

北京市政府采购项目 竞争性磋商文件

项目名称：民政工作融媒体发布服务

项目编号/包号：BJJQ-2024-375/01~03

采购人：北京市民政局

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	采购邀请	1
第二章	供应商须知	5
第三章	评审方法和评审标准	21
第四章	采购需求	37
第五章	合同草案条款	44
第六章	响应文件格式	62

第一章 采购邀请

一、项目基本情况

- 1.项目编号/包号：BJJQ-2024-375/01~03
- 2.项目名称：民政工作融媒体发布服务
- 3.采购方式：竞争性磋商
- 4.项目预算金额：210.175 万元
- 5.采购需求：

包号	标的名称	采购包预算金额 (万元)	数量	简要技术需求或服务要求
01	新媒体运营服务	97.2	1 项	辅助采购人运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。同时，需要提供新媒体产品形态，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。
02	新媒体视频宣传推广服务	85.6	1 项	组织拍摄、制作完成不少于 10 个短视频项目，宣传首都民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度。
03	慈善北京文化建设服务	27.375	1 项	为深入贯彻党的二十大精神，推进“慈善北京”建设，开展“慈善北京”文化建设项目，通过制作优秀慈善产品，培育优秀慈善品牌，打造慈善宣传平台，展现首都慈善文化影响力，以首都慈善事业高质量发展助力新时代首都发展。

6.合同履行期限：自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日。

7.本项目是否接受联合体：是 否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

- 1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
- 2.落实政府采购政策需满足的资格要求：
 - 2.1 中小企业政策
 - 本项目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：**本项目第2包专门面向小微企业采购。**

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）： / 。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

否

■是，公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织，不得作为承接主体；

3.2 其他特定资格要求： / 。

三、获取采购文件

1.时间：2024年05月24日至2024年05月31日，每天上午9:00至12:00，下午12:00至17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台

3.方式：供应商使用CA数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台（<http://zbcg-bjzc.zhongcy.com/bjczj-portal-site/index.html#/home>）获取电子版竞争性磋商文件。

4.售价：0元。

四、响应文件提交

截止时间：2024年06月06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INN3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、开启

时间：2024年06月06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INN3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）。

六、公告期限

自本公告发布之日起3个工作日。

七、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：

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

CA数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理CA数字证书或电子营业执照

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

2.2 注册

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

2.3 驱动、客户端下载

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

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

2.4 获取电子竞争性磋商文件

供应商使用CA数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台获取电子竞争性磋商文件。

供应商如计划参与多个采购包的响应，应在登录北京市政府采购电子交易平台后，在【我的项目】栏目依次选择对应采购包，进入项目工作台招标/采购文件环节分别按采购包下载采购文件电子版。

供应商在北京市政府采购电子交易平台成功下载竞争性磋商文件后，请扫描以下二维码，录入详细信息。



3.采购代理机构项目编号：BJJQ-2024-375/01~03

4.采购代理机构项目联系邮箱：yw03@hcjq.net

5.本公告同时在中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn>）、北京市政府采购网（<http://www.ccgp-beijing.gov.cn/>）以及北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司网站（<http://www.hcjq.net/>）发布。

七、对本项目提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名称：北京市民政局

地址：北京市通州区留庄路4号院2号楼

联系方式：周老师，010-55521772

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：北京市东城区朝阳门内大街南竹杆胡同6号北京INN3号楼9层

联系方式：010-65244483、65699122

3.项目联系方式

项目联系人：王秋凌、李辰

电话：010-65244483、65699122

第二章 供应商须知

供应商须知资料表

本表是对供应商须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。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： <input checked="" type="checkbox"/> 服务 <input type="checkbox"/> 货物 <input type="checkbox"/> 工程								
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否								
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：__/_。								
	磋商前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开 <input type="checkbox"/> 召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：__/_。								
4.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>标的名称</th> <th>中小企业划分标准所属行业</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新媒体运营服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>新媒体视频宣传推广服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> <tr> <td>慈善北京文化建设服务</td> <td>其他未列明行业</td> </tr> </tbody> </table>	标的名称	中小企业划分标准所属行业	新媒体运营服务	其他未列明行业	新媒体视频宣传推广服务	其他未列明行业	慈善北京文化建设服务	其他未列明行业
		标的名称	中小企业划分标准所属行业							
		新媒体运营服务	其他未列明行业							
新媒体视频宣传推广服务	其他未列明行业									
慈善北京文化建设服务	其他未列明行业									
10.2	报价	报价的特殊规定： <input checked="" type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> 有，具体情形：__/_。								
11.1	磋商保证金	磋商保证金金额：01包：19000元；02包：17000元；03包：5000元。 磋商保证金收受人信息： 磋商保证金银行账号： 收款单位：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司 账号：10000010117933 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”，避免出现汇款不成功。采用电汇或网上银行支付的，须在响应文件提交截止时间前到账，并注明项目编号：2024-375/包								

条款号	条目	内容															
		号。)															
11.7.5		磋商保证金不予退还的其他情形： □无 ■有，具体情形：成交供应商不按本须知第 23 条的规定签订合同的。															
12.1	响应有效期	自提交响应文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。															
13.1	响应文件的份数	响应文件份数：一份正本、三份副本、一份电子版 供应商递交的电子版文件应为响应文件正本 PDF 扫描版，包含纸质响应文件全部内容，存储载体为只读光盘或一次写入光盘。															
20.1	成交供应商的确认	采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商： ■否 □是 成交候选人并列的，按照以下方式确定成交供应商： <u> / </u> 。															
23.5	分包	本项目是否允许分包： ■不允许 □允许，具体要求： <u> / </u> 。 (1) 可以分包履行的具体内容： <u> / </u> ； (2) 允许分包的金额或者比例： <u> / </u> ； (3) 其他要求： <u> / </u> 。															
24.1.1	询问	询问送达形式：直接或以邮寄方式提交书面询问函。															
24.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 1、询问 联系部门、联系电话、通讯地址：见第一章《采购邀请》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。															
25	代理费	<p>收费对象： □采购人 ■成交供应商</p> <p>收费标准：1、本项目成交金额为 100 万元以上的项目，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，代理服务费以各分包成交金额为基准、按差额定率累进法计算，收取标准如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>成交金额</th> <th>费率</th> <th>服务招标</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>200 万元以下</td> <td></td> <td>1.5%</td> </tr> <tr> <td>200~500 万元 (含 500 万元)</td> <td></td> <td>1.1%</td> </tr> <tr> <td>500~1000 万元 (含 1000 万元)</td> <td></td> <td>0.8%</td> </tr> <tr> <td>1000~5000 万元 (含 5000 万元)</td> <td></td> <td>0.35%</td> </tr> </tbody> </table>	成交金额	费率	服务招标	200 万元以下		1.5%	200~500 万元 (含 500 万元)		1.1%	500~1000 万元 (含 1000 万元)		0.8%	1000~5000 万元 (含 5000 万元)		0.35%
成交金额	费率	服务招标															
200 万元以下		1.5%															
200~500 万元 (含 500 万元)		1.1%															
500~1000 万元 (含 1000 万元)		0.8%															
1000~5000 万元 (含 5000 万元)		0.35%															

条款号	条目	内容	
		5000 万元~1 亿元（含 1 亿元）	0.2%
		1~10 亿元（含 10 亿元）	0.05%
		10 亿以上	0.01%
		<p>2、本项目成交金额为 100 万元以下的项目，按以下固定费用收取： （1）成交金额为 50~100 万元（含 100 万元）的项目，收取代理服务费 15000 元。 （2）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。 缴纳时间：在领取成交通知书时交付代理费。 代理费银行账号： 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</p>	

供应商须知

一 说明

- 1 采购人、采购代理机构、供应商、联合体
 - 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《采购邀请》。
 - 1.2 供应商（也称“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
 - 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。
- 2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购
 - 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
 - 2.2 项目属性见《供应商须知资料表》。
 - 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《供应商须知资料表》。
- 3 现场考察、磋商前答疑会
 - 3.1 若《供应商须知资料表》中规定了组织现场考察、召开磋商前答疑会，则供应商应按要求在规定的的时间和地点参加。
 - 3.2 由于未参加现场考察或磋商前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响响应文件编制、报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由供应商自行承担不利评审后果。
- 4 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）
 - 4.1 采购本国货物、工程和服务
 - 4.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《**中华人民共和国政府采购法**》第十条规定情形的除外。
 - 4.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第四章《采购需求》。
 - 4.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依

据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

4.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

4.2.1 中小企业定义：

4.2.1.1 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。关于中小企业的相关规定依据《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）。

4.2.1.2 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。

4.2.1.3 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。

4.2.1.4 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。

4.2.2 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。

- 4.2.3 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：
- 4.2.3.1 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）；
- 4.2.3.2 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；
- 4.2.3.3 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；
- 4.2.3.4 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；
- 4.2.3.5 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）；
- 4.2.3.6 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。
- 4.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《采购邀请》。
- 4.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《供应商须知资料表》。
- 4.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第三章《评审方法和评审标准》。

4.3 政府采购节能产品、环境标志产品

- 4.3.1 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。
- 4.3.2 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）。
- 4.3.3 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，则供应商所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则**响应无效**；
- 4.3.4 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三章《评审方法和评审标准》（如涉及）。

