北京市政府采购项目

公开招标文件

项目名称：2026 首店和夜间消费点位监测项目

项目编号/包号：BJJQ-2026-034

采 购 人：北京市商务局

采购代理机构：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

目　　录

第一章　投标邀请 2
第二章　投标人须知 6
第三章　资格审查 23
第四章　评标程序、评标方法和评标标准 26
第五章　采购需求 36
第六章　拟签订的合同文本 63
第七章　投标文件格式 77

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

第一章　投标邀请

一、项目基本情况

1.项目编号：BJJQ-2026-034

2.项目名称：2026 首店和夜间消费点位监测项目

3.项目预算金额：138.656 万元、项目最高限价（如有）：____万元

4.采购需求：在首都北京全力建设国际消费中心城市的进程中，首发经济与夜间经济已成为驱动消费升级、激活城市活力的核心引擎。首发经济以新品首发、首店落地等多元形态，引领消费潮流迭代，助推商业模式创新；夜间经济通过构建丰富多元的夜间消费场景，深度挖掘消费潜力，充盈城市生活质感。为精准把握两大经济形态的发展脉络，特开展首发经济与夜间经济监测项目，旨在全面摸清发展现状，洞察其运行特点、演进趋势与内在规律，从政府决策优化、行业高质量发展、消费者需求精准满足等多维度协同发力，为北京消费市场的持续繁荣与能级提升提供坚实支撑。

5.合同履行期限：自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月。

6.本项目是否接受联合体投标：□是　■否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

□本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

□本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。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：无。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 01 月 19 日至 2026 年 01 月 26 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 02 月 10 日 10 点 00 分（北京时间）。

地点：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN 3 号楼 9 层会议室（地铁 2 号线、6 号线，朝阳门站 H 口出，向南 200 米）。

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

（2）政府采购支持监狱企业发展

（3）政府采购促进残疾人就业

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

CA 数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理 CA 数字证书或电子营业执照

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

2.2 注册

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

2.3 驱动、客户端下载

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

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

2.4 获取电子招标文件

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

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

2.5 编制电子投标文件

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

2.6 提交电子投标文件

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

2.7 电子开标

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

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：北京市商务局

地址：北京市通州区运河东大街 57 号院 5 号楼

联系方式：邓老师，010-55579374

2.采购代理机构信息

名称：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同 6 号北京 INN3 号楼 9 层

联系方式：杜豫、李辰，010-65699122

3.项目联系方式

项目联系人：杜豫、李辰

电话：010-65699122

第二章　投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。

条款号	条目	内容
2.2	项目属性	项目属性： ■服务 □货物
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： □是 ■否
2.4	核心产品	■关于核心产品本项目__包不适用。 □本项目__包为单一产品采购项目。 □本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：____。
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年_月_日_点_分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年_月_日_点_分 召开地点：_____。
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要 □需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：_____； （2）是否需要随样品提交相关检测报告： □不需要 □需要 （3）样品递交要求：_____； （4）未中标人样品退还：_____； （5）中标人样品保管、封存及退还：_____；

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>（6）其他要求（如有）：_____。</td></tr>
<tr><td>5.1.2</td><td>进口产品</td><td>■本项目不接受进口产品投标。
□本项目接受进口产品投标，具体范围及要求详见《采购需求》。</td></tr>
<tr><td>5.2.5</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><td>标的名称</td><td>中小企业划分标准所属行业</td></tr><tr><td>2026 首店和夜间消费点位监测服务</td><td>租赁和商务服务业</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>11.2</td><td>投标报价</td><td>投标报价的特殊规定：
■无
□有，具体情形：_____。</td></tr>
<tr><td>12.1</td><td rowspan="2">投标保证金</td><td>投标保证金金额：人民币 27000 元
投标保证金收受人信息：
北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司
账号：100000001012010038213600036 7
开户银行：浙商银行股份有限公司北京分行营业部
开户行行号：316100000025
（汇款时，请输入开户银行全称“浙商银行股份有限公司北京分行营业部”，以避免出现汇款不成功）。</td></tr>
<tr><td>12.8.2</td><td>投标保证金可以不予退还的其他情形：
□无
■有，具体情形：中标人不按本须知第 25 条的规定签订合同的。</td></tr>
<tr><td>13.1</td><td>投标有效期</td><td>自提交投标文件的截止之日起算 90 日历天。</td></tr>
<tr><td>18.2</td><td>解密时间</td><td>解密时间：10 分钟</td></tr>
<tr><td>22.1</td><td>确定中标人</td><td>中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人：
■否
□是
中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人：
■得分相同的，按投标报价由低到高顺序确定；得分且投标报价均相同的，以服务得分高者为中标人；得分、投标报价、服务得分均相同的，以商务</td></tr>
</table>

条款号	条目	内容
		得分高者为中标人；得分、投标报价、服务、商务得分均相同的，随机抽取。 □随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ■不允许 □允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：_____； （2）允许分包的金额或者比例：_____； （3）其他要求：_____。
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。
26.1.1	询问	询问提出形式：直接或以邮寄方式提交书面询问函。
26.3	接收询问和质疑的联系方式	1、询问 联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《投标邀请》中的采购代理机构信息和项目联系方式。 2、质疑 联系部门：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司综合法务部； 联系电话：010-65915204； 通讯地址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同6号北京INN 3号楼9层。
27	代理费	收费对象： □采购人 ■中标人 收费标准：以原国家计委《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980号）为基础进行调整，以中标/成交金额为基准。

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>（1）中标/成交金额为 100 万元以下的项目，按照以下固定收费标准执行：
①中标/成交金额为 50 万元以下（含 50 万元）的项目，收取代理服务费 10000 元。
②中标/成交金额为 50~100 万元以下（含 100 万元）的项目，收取代理服务费 15000 元。
（2）中标/成交金额为 100 万元以上的项目，按照下表，以差额定率累进法计算：
<table>
<tr><td>招标类型 费率
中标/成交金额</td><td>货物服务招标</td></tr>
<tr><td>200 万元以下</td><td>1.5%</td></tr>
<tr><td>200~500 万元（含 500 万元）</td><td>1.1%</td></tr>
<tr><td>500~1000 万元（含 1000 万元）</td><td>0.8%</td></tr>
</table>
代理费收受人信息：
收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司
开 户 行：中国农业银行股份有限公司北京朝阳门支行
银行账号：1119 1701 0400 02067
开户行行号：1031 0001 9176
缴纳时间：在领取中标通知书时交付代理费。</td></tr>
</table>

投标人须知

一　说　明

1　采购人、采购代理机构、投标人、联合体

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

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

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

2　资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

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

2.2　项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3　是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4　核心产品见《投标人须知资料表》。

3　现场考察、开标前答疑会

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

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

4　样品

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

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

5　政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1　采购本国货物、工程和服务

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

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

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

5.1.4 本国产品标准

5.1.4.1 本国产品应当符合以下条件：

（一）产品应当在中国境内生产，即在中华人民共和国关境内实现从原材料、组件到产品的属性改变。属性改变是指经过制造、加工或者组装等工序，产生完全不同于原材料、组件的新产品，并具有新的名称和特征（用途）。

属性改变不包括以下细微操作：

1.为确保产品在运输或者储存期间保持某种状态而进行的操作；

2.为产品运输或者销售进行的包装或者展示；

3.在产品或者其包装上粘贴或者印刷品牌、标志、标识以及其他用于区别的标记；

4.简单的上漆、磨光和分装；

5.其他不属于属性改变的情形。

“在中国境内生产”的界定：在国内保税区、综合保税区等海关特殊监管区域生产的产品，属于在中国境内生产的产品；对医疗器械产品，取得药品监督管理部门授予的准字号医疗器械注册证的，属于在中国境内生产的产品；其他产品，根据实际情况判断是否在中国境内生产。

（二）产品在中国境内生产的组件成本占比应当达到规定比例，计算公式为：

$$\frac{\text{产品在中国境内生产的组件成本}}{\text{产品总成本}} \geq \text{规定比例}$$

在分产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，符合 5.1.4.1 第（一）项条件的产品在政府采购活动中视同本国产品。

（三）对特定产品，在符合 5.1.4.1 第（一）项和第（二）项条件的基础上，应当符合财政部会同有关行业主管部门确定的其关键组件、关键工序在中国境内生产、完成等要求。

特定产品及其关键组件、关键工序相关要求，见财政部通知。

5.1.4.2 本国产品标准适用于货物，包括政府采购货物项目和服务项目中涉及的货物。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。

5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.2.1 中小企业定义：

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

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

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

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

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

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

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

5.2.2 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。

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

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

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

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

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

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

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

5.2.4 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》。

5.2.5 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》。

5.2.6 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》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

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

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

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

5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

5.4.1 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）。

5.5 网络安全专用产品

5.5.1 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。

5.6 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.6.1 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》。

5.7 采购需求标准

5.7.1 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》。

5.7.2 其他政府采购需求标准

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

6 投标费用

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

二 招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 资格审查

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

第五章 采购需求

第六章 拟签订的合同文本

第七章 投标文件格式

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

8 对招标文件的澄清或修改

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

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

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

三 投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

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

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

9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中

文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10 投标文件构成

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

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

10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

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

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

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

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

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

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

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

12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自

愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

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

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

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

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

12.6 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

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

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

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

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

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

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

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

14 投标文件的签署、盖章

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

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

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

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

16 投标截止时间

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

17 投标文件的修改与撤回

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

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

五 开标、资格审查及评标

18 开标

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

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

18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内

提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。

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

18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

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

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

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

22 确定中标人

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

23 中标公告与中标通知书

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

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

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

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

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

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

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

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

25.4 政府采购合同不能转包。

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

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

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

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

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可

以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

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

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

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

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

27 代理费

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

第三章　资格审查

一、资格审查程序

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

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

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

4　资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。	提供证明文件的电子件或电子证照
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
1-3	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机	无须投标人提供，由采购人或采购代理机

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

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

第四章　评标程序、评标方法和评标标准

一、评标方法

1　投标文件的符合性审查

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

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

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
8	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
9	分包其他要求（如有）	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书电子件（如有）；
10	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	报价合理性	报价合理，或投标人的报价存在异常低价情形，能够应评标委员会要求在规定时间内提供书面说明、证明材料证明其报价合理性的；
12	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；
13	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；
14	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
15	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

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

2.2 异常低价审查

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

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

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

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

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

2.2.2 评审委员会启动异常低价审查后，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内（应至少为供应商提供 30 分钟准备说明时间，最长限定时间由评审委员会视评审进度决定）提供书面说明及必要的证明材料，对投标（响应）价格作出

解释。

2.2.3 供应商说明材料应至少包括价格构成、成本测算依据、报价合理性说明等。

2.2.4 评审委员会应当结合同类产品在主要电商平台的价格、该行业当地薪资水平等情况，依据专业经验对报价合理性进行判断。如果投标（响应）供应商不提供书面说明、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，应当将其作为**无效投标**处理。

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

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

□有，具体规定为：_____

■无，按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。

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

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

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

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

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

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

2.5 落实中小企业扶持政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予___%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___%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 落实本国产品政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.1 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 政府采购活动中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。

