

北京市政府采购项目 公开招标文件示范文本

项目名称：中国长城博物馆专题宣传推广项目-
第2包:宣传推广活动

项目编号/包号：11000026210200163695-XM001/2

采购人：首都博物馆

采购代理机构：中技国际招标有限公司

目录

第一章 投标邀请	3
第二章 投标人须知	8
第三章 资格审查	25
第四章 评标程序、评标方法和评标标准	30
第五章 采购需求	42
第六章 拟签订的合同文本	46
第七章 投标文件格式	57

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：11000026210200163695-XM001/2
2. 项目名称：中国长城博物馆专题宣传推广项目-第2包:宣传推广活动
3. 项目预算金额：300.78万元、项目最高限价（如有）：300.78万元
4. 采购需求：

包号	标的名称	采购包 预算金额 (万元)	数量	简要技术需求或服务要求
02	宣传推广活动	141.56	1	中国长城博物馆，位于八达岭长城脚下，目前已完成改扩建并将启动常设展陈提升改造工作，预计2026年中期向公众开放。本项目旨在通过构建覆盖全域的全媒体传播矩阵，实施高标准、创新性的整合宣传推广，全面提升中国长城博物馆作为国家级文化地标和“北京文旅新地标”的品牌影响力与社会关注度，引领文博行业宣传推广新标杆。

5. 合同履行期限：自合同生效之日起，投标人提交的服务成果须满足中国长城博物馆2026年开馆需求，并根据开馆时间动态变化的可能，随时调整跟进实施节奏，按照采购人要求规定完成。

6. 本项目是否接受联合体投标：是 否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

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

过以下措施进行：\。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：\。

3. 本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

■ 否

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

3.2 其他特定资格要求：

(1) 被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单的、被“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）列入政府采购严重违法失信行为记录名单（处罚期限尚未届满的）的供应商，不得参与本项目的政府采购活动。

(2) 单位负责人为同一人的两家或两家以上的供应商，或存在直接控股、管理关系的不同供应商，只能递交一份投标文件。

(3) 为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商及其附属机构，不得再参加此项目的其他招标采购活动。

(4) 投标人须按照招标公告要求获取招标文件。

三、获取招标文件

1. 时间：2026年2月27日至2026年3月5日，每天上午9:00至11:30，下午14:00至16:00（北京时间，法定节假日除外）。

2. 地点：北京市政府采购电子交易平台

3. 方式：供应商使用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3月20日9点30分（北京时间）。

地点：本项目采用远程电子开标方式，投标人使用CA认证证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台参与电子开标。投标人在规定的时间内，自行对电子投标文件进行解密，无须投标人到达现场。

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）鼓励节能、环保政策：依据《财政部发展改革委生态环境部市场监管总局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）》执行。

（2）本项目不接受进口货物和服务。

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部分采购流程要求。

CA数字证书服务热线010-58511086

电子营业执照服务热线400-699-7000

技术支持服务热线010-86483801

3.1 办理CA数字证书或电子营业执照

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

3.2 注册

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

3.3 驱动、客户端下载

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

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

3.4 获取电子招标文件

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

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投标无效。

3.5 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。

3.6 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。

3.7 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。

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：首都博物馆

地址：北京市西城区复兴门外大街16号

联系方式：赵老师 63312976

2. 采购代理机构信息

名称：中技国际招标有限公司

地址：北京市丰台区西营街1号院通用时代中心C座807室

联系方式：010-81168682/8485/8276、13521096267

3. 项目联系方式

项目联系人：王祎、马俊成、张赤南

电话：010-81168682/8485/8276、13521096267

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： <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02包不适用。 <input type="checkbox"/> 本项目__包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，核心产品为：_____。
2.5	本项目是否适用本国产品标准	本项目是否适用本国产品标准及相关政策 <input type="checkbox"/> 是, 本国产品标准适用于货物，包括政府采购货物项目和服务项目中涉及的货物。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。 <input checked="" type="checkbox"/> 否, 本项目不适用。
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间： 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 <input type="checkbox"/> 需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：；

		<p>(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</p> <p>(3) 样品递交要求：；</p> <p>(4) 未中标人样品退还：；</p> <p>(5) 中标人样品保管、封存及退还：；</p> <p>(6) 其他要求（如有）：。</p>						
5.2.5	标的所属行业	<p>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：</p> <table border="1"> <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>02</td> <td>宣传推广活动</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	02	宣传推广活动	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						
02	宣传推广活动	其他未列明行业						
11.2	投标报价	<p>投标报价的特殊规定：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 有，具体情形：。</p>						
12.1	投标保证金	<p>投标保证金金额：</p> <p>02包：<u>2万元</u>；</p> <p>投标保证金收受人信息：</p> <p>(1) 投标保证金形式：有效电汇（投标人应在投标截止时间前电汇到招标文件规定的采购代理机构银行账户）、支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函。不接受现金方式递交的投标保证金。</p> <p>(2) 投标人应在本项目投标截止时间前递交投标保证金。</p> <p>特别提示：采用电汇形式递交保证金的，投标人可以选择在中国通用招标网（www.china-tender.com.cn）进行投标保证金的支付和退回，具体方式如下：</p> <p>提示1：投标人应先在中国通用招标网（www.china-tender.com.cn）进行免费注册，注册完成后在下载标书页面中，在已下载过标书的招标项目处，点击保证金支付，选择要交纳保证金的分包，点击“汇款账户生成”按钮，系统生成汇款账户，汇款成功后，系统将自动确认到账信息，本项目结束后，系统将保证金退回原账号。</p> <p>提示2：每次支付保证金申请系统生成的账号不同，请按照系统生成的账号进行汇款（保证金允许一个账户多次汇款）；</p> <p>提示3：投标人支付保证金的账户名称必须与其在中国通用招标网注册投标人的名称相同，否则将会被退款。</p> <p>提示4：汇款用途或摘要，请务必注明：项目的招标编号。</p> <p>提示5：如遇技术问题请及时联系中国通用招标网技术支持电话：400-680-8126。</p>						

