北京市政府采购项目

公开招标文件

项目名称：2026 精品消费月主题活动项目

项目编号/包号：BJJQ-2026-895

采 购 人：北京市商务局

采购代理机构：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

目　录

第一章　投标邀请 2
第二章　投标人须知 6
第三章　资格审查 22
第四章　评标程序、评标方法和评标标准 25
第五章　采购需求 38
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：BJJQ-2026-895

2.项目名称：2026 精品消费月主题活动项目

3.项目预算金额：65.07234 万元、项目最高限价（如有）：__/__万元

4.采购需求：采用“1 个城市主打卡点+17 区全域联动”模式，统一视觉、统一玩法、统一传播，覆盖北京 16 区及北京经济技术开发区重点商圈、特色商街和品质消费场景，实现全城消费内容串联、消费流量互通、精品资源集中呈现。主会场承担启动发布、精品集中呈现、公众互动和城市打卡功能；17 区围绕“国际精品、智能新品、焕新场景”三个发布方向，结合区域特色推荐精品商品、品质服务和创新消费场景，形成“市级发起—各区响应—商圈承接—公众参与—媒体放大”的完整闭环。

5.合同履行期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

6.本项目是否接受联合体投标：□是　■否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

□本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

□本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小企业制造、服务由符合政策要求的中小企业承接。预留份额通过以下措施进行：__/__。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：__/__。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

□否

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

3.2 其他特定资格要求：无。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 10 月 23 日至 2026 年 10 月 30 日，每天上午 09:00 至 12:00，下午 12:00 至 17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台

3.方式：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：2026 年 11 月 13 日 09 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市政府采购电子交易平台。

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：

（1）节能产品强制采购

（2）节能产品、环境标志产品优先采购

（3）政府采购促进中小企业发展

（4）政府采购支持监狱企业发展

（5）政府采购促进残疾人就业

（6）进口产品管理

（7）本国产品标准及相关政策

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

CA 数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理 CA 数字证书或电子营业执照

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

2.2 注册

供应商登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”—“操作指南”—“市场主体注册入库操作流程指引”进行自助注册绑定。

2.3 驱动、客户端下载

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

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

2.4 获取电子招标文件

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

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

2.5 编制电子投标文件

供应商应使用电子投标客户端编制电子投标文件并进行线上投标，供应商电子投标文件需要加密并加盖电子签章，如无法按照要求在电子投标文件中加盖电子签章和加密，请及时通过技术支持服务热线联系技术人员。

2.6 提交电子投标文件

供应商应于投标截止时间前在北京市政府采购电子交易平台提交电子投标文件，上传电子投标文件过程中请保持与互联网的连接畅通。

2.7 电子开标

供应商在开标地点使用 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进行电子开标。

3.采购代理机构项目编号：BJJQ-2026-895

4.采购代理机构项目联系邮箱：yw03@hcjq.net

5.本公告同时在中国政府采购网（http://www.ccgp.gov.cn）、北京市政府采购网

（http://www.ccgp-beijing.gov.cn/）发布。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名称：北京市商务局

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

联系方式：李老师，010-55579731

2.采购代理机构信息

名称：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN3 号楼 9 层

联系方式：杜豫、李辰，010-65699122

3.项目联系方式

项目联系人：杜豫、李辰

电话：010-65699122

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__包不适用。 □本项目__包为单一产品采购项目。 □本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：____。
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年_月_日_点_分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年_月_日_点_分 召开地点：_____。
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要 □需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：_____； （2）是否需要随样品提交相关检测报告： □不需要 □需要 （3）样品递交要求：_____； （4）未中标人样品退还：_____； （5）中标人样品保管、封存及退还：_____；

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>（6）其他要求（如有）：_____。</td></tr>
<tr><td>5.1.2</td><td>进口产品</td><td>■本项目不接受进口产品投标。
□本项目接受进口产品投标，具体范围及要求详见《采购需求》。</td></tr>
<tr><td>5.3.5</td><td>标的所属行业</td><td>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：<table><tr><td>标的名称</td><td>中小企业划分标准所属行业</td></tr><tr><td>2026 精品消费月主题活动</td><td>租赁和商务服务业</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>11.2</td><td>投标报价</td><td>投标报价的特殊规定：
■无
□有，具体情形：_____。</td></tr>
<tr><td>12.1</td><td rowspan="2">投标保证金</td><td>投标保证金金额：人民币 13000 元
投标保证金收受人信息：
北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司
账号：100000001012010038213600 1316
开户银行：浙商银行股份有限公司北京分行营业部
开户行行号：316100000025
（汇款时，请输入开户银行全称“浙商银行股份有限公司北京分行营业部”，以避免出现汇款不成功）。</td></tr>
<tr><td>12.8.2</td><td>投标保证金可以不予退还的其他情形：
□无
■有，具体情形：中标人不按本须知第 25 条的规定签订合同的。</td></tr>
<tr><td>13.1</td><td>投标有效期</td><td>自提交投标文件的截止之日起算 90 日历天。</td></tr>
<tr><td>18.2</td><td>解密时间</td><td>解密时间：30 分钟</td></tr>
<tr><td>22.1</td><td>确定中标人</td><td>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，以服务方案得分高者为中标人
□随机抽取</td></tr>
</table>

条款号	条目	内容
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ■不允许 □允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：_____； （2）允许分包的金额或者比例：_____； （3）其他要求：_____。
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：直接或以邮寄方式提交书面询问函。
26.3	接收询问和质疑的联系方式	1、询问 联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《投标邀请》中的采购代理机构信息和项目联系方式。 2、质疑 联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部； 联系电话：010-65915204； 通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同6号北京INN 3号楼9层。
27	代理费	收费对象： □采购人 ■中标人 收费标准： （1）中标/成交金额为100万元以下的项目，按照以下固定收费标准执行： ①中标/成交金额为50万元以下（含50万元）的项目，收取代理服务费10000元。

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>②中标/成交金额为 50~100 万元以下（含 100 万元）的项目，收取代理服务费 15000 元。
（2）中标/成交金额为 100 万元以上的项目，按照下表，以差额定率累进法计算：
<table>
<tr><th>费率 招标类型
中标/成交金额</th><th>货物服务招标</th></tr>
<tr><td>200 万元以下</td><td>1.5%</td></tr>
<tr><td>200~500 万元（含 500 万元）</td><td>1.1%</td></tr>
<tr><td>500~1000 万元（含 1000 万元）</td><td>0.8%</td></tr>
</table>
代理费收受人信息：
收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司
开 户 行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行
银行账号：1119 1701 0400 02067
开户行行号：1031 0001 9176
缴纳时间：在领取中标通知书时交付代理费。</td></tr>
</table>

投标人须知

一　说　明

1　采购人、采购代理机构、投标人、联合体

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

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

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

2　资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

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

2.2　项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3　是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4　核心产品见《投标人须知资料表》。

3　现场考察、开标前答疑会

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

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

4　样品

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

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

5　政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1　采购本国货物、工程和服务

5.1.1　政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《**中华人民共和国政府采购法**》第十条规定情形的除外。

