



“阅读北京”阅读推广活动

(第1包:宣传推广)

招标文件

采购编号: XHTC-FW-2022-0182

采 购 人: 首都图书馆

采购代理机构: 新华招标有限公司

2022年03月

目 录

第一章 投标邀请 3

第二章 投标人须知前附表 7

第三章 投标人须知 12

第四章 合同文本 28

第五章 采购需求 39

第六章 评标方法及评标标准 47

第七章 投标文件格式 53

第一章 投标邀请

投标邀请

项目概况

（“阅读北京”阅读推广活动第1包:宣传推广）招标项目的潜在投标人应在（北京市政府采购电子交易平台）获取招标文件，并于2022年03月31日10点00分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：XHTC-FW-2022-0182

项目名称：“阅读北京”阅读推广活动(第1包:宣传推广)

预算金额：210万元（人民币）

最高限价：/万元（人民币）

采购需求：

第1包宣传推广，简要技术参数：根据阅读北京项目目标要求，策划制定全年活动主题以及完整、创新、可实施、符合项目特点的宣传推广全案，为四大阅读系列文化活动定制推广方案，突出活动亮点与特色，达到预期传播效果,详见采购公告附件。

合同履行期限：自合同签订生效后开始至双方合同义务完全履行后截止。

本项目不接受联合体投标。

二、申请人的资格要求：

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：本项目专门面向中小企业采购；
3. 本项目的特定资格要求：

（1）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，不得同时参加本项目；

（2）为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本项目；

（3）通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询信用记录（截止时间点为投标截止时间），被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或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。

三、获取招标文件

时间：2022年03月09日09:00至2022年03月16日16:00（北京时间）

地点：投标人按照规定办理CA数字认证证书（北京一证通数字证书）后，自招标公告发布之日起持投标人自身数字证书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>）免费下载电子版招标文件。

方式：线上下载。

1、投标人按照规定办理 CA 认证证书（北京一证通数字证书），详见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”，按照程序要求办理。

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

3、自招标公告发布之日起持自身数字证书登录北京市政府采购电子交易平台免费获取电子版招标文件。

以联合体形式参加投标的，由联合体协议中约定的联合体牵头人持自身数字证书登录北京市政府采购电子交易平台免费下载电子版招标文件。

4、下载时间：2022 年 03 月 09 日 09:00 至 2022 年 03 月 16 日 16:00（北京时间）。

5、未按上述获取方式和期限下载招标文件的投标人无资格参加本次投标。

6、证书驱动下载：

于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。

7、投标客户端下载：

于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。

请投标人使用电子投标客户端编制电子投标文件并进行线上投标，投标人电子投标文件需要加密并加盖电子签章，过程中请保持互联网连接畅通。

CA 认证证书服务热线 010-58511086

技术支持服务热线 010-86483801

注意：本项目采用政府采购全流程电子化招标，请投标人认真学习北京市政府采购电子交易平台发布的相关操作指引、演示视频等，核实数字认证证书情况确认是否符合本项目电子化招标要求，如无法按照要求在电子投标文件中加盖电子签章和加密，请及时联系技术人员。

售价：0 元。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

2022 年 03 月 31 日 10 点 00 分（北京时间）

地点：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 11 层新华招标有限公司会议室

（注：本项目采用全流程电子化招标，投标、开标及评标将配套使用北京市政府采

购电子交易平台，请投标人根据招标文件及平台操作手册要求制作并线上提交电子投标文件，上传电子投标文件过程中请保持互联网连接畅通。)

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. 本项目落实的政府采购政策：

1) 落实《关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库[2020]46 号）
2) 落实《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库[2014]68 号）

3) 落实《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库[2017]141 号）规定

4) 《关于中国环境标志产品政府采购实施的意见》（财库[2006]90 号）、《国务院办公厅关于建立政府强制采购节能产品制度的通知》（国办发[2007]51 号）

2、本公告在中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn>）、北京市政府采购网（<http://www.ccgp-beijing.gov.cn>）上发布。

3、提交投标保证金的账户信息（办款时请注明项目编号）：

项目编号：XHTC-FW-2022-0182

户 名：新华招标有限公司

开户行：广发银行股份有限公司北京科学园支行

账 号：6232593799004603331

4、新华招标有限公司

地 址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 11 层

邮 编：100036

E-mail: liujia@xhtc.com.cn

电 话：010-63905999

传 真：010-63905838

联 系 人：杨晨（分机 5925）、刘佳（分机 5926）

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：首都图书馆

地 址：北京市朝阳区东三环南路 88 号

联系方式：刘老师 010-67358114-8024

2. 采购代理机构信息

名 称：新华招标有限公司

地 址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 11 层

联系方式：刘佳 010-63905926

3. 项目联系方式

项目联系人：刘佳

电 话：010-63905926

第二章 投标人须知前附表

投标人须知前附表

本表关于招标服务的具体要求是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，应以本表为准。

条款号	内容
说明	
1.1	资金来源：财政资金
2.1	采购人名称：首都图书馆 详细地址：北京市朝阳区东三环南路88号 联系人：刘老师 联系电话：010-67358114-8024
2.2	采购代理机构名称：新华招标有限公司 地址：北京市海淀区莲花池东路39号西金大厦11层 电话：010-63905999 传真：010-63905988 联系人：杨晨 010-63905925、刘佳 010-63905926
2.5	本项目不接受联合体投标
20	项目名称：“阅读北京”阅读推广活动第1包：宣传推广 采购编号：XHTC-FW-2022-0182
投标报价和货币	
13.1	投标报价：最终报价（包括但不限于技术规格书明确的本项目所有内容）。
14.1	投标货币：人民币
投标文件的编制和递交	
15.1	投标人资格标准： 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：本项目专门面向中小企业采购； 3) 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，不得同时参加本项目同一包的投标； 4) 为本项目某包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加该包的投标； 5) 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 (截止时间点为投标截止时间), 被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或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。
17.1	<p>第一包投标保证金金额: <u>人民币肆万元整 (¥40000 元)</u></p> <p>投标保证金银行及账号:</p> <p>开户单位: 新华招标有限公司</p> <p>开户银行: 广发银行股份有限公司北京科学园支行</p> <p>账 号: 6232593799004603331</p>
17.2	<p>投标保证金形式: 电汇、转账、支票 (限北京使用)、汇票或者本票等, 不接受现金。</p> <p>便于项目开展, 建议各投标单位优先采用汇款方式汇出投标保证金。</p> <p>投标保证金有效期与投标有效期一致。</p>
17.7.3	<p>中标服务费交纳账号:</p> <p>开户单位: 新华招标有限公司</p> <p>开户银行: 广发银行股份有限公司北京科学园支行</p> <p>账 号: 6232593799004603331</p>
18.1	投标有效期: <u>90</u> 天
19.1	<p>投标文件份数: 提交纸质版文件: 正本 1 份, 副本 1 份。</p> <p>本项目采用全流程电子化招标, 投标、开标及评标将配套使用北京市政府采购电子交易平台, 请投标人根据招标文件及平台操作手册要求制作并线上提交电子投标文件, 上传电子投标文件过程中请保持互联网连接畅通。</p>
19.2	投标文件需由投标人法定代表人或经正式授权的代表在投标文件上签字并加盖公司公章。上述盖章、签字, 也可以是北京市政府采购电子交易平台认可的电子印章。
24.1	<p>开标时间: 2022 年 03 月 31 日 10:00 时 (北京时间)</p> <p>开标地点: 北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 11 层新华招标有限公司会议室</p> <p>投标人须携带生成电子投标文件时使用的 CA 认证证书及纸质版文件一正一副参加开标, 在开标地点使用 CA 认证证书登录北京市政府采购电子交易平台。因未携带 CA 认证证书或无法提供正确密码而导致签到或解密失败的, 由投标人自行承担其后果。</p>
评标	
26.1	本项目评标委员会负责确定中标候选人名单 (三名), 由采购人按照评标委员会推荐的中标候选人顺序确定中标供应商。

26.2	评标方法：综合评分法
26.4.5	最高限价：/万元（人民币）
其它	
对应的中小企业划分标准所属行业：其他未列明行业。	
依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。	
招标文件中要求提供的资格证明材料等，均为企业法人提供，投标人如为事业单位法人、其他组织或者自然人，可提供符合要求的相对应的证明文件。	
招标文件中要求加盖单位公章的，投标人如为自然人，自然人本人签字即可。	

第三章 投标人须知

投标人须知

一、说明

1. 资金来源

1.1 采购人已获得足以支付本次采购后所签订的合同项下的款项（包括财政资金和自筹资金）。

2. 采购人、采购代理机构、投标人、合格投标人

2.1 采购人：本招标文件中采购人为首都图书馆。

2.2 采购代理机构：本招标文件中采购代理机构是指受采购人委托组织招标的新华招标有限公司。

2.3 投标人

投标人必须向采购代理机构购买招标文件并登记备案，未向采购代理机构购买招标文件并登记备案的潜在投标人均无资格参加投标。

2.4 合格投标人

合格投标人是指依法通过资格审查的投标人。

2.5 联合体投标

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

2.5.2 以联合体形式进行政府采购的，参加联合体的供应商均应当具备中华人民共和国政府采购法第二十二条规定的条件。采购人根据采购项目的特殊要求，规定供应商的特定条件，联合体各方中至少应当有一方符合采购人规定的特定条件。并应当向采购人提交联合协议，载明联合体各方承担的工作和义务。联合体投标协议应该在投标文件中提交。

