

北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动

项目编号/包号：BJJQ-2026-765

采 购 人：北京市体育彩票管理中心

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.....	1
第二章	投标人须知.....	5
第三章	资格审查.....	21
第四章	评标程序、评标方法和评标标准.....	25
第五章	采购需求.....	37
第六章	拟签订的合同文本.....	45
第七章	投标文件格式.....	61

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。

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：BJJQ-2026-765

2.项目名称：北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动

3.项目预算金额：137 万元，最高限价 122.44665 万元

4.采购需求：完成 2026 即开型体育彩票消费扩容活动，供应商服务须覆盖北京市范围内体育彩票销售实体店，服务对象包含体彩代销者、门店销售人员、现有购彩人员及潜在购彩人群等，提供代销者渠道激励运营、购彩者线上抽奖回馈、线下落地推广活动执行、媒体宣传推广、客户服务支撑、全流程活动风险预案、小程序技术研发运维、方案策划、费用管控、项目验收交付一体化服务。具体详见采购需求。

5.合同履行期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 5 日。

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、获取招标文件

1.时间：2026 年 8 月 5 日至 2026 年 8 月 12 日，每天上午 9:00 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 8 月 26 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。未在规定时间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-2026-765

4.采购代理机构项目联系邮箱：yw05@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：北京市体育彩票管理中心

地 址：北京市西城区先农坛体育场（先农坛街 17 号）1 号楼

联系方式：白老师，010-63199999

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：010-65173261、65173011

3.项目联系方式

项目联系人：李雅琪、常伊婷、赵长宇

电 话：010-65173261、65173011

第二章 投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。

条款号	条目	内容						
2.2	项目属性	项目属性： ■服务 □货物						
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： □是 ■否						
2.4	核心产品	■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：_____。						
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。						
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。						
4.1	样品	投标样品递交： ■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）：_____。						
5.1.2	进口产品	■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》。						
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"> <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>/</td><td>北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动</td><td>其他未列明行业</td></tr> </table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	/	北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动	其他未列明行业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业						
/	北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动	其他未列明行业						
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ■无 □有，具体情形：_____。						

条款号	条目	内容
12.1	投标保证金	投标保证金金额：<u>2.4 万。</u> 投标保证金收受人信息：投标人应在投标截止时间前按招标文件规定的金额、形式等，将投标保证金交到北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司（采用电汇或网上银行支付的，须在投标截止时间前到账，并注明项目编号：BJJQ-2026-765。） 投标保证金银行账号： 收款单位：<u>北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司</u> 账号：<u>1000000010120100382136001178</u> 开户银行：<u>浙商银行股份有限公司北京分行营业部</u> 开户行行号：<u>316100000025</u> (汇款时，请输入开户银行全称“浙商银行股份有限公司北京分行营业部”，避免出现汇款不成功)。
12.7.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ■无 □有，具体情形：<u> </u>。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。
18.2	解密时间	解密时间：10 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<u>技术部分</u>得分高者为中标人 □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：<u> </u>； (2) 允许分包的金额或者比例：<u> </u>； (3) 其他要求：<u> </u>。
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	询问送达形式： <u>直接或邮寄或电子邮件方式</u>
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 1、询问 联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《投标邀请》中的采购代理机构信息和项目联系方式。 2、质疑

条款号	条目	内容																
		联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部； 联系电话：010-65915204； 通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN3 号楼 9 层。																
27	代理费	收费对象： □采购人 ■中标人 收费标准：<u>参照《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）及《国家发展改革委办公厅关于招标代理服务收费有关问题的通知》（发改办价格[2003]857 号）等规定的收费标准和计费方式基础上，中标/成交金额按照服务类型计算，最低不得低于伍仟元整（¥5000.00）</u> <table><tr><th> 费率 成交金额 </th><th>货物类</th><th>服务类</th><th>工程类</th></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></table> <u>代理费收受人信息：</u> <u>收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司</u> <u>开 户 行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行</u> <u>银行账号：1119 1701 0400 02067</u> <u>开户行行号：1031 0001 9176</u> 缴纳时间：在领取中标通知书时一次性支付招标服务费。	费率 成交金额	货物类	服务类	工程类	100 万元以下	1.5%	1.5%	1.0%	100～500 万元（含 500 万元）	1.1%	0.8%	0.7%	500～1000 万元（含 1000 万元）	0.8%	0.45%	0.55%
费率 成交金额	货物类	服务类	工程类															
100 万元以下	1.5%	1.5%	1.0%															
100～500 万元（含 500 万元）	1.1%	0.8%	0.7%															
500～1000 万元（含 1000 万元）	0.8%	0.45%	0.55%															

投标人须知

一 说 明

1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

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

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

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

2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

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

2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

3 现场考察、开标前答疑会

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

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

4 样品

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

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

5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

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 本国产品标准
- 5.2.1 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：
- 5.2.1.1 中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。
- 5.2.1.2 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：
- （1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

(2) 在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

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

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

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

5.3.2 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：

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

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

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

5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

- 5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；
- 5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。
- 5.3.4 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以下内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。
 - 11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；
 - 11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。
 - 11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。
 - 11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。
- 12 投标保证金
- 12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。
 - 12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。
 - 12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构；以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。
 - 12.4 投标人除需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据电子件”，还需在投标截止时间前，通过电子交易平台上传“投标保证金凭证/交款单据电子件”。
 - 12.5 投标保证金有效期同投标有效期。
 - 12.6 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。
 - 12.7 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担保

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

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

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

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

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

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

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

14 投标文件的签署、盖章

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

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

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

15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标文件，投标保证金除外。

16 投标截止时间

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

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以通过电子交易平台对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五 开标、资格审查及评标

18 开标

- 18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。
- 18.2 本项目开标使用北京市政府采购电子交易平台。投标人应在《投标人须知资料表》规定的时间内对投标文件进行解密，因非系统原因导致的解密失败，视为**投标无效**。
- 18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。
- 18.4 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。
- 18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

- 19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

- 20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。
- 20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，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
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	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	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
2-1-2	拟分包情况说明及分包意向协议	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。 对于预留份额专门面向中小企业采购的项目（包），组成联合体或者接受分包合同的中小企业与联合体内其他企业、分包企业之间不得存在直接控股、管理关系。	格式见《投标文件格式》
2-2	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的电子件或电子证照
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”

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-3	其他特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》 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。	提供证明文件的电子件或电子证照
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	
5	获取招标文件	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	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；

9	分包其他要求 (如有)	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书电子件（如有）；
10	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）
11	进口产品 (如有)	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
12	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件电子件： 1）采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，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； 2）所投产品属于列入《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）项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准。
13	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；
14	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；
15	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
16	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。
17	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

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

2.2 异常低价审查

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

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

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

2.2.1.3 投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45%的，即投标（响应）报价 $<$ 采购项目最高限价 $\times 45\%$ ；

2.2.1.4 评审委员会认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

2.2.2 评审委员会启动异常低价投标（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。

2.2.3 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。

2.3 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 2.4.2-2.4.7 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。

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

2.5 落实中小企业扶持政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》

5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予_10_%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

- 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予_4_%的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
- 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。
- 2.6 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一种以上产品，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：技术部分得分高者优先

