

北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：老龄政策法规宣传暨孝道文化建设

项目编号：11000024210200095100-XM001

采购人：北京市老龄协会

采购代理机构：北京德聚招标有限公司

目 录

第一章	投标邀请	2
第二章	投标人须知	5
第三章	资格审查	19
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	22
第五章	采购需求	29
第六章	拟签订的合同文本	33
第七章	投标文件格式	40

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：11000024210200095100-XM001

2.项目名称：老龄政策法规宣传暨孝道文化建设

3.项目预算金额：176万元、项目最高限价（如有）：176万元

4.采购需求：拍摄、制作、投放“孝”主题系列创意宣传片；开展“孝顺榜样”候选人社会化宣传、展示和评审；开展“孝顺榜样”评选宣传活动，详见采购需求。

5.合同履行期限：项目主体内容须于2024年11月30日前完成。涉及延续性的服务内容，需按合同规定完成指定服务时限与指定任务量。

6.本项目是否接受联合体投标：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

本项目专门面向中小采购。即：提供的服务全部由符合政策要求的中小微企业承接。

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 本项目是否接受分支机构参与投标：否；

3.2 本项目是否属于政府购买服务：否。

3.3 其他特定资格要求：

（1）单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得同时参加本项目的招标；

（2）为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本项目的招标；

（3）通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询信用记录，被列入失信被执行人、严重失信名单、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，没有资格参加本项目的采购活动；

（4）法律、行政法规规定的其他条件。

三、获取招标文件

1.时间：2024年08月13日至2024年08月19日，每天上午9:00至12:00，下午12:00至18:00（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：本项目为线上获取电子招标文件，供应商无需上传电子文件生成投标文件，需递交纸质版投标文件。相关操作如下：

首先潜在投标人请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>）注册并关注本项目再获取电子版招标文件。

①CA 数字证书办理流程点击交易系统登录入口“数字证书办理平台”跳转到 CA 数字证书办理指南页面，通过 CA 数字证书认证机构办理指南进行办理，详见：<http://help.bjca.cn/bjcz-cg/index.html>，或者在业务系统登录界面，点击 CA 登录方式下的“办理证书”按钮，跳转到 CA 数字证书办理指南，进行办理。

②驱动下载安装及 CA 登录，获取 CA 数字证书之后，需下载并安装驱动程序，才可使用 CA 数字证书登录及市场主体注册。于北京市政府采购电子交易平台“用户指南”一“工具下载”一“招标采购系统文件驱动安装包”下载相关驱动。驱动安装完成后，注册企业信息时可直接点击读取 CA 获取 CA 信息（此时已与企业账号绑定无需单独操作绑定 CA），供应商登录时插入相应的 CA 数字证书，登录方式选择 CA 登录，点击登录按钮即可。

③进入北京市政府采购电子交易平台主页面点击项目信息，查看已发布的所有项目列表，选择将要参与的项目，并进行关注。招标文件获取方式：供应商按照规定办理 CA 数字认证证书（北京一证通数字证书）后，自招标公告发布之日起持供应商自身数字证书登录北京市政府采购电子交易平台免费获取电子版招标文件。未按上述获取方式和期限下载招标文件的投标无效。

如有疑问请查看北京市政府采购电子交易平台北京市政府采购电子交易平台供应商操作指引以及、北京市政府采购电子交易平台市场主体 CA 办理操作指引。

CA 认证证书服务热线 010-58511086

技术支持服务热线 010-86483801

注意：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。

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：2024年09月02日09点30分（北京时间）。

地点：北京市通州区新华南路79号“米开 TOWN”A8/A9 栋二层会议室。

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) 促进中小企业发展；2) 支持监狱企业发展；
3) 促进残疾人就业。

2.公告发布媒体：中国政府采购网、北京市政府采购网。

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：北京市老龄协会

地址：北京市通州区潞城镇留庄路4号院

联系方式：王华 010-55522342

2.采购代理机构信息

名称：北京德聚招标有限公司

地址：北京市通州区新华北路55号2幢四层194室

联系方式：李欢欢 010-85164801

3.项目联系方式

项目联系人：李欢欢

电话：010-85164801

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。标记“”的选项意为适用于本项目，标记“”的选项意为不适用于本项目。

条款号	条目	内容				
2.2	项目属性	项目属性： <input checked="" type="checkbox"/> 服务				
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input checked="" type="checkbox"/> 否				
2.4	核心产品	<input type="checkbox"/> 关于核心产品本项目_/_包不适用。 <input type="checkbox"/> 本项目_/_包为单一产品采购项目。 <input type="checkbox"/> 本项目_/_包为非单一产品采购项目，核心产品为：_/_。				
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织				
	开标前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开				
4.1	样品	投标样品递交： <input checked="" type="checkbox"/> 不需要				
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：				
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>标的名称</th> <th>中小企业划分标准所属行业</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>老龄政策法规宣传暨孝道文化建设</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> </tbody> </table>	标的名称	中小企业划分标准所属行业	老龄政策法规宣传暨孝道文化建设	其他未列明行业
		标的名称	中小企业划分标准所属行业			
老龄政策法规宣传暨孝道文化建设	其他未列明行业					
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： <input checked="" type="checkbox"/> 无				
12.1	投标保证金	投标保证金金额：21080.00 元，大写金额：贰万壹仟零捌拾元整 投标保证金收受人信息： 账户名称：北京德聚招标有限公司 开户行：北京银行股份有限公司通州绿色支行 账号：20000037899500023305400 备注栏备注项目各包名称+保证金（如字数过多可简写）于投标截止时间前递交。				
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。				
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： <input checked="" type="checkbox"/> 否				
		中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： <input checked="" type="checkbox"/> 得分相同以投标报价低者为中标人，得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人 <input type="checkbox"/> 随机抽取				
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包：				