5.1.2　本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，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 本国产品

本项目按照《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34 号）和《关于贯彻落实<国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知>的意见》（财库〔2025〕30 号）有关要求，落实本国产品标准。

5.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.3.1 中小企业定义：

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

5.3.1.2 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。

5.3.1.3 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。

5.3.1.4 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。

5.3.2 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。

5.3.3 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：

5.3.3.1 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）；

5.3.3.2 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；

5.3.3.3 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；

5.3.3.4 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；

5.3.3.5 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）；

5.3.3.6 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。

5.3.4 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》。

5.3.5 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》。

5.3.6 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》。

5.4 政府采购节能产品、环境标志产品

5.4.1 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。

5.4.2 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）。

5.4.3 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**；

5.4.4 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）。

5.5 正版软件

5.5.1 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）。

5.6 网络安全专用产品

5.6.1 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。

5.7 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《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.8 采购需求标准

5.8.1 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》。

5.8.2 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下列内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

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

11.2.2 按照招标文件要求完成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；以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。

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

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

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

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

12.7.1 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 招标文件要求签字的内容（如授权委托书等），可以使用电子签章或使用原件的电子件（电子件指扫描件、照片等形式电子文件）；要求第三方出具的盖章件原件（如联合协议、分包意向协议、制造商授权书等），投标文件中应使用原件的电子件。

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

15.1 本项目使用北京市政府采购电子交易平台。投标人根据招标文件及电子交易平台供应商操作手册要求编制、生成并提交电子投标文件。

15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标文件，投标保证金除外。

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，将电子投标文件提交至电子交易平台。

17 投标文件的修改与撤回

17.1 投标截止时间前，投标人可以通过电子交易平台对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。

17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五 开标、资格审查及评标

18 开标

18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。

18.2 本项目开标使用北京市政府采购电子交易平台。投标人应在《投标人须知资料表》规定的时间内对投标文件进行解密，因非系统原因导致的解密失败，视为**投标无效**。

18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、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确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。

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	提供证明文件的电子件或电子证照

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		/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。	
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》
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	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		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。	
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》	提供证明文件的电子件或电子证照
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3-1	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”
3-2	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。	提供证明文件的电子件或电子证照
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	
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。	

第四章　评标程序、评标方法和评标标准

一、评标程序、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（本项目不允许分包）	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（本项目不允许分包）	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	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；

12	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；
13	投标异常	不存在以下投标异常情形： 1）硬件信息一致：不同供应商编制或上传电子投标（响应）文件的计算机网卡 MAC 地址、硬盘序列号等硬件信息相同。 2）文件异常一致或投标报价呈规律性异常：不同供应商的投标（响应）文件内容是否存在非正常一致（如多处错误一致）。 3）电子签章混用：使用本项目其他投标（响应）供应商的数字证书加密或加盖其电子印章。 4）联系信息一致：不同供应商的联系人为同一人或联系电话一致。 5）属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动。 6）法律法规和文件规定的其他投标异常情形。
14	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
15	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

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 异常低价处理

2.2.1 政府采购评审中出现下列情形之一的，评审委员会应当启动异常低价投标（响

应）审查程序：

（1）投标（响应）报价低于全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值50%的，即投标（响应）报价<全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值×50%；

（2）投标（响应）报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价50%的，即投标（响应）报价<通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价×50%；

（3）投标（响应）报价低于采购项目最高限价45%的，即投标（响应）报价<采购项目最高限价×45%；未设定最高限价的采购项目，以采购项目预算金额作为最高限价；

（4）评审委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

2.2.2 评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于30分钟。其中，属于第（3）项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

2.2.3 评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为**无效投标（响应）**处理。

2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章2.4修正后的报价。

2.2.5 对于符合异常低价情形但通过评标委员会审查的中标供应商，采购人可按照政府采购合同金额的10%收取履约保证金。

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 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3 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。

2.6 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.6.1 本项目既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.2 当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到 80%以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.3 供应商提供本国产品参加政府采购活动的，应当按照招标文件给定的格式出具《关于符合本国产品标准的声明函》或提供财政部会同有关部门规定的有关证明文件，否则视为非本国产品。

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）_____。

4 确定中标候选人名单

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

□随机抽取

□其他方式，具体要求：_____

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

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

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

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

候选人。

5 报告违法行为

5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

二、评标标准

序号	评分因素	评价指标和分值		
1	商务 （10 分）	业绩及经验	10 分	自 2024 年 1 月 1 日（以合同签订日期为准）至今每有一个同类或类似项目业绩得 2 分，最多得 10 分。 **须提供合同复印件并加盖投标人公章**
2	服务方案 （80 分）	项目整体策划方案	7 分	**综合考虑投标人提供的 2026 精品消费月主题活动项目的整体策划方案：** ●完整响应采购全部框架，紧扣促消费惠民生主线，完整落实 1 主打卡点+17 区全域联动，深度理解“精品≠高价，覆盖实物、服务、体验消费”，创新亮点突出，完全匹配建设国际消费中心城市目标，得 7 分； ●覆盖主题、定位、1+17 全域联动架构，理解精品消费内涵，方案完整，少量细节有待完善，得 5 分； ●包含主题、定位，1+17 联动描述简略，精品消费理解一般，存在部分内容缺失，得 3 分； ●仅简单提及活动主题，缺少定位，1+17 联动单薄，项目理解不足，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		心动京选·北京精品消费图鉴方案	7 分	**综合考虑采购需求中心动京选·北京精品消费图鉴的要求，并提供方案：** ●完整覆盖京品、京味、京悦、京趣四大分类；对接国际精品、智能新品、焕新场景三大方向；含全市征集、梳理、主场展示、全媒体传播、心动京选榜 Top10-20 完整评选发布机制，规则科学可落地，亮点突出，得 7 分； ●覆盖四大分类，具备征集、展示、传播、榜单评选机制，方案可行，评选细则少量细节不完善，得 5 分； ●覆盖四大分类，但征集/传播/榜单评选其中 1 个模块单薄，缺少落地细则，得 3 分； ●仅覆盖 2-3 个分类，图鉴运营或榜单评选机制缺失，内容

