**浙江福彩公益文化推广系列活动项目**

**招标文件**

**（电子招投标）**

编号:ZJXL-FCZX-202413

确认书号：[浙财采确](https://pay.zcygov.cn/purchaseplan_front/" \l "/plan/list/detail?id=1000000000002132251&encrypt=c0dae0ef925e618d77b99e0171178b8a" \t "_blank)[2024]56546号

浙江省福利彩票管理中心

浙江信镧建设工程咨询有限公司

二〇二四年九月

**电子招投标的说明**

1、电子招投标：本项目以数据电文形式，依托“政府采购云平台（www.zcygov.cn）”进行招投标活动，不接受纸质投标文件；

2、投标准备：注册账号--点击“商家入驻”，进行政府采购供应商资料填写；申领CA数字证书---申领流程详见“浙江政府采购网-下载专区-电子交易客户端-CA驱动和申领流程”；安装“政采云电子交易客户端”----前往“浙江政府采购网-下载专区-电子交易客户端”进行下载并安装；

3、招标文件的获取：使用账号登录或者使用CA登录政采云平台；进入“项目采购”应用，在获取采购文件菜单中选择项目，获取招标文件；

4、投标文件的制作：在“政采云电子交易客户端”中完成“填写基本信息”、“导入投标文件”、“标书关联”、“标书检查”、“电子签名”、“生成电子标书”等操作；

5、采购人、采购代理机构将依托政采云平台完成本项目的电子交易活动，平台不接受未按上述方式获取招标文件的供应商进行投标活动；

6、对未按上述方式获取招标文件的供应商对该文件提出的质疑，采购人或采购代理机构将不予处理；

7、不提供招标文件纸质版；

8、投标文件的传输递交：投标人在投标截止时间前将加密的投标文件上传至政府采购云平台，还可以在投标截止时间前直接提交或者以邮寄方式递交备份投标文件1份。备份投标文件的制作、存储、密封详见招标文件；

9、投标文件的解密：投标人按照平台提示和招标文件的规定在**半小时**内完成在线解密。通过“政府采购云平台”上传递交的投标文件无法按时解密，投标供应商递交了备份投标文件的，以备份投标文件为依据，否则视为投标文件撤回。通过“政府采购云平台”上传递交的投标文件已按时解密的，备份投标文件自动失效。投标人仅提交备份投标文件，未在电子交易平台传输递交投标文件的，投标无效；

10、具体操作指南：详见政采云平台“服务中心-帮助文档-项目采购-操作流程-电子招投标-政府采购项目电子交易管理操作指南-供应商”。

**目 录**

**[第一部分 招标公告 4](#_Toc22882)**

**[第二部分 投标人须知 8](#_Toc3895)**

**[第三部分 采购需求 32](#_Toc10538)**

**[第四部分 评标办法 41](#_Toc27565)**

**[第五部分 拟签订的合同文本 4](#_Toc27390)9**

**[第六部分 应提交的有关格式范例 5](#_Toc28850)9**

# 

# 第一部分 招标公告

**项目概况**

浙江福彩公益文化推广系列活动项目招标项目的潜在投标人应在政采云平台（[https://www.zcygov.cn/）获取（下载）招标文件，并于2024年10月 8日09 :0](https://www.zcygov.cn/）获取（下载）招标文件，并于2021年)0（北京时间）前递交（上传）投标文件。

### 一、项目基本情况

**项目编号：**ZJXL-FCZX-202413

**项目名称：**浙江福彩公益文化推广系列活动项目

**预算金额（元）：**2770000

**最高限价（元）：**/

**采购需求：**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 标项号 | 标项名称 | 数量 | 预算金额（元） | 简要规格描述或项目基本概况介绍、用途： | 备注 |
| 1 | 浙江福彩公益文化推广系列活动项目 | 1项 | 2770000 | 为进一步深入贯彻“民政为民、民政爱民”工作理念、积极开展福彩“爱心驿站”建设，宣传部计划在2024年下半年开展浙江福彩公益文化推广系列活动项目，将宣传推广工作走进党政机关、进公益金资助项目、进社区等，打造服务社会、服务群众的民政“亮丽品牌”，详见招标文件第三部分采购需求。 | 报价最高限价：1、文创产品（一）**最高限价：1000000元**；  2、文创产品（二）**最高限价：1000000元**；  3、线下宣传推广活动**最高限价：770000元。** |

**合同履约期限：**合同签订之日起至2024年11月20日前完成本合同项下全部服务项目。

**本项目接受联合体投标：****是；****否**。

### 二、申请人的资格要求

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；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；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：无；

3.本项目的特定资格要求：无；

### 三、获取招标文件

**时间：**公告发布之日起至提交投标文件截止时间，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（https://www.zcygov.cn/）

**方式：**供应商登录政采云平台https://www.zcygov.cn/在线申请获取采购文件（进入“项目采购”应用，在获取采购文件菜单中选择项目，申请获取采购文件）。

**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08 日09:00 （北京时间）

**投标地点（网址）：**政采云平台（https://www.zcygov.cn/）

**开标时间：**2024年10月08 日09:00（北京时间）

**开标地点（网址）：**政采云平台（https://www.zcygov.cn/）

### 五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

### 六、其他补充事宜

1.《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（2022）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））、《浙江省财政厅关于进一步加大政府采购支持中小企业力度助力扎实稳住经济的通知》 （浙财采监（2022）8号）已分别于2022年1月29日、2022年2月1日和2022年7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：浙江政府服务网-政府采购投诉处理-在线办理。

3.供应商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。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。

4.其他事项：

（1）需要落实的政府采购政策：包括节约资源、保护环境、支持创新、促进中小企业发展等，具体详见招标文件。

（2）招标文件公告期限与招标公告的公告期限一致。

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

（4）为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后不得再参加该采购项目的其他采购活动。

### 七、对本次采购提出询问、质疑、投诉，请按以下方式联系

**1.采购人信息**

名 称：浙江省福利彩票管理中心

地 址：杭州市荆长路539号

传 真： /

项目联系人（询问）：梁老师

项目联系方式（询问）：0571-89057766

质疑联系人：刘老师

质疑联系方式：0571-89057793

**2.采购代理机构信息**

名 称：浙江信镧建设工程咨询有限公司

地 址：浙江省杭州市西湖区文二路391号西湖国际科技大厦B2楼1107室

传 真：0571-85024997

项目联系人（询问）：林佩姬

项目联系方式（询问）：0571-87967630

质疑联系人：葛梅兰

质疑联系方式：0571-87967630

**3.同级政府采购监督管理部门**

名 称：浙江省财政厅政府采购监管处、浙江省政府采购行政裁决服务中心（杭州）

地 址：杭州市上城区四季青街道新业路市民之家G03办公室（快递仅限ems或顺丰）

传 真： /

联系人 ：朱女士、王女士

监督投诉电话：0571-85252453

政策咨询：何一平、冯华，0571-87058424、87055741

  预算金额未达100万元的采购项目，由采购人处理采购争议。

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95763获取热线服务帮助。

CA问题联系电话（人工）：汇信CA 400-888-4636；天谷CA 400-087-8198。

# 第二部分 投标人须知

**前附表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **事项** | **本项目的特别规定** |
| **1** | **项目属性** | 服务类 |
| **2** | **采购标的及其对应的中小企业划分标准所属行业** | 采购标的：浙江福彩公益文化推广系列活动项目，属于其他未列明行业（从业人员300人以下的为中小微型企业。其中，从业人员100人及以上的为中型企业；从业人员10人及以上的为小型企业；从业人员10人以下的为微型企业。） |
| **3** | **是否允许采购进口产品** | 本项目不允许采购进口产品。  可以就 采购进口产品。 |
| **4** | **是否允许转包与分包** | 转包：本项目不允许转包  分包： A同意将非主体、非关键性的工作分包。投标人拟将本项目非主体、非关键性的工作进行分包的，应在投标文件中提供分包意向协议。（依据政府采购促进中小企业发展管理办法规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。）  B不同意分包。 |
| **5** | **开标前答疑会或现场考察** | A不组织。  B组织，时间： ,地点： ，联系人： ，联系方式： 。 |
| **6** | **样品提供** | A不要求提供。  B要求提供：  （1）样品： 详见第三章部分采购需求 “六、样品提交要求” ；所提供的样品参数指标需与投标文件响应的参数指标一致，否则视为虚假响应，后果自负。  （2）样品制作的标准和要求： 第三部分采购需求 ；  （3）样品的评审方法以及评审标准：详见评审标准；  （4）是否需要随样品提交检测报告：否；是，检测机构的要求： ；检测内容： 。  （5）**递交样品的时间及地点：**在投标截止时间前样品须全部递交完毕（如需安装，需安装完毕），逾期送达将予以拒收（可邮寄（发生遗失、损坏或延期送达等情况的，由投标人自行负责））。**样品接收地址：**浙江省杭州市西湖区文二路391号西湖国际科技大厦B2楼1107室浙江信镧建设工程咨询有限公司，联系人：胡校芳，联系电话：0571-87967630。如因自身原因导致样品未在规定时间送达指定地点，后果自负。超过截止时间的，采购人或采购代理机构将不予接收。  (6)采购活动结束后，对于未中标人提供的样品，请未中标人在中标结果公示结束后自行取回，逾期未取回的，采购人、采购代理机构不负保管义务；对于中标人提供的样品，采购人将进行保管、封存，并作为履约验收的参考。  （7）投标供应商应在样品标注注明产品、材料名称、供应商单位名称等信息，否则由此造成的漏评、错评的一切后果由供应商自己承担。  （8）制作、运输、安装和保管样品所发生的一切费用由投标人自理。  ▲**（9）未提供样品或提供样品不满足采购需求实质性条件或样品不全为无效标。** |
| **7** | **方案讲解演示** | A不组织。  B组织。  本项目要求提供演示，演示由投标人事先提供录制演示视频（具体演示内容详见第三部分采购需求及评审标准，要求时间不超过XX分钟），演示视频以介质存储（U盘）一份并且密封包装（外包装上要求标注项目名称、项目编号、演示视频字样投标人名称并加盖公章）后在投标文件提交截止时间前递交（可邮寄，发生泄露、遗失、损坏或延期送达等情况的，由供应商自行负责），邮寄地址：浙江省文二路391号西湖国际科技大厦B2楼1107室， 胡校芳收 0571-87967630 ）。逾期送达或未密封将被拒收。  注：因投标人自身原因导致提供的演示视频无法正常播放的，责任自负。 |
| **8** | **投标人应当提供的资格、资信证明文件** | （1）资格证明文件：见招标文件第二部分11.1。  投标人未提供有效的资格证明文件的，视为投标人不具备招标文件中规定的资格要求，投标无效。 |
| （2）资信证明文件：根据招标文件第四部分评标标准提供。 |
| **9** | **节能产品、环境标志产品** | 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构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政府优先采购或强制采购。 |
| **10** | **报价要求** | 有关本项目实施所需的所有费用（含场地及布置费、人工费、各类宣传物料、福彩文创产品、设计费、运输费、包装费、广告费、税费等完成本项目所需一切费用）均计入报价。投标文件开标一览表（报价表）是报价的唯一载体，如投标人在政府采购云平台填写的投标报价与投标文件报价文件中开标一览表（报价表）不一致的，以报价文件中开标一览表（报价表）为准。除招标文件有特别规定，投标文件中价格全部采用人民币报价。招标文件未列明，而投标人认为必需的费用也需列入报价。  **投标报价出现下列情形的，投标无效：**  **投标文件出现不是唯一的、有选择性投标报价的；**  **投标报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的;**  **报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，未能按要求提供书面说明或者提交相关证明材料证明其报价合理性的；**  **投标人对根据修正原则修正后的报价不确认的；**  **投标报价不符合招标文件规定要求进行报价的。** |
| **11** | **中小企业信用融资** | 供应商中标后也可在“政采云”平台申请政采贷：操作路径：登录政采云平台 - 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。 |
| **12** | **备份投标文件送达地点和签收人员** | 备份投标文件送达地点：浙江省杭州市西湖区文二路391号西湖国际科技大厦B2楼1107室（浙江信镧建设工程咨询有限公司）；备份投标文件签收人员联系电话：胡校芳0571-87967630。**（特别说明：双休日和法定节假日不收件，供应商自行承担邮寄风险。）采购人、采购代理机构不强制或变相强制投标人提交备份投标文件。** |
| **13** | **特别说明** | **联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。** |
| 联合体投标的，联合体各方分别提供与联合体协议中规定的分工内容相应的业绩证明材料。 |
| 联合体投标的，联合体各方均需按招标文件第四部分评标标准要求提供资信证明文件，否则视为不符合相关要求。  联合体投标的，联合体中有一方或者联合体成员根据分工按招标文件第四部分评标标准要求提供资信证明文件的，视为符合了相关要求。 |
| ▲以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他投标人另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动； |
| **14** | **采购代理服务费** | 本项目的采购代理服务费为：  （1）采购代理服务收费采用差额定率累进计费方式，以中标总额为计算基数。  （2）各区段具体收费标准如下：  成交金额 费率  100万元以下 1.2%  100-500万元 0.64%  备注：（1）本项费用在报价表中不单列报价子项，由供应商自行在企业运营成本等或各单价中列支。（2）由中标人在结果公告发布之日起5个工作日内，向采购代理机构一次性交纳采购代理服务费。（3）**中标人逾期支付采购代理服务费，须承担采购代理服务费每日百分之三的违约金，逾期十日未支付的，采购代理机构有权向杭州仲裁委员会对中标人提起仲裁，仲裁费用（包括仲裁受理费和仲裁处理费）均由中标人承担。**  收款账号：  收款单位（户名）：浙江信镧建设工程咨询有限公司  开户银行：交通银行杭州华浙广场支行  银行账号：331066090018170036304 |
| **15** | **其他注意事项** | **在评审过程中，投标人无法通过政采云系统提交澄清等材料的，可在各环节规定时间内按要求将相关材料发送至以下邮箱：ZJXL87967630@126.com** |
| **两家或两家以上供应商提供的投标文件出自同一终端设备的，或在相同Internet主机分配地址（相同IP地址）报名或网上投标的，后果由供应商自行承担。** |
| **16** | **解释权** | 本招标文件的解释权属于浙江信镧建设工程咨询有限公司。 |

