

竞争性谈判文件

项目名称：《转在北京》宣传推广服务

项目编号：BJJQ-2026-781-04

采 购 人：北京广播电视台

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	5
第三章	评审程序和评定成交的标准	22
第四章	采购需求	31
第五章	合同草案条款	34
第六章	响应文件格式	46

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-2026-781-04
- 2.项目名称：《转在北京》宣传推广服务
- 3.采购方式：竞争性谈判
- 4.项目预算金额：390 万元
- 5.采购需求：

标的名称	预算金额（万元）	数量	简要技术需求或服务要求
《转在北京》宣传推广服务	390	1	为《转在北京》提供宣传推广服务。（具体详见采购需求）

- 6.合同履行期限：自合同签订之日起至本项目合同项下的全部工作完成之日止。
- 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：_____

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 8 月 21 日至 2026 年 8 月 26 日，每天上午 09:00 至 12:00，下午 12:00 至 24:00（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>）获取电子版谈判文件。

4.售价：0 元。

四、响应文件提交

截止时间：2026 年 8 月 27 日 15 点 30 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、公告期限

自本公告发布之日起 3 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 获取电子谈判文件

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谈判文件。未在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取谈判文件的**响应无效**。

3.采购代理机构项目编号：BJJQ-2026-781-04

4.采购代理机构项目联系邮箱：yw04@hcjq.net

七、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：北京广播电视台

地址：北京市朝阳区建国路 98 号

联系方式：倪老师，010-85336688

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：苑鑫，010-65170699、65173108

3.项目联系方式

项目联系人：苑鑫

电 话：010-65170699、65173108

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	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： ☐ 是 ☒ 否	
3.2.5	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：	
		标的名称	中小企业划分标准所属行业
		《转在北京》宣传推广服务	其他未列明行业
9.2	报价	报价的特殊规定：_____。 ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。	
10.1	保证金	保证金金额： <u>78000 元</u> 。 保证金收受人信息： <u>收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司</u> <u>账号：1000000010120100382136001196</u> <u>开户银行：浙商银行股份有限公司北京分行营业部</u> <u>开户行行号：316100000025</u> （采用汇款形式时，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。建议注明编号： BJJQ-2026-781-04 谈判保证金）。	
10.8.5		保证金不予退还的其他情形： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。	
11.1	响应有效期	自响应文件提交截止之日起算 90 日历天。	
12.1	响应文件的份数	响应文件份数： <u>二</u> 份正本、 <u>三</u> 份副本、 <u>二</u> 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 U 盘。	
19.1	确定成交供应商	采购人是否授权谈判小组直接确定成交供应商： ☒ 否 ☐ 是 成交候选人并列的，按照以下方式确定成交供应商：_____/_____。	
22.5	分包	本项目是否允许分包： ☒ 不允许	

条款号	条目	内容																								
		□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：_____。																								
22.6	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”。																								
23.1.1	询问	询问提出形式：直接或邮寄方式。																								
23.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式： 联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部； 联系电话：010-65915204； 通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层。																								
24.1	代理费	收费对象： □采购人 ■成交供应商 收费标准：按下表服务类收取，以成交金额差额定率累进法计算： <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> <tr> <td>5000 万元～1 亿元（含 1 亿元）</td><td></td><td>0.2%</td></tr> <tr> <td>1～10 亿元（含 10 亿元）</td><td></td><td>0.05%</td></tr> <tr> <td>10 亿以上</td><td></td><td>0.01%</td></tr> </tbody> </table> 缴纳时间：在领取成交通知书时一次性向采购代理机构缴纳代理费。 代理费收受人信息： 收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司 开户行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行 银行账号：1119 1701 0400 02067	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%	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%
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%																								
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%																								

条款号	条目	内容
		开户行行号：1031 0001 9176 缴纳时间： <u>领取中标通知书时</u> 。

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、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 是否属于科研仪器设备采购见《供应商须知资料表》。

3 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

3.1 采购本国货物、工程和服务

3.1.1 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。

3.1.2 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》。

3.1.3 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）。

3.2 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。

3.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

3.3.1 中小企业定义：

3.3.1.1 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》、《关于进一步加大对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。

3.3.1.2 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。

3.3.1.3 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。

3.3.1.4 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。

3.3.2 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。

3.3.3 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：

3.3.3.1 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）；

3.3.3.2 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；

3.3.3.3 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；

3.3.3.4 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；

3.3.3.5 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）；

3.3.3.6 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。

3.3.4 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》。

3.3.5 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》。

3.3.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第三章《评审程序和评定成交

的标准》。

3.4 政府采购节能产品、环境标志产品

- 3.4.1 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。
- 3.4.2 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）。
- 3.4.3 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**；
- 3.4.4 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《评审程序和评定成交的标准》（如涉及）。

3.5 正版软件

- 3.5.1 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）。

3.6 网络安全专用产品

- 3.6.1 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。

3.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

3.7.1 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《评审程序和评定成交的标准》。

3.8 采购需求标准

3.8.1 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》。

3.8.2 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》。

4 响应费用

4.1 供应商应自行承担所有与准备和参加竞争性谈判响应有关费用，无论响应的结果如何，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 谈判文件

5 谈判文件构成

5.1 谈判文件包括以下部分：

第一章 采购邀请

第二章 供应商须知

第三章 评审程序和评定成交的标准

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

- 5.2 供应商应认真阅读谈判文件的全部内容。供应商应按照谈判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，并对谈判文件做出实质性响应，否则**响应无效**。

6 对谈判文件的澄清或修改

- 6.1 采购人、采购代理机构或者谈判小组对已发出的谈判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谈判文件的潜在供应商。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。
- 6.2 上述书面通知，按照获取谈判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。
- 6.3 澄清或者修改的内容为谈判文件的组成部分，并对所有获取谈判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 3 个工作日前，以书面形式通知所有接收谈判文件的供应商；不足 3 个工作日的，将顺延提交首次响应文件截止之日。

三 响应文件的编制

7 响应范围、响应文件中计量单位的使用及响应语言

- 7.1 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**。
- 7.2 除谈判文件有特殊要求外，本项目响应所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 7.3 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。

