

北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：利用海外新媒体平台推广北京文旅项目（第3包）

项目编号：11000025210200149817-XM001

采购人：北京市文化和旅游局

采购代理机构：北京中诚天安咨询有限公司



目 录

第一章	投标邀请	2
第二章	投标人须知	6
第三章	资格审查	24
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	26
第五章	采购需求	35
第六章	采购合同格式	41
第七章	投标文件格式	45

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：11000025210200149817-XM001
2. 项目名称：利用海外新媒体平台推广北京文旅项目（第3包）
3. 项目预算金额：10.45万元、项目最高限价（如有）10.45万元
4. 采购需求：对“利用海外新媒体平台推广全面提升北京入境游的国际传播效能与市场影响力；（1）持续优化海外社交媒体账号运维（2）举办“长城好汉”全球营销推广活动（3）OTA（海外线上旅游预订网站）营销推广（4）定期邮件推送我市最新文旅资讯”的服务情况开展第三方监测。
5. 合同履行期限（服务期）：自合同签订生效之日起一年。
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
☒本项目不专门面向中小企业预留采购份额。
☐本项目专门面向 ☐中小 ☐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：_____。
 - 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) 未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）失信被执行人、重大税收违法失信主体名单、严重失信主体名单且未列入中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）严重违法失信行为信息记录名单。

三、获取招标文件

1. 获取时间：2025 年 10 月 10 日至 2025 年 10 月 23 日，每天上午 09:00 至 12:00，下午 12:00 至 16:00（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：供应商持 CA 数字认证证书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 10 月 31 日 13 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市朝阳区曙光西里甲 6 号院 1 号楼时间国际 A 座 30 层 3005。

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) 《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库【2020】46 号）

2) 《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库【2014】68 号）

3) 《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）

4) 《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库【2017】141

号)。

5) 《财政部、农业农村部、国家乡村振兴局关于运用政府采购政策支持乡村产业振兴的通知》(财库〔2021〕19号)。

2. 本项目采购流程为线上线下相结合, 线上获取采购文件, 线下纸质版递交投标文件。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

供应商持 CA 数字认证证书登录北京市政府采购电子交易平台获取电子招标文件。未在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取招标文件的投标无效。

3. 本公告在中国政府采购网、北京市政府采购网同时发布。

4. 供应商可以选择本项目中的任何一包或几包进行投标, 每一个投标

供应商只能中选‘第1包/第2包’或‘第3包’。

第1包和第2包（**兼投兼中**）：允许投标人中选其中一个包或同时中选。

第3包（**兼投不兼中**）：不允许投标人在中选第1包/第2包的同时中选第3包。

供应商在获取招标文件的同时须确定包号，若未按获取招标文件时注明的包号响应，其投标将被拒绝。每包需单独提供投标文件并注明包号及对应包的项目名称。

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：北京市文化和旅游局

地 址：北京市通州区留庄路1号

联系方式：闵嫚 010-55525600

2. 采购代理机构信息

名 称：北京中诚天安咨询有限公司

地 址：北京市朝阳区曙光西里甲6号院1号楼时间国际A座
30层3005

联系方式：18811397403

3. 项目联系方式

项目联系人：董延霞、张胜波、邵敏、朱美西、陈楚红、卢毅轩、
马星旭

电 话：18811397403

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不适用。 ☐ 本项目为单一产品采购项目。 ☐ 本项目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）：_____。

条款号	条目	内容	
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：	
		标的名称	中小企业划分标准所属行业
		利用海外新媒体平台推广北京 文旅项目（第3包）	租赁和商务服务业

11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：。
12.1	投标保证金	投标保证金的金额：2090 元（备注代理编号：ZCTA-2025-127） 形式为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。 以任何方式递交的投标保证金建议在 2025 年 10 月 29 日 12 时 00 分前全额到账。如果由于供应商自身原因导致投标前投标保证金出现无法到账的情况，视为未递交投标保证金。 开户行：招商银行股份有限公司北京东三环支行 开户行名称：北京中诚天安咨询有限公司 账号：110934649610403
12.7.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☐ 无 ☒ 有，具体情形： <u>(1) 中标企业不按本须知相关规定与采购人签订合同的；</u> <u>(2) 中标企业不按本须知相关规定提交履约保证金的；</u> <u>(3) 中标企业不按本须知相关规定缴纳招标代理费。</u>
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 90 日历天。
14.1	投标文件份数	份数要求：正本：1 份、副本 4 份、电子文档：1 份； 电子版内容包括：投标文件 word 版及投标文件正本盖章后的扫描件 pdf 版，载体：U 盘。
14.5	投标文件的装订	投标人自行选择是否分册装订，每册采用左侧方式装订，应牢固可靠，不易散落，建议胶装。
22.1	确定中标人	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： ☒ 否 ☐ 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☒ 得分且投标报价均相同的，以 <u>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高者为中标人</u> ☐ 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ☒ 不允许 ☐ 允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：____； （2）允许分包的金额或者比例：____； （3）其他要求：____。
26.1.1	询问	询问送达形式： <u>书面形式现场送达</u> ，地点： <u>北京市朝阳区曙光西里甲 6 号院 1 号楼时间国际 A 座 30 层 3005。</u>
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门： <u>北京中诚天安咨询有限公司业务部；</u>