12.8.2		<p>投标保证金可以不予退还的其他情形： <input type="checkbox"/> 无</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 有，具体情形：</p> <p>(1) 投标人在招标文件中规定的投标有效期内撤销其投标；</p> <p>(2) 发现投标人提供虚假材料；</p> <p>(3) 投标人存在恶意串通行为；</p> <p>(4) 中标人在规定期限内未能根据投标人须知第25条规定签订合同。</p>
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算90日历天。
18.2	解密时间	解密时间： <u>15分钟（建议不少于10分钟）</u>
15.1	投标文件的提交	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。
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 <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"/> <u>得分且投标报价均相同的，以技术指标优劣顺序确定中标候选人，得分且投标报价相同且技术指标得分也相同的，由评标委员会现场采取随机抽取方式确定。</u></p> <p><input type="checkbox"/> 随机抽取</p>
25.5	分包	<p>本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 不允许</p> <p><input type="checkbox"/> 允许，具体要求：</p> <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>
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： <u>邮件形式，将盖公章扫描件和可编辑word版一并发至邮箱。</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>中技国际招标有限公司第五业务部</u>；</p> <p>联系电话：<u>010-81168682</u>；</p> <p>通讯地址：<u>北京市丰台区西营街1号院通用时代中心C座807室</u>。</p>
27	代理费	<p>收费对象： <input type="checkbox"/> 采购人 <input checked="" type="checkbox"/> 中标人</p> <p>收费标准：收费标准：参照原国家计委颁布的《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980号）文件中的招标收费标准，按照中标额差额定率累进法计算，按包向采购代理机构交纳中标服务费。</p> <p>缴纳时间：在中标通知书发出后5个工作日内。</p>

投标人须知

一、说明

1. 采购人、采购代理机构、投标人、联合体
 - 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
 - 1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
 - 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。
2. 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品
 - 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
 - 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
 - 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
 - 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。
 - 2.5 是否适用本国产品标准及适用范围见《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

5.2.1 依据《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）》执行：政府采购活动中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。

5.2.2 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。

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

18.5 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	<p>投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”；</p> <p>投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；</p> <p>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；</p> <p>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”；</p> <p>投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。</p> <p>分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。</p>	提供证明文件的电子件或电子证照并加盖本单位公章
-----	-----------	---	-------------------------

1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
1-3	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（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）；</p> <p>截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间；</p> <p>信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存；</p> <p>信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，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。</p>	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》	需提供相关证明材料，并加盖投标人公章
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	<p>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。</p> <p>1、投标人单独投标的，应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。</p> <p>2、如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且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。</p> <p>本项目专门面向中小企业采购。</p>	格式见《投标文件格式》
2-1-2	拟分包情况说明及分包意向协议	本项目不适用，本项目不得分包	/
2-2	其它落实政府采购政策的要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的有效文件并加盖本单位公章
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3-1	本项目对于联合体的要求	本项目不适用，本项目不接受联合体投标	/

3-2	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，投标人不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《投标文件格式》 “1-2投标人资格声明书”
3-3	其他特定资格要求	(1)单位负责人为同一人的两家或两家以上的供应商，或存在直接控股、管理关系的不同供应商，只能递交一份投标文件。 (2)为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商及其附属机构，不得再参加此项目的其他招标采购活动。	提供证明文件的有效文件并加盖本单位公章
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	格式见《投标文件格式》 “4投标保证金凭证”
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、评标方法

1. 投标文件的符合性审查

1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆开投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	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》及第六章《拟签订的合同文本》中★号条款要求的；

8	分包承担主体 资质（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
9	分包其他要求 （如有）	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书电子件（如有）；
10	报价的修正 （如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	报价合理性	报价合理，或投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，能够应评标委员会要求在规定时间内证明其报价合理性的；
12	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
13	国家有关部门 对投标人的投 标产品有强制 性规定或要求 的	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件电子件： 1）采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书； 2）所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求；（如该

		<p>产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求）</p> <p>3) 项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的VOCs含量限制标准。</p>
14	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	<p>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。</p>

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 当出现以下4类情形时，评审委员会应当启动异常低价投标审查程序：

- (1) 投标报价低于全部通过符合性审查供应商投标报价平均值50%的，即投标报价 $<$ 全部通过符合性审查供应商投标报价平均值 \times 50%；
- (2) 投标报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标报价50%的，即投标报价 $<$ 通过符合性审查的次低报价供应商投标报价 \times 50%；
- (3) 投标报价低于采购项目最高限价45%的，即投标报价 $<$ 采购项目最高限价 \times 45%；
- (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。

启动异常低价投标审查后，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为30分钟。其中，属于第3项情形，供应商已随投标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；若投标人不能提供书面说明、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，评标委员会将其作为**无效投标处理**。

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

有，具体规定为：

无，按下述2.4.2-2.4.8项规定修正。

- 2.4.2单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.3投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.4大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.5单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；
- 2.4.6总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 2.4.7同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 2.4.8修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。

2.5落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2条规定情形的，可以根据本国产品扶持政策，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政府采购活动中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。

2.5.2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。

2.5.3本国产品参加政府采购活动，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》，否则不得享受相关扶持政策。

2.6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》5.3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。

- 2.6.1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。
- 2.6.2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。
- 2.6.3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。
- 2.6.4价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.6.5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。
- 2.6.6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。
- 2.6.7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。
- 2.6.8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评标的方法。

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

随机抽取

其他方式，具体要求：_____

3.2.3非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）____。

3.2.4关于无线局域网认证产品政府采购清单中的产品，优先采购的具体规定（如涉及）_ _。

4. 确定中标候选人名单

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

随机抽取

■其他方式，具体要求：评审得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。得分且投标报价相同且技术指标得分也相同的，由评标委员会现场采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

