



国金招标
CHINA FINANCE TENDERING

北京福彩新媒体运营及推广项目

招标文件

项目编号：CFTC-BJ01-25011064

采购人：北京市福利彩票发行中心

采购代理机构：国金招标有限公司

2025 年 11 月

温馨提示：投标人投标特别注意事项

一、 请投标人特别留意招标文件上注明的投标截止和开标时间，逾期送达的投标文件，采购人或采购代理机构恕不接收。因此，请投标人适当提前到达开标会议室。**提交投标文件开始时间为投标截止时间前半小时。**

二、 投标保证金用于保护本次招标免受投标人的行为而引起的风险，为本次投标的必要组成部分，建议投标人仔细阅读招标文件中关于投标保证金的描述。以银行转账方式交纳投标保证金的，必须于**投标截止时间前到达指定账户**，以到达指定账户的时间为准。因转账当天不一定能够到达指定账户，为避免因投标保证金未到达指定账户而导致投标被拒，建议**至少提前 2 个工作日转账**。以银行保函形式交纳投标保证金的，《银行保函》复印件（加盖公章）放入投标文件的商务部分中，原件放入“投标保证金”信封中。

三、 招标文件中标有“★”的条款，投标人必须一一响应。若有一项带“★”的指标要求未响应或不满足，其投标将按无效投标处理。

四、 请正确填写《投标一览表》，如含有包组的投标项目建议分开报价，报价要求详见招标文件《投标一览表》。

五、 请仔细检查本招标文件附件的落款中关于签署、盖章的要求，写明签署、盖章，未按要求响应的投标将被拒绝。

六、 建议将投标文件按目录格式顺序编制页码。

七、 **如本项目允许分公司投标的：**分公司作为投标人的，须提供具有法人资格的总公司的营业执照副本复印件及授权书。总公司可就本项目或此类项目在一定范围或时间内出具唯一的投标授权书。法律法规或者行业另有规定的除外。

八、 **已缴纳投标保证金但决定不参加投标的潜在投标人**请于**投标截止时间前两个工作日**以书面形式通知采购代理机构，以便及时退还投标保证金。

九、 投标人请注意区分投标保证金及招标代理服务费收款账号的区别，务必将保证金按招标文件的要求存入指定的保证金专用账户（北京银行），招标代理服务费存入指定的服务费账户（民生银行）。切勿将款项转错账户，以免影响保证金缴纳、退还的时效。

（本提示内容非招标文件的组成部分，仅为善意提醒。如有不一致，以招标文件为准。）

我公司地址：北京市朝阳区东三环南路甲 52 号顺迈金钻国际商务中心 9 层 9C 国金招标，从大厦一层宁波银行与光大银行中间的旋转门进大厅。

目 录

| | | |
|-----|----------------------|----|
| 第一章 | 投标邀请 | 1 |
| 第二章 | 投标人须知 | 4 |
| 第三章 | 资格审查 | 18 |
| 第四章 | 评标程序、评标方法和评标标准 | 22 |
| 第五章 | 采购需求 | 31 |
| 第六章 | 采购合同 | 38 |
| 第七章 | 投标文件格式 | 53 |

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：11000025210200155015-XM001
2. 项目名称：北京福彩新媒体运营及推广项目
3. 项目预算金额：196 万元
4. 采购需求：

| 包号 | 标的名称 | 数量 | 简要技术需求或服务要求 |
|----|----------------|-----|----------------------------|
| / | 北京福彩新媒体运营及推广项目 | 1 项 | 北京福彩新媒体运营及推广项目, 详见招标文件第五章。 |

5. 合同履行期限：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日止。

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

是否专门面向中小企业：否

本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：其他未列明行业

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

3.2 其他特定资格要求：

- （1）单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得同时参加本项目的投标；
- （2）为本项目提供规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得参加本次投标；
- （3）未被信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单（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；
- （4）投标人须具有有效的《互联网新闻信息服务许可证》。

三、获取招标文件

1. 时间：2025 年 11 月 21 日至 2025 年 12 月 5 日，每天上午 9：00 至 12：00，下午 12：00 至 17：00（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：投标人使用 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 12 月 19 日 9 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市朝阳区东三环南路甲 52 号顺迈金钻国际商务中心 9 层 9C 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：

《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）

《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）

《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）

《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号）

《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）

《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19 号）；

《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）；

《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119 号文）；

2. 本项目注意事项：

本项目采用电子化与线下流程结合采购方式（线上获取电子招标文件，线下递交纸质投标文件），请投标人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（投标人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

投标人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

投标人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 驱动下载

投标人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。

2.4 获取电子招标文件

投标人使用 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。

3. 公告发布媒体：中国政府采购网、北京市政府采购网。

4. 项目编号：CFTC-BJ01-25011064（编制投标文件时使用此编号）

5. 关于本项目如有澄清或更正，请关注下载招标文件时投标单位所填写的邮箱。

6. 评分方法和标准：综合评分法。

7. 投标人须于开标当日的投标截止时间前递交投标文件。

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：北京市福利彩票发行中心

地址：北京市西城区西直门外南路 4 号

联系方式：李老师 010-62037228

2. 采购代理机构信息

名称：国金招标有限公司

地址：北京市朝阳区东三环南路甲 52 号顺迈金钻国际商务中心 9 层 9C

联系人：刘晓红、杨振豪、王涵、孙涛、王树凡、刘思雨、王佳乐、张含勇

电话：010-53681306/1309、010-52188100、010-52133055

电子邮箱：gjzbyxgs@126.com

3. 项目联系方式

联系人：刘晓红、杨振豪、王涵

电话：010-53681306/1309、010-52188100、010-52133055

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/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 9 点 30 分（北京时间） 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：/ | | | | | | |
| 5.2.5 | 标的所属行业 | <p>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：</p> <table border="1"> <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> <tr> <td>/</td><td>北京福彩新媒体运营及推广项目</td><td>其他未列明行业</td></tr> </table> <p>根据工信部联企业〔2011〕300 号中小企业划型标准规定： 其他未列明行业。</p> <p>从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。</p> | 包号 | 标的名称 | 中小企业划分标准所属行业 | / | 北京福彩新媒体运营及推广项目 | 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 | | | | | | |
| / | 北京福彩新媒体运营及推广项目 | 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 ■有，具体情形： 报价合理性：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</p> | | | | | | |

| 条款号 | 条目 | 内容 |
|--------|-----------|--|
| | | 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 。 |
| 12.1 | 投标保证金 | <p>投标保证金金额：</p> <p>1、金额：38000 元；</p> <p>2、投标保证金形式：<u>支票、汇票、本票、网上银行支付、金融机构或担保机构出具的保函等非现金形式</u></p> <p>投标保证金提交截止时间：<u>投标人应在投标截止时间前按招标文件规定的金额、形式等，将投标保证金交到国金招标有限公司（采用电汇或网上银行支付的，须在投标截止时间前到账）</u></p> <p>投标保证金银行账号：</p> <p>公司名称：国金招标有限公司</p> <p>账 号：20000034139900038022284</p> <p>开 户 行：北京银行九龙山支行营业部</p> <p>行 号：313100000232</p> <p>如电汇，请务必在银行进账单附言事由中注明“福彩新媒体运营及推广”，如未填写将影响保证金核查，可能导致的后果由投标人自负。</p> <p>3、递交时间：请各投标人于投标时间截止前递交有效的投标保证金，保证金到账时间以银行确认的实际到账时间为准。</p> <p>4、除法律规定外，投标保证金需按照下列规定递交，否则视为无效：</p> <p>4.1 在投标时间截止前向保证金收取账户一次足额缴纳。</p> <p>4.2 投标人提交的保证金应以本单位的名义转出，账户名称应与获取招标文件时的单位名称一致，不得以分支机构等其他名义提交。</p> <p>4.3 投标人提交的保证金仅限当次采购项目（包）有效，不得重复替代使用。如有多个标包的采购项目，投标人应按所投标包分别提交投标保证金。</p> |
| 12.7.2 | | <p>投标保证金可以不予退还的其他情形：</p> <p><input type="checkbox"/>无</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>有，具体情形：</p> <p>（1）在投标有效期内，供应商擅自撤销投标的；</p> <p>（2）中标人不按规定与采购人签订合同的；</p> <p>（3）中标人不按规定提交履约保证金的；</p> <p>（4）中标人擅自放弃中标的。</p> |
| 13.1 | 投标有效期 | 自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。 |
| 14.1 | 投标文件数量及要求 | <p>1、投标文件是否需要分册：无具体要求，建议双面打印。</p> <p>2、投标文件数量及要求：</p> |

| 条款号 | 条目 | 内容 |
|--------|-------|--|
| | | <p>2.1 数量：正本 1 份、副本 5 份、电子版投标文件 1 份、开标一览表 1 份、投标保证金缴纳凭证复印件 1 份。</p> <p>2.2 要求：投标文件的正本与副本应分别装订。投标文件的副本可采用正本的复印件。每份投标文件清楚地标明“正本”、“副本”、“电子版”、“开标一览表”、“投标保证金缴纳凭证”。若正本和副本不一致，以正本为准。</p> <p>2.3 电子版格式要求：Word 文档版本和签字盖章后 PDF 扫描版；提交方式：U 盘。</p> <p>（电子版本内容与纸质版内容保持一致，如内容不一致，造成的不良后果，由投标人自行承担。）</p> |
| 22.1 | 确定中标人 | <p>采购人是否委托评标委员会确定中标人：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>否</p> <p><input type="checkbox"/>是</p> <p>中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人</p> <p><input type="checkbox"/>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><input checked="" type="checkbox"/>不允许</p> <p><input type="checkbox"/>允许，具体要求：/</p> |
| 26.1.1 | 询问 | 询问送达形式： <u>纸质版形式送达</u> 。 |
| 26.3 | 联系方式 | <p>接收询问和质疑的联系方式</p> <p>联系部门：<u>国金招标有限公司</u></p> <p>联系电话：010-53681306/1309、010-52188100、010-52133055</p> <p>通讯地址：<u>北京市朝阳区东三环南路甲 52 号顺迈金钻国际商务中心 9 层 9C。</u></p> |
| 27 | 代理费 | <p>收费对象：</p> <p><input type="checkbox"/>采购人</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>中标人</p> <p>收费标准：<u>服务费收取标准参照【计价格[2002]1980 号】文件以中标金额为基数计取。</u></p> <p>缴纳时间：<u>中标人应在领取中标通知书时向采购代理机构交纳服务费；</u></p> <p>缴纳方式：<u>电汇形式缴纳。</u></p> <p>采用电汇方式提交中标服务费时的账户信息如下（与投标保证金账号不同，切勿转错）：</p> <p>招标服务费银行账号：</p> |

| 条款号 | 条目 | 内容 |
|-----|--------|---|
| | | 收款单位：国金招标有限公司 开 户 行：中国民生银行北京劲松支行 银行账号：170149276 |
| | 其他注意事项 | <p>投标时，投标人代表（仅限法定代表人或被授权人）需携带有效身份证件原件，并于开标时间前到达开标现场。</p> <p>1、招标文件获取后不得转让，否则视为无效投标。</p> <p>2、未在北京市政府采购电子交易平台获取本项目招标文件的视为无效投标。</p> <p>在招标采购中，出现下列情况之一的，应予废标：</p> <p>1、符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足三家的；</p> <p>2、出现影响采购公正的违法、违规行为的；</p> <p>3、投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；</p> <p>4、因重大变故，采购任务取消的。</p> <p>废标后，采购人应当将废标理由通知所有投标人。</p> <p>本项目采购合同须按政府采购有关规定在相关网站进行信息公开。</p> <p>单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动；</p> <p>为本包提供规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得参加本次投标。</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：