		联系电话： <u>18811397403</u> ； 通讯地址： <u>北京市朝阳区曙光西里甲6号院1号楼时间国际A座30层3005</u>
27	代理费	收费对象： ☐ 采购人 ☒ 中标人 收费标准： <u>参照原国家发展计划委员会《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980号）和《国家发展改革委关于降低部分建设项目收费标准规范收费行为等有关问题的通知》（发改价格[2011]534号）规定标准；</u> 缴纳时间： <u>领取中标通知书时向招标代理机构支付招标代理费。</u>

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，则具体要求见第五章《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》、《关于进一步加大对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：

5.2.5.1 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）；

5.2.5.2 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；

5.2.5.3 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；

5.2.5.4 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；

5.2.5.5 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）；

5.2.5.6 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

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。

5.2.6 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》。

5.2.7 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》。

5.2.8 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

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，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

1 招标文件构成

1.1 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

- 1.2 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**。

2 对招标文件的澄清或修改

- 2.1 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。
- 2.2 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。
- 2.3 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

1 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 1.1 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开投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 1.2 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。
- 1.3 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。

2 投标文件构成

- 2.1 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》。
- 2.2 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。
- 2.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。
- 2.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供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。
- 2.5 投标人认为应附的其他材料。

3 投标报价

- 3.1 所有投标均以人民币报价。
- 3.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，招标人将不再

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。

3.2.1 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、税费等按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用；

3.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用。

3.3 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。

3.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价，否则其**投标无效**。

4 投标保证金

4.1 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，并作为其投标的一部分。

4.2 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。

4.3 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。由于到账时间晚于投标截止时间的，或者票据错误、印鉴不清等原因导致不能到账的，其**投标无效**。

4.4 投标保证金（保函）有效期同投标有效期。

4.5 联合体投标的，可以由联合体中的一方或者共同提交投标保证金，以一方名义提交投标保证金的，对联合体各方均具有约束力。

4.6 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，经供应商同意后采购人、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：

4.6.1 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；

4.6.2 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；

4.6.3 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；

4.6.4 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。

4.7 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：

4.7.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

4.7.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

5 投标有效期

5.1 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**。

6 投标文件的签署、盖章

14.1 投标人应按投标人须知资料表中的规定准备和递交投标文件正本、副本以及电子文档，每份纸质投标文件须清楚地标明“正本”或“副本”。若正本和副本不符，以正本为准。

14.2 投标文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由投标人的法定代表人或经其正式授权的代表按招标文件规定在投标文件上签字或盖章并加盖单位印章。授权代表须持有书面的“法定代表人授权书”，并将其附在投标文件中。如对投标文件进行了修改，则应由投标人的法定代表人或经其正式授权的代表在每一修改处签字或盖章。投标文件的副本可采用正本的复印件。

14.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由投标文件签字人签字或盖章后才有效。

14.4 投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。

14.5 投标人自行选择是否分册装订，每册采用左侧方式装订，投标文件的装订应牢固可靠，不易散落，建议胶装。对因装订不牢造成的文件散失而造成的投标无效，由投标人自行承担。

四 投标文件的提交

1 投标文件的提交

1.1 投标时，投标人应将投标文件正本单独密封，所有的副本封装在一个密封袋或密封箱中，且在密封袋或密封箱正面标明“正本”“副本”字样。

1.2 为方便开标唱标，投标人应将“开标一览表”单独密封，并在密封袋上标明

“开标一览表”字样，在投标时单独递交。

1.3 为方便核查投标保证金，投标人应将“投标保证金”单独密封，并在密封袋上标明“投标保证金”字样，在投标时单独递交。

1.4 为方便核查投标文件电子版，投标人应将“投标文件电子版”单独密封，并在密封袋上标明“投标文件电子版”字样，在投标时单独递交。**电子版要求：投标文件 word 版及投标文件正本盖章后的扫描件 pdf 版。**

1.5 所有密封袋或密封箱上均应：

1) 清楚标明递交至招标公告中指定的地址。

2) 注明招标公告中指定的项目名称、项目编号和“在（开标日期、时间）之前不得启封”的字样。

3) 在密封袋或密封箱的封口处加盖投标人公章、法定代表人签章。

1.6 所有密封袋或密封箱上还应写明投标人名称和地址，以便若其投标被宣布为“迟到”投标时，能原封退回。

1.7 如果投标人未按上述要求密封及加写标记，包括未单独提交投标保证金、开标一览表及投标文件电子版的，其投标将在开标时计入开标一览表，由评标委员会对其投标文件做无效标处理。招标采购单位对投标文件的误投或过早启封概不负责。