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

序号	评分因素	评价指标和分值		
1	商务 （10 分）	业绩及经验	10 分	自 2020 年 1 月 1 日（以合同签订日期为准）至今每有一个同类或类似活动业绩得 2 分，最多得 10 分。 **（须提供有效合同的复印件并加盖投标人公章）**
2	服务 （80 分）	项目重难点分析	7 分	**综合考虑投标人针对本项目采购需求和本项目业务现状及发展趋势的熟悉和了解程度所提出的项目分析，内容包括但不限于项目概况、项目内容、项目目的及意义分析等。** 需求理解全面透彻，能够结合项目背景准确理解项目意图，分析详尽准确，内容表述清晰，对于项目需求的目的及意义有深入解析，对各项任务和基本要求能够进一步细化，形成完整的工作思路，得 7 分； 投标人对本项目需求理解基本全面、有一般性理解，能够结合项目背景理解项目意图，分析详细，能够对项目需求的目的及意义进行解析，针对各项任务和基本要求能够形成较为完整的工作思路，得 4 分； 投标人对本项目需求理解有较多欠缺且分析简略，对项目需求的目的及意义解析粗糙，未能形成有效的工作思路，得 1 分； 未提供，得 0 分。
		首发经济监测与评估监测对象和范围工作方案	9 分	**综合考虑投标人提供的首发经济监测与评估监测对象和范围工作方案对应采购需求“四、首发经济监测与评估的实施要求”中的（一）监测对象和范围要求（3 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		首发经济监测与评估监测数据处理方案	12 分	**综合考虑投标人提供的首发经济监测与评估监测数据处理方案对应采购需求“四、首发经济监测与评估的实施要求”中的（三）监测数据处理要求（4 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		首发经	9 分	**综合考虑投标人提供的首发经济监测与评估报告的编写与提交方案**

序号	评分因素	评价指标和分值		
		济监测与评估报告的编写与提交方案		**对应采购需求“四、首发经济监测与评估的实施要求”中的（四）报告的编写和提交要求（3 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		夜经济监测与评估对象和范围工作方案	3 分	**综合考虑投标人提供的夜经济监测与评估对象和范围工作方案对应采购需求“五、夜经济监测与评估的实施的服务要求”中的（一）对象和范围要求（1 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		夜经济监测与评估点位数据处理方案	12 分	**综合考虑投标人提供的夜经济监测与评估点位数据处理方案对应采购需求“五、夜经济监测与评估的实施的服务要求”中的（三）点位数据处理要求（4 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		夜经济点位动态评议的审定和提交方案	3 分	**综合考虑投标人提供的夜经济点位动态评议的审定和提交方案对应采购需求“五、夜经济监测与评估的实施的服务要求”中的（四）点位动态评议的审定和提交要求（1 项）要求进行阐述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		夜经济监测与评估点	9 分	**综合考虑投标人提供的夜经济监测与评估点位监测评估报告的编写和提交方案对应采购需求“五、夜经济监测与评估的实施的服务要求”中的（五）点位监测评估报告的编写和提交要求（3 项）要求进行阐**

序号	评分因素	评价指标和分值		
		位监测评估报告的编写和提交方案		**述，每项阐述评分标准如下：** 阐述完整，支撑方案充分，能够满足采购需求，得 3 分； 阐述完整、支撑方案不充分，基本满足采购需求，得 2 分； 阐述存在缺失无支撑方案，不能满足采购需求，得 1 分； 不满足要求或未提供方案，得 0 分。
		宣传推广方案	6 分	**综合考虑本项目对宣传的要求及宣传媒介要求（包括但不限于：撰写首店、首发活动新闻稿，每月撰写一篇，全年共计 12 篇，根据当月首店和首秀活动进行选题策划，为媒体宣传和首店首秀推广提供基础文件；以官方媒体、地方主流媒体为核心传播阵地，动态整合“夜京城”点位申报与实时监测成果，高效提炼生成权威宣传通稿。聚焦特色节庆活动与核心消费群体，围绕暑假、七夕、中秋等重要时间节点，策划推出“夜京城”系列宣传报道，打造一批兼具话题热度与创新活力的夜经济宣传作品。全年计划产出不少于 15 篇夜经济相关的宣传文稿，持续提升“夜京城”品牌的关注度与影响力。）并提供详细的方案：** 宣传方案整体内容全面、具体、清晰、设计规划合理，宣传媒介完全满足项目需求，能够完全满足本项目采购人要求，得 6 分； 宣传方案内容较为全面、较为具体、较为清晰、设计规划较为合理，宣传媒介满足项目基本需求，能够满足采购人要求，得 4 分； 宣传方案内容缺漏、不具体、不清晰度、设计规划不合理，宣传媒介不满足项目需求，不能满足采购人基本要求，得 2 分； 未提供不得分。
		人员保障方案	10 分	**综合考虑投标人提供的人员保障方案对应采购需求“六、项目实施保障要求”中的（一）人员保障要求进行阐述，包括但不限于设置专业、稳定、分工明确；项目团队包括项目负责人、报告设计人员、数据采集人员、数据清洗整理人员、报告撰写人员、排版设计人员、校对人员：** 人员组成科学合理，人员综合素质高、能力和专业性强，职责分工清晰明确，经验丰富的，得 10 分； 人员组成较科学合理，人员综合素质较高、能力和专业性较强，职责分工较清晰明确，经验较丰富的，得 6 分； 人员组成科学合理性较差，人员综合素质一般、能力和专业性较差，

序号	评分因素	评价指标和分值		
				职责分工不明确，人员经验欠缺的，得 2 分； 未提供不得分。
3	价格 （10 分）	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：（此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4、2.5 及 2.6。） 投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。		
合计 100 分				

第五章　采购需求

一、项目背景

（一）首发经济

在当前经济格局深刻变革、消费市场持续升级的时代浪潮下，首发经济作为一种新兴经济形态，正成为推动城市经济发展、提升城市竞争力的关键力量。北京市积极推动首发经济发展，有着深厚且多元的时代背景。

从政策导向来看，《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出“促进形成更多由内需主导、消费拉动、内生增长的经济发展模式”，并强调完善扩大消费长效机制，为首发经济发展筑牢了战略根基。党的二十届四中全会进一步明确“以新需求引领新供给，以新供给创造新需求”，而首发经济作为供需互促的重要载体，成为落实这一战略的关键抓手。在此政策红利下，北京市积极承接国家战略，将发展首发经济作为激活消费潜力、巩固国际消费中心城市地位的重要路径，持续推动政策落地见效。

消费市场的变化是北京市推动首发经济的重要动力。随着居民收入水平的稳步提高，中等收入群体不断扩大，消费者的需求日益呈现出多样化、个性化和品质化的特征。他们不再满足于传统的消费选择，对新产品、新业态、新模式充满期待，愿意为具有创新性、独特性的消费体验支付溢价。首发经济所带来的新品首发、首店开业等活动，恰好能满足消费者对新鲜事物的追求，为他们提供更丰富、更优质的消费选择，从而激发消费潜力，促进消费市场的繁荣。

北京发展首发经济具备突出优势与扎实基础。作为首都，北京经济实力稳固，2025 年地区生产总值稳步攀升，居民人均可支配收入持续增长，强劲的消费潜力为首发经济筑牢了经济根基、拓宽了市场空间。同时，依托全国文化中心与国际交往中心的定位，北京深厚的文化底蕴与蓬勃的文商旅融合发展态势，能为首发经济赋予独特文化内核，有效提升品牌价值。此外，北京商业基础设施完备，交通、通信等配套体系高效便捷，坐拥王府井商业街、北京 SKP 及新晋商业地标超极合生汇等优质载体，为品牌首发、首店落地提供了理想支撑。

此外，国内其他城市如上海、杭州、成都等在首发经济领域的积极探索和成功实践，也为北京提供了宝贵的经验借鉴和竞争压力。这些城市通过举办各类首发活动、出台优惠政策等方式，吸引了大量品牌入驻，提升了城市的商业活力和影响力。北京为保持在全国经济发展中的领先地位，积极推动首发经济发展，以增强自身的综合竞争力。

（二）夜经济

随社会经济持续稳健发展，夜经济内涵与价值不断拓展深化，成为驱动国民经济增长的核心引擎。商务部《城市居民消费习惯调查报告》显示，60%城市居民消费行为发生在夜间，大

型商场 18 点至 22 点的销售额占比超全天 50%；中国旅游研究院《2024 中国夜间经济发展报告》显示，2024 年全国夜间旅游总花费将达 1.91 万亿元，同比增幅高达 21.7%。“夜间”已成为激活城市消费潜能的黄金时段。

2025 年首都经济社会高质量发展推进大会明确提出，全方位扩大消费，强化文商旅体融合，构建多元化消费场景。夜经济成为促进消费业态融合、创新消费场景、擦亮城市消费品牌的关键抓手，为本市培育建设国际消费中心城市注入强劲动能。鉴此，开展北京市夜经济监测评估，围绕客流活力、消费规模、业态活动、便民体验、政策保障等维度，对北京市夜经济地标、打卡地、生活圈进行全面追踪，精准捕捉夜间消费发展趋势与特征，可以为夜经济高质量发展提供数据支撑与决策参考。

自 2019 年北京公布首批“夜京城”地标起，已连续七年进行夜间经济场景的评议与推介。2025 年，北京市共推出 25 个“夜京城”地标、84 个“夜京城”打卡地以及 30 个“生活圈”。从空间上来看，“夜京城”的版图不断由中心区向外扩展；从场景来看，今年“夜京城”点位场景更为多元，除商业街区与餐饮美食外，还涵盖历史地标、文化场馆、城市公园、文旅景区、特色园区、夜间市集等，呈现出特色鲜明、业态多元、场景融合的特点。

为精准把握夜经济发展态势，持续提升“夜京城”品牌影响力，2026 年夜经济动态监测与评议工作将基于面向各单位征集“夜京城”特色地标、打卡地、生活圈征集情况，通过月度信息收集、实地踏勘、大数据分析方式，强化全年全域监测，筑牢数据支撑基础；在数据基础上，针对不同类型点位构建夜经济评估指标体系，深化季度动态分析，提升决策建议效能；结合重要节日假期，对重要夜间消费点位、特色场景及主题活动，强化“夜京城”品牌宣传推广，激发消费市场活力。

二、项目意义

（一）助力国际消费中心城市建设

在国家推动国际消费中心城市培育建设的战略布局下，北京肩负重任。首发经济中，国际知名品牌选择在北京进行全球首发、亚洲首发等活动，能够吸引全球目光，将北京打造成为新产品、新潮流的发源地。众多高端首店的入驻，更是直接提升了北京商业的国际化水平。而夜间经济方面，打造具有国际影响力的夜间消费地标，如升级后的王府井、三里屯等夜间消费集聚区，通过融合国际时尚元素与北京本土文化特色，吸引全球游客与消费者前来体验。这不仅能提升北京在全球消费市场的地位，还能吸引更多国际消费资源汇聚，加快北京国际消费中心城市的建设步伐。

（二）激发消费新动能

随着北京居民收入稳步提升，消费市场的增长潜力正等待进一步挖掘。作为国际消费中心城市的核心动力，北京“五首”经济以首店、首发、首秀、首展、首演为核心，通过全新产品供给与创新场景体验，精准契合了消费者对潮流与新鲜事物的追求。例如京东 MALL 等载体的智能科技新品首发，汇集人形机器人、AI 智能家电等前沿产品，点燃科技爱好者的体验热情；三里屯太古里、SKP 等首店集聚中心的全球潮牌首店落地，持续吸引时尚人群打卡消费。北京夜间经济版图持续扩容，涵盖夜间购物、特色餐饮、文旅夜游、潮流市集等多元业态。簋街、好运街等美食街区汇聚全球风味，成为市民深夜觅食的热门选择；八达岭夜长城的沉浸式演出，让历史文脉与夜间休闲深度融合。这些丰富的消费场景充分激活了市民夜间消费潜力，有效释放消费热情、扩大消费规模，为 2025 年北京城市经济增长注入了强劲且持久的动力。

