招标文件

项目名称：宣讲家网站内容制作委托服务项目

项目编号：THTC-SK26015

采 购 人：北京市社会科学院

采购代理机构：天恒招标有限公司

目　　录

第一章　投标邀请 2
第二章　投标人须知 5
第三章　资格审查 22
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 45
第七章　投标文件格式 55

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

第一章　投标邀请

天恒招标有限公司受采购人委托，拟对宣讲家网站内容制作委托服务项目实施招标采购，现邀请各单位前来参加，提交密封投标文件。

一、项目基本情况

1.项目编号：THTC-SK26015

2.项目名称：宣讲家网站内容制作委托服务项目

3.项目预算金额： 334.125 万元、项目最高限价（如有）：/万元

4.采购需求：

序号	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	宣讲家网站内容制作委托服务项目	334.125	1	宣讲家网是立足北京、面向全国的公益性重点理论宣传平台，项目主要开展网站各类内容制作服务。服务商必须政治素质过硬，始终严守政治方向与舆论导向，同党中央、北京市委保持高度一致，严格落实宣传部门、网信部门及市社科院各项工作部署，具备深厚理论素养、专业创作技术与政务理论网站服务经验。制作内容包括视频类作品：120 部理论报告、400 部高端论述、120 部理论看点、30 部理论视评；文字类作品：180 篇文稿、100 篇理论评论、600 篇网友时评；组图类作品：230 套 PPT 课件。创作中创新栏目策划与表达方式，优化文风语态，严格遵循网站内容生产、审核发布全套规范。在完成既定数量任务前提下，着力提升内容质量、传播效果与网民认可度，稳步优化网站流量，助力平台提质升级，打造理论宣传旗舰品牌，圆满完成年度网上理论宣讲任务。

5.合同履行期限：合同签订之日起至 2027 年 3 月 13 日。

6.本项目是否接受联合体投标：☐是　☑否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

☐本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

☐本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小企业制造、服务由符合政策要求的中小企业承接。预留份额通过以下措施进行：/。

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：/_。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

☑否

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

3.2 其他特定资格要求：

1）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（截止时点为投标截止时间），对近三年内列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，没有资格参加本项目的采购活动；

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。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 07 月 13 日至 2026 年 07 月 20 日，每天上午 09:00 至 12:00，下午 12:00 至 17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台

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

4.售价：0 元。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2026 年 08 月 04 日 13 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市东城区东四十条甲 22 号南新仓商务大厦 B 座 922 会议室。

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：节约能源、保护环境、促进中小企业及监狱企业发展、促进残疾人就业，政府采购政策具体落实情况详见招标文件。

2.评标方法和标准：综合评分法。

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：北京市社会科学院

地　　址：北京市朝阳区北四环中路 33 号

联系方式：刘老师　010-64843357

2.采购代理机构信息

名 称：天恒招标有限公司

地　址：北京市东城区东四十条甲 22 号南新仓商务大厦 B 座 922

联系方式：董哲、曹珊、陈洁、徐梓瑶、刘戈 010-53393825、17710393539

3.项目联系方式

项目联系人：董哲、曹珊、陈洁、徐梓瑶、刘戈

电　　话：010-53393825、17710393539

邮　　箱：ywb03@thtc.com.cn

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。

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td>2.2</td><td>项目属性</td><td>项目属性：
☑服务
☐货物</td></tr>
<tr><td>2.3</td><td>科研仪器设备</td><td>是否属于科研仪器设备采购项目：
☐是
☑否</td></tr>
<tr><td>2.4</td><td>核心产品</td><td>☑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：____。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3.1</td><td>现场考察</td><td>☑不组织
☐组织，考察时间：__年_月_日_点_分
考察地点：_____。</td></tr>
<tr><td>开标前答疑会</td><td>☑不召开
☐召开，召开时间：__年_月_日_点_分
召开地点：_____。</td></tr>
<tr><td>4.1</td><td>样品</td><td>投标样品递交：
☑不需要
☐需要，具体要求如下：
（1）样品制作的标准和要求：_____；
（2）是否需要随样品提交相关检测报告：
☐不需要
☐需要
（3）样品递交要求：_____；
（4）未中标人样品退还：_____；
（5）中标人样品保管、封存及退还：_____；
（6）其他要求（如有）：_____。</td></tr>
<tr><td>5.3.5</td><td>标的所属行业</td><td>本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：
<table>
<tr><th>序号</th><th>标的名称</th><th>中小企业划分标准所属行业</th></tr>
<tr><td>1</td><td>宣讲家网站内容制作委托服务项目</td><td>其他未列明行业</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>11.2</td><td>投标报价</td><td>投标报价的特殊规定：
☑无
☐有，具体情形：_____。</td></tr>
</table>

条款号	条目	内容
12.1	投标保证金	投标保证金金额：60000.00 元（人民币大写陆万元整） 投标保证金收受人信息： 户名：天恒招标有限公司 开户行：兴业银行北京西城支行 标书款、投标保证金账号：321680100100050176 注： 1、投标人如采用银行汇款形式递交投标保证金，须使用投标人单位账户一次性汇入采购代理机构指定的账户，不能以个人名义或其他单位账户汇款，并将银行汇款凭证复印件加盖供应商单位公章，按招标文件要求进行提交。 2、在招投标活动结束后，投标保证金将按照投标人单位交款账户原路退还。
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☐无 ☑有，具体情形： （1）在投标文件中提供虚假材料的； （2）除因不可抗力以外，中标人不与采购人签订合同的； （3）投标人与其他供应商恶意串通的。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 90 日历天。
14.1	投标文件份数	投标文件份数：投标人需分别编制并提交开标一览表（一份）、投标文件（资格证明文件）（正本一份、副本五份）、投标文件（商务技术文件）（正本一份、副本五份）、投标文件电子版（一份）。 投标人递交的电子版文件应为投标文件正本 PDF 扫描版及 WORD 版本，包含纸质投标文件全部内容，存储载体为 U 盘。
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 ☐是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☐得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人 ☐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 ☐允许，具体要求： （1）可以分包履行的具体内容：_____； （2）允许分包的金额或者比例：_____； （3）其他要求：_____。
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8 号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》

<table>
<tr><th>条款号</th><th>条目</th><th>内容</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>（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”。</td></tr>
<tr><td>26.1.1</td><td>询问</td><td>询问提出形式：书面形式</td></tr>
<tr><td>26.3</td><td>联系方式</td><td>接收询问和质疑的联系方式：见第一章《投标邀请》中采购代理机构的联系方式</td></tr>
<tr><td>27</td><td>代理费</td><td>1、收费对象：
☐采购人
☑中标人
2、收费标准：
参考国家发改委颁布的《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）规定的收费标准执行，按照中标额差额定率累进法计算，在规定费率基数下浮 20 %向中标人收取招标代理服务费。此中标服务费应计入报价中，但无须单独开列。当单个项目服务费不足 5000 元时，按 5000 元收取。
服务类招标：
<table>
<tr><th>中标金额（万元）</th><th>费率</th></tr>
<tr><td>100以下</td><td>1.5%</td></tr>
<tr><td>100-500</td><td>0.8%</td></tr>
<tr><td>500-1000</td><td>0.45%</td></tr>
<tr><td>1000—5000</td><td>0.25%</td></tr>
<tr><td>5000-10000</td><td>0.1%</td></tr>
<tr><td>10000-100000</td><td>0.05%</td></tr>
</table>
（2）服务费收取按包计算。
3、缴纳时间：在领取中标通知书后 5 个工作日内向采购代理机构一次性缴纳。</td></tr>
</table>

