

# 北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：民政工作融媒体发布服务

项目编号/包号：BJJQ-2026-037/01~04

采购人：北京市民政局

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 .....	43
第六章	拟签订的合同文本 .....	49
第七章	投标文件格式 .....	73

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-2026-037
- 2.项目名称：民政工作融媒体发布服务
- 3.项目预算金额：507.95 万元、项目最高限价（如有）：  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
01	新闻视频制作服务	105.6	1 项	宣传北京民政各项政策、各项工作的进程、成果、先进事迹的表彰等，促进民政民生政策落地。扩大民生政策社会知晓度，促进惠民政策深入人心。
02	新媒体运营服务	97.6	1 项	辅助采购人运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。同时提供新媒体产品，在“北京民政”微信公众号上宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。
03	新闻媒体宣传服务	265	1 项	通过报纸刊物专版的形式宣传报道北京民政系统重点工作、先进典型和特色活动。
04	社会面宣传服务	39.75	1 项	围绕“养老行业相关活动”、“2026 年重阳节和“敬老月””、“养老服务网”及“清明节”四个主题，设计制作相关主题海报，并进行宣传推广、投放。

#### 5.合同履行期限：

5.1 第 1、3、4 包合同履行期限：自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

5.2 第 2 包合同履行期限：自合同生效之日起至 2027 年 3 月 31 日止。

#### 6.本项目是否接受联合体投标：

6.1 第 1、2、4 包是否接受联合体：是 否。

6.2 第 3 包是否接受联合体：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

合政策要求的小微企业制造、服务由符合政策要求的小微企业承接。预留份额通过以下措施进行：**本项目第 4 包专门面向小微企业采购；第 1、2、3 包不专门面向中小企业预留采购份额。**

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：  /  /。

### 三、获取招标文件

1.时间：2026 年 03 月 13 日至 2026 年 03 月 20 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 04 月 03 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）政府采购促进中小企业发展
- （2）政府采购支持监狱企业发展
- （3）政府采购促进残疾人就业

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-2026-037/01~04

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：北京市民政局

地址：北京市通州区留庄路4号院2号楼

联系方式：杨老师，010-55521771

**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：王秋凌、李辰，010-65173825、65244483

**3.项目联系方式**

项目联系人：王秋凌、李辰

电话：010-65173825、65244483

## 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__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：_____。															
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 <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（如有）：_____。															
5.1.2	进口产品	<input checked="" type="checkbox"/> 本项目不接受进口产品投标。 <input type="checkbox"/> 本项目接受进口产品投标，具体范围及要求详见《采购需求》。															
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>新闻视频制作服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>02</td> <td>新媒体运营服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>03</td> <td>新闻媒体宣传服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>04</td> <td>社会面宣传服务</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	新闻视频制作服务	其他未列明行业	02	新媒体运营服务	其他未列明行业	03	新闻媒体宣传服务	其他未列明行业	04	社会面宣传服务	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	新闻视频制作服务	其他未列明行业													
		02	新媒体运营服务	其他未列明行业													
03	新闻媒体宣传服务	其他未列明行业															
04	社会面宣传服务	其他未列明行业															
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定：															

条款号	条目	内容
		<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：21001元；02包：19002元；03包：52003元；04包：7904元。 投标保证金收受人信息： 收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司 账号：1000000010120100382136000370 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 <b>【注意】</b> 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”，避免出现汇款不成功。
12.8.2		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：中标人不按本须知第25条的规定签订合同的。
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>60</u> 分钟
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： <input checked="" type="checkbox"/> 得分相同的，按投标报价由低到高顺序确定；以项目方案得分高者为中标人；得分、投标报价、项目方案得分均相同的，随机抽取。 <input type="checkbox"/> 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： <input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 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；

条款号	条目	内容												
		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INN3号楼9层。												
27	代理费	<p><b>收费对象：</b>  <input type="checkbox"/>采购人  <input checked="" type="checkbox"/>中标人</p> <p><b>收费标准：</b>1、中标金额为100万元以上的项目（包），以原国家计委《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980号）为基础进行调整，代理服务费以各分包中标金额为基准、按差额定率累进法计算，收取标准如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>中标金额</th> <th>费率</th> <th>服务招标</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>200万元以下</td> <td></td> <td>1.5%</td> </tr> <tr> <td>200~500万元（含500万元）</td> <td></td> <td>1.1%</td> </tr> <tr> <td>500~1000万元（含1000万元）</td> <td></td> <td>0.8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>2、中标金额为100万元以下的项目（包），按以下固定费用收取：            （1）中标金额为50~100万元（含100万元）的项目（包），收取代理服务费15000元。            （2）中标金额为50万元以下（含50万元）的项目（包），收取代理服务费10000元。</p> <p><b>代理费收受人信息：</b>            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</p> <p><b>缴纳时间：</b>在领取中标通知书时交付代理费。</p>	中标金额	费率	服务招标	200万元以下		1.5%	200~500万元（含500万元）		1.1%	500~1000万元（含1000万元）		0.8%
中标金额	费率	服务招标												
200万元以下		1.5%												
200~500万元（含500万元）		1.1%												
500~1000万元（含1000万元）		0.8%												
其他	异常低价审查	本项目是否属于政府采购异常低价审查试点项目 <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是												

## 投标人须知

### 一、说明

#### 1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

- 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
- 1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
- 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

#### 2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

- 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
- 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
- 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

#### 3 现场考察、开标前答疑会

- 3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
- 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

#### 4 样品

- 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。
- 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

#### 5 政府采购政策（包括但不限于下列具体要求）

- 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）。

5.1.4 本国产品标准

5.1.4.1 本国产品应当符合以下条件：

（一）产品应当在中国境内生产，即在中华人民共和国关境内实现从原材料、组件到产品的属性改变。属性改变是指经过制造、加工或者组装等工序，产生完全不同于原材料、组件的新产品，并具有新的名称和特征（用途）。

属性改变不包括以下细微操作：

- 1.为确保产品在运输或者储存期间保持某种状态而进行的操作；
- 2.为产品运输或者销售进行的包装或者展示；
- 3.在产品或者其包装上粘贴或者印刷品牌、标志、标识以及其他用于区别的标记；
- 4.简单的上漆、磨光和分装；
- 5.其他不属于属性改变的情形。

“在中国境内生产”的界定：在国内保税区、综合保税区等海关特殊监管区域生产的产品，属于在中国境内生产的产品；对医疗器械产品，取得药品监督管理部门授予的准字号医疗器械注册证的，属于在中国境内生产的产品；其他产品，根据实际情况判断是否在中国境内生产。

（二）产品在中国境内生产的组件成本占比应当达到规定比例，

$$\frac{\text{产品在中国境内生产的组件成本}}{\text{产品总成本}} \geq \text{规定比例}$$

计算公式为：

在分产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，符合5.1.4.1第（一）项条件的产品在政府采购活动中视同本国产品。

（三）对特定产品，在符合5.1.4.1第（一）项和第（二）项条件的基础上，应当符合财政部会同有关行业主管部门确定的其关键

组件、关键工序在中国境内生产、完成等要求。

特定产品及其关键组件、关键工序相关要求，见财政部通知。

5.1.4.2 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。

## 5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

### 5.2.1 中小企业定义：

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

5.2.1.2 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

（1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

（3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

5.2.1.3 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也

有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

- 5.2.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。
- 5.2.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。
- 5.2.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：
- 5.2.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；
- 5.2.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；
- 5.2.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；
- 5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；
- 5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；
- 5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议

的雇员人数。

5.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

5.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

### 5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。

5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。

5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**投标无效**；

5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

### 5.4 正版软件

5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

## 5.5 网络安全专用产品

5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023 年第 1 号），所提供产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

## 5.6 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.6.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381 号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准（具体标准见第五章《采购需求》），否则**投标无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

## 5.7 采购需求标准

### 5.7.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123 号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

### 5.7.2 其他政府采购需求标准

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，则具体要求见第五章《采购需求》。

## 6 投标费用

6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

## 二、招标文件

## 7 招标文件构成

## 7.1 招标文件包括以下部分：

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

7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则**投标无效**。

## 8 对招标文件的澄清或修改

- 8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。
- 8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

### 三、投标文件的编制

## 9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内

容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

## 10 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。
- 10.2 对于招标文件中标记了“实质格式”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“实质格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。
- 10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。
- 10.5 投标人认为应附的其他材料。

## 11 投标报价

- 11.1 所有投标均以人民币为计价货币。
- 11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于以下内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。
  - 11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；
  - 11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。
- 11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。
- 11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

## 12 投标保证金

- 12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自

愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

- 12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。
- 12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构；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。依法自主选定评审专家的，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
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-3	投标人信用记录	<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<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。
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	<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>	格式见《投标文件格式》
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-1	本项目对于联合体的要求	<p>1、如本项目（包）接受联合体投标，且投标人为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。</p> <p>2、联合体各成员单位均须提供本表中序号 1-1、1-2 的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表 3-2 项规定。</p> <p>3、本表序号 3-3 项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。</p> <p>4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。</p> <p>5、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。</p> <p>6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的<b>投标无效</b>。</p> <p>7、本项目（包）不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。</p>	提供《联合协议》原件的电子件；格式见《投标文件格式》
3-2	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，投标人不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《投标文件格式》 “1-2 投标人资格声明书”
3-3	其他特定资格要求	<p>如有，见第一章《投标邀请》</p> <p>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。</p>	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	<p>在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与包的招标文件。</p> <p>注：如本项目接受联合体，且供应商为联合体时，联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。</p>	

