北京市政府采购项目
公开招标文件
（2026 年版）

项目名称：中国广播电视精品创作大会项目

项目编号/包号：BJJQ-2026-766/01、02

采 购 人：北京市广播电视局

采购代理机构：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

目　　录

第一章　投标邀请.....2
第二章　投标人须知.....6
第三章　资格审查.....22
第四章　评标程序、评标方法和评标标准.....25
第五章　采购需求.....38
第六章　拟签订的合同文本.....48
第七章　投标文件格式.....66

注：采购文件条款中以 “■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章　投标邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：BJJQ-2026-766

2.项目名称：中国广播电视精品创作大会项目

3.项目预算金额：946.43485 万元

4.采购需求：

包号	标的名称	采购包预算金额（万元）	数量	简要技术需求或服务要求
01	组织实施	846.43485	1 项	中国广播电视精品创作大会主体活动统筹运营、组织实施。
02	宣传推广	100	1 项	大会基本宣传策划执行。

5.合同履行期限：自合同签订生效后至精品创作大会结束后一个月。

6.本项目是否接受联合体投标：□是　■否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

□本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

■本项目预留部分采购项目预算专门面向中小/小微企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务由符合政策要求的中小/小微企业承接。预留份额通过以下措施进行：第一包不专门面向中小企业预留采购份额，**第二包专门面向中小企业采购**。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：/。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

□否

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

3.2 其他特定资格要求：无。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 9 月 1 日至 2026 年 9 月 8 日，每天上午 09:00 至 12:00，下午 12:00 至 17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台

3.方式：供应商使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台（http://zbcg-bjzc.zhongcy.com/bjczj-portal-site/index.html#/home）获取电子版招标文件。

4.售价：0 元。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2026 年 9 月 22 日 10 点 00 分（北京时间）。

地点：北京市政府采购电子交易平台。

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：

（1）节能产品强制采购

（2）节能产品、环境标志产品优先采购

（3）政府采购促进中小企业发展

（4）政府采购支持监狱企业发展

（5）政府采购促进残疾人就业

（6）进口产品管理

（7）本国产品标准及相关政策

2.本项目采用**全流程电子化**采购方式，请供应商认真学习北京市政府采购电子交易

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

CA 数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理 CA 数字证书或电子营业执照

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

2.2 注册

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

2.3 驱动、客户端下载

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

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

2.4 获取电子招标文件

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

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

2.5 编制电子投标文件

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

2.6 提交电子投标文件

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

2.7 电子开标

供应商在开标地点使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台进行电子开标。

3.采购代理机构项目编号：BJJQ-2026-766/01、02

4.采购代理机构项目联系邮箱：yw03@hcjq.net

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

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名　　称：北京市广播电视局

地　　址：北京市通州区达济街 5 号院 2 号楼

联系方式：汪老师，010-55565487

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、贾洋，010-65699122、65173825

3.项目联系方式

项目联系人：王秋凌、贾洋

电　　话：010-65699122、65173825

第二章　投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td>2.2</td><td>项目属性</td><td>项目属性：
■服务
□货物</td></tr>
<tr><td>2.3</td><td>科研仪器设备</td><td>是否属于科研仪器设备采购项目：
□是
■否</td></tr>
<tr><td>2.4</td><td>核心产品</td><td>■关于核心产品本项目__包不适用。
□本项目__包为单一产品采购项目。
□本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：____。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3.1</td><td>现场考察</td><td>■不组织
□组织，考察时间：__年_月_日_点_分
考察地点：_____。</td></tr>
<tr><td>开标前答疑会</td><td>■不召开
□召开，召开时间：__年_月_日_点_分
召开地点：_____。</td></tr>
<tr><td>4.1</td><td>样品</td><td>投标样品递交：
■不需要
□需要，具体要求如下：
（1）样品制作的标准和要求：_____；
（2）是否需要随样品提交相关检测报告：
□不需要
□需要
（3）样品递交要求：_____；
（4）未中标人样品退还：_____；
（5）中标人样品保管、封存及退还：_____；
（6）其他要求（如有）：_____。</td></tr>
<tr><td>5.1.2</td><td>进口产品</td><td>■本项目不接受进口产品投标。
□本项目接受进口产品投标，具体范围及要求详见《采购需求》。</td></tr>
<tr><td>5.3.5</td><td>标的所属行业</td><td>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：
<table>
<tr><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>
<tr><td>01</td><td>组织实施</td><td>租赁和商务服务业</td></tr>
<tr><td>02</td><td>宣传推广</td><td>租赁和商务服务业</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

条款号	条目	内容
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ■无 □有，具体情形：_____。
12.1	投标保证金	投标保证金金额：第一包：人民币 169000 元，第二包：人民币 20000 元。 投标保证金收受人信息： 收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司 账号：100000001012010038213600 1179 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 【注意】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。同时注明项目编号：2026-766/包号
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： □无 ■有，具体情形：中标人不按本须知第 25 条的规定签订合同的。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算_90_日历天。
18.2	解密时间	解密时间：_30_分钟
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： ■否 □是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ■得分且投标报价均相同的，以服务部分得分高者为中标人；得分、投标报价、服务部分得分均相同的，随机抽取 □随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ■不允许 □允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：_____； （2）允许分包的金额或者比例：_____； （3）其他要求：_____。
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8 号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637 号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。
26.1.1	询问	询问提出形式：直接或以邮寄方式提交书面询问函。
26.3	接收询问和质	1、询问

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td>疑的联系方式</td><td>联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《投标邀请》中的采购代理机构信息和项目联系方式。
2、质疑
联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部；
联系电话：010-65915204；
通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层。</td></tr>
<tr><td>27</td><td>代理费</td><td>收费对象：
□采购人
■中标人
收费标准：按照原国家计委《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）执行，本项目代理服务费以各分包中标金额为基准、按差额定率累进法计算，收取标准如下：
<table>
<tr><th>费率
中标/成交金额</th><td>货物类</td><td>服务类</td><td>工程类</td></tr>
<tr><td>100 万元以下</td><td>1.5%</td><td>1.5%</td><td>1.0%</td></tr>
<tr><td>100～500 万元（含 500 万元）</td><td>1.1%</td><td>0.8%</td><td>0.7%</td></tr>
<tr><td>500～1000 万元（含 1000 万元）</td><td>0.8%</td><td>0.45%</td><td>0.55%</td></tr>
<tr><td>1000～5000 万元（含 5000 万元）</td><td>0.5%</td><td>0.25%</td><td>0.35%</td></tr>
<tr><td>5000 万元～1 亿元（含 1 亿元）</td><td>0.25%</td><td>0.1%</td><td>0.2%</td></tr>
</table>
缴纳时间：在领取中标通知书时交纳。
代理费收受人信息：
收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司
开 户 行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行
银行账号：1119 1701 0400 02067
开户行行号：1031 0001 9176</td></tr>
</table>

投标人须知

一　说　明

1　采购人、采购代理机构、投标人、联合体

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

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

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

2　资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

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

2.2　项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3　是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4　核心产品见《投标人须知资料表》。

3　现场考察、开标前答疑会

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

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

4　样品

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

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

5　政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1　采购本国货物、工程和服务

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

5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采购需求》。

5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119 号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248 号文）。

5.2 本国产品

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

5.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.3.1 中小企业定义：

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

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

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

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

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

5.3.1.3 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

5.3.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

5.3.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.3.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

5.3.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于25%（含25%），并且安置的残疾人人数不少于10 人（含10 人）；

5.3.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

5.3.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

5.3.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低

于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

5.3.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；

5.3.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.3.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.3.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

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

5.4 政府采购节能产品、环境标志产品

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

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

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

5.4.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证

书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.5 正版软件

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

5.6 网络安全专用产品

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

5.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

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

5.8 采购需求标准

5.8.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

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

商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

5.8.2 其他政府采购需求标准

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

6 投标费用

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

二 招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 资格审查

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

第五章 采购需求

第六章 拟签订的合同文本

第七章 投标文件格式

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

8 对招标文件的澄清或修改

8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。

8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。

8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在

投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三　投标文件的编制

9　投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

9.1　本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。

9.2　除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

9.3　除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10　投标文件构成

10.1　投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。

10.2　对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

10.3　第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4　对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于下列内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

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

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构；以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。

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

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

12.6 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，

其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

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

12.7.1 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起 5 个工作日内退还已收取的投标保证金；

12.7.2 中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人；

12.7.3 未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人；

12.7.4 终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后 5 个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其**投标无效**。

14 投标文件的签署、盖章

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

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

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

15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标

文件，投标保证金除外。

16 投标截止时间

16.1 投标人应在招标文件要求提交投标文件截止时间前，将电子投标文件提交至电子交易平台。

17 投标文件的修改与撤回

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

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

五 开标、资格审查及评标

18 开标

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

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

18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。

18.4 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。

20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

22 确定中标人

22.1 采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定中标人。

23 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在北京市政府采购网公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

23.2 中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

24.1.1 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

25.1 中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

25.2 中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

25.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。

25.4 政府采购合同不能转包。

25.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见《投标人须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则**投标无效**。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

26.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《投标人须知资料表》。

26.1.2 采购人或采购代理机构对供应商依法提出的询问，在 3 个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的

授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.4 投标人应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复。

26.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《投标人须知资料表》。

27 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《投标人须知资料表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

第三章　资格审查

一、资格审查程序

1　开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。

2　《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。

3　投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。

4　资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/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。	提供证明文件的电子件或电子证照

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
1-3	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其**投标无效**。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
1-4	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	/
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1-1	中小企业证明文件**（适用于第二包）**	当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购，此时建议在《资格证明文件》中提供。 1、投标人单独投标的，应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。 2、如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且投标人为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件中如实填报，且满足招标文件关于预留份额的要求。	格式见《投标文件格式》