投标人须知

一　说　明

1　采购人、采购代理机构、投标人、联合体

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

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

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

2　资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

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

2.2　项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3　是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4　核心产品见《投标人须知资料表》。

3　现场考察、开标前答疑会

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

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

4　样品

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

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

5　政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1　采购本国货物、工程和服务

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

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

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

5.2 本国产品

本项目按照《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34 号）和《关于贯彻落实<国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知>的意见》（财库〔2025〕30 号）有关要求，落实本国产品标准。

5.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.3.1 中小企业定义：

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

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

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

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

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

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

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

5.3.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

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

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

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

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

5.3.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低

于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

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

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

5.3.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.3.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

5.3.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.4 政府采购节能产品、环境标志产品

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

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

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

5.4.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证

书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.5 正版软件

5.5.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1 号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47 号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536 号）。

5.6 网络安全专用产品

5.6.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023 年第 1 号），所提供产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.7.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381 号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准（具体标准见第五章《采购需求》），否则**投标无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.8 采购需求标准

5.8.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

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

商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

5.8.2 其他政府采购需求标准

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

6 投标费用

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

二 招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 资格审查

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

第五章 采购需求

第六章 拟签订的合同文本

第七章 投标文件格式

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

8 对招标文件的澄清或修改

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

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

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

三　投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

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

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

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

10 投标文件构成

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

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

10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做

出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

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

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

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

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

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

12 投标保证金

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

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

12.3 保证金到账（保函提交）截止时间同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保证金的，应在响应文件提交截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交保证金的，应在响应文件提交截止时间前将原件提交至采购代理机构；未按上述要求缴纳保证金的，其**响应无效**。

12.4 投标保证金有效期同投标有效期。

12.5 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。

12.6 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：

12.6.1 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；

12.6.2 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；

12.6.3 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；

12.6.4 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。

12.7 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：

12.7.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.7.2 《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、装订

14.1 投标人应准备《投标人须知资料表》中规定数量的投标文件正本、副本及电子文档。每份投标文件须清楚地标明“正本”、“副本”和“电子文档”的字样。若正本和副本不符，以正本为准；电子版与纸质文件不符，以纸质文件为准。

14.2 投标文件的正本需打印或用不褪色墨水书写，并由投标人的法定代表人或经其正式授权的代表在投标文件上签字并加盖投标人公章。投标文件的副本可采用正本的复印件。

14.3 联合体投标的，对于要求盖章之处，除提供的格式中规定或本招标文件中要求联合体各方盖章的以外，其余均加盖联合体牵头单位公章即可。

14.4 任何行间插字、涂改和增删， 必须由投标人的法定代表人或其授权代表签字或加盖投标人公章后才有效。投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。

14.5 投标人需按照招标文件的要求将投标文件顺序编排、编制目录、逐页标注连

续页码后双面打印、胶装密封成册。

14.6 投标人在投标过程中如使用投标专用章的，须提供特别说明函，明确该投标专用章与投标人公章具有同等的效力(该特别说明函须同时加盖投标人公章和投标人投标专用章)，否则其**投标无效**。

14.7 若投标人对本项目的多个包(如有)同时进行投标，则投标文件的编制、包装要求以 《投标人须知资料表》 中的规定为准。

四 投标文件的提交

15 投标文件的包装、 标记和密封

15.1 投标时，投标人需将投标文件分以下几部分进行包装、标记及提交：

15.1.1 投标文件《资格证明文件》：将该正本、所有的副本包装在标记为“投标文件《资格证明文件》正本、副本”的包装袋/箱中进行提交；

15.1.2 投标文件《商务技术文件》：将该正本、所有的副本包装在标记为“投标文件《商务技术文件》正本、副本”的包装袋/箱中进行提交，并尽量减少包装袋/箱的使用数量；

15.1.3 投标文件电子文档：将投标文件电子文档单独包装在标记为“投标文件电子文档”的包装袋中；若招标文件要求提交其他电子介质文档(如演示视频电子文档等)，则该文档与投标文件电子文档一并封装在同一包装袋中)；

15.1.4 开标一览表：为方便开标唱标， 除投标文件中的《开标一览表》以外，投标人还需另行准备一份“开标一览表”，单独密封包装提交，并在信封上标明“开标一览表”字样。“开标一览表”中报价应与投标文件正本报价相一致，若不一致则以“开标一览表”价格为准。

15.2 所有包装袋/箱上均需：

15.2.1 清楚标明递交至投标邀请中指明的地址；

15.2.2 注明投标邀请中指明的项目名称、项目编号和“在 (投标截止时间)之前不得启封”的字样；

15.2.3 写明投标人名称和地址。

15.3 如果投标人未按上述要求包装及加写标记，采购人或采购代理机构对投标文件的误投或过早启封概不负责。

15.4　未密封的投标文件，采购人、采购代理机构予以拒收。

15.5　采购人拒绝接受以电报、电话、传真、电子邮件形式递交的投标文件。

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的截止时间前，将投标文件密封送达采购人或采购代理机构，送达地点应是第一章《投标邀请》中规定的地址。

16.2　逾期送达的投标文件，采购人、采购代理机构将拒绝接收。

17 投标文件的修改与撤回

17.1　投标截止时间前，投标人可以对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面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、密封后，作为投标文件的组成部分。

17.3　从投标截止期至投标人在投标书格式中确定的投标有效期之间，投标人不得撤销其投标，否则其投标保证金将按照本须知的规定不予退还。

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。开标时邀请所有投标人代表参加。参加开标的代表应当签名报到以证明其出席。

18.2　开标时，由投标人或其推选的代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由采购人或采购代理机构工作人员当众拆封，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。

18.3　开标过程将由采购人或者采购代理机构负责记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认后随采购文件一并存档。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

18.4　投标人代表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代表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，在中国政府采购网、北京市政府采购网公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

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

24 废标

24.1　在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

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

24.1.2　出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

25 签订合同

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

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

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

25.4 政府采购合同不能转包。

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

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

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

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

26.2 质疑

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

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

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

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

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

27 代理费

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

第三章　资格审查

一、资格审查程序

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

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

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

4　资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。	提供证明文件的复印件
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、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	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1-1	中小企业证明文件	当本项目（包）涉及预留份额专门面向中小企业采购，此时建议在《资格证明文件》中提供。 1、投标人单独投标的，应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。 2、如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且投标人为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件中如实填报，且满足招标文件关于预留份额的要求。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
2-1-2	拟分包情况说明及分包意向协议（本项目不适用）	如本项目（包）要求通过分包措施预留部分采购份额面向中小企业采购、且投标人因落实政府采购政策拟进行分包的，必须提供；否则无须提供。 对于预留份额专门面向中小企业采购的项目（包），组成联合体或者接受分包合同的中小企业与联合体内其他企业、分包企业之间不得存在直接控股、管理关系。	格式见《投标文件格式》
2-2	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3-1	本项目对于联合体的要求（本项目不适用）	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序号1-1、1-2 的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表 3-2 项规定。 3、本表序号 3-3 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。 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。	提供《联合协议》原件 格式见《投标文件格式》
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，投标人不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《投标文件格式》“1-2 投标人资格声明书”

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-3	其他特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》注：如联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，均应当提供资质证书复印件。	提供证明文件的复印件
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	/

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 供了资质证书复印件(如有)；
10	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；

