

# 温县省级电子商务进农村综合 示范县相关项目

## 招 标 文 件

项目编号：温交易【2020】47 号

采购编号：温政采【2020】03-26 号



招 标 人：温县商务局

代理机构：河南飞洋建设工程咨询有限公司

日 期：二零二零年四月

# 目 录

第一章 招标公告.....	2
第二章 投标人须知.....	- 4 -
投标人须知前附表.....	- 4 -
1. 总则.....	7
2. 招标文件.....	7
3. 投标文件.....	8
4. 投标.....	10
5. 开标.....	11
6. 评标.....	12
7. 合同授予.....	13
8. 无行贿犯罪记录.....	13
9. 需要落实的政府采购政策.....	13
10. 需要补充的其他内容.....	14
第三章 评标标准和评标方法.....	15
第四章 招标项目服务内容.....	22
第五章 合同签订及条款.....	34
1. 合同签订.....	34
2. 合同一般条款.....	34
3. 合同专用条款（特别约定条款）.....	36
第六章 投标文件格式.....	39
一、投 标 函.....	41
二、开标一览表.....	42
三、分项报价一览表.....	43
四、法定代表人（负责人）身份证明.....	44
五、法定代表人授权委托书.....	45
六、投标人基本情况表.....	46
七、本项目组成人员表.....	47
八、项目实施方案.....	48
九、反商业贿赂承诺书.....	49
十、小型、微型（监狱、残疾人福利性单位）企业产品明细表.....	50
十一、 投标人资格声明函.....	51
十二、 投标人资格声明函证明文件.....	52
十三、投标人认为需要提供的其它资料.....	53
十四、投标承诺函.....	54
十五、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声明.....	55

# 第一章 招标公告

## 温县省级电子商务进农村综合示范县相关项目招标公告

一、采购项目名称：温县省级电子商务进农村综合示范县相关项目

二、项目编号：温交易【2020】47号 采购编号：温政采【2020】03-26号

三、采购项目预算金额：980万元

### 四、采购需求：

1、采购项目简要说明：（1）县级电子商务公共服务中心运营；（2）县级快递物流仓储（分拣）中心运营；（3）农村产品电子商务品牌供应链和营销体系孵化运营；（4）农村电子商务培训；（5）农村电子商务服务站点运营；（6）农村电子商务规划及宣传等（详见招标文件）。

2、资金来源：省财政资金。

3、服务期限：2年。

4、质量标准：通过商务厅组织的审计验收。

五、采购项目需要落实的政府采购政策：本项目执行促进中小型企业发展政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。

### 六、供应商资质要求：

1、供应商须符合《政府采购法》第二十二条规定的条件：

- （一）具有独立承担民事责任的能力；
- （二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （五）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；
- （六）法律、行政法规规定的其他条件。

2、投标人须具有独立法人资格，具有有效的营业执照且经营范围符合本项目采购需求。

3、信誉要求：根据《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，采购代理机构将通过“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）等渠道在资格审查环节查询投标人信用记录，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单位将被拒绝参与本项目政府采购活动；信用信息查询记录和证据将同采购文件等资料一同归档保存。

4、投标单位必须提供无行贿犯罪记录承诺书。（投标人出具由“中国裁判文书网”网站查询近三年来法人、法定代表人、法定代表人委托人无行贿犯罪记录网页截图加盖企业公章证明）。

5、不接受联合体投标。

### 七、是否接受进口产品：否。

### 八、获取招标文件：

1、时间：2020年4月26日9时00分至2020年4月30日17时00分。

2、地点：凡有意参加投标者，请登陆温县公共资源交易中心网站招标投标交易管理系统在报名后自行下载，凡未在规定时间内获取文件者视为无效标。

3、方式：本项目采用网上报名，已入库且资质符合的企业可以直接网上报名，未入库企业进入温县公共资源交易中心网(<http://www.wxggzy.com/>)按照《温县公共资源交易中心关于面向全国征集电子招标投标会员的公告》要求先网上提交信息经工作人员通过审核后，方可带原件来现场备案入库并办理 CA 数字证书后报名。

4、售价：通过企业网银购买招标文件，招标文件 300 元/份、手续费交易金额的 7%，0.5 元封底，20 元封顶。

**九、投标截止时间（投标文件递交截止时间）及地点：**

1、时间：2020 年 5 月 19 日 9 时 00 分（北京时间）

2、地点：温县公共资源交易中心（具体开标室见开标当天显示牌）

**十、开标时间及地点：**

1、时间：2020 年 5 月 19 日 9 时 00 分（北京时间）

2、地点：温县公共资源交易中心（具体开标室见开标当天显示牌）

**十一、重要提醒事项**

1、为全力做好疫情防控工作，最大限度减少人员聚集，请各供应商做好个人防护措施，每个投标单位只允许法定代表人或其委托代理人一人参加开标会议（带身份证原件）。

2、会议开始前请各投标人及相关人员配合工作人员做好信息登记、消毒、体温检测以及现场填写健康承诺书等工作。

3、为确保投标文件递交时间充分，请各投标人提前到达开标现场。

**十二、发布公告的媒介及招标公告期限：**

1、本次招标公告在《河南省政府采购网》、《温县公共资源交易中心网》、《焦作市公共资源交易中心网》上公布。

2、招标公告期限为五个工作日。

**十三、联系方式**

采购人：温县商务局

联系人：白先生

电 话：13782601434

地 址：温县振兴西路 110 号

采购代理机构：河南飞洋建设工程咨询有限公司

联系人：李女士

电 话：18639105628

地 址：郑州市中原区建设西路 198 号西元国际广场 B 座 9 层

**十四、监督单位**

温县财政局

电 话：0391-6197778

发布人：河南飞洋建设工程咨询有限公司

发布时间：2020 年 4 月 24 日

## 第二章 投标人须知

### 投标人须知前附表

条款号	条 款 名 称	编 列 内 容
1.1.2	采购人	名 称：温县商务局 联系人：白先生 电 话：13782601434 地 址：温县振兴西路 110 号
1.1.3	采购代理机构	名称：河南飞洋建设工程咨询有限公司 联系人：李女士 电 话：18639105628 地 址：郑州市中原区建设西路 198 号西元国际广场 B 座 9 层
1.1.4	项目名称及项目编号	温县省级电子商务进农村综合示范县相关项目 温交易【2020】47 号          温政采【2020】03-26 号
1.2.1	采购预算价	<b>980 万元</b>
1.2.2	资金来源	省财政资金
1.3.1	采购内容	1、县级电子商务公共服务中心运营；2、县级快递物流仓储（分拣）中心运营；3、农村产品电子商务品牌供应链和营销体系孵化运营；4、农村电子商务培训；5、农村电子商务服务站点运营；6、农村电子商务规划及宣传等。
1.3.2	服务期限	2 年
1.3.3	质保期	3 年
1.3.4	质量标准	通过商务厅组织的审计验收
1.3.5	供应商资格要求	1、供应商须符合《政府采购法》第二十二条规定的条件： （一）具有独立承担民事责任的能力； （二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度； （三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力； （四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录； （五）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；

		<p>(六) 法律、行政法规规定的其他条件。</p> <p>2、投标人须具有独立法人资格，具有有效的营业执照且经营范围符合本项目采购需求。</p> <p>3、财务要求：提供 2018 或 2019 年度的财务审计报告。</p> <p>4、近期企业完税凭证或企业相关税票复印件加盖公章（开标日前 12 个月任 3 个月）。</p> <p>5、社保要求：提供企业社保证明（提供开标日前 12 个月任 3 个月缴费证明）；</p> <p>注：开标日期前 6 个月内注册的投标人可不提供依法缴纳社会保障资金、完税凭证、财务审计报告。</p> <p>6、信誉要求：根据《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，采购代理机构将通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道在资格审查环节查询投标人信用记录，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单位将被拒绝参与本项目政府采购活动；信用信息查询记录和证据将同采购文件等资料一同归档保存。</p> <p>7、无行贿犯罪承诺书：投标单位必须提供无行贿犯罪记录承诺书。（并出具由“中国裁判文书网”网站查询近三年来法人、法定代表人、法定代表人委托人无行贿犯罪记录网页截图加盖企业公章证明）；</p> <p>8、不接受联合体投标；</p> <p>其他：法人持法定代表人身份证及身份证复印件（复印件须加盖公章）或授权委托人持法人授权委托书及本人身份证（复印件须加盖公章）。</p> <p>以上证件均为原件，列好原件的清单及联系方式后在开标时交到工作人员处，否则视为自动放弃投标，不再接受其投标文件。</p>
1.4	是否接受联合体投标	不接受
1.7.2	采购人书面澄清的时间	递交投标文件截止时间 15 天前
3.2	投标截止时间及地点	北京时间：2020 年 5 月 19 日 9 时 00 分

		地点：温县公共资源交易中心开标厅
3.4.1	投标有效期	投标文件递交截止日起 60 日历天
3.7.4	投标文件正、副本份数	正本壹份，副本柒份，电子版 1 份（U 盘格式）。
3.7.5	签字或盖章要求	投标文件正本按招标要求签字盖章，副本应与正本保持一致（副本可为正本的复印件）。副本与正本不一致的以正本为准。
3.8.0	踏勘现场	不组织
4.1.1	装订要求	投标文件的正本与副本应采用左侧胶粘方式装订，不得采用活页夹等可随时拆换的方式装订。
4.2.2	递交投标文件方式和地点	温县公共资源交易中心开标厅
5.1.	开标时间和地点	同投标截止时间 地点：温县公共资源交易中心开标厅
6.1.1	评标委员会的组建	评标委员会构成：5 人，其中采购人代表 1 人，专家 4 人。
6.2.1	评标办法	综合评分法
7	需要落实的政府采购政策	本项目执行促进中小型企业发展政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。
8	履约担保	履约担保的形式：现金、转账或保函。 履约担保的金额：中标金额的 5%。 中标人接到中标通知书 7 日内以现金、转账或保函方式交至采购人指定账户，逾期不按时缴纳的，视为自动放弃中标资格。
<b>需要补充的其他内容</b>		
1. 在领取中标通知书的同时，按国家相关规定由中标人向采购代理机构支付中标服务费。 2. 供应商与采购人签订采购合同的当天，由供货方向采购人提供合同的扫描件进行网上公示，并将合同副本原件报采购代理机构备案。		
本招标文件未尽事宜，按《中华人民共和国政府采购法》等法律法规的有关规定执行。		

