

北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：全球吉庆生肖设计大赛（二次）

项目编号/包号：11000026210200168021-XM001

采购人：北京市海外文化交流中心

采购代理机构：北京中诚天安咨询有限公司



目 录

第一章	投标邀请	2
第二章	投标人须知	8
第三章	资格审查	27
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	32
第五章	采购需求	48
第六章	拟签订的合同文本	48
第七章	投标文件格式	86

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：11000026210200168021-XM001
2. 项目名称：全球吉庆生肖设计大赛（二次）
3. 项目预算金额：271.8544万元、项目最高限价（如有）：271.8544万元
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	全球吉庆生肖设计大赛 (01包)	231.5644	1	负责大赛的整体策划统筹与执行落地，具体包括大赛的媒体宣传与活动推广；大赛官方平台及作品库的搭建、开发、运营与维护；围绕大赛主题开展平面设计、产品设计等作品征集与评审组织；宣传品的设计制作与成果转化；成果展览在海内外的策划与巡展实施。中标单位需对大赛各环节进行全流程把控，确保赛事组织专业规范、传播推广精准有效、作品征集广泛多元、成果转化应用落地，推动中国生肖文化在全球范围内的传播与认同。
02	全球吉庆生肖设计大赛 (02包)	40.29	1	包括文创产品设计、样品制作、包装设计、包装制作、批量生产、质量检测、仓储物流等全部工作。负责与设计师沟通，对设计方案进行深化和完善，确保文创产品的文化内涵表达准确、设计创意新颖独特、工艺制作精良，符合相关行业标准和质量要求等内容。

5. 合同履行期限：自合同签订生效之日起至2026年12月31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：未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单且未列入中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）政府采购严重违法失信行为记录名单。

三、获取招标文件

1. 时间：2026年04月27日至2026年05月11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05月18日09点30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)《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库【2020】46号）

2)《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库【2014】68号）

3)《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）

4)《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库【2017】141号）

5)《财政部、农业农村部、国家乡村振兴局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）。

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

4. 本项目共分为 2 个包：供应商可以选择本项目中的任何一包或几包进行响应，但每一包中的服务不得拆包。为保证服务质量，本项目采用“兼投不兼中”模式，在分包评审过程中，若投标人获得了 01 包中标资格，则 01 包中标单位在 02 包评审中不得通过符合性审查，以此类推。供应商在获取招标文件的同时须确定包号，若未按获取招标文件时注明的包号响应，其投标将被拒绝。每包需单独提供投标文件并注明包号及对应包的项目名称。

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：北京市海外文化交流中心

地址：北京市东城区建国门内大街 7 号光华长安大厦 1 座和 2 座 B1 至 3 层；3 座 B3 至 4 层

联系方式：郁老师 010-65102980-401

2. 采购代理机构信息

名称：北京中诚天安咨询有限公司

地 址：北京市朝阳区曙光西里甲 1 号第三置业东城大厦 B 座 2603

联系方式：董延霞、张胜波、邵敏、朱美西、陈楚红 18701153793

3. 项目联系方式

项目联系人：董延霞、张胜波、邵敏、朱美西、陈楚红

电 话：18701153793

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： <input checked="" type="checkbox"/> 服务 <input type="checkbox"/> 货物
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
2.4	核心产品	<input checked="" 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 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开 <input type="checkbox"/> 召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。
4.1	样品	投标样品递交： <input checked="" type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 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：

条款号	条目	内容									
		<input type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 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）：_____。									
5.3.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">包号</th> <th style="width: 50%;">标的名称</th> <th style="width: 40%;">中小企业划分标准所属行业</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">01</td> <td style="text-align: center;">全球吉庆生肖设计大赛 (01包)</td> <td style="text-align: center;">租赁和商务服务业</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">02</td> <td style="text-align: center;">全球吉庆生肖设计大赛 (02包)</td> <td style="text-align: center;">租赁和商务服务业</td> </tr> </tbody> </table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	01	全球吉庆生肖设计大赛 (01包)	租赁和商务服务业	02	全球吉庆生肖设计大赛 (02包)	租赁和商务服务业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业									
01	全球吉庆生肖设计大赛 (01包)	租赁和商务服务业									
02	全球吉庆生肖设计大赛 (02包)	租赁和商务服务业									
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： <input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 有，具体情形：_____。									
12.1	投标保证金	投标保证金金额：01包 45600.00元（备注代理编号：ZCTA-2026-080/01包）；02包 8000.00元（备注代理编号：ZCTA-2026-080/02包）。 形式为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。 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。 投标保证金收受人信息： 开户行：招商银行股份有限公司北京东三环支行 开户行名称：北京中诚天安咨询有限公司									

条款号	条目	内容
		账号：110934649610403。
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： <input type="checkbox"/> 无 <input checked="" type="checkbox"/> 有，具体情形： <u>中标人不按本须知第 25 条的规定签订合同的。</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： <u>20</u> 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： <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： <input type="checkbox"/> 得分且投标报价均相同的，以 <u>服务方案得分高者为中标人；得分、投标报价、服务方案得分均相同的，以商务部分得分高者为中标人</u> <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： <input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 允许，具体要求： (1) 可以分担保履行的具体内容：____； (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： <u>书面形式现场送达</u> ，地点： <u>北京市朝阳区曙光西里甲 1 号第三置业东域大厦 B 座 2603</u>

条款号	条目	内容
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门： <u>北京中诚天安咨询有限公司业务部</u> ； 联系电话： <u>18701153793</u> ； 通讯地址： <u>北京市朝阳区曙光西里甲1号第三置业东域大厦B座2603。</u>
27	代理费	收费对象： <input type="checkbox"/> 采购人 <input checked="" type="checkbox"/> 中标人 收费标准： <u>参考国家计委【2002】1980号文件和国家发改委有关通知（发改办价格〔2003〕857号文件），本项目代理费以中标金额为基准、按差额定率累进法计算，由中标供应商按照服务招标标准支付。</u> 代理费收受人信息： 开户名称：北京中诚天安咨询有限公司 开户行：招商银行股份有限公司北京东三环支行 账号：110934649610403； 缴纳时间： <u>在领取中标通知书时交付代理费。</u>

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

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。依法自主选定评审专家的，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

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	<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	<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、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	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
2-1-1	中小企业证明文件	<p>当本项目（包）涉及预留份额专门面向小微企业采购，此时建议在《资格证明文件》中提供。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	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）	如有，见第一章《投标邀请》	
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3-1	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，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”
3-2	其他特定资格要求（如有）	<p>如有，见第一章《投标邀请》</p> <p>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。</p>	
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
5	获取招标文件	<p>在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与包的招标文件。</p> <p>注：如本项目接受联合体，且供应商为联合体时，联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。</p>	

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	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	<p>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：</p> <p>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；</p> <p>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；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求）</p> <p>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。</p>
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	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 \times 50%；

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

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

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

2.2.2 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。

2.3 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 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 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（01包）

序号		评分因素	分值	评分标准
1	商务部分（13分）	投标人业绩	10	<p>投标人自 2021 年 03 月 01 日起至今（以合同签订日期为准）承担的相同或类似项目业绩经验，每提供一个有效业绩证明得 2 分，本项最高得 10 分。</p> <p>注：业绩证明材料须至少包含项目内容页、双方盖章页。</p>
		合同条款响应	3	<p>满足对招标文件中合同条款及合同履行期限的要求。完全响应，得 3 分；否则不得分。</p>
2	服务方案部分（77分）	媒体宣传及活动推广组织方案	4	<p>（1）方案包含：</p> <p>1) 社交媒体、新媒体及专业媒体推广；</p> <p>2) 媒体邀约与宣传撰稿；</p> <p>3) 宣传推广活动不少于 2 场；</p> <p>4) 海内外高校及设计师平台征集推广；</p> <p>每包含 1 项得 1 分，最多得 4 分。</p>
			4	<p>（2）方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得 4 分；方案内容通用简单，得 2 分；方案内容不够完整或描述不够翔实具体，得 1 分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得 0 分。</p>
			4	<p>（3）方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得 4 分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得 2 分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得 1 分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得 0 分。</p>
		大赛线上平台搭建及运营组织方案	5	<p>（1）方案包含：</p> <p>1) 大赛官网技术及内容运营；</p> <p>2) 作品数据库技术及内容运营；</p> <p>3) 征集作品管理；</p>

			<p>4) 网站技术运营维护、检测与反馈评估;</p> <p>5) 云服务器租用服务</p> <p>每包含 1 项得 1 分, 最多得 5 分。</p>
		4	<p>(2) 方案内容完整性: 方案内容完整、且描述翔实具体, 得 4 分; 方案内容通用简单, 得 2 分; 方案内容不够完整或描述不够翔实具体, 得 1 分; 未提供方案或方案内容存在重大欠缺, 得 0 分。</p>
		4	<p>(3) 方案可实施性: 方案合理、考虑周全, 可实施性高, 贴近项目实际, 针对性强, 得 4 分; 方案可实施性内容通用简单, 考虑项目情况但针对性欠佳, 得 2 分; 方案合理但考虑不够周全, 可实施性欠佳, 通用简单、针对性不足, 得 1 分; 未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷, 得 0 分。</p>
	大赛策划组织方案	5	<p>提供了内容详实, 科学合理、可行的方案, 针对性强, 完全符合项目特点及要求, 得 5 分; 提供了内容完整的方案, 根据需求进行了阐述分析, 但细节有待完善, 得 3 分; 提供了常规、通用的方案, 基本符合要求, 得 2 分; 提供的方案有明显缺漏的, 得 1 分; 未提供相关内容或方案内容存在重大欠缺, 得 0 分。</p>
	评审会策划组织方案	5	<p>提供了内容详实, 科学合理、可行的方案, 针对性强, 完全符合项目特点及要求, 得 5 分; 提供了内容完整的方案, 根据需求进行了阐述分析, 但细节有待完善, 得 3 分; 提供了常规、通用的方案, 基本符合要求, 得 2 分; 提供的方案有明显缺漏的, 得 1 分; 未提供相关内容或方案内容存在重大欠缺, 得 0 分。</p>
	大赛设计方案	5	<p>提供了内容详实, 科学合理、可行的方案, 针对性强, 完全符合项目特点及要求, 得 5 分; 提供了内容完整的方案, 根据需求进行了阐述分析, 但细节有待完善, 得 3 分; 提供了常规、通用的方案, 基本符合要求, 得 2 分; 提供的方案有明显缺漏的, 得 1 分; 未提供相关内容或方案内容存在重大欠缺, 得 0 分。</p>
	大赛宣传品制作解决	3	<p>(1) 方案包含:</p> <p>1) 大赛宣传折页、、邀请函、海报、易拉宝等宣传期间需使用的物料制作;</p>