## 第四章 评标程序、评标方法和评标标准

### 一、评标方法

#### 1 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《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 (如有)	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	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）
9	报价合理性	报价合理，或投标人的报价存在异常低价情形，能够应评标委员会要求在规定时间内提供书面说明、证明材料证明其报价合理性的；
10	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；
11	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；
12	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
13	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 异常低价审查

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：

2.2.1.1 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 $\times$ 50%；

2.2.1.2 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 $\times$ 50%；

2.2.1.3 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 $\times$ 45%；

2.2.1.4 评审委员会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审查后，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间（应至少为供应商提供 30 分钟准备说明时间，最长时间由评审委员会视评审进度决定）提供书面说明及必要的证明材料，对投标（响应）价格作出解释。

2.2.3 供应商说明材料应至少包括价格构成、成本测算依据、报价合理性说明等。

2.2.4 评审委员会应当结合同类产品在主要电商平台的价格、该行业当地薪资水

- 平等情况，依据专业经验对报价合理性进行判断。如果投标（响应）供应商不提供书面说明、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，应当将其作为无效投标处理。
- 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对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其**投标无效**。
- 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：
- 2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：
- 有，具体规定为：  /  。
- 无，按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。
- 2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；
- 2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。
- 2.5 落实中小企业扶持政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。
- 2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

- 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予 4% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
- 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。
- 2.6 落实本国产品政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.1 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 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。
- 2.6.2 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。

### 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

## 第1包：新闻视频制作服务

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	综合考虑供应商自2023年1月1日(以合同生效时间为准)起至今承担过的与本项目类似的项目业绩,每提供一个得2分,本项最高得10分。 (须提供包含合同关键内容页、金额页、签字盖章页在内的合同复印件并加盖供应商公章。)
2	项目方案 (80分)	项目分析	10分	综合考虑供应商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主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉项目主题、对项目主旨理解深入、重难点分析全面到位,了解民政工作、对民政工作有深入了解:10分; 项目分析针对性较强、对项目主题了解较深入、对项目主旨理解较深入、重难点分析较全面,对民政工作有一定的了解:8分; 项目分析针对性一般、对项目主题了解一般、对项目主旨理解一般、重难点分析一般,对民政工作有一般性了解:6分; 项目分析针对性较差、对项目主题了解较少、对项目主旨理解较差、重难点分析较差,对民政工作的了解及认识有欠缺:4分; 项目分析针对性差、未理解项目主题、无重难点分析:2分; 未提供任何材料:0分。
		新闻视频 服务制 作播出 方案	10分	综合考虑供应商提供的视频策划方案。 方案完整度高,内容定位精准、专业,策划新颖独特,主题内容鲜明(围绕基本民生保障、基本社会服务等相关内容),受众适用性强,完全满足采购需求:10分; 方案完整度较高,内容定位较为准确,策划较为新颖,主题内容突出(围绕基本民生保障、基本社会服务等相关内容),受众适用性较强,基本满足采购需求:8分; 方案完整度一般,内容定位基本准确,策划方案通用,主题内容策划基本符合采购需求,有一定的受众适用性:6分; 方案较简单,内容定位不存在明显偏差,主题内容策划不明显,受众适用性较差:4分; 方案完整度差,策划方案内容缺失较多,主题内容策划不明显,受众适用性差:2分; 未提供任何材料:0分。
			12分	综合考察供应商提供的新闻视频服务的拍摄方案。 方案完整度高、拍摄工作流程极清晰、拍摄方式多样、拍摄思路清晰,完全满足采购需求:12分; 方案完整、拍摄工作流程清晰、拍摄方式样式较多、具有拍摄思路,可以满

			<p>足采购需求：10分；</p> <p>方案基本完整、具有拍摄工作流程但不清晰、拍摄方式及拍摄思路单调，基本满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度欠佳、拍摄工作流程及拍摄方式简单、拍摄思路不清晰，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案不完整、拍摄工作流程混乱、拍摄方式少、拍摄思路混乱，难以完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		8分	<p>综合考虑供应商提供的后期制作方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、制作流程明确、手法多样、视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整、制作流程基本清晰、手法较多、具有一定视觉观赏性，符合项目需要，可以满足采购需求：6分；</p> <p>方案基本完整、制作流程及手法普通、视觉观赏性欠佳，基本符合项目需要：4分；</p> <p>方案不完整、制作流程混乱、手法缺失，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		5分	<p>综合考虑供应商针对本项目可提供的实施设备投入情况。</p> <p>实施设备种类众多、技术先进：5分；</p> <p>实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：3分；</p> <p>实施设备种类较少、技术条件较差：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		8分	<p>结合采购需求的播出要求，综合考虑供应商提供的播出方案：</p> <p>方案完善、科学，可行性强，能对采购人各官方新媒体平台制定针对性的播出实施计划，完全满足或优于采购需求，能配合采购人做好播出工作：8分；</p> <p>方案较为完整、可行，有较好针对采购人各官方新媒体平台的播出实施计划，满足采购需求：6分；</p> <p>方案基本完整，可行性一般，有一定针对采购人各官方新媒体平台的播出实施计划，能基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案描述简单，对采购人各官方新媒体平台的播出实施计划简略，勉强满足采购需求：2分；</p> <p>方案不合理，无法满足采购需求或未提供该方案：0分。</p>
	质量保证方案	10分	<p>综合考虑供应商提供的质量保证方案（包括但不限于质量监管方案、应急响应措施等）。</p> <p>方案完整度高、保障措施丰富、具有成熟的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性强，完全满足或优于采购需求：10分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、有较好的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较强，能够满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度一般、有一定的保障措施、有节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：6分；</p>

			<p>方案较简单，节目内容与画面质量监管体系简略、应急状况下响应时效性有欠缺，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较差、不具备节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		时间进度安排	5分 <p>综合考虑供应商提供的本项目时间进度安排对采购需求的响应程度。</p> <p>时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；</p> <p>时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		实施团队人员安排	12分 <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、资历证明等材料）。</p> <p>团队配备数量充足，人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富，完全满足采购需求：12分；</p> <p>团队配备数量充足，人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验，能够满足采购需求：9分；</p> <p>团队配备数量基本充足，人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：6分；</p> <p>团队配备数量基本充足，人员配置较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：3分；</p> <p>未提供任何材料或人员数量不足7人的：0分。</p>
3	投标报价 (10分)	<p>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：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 10。</p> <p>注：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、2.5及2.6。</p>	
合计 100 分			

## 第2包：新媒体运营服务

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	综合考虑供应商自2022年1月1日(以合同生效时间为准)起至今完成的类似新媒体运营项目的业绩,每个业绩得2分,该项最高得10分(须提供完整合同复印件并加盖供应商公章)。
2	项目方案 (80分)	项目分析	5分	综合考虑供应商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政策主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位:5分; 项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般:3分; 项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析:1分; 未提供任何材料:0分。
		平台运维方案	7分	综合考虑供应商提供的 <b>各平台日常信息的采写、编辑、排版方案</b> 。 方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、内容丰富、撰写手法多样、排版紧凑充实、受众适用性强,完全满足或优于采购需求:7分; 方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、内容较多、撰写手法较多、排版较紧凑、受众适用性较强,可以满足采购需求:5分; 方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、内容一般、撰写手法一般、排版充实度一般、有一定的受众适用性,基本满足采购需求:3分; 方案完整度差、信息采集覆盖范围局限、内容极少、撰写手法单一、排版松散、不具备受众适用性,无法完全满足采购需求:1分; 未提供任何方案:0分。
		重大主题/活动策划方案	8分	综合考虑供应商提供的 <b>重大主题/活动策划方案</b> 。 方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、活动形式丰富内容多样、主题鲜明、受众适用性强,完全满足或优于采购需求:8分; 方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、活动形式较丰富内容较多、主题明确、受众适用性较强,可以满足采购需求:6分; 方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、活动形式及内容一般、有一定的

			<p>主题体现、受众适用性一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较低、信息采集覆盖范围局限、活动形式及内容较单一、主题不明确、受众适用性较差，勉强满足采购需求：2分；</p> <p>方案无法满足采购需求或未提供任何方案：0分。</p>
	政策解读发布方案	7分	<p>综合考虑供应商提供的一<b>图看懂运营方案</b>。</p> <p>方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	政策解读发布方案	7分	<p>综合考虑供应商提供的<b>视频（动漫）拍摄方案</b>。</p> <p>方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	政策解读发布方案	7分	<p>综合考虑供应商提供的<b>海报策划方案</b>。</p> <p>方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，但描述简略，基本满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	运营安全及保密方案	7分	<p>综合考虑供应商提供的<b>运营安全及保密方案</b>。</p> <p>方案完整度高、具有完备安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设完备、响应时效性强、处突能力强，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度较高、具有一定的安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设较齐全、响应时效性较强、处突能力较强，可以满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般、安全保障预案及健全的保密制度一般、应急体系建设一般、</p>