2.5.3 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，按照资质等级较低的供应商确定资质等级。

2.5.4 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。

2.5.5 联合体各方应当共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

3. 合格的服务

3.1 合同中提供的所有服务，均应来自上述 2.4 条款所规定的合格投标人。

3.2 服务是指投标人按招标文件规定，须向采购人提供的符合招标文件要求的相关的服务。

4. 投标费用

4.1 投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用。不论投标的结果如何，采购人或采购代理机构均无义务和责任承担这些费用。

4.2 无论招标结果如何，投标文件均不予退还。

5. 废标说明

5.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

5.1.1 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；

5.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

5.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能够支付的；

5.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

二、招标文件

6. 招标文件构成

6.1 招标文件包括下列内容：

（一）招标文件的组成部分

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知前附表

第三章 投标人须知

第四章 合同文本格式

第五章 采购需求

第六章 评标方法及评标标准

第七章 投标文件格式

（二）采购人所作的一切有效的书面通知都是招标文件不可分割的组成部分。

7. 招标文件的澄清

7.1 任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应以书面形式通知采购人或采购代理机构。采购人或者采购代理机构对在投标截止时间 15 日以前收到的澄清要求

应以书面形式予以答复，并将书面答复发给每个购买招标文件的投标人（答复中不包括问题的来源），必要时同时在财政部门指定的政府采购信息发布媒体发布澄清公告。

8. 招标文件的修改

8.1 在投标截止时间 15 日前，无论出于何种原因，采购人或采购代理机构可主动地或在解答投标人提出的澄清问题时对招标文件进行修改，修改的内容为招标文件的组成部分。

8.2 招标文件的修改将在《北京市政府采购电子交易平台》上以电子文件形式通知所有购买招标文件的投标人，并对其具有约束力。同时在财政部门指定的政府采购信息发布媒体发布澄清公告。投标人在收到上述通知后，应在 24 小时内向采购代理机构回函确认。

8.3 为使投标人准备投标时有充分时间对招标文件的修改部分进行研究，采购人或采购代理机构可适当延长投标截止时间和开标时间，并在《北京市政府采购电子交易平台》上通知所有购买招标文件的投标人。

9. 询问和质疑

9.1 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可以提出询问；

9.2 供应商认为采购文件、采购过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知权益受到损害之日起 7 个工作日内，提出质疑。

9.3 接收质疑函的方式：供应商应提交书面质疑函，并在《北京市政府采购电子交易平台》上提出相应质疑，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。

9.4 供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

- 1) 供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- 2) 质疑项目的名称、编号；
- 3) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- 4) 事实依据；
- 5) 必要的法律依据；
- 6) 提出质疑的日期。

9.5 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。

9.6 供应商委托代理人递交质疑函的，应提供法定代表人授权委托书和代理人身份证复印件。授权委托书应当载明代理人的姓名、授权事项、具体权限、期限和相关事项。供应商为自然人的，授权委托书应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，授权委托书应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

9.7 受理部门：新华招标有限公司综合运营部

9.8 联系人：徐女士

9.9 联系电话：010-63905816

9.10 地址：北京市海淀区莲花池东路 39 号西金大厦 11 层

三、投标文件的编制

10. 编制要求

10.1 投标人应认真阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求提供投标文件，投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应，并保证所提供的全部资料的真实性、完整性，以使其投标文件对招标文件做出实质性响应。

10.2 无论招标文件《采购需求》中是否有要求，投标人所投货物/服务均应符合国家强制性标准。

10.3 投标文件中所使用的的计量单位，除招标文件中有特殊要求外，应采用中华人民共和国法定计量单位。

10.4 采购人或采购代理机构有权随时检查投标人所提供的全部资料的真实性。如果发现投标人在投标资料中使用有虚假的证明材料的，由此所产生的经济责任和法律责任由投标人自行承担。

10.5 投标的语言

投标人提交的投标文件以及投标人与采购人或采购代理机构就有关投标的所有来往函电均应以中文书写，且以之为准。

11. 投标文件构成

11.1 投标人编写的投标文件应包括下列部分：

1) 资格证明材料部分：按照本须知第 15 条规定和第七章提供的格式提交。

2) 商务部分：投标书、开标一览表、投标分项（明细）报价表、商务条款偏离表、法人代表授权书等，按照第七章提供的格式提交。

3) 技术部分：招标文件技术需求部分要求提供的内容、综合说明、技术参数规格偏离表等。

4) 投标服务符合招标文件规定的证明文件及投标人认为需加以说明的其他内容。

12. 投标文件格式

12.1 投标人应按招标文件第 11 条的内容与要求和第七章提供的格式编写其投标文件，投标人不得缺少或留空任何招标文件要求填写的表格或提交的资料。

12.2 投标人应将投标文件按第 11 条规定的顺序编排、并应编制目录、逐页标注连续页码。

13. 投标报价

13.1 投标人应在投标分项报价表上标明本合同拟提供服务的单价和总价。

13.2 投标分项报价表上的价格应按下列方式分开填写：

- 1) 所提供服务的详细清单；
- 2) 报所提供服务的单价；
- 3) 为完成本项目的全部相关服务费用（包括但不限于培训费、技术服务费等）；
- 4) 投标人须知前附表中列出的其他费用；
- 5) 所有根据合同或其它原因应由投标人支付的税款和其它应交纳的费用都要包括在投标人提交的投标价格中。

13.3 投标人对每种服务只允许有一个报价，采购人不接受有任何选择的报价。

13.4 投标人根据本须知第 13.2 条的规定将投标价分成几部分，只是为了方便采购人或采购代理机构对投标文件进行比较，并不限制采购人以上述任何条件订立合同的权利。

13.5 投标人所报的投标价在合同执行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标，将被认为是非响应性投标而作无效投标处理。

13.6 采购人不接受投标人对任何未办理正常进口手续的非中华人民共和国境内生产的货物的投标报价，已在中华人民共和国境内的国外产地的已经进口的设备

的国内投标，其设备的交货价格包括制造、组装该设备所使用的零部件及原材料已付的全部关税、销售税和其他税费。

13.7 投标人不得违反《中华人民共和国反不正当竞争法》的规定，以低于成本的价格销售货物或服务，否则应对其价格构成情况做出详细说明并提供相关证明材料。评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。投标人的澄清、说明或者补正应当采用《北京市政府采购电子交易平台》电子文书或书面形式，由其授权代表签字或单位盖章，并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，书面承诺为其投标文件的组成部分。

13.8 对于投标报价不全，应当提交的报价而在标书中没有提交的投标人，将作无效投标处理。

14. 投标货币

14.1 投标人提供的服务一律用人民币报价。

15. 证明投标人合格的资格证明材料

15.1 投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的材料，并作为其投标文件的一部分。

15.2 投标人提交的资格证明材料应符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”的要求。

16. 证明货物的合格性和符合招标文件规定的文件

16.1 投标人应提交证明文件证明其拟投标的服务合格性符合招标文件规定。该证明文件作为投标文件的一部分。

16.2 证明服务与招标文件的要求一致的文件，可以是文字资料、图纸和数据，它包括：

1) 服务的详细说明；

2) 对照招标文件的采购需求，逐条说明所提供服务的采购需求做出了实质性的响应或申明与采购需求条文的偏差和例外（按第七章技术规格偏离表格式填写）。

16.3 投标人在阐述上述第 16.2 时应注意招标文件技术部分中“采购需求”指出的工艺、材料和设备的标准以及参照的牌号或分类号仅起说明作用，并没有任何限制性。投标人在投标中可以选用替代标准、牌号或分类号，但这些替代要实质上相当于或优于技术规格（采购需求）的要求。

17. 投标保证金与中标服务费

17.1 投标人应提交“投标人须知前附表”规定数额的投标保证金，并作为其投标的一部分，投标保证金的接收单位为新华招标有限公司，依据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第三十三条相关规定，投标保证金不得超过采购项目预算金额的2%。

17.2 投标保证金的货币为人民币，并采用下列任何一种形式：

- 1) 电汇；
- 2) 转账
- 3) 支票（限北京使用）；
- 4) 银行汇票
- 5) 本票。

17.3 凡没有根据本须知第 17.1 和 17.2 条的规定随附投标保证金的投标，投标无效。投标人提交的投标保证金，将以转账形式予以退回。

17.4 未中标供应商的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还投标人。

17.5 中标供应商的投标保证金，自政府采购合同签订之日起 5 个工作日内退还。

17.6 下列任何情况发生时，投标保证金将不予退还：

- 1) 投标人在招标文件中规定的投标有效期内撤回其投标；
- 2) 投标人行贿采购人或采购代理机构或评标专家或试图影响招标结果的行为；
- 3) 中标人在规定期限内未能根据本须知第 31 条规定签订合同；
- 4) 投标人在提交投标文件时或答复质疑及澄清时提供虚假或伪造的证明材料及数据；
- 5) 法律、行政法规和招标文件规定的其他情况。

17.7 中标服务费

17.7.1 中标人应在领取中标通知书时向采购代理机构交纳中标服务费。

17.7.2 中标服务费以中标通知书的中标金额作为收取的计算基数，参照《招标

代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号），按差额定率累进法计算。

中标金额（万元）	货物招标	服务招标	工程招标
100以下	1.5%	1.5%	1.0%
100-500	1.1%	0.8%	0.7%
500-1000	0.8%	0.45%	0.55%
1000-5000	0.5%	0.25%	0.35%
5000-10000	0.25%	0.1%	0.2%

