

# 首都精神文明线上宣传及线下活动

## 招 标 文 件

项目编号：BMCC-ZC25-1933



采购人：首都精神文明促进中心

采购代理：北京明德致信咨询有限公司

2025 年 12 月

## 目 录

第一章 投标邀请 .....	3
第二章 投标人须知 .....	9
第三章 资格审查 .....	33
第四章 评标程序、评标方法和评标标准.....	36
第五章 采购需求 .....	63
第六章 拟签订的合同文本.....	74
第七章 投标文件格式.....	109

## 第一章 投标邀请

### 一、项目基本情况

1. 项目编号：BMCC-ZC25-1933          立项编号：11000025210200161312-XM001

2. 项目名称：首都精神文明线上宣传及线下活动

3. 项目预算金额：301.84万元、项目最高限价（如有）：  /  万元

4. 采购需求：

包号	名称	采购预算金额 (万元)	简要技术需求或服务要求
01	2026 “文明养犬” 主题宣传活动	33.46	负责开展不少于 10 场文明养犬线下宣传实践活动，进商圈、进社区、进学校、进家庭，通过科普宣传、知识问答、训犬培训、义诊、宠物市集、发放犬绳和拾便器等形式引导犬主依法文明养犬……详见招标文件第五章采购需求
02	2026 北京市“中国 好人”系列发布活 动	26.874	围绕北京市“中国好人”系列发布活动主题，依照策划方案，实施 2 场线上线下互动活动。负责协调线下活动场地、活动现场的背景布置、灯光音响、摄影摄像、现场协调等工作……详见招标文件第五章采购需求
03	2026 网络新媒体宣 传	209.206	提供专业技术支持，确保系统 7*24 小时高效稳定运行，保障系统、文件与数据安全，进行系统软件与应用软件部署管理，系统调优与故障报警，如遇应急故障及时处理……详见招标文件第五章采购需求

04	2026 在市属媒体刊播优秀事迹	26.6	供应商要以宣传“中国好人”及其候选人优秀品质为主线，拍摄视频宣传短片 12 个，事迹展播 4 个，每个短片时长 3-5 分钟……详见招标文件第五章采购需求
05	2026 在市属媒体刊发专版	5.7	供应商要撰写报道方案，并安排专人负责项目的组织和筹备工作、编辑和制作、审校工作，以及刊发工作……详见招标文件第五章采购需求

5. 合同履行期限：详见各分包规定。

6. 本项目是否接受联合体投标：否。

## 二、申请人的资格要求（须同时满足）

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：

### 2.1 中小企业政策

☐ 本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

☐ 本项目专门面向 ☐ 中小 ☐ 小微企业 采购。即：提供的货物全部由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务全部由符合政策要求的中小/小微企业承接。

■ 本项目预留部分采购项目预算专门面向中小/小微企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务由符合政策要求的中小/小微企业承接。预留份额通过以下措施进行：01 包、03 包和 05 包为专门面向中小企业采购；02 包为专门面向小微企业采购。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等查询信用记录（截止时点为投标截止时间，由采购代理机构查询），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，没有资格参加本项目的采购活动。

3. 本项目的特定资格要求:

3.1 本项目是否接受分支机构参与投标: ☐是 ☒否;

3.2 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;

3.3 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、管理关系的不同供应商, 不得同时参加同一合同项下的采购活动; 为本项目/某一包号提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商, 不得再参加本项目/该包的其他采购活动。本项目的采购代理机构及其分支机构不得参加本项目的投标或者代理投标;

(2) 本项目采用电子化与线下流程相结合的招标方式, 投标人须按规定线上获取招标文件, 线下递交纸质版投标文件;

(3) 本项目 03 包投标人应具备有效的《互联网新闻信息服务许可证》, 其中服务类别为“互联网新闻信息采编发布服务”。

### 三、获取招标文件

1. 时间: 2025 年 12 月 31 日至 2026 年 1 月 8 日, 每天 9:00 至 17:00 (北京时间)。

2. 地点: 北京市政府采购电子交易平台

3. 方式: 供应商按照规定办理 CA 数字认证证书 (北京一证通数字证书) 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：2026 年 1 月 21 日 09 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市海淀区学院路 30 号科大天工大厦 B 座 17 层 1706 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、使用信用记录结果等。

2. 本项目采用电子化与线下流程相结合的采购方式，投标人须按规定线上获取招标文件，线下递交纸质版投标文件。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，使用电子营业执照或办理 CA 认证证书、进行北京市政府采购电子交易平台注册绑定，并认真核实数字认证证书情况确认是否符合本项目电子化采购流程要求。

CA 认证证书服务热线 010-58511086

技术支持服务热线 010-86483801

##### 3.1 办理 CA 认证证书

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”，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

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

### 4. 投标保证金的递交说明：

电汇或网银转账必须备注留言“项目编号+用途”，例：ZC25-1933/包号保证金。

收款单位：北京明德致信咨询有限公司

开 户 行：中国工商银行股份有限公司北京东升路支行

账 号：0200 0062 1920 0492 968

5. 投标文件请于投标当日投标截止时间之前递交至投标地点，逾期递交的文件恕不接收。

6、本项目招标公告仅在《北京市政府采购网》和《中国政府采购网》上发布，对其他网站转发本公告可能引起的信息误导，造成投标人的经济或其他损失的，采购人及采购代理不负任何责任。

## 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：首都精神文明促进中心

地 址：北京市通州区运河东大街 56 号院 4 号楼

联系方式：马老师，55569567

### 2. 采购代理机构信息

名 称：北京明德致信咨询有限公司

地 址：北京市海淀区学院路 30 号科大天工大厦 B 座 17 层 1709 室

联系方式：010-82370045

### 3. 项目联系方式

项目联系人：刘佳、吕绍山

电 话：010-61192219

邮 箱：lj@zbbmcc.com



## 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
2.1	资金来源	<input checked="" type="checkbox"/> 财政性资金 <input type="checkbox"/> 非财政性资金
2.2	项目属性	项目属性： <input checked="" type="checkbox"/> 服务 <input type="checkbox"/> 货物
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
2.4	核心产品	<input checked="" type="checkbox"/> 关于核心产品本项目__包不适用。 <input type="checkbox"/> 本项目为单一产品采购项目 <input type="checkbox"/> 本项目__包为非单一产品采购项目，各分包的核心产品为：
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开 <input type="checkbox"/> 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： <input checked="" type="checkbox"/> 不需要

条款号	条目	内容																		
		<input type="checkbox"/> 需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：____； （2）是否需要随样品提交相关检测报告： <input type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 需要 （3）样品递交要求：____； （4）未中标人样品退还：____； （5）中标人样品保管、封存及退还：____； （6）其他要求：____/____。																		
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1"> <thead> <tr> <th>包号</th><th>标的名称</th><th>中小企业划分标准所属行业</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01</td><td>2026“文明养犬”主题宣传推广活动</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr> <td>02</td><td>2026北京市“中国好人”系列发布活动</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr> <td>03</td><td>2026网络新媒体</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> <tr> <td>04</td><td>2026在市属媒体刊播优秀事迹</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr> <td>05</td><td>2026在市属媒体刊发专版</td><td>其他未列明行业</td></tr> </tbody> </table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	01	2026“文明养犬”主题宣传推广活动	其他未列明行业	02	2026北京市“中国好人”系列发布活动	其他未列明行业	03	2026网络新媒体	软件和信息技术服务业	04	2026在市属媒体刊播优秀事迹	其他未列明行业	05	2026在市属媒体刊发专版	其他未列明行业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业																		
01	2026“文明养犬”主题宣传推广活动	其他未列明行业																		
02	2026北京市“中国好人”系列发布活动	其他未列明行业																		
03	2026网络新媒体	软件和信息技术服务业																		
04	2026在市属媒体刊播优秀事迹	其他未列明行业																		
05	2026在市属媒体刊发专版	其他未列明行业																		
11.3	投标报价	投标报价的特殊规定： <input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 有，具体情形：____。																		
12.1	投标保证金	投标保证金金额： 01包：人民币 5000 元； 02包：人民币 4000 元； 03包：人民币 32000 元																		

条款号	条目	内容
		04 包：人民币 4000 元 05 包：人民币 900 元 投标保证金收受人信息： 账户名称：北京明德致信咨询有限公司 开 户 行：中国工商银行股份有限公司北京东升路支行 账 号：0200 0062 1920 0492 968。 注：汇款或转账时请务必附言“项目编号/包号+用途”
12.6		投标保证金可以不予退还的其他情形： <input type="checkbox"/> 无 <input checked="" type="checkbox"/> 有，具体情形： <u>（1）投标人在投标有效期内撤销投标文件的；</u> <u>（2）投标人在投标文件中提供任何虚假材料的；</u> <u>（3）除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标人放弃中标或者不按本须知的规定与采购人签订合同的；</u> <u>（4）投标人与采购人或其他投标人恶意串通的；</u> <u>（5）未按招标文件要求足额缴纳代理费的；</u> <u>（6）招标文件规定的其他情形。</u>
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	投标文件份数	<b>投标文件：正本：1 份；副本：5 份；电子版：1 份。</b> 电子版应包括如下文档内容： （1）投标文件 PDF 格式文件，应包含正本所有内容的清晰扫描件（含签字盖章）； （2）投标文件 word 格式可编辑版本； （3）电子版投标文件以 U 盘形式提交。 <b>注意：电子文档内容和对应的正本必须完全一致，因电子文档与正本文</b>

条款号	条目	内容
		件不一致产生的后果由投标人自行承担。
22.1	确定中标人	<p>中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人：</p> <p><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>
25.6	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> <p>（1）可以分包履行的具体内容：_____；</p> <p>（2）允许分包的金额或者比例：_____；</p> <p>（3）其他要求：_____。</p>
26.1.1	询问	询问送达形式： <u>书面形式</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>北京明德致信咨询有限公司</u>；</p> <p>联系电话：<u>010-61192219</u>；</p> <p>电子邮件：<u>lj@zbbmcc.com</u>；</p> <p>通讯地址：<u>北京市海淀区学院路 30 号科大天工大厦 B 座 17 层 1709 室。</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>按原《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）及《国家发展改革委办公厅关于招标代理服务收费有</u></p>

条款号	条目	内容																								
		<p><u>关问题的通知》（发改办价格[2003]857 号）下浮 20%执行，按中标金额差额定率累进法计算，由各分包中标供应商在领取中标通知书前一并缴纳。</u></p> <table border="1"> <tr> <th>项目类型 中标金额（万元）</th><th>货物招标</th><th>服务招标</th></tr> <tr> <td>100 以下</td><td>1.5%</td><td>1.5%</td></tr> <tr> <td>100—500</td><td>1.1%</td><td>0.8%</td></tr> <tr> <td>500—1000</td><td>0.8%</td><td>0.45%</td></tr> <tr> <td>1000—5000</td><td>0.5%</td><td>0.25%</td></tr> <tr> <td>5000—10000</td><td>0.25%</td><td>0.1%</td></tr> <tr> <td>10000——100000</td><td>0.05%</td><td>0.05%</td></tr> <tr> <td>1000000 以上</td><td>0.01%</td><td>0.01%</td></tr> </table> <p><u>缴纳时间：中标人在领取中标通知书前须向采购代理机构缴纳代理费。</u></p>	项目类型 中标金额（万元）	货物招标	服务招标	100 以下	1.5%	1.5%	100—500	1.1%	0.8%	500—1000	0.8%	0.45%	1000—5000	0.5%	0.25%	5000—10000	0.25%	0.1%	10000——100000	0.05%	0.05%	1000000 以上	0.01%	0.01%
项目类型 中标金额（万元）	货物招标	服务招标																								
100 以下	1.5%	1.5%																								
100—500	1.1%	0.8%																								
500—1000	0.8%	0.45%																								
1000—5000	0.5%	0.25%																								
5000—10000	0.25%	0.1%																								
10000——100000	0.05%	0.05%																								
1000000 以上	0.01%	0.01%																								

## 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 资金来源见《投标人须知资料表》。

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 进口产品

5.1.1 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）。

5.1.2 本项目是否接受进口产品见第一章《投标邀请》。

##### 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。关于中小企业的相关规定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《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）、《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）。

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 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 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《评标方法和评标标准》（如涉及）。

#### 5.4 支持乡村产业振兴管理

5.4.1 为落实《关于运用政府采购政策支持乡村产业振兴的通知》（财库〔2021〕19号）有关要求，做好支持脱贫攻坚工作，本项目采购活动中对于支持乡村振兴管理的相关要求见第五章《采购需求》（如涉及）。

#### 5.5 正版软件

5.5.1 依据《财政部 国家发展改革委 信息产业部关于印发无线局域网产品政府采购实施意见的通知》（财库〔2005〕366号），采购无线局域网产品和含有无线局域网功能的计算机、通信设备、打印机、复印机、投影仪等产品的，优先采购符合国家无线局域网安全标准（GB 15629.11/1102）并通过国家产品认证的产品。其中，国家有特殊信息安全要求的项目必须采购认证产品，否则**投标无效**。财政部、国家发展改革委、信息产业部根据政府采购改革进展和无线局域网产品技术及市场成熟等情况，从国家指定的认证机构认证的生产厂商和产品型号中确定优先采购的产品，并以“无线局域网认证产品政府采购清单”（以下简称清单）的形式公布。清单中新增认证产品厂商和型号，由财政部、国家发展改革委、信息产业部以文件形式确定、公布并适时调整。