15.8 不管招标结果如何，投标人所递交的所有投标资料(正本、副本、电子文档)均不予退还。

2 投标截止时间

16.1 投标人应在投标人须知资料表中规定的截止日期和时间内，派人将投标文件递交采购人，递交地点应是投标人须知资料表邀请书中规定的地址。

16.2 采购人有权按本须知的规定，通过修改招标文件延长投标截止期。在此情况下，采购人和投标人受投标截止期制约的所有权利和义务均应延长至新的截止期。

16.3 采购人将拒绝并原封退回在投标截止期后收到的任何投标文件。

3 投标文件的修改与撤回

17.1 投标文件递交后，如果投标人提出书面修改或撤标要求，在投标截止时间前送达开标地点，采购人将予以接受，并视为投标文件的组成部分。

17.2 投标人对投标文件的修改或撤回通知应按本须知相关条款规定编制、密封、标记和发送。

17.3 在投标截止期之后，投标人不得对其投标文件做任何修改。

17.4 从投标截止期至投标人在投标书中承诺的投标有效期之间，投标人不得撤回其投标，否则其投标保证金将按照本须知相关条款规定予以没收。

五 开标、资格审查及评标

1 开标

18.1 采购人将按投标人须知资料表规定的开标时间和地点组织公开开标，采购人邀请所有投标人的法定代表人或其委托代理人参加开标会。投标人提交法定代表人身份证明文件（适用于法定代表人）或法定代表人授权委托书（适用于非法定代表人），出示个人有效身份证明文件原件及复印件（复印件须加盖公章），以证明其出席。

18.2 开标时，由投标人或其推选的代表，以及公证人员（如有）检查投标文件的密封情况，经记录后，由采购人当众拆封、宣读投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录。投标人代表、采购人代表、记录人等有关人员在开标记录上签字确认。

18.3 除了按照本须知的规定原封退回迟到的投标文件之外，开标时将不得拒绝任何投标。

18.4 采购人将对唱标内容做开标记录，并存档备查。

18.5 投标人代表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代表提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.6 投标人不足 3 家的，不予开标。

2 资格审查

2.1 见第三章《资格审查》。

3 评标委员会

3.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次招标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。

3.2 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。

4 评标程序、评标方法和评标标准

4.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

1 确定中标人

1.1 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》要求确定成交供应商。

2 中标公告与中标通知书

2.1 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，在北京市政府采购网公告中标结果，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。

2.2 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。

3 废标

3.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

3.1.1 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；

3.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

3.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

3.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

3.2 废标后，采购人将废标理由通知所有投标人。

4 签订合同

4.1 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。

4.2 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

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。

4.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就中标项目向采购人承担连带责任。

4.4 政府采购合同不能转包。

4.5 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。

5 询问与质疑

5.1 询问

5.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法提出询问，并按《投标人须知资料表》载明的形式送达采购人或采购代理机构。

5.1.2 采购人或采购代理机构对供应商依法提出的询问，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。

5.2 质疑

5.2.1 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，由投标人派授权代表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。

5.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。

5.2.3 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，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

5.2.4 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。

5.3 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》。

6 代理费

- 6.1 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	格式要求
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”； 投标人为事业单位的，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。 若本项目允许分支机构参加投标，则分支机构参加投标的，此处可提供该分支机构或其所属法人或其他组织的相应证明文件。	提供证明文件的复印件或扫描件加盖公章
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》。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3	投标人信用记录	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）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 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； 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名单、严重违法失信主体名单、严重违法失信行为信息记录名单的投标人，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。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	提供证明文件的复印件或扫描件加盖公章
5	获取招标文件	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。	/

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开投标；
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	签署、盖章	按照招标文件要求签署、盖章的；
7	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；
8	★号条款响应（如有）	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
9	分包承担主体资质（如有）	分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书复印件或扫描件加盖公章（如有）；
10	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）
11	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；

12	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；
13	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；
14	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
15	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。
16	按照招标文件要求进行响应、承诺	投标人按照招标文件的规定进行相关响应、承诺。

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开投标，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，按下述 2.4.2-2.4.7 项规定修正。
- 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；
- 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 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（北京市含教育矫治局）、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》（见附件）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）____/____。

- 3.2.4 关于无线局域网认证产品政府采购清单中的产品，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：____/____