条款号	条目	内容
		<input checked="" type="checkbox"/> 不允许
26.1.1	询问	询问送达形式：通过邮件的形式，邮件地址：deputc@163.com
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门：综合运营部； 联系电话：010-85164801 通讯地址：北京市通州区新华南路 79 号“米开 TOWN”A8/A9 栋二层
27	代理费	收费对象： <input checked="" type="checkbox"/> 中标人 收费标准：固定收费，21080.00 元，大写金额：贰万壹仟零捌拾元整。 缴纳时间：由中标单位在中标通知书发出之日一次性付清。

投标人须知

一 说 明

- 1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体
 - 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
 - 1.2 投标人（也称“供应商”“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
 - 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。
- 2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品
 - 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
 - 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
 - 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
 - 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。
- 3 现场考察、开标前答疑会
 - 3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
 - 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。
- 4 样品
 - 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。
 - 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标方法和评标标准》。
- 5 政府采购政策（包括但不限于下列具体要求）
 - 5.1 进口产品
 - 5.1.1 指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已

经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

5.1.2 本项目是否接受进口产品见第五章《采购需求》。

5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.2.1 中小企业定义：

5.2.1.1 中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的相关规定依据《中华人民共和国中小企业促进法》《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）、《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号）。

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

- （1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；
- （2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；
- （3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

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

5.2.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中

小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

5.2.1.5 监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.1.6 残疾人福利单位定义：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：

- (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）；
- (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) 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；
- (4) 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) 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）；
- (6) 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同

或服务协议的雇员人数。

- 5.2.2 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。
- 5.2.3 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。
- 5.2.4 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标方法和评标标准》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

- 5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。
- 5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。
- 5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**投标无效**；
- 5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 支持乡村产业振兴管理

- 5.4.1 为落实《关于运用政府采购政策支持乡村产业振兴的通知》（财库〔2021〕19号）有关要求，做好支持脱贫攻坚工作，本项目采购活动中对于支持乡村产业振兴管理的相关要求见第五章《采购需求》（如涉及）。

5.5 正版软件

- 5.5.1 依据《财政部 国家发展改革委 信息产业部关于印发无线局域网产品政府采购实施意见的通知》（财库〔2005〕366号），采购无线局域

网产品和含有无线局域网功能的计算机、通信设备、打印机、复印机、投影仪等产品的，优先采购符合国家无线局域网安全标准（GB 15629.11/1102）并通过国家产品认证的产品。其中，国家有特殊信息安全要求的项目必须采购认证产品，否则**投标无效**。财政部、国家发展改革委、信息产业部根据政府采购改革进展和无线局域网产品技术及市场成熟等情况，从国家指定的认证机构认证的生产厂商和产品型号中确定优先采购的产品，并以“无线局域网认证产品政府采购清单”（以下简称清单）的形式公布。清单中新增认证产品厂商和型号，由财政部、国家发展改革委、信息产业部以文件形式确定、公布并适时调整。

- 5.5.2 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 信息安全产品

- 5.6.1 所投产品属于《关于调整信息安全产品强制性认证实施要求的公告》（2009年第33号）范围的，采购经国家认证的信息安全产品，否则**投标无效**。关于信息安全相关规定依据《关于信息安全产品实施政府采购的通知》（财库〔2010〕48号）。

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《评标方法和评标标准》。

6 投标费用

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

二 招标文件

7 招标文件构成

- 7.1 招标文件包括以下部分：

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

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

8 对招标文件的澄清或修改

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

三 投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆开投标，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**可根据厚度合并装册或分册装订**。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。为提升投标文件针对性和评标效率，投标人应当针对项目特征和要求自行编制技术响应方案和内容，国家及地方现有法规和规范已有的内容无需重复提交。
- 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报价。

- 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，招标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、税费等按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用；
- 11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关服务费用。
- 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，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，并作为其投标的一部分。
- 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。由于到账时间晚于投标截止时间的，或者票据错误、印鉴不清等原因导致不能到账的，其**投标无效**。
- 12.4 投标保证金（保函）有效期同投标有效期。
- 12.5 联合体投标的，可以由联合体中的一方或者共同提交投标保证金，以一方名义提交投标保证金的，对联合体各方均具有约束力。
- 12.6 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，经供应商同意后采购人、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：
- 12.6.1 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；

- 12.6.2 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;
- 12.6.3 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;
- 12.6.4 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。
- 12.7 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:
- 12.7.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的;
- 12.7.2 《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 投标文件的制作和签署
- 14.1 投标人应准备一份**投标文件正本和两份副本**,及 1 份电子版本(包含全部纸质版内容 word 格式及签字盖章后的扫描件 PDF 版本),每套投标文件须清楚地标明“正本”“副本”“电子版本”。若正本和副本不符,以正本为准,电子版与纸制文件不符,以纸制文件为准。投标文件的正本需打印,投标文件的副本可采用正本的复印件并在封面处加盖公司公章。
- 14.2 投标文件应胶装装订,不应采用活页可拆卸的装订。投标人可将投标文件正本、所有的副本以及电子版统一装在一个密封袋中或者根据投标文件厚度分别密封,但需在密封袋封皮上注明。
- 14.3 密封袋封皮上均应:
- 1)清楚标明递交至“投标人须知前附表”中指定的地址。
 - 2)注明“投标人须知前附表”中指定的项目名称、招标编号和“在 年 月 日 时之前不得启封”的字样。
 - 3)投标人名称和地址。
 - 4)投标文件类型:《投标文件》及电子版。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