12	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件复印件： 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×50%；

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

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

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

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

2.2.3　评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品

市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为**无效投标（响应）**处理。

2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章 2.4 修正后的报价。

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

□有，具体规定为：_____

☑无，按下述 2.4.2-2.4.7 项规定修正。

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

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

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

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

2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

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

2.5 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

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

后的价格参加评审。

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

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

2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。

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

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

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

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

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

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

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

2.6.3 供应商提供本国产品参加政府采购活动的，应当按照招标文件给定

的格式出具《关于符合本国产品标准的声明函》或提供财政部会同有关部门规定的有关证明文件，否则视为非本国产品。

3 投标文件的比较和评价

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

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

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

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

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

☑随机抽取

☐其他方式，具体要求：_____

3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）：当投标人因核心产品相同、综合评分相同或投标报价相同时将被优先推荐为中标候选人。

4 确定中标候选人名单

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

他同品牌投标人不作为中标候选人。

☑随机抽取

☐其他方式，具体要求：_____

4.2 采用综合评分法时，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

4.4 评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐3名中标候选人。

5 报告违法行为

5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

二、评标标准

序号	评分因素	评价指标和分值		
1	商务部分（15 分）	企业业绩及经验	10 分	综合考虑投标人自 2023 年 01 月 01 日起至投标截止日（**以合同签订日期为准**）承担的与本项目相同或类似项目业绩及实施经验，每提供 1 个有效业绩证明材料的，得 2 分，本项最多得 10 分。 注：须提供包含**合同主要内容页、甲乙双方签字盖章页、合同签订日期页**在内的合同复印件并加盖投标人公章**（无明确签订合同日期的不得分）**。
		投标人能力	5 分	**投标人具有有效的下列证书的，每提供一个得 1 分，最高得 5 分：** ①互联网新闻信息服务许可证； ②信息网络传播视听节目许可证； ③广播电视节目制作经营许可证； ④互联网出版许可证； ⑤增值电信业务经营许可证； **注：投标人需提供有效的证书复印件，并加盖公章，否则不得分。**
2	服务部分（75 分）	项目理解分析（5 分）	5 分	**投标人应结合本项目招标文件“第五章 采购需求”实际情况及自身现有资源条件，充分分析本项目的需求特点及政策来源渠道，清晰阐述项目的工作特点、重点和难点，并针对性地提出切实可行的解决方案。** （1）对项目需求分析准确，工作特点、重点和难点归纳理解全面清晰透彻、针对性强，解决方案合理可行、操作性强；具有稳定可靠的政策信息来源渠道，得 5 分； （2）对项目需求分析准确，工作特点、重点和难点归纳理解清晰、具有针对性，解决方案合理可行、具有操作性；具有较稳定可靠的政策信息来源渠道，得 3 分； （3）对项目需求认识不足，工作特点、重点和难点归纳理解分析模糊、针对性较差，解决方案操作性较差；或不具有稳定可靠的政策信息来源渠道，得 1 分； （4）未提供，得 0 分。

		实施计划安排（5分）	5分	根据采购人的工作需求进行规划，能保障按月完成项目进度，并制定月度完成情况表： （1）项目进度具体规划可行，完成情况表清晰明了，得5分； （2）项目进度具体规划可行性一般，完成情况表清晰性不强，得3分； （3）规划不明确，或无法提供月度完成情况表，得0分。
		报告相关内容制作方案（20分）	15分	**综合考虑投标人针对本项目招标文件“第五章 采购需求 二、内容制作 （一）（二）（三）（五）（八）报告、短视频等相关内容制作需求”提供的方案进行评分。** （1）方案描述详尽，针对性强，具有很强的操作性和执行性，得15分； （2）方案有描述，但缺少具体措施和细节描述，得11分； （3）方案阐述内容与采购需求有偏差或缺少针对性，得7分； （4）方案阐述内容与采购需求有较大偏差，内容严重缺失，得3分； （5）未提供，得0分。
			5分	提供2025年1月1日至今发布的报告（含报告视频、文稿、PPT等）相关物料链接（需提供成果官方公开完整网页链接，包含网址栏及发布时间的网页全屏截图） 作品案例总个数≥30个，得5分； 15个≤作品案例总个数＜30个，得3分； 5个≤作品案例总个数＜15个，得1分 作品案例总个数<5个，得0分。
		评论时评相关内容制作方案（15分）	10分	**综合考虑投标人针对本项目招标文件“第五章 采购需求 二、内容制作（六）（七）评论时评内容制作需求”提供的方案进行评分。** （1）内容描述详尽，针对性强，具有很强的操作性和执行性，得10分； （2）方案有描述，但缺少具体措施和细节描述，得7分； （3）方案阐述内容与采购需求有偏差或缺少针对性，得4分； （4）方案阐述内容与采购需求有较大偏差，内容严重缺

				失，得 1 分； （5）未提供，得 0 分。
			5 分	提供 2025 年 1 月 1 日至今发布评论时评相关文章链接（需提供成果官方公开完整网页链接，包含网址栏及发布时间的网页全屏截图） 作品案例个数≥20 个，得 5 分； 20 个>作品案例个数≥10 个，得 3 分； 10 个>作品案例个数≥5 个，得 1 分 作品案例<5 个，得 0 分。
		理论视评相关内容制作方案（15 分）	15 分	**综合考虑投标人针对本项目招标文件“第五章 采购需求 二、内容制作 （四）理论视评内容制作”要求进行评分。** （1）内容描述详尽，针对性强，具有很强的操作性和执行性，得 15 分； （2）方案有描述，但缺少具体措施和细节描述，得 11 分； （3）方案阐述内容与采购需求有偏差或缺少针对性，得 7 分； （4）方案阐述内容与采购需求有较大偏差，内容严重缺失，得 3 分； （5）未提供，得 0 分。
		网站人员配置情况（15 分）	5 分	编辑服务团队人员配置结构完整、层级分工合理，满足本项目编审工作全流程服务需求，根据团队人员配置完整性、专业性分级打分： 团队配置包含项目负责人 + 高级编审人员 + 中级编辑 + 普通编辑完整层级，人员分工清晰、岗位职责对应本项目编审全流程工作，人员资质、从业经验齐全的，得 5 分； 团队仅配置部分层级人员，架构基本满足项目需求，但人员层级不全、分工简单、专业配置薄弱的，得 2 分； 未提供团队人员结构配置说明、人员清单及岗位职责材料的，得 0 分。
			10 分	综合考虑供应商针对采购人栏目情况提供的人员分配服务方案评判： 人员分配服务方案责任划分明确、具体并落实到人，逻辑性

				强、响应速度快、可行性高，得 10 分； 人员分配服务方案责任划分较明确、具体并落实到人，逻辑性较强、响应速度较快、可行性较高，得 7 分； 人员分配服务方案责任划分明确程度一般、未具体落实到人，逻辑性一般、响应速度一般、可行性一般，得 4 分； 无法针对采购人情况提供人员分配的，得 0 分。
3	价格 （10 分）	评标基准价=满足招标文件要求且最低的评标价格 合格投标人的有效价格得分=（评标基准价/评标价格）×10		
合计 100 分 **注：评分分值计算保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”。**				

注：评分分值计算保留小数点后两位，小数点后第三位“四舍五入”