## 一、总则

### 1.适用范围

本招标文件适用于该项目的招标、投标、开标、资格审查及信用信息查询、评标、定标、合同、验收等行为（法律、法规另有规定的，从其规定）。

### 2.定义

2.1 “采购人”系指招标公告中载明的本项目的采购人。

2.2 “采购代理机构”系指招标公告中载明的本项目的采购代理机构。

2.3 “投标人”系指是指响应招标、参加投标竞争的法人、其他组织或者自然人。

2.4 “负责人”系指法人企业的法定负责人，或其他组织为法律、行政法规规定代表单位行使职权的主要负责人，或自然人本人。

2.5“电子签名”系指数据电文中以电子形式所含、所附用于识别签名人身份并表明签名人认可其中内容的数据；“公章”系指单位法定名称章。因特殊原因需要使用冠以法定名称的业务专用章的，投标时须提供《业务专用章使用说明函》（附件4）。

2.6“电子交易平台”是指本项目政府采购活动所依托的政府采购云平台（https://www.zcygov.cn/）。

2.7 “▲” 系指实质性要求条款，“★” 指重要指标，“” 系指适用本项目的要求，“” 系指不适用本项目的要求。

### 3.采购项目需要落实的政府采购政策

3.1 本项目原则上采购本国生产的货物、工程和服务，不允许采购进口产品。除非采购人采购进口产品，已经在采购活动开始前向财政部门提出申请并获得财政部门审核同意，且在采购需求中明确规定可以采购进口产品（但如果因信息不对称等原因，仍有满足需求的国内产品要求参与采购竞争的，采购人、采购代理机构不会对其加以限制，仍将按照公平竞争原则实施采购）；优先采购向我国企业转让技术、与我国企业签订消化吸收再创新方案的供应商的进口产品。

**3.2 支持绿色发展**

3.2.1采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构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政府优先采购或强制采购。投标人须按招标文件要求提供相关产品认证证书。▲**采购人拟采购的产品属于政府强制采购的节能产品品目清单（详见《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》财库〔2019〕19号）范围的，投标人未按招标文件要求提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书的，投标无效。（节能产品品目清单详见《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19号））**

3.2.2 纳入政府采购管理的修缮、装修类项目采购建材的，鼓励采购单位将绿色建材性能、指标等作为实质性条件纳入采购文件和合同，具体性能指标要求参考相关绿色建材政府采购需求标准。

3.2.3为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，政府采购货物、工程和服务项目中涉及商品包装和快递包装的，供应商提供产品及相关快递服务的具体包装要求要参考《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》。优先采购绿色包装产品、绿色物流配送服务以及循环利用产品。

**3.3支持中小企业发展**

3.3.1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。

3.3.2在政府采购活动中，投标人提供的货物、服务符合下列情形的，享受本办法规定的中小企业扶持政策：

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

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

在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受本办法规定的中小企业扶持政策。

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

3.3.3对于未预留份额专门面向中小企业的政府采购项目，以及预留份额政府采购项目中的非预留部分标项，根据财库〔2020〕46号的相关规定，对符合本办法规定的小型和微型企业的投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的政府采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，对联合体或者大中型企业的投标报价给予4%的扣除，用扣除后的价格参加评审。**组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。已预留份额专门面向中小微企业采购的项目，不再执行价格评审优惠的扶持政策。**

3.3.4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）规定的条件并提供《残疾人福利性单位声明函》（附件1）的残疾人福利性单位视同小型、微型企业；

3.3.5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的，视同为小型、微型企业。

3.3.6可享受中小企业扶持政策的投标人应按照招标文件格式要求提供《中小企业声明函》，投标人提供的《中小企业声明函》与实际情况不符的，不享受中小企业扶持政策。声明内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交的，依法承担法律责任。

3.3.7中小企业享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

**3.4支持创新发展**

3.4.1 采购人优先采购被认定为首台套产品和“制造精品”的自主创新产品。

3.4.2首台套产品被纳入《首台套产品推广应用指导目录》之日起3年内，以及产品核心技术高于国内领先水平，并具有明晰自主知识产权的“制造精品”产品，自认定之日起2年内视同已具备相应销售业绩，参加政府采购活动时业绩分值为满分。

**3.5平等对待内外资企业和符合条件的破产重整企业**

平等对待内外资企业和符合条件的破产重整企业，切实保障企业公平竞争，平等维护企业的合法利益。

### 4.询问、质疑、投诉

#### 4.1在线询问、质疑、投诉

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：浙江政府服务网-政府采购投诉处理-在线办理。

#### 4.2供应商询问

供应商对政府采购活动事项有疑问的，可以提出询问，采购人或者采购代理机构应当在3个工作日内对供应商依法提出的询问作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。供应商提出的询问超出采购人对采购代理机构委托授权范围的，采购代理机构应当告知供应商向采购人提出。

#### 4.3供应商质疑

4.3.1提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目采购活动的供应商。潜在供应商已依法获取其可质疑的招标文件的，可以对该文件提出质疑。

4.3.2供应商认为招标文件、采购过程和中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购人或者采购代理机构提出质疑，否则，采购人或者采购代理机构不予受理：

4.3.2.1对招标文件提出质疑的，质疑期限为供应商获得招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起计算。

4.3.2.2对采购过程提出质疑的，质疑期限为各采购程序环节结束之日起计算。4.3.2.3对采购结果提出质疑的，质疑期限自采购结果公告期限届满之日起计算。

4.3.3供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

　4.3.3.1供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；

　4.3.3.2质疑项目的名称、编号；

　4.3.3.3具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；

　4.3.3.4事实依据；

　4.3.3.5必要的法律依据；

4.3.3.6提出质疑的日期。

供应商提交的质疑函需一式三份。供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，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。

质疑函范本及制作说明详见附件2。

4.3.4对同一采购程序环节的质疑，供应商须在法定质疑期内一次性提出。

供应商可以委托代理人进行质疑和投诉。其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。供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

代理人提出质疑和投诉，应当提交供应商签署的授权委托书。

4.3.5采购人或者采购代理机构应当在收到供应商的书面质疑后七个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑供应商和其他与质疑处理结果有利害关系的政府采购当事人，但答复的内容不得涉及商业秘密。

4.3.6询问或者质疑事项可能影响采购结果的，采购人应当暂停签订合同，已经签订合同的，应当中止履行合同。

4.3.7采购人、采购代理机构认为供应商质疑不成立，或者成立但未对中标、成交结果构成影响的，继续开展采购活动；认为供应商质疑成立且影响或者可能影响中标、成交结果的，按照下列情况处理：

（1）对采购文件提出的质疑，依法通过澄清或者修改可以继续开展采购活动的，澄清或者修改采购文件后继续开展采购活动；否则应当修改采购文件后重新开展采购活动。

（2）对采购过程、中标或者成交结果提出的质疑，合格供应商符合法定数量时， 可以从合格的中标或者成交候选人中另行确定中标、成交供应商的，应当依法另行确定中标、成交供应商；否则应当重新开展采购活动。

#### 4.4供应商投诉

4.4.1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提出投诉。

4.4.2供应商投诉的事项不得超出已质疑事项的范围，基于质疑答复内容提出的投诉事项除外。

4.4.3供应商投诉应当有明确的请求和必要的证明材料。

4.4.4投诉人提起投诉应当符合下列条件：

（一）提起投诉前已依法进行质疑；

（二）投诉书内容符合本办法的规定；

（三）在投诉有效期限内提起投诉；

（四）同一投诉事项未经财政部门投诉处理；

（五）财政部规定的其他条件。

4.4.5以联合体形式参加政府采购活动的，其投诉应当由组成联合体的所有供应商共同提出。

**4.4.6投诉人在全国范围12个月内三次以上投诉查无实据的，由财政部门列入不良行为记录名单。**

4.4.7投诉人有下列行为之一的，属于虚假、恶意投诉，由财政部门列入不良行为记录名单，禁止其1至3年内参加政府采购活动：

（一）捏造事实；

（二）提供虚假材料；

（三）以非法手段取得证明材料。证据来源的合法性存在明显疑问，投诉人无法证明其取得方式合法的，视为以非法手段取得证明材料。

投诉书范本及制作说明详见附件3。

## 二、招标文件的构成、澄清、修改

### 5．招标文件的构成

5.1 招标文件包括下列文件及附件：

5.1.1招标公告；

5.1.2投标人须知；

5.1.3采购需求；

5.1.4评标办法；

5.1.5拟签订的合同文本；

5.1.6应提交的有关格式范例。

5.2与本项目有关的澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

### 6. 招标文件的澄清、修改

6.1已获取招标文件的潜在投标人，若有问题需要澄清，应于投标截止时间前，以书面形式向采购代理机构提出。

6.2 采购代理机构对招标文件进行澄清或修改的，将同时通过电子交易平台通知已获取招标文件的潜在投标人。依法应当公告的，将按规定公告，同时视情况延长投标截止时间和开标时间。该澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