17.7.3 中标人应按照我司提供的账号信息交纳中标服务费。

18. 投标有效期

18.1 投标应自本须知第 24.1 条规定的开标日起，并在“投标人须知前附表”中所述时期内保持有效。投标有效期不足的投标将被视为非响应性投标而作无效投标处理。

18.2 特殊情况下，在原投标有效期截止之前，采购代理机构可要求合格投标人同意延长投标有效期。这种要求与答复均应以书面形式提交。合格投标人可拒绝采购代理机构的这种要求，其投标保证金将予以退还。接受延长投标有效期的合格投标人将不会被要求和允许修正其投标，而只会被要求相应地延长其投标保证金的有效期。在这种情况下，本须知第 17 条有关投标保证金的退还和不予退还的规定将在延长了的有效期内继续有效。

19. 投标文件的制作和签署

19.1 投标人应按照第二章“投标人须知前附表”要求的形式和数量准备投标文件及其他所需材料。纸质投标文件须清楚地标明“正本”“副本”。

19.2 投标文件的正本需双面打印，并由供应商法定代表人或经正式授权的代表在投标文件上签字并加盖公司公章。投标文件的副本可采用正本签字盖章后的复印件（双面复印）加盖公司公章（扉页及骑缝）。投标文件的内容应装订成册，一律采用胶装方式装订，且投标文件的总厚度不得大于 3cm。

19.2 投标文件（电子标）需由投标人法定代表人或经正式授权的代表在投标文件上签字并加盖公司公章。

19.3 任何行间插字、涂改或增删，必须由投标文件签字人在旁边签字才有效。

19.4 投标文件应包含资格性证明材料部分、商务部分和技术部分。

19.5 投标文件封面应标注“投标文件-资格证明材料”、“投标文件”、“投标文件-技术部分二册”、项目名称、招标编号[包号]、投标人名称并加盖投标人公章、正本或副本，详见第七章《投标文件格式》。

四、投标文件的密封和递交

20. 本项目为全流程电子化招标，请投标人使用电子投标客户端编制电子投标文件并进行线上投标，投标人电子投标文件需要加密并加盖电子签章。

21. 投标截止时间

21.1 投标人应当在投标截止时间前将电子投标文件加密并上传至指定地点（投标截止时间和递交地点详见第一章“投标邀请（招标公告）”）。

21.2 采购代理机构可以按本须知第 8 条规定，通知修改招标文件适当延长投标截止时间。在此情况下，采购代理机构、采购人和投标人受投标截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止期。

22. 迟交的投标文件

22.1 采购人、采购代理机构将拒绝接收在本须知第 21 条规定的截止时间后送达的任何投标文件。

23. 投标文件的修改与撤回

23.1 投标人在递交投标文件后，可以修改或撤回其投标，但投标人必须在规定的投标截止时间之前将修改或撤回的书面通知递交到采购代理机构。

23.2 投标人的修改或撤回通知应按本须知第 20 条规定编制、密封（加密）、标记和递交。

23.3 在投标截止时间之后，投标人不得对其投标做任何修改。

23.4 从投标截止时间至投标人在投标书格式中确定的投标有效期期满这段时间内，投标人不得撤回其投标，否则其投标保证金将按照本须知第 17.6 条的规定不予退还。

五、开标与评标

24. 开标

24.1 采购代理机构在第一章“投标邀请（招标公告）”中规定的日期、时间和地点组织公开开标。开标由采购代理机构主持，邀请投标人参加。评标委员会成员

不得参加开标活动。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

24.2 开标时，由投标人或者其推选的代表检查投标文件的密封情况，经确认投标文件未被提前开启、密封（加密）完好后，由采购代理机构工作人员，当众宣读招标名称、招标编号、投标人名称、投标报价以及采购代理机构认为合适的其他内容。除了按照本须知第 22 条的规定原封退回迟到的投标之外，开标时将不得拒绝任何投标。

24.3 投标人授权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。若投标人当场未提出疑义，则认为投标人已确认开标过程和开标记录。

24.4 开标过程由采购代理机构做开标记录，由参加开标的各投标人代表签字（签章）确认。

25. 投标人的资格性审查

公开招标采购项目开标结束后，采购代理机构将依法对投标人的资格进行审查，合格投标人不足 3 家的，不再开展评标工作。资格审查记录表如下：

序号	审查因素	审查标准	投标人名称及审查意见		
1	营业执照	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.1 项要求			
2	依法缴纳税收和社会保障资金的证明	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.2 项要求			
3	近三年内，在经营活动中没有重大违法记录的声明	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.3 项要求			
4	资信证明（会计师事务所出具的上一年度审计报告或银行出具的资信证明）	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.4 项要求			
5	履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.5 项要求			

6	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，不得同时参加本项目同一包的投标	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.6 项要求			
7	投标人不是为本项目某包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商的声明	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.7 项要求			
8	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（截止时间为投标截止时间），被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或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	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.8 项要求			
9	中小企业声明函	符合第七章投标文件格式“一、投标文件-资格证明材料”第 1.9 项要求			
10	投标保证金	符合第二章投标人须知前附表中第 17.1 和 17.2 项要求			
资格审查结论					

说明：采购代理机构对投标人提交的资格证明材料进行审查，并在对应的审查意见一栏记录审查意见：通过资格审查标注为√；未通过资格审查标注为×。

26. 评标

26.1 评标委员会

26.1.1 采购人或者采购代理机构将从省级以上财政部门设立的政府采购评审专家库中，通过随机方式抽取评审专家。

26.1.2 评标委员会由采购人代表和评审专家组成。

26.1.3 评标委员会负责评标工作，应当对合格投标人（通过资格审查）的投标

文件进行审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求，要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明，对投标文件进行比较和评价等，确定中标候选人名单或根据采购人委托直接确定中标人，根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。

26.2 评标方法： 综合评分法

26.3 投标文件的澄清

26.3.1 在评标期间，对于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，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、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。澄清的内容为投标文件的组成部分。

26.4 投标文件的初审（符合性审查）

26.4.1 评标委员会将对符合资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。

26.4.2 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

- 1) 开标一览表内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表为准；
- 2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 3) 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；
- 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。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按照本须知第 26.3.1 条的规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

26.4.3 对于投标文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则，评标委员会将进行综合打分。

26.4.4 在详细评标之前，根据本须知第 26.4.5 条和第 26.4.6 条的规定，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部条款、条件和规格参数相符，没有重大偏离的投标。对关键条文的偏离、保留或反对将被认为是实质上的偏离。评标委员会决定投标的响应性只根据投标本身的内容，而不寻求外部的证据。

26.4.5 实质上没有响应招标文件要求的投标将作无效投标处理。投标人不得通过修正或撤销不合要求的偏离或保留从而使其投标成为实质上响应的投标。投标人存在下列情况之一的，投标无效：

- 1) 投标文件未按照招标文件要求签署、盖章的，或签字人无法定代表人有效委托书的；
- 2) 投标人未按招标文件要求提交投标文件电子版；
- 3) 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；
- 4) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- 5) 投标有效期不足；
- 6) 投标报价不全，或投标人在同一份投标文件中对同一招标货物报有两个或多个报价的，但招标文件要求提交备选投标的除外；
- 7) 不接受评委对投标文件报价出现前后不一致的修正；
- 8) 投标人有串通投标、弄虚作假、行贿等违法行为；
- 9) 投标文件没有对招标文件的实质性要求和条件作出响应的（标注※号项）；
- 10) 法律、法规和招标文件中规定的其他无效情形。

26.4.6 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

- 1) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- 2) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- 3) 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；
- 4) 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；
- 5) 不同投标人的投标文件相互混装；
- 6) 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。

26.5 投标文件的详细评审

26.5.1 评标委员会将按照本须知第 26.4 条规定，只对确定为实质上响应招标文件要求的投标进行详细评审。

26.5.2 详细评审即以招标文件为依据，对所有实质上响应的投标分别从“商务”、“技术”和“价格”三个方面进行评审并按照百分制进行综合打分（详见第六章评标方法及评标标准）。

26.6 中标人的确定

评标委员会对进入详细评审的投标人进行综合评分并按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，按评审因素的技术指标评审得分高低顺序。由采购人按照评标委员会推荐的中标候选人顺序确定中标供应商。

27. 与采购代理机构、采购人和评标委员会的接触

27.1 除本须知第 26.3 条的规定外，从开标之日起至公布中标结果之日止，投标人不得就与其投标有关的事项与采购代理机构、采购人以及评标委员会成员接触，但经评标委员会同意的澄清、答疑期间除外。

27.2 投标人试图对采购代理机构、采购人和评标委员会的评标、比较或授予合同的决定进行影响，都可能导致其投标无效。

六、授予合同

28. 合同授予标准

28.1 除第 31 条的规定之外，采购人将把合同授予被确定为实质上响应招标文件的要求并有履行合同能力的具有合理报价的合格投标人。

29. 接受和拒绝任何或所有投标的权利

29.1 采购人或采购代理机构保留依法定事由、不可抗力或政府采购主管部门相关要求，拒绝任何或所有投标的权利，或宣布招标无效的权利。对受影响的投标人不承担任何责任。

30. 中标通知书

30.1 中标人确定后，采购代理机构将向中标人发出中标通知书。向未中标的其他投标人发出落标通知书。

30.2 中标通知书是合同的一个组成部分，没有提交书面中标通知书所签署的合同属于无效合同。

31. 签订合同

31.1 中标人应当自中标通知书发出之日起三十日内，按照招标文件和中标供应商投标文件的约定，与采购人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件和中标供应商投标文件作实质性修改。