		方案		<p>2) 大赛获奖证书、作品册的制作。</p> <p>3) 大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合不少于6组；</p> <p>每包含1项得1分，最多得3分。</p>
			4	<p>(2) 方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得4分；方案内容通用简单，得2分；方案内容不够完整或描述不够翔实具体，得1分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得0分。</p>
			4	<p>(3) 方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得4分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得2分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得1分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得0分。</p>
		成果展览组织方案	8	<p>(1) 方案包含：</p> <p>1) 展览策划；</p> <p>2) 展览视觉设计；</p> <p>3) 展陈制作；</p> <p>4) 布展搭建；</p> <p>5) 展览相关宣传品的设计与制作；</p> <p>6) 开幕式及颁奖活动策划；</p> <p>7) 策划组织成果展览开幕式颁奖活动；</p> <p>8) 电子杂志制作；</p> <p>每包含1项得1分，最多得8分。</p>
			4	<p>(2) 方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得4分；方案内容通用简单，得2分；方案内容不够完整或描述不够翔实具体，得1分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得0分。</p>
			4	<p>(3) 方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得4分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得</p>

				2分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得1分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得0分。
		巡展活动方案	4	提供了内容详实，科学合理、可行的方案，针对性强，完全符合项目特点及要求，得4分；提供了内容完整的方案，根据需求进行了阐述分析，但细节有待完善，得3分；提供了常规、通用的方案，基本符合要求，得2分；提供的方案有明显缺漏的，得1分；未提供相关内容或方案内容存在重大欠缺，得0分。
		项目团队	6	项目服务团队专业齐全、配置合理、人员结构科学合理、岗位职责明确的，得6分； 项目服务团队专业欠齐全，或配置欠合理，或人员结构欠科学，或岗位职责欠明确的，得4分； 项目服务团队整体欠佳的，得2分； 未提供项目服务团队相关内容或相关内容存在重大缺陷的，得0分。
3	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及2.5。
合计			100	

二、评标标准（02包）

序号		评分因素	分值	评分标准
1	商务部分（13分）	投标人业绩	10	投标人自2021年03月01日起至今（以合同签订日期为准）承担的相同或类似项目业绩经验，每提供一个有效业绩证明得2分，本项最高得10分。

				注：业绩证明材料须至少包含项目内容页、双方盖章页。
		合同条款响应	3	满足对招标文件中合同条款及合同履行期限的要求。完全响应，得3分；否则不得分。
2	服务方案部分 (77分)	全流程 文创策划、设计、制作及配套服务方案	14	(1) 方案包含： 1) 文创策划； 2) 创意设计； 3) 样品打样； 4) 批量制作； 5) 包装定制； 6) 物流运输； 7) 产品摄影； 每包含1项得2分，最多得14分。
			6	(2) 方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得6分；方案内容通用简单，得4分；方案内容不够完整或描述不够翔实具体，得2分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得0分。
			6	(3) 方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得6分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得4分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得2分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得0分。
			文创品类及数量实施方案	4
			6	(2) 方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得6分；方案内容通用简单，得4分；方案内

			容不够完整或描述不够翔实具体，得 2 分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得 0 分。
		6	(3) 方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得 6 分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得 4 分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得 2 分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得 0 分。
	文创宣传推广配合要求方案 (18 分)	6	(1) 方案包含： 1) 配合大赛整体宣传； 2) 参与大赛线下宣传推广相关活动； 3) 配合甲方开展文创产品相关的线上推广； 每包含 1 项得 2 分，最多得 6 分。
6		(2) 方案内容完整性：方案内容完整、且描述翔实具体，得 6 分；方案内容通用简单，得 4 分；方案内容不够完整或描述不够翔实具体，得 2 分；未提供方案或方案内容存在重大欠缺，得 0 分。	
6		(3) 方案可实施性：方案合理、考虑周全，可实施性高，贴近项目实际，针对性强，得 6 分；方案可实施性内容通用简单，考虑项目情况但针对性欠佳，得 4 分；方案合理但考虑不够周全，可实施性欠佳，通用简单、针对性不足，得 2 分；未提供方案或方案可实施性、针对性存在重大缺陷，得 0 分。	
	质量保障方案 (5 分)	5	提供了内容详实，科学合理、可行的方案，针对性强，完全符合项目特点及要求，得 5 分；提供了内容完整的方案，根据需求进行了阐述分析，但细节有待完善，得 3 分；提供了常规、通用的方案，基本符合要求，得 2 分；提供的方案有明显缺漏的，得 1 分；未提供相关内容或方案内容存在重大欠缺，得 0 分。
	售后服务方案 (5 分)	5	提供了内容详实，科学合理、可行的方案，针对性强，完全符合项目特点及要求，得 5 分；提供了内容完整的方案，根据需求进行了阐述分析，但细节有待完善，得 3 分；提供了常规、通用的方案，基本符合要求，得 2 分；提供的方案有明显缺漏的，得 1 分；未提供

			相关内容或方案内容存在重大欠缺，得 0 分。
		项目团队	<p>项目服务团队专业齐全、配置合理、人员结构科学合理、岗位职责明确的，得 7 分；</p> <p>项目服务团队专业欠齐全，或配置欠合理，或人员结构欠科学，或岗位职责欠明确的，得 5 分；</p> <p>项目服务团队整体欠佳的，得 2 分；</p> <p>未提供项目服务团队相关内容或相关内容存在重大缺陷的，得 0 分。</p>
3	投标报价		<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：</p> <p>投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 分值。</p> <p>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 及 2.5。</p>
	合计		100

第五章 采购需求

01 包 全球吉庆生肖设计大赛

一、采购标的

1. 采购标的（货物需求一览表或简要服务内容及数量）

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	全球吉庆生肖设计大赛 (01包)	231.5644	1	负责大赛的整体策划统筹与执行落地，具体包括大赛的媒体宣传与活动推广；大赛官方平台及作品库的搭建、开发、运营与维护；围绕大赛主题开展平面设计、产品设计等作品征集与评审组织；宣传品的设计制作与成果转化；成果展览在海内外的策划与巡展实施。中标单位需对大赛各环节进行全流程把控，确保赛事组织专业规范、传播推广精准有效、作品征集广泛多元、成果转化应用落地，推动中国生肖文化在全球范围内的传播与认同

2. 项目背景/项目概述（如有）

全球吉庆生肖设计大赛系列活动是由北京市文化和旅游局打造的品牌文化活动。大赛已成功举办12届，累计收到来自全国各省市及全球近30个国家的参赛作品40474件，评选出优秀获奖作品645件，并在22个国家开展了54场巡展活动，已成为推动中国生肖文化国际传播的重要平台。

2026年，计划举办全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）活动。羊作为中华优秀传统文化中的经典吉祥符号，与“祥”相通，寓意和顺美满、万物兴盛。未羊所承载的，正是中华民族崇尚和谐、厚德载物、温润向善的精神品格。大赛以中国生肖“羊”为主题，持续挖掘其文化内涵，以生肖为载体，讲好中国故事。大赛将广泛邀请全球设计师运用设计语言诠释传统生肖文化，促进中国生肖形象在不同地域与文化间的传播与交流。

二、商务要求

1. 交付（实施）的时间（期限）和地点（范围）

交付（实施）的时间（期限）：全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）项目实施时间：自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 31 日

地点：中国北京。

2. 付款条件（进度和方式）

详见第六章合同相关规定

3. 包装和运输（如适用，须满足《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））

三、技术要求

1. 基本要求

1.1 采购标的需实现的功能或者目标：为采购人提供全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）策划与执行服务

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：在实施本项目期间应遵循相关国家、地方、行业标准及规范，并以国家、地方、行业最新标准为准。

2. 服务内容及要求/货物技术要求

2.1 采购标的需满足的性能、材料、结构、外观、质量、安全、技术规格、物理特性等要求：无

2.2 采购标的需满足的服务标准、期限、效率等要求

（一）媒体宣传及活动推广

1. 社交媒体、新媒体及专业媒体推广。（1）充分运用微信、微博、短视频、直播等新媒体、自媒体平台对大赛受众精准推广。（2）在设计类公众号、论坛、海外媒体发布大赛征集及推广信息，报名链接、大赛官网需在设计网站或论坛关键位置露出，精准覆盖专业或业余设计类相关人群。（3）在平面设计、工业设计类线上社区显著位置对大赛进行直接推广。（4）移动端专题页平台 APP 端口展示等移动端推广渠道。社会化媒体、新媒体及专业媒体推广总量不少于 150 条。

2. 媒体邀约与宣传撰稿。活动全程的重要时间节点（活动发布及征集期、宣传推广期、作品评选公示期、成果展览期及重要活动等）的主流媒体的媒体邀约、撰稿与发布。每场活动报道媒体不少于 5 家，要求专业媒体记者撰写新闻稿与宣传文案不少于 12 篇，每篇不少于 800 字，并确保活动当日发布。

3. 策划组织不少于 2 场宣传推广活动，包括活动策划、场地租赁、舞台搭建、摄影摄像、演出展示、现场速记、主持人、物料制作、相关设备租赁调试、摄影师、摄像师、云相册及视频片制作剪辑等。配合采购方完成组织策划及执行工作，包括配合采购方邀约出席嘉宾、邀请嘉宾的中英文邀请信撰写与发布、现场报道媒体邀约、现场服务、活动宣传等相关工作。

4. 海内外高校及设计师平台征集推广。进行有效的定向征集推广，包括但不限于国内知名艺术院校、海外院校的宣传推广及定向征集、美术及设计协会之间的宣传推广。国内高校推广不少于 100 家，国外高校不少于 50 家。征集作品总量不少于 4000 件，海外渠道作品占比不低于征集总量的 10%。

5. 本活动是对外文化交流品牌活动，需为相关素材提供翻译服务。翻译以中英双语为主，并根据实际需要，提供多语种服务。

6. 历届大赛成果推广围绕历届大赛的现有作品、展览及宣传活动，持续策划并推出图文或视频内容，开展常态化宣传推广。相关内容不少于 12 组。

（二）大赛线上平台搭建及运营

1. 大赛官网技术及内容运营。设计并更新“全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）官方活动网站”，包括但不限于规划制作中英文双语版的征集平台（PC 端和移动端），具备作品收集、统计、输出、信息查询和线上评审功能；开发升级网站新功能，如设置管理员、普通用户等分级权限，设置用户体验（满意度调查）、参赛者社区、作品预览、数据统计等系统功能规划；官网内容运营与维护；与投稿作者的对接、沟通，版权协议签署与获奖证书邮寄等。

