

北京市政府采购项目 公开招标文件

项目名称：2026 首都市民系列文化活动

项目编号：11011226210200021261-XM001

采 购 人：北京市通州区文化和旅游局

采购代理机构：北京德聚招标有限公司

目 录

第一章	投标邀请	3
第二章	投标人须知	7
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	37
第六章	拟签订的合同文本	58
第七章	投标文件格式	65

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：11011226210200021261-XM001
2. 项目名称：2026 首都市民系列文化活动
3. 项目预算金额：401.4884 万元、项目最高限价（如有）：401.4884 万元
4. 采购需求：

包号	标的名称	采购包预算金额 (万元)	数量	简要技术需求或服务要求
/	2026 首都市民系列文化活动	401.4884	1 批	以区、街道（乡镇）、社区（村）为重点，开展首都市民系列文化活动，贯穿全年，丰富活跃市民群众的精神文化生活。强化宣传，确保重点任务项项有宣传、周周有报道，扩大影响力，提升满意度，完成绩效目标。提升副中心市民群众的参与度、体验度、满意度，增强副中心市民群众的文化获得感，幸福感。共包含 12 个活动专项。（详见第五章采购需求）

5. 合同履行期限：2026 年（具体以采购人要求和安排为准）。
6. 本项目是否接受联合体投标：否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策 ☐ 本项目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小微企业制造、服务全部由符合政策要求的小微企业承接。

☐ 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 本项目是否接受分支机构参与投标: ■否;

3.2 本项目是否属于政府购买服务:

□否

■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。

3.3 其他特定资格要求:

3.3.1 与采购人存在利害关系可能影响采购公正性的法人、其他组织或者个人, 不得参加本项目投标;

3.3.2 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商, 不得参加同一合同项下的政府采购活动;

3.3.3 通过“信用中国”网站 (www.creditchina.gov.cn) 和中国政府采购网 (www.ccgp.gov.cn) 查询信用记录, 被列入失信被执行人、税收违法黑名单或政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商, 不得参加本项目的采购活动(开标当日代理机构查询);

3.3.4 为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商, 不得再参加该采购项目的其他采购活动。

3.3.5 法律、行政法规规定的其他条件。

三、获取招标文件

1. 时间: 2026 年 06 月 18 日 9:00 至 2026 年 06 月 25 日 17:00 (北京时间)。

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 07 月 08 日 09 点 30 分 (北京时间)。

地点: 采用远程电子开标方式, 投标人使用 CA 认证证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台参与电子开标。投标人自行对电子投标文件进行解密, 不接受纸质文件, 无须投标人到达现场。

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：

1.1 《关于开展政府采购信用担保试点工作的通知》（财库〔2011〕124 号）；

1.2 《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）；

1.3 《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号）；

1.4 《财政部、工业和信息化部关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库〔2020〕46 号）；

1.5 《财政部关于促进政府采购公平竞争优化营商环境的通知》（财库〔2019〕38 号）；

1.6 《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）；

1.7 《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119 号文）；

1.8 《财政部、农业农村部、国家乡村振兴局关于运用政府采购政策支持乡村产业振兴的通知》（财库〔2021〕19 号）；

1.9 《北京市财政局关于进一步优化政府采购营商环境的通知》（京财采购〔2021〕741 号）；

1.10 《北京市财政局关于持续深化政府采购营商环境改革的通知》（京财采购〔2022〕672 号）。

2. 公告发布媒体：中国政府采购网、北京市政府采购网。

3. 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，

3.1 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。

3.2 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。

3.3 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。

3.4 获取电子招标文件

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

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

3.5 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。

3.6 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。

3.7 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：北京市通州区文化和旅游局

地址：北京市通州区发展大厦 B 座 1201

联系方式：吕婧 010-80570140

2. 采购代理机构信息

名 称：北京德聚招标有限公司

地 址：北京市通州区群芳中二街公庄商业楼西二门

联系方式：李加斌、曹毅满、李欢欢 010-60508588

3. 项目联系方式

项目联系人：李加斌、曹毅满、李欢欢

电 话：010-60508588

第二章 投标人须知

投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。标记“⚙”的选项意为适用于本项目，标记“□”的选项意为不适用于本项目。

条款号	条目	内容				
2.2	项目属性	项目属性： ■服务				
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： ■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				
	开标前答疑会	■不召开				
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要				
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table><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 首都市民系列文化活动</td><td>其他未列明行业</td></tr></table>	标的名称	中小企业划分标准所属行业	2026 首都市民系列文化活动	其他未列明行业
标的名称	中小企业划分标准所属行业					
2026 首都市民系列文化活动	其他未列明行业					
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ■有，具体情形：最高限价为 401.4884 万元。 说明： 供应商应明确报价，超过最高限价或者无报价响应的，响应无效。				
12.1	投标保证金	（1）投标保证金的数额：80000 元人民币 （2）投标保证金的形式：支票、银行汇票、保函、电汇 （3）递交要求： ①若采用银行汇票、电汇、转账支票，应当在投标文件递交截止时间以前到达下列招标人指定账户： 收款单位：北京德聚招标有限公司 开户银行：北京银行股份有限公司通州绿色支行 账号：20000037899500023305400 ②为便于财务查询统计，建议投标保证金于投标文件提交截止时间前汇款至北京德聚招标有限公司保证金账户。若采用保证担保（包括银行保函）、信用证，应当在响应文件递交截止时间以前递交至：（同投标文件递交截止时间及地点） 备注：写明“XXX 项目（可简写）投标保证金” （4）成交公告发布后 5 个工作日内，向未中标人退还投标保证金，采				

条款号	条目	内容
		购人与成交人签订合同后 5 个工作日内，向成交人退还投标保证金。
12.7.2	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	具体情形： （一）供应商在投标文件中提供虚假材料的； （二）除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标供应商不与采购人签订合同的； （三）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； （四）招标文件规定的其他情形。 供应商未按照招标文件要求提交投标保证金的，响应无效。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。
18.2	解密时间	解密时间： <u>30</u> 分钟
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： ■否 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ■得分相同以投标报价低者为中标人，得分且投标报价均相同的，以<u>技术部分</u>得分高者为中标人 □随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ■不允许
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8 号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637 号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。
26.1.1	询问	询问送达形式：现场，书面形式送达。
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门：<u>综合运营部</u>； 联系电话：<u>李经理 010-60508588</u> 通讯地址：<u>北京市通州区群芳中二街公庄商业楼西二门</u>
27	代理费	收费对象： ■中标人 收费标准：固定收费，39000.00 元； 缴纳时间：由中标单位在中标通知书发出之日一次性付清。 中标服务费缴纳账户： <u>北京德聚招标有限公司；</u> <u>开户行：中国民生银行北京常营支行；</u> <u>账号：152573693。</u>