序号	评分因素	评价指标和分值		
				简单，得 1 分； ●未提供不得分。
		一城十七签全域联动方案	7 分	**综合考虑采购需求中一城十七签全域联动的要求，并提供方案：** ●完整包含 17 枚心动签 IP 策划、一区一主题+专属推荐语、专属二维码导览、各区 1-2 个承载商圈对接、全城精品消费地图串联；包含各区消费资源收集梳理、台账建立、17 区主题短视频策划摄制配套安排；IP 贴合区域特色，市级发起—各区响应—商圈承接闭环落地路径清晰，17 区协同机制完善，得 7 分； ●包含心动签 IP、一区一主题、二维码导览、消费地图设计，资源台账整理、短视频拍摄计划，方案可行，各区协同保障措施不够丰富，得 5 分； ●包含心动签、二维码导览，一区一主题设计简单，消费地图串联、短视频配套机制不完善，机制不完善，得 3 分； ●仅简单提及心动签概念，缺少二维码导览、一区一特色、消费地图、资源台账其中 2 项内容，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		消费心愿袋·全城打卡及现场互动执行方案	7 分	**综合考虑采购需求中消费心愿袋·全城打卡及现场互动执行的要求，并提供方案：** ●完整包含主会场选址思路、心动购物袋标志性装置、打卡任务体系、抽取北京心动签、个人北京精品清单、惠民礼品派送；互动链路完整，打卡玩法新颖，礼品发放追溯机制清晰，得 7 分； ●覆盖全部核心模块，打卡互动、惠民派发方案完整，玩法创新一般，少量执行细节待补充，得 5 分； ●包含心动购物袋、打卡、惠民福利，心动签抽取/个人精品清单其中 1 项内容简略，得 3 分；

序号	评分因素	评价指标和分值		
				●仅覆盖心动购物袋和基础打卡，缺失多项互动玩法，惠民方案粗略，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		京彩亮相、成果发布与收官方案	7 分	**综合考虑采购需求中京彩亮相、成果发布与收官的要求，并提供方案：** ●完整包含“一袋启京彩，17 区共同点亮”发布环节设计、各区精品案例、图文短片、心动签集中展示；明确活动收官流程，可交付《2026 北京精品消费图鉴·心动京选》清单、心动京选榜 Top10-20，成果可面向公众推荐，全套执行资料、宣传成果、总结台账交付清单完整，得 7 分； ●包含京彩亮相环节、成果清单输出，方案可行，成果展示细节不足，资料归档细节不足，得 5 分； ●仅简单设计亮相环节，成果清单、榜单输出内容简略，资料归档内容简略，得 3 分； ●仅提及亮相概念，成果交付内容缺失，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		氛围营造、演出及现场运营方案	7 分	**综合考虑采购需求中氛围营造、演出及现场运营的要求，并提供方案：** ●包含快闪、乐队、舞蹈、DJ、国潮、亲子互动等多元演艺；落实整点有内容、重点时段有高潮运营计划；人流管控、现场秩序、后勤保障齐全，时序精细，得 7 分； ●演艺类型齐全，具备分时段运营，基础保障方案完整，时序精细化不足，得 5 分； ●演艺覆盖大部分类型，有分时段安排，但现场安全、秩序保障单薄，得 3 分； ●仅列出少量演艺形式，缺少整点运营，现场保障缺失，得 1 分； ●未提供方案不得分。

序号	评分因素	评价指标和分值		
		城市消费推荐官招募及种草运营方案	7 分	**综合考虑采购需求中城市消费推荐官招募及种草运营的要求，并提供方案：** ●分层招募（市民推荐官、商户代表、本土达人）；完整 UGC 内容策划，包含“我的北京精品清单”“这一袋我从北京带走什么”系列创作；线下商圈打卡种草，形成种草—到访—消费转化闭环，内容策划丰富，转化路径清晰，得 7 分； ●具备分层招募、UGC、种草转化设计，方案可行，创意亮点偏少，得 5 分； ●有推荐官招募，但分层设计或 UGC 策划其一简略，转化链路描述不足，得 3 分； ●仅简单提及招募，缺少分层、UGC、转化中 2 项内容，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		全媒体矩阵全域宣发传播方案	7 分	**综合考虑采购需求中全媒体矩阵全域宣发传播的要求，并提供方案：** ●完整搭建新媒体平台、各区商务文旅、重点商圈宣传矩阵；构建权威发布+精品种草+全城联动+全民 UGC 四层传播体系；包含不少于 3 篇新闻采访稿件、≥30 个传播渠道分发、横竖屏 LED 宣传视频制作、微博/抖音/小红书同城话题运营、传播成果台账留存；传播节奏清晰，分阶段、分平台策略完善，得 7 分； ●四层传播体系齐全，具备基础传播节奏，包含新闻稿件、多渠道分发、短视频及话题运营，但缺少分平台精细化运营策略，得 5 分； ●覆盖 3 层传播体系，具备基础新闻、短视频宣传，传播节奏简单，缺少分阶段策划，得 3 分； ●仅覆盖 1-2 层传播体系，仅简单提及宣传，缺少稿件、多渠道、话题运营等内容，方案笼统简单，得 1 分；

序号	评分因素	评价指标和分值		
				●未提供方案不得分。
		工作进度安排方案	5 分	**充分考虑对投标人提供的项目时间进度安排进行评审。** ●工作进度安排方案全面合理，完全有效的保障实现项目预期目标，得 5 分； ●工作进度安排方案较全面合理，可以有效的保障实现项目预期目标，得 3 分； ●工作进度安排方案全面性较差，合理性较差，基本可保障实现项目预期目标，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		全过程服务保障机制	3 分	**投标人根据采购需求对本项目全过程服务保障的要求、提供方案。** ●建立前期征集统筹、活动现场执行、宣传内容审核、数据统计汇总、突发应急处置、售后数据报告全流程保障制度；明确对接商务部门专属联络人、每日工作汇报机制、活动安全保障方案，得 3 分； ●具备基础服务保障制度，但应急、日常沟通机制不完善，得 2 分； ●无完善服务保障、应急处置方案，得 1 分； ●未提供方案不得分。
		应急预案	3 分	**综合考虑投标人提供的应急响应安全方案。** ●应急体系完善、风险规避策略高效，预警迅速、响应及时，处理突发事件能力强，得 3 分； ●应急体系基本完善、有较为完整的风险规避策略，预警响应速度一般，处理突发事件能力一般，得 2 分； ●应急体系混乱、风险规避策略落后，响应不及时，处理突发事件能力较差，得 1 分； ●未提供方案得 0 分。
		项目实	5 分	●承办单位主要负责人策划、执行类似活动的履历及成功案

序号	评分因素	评价指标和分值		
		施团队		例丰富，组织实施团队的构建能力强，得 5 分； ●主要负责人经验及业绩较好，团队构建能力较好，得 3 分； ●主要负责人业绩、能力一般，得 1 分。 ●未提供方案不得分 **（须提供负责人有效的履历证明材料并加盖投标人公章）**
			8 分	**综合评判投标人工作团队专业背景、从业经历和人员安排是否合理，是否满足招标文件要求。** ●人员配备齐全，组成稳定，结构合理，专业性强，职责分工明确，经验丰富，综合素质高，得 8 分； ●人员配备较齐全，组成稳定，结构较合理，专业性较强，职责分工较明确，经验较丰富，综合素质较高，得 6 分； ●人员配备基本齐全，组成较稳定，结构相对合理，专业性一般，职责分工不够明确，经验稍显不足，综合素质一般，得 4 分； ●人员配备不够齐全，组成较稳定，结构合理性较差，专业性较差，职责分工不明确，经验较少，综合素质较差，得 2 分； ●未提供方案不得分。
3	价格 （10 分）	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。（此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4 及 2.5。）		
合计 100 分				