			<p>响应时效性一般、处突能力一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差、安全保障预案及健全的保密制度缺失或应急体系缺失、响应时效性滞后、不具备处突能力，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	运营质量保证方案	8分	<p>综合考虑供应商提供的<b>运营质量保证方案</b>。</p> <p>方案完整度高、保障措施较多、具有完善的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，完全满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，可以满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施一般、信息内容与投放频次监管体系及保障方案一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案有缺失、保障措施少、不完全具备信息内容与投放频次监管体系及保障方案，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	时间进度安排	5分	<p>综合考虑供应商提供的本项目<b>时间进度安排</b>对采购需求的响应程度。</p> <p>时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
	项目团队安排	12分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的人员团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。</p> <p>团队配备数量充足，人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富，完全满足采购需求：12分；</p> <p>团队配备数量充足，人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验，能够满足采购需求：9分；</p> <p>团队配备数量基本充足，人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：6分；</p> <p>团队配备数量基本充足，人员配置较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：3分；</p> <p>未提供任何材料或人员数量不足14人的：0分。</p>
3	投标报价 (10分)	<p>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：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 10。</p> <p>注：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、2.5及2.6。</p>	
合计 100 分			

## 第3包：新闻媒体宣传服务

序号	评分因素	评价指标和分值	
1	商务 (12分)	业绩及经验	12分 综合考虑供应商自2023年1月1日(以合同生效时间为准)起至今已刊发与本项目类似的业绩,每提供一个得3分,本项最高得12分。 (供应商需提供刊发内容相关证明材料。)
2	项目方案 (78分)	项目分析	10分 综合考虑供应商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主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉项目主题、对项目主旨理解深入、重难点分析全面到位,对民政工作有深入了解:10分; 项目分析针对性较强、对项目主题了解较深入、重难点分析较全面,对民政工作有一定的了解:8分; 项目分析针对性一般、对项目主题了解一般、重难点分析一般,对民政工作有一般性了解:6分; 项目分析针对性较差、对项目主题了解较少、重难点分析较差,对民政工作的了解及认识有欠缺:4分; 项目分析针对性差、未理解项目主题、无重难点分析:2分; 未提供任何材料:0分。
		版面宣传方案	10分 版面宣传内容能够充分体现民政工作成果或政策发布意义,承诺专版字数、图片数量、版面位置等优于采购需求,得10分; 版面宣传内容基本能够体现民政工作成果或政策发布意义,承诺专版字数、图片数量、版面位置等满足采购需求,得8分; 版面宣传内容对民政工作成果或政策发布意义体现不明显,但承诺专版字数、图片数量、版面位置等能够满足采购需求,得6分; 版面宣传内容未体现对民政工作成果或政策发布意义,但承诺专版字数、图片数量、版面位置等能够满足采购需求,得4分; 版面宣传内容有欠缺或专版字数、图片数量、版面位置等有部分欠缺,得2分; 未提供,得0分。
		版面设计、制作方案	8分 综合考虑供应商提供的版面设计、制作方案,对采购需求的响应程度。 方案完整度高、设计新颖、制作流程清晰,校对程序严谨、精确度高,完全满足采购需求的服务及质量要求:8分; 方案较完整度、设计有一定创新性、制作流程明确,校对程序合理、精确度较高,可以满足采购需求的服务及质量要求:6分; 方案基本完整、设计普通、制作流程描述一般,校对方式较简单、精确度一般,基本满足采购需求的服务及质量要求:4分; 方案完整度较差、设计粗糙、制作流程描述有欠缺,校对简略,无法完全满足采购需求的服务及质量要求:2分; 未提供任何方案:0分。
		媒体发行要求	5分 选择的媒体年度总发行量≥400万份,得5分; 选择的媒体年度总发行量≥300万份且<400万份,得4分;

			<p>选择的媒体年度总发行量<math>\geq 200</math>万份且<math>&lt; 300</math>万份，得2分；</p> <p>选择的媒体年度总发行量<math>\geq 100</math>万份且<math>&lt; 200</math>万份，得1分；</p> <p>选择的媒体年度总发行量<math>&lt; 100</math>万份，不得分。</p> <p>注：投标人为联合体的，以联合体各方提供的总发行量之和计算。须提供相关证明材料并加盖供应商公章。</p>
	管理及质量保证方案	8分	<p>综合考虑供应商提供的管理及质量保证方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、保障措施众多、具有完善的针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案、具备完善的内控制度，完全满足采购需求的服务及质量要求：8分；</p> <p>方案基本完整、具有一定的保障措施、针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案一般、具备一定的内控制度，基本满足采购需求的服务及质量要求：6分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施较少、针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案较弱、内控制度建设较差，勉强满足采购需求的服务及质量要求：4分；</p> <p>方案完整度差、保障措施缺失、不具备针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案、不具备内控制度，无法完全满足采购需求的服务及质量要求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	宣传报道方案	12分	<p>宣传方案全面且合理可行，宣传重点明确，完全满足采购需求。能够根据采购单位的工作内容和特点，对民政民生工作进行全方位宣传，得12分；</p> <p>宣传方案较为全面合理，能够明确宣传重点，基本满足采购需求，能够根据采购单位的工作内容和特点，对民政民生工作进行宣传，得9分；</p> <p>宣传方案描述合理性一般，宣传重点未突出，得6分；</p> <p>宣传方案描述简单，宣传重点不明确，得3分；</p> <p>未提供，得0分。</p>
	时间进度安排	5分	<p>综合考虑供应商提供的本项目时间进度安排对采购需求的响应程度。</p> <p>时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
	实施团队人员安排	3分	<p>项目负责人具有《新闻采编从业资格证》的得3分。</p> <p>注：需提供以上证明复印件作为证明，并加盖供应商公章。</p>
7分		<p>团队配置满足采购需求，岗位明确、职责清晰，岗位设置科学，各方衔接紧密，得7分；</p> <p>团队配置满足采购需求，岗位分工较为明确、职责较为清晰、岗位设置较为科学，得5分；</p> <p>团队配置满足采购需求，职责体系构建一般，的3分；</p> <p>团队成员数量不满足采购需求，或岗位分工不明确、职责混乱，得1分；</p> <p>未提供，得0分。</p>	
10分		<p>团队成员专业性强、经验丰富，且所有成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有2年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得10分；</p>	

			<p>团队成员专业性较强、经验较丰富，且所有成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有 2 年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得 8 分；</p> <p>团队成员专业性基本满足需求、经验一般，所有成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有 2 年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得 6 分；</p> <p>团队成员缺少专业性及相关经验，得 4 分；</p> <p>团队成员专业性差或无相关项目经验，得 2 分；</p> <p>未提供，得 0 分。</p> <p>注：提供项目团队人员简历、证书复印件、资历证明等材料。</p>
3	投标报价 (10 分)	<p>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：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 10。</p> <p>注：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、2.5 及 2.6。</p>	
合计 100 分			

## 第4包：社会面宣传服务

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	综合考虑供应商自2022年1月1日起至今(以合同生效时间为准)完成类似的项目业绩,每个业绩得2分,本项最高得10分。 (须提供包含合同关键内容页、金额页、签字盖章页在内的合同复印件并加盖供应商公章。)
2	项目方案 (80分)	项目分析	5分	综合考虑供应商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政策主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位:5分; 项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般:3分; 项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析:1分; 未提供任何材料:0分。
		广告设计 方案	13分	综合考虑供应商提供的广告(宣传海报)设计方案,对采购需求的响应程度。 方案完整度高、设计新颖富有创意、主题内容鲜明、针对性极强、受众适用性强,完全满足采购需求:13分; 方案完整度较高、设计较新颖、主题内容较鲜明、针对性较强、受众适用性较强,可以满足采购需求:10分; 方案完整度一般、设计能力一般、主题鲜明度一般、针对性一般、有一定的受众适用性,基本满足采购需求:7分; 方案完整度较差、设计能力较差、主题鲜明度较差、针对性较差、受众适用性较低,勉强满足采购需求:4分; 方案完整度差、不具有设计能力、无主题、无针对性、不具有受众适用性,无法完全满足采购需求:1分; 未提供任何方案:0分。
		广告制作 方案	10分	综合考虑供应商提供的广告(成品海报)制作方案。 方案完整度高、广告尺寸合理、耐用性及耐腐蚀性强、质量坚固,完全满足采购需求:10分; 方案完整度较高、广告尺寸合理性较好、耐用性及耐腐蚀性较强、质量较好,可以满足采购需求:8分; 方案完整度一般、广告尺寸合理性一般、耐用性及耐腐蚀性一般、质量一般,基本满足采购需求:6分; 方案完整度较差、广告尺寸合理性较差、耐用性及耐腐蚀性较差、质量较差,勉强满足采购需求:4分; 方案完整度差、广告尺寸不合理、不具备耐用性及耐腐蚀性、质量粗糙,无法完全满足采购需求:2分; 未提供任何方案:0分。
		广告投放 方案	10分	根据供应商提供的广告投放资源、投放选址、覆盖范围等综合考察供应商的广告投放能力。 方案完整度高、投放资源众多、选址针对性强、覆盖范围广泛、受众适用性强,

