

北京市政府采购项目 公开招标文件示范文本



中钰招标
ZHONG YU ZHAO BIAO

项目名称：北京福彩 2025 年地铁广告宣传项目

项目编号：11000025210200144462-XM001

项目代理编号：ZYZB-2025-0676

采 购 人：北京市福利彩票发行中心

采购代理机构：中钰招标有限公司



目 录

第一章	投标邀请	3
第二章	投标人须知	7
第三章	资格审查	26
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	30
第五章	采购需求	40
第六章	拟签订的合同文本	44
第七章	投标文件格式	56

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：11000025210200144462-XM001

项目代理编号：ZYZB-2025-0676

2. 项目名称：北京福彩 2025 年地铁广告宣传项目

3. 项目预算金额：328.8 万元；

项目最高限价：328.8 万元

4. 采购需求：

序号	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	地铁广告宣传项目	328.8	一项	为扩大福利彩票品牌影响力，顺应新形势下福利彩票发行销售的宣传工作要求，结合北京地区情况，选择地铁站内的 U 型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱和地铁车门贴发布福彩品牌宣传信息，传播福彩公益理念和发行宗旨，宣传营销活动，向公众传递公益、慈善、健康、快乐、创新的福彩文化。（具体详见招标文件 第五章采购需求）

5. 合同履行期限：自合同签订之日起至 2025 年 11 月 30 日期间完成合同约定的全部工作量止。

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

☐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企业制造、服务全部由符合政策要求的中小企业承接。

☐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）：无。

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: 无

三、获取招标文件

1. 时间: 2025 年 8 月 6 日至 2025 年 8 月 12 日, 每天 09:00 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: 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 8 月 26 日 9 点 30 分 (北京时间)。

地点: 北京市丰台区东旭国际中心 A 座北楼 17 层第四会议室。

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: 节约能源、保护环境、促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业、支持乡村产业振兴等, 政府采购政策具体落实情况详见招标文件。

2. 本项目采用电子化与线下流程结合招标方式: 线上下载电子招标文件, 线下递交纸质投标文件, 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

3.1 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。

3.2 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。

3.3 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。

3.4 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。

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，010-62037229

2. 采购代理机构信息

名称：中钰招标有限公司

地址：北京市丰台区花乡桥四合庄路 2 号院东旭国际中心 A 座北楼 17 层

联系方式：邢鑫茹、郭玉婷、刘晶晶、李倩、朱艳梅、张书玲、卢雪 010-60624505-

3. 项目联系方式

项目联系人：邢鑫茹、郭玉婷、刘晶晶、李倩、朱艳梅、张书玲、卢雪

电 话：010-60624505-804

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。

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__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： <u>详见第五章采购需求</u> ； (2) 是否需要随样品提交相关检测报告： ☒ 不需要 ☐ 需要

条款号	条目	内容						
		(3) 样品递交要求: 1) 投标样品请于开标当天、投标截止时间之前与投标文件一起送达至开标地点; 2) 密封要求: ☐ 投标样品无需密封 ☒ 投标人须按所投标的要求, 将所有产品样品全部封装在包装箱内。包装箱密封后, 外层再用包装纸将包装箱完全覆盖包裹并且密封完好 (注: 若投标样品体积较大, 无法进行装箱封装的, 可自行封装递交)。投标样品外层包装纸上须注明以下信息: ①投标人名称; ②项目名称; ③项目编号。 (4) 未中标人样品退还: 将在采购活动结束后予以退还, 如投标人未及时领取, 样品将由采购人、采购代理机构自行处理, 且不承担因此而产生的任何责任; (5) 中标人样品保管、封存及退还: 将由采购人进行保管、封存, 并作为履约验收的参考; (6) 其他要求 (如有): 评标过程中, 可能对样品进行破坏性试验, 投标人应接受由此造成的损失, 投标样品仅为评审时的依据, 不包含在所供合同产品的数量之内。						
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>序号</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>地铁广告宣传项目</td><td>其他未列明行业</td></tr> </tbody> </table>	序号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	01	地铁广告宣传项目	其他未列明行业
序号	标的名称	中小企业划分标准所属行业						
01	地铁广告宣传项目	其他未列明行业						
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	投标保证金金额: 60000.00 元 (人民币陆万元整)。 递交时间: 同投标文件递交截止时间, 逾期未到账视为未提交保证金。 递交地点: 同投标文件递交地点。 投标保证金方式: 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。						

条款号	条目	内容
		投标保证金收受人信息： 开户行名称：中钰招标有限公司 开户行：中国民生银行北京华威支行 账号：671 015 888 银行行号：3051 0000 1571 在“转账用途”中标明“投标保证金 ZYZB-2025-0676”。
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☒ 无 ☐ 有，具体情形： （1）在投标有效期内，供应商擅自撤销投标的； （2）投标人未按规定与采购人签订合同的； （3）投标人未按规定提交履约保证金的； （4）投标人擅自放弃中标的。
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。
18.2	解密时间	本项目不适用
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>技术部分</u> 得分高者为中标人 ☒ 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）可以分担保履行的具体内容：____； （2）允许分包的金额或者比例：____； （3）其他要求：____。
25.6	政采贷	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

