北京市政府采购项目
竞争性磋商文件示范文本

项目总名称：北京文化系列网络活动工作经费

项目编号/包号：11000026210200182865-XM001/（01~05）

采 购 人：中共北京市委网络安全和信息化委员会办公室

采购代理机构：北京国泰建中管理咨询有限公司

2026 年 8 月

目 录

第一章　采购邀请.....1
第二章　供应商须知.....6
第三章　评审方法和评审标准.....26
第四章　采购需求.....72
第五章　合同草案条款.....81
第六章　响应文件格式.....89

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

第一章　采购邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：11000026210200182865-XM001，由于共分为五个包，因此包号排列分别为：01-05。

2.项目总名称：北京文化系列网络活动工作经费

3.采购方式：竞争性磋商

4. 项目预算金额：349.16 万元，

项目最高限价（如有）：/万元（有，各包次详见下表）。

5. 采购需求：

包号	标的名称/项目分包名称	采购包预算金额及限价（万元）	数量	简要技术需求或服务要求
01	北京文化系列网络活动工作经费（第一包）	124.96	1 项	负责以下工作任务：开展网络文明系列活动，举办“京彩之夜”交流分享活动，开展“老河脉 新风华”主题网络传播活动。要求网络文明系列活动、“京彩之夜”交流分享于 2026 年 11 月 30 日前完成安排的任务与工作，“老河脉 新风华”主题传播活动于 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。
02	北京文化系列网络活动工作经费（第二包）	115.00	1 项	负责以下工作任务：制作网络文明系列微短剧，开展“老字号 新顶流”网络传播活动。要求 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。
03	北京文化系列网络活动工作经费（第三包）	39.80	1 项	负责制作“老薪火 新长征”系列红色视听作品，并做好网上传播。要求 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。
04	北京文化系列网络活动工作经费（第四包）	39.40	1 项	负责制作“老北京 新玩法”系列视频，并做好网上传播。要求 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。
05	北京文化系列网络活动工作经费（第五包）	30.00	1 项	负责制作“新质生产力大咖说·AI 季”访谈录，并做好网上传播。要求 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。
限价合计（万元）		349.16		

6.合同履行期限：项目全部活动需确保在2026年11月30日前完成（具体各包次的时间要求详见“分包具体要求”）

7.本项目是否接受联合体：□是 ■否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

本项目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：

设置采购包（**第三包、第四包**）专门面向**小、微**企业采购，预留总金额为79.20万元（约占预算总额的22.68%）；

设置采购包（**第二包**）专门面向**中、小、微**企业采购，预留总金额为115.00万元（约占预算总额的32.94%，预留中小企业份额累计占预算总金额55.62%）

划分标准详见“工信部联企业〔2011〕300号”，行业为“**其他未列明行业**”。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求：

2.2.1 依据《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）、《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号），监狱企业及残疾人福利性单位适用于政府采购促进中小企业发展的相关政策，但不重复享受政策；监狱企业或残疾人福利性单位视同小微企业。

2.2.2 未被信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）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（处罚执行有效期失效的除外）。

2.2.3 采购人在政府采购活动中根据项目类别和性质执行相应的节约能源、保护环境、扶持不发达地区和少数民族地区等政府采购政策。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否接受分支机构参与响应：□是 ■否；

3.2 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。

三、获取采购文件

1.时间：2026 年 8 月 27 日 17：00 至 2026 年 9 月 3 日 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）获取电子版竞争性磋商文件。

4.售价：0 元。

四、响应文件提交

截止时间：2026 年 9 月 8 日 9 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢海国瑞业科技园 B 座 5 层东区第二会议室（B-C 电梯间）

五、开启

时间：2026 年 9 月 8 日 9 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢海国瑞业科技园 B 座 5 层东区第二会议室（B-C 电梯间）

六、公告期限

自本公告发布之日起 3 个工作日。

七、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：根据本项目采购内容和性质，如果需要将执行强制、优先采购节能、环境标志产品，促进中小企业发展、支持监狱企业及残疾人福利性单位发展，推广政府采购信用担保工作等政府采购政策。

2.本项目采用全流程**线上线下结合**的采购方式，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 获取电子竞争性磋商文件

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竞争性磋商文件。

供应商如计划参与多个采购包的响应，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采购文件电子版。

未在规定期限内按上述操作获取文件的采购包，供应商无法提交相应包的电子响应文件。

2.5 编制响应文件

供应商应使用电子投标客户端打开电子响应文件并下载 Word 版采购文件，进行响应文件的编制工作。

2.6 线下形式递交与参与磋商

供应商需在响应文件递交截止时间前在指定开启地点递交纸质版响应文件并参加线下磋商。

（供应商在系统中下载获取竞争性磋商文件后无需再进行其他任何操作。）

3.单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本项目的磋商。为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等

服务的供应商，不得再参加本项目磋商。

4.参加竞争性磋商的供应商请按规定委派代表参与磋商。若出席磋商会现场的代表与其响应文件中的授权代表不同的，请携带相应的授权书。

八、对本次项目提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名　　称：中共北京市委网络安全和信息化委员会办公室

地　　址：北京市通州区留庄路 4 号院 1 号楼

联系方式：010-55520095

2.采购代理机构信息

名　　称：北京国泰建中管理咨询有限公司

地　　址：北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢 5 层 501

联系方式：010-68001293

3.项目联系方式

项目联系人：杜子一、武珊珊、于元惠、张敏、张溧、张伟

电　　话：010-68001293

第二章　供应商须知

供应商须知资料表

本表是对供应商须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td>2.2</td><td>项目属性</td><td>项目属性：　■服务　　□货物　　□工程</td></tr>
<tr><td>2.3</td><td>科研仪器设备</td><td>是否属于科研仪器设备采购项目：□是　　■否</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3.1</td><td>现场考察</td><td>■不组织
□组织，考察时间：__/__年__/__月__/__日__/__点__/__分
考察地点：__/__。</td></tr>
<tr><td>磋商前答疑会</td><td>■不召开
□召开，召开时间：__/__年__/__月__/__日__/__点__/__分
召开地点：__/__。</td></tr>
<tr><td>4.2.5</td><td>标的所属行业</td><td>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：
<table>
<tr><th>标的名称</th><th>中小企业划分标准所属行业</th></tr>
<tr><td>北京文化系列网络活动工作经费（第一包）</td><td rowspan="5">其他未列明行业</td></tr>
<tr><td>北京文化系列网络活动工作经费（第二包）</td></tr>
<tr><td>北京文化系列网络活动工作经费（第三包）</td></tr>
<tr><td>北京文化系列网络活动工作经费（第四包）</td></tr>
<tr><td>北京文化系列网络活动工作经费（第五包）</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>10.2</td><td>报价</td><td>报价的特殊规定：■无
□有，具体情形：__/__。</td></tr>
<tr><td>11.1</td><td>磋商保证金</td><td>磋商保证金金额：
01 包：10000 元；
02 包：10000 元；
03 包：6400 元；
04 包：6400 元；
05 包：4800 元；
磋商保证金收受人信息：
开户名（全称）：北京国泰建中管理咨询有限公司
开 户 银 行 ：招商银行股份有限公司北京分行甘家口支行
账　　号 ：531902429310101
提醒：递交后还需在“北京市政府采购电子交易平台”中上传相关凭证，详见供应商须知部分【本项目非线上递交文件，无需上传】。</td></tr>
</table>

条款号	条目	内容
11.8.5		磋商保证金不予退还的其他情形： ■无 □有，具体情形：__/__。
12.1	响应有效期	自响应文件提交截止之日起算__90__日历天。
13.3	响应文件正本、副本份数	**正本：1 份；　　副本：2 份**
13.5	响应文件电子版份数与要求	份数与形式：**2 个 U 盘** 每份内含响应文件 WORD 电子文档及响应文件正本的 PDF 扫描件**各 1 种**，正本扫描件即盖章签署后响应文件正本的彩色扫描件。
20.1	确认成交供应商	采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商：■否 □是 成交候选人并列的，按照以下方式确定成交供应商：__/__。
23.5	分包	本项目是否允许分包： ■不允许 □允许，具体要求：__/__。 （1）可以分包履行的具体内容：__/__； （2）允许分包的金额或者比例：__/__； （3）其他要求：__/__。
23.6	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”。
24.1.1	询问	询问送达形式：盖单位公章的电子版扫描件 PDF 发至我公司邮箱 bjgtjz@126.com/盖单位公章的纸质版原件快递至北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢海国瑞业科技园 B 座 5 层东区。
24.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门：招标部； 联系电话：010-68001293； 通讯地址：北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢海国瑞业科技园 B 座 5 层东区。

条款号	条目	内容
25	代理费	收费对象： □采购人 ■成交供应商 收费标准：详见供应商须知条款 25.1； 缴纳时间：成交供应商在领取成交通知书的同时以支票或汇票的形式向采购代理机构一次性缴付本项目代理服务费。

供应商须知

一、说　明

1　采购人、采购代理机构、供应商、联合体

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

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

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

2　资金来源、项目属性、科研仪器设备采购

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

2.2　项目属性见《供应商须知资料表》。

2.3　是否属于科研仪器设备采购见《供应商须知资料表》。

3　现场考察、磋商前答疑会

3.1　若《供应商须知资料表》中规定了组织现场考察、召开磋商前答疑会，则供应商应按要求在规定的时间和地点参加。

3.2　由于未参加现场考察或磋商前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响响应文件编制、报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由供应商自行承担不利评审后果。

4　政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

4.1　采购本国货物、工程和服务

4.1.1　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。

4.1.2　本项目如接受非本国货物、工程、服务参与响应，则具体要求见第四章《采购需求》。

4.1.3　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）。

4.2 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。

4.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

4.3.1 中小企业定义：

4.3.1.1 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。

4.3.1.2 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。

4.3.1.3 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。

4.3.1.4 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。

4.3.2 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。

4.3.3 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：

4.3.3.1 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）；

4.3.3.2 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；

4.3.3.3 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；

4.3.3.4 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；

4.3.3.5 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）；

4.3.3.6 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。

4.3.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《采购邀请》。

4.3.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《供应商须知资料表》。

4.3.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第三章《评审方法和评审标准》。

4.4 政府采购节能产品、环境标志产品

4.4.1 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。

4.4.2 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）。

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

4.4.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第三章《评审方法和评审标准》（如涉及）。

4.5 正版软件

4.5.1 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）。

4.6 网络安全专用产品

4.6.1 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。

4.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

4.7.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381 号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有

机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准（具体标准见第四章《采购需求》），否则**响应无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第三章《评审方法和评审标准》。

4.8 政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策

4.8.1 依据《关于进一步扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围的通知》（财库〔2024〕36 号）、《扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围的通知》（财库〔2022〕35 号），适用主体应落实政府采购相关要求。

4.9 采购需求标准

4.9.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123 号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第四章《采购需求》。

4.9.2 其他政府采购需求标准

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，则具体要求见第四章《采购需求》。

4.10 依据《关于在政府采购活动中对有关美国企业采取相关措施的通知》（财库〔2026〕10 号），采购人在政府采购活动中，不得采购 46 家美国企业（不包括在华美资企业）生产的产品，企业名单详见通知附件。

5 响应费用

5.1 供应商应自行承担所有与准备和参加磋商有关的费用，无论磋商的结果如何，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、竞争性磋商文件

6　竞争性磋商文件构成

6.1　竞争性磋商文件包括以下部分：

第一章　采购邀请

第二章　供应商须知

第三章　评审方法和评审标准

第四章　采购需求

第五章　合同草案条款

第六章　响应文件格式

6.2　供应商应认真阅读竞争性磋商文件的全部内容。供应商应按照竞争性磋商文件要求提交响应文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对竞争性磋商文件做出实质性响应，否则**响应无效**。

7　对竞争性磋商文件的澄清或修改

7.1　采购人、采购代理机构或者磋商小组对已发出的竞争性磋商文件进行必要澄清或者修改的，将以书面形式通知所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商。采用公告方式邀请供应商参与的，还将在原公告发布媒体上发布更正公告。

7.2　上述书面通知，按照获取竞争性磋商文件的潜在供应商提供的联系方式发出，因提供的信息有误导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。

7.3　澄清或者修改的内容为竞争性磋商文件的组成部分，并对所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，将在提交首次响应文件截止之日 3 个工作日前，以书面形式通知所有获取磋商文件的供应商；不足上述时间的，将顺延提交首次响应文件截止时间。

三、响应文件的编制

8　响应范围、竞争性磋商文件中计量单位的使用及磋商语言

8.1　本项目如划分采购包，供应商可以对本项目的其中一个采购包进行响

应，也可同时对多个采购包进行响应。供应商应当对所参与采购包对应第四章《采购需求》所列的全部内容进行响应，不得将一个采购包中的内容拆分响应，否则其对该采购包的响应将被认定为**无效响应**。

8.2 除竞争性磋商文件有特殊要求外，本项目磋商所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

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

9 响应文件构成

9.1 供应商应当按照竞争性磋商文件的要求编制响应文件，并对其提交的响应文件的真实性、合法性承担法律责任。响应文件的部分格式要求，见第六章《响应文件格式》。

9.2 对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，**否则响应无效**。未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。

9.3 第三章《评审方法和评审标准》中涉及的证明文件。

9.4 对照第四章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第四章《采购需求》做出了响应，或申明与第四章《采购需求》的偏差和例外。如第四章《采购需求》中要求提供证明文件的，供应商应当按具体要求提供证明文件。

9.5 供应商认为应附的其他材料。

10 报价

10.1 所有响应均以人民币为计价货币。

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

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

10.2.2 按照竞争性磋商文件要求完成本项目的全部相关费用。

10.3 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。

10.4 供应商不能提供任何有选择性或可调整的最后报价（竞争性磋商文件另有规定的除外），否则其**响应无效**。

11 投标（磋商）保证金

11.1 供应商应按《供应商须知资料表》中规定的金额及要求交纳磋商保证金，并作为其响应文件的一部分。供应商自愿超额缴纳投标（磋商）保证金的，响应文件不做无效处理。