- 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
一	商务部分	10	/
1.1	业绩	10	投标人具有近三年（签订时间 2023 年 1 月 1 日至今）与本项目类似的实施经验，以提供的合同为准，有效时间以合同签订时间为准，每个有效业绩得 2 分，最多得 10 分。 备注：需附关键页复印件，复印件内容需体现合同名称、签订双方名称、签订时间以及双方盖章页。未提供有效合同复印件或提供的材料不能体现以上信息的均不得分。
二	技术部分	80	/
2.1	项目理解分析	5	综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及服务思路、项目重难点及有利于项目实施的相关建议等。 （1）项目分析具有针对性、对项目背景、服务思路清晰、完全了解活动意义及重要性、重难点分析全面到位、可提出建设性意见及建议，得 5 分； （2）提供了常规通用的项目分析，具有对活动背景的了解、独立的服务思路、活动意义及重要性的了解、重难点分析、建设性意见及建议，但细节需进一步完善，得 3 分； （3）提供了简单的项目分析，方案内容基本完整，缺乏针对性、细节描述简略，得 2 分； （4）提供了粗略的项目分析，内容不完整、无针对性、无细节描述，得 1 分； 未提供任何项目分析理解方案不得分。
2.2	代销者存量激励活动方案	12	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的代销者存量激励活动方案。 （1）方案内容包含物料配套与全域培训、销售数据管控与门店评优、激励奖励全流程台账管理、门店运营赋能与陈列落地 4 项内容，每项内容得 1 分，最多得 4 分。 （2）活动策划方案（8 分） 活动策划实施内容详细、完整、有针对性，前期筹备充足，分析详尽准确，内容表述清晰，能够高度结合项目需求，准确理解项目意图，对各项任务 and 基本要求能够进一步细化，形成完整的工作思路，得 8 分； 提供了通用、常规的方案，有前期筹备的方案，有一定的理解和分析，针对各项任务 and 基本要求能够形成可行的工作思路，但针对性需加强，细节需进一步完善，得 6 分； 提供了简单的方案，前期筹备不够完善，活动主题理解有部分欠缺，不能完全分析项目意图，对项目的工作思路描述简单，缺乏针对性，得 4 分； 方案有欠缺不完整，活动主题理解不准确，不能完全分析项目意图，无项目的工作思路描述，得 2 分； 本项未提供得 0 分。
2.3	购彩者线上抽奖回馈活动方案	12	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的购彩者线上抽奖回馈活动方案。 （1）方案内容包含小程序后台与专职客服体系搭建、奖品全周期供应链管理、抽奖流程合规留痕管控、标准化奖品兑付履约 4 项内容，每项内容得 1 分，最多得 4 分。 （2）活动策划方案（8 分）

			活动策划实施内容详细、完整、有针对性，前期筹备充足，分析详尽准确，内容表述清晰，能够高度结合项目需求，准确理解项目意图，对各项任务 and 基本要求能够进一步细化，形成完整的工作思路，得 8 分； 提供了通用、常规的方案，有前期筹备的方案，有一定的理解和分析，针对各项任务 and 基本要求能够形成可行的工作思路，但针对性需加强，细节需进一步完善，得 6 分； 提供了简单的方案，前期筹备不够完善，活动主题理解有部分欠缺，不能完全分析项目意图，对项目的工作思路描述简单，缺乏针对性，得 4 分； 方案有欠缺不完整，活动主题理解不准确，不能完全分析项目意图，无项目的工作思路描述，得 2 分； 本项未提供得 0 分。
2.4	线下推广活动方案	13	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的线下推广活动方案。 (1) 方案内容包含场地及全功能区搭建撤场、现场互动礼品运营管理、现场全流程活动落地执行、影像记录与直播传播运营、现场安全与应急保障 5 项内容，每项内容得 1 分，最多得 5 分。 (2) 活动策划方案 (8 分) 活动策划实施内容详细、完整、有针对性，前期筹备充足，分析详尽准确，内容表述清晰，能够高度结合项目需求，准确理解项目意图，对各项任务 and 基本要求能够进一步细化，形成完整的工作思路，得 8 分； 提供了通用、常规的方案，有前期筹备的方案，有一定的理解和分析，针对各项任务 and 基本要求能够形成可行的工作思路，但针对性需加强，细节需进一步完善，得 6 分； 提供了简单的方案，前期筹备不够完善，活动主题理解有部分欠缺，不能完全分析项目意图，对项目的工作思路描述简单，缺乏针对性，得 4 分； 方案有欠缺不完整，活动主题理解不准确，不能完全分析项目意图，无项目的工作思路描述，得 2 分； 本项未提供得 0 分。
2.5	全媒体宣传推广服务方案	12	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的全媒体宣传推广服务方案。 1.宣传推广承诺 (3 分) 针对第五章采购需求 3. 项目量化指标中的 9 条指标要求进行响应承诺，全部承诺得 3 分，提供承诺书并加盖供应商公章，否则得 0 分。 2.媒体推广服务方案 (9 分) (1) 方案内容包含多渠道宣传物料落地、标准化原创宣传内容产出、多级媒体矩阵投放运营、分阶段宣传节奏运营、7×24 小时全周期舆情管控 5 项内容，每项内容得 1 分，最多得 5 分。 (2) 服务方案 (4 分) 方案完整度高、推广范围广、手法多样、主题内容鲜明、针对性强、受众适用性强，完全满足采购需求，得 4 分； 提供了通用、常规的方案，基本满足采购需求，具有一定可操作性，但细节需进一步完善，需进一步提高针对性，得 3 分； 提供了简单的方案，推广范围小、手法少、缺乏主题鲜明度、受众适用性低等，无细节内容、缺乏针对性，得 2 分； 方案简单粗糙不完整，不具备可操作性，无法满足采购需求，得 1 分；

			未提供任何方案，得 0 分。
2.6	技术支撑服务方案	11	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的技术支撑服务方案。 (1) 方案内容包含小程序核心功能开发落地、系统稳定运维保障、上线前置硬性要求 3 项内容，每项内容得 1 分，最多得 3 分。 (2) 服务方案 (8 分) 服务方案内容详细、完整、有针对性，前期筹备充足，分析详尽准确，内容表述清晰，能够高度结合项目需求，准确理解项目意图，对各项任务 and 基本要求能够进一步细化，形成完整的工作思路，得 8 分； 提供了通用、常规的方案，有前期筹备的方案，有一定的理解和分析，针对各项任务 and 基本要求能够形成可行的工作思路，但针对性需加强，细节需进一步完善，得 6 分； 提供了简单的方案，前期筹备不够完善，活动主题理解有部分欠缺，不能完全分析项目意图，对项目的工作思路描述简单，缺乏针对性，得 4 分； 方案有欠缺不完整，活动主题理解不准确，不能完全分析项目意图，无项目的工作思路描述，得 2 分； 本项未提供得 0 分。
2.7	风险应急预案	4	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的风险应急预案，内容覆盖公共安全、实施安全、医疗急救及恶劣天气等突发情况。 方案高效、合理、预见性强，可应对突发事件，能够充分保障活动顺利开展的，得 4 分； 提供了常规通用的预案，有一定的预见性，基本达到保障活动开展的，得 3 分； 提供了简单的方案，只描述了基本工作思路及节点，无具体工作细节，得 2 分； 方案不够高效，缺乏合理性和可操作性，得 1 分； 未提供该方案，得 0 分。
2.8	拟投入本项目的团队人员情况	8	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的拟投入本项目的团队人员情况。 (1) 拟派本项目团队人员，人员数量充足，分工合理，职责明确，全部具备丰富的相关工作经验，能够完全满足本项目实际需求的，得 8 分； (2) 团队人员数量充足，分工合理，具有一定的相关工作经验，能够基本满足本项目需求的，得 6 分； (3) 团队人员数量不足，分工缺乏合理性，少部分人员的相关工作经验有所欠缺，得 4 分； (4) 团队人员数量严重不足，分工不合理性，大部分人员缺少相关工作经验，得 2 分； (5) 未提供团队人员情况资料，得 0 分。
2.9	活动资金使用方案	3	综合考虑供应商针对第五章采购需求所提供的活动资金使用方案。 (1) 方案详细、科学可行，完全满足采购需求，得 3 分； (2) 提供了简单的方案，只描述了基本工作思路及节点，无具体工作细节，得 2 分； (3) 方案不全面，缺乏合理性和可操作性，得 1 分； (4) 未提供或完全不可行，得 0 分
三	价格部分	10	/
3.1	投标报价	10	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）×分值。 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《评标程序、评标方法和评标标准》2.4、2.5 及 2.6。
合计		100	

第五章 采购需求

一、采购标的

1. 采购标的

北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动，一项服务，预算金额为 137 万，最高限价 122.44665 万元。

2. 项目背景

北京作为全球首个“双奥之城”，正加快建设国际体育消费城市、构建首都赛事名城体系。依据国务院办公厅《关于以体育赛事活力激发体育消费潜力的若干意见》（国办发〔2025〕31 号）、《北京市促进体育消费实施方案》、国家体彩中心责任彩票建设相关工作要求，以及北京市体育局批复发行“新时代新北京”主题即开型体育彩票相关文件，北京市体育彩票管理中心计划开展 2026 即开型体育彩票消费扩容活动。