			<p>完全满足采购需求：10分；</p> <p>方案完整度较高、投放资源较多、选址针对性较强、覆盖范围较广、受众适用性较强，可以满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度一般、投放资源一般、选址针对性一般、覆盖范围一般、受众适用性一般，基本满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度较差、投放资源较少、选址针对性较差、覆盖范围较小、受众适用性较差，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度差、投放资源匮乏、选址无针对性、覆盖范围极小、不具备受众适用性，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		10分	<p>综合考虑供应商提供的广告张贴、安装及投放方案。</p> <p>方案完整度高、操作工艺娴熟、更新周期频繁且固定，完全满足采购需求：10分；</p> <p>方案完整度较高、操作工艺较成熟、更新周期较频繁、较固定，可以满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度一般、操作工艺一般、更新频率一般，基本满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度较差、操作工艺简略、更新周期较长，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度差、操作工艺粗糙、更新周期松散不固定，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	售后维护方案	10分	<p>综合考虑供应商提供的售后维护方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、售后维护固定且响应时效性强、备品备件充足，完全满足采购需求：10分；</p> <p>方案完整度较高、售后维护较固定且响应时效性较强、备品备件较充足，可以满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度一般、售后维护响应时效性一般、备品备件基本充足，基本满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度较差、售后维护响应时效性较差、备品备件数量较少，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度差、较少维护、响应滞后、备品备件数量不足，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
	质量保障方案	7分	<p>综合考虑供应商提供的项目实施质量保障方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整详实、保障措施众多、具有完善的广告内容与宣传效果监管体系，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案较详细、保障措施较多、具有完整的广告内容与宣传效果监管体系，可以满足采购需求：6分；</p> <p>方案普通通用、保障措施一般、有一定的广告内容与宣传效果监管体系，基本满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施较少、广告内容与宣传效果监管体系一般，勉强满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施不足、广告内容与宣传效果监管体系较差，无法完全满足采购需求：1分；</p>

				未提供任何方案：0分。
		时间进度安排	5分	<p>综合考虑供应商提供的时间进度安排对采购需求的响应程度。</p> <p>时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；</p> <p>时间安排合理性一般、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，勉强满足采购需求：2分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低下、响应时效性滞后，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		项目团队情况	5分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的<b>设计、制作团队</b>情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。</p> <p>设计、制作团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；</p> <p>设计、制作团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；</p> <p>设计、制作团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；</p> <p>设计、制作团队组成人员配置较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：2分；</p> <p>设计、制作团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
			5分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的<b>投放、安装团队</b>情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。</p> <p>投放、安装团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；</p> <p>投放、安装团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；</p> <p>投放、安装团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；</p> <p>投放、安装团队组成人员较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：2分；</p> <p>投放、安装团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
3	投标报价 (10分)	<p>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：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 10。</p> <p>注：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、2.5及2.6。</p>		
合计 100分				

## 第五章 采购需求

### 第1包：新闻视频制作服务

#### 一、项目背景：

北京是首善之区，民政事业是首善之事，是民生保障的重要组成部分，承担着兜底保障的重要职责。民政宣传工作是党和政府宣传工作的一个组成部分，是推动和促进民政工作深入改革和发展的有力武器。为深入学习贯彻习近平总书记关于民政工作的重要论述，通过新闻宣传工作加强与其他省市民政部门的交流，扩大北京民政在全国民政系统的影响力，北京市民政局确立了以中央、市属主流媒体为基础，新媒体为重点，构建北京民政新媒体平台矩阵，助推北京民政新闻宣传工作。

#### 二、项目目标：

宣传北京民政各项政策、各项工作的进程、成果、先进事迹的表彰等，促进民政民生政策落地。扩大民生政策社会知晓度，促进惠民政策深入人心，保证民政事业长久持续发展。

#### 三、服务期限：

时间：自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

#### 四、项目具体需求：

充分发挥视频新闻优势，报道政策解读、人物事迹、成果展示、未来规划、群众呼声、百姓答疑等内容，全面宣传报道我市民政系统的主要工作。具体需求如下：

根据北京市民政局全年养老、社会救助、殡葬等工作及政策发布情况，围绕相关内容，辅助采编、制作 80 期总时长不少于 230 分钟的新闻视频服务，宣传惠民政策，反映社情民意。经采购人同意后，在北京市民政局官方微信公众号、新浪微博等新媒体平台做好播出工作。

##### 新闻视频要求：

##### 1.技术规格

分辨率：4K，1920x1080P（高清）

帧率：≥25 帧/秒

比特率（码率）：≥1.5Mbps

画面比例：16:9

视频总时长：共制作 80 条视频，视频总时长不低于 230 分钟

##### 2.实际制作参考指标（单个视频为例）

视频时长：2-3 分钟

实际拍摄时长：100-200 分钟

拍摄素材容量：100-200GB

要求提供一套完整的服务方案，人员配备不少于7人，包括至少1名总策划，负责协同和管理项目进度；至少3人负责采访及拍摄，至少1人负责视频剪辑及包装，确保高质量的宣传；至少1人负责文字统筹，确保内容的准确性和专业性；以及至少1名主持或配音人员，确保全面而专业的支持。

五、其他要求：

1. 供应商提供的项目服务应当遵守国家现行法律、法规，遵守社会公共秩序，保障公民的合法权益，保障采购人及其他政府部门的社会形象。

2. 供应商按照上述合作内容，运用自身优势，做好北京民政领域新闻报道和制作工作。

3. 新闻视频在发布前，需经采购人审核并书面确认。供应商须配合采购人研究选题，并经采购人审定后具体负责选题的后期编辑制作工作。

4. 供应商以供应商名义对本项目采、编人员进行录用和管理，并承担其相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与采购人无关。

5. 供应商在项目结项后、支付尾款前将重要项目信息材料和项目成果移交采购人，不晚于2026年12月10日提交。

6. 供应商应及时就项目进展完成情况，按照合同要求向采购人当面递交两份年终（不晚于2026年12月10日前提交）书面项目结项报告及所有项目成果（用u盘存储，提交2份）。

## 第2包：新媒体运营服务

### 一、项目需求

北京市民政局已经建立了“北京民政”官方微信公众号、新浪微博、今日头条号、北京号等新媒体平台。近年来，通过委托专业机构运用图文并茂的新媒体手段，有力宣传了民政工作，扩大了百姓对政策的知晓度。现亟需进一步推动和加强新媒体平台建设，突出做好民政民生领域的信息公开工作，切实增强传播效果。

### 二、运维内容

辅助采购人运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，辅助的内容包括平台内容策划、采写、编辑、排版、更新及后台信息汇总。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。同时，需要提供新媒体产品，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

### 1、平台运维内容

合同期内，供应商负责辅助微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，同时保证每个工作日更新 1-2 条信息；官方微博每个工作日发布 1-2 条信息；头条号每个工作日发布 1 条信息；北京号每个工作日发布 1 条信息。

供应商应严格遵守发布流程，日常稿件于收到采购人指示和素材 3 个小时内，新媒体产品策划于收到采购人指示和素材 2 日内交由采购人审定；根据采购人具体要求，辅助采购人具体完成采访任务；按采购人要求推送新媒体平台的内容。同时，辅助做好本协议中指定的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

### 2、重大主题/活动策划

围绕清明祭扫、残疾人福利、儿童福利、见义勇为、婚姻登记、慈善公益、养老服务、老龄工作、社会组织、社会救助、七夕、重阳节等民政年度重点工作及重大节点完成 12 次策划，以通俗易懂、群众喜闻乐见的方式，对相关工作内容主进行主题鲜明、形式多样的宣传。

### 3、政策解读发布

合同期内，供应商须借助一图看懂、视频（动漫）、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，合同期内生产制作新媒体产品不少于 44 个。具体新媒体产品内容如下：

#### （1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作（一图看懂文件不小于 10MB，JPG 格式）。包括且不限于养老服务、老龄工作、社会救助等，合同期内制作 30 个。

#### （2）视频（动漫）

围绕北京市民政局重点工作内容、工作成效、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4 或 mov 格式，1920p\*1080p，时长 1-5 分钟，合同期内推出 6 部）。

#### （3）海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报不少于 8 幅（电子版，PNG 或 JPG 格式，每幅不小于 900px\*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，由采购人结合民政节点书面指定供应商予以制作，合同期内制作 8 张）。包括且不限于元旦海报、春节海报、五四青年节海报、七夕、国庆节海报、重阳节海报、养老服务类海报、入冬社会福利救助海报等。

### 三、人员保障

供应商以自身名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。要求提供一套完整的服务方案，人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

供应商需承担采编人员相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与采购人无关。

### 四、验收要求

完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，供应商申请验收，需求方组织验收。验收时，供应商应对应合同提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，共 2 份。

### 五、服务期限

自合同生效之日起至 2027 年 3 月 31 日止。

## 第 3 包：新闻媒体宣传服务

### 一、项目目标

以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神为主线，认真贯彻落实市委、市政府安排部署，践行社会主义核心价值观，以群众满意为核心，以深化改革为牵引，以高质量落地见效为标准，通过报纸刊物专版的形式宣传报道北京民政系统重点工作、先进典型和特色活动。具体需求如下：