11.2 交纳磋商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。

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

11.4 供应商除需在响应文件中提供“磋商保证金凭证/交款单据电子件”，还需在首次响应文件提交截止时间前，通过电子交易平台上传“磋商保证金凭证/交款单据电子件”。

11.5 磋商保证金（保函）有效期同响应有效期。

11.6 供应商为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标（磋

商）保证金，其交纳的投标（磋商）保证金对联合体各方均具有约束力。

11.7 采购人、采购代理机构将及时退还供应商的保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的保证金，经供应商同意后采购人、采购代理机构可以不再退还。但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外：

11.7.1 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。采购人、采购代理机构将退还退出磋商的供应商的磋商保证金；

11.7.2 成交供应商的磋商保证金，在采购合同签订后 5 个工作日内退还成交供应商；

11.7.3 未成交供应商的磋商保证金，在成交通知书发出后 5 个工作日内退还。

11.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构不予退还磋商保证金：

11.8.1 供应商在响应文件提交截止时间后撤回响应文件的；

11.8.2 供应商在响应文件中提供虚假材料的；

11.8.3 除因不可抗力或磋商文件认可的情形以外，成交供应商不与采购人签订合同的；

11.8.4 供应商与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；

11.8.5 《供应商须知资料表》规定的其他情形。

12 响应有效期

12.1 响应文件应在本竞争性磋商文件《供应商须知资料表》中规定的响应有效期内保持有效，响应有效期少于竞争性磋商文件规定期限的，其**响应无效**。

13 响应文件的签署、盖章与准备

13.1 竞争性磋商文件要求签字、盖章的内容，应当按要求准备。

13.2 供应商应完整地按竞争性磋商文件要求的格式填写响应文件，响应文件通常按 A4 幅面装订（如有特殊情况允许适当放宽但不得影响评审）；为方便查阅，可以自行安排文件的目录与页码。

13.3 响应文件应准备的正本与副本份数详见《供应商须知资料表》。正副本

应当按规定的格式顺序填写、排列，并左侧装订牢固成册；复印件清晰整洁。

正本与副本应当明确、清楚的表明“正本”“副本”以区分，如有正副本不一致的内容，以正本内容为准。响应文件的副本可采用正本的复印件。

13.4 为严肃磋商程序的严谨性，建议法人参与时应携带相应的法人身份证明文件，非法人的授权代表须持有书面的“法定代表人授权书”，以便于认定（格式详见竞争性磋商采购文件）。

如对响应文件进行了修改，则应由供应商的法定代表人或经其正式授权的代表在每处的修改旁签字确认，否则对任何行间插字、涂改和增删不予认可。

13.5 响应文件的电子文件份数及特殊要求详见《供应商须知资料表》。供应商应对响应文件纸质版与电子文档的一致性、真实性、完整性负责。

13.6 响应文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由供应商负责。

13.7 **响应文件应按以下方法装袋和密封：**

13.7.1 供应商应将响应文件正本和所有副本密封装在密封袋或密封箱中。正副本单独分开封装或统一封装均可，不做要求，但**建议**如果选用分开封装时应在密封袋或密封箱正面标明“正本”“副本”字样以方便辨识。供应商应保证其封装的可靠性，不致因搬运、堆放等原因散开。

13.7.2 为方便磋商开展，供应商应将“磋商报价一览表”单独密封，并在密封袋上标明“磋商报价一览表”字样，在磋商时随响应文件单独递交。“磋商报价一览表”中报价应当与响应文件正本报价相一致，若不一致，则以正本的“磋商报价一览表”价格为准。

13.7.3 为方便核查磋商保证金，供应商应将“有效的磋商保证金递交凭证复印件”单独密封，并在密封袋上标明“磋商保证金”字样，在磋商时随响应文件单独递交。

13.7.4 为方便核查响应文件电子版，供应商应将“响应文件电子版”单独密封，并在密封袋上标明“响应文件电子版”字样，在

磋商时随响应文件单独递交。

13.7.5 所有密封袋或密封箱上均应：

A）用封条在开口处密封，封口处加盖供应商的单位公章。

B）注明项目分包名称（或标的名称）、项目编号/包号和“在（磋商截止时间）之前不得启封”的字样。

C）注明供应商的名称和地址，以便若其被宣布为“迟到”时能原封退回。

13.7.6 供应商应当对各自所递交的文件负责（包括但不限于密封性、完整性），采购人或采购代理机构对响应文件的误投或过早启封概不负责。

结合财政部和北京市财政局有关优化营商环境的精神，对于供应商未按上述要求密封及加写标记、未单独提交有效的磋商保证金递交凭证复印件和磋商报价一览表的，**如果并没有造成实质性的不响应，则不可以因此而拒绝供应商继续参与。**但如未按要求递交响应文件电子版或出现了竞争性磋商采购文件中规定的其他实质性不响应的情况时，**其文件将被拒绝**。

四、响应文件的提交

14 响应文件的提交

14.1 本项目需要按照要求提交报送**纸质**的响应文件。采购代理机构届时派专人接收文件。

14.2 采购人或采购代理机构收到响应文件后，应当同时组织签到，签到表上将如实记载响应文件的送达时间和密封情况。

14.3 参加竞争性磋商的供应商请按规定委派代表参与磋商。若出席磋商会现场的代表与其响应文件中的授权代表不同的，请携带相应的授权书。

15 响应文件提交截止时间

15.1 供应商应当在竞争性磋商文件要求的截止时间前，将响应文件密封送达指定地点。

15.2 在截止时间后送达的响应文件为无效文件，采购人、采购代理机构或者磋商小组应当拒收。

16 响应文件的修改与撤回

16.1 提交响应文件截止时间前，供应商可以对所提交的响应文件进行补充、修改或者撤回。其补充、修改或者撤回应当书面通知采购人或采购代理机构。

16.2 供应商对响应文件的补充、修改的内容应当按照竞争性磋商文件要求签署或盖章以作确认，作为响应文件的组成部分。补充、修改的内容与响应文件不一致的，以补充、修改的内容为准。

五、评审

17 响应文件的开启

17.1 采购人或采购代理机构将按竞争性磋商文件的规定，在响应文件提交截止时间的同一时间和竞争性磋商文件预先确定的地点开启响应文件。

17.2 供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向采购人或采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。采购人或采购代理机构将及时询问被申请回避人员，有利害关系的被申请回避人员将回避。

17.3 供应商不足 3 家的，不得开封。

17.4 本项目不公开报价。

18 磋商小组

18.1 磋商小组根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评审与磋商事务，独立履行职责。

18.2 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。

19 评审方法和评审标准

19.1 见第三章《评审方法和评审标准》。

六、确定成交

20 确定成交供应商

20.1 采购人将在收到评审报告后，从评审报告提出的成交候选供应商中，按照排序由高到低的原则确定成交供应商。采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商，见《供应商须知资料表》。成交候选人并列的，按照《供应商须知资料表》要求确定成交供应商。

21 成交公告与成交通知书

21.1 采购人或采购代理机构将在成交供应商确定后 2 个工作日内，在北京市政府采购网公告成交结果，同时向成交供应商发出成交通知书，成交公告期限为 1 个工作日。项目采购采用最低评标（审）价法的，公告中标、成交结果时应当同时公告因落实政府采购政策等原因进行价格扣除后中标、成交供应商的评审报价；项目采购采用综合评分法的，公告中标、成交结果时应当同时公告中标、成交供应商的评审总得分。

21.2 成交通知书对采购人和成交供应商均具有法律效力。成交通知书发出后，采购人改变成交结果的，或者成交供应商放弃成交项目的，应当依法承担法律责任。

22 终止

22.1 出现下列情形之一的，采购人或采购代理机构将终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

22.1.1 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

22.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

22.1.3 除了“市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目，提交最后报价的供应商可以为 2 家；政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有 2 家的，竞争性磋商采购活动可以继续进行”的情形外，在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足 3 家的。

23 签订合同

23.1 采购人与成交供应商应当在成交通知书发出之日起 30 日内，按照磋商文件确定的合同文本以及采购标的、规格型号、采购金额、采购数量、技术和服务要求等事项签订政府采购合同。

23.2 成交供应商拒绝签订政府采购合同的，采购人可以按照评审报告推荐的成交候选人名单排序，确定下一候选人为成交供应商，也可以重新开展采购活动。拒绝签订政府采购合同的成交供应商不得参加对该项目重新开展的采购活动。

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

23.4 政府采购合同不能转包。

23.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，成交供应商可以依法采取分包方式履行合同。本项目是否允许分包，见《供应商须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在响应文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，**否则响应无效**。成交供应商就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

23.6 “政采贷”融资指引：详见《供应商须知资料表》。

24 询问与质疑

24.1 询问

24.1.1 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《供应商须知资料表》。

24.1.2 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。

24.2 质疑

24.2.1 供应商认为竞争性磋商文件、采购过程、成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

24.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。供应商为自然人的，

质疑函应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

24.2.3 供应商委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交供应商签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

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

24.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《供应商须知资料表》。

25 代理费

25.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《供应商须知资料表》。

25.2 本项目代理费具体如下：

25.2.1 **第一包、第二包依据中标（成交）金额按差额定率累进法计算**，收费标准执行附表标准。

附表：《北京国泰建中管理咨询有限公司代理报酬收费标准表（部分）》

费率 中标 （成交）金额	货物类	服务类	工程类
100～200 万元（含）	1.5%	1.5%	1.0%
200～500 万元（含）	1.1%	1.1%	0.9%
500～1000 万元（含）	0.8%	0.8%	0.8%
100 万元以下的项目收取定额代理费，其中： 20 万元（含）以下的各类项目收取 3000 元，20～50 万元（含）的各类项目收取 8000 元，50～100 万元（含）货物和服务类项目收取 1.5 万元，50～100 万元（含）工程类项目收取 1 万元。			

25.2.2 **第三包、第四包、第五包采用固定酬金形式**，具体为：第三包人民币 6400.00 元，第四包人民币 6400.00 元，第五包人民币 4800.00 元。

25.3 非采购人、代理原因而使采购工作重新进行的，成交供应商应当额外支付再次启动的经济补偿。具体标准为在原收费标准的基础上每次上浮 20%。

25.4 成交供应商须一次性向采购代理机构缴纳代理费，报价应包含考虑了代理费用。成交供应商在收到成交公告后到代理公司领取成交通知书。

第三章　评审方法和评审标准

一、评审程序和方法

1　响应文件的资格性检查和符合性审查

1.1　磋商小组将根据《资格审查要求》和《符合性审查要求》中规定的内容，对供应商进行检查，并形成检查结果。供应商《响应文件》有任何一项不符合《资格审查要求》和《符合性审查要求》要求的，视为未实质性响应磋商文件。未实质性响应磋商文件的响应文件按**无效响应**处理，磋商小组应当告知提交响应文件的供应商。

1.2　《资格审查要求》中对格式有要求的，除竞争性磋商文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。

1.3　《资格审查要求》见下表：

资格审查要求

序号	检查因素	检查内容	格式要求
1-1	营业执照等证明文件	供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 供应商是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 供应商是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 供应商是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加响应的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料**【本项目不接受分支机构参与】**。	提供所需证明文件的复印件并加盖公章；如是自然人参与磋商的，则提供身份证正反面复印件并由本人签字。

序号	检查因素	检查内容	格式要求
1-2	供应商资格声明书	提供了符合竞争性磋商文件要求的《供应商资格声明书》。	格式见《响应文件格式》
1-3	供应商信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：首次响应文件提交截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果的网页截图（或打印页）作为查询记录和证据，与其他竞争性磋商文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，其**响应无效**。联合体形式磋商的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须供应商提供，由采购人或采购代理机构查询。
2	中小企业声明函	当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购，提供如下资料： 1、供应商单独响应的，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、如磋商文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且供应商为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件中如实填报，且满足采购文件关于预留份额的要求。	格式见《响应文件格式》

序号	检查因素	检查内容	格式要求
3	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，供应商不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《响应文件格式》“1-2 供应商资格声明书”
4	磋商保证金	按照竞争性磋商文件的要求提交磋商保证金。	格式见《响应文件格式》
5	获取磋商文件	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项目（包次）的磋商文件。 注：如本项目接受联合体，且供应商为联合体时，联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。	/

1.4　《符合性审查要求》见下表：

符合性审查要求

序号	检查因素	检查内容	是否允许澄清、说明或者更正
1	响应书	按要求提供， 承诺的响应有效期满足文件中载明的有效期。	
2	授权委托书	按要求提供授权委托书或法定代表人（单位负责人）身份证明材料。	
3	磋商响应完整性	未将一个采购包中的内容拆开响应。	
4	磋商报价	磋商报价未超过竞争性磋商文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价。	
5	报价唯一性	响应文件未出现可选择性或可调整的报价（竞争性磋商文件另有规定的除外）。	
6	文件的编制、签署、盖章	按要求签署、盖章、编制的。	
7	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按竞争性磋商文件要求提供，特指按要求提供了所有标注“实质性格式”的文件、且未修改意思本意表达； 按优化营商环境精神，不要求务必做到段落格式、标点符号、提示信息等完全一致，本意表达清楚即可。	
8	★号条款响应（如有）	响应文件满足竞争性磋商文件《采购需求》中★号条款要求的。	
9	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或响应文件报价出现前后不一致时，供应商对修正后的报价予以确认。	允许
10	公平竞争	供应商遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他供应商的竞争行为，不存在损害采购人或者其他供应商的合法权益情形的。	
11	附加条件	响应文件未含有采购人不能接受的附加条件的。	允许
12	其他无效情形	供应商、响应文件不存在不符合法律、法规和竞争性磋商文件规定的其他无效情形。	允许