条款号	条目	内容
		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”。
26.1.1	询问	询问提出形式： <u>可通过邮件形式或书面形式（询问函须盖投标人公章），送达采购人或采购代理机构。</u>
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门： <u>中钰招标有限公司招标六部；</u> 联系电话： <u>010-60624505-804；</u> 通讯地址： <u>北京市丰台区花乡桥四合庄路2号院东旭国际中心A座北楼17层。</u>
27	代理费	收费对象： ●采购人 ■中标人 收费标准 <u>参考原计价格〔2002〕1980号文、发改办价格〔2003〕857号文及发改价格〔2011〕534号文有关规定下浮10%；</u> 缴纳时间：<u>中标人在领取中标通知书时一次向采购代理机构交纳所有中标服务费。</u> 说明： （1）以中标金额作为收费的计算基数。 （2）中标服务费币种与中标签订合同的币种相同或采购代理机构同意的币种。 （3）服务费的交纳方式：在投标文件中，投标人向采购代理机构递交服务费承诺书。一次向采购代理机构交纳所有中标服务费。 （4）此项费用不应单独开列，无论投标人是否填报，都视为此费用已经包含在投标报价总价中。

条款号	条目	内容
		中标服务费账户 户名：中钰招标有限公司 开户行：中国工商银行北京南方庄支行（中国工商银行北京方庄支行） 账 号：0200225919200036626 在“转账用途”中标明“服务费ZYB-2025-0676”。
		适用于投标人须知的增加或者说明的变动
1	/	本项目需投标人按以下要求在规定的时间内提交纸质投标文件： 投标文件数量：正本1份，副本 <u>4</u> 份，电子版 <u>1</u> 份，开标一览表 <u>1</u> 份。 （注：资格证明文件、商务技术文件需分册装订，电子文档为全部投标文件正本的扫描件（彩色）。格式采用PDF格式以及doc格式，载体形式为U盘。并在载体上注明/标记项目名称及投标人名称。投标人应对正本投标文件纸质版与电子文档的一致性、真实性、完整性负责。如投标人未按招标文件规定递交电子版，其投标将被视为无效投标。）
2	/	本招标文件中要求的盖章，除特殊标注外，是指在公安部门备案的单位公章，财务专用章、合同专用章、投标专用章等均不予认可。

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：

5.2.3.1 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

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**。
- 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》。
- 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**。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为计价货币。
- 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。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，未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。
- 12.4 投标人需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据复印件”。
- 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：

12.7.1 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；

12.7.2 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；

12.7.3 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；

12.7.4 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。

12.8 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：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《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 投标人应当准备投标文件正本1份、副本4份、电子版1份和开标一览表1份（见《投标人须知资料表》中规定），每份投标文件须清楚地标明“正本”、“副本”、“电子版”、“开标一览表”字样。投标文件的副本可以采用正本的复印件。若正本和副本或电子版不符，以纸质正本为准。

14.2 《投标文件》的正本及《开标一览表》需打印或者用不褪色墨水书写，所有要求“签字”的位置都须使用不褪色墨水或签字笔由供应商的法定代表人（单位负责人）或其授权的代表签字。法定代表人（单位负责人）授权代表须提供“授权委托书”，并将其附在投标文件中。不满足上述签署要求的**投标无效**。

14.3 《投标文件》的正本所有要求盖章的位置均应加盖单位公章（鲜章），未按此要求盖章或仅加盖骑缝章均视为**投标无效**。

14.4 任何行间插字、涂改和增删，必须由投标文件法定代表人（单位负责人）或其授权的代表在修改的每一处上签字或者加盖公章后才有效，否则将视为**投标无效**。

- 14.5 投标文件因字迹潦草或者表达不清所引起的后果由投标人负责

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

- 15.1 投标文件必须密封递交。对封装材料及样式不作特别规定，但投标人应当保证其封装的可靠性，不致因搬运、堆放等原因散开。投标时，投标人应当将投标文件正本以密封袋/箱单独密封，所有的副本以密封袋/箱单独密封，或者正、副本密封袋/箱放入一个密封包装箱里。密封袋/箱正面和投标文件封面须标明“正本”“副本”字样。
- 15.2 为方便核查保证金，投标人应当将“保证金”单独密封，并在包装袋/箱上标明“保证金”字样，在投标时单独递交。
- 15.3 在第 15.1 款、第 15.2 款规定的及其他有关包装袋/箱上均应当：清楚标明递交至招标公告函中指定的地址。注明招标公告函中指定的项目名称、项目编号、包号和“在（投标截止时间）之前不得启封”的字样。
- 15.4 在包装袋/箱的封装处加盖投标人单位公章或由法定代表人或其授权代表签字。
- 15.5 拒收情形：采购人、采购代理机构或者评标委员会将拒绝接收未按照招标文件要求密封的投标文件。

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，将投标文件递交采购人，递交地点应当是招标文件中规定的地址。
- 16.2 拒收情形：在本须知规定的投标截止时间后逾期送达的任何投标文件将被拒绝接收。

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标人在投标截止时间前，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、修改或者撤回应通知采购人或者采购代理机构。
- 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。
- 18.2 开标时，应当由投标人或者其推选的代表检查投标文件的密封情况；经确认无误后，由采购人或者采购代理机构工作人员当众拆封，宣布投标人名称、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代表确认。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。
- 18.3 除了按照本须知的规定原封退回迟到的，或未按照招标文件规定密封的投标文件之外，采购人、采购代理机构开标时不得拒绝任何投标截止时间前的投标。
- 18.4 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。
- 18.5 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。
- 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

26.1.1 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》。

26.1.2 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，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，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。

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	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	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。 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 加盖投标人公章
1-2	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
1-3	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、重大税收违法案件当事人名单、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。	无须投标人提供, 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	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1-1	中小企业证明文件	当本项目(包)涉及预留份额专门面向中小企业采购, 此时建议在《资格证明文件》中提供。 1、投标人单独投标的, 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。 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, 且投标人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。	格式见《投标文件格式》