# 1. 总则

## 1.1 招标概况

1.1.1根据《中华人民共和国政府采购法》等有关法律、法规和规章的规定，本招标项目已具备招标条件，现对本项目进行公开招标。

1.1.2本招标项目采购人：见投标人须知前附表。

1.1.3本招标项目采购代理机构：见投标人须知前附表。

1.1.4本招标项目名称和项目编号：见投标人须知前附表。

## 1.2 资金来源

1.2.1本招标项目预算资金：见投标人须知前附表。

1.2.2本招标项目的资金来源：见投标人须知前附表。

## 1.3 项目内容、服务期限、质量要求

1.3.1本招标项目采购内容：见投标人须知前附表。

1.3.2本招标项目服务期限：见投标人须知前附表。

1.3.3本招标项目质保期：见投标人须知前附表。

1.3.4本招标项目的质量标准：见投标人须知前附表。

1.3.5合格的投标人：见投标人须知前附表。

## 1.4 联合体投标(不接受)

## 1.5 合格的货物和相关服务

投标人的货物应当说明货物的来源地：如果投标的货物非投标人生产或制造的，是否应当提供制造厂商的授权书按照招标文件前附表的要求执行。

## 1.6 保密

参与招标投标活动的各方应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

## 1.7 招标澄清、答疑会

1.7.1 招标澄清、答疑会：不组织。

1.7.2 采购人书面澄清的时间：见投标人须知前附表。

# 2. 招标文件

## 2.1 招标文件的组成

本招标文件包括：

- (1) 招标公告；
- (2) 投标人须知；



- (3) 评标标准和评标方法;
- (4) 招标项目服务内容
- (5) 合同签订及条款
- (6) 投标文件格式
- (7) 其他

根据本章1.7款、第2.2款和第2.3款对招标文件所作的澄清、修改，构成招标文件的组成部分。

## **2.2 招标文件的澄清**

2.2.1 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如发现缺页或附件不全，应及时向采购人提出，以便补齐。如有疑问，应在投标人须知前附表规定的时间前以书面形式（包括信函、电报、传真等可以有形地表现所载内容的形式，下同），要求采购人对招标文件予以澄清。

2.2.2 招标文件的澄清将以书面形式发给所有购买招标文件的投标人，但不指明澄清问题的来源。如果澄清发出的时间距投标人须知前附表规定的投标截止时间不足 15 天，并且澄清内容影响投标文件编制的，将相应延长投标截止时间。

2.2.3 投标人在收到澄清后，应在投标人须知前附表规定的时间内以书面形式通知采购人，确认已收到该澄清。

## **2.3 招标文件的修改**

2.3.1 采购人可以书面形式修改招标文件，并通知所有已购买招标文件的投标人。但如果修改招标文件的时间距投标截止时间不足 15 天，并且修改内容影响投标文件编制的，将相应延长投标截止时间。

2.3.2 投标人收到修改内容后，应在投标人须知前附表规定的时间内以书面形式通知采购人，确认已收到该修改。

# **3. 投标文件**

## **3.1 投标文件的组成**

3.1.1 投标文件包括下列部分：

- (1) 投标函
- (2) 开标一览表
- (3) 分项报价一览表
- (4) 法定代表人资格证明书
- (5) 授权委托书
- (6) 投标人基本情况表
- (7) 本项目组成人员表
- (8) 项目实施方案

- (9) 反商业贿赂承诺书
- (10) 小型、微型（监狱、残疾人福利性单位）企业产品明细表
- (11) 投标人资格声明函
- (12) 投标人资格证明文件
- (13) 投标人认为应提供的其它资料
- (14) 投标承诺函
- (15) 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声明

### **3.1.2 投标文件应与招标文件的投标文件格式次序一一对应。**

### **3.2 投标截止时间和地点**

投标截止时间和地点：见投标人须知前附表。

### **3.3 投标报价**

3.3.1 投标人应按照第六章投标文件格式完整地填写投标函和开标一览表等。

3.3.2 除投标人须知前附表中说明并允许外，每种货物只允许有一个报价，任何有选择的报价将不予接受。

3.3.3 投标人所报的投标价应是固定不变的，在其承诺的投标有效期内不得以任何理由予以变更。否则投标人以可选择的价格提交的投标文件将作为非响应性投标而予以拒绝。

3.3.4 开标一览表是为了便于采购人开标，开标一览表内容在开标时将当众唱出。开标一览表的内容应与分项报价表内容一致，不一致时以开标一览表内容为准。

### **3.4 投标有效期**

3.4.1 投标有效期见投标人须知前附表。

3.4.2 在投标有效期内，投标人不得要求撤销或修改其投标文件。

3.4.3 出现特殊情况需要延长投标有效期的，采购人以书面形式通知所有供应商延长投标有效期。

### **3.5 投标保证金**

无

### **3.6 资格审查资料**

3.6.1 “供应商基本情况表”应附供应商有效的营业执照（副本）等材料的复印件。

3.6.2 供应商须知前附表规定接受联合体投标的，则联合体各方应分别提交资格审查文件册、以及联合体协议，联合体协议应标明主办人。

### **3.7 投标文件的编制**

3.7.1 投标文件应按本招标文件“投标文件格式”进行编写。

3.7.2 投标文件应当对招标文件规定的投标有效期、服务期限、质量标准、质保期、技术标准和要求

等实质性内容作出响应。

3.7.3 投标文件应用不褪色的材料书写或打印，并由投标人的法定代表人（负责人）或其委托代理人签字和盖单位公章。委托代理人签字的，投标文件应附法定代表人（负责人）签署的授权委托书。投标文件应尽量避免涂改、行间插字或删除。如果出现上述情况，改动之处应加盖单位公章确认。

3.7.4 投标文件正本壹份，副本份数见投标人须知前附表。正本和副本的封面应清楚地标明“正本”或“副本”的字样。当副本和正本不一致时，以正本为准。

### 3.8 语言文字

除专用术语外，与招标投标有关的语言均使用中文。必要时专业术语应附有中文注释。

### 3.9 计量单位和货币

所有计量单位均采用中华人民共和国法定计量单位。货币均采用人民币。

### 3.10 踏勘现场

3.10.1 投标人须知前附表规定组织踏勘现场的，采购人按投标人须知前附表规定的时间、地点组织投标人踏勘项目现场。

3.10.2 投标人踏勘现场发生的费用自理。

3.10.3 采购人在踏勘现场中介绍的情况，供投标人在编制投标文件时参考，采购人不对投标人据此作出的判断和决策负责。

### 3.11 投标澄清会

不召开

## 4. 投标

### 4.1 投标文件的密封和标记

4.1.1 投标文件的正本与副本应采用左侧胶粘方式装订，不得采用活页夹等可随时拆换的方式装订。正本壹份，副本柒份，电子版壹份（U盘格式），投标人应将投标文件正本和所有副本及电子版装在一个包装封袋中，密封口处加盖投标单位公章。

4.1.2 在标书封面右上角应清楚地标明“正本”或“副本”字样，副本应与正本内容一致，若副本与正本存在文字或表述的不符之处，以正本为准。

附：在投标文件的密封袋上应标明：

项目名称： （项目名称）

项目编号： （项目编号）

投标人名称： （加盖投标人公章）

于\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日\_\_\_\_时\_\_\_\_分（指招标公告或邀请中规定的投标文件截止日期及时间投标截止时间）前不准启封。（本样式为参考样式，加写的标记不应改变投标文件的实质性内容）

（本样式为参考样式，加写的标记不应改变投标文件的实质性内容）

4.1.3 未按本章第4.1.1项和第4.1.2项要求密封的，采购人不予受理。

## **4.2 投标文件的递交**

4.2.1 投标文件应在本章第3.2.1项规定的投标截止时间前递交。

4.2.2 投标人递交文件的地点和方式：见投标人须知前附表。

4.2.3 投标人所递交的投标文件不予退还。

4.2.4 逾期送达的或者未送达指定地点的投标文件，采购人不予受理。

## **4.3 投标文件的修改与撤回**

4.3.1 在本章第3.2项规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件，但应以书面形式通知采购人，该通知须有经正式授权的投标方代表签字，同时应出具投标人法定代表人的授权书。

4.3.2 修改的内容为投标文件的组成部分。修改的投标文件应按照本章第3条、第4条规定进行编制、密封、标记和递交，并标明“修改”字样。

4.3.3 投标截止时间以后不得修改投标文件。

# **5. 开标**

## **5.1 开标时间、地点和方式**

采购人在本章投标人须知前附表规定的投标截止时间（开标时间）招标文件规定的地点开标。并邀请所有投标人的法定代表人（负责人）或其委托代理人参加。

## **5.2 投标人有下列情形之一的，采购人不予受理**

（1）投标文件及投标文件资格审查文件册逾期送达的或者未送达指定地点的；

（2）未按招标文件要求密封的。

## **5.3 开标程序**

招标主持人按以下程序开标：

（1）宣布会议开始；

（2）宣布会场纪律；

（3）介绍出席开标会议的采购人与监督单位代表及各投标人；

（4）由投标人派代表互相查验投标文件密封情况；

（5）按签到的逆顺序进行唱标，投标人或监督单位代表如有异议当场提出；

（6）记录人将对开标过程进行记录，投标人签字确认，以存档备查；

（7）开标会议结束，进入评标程序。

# **6. 评标**

## **6.1 评标委员会**

评标由采购人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表，以及有关技术、经济等方面的专家组成。评标委员会成员人数以及技术、经济等方面专家的确定方式见投标人须知前附表。

