

# 北京市政府采购项目 竞争性磋商文件

项目名称：民政民生业务宣传服务（统筹）

项目编号/包号：BJJQ-2026-372/01~03

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	采购邀请 .....	2
第二章	供应商须知 .....	6
第三章	评审方法和评审标准 .....	23
第四章	采购需求 .....	46
第五章	合同草案条款 .....	53
第六章	响应文件格式 .....	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 采购邀请

### 一、项目基本情况

- 1.项目编号：BJJQ-2026-372
- 2.项目名称：民政民生业务宣传服务（统筹）
- 3.采购方式：竞争性磋商
- 4.项目预算金额：109.425 万元
- 5.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	新媒体视频 宣传制作	85.6	1 项	制作不少于 10 个短视频，宣传首都民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度。
02	新时代文明 实践活动	4.4	1 项	组织开展 3 场“礼遇探访”实践活动并进行多媒体宣传。
03	慈善北京文 化建设服务	19.425	1 项	围绕“中华慈善日”、“慈善北京”主题，分别设计主视觉宣传海报并进行推广、投放。

6.合同履行期限：自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

7.本项目是否接受联合体：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：**本项目第 1 包专门面向中小企业采购**；第 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、获取采购文件

1.时间：2026 年 05 月 26 日至 2026 年 06 月 02 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>）获取电子版竞争性磋商文件。

4.售价：0 元。

### 四、响应文件提交

截止时间：2026 年 06 月 09 日 10 点 00 分（北京时间）。

地点：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层会议室（地铁 2 号线、6 号线，朝阳门站 H 口出，向南 200 米）。

### 五、开启

截止时间：2026 年 06 月 09 日 10 点 00 分（北京时间）。

地点：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层会议室（地铁 2 号线、6 号线，朝阳门站 H 口出，向南 200 米）。

### 六、公告期限

自本公告发布之日起 3 个工作日。

### 七、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.本项目采用电子化采购方式（**线上线下相结合形式**），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 获取电子竞争性磋商文件

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竞争性磋商文件。

供应商如计划参与多个采购包的响应，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采购文件电子版。

3.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。

4.采购代理机构项目编号：BJJQ-2026-372/01~03

5.采购代理机构项目联系邮箱：yw03@hcjq.net

### 八、对本次采购提出询问，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 供应商须知

## 供应商须知资料表

本表是对供应商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 <input type="checkbox"/> 工程												
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												
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：_____。												
	磋商前答疑会	<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：_____。												
4.1.2	进口产品	<input checked="" type="checkbox"/> 本项目不接受进口产品。 <input type="checkbox"/> 本项目接受进口产品，具体范围及要求详见《采购需求》。												
4.3.5	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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <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>新媒体视频宣传制作</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>02</td> <td>新时代文明实践活动</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>03</td> <td>慈善北京文化建设服务</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	新媒体视频宣传制作	其他未列明行业	02	新时代文明实践活动	其他未列明行业	03	慈善北京文化建设服务	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	新媒体视频宣传制作	其他未列明行业												
02	新时代文明实践活动	其他未列明行业												
03	慈善北京文化建设服务	其他未列明行业												
10.2	报价	报价的特殊规定： <input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 有，具体情形：_____。												
11.1	磋商保证金	磋商保证金金额：01包：17001元；02包：802元；03包：3003元。 磋商保证金收受人信息：												

条款号	条目	内容
		收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司 账号：1000000010120100382136000719 开户银行：浙商银行股份有限公司北京分行营业部 开户行行号：316100000025 （汇款时，请输入开户银行全称“浙商银行股份有限公司北京分行营业部”，以避免出现汇款不成功） <b>【注意】磋商保证金提交截止时间：</b> 供应商应在提交首次响应文件截止时间前按磋商文件规定的金额、形式等，将磋商保证金交到北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司（采用电汇或网上银行支付的，须在提交首次响应文件截止时间前到账，并注明项目编号 BJJQ-2026-372/包号）
11.8.5		磋商保证金不予退还的其他情形： <input type="checkbox"/> 无 <input checked="" type="checkbox"/> 有，具体情形：成交供应商未按照本须知第 23 条规定签订合同的。
12.1	响应有效期	自响应文件提交截止之日起算 90 日历天。
13.1	响应文件的份数	响应文件份数：二份正本、三份副本、二份电子版 供应商递交的电子版文件应为响应文件正本 PDF 扫描版，包含纸质响应文件全部内容，存储载体为只读光盘或一次写入光盘。
20.1	确定成交供应商	采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商： <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是 成交候选人并列的，按照以下方式确定成交供应商：得分相同的，按报价由低到高顺序确定；得分且报价均相同的，以技术和服务部分得分高者为成交供应商；得分、报价、服务方案得分均相同的，随机抽取。
23.5	分包	本项目是否允许分包： <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：_____；

条款号	条目	内容															
		(3) 其他要求：_____。															
23.6	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”。															
24.1.1	询问	询问提出形式：直接或以邮寄方式提交书面询问函。															
24.3	联系方式	1、询问 联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《投标邀请》中的采购代理机构信息和项目联系方式。 2、质疑 联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部； 联系电话：010-65915204； 通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同6号北京INN3号楼9层。															
25	代理费	<p><b>收费对象：</b></p> <p><input type="checkbox"/>采购人</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>成交供应商</p> <p><b>收费标准：</b>1、成交金额为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成交金额为基准、按差额定率累进法计算，收取标准如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>成交金额</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> <tr> <td>1000~5000万元（含5000万元）</td> <td></td> <td>0.35%</td> </tr> </tbody> </table>	成交金额	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%	1000~5000万元（含5000万元）		0.35%
成交金额	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%															
1000~5000万元（含5000万元）		0.35%															

条款号	条目	内容	
		5000 万元~1 亿元（含 1 亿元）	0.2%
		1~10 亿元（含 10 亿元）	0.05%
		10 亿以上	0.01%
		<p>2、成交金额为 100 万元以下的项目（包），按以下固定费用收取：</p> <p>（1）成交金额为 50~100 万元（含 100 万元）的项目（包），收取代理服务费 15000 元。</p> <p>（2）成交金额为 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></p> <p>收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司</p> <p>开 户 行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行</p> <p>银行账号：1119 1701 0400 02067</p> <p>开户行行号：1031 0001 9176</p> <p><b>缴纳时间：</b>在领取成交通知书时交付代理费。</p>	

## 供应商须知

### 一 说明

#### 1 采购人、采购代理机构、供应商、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《采购邀请》。
- 1.2 供应商（也称“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

- 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《供应商须知资料表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《供应商须知资料表》。

#### 3 现场考察、磋商前答疑会

- 3.1 若《供应商须知资料表》中规定了组织现场考察、召开磋商前答疑会，则供应商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磋商前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响响应文件编制、报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由供应商自行承担不利评审后果。

#### 4 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

##### 4.1 采购本国货物、工程和服务

- 4.1.1 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。
- 4.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与响应，则具体要求见第四章《采购需求》。
- 4.1.3 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）。

##### 4.2 本国产品

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

#### 4.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

##### 4.3.1 中小企业定义：

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

4.3.1.2 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。

4.3.1.3 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。

4.3.1.4 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。

- 4.3.2 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。
- 4.3.3 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：
- 4.3.3.1 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）；
- 4.3.3.2 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；
- 4.3.3.3 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；
- 4.3.3.4 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；
- 4.3.3.5 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）；
- 4.3.3.6 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。
- 4.3.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《采购邀请》。
- 4.3.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《供应商须知资料表》。

- 4.3.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第三章《评审方法和评审标准》。
- 4.4 政府采购节能产品、环境标志产品
- 4.4.1 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。
- 4.4.2 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）。
- 4.4.3 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，则供应商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**响应无效**；
- 4.4.4 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三章《评审方法和评审标准》（如涉及）。
- 4.5 正版软件
- 4.5.1 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）。
- 4.6 网络安全专用产品
- 4.6.1 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。

#### 4.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

4.7.1 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（具体标准见第四章《采购需求》），否则**响应无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第三章《评审方法和评审标准》。

#### 4.8 采购需求标准

##### 4.8.1 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，则其具体要求见第四章《采购需求》。

##### 4.8.2 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，则具体要求见第四章《采购需求》。

### 5 响应费用

5.1 供应商应自行承担所有与准备和参加磋商有关的费用，无论磋商的结果如何，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 竞争性磋商文件

### 6 竞争性磋商文件构成

6.1 竞争性磋商文件包括以下部分：

第一章 采购邀请

第二章 供应商须知

第三章 评审方法和评审标准

#### 第四章 采购需求

#### 第五章 合同草案条款

#### 第六章 响应文件格式

- 6.2 供应商应认真阅读竞争性磋商文件的全部内容。供应商应按照竞争性磋商文件要求提交响应文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对竞争性磋商文件做出实质性响应，否则**响应无效**。