第五章　采购需求

一、项目背景：

宣讲家网站是依托互联网，立足北京的公益性理论传播平台，主要为各级党政机关、高校院所、企事业单位和广大党员干部提供政策解读、理论学习等专业服务。网站作为全国重点理论网站、首都主流媒体，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧扣网络强国建设目标要求，对标中央和市委宣传部门重大主题宣传部署，严格落实网信办网络宣传调度指令，全面执行北京市社会科学院党组工作安排，扎实开展年度重大主题、重要活动网上理论宣传宣讲，推动党的创新理论深入人心、落地见效。

网站内容必须始终与党中央、北京市委保持高度一致的政治立场和舆论导向，内容建设与维护管理严谨规范，技术保障安全高效。因此，供应商须具备过硬的政治素质、扎实的理论功底、专业的技术能力，以及丰富的理论类政务网站服务经验，方可保障实施项目顺利实施。宣讲家网站建设是一项系统性工程，供应商既要确保内容数量达标，更要在社会效果、网民反响、上级表彰、荣誉成果、网站流量、产品和服务质量等方面实现优质成效。

本项目核心服务内容为宣讲家网站内容制作。经过近二十年的建设与发展，宣讲家网已形成政治过硬、理论扎实、思想务实的鲜明特色，建立起涵盖内容制作流程、内容发布标准、技术维护规范、推广运营模式等在内的完备运营管理体系，网站建设成效得到社会各界广泛认同与高度评价。

为进一步推动宣讲家网提质增效、转型升级，创新栏目设置与内容策划，改进文风、创新表达，全力打造主流媒体理论宣传旗舰品牌，我单位拟委托第三方机构承担网站内容制作任务，具体要求如下：

二、内容制作

投标人须具备精准、及时对接中央和北京市委最新宣传政策、网络舆论导向与内容传播规范的常态化渠道，严格落实宣讲家网站宣传工作部署，高质量做好网站内容统筹落实、内容创编及全流程服务保障，确保所有出品内容零政治性偏差、零意识形态风险、无版权侵权纠纷。

制作内容包括视频类作品：120 部理论报告、400 部高端论述、120 部理论看点、30 部理论视评；文字类作品：180 篇文稿、100 篇理论评论、600 篇网友时评；组图类作品：230 套 PPT 课件。

（一）制作 120 部理论报告。

1.内容创作：投标人须根据中央及北京市宣传部门、网信办年度重大主题、重要活动宣传部署，按照北京市社会科学院的具体工作安排，协助邀约专家开展演播室报告录制或举办线下专题报告会，并严格按照规定完成三级审核及全流程制作工作。

2.制作流程：包括选题策划，邀请专家到第三方演播室开展专题报告录制，或统筹组织线下专题报告会（线下报告会按需配套起草活动主持词），完成内容三级审核、视频剪辑、特效包装等后期工作，制作成完整报告。

3.专家团队：投标人应充分用好并持续维护专家资源库，专家库须拥有来自各高校、研究院、科研机构等单位的专家资源，总人数 500 人以上（知名专家 200 人以上、教授及研究员 300 人以上、副教授及副研究员 100 人以上）；能够围绕重大宣传主题、时政热点话题等，及时邀请专家录制专题辅导报告；所邀请专家须严格遵守党的宣传纪律，坚持正确政治方向、价值取向和舆论导向。

4.选题方向：紧扣党的创新理论、主动设置议题，科学开展报告选题策划。

5.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

6.后期要求：每部报告课件插入不少于 25 页；合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力和可视化效果；音频清晰、无杂音，音量适中且稳定，确保观众能够清楚地听到讲解内容。

7.成片时长：根据招标项目的复杂程度和信息量合理控制，每部报告不少于 1 小时。

8.制作参数：

分辨率：≥1920×1080；

帧率：≥25 帧/秒；

码流：≥4Mbps 时为高清；

格式：支持 MPEG-2、MP4。

9.完成时限：理论报告需在录制完成后 20 个工作日内安排报审。因涉及时事政策加急录制的课程，需在录制完成后的 3 日内报审初版视频（不插入详细课件），报审后的 8 个工作日内完成精品课程。

10.访问量及效果要求：每部平均访问量 3000 次，总访问量 36 万次。

（二）制作 400 部高端论述。

1.内容创作：以上述 120 部理论报告为基础素材池，以传播点击效果与理论价值为双重导向，创作结构完整、主题独立、观点鲜明的章节化内容。

2.制作流程：将上述 120 部理论报告，按照内容逻辑与主题板块进行切分，形成独立的中短视频单元；完成内容三级审核、剪辑等全流程后期工作，形成规范完整的成品报告。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力；编创 120 部中英文字幕，要求清晰、准确，字幕内容应与讲解内容一致，字体大小、颜色和背景要易于识别，避免遮挡画面中的重要信息。

5.成片时长：根据招标项目的复杂程度和信息量合理控制，每部高端论述约 20 分钟。

6.制作参数：参照完整报告制作参数。

7.完成时限：与理论报告同步完成。

8.访问量及效果要求：每部平均访问量 1000 次，总访问量 40 万次。

（三）制作 120 部理论看点。

1.内容创作：以上述 120 部理论报告为基础素材池，深度提炼金句与观点精髓，创作可独立成篇的完整视频。

2.制作流程：遴选精华内容，提炼核心理论观点、拟定标题，撰写规范导语，完成三级审核、剪辑及特效制作等全流程工作。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力。

5.成片时长：根据信息量合理控制，每部理论看点约 10 分钟。

6.制作参数：参照完整报告制作参数。

7.完成时限：与理论报告同步完成。

8.访问量及效果要求：每部平均访问量 3 万次，总访问量 360 万次。

（四）制作 30 部理论视评。

1.内容创作：从宣讲家网正式发布的理论评论文章中，筛选适配视频化呈现的优质内容，年度累计遴选并制作 30 部理论视评作品进行系列短视频创作；选题须贴合主流理论宣传方向，确保系列作品主题统一、导向正确、口径一致。

2.制作流程：当日完成宣讲家网上线理论评论文章的筛选、内容提炼与核心观点拆解，开展剪辑包装与特效制作，生成符合制作标准的作品。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：视频采用互动式呈现形式，使用宣讲家网专属男性数字人讲解呈现，画面节奏贴合理论讲解逻辑，提升观看互动性；视频中间环节以动态弹幕形式植入稿件核心观点，弹幕样式、字号、颜色统一规范，突出核心要义；整体包装实行品牌化、系列化打造，视觉风格、画面版式、字体配色、数字人呈现效果等全程保持统一，形成鲜明

系列化标识；字幕与配音精准同步，无错字、漏字、滞后等问题，音频清晰流畅、无杂音、无破音。

5.成片时长：单部理论视评成片时长控制在 3-5 分钟左右，浮动范围不超过±15 秒，确保内容紧凑、观点传递高效。

6.制作参数：横屏 16:9 标准画幅；分辨率不低于 1080P（1920×1080）；视频格式为 MP4 通用格式，码率≥4Mbps，帧率≥25fps。

7.完成时限：

（1）单部时效：每篇理论评论发布次日，对应该篇理论视评正式上线；

（2）总量时序：全年 30 部理论视评制作发布统筹衔接重大时政宣传节点，按月份平均统筹安排；每月制作任务原则上拆分至上、中、下旬分段排布、有序推进，保障发布节奏均衡、宣传时效契合节点要求；