8 响应文件构成

- 8.1 供应商应当按照谈判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》。
- 8.2 对于谈判文件中标记了“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”的文件和谈判文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。
- 8.3 第三章《评审程序和评定成交的标准》中涉及的证明文件。
- 8.4 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。
- 8.5 供应商认为应附的其他材料。

9 报价

- 9.1 所有响应均以人民币为计价货币。
- 9.2 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。
 - 9.2.1 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；
 - 9.2.2 按照谈判文件要求完成本项目的全部相关费用。
- 9.3 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。
- 9.4 供应商不能提供任何有选择性或可调整的最后报价（谈判文件另有规定的除

外），否则其**响应无效**。

10 保证金

- 10.1 供应商应按《供应商须知资料表》中规定的金额及要求交纳保证金。供应商自愿超额缴纳保证金的，响应文件不做无效处理。
- 10.2 交纳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、对公账户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。
- 10.3 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**。
- 10.4 供应商除需在响应文件中提供“保证金凭证/交款单据复印件”，还需在首次响应文件提交截止时间前，通过电子交易平台上传“保证金凭证/交款单据电子件”。
- 10.5 保证金有效期同响应有效期。
- 10.6 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保证金，其交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。
- 10.7 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：
 - 10.7.1 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前退出谈判的，采购人、采购代理机构将退还退出谈判的供应商的保证金；
 - 10.7.2 成交供应商的保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还成交供应商；
 - 10.7.3 未成交供应商的保证金，自成交通知书发出之日起 5 个工作日内退还未成交供应商。
- 10.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构不予退还保证金：
 - 10.8.1 供应商在响应文件提交截止时间后撤回响应文件的；
 - 10.8.2 供应商在响应文件中提供虚假材料的；

- 10.8.3 除因不可抗力或谈判文件认可的情形以外,成交供应商不与采购人签订合同的;
- 10.8.4 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;
- 10.8.5 《供应商须知资料表》中规定的其他情形。

11 响应有效期

- 11.1 响应文件应在本谈判文件《供应商须知资料表》中规定的响应有效期内保持有效,响应有效期少于谈判文件规定期限的,其**响应无效**。

12 响应文件的份数及签署、盖章

- 12.1 供应商应按照谈判文件“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。
- 12.2 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。
- 12.3 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。
- 12.4 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。
- 12.5 本谈判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)在谈判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)在谈判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。
- 12.6 以联合体参加的,除谈判文件格式中要求外,谈判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

13 响应文件的密封和标记

- 13.1 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。
- 13.2 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。
- 13.3 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。
- 13.4 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。

14 响应文件提交截止时间

- 14.1 供应商应按谈判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。
- 14.2 采购单位有权按本须知的规定，通过修改谈判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。
- 14.3 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，采购单位或谈判小组有权拒收并原封退回。

15 响应文件的修改与撤回

- 15.1 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。
- 15.2 供应商对响应文件的补充、修改的内容应当按照竞争性谈判文件要求签署、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。

- 15.3 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

16 谈判仪式

- 16.1 采购代理机构应当按谈判文件的规定，在提交首次响应文件截止时间的同一时间和地点组织谈判仪式。谈判仪式邀请供应商代表、采购人和专家等有关方面代表参加。参加谈判仪式的代表人应签名报到以证明其出席。
- 16.2 谈判仪式开始时，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。
- 16.3 谈判仪式中，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。
- 16.4 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。
- 16.5 本项目不公开报价。

17 谈判小组

- 17.1 谈判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，并负责具体评审与谈判事务，独立履行职责。
- 17.2 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。

18 评审程序和评定成交的标准

- 18.1 见第三章《评审程序和评定成交的标准》。

六 确定成交

19 确定成交供应商

- 19.1 采购人将在评审报告提出的成交候选人中，根据质量和服务均能满足采购文

件实质性响应要求且最后报价最低的原则确定成交供应商。采购人是否授权谈判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。

20 成交公告与成交通知书

20.1 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。

20.2 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。

21 终止

21.1 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谈判采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

21.1.1 因情况变化，不再符合规定的竞争性谈判采购方式适用情形的；

21.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

21.1.3 在采购过程中符合竞争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，但《政府采购非招标采购方式管理办法》第二十七条第二款规定的情形除外。

22 签订合同

22.1 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，按照谈判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。

22.2 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。

22.3 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。

22.4 政府采购合同不能转包。

22.5 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。

22.6 “政采贷”融资指引：详见《供应商须知资料表》。

23 询问与质疑

23.1 询问

23.1.1 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》。

23.1.2 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。

23.2 质疑

23.2.1 供应商认为谈判文件、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。

23.2.2 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。

23.2.3 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。

23.2.4 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。

23.3 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》。

24 代理费

24.1 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 评审程序和评定成交的标准

1 响应文件的资格审查和符合性审查

1.1 谈判小组将根据《资格审查要求》和《符合性审查要求》中规定的内容，对供应商进行审查，并形成审查结果。供应商《响应文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，视为未实质性响应谈判文件。未实质性响应谈判文件的响应文件按无效处理，谈判小组应当告知有关供应商。

1.2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除谈判文件另有规定外，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	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《采购邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 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； 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”； 供应商是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 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，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。	提供证明文件的复印件
1-2	供应商资格声明书	提供了符合谈判文件要求的《供应商资格声明书》。	格式见《响应文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-3	供应商信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：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； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，其响应无效。联合体形式响应的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须供应商提供，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	中小企业证明文件	当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购，提供如下资料： 1、供应商单独参与谈判的，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。 2、如谈判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。	格式见《响应文件格式》
2-2	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《采购邀请》	提供证明文件的复印件
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《采购邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
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”
3-2	其他特定资格要求	如有，见第一章《采购邀请》 注：如联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，均应当提供资质证书电子件或电子证照。	提供证明文件的复印件
4	保证金	按照谈判文件的规定提交保证金。	
5	获取竞争性谈判文件	在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与包的竞争性谈判采购文件。 注：如本项目接受联合体，且供应商为联合体时，联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。	

