项最高20分。</p>
8	投标报价	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 分值。</p> <p>此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。</p>
9	总分	100	

第06包（宣传片制作）

序号	评分因素	分值	评分标准
1	业绩及经验	10	<p>综合考虑投标人自2022年01月01日至今（以合同签订日期为准）承担的与本项目相同或类似的业绩及经验，每提供1个有效证明材料的，得2分，本项最多得10分。</p> <p>注：须提供合同（含首页、主要内容页、签字盖章页）复印件并加盖投标人公章。</p>
2	项目分析	10	<p>综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目理解分析。</p> <p>项目需求分析透彻、对此类项目的理解认识度高，项目重难点把控到位，针对性强，得10分；</p> <p>项目需求分析比较清晰，项目重难点把握较准确，对此类项目的理解认识度及针对性较强，得8分；</p> <p>提供了简单、通用的项目需求理解及分析，项目重难点把控、针对性一般，得6分；</p> <p>项目需求分析有所欠缺，项目重难点把控不够到位，得4分；</p> <p>项目需求理解及分析不清晰、不够透彻，项目重难点把控不到位，无针对性，得2分；</p> <p>未提供内容不得分。</p>
3	宣传片策划方案	15	<p>投标人根据采购需求提供相应方案：</p> <p>策划方案完整、新颖，主体鲜明，完全满足采购需求要求，得15分；</p> <p>策划方案较完整、新颖，主体较鲜明，能较好满足采购需求要求，得12分；</p> <p>策划方案通用普通、新颖性一般，主体有一定体现，基本满足采购需求要求，得9分；</p> <p>策划方案完整性较差、新颖性较差，主体不够突出，勉强满足采购需求要求，得6分；</p> <p>策划方案完整性差、新颖性差，主体不突出，无法满足采购需求要求，得3分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>
4	素材拍摄及宣传片制作方案	10	<p>投标人根据采购需求提供相应方案：</p> <p>制作手法先进，素材丰富，制作设备完备，完全满足采购需求要求，得10分；</p> <p>制作手法较先进，素材较丰富，制作设备较完备，基本满足采购需求要求，得8分；</p> <p>制作手法较先进，素材丰富程度一般，制作设备完备性一般，基本满足采购需求要求，得6分；</p> <p>制作手法先进性一般，素材不够丰富，制作设备完备性较差，无法满足采购需求要求，得3分；</p> <p>制作手法先进性较差，素材不丰富，制作设备完备性</p>

			差, 无法满足采购需求要求, 得1分; 未提供任何方案不得分。
5	项目质量控制措施	15	投标人提供的项目质量控制措施, 包括以下内容: ①质量控制方案、②应急方案、③项目进度计划。 方案内容详细, 专门针对本项目, 符合采购需求和实际情况视为符合; 方案内容属于通用类, 非专门针对本项目, 部分符合实际情况视为部分符合; 方案内容非专门针对本项目, 不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分, 部分符合得2分, 不符合不得分, 此项最高15分。
6	总撰稿、总导演、制片人	10	综合考虑投标人针对本项目提供的总撰稿、总导演、制片人情况。 总撰稿、总导演、制片人具备8年以上影视专业工作经验, 履历及成功案例丰富, 组织实施团队的构建能力强, 得10分; 总撰稿、总导演、制片人经验及业绩较好, 团队构建能力较好, 得7分; 总撰稿、总导演、制片人业绩、能力一般, 得4分; 总撰稿、总导演、制片人业绩、能力较差, 得1分; 未提供得0分。 注: 需附人员简历、职称证书(如有)、业绩经验等相关证明资料。
7	团队人员安排	20	投标人根据本项目采购需求特点提供其他团队人员(主创团队包括但不限于摄影、灯光、录音、建模师、剪辑、包装、调色、作曲等所有工种人员)组织架构方案, 至少包括: ①配备人员清单、②组织架构、③岗位的分配、④人员的管理; 方案内容详细, 专门针对本项目, 符合采购需求和实际情况视为符合; 方案内容属于通用类, 非专门针对本项目, 部分符合实际情况视为部分符合; 方案内容非专门针对本项目, 不符合实际情况或未提供视为不符合。以上每一项符合得5分, 部分符合得2分, 不符合不得分, 此项最高20分。
8	投标报价	10	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价, 其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算: 投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 分值。 此处投标报价指经过报价修正, 及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价, 详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4及2.5。
9	总分	100	

备注：政策性加分条款如下：

- 1 根据《国务院办公厅关于建立政府强制采购节能产品制度的通知》（国办发〔2007〕51号）规定，在技术、服务等指标同等条件下，优先采购属于国家公布的节能清单中的产品。以中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）公布的最新一期节能产品政府采购清单为准。投标产品如为节能产品政府采购清单中的产品，投标人的综合得分加1分。
- 2 根据《环境标志产品政府采购实施的意见》（财库[2006]90号）的规定，在性能、技术、服务等指标同等条件下，优先采购国家公布的环保产品清单中的产品。以中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）公布的最新一期环境标志产品政府采购清单为准。投标产品如为环保清单中的产品，投标人的综合得分加1分。
- 3 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分和价格扣除，即采用综合评分法或性价比法进行评审的，在总得分基础上加1分。

第五章 采购需求

(采购需求如与拟签订的合同文本有矛盾，均以采购需求为准。)

一、采购标的

1.需求一览表

包号	标的名称	数量	是否接受进口产品投标
01	“两区”建设五周年成效纪实宣传	/	本项目不涉及
02	传统媒体推广	/	本项目不涉及
03	视频制作	/	本项目不涉及
04	外文翻译	/	本项目不涉及
05	新媒体推广	/	本项目不涉及
06	宣传片制作	/	本项目不涉及

二、商务要求

1.服务期和服务地点

1.1.服务期：详见投标邀请合同履行期限

1.2.服务地点：采购人指定地点

三、技术要求

第01包（“两区”建设五周年成效纪实宣传）

一、项目背景

“两区”建设是党中央、国务院赋予北京的重大国家级开放平台，是全市“五子”联动融入新发展格局的关键一子。今年是“两区”建设启动五周年，为更好宣传这一政策给北京各方面带来的变化，特推出系列访谈类专题节目。

二、项目实施内容

项目名称：“两区”建设五周年成效纪实节目

视频时长：20分钟/集，共5集

视频格式：4k高清（像素不少于1980*1080）

制作方式：访谈+实景拍摄（专题片）+素材剪辑+包装+AI制作。

三、项目实施周期

前期拍摄：暂定2025年6月底前

后期制作：2025年8月底前

播出时间：根据甲方需求

播出平台：北京电视台

投标人应提交本项目的具体进度计划，详述项目各环节具体用时安排。包括创意构思、内容策划、采访、实地拍摄、素材整理、剪辑、配音、后期加工、播出等。

四、项目实施方案

1. 主题定位：以开放发展为主线，展现北京“两区”建设五年来在制度创新、产业升级、全球资源集聚等方面的成果，凸显首都高水平开放的示范效应。

2. 节目内容：围绕投资、贸易、人才、重点园区等主题，内容突出数据对比、场景化案例及国际化视角。

3. 视觉设计：结合北京“两区”建设典型场景、动态数据可视化、企业实景拍摄等，增强节目感染力。

投标人提交本项目的实施方案，详述项目制作规划。包括设备清单、后期制作、可用素材、拍摄要求、质量保证、工作制度。

- 设备清单：列出拍摄和后期所需的设备和器材，如摄像机、三脚架、话筒、灯光等，需明确可以达到的拍摄制作效果。
- 后期制作：描述后期制作的流程，包括剪辑、音效、音乐、配音等。
- 可用素材：包括可以应用在此项目的历史影像、图片和视频、配乐等。
- 拍摄要求：明确此项目的拍摄原则、拍摄方式、拍摄重点、布景方式，拟为本项目拍摄的内容。
- 质量保证：明确为保证成品质量，投标人采用的方法或措施。
- 工作制度：描述本项目进行中投标人与采购人的工作制度。

五、项目团队

1. 投标人应为本项目提供专业人员，保障项目高质高效完成。
2. 投标人应提供对应实施方案的明确团队的结构和职责分工，详细团队人员名单，包括导演、摄影师、录音师、剪辑师、特效师等。
3. 投标人应提供项目组人员项目简历。
4. 投标人应保证所提供的人员的稳定性，原则上不进行人员变动，如必须调整人员，应提前向采购人发出人员变更情况书面说明，说明变更原因及变更方案，经采购人同意后进行人员变更。

第02包（传统媒体推广）

一、项目背景与意义

北京“两区”建设，是国家赋予北京的重大开放平台，对推动首都高质量发展意义重大。近几年“两区”建设开展以来，国家及北京市陆续推出一系列创新性、突破性政策，成果丰硕，并举办了几十场政策解读与宣传等活动，向全球展示了北京积极拥抱开放、与国际接轨的决心和姿态，吸引了更多的国际企业、人才和资本的关注，推动了金融、科技、医疗等多个重点领域的开放与发展，为全国提供了可借鉴的开放经验，为打造开放型经济的“北京名片”贡献了积极力量。

2025年“两区”建设即将迎来五周年，宣传工作更加紧要，让全国乃至全球了解北京“两区”建设中的创新举措，便利更多企业了解“两区”优势政策、用好政策红利，吸引更多的高端人才和优质企业落户北京，为北京的经济社会发展注入新的活力和动力，推广宣传“两区”政策对扩大开放、深化改革的深远意义，高标准、高质量做好“两区”建设宣传推介工作将更加任重道远、意义非凡。

2025年“两区”政策解读将直面市场主体诉求，深入推进政策“进园区、进商协会”，结合“企业点单+政府接单”等方式，依托“两区”政策直通车开展政策解读，持续提升企业获得感。

二、项目实施内容

举办时间：自合同签订之日起至2025年11月底

承办单位：各区政府

解读主题：贸易、数字经济、文旅消费、金融、农业科技创新、科技创新、投资、人才、专业服务、低空技术、法律服务、生物医药

(根据重要政策出台情况及各区需要, 适时增加政策解读会场次。)

三、项目服务内容

1、活动策划

1) 解读会内容策划及项目方案撰写。

2、设计制作

1) 解读手册设计与制作, 包括自贸区介绍、示范区介绍“两区”制度创新成果、政策直通车介绍等。

2) 会议背景板设计及制作

3) 宣传易拉宝设计制作

4) 会议报名系统建设

5) 会议报名内容设计与制作

3、场地勘测:

1) 会议场地的实地考察, 确保会务设施、交通条件、环境氛围符合活动要求。

2) 评估会场容量, 制定合理的人员动线安排。

4、会前报备:

1) 与相关部门沟通会议流程, 确保各项活动合法合规。

2) 相关文件、政策资料的提前准备与审核。

3) 消防安全协议签署

4) 现场会议布局平面图提供与审核

5、单场设计制作

1) 签到台、咨询台背景板设计制作。

2) 座位图布局、场地布局效果图。

3) 停车证、指示牌、人名牌、演讲台桌贴、二维码扫码牌、宣传易拉宝等设计制作。

4) 政策汇编封面设计与内容排版、审核及印刷。

5) 会议议程内容收集、排版设计、审核及印刷制作。

6) 会场大屏幕主视觉设计、手机直播屏幕设计。

7) 指示牌设计制作

8) 人名牌设计制作

9) 现场布局图示

6、会场布置内容

1) 会议现场物料布置，包括主背景板、会议桌布置、嘉宾席标识等。

2) 现场灯光、音响、直播设备调试与安装。

会议现场导视系统布设，确保参会人员顺利抵达各功能区。

7、会议服务内容

1) 现场签到接待及咨询服务。

2) 会议主持与嘉宾接待服务。

3) 会议资料发放与政策宣讲配合。

4) 现场摄影、摄像及宣传素材收集整理。

5) 现场图文直播

8、活动报告

文字版及电子版形式，活动总结报告包括设计稿、现场照片、宣传链接等

四、活动宣传预期

通过12场政策直通车活动，触达目标企业和投资者群体，达成如下预期：

（一）提升政策知晓度

通过活动让园区企业与商协会等单位直观了解“两区”建设在贸易自由便利、文旅消费、数字经济、科技创新、投资便利化等方面的创新性、突破性政策。通过现场解读与交流，将一改以往企业面对复杂政策“一头雾水”的局面，使政策适用范围、申报条件等关键信息变得清晰易懂，从根本上解决企业找政策难、理解政策难的问题。

（二）促进企业发展

为企业发展赋能，助力企业降本增效。通过政策宣贯行动，帮助企业切实享受到政策红利，实现快速、高质量发展。

（三）加强政府与企业、商协会沟通

搭建起“政府+园区+企业”以及政府与商协会的三方交流平台。通过活动，倾听企业诉求，及时调整政策实施方向与服务重点，增强政策解读的针对性与实效性。形成政府与企业、商协会之间良好的互动关系，营造更优质的营商环境。