### 7 对竞争性磋商文件的澄清或修改

- 7.1 采购人、采购代理机构或者磋商小组对已发出的竞争性磋商文件进行必要澄清或者修改的，将以书面形式通知所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商。采用公告方式邀请供应商参与的，还将在原公告发布媒体上发布更正公告。
- 7.2 上述书面通知，按照获取竞争性磋商文件的潜在供应商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。
- 7.3 澄清或者修改的内容为竞争性磋商文件的组成部分，并对所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，将在提交首次响应文件截止之日 5 日前，以书面形式通知所有获取磋商文件的供应商；不足上述时间的，将顺延提交首次响应文件截止时间。

### 三 响应文件的编制

### 8 响应范围、竞争性磋商文件中计量单位的使用及磋商语言

- 8.1 本项目如划分采购包，供应商可以对本项目的其中一个采购包进行响应，也可同时对多个采购包进行响应。供应商应当对所参与采购包对应第四章《采购需求》所列的全部内容进行响应，不得将一个采购包中的内容拆分响应，否则其对该采购包的响应将被认定为**无效响应**。
- 8.2 除竞争性磋商文件有特殊要求外，本项目磋商所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 8.3 除专用术语外，响应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。供应商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，在解释响应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，其不利后果由供应商自行承担。

### 9 响应文件构成

- 9.1 供应商应当按照竞争性磋商文件的要求编制响应文件，并对其提交的响应文件的真

实性、合法性承担法律责任。响应文件的部分格式要求，见第六章《响应文件格式》。

9.2 对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商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，**否则响应无效**。未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。

9.3 第三章《评审方法和评审标准》中涉及的证明文件。

9.4 对照第四章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第四章《采购需求》做出了响应，或申明与第四章《采购需求》的偏差和例外。如第四章《采购需求》中要求提供证明文件的，供应商应当按具体要求提供证明文件。

9.5 供应商认为应附的其他材料。

## 10 报价

10.1 所有响应均以人民币为计价货币。

10.2 供应商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。供应商的报价应包括但不限于下列内容，《供应商须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

10.2.1 响应货物及标准附件、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；

10.2.2 按照竞争性磋商文件要求完成本项目的全部相关费用。

10.3 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。

10.4 供应商不能提供任何有选择性或可调整的最后报价（竞争性磋商文件另有规定的除外），**否则其响应无效**。

## 11 磋商保证金

11.1 供应商应按《供应商须知资料表》中规定的金额及要求交纳磋商保证金。供应商自愿超额缴纳磋商保证金的，响应文件不做无效处理。

11.2 交纳磋商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。

- 11.3 磋商保证金到账（保函提交）截止时间同首次响应文件提交截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交磋商保证金的，应在首次响应文件提交截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交磋商保证金的，应在首次响应文件提交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磋商保证金的，应在首次响应文件提交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。未按上述要求缴纳保证金的，其**响应无效**。
- 11.4 磋商保证金有效期同响应有效期。
- 11.5 供应商为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳磋商保证金，其交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。
- 11.6 采购人、采购代理机构将及时退还供应商的保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的保证金，经供应商同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外：
- 11.6.1 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。采购人、采购代理机构将退还退出磋商的供应商的磋商保证金；
- 11.6.2 成交供应商的磋商保证金，在采购合同签订后 5 个工作日内退还成交供应商；
- 11.6.3 未成交供应商的磋商保证金，在成交通知书发出后 5 个工作日内退还。
- 11.7 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构不予退还磋商保证金：
- 11.7.1 供应商在响应文件提交截止时间后撤回响应文件的；
- 11.7.2 供应商在响应文件中提供虚假材料的；
- 11.7.3 除因不可抗力或磋商文件认可的情形以外，成交供应商不与采购人签订合同；
- 11.7.4 供应商与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；
- 11.7.5 《供应商须知资料表》规定的其他情形。

## 12 响应有效期

- 12.1 响应文件应在本竞争性磋商文件《供应商须知资料表》中规定的响应有效期内保持有效，响应有效期少于竞争性磋商文件规定期限的，其**响应无效**。

## 13 响应文件的份数及签署、盖章

- 13.1 供应商应按照磋商文件“供应商须知资料表”规定的份数提交响应文件正本、副本和电子版，每本响应文件须清楚地标明“正本”或“副本”或“电子版”。若正本和副本或

- 电子版不符，以正本为准。
- 13.2 响应文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由供应商的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在响应文件上签字或盖章，并加盖供应商单位公章。法定代表人/负责人签署响应文件的，应提交法定代表人/负责人身份证明；授权代表签署响应文件的，应提交法定代表人/负责人身份证明以及“法定代表人/负责人授权书”，供应商应将上述文件附在响应文件中。如对响应文件进行了修改，则应由供应商的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在修改的每一页上签字或盖章。响应文件应当装订成册，编制页码。响应文件的副本可采用正本的复印件。
- 13.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由供应商法定代表人/负责人或经其正式授权的代表签字或盖章后才有效。
- 13.4 响应文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由供应商负责。
- 13.5 本磋商文件中所要求加盖的供应商公章是指与供应商名称全称相一致的“行政公章”，不得加盖其它“合同专用章、投标专用章、财务专用章”等非行政公章；“签字”是指供应商法定代表人（单位负责人）在磋商文件规定处亲笔写上本人姓名；“法定代表人（单位负责人）签章或印鉴”是指供应商法定代表人（单位负责人）在磋商文件规定处加盖个人名章、手签章、印鉴等。
- “法定代表人（单位负责人）”指供应商营业执照或登记证书载明的“法定代表人”、“负责人”、“执行事务合伙人”、“投资人”等。
- 13.6 以联合体参加的，除磋商文件格式中要求外，磋商文件要求的供应商盖章处应按加盖联合体协议中约定的联合体牵头人公章或所有联合体成员公章。

#### 四 响应文件的提交

##### 14 响应文件的密封和标记

- 14.1 提交首次响应文件时，供应商应将响应文件正本、所有的副本、电子版密封提交。
- 14.2 所有信封或纸箱上均应：
- 1) 清楚标明递交至磋商文件中所要求的地址。
  - 2) 注明项目名称、项目编号和“在（\_\_时间）之前不得启封”的字样（填入规定的提交首次响应文件递交截止日期和时间）。
  - 3) 在信封或纸箱的封装处加盖供应商公章，也可由法定代表人/负责人或其授权代表签字或盖章。
- 14.3 所有信封或纸箱上还应写明供应商名称和地址，以便若其文件被宣布为“迟到”响应

文件时，能原封退回。

- 14.4 如果供应商未按上述要求密封及加写标记，采购单位对响应文件的误投或过早启封概不负责。

## 15 响应文件提交截止时间

- 15.1 供应商应按磋商文件规定的提交响应文件截止日期、时间和地点，将响应文件密封递交采购代理机构。
- 15.2 采购单位有权按本须知的规定，通过修改磋商文件延长提交响应文件截止时间。在此情况下，采购单位和供应商受提交响应文件截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止期。
- 15.3 在提交响应文件截止时间后送达的任何响应文件为无效文件，采购单位或磋商小组有权拒收并原封退回。

## 16 响应文件的修改与撤回

- 16.1 提交响应文件截止时间前，供应商可以对所提交的响应文件进行补充、修改或者撤回。
- 16.2 供应商对响应文件的补充、修改的内容应当按照竞争性磋商文件要求签署、盖章，作为响应文件的组成部分。补充、修改的内容与响应文件不一致的，以补充、修改的内容为准。
- 16.3 供应商对响应文件的补充、修改或者撤回的要求应采用书面形式，并按本须知规定编制、密封、标记和发送。

## 五 评审

### 17 磋商仪式

- 17.1 采购代理机构应当按磋商文件的规定，在提交首次响应文件截止时间的同一时间和地点组织磋商仪式。磋商仪式邀请供应商代表、采购人和专家等有关方面代表参加。参加磋商仪式的代表人应签名报到以证明其出席。
- 17.2 磋商仪式开始时，采购代理机构宣读致辞，由供应商代表或监察人员或公证人员检查响应文件的密封情况，经确认无误后，供应商退场。
- 17.3 磋商仪式中，除了按照本须知的规定原封退回迟到的响应文件之外，采购代理机构不得拒绝任何响应文件。
- 17.4 供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向采购人或采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。采购人或采购代理机构将及时询问被申

请回避人员，有利害关系的被申请回避人员将回避。

17.5 本项目不公开报价。

## 18 磋商小组

18.1 磋商小组根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评审与磋商事务，独立履行职责。

18.2 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。

## 19 评审方法和评审标准

19.1 见第三章《评审方法和评审标准》。

## 六 确定成交

### 20 确定成交供应商

20.1 采购人将在收到评审报告后，从评审报告提出的成交候选供应商中，按照排序由高到低的原则确定成交供应商。采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商，见《供应商须知资料表》。成交候选人并列的，按照《供应商须知资料表》要求确定成交供应商。