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	按谈判文件要求提供授权委托书；	否
2	响应完整性	未将一个采购包中的内容拆分响应；	否
3	最后报价	最后报价未超过谈判文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；	否
4	响应有效期	响应文件中承诺的响应有效期满足谈判文件中载明的响应有效期的；	否
5	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按谈判文件要求提供且签署、盖章的；	否
6	★号条款响应	响应文件满足谈判文件第四章《采购需求》中★号条款要求的；	否
7	公平竞争	供应商遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他供应商的竞争行为，不存在损害采购人或者其他供应商的合法权益情形的；	否
8	附加条件	响应文件未含有采购人不能接受的附加条件的；	否

9	其他无效情形	供应商、响应文件不存在不符合法律、法规和谈判文件规定的其他无效情形。	否
---	--------	------------------------------------	---

- 2 谈判、响应文件有关事项的澄清、说明或者更正和最后报价
- 2.1 谈判小组所有成员将集中与单一供应商分别进行谈判，并给予所有参加谈判的供应商平等的谈判机会。在谈判中，谈判的任何一方不得透露与谈判有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。
- 2.2 在谈判过程中，谈判小组可以根据谈判文件和谈判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，但不得变动谈判文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。
- 2.3 对谈判文件作出的实质性变动是谈判文件的有效组成部分，谈判小组将及时以书面形式同时通知所有参加谈判的供应商。
- 2.4 供应商应当按照谈判文件的变动情况和谈判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 谈判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 谈判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，谈判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。如供应商在谈判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。谈判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 谈判结束后，谈判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。最后报价时间为谈判小组指定的时间，具体时间根据谈判进度另行通知。

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 $\text{投标（响应）报价} < \text{全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值} \times \underline{50\%}$ ；

（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 $\text{投标（响应）报价} < \text{通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价} \times \underline{50\%}$ ；

（3）投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45% 的，即 $\text{投标（响应）报价} < \text{采购项目最高限价} \times \underline{45\%}$ ；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谈判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 谈判文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的，谈判结束后，谈判小组将要求所有继续参加谈判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，但《政府采购非招标采购方式管理办法》第二十七条第二款规定的情形除外。谈判文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求，需经谈判由供应商提供最终设计方案或解决方案的，谈判结束后，谈判小组将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，但《政府采购非招标采购方式管理办法》第二十七条第二款规定的情形除外。

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，可以根据谈判情况退出谈判。

3 最后报价的算术修正及政策调整

3.1 最后报价须包含谈判文件全部内容，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。谈判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 谈判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 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》3.3

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，应当按照谈判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谈判文件要求提供了《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 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）：_____。

3.5 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》3.2 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。

3.5.1 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。

- 3.5.2 当采购项目或者采购包中含有一种以上产品，供应商为该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。
- 3.5.3 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 谈判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 不满足谈判文件★号条款或谈判文件技术指标超出谈判文件《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 未按照谈判小组规定的时间、逾期提交最后报价的；
- 4.4 如供应商的最后报价超过谈判文件中规定的项目/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（谈判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 评定成交的标准与确定成交候选人名单

- 5.1 谈判小组将从质量和服务均能满足谈判文件实质性响应要求的供应商中，按照最后报价（如有按本章节进行算术修正或政策调整的，以修正或调整后的最后报价计算）由低到高的顺序提出___3___名成交候选人，并编写评审报告。
- 5.2 谈判小组要对评审结果进行复核，特别是对排名第一的、响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

6 报告违法行为

- 6.1 谈判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。

第四章 采购需求

一、采购标的

1. 采购标的

《转在北京》宣传推广服务，1 项

2. 项目概述

本项目为《转在北京》提供宣传推广服务。

采购方式：竞争性谈判

成交供应商数量：1 家

二、商务要求

1.实施的期限和地点

期限：自合同签订之日起至本项目合同项下的全部工作完成之日止。

地点：采购人指定地点

2.付款条件（进度和方式）

详见合同草案文本

三、技术要求

1、基本要求

1.1 采购标的需实现的功能或者目标

为《转在北京》提供宣传推广服务。

1.2 采购标的需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范

在实施本项目期间应遵循相关法律、法规及相关国家、地方、行业标准规范。

2.服务内容及要求

2.1 团队策略服务

2.1.1 项目策略服务

（1）收集相关资料，产品及行业分析，挖掘传播亮点，提供营销运营建议(包括但不限于项目传播策略、各阶段创意事件、话题炒作、选题框架、渠道玩法等)；

（2）制定总体及阶段运营目标和重点事件，根据实施效果调整策略方向；

（3）统筹 PM 及执行团队全案多方对接、会议、策略服务等。

2.1.2 方案策划撰写

（1）整体宣传方案撰写及调整；

- (2) 各类事件/创意策划制定撰写与调整;
- (3) 各类创意视频策划及脚本撰写与调整。

2.1.3 阶段项目总结/结案

包括但不限于项目策略回顾、数据分析、传播动作及传播亮点分析等，如采购人有关要求呈现的内容，需根据采购人要求补充。

2.1.4 舆情监测

- (1) 日常发布舆情监测，链接收集;
- (2) 海选期及节目播出期各平台舆情口碑监测。

2.2 文案及稿件撰写

2.2.1 文案撰写

供应商负责服务期内官方、外围微博、抖音等各平台矩阵文案撰写。

2.2.2 稿件撰写

- (1) 新闻通稿：关键节点新闻通稿：预热/开启/开播/收官等;
- (2) 深度稿件：资深编辑深度分析稿件。

2.3. 新媒体物料

2.3.1 平面物料

- (1) 官方创意海报设计;
- (2) 新媒体简单平面制作，如：主持人/嘉宾海报、活动海报;
- (3) 阶段性总结战报长图制作;
- (4) 根据已有完整物料改尺寸、banner、logo、封面、包板等简易延展。

2.3.2 视频物料

- (1) 常规视频：CUT/包板

官方视频物料 cut 加工，仅可含简单标题花字、包板、压板等加工（不包含复杂花字、混剪、复杂特效制作、建模包装等）。

播出期间，每天 3 条，共计约 276 条；收官后三个月每周 3 条，12 周共计 36 条。

- (2) 二类混剪视频

依据官方提供视频素材，进行二创混剪，搭配符合视频内容 BGM、视频文案、封面图调整，包含简易花字、字幕等加工（不含复杂特效制作、建模包装等）单支视频≤90s。预计制作 52 支。