15.1 本项目使用纸质文件递交。

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，将投标文件提交至代理机构指定地点。

17 投标文件的修改与撤回

17.1 投标截止时间前，投标人可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。

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照招标文件的规定，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。**投标人代表须单独携带法定代表人授权委托书（按招标文件给定格式提供）交予代理机构。**

18.2 开标过程将宣布投标人名称、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代表确认。

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

18.4 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招标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》要求确定中标供应商。

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，就中标项目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。

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，可依法提出询问，并按《投标人须知资料表》载明的形式送达采购人或采购代理机构。

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，由投标人派授权代表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。

26.2.3 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，或者其授权代表签字或者盖章，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》第二十二条规定及法律法规的其他规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	<p>投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”；</p> <p>投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；</p> <p>投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件；</p> <p>投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”；</p> <p>投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。</p> <p>分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。</p>	提供证明文件复印件加盖单位公章
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-3	投标人信用记录	<p>查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）；</p> <p>截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间；</p> <p>信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存；</p> <p>信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、严重失信名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。</p>	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
1-4	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1	中小企业声明函	<p>本项目（包）专门面向中小企业采购。</p> <p>投标人应提供中小企业声明函；如为监狱企业或残疾人福利性单位，不必提供中小企业声明函，但须按注1或注2要求提供证明材料。</p> <p>注1：监狱企业须提供由省级以上监狱管理局（北京市含教育矫治局）、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。</p> <p>注2：残疾人福利性单位须提供《残疾人福利性单位声明函》。</p>	格式见《投标文件格式》
2-2	拟分包情况说明及分包意向协议	<p>如本项目（包）要求通过分包措施预留部分采购份额面向中小企业采购、且投标人因落实政府采购政策拟进行分包的，必须提供；否则无须提供。</p> <p>对于预留份额专门面向中小企业采购的项目</p>	本项目不允许分包
3	本项目的特定资格要求	具体规定见第一章《投标邀请》	
3-1	其他特定资格要求	具体规定见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-2	本项目对于联合体的要求	<p>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。</p> <p>2、联合体各成员单位均须提供本表中的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表规定。</p> <p>3、本表序号其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。</p> <p>4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。</p> <p>5、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。</p> <p>6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的投标无效。</p> <p>7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。</p>	本项目不接受联合体投标
3-3	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》
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标方法

1 投标文件的符合性审查

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

1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标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	按招标文件要求在投标格式中及开标现场提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆开投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	签署、盖章	按照招标文件要求签署、盖章的；
7	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；
8	报价合理性	报价合理，或投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，能够应评标委员会要求在规定时间内证明其报价合理性的；
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	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
12	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 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查的投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，有权要求该投标人在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为**无效投标处理**。

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

有，具体规定为：_____ / _____

无，按下述 2.4.2-2.4.7 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。修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。

2.5 落实政府采购政策的价格调整：本项目（包）专门面向中小企业采购。不适用扣除后的价格参加评审。

3 投标文件的比较和评价

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

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

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

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

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

4 确定中标候选人名单

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

随机抽取

其他方式，具体要求：报价金额较低者

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，有向采购人、采购代理机构或者有关部门报告的职责。

二、评标标准

序号	评分因素		分值	评分标准
1	商务部分 (25分)	综合实力	7分	综合考虑投标人技术状况、履约能力等。 ●技术状况专业、履约能力强的，得7分； ●技术状况较专业、履约能力较强的，得5分； ●技术状况较一般、履约能力一般的，得2分； ●技术状况不专业、履约能力较弱的，得0分。
		业绩及案例	18分	近五年（自2019年8月1日至今）承担的类似项目的经验和案例，每个3分，满分18分（须附案例内容首页、关键页和盖章页，并加盖投标人公章）。
2	技术部分 (55分)	项目整体方案	15分	根据投标人提供的项目整体方案是否全面、合理，内容是否充实详细，是否能够满足服务要求进行评审。 ●项目的整体方案全面、合理，内容充实详细，优于招标文件要求的，得15分； ●项目的整体方案较全面、合理，内容较充实详细，完全满足招标文件要求的，得10分； ●项目的整体方案全面性、合理性一般，内容完整，基本满足招标文件要求的，得8分； ●项目的整体方案全面性、合理性较差，内容不全的，得5分； ●项目的整体方案全面性、合理性差的，得2分； ●未提供项目方案的，得0分。
		宣传方案	10分	根据投标人提供的宣传方案（含投放渠道、投放时数和播放量、投放时间等）的思路、宣传片导向正确、创意新颖、群众接受度高，以及方案是否合理，是否具有可执行性和可操作性进行评审。 ●宣传方案思路、形式创新，合理可行，可操作性强，优于招标文件要求的，得10分； ●宣传方案思路、形式创新性较好，较合理可行，可操作性较强，完全满足招标文件要求的，得8分； ●宣传方案思路、形式创新性一般，合理可行性一般，可操作性一般，基本满足招标文件要求的，得6分； ●宣传方案思路、形式创新性较差，合理可行性较差，可操作性较差的，得4分； ●宣传方案思路、形式创新性差，合理可行性差，可操作性差的，得2分； ●未提供宣传方案的，得0分。
		宣传展示	10分	根据投标人开展平面媒体、新媒体宣传展示依托“北京老龄”微信公众号、视频号和快手号等平台，展示“孝顺榜样”候选人事迹评选并开展“我为孝行点赞”网络点赞活动。 ●完全满足公益广告制作需求、投放渠道丰富的，“孝顺榜样”候选人事迹每篇文章阅读量、每条视频播放量分