## **6.2 评标办法**

6.2.1 评标办法见投标人须知前附表。

6.2.2 评标委员会按照本章第6.2.1项规定的评标办法和第三章“评标标准和评标方法”规定的评标因素、标准和程序对投标文件进行评审。第三章“评标标准和评标方法”没有规定的评审因素和标准，不作为评标依据。

**6.3** 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

6.3.1 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；

6.3.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

6.3.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

6.3.4 因重大变故，采购任务取消的。

**6.4** 废标后，除采购任务取消情形外，应当重新组织招标；需要采取其他方式采购的，应当在采购活动开始前获得温县人民政府采购监督管理部门或者政府有关部门批准。

## **6.5 纪律和监督**

6.5.1 对采购人的纪律要求。采购人不得泄漏招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

6.5.2 对投标人的纪律要求。投标人不得相互串通投标或者与采购人串通投标，不得向采购人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评标工作。

6.5.3 对评标委员会成员的纪律要求。评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标标准和评标方法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

## **6.6 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求**

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

## **6.7 质疑和投诉**

供应商认为采购文件、采购过程和中标、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七个工作日内，以书面形式向采购人或招标代理机构提出质疑，否则不予受理。

## 7. 合同授予

### 7.1 中标通知

在本章第3.4款规定的投标有效期内，采购人在指定的网站公布中标结果，并以书面形式向中标人发出中标通知书，同时将中标结果通知未中标的投标人。

### 7.2 签订合同

7.2.1 采购人和成交人应当自成交通知书发出之日起30天内，根据招标文件和成交人的投标文件订立书面合同。成交人无正当理由拒签合同的，采购人取消其成交资格。给采购人造成的损失，成交人还应当予以赔偿。

7.2.2 发出成交通知书后，采购人无正当理由拒签合同的，给成交人造成损失的，还应当赔偿损失。

### 7.3 付款方式：

付款办法按第五章“合同签订及条款”约定执行。

## 8. 无行贿犯罪记录

按投标人须知前附表要求提供。

## 9. 需要落实的政府采购政策

9.1 根据《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）文件规定，本项目如涉及到品目清单范围内的产品，将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优先采购或强制采购（供应商必须提供有关证明材料和文件等），否则投标无效。

9.2 关于无线局域网产品，必须执行国家财政部、发改委、信息产业部等部门的规定，供应商必须提供所投货物的《无线局域网认证产品政府采购清单》等证明材料文件复印件。

9.3 关于计算机办公设备，必须执行国家版权局、信息产业部、财政部等部门规定，供应商所投货物必须是国家信息部、版权局、商务部等部门认可的预装正版操作系统软件的计算机产品。

9.4 采购货物为国家强制性认证产品的，必须符合强制性标准并提供国家及相关部门的认证材料和证书。

9.5 优先采购本国产品。采购进口产品应符合《中华人民共和国政府采购法》并依法办理论证、公示、审批手续。

9.6 采购信息安全产品的，应当采购经国家认证的信息安全产品，供应商应提供由中国信息安全认证中心按国家标准颁发的有效认证证书。

9.7 鼓励创新，首购和订购的产品具有首创和自主研发性质，属于自主创新产品的，必须执行《自主创新产品政府收购和订购管理办法》。

9.8 促进中小企业发展，必须执行财政部、工信部印发的《政府采购促进中小企业发展暂行办法》，对小型和微型企业的报价给予6%-10%的扣除（监狱企业、残疾人福利性企业视同小型、微型企业），用扣

除后的价格参与评审，参加政府采购活动的中小企业应当提供《中小企业声明函》、残疾人福利性企业应提供残疾人福利性单位声明函，未填写中小企业声明函的在评标过程中不予认可。成交人如为小型和微型企业的，并在投标时填写了中小企业声明函，则需要在领取成交通知书时提供由相关政府部门出具的企业划型认定材料，若不能提供或提供的材料与谈判时做出的声明不符，采购人有权取消该成交人的成交资格，并对因其造成的损失进行追责。

9.9 开源节流，执行低价优先的采购政策规定。

## **10.需要补充的其他内容**

### **10.1 费用承担**

(1) 无论投标过程中的作法和结果如何，投标人应自行承担所有参与投标有关的全部费用，采购人和采购代理机构在任何情况下均无义务和责任承担上述费用。

(2) 招标代理服务费和公证费由中标人支付。

(3) 采购人与供应商签订合同后，将合同副本原件报采购代理机构备案，并将合同在河南省政府采购网予以公示。

### **10.2 解释权**

构成本招标文件的各个组成文件应互为解释，互为说明；如有不明确或不一致，构成合同文件组成内容的，以合同文件约定内容为准，且以专用合同条款约定的合同文件优先顺序解释；除招标文件中有特别规定外，仅适用于招标投标阶段的规定，按招标公告（投标邀请书）、投标人须知、评标办法、投标文件格式的先后顺序解释；同一组成文件中就同一事项的规定或约定不一致的，以编排顺序在后者为准；同一组成文件不同版本之间有不一致的，以形成时间在后者为准。按本款前述规定仍不能形成结论的，由采购人负责解释。

**10.3 本招标文件未尽事宜，按《中华人民共和国政府采购法》等法律法规的有关规定执行。**

## 第三章 评标标准和评标方法

### 1. 评标准则和评标方法

- 1.1 评标过程将遵循“公平、公正、科学、择优”的原则进行。
- 1.2 评标将严格按照招标文件的要求和条件进行。
- 1.3 本次评标采用综合评分法。

### 2. 评审标准

#### 2.1 初步评审标准

审查主体	评审因素			评审标准
评标委员会	资格 评审 标准	营业执照（副本）	（或三 证合一 的营业 执照）	具有独立法人资格，具有有效的营业执照（原件）；
		税务登记证（副本）		具备有效的税务登记证（原件）
		组织机构代码证（副本）		具备有效的组织机构代码证（原件）
		资格要求		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
		信誉要求		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
		法定代表人身份证明或授权委托书及本人身份证		法定代表人身份证明或授权委托书及本人身份证原件
		依法纳税凭证（完税证明）		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
		社保要求		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
		财务要求		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
		无行贿犯罪记录		符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定
	符合 性 评审 标准	供应商名称		与营业执照等证件一致
		投标函签字盖章		由法定代表人或委托代理人签字并加盖单位公章
		投标文件格式		符合招标文件格式要求
		服务期限		见投标人须知前附表 1.3.2 的规定
		质保期		见投标人须知前附表 1.3.3 的规定
		质量标准		符合投标人须知前附表 1.3.4 的规定
		投标报价		只能有一个有效报价，且不能超过采购预算价



		投标有效期	投标文件递交截止日起 <u>60</u> 日历天
		招标项目服务内容	符合第四章“招标项目服务内容”规定。
		权利义务	符合第五章“合同签订及条款”规定。
		投标文件的其他响应	符合法律、法规和招标文件中规定的其他实质性要求的

## 2.2 评分标准

根据《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部第87号令）第31条的规定，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一包下投标的，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，以投标报价低者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。

条款号	评审因素	评审标准	
评分标准	投标报价 (12分)	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评分基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×12</p> <p>本项目将对小型和微型企业、监狱企业和残疾人福利性单位产品的价格给予<u>6</u>%的扣除，用扣除后的价格参与评审。计算公式如下：评标价=投标人报价×（100%-<u>6</u>%）</p>	
	技术部分 (55分)	提升电子商务公共服务中心运营及电商扶贫服务站（点）能力方案 (10分)	<p>根据方案的合理性、科学性、可行性及方案的清晰、新颖程度、是否符合本项目实际情况等方面的内容进行评分</p> <p>1、能够完全满足需求且有更好的配套措施或方案，并且方案详尽，得7-10分；</p> <p>2、完全满足需求，方案基本详尽的：得4-6分；</p> <p>3、方案不够详尽的：得0-3分；</p>
		温县特色产品网销体系建设方案 (10分)	<p>根据方案的合理性、科学性、可行性及方案的清晰、新颖程度、是否符合本项目实际情况等方面的内容进行评分</p> <p>1、能够完全满足需求且有更好的配套措施或方案，并且方案详尽，得7-10分；</p> <p>2、完全满足需求，方案基本详尽的：得4-6分；</p> <p>3、方案不够详尽的：得0-3分；</p>

		<p>农特产品上行数据统计方案 (9分)</p>	<p>根据方案的合理性、科学性、可行性及方案的清晰、新颖程度、是否符合本项目实际情况等方面的内容进行评分</p> <p>1、能够完全满足需求且有更好的配套措施或方案，并且方案详尽，得6-9分；</p> <p>2、完全满足需求，方案基本详尽的：得4-5分；</p> <p>3、方案不够详尽的：得0-3分；</p>
		<p>宣传推广方案 (8分)</p>	<p>充分利用传统媒体与网络媒体，广泛宣传电子商务进农村政策，营造氛围；做好线上进行主题策划、媒体报道、评优评先、表彰等工作。</p> <p>1、能够完全满足需求且有更好的配套措施或方案，并且方案详尽，得5-8分；</p> <p>2、完全满足需求，方案基本详尽的：得3-4分；</p> <p>3、方案不够详尽的：得0-2分；</p>
		<p>后续服务与承诺方案 (8分)</p>	<p>1、投标人应对本项目的特点写出后续服务包含的内容及后续服务计划，评委根据各投标人承诺内容在0-1分之间打分。</p> <p>2、投标人应对本项目的特点写出保证质量的措施和方案，评委根据各投标人措施和方案内容在0-1分之间打分。</p> <p>3、投标人应对本项目的特点写出保证按时完成，采取的措施和方案，评委根据各投标人措施和方案内容在0-1分之间打分。</p> <p>4、投标人应对本项目的特点写出保证优先录用当地劳动力，促进当地经济发展，积极落实上级电商扶贫政策，优先扶持贫困村，评委根据各投标人承诺内容在0-2分之间打分。</p> <p>5、运营服务本项目所具有的“造血功能”、服务可持续性等，评委根据各投标人承诺内容在0-1分之间打分。</p> <p>6、质保期承诺每延长3个月的加0.5分，最多加2分，否则不得分。（该项质保期承诺写进合同）</p>