2.2.1.1 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。关于中小企业的相关规定依据《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）5.2.1.1、《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。

2.2.1.2 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《中华人民共和国民法典》订立劳动合同的从业人员。

2.2.1.3 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。

2.2.1.4 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

7 招标文件构成

7.1 招标所需的有关服务的内容、详细技术需求、投标须知和合同条件等在招标文件中均有说明。

7.2 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

- 7.3 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，并对招标文件作出实质性响应，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开投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 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。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。
- 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。
- 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报价。
- 11.2 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，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以下内容，《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本项目的全部相关服务费用。
- 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，并作为其投标文件的一部分。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。
- 12.2 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。
- 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**。
- 12.4 投标保证金（保函）有效期同投标有效期。
- 12.5 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。
- 12.6 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：
 - 12.6.1 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；
 - 12.6.2 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；
 - 12.6.3 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；
 - 12.6.4 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。
- 12.7 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：
 - 12.7.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；
 - 12.7.2 《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**。

13.2 采购人或采购代理机构可根据实际情况，在原投标有效期截止前，要求投标人同意延长投标文件的有效期。接受该要求的投标人将不会被要求或允许修正其投标文件内容，且本须知中有关投标保证金的要求将在延长了的有效期内继续有效。投标人也可以拒绝采购人或采购代理机构的这种要求，其投标保证金将不会被没收。上述要求和答复都应以书面形式提交。

14 投标文件的签署、盖章

14.1 投标文件数量及要求见《投标人须知资料表》。招标文件中要求投标人盖章处应为投标人公章，其他印章如投标专用章、业务专用章、合同专用章等均**无效**；招标文件中要求法定代表人或授权代表（签字或盖章）处可以为亲笔签字或签字章或人名章。

14.2 投标文件的正副本需打印后装订成不可拆解的文本，并由投标人的法定代表人（单位负责人）或经其正式授权的委托代理人在投标文件上签字或盖章并加盖公章。投标文件因未装订、未胶装等情况出现散页、丢失等所引起的后果由投标人自行承担。委托代理人须持有书面的“法定代表人授权委托书”（标准格式附后），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（单位负责人）或经其正式授权的委托代理人在修改的每一页上签字或盖章。

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自负。

四 投标文件的提交

15 投标文件的密封和标记

15.1 投标时，投标人应将投标文件正本、副本、电子版、开标一览表、投标保证金缴纳凭证分别装袋密封，且在封袋正面标明“正本”、“副本”、“电子版”、“开标一览表”、“投标保证金缴纳凭证”字样。

15.2 所有信封上均应：

15.2.1 清楚标明递交至投标邀请中规定的地址。

15.2.2 注明投标邀请中指定的项目名称、项目编号和“在（开标时间）之前不得启封”的字样。

15.2.3 在信封的封装处加盖投标人公章。

15.2.4 所有信封上还应写明投标人名称和地址，以便若其投标违规时，能原封退回。

15.3 如果投标人未按上述要求密封及加写标记，采购代理机构对投标文件的误投或过早启封概不负责。

16 投标截止时间

16.1 投标人应在投标邀请中规定的提交投标文件截止时间前，将投标文件递交至投标邀请中规定的地址。

16.2 采购人或采购代理机构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，采购代理机构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 采购人或采购代理机构将拒绝并原封退回在本须知规定的投标截止时间后收到的任何投标文件。

17 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回投标，在提交投标文件截止时间前送达至采购代理机构的，采购代理机构将予以接受。投标人在提交投标文件截止时间前，可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或采购代理机构。补充、修改的内容作为投标文件的组成部分。补充、修改的内容与投标文件不一致的，以补充、修改的内容为准。
- 17.2 投标人对投标文件的修改或撤回通知应按本须知规定编制、密封、标记和发送。
- 17.3 在投标截止时间后，投标人不得对其投标文件作任何修改。
- 17.4 从投标截止时间，投标有效期内，投标人不得撤回其投标，否则其投标保证金将按照本须知的规定不予退回。
- 17.5 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。
- 18.2 邀请所有投标人、采购人和有关方面的代表参加开标。开标时，由投标人或其推选的代表检查其投标文件的密封情况，确认无误后，由采购代理机构当众宣读投标人名称、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，并由参加开标的各投标人进行签字确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认开标一览表的，视同认可开标结果。对于投标人在投标截止时间前递交的投标声明，在开标时当场宣读，评标时有效。
- 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代表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。
- 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。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》。

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，在中国政府采购网、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。

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。

26 询问与质疑

26.1 询问

26.1.1 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。

26.1.2 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。

26.2 质疑

- 26.2.1 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。
- 26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，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。
- 26.2.3 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。
- 26.2.4 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。

26.3 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》。

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《资格性审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2 《资格性审查要求》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《资格性审查要求》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、资格性审查要求

| 序号 | 审查因素 | 审查内容 | 格式要求 |
|-----|-------------------------|--|-------------|
| 1 | 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定 | 具体规定见第一章《投标邀请》 | |
| 1-1 | 营业执照等证明文件 | 供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 供应商是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 供应商是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 供应商是自然人的，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。 | 提供证明文件的复印件 |
| 1-2 | 供应商资格声明书 | 提供了符合招标文件要求的《供应商资格声明书》。 | 格式见《响应文件格式》 |

| 序号 | 审查因素 | 审查内容 | 格式要求 |
|-------|------------------|---|------------------------|
| 1-3 | 供应商信用记录 | <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：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；</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、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，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> | 无须供应商提供，由采购人或采购代理机构查询。 |
| 1-4 | 法律、行政法规规定的其他条件 | 法律、行政法规规定的其他条件 | / |
| 2 | 落实政府采购政策需满足的资格要求 | 具体要求见第一章《投标邀请》 | |
| 2-1 | 中小企业政策 | 具体要求见第一章《投标邀请》 | |
| 2-1-1 | 中小企业证明文件 | <p>当本项目不专门面向中小企业采购，建议在《资格证明文件》中提供。</p> <p>1、供应商单独投标的，应提供《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。</p> <p>2、如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且供应商为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《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中如实填报，且满足招标文件关于预留份额的要求。</p> | 格式见《响应文件格式》 |

| 序号 | 审查因素 | 审查内容 | 格式要求 |
|-------|-----------------|--|--|
| 2-1-2 | 拟分包情况说明及分包意向协议 | 如本项目（包）要求通过分包措施预留部分采购份额面向中小企业采购、且供应商因落实政府采购政策拟进行分包的，必须提供；否则无须提供。 对于预留份额专门面向中小企业采购的项目（包），组成联合体或者接受分包合同的中小企业与联合体内其他企业、分包企业之间不得存在直接控股、管理关系。 | 格式见《响应文件格式》 |
| 2-2 | 其它落实政府采购政策的资格要求 | 如有，见第一章《投标邀请》 | / |
| 3 | 本项目的特定资格要求 | 如有，见第一章《投标邀请》 | |
| 3-1 | 本项目对于联合体的要求 | <p>1、如本项目接受联合体投标，且供应商为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为响应文件的组成部分，与响应文件其他内容同时递交。</p> <p>2、联合体各成员单位均须提供本表中序号 1-1、1-2 的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表 3-2 规定。</p> <p>3、本表序号 3-3 项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。</p> <p>4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。</p> <p>5、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。</p> <p>6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的投标无效。</p> <p>7、本项目不接受联合体投标时，供应商不得为联合体。</p> | <p>提供《联合协议》原件的复印件</p> <p>格式见《响应文件格式》</p> |

| 序号 | 审查因素 | 审查内容 | 格式要求 |
|-----|---------------|--|-------------|
| 3-2 | 政府购买服务承接主体的要求 | 如本项目属于政府购买服务，供应商不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。 | 格式见《响应文件格式》 |
| 3-3 | 其他特定资格要求 | 投标人须具有劳务派遣经营许可证或者人力资源服务许可证。 | 提供证明文件的复印件 |
| 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 |
| 5 | 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。</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> | / |

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 | 按遴选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 | 投标报价未超过遴选文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价； |
| 4 | 报价唯一性 | 响应文件未出现可选择性或可调整的报价（遴选文件另有规定的除外）； |
| 5 | 投标有效期 | 响应文件中承诺的投标有效期满足遴选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”的文件均按遴选文件要求提供且签署、盖章的； |
| 7 | ★号条款响应 | 响应文件满足遴选文件第五章《采购需求》中★号条款要求的； |
| 8 | 拟分包情况说明（如有） | 如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供； |
| 9 | 分包其他要求（如有） | 分包履行的内容、金额或者比例未超出《供应商须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《供应商须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书复印件（如有）； |
| 10 | 报价的修正（如有） | 不涉及报价修正，或响应文件报价出现前后不一致时，供应商对修正后的报价予以确认；（如有） |
| 11 | 报价合理性 | 报价合理，或供应商的报价明显低于其他通过符合性审查供应商的报价，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 | 进口产品 (如有) | 遴选文件不接受进口产品投标的内容时，供应商所投产品不含进口产品； |
| 13 | 国家有关部门对供应商的投标产品有强制性规定或要求的 | <p>国家有关部门对供应商的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），供应商的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件复印件：</p> <p>1）采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则供应商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；</p> <p>2）所投产品属于列入《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；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求）</p> <p>3）项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准。</p> |
| 14 | 符合公平竞争 | 供应商遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他供应商的竞争行为，不存在损害采购人或者其他供应商的合法权益情形的； |
| 15 | 不存在串通投标 | <p>不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为供应商串通投标的情形：（一）不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；</p> <p>（二）不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同供应商的响应文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；（五）不同供应商的响应文件相互混装；（六）不同供应商的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；</p> |
| 16 | 不存在附加条件 | 响应文件未含有采购人不能接受的附加条件的； |
| 17 | 不存在其他无效情形 | 供应商、响应文件不存在不符合法律、法规和遴选文件规定的其他无效情形。 |

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 2.4.2-2.4.6 项规定修正。
- 2.4.2 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；
- 2.4.3 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.4 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；
- 2.4.5 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。
- 2.4.6 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 / % 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。（不涉及）