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、且投标人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《投标文件格式》
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》	提供证明文件的复印件 加盖投标人公章
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	1、如本项目接受联合体投标，且投标人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投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。 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项规定。 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。 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。 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。 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 。 7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。	提供《联合协议》原件的电子件，格式见《投标文件格式》
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，投标人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《投标文件格式》 “1-2 投标人资格声明书”

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-3	其他特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》 注：如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，均应当提供资质证书电子件或电子证照。	提供证明文件的复印件 加盖投标人公章
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 加盖投标人公章
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。 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。	由采购代理机构确认

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	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《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《投标人须知资料表》中的规定； 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电子件（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	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
13	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	国家有关部门对投标人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），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件电子件： 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； 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） 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。
14	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；
15	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；
16	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
17	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。
18	中标服务费承诺书	按招标文件要求提供。

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，按下述 2.4.2-2.4.8 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。
- 2.4.8 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）详见评标标准。

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，按投标报价由低到高顺序排列。得分及投标报价均相同的，按技术部分得分由高到低规则排列。

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，应当及时向财政部门报告。

二、评标标准

序号	评分因素	评分说明	分值
1	投标报价 (10分)	综合评分法中的价格分统一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 10 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）×10%×100	10
2	类似业绩 (10分)	提供 2022 年 8 月 1 日至今类似(时间以合同签订日期为准)项目业绩证明材料，每提供一个得 2 分，最高得 10 分。 注：投标人须提供合同主要页(含：首页、服务内容信息页、合同金额页、签字盖章页)。	10
3	项目团队人员 (10分)	根据投标人提供的拟投入项目负责人和项目团队情况进行综合评审。 项目负责人具有丰富的地铁户外媒体宣传、制作经验，项目团队配备合理，职责明确，完全满足采购需求，得 10 分； 项目负责人具有地铁户外媒体宣传、制作经验，项目团队配备较合理，职责较明确，满足采购需求，得 7 分； 项目负责人缺少地铁户外媒体宣传、制作经验，项目团队人员配备不合理，无法完全满足采购需求，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分。 注：1、需提供项目负责人及主要团队人员的简历表。 2、项目负责人及主要团队人员需提供身份证等相关材料。	10
4	整体服务方案 (10分)	根据投标人对整个项目的理解制定整体服务方案（包括采购需求、项目背景、相关政策条件、项目实施效果和重难点分析）进行综合评审。 整体服务方案清晰全面，熟悉相关政策，服务重难点分析透彻，高度贴合项目需求，得 10 分；	10

		整体服务方案基本全面，对相关政策了解一般，服务重难点分析针对性不强，勉强满足项目需要，得 7 分； 整体服务方案有部分欠缺，对相关政策了解较少，对服务重难点分析较差，与项目需求贴合度较低，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分	
5	地铁站点资源的自有或授权资质证明（15 分）	根据投标人的投放资源进行综合评审。 投标人具有能完全满足招标文件中要求的投放形式（U 型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱、地铁车门贴）、点位要求以及投放时间的地铁站点资源的自有或授权资质证明得满分 15 分，每有一个点位或车辆的广告形式或点位要求或投放时间不满足扣 1 分，扣完为止，最低得 0 分。 注：投标人应具有投标文件中所列地铁站点资源的自有或授权资质证明，需明确四种广告形式所涉及的投放点位及广告位位置，提供广告资源自有证明复印件或资源授权书或协议复印件，并加盖投标人公章。否则不予认定。	15 分
6	投放方案及广告位选择（10 分）	根据投标人所选的四种广告形式所涉及的投放点位及广告位位置的覆盖范围广泛性、投放位置核心性，所选点位媒体环境状况、客流量、投放周期情况以及预期达到的品牌宣传效应进行综合评审。 投放资源综合水平突出，覆盖范围广阔，投放位置醒目，媒介面积选择合理，受众客流量巨大，受众适用性强，完全满足采购需求，得 10 分； 投放资源综合水平一般，覆盖范围较广，投放位置辨识度较高，媒介面积合理性一般，受众客流量较多，基本满足采购需求，得 7 分； 投放资源综合水平差，覆盖范围狭小，投放位置缺乏辨识度，媒介面积合理性缺失，受众客流量稀少，无法完全满足采购需求，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分	10 分

7	广告设计方案 (10分)	根据投标人提供的广告设计方案进行综合评审。 广告设计方案完整度高，广告策划新颖，完全契合公益及营销广告宣传主题，内容延展性及交流互动性突出，通俗易懂且有记忆点，完全满足采购需求，得 10 分； 广告设计方案基本完整，对广告进行了一定的策划，与公益及营销广告宣传主题契合度较强，内容延展性及交流互动性较强，有一定的品牌号召力，基本满足采购需求，得 7 分； 广告设计方案完整度差，不具备策划能力，未契合公益及营销广告宣传主题，内容延展性及交流互动性缺失，不具有品牌号召力，无法完全满足采购需求，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分	10
8	时间进度安排方案 (10分)	根据投标人提供的时间进度安排方案对采购需求的响应程度进行评审。 时间进度安排合理灵活，响应迅速及时，完全满足采购需求，得 10 分； 时间进度安排较合理，响应时效性较强，基本满足采购需求，得 7 分； 时间进度安排不合理，响应时效性滞后，无法完全满足采购需求，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分。	10
9	质量保证措施 (10分)	根据投标人提供的项目质量保证措施（包括但不限于巡查巡视制度、监督监管体系、安全保障制度和措施、突发应急方案以及维护方案等）进行评审。 质量保证措施完全符合项目需求，具有完整的安全保障制度、巡查巡视制度监督监管体系等，突发应急方案以及维护方案切实可行，完全满足采购需求，得 10 分； 质量保证措施符合项目需求，具有安全保障制度、巡查巡视制度监督监管体系等，突发应急方案以及维护方案可行	10