### 21 成交公告与成交通知书

21.1 采购人或采购代理机构将在成交供应商确定后2个工作日内，在北京市政府采购网公告成交结果，同时向成交供应商发出成交通知书，成交公告期限为1个工作日。

21.2 成交通知书对采购人和成交供应商均具有法律效力。成交通知书发出后，采购人改变成交结果的，或者成交供应商放弃成交项目的，应当依法承担法律责任。

### 22 终止

22.1 出现下列情形之一的，采购人或采购代理机构将终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

22.1.1 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

22.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

22.1.3 除了“市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目，提交最后报价的供应商可以为2家；政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有2家的，

竞争性磋商采购活动可以继续进行的”的情形外，在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足 3 家的。

## 23 签订合同

- 23.1 采购人与成交供应商应当在成交通知书发出之日起 30 日内，按照磋商文件确定的合同文本以及采购标的、规格型号、采购金额、采购数量、技术和服务要求等事项签订政府采购合同。
- 23.2 成交供应商拒绝签订政府采购合同的，采购人可以按照评审报告推荐的成交候选人名单排序，确定下一候选人为成交供应商，也可以重新开展采购活动。拒绝签订政府采购合同的成交供应商不得参加对该项目重新开展的采购活动。
- 23.3 联合体成交的，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。
- 23.4 政府采购合同不能转包。
- 23.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，成交供应商可以依法采取分包方式履行合同。本项目是否允许分包，见《供应商须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在响应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，**否则响应无效**。成交供应商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。
- 23.6 “政采贷”融资指引：详见《供应商须知资料表》。

## 24 询问与质疑

### 24.1 询问

- 24.1.1 供应商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《供应商须知资料表》。
- 24.1.2 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。

### 24.2 质疑

- 24.2.1 供应商认为竞争性磋商文件、采购过程、成交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。
- 24.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。供应商为自然人的，质疑函应当由

本人签字；供应商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。

24.2.3 供应商委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交供应商签署的授权委托书。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。供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商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。

24.2.4 供应商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。

24.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《供应商须知资料表》。

## **25 代理费**

25.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《供应商须知资料表》。由成交供应商支付的，成交供应商须一次性向采购代理机构缴纳代理费，报价应包含代理费用。

### 第三章 评审方法和评审标准

#### 一、评审程序和方法

##### 1 响应文件的资格审查和符合性审查

- 1.1 磋商小组将根据《资格审查要求》和《符合性审查要求》中规定的内容，对供应商进行检查，并形成检查结果。供应商《响应文件》有任何一项不符合《资格审查要求》和《符合性审查要求》要求的，视为未实质性响应磋商文件。未实质性响应磋商文件的响应文件按**无效响应**处理，磋商小组应当告知提交响应文件的供应商。
- 1.2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除竞争性磋商文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 1.3 《资格审查要求》见下表：

##### 资格审查要求

序号	检查因素	检查内容	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《采购邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	<p>供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”；</p> <p>供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；</p> <p>供应商是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件；</p> <p>供应商是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”；</p> <p>供应商是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。</p> <p>分支机构参加响应的，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，</p>	提供证明文件的复印件

序号	检查因素	检查内容	格式要求
		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。	
1-2	供应商资格 声明书	提供了符合竞争性磋商文件要求的《供应商资格声明书》。	格式见《响应文件格式》
1-3	供应商信用记录	<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：首次响应文件提交截止时间以后、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，与其他竞争性磋商文件一并保存；</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供应商，其<b>响应无效</b>。联合体形式磋商的，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>	无须供应商提供，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《采购邀请》	
2-1	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《采购邀请》	
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，提供如下资料：</p> <p>1、供应商单独响应的，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</p>	格式见《响应文件格式》

序号	检查因素	检查内容	格式要求
		<p>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、如磋商文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且供应商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，且满足采购文件关于预留份额的要求。</p>	
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《采购邀请》	
3-1	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，供应商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《响应文件格式》 “1-2 供应商资格声明书”
4	磋商保证金	按照竞争性磋商文件的要求提交磋商保证金。	
5	获取磋商文件	<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磋商文件。</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>	

1.4 《符合性审查要求》见下表：

#### 符合性审查要求

序号	检查因素	检查内容	是否允许澄清、说明或者更正
1	授权委托书	按竞争性磋商文件要求提供授权委托书；	不允许
2	响应完整性	未将一个采购包中的内容拆开响应；	不允许
3	响应有效期	响应文件中承诺的响应有效期满足竞争性磋商文件中载明	不允许

		的响应有效期；	
4	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按磋商文件要求提供且签署、盖章的；	不允许
5	★号条款响应	响应文件满足竞争性磋商文件第四章《采购需求》中★号条款要求的；	不允许
6	公平竞争	不存在供应商未遵循公平竞争的原则，恶意串通，妨碍其他供应商的竞争行为，损害采购人或者其他供应商的合法权益情形的；	不允许
7	附加条件	响应文件未含有采购人不能接受的附加条件的；	不允许
8	其他无效情形	供应商、响应文件不存在不符合法律、法规和磋商文件规定的其他无效情形。	不允许

## 2 磋商、响应文件有关事项的澄清、说明或者更正和最后报价

- 2.1 磋商小组所有成员将集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。
- 2.2 在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。
- 2.3 对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。
- 2.4 供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。
- 2.5 响应文件的澄清、说明或者更正：
- 2.5.1 磋商小组在对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。
- 2.5.2 磋商小组对响应文件进行审查，如发现供应商提交的响应文件存在不满足《符合性审查要求》的内容，如属于表中“不允许”澄清、说明或者更正的内容，则供应商响应文件按**无效处理**；如属于表中的“允许”澄清、说明或

更正的内容，磋商小组将要求供应商在规定的时间内对响应文件进行澄清、说明或者更正。如供应商在磋商小组规定的时间内未作出必要的澄清、说明或者更正，或澄清、说明或者更正后仍不能满足采购文件要求的，则供应商的响应文件按**无效处理**。

2.5.3 供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。磋商小组要求供应商澄清、说明或者更正响应文件应当以书面形式作出。供应商的澄清、说明或者更正应当由法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。澄清、说明或者更正文件将作为响应文件内容的一部分。

2.6 磋商结束后，磋商小组将要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。最后报价时间为磋商小组指定的时间，具体时间根据磋商进度另行通知。

## 2.7 异常低价处理

2.7.1 政府采购评审中出现下列情形之一的，评审委员会应当启动异常低价投标（响应）审查程序：

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

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

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

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

2.7.2 评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说

明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第（3）项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

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

2.7.4 上述投标（响应）报价指按照本章 3.2 修正后的报价。

2.7.5 对于符合异常低价情形但通过磋商小组审查的成交供应商，采购人可按照政府采购合同金额的 10%收取履约保证金。

2.8 磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的，磋商结束后，磋商小组应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价，提交最后报价的供应商不得少于 3 家。磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求，需经磋商由供应商提供最终设计方案或解决方案的，磋商结束后，磋商小组应当按照少数服从多数的原则投票推荐 3 家以上供应商的设计方案或者解决方案，并要求其在规定时间内提交最后报价。市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目，提交最后报价的供应商可以为 2 家；政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有 2 家的，竞争性磋商采购活动可以继续进行的。

2.9 最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。

2.10 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

### 3 最后报价的算术修正及政策调整

3.1 最后报价须包含竞争性磋商文件全部内容，如最后分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对最后报价进行调整。磋商小组有权要求供应商在评审现场合理的时间内对此进行书面确认，供应商不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分响应，其**响应无效**。

3.2 最后报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

3.2.1 竞争性磋商文件对于报价修正是否另有规定：

有，具体规定为：\_\_\_\_\_

无，按下述 3.2.2-3.2.6 项规定修正。

- 3.2.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 3.2.3 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，并修改单价；
- 3.2.4 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。
- 3.2.5 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 3.2.6 修正后的报价经供应商书面确认后产生约束力，供应商不确认的，**其响应无效。**

3.3 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》4.3 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，评审时价格不予扣除。

- 3.3.1 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。
- 3.3.2 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。
- 3.3.3 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。
- 3.3.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 3.3.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照竞争性磋商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。
- 3.3.6 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。
- 3.3.7 残疾人福利性单位按竞争性磋商文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 3.3.8 若供应商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。

3.4 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》4.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评审时价格不予扣除。