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1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	分值	评分标准
价格部分 (10分)	投标报价	10	符合招标文件要求且经评审投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其它投标人的投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×100×10%。
商务部分 (14分)	投标人业绩的评价	10	投标人近三年（2023年1月1日至递交投标文件截止日止，以合同签订日期为准），实施过与本项目同类的项目业绩，每提供1个有效业绩得1分，最高得10分。 注：须提供合同首尾页，项目范围和-content，合同签订时间，双方签字页，各页需加盖投标人公章，如所提供的合同无法体现以上内容，需同时提供用户证明文件证明以上内容并加盖用户公章。
	资质认证	4	投标人具有有效的广播电视节目制作经营许可证，得2分； 投标人具有有效的互联网新闻信息服务许可证，得2分。 注：需提供证书复印件并加盖投标人公章。
技术部分 (76分)	需求分析	5	根据投标人对本项目需求分析进行综合评价： 投标人对本项目内容有精准的理解和表达，对项目需求分析准确理解深入，得5分； 投标人对本项目内容有一定理解，对项目需求有较为准确分析，得3分； 投标人对本项目内容理解有所偏差，对项目需求分析不够深入，得1分； 未提供相关内容，得0分。
	短视频拍摄方案	10	根据投标人对本项目短视频拍摄方案进行综合评价： 短视频拍摄方案具有针对性且内容全面，结构严谨，可行性强；表现形式新颖且贴合实际，得10分； 短视频拍摄方案包含的内容较全面，结构较合理，可行性较好；表现形式较明确，得7分； 短视频拍摄方案包含的内容一般，结构一般，可行性一般；表现形式一般，得4分； 短视频拍摄方案包含的内容不完整，合理程度较差，表现形式较差，得1分； 未提供相关内容，得0分。
	媒体、达人探馆活动组织方案	10	根据投标人对本项目媒体、达人探馆活动组织方案进行综合评价：

		<p>活动组织方案具有针对性且内容全面，结构严谨，可行性强；表现形式新颖且贴合实际，得10分；</p> <p>活动组织方案包含的内容较全面，结构较合理，可行性较好；表现形式较明确，得7分；</p> <p>活动组织方案包含的内容一般，结构一般，可行性一般；表现形式一般，得4分；</p> <p>活动组织方案包含的内容不完整，合理程度较差，表现形式较差，得1分；</p> <p>未提供相关内容，得0分。</p>
	视觉设计方案	<p>10</p> <p>根据投标人对本项目视觉设计方案进行综合评价：</p> <p>设计方案具有针对性且内容全面，结构严谨，可行性强；表现形式新颖且贴合实际，得10分；</p> <p>设计方案包含的内容较全面，结构较合理，可行性较好；表现形式较明确，得7分；</p> <p>设计方案包含的内容一般，结构一般，可行性一般；表现形式一般，得4分；</p> <p>设计方案包含的内容不完整，合理程度较差，表现形式较差，得1分；</p> <p>未提供相关内容，得0分。</p>
	舆情监测方案	<p>10</p> <p>根据投标人对本项目舆情监测方案进行综合评价：</p> <p>监测体系覆盖全面，预警机制健全、分析维度完整，具备快速响应与持续优化能力，得10分；</p> <p>监测方案较为完整，预警与分析机制较完好，具备较好的可操作性，得7分；</p> <p>监测方案一般，预警与分析机制一般，具备可操作性，得4分；</p> <p>监测方案较差，覆盖范围或分析深度较差，预警与报告机制较差，得1分；</p> <p>未提供相关内容，得0分。</p>
	项目负责人职称	<p>5</p> <p>拟派本项目负责人具有本项目相关专业高级职称，得5分；</p> <p>拟派本项目负责人具有本项目相关专业中级职称，得3分；</p> <p>拟派项目负责人具有其他职称证书或不具备职称证书，得0分；</p> <p>注：需提供职称证书复印件并加盖投标人公章。</p>
	项目驻场人员职称	<p>5</p> <p>拟派项目驻场人员具有本项目相关专业高级职称，得5分；</p> <p>拟派项目驻场人员具有本项目相关专业中级职称，得3分；</p> <p>拟派项目驻场人员具有其他职称证书或不具备职称证书，得0分；</p>

		注：需提供职称证书复印件并加盖投标人公章。
项目团队	10	<p>由于项目具有较强的专业性、学术性，团队需具备满足项目需求的专业结构，并进行清晰合理的专业人员布局。针对投标人拟派项目团队进行评价：</p> <p>团队专业结构合理、人员配备完整、岗位职能架构清晰合理，经验匹配度高，得10分；</p> <p>团队专业结构较合理、人员配备较完整、岗位职较能架构清晰合理，经验匹配度较高，得7分；</p> <p>团队专业结构具有一定合理性，人员配备完整性一般、岗位职能架构合理性一般，经验匹配度一般，得4分；</p> <p>团队专业结构不满足项目需求，经验匹配度较差，得1分；</p> <p>未提供相关内容，得0分。</p> <p>注：需提供项目团队成员简历（包含项目经验）、学历证明文件（如有）、职业资格证（如有）、职称证书（如有）等。</p>
进度计划	3	<p>进度计划包括但不限于以下内容：短视频拍摄制作及推广、权威版面发布、摄影征集活动组织与专栏建设、媒体、达人探馆活动组织、视觉设计、全流程舆情监测和传播效果分析等。</p> <p>进度计划切合实际、能保证制作过程有序、进度满足本项目服务需求，得3分；</p> <p>进度计划较为切合实际、进度基本满足本项目服务需求，得2分；</p> <p>进度计划不切合实际或不满足本项目服务需求，得1分；</p> <p>未提供相关内容的，得0分。</p>
品牌影响	5	<p>投标人宣发平台全网用户不低于3000万，得5分；</p> <p>投标人宣发平台全网用户3000万（不含）——2000万（含），得3分；</p> <p>投标人宣发平台全网用户2000万（不含）——1000万（含），得1分；</p> <p>投标人宣发平台全网用户低于1000万或未提供，得0分。</p> <p>注：投标人需提供账号截图并加盖投标人公章否则不予认可。</p>
应急能力	3	<p>根据投标人提供的针对本项目的应急预案和应急能力进行评价：</p> <p>针对本项目人员突发变化、内外部环境突发变化及各类突发性事件等制定的应急预案具体完善、可行性强；响应时间合理，能够完全满足应急需要，得3分；</p> <p>方案描述较为具体，具有一定可行性；响应时间基本合理，基本能够满足应急需要，得2分；</p> <p>方案描述较为粗略，可行性较弱；响应时间合理性较差，无法满足应急需要，得1分；</p>