4.4 正版软件

- 4.4.1 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）。

4.5 网络安全专用产品

- 4.5.1 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，应当在国家互联网信息办公室会同工业和信息化部、公安部、国家认证认可监督管理委员会统一公布和更新的符合要求的

网络关键设备和网络安全专用产品清单中。

4.6 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

4.6.1 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（具体标准见第四章《采购需求》），否则**响应无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第三章《评审方法和评审标准》。

4.7 采购需求标准

4.7.1 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，则其具体要求见第四章《采购需求》。

4.7.2 绿色数据中心政府采购需求标准（试行）

为加快数据中心绿色转型，根据财政部 生态环境部 工业和信息化部关于印发《绿色数据中心政府采购需求标准（试行）》的通知（财库〔2023〕7号），本项目如涉及绿色数据中心，则具体要求见第四章《采购需求》。

5 响应费用

5.1 供应商应自行承担所有与准备和参加磋商有关的费用，无论磋商的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

二 竞争性磋商文件

6 竞争性磋商文件构成

6.1 竞争性磋商文件包括以下部分：

第一章 采购邀请

第二章 供应商须知

第三章 评审方法和评审标准

第四章 采购需求

第五章 合同草案条款

第六章 响应文件格式

- 6.2 供应商应认真阅读竞争性磋商文件的全部内容。供应商应按照竞争性磋商文件要求提交响应文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对竞争性磋商文件做出实质性响应，否则**响应无效**。
- 7 对竞争性磋商文件的澄清或修改
- 7.1 采购人、采购代理机构或者磋商小组对已发出的竞争性磋商文件进行必要澄清或者修改的，将以书面形式通知所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商。采用公告方式邀请供应商参与的，还将在原公告发布媒体上发布更正公告。
- 7.2 上述书面通知，按照获取竞争性磋商文件的潜在供应商提供的联系方式发出，因提供的信息有误导导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 7.3 澄清或者修改的内容为竞争性磋商文件的组成部分，并对所有获取竞争性磋商文件的潜在供应商具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，将在提交首次响应文件截止之日 5 日前，以书面形式通知所有获取磋商文件的供应商；不足上述时间的，将顺延提交响应文件的截止时间。

三 响应文件的编制

- 8 响应范围、竞争性磋商文件中计量单位的使用及磋商语言
- 8.1 本项目如划分采购包，供应商可以对本项目的其中一个采购包进行响应，也可同时对多个采购包进行响应。供应商应当对所报采购包对应第四章《采购需求》所列的全部内容进行响应，不得将一个采购包中的内容拆开响应，否则其对该采购包**响应无效**。
- 8.2 除竞争性磋商文件有特殊要求外，本项目磋商所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 8.3 除专用术语外，响应文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。供应商提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释响应文件时以中文翻译本为准。未附中文翻

译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由供应商自行承担。

9 响应文件构成

- 9.1 供应商应当按照竞争性磋商文件的要求编制响应文件，并对其提交的响应文件的真实性、合法性承担法律责任。响应文件的部分格式要求，见第六章《响应文件格式》。
- 9.2 对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，**否则响应无效**。未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。
- 9.3 第三章《评审方法和评审标准》中涉及的证明文件。
- 9.4 对照第四章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第四章《采购需求》做出了响应，或申明与第四章《采购需求》的偏差和例外。如第四章《采购需求》中要求提供证明文件的，供应商应当按具体要求提供证明文件。
- 9.5 供应商认为应附的其他材料。

10 报价

- 10.1 所有响应均以人民币报价。
- 10.2 供应商的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。供应商的报价应包括但不限于下列内容，《供应商须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。
 - 10.2.1 所报货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；
 - 10.2.2 按照竞争性磋商文件要求完成本项目的全部相关工程或服务费用。
- 10.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。
- 10.4 供应商不能提供任何有选择性或可调整的最后报价（竞争性磋商文件另有规定的除外），**否则其响应无效**。

11 磋商保证金

- 11.1 供应商应按《供应商须知资料表》中规定的金额及要求交纳磋商保证金。
- 11.2 交纳磋商保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。
- 11.3 磋商保证金到账（保函提交）截止时间同首次响应文件提交截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交磋商保证金的，应在首次响应文件提交截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的保函等形式提交磋商保证金的，应在首次响应文件提交截止时间前将原件提交至采购代理机构；由于到账时间晚于首次响应文件提交截止时间的，或者票据错误、印鉴不清等原因导致不能到账的，其**响应无效**。
- 11.4 磋商保证金有效期同响应有效期。
- 11.5 供应商为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳磋商保证金，其交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。
- 11.6 采购人、采购代理机构将及时退还供应商的保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的保证金，经供应商同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外：
 - 11.6.1 已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。采购人、采购代理机构将退还退出磋商的供应商的磋商保证金；
 - 11.6.2 成交供应商的磋商保证金，在采购合同签订后 5 个工作日内退还成交供应商；
 - 11.6.3 未成交供应商的磋商保证金，在成交通知书发出后 5 个工作日内退还。
- 11.7 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构不予退还磋商保证金：
 - 11.7.1 供应商在提交响应文件截止时间后撤回响应文件的；
 - 11.7.2 供应商在响应文件中提供虚假材料的；
 - 11.7.3 除因不可抗力或磋商文件认可的情形以外，成交供应商不与采购人签订合同的；
 - 11.7.4 供应商与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；
 - 11.7.5 《供应商须知资料表》规定的其他情形。

12 响应有效期

- 12.1 响应文件应在本竞争性磋商文件《供应商须知资料表》中规定的响应有效期内保持有效，响应有效期少于竞争性磋商文件规定期限的，其**响应无效**。
- 13 响应文件的份数及签署、盖章
- 13.1 供应商应按照磋商文件“供应商须知资料表”规定的份数提交响应文件正本、副本和电子版，每本响应文件须清楚地标明“正本”或“副本”或“电子版”。若正本和副本或电子版不符，以正本为准。
- 13.2 响应文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由供应商的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在响应文件上签字或盖章，并加盖供应商单位公章。法定代表人/负责人签署响应文件的，应提交法定代表人/负责人身份证明；授权代表签署响应文件的，应提交法定代表人/负责人身份证明以及“法定代表人/负责人授权书”，供应商应将上述文件附在响应文件中。如对响应文件进行了修改，则应由供应商的法定代表人/负责人或经其正式授权的代表在修改的每一页上签字或盖章。响应文件应当装订成册，编制页码。响应文件的副本可采用正本的复印件。
- 13.3 任何行间插字、涂改和增删，必须由供应商法定代表人/负责人或经其正式授权的代表签字或盖章后才有效。
- 13.4 响应文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由供应商负责。
- 13.5 本磋商文件中所要求加盖的供应商公章是指与供应商名称全称相一致的“行政公章”，不得加盖其它“合同专用章、投标专用章、财务专用章”等非行政公章；“签字”是指供应商法定代表人（单位负责人）在磋商文件规定处亲笔写上本人姓名；“法定代表人（单位负责人）签章或印鉴”是指供应商法定代表人（单位负责人）在磋商文件规定处加盖个人名章、手签章、印鉴等。
- “法定代表人（单位负责人）”指供应商营业执照或登记证书载明的“法定代表人”、“负责人”、“执行事务合伙人”、“投资人”等。
- 13.6 以联合体参加的，除磋商文件格式中要求外，磋商文件要求的供应商盖章处应按加盖联合体协议中约定的联合体牵头人公章或所有联合体成员公章。

四 响应文件的提交

14 响应文件的密封和标记

- 14.1 提交首次响应文件时，供应商应将响应文件正本、所有的副本、电子版密封

提交。

14.2 所有信封或纸箱上均应：

- 1) 清楚标明递交至磋商文件中所要求的地址。
- 2) 注明项目名称、项目编号和“在（ 时间）之前不得启封”的字样（填入规定的提交首次响应文件递交截止日期和时间）。
- 3) 在信封或纸箱的封装处加盖供应商公章，也可由法定代表人/负责人或其授权代表签字或盖章。

14.3 所有信封或纸箱上还应写明供应商名称和地址，以便若其文件被宣布为“迟到”响应文件时，能原封退回。

14.4 如果供应商未按上述要求密封及加写标记，采购单位对响应文件的误投或过早启封概不负责。

15 响应文件截止时间

15.1 供应商应按磋商文件规定的提交响应文件截止日期、时间和地点，将响应文件密封递交采购代理机构。

15.2 采购单位有权按本须知的规定，通过修改磋商文件延长提交响应文件截止时间。在此情况下，采购单位和供应商受提交响应文件截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止期。

