

诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—
“马剑八大碗”老街农文旅产业
发展采购项目

(编号：诸暨博开 2024-09-05)

招 标 文 件

(电子招投标)

采 购 单 位：诸暨市马剑镇人民政府

采购代理机构：诸暨博开项目管理有限公司

二〇二四年九月

目 录

第一章	招标公告
第二章	投标须知
第三章	评标办法及评分标准
第四章	招标需求
第五章	诸暨市政府采购合同
第六章	应提交的有关格式范例

本招标文件为2024年新制版本，请各位投标人详细阅读各项条款

第一章 招标公告

项目概况：

诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目的潜在投标人应在浙江政府采购网 <http://www.zjztb.gov.cn> 获取（下载）招标文件，并于 2024 年 10 月 09 日 09:00 时（北京时间）前递交（上传）投标文件。

一、项目基本情况

采购组织类型：分散采购委托中介

项目编号：诸暨博开 2024-09-05

项目名称：诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目

预算合同金额（元）：9900000

最高合同限价（元）：9900000

项目概况：诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目，结合马剑老街当前状况及马剑八大碗产业情况，设计一条游客体验感强，落地可行性足，可持续运营的主题街区。着重布置“八大碗”主题体验中心、“妈妈的味道”巾帼工坊、土特产展示展销中心、“八大碗”主题培训中心、乡村会客厅这 5 个重要业态节点，采购预算金额为 990 万元，详见采购需求。

评标办法：综合评分法

合同履行期限：详见采购需求。

二、申请人的资格要求：

- 1、符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条之供应商资格规定；
- 2、落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目属于专门面向中小企业采购的项目，供应商应为中、小、微型企业或监狱企业或残疾人福利性单位。
- 3、未被“信用中国”(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)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；
- 4、本项目不接受联合体投标。

三、获取招标文件

时间：2024 年 09 月 18 日至 2024 年 10 月 09 日，每天上午 00:00 至 12:00，下午 12:00 至 23:59（北京时间，线上获取法定节假日均可，线下获取文件法定节假日除外）。

地点（网址）：政采云平台 <http://www.zcygov.cn/>

方式：潜在供应商登录政府采购云平台 <http://www.zcygov.cn/> 在线申请获取招标文件。进入“项目采购”应用，在线获取招标文件菜单中选择项目，申请获取招标文件（仅

需浏览招标文件的供应商可点击“游客，浏览招标文件”直接下载招标文件浏览）。本项目无须报名，于开标当日直接参加投标。招标文件发布截止时间之后有潜在供应商提出要求获取招标文件的，允许获取。

售价（元）：0

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：2024年10月09日09:00时（北京时间）

投标地点（网址）：投标人应于2024年10月09日09:00时前按照电子投标要求将电子加密标书上传到“政采云”平台，逾期或未上传成功的将导致无法投标或投标无效。

开标时间：2024年10月09日09:00时

开标地点（网址）：诸暨博开项目管理有限公司二楼开标室（诸暨市东旺路39号C区2楼60-65#）

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

供应商认为采购文件使自己的权益受到损害的，可以自获取采购文件之日或者采购公告期限届满之日（公告期限届满后获取采购文件的，以公告期限届满之日为准）起7个工作日内，对采购文件需求的以书面形式向采购人提出质疑，对其他内容的以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑。质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。质疑函范本、投诉书范本请到浙江政府采购网下载专区下载。

（1）《浙江省财政厅关于进一步发挥政府采购政策功能全力推动经济稳进提质的通知》（浙财采监（2024）3号）、《浙江省财政厅关于进一步促进政府采购公平竞争打造最优营商环境的通知》（浙财采监（2021）22号）已分别于2024年1月29日和2024年2月1日开始实施，此前有关规定与上述文件内容不一致的，按上述文件要求执行。

（2）根据《浙江省财政厅关于进一步促进政府采购公平竞争打造最优营商环境的通知》（浙财采监（2021）22号）文件关于“健全行政裁决机制”要求，鼓励供应商在线提起询问，路径为：政采云—项目采购—询问质疑投诉—询问列表；鼓励供应商在线提起质疑，路径为：政采云—项目采购—询问质疑投诉—质疑列表。质疑供应商对在线质疑答复不满意的，可在线提起投诉，路径为：浙江政务服务网—政府采购投诉处理—在线办理。

（3）为进一步优化政府采购营商环境，拓展发挥政府采购政策功能，缓解供应商资

金压力，供应商中标（成交）后可在“政府采购云平台”申请“政采贷”，操作路径：登录“政府采购云平台”——金融服务中心——融资服务，可在热门申请中选择产品直接申请，也可点击云智贷匹配适合产品进行申请，或者在可申请项目中根据该项目进行申请。

七、对本次招标提出询问、质疑、投诉，请按以下方式联系：

1. 采购人信息

名 称：诸暨市马剑镇人民政府

地 址：诸暨市马剑镇人民政府

项目联系人（询问）：徐晶

工作电话（询问）：18758511995

质疑联系人：冷东鹏

工作电话：17822000803

2. 采购代理机构信息

名 称：诸暨博开项目管理有限公司

地 址：诸暨市东旺路 39 号 C 区 2 楼 60-65#

项目联系人（询问）：张洁雨

工作电话（询问）：13989573703

质疑联系人：张爱超

工作电话：13735215553

邮箱：1526408830@qq.com

3. 同级政府采购监督管理部门

名 称：诸暨市财政局

地 址：诸暨市人民中路 356 号

联系人：吕康玮

监督投诉电话：0575-87111685

若对项目采购电子交易系统操作有疑问，可登录政采云（<https://www.zcygov.cn/>），点击右侧咨询小采，获取采小蜜智能服务管家帮助，或拨打政采云服务热线400-881-7190获取热线服务帮助。

第二章 投标须知

前 附 表

序号	内容	说明与要求
1	项目名称	诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目
2	采购方式	公开招标
3	评标办法	综合评分法
4	最高限价	最高合同限价为人民币玖佰玖拾万元（¥99000000.00）整，任何超过最高限价的报价将被认定为无效报价。
5	投标人（供应商）资格要求	详见招标公告
6	联合体投标特别条款	本项目不接受联合体投标
7	标的划分	☒ 本次招标共1个标的，采购人将整体择定中标人。 ☐ 本次招标采购共分___个标的，投标人可以选择一个或多个标的投标，采购人将分标的择定中标人。一个投标人可以___同时中标多个标的。
8	资格审查	供应商资格采用资格后审方式，由评标委员会进行审查。
9	招标文件的获取	详见招标公告
10	投标保证金	本项目不收取投标保证金
11	资格文件	（1）企业法人营业执照复印件（加盖单位公章）； （2）中小微企业声明函（若有，格式见附件）； （3）法定代表人授权委托书（法定代表人提供身份证复印件，格式见附件）； （4）提供自招标公告发布之日起至投标截止日内任意时间的“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）投标人信用查询网页截图。（以开标当日采购人或由采购人委托的评标委员会核实的查询结果为准） （5）投标人代表须提供投标人注册地社保机构出具的该投标人代表近三个月缴纳的社会保障资金证明材料复印件，且该资金必须由投标人缴纳。投标人代表为法定代表人本人的，只需提供身份证复印件。

		(6) 残疾人、监狱福利企业声明函（若有，格式见附件） (7) 其他资格证书。
12	商务技术文件	(1) 投标人情况介绍； (2) 相关资质证明或文件复印件（如有，加盖单位公章）； (3) 成功案例和业绩证明（如有）； (4) 对本项目系统总体要求的理解，包括：功能说明、性能指标及设备选型说明（如需要）； (5) 技术偏离表； (6) 招标文件标明的影响投标人资格的其他证明文件（如主要设备材料的原厂商对本项目的售后服务承诺，本地化服务能力证明）； (7) 保证工程质量的技术力量及技术措施（如需要）； (8) 投标人建议的安装、调试、验收方法或方案（如需要）； (9) 技术服务、技术培训、售后服务的内容和措施（如需要）； (10) 投标人需要说明的其他文件和说明。 投标人在“技术文件资料”中应对招标文件作实质性响应，该项内容将作为评标重要指标。
13	报价文件	(1) 投标函（格式见附件）； (2) 开标一览表（格式见附件）； (3) 投标报价明细表（格式见附件）； (4) 投标承诺书（格式见附件）； (5) 投标人需要说明的其他文件和说明（格式自拟）。 注：投标函、开标一览表、投标承诺书必须加盖单位公章。
14	现场演示	按招标文件相关要求执行
15	投标样品	按招标文件相关要求执行
16	上传电子投标文件时间	供应商应于 2024年10月09日09：00时前在“政采云”上自行加密上传电子投标文件，逾期上传或未按要求上传的投标文件将予以拒收。
17	投标有效期	自投标截止日起 90 天。如采购代理机构认为必要，可延长投标有效期。
18	签订合同时间	中标通知书发出后 30 日内
19	转包与分包	本项目不允许转包和分包。
20	履约保证金	本项目免收履约保证金。
21	投标文件递交截止时间	2024年10月09日09：00时止

22	投标文件递交地点	政采云平台
24	开标时间	2024年10月09日09:00时整
25	开标地点	诸暨博开项目管理有限公司二楼开标室（诸暨市东旺路39号C区2楼60-65#）开标室
26	质疑与答疑时间	投标人认为招标文件使自己的权益受到损害的，可以自获取招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日（公告期限届满后获取招标文件的，以公告期限届满之日为准）起7个工作日内，以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑，逾期提出的，采购代理机构不予受理、答复。
27	信用记录	根据财库[2016]125号文件，通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn），以开标当日网页查询记录为准。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的供应商，其投标将作无效标处理。
28	政府采购节能环保产品	投标产品若属于节能环保产品的，需提供财政部、环境保护部发布的有效期内环境标志产品政府采购清单以及财政部、发改委联合发布有效期内节能产品政府采购清单。 招标需求中要求提供的产品属于节能清单中政府强制采购节能产品目的，投标人须提供该清单内产品，否则其投标将作为无效标处理。
29	支持中小企业发展	一、本项目是否专门面向中小企业采购：是。 二、本项目是否落实小微企业价格扣除扶持政策：否。 （说明：因本项目属于专门面向中小企业采购的项目，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，在报价评审时不再执行价格扣除优惠政策。） 三、中小企业扶持政策说明 （一）根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）相关规定： 1、中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。 2、在政府采购活动中，供应商提供的货物或者服务符合下列情形的，方可享受中小企业扶持政策：

		(1) 在货物采购项目中，货物必须由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标。供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。 (2) 在服务采购项目中，服务必须由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。 3、中小企业参加本次政府采购活动，应当在资格文件中提供《中小企业声明函》（格式见第七章）。 (二) 符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）规定的条件并且在资格文件中提供《残疾人福利性单位声明函》（格式见“第七章”）的残疾人福利性单位视同小型、微型企业。 (三) 符合《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）规定的监狱企业并提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业证明文件（证明文件须以清晰的扫描件或复印件并加盖企业公章置于资格文件中）的，视同小型、微型企业。																																
30	中小企业划分标准所属行业	1、项目类型：本项目为<u>服务类</u>采购项目； 2、采购标的：诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验——“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目 3、采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：<u>农、林、牧、渔业。</u>																																
31	其他	特别提醒： (1) 本项目招标代理费由中标方支付，按差额定率累进法计算： <table><tr><th>金额（万元）</th><th>货物招 标</th><th>服务招 标</th><th>工程招 标</th></tr><tr><td>100以下</td><td>1.5%</td><td>1.5%</td><td>1.0%</td></tr><tr><td>100—500</td><td>1.1%</td><td>0.8%</td><td>0.7%</td></tr><tr><td>500—1000</td><td>0.8%</td><td>0.45%</td><td>0.55%</td></tr><tr><td>1000—5000</td><td>0.5%</td><td>0.25%</td><td>0.35%</td></tr><tr><td>5000—10000</td><td>0.25%</td><td>0.1%</td><td>0.2%</td></tr><tr><td>10000——100000</td><td>0.05%</td><td>0.05%</td><td>0.05%</td></tr><tr><td>1000000以上</td><td>0.01%</td><td>0.01%</td><td>0.01%</td></tr></table> 不足3000元按3000元收取（代理机构只提供增值税普通发票）。 (2) 以上费用由投标供应商在报价中一并考虑，在领取中标通知书前付清。	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%
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%																															
32	特别提醒	1. 供应商参与本项目电子招投标活动前应注册成为政采云平台正式投标人，并完成CA数字证书办理。因未正式注册入库或未办理CA数字证书等原因造成无法投标或投标失败等后果由供应商自行承担。																																