2　磋商、响应文件有关事项的澄清、说明或者更正和最后报价

2.1　磋商小组所有成员将集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参

加磋商的供应商平等的磋商机会。

2.2 在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。

2.3 对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。

2.4 供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

2.5 响应文件的澄清、说明或者更正：

2.5.1 磋商小组在对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。

2.5.2 磋商小组对响应文件进行审查，如发现供应商提交的响应文件存在不满足《符合性审查要求》的内容，如属于表中“不允许”澄清、说明或者更正的内容（默认不允许），则供应商响应文件按**无效处理**；如属于表中的“允许”澄清、说明或更正的内容，磋商小组将要求供应商在规定的时间内对响应文件进行澄清、说明或者更正。如供应商在磋商小组规定的时间内未作出必要的澄清、说明或者更正，或澄清、说明或者更正后仍不能满足采购文件要求的，则供应商的响应文件按**无效处理**。

2.5.3 供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。磋商小组要求供应商澄清、说明或者更正响应文件应当以书面形式作出。供应商的澄清、说明或者更正应当由法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权代表签字或

者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。澄清、说明或者更正文件将作为响应文件内容的一部分。

2.6 磋商结束后，磋商小组将要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。最后报价时间为磋商小组指定的时间，具体时间根据磋商进度另行通知。

2.7 异常低价处理

2.7.1 政府采购评审中出现下列情形之一的，磋商小组应当启动异常低价投标（响应）审查程序：

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

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

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

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

2.7.2 磋商小组启动异常低价投标（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。

2.7.3 磋商小组依据专业经验，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，磋商小组应当将其作为无效投标（响应）处理。

2.7.4 上述投标（响应）报价指按照本章 3.2 修正后的报价。

2.8 磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的，磋商结束后，磋商小组应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价，提交最后报价的供应商不得少于 3 家。磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求，需经磋商由供应商提供最终设计方案或解决方案的，磋商结束后，磋商小组应当按照少数服从多数的原则投票推荐 3 家以上供应商的设计方案或者解决方案，并要求其在规定时间内提交最后报价。市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目，提交最后报价的供应商可以为 2 家；政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有 2 家的，**竞争性磋商采购活动可以继续进行**。

2.9 最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。

2.10 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

2.11 最后报价一览表为“实质性格式”，后附格式样板，起到提前告知的作用，供应商可提前熟悉，也可根据表格格式提前自行准备。**表格在磋商过程中才单独提交，无需封装在响应文件中**（如放入则默认填报的信息无效，不对放入材料的签署盖章等做要求）。**仅适用于线上线下相结合的竞争性磋商方式**。

采用**全流程电子化**采购方式时，**无需准备《最后报价一览表》，按电子平台要求提交最后报价即可**。请供应商于磋商当天保持通信畅通，并关注电子平台进度进行最后报价。

附件样板：

最后报价一览表（实质性格式）

项目编号/包号：_____　　项目分包名称：_____

序号	供应商名称	报价		其他声明
		大写	小写	
1				
我单位同时承诺（请勾选）： （1）☐ 以此报价为最终报价；　　☐ 此为第___轮报价，非最终报价。 （2）☐ 磋商现场无澄清、补充事宜； ☐ 磋商现场的澄清、补充事宜详见另附页（共__页），并承诺将严格执行。				

注：1.此表中，每包的最后报价应和《最后分项报价表》中的总价相一致。
2.本表必须按包分别填写。
3.此表无需在响应文件中提交，磋商开始后供应商按磋商小组要求提交。
4.供应商的最后报价同样适用“异常低价处理”的相关规则。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：_____

日期：____年____月____日

3 最后报价的算术修正及政策调整

3.1 最后报价须包含竞争性磋商文件全部内容，**如最后分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对最后报价进行调整**。磋商小组有权要求供应商在评审现场合理的时间内对此进行书面确认，供应商不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分响应，其**响应无效**。

3.2 最后报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

3.2.1 竞争性磋商文件对于报价修正是否另有规定：

□有，具体规定为：__/__

■无，按下述 3.2.2-3.2.5 项规定修正。

3.2.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

3.2.3 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以最后报价一览表的总价为准，并修改单价；

3.2.4 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

3.2.5 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

3.2.6 修正后的报价经供应商书面确认后产生约束力，供应商不确认的，**其响应无效**。

3.3 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》4.2 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，评审时价格不予扣除。**【本项目面向中小企业预留采购份额的包次（第二包、第三包、第四包）无价格扣除】**

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

3.3.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予4%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

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

3.3.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。

3.3.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照竞争性磋商文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

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

3.3.7 残疾人福利性单位按竞争性磋商文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。

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

3.3.9 其他为落实政府采购政策实施的优先采购：__/__。

3.4 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》4.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评审时价格不予扣除。

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

3.4.2 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。

3.4.3 供应商提供本国产品参加政府采购活动的，应当按照采购文件给定的格式出具《关于符合本国产品标准的声明函》或提

供财政部会同有关部门规定的有关证明文件，否则视为非本国产品。

4 磋商环节及提交最后报价后如出现以下情况的，供应商的**响应文件无效**：

4.1 供应商对实质性变动不予确认的；

4.2 不满足磋商文件★号条款或磋商文件技术指标超出磋商文件《采购需求》中主要技术参数允许偏差的最大范围的（如有）；

4.3 未按照磋商小组规定的时间、逾期提交最后报价的；

4.4 如供应商的最后报价超过竞争性磋商文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价的；

4.5 响应文件中出现可选择性或可调整的报价的（竞争性磋商文件另有规定的除外）；

4.6 最后报价出现前后不一致，供应商对修正后的报价不予确认的；

4.7 其他：现场报价程序不符合、不配合按竞争性磋商文件要求规定进行的。

5 评审方法和评审标准

5.1 本项目采用的评审方法为：本项目的评审采用综合评分法。综合评分法，是指响应文件满足竞争性磋商文件全部实质性要求且按评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为成交候选供应商的评审方法。

5.2 竞争性磋商文件中没有规定的评审标准不得作为评审依据。

5.3 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）：

5.3.1 本项目中所涉及的货物如属在《环境标志产品政府采购清单》中产品，将优先采购。供应商应提供所投产品有效的“环境标志产品政府采购清单目录”指定媒体网页截图（须注明查询链接网址）和中国环境标志产品认证证书复印件并加盖供应商单位公章作为响应文件的一部分并提交，否则磋商小组有权不予认定。

5.3.2 本项目中所涉及的货物如属在《节能产品政府采购清单》中产品，将优先采购。供应商应提供所投产品有效的“节能产品政府采购清单目录”指定媒体网页截图（须注明查询链接

网址）和中国节能产品认证证书复印件并加盖供应商单位公章作为响应文件的一部分并提交，否则磋商小组有权不予认定。

6 确定成交候选人名单

6.1 磋商小组将根据各供应商的评审排序以及磋商文件中关于成交候选人的相关规定，确定本项目成交候选人名单，按照评审得分由高到低顺序推荐成交候选人的排名顺序。评审得分相同的，按照**最后报价**由低到高的顺序推荐。评审得分且最后报价相同的，按照技术指标优劣顺序推荐。响应文件满足竞争性磋商文件全部实质性要求，且按照评审因素的**量化指标（技术部分）**评审得分最高的供应商为排名第一的成交候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

6.2 磋商小组根据上述供应商排序，依次推荐排序前 3 名的供应商为成交候选供应商（若在磋商文件允许的情形下提交最后报价的供应商为二家，则依次推荐二名供应商为成交候选供应商），并编写评审报告。

6.3 **磋商小组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、响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。**

7 报告违法行为

7.1 磋商小组在评审过程中发现供应商有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

二、评审标准

总分 100 分，共由商务、技术和报价三部分组成。

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
1.1	业绩情况	9	供应商需提供类似项目业绩。 提供一个有效业绩得 3 分，最多得 9 分。 须附合同并加盖供应商公章，应至少包括首页、金额页、盖章页或签署页。 备注：具体要求详见格式文件《供应商业绩说明》。
商务部分合计：9 分			
2.1	单位能力	9	（1）供应商具备丰富的同类项目实施服务经验，资源储备充足雄厚，与其他相关合作主体维系良好、稳定的合作沟通关系，可高效统筹调动各类优质资源赋能项目实施；同时内部工作流程规范清晰、财务管理制度严谨健全，全流程可规范管控项目实施、妥善应对各类突发状况，能够全方位保障本项目高质量、顺利落地实施，得 9 分； （2）供应商具备相关项目服务实施经验，拥有一定规模的合作资源，与各类合作相关主体建立了基础合作关系，可调动相关资源配合项目开展；具备较为完善的工作流程、财务制度及内容把关机制，制度体系基本齐全，可规范开展项目各项工作，能够保障本项目平稳有序推进实施，得 6 分； （3）供应商同类项目服务实施经验相对匮乏，可调动、统筹的合作资源有限，资源适配性和统筹能力较弱；仅具备基础的工作、财务、内容的相关制度，制度细节不完善、落地性不足，仅能提供基础的项目实施保障，得 3 分； （4）未提供材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
2.2	项目理解	12	本项目需要供应商熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，突出对北京城市文化内涵挖掘，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。 （1）供应商对项目理解深刻透彻，能够结合北京全国文化中心建设、网络文明建设相关政策要求开展研判分析，分析维度全面到位，紧密贴合本项目工作实际，业务针对性强；可精准识别、梳理项目实施过程中的核心重点与关键难点，逻辑严谨、思路科学清晰，对项目目标、工作方向把握准确，整体认知深度能够充分匹配并满足采购人全部项目实施要求，得 12 分； （2）供应商对项目理解与分析水平一般，能够识别并罗列项目的重点、难点内容，但相关内容阐述不够详实深入，分析深度不足，对北京城市文化挖掘、网络文明品牌打造等部分工作认知存在少量欠缺；整体方向无明显偏差，拟提供的服务可以基本满足采购人的项目实施要求，得 8 分； （3）对本项目的理解和分析较为简略笼统，未能结合项目背景开展有效拆解，项目重点难点梳理不完整，分析角度片面、内容不够全面，对北京城市文化内涵挖掘、网络文明活动品牌打造等核心工作认知不足，得 4 分； （4）未提供材料的不得分。
2.3	网络文明系列活动方案	/	**分以下三部分，共计 26 分。**
2.3.1	网络文明行为规范传播相关方案	6	（1）能够系统组织力量做好网络文明行为规范（下简称“规范”）的宣传工作，网上宣传传播思路完整可行；线上线下传播物料设计思路贴合主题，创意表现力强，可充分满足产出要求；专家调研、座谈会策划方案完整，

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
			活动各环节流程清晰，任务部署周全，可高质量完成全部工作内容，得 6 分。 （2）可基本满足“规范”宣传工作的要求；线上线下传播物料具备基础设计构想，可完成规定数量产出，但创意表现一般；专家调研、座谈会有方案，可达到基本要求，但部分环节考虑不够细致，整体能够完成主要工作任务，得 4 分。 （3）对“规范”的宣传工作考虑较为粗浅；线上线下传播物料设计思路简单，对成果材料的内容规划不够充分；专家调研、座谈会方案简略，虽有相关安排但内容深度不足，部分工作环节存在缺失，仅能实现基础任务目标，得 2 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.3.2	征集活动方案	12	需要供应商开展“京彩向尚”网络文明优秀案例征集活动、“京彩好网民”故事征集展播活动，需要分别提供活动方案，**分别予以评审，单个征集活动满分 6 分，总分为 12 分**： （1）征集活动整体方案完整周密，征集渠道、推广方式、遴选规则设计科学合理；活动专题策划完善，栏目架构清晰、内容规划全面，可充分适配案例展示、线上参与等功能需求；专家评审会流程完整规范，评审规则、专家遴选、会议组织安排详实可行；总结专题片（或优质事迹视频）脚本构思成熟，内容紧扣活动主题，各环节衔接顺畅，能够高质量完成全部既定工作任务，得 6 分。 （2）案例征集活动方案基本完整，可覆盖征集主要工作环节；活动专题具备基础栏目框架，能够满足案例专题展示基本需要；专家评审会有相应组织方案，可落实一场专家评审会工作要求；专题片（或优质事迹视频）有

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
			基础制作构想，但内容创意、细节策划存在一定不足，能够完成本项主要工作任务，得 4 分。 （3）案例征集活动方案内容简略，征集、推广等环节考虑不够充分；活动专题规划较为简单，栏目设置单薄；专家评审会仅做基础性安排，会议流程、评审细则不够细化；专题片（或优质事迹视频）仅有初步设想，对成片内容、叙事逻辑谋划不足，仅可实现基础工作目标，得 2 分。 （4）供应商未提供材料的，该征集活动部分得 0 分。
2.3.3	互动作品方案	8	需要供应商制作“文明冠军挑战赛”线上知识问答互动产品、制作“网络文明练习生”互动产品，需要分别提供活动方案，**分别予以评审，单个征集活动满分 4 分，总分为 8 分：** （1）线上互动活动整体策划方案详实完整，活动玩法、传播推广、用户参与机制设计科学合理；互动产品整体构思新颖，主题贴合网络文明宣传定位，交互逻辑流畅，场景架构规划充分，满足场景数量的产出要求，内容与互动环节等设计丰富完整，可高质量完成全部工作任务，得 4 分。 （2）具备线上互动活动基础策划思路，可覆盖活动主要开展环节；互动产品有基础内容及场景规划，但创意设计、交互细节、内容丰富度存在一定欠缺，可完成本项主要工作任务，得 2 分。 （3）供应商未提供材料的，该征集活动部分得 0 分。
2.4	“京彩之夜”交流分享活动方案	/	**分以下三部分，共计 14 分。**