15.3 在提交响应文件截止时间后送达的任何响应文件为无效文件，采购单位或磋商小组有权拒收并原封退回。

16 响应文件的修改与撤回

16.1 提交响应文件截止时间前，供应商可以对所提交的响应文件进行补充、修改或者撤回。

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

16.3 供应商对响应文件的补充、修改或者撤回的要求应采用书面形式，并按本须知规定编制、密封、标记和发送。

五 评审

17 磋商仪式

- 17.1 采购代理机构应当按磋商文件的规定，在提交首次响应文件截止时间的同一时间和地点组织磋商仪式。磋商仪式邀请供应商代表、采购人和专家等有关方面代表参加。参加磋商仪式的代表人应签名报到以证明其出席。
- 17.2 磋商仪式开始时，采购代理机构宣读致辞，由供应商代表或监察人员或公证人员检查响应文件的密封情况，经确认无误后，供应商退场。
- 17.3 磋商仪式中，除了按照本须知的规定原封退回迟到的响应文件之外，采购代理机构不得拒绝任何响应文件。
- 17.4 供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向采购人或采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。采购人或采购代理机构将及时询问被申请回避人员，有利害关系的被申请回避人员将回避。
- 17.5 供应商不足 3 家的，不予开启。
- 17.6 本项目不公开报价。
- 18 磋商小组
- 18.1 磋商小组根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评审事务，独立履行职责。
- 18.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。
- 19 评审方法和评审标准
- 19.1 见第三章《评审方法和评审标准》。

六 确定成交

- 20 确定成交供应商
- 20.1 采购人将在收到评审报告后，从评审报告提出的成交候选供应商中，按照排序由高到低的原则确定成交供应商。采购人是否授权磋商小组直接确定成交供应商，见《供应商须知资料表》。成交候选人并列的，按照《供应商须知资料表》要求确定成交供应商。
- 21 成交公告与成交通知书
- 21.1 采购人或采购代理机构将在成交供应商确定后 2 个工作日内，在北京市政府

采购网公告成交结果，同时向成交供应商发出成交通知书，成交公告期限为 1 个工作日。

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

22 终止

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

22.1.1 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

22.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

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

23 签订合同

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

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

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

- 23.4 政府采购合同不能转包。

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

项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

24 询问与质疑

24.1 询问

24.1.1 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可依法提出询问，并按《供应商须知资料表》载明的形式送达采购人或采购代理机构。

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

24.2 质疑

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

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

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

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

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

25 代理费

25.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《供应商须知资料表》。由成交供应商支付的，成交供应商须一次性向采购代理机构缴纳代理费，报价应包含代理费用。

第三章 评审方法和评审标准

一、资格审查程序

1 响应文件的资格性检查和符合性审查

- 1.1 磋商小组将根据《资格审查要求》和《符合性审查要求》中规定的内容，对供应商进行检查，并形成检查结果。供应商《响应文件》有任何一项不符合《资格审查要求》和《符合性审查要求》要求的，视为未实质性响应磋商文件。未实质性响应磋商文件的响应文件按**无效响应**处理，磋商小组应当告知提交响应文件的供应商。
- 1.2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除竞争性磋商文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 1.3 《资格审查要求》见下表：

资格审查要求

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

序号	检查因素	检查内容	格式要求
1-2	供应商资格声明书	提供了符合竞争性磋商文件要求的《供应商资格声明书》。	格式见《响应文件格式》
1-3	供应商信用记录	<p>查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）；</p> <p>截止时点：首次响应文件提交截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间；</p> <p>信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他竞争性磋商文件一并保存；</p> <p>信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，其响应无效。联合体形式磋商的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。</p>	无须供应商提供，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《采购邀请》	
2-1	中小企业政策	具体要求见第一章《采购邀请》	
2-1	中小企业声明函	<p>当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购，提供如下资料：</p> <p>1、供应商单独响应的，应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。</p> <p>2、如磋商文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且供应商为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件中如实填报，且满足采购文件关于预留份额的要求。</p>	格式见《响应文件格式》
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《采购邀请》	

序号	检查因素	检查内容	格式要求
3-1	是否接受联合体	<p>1、如本项目接受联合体磋商，且供应商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磋商和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为响应文件的组成部分，与响应文件其他内容同时递交。</p> <p>2、联合体各成员单位均须提供本表中序号1-1、1-2的证明文件。</p> <p>3、本表序号3-2项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的响应无效。</p> <p>7、本项目不接受联合体响应时，供应商不得为联合体。</p>	提供《联合协议》原件或该原件的复印件 格式见《响应文件格式》
3-2	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，供应商不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《响应文件格式》
4	磋商保证金	按照竞争性磋商文件的要求提交磋商保证金。	

1.4 《符合性审查要求》见下表：

符合性审查要求

序号	检查因素	检查内容	是否允许澄清、说明或者更正
1	密封、签署、盖章	按照磋商文件规定要求密封、签署、盖章	不允许
2	其他	法律、法规和磋商文件中规定的其他实质性要求	不允许

2 磋商、响应文件有关事项的澄清、说明或者更正和最后报价

2.1 磋商小组所有成员将集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商

- 的供应商平等的磋商机会。
- 2.2 在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。
- 2.3 对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。
- 2.4 供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。
- 2.5 响应文件的澄清、说明或者更正：
- 2.5.1 磋商小组在对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。
- 2.5.2 磋商小组对响应文件进行审查，如发现供应商提交的响应文件存在不满足《符合性审查要求》的内容，如属于表中“不允许”澄清、说明或者更正的内容，则供应商响应文件按**无效处理**；如属于表中的“允许”澄清、说明或更正的内容，磋商小组将要求供应商在规定的时间内对响应文件进行澄清、说明或者更正。如供应商在磋商小组规定的时间内未作出必要的澄清、说明或者更正，或澄清、说明或者更正后仍不能满足采购文件要求的，则供应商的响应文件按**无效处理**。
- 2.5.3 供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。磋商小组要求供应商澄清、说明或者更正响应文件应当以书面形式作出。供应商的澄清、说明或者更正应当由法定代表人（若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权委托书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。澄清、说明或者更正文件将作为响应文件内容的一部分。
- 2.6 磋商结束后，磋商小组将要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。最后报价时间为磋商小组指定的时间，具体时间根据磋商进度另行

通知。

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

3 最后报价的算术修正及政策调整

- 3.1 最后报价须包含竞争性磋商文件全部内容，如最后分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对最后报价进行调整。磋商小组有权要求供应商在评审现场合理的时间内对此进行书面确认，供应商不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分响应，其**响应无效**。
- 3.2 最后报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：
- 3.2.1 竞争性磋商文件对于报价修正是否另有规定：
- 有，具体规定为： /
- 无，按下述 3.2.2-3.2.5 项规定修正。
- 3.2.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 3.2.3 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，并修改单价；
- 3.2.4 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 3.2.5 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价经供应商书面确认后产生约束力，供应商不确认的，其**响应无效**。
- 3.3 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《供应商须知》4.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评审时价格不予扣除。

- 3.3.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目,以及预留份额项目中的非预留部分采购包,对小微企业报价给予 10%的扣除,用扣除后的价格参加评审。
- 3.3.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目,以及预留份额项目中的非预留部分采购包,且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目,对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的联合体或者大中型企业的报价给予 6%的扣除,用扣除后的价格参加评审。
- 3.3.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的,不享受价格扣除优惠政策。
- 3.3.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待,不作区分。
- 3.3.5 中小企业参加政府采购活动,应当按照竞争性磋商文件给定的格式出具《中小企业声明函》,否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 3.3.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件的,视同小微企业。
- 3.3.7 残疾人福利性单位按竞争性磋商文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》(见附件)的,视同小微企业。
- 3.3.8 若供应商同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上,将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。
- 3.3.9 其他为落实政府采购政策实施的优先采购: / 。
- 4 磋商环节及提交最后报价后如出现以下情况的,供应商的**响应文件无效**:
- 4.1 供应商对实质性变动不予确认的;
- 4.2 不满足磋商文件★号条款或磋商文件技术指标超出磋商文件《采购需求》中主要技术参数允许偏差的最大范围的(如有);
- 4.3 未按照磋商小组规定的时间、逾期提交最后报价的;
- 4.4 如供应商的最后报价超过竞争性磋商文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价的;
- 4.5 响应文件中出现可选择性或可调整的报价的(竞争性磋商文件另有规定的除外);

4.6 最后报价出现前后不一致，供应商对修正后的报价不予确认的；

4.7 其他：__/_。

5 评审方法和评审标准

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

5.2 竞争性磋商文件中没有规定的评审标准不得作为评审依据。

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

5.4 关于无线局域网认证产品政府采购清单中的产品，优先采购的具体规定（如涉及）__/_。

6 确定成交候选人名单

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

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

6.3 磋商小组要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

7 报告违法行为

7.1 磋商小组在评审过程中发现供应商有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，有向采购人、采购代理机构或者有关部门报告的职责。

二、评审标准

第1包：新媒体运营服务

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	综合考虑供应商自2021年1月1日(以合同生效时间为准)起至今完成的类似新媒体运营项目的业绩,每个业绩得2分,该项最高得10分(须提供 完整 合同复印件并加盖供应商公章)。
2	项目方案 (80分)	项目分析	5分	综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析,项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位:5分; 项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般:3分; 项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析:1分; 未提供任何材料:0分。
		平台运维方案(14分)	7分	综合考虑供应商提供的 各平台日常信息的采写、编辑、排版方案 。 方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、内容丰富、撰写手法多样、排版紧凑充实、受众适用性强,完全满足或优于采购需求:7分; 方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、内容较多、撰写手法较多、排版较紧凑、受众适用性较强,可以满足采购需求:5分; 方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、内容一般、撰写手法一般、排版充实度一般、有一定的受众适用性,基本满足采购需求:3分; 方案完整度差、信息采集覆盖范围局限、内容极少、撰写手法单一、排版松散、不具备受众适用性,无法完全满足采购需求:1分; 未提供任何方案:0分。
		重大主题/活动策划方案	8分	综合考虑供应商提供的 重大主题/活动策划方案 。 方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、活动形式丰富内容多样、主题鲜明、受众适用性强,完全满足或优于采购需求:8分; 方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、活动形式较丰富内容较多、主题明确、受众适用性较强,可以满足采购需求:6分; 方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、活动形式及内容一般、有一定的主题体现、受众适用性一般,基本满足采购需求:4分; 方案完整度较低、信息采集覆盖范围局限、活动形式及内容较单