		性一般，基本满足采购需求，得 7 分； 质量保证措施不符合项目需求，安全保障制度、巡查巡视制度监督监管体系等缺失，突发应急方案以及维护方案等缺失，无法完全满足采购需求，得 4 分； 未提供任何材料，得 0 分。	
10	满意度调研及结项方案（5 分）	根据投标人提供的满意度调研及结项方案进行综合评审。 满意度调研及结项方案切实可行，完全满足采购需求，得 5 分； 满意度调研及结项方案一般，基本满足采购需求，得 3 分； 满意度调研及结项方案可行性较低，无法完全满足采购需求，得 1 分； 未提供任何材料，得 0 分。	5

第五章 采购需求

一、采购标的

序号	明细项目名称	明细预算内容	单位	数量	*最高限价 (人民币, 元)
1	地铁广告宣传项目	为扩大福利彩票品牌影响力, 顺应新形势下福利彩票发行销售的宣传工作要求, 结合北京地区情况, 选择地铁站内的U型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱和地铁车门贴发布福彩品牌宣传信息, 传播福彩公益理念和发行宗旨, 宣传营销活动, 向公众传递公益、慈善、健康、快乐、创新的福彩文化。	项	1	3,288,000.00

二、项目概述

为扩大福利彩票品牌影响力, 顺应新形势下福利彩票发行销售的宣传工作要求, 结合北京地区情况, 选择地铁站内的U型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱和地铁车门贴发布福彩品牌宣传信息, 传播福彩公益理念和发行宗旨, 宣传营销活动, 向公众传递公益、慈善、健康、快乐、创新的福彩文化。

三、项目预算

项目预算金额为328.8万元。总价款为本项目执行期间所产生的全部费用, 包括但不限于: 设计、制作、安装、维护等费用。

四、项目需求

(一) 投放要求

1. 投放范围: 全市范围内覆盖核心繁华地区、客流量大的地铁站站厅、站台或换乘通道内、地铁车门显著位置。

2. 投放线路: 一号线(八通线)、二号线、五号线、六号线、七号线、八号线、九号线、十号线等。

3. 宣传内容: 福利彩票品牌公益信息和业务信息。

4. 投放形式及点位等级、数量、时长和次数:

- (1) U型区墙贴：3个S级点位。
- (2) 梯顶墙贴：9个S级点位，1个A++级点位。
- (3) 超级大灯箱：1个S级点位，1个A++级点位。
- (4) 地铁车门贴：14个S级车辆。

各个点位及车辆投放时长均为4周。

广告位选择要求：投标人需合理统筹挑选四种广告形式所涉及的投放点位及广告位位置，兼顾覆盖范围广泛性和投放位置核心性，所选点位媒体环境整洁、客流量大，广告位所在位置显著、面积大，可以达到良好的品牌宣传效应。

(5) U型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱广告位须分布在15个不同点位，并包含以下S级站点：建国门站、朝阳门站、大望路站、西单站、前门站、国贸站、西直门站、东夏园站；梯顶墙贴A++级点位为青年路站；超级大灯箱A++级点位为五棵松站。14列车辆包含一号线（八通线）、二号线、五号线、六号线、七号线、八号线、九号线、十号线。

(6) 投标人应实现所有点位广告如期上刊，并保障上刊周期的完整。为最大化聚合宣传成效，投标人须一次性集中完成广告投放。

5. 投标人全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作。投标人根据宣传内容和采购人要求，结合投放载体尺寸设计广告文案及画面，并进行制作。根据福彩公益属性和业务开展情况，设计投放广告不少于3个版本（小样）供选定。刊发前需向采购人提供设计方案和设计稿等相关材料，根据采购人的意见修改并经审核同意后方可最终刊发投放。

(1) 广告应主题鲜明，富有创意，设计时尚，色彩搭配和谐，画面构图合理，能直观体现宣传内容，具有视觉冲击力。

(2) 画面风格需根据采购人的需要进行合理创意及延展，确保与福利彩票宣传内容的一致性。

6. 广告材质及制作：广告材质采用环保耐用、耐腐蚀材料。U型区墙贴、梯顶墙贴海报为喷绘物料铺设；超级大灯箱广告为背喷灯箱片覆哑光膜；地铁车门贴广告为PP双面背胶覆膜。

7. 投放时间：在采购人提出投放需求后，全部广告位需在15个工作日内上刊完毕。

（二）服务要求

1. 投标人应充分结合项目特征，综合考虑采购需求、项目背景、相关政策要求和项目实施效果最大化等，凭借自身优势选择客流量大、位置优越、面积大的繁华、核心站点广告位。

2. 投标人应提供投放方案，方案包括但不限于具体的投放点位清单，投放点位清单应明确投放站点及广告位具体位置情况、媒介尺寸、投放周期、投放次数、价格等信息。

3. 投标人应具有投标文件中所列地铁站点资源的自有或授权资质证明，应提供广告资源自有证明复印件或资源授权书或协议复印件，并加盖公章。

4. 投标人应提供福彩品牌等广告设计稿图样和创意说明。

5. 投标人有较强的服务能力和合理完善的时间进度安排及组织实施方案，能够根据工作实际配合采购人的宣传需求，使广告保质保量顺利发布。

6. 投标人应接受采购人或采购人聘请的第三方对投标人承担的工作内容进行包括但不限于事中和事后评价、审核、审计及绩效跟踪和评估等工作，按时提供相关资料、数据和信息等，配合采购人在下一年度针对本项目开展绩效评价工作。