5.5.2 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)。

## 5.6 信息安全产品

5.6.1 所投产品属于《关于调整信息安全产品强制性认证实施要求的公告》(2009 年第 33 号)范围的,采购经国家认证的信息安全产品,否则**投标无效**。关于信息安全相关规定依据《关于信息安全产品实施政府采购的通知》(财库〔2010〕48 号)。

## 5.7 推广使用低挥发性有机化合物(VOCs)

5.7.1 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《评标方法和评标标准》。

## 6. 投标范围和投标费用

6.1 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**。

6.2 投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用,不论投标的结果如何,采购人和采购代理机构均无承担的义务和责任。

## 二 招标文件

### 7. 招标文件构成

- 7.1 要求提供货物和服务的内容及详细技术需求、投标须知和合同条件等在招标文件中均有说明。

招标文件共七章，各册的内容如下：

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**。
- 7.3 除非另有说明，若本招标文件中引用了某一品牌、型号或生产供应商名称，均是指参照该品牌、型号或生产供应商的产品或服务。所引用的品牌、型号或生产供应商名称不构成对投标人及其投标文件的限制。若采用的技术术语与某一供应商或某一产品使用的术语相同，并非表示指定了该供应商或该产品。投标人可提供同等于或优于招标文件要求的产品和服务。
- 7.4 除非有特殊要求，招标文件不单独提供货物安装使用地的自然环境、气候条件、公用设施等情况，投标人应自行了解。

## **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以电子邮件形式发出,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。澄清或修改的内容为招标文件的组成部分,对所有投标人均具有约束力。
- 8.4 投标人在收到澄清或修改的书面通知后,应在一个工作日内向采购代理机构回函确认,否则采购代理机构将视为其已完全知道并接受此澄清或修改的内容。

## **三 投标文件的编制**

### **9. 投标语言及投标文件中计量单位的使用**

- 9.1 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。
- 9.2 投标文件中所使用的计量单位,除招标文件中有特殊要求外,应采用中华人民共和国法定计量单位。

### **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》。投标文件按如下顺序装订:

- 1 投标书（实质性格式）
  - 2 开标一览表（实质性格式）
  - 3 投标分项报价表
  - 4 采购需求偏离表（实质性格式）
  - 5 合同条款偏离表（实质性格式）
  - 6 资格证明文件（要求详见第三章《资格审查》）
  - 7 业绩证明材料
  - 8 中小企业声明函
  - 9 招标文件要求的和投标人认为必要的其它文件，如本须知第 10.3-10.5 条的所有文件
- 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 除非招标文件另有说明，所有投标均以人民币报价（现场交货价），不接受其他货币的报价。投标人的投标报价应遵守“《中华人民共和国价格法》”。

11.2 投标人应在投标分项报价表上标明投标货物及相关服务的单价（如适用）和总价。

11.3 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，招标人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于下列内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

11.3.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用；

11.3.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用。

11.4 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。

11.5 投标人所报的各分项投标单价在合同履行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标，其**投标无效**。

11.6 对于一个包，投标人只允许对该包有一个总报价，任何有选择性或可调整的报价（或多个方案）的投标将导致其**投标无效**。

11.8 投标报价中，如投标内容超出招标文件要求，该超出部分内容在评标时将不予以核减。

## 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，并作为其投标的一部分。接受联合体投标的，可以由联合体中的一方或者共同提交投标保证金，以一方名义提交投标保证金的，对联合体各方均具有约束力。

12.2 投标保证金可采用下列形式之一：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**。投标人同时对多个采购包进行投标时，为便于区分，投标保证金建议分包提供；若合并提供，需注明投标包号及投标保证金金额。若投标保证金总额不足且无法判定是哪一个或多个采购包，涉及的所有采购包将均被视为**无效投标**。
- 12.4 投标保证金（保函）有效期同投标有效期。
- 12.5 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：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；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 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：
- 下列任何情况发生，投标保证金将不予退还：
- （1）投标人在投标有效期内撤销投标文件的；
  - （2）投标人在投标文件中提供任何虚假材料的；
  - （3）除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标人放弃中标或者不按本须知的规定与采购人签订合同的；
  - （4）投标人与采购人或其他投标人恶意串通的；
  - （5）未按招标文件要求足额缴纳代理费的；
  - （6）招标文件规定的其他情形。



### 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之前，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和允许修正其投标，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。投标人也可以拒绝招标采购单位的这种要求，其投标保证金将予以退还。上述要求和答复都应以书面形式提交。

### 14. 投标文件的签署及规定

- 14.1 投标人应按招标文件《投标须知资料表》的规定准备投标文件正本和副本以及电子版，每份投标文件须清楚地标明“正本”或“副本”。副本可采用正本的复印件。若正本和副本不符，以正本为准；电子版投标文件和纸质版投标文件不符，以纸质版投标文件为准。
- 14.2 投标文件需打印或用不退色墨水书写，并由投标人的法定代表人或经其正式授权的代表在投标文件上规定的地方签字并加盖单位公章（标书中所要求盖章处均为单位公章，其他印章如投标专用章、业务专用章、合同专用章等均**无效**）。授权代表须取得书面的“授权委托书”（标准格式附后），并将其附在投标文件中。
- 14.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由投标文件签字人在修改处签字并加盖公章。
- 14.4 投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。
- 14.5 投标人为自然人的，只须按要求签字，投标文件所有加盖公章的要求均不适用。
- 14.6 投标文件应装订牢固、目录清楚、页码准确，建议双面打印。采购人、采购代理机构对因装订不牢造成的文件散失不负责任。

## 四 投标文件的递交

### 15. 投标文件的密封和标记

- 15.1 投标时，投标人应按包将投标文件正本和所有的副本、电子版分开密封装在单独的包装中，且在包装正面标明“正本”、“副本”、“电子版”字样。
- 15.2 为方便开标唱标，投标人应将“开标一览表”单独密封，并在包装上标明“开标一览表”字样，在投标时单独递交。
- 15.3 为方便核查投标保证金，投标人应将“投标保证金”单独密封，并在包装上标明“投标保证金”字样，在投标时单独递交（若投标保证金采用电汇/网银方式，提供电汇底单/转账网页复印件，并加盖投标人公章；若采用保函、支票等形式，须提供保函/支票的原件）。
- 15.4 所有包装上均应注明如下内容：
  - 1) 清楚标明递交至规定的投标地址。
  - 2) 注明项目名称、项目编号、包号及对应名称和“在\_\_\_\_\_（开标日期、时间）\_\_\_\_\_之前不得启封”的字样。
  - 3) 注明投标单位名称和地址。
  - 4) 密封包装封面上须加盖投标人公章或授权代表签字。
- 15.5 如果投标人未按上述要求密封及加写标记，采购人或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 投标人应在规定的投标截止日期和时间前，将投标文件密封送达至规定的地址。采购代理机构收到投标文件后，应当如实记载投标文件的送达时间和密封情况，签收保存，并向投标人出具签收回执。任何单位和个人不得在开标前开启投标文件。逾期送达、未密封或密封不完好的投标文件，采购人或采购代理机构应当拒收。

- 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,采购人或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。

## **17. 投标文件的修改、补充与撤回**

- 17.1 投标人在提交投标文件后,可在投标截止时间前对其投标文件进行修改、补充或撤回,但必须有修改、补充或撤回的书面通知并由法定代表人或正式授权的投标人代表签字并加盖公章。
- 17.2 投标人对投标文件的补充或修改通知还须按照本章第 15 条进行密封和标记(注明项目名称、项目编号、“补充或修改通知”等)。
- 17.3 在投标截止时间之后,投标人不得修改、补充或撤回其投标文件(评标委员会要求的澄清除外)。
- 17.4 在投标截止时间后、投标有效期内,投标人不得撤销其投标文件(包括全部或部分投标资料),否则其投标保证金将不予退还。

## **五 开标及评标**

### **18. 开标**

- 18.1 采购代理机构将在规定的日期、时间和地点组织公开开标,投标人可派一名代表(即开标代表)参加开标仪式。
- 18.2 开标时,由投标人或者其推选的代表检查自身投标文件的密封情况,经确认无误后,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。未宣读的投标总价、价格折扣和招标文件允许提供的备选投标方案等实质内容,评标时不予承认。在开标时没有启封和唱标的投标文件在评标时将不予考虑。

投标人不足 3 家的,不得开标。

18.3 采购代理机构将打印开标记录,投标人参加开标仪式的代表应在该开标记录上签字确认开标结果。若无投标人的代表签字确认,以采购代理机构打印的开标记录为准。投标人未派代表参加开标的,视同认可开标结果。

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

## **19. 资格审查**

19.1 见第三章《资格审查》。

## **20. 组建评标委员会**

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,中标候选人并列的,由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人;招标文件未规定的,采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委

员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定成交供应商。

- 22.2 采购人有权根据投标人递交的投标文件，对投标人的财务、技术和生产能力等进行真实性审查。如果审查中发现虚假问题，采购人将保留追究投标人法律责任的权利。

## **23. 中标公告和中标通知书**

- 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，在财政部门指定的政府采购信息发布媒体公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，向未中标的投标人发出落标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

- 23.2 中标通知书是合同的组成部分，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，有包号出现下列情形之一的，该包应予废标：

24.1.1 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；

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，采购代理机构应将废标理由通知所有投标人。

## **25. 签订合同**

- 25.1 中标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，与采购人签订书面合同。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,采购人不得向中标人提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

- 25.2 招标文件、中标人的投标文件及其澄清文件等, 均为签订合同的依据。
- 25.3 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。
- 25.4 联合体中标的, 联合体各方应当共同与采购人签订合同, 就中标项目向采购人承担连带责任。
- 25.5 政府采购合同不能转包。
- 25.6 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。提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目招标活动的供应商。潜在供应商已按要求购买招标文件的，可以按规定对招标文件提出质疑。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。

26.2.3 投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

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。

## **28. 其它**

28.1 如果被推荐的中标候选人被认为在本招标过程的竞争中有腐败和欺诈行为，则被拒绝授予合同。

28.1.1 “腐败行为”是指通过提供、给予、接受、索取任何有价值的东西来影响招标人在招标过程中或合同实施过程中的行为；

28.1.2 “欺诈行为”是指为了影响招标过程或合同实施过程而谎报事实，损害招标人和公共利益，包括投标人之间串通投标（递交投标文件之前和之后），人为地使投标丧失竞争性，剥夺了招标人从竞争中所获得的利益。

28.2 其他未尽事宜，依据政府采购法及其实施条例、现行的有关政府采购的规定进行处理。





## 第三章 资格审查

### 一、资格审查程序

- 1、开标结束后，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、招标文件中资格证明文件中对格式有要求的，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、投标人《资格证明文件》均应加盖投标人公章，**否则其投标无效**。
- 5、资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

### 二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 若本项目允许分支机构参加投标，则分支机构参	提供相关证件复印件并加盖公章

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		加投标的, 此处可提供该分支机构或其所属法人或其他组织的相应证明文件。	
2	授权委托书	法定代表人本人参与投标的需提供法定代表人身份证明书; 非法定代表人本人参与投标的, 需提供法定代表人委托授权书	格式见第七章投标文件格式
3	投标人资格声明	提供了符合招标文件要求的投标人资格声明。	格式见第七章投标文件格式
4	其他特定资格要求	如有, 见第一章《投标邀请》	提供相关证件复印件并加盖公章
5	投标人信用记录	<p>查询渠道: 信用中国网站和中国政府采购网(<a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a>、<a href="http://www.ccgp.gov.cn">www.ccgp.gov.cn</a>);</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投标人, 其<b>投标无效</b>。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>	无须投标人提供, 由采购人或采购代理机构查询。
6	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	单独密封提交, 具体要求见第二章投标人须知

序号	审查因素	审查内容	格式要求
7	代理费承诺书	按照招标文件的规定提交。	格式见第七章投标文件格式

## 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。没有进行实质性响应的投标将被视为**无效投标**。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有效投标。
- 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，其**投标无效**。

#### 符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆开投标；
2	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；
3	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）；
4	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；
5	签署、盖章	按照招标文件要求签署、盖章的；
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；

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	分包承担主体资质（如有）	分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书电子件（如有）；
9	分包意向协议（如有）	按招标文件规定签订并提供分包意向协议原件的电子件的；（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，投标人所投产品非进口产品的；
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	<p>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：</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；</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</p>

		<p>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）国家有特殊信息安全要求的项目，采购产品涉及无线局域网产品和含有无线局域网功能的计算机、通信设备、打印机、复印机、投影仪等产品的，投标产品须为符合国家无线局域网安全标准（GB 15629.11/1102）并通过国家产品认证的产品；</p> <p>4）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	公平竞争	<p>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；</p>
15	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；</p>
16	附加条件	<p>投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；</p>

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。
----	--------	------------------------------------

## 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**投标无效**。

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

☐有，具体规定为：\_\_\_\_\_

☒无，按下述 2.4.2-2.4.7 项规定修正。

2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；

2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一

致的，以开标一览表（报价表）为准；

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

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

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

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

2.5 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。

2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的联合体或者大中型企业的报价给予 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（北京市含教育矫治局）、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》（见附件）的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

### 3 投标文件的比较和评价

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

#### 3.2 评标方法和评标标准

##### 3.2.1 本项目采用的评标方法为：

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

□最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

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

■随机抽取

☐其他方式，具体要求：\_\_\_\_\_

- 3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）采购人所采购的设备不涉及政府强制采购，属于节能产品/环境标志产品政府采购品目清单中优先采购的，所投产品提供了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复印件的，按照《评标标准》中节能、环境标志产品得分规则加分。
- 3.2.4 关于无线局域网认证产品政府采购清单中的产品，优先采购的具体规定（如涉及）\_\_\_\_\_。