			<p>别不少于 5000 次，得 10 分；</p> <ul style="list-style-type: none"> ●基本满足公益广告制作需求、投放渠道较为丰富的，“孝顺榜样”候选人事迹每篇文章阅读量、每条视频播放量分别不少于 4000 次，得 7 分； ●公益广告制作能力及投放渠道一般的，“孝顺榜样”候选人事迹每篇文章阅读量、每条视频播放量分别不少于 3000 次，得 4 分； ●公益广告制作能力及投放渠道较差的，“孝顺榜样”候选人事迹每篇文章阅读量、每条视频播放量分别不少于 2000 次，得 1 分； ●公益广告制作能力及投放渠道差的，“孝顺榜样”候选人事迹每篇文章阅读量、每条视频播放量分别少于 1000 次，得 0 分。
		实施方案	<p>10 分</p> <p>根据投标人提供的项目实施方案全面性、合理性、可行性、针对性进行评审。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●方案及措施全面完整、明确、合理、可行，优于招标文件要求的，得 10 分； ●方案及措施较全面、较完整、较明确、较合理可行，满足招标文件要求的，得 8 分； ●方案及措施基本合理、可行，基本满足招标文件要求的，得 6 分； ●方案及措施合理性、可行性较差，不满足招标文件要求的，得 4 分； ●方案及措施合理性、可行性差，得 2 分； ●未提供实施方案的，得 0 分。
		项目进度计划	<p>5 分</p> <p>根据投标人提供的项目进度计划安排是否合理可行，是否满足招标文件要求进行评审。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●项目进度计划安排合理可行，优于招标文件要求的，得 5 分； ●项目进度计划安排较合理可行，完全满足招标文件要求的，得 4 分； ●项目进度计划安排合理可行性一般，基本满足招标文件要求的，得 3 分； ●项目进度计划安排合理可行性较差，对招标文件要求的满足程度一般的，得 2 分； ●项目进度计划安排合理可行性差的得 1 分； ●未提供项目进度计划的，得 0 分。
		安全管理	<p>5 分</p> <p>根据投标人提供的安全管理预案进行评审。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●安全管理预案安排合理可行，得 5 分； ●安全管理预案较合理可行，得 4 分； ●安全管理预案可行性一般，得 3 分； ●安全管理预案可行性较差，得 2 分； ●安全管理预案可行性差的得 1 分； ●未提供安全管理预案的，得 0 分。

3	项目团队（10分）	10分	<p>拟组建项目执行团队人员配备（须附组织结构图及团队执行人员、主创人员的相关证明材料，包括但不限于资质证书、类似项目业绩经验等）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●人员配备合理可行、专业性强，职责分工明确，主创人员配备充足的，得10分； ●人员配备基本合理可行、专业性较强，职责分工较明确，主创人员配备较充足的，得8分； ●人员配备合理可行性一般、专业性一般，职责分工一般，主创人员配备一般的，得6分。 ●人员配备合理可行性较差、专业性不强，职责分工不明确，主创人员配备较差的，得2分。 ●未提供人员配备方案的，得0分。
4	投标报价	10分	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 10。</p>
合计		100分	

第五章 采购需求

一、2024年“孝顺榜样”命名活动介绍

根据《关于北京市市民居家养老（助残）服务（“九养”）办法的通知》（京政办发〔2009〕104号）要求，从2010年起，每年在全市范围内开展万名“孝星”命名活动，在“老年节”期间命名奖励。

2015年以来，为加大对“孝行”的社会宣传力度，市老龄协会通过公开招标，委托专业机构对命名活动进行整体宣传，开展孝道文化系列宣传推广工作。中标人通过网络平台吸引网民为“孝顺榜样”候选人点赞，组织专家评审评出拟命名“孝顺榜样”，拍摄制作《遇见二十年后的父母》《爱要大声说出来》《孝是更好的陪伴》《父母的心愿清单》《父亲的远方》《银发闺蜜》等“孝”主题创意宣传片和“孝顺榜样”先进典型事迹宣传片，在广播电视等主流媒体以及网络新媒体平台投放，营造良好的养老、孝老、敬老氛围。

2024年，市老龄协会继续组织开展北京市“孝顺榜样”命名活动，深入发掘在家庭孝老、社会敬老、行业助老中的孝老爱亲先进典型。6-7月，市老龄委各成员单位、各区将择优推荐“孝顺榜样”候选人，预计候选人总数约为200人。9月，经大众点赞、专家评审，从候选人中产生10名“孝顺榜样”和30名“孝顺之星”。经社会公示无异议后，分别报请有关部门命名为2024年度北京市“孝顺榜样”、2024年度北京市“孝顺之星”。

二、招标内容

为顺利完成2024年“孝顺榜样”命名活动，扩大活动社会影响力，提升项目完成质量，市老龄协会拟委托专业机构，利用好传统媒体和新媒体平台，加大对命名活动全过程的宣传力度，项目金额为176万元。

（一）拍摄、制作、投放“孝”主题系列创意宣传片

拍摄、制作、投放8个“孝”主题系列创意宣传片，形成常态化选树典型和传播孝行的机制，营造良好的孝老、敬老、助老社会氛围。主要完成如下工作。（具体活动时间最终由招标人和中标人协商确定）

1.每个宣传片时长：1-3分钟。

2.宣传内容：系列创意宣传片应以“孝”为主题，充分体现孝亲敬老传统文化的文明内涵和时代价值，引导全社会积极看待老龄社会，积极看待老年人和老年生活，增强不同代际间的文化融合和社会认同；倡导积极老龄观、健康老龄化理念，引导全社会关注和尊重老年人，给予老年人更多生活上的帮助和精神上的慰藉。要求8个宣传片导向正