7. 投标人应提供合理可行的质量保证措施、广告维护方案，包括但不限于巡查巡视制度、监督监管体系、安全保障制度和措施、突发应急方案以及维护方案等。如发现问题，应立刻响应整改，24小时内予以解决问题与故障，并提出具体优惠赔偿方案。

8. 投标人具有充足专业的项目团队人员确保本项目的执行。其中，项目负责人应具有丰富的地铁户外媒体宣传、制作经验；具备优秀的广告设计技术团队，能设计出具有独具创意、富有特色的广告宣传画面。应提供项目负责人及主要团队人员的简历表。

9. 投标人应确保项目相关信息和材料的使用及保存安全，未经采购人同意，不得将相关材料信息用于本项目以外的其他宣传渠道，不得向第三方泄露本项目相关内容。

10. 投标人执行本项目所形成工作成果的知识产权属于采购人所有。

11. 投标人应针对本次项目开展满意度调研，每个发布点位不低于50份调研问卷，调研问卷包括但不限于广告发布质量评估、社会认知度评估、广告受众满意度评估等内

容。调研问卷应具有真实性，并在整体项目发布结束后15天内向采购人提供广告宣传效果评估报告。

12. 投标人应在广告上刊后两个工作日内提供盖章的上刊报告；整体项目发布结束后15个自然日内向采购人提供由第三方机构盖章的监测报告并提交整体的结项报告，报告包括但不限于广告宣传项目投放概况、各媒介投放详情、投放时间、投放图片、效果分析、受众人群情况、数据分析等内容。发布数量、位置、画面与上刊材料一致，并将活动涉及的所有纸质和电子影音类资料进行整理归档，提交、移交相关项目成果。

13. 投标人在现场进行广告安装时需确保安全（如涉及到高空作业，作业人员需持证上岗）、不得影响地铁的正常运行。

14. 投标人需严格遵守《中华人民共和国广告法》、《北京市轨道交通运营安全条例》、《北京市户外广告设施、牌匾标识和标语宣传品设置管理条例》、《北京市户外广告设施安全管理规定》等相关现行有效的法律法规及规章制度。

五、服务期限

自合同签订之日起至2025年11月30日期间完成合同约定的全部工作量止。

六、项目验收及支付

按照合同约定。

第六章 拟签订的合同文本

北京福彩 2025 年地铁广告宣传项目 服务合同

甲方：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

法定代表人：

联系人：

电话：

电子邮箱：

乙方：

地址：

企业负责人：

联系人：

电话：

电子邮箱：

甲乙双方依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国民法典》，就甲方委托乙方在北京地区地铁站内 U 型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱、地铁车门贴广告媒体设计、制作、发布福彩公益品牌宣传信息等事宜，经友好协商，达成以下协议：

合同文件：

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。

合同文件的优先次序如下：

- a. 本合同
- b. 中标通知书
- c. 甲、乙双方商定并经共同确认的补充合同、修改文件及此后达成的其他附件。
- d. 投标文件
- e. 招标文件

一、服务内容

1. 投放范围：全市范围内覆盖核心地区、客流量大的繁华地铁站厅、站台或换乘站通道内、地铁车门显著位置。

2. 投放线路：一号线（八通线）、二号线、五号线、六号线、七号线、八号线、九号线、十号线等。

3. 宣传内容：福利彩票品牌公益信息和业务信息。

4. 刊发形式及点位等级、数量、时长和次数：

（1）U型区墙贴：3个S级点位，每个点位投放时长4周。

（2）梯顶墙贴：9个S级和1个A++级点位，每个点位投放时长4周。

（3）超级大灯箱：1个S级和1个A++级点位，每个点位投放时长4周。

（4）地铁车门贴：14个S级车辆，投放时长4周。

广告位选择要求：四种刊发形式所涉及的投放点位及广告位位置需统筹合理，兼顾覆盖范围广泛性和投放位置核心性，所选点位媒体环境整洁、客流量大，广告位所在位置显著、面积大，可以达到良好的品牌宣传效应。

（5）U型区墙贴、梯顶墙贴、超级大灯箱广告位须分布在15个不同点位，并包含以下S级站点：建国门站、朝阳门站、大望路站、西单站、前门站、国贸站、西直门站、东夏园站；梯顶墙贴A++级点位为青年路站；超级大灯箱A++级点位为五棵松站。14列车辆包含一号线（八通线）、二号线、五号线、六号线、七号线、八号线、九号线、十号线。

（6）乙方须实现所有点位广告按甲方确认的时间上刊，并保障上刊周期的完整。

为最大化聚合宣传成效，乙方须一次性集中完成广告投放。

如因不可抗力导致投放资源无法实施，在甲方同意的情况下，可在等价前提下进行资源调整。

具体点位及相关信息如下：

序号	刊发形式	地铁线路	站点	位置	等级	投放周期 (周)

5. 乙方全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作。乙方根据宣传内容和甲方要求，结合投放载体尺寸设计广告文案及画面，并进行制作。根据福彩公益属性和业务开展情况，设计投放广告不少于 3 个版本（小样）供选定。刊发前需向甲方提供设计方案和设计稿等相关材料，根据甲方的意见修改并经审核同意后方可最终刊发投放。