			未提供相关内容，得0分。
合计		100	

第五章 采购需求

（一）项目概述

中国长城博物馆，位于八达岭长城脚下，目前已完成改扩建并将启动常设展陈提升改造工作，预计 2026 年中期向公众开放。本项目旨在通过构建覆盖全域的全媒体传播矩阵，实施高标准、创新性的整合宣传推广，全面提升中国长城博物馆作为国家级文化地标和“北京文旅新地标”的品牌影响力与社会关注度，引领文博行业宣传推广新标杆。

（二）服务需求

组织一支专业高效、核心成员不少于 10 人的服务团队，全面负责中国长城博物馆开馆前后的整合营销传播工作。团队需具备卓越的媒体资源整合能力、全案策划执行力、全媒体内容生产与分发能力，以及舆情监测与效果评估专业经验。服务内容需涵盖从传统权威媒体到新兴社交平台的全域传播，通过系统化、多维度的宣传推广策略，实现品牌形象塑造、开馆盛事传播、公众互动参与及长效影响力构建的整体目标。具体服务内容及要求如下：

1. 短视频拍摄制作及推广

（1）开馆主题祝福视频：策划并制作 1 条高质量视频，时长不少于 5 分钟。内容需汇聚重点长城段及长城博物馆同行祝福视频。邀请不同长城相关博物馆馆长、长城专家学者，以长城沿线代表性长城或长城博物馆重磅馆藏文物为背景，结合各地长城特色元素，录制祝福视频，营造庄重、温暖、充满期待的整体氛围，凝聚社会共识。

（2）开馆预热短视频：策划并制作 10 条精华短片，每条时长不少于 1 分钟。内容需针对新馆亮点介绍、开馆相关活动、开幕展览推介等内容，进行内容策划和拍摄剪辑，通过艺术化表达彰显长城文化，用于开馆前预热宣传。

（3）开幕式精彩亮点集锦视频：策划并制作 5 条精华短片，每条时长不少于 1 分钟。内容需对开馆仪式、展览开幕、数字互动体验、观众反响等精彩亮点和内容进行创意剪辑与包装，形成系列短视频，用于开馆期间及后续的快速传播与记忆强化。

（4）长城主题系列专题短片：策划并制作 10 集长城主题系列知识专题科普短片，每集时长不少 3 分钟。内容需选取具体主题（如一件关键文物、一座敌台、一段历史故事），通过专家访谈、情景再现、动画演示等多样化手段，深入浅出地讲述长城文物或长城本体及其相关历史、文化与科技故事，构成一个系统化的线上科普内容系列。

（5）所有视频需在中央及省市级媒体平台，以及微博、视频号、抖音、快手短视频等新媒体平台投放推送，总浏览量超 5000 万。

2. 权威版面发布

（1）在中央媒体策划刊登半版专题报道，突出博物馆的国家级定位与文化使命。

(2) 在权威市属媒体策划刊登整版深度报道，紧密结合北京长城文化带及“博物馆之城”建设。

(3) 在文博类行业权威媒体策划刊登整版专业论述，从文博行业角度深度解读馆藏价值与展陈创新。

3. 摄影征集活动组织与专栏建设

负责“长城主题摄影展”公众活动的微信小程序评审系统搭建、专栏基础运维支持及全案视觉设计，包括专题页面、主视觉海报（6套）、投稿引导流程图及优秀作品线上展播 H5 页面。

4. 媒体、达人探馆活动组织

招募 20 位来自文化、旅游、历史、摄影等不同领域的优质网络达人(其中头部达人 5 人，腰部达人 10 人，新兴达人 5 人)，组织其进行线下探馆体验。引导达人围绕博物馆核心价值创作多元化的图文、短视频内容，并进行全网矩阵式分发，实现多圈层渗透与口碑传播。

组织不少于 30 家媒体在开馆日当天进行现场采访报道，包含央媒、市媒、行业媒体、网络媒体，在开馆日设置媒体专场，组织媒体采访团，确保采访团全程参与开馆仪式及核心活动，产出高质量、多形态的新闻素材，为后续传播提供支撑。

5. 视觉设计

设计制作总计 40 张标准化、高质量平面视觉物料。其中包括 20 张信息长图，用于开馆前预热阶段的文化科普与进程追踪；20 张主题宣传海报，用于开馆期间及后续的成果展示与活动造势。所有设计需遵循统一的视觉规范，兼具信息准确性与艺术感染力，适配线上线下多渠道使用。

6. 全流程舆情监测

在开馆季前后，进行为期不少于 3 个月的全媒体平台舆情监测。通过舆情监测系统，实时抓取并分析网络数据，配合 7*24 小时危机预警提醒机制，确保快速响应负面事件。每月输出舆情月报，跟踪传播趋势与热点，最终形成项目舆情总结报告，全面评估开馆影响力。

7. 传播效果分析

项目结束后，需对传播效果进行分析评估，需系统分析所有原创成果，量化统计全媒体平台曝光量、互动数据及媒体转载量，并精选 3-5 个标杆案例进行深度分析，从传播效能与社会价值等多维度给出专业结论。

（三）项目团队要求

1) 项目负责人：

投标人应拟派 1 人作为本项目的项目负责人，项目负责人为本项目的主要负责人员，需拥有同类型项目的经验和丰富的行业经验。

2) 项目驻场：

本项目需配备至少 1 名专职驻场人员（驻场位置由采购人指定），负责项目现场对接、进度跟踪、需求落实、活动保障及应急处理等工作。

3) 项目团队：

(1) 项目团队人数不少于 10 人（其中需包含：编导、策划、摄影摄像、灯光、剪辑、平面设计

计、新媒体运营、媒体对接、舆情研判、活动执行岗位完备配置且分工清晰)。

(2) 项目团队需具备满足项目需求的专业结构且具有清晰合理的专业人员布局。

本项目合同签订后不得随意更换项目执行人员。如必须更换项目执行人，其资质不能低于原投标人员且需提供书面申请及拟更换人员信息和相应资质证明的原件等材料并加盖投标人公章。经采购人审核通过后方可进行人员更换，原则上更换人员比例不高于 30%。