2. 作品数据库技术及内容运营。作品数据库设计与功能更新，配合采购方需求，进一步开发作品分类、标签检索等新功能，PC 端与微信小程序端同步更新；为作品库购买相应的服务器资源，并对作品库进行运营维护（PC 端和小程序端）；作品数据库内容优

化整理及上传维护，平台能够保证作品征集质量、规定解析度、格式、容量等；开发移动数据库。

3. 征集作品管理。负责统计、整理各渠道征集的投稿作品，完成获奖作品设计源文件的整理归档与交付，并做好相关数据统计。

4. 网站技术运营维护、检测与反馈评估。实时监测网站（含报名页面、官网、数据库）的运营状况，实时进行技术维护，并提供年度数据分析报告（标准分析文档）。

5. 提供政务云服务器租用服务。

（三）评审策划

1. 大赛策划。组建不少于五人的专业团队进行活动策划，制定完整的大赛执行策划方案，大赛主视觉设计及相关物料设计、制定赛程赛制安排、竞赛内容及奖项设置（含奖金募集与发放）、评委老师邀请（含劳务）、获奖作品的知识产权约定（版权归采购方所有）、设计作品落地转化等。方案需经采购方确认后实施。

2. 评审会策划。策划大赛评审会方案，制定科学合理、公平公正的作品评审方案、规则；组建大赛评审评委会；邀请国内外设计专业专家，采用线上两轮评审与线下终审评审会的方式，最终入选需经过采购人确认。初审、复审、终审各阶段专家评委均由五人以上单数组成，专家评审团队需经采购方审核后确定；组织执行大赛评审会；提供评审所需相关软硬件服务，相关准备工作包括：组织策划、评审场地、作品整理、现场搭建、会议准备、专家接待、翻译校对、现场记录等，必要时需提供中英交互传译。

（四）大赛设计

包括但不限于以下内容：

1. 大赛主视觉 VI 规范及应用手册设计，并延展到各场景应用；
2. 大赛宣传折页、邀请函、海报、易拉宝等宣传期间需使用的物料设计；
3. 大赛作品排版、获奖作品衍生品转化及获奖证书设计；
4. 适配各终端设备浏览的大赛官网 UI 界面的设计。

（五）大赛宣传品制作

1. 大赛宣传折页、邀请函、海报、易拉宝等宣传期间需使用的物料制作；
2. 大赛获奖证书、作品册制作；
3. 大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合不少于 6 组。

（六）成果展览

1. 展览策划

全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）成果展览的整体策划，包括但不限于展览主题、展览内容、展览相关的互动活动，可采取线上与线下相结合的方式。专业策展人及设计团队提出展览策划方案，展览主题策划及展览视觉设计，展览的宣传推广（含线上推广及现场媒体邀约）。

2. 展览视觉设计

包括但不限于展览各区域规划、展览主视觉形象设计、展板设计、展品优化设计及装置设计等。展览作品的优化设计、展览艺术品的筹备，提供不少于 12 位艺术家的生肖相关实物作品。需指定专业策展团队，主要策展人不少于 2 人，团队不少于 5 人。

3. 展陈制作

视觉设计经过采购人确认后，按照工期安排进行展陈制作，包括但不限于展陈结构制作及作品喷绘、展品、展陈台及展陈装置等的制作。具体需求依据展览策划方案。

4. 布展搭建

布展搭建包括但不限于展品、展陈相关的运输、搭建、安装、调试等，保证材料安全环保，确保进场施工的技术人员进行安全作业，所用材料符合消防要求和环保标准。开展前，为展览艺术品购买保险。布展需将展厅清理干净，满足开展需求。布展与撤展需要在规定时间内完成，并维护场地内设施完整完好。展览期间，如遇故障，需技术人员到现场调试。完成参展艺术品的国际、国内运输以及保险购买。

5. 展览相关宣传品的设计与制作

展览相关的宣传品设计、制作、邮寄。包括但不限于邀请函、导览册、海报、易拉宝、工作证、车证等相关宣传品或物料。各项展览相关的互动活动所需物料需求根据展览方案确定。开发制作获奖作品或展览作品的相关文创衍生品，具体要求根据采购方需

求确定。

6. 展览现场艺术品的相关费用，包含艺术品租赁费、保险费、展览作品画框、借展艺术家作品、宣传物料等运输费用（艺术家借展作品涉及来回两次运输）。

7. 策划组织成果展览开幕式颁奖活动，包括活动策划、舞台搭建、摄影摄像、演出展示、主持人、物料制作、相关设备租赁调试、配合采购方邀约出席嘉宾及现场服务等。

8. 将成果展览制作成中英文双语的电子杂志、画册。

（七）巡展活动

1、视觉设计

包括但不限于巡展主视觉形象设计、展板设计、宣传海报、邀请函、工作证件、现场氛围物料等。设计需延续吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）成果展览的整体视觉风格，并依据不同巡展场地特点进行适应性优化。需指定专业设计团队，主要设计师不少于 2 人。

2、活动策划

吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）成果巡展活动的整体策划，包括但不限于巡展主题与定位、场地建议、展览内容组织与分区规划、展品选择与陈列方式、配套互动活动设计、宣传推广策略（含线上传播与当地媒体合作）、公众参与、开幕式或专场活动安排等。可采取线上与线下相结合的方式。专业策展团队提出巡展策划方案，每场巡展需制定完整的策划方案，并经采购人确认。

3、活动执行

依据经采购人确认的巡展策划方案，全球范围内完成不少于 2 场巡展活动的全流程执行工作。具体需求依据巡展策划方案。

（1）展陈制作及搭建：包括但不限于展陈结构制作及作品喷绘、展品、展陈台及展陈装置等的制作与搭建。保证材料安全环保，确保进场施工的技术人员进行安全作业，所用材料符合消防要求和环保标准。布展需将展厅清理干净，满足开展需求。布展与撤展需在规定时间内完成，并维护场地内设施完整完好。展览期间，如遇故障，需技术人员到现场调试。

(2) 展品统筹与保障：完成巡展所需展品的统筹、运输、保险购买等工作。包括展览作品（含获奖作品、艺术家借展作品等）的国际、国内运输（涉及来回两次运输），为展览艺术品购买全程保险，确保展品安全。如涉及国外巡展，需完成国际运输、海关报关、境外保险购买及当地布展协调等相关工作。

(3) 配套活动执行：根据巡展策划方案，组织展览相关的配套互动活动、公众体验活动、专场导览、工作坊或沙龙活动等，完成活动所需的物料制作、人员组织、现场执行与安全保障。

(4) 宣传推广与传播：配合采购方完成各场次巡展的宣传推广工作，包括线上传播、当地媒体邀约与接待、现场摄影摄像、图文直播、速记整理、媒体素材提供等。

(5) 现场服务与管理：统筹巡展现场的观众服务、安保管理、应急处理等工作，确保展览安全有序进行。配合采购方完成嘉宾接待、专场参观组织等服务。

(6) 展览相关宣传品的设计与制作：巡展相关的宣传品设计、制作、邮寄。包括但不限于邀请函、宣传册、海报、易拉宝、工作证等相关宣传品或物料。根据采购方需求，开发制作获奖作品或展览作品的相关文创衍生品。

(7) 总结与资料归档：每场巡展结束后，提交执行总结报告。将巡展成果制作成中英文双语的电子杂志或画册。

(8) 临时性工作任务：根据采购方实际工作需要，配合完成巡展过程中临时交办的其他相关工作任务，确保项目整体顺利推进。

（八）结案报告

1. 征集期结束时，应提供项目中期总结，包括项目平台运营情况、征集作品情况、线上线下宣传推广成果等。

2. 项目结束后 1 周内需要提供项目结项报告，报告需要涵盖（服务需求的全部内容）项目具体实施过程、作品数量（征集情况）、获奖情况、相关文件资料备份、成果展览总结等。

3. 中标人需在验收前完成获奖作品版权协议签署，提交版权协议原件；提供全部征集作品的电子版高清大图；提供全部获奖作品的源文件（AI，PSD 格式）。

4. 中标人需要配合采购方进行项目业务验收和财务验收，按要求提供相关资料。

（九）项目团队要求

1. 项目实施团队不少于 7 人，团队成员需要具有相关专业能力及项目实施经历。

2. 投标人应具有成熟的媒体运营团队，有全媒体宣传运营经验。有专人负责宣传推广，宣传推广人员应具有传统媒体及新媒体宣传及策划经验，具有一定的媒体资源优势及运作大型宣传项目的经验。

3. 投标人应具有成熟的网络平台搭建团队，具备完善的网络平台搭建管理流程、制度和标准。专人负责平台搭建、维护，负责人应具有丰富的网络平台搭建及管理经验。

4. 专人负责协调沟通评委会专家及评审活动的执行。

5. 聘请专业策展人进行策展，专业视觉设计团队进行展陈设计，专人负责展览开幕式的策划、组织与实施。

6. 提交团队人员名单，包括但不限于项目负责人、项目统筹、设计师（不少于 2 人）、媒体运营负责人、活动执行负责人、翻译、策展人（不少于 2 人）以及其他主要成员简历，项目实施经历介绍。

（十）项目实施要求

1. 中标人应做好与采购人的沟通、协调工作。

2. 中标人应拟定项目实施计划及例会机制，及时、准确地将项目进展、实施情况向采购人汇报。对于全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）宣传推广、平台搭建、评审策划整体方案、成果展览策划方案、项目实施说明、项目管理制度等重要核心内容，应在获得采购人确认或批准后，方可具体开展实施。中标人有义务根据采购人要求提供必要的信息、数据、材料等。

3. 实施进度要求：

（1）中标人应在中标后 10 天内向采购人提交细化的全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）宣传推广、平台搭建、评审策划、成果展览、文创制作整体方案。

（2）总体方案经采购人通过后，中标人应在 5 天内提交细化的执行时间表。

2.3 为落实政府采购政策需满足的要求

(一) 本项目需要落实的政府采购政策：节约能源、保护环境、促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业、支持乡村产业振兴等。