（1）广告应主题鲜明，富有创意，设计时尚，色彩搭配和谐，画面构图合理，能直观体现品牌宣传内容，具有视觉冲击力；

（2）画面风格需根据甲方的需要进行合理创意及延展，确保与福利彩票公益形象、活动一致性；

（3）制作宣传物料所提供资料、信息应真实、准确，不违反法律、法规、规章的

规定，涉及人物肖像权、音乐版权、字体等权属问题的，乙方要签署授权文件，不得侵害他人合法权益，避免权利纠纷。

6. 刊发材质及制作：材质采用环保耐用、耐腐蚀材料。U型区墙贴、梯顶墙贴海报为喷绘物料铺设；超级大灯箱广告为背喷灯箱片覆哑光膜；地铁车门贴广告为PP双面背胶覆膜。

7. 投放时间：全部广告位需在甲方提出需求后按期上刊完毕。

二、甲方的权利和义务

甲方应履行本合同的服务项目所约定的责任和义务。

1. 甲方在服务实施期内向乙方提供服务相关事宜咨询，并进行必要的指导。

2. 甲方负责对乙方提报的广告投放点位进行审核，对于乙方反馈的信息及时给予明确的指导意见。

3. 甲方负责对乙方的工作进行必要的监督。对于合同及项目实施方案中未体现但与本项目相关的工作任务，甲方有权要求乙方配合完成。

4. 在总价值不变的前提下，甲方有权根据市场实际情况调整项目内容如点位投放个数、次数及时长等，并要求乙方配合实施。

5. 甲方有权自行或聘请第三方公司不定期监督、检查乙方的项目实施情况，并根据检查情况向乙方提出相应的整改要求。

6. 甲方应按照合同约定向乙方支付相应款项。

三、乙方的权利和义务

乙方应履行本合同的服务项目所约定的责任和义务。

1. 根据甲方的整体规划，乙方负责选择适合甲方需求的客流量高、位置优越、面积大的繁华、核心站点广告位，形成详细的投放计划方案。方案包括但不限于具体的投放点位清单，投放点位清单应明确投放站点及广告位具体位置情况、媒介尺寸、投放周期、

投放次数、价格等信息。

2. 乙方有义务按照甲方的要求，配合完成与本项目相关的工作任务。

3. 乙方须在广告上刊后两个工作日内提供盖章的上刊报告；整体项目发布结束后 15 天内向甲方提供由第三方机构盖章的监测报告，并提交整体的结项报告。

4. 乙方须接受甲方或甲方聘请第三方对乙方承担的工作内容进行包括但不限于事中和事后评价、审核、审计及绩效跟踪和评估等工作，按时提供相关资料、数据和信息等，配合甲方在下一年度针对本项目开展绩效评价工作。上级单位对甲方开展审计等过程中，如需要延伸审查本项目执行情况，乙方应予配合。

5. 乙方负责项目执行过程中的整体跟踪，并制定相关应急方案。广告上刊后，乙方有义务安排专人对媒体进行定期检查和维护，确保完好的发布状态，应保证登载的广告画面的完整醒目。广告发布期如出现画面破损、玷污等，乙方应及时处理，并在 1 个工作日内修复。如未能在 1 个工作日内修复的，广告发布时间根据修复时间做相应顺延。所有维护、通电、清洁等费用均由乙方承担。如有突发事件需在第一时间反馈，并根据甲方意见，对各类事件随时响应，保证项目执行的平稳性。

6. 如因政府部门或其他部门因重大活动/重大事项或其他原因要求临时发布公益广告，或要求本合同约定的广告在一定期间不能发布的，则乙方应顺延补足发布时间或经双方协商一致变更点位补足损失的发布时间。如发布甲方车门贴广告的车辆被临时调离原线路或者因故障临时停运，则乙方应顺延补足车辆被临时调离或者因故障停运的发布时间。

7. 针对甲方提出的调整意见，乙方应在 3 个工作日内提交调整方案，并在甲方确认后立刻执行。

8. 乙方应妥善保管合同履行过程中甲方提供的技术资料、数据、样品、材料、设备等。

9. 乙方应针对本次项目开展满意度调研，每个发布点位不低于 50 份调研问卷，调研问卷包括但不限于广告发布质量评估、社会认知度评估、广告受众满意度评估等内容。调研问卷应具有真实性，并在整体项目发布结束后 15 个自然日内向甲方提供广告宣传效果评估报告。

10. 乙方不得将本项目权利义务转包、分包或变相转包给第三方。

11. 乙方不得以甲方名义从事超过本合同约定的事宜，不得以甲方名义进行对外宣传。

四、合同价格

本合同项目总价为：¥____元（大写：_____）。

五、结算方式

1. 履约保证金：本合同签订之日起 15 个工作日内，乙方缴纳合同总额的 10%，¥____元（大写：_____）作为该项目实施的履约保证金，保质保量完成项目工作，对于不合格情况，将按照相应成本进行核算，从履约保证金中扣除相应金额。

履约保证金缴纳账户：

付款方式：汇款

户名：北京市福利彩票发行中心

账号：1100 1028 7000 5610 9678

开户行：建行北京北环支行

交换号：建 287

2. 结算约定：甲方付款如遇到财政国库预算支付的限制，应当相应顺延付款期限，甲方不承担违约责任，但甲方应当将延迟付款理由书面通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

3. 付款时间及进度：根据项目实施情况，由甲方按项目进程分期支付相应款项。首

付款：在乙方支付的履约保证金到达甲方账户后的 15 个工作日内支付项目金额的 70%，即¥_____元（大写：_____）；项目完成后，乙方提供项目结项报告及相关材料，由甲方验收合格后 15 个工作日内支付项目金额的 30%，即尾款¥_____元（大写：_____），并结合乙方履约情况，无息退还乙方履约保证金。