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
2.4.1	线下活动	6	（1）活动整体策划方案详实完善，活动定位精准，主题贴合首都网络文明建设工作要求；主题分享、案例展播、圆桌对话等环节设计完整、衔接流畅，内容贴合年度征集成果展示需求；沉浸式年轻化场景打造思路新颖、落地性强，嘉宾邀约、现场组织、流程管控、氛围营造、宣传推广、人员保障等工作考虑周全，可稳妥落地规模的线下活动，能够有效搭建多元交流平台、充分彰显首都网络文明建设示范效应，整体方案成熟可行、质量较高，得 6 分。 （2）具备线下活动基础策划方案，包含核心活动环节设置，能够满足活动规模的基本开展要求；但活动环节设计较为常规、场景打造思路单一，对活动氛围营造、行业交流赋能、品牌影响力提升等细节谋划不足，整体方案基本完整，可保障活动顺利落地开展，得 3 分。 （3）供应商未提供材料的不得分。
2.4.2	网络文明优秀案例集	2	本项工作需完成 200 册“网络文明优秀案例集”的整体设计与制作工作，要求案例集主题贴合首都网络文明建设工作，收集“京彩向尚”网络文明案例和好网民征集成果，版式设计美观规范、内容编排合理、装帧制作精良，满足宣传展示、发放使用需求。 （1）能够结合“京彩向尚”网络文明案例和好网民征集成果开展案例集整体设计，版式风格新颖美观、贴合宣传主题，内容排版逻辑清晰、分类合理，装帧工艺、材质选用科学考究，整体设计制作方案完整精细，可高质量完成案例集制作交付工作，得 2 分。 （2）具备案例集的基础设计与制作方案，能够满足案例汇编、成册制作的基本使用要求，可基本完成任务，但版式设计较为普通、内容编排较为简单，设计创意和制

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
			作细节打磨不足，整体效果一般，得 1 分。 （3）供应商未提供材料的不得分。
2.4.3	视频拍摄与制作	6	（1）能够制定完善的全程视频录制及后期制作方案，“京彩之夜”线下活动录制机位布局合理、画面音质清晰、素材采集全面，可保质完成 60 分钟以上完整成片制作；切条短视频选题精准、节奏流畅、主题突出，数量、质量均满足宣传推广需求；可系统、全面统筹收集本年度所有分包项目图文、视频、活动成果等各类素材，素材梳理分类规整、整合度高，总结专题片脚本精良、叙事完整、画面质感优质，精准展现年度项目工作亮点与建设成效，完全满足项目宣传总结要求，得 4 分。 （2）具备基础的视频录制及后期制作实施方案，可完成“京彩之夜”活动长视频录制及切条短视频制作，能够完成本年度项目素材收集整理并完成总结专题片制作，满足基础工作要求；但视频录制细节把控一般、短视频内容创意不足、素材收集较为粗浅、专题片制作较为常规，缺乏亮点打磨，仅可完成基础工作任务，得 2 分。 （3）供应商未提供材料的不得分。
2.5	“老河脉新风华”主题传播活动方案	6	（1）能够制定系统完善的整体传播策划方案，紧扣北京水系文脉与生态治理核心主题，立意深刻、思路新颖、针对性极强；系列主题视频脚本架构完整、叙事逻辑清晰，拍摄制作标准高，可高标准完成视频制作要求，画面质感精良、内容亮点突出；互动产品创意新颖、交互体验优质、内容贴合主题，传播路径、推广策略规划科学完善，可有效保障总传播量目标落地，能够高质量、全方位完成本项目全部工作内容，得 6 分。 （2）具备完整的活动策划、视频制作及互动产品制作实施方案，整体思路贴合项目主题要求，可按要求完成视

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
			频、互动产品的全部制作任务，传播推广方案可基本支撑项目传播需求，能够满足本项工作常规实施标准；但视频内容创意、镜头呈现、叙事打磨较为常规，互动产品的交互设计、内容丰富度存在一定欠缺，传播运营规划不够精细，整体完成质量中等，可保障项目正常落地，得 4 分。 （3）活动整体策划较为简略笼统，主题挖掘深度不足，对水系文脉、生态成果、时代价值解读片面；视频制作、互动产品的设计方案简单粗糙，仅满足基础制作数量要求，内容单薄、创意不足，传播推广思路缺失或不完善，难以有效达成既定传播目标，仅能完成最低基础工作内容，得 2 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.6	服务团队	9	项目的实施应该有科学合理、经验丰富的配套服务团队，以满足后续的服务要求： （1）拟派项目负责人具有丰富的活动经验，具备优秀的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员服务经验丰富，具有专业的能力或技能（如在学历、专业证书、职称或执业经历等方面进行体现），拟派项目团队岗位分工明确，科学合理，能够高效且有效的做好与采购人的对接、协调和服务工作，**可得 9 分**；在此 9 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 1.5 分（**即 7.5 分**）。 （2）拟派项目负责人具有较丰富的活动经验，具备一定的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员具有相关的服务经验，具备相关的专业能力或技能，拟派项目团队有岗位划分计划，基本可以做到与采购人的常规对接、协调等，**可得 6 分**；在此 6 分的基础上，如人员

序号	评分因素	分值	第一包评分标准
			配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 1.5 分（**即 4.5 分**）。 （3）拟派项目负责人相关活动经验较少，管理协调能力有欠缺；拟派团队人员经验较少，专业技能欠缺，拟派项目团队分工简单，对接与协调能力体现较少，可能会造成管理困扰的，**可得 3 分**；在此 3 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 1.5 分（**即** 1.5 **分**）。 （4）未提供相关材料的不得分。
2.7	突发事件处理预案	5	（1）预案详细完整，贴合实际场景、针对性强，合理可行、可落地执行，处置措施得力，流程规范严谨、逻辑条理明晰，得 5 分； （2）预案较详细，具备一定的针对性，整体框架完整，基本合理可行，流程较规范，关键处置环节基本齐全，得 3 分； （3）预案笼统简略，要素缺失较多，在实施过程中针对性不足、可操作性偏弱，可能会存在处理不当、应对不到位问题，得 1 分； （4）未提供预案不得分。
技术部分合计：81 分；技术部分备注：格式自拟			
3	报价	10	满足竞争性磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10 备注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3
合计		**100**	

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
1.1	业绩情况	9	供应商需提供类似项目业绩。 提供一个有效业绩得 3 分，最多得 9 分。 须附合同并加盖供应商公章，应至少包括首页、金额页、盖章页或签署页。 备注：具体要求详见格式文件《供应商业绩说明》。
商务部分合计：9 分			
2.1	单位能力	9	（1）供应商具备丰富的同类项目实施服务经验，资源储备充足雄厚，与其他相关合作主体维系良好、稳定的合作沟通关系，可高效统筹调动各类优质资源赋能项目实施；同时内部工作流程规范清晰、财务管理制度严谨健全，全流程可规范管控项目实施、妥善应对各类突发状况，能够全方位保障本项目高质量、顺利落地实施，得 9 分； （2）供应商具备相关项目服务实施经验，拥有一定规模的合作资源，与各类合作相关主体建立了基础合作关系，可调动相关资源配合项目开展；具备较为完善的工作流程、财务制度及内容把关机制，制度体系基本齐全，可规范开展项目各项工作，能够保障本项目平稳有序推进实施，得 6 分； （3）供应商同类项目服务实施经验相对匮乏，可调动、统筹的合作资源有限，资源适配性和统筹能力较弱；仅具备基础的工作、财务、内容的相关制度，制度细节不完善、落地性不足，仅能提供基础的项目实施保障，得 3 分； （4）未提供材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
2.2	项目理解	12	本项目需要供应商熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，突出对北京城市文化内涵挖掘，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。 （1）供应商对项目理解深刻透彻，能够结合北京全国文化中心建设、网络文明建设相关政策要求开展研判分析，分析维度全面到位，紧密贴合本项目工作实际，业务针对性强；可精准识别、梳理项目实施过程中的核心重点与关键难点，逻辑严谨、思路科学清晰，对项目目标、工作方向把握准确，整体认知深度能够充分匹配并满足采购人全部项目实施要求，得 12 分； （2）供应商对项目理解与分析水平一般，能够识别并罗列项目的重点、难点内容，但相关内容阐述不够详实深入，分析深度不足，对北京城市文化挖掘、网络文明品牌打造等部分工作认知存在少量欠缺；整体方向无明显偏差，拟提供的服务可以基本满足采购人的项目实施要求，得 8 分； （3）对本项目的理解和分析较为简略笼统，未能结合项目背景开展有效拆解，项目重点难点梳理不完整，分析角度片面、内容不够全面，对北京城市文化内涵挖掘、网络文明活动品牌打造等核心工作认知不足，得 4 分； （4）未提供材料的不得分。
2.3	服务方案	/	**分以下四部分，共计 42 分。**
2.3.1	AI 生成微短剧制作方案	**12**	（1）整体策划方案系统详实，充分结合 AI 短剧的创作技术特性，针对 AI 画面、AI 配音、AI 特效、AI 场景生成制定专项制作思路；选题精准聚焦深度伪造等网络风险案例，剧本架构完整，悬念叙事手法运用到位，警示教育导向鲜明；AI 微短剧成片质量高，妥善规避 AI 生成

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
			常见瑕疵，剧集全满足任务指标；预告片节奏紧凑、宣传感染力强；配套传播图文素材丰富多元，适配多平台分发，能够充分发挥 AI 内容快速产出、灵活改编的优势，可高标准高质量完成全部工作任务，得 12 分。 （2）具备完整的 AI 微短剧策划、AI 技术制作及传播实施方案，明确采用 AI 生成技术开展剧集创作，主题导向正确，案例选取贴合项目要求，叙事设计较为合理；可足额完成微短剧制作，预告片、配套传播图文素材齐全；但对 AI 生成画面、音效、人物表现的打磨优化不足，部分 AI 内容存在轻微生硬感，剧集创意、预告片宣传亮点一般，图文素材设计较为普通，整体指标达标无重大缺陷，能够满足项目常规实施要求，得 8 分。 （3）项目整体策划较为简略，对 AI 微短剧技术特点考虑不足，缺少 AI 生成环节的专项设计；主题挖掘不深，案例选取单一，叙事设计简单粗糙；仅勉强满足剧集基础硬性指标，AI 生成内容瑕疵较多，画面、人物、音效表现力弱，警示教育效果有限；预告片制作简陋，配套传播图文素材不完善，仅可完成最低限度基础工作，整体质量偏弱，得 4 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.3.2	真人实拍微短剧制作方案	12	（1）整体策划方案系统详实、立意深刻，精准立足北京胡同社区实景场景，深度结合京味市井生活特色设计剧情，人物塑造、故事桥段贴合首都基层群众生活，叙事细腻、温度感十足，网络文明教育主题融入自然不生硬；真人实拍整体制作水准精良，镜头语言、画面质感、演员演绎、场景调度专业规范，严格达标剧集硬性指标；预告片剪辑精良、节奏鲜活、氛围感强，充分凸显剧集京味特色与核心主旨；配套传播图文素材丰富精致、适

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
			配多平台传播，能够最大化发挥真人实拍内容真实、共情力强、代入感高的传播优势，可高标准、高质量完成全部工作任务，得 12 分。 （2）具备完整的真人实拍微短剧策划、摄制及传播实施方案，紧扣北京胡同社区场景与网络文明主题开展创作，剧情设计贴合基层生活，价值导向正向合规；可足额完成剧集摄制任务，满足项目基本要求，配套传播图文素材齐全完整；但剧集京味特色营造不够突出，剧情演绎、镜头呈现、细节打磨较为常规，内容共情力和特色表现力一般，无明显创作亮点，整体质量达标、无缺陷疏漏，能够满足项目常规实施要求，得 8 分。 （3）项目整体策划较为简略笼统，对北京胡同地域特色、基层生活场景挖掘不足，剧情设计单薄、生活化质感欠缺，网络文明主题结合生硬；仅能勉强满足剧集数量基础指标，真人实拍画面质感、演员演绎、场景布置较为粗糙，内容感染力、教育性偏弱；预告片制作简陋粗糙，配套传播图文素材不完善、设计粗糙，仅能完成最低限度的基础工作内容，整体完成质量偏弱，得 4 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.3.3	“老字号新顶流”系列传播活动方案	12	（1）整体活动策划系统详实，老字号遴选标准科学合理，实地探访、访谈采访方案周密完整；能够深度挖掘各老字号非遗技艺、历史底蕴与匠人精神，年轻化叙事视角运用到位，内容解读有深度；长视频拍摄制作专业精良，叙事丰满，切片短视频定位清晰、适合网络碎片化传播；配套传播图文材料丰富优质，适配各大重点平台传播特点，传播推广路径规划完善，可有力保障总传播量目标的落地，能够高质量完成全部工作任务，得 12 分。 （2）具备完整的活动策划、实地探访摄制及传播实施方

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
			案，选取北京老字号企业开展内容创作，能够体现老字号技艺与匠人精神；长视频、切片短视频均满足项目要求，配套图文传播材料齐全；但对老字号文化内核、匠人精神挖掘深度有限，视频拍摄剪辑表现较为常规，切片短视频创意亮点不足，传播运营方案不够精细，整体指标达标，无重大疏漏，能够满足项目常规实施要求，得 8 分。 （3）活动整体策划较为简略，老字号遴选、实地探访访谈方案考虑不充分，对非遗技艺、匠人精神、时代创新挖掘浅显；仅勉强满足长视频、切片短视频的数量等基础指标，视频制作水准一般，内容单薄；配套图文材料完整性不足，传播思路模糊，较难支撑总传播量的工作目标，仅可完成最低限度基础工作，整体完成质量偏弱，得 4 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.3.4	沟通与质量保障、发行宣传安排	6	（1）具备完善、细化的全项目沟通与质量宣传保障方案，建立标准化常态化对接机制，可全程高效对接招标人，完成需求确认、进度报备、成果报审、问题整改等各项工作，同步妥善对接各类合作客体，沟通高效、统筹有序；建立全覆盖质量管控体系，针对项目各类制作、活动、宣传配套任务制定针对性管控流程，全环节把控服务质量与内容导向；宣传发行体系完善、渠道布局广泛，具备成熟的传播运营策略与量化传播量保障措施，配套保障预案齐全，可全面保障本项目所有服务任务高标准落地、传播目标圆满达成，得 6 分。 （2）具备完整的沟通对接、质量管控及宣传保障方案，建立基础常态化对接机制，可满足与招标人及相关合作主体的日常工作对接需求；拥有基础全流程质量管控措