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

第四章　评标程序、评标方法和评标标准

一、评标程序、评标方法

1　投标文件的符合性审查

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

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

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
8	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
9	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；
10	串通投标	不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

		（五）不同投标人的投标文件相互混装；（六）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；
11	投标异常	不存在以下投标异常情形： 1）硬件信息一致：不同供应商编制或上传电子投标（响应）文件的计算机网卡 MAC 地址、硬盘序列号等硬件信息相同。 2）文件异常一致或投标报价呈规律性异常：不同供应商的投标（响应）文件内容是否存在非正常一致（如多处错误一致）。 3）电子签章混用：使用本项目其他投标（响应）供应商的数字证书加密或加盖其电子印章。 4）联系信息一致：不同供应商的联系人为同一人或联系电话一致。 5）属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动。 6）法律法规和文件规定的其他投标异常情形。
12	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
13	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。

2.2 异常低价处理

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

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

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

供应商投标（响应）报价× 50 %；

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

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

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

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

2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章 2.4 修正后的报价。

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

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

□有，具体规定为： / 。

■无，按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。

2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；

2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。

2.5 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予6%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。

2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。

2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。

2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。

2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

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

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

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

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

3 投标文件的比较和评价

3.1 评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价；未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

■综合评分法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

□最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

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

□随机抽取

□其他方式，具体要求：/

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

4 确定中标候选人名单

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

□随机抽取

□其他方式，具体要求：/

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

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

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

4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐_3_名中标候选人。

5 报告违法行为

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

二、评标标准

第一包：组织实施

序号	内容	评分因素分项	分值	评分标准
1	商务部分（10 分）	类似项目业绩	10 分	投标人提供近 5 年（2021 年 1 月 1 日起至今）承接过类似项目业绩，每提供一个得 2 分，最多得 10 分。（须提供合同复印件并加盖投标人公章）
2	服务部分（80 分）	大会整体组织策划方案	10 分	综合考虑投标人提供的**大会整体组织策划方案**，对采购需求的响应程度。 （1）提出的方案内容齐全、结构完整、表述准确、条理清晰，体现了丰富的同类活动组织执行经验及统筹协调能力，完全满足项目需要；同时具备前瞻性、科学性、合理性、可操作性，得 10 分； （2）提出的方案内容齐全、结构合理、理解准确，经验较丰富，满足项目需要；同时具备较强的科学性、合理性、可操作性，得 7 分； （3）提出的方案内容平常、通用，能体现一定经验，基本满足项目需要；具备一定的科学合理性及可操作性，得 4 分； （4）提出的方案内容有遗漏或不完整、结构和条理不够清晰，经验不足，勉强满足项目需要；可操作性和合理性较弱，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供该项内容不得分。
		主论坛与平行分论坛专项工作方案	15 分	综合考虑投标人提供的**主论坛与平行分论坛专项工作方案**，对采购需求的响应程度。 （1）方案紧扣主题，内容完整详实，考虑细致周全，设计规划科学合理性、可行性、针对性强，完全满足招标文件要求的，得 15 分； （2）方案较贴合主题，内容较完整详实，考虑较细致全面，设计规划科学合理性、可行性、针对性较强，能较好满足招标文件要求的，得 11 分； （3）方案基本表达主题，内容基本完整，设计规划科学合理性、可行性、针对性一般，基本满足招标文件要求的，得 7 分； （4）方案与主题贴合度差，内容及条理性有所欠缺，逻辑混乱，设计规划缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距的，得 4 分； （5）方案与本项目实际需要偏差较大，缺乏可操作性和合理性，无法满足招标文件要求，得 1 分； （6）方案有严重缺漏或未提供不得分。

		配套活动方案	10分	综合考虑投标人提供的**配套活动方案**，对采购需求的响应程度。 （1）方案完整度高、活动策划新颖，筹备得当、经验丰富，可操作性和实施性强，完全满足招标文件要求的，得10分； （2）方案完整度较高、活动策划较新颖，筹备合理，可行性、针对性较强，能较好满足招标文件要求的，得 7 分； （3）方案基本完整、活动策划方案普通，筹备能力一般，可行性、针对性一般，基本满足招标文件要求的，得 4 分； （4）方案完整度欠佳、活动策划能力较弱，筹备能力欠佳，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距的，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		全流程会务统筹保障方案	10分	综合考虑投标人提供的**会务统筹方案（内容包括但不限于场地统筹、食宿保障、交通保障）**，对采购需求的响应程度。 （1）方案完整度高、保障措施众多且描述详细，沟通协调时效性强，完全满足采购需求：10 分； （2）方案完整度较高、保障措施较多、沟通协调时效性较强，满足采购需求：7 分； （3）方案完整度一般、保障措施一般、沟通协调时效性一般，可以满足采购需求：4 分； （4）方案完整度有欠缺、保障措施简单、沟通协调时效性较差：1 分； （5）方案内容缺失严重或未提供任何材料：0 分。
		实施进度计划	7分	综合考虑投标人提供的本项目**实施进度计划**对采购需求的响应程度。 （1）实施进度计划内容全面详实、科学合理，各环节衔接紧凑，可执行性强，能够完全满足采购需求的，得 7 分； （2）实施进度计划全面性、科学合理性、各环节衔接紧凑性和可执行性一般，基本满足招标文件要求的，得 4 分； （3）实施进度计划全面性、科学合理性、各环节衔接紧凑性和可执行性较差，难以满足招标文件要求的，得 1 分； （4）内容缺失严重或未提供不得分。
		安全保障方案	7分	综合考虑投标人提供的**安全保障方案（内容包括但不限于内容安全审查机制、大会安保、消防安全）**对采购需求的响应程度。 （1）安全保障方案内容完整详实、细致周全，可行性、针对性强，保密措施科学合理性强，能够完全满足采购需求的，得 7 分； （2）安全保障方案内容基本完整，科学合理性、可行性、针对性一

				般，基本满足招标文件要求的，得 4 分； （3）安全保障方案内容欠缺合理性，可行性和针对性不足的，得 1 分； （4）方案内容缺失严重或未提供不得分。
		应急响应预案	7 分	综合考察投标人提供的**应急响应预案**。 （1）应急体系完善、风险规避策略高效，预警迅速、响应及时，处理突发事件能力强，得 7 分； （2）应急体系基本完善、有较为完整的风险规避策略，预警响应速度一般，处理突发事件能力一般，得 4 分； （3）应急体系混乱、风险规避策略落后，响应不及时，处理突发事件能力较差，得 1 分； （4）方案内容缺失严重或未提供得 0 分。
		人员配备方案	4 分	投标人针对本项目拟投入的团队人数应不少于 20 人。在 20 人的基础上每多提供 1 人得 1 分，最高得 4 分。不足 20 人不得分。 （须提供团队成员名单，并加盖投标人公章）
			10 分	考察投标人针对本项目拟投入的与项目规模相匹配的策划、设计、技术及执行**团队的实力**。 （1）团队组成科学合理，岗位职责分工清晰明确，人员综合素质高、能力和专业性强，具有丰富的同类项目经验，得 10 分； （2）团队组成较科学合理，岗位职责分工较清晰明确，人员综合素质较高、能力和专业性较强，经验较丰富的，得 7 分； （3）团队组成科学合理性有所欠缺，岗位职责分工一般，人员综合素质一般、能力和专业性一般，人员经验一般的，得 4 分； （4）团队组成科学合理性较差，岗位职责分工不明确，人员综合素质一般、能力和专业性较差，人员经验欠缺的，得 1 分； （5）团队组成严重不足或未提供证明材料不得分。 （须提供人员简介、分工明细及相关经验证明材料，并加盖投标人公章）
3	价格部分（10 分）	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。 注：此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4、2.5 及 2.6。		
合计 100 分				

第二包：宣传推广

序号	内容	评分因素分项	分值	评分标准
1	商务部分（10 分）	类似项目业绩	10 分	投标人提供近 3 年（2022 年 1 月 1 日起至今）承接过类似项目业绩，每提供一个得 2 分，最多得 10 分。（须提供合同复印件并加盖投标人公章）
2	服务部分（80 分）	全媒体宣传推广方案	8 分	综合考虑投标人提供的**全媒体宣传推广方案（内容包括但不限于宣传目标、策略、渠道选择、时间进度安排）**的制定与组织实施，对采购需求的响应程度。 （1）方案内容齐全、结构完整、主题突出，体现了丰富的项目经验，完全满足采购需要；同时具备前瞻性、科学性、合理性、可操作性，得 8 分； （2）方案内容齐全、结构合理、理解准确，经验较丰富，满足采购需要；同时具备较强的科学性、合理性、可操作性，得 6 分； （3）方案内容平常、通用，能体现一定经验，基本满足采购需要；具备一定的科学合理性及可操作性，得 3 分； （4）方案内容有遗漏或不完整、结构和条理不够清晰，经验不足，勉强满足采购需要；可操作性和合理性较弱，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供该项内容不得分。
		媒体新闻报道及上宣方案	8 分	综合考虑投标人提供的**权威媒体新闻报道及上宣方案（内容包括但不限于新媒体产品定制、文章撰写、媒体上宣）**对采购需求的响应程度。 （1）方案完整全面、详实，内容定位精准、专业，主题突出，可执行性强，能够完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整全面，内容定位基本准确、专业，可执行性较强，基本满足招标文件要求，得 6 分； （3）方案普通，内容定位存在一定偏差，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距，得 3 分； （4）方案简略，定位存在偏差，可执行性差，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		活动现场创意视频方案	8 分	综合考虑投标人提供的**活动现场创意视频方案（以探访 VLOG、快闪活动、现场采访等形式为载体，制作贴合大会氛围的创意短视频）**。 （1）方案完整全面，内容定位精准、专业，兼具创新性，突出特色，可执行性强，数量充足，完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整全面，内容定位基本准确、专业，具有一定的创新性及特色，可执行性较强，基本满足招标文件要求，得 6 分； （3）方案普通，内容定位存在一定偏差，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距，得 3 分； （4）方案简略，定位存在偏差，可执行性差，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		新闻图	8	综合考虑投标人提供的**新闻图片拍摄与视频素材留存方案**对采购需求的