### 二、项目及实施时间

时间：自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

### 三、项目实施内容

1、为落实市委市政府要求，结合我局重点任务和工作安排，计划对养老服务领域中围绕出行、餐饮、养老机构等多个养老相关细分话题进行深度报道，针对养老政策解读、养老服务人才供给、殡葬政策与人文关怀、殡葬便民服务信息，社会组织创新服务等开展宣传，合同期内在供应商报纸刊物及所属新媒体客户端上，策划采编完成不少于 27 个报纸专版报道、制作不少于 15 期主题宣传策划（2026 年 10 月 31 日前完成 70%），综合运用专版、视频、图文海报、信息长图、电子宣传折页、深度新闻报道、系列表情包、主题文创产品、大型活动直播、客户端开屏广告、线上线下活动等多种传播形态对局全年重点工作进行宣传报道。于 2026 年 12 月 10 日前向采购人递交一式两份年终书面结项报告（包含不少于 27 个报纸专版宣传、

15 期主题宣传策划的电子版或纸质版等相关内容)。

2、要求提供一套完整的服务方案，人员配备不少于 15 人，包括至少 1 名统筹服务，负责协同和管理项目进度；至少 8 名持有专业证件的从事新闻采编的工作人员服务，确保高质量的宣传；至少 4 名编辑服务，确保素有内容的准确性和专业性；以及至少 2 名摄影师的服务，提供高质量的视觉内容。所有服务均由具备 2 年以上工作经验的专业人员提供，确保全面而专业的支持。

3、要求自身或合作媒体具有权威性和公信力，能够在中央、市属或行业媒体报刊刊登新闻，新闻内容有深度有品质。

4、版面宣传内容体现工作成果或政策发布意义，每个整版字数不少于 2000 字、根据报道内容需要配图。

#### 四、项目要求

1、运用自身及合作媒体优势，做好宣传的采编、印刷、发行工作。

2、完成采购人根据不同阶段或宣传内容需要，提出的版面设计需要，包括：专栏篇幅、文字数量、图片数量等。

#### 五、人员要求

为本项目成立专门的项目团队，明确项目负责人，项目负责人需具有新闻采编从业资格证。项目团队成员应专业配置合理，职责清晰、具有相关工作经验。

### 第 4 包：社会面宣传服务

#### 一、项目背景

为深入贯彻习近平总书记关于民政工作的重要指示精神，全面落实党中央国务院关于民政事业的重要决策部署和市委市政府相关工作要求，做好北京市民政局 2026 年重点工作的社会宣传，拟围绕养老服务、传统节日与民生热点，开展贯穿全年的系列主题宣传活动，将紧密结合清明节、“重阳节”“敬老月”、养老服务网、养老行业活动等主题，通过多层次、广覆盖的媒介渠道，面向全市市民传递民政惠民政策、倡导文明祭扫新风、弘扬尊老敬老文化、推广现代养老服务等内容，从而实现民政声音的有效传达、政策服务的深度推广和城市文明风尚的积极引领，切实增强市民的获得感、幸福感与认同感。

#### 二、服务内容

##### (一) 项目周期

自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 10 日

## （二）服务内容及质量要求

围绕“养老行业相关活动”、“2026年重阳节和“敬老月””、“养老服务网”及“清明节”四个主题，设计制作相关主题海报，并进行宣传推广、投放，具体要求如下：

1.在开展养老行业相关活动当月，设计相关主题海报，选取客流量较大的首都机场 T3 航站楼及商场大屏进行宣传素材投放，投放数量 3 块，投放周期 2 周；选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周；选取重要地铁线路进行 1 列地铁车门贴广告进行投放，投放周期 4 周。

2.在 2026 年“敬老月”及重阳节宣传期内，设计相关主题海报，选取客流量较大的首都机场 T3 航站楼及商场大屏进行宣传素材投放，投放数量 3 块，投放周期 4 周。选取公交车载广告，在全北京公交电视进行联播，700 余条线路，10000 余辆车，20000 余块屏，投放周期 4 周。选取重要公交站牌投放 12 个点位，含 2 个品牌形象站，投放周期 4 周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周。选取重要地铁线路进行 1 列地铁车门贴广告进行投放，投放周期 4 周。

3.在养老服务网宣传期内，设计相关主题海报，选取重要公交站牌投放 12 个点位，含 2 个品牌形象站，投放周期 4 周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周。选取地铁电视媒体广告，在北京重点地铁线路进行广告联播，覆盖现有全部的地铁电视屏幕 11000 余块，投放周期 2 周。

4.在清明节宣传期内，设计相关主题海报，选取人流量较大的公交站牌投放 12 个点位，含 2 个品牌形象站，投放周期 4 周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周。

5.投放前要报经采购人审核同意，具体投放时间以采购人实际工作要求为准。

## 三、服务要求

（一）对北京市民政工作有较为全面的了解；

（二）供应商无不良及违法违规记录；成立专门的项目团队负责。

## 四、项目成果

“养老行业相关活动”、“重阳节”和“敬老月”、“养老服务网”及“清明节”宣传海报，并在户外公共设施广泛推广。

## 第六章 拟签订的合同文本

### 第 1 包：新闻视频制作服务

本合同是否为中小企业预留合同：是/否

本合同由以下双方签订：

甲 方：北京市民政局

地 址：北京市通州区留庄路 4 号院 2 号楼

联 系 人：

联系电话：

乙 方：

地 址：

联 系 人：

联系电话：

甲方委托乙方提供新闻视频编辑制作服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同（以下简称“本合同”）。

#### 一、 项目内容

充分发挥视频新闻优势，报道政策解读、人物事迹、成果展示、未来规划、群众呼声、百姓答疑等内容，全面宣传报道我市民政系统的主要工作。具体需求如下：

根据北京市民政局全年养老、社会救助、殡葬等工作及政策发布情况，乙方围绕相关内容，辅助采编、制作 80 期总时长不少于 230 分钟的新闻视频，经甲方书面同意后，在北京市民政局官方微信公众号、新浪微博等新媒体平台做好播出工作。

新闻视频要求：

#### 1、技术规格

分辨率：4K，1920x1080P（高清）

帧率：≥25 帧/秒

比特率（码率）：≥1.5Mbps

画面比例：16:9

视频总时长：共制作 80 条视频，视频总时长不低于 230 分钟

## 2、实际制作参考指标（单个视频为例）

视频时长：2-3 分钟

实际拍摄时长：100-200 分钟

拍摄素材容量：100-200GB

要求提供一套完整的服务方案，人员配备不少于 7 人，包括至少 1 名总策划，负责协同和管理项目进度；至少 3 人负责采访及拍摄，至少 1 人负责视频剪辑及包装，确保高质量的宣传；至少 1 人负责文字统筹，确保内容的准确性和专业性；以及至少 1 名主持或配音人员，确保全面而专业的支持。

### 二、验收

验收主体：甲方；

验收时间：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，乙方提出书面验收申请；

验收方式：甲方组织验收；

验收程序：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，乙方申请验收，甲方组织验收；

验收内容：合同项下所有内容，包括数量、质量是否达到本合同要求等；

验收标准：达到合同要求。

### 三、合同金额及付款方式

1.合同金额：本项目合同总金额为人民币\_\_\_\_\_元( 大写：人民币\_\_\_\_\_ )。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：本合同生效后，在取得乙方等额法定税务发票 10 日内，甲方应向乙方支付合同金额 70%的首付款人民币 \_\_\_\_\_元（大写：人民币\_\_\_\_\_）。甲方将于项目验收合格后，在取得等额法定税务发票 10 日内，将合同金额 30%的剩余尾款人民币 \_\_\_\_\_元（大写：人民币\_\_\_\_\_）支付给乙方。如乙方不能提供发票，甲方有权拒绝支付合同价款。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导致的甲方延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任，但甲方应及时将延迟付款的情况书面告知乙方。

乙方银行开户信息如下：

户 名：

开户行：

账 号：

甲方开票信息如下：

名 称：

纳税人识别号：

3.甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制，可以顺延付款期限，甲方不承担违约责任，但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

#### 四、甲方权利义务

1.甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

2. 甲方为乙方开展工作提供必要的信息、资源和沟通、联络工作。

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。

4. 甲方有权要求乙方在项目结项后、支付尾款前将重要项目信息材料和项目成果移交甲方，不晚于2026年12月10日提交。

#### 五、乙方权利义务

1.乙方提供的项目服务应当遵守国家现行法律、法规，遵守社会公共秩序，保障公民的合法权利，保障甲方及其他政府部门的社会形象。

2.乙方按照上述合作内容，运用自身优势，做好北京民政领域新闻报道和制作工作。

3.新闻视频在发布前，需经甲方审核并书面确认。乙方须配合甲方研究选题，并经甲方审定后具体负责选题的后期编辑制作工作。

4.本合同仅建立甲方与乙方之间的法律关系，乙方以乙方名义对本项目采、编人员进行录用和管理，并承担其相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与甲方无关。乙方同时保证：