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

3.4.2 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。

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

#### 4 磋商环节及提交最后报价后如出现以下情况的，供应商的响应文件无效：

4.1 供应商对实质性变动不予确认的；

4.2 不满足磋商文件★号条款或磋商文件技术指标超出磋商文件《采购需求》中主要技术参数允许偏差的最大范围的（如有）；

4.3 未按照磋商小组规定的时间、逾期提交最后报价的；

4.4 如供应商的最后报价超过竞争性磋商文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价的；

4.5 响应文件中出现可选择性或可调整的报价的（竞争性磋商文件另有规定的除外）；

4.6 最后报价出现前后不一致，供应商对修正后的报价不予确认的；

4.7 其他：\_\_\_/\_\_\_。

#### 5 评审方法和评审标准

5.1 本项目采用的评审方法为：本项目的评审采用综合评分法。综合评分法，是指响应文件满足磋商文件全部实质性要求且按评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为成交候选供应商的评审方法。

5.2 竞争性磋商文件中没有规定的评审标准不得作为评审依据。

5.3 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）\_\_\_/\_\_\_。

## 6 确定成交候选人名单

- 6.1 磋商小组将根据各供应商的评审排序以及磋商文件中关于成交候选人的相关规定，确定本项目成交候选人名单，按照评审得分由高到低顺序推荐成交候选人的排名顺序。评审得分相同的，按照最后报价由低到高的顺序推荐。评审得分且最后报价相同的，按照技术指标优劣顺序推荐。响应文件满足竞争性磋商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供应商为排名第一的成交候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。
- 6.2 磋商小组根据上述供应商排序，依次推荐排序前3名的供应商为成交候选供应商（若在磋商文件允许的情形下提交最后报价的供应商为二家，则依次推荐二名供应商为成交候选供应商），并编写评审报告。
- 6.3 磋商小组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、响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

## 7 报告违法行为

- 7.1 磋商小组在评审过程中发现供应商有行贿、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、评审标准

## 第1包：新媒体视频宣传制作

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)起至今完成的类似短视频宣传项目的业绩,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。
			短视频 制作播 出方案	8分
		8分		综合考虑供应商提供的视频策划方案。 方案完整度高,策划新颖独特,主题内容鲜明(包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度,宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等),受众适用性强,完

			<p>全满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度较高，策划较为新颖，主题内容突出（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性较强，基本满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度一般，策划方案通用，主题内容策划不明显，有一定的受众适用性：4分；</p> <p>方案完整度较差，策划方案简单，内容缺失较多，主题内容策划不明显，受众适用性较差：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		8分	<p>综合考虑供应商提供的<b>视频拍摄方案</b>。</p> <p>方案完整度高、拍摄工作流程及思路清晰、拍摄方式多样，完全满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度较高、拍摄工作流程及思路较为清晰、拍摄方式较多，满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度一般、拍摄工作流程及思路简单、拍摄方式简单，勉强满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较差、拍摄工作流程及思路混乱、拍摄方式较少、方案有较多缺失，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		6分	<p>综合考虑供应商提供的<b>后期制作方案</b>。</p> <p>方案完整度高、制作流程明确、手法多样、能够保证视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：6分；</p> <p>方案基本完整、制作流程及手法普通、符合项目主题需要，基本满足采购需求：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>

			<p><b>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：</b></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：6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：4分；</p> <p>方案描述简单，播放进度计划及投放媒体基本满足采购需求中的播出要求：2分；</p> <p>方案不合理，播放进度计划及投放媒体不满足采购需求中的播出要求或未提供该方案：0分。</p>
			<p><b>综合考虑供应商针对本项目可提供的实施设备投入情况。</b></p> <p>实施设备种类众多、技术先进：3分；</p> <p>实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：2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>
		质量保证方案	<p><b>综合考虑供应商提供的质量保证方案。</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：8分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、具有一定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：6分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施一般、节目内容与画面质量监管体系一般、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施较少、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>
		加急摄	5分 供应商承诺“能够在交付策划方案后，加急进行项目摄制，按照

	制承诺		<p>采购人规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作”的，得 5 分，未承诺不得分。</p> <p><b>注：供应商需在响应文件目录中注明承诺所在页数以便于磋商小组评审。</b></p>
	推广宣传方案	8 分	<p>综合考虑供应商提供的宣传推广方案，对采购需求的响应程度。方案完整度高、专业性强、可执行性强，完全契合采购需求，宣传推广渠道广泛、宣传方式丰富：8 分；</p> <p>方案完整度较高、专业性较强、可行性较强，契合采购需求程度较高，宣传推广渠道较广泛：6 分；</p> <p>方案完整度一般、有一定专业性及可行性，宣传推广渠道普通，基本契合采购需求：4 分；</p> <p>方案完整度较低、专业性较弱、可行性较弱，推广渠道较贫乏，契合采购需求程度较低：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<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>
	项目团队安排	5 分	<p><b>综合考虑</b>供应商为本项目拟组建的项目策划团队情况。</p> <p>团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5 分；</p>

			<p>团队组成人员一般、分工较明确、具有一定的经验：3分；</p> <p>团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；</p> <p>（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，未提供的不得分）</p>
		5分	<p><b>综合考虑供应商为本项目拟组建的项目拍摄、制作团队情况。</b></p> <p>团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；</p> <p>团队组成人员安排较合理、分工较明确、经验较丰富：3分；</p> <p>团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；</p> <p>（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，未提供的不得分）</p>
3	报价 (10分)	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3及3.4。</p>	
合计 100 分			

## 第2包：新时代文明实践活动

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)起至今完成的类似活动项目的业绩,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	10分	<p>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活动主题、项目重难点等。</p> <p>项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对活动主旨理解深入、重难点分析全面到位:10分;</p> <p>项目分析针对性较强、对活动主题了解较深入、对活动主旨理解较深入、重难点分析较全面:8分;</p> <p>项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对活动主旨理解一般、重难点分析一般:6分;</p> <p>项目分析针对性较差、对活动主题了解较少、对活动主旨理解较差、重难点分析较差:4分;</p> <p>项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析:2分;</p> <p>未提供任何材料:0分。</p>
		“礼遇探 访”实 践活动 方案	18分	<p>综合考虑供应商提供的礼遇“中国工艺美术馆”方案、礼遇“首钢园”方案、礼遇“同仁堂健康零号店”方案,对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、活动策划新颖、活动内容丰富、契合活动主题、受众适用性强,完全满足采购需求:18分;</p> <p>方案完整度较高、活动策划较新颖、活动内容较多、主题契合度较高、受众适用性较强,满足采购需求:14分;</p> <p>方案完整度一般、活动策划能力一般、活动内容一般、主题契合度一般、有一定的受众适用性,可以满足采购需求:10分;</p> <p>方案完整度较差、活动策划能力较差、活动内容较少、主题契合度较低、受众适用性较低,无法完全满足采购需求:6分;</p> <p>方案完整度差、有很多缺失内容、活动内容较少、与主题无契合</p>

			度、受众适用性低，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何材料：0分。
	多媒体宣传方案	5分	综合考虑供应商提供的多媒体宣传方案，对采购需求的响应程度。 方案完整度高、专业性强、可执行性强，完全契合采购需求，宣传推广渠道广泛、宣传方式丰富：5分； 方案完整度较高、专业性较强、可行性较强，契合采购需求程度较高，宣传推广渠道较广泛：4分； 方案完整度一般、有一定专业性及可行性，宣传推广渠道普通，基本契合采购需求：3分； 方案完整度较低、专业性较弱、可行性较弱，推广渠道较贫乏，契合采购需求程度较低：1分； 未提供任何材料：0分。
	后期制作方案	10分	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。 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：10分； 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：8分； 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，基本满足采购需求：6分； 方案完整度欠佳、制作流程及手法不完善、缺少视觉观赏性，勉强符合项目需要，勉强满足采购需求：4分； 方案不完整、制作流程混乱、手法缺失，无法符合项目需要，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何方案：0分。
	设备配备	5分	综合考虑供应商针对本项目可提供的设备情况。 设备种类准备众多、技术水平先进：5分； 设备种类准备较多、技术水平有限：3分； 设备种类准备较少且技术水平不足：1分；

			未提供任何材料：0分。
	后勤保障方案	10分	<p>综合考虑供应商提供的活动后勤保障方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、保障措施众多且描述详细、车辆安排充裕，沟通协调时效性强，完全满足采购需求：10分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、车辆安排较充裕、沟通协调时效性较强，满足采购需求：8分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施一般、车辆安排满足磋商文件要求、沟通协调时效性一般，可以满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度有欠缺、保障措施简单、车辆安排能够满足磋商文件要求、沟通协调时效性较差：4分；</p> <p>方案完整度差、内容缺失较多、保障措施粗略、沟通协调时效性差，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
	安全及应急预案	7分	<p>综合考虑供应商提供的活动安全及应急预案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、安全预案众多、处突能力强、具有完善的应急管理体系，完全满足采购需求：7分；</p> <p>方案完整度较高、安全预案较多、处突能力较强、具有较完善的应急管理体系，满足采购需求：5分；</p> <p>方案完整度一般、安全预案一般、处突能力一般、具有一定的应急管理体系，可以满足采购需求：3分；</p> <p>方案完整度较差、安全预案较少、处突能力较差、应急管理体系建设较差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
	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>
		项目团队	10分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的项目团队情况（需附人员组成名单、资历证明等材料）。</p> <p>团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：10分；</p> <p>团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：8分；</p> <p>作团队组成人员一般、专业性一般、经验一般：6分；</p> <p>团队组成人员较差、专业性较差、项目经验较少：4分；</p> <p>团队组成人员差、专业性差、无相关项目经验：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
3	报价 (10分)	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3及3.4。</p>		
合计 100 分				