确、创意新颖、主题鲜明、内容感人、艺术性强、群众接受度高，有较强的传播力，可邀请北京区域内有一定社会影响力，且深受包括老年人在内的社会公众认可和喜爱的人物参与拍摄活动。

3.投放渠道：各大主流媒体、主流视频网站、微信微博平台，包括但不限于：人民日报、新华网、北京日报、北京广播电视台、学习强国等媒体 APP；抖音、快手、微信视频号、腾讯视频、爱奇艺、优酷、好看视频、央视频、北京时间等视频网站；微信、微博不少于 30 个 KOL 大号。

4.投放时数和播放量：在各大主流视频网站（平台）集中投放、推广时间不少于一个月；每个宣传片播放量不少于 10 万次，年内累计播放量不少于 1000 万次。在“北京老龄”视频号上宣发，每个宣传片点赞数、转发数应分别不少于 5000。

5.音视频质量：音视频质量以电视台节目播出技术标准为准。

6.投放时间：配合“孝顺榜样”命名活动需要，原则上 8-11 月每月平均投放 2 个。

（二）开展“孝顺榜样”候选人社会化宣传、展示和评审

1.审核、处理候选人申报材料（2024 年 8-9 月）。8 月，中标人须根据招标人需求，审核、处理“孝顺榜样”候选人申报材料，对材料不规范、不完整的，应予以退回完善。将完善后的候选人材料，按照程序进行平面媒体和新媒体宣传展示，9 月组织网络点赞和专家评审。

2.开展平面媒体宣传展示（2024 年 8-10 月）。制作适用于在不同媒介进行传播的“孝顺榜样”命名活动宣传稿件、宣传海报。包括但不限于通过以下渠道投放，吸引社会公众到“我为孝行点赞”网络点赞平台，为“孝顺榜样”候选人点赞：

1) 邀请知名人物作为“孝顺榜样”命名活动形象代言人，制作“孝顺榜样”命名活动公益广告，在北京区域内的户外大屏、楼宇电梯、广播电视、地铁站厅、公交候车亭等媒介进行投放。

2) 编发新闻通稿，在北京主流传统媒体刊载。

3) 编发新闻通稿，在各大网络媒体刊发。

3.开展新媒体宣传展示（2024 年 8-10 月）。依托“北京老龄”微信公众号、视频号和快手号等平台，以图文、微视频等形式集中宣传、展示“孝顺榜样”候选人事迹。

1) 图文、视频素材由招标人向“孝顺榜样”候选人征集，并提供给中标人。

2) 中标人须对“孝顺榜样”候选人图文、视频素材进行适当编辑、剪辑加工，符合网络传播需求，按要求在“北京老龄”微信公众号、视频号和快手号等平台上推出。

3) 中标人须对上述官方帐号和宣传内容进行大力推广、宣传，每篇文章阅读量应不少于 2000 次。

4.开展“我为孝行点赞”网络点赞活动（8 月至 9 月）。

1) 中标人商招标人，与现有“北京市老龄信息协同与决策支持平台”（由招标人提供）和市老龄协会“北京老龄”微信公众号结合，依托各大主流媒体或网络投票（点赞）系统，或者自行开发，搭建“我为孝行点赞”网络点赞平台。

2) 在上述“2.开展平面媒体宣传展示”“3.开展新媒体宣传展示”环节，应注重引导社会公众前往该点赞平台参加点赞活动。

3) 在 9 月开放点赞平台，对“孝顺榜样”候选人进行点赞。

4) 中标人应采取技术手段，确保点赞环节不发生恶意刷票行为，对可能发生的刷票现象应及时制止。

5) 若自行开发“我为孝行点赞”网络点赞平台，在点赞环节结束后，中标人须将平台移交给招标人，平台后续所有权和使用权归招标人所有。

5.组织专家评审（9 月）。由中标人组建专家评审委员会（不少于 7 人），商招标人同意并确定评审规则后，在 9 月份从候选人中产生 10 名“孝顺榜样”和 30 名“孝顺之星”拟命名人员。

（三）开展“孝顺榜样”评选宣传活动

2024 年 10 月，中标人需协助招标人组织召开 2024 年度“孝顺榜样”命名活动。

1.活动形式：命名活动采用“线下会议+线上直播”的方式进行。包括组织线下活动以及全程线上直播等内容。

2.参加人员：包括市老龄委成员单位、区民政局负责人和工作人员，“孝顺榜样”“孝顺之星”代表，媒体记者，工作人员和其他有关人员等，约 300 人。

3.文艺演出：中标人需组织文艺演出环节的彩排、正式演出等。

4.活动组织：

1) “孝顺榜样”“孝顺之星”参加活动组织工作。包括组织拟命名人员参加活动以及奖杯、证书制作、发放等。

2) 拍摄制作“孝顺榜样”人物宣传视频（10 分钟），在活动上进行播放。

3) 编发新闻通稿，在北京主流传统媒体刊载以及在各大网络媒体刊发。

4) 编写 2024 年度“孝顺榜样”命名活动社会化宣传项目执行情况。

5) 会议场地租赁、报批及布置、会议直播等。

6) 邀请媒体记者宣传。

7) 会议材料印制等。

(四) 有关约定

在开展上述工作过程中，中标人须遵守版权和所有权相关规定，不得使用未经相关方授权的文字、图片、音频、视频、系统等内容。

开展上述工作所产生的成果（包括但不限于文字、图片、音频、视频、系统等）版权和所有权均属于招标人，项目结束后中标人应以适当方式移交给招标人。未经招标人同意，中标人不得将项目成果用于其他用途。