第五章　采购需求

一、活动总体概况

（一）活动主题

2026 精品消费月围绕促消费、惠民生工作要求，以“购在北京·GO 心动 购京彩”为主题，组织开展精品消费主题活动，集中展示北京市特色消费资源，营造品质消费氛围，促进商圈、品牌、消费者之间的互动交流。

供应商应结合活动主题，承担整体活动策划、内容组织、视觉设计、现场布置、活动执行及宣传推广等相关工作，重点完成以下服务内容：

1. 活动策划与组织。制定活动总体实施方案及相关执行安排，结合消费主题，策划精品展示、消费互动、氛围营造及宣传推广等内容。

2. 主题活动实施。北京市重点商业区域组织开展为期 2 天的精品消费主题活动，完成活动场地协调、现场布置、相关设备及物料配置、人员组织、互动体验、现场运营等工作。

3. 市区消费资源联动。根据活动安排，配合开展各区特色消费资源的信息收集、梳理与整合，形成消费资源信息汇总台账，并结合实际情况将相关内容融入活动展示和宣传。

4. 活动宣传及成果整理。围绕活动主题开展宣传内容策划与制作，通过相关媒体及宣传渠道发布活动信息、精品消费推荐等内容。活动结束后，整理形成活动执行资料、宣传成果及相关总结材料。

（二）活动定位

以建设国际消费中心城市为背景，以扩大优质商品和服务供给、激发消费活力为导向，打造一场兼具城市高度、消费温度、年轻表达与落地实效的精品消费主题活动。活动既服务北京本地消费者，也面向国内游客及入境游客，集中呈现“到北京值得买什么、值得吃什么、值得体验什么、值得带走什么？什么能够代表北京的品质、文化、创新与生活方式？”“精品”不等同于高价，也不局限于实物商品。它可以是一件具有北京文化表达的国潮好物、一项科技创新产品、一份老字号新表达、一顿具有城市代表性的精致餐饮，也可以是一项中医药健康服务、文化体验、演艺体验或具有国际友好度的高品质服务。核心标准突出“有品质、有特色、有故事、有体验、有北京辨识度”。

（三）活动架构

采用“1 个城市主打卡点+17 区全域联动”模式，统一视觉、统一玩法、统一传播，覆盖北京 16 区及北京经济技术开发区重点商圈、特色商街和品质消费场景，实现全城消费内容串联、消费流量互通、精品资源集中呈现。主会场承担启动发布、精品集中呈现、公众互动和城市打

卡功能；17 区围绕“国际精品、智能新品、焕新场景”三个发布方向，结合区域特色推荐精品商品、品质服务和创新消费场景，形成“市级发起—各区响应—商圈承接—公众参与—媒体放大”的完整闭环。

二、核心内容升级：心动京选·北京精品消费图鉴

精品消费月在总主题框架下，设置“心动京选·北京精品消费图鉴”作为内容主线，对接“国际精品、智能新品、焕新场景”三个精品发布方向，通过全市征集、分类梳理、主场展示和全媒体传播，把分散在各区的优质消费资源组织成一张北京精品消费名片。三个发布方向用于指导资源推荐与发布内容组织，“京品、京味、京悦、京趣”四类图鉴用于面向公众的消费导览与传播，两者相互衔接。

类别	核心表达	内容方向
京品丨值得带走	有北京辨识度、有品质、有设计或创新价值	北京礼物、老字号焕新、国潮设计、文创、珠宝、智能科技、特色食品、首发新品等
京味丨值得品尝	代表北京品质餐饮和城市味道	老字号新味、精品餐饮、特色伴手食品、茶饮、咖啡烘焙等
京悦丨值得体验	体现北京品质生活与服务消费	中医药体验、健康管理、运动康养、美容护理、银发品质服务等
京趣丨值得专程而来	具有北京特色、不可简单装进购物袋的体验	文化演艺、非遗体验、艺术空间、亲子、体育娱乐、特色商业场景等

四类内容既覆盖实物消费，也覆盖服务消费、体验消费，使“精品消费月”区别于普通购物节或折扣季。活动最终形成“北京精品消费图鉴·心动京选榜 Top10-20”，作为精品消费月的成果性输出。

三、17 区全域联动：一城十七签，签签有心动

（一）总体思路

围绕精品消费月，策划推出“一城十七签，签签有心动”全域联动玩法。活动统一打造“京彩心动 17 签”联动 IP，16 区及北京经济技术开发区各形成一枚具有自身特色的“心动签”。各区结合本区已有的重点商圈、特色商街、精品商品、品质服务和特色消费场景，提炼最具代表性的消费特色，形成“一市一主题、一区一特色、一签一精彩”的全城联动格局。

“心动签”既是各区参与精品消费月的专属身份标识，也是消费者发现北京精品消费的城市导览入口。每枚“心动签”对应一个区域主题和专属二维码，消费者扫码即可查看该区重点商圈、

精品推荐、特色服务、优惠活动等消费信息。通过 17 枚“心动签”，将分散在全市不同区域的精品消费资源串联起来，让消费者从“一张签”认识一个区、从“一个区”发现一批精品，最终形成一张覆盖全北京的精品消费地图。

（二）市区联动与消费资源整合

围绕 2026 精品消费月“在北京 GO 心动·购京彩”活动主题，统筹开展北京市各区及北京经济技术开发区消费资源收集、主题内容策划、特色消费展示和宣传推广等工作，形成线上线下相结合的精品消费宣传展示体系。

1. 开展市区消费资源收集与内容整合

围绕北京市 16 个区及北京经济技术开发区，开展特色商圈、精品品牌、优质商品、特色服务、消费活动及新型消费场景等相关信息的收集、梳理和编辑工作。供应商负责资源信息对接、资料整理、内容筛选和展示素材编辑，形成消费资源信息台账，为活动现场展示及宣传推广提供内容支持。

2. 策划制作“北京精品 17 签”主题互动内容

围绕北京市 16 个区及北京经济技术开发区的特色消费资源，策划形成 17 个区域主题签内容，并与活动现场互动展示相结合。

设置“北京精品 17 签”主题展示设施 1 套，结合区域主题签文、消费推荐信息及活动导视内容，形成特色消费展示区域；配套制作主题抽签道具及签卡、17 个区域主题签卡以及相关展示和氛围物料。通过随机抽签、消费推荐等形式，增强公众对北京不同区域特色消费资源的了解和参与体验。