(四) 项目周期及地点

项目周期：自合同生效之日起，投标人提交的服务成果须满足中国长城博物馆 2026 年开馆需求，并根据开馆时间动态变化的可能，随时调整跟进实施节奏，按照采购人要求规定完成。

项目实施地点：采购人指定地点。

(五) 项目成果

1. 拍摄 26 条高质量视频成片，并进行全网发布推广。所有视频内容须主题鲜明、叙事清晰、制作精良，符合博物馆文化调性。技术要求为：拍摄及成片标准达到 4K，帧率不低于 50 帧，主流格式 (MOV 及 MP4)，并提供相应的高质量音频文件。

2. 在中央、市属、行业权威媒体的指定版面发布。中央媒体刊发版面为半版，不少于 2000 字，市属媒体、行业媒体刊发版面为整版，不少于 3000 字。

3. 实现活动线上专栏的稳定运行与有效征集。在市属媒体官方网站开设“长城之美”影赛专栏，通过市属媒体官方微博、微信、短视频平台同步发布长城影赛活动新闻，制作创意海报，吸引用户关注。

4. 邀请 20 位达人的高质量探馆内容产出与传播。联动微博、抖音、小红书、等平台资源，涵盖图文、视频等形式，建立“专业+趣味+视觉”的传播矩阵。

5. 邀请 30 家媒体在所属平台进行内容宣发。在中央媒体、市属媒体、行业媒体及重点网络媒体等平台，通过图片、文章、视频等形式，发布不少于 30 篇内容，累计曝光量超 5000 万人次。

6. 交付 40 套核心平面设计物料。形式包括一图读懂、倒计时海报、H5 交互图文等，并配合宣传节奏在市属媒体新媒体平台分阶段发布推广。

7. 提供不少于 3 个月舆情监测月报及整体报告。通过全网媒体监测，包括新闻、APP、微信、微博、视频、音频、图片等，对社交媒体重点平台实时监控，确保开馆活动平稳成功并积累长效口碑。

8. 提供全周期传播数据统计及传播效果评估分析。需整理视频、图文、设计等原创内容成果，统计全媒体平台曝光量、点击率、互动数据等量化指标，包含宣传报道成果 (网络截图或链接、报刊原件或电子版证明等) 综合评估项目社会文化价值，形成全流程多维度的传播效果评估报告。

本项目执行过程中产生的所有成果 (含策划案、文案、设计源文件、视频素材及成片、数据报告等) 知识产权归采购人所有，未经采购人书面准许，不得将相关内容予作他用。

(六) 验收和支付进度

本项目金额分【2】次支付。

项目合同签订后【自收到发票后 15 日内】，支付合同总金额的至少【60%】，即人民币_____元（大写：_____）。

项目全部完成且整理活动全过程的视频、照片、媒体报道等相关信息材料，编制提供宣传总结报告，通过最终评审/验收合格后【自收到发票后 15 日内】，支付剩余价款，即人民币_____元（大写：_____）。

因财政预算资金拨付迟延导致采购人无法按前述约定期限付款的不视为采购人违约；采购人应在收到财政预算资金后及时向中标人支付，请投标人务必注意。

第六章 拟签订的合同文本

中国长城博物馆专题宣传推广项目 -第 2 包:宣传推广活动合同书

甲 方: _____

乙 方: _____

签署日期: _____

委托人（甲方）：

法定代表人：

地址：

联系人：

联系方式：

受托人（乙方）：

法定代表人：

地址：

联系人：

联系方式：

第一章 总则

中国长城博物馆专题宣传推广项目-第2包:宣传推广活动，经（采购代理机构）以_____号招标文件，通过公开招标方式确定（乙方）_____为中标人，服务期限为____年__月__日至____年____月____日。根据《中华人民共和国民法典》及有关规定，甲乙双方本着诚实信用、平等互利的原则，同意签订本合同书并共同遵守。

第一条 项目概况

项目名称：中国长城博物馆专题宣传推广项目-第2包:宣传推广活动

服务期限：自合同生效之日起，乙方提交的服务成果须满足中国长城博物馆2026年开馆需求，并根据开馆时间动态变化的可能，随时调整跟进实施节奏，按照甲方要求规定完成。

服务地点：甲方指定地点

项目目标：本项目旨在通过构建覆盖全域的全媒体传播矩阵，实施高标准、创新性的整合宣传推广，全面提升中国长城博物馆作为国家级文化地标和“北京文旅新地标”的品牌影响力与社会关注度，引领文博行业宣传推广新标杆。

第二条 服务内容

乙方应严格按照招标文件《第五章 采购需求》及乙方响应文件中承诺的服务方案执行，具体包括但不限于以下内容：

组织一支专业高效、核心成员不少于10人的服务团队（其中需包含：编导、策划、摄影摄像、灯光、剪辑、平面设计、新媒体运营、媒体对接、舆情研判、活动执行等岗位，完备配置且分工清晰）；乙方委派1人作为本项目的主要负责人员，需拥有同类型项目的经验和丰富的行业经验；配备至少1名专职驻场人员（驻场位置由采购人指定），负责项目现场对接、进度跟踪、需求落实、活动保障及应急处理等工作。

团队需全面负责中国长城博物馆开馆前后的整合营销传播工作。团队需具备卓越的媒体资源整合能力、全案策划执行力、全媒体内容生产与分发能力，以及舆情监测与效果评估专业经验。

乙方不得随意更换项目执行人员。如必须更换项目执行人，其资质不能低于原投标人员且需提供书面申请及拟更换人员信息和相应资质证明的原件等材料并加盖投标人公章。经采购人审核通过后方可进行人员更换，原则上更换人员比例不高于30%。

服务内容需涵盖从传统权威媒体到新兴社交平台的全域传播，通过系统化、多维度的宣传推广策略，实现品牌形象塑造、开馆盛事传播、公众互动参与及长效影响力构建的整体目标。具体服务内容及要求如下：