中标人开展上述工作，须确保宣传过程和命名活动涉及的意识形态、网络舆情、活动现场、人身财产等安全，制定完善的应急预案和安全措施。

三、预期宣传效果

以 2024 年“孝顺榜样”命名活动为契机，进行社会化宣传，激励市民“孝老爱亲、向上向善”，在全社会大力构建养老、孝老、敬老的社会环境。

第六章 拟签订的合同文本

(此格式为参考模板，具体格式以实际签订为准)

合同书

甲方：北京市老龄协会

地址邮编：

法定代表人：

联系电话：

乙方：

地址邮编：

法定代表人：

联系电话：

北京市老龄协会（甲方）所需的老龄政策法规宣传暨孝道文化建设项目，经招标公司以_____号招标文件在国内公开招标。经评标委员会评定，_____（乙方）为中标人。甲、乙双方同意按照下面的条款和条件，签署本合同。

一、合同文件

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。为便于解释，组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 协议
- d. 投标文件（含澄清文件）
- e. 招标文件（含招标文件补充通知）

二、服务内容

本合同服务：

（一）拍摄、制作、投放“孝”主题系列创意宣传片

拍摄、制作、投放 8 个“孝”主题系列创意宣传片，在 2024 年 8-11 月投放，形成常态化选树典型和传播孝行的机制，营造良好的孝老、敬老、助老社会氛围。主要完成如下工作。

1. 每个宣传片时长：1-3 分钟。

2. 宣传内容：系列创意宣传片应以“孝”为主题，充分体现孝亲敬老传统文化的文明内涵和时代价值，引导全社会积极看待老龄社会，积极看待老年人和老年生活，增强不同代际间的文化融合和社会认同；倡导积极老龄观、健康老龄化理念，引导全社会关注和尊重老年人，给予老年人更多生活上的帮助和精神上的慰藉。要求8个宣传片导向正确、创意新颖、主题鲜明、内容感人、艺术性强、群众接受度高，有较强的传播力，可邀请北京区域内有一定社会影响力，且深受包括老年人在内的社会公众认可和喜爱的人物参与拍摄活动。

3. 投放渠道：各大主流媒体、主流视频网站、微信微博平台，包括但不限于：人民日报、新华网、北京日报、北京广播电视台、学习强国等媒体APP；抖音、快手、微信视频号、腾讯视频、爱奇艺、优酷、好看视频、央视频、北京时间等视频网站；微信、微博不少于30个KOL大号。

4. 投放时数和播放量：在各大主流视频网站（平台）集中投放、推广时间不少于一个月；每个宣传片播放量不少于10万次，年内累计播放量不少于1000万次。在“北京老龄”视频号上宣发，每个宣传片点赞数、转发数应分别不少于5000。

5. 音视频质量：音视频质量以电视台节目播出技术标准为准。

6. 投放时间：配合“孝顺榜样”命名活动需要，在2024年8-11月投放。

（二）开展“孝顺榜样”候选人社会化宣传、展示和评审

1. 审核、处理候选人申报材料（2024年8-9月）。8月至9月，乙方须根据甲方需求，审核、处理“孝顺榜样”候选人申报材料，对材料不规范、不完整的，应予以退回完善。将完善后的候选人材料，按照程序进行平面媒体和新媒体宣传展示，9月底组织网络点赞和专家评审。

2. 开展平面媒体宣传展示（2024年8-10月）。制作适用于在不同媒介进行传播的“孝顺榜样”命名活动宣传稿件、宣传海报。包括但不限于通过以下渠道投放，吸引社会公众到“我为孝行点赞”网络点赞平台，为“孝顺榜样”候选人点赞：

1) 邀请知名人物作为“孝顺榜样”命名活动形象代言人，制作“孝顺榜样”命名活动公益广告，在北京区域内的户外大屏、楼宇电梯、广播电视、地铁站厅、公交候车亭等媒介进行投放。

2) 编发新闻通稿，在北京主流传统媒体刊载。

3) 编发新闻通稿，在各大网络媒体刊发。

3. 开展新媒体宣传展示（2024年8-10月）。依托“北京老龄”微信公众号、视频

号和快手号等平台，以图文、微视频等形式集中宣传、展示“孝顺榜样”候选人事迹。10月评选出“孝顺榜样”。

1) 图文、视频素材由甲方向“孝顺榜样”候选人征集，并提供给乙方。

2) 乙方须对“孝顺榜样”候选人图文、视频素材进行适当编辑、剪辑加工，符合网络传播需求，按照要求在“北京老龄”微信公众号、视频号和快手号等平台上推出。

3) 乙方需积极推广和宣传甲方的官方帐号和宣传内容，确保“孝顺榜样”候选人每篇文章阅读量应不少于2000次。

4. 开展网络点赞活动（2024年8月至10月）。

1) 乙方商甲方，与现有“北京市老龄信息协同与决策支持平台”（由甲方提供）和市老龄协会“北京老龄”微信公众号结合，依托各大主流媒体或网络投票（点赞）系统，或者自行开发，搭建“我为孝行点赞”网络点赞平台。