31.2 如中标人没有按照本须知 31.1 条规定执行，采购人有权取消该中标决定，投标保证金也将不予退还。在此情况下，招标采购单位可将合同授予排名在中标人

下一位的中标候选人，也可以重新招标。

第四章 合同文本格式

（以最终签订的合同为准）

2022 年“阅读北京”阅读推广活动项目合同

甲方：首都图书馆

地址：北京市朝阳区东三环南路 88 号院

法定代表人（或授权人）：

乙方：

地址：

法定代表人（或授权人）：

电话：

传真：

本协议中甲方、乙方可分别称为“一方”，合称为“双方”。

根据《中华人民共和国民法典》及国家有关法律、法规的规定，甲、乙双方在平等、自愿、等价有偿、公平、诚实信用的基础上，经友好协商，就乙方为甲方“阅读北京——2022 年度首都市民阅读系列文化活动”（以下简称“甲方活动”）提供服务事宜，达成一致意见，特签订本协议，以资共同信守。

第一条 活动基础信息

1.1 甲方同意委托乙方为甲方活动的宣传推广等工作提供服务，乙方同意接受甲方的委托。

1.2 活动地点：北京

1.3 活动时间：自 2022 年 4 月至 2022 年 12 月

第二条 服务范围

2.1 整体需求

2.1.1 根据阅读北京项目目标要求，策划制定全年活动主题以及完整、创新、可实施、符合项目特点的宣传推广全案，为四大阅读系列文化活动定制推广方案，突出活动亮点与特色，达到预期传播效果；

2.1.2 设计制作阅读北京及四大活动的主视觉，并根据主视觉进行衍生宣传品的设计制作，包括但不限于海报、长图、H5、宣传册、展板、展架、节目单等等；负责全市 19 家公共图书馆活动宣传品的采购、运输、安装、摆放、分发、维护等设计制作及推广事宜；

2.1.3 负责全年 10 场推广活动的策划执行，其中包括阅读北京启动仪式、诵读大赛决赛等大型落地活动的筹备及推进执行；须围绕诵读、书评等四大主题活动策划推出线上活动，全年线上活动参与量不少于 5 万，要求注重线上线下相结合，互动性强，参与度高；须对全年活动进行总结，形成展览及电子展；

2.1.4 通过全媒体宣传，实现全国性媒体的深度报道 3 次；实现至少一篇官方微信订阅号推送文章阅读量不低于 10 万次；抖音视频播放总量不低于 300 万次；十佳优读空间网络投票不少于 25 万票；除平台参与类线上活动，其他推广活动均需进行网络直播，启动仪式直播播放量不低于 100 万人次，其他活动直播播放量不低于 20 万次，互动参与类线上活动，媒体推广量不低于 10 万次；

2.1.5 围绕全年活动成果，需开发出可供长效利用的专题资源，形式不限，视频、音频、主题数据库等皆可。

2.2 新媒体宣传

2.2.1 负责全年推广文案撰写工作，包括但不限于宣传推广方案、媒体通稿、

海报及长图文案、视频推广创意脚本等，不低于 50 次；

2.2.2 根据活动推广需求，邀请微博、微信 KOL 协助宣传，不低于 20 次；

2.2.3 充分利用微信朋友圈渠道，发布活动广告不少于 2 次；

2.2.4 利用抖音短视频推广活动不少于 10 次。

2.3 平面媒体宣传

2.3.1 利用平面媒体及其融媒体传播优势，包括北京日报、北京晚报、新京报、中国文化报、中国新闻出版广电报、图书馆报等权威纸媒，并在至少一家纸媒进行整版报道；

2.3.2 选取合适渠道，如地铁、公交、楼宇等户外广告，进行活动品牌推广。

2.4 网络媒体宣传

2.4.1 利用协调人民网、新华网、学习强国、腾讯网、凤凰网等不少于 10 家门户网站，加强信息发布与跟踪报道力度，发布次数不少于 40 次；

2.4.2 全年活动平台运营维护，包括官方网站内容更新及数据迁移等技术工作、微信小程序升级优化，实现四大活动报名、作品上传、展示、分享、点赞、统计等功能，并进行内容更新和技术保障。

2.5 音视频宣传

2.5.1 完成不少于 10 个高清视频宣传片的策划、拍摄、制作与推广，其中包括但不限于：

(1) 1 个阅读北京启动仪式回顾视频（视频新闻类，3 分钟以内）；

(2) 1 个推广大使宣传片；

(3) 1 个诵读大赛初赛总结视频（以挖掘选手故事为主题）；

(4) 1 个诵读大赛整体总结视频；

(5) 1 个十佳优读空间宣传片（每家空间可独立成片），需实地走访拍摄 10 家图书馆（总时长不低于 10 分钟，每家空间不低于 1 分钟）；

(6) 1 个阅读伴我成长推广视频;

(7) 1 个阅读北京总结视频 (3 分钟宣传片);

2.5.2 完成不少于 20 个短视频的策划、拍摄、制作与推广,包括但不限于全市诵读大赛招募短视频、活动内容拆条短视频等;

2.5.3 选取合适渠道宣传推广视频、短视频内容;

2.5.4 根据活动性质与特点,邀请不少于 1 位形象正面、符合活动气质、具有影响力的名人做推广大使,参与重点推广活动,负责符合代言人气质及活动特点的文案撰写、音视频录制、形象宣传等传播内容,各推广渠道联动,推广大使名单需得到采购人的认可。

2.6 推广活动执行

2.6.1 负责全年 10 场推广活动的策划执行全流程工作,活动形式不限,线上线下皆可;

2.6.2 完成推广活动的全部资料留存、整理工作,包括读者参与提交的资料、活动宣推的资料等,转交甲方;

2.6.3 配合活动设计制作活动推广产品及文创产品,总数量不低于 3000 套,包括但不限于四大活动专属推广产品及定制帆布包。

2.7 其他

2.7.1 须指定项目负责人并组建稳定的项目团队,及时处理活动开展过程中产生的任何突发问题;

2.7.2 做好活动宣传推广的资料搜集、整理、分析,做好舆情监控与信息管理工作,提供完善的应急处理方案,完成项目满意度调查工作,回收至少 1000 份有效问卷并进行数据分析,提供完备项目总结报告;

2.7.3 宣传推广的各项内容以实际发生结算。

2.8 服务标准及要求 详见附件 (经甲方授权代表签字并加盖公章确认的活动宣

传方案、排期及费用清单、服务绩效评估指标)。

乙方每完成一项活动或合同义务，应向甲方提交书面说明并附可验证的活动材料，作为乙方履行合同的初步证明。乙方履行不符合约定及甲方要求的，应根据甲方要求予以改正或改进，或扣减乙方未履行部分合同款，并承担有关违约责任。

乙方在履行本合同中，应接受甲方的指导和管理，并按甲方要求定期参加项目会议。

乙方履行本合同义务所发生的全部费用，由乙方承担。

2.9 在合同执行过程中，如遇特殊情况需对合同细项进行调整时，须双方协商解决，签订补充协议。

第三条 服务费用及付款方式

3.1 乙方按照本协议约定提供服务，甲方应向乙方支付的服务费用为¥_____元（大写：_____）；

3.2 合同签订之日起 15 个工作日内，甲方向乙方支付项目款¥_____元（大写：_____）；

3.3 乙方完成甲方认可的大部分重点工作包括诵读大赛决赛结束后 20 个工作日内，甲方向乙方支付项目款¥_____元（大写：_____）；

3.4 乙方按时保质完成合同中甲方所要求的各项工作条目，经甲方验收合格确认无误后的 15 个工作日内，甲方向乙方支付剩余款，即¥ _____元（大写：_____）。

3.5 付款方式：转帐支票或电汇的方式。

3.6 乙方指定的银行账户信息如下：

开户名：

开户行：

银行帐号：

3.7 甲乙双方应根据现行税法各自依法承担与履行本合同有关的一切税费。

3.8 本合同项目为财政资金项目，若财政拨款延迟的，则按财政资金到位支付，甲方不因此承担逾期付款违约责任。

第四条 项目管理

4.1 甲方项目协调人

甲方指定_____为甲方的协调人，负责协调本合同规定的活动，接受乙方提交的报告和其他内容。

4.2 乙方的项目负责人

乙方指定_____为乙方的项目负责人。

任何一方上述负责人的变更应在变更发生后 24 小时内通知对方，否则因此产生的责任由变更方负责。

第五条 履约保证金

为保证双方利益，在合同签订后的 5 个工作日内，由乙方给甲方提供合同总金额的 10%、或银行开立的同等金额的履约保函，作为履约保证金。履约保证金用于补偿甲方因乙方不履行或不完全履行合同义务所蒙受的损失。在项目依据合同执行完成并由甲方确认后 15 个工作日内，甲方将履约保证金或履约保函无息退回乙方。乙方有违约行为的，甲方可从履约保证金中扣除相应的损失。

第六条 保密

乙方同意在本合同项下形成和取得的所有数据、信息、调查、结论、建议和报告都由甲方独家所有。除现在或日后非由于违反合同而进入公共领域的信息外，乙

方对甲方提供给它的与项目有关的信息、数据和规划文件应严加保密，不允许泄露给任何与本项目无关的第三方。本条款在项目完成或无论何种原因导致合同终止后依然有效。

第七条 资料的所有权

乙方在本合同项下为甲方编制的任何报告或其他资料、图表、软件等属于并保持为甲方的资产，著作权属于甲方。乙方可保存这些文件和软件的复制件。除非甲方书面同意，乙方不得将这些文件作为商业用途和本合同以外的目的。