			一、主题不明确、受众适用性较差，勉强满足采购需求：2分； 方案无法满足采购需求或未提供任何方案：0分。
	新媒体产品方案 (28分)	7分	综合考虑供应商提供的一图看懂运营方案。 方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分； 方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分； 方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分； 方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。
7分		综合考虑供应商提供的宣传片拍摄方案。 方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分； 方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分； 方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分； 方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。	
7分		综合考虑供应商提供的海报策划方案。 方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分； 方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分； 方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，但描述简略，基本满足采购需求：3分； 方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。	
	运营安全及保密方案	7分	综合考虑供应商提供的运营安全及保密方案。 方案完整度高、具有完备安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设完备、响应时效性强、处突能力强，完全满足采购需求：7分； 方案完整度较高、具有一定的安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设较齐全、响应时效性较强、处突能力较强，可以满足采购需求：5分； 方案完整度一般、安全保障预案及健全的保密制度一般、应急体系建设一般、响应时效性一般、处突能力一般，基本满足采购需求：3分； 方案完整度较差、安全保障预案及健全的保密制度缺失或应急体系建设缺失、响应时效性滞后、不具备处突能力，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。
	运营质量保证方案	8分	综合考虑供应商提供的运营质量保证方案。 方案完整度高、保障措施较多、具有完善的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，完全满足采购需求：8分； 方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的信息内容与投放频

			<p>次监管体系及保障方案，可以满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施一般、信息内容与投放频次监管体系及保障方案一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案有缺失、保障措施少、不完全具备信息内容与投放频次监管体系及保障方案，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		<p>时间进度安排</p> <p>5分</p>	<p>综合考虑供应商提供的本项目时间进度安排对采购需求的响应程度。</p> <p>时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		<p>项目团队安排</p> <p>12分</p>	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的人员团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。</p> <p>团队组成人员安排合理、专业性强、分工明确，且人员经验丰富，完全满足采购需求：12分；</p> <p>团队组成人员安排较为合理、专业性较强、分工较为明确，且人员具有一定的经验，能够满足采购需求：9分；</p> <p>团队组成人员安排一般、具有一定的专业性、人员数量不少于14人，分工不够明确，但人员具有一定的经验，基本满足采购需求：6分；</p> <p>团队组成人员安排较差、具有一定的专业性、分工未明确，人员经验较差或未提供，不满足采购需求：3分；</p> <p>未提供任何材料或人员数量不足14人的：0分。</p>
3	<p>报价（10分）</p>	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3</p>	
合计 100分			

第2包：新媒体视频宣传推广服务

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	综合考虑供应商自2021年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似短视频宣传项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得10分（须提供完整合同复印件并加盖供应商公章）。
2	项目方案 (80分)	项目分析	5分	综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分； 项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分； 项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分； 未提供任何材料：0分。
		短视频制作播出方案 (39分)	8分	结合项目背景及采购需求，综合考虑供应商提供的项目拍摄内容定位： 内容定位精准、专业、科学，高度契合项目背景及采购需求，能够深入宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：8分； 内容定位较为准确和专业，能够宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：6分； 内容定位不存在明显偏差，对本项目的针对性一般：4分； 内容定位存在明显偏差，未完全体现本项目的政策导向：2分； 未提供任何材料：0分。
			8分	综合考虑供应商提供的 视频策划方案 。 方案完整度高，策划新颖独特，主题内容鲜明（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性强，完全满足采购需求：8分； 方案完整度较高，策划较为新颖，主题内容突出（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性较强，基本满足采购需求：6分； 方案完整度一般，策划方案通用，主题内容策划不明显，有一定的受众适用性：4分； 方案完整度较差，策划方案简单，内容缺失较多，主题内容策划不明显，受众适用性较差：2分； 未提供任何材料：0分。
8分	综合考虑供应商提供的 视频拍摄方案 。 方案完整度高、拍摄工作流程及思路清晰、拍摄方式多样，完全满足采购需求：8分； 方案完整度较高、拍摄工作流程及思路较为清晰、拍摄方式较多，满足采购需求：6分； 方案完整度一般、拍摄工作流程及思路简单、拍摄方式简单，勉强满足采购需求：4分； 方案完整度较差、拍摄工作流程及思路混乱、拍摄方式较少、方案有较多缺失，无法完全满足采购需求：2分；			

				未提供任何材料：0分。
		6分		<p>综合考虑供应商提供的后期制作方案。</p> <p>方案完整度高、制作流程明确、手法多样、能够保证视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：6分；</p> <p>方案基本完整、制作流程及手法普通、符合项目主题需要，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案不完整、制作流程混乱、手法缺失，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何方案：0分。</p>
		6分		<p>结合采购需求的播出要求，综合考虑供应商提供的播出方案：</p> <p>方案完善、科学，可行性强，播放进度计划及投放媒体较多，包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社新媒体平台等，完全满足或优于采购需求中的播出要求：6分；</p> <p>方案较为完整、可行，播放进度计划及投放媒体包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社新媒体平台等，满足采购需求中的播出要求：4分；</p> <p>方案描述简单，播放进度计划及投放媒体能够满足采购需求中的播出要求：2分；</p> <p>方案不合理，播放进度计划及投放媒体不满足采购需求中的播出要求或未提供该方案：0分。</p>
		3分		<p>综合考虑供应商针对本项目可提供的实施设备投入情况。</p> <p>实施设备种类众多、技术先进：3分；</p> <p>实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：2分；</p> <p>实施设备种类较少、技术条件较差：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		质量 保证 方案	8分	<p>综合考虑供应商提供的质量保证方案。</p> <p>方案完整度高、保障措施较多、具有完善的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性强，完全满足或优于采购需求：8分；</p> <p>方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较强，能够满足采购需求：6分；</p> <p>方案完整度一般、保障措施一般、节目内容与画面质量监管体系一般、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较差、保障措施较少、不具备节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		加急 摄制 承诺	5分	<p>供应商能够承诺“交付策划方案后，加急进行项目摄制，尽快完成拍摄阶段的所有工作。”的，得5分，未承诺不得分。</p> <p>供应商需在响应文件目录中注明承诺所在页数以便于磋商小组评审，未按要求标注的不得分。</p>
		推广 宣传 方案	8分	<p>综合考虑供应商提供的宣传推广方案，对采购需求的响应程度。</p> <p>方案完整度高、专业性强、可执行性强，完全契合采购需求，宣传推广渠道广泛、宣传方式丰富：8分；</p> <p>方案完整度较高、专业性较强、可行性较强，契合采购需求程度较高，宣传推广渠道较广泛：6分；</p> <p>方案完整度一般、有一定专业性及可行性，宣传推广渠道普通，基本契合采购需求：4分；</p> <p>方案完整度较低、专业性较弱、可行性较弱，推广渠道较贫乏，契合采购需求程度较低：2分；</p>

				未提供任何材料：0分。
		时间进度安排	5分	<p>综合考虑供应商提供的本项目时间进度安排对采购需求的响应程度。时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；</p> <p>时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；</p> <p>时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；</p> <p>时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；</p> <p>时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
		项目团队安排	5分	<p>综合考虑供应商为本项目拟组建的项目策划团队情况。</p> <p>团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；</p> <p>团队组成人员一般、分工较明确、具有一定的经验：3分；</p> <p>团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；</p> <p>（须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分）</p>
			5分	<p>综合考虑供应商为本项目拟组建的项目拍摄、制作团队情况。</p> <p>团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；</p> <p>团队组成人员安排较合理、分工较明确、经验较丰富：3分；</p> <p>团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；</p> <p>（须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分）</p>
3	报价（10分）	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3</p>		
合计 100 分				