- (3) 一类混剪视频

依据官方提供视频素材，进行原创后期制作，包含策划核心内容、创意画面，单支视频≤5 分钟。预计制作 6 支。

2.4 新媒体渠道

抖音、微信视频号、公众号、小红书等新媒体渠道爆款内容打造及推广。

2.5 传统媒体

- (1) 北京日报、人民日报等上宣媒体发布宣推；
- (2) A 类（中国新闻网、中国青年网、中国网）、B 类（北青网、千龙网、凤凰网、中华网）等网络门户/客户端通发。每轮累计发布媒体 10+家。

2.6 线下硬广

首都机场	首都机场五个大屏，每天 120 次，每次 7.5 秒，2 周
北京南站	候车室 44 块独立刷屏媒体（5 秒，195 次/天），2 周
北京地铁 13 号线	共 20 块——S 级别站点：5 块；A++级别：10 块；A 级别：5 块，半个月
公交站牌候车亭	金融街+海淀区公交站牌+另新增 2 块-（共 17 块）（含海淀 8 周+金融街 8 周+新华社西单 8 周） 制作打印安装费（每 2 周更换）
金融街 LED 大屏	44 块屏 88 面无死角覆盖金融街
通州副中心楼宇广告	行政办公楼及宿舍楼内电梯屏、电子屏等，4 周
通州副中心地铁站	郝家府地铁站大屏，30 天

2.7 现场配置

2.7.1 跟组宣传

宣传跟组人员	全国赛区分批跟组的宣传对接人员（AB 组各 1 人，预计 15 天）
普通跟组摄影	【海选】现场跟拍摄影+云相册
	【录制】现场跟拍摄影+云相册
	【海报/定妆】现场拍摄
普通跟组摄像	【海选】现场跟拍摄像/采访摄像（海选全程跟组拍摄固定机位短视频采访摄像，A/B 组各 1 位，共 2 位；北京站 5 场 2 位）
	海选期摄像设备租赁：补充非固定机位摄像需求

2.7.2 现场物料

现场用于布置采访间等后台拍摄区域的易拉宝、立牌、展板、背景板等印刷物料。

3.其他要求

供应商在本项目执行期间，所有人员的住宿、交通、餐饮等费用均由供应商自行承担。

第五章 合同草案条款

本合同是否为中小企业预留合同：☐是 ☒否

宣传推广服务合同

甲方：北京广播电视台

地址：北京市朝阳区建国路 98 号

法定代表人：张劲林

联系人：倪健楠

联系电话：15910798806

乙方：

地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

经甲、乙双方友好协商，本着平等互利、诚实信用的原则，就甲方委托乙方对《转在北京》（节目名称变更不影响本协议的效力，以下简称“节目”）宣传推广服务达成一致，根据中华人民共和国相关法律及法规签订本合作合同，合同内容为：

一、节目概况

1.1 节目名称：《转在北京》；

1.2 节目期数：12 期，每期时长约 60 分钟。（最终以甲方总编室排播单为准）；

1.3 节目播出平台：北京卫视及甲方授权的其他平台；

1.4 节目播出时间：2026 年 8 月（以甲方总编室通知为准）。

二、推广服务内容

2.1 甲方就本节目内容，正式委托乙方整合宣传策划及推广传播，全权负责下列各项工作：《转在北京》的内容创意、传统媒体、新媒体、微信视频号等服务，具体服务内容详见合同附件一：《转在北京》宣传推广预算明细。

2.2 乙方设立专项专业服务团队，为甲方提供专业的推广传播咨询建议、图片、文案文稿、执行方案及结案报告。乙方根据甲方确定的宣传策划方案及执行方案后，开展推广传播执行工作，提供详尽的执行规划。

2.3 双方同意，乙方提供给甲方的创意、视频、图片、文案文稿、话题稿、分析报告等智力成果的著作权及所有权归属甲方所有。乙方保证甲方获得上述内容的完整著作权，如甲方因为使用乙方提供内容与第三方发生纠纷，乙方应当根据甲方要求负责解决该纠纷并承担全部责任；如甲方使用乙方提供内容侵犯第三方知识产权（包括但不限于著作权），或者因此侵犯他人名誉权、肖像权、姓名权等人身权、以及财产权权利内容的，其全部责任均由乙方承担，乙方应赔偿甲方因此遭受的全部损失，支付全部费用（包括但不限于赔偿费用、诉讼费、律师费等），并立即返还其已向甲方收取的全部价款。此外，甲方有权自行使用乙方提供的创意、视频、图片、文案文稿、话题稿、分析报告等智力成果用于甲方对内对外的宣传或其它活动，且甲方无需为该等内容使用支付任何费用。

三、委托期限

甲方委托乙方负责甲方《转在北京》的内容创意、传统媒体、新媒体宣传等服务，时间以甲方实际播出安排为准。

四、双方权利及义务

4.1 甲方权利及义务：

4.1.1 甲方有权评估乙方的项目服务内容，并对乙方提供的相关服务提

出调整、修改建议，要求乙方在双方协定的时间内完成。

4.1.2 甲方有权对乙方节目开播前提交的方案及执行规划进行审核，乙方须在甲方书面审核确认后方可开始执行。

4.1.3 甲方有权对乙方阶段性的工作及内容进行确认，并及时发出进行下一步工作的指令，以便乙方按约定推进服务。

4.1.4 甲方有义务积极配合乙方工作，以书面形式、电话形式通告乙方项目信息，为乙方提供所需资料，并及时对乙方的沟通邮件、函件进行确认、回复。

4.1.5 甲方有义务按照合同约定给付乙方费用。

4.2 乙方权利及义务：

4.2.1 乙方有权向甲方提供各类宣传传播的合理建议并就甲方的工作配合提出合理需求。

4.2.2 乙方有义务遵守本合同约定，提供全部的项目服务内容，并在甲方提出项目调整、相关建议后及时进行工作调整，以满足服务要求。

4.2.3 乙方有义务配合甲方工作，在项目全部结束后十五个工作日内及时向甲方提供乙方盖章的书面结案报告。

4.2.4 乙方应积极配合甲方对本项目制作等方面的统筹安排，并服从甲方的相关管理规定，不得提出本合同约定以外的要求，不得以任何理由和借口怠工。

4.2.5 乙方保证本合同的履行符合国家有关法律法规、政策、公序良俗，不会因违约、侵权等事由遭致他人的指责或引发相关争议。若因上述原因产生纠纷，由乙方承担全部责任；因此造成甲方损失的，由乙方全部赔偿。