2) 在上述“2. 开展平面媒体宣传展示”“3. 开展新媒体宣传展示”环节，应注重引导社会公众前往该点赞平台参加点赞活动。

3) 在9月下旬开放点赞平台，对“孝顺榜样”候选人进行点赞。

4) 乙方应采取技术手段，确保点赞环节不发生恶意刷票行为，对可能发生的刷票现象应及时制止。

5) 若自行开发“我为孝行点赞”网络点赞平台，在点赞环节结束后，乙方须将平台移交给甲方，平台后续所有权和使用权归甲方所有。

5. 组织专家评审（9月）。由乙方组建专家评审委员会（不少于7人），商甲方同意并确定评审规则后，在9月下旬从所有候选人中经过评审确定10名“孝顺榜样”和30名“孝顺之星”，作为拟命名的北京市“孝顺榜样”和“孝顺之星”。

（三）开展“孝顺榜样”评选宣传活动

2024年10月，乙方需协助甲方组织召开2024年度“孝顺榜样”命名活动。

1. 活动形式：命名活动采用“线下会议+线上直播”的方式进行。包括组织线下活动以及全程线上直播等内容。

2. 参会人员：包括市老龄委成员单位、区民政局负责人和工作人员，“孝顺榜样”、“孝顺之星”代表，媒体记者，工作人员和其他有关人员等，约300人。

3. 文艺演出：乙方需组织文艺演出环节的彩排、正式演出等。

4. 活动组织：

1) “孝顺榜样”“孝顺之星”参加活动组织工作。包括组织拟命名人员参加会议以及奖杯、证书制作、发放等。

2) 拍摄制作“孝顺榜样”人物宣传视频（10分钟），在活动上进行播放。

3) 编发新闻通稿，在北京主流传统媒体刊载以及在各大网络媒体刊发。

4) 编写2024年度“孝顺榜样”命名活动社会化宣传项目执行情况。

5) 会议场地租赁、报批及布置、会议直播等。

6) 邀请媒体记者宣传。

7) 会议材料印制等。

三、合同总价

本合同总价为_____元人民币（大写：_____）。

分项价格(省略)：

四、付款方式

合同签订七日内，甲方向乙方支付合同总金额的70%，即人民币_____元（大写：_____元），乙方交付甲方合同总金额5%的履约保函；在乙方完成本项目主体工作并经甲方认可后，甲方支付合同总金额的20%，即人民币_____元（大写：_____元）。合同全部完成，并经甲方验收合格后，甲方支付合同总金额的10%余款，即人民币_____元（大写：_____元）。每次付款前，乙方应提供等额合法发票及发票真伪鉴别证明，否则，甲方有权拒绝付款。

乙方帐号信息：

名称：

开户银行：

账 号：

甲方开票信息：

单位：北京市老龄协会

纳税人识别号：12110000400569482J

注册地址：

五、本合同服务的实施时间及实施地点

实施时间：自合同签订之日起至2024年11月30日止。

实施地点：北京市

六、双方的权利义务

- (1) 甲方有权对乙方提供的服务和提交的成果提出修改意见；
- (2) 甲方有权对服务内容进行验收；
- (3) 乙方有权根据本协议的约定收取服务费用；

(4) 在本协议履行期间以及完毕后，乙方对执行本合同期间获知的甲方信息负有保密义务；甲方按照本合同约定提供给乙方的任何资料和信息，以及乙方在服务过程中知悉的甲方的商业和技术秘密信息，属甲方的保密信息和甲方拥有所有权的财产，乙方应对该资料和信息严格保密，除为履行本合同约定服务需要向行政机关作出的披露外，未经甲方书面同意，不得用于本合同约定服务以外的任何其他用途，亦不得以任何方式向任何第三方泄露或公开，并保证在本合同约定服务履行完毕后，将所有资料和信息归还甲方。

- (5) 乙方不得将合同义务转让给第三人。

七、知识产权

乙方在执行本合同过程中产出的知识成果，包括但不限于文字资料、图片资料和影像资料等，全部归甲方所有。除乙方署名权以外的所有知识产权，在甲方付清合同款项后均归甲方所有。在本协议履行期间以及完毕后，未经甲方书面同意，乙方不得擅自使用、传播或者授权第三人使用或者传播。

八、违约责任

甲乙双方应当严格遵守本合同的约定，如因一方违约给另一方造成经济损失的，违约方应当赔偿守约方所有实际损失（包括但不限于直接损失、间接损失及诉讼费、律师费、鉴定费等费用）。其中，如乙方履约情况不符合招标文件采购需求的，除赔偿甲方损失外，应当向甲方支付本合同总款项 5%的违约金；同时，甲方可要求乙方继续履行合同义务，也有权直接解除合同。

九、争议解决

因本合同发生争议，双方应当友好协商解决，协商不成的，任意一方有权向甲方所在地人民法院提起诉讼。

十、合同的补充和变更

本合同内容如需变更或补充，双方应当在充分协商的基础上签订书面的补充协议，补充协议与本协议约定不一致的，以签订时间在后的补充协议为准。

十一、合同的效力

(1) 本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效，至双方的合同义务全部履行完毕之日终止。

(2) 本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份，具有同等法律效力。

甲方（签字并盖章）：

乙方（签字并盖章）：

（印章）

（印章）

授权代表人（签字）：

授权代表人（签字）：

年 月 日

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（资格证明部分）、（商务技术部分），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。
- 4、为提升投标文件针对性和评标效率，投标人应当针对项目特征和要求自行编制技术响应方案和内容，国家及地方现有法规和规范已有的内容无需重复提交。

一、投标文件封面（非实质性格式）

投 标 文 件

项目名称：

项目编号：

投标人名称（盖章）：

资格部分：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及法律法规的其他规定

1-1 营业执照等证明文件（加盖公章）

1-2 投标人资格声明书（实质性格式）

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （七）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