■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，按照技术指标优劣顺序排列。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。
- 6 投标偏离与非实质性响应
- 6.1 对于投标文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则的描述，评标委员会可以接受，但这种接受不能妨碍或影响任何投标人的相对排序。
- 6.2 在比较与评价之前，根据本须知的规定，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。在实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部条款、条件和规格相符。对关键条款，例如关于适用法律等内容的偏离、保留和反对，将被认为是实质上的偏离。评标委员会决定投标的响应性只根据投标文件本身的内容，而不寻求外部的证据。
- 6.3 实质上没有响应招标文件要求的投标将被拒绝。投标人不得通过修正或撤销不符合要求的偏离或保留从而使其投标成为实质上响应的投标。
- 7 评标过程及保密原则
- 7.1 开标后，直到采购人与中标人签署合同为止，本次招标各方有关人员对属于审查、澄清、评价和比较投标的有关资料以及授标意向等，均不得向投标人或其他无关的人员透露。
- 7.2 在评标期间，投标人试图影响采购代理机构和评标委员会的任何活动，将导致其投标被拒绝，并承担相应的法律责任。

二、评标标准

| 评审因素 | 评审要素 | 评分标准 |
|---------------|------------------|---|
| 报价部分 (10分) | 报价 (10分) | 符合招标文件要求的最低投标报价为评标基准价，其价格分为满分10分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 报价得分=（评标基准价/投标报价）×10%×100 |
| 商务部分 (10分) | 类似综合性业绩 (10分) | 近三年（2022年11月1日起至投标文件递交截止日）与本项目相似的综合性经验业绩，每提供一份有效业绩（需提供合同复印件并加盖公章）得2分，本项最高得10分。 注：合同复印件包含但不限于合同首页、金额页、合同盖单位章页 |
| 技术部分 (80分) | 项目需求理解 (10分) | 综合考虑投标人针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景、服务理念、服务核心、项目重难点等。 项目分析针对性突出、对项目背景理解透彻、服务理念及核心明确、对宣传领域理解透彻且运用娴熟、熟悉福彩市场、完全掌握福彩行业体系的核心定义与基本规则、对项目重难点分析全面到位，得10分； 项目分析针对性强、对项目背景理解深入、服务理念及核心清晰、对宣传领域理解较透彻、运用较娴熟、基本熟悉福彩市场、深入理解福彩行业体系的价值与合规要求、对项目重难点分析较全面，得7分； 项目分析针对性较强、对项目背景具有一定的理解、服务理念及核心较清晰、对宣传领域理解及运用可提供一定的支持、福彩市场了解一般、对福彩行业体系的价值与合规要求了解较全面、对项目重难点分析一般，得4分； 项目分析针对性较差、对项目背景理解较少、服务理念及核心模糊、对宣传领域理解较少、运用单一、对福彩市场了解有偏差、对福彩行业价值体系的与合规要求理解片面、对项目重难点分析较差，得2分； 项目分析不具备针对性、对项目背景理解缺失、未提供服务理念及核心、对宣传领域理解较差且运用困难、欠缺对福彩市场的了解、对福彩行业体系的价值与合规要求无理解、对项目重难点分析缺失，得1分； 未提供本方案，得0分。 |
| | 制作方案 (13分) | 制作方案完整度高，视频图像素材内容丰富、完全契合福彩服务核心，技术手段丰富，完全满足采购需求，画面/音效/剪辑无明显瑕疵，保障措施高效率高质量且科学合理，制作审核、剪辑修改流程严谨高效，得13分； 制作方案基本完整，视频图像素材内容基本完整、福彩服务核心契合度较强，有基本的技术手段，基本满足采购需求，画面清晰，音效无杂音，剪辑基本流畅，但存在少量瑕疵，保障措施基本科学、合理，制作审核、剪辑修改流程基本严谨，得10分； 制作方案完整，视频图像素材内容单一、福彩服务核心有契合度，技术手段单一，能满足采购需求，画面清晰，音效有杂音，剪辑欠缺，保障措施科学合理，制作审核、剪辑修改流程有欠缺得7分； |
| | 拍摄方案 (27分) | 制作方案完整度较差，视频图像素材内容较差、福彩服务核心契合度较差，技术手段欠缺，画面模糊，音效嘈杂，剪辑混乱，保障措施科学性、合理性有欠缺，制作审核、剪辑修改流程有欠缺，满足采购需求有难度，得4分； 制作方案完整度差，视频图像素材内容欠缺、未契合福彩服务核心，技术手段无法完全满足采购需求，画面抖动严重，声音失真，剪辑逻辑混乱，保障措施不合理性，制作审核、剪辑修改流程缺失，得1分； 未提供本方案，得0分。 |
| | 创意方案 (14分) | 视觉风格极具创意，画面表现力强，能形成记忆点。创意精准击中目标受众痛点/兴趣点，能引发强烈情感共鸣，具备传播潜力，创意完全可落地，无执行障碍，得14分； 视觉风格有特色，构图/色彩设计合理，画面美感与创意兼具。能引起目标受众好感，情感共鸣较明显，易于接受和认同。创意基本可落地，基本无执行障碍，得10分； |

| | | |
|--|-----------------------------|---|
| | | <p>视觉风格常规，有少量创意元素，但整体缺乏亮点。基本符合受众期待，有一定吸引力，但共鸣较弱。创意部分可落地，执行存在一定风险，得7分；</p> <p>视觉表达平淡，无明显创意设计，画面单调。与受众需求脱节，吸引力不足，难以引发关注。创意落地难度大，可行性低，得4分；</p> <p>视觉呈现粗糙，存在逻辑或美学错误。引发受众负面情绪（如反感、困惑）。完全不可行，与现有资源/技术条件冲突，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |
| | <p>广告设计方案 (10分)</p> | <p>方案完整度高，完全契合项目主题，策划新颖独特、手法多样、主题内容鲜明，设计极具美感，色彩、排版、元素搭配专业且富有冲击力，完全满足采购需求，得10分；</p> <p>方案基本完整，项目主题契合度较强，策划新颖、手法丰富、主题内容鲜明，设计美观协调，视觉元素运用合理，基本满足采购需求，得7分；</p> <p>方案完整，项目主题契合度较弱，策划有一定的新颖性、手法一般、主题内容简单，设计简单，视觉效果简单，能满足采购需求，得4分；</p> <p>方案完整度欠缺，未契合项目主题，策划欠缺新颖性、手法缺失、主题内容偏失，设计粗糙，色彩或排版存在明显不协调，无法完全满足采购需求，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |
| | <p>舆情监管措施 (8分)</p> | <p>舆情监测迅速、数据准确，制度完善，有专职团队专业、分工清晰，关键环节处理及时，舆情处理措施及时，详细完善，响应迅速及时，得8分；</p> <p>舆情监测及时、数据基本准确，制度基本完善，专职团队基本专业、有明确分工，关键环节无卡顿，舆情处理措施详细完善、基本及时，响应时效性及时，得6分；</p> <p>舆情监测迟缓、数据完整，有基础制度，有专职人员但分工模糊，但不影响整体进度，舆情处理措施详细完善但不及时，响应时效性迟缓，得4分；</p> <p>舆情监测滞后、数据欠缺，制度不健全、仅有简单预案，无专职人员，无明确分工或流程，关键环节出现停滞，舆情处理措施有欠缺，响应时效性滞后，得2分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |
| | <p>微信 订阅号 (12分)</p> | <p>运营与 维护 (7分)</p> <p>方案完整度高，定位准确，内容架构合理，运营手段丰富，运维过程安全可靠，板块设置合理适用，内容创作力强，得7分；</p> <p>方案完整度较高，定位较为准确，内容架构较为合理，运营手段较丰富，运维过程较安全可靠，板块设置较合理适用，内容创作力较强，得5分；</p> <p>方案完整度略有欠缺，定位不够准确，内容构架一般，运营手段较通用，运维过程安全性可靠性略有欠缺，板块设置合理适用性一般，内容创作力不够新颖，得3分；</p> <p>方案完整度较差，定位不准确，内容架构较差，运营手段较差，运维过程安全性可靠性有缺失，板块设置合理适用性较差，内容创作力较差，得1分；</p> <p>未提供任何方案，得0分；</p> <p>技术 服务 (5分)</p> <p>对微信订阅号实施各环节、各阶段均有质量监控把关的健全措施，建立专线连接，完全保障数据安全同步至服务器，硬件设备的配置、开发系统功能完全满足需求，得5分；</p> <p>对微信订阅号实施各环节、各阶段质量监控把关的措施完整，建立专线连接，基本保障数据安全同步至服务器，硬件设备的配置、开发系统功能基本满足需求，得3分；</p> <p>对微信订阅号实施各环节、各阶段质量监控把关的措施有明显缺陷，有专线连接，能保障数据安全同步至服务器，硬件设备的配置、开发系统功能满足部分需求，得2分；</p> <p>对微信订阅号实施各环节、各阶段质量监控把关的措施严重缺陷，无专线连接，无法保障数据安全同步至服务器，硬件设备的配置、开发系统功能不能满足需求，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |

| | | | |
|--|----------------|----------------|--|
| | 抖音账号运营 (5分) | | <p>方案完整度高，定位准确，架构搭建合理，运营手段丰富，发布内容创作力强，完全满足采购需求，覆盖率高，得5分；</p> <p>方案完整度较高，定位较准确，架构搭建较合理，运营手段较丰富，发布内容创作力较强，基本满足采购需求，覆盖率高，得3分；</p> <p>方案完整度较差，定位不准确，架构搭建不合理，运营手段较差，发布内容创作力较差，部分满足采购需求，覆盖率较差，得1分；</p> <p>未提供任何方案，得0分；</p> |
| | 团队方案 (5分) | 人员配置 (3分) | <p>根据投标人拟投入项目组人员配备情况，服务团队人员具有专业策划、文案、采编、设计、拍摄、制作等工作人员配置情况进行打分：</p> <p>服务团队安排合理、充分体现专业性、数量充裕、人员结构稳定、经验丰富，得3分；</p> <p>服务团队安排具有一定的合理性、专业性较强、数量及人员结构固定、具有一定的相关工作经验，得2分；</p> <p>服务团队合理性较差或缺失、不具有专业性、人员结构流动性较大、无相关工作经验，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> <p>注：投标人须提供项目团队（含项目负责人）情况一览表、人员工作简历、相关资格证书作为证明材料，否则不得分。</p> |
| | | 沟通协调方案 (2分) | <p>综合考虑投标人提供的沟通协调方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、协调预案完备、涉及因素广阔、具有完善系统的沟通协调能力、服务礼仪规范，完全满足采购需求，得2分；</p> <p>方案完整度较高、协调预案全面、涉及因素广泛、具有较全面的沟通协调能力，完全满足采购需求，得1.5分；</p> <p>方案完整度差、协调预案缺失、涉及因素单一、不具备沟通能力、服务礼仪规范性缺失，无法完全满足采购需求，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |
| | 进度控制 (3分) | | <p>投标人能够确保本项目按照要求的时间进度进行，并采取相应的进度控制措施。</p> <p>根据项目需要，工作进度严谨科学，切实满足采购人需求，进度控制措施内容全面、可执行性强，得3分；</p> <p>进度计划合理，满足采购人需求，进度控制措施简单但具有可执行性，得2分；</p> <p>进度计划不合理，或无法满足采购人需求，或进度控制措施缺乏可执行性，得1分；</p> <p>未提供本方案，得0分。</p> |