投标人须知

一 说 明

1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

- 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
- 1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
- 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

- 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
- 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
- 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

3 现场考察、开标前答疑会

- 3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
- 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

4 样品

- 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。
- 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

- 5.1 采购本国货物、工程和服务

- 5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《**中华人民共和国政府采购法**》第十条规定情形的除外。
- 5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采购需求》。
- 5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。
- 5.2 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》、《关于进一步加大对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导致通知延迟或无法通知的,采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分,并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的,将在投标截止时间至少 15 日前,以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人;不足 15 日的,将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三 投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。
- 10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。
- 10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。
- 10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

- 11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

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

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

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

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

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

12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

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

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

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

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

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

12.7 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担

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

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

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

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

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

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

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

14 投标文件的签署、盖章

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

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

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

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

16 投标截止时间

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

17 投标文件的修改与撤回

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

五 开标、资格审查及评标

18 开标

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

19 资格审查

- 19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

- 20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。
- 20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购

人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

22 确定中标人

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

23 中标公告与中标通知书

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

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

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

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

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

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

和中标人投标文件作实质性修改。

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

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

25.4 政府采购合同不能转包。

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

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

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

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

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

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

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；

投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

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

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

27 代理费

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

第三章 资格审查

一、资格审查程序

- 1 开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 3 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。
- 4 资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及法律法规的其他规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	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。	提供证明文件的电子件或电子证照，并加盖公章
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1-3	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、严重失信名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
1-4	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1	中小企业声明函	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》	
3	本项目的特定资格要求	具体规定见第一章《投标邀请》	

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-1	本项目是否接受分支机构参与投标	否	
3-2	本项目是否属于政府购买服务	本项目属于政府购买服务	
3-3	其他特定资格要求	具体规定见第一章《投标邀请》	
3-4	本项目对于联合体的要求	1、如本项目接受联合体投标，且投标人为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。 2、联合体各成员单位均须提供本表中的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表规定。 3、本表序号其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。 4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。 5、以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。 6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的投标无效。 7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。	本项目不接受联合体投标
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、评标程序、评标方法

1 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
8	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
9	分包其他要求（如有）	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书电子件（如有）；
10	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
12	国家有关部门对投标人的投	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合

	标产品有强制性规定或要求的	相应规定或要求，并提供证明文件电子件： 1) 采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书； 2) 所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求） 3) 项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的VOCs 含量限制标准。
13	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；
14	串通投标	不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；（五）不同投标人的投标文件相互混装；（六）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；
15	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
16	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

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

2.2 异常低价处理

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

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

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

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

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

2.2.2 评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第

（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第（3）项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

- 2.2.3 评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为**无效投标（响应）**处理。
- 2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章 2.4 修正后的报价。
- 2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其**投标无效**。
- 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：
- 2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：
- ☐有，具体规定为：____ / ____
- ☒无，按下述 2.4.2-2.4.7 项规定修正。
- 2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；
- 2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。
- 2.5 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格

参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

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

2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的联合体或者大中型企业的报价给予 2% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。

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

2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。

2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

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

2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。

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

2.6 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.6.1 本项目既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本

国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.2 当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到 80% 以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.3 供应商提供本国产品参加政府采购活动的，应当按照招标文件给定的格式出具《关于符合本国产品标准的声明函》或提供财政部会同有关部门规定的有关证明文件，否则视为非本国产品。

3 投标文件的比较和评价

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

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

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

□ 最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照下述方法确定一个参加评标的投标人，其他**投标无效**。

□ 随机抽取

□其他方式，具体要求：_/_

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

4 确定中标候选人名单

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

□随机抽取

☆其他方式，具体要求：报价金额低者，若报价金额一致，随机抽取

- 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 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	评分标准	分值
投标报价评审（10 分）			
1	投标报价	满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分 = （评标基准价/投标报价）× 分值。 此处投标报价指经过报价修正，详见第四章《评标方法和评标标准》。	0-10 分
商务部分评审（25 分）			
1	类似项目业绩经验	近三年（从投标文件提交截止时间起前推三年）（以合同签订时间为准）的类似项目业绩。每提供一个业绩得 5 分，最多得 15 分。 注：供应商须提供加盖供应商印章的合同扫描件作为有效证明文件，包含合同首页、签字盖章页等关键页。不符合上述要求或未按要求提供有效证明文件的业绩在评审时将不予承认。	0-15 分
2	团队人员配置	根据供应商提供的能满足项目需求的专业团队。应配备相应的管理人员、编导人员、专业技术人员等，以及活动邀请的专业人员等，以保证每场活动的顺利完成。 团队人员充足构成合理并具备相关工作经验完全符合项目需求得 10 分； 团队人员构成较合理并具备相关工作经验符合项目需求得 8 分； 团队人员构成并具备相关工作经验基本符合项目需求得 6 分； 团队人员构成并具备相关工作经验最低限度符合项目需求得 4 分； 团队人员构成一般，相关工作经验较差得 2 分；	0-10 分

		不提供或不能满足项目需求得 0 分。	
技术标评分标准（65）			
1	对本项目关键点、重点、难点的理解与分析 及对策 (5 分)	对供应商是否了解项目背景及项目的服务对象、熟悉掌握项目的目标、功能、重点、难点等进行综合评审： 1. 能全面了解并准确分析和阐述本项目的关键点、重点、难点，且能够采取有针对性的措施的得 5 分； 2. 能基本理解分析本项目的关键点、重点、难点，且采取的措施较有针对性得 4 分； 3. 对本项目的关键点、重点、难点的理解和分析不够完整翔实，对策的针对性不足得 3 分； 4. 对本项目的关键点、重点、难点的理解和分析较差，对策的针对性与需求差距很大得 2 分； 5. 未提供得 0 分。	0-5 分
2	服务方案（50 分）	活动组织方案包括但不限于活动内容、活动流程、实施方案等内容，根据投标单位提供的方案的合理性、完整性、可行性进行打分。 方案合理、内容完整、可行性高，与本项目的需求完全匹配，细节丰满，主题明确，具备了活动组织方案中的所有要素，完全满足项目需求得 25 分； 方案合理、相对完整、可行性高，各方面描述较为详细，但细节描述略有欠缺，能够满足项目需求得 22 分； 方案较合理、较完整、可行性较高，有考虑不完全周全之处，得 18 分； 方案合理性、完整性、可行性一般，整体方案不够完善，得 15 分； 方案合理度、完整度、可行性不足，细节描述明显缺失，但主要主体内容均具备，得 12 分； 方案合理度较差、完整度较差、可行性较差，明显缺失部分	0-25 分