		片拍摄与视频素材留存方案	分	响应程度。 （1）方案完整，内容详细，针对性强、可行性高，能有效保障新闻图片拍摄与视频素材留存质量，完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整合理，内容较详细，方案可行性较高，满足采购需求，得 6 分； （3）提供了通用的方案，内容及可行性一般，基本满足采购需求，得 3 分； （4）方案简略或内容存在较大缺漏，无法满足采购需求，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		品牌专题策划与特色活动方案	8 分	综合考虑投标人提供的**北京大视听精品品牌专题策划与特色活动深度呈现方案**对采购需求的响应程度。 （1）方案完整全面，内容定位精准、专业，兼具创新性，突出特色，可执行性强，能够完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整全面，内容定位基本准确、专业，具有一定的创新性及特色，可执行性较强，基本满足招标文件要求，得 6 分； （3）方案普通，内容定位存在一定偏差，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距，得 3 分； （4）方案简略，定位存在偏差，可执行性差，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		网络新媒体端宣传推广方案	8 分	综合考虑投标人提供的**网络新媒体端宣传推广方案（内容包括但不限于短视频制作、新媒体推广）**对采购需求的响应程度。 （1）方案完整全面，内容定位精准、专业，兼具创新性，突出特色，可执行性强，能够完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整全面，内容定位基本准确、专业，具有一定的创新性及特色，可执行性较强，基本满足招标文件要求，得 6 分； （3）方案普通，内容定位存在一定偏差，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距，得 3 分； （4）方案简略，定位存在偏差，可执行性差，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		宣传片与新媒体物料制作方案	8 分	综合考虑投标人提供的**宣传片与新媒体物料策划制作方案（内容包括但不限于大会宣传片创意策划与制作、新媒体端内容定制化开发）**对采购需求的响应程度。 （1）方案完整全面，内容定位精准、专业，兼具创新性，突出特色，可执行性强，能够完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整全面，内容定位基本准确、专业，具有一定的创新性及特色，可执行性较强，基本满足招标文件要求，得 6 分； （3）方案普通，内容定位存在一定偏差，缺乏可行性和针对性，与招标文件要求有较大差距，得 3 分； （4）方案简略，定位存在偏差，可执行性差，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。

		专刊服务与多渠道推广方案	8分	综合考虑投标人提供的**专刊服务与多渠道推广方案（内容包括但不限于专刊策划、品牌推广）**对采购需求的响应程度。 （1）方案完整，内容详细，针对性强、可行性高，能有效保障专刊质量与品牌推广质量，完全满足采购需求，得 8 分； （2）方案较完整合理，内容较详细，方案可行性较高，满足采购需求，得 6 分； （3）提供了通用的方案，内容及可行性一般，基本满足采购需求，得 3 分； （4）方案简略或内容存在较大缺漏，无法满足采购需求，得 1 分； （5）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		安全保密及应急预案	6分	综合考虑投标人提供的**安全保密及应急预案**，对采购需求的响应程度。 （1）方案完整度高、安全保密措施众多、处突能力强、具有完善的应急管理体系，完全满足采购需求：6 分； （2）方案完整度较高、安全保密措施较多、处突能力较强、具有较完善的应急管理体系，基本满足采购需求：3 分； （3）方案完整度较差、安全保密措施匮乏、处突能力不足、应急管理体系建设较差，无法满足采购需求：1 分； （4）方案有严重缺漏或未提供不得分。
		团队配置	5分	投标人应配置服务团队不少于 15 人，团队人员要相对稳定，确保服务项目的连续性和质量。 （1）团队人员数量齐备，组成科学合理，岗位职责分工清晰明确，得 5 分； （2）团队人员数量齐备，组成合理，岗位职责分工基本明确，得 3 分； （3）团队人员数量齐备，岗位配置职责分工模糊或欠缺合理性，得 1 分； （5）团队人员数量不足或未提供证明材料不得分。 （须提供团队成员名单、岗位分工明细，并加盖投标人公章）
			5分	综合考虑投标人提供的团队人员经验能力对本分包采购需求的响应程度。 （1）响应完整，承诺及支撑材料充分，能够完全满足采购需求，得 5 分； （2）响应完整，承诺及支撑材料基本完备，基本满足采购需求，得 3 分； （3）响应不完整、承诺或支撑材料有缺失，不能满足采购需求，得 1 分； （4）承诺或支撑材料存在严重缺漏或未响应，得 0 分。 （附团队成员简历、职称证书（如有）、项目经验等相关证明资料）
3	价格部分（10 分）	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。 注：此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4、2.5 及 2.6。		
合计 100 分				

第五章　采购需求

第一包（组织实施）采购需求

一、项目概况

为深入学习宣传贯彻党的二十大及二十届历次全会精神，全面落实习近平文化思想，深入实施广播电视和网络视听精品创作传播工程，国家广播电视总局与北京市人民政府联合举办 2026 中国广播电视精品创作大会，紧扣“十五五”开局之年文化建设部署，推动视听内容提质创新、行业资源深度联动，打造全国视听产业年度核心盛会，助力广播电视和网络视听行业高质量创新性发展。

二、项目需实现的功能或目标

总目标：一是聚力推动电视剧（网络剧）、纪录片、动画片、广播电视节目、微短剧等多元视听内容开展精品化创作生产，推出一批思想精深、艺术精湛、制作精良的标杆作品，持续丰富人民群众高品质精神文化供给；二是搭建全国广电领域全产业链交流协作平台，打通创作、投资、制播、宣发、国际传播全链路，促进行业协同创新、资源共享，夯实广电视听产业高质量发展生态；三是持续升级兼具全国标杆引领作用、国际传播影响力的广播电视行业核心品牌活动，放大北京作为全国文化中心、全球视听产业高地的示范效应，服务首都全国文化中心建设与文化强国建设。

阶段目标：通过举办 2026 中国广播电视精品创作大会，统筹开展开幕式暨主论坛、多场平行论坛和配套活动，搭建覆盖全国视听精品首发、联合创作、产业资源共享的一体化平台。全面提升大会品牌辨识度、行业号召力、媒体传播覆盖面，健全精品孵化、展示、交易长效机制，实现更多精品、更广传播、更优环境的全国广电视听生态。

三、需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或其他标准、规范

本次活动须严格按照国家广播电视总局、北京市属地相关政策要求执行。

四、具体项目要求

投标人需在广电总局、北京市广电局指导下承担 2026 中国广播电视精品创作大会全部主体活动的整体统筹、全流程运营组织、会场舞美搭建以及食宿交通等全套会务保障服务，所有工作内容包含但不限于以下条款：

1. 活动举办天数

大会主体线下活动为期 2 天

2. 主要工作任务（包括但不限于）

2.1 整体组织策划与现场执行

（1）按照主办单位要求，配合完成大会整体方案策划，落地举办 1 场开幕式暨主论坛、不少于 5 场平行论坛、不少于 2 场配套专项活动；

（2）根据主办单位要求，配合完成大会全套视觉设计、系列宣传物料设计、会务手册制作等；

（3）负责大会微信小程序、参会注册报名系统的运营维护；

（4）根据大会活动方案，统筹落实全部活动场地资源，涵盖 1 场开幕式暨主论坛（不少于 1000 人）、不少于 5 场平行论坛、不少于 2 场配套活动会场；负责场地规划、舞台舞美搭建、全域环境氛围布置、主视觉背景设计；配齐 LED 大屏、专业舞台灯光、多声道专业音响等全套硬件设备，配备专业技术人员全程驻场保障；

（5）负责大会全流程的摄影摄像和资料留存工作；

（6）根据活动设置，负责为活动提供主持人、志愿者及安保相关服务人员。

（7）完成会场内外、户外展示区全区域主题宣传搭建，融合视听艺术与新时代文化主题元素，营造兼具专业性、艺术性、主旋律氛围的活动场景。

2.2 主论坛与平行分论坛专项工作

（1）投标文件须协助完整提交所有论坛的独立策划方案，包含整体执行时间排期、分论坛细分主题、拟邀头部行业嘉宾名单、完整环节流程设计，以及互动环节、精品发布环节、产业对接环节的详细内容；

（2）在主办方指导下，完成全国顶尖行业嘉宾、行业领军创作者、平台负责人、专家学者的邀约、沟通与行程确认；推荐的受邀嘉宾需具备全国性行业影响力，发言内容紧扣 2026 视听精品创作、产业融合、国际传播、微短剧创新、超高清发展等年度核心主题；负责收集嘉宾演讲稿、PPT、展播素材并进行内容初步审核；

（3）根据相关规定和主办单位要求，建立全流程内容三级安全审查机制应急处置流程、现场突发情况应急预案，从嘉宾素材预审、现场播放、直播播出全环节筑牢内容安全防线；

（4）根据大会统一安排，统筹安排嘉宾接待、食宿交通及全程服务，对重要嘉宾提供一对一专项接待；

（5）完成所有论坛视频录制、文字速记、现场图文资料分类整理、音视频素材标准化归档，会后将完整资料包统一交付主办方。

2.3 配套活动工作

（1）按采购人要求协助策划并落地配套活动，出具完整可落地的执行方案，明确活动流程、呈现形式、交流环节等各项设置，提交采购人审核；

（2）协助邀约行业专家、机构代表、创作团队，统一收集所有发言、展播、发布材料，同步建立配套的内容安全审核与应急处置机制；

（3）完成每场配套活动的全程视频录制、文字速记、现场影像资料留存，分类整理形成标准化档案交付采购人。

2.4 全流程会务统筹保障

按照大会统一安排，根据广电总局和北京市广电局要求，做好活动举办和参会人员接待等全流程保障工作。

（1）场地统筹：结合大会规模、分场数量，制定一体化场地使用及动线规划方案，统筹彩排、搭建、撤展全周期场地管理；

（2）食宿保障：严格按照北京市公务接待标准，统筹安排全部参会嘉宾、工作人员的住宿与餐饮，做到分区管理、流程规范；

（3）交通保障：定制整体交通保障和停车方案，保障嘉宾、参会人员出行顺畅，另行制定极端天气交通应急方案；

（4）安全安保：编制专项整体安保方案、消防应急方案、人员密集场所突发事件应急预案，明确各区域、各环节安全责任主体；配置全覆盖现场安保人员、安检设备，提供分流管控服务，落实消防安全、人员信息登记、设备用电安全全流程管理。