## 第3包：慈善北京文化建设服务

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日起至今（以合同签订时间为准）完成同类的项目业绩，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，

			<p>完全满足采购需求：10分；</p> <p>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；</p> <p>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；</p> <p>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；</p> <p>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；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		广告投放方案	<p>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。</p> <p>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，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>
			<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</p>

			<p>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</p>

			较差，无法完全满足采购需求：1分； 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、缺乏专业性及相关项目经验：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	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

			<p>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、缺乏专业性及相关项目经验：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	报价 (10分)	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3及3.4。</p>	
合计 100 分			

## 第四章 采购需求

### 第1包：新媒体视频宣传制作

#### 一、项目概述

为了配合做好市民政局宣传工作，根据市民政局重点工作内容，结合相关社会资源，融合新媒体传播优势，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，策划、制作短视频项目，深入宣传北京民政民生政策、人物，树立良好形象，使“民政为民、民政爱民”的理念深入人心。

项目周期：自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

#### 二、短视频宣传内容

宣传北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

#### 三、短视频新媒体传播平台

如果采购人提出发布需求，服务方以北京民政名义在新浪微博、微信公众号等新媒体平台进行发布。

#### 四、短视频制作规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P（高清），25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

#### 五、服务要求

1.本项目团队成员不少于 22 人，其中监制 1 人；制片 1 人；主编 2 人；导演 2 人；摄像师 4 人；灯光、录音师 2 人、后期采编人员 6 人；后勤管理（包括场记、司机等）4 人。工作团队需要导演、表演、编辑、剪辑等具备专业资质的人员，并在广播电视台、媒体等相关单位有丰富的从业经验。

##### 2.摄制工作要求：

1)每个视频拍摄时应按采购人提供的策划方案，联系对接好场地及参加视频拍摄的人员。  
2)接受采购人交付策划方案后，供应商加急进行项目摄制，按照采购人规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作。

3)每个视频完成后期剪辑阶段所有工作后（包括调色、剪辑、声音合成、配音、包装等）。

4) 供应商要在不晚于 2026 年 12 月 10 日，向采购人递交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5) 所有视频短片的制作与推广宣传，必须在自本合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日内陆续完成。

3.履约验收要求：供应商需提供播出证明（包括播出栏目、播出日期及视频文件）。

## 六、验收标准

1、内容方面：必须以北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

### 3、短视频规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P（高清），25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，供应商需向采购人以 U 盘邮寄方式邮寄短视频成片资料，同时向采购人递交两份年终书面项目结项报告。

## 第 2 包：新时代文明实践活动

### 一、项目背景

建设新时代文明实践中心，是党中央夯实宣传思想工作基层基础，立足战略和全局作出的一项重大决策。为推动民政系统宣传思想文化工作和精神文明建设稳中求进、守正创新，让习近平新时代中国特色社会主义思想在民政领域落地生根，组织民政局系统榜样和道德模范、优秀机关干部和新时代文明实践活动中涌现出的先进工作者，拟开展 3 场“礼遇探访”实践活动。

### 二、服务主要内容

（一）礼遇“中国工艺美术馆”。为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，走进“中国工艺美术馆”，学习、传承和弘扬中华优秀传统文化，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活动拟邀请五十人参加，活动全程由两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，并剪辑活动影像资料短片，活动全程由专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“中国工艺美术馆”的车辆接送服务、午餐服务。活动后期，供应商负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

（二）礼遇“首钢园”。为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，走进“首钢园”，了解中国钢铁工业的发展历程，学习新时代首都城市复兴新地标、城区老工业区改造的转型之路，传承和弘扬抗日战争时期我党领导工人阶级在钢铁战线上的顽强斗争精神，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活动拟邀请五十人参加，活动全程由两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，并剪辑活动影像资料短片，活动全程由专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“首钢园”的车辆接送服务、午餐服务。活动后期，供应商负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

（三）礼遇“同仁堂健康零号店”。为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，走进“同仁堂健康零号店”，学习中华老字号品牌守正创新精神，弘扬中国中医药传统文化，普及中医药康养健康理念，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活动拟邀请五十人参加，活动全程由两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，并剪辑活动影像资料短片，活动全程由专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“同仁堂健康零号店”的车辆接送服务、午餐服务。活动后期，供应商负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

(四) **多媒体宣传**。系列活动联动北京广播电视台、新京报、北青报、北京商报等主流媒体，以及北京时间等新媒体平台累计宣传不少于 10 次。

### 三、服务期限

自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日。

### 四、项目成果内容

(一) 新时代文明实践礼遇“中国工艺美术馆”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20 张照片，每张照片不小于 1280×1280 像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的 1 部成片视频时长不少于 5 分钟，MOV 格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或 U 盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过 50 人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“中国工艺美术馆”的车辆接送服务、午餐服务。

(二) 新时代文明实践礼遇“首钢园”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20 张照片，每张照片不小于 1280×1280 像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的 1 部成片视频时长不少于 5 分钟，MOV 格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或 U 盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过 50 人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“首钢园”的车辆接送服务、午餐服务。

(三) 新时代文明实践礼遇“同仁堂健康零号店”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20 张照片，每张照片不小于 1280×1280 像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的 1 部成片视频时长不少于 5 分钟，MOV 格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或 U 盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过 50 人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“同仁堂健康零号店”的车辆接送服务、午餐服务。

项目成果于 2026 年 12 月 10 日前提交。

### 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。项目负责人应具有多年相关工作经验，组织团队成员优质高效完成本项目既定目标。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。项目团队具有较强的宣传推广、综合协调、活动策划和组织实施能力，具有利用主流媒体、新兴媒介等线上线下传播渠道进行品牌宣传推广的丰富经验和资源，具有开展群众性文化活动的丰富经验和资源。在活动期间项目团队对系列活动开展宣传报道工作。

### 第3包：慈善北京文化建设服务

#### 一、项目背景

为深入贯彻习近平总书记关于民政工作和慈善事业的重要指示精神，全面落实党中央国务院关于慈善事业的重要决策部署和市委市政府相关工作要求，近年来，我市持续深入贯彻落实《中华人民共和国慈善法》，紧紧围绕“慈善北京”建设，深入开展慈善北京文化建设，以“首善标准”为指导精神，大力营造慈善氛围，广泛弘扬慈善理念，提高公众对慈善的认识，提升慈善社会影响力，持续推进首都慈善事业高质量发展。

为深入贯彻党的二十大精神，推进“慈善北京”建设，开展“慈善北京”文化建设项目，通过制作优秀慈善产品，培育优秀慈善品牌，打造慈善宣传平台，展现首都慈善文化影响力，以首都慈善事业高质量发展助力新时代首都发展。

#### 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“中华慈善日”、“慈善北京”为主题，分别设计主视觉宣传海报并进行推广、投放，具体要求如下：

1.以“中华慈善日”与“慈善北京”为主题，各设计主视觉海报一张，印刷成品 870\*570MM 的海报 1700 套，并配送各区。

2.公益广告/微视频平面广告，在客流量较高的商场内进行投放，预计投放不少于 6 周。

3.公益广告/微视频平面广告，在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/候车室/候机楼等地进行投放，预计投放不少于 4 周；标准参考每天 60 次\*15 秒/次。

4.公益广告/微视频平面广告，在北京地区的 1-2 个户外大型广告牌进行投放，预计投放不少于 4 周。

5.公益平面广告，在北京地区其公交车身张贴（1-2 条线路，10 辆），具体以沟通确认车辆路线为准，包含制作费，预计投放不少于 4 周。

6.公益平面广告，在北京地区公交站牌（5 个）广告栏投放推广，具体以沟通确认公交站牌为准，预计投放不少于 4 周。

7.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）对慈善事业有较为全面的了解；

(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**

“中华慈善日”、“慈善北京”宣传主视觉，并在户外公共设施广泛推广。

## 第五章 合同草案条款

### 第1包：新媒体视频宣传制作

#### 合同

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：\_\_\_\_\_

由甲方委托乙方承制2026年度民政民生业务宣传服务（统筹）项目（第1包 新媒体视频宣传制作），为确保成片的制作水准，依据《中华人民共和国民法典》及相关法律规定，经甲、乙双方友好协商，现就有关合作事宜签订合同如下：