- 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

序号	评审因素及分值		分项 分值	评分标准
1	价格部分(10分)		10	综合评分法中的价格分应当采用低价优先法计算,即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)×100×10%
2	商 务 部 分 (15 分)	类似业绩	3	提供自 2020 年 1 月 1 日以来(以合同签订时间或合同履行时间为准)投标人承担的类似海外营销推广项目。每个得 1 分,满分 3 分。 注:需提供合同证明复印件并加盖公章。
			12	提供自 2020 年 1 月 1 日以来(以合同签订时间或合同履行时间为准)投标人承担的类似海外营销推广项目的监测工作。每个业绩得 4 分,满分 12 分。 注:需提供合同证明复印件并加盖公章。
3	服 务 方 案 (75 分)	海 外 社 交 媒 体 账 号 运 维 监 测 方 案	36	结合运维 Visit Beijing 的 6 个海外平台(脸书、X、照片墙、油管、抖音、领英)账号和 Beijing Tourism(脸书)当前发展情况,以及 6 个海外平台的不同特征,对比同类账号,提出不同运维监测方案,并且分别指出本账号现存问题和初步解决方案。以保持账号在脸书和海外抖音上的良好发展态势,并不断着力提升账号在平台的影响力。 每个平台的监测方案满分 6 分,满分 36 分,每个平台的具体评审标准如下: 方案精准分析了账号当前发展情况,制定的监测方案针对性强,全面、规划合理性高、具有很强可执行性;同时能够指出本账号现存的突出问题和初步解决方案,从而能够有效实现采购目标得 6 分; 方案分析了账号当前发展情况,但准确性或全面性不足,制定的监测方案具有一定针对性,规划的合理性、可执行性较好,同时能够指出本账号现存的部分问题和初步解决方案,能够一定程度上实现采购目标得 3 分; 方案未能分析账号当前发展情况,或分析结论与实际明显不符;制定的监测方案针对性不足,规划的合理性及可执行性欠缺;或未能够指出本账号现存的部分问题或初步解决方案,无法有效实现采购目标得 1 分; 未提供得 0 分。
		“长 城 好 汉”全 球 推 广 活 动 监 测 方 案	10	监测方案全面覆盖活动实施的各个环节,包括活动内容的合理性、宣传推广效果、活动参与人数、覆盖人群范围等关键指标;提出了创新且高效的监测方法和技术,能够实时、准确地收集和分析数据;提出的提高完善方案具有高度的针对性和前瞻性,能够确保活动效果达到最佳得 10 分; 监测方案较为全面地覆盖了活动实施的关键环节,对主要指标进行了合理的监测规划;采用了较为先进和可靠的监测方法和技术,能够较为准确地收集和分析数据;提出的提高完善方案具有一定

				的针对性和实用性，能够对活动效果进行有效的提升得 7 分； 监测方案基本覆盖了活动实施的主要环节，但对部分指标的监测规划不够细致；采用了基本的监测方法和技术，能够收集到一定的数据，但准确性和时效性有待提升；出具的提高完善方案较为基础，对活动效果的提升作用有限得 4 分； 监测方案对活动实施的覆盖不够全面，关键指标的监测规划存在明显缺失；监测方法和技术较为落后或不够适用，数据收集和分析的准确性、时效性严重不足；出具的提高完善方案缺乏针对性和实用性，对活动效果的提升作用不明显得 1 分； 未提供得 0 分。
		OTA 营销推广监测方案	3	监测方案全面覆盖营销推广实施的各个环节，包括内容的合理性、推广效果、覆盖人群范围等关键指标；提出了创新且高效的监测方法和技术，能够实时、准确地收集和分析数据；提出的提高完善方案具有高度的针对性和前瞻性，能够确保推广效果达到最佳得 3 分； 监测方案基本覆盖了营销推广实施的主要环节，但对部分指标的监测规划不够细致；采用了基本的监测方法和技术，能够收集到一定的数据，但准确性和时效性有待提升；出具的提高完善方案较为基础，对推广效果的提升作用有限得 2 分； 监测方案对营销推广实施的覆盖不够全面，关键指标的监测规划存在明显缺失；监测方法和技术较为落后或不够适用，数据收集和分析的准确性、时效性严重不足；出具的提高完善方案缺乏针对性和实用性，对推广效果的提升作用不明显得 1 分； 未提供得 0 分。
		定期邮件推送文旅资讯监测方案	2	要求：邮件营销监测考察数据库有效性、送达与打开、点击与互动、转化与 ROI，采用技术手段追踪数据库质量、打开率与趋势，并监测链接点击及互动行为。 监测方案覆盖数据库有效性、送达与互动、转化与 ROI 等关键指标且具可执行性，得 2 分； 仅涉及部分指标或缺乏系统性，得 1 分； 无具体指标与方法，得 0 分。
		重点难点分析及解决方案	7	针对账号运维、营销推广、长城好汉活动所涉及的价值体系、版权、现场施工、消防、安保、交通、人员疏导等可能面临的风险，提出监测服务的重点难点分析及合理化建议及措施： 对本项目服务内容重、难点分析透彻、合理、完善，切合项目实际情况，解决方案能够有效预防及化解工作中的重点难点得 7 分； 对服务内容的重、难点分析有一定针对性，较为合理，能够结合实际情况，解决方案能够有效预防及化解工作中的部分重点难点得 4 分； 对服务内容的重、难点分析针对性不强，与实际情况结合较少，解决方案的可操作性较弱或未提供得 1 分； 未提供得 0 分。