注：政府采购政策

（1）中小企业（含中型、小型、微型企业，下同）应当同时符合中小企业划分标准。本项目不专门面向中小企业。

（2）小微企业选取标准根据工信部等部委发布的《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）和《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号）以及《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）进行划分，符合相关条件的小微型企业，应根据招标文件格式要求提供《中小企业声明函》

（3）监狱企业视同小型、微型企业，监狱企业应当提供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。

（4）残疾人福利性单位视同小型、微型企业，残疾人福利性单位应根据财库〔2017〕141 号提供证明文件。

第五章 采购需求

一、采购标的

1. 采购标的（服务需求一览表或简要服务内容及数量）

| 包号 | 标的名称 | 简要服务内容 | 数量 |
|----|----------------|----------------|-----|
| / | 北京福彩新媒体运营及推广项目 | 北京福彩新媒体运营及推广项目 | 1 项 |

2. 项目背景/项目概述

该项目旨在通过合规化、专业化的新媒体运营与推广行动，构建福利彩票（以下简称“福彩”）正面品牌形象，传递福彩核心价值，扩大品牌影响力与社会认知度。项目开展需严格恪守《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》及《中华人民共和国广告法》等相关法律法规要求，全面落实合法性、真实性、适度性、公益性基本原则。

3. 需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范

无

二、商务要求

交付(实施)的时间(期限)：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日止。

交付(实施)的地点（范围）：采购人指定地点

三、技术要求

（一）、福彩公益宣传片及短视频制作

以福彩核心信息为导向，精准采集品牌形象类、营销派奖类、政策规定类、市场热点类等素材；针对不同传播场景，分别打造福彩公益宣传片、游戏营销短片、网点快讯视频、信息热点解读片、知识科普动画（含实拍与 MG 形式），实现内容与形式的精准匹配，提升福彩传播效能。

以大众喜爱的多元形式为载体，打造多系列视频精品内容。其中，公益宣传片需确保逻辑严谨、叙事完整、形式新颖，内容全面覆盖购彩者、销售员、公益金受益人群及普通市民四大群体，深度传递福彩公益价值；游戏营销短视频需精准呈现派奖核心信息，清晰诠释福彩购彩理念与游戏设计原则，贴合派奖游戏主要购彩人群需求，以独特福彩元素、浓厚游戏氛围及大众认可的娱乐性，增强内容吸引力；网点快讯、信息热点及知识科普类短视频，则需生动鲜活地聚焦主题核心，在保证真实性、准确性与时效性的基础上融入创新表达，同时兼顾内容扩展性与表述风格延续性，形成统一且多元的传播质感。

1 分钟及以上短视频类和 2 分钟栏目类视频内容制作与交付规范：

1.1 分钟及以上短视频类要求

数量与时长标准：需完成短视频制作不少于 10 部，单部视频时长不得低于 1 分钟，要求如下：

（1）实景视频拍摄制作技术要求

画面呈现标准：公益宣传片画面构图、视觉质感及影调风格，需达到接近电影级别的专业呈现效果，确保画面兼具艺术性与传播性。

拍摄技术要求：拍摄素材分辨率需满足 4K 及以上专业标准（即分辨率不低于 3840×2160 像素）；拍摄完成后，需对原始素材进行封存，并按约定交付至采购人。

后期制作规范：后期剪辑需遵循标准化流程，采用通用故事版进行嵌套与回批操作，保障剪辑逻辑的连贯性与可追溯性；调色环节需结合视频核心主题与场景气氛进行专业适配，通过色彩调校最大化呈现视频视觉效果，确保整体风格统一且符合公益宣传的调性要求。

视频成片要求：达到 4K 及以上专业标准（即分辨率不低于 3840×2160 像素）；视频格式为 MOV/MP4；帧速率 25 帧；编码 H.264；不小于 2500kbps；音频采用 AAC；48000Hz；不小于 320kbps。

（2）MG 动画制作要求：

制作要求：MG 动画需具备清晰的叙事逻辑与信息传递脉络，视觉设计需符合大众主流审美取向，动画转场流畅自然，确保画面序列衔接连贯，无卡顿或逻辑断层问题，保障受众观看体验与信息接收效率。

包装设计规范：包装元素需深度贴合宣传核心主题，精准融入福彩相关视觉符号（如品牌标识等）；严禁套用现有模板，所有包装内容须为本次项目专属定制，确保视觉唯一性与主题契合度。

2.2 分钟栏目类视频制作要求

基础制作标准：需完成栏目类视频制作不少于 15 部，单部视频时长统一为 2 分钟；拍摄环节需采用专业设备采集高质量素材，素材及成片分辨率不得低于 1920×1080 （全高清）标准，保障画面清晰度与细节呈现效果；视频格式为 MOV/MP4。

栏目包装规范：需为栏目定制一套独立完整的视觉包装体系，包含但不限于片头、片尾、人名条、角标、滚动信息条、字幕条等元素；其中片头部分需基于栏目定位进行全新原创设计。

所有视频正式拍摄前，需向采购人提交完整的策划文案与分镜脚本；其中实景类公益宣传片，还需额外提供详细的制作周期表。最终交付的视频文件需采用便于传播与拷贝的通用格式（如 MP4、MOV 等），并具备格式适配能力——可根据采购人需求，及时转换为符合微信公众号、抖音客户端

等主流自媒体平台发布要求的格式，确保多渠道传播兼容性。投标人需建立高效的视频修改响应机制，确保能及时响应采购人提出的调整需求；同时，制作过程中需采用行业内必需、最新且有效的技术表现手法（如动态图形、特效合成等），保障视频制作质量与视觉呈现效果达到行业专业水准。

（二）、平面广告制作

宣传海报方面，要紧扣福彩特点与市场需求，配合福利彩票公益属性、责任彩票、游戏宣传及市场动态，设计制作不少于 20 张；游戏开奖宣传方面，制作双色球、快乐 8 游戏和福彩 3D 游戏奖池模板，数量不少于 5 张；配合微信公众号及抖音号平台特性，制作 3 张长图与 3 张 H5 页面。制作要求如下：

1. 公益宣传片配套海报制作要求：专职摄影师单独拍摄平面素材，技术标准需高清素材拍摄，拍摄后进行优化构图、去除瑕疵等精修操作，增强画面的视觉吸引力，让海报更具传播价值，精准传递福彩的公益理念。

2. 其他宣传海报要求：需深度契合福彩理念和政策，紧扣北京福彩业务工作，策划多系列主题海报；根据不同主题选择合适色调，通过色彩与图像的巧妙组合，打造出富有吸引力的视觉效果；海报需用最简洁的语言与图像传达核心信息，突出主题；在文字表述上，避免冗长复杂的语句，字体应醒目突出，突出重点内容，严格把控内容的真实性与适度性；通过图像与文字的相互呼应，强化主题表达。

3. 海报均需具备高度的格式兼容性，以满足采购人多样化的发布需求，包括但不限于 JPG、PSD 及四色源文件等，符合采购人海报发布平台要求。

4. 长图及 H5 制作要求：使用自主原创素材，赋予长图独特的个性与创意，设计规范，符合微信长图格式（一般宽度为 900 像素，高度根据内容而定）；H5 页面在设计规范上，注重页面的简洁性与美观性。

（三）、抖音账号运营

1. 按照采购人要求及其目标受众特点，制定完整合理、实际可行的运营方案，包括但不限于架构搭建、拍摄制作及运营手段等内容，塑造福利彩票专属品牌风格，强化账号辨识度与用户记忆点。

2. 发布次数。合同签订之日起，按照采购人要求，按时完成日常双色球游戏、快乐 8 游戏、福彩 3D 游戏、七乐彩游戏开奖视频和奖池视频（除福彩 3D 游戏）的制作与发布，确保信息递的及时性与准确性。除开奖视频和奖池视频外，合同期内，需完成不少于 40 条的内容发布，其中原创视频 10 条，需结合福彩品牌特性与用户需求自主策划，突出内容独特性与价值性；二次剪辑加工类视频

15 条，基于合规素材进行创意重构，需保证剪辑逻辑清晰、风格统一，避免侵权风险；其他制作类及转发内容 15 条，含定制化制作内容及符合平台规则的转发内容，转发内容需提前完成版权审核，确保合规性。

3. 创作方向及技术规格。根据网络受众观看习惯、喜好特点及抖音平台风格创作不同主题系列内容，如围绕福利彩票发行宗旨、公益属性、市场动态、游戏玩法等核心维度进行策划，主题清晰，富有创意，风格诙谐幽默轻松愉快，且积极向上、寓教于乐。短视频技术规格需满足相关要求，即分辨率：1920×1080（1080P），帧率不低于 25 帧/秒，视频码流不低于 150mbps。

4. 确保抖音号运营水平，强化用户对福利彩票的认知，提升用户粘性和关注度，服务期间保证用户关注数有所增长。

（四）、微信订阅号运营与维护

保障“北京福利彩票”微信公众号运行过程的安全性、稳定性与功能性；明确账号定位，发挥服务属性和实用价值，并有效提升账号用户关注数量。

1. 微信订阅号运营内容

（1）整体运营管理：负责微信订阅号的日常运营，包括账号定位、运营规划、内容提质，功能服务化优及宣传形式创新。涵盖日常维护及保障、应用系统开发、技术运维实施及营销活动工作支持等工作。

（2）内容生产与发布：负责微信订阅号的日常内容编辑、审核及发布，每个工作日推送 1 次，每次发布不少于 3 篇内容。合作期内，依据采购人提供的选题及相关资料，策划并传播公益理念和责任彩票相关内容，组织实地采访并发布相关市场动态、业务资讯等（如销售站风采展示等），结合新媒体传播规律，对内容进行形式创新及适应性改编，策划不少于 35 篇具有专业性、可读性强、视角独特的微信推文，避免内容同质化，所有内容须经采购人审核后发布。

（3）菜单栏设置：微信订阅号须设置不少于三个一级菜单，内容应涵盖新闻公告、开奖信息、购彩者服务等核心板块。

（4）提升微信订阅号内容发布质量，丰富传播形式，强化宣传效果，服务期间保证用户关注数有所增长。

2. 微信订阅号技术服务内容

采购人提供服务器用于数据存储，投标人需负责申请并建立专线连接，保障数据安全同步至服务器。投标人承担系统运维及其他确保系统正常运行所需的硬件设备的配置与维护，监控服务器运

行指标，设定安全阈值和并记录用户访问日志，确保系统稳定运行；同时，提供正常运营所需的基础网络建设支持（包括网络设备、专线申请及专线费用等）；负责完成相关技术开发及运维工作；投标人需根据采购人需求，负责公众号认证、年审及相关费用。