		2. 如本前附表与投标须知条款就同一事项规定不一致的，以本前附表规定内容为准。 3. 请投标人仔细阅读本招标文件，其中若带有“★”标记的条款为实质性内容及要求，投标人必须对带有“★”标记的条款作出实质性响应。如任意一条打“★”的条款出现负偏离视为实质性不响应招标文件要求，作无效投标处理。
--	--	--

一、总 则

1. 适用范围

本招标文件适用于本次所述项目的招标。

2. 定义

2.1 “采购人”系指组织本次招标的采购单位。

2.2 “采购代理机构”系指诸暨博开项目管理有限公司。

2.3 “投标人”系指向采购人和采购代理机构提交投标文件的供应商。

2.4 “货物”系指供方按招标文件规定，须向采购人提供的一切设备、保险、税金、备品备件、工具、手册及其它有关技术资料 and 材料。

2.5 “服务”系指招标文件规定投标人须承担的安装、调试、技术协助、校准、培训、技术指导以及其他类似的义务。

2.6 “项目”系指投标人按招标文件规定向采购人提供的货物和服务。

2.7 “书面形式”包括信函、传真、电报等。

2.8 本招标文件所述设备品牌、型号是结合实际现有情况的推荐性参考方案，投标方也可根据招标文件的要求参考性能相当或高于、服务条款相等或高于、符合招标方实际业务需求其他同档次优质品牌的产品，进行方案优化。所投产品不在参考品牌范围内的，是否符合招标文件要求由评标委员会在投标文件评审时集体讨论决定。

3. 采购方式

本次采购采用公开招标方式进行。

4. 投标人及投标委托有关说明

4.1 投标文件中需提供授权委托书，法人代表只需提供身份证复印件。

5. 投标费用

投标人应自行承担获得招标文件和编制、提交投标文件所涉及的一切费用。不论投标结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用。对中标人收取采购代理服务费。

6. 特别说明：

6.1 投标人应仔细阅读招标文件的所有内容，按照招标文件的要求提交投标文件，并对所提供的全部资料的真实性承担法律责任。

6.2 投标人在投标活动中提供任何虚假材料，其投标无效，并报监管部门查处；中标后发现的，中标人须依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第 49 条之规定双倍赔偿采购人，且民事赔偿并不免除违法投标人的行政与刑事责任。

6.3 投标人须对所投产品、方案、技术和服务等拥有合法的占有和处置权，并对涉及项目的所有内容可能侵权行为指控负责，保证不伤害采购人的利益。在法律范围内，如果

出现文字、图片、商标和技术等侵权行为而造成的纠纷和产生的一切费用，采购人概不负责，由此给采购人造成损失的，供应商应承担相应后果，并负责赔偿。供应商为执行本项目合同而提供的技术资料归采购人所有。

6.4 供应商在采购项目投标过程中应诚实守信，不弄虚作假，不隐瞒真实情况，不围标串标，不恶意质疑投诉。如违反上述要求，经核实后，供应商的投标将作废，将该供应商列入不良记录名单并在网上曝光，同时提请采购监督管理部门给予一定年限内禁止参加采购活动的处罚或其他处罚。

6.5 本项目涉及采购货物必须是全新、未使用过的原装合格正品（包括零部件），如安装或配置了软件的，须为正版软件。

6.6 国产的货物及其有关服务必须符合中华人民共和国的设计和制造生产标准或行业标准。招标公告有其他要求的，亦应符合其要求。

6.7 进口货物及其有关服务必须符合原产地和/或中华人民共和国的设计和制造生产标准或行业标准。进口的货物必须具有合法的进口手续和途径，并通过中华人民共和国商检部门检验。招标公告有其他要求的，亦应符合其要求。

7. 质疑和投诉

7.1 投标人认为招标文件、招标过程和中标结果使自己的合法权益受到损害的，应当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、采购代理机构提出质疑。投标人对采购人的质疑答复不满意或者采购人未在规定时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级采购监管部门投诉。逾期提出的，采购代理机构不予受理、答复。

7.2 质疑、投诉应当采用书面形式，质疑书、投诉书均应明确阐述招标文件、招标过程和中标结果中使自己合法权益受到损害的实质性内容，提供相关事实、依据和证据及其来源或线索，便于有关单位调查、答复和处理。

7.3 采购代理机构与采购人研究后，对认为有必要回答的问题，采购人和采购代理机构将补充（更正）以网上发布公告的形式通知所有投标人，补充（更正）是招标文件的组成部分。

7.4 质疑供应商在收到该更正（补充）公告后应于1日内，以书面或传真形式（签署意见并加盖公章）向采购代理机构回函给予确认。过期未回复的，视为默认接受。

二、招标文件

8. 招标文件的构成。

本招标文件由以下部分组成：

8.1 招标公告；

8.2 投标须知；

8.3评标办法及评分标准；

8.4采购需求；

8.5应提交的有关格式范例；

8.6本项目招标文件的澄清、答复、修改、补充的内容。

9. 投标人的风险

9.1投标人应仔细阅读招标文件的所有内容，并按照招标文件的要求提交投标文件。

投标人没有按照招标文件要求提供全部资料，或者投标人没有对招标文件在各方面作出实质性响应是投标人的风险，并可能导致其投标被拒绝。

9.2任何人或任何组织向投标人提交的任何书面或口头资料，未经采购代理机构在网上发布或书面通知，均作无效处理，不得作为招标文件的组成部分。采购代理机构对投标人由此而做出的推论、理解和结论概不负责。

10. 招标文件的澄清与修改

10.1 投标人下载招标文件后，应认真阅读本招标文件的所有内容，发现其中有误或有不合理要求的，投标人必须按前附表规定的时间前以书面形式要求采购人澄清。逾期提出的，采购人将不予受理。采购代理机构与采购人研究后，对认为有必要回答的问题，采购人将补充（更正内容）以网上发布公告的形式通知所有投标人，补充（更正）内容是招标文件的组成部分。投标人可以通过诸暨市公共资源交易网自行下载，以确认已阅知该澄清或修改内容，否则，由此导致的风险由投标人自行承担，采购人不承担任何责任。

10.2 招标文件澄清、答复、修改、补充的内容为招标文件的组成部分。当招标文件与招标文件的答复、澄清、修改、补充公告就同一内容的表述不一致时，以最后发出的文件或公告或通知为准。

10.3 在投标截止时间前，采购人有权修改招标文件，并以网站发布补充公告的形式通知所有投标人，通知中没有注明更改投标截止时间的视为截止时间不变。修改的文件作为招标文件的补充和组成部分，对所有投标人均有约束力。

10.4 为使投标人在编制投标文件时，把补充公告内容进行研究，采购代理机构可以酌情推迟递交投标文件的截止时间。

10.5 投标人一旦参与本次招标活动，即被视为接受了本招标文件的所有内容，如有任何异议，均须在答疑截止时间前提出。

三、投标文件编制和提交

11. 投标文件的组成

投标文件由资格文件、商务技术文件、报价文件三部分组成。详见前附表。

12. 投标文件的语言及计量

12.1 投标文件以及投标人与采购代理机构就有关投标事宜的所有往来通知、函电，均

应以中文汉语书写。除签名、盖章、专用名称等特殊情形外，以中文汉语以外的文字表述的投标文件视同未提供。投标人随投标文件提供的证明文件和资料可以为其它语言，但必须附中文译文。翻译的中文资料与外文资料如果出现差异时，以中文为准，但翻译错误的除外。

12.2 投标计量单位，招标文件已有明确规定的，使用招标文件规定的计量单位；招标文件没有规定的，应采用中华人民共和国法定计量单位（货币单位：人民币元），否则视同未响应。

13. 投标报价

13.1 投标报价应按招标文件中相关附表格式填写。本项目的投标应以人民币计。

13.2 投标报价应包括货款、标准附件、备品备件、专用工具、包装、运输、装卸、保险、税金、货到就位以及安装、调试、培训、保修等一切税金和费用。投标报价（包括单价、总价等）均保留到小数点后两位（如：100.88 元）。投标人必须报有合理单价，其将作为设备增减的主要依据。如有漏项，视同已包含在其它项目中，合同总价和单价不作调整。

13.3 投标文件只允许有一个报价，有选择的或有条件的报价将不予接受。

13.4 招标文件未列明，而投标人认为必需的费用也需列入报价。

13.5 中标后，中标人所填写的单价在合同实施期间不因市场变化因素而变动，投标人在计算报价时应考虑一定的风险系数。

13.6 投标人若有方案和报价未被唱标，应在开标时及时声明或提请采购代理机构宣读，否则是投标人自己的风险，采购代理机构对此不承担任何责任。

14. 投标文件的有效期

14.1 投标有效期为从投标截止之日算起的日历天数，自投标截止日起 90 天投标书应保持有效。如采购人认为必要，可延长投标有效期。有效期短于这个规定期限的投标将被拒绝。

14.2 在特殊情况下，采购人可与投标人协商延长投标书的有效期，这种要求和答复均以书面形式进行。

14.3 投标人可拒绝接受延期要求，但其投标在原投标有效期满后不再有效。同意延长有效期的投标人不能修改投标文件。

14.4 中标人的投标文件自开标之日起至合同履行完毕止均应保持有效。

15. 投标保证金

15.1 本项目免收投标保证金。

15.2 如投标人有下列情形之一的，应当按照本项目采购预算价2%的标准承担因此给采购单位造成的损失的赔偿责任及相应的法律责任：

15.3.1 投标人在投标有效期内撤回投标文件的；

- 15.3.2 投标人在投标过程中弄虚作假，提供虚假材料的；
- 15.3.3 中标人无正当理由在规定的时间内不与采购人签订合同的；
- 15.3.4 将中标项目转让给他人或者在投标文件中未说明且未经采购人同意，将中标项目分包给他人的；
- 15.3.5 其他严重扰乱招投标程序的；
- 15.3.6 向有关人员行贿或者采取其他不正当手段谋取中标的；
- 15.3.7 中标人无正当理由放弃中标的；
- 15.3.8 投标人质疑投诉提供虚假情况；
- 15.3.9 存在法律、法规规定的其它损害采购人或采购单位利益或社会公共利益的情形。

16. 投标文件的制作

- 16.1 投标人应按招标文件前附表规定的内容编制投标文件。
- 16.2 投标人应按本招标文件规定的格式和顺序编制投标文件并标注页码，投标文件内容不完整、编排混乱导致投标文件被误读、漏读或者查找不到相关内容的，是投标人的责任。
- 16.3 投标文件须由投标人在规定位置盖章并由法定代表人或法定代表授权人签署，投标人应写全称。**电子投标文件中所有加盖公章均采用CA签章。**
- 16.4 投标文件不得涂改，若有修改错漏处，须加盖单位公章。投标文件因表达不清所引起的后果由投标人负责。
- 16.5 投标人应认真阅读招标文件中所有的内容。如果投标人编制的投标文件实质上不符合招标文件的要求，其投标文件将作无效标处理。

17. 投标文件的递交、修改和撤回

- 17.1 投标人应将投标文件的资格文件、商务技术文件、报价文件分开制作。**如投标文件商务技术标内容含有报价的内容，将被视作无效标处理。**
- 17.2 投标人应在开标前在“政采云”上自行加密上传电子投标文件，逾期上传或未按要求上传的投标文件将予以拒收。
- 17.3 投标人在投标截止时间之前，可以对已提交的投标文件进行修改或撤回，补充、修改的内容为投标文件的组成部分。
- 17.4 投标截止时间后，投标人不得撤回、修改投标文件。
- 17.5 不论投标人中标与否，投标人文件均不得撤回其投标。
- 17.6 未按时解密视为投标文件撤回。

18. 投标无效的情形

实质上没有响应招标文件要求的投标将被视为无效投标。投标人不得通过修正或撤消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，但经评标委员会认定属于投

标人疏忽所造成的差错，应当允许其在评标结束之前进行修改或者补正。限时内不补正或经补正后仍不符合招标文件要求的，应认定其投标无效。投标人修改、补正投标文件后，不影响评标委员会对其投标文件所作的评价和评分结果。