3. 开展系列主题短视频策划制作

结合各区特色消费资源及精品消费月主题，策划制作短视频，内容可涵盖特色商圈、精品品牌、优质商品、特色服务、消费新场景及相关活动等。

供应商负责视频内容策划、拍摄组织、画面采集、剪辑制作、字幕包装及修改完善等工作，形成可用于活动宣传和新媒体传播的视频成果。

具体选题及拍摄对象根据实际资源对接情况确定，可采用实地拍摄、素材整合等适宜方式开展，确保宣传内容与活动主题相符。

4. 开展新闻采访、稿件撰写及媒体传播

围绕活动筹备、现场开展及活动成果等阶段，组织开展前期采访及新闻素材收集工作，完成相关采访内容 3 篇。

组织开展新闻稿件多渠道分发，累计渠道不少于 30 个，传播渠道可包括市级媒体、网络新闻平台及相关宣传渠道，并形成相应的发布记录或传播成果材料。

5. 配合开展线上主题传播

结合活动主视觉及宣传内容，制作适配不同显示终端的 LED 大屏宣传视频内容，形成横竖屏适配等版本。

围绕活动主题开展微博同城话题运营及抖音、小红书等平台话题传播支持，配合活动预热、现场传播及后续宣传，提升精品消费月活动的公众关注度和传播覆盖面。

6. 汇总形成市区联动宣传成果

供应商应对消费资源收集、主题签内容、短视频制作、新闻稿件及媒体传播等工作成果进行分类整理，形成相应的资源台账、设计及制作成果、视频文件、稿件文件、媒体发布记录和宣传成果汇总材料，作为项目执行及验收的相关依据。

四、主题活动：消费心愿袋·全城打卡惠民行动

打造沉浸式、互动式、普惠化的全城消费联动场景，打破单商圈、单区域活动壁垒，激活全域消费活力。主会场选址北京主城区重点商业综合体室内核心空间，打造消费月标志性主场景，作为活动启动、精品发布、福利互动、城市打卡的核心枢纽。

（一）核心装置：“心动购物袋”

围绕精品消费月主题，打造“心动购物袋”，将精品消费最具代表性的“购物袋”转化为本次活动最醒目、最具传播力的视觉符号。

（二）现场互动

1.专属好礼派送。消费者完成指定打卡及互动任务后即可领取，使购物袋既是实用礼品，也是流动的活动传播载体。

2.抽一支“北京心动签”。消费者现场抽取一枚“心动京选签”，对应一个区域或一种精品类型，扫码即可查看相关精品推荐。

3.我的北京精品清单。消费者从“北京精品 17 签”中选择最想体验的 3 项内容，形成个人精品清单。

五、京彩亮相：一袋启京彩·全城精品共同亮相

“京彩亮相”环节以“17 区共同点亮”为核心，围绕促消费、优质供给、全城联动等主题，精选各区推荐的国际化优质商品及服务、智能消费创新产品与首发新品，以及国货潮品、餐饮休闲、文旅演艺等焕新场景，通过代表性案例、图文短片和区域心动签集中呈现。

六、活动演出与氛围营造

活动期间安排快闪、乐队、舞蹈、DJ、国潮、亲子互动等内容，采用“整点有内容、重点时段有高潮”的运营方式，与精品推荐、福利互动穿插。

七、成果发布与收官

活动形成“2026 北京精品消费图鉴·心动京选”成果清单，以“京品、京味、京悦、京趣”四类图鉴呈现面向公众的消费推荐。择优形成“心动京选榜 Top10-20”展示清单，突出精品特色、消费体验和实际可达性

八、城市消费推荐官邀请

面向全城招募 “城市消费推荐官”，围绕“北京什么值得买、值得带、值得体验”进行内容表达，强化精品消费月的权威推荐感和公众参与感。邀请市民走进北京各大商圈，打卡主会场巨型购物袋装置、解锁惠民福利。同时联合大众推荐官、商户代表、本土生活达人，开展全城打卡种草，强化活动全民参与氛围。突出“GO 心动购京彩”“心动京选”“北京精品消费图鉴”等各类核心话题，鼓励达人形成“我的北京精品清单”“这一袋我从北京带走什么”等系列内容，实现媒体种草、线下到访、消费转化的闭环。

九、媒体矩阵全域宣发

打通新媒体平台、各区商务及文旅系统、重点商圈宣传矩阵，构建“权威发布+精品种草+全城联动+全民 UGC”的多层次传播体系。

十、验收

（1）验收主体：采购人

（2）验收时间：项目完成后

（3）验收方式：采购人自行组织验收

（4）验收程序：

1. 结合消费主题，策划精品展示、消费互动、氛围营造及宣传推广等内容，提交总体实施方案及相关执行安排；

2. 北京市重点商业区域组织开展为期 2 天的精品消费主题活动，完成活动场地协调、现场布置、相关设备及物料配置、人员组织、互动体验、现场运营等工作，提交总体实施方案及相关执行安排成果材料；

3. 根据活动安排，配合开展各区特色消费资源的信息收集、梳理与整合，形成消费资源信息汇总台账，并结合实际情况将相关内容融入活动展示和宣传，提交整体执行方案及信息汇总台账；

4. 围绕活动主题开展宣传内容策划与制作，通过相关媒体及宣传渠道发布活动信息、精品

消费推荐等内容。提交形成活动执行资料、宣传成果及相关总结材料；

（5）验收内容：项目完成情况以及是否达成项目预期目标

（6）验收标准：采购人满意度不低于 98%，项目目标完成情况不低于 98%。

第六章　拟签订的合同文本

说明：

1. 为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8 号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637 号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。采购人应积极配合供应商获得政府采购合同融资贷款，无特殊原因，应在收到供应商因融资需要发起的变更收款账户申请后 10 个工作日内确认通过。

2. 采购人应严格按照要求，在中标、成交通知书发出之日起 30 日内签订采购合同，鼓励采购人在线签订电子合同，完善电子签章管理、合同审核等配套内控机制，进一步缩短合同签订期限。

3. 合同类型按照民法典规定的典型合同类别，结合采购标的的实际情况确定。合同文本应当符合民法典及《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22 号）的要求，包含法定必备条款和采购需求的所有内容，并至少包括以下内容：标的名称，采购标的质量、数量（规模），履行时间（期限）、地点和方式，包装方式，价款或者报酬、付款进度安排、资金支付方式，验收、交付标准和方法，质量保修范围和保修期，违约责任与解决争议的方法等。

4. 合同条款中应规定，乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

5. 对于通过预留采购项目、预留专门采购包、要求以联合体形式参加或者合同分包等措施签订的采购合同，应当明确标注本合同为中小企业预留合同。其中，要求以联合体形式参加采购活动或者合同分包的，应当将联合协议或者分包意向协议作为采购合同的组成部分。

6. 政府采购合同设定首付款支付方式的，首付款支付比例原则上不低于合同金额的 30%；对于中小企业，首付款支付比例原则上不低于合同金额的 50%。

7. 政府采购合同应当约定资金支付的方式、时间和条件，明确逾期支付资金的违约责任。对于满足合同约定支付条件的，采购人原则上应当自收到发票后 10 个工作日内将资金支付到合同约定的供应商账户，鼓励采购人完善内部流程，自收到发票后 1 个工作日内完成资金支付事宜。采购人和供应商对资金支付产生争议的，应当按照法律规定和合同约定及时解决，保证资金支付效率。

8. 采购文件对商品包装和快递包装提出具体要求的，政府采购合同应当载明对政府采购供应商提供产品及相关快递服务的具体包装要求和履约验收相关条款，必要时要求中标、成交供应商在履约验收环节出具检测报告。