		服 务 质 量 保 障 体 系 和 措 施	5	有全面、系统且高质量的服务质量保障体系，思路清晰，能合理分析现状且精准对接项目需求，能确保工作的高效、准确实施得 5 分； 有较为完善的服务质量保障体系，思路不够清晰，能分析现状、基本满足项目需求得 3 分； 基本未提供关于本项目的服务质量保障体系和措施，仅仅是复制招标文件的需求，缺乏实质性的内容；不全面，方案未针对采购需求进行应答阐述仅为对采购需求的简单复制得 1 分； 未提供得 0 分。
		服 务 响 应 保 证 体 系 和 措 施	5	充分结合项目特征，针对本项目的响应体系全面，预案准备充分，措施安排合理，客观可行，能够确保服务期内各节点时间均能做到及时响应，充分保证沟通和反馈效率和质量得 5 分； 能够结合项目部分特征，有初步的响应体系和预案及措施，基本内容客观可行性，服务期内能够较好保证及时响应，保证沟通和反馈效率和质量得 3 分； 无法结合项目特征，有简略的响应体系和预案及措施，但客观可行性不强，仅能在常规情况下满足采购人需求得 1 分； 未提供得 0 分。
		项 目 组 人 员 配 备	7	1、人员数量及分工（3 分） 能够组建专门的项目服务团队，数量合理且充足，经验丰富，分工明确，能够有效确保服务质量得 3 分； 能够组建专门的项目服务团队，数量较为合理，经验较为丰富，分工明确，能够确保服务质量得 2 分； 能够组建专门的项目服务团队，数量基本合理，个别人员具备类似经验，分工不明确得 1 分； 未提供得 0 分。
				2、语言能力（3 分） 团队内五分之一以上人员为英语为母语的外籍人士（应提供护照复印件），或有英语国家留学背景或英语专业八级以上水平（应提供毕业证书原件及翻译件复印件，或英语专业八级证书复印件）得 3 分；未提供得 0 分。
3、专人参与情况（1 分） 能够明确派专人参与“长城好汉”全球营销推广活动的实施过程，且该人员具备类似项目执行经验（提供人员情况简介）得 1 分。 未提供得 0 分。				
合计：100 分				

第五章 采购需求

一、项目背景

该项目自2013年开始运营，主要在脸书、X(推特)、照片墙、油管、抖音、领英等多个海外社交媒体运营“北京文旅”官方账号“Visit Beijing”，通过主题帖文、短视频、直播等方式，宣传推广北京丰富的旅游资源和产品，以国际通行的话语体系向世界发出“北京声音”。经过13年的积累，截至2025年7月底，Visit Beijing海外社交媒体各账号粉丝总数达513万(不含宣传中心开设的脸书账号Beijing Tourism粉丝)，稳居全国各省市文旅账号首位。根据文旅产业指数实验室发布全国省级文旅国际传播力指数报告，2024到2025年北京市在“综合国际传播力指数”、“脸书传播力指数”和“X传播力指数”等各项指标中多次位列榜首，充分彰显了北京文旅国际传播的引领地位。同时，该项目坚持线上线下联动、国内国外互动，连续多年举办“长城好汉”北京文旅全球营销推广活动，利用文旅达人的风向标作用，开发不同主题下北京入境旅游线路，助力北京全球旅游目的地城市建设，激发首都文化旅游需求潜力。

二、项目内容

1、为保障项目执行的科学性、严谨性与有效性，项目开展的过程中将委托第三方机构进行市场监测及评估，并设计制作调查问卷和采访提纲，结合项目开展的实际和问卷反馈情况，出具项目总结报告，提出工作建议。

2、合同履行期限：自合同签订生效之日起一年。

三、需监测及评估的具体工作内容和工作要求

(一) 需监测及评估的具体工作内容

1. 运维北京文旅海外社交媒体账号,并持续优化运维方式

将继续运维采购人脸书、X(推特)、照片墙、油管、抖音、领英等多个海外社交媒体 Visit Beijing 账号，并从2026年4月起接手运维脸书 Beijing Tourism 账号,丰富和完善海外宣传阵地，向海外推广北京文旅的最新资讯，展示首都文旅发展最新成果。将全面分析上一年度各平台情况，优化原创内容，提升海外新媒体运维水平，针对各平台粉丝特点制定并执行不同运维方案，保持采购人账号在脸书和抖音上的良好发展态势，突破账号在照片墙、推特和油管等平台上的发展瓶颈，掌握国际传播规律，运用平台最新技术，全方位增加各平台曝光量、互动量及订阅人数。