		项目实施及人员 配备（10分）	<p>投标人针对本项目指派相应的实施团队，由评委根据配备团队的岗位设置、人数、分工、配备人员资质等进行综合评定。</p> <p>（满分10分）</p> <p>① 一档（6~10分）：项目团队人员配置合理完整优于招标文件要求，人员岗位分工合理能够满足项目要求；</p> <p>② 二档（3~5分）：项目团队人员基本合理，人员岗位配置基本一般，基本满足项目要求；</p> <p>③ 三档（0-2分）：项目团队人员及配备一般，不能满足项目要求不得分。</p>
	综合部分 （33分）	企业业绩 （14分）	<p>1、投标人具有2017年1月以来电子商务进农村示范县项目综合运营且单个服务示范县项目合同总额不低于200万元的每一项得2分，最多得8分，没有的不得分；</p> <p>注：业绩提供合同原件、中标通知书原件，投标文件中复印件与原件一致时得分，否则不得分。业绩合同甲方均须为国家行政机关；如发现投标人有弄虚作假或伪造、涂改证件者，将取消其资格后审合格资格，并按国家有关规定处理。</p> <p>2、投标人具有电子商务人才培养或与院校合作的培训协议得1分，提供证明材料，没有的不得分；</p> <p>3、投标人2017年1月以来具有电商公共服务中心建设运营经验的，每提供1份业绩得1分，最多得5分，没有的不得分。</p> <p>注：业绩提供合同原件，以合同原件签订时间为准，合同中不显示的需提供甲方出具的证明材料。（投标文件中附加盖公章的复印件或扫描件，投标文件中复印件与原件一致时得分。）</p>
		综合实力（19分）	<p>1、投标人同时具备企业信用等级AAA级、第三方信用服务机构出具的信用报告（信用机构盖章生效）的得2分，本项最多得2分；</p> <p>2、投标人策划区域公共品牌活动获得中央或主流新媒体宣传</p>

			<p>10 篇及以上的得 8 分，5-9 篇的得 5 分，2-4 篇得 2 分，提供证明材料，没有的不得分；</p> <p>3、投标人具有行政主管部门或相关部门认证的 6 名以上电子商务讲师得 2 分，4 名-6 名电子商务讲师得 1 分，提供证明材料，没有的不得分；</p> <p>4、投标人具有电子商务进农村绩效评价与协助验收经验，绩效评价得分 85 分及以上的得 2 分，75-84 分的得 1 分，提供证明材料，没有的不得分；</p> <p>5、投标人具有国家级电子商务相关荣誉的得3分，省级的得2分，市级的得1分，提供证明材料，没有的不得分；</p> <p>6、投标人委派项目负责人具备国家级电子商务相关荣誉的得2分，省级的得1分，市级的得0.5分，没有的不得分，提供证明材料；</p> <p>注：以上提供证明材料原件，投标文件中附复印件并加盖公章，否则不予得分。</p>
--	--	--	---

### 3. 评标方法

本次评标采用综合评估法。评标委员会对满足招标文件实质性要求的投标文件，按照本章第2.2款规定的评分标准进行打分，并按得分由高到低顺序推荐1名中标候选人，但投标报价低于其成本的除外。综合评分相等时，以投标报价低的优先；得分且投标报价都相等的，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。

### 4. 评标程序

#### 4.1. 资格性与符合性审查

4.1.1 资格审查小组，依据本章资格审查表规定的标准对投标文件进行资格审查，以确定投标人是否具备投标资格，有一项不符合评审标准的，资格审查小组应当认定其投标无效，合格投标人不足 3 家的，不得评标。符合性审查，评标委员会依据本章符合性审查表规定的标准，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，有一项不符合评审标准的，评标委员会应当认定其投标无效。

4.1.2 投标文件属下列情况之一的，应当在资格性、符合性检查时按照无效投标处理：

- (1) 投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；
- (2) 不具备招标文件中规定的资格要求的；
- (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) 不符合第四章招标项目服务内容的；
- (6) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

4.1.3 投标报价有算数错误的，评标委员会按以下原则对投标报价进行修正，修正的价格经投标人书面确认后具有约束力。投标人不接受修正价格的，其投标作无效投标处理。

- (1) 投标文件中的大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；
- (2) 投标文件中开标一览表(报价表)内容与投标文件中明细表(分项报价表)内容不一致的，以开标一览表(报价表)为准。

投标文件的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；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；单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价；对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

#### **4.2 详细评审**

4.2.1 评标委员会按综合评分法进行评审，在全部满足招标文件实质性要求的前提下，依据综合得分最高的投标人作为中标候选人。

4.2.2 评标委员会认为，排在前面的中标候选人的最低投标价或者某些分项报价明显不合理或者低于成本，有可能影响商品质量和不能诚信履约的，应当要求其在规定的期限内提供书面文件予以解释说明，并提交相关证明材料；否则，评标委员会可以取消该投标人的中标候选资格，按顺序由排在后面的中标候选人递补，以此类推。

#### **4.3 投标文件的澄清和补正**

4.3.1 在评标过程中，评标委员会可以书面形式要求投标人对所提交投标文件中不明确的内容进行书面澄清或说明，或者对细微偏差进行补正。

4.3.2 澄清、说明和补正不得改变投标文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。投标人的书面澄清、说明和补正属于投标文件的组成部分。

#### **4.4 评标结果**

4.4.1 投标人的排名按得分从高到低顺序排列，评标委员会写出评标报告并向招标人推荐1名中标候选人。由招标人根据评委会推荐的中标候选人顺序确定中标人。综合评分相等时，以投标报价低的优先；得分且投标报价都相等的，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。

4.4.2 评标委员会完成评标后，应当向采购人提交书面评标报告。

#### **4.5 顺延中标人或重新招标**

中标人因不可抗力不能履行政府采购合同的，采购人重新招标。

#### 4.6 特殊情况的处置程序

##### 关于评标活动暂停

4.6.1 评标委员会应当执行连续评标的原则，按评标办法中规定的程序、内容、方法、标准完成全部评标工作。只有发生不可抗力导致评标工作无法继续时，评标活动方可暂停。

4.6.2 发生评标暂停情况时，评标委员会应当封存全部投标文件和评标记录，待不可抗力的影响结束且具备继续评标的条件时，由原评标委员会继续评标。

##### 关于评标中途更换评标委员会成员

4.6.3 除非发生下列情况之一，评标委员会成员不得在评标中途更换：

- (1) 因不可抗拒的客观原因，不能到场或需在评标中途退出评标活动。
- (2) 根据法律法规规定，某个或某几个评标委员会成员需要回避。

4.6.4 退出评标的评标委员会成员，其已完成的评标行为无效。由采购人根据本招标文件规定的评标委员会成员产生方式另行确定替代者进行评标。

4.6.5 评标过程中，评标委员会成员有回避事由、擅离职守或者因健康等原因不能继续评标的，应当及时更换。被更换的评标委员会成员作出的评审结论无效，由更换后的评标委员会成员重新进行评审。

4.6.6 在任何评标环节中，需评标委员会就某项定性的评审结论做出表决的，由评标委员会全体成员按照少数服从多数的原则，以记名投票方式表决。

4.6.7 评标委员会成员对评标结论持有异议的，可以书面方式阐述其不同意见和理由。评标委员会成员拒绝在评标报告上签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意评标结论。评标委员会应当对此作出书面说明并记录在案。

## 第四章 招标项目服务内容

### 一、相关说明

1. 招标文件中列出的质量技术参数或型号与某产品相同时仅作为投标人选择投标产品时在质量水平上的参考，不强制采购某一特定产品，投标人可提供符合采购需求或更优的产品及方案。

2. 本次采购内容如果要求的某些技术标准低于国家标准，均以最新的国家标准为准。招标技术要求中未明确的技术标准也均不得低于国家标准；

本次采购产品如在国家强制性认证范围内的必须取得国家强制性 CCC 认证（提供 CCC 认证证书，投标文件正本中提供复印件加盖投标人公章，副本可为正本复印件）。

3. 本采购项目为交钥匙项目，验收合格前所需的一切费用均包含在报价之中，采购人不承担成交价格以外的任何费用。

### 二、采购内容及技术要求

#### （一）县级电子商务公共服务中心运营

##### 1. 运营内容：

完善电子商务公共服务中心功能，具备大数据分析系统、物流监管系统、服务站点管理系统、人员培训、孵化支撑、农村特色产品展示等功能，为我县电子商务发展提供一站式服务（包含陈家沟体验中心、京东新经济数据中心运营）。

##### 2. 验收标准：

通过业主组织的第三方机构验收合格。

##### 3. 功能要求

在“温县电子商务公共服务中心”及陈家沟电商体验中心项目硬件建设基础上，通过整合现有资源，合理规划，改造升级，有机融合，实现资源的最优价值利用；选择专业第三方运营团队，进行资源整合，为传统企业转型、网商企业发展等提供政策咨询、业务技术指导，提供解决方案。

（1）在温县本地注册电商实体公司，打造 6 人以上的专业运营团队，团队成员应配备不少于 2 名具有网络开发与维护等互联网技术人员；规划公共服务中心**运营**设计效果图并完善功能。