第八条 转让

经甲方书面同意，乙方可将本合同项下部分内容转给第三方履行，但应对第三方的工作向甲方负责。

第九条 违约责任

9.1 如果乙方未能按期提供服务或者提供的服务不符合约定的，或未按照甲方要求予以整改的，则应按照合同金额的日千分之六向甲方支付逾期违约金，直至乙方按约定提供服务为止。逾期违约金最高限额为人民币贰拾万元。逾期违约金达到最高限额的，甲方有权解除合同。

9.2 乙方未实现相应合同指标的，甲方可从合同款中抵扣乙方未履行或未完全履行部分的合同款；合同及附件中未注明具体工作指标金额的，对于每一项指标未完成或未全部完成的，根据该指标的重要程度（对此甲方有权单方认定），甲方可从合同款中抵扣合同总金额的 2%-20%；未完全实现合同指标的，甲方根据已完成情况以及该指标的重要程度，甲方可从该指标扣除对应的合同款的 20-90%。

此外，乙方未完成或实现合同及附件中列明的义务指标的，乙方须按合同金额的 10%承担违约金。合同履行中，乙方未完成甲方认为的重要指标的，甲方有权解

除合同。

9.3 根据本合同约定，甲方有权解除合同的，甲方向乙方发送书面通知后合同立即解除，甲方解除合同后，除了承担逾期违约金外，乙方须返还未履行部分的费用（不能确定的视为未履行），并按合同金额的 20%承担违约金。

9.4 如甲方未按时支付应付服务费用的，应按照日千分之六向乙方支付延期滞纳金。延期滞纳金最高限额为贰拾万元人民币，一旦达到延期滞纳金的最高限额，乙方有权解除合同。乙方解除合同的，可要求甲方支付已履行部分中甲方未支付的费用。

9.5 根据合同约定乙方应承担的各项违约金、滞纳金、甲方实际损失等，甲方可从履约保证金、未付款金额中抵扣违约金和损失。

第十条 非违约合同终止

甲方可在非违约情形下提前 30 天，向乙方发出书面终止通知书，可提出终止部分或全部合同。但是双方应继续执行合同中未终止的部分。

如果甲乙其中一方破产或无清偿能力，另一方可在任何时候以书面形式通知对方，提出终止合同。该终止合同将不妨碍或影响一方已经采取或将要采取的任何补救措施。

上述情形终止合同的，双方根据履行情况，已履行的根据履行实际情况结算费用，未履行的不再履行。双方不承担违约责任。

第十一条 不可抗力

如果任何一方受战争、严重的火灾、台风、地震、洪水、政府行为以及任何其他不能预见、不能避免且不能克服的不可抗力事件的影响而无法履行合同项下的任何义务，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于事故所影响的时间。受影

响的一方应将此类事件的发生以传真方式通知另一方,并应在不可抗力事件发生后14天内将有关当局或机构出具的证明文件提交给对方。

受不可抗力事件影响的一方对于不可抗力事件导致的合同义务的迟延履行或履行不承担任何责任。双方应在不可抗力事件结束或其影响消除后立即继续履行其合同义务,合同期限也应相应延长。如果不可抗力事件的影响持续超过120天,任何一方均有权以书面通知终止合同。

第十二条 合同的适用法律和语言

本合同的适用法律是中华人民共和国现行法律(不包括香港、澳门、台湾地区法律);合同的语言为中文。

第十三条 争议解决

乙方在本合同项下为甲方提供、制作的所有宣传资料(包括文案、设计等)须为原创,无侵权问题,如发生侵权第三方现象,由乙方负责处理并承担全部责任。因此给甲方造成损失的(包括诉讼费和律师费),由乙方赔偿甲方的全部损失。

甲方向乙方提供的所有素材(包括文字、图片、视频、肖像、LOGO等,乙方有义务举证证明为甲方提供的素材),须保证拥有合法的知识产权,如因甲方提供的素材产生的侵权,则由甲方负责处理并承担全部责任。因此给乙方造成的损失的(包括诉讼费和律师费),由甲方赔偿乙方的全部损失。

因执行本合同所发生的和与本合同有关的一切争议将由双方通过友好协商解决。如果不能协商一致,应将争议提交北京仲裁委员会,并按提请仲裁时届时有效的仲裁程序进行仲裁。仲裁裁决为终局裁决,对双方均有约束力。

在仲裁期间,除正在进行的仲裁部分外,合同其他部分应继续执行。

第十四条 其他

14.1 本合同自双方盖章之日起生效。一式肆份，双方各执贰份。

14.2 本合同的招标文件、投标文件为本合同的重要组成部分，与本合同具有同等法律效力，若有冲突的部分，以本合同为准。本合同附件为本合同不可分割的组成部分，并且与合同正文具有同等的法律效力。

14.3 本合同项下的纸质书面通知，以合同载明的地址发送给对方，第二日视为送达给对方。以合同载明或双方确认的邮箱发送的电子文件，发出后视为送达给对方。

（以下无正文）

合同附件：

1. 2022 年“阅读北京”阅读推广活动宣传方案
2. 2022 年“阅读北京”阅读推广活动项目排期表及费用清单

甲方：首都图书馆

乙方：

法定代表人或授权代表：

法定代表人或授权代表：

代表人：

代表人：

邮箱：shoutunews@126.com

邮箱：

日期： 年 月 日

日期： 年 月 日

第五章 采购需求

第 1 包：宣传推广采购需求

一、项目背景

“阅读北京”是由中共北京市委宣传部、北京市文化和旅游局主办的一项市级群众文化品牌活动，是政府为首都市民办的重要民生实事之一。根据“阅读北京——2022年度首都市民阅读系列文化活动”方案，拟在3月启动全市性四大阅读系列文化工程，包括全市诵读大赛、十佳优读空间——百姓身边的基层图书室”推优活动、“阅读伴我成长”主题活动、“最美书评”征集评选活动四大活动。为了做好第七年“阅读北京”的宣传推广工作，做好四大阅读系列文化工程的发动、组织并取得良好的社会效果，现就活动的宣传推广工作进行项目招标。

二、供应商要求

- 1 在文化活动的宣传推广、宣传品设计制作、音视频拍摄制作等方面有相关工作案例，经验丰富；
- 2 业内信誉与口碑良好；
- 3 具备良好的理解、沟通、协调与执行能力；
- 4 保障活动产生一定的文化价值与品牌效益，从而形成良好的社会效益。

三、技术需求

1 整体需求

- 1.1 根据阅读北京项目目标要求，策划制定全年活动主题以及完整、创新、可实施、符合项目特点的宣传推广全案，为四大阅读系列文化活动定制推广方案，突出活动亮点与特色，达到预期传播效果；
- 1.2 设计制作阅读北京及四大活动的主视觉，并根据主视觉进行衍生宣传品的设计制

作，包括但不限于海报、长图、H5、宣传册、展板、展架、节目单等等，负责全市 19 家公共图书馆活动宣传品的采购、运输、安装、摆放、分发、维护等设计制作及推广事宜；

1.3 负责全年 10 场推广活动的策划执行，其中包括阅读北京启动仪式、诵读大赛决赛等大型落地活动的筹备及推进执行；须围绕诵读、书评等四大主题活动策划推出线上活动，全年线上活动参与量不少于 5 万，要求注重线上线下相结合，互动性强，参与度高；须对全年活动进行总结，形成展览及电子展；

1.4 实现全国性媒体的深度报道 3 次；实现至少一篇官方微信订阅号推送文章阅读量不低于 10 万次；抖音视频播放总量不低于 300 万次；十佳优读空间网络投票不少于 25 万票；除平台参与类线上活动，其他推广活动均需进行网络直播，启动仪式直播播放量不低于 100 万人次，其他活动直播播放量不低于 20 万次，互动参与类线上活动，媒体推广量不低于 10 万次；

1.5 围绕全年活动成果，需开发出可供长效利用的专题资源，形式不限，视频、音频、主题数据库等皆可。

2 新媒体宣传

2.1 负责全年推广文案撰写工作，包括但不限于宣传推广方案、媒体通稿、海报及长图文案、视频推广创意脚本等，不低于 50 次；

2.2 根据活动推广需求，邀请微博、微信 KOL 协助宣传，不低于 20 次；

2.3 充分利用微信朋友圈渠道，发布活动广告不少于 2 次；

2.4 利用抖音短视频推广活动不少于 10 次。

3 平面媒体宣传

3.1 利用平面媒体及其融媒体传播优势，包括北京日报、北京晚报、新京报、中国文

化报、中国新闻出版广电报、图书馆报等权威纸媒，并在至少一家纸媒进行整版报道；

3.2 选取合适渠道，如地铁、公交、楼宇等户外广告，进行活动品牌推广。

4 网络媒体宣传

4.1 利用协调人民网、新华网、学习强国、腾讯网、凤凰网等不少于 10 家门户网站，加强信息发布与跟踪报道力度，发布次数不少于 40 次；

4.2 全年活动平台运营维护，包括官方网站内容更新及数据迁移等技术工作、微信小程序升级优化，实现四大活动报名、作品上传、展示、分享、点赞、统计等功能，并进行内容更新和技术保障。