投标人需与采购人的上一服务期服务商进行系统功能对接，延续现有前后端功能使用，或按采购人需求重新开发，确保合同签订之日起系统可正常使用，无缝切换。具体功能包括但不限于：

（1）开奖公告功能：实现采购人在售游戏开奖信息及北京地区中奖结果等信息发布，具备彩种扩展及二次优化能力。

（2）奖金计算器功能：依据采购人在售游戏规则，实现根据提供投注号码数量及中出号码数量，计算投注金额及中奖金额功能；实现通过输入投注号码显示是否中奖及中奖金额。

（3）销售站设立申请功能：支持用户信息在线填报提交及后台查询、导出等。

（4）附近站点查询功能：提供附近销售站地理位置查询及导航服务。

（5）新闻发布功能：一套完整的新闻发布系统，支持富文本信息发布。具备富文本编辑与发布能力的新闻管理后台。

（6）系统兼容性：支持嵌入 H5 页面、小程序等多种前端形态。

（7）定制开发服务：根据采购人需求，开发市场服务类新功能或小程序等。

服务期满前，投标人应按照采购人要求移交全部系统数据、软件所有权（源码和部署手册），并协助采购人完成与下一服务期限内的服务商交接工作，保证采购人后续正常使用。

（五）、责任彩票宣传推广

向社会公众全面详实展示北京福彩 2025 年度责任彩票工作实践和成效，传递责任彩票价值观，提升北京地区福彩品牌影响力和社会公信力。

以采购人提供的《中国福利彩票社会责任标准规范》《中国企业社会责任报告编写指南》《中国福利彩票责任彩票报告评价指南》等标准，完成北京福彩责任彩票报告呈现工作。

1. 根据采购人提供的资料，完成责任彩票报告的框架梳理、调研访谈、大纲拟定、资料素材提炼编辑、版式设计、成稿制作和成品印刷等工作，最终形成《北京市福利彩票责任彩票报告(2025 年)》（中文简体版）。

2. 内容要求主旨鲜明、内容全面详实、彰显北京福彩特色，不少于 60 页。

（1）须涵盖重点工作及责任彰显。全面反映福利彩票的宗旨、理念、文化；相关介绍及组织治理、发行销售责任、非理性购彩行为预防与干预、员工与零售商、政府、公众、行业、环境等，具

体参照《中国福利彩票责任彩票报告评价指南》。

(2) 保证兼顾过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性、创新性七个维度。须与北京福彩中心相关部门、员工等开展调研访谈并对调研收集到的素材进行梳理，调研方式为定性及定量调研相结合。熟悉责任彩票工作，能够有效快速提供资料清单，整理提报材料，分析会议讲话、部门总结等材料，依照彩票行业责任彩票报告内容进行关键素材整理。

(3) 确定框架，框架架构须清晰新颖、亮点突出。

(4) 提供完整的文字版：依据确定的大纲内容进行制作，对采购人提供的内容进行总结梳理、提炼精简、排版设计等二次创作及润色，形成完整的文字版本。

(5) 须具有较强的可读性和创新性。结构清晰、条理清楚；语言流畅、通俗易懂；通过图表等形式使表达更加直观，同时在内容或形式上有一定创新。

(6) 涵盖实质性议题分析与界定过程，提升实质性；涵盖关键绩效表，披露非理性购彩防治、员工培训绩效等相关指标，提升完整性；涵盖连续三年的关键数据信息的披露，提升可比性；涵盖“舆情预警处置”“投诉处理”等负面指标披露的同时，兼顾负面信息的详细描述，提升平衡性；

(7) 提供设计版（PDF 版）并印制 100 本宣传发放；提供精简版文字版，并制作 H5 版；提供年度省级责任彩票报告综合评估支撑材料。

（六）、舆情监测

投标人提供7*24小时全媒体舆情监测服务，包括但不限于信息数据采集、筛选分析、突发舆情预警与实时报送，并提供舆情监测日报、月报（节假日不间断）。针对突发舆情，须第一时间通报采购人，提供应对解决方案并进行处置，配合处理，包括但不限于协助根据采购人起草公告、研判舆情动向等，并提供实时报告及简报。如遇重大舆情，应根据需要启动滚动监测报告服务，定时报送阶段性进展。同时，须提供彩票行业重大舆情与政策变动的研判专报。按采购人需求提供其他研究报告等。

舆情监测工作须安排专人对接，保障舆情信息及事项处理的即时性和专业度。

（七）、工作成果提交期限

1.1分钟及以上短视频（公益宣传、游戏营销、网点快讯、信息热点、知识科普等，含实拍及MG动画）：投标人须在收到采购人制作需求后3个工作日内提供设计方案及脚本；采购人提出修改意见后，经双方确认，投标人应于2个工作日内完成修改并提交，视频不限制修改次数。自脚本确认之日起，单个成品视频拍摄及制作周期不超过20个自然日。

2. 2分钟栏目类视频（公益宣传、游戏营销、网点快讯、信息热点、知识科普等，含实拍及MG动画）：投标人须在采购人通知后3个自然日内完成成品的拍摄和制作，期间不限制视频修改次数。

3. 宣传海报、奖池海报、长图及H5页面：投标人须在收到制作需求后3个工作日内提供设计及拍摄方案；采购人提出修改意见后，经双方确认，投标人应于2个工作日内完成修改。方案确认后，单个海报类作品的拍摄及制作周期不超过7个自然日。如遇有特色专题或特殊任务，须按采购人要求在6小时内完成海报设计。

4. 抖音原创短视频：投标人须先提交拍摄创意，经采购人确认后，于2个工作日内提交拍摄脚本。脚本确定后，全部拍摄和制作工作须在3个自然日内完成。

5. 微信公众号运营及维护：投标人须负责每日微信订阅号内容推送，推送内容应于当天上午10点前提交采购人审核，经确认后方可发布。如遇市场动态、专题报道及特殊事件，须按采购人要求于6小时内完成基础内容编辑。

6. 责任彩票工作成果分阶段完成提交：2026年4月15日前完成完整的文字版、2026年5月20日前完成设计PDF版、2026年6月5日前完成精简文字版、2026年6月20日前制作完成H5版、2026年7月10日前提交各项内容的电子版和源文件、以及设计PDF版的纸质印刷100本。

7. 舆情监测：投标人应于当天上午11点前提交前一天舆情监测日报，当月10日前提供上个月舆情监测月报。

（八）、版权要求

本项目产生的所有视频、图像、设计稿等成果的完整版权均归采购人所有。项目内容中涉及的人物肖像、影音素材等均不得侵犯第三方合法权益，若出现纠纷由投标人承担全部责任，与采购人无关。投标人应确保内容创作的合规性和原创性。

（九）、项目验收及付款要求

按合同约定。

（十）、服务期限

2026年1月1日至2026年12月31日止。

（十一）、其他

投标人需提供项目理解、福彩公益宣传片及短视频制作方案、平面广告制作方案、抖音账号运营、微信订阅号运营与维护、技术服务、实施团队、质量保障、舆情监测等方案。

第六章 采购合同

北京福彩 2026 年新媒体运营及推广 项目合同

甲方：

地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

电子邮箱：

乙方：

地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

电子邮箱：

甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》等法律、法规的相关规定，就北京福彩新媒体运营及推广项目的中标结果，确定乙方为中标供应商。经友好协商，本着平等互利的原则，签订本合同，双方遵照执行。

第一条 合同文件

下列文件构成合同的组成部分，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：

（一）合同条款

（二）中标通知书

（三）补充协议/甲、乙双方商定并经共同确认的修改文件及此后达成的其他附件

（四）投标文件（含澄清文件）

（五）招标文件（含招标文件补充通知）

第二条 服务内容

北京福彩新媒体运营及推广项目，旨在通过合规化、专业化的新媒体运营与推广行动，构建福利彩票（以下简称“福彩”）正面品牌形象，传递福彩核心价值，扩大品牌影响力与社会认知度。项目开展需严格恪守《彩票管理条例》《彩票管理条例实施细则》及《中华人民共和国广告法》等相关法律法规要求，全面落实合法性、真实性、适度性、公益性基本原则。

（一）福彩公益宣传片及短视频制作

以福彩核心信息为导向，精准采集品牌形象类、营销派奖类、政策规定类、市场热点类等素材；针对不同传播场景，分别打造福彩公益宣传片、游戏营销短片、网点快讯视频、信息热点解读片、知识科普动画（含实拍与MG形式），实现内容与形式的精准匹配，提升福彩传播效能。

以大众喜爱的多元形式为载体，打造多系列视频精品内容。其中，公益宣传片需确保逻辑严谨、叙事完整、形式新颖，内容全面覆盖购彩者、销售员、公益金受益人群及普通市民四大群体，深度传递福彩公益价值；游戏营销短视频需精准呈现派奖核心信息，清晰诠释福彩购彩理念与游戏设计原则，贴合派奖游戏主要购彩人群需求，以独特福彩元素、浓厚游戏氛围及大众认可的娱乐性，增强内容吸引力；网点快讯、信息热点及知识科普类短视频，则需生动鲜活地聚焦主题核心，在保证真实性、准确性与时效性的基础上融入创新表达，同时兼顾内容扩展性与表述风格延续性，形成统一且多元的传播质感。

1 分钟及以上短视频类和 2 分钟栏目类视频内容制作与交付规范：

1.1 分钟及以上短视频类要求

数量与时长标准：需完成短视频制作不少于 10 部，单部视频时长不得低于 1 分钟，要求如下：

（1）实景视频拍摄制作技术要求

画面呈现标准：公益宣传片画面构图、视觉质感及影调风格，需达到接近电影级别的专业呈现效果，确保画面兼具艺术性与传播性。

拍摄技术要求：拍摄素材分辨率需满足 4K 及以上专业标准（即分辨率不低于 3840×2160 像素）；拍摄完成后，需对原始素材进行封存，并按约定交付至甲方。

后期制作规范：后期剪辑需遵循标准化流程，采用通用故事版进行嵌套与回批操作，保障剪辑逻辑的连贯性与可追溯性；调色环节需结合视频核心主题与场景气氛进行专业适配，通过色彩调校最大化呈

现视频视觉效果，确保整体风格统一且符合公益宣传的调性要求。

视频成片要求：达到 4K 及以上专业标准（即分辨率不低于 3840×2160 像素）；视频格式为 MOV/MP4；帧速率 25 帧；编码 H.264；不小于 2500kbps；音频采用 AAC；48000Hz；不小于 320kbps。

（2）MG 动画制作要求：

制作要求：MG 动画需具备清晰的叙事逻辑与信息传递脉络，视觉设计需符合大众主流审美取向，动画转场流畅自然，确保画面序列衔接连贯，无卡顿或逻辑断层问题，保障受众观看体验与信息接收效率。