## 三、投标

### 7. 招标文件的获取

详见招标公告中获取招标文件的时间期限、地点、方式及招标文件售价。

### 8.开标前答疑会或现场考察

采购人组织潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会的，潜在投标人按第二部分投标人须知前附表的规定参加现场考察或者开标前答疑会。

### 9.投标保证金

本项目不需缴纳投标保证金。

### 10.投标文件的语言

投标文件及投标人与采购有关的来往通知、函件和文件均应使用中文。

### 11.投标文件的组成

#### 11.1资格文件

11.1.1符合参加政府采购活动应当具备的一般条件的承诺函；

11.1.2联合协议（若本项目不接受联合体响应或者供应商不以联合体形式响应的，则不需要提供)；

11.1.3落实政府采购政策需满足的资格要求（如有要求)；

11.1.4本项目的特定资格要求（如有要求)。

#### 11.2 商务技术文件

11.2.1投标函；

11.2.2授权委托书（适用于非法定代表人（单位负责人或者自然人）参加投标并签署投标文件）或法定代表人（单位负责人、自然人本人）身份证明（适用于法定代表人（单位负责人或者自然人）本人参加投标并签署投标文件）；

11.1.3联合协议（如有）；

11.2.4分包意向协议（如有)；

11.2.5评标标准相应的商务技术资料；

11.2.6商务偏离表；

11.2.7技术偏离表；

11.2.8政府采购供应商廉洁自律承诺书；

11.2.9采购代理服务费支付承诺书。（本项不作为无效标评审内容）

#### 11.3报价文件

11.3.1开标一览表（报价表）；

11.3.2报价情况说明（如供应商报价低于项目预算50%的，应当提交本文档，详细阐述不影响产品质量或者诚信履约的具体原因）

11.3.3中小企业声明函(或残疾人福利性单位声明函或监狱企业证明文件）。（如适用）

**投标文件含有采购人不能接受的附加条件的，投标无效；**

**投标人提供虚假材料投标的，投标无效。**

### 12. 投标文件的编制

12.1投标文件分为资格文件、商务技术文件、报价文件三部分。各投标人在编制投标文件时请按照招标文件第六部分规定的格式进行，混乱的编排导致投标文件被误读或评标委员会查找不到有效文件是投标人的风险。

12.2投标人进行电子投标应安装客户端软件—“政采云电子交易客户端”，并按照招标文件和电子交易平台的要求编制并加密投标文件。投标人未按规定加密的投标文件，电子交易平台将拒收并提示。

12.3使用“政采云电子交易客户端”需要提前申领CA数字证书，申领流程请自行前往“浙江政府采购网-下载专区-电子交易客户端-CA驱动和申领流程”进行查阅。

### 13.投标文件的签署、盖章

13.1投标文件按照招标文件第六部分格式要求进行签署、盖章。**▲投标人的投标文件未按照招标文件要求签署、盖章的，其投标无效**。

13.2为确保网上操作合法、有效和安全，投标人应当在投标截止时间前完成在“政府采购云平台”的身份认证，确保在电子投标过程中能够对相关数据电文进行加密和使用电子签名。

13.3招标文件对投标文件签署、盖章的要求适用于电子签名。

### 14. 投标文件的提交、补充、修改、撤回

14.1 供应商应当在投标截止时间前完成投标文件的传输递交，并可以补充、修改或者撤回投标文件。补充或者修改投标文件的，应当先行撤回原文件，补充、修改后重新传输递交。投标截止时间前未完成传输的，视为撤回投标文件。投标截止时间后递交的投标文件，电子交易平台将拒收。

14.2电子交易平台收到投标文件，将妥善保存并即时向供应商发出确认回执通知。在投标截止时间前，除供应商补充、修改或者撤回投标文件外，任何单位和个人不得解密或提取投标文件。

14.3采购人、采购代理机构可以视情况延长投标文件提交的截止时间。在上述情况下，采购代理机构与投标人以前在投标截止期方面的全部权利、责任和义务，将适用于延长至新的投标截止期。

### 15.备份投标文件

15.1投标人在电子交易平台传输递交投标文件后，还可以在投标截止时间前直接提交或者以邮寄方式递交备份投标文件1份，**但采购人、采购代理机构不强制或变相强制投标人提交备份投标文件。**

15.2备份投标文件须在“政采云投标客户端”制作生成，并储存在U盘中。备份投标文件应当密封包装并在包装上加盖公章并注明投标项目名称，投标人名称(联合体投标的，包装物封面需注明联合体投标，并注明联合体成员各方的名称和联合协议中约定的牵头人的名称)。**不符合上述制作、存储、密封规定的备份投标文件将被视为无效或者被拒绝接收。**

15.3直接提交备份投标文件的，投标人应于投标截止时间前在招标公告中载明的开标地点将备份投标文件提交给采购代理机构，采购代理机构将拒绝接受逾期送达的备份投标文件。

15.4以邮寄方式递交备份投标文件的，投标人应先将备份投标文件按要求密封和标记，再进行快递包装后邮寄。备份投标文件须在投标截止时间之前送达招标文件第二部分投标人须知前附表规定的备份投标文件送达地点；送达时间以签收人签收时间为准。采购代理机构将拒绝接受逾期送达的备份投标文件。邮寄过程中，电子备份投标文件发生泄露、遗失、损坏或延期送达等情况的，由投标人自行负责。

**15.5投标人仅提交备份投标文件，未在电子交易平台传输递交投标文件的，投标无效。**

### 16.投标文件的无效处理

有招标文件第四部分4.2规定的情形之一的，投标无效。

### 17.投标有效期

17.1投标有效期为从提交投标文件的截止之日起90天。▲**投标人的投标文件中承诺的投标有效期少于招标文件中载明的投标有效期的，投标无效。**

17.2投标文件合格投递后，自投标截止日期起，在投标有效期内有效。

17.3在原定投标有效期满之前，如果出现特殊情况，采购代理机构可以以书面形式通知投标人延长投标有效期。投标人同意延长的，不得要求或被允许修改其投标文件，投标人拒绝延长的，其投标无效。

## 四、开标、资格审查与信用信息查询

### 18.开标

18.1采购代理机构按照招标文件规定的时间通过电子交易平台组织开标，所有投标人均应当准时在线参加。投标人不足3家的，不得开标。

　18.2开标时，电子交易平台按开标时间自动提取所有投标文件。采购代理机构依托电子交易平台发起开始解密指令，投标人按照平台提示和招标文件的规定在半小时内完成在线解密。

　18.3**投标文件未按时解密，投标人提供了备份投标文件的，以备份投标文件作为依据，否则视为投标文件撤回。投标文件已按时解密的，备份投标文件自动失效。**

### 19.资格审查

19.1采购人或采购代理机构依据法律法规和招标文件的规定，对投标人的资格进行审查。

19.2投标人未按照招标文件要求提供与资格条件相应的有效资格证明材料的，视为投标人不具备招标文件中规定的资格要求，其投标无效。

19.3对未通过资格审查的投标人，采购人或采购代理机构告知其未通过的原因。

19.4合格投标人不足3家的，不再评标。

### 20.信用信息查询

20.1信用信息查询渠道及截止时间：采购代理机构将在资格审查时通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)渠道查询投标人投标截止日当天的信用记录。

20.2信用信息查询记录和证据留存的具体方式：现场查询的投标人的信用记录、查询结果经确认后将与采购文件一起存档。

20.3信用信息的使用规则：经查询列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人将被拒绝参与政府采购活动。

20.4联合体信用信息查询：两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购活动的，应当对所有联合体成员进行信用记录查询，联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。

20.5行政处罚较大数额罚款标准认定：根据《财政部关于《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十九条第一款“较大数额罚款”具体适用问题的意见》（财库〔2022〕3 号）要求：“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定。

## 五、评标

**21.** 评标委员会将根据招标文件和有关规定，履行评标工作职责，并按照评标方法及评分标准，全面衡量各投标人对招标文件的响应情况。对实质上响应招标文件的投标人，按照评审因素的量化指标排出推荐中标的投标人的先后顺序，并按顺序提出授标建议。**详见招标文件第四部分评标办法。**

## 六、定 标

### 22. 确定中标供应商

政府采购项目实行全流程电子化，评审报告送交、采购结果确定和结果公告均在线完成。为进一步提升采购结果确定效率，采购代理机构应当依法及时将评审报告在线送交采购人。采购单位应当自收到评审报告之日起5个工作日内在线确定中标或者成交供应商。

### 23. 中标通知与中标结果公告

23.1自中标人确定之日起2个工作日内，采购代理机构通过电子交易平台编制发布采购结果公告，并通过电子交易平台向中标人发出中标通知书。

23.2公告期限为1个工作日。

## 七、合同授予

**24.** 合同主要条款详见第五部分拟签订的合同文本。

### 25. 合同的签订

25.1 采购人与中标人应当在中标通知书发出之日起三十日内，按照招标文件确定的事项签订政府采购合同，并在签订之日起2个工作日内将政府采购合同在浙江政府采购网上公告。

25.2中标人按规定的日期、时间、地点，由法定代表人或其授权代表与采购人代表签订合同。如中标人为联合体的，由联合体成员各方法定代表人或其授权代表与采购人代表签订合同。

25.3如签订合同并生效后，供应商无故拒绝或延期，除按照合同条款处理外，列入不良行为记录一次，并给予通报。

25.4中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标供应商，也可以重新开展政府采购活动。

25.5供应商放弃成交的，须赔偿专家评审费、代理机构场地费、资料费、通讯费、人工费等不低于成交价金额1.5%（多余上缴国库）。

### 26. 履约保证金

拟签订的合同文本要求成交供应商提交履约保证金的，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。履约保证金的数额不得超过政府采购合同金额的1%。鼓励和支持供应商以银行、保险公司出具的保函形式提供履约保证金。采购人不得拒收履约保函，项目验收结束后应及时退还。

供应商可登录政采云平台-【金融服务】—【我的项目】—【已备案合同】以保函形式提供：1、供应商在合同列表选择需要投保的合同，点击[保函推荐]。2、在弹框里查看推荐的保函产品，供应商自行选择保函产品，点击[立即申请]。3、在弹框里填写保函申请信息。具体步骤：选择产品—填写供应商信息—选择中标项目—确认信息—等待保险/保函受理—确认保单—支付保费—成功出单。政采云金融专线400-903-9583。

## 八、电子交易活动的中止

**27. 电子交易活动的中止。**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，采购代理机构可中止电子交易活动：

27.1电子交易平台发生故障而无法登录访问的；

27.2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；

27.3电子交易平台发现严重安全漏洞，有潜在泄密危险的；

27.4病毒发作导致不能进行正常操作的；

27.5其他无法保证电子交易的公平、公正和安全的情况。

28.出现以上情形，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，也可以决定某些环节以纸质形式进行；影响或可能影响采购公平、公正性的，应当重新采购。

## 九、验收

### 29.验收

29.1采购人应当依法组织履约验收工作。

29.2验收合格的项目,采购人应当根据采购合同的约定及时向供应商支付采购资金、退还履约保证金。验收不合格的项目,采购人应当依法及时处理。采购合同的履行、违约责任和解决争议的方式等适用《中华人民共和国民法典》。供应商在履约过程中有政府采购法律法规规定的违法违规情形的,采购人应当及时报告本级财政部门。