9. 履约验收方案应当在合同中约定。履约验收方案要明确履约验收的主体、时间、方式、程序、内容和验收标准等事项。采购人、采购代理机构可以邀请参加本项目的其他供应商或者第三方专业机构及专家参与验收，相关验收意见作为验收的参考资料。政府向社会公众提供的公共服务项目，验收时应当邀请服务对象参与并出具意见，验收结果应当向社会公告。

2026 精品消费月主题活动项目政府采购合同

合同编号：

本合同是否为中小企业预留合同：√是

委托人（甲方）：

地址：

通讯地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

受托人（乙方）：

地址：

通讯地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

就甲方的2026 精品消费月主题活动项目通过国内公开招标的方式，经评标委员会评定__（乙方）为中标人。甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》等国家和北京市相关法律法规的规定，本着诚实守信、合作互利原则，就甲方委托乙方开展_____服务事项签订本合同。

第一条　合同组成：

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

a. 本合同书及附件

b. 中标通知书

c. 投标文件

d. 招标文件

第二条　事务概况：

甲方委托乙方处理／承办［2026 精品消费月主题活动项目］事务。具体事项如下（项目实施方案详见附件）：

本项目服务内容包括：

一、核心内容升级：心动京选·北京精品消费图鉴

精品消费月在总主题框架下，设置“心动京选·北京精品消费图鉴”作为内容主线，对接“国际精品、智能新品、焕新场景”三个精品发布方向，通过全市征集、分类梳理、主场展示和全媒体传播，把分散在各区的优质消费资源组织成一张北京精品消费名片。三个发布方向用于指导资源推荐与发布内容组织，“京品、京味、京悦、京趣”四类图鉴用于面向公众的消费导览与传播，两者相互衔接。

类别	核心表达	内容方向
京品丨值得带走	有北京辨识度、有品质、有设计或创新价值	北京礼物、老字号焕新、国潮设计、文创、珠宝、智能科技、特色食品、首发新品等
京味丨值得品尝	代表北京品质餐饮和城市味道	老字号新味、精品餐饮、特色伴手食品、茶饮、咖啡烘焙等
京悦丨值得体验	体现北京品质生活与服务消费	中医药体验、健康管理、运动康养、美容护理、银发品质服务等
京趣丨值得专程而来	具有北京特色、不可简单装进购物袋的体验	文化演艺、非遗体验、艺术空间、亲子、体育娱乐、特色商业场景等

四类内容既覆盖实物消费，也覆盖服务消费、体验消费，使“精品消费月”区别于普通购物节或折扣季。活动最终形成“北京精品消费图鉴·心动京选榜 Top10-20”，作为精品消费月的成果性输出。

二、17 区全域联动：一城十七签，签签有心动

（一）总体思路

围绕精品消费月，策划推出“一城十七签，签签有心动”全域联动玩法。活动统一打造“京彩心动 17 签”联动 IP，16 区及北京经济技术开发区各形成一枚具有自身特色的“心动签”。各区结合本区已有的重点商圈、特色商街、精品商品、品质服务和特色消费场景，提炼最具代表性的消费特色，形成“一市一主题、一区一特色、一签一精彩”的全城联动格局。

“心动签”既是各区参与精品消费月的专属身份标识，也是消费者发现北京精品消费的城市导览入口。每枚“心动签”对应一个区域主题和专属二维码，消费者扫码即可查看该区重点商圈、

精品推荐、特色服务、优惠活动等消费信息。通过 17 枚“心动签”，将分散在全市不同区域的精品消费资源串联起来，让消费者从“一张签”认识一个区、从“一个区”发现一批精品，最终形成一张覆盖全北京的精品消费地图。

（二）市区联动与消费资源整合

围绕 2026 精品消费月“在北京 GO 心动·购京彩”活动主题，统筹开展北京市各区及北京经济技术开发区消费资源收集、主题内容策划、特色消费展示和宣传推广等工作，形成线上线下相结合的精品消费宣传展示体系。

1. 开展市区消费资源收集与内容整合

围绕北京市 16 个区及北京经济技术开发区，开展特色商圈、精品品牌、优质商品、特色服务、消费活动及新型消费场景等相关信息的收集、梳理和编辑工作。供应商负责资源信息对接、资料整理、内容筛选和展示素材编辑，形成消费资源信息台账，为活动现场展示及宣传推广提供内容支持。

2. 策划制作“北京精品 17 签”主题互动内容

围绕北京市 16 个区及北京经济技术开发区的特色消费资源，策划形成 17 个区域主题签内容，并与活动现场互动展示相结合。

设置“北京精品 17 签”主题展示设施 1 套，结合区域主题签文、消费推荐信息及活动导视内容，形成特色消费展示区域；配套制作主题抽签道具及签卡、17 个区域主题签卡以及相关展示和氛围物料。通过随机抽签、消费推荐等形式，增强公众对北京不同区域特色消费资源的了解和参与体验。

3. 开展系列主题短视频策划制作

结合各区特色消费资源及精品消费月主题，策划制作短视频，内容可涵盖特色商圈、精品品牌、优质商品、特色服务、消费新场景及相关活动等。

供应商负责视频内容策划、拍摄组织、画面采集、剪辑制作、字幕包装及修改完善等工作，形成可用于活动宣传和新媒体传播的视频成果。

具体选题及拍摄对象根据实际资源对接情况确定，可采用实地拍摄、素材整合等适宜方式开展，确保宣传内容与活动主题相符。

4. 开展新闻采访、稿件撰写及媒体传播

围绕活动筹备、现场开展及活动成果等阶段，组织开展前期采访及新闻素材收集工作，完成相关采访内容 3 篇。

组织开展新闻稿件多渠道分发，累计渠道不少于 30 个，传播渠道可包括市级媒体、网络新闻平台及相关宣传渠道，并形成相应的发布记录或传播成果材料。

5. 配合开展线上主题传播

结合活动主视觉及宣传内容，制作适配不同显示终端的 LED 大屏宣传视频内容，形成横竖屏适配等版本。

围绕活动主题开展微博同城话题运营及抖音、小红书等平台话题传播支持，配合活动预热、现场传播及后续宣传，提升精品消费月活动的公众关注度和传播覆盖面。

6. 汇总形成市区联动宣传成果

供应商应对消费资源收集、主题签内容、短视频制作、新闻稿件及媒体传播等工作成果进行分类整理，形成相应的资源台账、设计及制作成果、视频文件、稿件文件、媒体发布记录和宣传成果汇总材料，作为项目执行及验收的相关依据。

三、主题活动：消费心愿袋·全城打卡惠民行动

打造沉浸式、互动式、普惠化的全城消费联动场景，打破单商圈、单区域活动壁垒，激活全域消费活力。主会场选址北京主城区重点商业综合体室内核心空间，打造消费月标志性主场景，作为活动启动、精品发布、福利互动、城市打卡的核心枢纽。

（一）核心装置：“心动购物袋”