包装设计规范：包装元素需深度贴合宣传核心主题，精准融入福彩相关视觉符号（如品牌标识等）；严禁套用现有模板，所有包装内容须为本次项目专属定制，确保视觉唯一性与主题契合度。

2.2 分钟栏目类视频制作要求

基础制作标准：需完成栏目类视频制作不少于 15 部，单部视频时长统一为 2 分钟；拍摄环节需采用专业设备采集高质量素材，素材及成片分辨率不得低于 1920×1080（全高清）标准，保障画面清晰度与细节呈现效果；视频格式为 MOV/MP4。

栏目包装规范：需为栏目定制一套独立完整的视觉包装体系，包含但不限于片头、片尾、人名条、角标、滚动信息条、字幕条等元素；其中片头部分需基于栏目定位进行全新原创设计。

所有视频正式拍摄前，需向甲方提交完整的策划文案与分镜脚本；其中实景类公益宣传片，还需额外提供详细的制作周期表。最终交付的视频文件需采用便于传播与拷贝的通用格式（如 MP4、MOV 等），并具备格式适配能力——可根据甲方需求，及时转换为符合微信公众号、抖音客户端等主流自媒体平台发布要求的格式，确保多渠道传播兼容性。乙方需建立高效的视频修改响应机制，确保能及时响应甲方提出的调整需求；同时，制作过程中需采用行业内必需、最新且有效的技术表现手法（如动态图形、特效合成等），保障视频制作质量与视觉呈现效果达到行业专业水准。

（二）平面广告制作

宣传海报方面，要紧扣福彩特点与市场需求，配合福利彩票公益属性、责任彩票、游戏宣传及市场动态，设计制作不少于 20 张；游戏开奖宣传方面，制作双色球、快乐 8 游戏和福彩 3D 游戏奖池模板，数量不少于 5 张；配合微信公众号及抖音号平台特性，制作 3 张长图与 3 张 H5 页面。制作要求如下：

1. 公益宣传片配套海报制作要求：专职摄影师单独拍摄平面素材，技术标准需高清素材拍摄，拍摄后进行优化构图、去除瑕疵等精修操作，增强画面的视觉吸引力，让海报更具传播价值，精准传递福彩的公益理念。

2. 其他宣传海报要求：需深度契合福彩理念和政策，紧扣北京福彩业务工作，策划多系列主题海报；

根据不同主题选择合适色调，通过色彩与图像的巧妙组合，打造出富有吸引力的视觉效果；海报需用最简洁的语言与图像传达核心信息，突出主题；在文字表述上，避免冗长复杂的语句，字体应醒目突出，突出重点内容，严格把控内容的真实性与适度性；通过图像与文字的相互呼应，强化主题表达。

3. 海报均需具备高度的格式兼容性，以满足甲方多样化的发布需求，包括但不限于 JPG、PSD 及四色源文件等，符合甲方海报发布平台要求。

4. 长图及 H5 制作要求：使用自主原创素材，赋予长图独特的个性与创意，设计规范，符合微信长图格式（一般宽度为 900 像素，高度根据内容而定）；H5 页面在设计规范上，注重页面的简洁性与美观性。

（三）抖音账号运营

1. 按照甲方要求及其目标受众特点，制定完整合理、实际可行的运营方案，包括但不限于架构搭建、拍摄制作及运营手段等内容，塑造福利彩票专属品牌风格，强化账号辨识度与用户记忆点。

2. 发布次数。合同签订之日起，按照甲方要求，按时完成日常双色球游戏、快乐 8 游戏、福彩 3D 游戏、七乐彩游戏开奖视频和奖池视频（除福彩 3D 游戏）的制作与发布，确保信息传递的及时性与准确性。除开奖视频和奖池视频外，合同期内，需完成不少于 40 条的内容发布，其中原创视频 10 条，需结合福彩品牌特性与用户需求自主策划，突出内容独特性与价值性；二次剪辑加工类视频 15 条，基于合规素材进行创意重构，需保证剪辑逻辑清晰、风格统一，避免侵权风险；其他制作类及转发内容 15 条，含定制化制作内容及符合平台规则的转发内容，转发内容需提前完成版权审核，确保合规性。

3. 创作方向及技术规格。根据网络受众观看习惯、喜好特点及抖音平台风格创作不同主题系列内容，如围绕福利彩票发行宗旨、公益属性、市场动态、游戏玩法等核心维度进行策划，主题清晰，富有创意，风格诙谐幽默轻松愉快，且积极向上、寓教于乐。短视频技术规格需满足相关要求，即分辨率：1920×1080（1080P），帧率不低于 25 帧/秒，视频码流不低于 150mbps。

4. 确保抖音号运营水平，强化用户对福利彩票的认知，提升用户粘性和关注度，服务期间保证用户关注数有所增长。

（四）微信订阅号运营与维护

保障“北京福利彩票”微信公众号运行过程的安全性、稳定性与功能性；明确账号定位，发挥服务属性和实用价值，并有效提升账号用户关注数量。

1. 微信订阅号运营内容

（1）整体运营管理：负责微信订阅号的日常运营，包括账号定位、运营规划、内容提质，功能服务优化及宣传形式创新。涵盖日常维护及保障、应用系统开发、技术运维实施及营销活动工作支持等工作。

(2) 内容生产与发布：负责微信订阅号的日常内容编辑、审核及发布，每个工作日推送 1 次，每次发布不少于 3 篇内容。合作期内，依据甲方提供的选题及相关资料，策划并传播公益理念和责任彩票相关内容，组织实地采访并发布相关市场动态、业务资讯等（如销售站风采展示等），结合新媒体传播规律，对内容进行形式创新及适应性改编，策划不少于 35 篇具有专业性、可读性强、视角独特的微信推文，避免内容同质化，所有内容须经甲方审核后发布。

(3) 菜单栏设置：微信订阅号须设置不少于三个一级菜单，内容应涵盖新闻公告、开奖信息、购彩者服务等核心板块。

(4) 提升微信订阅号内容发布质量，丰富传播形式，强化宣传效果，服务期间保证用户关注数有所增长。

2. 微信订阅号技术服务内容

甲方提供服务器用于数据存储，乙方需负责申请并建立专线连接，保障数据安全同步至服务器。乙方承担系统运维及其他确保系统正常运行所需的硬件设备的配置与维护，监控服务器运行指标，设定安全阈值并记录用户访问日志，确保系统稳定运行；同时，提供正常运营所需的基础网络建设支持（包括网络设备、专线申请及专线费用等）；负责完成相关技术开发及运维工作；乙方需根据甲方需求，负责公众号认证、年审及相关费用。

乙方需与甲方的上一服务期服务商进行系统功能对接，延续现有前后端功能使用，或按甲方需求重新开发，确保合同签订之日起系统可正常使用，无缝切换。具体功能包括但不限于：

(1) 开奖公告功能：实现甲方在售游戏开奖信息及北京地区中奖结果等信息发布，具备彩种扩展及二次优化能力。

(2) 奖金计算器功能：依据甲方在售游戏规则，实现根据提供投注号码数量及中出号码数量，计算投注金额及中奖金额功能；实现通过输入投注号码显示是否中奖及中奖金额。

(3) 销售站设立申请功能：支持用户信息在线填报提交及后台查询、导出等。

(4) 附近站点查询功能：提供附近销售站地理位置查询及导航服务。

(5) 新闻发布功能：一套完整的新闻发布系统，支持富文本信息发布。具备富文本编辑与发布能力的新闻管理后台。

(6) 系统兼容性：支持嵌入 H5 页面、小程序等多种前端形态。

(7) 定制开发服务：根据甲方需求，开发市场服务类新功能或小程序等。

服务期满前，乙方应按照甲方要求移交全部系统数据、软件所有权（源码和部署手册），并协助甲

方完成与下一服务期限内的服务商交接工作，保证甲方后续正常使用。

（五）责任彩票报告

向社会公众全面详实展示北京福彩 2025 年度责任彩票工作实践和成效，传递责任彩票价值观，提升北京地区福彩品牌影响力和社会公信力。

以甲方提供的《中国福利彩票社会责任标准规范》《中国企业社会责任报告编写指南》《中国福利彩票责任彩票报告评价指南》等标准，完成北京福彩责任彩票报告呈现工作。

1. 根据采购人提供的资料，完成责任彩票报告的框架梳理、调研访谈、大纲拟定、资料素材提炼编辑、版式设计、成稿制作和成品印刷等工作，最终形成《北京市福利彩票责任彩票报告(2025 年)》（中文简体版）。

2. 内容要求主旨鲜明、内容全面详实、彰显北京福彩特色，不少于 60 页。

（1）须涵盖重点工作及责任彰显。全面反映福利彩票的宗旨、理念、文化；相关介绍及组织治理、发行销售责任、非理性购彩行为预防与干预、员工与零售商、政府、公众、行业、环境等，具体参照《中国福利彩票责任彩票报告评价指南》。

（2）保证兼顾过程性、实质性、完整性、平衡性、可比性、可读性、创新性七个维度。须与北京福彩中心相关部门、员工等开展调研访谈并对调研收集到的素材进行梳理，调研方式为定性及定量调研相结合。熟悉责任彩票工作，能够有效快速提供资料清单，整理提报材料，分析会议讲话、部门总结等材料，依照彩票行业责任彩票报告内容进行关键素材整理。

（3）确定框架，框架架构须清晰新颖、亮点突出。

（4）提供完整的文字版：依据确定的大纲内容进行制作，对甲方提供的内容进行总结梳理、提炼精简、排版设计等二次创作及润色，形成完整的文字版本。

（5）须具有较强的可读性和创新性。结构清晰、条理清楚；语言流畅、通俗易懂；通过图表等形式使表达更加直观，同时在内容或形式上有一定创新。

（6）涵盖实质性议题分析与界定过程，提升实质性；涵盖关键绩效表，披露非理性购彩防治、员工培训绩效等相关指标，提升完整性；涵盖连续三年的关键数据信息的披露，提升可比性；涵盖“舆情预警处置”“投诉处理”等负面指标披露的同时，兼顾负面信息的详细描述，提升平衡性；

（7）提供设计版（PDF 版）；提供精简版文字版，并制作 H5 版；提供年度省级责任彩票报告综合评估支撑材料。

（六）舆情监测

乙方提供 7*24 小时全媒体舆情监测服务，包括但不限于信息数据采集、筛选分析、突发舆情预警与实时报送，并提供舆情监测日报、月报（节假日不间断）。针对突发舆情，须第一时间通报甲方，提供应对解决方案并进行处置，配合处理，包括但不限于协助根据甲方起草公告、研判舆情动向等，并提供实时报告及简报。如遇重大舆情，应根据需要启动滚动监测报告服务，定时报送阶段性进展。同时，须提供彩票行业重大舆情与政策变动的研判专报。按甲方需求提供其他研究报告等。