(1) 促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业

根据《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》等关于中小企业的相关规定，本项目执行中小企业相关政策。符合政策规定的监狱企业和残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。

①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》。

②采购标的对应的中小企业划分标准所属行业，见第二章《投标人须知》。

③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》。

2.4 采购标的的其他技术、服务等要求：无

2.5 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

媒体宣传及活动推广组织方案、大赛线上平台搭建及运营组织方案、大赛策划组织方案、评审会策划组织方案、大赛设计方案、大赛宣传品制作解决方案、成果展览组织方案、巡展活动方案、项目团队

功能、应用场景、目标：提供了内容详实，科学合理、可行的方案，针对性强，完全符合项目特点及要求。

3. 验收标准

见《拟签订的合同文本》。

4. 其他要求（如有）

4.1 投标人对项目实施中涉及到的相关数据、资料、文档等具有保密的义务，并应按照相应保密规定执行。

4.2 本项目所形成的数据成果归采购人所有。未经采购人同意，投标人不得以商业目的使用该资料或者开发和生产其他产品。

02 包 文创开发及制作费用需求

一、采购标的

1. 采购标的（货物需求一览表或简要服务内容及数量）

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
02	全球吉庆生肖设计大赛 (02包)	40.29	1	包括文创产品设计、样品制作、包装设计、包装制作、批量生产、质量检测、仓储物流等全部工作。负责与设计师沟通,对设计方案进行深化和完善,确保文创产品的文化内涵表达准确、设计创意新颖独特、工艺制作精良,符合相关行业标准和质量要求等内容

2. 项目背景/项目概述（如有）

全球吉庆生肖设计大赛系列活动是由北京市文化和旅游局打造的品牌文化活动。大赛已成功举办12届,累计收到来自全国各省市及全球近30个国家的参赛作品40474件,评选出优秀获奖作品645件,并在22个国家开展了54场巡展活动,已成为推动中国生肖文化国际传播的重要平台。

2026年,计划举办全球吉庆生肖设计大赛(丁未羊年)活动。羊作为中华优秀传统文化中的经典吉祥符号,与“祥”相通,寓意和顺美满、万物兴盛。未羊所承载的,正是中华民族崇尚和谐、厚德载物、温润向善的精神品格。大赛以中国生肖“羊”为主题,持续挖掘其文化内涵,以生肖为载体,讲好中国故事。大赛将广泛邀请全球设计师运用设计语言诠释传统生肖文化,促进中国生肖形象在不同地域与文化间的传播与交流。

二、商务要求

1. 交付（实施）的时间（期限）和地点（范围）

交付（实施）的时间（期限）：全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）项目实施时间：自合同签订生效之日起至2026年12月31日。

地点：中国北京

2. 付款条件（进度和方式）

详见第六章合同相关规定

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：完成文创产品设计、样品制作、包装设计、包装制作、批量生产、质量检测、仓储物流等全部工作。

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/货物技术要求

2.1 采购标的需满足的性能、材料、结构、外观、质量、安全、技术规格、物理特性等要求：无

2.2 采购标的需满足的服务标准、期限、效率等要求

（一）全流程文创策划、设计、制作及配套服务

1. 文创策划

需深度结合大赛主题、核心元素、目标受众定位，进行 12 组及以上文创品类的整体策划，提交完整策划方案，需贴合大赛官方风格，兼顾实用性与纪念价值，避免同质化，覆盖不同使用场景与受众需求。

2. 创意设计

依据审核通过的策划方案开展设计，包含产品外观设计、图案设计、色彩搭配、工艺设计、结构设计等；设计风格需符合大赛官方审美，高端大气、简洁精致，无版权争议，所有设计知识产权需按甲方要求归属，禁止擅自使用。

3. 样品打样

每组文创品类需完成 1:1 实物打样；打样完成后提交甲方验收，根据验收意见修改调整，直至样品通过确认，方可启动批量制作。

4. 批量制作

按照验收通过的样品标准进行批量生产，总产品数量不少于 3000 件；生产过程中需把控产品质量，选用环保、优质、耐用的原材料，工艺精细无瑕疵，不合格产品需返工或重新制作。

5. 包装定制

为每组文创产品定制专属包装，包含内托、外盒、包装袋等，包装设计需与文创产品风格统一，印制大赛相关元素，兼具保护性与美观性，便于运输、存放与礼品馈赠；包装材质需结实耐用，避免运输途中损坏，高端款产品可搭配定制吊牌、说明书、防伪标识等，提升产品质感。

6. 物流运输

负责所有文创成品的打包、物流运输及送货上门服务，购买运输保险，确保产品完好送达甲方指定地点；承担运输过程中所有破损、丢失的损失，按时完成配送，保障使用节点前到货，提供物流全程跟踪信息，配合甲方完成到货清点验收。

7. 产品摄影

为所有文创产品提供摄影服务，包含单品高清图、组合场景图、细节特写图、实物上身/使用效果图等，每组产品拍摄不少于 5 张精修图，提供原图+精修图全套电子文件，图片格式为 JPG+PNG，分辨率满足线上宣传、海报制作、电商展示等多场景使用。

（二）文创品类及数量要求

1. 品类要求：文创品类不少于 12 组，如实用生活类、纪念收藏类、办公文具类、装饰摆件类、潮流配饰类等多个类别，满足不同受众喜好。

2. 数量要求：所有品类成品总数量不低于 3000 件，具体单品类数量可根据策划方案与甲方协商确定，确保整体数量达标。

（三）文创宣传推广配合要求

1. 配合大赛整体宣传节奏，提供文创产品专属宣传素材，满足大赛官方公众号、短视频平台、社交媒体、线下展厅等多渠道宣传需求。

2. 参与大赛线下宣传推广相关活动，如文创产品展示、现场陈列布置、文创体验活动等，按甲方要求提供产品支持、现场布置建议或现场执行配合，助力大赛文创板块宣传落地。

3. 配合甲方开展文创产品相关的线上推广工作，提供产品核心卖点、创意理念等文字素材，协助甲方完成线上图文推送、短视频拍摄等内容制作，扩大大赛文创产品及赛事本身的传播度。

（四）质量与售后要求

1. 所有文创产品原材料需符合国家环保标准，无异味、无安全隐患，工艺精湛，外观无瑕疵，尺寸、规格严格符合设计要求，产品耐用性达标，满足日常使用与纪念收藏需求。各别产品需要满足欧盟相关认证标准。

2. 项目完成后提供售后服务，到货后若发现质量问题，乙方需在 24 小时内响应，配合完成退换、补货或维修，承担全部相关费用，保障甲方权益。

（五）版权与合规要求

1. 乙方保证所有文创产品设计、素材、工艺均无版权纠纷，不侵犯任何第三方知识产权，若出现版权问题，由乙方承担全部法律责任与经济损失。

2. 项目完成后，乙方需移交所有设计源文件、策划方案、摄影素材、样品等全部资料，不得擅自留存、使用或泄露项目相关信息，严守大赛及甲方商业机密。

（六）结案报告

项目结束后 1 周内需要提供项目结项报告，并配合采购方进行项目业务验收和财务验收，按要求提供相关资料。

（七）项目团队要求

项目实施团队不少于 5 人，团队成员需要具有相关专业能力及项目实施经提交团队人员名单，包括但不限于项目负责人、项目统筹、设计师以及其他主要成员简历，项目实施经历介绍。

（八）项目实施要求

1. 中标人应做好与采购人的沟通、协调工作。

2. 中标人应拟定项目实施计划及例会机制，及时、准确地将项目进展、实施情况向采购人汇报。方案应在获得采购人确认或批准后，方可具体开展实施。中标人有义务根据采购人要求提供必要的信息、数据、材料等。

3. 实施进度要求：

(1) 中标人应在中标后 10 天内向采购人提交细化的全球吉庆生肖设计大赛文创设计及推广方案。

(2) 总体方案经采购人通过后，中标人应在 5 天内提交细化的执行时间表。

2.3 为落实政府采购政策需满足的要求

(一) 本项目需要落实的政府采购政策：节约能源、保护环境、促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业、支持乡村产业振兴等。

(1) 促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业

根据《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》等关于中小企业的相关规定，本项目执行中小企业相关政策。符合政策规定的监狱企业和残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。

①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》。

②采购标的对应的中小企业划分标准所属行业，见第二章《投标人须知》。

③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》。

2.4 采购标的的其他技术、服务等要求：无

2.5 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

全流程文创策划、设计、制作及配套服务方案、文创品类及数量实施方案、文创宣传推广配合要求方案、质量保障方案、售后服务方案、项目团队

功能、应用场景、目标：提供了内容详实，科学合理、可行的方案，针对性强，完全符合项目特点及要求。

3. 验收标准

见《拟签订的合同文本》。

4. 其他要求（如有）

4.1 投标人对项目实施中涉及到的相关数据、资料、文档等具有保密的义务，并应按照相应保密规定执行。

4.2 本项目所形成的数据成果归采购人所有。未经采购人同意，投标人不得以商业目的使用该资料或者开发和生产其他产品。

第六章 拟签订的合同文本

适用于：01 包

合同编号：2026-XXX

北京市海外文化交流中心 全球吉庆生肖设计大赛服务合同

甲方：北京市海外文化交流中心

地址：北京市东城区建国门内大街 7 号光华长安大厦 3 座

乙方：

地址：

甲乙双方本着平等互利的原则，依据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规规定，经友好协商达成如下合同条款（下称“本合同”），供双方遵守：

合作内容：

甲方委托乙方负责举办全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）的赛事及展览活动执行，包括但不限于负责大赛的整体策划统筹与执行落地，具体包括大赛的媒体宣传与活动推广；大赛官方平台及作品库的搭建、开发、运营与维护；围绕大赛主题开展平面设计、产品设计等作品征集与评审组织；宣传品的设计制作与成果转化；成果展览在海内外的策划与巡展实施等相关服务（具体职责详见附件 1）。本合同执行周期为自合同签订日起至 2026 年 12 月 31 日止，经甲乙双方确认完成所有内容并验收合格。如执行期满时，乙方未能按本合同约定及甲方要求完成全部服务内容的，乙方应继续提供服务，不受本条期限限制，直至履行完全部合同义务。

一、 合同金额及支付方式

1. 本合同项目总金额为人民币_____（大写_____整），最终支付金额以甲方财务验收审定金额为准（费用明细详见附件 2）。付款方式为银行汇款。

2. 付款时间：甲方应于本合同签订后，收到乙方提供增值税普通发票（发票面额为首付款金额）且财政资金到账之日起10个工作日内，向乙方支付项目总金额 50% 的首付款，即人民币_____元（大写：_____整）。项目结项后，在乙方合格通过甲方的业务验收和财务验收后 10 个工作日内，甲方根据财务验收报告的审定金额付清尾款。乙方需于甲方每次付款前提供等值、合法、有效的