（3）访问量及效果要求：每部平均访问量 5 万次，总访问量 150 万次。

（五）精编 180 篇文稿。

1.内容创作：180 篇文稿主要包括：理论报告配套文稿、宣传定向约稿两类，单篇字数不少于 1 万字。依托理论报告现场速记稿件、宣讲专家提供的原始文稿，进行规范化整理编辑；围绕理论宣讲核心宣传需求，结合重大主题与时政宣传重点组织专题约稿。完成三级审核，确保内容合规、体例统一、符合平台刊发标准。

2.文稿编辑标准：

（1）删除敏感内容、重复啰嗦的话、负面消极的例子、错误言论等；

（2）核实准确性，对政策文件、专有名词、相关表述、涉及数据进行查找、核实，包括用语是否准确，政策文件出处是否正确，文献出处及表达是否准确，数据使用是否正确，是否为当前最新数据，对文稿中包含引文或参考资料，需要核对引用的准确性和完整性，确保引文与原文相符；

（3）逻辑性和清晰性，包括调整句子结构，删除冗余词汇，使表达更加清晰简洁；

（4）一致性，保持术语、格式和文风的一致性；

（5）语法准确，纠正语法错误、标点符号错误；

（6）段落调整，根据内容和逻辑对段落进行重新组织或合并，确保每个段落都有一个清晰的中心思想；

（7）根据内容，以“生动、有趣、易于理解、吸引人”等为标准拟定标题。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验

丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对文稿中的重要术语、专有名词、文件文献引用、数据使用等进行全面严格核查，确保最终内容表述规范准确，无政治、导向、史实及数据等差错。

4.完成时限：提前录制好推出的理论报告配套文稿，需在课程报审后的 4 个工作日内补齐；临时加急录制推出的时事政策报告配套文稿，需在课程报审之后 8 个工作日补齐。

5.访问量及效果要求：每篇平均访问量 3 万次，总访问量 540 万次。

（六）精编 100 篇宣讲家网理论评论。

1.内容创作：根据年度重大主题、重要活动，主动设置议题、协同策划约稿，并开展编辑工作，完成三级审核。文章须政治立场坚定，观点深刻、思想性强、逻辑清晰、语言规范严谨、简洁明了；坚持原创独家首发，严禁一稿多投；单篇字数不少于 3000 字。

2.评论撰稿队伍建设：建好用好评论撰稿队伍资源库，统筹维护并高效运用网站评论员资源，队伍规模不低于 50 人；成员须具备过硬的理论素养、相应的专业背景及丰富实践经验，以专家、学者、政府官员为主，确保队伍结构稳定、专业能力适配。

3.标准化审稿流程：完成三级审核，对稿件质量进行全流程严格把关，确保评论文章内容安全、导向正确、表述准确、完成及时。

4.访问量及效果要求：每篇平均访问量 7.5 万次，总访问量 750 万次。

（七）精编 600 篇网友论坛时评。

1.内容创作：面向全网征集网友原创时评稿件，同时围绕重大时政节点、重点宣传部署，协同组织约稿、征集采编实践案例，把握时、效、度，全方位保障稿件供给与宣传节奏同频。文章须政治立场坚定，观点深刻、思想性强，语言规范严谨、逻辑清晰、简洁明快；坚持原创独家首发，严禁一稿多投；每篇字数不少于 1500 字。

2.网友队伍建设：建强用好网友队伍资源，统筹维护并高效运用网友队伍资源，队伍规模不低于 100 人；成员覆盖全国各地，具备过硬政治素养、扎实理论功底与优秀网络时事评论写作能力。确保队伍结构稳定、专业能力适配。

3.标准化审稿流程：完成三级审核，对稿件质量进行全流程严格把关，确保评论文章内容安全、导向正确、表述准确、完成及时。

4.访问量及效果要求：每篇平均访问量 3.5 万次，总访问量 2100 万次。

（八）制作 230 套PPT课件。

1.内容创作：依托网站正式发布的报告文稿或权威理论文章，进行内容梳理、结构优化与视觉设计，制作成逻辑清晰、重点突出、视觉美观、实用性强的课件。

2.制作标准：

（1）以党的理论和路线方针政策为主，制作精美课件，平均 35 页/部；

（2）根据文稿主要内容确定课件整体风格和色彩搭配方案，紧密围绕既定主题风格进行页面设计与排版。针对多样化的主题，精心设计各具特色的课件模板，确保每个主题内容都能得到恰如其分的专业展示；

（3）注重课件实用性，提炼每个知识点的精髓，表述精炼，避免冗长和重复的内容。课件内容须覆盖全部核心知识点；

（4）杜绝用词、用句不当及错字；

（5）PPT 所用素材须符合宣讲家网上网标准。

3.完成时限：提前录制好推出的理论报告配套课件，需在课程报审后的 4 个工作日内补齐；临时加急录制推出的时事政策报告配套课件，需在课程报审之后 8 个工作日补齐。

4.访问量及效果要求：每件平均访问量 15 万次，总访问量 3450 万次。

三、团队要求

投标人需组建一支政治过硬、专业技术领先、资质齐全完备、作品质量优良、服务意识到位、设备设施先进的专项制作团队，全面承担本项目内容建设相关工作。

1.具备相应的硬件基础，包括但不限于稳定办公场所、保障网络正常运行和数据安全存储的网络数据中心、图形图像工作站、实时抠像虚拟演播室、4K 广播级摄像机、4K 后期编辑机等。

2.项目负责人需具有副高级及以上技术职称，且具有党员干部教育、理论网站内容策划制作相关经验及能力，并提供相应证明。

3.专职制作团队总人数不得少于 20 人，应全部具有类似项目建设经验，团队人员主要包括项目外联、课程策划、资料收集、内容政审、文字编辑（含首席编辑、高级编辑、中级编辑、编辑等）、理论融媒体作品制作、视频摄制、美工设计等人员；团队人员专业背景应全面，包括但不限于计算机、信息化、教育、影视制作、设计、政治、经济等相关专业。

4. 项目技术服务团队应架构清晰、岗位设置合理；团队成员应职责明确，并建立有效的人员绩效考核机制；团队持有新闻记者证、全国网络视听节目审核员资格证、北京

市新闻系列（数字编辑）专业技术职称等人员比例不少于 50%，近三年参加属地互联网新闻信息服务从业人员培训及相关行业培训人员比例不低于 60%。

四、付款条件

详见合同相关规定。

第六章　拟签订的合同文本

北京市社会科学院宣讲家网站
内容制作项目政府采购服务合同

甲方：北京市社会科学院

地址：北京市朝阳区北四环中路 33 号

邮编：100101

联系人：

电话：

传真：

电子邮箱：

乙方：

地址：

邮编：

联系人：

电话：

传真：

电子邮箱:

宣讲家网站由北京市委宣传部主管、北京市社会科学院主办，是党的创新理论网络宣传宣讲主阵地。为建强用好全国重点理论网站、首都主流媒体宣讲家网站，强化平台阵地建设，统筹推进网站内容建设、保障网站安全稳定运行、实现高质量发展，甲方特向乙方采购内容维护、技术维护等相关服务。合同条款如下：

第一条　采购内容及要求

宣讲家网站为立足北京、面向全国的公益性党的创新理论互联网传播平台，主要为各级党政机关、高校院所、企事业单位和广大党员干部提供政策解读、理论学习等专业服务。网站作为全国重点理论网站、首都主流媒体，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧扣网络强国建设目标要求，对标中央和市委宣传部门重大主题宣传部署，严格落实网信办网络宣传调度指令，全面执行北京市社会科学院党组工作安排，扎实开展年度重大主题、重要活动网上理论宣传宣讲，推动党的创新理论深入人心、落地见效。