全面分析上一年度各平台情况，优化原创内容，提升海外新媒体运维水平，针对各平台粉丝特点制定并执行不同运维方案，保持账号在脸书和海外抖音上的良好发展态势，着力提升账号在照片墙、X、油管、领英等平台的影响力，掌握国际传播规律，运用平台最新技术，全方位增加各平台曝光量、互动量及订阅人数。

2. 举办“长城好汉”全球营销推广活动

“长城好汉”全球营销推广活动是采购人以海外社交媒体官方账号 Visit Beijing 为平台开展的全球营销推广活动，紧紧围绕首都城市战略定位，聚焦国际交往中心、全球旅游目的地城市和国际消费中心城市建设，每年确定一个核心主题，每届精选一组外籍文旅达人，每次推广一批文旅资源。活动招募外籍旅游达人作为“长城好汉”北京入境旅游体验官，体验北京文旅特色路线，用影像记录在北京的丰富行程并形成短片，在线下分享会进行发布，通过全球各类媒体宣传推广，助力北京入境游产品创新和市场发展。

本周“长城好汉”活动将围绕 2026 年的中心工作确定主题，继续结合全球化营销手段，采用系列主题帖文、海外社交媒体直播、文化分享会等方式，借助旅游达人流量加强线上宣传推广，面向全球粉丝推广北京旅游目的地形象，促进北京入境游产品创新和市场发展。

3. 开展 OTA 营销推广

在领先的海外线上旅游网站投放网络横标广告，通过目的地页面、站内展示广告等形式进行北京文旅资源推广。

4. 定期邮件推送我市最新文旅资讯

协助采购人面向全球各大旅行商及入境旅游合作伙伴，定期发送专题邮件，内容涵盖入境旅游最新政策动态、北京特色文旅资源与新开发主题线路，以及入境便利化服务措施等重要信息。

（二）需监测及评估的工作要求

1、海外社交媒体账号日常运维

负责北京市文化和旅游局在脸书、X、照片墙、油管、抖音、领英等 6 个海外社交媒体官方账号“Visit Beijing”、“Beijing Tourism”的日常运维；

1) 设置专门的素材采集、编辑团队，社交媒体图文、视频素材以原创为主，发布的原创短视频内容需占视频内容的 85%以上，发布的原创图片内容需占图片内容的 95%

以上。第1包中标人应确保所有发布图文、视频不得存在版权问题。所有原创发布素材版权归北京市文化和旅游局所有，且北京市文化和旅游局有权在国内外媒体进行发布；

2) 每个平台的图文贴文至少每日更新一次，视频平台视频内容至少每日更新一次，每月需至少策划完成一次主题直播；

3) 执行团队每月应根据形势进行策略调整，发布内容应精心策划，结合入境旅游“吃、住、行、游、购、娱”等环节进行主题设计，全年设计不少于12个主题系列内容；

4) 执行团队应由熟悉北京文旅情况的成员、有英语国家留学背景或英语专业八级以上水平的成员和英语为母语的外籍成员组成，结合工作内容及工作量，团队人数建议不少于10人，并设置专门的素材采集、设计、编辑、审校、舆情处置等岗位。外文编辑需由英语为母语的外籍成员完成校稿及润色；

5) 各平台粉丝总数量增长不少于40万；全年各平台贴文累计总曝光量不少于1亿次，各平台账号互动率保持在全国省级文旅境外社交媒体账号前三；

6) 设置专人负责7*24小时在线互动，粉丝提问及时回复率应达到95%以上，及时处置负面舆情；

7) 每月需至少完成1次与采购人入境旅游战略合作伙伴社交账号的联动宣传；

8) 针对各平台粉丝特点制定并执行不同运维方案，保持账号在脸书和海外抖音上的良好发展态势，着力提升账号在照片墙、X、油管、领英等平台的影响力；

9) 按周制定运维计划，策划图文、视频方案，设置三级审校，负责图文、视频审校。每月召开一次选题会，提交一次月度总结。月度总结应包括6个平台账号运维情况，与国内一线城市、世界主要旅游城市国际传播进行对比分析，提出改进和完善方案，根据需要提供数据分析和调研报告。

2、策划并开展“长城好汉”北京文旅年度全球营销推广活动

结合2026年的中心工作确定活动主题，至少搭建一个活动主题网页，邀请不少于5名在境外生活且在6个海外社交媒体平台累计粉丝量100万以上外籍旅游达人作为“长城好汉”，用影像记录其在北京的丰富行程并制成短片进行发布，举办一场线下分享会，围绕当年主题发布不少于5条主题线路，组织相关不少于50家文旅企业、机构参与，活动视频在境外浏览量不少于50万次。具体请参考往年北京文旅局境外社交媒体账号中“长城好汉”贴文及新闻；