（四）推动园区经济发展

通过政策宣贯活动，随着企业对“两区”政策的充分了解与运用，通过商协会的纽带作用，带动更多企业参与到“两区”建设中来，吸引更多外部投资，助力北京

“五子”联动服务和融入新发展格局，为首都高质量发展注入强劲动力。

（五）扩大“两区”影响力

通过媒体报道、企业与商协会的口碑传播，提升“两区”政策直通车活动的社会影响力，吸引更多园区、企业和商协会关注并参与到后续活动中来，形成示范效应，使更多市场主体从中受益，推动“两区”政策在更大范围内得到推广与应用，让更多企业能够搭上政策快车，共享发展机遇。

五、项目实施周期

按季度推进，每季度开展3场以上政策直通车活动。通过多场次、多主题、多区域的活动，全面深入的将“两区”政策传递给企业等相关主体。后续若有新的活动安排，可能会增加场次或持续至2026年初，以确保政策的充分解读与落地，让更多市场主体受益于“两区”政策。

六、项目实施方案

（一）项目实施背景

北京“两区”建设，即国家服务业扩大开放综合示范区和中国（北京）自由贸易试验区建设，是国家赋予北京的重大开放平台，对推动首都高质量发展意义重大。自“两区”建设开展以来，国家及北京市陆续推出一系列创新性、突破性政策。然而，部分企业和园区对政策的知晓度、理解度和应用度有待提升。为进一步提升政策解读服务质效，释放“两区”政策红利，特举办北京“两区”建设政策直通车活动。

（二）项目目标

1、提升政策知晓度：通过系列活动，确保“两区”相关政策覆盖北京重点园区、企业及商协会。

2、促进政策应用：帮助企业深入理解并运用“两区”政策，解决实际经营中的问题，助力企业享受政策红利，实现降本增效或拓展业务。

3、搭建交流平台：构建“政府+园区+企业”三方交流机制，促进各方信息共享与合作，收集企业对政策的反馈建议，为政策优化提供参考。

（三）活动规划

（3.1）活动场次与主题

共举办12场活动，围绕不同“两区”政策领域及企业关注热点设置主题，具

体如下：

1、顺义组团站

承办单位：顺义区政府

解读主题：贸易

解读单位：拟邀请市商务局、市药监局、市税务局、北京海关、首都机场临空经济区管委会等单位进行政策解读，请顺义区政府介绍顺义组团有关情况。

2、中关村朝阳园站

承办单位：朝阳区政府

解读主题：数字经济

解读单位：拟邀请市委网信办、市经济和信息化局、市通信管理局、北京国际大数据交易所等单位进行政策解读，请朝阳区政府介绍中关村朝阳园有关情况。

3、隆福寺站

承办单位：东城区政府

解读主题：文旅消费

解读单位：拟邀请市商务局、市公安局、市文化和旅游局等单位进行政策解读，请东城区政府介绍隆福寺有关情况。

4、金融街站

承办单位：西城区政府

解读主题：金融

解读单位：拟邀请市委金融办、人行北京市分行、国家金融监管总局北京监管局、北京证监局、北京金融法院、北京证券交易所等单位进行政策解读，请西城区政府介绍金融街有关情况。

5、平谷站

承办单位：平谷区政府

解读主题：农业科技创新

解读单位：拟邀请市经济和信息化局、市商务局、市农业农村局、中关村科技园管委会等单位进行政策解读，请平谷区政府介绍本区域农业科技创新有关情况。

6、怀柔科学城站

承办单位：怀柔区政府

解读主题：科技创新

解读单位：拟邀请市发展改革委、市科委中关村管委会、市经济和信息化局、市

知识产权局等单位进行政策解读，请怀柔区政府介绍怀柔科学城有关情况。

7、欧盟商会站

承办单位：欧盟商会

解读主题：投资

解读单位：拟邀请市科委中关村管委会、市商务局、市贸促会、人行北京市分行、国家外汇管理局北京市分局、北京海关等单位进行政策解读，请欧盟商会介绍有关情况。

8、中国香港商会站

承办单位：中国香港商会

解读主题：人才

解读单位：拟邀请市人才工作局、市教委、市科委中关村管委会、市公安局、市人力资源和社会保障局、海外学人中心等单位进行政策解读，请中国香港商会介绍有关情况。

9、英中贸易协会站

承办单位：英中贸易协会

解读主题：专业服务

解读单位：拟邀请市发展改革委、市财政局、市商务局、市知识产权局、北京仲裁委员会等单位进行政策解读，请英中贸易协会介绍有关情况。

10、延庆站

承办单位：延庆区政府

解读主题：低空技术

解读单位：拟邀请市发展改革委、市科委中关村管委会、市交通委、市经济和信息化局等单位进行政策解读，请延庆区政府介绍本区域低空技术有关情况。

11、丰台站

承办单位：丰台区政府

解读主题：法律服务

解读单位：拟邀请市司法局、市知识产权局、市高级人民法院、北京仲裁委员会等单位进行政策解读，请丰台区政府介绍丰台法务区建设有关情况。

12、亦庄站

承办单位：北京经济技术开发区管委会

解读主题：生物医药

解读单位：拟邀请市科委中关村管委会、市卫生健康委、市药监局、市中医药管理局、北京海关等单位进行政策解读，请北京经济技术开发区管委会介绍本区域生物医药产业有关情况。

（3.2）活动形式

每场活动采用线上线下相结合的方式，扩大活动覆盖面与影响力。

线下活动：选择北京不同区域的园区、商协会或企业聚集地作为举办地点，设置政策解读、案例分享、互动交流等环节。邀请相关政策制定部门负责人进行现场解读，邀请成功应用政策的企业分享经验，设置提问交流环节，让企业与政策制定者、专家直接对话。

线上活动：通过直播平台对线下活动全程直播，方便无法现场参与的企业观看。同时，在“开放北京”微信公众号及其他线上平台开设活动专栏，发布活动预告、活动报导等内容。利用线上问卷、留言板等收集企业问题和反馈，及时进行解答和处理。

七、活动筹备

（一）组建项目专班团队

成立活动项目组，成员包括活动联络人、活动策划与执行人员、宣传推广人员、技术支持人员等，明确各成员职责与分工，确保活动筹备与执行高效有序。

（二）确定参与单位与嘉宾

政策部门：根据活动主题，邀请涉及相关政策的市级部门、区级部门以及国家在京相关机构参与，如市商务局、市科委、中关村管委会、市金融监管局、中国人民银行北京市分行、海关等，提前沟通确定政策解读人员及内容。

企业与商协会：通过园区推荐、企业报名、商协会邀请等方式，确定参与活动的企业和商协会代表。每场活动邀请不同行业、不同规模的企业100家左右，商协会1-2家左右，确保参与企业具有广泛代表性。

（三）宣传推广

活动预热：提前两周通过“开放北京”微信公众号、北京市“两区”建设官方网站、各园区及商协会渠道、主流媒体等发布活动预告，介绍活动主题、时间、地点、内容及报名方式，吸引企业关注和报名。制作活动宣传海报等，在相关线上线下渠道进行投放，扩大活动影响力。

活动推广：活动举办前一周，通过微信小程序等方式向报名企业发送活动邀请通

知，告知活动详细信息及注意事项。活动当天，利用直播平台、社交媒体等对活动进行实时宣传，发布现场图片、视频和精彩内容，吸引更多企业在线参与互动。活动结束后，及时整理活动回顾资料，包括政策解读要点、企业案例分享、专家观点等，通过线上平台进行发布，供企业后续学习参考。

（四）活动资料准备

政策解读资料：政策部门编写详细的政策解读材料，对政策解读材料进行审核校对，确保内容准确无误。

活动手册：制作活动手册，包括活动议程、参与单位、场地指引、“两区”介绍、活动介绍等等内容，现场发放给参会人员。

（五）场地布置与设备准备

线下场地布置：根据活动规模和形式，选择合适的场地进行布置。设置舞台、演讲台、投影屏幕、音响设备等，确保政策解读和案例分享环节效果良好。

线上直播设备准备：提前调试直播平台，确保直播画面清晰、声音流畅。准备多机位摄像设备、麦克风等，保证活动现场不同角度的拍摄需求。安排技术人员负责直播过程中的技术支持，及时处理突发问题。

八、活动执行

（一）活动签到

线下签到：活动开始前1小时，在活动场地入口处设置签到台，安排工作人员负责签到工作。参与人员凭报名信息或活动邀请短信进行签到，领取会议手册、政策解读资料等。对未提前报名但现场有参与意愿的企业人员，进行现场登记后允许其参与活动。

（二）活动流程

1、开场致辞（5分钟）：由市“两区”办领导或活动主办方领导致辞，介绍活动背景、目的和意义，欢迎参与单位和嘉宾，简要介绍活动流程和主要内容。

2、政策解读（15分钟/每条）：邀请政策部门负责人对相关政策进行详细解读，每个政策解读时间控制在15分钟左右。解读过程中结合实际案例，深入分析政策要点和对企业的影响，帮助企业更好理解政策。

3、案例分享（15—30分钟）：邀请1—2家成功应用“两区”政策的企业代表进行案例分享，每家企业分享时间控制在10—15分钟左右。企业代表介绍企业在应用政策过程中的经验做法、遇到的问题及解决措施，分享政策带来的实际效

益，为其他企业提供参考。

4、互动交流（10分钟）：设置提问交流环节，参与企业代表就政策疑问、应用过程中遇到的问题等进行提问，由政策部门负责人或成功应用政策的企业代表进行解答。鼓励企业间相互交流经验，分享看法。主持人引导互动交流过程，确保问题聚焦、讨论有序进行。

5、活动总结：由活动主办方工作人员对活动进行总结，回顾活动主要内容，强调政策要点和企业反馈的重点问题，感谢参与单位和嘉宾的支持与配合。介绍后续活动安排和政策服务渠道，鼓励企业持续关注“两区”政策。

（三）活动秩序维护

现场秩序维护：安排安保人员负责活动现场秩序维护，确保人员安全和活动顺利进行。在活动场地周边设置引导标识，引导参与人员有序入场、就座和离场。对现场突发情况及时进行处理，如人员冲突、设备故障等，确保活动不受影响。

（四）活动记录与资料收集

1、摄影摄像：安排专业摄影摄像人员对活动全程进行拍摄，记录活动现场的精彩瞬间、政策解读过程、企业互动交流等内容。拍摄多角度、多场景的照片和视频，为活动宣传和资料留存提供素材。

2、活动总结资料整理：活动结束后，及时整理活动记录、照片、视频、企业反馈等资料，编写活动总结报告。总结报告包括活动基本情况、参与情况、政策解读效果、企业反馈分析、活动经验与不足、改进措施等内容，为后续活动改进提供参考。

九、活动评估

（一）评估指标

1、参与度指标：包括线下参与企业数量、商协会数量、签到人数、互动参与人數等。

2、知晓度指标：通过活动后问卷调查，了解企业对活动主题相关政策的知晓率、理解程度，与活动前调查数据进行对比分析。

3、满意度指标：调查企业对活动组织、政策解读、案例分享、互动交流等环节的满意度，分为非常满意、满意、一般、不满意四个等级。

4、政策应用效果指标：跟踪活动后一定时期内（如3-6个月）企业对政策的应用情况，包括政策申请数量、成功享受政策企业数量、政策带来的经济效益和社会效益等。

（二）评估方式

1、问卷调查：活动结束后一周内，通过线上问卷形式向参与企业发放调查问卷，问卷内容涵盖评估指标相关问题。设置必填项和选填项，确保收集信息全面准确。对问卷数据进行统计分析，得出相关评估结论。

2、电话回访：从参与活动企业中抽取一定比例进行电话回访，进一步了解企业对活动的评价和意见，对问卷中未涉及或企业反馈不清晰的问题进行深入沟通。电话回访过程进行记录，作为评估参考依据。

3、数据分析：对活动过程中产生的线上线下数据进行分析，如直播平台观看时长、互动次数、提问类型等，结合问卷调查和电话回访结果，综合评估活动效果。

（三）评估周期

每场活动结束后进行即时评估，收集企业反馈，总结经验教训，为下一场活动改进提供依据。每季度对当季举办的活动进行综合评估，形成季度评估报告。活动全部结束后，进行全面总结评估，形成年度活动评估报告，对整个项目的实施效果进行综合评价，为未来类似活动提供参考。

十、后续跟进服务

（一）政策咨询服务

在“开放北京”微信公众号及“两区”建设官方网站设置政策咨询板块，企业可通过在线留言方式提出问题，定期整理常见问题及解答，发布在咨询板块，方便企业自助查询。

（二）企业服务对接

1、需求收集与分析：通过问卷调查、电话回访等方式，持续收集企业在发展过程中的需求，包括政策支持、项目合作、市场拓展、人才需求等方面。对收集到的需求进行分类整理和分析，了解企业共性需求和个性需求。

2、服务对接与跟踪：根据企业需求，协调相关部门、园区、商协会及专业服务机构为企业提供针对性服务。建立服务对接台账，跟踪服务进展情况，确保企业需求得到有效解决。对服务效果进行回访评估，及时调整服务策略。