二、商务要求

1. 服务期限和地点（范围）

服务期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 5 日。

地点（范围）：采购人指定地点。

2. 付款条件（进度和方式）

详见第六章 拟签订的合同文本。

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

供应商须严格依据国家体育总局体育彩票管理中心责任彩票建设工作相关要求、北京市体育局关于发行“新时代 新北京”主题即开型体育彩票批复文件，以盘活存量资源、规范彩票流通、扩容体育消费、强化品牌公信、提升社会价值为核心导向，做好北京市即开型体育彩票销售管理工作，完成 2026 年工作目标；为提高即开型游戏的销量及品牌形象，进一步扩大即开游戏的影响力，增加新的购彩人员群体，构建渠道激励、用户回馈、场景联动、公益赋能四位一体运营模式，将“新时代 新北京”主题即开票推广与首都体育消费、全民健身、便民服务深度融合，全面放大主题即开票市场效应、公

信效能与消费带动价值，助力首都体育事业高质量发展。

1.2 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

/

2. 服务内容及要求

2.1 项目需求

活动名称：2026 即开型体育彩票消费扩容活动。

供应商服务须覆盖北京市范围内体育彩票销售实体店，服务对象包含体彩代销者、门店销售人员、现有购彩人员及潜在购彩人群等，供应商承诺完整提供代销者渠道激励运营、购彩者线上抽奖回馈、线下落地推广活动执行、媒体宣传推广、客户服务支撑、全流程活动风险预案、小程序技术研发运维、方案策划、费用管控、项目验收交付一体化服务，供应商全部服务内容、工作标准、量化指标、交付要求均不得低于采购方采购需求文件约定，供应商须自行承担完成本条款全部服务所需全部人力、物资、技术、物流、劳务等一切成本与风险，因供应商履职不到位、缺项漏项、标准不达标产生的全部责任、损失由供应商自行承担，具体履约义务如下：

2.1.1 代销者存量激励活动

本模块以盘活“新时代 新北京”主题即开票及门店滞销即开票存量为目标、通过门店销售排名、达标奖励即开票等方式，调动代销者推广积极性，提升门店主题票流通效率与经营活跃度，开展全渠道门店激励运营，供应商须独立完成全部工作，严格履行以下全部义务：

物料配套与全域培训：供应商须统一印制《门店执行手册》《活动话术卡》，搭建线上专属培训平台，组织全市代销者开展线上专项宣讲培训，完整完成活动规则解读、标准化销售话术、主题票陈列规范培训；培训覆盖率、宣贯质量由供应商全权负责，未达标准的，供应商须无偿重新组织培训直至达标。

销售数据管控与门店评优：供应商须每日对全市门店销售数据进行排名通报，每周正式发布销售战报、评选门店销售之星；建立异常销售数据常态化监控机制，自主开展刷单、虚假激活数据核查，并组织线下门店实地抽查；因供应商数据监控疏漏、核查不严产生违规、舆情、损失的，全部由供应商承担。

激励奖励全流程台账管理：供应商须完整完成门店销售数据提取、多级内部审核、达标门店名单公示、异议诉求受理；规范奖励即开票登记、发放、核对全流程台账管理，完整留存全套档案资料，档案缺失、台账混乱的，采购方有权要求供应商限期整改并承担违约责任。

门店运营赋能与陈列落地：供应商须持续收集、整理优秀门店销售运营案例，通过官方公众号、代销者专属社群持续推送分享；统一设计标准化门店陈列物料，并为全市实体店提供物料投放、现场陈列落地指导服务，物料制作、投放、落地产生的全部费用、安全责任由供应商自行承担。

2.1.2 购彩者线上抽奖回馈活动

供应商须依托独立开发线上小程序搭建合规抽奖回馈平台，通过购彩者上传符合条件即开票票号参与随机抽奖，以实物奖品、赛事门票回馈购彩者，拓展新购彩群体覆盖范围，供应商须严格落实未成年人购彩管控要求，对抽奖全流程合规性、奖品履约、用户服务承担全部责任。

小程序后台与专职客服体系搭建：供应商须自行完成线上抽奖全流程压力测试、活动规则页面上线、客服管理后台配置；组建专职客服团队，7×12 小时承接用户票号核验、奖品咨询、收货地址修改、线上兑奖异议处置等全部用户服务工作，因客服缺位、答复不规范引发投诉、舆情的，由供应商承担全部处置及赔偿责任。

奖品全周期供应链管理：供应商全权负责线上抽奖奖品的采购、到货验收、分类入库存储，建立奖品库存动态预警机制；供应商保证所有奖品符合国家质量标准，采购单价不高于同期市场公允价格并留存完整询价资料，若出现奖品缺货、质量瑕疵、价格虚高问题，供应商须无条件更换、补货并承担全部损失。

抽奖流程合规留痕管控：供应商须实现票号自动识别、用户实名认证、系统随机抽奖全流程操作留痕、全程可追溯；严格执行 18 周岁年龄校验规则，设置单人每日抽奖次数上限、单张即开票仅可参与 1 次抽奖的硬性限制；因供应商系统漏洞、校验失效导致未成年人参与抽奖、抽奖不公等问题，全部法律及经济责任由供应商承担。

标准化奖品兑付履约：供应商须对高价值奖品采用保价快递配送或线下现场核验身份证当面交付；普通实物奖品按期统一邮寄配送；线下设置实体奖品自提点供用户自主

现场领取；完整留存每一笔奖品发放登记记录、快递物流单号、用户签收凭证，建立完整兑付档案，逾期兑付、丢失奖品、签收凭证缺失的，供应商须无偿补发并承担相应赔偿。

2.1.3 线下推广活动

供应商须选取北京核心商圈户外广场或结合文旅场景举办大型线下推广活动，划分互动体验区、品牌展示区、现场销售区、主舞台四大固定功能区域，结合体育嘉宾互动、现场集中抽奖、体育垂类 KOL 直播打造沉浸式体彩消费场景，提升品牌曝光与公众参与度。线下活动全部场地、搭建、人员、安保、医疗、安全应急工作均由供应商全权负责，活动期间人身、财产安全风险全部由供应商承担：

场地及全功能区搭建、撤场：整体划分互动体验区、品牌展示区、现场销售区、主舞台四大功能区，供应商自行统筹活动场地租赁，完成主舞台、灯光音响、品牌展架、互动游乐设备、临时体彩销售亭、安保隔离配套全套设施搭建，活动结束后完成场地复原、全部设施撤场；场地租赁纠纷、搭建损坏、场地复原不合格产生的违约金、赔偿款均由供应商承担。

现场互动礼品运营管理：供应商统一采购、管理线下活动互动礼品，设置消费梯度满赠、游戏通关奖励、百分百中奖大转盘活动机制，规范礼品登记、发放、核销全流程管理，礼品短缺、质量不合格由供应商即时补齐更换。

现场全流程活动落地执行：供应商配备专业活动主持人，邀约体育行业特邀嘉宾到场互动；配置足额现场工作人员，完整落地开幕仪式、全天舞台互动、嘉宾访谈、晚间集中抽奖盛典全部既定流程；嘉宾、主持人劳务、合作纠纷由供应商自行处理。

影像记录与直播传播运营：供应商邀约体育类 KOL 全程现场直播；安排专业摄影师全程跟拍，搭建图片云相册实时直播，持续产出活动短视频、图文宣传素材；直播内容、拍摄素材须符合采购方责任彩票宣传要求，违规内容由供应商承担全部整改、舆情责任。

现场安全与应急保障：供应商须配置专职安保人员、持证驻场电工，储备全套应急医疗物资；编制人流疏导、极端天气、设备故障专项应急预案并现场落地执行；如发生人流踩踏、设备漏电、人员受伤、极端天气停工等突发事件，全部处置成本、赔偿责任

由供应商承担。

2.1.4 全媒体宣传推广服务

供应商须结合活动形式及游戏特点制定合理方案，通过多种形式为活动提供有效助力，提升活动效果和品牌知名度。宣传形式包括但不限于传统媒体宣传、新媒体宣传、线下宣传、销售实体店宣传等。供应商须围绕“公益体彩，乐善人生”核心理念，以“责任体彩、公益体彩”为宣传主线，覆盖传统媒体、新媒体、线下户外、全市体彩实体店四大宣传渠道，分预热期、启动期、执行期、高潮期四阶段开展全周期宣传运营，供应商对全部宣传内容合规性、真实性、公益导向承担全部审核与兜底责任：

多渠道宣传物料落地：供应商统一设计、印制投放实体店宣传海报、DM 宣传单等线下物料，全部宣传内容贴合责任彩票、公益体彩宣传主题，所有物料须经采购方审核通过后方可印制投放，未经审核擅自发布物料产生不良影响的，供应商承担全部违约责任。