（三）促进产业升级转型

在首发经济中，企业为了在激烈的市场竞争中脱颖而出，会加大在研发、设计等方面的投入，推出新技术、新模式的产品或服务。例如，一些科技企业通过首发智能穿戴设备，展示最新的传感器技术与智能交互模式，推动整个智能穿戴产业的升级。夜间经济的繁荣发展，也促使相关产业不断优化升级。以夜间旅游为例，蓝色港湾灯光节，搭配 AR 互动系统打造沉浸式游览体验，推动文化展示与科技应用深度融合；八达岭夜长城融入沉浸式互动演出与角色扮演，倒逼景区在夜间客流管控、安全保障等管理模式上迭代创新；大运河夜游航线升级优化，15 公里航程串联两岸夜景，配套暖冬船舱服务与沿线餐饮市集，让景区配套服务更贴合全时段消费需求。餐饮住宿行业为了满足夜间消费者的需求，在菜品创新、服务时间延长、环境营造等方面不断改进，整体助力北京产业结构从传统向现代、高端、智能化转型。

（四）提升城市商业活力

通过监测首发经济与夜间经济，政府与企业能够精准把握市场动态。对于首发经济，了解哪些品牌的首发活动最受消费者欢迎，首发产品的市场反馈如何，从而吸引更多类似优质品牌来京开展首发活动。例如，根据监测数据，吸引更多具有创新设计的时尚品牌来京首发新品。对于夜间经济，分析不同区域夜间消费的高峰时段、热门业态，从而优化夜间商业布局，丰富夜间消费业态。如在一些高校集中区域，增加夜间文化创意集市、24 小时书店等业态。这一系列举措能够活跃城市商业氛围，让北京商业始终保持活力与竞争力，使北京成为充满魅力的商业之都。

（五）增强城市吸引力与辐射力

丰富多样的首发活动与夜间经济活动，具有强大的吸引力。对于本地消费者而言，不断更新的首发产品、精彩纷呈的夜间消费场景，满足了他们对高品质生活的追求，增强了他们对城

市的认同感与归属感。对于外地游客及商务人群来说，北京的首发经济是体验最新潮流与前沿科技的窗口，夜间经济则是感受北京独特文化魅力的绝佳途径。例如，来京商务人士在工作之余，可前往新工体-三里屯太古里融合地标参与潮流音乐现场或主题赛事活动，沉浸式感受北京的现代时尚活力；外地游客可漫步夜长城，欣赏沉浸式互动演出，或是在隆福寺文化街区的夜间演艺市集体验非遗文创与特色餐饮，深度领略老北京文脉与现代夜经济的交融魅力。这种吸引力不仅提升了北京的城市形象，还能增强北京对周边地区乃至全国的消费辐射能力，带动区域消费协同发展。

（六）创造就业岗位

首发经济与夜间经济的繁荣发展，带动了上下游产业的协同发展。在首发经济方面，从产品的研发设计环节，需要专业的设计师、研发人员；产品首发活动的策划执行，需要活动策划、营销推广、场地布置等各类人才；产品销售过程中，需要销售人员、售后服务人员等。夜间经济领域同样如此，夜间餐饮行业需要厨师、服务员、食材采购人员；夜间文化娱乐场所需要演艺人员、设备维护人员、管理人员；夜间旅游需要导游、景区服务人员等。这些产业的发展创造了大量不同层次、不同类型的就业机会，有效缓解了就业压力，为社会稳定与发展做出贡献。

（七）推动文化传播与融合

北京作为历史文化名城，拥有深厚的文化底蕴。在首发经济中，许多老字号品牌通过首发新产品，将传统工艺与现代设计相结合，传播北京的传统文化。例如，全球首发节国潮珠宝首发站活动中，菜百首饰、北京市珐琅厂等诸多老字号集中发力，“浮光蝶影”系列新品及马年贺岁产品等，通过“即秀即售”的沉浸式模式，让传统非遗技艺在现代消费场景中焕发新生；北京稻香村推出“骏马踏福”系列生肖新品，以 Q 版小马造型结合传统吉祥符号，成为年轻消费群体的打卡热点。夜间经济活动更是文化传播与融合的重要载体，“会馆有戏”系列活动持续点亮夜间文化版图，北方昆曲剧院等通过“演艺+体验”的模式让观众在古建空间中沉浸式感受昆曲雅致；前门大街推出“前门美食荟”夜间活动，不仅汇集非遗风味小吃，更增设取暖设施与本土乐队演出，让游客与市民在烟火气中感受老北京夜生活的独特魅力。这种文化与商业的深度融合，不仅传播了北京的文化，还提升了城市的文化软实力，让北京在文化与经济的交融中焕发出新的魅力。

（八）优化消费环境

通过对首发经济与夜间经济的监测，能够及时发现消费过程中存在的问题。在首发活动中，可能存在产品质量投诉、售后服务不到位等问题；夜间经济中，可能存在夜间公共安全隐患、消费场所卫生不达标等情况。政府部门依据监测数据，能够有针对性地完善相关政策，加强市

场监管。例如，制定更严格的首发产品质量监管政策，加大对夜间消费场所的安全检查力度，提升公共服务水平，如延长夜间公共交通运营时间、增加夜间公共卫生设施等。这一系列举措能够为消费者营造更优质、安全、便捷的消费环境，提升消费者的满意度与消费信心。

（九）带动区域协同发展

首发经济的品牌集聚效应明显，当众多知名品牌在北京进行首发活动、开设首店时，会吸引相关产业链上下游企业向北京聚集。同时，这些品牌所在的商圈周边区域，会围绕品牌的需求，完善基础设施建设，如提升道路通行能力、优化停车设施等。夜间经济的特色街区发展也具有类似作用，以什刹海夜间消费街区为例，其发展带动了周边胡同的环境整治、民宿产业的规范提升。不同区域之间通过首发经济与夜间经济的互动，实现资源共享、优势互补，促进区域间协同发展，提升城市整体发展水平，形成更具活力与竞争力的城市发展格局。

（十）为行业发展提供借鉴

首发经济与夜间经济的监测成果，能够为消费行业提供丰富的数据与市场洞察。通过分析首发产品的销售数据、消费者反馈，企业可以了解市场趋势，把握消费者对产品功能、设计、价格等方面的偏好，从而制定精准的产品研发与营销策略。对于夜间经济，分析不同夜间消费业态的经营数据、消费者流量变化规律，行业内企业可以借鉴这些经验，优化自身的经营模式。例如，夜间酒吧可以根据监测数据，调整营业时间、酒水品类，以适应消费者需求。这一系列监测成果有助于推动整个消费行业健康、可持续发展，提升行业的整体竞争力与创新能力。

三、项目总体说明

在首都北京全力建设国际消费中心城市的进程中，首发经济与夜间经济已成为驱动消费升级、激活城市活力的核心引擎。首发经济以新品首发、首店落地等多元形态，引领消费潮流迭代，助推商业模式创新；夜间经济通过构建丰富多元的夜间消费场景，深度挖掘消费潜力，充盈城市生活质感。为精准把握两大经济形态的发展脉络，特开展首发经济与夜间经济监测项目，旨在全面摸清发展现状，洞察其运行特点、演进趋势与内在规律，从政府决策优化、行业高质量发展、消费者需求精准满足等多维度协同发力，为北京消费市场的持续繁荣与能级提升提供坚实支撑。

（一）项目时间

自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月。

（二）项目内容

本项目内容包括首发经济监测与评估、夜经济监测与评估两个部分。首发经济部分，对落地北京的新增首店、存量首店、首发活动经营情况进行动态监测与评估；夜经济部分，针对各

区商务局、企业申报和各区推荐点位进行评议，评选 2026 年新一轮“夜京城”地标、打卡地、生活圈并对“夜京城”点位进行监测评估。

1.新增首店监测评估

以月度为单位，对每月全市新增首店进行跟踪监测，包括总体情况、增长情况、区域和商圈分布情况、业态情况、品牌属地和来源情况，分析首店发展趋势。

2.存量首店监测评估

对 2019 年以来 5587 家首店进行存量状况跟踪监测，摸排首店在营情况、品牌拓展情况，对存量首店的经营情况、发展需求等进行多维度的跟踪和研究，归纳发展的变化和特点，分析发展的挑战和问题，给出首店优化发展的策略和建议。

3.首发活动监测评估

以月度为单位，对每月全市的首发活动进行跟踪监测，包括活动规模、举办方、活动类型、活动效益、首发产品品牌、首发品牌属地、首发产品类型等多个方面，分析首发活动发展情况。

4.“夜京城”点位动态评议

面向市级相关部门、市场主体和各区商务部门开展 2026 年“夜京城”点位征集和月度信息采集工作；结合点位自主申报、实地监测、互联网平台大数据对申报点位的运营情况进行全方面评估，最终经过专家评审，产生 2026 年度“夜京城”地标、打卡地、生活圈名单。

评估工作基于自主申报、实地走访、消费者调研、平台大数据等，围绕“夜经济活跃度”（含夜间客流量、人流高峰时段等）“夜经济消费力”（含夜间营收占比、夜间经营收益等）“业态活动丰富度”（含延时商户占比、文化/艺术/科技等 IP 活动数量等）“夜间消费便利度”（含公交、地铁站站点密度等）“管理宣推力”（含夜间管理组织、专项举措等）等维度进行“夜京城”点位的动态评议。

5.“夜京城”点位监测评估

针对夜间消费点位的监测数据进行季度分析，分别从政策背景、市场趋势、发展现状等方面出发，结合现场调研和数据采集，围绕“夜经济活跃度”“夜经济消费力”“业态活动丰富度”“夜间消费便利度”“管理宣推力”等维度全面、精准反映 2026 年北京市夜间经济发展动态与存在问题，并提出针对性发展建议，定期出具夜经济监测报告。

四、首发经济监测与评估的实施

（一）监测对象和范围

1.新增首店监测评估：新增首店监测范围为在本市范围内 60 个商圈、227 家主要商业设施开设的首店，重点涉及北京首店、中国（内地）首店、亚洲首店、旗舰店、创新概念店 5 类首

店。监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

2.存量首店监测评估：存量首店监测范围为2019年以来，北京评定的北京首店、中国（内地）首店、亚洲首店、旗舰店、创新概念店5类首店。监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

3.首发活动监测评估：首发活动监测范围为本市范围内60个商圈、227家主要商业设施举办的首发活动，监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

（二）数据采集表表式和主要指标解释

详见附件1

（三）监测数据处理

1.数据采集方式：一来自企业自申报数据；二是来自互联网平台的大数据；三是来自用户问卷；四是来自实地走访。

2.数据清洗校对。一是数据清洗，对搜集到的数据进行筛选、清洗和整理，填写录入有效数据。二是数据校对，完成上述数据采集后，需对初采数据进行最终校对，交叉验证、查遗补漏，按照各类数据监测频次形成数据报表。

3.数据评估分析。综合采集到全部有效数据，结合市场发展情况与趋势，对收集数据展开分析和归纳总结。

4.报告撰写。综合采集到全部有效数据，构建合理的报告架构，对首发经济及夜经济发展情况展开系统分析。

（四）报告的编写和提交

1.新增首店监测评估报告核心内容

以月度为单位，对每月全市新增首店进行跟踪监测，形成跟踪监测数据表，同时以季度为单位撰写监测评估报告，季度监测报告具体包括以下内容：

一图总览：全市首店季度分析地图；

首店类型分析：对首店品牌能级、品牌所属业态、品牌来源（域外引进、品牌内部创新）等方面展开分析；

首店区位分析：对首店品牌选址情况展开分析，详细剖析首店品牌进驻的商圈、项目级次（重奢、中高端）、项目形态（街区、盒子、街边店），将落位项目与首店品牌级次做交叉分析；

非核心商圈分析：关注北京非核心商圈首店引进情况，结合区域发展情况，重点关注区域首店引进情况，挖掘区域内热点打卡的“非标首店”情况。

2.存量首店监测评估

对 2019 年以来 5587 家存量首店进行跟踪监测，以年度为单位摸排首店在营情况、品牌拓展情况，对存量首店的经营情况、发展需求等进行多维度的跟踪和研究，制定存量首店年度发展监测与评估报告，归纳发展的变化和特点，分析发展的挑战和问题，给出首店优化发展的策略和建议。