（三）政策动态更新与推送

1、政策跟踪与整理：密切关注国家和北京市开放动态，及时收集整理新出台政策及政策调整信息。对政策进行解读分析，提炼政策要点和对企业的影响。

2、精准推送服务：根据企业行业类型、规模、关注领域等特征，通过短信、邮

件、微信公众号推送等方式，为企业精准推送与其相关的政策信息。定期发布政策资讯简报，汇总近期重要政策动态，方便企业全面了解政策变化。

十一、风险与应对措施

（一）参与企业积极性不高风险

1、风险描述：由于活动宣传不到位、活动主题与企业需求不匹配等原因，导致参与企业数量不足，活动影响力受限。

2、应对措施：加强活动宣传推广工作，拓宽宣传渠道，提高活动知晓度。在活动策划阶段，通过问卷调查、企业走访等方式充分了解企业需求，根据企业关注热点设置活动主题和内容。提前与重点企业和商协会进行沟通对接，邀请其积极参与活动。对参与企业给予一定激励措施，如政策咨询优先服务、优秀企业案例展示机会等。

（二）技术故障风险

1、风险描述：线上直播过程中可能出现网络卡顿、设备故障等技术问题，影响活动直播效果和企业参与体验。

2、应对措施：活动前进行多次技术测试，确保直播平台稳定运行，设备正常工作。准备备用网络设备和直播平台，如出现主网络或平台故障，及时切换至备用设备和平台。安排专业技术人员在活动现场值班，随时处理突发技术问题。提前向参与企业说明可能出现的技术问题及应对方式，如遇网络卡顿

十二、项目目标

1、宣传覆盖：通过12场政策直通车活动，覆盖目标企业1000+。

2、社会影响：借助传统媒体宣传，预计影响受众达100万+人次。

3、政策解读：通过系统化解读，提高企业对“两区”政策的理解度，推动政策落地。

4、行业合作：促进“两区”相关企业间的交流合作，增强区域经济活力。

本项目通过精准策划和执行，确保“两区”政策宣传工作的高效性和影响力，助力“两区”建设迈上新台阶。

一、项目背景

“两区”建设是以习近平同志为核心的党中央在构建新发展格局中赋予北京的重大责任，也是北京推动首都发展面临的重要机遇。“两区”建设是党中央、国务院赋予北京的重大国家级开放平台，是全市“五子”联动融入新发展格局的关键一子。

自2020年启动“两区”建设以来，始终着力构建“产业+园区+要素”三位一体的协同开放新模式，通过系统性改革创新推动高质量发展。

在体制机制创新方面，以“产业+要素+机制”为突破口，聚焦重点产业领域扩大开放，加速集聚高端要素资源，持续优化制度供给，通过完善管理机制实现科学规范运行，不断提升政府服务效能，推动有效市场和有为政府良性互动。

在实施路径方面，以“园区+政策+宣传”为重要抓手，充分发挥各园区载体功能，强化政策集成创新效应，加大宣传推广力度，切实提升市场主体获得感，充分激发市场活力和社会创造力。

在开放格局方面，立足“区域+国家+全球”多维度视野，积极打造京津冀协同开放新高地，建立健全服务业扩大开放“1+N”区域合作机制；加快对接国际高标准经贸规则，构建更具竞争力的开放型经济新体制；通过务实国际合作项目，助力我国参与全球经贸治理体系改革，持续提升北京在国际开放合作中的引领作用。

随着北京“两区”建设的深入推进，一系列创新政策、重大项目相继落地，不仅推动了产业升级和经济发展，也为市民的生活带来了便利和福祉。在当前数字化传播趋势下，视频已成为信息传递的重要载体。为了全面展示北京“两区”建设的丰硕成果，增强市场信心，增加公众对“两区”建设的认知和理解，提升城市的国际影响力和竞争力，计划拍摄制作一系列关于北京“两区”建设的视频，通过生动、直观的视听形式，全面展示“两区”政策亮点、创新案例和发展成效，助力打造国际化、市场化、法治化的营商环境。

二、项目实施内容

项目名称：北京“两区”系列视频

视频时长：2-3分钟

视频个数：15个

视频格式：MP4、MOV（像素不少于1080p）

制作方式：实景拍摄+素材剪辑+flash动画+AE包装，全片调色、版权配乐音效等；

三、项目实施周期

自合同签订之日起至2025年11月底

四、项目实施方案

1. 视频内容：聚焦出入境、消费、工作等主题，推出“国际化的‘北京服务’”系列视频；聚焦政府部门、市场主体、老百姓等维度，推出“我的‘两区’关键词”系列视频，从不同角度全方位呈现“两区”建设成效。
2. 视频形式：实地体验、嘉宾访谈、现场采访等
3. 制作方式：实景拍摄+素材剪辑+flash动画+AE包装等，全片调色、版权配乐音效等

五、策划、导演、拍摄团队人数、经验、技术职称要求

承办单位项目负责人类似项目的履历及相关资质证明和成功案例丰富，组织实施团队的构建能力强，针对本项目提供专业的人员以及其他相关人员的构成合理、配备优异，拍摄制作过大型服务业或服务贸易类宣传视频，拍摄、制作人员拥有不少于3人中级职称证，具有三年以上从事编导策划、影视制作等工作经验，人员充足能随时满足项目需求。

一、项目背景

“两区”建设是党中央支持北京开放发展的重大政策。2025年要坚持守正创新、强化示范引领、深化系统集成、加强风险防控，重在推进服务业重点领域深化改革扩大开放、探索新兴业态规则规范、优化贸易投资制度安排、完善公共服务政策环境、强化权益保护机制、健全风险防控体系，加强与国际科技创新中心建设、全球数字经济标杆城市建设、国家高水平人才高地建设联动，助力国际消费中心城市，服务京津冀协同发展，促进营商环境优化，扩大多语种宣传渠道，提升“两区”知名度和影响力，营造北京扩大开放的良好舆论氛围。

二、项目实施内容

项目名称：2025年“两区”宣传——外文翻译

项目内容：“两区”展示厅会客厅、示范区方案合订本宣传册、自贸试验区方案宣传册、“两区”方案亮点政策集锦，新闻宣传稿等外宣传推广材料进行翻译

项目规格：约26万字中译英

三、项目实施周期

自合同签订之日起至2025年11月底

四、项目实施方案

（一）执行标准

以中国国家标准《翻译服务规范第一部分：笔译》（GB/T 1936.1—2008）和翻译行业团体规范《翻译服务笔译服务要求》（T/TAC 1—2016，等同采用ISO 17100:2015）为项目的实施准则，严格遵循各项规定。译文符合中国国家标准《翻译服务译文质量要求》（GB/T19682—2005）。

（二）内容概述

“两区”展示厅会客厅、示范区方案合订本宣传册、自贸区方案宣传册、“两区”方案亮点政策集锦四折页，新闻宣传稿（境外商协会官方网站或专业领域平面媒体，海外社交平台，每周两篇）等对外宣传推广材料进行中译英翻译。其中包括：

“两区”展示厅会客厅内容翻译：中英翻译，符合外宣要求，普通件。稿件预计20000字；

示范区方案合订本宣传册翻译：中英翻译，符合外宣要求，普通件。政策原文及新闻发布稿，预计30000字；

自贸试验区方案宣传册翻译：中英翻译，内容有专业难度，翻译件符合外宣要求，普通件。政策原文及新闻发布稿，预计10000字；

“两区”方案亮点政策案例集锦翻译：中英翻译，内容有专业难度，翻译件符合外宣要求，普通件。含“两区”简介、背景意义、亮点政策、案例集锦，预计20000字；

新闻宣传稿翻译：中英翻译，符合外宣要求，普通件。在英文网站平台、境外相关官方网站或专业领域平面媒体、社交平台发布，预计18万字。

（三）项目必要性

因“两区”政策涉及领域广泛，政策内容较晦涩，专业难度大，为保证翻译质量，特聘请专业团队进行翻译、审校，以期能将政策精髓精准表达出来，使国内外受众企业、专家等精准理解政策内涵。

（四）翻译流程要求

项目流程：

收到待翻译文件，充分沟通具体要求，确定交付时间；

进行翻译，保持密切沟通；

进行审校，重点关注专业性、宣传性、可读性；

按要求进行排版，检查排版后文档；

交付译文，如提出修改建议，根据具体情况调整译文。

一、项目名称

“开放北京”微信公众号运营项目

二、项目实施背景和必要性

新媒体时代，官方微信公众号已成为政府部门对外宣传的重要平台。通过“开放北京”公众号，及时推送“两区”建设动态，权威解读北京开放政策，全面展示“两区”建设新举措、新成就、新亮点、新风貌，让更多国内外读者及时、准确、全面了解北京更加开放、便利、公平、国际化的新形象，助力“两区”IP打造。

三、项目实施内容

按照政务文风年轻化、复杂内容简单化等要求，围绕“两区”建设重点开放领域、重大开放政策、重要开放项目等进行宣传报道及内容推广，展示“两区”建设好经验、好做法、好成效，全面呈现国家服务业扩大开放综合示范区和中国（北京）自由贸易试验区建设新风貌。

四、项目实施时间

合同签订之日起一年

五、项目实施方案

（一）内容规划

“开放北京”公众号将结合2025年“两区”建设重点宣传工作，在保证日更的同时，推出系列栏目，通过文字、图片、长图、视频、H5、动画、海报等多种形式，挖掘“两区”建设在制度创新、项目落地、园区建设等方面的好经验、好做法、好成效。同时结合关键节点、重要节日等，提前策划有关内容，提升公众号内容丰富度。

1. 推出七大固定栏目

栏目1—“两区”政策一点通

围绕“两区”建设科技创新、数字经济、金融等重点领域，陆续发布有关政策，逐条列明政策的适用条件和申报要求，进一步便利企业了解、查询和适用，充分释放政策红利。该栏目内容以“文字+动画+图片”形式呈现。

栏目2—“两区”发布厅

结合“两区”新闻发布会，对各单位新闻发布稿进行编辑和排版美化，第一时间为受众传递发布会重磅内容。该栏目将以“文字+图片+视频”形式呈现。

栏目3—政策发布

通过各大政府官网官微、媒体平台等搜索有关“两区”政策，并将政策原文内容进行

编辑和排版美化，涉及“两区”建设重磅政策，将制作“一图读懂”长图，及时在公众号进行推送。该栏目将以“文字+图片+长图”形式呈现。

栏目4—开放前沿

基于向专家约稿、视频采访专家、搜索专家在各大媒体发表的有关北京开放、“两区”建设的文章等，通过编辑和排版美化，及时在公众号进行推送。该栏目主要以“文字+图片+视频”形式呈现。

栏目5—深度看“两区”

结合“两区”媒体集中采访活动和公众号自主策划的“两区”重点园区（组团）探访等主题，安排文字记者和视频记者进行一线采访，采访内容将形成深度原创稿件在公众号进行推送，并通过国际商报、中国商务新闻网、新华网、人民网等媒体平台进行推广，原创深度稿件将在国际商报以整版或半版进行推广宣传。该栏目将以“文字+图片+视频”形式呈现。

栏目6—“两区”政策说

基于“谁出台谁解读”，邀请市级部门和各区有关负责人录制“两区”政策解读视频，并在公众号进行推送。该栏目主要以视频形式进行呈现。

栏目7—“两区”一周资讯

基于“热点聚焦”“最新政策”“招商引资”“项目落地”“开放观澜”五大版块，整合每周有关“两区”重要信息并进行编辑和排版美化，并在每周六上午8点进行推送。

2. 关键时点策划

（1）服务扩大开放3.0方案出台

2025年，北京将出台服务业扩大开放3.0方案，结合方案内容制作“一图读懂”长图在公众号进行推送。同时针对方案中的重点领域政策，安排文字记者和视频记者采访政策牵头部门负责人、专家及受益企业等形成深度稿件和视频，在公众号进行推送的同时也将在国际商报、中国商务新闻网、新华网等平台进行推广，文字稿件还将在国际商报报纸以整版或半版进行刊发。

（2）“两区”建设五周年

在“两区”建设五周年之际，公众号将推出“我与开放北京的故事”系列视频，通过视频采访“两区”建设以来落地北京的外资企业，展现北京开放的澎湃动力。

3. 重要节日策划

逢重要节日，将设计制作具有北京元素的节日海报在公众号进行推送。同时结合

节日，推出系列主题策划：

八月十五中秋节：以“最美月亮”为主题，向“两区”重点园区（组团）征集月亮图，除在八月十五日进行推送外，也可开展投票活动。

“十一”国庆节：“十一”国庆假期众多游客外出游玩，以“打卡‘两区’重点园区”为主题，基于SVG技术制作手绘打卡长图，并在公众号进行推送。

元旦：以“2025年‘两区’十大关键词”为主题，梳理2025年“两区”重要事件；以“2025媒体看‘两区’”为主题梳理2025年“两区”重要新闻报道。

春节：撰写“两区”新春寄语，并以“回家”为主题，采访“两区”重点园区（组团）工作人员，针对回家和不回家两类情况进行报道，烘托春节归家的氛围。

元宵节：以“我为‘两区’点灯”为主题，基于SVG技术制作节日长图、H5等，通过“点灯”的形式呈现“两区”建设风貌，烘托节日氛围。

4. 日常文章推送

公众号文字编辑和新媒体运营将通过政府官网官微和媒体官网官微、APP等渠道，全网搜索有关“两区”建设的新闻报道并进行选题报送，年报送选题不少于1500条，并将确认的选题通过编辑、排版、美化，配合视频记者剪辑产出的视频，及时在公众号进行推送，年总发布篇数不少于600篇。同时，结合时政热点，主动策划有关内容，例如结合北京市政府工作报告策划“北京市政府工作报告全文发布，这些内容与‘两区’有关”等内容。