18.1在符合性审查和资格性审查时，如发现下列情形之一的，投标文件将被视为无效投标：

18.1.1资格证明文件不全的，或者不符合招标文件标明的资格要求的；

18.1.2未按照招标文件规定要求盖章；

18.1.3投标文件项目不齐全或者内容虚假的；

18.1.4投标文件的实质性内容未使用中文表述、意思表述不明确、前后矛盾或者使用计量单位不符合招标文件要求的；

18.1.5投标有效期、交货时间、质保期、售后服务承诺等条款不能满足招标文件要求的；

18.1.6投标文件的商务技术标内容含有报价的内容；

18.1.7投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

18.1.8不符合法律、法规或未实质性响应招标文件要求或者投标文件有采购人不能接受的附加条件的。

18.2在商务技术评审时，如发现下列情形之一的，投标文件将被视为无效：

18.2.1未提供或未如实提供投标货物的技术参数，或者投标文件标明的响应或偏离与事实不符或虚假投标的；

18.2.2明显不符合招标文件要求的规格型号、质量标准，或者与招标文件中标“★”的技术指标、主要功能项目发生实质性偏离的；

18.2.3允许偏离的技术、性能指标或者辅助功能项目发生负偏离达20项（含）以上的；

18.2.4投标技术方案不明确，存在一个或一个以上备选（替代）投标方案的；

18.2.5发现有二份及二份以上投标文件的相互之间有特别相同或相似之处，且经询标澄清投标人无令人信服的理由和可靠证据证明其合理性的，经评标委员会半数以上成员确认有串通投标嫌疑的，其投标文件按无效标处理，予以废除，不再对其进行评审，也不影响招标工作继续评标。

18.3在报价评审时，如发现下列情形之一的，投标文件将被视为无效：

（1）未采用人民币报价或者未按照招标文件标明的币种报价的；

（2）投标报价超过招标文件中规定的最高限价的；

（3）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，且投标人不能证明其报价合理性的；

（4）投标人不接受报价文件中修正后的报价的；

（5）投标报价具有选择性。

18.4符合招标文件明确规定的其他无效投标条款的。

四、开 标

19. 开标

19.1采购代理机构将在前附表规定的时间、地点进行开标。无关人员不得进入开标现场。

19.2本项目实行电子开评标，投标人无需前往开评标现场，只需在规定时间内在“政采云”平台上上传电子投标文件。

20. 开标程序

20.1投标截止时间后的30分钟内，由各投标人自行对电子投标文件进行解密（请各投标人务必在规定时间内完成电子投标文件的解密工作，在电子开评标期间，投标人（授权代表）需确保在各自所在的区域具备上网的技术条件并保持网络及联系方式畅通），同时为避免出现意外，建议全程由一台电脑进行操作（包括标书制作、上传、解密等），中途不要更换电脑；

20.2评标委员会对投标人的资格和商务技术响应文件进行评审；

20.3对商务技术标有效的投标单位的投标报价在“政采云”平台上予以公开；

20.4评标委员会对商务技术标有效的投标单位进行投标报价评审，确定投标报价评审有效投标单位；

20.5对投标报价评审后有效的投标单位计算投标报价分和综合得分；

20.6确定预中标人。

特别说明：

1、政采云公司如对电子化开标及评审程序有调整的，按调整后的程序操作。

2、如中标单位投标文件和招标文件要求不一致，且评审过程中未发现的，履约应按有利于采购人的要求执行。

3、采购过程中出现以下情形，导致电子交易平台无法正常运行，或者无法保证电子交易的公平、公正和安全时，采购组织机构可中止电子交易活动：

- （一）电子交易平台发生故障而无法登录访问的；
- （二）电子交易平台应用或数据库出现错误，不能进行正常操作的；
- （三）电子交易平台发现严重安全漏洞，有潜在泄密危险的；
- （四）病毒发作导致不能进行正常操作的；
- （五）其他无法保证电子交易的公平、公正和安全的情况。

出现前款规定情形，不影响采购公平、公正性的，采购组织机构可以待上述情形消除后继续组织电子交易活动；影响或可能影响采购公平、公正性的，应当重新采购。

五、评 标

21. 组建评标委员会

评标委员会按照有关规定组建。

22. 评标原则

22.1 评标委员会必须公平、公正、客观，不带任何倾向性和启发性；

22.2 不得向外界透露任何与评标有关的内容；

22.3 任何单位和个人不得干扰、影响评标的正常进行；

22.4 评标委员会及有关工作人员不得私下与投标人接触。

22.5 评审专家因回避、临时缺席或健康原因等特殊情况下不能继续参加评审工作的，应按规定更换评审专家，被更换的评审人员之前所作出的评审意见不再予以采纳，由更换后的评审人员重新进行评审。无法及时更换专家的，要立即停止评审工作、封存评审资料，并告知投标人择期重新评审的时间和地点。

22.6 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合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

非单一产品采购项目，采购人应当根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定核心产品，并在招标文件中载明。多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按前款规定处理。

22.7 以联合体形式参加采购活动的，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采购活动。

22.8 除单一来源采购以外，为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本采购项目。

22.9 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的采购活动。

22.10 本项目涉及提供的有关资质证书，若原有资质证书处于年审期间，投标人提供年审证明的可按原资质投标；若投标人正在申报上一级别资质，在未获批准之前，仍按原级别资质投标。

23. 评标程序

23.1 资格审查

依据法律、法规和招标文件规定，采购人或采购人委托的代理机构对投标人进行资格审查，以确定投标人是否具备投标资格。

23.2形式审查

评标委员会对投标人的投标文件的完整性、合法性等进行审查。

23.3实质审查与比较

23.3.1 评标时，评标委员会将以招标文件为基本依据，首先评定每份投标文件是否在实质上响应了招标文件的要求。所谓实质上响应，是指投标文件应与招标文件的所有实质性条款、条件和要求相符，无显著差异或保留，或者对合同中约定的采购人的权利和投标人的义务方面造成重大的限制，纠正这些显著差异或保留将会对其他实质上响应招标文件要求的投标文件的投标人的竞争地位产生不公平的影响。

23.3.2 评标委员会将根据投标人的投标文件进行审查、核对，如有疑问，将对投标人进行询标，投标人要向评标委员会澄清有关问题，并最终以“政采云”在线询标或其他有效形式进行答复。投标人代表拒绝澄清或者澄清的内容改变了投标文件的实质性内容的，评标委员会有权对该投标文件作出不利于投标人的评判。

23.3.3 投标人应详细说明投标技术方案中产品的具体参数，不得照搬照抄招标文件的技术要求。否则，评标委员会有权认定为投标技术方案不合格响应，其相关分数予以扣减或作无效标处理。

23.3.4 如果投标文件实质不响应招标文件的各项要求，评标委员会将予以拒绝，并且不允许投标人通过修改或撤销其不符合要求的差异或保留，使之成为具有响应性的投标。

23.3.5 各投标人的商务技术得分为所有评委的有效评分的算术平均数。

23.3.6 评标委员会完成评标后，评委对各部分得分汇总，计算出本项目最终得分。评标委员会按评标原则推荐中标候选人，同时起草评标报告。

23.3.7 评标委员会对明显不合理的投标报价，有权要求投标人在规定时间内提交说明，投标人不能提供的或提供的材料不能说明问题的，评标委员会可以判定其投标无效。

23.3.8 评审人员对有关招标文件、投标文件、解释、要求、标准存在不同意见的，持不同意见的评审人员及其意见或理由应予以完整记录，并在评审过程中按照少数服从多数的原则表决执行。评审人员拒绝在评审报告中签字又不说明其不同意见或理由的，由现场监督员记录在案后，可视为同意评审结果。

23.3.9 评标委员会发现招标文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者招标文件内容违反国家有关强制性规定的，应当停止评标工作，与采购人或者采购代理机构沟通并作书面记录。采购人或者采购代理机构确认后，应当修改招标文件，重新组织采购活动。

24. 如投标人或采购人有下列情形之一的，应按串通投标行为认定，禁止其一至三年内进入本市招投标市场，情节严重的移送有关部门依法处理。

24.1 不同投标人的投标文件由同一单位或人员编制；

24.2 不同投标人委托同一单位或个人办理投标事宜；

- 24.3不同投标人的投标文件载明的项目管理或联系人员为同一人；
- 24.4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；
- 24.5不同投标人的投标文件遗留其他投标人不属于本投标人参加采购必需的信息资料的；
- 24.6不同投标人的授权代表为同一单位的工作人员的；
- 24.7采购响应截止时间后，采购人协助投标人撤换或更改投标文件的；
- 24.8采购人泄露有意向参加采购的投标人名称、数量等应当保密的事项的；
- 24.9不同投标人之间私下达成书面或口头协议，指定一家投标人中标或轮流中标的；
- 24.10属于同一集团、协会、商会等组织成员的投标人按照该组织要求协同的投标；
- 24.11投标人之间为谋取中标或者排斥特定投标人而采取的其他联合行动；
- 24.12不同投标人与同一投标人联合投标的；
- 24.13采购人（或采购代理机构）明示或者暗示投标人压低或者抬高投标报价；
- 24.14采购人（或采购代理机构）明示或者暗示投标人为特定投标人中标提供方便；
- 24.15采购人（或采购代理机构）与投标人为谋求特定投标人中标而采取的其他串通行为；
- 24.16法律、法规或规章规定的其他串通行为。

25. 投标文件的澄清

对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错误的内容，评标委员会可以在“政采云”平台在线询标或其他有效形式要求投标人对同一份投标文件含义不明确或同类问题表述不一致的内容（招标文件其他地方有规定处理方法的除外）作必要的澄清或说明，投标人应采用在线回复或其他有效形式在询标规定时间内进行澄清或说明（需盖电子签章或实体公章），但不得超出投标文件的范围或改变投标文件的实质性内容。凡属于评标小组在评标中发现的计算错误并进行核实的修改不在此列。投标人的澄清文件是其投标文件的组成部分。

26. 错误修正

投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

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

26.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准。

26.3 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。

26.4 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，按照上述规定的顺序修正。

按上述修正错误的原则及方法调整或修正投标文件的投标报价，投标人同意并加盖公章。

章确认，调整后的投标报价对投标人具有约束作用。如果投标人不接受修正后的报价，则其投标将作为无效投标处理。

27. 评标办法。

本项目评标办法是综合评分法，具体评标内容及评分标准等详见《第三章：评标办法及评分标准》。

28. 评标过程的保密

28.1 开标后，直到宣布授予中标人合同为止，凡属于审查、澄清、评价和比较投标文件的有关资料和授予合同的信息，采购人、评标委员会成员都不应向投标人或与该过程无关的其他人员泄露。

28.2 任何单位和个人都不得干扰、影响评标活动的正常进行。投标人在评标过程中所进行的试图影响评标结果的一切不符合法律或招标规定的活动，都可能导致其被取消投标资格，并由其承担相应的法律责任。

28.3 中标人确定后，采购人不对未中标人就评标过程以及未能中标原因作出任何解释。未中标人不得向评标委员会或其他有关人员索问评标过程的情况和材料。

六、定标

29. 确定中标人。本项目由采购人确定中标人。

29.1 采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。采购人在收到评标报告5个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

29.2 第一名中标候选人无正当理由放弃中标成交或被取消中标资格的，除其投标保证金不予退还外，同时上报诸暨市公共资源交易管理委员会办公室，诸暨市公共资源交易管理委员会办公室将按《诸暨市招投标市场不良行为记录暂行规定》等有关法律、法规、制度进行处理。此标的将另行组织采购。

30. 中标通知与中标结果公告

30.1 中标公示期满后，无异议的，采购人确认中标结果，诸暨博开项目管理有限公司核发《中标通知书》。《中标通知书》一经发出即发生法律效力。

30.2 中标结果将于公示期满后在相关网站以中标公告形式发布，中标人须在中标公告发布后到诸暨博开项目管理有限公司领取书面通知。

31. 中标无效情形

中标人存在下列情形之一的，中标无效：

31.1 提供虚假材料谋取中标的；

31.2 采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人的；

- 31.3 与采购人、其他投标人恶意串通的；
 - 31.4 向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的；
 - 31.5 在招标过程中与采购人进行协商谈判；不按照招标文件和投标文件订立合同或者与采购人另行背离合同实质性内容的协议的；
 - 31.6 拖延、拒签合同的；
 - 31.7 存在法律、法规规定的其它损害采购人或采购单位利益或社会公共利益的情形
- 的。