1. 短视频拍摄制作及推广

（1）开馆主题祝福视频：策划并制作1条高质量视频，时长不少于5分钟。内容需汇聚重点长城段及长城博物馆同行祝福视频。邀请不同长城相关博物馆馆长、长城专家学者，以长城沿线代表性长城或长城博物馆重磅馆藏文物为背景，结合各地长城特色元素，录制祝福视频，营造庄重、温暖、充满期待的整体氛围，凝聚社会共识。

（2）开馆预热短视频：策划并制作10条精华短片，每条时长不少于1分钟。内容需针对新馆亮点介绍、开馆相关活动、开幕展览推介等内容，进行内容策划和拍摄剪辑，通过艺术化表达彰显长城文化，用于开馆前预热宣传。

（3）开幕式精彩亮点集锦视频：策划并制作5条精华短片，每条时长不少于1分钟。内容需对开馆仪式、展览开幕、数字互动体验、观众反响等精彩亮点和内容进行创意剪辑与包装，形成系列短视频，用于开馆期间及后续的快速传播与记忆强化。

（4）长城主题系列专题短片：策划并制作10集长城主题系列知识专题科普短片，每集时长不少3分钟。内容需选取具体主题（如一件关键文物、一座敌台、一段历史故事），通过专家访谈、情景再现、动画演示等多样化手段，深入浅出地讲述长城文物或长城本体及其相关历史、文化与科技故事，构成一个系统化的线上科普内容系列。

（5）所有视频需在中央及省市级媒体平台，以及微博、视频号、抖音、快手短视频等新媒体平台投放推送，总浏览量超5000万。

2. 权威版面发布

(1) 在中央媒体策划刊登半版专题报道，突出博物馆的国家级定位与文化使命。

(2) 在权威市属媒体策划刊登整版深度报道，紧密结合北京长城文化带及“博物馆之城”建设。

(3) 在文博类行业权威媒体策划刊登整版专业论述，从文博行业角度深度解读馆藏价值与展陈创新。

3. 摄影征集活动组织与专栏建设

负责“长城主题摄影展”公众活动的微信小程序评审系统搭建、专栏基础运维支持及全案视觉设计，包括专题页面、主视觉海报（6套）、投稿引导流程图及优秀作品线上展播H5页面。

4. 媒体、达人探馆活动组织

招募20位来自文化、旅游、历史、摄影等不同领域的优质网络达人(其中头部达人5人，腰部达人10人，新兴达人5人)，组织其进行线下探馆体验。引导达人围绕博物馆核心价值创作多元化的图文、短视频内容，并进行全网矩阵式分发，实现多圈层渗透与口碑传播。

组织不少于30家媒体在开馆日当天进行现场采访报道，包含央媒、市媒、行业媒体、网络媒体，在开馆日设置媒体专场，组织媒体采访团，确保采访团全程参与开馆仪式及核心活动，产出高质量、多形态的新闻素材，为后续传播提供支撑。

5. 视觉设计

设计制作总计40张标准化、高质量平面视觉物料。其中包括20张信息长图，用于开馆前预热阶段的文化科普与进程追踪；20张主题宣传海报，用于开馆期间及后续的成果展示与活动造势。所有设计需遵循统一的视觉规范，兼具信息准确性与艺术感染力，适配线上线下多渠道使用。

6. 全流程舆情监测

在开馆季前后，进行为期不少于3个月的全媒体平台舆情监测。通过舆情监测系统，实时抓取并分析网络数据，配合7*24小时危机预警提醒机制，确保快速响应负面事件。每月输出舆情月报，跟踪传播趋势与热点，最终形成项目舆情总结报告，全面评估开馆影响力。

7. 传播效果分析

项目结束后，需对传播效果进行分析评估，需系统分析所有原创成果，量化统计全媒体平台曝光量、互动数据及媒体转载量，并精选3-5个标杆案例进行深度分析，从传播效能与社会价值等多维度给出专业结论。

第二章 服务质量标准

第三条 服务质量标准

（一）服务要求

建立汇报制度，督促完成绩效，项目组织验收等确保项目顺利完成。

一是建立汇报制度，要求项目负责人在开馆预热期、开馆后宣传期提交工作进展报告，及时反馈项目进展情况。

二是全面督促完成绩效目标，定期召开项目执行例会，依据年度绩效目标进行阶段性考核，确保按计划完成年度绩效目标。

三是组织项目验收，将结合项目工作目标、绩效目标以及预期工作成果等考核依据，组织并开展项目验收工作，形成书面结项报告，并在项目完成后统一总结汇报。

（二）项目绩效指标

1. 拍摄26条高质量视频成片，并进行全网发布推广。所有视频内容须主题鲜明、叙事清晰、制作精良，符合博物馆文化调性。技术要求为：拍摄及成片标准达到4K，帧率不低于50帧，主流格式（MOV及MP4），并提供相应的高质量音频文件。

2. 在中央、市属、行业权威媒体的指定版面发布。中央媒体刊发版面为半版，不少于2000字，市属媒体、行业媒体刊发版面为整版，不少于3000字。

3. 实现活动线上专栏的稳定运行与有效征集。在市属媒体官方网站开设“长城之美”影赛专栏，通过市属媒体官方微博、微信、短视频平台同步发布长城影赛活动新闻，制作创意海报，吸引用户关注。

4. 邀请20位达人的高质量探馆内容产出与传播。联动微博、抖音、小红书、等平台资源，涵盖图文、视频等形式，建立“专业+趣味+视觉”的传播矩阵。

5. 邀请30家媒体在所属平台进行内容宣发。在中央媒体、市属媒体、行业媒体及重点网络媒体等平台，通过图片、文章、视频等形式，发布不少于30篇内容，累计曝光量超5000万人次。

6. 交付40套核心平面设计物料。形式包括一图读懂、倒计时海报、H5交互图文等，并配合宣传节奏在市属媒体新媒体平台分阶段发布推广。

7. 提供不少于3个月舆情监测月报及整体报告。通过全网媒体监测，包括新闻、APP、微信、微博、视频、音频、图片等，对社交媒体重点平台实时监控，确保开馆活动平稳成功并积累长效口碑。

8. 提供全周期传播数据统计及传播效果评估分析。需整理视频、图文、设计等原创内容成果，统计全媒体平台曝光量、点击率、互动数据等量化指标，包含宣传报道成果（网络截图或链接、报刊原件或电子版证明等）综合评估项目社会文化价值，形成全流程多维度的传播效果评估报告。