第3包：慈善北京文化建设服务

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	综合考虑供应商自2021年1月1日起至今（以合同签订时间为准）完成同类的项目业绩，每个业绩得2分，本项最高得10分。 （须提供包含合同关键内容页、金额页、签字盖章页在内的合同复印件并加盖供应商公章。）
2	项目方案 (80分)	项目分析	5分	综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。 项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分； 项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分； 项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分； 未提供任何材料：0分。
		广告设计方 案	13分	综合考虑供应商提供的广告（主视觉宣传海报）设计方案，对采购需求的响应程度。 方案完整度高、设计新颖富有创意、主题内容鲜明、针对性极强、受众适用性强，完全满足采购需求：13分； 方案完整度较高、设计较新颖、主题内容较鲜明、针对性较强、受众适用性较强，可以满足采购需求：10分； 方案完整度一般、设计能力一般、主题鲜明度一般、针对性一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：7分； 方案完整度较差、设计能力较差、主题鲜明度较差、针对性较差、受众适用性较低，勉强满足采购需求：4分； 方案完整度差、不具有设计能力、无主题、无针对性、不具有受众适用性，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。
		广告制作方 案	10分	综合考虑供应商提供的广告（主视觉成品海报）制作方案。 方案完整度高、广告尺寸合理、耐用性及耐腐蚀性强、质量坚固，完全满足采购需求：10分； 方案完整度较高、广告尺寸合理性较好、耐用性及耐腐蚀性较强、质量较好，可以满足采购需求：8分； 方案完整度一般、广告尺寸合理性一般、耐用性及耐腐蚀性一般、质量一般，基本满足采购需求：6分； 方案完整度较差、广告尺寸合理性较差、耐用性及耐腐蚀性较差、质量较差，勉强满足采购需求：4分； 方案完整度差、广告尺寸不合理、不具备耐用性及耐腐蚀性、质量粗糙，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何方案：0分。
		广告投放方 案	10分	根据供应商提供的广告投放资源、投放选址、覆盖范围等综合考察供应商的广告投放能力。 方案完整度高、投放资源众多、选址针对性强、覆盖范围广泛、受众适用性强，完全满足采购需求：10分； 方案完整度较高、投放资源较多、选址针对性较强、覆盖范围较广、受众适用性较强，可以满足采购需求：8分； 方案完整度一般、投放资源一般、选址针对性一般、覆盖范围一般、受众适用性一般，基本满足采购需求：6分； 方案完整度较差、投放资源较少、选址针对性较差、覆盖范围较小、受众适用性较差，勉强满足采购需求：4分；

				<p>方案完整度差、投放资源匮乏、选址无针对性、覆盖范围极小、不具备受众适用性，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何方案：0分。</p>
		10分		<p>综合考虑供应商提供的广告张贴、安装及投放方案。 方案完整度高、操作工艺娴熟、更新周期频繁且固定，完全满足采购需求：10分； 方案完整度较高、操作工艺较成熟、更新周期较频繁、较固定，可以满足采购需求：8分； 方案完整度一般、操作工艺一般、更新频率一般，基本满足采购需求：6分； 方案完整度较差、操作工艺简略、更新周期较长，勉强满足采购需求：4分； 方案完整度差、操作工艺粗糙、更新周期松散不固定，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何方案：0分。</p>
	售后维护方案	10分		<p>综合考虑供应商提供的售后维护方案，对采购需求的响应程度。 方案完整度高、售后维护固定且响应时效性强、备品备件充足，完全满足采购需求：10分； 方案完整度较高、售后维护较固定且响应时效性较强、备品备件较充足，可以满足采购需求：8分； 方案完整度一般、售后维护响应时效性一般、备品备件基本充足，基本满足采购需求：6分； 方案完整度较差、售后维护响应时效性较差、备品备件数量较少，勉强满足采购需求：4分； 方案完整度差、较少维护、响应滞后、备品备件数量不足，无法完全满足采购需求：2分； 未提供任何方案：0分。</p>
	质量保障方案	7分		<p>综合考虑供应商提供的项目实施质量保障方案，对采购需求的响应程度。 方案完整详实、保障措施众多、具有完善的广告内容与宣传效果监管体系，完全满足采购需求：7分； 方案较详细、保障措施较多、具有完整的广告内容与宣传效果监管体系，可以满足采购需求：6分； 方案普通通用、保障措施一般、有一定的广告内容与宣传效果监管体系，基本满足采购需求：5分； 方案完整度一般、保障措施较少、广告内容与宣传效果监管体系一般，勉强满足采购需求：3分； 方案完整度较差、保障措施不足、广告内容与宣传效果监管体系较差，无法完全满足采购需求：1分； 未提供任何方案：0分。</p>
	时间进度安排	5分		<p>综合考虑供应商提供的时间进度安排对采购需求的响应程度。 时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分； 时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分； 时间安排合理性一般、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分； 时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，勉强满足采购需求：2分； 时间安排混乱无序、利用率低下、响应时效性滞后，无法完全满足采购需求：1分；</p>

				未提供任何方案：0分。
		项目团队情况	5分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的设计、制作团队情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。</p> <p>设计、制作团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；</p> <p>设计、制作团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；</p> <p>设计、制作团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；</p> <p>设计、制作团队组成人员配置较差、职责不够清晰、缺乏专业性及相关项目经验：2分；</p> <p>设计、制作团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
			5分	<p>综合考虑供应商针对本项目组建的投放、安装团队情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。</p> <p>投放、安装团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；</p> <p>投放、安装团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；</p> <p>投放、安装团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；</p> <p>投放、安装团队组成人员较差、职责不够清晰、缺乏专业性及相关项目经验：2分；</p> <p>投放、安装团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；</p> <p>未提供任何材料：0分。</p>
3	报价（10分）	<p>满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10</p> <p>说明：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3</p>		
合计 100 分				

第四章 采购需求

第1包：新媒体运营服务

一、项目需求

北京市民政局已经建立了“北京民政”官方微信公众号、新浪微博、今日头条号、北京号等新媒体平台。近年来，通过委托专业机构运用图文并茂的新媒体手段，有力宣传了民政工作，扩大了百姓对政策的知晓度。现亟需进一步推动和加强新媒体平台建设，突出做好民政民生领域的信息公开工作，切实增强传播效果。

二、运维内容

辅助采购人运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，辅助的内容包括平台内容策划、采写、编辑、排版、更新及后台信息汇总。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。

同时，需要提供新媒体产品形态，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

1、平台运维内容

合同期内，供应商负责辅助微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如清明、劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，同时保证每个工作日更新2-3条信息；官方微博每个工作日发布2-3条信息；头条号每个工作日发布1条信息；北京号每个工作日发布1条信息。

供应商应严格遵守发布流程，日常稿件于收到采购人指示和素材3个小时内，新媒体产品策划于收到采购人指示和素材2日内交由采购人审定；根据采购人具体要求，辅助采购人具体完成采访任务；按采购人要求推送新媒体平台的内容。同时，辅助做好本协议中指明的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对

2、重大主题/活动策划

围绕残疾人福利、儿童福利和保护、见义勇为、婚姻登记、慈善公益、养老服务、社会组织、社会救助、“感动社会·民政榜样”宣传教育活动、年度工作总结、重阳节

等社会建设和民政年度重点工作及重大节点完成 12 次策划，以通俗易懂、群众喜闻乐见的方式，对相关工作内容主进行主题鲜明、形式多样的宣传。

3、新媒体产品

合同期内，供应商须借助一图看懂、宣传片、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，全年生产制作新媒体产品不少于 30 个。具体新媒体产品内容如下：

（1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作（一图看懂文件不小于 3MB，PNG 或 JPG 格式）。包括且不限于养老助残卡及津贴申请、新型丧葬、社会救助、市属养老机构优待服务等，本合同期限内推出 12 个。

（2）宣传片

围绕北京市民政局整体形象、重点工作内容、工作成果、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4 或 mov 格式，1920p*1080p,时长 1-5 分钟，本合同期限内推出 12 部）。

（3）海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报不少于 8 幅（电子版，PNG 或 JPG 格式，每幅不小于 900px*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，由采购人结合民政节点书面指定供应商予以制作，合同期内制作 6 张）。包括且不限于元旦海报、情人节宣传海报、春节海报亮点、民政“五月的鲜花”系列活动、五四青年节海报、国庆节海报、记者节宣传、入冬社会福利救助海报等。

三、人员保障

供应商以供应商名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

供应商需承担采编人员相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与采购人无关。

四、验收要求

完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，供应商申请验收，需求方组织验收。验收时，供应商应对应合同提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，

共 2 份。

第 2 包：新媒体视频宣传推广服务

一、项目概述

为了配合做好市民政局宣传工作，根据市民政局重点工作内容，结合相关社会资源，融合新媒体传播优势，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，策划、制作短视频项目，深入宣传北京民政民生政策、人物，树立良好形象，使“民政为民、民政爱民”的理念深入人心。

项目周期：自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日。

二、短视频宣传内容

宣传北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

三、短视频新媒体传播平台

辅助采购人以北京民政的名义在新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社等新媒体平台发布。

四、短视频制作规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P(高清)，25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

五、服务要求

1.本项目团队成员不少于 22 人，其中监制 1 人；制片 1 人；主编 2 人；导演 2 人；摄像师 4 人；灯光、录音师 2 人、后期采编人员 6 人；后勤管理（包括场记、司机等）4 人。工作团队需导演、表演、编辑、剪辑等专业毕业，有较高的从业水平，具备专业资质，并在广播电视台、媒体等相关单位有丰富的从业经验。

2.摄制工作要求：

1) 每个视频拍摄时应按采购人提供的策划方案，联系对接好场地及参加视频拍摄的人员。

2) 接受采购人交付策划方案后，供应商加急进行项目摄制，按照采购人规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作。

3) 每个视频完成后后期剪辑阶段所有工作后（包括调色、剪辑、声音合成、配音、

包装等），同时在北京社区报社新媒体平台、新浪微博、微信公众号等平台推广宣传。

4) 供应商要在不晚于 2024 年 11 月 30 日，向采购人递交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5) 所有视频短片的制作与推广宣传，在自本合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日内陆续完成。