# 第三部分 采购需求

### 一、活动背景

为进一步深入贯彻“民政为民、民政爱民”工作理念、积极开展福彩“爱心驿站”建设，宣传部计划在2024年下半年开展浙江福彩公益文化推广系列活动项目，将宣传推广工作走进党政机关、进公益金资助项目、进社区等，打造服务社会、服务群众的民政“亮丽品牌”。文创产品需提供相关设计。

### 二、活动时间

2024年10月至2024年11月

### 三、活动形式

1、将文创产品推广与线下宣传活动结合。

2、投标人需办理城管、消防、文旅、公安等相关部门审批，保持现场秩序，工作人员及参与活动人员的现场人身安全，如发生意外情况由投标人全权负责。

### 四、活动内容

**（一）福彩文创产品采购及发放**

采购带有福彩“爱心驿站”及福彩文化IP形象标识的文创产品共计20000套。所有文创产品应保证是未使用过的全新合格产品，不得供应三无产品，要求投标人在供货前向采购人提交所供文创产品的产品合格证明或检测报告。

**1.文创产品（一）**

**发给投注站10000套（其中序号1-9产品合计2100套，序号1-6产品合计7900套）。**

序号1-9产品合计2100套，由投标人发放至各地市福彩中心，由各地市福彩中心发放给福彩“爱心驿站”，规格如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 备注 | 数量 |
| 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 一对，环保PVC或树脂材质、安全无毒、手感细腻；整体造型清晰，色彩鲜明，不小于50mm\*50mm\*100mm；配备稳固底座，确保摆件放置平稳，不易倾倒 | 福彩文化IP形象彩色立体卡通摆件 | 1对/套 | 福彩文化IP男女形象卡通摆件各1个 | 2100对 |
| 2 | 纸巾盒 | 胡桃木纹纸巾盒， 22\*12\*10cm，允许正负偏离小于等于1cm；设计为抽拉式 | 盒体印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | / | 2100个 |
| 3 | 抽纸 | 袋装抽纸，150抽/包， 3层/抽；抽纸长宽19\*13.2cm，允许正负偏离小于等于1cm；100%原生木浆，无香型，不添加荧光剂 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10包/套 | / | 21000包 |
| 4 | 笔 | 喷胶按动水笔，笔芯0.5mm | 印制福彩文化IP形象图案 | 10只/套 | / | 21000只 |
| 5 | 便签本 | 7.5\*7.5cm，80克双胶纸，一本50页 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10本/套 | / | 21000本 |
| 6 | 广告扇 | 竹柄团扇，扇柄15cm，扇宽22cm，允许正负偏离小于等于1cm | 做好创意设计，扇面印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 10把/套 | / | 21000把 |
| 7 | 马甲 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件/套 | / | 2100件 |
| 8 | 外套 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件/套 | / | 2100件 |
| 9 | 标识 | 亚克力，不小于30cm\*60cm；可设计为粘贴式、螺丝固定式或磁吸式等，便于安装与更换 | 以福彩“爱心驿站”文化IP形象图案为主设计 | 1个/套 | / | 2100个 |

**序号1-6产品合计7900套，由投标人发放至各地市福彩中心，由各地市福彩中心发放给投注站 ，规格如下：**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 备注 | 数量 |
| 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 一对，环保PVC或树脂材质、安全无毒、手感细腻；整体造型清晰，色彩鲜明，不小于50mm\*50mm\*100mm；配备稳固底座，确保摆件放置平稳，不易倾倒 | 福彩文化IP形象彩色立体卡通摆件 | 1对/套 | 福彩文化IP男女形象卡通摆件各1个 | 7900对 |
| 2 | 纸巾盒 | 胡桃木纹纸巾盒， 22\*12\*10cm，允许正负偏离小于等于1cm；设计为抽拉式 | 盒体印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | / | 7900个 |
| 3 | 抽纸 | 袋装抽纸，150抽/包， 3层/抽；抽纸长宽19\*13.2cm，允许正负偏离小于等于1cm；100%原生木浆，无香型，不添加荧光剂 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10包/套 | / | 79000包 |
| 4 | 笔 | 喷胶按动水笔，笔芯0.5mm | 印制福彩文化IP形象图案 | 10只/套 | / | 79000只 |
| 5 | 便签本 | 7.5\*7.5cm，80克双胶纸，一本50页 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10本/套 | / | 79000本 |
| 6 | 广告扇 | 竹柄团扇，扇柄15cm，扇宽22cm，允许正负偏离小于等于1cm | 做好创意设计，扇面印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 10把/套 | / | 79000把 |

**2.文创产品（二）**

**随线下活动发放的10000套，规格如下：**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 数量 |
| 1 | 手机支架 | 树脂材质，桌面立式，适用所有手机品牌型号；设计有防滑垫或卡槽，确保手机在多种角度下稳固不滑落 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |
| 2 | 环保袋 | 可重复使用，袋体不小于40cm\*32cm\*16cm，包芯提手总长55cm，外露45cm，允许正负偏离小于等于1cm | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |
| 3 | 雨伞 | 三折伞，伞下直径不小于90cm，伞整体克重不超过250g；采用高密度防水布料，如黑胶或银胶涂层，有效防晒防雨；配备伞套，便于收纳 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把/套 | 10000把 |
| 4 | 文化扇 | 质优耐用，扇面不小于8寸，纸质或布质，扇柄竹或木质 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把/套 | 10000把 |
| 5 | 文化筷、勺子套装 | 筷子选用竹、木材质，长度不小于25cm；勺子金属材质，每套包含文化筷1双，勺子1把。 | 外包装印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1套/套 | 10000套 |
| 6 | 水杯 | 玻璃材质，安全无毒，耐高温，容量不小于500毫升 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |

带有福彩“爱心驿站”及福彩文化IP形象标识的10000份宣传品由中标人成套按采购方要求数量发放至各市福彩中心，另外10000份由中标方在执行线下主题系列活动时发放。

**（二）线下宣传推广活动**

**1.活动规模**

拟在全省范围内开展线下主题系列活动10场，围绕福彩“扶老、助残、救孤、济困”等公益属性，深入党政机关、社区、大型企业、福彩公益金资助项目等，针对走进的单位不同，活动内容及形式做相应创意调整。

**2.活动内容**

①整体活动包括互动活动、活动场地布设、宣传物料制作、宣传品发放（10000套，视实际情况整套发放或单件发放）。

②根据适应不同场景需求精准调整。例如开展走进福彩公益金资助项目活动，将召集20名福彩 “爱心驿站”代表参加；走进其他单位组织，可邀请“爱心驿站”代表参加，人数不限。

③宣传物料设计。包括但不限于喷绘展板、海报、宣传单页、H5等，宣传内容涵盖：福彩公益与责任宣传、福彩文化IP形象宣传、福彩“爱心驿站”宣传展示。

### 五、活动宣传

**1.整体宣传规划**

整体项目执行期间，新媒体平台广告省内曝光量不少于2000万，在不少于2家中央媒体、2家本省省级媒体刊登报道（图文影音不限）各不少于10次，省级主流媒体平台投放宣传视频不少于10次，自有或合作账号（不少于200万粉丝量或用户）持续报道不少于10次。

**2.重点场次宣传**

针对其中一场活动，制作H5 1个、短视频2个、创意海报3张、宣传软文5篇，并安排视频及图片直播，确保直播平台观看人次不低于200万；多渠道发布，确保省内曝光量不少于800万次，在不少于2家中央媒体、2家本省省级媒体、省级主流媒体新媒体平台如潮新闻或Z视界等刊登报道（图文影音不限）。

**3.常规场次宣传**

每场活动配备短视频1个、创意海报1张、宣传软文2篇，持续营造宣传氛围。

**4.总结性宣传**

所有活动结束后，做好总结性宣传报道视频不少于1个、图文不少于1篇。

### 六、样品提交要求

**1.要求提供以下样品**

**文创产品（一）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 数量 |
| 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 一对，环保PVC或树脂材质、安全无毒、手感细腻；整体造型清晰，色彩鲜明，不小于50mm\*50mm\*100mm；配备稳固底座，确保摆件放置平稳，不易倾倒 | 福彩文化IP形象彩色立体卡通摆件 | 1对(福彩文化IP男女形象卡通摆件各1个) |
| 2 | 纸巾盒 | 胡桃木纹纸巾盒， 22\*12\*10cm，允许正负偏离小于等于1cm；设计为抽拉式 | 盒体印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个 |
| 3 | 抽纸 | 袋装抽纸，150抽/包， 3层/抽；抽纸长宽19\*13.2cm，允许正负偏离小于等于1cm；100%原生木浆，无香型，不添加荧光剂 | 印制福彩文化IP形象图案 | 1包 |
| 4 | 笔 | 喷胶按动水笔，笔芯0.5mm | 印制福彩文化IP形象图案 | 1只 |
| 5 | 便签本 | 7.5\*7.5cm，80克双胶纸，一本50页 | 印制福彩文化IP形象图案 | 1本 |
| 6 | 广告扇 | 竹柄团扇，扇柄15cm，扇宽22cm，允许正负偏离小于等于1cm | 做好创意设计，扇面印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把 |
| 7 | 马甲 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件 |
| 8 | 外套 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件 |
| 9 | 标识 | 亚克力，不小于30cm\*60cm；可设计为粘贴式、螺丝固定式或磁吸式等，便于安装与更换 | 以福彩“爱心驿站”文化IP形象图案为主设计 | 1个 |

**文创产品（二）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 数量 |
| 1 | 手机支架 | 树脂材质，桌面立式，适用所有手机品牌型号；设计有防滑垫或卡槽，确保手机在多种角度下稳固不滑落 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个 |
| 2 | 环保袋 | 可重复使用，袋体不小于40cm\*32cm\*16cm，包芯提手总长55cm，外露45cm，允许正负偏离小于等于1cm | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个 |
| 3 | 雨伞 | 三折伞，伞下直径不小于90cm，伞整体克重不超过250g；采用高密度防水布料，如黑胶或银胶涂层，有效防晒防雨；配备伞套，便于收纳 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把 |
| 4 | 文化扇 | 质优耐用，扇面不小于8寸，纸质或布质，扇柄竹或木质 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把 |
| 5 | 文化筷、勺子套装 | 筷子选用竹、木材质，长度不小于25cm；勺子金属材质，每套包含文化筷1双，勺子1把。 | 外包装印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1套 |
| 6 | 水杯 | 玻璃材质，安全无毒，耐高温，容量不小于500毫升 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个 |

**2.递交样品要求：**

（1）本项目投标时提供以上产品实物样品（所提供的样品参数指标需与投标文件响应的参数指标一致，否则视为虚假响应，后果自负）。

（2）**递交样品的时间及地点：**在投标截止时间前样品须全部递交完毕（如需安装，需安装完毕），逾期送达将予以拒收（可邮寄（发生遗失、损坏或延期送达等情况的，由投标人自行负责））。**样品接收地址：**浙江省杭州市西湖区文二路391号西湖国际科技大厦浙江信镧建设工程咨询有限公司（送样前请提前与代理机构联系），联系人：胡校芳，联系电话：0571-87967630。如因自身原因导致样品未在规定时间送达指定地点，为无效标。超过截止时间的，采购人或采购代理机构将不予接收。

（3）采购活动结束后，对于未中标人提供的样品，请未中标人在成交结果公示结束后自行取回，逾期未取回的，采购人、采购代理机构不负保管义务；对于中标人提供的样品，采购人将进行保管、封存，并作为履约验收的参考。