网站内容必须始终与党中央、北京市委保持高度一致的政治立场和舆论导向、内容建设与维护管理严谨规范、技术保障安全高效。因此，供应商须具备过硬的政治素质、扎实的理论功底、专业的技术能力，以及丰富的理论类政务网站服务经验，方可保障实施项目顺利实施。宣讲家网站建设是一项系统性工程，供应商既要确保内容数量达标，更要在社会效果、网民反响、上级表彰、荣誉成果、网站流量、产品和服务质量等方面实现优质成效。

本项目核心服务内容为宣讲家网站内容制作。经过近二十年的建设和发展，宣讲家网已经形成政治过硬、理论扎实、思想务实的鲜明特色，建立起涵盖内容制作流程、内容发布标准、技术维护规范、推广运营模式等在内的完备运营管理体系，网站建设成效得到社会各界广泛认同与高度评价。

本项目理论内容生产、图文课件创编等相关工作的具体要求如下：

一、内容制作工作

乙方须根据宣讲家网现有栏目、频道、专题、平台建设情况及后续创新拓展建设需求，严格按照甲方年度、阶段性内容建设规划及实时工作指令，动态调整、完善网站内容体系。按照甲方工作部署，完成视频、文章、组图等各类形式的内容制作工作。乙方全部出品内容须严格遵守意识形态工作要求及网络传播相关法律法规，确保内容政治导向正确、无政治性差错、无意识形态风险、无版权侵权及其他合规问题。

制作内容包括视频类作品：120 部理论报告、400 部高端论述、120 部理论看点、30 部理论视评；文字类作品：180 篇文稿、100 篇理论评论、600 篇网友时评；组图类作品：230 套 PPT 课件。

（一）制作 120 部理论报告。

1.内容创作：投标人须根据中央及北京市宣传部门、网信办年度重大主题、重要活动

宣传部署，按照北京市社会科学院的具体工作安排，协助邀约专家开展演播室报告录制或举办线下专题报告会（专家抵达演播室或报告会活动现场并与录制（承办）单位交接完毕前，全权承担专家接待及安全保障责任），并严格按照规定完成三级审核及全流程制作工作。2.制作流程：包括选题策划，邀请专家到第三方演播室开展专题报告录制，或统筹组织线下专题报告会（线下报告会按需配套起草活动主持词），完成内容三级审核、视频剪辑、特效包装等后期工作，制作成完整报告。

3.专家团队：投标人应充分用好并持续维护专家资源库，专家库须拥有来自各高校、研究院、科研机构等单位的专家资源，总人数 500 人以上（知名专家 200 人以上、教授及研究员 300 人以上、副教授及副研究员 100 人以上）；能够围绕重大宣传主题、时政热点话题等，及时邀请专家录制专题辅导报告；所邀请专家须严格遵守党的宣传纪律，坚持正确政治方向、价值取向和舆论导向。

4.选题方向：紧扣党的创新理论、主动设置议题，科学开展报告选题策划。

5.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

6.后期要求：每部报告课件插入不少于 25 页；合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力和可视化效果；音频清晰、无杂音，音量适中且稳定，确保观众能够清楚地听到讲解内容。

7.成片时长：根据招标项目的复杂程度和信息量合理控制，每部报告不少于 1 小时。

8.制作参数：

分辨率：≥1920×1080；

帧率：≥25 帧/秒；

码流：≥4Mbps 时为高清；

格式：支持 MPEG-2、MP4。

9.完成时限：理论报告需在录制完成后 20 个工作日内安排报审。因涉及时事政策加

急录制的课程，需在录制完成后的 3 日内报审初版视频（不插入详细课件），报审后的 8 个工作日内完成精品课程。

10.访问量及效果要求：每部平均访问量 3000 次，总访问量 36 万次。

（二）制作 400 部高端论述。

1.内容创作：以上述 120 部理论报告为基础素材池，以传播点击效果与理论价值为双重导向，创作结构完整、主题独立、观点鲜明的章节化内容。

2.制作流程：将上述 120 部理论报告，按照内容逻辑与主题板块进行切分，形成独立的中短视频单元；完成内容三级审核、剪辑等全流程后期工作，形成规范完整的成品报告。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力；编创 120 部中英文字幕，要求清晰、准确，字幕内容应与讲解内容一致，字体大小、颜色和背景要易于识别，避免遮挡画面中的重要信息。

5.成片时长：根据招标项目的复杂程度和信息量合理控制，每部高端论述约 20 分钟。

6.制作参数：参照完整报告制作参数。

7.完成时限：与理论报告同步完成。

8.访问量及效果要求：每部平均访问量 1000 次，总访问量 40 万次。

（三）制作 120 部理论看点。

1.内容创作：以上述 120 部理论报告为基础素材池，深度提炼金句与观点精髓，创作可独立成篇的完整视频。

2.制作流程：遴选精华内容，提炼核心理论观点、拟定标题，撰写规范导语，完成三级审核、剪辑及特效制作等全流程工作。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验

丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：合理构图，突出主体内容，画面布局美观、协调，避免出现杂乱无章的画面；根据主题，适当运用特效和动画可以增强视频的吸引力。

5.成片时长：根据信息量合理控制，每部理论看点约 10 分钟。

6.制作参数：参照完整报告制作参数。

7.完成时限：与理论报告同步完成。

8.访问量及效果要求：每部平均访问量 3 万次，总访问量 360 万次。

（四）制作 30 部理论视评。

1.内容创作：从宣讲家网正式发布的理论评论文章中，筛选适配视频化呈现的优质内容，年度累计遴选并制作 30 部理论视评作品进行系列短视频创作；选题须贴合主流理论宣传方向，确保系列作品主题统一、导向正确、口径一致。

2.制作流程：当日完成宣讲家网上线理论评论文章的筛选、内容提炼与核心观点拆解，开展剪辑包装与特效制作，生成符合制作标准的作品。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对视频中的政策文件、专有名词、关键表述、相关数据等进行核查与校对，确保用语规范准确，政策出处权威、文献引用严谨、数据真实有效等。需对涵盖政治、经济、文化、社会、生态、党建、国际等多领域的理论视频进行政审、剪辑与对接发布工作，坚决杜绝视频内容出现任何风险隐患与不当表述。

4.后期要求：视频采用互动式呈现形式，使用宣讲家网专属男性数字人讲解呈现，画面节奏贴合理论讲解逻辑，提升观看互动性；视频中间环节以动态弹幕形式植入稿件核心观点，弹幕样式、字号、颜色统一规范，突出核心要义；整体包装实行品牌化、系列化打造，视觉风格、画面版式、字体配色、数字人呈现效果等全程保持统一，形成鲜明系列化标识；字幕与配音精准同步，无错字、漏字、滞后等问题，音频清晰流畅、无杂

音、无破音。

5.成片时长：单部理论视评成片时长控制在 3-5 分钟左右，浮动范围不超过±15 秒，确保内容紧凑、观点传递高效。

6.制作参数：横屏 16:9 标准画幅；分辨率不低于 1080P（1920×1080）；视频格式为 MP4 通用格式，码率≥4Mbps，帧率≥25fps。

7.完成时限：

（1）单部时效：每篇理论评论发布次日，对应该篇理论视评正式上线；

（2）总量时序：全年 30 部理论视评制作发布统筹衔接重大时政宣传节点，按月份平均统筹安排；每月制作任务原则上拆分至上、中、下旬分段排布、有序推进，保障发布节奏均衡、宣传时效契合节点要求。