4.2.6 乙方保证与其提供的工作人员具有劳动关系或劳务关系，乙方应自行向乙方人员提供劳动保险和商业保险，甲方不因签订和履行本协议而与乙方人员建立劳动关系或劳务关系，非因甲方原因，乙方人员在本项目工作地点出现人身事故或财产损失，由乙方承担相应的责任，个人非因公外出

造成人身事故或财产损失由个人负责。

4.2.7 乙方应告知其工作人员服从本合同中甲方的相关管理，保证其工作人员完全配合甲方在活动开展期间所做的整体安排及调整。

4.2.8 乙方不得留存或使用因履行本合同义务而取得的任何资料或信息数据。

4.2.9 未经甲方同意，乙方不得把本合同项下的宣传推广服务转包或分包给第三方，否则甲方有权解除合同并要求乙方承担违约责任。

五、项目费用及付款方式

5.1 合同费用预算总额为人民币_____元整（小写：RMB_____元，含税）（预算费用明细详见附件），最终按照甲乙双方确认的实际发生费用进行结算，具体支付金额以双方书面确认的结算单为准。乙方不得超过预算执行委托事项，如确有需超过预算执行的费用，乙方应提前报甲方书面同意，双方另行协商签订书面补充协议后方可执行，否则超过部分的金额由乙方自行承担，与甲方无关。

5.2 付款方式：甲、乙双方在本合同签订后且甲方收到乙方开具的合法有效发票 7 日内，甲方向乙方支付人民币_____元整（小写：RMB_____元，含税）

5.3 费用包括：内容创意、传统媒体、新媒体、电视端大屏及线下户外宣传等所有与本合同服务内容相关的全部费用。

5.4 甲方的上述支付义务以乙方已向甲方开具并送达上述相应金额合法有效发票为前提。如果乙方未能在甲方付款前一日内开具并送达符合法律规定以及甲方要求的发票，甲方付款时间顺延且不承担任何违约责任。

5.5 付款方式为：对公转账或支票

乙方帐户：

户名：

开户行：

账号：

税务纳税人识别号：

地址：

电话：甲方开票信息为：

单位名称：北京广播电视台

纳税人识别号：121100005674454498

地址、电话：北京市朝阳区建外大街 14 号，85336688

开户行、账号：中国银行北京电视台支行 318170935643

六、保证条款

6.1 双方保证如下：双方均为合法设立并有效存续的独立法人；有资格从事本合同项下之合作，而该合作符合其经营范围之规定；其授权代表已获得充分授权可代表其签署本合同；有能力履行其于本合同项下之义务；并且该等履行义务的行为不违反任何对其有约束力的法律文件的限制。

6.2 乙方保证具有符合法律规定的资格人签署本合同；并提供本合同项目内容符合甲方的服务，乙方应在该服务合同规定的范围、时间内，采取一切措施保护甲方的利益。

6.3 若乙方未能按照本合同项目内容提供全部服务，甲方有权拒付乙方未履行服务项目的费用。

七、商业秘密及知识产权

7.1 任何一方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方的商业秘密及其他机密资料和信息（以下简称“保密信息”）均应保守秘密，非经对方事先书面同意不得向第三方泄露、给予或转让保密信息；本协议的保密义务不因本协议的解除、终止、变更而免除，直到相关保密信息已经通过合法途径被社会公众所知悉。

7.2 乙方同意在本合同生效期间及合同终止之后，乙方为甲方提供原创内容的知识产权及其载体的所有权属甲方所有。

八、不可抗力

8.1 在本协议的履行过程中若发生不可抗力事件,根据不可抗力的影响,甲、乙双方可以部分或全部免除责任。本协议中的不可抗力事件是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。既包括自然灾害如地震、台风、洪水、火山爆发等,也包括某些社会现象,如战争、暴乱、罢工、国家有关政策的改变等。

8.2 当发生不可抗力时受影响的一方应及时通知对方,并在 15 日内向对方出具有效的官方证明。

8.3 甲方可根据不可抗力的严重程度顺延项目的完成期限,如不可抗力导致合同目的无法实现,甲方有权终止本合同。

九、违约责任

9.1 如果乙方未能按照甲乙双方共同明确的传播计划执行传播方案(包括但不限于未按甲方要求的投放时间投放、未按甲方认可的公关方案投放、未能达到附件一约定的执行标准等情形)或结案报告未能通过甲方审核的,甲方有权解除本合同,乙方必须退回甲方已经支付但未履行或履行不合格部分对应的费用,同时乙方应向甲方支付合同总预算金额 20%的违约金,违约金不足以弥补甲方全部损失的,乙方还应继续赔偿。

9.2 如乙方未按时向甲方退款,每迟延一日应向甲方支付应退未退金额 5%的违约金,直至全部应退款项实际退清。

9.3 除本合同另有约定外,甲乙双方任何一方违反本合同的任何一项条款,经守方书面催告后 10 日内仍未更正或补救的,守约方有权解除本合同,还有权要求违约方承担违约责任并赔偿其损失。

9.4 在合同有效期限内,甲方经提前 30 日书面通知乙方,可解除合同并不需要承担违约责任,但应向乙方支付乙方在收到解除通知前已经垫付的第三方费用,以及乙方在收到解除通知前实际发生的第三方费用的全额(上述实际费用未经甲方事先确认的除外)。实际发生的费用,以双方最终