3.首发活动监测评估

以月度为单位，对每月全市的首发活动进行跟踪监测，形成跟踪监测数据表，同时以季度为单位撰写监测评估报告，季度监测报告具体包括以下内容：

首发活动案例卡：以案例卡形式整合当季首发活动情况，汇总首发活动中的首发品牌、首发产品、首发产品订单量（如有）、活动区位、活动规模等信息；

首发活动品牌分析：对首发活动品牌在京开店数量、在京设立法人主体情况、在京投资情况（研发中心、销售中心等）等展开分析；

首发活动产品分析：对首发活动涉及的新产品展开分析，重点关注新产品首发能级（全国首发、全球首发、北京首发等）、新产品所属品类（科技类、文创类、服饰类、家电类等）、产品创新能级（新型款式、新型产品系列、新型产品线等）。

2026 年项目提交成果包括月度检测表、季度分析报告、年度分析报告三类，具体如下：

序号	报告类型	报告名称	报告形式	项目期间成果数量	交付日期
1	新增首店	新增首店月度监测表	Excel	12 份	各月 10 日前
2		新增首店月度简报	Word	12 份	各月 10 日前
3		新增首店第一季度分析报告	Word	1 份	2025 年 4 月 10 日前
4		新增首店第二季度分析报告	Word	1 份	2025 年 7 月 10 日前
5		新增首店第三季度分析报告	Word	1 份	2025 年 10 月 10 日前
6		新增首店年度分析报告	Word	1 份	2025 年 12 月 10 日前
7	存量首店	存量首店年度分析报告	Word	1 份	2026 年 12 月 10 日前
8	首发活动	首发活动月度监测表	Excel	12 份	2026 年 1-12 月，各月 10 日前
9		首发活动第一季度分析报告	Word	1 份	2026 年 4 月 10 日前

序号	报告类型	报告名称	报告形式	项目期间成果数量	交付日期
10		首发活动第二季度分析报告	Word	1 份	2025 年 7 月 10 日前
11		首发活动第三季度分析报告	Word	1 份	2025 年 10 月 10 日前
12	首发经济	首发经济发展年度分析报告 （含新增首店、首发活动第四季度分析报告）	Word	1 份	2025 年 12 月 10 日前

（五）宣传推广

撰写首店、首发活动新闻稿，每月撰写一篇，全年共计 12 篇，根据当月首店和首秀活动进行选题策划，为媒体宣传和首店首秀推广提供基础文件。

五、夜经济监测与评估的实施

（一）对象和范围

基于 2025 年评选出的“夜京城”点位，包括前门大街、隆福寺文化街区、王府井、北京 CBD 商圈、新工体-三里屯太古里、蓝色港湾-亮马河国际风情水岸等 25 个“夜京城”地标，北海公园、簋街、宫门口-东西岔胡同、檀谷、北京荟聚等 84 个“夜京城”打卡地，以及安定门老北京平房胡同生活圈、万科-拂林园一刻钟便民生活圈等 30 个“夜京城”生活圈，以及 2026 年度各部门单位申报新一轮“夜京城”点位，组织开展实地踏勘和市场调研，系统开展各点位动态监测与季度评估。在此基础上，持续挖掘夜经济消费新场景，及时梳理汇总未纳入现有名单的商圈、商业体、街区、公园、生活圈等代表性的夜经济点位，提炼标杆示范价值，持续充实完善全市夜经济数据库。

2025 年“夜京城”地标：

序号	所属区	名称	备注
1	东城区（3 个）	前门大街	
2		隆福寺文化街区	
3		王府井	
4	西城区（3 个）	天桥演艺区	
5		北京展览馆	
6		什刹海-地外	
7	朝阳区（8 个）	新工体-三里屯太古里	
8		蓝色港湾-亮马河国际风情水岸	包含亮马河风情水岸、蓝色港湾餐饮

			街区等点位
9		798•751 艺术街区	
10		北京奥林匹克中心区	包含奥森公园、奥林匹克塔、鸟巢、水立方、国家网球中心等点位
11		北京 CBD 商圈	包含国贸中心、财富中心、秀水街、北京华贸中心餐饮街区等点位
12		北京欢乐谷	
13		朝阳大悦城	
14		朝阳合生汇	包含合生汇•21 街区
15	海淀区（1 个）	五棵松	包含华熙 LIVE·五棵松、五棵松万达广场等点位
16	石景山区（1 个）	首钢园	
17	通州区（2 个）	北京（通州）大运河文化旅游景区中区	
18		北京环球度假区城市大道	
19	昌平区（3 个）	乐多港假日广场	包含乐多港万豪酒店、乐多港万达广场餐饮街区等点位
20		居庸关夜长城	
21		北京超极合生汇	
22	怀柔区（1 个）	雁栖湖旅游风景区	
23	平谷区（1 个）	梨树沟休闲谷	
24	密云区（1 个）	密云古北水镇国际旅游度假区	
25	延庆区（1 个）	八达岭夜长城	

2025 年“夜京城”打卡地：

序号	所属区	类型	名称

1	东城区（4 个）	餐饮美食类（2 个）	簋街
2			五道营胡同
3		城市公园类（2 个）	天坛公园
4			龙潭中湖公园
5	西城区（3 个）	餐饮美食类（1 个）	华威约饭街
6		城市公园类（1 个）	北海公园
7		商圈街区类（1 个）	宫门口-东西岔胡同
8	朝阳区（20 个）	餐饮美食类（7 个）	北京 CBD 中骏世界城
9			北京望京合生麒麟新天地
10			霄云路美食街
11			新辰里购物中心餐饮区
12			毕淘买生活广场餐饮街区
13			月色码头特色餐饮街区
14			好运街国际美食街
15		城市公园类（1 个）	温榆河公园朝阳段
16		商圈街区类（5 个）	丽都商圈
17			三里屯一号场 T+Mall
18			THEBOX 朝外|年轻力中心
19			北投购物公园
20			belo park 彼落公园
21		特色园区类（5 个）	酷车小镇
22			首创•郎园 Station
23			三里屯 4 号院
24			北投奥园 1314
25			浩华文化创意产业园
26		文旅景区类	北京朝阳美食观光巴士

		（1 个）	
27		夜间市集类 （1 个）	潘家园旧货市场
28	海淀区 （9 个）	餐饮美食类 （2 个）	悦界主题街区
29			北京牡丹园特色商业街
30		商圈街区类 （4 个）	西三旗万象汇
31			海淀大悦城
32			1733 商业空间
33			中关村 ArtPark 大融城
34		文旅景区类 （1 个）	紫竹院公园
35		特色园区类 （2 个）	龙徽 1910 文化创意产业园
36			北京卫星制造厂科技园区
37	丰台区 （9 个）	餐饮美食类 （1 个）	万丰路餐饮街
38		城市公园类 （2 个）	凉水河·榴香森林公园
39			北京世界公园
40		商圈街区类 （6 个）	丽泽商圈
41			京东 MALL 北京南三环店
42			汇琴购物中心
43			金唐新光界
44			长辛店老镇国潮时尚街区
45			丰台大悦春风里
46	石景山区 （4 个）	餐饮美食类 （2 个）	台湾街
47			北京喜隆多购物中心
48		商圈街区类 （1 个）	京西大悦城
49		文旅景区类 （1 个）	模式口历史文化街区
50	门头沟区	商圈街区类	檀谷

	（1 个）	（1 个）	
51	房山区（3 个）	餐饮美食类（1 个）	一站一街·中央大道
52		商圈街区类（1 个）	龙湖北京房山天街
53		夜间市集类（1 个）	滨水森林公园东区广阳北市
54	通州区（6 个）	商圈街区类（2 个）	通州万达广场
55			首开通州万象汇
56		餐饮美食类（1 个）	环影十二街
57		特色园区类（3 个）	月亮河艺术小镇
58			1988 国际体育小镇
59			东郎文化创意产业园
60	顺义区（2 个）	餐饮美食类（1 个）	中粮·祥云小镇商业街
61		夜间市集类（1 个）	金宝天阶烟火夜巷
62	昌平区（5 个）	餐饮美食类（1 个）	超极合生汇餐饮街区
63		商圈街区类（3 个）	首开 LONG 街
64			龙域中心西区商业街
65			沙河玖耀里
66		夜间市集类（1 个）	辛庄 park·田野东市
67	大兴区（2 个）	商圈街区类（2 个）	龙湖北京大兴天街
68			荟聚
69	怀柔区（2 个）	商圈街区类（1 个）	怀柔青春万达广场
70		特色园区类（1 个）	科学城创新小街

71	平谷区（3 个）	特色园区类（2 个）	钨丝邦创意工厂
72			平谷乐动力桃花运动中心
73		夜间市集类（1 个）	星光市集
74	密云区（1 个）	商圈街区类（1 个）	密云万象汇
75	延庆区（7 个）	文旅景区类（4 个）	北京世园国际旅游度假区
76			延庆奥林匹克园区
77			永宁古城北街
78			妫河夜画
79		商圈街区类（2 个）	延庆万达广场
80			环球新意百货广场
81		特色园区类（1 个）	延庆好物文化创意产业园暨铸造艺术区
82	经开区（3 个）	餐饮美食类（1 个）	亦花园创意产业生态园餐饮街区
83		商圈街区类（2 个）	大族广场购物中心
84			王府井奥莱 UP TOWN

2025 年“夜京城”生活圈：

序号	所属区	名称
1	东城区（3 个）	安定门老北京平房胡同生活圈
2		前永康生活圈
3		崇外大街西区生活圈
4	朝阳区（3 个）	万科-拂林园一刻钟便民生活圈
5		康营家园便民生活圈
6		奥运村北一刻钟便民生活圈
7	海淀区（2 个）	甘家口街道首体南路东生活圈
8		塔院商业文化生活圈
9	丰台区	三环新城一刻钟便民生活圈

10	（2 个）	方庄时代 life 生活圈
11	石景山区 （1 个）	古城南路便民生活圈
12	门头沟区 （3 个）	城子大街生活圈
13		新桥大街生活圈
14		石门营生活圈
15	房山区 （2 个）	华冠生活圈
16		龙湖天街生活圈
17	通州区 （3 个）	领展生活圈
18		贵友生活圈
19		西关生活圈
20	顺义区 （3 个）	顺恒大街便民生活圈
21		顺义新城便民生活圈
22		建新-怡馨老城区社区便民生活圈
23	昌平区 （1 个）	城南街道东生活圈
24	大兴区 （1 个）	首座御园-团河便民生活圈
25	怀柔区 （1 个）	商业街生活圈
26	平谷区 （4 个）	万德福生活圈
27		兴谷光明生活圈
28		兴谷颐养生活圈
29		国泰生活圈
30	延庆区 （1 个）	新兴生活圈

（二）“夜京城”点位评估指标体系及月度运行情况表表式

结合国家、北京市发展夜间经济的政策要求、市场趋势、消费需求、发展要素，基于数据可得、客观、全面的原则，构建通用评价指标框架，即围绕“夜间活跃度、夜间消费力、业态活动丰富度、夜间消费便利度、管理宣推力”五个维度对三类点位进行动态评估。此外，针对三类点位的能级与特点，新增个性化评价指标。其中，“夜京城”地标作为最高能级夜经济消费

场景，应突出国际化、引领性、影响力等特点，因此在指标中新增首店数量、文化 IP 活动数量等维度；“夜京城”打卡地作为区域级夜经济消费场景，应突出多元化、创新融合等特点，因此在评价指标中增加夜间消费业态规模、夜间展演设施数量、活动场次等维度；“夜京城”生活圈作为市井烟火夜间消费代表，应突出配套完善、消费便利、管理有序等特点，在评价指标中强调对社区公共空间、生活配套业态夜间经营占比、夜间交通便利度、管理水平等评价。