标准化原创宣传内容产出：供应商须完成 8 条时长 60-120 秒活动主题短视频、10 篇 800 字以上原创宣传图文稿件、12 张主题宣传海报、1 套 8 屏 H5 互动页面、2000 份三折宣传折页的设计与印刷，内容覆盖活动预热科普、抽奖规则讲解、体彩公益成果、优秀门店纪实、线下落地活动花絮；内容出现夸大宣传、诱导购彩、缺少未成年人禁购提示等问题，供应商须无偿重做并承担舆情损失。

多级媒体矩阵投放运营：供应商搭建央级、市级、垂直体育、新媒体四级传播矩阵，累计合作媒体不少于 40 家，其中央级媒体不少于 3 家、市级媒体不少于 4 家、垂直体育及新媒体平台不少于 33 家；媒体对接、稿件发布、合作费用全部由供应商承担，未达成媒体数量指标视为供应商履约不达标。

分阶段宣传节奏运营：供应商按四阶段分步投放宣传内容，设置预热期、启动期、执行期、高潮期四个阶段，依次投放悬念海报、短视频、全覆盖门店物料、全渠道同步上线活动信息，持续输出用户中奖晒单、门店运营故事、体彩公益科普、KOL 探店种草、线下活动直播、集中媒体专题报道，制造活动话题传播，传播节奏滞后、宣传断档由供应商自行补救。

7×24 小时全周期舆情管控：供应商须落实活动全程不间断舆情监测，出现负面信

息须 1 小时内启动响应、2 小时内出具专项处置方案，每日输出标准化舆情监测简报；因供应商监测缺位、处置迟缓造成采购方品牌受损、投诉激增的，供应商承担全部赔偿及违约金。

2.1.5 技术支撑服务

供应商须配套完成线上抽奖小程序开发、多轮测试、全周期运维保障，出具完整技术方案、项目开发排期、故障应急处置预案，小程序全部技术开发、运维、故障抢修责任由供应商独立承担：

小程序核心功能开发落地：供应商实现活动信息展示、即开票票号上传自动核验、用户实名认证、系统随机抽奖、奖品库存管理、运营数据后台看板、活动规则公告全部核心功能；功能缺失、逻辑错误由供应商无偿迭代修复。

系统稳定运维保障：活动全程保障小程序稳定运行，系统故障响应时效不超过 30 分钟；后台可完整导出活动数据报表、全部中奖记录、用户参与记录，所有操作数据全程可追溯；超时未修复故障、数据丢失产生的损失由供应商全额赔偿。

上线前置硬性要求：供应商须在活动正式启动前完成全部技术开发、多轮压力测试、功能验收，确保系统无漏洞稳定上线；逾期未完成开发测试导致活动无法如期开展的，视为供应商严重违约。

2.1.6 方案设计、费用管控服务

活动整体方案策划：供应商须针对北京地区代销门店、存量购彩者、潜在购彩人群设计实操性强、低参与门槛的一体化活动推广方案，兼顾老用户回馈、新用户引流、门店销售激励三重目标，调动实体店销售的积极性，提升即开票销量与体彩品牌影响力，进一步扩大即开型游戏的影响力；方案不符合采购方要求的，供应商须在采购方指定期限内无偿修改完善。

项目费用明细管理：供应商须在投标及执行阶段分项列明全部服务单价、采购数量、分项总价及项目总报价；所有线上线下奖品采购物资质量符合国家质量标准，采购单价不得高于同期市场公允价格，同步配套完整市场询价佐证资料；供应商虚报价格、以次充好的，采购方有权扣除对应服务费用并追究供应商违约责任。

2.1.7 项目验收配套服务

阶段性宣传成果验收材料交付：供应商须出具完整宣传工作验收报告，包含全部媒体传播曝光数据、线下活动新增客流统计数据，所有数据真实可核验，数据造假、缺失视为验收不合格。

项目终期全套结案交付：项目全部服务履约完毕后，供应商须统一向采购方交付完整总结报告、全部宣传物料原件、媒体合作链接台账、全周期运营数据台账、活动影像音视频素材、采购财务凭证等全套验收归档材料，逾期交付、材料缺漏的，采购方有权顺延验收并追究供应商逾期责任。

2.2 为落实政府采购政策需满足的要求

详见第一章《投标邀请》、第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

2.3 需由供应商提供设计方案、解决方案或者组织方案的采购项目，应当说明采购标的的功能、应用场景、目标等基本要求

（1）项目理解分析

功能、应用场景、目标：供应商应针对本项目实际情况结合过往经验分析并指出项目实施过程中潜在的困难点、风险点，并能够给出妥善的解决方案。

（2）代销者存量激励活动方案、购彩者线上抽奖回馈活动方案、线下推广活动方案、全媒体宣传推广服务方案、技术支撑服务方案、风险应急预案、拟投入本项目的团队人员情况、活动资金使用方案

功能、应用场景、目标：详见本章三、技术要求，供应商应制定合理可行的相关方案，通过制度、辅助措施等手段，确保各项服务能保质保量完成。

3.项目量化指标

（1）供应商须充分激活全市合规体彩实体店，完成“新时代新北京”主题即开票及各类滞销存量票盘活，参与活动合规实体店数量不少于 3000 家；

（2）供应商须保障渠道激励政策达标门店不少于 600 家，全市代销者政策宣贯知晓率 $\geq 95\%$ ，门店活动方案落地执行达标率 $\geq 90\%$ ；

（3）供应商须保障线上小程序抽奖累计参与总人数不低于 5 万人次；

（4）供应商须保障线下商圈推广活动单日现场参与人次不低于 5000 人，项目全周

期公益宣传覆盖人群超 100 万人次；

（5）供应商须保障参与活动门店、购彩者综合满意度达到 90%以上，满意度调研由采购方组织，未达标供应商须开展二次引流、回访补救；

（6）供应商须在活动正式开展前完成代销者、工作人员全流程培训辅导，培训记录、签到资料完整留存供采购方核查；

（7）供应商须在活动启动前 15 天及活动执行期间，持续投放电子海报、宣传长图、专题短视频、户外广告等各类宣传物料，投放记录完整归档；

（8）供应商须保障线上线下宣传总触达人次不低于 150 万，完整留存曝光、触达数据台账；

（9）供应商须全流程落实理性购彩引导机制，线上小程序、线下活动现场、全部门店宣传物料全覆盖未成年人禁止购彩、量力而行购彩提示；门店激励、线上抽奖、奖品发放全部规则全程透明、数据留痕可追溯，合规提示缺失、流程不透明由供应商立即整改并承担相应责任。

4. 验收标准

详见第六章 拟签订的合同文本的“第四条 项目考核及验收”。

第六章 拟签订的合同文本

北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动服务合同

委托方：北京市体育彩票管理中心

服务方：

签署时间：2026 年 月

北京市体育彩票管理中心

2026 即开型体育彩票消费扩容活动服务合同

北京市体育彩票管理中心采购的北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动服务合同（以下简称“项目”），经（招标公司名称）以（项目编号）在国内公开招标。经评标委员会评定（中标公司名称）为乙方。

甲方：北京市体育彩票管理中心（以下简称“甲方”）

地址：北京市西城区先农坛体育场 1 号楼 邮编：100050

法定代表人：

联系人：

联系电话：

传真：

电子邮箱：

乙方：（以下简称“乙方”）

地址：

邮编：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

传真：

电子邮箱：

为了保护甲、乙双方的合法权益，甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》和相关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，同意按照如下约定条款签订合同，以共同信守。

本合同所附下列文件内容及附件构成本合同不可分割的部分，与本合同构成一个整体，彼此相互解释，相互补充。如补充协议中针对中标方案及合同正文进行了补充及更改，应以后续补充和更改的内容为准。如出现约定不明的情形时，应适用如下文件进行解释，文件解释时适用的优先次序排列如下（排列在前的文件，优先性高于排列在后的文件）：

- 1) 甲方发布的磋商/招标文件（如有）/需求文件（如有）/需求描述；

- 2) 乙方提交的需求反馈文件，如中标方案（如有）、服务承诺书（如有）、澄清文件（如有）；
- 3) 本合同书正文；
- 4) 本合同附件（如有）；
- 5) 甲乙双方商定并经共同书面确认的补充合同、修改文件及其附件（如有）；
- 6) 乙方在需求反馈文件基础上后续提交的具体项目执行方案。