盖章确认的结算单为准。乙方并应退还尚未发生的服务内容所对应的服务费。

十、争议解决与适用法律

10.1 如双方就本合同内容或其执行发生任何争议，任何一方均可向北京市朝阳区人民法院提起诉讼。

10.2 本合同的订立、执行和解释及争议的解决均应适用中国法律（不包括港、澳、台地区的法律）。

十一、廉洁自律

各方应自觉遵守法律法规、遵守新闻从业人员廉政行为若干规定及职业道德自律公约，互相监督，杜绝违反法律法规、违反上述规定及公约的行为。

十二、其他条款

12.1 如果本合同中的任何条款无论因何种原因完全或部分无效，或违反任何适用的法律，则该条款被视为删除。但本合同的其余条款仍应有效并且有约束力。

12.2 本合同正本壹式肆份，甲、乙双方各执贰份，经双方签字盖章后生效，具有同等法律效力。

12.3 本合同未尽事宜由双方另行协商解决，并签订补充协议，补充协议与本合同具备同等法律效力；补充协议与本协议约定不一致的，以补充协议的约定为准。

12.4 本合同所含的附件与本合同具有同等法律效力。

附件：宣传推广预算费用明细

甲方：北京广播电视台

乙方：

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

（盖章）

（盖章）

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

附件：宣传推广预算费用明细

序号	服务类别	服务项目		具体内容	单位价格	单位	数量	价格
1.1	团队策略服务	项目策略服务		1、收集相关资料，产品及行业分析，挖掘传播亮点，提供营销运营建议(包括但不限于项目传播策略、各阶段创意事件、话题炒作、选题框架、渠道玩法等)； 2.制定总体及阶段运营目标和重点事件，根据实施效果调整策略方向； 3、统筹 PM 及执行团队全案多方对接、会议、策略服务等。		月		
		方案策划撰写		1、整体宣传方案撰写及调整 2、各类事件/创意策划制定撰写与调整 3、各类创意视频策划及脚本撰写与调整		月		
		阶段项目总结/结案		包括但不限于项目策略回顾、数据分析、传播动作及传播亮点分析等，如甲方有要求呈现的内容，需根据甲方要求补充		周期		
		舆情监测		1、日常发布舆情监测，链接收集； 2、海选期及节目播出期各平台舆情口碑监测		月		
1.2	文案及稿件撰写	文案撰写	微博/抖音/视频号/小红书阵地发布文案	服务期内官方、外围微博、抖音等各平台矩阵文案撰写		条	1300	
		稿件撰写	新闻通稿	关键节点新闻通稿：预热/开启/开播/收官等		篇	2	
			深度稿件	资深编辑深度分析稿件（以实际约稿编辑价格为准）		篇	3	
1.3	新媒体物料	平面物料	创意主海报	官方创意海报设计		张	2	
			新媒体海报	新媒体简单平面制作，如：主持人/嘉宾海报、活动海报		张	40	
			战报长图	阶段性总结战报长图制作		张	3	
			延展设计	根据已有完整物料改尺寸、banner、logo、封面、包板等简易延展		张/组	200	

		视频物料	常规视频：CUT/包板	官方视频物料 cut 加工，仅可含简单标题花字、包板、压板等加工（不包含复杂花字、混剪、复杂特效制作、建模包装等）		支	100	
			二类混剪视频	二类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行二创混剪，搭配符合视频内容BGM、视频文案、封面图调整，包含简易花字、字幕等加工（不含复杂特效制作、建模包装等）单支视频≤90s（如遇画面或音乐版权问题另行商讨）		支	52	
			一类混剪视频	一类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行原创后期制作，包含策划核心内容、创意画面，单支视频≤5 分钟（如遇画面或音乐版权问题和另行商讨）		支	6	
1.4	新媒体渠道	抖音	抖音爆款	抖音单条爆款数据打造（预估均价，以实际热度需求而定）		条	6	
			DOU+	DOU+费用预留		次	10	
		微信	视频号爆款	视频号爆款内容打造		个	4	
			微信公众号	科技财经类微信公众号原创头条： 虎嗅		个	1	
				科技财经类微信公众号原创头条： 36 氪		个	1	
		小红书	小红书爆款	小红书爆款内容打造		个	2	
1.5	传统媒体	上宣媒体	新闻网/客户端/纸媒	北京日报、人民日报等上宣媒体发布宣推（不包含科技财经类公众号）		家	10	
		媒体通发	网络门户/客户端通发	A 类：中国新闻网、中国青年网、中国网 B 类：北青网、千龙网、凤凰网、中华网 四大门户等		轮	2	
1.6	线下硬广	线下投放	首都机场	首都机场五个大屏，每天 120 次，每次 7.5 秒		周	2	
			北京南站	候车室 44 块独立刷屏媒体（5 秒，195 次/天）		周	2	
			北京地铁 13 号线	共 20 块——S 级别站点：5 块；A++级别：10 块；A 级别：5 块		半月	1	

			公交站牌 候车亭	金融街+海淀区公交站牌+另 新增 2 块-（共 17 块）		周期	1	
				制作打印安装费（每 2 周可 更换）		块	51	
			金融街 LED 大屏	44 块屏 88 面无死角覆盖金 融街		周	1	
			通州副中 心楼宇广 告	行政办公楼及宿舍楼内电梯 屏、电子屏等		周	4	
			通州副中 心地铁站	郝家府地铁站大屏		天	30	
1. 7	现场配置	跟组 宣传	宣传跟组 人员	全国赛区分批跟组的宣传对 接人员（AB 组各 1 人，预 计 15 天）		人/周 期	2	
			普通跟组 摄影	【海选】现场跟拍摄影+云 相册		人/天	20	
				【录制】现场跟拍摄影+云 相册		人/天	12	
				【海报/定妆】现场拍摄		人/天	12	
			普通跟组 摄像	【海选】现场跟拍摄像/采访 摄像（海选全程跟组拍摄固 定机位短视频采访摄像， A/B 组各 1 位，共 2 位；北 京站 5 场 2 位）		人/天	22	
		海选期摄像设备租赁：补充 非固定机位摄像需求			天	5		
		现场 物料	易拉宝/立 牌/展板	现场用于布置采访间等后台 拍摄区域的易拉宝、立牌、 展板、背景板等印刷物料		个	30	
费用共计							费用 共计	