（二）内容风格

“开放北京”微信公众号将保持“包容、大气”的内容风格，以蓝色作为主色调，结合新媒体传播特点，采用图文、视频、H5、海报、动画、语音等，以通俗易懂贴近读者、增强订阅者的兴趣为宗旨，以多种形式优化订阅者体验。

1. 政务文风年轻化。对专业的政务信息和资讯进行解读，传递通俗易懂的消息，平台稿件的标题和正文都具备年轻化色彩，做到标题醒目、层次分明、逻辑性强、语言生动，增强微信公众号订阅者黏性。

2. 复杂内容简单化。通过“一图读懂”长图、海报、表格等形式，使内容一目了然，提升阅读体验感，帮助读者理解，增加文章记忆点。

3. 追踪当下热度话题。将传递的政务信息与时下热点相结合，增强文章趣味性，提升文章阅读量。

（三）公众号整体视觉

1. 公众号风格

“开放北京”的视觉形象采用“拟人化”的形式进行年轻化包装，包括排版、图标、字体、配图等，提升“开放北京”的视觉形象和订阅者体验，扩充年轻订阅者群体。

2. 自动回复

与订阅者进行互动可以促进公众号保持旺盛的生命力，在订阅者关注“开放北京”微信公众号后产生自动回复，目的在于使订阅者对平台的基本风格产生感性认知，以轻松愉快的风格拉近订阅者与平台间的距离。

3. 菜单栏定期更新

微信公众号菜单栏及时根据情况进行栏目调整、更新、优化，使之符合读者的阅读习惯和实际情况。同时及时将系列内容进行标签归类，便于读者查询。

（四）运营方式

1. 内容更新

安排专职人员4人，并配合文字记者2名负责公众号内容策划、文字编辑、视频拍摄剪辑、推广运营等工作。其中，安排1名资深文字编辑进行每日选题搜索、主题策划、内容编辑、内容审核等工作，并与2名文字记者共同进行“两区”深度报道；安排1名资深新媒体运营做好每日选题编辑和排版、数据报送、安全维护等工作；安排1名资深平面设计根据要求制作海报、封面图、H5、“一图懂”长图等内容；安排1-2名视频记者负责“两区”视频和图片拍摄工作。

2. 内容推送

公众号实行日更新，严格按照“报送选题-排版制作-内容审核-确认发布”的流程机制，推送北京“两区”建设的最新动态，确保内容准确无误，实现质量与流量双跃升。

3. 内容推广

公众号原创内容同步在国际商报、中国商务新闻网和其他媒体平台推广转发，年推广次数不低于600次。“两区”深度原创稿件还将在国际商报专版版面进行半版或整版刊发，全年不少于4次。

4. 粉丝提升

当前“开放北京”公众号用户关注量超14000人。2025年将通过以下几大方式扩大用户关注量，提升用户活跃度。

一是根据“两区”宣传工作需要，制作印有公众号二维码的海报、宣传单页等物料，在园区、机场等场所进行发放推广。同时结合消博会、服贸会、进博会等重大展

会，制作海报、宣传单在现场发放，并通过扫码关注赠送充电宝等形式邀请现场人员关注公众号，以此提升公众号关注量。

二是结合北京市“两区”办举办的相关政策解读活动，制作报名小程序并绑定“开放北京”公众号，报名者需关注公众号后进入报名页面。

三是与北京发布、首都之窗等政务号以及与国际商报、新华网等媒体号进行联动，协调转载“开放北京”公众号有关内容，展示“开放北京”公众号名片，提升用户关注量。

四是依托国际商报社记者团，与“两区”重点园区（组团）建立联系，积极对接有关选题采访，推出系列高质量原创作品，提升“开放北京”公众号在“两区”重点园区（组团）的知晓度和关注度。

五是主动策划“粉丝福利活动”，提升粉丝活跃度，通过有吸引力的活动规则引导粉丝留言、点赞，符合要求的粉丝可免费获得相关福利品。

第06包（宣传片制作）

一、项目背景

“两区”建设是党中央、国务院立足新时代改革开放全局作出的国家重大战略部署，由“国家服务业扩大开放综合示范区”和“中国（北京）自由贸易试验区”构成。自2020年启动以来，北京市坚持以制度创新为核心，以高质量发展为导向，统筹推进“两区”协同发展。示范区全域覆盖，聚焦服务业开放、数字经济等领域先行先试；自贸试验区立足科技创新、国际商务服务、高端产业三大功能片区，着力构建开放型经济新体制。通过“17项全产业链开放措施+9项要素保障政策+4项自主创新政策”体系化改革，深化投资贸易便利化、人才跨境流动等制度创新，累计形成近200项制度创新成果。

当前，“两区”建设已集聚全球高端要素资源，落地一批标志性项目，赋能中关村科学城、未来科学城等重点园区高质量发展，成为首都“五子”联动服务新发展格局的核心引擎。

下一步，北京市将持续强化制度集成创新，深化拓展“两区”政策红利，为构建新发展格局、推进高水平对外开放贡献北京经验、提供示范引领。

二、项目实施内容

项目名称：北京“两区”五周年宣传片
视频时长：4-5分钟
视频格式：4k 高清（像素不少于 3840*2160）
制作方式：实景拍摄+素材剪辑+3D 动画+AE 包装+AI 制作，全片调色、版权配乐
音效等；

三、项目实施周期

确认方案：2025年6月底前

前期拍摄：2025年7月底前

后期制作：2025年8月底前

四、项目实施方案

1、影片概述

北京“两区”宣传片以独特的视角，深入展现“两区”五年来在各个方面的卓越成果。

2、影片风格

视觉风格：表现出科技感、现代感，并且符合“两区”的未来发展方向。

音乐与配音：选择富有特色的背景音乐，结合生动的配音解说，增强影片的情感表达和传递效果。

3、制作方式简述

技术包装：以3D建模、AI制作、AE包装等特效为主，展现“两区”建设成果。

资料素材：北京市城市素材，“两区”的高清图片、视频资料等。

实景拍摄：选取北京“两区”建设各代表性成果拍摄制作。

4、服务方面

4.1、服务团队：乙方应组建专业项目团队，指派专项服务代表，提供7×24小时专人专线服务。

4.2、服务内容：围绕“国家服务业扩大开放综合示范区、中国(北京)自由贸易试验区”形象宣传片展开，包含但不限于创意方案、分镜脚本、素材整理、前期拍摄、后期制作合成等全部工作。

5、人员要求

总撰稿、总导演、制片人需具备8年以上影视专业工作经验，主创团队包括但不

限于摄影、灯光、录音、建模师、剪辑、包装、调色、作曲等所有工种人员，需具有5年以上的影视专业工作经验。

6、质量保证

6. 1、交付后发现的质量问题进行免费修改；
6. 2、中标人应每年对采购人就产品的使用情况等进行不少于 2 次的客户经理回访。

第六章 拟签订的合同文本

(本合同模板仅供参考，最终合同文本以双方签订为准)

第01包（“两区”建设五周年成效纪实宣传）

“两区”五周年成效纪实宣传

委托服务合同

甲方：

地址：

法定代表人：

联系人：

电话：

乙方：

地址：

法定代表人：

联系人：

电话：

甲方委托乙方在其举办的各项活动中，作为宣传推广机构，承担相关宣传推广工作。经双方友好协商，就合作事项达成一致并签订本合同。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

一、委托事项

1. 甲方委托乙方依照本合同，承担宣传推广工作。合作时间为自合同签订之日起至2025年11月底。

2. 乙方接受甲方的委托，同意按照本合同约定的条款，承担委托事项。具体包括：

(1) 宣传推广方式：制作时长约20分钟的“两区”建设五周年成效纪实专题节目5集。

(2) 宣传推广平台：北京电视台。

二、合同费用及支付

1. 本合同费用合计人民币万元（小写：¥ ）。

2. 甲方应自合同签订后30日内向乙方支付60%费用，剩余款项待全部合作完成且验收合格后一次性支付。乙方在收到甲方款项后5个工作日内向甲方开具等额发票。

3. 乙方账户信息：

户名：

开户行：

银行账号：

税号：

三、甲方权利义务

1. 甲方负责提供宣传素材和需求，有权对乙方提供的宣传方案和宣传内容提出修改建议，宣传方案和宣传内容终审权归甲方所有，对应宣传方案及宣传内容乙方应按照甲方意见进行调整，直至甲方最终审核通过为止。

2. 甲方负责向乙方提供活动相关宣传推广建议、文字资料及素材，并指定专门人员，配合乙方做好活动前、活动中的各项宣传推广工作，包括并不限于协助乙方联系采访对象、获取拍摄对象授权及提供拍摄场地等。

3. 甲方保证其拥有委托乙方承担本委托事项的权利，其向乙方提供的信息、数据、素材及其他宣传物料等不侵犯第三方的合法权益（包括但不限于肖像权、姓名权、著作权、商标权、商号权、专利权等知识产权或人身、财产权），或已取得相关权利人的合法授权。乙方若发现甲方提供材料的违法、违规内容，应及时通知甲方进行修改、删除，以免损失扩大。若因甲方提供的资料、素材等引起争议或侵权纠纷，由甲方承担一切责任并赔偿给乙方造成的全部损失。

4. 甲方提供给乙方的信息、数据、素材及其他拍摄资料等不得含有植入性、隐性广告及任何商业元素，甲方亦不得要求乙方在宣传推广的内容中呈现以上相关信息。如甲方要求乙方宣传的内容含有商业元素，双方应另签广告相关合同，且甲方应保证前述商业元素符合广告相关法律法规，并遵守乙方广告管理规定。

5. 未经乙方书面许可，甲方在其组织的活动中，不得使用乙方名称及LOGO。

6. 甲方在使用乙方制作的宣传内容时不得改变乙方节目原意或有损乙方形象、声誉等的行为，若发现此问题，乙方应及时通知甲方，甲方应立即停止侵权，若给乙方造成损失的，甲方应为乙方恢复形象和声誉，承担因此发生的费用并赔偿给乙方造成的损失。

7. 按照合同约定向乙方支付费用。

四、乙方权利义务

1. 按照双方认可的方案做好活动的宣传推广工作。

2. 乙方有对宣传方案和宣传内容的建议权，对经双方确认的宣传方案和宣传内容，乙方负责实施并有权根据宣传推广方案进行适合播出的修改，包括组织人员、提供拍摄设备，对活动进行拍摄及录制等。

3. 乙方应保证接受委托工中所完成的宣传内容（包括但不限于形成的视听作品、广播电视节目、图片、文稿、文案等）免受第三方提出的侵犯其专利权、著作权、商标权或工业设计权等知识产权的起诉。如果任何第三方对此提出起诉，乙方应负责与之交涉并承担由此引起的一切法律责任及经济损失。乙方向甲方提交的全部工

作成果的知识产权归甲方单独所有，乙方不得提出权利主张。

4. 乙方有权将该完成本合同形成的宣传内容在本合同约定平台安排播出。

5. 乙方保证在制作宣传内容时应维护甲方良好商誉、名誉和形象，若因乙方本合同项下宣传行为给甲方造成损失的，乙方应承担责任。

五、保密条款

1. 甲乙双方保证对在讨论、签订、执行本合同过程中所获悉的属于对方的且无法通过公开渠道获得的文件及资料（包括商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息及其他商业秘密）予以保密，未经该资料和文件的原提供方同意，另一方不得向任何第三方泄漏该商业秘密的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。

2. 本合同终止后，保密条款仍然有效。

六、违约责任

1. 乙方应按照本合同约定履行委托工作，如乙方提供的服务不符合约定的要求或验收未通过的，甲方有权要求乙方在【】个工作日内作出书面解释或解决，乙方如拒绝修改或修改后仍不符合要求或未通过验收的，甲方有权解除合同，要求乙方退回已支付的款项。如甲方遭受损失的，乙方还应承担赔偿责任。

2. 乙方还存在其他违约行为的，甲方可以根据乙方的违约情况及损失大小要求乙方承担继续履行、采取补救措施、减少价款、赔偿损失等违约责任。

3. 本合同中约定的“损失”，是指因违约方的违约行为给守约方造成的全部实际损失以及因理赔所发生的一切费用，包括但不限于诉讼仲裁费、公证费、调查费、差旅费等。

七、不可抗力

1. 本合同项下任何一方对于因不可抗力致使本合同不能履行或不能全部履行而给对方造成的任何损失不承担赔偿责任。

2. 如果发生不可抗力事件，则受影响的一方应采取积极有效的措施以减少因本合

同不能履行或不能全部履行而给对方造成的损失，并应在不可抗力事件发生后及时通知对方，并在14个工作日内出具官方证明文件。

3. 因不可抗力影响因素消失以后，双方应协商是否继续履行合同，如不可抗力因素致合同已无法履行，双方应终止本合同。

八、合同的变更与解除

本合同履行期间，甲乙双方不得随意变更或解除合同。如需变更或解除，需经双方协商，另签补充协议，经签字并加盖公章后方可生效。补充协议与本合同具有同等效力。

九、争议解决

1. 本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律。
2. 凡因本合同引起的或与本合同相关的任何争议，甲乙双方应通过友好协商的方式解决。如协商不成，甲乙双方应将争议提交甲方所在地人民法院进行判决。

