

招 标 文 件

采购项目编号：青海华茂公招（服务）2021-006

采购项目名称：电子商务进农村示范县项目

采 购 单 位：玛多县发展和改革局

采购代理机构：青海华茂工程项目管理有限公司

2021 年 01 月

目 录

第一部分 投标邀请.....	5
第二部分 投标人须知前附表.....	8
第三部分 投标人须知.....	10
一、说 明.....	10
1.适用范围.....	10
2.采购方式、合格的投标人.....	10
3.投标费用.....	10
二、招标文件说明.....	11
4.招标文件的构成.....	11
5.招标文件、招标活动和中标结果的质疑.....	11
6.招标文件的修改.....	11
三、投标文件的编制.....	12
7.投标文件的语言及度量衡单位.....	12
8.投标报价及币种.....	12
9.投标保证金.....	12
10.投标有效期.....	13
11.投标文件构成.....	13
12. 投标文件的编制要求.....	13
四、投标文件的递交.....	14
13. 投标文件的密封和标记.....	14
14. 递送投标文件的地点、截止日期.....	14
15. 投标文件的撤回和修改.....	14
五、开标.....	14
16. 开标.....	14

六、评审程序及方法.....	15
17. 评标委员会.....	15
18. 评审工作程序.....	16
19. 评审办法.....	18
七、定标.....	21
20. 推荐并确定中标人.....	21
21. 中标通知.....	21
八、授予合同.....	21
22. 签订合同.....	21
九、废标.....	22
23. 废标情形.....	22
十、处罚.....	22
24. 处罚情形.....	22
十一、采购代理服务收费标准.....	22
十二、其他.....	23
第四部分 青海省政府采购项目合同书范本（参考）	24
第五部分 投标文件格式.....	37
格式 1：投标文件封面.....	38
目录（上册）	39
（1）投标函.....	40
（2）法定代表人证明书.....	41
（3）法定代表人授权书.....	42
（4）投标人承诺函.....	43
（5）投标人诚信承诺书.....	44
（6）资格证明材料.....	45

(7) 财务状况报告, 依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料.....	46
(8) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料.....	47
(9) 无重大违法记录声明.....	48
(10) 投标保证金证明.....	49
目录 (下册)	51
(11) 评分对照表.....	52
(12) 开标一览表 (报价表)	53
(13) 分项报价表.....	54
(14) 服务响应表.....	55
(15) 实施方案.....	56
(17) 投标人的类似业绩证明材料.....	59
(18.1) 制造 (生产) 企业小型、微型企业声明函.....	60
(18.2) 从业人员声明函.....	61
(19) 残疾人福利性单位声明函.....	62
(20) 投标人认为在其他方面有必要说明的事项.....	63
第五部分 采购项目要求及服务内容.....	64
(一) 投标要求.....	64
1. 投标说明.....	64
2. 商务要求.....	64
具体服务内容.....	68

第一部分 投标邀请

电子商务进农村示范县项目 公开招标公告

项目概况

电子商务进农村示范县项目招标项目的潜在投标人应在青海华茂工程项目管理有限公司（青海省西宁市城西区西关大街130号唐府公寓12B层11219B室）获取招标文件，并于2021年02月02日09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：青海华茂公招（服务）2021-006

项目名称：电子商务进农村示范县项目

预算金额：2000.00万元

最高限价（如有）：/

采购需求：公共服务体系建设、三级物流配送体系建设、电子商务培训体系建设、农产品上行网络营销服务体系建设。具体内容详见《招标文件》

合同履行期限：建设期一年，服务期两年，巩固维护期两年

本项目不接受联合体投标。

二、投标人的资格要求：

1、符合《政府采购法》第22条条件，并提供下列材料：

1.1 投标人的营业执照等证明文件，自然人的身份证明。

1.2 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。

1.3 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。

1.4 参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。

1.5 具备法律、行政法规规定的其他条件的证明材料。

2、经信用中国（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询后，

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，取消投标资格；

3、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动。否则，皆取消投标资格；

4、为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理检测等服务的投标人，不得再参加该采购项目的其他采购活动；

5、本项目不接受投标人以联合体方式进行投标；

6、招标文件其他条件。

三、获取招标文件

时间：2021年01月11日至2021年01月15日（节假日除外），每天上午9:00至11:30，下午13:30至17:30（北京时间，法定节假日除外）

地点：青海省西宁市城西区西关大街130号唐府公寓12B层11219B室

方式：线下获取或线上获取

【持授权委托书原件、营业执照副本复印件、法人身份证复印件及授权人身份证复印件（加盖单位公章）在青海省西宁市城西区西关大街130号唐府公寓12B层11219B室报名并购买采购文件；线上获取将授权委托书原件、营业执照副本复印件、法人身份证复印件及授权人身份证复印件（加盖单位公章）和相关联系人的联系方式扫描后，发送至`qhzmzb@163.com`邮箱，在邮件中标明购买项目名称、项目编号、联系人及联系方式，并与我公司工作人员进行联系确认。】

售价：500.00元（招标文件售后不退，投标资格不能转让。）

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件截止时间：2021年02月02日09时00分（北京时间）

投标地点：青海省政务服务监督管理局二楼7号开标室（地址：青海省西宁市西川南路53号）

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

采购项目联系人：李先生

电话：0971-8276610

公告期限：自青海政府采购网发布之日起5个工作日

公告内容以青海政府采购网发布的为准

本项目采购公告同时在《青海省电子招标投标公共服务平台》和《青海省政府采购网》上发布
七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

采购人：玛多县发展和改革局

联系人：苏先生

联系电话：0975-8345089

地址：果洛州玛多县玛查理镇西大街 26 号

2. 采购代理机构信息

名称：壹海华茂工程项目管理有限公司

地址：青海省西宁市城西区西关大街 130 号唐府公寓 12B 层 11219B 室

联系电话：0971-8276610

3. 项目联系方式

项目联系人：李先生

第二部分 投标人须知前附表

序号	内容	
1	采购项目名称	电子商务进农村示范县项目
2	采购项目编号	青海华茂公招（服务）2021-006
3	采购人	玛多县发展和改革局
4	采购代理机构	青海华茂工程项目管理有限公司
5	采购方式	公开招标
6	评分办法	综合评分法
7	采购预算额度	人民币2000.00万元
8	项目分包个数	无
9	采购要求	详见招标文件第六部分
10	供应商资格条件	1、符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条的条件； 2、招标文件确定的其他资格条件。
11	投标保证金	<p>投标保证金：</p> <p>¥400,000.00元整（大写肆拾万元整）。</p> <p>收款单位：青海华茂工程项目管理有限公司</p> <p>开 户 行：中国农业银行股份有限公司西宁城西区文华路支行</p> <p>银行账号：<u>2805 4001 0400 01003</u></p> <p>缴费时间：投标人在投标截止期前一天以前，以银行到账时间为准，如采购项目变更开标时间，则保证金交纳时间相应顺延。（注：在转账凭证上注明项目名称及项目编号）。</p>
12	缴费方式	<p>缴费方式：投标保证金必须由投标人从其基本账户（需提供开户许可证）汇（转）入采购代理机构指定账户。</p> <p>投标人未按照招标文件要求提交投标保证金的，投标无效。</p>
13	投标文件编制要求	<p>1. 投标人应按照招标文件所提供的投标文件格式，分别填写招标文件第五部分的内容，应分别注明所提供服务名称、技术配置及参数、数量和价格等内容，并由法定代表人或委托代理人按要求签字、加盖公章。</p> <p>2. 投标人应按招标文件要求准备投标文件（1份正本、6份副本和相应的电子文档1份，以及用于退还投标保证金单独</p>

		提交的“投标保证金证明”1份。每份投标文件都必须清楚地标明“正本（上册、下册）”或“副本（上册、下册）”字样。投标文件统一使用A4幅面的纸张印制，必须胶装成册并编码，其他方式装订的投标文件一概不予接受。
14	投标文件的密封	投标文件外层密封袋的标注：采购项目名称、采购项目编号、包号、投标人名称、年月日以及“于**年**月**日**：**（开标时间）之前不准启封”字样。
15	递交投标文件方式	现场递交，不接受邮寄投标
16	投标截止时间	2021年02月02日上午09时00分（北京时间）
17	开标时间	2021年02月02日上午09时00分（北京时间）
18	开标地点	青海省政务服务监督管理局二楼7号开标室 地址：青海省西宁市西川南路53号文博大厦
19	答疑澄清方式	采用现场答疑。投标人须提供准确的联系方式（手机和固定电话），应在规定的时间内到达评审现场进行答疑澄清，如在规定的时间内联系无果或未按时到达的，视同放弃答疑。
20	代理服务费收取	收费标准：以成交金额作为计算基数,参照《关于进一步放开建设项目专项业务服务价格的通知》（发改价格[2015]299号）规定执行。在合同签订前向采购代理机构交纳(计算办法见磋商文件第三部分投标人须知第十一项内容)。
21	合同签订有效期	自中标通知书发出之日起30日内与采购人签订合同。
22	政府采购合同备案	采购合同全数返回采购代理机构鉴证，盖章。 采购代理机构留存三份原件备案。
23	投标有效期	本次投标有效期为开标之日起90个日历日。
24	其他事项	无

第三部分 投标人须知

一、说明

1.适用范围

1.1本次招标依据采购人的采购计划，仅适用于本招标文件中所叙述的项目。

2.采购方式、合格的投标人

2.1本次招标采取公开招标方式。

2.2合格的投标人：

1、投标人须符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的资格条件。

(1) 具有独立承担民事责任的能力：提供合法有效的营业执照、组织机构代码证、税务登记证（或提供三证合一证件）复印件加盖公章；

(2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

(3) 具有履行合同所必需的设备和技术能力；

(4) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

(5) 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：须附相关书面声明原件；

(6) 法律、行政法规规定的其他条件。

2、经信用中国（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询后，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，取消投标资格。（提供“信用中国”网站下载的信用信息报告和相关查询截图，信用信息报告时间为投标截止时间前20天内）。

3、投标人名称不同但法定代表人为同一个自然人的两个或者两个以上的投标人不得参加同一采购项目的投标。如果出现上述情况，相关投标人的投标均将被拒绝；

4、为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得再参加该采购项目的其他采购活动

5、本项目不接受联合体投标。

3.投标费用

投标人应自愿承担与参加本次投标有关的费用。采购代理机构对投标人发生的费用不承担任何责任。

二、招标文件说明

4. 招标文件的构成

4.1 招标文件包括：

- (1) 投标邀请
- (2) 投标人须知前附表
- (3) 投标人须知
- (4) 青海省政府采购项目合同书范本
- (5) 投标文件格式
- (6) 采购项目要求及技术参数
- (7) 采购过程中发生的澄清、变更和补充文件

4.2 投标人应认真阅读招标文件中列示的事项、格式、条款和要求等内容。如果投标人未按招标文件要求提交全部资料，或者对招标文件未作出实质性响应的，根据相关法规要求，此类投标将被拒绝。

5. 招标文件、招标活动和中标结果的质疑

参加投标的投标人认为招标文件、招标活动和中标、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7个工作日内以书面形式（如信件、传真等）向采购人或者采购代理机构一次性提出所有质疑，不接受匿名质疑。采购人或采购代理机构在收到投标人的书面质疑后7个工作日内予以答复，并将答复事宜告知本项目的所有潜在投标人。

质疑时效期间的计算：

- (1) 对可以质疑的招标文件提出质疑的，为收到招标文件之日或招标文件公告期限届满之日；
- (2) 对招标过程提出质疑的，为招标程序各环节结束之日；
- (3) 对中标结果提出质疑的，为中标公告期限届满之日。

6. 招标文件的修改

6.1 在投标截止期前，采购人或采购代理机构可对招标文件进行必要的修改或者澄清。

6.2 采购代理机构对已发出招标文件进行必要的澄清或者修改的，澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，在招标文件要求提交投标文件截止时间15日前，在青海政府采购网上发布公告；不足15日的，顺延提交投标文件的截止时间。该澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