甲方：北京广播电视台

乙方：

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

（盖章）

（盖章）

日期： 年 月 日

日期： 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、对于谈判文件中标记了“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”的文件和谈判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：

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）

在参与本次项目响应中，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。

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》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

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）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

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

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

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

☐不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日 期：

2-2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

3 本项目的特定资格要求（如有）

3-1 其他特定资格要求

4 保证金凭证/交款单据电子件

5 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）组织的采购活动，
并对此项目进行响应。

1. 我方已详细审查全部谈判文件，自愿参与响应并承诺如下：

（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，我方响应谈判文件的全部要求。

（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，按照谈判文件要求
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）：_____。

与本响应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

6 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、护照等身份证明文件复印件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**复印件。

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、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

7 报价一览表

报价一览表

项目编号：_____ 项目名称：_____

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

8 分项报价表

分项报价表

项目编号：_____ 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

8.1 详细报价表

序号	服务类别	服务项目		具体内容	单位价格	单位	数量	价格
1.1	团队策略服务	项目策略服务		1、收集相关资料，产品及行业分析，挖掘传播亮点，提供营销运营建议(包括但不限于项目传播策略、各阶段创意事件、话题炒作、选题框架、渠道玩法等)； 2.制定总体及阶段运营目标和重点事件，根据实施效果调整策略方向； 3、统筹 PM 及执行团队全案多方对接、会议、策略服务等。		月		
		方案策划撰写		1、整体宣传方案撰写及调整 2、各类事件/创意策划制定撰写与调整 3、各类创意视频策划及脚本撰写与调整		月		
		阶段项目总结/结案		包括但不限于项目策略回顾、数据分析、传播动作及传播亮点分析等，如甲方有要求呈现的内容，需根据甲方要求补充		周期		
		舆情监测		1、日常发布舆情监测，链接收集； 2、海选期及节目播出期各平台舆情口碑监测		月		
1.2	文案及稿件撰写	文案撰写	微博/抖音/视频号/小红书阵地发布文案	服务期内官方、外围微博、抖音等各平台矩阵文案撰写		条	1300	
		稿件撰写	新闻通稿	关键节点新闻通稿：预热/开启/开播/收官等		篇	2	
			深度稿件	资深编辑深度分析稿件（以实际约稿编辑价格为准）		篇	3	

1.3	新媒体物料	平面物料	创意主海报	官方创意海报设计		张	2	
			新媒体海报	新媒体简单平面制作，如：主持人/嘉宾海报、活动海报		张	40	
			战报长图	阶段性总结战报长图制作		张	3	
			延展设计	根据已有完整物料改尺寸、banner、logo、封面、包板等简易延展		张/组	200	
		视频物料	常规视频：CUT/包板	官方视频物料 cut 加工，仅可含简单标题花字、包板、压板等加工（不包含复杂花字、混剪、复杂特效制作、建模包装等）		支	100	
			二类混剪视频	二类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行二创混剪，搭配符合视频内容 BGM、视频文案、封面图调整，包含简易花字、字幕等加工（不含复杂特效制作、建模包装等）单支视频≤90s（如遇画面或音乐版权问题另行商讨）		支	52	
			一类混剪视频	一类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行原创后期制作，包含策划核心内容、创意画面，单支视频≤5 分钟（如遇画面或音乐版权问题和另行商讨）		支	6	
1.4	新媒体渠道	抖音	抖音爆款	抖音单条爆款数据打造（预估均价，以实际热度需求而定）		条	6	
			DOU+	DOU+费用预留		次	10	
		微信	视频号爆款	视频号爆款内容打造		个	4	
			微信公众号	科技财经类微信公众号原创头条：虎嗅		个	1	

				科技财经类微信公众号原创头条: 36 氮		个	1	
		小红书	小红书爆款	小红书爆款内容打造		个	2	
1.5	传统媒体	上宣媒体	新闻网/客户端/纸媒	北京日报、人民日报等上宣媒体发布宣推（不包含科技财经类公众号）		家	10	
		媒体通发	网络门户/客户端通发	A 类: 中国新闻网、中国青年网、中国网 B 类: 北青网、千龙网、凤凰网、中华网 四大门户等		轮	2	
1.6	线下硬广	线下投放	首都机场	首都机场五个大屏, 每天 120 次, 每次 7.5 秒		周	2	
			北京南站	候车室 44 块独立刷屏媒体 (5 秒, 195 次/天)		周	2	
			北京地铁 13 号线	共 20 块——S 级别站点: 5 块; A++ 级别: 10 块; A 级别: 5 块		半月	1	
			公交站牌候车亭	金融街+海淀区公交站牌+另新增 2 块- (共 17 块)		周期	1	
				制作打印安装费 (每 2 周可更换)		块	51	
			金融街 LED 大屏	44 块屏 88 面无死角覆盖金融街		周	1	
			通州副中心楼宇广告	行政办公楼及宿舍楼内电梯屏、电子屏等		周	4	
			通州副中心地铁站	郝家府地铁站大屏		天	30	
1.7	现场配置	跟组宣传	宣传跟组人员	全国赛区分批跟组的宣传对接人员 (AB 组各 1 人, 预计 15 天)		人/周期	2	
			普通跟组摄影	【海选】现场跟拍摄影+云相册		人/天	20	
				【录制】现场跟拍摄影+云相册		人/天	12	
				【海报/定妆】现场拍摄		人/天	12	

			普通跟组摄像	【海选】现场跟拍摄像/采访摄像（海选全程跟组拍摄固定机位短视频采访摄像，A/B 组各 1 位，共 2 位；北京站 5 场 2 位）		人/天	22	
				海选期摄像设备租赁：补充非固定机位摄像需求		天	5	
		现场物料	易拉宝/立牌/展板	现场用于布置采访间等后台拍摄区域的易拉宝、立牌、展板、背景板等印刷物料		个	30	
费用共计							费用共计	

9 合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号：_____ 项目名称：_____

序号	谈判文件条 目号（页 码）	谈判文件要求	响应文件内容	偏离情况	说明
对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择响应无效）： ☐ 无偏离 （如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。） ☐ 有偏离 （如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一系列明，否则 响应无效 ；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