32. 重新招标

投标截止时间及评审期间，出现有效供应商不足3家的，本项目流标，重新组织采购。

七、授予合同

33. 签订合同

33.1 中标人须在领取《中标通知书》后30天内，根据《中华人民共和国民法典》等有关规定，依据招标文件和投标文件的有关条款上门与相关采购单位（即采购人）签订合同。

33.2 招标文件、投标文件和《中标通知书》作为合同签订的依据和主要附件。合同签订时中标人须提供相应的《中标通知书》复印件和售后服务承诺给采购单位，以方便验收货物（或工程）。

33.3 合同一式四份，采购单位 and 中标人各执一份、代理机构、国资部门各备案一份。

33.4 中标人和采购单位不得擅自变更、中止或者终止合同，不得另外订立背离合同实质性内容的其它协议。

34. 履约保证金

34.1 中标人在签订采购合同前，应按招标文件要求向采购人提交履约保证金，履约保证金作为中标人在履行合同和服务承诺的保证。

34.2 中标人应当以支票、汇票、本票等非现金形式提交。中标人在履行完合同约定事项后，采购人应及时退还履约保证金。履约保证金不计息。

34.3 签订合同后，如中标人不按双方合同约定履约，则没收其全部履约保证金，履约保证金不足以赔偿损失的，按实际损失赔偿。

35. 合同备案

采购人应当自采购合同签订之日起七个工作日内，按照有关规定进行备案。

八、质疑和投诉

36.1 开标过程中，投标人对开标有异议的，应当在“政采云”平台上及时提出，评审委员应对异常情况制作相关记录。

36.2 开评标结束后，投标人或者其他利害关系人对依法必须进行招标的项目的评标结

果有异议的，应在采购结果公告期限结束之日（公告发布之日起至第2日24小时止）起7个工作日内依据招投标相关法律法规向采购人、招标代理机构提出质疑。采购人或招标代理机构将在收到书面质疑后7个工作日内对质疑内容作出答复。若投标人对采购人或招标代理机构的答复、处理结果不满意，应在收到采购人或招标代理机构的书面答复后十五个工作日内到招标投标管理部门投诉。

36.3 质疑投诉的相关规定

（一）质疑投诉递交的资料需为书面材料。质疑投诉书面材料需法定代表人（或负责人）或授权代表签字并加盖公章。

（二）质疑投诉属于以下情况之一的，将不予受理：

- （1）. 质疑投诉人不是所投诉项目的参与者，或者与质疑投诉项目无任何利害关系。
- （2）. 质疑投诉事项不具体，且未提供有效线索，难以查证。
- （3）. 未提供书面质疑或者质疑未加盖公章的；投诉人为法人或者其他组织，其投诉书未经法定代表人或者主要负责人签字并加盖公章的。
- （4）. 已超过招标文件规定质疑投诉提出期限的事项。
- （5）. 投诉事项已作出处理决定，并且投诉人没有提出新的证据
- （6）. 质疑投诉的事项已经进入行政复议或者行政诉讼程序的；投诉事项应先提出质疑而没有提出质疑的。
- （7）. 不符合采购相关法律法规等有关规定的投诉。

九、不良行为记录

投标人在采购活动中出现下列违规行为的将记入诸暨市采购不良行为记录，并在记录时限内暂停其诸暨市域范围内采购交易资格，同时不良行为在诸暨市公共资源交易中心网站公示。

序号	不良行为	记录时限
1	在招标采购过程中，与采购人进行协商谈判的	6个月
2	投标有效期内撤回其投标文件的	6个月
3	拒绝有关部门监督检查的	6个月
4	不积极配合采购人做好标的验收工作的	6个月
5	在有关部门的监督检查或考核中被通报批评或处以警告及以上处罚的	6个月
6	不遵守投标会场纪律，无理取闹，扰乱交易秩序的	1年
7	中标后无正当理由放弃中标，或在规定时间内不与采购人签订采购合同，或在签订合同时提出附加条件或更改合同实质性内容，或拒不提交所要求的履约保证金的	1年
8	虚假投诉、恶意投诉和不按程序、规定时间进行质疑投诉而	1年

	影响采购工作正常进行或造成不良影响的	
9	不按照与采购人订立的合同履行义务（包括提供标的、售后服务、技术支持等），严重违反合同规定和廉政合同要求的	1年
10	项目负责人不到位，或擅自变换项目负责人，或不认真履行职责造成采购人损失的	1年
11	发生经营状况重大变化以及重要担保、重大合同纠纷或诉讼、信用等级和资质变化等可能影响履约能力的重大事项，未及时向市公共资源交易中心提供书面报告，因而造成采购人损失的	1年
12	与采购人、其他供应商或者采购代理机构相互串通的	2年
13	采取不正当手段排挤其他供应商，进行不公平竞争的	2年
14	中标后与采购人另行订立背离合同实质内容的协议的	2年
15	事先有承诺，而事后违反承诺内容的	2年
16	将中标项目转包或违反规定进行分包的	2年
17	提供虚假资料参加投标的	3年
18	以他人名义投标或允许他人以自己名义投标，或者以其他方式弄虚作假的	3年
19	未按照采购合同约定及时提供全部货物的，或无故拖延工期的	3年
20	无故不提供中标要求的型号、配置等产品的，或有拆换、调换、截留产品零部件和备品备件的行为的	3年
21	为获取自身利益，向采购人及其他有利害关系的单位或个人提供不正当利益的	3年
22	提供假冒伪劣产品或走私物品的	5年
23	擅自变更、中止、终止或解除采购合同的	5年
24	向有关人员行贿或者提供不正当利益谋取中标的	5年
25	在采购活动期间，对管理机构、采购人、其他投标人、评标专家、中介机构等采购相关机构和人员，采取诋毁、诽谤、胁迫、暴力等不正当手段的	5年
26	诸暨市公共资源交易管理委员会办公室认定的其他违反采购管理的行为	酌情处理

十、解释

- 37. 本次招标活动接受采购人招投标监管部门监督。
- 38. 本招标文件的解释权属于采购人和诸暨博开项目管理有限公司。

第三章 评标办法及评分标准

一、采用综合评分法。即在符合招标文件要求的前提下，择定最高得分者为第一中标候选人，即预中标人。

二、合格投标人的评标得分为各项目汇总得分，中标候选人资格按评标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，按技术指标由高到低顺序排列。排名第一的投标人为中标候选人。评分过程中采用四舍五入法，并保留小数2位。

三、评分办法

（一）满分为100分。总得分=技术得分+商务得分；

（二）技术得分=技术评分，技术评分=所有评委的有效评分的算术平均数。

（三）商务得分=（评标基准价/投标报价）*价格权值*100，评标基准价=有效投标人的最低投标报价，价格权值=20%；

（四）技术分评分细则（80分）

序号	评分因素	评分标准		分值
1	项目背景及现状分析	根据供应商提供的针对本项目的背景、项目建设需求的方案、项目现状分析是否全面并符合酌情打分		0-3分
2.1	马剑老街主题街区重要业态布置	“八大碗”主题体验中心建设方案	根据供应商提供的“八大碗”主题体验中心改造设计方案（提供设计效果图，设计方案）酌情打分。	0-3分
2.2		“妈妈的味道”巾帼工坊建设方案	根据供应商提供的“妈妈的味道”巾帼工坊建设方案（提供设计效果图，设计方案）酌情打分。	0-3分
2.3		土特产展示展销中心建设方案	根据供应商提供的土特产展示展销中心建设方案（功能区域按照展示区、销售区、交流区划分，确保空间布局流畅，并提供设计效果图）酌情打分。	0-3分

2.4		八大碗主题培训中心建设方案	根据供应商提供的“八大碗”主题培训中心提升建设方案(结合培训中心的整体装修风格,确保效果既美观又实用,提供改造示意图。)酌情打分。	0-3分
2.5		乡村会客厅	根据供应商提供的乡村会客厅建设方案(提供改造示意图)酌情打分。	0-3分
3.1	“马剑八大碗”乡韵品牌及主题游线建设	品牌价值体系建设方案	1、品牌战略建设方案:根据供应商提供的品牌建设总体思路,输出品牌战略解读方案酌情打分(0-3分) 2、品牌定位策划建设方案:根据供应商提供的针对本项目品牌定位策划,输出区域公用品牌汇报方案酌情打分(0-3分) 3、品牌核心资产建设方案:根据供应商提供的针对本项目制定的品牌名称、品牌广告语、品牌标志(LOGO)、符号系统等,输出区域公用品牌规划方案酌情打分(0-3分)	0-9分
3.2		品牌视觉体系建设方案	1、品牌基础元素设计及规范建设方案:根据供应商提供的品牌标识、品牌广告语设计和卡通形象(IP)设计方案。酌情打分(0-3分) 2、品牌应用系统设计及规范建设方案:根据供应商提供设计宣传海报、菜单、餐具包装、办公产品、周边产品、网络表情包,输出品牌VI手册方案酌情打分(0-3分)	0-6分
3.3		品牌产品体系建设方案	根据供应商提供的包装视觉设计方案(设计需突出核心产品“马剑八大碗”的特色,依照伴手礼、节庆、单品等不同需求,每样设计2套,共计6套)。每提供一套设计方案得0.5分,最高得3分。	0-3分
3.4		主题游节点打造	根据供应商提供的主题游玩线路的建设方案,依据改造完成的马剑老街内容特色,设计6个沉浸式乡愁剧本酌情打分。	0-3分
			根据供应商提供的特色节点布置建设方案,以不同的主题打造5个节点打造方案(输出总体效果图一份、效果设计说明一	0-5分

			份。设计方案符合采购需求内容且美观、能突出马剑当地特色)酌情打分。		
3.5			根据供应商提供的主题游玩线路的建设方案(依据改造完成的马剑老街内容特色,设计3个移动穿插场景,输出总体效果图一份、效果设计说明一份。)酌情打分。		0-3分
4.1	“马剑八大碗”乡愁产业创建提升建设方案	活动策划	乡 愁 产 业 主 题 活动	根据供应商提供的线下大型活动建设方案(方案需包括3场活动年度规划表及策划方案。)酌情打分。	0-3分
4.2			情 景 演 绎 活 动 演出	根据供应商提供的情景演绎活动演出建设方案(活动需结合马剑镇当地特色,列举至少6场活动内容。)酌情打分。	0-3分
5.1	“游在马剑”系统平台和“马剑八大碗”品牌馆建设方案	“马剑八大碗”系统平台建设方案	1、“游在马剑”管理平台建设方案,根据供应商提供的游在马剑”管理平台建设方案(包含“游在马剑”管理平台要求实现资源监管、产品管理、订单管理、售后管理、内容管理、系统管理六大功能,平台进行服务管理、商户监察,商户进行日常产品销售管理、客户维护)酌情打分(0-3分)。 2、“游在马剑”服务平台建设方案,根据供应商提供的“马剑八大碗”服务平台建设方案(包含“马剑八大碗”服务平台要求实现首页、景区服务、酒店民宿、农家美食、特色产品、地图导览、达人分享、个人中心八大模块内容,平台、商户需输出马剑当地特色内容,用户可实现购买农特产品及获得优质服务)酌情打分(0-3分)。		0-6分
5.2		“马剑八大碗”品牌馆建设方案	1、“马剑八大碗”品牌准入体系建设方案,根据供应商提供的“马剑八大碗”品牌准入体系建设方案(方案需联合农产品领域专家、品牌专家等建立1套“马剑八大碗”品牌准入体系,包含商家准入标准、商家监管体系、商品认证及评价体系)酌情打分(0-3分)。 2、“马剑八大碗”品牌馆建设方案,根		0-12分