(1) 采编人员具备基本的文字或摄影、摄像工作能力

(2)项目负责人的联系方式畅通(项目负责人姓名： 联系电话： ;手机： ;邮箱： )。

5.乙方负责新闻视频的采、编、制作和播出工作，甲方负责相关内容制作的审定工作。

6.乙方在工作中所需的采、编、制作设备由乙方自行解决。

7.乙方不得将本合同相关工作转让给第三方。

8.乙方人员履行本合同中出现的一切安全责任以及财产损失或人身损害，均由乙方自行负责，由此给甲方或第三人造成损失的，应赔偿甲方或第三人全部损失。

9.乙方保证其具备履行本合同内容相应的资质和条件，并委派具备相应岗位资格及专业能力的人员，否则给甲方造成的损失，由乙方负责赔偿。

10. 因乙方原因造成甲方或第三人财产损失或人身损害的，由乙方承担全部责任，由此给甲方或第三人造成损失的，应赔偿甲方全部损失。

## 六、保密条款

1.双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方资料、信息、文件、报告书等有相关内容应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述信息。

2.乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3.本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

## 七、知识产权

1.甲方提供的宣传内容、图片等材料的著作权等知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案、视频等的著作权等权利属于甲方，乙方保证该项目所涉及的创作不侵犯任何第三方合法权益，如因乙方原因导致与第三方知识产权纠纷，由乙方负责处理并承担全部责任，同时乙方应赔偿因此而给甲方造成的全部经济损失。

2.乙方受托完成的本合同项下的音视频资料及成片的知识产权全部归属于甲方所有。

## 八、违约责任

1.本合同一经生效，无正当理由，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，都承担因违约行为而给对方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2.若乙方不能按照本合同约定的内容提供服务或者服务质量不符合甲方要求时，甲方有权

解除合同，乙方应承担违约责任，将甲方已支付的所有费用退还甲方，并承担合同金额 30% 的违约金，并承担由此给甲方造成的全部损失。

3.乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决，给甲方造成任何经济损失的，应全部赔偿。

4.乙方应及时就项目进展完成情况，按照合同要求向甲方当面递交两份年终（不晚于 2026 年 12 月 10 日前提交）书面项目结项报告及所有项目成果（用 u 盘存储，提交 2 份），乙方除不可抗力因素外，对没有及时响应和履约事项对甲方造成损失的视情况纳入尾款扣除。

5.乙方有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额为合同金额的 30%，并承担由此给甲方造成的全部损失。

6.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承担保密义务。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方保密的内容透露给任何第三方。如果对是否属于保密的内容存在争议，则乙方应按保密的内容进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。如有泄密等行为，将由乙方承担全部责任。本保密条款具有独立性，不受本合同的撤销、无效、终止或解除的影响。

## 九、不可抗力

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。不可抗力事件系指买卖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，诸如主管部门对项目的政策或技术要求发生变化，或发生战争、严重火灾、洪水、台风、地震等。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。一旦不可抗力事件的影响持续一百二十天（120）天以上，双方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行合同的协议。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。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。

## 十、合同的变更、修改及争议解决

1.经双方协商一致，并达成书面协议，可以对本合同进行变更、修改。任何对合同条件的变更或修改均须双方签订补充协议。

2.合同实施或与合同有关的一切争端应通过双方友好协商解决。如果友好协商不能解决，任何一方当事人可以向甲方所在地人民法院提起诉讼。在诉讼期间，除正在进行诉讼的部分外，本合同其他部分应继续执行。

### 十一、合同生效

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。本合同有效期自合同生效之日起至 2026年12月10日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。

2.本合同一式五份，每份具有同等法律效力，甲方、乙方各执两份，招标代理机构执一份。

甲 方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙 方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 第 2 包：新媒体运营服务

本合同是否为中小企业预留合同：是/否

甲方：

地址：

联系人：                    联系电话：

乙方：

地址：

联系人：                    联系电话：

甲方委托乙方对甲方官方微信公众号等新媒体平台开展运营服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同：

### 一、合作内容

北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）均为北京市民政局注册、使用。根据工作需要，甲方现委托乙方辅助甲方运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，辅助的内容包括平台内容策划、采写、编辑、排版、更新及后台信息汇总。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。

同时，乙方需要提供新媒体产品，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

#### 1、平台运维内容

合同期内，乙方负责辅助微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，同时保证每个工作日更新 1-2 条信息；官方微博每个工作日发布 1-2 条信息；头条号每个工作日发布 1 条信息；北京号每个工作日发布 1 条信息。

乙方应严格遵守发布流程，日常稿件于收到甲方指示和素材 3 个小时内，新媒体产品策划于收到甲方指示和素材 2 日内交由甲方审定；根据甲方具体要求，辅助甲方具体完成采访任务；按甲方要求推送新媒体平台的内容。同时，乙方辅助做好本协议中指定的“北京民政”一系

列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

## 2、重大主题/活动策划

围绕清明祭扫、残疾人福利、儿童福利、见义勇为、婚姻登记、慈善公益、养老服务、老龄工作、社会组织、社会救助、七夕、重阳节等民政年度重点工作及重大节点完成 12 次策划，以通俗易懂、群众喜闻乐见的方式，对相关工作内容主进行主题鲜明、形式多样的宣传。

## 3、政策解读发布

合同期内，乙方须借助一图看懂、宣传片、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，合同期内生产制作新媒体产品不少于 44 个。具体新媒体产品内容如下：

### （1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作（一图看懂文件不小于 10MB，JPG 格式）。包括且不限于养老服务、老龄工作、社会救助等，合同期内制作 30 个。

### （2）视频（动漫）

围绕北京市民政局重点工作内容、工作成效、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4 或 mov 格式，1920p\*1080p，时长 1-5 分钟，合同期内推出 6 部）。

### （3）海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报不少于 8 幅（电子版，PNG 或 JPG 格式，每幅不小于 900px\*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，由甲方结合民政节点书面指定乙方予以制作，合同期内制作 8 张）。包括且不限于元旦海报、春节海报、五四青年节海报、国庆节海报、重阳节海报、养老服务类海报、入冬社会福利救助海报等。

## 二、甲方权利义务

- 1、甲方确保整个系统内信息提供和选题机制畅通。
- 2、合同期内，甲方应对乙方的采访给予全力支持。
- 3、甲方负责版式设计风格和发布内容原则性和准确性的审核把关。
- 4、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。
- 5、甲方有权要求乙方在项目结项后将项目信息材料和一份结项报告当面移交甲方。

## 三、乙方权利义务

- 1、乙方运营的内容须经甲方审核后发布。
- 2、乙方遵循甲方要求，运用全平台资源运营好北京市民政局的新媒体平台（官方微信公

众号“北京民政”、新浪微博“北京民政”、头条号“北京民政”、“北京民政”北京号）内容发布。

3、合同期内，乙方保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，并保证按照合同内容更新、发布相关信息。

4、乙方应严格遵守发布流程，按时推送新媒体平台的内容；根据甲方具体要求，完成甲方派发的采访任务。

5、本合同仅建立甲方与乙方之间的法律关系。乙方以己方名义对本项目采编人员进行录用和管理，并承担其相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与甲方无关。乙方应保证：

（1）采编人员具备基本的视频照片处理、文字写作能力；

（2）项目负责人\_\_\_\_\_的联系方式畅通（联系电话：\_\_\_\_\_；手机：\_\_\_\_\_；邮箱：\_\_\_\_\_）；

6、乙方负责对本协议中指定的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

7、乙方在工作中所需的计算机、照相机等办公设备由乙方自行提供，所有权归乙方。

8、乙方不得将本合同内容分包或转包给第三方。

10、乙方以自身名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。要求提供一套完整的服务方案，人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

#### 四、付款金额、时间及方式

（一）甲方需向乙方付款共计大写人民币\_\_\_\_（¥\_\_\_\_元含税）。

（二）本合同生效后，在取得乙方交付的等额合法税务发票的10日内，甲方应向乙方支付合同金额70%的首付款\_\_\_\_（¥\_\_\_\_元含税）。合同金额30%的剩余尾款\_\_\_\_（¥\_\_\_\_元含税）甲方将于项目验收合格后，在取得等额合法税务发票的10日内支付给乙方。甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制，可以顺延付款期限，甲方不承担违约责任，但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

（三）甲方每次付款前，乙方应当提交符合甲方要求的等额法定税务发票。乙方不能提供等额法定税务发票的，甲方有权拒绝支付。

（四）乙方账号信息：

户名：

税号：

开户：

账号：

## 五、履行期限、地点

1.合同履行期限要求：自合同生效之日起至 2027 年 3 月 31 日止。

2.履约地点：甲方及其指定地点。

## 六、验收

验收主体：甲方；

验收时间：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，启动验收程序。

验收程序和方式：乙方应在完成合同项下所有工作后 10 个工作日内申请验收，甲方组织验收；

验收内容：乙方根据合同约定，提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，共 2 份；甲方对照合同和乙方提供内容，进行逐项验收。

验收标准：达到合同要求。

## 七、保密条款

1、双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术等有关的资料、信息，以及双方非公开的工作文件、工作数据应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