			主体内容，很难满足本项目的需求得 8 分； 方案不合理、不完整、可行性差，内容空洞泛泛，在本项目实际需求中并不匹配，得 5 分； 提供了方案，但完全不满足本项目的需求，无任何针对性，与本项目的要求完全不匹配，得 2 分； 无此项内容不得分。	
		活动宣传方案（10 分）	根据供应商提供的活动宣传方案的合理性、完善性进行打分。 1. 宣传方案完整，宣传流程及宣传措施完善，优于或完全满足项目需求的得 10 分； 2. 宣传方案完整，宣传流程及宣传措施均具备，但描述不够详细，满足项目需求的得 8 分； 3 宣传方案完整，宣传流程及宣传措施不完整，叙述空洞，很难满足项目需求的得 6 分； 4. 宣传方案不完整，宣传流程及宣传措施明显不完善、不合理，根据其响应内容预判无法满足项目需求的得 4 分； 5. 未提供得 0 分。	0-10 分
		实施保障方案（15 分）	跟据供应商提供的实施保障方案（包括但不限于活动所需设备、场地保障、服装道具、技术维护、现场监控、车辆保障、人员保障、技术支持、应急保障、细化责任分工）的完整性、完善性进行打分。 实施保障内容每包含以上十项内容中的一项得 1 分，满分 10 分；每项内容的具体实施方案完善得 0.5 分，满分共计 5 分。以上两项满分共计 15 分。 每缺失一项实施保障方案内容减 1.5 分；所提供的每项保障内容的具体实施方案不够完善减 0.5 分，最低得 0 分。	0-15 分
		效果评估总结方案	根据供应商提供的效果评估总结方案的完善程度打分，包括但不限于：反馈渠道、总结机制等。	0-5 分

		(5 分)	1. 效果评估总结方案完整，反馈渠道、总结机制合理，整体内容翔实完善，得 5 分； 2. 效果评估总结方案完整，无明显缺项，但内容不够详细，得 4 分； 3. 效果评估总结方案有细节缺失，主体内容尚具备，根据其内容描述，基本实现反馈和优化机能，得 3 分； 4. 效果评估总结方案不完整，有明显的缺失，根据其响应内容，很难实现反馈及优化机能，得 2 分； 5. 无此内容，得 0 分。	
		摄影摄像、短视频拍摄制作方案 (5 分)	根据供应商提供的摄影摄像、短视频拍摄制作方案的完善程度、是否能够满足项目需求进行打分。 1. 摄影摄像、短视频拍摄制作方案完整、合理、完善，完全可以保证摄影摄像和短视频拍摄制作的顺利进行和效果得 5 分； 2. 摄影摄像、短视频拍摄制作方案完整，无明显缺项，但内容不够详细，基本可以保证摄影摄像和短视频拍摄制作的顺利进行和效果，得 4 分； 3. 摄影摄像、短视频拍摄制作方案有细节缺失，主体内容尚具备，根据其内容描述，能否完全可以保证摄影摄像和短视频拍摄制作的顺利进行和效果存疑，得 3 分； 4. 摄影摄像、短视频拍摄制作方案不完整，有明显缺失，无法保证摄影摄像和短视频拍摄制作的顺利进行和效果得 2 分； 5. 未提供的得 0 分。	0-5 分
合计				100 分

第五章 采购需求

2026首都市民系列文化活动采购需求

根据北京市文化和旅游局《关于印发〈2026 年首都市民系列文化活动工作方案〉的通知》和北京市人民政府办公厅《关于印发〈北京市 2026 年重要民生实事项目〉的通知》相关要求，全面贯彻党的二十大和二十届二中、三中、四中全会及市委十三届六次全会、全市宣传思想文化工作会议、全市旅游发展大会、全市文化和旅游工作会议精神，深入学习贯彻习近平文化思想，传承中华优秀传统文化，不断发展新时代中国特色社会主义文化，立足北京全国文化中心建设总体布局，紧扣城市副中心高质量发展定位，聚焦推动文化繁荣、建设文化强国的使命任务，积极开展高质量的首都市民系列文化活动，持续提升活动群众性、参与性、互动性、针对性、观赏性和影响力，持续增强市民游客的文化获得感和幸福感。通州区拟于全区范围内开展 2026 年首都市民系列文化活动。具体内容如下：

一、活动目标

以区、街道（乡镇）、社区（村）为重点，开展首都市民系列文化活动，贯穿全年，丰富活跃市民群众的精神文化生活。强化宣传，确保重点任务项项有宣传、周周有报道，扩大影响力，提升满意度，完成绩效目标。提升副中心市民群众的参与度、体验度、满意度，增强副中心市民群众的文化获得感，幸福感。

三、活动时间

2026 年全年内（最终以采购人要求为准）

四、活动内容

通州区“2026 年首都市民系列文化活动”将在全区各街道、乡镇以及社区和村全面开展，并结合《北京市公共文化服务保障条例》做好宣传贯彻工作。活动内容包括以下内容：

1. **时代征程主题系列活动。**围绕纪念长征胜利 90 周年、建军 100 周年、改革开放 50 周年的国家重要庆典、纪念日，组织开展活动。

2. **“我们的节日”文化活动。**依托国际劳动节、端午节、七夕节、中秋节、重阳节、国庆节等全年重要节日及节气，开展“我们的节日”文化活动。

3. **文化进万家活动。**开展文化活动进乡村（社区）、进军营、进园区（工地、劳务市场等）、进景区或地标性建筑等公共场所，多点齐发，扩大影响力，

让首都市民系列文化活动“看得见、听得见、遇得见”。

4. **运河传遗——传统文化传承活动。**针对未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、“两新”群体组织、少数民族、军人等不同群体的精神文化需求，组织开展专项文化活动。

5. **讲好运河故事——运河文化沙龙活动。**依托三庙一塔、运河西岸等地标性建筑，以“活态传承、全民共享、副中心表达”为核心，讲好漕运文脉、古城变迁、新城崛起、京津冀协同的运河故事。