“夜京城”地标——监测维度、评估指标体系及数据来源

一级指标	二级指标	数据来源*
夜经济活跃度	日均总客流数量	①④
	日均夜间总客流数量（18:00-次日凌晨 2:00）	①④
	人流高峰时段	①②
	外地游客占比	①
夜经济消费力	月度总经营收益	①
	夜间营收占比	①
业态活动丰富度	延时营业商户数量	①②
	延时营业商户占比	①②
	夜经济首店数量	①②
	夜经济业态整体数量	①②④
	展演设施数量	①②
	文化/艺术/科技等 IP 活动数量	①②
夜间消费便利度	开敞室内外公共空间面积	①②
	1km 范围内公交站点数量	①④
	1km 范围内地铁站点数量	①④
管理宣推力	政府/运营方主办的夜间促消费活动数量	①
	商业综合体/街区自身或商户获奖情况统计	①
	地标知名度	①③
	夜间管理完善度（组织、政策等）	①③

“夜京城”打卡地——监测维度、评估指标体系及数据来源

一级指标	二级指标	数据来源*
夜经济活跃度	日均总客流数量	①④

	日均夜间总客流数量（18:00-次日凌晨 2:00）	①④
	人流高峰时段	①②
夜经济消费力	月度总经营收益	①
	夜间营收占比	①
业态活动丰富度	延时营业商户数量	①②
	延时营业商户占比	①②
	夜经济首店数量	①②
	夜经济业态整体数量	①②④
	展演设施数量	①②
	夜间活动场次	②④
夜间消费便利度	开敞室内外公共空间面积	①②
	1km 范围内公交站点数量	①④
	1km 范围内地铁站点数量	①④
管理宣推力	政府/运营方主办的夜间促消费活动数量	①
	点位自身或商户获奖情况统计	①
	夜间管理完善度（组织、政策等）	① ③

“夜京城”生活圈——监测维度、评估指标体系及数据来源

一级指标	二级指标	数据来源*
夜间延时营业保障力	延时营业商户数量	①②
	延时营业商户占比	①②
	夜间支持配送的商家数量	①②
业态活动丰富度	是否有“深夜食堂”示范街区	①②
	区域内 21：00 后营业业态种类	①②
	区域内上月举办夜间特色活动数量	①②
夜间消费便利度	室内外社区公共活动空间面积	①②
	1km 范围内公交站点数量	①④
	1km 范围内地铁站点数量	①④
管理宣推力	夜间管理完善度（组织、政策等）	①③

*注：数据来源说明①自主申报②实地监测③专家评审意见④互联网平台数据

申报点位《月度运行情况表》表式

点位名称		填写数据时间段	2026 年　　月
运营主体名称		统一社会信用代码	
申报类型	☑“夜京城”地标 □“夜京城”打卡地 □“夜京城”生活圈		
经营地址			
占地面积（m²）		经营面积（m²）	
所属街道			
申报联系人		联系电话/手机	
评价指标	细分指标	填写数据	数据说明
夜经济活跃度	月度日均总客流数量	万人次	
	月度日均夜间总客流数量 （18:00-次日凌晨 2:00）	万人次	
	人流高峰时段	□10：00-12：00 □12：00-14：00 □14：00-16：00 □16：00-18：00 □18：00-20：00 □20：00-22：00 □22：00 之后	
夜经济消费力	全部商户的总经营收益	万元	
	夜间经济营收占比	%	
业态活动丰富度	21:00 后营业商户数量	家	
	21:00 后营业商户占比	%	
	夜经济业态整体规模 （酒吧、电影院、KTV、livehouse、夜店、相声/脱口秀厂牌、电竞馆、健身房、书店、商户数量）	家	
	上月新增夜经济 首店数量（上述业态）	家	

	展演设施数量 （展馆、博物馆、美术馆、艺术中心、画廊、剧院、体育馆等）	个	
夜间消费便利度	开敞室内外公共空间面积	㎡	
	1km 范围内公交站点数量	个	
	1km 范围内地铁站店数量	个	
管理宣推力	点位自身或商户获奖情况（如：全国示范步行街，国家级旅游景区，国家级夜间文化和旅游消费集聚区，“月光下的北京”榜单，北京市文旅局推荐网红打卡地）	个	逐个填写获得奖项的时间、名称以及评奖单位
	上月举办的促进夜间消费活动数量（如：夜间市集、音乐演出、特色节事活动、灯光节等）	场次	逐个填写活动名称
	针对夜间消费制定了哪些便利、优惠举措，是否有夜间管理组织？	简要描述	
数据来源说明			
申报单位承诺	我单位按照《关于征集 2026 年度“夜京城”地标、打卡地、生活圈的通知》有关规定，保证提供的所有申报材料信息真实有效。 （申报单位盖章）： 年　　月　　日		
区商务主管部门或市有关部门 审核意见			

（三）点位数据处理

1.数据采集范围。结合北京市发展夜经济的工作要求，对申报点位运营主体系统开展月度的运行情况调查，数据来源主要涵盖四方面：一是申报主体规范填报的基础数据，同步对填报样本开展抽样复核，确保数据真实合规；二是百度、美团、抖音等权威第三方平台大数据，经专业筛选比对后，结合实地走访申报主体开展补充核验与数据采集；三是定向开展消费者调研，

完成一手数据归集与系统整理；四是实地走访申报主体，通过现场踏勘、运营状况核查、活动开展情况核实等方式，完成相关数据采集与整理归档。

2.数据清洗校对。对采集数据开展多轮交叉核验，全程严格落实数据清洗梳理、筛选甄别、校核修正流程，通过初步数据分析研判数据有效性与客观性，经交叉核验后开展数据一致性校验，精准剔除无效数值，确保数据样本真实、唯一、客观、准确。

3.“夜京城”点位动态评议。依托采集的全量有效数据开展动态评议：一是针对“夜京城”地标、打卡地、生活圈三类点位实施差异化赋分，同时统筹填报数据完整度、点位市场认知度等辅助评价标准，科学核算各项指标得分及综合得分；二是充分吸纳专家及业内专业人士论证意见，结合客流监测数据、活动佐证材料等相关资料综合研判，最终形成 2026 年“夜京城”点位评议结果。

4.“夜京城”点位监测评估。以年度四个季度为周期，整合企业自主申报数据、第三方平台汇总数据、实地核查核验结果，系统梳理分析点位运营情况，分阶段编制形“夜京城” 点位监测报告。

（四）点位动态评议的审定和提交

本次“夜京城”点位动态评议将以企业自评、第三方平台大数据、用户问卷调研、专家评议四方面数据为核心依据，围绕“夜间活跃度、夜间消费力、业态活动丰富度、夜间消费便利度、管理宣推力”五项核心指标，分类实施差异化评定。其中，“夜京城”地标作为夜经济最高能级消费场景，重点彰显国际化水准、行业引领性与品牌影响力，评议中侧重新增首店数量、文化 IP 打造及活动举办频次等维度赋分；“夜京城”打卡地作为区域级夜经济消费场景，聚焦业态多元化、场景创新融合等核心特征，评议中增设夜间消费业态规模、夜间展演设施配置、特色活动举办场次等评价维度；“夜京城”生活圈作为彰显市井烟火气的夜间消费载体，着重体现配套设施完善、消费便捷高效、运营管理有序等特点，评议中重点强化社区公共空间供给、生活配套业态夜间经营占比、夜间交通通达性、规范化管理水平等评价维度。

（五）点位监测评估报告的编写和提交

2026“夜京城”点位监测评估报告的内容框架：基于全量有效监测数据，构建科学完备的报告体系，以文字、图表、数据相结合的方式直观呈现监测成果，通过系统的夜经济数据梳理、分析与总结，为政府施策、商户运营等相关方提供精准决策支撑。

报告将由五大核心板块组成：1.监测研究的背景与范围说明，系统分析夜经济发展宏观背景、近期政府工作重点、市场趋势、消费者诉求等，清晰界定本次监测工作的目的、范围及核心原则；2.核心数据归集与深度分析，整合月度、季度常态化监测数据，重点开展夜间客流量、

夜间消费时长、夜间营业额波动、延时营业商家占比、业态活动丰富度等维度数据对比分析，通过重要指标同比、环比涨幅对比及走势研判，明确当下北京市夜经济发展现状与问题；3.点位评估与代表案例研究，针对各点位指标得分进行评估，此外选取得分较高且具有创新性、标杆性的夜经济特色场景、模式进行深度挖掘与分析，对重点商圈及点位开展案例分析，提炼可复制推广成功经验；4.夜经济发展最新问题总结，凝练本季度夜经济发展面临的问题与挑战，提炼阶段性规律；5.优化改进建议与未来发展展望，结合监测发现提出针对性解决方案与提升举措，明确下一步夜经济高质量发展的重点方向与实施路径。

2026 年共提交 4 个报告：完成监测报告编制及校对核验工作后，将按季度有序推进报告报送与发布工作：2026 年 4—5 月报送第一季度点位监测报告，7—8 月发布上半年点位监测报告，10 月发布前三季度点位监测报告，2025 年 12 月发布全年夜京城点位监测总结报告。

序号	报告类型	报告名称	报告形式	项目期间成果数量	交付日期
1	1 季报	“夜京城”点位监测评估报告（2026 年第一季度）	Word	1 份	2026 年 4 月-5 月
2	半年报	“夜京城”点位监测评估报告（2026 年上半年）	Word	1 份	2026 年 7 月-8 月
3	3 季报	“夜京城”点位监测评估报告（2026 年底前三季度）	Word	1 份	2026 年 10 月
4	全年报	“夜京城”点位监测评估报告（2026 年度）	Word	1 份	2026 年 12 月 10 日前

（六）宣传推广

以官方媒体、地方主流媒体为核心传播阵地，动态整合“夜京城”点位申报与实时监测成果，高效提炼生成权威宣传通稿。聚焦特色节庆活动与核心消费群体，围绕暑假、七夕、中秋等重要时间节点，策划推出“夜京城”系列宣传报道，打造一批兼具话题热度与创新活力的夜经济宣传作品。全年计划产出不少于 15 篇夜经济相关的宣传文稿，持续提升“夜京城”品牌的关注度与影响力。

六、项目实施保障

（一）人员保障

设置专业、稳定、分工明确的项目实施团队。项目团队包括项目负责人、报告设计人员、数据采集人员、数据清洗整理人员、报告撰写人员、排版设计人员、校对人员。

项目	工作内容	人员安排
首发经济监测与评估		
(一)	市场走访	20 人
(二)	报告框架及行业模型构建	10 人/次
(三)	搜集数据	12 人/次
(四)	资料整理及数据清洗	15 人/次
（五）	专家分析辩证	8 人/次
（六）	内容撰写	6 人
（七）	设计排版	设计 1 人排版 1 人
（八）	报告校验	4 人/次
（九）	汇报材料打印费用	2 次
夜经济监测与评估		
（一）	多渠道的数据采集，重点进行点位的查询、收集、整理商圈发展现状及现场踏勘交通、人流、消费情况等	64 人/次
（二）	围绕申报机构主体，进行实地走访，一对一方式进行用户问卷填写，确保信息样本准确无误	30 人/次
（三）	组织多轮次的数据清洗与校对，交叉进行数据遴选与初步判断，形成完备有效的样本	12 人/次
（四）	采用“数据+评议”的综合评价模型，对样本数据进行整理分析	12 人/次
（五）	邀请专家对数据进行多轮次的评议，确保评估的科学性、严谨性和权威性	5 人/次
(六）	报告夜经济发展报告，对数据、评审结果、共性问题清单、政策优化建议等方面进行详细的文字、表格分析，并进行报告分级改进建议	8 人/次
（七）	进行报道的 VI 设计与排版，清晰展示报告的同时兼具美观性，提升报告阅读感受	4 人/次
（八）	项目报告完成后，进行校验核对，确保从数据到结论的完整性、统一性、相佐性、正确性	5 人/次