2.5 其他要求

（1）投标人须具备五年以上相关行业经验，拥有丰富的资源渠道，具备承办文化或广电领域大型活动策划与执行的综合能力。

（2）具备与项目规模相匹配的策划、设计、技术及执行团队。该团队应配置高素质、高度敬业且能提供优质服务的专业人员（原则上不少于 20 人），成员须具备丰富的同类项目经验，岗位职责分工明确且具有针对性。

（3）通过满意度调查、资料分析等手段，系统实施绩效评估工作，对大会所有项目的目标达成度及实施效果进行自评，并提交相关证明文件。

（4）坚决贯彻落实中央八项规定、反对“四风”等各项规定 。

（5）采购人有权在项目任一阶段组织验收，中标人须提交项目评估报告，验收意见纳入项目档案；

（6）制定专项安保方案与应急预案，明确各环节责任主体；

（7）高效完成采购人交付的其他相关任务。

五、项目服务期与验收

（一）项目服务期

中标后与采购人签订合同，合同签订生效后至精品创作大会结束后一个月。

（二）项目验收要求

采购人组织项目的验收工作。依据招标文件、投标文件、合同条款的内容和要求进行验收，重点检查资金使用情况、活动举办的数量和效果等。验收过程中，服务团队需提供详细的项目总结报告、相关数据统计和分析报告、素材成果等资料，以证明项目实施情况和活动效果。

五、付款条件（进度和方式）

分期付款：合同签订生效后 15 日内，甲方向乙方支付合同首款 80%。项目完成后 10 日内，乙方向甲方提出验收申请。甲方验收合格后 30 日内，向乙方支付合同尾款 20%。

第二包（宣传推广）采购需求

一、项目背景

为深入学习宣传贯彻党的二十大精神和习近平文化思想，深入实施广播电视和网络视听精品创作工程，2026年，国家广播电视总局与北京市人民政府联合举办2026中国广播电视精品创作大会，推动形成更多精品、更广传播、更优环境，助力广播电视行业高质量发展。本项目以“北京大视听”品牌为核心，整合权威媒体资源、网络达人生态与全媒体技术能力，通过全场景内容采集、多维度创意生产、跨平台分发传播，完成大会宣传片及新媒体物料制作、专刊制作以及渠道推广等任务，协助“北京大视听”品牌在年轻化、数字化语境下实现项目目标，助力长效传播与价值跃升。

二、项目目标

通过全方位、多层次的宣传内容策划，显著提升精品创作大会在行业内外的影响力与知名度，吸引更多专业人士、爱好者及相关企业关注并参与大会。

具体目标如下：按照采购人的要求，配合大会宣传方案制定与实施、拍摄制作大会宣传片、组织大会活动稿件撰写、完成大会配套视频内容物料制作，包括预热视频、集锦视频以及嘉宾金句等视频。通过全媒体整合传播策略，系统提升精品创作大会及“北京大视听”品牌影响力。以精准调研为基础，协助采购人制定覆盖权威媒体、社交平台、行业垂直渠道的全媒体宣传推广方案，通过主流媒体深度共创、广电大V合拍短视频、活动现场创意视频制作等多元形式，实现品牌曝光与内容破圈传播；同步构建新闻图片与视频素材库，为后续传播提供内容支撑；最终通过精品创作专题策划与特色活动立体化呈现，强化品牌文化价值与行业引领性，完成大会交办的相关任务。

三、服务内容

（一）全媒体宣传推广方案制定与组织实施

深入调研精品创作大会的主题、议程、嘉宾阵容等核心信息，结合目标受众特点和媒体传播规律，制定详细、可行的全媒体宣传推广方案。方案应涵盖宣传目标、策略、渠道选择、内容规划、时间进度安排等关键要素，方案须交由采购人审定后方可执行。

负责宣传推广方案的全面组织实施，协调各方资源，确保各项工作按计划有序推进。实施过程中遇重大调整或突发事件，应及时向采购人报告并按照采购人的要求灵活调整方案，保障宣传效果。

（二）权威媒体新闻报道及上宣

主流媒体深度共创，与《人民日报》《光明日报》等权威媒体联合策划主题报道，围绕大会核心议题及“北京大视听”品牌定位，定制兼具专业深度与传播力的新媒体产品。合作中充分整合媒体资源，邀请行业专家、学者参与内容共创，结合权威数据与案例分析，强化内容公信力；同时通过多轮创意打磨与审核，确保内容逻辑严谨、观点鲜明，适配主流媒体平台调性，主流媒体渠道推广不少于55家。相关内容选题及核心观点须提前交由采购人审定。

邀请资深记者、学者围绕大会主题撰写深度分析、趋势解读及评论文章，不少于50篇，内容兼顾专业性与传播性，并针对官网、社交媒体等不同渠道特性优化呈现形式，稿件须交采购人审核确认后方可发布，同步联动全国各省市广电新媒体及行业媒体进行二次分发，扩大覆盖面。

（三）活动现场创意视频

以探访VLOG、快闪活动、现场采访等形式为载体，制作贴合大会氛围的创意短视频，不少于30条。探访VLOG通过第一视角展现活动筹备细节、嘉宾风采及幕后故事，增强观众代入感；邀请与大会主题契合的广电头部及腰部网络达人参与合拍，借助其粉丝基础与内容创作能力，打造更具亲和力与传播力的短视频。快闪视频以突发式表演或互动设计抓取现场高光时刻，结合动感剪辑与音效烘托氛围；现场采访则聚焦嘉宾金句、参会者体验及行业洞察，提炼核心观点形成短平快传播素材。所有视频均需根据平台特性（如抖音的竖屏适配、微信的横屏深度内容）优化呈现形式，并融入“北京大视听”品牌标识，创意脚本及成片须交由采购人审定，并按照采购人的意见进行修改完善，实现内容与品牌的深度绑定。

（四）新闻图片拍摄与视频素材留存

保障新闻宣传通稿所需使用的图片和视频素材。需要配备专业摄影摄像团队，跟进大会活动，图片拍摄需覆盖主论坛、分论坛、展览区、互动环节等全场景，捕捉嘉宾演讲、观众互动、产品展示等关键画面，并通过后期精修确保色彩、构图符合新闻通稿调性；每场活动不少于2个新闻摄影机位；视频素材则需系统记录活动流程、聚焦新闻通稿所需嘉宾发言精华及现场氛围，每场活动不少于2个摄像机位。此外，针对重要环节（如开幕式、签约仪式）提供多机位拍摄与特写镜头，保障素材丰富性，所有素材须配合采购人为后续新闻报道及二次传播提供充足内容支撑。

（五）北京大视听精品品牌专题策划与特色活动深度呈现

针对北京大视听精品创作及本届大会中由北京局承办的特色主题活动与核心板块，需独立策划专题内容以凸显品牌价值：围绕北京大视听近年来的精品力作，策划深度专题报道，同步针对大会特色论坛、展览、发布会等活动，设计“亮点提炼+观点碰撞+互动反馈”的立体化传播方案，策划方案及关键物料须交由采购人审定，并统一融入品牌标识、动态视觉元素及年轻化叙事语言，通过短视频、图文、直播切片等多种形式强化品牌记忆点，确保专题策划既体现内容厚度，又符合采购人对品牌调性的要求，为“北京大视听”品牌长效传播提供核心支撑。

（六）网络新媒体端宣传推广

联动大会主题，定向邀约头部及腰部网络达人（覆盖影视、文化、科技等领域）参与合拍共创，依托其粉丝基础与内容创作力，打造兼具亲和力与传播力的短视频内容。达人名单及合作方案须经由采购人审核同意。

深度整合抖音、快手、小红书、微博、微信等社交平台资源，制定分阶段、分场景的推广策略。通过话题互动、线下打卡等形式激活用户参与，利用平台算法推荐机制扩大内容触达范围；推广排期与核心话题须交由采购人审定，并配合采购人联动账号矩阵与KOL资源，构建大会网络新媒体端宣传的立体化传播网络。

（七）策划制作宣传片与新媒体物料

大会宣传片创意策划与制作，围绕大会亮点提炼创意主线，撰写宣传片脚本。脚本及分镜须交由采购人审定，按照采购人的要求进行修改，采用专业拍摄设备与后期制作

技术，确保画面高清稳定、色彩精准还原、音效层次分明，宣传片不少于3分钟；拍摄场景覆盖主会场、分论坛、展览区及互动体验区，通过特写、多机位切换等形式全面呈现大会规模与氛围。

新媒体端内容定制化开发，根据大会方案要求，依托平台特性与用户习惯，策划制作适配图文、短视频、动态海报等多元形式的内容；所有文案、设计稿及视频物料须经采购人审核确认后方可发布；结合大会方案要求，打造适合网络平台传播的图文稿件、预热视频、集锦视频、金句视频等多元化大会视频宣传物料，其中稿件不少于50篇，短视频不少于30个，海报不少于60张。