6. **副中心幸福文化账单。**组织服务的副中心居民观看市级、区级专业文艺演出；组织培训、演出、非遗国潮体验活动；培训多支文艺队伍，对培训成果进行汇演等。

7. **运河文化派对——艺启副中心活动。**围绕通州及京津冀文化底蕴，打造集文艺演出、展示展销、互动体验于一体的文化派对活动，丰富城市副中心群众文化生活，促进文化消费，同时加强京津冀三地文化系统交流互动。

8. **我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动。**本次“我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动”旨在深度挖掘通州大运河千年历史文脉，与国潮民乐深度绑定，打破传统演艺场景边界，串联形成通州全域“演艺+”特色线路，打造沉浸式、互动式多元化文旅体验场景，推动公共文化的高质量发展。

9. **“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动。**作品内容要求围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行创作，面向北京市进行征集。可以采用个人诵读、集体诵读、配乐诵读等多种形式，同时走进校园，邀请各大高校学生参与，青春风采与诗词魅力相互交融，增强表演的观赏性。

10. **“京”彩副中心 共话运河情——通州区群众文化大联欢系列活动。**在群众文化大联欢系列活动中，充分展示通州区作为北京城市副中心的独特魅力和蓬勃生机，同时深入挖掘和传承大运河文化的深厚底蕴，突出文化共享的理念，强调通过活动让更多的人享受到文化的乐趣，展现新时代通州人民携手共进的精神风貌。

11. **运河上的通州摄影作品征集展览活动。**通过高水准影像艺术，擦亮“运河上的通州”文旅品牌，生动展现北京城市副中心的时代形象与独特魅力，以光

影为媒，讲好运河故事、通州故事、副中心故事。

12. **运河正青春文化活动**。进一步深入挖掘运河沿线的文化宝藏，推动中国优秀传统文化的交流、弘扬和传承。

五、支付及验收方式

1. 甲方和乙方因本合同发生的一切费用均以人民币结算及支付。甲方依据乙方交来的合同、发票、服务项目明细、工作项目总结、工作验收考评报告等向乙方支付服务费，所有费用通过网银转账支付。

2. 合同签订生效后，乙方向甲方缴纳本合同总费用的 10% 作为履约保证金，甲方收到乙方履约保证金后，财政资金到账后向乙方支付合同价款的 60%；

3. 具体付款方式：项目执行至 9 月，甲方向乙方支付合同价款的 40%。乙方按合同约定，当项目完成后，甲方组织验收，对验收不合格的，甲方有追究乙方一切责任的权利；

4. 项目完成并验收合格后，甲方向乙方无息退还履约保证金。

5. 如因政府财政政策、财政支付等原因导致甲方无法按照以上约定时间支付，不视为甲方违约。甲方须在原因消除后 7 日内按约定的支付比例继续支付。

各节点支付款项均需经甲方审批通过后方可支付。

“时代征程主题系列活动”

采购需求

一、项目背景

为迎接长征胜利 90 周年、建军 100 周年、改革开放 50 周年三大国家重要庆典，举办“百年砺剑 九秩长征 五十奋进——时代征程主题系列活动”。该活动属于通州文旅局“首都市民系列文化活动”范畴，由通州区文旅局提供场地、组织观众及行政协调，供应商负责整体创意策划、现场活动执行、短视频制作和新媒体平台发布等。

二、总体思路

本系列活动以“运河”为地理坐标和精神意象，组织三场活动，串联三大主题。活动强化“沉浸式体验”与“全媒体传播”，通过“活动+短视频”的形式，让红色基因、强军壮志、改革精神在市民的参与中“活”起来。

三、具体活动内容

供应商应根据主题精心策划三场活动的活动方案，投标时详细列出，内容包括但不限于情景诵读、群众合唱、歌曲（军哥）联唱、人物访谈、年代歌会、群众互动等，鼓励创新性活动形式，但相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。每场活动需制作不低于 1 分钟的短视频，并在有一定影响力的媒体传播。

四、保障措施

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

五、活动宣传

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。

“我们的节日”文化活动

采购需求

一、活动背景

中华传统节日与重要节气，承载着中华民族悠久的历史记忆、丰富的人文精神和独特的价值理念，是维系民族情感、增强文化认同的重要纽带。为深入贯彻落实习近平文化思想，传承弘扬中华优秀传统文化，厚植家国情怀，丰富群众精神文化生活，通州区文化和旅游局策划推出“传薪火 续文明”——“我们的节日”系列文化活动。

本系列活动贯穿 2026 年全年，依托端午节、七夕节、建军节、中秋节、重阳节、国庆节、立冬、冬至节等重要节点，通过形式多样、内涵丰富的文化体验活动，让市民在参与中感悟节日文化内涵，在体验中传承中华文明薪火，共同营造温馨祥和、文明向上的节日氛围，生动展现通州区作为北京城市副中心的独特文化魅力与人文温度。

二、活动主题

传薪火续文明——“我们的节日”通州区系列文化活动

三、活动目标

传承文化薪火 深度挖掘节日节气的历史渊源、民俗传统和精神内核，让优秀传统文化在新时代焕发生机。

营造节日氛围 打造具有通州特色、主题鲜明、温馨和谐的节日文化体验场景。

丰富群众生活 提供高品质、接地气、互动强的文化活动，满足市民精神文化需求。

培育家国情怀 通过情感共鸣和价值引领，增强市民的文化认同感、归属感与自豪感。

打造文化品牌： 持续塑造“传薪火 续文明”通州节日文化品牌，提升区域文化影响力。

四、主办单位

北京市通州区文化和旅游局

五、活动时间与地点

活动时间：2026 年全年，紧扣各节日节气时间节点，每场活动时长约半天（3 小时内）。

活动地点：主会场设在通州区文化馆、图书馆、运河文化广场、城市绿心森林公园、西海子公园（燃灯塔景区）等标志性文化空间；分会场深入各街道社区文化中心、乡镇文化站、特色书店、景区景点等，方便群众就近参与。

六、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

七、各节日节气活动执行方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

八、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

运河承文脉·文化润万家——通州区文化进万家系列活动

采购需求

一、活动总览

（一）活动大主题

运河承文脉·文化润万家——通州区文化进万家系列活动

（二）活动核心定位

紧扣首都市民系列文化活动要求，以通州本土非遗文化为核心载体，开展文化活动进乡村（社区）、进军营、进园区（工地、劳务市场）、进景区/地标四大场景，多点齐发、全域覆盖，让文化服务下沉基层、贴近群众，实现非遗文化“看得见、听得见、遇得见”，擦亮通州文化名片。