4. 乙方账户信息

户名：

账号：

开户银行：

行号：

5. 发票要求：乙方须逐次按照付款金额向甲方开具正规增值税普通发票，待甲方收到发票后支付。

6. 甲方发票信息

甲方单位名称：北京市福利彩票发行中心

社会统一信用代码：12110000400568017W

六、项目验收

项目实施结束后，由乙方提供项目结项报告、广告宣传效果评估报告及第三方监测报告。结项报告包括广告项目投放概况、各媒介投放详情、投放时间、投放图片、效果分析、受众人群情况、数据分析等内容。发布数量、位置、画面与上刊材料一致。同时将活动涉及的所有纸质和电子影音类资料进行整理归档，提交、移交相关项目成果。由甲方验收合格后支付项目尾款，无息退还履约保证金。

七、违约责任

1. 甲乙双方应共同努力履行本合同规定的条款，任何一方如有违约行为造成另一方的损失，另一方有索取赔偿和保留法律诉讼的权利。

2. 合同履行期间，乙方非因法律规定或合同约定，擅自终止履行合同的，应退回甲方已支付款项，乙方按本合同总价款的 30%向甲方支付违约金。上述违约金不足以弥补甲方损失的，甲方可就其所遭受的损失要求乙方予以赔偿。

3. 乙方若未按合同和甲方要求的内容完成项目，如出现未准时同步正确上刊、产生画面质量问题等情况，乙方应立刻整改，并按 1：3 的时长比例补偿刊发。超过三次的，或逾期未整改、整改不到位的，甲方有权终止合同。且甲方有权要求乙方退回未执行工作部分的相应款项，并由乙方按本合同总价款的 30%向甲方支付违约金。上述违约金不足以弥补甲方损失的，甲方可就其所遭受的损失要求乙方予以赔偿。

4. 乙方若未按合同和甲方要求的期限提供相应服务或甲方认为乙方未能达到甲方要求的，如：未按期提交服务成果或报告、未按期整改等情况，每延期一日，乙方需按照本合同金额的 5%向甲方支付违约金。逾期超过 30 日的，甲方有权终止合同，要求乙方退回未执行工作部分的相应款项，并由乙方按本合同总价款的 30%向甲方支付违约金。上述违约金不足以弥补甲方损失的，甲方可就其所遭受的损失要求乙方予以赔偿。

5. 合同履行期间，乙方如出现以下任一违约情况的，应退回未执行工作部分的相应款项，按本合同总价款的 30%向甲方支付违约金。甲方有权终止合同，上述违约金不足以弥补甲方损失的，甲方可就其所遭受的损失要求乙方予以赔偿：

（1）在项目执行过程中，违反国家彩票相关法律法规或甲方各项规章制度，并造成重大影响的；

（2）将本项目部分或全部的权利和义务转包、分包及变相转包给第三方的；

（3）擅自利用甲方名义进行任何形式的宣传或从事超过本合同约定的事宜；

（4）乙方或其员工违反本合同约定的保密条款，给甲方造成损失的；

（5）因违法违规经营或被列入征信黑名单等，导致公安部门、市场监督管理部门等相关执法部门处罚或乙方因违法违规经营，导致相关执法部门强制关停的，或确定不适

合参与本项目实施工作的；

(6) 乙方有其他违约行为，经甲方书面通知后逾期未整改，或整改未到位的。

6. 若乙方在为甲方提供任何服务、全部或部分的工作成果以及在服务过程中，侵犯了任何第三方的合法权益的，致使甲方受到索赔或起诉，乙方应自行向第三方承担全部法律责任，由此给甲方造成的一切损失由乙方承担，同时甲方有权解除合同，并有权要求乙方支付本合同总价款的 30% 的违约金，并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

7. 甲方依据上述约定解除合同的，应当以书面的形式通知乙方，通知到达乙方时合同即解除，乙方应立刻返还一切素材、资料及报告（包括未完成部分）。合同单方解除后，未支付的费用，甲方不再支付。已支付的，甲方有权要求乙方退还未提供服务所对应的款项，或虽已提供但未通过甲方验收的服务所对应的款项，并赔偿由此产生的全部损失。

8. 甲方有权从未付款项及履约保证金中直接扣除乙方应承担的违约金和赔偿金。以上各项交付的违约金、赔偿金并不当然地减少或免除乙方的合同义务。

9. 本合同所指甲方损失包括但不限于甲方直接经济损失、间接损失、可期待利益损失及因乙方违约而产生的维权费用等（包括调查费、律师费、诉讼费、公证费等一切费用）。

八、免责条款

如遇不可抗力导致合同提前终止，经第三方机构评定后，对乙方已付出的并已超过甲方预付相关款项部分成本，甲方进行补偿；甲方已支付相关成本而乙方未完成部分款项，乙方应如数退回甲方。

九、知识产权

1. 甲方根据本合同向乙方提供的技术性信息、商业性信息、文件、程序、计划、技术、图表、模型、数据、标准和其他专有信息等，其知识产权、所有权和一切其他权益全部归甲方所有。未经甲方事先书面许可，乙方不得以本合同之外的任何目的、以任何形式自行使用、向任何第三方披露或擅自许可任何第三方使用。

2. 乙方根据本合同或者在本合同履行过程中向甲方提供或者根据甲方提供的有关信息、资料而产生的项目成果、过程文件及其他成果的知识产权、所有权和其他一切权益全部归甲方所有，甲方可以不受限制地行使使用、收益、处分等一切权能。