（2）负责通过省商务厅组织的电子商务进农村项目验收、**审计**验收和申报国家级电商进农村示范县工作；

（3）负责县电子商务公共服务中心改造及运营管理；

（4）负责全县所有乡、村级服务站点和物流站点的运行、服务、维护与管理工作；

（5）负责县电商产业园区的运营与管理；

（6）县域电商服务支持体系建设，提供设计包装、营销策划、组织电商大赛活动、人员培训、孵化支撑、文案写作、平面设计、摄影美工、咨询服务、电商讲座及会议培训等服务；

（7）大数据展示区具备集中展示功能，集中展示县域大数据、电商数据、物流数据等；

（8）孵化培育区具备不低于 30 套孵化工位，为进驻孵化的创业人员免费提供工位、电脑等设施；

（9）产品展示区具备为县域特色产品提供免费展示平台，根据展示产品数量确定设施；

（10）培训功能区实操培训室具备不低于 40 套培训设备和相关培训设施，会议室具备不低于 90 套座

椅和相关设施；

(11) 网络直播间 2 个、摄影间 1 个，需具备相关设施实现功能；

(12) 上述要求（7-11 项），需中标方设计功能展示效果图经业主同意后完善公共服务中心功能。

(13) 运营期内孵化 50 家以上电子商务企业，500 家及以上个人网店，繁荣温县电子商务业态，带动设计、印刷、包装、仓储、物流等配套产业发展。

#### 4、实施要求

电子商务公共服务中心服务于政府、企业及个人，助力传统企业转型升级，提供品牌培育、创意设计、文化包装、运营推广、数据统计、电商咨询、电商培训、电商支撑服务等系统性全面电商公共服务。线上统筹全县农特产品全网络销售运营服务，线下组织县域产品资源形成产品库、建设线下展销中心。

县电子商务公共服务中心，作为全县电商创业创新基地，设立运营中心、特色农产品展示中心、电商培训中心、电商产业孵化中心。负责“县域电子商务公共服务系统”建设、运营、推广、维护整体工作。

公共服务中心下设品牌部，搜集组织县域特色农产品资源，帮助生产企业、专业合作社优选产品并完成拍摄、文字编辑，形成县域产品资源库，使农产品转化为农产商品，最终转化成网货。有选择地对产品进行品牌、商标注册，打造县域特色品牌，一方面为电商创业者提供品牌支撑，另一方面通过全网营销体系进行县域产品整合式网络销售。

公共服务中心下设运营部，负责技术支持，针对县域电子商务公共服务系统，开展整体营销推广，创造原产地网络文化，展现县域电子商务进农村特色亮点，对乡、村服务站点进行日常培训、指导和维护。

公共服务中心为传统企业转型、电商企业、种养大户、合作社等提供政策咨询、业务技术指导，提供解决方案，搭建政府与企业沟通政策落地沟通机制；定期组织企业沙龙交流活动，制定服务管理制度与服务规范，促进农村产品上行。

公共服务中心与国内外第三方平台合作开设地方馆，加强与淘宝、京东、苏宁等知名平台合作。通过整合县域产品资源，给有志青年提供创业平台，拓宽县域农产品网络销售渠道。

#### 5、服务规范

公共服务中心要积极做好服务资源落地和专业服务需求对接工作，加强资源整合，建立服务标准，规范服务流程，确保服务资源有保证、服务质量有保障、服务机制有效率。

(1) 决策支持。编制县域农村电商发展规划；监督落实农村电子商务实施方案，会同有关部门对农村电商基础数据进行收集、整理和分析，为政府制定扶持政策、企业开展相关业务等提供支撑。

(2) 电商主体发展及管理。公共服务中心是一个面向全县各市场主体的服务机构，针对网商、第三方服务商、有关企业和个人等农村电商发展的重要力量，进行需求挖掘和分析。

(3) 资源整合与统筹。整合政府资源，将原有的分散在商务等有关部门的政策进行整合，将政府电子商务政策通过一个口落地。整合行业资源。推动农业龙头企业、农民合作社、种养加专业大户、家庭农场、旅游企业等主体进行市场化整合，引导企业向薄弱、缺失环节投资，推动农村一二三产业融合发展。推动



物流资源整合，提供物流解决方案。组织对接活动，协助企业寻找经销(分销)商。整合第三方服务商资源。为企业提供全产业、全方位电商服务解决方案。将原来分散、自发的第三方服务商有机结合，让电商企业、传统企业和其它有需求的企业能快速地与平台运营商、品牌策划公司、营销公司、本地生活服务企业及电商培训机构建立联系。

(4) 电商氛围营造与宣传。为网络创业人员实际创业过程中遇到的各类问题提供咨询与解答;向政府推荐优秀电商创业项目，争取政策扶持;组织开展各类电商文化活动，举办网上创业创新项目大赛等，为创业人员、电商企业和人才之间搭建交流平台。挖掘和培育一批优秀网商、典型网商、创业案例，通过政府网站、电视、报纸、微信、微博等宣传渠道进行宣传，并将本地电子商务氛围营造、平台建设与当地农产品宣传、休闲旅游产品推介有机结合。

## (二) 县级快递物流仓储分拣中心运营

### 1、运营内容:

提升改造温县快递物流仓储分拣中心，具备完善的物流服务功能，整合县内中通、申通、圆通、顺丰、韵达等快递企业网点，为全县快递下乡业务提供基础支撑。支持快递物流仓储分拣中心升级改造（面积不低于 2000 平米）、乡镇快递分拣中心和村级快递点升级改造 100 个，购置快递车辆、分拣设备，开发配送系统、下乡件补助等。

### 2、功能要求:

县域快递物流仓储分拣中心应具备仓储、分拣配送中心和货品集散中心的功能模块，具有现代仓储设施设备、货柜货架、车辆、人员等；并通过整合现有物流快递企业，发展县乡村三级统一物流配送体系，为农村网商、企业等主体提供免费仓储等服务，破解农产品上行电商物流瓶颈。

### 3、目标:

通过整合全县中通、申通、圆通、顺丰、韵达等各大快递物流公司，成立专业的物流公司，负责从县到村的农村物流体系建设，形成“一县一仓配、一乡一中心、一村一站点”农村电子商务物流服务体系，打通农村双向物流“最后一公里”问题。

(1) 负责快递包裹配送到村，解决农村物流配送最后一公里问题。

(2) 协助本地村民将农产品或快递包裹对外的收发。

(3) 在基于县、乡、村三级物流体系的自有物流配送的基础上，不断整合市场化的物流快递企业资源，整合服务快递企业不低于 4 家。

(4) 到村快递配送实现当日达或次日达，保证一定的配送频次。

(5) 为本县电商企业提供两年以上仓储服务，提供快递代发业务。

(6) 为整合服务的快递企业提供两年以上免费仓储服务和开展业务必备的办公用房。

(7) 仓储中心应包含有：收货区、进货处理区，储存区、分拣配送区、发货区、退货处理区、设备存

放区、办公室等相关需求区域。

(8) 有完善的规章制度及作业流失记录。包含：配送中心仓储管理制度，人员管理制度。入库，出库，订单处理等日常记录表格。

(9) 人员配备：中标人应配备 1 名主管，仓管管理员、物流管理员若干，司机若干。

(10) 按照六统一标准（统一标识、统一服务项目、统一设施设备、统一人员设置、统一业务培训、统一制度规范）并配备专业服务人员，持续运营。

#### 4、建设要求

(1) 利用县级快递物流仓储分拣中心，采集物流包裹快递收发信息。

(2) 优化配送公共信息服务能力，承接快递公司、电商企业订单。

(3) 搭建完善的农村最后一公里线上物流信息管理与配送运输服务平台。

(4) 建设物流信息平台，中标人至少配备 1 名及以上专职人员，且参加过相应培训，能够熟练操作农村电子商务平台上的各项服务功能，能够对所在服务区域的农民的需求和生产进行摸底统计。

(5) 县级快递物流仓储分拣中心面积不低于 2000 平方米。制定县、乡、村三级物流管理制度、登记流程、产品货架归类制度、问题件处理流程、配送员考核等，制定切实可行的配送时间、配送线路、配送费用。具备统一标牌，监控系统、PDA 设备、配货区、电脑、打包台、电子秤、货运车辆（不低于 4 辆）、货运三轮车（不低于 11 辆）等相关功能，享受补贴购置的车辆、分拣设备等应统一标识，服务期限不低于 5 年。

(6) 改造 100 个乡镇快递分拣中心和村级快递点，具备快递存放货架、周转筐、电子秤、相关制度等。

(7) 下乡件政策性补助、补贴 20 万件、每件补贴 1 元。

#### 6、后续服务能力要求

中标人负责投标有关设备安装及人员培训。

### **(三) 农村产品电子商务品牌供应链和营销体系孵化运营**

#### 1. 建设内容：

(1) 围绕支柱产业孵化品牌：培育 1 个县域公共品牌，培育 4 个以上子品牌。

(2) 开展品牌传播推广：

1) 不少于 5 个主流新媒体投放品牌推广文章或视频，每个媒体不少于 10 个作品；

2) 一线城市品牌发布活动不少于 2 个城市；

3) 国家级会展活动参展 2 次、省级展会活动参展 5 次；

4) 5 分钟品牌宣传片 2 部；

5) 农产品溯源系统建设推广工作。

#### 2. 品牌孵化

重点对温县特色农产品进行深加工和品牌化建设，特色产品突出网络品牌口碑式传播营销推广，重点打造整齐划一的全网络全渠道销售体系。

公共电商品牌的设计及推广使用：1、设计温县电商公共服务品牌，符合温县文化产业特色，简洁明了，方便记忆。2、发掘温县文化、历史名人典故，正能量民俗及旅游资源，丰富温县电商文化内涵。3、县域内电商产品统一使用公共标识。