（三）活动时间

2026 年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准）

（四）活动场次与类型

1. 文化进乡村（社区）：4 场，通州非遗文化体验制作类
2. 文化进军营、进园区（工地/劳务市场）：2 场，非遗文艺演出类
3. 文化进景区/地标性建筑：2 场，通州非遗文化体验制作类

二、活动的意义

文化惠民，提升幸福感：聚焦乡村居民、部队官兵、务工人员、景区游客等不同群体需求，开展沉浸式、互动式文化活动，丰富基层群众业余生活，满足精神文化需求，营造欢乐祥和的文化氛围。

非遗传承，活化本土文脉：通过现场体验、文艺展演等形式，让通州非遗技艺走出展馆、走进群众，激发非遗活力，培养群众非遗保护意识，推动传统文化代代相传。

全域覆盖，扩大品牌影响力：多点布局、分类开展活动，形成文化传播矩阵，强化“首都市民系列文化活动”品牌辨识度，让文化惠民声音传遍通州大街小巷，提升区域文化软实力。

凝心聚力，彰显城市温度：以文化为纽带，拉近政府与群众、不同群体之间的距离，传递城市关怀，营造团结奋进、文明和谐的社会氛围，助力区域精神文明建设。

三、活动方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

四、活动保障措施

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

五、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

运河传遗——传统文化传承系列活动

整体方案

一、活动总览

（一）项目概况

本项目旨在深入贯彻党的二十大关于“推进文化自信自强，传承中华优秀传统文化”的精神，精准对接新时期人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求。我们将以“运河传遗”为媒，以非遗技艺体验为桥，特别关注未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、新经济组织和新社会组织群体（“两新”组织）、少数民族、军人等不同群体的文化权益，让公共文化服务“一个都不能少”。

项目将秉持“古韵新声，情满运河”的理念，通过组织一系列精心设计、分众化、体验感强的非遗活动，吸引各类人群走进综合文化中心、24 小时智能文化空间等公共文化设施。让古老的技艺不再是博物馆中的静态陈列，而成为连接邻里情感、凝聚社区共识、促进社会和谐的“文化粘合剂”。在指尖的触摸与创造中，让非遗薪火照亮每一个角落，让运河文脉在新时代绽放出更加温暖、包容、璀璨的光芒，为北京城市副中心绘就“各美其美，美美与共”的精神共富新画卷。

（二）活动主题

运河传遗——传统文化传承系列活动

（三）主办单位

通州区文化和旅游局

（四）活动时间

2026 年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准）

（五）活动地点

拟定通州区各街道（乡镇）综合文化中心、社区活动室、24 小时智能文化空间、残疾人温馨家园、军营、工地文化活动站、学校等（具体以通州区文化和旅游局安排为准）

（六）服务对象

精准服务未成年人、老年人、残障人士、农民、进城务工人员、“两新”

组织群体、少数民族、军人等各类群体，并根据不同群体特点优化活动内容和组织形式。

（七）活动人数和规模

核心体验活动 30-50 人/场（根据场地和目标群体灵活调整），确保每位参与者获得深度体验。

二、活动内容简介

供应商应根据主题精心策划活动方案，组织不少于 15 个主题的相关活动，投标时详细列出方案，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

三、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

四、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

讲好运河故事——运河文化沙龙活动 采购需求

一、活动背景

2026 年，拟策划推出“讲好运河故事”系列活动，旨在深入挖掘大运河丰富的历史文化资源，生动展示通州“古今同辉”的独特魅力。活动以“四大场地+四大故事+每地两场”为核心架构，在三庙一塔聆听漕运文脉的回响，于大光楼触摸古城变迁的印记，在运河西岸捕捉新城崛起的光影，至湾里共绘京津冀协同的画卷。

八场活动，八次对话，不仅是历史的回溯，更是未来的启航。我们期待通过这一系列有深度、有温度、有参与度的文化体验，让文物“活”起来，让非遗“潮”起来，让运河故事走进千家万户，让千年文脉在新时代焕发勃勃生机。

二、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，组织八场精品文化活动，投标时详细列出方案，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

三、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

四、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

副中心幸福文化账单

——文化赋能基层社区居民共建幸福家园系列活动采购需求

一. 项目概况

1. 项目背景

通州区作为北京城市副中心，承载着京津冀协同发展的重要使命，同时拥有深厚的大运河文化底蕴。2026 年“副中心幸福文化账单活动”将面向全区范围开展，通过“政府主导+专业师资+居民参与”的方式，打造服务于副中心全体居民的“运河边的文化共享客厅”，形成可持续、可复制的“副中心幸福文化账单活动样板”。

2. 项目目标：

以“走出来+送进去”双向奔赴的文化服务模式，一方面组织居民“走出来”，到文化馆、剧场等专业场馆，欣赏高水准文艺演出，开阔文化视野；另一方面将优质资源“送进去”，把文艺培训、艺术课程送到居民家门口，提升居民艺术修养。

二、项目内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

三、项目执行保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

四、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

运河文化派对——艺启副中心 系列活动采购需求

一、活动背景

深入贯彻落实习近平总书记关于大运河文化保护传承利用的重要指示精神，立足增强北京城市副中心文化旅游主导功能，依托通州区大运河文化带保护建设成果，加强大运河历史文化遗产保护利用，深入挖掘大运河文化内涵，不断增强人民群众的文化获得感、幸福感，促进文旅产业经济振兴，将大运河通州段打造成为城市副中心蓝绿交织、水城共融的金名片。2026年是京津冀协同发展战略实施十二周年，通过策划举办“艺启副中心——运河文化派对”活动，进一步激活运河文化资源，推动文旅深度融合发展，让千年运河在新时代焕发更加蓬勃的生机与活力。

二、活动目标

（一）推动文化创新发展。深入挖掘大运河承载的历史文脉与时代价值，创新文化表达方式和传播载体，通过文艺演出、互动体验等多元形式，展现通州及大运河的独特魅力，持续提升城市副中心文化软实力和影响力。

（二）促进文旅产业振兴。依托大运河文化资源禀赋，搭建展示展销平台，促进文化旅游产业跨界融合与协同发展，激发文化消费潜力，培育文旅消费新增长点，为副中心经济社会发展注入文化动能。

（三）满足公众文化需求。坚持文化惠民导向，将高品质文化产品和服务送到群众身边，提升公众对通州历史及运河文化的兴趣与热情，丰富群众精神文化生活，增强文化自觉，坚定文化自信。