舆情监测工作须安排专人对接，保障舆情信息及事项处理的即时性和专业度。

（七）工作成果提交期限

1. 1 分钟及以上短视频（公益宣传、游戏营销、网点快讯、信息热点、知识科普等，含实拍及 MG 动画）：乙方须在收到甲方制作需求后 3 个工作日内提供设计方案及脚本；甲方提出修改意见后，经双方确认，乙方应于 2 个工作日内完成修改并提交，视频不限制修改次数。自脚本确认之日起，单个成品视频拍摄及制作周期不超过 20 个自然日。

2. 2 分钟栏目类视频（公益宣传、游戏营销、网点快讯、信息热点、知识科普等，含实拍及 MG 动画）：乙方须在甲方通知后 3 个自然日内完成成品的拍摄和制作，期间不限制视频修改次数。

3. 宣传海报、奖池海报、长图及 H5 页面：乙方须在收到制作需求后 3 个工作日内提供设计及拍摄方案；甲方提出修改意见后，经双方确认，乙方应于 2 个工作日内完成修改。方案确认后，单个海报类作品的拍摄及制作周期不超过 7 个自然日。如遇有特色专题或特殊任务，须按甲方要求在 6 小时内完成海报设计。

4. 抖音原创短视频：乙方须先提交拍摄创意，经甲方确认后，于 2 个工作日内提交拍摄脚本。脚本确定后，全部拍摄和制作工作须在 3 个自然日内完成。

5. 微信公众号运营及维护：乙方须负责每日微信订阅号内容推送，推送内容应于当天上午 10 点前提交甲方审核，经确认后方可发布。如遇市场动态、专题报道及特殊事件，须按甲方要求于 6 小时内完成基础内容编辑。

6. 责任彩票工作成果分阶段完成提交：2026 年 4 月 15 日前完成完整的文字版、2026 年 5 月 20 日前完成设计 PDF 版、2026 年 6 月 5 日前完成精简文字版、2026 年 6 月 20 日前制作完成 H5 版、2026 年 7 月 10 日前提交各项内容的电子版和源文件、以及设计 PDF 版的纸质印刷 100 本。

7. 舆情监测：乙方应于当天上午 11 点前提交前一天舆情监测日报，当月 10 日前提供上个月舆情监测月报。

第三条 合同金额

本合同金额为人民币_____元（大写：_____元整）。

第四条 双方权利和义务

（一）甲方的权利和义务

1. 甲方有权利对乙方的服务情况和项目实施过程进行全程了解、沟通和商定。
2. 甲方有权在乙方提供的各项服务过程中提出合理整改要求，并有权追踪乙方的整改落实情况。对于乙方多次整改后仍无法达到甲方播出要求或无法修改的内容，甲方有权退还乙方，并不予支付该服务内容的费用。
3. 如因乙方原因出现的服务质量无法达到甲方要求，或耽误周期情况，甲方有权要求解除本合同和要求乙方承担赔偿责任。
4. 宣传推广过程中，甲方有权对所播出推广的宣传内容等进行调整修改。
5. 甲方有义务配合乙方协调和沟通有关部门，协助乙方解决本合同约定服务内容中需由甲方配合协调的有关问题。
6. 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、素材及其他拍摄资料等不侵犯第三方的合法权益（包括但不限于人身权、财产权、知识产权），或已取得相关权利人的合法授权。如乙方制作节目因使用甲方提供的相关素材资料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。
7. 甲方拥有抖音号和微信公众号的所有权。甲方有权对乙方运营抖音号及微信公众号过程进行监督和审核。甲方有权对乙方发布的运营内容、链接和数据进行验证和审查。
8. 甲方拥有委托开发软件的最终成果和中间性成果形成或完成时的全部著作权，乙方对委托开发软件不享有任何著作权。
9. 甲方有义务按照合同约定的支付进度及时向乙方支付本合同约定的款项。
10. 甲方可依据业务情况，对制作的数量和时间安排进行调整。
11. 甲方可根据实际情况等价调整相关资源。

（二）乙方的权利和义务

1. 乙方应当按照合同约定履行义务，满足甲方采购需求的要求。
2. 乙方有权利和义务根据自身的供给能力在服务截止日期之前向甲方提出合理化建议，并同甲方协商解决。
3. 乙方有权利在服务截止日期之前对甲方的验收标准提出合理化建议，并寻求共同的解决方案。

-
4. 乙方有义务根据甲方的需求保质、保量、按时完成本合同约定的服务。
 5. 乙方负责相关内容的组织策划、现场录制和后期成片制作等实施工作，并按甲方要求的制作进度将成果交予甲方审查。
 6. 乙方有义务及时响应甲方在乙方提供的各项服务过程中提出的合理整改要求，并按时完成。
 7. 乙方根据甲方招标文件相应的商务需求，合理调配资金和人员，全力保障工作顺利开展、如期完成。如有乙方技术制作人员的业务水平问题不能确保甲方的内容制作周期和质量要求，乙方应立即更换制作人员。
 8. 所有内容需结合中标方案，及后续经甲方确认后的执行方案进行开展。
 9. 乙方对其所提供内容的真实性及合法性负责，保证信息内容不侵犯他人合法权益，保证其符合国家相关法律及政策规定，包括但不限于广告法等；如乙方未能提供制作计划中约定内容、数量、质量、时间要求的服务或制作内容，甲方发出书面纠错通知后五个工作日内仍不改正的，甲方有权提前终止本合同，并要求乙方退还甲方为约定制作内容已支付的款项。
 10. 乙方在拍摄资料中及制作的内容中等不得含有植入性、隐形广告及任何商业元素。
 11. 承担甲方抖音号和微信订阅号数据整理分析及监测等基础工作。
 12. 乙方负责完成内容发布及发布监测，如发现发布异常，乙方需立刻响应，第一时间更正，如错发、误发给甲方或他人造成其他损害的，由乙方承担全部赔偿责任。
 13. 乙方确定专门联络人对接，账号运营须设置专门的客服人员 7*24 小时盯紧后台，必要时须及时与用户进行沟通，建立良好关系；收集用户的意见及建议并反馈至甲方。
 14. 乙方应按本合同第三条工作成果提交期限中的要求，按时向乙方提供相关服务内容规划，并在服务期限内，双方对工作计划协商通过后，需保证按计划推进。
 15. 甲方向乙方提供的内部资料乙方应予以保密，乙方承诺不向项目之外任何一方泄露机密。乙方确保在完成本项目和所交付的工作成果不侵犯任何第三方的知识产权，并确保甲方不受任何第三方对知识产权的权利主张。
 16. 乙方保证，因乙方提供的信息内容若有违反任何法律法规或者侵犯任何第三方的合法权益（包括但不限于侵犯第三方的著作权和/或其他人身、财产权利），或因乙方信息内容的真实性、准确性或合法性等原因而导致任何争议、投诉、索赔、诉讼、处罚等后果，由乙方负责解决并赔偿甲方由此所遭受的一切直接损失和间接损失。出现本条规定的侵权、违法等严重情形，甲方有权提前终止本合同，并要求乙方退还甲方为约定制作内容已支付的款项。甲方解约及获得退还款项不影响甲方向乙方索赔和获得损

失赔偿的权利。

17. 乙方保障项目成果及服务符合国家法律法规及社会主流价值观，坚持正确舆论导向，传播正能量，杜绝违法违规或不良导向信息。

18. 乙方保障信息安全，确保北京福彩微信订阅号及抖音号的安全管理及使用规范，防止未授权访问、数据泄露、系统破坏等安全事件发生。

第五条 技术资料

（一）乙方应按规定的时间向甲方提供有关技术资料。

（二）如果甲方确认乙方提供的技术资料不完整，乙方将在收到甲方通知后 3 个工作日内将缺失资料补齐，提交给甲方。

（三）未得到甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

第六条 知识产权

（一）乙方应保证提供服务过程中不会侵犯任何第三方的知识产权，否则甲方有权解除合同。如果任何第三方向甲方提出侵权指控或权利请求，乙方须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

（二）乙方受托完成的本合同项下的全部工作成果的知识产权归甲方所有，具有永久使用权。

（三）乙方受甲方委托为此项目制作的所有内容素材，包括但不限于现场录像、节目制作过程花絮、节目宣传片、剧照、字体、设计稿等，版权属甲方所有。

特别提示：宣传品选用字体必须是已经进入公共领域的通用字体，不得选用他人已经进行著作权登记的尚在保护期内的字体。如必须选用，则事先必须与著作权人达成合同获得使用权许可。

（四）经甲方书面同意，乙方可对节目及素材进行编辑并通过其他媒体，包括但不限于网站、抖音、微信等渠道安排播出。

（五）除本合同规定外，未经甲方事先书面同意，乙不得擅自使用、复制甲方拥有知识产权的内容。

第七条 项目验收要求

（一）验收时间：乙方提交本项目验收所需的成果相关材料后 10 天内。

（二）验收标准：按照合同约定的数量、时间、质量及进度进行验收。

（三）验收方式：按照甲方要求的方式进行验收。

（四）验收内容：本项目的所有服务成果物及相关材料。所有项目成果需通过网盘及硬盘等方式分类储存，提交给甲方供存档备案。

第八条 实际全面履约

（一）乙方需按照合同约定实际全面履行义务，否则，应当承担相应的违约责任。

（二）在发生乙方违约事件并产生应扣款项情况时（包括但不限于违约金、赔偿金、补偿金等等），甲方有权先从履约保证金中扣除相应费用。如乙方履约保证金不足以弥补甲方损失的，乙方应当继续承担支付义务，以便甲方的损失得以全部弥补。

第九条 转包或分包

（一）本合同范围的供应和服务，应由乙方直接完成，乙方不得将本合同范围的供应和服务全部或部分转包或分包给他人完成；

（二）如乙方有转包或分包行为，甲方有权解除本合同，没收履约保证金并追究乙方的违约责任，乙方应当赔偿由此给甲方造成的所有损失。

第十条 合同履行期限、方式和要求

（一）履行期限：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日期间乙方完成合同的全部工作量止。

（二）履行方式和要求：见本合同相应条款。

第十一条 款项支付

（一）乙方在合同签订之日起 10 个工作日内向甲方指定账户缴纳合同总价的 10%的作为履约保证金，即人民币_____元（大写：_____元整）。

（二）履约保证金的返还条件：乙方在服务期内无任何违约行为，甲方应于本合同期满且经甲方最终验收合格后 10 个工作日内无息返还履约保证金。

（三）乙方履约保证金因甲方扣除乙方相应违约金等行为造成不足时，乙方应于 10 个工作日之内向甲方补齐。

（四）甲方收到乙方履约保证金，待年度财政预算批复资金下达及相关审批工作通过后，且收到发票 10 个工作日内，甲方支付乙方合同总额的 70%，即人民币_____元（大写：_____元整）。