对重点农特产品进行商标注册，在整体包装、文案、设计中突出温县特色和文化底蕴，突出绿色、有机、无公害等特点，以安全、健康、生态等关键词设定温县特色产品统一公共品牌，设计多种规格和档次，全网统一标识、授权、定价，打造品牌体系。

### 3. 传播推广

推行政府官方认证，提高本地农产品的信誉，树立良好的品牌形象。整体品牌策划，建立专门团队，购买第三方服务等，培育一个温县区域公共品牌，4个温县特色子品牌，主要包含基础系统设计、应用系统设计、品牌文化设计、具体产品设计、渠道品牌建设策划等。

在特色农业基础条件较好的乡镇，以贫困村为重点，集中政策措施，加大支持力度，培育“一乡一业”、“一村一品”特色产业，打造知名品牌。

序号	项目	名称	内容	数量	规格
1	品牌形象设计	品牌定位	定位内容包括名称、品牌诉求、品牌价值观。形成很强的品牌形象效果。突出网络品牌口碑式传播营销的重点，打造整齐划一的全网络全渠道销售体系。	1	/
		VI系统设计	建立1个区域公共品牌全品类农、文、旅产品商标注册和全套VI系统设计。4个子品牌。	1	/
		营销文案	设计1套温县农特产品统一公共品牌整体营销文案。	1	/

		视觉形象系统	视觉形象包括：LOGO、页面设计以及文案，产品图片，还包括各类广告素材的设计。导入 CIS 设计理念，重点对品牌 VI 视觉识别系统进行设计。	1	/
		品牌故事	品牌故事就是对品牌的文字介绍。温县历史悠久，名人众多，自然环境、旅游等资源丰富，根据品牌培育的需要充分挖掘，讲好我们的电商品牌产品的故事。提交用户文档与宣传材料。	1	/
		专属元素	品牌专属元素，就是我们的这个品牌所特有的一些特色元素，让人一看到这些东西，就想起我们这个品牌，或者这个元素就代表了我们的品牌。如特有的包装、差异化的产品、特有的词汇。	1	/
2	品牌注册	区域公共品牌注册	便于消费者认牌购物；商标注册人拥有商标专用权，受法律保护；通过商标注册，可以创立品牌，抢先占领市场；商标是一种无形资产，可对其价值进行评估。商标可以通过转让，许可给他人使用，或质押来转换实现其价值；商标还是办理质检、卫检、条码等的必备条件。市场监督管理局通过对商标的管理来监督商品和服务的质量。	1	/

3	品牌指导	县域农产品品牌提升指导	对温县现有农产品品牌从电商角度给予指导，如品牌定位，品牌形象设计，包装设计，品牌注册，品牌宣传等方面进行指导升级，使其更加适合电子商务销售模式。	1	/
4	宣传物料	公共品牌包装	县域公共品牌包装等进行统一设计制作	1000 套	/
		横幅	横幅进行统一设计制作	500 条	/
		宣传海报	彩色喷绘与电子商务活动中所需海报	1000 幅	/
5	县域品牌营销	品牌发布	区域公共品牌发布会 1 场，区域公共品牌展销推介会 1 场，包括参加线上线下产品展销，组织开业促销活动，组织专家论坛推介活动，产品对接会等。	2 场	/
		品牌推荐	国家级会展活动参展 2 次、省级展会活动参展 5 次。	7 场	
		媒体宣传片	5 分钟品牌宣传片 2 部	2 部	/
		开通官方微博微信	开通温县农村电商官方微博，微信平台，并负责运营维护。	1	/
6	分析与评估	媒体分析效果评估	各种媒体宣传和活动计划的分析拟定、媒介咨询和投放建议。在投放宣传前拿出方案进行备案。实时跟踪分析每次品牌推广的效果，形	1	/

			成报告，总结经验供政府参考。		
7	农产品溯源系统推广工作	销售数据指标	农产品溯源系统推广工作,大数据监测,采集统计并提供相关数据材料。县域电子商务交易额同比增长30%以上,农村网络零售额同比增长35%,农产品网络零售额同比增长40%以上,餐饮、民俗、乡村旅游等农村服务网络零售额同比增长40%以上,传统产业转型网销或网销提升35%以上。	/	/

序 号	产品名称	规格	数量
1	县城广告投放	在县城主要路段发布旗杆或路牌广告	30 块
2	宣传手册,活动海报	宣传手册折页设计,尺寸不低于普通 A4 大小。	10000 份
3	墙体标语	根据实际测量为准	1000 平方米

序号	项目内容	功能
1	公共品牌推荐大会	参加国内关于电商产品的博览会及农产品的相关活动等,使县域公共品牌在国内逐步具备一定知名度。
2	产品推介会或电商成果展	在县电子商务产业园或公园举办产品推介会或电商成果展。

#### （四）农村电子商务培训

##### 1. 培训目的:

通过参观游学,零距离感受阿里,拼多多,抖音等大型知名电商企业,实地考察参观其农产品运营推

广实战技巧，与领导现场交流、思想碰撞、找寻差距、创新思维、拓宽视野，深刻理解未来农村电商大趋势，探究电商扶贫脱贫的新思路、新方法，掌握传统企业转型电商具体操作步骤与节奏。以更好提高县域电子商务发展的水平，加快电子商务进农村的进程，以促进农村经济提质增效、实现电商精准扶贫。

## 2. 培训对象

党政干部、第一驻村书记、返乡创业青年、本地电商企业、本地传统企业、特殊人群、有意愿有能力的贫困户等。

## 3. 培训人数

电商普及培训 4000 人，实操培训 400 人，外出学习 30 人次，创业就业率达 10%。

## 4. 培训计划

因材施教，根据不同的培训对象，制定不同的培训课程。结合县电商发展水平等因素，计划前期主要开展 8 个层次系统化培训，具体为：网店创业入门培训，农民、大学生电子商务创业就业培训，贫困村人员电子商务技能培训，网商精英岗位提升培训，政府及传统企业电子商务转型培训。

- (1) 针对党政领导干部举办电商应用培训。
- (2) 针对温县各相关经济部门工作人员培训。
- (3) 针对全县党员开展“党支部+电商”、“电商课堂”等培训。
- (4) 针对新从事电子商务业务的企业培训。
- (5) 针对个体性质的电子商务新从业人员培训。
- (6) 针对现有电子商务相关企业及网商培训。
- (7) 针对农民合作社、农户等农村电商各类主体的培训。
- (8) 针对返乡创业人员和贫困户的培训。

## 5. 培训要求：

- (1) 培训工作按内容要求分级、分类、分层次、分阶段进行。实操培训创业就业率达 10%以上。
- (2) 建立电子商务培训机制。制定电子商务进农村电商培训计划，组织学员到大型知名电商企业、学院、中心游学参观考察。
- (3) 培训备案资料具备培训总体方案，培训方案需满足培训学员不同层级要求。并实时提供详细的培训授课内容、时间安排表、授课通知、授课人的基本情况和简要培训大纲、培训人员签名册等；对于每月培训场次、人数、培训学员满意度等都要做好规划，并严格执行。
- (4) 中标人至少配备 1 名及以上专职人员，且参加过相应培训，能开展相关农村电子商务基础培训工作。
- (5) 建立农村电子商务培训实践教育机制，对培训进行跟踪，跟踪学员就业、上岗情况，验收培训效果，总结培训经验，优化课程体系，完善教学内容，并提供后续实践引导和服务，确保培训实效。

(6) 配备必要的摄像、打印、复印等配套服务设备及流动的培训设备、车辆，以满足下乡到村的培训要求。制定培训管理制度、讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程，每项制度及工作流程都应具有针对性、可操作性，保证后续能落实到位。

(7) 孵化电商专业人才，建设温县电子商务人才库。

严格按照《河南省电子商务进农村综合示范培训管理办法》文件要求，做好培训情况的记录，加强培训档案和经费管理。严格挑选讲师及工作人员，制定完善工作监督与考核机制。

## **(五) 农村电子商务服务站点运营**

### **1. 建设内容：**

(1) 100 个村级电子商务服务站点建设，具备上网条件，加入并开展电商快递物流等综合服务业务。

(2) 100 个站长为期 3 天培训；

(3) 每年举办 1-2 次电商服务站站长评选工作，对优秀服务站站长予以奖励。

### **2. 功能要求：**

(1) 具备统一门头（工程量按实际测量为准）、液晶电视、电脑、户外 LED 屏、扫码枪、银联刷卡机、网货展示架、办公桌椅、无线路由器、宣传板等相关设施设备（避免资源浪费、不重复配置相关设备）。

(2) 提供创业指导、站点负责人培训、网上代买代卖、物流代收代发、缴费支付、小额取现、电商信息推送、O2O 线下体验等电子商务综合服务。（派驻 2-4 名专职人员负责站点运营）

(3) 每年举办 1-2 次电商服务站站长评选工作，对优秀服务站站长予以奖励。

## **(六) 农村电子商务规划及宣传**

### **1. 内容：**

(1) 制定农村电子商务发展规划，指导期限不少于 5 年；

(2) 电商成果展不低于 3 场（县级 2 场、省级 1 场）；

(3) 在全国主流媒体和省级以上媒体报道温县电商工作不低于 5 条。

### **2. 要求：**

制定农村电子商务发展规划，围绕农村电商发展需要，应当具备营销策划、农特产品展示展销、数据采集、统计分析等内容，能为当地企业、网商、服务商开展电子商务业务提供政策咨询、技术支持、营销推广、图片拍摄、页面和包装设计等服务，并为当地电子商务发展提供一站式服务，突出本地特色及文化。