本项目执行过程中产生的所有成果（含策划案、文案、设计源文件、视频素材及成片、数据报告等）知识产权归采购人所有，未经采购人书面准许，不得将相关内容予作他用。

（三）项目验收

乙方通知甲方对委托项目进行整体验收，甲方自收到验收通知后15个工作日内组织验收。验收合格的，甲方在验收合格单上签字；验收不合格的，乙方应当自收到验收不合格的通知之日起30个日历日内进行返工或调整，并重新提交甲方验收，直到验收合格，且乙方进行返工或调整的期限不得超出本合同约定的服务期限。

第四条 服务期限

自合同生效之日起，乙方提交的服务成果须满足中国长城博物馆2026年开馆需求，并根据开馆时间动态变化的可能，随时调整跟进实施节奏，按照甲方要求规定完成。

（一）乙方应建立项目质量管理体系，设立专人负责内容审核、进度把控与效果跟踪。

（二）甲方有权对乙方服务质量进行监督、检查与评估，乙方应积极配合。

（三）所有成果应符合国家相关法律法规、行业标准及甲方宣传导向要求。

（四）所有宣传内容应真实、准确、积极向上，不得含有违法违规或损害甲方形象的内容。

第三章 合同金额与支付方式

第四条 合同金额

本合同总价为人民币_____元（大写：_____），为含税固定总价包干，已包含乙方为履行本合同所需的一切费用（包括但不限于策划、制作、人员、设备、差旅、保险、税费等），除非双方另有书面约定，甲方无需另行支付任何费用。

第五条 支付方式

首笔款项：合同签订后自收到发票后15日内，甲方支付合同总金额的至少60%，即人民币_____元（大写：_____）。

尾款支付：项目全部完成且整理活动全过程的视频、照片、媒体报道等相关信息材料，编制提供宣传总结报告，通过最终评审/验收合格后自收到发票后15日内，甲方支付剩余尾款，即人民币_____元（大写：_____）。

因财政预算资金拨付迟延导致采购人无法按前述约定期限付款的不视为采购人违约；采购人应在收到财政预算资金后及时向中标人支付。

乙方账户信息：

名称：

纳税人识别号：

地址：

电话：

开户银行：

帐号：

乙方应在甲方付款前向甲方开具正规、合法发票，否则甲方有权暂不付款且不承担逾期付款的违约责任。

第五章 双方的权利义务

第六条 甲方的权利义务

（一）甲方负责项目整体方案的审核工作，负责工作中重大事项的协调工作，负责对整体项目的验收工作。

（二）甲方负责内容方向和宣传策划等工作的审核、审定工作，并协调政务机构提供新媒体所需内容信息。乙方发布每条信息前，应先交由甲方审核，甲方审核通过后乙方方可对外发布。如乙方未经甲方审核即以甲方名义对外发布信息的，视为乙方违约，乙方应承担违约责任。

（三）甲方负责主导业务需求与应用。对乙方的日常工作进行指导，对相关政策做出明确的解释，当发现乙方工作中存在问题时及时督促乙方纠正。

第七条 乙方的权利义务：

(一) 根据甲方的授权和有关法律法规及本合同的约定，组建专业服务团队，明确项目负责人及成员职责，报甲方备案。

(二) 乙方需按照招标文件及响应文件承诺，按时、保质完成全部服务内容；

(三) 乙方需向甲方提交项目进度报告，包括已完成内容、数据效果、下一步计划等。

(四) 本合同所约定的所有服务项目需由乙方独立承担，不得分包和转包，不得将管理责任转让给第三方；接受接受甲方监督与指导，对甲方提出的合理修改意见应及时调整；

(五) 乙方需确保所有成果不侵犯第三方知识产权、肖像权、名誉权等合法权益，合同期满或终止时，应向甲方移交全部项目成果、原始素材及相关资料

第八条 保密协议

1. 乙方对其在履行合同过程中所知悉的甲方相关信息（已以合法形式被公开的信息除外）承担保密义务。未经甲方事先书面同意，乙方不得将甲方提供的前述信息透露给任何第三方。

2. 乙方保证对甲方所提供的信息予以妥善保存，并承诺仅使用于与完成本合同项下服务有关的用途或目的，并适用于与对自己的信息保密同样的保护措施和审慎程度进行保密。一经甲方提出要求，乙方应按照甲方的指示在收到甲方的书面或口头通知后10日内将收到的含有保密信息的所有文件或其他资料归还甲方。

第九条 知识产权归属

1. 乙方同意本项目实施过程中所形成的所有著作权、技术成果等知识产权均归甲方所有。同时，甲方授权乙方在其自有媒体平台，及乙方现有和即将合作的第三方平台传播。

2. 乙方保证对其所提供的产品服务享有合法的权利并使用正版软件进行制作，不侵犯任何第三方的权利。如果甲方收到任何第三方基于侵犯其专利权、商标权、著作权、商业秘密等的指控和诉讼，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，包括但不限于仲裁费、律师费、法院或仲裁机构最终裁定的侵权赔偿费用及甲方承担其他侵权责任所造成的经济损失等。

第六章 违约责任

第十条 违约责任及合同的解除

1. 甲乙双方均应全面履行本合同，任何一方不履行或不按约定履行均构成违约，违约方应赔偿因此给对方造成的损失。

2. 甲方迟延支付服务费的，每延期一日，应向乙方支付拖欠款项1%的违约金，违约金以合同总额的5%为上限。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. 乙方应在本合同期限内按照本合同约定向甲方提供服务。如因乙方原因造成服务延迟，每延迟一日应向甲方支付本合同项下服务费总额 1 %的违约金，同时甲方有权要求乙方继续履行本合同所约定的义务。如乙方延迟3 日以上仍未提供服务的，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，并向甲方支付服务费总额 5 %的违约金。

4. 乙方未按照本合同约定提供专业服务人员团队，或擅自更换人员，或乙方人员无故脱离岗位、未及时到岗的，经甲方通知后，应及时予以改正，且每人每次向甲方承担5%的违约金；因乙方及其工作人员的失职造成甲方损失的，乙方还应负责赔偿甲方。