（八）专刊服务与多渠道推广

聚焦广电领域前沿趋势，围绕大会核心议题与行业动态，策划兼具专业深度与传播价值的专刊内容。通过专家访谈、案例分析、数据解读等形式，系统梳理大会成果与行业价值，为广电从业者提供决策参考，助力大会影响力向行业纵深渗透，嘉宾访谈不少于10场。专刊整体框架及访谈提纲须交由采购人审定。

需要根据大会各分论坛的性质，精准定向地将我方品牌推广至相关网络视听平台及其矩阵渠道、社交媒体等，实现高效曝光。推广策略及执行方案须经采购人同意，并配合采购人完成相关渠道对接。

四、服务团队要求

（一）团队整体要求

根据项目服务内容及要求，服务团队须具备3年以上大型活动宣传推广及内容制作经验，拥有媒体合作案例及相关行业服务经历。配置服务团队不少于15人，团队人员要相对稳定，确保服务项目的连续性和质量。团队核心人员变动须提前告知采购人并征得同意。

（二）具体人员要求

项目经理：具有5年以上大型活动宣传项目管理经验，至少负责过5个类似项目的整体策划与执行。具备良好的沟通协调能力和应变能力，能够与采购人、媒体及其他合作方保持良好的合作关系，积极配合采购人统筹项目进展，及时解决项目中出现的问题。

宣传策划人员：具有4年以上品牌及活动策划经验，熟悉全媒体传播规律和宣传推广策略，能够独立完成宣传推广方案制定、专题策划、创意策划等工作。具备较强的市场洞察力和创新思维，能够根据大会特点和目标受众需求，在采购人的指导下制定出有吸引力、有传播力的宣传方案。

内容创作人员：具有4年以上内容创作经验，包括文案撰写、视频脚本创作、采访提纲设计等。具备扎实的文字功底和丰富的创意灵感，能够根据不同平台特点和宣传需求，创作出高质量、多样化的宣传内容。所有对外发布内容均需交由采购人审定。

拍摄制作团队人员：由专业导演、摄影师、剪辑师、后期技术人员等组成，具有丰富的大型活动拍摄制作经验，能够熟练运用各种拍摄设备和后期制作软件。拍摄团队应具备应对不同拍摄场景和突发情况的能力，确保拍摄素材的质量和完整性；后期制作团队应能够根据宣传需求，配合采购人的修改意见对素材进行精心剪辑和特效处理，制作出高质量的宣传片和视频内容。

数据分析人员：负责监测宣传内容的传播效果，收集和分析相关数据，如曝光量、阅读量、转发量、互动率等。通过数据分析评估宣传推广工作的成效，及时发现存在的问题和不足，并向采购人提出针对性的优化建议，为宣传策略的调整提供数据支持。

运营推广人员：具有4年以上媒体运营推广经验，熟悉各媒体平台的运营规则和推广策略，能够制定有效的推广方案并执行。具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与媒体平台、网红达人等建立良好的合作关系，推动宣传内容的广泛传播。推广执行中的关键节点须向采购人反馈并接受指导。

服务团队要结合人员配备，对各项技术指标逐一作出完成承诺，确保服务项目全部完成。

五、项目服务期与验收

（一）项目服务期

中标后与采购人签订合同，自合同签订生效后至精品创作大会结束后一个月。

（二）项目验收要求

采购人组织项目的验收工作。依据招标文件、投标文件、合同条款的内容和要求进行验收，重点检查宣传推广方案的执行情况、宣传内容的质量和数量、渠道推广的效果、宣传目标的达成情况等。验收过程中，服务团队需提供详细的项目总结报告、相关数据统计和分析报告、宣传素材成果等资料，配合采购人完成验收，以证明项目实施情况和宣传效果。

六、付款条件

分期付款：合同签订生效后30日内，甲方向乙方支付合同首款80%。项目完成后10日内，乙方向甲方提出验收申请。甲方验收合格后30日内，向乙方支付合同尾款20%。

第六章　拟签订的合同文本

本项目合同是否为中小企业预留合同：第1包□是/☑否；第2包☑是/□否

第1包合同文本

中国广播电视精品创作大会项目（第一包）活动服务合同

北京市广播电视局

2026 年　　月　　日

中国广播电视精品创作大会项目（第一包）活动服务合同

甲方：北京市广播电视局

地址：北京市通州区达济街 5 号院

法定代表人：

项目联系人：

联系方式：

乙方：

地址：

法定代表人：

项目联系人：

联系方式：

根据《中华人民共和国民法典》等有关法律法规的规定，甲乙双方本着友好合作、协商的原则，就甲方委托乙方对中国广播电视精品创作大会采购项目（第一包）（项目名称）服务事宜达成合同条款如下，共同遵照执行。

第一条　合同文件组成

下列文件均为本合同不可分割的组成部分，互为补充和解释，如有不清或相互矛盾之处，以所列顺序在前的为准，但甲乙双方有特别约定的除外：

1.本合同条款及其附件。

2.中标/成交通知书。

3.项目需求书（或采购需求）、服务内容明细、服务期限、验收标准及验收程序等经甲乙双方确认后作为本合同附件的文件。

4.投标人/成交供应商在投标、响应或谈判过程中提供的承诺性文件（如人员配置、实施方案、服务保障、售后承诺等，如有）。

5.甲乙双方就具体服务内容、服务要求、验收标准等签订的补充合同或其他附件。

第二条　合同术语定义

除非另有特别的解释或说明，在本合同中及与合同相关的，甲乙双方另行签署的其他文件（包括但不限于本合同的附件）中，下述词语均按照如下定义进行解释：

1.“甲方”系指北京市广播电视局。

2.“乙方”系指根据合同规定向甲方提供服务的具有法定代表人资格的实体；即中标人。

3.“合同”系指甲乙双方签署的，合同格式中载明的甲乙双方所达成的约定，包括构成合同的所有附件、附录和构成合同的所有文件。

4.“服务”系指乙方根据合同规定须向甲方提供的全部服务。

第三条　服务范围及时间

1.服务内容：

1.1 整体组织策划与现场执行

（1）按照主办单位要求，配合完成大会整体方案策划，落地举办 1 场开幕式暨主论坛、不少于 5 场平行论坛、不少于 2 场配套专项活动；

（2）根据主办单位要求，配合完成大会全套视觉设计、系列宣传物料设计、会务手册制作等；

（3）负责大会微信小程序、参会注册报名系统的运营维护；

（4）根据大会活动方案，统筹落实全部活动场地资源，涵盖 1 场开幕式暨主论坛（不少于 1000 人）、不少于 5 场平行论坛、不少于 2 场配套活动会场；负责场地规划、舞台舞美搭建、全域环境氛围布置、主视觉背景设计；配齐 LED 大屏、专业舞台灯光、多声道专业音响等全套硬件设备，配备专业技术人员全程驻场保障；

（5）负责大会全流程的摄影摄像和资料留存工作；

（6）根据活动设置，负责为活动提供主持人、志愿者及安保相关服务人员。

（7）完成会场内外、户外展示区全区域主题宣传搭建，融合视听艺术与新时代文化主题元素，营造兼具专业性、艺术性、主旋律氛围的活动场景。

1.2 主论坛与平行分论坛专项工作

（1）投标文件须协助完整提交所有论坛的独立策划方案，包含整体执行时间排期、分论坛细分主题、拟邀头部行业嘉宾名单、完整环节流程设计，以及互动环节、精品发布环节、产业对接环节的详细内容；

（2）在主办方指导下，完成全国顶尖行业嘉宾、行业领军创作者、平台负责人、专家学者的邀约、沟通与行程确认；推荐的受邀嘉宾需具备全国性行业影响力，发言内容

紧扣2026视听精品创作、产业融合、国际传播、微短剧创新、超高清发展等年度核心主题；负责收集嘉宾演讲稿、PPT、展播素材并进行内容初步审核；

（3）根据相关规定和主办单位要求，建立全流程内容三级安全审查机制应急处置流程、现场突发情况应急预案，从嘉宾素材预审、现场播放、直播播出全环节筑牢内容安全防线；

（4）根据大会统一安排，统筹安排嘉宾接待、食宿交通及全程服务，对重要嘉宾提供一对一专项接待；

（5）完成所有论坛视频录制、文字速记、现场图文资料分类整理、音视频素材标准化归档，会后将完整资料包统一交付主办方。

1.3 配套活动工作

（1）按采购人要求协助策划并落地配套活动，出具完整可落地的执行方案，明确活动流程、呈现形式、交流环节等各项设置，提交采购人审核；

（2）协助邀约行业专家、机构代表、创作团队，统一收集所有发言、展播、发布材料，同步建立配套的内容安全审核与应急处置机制；

（3）完成每场配套活动的全程视频录制、文字速记、现场影像资料留存，分类整理形成标准化档案交付采购人。

1.4 全流程会务统筹保障

按照大会统一安排，根据广电总局和北京市广电局要求，做好活动举办和参会人员接待等全流程保障工作。

（1）场地统筹：结合大会规模、分场数量，制定一体化场地使用及动线规划方案，统筹彩排、搭建、撤展全周期场地管理；

（2）食宿保障：严格按照北京市公务接待标准，统筹安排全部参会嘉宾、工作人员的住宿与餐饮，做到分区管理、流程规范；

（3）交通保障：定制整体交通保障和停车方案，保障嘉宾、参会人员出行顺畅，另行制定极端天气交通应急方案；

（4）安全安保：编制专项整体安保方案、消防应急方案、人员密集场所突发事件应急预案，明确各区域、各环节安全责任主体；配置全覆盖现场安保人员、安检设备，提

供分流管控服务，落实消防安全、人员信息登记、设备用电安全全流程管理。

2.服务期限：自合同签订生效后至精品创作大会结束后一个月。

第四条　服务权限

1.乙方作为甲方选定的服务商，应当按照本合同、项目需求书（或采购需求）以及其在投标、响应或谈判过程中作出的承诺开展相关工作。

2.任何情况下，未经甲方书面同意，乙方不得向第三方转让甲方在本合同中授予乙方的权限，不得超越甲方授权范围。否则甲方有权取消乙方的中标人资格。

第五条　特别承诺

乙方应保证无任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利。如果任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利，乙方须与第三方交涉并承担由此而产生的一切法律责任和费用，并赔偿因此给甲方造成的一切损失，以及甲方为反驳第三方的主张、向乙方主张权利所支付的各项费用，包括但不限于调查费、律师费、诉讼费等。