#### 4 确定中标候选人名单

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

☐随机抽取

■其他方式，具体要求：评审得分相同的，由技术部分得分最高的投标人获得中标人推荐资格

- 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，按技术部分由高到低顺序排列。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。

## 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 评标报告

6.1 评标委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告，评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。

### 01 包：评标标准

类别	评审项	评审价值	评审标准
价格部分 (10 分)	价格得分	10	评审基准价=满足招标文件要求且最低的评审价格。合格供应商的有效价格得分=(评标基准价 / 评标价格) × 10
商务部分 (15 分)	类似业绩	15	投标人提供自2023年1月1日以来与本采购项目类似的业绩证明文件，每提供1份有效业绩，得3分，最高15分。（须提供合同复印件并加盖公章，时间以合同签订时间为准，不提供或缺漏项不得分）
技术部分 (75 分)	项目内容理解	10	<p>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及相关活动主题、项目重难点等。</p> <p>项目分析针对性强、熟悉活动主题、对活动主旨理解深入、重难点分析全面：10分；</p> <p>项目分析针对性较强、对活动主题了解较深入、对活动主旨理解较深入、重难点分析较全面：7分；</p> <p>项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对活动主旨理解一般、重难点分析一般：4分；</p> <p>项目分析针对性较少、对活动主题了解较少、对活动主旨理解较少、重难点分析有欠缺：1分；</p> <p>项目分析没有针对性、缺少对活动主题的了解、对活动主旨不理解、重难点分析缺失：0分。</p>
	服务方案	20	<p>综合考虑投标人提供的活动策划组织方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、策划新颖独特、主题内容鲜明、针对性极强、受众适用性强、统筹能力强、执行力强、管理维护到位，完全满足采购需求：20 分；</p>

			<p>方案完整度较高、策划较新颖、主题内容较鲜明、针对性较强、受众适用性较强、统筹能力较强、执行力较强、管理维护较到位，可以满足采购需求：16 分；</p> <p>方案完整度一般、策划能力一般、主题鲜明度一般、针对性一般、有一定的受众适用性、统筹能力一般、执行力一般、管理维护一般，基本满足采购需求：12 分；</p> <p>方案完整度较差、策划能力较差、主题鲜明度较差、针对性较差、受众适用性较低、统筹能力较差、执行力较差、管理维护；较差，勉强满足采购需求：8 分；</p> <p>方案完整度极差、不具有策划能力、无主题、无针对性、不具有受众适用性、统筹能力差、执行力差、管理维护极差，无法满足采购需求：4 分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	文案服务、视觉设计服务、宣传推广方案	15	<p>综合考虑投标人提供的文案服务、视觉设计服务、宣传推广方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、创意新颖、画面表现力强、文案惊艳、宣传推广范围广阔，完全满足采购需求：15分；</p> <p>方案完整度较高、创意新颖、画面表现力较强、文案较惊艳、宣传推广范围较广阔，可以满足采购需求：12分；</p> <p>方案完整度一般、创意不够新颖、画面表现力一般、文案平淡、宣传推广范围一般，基本满足采购需求：9分；</p> <p>方案完整度不高、缺乏新颖创意、画面表现力较弱、文案平淡、宣传推广范围狭隘，勉强满足采购需求：6分；</p>

			<p>方案完整度差、创意差、画面表现力差、文案差、宣传推广范围狭隘，无法满足采购需求：3分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	实施团队、 人员安排	10	<p>综合考虑投标人针对本项目组建的活动策划、实施团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。</p> <p>团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：10分；</p> <p>团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：7分；</p> <p>团队组成人员较差、专业性较差、经验较差：4分；</p> <p>团队组成人员差、专业性差、无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供，得0分。</p>
	活动实施及 安全保障方 案	10	<p>方案完整度高、保障措施众多、具有完善的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：10分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：7分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施较少、有小部分针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：4分；</p> <p>方案完整度差、没有保障措施、没有针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：0分</p>
	时间进度安 排	10	<p>时间安排合理，有详细的进度保障方案：10分；</p> <p>时间安排较为合理，有较为详细的进度保障方案：7分；</p> <p>时间安排不够合理可行，无进度保障方案：4分；</p> <p>不提供：0分。</p>



## 02 包：评标标准

类别	评审项	评审价值	评审标准
价格部分 (10 分)	价格得分	10	评审基准价=满足招标文件要求且最低的评审价格。合格供应商的有效价格得分=(评标基准价 / 评标价格) × 10
商务部分 (15 分)	类似业绩	15	投标人提供自2023年1月1日以来与本采购项目类似的业绩证明文件，每提供1份有效业绩，得3分，最高15分。（须提供合同复印件并加盖公章，时间以合同签订时间为准，不提供或缺漏项不得分）
技术部分 (75 分)	项目内容理解	10	<p>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及相关活动主题、项目重难点等。</p> <p>项目分析针对性强、熟悉活动主题、对活动主旨理解深入、重难点分析全面：10分；</p> <p>项目分析针对性较强、对活动主题了解较深入、对活动主旨理解较深入、重难点分析较全面：7分；</p> <p>项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对活动主旨理解一般、重难点分析一般：4分；</p> <p>项目分析针对性较少、对活动主题了解较少、对活动主旨理解较少、重难点分析有欠缺：1分；</p> <p>项目分析没有针对性、缺少对活动主题的了解、对活动主旨不理解、重难点分析缺失：0分。</p>
	服务方案	20	<p>综合考虑投标人提供的活动策划组织方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、策划新颖独特、主题内容鲜明、针对性极强、受</p>



			<p>众适用性强、统筹能力强、执行力强、管理维护到位，完全满足采购需求：20 分；</p> <p>方案完整度较高、策划较新颖、主题内容较鲜明、针对性较强、受众适用性较强、统筹能力较强、执行力较强、管理维护较到位，可以满足采购需求：16 分；</p> <p>方案完整度一般、策划能力一般、主题鲜明度一般、针对性一般、有一定的受众适用性、统筹能力一般、执行力一般、管理维护一般，基本满足采购需求：12 分；</p> <p>方案完整度较差、策划能力较差、主题鲜明度较差、针对性较差、受众适用性较低、统筹能力较差、执行力较差、管理维护；较差，勉强满足采购需求：8 分；</p> <p>方案完整度极差、不具有策划能力、无主题、无针对性、不具有受众适用性、统筹能力差、执行力差、管理维护极差，无法满足采购需求：4 分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	文案服务、视觉设计服务、宣传推广方案	15	<p>综合考虑投标人提供的文案服务、视觉设计服务、宣传推广方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、创意新颖、画面表现力强、文案惊艳、宣传推广范围广阔，完全满足采购需求：15分；</p> <p>方案完整度较高、创意新颖、画面表现力较强、文案较惊艳、宣传推广范围较广阔，可以满足采购需求：12分；</p> <p>方案完整度一般、创意不够新颖、画面表现力一般、文案平淡、宣传推广范围一般，基本满足采购需求：9分；</p>

			<p>方案完整度不高、缺乏新颖创意、画面表现力较弱、文案平淡、宣传推广范围狭隘，勉强满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度差、创意差、画面表现力差、文案差、宣传推广范围狭隘，无法满足采购需求：3分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	实施团队、人员安排	10	<p>综合考虑投标人针对本项目组建的活动策划、实施团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。</p> <p>团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：10分；</p> <p>团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：7分；</p> <p>团队组成人员较差、专业性较差、经验较差：4分；</p> <p>团队组成人员差、专业性差、无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供，得0分。</p>
	活动实施及安全保障方案	10	<p>方案完整度高、保障措施众多、具有完善的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：10分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：7分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施较少、有小部分针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：4分；</p> <p>方案完整度差、没有保障措施、没有针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：0分</p>
	时间进度安排	10	<p>时间安排合理，有详细的进度保障方案：10分；</p> <p>时间安排较为合理，有较为详细的进度保障方案：7分；</p> <p>时间安排不够合理可行，无进度保障方案：4分；</p>

			不提供：0分。
--	--	--	---------

### 03 包：评标标准

评分因素	评价指标和分值		
价格部分 (15 分)	<p>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最后报价最低的供应商的价格为投标基准价，其报价分为满分 15 分。其他投标人的得分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分=(投标基准价 / 投标人最终投标报价)×15</p>		
技术部分 (70 分)	项目需求分析	5 分	<p>项目需求分析方案完整，项目现状及特点准确，重点、难点分析及解决措施完善，得5分；</p> <p>项目需求分析方案较为完整，项目现状及特点较为准确，重点、难点分析及解决措施较为完善，得3分；</p> <p>项目需求分析方案不完整，项目现状及特点不准确，本项目重点、难点分析及解决措施不完善，得1分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	项目总体服务方案	10 分	<p>提供首都文明网运营方案，方案包含网络安全维护方案、发布内容监控方案、内容编辑及审校方案、网站专题专栏建设方案，响应采购方需要，根据采购人要求进行调整。</p> <p>方案完整，内容详尽，可操作性强，得10分；方案较完整，内容较详尽，具有一定的可操作性，得7分；方案不完整，内容不详尽，无可操作性，得3分；不提供不得分。</p>

		10 分	<p>提供“文明北京”微信公众号运营方案，方案包含发布内容编辑及审校方案、原创评论撰写方案、原创海报设计方案、微信表情设计方案、小程序优化方案、微信互动活动（线上）方案（包括活动互动页面制作、创意H5页面制作、活动物料等）、微信互动活动（线下）方案（包括活动摄像、活动摄影、后期剪辑制作活动记录、活动物料等），响应采购方需要，根据采购人要求进行调整。</p> <p>方案完整，内容详尽，可操作性强，得10分；方案较完整，内容较详尽，具有一定的可操作性，得7分；方案不完整，内容不详尽，无可操作性，得3分；不提供不得分。</p>
		5 分	<p>提供“文明北京”微博运营方案，方案包含发布内容编辑及审校方案、微博互动活动方案、活动物料方案、微博话题方案，响应采购方需要，根据采购人要求进行调整。</p> <p>方案完整，内容详尽，可操作性强，得5分；方案较完整，内容较详尽，具有一定的可操作性，得3分；方案不完整，内容不详尽，无可操作性，得1分；不提供不得分。</p>
		5 分	<p>提供“文明北京”抖音号运营方案，方案包含发布内容编辑方案、视频剪辑制作方案、网络直播方案、AI制作视频方案，响应采购方需要，根据采购人要求进行调整。</p> <p>方案完整，内容详尽，可操作性强，得5分；方案较完整，内容较详尽，具有一定的可操作性，得3</p>

			分；方案不完整，内容不详尽，无可操作性，得1分；不提供不得分。
	线上宣传 活动方案	7 分	投标人往年已做的与本项目相似的线上宣传活动详细方案，对自身拥有的媒体优势做详细说明，自身多平台多渠道的证明，重点宣传内容推广方案。大型互联网企业、媒体平台等合作关系证明材料。方案完整，证明材料详尽，方案可操作性强，得7分；方案较完整，证明材料较详尽，具有一定的可操作性，得5分；方案不完整，证明材料不详尽，无可操作性，得3分；不提供不得分。
	时间计划 安排	3 分	时间安排合理，有详细的进度保障方案，得3分；时间安排较为合理，有较为详细的进度保障方案，得2分；时间安排不够合理可行，无进度保障方案，得1分；不提供不得分。
	项目人员 配备	10 分	为本项目拟配备的团队人员数量充足、职责分工明确，得10分；较充足、职责分工较明确，得7分；不够充足、职责分工不够明确，得3分；未提供不得分。注：须提供团队人员名单。
	应急预案	10 分	针对采购人和可能要求的临时性和紧急性工作，提供应急预案。  预案合理、可行，针对性强，内容详实、思路清晰，得10分；预案较合理、可行，针对性较强，内容较详实、思路较清晰，得7分；预案较合理、可行，针对性较弱，但内容不够详实或思路不清晰，得3分；预案有一定的可行性，但不具有针对性，且内

			容不够详实或思路不清晰，得1分；未提供的，不得分。
	售后服务	5 分	售后服务保障体系及措施完善，技术支持能力强，服务时间长，响应程度高的，可及时服务，得5分；售后服务保障体系及措施较为完整，技术支持能力普通，服务响应较快，满足采购需求，得3分；售后服务保障体系及措施基本符合采购要求，但技术支持能力弱和服务响应不及时的，得1分。未提供得0分。
商务部分 (15 分)	业绩	15 分	提供自2023年1月1日以来与本采购项目类似的业绩证明文件，每提供1份有效业绩，得3分，最高15分。（须提供合同复印件加盖公章，时间以合同签订时间为准，不提供或缺漏项不得分）

#### 04 包：评标标准

类别	评审项	评审价值	评审标准
价格部分 (10 分)	价格得分	10	评审基准价=满足招标文件要求且最低的评审价格 合格供应商的有效价格得分=(评标基准价 / 评标价格) ×10
商务部分 (15 分)	类似业绩	15	投标人提供自2023年1月1日以来与本采购项目类似的 业绩证明文件，每提供1份有效业绩，得3分，最高15分。 (须提供合同复印件加盖公章，时间以合同签订时间为 准，不提供或缺漏项不得分)
技术部分 (75 分)	项目需求 理解	6	项目需求分析方案完整，项目现状及特点准确，重点、 难点分析及解决措施完善，得6分；  项目需求分析方案较为完整，项目现状及特点较为准 确，重点、难点分析及解决措施较为完善，得3分；  项目需求分析方案不完整，项目现状及特点不准确，本 项目重点、难点分析及解决措施不完善，得1分；  不提供不得分。
	宣传服务 方案	10	项目宣传策划方案完整，内容详尽，可操作性强，得10 分；  项目宣传策划方案较完整，内容较详尽，具有一定的可 操作性，得7分；  项目宣传策划方案不完整，内容不详尽，无可操作性， 得3分；