增值税普通发票，否则甲方有权拒绝支付相应款项且不承担违约责任。

3. 乙方账户信息：

单位名称：

纳税人识别号：

单位地址及电话：

开户行：

账号：

二、 甲方的权利与义务

1. 甲方作为本次设计大赛的主办方，拥有活动相关内容的最终审核权、决定权及解释权。

2. 在实际执行过程中，甲方有权就乙方提供的征集和评审等大赛相关的工作方案提出调整要求，乙方应根据调整后的要求执行。

3. 甲方有权要求乙方按照甲方需求制定项目工作方案并组织实施工作方案。

4. 甲乙双方指定专人负责对本次活动的执行、联络和统筹。

5. 甲方有权利要求乙方配合进行定期项目汇报，督促项目进展情况。

6. 甲乙双方共同负责大赛终审评委的邀请，评委名单需征得甲方同意。

7. 甲方有权利依据乙方推荐或第三方自荐确定大赛奖金赞助单位及相关事宜。

8. 甲方作为活动主办方拥有大赛获奖作品、衍生文创品的完整版权。

9. 项目结项后，甲方有权利要求乙方在 7 个工作日内递交结项报告和业务验收申请并配合完成项目业务验收和财务验收。乙方须对提供的各项验收材料的真实性负责。甲方有权按甲方业务验收及财务验收以及本合同约定之服务内容对本合同服务成果进行验收，双方对验收标准存在疑义的，以甲方意见为准，甲方对验收结果享有最终决定权。

三、 乙方的权利与义务

1. 乙方负责为本项目组建专人专项执行团队，确定项目负责人，并应将成员名单和具体分工提前报甲方确认；乙方团队应按照甲方要求统筹本次活动的具体策划、宣传、执行等全方面完善服务。团队成员不少于 7 人，线下活动现场执行人员不少于 7 人，具体人员要求详见附件 1。乙方应根据本项目服务要求组建项目团队，明确团队工作分工，并提供项目团队成员的个人身份及工作经验等证明材料。本项目执行期间，项目团队成员须全程参与项目汇报和执行工作。若有人员变更，须提前向甲方报备并提供新的人员资料以供甲方审核，未经甲方审核通过，乙方不得变更。乙方应尽力保持核心团队稳定；乙方有权且应根据服务工作

需要更换不符合服务要求之乙方人员；甲方要求更换不符合服务要求之乙方人员的，乙方应在甲方要求时间内予以更换。

2. 乙方指定本项目联系人为：_____，联系电话：_____，电子邮箱：_____。

3. 乙方负责策划大赛方案，经甲方确认后实施。此次大赛征集作品不少于4000件。

4. 乙方负责按照甲方要求制作本届活动专题网站包括主视觉及各阶段页面设计、大赛官网、期间投放广告、获奖证书等物料及相关文章的内容页面。

5. 乙方确保其为甲方搭建的征集平台功能规划满足大赛需求并按甲方要求的时间准时上线。征集平台应在大赛期间安全稳定运行。

6. 乙方负责组织策划大赛宣传推广，包括线上线下全渠道推广活动，不少于2场线下宣传活动。

7. 乙方负责媒体宣传，撰写及策划宣传内容，并提供大赛征集平台、微信、微博、行业媒体及新媒体资源配合活动传播。

8. 乙方负责组建评审委员会，策划大赛评审方案、制定评审规则，组织线上评审，举办线下评审会。乙方负责初审评委的邀请，并提前报甲方确认名单及评审规则。

9. 乙方负责向甲方推荐大赛奖金赞助单位，协助处理可能产生的相关赞助事宜并负责相关赞助单位大赛奖金发放。

10. 乙方负责展览大赛成果展览、巡展策划、视觉设计、宣传计划、宣传品设计制作等报甲方审定。

11. 乙方负责大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合不少于6组。

12. 乙方所有对外发布的信息内容和评选方案均需经甲方确认后，方可发布或实施。

13. 乙方有责任定期向甲方通报工作进度、项目进展情况。

14. 乙方负责向甲方提供详细的活动计划表，经甲方确认后执行。

15. 乙方按照甲方确认方案进行邀请展、巡展的布展搭建、展陈制作、展览相关活动策划组织、嘉宾接待等现场执行工作。乙方未按照甲乙双方确认方案布展，应当返工，由此造成的损失由乙方承担。如乙方超出甲方要求时间仍不改正，或无正当理由拒不接受甲方调整意见的，甲方有权单方面解除本合同，并要求乙方承担违约责任。

16. 乙方拥有会场内部及建筑物周围区域的广告发布权，在未租用的公共空间区域不能随意进行有关商业行为的广告。主办单位或参展商使用甲方的广告位

进行广告或宣传，需经甲方审批同意，并另行支付广告发布、制作等费用。室外广告的正式发布内容以市政管理委员会批示为准。

17. 由于不可抗力或电信机构服务中断引起乙方服务延迟或中断，乙方负责最终补足本合同规定的服务内容。

18. 乙方保证具有履行本合同项下的法定资质及能力，如因乙方违反此条款，甲方有权解除本合同，因此给甲方造成的损失，乙方应当进行赔偿。

19. 乙方保证在履行本合同过程中，不得有任何违反法律法规及侵犯任何第三人合法权益的行为，因乙方违反此条款而引起的任何纠纷均与甲方无关，由乙方自行负责解决，并自行承担相应责任；给甲方及/或第三方造成损失的，乙方还应予以赔偿。

20. 乙方负责全程网站数据库数据统计管理、新闻稿、入围作品、全部征集作品回收、满意度调查等具体执行统筹工作。

21. 乙方负责在竞赛征集期结束后5个工作日内，提供项目中期总结报告，项目结束后7个工作日内向甲方提供项目结案报告，按甲方要求整理项目相关档案（含电子文件）交于甲方，并根据甲方要求完成项目业务验收和财务验收。

22. 乙方有义务配合完成展览及活动期间的安全管理相关工作。

23. 乙方应亲自担任承办方，未经甲方事先书面同意，不得擅自对外转包、分包、拆包等。

24. 乙方保证，在提供本合同项下服务全过程中（包括媒体宣传及活动推广，大赛线上平台搭建运营，大赛策划，评审会组建，大赛视觉设计，大赛宣传品制作，成果展览策划及布展、巡展等），乙方所提交的任何服务成果（包括但不限于大赛策划方案，大赛主题，大赛各类宣传物料，成果展览设计及相关物料，大赛征集作品等）均符合国家相关法律法规规定，坚持正确的政治方向、价值导向、审美取向；乙方所选用的所有工作人员（包括但不限于选定的项目工作人员、参赛人员、大赛评审、主持人等相关工作人员）均尊重我国历史、文化、社会公德、民族习惯等要求，不存在下列内容及言行：

（1）任何分裂国家、政治敏感内容及言行，包括但不限于反党、反华、辱华、“藏独”“疆独”“港独”“台独”等；

（2）任何化用、模仿外国风格、模式的内容及言行；

（3）任何与宗教、种族、性别相关的歧视性、争议性或敏感内容及言行；

（4）任何涉及宣扬淫秽、迷信、低俗或暴力的内容及言行；

（5）任何歪曲丑化重大历史人物/英烈的内容及言行；

（6）其他任何违反国家法律、法规、规章或政策以及社会公共道德和公序

良俗，易引发负面舆情的内容及言行。

如乙方所提供的服务成果或所选用的大赛相关工作人员产生任何争议或负面舆情，影响甲方大赛的正常进程的，甲方有权要求乙方按照本协议第五条之约定承担违约责任。

四、 知识产权及保密条款

1. 甲乙双方各自使用的软硬件、程序、密码、商品名、技术、商标等皆归各方所有，另一方对此无任何权利或利益。

2. 乙方在本合同项下产生及提供给甲方的所有工作成果，包括但不限于文字、摄影作品、录音、录像、视频流、直播流、印刷品、文创产品，以及设计版式、图样、资料、报告等，其版权及相关知识产权（包括但不限于著作权、邻接权、商标权、专利权、外观设计权利及其他知识产权相关权利等）均归甲方拥有。甲方委托乙方设计的活动方案及搭建的会场造型等作品的知识产权及其他履行本合同所产生的一切知识产权均归属于甲方。非经甲方书面同意，乙方无权将上述成果用于本合同以外其他用途。

3. 乙方保证在本合同项目下所提供的服务及可交付物不违反现行的法律法规，不存在侵权任何第三方知识产权或法律规定的其他权利，如因此给甲方造成损失，包括但不限于甲方因侵权行为所支付的所有赔偿费用、争议解决费用、律师费用等，乙方应全额赔偿并向甲方承担违约责任。

4. 乙方应保证对本合同的所有相关内容及其在本合同订立前和本合同期限内所获知的甲方保密信息（包括但不限于生产、经营、管理、研发、技术、营销、发展规划等）负有保密义务，未经甲方事前书面许可，不得将上述信息用于本合同目的之外；除为履行其职责而确有必要知悉保密资料人员外，乙方不向其他任何人披露上述信息，且乙方应确保上述人员承担与本合同约定同等严格的保密义务。未经甲方事先书面同意，乙方如向第三方披露任何有关保密资料或信息的，应承担相应的法律责任，并应赔偿甲方由此遭致的一切损失。

5. 参与竞赛征集的原创作品获取一、二、三等奖及优秀奖后，该等作品的版权、所有权、修改权和使用权归甲方所有。设计者仍保有该作品作者署名权，但不得将该设计作品用于其他商业用途，包括并不限于著作权、使用权、发布权以及对该设计作品进行修改、组合、应用等权利。入围奖及未获奖的原创作品著作权仍归原应征者本人所有，但甲方有权对征集作品用于活动推广、公益宣传等展示使用。甲方在宣传过程中将为作者署名。乙方应对上述权益在征集平台于版权申明位置公示说明。乙方不得以实物、数字等形式保留或复制所有参赛作品，不得在未经甲方允许的任何场合使用所有参赛作品。

6. 大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合版权、销售权归甲方所有，乙方不得以实物、数字等形式保留或复制文创衍生品，不得在未经甲方允许的任何场合使用文创衍生品。