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
			施，可覆盖项目各项核心及配套服务任务，基本保障服务质量合规；具备常规宣传发行安排与传播推广计划，能够正常推进项目宣传工作、保障基础传播效果，但方案细化度不足、管控针对性一般、传播保障措施较为常规，整体可满足项目基本服务要求，得 4 分。 （3）沟通对接、质量管控、宣传保障方案内容简略笼统，无规范的常态化对接机制，项目统筹、对接响应流程不完善；缺乏有效的全流程质量管控手段，对项目各类服务任务的落地质量、内容规范把控不足；宣传发行安排简单粗放，传播渠道单一、无明确传播保障举措，无法有效支撑项目整体服务及宣传目标落地，仅具备基础服务框架，得 2 分。 （4）供应商未提供材料的不得分。
2.4	服务团队	12	项目的实施应该有科学合理、经验丰富的配套服务团队，以满足后续的服务要求： （1）拟派项目负责人具有丰富的活动经验，具备优秀的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员服务经验丰富，具有专业的能力或技能（如在学历、专业证书、职称或执业经历等方面进行体现），拟派项目团队岗位分工明确，科学合理，能够高效且有效的做好与采购人的对接、协调和服务工作，**可得 12 分**；在此 12 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 10 分**）。 （2）拟派项目负责人具有较丰富的活动经验，具备一定的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员具有相关的服务经验，具备相关的专业能力或技能，拟派项目团队有岗位划分计划，基本可以做到与采购人的常规对接、协调等，**可得 8 分**；在此 8 分的基础上，如人员

序号	评分因素	分值	第二包评分标准
			配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 6 分**）。 （3）拟派项目负责人相关活动经验较少，管理协调能力有欠缺；拟派团队人员经验较少，专业技能欠缺，拟派项目团队分工简单，对接与协调能力体现较少，可能会造成管理困扰的，**可得 4 分**；在此 4 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 2 分**）。 （4）未提供相关材料的不得分。
2.5	突发事件处理预案	6	（1）预案详细完整，贴合实际场景、针对性强，合理可行、可落地执行，处置措施得力，流程规范严谨、逻辑条理明晰，得 6 分； （2）预案较详细，具备一定的针对性，整体框架完整，基本合理可行，流程较规范，关键处置环节基本齐全，得 4 分； （3）预案笼统简略，要素缺失较多，在实施过程中针对性不足、可操作性偏弱，可能会存在处理不当、应对不到位问题，得 2 分； （4）未提供预案不得分。
技术部分合计：81 分；技术部分备注：格式自拟			
3	报价	10	满足竞争性磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10 备注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3
合计		**100**	

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
1.1	业绩情况	9	供应商需提供类似项目业绩。 提供一个有效业绩得 3 分，最多得 9 分。 须附合同并加盖供应商公章，应至少包括首页、金额页、盖章页或签署页。 备注：具体要求详见格式文件《供应商业绩说明》。
商务部分合计：9 分			
2.1	单位能力	9	（1）供应商具备丰富的同类项目实施服务经验，资源储备充足雄厚，与其他相关合作主体维系良好、稳定的合作沟通关系，可高效统筹调动各类优质资源赋能项目实施；同时内部工作流程规范清晰、财务管理制度严谨健全，全流程可规范管控项目实施、妥善应对各类突发状况，能够全方位保障本项目高质量、顺利落地实施，得 9 分； （2）供应商具备相关项目服务实施经验，拥有一定规模的合作资源，与各类合作相关主体建立了基础合作关系，可调动相关资源配合项目开展；具备较为完善的工作流程、财务制度及内容把关机制，制度体系基本齐全，可规范开展项目各项工作，能够保障本项目平稳有序推进实施，得 6 分； （3）供应商同类项目服务实施经验相对匮乏，可调动、统筹的合作资源有限，资源适配性和统筹能力较弱；仅具备基础的工作、财务、内容的相关制度，制度细节不完善、落地性不足，仅能提供基础的项目实施保障，得 3 分； （4）未提供材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
2.2	项目理解	12	本项目需要供应商熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，突出对北京城市文化内涵挖掘，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。 （1）供应商对项目理解深刻透彻，能够结合北京全国文化中心建设、网络文明建设相关政策要求开展研判分析，分析维度全面到位，紧密贴合本项目工作实际，业务针对性强；可精准识别、梳理项目实施过程中的核心重点与关键难点，逻辑严谨、思路科学清晰，对项目目标、工作方向把握准确，整体认知深度能够充分匹配并满足采购人全部项目实施要求，得 12 分； （2）供应商对项目理解与分析水平一般，能够识别并罗列项目的重点、难点内容，但相关内容阐述不够详实深入，分析深度不足，对北京城市文化挖掘、网络文明品牌打造等部分工作认知存在少量欠缺；整体方向无明显偏差，拟提供的服务可以基本满足采购人的项目实施要求，得 8 分； （3）对本项目的理解和分析较为简略笼统，未能结合项目背景开展有效拆解，项目重点难点梳理不完整，分析角度片面、内容不够全面，对北京城市文化内涵挖掘、网络文明活动品牌打造等核心工作认知不足，得 4 分； （4）未提供材料的不得分。
2.3	服务方案	/	**分以下三部分，共计 42 分。**
2.3.1	短视频制作方案	15	（1）策划立意深刻完整，紧扣长征胜利 90 周年主题，善于以普通人视角、微观事迹折射北京各领域发展成就，叙事构思新颖；短视频、专题片制作水准精良，镜头语言丰富，内容导向严谨；专题片结构宏大完整，逻辑脉络清晰，叙事层次丰富，能够充分诠释长征精神时代内

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
			涵；宣发方案完备，渠道布局广泛，图文配套完善，可高质量完成全部任务，得 15 分。 （2）策划方案较为完善，主题把握准确，能够结合长征精神与北京发展实际开展内容构思；短视频制作质量较好，专题片框架完整、叙事逻辑通顺，能够体现红色文化内核；宣发渠道较为丰富，配套图文齐全，无重大缺陷，可较好完成全部工作任务，得 12 分。 （3）策划方案基本完整，主题方向正确，可以将长征精神与北京发展相结合；短视频、专题片可以满足基本制作要求，专题片叙事完整但深度不足，内容表现中规中矩；具备基础宣发及图文配套安排，但传播保障举措细化不足，得 9 分。 （4）策划内容较为浅显，对长征精神时代内涵挖掘不足，微观故事与城市成就结合较为生硬；短视频、专题片仅满足数量硬性要求，制作水准一般，专题片结构单薄；宣发方案简单，传播渠道有限，图文配套不完善，仅可完成基础任务，得 6 分。 （5）策划思路简略，主题结合度差；视频、专题片制作方案粗糙，内容构思存在明显欠缺；缺少有效宣发及传播安排，仅留有初步设想，整体完成质量弱，得 3 分。 （6）供应商未提供材料的不得分。
2.3.2	原创歌曲制作方案	15	（1）策划立意深刻，紧扣长征精神红色内核，融合新时代北京城市发展气质，词曲创作定位清晰、主题感染力强；原创音乐作品编曲、演唱、后期制作精良，旋律富有传播性，红色文化情感表达饱满；宣发方案完备，渠道布局广泛，配套图文物料齐全，可高质量完成全部任务，得 15 分。 （2）策划方案较为完善，主题把握准确，能够将长征红

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
			色精神与时代风貌有机结合；原创音乐词曲、编曲制作质量较好，风格贴合红色主题，听觉完成度高；宣发渠道较为丰富，配套图文齐全，具备可行的传播推进计划，无重大缺陷，得 12 分。 （3）策划方案基本完整，主题方向正确；原创音乐作品可以达到成品标准，主题表达到位，但艺术打磨程度一般；具备基础宣发及图文配套安排，但传播保障举措细化不足，能够完成主要工作内容，得 9 分。 （4）策划内容较为浅显，红色主题与时代风貌结合生硬；原创音乐仅达到基础成品要求，词曲、编曲创意不足；宣发方案简单，传播渠道有限，图文配套不完善，传播量保障弱，仅可完成基础任务，得 6 分。 （5）策划思路简略，主题诠释薄弱；原创音乐制作方案粗糙，艺术表现力欠缺；缺少有效宣发保障安排，仅留有初步设想，整体完成质量弱，得 3 分。 （6）供应商未提供材料的不得分。
2.3.3	沟通与质量保障、发行宣传安排	12	（1）项目实施计划清晰明确，实施路径、进度安排科学合理、落地性强；对接沟通方案详实规范，可高效统筹各方对接工作；针对短视频、专题片、原创音乐建立完善的制作质量保障机制，标准严苛；宣传方案针对性强，传播筹划全面到位，具备可靠的传播量落地保障措施，得 12 分。 （2）项目实施计划较清晰，进度安排合理有序；对接沟通方案较为详细、流程规范；音视频及原创音乐制作质量保障标准较高；宣传方案完整可行，传播谋划合理，可基本实现项目制作及传播目标，得 9 分。 （3）项目分工、进度安排、宣传举措整体常规普通；对接沟通方案不够详实，流程规范性一般；音视频、原创

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
			音乐质量保障措施基础，仅能满足项目基础制作与传播落地要求，得 6 分。 （4）项目实施计划存在不合理之处，宣传方案简略笼统；音视频及原创音乐质量保障不完善，传播保障举措缺失，难以充分满足项目建设及传播需求，得 3 分。 （5）供应商未提供材料的不得分。
2.4	服务团队	12	项目的实施应该有科学合理、经验丰富的配套服务团队，以满足后续的服务要求： （1）拟派项目负责人具有丰富的活动经验，具备优秀的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员服务经验丰富，具有专业的能力或技能（如在学历、专业证书、职称或执业经历等方面进行体现），拟派项目团队岗位分工明确，科学合理，能够高效且有效的做好与采购人的对接、协调和服务工作，**可得 12 分**；在此 12 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 10 分**）。 （2）拟派项目负责人具有较丰富的活动经验，具备一定的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员具有相关的服务经验，具备相关的专业能力或技能，拟派项目团队有岗位划分计划，基本可以做到与采购人的常规对接、协调等，**可得 8 分**；在此 8 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 6 分**）。 （3）拟派项目负责人相关活动经验较少，管理协调能力有欠缺；拟派团队人员经验较少，专业技能欠缺，拟派项目团队分工简单，对接与协调能力体现较少，可能会造成管理困扰的，**可得 4 分**；在此 4 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 2 分**）。 （4）未提供相关材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第三包评分标准
2.5	突发事件处理预案	6	（1）预案详细完整，贴合实际场景、针对性强，合理可行、可落地执行，处置措施得力，流程规范严谨、逻辑条理明晰，得 6 分； （2）预案较详细，具备一定的针对性，整体框架完整，基本合理可行，流程较规范，关键处置环节基本齐全，得 4 分； （3）预案笼统简略，要素缺失较多，在实施过程中针对性不足、可操作性偏弱，可能会存在处理不当、应对不到位问题，得 2 分； （4）未提供预案不得分。
技术部分合计：81 分；技术部分备注：格式自拟			
3	报价	10	满足竞争性磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10 备注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3
合计		**100**	

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
1.1	业绩情况	9	供应商需提供类似项目业绩。 提供一个有效业绩得 3 分，最多得 9 分。 须附合同并加盖供应商公章，应至少包括首页、金额页、盖章页或签署页。 备注：具体要求详见格式文件《供应商业绩说明》。
商务部分合计：9 分			
2.1	单位能力	9	（1）供应商具备丰富的同类项目实施服务经验，资源储备充足雄厚，与其他相关合作主体维系良好、稳定的合作沟通关系，可高效统筹调动各类优质资源赋能项目实施；同时内部工作流程规范清晰、财务管理制度严谨健全，全流程可规范管控项目实施、妥善应对各类突发状况，能够全方位保障本项目高质量、顺利落地实施，得 9 分； （2）供应商具备相关项目服务实施经验，拥有一定规模的合作资源，与各类合作相关主体建立了基础合作关系，可调动相关资源配合项目开展；具备较为完善的工作流程、财务制度及内容把关机制，制度体系基本齐全，可规范开展项目各项工作，能够保障本项目平稳有序推进实施，得 6 分； （3）供应商同类项目服务实施经验相对匮乏，可调动、统筹的合作资源有限，资源适配性和统筹能力较弱；仅具备基础的工作、财务、内容的相关制度，制度细节不完善、落地性不足，仅能提供基础的项目实施保障，得 3 分； （4）未提供材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
2.2	项目理解	12	本项目需要供应商熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，突出对北京城市文化内涵挖掘，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。 （1）供应商对项目理解深刻透彻，能够结合北京全国文化中心建设、网络文明建设相关政策要求开展研判分析，分析维度全面到位，紧密贴合本项目工作实际，业务针对性强；可精准识别、梳理项目实施过程中的核心重点与关键难点，逻辑严谨、思路科学清晰，对项目目标、工作方向把握准确，整体认知深度能够充分匹配并满足采购人全部项目实施要求，得 12 分； （2）供应商对项目理解与分析水平一般，能够识别并罗列项目的重点、难点内容，但相关内容阐述不够详实深入，分析深度不足，对北京城市文化挖掘、网络文明品牌打造等部分工作认知存在少量欠缺；整体方向无明显偏差，拟提供的服务可以基本满足采购人的项目实施要求，得 8 分； （3）对本项目的理解和分析较为简略笼统，未能结合项目背景开展有效拆解，项目重点难点梳理不完整，分析角度片面、内容不够全面，对北京城市文化内涵挖掘、网络文明活动品牌打造等核心工作认知不足，得 4 分； （4）未提供材料的不得分。
2.3	服务方案	/	**分以下三部分，共计 42 分。**
2.3.1	活动策划	15	（1）整体策划体系完整成熟，20 期视频选题布局均衡、古建筑与新地标搭配合理，新旧反差主题清晰；头部博主遴选标准明确、适配度高，合作执行机制完善；打卡路线、拍摄节奏、内容排布科学有序，年轻化传播思路精准落地；配套图文传播规划系统全面，整体方案落地