3.履约验收要求：供应商需提供播出证明（包括播出栏目、播出日期及视频文件）。

六、验收标准

1、内容方面：必须以北京民政系统养老助老服务、社会福利社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

3、短视频规格及标准

规格：4K，1920x1080P(高清)，25 帧，16:9

总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，供应商需向采购人以 U 盘邮寄方式邮寄短视频成片资料，同时向采购人递交两份年终书面项目结项报告。

第3包：慈善北京文化建设服务

一、项目背景

为深入贯彻习近平总书记关于民政工作和慈善事业的重要指示精神，全面落实党中央国务院关于慈善事业的重要决策部署和市委市政府相关工作要求，近年来，我市持续深入贯彻落实《中华人民共和国慈善法》，紧紧围绕“慈善北京”建设，深入开展慈善北京文化建设，以“首善标准”为指导精神，大力营造慈善氛围，广泛弘扬慈善理念，提高公众对慈善的认识，提升慈善社会影响力，持续推进首都慈善事业高质量发展。

为深入贯彻党的二十大精神，推进“慈善北京”建设，开展“慈善北京”文化建设项目，通过制作优秀慈善产品，培育优秀慈善品牌，打造慈善宣传平台，展现首都慈善文化影响力，以首都慈善事业高质量发展助力新时代首都发展。

二、服务内容

（一）项目周期

自合同签订生效之日起至 2024 年 11 月 30 日

（二）服务内容及质量要求

围绕“中华慈善日”、“慈善北京”为主题，分别设计主视觉宣传海报并进行推广、投放，具体要求如下：

1. 分别设计“中华慈善日”、“慈善北京”等不少于 2 个主视觉宣传海报，要求全面体现首都慈善特色，能够充分激发社会公众参与慈善的热情。

2. 印刷主视觉成品 870*570MM 的海报，200 克铜版纸，4 色饱和印刷。印刷数量不少于 1650 套，并负责配发至十六区民政局，使其在各区、街道、社区等广泛张贴。

3. 全部主视觉宣传海报在本市部分公交站亭、公交车身张贴，并在相关地铁沿线、火车候车站、机场、户外广告大屏等进行大屏投放。一是在本市人流量较高的商场内进行投放；二是在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/候车室/候机楼等地进行投放；标准参考每天 60 次*15 秒/次；三是在北京地区的 2 个户外大型广告牌进行投放；四是在北京地区其公交车身张贴（2 条线路，10 辆），具体以沟通确认车辆路

线为准；五是在北京地区公交站牌（5个）广告栏进行投放，具体以沟通确认公交站牌为准。

4. 投放前要报经甲方审核同意，投放周期3周，具体投放时间以采购人实际工作要求为准。

三、服务要求

- （一）对慈善事业有较为全面的了解；
- （二）供应商无不良及违法违规记录；该项目实施团队人员不少于3人。

四、项目成果

“中华慈善日”、“慈善北京”宣传主视觉，并在户外公共设施广泛推广。

第五章 合同草案条款

本合同是否为中小企业预留合同：第 1 包 是/否；第 2、3 包 是/否

第 1 包：新媒体运营服务

甲方：北京市民政局

地址：

联系人： 联系电话：

乙方：

地址：

联系人： 联系电话：

甲方委托乙方对甲方官方微信公众号等新媒体平台开展运营服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同：

一、合作内容

北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）均为北京市民政局注册、使用。根据工作需要，甲方现委托乙方辅助甲方运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，辅助的内容包括平台内容策划、采写、编辑、排版、更新及后台信息汇总。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。

同时，乙方需要提供新媒体产品形态，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

1、平台运维内容

合同期内，乙方负责辅助微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如清明、劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，同时保证每个工作日更新2-3条信息；官方微博每个工作日发布2-3条信息；头条号每个工作日发布1条信息；北京号每个工作日发布1条信息。

乙方应严格遵守发布流程，日常稿件于收到甲方指示和素材3个小时内，新媒体产品策划于收到甲方指示和素材2日内交由甲方审定；根据甲方具体要求，辅助甲方具体完成采访任务；按甲方要求推送新媒体平台的内容。同时，乙方辅助做好本协议中指定的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

2、重大主题/活动策划

围绕残疾人福利、儿童福利和保护、见义勇为、婚姻登记、慈善公益、养老服务、社会组织、社会救助、“感动社会·民政榜样”宣传教育活动、年度工作总结、重阳节等社会建设和民政年度重点工作及重大节点完成12次策划，以通俗易懂、群众喜闻乐见的方式，对相关工作内容主进行主题鲜明、形式多样的宣传。

3、新媒体产品

合同期内，乙方须借助一图看懂、宣传片、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，合同期内生产制作新媒体产品不少于30个。具体新媒体产品内容如下：

（1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作（一图看懂文件不小于3MB，PNG或JPG格式）。包括且不限于养老助残卡及津贴申请、新型丧葬、社会救助、市属养老机构优待服务等，合同期内制作12个。

（2）宣传片

围绕北京市民政局整体形象、重点工作内容、工作成果、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4或mov格式，1920p*1080p,时长1-5分钟，合同期内推出6部）。

（3）海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报不少于 8 幅（电子版，PNG 或 JPG 格式，每幅不小于 900px*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，由甲方结合民政节点书面指定乙方予以制作，合同期内制作 6 张）。包括且不限于元旦海报、情人节宣传海报、春节海报等亮点、民政“五月的鲜花”系列活动、五四青年节海报、国庆节海报、记者节宣传、入冬社会福利救助海报等。

二、甲方权利义务

- 1、甲方确保整个系统内信息提供和选题机制畅通。
- 2、合同期内，甲方应对乙方的采访给予全力支持。
- 3、甲方负责版式设计风格和发布内容原则性和准确性的审核把关。
- 4、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。
- 5、甲方有权要求乙方在项目结项后将项目信息材料和一份结项报告当面移交甲方。

三、乙方权利义务

- 1、乙方运营的内容须经甲方审核后发布。
- 2、乙方遵循甲方要求，运用全平台资源运营好北京市民政局的新媒体平台（官方微信公众号“北京民政”、新浪微博“北京民政”、头条号“北京民政”头条号、“北京民政”北京号）内容发布。
- 3、合同期内，乙方保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，并保证按照合同内容更新、发布相关信息。
- 4、乙方应严格遵守发布流程，按时推送新媒体平台的内容；根据甲方具体要求，完成甲方派发的采访任务。
- 5、本合同仅建立甲方与乙方之间的法律关系。乙方以己方名义对本项目采编人员进行录用和管理，并承担其相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与甲方无关。乙方应保证：

- （1）采编人员具备基本的视频照片处理、文字写作能力；
- （2）项目负责人_____的联系方式畅通（联系电话：_____；手机：_____；邮箱：_____）；

7、乙方负责对本协议中指定的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

8、乙方在工作中所需的计算机、照相机等办公设备由乙方自行提供，所有权归乙方。

9、乙方不得将本合同内容分包或转包给第三方。

10、乙方以自身名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

四、付款金额、时间及方式

（一）甲方需向乙方付款共计大写人民币_____（¥_____元含税）。

（二）本合同生效后，在取得乙方交付的等额合法税务发票的10日内，甲方应向乙方支付合同金额70%的首付款_____（¥_____元含税）。合同金额30%的剩余尾款_____（¥_____元含税）甲方将于项目验收合格后，在取得等额合法税务发票的10日内支付给乙方。甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制，可以顺延付款期限，甲方不承担违约责任，但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

（三）甲方每次付款前，乙方应当提交符合甲方要求的等额法定税务发票。乙方不能提供等额法定税务发票的，甲方有权拒绝支付。

（四）乙方账号信息：

户名：

税号：

开户：

账号：

五、履行期限、地点

1. 合同履行期限要求：自合同生效之日起至2024年11月30日止。

2. 履约地点：甲方及其指定地点。

六、验收

验收主体：甲方；

验收时间：完成合同项下所有工作后 10 个工作日内，启动验收程序。

验收程序和方式：乙方申请验收，甲方组织验收；

验收内容：乙方根据合同约定，提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，共 2 份；甲方对照合同和乙方提供内容，进行逐项验收。

验收标准：达到合同要求。

七、保密条款

1、双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术等有关的资料、信息，以及双方非公开的工作文件、工作数据应保守秘密；非经对方书面同意，一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让上述保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

2、乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除，乙方不得保存、复制上述任何资料。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3、本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

八、知识产权

乙方受托完成的本合同项下的工作成果的知识产权属于甲方所有。

甲方提供的宣传内容、图片等材料的著作权等知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案、动画等的著作权等权利属于甲方。

乙方保证，在履行本合同过程中所依据的任何资料及因履行本合同而向甲方提交的各项工作成果不得侵犯第三方的著作权、专利权、商标权等知识产权，不得侵犯第三方的隐私权、商业秘密等合法权利或已获得第三人授权使用，若因此引起第三方与甲方的