		据供应商提供的“马剑八大碗”品牌馆建设方案（需在省级电商平台建立“马剑八大碗”品牌馆，打造“马剑精选”“马剑有礼”两大消费场景，开辟共享马剑果园、马剑礼包定制以及马剑八大碗礼品卡）酌情打分（0-3分）。 3、品牌商家培育及扶持建设方案，根据供应商提供的品牌商家培育及扶持建设方案，方案需包括商家直播扶持方案、品牌商家资源扶持方案及品牌商家日常培训方案酌情打分（0-3分）。 4、宣传推广建设方案，根据供应商提供的线上宣传推广建设方案（方案需包括线上品牌馆装修设计、活动策划、活动视觉物料设计、营销素材设计等）酌情打分（0-3分）。	
6	服务质量保证措施及售后服务方案	根据供应商提供的服务质量保证措施、售后服务方案酌情打分	0-2分
7	企业综合实力	供应商平台建设能力：具有管理服务类、农产品销售类、大数据分析类软件著作权登记证书的，每具备一项得1分，最高得3分。 同一类不重复计分，提供有效证书扫描件并加盖CA签章不提供不得分。	0-3分
8	人员配置	根据供应商针对本项目人员配备进行评议： 提供人员配备表：职责分工清晰、岗位明确，本项人员提供10名的得2分，每减少一名减0.5分，少于等于5名不得分。 注：需提供近三个月缴纳在本单位的社保证明，不提供不得分。	0-2分
9	项目经验	2021年9月1日至今（招标文件正式发布时间），投标人承接了具有本项目主要内容特征的项目业绩，一个业绩得1分，最高得2分。 提供合同扫描件并加盖CA签章，不提供不得分。	0-2分

注：本次评审通过资格审查和符合性评审的单位全部入围进行商务评审。

第四章 采购需求

（一）建设背景

围绕“规划好、建设好、环境好、经营好、乡风好、宜居宜业”的目标，强化规划引领，统筹资源要素，动员各方力量，增强乡村发展新动能，深入挖掘和开发利用具有马剑特色乡村资源，把“生态优势”变成“民生福利”，积极探索和美乡村建设有效途径，聚焦“乡韵马剑”“五好两宜”和美乡村建设主题，将试点区打造成和美乡村精品示范地、连片组团发展标杆地、马剑八大碗“两山”转化地、枫桥经验创新实践地。为全国“五好两宜”和美乡村建设提供借鉴、作出示范，打造共同富裕示范区，树立乡村全面振兴的诸暨样板。

（二）建设目标：

“和美越乡”精品村提升项目以八大碗产业发展为目标，打造“三个一”特色，依托省级电商平台，建设一套涵盖电子导览、游玩打卡的微信小程序玩转马剑；搭建一条特色主题老街，通过场景打造、沉浸式体验、主题消费场景等特色内容吸引游客必到马剑；以八大碗的品尝、制作、选购为一组特色饮食核心，让游客吃遍马剑。

（三）建设内容：

一、马剑老街主题街区重要业态布置

结合马剑老街当前状况及马剑八大碗产业情况，设计一条游客体验感强，落地可行性足，可持续运营的主题街区。要求结合马剑老街的历史文化特色，明确主题、风格一致，具有较强的辨识度，丰富内部业态，提升老街活力，重点突出八大碗品牌理念，着重布置“八大碗”主题体验中心、“妈妈的味道”巾帼工坊、土特产展示展销中心、“八大碗”主题培训中心、乡村会客厅这5个重要业态节点。

“八大碗”主题体验中心要求选定合适的场地进行改造，内部按照八大碗的特色，分立档口，一档口一特色，将内部结构切分为就餐区、制作体验区、后厨区。内部装饰八大碗主题特色明显，美食文化内涵丰富，整体设计要求呼应老街主题，中心需要配备空调等基础设施。

“妈妈的味道”巾帼工坊要求选定40-100平方的场地进行改造，内部围绕“温馨、传统”的主题进行装修布置，将内部切分为展示区、体验区、直播区，要求设施设备完善，能够开展马剑农特产品的制作，体验，需要配备空调等基础设施。

土特产展示展销中心要求选定100平方以上的场地进行改造，打造集展示、销售于一

体的综合性土特产中心，功能区域按照展示区、销售区划分，确保空间布局流畅，方便顾客浏览和选购。

八大碗主题培训中心要求配套产业发展，注重实用性能，能够定期开展八大碗技能培训，注重制作文化教学内容。

乡村会客厅要求具备小型会议和茶吧两项功能，要求标配会议设备（会议平板/音响系统）；选取老街历史感浓厚的场地，内部设计符合街区建筑风貌、兼具实用性和艺术性。茶吧要结合中医、中药文化理念，结合AI中医诊疗设备，提升体验感。茶吧操作间需配备标准的茶饮制作设备，以及空调等基础设施。

二、“马剑八大碗”乡韵品牌及主题游线建设

围绕八大碗特色和马剑文化，强调“绿色、健康、传统、创新”的品牌理念，注重食材的原产地、烹饪技艺的传承与创新，以及菜品的文化内涵，多方位设计形成一整个乡韵品牌体系。包含品牌价值体系、品牌视觉体系、品牌产品体系、品牌宣传体系四大项内容。

其中品牌价值体系要求结合马剑地方特色、传承历史文化、融合现代饮食理念的乡村美食品牌。产出高辨识度，且方便传播、通俗易懂的品牌名称、品牌广告语、品牌标志（LOGO）、符号系统等。

品牌视觉体系要求品牌标识设计制作标准化，整体风格与马剑老街风格相统一，宣传海报、菜单、餐具包装、办公产品、周边产品、网络表情包等统一制作设计，确保品牌形象的一致性。

品牌产品体系主要服务产品包装、电商售卖要求，具体突出核心产品“马剑八大碗”的特色，满足不同消费人群的需求，同时能够在网络平台进行销售。

品牌宣传体系要求增加网络平台传播流量，通过打造自媒体矩阵、品牌专场推荐活动、线上、线下营销活动等增加群众间知名度，增加整体客流量，持续提升“马剑八大碗”乡韵品牌影响力。

主题游线路设计要符合场景设置，丰富游客体验，在八大碗体验、培训，展销中心、工坊、会客厅5个重要节点以外策划沿街主题展示、消费场景打造5个，移动穿插体验场景3个。全面布置拍照打卡最佳机位。根据马剑耕读文化、中医药文化结合马剑戴氏宗祠，打造沉浸式乡愁剧本3个，并定期组织大型体验活动。

三、“马剑八大碗”乡愁产业创建提升

丰富乡愁产业文化展现形式，通过活动组织、文化内容制作、推广等提升“马剑八大碗”品牌知名度。

通过策划乡愁产业主题活动举办开业仪式、“过小年”“中秋国庆”等线下大型活动，

聚集老街人气，促进农特产促销。

通过图文海报、视频的批量化制作打造自媒体矩阵、并通过网络推广（网络达人推荐、朋友圈广告）等形式进行八大碗产业和特色街区的宣传推广。

依托产业培训中心定期开展技能培训活动，通过美食制作培训，提升劳动者技能，同时推广马剑八大碗美食，带动街区客流量。

四、“游在马剑”系统平台和“马剑八大碗”品牌馆建设

1. “游在马剑”系统平台建设

聚焦马剑镇农文旅产业发展缓慢、产业融合程度不高等问题，集成景区景点、特色农业基地、民宿等数据，设置红色文化、农文旅融合绿色乡村游、可视化特色产品购物等功能，运用大数据分析、智能预判等技术，提供定制化、便捷化的旅游体验，打造一体化游客服务平台，创建主题乡村游新模式，构建优质农产品销售新格局，围绕“吃”“住”“行”“游”“购”“娱”的线上线下联动环节，打造“马剑八大碗”“购在马剑”“吃在马剑”三大主场景，为游客提供游前查询规划、游中导游导购、游后评价分享一站式旅游服务，从而全面促进马剑镇群众和集体经济增收。根据实际应用情况和具体功能构建“马剑八大碗”管理平台、服务平台两大应用端。

“游在马剑”管理平台要求实现资源监管、产品管理、订单管理、售后管理、内容管理、系统管理六大功能，平台进行服务管理、商户监察，商户进行日常产品销售管理、客户维护。

“游在马剑”服务平台要求实现首页、景区服务、酒店民宿、农家美食、特色产品、地图导览、达人分享、个人中心八大模块内容，平台、商户输出马剑当地特色内容，用户购买农特产品、优质服务。

2. “马剑八大碗”碗品牌馆建设

深入贯彻落实习近平总书记关于革命老区振兴发展的指示批示精神，认真落实国家《新时代支持革命老区振兴发展意见》《支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区意见》和省政府《新时代支持浙西南等革命老区振兴发展实施意见》，围绕市委高质量发展建设共同富裕先行市、打造国家级革命老区共同富裕示范区的目标等背景，实现产业促富任务需求，需依托省级平台，围绕“马剑八大碗”区域公用品牌打造线上展示展销平台即“马剑八大碗”品牌馆。利用大数据赋能乡村产业发展，助力乡村振兴，提升产品竞争力。

实现依托诸暨政府资源及影响力，宣传推荐诸暨当地特色农产品，提升诸暨“马剑八大碗”品牌影响力，品牌馆曝光量不低于150万；通过打造“马剑精选”专区、“马剑有礼”专区，构造品牌馆两大消费场景，开辟马剑品牌馆，马剑旅游精选路线，助推马剑山

区农产品和文旅经济发展；打造“马剑八大碗”品牌标准准入体系、监管体系；“马剑八大碗”品牌产品认证体系及评价体系，将“马剑八大碗”区域品牌打造成诸暨农产品品质品牌；开展马剑八大碗品牌农事节庆、线上专题活动等宣传推介活动，扩大马剑八大碗区域品牌知名度，促进马剑八大碗品牌馆产品销售，带动农民增收，促进共同富裕，累计交易额不低于100万元等建设目标。完成“马剑八大碗品牌馆”建设、品牌商家扶持、宣传推广建设。

（四）建设清单

1. 马剑老街主题街区布置建设清单

马剑老街主题街区布置建设清单							
序号	服务项	服务子项	具体内容	规格参数	数量	单位	备注
1	整体规划方案	整体规划方案		定制	1	套	
2	安装施工	安装施工		/	1	项	
3	收银系统	POS收银系统	收银软件系统	含收银模块、报表系统、库存系统、会员系统	15	套	
4			收银一体机				
5			小票机				
6			标签机				
7			扫码枪/盒				
8	“八大碗”主题体验中心	八大碗餐饮档口定制		定制	1	项	
9		餐饮区打造	燃气灶	支持双炒	4	组	
10			炒锅	不粘锅，约1.6kg左右	8	个	
11			汤锅	6L以上	8	个	
12			煎锅	不粘锅，约1.6kg左右	8	个	
13			压力锅	6L以上	8	个	
14			蒸笼	3层以上	8	个	
15			绞肉机	绞肉能力150—300kg/h	2	台	
16			榨汁机	电动~500w-2000w	2	台	

17				打蛋器	电动~300w-1000w	2	台	
18				食品操作台	定制	4	个	
19			制作 辅助 设备	铲子	/	8	组	
20				砧板	/	8	组	
21				菜刀	/	8	组	
22				厨房计时器	精度1s	8	组	
23				调料瓶	/	8	组	
24				计量杯	带辅助计量刻度， 350ml	8	组	
25			后勤 设备	消毒柜	840升/1600w	1	台	
26				洗碗机	清洗/漂洗/消毒/催 干一体化	1	台	
27			储藏 设备	冷柜	200L以上，-8/-12℃	1	台	
28				储物柜	定制	1	套	
29				保鲜盒	/	5	套	
30			大厅 桌椅	定制桌椅	8人位方桌10张，12 人圆桌3张	1	套	
31				桌椅	8人	5	套	
32				桌椅	4人	10	套	
33				餐具套装	包含碗、骨碟、勺子、 筷子、杯子	200	套	
34			其他 必备 工具	清洁用品	包含抹布、扫把、拖 把、垃圾桶	3	套	
35				消防灭火器	干粉灭火器5公斤	8	个	
36				无线路由器	支持无线上网	1	套	
37			展示 配备	八大碗食品模型	定制	8	个	
38		氛围营造	外围农耕外摆景观 布置		1	项		
39								

				展、灯光				
40				主题墙绘装饰				
41		互动体验		定制不锈钢/铝制体验式操作台		1	项	
42		空调设备	立柜机	基本参数： 3匹 **制冷量** ： 7,200W~7,500W， - **制热量** ： 7,800W~8,000W 能效比- **APF值** ： 4.0以上。		8	台	
43	“妈妈的味道”巾帼工坊	直播区	直播设备	采集卡	接口类型：USB 3.0 接口 兼容性：支持Windows、macOS、Linux等操作系统视频输入 - **视频信号输入接口** ：HDMI / SDI（根据型号不同） - **视频格式支持** ： - HDMI输入分辨率最高可达1080p60 - SDI输入支持标清到全高清1080p60 - **音频输入** ：通过HDMI或SDI端口支	1	个	