5. 乙方如违反本合同约定的保密义务，应当采取有效措施防止保密信息泄密范围的进一步扩大，并负责赔偿甲方因此受到的损失和损害。

6. 乙方违反保密义务，或擅自转让合同义务，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。

7. 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10%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10%的违约金，并赔偿因违约给甲方造成的全部损失。

8. 本合同中约定的“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。

第十一条 争议的解决

因履行合同所发生的一切争议，双方应友好协商解决，协商不成的，按下列第2种方式解决：

1. 提交北京仲裁委员会仲裁，仲裁裁决为终局裁决；
2. 依法向甲方所在地有管辖权的人民法院起诉。

第十二条 廉政承诺

1. 合同双方承诺共同加强廉洁自律、反对商业贿赂。

2. 甲方及其工作人员不得索要或接受乙方的礼金、有价证券和贵重物品；不得在乙方报销任何应由甲方或个人支付的费用等；不得参加乙方安排的超标准宴请和娱乐活动；不得接受乙方提供的通讯工具、交通工具和高档办公用品等。

3. 乙方不得以任何理由向甲方及其工作人员行贿或馈赠礼金、有价证券、贵重礼品；不得以任何名义为甲方及其工作人员报销应由甲方单位或个人支付的任何费用；不得以任何理由安排甲方工作人员参加超标准宴请及娱乐活动；不得为甲方单位和个人购置或提供通讯工具、交通工具和高档办公用品等。

第七章附则

第十三条 其他

1. 本合同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。

2. 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必须在不可抗力发生后24小时内向另一方通报，并在不可抗力发生后5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30日内向乙方支付不可抗力发生前产生的实际费用。

3. 未尽事宜，经双方协商一致，签订补充合同，补充合同与本合同不一致或相冲突的内容，以补充合同为准。

4. 本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。

第十四条 合同组成

下列文件均为本合同的组成部分：

（一）协议书；（）

（二）合同条款及附件；（）

（三）成交通知书；（）

（以下无正文，为本合同签章部分）

委托方（甲方）：中国长城博物馆 受托方（乙方）：

开户行： 开户行： X

开户行账号： 开户行账号：

地址： 地址：

电子邮件： 电子邮件：

电话： 电话：

联系人： 联系人：

法定代表人或授权代表： 法定代表人或授权代表：

XXXX 年 XX 月 XX 日

XXXX 年XX 月 XX 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分包内容。

3) 对于多标的采购项目, 投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的, 不建议填报本声明函。

(6) 温馨提示: 为方便广大中小企业识别企业规模类型, 工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序, 在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接, 投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》, 如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业, 则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知(工信部联企业〔2011〕300号)》及《金融业企业划型标准规定》(〔2015〕309号)等国务院批准的中小企业划分标准执行。

2-1-1中小企业证明文件

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员人，营业收入为万元，资产总额为

万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员人，营业收入为万元，资产总额为

万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

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

残疾人福利性单位声明函格式

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

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本项目的特定资格要求（如有）

3-2其他特定资格要求

(1)采购代理机构查询投标人未被“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）列入失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单的、未被“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）列入政府采购严重违法失信行为记录名单（处罚期限尚未届满的）。

(2)单位负责人为同一人的两家或两家以上的供应商，或存在直接控股、管理关系的不同供应商，只能递交一份投标文件。

(3)为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商及其附属机构，不得再参加此项目的其他招标采购活动。

以上（1）项由采购人或采购代理机构在投标截止时间以后、资格审查阶段自行查询，投标人可不提供相关证明材料；（2）-（3）项承诺见1-2投标人资格声明书，无须重复提供。

4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：

附件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____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

附件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扫描件并加盖投标人公章。提供身份证的，应同时提供身份证双面扫描件并加盖投标人公章。

附件3：开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号： 项目名称：

包号	投标人名称	投标报价		投标保证金	备注
		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. 此表应按投标人须知的规定密封标记并单独提交，并在投标文件中保留此表。

投标人名称（加盖公章）：

日期： 年 月 日

附件4：投标分项报价表（实质性格式）

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

附件5：合同条款偏离表（实质性格式）

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
<p>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）：</p> <p><input type="checkbox"/> 无偏离（如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。）</p> <p><input type="checkbox"/> 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。）</p>					

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

附件6：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：

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

附件7：业绩案例一览表（非实质性格式）

业绩案例一览表

序号	服务时间	项目内容	合同金额 (万元)	用户 名称	联系人及 电话	备注
1						
2						
3						
4						
5						
...						

说明：须提供合同首尾页，项目范围和内容，合同签订时间，双方签字页，各页需加盖投标人公章，如所提供的合同无法体现以上内容，需提供用户证明文件证明以上内容并加盖用户公章。

附件8：拟派往本项目的项目组人员情况表（非实质性格式）

8-1项目组成员一览表

招标编号：_____

序号	姓名	年龄	学历	技术职称/执业/ 职业资格	从事相关工作年 限	在本项目中拟担 任工作

投标人名称：_____（单位公章）

授权代表：_____（签字）

日期：_____

8-2 项目组人员简历

招标编号：_____

	姓名：	出生年月：
	学历：	毕业院校：
	所学专业：	工作年限：
	执业或职业资格：	技术职称：
	单位职务：	从事相关工作年限：
自	至	公司/项目/职务/有关技术及管理经验
年 月	年 月	
年 月	年 月	
年 月	年 月	
年 月	年 月	
年 月	年 月	

注：1. 投标人须提供拟派往本项目团队的技术职称或等级证书。

投标人名称：_____（单位公章）

授权代表：_____（签字）

日期 _____

附件9：投标人自行编写的技术文件（非实质性格式）

投标人自行编写的技术文件（非实质性格式）

投标人视需要自行编写技术文件包括但不限于：

1. 投标人针对本项目拟定的项目实施方案
2. 投标人针对本项目提供的项目进度计划
3. 投标人针对本项目提供的项目应急能力

附件10：招标文件中要求提供的其他文件（非实质性格式）

招标文件中要求提供的其他文件（非实质性格式）