纠纷，乙方应当负责处理索赔或涉诉等各项事宜，并因此承担违约责任，给甲方造成损失的，还应当承担赔偿责任。

九、违约责任

1、本合同一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，违约方应承担因违约行为而给守约方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2、若乙方不能按照本合同约定的内容提供服务时，乙方应当在甲方规定的期限内进行整改；如乙方整改后的服务质量仍不能通过甲方验收或乙方拒绝按照甲方要求进行整改的，甲方有权解除本合同，乙方应承担违约责任，违约金金额为造成损失金额的 30%。

3、在本合同有效期内，由于乙方的原因造成微信公众号、新浪微博、头条号等内容未在工作日更新或中断超过三天的，甲方有权解除本合同，乙方应向甲方支付造成损失金额的 30%的违约金，并退还未完成部分的费用。

4、乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决全部问题；给甲方造成任何损失的，应全部赔偿并承担法律责任。

5、有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额为损失金额的 20%。

十、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼解决。

十一、合同生效

本合同自甲、乙双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本合同有效期自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章生效。

本合同一式五份，甲方、乙方各执两份，采购代理机构执一份，具有同等法律效力，每份具有同等法律效力。

（此页无正文）

甲 方（盖章）：北京市民政局

法定代表人或委托代理人（签字）：

____年____月____日

乙 方（盖章）：

法定代表人或委托代理人（签字）：

____年____月____日

第 2 包：新媒体视频宣传推广服务

甲方：

地址：

联系人：

联系电话：

乙方：

地址：

联系人：

联系电话：

由甲方委托乙方承制 民政工作融媒体发布服务（第 2 包）——新媒体视频宣传推广服务，为确保成片的制作水准，依据《中华人民共和国民法典》及相关法律规定，经甲、乙双方友好协商，现就有关合作事宜签订合同如下：

一、合作内容：

为宣传展示甲方形象、工作进展、服务事项等，甲方委托乙方负责组织拍摄、制作完成不少于 10 个短视频项目，短视频总时长不低于 80 分钟，在网络推广宣传，并于 2024 年 11 月 30 日前以 U 盘邮寄的方式提交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

具体要求如下：

（一）短视频宣传内容

宣传北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政系统的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

（二）短视频新媒体传播平台

辅助甲方以北京民政的名义在新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社等新媒体平台发布。

（三）短视频制作规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P(高清)，25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

（四）短视频制作团队要求

工作团队需导演、表演、编辑、剪辑等专业毕业，有较高的从业水平，具备专业资质，并在广播电视台、媒体等相关单位有丰富的从业经验。

（五）乙方应按以下要求完成项目摄制工作：

- 1) 每个视频拍摄时应按甲方提供的策划方案，联系对接好场地及参加视频拍摄的人员。
- 2) 接受甲方交付策划方案后，乙方加急进行项目摄制，按照甲方规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作。
- 3) 每个视频完成后剪辑阶段所有工作后（包括调色、剪辑、声音合成、配音、包装等），同时在北京社区报社新媒体平台、新浪微博、微信公众号等平台推广宣传。
- 4) 乙方要在不晚于 2024 年 11 月 30 日，向甲方递交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。
- 5) 所有视频短片的制作与推广宣传，必须在自本合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日内陆续完成。

二、甲方权利义务：

- 1、甲方负责制定“民政工作融媒体发布服务（第 2 包）”总体策划方案、安排各级单位全程参与项目拍摄、审核、成片确认等，对策划方案、脚本、成稿进行审核把关。
- 2、甲方需根据不同的短视频内容及想要呈现的效果向乙方提出相应的具体拍摄要求和成片效果。
- 3、甲方需安排协调拍摄场景，包括养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的活动，北京民政系统的先进经验和先进典型、发展成就等。
- 4、甲方乙方共同协调相关单位工作人员协助参与项目的拍摄工作。

三、乙方权利义务

- 1、乙方负责拍摄现场各项专业工作，组织各级单位人员参与内容的摄制，甲方协调配合。
- 2、乙方按甲方提出的拍摄要求和成片效果，完成本项目拍摄、制作及推广宣传工

作。

3、对双方协商制定拍摄进度表，乙方必须严格按拍摄进度表进行拍摄工作。

4、乙方有义务对甲方提交的策划方案进行补充完善，甲乙双方意见不一致时以甲方意见为准。

5、乙方提供全部专业拍摄设备、拍摄技术人员等项目拍摄制作所需人员和设备。

6、乙方应负责乙方所派的工作人员安全，做好培训及监督检查工作；乙方所派的工作人员发生任何人身安全问题和由于乙方管理疏忽造成的现场人员人身伤害及财产损失，甲方不承担任何责任和赔偿，均由乙方承担全部责任。

四、履行期限、地点

1.本合同履行期限要求：自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日止。

2.履约地点：甲方及其指定地点。

五、验收标准

1、内容方面：必须以民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就等为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质 1920x1080P，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

3、短视频规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P(高清)，25 帧，16:9

短视频总时长：不低于 80 分钟

短视频制作数量：不少于 10 个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，乙方需向甲方以 U 盘邮寄方式邮寄短视频成片资料，同时向甲方递交两份年终书面项目结项报告。

六、付款：

1、经双方协商，甲方向乙方支付项目承制费用总额为人民币_____（人民币大写：_____）。

2、甲方同意于本合同生效且取得乙方开具的合法税务发票后的 10 日内，甲方向乙

甲方支付项目承制费用总额 70% 的首付款_____（¥_____元）。甲方将于所有项目书面验收合格后，在取得乙方开具的合法税务发票并经甲方验收合格后 10 日内，支付给乙方项目承制费用总额 30% 的尾款_____（¥_____元）。

3、乙方银行信息：

公司名称：

银行账号：

开户行：

4、除不可抗拒因素外，若乙方没有及时响应和履约给甲方造成任何经济损失的，甲方有权将相应损失从应支付乙方的合同款项中扣除。乙方要向甲方递交两份年终（不晚于 2024 年 11 月 30 日提交）书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5、甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制，可以顺延付款期限，甲方不承担违约责任，但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方，且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

七、知识产权及保密义务

1、乙方受托完成的本合同项下的作品知识产权归甲方所有，作品中所涉及的人物、音乐、场景等版权均归甲方。乙方保证本项目各项活动中使用的人物、音乐、场景等等不侵犯第三方知识产权或取得版权方授权，如因乙方问题引起与第三方知识产权等纠纷，乙方应负责处理相关纠纷并承担全部责任，同时应赔偿因此给甲方造成的全部经济损失。

2、乙方在为甲方提供服务或双方合作期间，应严格遵守《北京市民政局保密管理规定》，履行与其服务内容相应的保密职责；若甲方的保密规章、制度没有规定或者规定不明确之处，乙方亦应本着谨慎、诚实的态度，采取任何必要、合理的措施，维护其知悉或者持有的保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

八、违约责任及争议的解决

1、本合同一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，违约方应承担因违约行为而给守约方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2、乙方制作视频数量不符合要求的，甲方不支付未完成数量费用，已经支付的乙方予以退还，乙方还应承担违约责任。

3、若乙方不能按照本合同约定的内容提供服务或者服务质量不符合甲方要求时，甲方有权解除合同，乙方应承担违约责任，将未完成部分的所有费用退还甲方，并承担造成损失金额的 30%的违约金。

4、乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决并承担全部法律责任，给甲方造成任何损失的，应全部赔偿。

5、有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额为损失金额的 30%。

九、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，将本着友好协商的方式解决，若协商解决不成的，任何一方有权向甲方所在地人民法院起诉。

十、本合同生效及其他

1、本合同书自双方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章之日起生效，一式伍份，甲、乙双方各执贰份，代理机构执壹份，具同等法律效力。

2、本合同期限自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日内有效。

3、本合同未尽事宜，双方另行协商并签订书面补充协议。

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人或委托代理人签字：

法定代表人或委托代理人签字：

年 月 日

年 月 日

第3包：慈善北京文化建设服务

甲方：北京市民政局

地址：

联系人： 联系电话：

乙方：

地址：

联系人： 联系电话：

甲方委托乙方对甲方官方微信公众号等新媒体平台开展运营服务，双方本着互利互助、友好协商的原则，签订如下合同：

一、合作内容

围绕“中华慈善日”、“慈善北京”为主题，分别设计主视觉宣传海报并进行推广、投放，具体要求如下：

1. 1.分别设计“中华慈善日”、“慈善北京”等不少于2个主视觉宣传海报，要求全面体现首都慈善特色，能够充分激发社会公众参与慈善的热情。

2. 印刷主视觉成品870*570MM的海报，200克铜版纸，4色饱和印刷。印刷数量不少于1650套，并负责配发至十六区民政局，使其在各区、街道、社区等广泛张贴。

3. 全部主视觉宣传海报在本市部分公交站亭、公交车身张贴，并在相关地铁沿线、火车候车站、机场、户外广告大屏等进行大屏投放。一是在本市人流量较高的商场内进行投放；二是在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/候车室/候机楼等地进行投放；标准参考每天60次*15秒/次；三是在北京地区的2个户外大型广告牌进行投放；四是在北京地区其公交车身张贴（2条线路，10辆），具体以沟通确认车辆路线为准；五是在北京地区公交站牌（5个）广告栏进行投放，具体以沟通确认公交站牌为准。