					持嵌入式音频采集			
44				相机	传感器：约3300万像素全画幅 ISO 100-51200 视频录制能力 - 4K 60p超采样视频录制 - 10-bit 4:2:2色深 - 5轴机身防抖	1	台	
45				镜头	焦段 24—70mm 光圈：F2.8	1	个	
46				线材	高清HDMI线6米	1	根	
47				灯光组	300瓦双色温灯、球罩1、方罩2、灯架	3	组	
48				电脑（笔记本）	CPU Intel Core i7 或 AMD Ryzen 7（最新的系列） 显卡 NVIDIA GeForce RTX 3060 或 AMD Radeon RX 6000 系列 内存 16GB DDR4 3200MHz 及以上 存储 至少512GB NVMe SSD + 1TB HDD 屏幕 15.6英寸或以上全高清（FHD）分辨率，	1	台	

					刷新率至少120Hz 连接性 支持Wi-Fi 6无线网络连接；具有足够的USB Type-A/C接口以连接外设			
49				插线板	5孔位	2	个	
50				麦克风	一拖二领夹话筒	1	套	
51				L板	/	1	个	
52				三脚架	/	1	个	
53				电池	直流电	1	个	
54		展示区	展示设备	文化展示墙	包含高清喷绘、艺术画框、样品模型	1	套	
55		现场制作区	食品制作设备	燃气灶	支持双炒	2	组	
56				炒锅	不粘锅，约1.6kg左右	1	个	
57				汤锅	6L以上	1	个	
58				煎锅	不粘锅，约1.6kg左右	1	个	
59				压力锅	6L以上	1	个	
60				蒸笼	3层以上	1	个	
61				冷藏柜	制冷方式-直冷；冷藏温度范围--5~12摄氏度；冷冻温度范围：-18-0摄氏度；容积900升以上	1	个	
62				食品操作台	不锈钢或铝制材质定制	2	个	

63			制作 辅助 设备	铲子	/	1	组		
64				砧板	/	1	组		
65				菜刀	/	1	组		
66				厨房计时器	精度1s	1	组		
67				调料瓶	/	1	组		
68				计量杯	带辅助计量刻度， 350ml	1	组		
69				厨师衣服	包含厨师帽、围裙、 手套	5	套		
70			其他 必备 工具	桌椅	木制桌椅套装	3	套		
71				无线路由器	支持无线上网	1	套		
72				消防灭火器	干粉灭火器5公斤	2	个		
73				清洁用品	包含抹布、扫把、拖 把、垃圾桶	3	套		
74				碗碟套装	/	1	套		
75			办公设备			桌椅等	1	项	
76			空调设备	柜机	基本参数 - **制冷量**：大约 5000W - **制热量**：约 5300W - **电源电压**： 220V/50Hz 能效比（EER） - **能效等级**：二 级以上	1	台		
77	土特产展	陈列布置		货架陈列	1	项			

78	示展销中心			内部氛围、灯光布置			
79		经营管理		进销存管理系统	1	项	
80		氛围营造		外围装饰	1	项	
81		展销售设备	展览展示架	3层以上定制	4	套	
82			展览双面岛台	3层以上定制	3	组	
83			展览灯	LED轨道射灯	10	套	
84			货架台	商超货架台，四层以上	5	套	
85			音响系统	吸顶喇叭及功放，喇叭开孔尺寸175mm，频率范围（-10db）70Hz—20Hz：覆盖（2kHz）120度	1	套	
86			电视机	55寸以上/4k分辨率/120赫兹刷新率	3	台	
87		储存设备	冷柜	制冷方式-直冷；冷藏温度范围--5~12摄氏度；冷冻温度范围：-18-0摄氏度；容积900升以上	1	台	
88			储物柜	木质定制	1	套	
89		POS收银系统	收银软件系统	含收银模块、报表系统、库存系统、会员系统	1	套	
90			收银一体机		1	台	
91			小票机		1	台	
92			标签机		1	台	
93			扫码枪/盒		1	台	
94		其他必备工具	无线路由器	支持无线上网	1	套	
95			桌椅	木制桌椅套装	5	套	
96			消防灭火器	干粉灭火器5公斤	4	个	
97			清洁用品	包含抹布、扫把、拖	1	套	

				把、垃圾桶			
98			扩音器	小蜜蜂扩音器	2	套	
99		电脑	台式机	CPU（中央处理器） - Intel Core i5-12400F或 AMD Ryzen 5 5600X 主板 - B660系列（搭配 Intel CPU）或 B550 系列（AMD平台） - 支持所需CPU，并留有一定扩展空间，额外的PCI-E插槽、M.2接口等。 内存 - **16GB DDR4 3200MHz** 显卡 - **NVIDIA GeForce RTX 3060** 或 **AMD Radeon RX 6600 XT** 存储 - **500GB NVMe SSD + 1TB HDD** 电源 - **650W 80+ Bronze 认证电源**	2	台	
100	“八大	主	文化墙内容设计布展		1	项	

101	碗”主题 培训中心	题 培 训 内 容 延 展	八大碗单品故事（文稿）			8	个	
102			八大碗制作工艺流程视频			8	个	
103			培训 辅助 设备	多媒体教学平板	75寸/安卓/windows 双系统/4k显示屏	1	套	
104				白板	可移动白板 1.8m*0.9m	1	套	
105			菜品 制作 设备	燃气灶	支持双炒	2	组	
106				炒锅	不粘锅，约1.6kg左 右	5	个	
107				汤锅	6L以上	5	个	
108				煎锅	不粘锅，约1.6kg左 右	5	个	
109				压力锅	6L以上	3	个	
110				蒸笼	3层以上	1	个	
111				绞肉机	绞肉能力150— 300kg/h	1	台	
112				食品操作台	不锈钢或铝材定制	2	个	
113			制作 辅助 设备	铲子	/	5	组	
114				砧板	/	5	组	
115				菜刀	/	5	组	
116				厨房计时器	精度1s	1	组	
117				调料瓶	/	1	组	
118				计量杯	带辅助计量刻度， 350ml	1	组	
119			后勤 设备	消毒柜	840升/1600w	1	台	
120			储藏 设备	冷柜	200L以上，-8/-12℃	1	台	
121				储物柜	定制	1	套	
122			其他 必备	清洁用品	包含抹布、扫把、拖 把、垃圾桶	3	套	

123			工具	桌椅	桌椅套装	5	套	
124				消防灭火器	干粉灭火器5公斤	2	个	
125	乡村会客厅	会议系统		会议音箱	手持话筒2只，桌面话筒8只，音响功放及调音设备，满足200平方室外声音覆盖	1	套	
126				会议平板	85寸/安卓/windows双系统/4k显示屏	1	台	
127		装饰布置		茶饮装饰桌	竹制装饰桌长/宽120cm高75cm	8	个	
128				椅子	竹制椅子高度约35	32	个	
129				遮阳伞	直径不小于1.8m	8	顶	
130				电动户外天幕	定制天幕	1	套	
131				地面木质铺装	防腐木质地面安装施工	200	平方	
132				会议长桌	约3.6米长1.2米宽高度75厘米木制	2	张	
133				会议椅子	总高77/凳面高45/宽度55皮质	20	个	
134		中医茶饮文化设备与其他配套设备		精密电子计量秤	精度0.01g	1	个	
135				茶刀茶匙	/	3	组	
136				茶过滤网	/	3	组	
137				制冰机	单次出冰40颗/储冰15kg	1	台	
138				消毒柜	840升/1600w	1	台	
139				冷柜	200L以上，-8/-12℃	1	台	
140				储物柜	不锈钢定制尺寸	1	套	
141				茶碗套装	包含壶、杯	15	套	
142				清洁用品	包含抹布、扫把、拖	3	套	

				把、垃圾桶			
143			无线路由器	支持无线上网	1	套	
144			菜单定制	布匹手写材质	1	套	
145			消防灭火器	干粉末灭火器51	6	个	
146		ai设备	ai中医诊断设备	定制（1桌面机1立式柜机）	2	台	

2. “马剑八大碗”乡韵品牌及主题游线建设清单

“马剑八大碗”乡韵品牌及主题游线建设清单						
序号	服务项	具体内容	规格参数	数量	单位	备注
1	品牌价值体系	品牌战略建设体系	战略总体思路	1	项	
2			品牌战略任务			
3			品牌战略路径			
4		品牌定位策划	品牌定位			
5			战略预期			
6		品牌核心资产	品牌名称（二组）			
7			品牌广告语（二组）			
8			话语体系（二组）			
9			品牌标志（LOGO）（二组）			
10			符号系统			
11			区域品牌商标注册			
12			品牌文化故事			
13	品牌视觉体系	品牌基础元素设计及规范	标志方格坐标制图	1	项	
14			标志使用尺寸			
15			标志黑白稿、单色稿			
16			品牌标准色			
17			印刷字体设计			

18			品牌广告语设计			
19			品牌传播主图设计			
20			品牌辅助图形设计			
21			品牌卡通形象（IP）设计			
22		品牌应用系统设计及规范	品牌办公应用及周边	1	项	
23			品牌包装应用（全套）			
24			品牌传播应用（全套）			
25			品牌终端应用（全套）			
26			品牌销售标识系统（全套）			
27			品牌公共关系应用（全套）			
28			品牌活动传播应用（全套）			
29	品牌产品体系	包装设计	规格制定	1	项	
30			材质制定			
31			文案输出			
32			视觉设计			
33		包装制作	包装设计源文件	1	项	
34			样品打样			
35		产品电商素材	产品精修图	1	项	
36			产品详情页			
37			电商视频			
38			入驻电商平台			
39	主题游节 点打造	沉浸式乡愁剧本	沉浸式体验剧本游	6	场	
40		最佳机位	推荐拍摄打卡点位及拍摄参数	1	项	
41		场景式	节点布置、配套采购	5	个	
42		移动穿插场景打造	节点布置、配套采购	3	个	

3. “马剑八大碗”乡愁产业创建提升建设清单

“马剑八大碗”乡愁产业创建提升建设清单

序号	服务项	具体内容	规格参数	数量	单位	备注
1	活动策划	乡愁产业主题活动	线下大型活动举办，活动方案、活动执行、活动总结	3	项	包括开业活动1场、马剑传统过小年活动1场、国庆主题活动1场
2			情景演绎活动演出执行与记录	6	场	包含情景短剧、街区舞蹈快闪、魔术表演、金曲演唱、越剧展演等综合性演出。
3	乡愁文化宣传推广	视觉内容	主题宣传片	2	条	八大碗综合宣传视频1条 街区宣传视频1条
4			宣传图片	200	张	宣传图片按照宣传活动设计
5		自媒体矩阵	小红书运营	1	项	每周发布篇图文2篇
6			公众号	1	项	每周发布1次，单次2篇
7			视频号、抖音	1	项	每周更新1个视频、每月直播1次
8		广告	网络达人打卡	15	次	达人粉丝数100万（1人）50万（1人）10万（3人）5万（4人）诸暨本地3万+账号（6个），单条视频播放不低于3万
9			微信朋友圈广告	1	项	投放不少于4次，单次曝光30万+
10	培训	乡愁美食制作主题培训	组织培训	8	场	分8大碗美食制作开设8次培训

4. “游在马剑”系统平台和“马剑八大碗”品牌馆建设清单

“游在马剑”系统平台和“马剑八大碗”品牌馆建设清单

序号	系统名称	一级功能	二级功能	数量	单位	备注
1	“游在马 剑”管理平 台	资源监管	商家监管	1	项	
2			交易分析			
3			应用分析			
4		产品管理	产品信息管理	1	项	
5			产品上/下架管理			
6			产品状态管理			
7		订单管理	订单流转	1	项	
8			订单审核			
9			订单核销			
10		售后管理	评价管理	1	项	
11			售后流转			
12			售后处理			
13		内容管理	景点管理	1	项	
14			地图导览管理			
15		系统管理	应用管理	1	项	
16			个人中心管理			
17	“游在马 剑”服务平 台	首页	720全景	1	项	
18			监控设备对接			
19		景区服务	景区推荐	1	项	
20			路线攻略推荐			
21			门票预订			
22			景区导览			
23		酒店民宿	酒店民宿推荐	1	项	
24			酒店民宿查询			
25			酒店民宿预订			
26		农家美食	美食推荐	1	项	
27			美食下单			
28		特色产品	特色产品推荐	1	项	
29			自产自销农产品推荐			