（4）投标供应商应在样品标注注明产品、材料名称、供应商单位名称等信息，否则由此造成的漏评、错评的一切后果由供应商自己承担。

（5）制作、运输、安装和保管样品所发生的一切费用由投标人自理。

▲（6）未提供样品或提供样品不满足采购需求实质性条件或样品不全为无效标。

### 七、商务要求

#### 服务时间

合同签订之日起至2024年11月20日前完成本合同项下全部服务项目。

#### 活动地域要求

10场线下活动要求在浙江省范围内举办。

#### 付款方式

合同生效以及具备实施条件后，中标方向采购人开具发票，采购人收到发票后7个工作日内，向中标方支付合同总价的50%；项目履约完成，经采购人验收合格后，收到发票后7个工作日内，采购人向中标方支付合同总价的50%。

在签订合同时，中标方明确表示无需预付款或者主动要求降低预付款比例的，可降低预付款比例。

#### 4、履约保证金

无

#### 5、验收要求

5.1验收由采购人负责实施

5.2验收依据：

5.2.1合同、采购文件、投标文件；

5.2.2于2024年11月25日前，中标方向采购人提供与采购文件相符的结案报告供采购人验收，以合作内容的落实情况报告为主。

5.3.采购人于收到结案报告之日起7日内对中标方服务进行验收，针对中标方服务不符合合同、采购文件、投标承诺要求的，每一项采购人有权从合同尾款中扣除单项金额并按合同追究中标方违约责任。

5.4验收合格的条件：

5.4.1所供服务符合标准和合同的要求；

5.4.2在进行验收过程中发现的问题已被解决并得到采购人的书面认可；

5.4.3合同中规定的所有服务和材料均已交付；

5.4.4所有相关的技术文件及资料均已提交并得到接受。

# 第四部分 评标办法

### 一、评标方法

**1.1本项目采用综合评分法。**综合评分法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法。

1.2评标委员会根据本评审办法进行评审，对各供应商的价格、商务、技术等评分因素在分值范围内进行各自打分。

1.3本次评审采用综合评分法，总分为100分，评分过程中采用四舍五入法，并保留小数2位。

### 评标标准

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分类型** | **评分标准** | **分值范围** | **评分属性** |
| 1 | 报价 | 各分项具体分值分配如下：  1、文创产品（一）10分；  2、文创产品（二）10分；  3、宣传活动10分。  价格分采用低价优先法计算，即有效投标报价的最低价为评审基准价，其最低报价为满分。其他投标人的价格分按照下列公式计算：  各分项报价分=(评标基准价／投标报价)×分项分值。 报价总分为各项报价得分汇总 **根据财库〔2020〕46号的相关规定，对符合本办法规定的小型和微型企业的投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的政府采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，对联合体或者大中型企业的投标报价给予4%的扣除，用扣除后的价格参加评审。组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。** | 0-30 | 客观分 |
| 2 | 商务 | 投标人自2021年9月份以来承接过同类项目业绩，每个得1分，最高得3分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），时间以合同签订时间为准。） | 0-3 | 客观分 |
| 3 | 技术 | 样品分：   1. 样品材质质量（0-2分）（评分范围：2,1,0.5,0） 2. 样品款式、美观度（0-2分）（评分范围：2,1,0.5,0） 3. 样品制作工艺、细节处理（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）  4、样品品牌、品质（0-2分）（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-9 | 主观分 |
| 4 | 技术 | 福彩“爱心驿站”及福彩文化IP形象标识设计方案：  （1）根据招标文件要求提供文创产品（一）（包括文化IP形象卡通摆件、纸巾盒、抽纸、笔、便签本、广告扇、马甲、外套、标识）的设计方案（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）  （2）根据招标文件要求提供文创产品（二）（包括手机支架、环保袋、雨伞、文化扇、文化筷、勺子套装、水杯）的设计方案（0-3分）（评分范围：3,2,1,0） | 0-6 | 主观分 |
| 5 | 技术 | 福彩文创产品采购及发放方案：   1. 发放至投注站的福彩文创产品总体配置方案（明确具体产品配置清单、品牌、型号、规格等具体配置）（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0） 2. 随线下活动发放的福彩文创产品总体配置方案（明确具体产品配置清单、品牌、型号、规格等具体配置）（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）   （3）售后服务、退还、三包方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）  （4）配送发放组织实施计划及时间进度（0-2分）（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-14 | 主观分 |
| 6 | 技术 | 投标人所投福彩文创产品参数完全满足招标文件第三部分采购需求中的文创产品（一），文创产品（二）相关参数要求的得满分，每一种产品存在任意一项参数负偏离扣0.4分，扣完为止。 | 0-6 | 客观分 |
| 7 | 技术 | 在全省范围内开展10场线下主题系列活动方案：  （1）10场线下主题系列活动内容策划方案（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）  （2）10场线下主题系列活动组织实施方案(包含但不限于工作时间进度表、具体工作程序和步骤、管理和协调方法、关键步骤的思路和要点等。）（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0） （3）10场线下主题系列活动保障措施（包括但不限于场地保障、安全保障、后勤保障等）（0-3分）（评分范围：3,2,1,0） | 0-12 | 主观分 |
| 8 | 技术 | 活动宣传方案（整体宣传规划、重点场次、常规场次宣传方案）（评分范围：3,2,1,0） | 0-3 | 主观分 |
| 9 | 技术 | 投标人根据10场线下主题活动拟定的主题LOGO、系列创意海报、活动背景、标识设计、喷绘展板及匹配的宣传物料方案（评分范围：3,2,1,0） | 0-3 | 主观分 |
| 10 | 技术 | 投标人根据本项目宣传文案和脚本策划，包括拟定视频及图片直播素材选取、剪辑方案及宣传文字方案、脚本文案编写水平（评分范围：3,2,1,0） | 0-3 | 主观分 |
| 11 | 技术 | 投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-2 | 主观分 |
| 12 | 技术 | 确保福彩文创产品质量及宣传效果的保障措施（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-2 | 主观分 |
| 13 | 技术 | 拟投入本项目的项目负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保此项不得分。）（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-2 | 主观分 |
| 14 | 技术 | 拟投入本项目的其它团队成员（除项目负责人）的分工及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保此项不得分。）  1、团队成员能力、工作经验（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）  2、团队成员分工（0-2分）（评分范围：2,1,0.5,0） | 0-5 | 主观分 |

备注：（1）商务分、技术分按照评审小组成员的独立评分结果汇总后的算术平均分计算，计算公式为：商务分、技术分=评审小组所有成员评分合计数/评审小组成员组成人数。

（2）投标人评审综合得分=商务分+技术分+报价分

### 三、评标程序

**3.1符合性审查。**评标委员会应当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。不满足招标文件的实质性要求的，投标无效。

**3.2 比较与评价。**评标委员会应当按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价。

**3.3汇总商务技术得分。**评标委员会各成员应当独立对每个投标人的商务和技术文件进行评价，并汇总商务技术得分情况。

**3.4报价评审。**

3.4.1投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

3.4.1.1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;

3.4.1.2大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准;

3.4.1.3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;

3.4.1.4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。

3.4.1.5同时出现两种以上不一致的，按照3.4.1规定的顺序修正。修正后的报价按照财政部第87号令 《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第五十一条第二款的规定经投标人确认后产生约束力。

**3.5排序与推荐。**本项目采用综合评分法，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列；得分且投标报价相同的，按技术得分由高到低顺序排列。中标候选人数量：有效投标供应商数量等于3家时，中标候选人数量为1家；有效投标供应商数量等于4家时，中标候选人数量为2家；有效投标供应商数量大于等于5家时，中标候选人数量为3家。

**3.6编写评标报告。**评标委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。

### 四、评标中的其他事项

**4.1投标人澄清、说明或者补正。**对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容需要投标人作出必要的澄清、说明或者补正的，评标委员会和投标人通过电子交易平台交换数据电文，投标人提交使用电子签名的相关数据电文或通过平台上传加盖公章的扫描件。给予投标人提交澄清、说明或补正的时间不得少于半小时，投标人已经明确表示澄清说明或补正完毕的除外。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

**4.2投标无效。**有下列情形之一的，投标无效：

**4.2.1在资格审查时，如发现下列情形之一的，投标文件将被视为无效：**

（1）单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商参加同一合同项下的政府采购活动的（均无效）；

（2）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再参加该采购项目的其他采购活动的；

（3）提供的有效的资格证明材料或材料不全的，或者不具备招标文件中规定的资格要求的；

（4）如以联合体形式参加政府采购活动的，未提供联合协议的。

**4.2.2在符合性审查、商务和技术评审时，如发现下列情形之一的，投标文件将被视为无效：**

（1）投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；

（2）未有效提供法定代表人授权委托书或所载内容与本项目内容有异的；

（3）投标文件中承诺的投标有效期少于招标文件中规定的投标有效期的；

（4）投标文件不符合招标文件中标注“▲”的实质性要求的；

（5）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；

（6）投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

（7）要求提供样品的项目，投标人未提供样品或提供样品不满足采购需求实质性条件或样品不全的；

（8）供应商存在串通行为或虚假响应的；

（9）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

**4.2.3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）投标报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；

（2）投标文件出现不是唯一的、有选择性投标报价的；

（3）投标人对根据修正原则修正后的报价不确认的；

（4）投标报价不符合招标文件规定要求进行报价的；

（5）评审小组认为供应商的投标报价明显低于其他供应商投标报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评审现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商不能证明其投标报价合理性的，评审小组应当将其作为无效响应处理。

（6）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

**5.废标。**根据《中华人民共和国政府采购法》第三十六条之规定，在采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

5.1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3家的；

5.2出现影响采购公正的违法、违规行为的；

5.3投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

5.4因重大变故，采购任务取消的。

废标后，采购代理机构应当将废标理由通知所有投标人。

**6.修改招标文件，重新组织采购活动。**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，将停止评标工作，并与采购人、采购代理机构沟通并作书面记录。采购人、采购代理机构确认后，将修改招标文件，重新组织采购活动。

**7.重新开展采购。**有政府采购法第七十一条、第七十二条规定的违法行为之一，影响或者可能影响中标结果的，依照下列规定处理：

7.1未确定中标供应商的，终止本次政府采购活动，重新开展政府采购活动。

7.2已确定中标供应商但尚未签订政府采购合同的，中标结果无效，从合格的中标候选人中另行确定中标供应商；没有合格的中标候选人的，重新开展政府采购活动。

7.3政府采购合同已签订但尚未履行的，撤销合同，从合格的中标候选人中另行确定中标供应商；没有合格的中标候选人的，重新开展政府采购活动。

7.4政府采购合同已经履行，给采购人、供应商造成损失的，由责任人承担赔偿责任。

7.5政府采购当事人有其他违反政府采购法或者政府采购法实施条例等法律法规规定的行为，经改正后仍然影响或者可能影响中标结果或者依法被认定为中标无效的，依照7.1-7.4规定处理。

# 

# 第五部分 拟签订的合同文本

**（仅供参考）**

**（本条款为双方必须遵守的基本条款，双方可根据实际情况签订合同文本；正式合同以双方签字盖章的文本为准。）**

**浙江省福利彩票管理中心采购合同**

**项目名称：浙江福彩公益文化推广系列活动项目**

**项目编号：ZJXL-FCZX-202413**

**采购计划书：**

**甲方（需方）：浙江省福利彩票管理中心**

**乙方（供方）：**

**合同鉴证方（采购代理机构）：浙江信镧建设工程咨询有限公司**

**签约时间、地点：2024年 月 日，杭州市余杭区**

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等法律法规规定，浙江信镧建设工程咨询有限公司受浙江省福利彩票管理中心委托，经公开招标采购，确定 为 项目编号（ ）的成交供应商。经双方协商达成一致意见，签署本合同。