2、乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除，乙方不得保存、复制上述任何资料。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3、本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

## 八、知识产权

乙方受托完成的本合同项下的工作成果的知识产权属于甲方所有。

甲方提供的宣传内容、图片等材料的著作权等知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案、动画等的著作权等权利属于甲方。

乙方保证，在履行本合同过程中所依据的任何资料及因履行本合同而向甲方提交的各项工

作成果不得侵犯第三方的著作权、专利权、商标权等知识产权，不得侵犯第三方的隐私权、商业秘密等合法权益或已获得第三人授权使用，若因此引起第三方与甲方的纠纷，乙方应当负责处理索赔或涉诉等各项事宜，并因此承担违约责任，给甲方造成损失的，还应当承担赔偿责任。

## 九、违约责任

1、本合同一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，违约方应承担因违约行为而给守约方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2、若乙方不能按照本合同约定的内容提供服务时，乙方应当在甲方规定的期限内进行整改；如乙方整改后的服务质量仍不能通过甲方验收或乙方拒绝按照甲方要求进行整改的，甲方有权解除本合同，乙方应承担违约责任，违约金金额为造成损失金额的 30%。

3、在本合同有效期内，由于乙方的原因造成微信公众号、新浪微博、头条号等内容未在工作日更新或中断超过三天的，甲方有权解除本合同，乙方应向甲方支付造成损失金额的 30% 的违约金，并退还未完成部分的费用。

4、乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决全部问题；给甲方造成任何损失的，应全部赔偿并承担法律责任。

5、有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额为损失金额的 20%。

## 十、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼解决。

## 十一、合同生效

本合同自甲、乙方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本合同有效期自合同生效之日起至 2027 年 3 月 31 日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章生效。

本合同一式五份，甲方、乙方各执两份，采购代理机构执一份，具有同等法律效力，每份具有同等法律效力。

（此页无正文）

甲 方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙 方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

### 第3包：新闻媒体宣传服务

本合同是否为中小企业预留合同：是/否

本合同由以下双方签订：

甲方：北京市民政局

地址：北京市通州区留庄路4号院2号楼

联系人：

联系电话：

乙方：

地址：

联系人：

联系电话：

甲方委托乙方提供新闻媒体宣传服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同条款：

#### 一、项目内容

为落实市委市政府要求，结合甲方重点任务和工作安排，计划对养老服务领域中围绕出行、餐饮、养老机构等多个养老相关细分话题进行深度报道，针对养老政策解读、养老服务人才供给、殡葬政策与人文关怀、殡葬便民服务信息、社会组织创新服务等开展宣传，合同期内在乙方报纸刊物及所属新媒体客户端上，策划采编完成采编完成不少于27个报纸专版报道、制作不少于15期主题宣传策划（2025年10月31日前完成70%），采用深度报道的方式对局全年重点业务进行宣传报道。

乙方应于2026年12月10日前向甲方递交一式两份年终书面结项报告（包含采编完成不少于27个报纸专版报道、制作不少于15期主题宣传策划的电子版或纸质版等相关内容）。

#### 二、甲方权利义务

1、甲方负责项目进度的总体把控和流程进度监督，为乙方正常履约提供必要支持，指导乙方完成北京民政领域相关采编工作。

2、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不

当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

3、甲方为乙方开展工作提供必要的信息、资源和沟通、联络工作。

4、为宣传、推广需要，甲方有权使用乙方向其提供的资料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。乙方应保证甲方在使用上述资料、姓名、肖像及工作成果时，不存在任何侵犯第三方知识产权、姓名权、肖像权等合法权益的行为。若因此引起第三方与甲方的纠纷，乙方应当负责处理索赔或涉诉等各项事宜。因此给甲方造成任何直接经济损失的，乙方还应当承担全部赔偿责任。

5、甲方有权要求乙方在项目结项后（不晚于2026年12月10日前），将重要项目信息材料和项目成果移交甲方。

### 三、乙方权利义务

1、乙方提供的项目服务应当遵守国家现行法律、法规，遵守社会公共秩序，保障公民的合法权利，保障甲方及其他政府部门的社会形象。

2、乙方遵循合作内容，运用自身及合作媒体优势，做好北京市民政领域新闻报道的采编、印刷、发行工作。

3、乙方按照项目内容发布相关信息，须经甲方审核并书面确认。乙方须配合甲方研究选题，并经甲方审定后具体负责选题的后期采编工作和印刷发行（邮寄）。

4、甲方可根据不同阶段或宣传内容需要，提出版面设计需要，包括：专栏篇幅、文字数量、图片数量等，乙方应按甲方要求完成。

5、本合同仅建立甲方与乙方之间的法律关系，乙方以自己名义对本项目采、编人员进行录用、雇佣和管理，并承担其相应的报酬、社会保险等费用。乙方进行本项目的人员与乙方发生任何劳动或劳务等纠纷的，与甲方无关。乙方同时保证：

（1）提供一套完整的服务方案，人员配备不少于15人，包括至少1名统筹服务，负责协同和管理项目进度；至少8名持有专业证件的从事新闻采编的工作人员服务，确保高质量的宣传；至少4名编辑服务，确保素有内容的准确性和专业性；以及至少2名摄影师的服务，提供高质量的视觉内容。所有服务均由具备2年以上工作经验的专业人员提供，确保全面而专业的支持。

（2）项目负责人的联系方式畅通（联系电话：；手机：；邮箱：）；

6、乙方负责宣传的采、编、印刷、发行工作，甲方负责宏观原则性把握并审核把关。

7、乙方在工作中所需的采、编、印刷设备由乙方自行解决或由乙方委托有资质的第三方提供，费用由乙方自行承担。

8、乙方不得将本合同合作内容的策划采编工作转包给第三方，印刷工作可交由有资质的第三方完成，费用由乙方自行承担。

9、乙方在组织采编活动等履约过程中，应当加强消防、食品、公共卫生等安全管理，落实安全防范措施，建立健全安全管理制度和应急预案处理机制，防范各类安全责任事故发生，保障参加者的安全。乙方应负责乙方所派的工作人员安全，做好培训及监督检查工作；乙方所派的工作人员发生任何人身安全问题和由于乙方管理疏忽造成的人员人身伤害及财产损失，甲方不承担任何责任和赔偿，由乙方承担全部责任。

9、乙方保证其具备履行本合同内容相应的资质和条件，并委派具备相应岗位资格及专业能力的人员，否则给甲方造成的损失，由乙方负责赔偿。

10、因乙方原因造成甲方或第三人财产损失或人身损害的，由乙方承担全部责任，由此给甲方造成损失的，应赔偿甲方全部损失。

#### 四、付款金额、时间及方式

1、本合同总金额为人民币大写\_\_\_\_\_（¥\_\_\_\_\_元）。

2、本合同生效后，在取得乙方等额法定税务发票 10 日内，甲方应向乙方支付合同总金额 70%的首付款人民币\_\_\_\_\_元（大写：\_\_\_\_\_元整）。甲方将于项目验收合格后，在取得乙方等额法定税务发票 10 日内，将合同总金额 30%的剩余尾款人民币\_\_\_\_\_元（大写：元整）支付给乙方。

甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制，可以顺延付款期限，甲方不承担违约责任。但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

3、乙方不能按照本合同约定提供发票的，甲方有权拒绝支付合同价款，且无需承担违约责任。

4、乙方账户信息：

户 名：

开户行：

账 号：

5、甲方开票信息如下：

名 称：

纳税人识别号：

## 五、验收

验收主体：甲方；

验收时间：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内（不晚于 2026 年 12 月 10 日前），乙方提出验收申请；

验收方式：甲方组织验收；

验收程序：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，乙方申请验收，甲方组织验收；

验收内容：合同项下所有内容，包括数量、质量是否达到要求等；

验收标准：达到合同要求。

## 六、保密条款

1、双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术、内部管理、内部制度、未公开文件及数据等有关资料、信息应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述保密信息。

2、乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3、本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

## 七、知识产权

甲方提供的宣传内容、图片等材料的全部知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案等的知识产权等权利属于甲方。

乙方受托完成的本合同项下所有工作成果的知识产权，全部归属于甲方所有。

## 八、违约责任

1、本合同一经生效，无正当理由，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，都应当承担因违约行为而给对方造成的经济损失。

2、乙方不能按照约定提供服务（合同期内策划采编完成采编完成不少于 27 个报纸专版报道、制作不少于 15 期主题宣传策划，人员配备未达到约定水平等），以及服务质量不符合甲方要求时，甲方有权解除合同，乙方应承担相应的违约责任，将扣除甲方认可已完成部分的费用后退还甲方，并承担未按本合同约定履行对应总金额 5% 的违约金，违约金不足以弥补由此给甲方造成的全部直接经济损失的，还应承担赔偿责任。

3、若由于乙方原因，不能在合同约定服务周期内通过甲方验收，则每逾期一天，需按本

合同总金额的 1‰作为逾期违约金支付给甲方，乙方支付逾期违约金并不免除乙方交付的责任，逾期违约金可从未付款项中扣除。如逾期达到 5 日，甲方有权解除本合同，乙方应承担违约责任。

4、乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决，因此给甲方造成任何经济损失的，乙方应全部赔偿。