30			产品下单			
31		地图导览	手绘地图	1	项	
32			信息展示			
33			地图导航			
34		达人分享	达人分享	1	项	
35		个人中心	我的订单	1	项	
36			我的卡券			
37			我的收藏			
38			我的攻略			
39	云资源			3	年	
40	运维			3	年	
41	“马剑八大碗品牌馆”建设	场馆策划	根据马剑八大碗品牌特点挖掘规划场馆版块	1	项	
42		页面设计	基于马剑八大碗品牌元素开展页面装修设计及内容呈现	1	项	
43		店铺管理	提供店铺基础信息管理等服务	1	项	
44		商品管理	提供商品创建及发布、商品状态管理、商品评价管理等服务	/	项	
45		订单管理	提供订单状态管理、发货管理、售后管理等服务	/	项	
46		营销管理	提供各类优惠券的创建和配置,提供马剑八大碗活动营销服务	/	项	
47		直播管理	提供主播管理、直播间配置、互动、直播带货、直播统计等服务	/	项	
48		财务管理	提供财务信息管理、财务报表、资金提现等服务	1	项	
49		数据中心	提供马剑八大碗农产品流通的多维度的数据统计及服务	1	项	
50		商品服务	提供商品推荐、商品查询、商品管理的商品及下单服务	1	项	
51	营销服务	提供各类营销活动的优惠购买服	/	项		

			务			
52			专属社群打造	1	项	
53		消息服务	提供马剑八大碗平台客服、商家主体客服及消息推动服务	1	项	
54		品牌商家直播	指导商家开展直播工作	1	次	
55		扶持	商家直播期间资源位引流,以首页弹窗形式	1	次	
56	品牌商家扶持	品牌商家打造	马剑八大碗品牌旗舰店装修	1	项	
57			马剑八大碗品牌旗舰店产品详情页设计	1	次	
58			商家准入体系建设	1	项	
59			品牌商家产品详情页设计	1	次	
60			社群引流	1	次	
61	宣传推广	线上+大型活动	活动策划方案1份,活动视觉物料设计1套,宣传文章、营销海报、宣传视频等营销素材设计1套	1	场	
62			线上场馆装修设计1套,配套平台宣传资源位2个			
63			专题直播活动1场			
64			在省级媒体发文1篇,线上曝光量不少于10万人次			
65			结合活动发放时专属消费券			
66			邀请省级媒体发文报道活动			
67		线上营销活动	活动策划方案,活动视觉物料设计,宣传文章、营销海报、宣传视频等营销素材设计	7	场	
68			线上场馆装修设计,配套平台宣传资源位			
69			活动商家商品组织			
70			专题直播活动			

71			5家一线媒体发文1篇，线上曝光量不少于10万人次			
72			结合活动发放马剑八大碗品牌馆专属消费券			

（四）服务期限：自合同签订之日起至2025年12月31日。中标单位须如期完工，不得拖延，除非因不可抗力或采购人原因工期推迟，否则采购人将处以一定比例的违约金。投标人必须在投标文件中对整个进度作出合理安排并做出承诺，制定设计、布展进度计划。

（五）技术要求：

1、中标人的深化设计得到采购人的确认及相关部门的图纸会审合格后，方可进入下一步的制作布展。

2、中标人布展（制作）必须达到招标要求效果，如不能达到，在采购人允许的一定时间内进行修改、完善，所涉及的费用由中标人负责。

3、隐蔽工程经采购人验收合格后方可进入下道工序布展（制作）。

4、未尽的技术条件及要求均按国家标准和行业标准执行。

（六）质量要求：

1、本项目质量目标为一次性通过验收合格，投标人应详细编制布展方案，详细叙述关键部位的质量保证措施，并在投标文件中对质量目标进行承诺。

2、中标人须无条件接受质量监督管理部门、采购人以及相关部门质量检查和管理，共同把好质量关。

★3、中标人的设备摆放设计得到采购人的确认合格后，方可进入下一步的制作施工。

4、本项目所采用的材料选择得当，色彩选配考究，线条处理协调，并且符合国家现行规范要求，主要材料应采用高端配置。运用新材料、新工艺，提高布展中的科技含量；运用节能、环保材料和环保技术，充分考虑材料的安全性、通用性、牢固性、美观性、标准化，未尽的技术条件及要求均按国家标准和行业标准执行。

5、供应商保证所供的设备必须是出厂原装合格产品，如发生所供的设备与合同不符，采购人有权拒收或退货，由此产生的一切责任和后果由供应商承担。质保期自货物验收合格之日起计。

6、在所供设备交付时，供应商必须向采购人提供产品说明书、质量保证书、保修卡及招标文件要求的其他证明材料等必须具备的资料和必备附件。

7、中标供应商有义务对采购人采购设备的正常使用和维护提供必要的培训，并且所有培训都必须是免费的（包括交通费、食宿费、培训费等）；培训的内容包括主要设备和软件的安装、使用、配置管理、性能优化以及硬件基本维护知识。

（七）项目管理的要求

1、本项目发包范围内的布展项目，未经采购人同意，不得分包。一经发现立即取消中标资格，作违约处理，并承担由此引起的一切经济损失。

2、中标人应严格按设计图纸和已确认的施工技术方案组织施工，并无条件地接受采购人对施工质量的监督和管理。

3、由于施工场地和项目的特殊性，要求中标人在开工之前和施工期间做好安全文明标化管理，要求在投标文件中阐述有关施工方案和管理措施，并作出相应承诺，确保场内外道路清洁畅通，确保来往车辆、人员、布展安全。

4、投标报价

①投标人须认真阅读、充分理解施工场地的整体规划方案，对方案理解不清、产生歧义等由此产生的费用，视作已含在投标总价中。

②投标人应对投标内容所涉及的一切知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受损害，一切由于侵权引起的法律、诉讼、裁决和所发生的费用均与采购人无关。

（八）其他要求

1、中标人应根据货物不同的特性和要求采取防潮、防雨、防锈、防震、防腐等保护措施，以保证货物安全无损地到达采购方指定地点。

2、中标单位应将用户手册、保修手册、有关单证资料及配备件、随机工具等交付采购人，使用操作及安全须知等重要资料应附有中文说明。

3、所有货物、零部件均由具有生产制造资格的企业提供，并由中标人负总责任。

★4、项目服务期间发生的所有安全责任事故，由中标单位负全部责任。

（九）质保要求

★1、中标人应提供不少于1年的免费保修期（自最终验收合格之日起计），包括布展及所有设备器材，对此投标人必须在投标文件中作出明确承诺（格式自拟）。

2、质量保证期内，中标人提供7*24小时电话咨询服务和5*8小时上门服务。在接到维修服务需求后，4小时内到达现场并完成维修服务。

3、质量保证期内，中标人负责免费提供货物所需全部备件，并提供免费维修、保养

服务。非因采购人人为原因而出现货物质量问题的，由中标人负责包修、包换或包退并承担修理、调换或退货而产生的实际费用。如因采购人使用不当造成损坏的，中标人应负责修理、调换，费用另行协商。

4、质量保证期内，如在中标人维修后仍无法正常使用的，采购人有权要求中标人在一周内免费提供同档次的备用货物供采购人使用。

5、保修期结束后，中标人仍应对项目保证及时、良好地维护服务。

注：★为实质性响应项，不满足则投标无效。

（十）验收要求

1、验收标准：项目完工由采购人组织相关专家进行验收，验收费用由中标方支付。按照招标文件、合同规定的参数条款以及国家通用的相关行业标准和国家相关产品验收标准进行验收。

2、布展验收：采购人有权组织专家或委托专业的第三方检测机构对项目布展进行验收，布展必须符合招标文件、最新的国家相关标准及环保要求。如验收不合格，采购人有权要求中标人进行限期整改，如整改后仍不能达到合格标准，采购人有权终止合同，并没收全部履约保证金，中标人还需承担由此给采购人带来的一切损失。

3、设备验收：

（1）出厂检验：中标人在货物出厂前应根据制造标准进行全面检验，并提供设备制造商的出厂检验报告和合格证书。

（2）到货检验：本项目所有货物到达现场后，采购人有权委托专业的第三方检测机构对货物进行抽样检测，产品必须符合招标文件及最新国家标准的要求。不合格的可以部分或全部拒收。中标人应立即补足或更换全新同规格、同型号、同样式的产品，并承担相关费用直至使采购人满意为止。中标人须保证所提供的产品是全新的、未使用过的。

（3）中标人自检：产品现场安装后，中标人要对产品的性能、质量进行全面的检验，并向采购人出具自检记录，其结果应满足产品验收标准。

（4）验收时，投标单位需提供交货清单，如果不提供或者提供不全的，采购人有权拒收货物，并要求中标人重新提供。中标人须保证通过相关部门验收，如需整改，中标人应无条件进行整改，并符合有关管理部门要求，中标人须承担整改过程中的一切费用。

（5）验收最少需要满足上述标准或中标人中标产品技术标准，否则视为验收不合格。

（十一）违约责任

1、未在采购人要求时间内完成供货的，中标人向采购人支付合同款总价 5 %的违约

金

2、采购人组织验收不合格的，限期整改重新组织验收。如第二次验收仍不合格的扣除全部履约保证金后限期整改重新组织验收。第三次验收不合格采购人有权直接解除合同，由此造成的一切后果由中标人承担。第一次及第二次验收不合格后，在限期内未整改完成的，每逾期1天，中标人向采购人偿付逾期部分产品货款的0.5%的滞纳金。

3、质量保证期内，中标人未按承诺要求进行维保的，采购人有权自行委托第三人维修，维修费全部由中标人承担。如因此造成采购人损失的，中标人应当赔偿采购人的全部损失。

4、如中标人提供的产品与投标文件中承诺的产品用材不一致，则中标人必须接受无条件退货并赔偿采购人合同总价10%的违约金。

（十二）履约保证金及付款方式：

1、履约保证金：项目实施前，中标方向采购人缴纳中标价1%的履约保证金，供应商应当以支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交，项目完成经验收合格后无息退回。

2、自合同签订后，采购人收到中标人正式税务发票后应在7个工作日内向中标人支付项目合同总价的40%作为预付款；

中标人完成马剑老街主题街区重要业态布置、“马剑八大碗”乡韵品牌、主题游线建设及主题活动开业仪式后，经采购人确认之日起7个工作日内，采购人向中标人支付至合同总价的85%；

中标人根据中央财政资金使用要求提交完成申报资料，经跟踪审计单位出具跟审报告并经采购人确认后7个工作日内采购人向中标人支付至审计确认价的100%。

注：中标人必须开具合同金额100%的正式税务发票；以上各阶段付款时间是指采购人完成向财政部门申报支付手续的时间，因财政部门资金申报、审查、拨付造成的支付时间延误的，不视为采购人违约。

（十三）最高限价

本次采购最高限价为人民币玖佰玖拾万元（9900000.00）整。任何超过最高限价的报价将被认定为无效报价（投标报价包括人工、材料、设备、验收、运输、安装、安全、文明施工、税金等本项目实施的一切费用）。

第五章 诸暨市政府采购合同（通用条款）

合同编号：

甲方（采购人）：_____签订日期：_____年____月____日

乙方（供货单位）：_____签订地点：_____

根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国政府采购法》等有关规定，以及诸暨博开项目管理有限公司（编号：诸暨博开20____—____—____号）采购文件相关要求，经法定程序采购，双方同意签订以下合同条款，以便双方共同遵守、履行合同。

一、采购项目

产品（或服务）名称	产品（或服务）内容	数量（或服务期限）	单价（元）	合价（元）
合计人民币（大写）： 佰 拾 万 仟 佰 拾 元 角 分 ￥：				

二、产品（或服务）要求

- 1、*****
- 2、*****
- 3、*****

.....

（以上按采购文件采购需求中对应的服务要求内容填写）

三、产品（或服务）质量要求

- 1、*****
- 2、*****
- 3、*****

.....