10 采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号：_____ 项目名称：_____

序号	谈判文件条 目号(页码)	谈判文件要求	响应内容	偏离情况	说明

- 注：
- 1. 对谈判文件中的所有商务、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。
 - 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

11 谈判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 成交服务费承诺书（格式）

成交服务费承诺书（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：_____）竞争性谈判采购中若获成交，我们保证在领取成交通知书时按竞争性谈判采购文件的规定，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，按照竞争性谈判采购文件中代理服务费收取标准一次性支付代理服务费，且最迟不超过成交通知书发出后 7 个工作日。如我公司未在成交通知书发出后 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谈判保证金中扣除相应款项。

我公司成交后，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。

承诺方法定名称（承诺方盖章）：_____

日期：_____

12 最后报价一览表（实质性格式，谈判后提交）

最后报价一览表

项目编号：_____ 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，谈判后供应商按谈判小组要求提交。

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（实质性格式，谈判后提交）

最后分项报价表

项目编号：_____ 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，谈判后供应商按谈判小组要求提交。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：_____

日期：____年____月____日

13.1 详细报价表

序号	服务类别	服务项目		具体内容	单位价格	单位	数量	价格
1.1	团队策略服务	项目策略服务		1、收集相关资料，产品及行业分析，挖掘传播亮点，提供营销运营建议(包括但不限于项目传播策略、各阶段创意事件、话题炒作、选题框架、渠道玩法等)； 2.制定总体及阶段运营目标和重点事件，根据实施效果调整策略方向； 3、统筹 PM 及执行团队全案多方对接、会议、策略服务等。		月		
		方案策划撰写		1、整体宣传方案撰写及调整 2、各类事件/创意策划制定撰写与调整 3、各类创意视频策划及脚本撰写与调整		月		
		阶段项目总结/结案		包括但不限于项目策略回顾、数据分析、传播动作及传播亮点分析等，如甲方有要求呈现的内容，需根据甲方要求补充		周期		
		舆情监测		1、日常发布舆情监测，链接收集； 2、海选期及节目播出期各平台舆情口碑监测		月		
1.2	文案及稿件撰写	文案撰写	微博/抖音/视频号/小红书阵地发布文案	服务期内官方、外围微博、抖音等各平台矩阵文案撰写		条	1300	
		稿件撰写	新闻通稿	关键节点新闻通稿：预热/开启/开播/收官等		篇	2	
			深度稿件	资深编辑深度分析稿件（以实际约稿编辑价格为准）		篇	3	

1.3	新媒体物料	平面物料	创意主海报	官方创意海报设计		张	2	
			新媒体海报	新媒体简单平面制作，如：主持人/嘉宾海报、活动海报		张	40	
			战报长图	阶段性总结战报长图制作		张	3	
			延展设计	根据已有完整物料改尺寸、banner、logo、封面、包板等简易延展		张/组	200	
		视频物料	常规视频：CUT/包板	官方视频物料 cut 加工，仅可含简单标题花字、包板、压板等加工（不包含复杂花字、混剪、复杂特效制作、建模包装等）		支	100	
			二类混剪视频	二类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行二创混剪，搭配符合视频内容 BGM、视频文案、封面图调整，包含简易花字、字幕等加工（不含复杂特效制作、建模包装等）单支视频≤90s（如遇画面或音乐版权问题另行商讨）		支	52	
			一类混剪视频	一类混剪视频：依据官方提供视频素材，进行原创后期制作，包含策划核心内容、创意画面，单支视频≤5 分钟（如遇画面或音乐版权问题和另行商讨）		支	6	
1.4	新媒体渠道	抖音	抖音爆款	抖音单条爆款数据打造（预估均价，以实际热度需求而定）		条	6	
			DOU+	DOU+费用预留		次	10	
		微信	视频号爆款	视频号爆款内容打造		个	4	
			微信公众号	科技财经类微信公众号原创头条：虎嗅		个	1	

				科技财经类微信公众号原创头条: 36 氮		个	1	
		小红书	小红书爆款	小红书爆款内容打造		个	2	
1.5	传统媒体	上宣媒体	新闻网/客户端/纸媒	北京日报、人民日报等上宣媒体发布宣推（不包含科技财经类公众号）		家	10	
		媒体通发	网络门户/客户端通发	A 类: 中国新闻网、中国青年网、中国网 B 类: 北青网、千龙网、凤凰网、中华网 四大门户等		轮	2	
1.6	线下硬广	线下投放	首都机场	首都机场五个大屏, 每天 120 次, 每次 7.5 秒		周	2	
			北京南站	候车室 44 块独立刷屏媒体 (5 秒, 195 次/天)		周	2	
			北京地铁 13 号线	共 20 块——S 级别站点: 5 块; A++ 级别: 10 块; A 级别: 5 块		半月	1	
			公交站牌候车亭	金融街+海淀区公交站牌+另新增 2 块- (共 17 块)		周期	1	
				制作打印安装费 (每 2 周可更换)		块	51	
			金融街 LED 大屏	44 块屏 88 面无死角覆盖金融街		周	1	
			通州副中心楼宇广告	行政办公楼及宿舍楼内电梯屏、电子屏等		周	4	
			通州副中心地铁站	郝家府地铁站大屏		天	30	
1.7	现场配置	跟组宣传	宣传跟组人员	全国赛区分批跟组的宣传对接人员 (AB 组各 1 人, 预计 15 天)		人/周期	2	
			普通跟组摄影	【海选】现场跟拍摄影+云相册		人/天	20	
				【录制】现场跟拍摄影+云相册		人/天	12	
				【海报/定妆】现场拍摄		人/天	12	

			普通跟组摄像	【海选】现场跟拍摄像/采访摄像（海选全程跟组拍摄固定机位短视频采访摄像，A/B 组各 1 位，共 2 位；北京站 5 场 2 位）		人/天	22	
				海选期摄像设备租赁：补充非固定机位摄像需求		天	5	
		现场物料	易拉宝/立牌/展板	现场用于布置采访间等后台拍摄区域的易拉宝、立牌、展板、背景板等印刷物料		个	30	
费用共计							费用共计	