7. 本知识产权及保密条款永久有效，不因合同的解除、终止、中止或履行完毕而失去效力。

五、 违约责任及不可抗力

1. 在本合同履行过程中，若乙方违反本合同约定，应在甲方建议下纠正，若在甲方建议下 3 个工作日内拒绝纠正的，或乙方的违约行为导致本项目无法实施，应赔偿因其违约给甲方造成的一切损失（包括律师费等维权费用）。

2. 在本合同履行过程中，若因甲方原因造成项目无法顺利进行，所造成的一切损失由甲方承担。其他违反本合同约定内容的行为，违约方应按照规定或本合同的有关约定承担相应的违约责任。

3. 非因甲方原因，乙方未能按本合同约定日期（合同约定日期由甲方确定的，甲方享有最终决定权）提交委托项目工作成果的，每延期一日，应当按合同总金额的 2% 支付违约金，逾期超过 10 天或违约金总额累计超过合同总金额的 30%，甲方有权选择解除合同并要求乙方支付合同总金额 30% 的违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿甲方不足部分之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

4. 如因乙方原因造成乙方提供的工作成果中出现错误、侵犯第三方权益或不符合约定质量要求或未通过验收的，甲方有权要求乙方在甲方指定时间内予以更正错误、重新制作等。经更正后仍未满足本合同要求的，乙方应当按甲方应当支付的合同总金额的 2% 向甲方支付违约金，如违约金总额累计已达合同总金额的 30%，甲方有权选择解除合同，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的不足之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

5. 如乙方存在任何预期违约或预期无法完成本合同任意活动服务之情形的，甲方有权暂停支付合同价款直至乙方予以纠正或提供令甲方满意之担保；乙方逾期仍未纠正，也未提供令甲方满意之担保的，甲方有权经书面通知乙方后单方解除本合同，乙方应当按甲方应当支付的合同总金额的 30% 向甲方支付违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的全部不足之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

6. 如乙方提交的任何工作成果涉及违反本合同第三条第 24 款项下保证的，甲方有权选择解除合同，要求乙方退还全部合同款项并承担相当于合同总金额

30%的违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的全部损失。为免歧义，甲方验收不免除乙方在此等情形项下的违约责任。

7. 本合同项下乙方应付的违约金、赔偿金及其他费用，甲方有权从未付款项中直接扣除。

8. 如本合同任何一方因不可抗力，或非甲乙双方所能控制或预见的事件(包括自然天气、灾害、战争、政府行为、国际关系、政策变更、社会骚乱、疫情等)而不能履行本合同项下的义务时，双方可协商延期或调整方案，互不承担责任。因不可抗力致使本协议无法履行时，甲乙双方均有义务立即以电话、传真或邮件等最简捷的方式尽快通知对方，并于不可抗力发生后十五日内提供有效证明证实不可抗力的发生和存在，该不可抗力事由排除后，同样应及时以前述方式通知对方。

六、 争议的解决

合同双方因履行本合同而引起的争议或与本合同有关的争议，尽量通过友好协商解决。如果双方未能达成一致意见，任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼解决。

七、 适用法律

本合同的制定、时效性、解释、执行、修改、终止及因上述事项引起的争议受中华人民共和国法律管辖。如对与本合同有关的基本特定事项没有可适用的中国法律，则可参照通用的商业惯例。

八、 合同的效力和变更

1. 本合同经甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。

2. 本合同一式陆份，甲、乙双方各持叁份(本合同附件为本合同有效组成部分)，具有同等法律效力。本合同的任何修改必须经过双方的书面同意。

3. 其它未尽事宜或在本合同下有增设内容，双方协商解决并签署书面补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

甲方（加盖公章）：
北京市海外文化交流中心
地址：北京市东城区建国门内大街7
号
 光华长安大厦3座
法定代表人或授权代表签字：

日期： 年 月 日

乙方（加盖公章）：

地址：

法定代表人或授权代表签字：

日期： 年 月 日

附件 1：项目工作职责

序号	项目明细	工作职责	具体工作
一	<p style="text-align: center;">媒体 宣传及活动推广</p>	<ol style="list-style-type: none"> 负责大赛全程重要时间节点的传统媒体及新媒体推广，媒体邀约与宣传撰稿 线下宣传活动不少于 2 场 进行有效的定向宣传推广，包括但不限于国内知名艺术院校、海外院校的宣传推广及定向征集、美术及设计协会之间的宣传推广 	<ol style="list-style-type: none"> 全程不少于 150 条媒体推广（征集期、宣传期、评审期、公示期、成果展览期间等） 新闻稿及宣传文案撰写，中英文互译 主流媒体的媒体邀约、撰稿与发布。每场线下活动到场媒体不少于 5 家，要求专业媒体记者撰写新闻稿与宣传文案不少于 12 篇，每篇不少于 800 字，并在活动当日发布 征集作品不少于 4000 件，海外作品占比不低于征集总量的 10% 线下宣传活动不少于 2 场 国内高校推广不少于 100 家，国外高校不少于 50 家 历届大赛成果推广相关内容不少于 12 组 翻译服务
二	<p style="text-align: center;">大赛线上平台搭建运营</p>	<ol style="list-style-type: none"> 中英文双语大赛报名平台网页设计、平台功能规划及实现、作品及作者信息数据收集功能实现、征集函撰写及翻译等 生肖官网运营内容和技术运营 作品数据库内容优化整理及上传维护 网站技术运营维护、检测与反馈评 	<ol style="list-style-type: none"> 撰写大赛相关文案，包括但不限于中英文双语大赛征集令、邀请函等（中文撰写及英文翻译） 更新“全球吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）官方活动网站”并进行征集作品管理（PC 端和移动端）。具备作品收集、统计、输出、信息查询和线上评审功能；设置管理员、普通用户等分级权限；设置用户体验（满意度调查）、参赛者社区、作品预览、数据统计等系统功能规划；平台具备视频上传功能并全程技术维护，每周导出数据，对数据合规及数据安全承担责任 设计主视觉形象，包括但不限于大赛的主视觉形象、中英文邀请函以及相

		<p>估</p> <p>5. 政务云服务器租用</p>	<p>关宣传活动海报、节庆、节气等重要宣传素材的设计；大赛官网及各页面设计，各阶段横幅广告设计，大赛期间举办的各类宣传活动的投放广告设计等</p> <p>4. 与投稿作者的对接、沟通，版权协议签署与获奖证书邮寄等</p> <p>5. 作品数据库内容优化整理及上传维护。作品数据库设计与功能更新，配合采购方需求，进一步开发作品分类、标签检索等新功能</p> <p>6. 网站技术运营维护、检测与反馈评估。实时监测网站（含报名页面、官网、数据库）的运营状况，实时进行技术维护，并提供年度数据分析报告（标准分析文档）</p> <p>7. 提供政务云服务器租用服务</p>
三	<p>评审策划</p>	<p>1. 大赛的赛程赛制、宣传推广、评审方式等策划方案</p> <p>2. 组织线上两轮评审与线下终审评审会，共三轮评审</p>	<p>1. 完整的大赛执行策划方案，大赛主视觉设计及相关物料设计、制定赛程赛制安排、竞赛内容及奖项设置（含奖金募集与发放）、评委老师邀请（含劳务）、获奖作品的知识产权约定（版权归采购方所有）、设计作品落地转化等</p> <p>2. 展览策划方案，展览主题策划及展览视觉设计，展览的宣传推广（含线上推广及现场媒体邀约）</p> <p>3. 制定作品评审方案，邀请三轮评审的专家组建评委组，组织三轮作品评审，包括线上的海选、线上的复评及线下的终评</p> <p>4. 组织策划线下评审会，包括组织策划、评审场地、作品整理、现场搭建、会议准备、专家接待、翻译校对、现场记录等</p>

四	宣传品设计制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大赛及展览主视觉体系、UI 平面设计 2. 大赛及展览期间所需要的宣传物料 3. 获奖证书、作品册的设计与制作 4. 大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大赛主视觉设计、标准应用手册、UI 界面等各场景应用设计 2. 大赛宣传折页、海报、易拉宝等宣传期间需使用的物料设计与制作 3. 大赛获奖证书、作品册的设计与制作 4. 大赛获奖作品衍生品的实物转化或品牌联合不少于 6 组
五	成果展	<ol style="list-style-type: none"> 1. 专业策展、展览视觉设计（设计方案达到施工要求），筹备不少于 12 位艺术家实物作品 2. 展陈结构制作及喷绘、展品的优化与制作喷绘、布展撤展搭建施工、展览开幕式的策划与执行、展览期间的服务、设备租赁等 3. 展览相关宣传品的设计与制作 4. 策划组织成果展览开幕式颁奖活动 5. 电子杂志、画册 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大赛成果展览的整体策划，包括但不限于展览主题、展览内容、展览相关的互动活动，可采取线上与线下相结合的方式。专业策展人及设计团队提出展览策划方案，展览主题策划及展览视觉设计，展览的宣传推广（含线上推广及现场媒体邀约） 2. 展览视觉设计。包括但不限于展览各区域规划、展览主视觉形象设计、展板设计、展品优化设计及装置设计等。展览作品的优化设计、展览艺术品的筹备，提供不少于 12 位艺术家的生肖相关实物作品。展览开幕式的策划与执行，包括布置、人员邀请、场地服务及小型茶歇、场地服务等。需指定专业策展团队，主要策展人不少于 2 人，团队不少于 5 人 3. 展陈制作。但不限于展陈结构制作及作品喷绘、展品、展陈台及展陈装置等的制作。具体需求依据展览策划方案 4. 布展搭建及撤展。布展搭建包括但不限于展品、展陈相关的运输、搭建、安装、调试等，保证材料安全环保，确保进场施工的技术人员进行安全作业，所用材料符合消防要求和环保标准。开展