			不提供不得分。
		10 分	<p>撰写拍摄具体执行方案完整，内容详尽，可操作性强，得10分；</p> <p>撰写拍摄具体执行方案较完整，内容较详尽，具有一定的可操作性，得7分；</p> <p>撰写拍摄具体执行方案不完整，内容不详尽，无可操作性，得3分；</p> <p>不提供不得分。</p>
		10 分	<p>展现方式全面，可操作性强，得10分；</p> <p>展现方式较为全面，具有一定可操作性，得7分；</p> <p>展现方式不全面，无可操作性，得3分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	人员 配备	12	<p>1、策划负责人1人：具有国家认可的专业媒体类运营技术人员或宣传类技术人员证书的得1分。不提供不得分。</p> <p>2、制作/采编负责人1人：具有新闻媒体采编资质或记者从业资格的得1分。不提供不得分。</p> <p>注：（1）以上人员不重复得分；（2）以上相关证书复印件或截图均加盖公章。</p> <p>3、提供项目专业服务团队人员配置情况，人员配备非常充足（包括：项目经理、编导、摄像、策划、制作、设计等），团队经验丰富，得5分；项目团队人员全部具备广播电视制作专业技能及相关项目经验，得5分（提</p>

			<p>供有效证书复印件并加盖单位公章，否则不得分）；共得10分。</p> <p>提供项目专业服务团队人员配置情况，人员配备较充足（包括：编导、摄像、制作、设计等），团队经验较丰富，得3分；项目团队部分人员具备广播电视制作专业技能及相关项目经验，得3分（提供有效证书复印件并加盖单位公章，否则不得分）；共得6分。</p> <p>提供项目专业服务团队人员配置情况，人员配备不足，团队经验较少，得2分；项目团队人员不具备广播电视制作专业技能及相关项目经验，得1分（提供有效证书复印件并加盖单位公章，否则不得分）；共得3分，未提供得0分。</p>
	应急预案	10 分	<p>针对采购人和可能要求的临时性和紧急性工作，提供应急预案。</p> <p>预案合理、可行，针对性强，内容详实、思路清晰，得10分；</p> <p>预案较合理、可行，针对性较强，内容较详实、思路较清晰，得7分；</p> <p>预案较合理、可行，针对性较弱，但内容不够详实或思路不清晰，得4分；</p> <p>预案有一定的可行性，但不具有针对性，且内容不够详实或思路不清晰，得1分；</p> <p>不提供不得分。</p>
	质量保障方案	7 分	<p>项目质量保障方案完善，得7分；</p>

			<p>项目质量保障方案较为完善，得3分；</p> <p>项目质量保障方案不完善，得1分。</p> <p>不提供不得分。</p>
	日常拍摄保障	10 分	<p>针对采购人要求的日常拍摄工作，提供拍摄工作团队配置、拍摄人员经验。针对素材归档管理提供具体方案。</p> <p>拍摄和归档方案合理、可行，针对性强，内容详实、思路清晰，人员配置合理，经验十分丰富，得10分；</p> <p>拍摄和归档方案较合理、可行，针对性较强，内容较详实、思路较清晰，人员配置较合理，经验较丰富，得7分；</p> <p>拍摄和归档方案合理、可行，针对性较弱，但内容不够详实或思路不清晰，人员配置较为合理，经验较为丰富，得3分；</p> <p>拍摄和归档方案有一定的可行性，但不具有针对性，且内容不够详实或思路不清晰，人员配置不够合理，经验不足，得1分；</p> <p>未提供的，不得分。</p>

### 05 包：评标标准

类别	评审项	评审价值	评审标准
价格部分 (10分)	价格得分	10	评审基准价=满足招标文件要求且最低的评审价格 合格供应商的有效价格得分=（评标基准价/评标价格）×10
商务部分 (15分)	类似业绩	15	投标人提供自2023年1月1日以来与本采购项目类似的业绩证明文件，每提供1份有效业绩，得3分，最高15分。（须提供合同复印件加盖公章，时间以合同签订时间为准，不提供或缺漏项不得分）
技术部分 (75分)	项目需求理解	10	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及相关活动主题、项目重难点等。 项目分析针对性强、熟悉活动主题、对活动主旨理解深入、重难点分析全面：10分；项目分析针对性较强、对活动主题了解较深入、对活动主旨理解较深入、重难点分析较全面：7分；项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对活动主旨理解一般、重难点分析一般：4分；项目分析针对性较少、对活动主题了解较少、对活动主旨理解较少、重难点分析有欠缺：1分；项目分析没有针对性、缺少对活动主题的了解、对活动主旨不理解、重难点分析缺失：0分。

	宣传服务方案	20	<p>综合考虑投标人提供的活动内容设置方案。</p> <p>方案完整度高、活动成员选择针对性强、活动策划新颖、内容丰富：20 分；方案完整度较高、活动成员选择针对性较强、活动策划较新颖、内容较多：15 分；方案完整度一般、活动成员选择针对性一般、活动策划能力一般、内容较少：10 分；方案完整度差、活动成员选择无针对性、不具备活动策划能力、内容缺失：5 分；未提供，得 0 分。</p>
	时间计划安排	10	<p>时间安排合理，有详细的进度保障方案：10 分；时间安排较为合理，有较为详细的进度保障方案：7 分；时间安排不够合理可行，无进度保障方案：4 分；不提供：0 分。</p>
	活动实施及安全保障方案	15	<p>方案完整度高、保障措施众多、具有完善的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：15 分；方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：12 分；方案完整度较差、保障措施较少、有少部分针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：8 分；方案完整度差、没有保障措施、没有针对活动组织过程的安全保障方案及应急预案：4 分；未提供，得 0 分。</p>
	人员配备	10	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的团队情况（需附人员组成名单、团队成员简介等材料）。</p> <p>团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：10 分；</p> <p>团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：7 分；</p> <p>团队组成人员一般、专业性一般、经验一般：4 分；</p> <p>团队组成人员较差、专业性较差、无相关项目经验：1 分；</p> <p>未提供，得 0 分。</p>

	后续服务方案	10	项目后续跟踪方案完善：10 分；项目后续跟踪方案较为完善：7 分；项目后续跟踪方案内容完善但较为简单：4 分；项目后续跟踪方案不完善：1 分。不提供：0 分。  未提供，得 0 分。
合计 100 分			

## 第五章 采购需求

采购一览表

包号	名称	采购预算金额 (万元)
01	2026 “文明养犬” 主题宣传推广活动	33.46
02	2026 北京市“中国好人”系列发布活动	26.874
03	2026 网络新媒体宣传	209.206
04	2026 在市属媒体刊播优秀事迹	26.6
05	2026 在市属媒体刊发专版	5.7

### 01 包：2026 “文明养犬” 主题宣传推广活动

#### 一、项目概述

根据《关于重点领域不文明现象集中整治行动方案》和《开展“做文明有礼北京人”十大文明行动工作方案》，针对遛犬不拴绳和犬便不清理等不文明饲养宠物问题，联合市公安局，严格落实《北京市养犬管理规定》，组织开展“文明养犬”主题宣传实践活动，普及文明养犬知识和法律法规，提高养犬人的文明意识，努力实现人与动物的和谐共处。完成活动执行、宣传报道、海报及宣传折页设计制作等工作。

#### 二、项目需求

**整体要求：**

1. 根据采购人的策划方案和时间计划，制定可实施的执行方案并执行。
2. 项目中涉及的全部详细设计、文案、影音资料均需提交采购人审核后，方可进行物料制作或内容发布。

3. 配合采购人做好工作总结、资料留存、群众满意度调查等相关工作。

**具体要求：**

1. 负责开展不少于 10 场文明养犬线下宣传实践活动，进商圈、进社区、进学校、进家庭，通过科普宣传、知识问答、训犬培训、义诊、宠物市集、发放犬绳和拾便器等形式引导犬主依法文明养犬。

2. 负责全媒体宣传推广，围绕“文明养犬”宣传主题，在至少 4 个媒体平台发布内容不少于 20 篇次，包括新媒体平台及电视等传统媒体。

3. 通过新媒体进行图片、视频直播不少于 10 场，

4. 负责设计制作文明养犬宣传海报，围绕遛犬拴绳、犬便及时清理等内容负责设计九宫格宣传海报。

5. 负责设计、印刷、发放文明养犬宣传折页 2000 册。

6. 配合活动设计制作文明养犬活动物料 1500 套，包含拾便袋、接便器、犬绳等。

7. 围绕“文明养犬”活动主题，制作 2 期《文明养犬在行动》专题节目在新媒体平台及电视等传统媒体播出，将“文明养犬”宣传引导贯穿生活全过程。

**三、项目时间**

自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。



## 02 包：2026 北京市“中国好人”系列发布活动

### 一、项目概述

为充分发挥“中国好人”的示范和引领作用，把优秀的榜样力量转化为市民活动的生动实践，拟围绕北京市“中国好人”系列发布活动主题开展 2 场线上线下互动宣传活动，发挥“中国好人”引领作用，传播主流价值，涵育文明新风。

### 二、项目需求

1. 活动组织实施：围绕北京市“中国好人”系列发布活动主题，依照策划方案，实施 2 场线上线下互动活动。负责协调线下活动场地、活动现场的背景布置、灯光音响、摄影摄像、现场协调等工作。
2. 嘉宾邀约：每场线下活动邀请知名嘉宾、主持人和观众参与。
3. 文案服务：根据活动需要，撰写相关线上线下各类活动所需稿件。
4. 设计制作服务：配合活动策划设计，包括但不限于主视觉、延展物料的设计和制作。
5. 宣传推广：配合活动通过视频直播、媒体报道、官方新媒体平台发布，扩大活动影响力，在网络媒体平台进行直播宣传。每场活动邀请不低于 15 家中央及市级以上新闻媒体等对活动进行报道。

### 三、服务要求

1. 在中国境内注册并具有独立法人资格的企业，具有有效营业执照、税务登记证、组织机构代码证或具有“三证合一”营业执照，具有良好的商业信誉和售后服务。
2. 投标人应具备筹备、组织、宣传大型社会活动、开展社会宣传的能力，具有类似经验。在近两年内有举办多场同类型活动的成功案例。
3. 投标人应为本项目提供专业项目团队，团队具备优秀的策划及组织能力，较强的纪律、时限意识，能保质保量、高标准完成工作任务。
4. 投标人中标后，应以采购人的名义进行筹划举办，制作所有成品的版权归采购

人所有，未经采购人许可，不得擅自做其他用途使用。

5. 投标人执行该项目所产生的一切费用均须包含在投标报价中，采购人不再支付其他费用。

6. 投标人中标后，在执行本项目的过程中不得违反行业相关规定，不得存在侵犯他人肖像权等违法行为。如存在上述行为，由中标人自行承担相应的法律责任。

#### 四、服务时间

自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

### 03 包：2026 网络新媒体

#### 一、项目概述

首都文明网和“文明北京”新媒体作为展示首都风采和精神文明建设的线上宣传阵地，通过网络和新媒体平台传播文明、引领风尚，发挥着重要作用。网络新媒体宣传项目包括首都文明网、“文明北京”微信公众号、“文明北京”微博、“文明北京”微信抖音号的安全运营维护、内容建设、宣传活动等。

#### 二、项目需求

##### （一）首都文明网运营

1. 网络安全维护：提供专业技术支持，确保系统 7\*24 小时高效稳定运行，保障系统、文件与数据安全，进行系统软件与应用软件部署管理，系统调优与故障报警，如遇应急故障及时处理。

（1）定期备份和维护数据库数据。具备系统及应用数据的定期备份机制，包含本地备份与异地备份，能够进行全量备份，每次备份时间不少于 2 小时，备份点恢复时间也不少于 2 小时，以确保数据完整性与可恢复性。

（2）定期检查网站安全性，优化防火墙规则，漏洞扫描修复。

（3）为网站服务器安装最新补丁程序、修复服务期漏洞等，对网站上敏感数据进行加密，防止恶意盗取。

（4）管理服务器权限，定期清理冗余账户，封堵非法访问 IP。

（5）保障平台稳定性，修复网页 bug。要求年故障时长不超过 3 天，故障修复时间小于 2 小时。需配备完善的故障与安全事件处理应急预案，在关键时段建立 7×24 小时现场值守监控机制。提供 7×24 小时电话热线支持以及工程师现场应急服务，确保故障紧急修复时，1 小时内响应，6 小时内技术人员抵达现场。

2. 发布内容监控：项目实施期间，利用技术手段对网站内容进行检测，每日 24 小时不间断扫描，开启风险点预警，敏感识别视频、文本中的违规内容（如色情、暴恐、虚假广告等），并实时响应。

3. 发布内容编辑及审校：安排拥有专业采编资格证的编辑及技术人员，负责网站内容制作。借助专业校对工具、严格遵守“三审三校”制度，通过技术手段和专职校对人员双审核，保证内容安全。发布信息不少于 2 万条。