8.访问量及效果要求：每部平均访问量 5 万次，总访问量 150 万次。

（五）精编 180 篇文稿。

1.内容创作：180 篇文稿主要包括：理论报告配套文稿、宣传定向约稿两类，单篇字数约 1 万字左右。依托理论报告现场速记稿件、宣讲专家提供的原始文稿，进行规范化整理编辑；围绕理论宣讲核心宣传需求，结合重大主题与时政宣传重点组织专题约稿。完成三级审核，确保内容合规、体例统一、符合平台刊发标准。

2.文稿编辑标准：

（1）删除敏感内容、重复啰嗦的话、负面消极的例子、错误言论等；

（2）核实准确性，对政策文件、专有名词、相关表述、涉及数据进行查找、核实，包括用语是否准确，政策文件出处是否正确，文献出处及表达是否准确，数据使用是否正确，是否为当前最新数据，对文稿中包含引文或参考资料，需要核对引用的准确性和完整性，确保引文与原文相符；

（3）逻辑性和清晰性，包括调整句子结构，删除冗余词汇，使表达更加清晰简洁；

（4）一致性，保持术语、格式和文风的一致性；

（5）语法准确，纠正语法错误、标点符号错误；

（6）段落调整，根据内容和逻辑对段落进行重新组织或合并，确保每个段落都有一个清晰的中心思想；

（7）根据内容，以“生动、有趣、易于理解、吸引人”等为标准拟定标题。

3.政审标准：须配备具有高度政治敏感性、扎实理论功底、广泛知识储备且工作经验丰富的专职理论编辑，能够准确把握党和国家大政方针与政策导向，敏锐甄别涉及国家

安全、社会稳定、民族团结等方面的敏感信息。对文稿中的重要术语、专有名词、文件文献引用、数据使用等进行全面严格核查，确保最终内容表述规范准确，无政治、导向、史实及数据等差错。

4.完成时限：提前录制好推出的理论报告配套文稿，需在课程报审后的 4 个工作日内补齐；临时加急录制推出的时事政策报告配套文稿，需在课程报审之后 8 个工作日补齐。

5.访问量及效果要求：每篇平均访问量 3 万次，总访问量 540 万次。

（六）精编 100 篇宣讲家网理论评论。

1.内容创作：根据年度重大主题、重要活动，主动设置议题、协同策划约稿，并开展编辑工作，完成三级审核。文章须政治立场坚定，观点深刻、思想性强、逻辑清晰、语言规范严谨、简洁明了；坚持原创独家首发，严禁一稿多投；单篇字数不少于 3000 字。

2.评论撰稿队伍建设：建好用好评论撰稿队伍资源库，统筹维护并高效运用网站评论员资源，队伍规模不低于 50 人；成员须具备过硬的理论素养、相应的专业背景及丰富实践经验，以专家、学者、政府官员为主，确保队伍结构稳定、专业能力适配。

3.标准化审稿流程：完成三级审核，对稿件质量进行全流程严格把关，确保评论文章内容安全、导向正确、表述准确、完成及时。

4.访问量及效果要求：每篇平均访问量 7.5 万次，总访问量 750 万次。

（七）精编 600 篇网友论坛时评。

1.内容创作：面向全网征集网友原创时评稿件，同时围绕重大时政节点、重点宣传部署，协同组织约稿、征集采编实践案例，把握时、效、度，全方位保障稿件供给与宣传节奏同频。文章须政治立场坚定，观点深刻、思想性强，语言规范严谨、逻辑清晰、简洁明快；坚持原创独家首发，严禁一稿多投；每篇字数不少于 1500 字。

2.网友队伍建设：建强用好网友队伍资源，统筹维护并高效运用网友队伍资源，队伍规模不低于 100 人；成员覆盖全国各地，具备过硬政治素养、扎实理论功底与优秀网络时事评论写作能力。确保队伍结构稳定、专业能力适配。

3.标准化审稿流程：完成三级审核，对稿件质量进行全流程严格把关，确保评论文章内容安全、导向正确、表述准确、完成及时。

4.访问量及效果要求：每篇平均访问量 3.5 万次，总访问量 2100 万次。

（八）制作 230 套PPT课件。

1.内容创作：依托网站正式发布的报告文稿或权威理论文章，进行内容梳理、结构优

化与视觉设计，制作成逻辑清晰、重点突出、视觉美观、实用性强的课件。

2.制作标准：

（1）以党的理论和路线方针政策为主，制作精美课件，平均 35 页/部；

（2）根据文稿主要内容确定课件整体风格和色彩搭配方案，紧密围绕既定主题风格进行页面设计与排版。针对多样化的主题，精心设计各具特色的课件模板，确保每个主题内容都能得到恰如其分的专业展示；

（3）注重课件实用性，提炼每个知识点的精髓，表述精炼，避免冗长和重复的内容。课件内容须覆盖全部核心知识点；

（4）杜绝用词、用句不当及错字；

（5）PPT 所用素材须符合宣讲家网上网标准。

3.完成时限：提前录制好推出的理论报告配套课件，需在课程报审后的 4 个工作日内补齐；临时加急录制推出的时事政策报告配套课件，需在课程报审之后 8 个工作日补齐。

4.访问量及效果要求：每件平均访问量 15 万次，总访问量 3450 万次。

二、建立合理部门分工、岗位职责及有效的人员绩效考核机制

1.由乙方结合宣讲家网站的特点建立合理的部门分工、岗位职责及灵活高效的全员激励绩效考核机制。

第二条　甲方权利与义务

一、合同金额

本合同金额共计_____万元（大写人民币_____元）。甲方于合同签署 20 个工作日内首付款比例不低于合同总金额的 54%；在 2027 年项目全部完成且验收合格后，全部支付尾款。甲方支付费用前，乙方向甲方出具正规发票。

二、付款信息

乙方信息：

开户名：

开户银行：

账号：

行号：

统一社会信用代码：

甲方信息：

账户名称：北京市社会科学院

开户行：北京银行学院路支行

账号：01090339100120109200010

行号：313100000396

统一社会信用代码：12110000400732075F

三、服务时间

合同签订之日起至 2027 年 3 月 13 日。

第三条　项目验收

根据《宣讲家网站项目内容建设验收评审办法》，成立宣讲家网站项目验收评审领导小组，组织评审专家以乙方每月提交的《宣讲家网站月度工作统计表》为基础，结合网站后台数据和实际监督情况组织开展评审。

第四条　违约责任

1.甲方根据《宣讲家网站季度评审报告》对乙方项目团队工作的审定评级结果，核定栏目责任资金的违约情况。栏目责任资金的算法：栏目季度合同金额×50%。

（1）获得 A 级（即 A+\A\A-）评价，该栏目无违约金；

（2）获得 B 级（即 B+\B\B-）评价，该栏目违约金为栏目责任资金的 5%；

（3）获得 C 级（即 C+\C\C-）评价，该栏目违约金为栏目责任资金的 10%；

（4）获得 D 级（即 D+\D\D-）评价，该栏目违约金为栏目责任资金的 20%；

（5）栏目如出现其他极特殊不良情况，甲方视情况扣除相应违约金，该违约金不得超过栏目责任资金的 50%。

第五条　保密责任

1. 双方确认，本合同项下的保密信息包括但不限于宣讲家网站的报告、文稿、评论、时评等原创内容及原始素材等。

2. 未经披露方书面同意，接收方不得将保密信息用于本合同约定以外的其他目的，且应采取合理有效的保密措施。

3. 本条款有效期自合同生效之日起至 2027 年 12 月 31 日止。

第六条 意识形态责任

1. 乙方承诺合作内容及相关行为，应符合中国法律法规、社会主义核心价值观，不得损害国家利益、社会公共利益及平台安全。

2. 涉及重大内容发布的，需经双方共同审核，确认无意识形态风险后，方可执行。

3. 因乙方违反本条款导致合同终止、行政处罚或造成其他损失的，乙方应赔偿甲方全部实际损失。

第七条　协议的续期和终止

本协议期满，若乙方尚有约定产品交付或服务提供事项未完成的，应继续履行至全部事项完成之日，协议方可终止。

本合同一式陆份，甲乙双方各执叁份，每份具有相同的法律效力，自双方签字盖章后生效。

第七章　投标文件格式

投标人编制文件须知

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

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

3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（资格证明文件）

项目名称:
项目编号：

投标人名称：

1　满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

1-2 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

（一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

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

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

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

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

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
…		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