### **2. 电子商务服务规划及宣传明细：**



项目	名称	内容	数量	规格
电子商务发展规划及宣传	发展规划	1. 本地大数据的整合：为乡村电商打好坚实的基础。 2. 强化产业电商，特色产品的整合开发。3. 产品的营销方式和工具：乡镇村电商服务中心运营，智能软件的开发	1	/
	宣传	制定农村电子商务线上、线下宣传推广计划，运营维护电子商务公共服务中心官方账号。制定宣传文案，开展电商文化活动，举办创业创新大赛等，为创业人员、电商企业和人才之间搭建交流平台挖掘和培育一批优秀网商人才。通过政府网站、报纸、微信、微博等宣传渠道进行宣传，并将温县本地电子商务氛围营造、平台建设、与农特产品宣传、休闲旅游产品推介有机结合，服务电子商务健康发展，让更多的群众了解农村电子商务发展趋势、知晓电子商务相关政策以及实现电子商务创业就业。	1	/
	电商成果展	做好全省电子商务扶贫成果展对接工作，参加至少一次的省级电商成果展	1 场	省级
		在县域开展至少 2 场的县级电商成果展，拓展农产品销售渠道以及电商扶贫工作	2 场	市县级
	媒体报道	与全国主流媒体、省级以上媒体联合进行县域报道等，举行大型网络活动借助电商平台助力本地农产品上行	3 条	/
		地方性媒体联合，建立一个以本地农村生活与产品信息的宣传介绍的模型，或以文、以图、以视频、以平台直播等方式进行传播	2 条	/

备注:

1、以上所报价格中均包含本招标采购对象及与之相关的设计、制造、包装、运输、装卸、安装、附件、调试、质量检验、各项税费、保险费、意外事故等验收合格前全部费用，以及备品备件、专用工具、技术培训、电商顾问、技术资料、保修期内的各项保修和系统维护、相应的伴随服务和售后服务费用等。

2、中标人须在中标后根据项目需求，提供电子商务公共服务中心运营图一套，经采购人同意后方可按运营图开展工作。

## 第五章 合同签订及条款

### 1. 合同签订

1.1 中标人应按中标通知书指定的时间、地点，与采购人签订合同。中标人与采购人不得签订背离招标文件实质性内容的合同，否则合同无效。

1.2 如采购人或中标人拒签合同，则按违约处理。

1.3 如中标人不按本招标文件要求签订合同，则取消其中标资格。招标人并依法追究中标人的缔约过失责任及其他法律责任。

1.4 采购人追加合同标的权利：签订合同后，采购人如需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变本合同其他条款的前提下，可以与中标人协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的 10%。

### 2. 合同一般条款

#### 2.1、定义

(1) 甲方（需方）即采购人，是指通过招标采购，接受合同货物及服务的各级国家机关、事业单位和团体组织。

(2) 乙方（供方）即中标供应商，是指中标后提供合同货物和服务的自然人、法人及其他组织。

(3) 合同是指由甲乙双方按照招标文件和投标文件的实质性内容，通过协商一致达成的书面协议。

(4) 合同价格指以中标价格为依据，在供方全面履行合同义务后，需方应支付给供方的金额。

(5) 技术资料是指合同货物及其相关的设计、制造、监造、检验、验收等文件（包括图纸、各种文字说明、标准）。

#### 2.2、货物内容

合同包括以下内容：货物名称、规格型号、技术参数、数量（单位）等内容。

#### 2.3、合同价格

(1) 合同价格即合同总价。

(2) 合同价格包括合同货物、技术资料、合同货物的税费、运杂费、保险费、包装费、装卸费及与货物有关的供方应纳的税费等，所有税费由乙方负担。

#### 2.4、转包或分包

(1) 本合同范围的货物，应由乙方直接供应，不得转让他人供应；

(2) 非经甲方书面同意，乙方不得将本合同范围的货物全部或部分分包给他人供应；

(3) 如有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权解除合同，履约保证金不予退还并追究乙方的违约责任。

## 2.5、质量保证及售后服务

(1) 乙方应按招标文件规定的货物性能、技术要求、质量标准向甲方提供未经使用的全新产品。

(2) 乙方提供的货物在质保期内因货物本身的质量问题发生故障，乙方应负责免费更换。对达不到技术要求者，根据实际情况，经双方协商，可按以下办法处理：

A、更换：由乙方承担所发生的全部费用。

B、退货处理：乙方应退还甲方支付的合同款，同时应承担该货物的直接费用（运输、保险、检验、货款利息及银行手续费等）。

(3) 如在使用过程中发生质量问题，乙方在接到甲方通知后在    小时内到达甲方现场。

(4) 在质保期内，乙方应对货物出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

(5) 上述货物的免费保修期按照国家有关规定标准执行。终生维修，维修时只收部件成本费。

(6) 乙方提供的货物由原厂提供售后服务的，乙方必须提供原厂商出具的售后服务承诺函（原件）。

## 2.6、付款

(1) 本合同使用货币币制为人民币。

(2) 付款方式及方法：按专用条款执行。

## 2.7、检查验收

(1) 供方应随货物提供合格证和质量证明文件，如是国外进口的货物还须提供入关证明。

(2) 货物验收

需方所交货物的各种质量指标不得低于该投标文件中所提供的质量指标要求（供方提供样品的质量指标），售后服务质量要求按照招标文件和投标文件的内容执行。供方交货时，需方可根据需要随机抽取一部分货物送有关权威检测部门检测，如检测不合格，供方负责赔偿需方一切损失。

(3) 货物验收报告应由需方、供方经办人签字，并加盖双方公章，以此作为支付凭据。

## 2.8、索赔

供方所提供货物、工程或者服务不符合合同约定的，需方有权拒收货物、拒绝服务、解除合同，供方应赔偿需方所有损失。

## 2.9、知识产权

乙方应保证所提供的货物或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的知识产权，如若出现侵权行为，由乙方负全部责任。

**2.10、人员培训：**供方免费对需方人员进行技术培训，直到需方人员熟练操作或掌握为准。

培训地点：\_\_\_\_\_； 培训时间：\_\_\_\_\_；

培训方式：\_\_\_\_\_；

## 2.11、违约责任

按专用条款及招标文件的其他有关约定执行。专用条款及招标文件约定不明或未约定的，按照《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国政府采购法》的有关规定执行。

### 3. 合同专用条款（特别约定条款）

（注：本合同仅为参考格式，可结合具体招标项目进行更明确的约定）

合同登记编号：

## 技术服务合同

项目名称：

委 托 人（甲方）：\_\_\_\_\_

研究人（乙方）：\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_

签订日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

本合同甲方委托乙方就\_\_\_\_\_（项目名称）进行专项技术服务，并支付相应的技术服务报酬。

双方经过平等协商，在真实、充分地表达各自意愿的基础上，根据《中华人民共和国合同法》的规定和有关法律法规，遵循平等、自愿、公平和诚实信用原则，达成如下协议，并由双方共同恪守。

**第一条、** 技术服务的内容及要求

**第二条、** 乙方按要求完成技术服务工作

1、 技术服务地点：\_\_\_\_\_

2、 技术服务期限：

3、 技术服务目标：

4、 技术服务内容：

**第三条、** 为保证乙方有效进行技术服务工作，甲方应当向乙方提供下列协作事项。  
提供技术资料：

1、 与本项目相关的资料：

2、 协助乙方收集与本项目相关的其他部门相关资料。

提供工作条件：为乙方开展工作提供方便；

甲方提供上述协作事项的时间及方式：项目执行期间。

**第四条、** 服务形式

按合同上述双方协议条款执行。

**第五条、** 验收方法

**第六条、** 履行期限

自合同签订之日起至 年 月 日。

**第七条、** 项目总金额及技术报酬。

本项目总金额总计人民币：\_\_\_\_\_（小写：\_\_\_\_\_元）。

**第八条、** 费用清单及付款方式

1、 费用清单

2、 付款方式：中标方在项目所在地成立公司，针对此项目做出详细的实施方案、公共服务中心运行效果图后支付至合同总价 20%；完成项目内容的 50%且通过第三方机构验收合格后支付至合同总价的 50%，完成项目所有内容且通过第三方机构验收合格后支付至合同总价的 85%；项目实施通过商务厅或商务厅委托的第三方机构绩效评价合格，并经审计后付至合同金额的 97%，剩余 3%为质保金，质保期结束无质量问题一次性支付。

**第九条、** 双方确定因履行本合同应遵守的义务如下

1、 甲方的权利和义务

2、 乙方的权利和义务

**第十条、** 违约责任

**第十一条、** 技术成果的归属和分享

本项目取得的相关知识产权归甲方所有，如需进行技术转让需经甲方同意并达成协议。项目结束后，乙方无偿将项目所有设备等进行捐赠。

**第十二条、** 风险责任

1、 甲方按本合同规定的内容，在规定的时间内向乙方提交资料及文件，并对其完整性、准确性负责。甲方提交上述资料及文件超过规定时限 5 天以内，乙方有权按本合同规定顺延交付技术文件的时间；规定时限超过 5 天以上时，应由甲乙双方重新商定交付技术文件的时间。

- 2、 甲方变更委托项目、规模、条件或因提交的资料错误，或所提交资料作较大修改，要求乙方作较大返工时，乙方在接通知后 3 天内向甲方提交返工费用预算（含工作量及计算依据），经双方共同协商后签订补充协议。
- 3、 乙方延迟提交本合同约定的技术文件时，延迟时间在 5 天以内，须至少提前 10 天向甲方提出，未能提前提出要求的，甲方有权拒绝。

### **第十三条、 解决争议的方法**

- 1、 不可抗力，是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。当出现不可抗力情况影响甲乙双方履行合同时，根据不可抗力的影响，违约方可部分或全部免除责任。但有以下例外：
- 2、 因本合同的签订、履行而发生争议的，合同各方，应本着友好、合作的态度进行协商；协商不成的，由甲方所在地人民法院诉讼裁决。