4. 专题专栏建设：设计制作专题专栏并搭建在官网中。包括页面布局及视觉设计、后台技术搭建、电脑及手机端测试，运用文字、图片、音视频等多种形式呈现。制作更新专题专栏不少于 12 个。

## （二）“文明北京”微信公众号运营

1. 发布内容编辑及审校：由拥有专业采编资格证的负责人员负责微信稿件制作，包括图文、音视频等形式，内容结合权威出处及市级媒体自有知识产权素材库，保证正规版权。借助专业校对工具、严格遵守“三审三校”制度，通过技术及专职校对人员双审核，保证内容安全。不少于 1800 篇。

2. 原创评论撰写：邀请资深评论员负责针对热点新闻事件或指定主题，撰写评论文章。不少于 12 篇。

3. 原创海报设计：根据项目需求制作原创海报，包括静态、动态。不少于 50 幅。

4. 微信表情设计：根据主题设计逐帧动态表情包，包含表情原画设计、主图绘制、详情页横幅、图标、引导图等所有素材。不少于 16 个。

5. 小程序优化对北京榜样小程序和文明积分小程序进行优化，进一步完善服务功能，提升用户体验。

6. 微信互动活动（线上）：围绕习近平新时代中国特色社会主义思想主题宣传、社会主义核心价值观主题宣传、新时代文明实践主题宣传等策划并开展微信互动活动 35 次，活动形式包括征集、投票、点赞、打卡等。

（1）互动页面制作：开展 30 次互动活动，配合制作推文页面。采用 SVG 技术制

作具有动态交互的微信推文活动页面 30 个。

(2) 创意 H5 页面制作：开展 5 次互动活动，配合制作创意 H5，包含功能及流程规划、界面创意设计等功能等。互动类 H5 制作包括基础框架搭建、交互功能开发、人物设计、场景设计、动画制作、配乐配效、功能及兼容性测试。配合宣传推广，即在影响力相当于北京日报客户端和京报网的市属媒体上同步发布。

(3) 活动物料：为积极参与活动并获得奖励的网友定制奖励活动物料，并通过快递发放。每次 60 份，共 35 次活动，共 2100 份。

7. 微信互动活动（线下）：围绕文明行为引导、文明实践相关主题，以线上招募、线下宣讲、参观、体验等方式，组织粉丝参与线下文明实践活动 10 次。

(1) 活动摄像：每次活动至少一位专业摄像师负责跟拍，共 10 次。

(2) 活动摄影：每次活动至少一位专业摄影师负责跟拍，共 10 次。

(3) 后期剪辑制作活动记录：每次活动至少一位专业视频制作人员负责剪辑、后期制作，共 10 次。

(4) 活动物料：定制活动所需宣传物料。每次 30 份，10 次，共 300 份。

### （三）“文明北京”微博运营

1. 发布内容编辑及审校：由拥有专业采编资格证的人员负责微博稿件制作，包括图文、音视频等形式，内容结合权威出处及市级媒体自有知识产权素材库，保证正规版权。借助专业校对工具、严格遵守“三审三校”制度，通过技术及专职校对人员双审核，保证内容安全。不少于 5000 条。

2. 微博互动活动：围绕重点宣传主题开展线上互动活动 12 次。包括活动主视觉、详情图、引导页、粉丝头条主推活动贴/KOL、KOC 转发引流，数据及舆情监控，利用数据分析工具监控传播效果并进行舆情风险预警。

3. 活动物料：为积极参与活动并获得奖励的网友定制活动奖励活动物料，并通过快递发放。每次 30 份，12 次活动，共 360 份。

4. 微博话题：根据需要，围绕宣传重点和主题活动，配合策划微博活动话题。不少于 12 次。包括实时监控热点，制定话题策略，内容创作，根据 UGC 优化话题页运维，定向投放，提高信息流曝光，进行实时数据监测，协调内外部资源进行转发扩散，重点话题上榜。

#### （四）“文明北京”抖音号运营

1. 发布内容编辑：包含文明北京抖音号平台视频编辑、发布管理、直播设置、话题管理、用户互动、矩阵协同等工作。不少于 600 条。

2. 视频剪辑制作：围绕宣传重点，根据已有图片或视频素材进行。剪辑处理及艺术设计，通过专业软件进行统一视觉包装。“文明北京”抖音号、微信视频号、微博同时发布。不少于 100 条。

3. 网络直播：围绕首都文明办宣传重点，进行网络直播 12 场。负责每场直播活动的人员保障及设备保障，含前期踩场 1 天、直播当天 1 天，共 2 天。每场直播活动邀请采访专家或嘉宾。直播活动期间，配套直播短视频进行拆条。每次直播“文明北京”抖音号、微信视频号、微博同时开展。

4. 京韵时序 AI 绘：以春节、元宵节、清明节等传统节日以及二十四节气为载体，制作 AI 创意视频。

### 三、其他要求

1. 资质要求：按照国家互联网信息办公室关于《互联网新闻信息服务管理规定》的要求，本项目投标人应具备有效的《互联网新闻信息服务许可证》，其中服务类别为“互联网新闻信息采编发布服务”。

2. 经验要求：投标人应当具有丰富的政务类项目线上宣传活动经验，需提供详细资料。拥有自身媒体优势，可借助多平台多渠道，对项目中的重点宣传内容进行推广。与北京市属媒体、大型互联网企业、新媒体平台等保持良好的沟通、合作关系，能够协调各方资源，共同推进项目顺利开展。

3. 人员要求：项目服务团队需为专业采编人员，具备政务类平台、市属媒体平台等

相关的业务经验。项目实施过程中，有专门工作人员负责，岗位分工明确。团队人员构成需具有长期性和稳定性，固定专人专责，保证运营服务质量。

4. 制度要求：项目执行过程需保证工作流程清晰，时间进度明确，各项制度严格。确保项目按照相关规章制度和工作方案实施，整体把控、规范有序。制定完善的应急预案，及时应对突发情况。

5. 成果要求：项目全程安排专人，留存项目相关资料，梳理整合项目过程中各个环节的成果（含文字、图片、音视频等）。

6. 时间要求：自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 31 日。

7. 验收要求：投标人需要提供项目完成的总结报告，甲方在收到报告之日起 7 个工作日内依据项目合同约定条款完成验收。甲方逾期未提出修改意见的，视为甲方确认验收合格。

## 04 包：2026 在市属媒体刊播优秀事迹

### 一、项目概述

为广泛宣传“中国好人”及候选人先进事迹，营造崇德向善、见贤思齐的社会氛围，根据工作安排，拟制作 4 个北京市“中国好人榜”候选人物事迹展播，12 个北京市“中国好人榜”上榜好人优秀事迹电视短片，并在市属电视媒体新闻栏目分期刊播。需要供应商参与宣传片的视频拍摄、制作、刊播等工作。

### 二、项目需求

1. 供应商要以宣传“中国好人”及其候选人优秀品质为主线，拍摄视频宣传短片 12 个，事迹展播 4 个，每个短片时长 3-5 分钟。
2. 供应商要撰写拍摄具体执行方案，并安排专人负责项目的组织和筹备工作、编辑和制作工作、以及刊播工作。
3. 供应商拍摄的视频短片应以观众喜闻乐见的方式展现人物事迹、突出人物特点，且保证视频格式可应用于刊播平台。
4. 供应商要深入到“中国好人”及其候选人工作和生活的一线，进行一对一跟踪采访，根据一手素材制作成宣传短片。
5. 供应商需有丰富的视频拍摄经验，以艺术的表现手法，结合文学、美术、影视等专业知识准确诠释“中国好人”及其候选人事迹。
6. 供应商需要具备专业的视频制作技术，对画面构图、色彩、情节等方面有高度的领悟力，呈现优质视觉效果，为视频宣传片增添更多亮点。
7. 供应商负责协调在市属媒体新闻栏目中分期播出视频短片。
8. 供应商负责剪辑、包装部分短视频，用于其他平台上的后期宣传。
9. 供应商要具备策划、组织和实施同类型项目的经验。

### 三、服务时间



自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

## 05 包：2026 在市属媒体刊发专版

### 一、项目概述

为培育和践行社会主义核心价值观，大力弘扬中华文化和中国精神，用社会主义核心价值观铸魂育人，将首都地区优秀榜样力量转化为市民活动的生动实践，根据工作安排，在市级报纸刊登 48 位身边好人事迹。需要供应商参与人物事迹的采写刊登工作。

### 二、项目需求

1. 供应商要以宣传“中国好人”及候选人优秀品质为主线，采写编辑刊登“中国好人”及候选人事迹，全年共 4 次，共宣传 48 人（组）。

2. 供应商要撰写报道方案，并安排专人负责项目的组织和筹备工作、编辑和制作、审校工作，以及刊发工作。

3. 供应商应以观众喜闻乐见的方式展现人物事迹、突出人物特点。

4. 供应商要具备策划、组织和实施同类型项目的经验。

### 三、服务时间

自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

## 第六章 拟签订的合同文本

01 包：

### “文明养犬”主题宣传活动 项目合同

项目名称： “文明养犬”主题宣传活动 项目

委托方（甲方）：

联 系 人：

联系电话：

受托方（乙方）：

联 系 人：

联系电话：



# “文明养犬”主题宣传活动项目合同

根据《中华人民共和国民法典》及有关法律法规的规定，甲乙双方本着平等、自愿、诚实、信任的原则，经友好协商，就甲方委托乙方执行“文明养犬”主题宣传活动项目，签订本合同，并由双方共同恪守。

## 一、项目内容

### （一）工作内容

负责“文明养犬”主题宣传活动的执行、宣传报道及物料制作等工作。具体包括：

1. 负责开展不少于 10 场文明养犬线下宣传实践活动，进商圈、进社区、进学校、进家庭，通过科普宣传、知识问答、训犬培训、义诊、宠物市集、发放犬绳和拾便器等形式引导犬主依法文明养犬。
2. 负责全媒体宣传推广，围绕“文明养犬”宣传主题，在至少 4 个媒体平台发布内容不少于 20 篇次，包括新媒体平台及电视等传统媒体。
3. 通过新媒体进行图片、视频直播不少于 10 场，
4. 负责设计制作文明养犬宣传海报，围绕遛犬拴绳、犬便及时清理等内容负责设计九宫格宣传海报。
5. 负责设计、印刷、发放文明养犬宣传折页 2000 册。
6. 配合活动设计制作活动物料 1500 套，包含拾便袋、接便器、犬绳等。
7. 围绕“文明养犬”活动主题，制作 2 期《文明养犬在行动》专题节目在新媒体

平台及电视等传统媒体播出，将“文明养犬”宣传引导贯穿生活全过程。

## （二）项目期限

自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

## 二、项目成果

### 1. 提交成果：

- （1）10 场文明养犬线下宣传活动相关的成果文件；
- （2）文明养犬科普宣传系列海报九宫格 9 幅一套；
- （3）10 条文明养犬主题短视频，每条视频 1 分钟左右；
- （4）至少 4 个媒体平台，不少于 20 篇次的围绕“文明养犬”宣传主题的媒体平台发布内容；
- （5）不少于 2000 本的文明养犬指南手册；
- （6）1500 套配合活动设计制作的文明养犬物料，包含拾便袋、拾便器、犬绳等；
- （7）2 期在新媒体平台及电视等传统媒体播出的《文明养犬在行动》专题节目。

### 2. 提交形式：电子版。

### 3. 提交时间：2026 年 12 月 31 日前。

## 三、甲方权利和义务

- 1. 甲方负责项目工作的协调管理；
- 2. 甲方有权监督、评估乙方各项具体工作的进度和完成情况；
- 3. 甲方按合同内容对工作执行情况实施检查、评估和验收；
- 4. 甲方有权对乙方在研究工作中的初稿、征求意见稿进行审核，提出修改意见，并最终定稿。
- 5. 甲方应在合同签订后，按照合同约定支付工作所需资金。

## 四、乙方权利和义务

1. 乙方应按照合同约定及时提交项目成果。

2. 接受甲方对项目工作的指导、监督及检查。认真执行甲方对项目工作提出的指导及整改意见，完成甲方交办的相关工作事宜等。

3. 在工作执行过程中，乙方如需调整工作内容，应事先向甲方提出变更内容及其理由的书面申请，经甲方审核同意后方可实施。未经甲方正式同意前，双方仍须按原工作内容履行。

4. 由于乙方原因造成所承担工作未能通过验收，乙方除负责采取补救措施，直至达到本合同要求外，还需自行承担所有返工费用。

5. 乙方应按相关文件及方案规范要求，负责按时保质保量完成本合同委托的工作，并对其可靠性、准确性、真实性、完整性及由此产生的结果负责。

6. 乙方使用的文件、资料、档案、图纸、电子文档等，应妥善使用和保管，在本合同解除或终止时将上述物品等按约定的时间和方式返还甲方或按照甲方要求处理。

## 五、验收条款

乙方提供项目完成总结报告，甲方在收到报告之日起7个工作日内依据本合同约定条款完成验收。甲方逾期未提出修改意见的，视为甲方确认验收合格。

## 六、项目费用及支付

1. 此项工作费用共计¥ \_\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_\_）。前述合同价款已包含项目所有人员的全部工资薪酬、社会保险、公积金、人工管理费、税款、加班费等乙方为履行本合同项下义务所应当获得的所有报酬和费用，以及甲方为此项目所有应当支出的费用。如有新增服务内容，则甲方需另行支付乙方对应费用。