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

2　落实政府采购政策需满足的资格要求

2-1 中小企业政策证明文件（如有）

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（如有）

3-1 联合协议（如适用）

联合协议

_____ 、 _____ 及 _____就“_____（项目名称）”____包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

一、 由_____牵头，_____、_____参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。

二、 联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

三、 联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具《授权委托书》。

四、 牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。

五、 _____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。

六、 _____负责_____，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。

七、 _____负责_____（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。

八、 本项目联合协议合同总额为_____元，联合体各成员按照如下比例分摊（按联合体成员分别列明）：

（1）_____为□大型企业□中型企业、□小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、□其他，合同金额为_____元；

（2）_____为□大型企业□中型企业、□小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、□其他，合同金额为_____元；

（…）_____为□大型企业□中型企业、□小微企业（包含监狱企业、残疾人福利性单位）、□其他，合同金额为_____元。

九、 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。

十、 其他约定（如有）：_____。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称：_____　　联合体成员名称：_____

盖章：_____　　盖章：_____

联合体成员名称：_____

盖章：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

1. 如本项目（包）接受供应商以联合体形式参加采购活动，且供应商以联合体形式参与时，须提供《联合协议》，否则**投标无效**。
2. 联合体各方成员须在本协议上共同盖章。

3-2 其他特定资格要求

4　投标保证金凭证/交款单据复印件

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（商务技术文件）

项目名称:
项目编号：

投标人名称：

1　投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

我方参加你方就_____（项目名称，项目编号 ）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 90 个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____　　传真_____

电话_____　　电子函件_____

投标人名称（加盖公章） _____

日期：_____年_____月_____日

2　授权委托书（实质性格式）

授权委托书

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

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或盖章）：_____

委托代理人（签字或盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件复印件：

说明：

1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。

2.若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。

3.供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。

4.供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证或护照等身份证明文件复印件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**复印件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明，

姓名：____性别：____年龄：____职务：____

系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件复印件：

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

3　开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：_____　　项目名称：_____

序号	投标人名称	投标报价	
		大写	小写
1			

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

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

4　投标分项报价表（实质性格式）

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）	数量	合价（元）	备注/说明
1					
2					
3					
4					
5					
6					
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.供应商各投标分项报价超过分项最高限价的将被否决。

3.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

5　合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

项目编号 ：_____　　项目名称：_____

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

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：　　_____

日期：_____年_____月_____日

6　采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号 ：_____　　项目名称：_____

序号	招标文件条目号(页码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：
1. 对招标文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**投标无效。**
2.“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：　　_____

日期：_____年_____月_____日

7　本国产品标准证明文件

关于符合本国产品标准的声明函

本公司（单位）郑重声明，根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34 号）的规定，本公司（单位）提供的以下产品属于本国产品。具体情况如下：

1.（产品名称 1）[1]，生产厂为（厂名）[2]，厂址为（生产厂址）。（产品名称 1）的中国境内生产的组件成本占比≥（规定比例）[3]。（产品名称 1）的（关键组件）[4]在中国境内生产。（产品名称 1）的（关键工序）[5]在中国境内完成。

2.（产品名称 2），生产厂为（厂名），厂址为（生产厂址）。（产品名称 2）的中国境内生产的组件成本占比≥（规定比例）。（产品名称 2）的（关键组件）在中国境内生产。（产品名称 2）的（关键工序）在中国境内完成。

……

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期：　　年　　月　　日

注：1.产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

2.生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

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

4.该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

5.该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

产品成本占比承诺函

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

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

公司（单位）名称（盖章）：

日期：　　年　　月　　日

注：

1. 本承诺函应按包分别提供。

2. 单一产品采购无须提供本承诺函；供应商提供产品全部为本国产品，且提供了《关于符合本国产品标准的声明函》时，无须提供本承诺函。

3. 当采购项目或单个采购包中含有多种产品，且供应商提供的产品同时包含本国产品及非本国产品，则供应商除需提供《关于符合本国产品标准的声明函》外，还需提供本承诺函；否则，不享受价格评审优惠。

8　中小企业证明文件

说明：

1）中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，以证明中小企业身份。《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的，《中小企业声明函》可由牵头人出具。

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

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

4）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300 号）》及《金融业企业划型标准规定》（银发〔2015〕309 号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）的规定，本公司（联合体）参加北京市社会科学院的宣讲家网站内容制作委托服务项目采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1.宣讲家网站内容制作委托服务项目，属于其他未列明行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元[1]，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）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**（请进行选择）：**

□不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日　期：

9　投标人相关案例和业绩

案例和业绩的认定标准和有效证明文件要求详见招标文件第四章《评标程序、评标方法和评标标准》，**未提供有效证明文件的案例和业绩评标时将不予认可**。

序号	项目名称	内容简述	合同签订时间	客户联系人	客户联系电话

注：本表中信息如有虚假，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。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

10 本项目拟投入团队人员一览表

拟投入团队人员一览表

序号	姓名	年龄	学历	技术职称/执业/职业资格	从事相关工作年限	在本项目拟任职务	主要资历、经验及承担过的项目
1							
2							
3							
4							
·····							

注：本表后附有效证明文件要求详见招标文件第四章《评审程序、评标方法和评标标准》，未提供有效证明文件时将不予认可。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

11 拟投入本项目的人员简历表

拟投入本项目的人员简历表

姓名		性别		出生日期	年　月
毕业院校及专业				毕业时间	年　月
从事本专业时间		为投标人服务时间			
资格证书（如有）		专业技术职称（如有）			
主　要　经　历					
时　间	同类项目经历			该项目中任职	

注：本表后附有效证明文件要求详见招标文件第四章《评审程序、评标方法和评标标准》，未提供有效证明文件时将不予认可。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

12 中标服务费承诺书

致:天恒招标有限公司

我们在贵公司组织的_____项目（招标编号：_____）采购中若中标，我们保证在领取中标通知书的同时按招标文件的规定，向贵公司一次性支付应当交纳的中标服务费用。

收费标准参考国家计委印发的计价格[2002]1980 号关于《招标代理机构服务费管理暂行办法》的通知。

特此承诺！

承诺方名称：_____

承诺方公章：_____

承诺日期：_____

13 项目技术服务方案

说明：格式自拟，请投标人结合自身情况并针对第五章《采购需求》以及本招标文件评标标准中相关评分项逐条提供详实可行的方案。

14 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

14-1 供应商信息采集表

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型

注：1.供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。

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

3.外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。