**第一条：采购服务清单及合同价格**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 描述 | 数量 | 单位 | 单价（元） | 合计（元） |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 总计（小写）： | | | | | | |
| 合同总价（大写，人民币元）：  注：  1、以上合同总价包含履行本项目服务所需的一切费用，包括但不限于履行所有规定服务所产生的场地、物料、宣传品、广告费、人员费以及税费，合同价格不因国家税率调整而变动。  2、未服务或未验收通过的项目不予结算费用。 | | | | | | |

**第二条：服务时间**

合同签订之日起至2024年11月20日前完成本合同项下全部服务项目。

**第三条：付款方式**

1、合同生效以及具备实施条件后，乙方向甲方开具发票，甲方收到发票后7个工作日内，向乙方支付合同总价的50%；项目履约完成，经甲方验收合格后，收到发票后7个工作日内，甲方向乙方支付合同总价的50%。

以上付款时间是指甲方完成向财政部门申报支付手续的时间，财政部门审查及实际支付可能造成的时间延误不视为甲方违约。

2、乙方确认收款账户信息为：户名： ；账号： ；开户行：

3、甲方支付每笔款项前，乙方均应按照本条第1款约定向甲方开具真实、等额且税率为【】%的增值税专用发票，乙方逾期提供导致甲方未能按期付款的不视为甲方违约。

**第四条：服务内容及要求**

**一、活动背景**

为进一步深入贯彻“民政为民、民政爱民”工作理念、积极开展福彩“爱心驿站”建设，宣传部计划在2024年下半年开展浙江福彩公益文化推广系列活动项目，将宣传推广工作走进党政机关、进公益金资助项目、进社区等，打造服务社会、服务群众的民政“亮丽品牌”。文创产品需提供相关设计。

**二、活动时间**

2024年10月至2024年11月

**三、活动形式**

1、将文创产品推广与线下宣传活动结合

2、乙方需办理城管、消防、文旅、公安等相关部门审批，保持现场秩序，工作人员及参与活动人员的现场人身安全，如发生意外情况由乙方全权负责。

**四、活动内容**

**（一）福彩文创产品采购及发放**

采购带有福彩“爱心驿站”及福彩文化IP形象标识的文创产品20000套。

**1.文创产品（一）**

**发给投注站10000套（其中序号1-9产品合计2100套，序号1-6产品合计7900套）。**所有文创产品应保证是未使用过的全新合格产品，不得供应三无产品，要求乙方在供货前向甲方提交所供文创产品的产品合格证明或检测报告。

序号1-9产品合计2100套，由乙方发放至各地市福彩中心，由各地市福彩中心发放给福彩“爱心驿站”，规格如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 备注 | 数量 |
| 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 一对，环保PVC或树脂材质、安全无毒、手感细腻；整体造型清晰，色彩鲜明，不小于50mm\*50mm\*100mm；配备稳固底座，确保摆件放置平稳，不易倾倒 | 福彩文化IP形象彩色立体卡通摆件 | 1对/套 | 福彩文化IP男女形象卡通摆件各1个 | 2100对 |
| 2 | 纸巾盒 | 胡桃木纹纸巾盒，22\*12\*10cm，允许正负偏离小于等于1cm；设计为抽拉式 | 盒体印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | / | 2100个 |
| 3 | 抽纸 | 袋装抽纸，150抽/包， 3层/抽；抽纸长宽19\*13.2cm，允许正负偏离小于等于1cm；100%原生木浆，无香型，不添加荧光剂 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10包/套 | / | 21000包 |
| 4 | 笔 | 喷胶按动水笔，笔芯0.5mm | 印制福彩文化IP形象图案 | 10只/套 | / | 21000只 |
| 5 | 便签本 | 7.5\*7.5cm，80克双胶纸，一本50页 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10本/套 | / | 21000本 |
| 6 | 广告扇 | 竹柄团扇，扇柄15cm，扇宽22cm，允许正负偏离小于等于1cm | 做好创意设计，扇面印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 10把/套 | / | 21000把 |
| 7 | 马甲 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件/套 | / | 2100件 |
| 8 | 外套 | 涤纶或聚酯纤维双层透气材质，质优耐穿，各种尺码 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1件/套 | / | 2100件 |
| 9 | 标识 | 亚克力，不小于30cm\*60cm；可设计为粘贴式、螺丝固定式或磁吸式等，便于安装与更换 | 以福彩“爱心驿站”文化IP形象图案为主设计 | 1个/套 | / | 2100个 |

序号1-6产品合计7900套，由乙方发放至各地市福彩中心，由各地市福彩中心发放给投注站 ，规格如下：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 备注 | 数量 |
| 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 一对，环保PVC或树脂材质、安全无毒、手感细腻；整体造型清晰，色彩鲜明，不小于50mm\*50mm\*100mm；配备稳固底座，确保摆件放置平稳，不易倾倒 | 福彩文化IP形象彩色立体卡通摆件 | 1对/套 | 福彩文化IP男女形象卡通摆件各1个 | 7900对 |
| 2 | 纸巾盒 | 胡桃木纹或纸巾盒， 22\*12\*10cm，允许正负偏离小于等于1cm；设计为抽拉式 | 盒体印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | / | 7900个 |
| 3 | 抽纸 | 袋装抽纸，150抽/包， 3层/抽；抽纸长宽19\*13.2cm，允许正负偏离小于等于1cm；100%原生木浆，无香型，不添加荧光剂 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10包/套 | / | 79000包 |
| 4 | 笔 | 喷胶按动水笔，笔芯0.5mm | 印制福彩文化IP形象图案 | 10只/套 | / | 79000只 |
| 5 | 便签本 | 7.5\*7.5cm，80克双胶纸，一本50页 | 印制福彩文化IP形象图案 | 10本/套 | / | 79000本 |
| 6 | 广告扇 | 竹柄团扇，扇柄15cm，扇宽22cm，允许正负偏离小于等于1cm | 做好创意设计，扇面印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 10把/套 | / | 79000把 |

**2.文创产品（二）**

**随线下活动发放的10000套，规格如下：**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 物品 | 相关参数 | 相关设计 | 每套包含以下内容 | 数量 |
| 1 | 手机支架 | 树脂材质，桌面立式，适用所有手机品牌型号；设计有防滑垫或卡槽，确保手机在多种角度下稳固不滑落 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |
| 2 | 环保袋 | 可重复使用，袋体不小于40cm\*32cm\*16cm，包芯提手总长55cm，外露45cm允许正负偏离小于等于1cm | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |
| 3 | 雨伞 | 三折伞，伞下直径不小于90cm，伞整体克重不超过250g；采用高密度防水布料，如黑胶或银胶涂层，有效防晒防雨；配备伞套，便于收纳 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把/套 | 10000把 |
| 4 | 文化扇 | 质优耐用，扇面不小于8寸，纸质或布质，扇柄竹或木质 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1把/套 | 10000把 |
| 5 | 文化筷、勺子套装 | 筷子选用竹、木材质，长度不小于25cm；勺子金属材质，每套包含文化筷1双，勺子1把。 | 外包装印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1套/套 | 10000套 |
| 6 | 水杯 | 玻璃材质，安全无毒，耐高温，容量不小于500毫升 | 印制福彩“爱心驿站”文化IP形象图案 | 1个/套 | 10000个 |

带有福彩“爱心驿站”及福彩文化IP形象标识的10000份宣传品由乙方成套按甲方要求数量发放至各市福彩中心，另外10000份由乙方在执行线下主题系列活动时发放。

**（二）线下宣传推广活动**

**1.活动规模**

拟在全省范围内开展线下主题系列活动10场，围绕福彩“扶老、助残、救孤、济困”等公益属性，深入党政机关、社区、大型企业、福彩公益金资助项目等，针对走进的单位不同，活动内容及形式做相应创意调整。

**2.活动内容**

①整体活动包括互动活动、活动场地布设、宣传物料制作、宣传品发放（10000套，视实际情况整套发放或单件发放）。

②根据适应不同场景需求精准调整。例如开展走进福彩公益金资助项目活动，将召集20名福彩 “爱心驿站”代表参加；走进其他单位组织，可邀请“爱心驿站”代表参加，人数不限。

③宣传物料设计。包括但不限于喷绘展板、海报、宣传单页、H5等，宣传内容涵盖：福彩公益与责任宣传、福彩文化IP形象宣传、福彩“爱心驿站”宣传展示。

**五、活动宣传**

**1.整体宣传规划**

整体项目执行期间，新媒体平台广告省内曝光量不少于2000万，在不少于2家中央媒体、2家本省省级媒体刊登报道（图文影音不限）各不少于10次，省级主流媒体平台投放宣传视频不少于10次，自有或合作账号（不少于200万粉丝量或用户）持续报道不少于10次。

**2.重点场次宣传**

针对其中一场活动，制作H5 1个、短视频2个、创意海报3张、宣传软文5篇，并安排视频及图片直播，确保直播平台观看人次不低于200万；多渠道发布，确保省内曝光量不少于800万次，在不少于2家中央媒体、2家本省省级媒体、省级主流媒体新媒体平台如潮新闻或Z视界等刊登报道（图文影音不限）。

**3.常规场次宣传**

每场活动配备短视频1个、创意海报1张、宣传软文2篇，持续营造宣传氛围。

**4.总结性宣传**

所有活动结束后，做好总结性宣传报道视频不少于1个、图文不少于1篇。

**第五条：其他技术、服务要求**

1.保密责任：未经对方书面许可，双方不得向任何第三方单位或个人提供或披露与对方有关的专有信息，但为正常履行本协议必须披露的除外。专有信息包括但不限于：本协议内容、制度文件、会议材料、国家秘密、商业秘密、电脑程序、设计技术、专有技术、工艺、数据、业务和产品开发计划，客户的资料和信息等。保密条款不受本合同届满、解除、终止或本合同中其他条款的无效或履行完毕等情形的影响。

2.乙方应保证所提供的服务或其中任何一部分均不会侵犯第三方的知识产权或其他合法权益。

3.乙方根据本合同为甲方提供的服务所产生的一切工作成果，包括但不限于视频、图片、LOGO、文案、音乐、软件程序等，知识产权均归属于甲方所有。未经甲方书面同意，乙方不得擅自使用或提供给任何第三方使用。

4.乙方在组织线下活动过程中，应当负责采取适当安全保障措施，负责现场安全管理，若在活动过程中发生安全事故造成人身或财产损失的，由乙方负责处理并承担经济责任。若给甲方造成损失的，甲方有权向乙方追偿。

5.甲方对广告宣传的确认不意味着对乙方审查义务的免除，乙方应保证宣传内容不违反法律、法规、政策，并对宣传内容承担责任。

6.乙方有义务派出充足、专业的工作团队为甲方提供服务。同时乙方应提供团队主要组成人员名单及简历作为本合同附件，乙方成员需经甲方认可方能进入服务团队，有与简历不符或工作能力不佳的或工作表现不良的，甲方有权随时提出调换，乙方应予接到甲方书面通知后立即进行调换。

**第六条：验收标准**

1.验收由甲方负责实施；

2.验收依据：

2.1合同、采购文件、投标文件；

2.2于2024年11月25日前，乙方向甲方提供与采购文件相符的结案报告供甲方验收，以合作内容的落实情况报告为主。

3.甲方于收到结案报告之日起7日内对乙方服务进行验收，针对乙方服务不符合本合同、采购文件、投标承诺要求的，每一项甲方有权从合同尾款中扣除单项金额并按第七条追究乙方违约责任。