2. 付款方式：甲乙双方签订合同，且资金到位后，甲方在收到乙方出具的发票后

15 日内，向乙方支付合同款的 70%作为首付款，即¥\_\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_\_）；

2026 年 12 月之前，甲方在收到项目总结报告及乙方出具的发票后 15 日内，向乙方支付合同款的 30%作为尾款，即¥\_\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_\_）。

如项目实施期间发生变化的，合同价款支付时间经甲乙双方协商后进行调整。

### 3. 乙方账户信息：

账户名称：

开户银行：

开户行账号：

4. 甲方付款前，乙方先行提供符合国家及当地税务规定的等额增值税发票。

## 七、权利保证及权利归属

1. 因履行合同所产生的研究开发成果及相关知识产权归甲方所有。乙方如需使用，应事先向甲方申请，经甲方审核同意后方可使用。

2. 在履行合同过程中，乙方应保证所使用的所有本项目涉及的数据和资料及提供的成果文件等未侵犯他人合法权益（包括但不限于知识产权等），否则乙方应承担甲方因此遭受的直接经济损失。

## 八、合同变更及不可抗力

1. 合同一方变更本合同的，必须提前一个月向另一方书面提出，经双方达成一致意见后方可变更。任何对合同条款的变更均须甲乙双方签订书面补充协议方可有效。合同应如何继续履行，由双方协商解决。



2. 如因不可抗力导致本合同不能履行的，遭遇不可抗力一方须在事件发生后尽快通知对方以防止损失扩大。对于因此造成的不能履约，各方均不承担责任。

## **九、违约责任**

1. 甲乙双方应严格履行本合同，并保证工作进行顺利。任一方未履行或未完全履行合同项下义务，均构成违约。违约方应赔偿给对方造成的直接经济损失。

2. 乙方违反本合同约定，提供本项目各成果不符合合同要求的，由乙方负责根据双方协商结果进行更正和修改，因此造成的所有损失和费用的增加由乙方负责。因此造成逾期交付的，乙方应按照本合同约定承担违约责任。

## **十、争议的解决方式**

1. 甲乙双方在合同履行过程中产生的争议及其他未尽事宜，由双方本着相互谅解的原则，共同协商解决。

2. 因本合同引起的或与合同有关的任何争议，任何一方均可向各自所在地人民法院提起诉讼。

## **十一、保密及廉洁条款**

1. 对于合同所涉及的各种资料等，乙方应遵守保密义务。对甲方向乙方提供的数据库、技术资料、图纸和其它经营信息及乙方因本次合作得到或知悉的任何项目数据、信息、资料，以及有关甲方的商业秘密、技术秘密及未对外公开之任何资料与信息，乙方不得用于履行合同之外的其他用途。乙方上述保密义务的期限，从乙方知悉该资料或信息之日起，直至公众可通过合法途径获得、知悉相关资料、信息之日止，并不因合同履行完毕而终止。不论本合同是否变更、解除、终止，本条款长期有效。

2. 甲乙双方在项目开发和执行期间，均应严格遵守中华人民共和国反贪污贿赂的

各项法律规定，严格杜绝贿赂、收受他人财物等行为发生，若合作期间任何一方由于违反反贪污贿赂的各项法律规定而对项目造成影响的，视为违约，另一方有权终止本合作协议，并按违约处理。

## 十二、附则

1. 本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力，自双方法定代表人或授权代表签字并盖章之日起生效。

2. 本合同签订后，对其中任何条款的修改、补充或变更，双方经协商一致后，须签订补充协议并签字盖章后方可生效。所签订补充协议作为本合同之附件，与本合同具有同等法律效力。

（以下无正文）

甲方（盖章）：首都精神文明促进中心

乙方（盖章）：

法定代表人

法定代表人

或授权代表（签字或签章）：

或授权代表（签字或签章）：

年 月 日

年 月 日

02 包:

## 服务合同模板

项目名称: 北京市“中国好人”系列发布活动

甲方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:

乙方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:

甲乙双方经过友好协商，本着平等互利，共同发展，优势互补、真诚合作的原则，就北京市“中国好人”系列发布活动项目达成以下合作协议（以下简称“本协议”）。

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

- a. 本合同书
- b. 中标/成交通知书
- c. 投标/响应文件（含澄清文件）
- d. 采购文件（含补充通知）

## 第一条 合作事项及合作期限

1.1 乙方负责北京市“中国好人”系列发布活动项目具体执行工作，具体内容如下：

1.1-1 乙方负责 2 场北京市“中国好人”系列发布活动项目执行，包括但不限于根据甲方提供的主题策划，统筹开展项目执行等事宜。同时负责协调线下活动场地、活动现场的背景布置、灯光音响、摄影摄像、现场协调等工作。

1.1-2 合作期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

1.2 合同金额及付款方式：

1.2-1 合同金额：本项目合同总金额为人民币大写\_\_\_\_\_（小写¥\_\_\_\_\_）。此费用为本协议项下乙方完成全部承办委托事项甲方应支付的全部费用，除此费用以外，甲方无需另行支付其他费用。

1.2-2 付款方式：合同签订，且资金到位后，甲方在收到乙方出具的发票后15日内，向乙方支付合同款的70%作为首付款，人民币大写\_\_\_\_\_（小写¥\_\_\_\_\_）。

甲方于2026年12月31前，且在乙方履行完毕，并验收合格后，在收到乙方出具的发票后15日内，向乙方支付尾款。

1.2-3 费用的支付需以相应财政资金审批通过并实际拨付至甲方账户为前提，若因相应财政资金未能审批通过或未能及时到账导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。乙方应向甲方开具正规、合法、等额的发票。乙方不开具或开具不合格发票的，甲方有权推迟支付费用直至乙方开具合格票据之日，且甲方不承担任何违约责任，且乙方的各项合同义务仍应按本合同约定履行。

1.2-4 乙方收款账户如下：

开户银行：

名 称：

账 号：

1.2-5 支付方式：

## 第二条 双方权利义务

2.1 甲方应及时向乙方提供活动信息。甲方须保证其提供的全部信息内容准确合法有效，并且其有权授予乙方在本合同范围内免费使用。乙方根据甲方提供的信息完成的工作成果，所有知识产权归甲方所有。未经甲方同意，乙方不得用于本协议以外的用途。

2.2 乙方负责北京市“中国好人”系列发布活动项目具体执行工作，并经甲方同意后组织实施。

2.3 为宣传、推广需要，甲方有权使用乙方向其提供的资料和音视频制作者、表演者等相关权利方的姓名和肖像及乙方提交的工作成果，无需另行征得乙方或相关权利方同意，亦无需另行支付报酬。

2.4 乙方保证向甲方提供的服务及服务成果是其独立实施完成，不存在任何侵犯第三方专利权、商标权、著作权等合法权益的行为。如因乙方提供的服务或服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方必须承担已经发生和可能发生的一切法律责任和相关费用，并赔偿甲方因此受到的损失。

2.5 乙方因提供本合同约定服务而知悉的甲方的信息，乙方应按照《中华人民共和国保守国家秘密法》《中华人民共和国保守国家秘密法实施条例》及甲方关于保密工作的相关要求，对上述保密信息承担保密义务。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方保密信息透露给任何第三方。本保密条款具有独立性，不受本合同的终止或解除的影响。

2.6 未经甲方书面同意，乙方不得私自将本合同项下全部或部分权利义务转让给任何第三方。

2.7 乙方应当建立完善的意识形态工作机制，严把内容安全和意识形态安全，严禁出现违反中华人民共和国法律、法规、政策的行为或不当言论及内容，如出现相关情况，应当及时整改，按照本合同的约定承担违约责任并赔偿因此给甲方造成的损失。

### 第三条 违约责任

#### 3.1 乙方履约延误

3.1—1 乙方应按照双方协商确定的方案并在规定时间内提供服务。

3.1—2 乙方未按约定的时间提供服务并提交工作成果的，每延期一日，应当支付总金额 1%的违约金。如超过约定期限十日仍未能履行的，甲方有权单方解除合同，乙

方应在本合同解除之日起 3 日内退还甲方已支付费用，并向甲方支付相当于总金额 20% 的违约金，并赔偿因此给甲方造成的全部损失。

3.1-3 除本合同另有约定外，乙方出现未按约定或甲方要求（包括但不限于人员、时间、地点、质量、数量、内容、形式等各项项目具体要求）承办委托项目的违约情形，该违约情形每出现一次，应当向甲方支付总金额 3% 的违约金。如乙方出现违约情形达到三次（包括三次）的，甲方有权择一采取如下措施：（1）要求乙方支付总金额 20% 的违约金，赔偿因违约给甲方造成的全部损失；（2）解除合同，要求乙方返还全部费用并要求乙方支付总金额 20% 的违约金，并赔偿因违约给甲方造成的全部损失。

3.1-4 乙方未经甲方同意擅自转委托合同项下义务，或违反保密义务的，甲方有权解除本合同，乙方应返还甲方已经支付的全部款项，向甲方支付合同总金额 20% 的违约金，并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

3.1-5 本合同中约定的甲方的损失，是指因乙方违约行为给甲方造成的全部直接损失、间接损失以及因理赔或者诉讼所发生的一切费用，包括但不限于诉讼费、律师费、公证费、调查费、差旅费等甲方因维护权利支出的费用以及甲方承担法律责任所造成的全部损失（包括但不限于甲方向第三方赔偿的费用等）。

### 3.2 不可抗力。

3.2-1 签约双方任何一方由于不可抗力事件的影响而不能执行合同时，履行合同的期限应予延长，其延长的期限应相当于事件所影响的时间。不可抗力事件系指甲乙双方在缔结合同时不能预见的，并且它的发生及其后果是无法避免和无法克服的事件。

3.2-2 受影响一方应在不可抗力事件发生后尽快用书面形式通知对方，并于不可抗力事件发生后十四（14）天内将有关当局出具的证明文件用特快专递或挂号信寄给

对方审阅确认。

3.2—3 不可抗力所造成的部分或全部本合同义务不能履行或延期履行，任何一方不承担责任。但遭受不可抗力影响的一方有责任尽可能及时采取适当或必要措施减少或消除不可抗力的影响，对因未尽本项责任而造成对方的相关损失承担责任。因合同一方迟延履行合同后发生不可抗力的，不能免除迟延履行方的相应责任。

3.2—4 不可抗力因素消除后，双方应立即进行磋商，就不可抗力所造成影响程度甲方有权决定是否继续履行或者终止本合同。如果甲方决定终止合同，如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效单据证明的费用后在 3 日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后 60 日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

#### 第四条 协议的变更、解除

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

#### 第五条 争议解决

5.1 本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律。

5.2 如在本合同履行过程中发生争议，双方应本着友好原则协商解决。协商不成的，任何一方均可向甲方住所地有级别管辖权的人民法院提起诉讼。

#### 第六条 附则

本协议以中文制成，一式伍份，甲方执叁份，乙方执贰份，具有同等的法律效力。

本协议自双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效，至乙方完成本协议项下约定的义务结束。



甲方：	乙方：
盖章：	盖章：
法定代表人或授权代表：	法定代表人或授权代表：
日期：     年    月    日	日期：     年    月    日

03包:

## 政府采购合同

项目名称: 网络新媒体宣传

甲 方:

法定代表人:

联 系 人:

联系电话:

地 址:

乙 方:

法定代表人:

联 系 人:

联系电话:

地 址:

# 合 同 书

\_\_\_\_\_（甲方）\_\_\_\_\_（项目名称）中所需\_\_\_\_\_经\_\_\_\_\_以号招标文件在国内公开招标。经评标委员会评定\_\_\_\_\_为中标人（乙方）。甲、乙双方依据《中华人民共和国政府采购法》等法律法规的有关规定，在平等自愿的基础上，同意按照下面的条款和条件，签署本合同。

## 一、合作内容

首都文明网和“文明北京”新媒体作为展示首都风采和精神文明建设的线上宣传阵地，通过网络和新媒体平台传播文明、引领风尚，发挥着重要作用。**网络新媒体宣传项目**包括首都文明网、“文明北京”微信公众号、“文明北京”微博、“文明北京”微信抖音号的安全运营维护、内容建设、宣传活动等。

## 二、委托事项

（结合招标文件的项目需求、中标单位的投标文件，以实际内容为准）

## 三、其他支持

（结合招标文件的项目需求、中标单位的投标文件，以实际内容为准）

## 四、合作期限

自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 31 日。

## 五、甲方的权利及义务

1. 甲方提供本次合作宣传费人民币\_\_\_\_\_。

2. 甲方提供相关的宣传资料。甲方应保证所提供的资料真实、合法，如因前述资料违反法律法规禁止性规定，或侵犯第三人的合法权益，给乙方造成损失的，包括但不限于经济损失、对第三方的赔偿、诉讼/仲裁费用、律师费、公证费、鉴定费、行政处罚费用等，均由甲方承担。

3. 甲方有权审查推广内容和表现形式，对推广内容和表现形式提出修改意见，甲

乙双方确认内容和形式后乙方可进行发布。

## 六、乙方的权利及义务

1. 除非得到甲方书面认可，不得转交至第三方实施服务。

2. 不得向任何第三方透露本合同及本合同中的重要内容，如价格、服务内容、附件要求中所包含的甲方专有资料的信息等；如双方另有保密协议，还需遵守有关保密协议的条款。

3. 结合甲方工作重点和全年重大活动、重要新闻等时间节点，运营自身媒体优势，借助多平台多渠道推送项目相关内容，对重要推送进行重点推广。

## 七、合作费用及支付方式、验收标准

### 1. 合同总价

本合同总价为人民币大写：\_\_\_\_\_（¥\_\_\_\_\_元）。此费用为本合同项下乙方完成全部承办委托事项甲方应支付乙方的全部费用，除此费用以外，甲方无需另行支付其他费用。