（二）资源保障

充分联动重点商圈、运营方、品牌企业、商协会、消费领域专家、新闻媒体等首店和夜经济相关主体，凝聚工作合力，全面提升监测成果的科学性、全面性以及宣传工作的影响力。

（三）规范保障

遵循数据采集、数据处理、报告编制全流程标准规范，严守工作流程要求，确保监测数据来源权威、内容可靠，形成的成果文件兼具真实性、专业性与前瞻性。

七、预期目标

在首发经济方面，2026 年力争新增摸排首店数量达 600 家以上，对不少于 2000 家存量首店开展常态化跟踪监测，全方位精准掌握经营运营动态。对全市范围内不少于 120 场首发活动实施全程密切追踪，系统梳理活动规模、选址特点、新品类型、综合效益等核心数据。同步强化首发经济宣传赋能，全年产出首店及首发活动相关专题宣传文稿不少于 12 篇。

在夜经济方面，对不少于 100 个“夜京城”点位开展动态评议及监测工作，同步强化宣传引导工作，全年形成不少于 15 篇针对夜经济的专题宣传文稿。严格遵循点位征集、企业自荐、各区推荐、大数据监测、专家评审的规范流程，精准筛选出新一轮具有代表性的夜经济点位。针对申报点位，围绕夜间消费活跃度、消费力、业态活动丰富度、消费便利度、管理宣传力等核心维度，系统开展数据采集与深度分析，全面、精准勾勒全市夜经济发展整体态势，为相关政策优化完善、夜间消费市场提质升级提供坚实可靠的数据支撑。通过首发经济和夜经济的监测与宣传，双轮驱动激活消费市场潜能，持续擦亮北京特色消费品牌，助力北京消费提质扩容、高质量发展，加快推进国际消费中心城市建设。

八、验收

1、验收主体：采购人

2、验收时间：项目完成后

3、验收方式：按采购人要求

4、验收程序：按采购人要求

5、验收内容：在首发经济方面，2026 年力争新增摸排首店数量达 600 家以上，对不少于 2000 家存量首店开展常态化跟踪监测，全方位精准掌握经营运营动态。对全市范围内不少于 120 场首发活动实施全程密切追踪，系统梳理活动规模、选址特点、新品类型、综合效益等核心数据。同步强化首发经济宣传赋能，全年产出首店及首发活动相关专题宣传文稿不少于 12 篇。

在夜经济方面，对不少于 100 个“夜京城”点位开展动态评议及监测工作，同步强化宣传引导工作，全年形成不少于 15 篇针对夜经济的专题宣传文稿。严格遵循点位征集、企业自荐、

各区推荐、大数据监测、专家评审的规范流程，精准筛选出新一轮具有代表性的夜经济点位。针对申报点位，围绕夜间消费活跃度、消费力、业态活动丰富度、消费便利度、管理宣传力等核心维度，系统开展数据采集与深度分析，全面、精准勾勒全市夜经济发展整体态势，为相关政策优化完善、夜间消费市场提质升级提供坚实可靠的数据支撑。通过首发经济和夜经济的监测与宣传，双轮驱动激活消费市场潜能，持续擦亮北京特色消费品牌，助力北京消费提质扩容、高质量发展，加快推进国际消费中心城市建设。

6、验收标准：项目预期目标完成度不低于 95%。

附件 1：

《新增首店数据采集表》表式

首店名称	首店类型	公司名称	是否在京注册的法人单位	所在区划	所属商圈	所在商业设施	开业时间	业态	经营内容	品牌属地	备注
											选填

填报人：　　审核人：

主要指标解释。①首店名称，主要参考门店经营主体或主流消费 APP 的命名；②首店类型：包括北京首店、中国（内地）首店、亚洲首店、旗舰店、创新概念店 5 类。③公司名称。④是否在京注册的法人单位。⑤所在区划：指门店经营场所所在的行政区县，包括东城区、西城区、朝阳区、海淀区、石景山区、丰台区、昌平区、大兴区、经开区、通州区、房山区、顺义区、门头沟区、怀柔区、密云区、延庆区、平谷区。⑥所属商圈：指门店经营场所所在的商圈。⑦所在商业设施：指门店经营场所所在的商业设施。⑧开业时间：首次对消费者开放的营业（含试营业）时间，具体到年/月或年/月/日。⑨业态：包括零售、餐饮、儿童体验、休闲娱乐、生活服务 5 类。⑩经营内容：指门店向消费者提供的主打产品和服务内容。⑪品牌属地：指拥有品牌所有权的企业所在地，具体到国别。

《存量首店经营状况问卷》表式

企业基本情况		
填写人姓名	公司名称	品牌名称
所属商圈	负责人	联系电话
现状调查		
设立首店的时间	□2020 年　□2021 年　□2022 年　□2023 年　□2024 年 □2025 年	
首店目前的状态	□营业中 □已关闭	
闭店的原因	□经营不善 □疫情原因 □同业竞争激烈 □其他_____	
是否是在京具有独立法人资格的企业？	□是 □否	
设立独立法人的企业，目前是否	□是	

在纳统？	□否
没有在京纳统的原因是什么？	□因为经营额不够要求 □因为不了解统计政策 □其他_____
没有在京设立独立法人企业，是否有计划在京设立独立法人？	□是 □否
如没有计划，原因有哪些？	□因为企业内部管理的需要 □因为设立独立法人会增加企业成本
开业以来经营状况是？	□连续半年盈利 □连续半年亏损 □半年未有起伏
2025 年的经营状况是？	□盈利 □亏损
是否有在北京开设分店的计划？	□已开设分店 □未来半年内有开设分店计划 □没有计划
在京开设首店后，已在全国开设多少家分店？其中北京开设多少家分店？未来还计划开设多少家店？ _____（选填，自定义回答）	
是否了解首店政策？	□充分了解 □部分了解 □不够了解
通过什么方式了解到首店政策？	□首发节活动 □商务局宣讲会 □媒体推广 □其他
是否申报过首店奖励？	□是 □否
2026 年是否计划举办新品首发活动？	□是 □否
是否计划在北京举办？	□是 □否
如不在北京举办，原因有哪些？ _____（选填，自定义回答）	
是否愿意参加首发节线上平台的推广活动并为消费者提供相应的优惠政策？	□是 □否
除本问卷所涉及到的上述内容，您对首店政策还有哪些建议和期待？您还期望获得哪些方面的支持？ _____（选填，自定义回答）	

填报人：　　审核人：

主要指标解释。①经营现状：包括正常营业、已经关闭 2 类现状；②在京纳统：在北京纳入规模企业统计申报；③在京设立独立法人：在北京注册独立法人公司。

《首发活动数据采集表》表式

活动	活动	举办	是否在京	所在	所属	所在商	活动	首	首发	首发	活	备

名称	形式	方名称	注册的法人单位	区划	商圈	业设施	举办时间	发产品品牌	产品类型	品牌属地	动效益	注
												选填

填报人：　　审核人：

主要指标解释。①活动名称：活动对外媒体宣传名称。②活动形式：线下活动、线上互动、线上线下同步活动；新品宣传活动、新品预售活动等。③活动举办时间：活动开启到结束的时间，具体到年/月或年/月/日。④首发产品类型：化妆品、服饰鞋品、消费电子、餐饮、儿童体验、休闲娱乐等。⑤首发品牌属地：首发活动产品品牌国内法人主体注册地点。⑥活动效益：首发活动举办期间达成的销售额、订单量等可量化的收益数据。

第六章　拟签订的合同文本

说明：

1. 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”。采购人应积极配合供应商获得政府采购合同融资贷款，无特殊原因，应在收到供应商因融资需要发起的变更收款账户申请后10个工作日内确认通过。

2.采购人应严格按照要求，在中标、成交通知书发出之日起30日内签订采购合同，鼓励采购人在线签订电子合同，完善电子签章管理、合同审核等配套内控机制，进一步缩短合同签订期限。

3. 合同类型按照民法典规定的典型合同类别，结合采购标的的实际情况确定。合同文本应当符合民法典及《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22号）的要求，包含法定必备条款和采购需求的所有内容，并至少包括以下内容：标的名称，采购标的质量、数量（规模），履行时间（期限）、地点和方式，包装方式，价款或者报酬、付款进度安排、资金支付方式，验收、交付标准和方法，质量保修范围和保修期，违约责任与解决争议的方法等。

4. 合同条款中应规定，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。

5. 对于通过预留采购项目、预留专门采购包、要求以联合体形式参加或者合同分包等措施签订的采购合同，应当明确标注本合同为中小企业预留合同。其中，要求以联合体形式参加采购活动或者合同分包的，应当将联合协议或者分包意向协议作为采购合同的组成部分。

6. 政府采购合同设定首付款支付方式的，首付款支付比例原则上不低于合同金额的30%；对于中小企业，首付款支付比例原则上不低于合同金额的50%。

7. 政府采购合同应当约定资金支付的方式、时间和条件，明确逾期支付资金的违约责任。对于满足合同约定支付条件的，采购人原则上应当自收到发票后10个工作日内将资金支付到合同约定的供应商账户，鼓励采购人完善内部流程，自收到发票后1个工作日内完成资金支付事宜。采购人和供应商对资金支付产生争议的，应当按照法律规定和合同约定及时解决，保证资金支付效率。

8. 采购文件对商品包装和快递包装提出具体要求的，政府采购合同应当载明对政府采购供应商提供产品及相关快递服务的具体包装要求和履约验收相关条款，必要时要求中标、成交供应商在履约验收环节出具检测报告。

9. 履约验收方案应当在合同中约定。履约验收方案要明确履约验收的主体、时间、方式、程序、内容和验收标准等事项。采购人、采购代理机构可以邀请参加本项目的其他供应商或者第三方专业机构及专家参与验收，相关验收意见作为验收的参考资料。政府向社会公众提供的公共服务项目，验收时应当邀请服务对象参与并出具意见，验收结果应当向社会公告。

2026 首店和夜间消费点位监测项目政府采购合同

合同编号：

本合同是否为中小企业预留合同：√是

委托人（甲方）：

地址：

通讯地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

受托人（乙方）：

地址：

通讯地址：

法定代表人：

联系人：

联系电话：

就甲方的_____采购项目通过国内公开招标的方式，经评标委员会评定_____（乙方）为中标人。甲、乙双方根据《中华人民共和国民法典》等国家和北京市相关法律法规的规定，本着诚实守信、合作互利原则，就甲方委托乙方开展_____服务事项签订本合同。

第一条　合同组成：

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

a. 本合同书及附件

b. 中标通知书

c. 投标文件

d. 招标文件

第二条　事务概况：

甲方委托乙方处理 / 承办［2026 首店和夜间消费点位监测项目］事务。

具体事项如下（项目实施方案详见附件）：

本项目服务内容包括：

一、本项目内容包括首发经济监测与评估、夜经济监测与评估两个部分。首发经济部分，对落地北京的新增首店、存量首店、首发活动经营情况进行动态监测与评估；夜经济部分，针对各区商务局、企业申报和各区推荐点位进行评议，评选 2026 年新一轮“夜京城”地标、打卡地、生活圈并对“夜京城”点位进行监测评估。

1.新增首店监测评估

以月度为单位，对每月全市新增首店进行跟踪监测，包括总体情况、增长情况、区域和商圈分布情况、业态情况、品牌属地和来源情况，分析首店发展趋势。

2.存量首店监测评估

对 2019 年以来 5587 家首店进行存量状况跟踪监测，摸排首店在营情况、品牌拓展情况，对存量首店的经营情况、发展需求等进行多维度的跟踪和研究，归纳发展的变化和特点，分析发展的挑战和问题，给出首店优化发展的策略和建议。

3.首发活动监测评估

以月度为单位，对每月全市的首发活动进行跟踪监测，包括活动规模、举办方、活动类型、活动效益、首发产品品牌、首发品牌属地、首发产品类型等多个方面，分析首发活动发展情况。