#### 一、合作内容：

为宣传展示甲方形象、工作进展、服务事项等，甲方委托乙方负责组织拍摄、制作完成不少于10个短视频项目，短视频总时长不低于80分钟，在网络推广宣传，并于2026年12月10日前以U盘邮寄的方式提交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

具体要求如下：

##### （一）短视频宣传内容

宣传北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政系统的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

##### （二）短视频新媒体传播平台

如果甲方提出发布要求，乙方以北京民政的名义在新浪微博、微信公众号等新媒体平台发布短视频。

##### （三）短视频制作规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P（高清），25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

#### （四）乙方应按以下要求完成项目摄制工作

1) 每个视频拍摄时应按甲方提供的策划方案，联系对接好场地及参加视频拍摄的人员。

2) 接受甲方交付策划方案后，乙方加急进行项目摄制，按照甲方规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作。

3) 每个视频完成后剪辑阶段所有工作后（包括调色、剪辑、声音合成、配音、包装等），如果甲方提出发布要求，乙方以北京民政的名义在新浪微博、微信公众号等新媒体平台发布推广宣传。

4) 乙方要在不晚于 2026 年 12 月 10 日，向甲方递交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5) 所有视频短片的制作与推广宣传，必须在自本合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日内陆续完成。

#### 二、甲方权利义务：

1、甲方负责制定“2026 年度民政民生业务宣传服务（统筹）项目（第 1 包 新媒体视频宣传制作）”总体策划方案、安排各级单位全程参与项目拍摄、审核、成片确认等，对策划方案、脚本、成稿进行审核把关。

2、甲方需根据不同的短视频内容及想要呈现的效果向乙方提出相应的具体拍摄要求和成片效果。

3、甲方需安排协调拍摄场景，包括养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的活动，北京民政系统的先进经验和先进典型、发展成就等。

4、甲方、乙方共同协调相关单位工作人员协助参与项目的拍摄工作。

#### 三、乙方权利义务

1、乙方负责拍摄现场各项专业工作，组织各级单位人员参与内容的摄制，甲方协调配合。

2、乙方按甲方提出的拍摄要求和成片效果，完成本项目拍摄、制作及推广宣传工作。

3、对双方协商制定拍摄进度表，乙方必须严格按拍摄进度表进行拍摄工作。

4、乙方有义务对甲方提交的策划方案进行补充完善，甲乙双方意见不一致时以甲方意见为准。

5、乙方提供全部专业拍摄设备、拍摄技术人员等项目拍摄制作所需人员和设备。

6、乙方应负责参与拍摄的所有人员的安全，做好培训及监督检查工作；参与拍摄的所有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、履行期限、地点

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

2.履约地点：甲方及其指定地点。

#### 五、验收标准

1、内容方面：必须以民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就等为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质 1920x1080P，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

#### 3、短视频规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P(高清)，25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，乙方需向甲方以 U 盘邮寄方式向甲方邮寄短视频成片资料，同时向甲方递交两份年终书面项目结项报告。

#### 六、付款：

1、经双方协商，甲方向乙方支付项目承制费用总额为人民币\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_）。

2、甲方同意于本合同生效且取得乙方开具的等额合法税务发票后的 10 日内，甲方向乙方支付项目承制费用总额 70%的首付款人民币\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_）。甲方将于所有项目书面验收合格且在取得乙方开具的等额合法税务发票后的 10 日内，支付给乙方项目承制费用总额 30%的尾款人民币\_\_\_\_元（人民币大写：\_\_\_\_）。

#### 3、乙方银行信息：

公司名称：

银行账号：

开户行：

4、除不可抗拒因素外，若乙方没有及时响应和履约给甲方造成任何经济损失的，甲方有权将相应损失从应支付乙方的合同款项中扣除。乙方要向甲方递交两份年终（不晚于 2026

年 12 月 10 日提交) 书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5、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。

## 七、知识产权及保密义务

1、乙方受托完成的本合同项下的作品知识产权归甲方所有,作品中所涉及的人物、音乐、场景等版权均归甲方。乙方保证本项目各项活动中使用的人物、音乐、场景等等不侵犯第三方知识产权或取得版权方授权,如因乙方问题引起与第三方知识产权等纠纷,乙方应负责处理相关纠纷并承担全部责任,同时应赔偿因此给甲方造成的全部经济损失。

2、乙方在为甲方提供服务或双方合作期间,应严格遵守《北京市民政局保密管理规定》,履行与其服务内容相应的保密职责;若甲方的保密规章、制度没有规定或者规定不明确之处,乙方亦应本着谨慎、诚实的态度,采取任何必要、合理的措施,维护其知悉或者持有的保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议,则乙方应按保密信息进行处理,除非得到甲方的书面明确否认。本合同期满、终止或者解除后,本保密条款继续有效。

## 八、违约责任及争议的解决

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、乙方制作视频数量不符合要求的,甲方不支付未完成数量费用,已经支付的乙方予以退还,乙方还应承担违约责任,将未完成部分的所有费用退还甲方。。

3、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,将未完成部分的所有费用退还甲方。

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并承担全部法律责任,给甲方造成任何经济损失的,应全部赔偿。

5、有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为,甲方有权解除本合同,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。

## 九、争议的解决

因履行本合同所发生的争议,将本着友好协商的方式解决,若协商解决不成的,任何一方有权向甲方所在地人民法院起诉。

## 十、本合同生效及其他

- 1、本合同书自双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章之日起生效，一式伍份，甲、乙双方各执贰份，代理机构执壹份，具同等法律效力。
- 2、本合同期限自合同生效之日起至 2026 年 12 月 10 日内有效。
- 3、本合同未尽事宜，双方另行协商并签订书面补充协议。

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

年 月 日

年 月 日

## 第2包：新时代文明实践活动

### 合同

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：

地 址：

联 系 人：

联系电话：

乙 方：

地 址：

联 系 人：

联系电话：

甲乙双方经过友好协商，本着平等互利，共同发展，优势互补、真诚合作的原则，就“2026年度民政民生业务宣传服务（统筹）项目-新时代文明实践活动”项目达成以下合同（以下简称“本合同”）。

#### 一、合作事项

（一）礼遇“中国工艺美术馆”。为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，学习、传承和弘扬中华优秀传统文化，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活动拟邀请 50 人（人员由甲方确定）参加，活动日期由乙方与“中国工艺美术馆”具体协调。活动期间，乙方安排两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，安排专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“中国工艺美术馆”的车辆接送服务。活动后期，乙方负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

（二）礼遇“首钢园”。为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，了解中国钢铁工业的发展历程，学习新时代首都城市复兴新地标、城区老工业区改造的转型之路，传承和弘扬抗日战争时期我党领导工人阶级在钢铁战线上的顽强斗争精神，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活

动拟邀请 50 人（人员由甲方确定）参加，活动日期由乙方与“首钢园”具体协调。活动期间，乙方安排两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，安排专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“首钢园”的车辆接送服务。活动后期，乙方负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

**（三）礼遇“同仁堂健康零号店”。**为深入提升实践育人成效，在实践中感悟使命、坚定理想信念，通过组织“礼遇探访”活动，学习中华老字号品牌守正创新精神，弘扬中国中医药传统文化，普及中医药康养健康理念，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，在实践中守初心、践使命。活动拟邀请 50 人（人员由甲方确定）参加，活动日期由乙方与“同仁堂健康零号店”具体协调。活动期间，乙方安排两台单反相机及两台摄像机进行影像记录，安排专业讲解员带领参观，并为不超过 50 人的参观人员提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“同仁堂健康零号店”的车辆接送服务。活动后期，乙方负责剪辑活动影像资料短片（时长 3—5 分钟）。

**（四）多媒体宣传。**系列活动期间，乙方在北京广播电视台、新京报、北青报、北京商报等主流媒体，以及北京时间等新媒体平台累计宣传不少于 10 次。

## 二、项目服务数量及要求

1.新时代文明实践礼遇“中国工艺美术馆”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20 张照片，每张照片不小于 1280×1280 像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的成片视频 1 部，时长不少于 5 分钟，MOV 格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或 U 盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过 50 人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“中国工艺美术馆”的车辆接送服务、午餐服务。

2.新时代文明实践礼遇“首钢园”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20 张照片，每张照片不小于 1280×1280 像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的成片视频 1 部，时长不少于 5 分钟，MOV 格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或 U 盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过 50 人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路 4 号院至活动场所“首钢园”的车辆接送服务、午餐服务。