### 2. 付款方式

本合同的付款方式为：转账支付

费用的支付需以相应财政资金审批通过并实际拨付至甲方账户为前提，若因相应财政资金未及时到账而导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

甲乙双方签订合同，且资金到位后，甲方在收到乙方出具的发票后15日内，向乙方支付合同款的70%作为首付款，人民币大写：\_\_\_\_\_（¥\_\_\_\_\_元）；

项目完成后，乙方提供项目总结报告，甲方在收到报告及乙方出具的发票后15日内，向乙方支付合同款的30%作为尾款，人民币大写：\_\_\_\_\_（¥\_\_\_\_\_元）。

3. 验收条款：乙方提供项目完成总结报告，甲方在收到报告之日起7个工作日内依据本合同约定条款完成验收。甲方逾期未提出修改意见的，视为甲方确认验收合格。

## 八、费用明细

1. 详见附件费用明细表

2. 乙方账户信息：

银行名称	
分行名称	
银行开户名	
账户账号	

## 九、双方违约责任及免责条款

1. 因任何一方违反本合同约定，出现重大失误并由此给对方造成损失的，违约方承担赔偿责任。守约方有权要求违约方赔偿损失，包括但不限于经济损失、对第三方的赔偿、诉讼/仲裁费、律师费、公证费、鉴定费、行政处罚费用等。

2. 因违约方原因造成投诉、法律纠纷、工商、文化处罚或诉讼争议的，由此造成的全部法律责任由违约方承担。包括但不限于经济损失、支付给第三方的赔偿或补偿费、诉讼费、仲裁费、律师费、鉴定费、公证费、行政处罚费用等。

3. 因不可抗力造成本合同不能按期履行，双方应互尽告知义务，因不可抗力事件导致合同不能履行的部分免责，但主张不可抗力的一方应在 15 个工作日内负有通知义务并提供政府有关部门出具的证明文件（不可抗力是指：地震、水灾、火灾、政府行为、战争、罢工、疫情等。鉴于互联网之特殊性质，不可抗力亦包括下列影响互联网正常运行之情形：电信部门技术调整导致之重大影响；因政府管制而造成之暂时关闭等）。

4. 甲方未按本合同约定逾期支付费用，每逾期一日向乙方支付合同总价款的 3% 作为违约金。逾期超过 15 个工作日，乙方有权解除本合同，甲方支付合同总价款 20% 的违约金。

5. 乙方未按合同约定的日期提交委托项目工作成果的，乙方应当采取措施尽快完成相关工作，并承担由此而增加的费用。每延期一日，应当支付合同价款 0.3% 的违约

金；如超过约定期限 15 日仍未能提交的，乙方支付合同总价款 20%的违约金。

6. 除本合同另有约定外，乙方出现未按合同约定或甲方要求（包括但不限于人员、时间、地点、质量、数量、内容、形式等各项项目具体要求）承办委托项目的违约情形，甲方可要求乙方采取有效合理的补救措施纠正其违约行为。如乙方三个工作日内未纠正其违约行为，应向甲方支付合同总价款 5%的违约金。如乙方出现违约情形达到三次（包括三次）的，甲方可以单方解除合同并要求乙方支付合同总价款 20%的违约金。

## 十、知识产权

1. 乙方受托完成之项目成果的所有知识产权属于甲方。

2. 乙方保证委托项目成果是其独立设计创作并实施完成，不会受到任何第三方基于侵犯其人身权、财产权、知识产权、商业秘密等其他合法权益的诉讼。如果甲方因此收到上述诉讼，乙方应当配合甲方积极应诉，并承担因此给甲方造成的全部损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等甲方因维护权利支出的费用、法院或者仲裁机构最终裁定的侵权赔偿费用及甲方承担其他法律责任所造成的经济损失等。

## 十一、不可抗力

1. 本条所称“不可抗力”是指不能预见、不能避免并不能克服的客观因素。

2. 因不可抗力因素导致的甲乙双方未能按本合同约定履行相应的权利义务的，甲乙双方免除相应的责任，但双方应采取必要的措施以减少造成的损失。出现不可抗力情形的一方，应在不可抗力发生之日起 2 日内向对方发出出现不可抗力情形的书面通知，并提供政府有关部门出具的相应的证明；因不可抗力导致通知困难的，应在困难消除或不可抗力情形结束后的 5 日内进行书面通知并提供相应的证明。

3. 因不可抗力影响因素消失以后，双方应协商是否继续履行合同，如不可抗力因素致合同已无法履行，双方应终止本合同。如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效证明的费用后在 3 日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后 60 日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

## 十二、保密条款

1. 未经对方书面同意，任何一方对本合同各方相互提供的资料和信息负保密责任，不得向任何人披露上述资料和信息，但正常履行本合同项下义务的除外。

2. 本保密条款具有独立性，不受本合同的终止或解除的影响。

### 十三、争议解决及其它条款

1. 如未尽事宜双方协商解决，发生争议且协商不成，双方应本着友好协商的精神解决。如协商不成，应在乙方所在地人民法院诉讼解决，诉讼结果对双方均具法律效力。

### 十四、合同的生效

1. 以上条款双方共同认可，未尽事宜由双方协商解决。本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。本合同一式伍份，甲、乙双方各执贰份，交招标公司进行合同备案壹份。

2. 合同附件与本合同具有同等法律效力。

（以下无正文）

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

年 月 日

年 月 日

04 包:

## 服务合同模板

项目名称: 在市属媒体刊播优秀事迹

甲方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:

乙方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:



甲乙双方经过友好协商，本着平等互利，共同发展，优势互补、真诚合作的原则，就在市属媒体刊播优秀事迹的服务事项，经协商一致，签订本合同。

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

- a. 本合同书
- b. 中标/成交通知书
- c. 投标/响应文件（含澄清文件）
- d. 采购文件（含补充通知）

#### 一、委托事项

1. 甲方委托乙方在其举办的“在市属媒体刊播优秀事迹”活动中，作为宣传推广机构，依照本合同，承担该活动的宣传推广工作。合作时间为：自签订合同之日起至2026年12月31日。如因疫情等不可抗力导致合同期内宣传推广工作无法按时完成，双方可协商一致将合同期限予以延长。

2. 乙方接受甲方的委托，同意按照本合同约定的条款，承担委托事项。内容为：宣传北京市“中国好人”及其候选人，制作宣传短片12个，事迹展播4个，每个3-5分钟，并在市属电视媒体新闻栏目分期播出。前述16个短片均应制作并播出，如乙方未能完成播出工作，则视为未完成该短片相对应的制作宣传工作，甲方有权扣除相应费用，乙方应按本合同的约定承担相应违约责任。

#### 二、价格支付

1. 本合同费用合计人民币大写\_\_\_\_\_（小写¥\_\_\_\_\_）。

2. 甲乙双方签订合同，资金到位后，甲方在收到乙方出具的发票后15日内，向乙方支付合同款的70%作为首付款，人民币大写\_\_\_\_\_（小写¥\_\_\_\_\_）；甲方于2026年

12月31日前，且在乙方履行完毕，并验收合格后，在收到乙方出具的发票后15日内，向乙方支付尾款。除此费用之外，甲方无需向乙方或任何第三方支付任何费用。费用的支付需以相应财政资金审批通过并实际拨付至甲方账户为前提，若因相应财政资金未能审批通过或未能及时到账导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3. 乙方应于甲方付款前向甲方开具正规、合法、等额的发票。

4. 乙方收款账户信息如下

开户行：

账户名：

账号：

5. 支付方式：银行转账

### 三、甲方权利义务

1. 甲方作为活动的主办方，负责活动策划、报批、获取嘉宾拍摄授权等，负责向乙方提供活动必要的相关文字资料及素材。

2. 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。未经甲方书面许可，乙方不得将甲方提供的资料用于除本协议以外的目的。

3. 甲方有权对乙方履行合同的全过程，以及提交的工作成果进行监督和指导，对于制作完成的宣传片有审查权，对于审查中发现问题并提出修改建议。

4. 因本合同所形成的工作成果的知识产权归甲方单独所有，乙方不得向甲方主张任何权利。乙方未经甲方书面同意不得公开发表或以其他任何形式披露、使用或许可他人使用本合同项下的任何工作成果，否则应承担违约责任，并赔偿由此给甲方造成的经济损失。为宣传、推广需要，甲方有权使用乙方向其提供的资料和音视频制作者、表演者等相关权利方的姓名和肖像及乙方提交的工作成果，无需另行征得乙方或相关权利方同意，亦无需另行支付报酬。

5. 按照合同约定向乙方支付费用。

#### 四、乙方权利义务

1. 按照甲方确认的方案做好活动的宣传推广工作，接受甲方对于宣传推广工作的监督指导，根据甲方的意见对工作及时整改。

2. 对经甲方确认的宣传方案，乙方负责实施，包括但不限于组织人员、提供拍摄设备，对活动进行拍摄及录制、安排播出等。

3. 乙方需向甲方提供为宣传该活动所完成的全部节目视频资料。

4. 乙方在此陈述并保证其对提供或授权甲方使用的图案、形象、资料享有充分的权利和授权，并保证提供的工作成果是其独立实施完成，不违反任何法律、法规、公共道德准则或不侵犯任何第三方的知识产权及其他合法权益。如因乙方提供的成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方必须承担已经发生和可能发生的一切法律责任和相关费用，并赔偿甲方因此受到的损失。

5. 未经甲方书面同意，乙方不得私自将本合同项下的义务整体或者部分转让给任何第三方履行。

6. 乙方应当建立完善的意识形态工作机制，严把内容安全和意识形态安全，严禁出现违反中华人民共和国法律、法规、政策的行为或不当言论及内容，如出现相关情况，应当及时整改，按照本合同的约定承担违约责任并赔偿因此给甲方造成的损失。

#### 五、保密条款

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

2. 本合同终止后，保密条款仍然有效。

#### 六、违约责任

1. 甲乙双方均需依照合同约定履行各自义务，一方违约，应当赔偿因此给对方造成的损失。

2. 乙方撤销合同或因除不可抗力外的原因无法履行合同时，应退还全部费用，并且甲方保留追究乙方相应法律责任的权利。

3. 乙方未按照本合同约定履行义务、提供工作成果不符合本合同约定标准或甲方要求的，乙方应当在合理期限内进行整改，每延期一日，还应当支付总金额 1%的违约金；如乙方整改后的服务质量仍达不到要求或乙方拒绝整改或超过约定期限十日仍未能整改完成的，甲方有权解除本合同，乙方应返还甲方已经支付的但尚未使用的服务费用，并向甲方支付相当于总金额 20%的违约金。

4. 除本合同另有约定外，乙方出现未按约定或甲方要求（包括但不限于人员、时间、地点、质量、数量、内容、形式等各项项目具体要求）承办委托项目的违约情形，该违约情形每出现一次，应当向甲方支付总金额 3%的违约金。如乙方出现违约情形达到三次（包括三次）的，甲方有权择一采取如下措施：（1）要求乙方支付总金额 20%的违约金，赔偿因违约给甲方造成的全部损失；（2）解除合同，要求乙方返还全部费用并要求乙方支付总金额 20%的违约金，并赔偿因违约给甲方造成的全部损失。

5. 乙方未经甲方同意擅自转委托合同项下义务，或违反保密义务的，甲方有权解除本合同，乙方应返还甲方已经支付的全部款项，向甲方支付合同总金额 20%的违约金，并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

6. 本合同中约定的甲方的损失，是指因乙方违约行为给甲方造成的全部直接损失、间接损失以及因理赔或者诉讼所发生的一切费用，包括但不限于诉讼费、律师费、公证费、调查费、差旅费等甲方因维护权利支出的费用以及甲方承担法律责任所造成的全部损失（包括但不限于甲方向第三方赔偿的费用等）。

## 七、不可抗力

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

2. 如果发生不可抗力事件，则受影响的一方应采取积极有效的措施以减少因本合

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

3. 因不可抗力影响因素消失以后，双方应协商是否继续履行合同，如不可抗力因素致合同已无法履行，双方应终止本合同。如果双方决定终止合同，如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效单据证明的费用后在 3 日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后 60 日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

#### 八、合同的变更与解除

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

#### 九、争议解决

1. 本合同的订立、效力、解释、履行和争议的解决均适用中华人民共和国法律。
2. 如在本合同履行过程中发生争议，双方应本着友好原则协商解决。协商不成的，任何一方均可向甲方住所地有级别管辖权的人民法院提起诉讼。

#### 十、附则

1. 本合同一式伍份，甲方执叁份，乙方执贰份，具有同等法律效力。
2. 本合同自双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位印章之日起生效，至乙方完成本协议项下约定的义务结束。

（以下无正文）

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日



05 包:

## 服务合同模板

项目名称: 在市属媒体刊发专版

甲方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:

乙方:

法定代表人:

地址:

联系人:

电话:

甲乙双方经过友好协商，本着平等互利，共同发展，优势互补、真诚合作的原则，就在市属媒体刊发专版项目的服务事项，经协商一致，签订本合同。

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

- a. 本合同书
- b. 中标/成交通知书
- c. 投标/响应文件（含澄清文件）
- d. 采购文件（含补充通知）

## 一、服务内容

为培育和践行社会主义核心价值观，大力弘扬中华文化和中国精神，用社会主义核心价值观铸魂育人，将首都地区优秀榜样力量转化为市民活动的生动实践，按照市委宣传部、首都文明办要求组织开展“中国好人”宣传选树活动，具体内容如下：