围绕精品消费月主题，打造“心动购物袋”，将精品消费最具代表性的“购物袋”转化为本次活动最醒目、最具传播力的视觉符号。

（二）现场互动

1. 专属好礼派送。消费者完成指定打卡及互动任务后即可领取，使购物袋既是实用礼品，也是流动的活动传播载体。

2. 抽一支“北京心动签”。消费者现场抽取一枚“心动京选签”，对应一个区域或一种精品类型，扫码即可查看相关精品推荐。

3. 我的北京精品清单。消费者从“北京精品 17 签”中选择最想体验的 3 项内容，形成个人精品清单。

四、京彩亮相：一袋启京彩·全城精品共同亮相

“京彩亮相”环节以“17 区共同点亮”为核心，围绕促消费、优质供给、全城联动等主题，精选各区推荐的国际化优质商品及服务、智能消费创新产品与首发新品，以及国货潮品、餐饮休闲、文旅演艺等焕新场景，通过代表性案例、图文短片和区域心动签集中呈现。

五、活动演出与氛围营造

活动期间安排快闪、乐队、舞蹈、DJ、国潮、亲子互动等内容，采用“整点有内容、重点时段有高潮”的运营方式，与精品推荐、福利互动穿插。

六、成果发布与收官

活动形成“2026 北京精品消费图鉴·心动京选”成果清单，以“京品、京味、京悦、京趣”四类图鉴呈现面向公众的消费推荐。择优形成“心动京选榜 Top10-20”展示清单，突出精品特色、消费体验和实际可达性。

七、城市消费推荐官邀请

面向全城招募 “城市消费推荐官”，围绕“北京什么值得买、值得带、值得体验”进行内容表达，强化精品消费月的权威推荐感和公众参与感。邀请市民走进北京各大商圈，打卡主会场巨型购物袋装置、解锁惠民福利。同时联合大众推荐官、商户代表、本土生活达人，开展全城打卡种草，强化活动全民参与氛围。突出“GO 心动购京彩”“心动京选”“北京精品消费图鉴”等各类核心话题，鼓励达人形成“我的北京精品清单”“这一袋我从北京带走什么”等系列内容，实现媒体种草、线下到访、消费转化的闭环。

八、媒体矩阵全域宣发

打通新媒体平台、各区商务及文旅系统、重点商圈宣传矩阵，构建“权威发布+精品种草+全城联动+全民 UGC”的多层次传播体系。

第三条　具体要求：

甲方委托乙方处理／承办本合同项下事务的要求：

1、委托期限：____年____月____日至____年____月____日。

2、具体要求：

①乙方完成本合同项下事务的期限：____年____月____日至____年____月____日；

②乙方在____年____月____日之前以书面形式向甲方报送关于处理／承办事务的方案，包括但不限于乙方就处理此事务而成立的工作组织负责人及工作人员名单、履历（有资质要求要报送资质证书）、电话、策划方案、项目实施方案、主要实施地点、安全工作方案、处理突发事件应急预案，上述方案、文件、资料等属于本合同的一部分，经甲方同意后方可实施，未经甲方同意不得变更已确定的人员及各类方案；

③乙方在履行合同过程中，按甲方要求如实向甲方汇报进展情况；如遇突发或紧急情况，应及时向甲方书面报告；

④乙方在委托期限届满后 10 日内，将处理委托事项全过程的文字材料、音频及视频文件、新闻报道等相关资料原件全部交付甲方，未经甲方书面同意，不得留存复制件；乙方履行本合

同义务的全过程以及制作的作品和向甲方交付的工作成果不得侵犯第三方的知识产权及其他合法权益，亦不得未经甲方书面同意擅自使用、对外发布或提供与第三方。因本合同形成的作品相关著作权及乙方向甲方交付的工作成果的知识产权归甲方单独所有；

⑤未经甲方书面同意，乙方不得将受托事务全部或部分转委托给第三方处理；

⑥未经甲方书面同意，乙方在履行本合同过程中及履行结束后均不得将甲方提供的任何形式的资料泄露给第三方。如需在公开的项目中使用甲方提供的资料，需于项目实施 10 日前向甲方书面申请确认公开范围，得到甲方的书面允许后，方可使用；

⑦乙方对本合同项下所有宣传片拍摄、推介活动组织、视频制作、物料运输等现场作业环节中的人员安全、设备安全、场所安全承担全部责任；

⑧其它要求。

第四条　费用支付：

1、费用总额：甲方就本合同项下的事务处理／承办支付给乙方的费用议定总额为人民币［￥_____］元（大写：_____），实际支付金额为人民币［￥_____］元（大写：_____）。本金额为固定价，无论发生任何情况，此金额不再增加。

2、双方同意采用以下第［①］种方式支付：

①分期支付 1：

甲方于本合同生效之日起［30］个工作日内，向乙方支付合同金额的［60］%，即人民币［￥_____］元（大写：_____）；乙方完成处理／承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2 ④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后［30］日内，甲方向乙方支付合同金额的［40］%，即人民币［￥_____］元（大写：_____）。（乙方为联合体的，甲方按联合体协议约定的份额比例分别向各成员支付合同价款，联合体各方应按要求分别向甲方开具发票。）以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

②分期支付 2：

甲方于本合同生效之日起［30］个工作日内，向乙方支付合同金额的［90］%，即人民币［￥____］元（大写：____）；

乙方完成处理／承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2 ④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后［30］日内，甲方向乙方支付合同金额的［10］%，即人民币［￥____］元（大写：____）。（乙方为联合体的，甲方按联合体协议约定的份额比例分别向各成员支付合同价款，联合体各方应按要求分别向甲方开具发票。）

以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

前述款项的支付需以财政资金实际拨付至甲方账户为前提，若因财政资金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、验收

（1）验收主体：甲方

（2）验收时间：项目完成后

（3）验收方式：甲方自行组织验收

（4）验收程序：

1. 结合消费主题，策划精品展示、消费互动、氛围营造及宣传推广等内容，提交总体实施方案及相关执行安排；

2. 北京市重点商业区域组织开展为期 2 天的精品消费主题活动，完成活动场地协调、现场布置、相关设备及物料配置、人员组织、互动体验、现场运营等工作，提交总体实施方案及相关执行安排成果材料；

3. 根据活动安排，配合开展各区特色消费资源的信息收集、梳理与整合，形成消费资源信息汇总台账，并结合实际情况将相关内容融入活动展示和宣传，提交整体执行方案及信息汇总台账；