3. 乙方应保证为甲方提供的服务符合国家相关法律、法规和规章规定，不侵犯任何第三方的知识产权、所有权和其他合法权益。任何第三方以本合同提供的服务违反了国家相关法律法规的规定或侵权为由向甲方主张权利或提出法律或行政程序的，甲方免于相应权利主张或法律制裁。乙方应自行处理与第三方产生的纠纷并承担全部法律责任，并赔偿由此对甲方造成的一切损失。

十、合同期限

自合同签订之日起至 2025 年 11 月 30 日期间乙方完成合同约定的全部工作量止。

十一、法律的适用及争议的解决

1. 本合同适用中华人民共和国法律、法规、规章及相关政策。

2. 履行本合同产生的任何争议，由双方友好协商解决，协商不成，双方有权向甲方所在地人民法院提出诉讼。

十二、保密条款

1. 乙方从甲方获得的或因履行本合同所获悉的甲方及其关联方信息，包括但不限于技术性信息、商业性信息、文件、程序、计划、技术、图表、模型、数据、标准和其他专有信息，本合同的存在、条款履行情况和本合同有关的其他商业信息和技术信息（以下统称“保密信息”），只能由乙方及其人员为本合同目的而使用。除本合同另有规定外，对于甲方提供的任何保密信息，未经甲方的书面同意，乙方及其知悉保密信息的人员均不得直接或间接的以任何方式提供或披露给任何“第三方”或为非本合同目的而使用。在本条中“第三方”是指任何自然人、企业或其分支机构、代理、组织或其他实体。按规定提供给政府主管部门的除外。

2. 乙方在为甲方提供服务期间，应严格遵守甲方规定的保密规章、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。

3. 甲方向乙方提供或披露的保密信息，可由乙方为执行本合同需要披露给指定的员工，并且仅在为执行本合同所需的范围内进行披露；乙方需采取必要措施防止知悉保密信息的员工为个人利益使用保密信息或向任何第三方做出未经授权的任何披露。

4. 在任何情形下，本保密条款所规定的保密义务永久持续有效。

十三、通知及送达

甲乙双方因履行本合同而相互发出或者提供的所有通知、文件、资料等，如非以手递方式送达的，则均应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。

十四、其他

1. 本合同经双方法定代表人或代理人签字并加盖单位公章后生效。合同文本一式柒份，甲方叁份、乙方叁份、采购代理机构壹份，具有同等法律效力。

2. 本合同未尽事宜，双方另行协商解决，并可另行签订补充合同。

甲方：北京市福利彩票发行中心（盖章）

法定代表人或授权委托人（签字）：

日期：

乙方：（盖章）

法定代表人或授权委托人（签字）：

日期：

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：

项目代理编号：

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

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		
...		

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

2-1 中小企业政策证明文件

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。

（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。

2-1-1 中小企业证明文件

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，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：_____

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：_____

3 投标保证金凭证/交款单据复印件投标人公章

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：

项目代理编号：

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 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_____

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、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）（签字或签章）：_____

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复印件：

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复印件：

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

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：_____

序号	投标人名称	投标报价	
		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。

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：_____ 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. 如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

2. 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：_____

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 ）： ☐ 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。） ☐ 有偏离 （如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐列明，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：_____ 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”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

7 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

7-1 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”。

8 中标服务费承诺书

致：中钰招标有限公司

我们在贵公司组织的_____项目招标中若获中标（项目代理编号：_____），我们保证在领取中标通知书时按招标文件的规定，以支票、电汇或现金，向贵公司一次性支付应该交纳的中标服务费用。

特此承诺！

承诺方法定名称：_____

地址：_____

电话：_____ 传真：_____

邮编：_____

承诺方法人授权代表签字：_____（承诺方盖章）

承诺日期：_____

9 投标人根据招标文件或评分标准要求自行提供相关资料，格式自拟

以下文件为重要的参考资料，投标人无需编制在其投标文件中。

附件1：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

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构及有关单位：

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），工业和信息化部、国家统计局、发展改革委、财政部研究制定了《中小企业划型标准规定》。经国务院同意，现印发给你们，请遵照执行。

工业和信息化部

国家统计局

国家发展和改革委员会

财政部

二〇一一年六月十八日

中小企业划型标准规定

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（二）工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5

人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

（五）零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10

人及以上,且营业收入 100 万元及以上的为小型企业;从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(十一) 信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中,从业人员 100 人及以上,且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业;从业人员 10 人及以上,且营业收入 100 万元及以上的为小型企业;从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(十二) 软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中,从业人员 100 人及以上,且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业;从业人员 10 人及以上,且营业收入 50 万元及以上的为小型企业;从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

(十三) 房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中,营业收入 1000 万元及以上,且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业;营业收入 100 万元及以上,且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业;营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

(十四) 物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中,从业人员 300 人及以上,且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业;从业人员 100 人及以上,且营业收入 500 万元及以上的为小型企业;从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

(十五) 租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中,从业人员 100 人及以上,且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业;从业人员 10 人及以上,且资产总额 100 万元及以上的为小型企业;从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

(十六) 其他未列明行业。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。

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

六、本规定适用于在中华人民共和国境内依法设立各类所有制和各种组织形式的企业。个体工商户和本规定以外的行业，参照本规定进行划型。

七、本规定的中型企业标准上限即为大型企业标准的下限，国家统计部门据此制定大中小微型企业的统计分类。国务院有关部门据此进行相关数据分析，不得制定与本规定不一致的企业划型标准。

八、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门根据《国民经济行业分类》修订情况和企业发展变化情况适时修订。

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

十、本规定自发布之日起执行，原国家经贸委、原国家计委、财政部和国家统计局2003年颁布的《中小企业标准暂行规定》同时废止。