第一条 服务主要内容（不低于以下需求，以最终中标方案及相关实施方案为准）

项目目标：乙方须严格依据国家体育总局体育彩票管理中心责任彩票建设工作相关要求、北京市体育局关于发行“新时代 新北京”主题即开型体育彩票批复文件，以盘活存量资源、规范彩票流通、扩容体育消费、强化品牌公信、提升社会价值为核心导向，做好北京市即开型体育彩票销售管理工作，完成 2026 年工作目标；为提高即开型游戏的销量及品牌形象，进一步扩大即开游戏的影响力，增加新的购彩人员群体，构建渠道激励、用户回馈、场景联动、公益赋能四位一体运营模式，将“新时代 新北京”主题即开票推广与首都体育消费、全民健身、便民服务深度融合，全面放大主题即开票市场效应、公信效能与消费带动价值，助力首都体育事业高质量发展。

1 服务内容

乙方服务须覆盖北京市范围内体育彩票销售实体店，服务对象包含体彩代销者、门店销售人员、现有购彩人员及潜在购彩人群等，乙方承诺完整提供代销者渠道激励运营、购彩者线上抽奖回馈、线下落地推广活动执行、媒体宣传推广、客户服务支撑、全流程活动风险预案、小程序技术研发运维、方案策划、费用管控、项目验收交付一体化服务，乙方全部服务内容、工作标准、量化指标、交付要求均不得低于甲方采购需求文件约定，乙方须自行承担完成本条款全部服务所需全部人力、物资、技术、物流、劳务等一切成本与风险，因乙方履职不到位、缺项漏项、标准不达标产生的全部责任、损失由乙方自行承担，具体履约义务如下：

1.1 代销者存量激励活动

本模块以盘活“新时代 新北京”主题即开票及门店滞销即开票存量为目标、通过门店销售排名、达标奖励即开票等方式，调动代销者推广积极性，提升门店主题票流通效率与经营活跃度，开展全渠道门店激励运营，乙方须独立完成全部工作，严格履行以下全部义务：

物料配套与全域培训：乙方须统一印制《门店执行手册》《活动话术卡》，搭建线上专属培训平台，组织全市代销者开展线上专项宣讲培训，完整完成活动规则解读、标准化销售话术、主题票陈列规范培训；培训覆盖率、宣贯质量由乙方全权负责，未达标准的，乙方须无偿重新组织培训直至达标。

销售数据管控与门店评优：乙方须每日对全市门店销售数据进行排名通报，每周正式发布销售战报、评选门店销售之星；建立异常销售数据常态化监控机制，自主开展刷单、虚假激活数据核查，并组织线下门店实地抽查；因乙方数据监控疏漏、核查不严产生违规、舆情、损失的，全部由乙方承担。

激励奖励全流程台账管理：乙方须完整完成门店销售数据提取、多级内部审核、达标门店名单公示、异议诉求受理；规范奖励即开票登记、发放、核对全流程台账管理，完整留存全套档案资料，档案缺失、台账混乱的，甲方有权要求乙方限期整改并承担违约责任。

门店运营赋能与陈列落地：乙方须持续收集、整理优秀门店销售运营案例，通过官方公众号、代销者专属社群持续推送分享；统一设计标准化门店陈列物料，并为全市实体店提供物料投放、现场陈列落地指导服务，物料制作、投放、落地产生的全部费用、安全责任由乙方自行承担。

1.2 购彩者线上抽奖回馈活动

乙方须依托独立开发线上小程序搭建合规抽奖回馈平台，通过购彩者上传符合条件即开票票号参与随机抽奖，以实物奖品、赛事门票回馈购彩者，拓展新购彩群体覆盖范围，乙方须严格落实未成年人购彩管控要求，对抽奖全流程合规性、奖品履约、用户服务承担全部责任。

小程序后台与专职客服体系搭建：乙方须自行完成线上抽奖全流程压力测试、活动规则页面上线、客服管理后台配置；组建专职客服团队，7×12 小时承接用户票号核验、奖品咨询、收货地址修改、线上兑奖异议处置等全部用户服务工作，因客服缺位、答复不规范引发投诉、舆情的，由乙方承担全部处置及赔偿责任。

奖品全周期供应链管理：乙方全权负责线上抽奖奖品的采购、到货验收、分类入库存储，建立奖品库存动态预警机制；乙方保证所有奖品符合国家质量标准，采购单价不高于同期市场公允价格并留存完整询价资料，若出现奖品缺货、质量瑕疵、价格虚高问题，乙方须无条件更换、补货并承担全部损失。

抽奖流程合规留痕管控：乙方须实现票号自动识别、用户实名认证、系统随机抽奖全流程操作留痕、全程可追溯；严格执行 18 周岁年龄校验规则，设置单人每日抽奖次数上限、单张即开票仅可参与 1 次抽奖的硬性限制；因乙方系统漏洞、校验失效导致未成年人参与抽奖、抽奖不公等问题，全部法律及经济责任由乙方承担。

标准化奖品兑付履约：乙方须对高价值奖品采用保价快递配送或线下现场核验身份证当面交付；普通实物奖品按期统一邮寄配送；线下设置实体奖品自提点供用户自主现场领取；完整留存每一笔奖品发放登记记录、快递物流单号、用户签收凭证，建立完整兑付档案，逾期兑付、丢失奖品、签收凭证缺失的，乙方须无偿补发并承担相应赔偿。

1.3 线下推广活动

乙方须选取北京核心商圈户外广场或结合文旅场景举办大型线下推广活动，划分互动体验区、品牌展示区、现场销售区、主舞台四大固定功能区域，结合体育嘉宾互动、现场集中抽奖、体育垂类 KOL 直播打造沉浸式体彩消费场景，提升品牌曝光与公众参与度。线下活动全部场地、搭建、人员、安保、医疗、安全应急工作均由乙方全权负责，活动期间人身、财产安全风险全部由乙方承担：

场地及全功能区搭建、撤场：整体划分互动体验区、品牌展示区、现场销售区、主舞台四大功能区，乙方自行统筹活动场地租赁，完成主舞台、灯光音响、品牌展架、互动游乐设备、临时体彩销售亭、安保隔离配套全套设施搭建，活动结束后完成场地复原、全部设施撤场；场地租赁纠纷、搭建损坏、场地复原不合格产生的违约金、赔偿款均由乙方承担。

现场互动礼品运营管理：乙方统一采购、管理线下活动互动礼品，设置消费梯度满赠、游戏通关奖励、百分百中奖大转盘活动机制，规范礼品登记、发放、核销全流程管理，礼品短缺、质量不合格由乙方即时补齐更换。

现场全流程活动落地执行：乙方配备专业活动主持人，邀约体育行业特邀嘉宾到场互动；配置足额现场工作人员，完整落地开幕仪式、全天舞台互动、嘉宾访谈、晚间集中抽奖盛典全部既定流程；嘉宾、主持人劳务、合作纠纷由乙方自行处理。

影像记录与直播传播运营：乙方邀约体育类 KOL 全程现场直播；安排专业摄影师全程跟拍，搭建图片云相册实时直播，持续产出活动短视频、图文宣传素材；直播内容、拍摄素材须符合甲方责任彩票宣传要求，违规内容由乙方承担全部整改、舆情责任。

现场安全与应急保障：乙方须配置专职安保人员、持证驻场电工，储备全套应急医疗物资；编制人流疏导、极端天气、设备故障专项应急预案并现场落地执行；如发生人

流踩踏、设备漏电、人员受伤、极端天气停工等突发事件，全部处置成本、赔偿责任由乙方承担。

1.4 全媒体宣传推广服务

乙方须结合活动形式及游戏特点制定合理方案，通过多种形式为活动提供有效助力，提升活动效果和品牌知名度。宣传形式包括但不限于传统媒体宣传、新媒体宣传、线下宣传、销售实体店宣传等。乙方须围绕“公益体彩，乐善人生”核心理念，以“责任体彩、公益体彩”为宣传主线，覆盖传统媒体、新媒体、线下户外、全市体彩实体店四大宣传渠道，分预热期、启动期、执行期、高潮期四阶段开展全周期宣传运营，乙方对全部宣传内容合规性、真实性、公益导向承担全部审核与兜底责任：