4. 围绕活动主题开展宣传内容策划与制作，通过相关媒体及宣传渠道发布活动信息、精品消费推荐等内容。提交形成活动执行资料、宣传成果及相关总结材料；

（5）验收内容：项目完成情况以及是否达成项目预期目标

（6）验收标准：甲方满意度不低于 98%，项目目标完成情况不低于 98%。

4、甲方开票信息如下：

名称：

开户行：

账号：

地址：

电话：

纳税人识别号：

5、乙方账号信息如下：

账户名称：

开 户 行：

账　　号：

第五条　双方的权利义务：

1、甲方的权利义务：

①甲方有权监督乙方履行本合同的全过程，并及时提出建议和改进意见；

②甲方有权对乙方提交的各类方案、名单及其他文件提出修改意见，乙方应根据甲方的意见改进相关内容；

③甲方应向乙方按时足额支付本合同第四条所约定的款项；

2、乙方的权利义务：

①乙方有权按本合同第四条约定获得相关费用；

②乙方在履行过程中必须完全遵守本合同第二条及第三条的约定，并有义务按照乙方提交的各类方案、名单及其他文件按时、圆满地完成委托事务；

③乙方向甲方开具符合甲方要求的等额合法正式发票后，甲方按合同约定支付每期的合同价款；

④乙方就承办本合同约定事务，履行向相关部门申请许可、备案等义务。乙方承担本合同及附件约定全部项目执行过程中的环境、人身安全以及与项目有关的纠纷处理责任，由于项目的组织及乙方承办本合同约定事务等原因造成的人身伤害、财产损失及其他安全事故由乙方负全部责任；

⑤按照甲方提出的异议和改进意见就本合同的履行情况进行改进和完善，直到甲方认可为止；

⑥乙方应在项目结束后的 10 个工作日内，向甲方提交项目总结、相关支出证明及明细等资料。

⑦乙方对因本合同所获取或知悉的资料和信息承担保密义务，未经甲方书面同意，乙方不得用作本合同以外事项或泄露给第三方。保密期限自获取或知悉时起直至相应资料和信息进入公知领域之时止。保密义务不因本合同的无效、变更、中止、终止而免除。

⑧乙方因执行本合同产生的可交付物，包括但不限于宣传片、图鉴等的相关知识产权均属于委托工作中产生的工作成果，其所有权、著作权和其他相关权益均归甲方所有。除非有甲方的书面许可，否则乙方不允许超出本合同目的外使用。本条款期限为永久，应在本合同期满、解除和终止后仍然有效。乙方承诺其履行本合同义务的全过程不侵犯任何第三方合法权益，且交付给甲方的所有工作成果不侵犯任何第三方包括知识产权在内的任何权利；如涉及对第三方

作品的使用，乙方保证已取得相关权利人的许可并已支付相关的费用；否则，应自行承担因此产生的一切责任和损失。

⑨乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

第六条　不可抗力：

1、不可抗力，是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

2、因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任，但法律另有规定的除外。任何一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

3、任何一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应当在合理期限内提供证明。

4、如不可抗力事件持续超过【60】日的，双方应通过友好协商决定是否继续履行协议，如协商不成，甲方有权决定解除本合同，并对双方已经履行的部分进行结算。

第七条　违约责任：

1、乙方在履行义务过程中出现不影响合同目的的一般违约情况时，甲方有权要求乙方及时纠正并在支付款项时扣减合同总金额【5】%作为赔偿，扣减的金额不足以弥补损失的，乙方还应进行赔偿。

2、乙方出现拒绝接受甲方对于委托项目的检查、拒绝提供或伪造相关项目资料等严重违约情况时，甲方有权要求解除合同，要求乙方应退回已支付的全部款项，并对所造成的损失进行赔偿。

3、乙方未按本合同约定时间或有关活动进度安排中确定的时间开展各项工作的的，每逾期一天，甲方在付款时有权扣减合同总额【1】‰的款项，乙方逾期完成合同义务超过【3】天的，甲方要求解除合同的，乙方应退回已支付的全部款项，并对所造成的损失进行赔偿。

4、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

5、本合同所指的甲方的损失，包括直接损失、甲方为弥补损失所支出的费用（包括但不限于重新组织政府采购支出的费用、重新签订政府采购合同支付的费用、交通费、餐饮费、住宿费等）、甲方为向乙方主张权利所支出的费用（包括但不限于聘请律师的费用、公证费、诉讼费、鉴定费等）等。

第八条　争议解决：

因本合同引起的或者与本合同有关的一切争议，双方应当首先友好协商解决。协商不成的，

双方同意按以下第［1］种方式解决：

1、向甲方住所地有管辖权的人民法院法院提起诉讼；

2、向北京仲裁委员会申请仲裁。

第九条　其它：

1、本合同履行过程中如有变更或者补充，必须以书面形式签订变更或者补充协议。

2、本合同附件及变更或者补充协议均是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。

3、本合同经双方法定代表人或授权代表签字，并加盖公章后生效。

4、本合同一式五份，甲乙双方各执二份，招标代理机构执一份，具有同等法律效力。

（以下无正文）

附件：项目方案

甲方（盖章）：北京市商务局　　乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：　　法定代表人或授权代表（签字）：

年　月　日　　年　月　日

第七章　投标文件格式

投标人编制文件须知

1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（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/包号：

投标人名称：

1　满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

（一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

（四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；

（五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；

（六）我单位不存在为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（如有）

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》（银发〔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（北京市商务局）的（2026精品消费月主题活动项目）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.（2026精品消费月主题活动），属于（租赁和商务服务业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元[1]，属于_____（选填：中型企业、小型企业、微型企业）。

……

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日 期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

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

□**不属于符合条件的残疾人福利性单位。**

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日　期：

2-2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

3　投标保证金凭证/交款单据电子件

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（商务技术文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1　投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

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

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起 90 个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方中标，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____　　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电子件：

说明：

1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。

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

3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

4.供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证或护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**电子件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____性别：____年龄：____职务：____

系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件：

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

3　开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：_____　　项目名称：_____

投标人名称	投标报价	
	大写	小写

注：1.此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

2.本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

4　投标分项报价表（格式自拟）

投标分项报价表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____报价单位：人民币元

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

注：1.本表应按包分别填写。

2.如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

5　合同条款偏离表

合同条款偏离表

项目编号/包号：_____　　项目名称：_____

序号	招标文件条目号（页码）	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择**投标无效**）： □**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一列明，否则**投标无效**；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

6　采购需求偏离表

采购需求偏离表

项目编号/包号：_____　　项目名称：_____

序号	招标文件条目号(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 业绩证明文件

8 服务方案

9 代理服务费承诺书

代理服务费承诺书（格式）

致：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

我们在贵公司代理的_____项目（项目编号：_____）公开招标中若获中标，我们保证在领取中标通知书时按招标文件的规定，以支票、银行汇票、电汇、现金或经贵公司认可的一种方式，向贵公司指定的银行账号，按照招标文件中代理服务费收取标准一次性支付代理服务费，且最迟不超过中标通知书发出后7个工作日。如我公司未在中标通知书发出后7个工作日内支付代理服务费，我公司同意贵公司从本项目投标保证金中扣除相应款项。

我公司中标后，三个月内如本项目非因我公司原因导致项目未执行、需退还代理服务费的，我公司同意贵公司按代理服务费总额的30%收取项目执行成本费用，低于1万的按1万收取，高于5万的按5万收取。费用不足1万的，按实际代理服务费收取。

特此承诺。

承诺方法定名称（承诺方盖章）：_____

承诺方法定代表人/负责人或授权代表（签字或签章）：_____

日期：_____

10 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

10-1 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”。