5 音视频宣传

5.1 完成不少于 10 个高清视频宣传片的策划、拍摄、制作与推广，其中包括但不限于：

(1) 1 个阅读北京启动仪式回顾视频（视频新闻类，3 分钟以内）；

(2) 1 个推广大使宣传片；

(3) 1 个诵读大赛初赛总结视频（以挖掘选手故事为主题）；

(4) 1 个诵读大赛整体总结视频；

(5) 1 个十佳优读空间宣传片（每家空间可独立成片），需实地走访拍摄 10 家图书馆（总时长不低于 10 分钟，每家空间不低于 1 分钟）；

(6) 1 个阅读伴我成长推广视频；

(7) 1 个阅读北京总结视频（3 分钟宣传片）；

5.2 完成不少于 20 个短视频的策划、拍摄、制作与推广，包括但不限于全市诵读大赛招募短视频、活动内容拆条短视频等；

5.3 选取合适渠道宣传推广视频、短视频内容；

5.4 根据活动性质与特点，邀请不少于 1 位形象正面、符合活动气质、具有影响力的名人做推广大使，参与重点推广活动，负责符合代言人气质及活动特点的文案撰写、音视频录制、形象宣传等传播内容，各推广渠道联动，推广大使名单需得到采购人的认可。

6 推广活动执行

6.1 负责全年 10 场推广活动的策划执行全流程工作，活动形式不限，线上线下皆可；

6.2 完成推广活动的全部资料留存、整理工作，包括读者参与提交的资料、活动宣传的资料等，转交甲方；

6.3 配合活动设计制作文创产品，总数量不低于 3000 套，包括但不限于四大活动专属推广品及定制帆布包。

7 其他

7.1 须指定项目负责人并组建稳定的项目团队，及时处理活动开展过程中产生的任何突发问题；

7.2 做好活动宣传推广的资料搜集、整理、分析，做好舆情监控与信息管理工作，完成项目满意度调查工作，回收至少 1000 份有效问卷并进行数据分析，提供完备项目总结报告；

7.3 宣传推广的各项内容以实际发生结算。

附：“阅读北京——2022 年度首都市民阅读系列文化活动”方案

阅读北京

——2022 年度首都市民阅读系列文化活动方案

习近平总书记指出，一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为支撑的，中华民族伟大复兴需要以中华文化发展繁荣为条件。“阅读北京”作为全市性阅读推广活动，在 2022 年将继续坚持深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，落实《“十四五”公共文化服务体系建设规划》，以满足人民精神文化生活新期待为出发点和落脚点，在全社会大力营造爱读书、读好书、善读书的良好氛围，引导人民群众提升阅读兴趣、养成阅读习惯、提高阅读能力，通过阅读弘扬中华文化、凝聚民族精神，为实现中华民族伟大复兴中国梦而奋斗。

由中共北京市委宣传部、北京市文化和旅游局主办的“阅读北京——2022 年度首都市民阅读系列文化活动”通过精心谋划全市性四大阅读系列文化工程，以阅读涵养正气、淬炼思想、升华境界，积极开展线上阅读服务，优化内容供给、提升阅读内涵、创新阅读举措、增进书香氛围，努力提供更高质量、更有效率、更加公平、更可持续的公共文化服务，切实保障人民群众基本文化权益，提升文化获得感、幸福感，让阅读之美随处可见。2022 年活动方案如下：

一、指导思想

“阅读北京”是依托公共图书馆四级服务网络，发挥图书馆资源优势，组织引领市民参与阅读系列文化活动。活动将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧紧围绕文化和旅游部印发的《“十四五”公共文化服务体系建设规划》，深刻认识和把握公共文化服务体系建设在“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局中的地位和作用，立足新发展阶段、贯彻新发展理念，坚持深入学习贯彻习近平总书记

关于文化和旅游工作重要论述和指示批示精神、中宣部《关于促进全民阅读工作的意见》和《中华人民共和国公共图书馆法》，完善公共文化服务体系，推动建设学习大国，引领阅读风尚，以提高公共图书馆的资源利用率，营造社会阅读的良好氛围，提升公共图书馆的文化服务能力，充分发挥公共图书馆的社会效益。

二、活动目标

2022年，“阅读北京”项目在总结过往经验的基础上，创新管理、厚植品牌、强化落实，充分发挥全市各级公共图书馆在北京全民阅读事业中的阵地作用，围绕年度主题书单，推广阅读文化，增加文化生活新功能，创新文旅融合新思路，继续实现“四个一”，即搭建一个阅读平台，组建一支基层“领读者”队伍，打造一个阅读活动品牌，推广一批示范基层图书馆，大力营造迎接宣传贯彻党的二十大的浓厚氛围。

三、组织机构

主办：中共北京市委宣传部、北京市文化和旅游局

承办：首都图书馆、北京市图书馆协会、北京市各区图书馆

四、活动主题（待定）

熔古铸今向未来 赓续文脉启新程

五、活动时间

2022年4月-12月

六、活动内容

（一）全市诵读大赛（2022年4月-10月）

全市诵读大赛秉承“广度覆盖 高度参与”的原则，集合全市图书馆的力量，广泛邀请和鼓励热爱阅读或有诵读特长的市民，参与大赛，争做阅读推广的“领读者”，用诵读致敬经典名作，传递阅读力量，承颂传统文化，展现首都市民文化生活风貌与美好生活，营造欢乐喜庆的文化氛围，为建设社会主义文化强国再立新功。

大赛分为预热、初赛和决赛三个阶段，初赛由首都图书馆、各区图书馆负责组织开展，决赛由首都图书馆负责组织开展，并举办诵读培训和名家专场诵读会。

（二）“十佳优读空间——百姓身边的基层图书室”推优活动（2022年6月-10月）

推优活动将展示百姓身边的基层公共图书馆（室），宣传阅读空间的服务功能，推广服务基层的特色资源，让百姓熟悉身边的公共文化服务阵地。本活动由各区图书馆分别推荐本辖区2个单位参评，通过百姓网络投票，并结合专家评审，推选出10家优秀基层阅读场所进行表彰。

参与推优的单位为全市街道（乡镇）图书馆、社区（村）图书室，以及社会单位与公共图书馆合作，面向公众免费开放，开展公共图书馆服务的设施。

（三）“阅读伴我成长”主题活动（2022年3月-10月）

为落实习近平总书记关于“扣好人生第一粒扣子”的重要论述，在少先队员中践行社会主义核心价值观。引导广大少先队员用实际行动践行“请党放心，强国有我”的铮铮誓言，以社会主义核心价值观为引领，在少先队员中传承中华文化基因，展现少先队员朝气蓬勃的精神风貌，调动少先队员的阅读积极性，“阅读北京”将组织全市少年儿童开展两项活动：“览浩瀚星辰 筑航天梦想”青少年科普剧比赛和“北京的脊梁——中轴线”北京市中小学生藏书票设计比赛。

（四）“最美书评”征集评选活动（2022年6月-9月）

阅读推广是需要持续深化的工作，“最美书评”是在图书馆专业荐书的基础上，邀请市民撰写书评，强化深度阅读，提升阅读素养。本活动由各区图书馆开展征集及初评工作，由首都图书馆汇总初评结果，组织专家评审进行终评，最终评选出的优秀书评作品将通过结集出版、网络二次传播等方式进行深度推广。为拓展活动的多样化与丰富性，“最美书评”将继续开展读书手帐征集活动，旨在鼓励更多的读者积极参与，分享读书的乐趣。

第六章 评标方法及评标标准

评标方法及评标标准

第一部分：评标方法

本项目采用综合评分法（是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），总分为 100 分。其中商务部分占 15 分，技术及服务部分占 75 分，价格部分占 10 分。

第二部分：评标标准

一、符合性审查

评标委员会根据招标文件第三章投标人须知第 26.4.5 条和第 26.4.6 条的规定，对通过资格审查的合格投标人的投标文件进行符合性审查，未通过符合性审查的投标不进入详细评审。

序号	审查内容（通过审查条件为不存在以下任一情形）	投标人名称		
1	投标人的投标报价高于采购项目（分包）预算的或最高限价的，或评标委员会按招标文件规定修正后的投标报价高于采购项目（分包）预算的或最高限价的；			
2	投标人未按招标文件规定报价的；			
3	投标有效期不足的；			
4	投标文件关键内容不全或有实质性缺漏项或投标函及关键字迹模糊、无法辨认的；			
5	投标文件未按招标文件的规定签署、盖章的；			
6	投标文件无法定代表人（或负责人）签字/盖章的，或无正式授权代表签字的，或有授权代表签字但未提供有效“法定代表人（或负责人）授权书”的；			
7	投标人不接受评标委员会根据招标文件规定对其投标文件的计算错误进行修正的，或投标人拒绝按评标委员会要求进行澄清、说明和补正的；			
8	投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；			
9	不符合招标文件规定的其他实质性要求或条件的；			
10	法律法规规定的其他无效情形。			
	审查结论			