（五）乙方通过甲方验收后，并收到发票 10 个工作日内，甲方支付乙方合同总额的 30%，即人民币_____元（大写：_____元整）。

（六）付款前，乙方应向甲方提供相应金额的正式发票。甲方发票信息：单位名称：北京市福利彩票发行中心；社会统一信用代码：12110000400568017W。

（七）双方收款账户信息：

1. 乙方接收甲方付款的账户如下：

开户名称：

开户银行：

银行账号：

2. 甲方接收乙方履约保证金的账户如下：

开户名称：北京市福利彩票发行中心

开户银行：建行北京北环支行

银行账号：1100 1028 7000 5610 9678

交换号：建 287

付款方式：汇款

（八）因政府财政部门审批及拨款迟延造成的付款期延长不视为甲方违约。

第十二条 税费承担

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

第十三条 质量保证及后续服务

（一）乙方应按合同规定质量标准向甲方履行合同义务。如认为合同对于质量要求不明确的，按照强制性国家标准履行；没有强制性国家标准的，按照推荐性国家标准履行；没有推荐性国家标准的，按照行业标准履行；没有国家标准、行业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准履行。

（二）在服务期限内和质量保证期内，乙方应对出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

第十四条 违约责任

（一）甲方无正当理由拒绝接受乙方按照本合同提供的服务，甲方应向乙方偿付被拒绝部分所对应的合同款项金额的 0.5%作为违约金。

（二）甲方无故逾期验收和办理款项支付手续的，每延迟一日，甲方应按逾期付款总额的 0.03%向乙方支付违约金，如届时该违约金比例超过法定最高限额时，按法定最高限额确定实际应支付的违约金比例。

（三）乙方未能如期提供约定服务的，甲方有权向乙方出具《整改通知书》，且乙方每发生一次未能如期提供约定服务的情况，应向甲方支付合同款项的 0.5%作为违约金。乙方未能按《整改通知书》要

求完成整改，或者累计逾期整改超过 10 次的，甲方有权单方解除本合同。

（四）乙方未能如约提供服务或因其他违约行为而导致甲方解除本合同的，乙方应向甲方支付本合同总金额的 5% 的违约金，且甲方有权没收履约保证金。如造成甲方损失超过违约金的，超过部分由乙方继续承担赔偿责任。

（五）本项目为政府采购项目，涉及财政资金支付的款项需相应财政资金拨款到位方可进行支付，若财政资金暂未到位，支付期限顺延，甲方不承担违约责任，但应及时通知乙方，待拨款到位后，立即恢复支付。在此期间乙方需按照合同约定履行，包括但不限于按期提供服务，不得因此暂停、延迟、拒绝、终止义务的履行，否则视为乙方违约。

（六）一经发现乙方出现数据造假，乙方需按造假项目双倍金额赔偿甲方，并视为乙方根本违约，甲方有权书面解除本合同。

第十五条 不可抗力事件处理

（一）本合同所称“不可抗力”是指受影响一方不能合理控制的，无法预料或即使可预料到也不可避免且无法克服，并于本合同签订日之后出现的，使该方对本合同全部或部分的履行在客观上成为不可能或不实际的任何事件。此等事件包括但不限于自然灾害以及社会事件，政府行为或法律及政策规定发生变化等等。

（二）在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

（三）不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并向对方寄送发生不可抗力事件的有效证明。

（四）如不可抗力事件明显的导致合同在现在和今后都已经无法实际履行或者不可抗力事件已经延续 120 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

（五）因不可抗力导致本合同提前终止的，应按照已完成的实际工作量，按合同规定的费用的比例，由甲方向乙方支付。如甲方已经支付的金额超过应付金额，乙方应在本合同提前终止后七日内将甲方已付费用与应付乙方费用的差额退还甲方，且不再主张因本合同提前终止而导致的其他任何费用。

（六）若因乙方提供的制作内容侵权，或制作的内容、质量、数量、提供时间不符合本合同约定导致本合同提前终止的，乙方应在本合同提前终止后七日内将甲方已付费用与应付乙方费用的差额退还甲方。乙方还应同时向甲方赔偿甲方因此遭受的损失。

第十六条 法律适用及争议解决

（一）本合同适用中华人民共和国的法律、法规、规章和政策。

（二）双方在执行合同中所发生的一切争议，应尽先协商解决。如协商不成，可向甲方所在地法院起诉。

第十七条 违约终止合同

（一）乙方有下列情形之一的，在甲方对乙方违约而采取的任何补救措施不受影响的情况下，甲方可向乙方发出书面违约通知书，提出终止部分或全部合同。

1. 如果乙方未能在合同规定的期限或甲方同意延长的期限内提供部分或全部服务；或者乙方提供的服务不能满足合同要求的。

2. 如果乙方未能履行合同规定的其他任何义务的。

（二）如果甲方根据本条上述约定，终止了全部或部分合同，甲方可以依其认为适当的条件和方法购买与未提供的服务类似的服务，乙方应对购买类似服务所超出的那部分费用承担向甲方的偿付义务。这种情况下，乙方仍然应继续执行合同中未终止的部分。

第十八条 合同修改

任何对合同内容的变更或修改均须双方签订书面的协议书。

第十九条 保密条款

（一）乙方在为甲方提供服务期间，应严格遵守甲方规定的任何成文或者不成文的保密规章制度，履行与其服务内容相应的保密职责；若甲方的保密规章制度没有规定或者规定不明确之处，乙方亦应本着谨慎、诚实的态度，采取任何必要、合理的措施，维护其知悉或者持有的保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

（二）乙方应对在合同履行过程中取得的相关资料、文件采取保密措施，未经甲方书面准许，不得向第三方提交本项目相关的资料、文件。如有泄密行为甲方有权单方解除本合同并要求乙方按合同总金额百分之十支付违约金，因此给甲方造成损失的，甲方可以要求乙方赔偿全部的经济损失。

（三）乙方不得泄漏甲方涉及工作机密的事项，如触犯国家有关法律法规，乙方需承担相应的法律责任。

（四）甲方向乙方提供的任何书面资料、文件和信息，在乙方服务结束后，乙方均应及时归还甲方，如属于电子文档的，应及时删除。

（五）本保密条款不因本合同的撤销、解除、无效、终止而失效。本合同期满、解除或终止后本保密条款仍然有效。

第二十条 通知及送达

甲乙双方因履行本合同而相互发出或者提交的所有通知、文件、资料等，如非以手递手方式送达的，则可以按照本合同所列明的通讯地址以邮寄方式送达或按本合同所列明的电子邮箱地址以电子邮件送达。一方如果迁址或变更电子邮箱地址应书面通知对方，否则发至本合同所列明的通讯地址及电子邮箱的通知、文件、资料均视为有效送达。

第二十一条 其他约定事项

（一）除本合同约定价款之外，甲方不再支付其他额外费用。乙方应按照合同约定，保质保量保时完成所有相应工作。

（二）如因政府行为，包括政策变化、监管机构决定等等导致本合同项下项目全部或部分无法执行，双方应根据实际情况终止全部或部分合同。如此情形，双方互不承担违约责任。甲方已支付乙方的相应费用，经双方协商确定应扣除乙方已实际发生的费用后，乙方应将剩余部分在确认之日起七个工作日内退回至甲方指定的资金账户。

第二十二条 附则

- （一）合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。
- （二）本合同的附件是本合同的有效组成部分。合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或补充的，签书面补充协议并报政府采购监督管理部门备案后，方可作为主合同不可分割的一部分。
- （三）本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》及其司法解释的有关条文执行。
- （四）本合同一式柒份，具有同等法律效力，甲乙双方各执叁份，采购代理机构壹份。

| | |
|------------|------------|
| 甲方（盖章）： | 乙方（盖章）： |
| 法定代表人或代理人： | 法定代表人或代理人： |
| 年 月 日 | 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，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。

非实质性格式

正/副本

项目名称：

投标文件

投标人名称（公章）：

法定代表人或授权代表姓名及电话：

日期： 年 月 日

附件一、 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

（加盖投标人公章）

1-2 投标人资格声明书

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）我单位不存在为本包提供规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购包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 | | |
| ... | | |

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。

附件二、落实政府采购政策需满足的资格要求

2-1 中小企业证明文件

说明：

（1）本项目（包）不专门面向中小企业采购，投标文件资格证明文件中根据自身情况自行提供《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。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。

（2）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）》及本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业执行。

（3）中小企业声明函填写注意事项（*不适用的项目请删除本条*）

1）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”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的分包内容。

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。

中小企业声明函（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：

_____（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 _____¹万元，属于 _____（中型企业、小型企业、微型企业）；

_____（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 _____¹万元，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：

附件三、投标保证金凭证/交款单据复印件

票据粘贴要求：电汇（底单复印件）；或采购代理机构开具的收款收据（加盖采购代理机构财务章）复印件；或金融机构、担保机构出具的保函等。

附件四、特定资质要求

投标人须具有有效的《互联网新闻信息服务许可证》（复印件并加盖投标人公章）

附件五、投标书（实质性格式）

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 90 个日历日。

（2）除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

附件六、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）（签字或盖章）：

委托代理人（签字或盖章）：

日期: 年 月 日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人的身份证明文件：

[illegible]

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》。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、护照等身份证明文件。提供身份证的，应同时提供**身份证双面**。

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（**双面**）、护照等身份证明文件。

| |
|--|
| |
|--|

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

附件七、开标一览表（实质性格式）

项目编号：_____

项目名称：_____

包号：_____

报价单位：人民币/元

| 包号 | 投标人名称 | 投标报价（元） | | 其他声明 |
|----|-------|---------|----|------|
| | | 大写 | 小写 | |
| | | | | |

注：

1. 此表中，投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。
2. 开标一览表需要单独密封递交，开标时唱标本表。
3. 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。
4. 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

附件八、投标分项报价表（实质性格式）

项目名称：项目编号：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 | 服务商规模 |
|-------|------|-------|----|-------|-------|-------|
| 1 | | | | | | |
| 2 | | | | | | |
| 3 | ... | | | | | |
| 总价(元) | | | | | | |

- 注：1. 如果按单价计算的结果与总价不一致, 以单价为准修正总价。
2. 如果单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价。
3. 监狱、戒毒企业、残疾人福利性单位视同为小微企业，需提供相关证明材料。

附件九、合同条款偏离表（实质性格式）

项目编号：_____

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，则需在本表中对偏离项逐一系列明，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：★合同条款不允许偏离。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

附件十、采购需求偏离表（实质性格式）

项目编号：_____

项目名称：_____

| 序号 | 招标文件条目号 (页码) | 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”。
3. 须注明招标文件条目号证明材料所在页码，

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

附件十一、招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

开票资料表

1、单位名称：

2、税号：

3、开户银行：

4、账号：

5、地址：

6、座机：

7、发票种类：☐专票 ☐普票

| 项目名称 | 项目编号 | 用途 |
|------|------|-----|
| | | 服务费 |

发票均为电子版，请填写邮箱：

注：

1. 以上信息缺一不可。信息错缺导致开错发票，代理公司概不退换。

2. 本表填写完整后，需打印并盖公章。

招标服务费银行账号（与保证金账户不一致）：

收款单位：国金招标有限公司

开户行：中国民生银行北京劲松支行

银行账号：170149276