十、廉洁自律

各方应自觉遵守法律法规、遵守新闻从业人员廉政行为若干规定及职业道德自律公约，互相监督，杜绝违反法律法规、违反上述规定及公约的行为。

十一、附则

1. 本合同壹式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。
2. 本合同自双方法定代表人或授权代表签字并盖公章或合同章后生效。

甲方：

乙方：

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

日期：

日期：

“两区”宣传——传统媒体推广 委托服务合同

甲方：

法定代表人：

地址：

电话：

乙方：

法定代表人：

注册地址：

办公地址：

电话：

甲、乙双方就甲方委托乙方“两区”宣传（传统媒体推广）项目相关事宜达成一致意见，按照下面条款和条件，签署本合同：

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件（如有）
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

一、项目名称： “两区”宣传（传统媒体推广）项目

二、项目实施时间及数量： 合同生效之日起至2025年11月底，总计 12 场

三、项目实施内容及提交成果

1、活动策划

1) 解读会内容策划及项目方案撰写。

2、设计制作

1) 解读手册设计与制作，包括自贸区介绍、示范区介绍 “两区” 制度创新成果、政策直通车介绍等

2) 会议背景板设计及制作

3) 宣传易拉宝设计制作

4) 会议报名系统建设

5) 会议报名内容设计与制作

3、场地勘测：

1) 会议场地的实地考察，确保会务设施、交通条件、环境氛围符合活动要求

2) 评估会场容量，制定合理的人员动线安排

4、会前报备：

1) 与相关部门沟通会议流程，确保各项活动合法合规

2) 相关文件、政策资料的提前准备与审核

3) 消防安全协议签署

4) 现场会议布局平面图提供与审核

5、单场设计制作

1) 签到台、咨询台背景板设计制作

2) 座位图布局、场地布局效果图

3) 停车证、指示牌、人名牌、演讲台桌贴、二维码扫码 牌、宣传易拉宝等设计制作

4) 政策汇编封面设计与内容排版、审核及印刷。

5) 会议议程内容收集、排版设计、审核及印刷制作

6) 会场大屏幕主视觉设计、手机直播屏幕设计

7) 指示牌设计制作

8) 人名牌设计制作

9) 现场布局图示

6、会场布置内容

1) 会议现场物料布置，包括主背景板、会议桌布置、嘉宾席标识等

2) 现场灯光、音响、直播设备调试与安装。 会议现场导视系统布设，确保参会人员顺利抵达各功能区

7、会议服务内容

- 1) 现场签到接待及咨询服务
- 2) 会议主持与嘉宾接待服务
- 3) 会议资料发放与政策宣讲配合
- 4) 现场摄影、摄像及宣传素材收集整理

8、活动报告

负责每场解读活动的信息收集与报告总结，收集会议相关解答与意见反馈，对会议进行总结报告等工作

9、其他工作

主管单位安排的其它工作与服务

四、商务条款

1、合同委托期限：自合同生效之日起至2025年11月底。

2、合同价款：大写： 小写： 元整。该费用为乙方完成本合同事项所需的全部费用，甲方无需支付任何其他费用。

3、付款方式：本合同签订后15日内，甲方支付合同金额60%，即大写：人民币 （小写： 元）；合同按照进度如期完成并经验收合格后【7】个工作日内支付进度款30%，即大写：人民币 （小写： 元）；合同全部完成并经验收合格后【7】个工作日内支付尾款10%，即大写：人民币 整（小写： 元）。上述费用的支付须以相应财政款项拨付至甲方账户为前提，因财政款项未到账而发生延期支付的，不属于甲方的违约行为，甲方不承担违约责任。乙方在每次收到相应款项前【3】日，应向甲方开具等额正式发票。

4、乙方开户银行：

开户银行：

账号：

5、验收：乙方向甲方提交采购需求所涉及的服务内容的最终工作成果后【15】个工作日内进行验收，验收合格的为乙方出具书面确认文件，验收不合格的，乙方应无条件免费进行修改，直到通过验收为止。

五、甲方权利义务

- 1、甲方有权监督乙方履行本合同的全过程，并及时提出异议和改进意见。
- 2、乙方向甲方提交采购需求所涉及的服务内容的提交最终工作成果后的15个工

作日内，甲方组织验收。

六、乙方权利义务

1、按时完成委托事项：1) 乙方应按甲方时间要求将实施计划、进度安排及预算安排等提交甲方审核确认，按照确认后的方案执行；2) 乙方应按甲方时间要求将成果报告提交甲方。

2、乙方在履行过程中必须完全遵守本合同的约定，并有义务按时、圆满地完成委托事务。

3、乙方履行并承担承接方的职责。乙方全面负责协调处理本项目所有相关事宜，遵守经甲方核准的预算、计划，并上交符合审查要求的相关材料，并承担超支超期的责任。

4、乙方对项目执行全过程质量负责。在执行过程中对甲方提出的异议和改进意见等应及时进行改正，直到甲方认可为止。

5、乙方负责项目执行全过程的协调工作，包括但不限于对工作人员时间的组织、安排、明确具体工作要求等。乙方作为承接方，全权负责本项目全程中所有安全事宜，包括但不限于生产安全、器材安全、车辆安全等。

6、未经甲方事先书面同意，乙方不得召开、发布任何与本合同及项目相关内容有关的新闻发布会或公告，不以任何方式将本合同约定内容或在履行本合同过程中知悉的任何信息泄露给任何第三方。乙方对甲方提供的该项目执行过程中所需要的各类资料，包括但不限于文字、图片、视频、音乐等，只能用于本项目，不能用于任何其他目的。在合同义务履行完毕、合同提前解除、合同提前终止后【】个工作日内，乙方应将甲方提供的全部各类资料返还甲方，未经甲方书面同意，不得留存任何复印件。

七、安全及保密

双方保证对在谈判签订、执行合同过程中所获悉的属于无法自公开渠道获得的文件及资料（包括国家政要及外国政要的行程、国家秘密、商业秘密、工作秘密、行政管理、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息及其他有关信息）予以保密。未经该资料和文件的原提供方书面同意，不得向任何第三方泄露该商业秘密或未公开工作信息的全部或部分内容。但法律、法规另有规定或双方另有约定的除外。本保密条款不因本合同的无效、变更、中止、解除而免除，本合同有效期终止后，本保密条款仍然有效。

八、知识产权约定

甲方对项目执行中产生的相关素材以及乙方向甲方提交的全部工作成果单独享有著作权等全部知识产权。若因任何原因，在本合同签署后，双方终止履行本合同，则乙方及其成员的署名是否保留由甲方决定。

九、违约责任

1、按照双方之约定，甲方按时支付合同约定之款项，甲方无正当理由未根据合同约定及时支付相应费用，乙方有权要求甲方每逾期一天按合同价款千分之三计算的合同价款支付给乙方，但甲方支付总额不得超过合同总金额的【5】%。

2、乙方未根据进度按时完成相应阶段工作，甲方有权要求乙方支付每逾期一天按合同总价款千分之三计算的违约金；迟延超过15日或乙方有其他不能履行情形的，甲方有权单方解除本合同，未支付的款项无需再支付，已支付的款项乙方应予以全部退回，如果违约金不足以弥补甲方损失的，乙方仍应继续赔偿。

3、乙方根据甲方确定后的意见对执行方案等进行合理修改，非因乙方故意或过失原因甲方要求修改的，修改次数不超过3次，超过上述约定次数或期限的，甲方有权在支付款项时扣除本合同总金额的【5】%作为违约金，扣除金额不足以弥补甲方损失的，还应继续赔偿。

4、乙方履行本合同义务的全过程工作成果以及筹备、或提供的所有素材、创意不得侵犯第三方的知识产权以及其他合法权益，若违反本约定，乙方应当自行协调处理，并承担由此产生的一切责任。同时还应赔偿由此给甲方所造成的损失。

5、未经甲方书面同意，乙方不得将本合同所约定的事项全部或者部分通过转委托或其它方式交给任何第三方处理。若违反本约定，甲方有权解除合同，要求乙方退回已支付的款项，乙方行为给甲方造成损失的，乙方还应对损失继续赔偿。

6、乙方不得将因履行本合同所形成的工作成果以及与本合同有关的任何资料未经甲方书面许可擅自使用或者转让、赠与、借用、租用给他人或者许可他人使用。若违反本约定，甲方有权在支付款项时扣除本合同总金额的【5】%作为违约金，扣除金额不足以弥补甲方损失的，还应继续赔偿。

7、未与甲方协商，乙方不得拒绝履行或不按约定履行或单方面提出解除本合同，否则，甲方有权解除本合同，另行委托其他第三方继续完成本合同项下义务，并要求乙方赔偿因此造成的全部损失。

8、甲乙双方除已经明确约定的以外，按照《中华人民共和国民法典》执行。本合同中约定的“损失”，是指因违约方的违约行为给守约方造成的全部实际损失以及因理赔或者诉讼所发生的一切费用，包括但不限于诉讼费、公证费、调查费、差旅费等。

十、其它条款

1、本合同自甲、乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效，自本合同项下义务全部履行完毕后终止。

2、本合同所附带的其他文件为本合同的组成部分，同样具有法律约束力。

3、因自然、政治等不可抗拒力影响导致本合同无法顺利进行，双方协商解决。

4、未尽事宜或本合同履行过程中出现的任何争议双方本着友好合作精神协商解决并另行签订书面补充协议，如协商不成，双方应向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

5、本合同一式肆份，双方各持贰份，具有同等法律效力。

(以下无正文)

甲方：

法定代表人或授权代表：

联系电话：

年 月 日：

乙方：

法定代表人或授权代表：

联系电话：

年 月 日：

“两区”宣传——视频制作项目委托合同

合同编号：

甲方：

地址：

法定代表人：

联系人：

联系方式：

乙方：

地址：

法定代表人：

联系人：

联系方式：

为做好“两区”宣传工作，甲乙双方达成以下约定，双方自愿遵守并严格履行。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

a. 本合同书及附件（如有）

b. 中标通知书

c. 投标文件

d. 招标文件

一、合作内容

甲方向乙方支付人民币____元整（¥____元），乙方通过策划、拍摄、制作方式，围绕北京“两区”建设领域的重要工作、成效等进行宣传。

甲乙双方均有权审查宣传内容和形式，对不符合法律、法规、政策的宣传内容和

表现形式，甲乙双方均有权要求做出修改。合同中规定的所有项目内容，均以甲方名义发布，安排如下：

项目名称	内容说明	单位	视频制作数量
视频制作	视频的策划、拍摄、制作等工作，包括创意策划、脚本撰写、拍摄或制作、配音、配乐、后期包装等	个	15

备注：如需调整，经甲、乙双方协商达成一致后，可根据实际执行内容的金额与本协议内容等价置换。

二、付款金额、时间及方式

（一）本协议含税费用总金额为人民币____元整（¥____元）。

（二）甲方于本合同生效之日起[30]个工作日内，向乙方支付合同金额的[60]%，即人民币[¥____]元(大写:____元整)；乙方完成处理/承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，并经甲方确认后[30]日内，甲方向乙方支付合同金额的[40]%，即人民币[¥____]元(大写:____元整)。以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户或财政国库结算造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

（三）甲方付款前，乙方应当提交符合甲方要求的合法有效的税务发票。乙方不能提供发票的，甲方有权拒绝支付合同价金且不承担违约责任。

（四）甲方可选择（b）方式付款：a. 现金 b. 银行转账

乙方账户信息：

账户户名：

开户银行：

银行账号：

三、双方的权利和义务

（一）甲方向乙方提供宣传内容所需的文字、图片、视频等材料，并同时保证文

字、图片、视频等材料符合党和国家的方针政策，不与国家法律及法规冲突且真实可靠。

（二）甲方对于乙方交付的完工作品，进行验收审核，并有权按照前期文案就产品信息体现提出修改意见。甲方应在乙方提供作品5个工作日内，集中意见以当面或书面形式提出明确修改方案，在制作过程中对甲方提出的异议和改进意见等应及时进行改正，直到甲方认可为止。

（三）乙方应当妥善保管甲方所提供文字、图片、视频等材料，未经甲方事先书面同意，乙方不得将前述材料内容用于本合同约定事项之外的用途，否则乙方应当承担相应的法律责任。

（四）本协议载明的地址及联系方式等为双方的有效送达地址，任何一方发生变更的，均应在5日内书面通知另一方，否则，通知、诉讼文书等文件送达本协议载明的送达地址时即视为有效送达。通知、诉讼文书等文件送达本款约定的有效送达地址时一方拒收或无人签收或退回的，拒收或无人签收或退回之日视为送达之日。

四、违约责任

（一）本协议一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本协议，除法律另有规定外，都承担因违约行为而给对方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失，以及诉讼或仲裁费、律师费等甲方因维护权利支出的费用、法院或者仲裁机构最终裁定的侵权赔偿费用及甲方承担其他法律责任所造成的经济损失等。