第六条　合同金额及付款方式

1.本合同成交金额为人民币_____元（大写：_____），具体以验收结算金额为准。

2.本合同的付款方式为：***（分期付款）***

分期付款：合同签订生效后 15 日内，甲方向乙方支付 80 %的（非必填）合同首款，即人民币____元（大写：___）。项目完成后 10 日内，乙方向甲方提出验收申请。甲方验收合格后 30 日内，向乙方支付合同尾款，人民币____元（大写：____）。

3.乙方应向甲方提供等额正式发票，乙方未按本合同约定向甲方提供发票的，甲方有权拒绝支付委托报酬，并不视为甲方违约。乙方提供发票等行为须符合甲方执行的相关财政规定。

4.甲方支付的合同款已经包含了乙方为完成项目所需的全部费用，除合同另有明文规定外，甲方不再承担该项目其他任何费用，亦不再向乙方支付其他任何费用。

5.与该项目相关的所有费用支出，均需符合相关要求，乙方需配合甲方相关检查、延伸审计，提供相关合同、凭据、票据、支出凭证、签收单等材料。**该配合审计、稽查义务不受本合同终止、解除、履行完毕影响，乙方需长期配合甲方及上级主管部门审计核查工作。**

第七条　甲、乙双方的责任、权利及义务（根据实际内容进行约定）

（一）甲方的责任、权利及义务

1.甲方向乙方提出服务工作的内容、完成时间、完成质量等具体要求。

2.甲方对乙方的工作可提出改进和纠正意见。

3.甲方检查监督乙方完成委托项目工作的进度，组织专家或者通过评估，对乙方提交的委托项目工作成果的质量进行评审和验收。

4.甲方根据乙方开展工作的实际情况支付给乙方所需费用。

5.负责委托项目所涉及的、与甲方有关的外部联系和协调工作。

（二）乙方的责任、权利和义务

1.乙方认真按照合同要求完成委托项目工作，随时接受甲方的检查监督，并为检查监督提供便利条件。

2.乙方负责项目组织管理服务期间受邀专家和参加人员的组织和管理，乙方确保活动安全有序地进行。由于乙方原因给参加活动的人员造成人身、财产损失的，乙方自行解决由此产生的纠纷并承担全部赔偿责任。

3.乙方不得将本项目主体业务及关键性工作、辅助性工作分包或者转委托给第三方，经甲方书面同意且法律法规允许的除外，一经发现乙方擅自分包或者转委托给第三方的，甲方有权解除合同并追究乙方违约责任。

第八条　税费

1.根据国家现行税法规定，应当对甲方征收的与本合同有关的一切税费均由甲方负担。

2.根据国家现行税法规定，应当对乙方征收的与本合同有关的一切税费均由乙方负担。

3.在中国境外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

第九条　保密条款

双方承诺，对因履行本合同所知悉对方尚未进入公知领域的信息承担保密义务，未经双方书面同意不得向本合同以外任何其他方泄露，或用于本合同以外的任何其他目的。**本保密义务为永久存续义务，不因本合同终止、解除、履行完毕而失效。**

第十条　知识产权

1.乙方在提供服务过程中产生的一切知识产权成果归甲方所有，未经甲方同意，乙方不得将相关知识产权授权第三方使用。

2.乙方应保证甲方使用合同项下乙方工作成果的任何一部分时免受第三方提出的侵犯其专利权、著作权、商标权或工业设计权等知识产权的起诉。如果任何第三方对此提

出起诉，乙方应负责与之交涉并承担由此引起的一切法律责任及经济损失。

第十一条　廉政承诺条款

1.合同双方承诺共同加强廉洁自律、反对商业贿赂。

2.甲方及其工作人员严格遵守《北京市政商交往负面清单》和《北京市广播电视局政商交往正负面清单》等相关廉洁纪律规定。

3.甲方及其工作人员不得收受可能影响正常执行公务的礼品、礼金、消费卡和有价证券、股权、其他金融产品等财物，不得收受其他明显超出正常礼尚往来的财物；不得在乙方报销应由本单位或个人支付的费用；不得以参与项目实施为名，接受乙方从该项目中支取的劳务报酬；不得参加乙方安排的可能影响公正执行公务的宴请或者旅游、健身、娱乐等活动。

4.乙方不得向甲方及其工作人员馈赠可能影响公正执行公务的礼品、礼金、消费卡和有价证券、股权、其他金融产品等财物，不得馈赠其他明显超出正常礼尚往来的财物；不得为其报销应由甲方单位或个人支付的费用；不得向甲方工作人员支付劳务报酬；不得安排甲方工作人员参加可能影响公正执行公务的宴请或者旅游、健身、娱乐等活动。

5.乙方的股东、董事、监事、高层管理人员、合作项目负责人及工作人员为甲方员工的亲友或与甲方有密切关系的，应在合作前，以书面方式全面、如实告知。

第十二条　违约责任

1.甲乙双方违反本合同约定，违约方应当按《中华人民共和国民法典》的规定，承担违约责任。

2.乙方未按本合同约定及时向甲方提供服务或提供服务不符合甲方要求的，乙方应承担违约责任。乙方除继续履行合同外，还应支付违约金，每延迟一日支付合同总价的万分之五作为违约金，乙方延迟交付服务成果超过 10 日的，甲方有权解除本合同，乙方应向甲方返还已支付合同费用，还应当向甲方支付相当于合同总价 10 %的违约金。违约金不足弥补因此给甲方造成的损失的，乙方还应对不足部分承担赔偿责任。

3.乙方违反本合同约定的其他条款，应支付合同总金额 5 %的违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，需另行补足。

第十三条　不可抗力

1.本合同所称不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于战争、严重火灾、水灾、台风和地震、法规政策的变更以及其他双方书面同意属于不可抗力的情形。

2.受不可抗力影响的一方应在不可抗力发生后，以最快的方式在最短的时间内通知另一方，并在不可抗力发生后 10 日内，将有关部门出具的证明文件直接送达或邮寄另一方。

3．当不可抗力事件发生时，执行合同的期限可相应延长，不视为任何一方违约。如果延长期限后合同仍不能履行的，双方均有权终止本合同。若合同终止，双方互不承担违约责任。但因一方迟延履行导致不可抗力的，不能免除责任。

第十四条　通知与送达

1.本合同项下的通知、函件及其他书面文件，应以书面形式送达对方。送达方式包括当面递交、邮政特快专递（EMS）或电子邮箱、短信等电子方式。当面递交的，以签收之日为送达日；以邮政特快专递方式送达的，以寄出之日起第三个工作日视为送达日；以电子方式送达的，以发送成功的时间为送达日；受送达方拒绝签收或无法联系的，以邮件退回之日视为送达日。

2.双方以本合同首部载明的地址、联系人、联系人电话、邮箱为有效送达地址。一方变更送达地址或联系方式的，应在变更后五个工作日内书面通知另一方；未履行通知义务的，按照原地址送达即视为有效送达。

3.因本合同产生争议进入诉讼程序的，双方确认本合同首部载明的联络信息同时作为司法文书送达地址。一方未依本条第 2 款通知变更地址，致使人民法院的法律文书无法实际送达的，以向原地址邮寄之日即视为送达之日。

第十五条　争议的解决

1.本合同依中华人民共和国现行法律法规（不包括香港和澳门特别行政区及台湾地区的法律法规）签署并据其解释。

2.在执行本合同过程中，双方如若发生争议，应先协商解决，协商达成一致意见，须以书面形式并加盖公章确认方可有效；协商不成时，任何一方均有权将争议提交至甲方所在地有管辖权的人民法院解决。

第十六条　附则

1.本合同经双方法定代表人或授权代表签字加盖公章后生效。签字日期不一致的，以最后签字日期为本合同生效日期。双方在加盖有效印章时务必加盖骑缝章。

2.本合同一式____份，以中文书写，双方各执____份，具有同等法律效力。

3.如需修改或补充本合同内容，经协商，双方应签署书面修改或补充协议，并将其作为本合同的组成部分。

（以下为签字盖章页）

甲方（盖章）：北京市广播电视局　　乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表：　　法定代表人或授权代表：

（签字）　　（签字）

签署日期：　年　月　日　　签署日期：　年　月　日

第 2 包合同文本

中国广播电视精品创作大会项目（第二包）活动服务合同

北京市广播电视局

2026 年　　月　　日

中国广播电视精品创作大会项目（第二包）活动服务合同

甲方：北京市广播电视局

地址：北京市通州区达济街 5 号院

法定代表人：

项目联系人：

联系方式：

乙方：

地址：

法定代表人：

项目联系人：

联系方式：

根据《中华人民共和国民法典》等有关法律法规的规定，甲乙双方本着友好合作、协商的原则，就甲方委托乙方对中国广播电视精品创作大会采购项目（第一包）（项目名称）服务事宜达成合同条款如下，共同遵照执行。