4.验收合格的条件：

4.1所供服务符合标准和合同的要求；

4.2在进行验收过程中发现的问题已被解决并得到甲方的书面认可；

4.3合同中规定的所有服务和材料均已交付；

4.4所有相关的技术文件及资料均已提交并得到接受。

**第七条：违约责任**

1.乙方应严格按照本合同提供服务并保证质量，甲方有权随时对乙方的服务进行检查。服务过程中乙方违反“服务内容”之任一内容的，甲方有权要求乙方立即予以整改。乙方存在不予整改、整改后不符合甲方要求、合同期内累计出现整改情形超过三次之任一情形的，甲方有权单方解除本合同，乙方应按本合同总额的10%向甲方支付违约金，服务费用扣除乙方应支付的违约金和赔偿金后结算至解除之日。违约金不足以弥补损失的，乙方还应承担赔偿责任。

2.乙方提供的文创产品存在质量问题的，应当在收到甲方通知后7日内无条件更换全新产品，乙方拒绝更换或经2次更换后仍存在质量问题的，甲方有权扣除相应产品金额的合同款项不予支付，同时有权单方面解除本合同，并有权视严重程度要求乙方支付合同总价5%—10%的违约金。

3.因甲方单方违约导致甲方逾期支付本合同项下任何款项的，经乙方书面催告后三十天内仍未支付的，自第三十一天起应当以逾期金额为基数按本合同订立时一年期贷款市场报价利率向乙方支付违约金。

4.乙方最终提供的结案报告未能验收合格的，乙方除应按照验收要求进行整改外，还应按照本合同总额的10%向甲方支付违约金。

5.乙方违反本合同第五条之任一情形的，乙方除应立即采取补救措施外还应承担一切法律责任。甲方有权要求乙方赔偿由此产生的一切损失，并有权选择单方解除本合同并要求乙方按合同总额的10%支付违约金。服务费用扣除乙方应支付的违约金及赔偿金后结算至解除之日。

6.乙方逾期履行合同或逾期完成合同设定之阶段性任务的，自逾期之日起，向甲方每日偿付合同总价千分之一的违约金。经甲方通知其履行之日起超过三十日仍未履行的，甲方有权选择单方解除本合同，乙方应按照合同总额的10%向甲方支付违约金。

7.甲方有权从未付款项中直接扣除乙方应承担的违约金和赔偿金。上述违约金不足以弥补甲方损失的，乙方还应承担赔偿责任。本合同所指甲方损失包括甲方直接经济损失、因乙方违约而产生的维权费用（包括调查费、律师费、诉讼费、公证费等一切费用）。

8.协议履行过程中若因国家重大法律、政策发生变动或不可抗拒的事件发生，造成协议不能政策履行，甲乙双方共同协商解决。

**第八条：不可抗力事件处理**

1.在合同有效期内，任何一方因战争、火灾、台风、洪水、地震、罢工、流行疾病（包括疫情）、国家重大法律、政策发生变动等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。

**第九条：争议解决**

因本合同发生纠纷，甲乙双方应当及时协商，协商不成时，任何一方可向甲方所在地人民法院起诉。

**第十条：合同生效**

1.合同经甲、乙双方法定代表人或经办人签字并加盖单位公章后生效。

2.本合同附件、招标文件、投标文件、询标澄清、中标通知书均为合同的组成部分，与本合同具有同等法律效力。如有约定不一致的，以标准较高者为准。

**第十一条：合同份数**

本合同一式五份，甲方执二份，乙方执二份，采购代理机构执一份。

|  |  |
| --- | --- |
| 甲方（需方）：（公章） | 乙方（供方）：（公章） |
| 甲方代表：  （签字） | 乙方代表：  （签字） |
| 地址： | 地址： |
| 电话： | 电话： |
| 开户银行： | 开户银行： |
| 帐号： | 帐号： |
| 签字日期： 年 月 日 | 签字日期： 年 月 日 |
| 合同鉴证方：浙江信镧建设工程咨询有限公司（公章） |
| 采购代理机构代表：  （签字） |
| 地址：浙江省杭州市西湖区文二路391号西湖国际科技大厦B2楼1107室 |
| 电话：0571-87967630 |
| 鉴证日期： 年 月 日 |

# 第六部分 应提交的有关格式范例

## 资格文件部分

**目录**

（1）符合参加政府采购活动应当具备的一般条件的承诺函……………（页码）

（2）联合协议………………………………………………………………（页码）

（3）落实政府采购政策需满足的资格要求………………………………（页码）

（4）本项目的特定资格要求………………………………………………（页码）

## 符合参加政府采购活动应当具备的一般条件的承诺函

**符合参加政府采购活动应当具备的一般条件的承诺函**

**（适用于非联合体投标）**

（采购人）、（采购代理机构）：

我方参与（项目名称）【招标编号：（采购编号）】政府采购活动，郑重承诺：

（一）具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款规定的条件：

1、具有独立承担民事责任的能力；

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专业技术能力；

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；

6、具有法律、行政法规规定的其他条件。

（二）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。

（三）不存在以下情况：

1、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商参加同一合同项下的政府采购活动的；

2、为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后再参加该采购项目的其他采购活动的。

投标人名称(电子签名)：

日期： 年 月 日

**符合参加政府采购活动应当具备的一般条件的承诺函**

**（适用于联合体投标）**

（采购人）、（采购代理机构）：

我方参与（项目名称）【招标编号：（采购编号）】政府采购活动，郑重承诺：

（一）具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款规定的条件：

1、具有独立承担民事责任的能力；

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专业技术能力；

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；

6、具有法律、行政法规规定的其他条件。

（二）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。

（三）不存在以下情况：

1、单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商参加同一合同项下的政府采购活动的；

2、为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后再参加该采购项目的其他采购活动的。

联合体成员名称(电子签名/公章)：

联合体成员名称(电子签名/公章)：

……

日期： 年 月 日

## 二、联合协议（如有）

**[以联合体形式投标的，提供联合协议（附件5）；本项目不接受联合体投标或者投标人不以联合体形式投标的，则不需要提供）]**

## 三、落实政府采购政策需满足的资格要求

（根据招标公告落实政府采购政策需满足的资格要求选择提供相应的材料；未要求的，无需提供）

**A**.专门面向中小企业，服务全部由符合政策要求的中小企业（或小微企业）承接的，提供相应的中小企业声明函（附件7）。

**B.**要求以联合体形式参加的，提供联合协议（附件5）和中小企业声明函（附件7），联合协议中中小企业合同金额应当达到招标公告载明的比例；如果供应商本身提供所有标的均由中小企业承接的，并相应达到了前述比例要求，视同符合了资格条件，无需再与其他中小企业组成联合体参加政府采购活动，无需提供联合协议。

**C**.要求合同分包的，提供分包意向协议（附件6）和中小企业声明函（附件7），分包意向协议中中小企业合同金额应当达到招标公告载明的比例；如果供应商本身提供所有标的均由中小企业承接的，并相应达到了前述比例要求，视同符合了资格条件，无需再向中小企业分包，无需提供分包意向协议。

## 四、本项目的特定资格要求

（根据招标公告本项目的特定资格要求提供相应的材料；未要求的，无需提供）

## 商务技术文件部分

**目录**

1. 投标函……………………………………………………………………（页码）
2. 授权委托书或法定代表人（单位负责人、自然人本人）身份证明…（页码）

（3）联合协议…………………………………………………………………（页码）

（4）分包意向协议……………………………………………………………（页码）

（5）评标标准相应的商务技术资料…………………………………………（页码）（6）商务偏离表………………………………………………………………（页码）（7）技术偏离表………………………………………………………………（页码）

（8）政府采购供应商廉洁自律承诺书………………………………………（页码）

（9）采购代理服务费支付承诺书……………………………………………（页码）

## 一、投标函

（采购人）、（采购代理机构）：

我方参加你方组织的（项目名称）【招标编号：（采购编号）】招标的有关活动，并对此项目进行投标。为此：

1、我方承诺投标有效期从提交投标文件的截止之日起 天（不少于90天），本投标文件在投标有效期满之前均具有约束力。

2、我方的投标文件包括以下内容：

2.1资格文件：

2.1.1承诺函；

2.1.2联合协议（如有)

2.1.3落实政府采购政策需满足的资格要求（如有要求)；

2.1.4本项目的特定资格要求（如有要求）。

2.2 商务技术文件：

2.2.1投标函；

2.2.2授权委托书或法定代表人（单位负责人）身份证明；

2.1.3联合协议（如有)

2.2.4分包意向协议（如有）；

2.2.5评标标准相应的商务技术资料；

2.2.6商务偏离表；

2.2.7技术偏离表；

2.2.8政府采购供应商廉洁自律承诺书；

2.2.9采购代理服务费支付承诺书.

2.3报价文件

2.3.1开标一览表（报价表）；

2.3.2中小企业声明函（如适用）。

3、我方承诺除商务技术偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

4、如我方中标，我方承诺：

4.1在收到中标通知书后，在中标通知书规定的期限内与你方签订合同；

4.2在签订合同时不向你方提出附加条件；

4.3按照招标文件要求提交履约保证金；

4.4在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

5、其他补充说明: 。

投标人名称（电子签名）：

日期： 年 月 日

注：按本格式和要求提供。

## 二、授权委托书或法定代表人（单位负责人、自然人本人）身份证明

**授权委托书（适用于非联合体投标）**

（采购人）、（采购代理机构）：

现委托 （姓名）为我方代理人（身份证号码： ，手机： ），以我方名义处理（项目名称）【招标编号：（采购编号）】政府采购投标的一切事项，其法律后果由我方承担。

委托期限：自 年 月 日起至 年 月 日止。

特此告知。

代理人身份证件扫描件：

|  |
| --- |
| 正面： 反面： |

投标人名称(电子签名)：

签发日期： 年 月 日

**授权委托书（适用于联合体投标）**

（采购人）、（采购代理机构）：

现委托 （姓名）为我方代理人（身份证号码： ，手机： ），以我方名义处理（项目名称）【招标编号：（采购编号）】政府采购投标的一切事项，其法律后果由我方承担。

委托期限：自 年 月 日起至 年 月 日止。

特此告知。

代理人身份证件扫描件：

|  |
| --- |
| 正面： 反面： |

联合体成员名称(电子签名/公章)：

联合体成员名称(电子签名/公章)：

……

日期： 年 月 日

**法定代表人、单位负责人或自然人本人的身份证明（适用于法定代表人、单位负责人或者自然人本人代表投标人参加投标）**

身份证件扫描件：

|  |
| --- |
| 正面： 反面： |

投标人名称(电子签名)：

日期： 年 月 日

## 三、联合协议（如有）

**[以联合体形式投标的，提供联合协议（附件5）；本项目不接受联合体投标或者投标人不以联合体形式投标的，则不需要提供）]**

## 四、分包意向协议（如有）

[**中标后以分包方式履行合同的，提供分包意向协议(附件6)；采购人不同意分包或者投标人中标后不以分包方式履行合同的，则不需要提供。**]

## 五、评标标准相应的商务技术资料

**（按招标文件第四部分评标办法中评标标准提供资料。）**

## 六、商务偏离表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **招标文件要求** | **投标文件响应** | **偏离情况** |
| **1** |  |  |  |
| **2** |  |  |  |
| **……** |  |  |  |