6.3 在投标截止时间前，采购人或采购代理机构可以视采购具体情况，延长投标截止时间和开

标时间，并在招标文件要求提交投标文件的截止时间三日前，将变更时间以书面形式通知所有购买了招标文件的投标人，同时在发布本次招标公告的网站发布变更公告。

三、投标文件的编制

7. 投标文件的语言及度量衡单位

7.1 投标人提交的投标文件以及投标人与采购代理机构就此投标发生的所有来往函电均应使用简体中文。

7.2 除招标文件中另有规定外，投标文件所使用的度量衡单位，均须采用国家法定计量单位。

7.3 附有外文资料的须翻译成中文，并加盖投标人公章，如果翻译的中文资料与外文资料出现差异与矛盾时，以中文为准，其准确性由投标人负责。

8. 投标报价及币种

8.1 投标报价为投标总价。投标报价包括：设计费，咨询费，方案编写费用、人员费用、差旅费，税费、中标服务费及不可预见费等全部费用。

8.2 投标报价有效期应与投标有效期一致。

8.3 投标人应根据招标文件规定的格式完整填写所有内容，并保证所提供的全部资料真实可信，自愿承担相应责任。

8.4 投标报价为闭口价，即中标后在合同有效期内价格不变。

8.5 投标币种是人民币。

9. 投标保证金

9.1 投标人应将投标保证金缴款证明作为投标文件的内容一并提供。缴纳的投标保证金用于因投标人的行为使本次招标活动受到损失的抵项。在本次招标活动中未中标且投标人未发生过失行为的，采购代理机构将在中标通知书发出五个工作日内退还。

9.2 投标人应在投标截止期前一日将投标保证金缴纳到采购代理机构账户，以银行到账时间为准。

9.3 投标保证金必须由投标人从其基本账户汇（转）入采购代理机构指定账户。

9.4 未按招标文件要求在规定时间内前交纳规定数额投标保证金的投标将被拒绝。

9.5 未中标人的投标保证金自中标通知书发出之日起5个工作日内全额无息退还（不退现金）；中标人的投标保证金，自政府采购合同签订之日起5个工作日内全额无息退还（不退现金）。

9.6 下列任何情况发生时，投标保证金将不予退还：

(1) 投标人在递交投标文件的截止时间前未到达现场并且没有以书面形式如信函、传真等告知采购代理机构要撤其投标的；

(2) 中标人在规定期限内未能按规定签订合同或未按规定缴纳中标服务费；

(3) 提供虚假材料谋取中标的；

(4) 将中标项目转让给他人，或者在投标文件中未说明，将中标项目分包给他人的；

(5) 拒绝履行合同义务的；

(6) 法律、法规规定的其他情形。

10. 投标有效期

投标有效期为自开标之日起不少于90日历日。

11. 投标文件构成

11.1 投标人应提交相关证明材料，作为其参加投标和中标后有履行合同的证明。编写的投标文件须包括以下内容（内容、格式详见招标文件第五部分）：

注：招标文件要求签字、盖章的地方必须由投标人的法定代表人或委托代理人按要求签字、盖章；投标人提供的扫描（或复印）件均需加盖公章。投标人须按上述内容、顺序和格式编制投标文件，并按要求编制目录、页码。

12. 投标文件的编制要求

12.1 投标人应按照招标文件所提供的投标文件格式，分别填写招标文件第五部分的内容，应分别注明所提供货物的名称、技术配置及参数、数量和价格等内容，并由法定代表人或委托代理人按要求签字、加盖公章。

12.2 投标人应按招标文件要求准备投标文件（1份正本、6份副本和相应的电子文档1份，以及用于退还保证金单独提交的“投标保证金证明”1份）。每份投标文件都必须清楚地标明“正本”或“副本”字样。若发生正本和副本不符，以正本投标文件为准。投标文件统一使用A4幅面的纸张印制，必须胶装成册并编码，其他方式装订的投标文件一概不予接受。

12.3 投标文件的正本和副本均需打印或用不褪色、不变质的墨水书写，并由投标人的法定代表人或其委托代理人在规定签章处签字、盖章。投标文件副本可采用正本的复印件加盖骑缝章，电子文档采用光盘或U盘制作，采用不可修改文档格式（如：PDF格式），内容必须和纸质投标文件正本完全一致，包括页码、签字、盖章等。

12.4 投标文件中不得行间插字、涂改或增删，如有修改错漏处，须由投标企业法人或其委托代

理人签字或盖个人印鉴。

四、投标文件的递交

13. 投标文件的密封和标记

13.1 投标文件正本、所有副本和招标文件要求单独提交的投标保证金证明、电子文档，应分别封装于不同的密封袋内，密封袋上应分别标上“正本（上册、下册）”、“副本（上册、下册）”、“投标保证金证明”、“电子文档”字样，并注明投标人名称、采购项目编号、采购项目名称、包号。

13.2 为方便退还投标保证金，投标人应将“投标保证金证明”单独密封，并在信封上标明“投标保证金证明”字样。

13.3 密封后的投标文件均应：

(1) 按“投标人投标前须知”注明的时间、地址送达；

(2) 投标文件密封袋用“于XX年XX月XX日XX时XX分（北京时间）之前不准启封”的标签密封。

13.4 如果投标人未按第13.1- 13.3条要求将投标文件密封或在密封袋上加写标记，采购代理机构对误投或过早启封概不负责。由此造成提前启封的投标文件，采购代理机构予以拒绝，并退回投标人。

13.5 投标人以电报、电话、传真形式投标的，采购代理机构概不接受。

14. 递送投标文件的地点、截止日期

14.1 所有投标文件都必须按招标文件规定的投标截止时间之前送达开标地点。

14.2 采购代理机构将拒绝接受在投标截止时间之后送达的投标文件。

14.3 采购人和采购代理机构可以按照第6条规定，通过修改招标文件自行决定酌情延长投标截止期，在此情况下，采购人与采购代理机构和投标人受投标截止时间制约的所有权利和义务均延长至新的截止日期。

15. 投标文件的撤回和修改

15.1 允许投标人在投标截止期前撤回其投标（须以书面形式通知采购代理机构），投标截止期后不得撤回其投标。否则，其投标保证金将不予退还，上缴同级财政部门。

五、开标

16. 开标

16.1 采购代理机构按本文件中确定的时间和地点组织招标开标。投标人须派法定代表人或委托代理人参加并签到以证明其出席开标会议，否则视为自动放弃。

16.2 开标工作由采购代理机构组织，采购人、采购管理、纪检监察等有关方面代表可根据采购项目的具体情况列席。

16.3 开标时，由投标人检查投标文件的密封情况，经签字确认无误后，由招标工作人员当众拆封，宣读投标人名称、投标价格和投标文件的其他主要内容。

16.4 开标时，投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中明细表内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准。投标文件中大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准；总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价汇总金额计算结果为准；单价金额小数点有明显错位的，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。若投标人拒绝接受，其投标将被拒绝。

16.5 身份验证：投标人在投标文件正本拆封以后，出示法定代表人或委托代理人的有效身份证明，身份不符的按无效投标处理。

16.6 答疑：本项目的评标委员会对投标人的投标文件进行评审，并根据评审情况确定答疑时间，投标人应在规定的时间内到达评审现场进行答疑澄清，如在规定的时间内联系无果或未按时到现场答疑的，视同放弃答疑。

六、评审程序及方法

17. 评标委员会

17.1 采购代理机构根据采购项目的特点依法组建评标委员会，评审专家从政府采购专家库中抽取，其成员由具有一定专业水平的技术、经济等方面的专家和采购人代表等五人或五人以上单数组成。其中技术、经济等方面的专家不少于成员总数的三分之二。政府采购评审专家库不能满足需求时，经同级财政部门同意，可以采取选择性方式确定评标专家。

参与招标文件论证或征询过意见的专家不得参加该项目的评标。采购人不得以专家身份参与本部门或本单位采购项目的评标。采购代理机构工作人员不得参加本机构代理的政府采购项目的评标。

17.2 评标由采购代理机构负责组织，具体评标事务由依法组建的评标委员会负责，并独立履行下列职责：

- (1) 审查投标文件是否符合招标文件要求，并作出评价；
- (2) 要求投标人对投标文件有关事项作出解释或澄清；

- (3) 推荐中标候选人；
- (4) 对非法干预评标工作的人员和机构进行举报或投诉。

17.3 评标委员会应遵守并履行下列义务：

- (1) 遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责；
- (2) 按照招标文件规定的评审方法和评审标准进行评审，对评审意见承担评标委员会成员责任；
- (3) 对评审文件、评审情况和评审中获悉的商业秘密保密；
- (4) 参与评审报告的起草；
- (5) 解答投标人及有关方面的质疑；
- (6) 配合进行质疑投诉处理工作。

17.4 评审工作在有关部门的监督下依法开展，任何单位和个人不得非法干预、影响评审工作和评审结果。

18. 评审工作程序

18.1 进入评审阶段后，由评标委员会独立开展评审工作，负责审议所有投标文件，并按先初审、后详细评审的程序对投标文件进行评审、评分。

18.1.1 本次综合评分的主要因素是：投标报价、商务评价、技术质量、销售及服务情况。评审过程中，在同等条件下，优先采购具有环境标志、节能、自主创新的产品。（注：环境标志产品是指由财政部、国家环境保护总局颁布的环境标志产品政府采购清单”中的有效期内的产品；节能产品是指由财政部、国家发展改革委颁布的“节能产品政府采购清单”中的有效期内的产品。）

根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》，属小型、微型企业制造的货物（产品），投标人须提供该制造（生产）企业出具的《小型、微型企业声明函》（详见附件14），并由投标人加盖公章，其划型标准严格按照国家工信部、国家统计局、国家发改委、财政部出台的《中小企业划型标准规定》（工信部联企业[2011]300号）执行。投标人提供的《小型、微型企业声明函》资料必须真实，否则，按照有关规定予以处理。

18.1.2 除投标价格因素外，评标委员会应依据招标文件规定的评审方法和评审标准对其他因素进行客观评审。

18.2 初审阶段为资格性审查和符合性审查。投标文件在响应招标文件要求方面出现的偏离，分为实质性偏离和非实质性偏离。

18.2.1 实质性偏离是指投标文件未能实质性响应招标文件的要求。以下情况属于实质性偏离，投标文件有下列情况之一的，按无效投标处理。

- (1) 不符合第2.2款“合格的投标人”之规定的；
- (2) 未按招标文件要求缴纳或未足额缴纳投标保证金的；
- (3) 未按第11.1款（1）-（16）要求提供相关资料的；
- (4) 投标文件内容没有按招标文件规定和要求签字、盖章的；
- (5) 投标文件编排混乱，导致评审工作难以正常进行的；
- (6) 服务期、投标有效期不能满足招标文件要求的；
- (7) 服务响应方案不符合采购项目要求的；
- (8) 投标文件中附有采购人不能接受的条件的；
- (9) 投标报价超过采购预算额度的；
- (10) 未提供电子文档的；
- (11) 投标文件纸质与电子文档不一致的；
- (12) 评标委员会认为应按无效投标处理的其他情况；
- (13) 法律、法规规定的其他情形。

18.2.2非实质性偏离是指投标文件实质性响应招标文件，但在部分可允许范围内存在一些不规则、不一致、不完整的内容，通过澄清、说明或者补正后这些内容不会改变投标文件的实质性。以下情况属于非实质性偏离：

- (1) 投标文件文字表述的内容含义不明确；
- (2) 同类问题表述不一致；
- (3) 有明显文字和计算错误；
- (4) 提供的技术信息和数据资料不完整；
- (5) 评标委员会认定的其他非实质性偏离情况。

投标文件有上述情形之一的，评标委员会应当要求投标人在规定的时间内予以澄清、说明。澄清说明材料由投标人法定代表人或委托代理人签字确认，该内容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，并作为投标文件的组成部分。答疑期间，投标人拒绝或在规定的时间内未做出澄清、说明，或澄清、说明的内容仍不能说明问题的，评标委员会将按照招标文件的要求对现有的投标资料做出评审意见。评标委员会对投标人主动提出的澄清、说明的内容将不予接受。