4.投放前要报经甲方审核同意，投放周期3周，具体投放时间以采购人实际工作要求为准。

二、甲方权利义务

1、甲方负责项目进度的总体把控和流程进度监督，为乙方正常履约提供必要的信息、资源和沟通、联络支持。

2、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

3、甲方负责版式设计风格和发布内容原则性和准确性的审核把握。

4、甲方有权对乙方的工作进行监督和审核，如在监督或审核的过程中发现乙方工作有不当之处，甲方有权要求乙方立即纠正。

5、甲方有权要求乙方在项目结项后将全部主视觉矢量图、最终设计稿以及最终投放推广过程中的图片、视频等重要项目信息材料和项目成果移交甲方。

三、乙方权利义务

1、乙方提供的项目服务应当遵守国家现行法律、法规，遵守社会公共秩序，保障公民的合法权利，保障甲方及其他政府部门的社会形象。

2、乙方按甲方提出的要求宣传效果，完成宣传海报的设计、印刷、张贴及大屏投放等工作。

3、投放周期3周，具体投放时间以甲方实际工作要求为准。

4、乙方有权利对甲方提交的策划方案进行修改完善，甲乙双方意见不一致时以甲方意见为准。

5、乙方提供全部专业设备、技术人员等项目所需人员和设备。

6、乙方应负责乙方所派的工作人员安全，做好培训及监督检查工作；乙方所派的工作人员发生任何人身安全问题和由于乙方管理疏忽造成的现场人员人身伤害及财产损失，甲方不承担任何责任和赔偿，均由乙方承担全部责任。

四、付款金额、时间及方式

(一)甲方需向乙方付款共计大写人民币_____ (¥_____元含税)。

(二) 本合同生效后, 在取得乙方交付的等额合法税务发票的 10 日内, 甲方应向乙方支付合同金额 70% 的首付款_____ (¥_____元含税)。合同金额 30% 的剩余尾款_____ (¥_____元含税) 甲方将于项目验收合格后, 在取得等额合法税务发票的 10 日内支付给乙方。甲方付款如遇到国库财政预算支付的限制, 可以顺延付款期限, 甲方不承担违约责任, 但甲方应当将延迟付款理由通知到乙方, 且在支付限制解除后立即完成对乙方的付款。乙方不得因此暂停、终止、拒绝、延迟义务的履行。

(三) 甲方每次付款前, 乙方应当提交符合甲方要求的等额法定税务发票。乙方不能提供等额法定税务发票的, 甲方有权拒绝支付。

(四) 乙方账号信息:

户名:

税号:

开户:

账号:

五、履行期限、地点

1. 合同履行期限要求: 自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日止。
2. 履约地点: 甲方指定地点。

六、验收

验收主体: 甲方;

验收时间: 完成合同项下所有工作后 10 个工作日内, 启动验收程序。

验收程序和方式: 乙方申请验收, 甲方组织验收;

验收内容: 乙方根据合同约定, 提供相应产品内容, 并提交年终书面项目结项报告, 共 2 份; 甲方对照合同和乙方提供内容, 进行逐项验收。

验收标准: 达到合同要求。

七、保密条款

1、双方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方商业秘密及其他与生产、经营、销售、产品、技术等有关的资料、信息, 以及双方非公开的工作文件、工作数据应保守秘密; 非经对方书面同意, 一方不得向任何第三方以任何方式泄露、给予或转让

上述保密信息。如果对是否属于保密信息存在争议，则乙方应按保密信息进行处理，除非得到甲方的书面明确否认。

2、乙方完成本项目后，乙方应当立即返还所有甲方为此合同提供给乙方的资料、信息以及其他与本合同有关的资料、信息、文件、报告书，并将电子版资料、信息以及报告书删除，乙方不得保存、复制上述任何资料。对于乙方无法返还给甲方的资料、信息，乙方应当负责对其销毁。

3、本合同期满、终止或者解除后，本保密条款继续有效。

八、知识产权

乙方受托完成的本合同项下的工作成果的知识产权属于甲方所有。

甲方提供的宣传内容、图片等材料的著作权等知识产权及其他权益归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的用途；乙方进行宣传制作的过程中，在甲方提供的宣传内容之外而产生的创意、概念、设计、文字、图案、动画等的著作权等权利属于甲方。

乙方保证，在履行本合同过程中所依据的任何资料及因履行本合同而向甲方提交的各项工作成果不得侵犯第三方的著作权、专利权、商标权等知识产权，不得侵犯第三方的隐私权、商业秘密等合法权利或已获得第三人授权使用，若因此引起第三方与甲方的纠纷，乙方应当负责处理索赔或涉诉等各项事宜，并因此承担违约责任，给甲方造成损失的，还应当承担赔偿责任。

九、违约责任

1、本合同一经生效，甲、乙双方均不得单方面违约。任何一方不依约执行本合同，除法律另有规定外，违约方应承担因违约行为而给守约方造成的一切经济损失，包括直接损失和间接损失。

2、若乙方不能按照本合同约定的内容提供服务或者服务质量不符合甲方要求时，甲方有权解除合同，乙方应承担违约责任，将未完成部分的所有费用退还甲方，并承担甲方损失金额 30%的违约金。

3、乙方保证合作期间完成的服务内容不侵犯任何第三人的合法权益，包括但不限于知识产权，否则由乙方负责解决全部问题；给甲方造成任何损失的，应全部赔偿并承担法律责任。

4、有未经甲方同意分包转包、超越甲方授权范围等行为，甲方有权解除本协议，甲方已支付款项应当全部退回，并且甲方有权要求乙方承担违约责任，违约金金额甲方损失金额的 30%。

十、争议的解决

因履行本合同所发生的争议，双方应当协商解决；协商不成的，双方均可向甲方所在地人民法院提起诉讼解决。

十一、合同生效

本合同自甲、乙两方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章后生效。本合同有效期自合同生效之日起至 2024 年 11 月 30 日止。本合同未尽事宜，由双方协商并可以达成书面补充协议，补充协议由两方法定代表人或委托代理人签字并加盖公章生效。

本合同一式五份，甲方、乙方各执两份，采购代理机构执一份，具有同等法律效力，每份具有同等法律效力。

（以下无正文）

甲 方（盖章）：北京市民政局
法定代表人或委托代理人（签字）：

____年____月____日

乙 方（盖章）：
法定代表人或委托代理人（签字）：

____年____月____日

第六章 响应文件格式

供应商编制文件须知

- 1、供应商按照本部分的顺序编制响应文件，编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于竞争性磋商文件中标记了“实质性格式”文件的，供应商不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，**否则响应无效**。未标记“实质性格式”的文件和竞争性磋商文件未提供格式的内容，可由供应商自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

响应文件封面（非实质性格式）

响 应 文 件

项目名称：

项目编号/包号：

供应商名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 供应商资格声明书（实质性格式）

供应商资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目磋商中，我单位承诺：

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

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

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

2 落实政府采购政策需满足的资格要求

2-1 中小企业声明函

说明：

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

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

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

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

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

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

(5) 温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，供应商填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《供应商须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业执行。

2-1-1 中小企业声明函及残疾人福利性单位声明函格式

中小企业声明函（工程、服务）格式

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

1. （标的名称），属于（竞争性磋商文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（竞争性磋商文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

……

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

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

不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：_____

日期：_____

3 本项目的特定资格要求（如有）

4 磋商保证金凭证/交款单据复印件

5 响应书（实质性格式）

响应书

致：（采购人或采购代理机构）

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

1. 我方已详细审查全部竞争性磋商文件，自愿参与磋商并承诺如下：

（1）本响应有效期为自响应文件提交截止之日起_____个日历日。

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

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

（4）如我方成交，我方将在法律规定的期限内与你方签订合同，按照竞争性磋商文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本磋商有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____

传 真_____

电话_____

电子函件_____

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

6 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至响应有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

供应商名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表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.若响应文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
- 3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
- 4.供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证、护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**电子件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：____（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____ 性别：____ 年龄：____ 职务：____

系____（供应商名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证、护照等身份证明文件电子件：

供应商名称（加盖公章）：____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：____

日期：____年____月____日

7 报价一览表

报价一览表

项目编号：_____ 项目名称：_____

包号	供应商名称	报价	
		大写	小写

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

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

8 分项报价表

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）	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.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

9 合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

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

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

10 采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	竞争性磋商文件条目号 (页码)	竞争性磋商文件要求	响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 对竞争性磋商文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**响应无效**。

2.“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

供应商名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

11 竞争性磋商文件要求提供或供应商认为应附的其他材料

12 最后报价一览表（实质性格式，磋商后提交）

最后报价一览表

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____

序号	供应商名称	最后报价		其他声明
		大写	小写	

- 注：1.此表中，每包的最后报价应和《最后分项报价表》中的总价相一致。
 2.本表必须按包分别填写。
 3.此表无需在响应文件中提交，磋商后供应商按磋商小组要求提交。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：_____

日期：____年____月____日

13 最后分项报价表（实质性格式，磋商后提交）

最后分项报价表

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）	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.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

3.此表无需在响应文件中提交，磋商后供应商按磋商小组要求提交。

供应商授权代表签字（或加盖供应商公章）：_____

日期：____年____月____日