3.新时代文明实践礼遇“同仁堂健康零号店”活动：对参观过程及学习过程进行拍摄、剪辑、

图片直播，活动结束后十五日内提供完整版探访全程记录视频。另附与活动相关的照片，活动≥20张照片，每张照片不小于1280×1280像素，图像清晰；活动拍摄剪辑后的成片视频1部，时长不少于5分钟，MOV格式，画面分辨率≥1080p。本段文字中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或U盘等电子存储介质提交。活动现场悬挂横幅，在固定位置竖立指示牌，为不超过50人的参观人员张贴胸贴，提供通州区留庄路4号院至活动场所“同仁堂健康零号店”的车辆接送服务、午餐服务。

4.为本项目成立专门的项目团队，明确项目负责人。项目负责人应具有多年相关工作经验，组织团队成员优质高效完成本项目既定目标。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。项目团队具有较强的宣传推广、综合协调、活动策划和组织实施能力，具有利用主流媒体、新兴媒介等线上线下传播渠道进行品牌宣传推广的丰富经验和资源，具有开展群众性文化活动的丰富经验和资源。在活动期间项目团队对系列活动开展宣传报道工作。

### 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\_\_\_\_\_元整）。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\_\_\_\_\_元整）。甲方将于项目验收合格后，且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\_\_\_\_\_元整）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。

乙方银行开户信息如下：

名称：

开户行：

账号：

### 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参加活动人员信息和沟通、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合同结束前将项目成果移交甲方。

## 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，保障公民的合法权益，保障甲方及其他政府部门的社会形象。

2.乙方负责“2026年度民政民生业务宣传服务（统筹）项目-新时代文明实践项目”项目整体策划设计及制作执行工作，并经甲方书面同意后组织实施。

3.乙方应当采纳甲方在监督指导过程中提出的建议。

4.乙方保证向甲方提供的服务及服务成果是其独立实施完成，不存在任何侵犯第三方专利权、商标权、著作权等合法权益的行为。

5.乙方根据甲方提供的信息制作的节目成品及因履行本合同而向甲方提交的各项工作成果的所有知识产权全部归甲方所有。未经甲方书面同意，乙方不得将节目成品复制、发行、传播或许可他人使用。

6.乙方在组织参观活动、拍摄有关节目等履约过程中，应当加强消防、食品、公共卫生、接送车辆交通等安全管理，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。

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

## 六、履行期限、方式

本合同服务周期为：合同生效之日起至2026年12月10日；

履行地点：北京市；

履约方式：乙方按照本合同的约定提供有关服务；并按照甲方要求，以响应文件、合同为验收标准，于2026年12月10日前以书面形式提交三份项目结项报告（包括照片、视频）。双方对项目执行情况和项目绩效进行评价和验收，并出具书面验收意见。

## 七、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、质量是否达到甲方要求等。

## 八、违约责任

### 1.甲方违约责任

本合同生效后，甲方应按照本合同有关约定执行，如甲方出现以下违约行为的，应向乙方承担违约责任：

甲方应按照本合同相关约定及时向乙方支付合同款项，如甲方未能及时向乙方支付款项的，每延迟一日甲方须以延迟金额的万分之五作为违约金支付给乙方，不足一日以一日计算，但该违约金总金额不超过损失金额的 5%。

### 2.乙方违约责任

(1) 乙方未按照本合同约定履行义务、提供服务不符合本合同约定的标准，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。

(2) 如因乙方提供的服务或服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方必须负责处理相关纠纷并承担已经发生和可能发生的一切法律责任和相关费用，包括但不限于调查费、律师费、诉讼费等，并赔偿甲方因此受到的全部经济损失。

(3) 若由于乙方原因，乙方不能在合同约定服务周期内提供相关服务，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) 在履行合同过程中，如果乙方遇到妨碍按时提供服务的情况时，应及时以书面形式将拖延的事实、可能拖延的时间和原因通知甲方。甲方在收到乙方通知后，应尽快对情况进行评价，并确定是否同意推迟提供服务时间，延期应通过修改合同的方式由双方认可。若甲方不同意推迟，甲方有权解除本合同。

(5) 因上述 (1) - (4) 乙方违约情形导致甲方解除本合同的，乙方应返还甲方已经支付的全部款项，并向甲方支付合同损失的 30% 的违约金。若因上述 (3) 乙方违约情形导致甲方解除合同的，本违约金将上述 (3) 情形中的逾期违约金进行吸收。违约金不足以弥补甲方全部经济损失的，乙方应承担相应的赔偿责任。因乙方原因造成甲方或第三方的任何经济

损失应由乙方承担全部赔偿责任。

(6) 如果因乙方出现上述违约情形，甲方根据约定解除了全部或部分合同，甲方可以以其认为适当的条件和方法购买与未交付服务类似的服务，乙方应承担甲方购买类似服务产生的全部费用。但是，乙方应继续执行合同中未解除的部分。乙方承担该部分费用并不免除乙方的违约责任。

(7) 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%。

## 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。不可抗力事件系指甲乙双方在缔结合同时不能预见的，并且它的发生及其后果是无法避免和无法克服的事件，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10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。

3. 如果乙方破产或无清偿能力，甲方可在任何时候以书面形式通知乙方，终止合同而不给乙方补偿，乙方应返还甲方已经支付的全部款项。该终止合同将不损害或影响甲方已经采取或将要采取的任何行动或补救措施的权利。

## 十一、其他约定

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。本合同以中文制成，一式伍份，甲方贰份，乙方贰份，代理机构执壹份，具有同等的法律效力。

（以下无正文，为本合同签字盖章页）

甲方：北京市民政局	乙方：
盖章：	盖章：
法定代表人或 授权代表（签字）：	法定代表人或 授权代表（签字）：
日期：	日期：

## 附件

### 安全保密协议

甲 方：

地 址：

乙 方：

地 址：

鉴于甲、乙双方于“2026 年度民政民生业务宣传服务（统筹）项目-新时代文明实践项目”项目合作过程中已经或将要知悉对方的相关保密信息，为了保护上述合作中涉及的保密信息，明确双方的权利义务，甲、乙双方在平等自愿、协调一致的基础上达成以下协议：

#### 第一条 安全要求

一、乙方必须遵守甲方的各项规章制度，严格按照工作规范组织进行图文、视频宣传相关工作，制定切实可行的措施保障人员安全、宣传素材安全、创作设备安全及宣传内容安全。

二、乙方必须制定合理的措施对图文、视频创作人员、后期制作人员、素材管理人员进行管理和思想教育，加强保密意识、内容安全意识和职业规范意识。

#### 第二条 保密信息范围

本协议所称的“保密信息”是指，双方在订立和履行合同过程中获得的下列信息，但不包括一方通过公众渠道可以获得的信息或经对方书面同意允许向第三方透露的信息：

一、工作秘密：一切与甲方工作相关的信息资料或其他性质的资料，包括但不限于：甲方业务数据、人员机构信息、财务资料、宣传工作规划、未公开的宣传主题及要求等。

二、宣传相关秘密：指甲方提供的图文素材、视频素材、宣传文案、创意方案、设计初稿、未发布的成品图文/视频、宣传渠道信息、宣传数据统计及分析成果等；乙方为完成本项目创作的未交付、未公开的图文稿件、视频片段、后期工程文件等。

三、其他保密信息：包括但不限于图文、视频宣传项目中获取的有关数据、创作流程、分析成果；甲方的内部管理资料、财务资料；甲方其他项目的信息及有关政府行政机关规划、调整等尚未公开的资料。

上述保密信息的表现形式不限，无论是书面的、口头的、图形的、电子的（含图文文件、视频文件、工程文件等）或其他任何形式的信息。

### **第三条 协议的生效**

本协议自签订双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位合同章或者公章之日起生效。

### **第四条 安全保密期限**

本协议约定的保密责任期为叁年，双方就上述项目签订的合同是否解除、终止均不影响本合同关于保密期限的约定的效力。

### **第五条 保密义务人**

本协议项下保密义务人为双方单位及双方负责项目图文、视频制作、素材管理、创意策划的员工。

### **第六条 保密义务**

甲、乙双方保证对所获悉的对方保密信息按照下列规定进行保密，并在缺少相关保密条款约定时，应至少采取适用于对自己的保密信息同样的保护措施和审慎程度进行保密：

一、对于甲方提供给乙方使用的任何资源，如宣传素材、创作设备、网络权限等，乙方都只能将其用于本次图文、视频宣传项目工作，而不能用于其他目的，特别是从事侵害甲方利益的活动。

二、对于甲方提供的宣传素材、创作要求及项目相关数据的保管、访问，乙方无关人员不得访问；必须访问的人员，乙方要进行严格的访问控制和登记管理；负责素材管理、内容创作的人员应由乙方严格筛选，确保其具备良好的保密意识。

三、未经甲方书面许可并采取加密措施，不得擅自将载有保密信息的任何文档、图文素材、视频素材、磁盘、U 盘、移动硬盘等介质，带离对方工作场所；不得擅自将电子形式的保密信息（图文文件、视频文件等）传输至非工作设备或第三方平台。