三、活动概况

活动时间：2026年全年内，具体以通州区文化和旅游局最终安排为准

活动场次：7场

活动形式：文艺演出、展示展销、文化交流

四、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

五、宣传手段

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

六、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

我和运河有个“乐”会

北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动采购需求

一、活动背景

《北京市国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》强调，“十五五”时期，北京要构建丰富优质的公共文化服务体系，高水平建设“演艺之都”。规划纲要创新设置了“人均接受文化场馆服务次数”指标，“十五五”期间要从6.69人次提升至8.5人次以上。

本项目将深度挖掘通州大运河千年历史文脉，与国潮民乐深度绑定，打破传统演艺场景边界，串联形成通州全域“演艺+”特色线路，打造沉浸式、互动式多元化文旅体验场景。进一步擦亮“运河上的通州”文旅名片，推动区域文旅产业高质量发展，为北京建设全国文化中心注入通州力量。

二、项目概述

（一）活动主题

我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐+系列艺术活动

（二）核心理念

以“传统文化”为纽带，以“大运河文化带”为载体，在都市打造沉浸式国乐美学现场，用现代审美重构传统国乐，面向受众传递东方美学的当代生命力。

（三）活动时间及场次

2026年全年，共举办8场（暂定，最终以采购人实际要求为准）

（四）活动地点

通州大运河文化旅游景区、北京通州站、花海片区、“三庙一塔”及周边古建群、六环高线公园等重点文旅区域

三、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

四、活动组织保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会系列活动 采购需求

一、活动立意

为深入贯彻习近平总书记关于弘扬中华优秀传统文化的重要指示精神，生动展现北京城市副中心建设发展新貌，打造具有区域特色的文化品牌，特举办“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动。本次活动以诗词为载体，融合多元舞台艺术，通过年轻化、时尚化的表达，讲述通州故事，传播运河文化，展现副中心古今交融的独特魅力。活动面向北京市征集相关诗词作品，作品内容要求围绕北京城市副中心在经济发展、城市建设、文化传承、生态环境等方面的发展与成就进行创作。

二、活动主题

以“运河脉动·青春通州”为主线，串联起通州的历史文脉、当代发展与未来蓝图，用诗词朗诵与舞台创新展现“蓝绿交织、水城共融”的副中心画卷。

三、主办单位

北京市通州区文化和旅游局

四、活动时间及地点

具体时间、地点以通州区文化和旅游局最终安排为准

五、活动方案

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

六、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

七、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

“京”彩副中心 共话运河情

通州区群众文化大联欢系列活动采购需求

2026 年是“十五五”规划开局之年，通州区作为北京城市副中心，承载着新时代首都发展的战略使命，全面落实“十五五”规划纲要，持续激发城市发展活力。本次系列活动继续以“京彩副中心 共话通州情”为主题，以文化赋能、群众参与为核心理念，深度融合副中心现代化活力与大运河历史文脉，全方位展现通州的独特魅力。

今年，活动坚持群众文化群众办的思路，打破传统室内剧场的空间限制，将舞台与户外自然和城市景观相融合。通过**欢唱会、合唱展演、乐队表演及冬季音乐会 4 场**各具特色的群众文化活动，进一步丰富人民群众的精神文化生活，绘就“城兴村美、民乐人和”美丽画卷。

一、活动安排

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

二、活动保障

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

三、宣传推广

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

运河上的通州摄影作品征集展览活动

系列活动采购需求

一、活动总览与核心理念

（一）活动基本信息

活动主题 《运河上的通州》——“醉”美北京城市副中心摄影大展暨“副中心十大网红打卡点”发布（暂拟）

主办单位：北京市通州区文化和旅游局

配套活动：评选并发布“副中心十大网红打卡点”（或摄影家眼中的“副中心十大网红打卡点”）；8场主题讲座

活动时间：2026 年全年内（具体以通州区文化和旅游局最终安排为准；展期预计 30 天）

活动地点：拟定北京城市图书馆（大观厅/道和厅）

（二）展览规模与预期效果

展出作品约 140 幅，均为知名摄影家精品力作。共设四大单元，系统呈现通州的历史文脉与时代新貌。

配套讲座 8 场，每周 2 场，每场容纳 100 人。

预计日均接待观众 1000 人次，总观展量近 3 万人次；线上曝光量目标为 100 万以上人次。

展览期间将发布“副中心十大网红打卡点”榜单。

二、整体活动方案

供应商应根据主题精心策划展览和讲座活动方案及“副中心十大网红打卡点”评选活动的详细方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

三、宣传推广方案

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

四、保障措施

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

文脉传承 运通中国

——运河正青春文化活动采购需求

一、活动背景

（一）活动宗旨

活动将以通州文旅为引领，聚合大运河沿线 8 个省市的特色文化与旅游资源，持续打造夯实“运河正青春”这一文旅品牌 IP。由文带旅，由点及面，让大运河在新时代的文旅产业版图上不仅是一条地理意义上的河流，更成为一条流动的创意之河、一条连接未来的精神之路。

（二）活动组织机构

主办单位：通州区文化和旅游局、中国群众文化学会（拟邀）

二、活动概述

“文脉传承 运通中国——运河正青春”文化活动以通州大运河文旅资源为核心，面向中国大运河沿线八省（市）（北京、天津、河北、山东、河南、安徽、江苏、浙江）的高校学生及社会青年群体，将大运河沿线的非物质文化遗产、优秀传统文化、独特文化景观挖掘并串联起来。本届活动特别创意推出“行走运河·专家巡回宣讲”“行走运河·青年调研计划”两大特色板块，让青年从“坐着听”变为“走着看”，在行走中感受遗产的温度，思考传承高度。

活动旨在搭建一个“文化共创+文旅融合+数智赋能”的立体平台，让青年成为运河故事的讲述者、传播者与创新者，推动大运河文化在“十五五”新征程中焕发青春光彩。

三、活动内容

供应商应根据主题精心策划活动方案，投标时详细列出，相关活动内容最终须经采购人审批同意后方可实施。

四、活动宣传

围绕活动全流程，制定全方位宣传计划，通过线上线下多渠道联动，广泛发布活动信息、营造浓厚活动氛围，吸引居民关注参与，持续提升活动影响力。收集市民反馈，为后续活动优化提供参考。

五、组织保障与注意事项

为确保活动安全、有序、高质量开展，供应商应综合考虑各种因素，制定完善的活动保障措施，细化责任分工，全面落实各项筹备工作。

第六章 拟签订的合同文本

(此格式为参考模板，具体格式以实际签订为准)