多渠道宣传物料落地：乙方统一设计、印制投放实体店宣传海报、DM 宣传单等线下物料，全部宣传内容贴合责任彩票、公益体彩宣传主题，所有物料须经甲方审核通过后方可印制投放，未经审核擅自发布物料产生不良影响的，乙方承担全部违约责任。

标准化原创宣传内容产出：乙方须完成 8 条时长 60-120 秒活动主题短视频、10 篇 800 字以上原创宣传图文稿件、12 张主题宣传海报、1 套 8 屏 H5 互动页面、2000 份三折宣传折页的设计与印刷，内容覆盖活动预热科普、抽奖规则讲解、体彩公益成果、优秀门店纪实、线下落地活动花絮；内容出现夸大宣传、诱导购彩、缺少未成年人禁购提示等问题，乙方须无偿重做并承担舆情损失。

多级媒体矩阵投放运营：乙方搭建央级、市级、垂直体育、新媒体四级传播矩阵，累计合作媒体不少于 40 家，其中央级媒体不少于 3 家、市级媒体不少于 4 家、垂直体育及新媒体平台不少于 33 家；媒体对接、稿件发布、合作费用全部由乙方承担，未达成媒体数量指标视为乙方履约不达标。

分阶段宣传节奏运营：乙方按四阶段分步投放宣传内容，设置预热期、启动期、执行期、高潮期四个阶段，依次投放悬念海报、短视频、全覆盖门店物料、全渠道同步上线活动信息，持续输出用户中奖晒单、门店运营故事、体彩公益科普、KOL 探店种草、线下活动直播、集中媒体专题报道，制造活动话题传播，传播节奏滞后、宣传断档由乙方自行补救。

7×24 小时全周期舆情管控：乙方须落实活动全程不间断舆情监测，出现负面信息须 1 小时内启动响应、2 小时内出具专项处置方案，每日输出标准化舆情监测简报；因乙方监测缺位、处置迟缓造成甲方品牌受损、投诉激增的，乙方承担全部赔偿及违约金。

1.5 技术支撑服务

乙方须配套完成线上抽奖小程序开发、多轮测试、全周期运维保障，出具完整技术方案、项目开发排期、故障应急处置预案，小程序全部技术开发、运维、故障抢修责任由乙方独立承担：

小程序核心功能开发落地：乙方实现活动信息展示、即开票票号上传自动核验、用户实名认证、系统随机抽奖、奖品库存管理、运营数据后台看板、活动规则公告全部核心功能；功能缺失、逻辑错误由乙方无偿迭代修复。

系统稳定运维保障：活动全程保障小程序稳定运行，系统故障响应时效不超过 30 分钟；后台可完整导出活动数据报表、全部中奖记录、用户参与记录，所有操作数据全程可追溯；超时未修复故障、数据丢失产生的损失由乙方全额赔偿。

上线前置硬性要求：乙方须在活动正式启动前完成全部技术开发、多轮压力测试、功能验收，确保系统无漏洞稳定上线；逾期未完成开发测试导致活动无法如期开展的，视为乙方严重违约。

1.6 方案设计、费用管控服务

活动整体方案策划：乙方须针对北京地区代销门店、存量购彩者、潜在购彩人群设计实操性强、低参与门槛的一体化活动推广方案，兼顾老用户回馈、新用户引流、门店销售激励三重目标，调动实体店销售的积极性，提升即开票销量与体彩品牌影响力，进一步扩大即开型游戏的影响力；方案不符合甲方要求的，乙方须在甲方指定期限内无偿修改完善。

项目费用明细管理：乙方须在投标及执行阶段分项列明全部服务单价、采购数量、分项总价及项目总报价；所有线上线下奖品采购物资质量符合国家质量标准，采购单价不得高于同期市场公允价格，同步配套完整市场询价佐证资料；乙方虚报价格、以次充好的，甲方有权扣除对应服务费用并追究乙方违约责任。

1.7 项目验收配套服务

阶段性宣传成果验收材料交付：乙方须出具完整宣传工作验收报告，包含全部媒体传播曝光数据、线下活动新增客流统计数据，所有数据真实可核验，数据造假、缺失视为验收不合格。

项目终期全套结案交付：项目全部服务履约完毕后，乙方须统一向甲方交付完整总结报告、全部宣传物料原件、媒体合作链接台账、全周期运营数据台账、活动影像音视频素材、采购财务凭证等全套验收归档材料，逾期交付、材料缺漏的，甲方有权顺延验收并追究乙方逾期责任。

2 项目量化硬性考核指标

2.1 乙方须充分激活全市合规体彩实体店，完成“新时代新北京”主题即开票及各类滞销存量票盘活，参与活动合规实体店数量不少于 3000 家；

2.2 乙方须保障渠道激励政策达标门店不少于 600 家，全市代销者政策宣贯知晓率 $\geq 95\%$ ，门店活动方案落地执行达标率 $\geq 90\%$ ；

2.3 乙方须保障线上小程序抽奖累计参与总人数不低于 5 万人次；

2.4 乙方须保障线下商圈推广活动单日现场参与人次不低于 5000 人，项目全周期公益宣传覆盖人群超 100 万人次；

2.5 乙方须保障参与活动门店、购彩者综合满意度达到 90%以上，满意度调研由甲方组织，未达标乙方须开展二次引流、回访补救；

2.6 乙方须在活动正式开展前完成代销者、工作人员全流程培训辅导，培训记录、签到资料完整留存供甲方核查；

2.7 乙方须在活动启动前 15 天及活动执行期间，持续投放电子海报、宣传长图、专题短视频、户外广告等各类宣传物料，投放记录完整归档；

2.8 乙方须保障线上线下宣传总触达人次不低于 150 万，完整留存曝光、触达数据台账；

2.9 乙方须全流程落实理性购彩引导机制，线上小程序、线下活动现场、全部门店宣传物料全覆盖未成年人禁止购彩、量力而行购彩提示；门店激励、线上抽奖、奖品发放全部规则全程透明、数据留痕可追溯，合规提示缺失、流程不透明由乙方立即整改并承担相应责任。

3 通用履约执行约束要求

3.1 乙方所有活动策划、落地执行、宣传内容均须深度融合首都体育消费、全民健身、便民服务场景，将“新时代 新北京”地方主题即开票推广与体彩公益属性深度绑定，放大主题票市场效应、公信效能与消费带动价值，助力北京市体育事业高质量发展；若乙方内容偏离公益体彩、责任彩票导向，甲方有权要求乙方全部重做，相关成本由乙方自行承担。

3.2 乙方全部工作须严格遵循盘活存量资源、规范彩票流通、扩容体育消费、强化品牌公信、提升社会价值核心导向，配合甲方完成 2026 年度北京即开型体育彩票销售管理工作目标，不得做出任何损害体彩公信力、彩票合规秩序的行为。

3.3 乙方须针对门店激励、线上抽奖、线下推广、全媒体宣传、技术运维各分项工作制定专项执行方案，明确时间进度、人员分工、落地标准，每项工作完整留存全套执行证明材料；未经甲方书面同意，乙方不得擅自调整执行方案、缩减服务内容、降低执行标准。

3.4 本合同项下全部服务内容、量化指标、交付标准以甲方采购需求文件、乙方中标方案、正式项目执行方案书共同作为履约依据，乙方实际提供服务标准不得低于前述文件全部约定，乙方自行承担因标准不足产生的一切整改、赔偿、违约成本。

3.5 未经甲方书面许可，乙方不得将本合同项下任何服务工作转包、分包、委托第三方实施，否则视为乙方根本性违约，甲方有权单方解除合同并追究乙方违约责任。

第二条 服务期限

1. 合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 5 日。乙方需根据甲方要求的时间和标准完成本项目全部工作内容并经甲方验收通过。

2. 乙方需在 2026 年 11 月 30 日前，根据甲方要求向甲方提供本项目的总结报告，并通过甲方审核。甲方审核不合格的，乙方应当进行修改直至通过甲方审核为止，且不得超出要求期限。

第三条 价款及付款方式

1. 本合同含税总价为：¥ 元（人民币大写： 元整，以下称“合同总价”）上述合同总价是甲方就乙方履行本合同项下的全部义务而需支付的全部含税费用，除合同总价外，甲方无需向乙方支付其他任何费用，乙方自行承担履行本合同项下义务所需的一切费用。