			<p>前，为展览艺术品购买保险。布展需将展厅清理干净，满足开展需求。布展与撤展需要在规定时间内完成，并维护场地内设施完整完好。展览期间，如遇故障，需技术人员到现场调试。完成参展艺术品的国际、国内运输以及保险购买并负责承担展览现场艺术品的相关费用，包含艺术品租赁费、保险费、展览作品画框、借展艺术家作品、宣传物料等运输费用（艺术家借展作品涉及来回两次运输）</p> <p>5. 展览宣传片设计、制作、邮寄。包括但不限于邀请函、导览册、海报、易拉宝、工作证、车证等相关宣传品或物料。开发制作获奖作品或展览作品的相关文创衍生品</p> <p>6. 策划组织成果展览开幕式颁奖活动，包括活动策划、舞台搭建、摄影摄像、演出展示、现场速记、主持人、相关设备租赁调试、配合采购方邀约出席嘉宾及现场服务等</p> <p>7. 将成果展览制作成中英文双语的电子杂志、画册</p>
六	巡展活动	<p>1.负责巡展设计、策划、执行的一体化统筹管理。</p> <p>2.统筹主视觉及衍生设计，延续大赛风格，组织专业设计团队（不少于2人）完成。</p> <p>3.完成每场巡展的整体策划，形成方案。</p> <p>4.在全球范围内完</p>	<p>1. 视觉设计包括但不限于巡展主视觉形象设计、展板设计、宣传海报、邀请函、工作证件、现场氛围物料等。设计需延续吉庆生肖设计大赛（丁未羊年）成果展览的整体视觉风格，并依据不同巡展场地特点进行适应性优化。</p> <p>2. 需指定专业设计团队，主要设计师不少于2人</p> <p>3. 巡展活动的整体策划，包括但不限于巡展主题与定位、场地建议、展览内容组织与分区规划、展品选择与陈列方式、配套互动活动设计、宣传推广策略</p>

		<p>成不少于 2 场巡展的全流程执行，包括国际运输、报关、保险等跨国事务。</p> <p>5.统筹展陈搭建、展品统筹、配套活动、宣传推广、现场服务等工作。</p> <p>6.总结报告、电子画册</p> <p>7.配合临时任务</p>	<p>(含线上传播与当地媒体合作)、公众参与、开幕式或专场活动安排等。可采取线上与线下相结合的方式。</p> <p>4. 专业策展团队提出巡展策划方案，每场巡展需制定完整的策划方案，并经采购人确认</p> <p>5. 全球范围内完成不少于 2 场巡展活动的全流程执行工作。具体需求依据巡展策划方案</p> <p>6. 策划方案包括但不限于负责巡展全流程执行工作，包括展陈制作与搭建（确保材料安全环保、按时完成布撤展及现场维护）、展品统筹与保障（完成国内外运输、保险购买、海关报关及布展协调等）、配套活动组织（互动活动、导览、工作坊等）、宣传推广与传播（媒体邀约、摄影摄像、图文直播等）、现场服务与管理（观众服务、安保应急、嘉宾接待等）</p> <p>7. 宣传品设计制作、总结报告提交与中英文电子画册制作</p> <p>8. 配合完成临时交办任务</p>
七	项目团队要求	<p>1.项目实施团队不少于 7 人</p> <p>2.组建成熟的媒体运营团队，有全媒体宣传运营经验。</p> <p>3.组建成熟的网络平台搭建团队，具备完善的网络平台搭建管理流程、制度和标准。</p> <p>4.负责评委会专家沟通及评审活动执行</p> <p>5.专业策展人进行策展</p> <p>6.提供团队人员名</p>	<p>1.项目实施团队不少于 7 人，团队成员需要具有相关专业能力及项目实施经历</p> <p>2.负责组建成熟的媒体运营团队，有全媒体宣传运营经验。有专人负责宣传推广，宣传推广人员应具有传统媒体及新媒体宣传及策划经验，具有一定的媒体资源优势及运作大型宣传项目的经验</p> <p>3.负责组建成熟的网络平台搭建团队，具备完善的网络平台搭建管理流程、制度和标准。专人负责平台搭建、维护，负责人应具有丰富的网络平台搭建及管理经验</p> <p>4.需要专人负责协调沟通评委会专家及评审活动的执行。</p>

		单	<p>5.需要聘请专业策展人进行策展，专业视觉设计团队进行展陈设计，专人负责展览开幕式的策划、组织与实施。</p> <p>6.提交团队人员名单，包括单不限于项目负责人、项目统筹、设计师（不少于2人）、媒体运营负责人、活动执行负责人、翻译、策展人（不少于2人）以及其他主要成员简历，项目实施经历介绍</p>
--	--	---	--

适用于：02包

合同编号：2026-XXX

北京市海外文化交流中心 全球吉庆生肖设计大赛文创开发及制作费用服务合同

甲方：北京市海外文化交流中心

地址：北京市东城区建国门内大街7号光华长安大厦3座

乙方：

地址：

甲乙双方本着平等互利的原则，依据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规规定，经友好协商达成如下合同条款（下称“本合同”），供双方遵守：

合作内容：

甲方委托乙方负责全球吉庆生肖设计大赛文创开发及制作费用相关事宜，包括文创产品策划设计、样品制作、包装设计、包装制作、批量生产、质量检测、仓储物流等全部工作。负责与设计师沟通，对设计方案进行深化和完善，确保文创产品的文化内涵表达准确、设计创意新颖独特、工艺制作精良，符合相关行业标准和质量要求等内容。本合同执行周期为自合同签订日起至2026年12月31日止，经甲乙双方确认完成所有内容并验收合格。如执行期满时，乙方未能按本合同约定及甲方要求完成全部服务内容的，乙方应继续提供服务，不受本条期限限制，直至履行完全部合同义务。

一、 合同金额及支付方式

1. 本合同项目总金额为人民币_____（大写_____整），最终支付金额以甲方财务验收审定金额为准。付款方式为银行汇款。

2. 付款时间：甲方应于本合同签订后，收到乙方提供增值税普通发票（发票面额为首付款金额）且财政资金到账之日起10个工作日内，向乙方支付项目总金额50%的首付款，即人民币_____（大写：_____整）。项目结项后，在乙方合格通过甲方的业务验收和财务验收后10个工作日内，甲方根据财务验收报告的审定金额付清尾款。乙方需于甲方每次付款前提供等值、合法、有效的增值税普通发票，否则甲方有权拒绝支付相应款项且不承担违约责任。

3. 乙方账户信息：

单位名称：
纳税人识别号：
单位地址及电话：
开户行：
账号：

二、服务内容

（一）全流程文创策划、设计、制作及配套服务

1. 文创策划

需深度结合大赛主题、核心元素、目标受众定位，进行 12 组及以上文创品类的整体策划，提交完整策划方案，需贴合大赛官方风格，兼顾实用性与纪念价值，避免同质化，覆盖不同使用场景与受众需求。

2. 创意设计

依据审核通过的策划方案开展设计，包含产品外观设计、图案设计、色彩搭配、工艺设计、结构设计等；设计风格需符合大赛官方审美，高端大气、简洁精致，无版权争议，所有设计知识产权需按甲方要求归属，禁止擅自使用。

3. 样品打样

每组文创品类需完成 1:1 实物打样，打样完成后提交甲方验收，根据验收意见修改调整，直至样品通过确认，方可启动批量制作。

4. 批量制作

按照验收通过的样品标准进行批量生产，总产品数量不少于 3000 件；生产过程中需把控产品质量，选用环保、优质、耐用的原材料，工艺精细无瑕疵，不合格产品需返工或重新制作。

5. 包装定制

为每组文创产品定制专属包装，包含内托、外盒、包装袋等，包装设计需与文创产品风格统一，印制大赛相关元素，兼具保护性与美观性，便于运输、存放与礼品馈赠；包装材质需结实耐用，避免运输途中损坏，高端款产品可搭配定制吊牌、说明书、防伪标识等，提升产品质感。

6. 物流运输

负责所有文创成品的打包、物流运输及送货上门服务，购买运输保险，确保产品完好送达甲方指定地点；承担运输过程中所有破损、丢失的损失，按时完成配送，保障使用节点前到货，提供物流全程跟踪信息，配合甲方完成到货清点验收。

7. 产品摄影

为所有文创产品提供摄影服务，包含单品高清图、组合场景图、细节特写图、实物

上身/使用效果图等，每组产品拍摄不少于 5 张精修图，提供原图+精修图全套电子文件，图片格式为 JPG+PNG，分辨率满足线上宣传、海报制作、电商展示等多场景使用。

（二）文创品类及数量要求

1. 品类要求：文创品类不少于 12 组，如实用生活类、纪念收藏类、办公文具类、装饰摆件类、潮流配饰类等多个类别，满足不同受众喜好。

2. 数量要求：所有品类成品总数量不低于 3000 件，具体单品类数量可根据策划方案与甲方协商确定，确保整体数量达标。

（三）文创宣传推广配合要求

1. 配合大赛整体宣传节奏，提供文创产品专属宣传素材，满足大赛官方公众号、短视频平台、社交媒体、线下展厅等多渠道宣传需求。

2. 参与大赛线下宣传推广相关活动，如文创产品展示、现场陈列布置、文创体验活动等，按甲方要求提供产品支持、现场布置建议或现场执行配合，助力大赛文创板块宣传落地。

3. 配合甲方开展文创产品相关的线上推广工作，提供产品核心卖点、创意理念等文字素材，协助甲方完成线上图文推送、短视频拍摄等内容制作，扩大大赛文创产品及赛事本身的传播度。

（四）质量与售后要求

1. 所有文创产品原材料需符合国家环保标准，无异味、无安全隐患，工艺精湛，外观无瑕疵，尺寸、规格严格符合设计要求，产品耐用性达标，满足日常使用与纪念收藏需求。个别产品需要满足欧盟相关认证标准（实际以甲方要求为准）。

2. 项目完成后提供售后服务，到货后若发现质量问题，乙方需在 24 小时内响应，配合完成退换、补货或维修，承担全部相关费用，保障甲方权益。

三、 甲方的权利与义务

1. 甲方作为大赛主办方，拥有文创产品策划方案、设计方案、样品及成品的最终审核权、决定权及解释权。

2. 甲方有权就乙方提交的文创策划方案、设计方案、样品等提出修改调整意见，乙方应根据甲方要求进行调整，直至甲方确认。

3. 甲方有权要求乙方按照甲方需求制定文创项目工作方案(含策划方案、设计方案、执行时间表等)，并监督乙方组织实施。

4. 甲方有权要求乙方定期进行项目汇报，及时掌握文创产品的策划、设计、打样、制作、物流等各阶段进展情况。

5. 甲方负责对乙方提交的样品进行验收，样品通过确认后方可启动批量制作；甲方有权对批量制作的产品进行质量抽检，对不合格产品要求返工或重新制作。

6. 项目结项后,甲方有权要求乙方在项目结束后 1 周内提交结项报告及业务验收申请, 并配合完成项目业务验收和财务验收。

7. 甲方拥有所有文创产品(包括设计源文件、策划方案、摄影素材等全部资料)的完整版权、所有权及销售权。

四、乙方的权利与义务

1. 乙方负责组建不少于 5 人的项目实施团队, 提交团队人员名单(含项目负责人、统筹、设计师等)及简历, 报甲方确认, 确保团队成员具备相关专业能力及项目实施经历。