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承担保密义务。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方保密的内容透露给任何第三方。如果对是否属于保密的内容存在争议，则乙方应按保密的内容进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。如有泄密等行为，将由乙方承担全部责任。本保密条款具有独立性，不受本合同的撤销、无效、终止或解除的影响。

6、乙方除不可抗力因素外，对没有及时响应和履约事项对甲方造成损失的视情况纳入尾款扣除。

#### 九、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼解决。

#### 十、合同生效及份数

本合同自甲、乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本合同有效期自本合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日止。

本合同未尽事宜，由双方协商并达成书面补充协议，补充协议由双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。

本合同一式伍份，每份具有同等法律效力，甲方两份，乙方两份，招标代理机构一份。

甲 方（盖章）：北京市民政局

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙 方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

### 第4包：社会面宣传服务

本合同是否为中小企业预留合同：是/否

甲方：北京市民政局

地址：北京市通州区留庄路4号院2号楼

联系人：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

甲方委托乙方就开展社会面宣传服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同：

#### 一、项目服务内容

围绕“养老行业相关活动”、“2026年重阳节和“敬老月””、“养老服务网”及“清明节”四个主题，分别进行宣传推广、投放，具体要求如下：

1、在开展养老行业相关活动当月，设计制作相关主题海报，选取客流量较大的首都机场T3航站楼及商场大屏进行宣传素材投放，投放数量3块，投放周期2周；选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量2块，投放周期4周；选取重要地铁线路进行1列地铁车门贴广告进行投放，投放周期4周。

2、在2026年“敬老月”及重阳节宣传期内，设计制作相关主题海报，选取客流量较大的首都机场T3航站楼及商场大屏进行宣传素材投放，投放数量3块，投放周期4周。选取公交车载广告，在全北京公交电视进行联播，700余条线路，10000余辆车，20000余块屏，投放周期4周。选取重要公交站牌投放12个点位，含2个品牌形象站，投放周期4周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量2块，投放周期4周。选取重要地铁线路进行1列地

铁车门贴广告进行投放，投放周期 4 周。

3、在养老服务网宣传期内，设计制作相关主题海报，选取重要公交站牌投放 12 个点位，含 2 个品牌形象站，投放周期 4 周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周。选取地铁电视媒体广告，在北京重点地铁线路进行广告联播，覆盖现有全部的地铁电视屏幕 11000 余块，投放周期 2 周。

4、在清明节宣传期内，设计制作相关主题海报，选取人流量较大的公交站牌投放 12 个点位，含 2 个品牌形象站，投放周期 4 周。选取重要地铁站点进行地铁灯箱广告投放，投放数量 2 块，投放周期 4 周。

## 二、甲方权利义务

1、甲方负责项目进度的总体把控和流程进度监督，为乙方正常履约提供必要的信息、资源和沟通、联络支持。

2、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

3、甲方负责发布内容原则性和准确性的审核把握。

4、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

5、甲方有权要求乙方在项目结项后将全部最终投放推广过程中的图片、视频等重要项目信息材料和项目成果移交甲方。

## 三、乙方权利义务

1、乙方提供的项目服务应当遵守国家现行法律、法规，遵守社会公共秩序，保障公民的合法权益，保障甲方及其他政府部门的社会形象。

2、乙方按甲方提出的要求宣传效果，完成广告投放工作。

3、每个主题具体投放时间以甲方依照实际工作要求发出的书面通知为准。

4、乙方有权利对甲方提交的投放方案进行修改完善，甲乙双方意见不一致时以甲方意见为准。

5、乙方提供全部专业设备、技术人员等项目所需人员和设备。

6、乙方应负责乙方所派的工作人员安全，做好培训及监督检查工作；乙方所派的工作人员发生任何人身安全问题和由于乙方管理疏忽造成的现场人员人身伤害及财产损失，甲方不承担任何责任和赔偿，均由乙方承担全部责任。

## 四、付款金额、时间及方式

(一) 甲方需向乙方付款共计大写人民币\_\_\_\_\_整 (¥\_\_\_\_元含税)。

(二) 本合同生效后, 在取得乙方交付的等额合法税务发票的 10 日内, 甲方应向乙方支付合同金额 70% 的首付款人民币\_\_\_\_\_整 (¥\_\_\_\_元含税)。合同金额 30% 的剩余尾款人民币\_\_\_\_\_整 (¥\_\_\_\_元含税) 甲方将于项目验收合格后, 在取得等额合法税务发票的 10 日内支付给乙方。甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制, 可以顺延付款期限, 甲方不承担违约责任, 但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方, 且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

(三) 甲方每次付款前, 乙方应当提交符合甲方要求的等额法定税务发票。乙方不能提供等额法定税务发票的, 甲方有权拒绝支付。

(四) 乙方账号信息:

户名: \_\_\_\_\_

税号: \_\_\_\_\_

开户: \_\_\_\_\_

账号: \_\_\_\_\_

(五) 甲方开票信息如下:

名称: \_\_\_\_\_

纳税人识别号: \_\_\_\_\_

## 五、履行期限、地点

1. 合同履行期限要求: 自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日止。

2. 履约地点: 甲方指定地点。

## 六、验收

验收主体: 甲方;

验收时间: 完成合同项下所有工作后 10 个工作日内, 不晚于 2026 年 12 月 10 前, 启动验收程序。

验收程序和方式: 乙方申请验收, 甲方组织验收;

验收内容: 乙方根据合同约定, 提供相应产品内容, 并提交书面项目结项报告, 共 2 份; 甲方对照合同和乙方提供内容, 进行逐项验收。

验收标准: 达到合同约定和甲方要求。

## 七、保密条款

1、双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术等有关的资料、信息，以及双方非公开的工作文件、工作数据应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

2、乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除，乙方不得保存、复制上述任何资料。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3、本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

## 八、知识产权

甲方提供的宣传内容、图片等材料的著作权等知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案、动画等的著作权等权利属于甲方。

乙方保证，在履行本合同过程中所依据的任何资料及因履行本合同而向甲方提交的各项成果不得侵犯第三方的著作权、专利权、商标权等知识产权，不得侵犯第三方的隐私权、商业秘密等合法权利或已获得第三人授权使用，若因此引起第三方与甲方的纠纷，乙方应当负责处理索赔或涉诉等各项事宜，并因此承担违约责任，给甲方造成损失的，还应当承担赔偿责任。

## 九、违约责任

1、本合同一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，违约方应承担因违约行为而给守约方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2、若乙方不能按照本合同约定的时间及内容提供服务或者服务质量不符合甲方要求时，甲方有权解除合同，乙方应承担违约责任，将所有收取的费用退还甲方，同时向甲方支付合同总金额 30%的违约金，并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

3、乙方保证合同履行期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决全部问题；给甲方造成任何损失的，应全部赔偿并承担法律责任。

4、乙方未经甲方书面同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额为合同总金额的 30%，并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

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承担保密义务。未经甲方书面同意，乙方不得将甲方保密的内容透露给任何第三方。如果对是否属于保密的内容存在争议，则乙方应按保密的内容进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。如有泄密等行为，将由乙方承担全部责任。本保密条款具有独立性，不受本合同的撤销、无效、终止或解除的影响。

#### 十、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼解决。

#### 十一、合同生效

本合同自甲、乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本合同有效期自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章生效。

本合同一式五份，甲方、乙方各执两份，采购代理机构执一份，具有同等法律效力，每份具有同等法律效力。

甲 方（盖章）：北京市民政局

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

乙 方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

\_\_\_\_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

### 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（适用于第4包）****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）；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（请进行选择）：

不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日期：

### 3 本项目的特定资格要求（如有）

#### 3-1 联合协议（适用于第3包，如有）

##### 联合协议

\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_及\_\_\_\_\_就“\_\_\_\_\_（项目名称）”\_\_\_\_\_包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

- 一、由\_\_\_\_\_牵头，\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。
- 二、联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
- 三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具《授权委托书》。
- 四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。
- 五、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 六、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 七、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 八、本项目联合协议合同总额为\_\_\_\_\_元，联合体各成员按照如下比例分摊（按联合体成员分别列明）：
  - （1）\_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元；
  - （2）\_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元；
  - （...）\_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元。
- 九、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。
- 十、其他约定（如有）：\_\_\_\_\_。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称：\_\_\_\_\_

盖章：\_\_\_\_\_

联合体成员名称：\_\_\_\_\_

盖章：\_\_\_\_\_

联合体成员名称：\_\_\_\_\_

盖章：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

**注：**

1. 如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则**投标无效**。
2. 联合体各方成员须在本协议上共同盖章。

#### 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：

## 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

## 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：\_\_\_\_\_

包号	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（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

## 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><b>对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择<b>投标无效</b>）：</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>无偏离</b>（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"/> <b>有偏离</b>（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐列明，否则<b>投标无效</b>；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

## 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

## 7 中小企业证明文件（适用于第 1、2、3 包）

说明：

- 1) 中小企业参加政府采购活动，应当出具《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，以证明中小企业身份。《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。
- 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。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业执行。

### 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）；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：

## 8 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，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。

投标人名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 9 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

### 9-1 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”。

**9-2 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料**