### **第十四条、 合同效力**

本合同自甲乙双方签字盖章之日起生效。

本合同未尽事宜，双方可签订补充协议作为附件，补充协议与本合同具有同等效力。

### **第十五条、 其他**

本合同一式八份，甲、乙双方各执四份。

甲方：

乙方：

法定代表人或

法定代表人或

委托代理人：

委托代理人：

地 址：

地 址：

开户银行：

开户银行：

帐 号：

帐 号：

电 话：

电 话：

签约地址：

签约时间：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 第六章 投标文件格式

正本或副本

\_\_\_\_\_项目

### 投标文件

项目编号：温交易【2020】 号

采购编号：温政采【2020】 号

投标人名称： 单位全称（加盖单位公章）  
法定代表人或授权代理人： （签字或加盖印鉴）

地址：

年 月 日



## 目 录

- 一、投 标 函
- 二、开标一览表
- 三、分项报价一览表
- 四、法定代表人（负责人）身份证明
- 五、法人代表授权委托书
- 六、投标人基本情况表
- 七、本项目组成人员表
- 八、项目实施方案
- 九、反商业贿赂承诺书
- 十、小型、微型（监狱、残疾人福利性单位）企业产品明细表
- 十一、投标人资格声明函
- 十二、投标人资格证明文件
- 十三、投标人认为应提供的其它资料
- 十四、投标承诺函
- 十五、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声明

## 一、投 标 函

致：\_\_\_\_\_（采购人名称）

根据贵方\_\_\_\_\_（项目名称和项目编号、采购编号）招标文件之投标邀请，签字代表：（法人代表或负责人）正式授权并代表投标单位（单位名称、单位地址）提交以下文件正本壹份和副本\_\_\_\_\_份，并对之负法律责任。

据此函，签字代表宣布同意如下：

- 1、我方投标总价为人民币（大写）\_\_\_\_\_（小写）\_\_\_\_\_元人民币
- 2、服务期限：\_\_\_\_\_； 质保期：\_\_\_\_\_；质量标准：\_\_\_\_\_。
- 3、如果我们的投标文件被接受，我们将按招标文件的规定签订并严格履行合同中的责任和义务。
- 4、投标人已详细审查全部招标文件，包括修改文件以及全部参考资料和有关附件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
- 5、提供的货物是原装全新、符合招标文件规定技术参数的设备或产品。
- 6、本投标自开标日起有效期为\_\_\_\_\_日历天。
- 7、如果在规定的开标时间后，投标人在投标有效期内不得撤回投标。
- 8、投标人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价的投标或其他任何投标。

投标人地址：

电话（传真）：

邮 政 编 码：

开户银行及账号：

法定代表人或授权委托人签字：

投标人名称（公章）

日期： 年 月 日

## 二、开标一览表

项目名称	
投标总报价 (元)	人民币大写: _____ 人民币小写: _____
质量标准	
服务期限	
质保期	
优惠条件	
	<b>说明:</b> 1、本表投标总价应与投标文件中报价表、投标函的总报价一致，不一致者以《投标函》中总报价为准（大小写不一致以大写金额为准），投标人将承担由此造成的一切后果。 2、与本表同时公开唱标的内容包括对其投标文件的修改或撤回通知、投标价折扣声明、其他采购人认为应该宣读的内容等。 3、投标总报价应包含成本、运输、税金、培训、安装调试等一切与之相关费用。

投标人名称（公章）：

法定代表人或授权委托人签字：

日 期：年    月    日

### 三、分项报价一览表

项目名称：

项目编号：

采购编号：

投标人名称：（公章）

金额单位： 元

序号	项目内容	单位	数量	单价	合计	备注

优惠条件：1、\_\_\_\_\_

2、\_\_\_\_\_

3、\_\_\_\_\_

法定代表人或授权委托人签字（公章）：

年 月 日

#### 四、法定代表人（负责人）身份证明

投标人名称：\_\_\_\_\_

单位性质：\_\_\_\_\_

地址：\_\_\_\_\_

成立时间：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

经营期限：\_\_\_\_\_

姓名：\_\_\_\_\_ 性别：\_\_\_\_\_ 年龄：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

系\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

法定代表人身份证明

投标人名称：\_\_\_\_\_（盖单位章）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 五、授权委托书

本人\_\_\_\_\_（姓名）系\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人（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、说明、补正、递交、撤回、修改（项目名称）投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：\_\_\_\_\_。

代理人无转委托权。

附：委托代理人身份证复印件

投标人名称：\_\_\_\_\_（盖单位章）

法定代表人：\_\_\_\_\_（签字或盖章）

身份证号码：\_\_\_\_\_

委托代理人：\_\_\_\_\_（签字）

身份证号码：\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 六、投标人基本情况表

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电 话		
	传 真			网 址		
组织结构						
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
成立时间				员工总人数：		
企业资质等级						
营业执照号						
注册资金						
经营范围						
备注	投标单位可跟据企业实际情况增加或删减填写此表					

## 七、本项目组成人员表

姓名	性别	年龄	专业学历	职称职务	专业工作 年限	备注

法定代表人或被授权人（签字或盖章）：

投标人名称（盖章）：

日期：



## 八、项目实施方案

投标人须根据第四章招标项目服务内容编制项目实施方案（格式自拟）

## 九、反商业贿赂承诺书

我公司承诺：

在（投标项目名称）投标活动中，我公司保证做到：

- 一、公平参加本次投标活动。
- 二、杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、政府采购代理机构工作人员、评审专家及其亲属提供礼品礼金、回扣、佣金等费用。
- 三、若出现上述行为，我公司及参与投标的工作人员愿意接受按照国家法律法规等有关规定  
的处罚。

公司法人代表（签字或盖章）

法人授权代表（签字）

投标人名称（公章）

年 月 日

## 十、小型、微型（监狱、残疾人福利性单位）企业产品明细表

单位：元

序号	货物名称	品牌型号规格	制造商名称	制造商类型（填小型/微型/监狱/残疾人福利性单位）	数量	单价	金额合计
小型微型（监狱、残疾人福利性单位）企业产品金额总计_____元							

（ ）投标人系小型微型（监狱、残疾人福利性单位）企业，且提供本企业生产制造的产品。（填是或否）

（ ）投标人提供其它小型微型（监狱、残疾人福利性单位）企业生产制造的产品。（填是或否）

法定代表人或被授权人（签字或盖章）：

投标人名称（盖章）：

日期：

## 十一、 投标人资格声明函

致（采购人）：

关于贵方编号为\_\_\_\_\_的投标邀请，本公司愿意参加投标，提供招标内容中规定的货物，并声明提交的下列文件是准确的和真实的。

1. 投标人基本情况
2. 投标人资格证明文件

我方在此声明，我方具备并满足《中华人民共和国政府采购法》二十二条规定的条件；

法定代表人或被授权人（签字或盖章）：

投标人名称（盖章）：

日期：

## 十二、投标人资格证明文件

1、营业执照（副本）、组织机构代码证（副本）、税务登记证（副本）（或三证合一的营业执照副本）

2、法人持法定代表人身份证及身份证复印件或授权委托人持法人授权委托书及本人身份证复印件。

3、无行贿犯罪记录承诺书(格式见附件)（符合第二章投标人须知前附表 1.3.5 规定）

4、财务要求：提供 2018 或 2019 年度的财务审计报告。

5、近期企业完税凭证或企业相关税票复印件加盖公章（开标日前 12 个月任三个月）。

6、提供企业社保证明（提供开标日前 12 个月任 3 个月缴费证明）；

7、参加政府采购活动前三年内无重大违法记录的书面声明

8、“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、中国政府采购网（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）及“中国裁判文书网”网站网页截图

9、招标文件中规定的其他资料。

**以上复印件必须加盖单位公章,资格证明文件由资格审查小组对投标人资格进行审查**

### 十三、投标人认为需要提供的其它资料

## 十四、投标承诺函

我单位对\_\_\_\_\_项目（项目编号：\_\_\_\_\_采购编号：\_\_\_\_\_）投标行为做出承诺，保证所提交材料的真实性。

我单位承诺：

1、在投标文件递交截止时间后至确定成交人的投标有效期内，我单位不得要求退出竞标或者修改投标文件且对递交的投标文件负责，受其约束。

2、若我单位中标，在接到成交通知书后，除不可抗力因素外，及时按规定与采购人签订合同并认真履约。

3、非因不可抗力因素放弃成交或未按规定期限与采购人签订合同，愿赔偿采购人由此造成的损失（损失费由采购人按相关规定计算），并愿接受采购金额千分之五以上千分之十以下罚款、列入不良行为记录名单、在1至3年内禁止参加政府采购活动、给予通报的处罚。

4、不存在法律法规规定的其他违法违规行为。

投标人名称（盖章）：\_\_\_\_\_

法人代表或授权委托人（签字或盖章）：\_\_\_\_\_

年 月 日

## 十五、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声明

致：\_\_\_\_\_（招标人）

我公司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，特此承诺。

若招标采购单位在本项目采购过程中发现我单位近三年内在经营活动中有重大违法记录，我单位将无条件地退出本项目的招标，并承担因此引起的一切后果。

投标人名称：\_\_\_\_\_（盖章）

法定代表人或授权委托人：\_\_\_\_\_（签字）

日 期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日



附件：

## 无行贿犯罪记录承诺书

承诺书

\_\_\_\_\_（采购人名称）：

我方在此声明，我方在\_\_\_\_\_（项目名称）招投标过程中所涉及的包括法人、法定代表人、法定代表人委托人近三年内均无行贿犯罪记录。

我方保证上述信息的真实和准确，并愿意承担因我方就此弄虚作假所引起的一切法律后果。

特此承诺

投标人名称：\_\_\_\_\_（盖单位章）

法定代表人或授权委托人：\_\_\_\_\_（签字）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日