（二）乙方未按本协议约定履行的，甲方有权要求乙方限期改正，乙方逾期未改正或拒不改正或已给甲方造成严重损失的，甲方有权单方解除本协议并据实结算本协议费用。

（三）乙方保证履行本协议过程中不侵犯任何第三方的权利（包括但不限于所有权、知识产权等），否则由乙方承担全部责任，因此给甲方造成的损失（包括但不限于甲方支付的赔偿费、律师费、公证费、办案差旅费等）均由乙方赔偿。

（四）甲方应该理解乙方，基于市场整体利益考虑及经营需要可能不定期对其媒

体的服务内容、页面设计等有关方面进行调整，如因上述调整而影响本协议项下规定的信息的发布，乙方需事先经过甲方同意方可更改信息发布，以避免乙方不恰当的发布位置等导致甲方的宣传效果不理想。

（五）乙方还存在其他违约行为的，甲方可以根据乙方的违约情况及损失大小要求乙方承担继续履行、采取补救措施、减少价款、赔偿损失等违约责任。

五、保密条款

（一）双方对于因签署或履行本协议而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术等有关的资料、信息应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述保密信息。

（二）乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此协议提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

（三）本条款在协议履行完毕或终止后仍然有效。

六、知识产权

甲方提供的宣传内容、图片、视频等材料的著作权等知识产权及其他权益归原权利人所有，乙方履行合同的全过程以及向甲方提交的全部工作成果的知识产权归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本协议以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，可基于履行合同目的需要行使所涉及作品的信息网络传播权。

七、合同生效

本协议自甲、乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本协议有效期自签订之日起至 年 月 日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由双方签字并加盖公章生效。

本协议一式陆份，每份具有同等法律效力，甲方执叁份，乙方执叁份。

八、争议的解决

因履行本协议所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方

所在地人民法院提起诉讼解决。

(以下无正文)

甲方:

法定代表人或

委托代理人签字:

盖章:

____年____月____日

乙方:

法定代表人或

委托代理人签字:

盖章:

____年____月____日

翻 译 服 务 合 同

合同编号：

委托方（以下称为“甲方”）：

住所地：

法定代表人：

联系电话：

受托方（以下称为“乙方”）：

住所地：

法定代表人：

联系电话：

根据《中华人民共和国民法典》、中华人民共和国国家标准之《翻译服务规范》（GB/T19363.1-2008）、中国语言服务行业规范之《笔译服务报价规范》（ZYF002-2014）等有关法律法规、标准等规定，本着自愿、平等、诚实信用的原则，甲乙双方协商一致，签订本合同。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

第一条 术语和定义

- 1、原件：指甲方提供给乙方并要求乙方翻译或进行其他处理的文件。
- 2、译件：指乙方按甲方要求在约定的时间交付给甲方的翻译文件成品。
- 3、源语言：指原件所采用的语言。
- 4、目标语言：指译件所采用的语言。
- 5、字数统计：指按照中华人民共和国国家标准《翻译服务规范第1部分：笔译》

(GB/T19363. 1-2008) 中的有关规定而进行的翻译字数量统计。即：

1) 计算机计字：按文字处理软件的计数为依据。通常采用“字符数（不计空格）”作为字数统计基准。除非双方另有约定，中文和外文互译文件，应按照中文文件的“字符数（不计空格）”计算工作量；英文与其他外语互译的文件应按英文“字数”计算工作量。当因软件版本不同导致双方字数统计出现差异时，经双方协商确定字数。

2) 版面计字：以实有正文计算，即以排版的版面每行字数乘以全部实有的行数计算，不足一行或占行题目的，按一行计算。

6、插图：指文本框、图框、艺术字、图片等，其内容含有需要翻译或处理的文字。

7、图纸：指用绘图软件等绘制的图形文件，其内容含有需要翻译或处理的文字。

8、语音听录：指视频、音频等文件中的语音，其内容需要转换为文字。

9、工作日：指除星期六、星期日和中华人民共和国法定节假日之外的任何一日。工作日以日为计算单位，正常工作时间满8个小时为一日。

第二条 服务内容及要求

1、服务内容：翻译甲方指定的文件。

2、服务要求：

1) 语种：源语言：中文，目标语言：英文。

2) 交付日期：2025年11月底前。

第三条 结算与支付

1、本合同项下翻译服务费的金额总计为人民币 元（人民币大写 万元）。翻译内容包括“两区”展示会客厅相关内容、“两区”方案、案例、宣传册等。

2、本合同签署后，甲方应在5个工作日内向乙方支付合同金额60%的预付款，共计 元人民币（人民币大写 元）。甲方应按本合同规定，于验收合格后在5个工作日内向乙方支付剩余款项。合同款项的支付需以相应财政资金审批通过并实际拨付至甲方账户为前提，因财政资金未能及时拨付及甲方内部审批程序导致的逾期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3、双方同意翻译服务费以银行转账方式支付。乙方应于收到翻译服务费后2个工作日内向甲方出具等额发票。乙方银行账户信息：

第四条权利和义务

1、甲方权利与义务

- 1) 甲方有权要求乙方按照本合同约定提交译件。
- 2) 甲方有权了解乙方的翻译服务进度。
- 3) 甲方应按本合同约定向乙方提供内容清晰的原件，同时向乙方提供相关的行业背景、专业词汇、文献参考等资料。甲方应对乙方的澄清要求作出答复，配合乙方开展翻译工作。
- 4) 甲方应保证所提供的文件和资料不得违反国家法律法规，并保证其原件来源合法，保证乙方不因翻译服务而牵涉任何法律纠纷。如因原件的合法性问题导致乙方受到任何追诉，甲方应承担全部责任。
- 5) 甲方应当指定专人负责与乙方接洽，甲方变更联系人应当在变更之日起2个工作日内通知乙方。
- 6) 甲方应当按本合同约定按时、足额支付乙方翻译服务费。
- 7) 甲方有权在原件提交后通知乙方取消当次翻译，但须按照本合同的标准向乙方支付已经翻译完成部分的翻译服务费。

2、乙方权利与义务

- 1) 乙方有权要求甲方提供原件和相关背景资料。
- 2) 乙方有权对甲方提供的资料提出澄清和咨询要求。
- 3) 乙方应当组织符合业务要求的翻译人员进行翻译，保证译文准确、通顺。
- 4) 乙方应在收到甲方提供的原件后按照双方协商确定的期限提交译件。如因甲方提供的文件、资料有误导致乙方无法按时交付译件，乙方应及时向甲方通报，双方应另行协商译件交付时间。
- 5) 如因甲方提交的原件尚未定稿或后期修改等原因导致乙方工作量调整，乙方有权收取因调整而增加的费用。

第五条译件交付与验收

- 1、乙方应按约定的时间交付译件。甲方收到乙方交付的译件后应在10个工作日内确认验收。
- 2、如甲方对乙方交付的译件有异议，应在收到译件之日起5个工作日内向乙方提出修改意见。经双方对修改意见确认后，乙方应及时进行修订。若甲方逾期未提出修改意

见，则视为译件质量达到甲方要求，验收合格。

第六条合同变更和合同终止

1、本合同在履行过程中，如第二条翻译服务内容和要求等合同重要条款发生任何变化，甲乙双方应签署补充协议。

3、如因甲方擅自变更服务内容和要求，导致乙方无法完成相应任务的，乙方不承担责任。

第七条通知和送达

1、在本合同有效期内，任何一方变更联系方式，均应及时以书面或通过本合同中留存的邮箱地址发来的邮件通知另一方。未及时通知并影响本合同履约或造成损失的，应承担相应责任。

2、因履行本合同一方需向对方发出或者提供的所有通知、文件、资料等，一方有权按照合同所列对方通讯地址送达。人民法院的诉讼文书向任何一方的合同载明的联系地址或者工商登记地址送达的，视为有效送达。

3、甲乙双方指定的联系人及联系方式如下：

甲方联系人：

联系电话：

电子邮件：

通讯地址：

乙方联系人：

联系电话：

电子邮件：

通讯地址：

第八条保密和知识产权

1、对本合同内容以及在本合同签订和履行过程中获悉的对方所有相关信息（包括但不限于原件内容、译件、乙方报价信息、乙方其他客户案例、利润情况等以及双方的其他商业秘密），甲乙双方均应承担保密义务；未得到对方的书面许可，不得向第三方公开或泄露，但应司法机关、行业监管部门等有权机关的调查除外。

2、乙方应按甲方要求，将载有甲方信息的介质（包括但不限于书面资料、电子文件、媒体以及复制品）和其他资料区分管理，以确保信息文件的安全和完整；当甲方提出归还或销毁要求时，应按要求归还或销毁。

3、乙方为履行本合同而完成的翻译成果归甲方所有，甲方拥有相关译文的包括署名权、使用权、修改权、处分权、收益权在内的全部著作权。

第九条违约责任

1、因甲方原因没有在约定时间向乙方提供原件或相关支持文件，导致乙方不能按时提交译件，合同约定交稿日期应顺延。

2、因甲方提供的原件存在问题，导致乙方产生的翻译错误应由甲方承担，甲方不得追究乙方违约责任。

3、在乙方无违约的情况下，甲方应按合同约定及时足额付款。如甲方未能按约定日期向乙方付款，每逾期一日，甲方应向乙方支付逾期金额的1%作为违约金，违约金上限为本合同金额的5%。

4、在甲方无违约的情况下，乙方应按约定日期交付翻译文件。如乙方未能按约定日期向甲方交付，每逾期一日，乙方应向甲方支付服务费总金额的1%作为违约金，违约金上限为本合同金额的5%

5、本合同履行过程中，双方均应完全履行各自的义务。任何一方违反本合同的约定，均应承担违约责任。

6、本合同履行过程中，如乙方提供的服务不符合约定的要求或验收未通过的，甲方有权要求乙方在【】个工作日内作出书面解释或解决，乙方如拒绝修改或修改后仍不符合要求或未通过验收的，甲方有权解除合同，要求乙方退回已支付的款项。如甲方遭受损失的，乙方还应承担赔偿责任。

7.乙方还存在其他违约行为的，甲方可以根据乙方的违约情况及损失大小要求乙方承担继续履行、采取补救措施、减少价款、赔偿损失等违约责任。

第十条不可抗力

1、在合同履行过程中，由于不可抗力导致合同不能履行或延期履行，合同双方互不承担违约责任。但受不可抗力影响的一方应在不可抗力发生后24小时内通知另一方不可抗力发生情况，且在不可抗力发生之后10个工作日内以书面形式提交有权机关的正式证明文件给对方。

2、发生不可抗力后，遭遇不可抗力影响的一方仍然有义务采取相应的措施减少损

失，如果不可抗力的影响导致合同最终无法履行，双方另行协商善后事宜。

第十一条 适用法律

本合同适用中华人民共和国相关法律法规。（不包括港澳台）

第十二条 争议的解决

凡因本合同引起的或与本合同相关的任何争议，甲乙双方应通过友好协商的方式解决。如协商不成，甲乙双方应将争议提交甲方所在地人民法院进行判决。

第十三条 合同期限

- 1、本合同自 年 月 日至 年 月 日止。
- 2、本合同由甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章生效。
- 3、本合同未尽事宜，甲乙双方另行协商，签订补充协议。
- 4、本合同一式四份，甲方执两份，乙方执两份，具有同等法律效力。

（本页以下无正文）合同编号：

甲方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

签订日

期：

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

签订日

期：

签订地点：

“两区”宣传——新媒体推广委托服务合同

甲方（委托方）

法定代表人：

地址：

联系人：

电话：

乙方（受托方）：

法定代表人：

地址：

联系人：

电话：

甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规的规定，在平等自愿、协商一致的基础上，就乙方接受甲方委托，向甲方提供新媒体推广项目服务的相关事宜达成一致并签署本合同，以资共同遵守。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。

为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件
- b. 中标通知书
- c. 投标文件
- d. 招标文件

一、合作要求

乙方根据甲方要求完成新媒体推广服务。甲方保证提供的所有文字及图片等素材没有任何违反中华人民共和国法律法规、国际法或国际惯例，违反社会公序良俗的内容。

合同期限：自合同签订之日起一年。

合作内容：

序号	服务内容	服务明细	备注
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

二、合作流程

1. 乙方提供专人与甲方联络具体工作，并安排专人进行上述工作内容。
2. 如无不可抗力因素，乙方须在双方约定的时间内将规定的工作内容以双方约定的方式交付至甲方。
3. 甲方对乙方交付的工作内容进行审核，甲方如有异议，有权向乙方提出修改意见，乙方应按甲方要求在双方约定的时间内修改完成。
4. 为保证工作质量，甲方应尽可能协助乙方，包括但不限于向乙方提供文字及图片等素材作为必要的参考资料。

三、费用及支付方式

1. 合作费用总额为人民币_____元（大写：_____万元整），前述金额为含税金额。按照北京市财政局相关要求，甲方需在合同生效后15个工作日内向乙方支付本合同总金额的60%，即人民币_____元（大写：_____万元整）。甲方需在2025年11月底前支付为本合同总金额的30%进度款，即人民币_____元（大写：_____万元整）。本项目剩余10%尾款，即人民币_____元整（大写：_____万元整），在本服务期结束且整个服务期的服务均经甲方验收合格后10个工作日内进行支付。