18.2.3 在投标文件初审、复审过程中，如果评标委员会成员出现对评审结果有不同意见的，应当以书面形式反映，评审报告中应注明该不同意见。评标委员会成员拒绝在评审报告中签字又不书面说明其不同意见和理由的，视为同意评审结果。

18.3比较与评价：评标委员会将按招标文件中规定的评标办法和标准，对资格性审查和符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估方面的综合比较与评价。即在最大限度地满足招标文件实质性要求的前提下，按照招标文件中规定的各项因素进行综合评审，以评审总得分由高到低排序推荐中标候选人。若得分相同时，按投标报价由低到高顺序排列；得分相同且报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。

19. 评审办法

19.1依照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》、财政部《政府采购货物和服务招标投标管理办法》、财政部《关于加强政府采购货物和服务项目价格评审管理的通知》的规定，结合该项目的特点制定本评审办法。本次评审采用综合评分法，评审内容分为商务和技术两部分（满分100分）。

19.2评审标准和分值分配：

1	投标报价 (10分)	<p>评标基准价为满足招标文件要求的投标价格中最低的投标报价。投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 价格权值 (10%) × 100 (四舍五入后保留小数点后两位)。</p> <p>如投标人的投标报价超出本项目预算金额，为无效投标。</p> <p>注：根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》、《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》的相关规定，对残疾人福利性单位、小型和微型企业制造（生产）产品的价格给予 6% 的扣除，用扣除后的价格参与评标。</p> <p>残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。</p>
2	公共服务体系建设 (10分)	<p>投标人针对玛多县电子商务公共服务中心的建设、运营，在玛多县调研后的基础上，提出切实可行、技术先进的实施方案，详细建设方案，贴合实际，功能区域设置合理。</p> <p>方案内容包括：1. 完善玛多县电子商务公共服务中心；2. 乡镇村级电子商务服务站点体系建设；3. 电子商务服务点功能及要求；4. 选择专业运营团队，为政府提供决策支持与电商主体管理。</p> <p>能满足采购单位所有要求，以上内容每实质性响应一项得 2.5 分，部分响应得 1.5 分，未提供不得分。（满分 10 分）</p>

实施方案 (40分)	三级物流配送体系建设 (11分)	<p>1、应充分结合电商平台的运营模式，提出科学合理的三级物流体系建设方案，整合利用现有物流快递资源，解决从县、乡镇到村“最后一公里”的问题，针对物流、冷链、配送等资源整合及体系建设、规划合理性、覆盖范围、运营可持续等方面作出详细设计内容，包括1.1乡（镇）村级电子商务服务站点体系建设；1.2建设物流仓储公共信息管理系统；1.3按需改造玛多县物流仓储集散中心，购置相应的设施设备，开通玛多-西宁物流专线。</p> <p>能满足采购单位所有要求，以上内容每实质性响应一项得2分，部分响应得1分，未提供不得分。（满分6分）</p> <p>2、投标人具有自有干线、支线物流车辆，自有或与有能力的企业合作。</p> <p>2.1 按需购置干线车辆3-5辆的得3分，小于3辆的不得分。</p> <p>2.2 按需购置支线车辆4-6辆的得2分，小于4辆的不得分。</p> <p>（满分5分）</p>
	电子商务培训体系建设 (6分)	<p>投标人能够根据当地实际情况提供电子商务应用及技能培训的整体方案、课程设置等。方案内容包括1.定制开发针对不同层次需求的课程体系1套；2.电子商务网上培训系统1套（覆盖到村）；3.根据不同阶段学员建立培训服务体系。要求内容完整、思路清晰，切合项目实际，可操作性强，并提供完成相关培训的能力证明材料。</p> <p>能满足采购单位所有要求，以上内容每实质性响应一项得2分，部分响应得1分，未提供不得分。（满分6分）</p>
	农畜产品上行营销及供应链体系建设 (13分)	<p>要求体系建设方案完善，发展规划清晰可行，品牌类型覆盖广泛、定位明确，渠道建设形式丰富有效，编制全面，方案内容包括：</p> <p>1. 文旅融合、多措并举打造区域公共品牌；2. 产品质量标准化管理体系打造；3. 产品溯源追溯体系建设；4. 建设大数据应用中心；5. 玛多公共品牌产品开发；6. 玛多县本地品牌孵化；7. 玛多县网销渠道建设；8. 玛多县电商营销活动；9. 建设运营一体化产品体验馆；10. 加强新产品研发搭建电商产品素材共享库；11. 网销爆款产品推</p>

		介；12. 援建地区拓面宣传；13. 玛多电商扶贫活动。 以上内容每实质性响应一项得 1 分，部分响应得 0.5 分，未提供不得分。(满分 13 分)
3	综合实力 (15 分)	1、人员配置：拟派项目团队配置人员充分、设置合理，项目团队成员（含项目负责人）中具备电子商务类或信息系统类职业技能证书。（提供证书复印件及投标单位为其缴纳的社保证明复印件。）评标委员会对各供应商进行综合对比，优的得 11 分；较好的得 7 分；一般的得 3 分。 2、投标人具有有效的 ISO9001, ISO14001, ISO18001, ISO27001 体系认证, 每提供一项得 1 分，满分 4 分。
4	类似业绩 (6 分)	类似业绩情况：投标人提供 2017 年 1 月 1 日至今电商类或信息系统类类似业绩证明材料（须提供包含合同首页、标的及金额所在页、签字盖章页的扫描（或复印）件）每提供 1 项得 2 分, 最高得 6 分。
5	服务计划及承诺 (9 分)	投标人针对本项目制定详细的后续服务计划及承诺，服务计划制定全面、合理、可行的得 9 分；较全面、较合理得 6 分；不够全面、可行性不强得 3 分；未提供不得分。
6	重难点分析 (15 分)	投标人针对本项目服务要求及内容，结合玛多县实际情况，从经济发展状况、高海拔地区、人口密集程度等方面, 提供项目的重点环节、难点解析、重难点问题解决方案及措施。分析全面、合理、可行的得 15 分，较全面、较合理、可行性较好得 11 分，不够全面、可行性不强得 7 分；内容缺失、重难点分析不到位、措施不合理得 3 分；未提供不得分。
7	本地化服务能力 (5 分)	投标人在青海省有服务机构的得 5 分；有合作服务机构的得 3 分，没有的不得分。（需提供服务机构的营业执照及委托协议等证明文件。并提供服务能力、联系人员、联系方式等相关证明材料）。

七、定 标

20. 推荐并确定中标人

20.1 评标委员会根据评审总得分由高到低排序推荐中标候选人，并由采购人按顺序确定中标人。

20.2 中标人因不可抗力或自身原因不能履行合同时，采购人可以按照评审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，也可重新开展政府采购活动。

21. 中标通知

21.1 采购代理机构自中标人确定之日起2个工作日内发出《中标通知书》，并在青海政府采购网上公告中标结果。

21.2 《中标通知书》对采购人和中标人具有同等效力，《中标通知书》发出后，采购人改变中标结果，或者中标人无正当理由放弃中标项目的，依法承担法律责任。

八、授予合同

22. 签订合同

22.1 采购人与中标人双方应当自《中标通知书》发出之日起30日内，签订采购合同，送采购代理机构审核并备案。

22.2 签订合同前，中标人应当以支票、汇票、本票等非现金形式缴纳中标金额5%的履约保证金到采购人指定的账户。

22.3 中标人在法定期限内无正当理由拒签合同的，按违约处理。同时，采购代理机构和采购人可依评标排序重新确定中标人，并协调双方签订采购合同，或重新组织采购活动。

22.4 采购人不得向中标人提出任何不合理的要求作为订立合同的条件，采购人和中标人不得私下订立背离合同实质性内容的协议。

22.5 招标文件、中标人的投标文件、《中标通知书》及其澄清、说明文件、承诺等，均为签订采购合同的依据，作为采购合同的组成部分。

22.6 采购合同签订之日起2个工作日内，由采购代理机构将采购合同在青海政府采购网上公告，但采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

九、废标

23. 废标情形

23.1在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

- (1) 符合投标条件的供应商或者对招标文件作出实质性响应的供应商不足三家的。
- (2) 出现影响采购活动正常推进的违法、违规行为的。
- (3) 投标人的报价均超出采购预算额度，采购人不能支付的。
- (4) 因重大变故，采购任务取消的。

23.2废标后，由采购代理机构发布废标公告。

十、处罚

24. 处罚情形

中标人有下列情形之一的，中标无效，投标保证金、履约保证金不予退还。情节严重的，报同级财政部门依法进行处理：

- 24.1投标人在投标截止期后撤回其投标的。
- 24.2提供虚假材料谋取中标的。
- 24.3采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的。
- 24.4有恶意串通等不正当竞争行为的。
- 24.5中标后无正当理由拒不与采购人签订采购合同的。
- 24.6未按照招标、投标文件确定的事项签订采购合同的。
- 24.7将采购合同转包的。
- 24.8提供假冒伪劣产品的。
- 24.9擅自变更、中止或者终止政府采购合同的。
- 24.10中标人签订合同后，不能履约或无故拖延履约期的。
- 24.11法律、法规规定的其他情形。

十一、采购代理服务收费标准

服务类型、费率 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%
10000—100000	0.05%	0.05%	0.05%
1000000以上	0.01%	0.01%	0.01%

注：招标代理服务收费按差额定率累进法计算。例如：某货物招标代理业务中标金额为1000万元，计算招标代理服务收费额如下：

$$100\text{万元} \times 1.5\% = 1.5\text{万元}$$

$$(500 - 100)\text{万元} \times 1.1\% = 4.4\text{万元}$$

$$(1000 - 500)\text{万元} \times 0.8\% = 4.0\text{万元}$$

$$\text{合计收费} = 1.5 + 4.4 + 4.0 = 9.9\text{万元}$$

十二、其他

其他未尽事宜，按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》等法律法规的有关条款执行。

采 购 人（以下简称甲方）：

供 应 商（以下简称乙方）：

甲、乙双方根据 XXXX 年 XX 月 XX 日（采购项目名称）采购项目（采购项目编号）的招标文件要求和(采购代理机构)出具的《中标通知书》，并经双方协商一致，签订本合同协议书。

一、签订本政府采购合同的依据

本政府采购合同所附下列文件是构成本政府采购合同不可分割的部分：

- 1.招标文件；
- 2.招标文件的澄清、变更公告；
- 3.成交人提交的响应文件；
- 4.招标文件中规定的政府采购合同通用条款；
- 5.成交通知书；

二、合同标的及金额_____根据上述政府采购合同文件要求，本政府采购合同的总金额为人民币_____（大写）_____元。

服务范围：

服务期限：

服务地点：

三、服务内容与质量标准

(1)

(2)

(3)

四、付款方式：

五、知识产权

乙方应保证所提供的服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权。

六、无产权瑕疵条款

乙方保证所提供的服务的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。如有产权瑕疵的，视为乙方违约。乙方应负担由此而产生的一切损失。

七、履约保证金

(1) 乙方交纳人民币合同价的____% 作为本合同的履约保证金。

(2) 履约保证金作为违约金的一部分及用于补偿甲方因乙方不能履行合同义务而蒙受的损失。

八、甲方的权利和义务

(1) 甲方有权对合同规定范围内乙方的服务行为进行监督和检查，拥有监管权。有权定期核对乙方提供服务所配备的人员数量。对甲方认为不合理的部分有权下达整改通知书，并要求乙方限期整改。