1.投标人保证：除商务偏离表列出的偏离外，投标人响应招标文件的全部要求。

2.针对第三部分采购需求中的全部商务要求进行响应填写，如与招标文件要求存在不同之处，要求必须在偏离表中列出，否则视为完全响应。

3.偏离情况是指对招标文件要求存在不同之处的解释说明。偏离系指：正偏离（高于采购需求）、负偏离（低于采购需求）；

投标人名称(电子签名)：

日期： 年 月 日

## 七、技术偏离表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **招标文件要求** | **投标文件响应** | **偏离情况** |
| **1** |  |  |  |
| **2** |  |  |  |
| **……** |  |  |  |

1.投标人保证：除技术偏离表列出的偏离外，投标人响应招标文件的全部要求。

2.针对第三部分采购需求（商务要求除外）的全部要求进行响应填写，如与招标文件要求存在不同之处，要求必须在偏离表中列出，否则视为完全响应。

3.偏离情况是指对招标文件要求存在不同之处的解释说明。偏离系指：正偏离（高于采购需求）、负偏离（低于采购需求）；

投标人名称(电子签名)：

日期： 年 月 日

## 八、政府采购供应商廉洁自律承诺书

（采购人）、（采购代理机构）：

我单位响应你单位项目招标要求参加投标。在这次投标过程中和中标后，我们将严格遵守国家法律法规要求，并郑重承诺：

一、不向项目有关人员及部门赠送礼金礼物、有价证券、回扣以及中介费、介绍费、咨询费等好处费；

二、不为项目有关人员及部门报销应由你方单位或个人支付的费用；

三、不向项目有关人员及部门提供有可能影响公正的宴请和健身娱乐等活动；

四、不为项目有关人员及部门出国（境）、旅游等提供方便；

五、不为项目有关人员个人装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女工作安排等提供好处；

六、严格遵守《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国民法典》等法律法规，诚实守信，合法经营，坚决抵制各种违法违纪行为。

如违反上述承诺，你单位有权立即取消我单位投标、中标或在建项目的建设资格，有权拒绝我单位在一定时期内进入你单位进行项目建设或其他经营活动，并通报同级财政部门。由此引起的相应损失均由我单位承担。

投标人名称（电子签名）：

日期： 年 月 日

注：按本格式和要求提供。

## 九、代理服务费支付承诺书

致浙江信镧建设工程咨询有限公司：

我单位承诺，如 项目（项目编号： ）中标，我公司将自中标（成交）公告发布之日起5个工作日内按采购文件规定的标准（金额）一次性向采购代理机构支付代理服务费，如逾期支付，我单位愿意按采购文件约定支付违约金。

附：开票信息

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 开票信息 | 发票抬头： | 开户行： |
| 地址： | 开户账号 |
| 税号： | 电话： |
| 联系方式 | 联系人： | 联系电话： |
| 邮箱： |  |
| 需开票类型 | 请在括号里打勾选择：增值税普票（ ） 增值税专票（ ）  备注：若不选择开票类型，默认开具增值税普票。 | |

投标人名称（电子签名）：

承诺日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_月\_\_\_日

## 报价文件部分

**目录**

（1）开标一览表（报价表）…………………………………………………（页码）

（2）报价情况说明（如果有）………………………………………………（页码）（3）中小企业声明函…………………………………………………………（页码）

## 一、开标一览表（报价表）

（采购人）、（采购代理机构）：

按你方招标文件要求，我们，本投标文件签字方，谨此向你方发出要约如下：如你方接受本投标，我方承诺按照如下开标一览表（报价表）的价格完成（项目名称）【招标编号：（采购编号）】的实施。

**开标一览表（报价表）(单位均为人民币元)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **序号** | **费用名称** | **数量** | **单价** | **总价** | **备注** |
| **文创产品（一）** | 1 | 文化IP形象卡通摆件 | 10000对 |  |  |  |
| 2 | 纸巾盒 | 10000个 |  |  |  |
| 3 | 抽纸 | 100000包 |  |  |  |
| 4 | 笔 | 100000只 |  |  |  |
| 5 | 便签本 | 100000本 |  |  |  |
| 6 | 广告扇 | 100000把 |  |  |  |
| 7 | 马甲 | 2100件 |  |  |  |
| 8 | 外套 | 2100件 |  |  |  |
| 9 | 标识 | 2100个 |  |  |  |
| **合计报价（小写）** | | |  | | | |
| **合计报价（大写）** | | |  | | | |
| **文创产品（二）** | 1 | 手机支架 | 10000个 |  |  |  |
| 2 | 环保袋 | 10000个 |  |  |  |
| 3 | 雨伞 | 10000把 |  |  |  |
| 4 | 文化扇 | 10000把 |  |  |  |
| 5 | 文化筷、勺子套装 | 10000套 |  |  |  |
| 6 | 水杯 | 10000个 |  |  |  |
| **合计报价（小写）** | | |  | | | |
| **合计报价（大写）** | | |  | | | |
| 宣传活动 | **1** |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |
| **......** |  |  |  |  |  |
| **合计报价（小写）** | | |  | | | |
| **合计报价（大写）** | | |  | | | |
| **报价总价（小写）** | | |  | | | |
| **报价总价（大写）** | | |  | | | |
| **服务时间** | | |  | | | |

**注：**

1、投标人需按本表格式填写。本项目以文创产品（一）、文创产品（二）、宣传活动分项合计报价作为报价分评分依据，报价总价不评分。

2、有关本项目实施所涉及的一切费用均计入报价。**采购人将以合同形式有偿取得货物或服务，不接受投标人给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务**，**不得出现“0元”“免费赠送”等形式的无偿报价，否则视为投标文件含有采购人不能接受的附加条件，投标无效；采购内容未包含在《开标一览表（报价表）》名称栏中，投标人不能作出合理解释的，视为投标文件含有采购人不能接受的附加条件的，投标无效。**

3、符合招标文件中列明的可享受中小企业扶持政策的投标人，请填写中小企业声明函。注：投标人提供的中小企业声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

**4、供应商报价低于项目预算50%的，应当在报价文件中详细阐述不影响产品质量或者诚信履约的具体原因。**

投标人名称（电子签名）：

日期： 年 月 日

## 二、报价情况说明（如果有）

**[如供应商报价低于项目预算50%的，应当提交本文档，详细阐述不影响产品质量或者诚信履约的具体原因]**

## 三、中小企业声明函（如果有）

**[招标公告落实政府采购政策需满足的资格要求为“无”即本项目或标项未预留份额专门面向中小企业时，符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的小微企业拟享受价格扣除政策的，需提供中小企业声明函（附件7）。]**

## 附件

### 附件1：残疾人福利性单位声明函

**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\_（采购人）\_单位的\_（项目名称）\_\_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。

投标人名称（电子签名）：

日 期：

### 附件2：质疑函范本及制作说明

**质疑函范本**

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：

采购人名称：

采购文件获取日期：

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。

### 附件3：投诉书范本及制作说明

**投诉书范本**

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：

采购文件公告: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，投诉书应按照要求列明“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。

### 附件4：业务专用章使用说明函

（采购人）、（采购代理机构）

我方 (投标人全称)是中华人民共和国依法登记注册的合法企业，在参加你方组织的（项目名称）项目【招标编号：（采购编号）】投标活动中作如下说明：我方所使用的“XX专用章”与法定名称章具有同等的法律效力，对使用“XX专用章”的行为予以完全承认，并愿意承担相应责任。

特此说明。

投标单位（法定名称章）：

日期： 年 月 日

**附：**

投标单位法定名称章（印模） 投标单位“XX专用章”（印模）

### 附件5：联合协议

**（以联合体形式投标的，提供联合协议；本项目不接受联合体投标或者投标人不以联合体形式投标的，则不需要提供）**

（联合体所有成员名称）自愿组成一个联合体，以一个投标人的身份参加（项目名称）【招标编号：（采购编号）】投标。

一、各方一致决定，（某联合体成员名称）为联合体牵头人，代表所有联合体成员负责投标和合同实施阶段的主办、协调工作。

二、所有联合体成员各方签署授权书，授权书载明的授权代表根据招标文件规定及投标内容而对采购人、采购代理机构所作的任何合法承诺，包括书面澄清及相应等均对联合投标各方产生约束力。

三、本次联合投标中，分工如下：

（联合体成员1）承担的工作和义务为： ；

（联合体成员2）承担的工作和义务为： ；

……

四、联合体成员中小企业合同份额。

1、（联合体成员X,……）提供的全部服务由小微企业承接，其合同份额占到合同总金额 %以上；……。**（未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额中的非预留部分采购包，接受联合体投标的，联合协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，对联合体报价按招标文件确定的比例给予扣除。供应商拟享受以上价格扣除政策的，填写有关内容。）**

2、中小企业合同金额达到 %，其中小微企业合同金额达到 %。

五、如果中标，联合体各成员方共同与采购人签订合同，并就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

六、有关本次联合投标的其他事宜：

1、联合体各方不再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

2、联合体中有同类资质的各方按照联合体分工承担相同工作的，按照资质等级较低的供应商确定资质等级。

3、本协议提交采购人、采购代理机构后，联合体各方不得以任何形式对上述内容进行修改或撤销。

联合体成员名称(电子签名/公章)：

联合体成员名称(电子签名/公章)：

……

日期： 年 月 日

注：按本格式和要求提供。

### 附件6：分包意向协议

（**中标后以分包方式履行合同的，提供分包意向协议；采购人不同意分包或者投标人中标后不以分包方式履行合同的，则不需要提供。**）

（投标人名称）若成为（项目名称）【招标编号：（采购编号）】的中标供应商，将依法采取分包方式履行合同。（投标人名称）与（所有分包供应商名称）达成分包意向协议。

一、分包标的及数量

（投标人名称）将 XX工作内容 分包给（分包供应商1名称），（分包供应商1名称），具备承担XX工作内容相应资质条件且不得再次分包；

……

二、分包工作履行期限、地点、方式

三、质量

四、价款或者报酬

五、违约责任

六、争议解决的办法

1. 其他

1、（分包供应商X,……）提供的服务由小微企业承接，其合同份额占到合同总金额 %以上。**（未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额中的非预留部分采购包，允许分包的，分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，对大中型企业的报价按招标文件确定的比例给予扣除。供应商拟享受以上价格扣除政策的，填写有关内容。）**

2、中小企业合同金额达到 %，其中小微企业合同金额达到 %。

投标人名称(电子签名)：

分包供应商名称(电子签名/公章)：

……

日期： 年 月 日

注：按本格式和要求提供。

### 附件7：中小企业声明函

**中小企业声明函（服务）**

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库﹝2020﹞46 号）的规定，本公司（联合体）参加 （采购人） 的 （项目名称） 采购活动，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。

投标人名称(电子签名)：

日期： 年 月 日

**从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。**

注：

1、填写要求：①“标的名称”、“采购文件中明确的所属行业”依据招标文件第二部分投标人须知前附表中“采购标的及其对应的中小企业划分标准所属行业”的指引，逐一填写，不得缺漏；②从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报；③中型企业、小型企业、微型企业等3种企业类型，结合以上数据，依据《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）确定；④投标人提供的《中小企业声明函》与实际情况不符的或者未按以上要求填写的，中小企业声明函无效，不享受中小企业扶持政策。声明内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交的，依法承担法律责任。

2、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）规定的条件并提供《残疾人福利性单位声明函》（附件1）的残疾人福利性单位视同小型、微型企业；根据《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）的规定，投标人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的，视同为小型和微型企业。