（以上按采购文件采购需求中对应的服务质量内容填写）

四、项目验收

项目由甲方单位组织验收，产品（或服务）完成后____天内验收完毕，____天内提出质量异议。具体按照诸财采监〔2024〕20号关于印发《诸暨市政府采购履约验收暂行办法》的通知执行。

五、付款方式

（按采购文件规定付款方式填写）

六、履约保证金

- 1、中标方在签订合同前需向采购单位缴纳合同金额_____ % 的履约保证金。
- 2、履约保证金在甲方将项目验收合格后，无息退还给乙方。
- 3、如乙方未能履行合同规定的义务，甲方有权在履约保证金中取得补偿。

七、产品数量变更

合同履行过程中，甲方根据实际情况，需要增减与合同标的相同的产品（或服务），在不改变合同其他条款的前提下，可以与乙方协商签订补充合同，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%，增减产品（或服务）的价格为相应中标产品（或服务）的价格，且事先须向诸暨市财政局审核备案。

八、售后服务

具体售后服务条款参照招标文件及乙方招标文件中的售后服务承诺。

九、违约责任

- 1、甲方无正当理由拒收产品（或服务），由甲方向乙方偿付合同总价的5%违约金。
- 2、甲方未能在合同规定期限内验收完毕的，每超过一天，付合同价的____ %的违约金给乙方。
- 3、乙方不能交付产品（或服务），甲方有权扣留全部履约保证金；同时乙方向甲方支付合同款总价5%的违约金。
- 4、乙方逾期交付产品（或服务）的，每逾期1天，乙方向甲方偿付逾期部分产品（或服务）货款的____ %的滞纳金，如乙方逾期15天，甲方有权解除合同，解除合同的通知自到达乙方时生效。

十、其他约定事项

十一、解决合同纠纷方式

其它未尽事宜或履行时发生争议，由双方本着诚实信用的原则协商解决，协商不成功可选择：向诸暨市人民法院起诉。

十二、其它

- 1、本项目的招标文件、招标文件、中标通知书作为合同的附件，具有同等法律效力。
- 2、本合同自签订之日起生效。
- 3、本合同一式三份，甲乙双方各执一份，代理机构存档一份。

采购单位	供货单位
单位名称（盖章） 单位地址： 法定代表人： 委托代理人： 联系电话： 传真号码： 邮政编码：	单位名称（盖章） 单位地址： 法定代表人： 委托代理人： 联系电话： 传真号码： 邮政编码： 开户银行： 账 号：

第六章 应提交的有关格式范例

一、封面格式

资格文件或商务技术文件或报价文件

项目名称：_____

项目编号：_____

投标人：_____（盖章）

日期： 年 月 日

二、投标函（格式）

致：诸暨博开项目管理有限公司

根据贵方_____项目的招标文件（编号：诸暨博开20**-**-**）有关要求，_____（投标人全称）授权_____（委托代理人姓名）_____为全权代表，参加贵方组织的招标采购活动，并进行投标。为此：

1、我方已详细研读了全部招标文件，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件等，完全理解并接受招标文件的各项规定和要求，对招标文件的合理性、合法性不再有异议。

2、我方承诺本投标文件在开标之日起至投标有效期满均具有约束力，并严格遵守投标文件中的承诺。

3、我方承诺已经具备《中华人民共和国政府采购法》及招标文件中规定的参加本项目的供应商资格条件。

4、我方严格按照招标文件的规定报价，并提供招标文件规定的全部投标文件。

5、如我方中标，投标文件将作为本项目合同的组成部分，直到合同履行完毕均保持有效，我方将按招标文件及政府采购法律、法规的规定履行合同责任和义务。

6、我方完全理解贵方不一定接受最低价的投标。

7、我方同意向贵方提供任何与该项投标有关的一切数据或资料。若贵方需要，我方愿意提供我方作出的一切承诺的证明材料。

8、与本次投标有关的一切正式往来通讯，请寄

地址：_____ 邮编：_____

电话：_____ 传真：_____

投标人名称：_____（盖章）

日期：_____年_____月_____日

三、授权委托书（格式）

致：诸暨博开项目管理有限公司

我____（姓名）____（职务：____身份证号码）____系____（投标人名称）____的法定代表人，现授权委托本单位在职职工____（姓名）____（职务：____身份证号码：____）以我方的名义参加贵中心组织的____（招标项目）____项目的投标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的投标、开标、评标、签约等具体事务和签署相关文件。

我方对被授权人的签名事项负全部责任。

在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。

被授权人无转委托权，特此委托。

附：1、社保机构出具的投标人为授权委托人缴纳的近三个月社保证明。未按要求提供社保证明的不视为投标人的授权代表。

2、法定代表人和被授权人身份证复印件。

投标人：____（盖章）____

____年____月____日

四、开标一览表（格式）

项目名称：诸暨市“五好两宜”和美乡村试点试验—“马剑八大碗”老街农文旅产业发展采购项目

项目编号：诸暨博开2024-09-05

标的内容	最高限价 (元)	投标总报价（元）	
		小写	大写
诸暨市“五好两宜”和美乡村 试点试验—“马剑八大碗”老 街农文旅产业发展采购项目	不得超过9900000	¥	

注：报价须保留小数点后两位。

投标人：_____（盖单位公章）

日期：_____年____月____日

五、投标报价明细表（格式）

序号	子项名称	项目特征描述或参数要求	品牌	单位	数量	投标单价（元）	小计（元）
	合计	大写：	(小写：)				

投标人：_____（盖章）

日 期： 年 月 日

六、投标承诺书（格式）

我公司已详细阅读了_____项目（项目编号：诸暨博开2024-_____）招标文件，现参加该项目投标，并就有关事项作出如下承诺：

一、我公司在该项目招投标及合同履行过程中，不会出现以下行为，否则我公司愿意接受该行为被记录为不良行为，并在不良行为记录时限内放弃在诸暨市公共资源交易中心投标的资格。

（1）已报名但无故放弃投标（开标前已有书面说明并证实的除外）一年内累计3次以上的；

（2）在招标采购过程中，与采购人进行协商谈判的；

（3）投标有效期内撤回其投标文件的；

（4）拒绝有关部门监督检查或提供虚假情况的；

（5）不积极配合采购人做好标的验收工作的；

（6）在有关部门的监督检查或考核中被通报批评或处以警告及以上处罚的；

（7）不遵守投标会场纪律，无理取闹，扰乱交易秩序的；

（8）中标后无正当理由放弃中标，或不与采购人签订政府采购合同，或在签订合同时提出附加条件或更改合同实质性内容，或拒不提交所要求的履约保证金的；

（9）虚假投诉、恶意投诉或未按层级和相关程序逐级质疑、投诉而影响采购工作正常进行或造成不良影响的；

（10）不按照与采购人订立的合同履行义务（包括提供标的、售后服务、技术支持等），严重违反合同规定和廉政合同要求的；

（11）项目负责人不到位，或擅自变换项目负责人，或不认真履行职责造成采购人损失的；

（12）发生经营状况重大变化以及重要担保、重大合同纠纷或诉讼、信用等级和资质变化等可能影响履约能力的重大事项，未及时向市公共资源交易中心提供书面报告，因而造成采购人损失的；

（13）与采购人、其他供应商或者采购代理机构相互串通的；

（14）采取不正当手段排挤其他供应商，进行不公平竞争的；

（15）中标后与采购人另行订立背离合同实质内容的协议的；

（16）事先有承诺，而事后违反承诺内容的；

（17）将中标项目转包或违反规定进行分包的；

（18）以他人名义投标或允许他人以自己名义投标，或者以其他方式弄虚作假的；

（19）未按照采购合同约定及时提供全部货物的，或无故拖延工期的；

（20）无故不提供中标要求的型号、配置等产品的，或有拆换、调换、截留产品零部

件和备品备件的行为的；

(21) 为获取自身利益，向采购人及其他有利害关系的单位或个人提供不正当利益的；

(22) 提供假冒伪劣产品或走私物品的；

(23) 擅自变更、中止、终止或解除政府采购合同的；

(24) 向有关人员行贿或者提供不正当利益谋取中标的；

(25) 在政府采购活动期间，对管理机构、采购人、其他投标人、评标专家、中介机构等政府采购相关机构和人员，采取诋毁、诽谤、胁迫、暴力等不正当手段的；

(26) 市公管办认定的其他违反政府采购管理的行为。

出现(1)～(6)行为之一，记录时限为6个月；出现(7)～(12)行为之一，记录时限为1年；出现(13)～(17)行为之一，记录时限为2年；出现(18)～(21)行为之一，记录时限为3年；出现(22)～(25)行为之一，记录时限为5年；出现(26)行为，酌情处理。时限以被记录为不良行为之日起算，在记录时限内再次被记为不良行为的，记录时限应从上上次记录时限截止日起算。

二、我公司及其他利害关系人如对该项目的中标公示有异议，将在招标文件规定的公示期限内提出符合以下条件的有效质疑，否则我公司愿意接受相关部门不予受理的决定。

1、质疑人须为投标人和其他利害关系人；

2、投诉时，应当递交质疑书，质疑书应当包括下列内容：

(1) 质疑人的名称、地址及有效联系方式；

(2) 被质疑人的名称、地址及联系方式；

(3) 质疑事项的基本事实；

(4) 相关请求及主张；

(5) 有效线索和相关证明材料；

(6) 质疑人是法人的，质疑书必须由其法定代表人或者授权代表签字并加盖公章；其他组织或者个人质疑的，质疑书必须由其主要负责人或者质疑人本人签字，并附有效身份证明复印件。

投标人（盖章）：_____

日 期： 年 月 日

七、小微企业声明函

1、中小企业声明函（货物）

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（或联合体）参加_____（采购单位）的_____项目采购活动，提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。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）行业；
制造商为_____（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）；
2. _____（标的名称），属于_____（采购文件中明确的所属行业）行业；
制造商为_____（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）；
3. ……………。

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： 年 月 日

2、中小企业声明函（工程、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（或联合体）参加_____（采购单位）的_____项目采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. _____（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）；
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： 年 月 日

八、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：

注：1、残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受价格扣除。

2、残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

3、如中标人声明为残疾人福利性单位，本声明函将随中标结果同时公告，接受社会监督。

4、享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

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

（二）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

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

（四）通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

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

九、技术偏离表

内 容	招标文件 规范要求	投标文件 对应规范	偏离情况

注：

- 1、此表须与招标文件“采购需求”相应标项内的所有技术规格（含技术、功能、配置、附加必备条件、售后服务、安装、验收、付款方式等）相比较且一一对应真实逐条填列，并在“偏离情况”栏注明“正偏离”“负偏离”或“无偏离”。
- 2、投标人递交的技术规格书中必须真实逐条列明，否则由投标人自行承担相关风险。
- 3、此表在不改变格式的情况下可自行制作。
- 4、此表置于技术标书中。

投标人（盖章）： _____

日 期： 年 月 日

十、质疑函范本（供参考）

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址： 邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号： 包号（如有请填写）：

采购人名称：

招标文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项1：

事实依据：

.....
法律依据：

.....
质疑事项2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求：

签字（签章）： 公章：

日期：

质疑函制作说明：

1. 供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。
3. 质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑，质疑函中应列明具体分包号。
4. 质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。
5. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。

6. 质疑供应商为自然人的，质疑函应由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

十一、投诉书范本（供参考）

一、投诉相关主体基本情况

投诉人：

地 址： 邮编：

法定代表人/主要负责人：

联系电话：

授权代表： 联系电话：

地 址： 邮编：

被投诉人1：

地 址： 邮编：

联系人： 联系电话：

被投诉人2

.....

相关供应商：

地 址： 邮编：

联系人： 联系电话：

二、投诉项目基本情况

采购项目名称：

采购项目编号： 包号：

采购人名称：

代理机构名称：

招标文件公告：是/否 公告期限：

采购结果公告：是/否 公告期限：

三、质疑基本情况

投诉人于____年____月____日，向_____提出质疑，质疑事项为：

.....
采购人/代理机构于____年____月____日，就质疑事项作出了答复/没有在法定期限内作出答复。

四、投诉事项具体内容

投诉事项 1：

事实依据：

.....
法律依据：

.....
投诉事项2

.....

五、与投诉事项相关的投诉请求

请求：

签字（签章）：

公章：

日期：

投诉书制作说明：

1. 投诉人提起投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉人和与投诉事项有关的供应商数量提供投诉书副本。

2. 投诉人若委托代理人进行投诉的，投诉书应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由投诉人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

3. 投诉人若对项目的某一分包进行投诉，投诉书应列明具体分包号。

4. 投诉书应简要列明质疑事项，质疑函、质疑答复等作为附件材料提供。

5. 投诉书的投诉事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。

6. 投诉书的投诉请求应与投诉事项相关。

7. 投诉人为自然人的，投诉书应当由本人签字；投诉人为法人或者其他组织的，投诉书应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。