(2) 甲方有权依据双方签订的考评办法对乙方提供的服务进行定期考评。当考评结果未达到标准时，有权依据考评办法约定的数额扣除履约保证金。

(3) 负责检查监督乙方管理工作的实施及制度的执行情况。

(4) 根据本合同规定，按时向乙方支付应付服务费用。

(5) 国家法律、法规所规定由甲方承担的其它责任。

九、乙方的权利和义务

(1) 对本合同规定的委托服务范围内的项目享有管理权及服务义务。

(2) 根据本合同的规定向甲方收取相关服务费用，并有权在本项目管理范围内管理及合理使用。

(3) 及时向甲方通告本项目服务范围内有关服务的重大事项，及时配合处理投诉。

(4) 接受项目行业管理部门及政府有关部门的指导，接受甲方的监督。

(5) 国家法律、法规所规定由乙方承担的其它责任。

十、违约责任

(1) 甲乙双方必须遵守本合同并执行合同中的各项规定，保证本合同的正常履行。

(2) 如因乙方工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给甲方造成损失或侵害，包括但不限于甲方本身的财产损失、由此而导致的甲方对任何第三方的法律责任等，

乙方对此均应承担全部的赔偿责任。

十一、不可抗力事件处理

(1) 在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

(2) 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

(3) 不可抗力事件延续 120 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

十二、解决合同纠纷的方式

(1) 在执行本合同中发生的或与本合同有关的争端，双方应通过友好协商解决，经协商在 60 天内不能达成协议时，应提交仲裁委员会仲裁。

(2) 仲裁裁决应为最终决定，并对双方具有约束力。

(3) 除另有裁决外，仲裁费应由败诉方负担。

在仲裁期间，除正在进行仲裁部分外，合同其他部分继续执行。。

十三、合同生效及其它：

1. 本合同一式 份，甲方 份，乙方 份，采购代理机构 3 份。经双方签字，并加盖公章即为生效。

2. 本合同未尽事宜，按经济合同法有关规定处理。

3. 本合同的组成包含《合同通用条款》。

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人或委托代理人：

法定代表人或委托代理人：

开户银行：

联系电话：

账号：

联系电话：

签约时间： 年 月 日

采购代理机构：青海华茂工程项目管理有限公司

负责人或经办人：

时间： 年 月 日

合同通用条款

根据《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国政府采购法》的规定，合同双方经协商达成一致，自愿订立本合同，遵循公平原则明确双方的权利、义务，确保双方诚实守信地履行合同。

1. 定义

本合同中的下列术语应解释为：

1.1 “合同”指甲乙双方签署的、载明的甲乙双方权利义务的协议，包括所有的附件、附录和上述文件所提到的构成合同的所有文件。

1.2 “合同金额”指根据合同规定，乙方在正确地完全履行合同义务后甲方应付给乙方的价款。

1.3 “合同条款”指本合同条款。

1.4 “货物”指乙方根据合同约定须向甲方提供的一切产品、设备、机械、仪表、备件等，包括辅助工具、使用手册等相关资料。

1.5 “服务”指根据本合同规定乙方承担与供货有关的辅助服务，如运输、保险及安装、调试、提供技术援助、培训和合同中规定乙方应承担的其它义务。

1.6 “甲方”指购买货物和服务的单位。

1.7 “乙方”指提供本合同条款下货物和服务的公司或其他实体。

1.8 “现场”指合同规定货物将要运至和安装的地点。

1.9 “验收”指合同双方依据强制性的国家技术质量规范和合同约定，确认合同条款下的货物符合合同规定的活动。

1.10 原厂商：产品制造商或其在中国境内设立的办事或技术服务机构。除另有说明外，本合同文件所述的制造商、产品制造商、制造厂家、产品制造厂家均为原厂商。

1.11 原产地：指产品的生产地，或提供服务的来源地。

1.12 “工作日”指国家法定工作日，“天”指日历天数。

2. 技术规格要求

2.1 本合同条款下提交货物的技术规格要求应等于或优于招投标文件技术规格要求。若技术规格要求中无相应规定，则应符合相应的国家有关部门最新颁布的相应正式标准。

2.2 乙方应向甲方提供货物及服务有关的标准的中文文本。

2.3 除非技术规范中另有规定，计量单位均采用中华人民共和国法定计量单位。

3. 合同范围

3.1 甲方同意从乙方处购买且乙方同意向甲方提供的货物及其附属货物，消耗性材料、专用工具等，包括各项技术服务、技术培训及满足合同货物组装、检验、培训、技术服务、安装调试指导、性能测试、正常运行及维修所必需的技术文件。

3.2 乙方应负责培训甲方的技术人员。

3.3 按照甲方的要求，乙方应在合同规定的质量保证期和免费保修期内，免费负责修理或更换有缺陷的零部件或整机，对软件产品进行免费升级，同时在合同规定的质量保证期和免费保修期满后，以最优惠的价格，向买方提供合同货物大修和维护所需的配件及服务。

4. 合同文件和资料

4.1 乙方在提供仪器设备时应同时提供中文版相关的技术资料，如目录索引、图纸、操作手册、使用指南、维修指南、服务手册等。

4.2 未经甲方事先的书面同意，乙方不得将由甲方或代表甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人，如向与履行本合同有关的人员提供，则应严格保密并限于履行本合同所必须的范围。

5. 知识产权

5.1 乙方应保证甲方在使用该货物或其任何一部分时不受第三方提出的侵犯专利权、著作权、商标权和工业设计权等的起诉。

5.2 任何第三方提出侵权指控，乙方须与第三方交涉并承担由此产生的一切责任、费用和经济赔偿。

5.3 双方应共同遵守国家有关版权、专利、商标等知识产权方面的法律规定，相互尊重对方的知识产权，对本合同内容、对方的技术秘密和商业秘密负有保密责任。如有违反，违约方负相关法律责任。

5.4 在本合同生效时已经存在并为各方合法拥有或使用的所有技术、资料和信息知识产权，仍应属于其各自的原权利人所有或享有，另有约定的除外。

5.5 乙方保证拥有由其提供给甲方的所有软件的合法使用权，并且已获得进行许可的正当授权及其有权将软件许可及其相关材料授权或转让给甲方。甲方可独立对本合同条款下软件产品进行后续开发，不受版权限制。乙方承诺并保证甲方除本协议的付款义务外无需支付任何其它的许可使用费，以非独家的、永久的、全球的、不可撤销的方式使用本合同条款下软件产品。

6. 保密

6.1 在本合同履行期间及履行完毕后的任何时候，任何一方均应对因履行本合同从对方获取或

知悉的保密信息承担保密责任，未经对方书面同意不得向第三方透露，否则应赔偿由此给对方造成的全部损失。

6.2 保密信息指任何一方因履行本合同所知悉的任何以口头、书面、图表或电子形式存在的对方信息，具体包括：

6.2.1 任何涉及对方过去、现在或将来的商业计划、规章制度、操作规程、处理手段、财务信息；

6.2.2 任何对方的技术措施、技术方案、软件应用及开发，硬件设备的品种、质量、数量、品牌等；

6.2.3 任何对方的技术秘密或专有知识、文件、报告、数据、客户软件、流程图、数据库、发明、知识、贸易秘密。

6.3 乙方应根据甲方的要求签署相应的保密协议，保密协议与本条款存在不一致的，以保密协议为准。

7. 质量保证

7.1 货物质量保证

7.1.1 乙方必须保证货物是全新、未使用过的，并完全符合强制性的国家技术质量规范和合同规定的质量、规格、性能和技术规范等的要求。

7.1.2 乙方须保证所提供的货物经正确安装、正常运转和保养，在其使用寿命期内须具有符合质量要求和产品说明书的性能。在货物质量保证期之内，乙方须对由于设计、工艺或材料的缺陷而发生的任何不足或故障负责，并免费予以改进或更换。

7.1.3 根据乙方按检验标准自己检验结果或委托有资质的相关质检机构的检验结果，发现货物的数量、质量、规格与合同不符；或者在质量保证期内，证实货物存在缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，甲方应书面通知乙方。接到上述通知后，乙方应及时免费更换或修理破损货物。乙方在甲方发出质量异议通知后，未作答复，甲方在通知书中所提出的要求应视为已被乙方接受。

7.1.4 乙方在收到通知后虽答复，但没有弥补缺陷，甲方可采取必要的补救措施，但由此引发的风险和费用将由乙方承担。甲方可从合同款或乙方提交的履约保证金中扣款，不足部分，甲方有权要求乙方赔偿。甲方根据合同规定对卖方行使的其他权力不受影响。

7.1.5 合同条款下货物的质量保证期自货物通过最终验收起算，合同另行规定除外。

7.2 辅助服务质量保证

7.2.1 乙方保证免费提供合同条款下的软件产品原厂商至少一年软件全部功能及其换代产品的升级与技术支持服务（包含任何版本升级、产品换代、更新及在原有产品基础上的拆解、完善、合并所产生的新产品，提供升级产品介质及授权，要求原厂商承诺，并加盖原厂商公章），不得出现因货物停售、转产而无法提供上述支持服务。

7.2.2 乙方应保证合同条款下所提供的服务包括培训、安装指导、单机调试、系统联调和试验等，按合同规定方式进行，并保证不存在因乙方工作人员的过失、错误或疏忽而产生的缺陷。

8. 包装要求

8.1 除合同另有约定外,乙方提供的全部货物,均应采用本行业通用的方式进行包装,且该包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。

8.2 包装应适应于远距离运输,并有良好的防潮、防震、防锈和防粗暴装卸等保护措施,以确保货物安全运抵现场。由于包装不善所引起的货物锈蚀、损坏和损失均由乙方承担。乙方应提供货物运至合同规定的最终目的地所需要的包装,以防止货物在转运中损坏或变质。

8.3 乙方所提供的货物包装均为出厂时原包装。

8.4 乙方所提供货物必须附有质量合格证,装箱清单,主机、附件、各种零部件和消耗品,有清楚的与装箱单相对应的名称和编号。

8.5 货物运输中的运输费用和保险费用均由乙方承担。运输过程中的一切损失、损坏均由乙方负责。

9. 价格

9.1 乙方履行合同所必须的所有费用,包括但不限于货物及部件的设计、检测与试验、制造、运输、装卸、保险、单机调试、安装调试指导、技术资料、培训、交通、人员、差旅、质量保证期服务费、其他管理费用、所有的检验、测试、调试、验收、试运行费用等均已包括在合同价格中。

9.2 本合同价格为固定价格,包括了乙方履行合同全过程产生的所有成本和费用以及乙方应承担的一切税费。

9.3 检验费用

9.3.1 乙方必须负担本条款下属于乙方负责的检验、测试、调试、试运行和验收的所有费用,并负责乙方派往买方组织的检验、测试和验收人员的所有费用。

9.3.2 甲方按合同计划参加在乙方工厂所在地检验、测试和验收的费用全部由乙方负责并已包含在合同总价中。

9.3.3 甲方检验人员已到卖方所在地,测试无法依照合同进行,而引起甲方人员延长逗留时间,

所有由此产生的包括甲方人员在内的直接费用及成本由乙方承担。

10. 交货方式及交货日期

交货方式：现场交货，乙方负责办理运输和保险，将货物运抵现场。

交货期应根据产品的特点实事求是填写，进口产品90个工作日内。特殊产品交货期需说明。

交货日期：所有货物运抵现场并经双方开箱验收合格之日。

11. 检验和验收

11.1 开箱验收

11.1.1 货物运抵现场后，双方应及时开箱验收，并制作验收记录，以确认与本合同约定的数量、型号等是否一致。

11.1.2 乙方应在交货前对货物的质量、规格、数量等进行详细而全面的检验，并出具证明货物符合合同规定的文件。该文件将作为申请付款单据的一部分，但有关质量、规格、数量的检验不应视为最终检验。

11.1.3 开箱验收中如发现货物的数量、规格与合同约定不符，甲方有权拒收货物，乙方应及时按甲方要求免费对拒收货物采取更换或其他必要的补救措施，直至开箱验收合格，方视为乙方完成交货。

11.2 检验验收

11.2.1 交货完成后，乙方应及时组装、调试、试运行，按照合同专用条款规定的试运行完成后，双方及时组织对货物检验验收。合同双方均须派人参加合同要求双方参加的试验、检验。