第一条　合同文件组成

下列文件均为本合同不可分割的组成部分，互为补充和解释，如有不清或相互矛盾之处，以所列顺序在前的为准，但甲乙双方有特别约定的除外：

1.本合同条款及其附件。

2.中标/成交通知书。

3.项目需求书（或采购需求）、服务内容明细、服务期限、验收标准及验收程序等经甲乙双方确认后作为本合同附件的文件。

4.投标人/成交供应商在投标、响应或谈判过程中提供的承诺性文件（如人员配置、实施方案、服务保障、售后承诺等，如有）。

5.甲乙双方就具体服务内容、服务要求、验收标准等签订的补充合同或其他附件。

第二条　合同术语定义

除非另有特别的解释或说明，在本合同中及与合同相关的，甲乙双方另行签署的其他文件（包括但不限于本合同的附件）中，下述词语均按照如下定义进行解释：

1.“甲方”系指北京市广播电视局。

2.“乙方”系指根据合同规定向甲方提供服务的具有法定代表人资格的实体；即中标人。

3.“合同”系指甲乙双方签署的，合同格式中载明的甲乙双方所达成的约定，包括构成合同的所有附件、附录和构成合同的所有文件。

4.“服务”系指乙方根据合同规定须向甲方提供的全部服务。

第三条　服务范围及时间

1.服务内容：

1.1 全媒体宣传推广方案制定与组织实施

深入调研精品创作大会的主题、议程、嘉宾阵容等核心信息，结合目标受众特点和媒体传播规律，制定详细、可行的全媒体宣传推广方案。方案应涵盖宣传目标、策略、渠道选择、内容规划、时间进度安排等关键要素，方案须交由采购人审定后方可执行。

负责宣传推广方案的全面组织实施，协调各方资源，确保各项工作按计划有序推进。实施过程中遇重大调整或突发事件，应及时向采购人报告并按照采购人的要求灵活调整方案，保障宣传效果。

1.2 权威媒体新闻报道及上宣

主流媒体深度共创，与《人民日报》《光明日报》等权威媒体联合策划主题报道，围绕大会核心议题及“北京大视听”品牌定位，定制兼具专业深度与传播力的新媒体产品。合作中充分整合媒体资源，邀请行业专家、学者参与内容共创，结合权威数据与案例分析，强化内容公信力；同时通过多轮创意打磨与审核，确保内容逻辑严谨、观点鲜明，适配主流媒体平台调性，主流媒体渠道推广不少于 55 家。相关内容选题及核心观点须提前交由采购人审定。

邀请资深记者、学者围绕大会主题撰写深度分析、趋势解读及评论文章，不少于 50 篇，内容兼顾专业性与传播性，并针对官网、社交媒体等不同渠道特性优化呈现形式，稿件须交采购人审核确认后方可发布，同步联动全国各省市广电新媒体及行业媒体进行二次分发，扩大覆盖面。

1.3 活动现场创意视频

以探访 VLOG、快闪活动、现场采访等形式为载体，制作贴合大会氛围的创意短视频，不少于 30 条。探访 VLOG 通过第一视角展现活动筹备细节、嘉宾风采及幕后故事，增强观众代入感；邀请与大会主题契合的广电头部及腰部网络达人参与合拍，借助其粉丝基础与内容创作能力，打造更具亲和力与传播力的短视频。快闪视频以突发式表演或

互动设计抓取现场高光时刻，结合动感剪辑与音效烘托氛围；现场采访则聚焦嘉宾金句、参会者体验及行业洞察，提炼核心观点形成短平快传播素材。所有视频均需根据平台特性（如抖音的竖屏适配、微信的横屏深度内容）优化呈现形式，并融入“北京大视听”品牌标识，创意脚本及成片须交由采购人审定，并按照采购人的意见进行修改完善，实现内容与品牌的深度绑定。

1.4 新闻图片拍摄与视频素材留存

保障新闻宣传通稿所需使用的图片和视频素材。需要配备专业摄影摄像团队，跟进大会活动，图片拍摄需覆盖主论坛、分论坛、展览区、互动环节等全场景，捕捉嘉宾演讲、观众互动、产品展示等关键画面，并通过后期精修确保色彩、构图符合新闻通稿调性；每场活动不少于 2 个新闻摄影机位；视频素材则需系统记录活动流程、聚焦新闻通稿所需嘉宾发言精华及现场氛围，每场活动不少于 2 个摄像机位。此外，针对重要环节（如开幕式、签约仪式）提供多机位拍摄与特写镜头，保障素材丰富性，所有素材须配合采购人为后续新闻报道及二次传播提供充足内容支撑。

1.5 北京大视听精品品牌专题策划与特色活动深度呈现

针对北京大视听精品创作及本届大会中由北京局承办的特色主题活动与核心板块，需独立策划专题内容以凸显品牌价值：围绕北京大视听近年来的精品力作，策划深度专题报道，同步针对大会特色论坛、展览、发布会等活动，设计“亮点提炼+观点碰撞+互动反馈”的立体化传播方案，策划方案及关键物料须交由采购人审定，并统一融入品牌标识、动态视觉元素及年轻化叙事语言，通过短视频、图文、直播切片等多种形式强化品牌记忆点，确保专题策划既体现内容厚度，又符合采购人对品牌调性的要求，为“北京大视听”品牌长效传播提供核心支撑。

1.6 网络新媒体端宣传推广

联动大会主题，定向邀约头部及腰部网络达人（覆盖影视、文化、科技等领域）参与合拍共创，依托其粉丝基础与内容创作力，打造兼具亲和力与传播力的短视频内容。达人名单及合作方案须经由采购人审核同意。

深度整合抖音、快手、小红书、微博、微信等社交平台资源，制定分阶段、分场景的推广策略。通过话题互动、线下打卡等形式激活用户参与，利用平台算法推荐机制扩大内容触达范围；推广排期与核心话题须交由采购人审定，并配合采购人联动账号矩阵与 KOL 资源，构建大会网络新媒体端宣传的立体化传播网络。

1.7 策划制作宣传片与新媒体物料

大会宣传片创意策划与制作，围绕大会亮点提炼创意主线，撰写宣传片脚本。脚本及分镜须交由采购人审定，按照采购人的要求进行修改，采用专业拍摄设备与后期制作技术，确保画面高清稳定、色彩精准还原、音效层次分明，宣传片不少于 3 分钟；拍摄场景覆盖主会场、分论坛、展览区及互动体验区，通过特写、多机位切换等形式全面呈现大会规模与氛围。

新媒体端内容定制化开发，根据大会方案要求，依托平台特性与用户习惯，策划制作适配图文、短视频、动态海报等多元形式的内容；所有文案、设计稿及视频物料须经采购人审核确认后方可发布；结合大会方案要求，打造适合网络平台传播的图文稿件、预热视频、集锦视频、金句视频等多元化大会视频宣传物料，其中稿件不少于 50 篇，短视频不少于 30 个，海报不少于 60 张。

1.8 专刊服务与多渠道推广

聚焦广电领域前沿趋势，围绕大会核心议题与行业动态，策划兼具专业深度与传播价值的专刊内容。通过专家访谈、案例分析、数据解读等形式，系统梳理大会成果与行业价值，为广电从业者提供决策参考，助力大会影响力向行业纵深渗透，嘉宾访谈不少于 10 场。专刊整体框架及访谈提纲须交由采购人审定。

需要根据大会各分论坛的性质，精准定向地将我方品牌推广至相关网络视听平台及其矩阵渠道、社交媒体等，实现高效曝光。推广策略及执行方案须经采购人同意，并配合采购人完成相关渠道对接。

2.服务期限：自合同签订生效后至精品创作大会结束后一个月。

第四条　服务权限

1.乙方作为甲方选定的服务商，应当按照本合同、项目需求书（或采购需求）以及其在投标、响应或谈判过程中作出的承诺开展相关工作。

2.任何情况下，未经甲方书面同意，乙方不得向第三方转让甲方在本合同中授予乙方的权限，不得超越甲方授权范围。否则甲方有权取消乙方的中标人资格。

第五条　特别承诺

乙方应保证无任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利。如果任何第三方就乙方向甲方提供的服务主张任何权利，乙方须与第三方交涉并承担由此而产生的一切法律责任和费用，并赔偿因此给甲方造成的一切损失，以及甲方为反驳第三方的主张、向乙方主张权利所支付的各项费用，包括但不限于调查费、律师费、诉讼费等。

第六条　合同金额及付款方式

1.本合同成交金额为人民币_____元（大写：_____），具体以验收结算金额为准。

2.本合同的付款方式为：**（分期付款）**

分期付款：合同签订生效后__30__日内，甲方向乙方支付_80_%的合同首款，即人民币_____元（大写：_____）。项目完成后_10_日内，乙方向甲方提出验收申请。甲方验收合格后__30__日内，向乙方支付合同尾款，人民币_____元（大写：_____）。

3.乙方应向甲方提供等额正式发票，乙方未按本合同约定向甲方提供发票的，甲方有权拒绝支付委托报酬，并不视为甲方违约。乙方提供发票等行为须符合甲方执行的相关财政规定。

4.甲方支付的合同款已经包含了乙方为完成项目所需的全部费用，除合同另有明文规定外，甲方不再承担该项目其他任何费用，亦不再向乙方支付其他任何费用。

5.与该项目相关的所有费用支出，均需符合相关要求，乙方需配合甲方相关检查、延伸审计，提供相关合同、凭据、票据、支出凭证、签收单等材料。**该配合审计、稽查义务不受本合同终止、解除、履行完毕影响，乙方需长期配合甲方及上级主管部门审计核查工作。**

第七条　甲、乙双方的责任、权利及义务（根据实际内容进行约定）

（一）甲方的责任、权利及义务

1.甲方向乙方提出服务工作的内容、完成时间、完成质量等具体要求。

2.甲方对乙方的工作可提出改进和纠正意见。

3.甲方检查监督乙方完成委托项目工作的进度，组织专家或者通过评估，对乙方提交的委托项目工作成果的质量进行评审和验收。

4.甲方根据乙方开展工作的实际情况支付给乙方所需费用。

5.负责委托项目所涉及的、与甲方有关的外部联系和协调工作。

（二）乙方的责任、权利和义务

1.乙方认真按照合同要求完成委托项目工作，随时接受甲方的检查监督，并为检查监督提供便利条件。

2.乙方负责项目组织管理服务期间受邀专家和参加人员的组织和管理，乙方确保活动安全有序地进行。由于乙方原因给参加活动的人员造成人身、财产损失的，乙方自行解决由此产生的纠纷并承担全部赔偿责任。