前述款项的支付需以相应财政资金审批通过并实际拨付至甲方账户为前提，因财政资金未能及时拨付及甲方内部审批程序导致的逾期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

2. 甲方每期付款之前【5】个工作日内，乙方需向甲方提供同等金额的合法正式

增值税发票及其他甲方要求的材料，乙方迟延提供发票的，甲方有权延迟付款。

3. 乙方指定收款账户

乙方开户银行名称：

开户银行：

开户账号：

验收：乙方向甲方提交采购需求所涉及的服务内容的最终工作成果后【15】个工作日内进行验收，验收合格的为乙方出具书面确认文件，验收不合格的，乙方应按照甲方确认的整改期限内采取补救措施，免费进行修改。

四、双方权利与义务

1. 甲方负责项目协调管理，并享有此项目工作成果的全部知识产权。

2. 甲方为乙方的工作开展提供必要的配合。

3. 甲方有权向乙方询问工作进展情况及相关内容，有权监督和评估乙方各项具体工作进度和完成情况，有权对乙方履行本合同义务的行为提出异议和改进工作的意见及建议。对于甲方对乙方履行本合同行为提出的异议和改进工作的意见及建议，乙方有义务接受并按照甲方要求进行整改，直到甲方认可为止。

4. 除不可归责于乙方的责任外，乙方未能按本合同约定时间和要求完成服务内容的，甲方可以根据项目完成情况给予乙方【15】日的整改期限，要求乙方在该期限内完成。如在整改期内乙方未完成，甲方有权解除合同，要求乙方退还甲方已支付费用。

5. 乙方提供的服务成果的知识产权归甲方单独所有，未经甲方书面许可，乙方不得用于本合同目的之外的其他用途。

6. 如甲方认为乙方提供服务的人员无法胜任工作，甲方有权要求乙方更换，乙方需在指定时间内安排合适的人员经甲方同意后提供服务。

7. 本合同生效后，乙方尽快安排人员到位并提供服务，必须严格按照相关规定开展工作，并接受甲方监督。

8. 乙方须严格按照甲方要求按时完成相关工作。乙方承诺微信公众号所有稿件、图片等相关内容的知识产权均已经取得相关方的授权，乙方对此承担全部责任并承担相关的费用。

9. 因乙方原因导致本合同无法履行，乙方要求中止/终止任务的，应事先征得甲方书面同意，如甲方同意中止履行的，乙方应尽快采取措施排除阻碍履行的事由，如甲方同意终止履行的，乙方应按要求全部退还已支付的费用，并按照本合同的约定承

担违约责任。

10. 乙方保证其履行本合同的全过程以及所提交的产品或服务不会侵犯任何第三方的合法权益，乙方保证不使甲方因使用乙方交付的产品或服务而遭受其他第三方的索赔或追索，或因此而遭受其他任何形式的损害或责任。

11. 在本项目执行过程中，乙方如需调整项目内容，应事先向甲方提出变更内容及其理由的申请报告，经甲方审核同意后方可实施。未经甲方书面同意，双方仍须按本合同及招标文件相关约定履行。

12. 乙方需履行的其他义务以招标文件的要求和响应文件的承诺为准。

五、违约责任

1. 如乙方提供的项目服务未能在本合同约定的时间通过甲方验收的，且在甲方确认的整改期限内未能完成补救并验收通过，甲方有权单方解除本合同，乙方应向甲方退还甲方已支付之全部款项，不足以弥补甲方损失的，甲方有权继续追偿。

2. 如因乙方提供的服务或产品侵犯任何第三方合法权益而使甲方遭受索赔、诉讼、仲裁的，乙方应负责处理并承担全部责任，如不足以弥补损失的，乙方应赔偿甲方遭受的全部损失。

3. 如因乙方原因解除合同或导致合同不能履行的，甲方有权单方解除本合同，乙方应向甲方退还甲方已支付之全部款项，不足以弥补甲方损失的，甲方有权继续追偿。

4. 乙方违反知识产权约定的，包括但不限于侵犯第三方知识产权，未经甲方许可，非基于本合同目的使用甲方有关工作成果的，甲方有权要求扣减合同总金额的10%作为赔偿，不足以弥补甲方损失的，甲方有权继续追偿。同时甲方保留解除本合同的权利。

六、保密

1. 保密信息

本合同保密信息特指乙方因履行本合同而知悉的甲方的行政文件、会议纪要、内部信息、内部规范性文件或规章制度等以及其他任何尚未对外公开的信息或资料。

2. 保密期限

自本合同生效之日起至相关保密信息公开为止。本合同项下的保密义务不因本合同的终止、解除而终止。

3. 披露和使用保密信息的限制

乙方应将保密信息的使用限制在乙方及乙方相关工作人员范围内，乙方只可将保

密信息用于本合同之目的。乙方须确保其工作人员知悉且同意本条款的内容并确保受其约束。乙方同意，除非按法律法规规定、司法机关或有关监管机构的要求披露外，未经甲方事先书面同意，乙方及乙方工作人员不得向任何第三方披露、转让、复制保密信息或以其他方式谋取任何利益，也不以任何形式为本合同目的以外的目的使用保密信息。

4. 保密信息的返还或销毁

本合同解除或终止时，如甲方要求乙方返还或销毁任何依本合同而提供的保密信息及其复印件，乙方应在甲方要求的时间内返还或销毁。

七、不可抗力

1. 不可抗力是指合同双方都不可预见、不可避免、不能克服的超出认识控制和防范能力的事件，包括地震、洪水、风灾、旱灾、战争、暴乱、骚乱、政府行为等，该事件妨碍、影响或延误任何一方根据合同履行其全部或部分义务。

2. 因不可抗力事件致使合同的部分或全部不能履行或延迟履行，则双方互不承担任何违约责任。其中，若任何法律法规或政策变更，导致甲方无法继续履行合同的，均视为甲方受到不可抗力的影响，甲方有权单方提前终止本合同，且无需承担任何责任。如果甲方决定终止合同，如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效单据证明的费用后在3日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后60日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

八、通知

1. 任何根据本合同要求发出的通知或者其他通讯（包括但不限于司法机关、政府部门、有权机构的通知、函件以及沟通文件）应以中文书写，并经专人、邮寄送至本合同记载的地址。

2. 任何一方的通讯地址或联系方式如发生变动，应立即书面通知其他方，因未及时通知而造成的损失由通讯地址或联系方式变动方自行承担。

3. 本合同记载的地址的适用范围包括非诉阶段和争议进入仲裁、民事诉讼程序后的一审、二审、再审和执行程序；因一方提供或者确认的送达地址不准确、送达地址变更后未及时依程序告知对方和法院、一方或指定的接收人拒绝签收等原因，导致法律文书未能被实际接收的，邮寄送达的，以文书退回之日视为送达之日；直接送达的，送达人当场在送达回证上记明情况之日视为送达之日。

九、廉政承诺

乙方需承诺，为达成及履行本合同，其及其关联方的管理人员、雇员、代理人或

顾问不曾也不会违反任何相关的法律法规，向任何甲方工作人员、本合同相对方、任何相关第三方及其关联方在内的任何有关人员直接或间接地提供资金、礼品或其他任何有价物品、服务或者从事任何其他贿赂行为。

十、争议解决

本合同适用中华人民共和国法律法规解释，与本合同有关的争议，甲乙双方首先应友好协商解决，协商不成的任何一方均可向甲方所在地的人民法院起诉。

十一、其他事项

1. 本合同一式四份，甲乙双方各执两份，具有同等法律效力，自双方法定代表人或授权代表签字并盖章之日起生效。
2. 本合同未尽事宜，由双方协商另行签订补充协议，补充协议与本合同具有相同法律效力。

（以下无正文）

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

电话：

电话：

“两区”宣传——宣传片制作合同

甲方：

地址：

联系人：

电话：

乙方：

地址：

联系人：

电话：

鉴于： 甲乙双方经友好协商，根据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规的规定，就甲方委托乙方制作“两区”建设宣传片相关事宜达成如下协议，以兹共同遵守。

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。

为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书及附件
- b. 中标通知书
- c. 中标人的投标文件
- d. 招标文件

第一条 甲方委托乙方为“两区”建设宣传片项目（以下简称“本项目”）提供制作服务，乙方同意接受甲方的委托。

第二条 项目基本情况

- 1、项目名称： “两区”建设宣传片
- 2、项目形式： 实拍+版权素材+后期制作
- 3、项目时长： _____

第三条 乙方应按下列要求提供制作服务：

1、乙方的服务内容包括： 根据甲方要求制作宣传片并将成片、工程及素材文件提交给甲方。

2、乙方应根据甲方确定的故事剧本及分镜脚本制作并交付作品。

3、乙方应于____年____月____日之前向甲方交付作品成品。

第四条 乙方的义务

1、乙方应按本合同第二条、第三条等约定制作并交付作品。

2、在制作过程中，乙方应接受甲方监督，针对甲方的合理要求做出改进。

3、乙方必须严格遵守甲方的保密要求，未经甲方书面许可，乙方及乙方工作人员不得以任何形式向第三方发布与本项目相关的任何信息及本合同条款相关的信息，并不得将与本项目相关的所有信息、素材、资料、阶段性工作成果及最终作品用于任何商业和非商业的用途（包含且不限于乙方公司业务宣传），该保密义务永久有效。

4、乙方应保证其交付的作品不存在违反任何法律法规且不存在侵犯任何第三方的合法权益的情形，否则由乙方自行承担相应的法律责任，乙方并应自行出面解决该等纠纷以避免甲方因此遭受任何损失。如因乙方违反前述保证给甲方造成损失（包括但不限于甲方向其他方支付赔偿费用、甲方支出的诉讼费、律师费等全部费用），乙方应予以赔偿。

5、乙方应在收到修改要求之日起5个自然日内按照甲方要求完成修改并向甲方提交。

第五条 甲方的权利义务

1、甲方有权对乙方制作提修改意见；甲方有权了解本项目制作过程中的进展及各种技术要求。

2、甲方应向乙方提供本项目制作所需素材文件，素材文件包括文字、图片及视频资料等。

3、甲方应保证其向乙方提供的素材文件不存在违反任何法律法规或侵犯任何第三方的合法权益的情形。

4、甲方有权对本项目的制作过程及质量实行监督，对乙方的制作服务提出修改意见，并为乙方的制作服务提供必要的协助。

在本项目的制作过程，如甲方对乙方提交的工作成果有修改意见的，甲方应自收

到乙方提交的工作成果之日起5个工作日内提出，逾期不提出的，视为乙方交付的作品符合本合同约定的要求。乙方承诺根据甲方提出的意见，做相应的修改。乙方交付作品修改超过【3】次仍无法通过验收的，甲方有权解除本合同，未付费用不再支付，已支付的费用乙方应予返还，但甲方已接受的工作成果对应的费用除外。

5、甲方应在收到乙方交付的作品之日起5个工作日内予以审核并将审核结果（包括审核通过或书面修改意见）发至乙方邮箱。

6、在乙方妥善履行本合同项下义务的前提下，甲方应按本合同第六条的约定向乙方支付制作费用。

第六条 制作费用及支付

1、甲方应向乙方支付本项目制作费用（含税价格）共计 元（大写：人民币： ），该费用包括一切税费及乙方为完成本项目所需的材料费、人工费、制作费、物流费、修改费等全部费用，甲方无需另行支付任何费用。

上述费用甲方应按照如下计划，分阶段支付：

首款（60%） 元（大写： ），本合同签订后，乙方向甲方提供发票，甲方收到乙方的发票起 10 个工作日内支付。

中间款（30%） 元（大写： ）乙方向甲方交付相关宣传片后，且甲方无修改意见后，乙方向甲方提供增值税专用发票，甲方收到乙方的发票起 10 个工作日内支付。

尾款（10%） 元（大写： ），乙方完成本项目宣传片制作且相关文件全部交付甲方后，乙方向甲方提供增值税专用发票，甲方收到乙方的发票起 10 个工作日内支付。

2、方式：甲方按照乙方提供的账户、账号汇入或以现金、转帐支票支付。

甲方开票信息：

名称：

纳税人识别号：

地址：

电话：

开户行：

账号：

除乙方提前 15 个工作日书面另行通知外，甲方应将制作费用付至乙方以下账户：

户名：

开户行：

账号：

第七条 作品的版权归属

乙方为履行本合同项下义务所完成的作品的版权归甲方所有。甲方享有前述作品及与前述作品相关资料、素材的全部知识产权及所有权。乙方不得自行使用或授权第三方使用前述作品、资料、素材。

第八条 合同的变更和解除

1、甲乙双方非经一致同意，不得变更本合同。

2、若乙方违反本合同约定逾期 10 个工作日仍没有交付作品或仍没有按照甲方要求修改或【3】次修改后仍无法通过验收的，则甲方有权解除本合同。若甲方因自身原因违反本合同第六条约定逾期 10 个工作日未支付制作费用，则乙方有权暂停本项目工作直至甲方支付制作费用，造成的交付延误乙方不承担责任。