11.2.2 在具体实施合同规定的检验验收之前，乙方需提前提交相应的测试计划（包括测试程序、测试内容和检验标准、试验时间安排等）供甲方确认。

11.2.3 除需甲方确认的试验验收外，乙方还应对所有检验验收测试的结果、步骤、原始数据等作妥善记录。如甲方要求，乙方应提供这些记录给买方。

11.2.4 检验测试出现全部或部分未达到本合同所约定的技术指标，甲方有权选择下列任一处理方式：

a. 重新测试直至合格为止；

b. 要求乙方对货物进行免费更换，然后重新测试直至合格为止；

无论选择何种方式，甲方因此而发生的因卖方原因引起的所有费用均由乙方负担。

11.3 使用过程检验

11.3.1 在合同规定的质量保证期内，发现货物的质量或规格与合同规定不符，或证明货物有缺

陷，包括潜在的缺陷或使用不合适的原材料等，由甲方组织质检（相关检测费用由卖方承担），据质检报告及质量保证条款向卖方提出索赔，此索赔并不免除乙方应承担的合同义务。

11.3.2 如果合同双方对乙方提供的上述试验结果报告的解释有分歧，双方须于出现分歧后10天内给对方声明，以陈述己方的观点。声明须附有关证据。分歧应通过协商解决。

12. 付款方法和条件

本合同条款下的付款方法和条件在“青海省政府采购项目合同书”中具体规定。

13. 履约保证金

13.1 乙方应在合同签订前，按磋商文件第二部分“九 授予合同”中第21.3项的约定提交履约保证金。

13.2 履约保证金用于补偿甲方因乙方不能履行其合同义务而蒙受的损失。

13.3 履约保证金应使用本合同货币，按下述方式之一提交（磋商文件中另有约定的除外）：

13.3.1 甲方可接受的在中华人民共和国注册和营业的银行出具的履约保函；

13.3.2 支票或汇票。

13.4 乙方未能按合同规定履行其义务，甲方有权从履约保证金中取得补偿。货物验收合格后，甲方将履约保证金退还乙方或转为质量保证金。

14. 索赔

14.1 货物的质量、规格、数量、性能等与合同约定不符，或在质量保证期内证实货物存有缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，甲方有权根据有资质的权威质检机构的检验结果向乙方提出索赔（但责任应由保险公司或运输部门承担的除外）。

14.2 在履约保证期和检验期内，乙方对甲方提出的索赔负有责任，乙方应按照甲方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜：

14.2.1 在法定的退货期内，乙方应按合同规定将货款退还给甲方，并承担由此发生的一切损失和费用，包括利息、银行手续费、运费、保险费、检验费、仓储费、装卸费以及为保护退回货物所需的其它必要费用。如已超过退货期，但乙方同意退货，可比照上述办法办理，或由双方协商处理。

14.2.2 根据货物低劣程度、损坏程度以及甲方所遭受损失的数额，经甲乙双方商定降低货物的价格，或由有资质的中介机构评估，以降低后的价格或评估价格为准。

14.2.3 用符合规格、质量和性能要求的新零件、部件或货物来更换有缺陷的部分或修补缺陷部分，乙方应承担一切费用和 risk，并负担甲方所发生的一切直接费用。同时，乙方应相应延长修补或更换件的履约保证期。

14.3 乙方收到甲方发出的索赔通知之日起5个工作日内未作答复的，甲方可从合同款或履约保证金中扣回索赔金额，如金额不足以补偿索赔金额，乙方应补足差额部分。

15. 迟延交货

15.1 乙方应按照合同约定的时间交货和提供服务。

15.2 除不可抗力因素外，乙方迟延交货，甲方有权提出违约损失赔偿或解除合同。

15.3 在履行合同过程中，乙方遇到不能按时交货和提供服务的情况，应及时以书面形式将不能按时交货的理由、预期延误时间通知甲方。甲方收到乙方通知后，认为其理由正当的，可酌情延长交货时间。

16. 违约赔偿

除不可抗力因素外，乙方没有按照合同规定的时间交货和提供服务，甲方可要求乙方支付违约金。违约金每日按合同总价款的千分之五计收。

17. 不可抗力

17.1 双方中任何一方遭遇法律规定的不可抗力，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于不可抗力所影响的时间。

17.2 受事故影响的一方应在不可抗力的事故发生后以书面形式通知另一方。

17.3 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

18. 税费

与本合同有关的一切税费均由乙方承担。

19. 合同争议的解决

19.1 甲方和乙方由于本合同的履行而发生任何争议时，双方可先通过协商解决。

19.2 任何一方不愿通过协商或通过协商仍不能解决争议，则双方中任何一方均应向甲方所在地人民法院起诉。

20. 违约解除合同

20.1 出现下列情形之一的，视为乙方违约。甲方可向乙方发出书面通知，部分或全部终止合同，同时保留向乙方索赔的权利。

20.1.1 乙方未能在合同规定的限期或甲方同意延长的限期内，提供全部或部分货物的；

20.1.2 乙方未能履行合同规定的其它主要义务的；

20.1.3 乙方在本合同履行过程中有欺诈行为的。

20.2 甲方全部或部分解除合同之后,应当遵循诚实信用原则购买与未交付的货物类似的货物或服务,乙方应承担买方购买类似货物或服务而产生的额外支出。部分解除合同的,乙方应继续履行合同中未解除的部分。

21. 破产终止合同

乙方破产而无法完全履行本合同义务时,甲方可以书面方式通知乙方终止合同而不给予乙方补偿。该合同的终止将不损害或不影响甲方已经采取或将要采取任何行动或补救措施的权利。

22. 转让和分包

22.1 政府采购合同不能转让。

22.2 经甲方书面同意乙方可以将合同条款下非主体、非关键性工作分包给他人完成。接受分包的人应当具备相应的资格条件,并不得再次分包。分包后不能解除卖方履行本合同的责任和义务,接受分包的人与乙方共同对甲方连带承担合同的责任和义务。

23. 合同修改

政府采购合同的双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同

24. 通知

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

25. 计量单位

除技术规范中另有规定外,计量单位均使用国家法定计量单位。

26. 适用法律

本合同按照中华人民共和国的相关法律进行解释。

第五部分 投标文件格式

投标人应严格按照本格式要求编制投标文件，胶装成册并编制相应页码，否则其投标文件将不予接受。

格式 1：投标文件封面

正本/副本

青海省政府采购项目

投标文件

(上册)

采购项目编号：_____

采购项目名称：_____

投标人：_____（公章）

法定代表人或委托代理人：_____（签字）

年 月 日

目录（上册）

(1) 投标函·····	所在页码
(2) 法定代表人证明书·····	所在页码
(3) 法定代表人授权书·····	所在页码
(4) 投标人承诺函·····	所在页码
(5) 投标人诚信承诺书·····	所在页码
(6) 资格证明材料·····	所在页码
(7) 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料·····	所在页码
(8) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料·····	所在页码
(9) 无重大违法记录声明·····	所在页码
(10) 投标保证金证明·····	所在页码

(1) 投标函

投标函

致：青海华茂工程项目管理有限公司

我们收到采购项目名称（采购项目编号）招标文件，经研究，法定代表人（姓名、职务）正式授权（委托代理人姓名、职务）代表投标人（投标人名称、地址）提交投标文件。

据此函，签字代表宣布同意如下：

1. 我方已详阅招标文件的全部内容，包括澄清、修改条款等有关附件，承诺对其完全理解并接受。
2. 投标有效期：从提交投标文件的截止之日起_____内有效。如果我方在投标有效期内撤回投标或中标后不签约的，投标保证金将被贵方没收。
3. 我方同意按照贵方要求提供与投标有关的一切数据或资料，理解并接受贵方制定的评标办法。
4. 与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

地址：_____ 邮编：_____

电话：_____ 传真：_____

法定代表人姓名：_____ 职务：_____

投标人：_____（公章）

法定代表人或委托代理人：_____（签字）

年 月 日

(3) 法定代表人授权书

法定代表人授权书

致：青海华茂工程项目管理有限公司

（投标人名称）系中华人民共和国合法企业，法定地址 。

（法定代表人姓名）特授权（委托代理人姓名）代表我单位全权办理

项目的投标、答疑等具体工作，并签署全部有关的文件、资料。

我单位对被授权人的签名负全部责任。

被授权人联系电话：

被授权人（委托代理人）签字：

授权人（法定代表人）签字：

职务：

职务：

附被授权人第二代身份证双面扫描（或复印）件并有法人签字

投标人：

（公章）

年 月 日

(4) 投标人承诺函

投标人承诺函

致：青海华茂工程项目管理有限公司

关于贵方20XX年__月__日_____ (项目名称)采购项目，本签字人愿意参加投标，提供采购一览表中要求的所有产品，并证实提交的所有资料是准确的和真实的。同时，我代表（投标人名称），在此作如下承诺：

1. 完全理解和接受招标文件的一切规定和要求；
2. 若中标，我方将按照招标文件的具体规定与采购人签订采购合同，并且严格履行合同义务，按时交货，提供优质的产品和服务。如果在合同执行过程中，发现质量、数量出现问题，我方一定尽快更换或补退货，并承担相应的经济责任；
3. 在整个招标过程中我方若有违规行为，贵方可按招标文件之规定给予处罚，我方完全接受。
4. 若中标，本承诺将成为合同不可分割的一部分，与合同具有同等的法律效力。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字)

年 月 日

(5) 投标人诚信承诺书

投标人诚信承诺书

致：青海华茂工程项目管理有限公司

为了诚实、客观、有序地参与青海省政府采购活动，愿就以下内容作出承诺：

一、自觉遵守各项法律、法规、规章、制度以及社会公德，维护廉洁环境，与同场竞争的其他投标人平等参加政府采购活动。

二、参加采购代理机构组织的政府采购活动时，严格按照招标文件的规定和要求提供所需的相关材料，并对所提供的各类资料的真实性负责，不虚假应标，不虚列业绩。

三、尊重参与政府采购活动各相关方的合法行为，接受政府采购活动依法形成的意见、结果。

四、依法参加政府采购活动，不围标、串标，维护市场秩序，不提供“三无”产品、以次充好。

五、积极推动政府采购活动健康开展，对采购活动有疑问、异议时，按法律规定的程序实名反映情况，不恶意中伤、无事生非，以和谐、平等的心态参加政府采购活动。

六、认真履行中标人应承担的责任和义务，全面执行采购合同规定的各项内容，保质保量地按时提供采购物品。

若本企业（单位）发生有悖于上述承诺的行为，愿意接受《中华人民共和国政府采购法》和《政府采购法实施条例》中对投标人的相关处理。

本承诺是采购项目投标文件的组成部分。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字)

年 月 日

(6) 资格证明材料

资格证明材料

资格证明材料包括：

- (1) 投标人的营业执照；
- (2) 招标文件规定的有关资格证书、许可证书、认证等；
- (3) 投标企业简介及获得相关证书证明文件；
- (4) 投标人认为有必要提供的其他资格证明文件。

如果是非法人资格的投标人，须提供身份证明。

(7) 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料

财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料

按照招标文件第2.2款（1）中第<2>条规定提供以下相关材料。

1、投标人基本开户银行近三个月内出具的资信证明或经第三方机构出具的2018年-2019年连续两年的财务状况审计报告（扫描或复印件应全面、完整、清晰），包括资产负债表、现金流量表、利润表和财务（会计）报表附注,并提供第三方机构的营业执照、执业证书。

2、近半年的依法缴纳税收和社会保障资金记录的证明材料；依法免税或不需要缴纳社会保障资金的投标人须提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金。

(8) 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

为保证本项目合同的顺利履行，投标人必须具备履行合同的设备和专业技术能力，须提供相关设备的购置发票以及相关人员的职称证书和用工合同等证明材料。

(9) 无重大违法记录声明

无重大违法记录声明

致：青海华茂工程项目管理有限公司

我单位参加本次政府采购项目活动前三年内，在经营活动中无重大违法活动记录，符合《政府采购法》规定的供应商资格条件。我方对此声明负全部法律责任。

特此声明。

附“信用中国”网站下载的信用信息报告，信用信息报告时间为投标截止时间前20天内。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字)