3.乙方不得将本项目主体业务及关键性工作、辅助性工作分包或者转委托给第三方，

经甲方书面同意且法律法规允许的除外，一经发现乙方擅自分包或者转委托给第三方的，甲方有权解除合同并追究乙方违约责任。

第八条　税费

1.根据国家现行税法规定，应当对甲方征收的与本合同有关的一切税费均由甲方负担。

2.根据国家现行税法规定，应当对乙方征收的与本合同有关的一切税费均由乙方负担。

3.在中国境外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

第九条　保密条款

双方承诺，对因履行本合同所知悉对方尚未进入公知领域的信息承担保密义务，未经双方书面同意不得向本合同以外任何其他方泄露，或用于本合同以外的任何其他目的。**本保密义务为永久存续义务，不因本合同终止、解除、履行完毕而失效。**

第十条　知识产权

1.乙方在提供服务过程中产生的一切知识产权成果归甲方所有，未经甲方同意，乙方不得将相关知识产权授权第三方使用。

2.乙方应保证甲方使用合同项下乙方工作成果的任何一部分时免受第三方提出的侵犯其专利权、著作权、商标权或工业设计权等知识产权的起诉。如果任何第三方对此提出起诉，乙方应负责与之交涉并承担由此引起的一切法律责任及经济损失。

第十一条　廉政承诺条款

1.合同双方承诺共同加强廉洁自律、反对商业贿赂。

2.甲方及其工作人员严格遵守《北京市政商交往负面清单》和《北京市广播电视局政商交往正负面清单》等相关廉洁纪律规定。

3.甲方及其工作人员不得收受可能影响正常执行公务的礼品、礼金、消费卡和有价证券、股权、其他金融产品等财物，不得收受其他明显超出正常礼尚往来的财物；不得在乙方报销应由本单位或个人支付的费用；不得以参与项目实施为名，接受乙方从该项目中支取的劳务报酬；不得参加乙方安排的可能影响公正执行公务的宴请或者旅游、健身、娱乐等活动。

4.乙方不得向甲方及其工作人员馈赠可能影响公正执行公务的礼品、礼金、消费卡和有价证券、股权、其他金融产品等财物，不得馈赠其他明显超出正常礼尚往来的财物；不得为其报销应由甲方单位或个人支付的费用；不得向甲方工作人员支付劳务报酬；不

得安排甲方工作人员参加可能影响公正执行公务的宴请或者旅游、健身、娱乐等活动。

5.乙方的股东、董事、监事、高层管理人员、合作项目负责人及工作人员为甲方员工的亲友或与甲方有密切关系的，应在合作前，以书面方式全面、如实告知。

第十二条　违约责任

1.甲乙双方违反本合同约定，违约方应当按《中华人民共和国民法典》的规定，承担违约责任。

2.乙方未按本合同约定及时向甲方提供服务或提供服务不符合甲方要求的，乙方应承担违约责任。乙方除继续履行合同外，还应支付违约金，每延迟一日支付合同总价的万分之五作为违约金，乙方延迟交付服务成果超过 10 日的，甲方有权解除本合同，乙方应向甲方返还已支付合同费用，还应当向甲方支付相当于合同总价 10 %的违约金。违约金不足弥补因此给甲方造成的损失的，乙方还应对不足部分承担赔偿责任。

3.乙方违反本合同约定的其他条款，应支付合同总金额 5 %的违约金，违约金不足以弥补甲方损失的，需另行补足。

第十三条　不可抗力

1.本合同所称不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于战争、严重火灾、水灾、台风和地震、法规政策的变更以及其他双方书面同意属于不可抗力的情形。

2.受不可抗力影响的一方应在不可抗力发生后，以最快的方式在最短的时间内通知另一方，并在不可抗力发生后 10 日内，将有关部门出具的证明文件直接送达或邮寄另一方。

3. 当不可抗力事件发生时，执行合同的期限可相应延长，不视为任何一方违约。如果延长期限后合同仍不能履行的，双方均有权终止本合同。若合同终止，双方互不承担违约责任。但因一方迟延履行导致不可抗力的，不能免除责任。

第十四条　通知与送达

1. 本合同项下的通知、函件及其他书面文件，应以书面形式送达对方。送达方式包括当面递交、邮政特快专递（EMS）或电子邮箱、短信等电子方式。当面递交的，以签收之日为送达日；以邮政特快专递方式送达的，以寄出之日起第三个工作日视为送达日；以电子方式送达的，以发送成功的时间为送达日；受送达方拒绝签收或无法联系的，以邮件退回之日视为送达日。

2. 双方以本合同首部载明的地址、联系人、联系人电话、邮箱为有效送达地址。一

方变更送达地址或联系方式的，应在变更后五个工作日内书面通知另一方；未履行通知义务的，按照原地址送达即视为有效送达。

3. 因本合同产生争议进入诉讼程序的，双方确认本合同首部载明的联络信息同时作为司法文书送达地址。一方未依本条第 2 款通知变更地址，致使人民法院的法律文书无法实际送达的，以向原地址邮寄之日即视为送达之日。

第十五条　争议的解决

1.本合同依中华人民共和国现行法律法规（不包括香港和澳门特别行政区及台湾地区的法律法规）签署并据其解释。

2.在执行本合同过程中，双方如若发生争议，应先协商解决，协商达成一致意见，须以书面形式并加盖公章确认方可有效；协商不成时，任何一方均有权将争议提交至甲方所在地有管辖权的人民法院解决。

第十六条　附则

1.本合同经双方法定代表人或授权代表签字加盖公章后生效。签字日期不一致的，以最后签字日期为本合同生效日期。双方在加盖有效印章时务必加盖骑缝章。

2.本合同一式____份，以中文书写，双方各执____份，具有同等法律效力。

3.如需修改或补充本合同内容，经协商，双方应签署书面修改或补充协议，并将其作为本合同的组成部分。

（以下为签字盖章页）

甲方（盖章）：　　乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表：　　法定代表人或授权代表：

（签字）　　（签字）

签署日期：　年　月　日　　签署日期：　年　月　日

第七章　投标文件格式

投标人编制文件须知

1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明文件）、投标文件（商务技术文件），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。

2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件
（资格证明文件）

项目名称:
项目编号/包号：

投标人名称：

1　满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

（一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

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

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

（六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；

（七）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
…		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

说明：供应商承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

2　落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

2-1 中小企业政策证明文件

说明：

（1）**如本**项目**（包）不专门面向中小企业预留采购份额，资格证明文件部分无需提供**《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件；供应商如具有上述证明文件，建议在商务技术文件中提供。

（2）**如本**项目**（包）专门面向中小企业采购**，投标文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，且**建议在资格证明文件部分提供**。

（3）如本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求获得采购合同的供应商将采购项目中的一定比例分包给一家或者多家中小企业的，如供应商因落实政府采购政策拟进行分包的，投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，还须同时提供《拟分包情况说明》及《分包意向协议》，且建议在资格证明文件部分提供。

（4）如本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求供应商以联合体形式参加采购活动，如供应商为联合体的，投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，还须同时提供《联合协议》；上述文件建议在资格证明文件部分提供。

（5）中小企业声明函填写注意事项

1）《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

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

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

（6）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中

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

2-1-1 中小企业证明文件

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）的规定，本公司（联合体）参加（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　投标保证金凭证/交款单据电子件

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件
（商务技术文件）

项目名称：
项目编号/包号：

投标人名称：

1　投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

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

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起_90_个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____　　传真_____

电话_____　　电子函件_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：_____年_____月_____日

2　授权委托书（实质性格式）

授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：

说明：

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

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

3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

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

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____性别：____年龄：____职务：____

系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件：

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

3　开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：_____　　项目名称：_____

包号	投标人名称	投标报价	
		大写	小写

注：1.此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。
2.本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

4　投标分项报价表（实质性格式）

4-1 第一包投标分项报价表

投标分项报价表（适用于第一包）

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	场地租赁费用				
2	安保服务费用				
3	专业策划设计费用				
4	组织执行费用				
5	论坛研讨类活动费用				
6	体验类活动费用				
7	其他费用				
…	…				
总价（元）					

注：1.本表应按包分别填写。

2.如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

4-2 第二包投标分项报价表

投标分项报价表（适用于第二包）

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____报价单位：人民币元

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

注：1.本表应按包分别填写。

2.如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

5　合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号/包号：_____　　项目名称：_____

序号	招标文件条目号（页码）	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择**投标无效**）： □**无偏离**（如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。） □**有偏离**（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一列明，否则**投标无效**；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：　　_____

日期：_____年_____月_____日

6　采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号/包号：_____　　项目名称：_____

序号	招标文件条目号(页码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：
1. 对招标文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**投标无效。**
2.“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：　　_____

日期：_____年_____月_____日

7 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）[1]，生产厂为（厂名）[2]，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≥（规定比例）[3]。（产品名称 1）的（关键组件）[4]在中国境内生产。（产品名称 1）的（关键工序）[5]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≥（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。

8　中小企业证明文件**（如有，适用于第一包）**

说明：

1）中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，以证明中小企业身份。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

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

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

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

中小企业声明函（工程、服务）格式

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

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

9　代理服务费承诺书

代理服务费承诺书（格式）

致：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

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

我公司中标后，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：_____

10 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

10-1 供应商信息采集表

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型

注：1.供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。

2.供应商所属性别请填写“男”或“女”，指拥有供应商 51%以上绝对所有权的性别；绝对所有权拥有者可以是一个人，也可以是多人合计计算。

3.外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。

10-2 其他材料（自行提供）