一、 合同条款

1、定义

本合同中的下列术语应解释为：

1.1 “合同”系指采购人与中标供应商签署的、合同格式中载明的采购人与中标供应商所达成的合同，包括所有的附件、附录和构成合同的其它文件。

1.2 “服务”系指根据合同规定中标供应商承担的服务。

1.3 “采购人”系指与中标供应商签署采购合同的单位（含最终用户）

1.4 “中标供应商”系指根据合同规定提供服务的中标供应商。

1.5 “代理机构”系指本项目的招标代理机构。

1.6 “现场”系指合同项下服务的实施地点。

1.7 “验收”系指合同双方依据规定的程序和条件确认合同项下的服务符合技术规范的要求。

2、技术规范

2.1 提交货物（如有）的技术规范应与招标文件规定的技术规范和技术规范附件（如果有的话）及其中标文件的规格偏差表（如果被采购人接受的话）相一致。

2.2 若技术规范中无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

3、服务内容

详见招标文件技术规范规定。

4、提供服务期限、地点

详见合同格式中规定。

5、付款方式

5.1 付款条件详见合同格式中规定。

6、索赔

6.1 如果中标供应商提供的服务质量与合同不符，采购人有权根据合同约定向中标供应商提出索赔。

7、延期提供服务

7.1 中标供应商应按照合同中规定的条款提供服务。

7.2 如果中标供应商延迟交货或提供服务并影响采购方正常履行合同的，采购人可采取以下制裁：收取违约金、赔偿金，直至解除合同。

8、违约赔偿

8.1 如果中标供应商没有按照合同规定的时间交货或提供服务，采购人可从应付款项中先行扣除违约金。违约金的计算标准为中标供应商每迟提供服务一天，按延迟提供服务的价格的1%计收。如果违约金不足以弥补采购方损失的，采购人有权要求中标供应商支付赔偿金，补足违约金不足部分。如果中标供应商在超过7天后仍不能交货和/或提供服务，采购人有权单方解除合同

9、验收

9.1 采用采购人自行进行验收方式。

10、不可抗力

10.1 如果双方中任何一方由于战争、严重火灾、水灾、台风和地震以及其它经双方同意属于不可抗力的事故，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于事故所影响的时间。

10.2 受事故影响的一方应在不可抗力的事故发生后尽快以书面形式通知另一方，并在事故发生后14天内，将有关部门出具的证明文件用挂号信航寄给或送给另一方。

10.3 因不可抗力不能履行合同的，根据不可抗力的影响，当事人双方部分或全部免除责任，但法律另有规定的除外。当事人迟延履行合同后发生不可抗力的，不能免除责任。

11、税费

与本合同有关的一切税费均适用中华人民共和国法律的相关规定。采购人与中标供应商按照中华人民共和国相关法律的规定各自承担其依法应承担的签订、履行本合同所需缴纳的税费。本合同价格为含税价格。

12、合同争议的解决

12.1 采购人、中标供应商双方应通过友好协商，解决在执行合同中所发生的或与本合同有关的一切争端，如果协商仍得不到解决，双方同意向采购人所在地的人民法院起诉解决。

13、合同变更和终止

13.1 在本合同有效期内，如合同与其生效后新颁布的有关法律、法规、政策规定不符，由甲、乙双方协商变更，如能协商一致，按照符合新颁法律、法规、政策规定拟定补充合同执行；如不能达成一致，本合同解除。合同解除后，尚未发生的业务，停止履行。

13.2 在中标供应商违约的情况下，采购人可向中标供应商发出书面通知，部分或全部终止合同。同时保留向中标供应商追诉的权利。

13.2.1 中标供应商未能在合同规定的限期或采购人同意延长的限期内提供全部或部分服务，合同解除；

13.2.2 中标供应商未能履行合同规定的其它主要义务的；

13.2.3 在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为的。

13.2.3.1 “腐败行为”和“欺诈行为”定义如下：

13.2.3.1.1 “腐败行为”是指提供/给予/接受或索取任何有价值的东西来影响采购方在合同签订、履行过程中的行为。

13.2.3.1.2 “欺诈行为”是指为了影响合同签订、履行过程，以谎报事实的方法，损害采购人的利益的行为。

13.3 合同履行期间，如因中标供应商违反相关规定及本合同约定，采购人终止合同履行的，采购人需以书面形式通知中标供应商，通知送达中标供应商后本合同解除；合同解除前，本合同继续有效。

13.4 本合同终止后，采购人与中标供应商双方应对合同期间发生的应尽未尽事项负责结清，有关保密义务的条款对双方仍然有效。

14、破产终止合同

如果中标供应商因破产、清算、注销、被吊销营业执照、停业等原因导致合同无法履行时，采购人可以书面形式通知中标供应商，单方解除合同而不给中标供应商补偿，但采购人必须以书面形式告知同级政府采购监督管理部门。该合同的解除将不损害或不影响采购人已经采取或将要采取的任何行动或补救措施的权利。

15、转让和分包

15.1 未经采购人事先书面同意，中标供应商不得部分转让或全部转让其所享有的合同权利或应履行的合同义务。并且，未经采购人事先书面同意，中标供应商不得将本合同项目中实质性内容分包给其他第三方完成。否则，中标供应商应当

向采购人支付合同总金额 20%的违约金，并且，于此情形下，采购人还有权解除合同。

16、合同修改

欲对合同条款进行任何改动，均须由采购人、中标供应商签署书面的合同修改书。

17、通知

本合同任何一方给另一方的通知，都应以书面或传真的形式发送，而另一方应以书面形式确认并发送到对方明确的地址。

18、知识产权条款

18.1 本项目成果的知识产权为 采购人 所有。未经采购人的许可，中标供应商不得向第三方转让、传播、销售。否则，中标供应商应当向采购人支付合同总金额 20%的违约金

18.2 中标供应商应保证采购人在使用该项目成果时免受任何第三方提出的侵犯著作权、专利权或其他知识产权的诉讼或指控。如果任何第三方提起基于知识产权的侵权诉讼，将由中标供应商负责处理并承担相关的一切法律责任和费用；由此给采购人造成的任何损失，中标供应商应负责赔偿。