年 月 日

(10) 投标保证金证明

投标保证金证明

致：青海华茂工程项目管理有限公司

我方为（采购项目名称）项目（采购项目编号）递交保证金人民币（大写：人民币元）已于 年 月 日以基本户转账方式汇入你方账户。

附件：保证金交款证明复印件（加盖公章）

开户许可证复印件（加盖公章）

退还保证金时请按以下内容汇入至我方账户（同递交保证金账户）。若因提供内容不全、错误等原因导致该项目保证金未能及时退还或退还过程中发生错误，我方将承担全部责任和损失。

户 名：

开户银行：

开户帐号：

注：通过银行转账的，必须由投标人从其基本账户汇（转）入9.1条规定的账户。

投标人：（公章）

法定代表人或委托代理人：（签字）

年 月 日

正本/副本

青海省政府采购项目

投标文件

(下册)

采购项目编号：

采购项目名称：

投标人：_____（公章）

法定代表人或委托代理人：_____（签字）

年 月 日

目录（下册）

(11) 评分对照表·····	所在页码
(12) 开标一览表（报价表）·····	所在页码
(13) 分项报价表·····	所在页码
(14) 技术规格响应表·····	所在页码
(15) 投标产品相关资料·····	所在页码
(16) 投标人的类似业绩证明材料·····	所在页码
(17) 制造（生产）企业小型微型企业声明函、从业人员声明函·····	所在页码
(18) 残疾人福利性单位声明函·····	所在页码
(19) 投标人认为在其他方面有必要说明的事项·····	所在页码

(11) 评分对照表

评分对照表

序号	招标文件评分标准	投标响应部分	投标文件中对应页码

(12) 开标一览表（报价表）

开标一览表（报价表）

投标人名称	
投标包号	无
投标报价	大写： 小写：
服务期限	

注：1. 填写此表时不得改变表格形式。

2. 投标报价必须包括：产品费、验收费、手续费、包装费、运输费、保险费、安装费、调试费、培训费、售前、售中、售后服务费、招标代理费、税费以及国家规定的各项费用等一切费用。所有产品的包装运输、安装调试由供货方负责。

3. 投标报价不能有两个或两个以上的报价方案，否则投标无效。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字)

年 月 日

(13) 分项报价表

分项报价表

投标人名称:

序号	服务项目	投标报价	备注
1	公共服务体系建设		投标报价不得高于预算金额的15%
2	三级物流配送体系建设		投标报价不低于预算金额的30%
3	电子商务培训体系建设		投标报价不超过预算金额的10%
4	农畜产品上行营销服务体系建设		投标报价不低于预算金额的45%
投标总价		大写: 小写:	

注: 1. 本表应依照每包采购一览表中的产品序号按顺序逐项填写, 不得遗漏。

2. 投标报价不能有两个或两个以上的报价方案。

投标人: (公章)

法定代表人或委托代理人: (签字)

年 月 日

(14) 服务响应表

服务要求响应表

投标供应商名称：

序号	采购需求服务指标		投标响应服务指标		偏离
	名称	服务要求、指标	名称	服务要求、指标	
1					
2					
...					

注：1. 本表应按照每包“项目概况及服务要求”中序号的指标逐项填写，不得遗漏，否则，按无效投标处理。

2. 直接复制招标文件“采购需求服务要求指标”内容的，按无效投标处理。

3. 填写此表时以招标项目参数要求为基本投标响应要求，满足招标项目参数要求的指标需列出“0”；超出、不满足招标项目参数要求的指标需列出“+”、“-”偏差，并做出详细说明；如果只注明“+”、“-”或未填写，将视为该项指标不响应。

4. 投标供应商响应采购需求应具体、明确，含糊不清、不确切或伪造、编造证明材料的，按照实质性不响应处理。对伪造、编造证明材料的，将报告本级财政部门。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字)

年 月 日

(15) 实施方案

根据采购项目需求，提供针对本次项目所编制的实施方案（格式自定义）

(16) 人员配置表

(1) 人员配置表

项目名称:

序号	姓名	性别	年龄	岗位名称	学历	职称	主要资历、经验及承担过的项目
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
” ”							

注：1、以上人员中如有享受国家社保优惠政策人员，须在投标时提供相关证明资料附后。

2、上表可自行延长。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字或盖章)

年 月 日

(2) 拟派项目负责人简历

1	姓名		性别	
2	身份证号码		出生日期	年 月
3	联系电话/传真:			
4	从事工作时间及工作经历:			
5	拥有关于服务方面的职称:			
6	曾获得的关于服务方面的奖励情况:			
7	近 5 年内负责的服务项目:			
8	其他需要说明的情况			

注：请附身份证、相关资格证等证明材料复印件。

投标人： (公章)

法定代表人或委托代理人： (签字或盖章)

年 月 日

(17) 投标人的类似业绩证明材料

投标人的类似业绩证明材料

类似业绩是指 2017 年 1 月以来(以签订合同时间为准)与采购项目在使用功能、合同规模等方面相同或相近的项目。需提供包含合同首页、标的及金额所在页、服务合同签字盖章页的扫描（或复印）件。

(18.1) 制造（生产）企业小型、微型企业声明函

制造（生产）企业小型、微型企业声明函

致：青海华茂工程项目管理有限公司

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库〔2012〕181号）的规定，本公司为_____（请填写：小型、微型）企业。即，本公司满足以下条件：《工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2012〕300号）规定的划分标准。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

注：1. 此函须由投标产品的制造（生产）企业提供并声明，同时附相关证明材料；

2. 此函若出现多家制造（生产）企业的货物（产品）投标时，可按制造（生产）企业分别声明，一家制造（生产）企业填写一张。

注：若无此项内容，可不提供此函。

制造（生产）企业名称： （公章）

制造（生产）企业法定代表人： （签字）

年 月 日

（19）残疾人福利性单位声明函

残疾人福利性单位声明函

致：青海华茂工程项目管理有限公司

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，本单位在职职工人数为_____人，安置的残疾人人数_____人。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。

注：若无此项内容，可不提供此函。

企业名称：_____（公章）

企业法定代表人：_____（签字或盖章）

年 月 日

(20) 投标人认为在其他方面有必要说明的事项

投标人认为在其他方面有必要说明的事项

格式自定

第五部分 采购项目要求及服务内容

（一）投标要求

1.投标说明

1.1 投标人可以按照招标文件规定投标，但必须对所投所有内容作为一个整体进行投标，不能拆分或少报。否则，投标无效。

1.2 项目中标后分包情况：不允许。

2.商务要求

2.1. 服务期限：建设期一年，服务期二年，巩固维护期两年。

2.2. 服务地点：采购人指定地点；

2.4. 付款方式：详见“第三部分 青海省政府采购项目合同书范本”中“四、付款方式”的规定。

（二）项目需求说明及实施内容

1. 服务要求

服务期：建设期一年，服务期二年，巩固维护期两年。

服务地点：采购人指定地点；

2. 项目概况及实施内容要求：

一、公共服务体系建设

（一）建设电子商务公共服务中心

体系建设包含一个县级电子商务运营服务中心、8 个乡镇服务站，建设村级服务点 26 个。电子商务运营服务中心由业务受理中心，大数据应用中心，物流快递服务中心，运营中心、培训中心，创业孵化中心、营销策划中心、摄影设计中心、产品展销中心、文化展示中心等部分组成，各分中心发挥相应功能。

（二）建立电子商务服务站点

依托乡镇、村级现有商店并对其进行改造升级，根据国家要求及实际情况在有条件的乡村均建立农村电商综合服务站（点），在全县建设乡镇级、村级服务网点共 34 个。其中，乡镇电商服务点 8 个，村级电商服务网点 26 个。服务点同时具备代购代销、代收代发、金融信贷缴费，充值信息发布及电子结算等基本服务功能，并拓展叠加其他服务功能，提高盈利能力增强可持续性。

站点建设资金主要用于门头设置，购置货架每个服务点 4 组、制度牌 1 套、柜台 1 个，侧招灯箱 1 个，复印机 1 台、真空打包机 1 台、扫码枪 1 部、电子秤 1 部、“国家电子商务进农村示范县项目”标识等设备购置。

二、三级物流配送体系建设

整合和利用现有物流企业线路资源和车辆资源，并购置车辆、冷链物流车等，积极建设覆盖到村的完整物流线路；对承办企业新购置并专用于电子商务物流配送服务的物流车辆，需要统一标识“电子商务进农村物流车”。结合玛多县基础条件,为了顺利实现三级物流通达的效率，工业品下行下的畅、农畜产品上行上的顺,鼓励实施主体整合邮政等当地已有仓储物流、站点资源,加以升级改造或聚集,通过各种方式降本增效。将玛多县仓储物流集散中心和三级物流服务站有效融合,真正解决工业品下行和农畜产品上行常规+冷链双模式双向流通和“最后一公里”配送问题。

(一) 完善县、乡、村三级物流体系。重点解决乡(镇)到村“最后一公里”物流瓶颈问题:建立 8 个电子商务乡镇物流服务站、26 个电子商务村级物流服务点,支持建设改造集配仓储中心、购置车辆、冷链物流车等。购置办公用品、分拣设备、流水线、打包设备等。

(二) 建设物流仓储集散中心:根据需求在县级物流节点共改造约 1200 平米仓储库房、改造办公区及展厅 200 平米以上、分拣车间 500 平米;建设集散仓、云仓、冷链仓等仓储设施,购置相应设施设备。整合当地邮政、各大快递物流公司,集中仓储,建立货物分拣中转,结合邮政现有的乡镇物流配送网络,交通运输部门的农村公交班线以及本地货运和闲散社会运输车辆等各种运输资源,建立健全覆盖全县的双向县乡村三级物流配送体系,打通农村物流最后一公里。

(三) 整合本地物流快递资源,优化物流资源配置。

三、电子商务培训体系建设

(一) 培训目标:组织政府公职人员、企业经营者、农牧民、创业青年、贫困户等进行电商运营培训、操作等培训,建立到村的网上视频培训系统。

(二) 培训内容:①政府及传统企业电子商务转型培训。②电子商务政策培训。③网店创业入门培训。④网商技能提升培训。⑤大学生村官电子商务技能培训。⑥选择 5 名优秀学员前往项目承接单位进行为期 20 天的上岗培训。

四、农畜产品上行营销服务体系建设

(一) 发展旅游电商打造区域公共品牌

(二) 玛多县产品溯源追溯体系建设

(三) 产品质量标准化管理体系打造

(四) 建设大数据应用中心

(五) 玛多公共品牌下的产品开发

(六) 玛多县本地品牌孵化

(七) 玛多县网销渠道建设

(八) 玛多县电商营销活动

(九) 建设运营一体化产品体验馆

(十) 加强新产品研发搭建电商产品素材共享库

(十一) 网销爆款产品推介

(十二) 援建地区拓面宣传

(十三) 玛多电商扶贫活动

具体服务内容

序号	建设内容	项目建设目标及效果
一.公共服务体系建设		
1	完善玛多县电子商务公共服务中心	整合现有电子商务公共服务资源，改造升级 1 个县级电子商务公共服务中心。县级电子商务运营服务中心由业务受理中心，大数据应用中心，物流快递服务中心，运营中心、培训中心，创业孵化中心、营销策划中心、摄影设计中心、产品展销中心、文化展示中心等部分组成，各分中心发挥相应功能。
2	乡镇村级电子商务服务站点体系建设	累计改造升级建设 8 个乡（镇）及综合服务站点，26 个村选择建设村级服务站点，服务点同时具备代购代销、代收代发、金融信贷缴费，充值信息发布及电子结算等基本服务功能，并拓展叠加其他服务功能，提高盈利能力增强可持续性。
3	电子商务服务点要求	安置门头、货架、制度牌等设备。整体吸塑门头(文字及标志与吸塑板一体成型),服务站门头面积 3-6 平方米，服务点门头面积 2-5 平方米。鼓励根据需要有条件的站点配备太阳能发电系统:可供 700W 电器使用 8 小时/日。物品架:高 1.7 米,长 2 米。材料:4cm*4cm 方管钢架。每个站点电脑至少 1 台、宽带网、打印机、电视、货架等。
4	选择专业运营团队,为政府提供决策支持与电商主体管理。	<ol style="list-style-type: none"> 1、建立县电商协会,制订电商章程及制度,确保电商协会在全县电子商务发挥重要作用。 2、对邮政、供销等传统商贸企业进行信息化改造,并开展网销网购。 3、与商务部“农村电子商务和社区商业信息系统”实现数据对接,并按要求自动提供信息 4、负责县域电子商务公共服务系统的技术支持,聚合政府、行业和第三方资源,侧重农产品上行和电商精准扶贫。开展整体营销推广,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;统一的线上电商公共服务信息平台的建设和维护工作;负责数据统计和报送工作。 5、专人负责农旅融合,采用“互联网+”的方式与电子商务串联融合,开拓线上导流宣传、聚集,线下体现促进玛多县农产品体验和销售。