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
			性、可控性强，可高标准完成全部创作与传播任务，得 15 分。 （2）整体策划较为完善，选题规划、博主合作、打卡安排合理，能够体现古都文化与现代城市风貌的反差特色；具备清晰的内容排布与传播思路，图文配套传播安排齐全，方案无明显短板，可较好完成项目全部工作，得 12 分。 （3）策划方案基本完整，选题数量、拍摄安排可满足基础任务要求；博主合作、打卡规划、传播思路基本可行，但整体设计偏常规，亮点与特色塑造不足，能够保障项目正常落地，得 9 分。 （4）策划内容较为简单，选题排布零散，博主合作机制、打卡规划不够清晰；传播与图文配套方案不完善，整体规划逻辑性一般，仅能满足最低基础任务要求，得 6 分。 （5）整体策划思路笼统、不成体系，选题、执行、传播规划均缺乏有效安排，难以保障项目有序落地，得 3 分。 （6）供应商未提供材料的不得分。
2.3.2	拍摄方案与制作方案	15	（1）拍摄执行方案专业详实，场景取景、机位调度、实地拍摄流程规范成熟；单期脚本结构完整，叙事自然流畅，能够精准通过镜头呈现北京古建底蕴与新地标活力的反差质感；剪辑节奏轻快、年轻化风格突出，画面色调、包装字幕统一精致；20 期成片质量标准统一、稳定性高，配套图文素材制作精良、适配网络传播，整体制作水准高，得 15 分。 （2）拍摄与制作方案完整可行，拍摄流程、脚本设计、剪辑包装较为规范；成片能够体现 Vlog 纪实感与新旧反差特色，画面质量稳定；配套图文材料齐全，整体制作质量良好，可满足项目宣传出品标准，得 12 分。

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
			（3）拍摄制作方案基本规范，能够完成 20 期短视频拍摄剪辑及图文制作任务；脚本、镜头、剪辑无明显问题，但叙事表达、视觉质感、特色表现力较为常规，整体达到合格出品标准，得 9 分。 （4）拍摄制作方案简略，拍摄流程、脚本设计较为粗糙；成片画面、节奏、叙事表现一般，新旧反差与潮流特色表达不足，图文制作简单，仅能满足基础交付要求，得 6 分。 （5）拍摄与制作方案不完善，执行流程、成片标准、内容设计缺乏规范，成片质量、图文配套难以满足项目传播出品需求，得 3 分。 （6）供应商未提供材料的不得分。
2.3.3	沟通与质量保障、发行宣传安排	12	（1）项目实施计划清晰明确，实施路径、阶段进度安排科学细化；针对古建与新地标反差传播的宣传方案针对性强、落地可行；对接沟通方案详实完整、执行流程规范；建立高标准的 Vlog 视频制作质量保障体系，成片调性、故事感、潮流质感把控到位；系列图文内容创作贴合年轻化传播风格，整体传播路径清晰、2 亿传播量筹划充分、保障有力，得 12 分。 （2）项目实施计划较为明确，整体进度安排合理有序；宣传方案贴合项目主题，可支撑内容传播；对接沟通方案较为详细，工作流程较为规范；视频制作质量保障标准较高，能够保障 Vlog 成片品质；系列图文内容质量较好，传播谋划完整，可基本实现项目传播目标，得 9 分。 （3）项目分工、进度安排、宣传举措整体常规平稳；对接沟通方案内容不够详实，流程规范性一般；视频质量管控、传播保障仅能满足基础制作与宣传要求；系列图文内容质量一般，无明显亮点，可完成项目基础交付任

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
			务，得 6 分。 （4）项目实施计划合理性存在欠缺，进度与落地规划不够完善；宣传方案简略、针对性不足；视频质量保障机制薄弱，传播落地举措不足；系列图文内容制作简单、缺乏主题特色与年轻化质感，难以充分满足项目传播品质及传播量要求，得 3 分。（5）供应商未提供材料的不得分。
2.4	服务团队	12	项目的实施应该有科学合理、经验丰富的配套服务团队，以满足后续的服务要求： （1）拟派项目负责人具有丰富的活动经验，具备优秀的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员服务经验丰富，具有专业的能力或技能（如在学历、专业证书、职称或执业经历等方面进行体现），拟派项目团队岗位分工明确，科学合理，能够高效且有效的做好与采购人的对接、协调和服务工作，**可得 12 分**；在此 12 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 10 分**）。 （2）拟派项目负责人具有较丰富的活动经验，具备一定的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员具有相关的服务经验，具备相关的专业能力或技能，拟派项目团队有岗位划分计划，基本可以做到与采购人的常规对接、协调等，**可得 8 分**；在此 8 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 6 分**）。 （3）拟派项目负责人相关活动经验较少，管理协调能力有欠缺；拟派团队人员经验较少，专业技能欠缺，拟派项目团队分工简单，对接与协调能力体现较少，可能会造成管理困扰的，**可得 4 分**；在此 4 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 2 分**）。

序号	评分因素	分值	第四包评分标准
			（4）未提供相关材料的不得分。
2.5	突发事件处理预案	6	（1）预案详细完整，贴合实际场景、针对性强，合理可行、可落地执行，处置措施得力，流程规范严谨、逻辑条理明晰，得 6 分； （2）预案较详细，具备一定的针对性，整体框架完整，基本合理可行，流程较规范，关键处置环节基本齐全，得 4 分； （3）预案笼统简略，要素缺失较多，在实施过程中针对性不足、可操作性偏弱，可能会存在处理不当、应对不到位问题，得 2 分； （4）未提供预案不得分。
技术部分合计：81 分；技术部分备注：格式自拟			
3	报价	10	满足竞争性磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10 备注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3
合计		**100**	

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
1.1	业绩情况	9	供应商需提供类似项目业绩。 提供一个有效业绩得 3 分，最多得 9 分。 须附合同并加盖供应商公章，应至少包括首页、金额页、盖章页或签署页。 备注：具体要求详见格式文件《供应商业绩说明》。
商务部分合计：9 分			
2.1	单位能力	9	（1）供应商具备丰富的同类项目实施服务经验，资源储备充足雄厚，与其他相关合作主体维系良好、稳定的合作沟通关系，可高效统筹调动各类优质资源赋能项目实施；同时内部工作流程规范清晰、财务管理制度严谨健全，全流程可规范管控项目实施、妥善应对各类突发状况，能够全方位保障本项目高质量、顺利落地实施，得 9 分； （2）供应商具备相关项目服务实施经验，拥有一定规模的合作资源，与各类合作相关主体建立了基础合作关系，可调动相关资源配合项目开展；具备较为完善的工作流程、财务制度及内容把关机制，制度体系基本齐全，可规范开展项目各项工作，能够保障本项目平稳有序推进实施，得 6 分； （3）供应商同类项目服务实施经验相对匮乏，可调动、统筹的合作资源有限，资源适配性和统筹能力较弱；仅具备基础的工作、财务、内容的相关制度，制度细节不完善、落地性不足，仅能提供基础的项目实施保障，得 3 分； （4）未提供材料的不得分。

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
2.2	项目理解	12	本项目需要供应商熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，突出对北京城市文化内涵挖掘，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。 （1）供应商对项目理解深刻透彻，能够结合北京全国文化中心建设、网络文明建设相关政策要求开展研判分析，分析维度全面到位，紧密贴合本项目工作实际，业务针对性强；可精准识别、梳理项目实施过程中的核心重点与关键难点，逻辑严谨、思路科学清晰，对项目目标、工作方向把握准确，整体认知深度能够充分匹配并满足采购人全部项目实施要求，得 12 分； （2）供应商对项目理解与分析水平一般，能够识别并罗列项目的重点、难点内容，但相关内容阐述不够详实深入，分析深度不足，对北京城市文化挖掘、网络文明品牌打造等部分工作认知存在少量欠缺；整体方向无明显偏差，拟提供的服务可以基本满足采购人的项目实施要求，得 8 分； （3）对本项目的理解和分析较为简略笼统，未能结合项目背景开展有效拆解，项目重点难点梳理不完整，分析角度片面、内容不够全面，对北京城市文化内涵挖掘、网络文明活动品牌打造等核心工作认知不足，得 4 分； （4）未提供材料的不得分。
2.3	服务方案	/	**分以下三部分，共计 42 分。**
2.3.1	策划与访谈实施	15	（1）项目整体策划逻辑完整、贴合北京 AI 新质生产力主题，受访企业、行业嘉宾筛选标准专业精准，能够覆盖前沿 AI 技术与产业创新场景；5 期节目内容选题分工清晰、主题各有侧重、覆盖全面，访谈提纲贴合企业一线实践，可深度挖掘创新成果与产业价值；项目进度节

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
			点明确、落地流程成熟；与受访企业、行业嘉宾的对外对接统筹机制规范高效，访谈落地、现场执行流程完善；制定完善的网络发布传播计划，落地性极强，得 15 分。 （2）项目整体策划完善，主题匹配度高，企业嘉宾遴选、节目选题、访谈设计合理；进度安排有序，对外对接、现场统筹流程规范；具备完整的网络发布与传播方案，可顺利完成全部访谈实施与内容发布任务，无明显短板，得 12 分。 （3）项目策划基本完整，可满足 5 期探访录、预告片、图文制作发布的基础任务；企业访谈、进度规划、传播安排整体可行，但内容策划偏常规，缺乏产业深度与特色设计，能够保障项目正常落地，得 9 分。 （4）项目策划内容简略，选题规划、访谈设计不够细化，档期进度安排模糊；沟通对接、平台发布方案不完善，仅能满足基础最低交付要求，整体落地保障能力一般，得 6 分。 （5）项目策划与访谈实施体系不完善，无清晰的选题、访谈、进度、传播规划，对接落地机制缺失，难以保障项目正常推进交付，得 3 分。 （6）未提供相关材料的不得分。
2.3.2	拍摄方案与制作方案	15	（1）实地拍摄方案专业规范，针对 AI 企业访谈场景定制拍摄流程、机位布局、收音布光方案；镜头语言写实生动，叙事节奏贴合产业访谈风格，能够直观展现企业 AI 创新技术与发展成果；5 期探访录成片画质统一、剪辑流畅、内容精炼、逻辑清晰；预告片亮点突出、节奏紧凑、宣传性强；建立完善的后期审核与质量保障机制，配套图文内容详实、排版规范，完全适配网络主流平台传播标准，成片整体质量优异，得 15 分。

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
			（2）拍摄与制作方案完整规范，拍摄流程、后期剪辑、调色包装标准清晰；探访录、预告片成片质量稳定，内容贴合项目主题；配套图文齐全，符合网络传播发布要求，整体制作质量良好，可满足项目正式交付标准，得 12 分。 （3）拍摄制作方案基本合规，可足额完成全部视频、图文制作交付任务；成片画面、剪辑、内容无明显瑕疵，但镜头表现力、内容打磨、细节包装较为常规，无突出亮点，达到合格交付水平，得 9 分。 （4）拍摄制作方案简单粗放，拍摄流程、制作标准不清晰；成片画面质感、叙事节奏一般，对 AI 产业创新内容呈现不足；预告片制作普通，图文内容粗糙，仅可完成基础交付，难以适配高品质网络传播要求，得 6 分。 （5）拍摄制作体系不完善，无规范的拍摄流程、后期制作与质量管控标准，成片画面、叙事包装、图文制作均存在明显缺陷，整体制作质量不达标，无法满足项目交付与传播需求，得 3 分。 （6）未提供相关材料的不得分。
2.3.3	沟通与质量保障、发行宣传安排	12	（1）具备完善的对外沟通对接体系，与受访 AI 企业、行业嘉宾对接流程规范、响应高效，可统筹完成场地踩点、取景拍摄、现场录制、素材交接等全环节工作；搭建全覆盖摄制质量管控体系，针对访谈拍摄、后期剪辑、内容审核、图文制作建立标准化流程，严格把控内容导向、成片质感与产业内容呈现效果；发行宣传方案针对性强、落地路径清晰，科学布局重点发布平台，拥有成熟的运营推广策略和完善的传播成效保障机制，可高标准完成全部宣发传播工作，得 12 分。 （2）具备规范的对外对接工作机制，可顺利完成企业、

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
			嘉宾各项对接统筹工作；拥有完善的摄制质量管控措施，有效保障视频、图文成品出品质量；发行宣传方案完整可行，平台发布布局合理，传播推进计划清晰，具备可行的传播成效落地思路，项目整体落地有序、无明显短板，得 9 分。 （3）具备基础的对外对接、质量管控及宣发工作安排，可满足项目基础摄制、对接及平台发布基本要求；但对接机制、质控流程、宣传规划偏常规，传播成效保障措施细化不足，仅能完成项目基础交付，适配基础传播任务，得 6 分。 （4）对外对接流程不清晰，摄制质量管控措施薄弱、落实不到位，成品内容品质难以保障；发行宣传方案简略，平台发布安排模糊，缺乏有效的传播成效落地举措，无法有效支撑项目宣传传播工作开展，得 3 分。 （5）未提供相关材料的不得分。
2.4	服务团队	12	项目的实施应该有科学合理、经验丰富的配套服务团队，以满足后续的服务要求： （1）拟派项目负责人具有丰富的活动经验，具备优秀的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员服务经验丰富，具有专业的能力或技能（如在学历、专业证书、职称或执业经历等方面进行体现），拟派项目团队岗位分工明确，科学合理，能够高效且有效的做好与采购人的对接、协调和服务工作，**可得 12 分**；在此 12 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 10 分**）。 （2）拟派项目负责人具有较丰富的活动经验，具备一定的对内管理、对外协调沟通的能力；拟派团队人员具有相关的服务经验，具备相关的专业能力或技能，拟派项