3、在合同履行期间，如因甲方违约导致本合同提前解除，甲方已付的预付款不予退还；若乙方实际工作量已经超过甲方已支付的费用的比例，甲方根据乙方已发生实际工作量支付制作费用，乙方应向甲方返还甲方提供的全部素材、资料并向甲方交付已完成的作品及相关素材、资料，前述全部已完成作品及素材、资料的著作权、知识产权及所有权均归属于甲方，乙方无权自行使用或授权给第三方使用。

4、在合同履行期间，如因乙方原因导致本合同提前解除，乙方应退还甲方已支付的全部款项，乙方应向甲方返还甲方提供的全部素材、资料并向甲方交付已完成的作品及相关素材、资料，乙方全部已完成作品及素材、资料的著作权、知识产权及所有权均归属于甲方，乙方无权自行使用或授权给第三方使用。因乙方原因给甲方造成损失的，乙方应当赔偿甲方因此遭受的全部损失。

第九条 违约责任

1、如甲方因自身原因未按照本合同第六条约定支付制作费用，逾期 5 个工作日仍未支付的，则甲方构成违约，自第 5 个工作日的次日起，甲方除应按照本合同第六条约定向乙方支付尚未支付的费用之外，每逾期一日，甲方应按未支付金额的日千

分之5支付违约金（为免疑义，不超过5个工作日的，甲方无需支付违约金）。

2、如乙方未按照本合同约定交付作品或进行修改，自应交付未交付之日起，每逾期一日，乙方应按本合同第六条约定制作费用总金额的0.5%向甲方支付违约金，且乙方应当赔偿甲方因此产生的全部损失及甲方为主张权利而支付的费用（包括但不限于律师费、诉讼费、交通费等）。

第十条 不可抗力

1、“不可抗力”指在本合同签署后发生的、本合同签订时不能预见、不能避免并不能克服的、妨碍合同任何一方全部或部分履约的客观情况，包括但不限于：地震、台风、洪水、火灾、战争、罢工、政府禁令、流行疫病以及根据中国法律或一般行业惯例认作不可抗力的其他事件。

2、如果发生不可抗力事件影响合同一方履行其在本合同项下的义务，则在不可抗力造成的延误期内本合同中止履行，未能履行合同义务的一方不视为违约。

3、宣称发生不可抗力的一方应迅速书面通知合同的另一方，并且应在不可抗力发生之日起5日内提供证明不可抗力发生及其持续时间的足够证据。

4、如果发生不可抗力事件，合同各方应立即友好协商解决。协商结果如涉及本合同的变更、终止或解除，则甲乙双方应当另行签订书面协议。

第十一条 争议解决

凡因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，由甲乙双方协商解决；协商不成的，双方均有权向甲方住所地有管辖权的人民法院提起诉讼。

第十二条 通知与送达

1、履行合同期间，所有的相关业务文件、信息和通知的送达，应通过下列任一方式发送给指定联系人：信件、电子邮件、传真。

2、采取信件方式送达的，自信件投递之日起第4日即视为送达；采用电子邮件送达的，自邮件发出之日起即视为送达；采用传真方式送达的，自传真发出之日起即视为送达。

3、甲乙双方在订立本合同时须分别指定联系人并且确定联系方式。

甲方联系人：

甲方邮寄地址：

甲方联系电话：_____

乙方联系人：_____

乙方邮寄地址：_____

乙方联系电话：_____

上述任何一方的联系方式发生变更的，应当在变更前通知对方，否则因此产生的
一切不利后果由变更方承担。

第十三条 其他事项

- 1、本合同自甲、乙双方法定代表人或授权代表签署并加盖公章之日起成立并生
效。
- 2、本合同一式肆份，甲方执叁份、乙方执壹份，具有同等法律效力。
- 3、本合同未尽事宜，可由甲乙双方另行签订补充协议；补充协议与本合同相冲
突的部分，以补充协议为准。
- 4、本合同所称“不超过”包括本数，“逾期”、“超过”不包括本数。

（以下无正文）

(本页无正文，为《<XXXX>宣传片制作合同》之签字盖章页)

甲方（公章）：

法定代表人或授权代表人（签字）：

年 月 日

乙方（公章）：

法定代表人或授权代表人（签字）：

年 月 日

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知：

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明文件）、投标文件（商务技术文件），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交，**为便于查找，建议添加目录。**
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

投标文件总封面（非实质性格式）

（文件可双面打印，资格证明文件及商务技术文件建议装订成一册，不用分册装订，
建议对投标文件编制目录和序号）

投标文件

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

投标截止时间：

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投标文件

（资格证明文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

投标人资格声明书

致： （采购人或采购代理机构）

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （七）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

我单位与本项目其他潜在投标人之间不存在单位负责人为同一人，以及任何形式的控股、管理关系，也不存在直接或间接的利益输送等可能影响公平竞争的行为，接受与其他潜在投标人之间如果存在上述情形将会按照无效投标处理。

我单位在此声明，本次采购活动中提供的所有资料都是真实有效的，如发现带有虚假资料，或与事实不符而导致投标无效，甚至造成任何法律和经济职责，完全由我单位负责；保证在整个投标过程中独立进行，不组织、不参与任何与本

项目有关的串通投标的行为，如有违反，将自愿接受行政主管部门对此作出的行政处罚，并且无条件承担由此带来的一切后果和责任。

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：

日期：年月日

说明：供应商承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求（如有，详见投标邀请和投标人须知资料表，如不涉及无需提供）

2-1 中小企业证明文件说明：

- (1) 如本项目（包）不专门面向中小企业预留采购份额，资格证明文件部分无需提供

《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件；供应商如具有上述证明文件，建议在商务技术文件中提供。

- (2) 如本项目（包）专门面向中小企业采购，投标文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，且建议在资格证明文件部分提供。

- (3) 如本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求获得采购合同的供应商将采购项目中的一定比例分包给一家或者多家中小企业的，如供应商因落实政府采购政策拟进行分包的，投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，还须同时提供《拟分包情况说明》及《分包意向协议》，且建议在资格证明文件部分提供。

- (4) 如本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求供应商以联合体形式参加采购活动，如供应商为联合体的，投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，还须同时提供《联合协议》；上述文件建议在资格证明文件部分提供。

- (5) 中小企业声明函填写注意事项

- 1) 《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。
- 2) 对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中小型企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。
- 3) 对于多标的采购项目，投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、

提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填本报本声明函。

- (6) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

¹从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。投标人应明确标出中小微企业所属类型，否则不予以认可。

残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，根据《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位（请进行选择）：
不属于符合条件的残疾人福利性单位。

属于符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目

采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日期：

拟分包情况说明

致: (采购人或采购代理机构)

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中包（填写包号）的投标。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目中获得采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型（选择）	资质等级	拟分包合同内容	拟分包合同金额（人民币元）	占该采购包合同金额的比例（%）
1		<input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小微企业 <input type="checkbox"/> 其他				
2		<input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小微企业 <input type="checkbox"/> 其他				
...						
合计:						

投标人名称（加盖公章）: _____

日期: ____年____月____日

注:

如本招标文件《投标人须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则投标人须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书电子件，否则**投标无效**。

分包意向协议

甲方（投标人）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：
_____）

招标采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包给乙方：

1.分包内容：_____。

2.分包金额：_____，该金额占该采购包合同金额的比例为____%。乙方承诺将在上述情况下与甲方签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）中标，本协议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日期：____年____月____日

注：

本协议仅在投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则**投标无效**；且投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文件中提交全部协议原件的电子件，否则**投标无效**。

2-2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

3.本项目的特定资格要求（如有）

3-1 联合协议（如有）

联合协议

_____、_____及_____就“_____（项目名称）”____包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

一、由_____牵头，_____、_____参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。

二、联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具《授权委托书》。

四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。五、____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。六、____负责____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。

七、_____负责____（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。

八、本项目联合协议合同总额为_____元，联合体各成员按照如下比例分摊（按联合体成员分别列明）：

(1)_____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元；

(2)_____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元；

(...) _____为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为_____元。

九、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

十、其他约定（如有）：_____。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称: _____ 盖章: _____ 联合体成员名称: _____ 盖章: _____

联合体成员名称: _____ 盖章: _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

注:

- 1.如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则**投标无效**。
- 2.联合体各方成员须在本协议上共同盖章。

3-2 其他特定资格要求

详见第一章《投标邀请》及第三章《资格审查》。

4. 投标保证金凭证/交款单据电子件（非实质性格式）

4.1 附图

4.2 投标保证金退还信息

致：中信国际招标有限公司

项目名称：_____

项目编号：_____

退还保证金相关信息如下。

投标人名称	开户行名称+具体支行名称	账号	保证金金额小写	金额大写

投标人名称：（加盖单位公章）

注：此附件签字盖章及内容格式不做无效投标条款，仅用于采购代理机构后续
办理退还投标保证金事宜，电子版需同时提供本文件可编辑 word 版。

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投标文件

（商务技术文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1. 投标书（实质性格式）

投标书

致： （采购人或采购代理机构）

我方参加你方就_____（项目名称，项目编号/包号）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

- (1) 本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起 90 个日历日。
- (2) 除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。
- (3) 我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。
- (4) 如我方中标，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）： _____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址 _____

投标人名称（加盖公章） _____

日期： ____ 年 ____ 月 ____ 日

2.授权委托书（实质性格式）

授权委托书

本人（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签字章或印鉴）_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：



说明：

- 1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
- 2.若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
- 3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
- 4.供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的

有效的身份证或护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证双面电子件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致: (采购人或采购代理机构)

兹证明,

姓名: _____ 性别: _____ 年龄: _____ 职务: _____

系_____ (投标人名称) 的法定代表人（单位负责人）。

附: 法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件:



投标人名称（加盖公章）: _____

法定代表人（单位负责人）（签字或签字章或印鉴）: _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

3.开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号/包号: _____ 项目名称: _____

包号	投标人名称	投标报价	
		大写	小写

注:

- 1.此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。
- 2.本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）: _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

4. 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

项目编号/包号: _____ 项目名称: _____ 报价单位: 人民币元

序号	分项名称	单价(元)	数量	合价(元)	备注/说明
1					
2					
3	...				
总价(元)					

注:

1. 本表应按包分别填写。
2. 如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。
3. 上述各项的详细规格(如有), 可另页描述。

投标人名称(加盖公章): _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

5.合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条目号 (页码)	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择 投标无效 ）：					
<input type="checkbox"/> 无偏离（如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。）					
<input type="checkbox"/> 有偏离（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一列明，否则 投标无效 ；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

6.采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条目号 (如有*、#请标注)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明（证明 材料请注明 页码）

注：

- 1.对招标文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**投标无效**。
- 2.“偏离情况”列应据实填写“完全响应”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

7.中小企业证明文件说明：

（若投标邀请中项目专门面向中小微企业采购，则无需在商务技术文件中重复提供本部分内容）

- 1) 中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，以证明中小企业身份。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。
- 2) 对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中小型企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。
- 3) 对于多标的采购项目，投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填报本声明函。
- 4) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

¹从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

投标人应明确标出中小微企业所属类型，否则不予认可。

残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，根据《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位（请进行选择）：

不_属于_属符合_合条件_合的_合残_疾人_疾福_利性_性单_位。

属_属于_合符合_合条件_合的_合残_疾人_疾福_利性_性单_位，且本单位参加_____单位_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日期：

拟分包情况说明

致: (采购人或采购代理机构)

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中包（填写包号）的投标。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目中获得采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型 （选择）	资质等级	拟分包合同内 容	拟分包合同金 额 (人民币元)	占该采购包合 同金额的比例 (%)
1		<input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小微企业 <input type="checkbox"/> 其他				
2		<input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小微企业 <input type="checkbox"/> 其他				
...						
合计：						

注:

- 1.如本项目（包）允许分包，且投标人拟进行分包时，必须提供；如未提供，或提供了但未填写分包承担主体名称、拟分包合同内容、拟分包合同金额，**投标无效**。
- 2.如本招标文件《投标人须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则投标人须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书电子件，否则**投标无效**。
- 3.投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时请仔细阅读资格证明文件格式 2-1 中说明，并建议按要求在资格证明文件中提供相关全部文件；投标人非“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时，建议在本册提供。

投标人名称（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

分包意向协议

甲方（投标人）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：
_____）

招标采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包
给乙方：

1. 分包内容：_____。

2. 分包金额：_____, 该金额占该采购包合同金额的比例
为_____%。乙方承诺将在上述情况下与甲方
签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）中标，本协
议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日期：____年____月
____日

注：

1. 投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则**投标无效**；且建议按照采购文件要求在资格证明文件部分提供；
2. 投标人满足《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）第九条有关规定，拟享受中小企业政策优惠措施的，仍需提供本协议，否则不予以认可；

投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文
件中提交全部协议原件的电子件，否则不予以认可

8.其他非实质性格式

8-1 投标人同类项目实施案例

注：合格的案例材料要求详见“评标标准”中“同类项目实施案例”要求。

9. 招标文件要求提供或投标人认为应附的证明材料

9-1 供应商信息采集表

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型

注： 1. 供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。

2. 供应商所属性别请填写“男”或“女”，指拥有供应商51%以上绝对所有权的性别；
绝对所有权拥有者可以是一个人，也可以是多人合计计算。
3. 外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。