2. 本合同总价，甲方分 2 次向乙方支付。

3. 第一次付款：本合同签订并生效，甲方 2026 年预算资金获得上级主管部门审核通过，且甲方收到乙方开具的相应金额的、符合国家规定且符合甲方要求的发票后 10 个工作日内，甲方向乙方支付合同总价的 50%，¥ 元（人民币大写： 元整），作为首付款；

第二次付款：乙方完成本项目，并通过甲方验收，且甲方收到乙方开具的相应金额的、符合国家规定且符合甲方要求的发票后 10 个工作日内，甲方向乙方支付剩余款项，即合同总价的 50%，¥ 元（人民币大写： 元），作为尾款。

如因财务安排，甲方提前于前述日期支付尾款，乙方承诺收到尾款后仍按照本合同

约定履行全部合同义务。

4. 乙方应在每次甲方付款前向甲方提供等额且符合甲方要求的正式发票，如乙方未
及时提供发票，甲方有权拒绝支付款项，并不承担任何违约责任。

5. 甲方开具发票信息：

单位名称：北京市体育彩票管理中心

税号：12110000400689441D

6. 乙方收款账户信息：

公司名称：

开户银行：

开户账号：

7. 乙方保证其提供的银行账户信息真实、准确，上述信息发生变化的，应至少于甲
方付款 3 个工作日前书面通知甲方，否则由此导致的错付、无法支付等所有法律后果均
由乙方自行承担，造成甲方损失的，乙方应当予以赔偿。

第四条 项目验收

1. 乙方应对照标书、中标方案及项目相关方案的内容及要求，在 2026 年 11 月 30
日前根据甲方要求，制作总结报告（报告至少包含工作记录、工作成果、工作底稿、媒
体传播数据及线下新增客流效果数据统计等内容，包括但不限于文字、图片、表格、数
据、视频等形式，数据须真实有效、客观合理）供甲方验收，甲方负责组织验收。

2. 如乙方遇特殊情况希望延迟提交项目成果，须在合同或方案规定的提交日之前
事先经甲方书面同意。在此情形下，延迟的时间视为乙方未按期交付服务成果，乙方应
按照本合同约定承担逾期违约责任。未经甲方事先书面同意，乙方不得延迟提交交付成
果，否则甲方有权解除本合同，并要求乙方承担相应的违约责任。

第五条 甲方权利

1. 甲方有权要求乙方配合完成本合同项下及与本项目相关联的其他工作。

2. 甲方有权调整项目需求，并要求乙方配合实施。

3. 甲方有权对乙方的工作内容及质量进行监督、指导及管理，如发现乙方有违约行
为或提供服务不符合甲方要求，甲方将视检查情况向乙方提出相应的整改要求或采取扣
减服务费用、解除合同关系等措施。如甲方针对问题要求乙方进行整改，乙方应当在甲

方指定期限内完成整改并通过甲方验收。

4. 甲方有权对乙方的合同所涉资金进行审计，乙方应当无条件进行配合。

5. 在项目实施过程中，甲方有权对乙方提供的资历及能力条件不符合要求的人员，提出人员变更的要求。

6. 因履行本合同而产生的“交付成果”的所有权及全部知识产权归甲方所有。

第六条 甲方义务

1. 甲方对乙方的工作进行必要的监督和协调。

2. 甲方有义务向乙方提供合同约定事项所必需的相关资料。

3. 在乙方如约履行合同义务，且具备付款条件的情况下，甲方应如约向乙方支付费用。

第七条 乙方权利

1. 乙方有接受甲方提供的技术资料、数据、样品、材料及工作条件的权利。

2. 在乙方如约履行合同义务，且具备付款条件的情况下，乙方享有按照合同约定接受甲方支付合同价款的权利。

第八条 乙方义务

1. 针对合同第 5 条第 1 款，乙方的工作应包括但不限于合同中约定的全部内容，应配合甲方完成其他与本合同相关联的工作。

2. 针对合同第 5 条第 2 款、第 3 款，乙方应按照甲方的要求，在保证工作质量及进度的基础上，根据甲方的意见在三个自然日内执行整改完毕。乙方整改逾期、拒不整改或整改后仍不能满足要求的，按照本合同违约责任条款承担相应的责任。

3. 针对合同第 5 条第 4 款，乙方有义务配合甲方对合同所涉资金使用情况进行审计。

4. 乙方应提供包括自然灾害、疫情防控在内的应急预案，如出现问题，或因乙方应急预案准备不足导致乙方无法提供本合同项下服务的，由乙方解决并承担一切责任。由此给甲方造成损失的，乙方应承担全部赔偿责任。

5. 乙方对甲方为完成合同服务内容而提供的技术资料、数据、样品、材料、设备或其他工作条件应妥善保管，不应发表或提供给第三方或者将其用于与本合同履行无关的任何其他目的。

6. 未经甲方书面同意，乙方不得以甲方名义从事超出本合同约定的事项，不得以甲方名义对外宣传，否则应当承担违约责任。

7. 乙方不得将本项目权利义务全部或部分转包、分包或变相转包给第三方。

8. 执行过程中，乙方如需调整项目任务，应按照甲方项目变更管理流程以书面形式向甲方提出，经甲方书面同意后实施。甲方也可以按照项目变更管理流程主动要求乙方变更或增加所提供的服务，该等变更最终应由双方协商后以书面形式认可。

9. 在项目实施过程中，乙方不得随意撤换已经确定的专家及其他项目团队人员。若遇特殊情况，需第一时间告知甲方，并经甲方事先书面同意后，方可替换团队人员。对乙方提供的资历及能力条件不符合要求的人员，甲方有权提出人员变更的要求，乙方应在甲方提出人员替换要求后3个工作日内安排符合资格和资质要求的人员代替。因撤换人员所发生的一切差旅费和其他相关费用、责任由乙方承担。

10. 乙方履行本合同期间，自行负责人员及财产安全，产生一切人身损害及财产损失的责任均由乙方自行承担。乙方应自行处理与第三方产生的纠纷并承担全部法律责任，并避免对甲方造成不良影响。如甲方因此受到任何损失，乙方还应赔偿甲方所受的全部损失。

第九条 知识产权

1. 乙方接受委托履行本合同所向甲方提交的文件，包括但不限于投标文件、投标方案、服务方案、成果文件以及形成此文件的过程文件及其他成果的知识产权归甲方所有；且甲方有权在中国法律允许的最大限度内决定对于上述文件及其成果是否署名以及署名的方式。除履行本合同外，乙方不得自行使用或授权第三方使用。

2. 乙方应保证向甲方提供的物品及服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的知识产权。任何第三方如果提出此类权利主张，乙方应自行处理与第三方产生的纠纷并承担全部法律责任。如甲方因此受到任何损失，乙方还应赔偿甲方所受的全部损失。

3. 除本合同有明确规定的以外，乙方无权使用甲方的任何知识产权、或有关甲方的任何和全部业务的其他知识产权。乙方承认并同意，甲方向乙方提供的全部资料的所有权、知识产权归甲方所有。乙方承认并同意，所有关于甲方的任何种类的知识产权或

关于甲方的任何和全部业务有关的其他知识产权均为甲方独有且具有排他性的财产。

第十条 保密责任

1. 乙方在履行合同过程中或为履行合同而从甲方获得的所有信息均为保密信息。乙方不得将保密信息提供给与履行本合同无关的任何其他人。为履行本合同之目的，可在必要的范围内将保密信息披露给各员工、代理人以及关联方。如向有关人员提供，乙方有义务确保相关人员履行保密义务且披露范围应限于履行合同的必需范围。

2. 本保密条款的期限为永久。本条款为独立条款，本合同的无效、变更、解除和终止均不影响本条款的效力。

第十一条 违约责任

1. 合同履行期间，除本合同另有约定外，乙方擅自终止履行合同的，应退回甲方已支付的全部费用，并按合同总价的 30%向甲方支付违约金。如甲方因此遭受损失的，乙方还应赔偿由此给甲方造成的全部损失。

2. 如乙方出现任一逾期情形，包括但不限于未依约按时完成本合同约定服务、未按时提供各阶段服务成果及总结报告，或整改超过指定期限的。每迟延一日，乙方应按合同总价的万分之三（0.3%）向甲方支付违约金。逾期超过 30 天的，甲方有权单方解除合同，要求乙方支付合同总价 30%的违约金，并要求乙方赔偿由此给甲方造成的全部损失。