3、开展OTA营销推广

与 2 家国际主流 OTA 开展深度合作，通过目的地页面、站内展示广告等多种形式的展示资源，精准触达高频国际游客群体，全面展示北京文旅形象与优质资源；

4. 定期邮件推送我市最新文旅资讯

邮件营销监测考察数据库有效性、送达与打开、点击与互动、转化与 ROI，采用技术手段追踪数据库质量、打开率与趋势，并监测链接点击及互动行为。

5、采购人将委托第三方市场调研与评估机构对项目进行问卷调查、核对并监测相关数据等一系列监督评估工作，中标供应商必须予以积极配合；

6、中标供应商须提前做好项目评审的资料收集与整理，项目完成之后及时提交事后验收材料，积极主动配合采购人的评审、绩效等工作；

7、中标供应商应在项目完成后一个月之内提交项目总结（包括但不限于文字总结、音视频资料等）。

四、项目要求

1、供应商须具备随时监测境外社交媒体平台的能力；

2、对第 1 包中标供应商运维的 6 个海外新媒体平台运维的当前发展情况进行调研评估、问卷调查等，核对并监测相关数据。出具月度、季度、半年和一年监测报告，报告中要对比同类账号，指出本账号现存问题和解决方案；

3、对第 2 包中标供应商的 OTA 营销推广进行监测及评估，覆盖营销推广实施的各个环节，包括内容的合理性、推广效果、覆盖人群范围等关键指标，并根据采购人要求出具相关监测报告；

4、派专人参与“长城好汉”全球营销推广活动的实施过程，对活动各项内容的合理性、宣传推广效果、活动参与人数、覆盖人群范围等可量化的指标进行监测及评估，并出具针对性的提高完善方案；

5、针对项目要求，执行团队应由熟悉北京文旅情况的成员、有英语国家留学背景或英语专业八级以上水平的成员和英语为母语的外籍成员组成。

6、项目整体结束后一周内，须提供完整的项目电子监测报告 1 份（中英文），纸质监测报告 3 份。

7、投标供应商应严格执行国家的法律法规，遵守职业道德准则，遵守国家有关保密规定和廉政规定，遵守采购人内部相关管理制度，对完成本合同约定事项过程中所获得的信息和资料应予保密，在服务过程中使用的资料、软件不得侵犯任何第三人的在先

权利，否则由此产生的一切责任自行承担。

五、投标文件中响应要求

（一）如投标供应商自 2020 年 1 月 1 日以来（以合同签订时间，或合同履行时间为准）承担过海外营销推广项目，或承担过海外营销推广项目的监测工作，可在投标文件中提供相关证明资料复印件并加盖供应商公章。

（二）具体方案

1. 结合第 1 包中标供应商运维的 6 个海外平台（脸书、X、照片墙、油管、抖音、领英）账号当前发展情况，以及 6 个海外平台的不同特征，对比同类账号，提出不同运维监测方案，并且分别指出本账号现存问题和初步解决方案。以保持账号在脸书和海外抖音上的良好发展态势，并不断着力提升账号在平台的影响力。

2. 结合对第 1 包中标供应商关于“长城好汉”全球推广活动方案的工作要求，提出监测方案，包括对活动各项内容的合理性、宣传推广效果、活动参与人数、覆盖人群范围等可量化的指标进行监测及评估，并出具针对性的提高完善方案。

3. 针对账号运维、营销推广、长城好汉活动所涉及的价值体系、版权、现场施工、消防、安保、交通、人员疏导等可能面临的风险，提出监测服务的重点难点分析及合理化建议及措施。

4. 服务质量保障体系和措施：如何保证项目评审服务的质量、服务效果。

5. 服务响应保证体系和措施：针对采购人的服务要求，如何保证沟通和反馈。

注：各项方案中不得出现重大缺陷（重大缺陷是指存在大量与本项目无关的内容，包括凭空编造、内容前后明显不一致且相互冲突、前后重大逻辑错误、涉及的主要规范及标准引用错误或已废止、有违法违规内容陈述、时间地点区域严重错误）。

（三）为项目服务的组织结构及项目主要人员基本职能要求，拟提供服务的组织结构和项目的主要人员在专业性、资质、业务经验等方面的情况。

（四）履约验收

1、履约验收的主体、时间、方式：采购人有权对中标供应商有的服务工作及中标供应商提交的服务成果进行验收，中标供应商完成服务各阶段工作后，应向采购人提出验收申请。

2、履约验收程序：采购人根据合同约定对中标供应商提交的成果进行验收，验收合格的，视为中标供应商已交付工作成果。验收不合格的，中标供应商应当在 10 日内按照采购人要求进行返工或调整，并重新提交采购人验收。中标供应商因此未能按时交