序号	评分因素	分值	第五包评分标准
			目团队有岗位划分计划，基本可以做到与采购人的常规对接、协调等，**可得 8 分**；在此 8 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 6 分**）。 （3）拟派项目负责人相关活动经验较少，管理协调能力有欠缺；拟派团队人员经验较少，专业技能欠缺，拟派项目团队分工简单，对接与协调能力体现较少，可能会造成管理困扰的，**可得 4 分**；在此 4 分的基础上，如人员配备、经验与技能情况稍显欠缺的扣 2 分（**即 2 分**）。 （4）未提供相关材料的不得分。
2.5	突发事件处理预案	6	（1）预案详细完整，贴合实际场景、针对性强，合理可行、可落地执行，处置措施得力，流程规范严谨、逻辑条理明晰，得 6 分； （2）预案较详细，具备一定的针对性，整体框架完整，基本合理可行，流程较规范，关键处置环节基本齐全，得 4 分； （3）预案笼统简略，要素缺失较多，在实施过程中针对性不足、可操作性偏弱，可能会存在处理不当、应对不到位问题，得 2 分； （4）未提供预案不得分。
技术部分合计：81 分；技术部分备注：格式自拟			
3	报价	10	满足竞争性磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10 备注：此处最后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，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3
合计		**100**	

第四章　采购需求

一、项目总名称：北京文化系列网络活动工作经费

二、预算批复金额：3491600.00 元

三、项目背景

北京文化系列网络活动项目自 2019 年起已连续举办七年。七年来，推出一大批体现时代精神、首都水准、北京特色的网络文化精品，并获得国家级相关奖项。

四、项目整体要求：

1、熟悉北京城市文化的政策背景、重要意义，了解北京全国文化中心建设的基本要求，准确把握网络文明建设内涵要求，策划方案中突出对北京城市文化内涵挖掘，融合网络文明价值引领。

2、策划打造挖掘北京城市文化，推进网络文明建设、传播形成代表性的活动品牌。

3、对执行供应商的要求：

经验要求：具有相关文化传播项目、网络文明活动的举办经验，可提供相关活动详细举办资料做参考佐证的更佳；

资源要求：与政府管理部门、中央及市属新闻网站、互联网企业、文化传媒公司、高校、地方媒体等保持良好的沟通、合作关系，能够协调多方资源，共同推进活动顺利举办；

人员要求：拥有专业执行团队，活动举办过程中线上活动及线下活动均有专门工作人员负责，岗位分工明确。

制度要求：工作流程清晰，财务制度严格，应急预案完善，内容

导向把关机制健全，活动过程中严格按照规程执行，确保活动秩序，及时应对突发情况。

成果要求：活动全程安排专人摄影摄像，留存线上、线下活动资料，梳理整合活动举办过程中各个环节的成果（含文字、图片、音视频等）。

做好活动阶段性和整体总结工作，活动成果需结集成册，结集册中需包含活动相关影音图文资料。

4、每场线下活动开始前需提前提交完整活动方案和应急预案。确定活动时间、场地，组织邀请活动参与单位和人员，协调相关部门，做好前期准备工作。

5、项目全部活动需确保在 2026 年 11 月 30 日前完成（具体各包次的时间要求详见“分包具体要求”），并配合提供项目详实过程资料，确保项目相关绩效考核及活动成果评审工作顺利完成。

五、分包具体要求：

项目第一包：网络文明系列活动、“老河脉 新风华”主题传播活动

1、本包预算控制金额：1249600 元

2、根据政府采购促进中小企业发展政策要求与项目统筹，**本分包项目不专门面向中小企业采购。**

3、网络文明系列活动：做好网络文明行为规范等线上线下传播，开展“京彩向尚”网络文明优秀案例征集活动，“京彩好网民”故事征集展播活动，开展“文明冠军挑战赛”线上知识问答互动，制作“网络文明练习生”互动产品。

4、“京彩之夜”交流分享：围绕年度“京彩向尚”网络文明案例和好网民征集成果，设计主题分享、案例展播、圆桌对话等系列环节。打造年轻化、松弛时尚的沉浸式交流场景，搭建多元主体交流合作平台，凝聚行业发展共识，扩大首都网络文明建设的网上传播效果。

5、“老河脉 新风华”主题传播活动：以大运河、永定河等北京标志性水系为叙事主线，梳理生态治理成效、千年文脉底蕴与新时代文明实践成果，系统挖掘每条河流独有的生态价值、历史内涵与时代意义。制作实地采风纪实视频、线上互动产品等，打造可观、可感、可参与的立体文化体验，借水系脉络讲好古都水韵故事，展现首都河湖文化传承与创新发展的崭新风貌。

6、服务时间：网络文明系列活动、“京彩之夜”交流分享于 2026 年 11 月 30 日前完成安排的任务与工作，“老河脉 新风华”主题传播活动于 2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整。

7、验收标准：

1）设计制作网络文明行为规范等线上线下传播物料；组织专家开展网络文明调研、座谈会不少于 2 场。

制作“京彩向尚”网络文明优秀案例征集活动网络专题产品 1 个；组织专家评审会 1 场；制作活动总结专题片 1 个。

制作“京彩好网民”故事征集展播网络专题产品 1 个；组织专家评审会 1 场；制作好网民优质事迹视频 10 个。

制作“文明冠军挑战赛”线上知识问答互动产品 1 个，场景不少于 10 个。

制作“网络文明练习生”互动产品 1 个，场景不少于 10 个。

并制作图文材料用于网上传播，在中央和北京市重点网站平台同步发布，各平台总传播量不少于 2 亿。

2）组织“京彩之夜”交流分享线下活动 1 场，规模不少于 200 人，录制视频 1 期，时长不少于 60 分钟，制作切条短视频不少于 5 条。设计制作“网络文明优秀案例集”200 册。

统筹收集本年度“北京文化系列网络活动项目”各项目素材并制作总结专题片 1 个。

3)“老河脉 新风华”主题视频 5 集，制作互动产品 1 期，总传播量不低于 5000 万。

项目第二包：网络文明微短剧、“老字号 新顶流”系列传播活动

1、本包预算控制金额：1150000 元

2、根据政府采购促进中小企业发展政策要求与项目统筹，**本分包项目专门面向中小企业采购**。

3、网络文明微短剧：1）AI 生成微短剧：聚焦深度伪造技术滥用、个人隐私非法公开、虚假信息批量传播等网络不文明行为典型案例，以网络文明建设为核心价值导向，兼具警示性与教育性。采用悬念情节等创新叙事手法，情节紧凑，传播力强。2）真人实拍微短剧：以北京胡同社区为叙事切入点，紧扣典型网络文明问题展开剧情，通过京味生活化故事诠释网络文明内涵，展现首都基层网络文明建设的生动实践。风格要求接地气、有温度，兼具首都地域文化特色与网络文明教育意义。

4、“老字号 新顶流”系列传播活动：选取不少于 20 家代表性的北京老字号企业，拍摄制作系列短视频、图文材料，通过专业化策划拍摄、沉浸式实地探访、年轻化视角解读，挖掘各家老字号独有非遗技艺、百年发展历程、特色核心产品、当代创新实践，深度阐释老字号文化内核、匠人精神与时代创新，全方位展现北京老字号的匠心坚守、百年底蕴与创新活力。

5、服务时间：2026 年 11 月 15 日前完成安排的任务与工作。不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整。

6、验收标准：

1）网络文明微短剧(AI 生成)全片不少于 30 集，预告片 1 条，并制作图文材料用于网络传播。

网络文明微短剧（真人实拍）不少于全片 36 集，预告片 1 条，

并制作图文材料用于网络传播。

微短剧在重点网站、短剧平台上线播出，总传播量不少于8000万。

2）“老字号 新顶流”系列传播视频不少于20条，20条切片短视频，并制作图文材料在重点网站平台网络传播，总传播量不少于1亿。

项目第三包：“老薪火 新长征”红色视听作品

1、本包预算控制金额：398000 元

2、根据政府采购促进中小企业发展政策要求与项目统筹，**本分包项目专门面向小、微企业采购。**

3、**“老薪火 新长征”红色视听作品：**为迎接长征胜利 90 周年，围绕长征精神，以普通人、小事迹、城市微变化，展现北京人才培育、城市建设、产业发展、科技创新、文化繁荣发展最新成就，制作系列创意短视频、红色主题原创音乐作品，生动传承红色文化。

4、**服务时间：**于 2026 年 11 月 15 日前完成。不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整。

5、验收标准：视频作品不少于 5 条，专题片不少于 1 条；原创音乐作品不少于 1 条。制作系列图文材料用于网络传播，总传播量不低于 5000 万次。

项目第四包：“老北京 新玩法”系列短视频

1、本包预算控制金额：394000 元

2、根据政府采购促进中小企业发展政策要求与项目统筹，**本分包项目专门面向小、微企业采购。**

3、**“老北京 新玩法”系列短视频：**邀请头部网络博主以 Vlog 形式实地打卡体验北京古建筑和新地标，用强烈反差感、故事感、潮流感呈现古都历史底蕴与现代城市活力，贴合年轻群体打卡传播需求，打造北京古都文化年轻化传播新范式。

4、服务时间：2026 年 11 月 15 日前完成制作并上线。不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整。

5、验收标准：制作 20 期视频作品，制作系列图文材料用于网络传播，总传播量不低于 2 亿。

项目第五包：“新质生产力大咖说·AI 季”访谈录

1、本包预算控制金额：300000 元

2、根据政府采购促进中小企业发展政策要求与项目统筹，**本分包项目不专门面向中小企业采购。**

3、**新质生产力大咖说·AI 季：**聚焦在京 AI 企业的创新技术，特邀行业企业家等嘉宾结合产业一线实践参与访谈，通过生动鲜活的镜头语言，全面展现北京 AI 企业在新质生产力领域的创新成果和无限潜力，在网上讲好首都企业创新发展的生动故事。

4、服务时间：2026 年 11 月 15 日前完成制作并上线。不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整。

5、验收标准：制作“新质生产力大咖说·AI 季”探访录 5 期；预告片 1 条；并制作图文材料用于网上传播，在中央和北京市重点网站平台同步发布，总传播量不低于 8000 万。

第五章　合同草案条款

（以实际签订合同为准）

服　务　合　同

项目名称：_____

甲　　方：_____

乙　　方：_____

依据《中华人民共和国民法典》及相关法律法规的规定，合同双方就_____项目所需服务，经协商一致，签订本合同，以兹各方遵守。

第一条 合作事项及合作周期

经双方协商，乙方承诺并保证专业、高质、高效完成甲方要求的各项事务，具体包括：

1.1

1.2

1.3

…

1.4 验收标准：

1.5 项目总结：

1.6 本项目合作周期：自本合同签订之日起至___年___月___日前乙方完成甲方安排的任务与工作止，不可抗力因素影响需经双方协商一致另作调整，本合同在____履行。

第二条 双方权利义务

2.1 甲方的权利义务

（1）甲方需及时向乙方提供活动方案、背景信息等有关资料，并保证所提供资料的真实性、完整性和有效性。

（2）甲方享有乙方为甲方拍摄、制作的活动视频、稿件的著作权。

（3）甲方有权要求乙方及时汇报项目执行进度，有权及时地对

乙方所提交的策划思路、服务方案和其他书面工作文件提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整，直至甲方认可方可定稿执行。甲方享有项目的终审权，制过程中甲方有权监督，如发生乙方的执行不符合双方既定的要求，甲方发现乙方的服务质量和品位无法达到甲方的要求的，乙方需根据甲方的审核意见修改制作，直到达到要求及甲方标准，由此产生的费用由乙方自行承担。

（4）除本合同另有约定外，甲方需按本协议约定支付给乙方费用。

2.2 乙方的权利义务

（1）乙方需按照甲方要求，按时、按质、按量提供相关服务和相关作品，对所提供服务的质量和合法性负责。

（2）乙方不得与和甲方具有竞争关系的任何第三方就本协议涉及的服务或其他类似服务进行合作。否则应承担相应的违约责任。

（3）乙方在按合同要求完成本项目服务的情况下，有权按时获得甲方支付的服务费用。

（4）乙方承诺向甲方提供的作品（包括策划、活动视频等）和推广服务均符合国家法律法规的规定和本协议约定。任何情形下，乙方均不得发表或实施不利于甲方的言论或行为。

（5）乙方完全遵守《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

（6）本协议约定和法律规定的其他义务。

第三条 费用及其支付方式

3.1 合同总费用

本项目服务报酬（￥　　）大写：人民币　　。

3.2 支付方式

（1）合同签订后 30 日内，甲方支付乙方合同金额的 70%。

（2）乙方按照本协议履行完毕其在本协议项下全部应尽义务职责并经甲方验收合格后，甲方支付乙方合同金额的 30%。

3.3 乙方须向甲方提供同等金额的增值税普通发票，发票开具单位、开户行账号信息与合同中相应信息一致。

甲方增值税普通发票开票信息如下：

名称：

税号：

单位地址：

电话：

开户银行：

银行账户：

3.4 乙方指定收款银行账户信息如下：

名称：

税号：

单位地址：

电话：

开户银行：

银行账户：

3.5 因财政资金不到位或甲方程序上的时间原因延误的不视为甲方违约，甲方不承担违约责任。

第四条 保密条款

4.1 甲方承诺，对乙方提供的一切资料及其他商业秘密履行保密义务，除非为履行本协议之目的，未经乙方书面同意，不向任何第三方泄露。

4.2 乙方承诺，乙方及其雇员、为乙方提供服务的第三方对甲方提供的一切资料及其它商业秘密以及任何未公开信息均履行保密义务，除非为履行本协议之目的，未经甲方书面同意不向任何第三方泄露。