3. 乙方未能按照本合同约定完成项目，甲方有权要求乙方承担违约责任后继续履行合同，或选择单方解除合同。

甲方要求乙方继续履行合同的，乙方应立即整改，继续按照合同约定提供未履行的服务内容或对不符合合同约定的工作内容重新履行，并向甲方支付合同总价的 10%作为违约金，整改完毕并承担违约责任后继续履行合同；

乙方涉及以下违约情形的，甲方有权单方解除合同，乙方须支付合同总价的 30%作为违约金，并承担由此给甲方造成的全部损失：

1) 因乙方在项目执行过程中，违反国家相关法律法规或甲方规章制度，造成不利影响的（包括但不限于对彩票公益性造成不利影响、引起重大投诉事件、对甲方信誉造成损害等）；

2) 甲方对乙方提出整改要求后，乙方未整改或经整改 2 次仍不合格的；

3) 未提交报告/成果, 未经甲方同意逾期提交报告/成果, 或报告/成果最终未通过验收的。

4) 乙方将本项目部分或者全部的权利和义务转包、分包及变相转包给第三人(方)的。

5) 甲方因财务安排提前支付尾款后, 乙方未按约履行全部合同义务的;

6) 违反本合同第 8 条第 1 款、第 3 款、第 4 款、第 9 款, 拒不履行关联工作; 拒不配合甲方审计; 未提交应急预案; 擅自撤换经甲方确定的团队人员, 或拒绝替换甲方要求替换的团队人员的。

4. 乙方擅自利用甲方名义进行任何形式的宣传或用于非为履行本合同的目的和用途, 或乙方擅自使用甲方的名称、商标、版权或其他专有权利的, 甲方有权单方解除合同, 要求乙方承担合同总价 30% 的违约金, 并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

5. 乙方向甲方提供的任何服务、工作成果的全部或部分以及在服务过程中, 侵犯任何第三方的所有权、人身权、知识产权及其它合法权益的, 乙方应自行向第三方承担全部法律责任, 尽全力处理, 以降低对甲方及体育彩票行业的不良影响。甲方有权单方解除合同, 要求乙方承担合同总价 30% 的违约金, 并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

6. 乙方违反合同约定的保密义务, 甲方有权单方解除合同, 要求乙方承担合同总价 30% 的违约金, 并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

7. 除上述条款列举的情形外, 如乙方有违反本合同约定或违反保证或违反合同相关文件约定的其他违约行为, 经甲方指出后 7 个工作日内仍未纠正或未支付违约金并赔偿损失的, 或违约次数达到 3 次的, 甲方有权单方解除合同。乙方应就每一单项违约向甲方支付合同总价 5% 的违约金, 并赔偿由此给甲方造成的全部损失。

8. 甲方依照上述约定单方解除合同的, 应当以书面的形式通知乙方。通知到达乙方时合同即解除, 乙方应立即向甲方返还一切素材、资料及报告(包括未完成部分)。合同单方解除后, 未支付的费用, 甲方不再支付。已支付的, 甲方有权要求乙方退还未提供的服务所对应的费用, 或虽已提供但未通过甲方验收的服务所对应的费用, 并赔偿由此产生的全部损失。未提供服务及未通过甲方验收部分所对应的费用由甲方根据乙方履行合同情况进行确定。

9. 在甲方单方解除合同或继续履行合同的情况下, 甲方有权从未付款项中直接扣除乙方应承担的违约金和赔偿金, 不足抵扣部分的违约金和赔偿金乙方应继续支付。以上各项交付的违约金、赔偿金并不当然地减少或免除乙方的合同义务。

10. 本合同所指甲方损失包括但不限于甲方直接经济损失、间接损失、可期待利益损失及因乙方违约而产生的维权费用等（包括但不限于调查费、律师费、诉讼费、公证费等一切费用）。

11. 在乙方按约履行合同义务且付款条件齐备的情况下，如甲方未按合同约定期限向乙方支付费用，且经乙方书面催款后 30 日（以下简称“宽限期”）内仍未履行付款义务，则自宽限期届满之日起，甲方每逾期一日应向乙方支付应付未付款万分之三的违约金。

第十二条 争议解决

1. 本合同未尽事宜由甲乙双方协商解决，如协商不成，甲乙双方同意将本合同引起的争议提交甲方所在地人民法院诉讼解决。

2. 诉讼期间，合同无争议部分应继续遵照执行。

第十三条 合同生效、变更及终止

1. 本合同自双方法定代表人或授权代理人签字（或签名章）并加盖公章后生效。

2. 双方协商一致，可以对本合同进行补充、修改或变更。对本合同的补充、修改或变更必须以书面形式进行，补充、修改或变更的合同的签署及生效方式与本合同的签署及生效方式相同。双方签订的书面补充合同以及修改或变更的条款与本合同具有同等法律效力。

3. 有下列情形之一的，本合同终止：

1) 本合同规定的双方义务已经按照约定履行完毕；

2) 法律规定或甲乙双方约定终止的其他情况；

3) 合同履行期届满且甲方要求终止合同；

4) 因国家或上级主管部门政策或预算调整，对项目的执行造成影响，导致项目终止无法继续执行的，甲方有权终止本合同，要求乙方退回未执行部分对应的项目金额，不再支付剩余费用，且不承担因此给乙方造成的损失，双方互不承担违约责任。

4. 合同终止后，甲乙双方仍应当遵循诚实信用原则，根据交易习惯继续履行通知、协助、保密等义务。

第十四条 不可抗力

1. 在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，双方应协商处理有关事宜，最大限度的避免或减少不可抗力带来的影响，经甲、乙双方协商一致，可通过书面协议的方式终止合同或延长合同的履行期。

2. 本合同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、太阳黑子变化等，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。不可抗力事件发生后，受不可抗力影响的一方应在 24 小时内立即通知对方，并在具备送达条件后 15 日内寄送有关权威机构出具的证明。

第十五条 其他

1. 本合同壹式伍份，甲方持叁份，乙方持贰份，每份均具同等法律效力。

2. 通知必须以书面形式按本合同所列出的对方地址或相关方已经向对方通知的其它地址亲自送达，或必须通过预付邮资的信件寄送或传真或电子邮件至上述地址。通过信件寄出的通知在寄出后 48 小时被确定为送达上述地址。通过传真发出或亲自送达的通知在发送后第一个工作日被确定为送达上述地址。通过电子邮件发送的通知，发送方的邮件系统显示已发送视为送达。一方变更通讯地址，应自变更之日起 5 个工作日内，以书面形式通知对方，否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

（以下无正文，为《北京市体育彩票管理中心 2026 即开型体育彩票消费扩容活动服务合同》签字盖章页）

甲方：北京市体育彩票管理中心

乙方：

（盖章）

（盖章）

法定代表人或授权代理人（签字/盖章）：

法定代表人或授权代理人（签字/盖

章）：

签订日期：

签订日期：

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明文件）、投标文件（商务技术文件），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（ 资 格 证 明 文 件 ）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

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

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

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

2 落实政府采购政策需满足的资格要求（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》（〔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：

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）

本项目无。

4 投标保证金凭证/交款单据电子件

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（商务技术文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1 投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

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

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起_____个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____

传真_____

电话_____

电子函件_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：____年____月____日

2 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：

--

说明：

- 1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
- 2.若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
- 3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
- 4.供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证、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、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/包号：_____ 项目名称：_____

包号	投标人名称	投标报价	
		大写	小写

注：1.此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

2.本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

4 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____ 报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价 (元)	数量	合价 (元)	备注/说明
总价（元）					

注：1.本表应按包分别填写。

2.如果不提供《投标分项报价表》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，则应在本表中对偏离项逐一系列明，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	投标文件内容	偏离情况	说明
对本项目第五章采购需求的偏离情况（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；无偏离即为对采购需求中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。） ☐ 有偏离 （如有偏离，则应在本表中对偏离项逐列明，否则 投标无效 ；对采购需求中的所有要求，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

7 代理服务费承诺书

代理服务费承诺书

致：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

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

我公司中标后，如本项目非因我公司原因导致项目未执行、需退还代理服务费的，我公司同意贵公司按代理服务费总额的 30%收取项目执行成本费用，低于 1 万的按 1 万收取，高于 5 万的按 5 万收取。费用不足 1 万的，按实际代理服务费收取。

特此承诺。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

8 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

8-1 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”。

8-2 招标文件第四章二、评标标准和第五章采购需求要求提供的其他材料，格式内容自拟。