4.“夜京城”点位动态评议

面向市级相关部门、市场主体和各区商务部门开展 2026 年“夜京城”点位征集和月度信息采集工作；结合点位自主申报、实地监测、互联网平台大数据对申报点位的运营情况进行全方面评估，最终经过专家评审，产生 2026 年度“夜京城”地标、打卡地、生活圈名单。

评估工作基于自主申报、实地走访、消费者调研、平台大数据等，围绕“夜经济活跃度”（含夜间客流量、人流高峰时段等）“夜经济消费力”（含夜间营收占比、夜间经营收益等）“业态活动丰富度”（含延时商户占比、文化/艺术/科技等 IP 活动数量等）“夜间消费便利度”（含公交、地铁站站点密度等）“管理宣推力”（含夜间管理组织、专项举措等）等维度进行“夜京城”点位的动态评议。

5.“夜京城”点位监测评估

针对夜间消费点位的监测数据进行季度分析，分别从政策背景、市场趋势、发展现状等方面出发，结合现场调研和数据采集，围绕“夜经济活跃度”“夜经济消费力”“业态活动丰富度”“夜间消费便利度”“管理宣推力”等维度全面、精准反映 2026 年北京市夜间经济发展动态与存在问

题，并提出针对性发展建议，定期出具夜经济监测报告。

二、首发经济监测与评估的实施

（一）监测对象和范围

1.新增首店监测评估：新增首店监测范围为在本市范围内 60 个商圈、227 家主要商业设施开设的首店，重点涉及北京首店、中国（内地）首店、亚洲首店、旗舰店、创新概念店 5 类首店。监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

2.存量首店监测评估：存量首店监测范围为 2019 年以来，北京评定的北京首店、中国（内地）首店、亚洲首店、旗舰店、创新概念店 5 类首店。监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

3.首发活动监测评估：首发活动监测范围为本市范围内 60 个商圈、227 家主要商业设施举办的首发活动，监测标准与报告将与团体标准定义相匹配。

（二）监测数据处理

1.数据采集方式：一来自企业自申报数据；二是来自互联网平台的大数据；三是来自用户问卷；四是来自实地走访。

2.数据清洗校对。一是数据清洗，对搜集到的数据进行筛选、清洗和整理，填写录入有效数据。二是数据校对，完成上述数据采集后，需对初采数据进行最终校对，交叉验证、查遗补漏，按照各类数据监测频次形成数据报表。

3.数据评估分析。综合采集到全部有效数据，结合市场发展情况与趋势，对收集数据展开分析和归纳总结。

4.报告撰写。综合采集到全部有效数据，构建合理的报告架构，对首发经济及夜经济发展情况展开系统分析。

（三）报告的编写和提交

1.新增首店监测评估报告核心内容

以月度为单位，对每月全市新增首店进行跟踪监测，形成跟踪监测数据表，同时以季度为单位撰写监测评估报告，季度监测报告具体包括以下内容：

一图总览：全市首店季度分析地图；

首店类型分析：对首店品牌能级、品牌所属业态、品牌来源（域外引进、品牌内部创新）等方面展开分析；

首店区位分析：对首店品牌选址情况展开分析，详细剖析首店品牌进驻的商圈、项目级次（重奢、中高端）、项目形态（街区、盒子、街边店），将落位项目与首店品牌级次做交叉分析；

非核心商圈分析：关注北京非核心商圈首店引进情况，结合区域发展情况，重点关注区域首店引进情况，挖掘区域内热点打卡的“非标首店”情况。

2.存量首店监测评估

对 2019 年以来 5587 家存量首店进行跟踪监测，以年度为单位摸排首店在营情况、品牌拓展情况，对存量首店的经营情况、发展需求等进行多维度的跟踪和研究，制定存量首店年度发展监测与评估报告，归纳发展的变化和特点，分析发展的挑战和问题，给出首店优化发展的策略和建议。

3.首发活动监测评估

以月度为单位，对每月全市的首发活动进行跟踪监测，形成跟踪监测数据表，同时以季度为单位撰写监测评估报告，季度监测报告具体包括以下内容：

首发活动案例卡：以案例卡形式整合当季首发活动情况，汇总首发活动中的首发品牌、首发产品、首发产品订单量（如有）、活动区位、活动规模等信息；

首发活动品牌分析：对首发活动品牌在京开店数量、在京设立法人主体情况、在京投资情况（研发中心、销售中心等）等展开分析；

首发活动产品分析：对首发活动涉及的新产品展开分析，重点关注新产品首发能级（全国首发、全球首发、北京首发等）、新产品所属品类（科技类、文创类、服饰类、家电类等）、产品创新能级（新型款式、新型产品系列、新型产品线等）

（四）宣传推广

撰写首店、首发活动新闻稿，每月撰写一篇，全年共计 12 篇，根据当月首店和首秀活动进行选题策划，为媒体宣传和首店首秀推广提供基础文件。

三、夜经济监测与评估的实施

（一）对象和范围

基于 2025 年评选出的“夜京城”点位，包括前门大街、隆福寺文化街区、王府井、北京 CBD 商圈、新工体-三里屯太古里、蓝色港湾-亮马河国际风情水岸等 25 个“夜京城”地标，北海公园、簋街、宫门口-东西岔胡同、檀谷、北京荟聚等 84 个“夜京城”打卡地，以及安定门老北京平房胡同生活圈、万科-拂林园一刻钟便民生活圈等 30 个“夜京城”生活圈，以及 2026 年度各部门单位申报新一轮“夜京城”点位，组织开展实地踏勘和市场调研，系统开展各点位动态监测与季度评估。在此基础上，持续挖掘夜经济消费新场景，及时梳理汇总未纳入现有名单的商圈、商业体、街区、公园、生活圈等代表性的夜经济点位，提炼标杆示范价值，持续充实完善全市夜经济数据库。

（二）点位数据处理

1.数据采集范围。结合北京市发展夜经济的工作要求，对申报点位运营主体系统开展月度的运行情况调查，数据来源主要涵盖四方面：一是申报主体规范填报的基础数据，同步对填报样本开展抽样复核，确保数据真实合规；二是百度、美团、抖音等权威第三方平台大数据，经专业筛选比对后，结合实地走访申报主体开展补充核验与数据采集；三是定向开展消费者调研，完成一手数据归集与系统整理；四是实地走访申报主体，通过现场踏勘、运营状况核查、活动开展情况核实等方式，完成相关数据采集与整理归档。

2.数据清洗校对。对采集数据开展多轮交叉核验，全程严格落实数据清洗梳理、筛选甄别、校核修正流程，通过初步数据分析研判数据有效性与客观性，经交叉核验后开展数据一致性校验，精准剔除无效数值，确保数据样本真实、唯一、客观、准确。

3.“夜京城”点位动态评议。依托采集的全量有效数据开展动态评议：一是针对“夜京城”地标、打卡地、生活圈三类点位实施差异化赋分，同时统筹填报数据完整度、点位市场认知度等辅助评价标准，科学核算各项指标得分及综合得分；二是充分吸纳专家及业内专业人士论证意见，结合客流监测数据、活动佐证材料等相关资料综合研判，最终形成 2026 年“夜京城”点位评议结果。

4.“夜京城”点位监测评估。以年度四个季度为周期，整合企业自主申报数据、第三方平台汇总数据、实地核查核验结果，系统梳理分析点位运营情况，分阶段编制形“夜京城” 点位监测报告。

（三）点位动态评议的审定和提交

本次“夜京城”点位动态评议将以企业自评、第三方平台大数据、用户问卷调研、专家评议四方面数据为核心依据，围绕“夜间活跃度、夜间消费力、业态活动丰富度、夜间消费便利度、管理宣推力”五项核心指标，分类实施差异化评定。其中，“夜京城”地标作为夜经济最高能级消费场景，重点彰显国际化水准、行业引领性与品牌影响力，评议中侧重新增首店数量、文化 IP 打造及活动举办频次等维度赋分；“夜京城”打卡地作为区域级夜经济消费场景，聚焦业态多元化、场景创新融合等核心特征，评议中增设夜间消费业态规模、夜间展演设施配置、特色活动举办场次等评价维度；“夜京城”生活圈作为彰显市井烟火气的夜间消费载体，着重体现配套设施完善、消费便捷高效、运营管理有序等特点，评议中重点强化社区公共空间供给、生活配套业态夜间经营占比、夜间交通通达性、规范化管理水平等评价维度。

（四）点位监测评估报告的编写和提交

2026“夜京城”点位监测评估报告的内容框架：基于全量有效监测数据，构建科学完备的报

告体系，以文字、图表、数据相结合的方式直观呈现监测成果，通过系统的夜经济数据梳理、分析与总结，为政府施策、商户运营等相关方提供精准决策支撑。

报告将由五大核心板块组成：1.监测研究的背景与范围说明，系统分析夜经济发展宏观背景、近期政府工作重点、市场趋势、消费者诉求等，清晰界定本次监测工作的目的、范围及核心原则；2.核心数据归集与深度分析，整合月度、季度常态化监测数据，重点开展夜间客流量、夜间消费时长、夜间营业额波动、延时营业商家占比、业态活动丰富度等维度数据对比分析，通过重要指标同比、环比涨幅对比及走势研判，明确当下北京市夜经济发展现状与问题；3.点位评估与代表案例研究，针对各点位指标得分进行评估，此外选取得分较高且具有创新性、标杆性的夜经济特色场景、模式进行深度挖掘与分析，对重点商圈及点位开展案例分析，提炼可复制推广成功经验；4.夜经济发展最新问题总结，凝练本季度夜经济发展面临的问题与挑战，提炼阶段性规律；5.优化改进建议与未来发展展望，结合监测发现提出针对性解决方案与提升举措，明确下一步夜经济高质量发展的重点方向与实施路径。

2026 年共提交 4 个报告：完成监测报告编制及校对核验工作后，将按季度有序推进报告报送与发布工作：2026 年 4—5 月报送第一季度点位监测报告，7—8 月发布上半年点位监测报告，10 月发布前三季度点位监测报告，2025 年 12 月发布全年夜京城点位监测总结报告。

（五）宣传推广

以官方媒体、地方主流媒体为核心传播阵地，动态整合“夜京城”点位申报与实时监测成果，高效提炼生成权威宣传通稿。聚焦特色节庆活动与核心消费群体，围绕暑假、七夕、中秋等重要时间节点，策划推出“夜京城”系列宣传报道，打造一批兼具话题热度与创新活力的夜经济宣传作品。全年计划产出不少于 15 篇夜经济相关的宣传文稿，持续提升“夜京城”品牌的关注度与影响力。

四、项目实施保障

（一）人员保障

设置专业、稳定、分工明确的项目实施团队。项目团队包括项目负责人、报告设计人员、数据采集人员、数据清洗整理人员、报告撰写人员、排版设计人员、校对人员。

项目	工作内容	人员安排
首发经济监测与评估		
(一)	市场走访	20 人
(二)	报告框架及行业模型构建	10 人/次

项目	工作内容	人员安排
(三)	搜集数据	12 人/次
(四)	资料整理及数据清洗	15 人/次
（五）	专家分析辩证	8 人/次
（六）	内容撰写	6 人
（七）	设计排版	设计 1 人排版 1 人
（八）	报告校验	4 人/次
（九）	汇报材料打印费用	2 次
夜经济监测与评估		
（一）	多渠道的数据采集，重点进行点位的查询、收集、整理商圈发展现状及现场踏勘交通、人流、消费情况等	64 人/次
（二）	围绕申报机构主体，进行实地走访，一对一方式进行用户问卷填写，确保信息样本准确无误	30 人/次
（三）	组织多轮次的数据清洗与校对，交叉进行数据遴选与初步判断，形成完备有效的样本	12 人/次
（四）	采用“数据+评议”的综合评价模型，对样本数据进行整理分析	12 人/次
（五）	邀请专家对数据进行多轮次的评议，确保评估的科学性、严谨性和权威性	5 人/次
(六）	报告夜经济发展报告，对数据、评审结果、共性问题清单、政策优化建议等方面进行详细的文字、表格分析，并进行报告分级改进建议	8 人/次
（七）	进行报道的 VI 设计与排版，清晰展示报告的同时兼具美观性，提升报告阅读感受	4 人/次
（八）	项目报告完成后，进行校验核对，确保从数据到结论的完整性、统一性、相佐性、正确性	5 人/次