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

2 落实政府采购政策需满足的资格要求（实质性格式）

2-1 中小企业声明函

说明：本项目（包）专门面向中小企业采购，须提供《中小企业声明函》。

中小企业声明函（服务）格式

本公司郑重声明，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，本公司参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业的具体情况如下：

1.（标的包号名称），属于（其他未列明）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）；

……

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）

4 投标保证金（实质性格式）

附缴纳投标保证金的汇款截图（加盖公章）

退保证金信息

致：代理机构

我方承诺，在_____（项目名称）的采购活动中，我方所递交的保证金从我单位基本账户转出。我方同意按以下信息以转账方式退还保证金。若因内容不全、错误、字迹潦草模糊或开户人和账号与划款时所用的开户人和账号不一致而导致该项目保证金未能及时退还或退还过程中发生错误，我方自行承担全部责任和损失。

单位名称：

开户银行：

银行账号：

财务联系人：

联系方式：

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

商务技术部分：

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）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起____个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 传真_____

电话_____ 电子函件_____

投标人名称（加盖公章） _____

日期：____年____月____日

2 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、递交、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）（签字或签章或印鉴）：_____

委托代理人（签字/签章）：_____

日期：____年____月____日

法定代表人（单位负责人）有效期内的身份证正反面电子件：

--	--

委托代理人有效期内的身份证正反面电子件：

--	--

说明：

- 1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构（仅当招标文件注明允许分支机构投标的），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》（实质性格式）。
- 3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
- 4.投标人代表在开标时须单独携带本项法定代表人授权委托书交予代理机构。

附：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）有效期内的身份证正反面电子件。

--	--

投标人名称（加盖公章）：

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：

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：_____

序号	投标人名称	合同履行期限	投标报价（单位：人民币元）	
			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.本表大小写必须一致。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

4 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

项目编号：_____

项目名称：_____

报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	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：_____

项目名称：_____

对本项目合同条款的偏离情况（请进行勾选）：

无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可）有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一列明）

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

注：

1. 对合同条款中的所有要求，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“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：_____ 项目名称：_____

对本项目采购需求的偏离情况（请进行勾选）：

无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可）有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一系列明）

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。

2.“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

7 拟派项目团队人员情况

序号	姓名	专业	工作年限	拟在本项目中担任的工作或专业岗位

附：人员相关证书或相关证明材料等。

8 投标人类似项目的业绩

序号	委托单位名称	项目名称	服务内容	完成情况	是否有用户反馈情况

9 技术部分

包括但不限于以下内容：

- 1、项目整体方案；
- 2、宣传方案；
- 3、宣传展示；
- 4、实施方案；
- 5、项目进度计划；
- 6、安全管理。

10 投标人认为应附的其他材料

附件1

中小企业划型标准规定（工信部联企业[2011]300号）

行业	中小微型企业（减）			中型企业（且）			小型企业（且）			微型企业（减）		
	从业人员	营业收入	资产总额	从业人员	营业收入	资产总额	从业人员	营业收入	资产总额	从业人员	营业收入	资产总额
农、林、牧、渔业		20000万元以下			500万元及以上			50万元及以上			50万元以下	
工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业）	1000人以下	40000万元以下		300人及以上	2000万元及以上		20人及以上	300万元及以上		20人以下	300万元以下	
建筑业		80000万元以下	80000万元以下		6000万元及以上	5000万元及以上		300万元及以上	300万元及以上		300万元以下	300万元以下
批发业	200人以下	40000万元以下		20人及以上	5000万元及以上		5人及以上	1000万元及以上		5人以下	1000万元以下	
零售业	300人以下	20000万元以下		50人及以上	500万元及以上		10人及以上	100万元及以上		10人以下	100万元以下	
交通运输业（不含铁路运输业）	1000人以下	30000万元以下		300人及以上	3000万元及以上		20人及以上	200万元及以上		20人以下	200万元以下	
仓储业	200人以下	30000万元以下		100人及以上	1000万元及以上		20人及以上	100万元及以上		20人以下	100万元以下	
邮政业	1000人以下	30000万元以下		300人及以上	2000万元及以上		20人及以上	100万元及以上		20人以下	100万元以下	
住宿业	300人以下	10000万元以下		100人及以上	2000万元及以上		10人及以上	100万元及以上		10人以下	100万元以下	
餐饮业	300人以下	10000万元以下		100人及以上	2000万元及以上		10人及以上	100万元及以上		10人以下	100万元以下	
信息传输业（包括电信、互联网和相关服务）	2000人以下	100000万元以下		100人及以上	1000万元及以上		10人及以上	100万元及以上		10人以下	100万元以下	
软件和信息技术服务业	300人以下	10000万元以下		100人及以上	1000万元及以上		10人及以上	50万元及以上		10人以下	50万元以下	
房地产开发经营	200000万元以下	10000万元以下			1000万元及以上	5000万元及以上		100万元及以上	2000万元及以上		100万元以下	2000万元以下
物业管理	1000人以下	5000万元以下		300人及以上	1000万元及以上		100人及以上	500万元及以上		100人以下	500万元以下	
租赁和商务服务业	300人以下		120000万元以下	100人及以上		8000万元及以上	10人及以上		100万元及以上	10人以下		100万元以下
其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业）	300人以下			100人及以上			10人及以上			10人以下		

注：本规定适用于在中华人民共和国境内依法设立的各类所有制和各种组织形式的企业。个体工商户和本规定以外的行业，参照本规定进行划型。

本规定的中型企业标准上限即为大型企业标准的下限，国家统计部门据此制定大中小微企业的统计分类。国务院有关部门据此进行相关数据分析，不得制定与本规定不一致的企业划型标准。