项目填写：√=符合要求；×=不符合要求。

结论填写：合格或不合格。

评标委员会全体成员签字：

二、详细评审

序号	评审因素		评分标准	分值
1	商务部分 (15分)	单位情况	1. 通过 ISO 9001或 GJB 9001B 质量体系认证的; 2. 具有有效期内的环境管理体系认证证书; 3. 具有有效期内的职业健康安全管理体系认证证书; 以上具备一项得 1 分, 最多 3 分	3 分
		企业信誉	提供本企业与企业项目相关的荣誉证书资料的, 每提供一份得1分, 最高得2分; 未提供或未按要求提供均不得分。	2 分
		投标人类似项目业绩	投标人近三年具有的类似项目业绩, 每有一个得 2 分, 最多得 10 分; 注: 类似项目指合同签订时间为 2019 年 1 月 1 日至今、与本包采购内容类似的宣传推广项目业绩。须提供合同复印件或项目验收证明或用户评价等有效证明材料(复印件加盖投标人公章), 不满足上述条件或未附有效证明材料的业绩在评分时将不予认可。	10 分
2	技术及服务部分 (75分)	实施进度	提供详细、完整的进度分析, 并包含进度表的得 2 分; 进度分析存在瑕疵的得 1 分; 未提供或不符合项目需求的不得分。	2 分
		宣传推广方案	围绕活动主题和要求制定完整、有吸引力、可实施的宣传推广方案, 能够突出“阅读北京”及四大活动(全市诵读大赛、十佳阅读空间—百姓身边的基层图书室、阅读伴我成长和最美书评征集评选活动)的时间节点、特点, 突出活动亮点: 每个活动方案新颖性, 节点亮点新颖突出、极具吸引力、可操作性强的得 2 分, 最高得 10 分; 每项方案在新颖、吸引力、可操作性上有所欠缺的减 1 分; 未提供的活动方案或不符合需求的方案不得分。	10 分
		设计制作及推广方案	投标人提供的主视觉及活动宣传品的设计制作方案、及全市 19 家公共图书馆活动的采购、运输、安装、摆放、分发、维护等设计制作及推广方案: 主视觉及活动宣传品设计美观、推广方案完善, 符合要求的得 6 分; 美观及完善度存在瑕疵的得 3 分; 未提供或不符合项目需求的不得分。	6 分
		全媒体推广方案	根据项目需求提供完善的全媒体推广方案。媒体渠道优质、搭配合理, 方案内容实施明确、完善的得 8 分; 每缺少一类的具体方案减 2 分; 每类方案中渠道不够优质或数量不足的减 1 分; 未提供或不符合项目需求的不得分。	8 分

序号	评审因素		评分标准	分值
		线上平台方案	提供活动官方网站、视频专区及微信小程序的升级、运营和推广方案，方案应框架合理、内容功能全面、设计精美，能够保证活动开展和时时展现活动进程。方案全面完善的得6分；每缺少一项方案减2分，方案有明显缺陷减2分，直至本项得0分。	6分
		推广大使邀请方案	投标人根据采购人需求，邀请至少1位名人担任“阅读北京”推广大使，候选人满足采购人要求及人数得2分；每增加一位候选人在北京地区知名、气质符合的主持人、文化学者的加2分，总分不超过4分；不能提供候选人或推选人不符合要求的不得分。	4分
		线下活动方案	根据项目需求提供完善的10场线上或线下活动方案。每个完善合理、特色亮点突出的方案的得2分，最高得10分；每缺少1场活动的具体方案或不符合项目需求的方案减2分，直至本项得0分。。	10分
		素材采集及实施方案	投标人须提供诵读大赛初赛、线下活动等活动的完整音视频、图片资料采集实施方案：方案完善的得2分；方案欠完善、未提供或不符合项目需求的不得分。	2分
		视频方案	投标人须提供高清视频短片、短视频、电视广告的拍摄、制作、推广和实施方案：方案完善的得8分；每缺少一类或一个的方案减2分，直至本项得0分。	8分
		产品设计方案	配合活动设计制作活动推广产品及文创产品，产品设计符合活动主题气质，产品品类覆盖全面、新颖且有创意的得4分；产品品类覆盖不够全面，创意性缺乏新意，减2分，产品品类单一，产品设计缺乏创意不得分。	4分
		数据反馈方案	提供针对宣传方案的第三方调查数据反馈方案：方案具体、详细、完整、具有可实施性，能够有效反馈调查数据的得2分；未提供或不符合项目需求的不得分。	2分
		人员配备方案	提供项目组负责人和团队人员配备方案，参与本项目的负责人及其他人员经验丰富，具有良好的理解、沟通、协调与执行能力，保证团队人员数量充足、分工明确合理。团队分工明确并且能提供所有人员详细信息、社保情况、工作履历的得4分；人员配备方案欠完善的得2分；未提供人员配备方案或不符合项目需求的不得分。	4分
		质量保证方案	根据本项目情况提供详细的项目质量控制方案的得2分；方案存在瑕疵的得1分；未提供或不符合项目需求的不得分。	2分
			根据本项目情况提供质量承诺函的得1分；未提供不得分。	1分
		应急服务方案	应急方案：提供完善的应急响应方案，须包含完善的舆情监控方案、应对措施，并明确响应时间的得3分；	3分

序号	评审因素		评分标准	分值
			提供相应方案存在瑕疵的得 1 分；未提供或提供方案不符合项目需求的不得分。	
		后续服务方案	提供项目实施后关于现场维护、资料整理、活动人员满意度调查等一系列详细完善的后续服务保障措施，方案完善，能优于项目需求的得 3 分；提供方案不完善存在瑕疵的得 1 分；未提供或不符合项目需求的不得分。	3 分
3	价格部分（10 分）	投标人报价得分按如下公式进行计算： 投标人报价得分=（满足招标文件实质性要求的所有投标人评标价中的最低价/投标人评标价）×10		10 分

电子评标打分表格式

第七章 投标文件格式

一、投标文件-资格证明材料（单独装订 密封提供）

资格证明文件封面格式

_____（标注正本或副本）

（项目名称）

投标文件-资格证明材料

采购编号[包号]：

投标人名称： _____（盖公章）

年 月

资格证明材料内容及格式

一、目录

- 1.1有效的营业执照（复印件加盖单位公章）；
- 1.2依法缴纳税收和社会保障资金的证明（复印件加盖单位公章）；
- 1.3 近三年内，在经营活动中没有重大违法记录的声明；
- 1.4 资信证明（会计师事务所出具的上一年度审计报告或银行出具的资信证明）；
- 1.5 履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料（加盖单位公章）；
- 1.6 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，不得同时参加本项目同一包的投标的声明；
- 1.7 投标人不是为本项目某包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商的声明；
- 1.8 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（截止时间点为投标截止时间），被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或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。
- 1.9 中小企业声明函。

二、填写须知

- 1) 以上所列资格证明材料未提供格式的，由投标人提供，需由投标人授权代表签字并加盖公章。
 - 2) 投标人应保证提供的全部资格证明材料是真实的和正确的。
 - 3) 采购人或采购代理机构将依法审查投标人提交的资格证明材料。
 - 4) 投标人提交的文件将被保密，但不退还。
 - 5) 全部文件应按“投标人须知前附表”规定的份数提交。
 - 6) 投标文件-资格证明材料和投标文件中资格证明材料如不一致，以投标文件-资格证明材料中为准。
- 1.1-1.9 为资格条件，若未能按要求提供所列的证明材料或提供的材料为虚假或伪造的将作无效投标处理。**

1.1、有效的营业执照（复印件加盖单位公章）

注：需提交有效的“多证合一”新版营业执照。

1.2、依法缴纳税收和社会保障资金的证明

- 1、需提供投标截止时间前六个月内任意三个月缴纳税收的证明材料复印件须加盖本单位公章，**缴纳个人所得税的凭据不能作为证明材料。**
- 2、需提供投标截止时间前六个月内任意三个月缴纳社会保障资金的证明材料复印件须加盖本单位公章。
- 3、依法免税或不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应的文件证明。

本单位成立以来，一直按照国家 and 地方有关规定，依法缴纳税收及社会保障资金，具有良好记录。

特此声明。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

1.3、近三年内，在经营活动中没有重大违法记录的声明

新华招标有限公司：

我公司在近三年内，在经营活动中没有重大违法记录（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）。

特此声明。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

1.4、资信证明（会计师事务所出具的 2020 年度审计报告或银行出具的资信证明）

投标人提供本单位2020年度经会计师事务所出具的审计报告复印件并加盖投标人公章。如投标人无法提供2020年度审计报告，则需提供银行出具的资信证明。

投标人以专业担保机构出具的投标担保函的形式交纳投标保证金的，可不再提供上述资信证明（参照《北京市财政局关于进一步扩大政府采购信用担保试点工作范围的通知》（京财采购〔2013〕10号）执行）。

说明：

- 1、审计报告复印件至少应包括资产负债表、利润表、现金流量表及其附注、加盖会计师事务所公章页。
- 2、银行资信证明是指投标人参加本次投标截止日前三个月内开立基本账户的银行开具的资信证明（成立一年内的公司可提交当年验资证明复印件并加盖公章），且无收受人和项目的限制，但开具银行有限制规定的除外。
- 3、银行资信证明可以是复印件并加盖投标人公章，评标委员会保留审核原件的权利。
- 4、银行资信证明应能说明该投标人与银行之间业务往来正常，无不良记录，企业信誉良好等。银行出具的存款证明不能作为银行资信证明。

1.5、履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明（加盖单位公章）

说明：投标人提供书面声明或相关证明材料，证明材料可以是文字描述、图纸或数据等，能够说明投标人已具有履行本项目合同所必需的设备和专业技术能力。

1.6、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，不得同时参加本项目同一包的投标的声明（加盖单位公章）

注：1、投标人应当根据自身存在的情形，如实披露与本单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的供应商情况。