付或经整改后仍未通过采购人验收的，应按本合同约定承担逾期交付的违约责任。

3、履约验收的内容：针对招标文件的每一项商务、技术要求进行验收。

4、验收标准：中标供应商为采购人提供的服务质量应符合国家或相关行业的标准。

中标供应商为采购人提供的服务质量符合国家、北京市相关管理办法的规定。

第六章 采购合同格式

委托方（甲方）：

受托方（乙方）：

甲方特委托乙方承担 _____ 的实施工作。

由 _____ 向 _____ 提供服务。为进一步明确双方的权利和义务关系，甲乙双方在平等互利、友好协商的基础上，就该项目合作事宜签订本协议，以资共同遵守。

一、项目要求及实施的时间

1、项目要求具体见附件。

2、本项目 _____ 年 _____ 月 _____ 日启动，起止时间为 _____。

二、甲方的权利和义务

1、甲方权利

1) 提出项目要求并规定项目完成时间及标准。

2) 对项目的进展情况进行指导、监督和管理，发现问题并及时提出解决办法。

2、甲方义务

1) 按时支付协议所述项目的费用。

2) 为乙方提供本项目的背景资料及其他与项目相关的已有资料。

3) 指派项目协调人对项目工作提出建议，并协助乙方协调与相关单位的合作关系。

三、乙方的权利和义务

1、乙方权利

1) 确定项目团队的工作成员及工作方式。

2) 在项目确定的时间内完成各阶段工作进度。

2、乙方义务

1) 按照甲方对项目标准的要求提交项目方案。

2) 投入足够的人力物力，严格按照甲方提出的项目要求开展工作，确保项目的顺利进行。

3) 在项目开展过程中，积极与甲方的项目协调人沟通讨论，汇报工作进展情况。

4) 乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

四、合同金额及支付方式

本合同总金额为人民币¥_____大写_____元整；

需要进行财政投资评审/委内部评审的，按照甲方财务规定执行；

乙方按照本合同及附件约定如期完成项目并经甲方验收合格，甲方于验收合格之日起 20 个工作日内一次性付清。

五、违约责任

1、甲方有权对乙方工作成果按本合同附件列明的标准进行验收，如验收不合格，甲方有权不支付本合同所述的款项。

2、如因乙方原因导致项目延迟或取消，乙方应退还已收取费用且向甲方支付服务费用的%_____作为违约赔偿金。

六、不可抗力

1、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。

2、不可抗力：本条所述的“不可抗力”系指那些双方在订立合同时无法控制、不可预见的事件。这些事件包括：战争、水灾、地震以及双方同意的事件。当不可抗力事件发生时，执行合同的期限将相应延长。

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。

七、其他

1、本协议一式四份，甲方二份，乙方二份，自双方签字及盖章之日起生效。

2、本协议未尽事宜，甲乙双方可另行签订补充协议或者变更本协议，补充或者变更协议， 是本协议不可分割的组成部分，与本协议效力均等；

3、本协议自双方签字盖章之日起生效。

4、本协议除签名部分为手写外，其他部分手写及涂改无效。

八、账户信息账户名称：

开户行：_____

账户号：_____

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：

签约时间：

签约时间：

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。
- 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。

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：

投标人名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及法律法规的其他规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书（实质性格式）

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）；
- （六） 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		
...		

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 本项目的特定资格要求（如有）

3 投标保证金凭证/交款单据复印件或扫描件

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：

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）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_____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_____

传真_____

电话_____

电子函件_____

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、递交、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响应有效期届满之日止。

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）（签字或盖章）：_____

委托代理人（签字）：_____

日期：____年____月____日

法定代表人（单位负责人）有效期内的身份证**正反面**复印件或扫描件加盖公章：

--	--

委托代理人有效期内的身份证**正反面**复印件或扫描件加盖公章：

--	--

说明：

1. 若供应商为事业单位或其他组织或分支机构（仅当招标文件注明允许分支机构投标的），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》（实质性格式）。
3. 供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

附：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）有效期内的身份证正反面复印件或扫描件加盖公章。

--	--

投标人名称（加盖公章）：

法定代表人（单位负责人）（签字或盖章）：

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：_____ 项目名称：_____

投标人名称		
合同履行期限 (服务期)		
投标报价	小写（元）	
	大写	

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）

项目编号：_____ 项目名称：_____ 报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	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：_____ 项目名称：_____

对本项目合同条款的偏离情况（请进行勾选）： ☐ 无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可） ☐ 有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一系列明）					
序号	招标文件 条目号	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明

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：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条 目号	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

- 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“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

7 中小企业声明函（如有）

说明：

- 1) 中小企业参加政府采购活动，应当出具此格式文件。《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》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“项目名称”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。
- 3) 对于多标的的采购项目，投标人应充分、准确地了解所投产品制造企业信息。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。

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（联合体）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（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）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）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）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。

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（请进行勾选）：

☐ 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：

8 项目实施详细方案

9 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料