19、技术情报和资料的保密

中标供应商应对合同执行过程中的技术情报及资料履行保密义务。

20、适用法律

本合同应按照中华人民共和国的法律进行解释。

21、合同生效及其它

21.1 合同应在合同方与中标供应商签字盖章开始生效。

21.2 本合同一式_____份，具有同等法律效力。采购人执_____份，中标供应商执_____份。

21.3 如需修改或补充合同内容，经协商，采购人与中标供应商应签署书面修改或补充合同，该合同将作为本合同的一个组成部分。

二、 合同格式

项目名称：2026 首都市民系列文化活动

采购人：北京市通州区文化和旅游局

中标人：_____

签署日期：_____

合 同 书

北京市通州区文化和旅游局(采购人)的 2026 首都市民系列文化活动(项目名称)中所需 2026 首都市民系列文化活动(服务名称/包号名称)经招标代理机构以(招标项目编号)号招标文件,进行招标。评标小组评定_____ (公司名称)为中标供应商。采购人与中标供应商协商一致,同意按照下列条款,签订本合同。

1、合同文件

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

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 合同条款
- d. 合同补充条款
- e. 中标文件(含澄清文件)
- f. 招标文件其他内容(含招标文件补充通知)

2、合同范围和条件

本合同的范围和条件应与上述规定的合同文件内容一致。

3、服务

项目实施: 以经过审核的项目实施方案为准。

项目周期: _____。

4、合同金额及付款

合同金额: 本合同总额为人民币_____。

付款方式(具体支付方式以正式签订合同为准): 合同签订生效后,乙方向甲方缴纳本合同总费用的 10%作为履约保证金,甲方收到乙方履约保证金后,财政资金到账后向乙方支付合同价款的 60%,计人民币_____元整;项目进行至 9 月时,甲方向乙方支付项目进度款为合同价款的 40%,计人民币元整;乙方按合同约定,当项目完成后,甲方组织验收,对验收不合格的,甲方

有追究乙方一切责任的权利。项目完成并验收合格后，甲方向乙方无息退还履约保证金。

5、合同的生效

本合同经双方各自的授权代表签署、加盖单位公章或合同专用章之日起生效。

采购人：_____

中标供应商：_____

名称：（印章）_____

名称：（印章）_____

_____年_____月_____日

_____年_____月_____日

授权代表（签字或盖章）：_____

授权代表（签字或盖章）：_____

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明部分）、（商务部分）、（技术部分），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。
- 4、为提升投标文件针对性和评标效率，投标人应当针对项目特征和要求自行编制技术响应方案和内容，国家及地方现有法规和规范已有的内容无需重复提交。

一、投标文件封面（非实质性格式）

投 标 文 件

项目名称：

项目编号：

投标人名称（盖章）：

资 格 部 分：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及法律法规的其他规定

1-1 营业执照等证明文件（加盖公章）

1-2 投标人资格声明书（实质性格式）

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该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

2-1 中小企业声明函

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业的具体情况如下：

1.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于____（☒中型企业、☐小型企业、☐微型企业）；

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

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

☐不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日 期：

3 投标保证金凭证/交款单据电子件

附缴纳投标保证金凭证（加盖公章）

退保证金信息

致：北京德聚招标有限公司

我单位投标保证金请按如下方式退还：

单位名称：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

财务联系人：_____

联系方式：_____

我单位保证以上信息真实有效，若因我方提供信息有误造成的保证金延误退还等问题，由我单位负责。

单位名称（公章）_____

4.中标服务费承诺书

中标服务费承诺书

致：北京德聚招标有限公司

我们在贵公司组织的_____项目招标中若获中标（招标代理项目编号：_____），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，向贵公司一次性支付应该缴纳的中标服务费用。

特此承诺

承诺方法定名称：_____

地址：_____

电话：_____ 传真：_____

邮编：_____

承诺方法人授权代表签字：_____（承诺方盖章）

承诺日期：_____

若我单位中标，中标服务费开票申请单如下：

要求财务开出的发票 种类	☐ 专票 ☐ 普票
对方单位名称： 纳税人识别号： （开增值税专用发票填） 地址、电话 ： （开增值税专用发票填） 开户行及账号： （开增值税专用发票填）	

商务部分：

1 投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

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

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起_____个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____传真_____

电话_____电子函件_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：_____年_____月_____日

2 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章或印鉴）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

法定代表人（单位负责人）有效期内的身份证正反面电子件：

--	--

委托代理人有效期内的身份证正反面电子件：

--	--

说明：

1. 若供应商为事业单位或其他组织或分支机构（仅当招标文件注明允许分支机构投标的），则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
2. 若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》（实质性格式）。
3. 供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

3 开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：_____

项目名称：_____

序号	投标人名称	投标报价（单位：人民币元）	
		大写	小写

注：1.此表中，投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

2.本表大小写必须一致。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

4 投标分项报价表

项目编号：_____项目名称：_____报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价(元)	场次数量	合价(元)	备注/说明
1	时代征程主题系列活动				
2	“我们的节日”文化活动				
3	文化进万家活动				
4	运河传遗——传统文化传承活动				
5	讲好运河故事——运河文化沙龙活动				
6	副中心幸福文化账单				
7	运河文化派对——艺启副中心活动				
8	我和运河有个“乐”会——北京城市副中心公共空间音乐系列艺术活动				
9	“诗韵通州·声动运河”北京城市副中心诗词大会活动				
10	“京”彩副中心 共话运河情——通州区群众文化大联欢系列活动				
11	运河上的通州摄影作品征集展览活动				
12	运河正青春文化活动				
总价(元)					

注：1 如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

2. 上述各项的详细规格（如有），可另页描述。
3. 分项报价的总价应当与开标一览表中的价格一致。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

5 合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号：_____

项目名称：_____

对本项目合同条款的偏离情况（请进行勾选）：					
☐ 无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可）					
☐ 有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一列明）					
序号	招标文件 条目号 (页码)	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明

注：

1. 对合同条款中的所有要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作
供应商已对之理解和响应。

2. “偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

6 采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号：_____ 项目名称：_____

对本项目采购需求的偏离情况（请进行勾选）： ☐ 无偏离（如无偏离，仅勾选无偏离即可） ☐ 有偏离（如有偏离，则应在本表中对偏离项逐一列明）					
序号	招标文件 条目号(页 码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 对招标文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。

2. “偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”或“无偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

7 近三年内类似项目业绩

序号	委托单位名称	项目名称	服务内容	完成情况	是否有用户反馈情况

注：供应商须提供加盖供应商印章的合同扫描件作为有效证明文件，包含合同首页、签字盖章页等关键页。不符合上述要求或未按要求提供有效证明文件的业绩在评审时将不予承认。

8、投标人认为应附的其他材料

技术部分：

投标人根据项目内容及评标办法的要求，提供响应资料。

附件1

中小企业划型标准规定（工信部联企业[2011]300号）

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

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

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