二.三级物流配送体系建设		
1	乡（镇）村级电子商务服务站点体系建设	建立 8 个电子商务乡镇物流服务站、26 个电子商务村级物流服务点，改造建设仓储库房、改造办公区、库房、分拣车间；同时根据需要覆盖云仓、冷链仓、中转仓等仓储，购置相应设施设备。开展全县物流快递业基础情况调研工作，形成物流业发展分析报告。充分发挥现有资源，避免重复建设和资源浪费，整合当地邮政、各大快递物流公司，集中仓储，建立货物分拣中转，结合邮政现有的乡镇物流配送网络，以及本地货运和闲散社会运输车辆等各种运输资源。按需购置干线车辆 3-5 辆，支线服务车辆 4-6 辆。建立健全覆盖全县的双向的县物流配送体系，打通农村物流最后一公里。
2	建设物流仓储公共信息管理系统	建设工业品下乡农副产品进城线上综合物流仓储公共信息管理系统，实现在线物流包裹线路优化配送和在线支付结算；为物流运输企业提供货单运输线上综合服务。通过系统实现物流小包信息的查询及物流需求信息的发布，进一步丰富系统功能。县、乡镇、村级收件管理。统一管理村级收件工作，全流程跟踪快件入库、出库、派件完成情况，对出入库单进行集中收集、整理，并具备通过快递单号、物流编号、收件人手机、收件人姓名及站点名称搜索功能。
3	建设玛多县物流仓储集散中心，开通玛多-西宁物流专线	根据需求在玛多县改造约 1200 平方米以上仓储库房、改造办公区展厅 200 平方米、分拣车间 500 平方米；县上改造建设集散仓、云仓、冷链仓等仓储设施，购置相应设施设备。开通玛多-西宁物流专线。线路开通后对于建档立卡贫困户自产的上行物资凭手续给予免费运输。
三.电子商务培训体系建设		
1	定制开发针对不同层次需求的课程体系 1 套	健全完善培训体系，以外聘加常驻的形式搭建培训团队，培训管理制度、培训考核制度，定制开发培训课程体系及共享课程资料库。

2	电子商务网上培训系统 1 套（覆盖到村）	每次培训课程内容采取关键内容录像，上传到网上培训系统，覆盖到所有村，实现实时学习、资料查阅、直播在线辅导、直播在线培训、意见反馈等功能。通过玛多县电商专栏或者政府公共平台实现。
3	根据不同阶段学员建立培训服务体系。	政府及传统企业电子商务转型培训。面向乡镇、县直部门单位干部职工、传统企业等，普及电子商务基础知识，加速传统企业电子商务转型建设，促进产业升级，培训 5 场，共 200 人次。
		电子商务政策培训。县政府及企事业单位领导干部、乡镇主要负责人及各行政村第一书记、村长。培训 5 场， 共计 100 人次。
		网店创业入门培训。组织建卡立档贫困户、城乡青年、退伍军人、下岗职工等普及电子商务基础知识、熟悉电子商务操作技能和创业技能等入门培训，培养电子商务创业就业人才，培训 5 场，共 200 人次。
		网商技能提升培训。培训提升全县已开店网商专项技能，包括客服、美工、推广、网络营销、产品设计等方面，培训 5 场，共 200 人次。
		大学生村官电子商务技能培训。开展电子商务操作技能和创业技能培训，分享农业、旅游电子商务成功案例，推广农村电子商务。培训 5 场，共 200 人次。
四.农畜产品上行体系建设		
1	文旅融合、多措并举打造区域公共品牌	<p>玛多县结合全县资源选定特色优势产品共同打造“天上玛多”“玛多藏羊”两大公共品牌。从品牌文化设计、具体产品设计、渠道品牌建设策划、基础系统设计、应用系统设计、平台对接形成完整的品牌体系。</p> <p>结合农产品上行深挖县域农牧、旅游、工商、民俗、文创、手工制作等企业潜力。通过购买公共服务的方式建立专门团队，结合全域旅游共同打造“天上玛多”“玛多藏羊”这 2 个区域公共品牌，突出特色和文化底蕴，突出绿色、有机、无公害等特点，突显网络产品风格，以绿色、有机、安全、健康、生态等关键词设定玛多特色产品品牌，全网统一标识、授权、定价，打造完善的绿色有机品牌</p>

		建设，围绕生态、安全把好“入口关”。
2	产品质量标准化管理体系打造 产品溯源追溯体系建设	<p>产品标准化管理体系打造：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立健全手工艺、土特产、畜牧业产业标准。 2. 扶贫产品统一包装设计。 3. 协助企业购置有关环境监测、影像采集、网络传输、溯源等设备设施，开展资质认证； 4. 为尚未进行相关质量认证的企业提供 SC、HACCP、出口食品认证、有机、三品一标等相关认证认可的辅导。 <p>农产品质量管理体系：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 品控检测专业仪器和设备，配齐品控专业仪器设备，具备食品安全国家标准检测项目的功能； 2. 制订产品质量检测、质量标准，建立健全农特产品质量溯源体系建设，将管理制度上墙并在实际的操作当中予以落实 3. 根据电商平台销售情况，负责本地产品实现电商化销售（具备生产许可证、食品生产许可证、网络销售资质），挖掘电商产品种类不少于 50 个，电商产品不得发生质量、安全和过期商品等问题，对消费者不得有欺诈行为。
3	产品溯源追溯体系建设	<ol style="list-style-type: none"> 1. 开展本地基础产品调研分析，对玛多手工艺、畜牧产品等市场认可度较高的产品建立追溯体系。 2. 追溯平台及管理系统 1 套。 3. 购置包装设备或免费提供各类包装 5000 个，购置和开发产品追溯软硬件，必须符合国家标准。
4	建设大数据应用中心	搭建玛多县工业品下行数据、包裹等数据分析平台、农畜产品交易数据分析平台，建立农畜产业分布数据库、产品数据库。
5	玛多公共品牌产品开发	加强与外部电子商务渠道的对接，挖掘市场需求，研发生产适销的产品，开发满足个性化需求的特色产品，提升核心竞争力。

6	玛多县本地品牌孵化	走访调研、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。
7	玛多县网销渠道建设	1. 在电商平台开通玛多特产店铺，特产店铺资质办理、入驻申请、规划方案、招商合同、入驻协议、店铺装修、产品上传、详情页制作、sku、数据分析、物流、售后、申报活动、客户会员活动等； 2. 制定季度促销计划，同时完成平台提报及执行，提升平台玛多县特色产品的露出度及销售量。 3. 产品内容曝光量总和不少于 200 万，进店点击量不少于 20 万，各类直播 100 场，短视频 20 个，微淘 30 篇。
8	玛多县电商营销活动	传统媒介宣传（选定至少 10 个宣传媒介、新闻发布会至少 2 场）；交流活动宣传（至少 16 次）；互联网及社交新媒体宣传（选定至少 15 种宣传媒介）；线上宣传销售（知名平台对接 2 个，网上促销活动至少 20 场）；电商众创团队培育（县级），积极支持培育本县电商企业，通过相应资金或租借方式扶持本县电商创业团队，力促玛多县农特产品上线外销；对本县 3 家以上的农牧业经营主体开展网络销售给予平台和技术的支持。
9	建设运营一体化产品体验馆	以租赁方式在西宁市建设线下体验店进行线下推广销售，店面不少于 100 平米。店内冰柜 2 台、50 寸智能电视、监控及消防器材设备，对体验店门头、店内进行装修。牧区特色产品品种展示不少于 50 种，必须完全满足玛多县电商销售需求，配备相关系统软硬件，或提供产品存储、打包等功能，电商线上订单管理系统，提供便捷的电商平台管理服务。
10	加强新产品研发搭建电商产品素材共享库	挖掘各农牧产品生产企业潜力，完成 20 种新产品的开发及品牌打造：1. 公共品牌旗下农特产品的营销、推广规划。2. 产业各方职责规划与区域代表性龙头企业筛选。3. 区域内企业品牌产品与公共品牌之间的从属关系梳理。4. 产品差异化价值提炼 5. 产品系列规划及拳头产品筛选。6. 产品广告语提炼（针对各企业产品体系与核心价值能力、公共品牌中承担角色，明确核心价值）7. 产品 logo 设计或升级。

		8. 产品包装设计。 搭建电商产品素材共享库:1. 包含新老产品详情页设计 2. 设计单品 SKU 详情页供各企业共享。
11	网销爆款产品推介	以线上市场需求为导向，重点结合玛多本地文化及产业资源优势，研发当地特色电商产品。加大文旅手工产品开发，不断促进地方文化产品与电商的融合。各类销售渠道推介销售 5 款产品；结合各电商平台大数据分析，对重点打造的 5 款产品进行深度开发、目标客户调研、适时线上推广、全面地推。
12	援建地区拓面宣传	积极配合上海地区对口援助活动，将玛多县独具特色的畜牧产品和手工艺产品带到上海参加展示，通过上海所拥有的资源和影响力，不断有效提高品牌的知名度从而提升消费者对产品的认知度，促进线上线下的消费体量
13	玛多电商扶贫活动	构筑扶贫网络营销渠道： 采取“电商销售渠道+企业合作社+贫困户”扶贫新模式。创新营销载体，促进贫困地区多元化发展。玛多县将先后与阿里巴巴、京东商城、苏宁云商、北京一亩田、云书网、邮乐网等知名电商平台合作，进一步将玛多的风干牦牛肉、野生蕨麻、野葱花、酥油、曲拉等作为主推产品，销往全国各地，将农特产品资源优势转化为品牌市场优势，助推电商扶贫和经济发展。

电子商务进农村综合示范绩效评价指标体系（示范县）

基础分 100 分，加分项 7 分

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			具备促进农村电商加快发展的良好环境		
	农村电商服务业培育 (12)	面向农村地区提供网络购销、仓储配送、在线支付、金融等电子商务全链条服务的电子商务业的建设情况(6)	1. 具有农村电商服务企业和电商企业至少 1 家，且对村级网点提供网络代购、仓储配送、在线支付等基础服务(2)；为农村产品网络销售提供增值服务，提供以农业生产技术指导为核心的农资电商服务(2)；为农民、农业合作社、涉农企业提供生产经营贷款等金融服务(2)；为县域实体经济提供电子商务综合性服务，加速实体经济的转型升级(+2)	示范县电商公共服务中心的功能，本县有关电商服务企业的服务产品等	
		农村电子商务服务网点建设情况(6)	1. 电子商务网点行政村覆盖率在 50% (含) 以上，且月代购代销等(包括代购代销、代存代缴等) 金额达到 2000 元以上(3)	示范县行政村清单(本县行政区划文件用于证明本地行政村数量)；本县具备电子商务网点的行政村的有关材料(包括该网点的联系人、地址、所在行政村、电话)(以“农村电子商务和社区商业信息系统”填报的名录和交易情况为主要评价材料)；农村电子商务网点视频(至少提供已有网点的 50%比例)	现场检查村级服务网点的交易、快递收发记录和负责人的业务操作熟练程度，示范县可推荐
			2. 乡村电子商务服务网点负责人的业务操作熟练程度(3)	网络代购操作、快递物流安排、后台信息管理等操作情况	1-2 个点, 随机抽查 3-5