- 1. 乙方接受甲方委托，在市级报纸编辑刊登 48 人（组）身边好人事迹，共 4 次。
- 2. 乙方参与宣传推介北京地区荣登“中国好人榜”人物事迹的采写编辑刊登工作。

## 二、履行期限

自本合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日止。

## 三、合作费用及其支付方式

- 1. 合作费用：¥\_\_\_\_\_元（大写：人民币\_\_\_\_\_）

上述费用是乙方履行本合同的所有费用（含税），除双方另有约定外，乙方不得要求甲方支付任何其他费用。

乙方账户信息如下：

公司名称：



账户信息：
银行账号：

2. 合同签订后，且资金到位后，甲方在收到乙方出具的发票后 15 日内，甲方以银行转账的方式向乙方指定账户支付合同价款的 70%，即¥ \_\_\_\_\_元（大写：人民币\_\_\_\_\_）；甲方于 2026 年 12 月 31 前，且在乙方履行完毕，并验收合格后，在收到乙方出具的发票后 15 日内，向乙方支付尾款。费用的支付需以相应财政资金实际拨付至甲方账户为前提，若因相应财政资金未能及时到账而导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3. 乙方应于甲方付款前向甲方开具正规、合法、等额的发票。

4. 在协议履行期间，如遇与项目有关的相关政策调整、发生危及社会安全稳定的重大事件或遭遇不可抗力，提出不可抗力的一方在不可抗力发生后14个工作日内将有关部门出具不可抗力事件发生的有效证明文件提交给对方。且双方应立即进行磋商，就不可抗力所造成影响程度讨论是否有继续履行受不可抗力影响的义务的必要性。如协商不成，就不可抗力所造成影响程度甲方有权决定是否继续履行或者终止本合同。如果甲方决定终止本合同，如甲方已经付款，乙方应在扣除实际发生的有确切合法有效单据证明的费用后在3日内向甲方返还余款。如甲方未付款，甲方应在乙方开具正规发票后60日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

#### 四、双方权利义务

1. 甲方应及时向乙方提供人物信息。甲方须保证其提供的全部信息内容准确合法有效，并且其有权授予乙方在本合同范围内免费使用。乙方根据甲方提供的信息制作的成品，所有知识产权归甲方所有。未经甲方事前书面同意，乙方不得用于本协议以外的用途。

2. 甲方有权对乙方履行合同的全过程，以及提交的工作成果进行监督和指导。乙方在相关报道采写编辑完成后发甲方确认，甲方应完成确认或

提出修改要求，乙方按照甲方要求修改后再次发甲方确认，甲方确认后方可刊登。

3. 乙方受托完成之项目成果的所有知识产权属于甲方。乙方保证其履行本合同的全过程及提供给甲方的成果文件及相关资料不存在任何的知识产权（包括但不限于著作权、专利权等）纠纷和争议。如因乙方提供的服务或服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方必须承担已经发生和可能发生的一切法律责任和相关费用，并赔偿甲方因此受到的损失。

4. 未经合同其他方书面同意，任何一方对本合同各方相互提供的资料和信息负保密责任，不得向任何人披露上述资料和信息，但正常履行本合同项下义务的除外。本保密条款具有独立性，不受本合同的终止或解除的影响。

5. 未经甲方书面同意，乙方不得私自将本合同项下全部或部分权利义务转让给任何第三方。

6. 乙方应当建立完善的意识形态工作机制，严把内容安全和意识形态安全，严禁出现违反中华人民共和国法律、法规、政策的行为或不当言论及内容，如出现相关情况，应当及时整改，按照本合同的约定承担违约责任并赔偿因此给甲方造成的损失。

## **五、违约责任**

乙方应按照双方协商确定的方案并在规定时间内提供服务。在履行合同过程中，乙方交付的成果因乙方自身原因未通过甲方验收的，乙方应在甲方指定的时间内重做并提交合格的成果，每延期一日，应当支付总金额1%的违约金，并赔偿甲方因此遭受的全部损失。如乙方第二次提交的成果仍然不合格或者因乙方原因未在甲方要求的合理期限内提交成果的，则甲方有权解除合同，乙方应返还甲方已支付的全部合同价款，向甲方支付相当于总金额20%的违约金，并赔偿因此给甲方造成的全部损失。

除本合同另有约定外，乙方出现未按约定或甲方要求（包括但不限于人员、时间、地点、质量、数量、内容、形式等各项项目具体要求）承办委托项目的违约情形，该违约情形每出现一次，应当向甲方支付总金额3%的违约金。如乙方出现违约情形达到三次（包括三次）的，甲方有权择一采取如下措施：（1）要求乙方支付总金额20%的违约金，赔偿因违约给甲方造成的全部损失；（2）解除合同，要求乙方返还全部费用并要求乙方支付总金额20%的违约金，并赔偿因违约给甲方造成的全部损失。

乙方未经甲方同意擅自转委托合同项下义务，或违反保密义务的，甲方有权解除本合同，乙方应返还甲方已经支付的全部款项，向甲方支付合同总金额20%的违约金，并赔偿甲方因此遭受的全部损失。

本约定书中约定的“给甲方造成的全部损失”，是指因乙方违约行为给甲方造成的全部直接损失、间接损失以及因理赔或者诉讼所发生的一切费用，包括但不限于诉讼费、律师费、公证费、调查费、差旅费等甲方因维护权利支出的费用以及甲方承担法律责任所造成的全部损失包括但不限于甲方向第三方赔偿的费用等。

## 六、争议解决

在履行本合同的过程中发生争议，甲乙双方应友好协商解决，协商无法解决的，可按司法程序解决。双方约定向甲方所在地的人民法院起诉。

## 七、其他约定

1. 本合同自甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。

2. 本合同一式伍份，甲方执叁份，乙方执贰份，具有同等法律效力。

3. 在履行本合同过程中，甲乙双方对任何需要修改或增补的内容，均可签订书面补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

以下无正文。

甲方：	乙方：
盖章：	盖章：
法定代表人或授权代表：	法定代表人或授权代表：
日期：     年    月    日	日期：     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。

## 1 投标书（实质性格式）

# 投标书

致：（采购人或采购代理机构）

根据贵方为（项目名称）项目招标采购货物及服务的招标公告（投标邀请）（项目编号），签字代表（姓名、职务）经正式授权并代表投标人（投标人名称、地址）提交下述文件正本一份、副本\_\_\_份及电子版\_\_\_份：

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）后附“开标一览表”为我方参加此次投标的投标报价。
- （2）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起\_\_\_\_\_个日历日。
- （3）除合同条款偏离表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。
- （4）如我方中标，我方将在法律规定的期限内与采购人签订合同，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。
- （5）我方已详细审查全部招标文件，包括第\_\_\_\_\_号（项目编号、补充通知）（如果有的话）。我方完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力。
- （6）在规定的开标时间后，我方保证遵守招标文件中有关保证金的规定。
- （7）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。
- （8）我方同意提供按照贵方可能要求的与其投标有关的一切数据或资料，完全理解贵方不一定接受最低价的投标或收到的任何投标。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址\_\_\_\_\_

电话\_\_\_\_\_

手机号\_\_\_\_\_

电子邮件\_\_\_\_\_

投标人授权代表签字：

投标人名称（全称）：

投标人开户银行（全称）：

投标人银行账号：

投标人公章：

日期：

2 开标一览表（实质性格式）

## 开标一览表

项目编号/包号：

项目名称：

序号	投标人名称	投标报价		保证金
		大写	小写	

投标人名称（盖章）：

投标人授权代表(签字)：\_\_\_\_\_

注：1、除投标文件中外，此表还应按投标人须知的规定密封标记并单独递交一份原件；

2、单独递交的此表如与投标文件正本中不一致的，以单独递交的为准。

3、此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。



3 投标分项报价表（实质性格式）

（1）投标分项报价表

项目编号/包号：\_\_\_\_\_ 项目名称：\_\_\_\_\_ 报价单位：人民币元

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

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

投标人授权代表签字\_\_\_\_\_

投标人(盖章):\_\_\_\_\_

日期:

## (2) 产品属性一览表

项目编号/包号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

报价单位: 人民币元

投标人名称	投标人企业类型	投标人地址	统一社会信用代码	商品名称	商品型号	商品品牌	制造商名称	制造商信用码	制造商规模	制造商地区	产品类型	产品国别	采购数量	计量单位	分项单价 (元)	分项总价 (元)	产品属性	投标人企业特殊性质
	填写: 大型企业 或中型企业 或小微企业				不涉及 填: 无或不适用	不涉及 填: 无或不适用	货物类项目 必须填写	货物类项目 必须填写	填写: 大型企业 或中型企业 或小微企业	填写: 注册地	填写: 国内或进口					分项 总价= 采购 数量* 分项 单价	填写: 节能 或节水 或环保  不涉及 填: 无 或不适用	填写 监狱企业 或福利企业 或其他  不涉及 填: 无或 不适用

...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

注：1. 本表应按包分别如实填写。

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）：\_\_\_\_\_ 法人授权代表（签字）：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

#### 4 采购需求偏离表（实质性格式）

### 采购需求偏离表

项目编号/包号：\_\_\_\_\_ 项目名称：\_\_\_\_\_

招标文件第五章条目号 (页码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 投标人应在本表中对招标文件第五章采购需求的内容进行应答，需在引用招标文件要求的基础上, 进行答复、说明或解释。
2. 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，**投标无效**。
3. 投标人的技术偏差必须如实填写，并应对偏差情况做出必要说明。投标人应对故意隐瞒技术偏差的行为承担责任。对招标文件有任何偏离应在“偏离情况”列明“正偏离”或“负偏离”，对招标文件无偏离应标明“响应”或“无偏离”。

投标人授权代表签字：\_\_\_\_\_

投标人(盖章)：\_\_\_\_\_

日期：

合同条款偏离表

项目编号/包号：\_\_\_\_\_ 项目名称：\_\_\_\_\_

对本项目合同条款的偏离情况（请进行勾选）：  
☐无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可）  
☐有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一系列明）

序号	招标文件 条目号 （页码）	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明

- 注：
- 1. 对合同条款中的所有要求，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。
  - 2. “偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人授权代表签字：\_\_\_\_\_

投标人(盖章)：\_\_\_\_\_

日期：

## 6 资格证明文件

### 6-1 营业执照等证明文件



6-2 授权委托书(实质性格式)

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至响应有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：\_\_\_\_\_

委托代理人（签字）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

法定代表人（单位负责人）有效期内的身份证正反面复印件：

--	--

委托代理人有效期内的身份证正反面复印件：

--	--

说明：

1. 若供应商为事业单位或其他组织或分支机构（仅当招标文件注明允许分支机构投标

的），则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。

2. 若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》（实质性格式）。

3. 供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

## 附：法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明，

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

系\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）有效期内的身份证正反面复印件。

--	--

投标人名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 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：

1. 我公司是按照中华人民共和国法律成立的一家法人单位（其他组织或自然人），我公司具有独立承担民事责任的能力，具有履行本次采购合同所必需的设备和专业技术能力，具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

2. 我公司不是为本采购项目的采购包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的服务商。

3. 我公司近三年（成立不足三年的将“近三年”改为“自成立之日起至今”）在经营活动中无重大违法记录（即未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。如果因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，期限已经届满）。

4. 在投标截止时间之前，我公司没有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。招标采购单位或评标委员会可以通过“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）和中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）等进行查询并留存查询结果的截图，我公司完全接受由此查询的结果。

5. 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。

6-4 招标文件要求的和投标人认为必要的其他资格证明文件

## 6-5 代理费承诺书

致：（采购代理机构）

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_项目（填写项目名称）的投标，若获中标，我们保证在领取中标通知书时按招标文件的规定，以支票、电汇等形式，向贵公司一次性支付应该交纳的代理费。

特此承诺。

投标人授权代表签字：\_\_\_\_\_

投标人(盖章)：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_

## 7 业绩证明材料

序号	项目名称	用户名称	合同金额	用户联系人 及联系方式	合同签订日期	备注

投标人授权代表签字：\_\_\_\_\_

投标人(盖章)：\_\_\_\_\_

注：应提供合同复印件（具体要求详见第四章评标程序、评标方法和评标标准）。提供的复印件不符合要求的，在评标时不予考虑。评委保留对上述资料原件审核的权力。



说明：

- 1) 在第一章投标邀请中规定了本项目是否专门面向中小/小微企业采购，如无明确规定，即为非专门面向中小企业和小微企业采购。监狱企业和残疾人福利性单位视同小微企业。如本项目（包）专门面向中小/小微企业采购，须提供《中小企业声明函》（实质性格式），并作为资格审查的内容。非专门面向中小企业和小微企业采购的项目，投标人如是中小企业，可提供“中小企业声明函”，按第四章的说明执行评标价格扣除。
- 2) 中小企业参加政府采购活动，应当出具此格式文件。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》由牵头人出具。
- 2) 对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“项目名称”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。
- 3) 对于多标的的采购项目，投标人应充分、准确地了解所投产品制造企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填报本声明函。
- 4) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。

## 中小企业声明函（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）；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<sup>1</sup>，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

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

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_\_

---

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

## 残疾人福利性单位声明函格式

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

☐ 不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日 期：

9 招标文件要求的和投标人认为必要的其它文件