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，同时参加本项目同一包的投标，相关投标均无效。

（如不存在上述情况，请提供如下声明）

新华招标有限公司：

我单位负责人（负责人姓名____、身份证号____），不存在与我单位负责人为同一人的不同供应商同时参加本项目同一包投标的情形。

与我单位存在直接控股、管理关系的单位（单位名称，如没有填“无”），不存在与我单位存在直接控股、管理管理关系的不同供应商同时参加本项目同一包投标的情形。

我单位确认本声明是真实的、正确的，如有虚假，相应后果和法律责任均由我单位承担。

特此声明。

投标人法定代表人和授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

1.7、投标人不是为本项目某包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商的声明

新华招标有限公司：

我公司不是为本项目某包提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商。

特此声明。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

1.8、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（截止时间点为投标截止时间），被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单或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

说明：此项内容由采购人、采购代理机构进行查询。

1、信用信息查询渠道：信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）和中国政府采购网-政府采购严重违法失信行为信息记录（<http://www.ccgp.gov.cn/cr/list>）；

2、信用信息查询截止时点：同投标截止时间（文件提交截止时间）；

3、信用信息查询记录和证据留存的具体方式：网站查询截图打印稿形式与其他采购文件一并保存；

4、信用信息的使用规则：对列入失信被执行人、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及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，将拒绝其投标；其中，列入政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，禁止参加政府采购活动的时间按处罚结果执行，但不受区域限制（根据财库〔2015〕150号《关于规范政府采购行政处罚有关问题的通知》，相关行政处罚决定在全国范围内生效）。

1.9 中小企业声明函

中小企业声明函（服务）

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（采购文件中明确的所属行业）；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）；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）

注：1、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，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供通知规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。

2、中标供应商为残疾人福利性单位的，其《残疾人福利性单位声明函》将随中标结果同时公告，接受社会监督。

残疾人福利性单位声明函

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，本单位为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：

二、投标文件（单独装订密封提供）

投标文件封面格式

_____（标注正本或副本）

（项目名称）

投标文件

采购编号[包号]：

投标人名称： _____（盖公章）

年 月

2.1、投标书格式

投 标 书

致：新华招标有限公司

根据贵方为（招标项目名称）招标采购服务的投标邀请（采购编号），签字代表（姓名、职务）经正式授权并代表投标人（投标人名称、地址）提交下述文件正本一份、副本____份及电子文件____份（不退）。

1. 开标一览表
2. 投标分项（明细）报价表
3. 技术规格偏离表
4. 商务条款偏离表
5. 资格证明材料
6. 遵守国家有关法律、法规和规章，按招标文件中投标人须知和技术规格要求提供的有关文件
7. 以_____形式出具的投标保证金，金额为人民币_____元。

在此，签字代表宣布同意如下：

1. 所附投标价格表中规定的应提交和交付的服务投标总价为_____，（并同时用文字和数字表示的投标总价）。
2. 我方将按招标文件的规定履行合同责任和义务。
3. 我方已详细审查全部招标文件。我方完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
4. 本投标有效期为自开标日起_____个日历日。
5. 如果在规定的开标时间后，我方在投标有效期内撤回投标，投标保证金将被贵方不予退还。
6. 我方承诺，我方与采购代理机构无关联。
7. 我方同意提供按照贵方可能要求的与其投标有关的一切数据或资料，完全理解贵方不一定接受最低投标报价的投标或收到的任何投标。
8. 我方承诺：我方在本项目投标中的陈述和本投标文件及资格证明材料的一切资料均为真实合法，没有不实的描述、承诺或者伪造、变造的情形。如果我方在本项目投标中做虚假陈述或者在投标文件中提供虚假资料，我方愿接受有关处

理，同时承担由此带来的一切法律后果。

9. 若我方获得中标，我方保证按有关规定向贵方支付中标服务费。

10. 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_____

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

2.2、开标一览表格式

开标一览表

采购编号[包号]: _____

项目名称: _____

报价单位: 人民币 万元

序号	项目名称	投标报价	投标保证金 (有/无)	投标声明
1		大写: 小写:		

投标人开户银行（全称）: _____

投标人银行账号: _____

投标人地址: _____

投标人法定代表人或授权代表（签字）: _____

投标人名称（加盖单位公章）: _____

日期: _____

注：开标一览表内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表本表为准。

2.3、投标分项（明细）报价表格式（格式自拟）

采购编号：_____ 项目名称：_____

报价单位：人民币元

注：1. 如果按单价计算的结果与总价不一致,以单价为准修正总价。2. 上述各项的详细分项报价，应另页描述。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

注:如果不提供详细分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

2.4、技术规格偏离表格式

技术规格偏离表

采购编号[包号]: _____

项目名称: _____

序号	服务内容	招标文件 条目号	招标文件 要求规格	投标规格	偏离情况	说明

投标人法定代表人或授权代表（签字）: _____

投标人名称（加盖单位公章）: _____

日期: _____

注：1、投标人应对招标文件技术要求逐条填写偏离情况（正偏离、负偏离或无偏离），并说明偏离的具体内容及做出必要说明。投标人应对故意隐瞒偏离的行为承担责任。

2、投标人应根据自身投标服务合理填写投标规格，如完全复制招标文件内容，评委有权按不响应处理，情况恶劣时将做无效投标处理。

2.5、商务条款偏离表格式

商务条款偏离表

采购编号[包号]: _____

项目名称: _____

序号	招标文件 条目号	招标文件的 商务条款	投标文件的 商务条款	偏离 情况	说明

投标人法定代表人或授权代表（签字）: _____

投标人名称（加盖单位公章）: _____

日期: _____

注：投标人如果对包括服务期、服务地点，付款方式、时间、条件，质保期及合同条款等在内的商务条款的响应有任何偏离（正偏离/负偏离），请在本表中详细填写；如对商务条款没有偏离，请注明“无偏离”。

2.6、法定代表人授权书格式

法定代表人授权书

本授权书声明：注册于（国家或地区的名称）的（投标人名称）的在下面签字的（法定代表人姓名、职务、身份证号码）代表本公司授权的在下面签字的（被授权人的姓名、职务、身份证号码）为本公司的合法代理人，就_____项目（采购编号[包号]：_____）的采购（含投标和转为其他方式），以本公司名义处理一切与之有关的事务。我公司对被授权人的签名负全部法律责任。

本授权书于_____年____月____日盖章生效，特此声明。

法定代表人签字或盖章：_____

授权代表签字：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

附：

被授权人姓名：_____

职 务：_____

详细通讯地址：_____

邮 政 编 码：_____

传 真：_____

电 话：_____

手 机：_____

（后附法定代表人和被授权人身份证复印件加盖单位公章）

2.7、按招标文件中投标人须知和采购需求中要求提供的有关文件

一、目录

2.7.1 类似项目案例表（并附合同复印件，至少包括合同的甲乙双方，合同金额，详细标的内容和双方签章及生效时间）；

2.7.2 项目负责人资历一览表（格式）；

2.7.3 拟派项目组成员一览表（格式）；

2.7.4 服务方案；

2.7.5 招标文件要求的其它文件及投标人认为有必要提供的其它文件。

二、填写须知

1) 投标人应填写和提交下述规定的全部格式以及其他有关资料。

2) 所附格式中要求填写的全部问题和信息都必须填写。

3) 本资格声明的签字人应保证全部声明和填写的内容是真实的和正确的。

4) 评标委员会将依据投标人提交的资料根据自己的评价和考虑决定投标人履行合同的能力。

5) 投标人提交的材料将被保密，但不退还。

6) 全部文件应按“投标人须知前附表”规定的份数提交。

2.7.1-2.7.5 为附加条件，执行招标文件中评标方法综合打分。

2.7.1 近三年内类似项目情况表

近三年内类似项目情况表

序号	业主名称	项目名称	联系人	联系方式	完成情况	是否有用户 反馈情况

- 注：1、投标人必须提供能够证明上述案例真实性的合同复印件，合同复印件中必须至少包括合同的甲乙双方，合同详细标的，金额和双方签章及生效时间；
- 2、如投标人成立日期不足三年，请提供自成立之日起至投标之日的类似项目案例；
- 3、所有复印件应清晰，并由投标人单位加盖公章；
- 4、不提供复印件的案例，评分阶段不予以考虑。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

2.7.2 项目负责人资历一览表

姓名		性别	
身份证号		年龄	
毕业院校及专业		毕业时间	
拟派职务		资格/资质	
工作年限		相关专业工作年限	
工作简历			

注：本表可扩展。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

2.7.3 拟派项目组成员一览表（格式）

姓名	年龄	专业	职称/资格	参加同类型项目情况	拟承担工作/拟任职务	从业年限

注：本表可扩展。

投标人法定代表人或授权代表（签字）：_____

投标人名称（加盖单位公章）：_____

日期：_____

2.7.4 服务方案（格式自拟）

投标人应根据对项目采购需求和技术要求的理解编制技术方案，格式自拟。

包括但不限于以下内容（可参考招标文件《评分标准》里的要求编写并提供相应资料）：

1. 实施进度
2. 宣传推广方案
3. 设计制作及推广方案
4. 全媒体推广方案
5. 线上平台方案
6. 推广大使邀请方案
7. 线下活动方案
8. 素材采集及实施方案
9. 视频方案
10. 产品设计方案
11. 数据反馈方案
12. 人员配备方案
13. 质量保证方案
14. 应急服务方案
15. 后续服务方案

2.7.5 招标文件要求的其它文件及投标人认为有必要提供的其它文件

投标人应仔细阅读招标文件，包括评标标准等，提供招标文件要求的相关方案、措施等。