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
农村电子商务内生发展能力培养 (45)			3. 县域公共服务中心要加强对村级服务网点布局的整体规划，同一行政村，中央财政支持网点原则上不超过1家（-5）；避免重复建设，已有企业网点在运行的，中央财政应谨慎支持	村级服务网点与物流配送点的协调情况，公共服务中心对网点布局的统筹，完善网点功能的总体安排和实施情况，对网点负责人的培训等	个点
	农村电商物流体系建设（10）		基本建立农村电商市场化物流解决方案		
			1. 东中部县具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储及物流服务设施，物流快递网点的乡镇覆盖率达到100%，且为所有村级电商服务点提供服务，与村级电商服务点实现资源共享；西部县具备功能相对完善的县级农村电子商务仓储及物流服务设施，物流快递企业的乡镇覆盖率超过80%（西藏、青海除外），且为所有村级电商服务点提供服务，与村级电商服务点实现资源共享（3）	所有县级电商仓储点清单，包含名称、地址、联系人、联系方式等信息，以及现场照片、场地租赁合同、物流服务设施建设或购买记录等证明材料；物流快递企业列表及相关证照复印件、企业负责人联系方式、实际办公地址、办公场地照片；2016年的物流配送相关记录文件（送达乡镇及行政村的配送记录）。市级邮政主管部门提供的快递乡镇覆盖情况的材料	抽查乡村级物流配送网点（物流配送记录）
			2. 从县级物流仓储中心到村级网点3天内完成配送（3），从县级物流仓储中心到村级网点3-7天完成配送（2）		
	3. 整合现有物流资源，实现县、乡镇、村三级统一配送体系，降低物流成本，上行物流快递价格低于或与同等区域主流电商平台的价格持平（4）	县、乡镇、村三级统物流解决方案，物流整合的说明材料，物流配送记录以及整合前后的物流价格与主流电商平台价格的比较情况证明材料			

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			4. 同一条物流线路，中央财政支持物流企业不超过 1 家（-5）；避免重复建设，已有社会物流企业在运行的，中央财政应谨慎支持	中央财政资金支持物流企业的账面明细（包含企业名称）	
	农村产品网络销售促进（10）		积极探索农村产品网络销售，并在商业模式、网络销售额、促农增收等方面形成初步成果		
			1. 对辖区内农村产品的生产和销售情况（包括生产面积或产量、上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况、农产品电商企业）进行了全面摸底，形成基本情况档案或报告等（3），并根据摸底情况制定合理的农产品网络销售促进措施（2）	对辖区内农村产品的上市时间、质量和技术水平、传统销售渠道及比例、自主品牌拥有情况、农产品电商企业情况进行摸底基本情况档案或报告；以及农产品网络销售促进政策文件	
			2. 建立专业团队为农产品、民俗产品、乡村旅游等农村特色产品网络销售，提供品牌注册、品牌培育、分拣、包装、检测、网络营销策划、网站托管等增值服务（5）		抽查电商平台供应商和抽查电商服务企业
			3. 在农产品网络销售过程中，应用农产品生产、流通标准，探索农产品电子商务交易标准化问题（+1）	农产品生产过程中的质量标准应用的证明材料（产品相关照片、政府相关文件等）；本地制定的农产品流通标准相关政府文件	
			4. 建立符合农产品网络销售上行要求的冷链体系（+1）		检查农产品流通冷链服务企业

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			5. 建设农产品全程可追溯体系及相应农产品溯源系统 (+1)		检查农产品追溯服务企业
	培训与人才培养 (10)	组织政府、企业、农民参与的电子商务政策、运营、操作等培训机制建设情况 (10)	初步建立了多层次的农村电商培训和人才培养机制	培训通知 (要有收费标准、培训范围等信息)、培训课件、现场照片、培训网址、培训学员名单、签到表、培训内容, 培训人员的从业和创业情况的统计等证明材料; 是否执行《中央和国家机关培训费管理办法》及地方培训有关规定	随机电话抽查培训对象
1. 定期开展农村电商公共宣传, 针对政府、企业、农民等提供基础普及性的公开、免费培训, 同时在网上开展电商基础普及性免费培训 (3)					
2. 建立农村青年创业培训机制, 针对有电商创业需求的农村青年提供增值培训 (2), 针对已培训人员跟踪服务, 提供辅导、孵化等定向服务, 并定期统计从业及创业人员运营情况 (2)					
			3. 基础普及性培训和增值培训累计 10000 人次以上 (3), 培训 5000-10000 人次 (2), 培训 3000-5000 人次 (1)。(示范县人口数量按 80 万人计)		
	宽带电信普遍服务 (3)	农村地区宽带及移动网络服务情况 (3)	东中部县行政村宽带 (含移动宽带, 下同) 网络覆盖率 90% 及以上, 西部县行政村宽带 (含移动宽带, 下同) 网络覆盖率 70% 及以上 (3); 东中部县行政村宽带网络覆盖率 70%-90%, 西部县行政村宽带网络覆盖率 50%-70% (2)	工信部门提供的行政村宽带 (含移动宽带) 网络覆盖率证明文件	抽查行政村普及情况

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
	资源的开放、共享和可持续		中央财政支持建设的农村电商运营(培训)中心、农村电商产业园、物流配送体系等是否具有开放性,是否向社会提供市场化服务,是否仅向特定企业提供服务,向社会提供服务的收费是否合理(-10)	中央财政支持建设的农村电商运营(培训)中心、农村电商产业园、物流配送等企业的收费标准及制定依据等证明材料	
组织与实施情况(35)	组织管理(28)	组织协调(3)	建立示范县负责同志牵头、多部门参与的工作协调机制,充分发挥政府统筹协调的作用,提高政府服务水平(1),示范县主要负责同志牵头(1),制定了科学严谨的综合示范工作方案,提出合理的工作目标、时间节点,且工作方案得到基本落实(1)	成立综合示范县领导小组或协调机构的文件以及相关会议纪要;综合示范工作方案内容文件	
		资金和项目管理(5)	1.建立本县资金与项目管理制度,或执行省级部门制定的资金和项目管理制度(1),定期现场查看资金使用和项目进展情况,并形成记录文件(2)	资金与项目管理制度文件;现场查看资金使用和项目进展情况的记录材料(包括检查时间、项目、工作成果等)	
			2.资金使用方向是否合规,使用程序是否规范,如票据是否完整等(2)	中央财政资金账目、拨付文件、凭证,被扶持企业资金使用账目及凭证(项目承办企业提供)	
	公开透明(10)	1.网络公开综合示范工作方案、资金与项目管理制度,并同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口(已公开2,未公开-2)	在省级主管部门官方网站和县人民政府门户网站公开综合示范工作方案、资金与项目管理制度的情况,设立征求意见窗口、纪检、审计举报窗口的情况		

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			2. 及时在网络公开已经确定的中央财政资金扶持项目的基本信息，内容包括确定财政扶持该项目的政府决策文件、项目名称、建设内容和要求、项目承办单位名称、扶持资金额度、完成时限、绩效目标、承办单位责任人等，并每月更新项目建设进度，同时设立征求意见窗口或纪检、审计举报窗口（已公开 8，未公开-8）	在省级主管部门官方网站和县人民政府门户网站公开财政资金扶持项目决策和建设进度等相关信息的情况，设立征求意见窗口、纪检、审计举报窗口的情况	
		信息统计(10)	开展项目建设、运营状况等调查统计工作		
			1. 按综合示范要求，项目承办单位向示范县提供交易和活动信息情况，及签订的相关协议（是 2，否-2）	协议、提报信息等证明材料	
			2. 是否按要求与“农村电子商务和社区商业信息系统”实现数据对接，并及时、准确、完整填报信息（是 8，否-8）	绩效评价材料以“农村电子商务和社区商业信息系统”数据为主要来源。 检查物流、服务网点、资金拨付等情况时，核查信息系统数据填报。	
	推进政策（7）	出台促进和规范政策（5）	1. 在金融、土地、人才、收费等方面出台支持农村电商发展的政策（3），东中部县地方财政扶持支持资金不低于 1000 万元，西部县地方财政扶持支持资金不低于 500 万元，其中国家级贫困县和集中连片贫困县地方财政扶持支持资金不低于 200 万元（+2）	农村电子商务发展规划或指导性文件；在金融、土地、人才、收费等方面的支持相关政策文件；地方财政扶持支持资金政府预算文件及相关资金拨付凭证（注明该县是否属于国家级贫困县或集中连片贫困县并附证明材料）	

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			2. 建立符合本县实际的农村电子商务市场秩序监管机制（1）和商务信用评价制度（1）	农村电子商务市场秩序监管机制相关文件；商务信用评价制度相关文件；以上两个制度的应用及效果说明材料	
		典型总结提炼宣传（2）	示范县电子商务发展模式、典型经验或做法被中央主流媒体报道，或被商务部、财政部两部门在全国性会议上作经验交流发言（2）；被省级主流媒体报道，或被省级商务、财政主管部门在省级会上作经验交流发言，或被商务部、财政部在政府网上发布（1）（本条不重复记分）		
工作绩效(20)	电商促进（4）	电子商务交易额同比增长（4）	示范县电子商务交易额同比增长率在30%以上（4）；增长率在20%-30%（2），增长率低于20%（-2）	示范县年度或季度电子商务交易额、变化情况材料（需注明出处）	
	促进销售（4）	推动合作社、农村生产企业、生产大户、新型农业经营主体等开展网络销售，带动一般农户提升生产技术和网络销售水平（4）	农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额形成一定规模，且同比增长50%以上（4）；同比增长30%-50%（2）	年度或季度农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额（需注明出处）	

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
	带动就业和创业(4)	带动农村就业和创业(4)	带动农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、残疾人网络创业就业的人数和效果。在示范省份内排序,处于前30%的示范县(4),处于30%-60%的示范县(2)	带动农村青年、返乡大学生、返乡农民工、农村妇女、残疾人网络创业就业的人数及统计依据	
	带动贫困户脱贫(6)	通过电商提高贫困户收入(6)	1. 农村电商服务网点建在建档立卡贫困村或省级贫困村的数量和比例,处于示范省份内前30%的示范县(2),处于30%-60%的示范县(1)	农村电商服务网点列表中注明该村是否是建档立卡的贫困村或省级贫困村	
			2. 对建档立卡贫困户或省级贫困户做到应培尽培,培训率达80%及以上(2),80%以下(1)	建档立卡贫困户或省级贫困户接受培训情况,包括总体情况、人员姓名、联系方式、接受培训的内容等信息	抽查
			3. 带动贫困户直接和间接开展网络销售数量、金额和增收效果等情况,处于示范省份内前30%的示范县(2),处于30%-60%的示范县(1)	建档立卡贫困户或省级贫困户开展网络销售、创业就业情况,贫困户人员名单,包括姓名、联系方式、住址、网络销售额、及增收等情况	抽查
传统商贸企业转型升级(2)	农村传统商贸流通体系转型升级(2)	邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业进行信息化改造,具备进销存管理、农产品收购、网络销售、数据统计等功能(2)	抽查转型升级的邮政、供销、万村千乡等传统商贸企业		
一票否决项			有下列情况之一的为,直接评为较差:		
			1. 违反工作文件规定,擅自更改实施方案、扩大实施范围、增加或改变示范内容	电子商务进农村申请项目时的原版实施方案(如有变更,提供变更后的实施方案及变更说明)	

一级指标	二级指标	指标解释	评价内容	评价材料	现场检查
			2. 在审计、稽查和其他相关检查中发现项目质量、资金管理等方面存在重大问题		
			3. 项目发生安全生产事故或质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响	项目是否有发生安全生产事故或质量事故，或者造成重大经济损失和社会不良影响的相关说明材料	
			4. 项目建设进度严重滞后，总体进度不足 40%	项目建设进度说明材料，包括项目任务清单和已完成内容清单等	
			5. 弄虚作假	现场抽查农村电商服务网点和培训情况中 60%存在严重问题，视为弄虚作假。如操作不熟练、无法提供代购和物流配送电子记录、培训情况不能与被培训人对应等。	