四、除直接参与本项目图文创作、视频拍摄、后期制作、素材管理的人员之外，不得将保密信息透露给其他无关人员和任何第三方。

五、双方均应告知并以适当的方式要求其直接参与图文、视频宣传项目工作的人员，按照本协议规定保守保密信息。如一方工作人员违反本协议规定，泄露对方保密信息的，该方应承担违约责任。

六、任何一方不能利用获悉的保密信息为自己或其他方创作同类宣传作品、开展同类宣传项目，或与对方的宣传项目、产品进行竞争。

### **第七条 保密信息的交回**

一、图文、视频宣传项目终止后，双方应按照对方的要求对相关保密信息做相应处理，比如销毁、删除或返还等处理方式。

二、当一方以书面形式要求交回保密信息时，接受通知的一方应当立即交回所有的书面或其他有形的保密信息（图文素材、文案稿件等）以及所有的描述和概括保密信息的文件、电子文档（含图文、视频工程文件等）。

三、未经对方书面许可，任何一方不得丢弃、删除和自行处理保密信息，不得留存保密信息的副本（包括电子副本、纸质副本）。

#### **第八条 违约责任**

任何一方未履行本协议项下的任一条款均视为违约，违约方应按照守约方要求采取有效的补偿措施，以防止泄密范围继续扩大，同时还应向守约方支付违约金为双方就上述项目签订的合同总金额的 10%。

#### **第九条 争议的解决**

因履行本协议而发生的或与本协议有关的一切争议，双方应协商解决，协商不成的，向甲方所在地的人民法院提起诉讼。

#### **第十条 其他**

本协议未尽事宜，甲、乙双方另行签订补充协议，补充协议与本协议具有同等法律效力。

### 第3包：慈善北京文化建设服务

#### 合同

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慈善北京文化建设服务，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“中华慈善日”、“慈善北京”为主题，分别设计主视觉宣传海报并进行推广、投放，具体要求如下：

1.以“中华慈善日”与“慈善北京”为主题，各设计主视觉海报一张，印刷成品 870\*570MM 的海报 1700 套，并配送各区。

2.公益广告/微视频平面广告，在客流量较高的商场内进行投放，预计投放不少于 6 周。

3.公益广告/微视频平面广告，在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/候车室/候机楼等地进行投放，预计投放不少于 4 周；标准参考每天 60 次\*15 秒/次。

4.公益广告/微视频平面广告，在北京地区的 1-2 个户外大型广告牌进行投放，预计投放不少于 4 周。

5.公益平面广告，在北京地区其公交车身张贴（1-2 条线路，10 辆），具体以沟通确认车辆路线为准，包含制作费，预计投放不少于 4 周。

6.公益平面广告，在北京地区公交站牌（5 个）广告栏投放推广，具体以沟通确认公交站牌为准，预计投放不少于 4 周。

7.投放前要报经甲方审核同意，具体投放时间以甲方实际工作要求为准。

#### 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、甲方负责版式设计风格和发布内容原则性和准确性的审核把握。
- 4、甲方有权要求乙方在项目结项后将全部主视觉矢量图、最终设计稿以及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，完成宣传海报的设计、印刷、张贴及大屏投放等工作。
- 3、乙方有权利对甲方提交的策划方案进行修改完善，甲乙双方意见不一致时以甲方意见为准。
- 4、乙方提供全部专业设备、技术人员等项目所需人员和设备。
- 5、乙方应负责参与拍摄的所有人员的安全，做好培训及监督检查工作；参与拍摄的所有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\_\_\_\_\_（¥\_\_\_\_\_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，且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，提供相应海报实物、公益平面广告的实景照片，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

乙方受托完成的本合同项下的主视觉宣传海报、公益广告、微视频平面广告的知识产权

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，给甲方造成任何经济损失的，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，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经济损失。

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；给甲方造成任何经济损失的，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经济损失。

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 年 月 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

## 第六章 响应文件格式

### 供应商编制文件须知

- 1、供应商按照本部分的顺序编制响应文件，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、对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商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，**否则响应无效**。未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。
- 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。

响应文件封面（非实质性格式）

# 响 应 文 件

项目名称：

项目编号/包号：

供应商名称：

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 供应商资格声明书

## 供应商资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目磋商中，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）：

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。

供应商名称（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，供应商无须提供《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；当供应商拟享受中小企业扶持政策时，仍应提供上述证明文件，否则不享受相关中小企业扶持政策。

（2）如本项目（包）专门面向中小企业采购，响应文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》，或提供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。

（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或要求供应商以联合体形式参加采购活动，响应文件中须提供《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。

#### （4）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供应商出具。联合体参与的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

2）对于联合体中由中小企业承担的部分，或者分包给中小企业的部分，必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中中小企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。

3）对于多标的采购项目，供应商应充分、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。

（5）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，供应商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《供应商须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

## 2-1-1 中小企业证明文件（适用于第 1 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）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）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 磋商保证金凭证/交款单据复印件

#### 4 响应书（实质性格式）

### 响应书

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）组织的采购活动，并对此项目进行磋商。

1. 我方已详细审查全部竞争性磋商文件，自愿参与磋商并承诺如下：

（1）本响应有效期为自响应文件提交截止之日起 90 个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应竞争性磋商文件的全部要求。

（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）如我方成交，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照竞争性磋商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）：\_\_\_\_\_。

与本磋商有关的一切正式往来信函请寄：

地址\_\_\_\_\_

传 真\_\_\_\_\_

电话\_\_\_\_\_

电子函件\_\_\_\_\_

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

5 授权委托书（实质性格式）

**授权委托书**

本人\_\_\_\_（姓名）系\_\_\_\_（供应商名称）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）响应文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至响应有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：\_\_\_\_\_

委托代理人（签字或签章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件复印件：

说明：

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

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件复印件：

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 6 报价一览表

## 报价一览表

项目编号：\_\_\_\_\_ 项目名称：\_\_\_\_\_

包号	供应商名称	报价	
		大写	小写

注：1.此表中，每包的报价应和《分项报价表》中的总价相一致。

2.本表必须按包分别填写。

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 7 分项报价表

## 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.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 8 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	竞争性磋商文件条目号 (页码)	竞争性磋商文件要求	响应文件内容	偏离情况	说明
<b>对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择响应无效）：</b> <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。） <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>响应无效</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。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 9 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	竞争性磋商 文件条目号 (页码)	竞争性磋商文件要求	响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 对竞争性磋商文件中的所有商务、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，**响应无效**。
- 2.“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 10 本国产品标准证明文件（本项目不适用）

## 关于符合本国产品标准的声明函

本公司（单位）郑重声明，根据《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）的规定，本公司（单位）提供的以下产品属于本国产品。具体情况如下：

1. （产品名称1）<sup>1</sup>，生产厂为（厂名）<sup>2</sup>，厂址为（生产厂址）。（产品名称1）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）<sup>3</sup>。（产品名称1）的（关键组件）<sup>4</sup>在中国境内生产。（产品名称1）的（关键工序）<sup>5</sup>在中国境内完成。

2. （产品名称2），生产厂为（厂名），厂址为（生产厂址）。（产品名称2）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）。（产品名称2）的（关键组件）在中国境内生产。（产品名称2）的（关键工序）在中国境内完成。

……

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期：        年    月    日

注：1.产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

2.生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

3.该产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，“规定比例”栏可不填。

4.该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

5.该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

## 产品成本占比承诺函

我公司（单位）郑重承诺，我公司已阅读并理解《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）的规定。据此承诺如下：

为本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提供的全部产品成本之和的比例为\_\_\_\_\_ %。

公司（单位）名称（盖章）：

日期：        年    月    日

注：

1. 本承诺函应按包分别提供。
2. 单一产品采购无须提供本承诺函；供应商提供产品全部为本国产品，且提供了《关于符合本国产品标准的声明函》时，无须提供本承诺函。
3. 当采购项目或单个采购包中含有多种产品，且供应商提供的产品同时包含本国产品及非本国产品，则供应商除需提供《关于符合本国产品标准的声明函》外，还需提供本承诺函；否则，不享受价格评审优惠。

## 11 竞争性磋商文件要求提供或供应商认为应附的其他材料

## 11-1 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”。

## 11-2 竞争性磋商文件要求提供或供应商认为应附的材料

## 12 最后报价一览表（磋商后提交）

## 最后报价一览表

项目编号/包号：\_\_\_\_\_ 项目名称：\_\_\_\_\_

序号	供应商名称	最后报价		其他 声明
		大写	小写	

注：1.此表中，每包的最后报价应和《最后分项报价表》中的总价相一致。

2.本表必须按包分别填写。

3.此表无需在响应文件中提交，磋商后供应商按磋商小组要求提交。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 13 最后分项报价表（磋商后提交）

## 最后分项报价表

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.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

3.此表无需在响应文件中提交，磋商后供应商按磋商小组要求提交。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日