（二）资源保障

充分联动重点商圈、运营方、品牌企业、商协会、消费领域专家、新闻媒体等首店和夜经济相关主体，凝聚工作合力，全面提升监测成果的科学性、全面性以及宣传工作的影响力。

（三）规范保障

遵循数据采集、数据处理、报告编制全流程标准规范，严守工作流程要求，确保监测数据来源权威、内容可靠，形成的成果文件兼具真实性、专业性与前瞻性。

第三条　具体要求：

甲方委托乙方处理／承办本合同项下事务的要求：

1、委托期限：____年____月____日至____年____月____日。

2、具体要求：

①乙方完成本合同项下事务的期限：____年____月____日至____年____月____日；

②乙方在____年____月____日之前以书面形式向甲方报送关于处理／承办事务的方案，包括但不限于乙方就处理此事务而成立的工作组织负责人及工作人员名单、履历（有资质要求要报送资质证书）、电话、策划方案、项目实施方案、主要实施地点、安全工作方案、处理突发事件应急预案，上述方案、文件、资料等属于本合同的一部分，经甲方同意后方可实施，未经甲方同意不得变更已确定的人员及各类方案；

③乙方在履行合同过程中，按甲方要求如实向甲方汇报进展情况；如遇突发或紧急情况，应在 24 小时内向甲方口头报告，并在 2 日向甲方作出书面报告；

④乙方在委托期限届满后 10 日内，将处理委托事项全过程的文字材料、音频及视频文件、新闻报道等相关资料原件全部交付甲方，未经甲方书面同意，不得留存复制件；乙方履行本合同义务的全过程以及制作的作品和向甲方交付的工作成果不得侵犯第三方的知识产权及其他合法权益，亦不得未经甲方书面同意擅自使用、对外发布或提供与第三方。因本合同形成的作品相关著作权及乙方向甲方交付的工作成果的知识产权归甲方单独所有；

⑤未经甲方书面同意，乙方不得将受托事务全部或部分转委托给第三方处理；

⑥未经甲方书面同意，乙方在履行本合同过程中及履行结束后均不得将甲方提供的任何形式的资料泄露给第三方。如需在公开的项目中使用甲方提供的资料，需于项目实施 10 日前向甲方书面申请确认公开范围，得到甲方的书面允许后，方可使用；

⑦乙方对_____的安全承担全部责任；

⑧其它要求。

第四条　费用支付：

1、费用总额：甲方就本合同项下的事务处理／承办支付给乙方的费用议定总额为人民币［￥_____］元（大写：_____），实际支付金额为人民币［￥_____］元（大写：_____）。本金额为固定价，无论发生任何情况，此金额不再增加。

2、双方同意采用以下第［①］种方式支付：

①分期支付：

甲方于本合同生效之日起［30］个工作日内，向乙方支付合同金额的［60］%，即人民币

［￥_____］元（大写：_____）；

乙方完成处理／承办的全部事务，经甲方验收合格且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2 ④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方确认后［30］日内，甲方向乙方支付合同金额的［40］%，即人民币［￥_____］元（大写：_____）。以上各期费用的具体支付时间以财政将资金拨付到甲方为准，若因未到甲方账户造成甲方延期付款的，不视为甲方违约。

②一次性后支付：

乙方全部完成处理／承办的事务，且没有违约情形的，向甲方提交本合同第三条 2 ④、第五条 2⑥所约定的全部资料并经甲方书面确认后［5］个工作日内，甲方向乙方支付全部合同金额，即人民币［￥_____］元（大写：_____元整）。

前述款项的支付需以财政资金实际拨付至甲方账户为前提，若因财政资金未能及时到账导致的延期支付，不属于违约行为，甲方不承担违约责任。

3、甲方开票信息如下：

名称：

开户行：

账号：

地址：

电话：

纳税人识别号：

4、乙方账号信息如下：

账户名称：

开 户 行：

账　　号：

第五条　双方的权利义务：

1、甲方的权利义务：

①甲方有权监督乙方履行本合同的全过程，并及时提出建议和改进意见；

②甲方有权对乙方提交的各类方案、名单及其他文件提出修改意见，乙方应根据甲方的意见改进相关内容；

③甲方应向乙方按时足额支付本合同第四条所约定的款项；

2、乙方的权利义务：

①乙方有权按本合同第四条约定获得相关费用；

②乙方在履行过程中必须完全遵守本合同第二条及第三条的约定，并有义务按照乙方提交的各类方案、名单及其他文件按时、圆满地完成委托事务；

③乙方向甲方开具符合甲方要求的等额合法正式发票后，甲方按合同约定支付每期的合同价款；

④乙方就承办本合同约定事务，履行向相关部门申请许可、备案等义务。乙方承担本合同及附件约定全部项目执行过程中的环境、人身安全以及与项目有关的纠纷处理责任，由于项目的组织及乙方承办本合同约定事务等原因造成的人身伤害、财产损失及其他安全事故由乙方负全部责任；

⑤按照甲方提出的异议和改进意见就本合同的履行情况进行改进和完善，直到甲方认可为止；

⑥乙方应在项目结束后的 10 个工作日内，向甲方提交项目总结、相关支出证明及明细等资料。

⑦乙方对因本合同所获取或知悉的资料和信息承担保密义务，未经甲方书面同意，乙方不得用作本合同以外事项或泄露给第三方。保密期限自获取或知悉时起直至相应资料和信息进入公知领域之时止。保密义务不因本合同的无效、变更、中止、终止而免除。

⑧未经甲方书面同意，乙方不得私自将本合同项下全部或部分权利义务转让给任何第三方。

⑨乙方受托完成之项目成果的所有知识产权属于甲方。乙方保证委托项目成果是乙方独立设计创作，使用正版软件制作并实施完成，不会受到任何第三方基于侵犯其人身权、财产权、知识产权、商业秘密等其他合法权益的争议或诉讼。如果甲方因此收到上述争议或诉讼，乙方应当配合甲方积极解决争议或应诉，并承担因此给甲方造成的全部损失，包括但不限于诉讼仲裁费、律师费等甲方因维护权利支出的费用、法院或者仲裁机构最终裁定的侵权赔偿费用及甲方承担其他法律责任所造成的经济损失等。

⑩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

⑪任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

⑫乙方提供的服务过程或成果不符合本合同约定的（包括但不限于未按照提出的意见及时进行修改等），甲方有权要求乙方及时纠正或采取补救措施，乙方未能妥善处理的，甲方有权支付款项时扣减合同总金额___%作为赔偿，扣减的金额不足以弥补损失的，乙方还应进行赔偿。

⑬乙方出现拒绝提供或伪造相关项目资料、拒不履行合同义务、因乙方原因造成项目成果出现错误等严重违约情况时，甲方有权要求解除合同，要求乙方应退回已支付的全部款项，并对所造成的损失进行赔偿。

⑭本合同所指的甲方的损失，包括直接损失、甲方为弥补损失所支出的费用（包括但不限于重新组织政府采购支出的费用、重新签订政府采购合同支付的费用、交通费、餐饮费、住宿费等）、甲方为向乙方主张权利所支出的费用（包括但不限于聘请律师的费用、公证费、诉讼费、鉴定费等）等。

第六条　不可抗力：

1、不可抗力，是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

2、因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，部分或者全部免除责任，但法律另有规定的除外。任何一方迟延履行后发生不可抗力的，不能免除责任。

3、任何一方因不可抗力不能履行合同的，应当及时通知对方，以减轻可能给对方造成的损失，并应当在合理期限内提供证明。

4、如不可抗力事件持续超过【60】日的，双方应通过友好协商决定是否继续履行协议，如协商不成，甲方有权决定解除本合同，并对双方已经履行的部分进行结算。

第七条　违约责任：

1、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

2、任何一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，在履行义务或者采取补救措施后，对方还有其他损失的，应当赔偿损失。

3、本合同所指的甲方的损失，包括直接损失、甲方为弥补损失所支出的费用（包括但不限于重新组织招投标支出的费用、重新签订政府采购合同支付的费用、交通费、餐饮费、住宿费等）、甲方为向乙方主张权利所支出的费用（包括但不限于聘请律师的费用、公证费、诉讼费、鉴定费等）等。

4、乙方未按本合同约定履行合同义务的，或未履行甲方委托义务并拒绝接受甲方修改建议的，甲方有权要求乙方返还已支付的款项。

5、乙方未按甲方确认的承办事务的各项方案及相关文件履行义务，或未经甲方书面认可擅自修改承办事务的各项方案及相关文件，或拒绝接受甲方对于委托项目的检查或伪造相关项目资料的，甲方有权要求乙方返还已支付的款项。

6、乙方未按本合同约定及承办方案中的时间完成合同各项义务的，明确表示或者以自己

的行为表明不履行合同义务的，甲方有权要求乙方返还已支付的款项；逾期履行合同义务超过【30】日的，甲方可单方解除本合同，乙方应退还甲方已支付费用，尚未支付的费用甲方不再支付。

第八条　争议解决：

因本合同引起的或者与本合同有关的一切争议，双方应当首先友好协商解决。协商不成的，双方同意按以下第［1］种方式解决：

1、向甲方住所地有管辖权的人民法院法院提起诉讼；

2、向北京仲裁委员会申请仲裁。

第九条　其它：

1、本合同履行过程中如有变更或者补充，必须以书面形式签订变更或者补充协议。

2、本合同附件及变更或者补充协议均是本合同不可分割的一部分，与本合同具有同等法律效力。

3、本合同经双方法定代表人或授权代表签字，并加盖公章后生效。

4、本合同一式五份，甲乙双方各执二份，招标代理机构执一份，具有同等法律效力。

（以下无正文）

附件：项目方案

甲方（盖章）：北京市商务局　　乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：　　法定代表人或授权代表（签字）：

年　月　日　　年　月　日

第七章　投标文件格式

投标人编制文件须知

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

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

3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（资格证明文件）

项目名称：

项目编号/包号：

投标人名称：

1　满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

（一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

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

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

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

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

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
…		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

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

2　落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

2-1 中小企业政策证明文件

说明：

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

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

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

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

（5）中小企业声明函填写注意事项

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

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

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

（6）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属

的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309 号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

2-1-1 中小企业证明文件

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）的规定，本公司（联合体）参加（北京市商务局）的（2026 首店和夜间消费点位监测项目）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：

（2026 首店和夜间消费点位监测服务），属于（租赁和商务服务业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元[1]，属于_____（选填：中型企业、小型企业、微型企业）。

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日 期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕 141 号）的规定，本单位**（请进行选择）**：

□**不属于符合条件的残疾人福利性单位。**

□**属于符合条件的残疾人福利性单位，**且本单位参加_____单位的_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日　期：

2-2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）

3　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

投标分项报价表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	数量	合价（元）	备注/说明
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

合同条款偏离表

项目编号/包号：_____　　项目名称：_____

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

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

6　采购需求偏离表

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 业绩证明材料

8 服务方案

9　代理服务费承诺书

代理服务费承诺书（格式）

致：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

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

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

特此承诺。

承诺方法定名称（承诺方盖章）：_____

承诺方法定代表人/负责人或授权代表（签字或签章）：_____

日期：_____

10 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

10-1 供应商信息采集表

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型

注：1.供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。

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

3.外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。