2. 乙方负责深度结合大赛主题与核心元素, 完成不少于 12 组文创品类的整体策划, 提交完整策划方案, 经甲方确认后方可实施。

3. 乙方负责依据确认的策划方案开展创意设计, 包含产品外观、图案、色彩、工艺、结构等设计, 设计风格需符合大赛官方审美, 确保无版权争议。

4. 乙方负责完成每组文创品类的 1:1 实物打样, 提交甲方验收, 根据反馈意见修改调整, 直至样品通过确认后方可启动批量制作。

5. 乙方负责按照确认的样品标准进行批量生产, 品类不少于 12 组, 总产品数量不少于 3000 件, 选用环保优质原材料, 工艺精细, 确保产品质量合格。

6. 乙方负责为每组文创产品定制专属包装(内托、外盒、包装袋等), 包装设计需与产品风格统一, 兼具保护性与美观性, 高端款可搭配吊牌、说明书、防伪标识等。

7. 乙方负责所有文创成品的打包、物流运输及送货上门服务, 购买运输保险, 承担运输过程中所有破损、丢失的损失, 按时配送并提供全程物流跟踪信息, 配合甲方完成到货清点验收。

8. 乙方负责为所有文创产品提供摄影服务, 包含单品图、场景图、细节图、效果图等, 每组产品不少于 5 张精修图, 提供原图+精修图全套电子文件, 满足多场景使用需求。

9. 乙方负责配合大赛宣传节奏, 提供文创产品专属宣传素材, 参与线下宣传推广活动(展示、陈列、体验活动等), 并配合甲方完成线上推广工作, 提供产品卖点、创意理念等文字素材。

10. 乙方负责提供售后服务, 到货后如发现质量问题, 需在 24 小时内响应, 配合完成退换、补货或维修, 承担全部相关费用。

11. 乙方有义务拟定项目实施计划及例会机制, 及时、准确地向甲方汇报项目进展、实施情况, 所有方案需获得甲方确认后方可实施。

12. 乙方有义务配合甲方完成项目期间的沟通协调工作, 并根据甲方要求提供必要的信息、数据、材料等。

13. 项目结束后 1 周内，乙方需提交项目结项报告，按甲方要求整理项目相关档案（含电子文件）移交甲方，并配合完成项目业务验收和财务验收。

14. 乙方保证，在提供本合同项下服务全过程中（包括文创产品策划、创意设计、产品及包装制作，文创宣传推广等），乙方所提交的任何服务成果（包括但不限于文创产品策划方案，创意设计，文创产品各类图文及视频宣传物料，文创产品成品及包装等）均符合国家相关法律法规规定，坚持正确的政治方向、价值导向、审美取向；乙方所选用的所有工作人员（包括但不限于选定的项目工作人员，文创产品设计师，文创产品宣传模特等相关工作人员）均尊重我国历史、文化、社会公德、民族习惯等要求，不存在下列内容及言行：

- （1）任何分裂国家、政治敏感内容及言行，包括但不限于反党、反华、辱华、“藏独”“疆独”“港独”“台独”等；
- （2）任何化用、模仿外国风格、模式的内容及言行；
- （3）任何与宗教、种族、性别相关的歧视性、争议性或敏感内容及言行；
- （4）任何涉及宣扬淫秽、迷信、低俗或暴力的内容及言行；
- （5）任何歪曲丑化重大历史人物/英烈的内容及言行；
- （6）其他任何违反国家法律、法规、规章或政策以及社会公共道德和公序良俗，易引发负面舆情的内容及言行。

如乙方所提供的服务成果或所选用的相关工作人员产生任何争议或负面舆情，影响甲方项目的正常进程的，甲方有权要求乙方按照本协议第六条之约定承担违约责任。

五、 知识产权及保密条款

1. 乙方在本合同项下产生及提供给甲方的所有工作成果，包括但不限于文字、摄影作品、录音、录像、视频流、直播流、印刷品、文创产品，以及设计版式、图样、资料、报告等，其版权及相关知识产权（包括但不限于著作权、邻接权、商标权、专利权、外观设计权利及其他知识产权相关权利等）均归甲方拥有。项目完成后，乙方需向甲方移交所有设计源文件、策划方案、摄影素材、样品等全部资料，不得擅自留存、复制或使使用。非经甲方书面同意，乙方无权将上述成果用于本合同以外其他用途。

2. 所有文创产品设计、素材、工艺均不得侵犯任何第三方知识产权及其他权利。若出现著作权、商标权、专利权等知识产权纠纷或其他权利纠纷，由乙方承担全部法律责任与经济损失。

3. 所有文创衍生品的版权、所有权、修改权、使用权及销售权归甲方所有，乙方不得以实物、数字等形式保留或复制文创衍生品，不得在未经甲方允许的任何场合使用文创衍生品。

4. 乙方应保证对本合同的所有相关内容及其在本合同订立前和本合同期限内所获知甲方的保密信息（包括但不限于生产、经营、管理、研发、技术、营销、发展规划等）

负有保密义务，未经甲方事前书面许可，不得将上述信息用于本合同目的之外；除为履行其职责而确有必要知悉保密资料人员外，乙方不向其他任何人披露上述信息，且乙方应确保上述人员承担与本合同约定同等严格的保密义务。未经甲方事先书面同意，乙方如向第三方披露任何有关保密资料或信息的，应承担相应的法律责任，并应向甲方赔偿由此遭致的一切损失。

5. 本知识产权及保密条款不因合同的解除、终止、中止或履行完毕而失去效力。

六、 违约责任及不可抗力

1. 在本合同履行过程中，若乙方违反本合同约定，应在甲方建议下纠正，若在甲方建议下3个工作日内拒绝纠正的，或乙方的违约行为导致本项目无法实施，应赔偿因其违约给甲方造成的一切损失（包括律师费等维权费用）。

2. 在本合同履行过程中，若因甲方原因造成项目无法顺利进行，所造成的一切损失由甲方承担。其他违反本合同约定内容的行为，违约方应按照法律规定或本合同的有关约定承担相应的违约责任。

3. 非因甲方原因，乙方未能按本合同约定日期（合同约定日期由甲方确定的，甲方享有最终决定权）提交委托项目工作成果的，每延期一日，应当按合同总金额的2%支付违约金，逾期超过10天或违约金总额累计超过合同总金额的30%，甲方有权选择解除合同并要求乙方支付合同总金额30%的违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿甲方不足部分之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

4. 如因乙方原因造成乙方提供的工作成果中出现错误、侵犯第三方权益或不符合约定质量要求或未通过验收的，甲方有权要求乙方在甲方指定时间内予以更正错误、重新制作等。经更正后仍未满足本合同要求的，乙方应当按甲方应当支付的合同总金额的2%向甲方支付违约金，如违约金总额累计已达合同总金额的30%，甲方有权选择解除合同，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的不足之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

5. 如乙方存在任何预期违约或预期无法完成本合同任意活动服务之情形的，甲方有权暂停支付合同价款直至乙方予以纠正或提供令甲方满意之担保；乙方逾期仍未纠正，也未提供令甲方满意之担保的，甲方有权经书面通知乙方后单方解除本合同，乙方应当按甲方应当支付的合同总金额的30%向甲方支付违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的全部不足之直接损失、间接损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等。

6. 如乙方提交的任何工作成果涉及违反本合同第四条第14款项下保证，甲方有权选择解除合同，要求乙方退还全部合同款项并承担相当于合同总金额30%的违约金，违约金不足以赔偿甲方全部损失的，乙方还应赔偿因此给甲方造成的全部损失。为免歧义，甲方验收不免除乙方在此等情形项下的违约责任。

7. 本合同项下乙方应付的违约金、赔偿金及其他费用，甲方有权从未付款项中直接扣除。

8. 如本合同任何一方因不可抗力，或非甲乙双方所能控制或预见的事件（包括自然天气、灾害、战争、政府行为、国际关系、政策变更、社会骚乱、疫情等）而不能履行本合同项下的义务时，双方可协商延期或调整方案，互不承担责任。因不可抗力致使本协议无法履行时，甲乙双方均有义务立即以电话、传真或邮件等最简捷的方式尽快通知对方，并于不可抗力发生后十五日内提供有效证明证实不可抗力的发生和存在，该不可抗力事由排除后，同样应及时以前述方式通知对方。

七、 争议的解决

合同双方因履行本合同而引起的争议或与本合同有关的争议，尽量通过友好协商解决。如果双方未能达成一致意见，任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼解决。

八、 适用法律

本合同的制定、时效性、解释、执行、修改、终止及因上述事项引起的争议受中华人民共和国法律管辖。如对与本合同有关的基本特定事项没有可适用的中国法律，则可参照通用的商业惯例。

九、 合同的效力和变更

1. 本合同经甲乙双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。

2. 本合同一式陆份，甲、乙双方各持叁份（本合同附件为本合同有效组成部分），具有同等法律效力。本合同的任何修改必须经过双方的书面同意。

3. 其它未尽事宜或在本合同下有增设内容，双方协商解决并签署书面补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。

甲方（加盖公章）：

北京市海外文化交流中心

地址：北京市东城区建国门内大街7号
光华长安大厦3座

法定代表人或授权代表签字：

日期： 年 月 日

乙方（加盖公章）：

地址：

法定代表人或授权代表签字：

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

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

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 本项目的特定资格要求（如有）

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）

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
<p>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）：</p> <p><input type="checkbox"/> 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。）</p> <p><input type="checkbox"/> 有偏离（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐列明，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。）</p>					

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（如涉及）

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 \geq （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 \geq （规定比例）。（产品名称2）的（关键组件）在中国境内生产。（产品名称2）的（关键工序）在中国境内完成。

.....

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：1. 产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

2. 生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

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

4. 该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

5. 该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

产品成本占比承诺函

我公司（单位）郑重承诺，我公司已阅读并理解《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）的规定。据此承诺如下：

为本采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占提供的全部产品成本之和的比例为_____%。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：

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

8 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

8-1 业绩证明文件（格式自拟）

综合考虑投标人自 2021 年 03 月 01 日（以合同签订时间为准）至今承担的与本项目类似的业绩及经验。

8-2 服务方案（格式自拟）

8-3 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”。

8-4 其他