4.3 不论本协议是否变更、解除、终止，本保密条款始终对双方具有约束力。

第五条 不可抗力条款

由于无法预见的不可抗力事件，例如战争、地震、疫情、罢工、动乱或司法、政府限制等超出各方合理控制范围的突发事件的发生，导致任何一方不能执行本协议中的部分或全部义务时，应在不可抗力事件发生后 10 个工作日内通知对方，双方互不承担违约责任。若因迟延履行通知义务导致一方受到损失的，另一方应承担相应责任。

第六条 违约责任条款

6.1 甲方应按时支付服务费用。除财政原因外，甲方未按时付款且经乙方催告后十日内仍未支付的，乙方有权暂停为甲方提供本协议项下服务，直至甲方支付为止。

6.2 乙方应按本协议约定，按时、按质、按量完成相应的服务。因乙方单方原因违反本协议约定导致甲方签订本协议目的不能实现

的，甲方有权单方提前解除本协议，乙方除退还甲方已经支付的款项外，还应赔偿因此给甲方造成的损失。

6.3 除本协议另有约定外，任何一方违反本协议约定的己方义务的，违约方均应按中华人民共和国有关法律的规定承担违约责任。

6.4 本协议项下，因乙方单方原因提供服务不当导致侵害他人权利的，乙方应承担对被侵权人的全部赔偿责任。因乙方侵权给甲方造成损失的，乙方应当向甲方承担全部赔偿责任。

第七条 法律适用和争议的解决

7.1 本协议的一切事宜均适用中国法律（为本协议之目的，不包括中国香港、澳门特别行政区法律和中国台湾地区法律）并依其解释。

7.2 因本协议产生或者与本协议有关的任何争议，由双方通过友好协商解决。如自任何一方要求和对方友好协商解决该等争议的通知发出之日起 30 日内该等争议仍无法解决，任何一方有权向甲方所在地法院提起诉讼。

第八条 附则

8.1 本协议未尽事宜及修改，由双方友好协商，以签署补充协议的方式确定。经双方签署的补充协议，与本协议具有同等法律效力。

8.2 一方如变更项目内容时，应当及时以书面形式通知另一方。未及时通知并影响本协议履行或给甲方造成损失的，应承担相应的责任。

8.3 本协议附件是本协议不可分割的一部分，与本协议具有同等法律效力。

8.4 本协议履行过程中的日常业务沟通，包括传真、邮件等确认形式均视为有效，作为本协议执行的具体依据。

8.5 本协议壹式陆份，由甲方执肆份，乙方执贰份，每份均具有同等法律效力。

8.6 本协议在甲乙双方法定代表人/负责人或授权代表签字并加盖双方公章之日起生效。

8.7 本项目合同是为中小企业预留的合同，乙方为招标（采购）文件及过程材料中所示的合规中小企业。*（项目第二包、第三包、第四包适用并保留，第一包、第五包删去本条款）*

（本页无正文，为《服务合同》之签章页）

甲方（公章）：

负责人或授权代表（签字）：

日期：2026 年　　月　　日

乙方（公章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

日期：2026 年　　月　　日

第六章　响应文件格式

供应商编制文件须知

1、供应商按照本部分的顺序编制响应文件，编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。

2、对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，如竞争性磋商采购文件中属于实质性格式且要求“供应商名称（加盖公章）”处应当如实先填写供应商的名称后并加盖公章，**否则响应无效**。

未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。

3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

4、提醒：规范的项目信息如下表所示，响应文件准备时应当以下表信息填写：

各分包项目的**项目分包名称、标的名称**	各分包项目的**项目编号/包号**
北京文化系列网络活动工作经费（第一包）	11000026210200182865-XM001/01
北京文化系列网络活动工作经费（第二包）	11000026210200182865-XM001/02
北京文化系列网络活动工作经费（第三包）	11000026210200182865-XM001/03
北京文化系列网络活动工作经费（第四包）	11000026210200182865-XM001/04
北京文化系列网络活动工作经费（第五包）	11000026210200182865-XM001/05

响应文件封面（非实质性格式）

响 应 文 件

项目分包名称：

项目编号/包号：

供应商名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

（提供所需证明文件的复印件并加盖公章；如是自然人参与磋商的，则提供身份证正反面复印件并由本人签字。）

1-2 供应商资格声明书（实质性格式）

供应商资格声明书

致_____（采购人或采购代理机构）：

在参与本次项目磋商中，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） 我单位收悉《关于进一步扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围的通知》（财库〔2024〕36 号）等文件的要求，如涉及工程内容且在实施范围内的项目将按照《绿色建筑和绿色建材政府采购需求标准（2025 年版）》执行；

（八） 与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
…		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

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

2 落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

供应商应当**如实填报**相关信息，由磋商小组核验确认。供应商要对所填报的信息负责。

如适用，请**务必**按照格式性的要求执行；如单位情况不适用，**则可以不提供、不填写、不盖章、"/"表示或明确不适用等方式均可，应当意思表示明确**。

2-1 中小企业声明函（如有）（实质性格式）

说明：

（1）如本项目（包）不专门面向中小企业预留采购份额，供应商无须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件；当供应商拟享受中小企业扶持政策时，仍应提供上述证明文件，否则不享受相关中小企业扶持政策。

（2）如本项目（包）专门面向中小企业采购，响应文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》，或提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

（3）如本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求获得采购合同的供应商将采购项目中的一定比例分包给一家或者多家中小企业或要求供应商以联合体形式参加采购活动，响应文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

（4）中小企业声明函填写注意事项

1）《中小企业声明函》由参加政府采购活动的供应商出具。联合体参与的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

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

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

（5）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，供应商填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《供应商须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300 号）》及《金融业企业划型标准规定》（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（*采购人单位*）的（*项目分包名称*）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（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_____（*竞争性磋商文件中明确的所属行业*）行业；承建（承接）企业为_____，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_____（*竞争性磋商文件中明确的所属行业*）行业；承建（承接）企业为_____，从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元[1]，属于_____（*中型企业、小型企业、微型企业*）；

……

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日 期：_____

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

2-2 残疾人福利性单位声明函格式（如有）（非实质性格式）

如符合要求，请自拟证明材料，并加盖公章。

参考格式（仅供参考）：

我单位属于符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____（采购人名称）的_____（项目分包名称）采购活动提供我单位制造的货物（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）。

我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。

【政策详见《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）】

2-3 如监狱企业参加政府采购活动（非实质性格式）

监狱企业须提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件

【政策详见《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）】

2-4 附件：《中小企业划型标准规定》

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》(国发〔2009〕36 号)，制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（二）工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

（五）零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

（十六）其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

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

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

八、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门根据《国民经济行业分类》修订情况和企业发展变化情况适时修订。

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

十、本规定自发布之日起执行，原国家经贸委、原国家计委、财政部和国家统计局 2003 年颁布的《中小企业标准暂行规定》同时废止。

3 磋商保证金凭证/交款单据电子件

《磋商保证金递交凭证》

致北京国泰建中管理咨询有限公司：

我方参加贵方组织的_____（项目分包名称）政府采购活动，按磋商文件的规定已通过（**请选择**：□电汇、□支票、□汇票）形式交纳人民币（小写）_____（大写）_____的磋商保证金，同意按以下信息以（**请选择**：□电汇（网银转账）、□财务窗口现场（支票））方式退还保证金（**可选择**：□同意自愿放弃同期银行利息）。

供应商单位全称：_____。

供应商开户银行：_____。

供应商银行帐号：_____。

提醒：1.上述要求的开户信息为退磋商保证金所用，以非投标担保函形式提交的磋商保证金应当从其基本账户转出。

2.上述要求的填写必须与银行转账或银行汇款凭证的要素一致，北京国泰建中管理咨询有限公司依据此凭证信息退还磋商保证金。

3.若因内容不全、错误、字迹潦草模糊、或开户人和账号与划款时所用的开户人和账号不一致而导致该项目保证金未能及时退还或退还过程中发生错误，我方自行承担全部责任和损失。

4.我方承诺已认真阅读、熟悉招标（采购）文件对磋商保证金的缴纳与退还等相关要求和注意事项，服从招标代理机构的通知安排。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

（附汇款凭证、政府采购投标担保函等有效的凭证或单据）

4 响应书（实质性格式）

响应书

致_____（采购人或采购代理机构）：

我方参加你方就_____（项目分包名称，项目编号/包号）组织的采购活动，并对此项目进行磋商。

1.我方已详细审查全部竞争性磋商文件，自愿参与磋商并承诺如下：

（1）本响应有效期为自响应文件提交截止之日起____个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应竞争性磋商文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方成交，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照竞争性磋商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）：_____。

与本磋商有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____传　　真_____

电话_____电子函件_____

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

5 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至响应有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

供应商名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：_____

委托代理人（签字或签章或印鉴）：_____

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（仅当磋商文件注明允许分支机构参与的），则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。

2.若响应文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》（实质性格式）。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

（实质性格式）

致_____（采购人或采购代理机构）：

兹证明，

姓名：____性别：____年龄：____职务：____

系_____（供应商名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件。

供应商名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：_____

日期：____年____月____日

6 报价一览表（实质性格式）

报价一览表

项目编号/包号：_____　　项目分包名称：_____

序号	供应商名称	报价	
		大写	小写
1			

注：1.此表中，每包的报价应和《磋商分项报价表》中的总价相一致。
2.本表必须按包分别填写。
3.报价单位：人民币元

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

7 磋商分项报价表（实质性格式）

磋商分项报价表

项目编号/包号：_____ 项目分包名称：_____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					
4					
5	…				
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竞争性磋商文件。

3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

4.上述报价应当均考虑了税费等一切费用，可不单列。单列的视为其他费用为除税价格。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

8 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：_____ 项目分包名称：_____

序号	竞争性磋商文件条目号（或页码）	竞争性磋商文件要求	响应文件内容	偏离情况（据实填写）	说明
对本项目合同条款的偏离情况（应进行选择，未选择响应无效）： □**无偏离**（如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对合同条款中的所有要求，均视作供应商已对之理解和响应。） □**有偏离**（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一列明，否则响应无效；对合同条款中的所有要求，除本表列明的偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。）					
1					
2					
3	…				

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

9 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：_____ 项目分包名称：_____

序号	竞争性磋商文件条目号（或页码）	竞争性磋商文件要求	响应内容	偏离情况（据实填写）	说明
1					
2					
3	…				

注：
1.对竞争性磋商文件中的所有商务、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，**响应无效**。
2.“偏离情况”列应据实填写“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

10 竞争性磋商文件要求提供或供应商认为应附的其他材料

10-1 招标服务费缴费承诺书（实质性格式）

《招标服务费缴费承诺书》

致北京国泰建中管理咨询有限公司：

我们在贵公司组织的_____（项目分包名称）项目招标（采购）中若获中标（成交）资格（项目编号/包号：_____），保证在领取中标（成交）通知书的同时按招标（采购）文件的规定，以支票、电汇形式，向贵公司即北京国泰建中管理咨询有限公司（地址：北京市海淀区上地西路 6 号 1 幢 5 层 501，开户银行：招商银行股份有限公司北京分行甘家口支行，账号：531902429310101），一次性支付应缴费用。代理收费标准参考原国家计委印发的计价格[2002]1980 号关于《招标代理机构服务费管理暂行办法》、发改办价格[2003]857 号文《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》及发改价格【2011】534 号文等，其他评审服务费以实际发生为准。因此，我单位理解并同意如果中标（成交）将按贵方规定支付相关费用。

特此承诺！

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

10-2 供应商信息采集表（非实质性格式）

结合政府采购系统中有关采购信息填报的要求，请供应商如实填写下表信息，便于录入、统计。

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型	供应商承接主体类型
…	…	…	…

注：1.第一列填写说明：供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。服务类、工程类项目应当填写提供服务、工程的承包（承建）单位名称，货物类项目应当填写货物标的制造商的名称。

2.第二列填写说明：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.第三列填写说明：根据实际情况填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。

如填写了“外商单独投资”或“外商部分投资”，还需额外明确“欧资企业、美资企业、日资企业、其他”。

4.第四列填写说明：对属于政府购买服务类型的项目应当如实填写本列，否则不做要求。

填写时请根据实际情况选择下列类型之一填写：企业、社会组织、公益二类事业单位、从事生产经营活动事业单位、农村集体经济组织、基层群众性自治组织、个人。

10-3 其他材料（格式自拟，自愿提供）

11 项目业绩证明（非实质性格式）

《供应商业绩说明》

序号	业主名称	项目名称	项目内容	联系方式	是否有用户反馈意见

说明：

1、供应商需要提供能够证明上述业绩真实性的合同复印件，在不违背评分部分特别要求的情况下，合同复印件中必须至少包括合同的甲乙双方、合同详细标的和双方签署页；尽可能明确落款时间与生效时间，供应商应在不涉及商业秘密的前提下尽可能提供详细的合同复印件内容；

2、所有合同复印件应清晰，并由供应商**加盖单位公章**；

3、上述业绩中，如有业主或主管部门的书面评价意见请一并提供；

4、如未按上述要求或违背竞争性磋商文件的相关要求，可经磋商小组认定为无效业绩；

5、磋商小组有权决定所附业绩是否对本项目的采购有指导意义，能否满足本项目的要求。

12 技术部分

说明：请根据本项目的需求，参照评审打分要求，自行编写实施（服务）方案。

（格式自拟）