# 第六章 招标项目技术、服务、政府采购合同内容条款及其他商务要求

## 前提：本章中标注“\*”的条款为本项目的实质性条款，投标人不满足的，将按照无效投标处理。

## （一）. 项目概述

1.服务内容：为加强并推进中国成都人力资源服务产业园建设，做好人力资源服务工作，拟通过公开招投标方式委托三方公司承担做强产业、做优园区、做专场景、做亮品牌等产业园区运营及人力资源服务工作。

2.项目概况：本项目共1个包，采购成都高新区人力资源服务中心人力资源服务工作供应商一名。

3.标的名称及所属行业：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 包号 | 品目号 | 标的名称 | 所属行业 | 数量 |
| 1 | 1 | 1-1 | 人力资源服务 | 租赁和商务服务业 | 1 |

## \*（二）.商务要求

1．服务期：1年，2021年8月至2022年8月。

2.服务地点：成都市高新技术产业开发区国际人才城。

3．付款方法和条件：

（1）合同签订之日起15个工作日内，付给中标人合同额40%首笔款；2022年4月底前，付给中标人合同额40%的中期款；该项目服务完成后一个月内，付给中标人合同额20%尾款。

（2）除首笔付款外，在每次付款前，根据《人力资源服务工作项目考核评分表》（见附件1）对中标人进行考核打分，若得分高于90分（含90分），支付该次全部款项；得分低于90分高于80分（含80分），支付该次款项的80%；得分低于80分高于60分（含60分），支付该次款项的50%，同时不得继续签署下年合同；得分低于60分，不予支付该次款项。

（3）中标人应在每次支付进度款前向采购人提供足额的正规发票。

4.服务质量标准

中标人应严格按照招标文件中技术、服务要求和《人力资源服务工作项目考核评分表》为采购人提供完善的服务，如服务商未按照约定标准实施工作且不能在限期内完成整改的，除根据本章商务要求第2条付款方法和条件中第（2）款之规定，按照得分支付款项外，对采购人造成损失的，还将要求服务商承担相关违约责任。

## （三）.技术、服务要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **成都高新区人力资源服务工作项目内容** | | | | |
| **序号** | **工作任务** | **重点项目** | **项目目标** | **具体描述** |
| 1 | 做强产业 | 梯度培育，持续完善产业链条。收集、梳理人力资源服务产业扶持政策，助力推动形成产业培育制度、措施。 | 收集、梳理人力资源服务产业扶持政策，助力推动形成产业培育制度、措施，产业规模年增长率不低于25%。 | 1.收集、梳理人力资源服务产业政策，助力推动形成产业培育制度、措施，为企业提供政策咨询、申报等服务； 2.开展企业走访，定期收集企业需求及信息，处理各类企业服务事项； 3.开展会议服务、接待服务、党工共建活动、企业服务活动。 |
| 围绕产业发展做好配套服务。实现园区企业办事效率高、资源对接快、生活工作方便等基本要求。高质量完成会议服务、接待服务；做好政策解读；开展党工共建活动、企业服务活动。 | 年度园区企业服务满意度不低于95%，园区年度服务企业数不低于3万家次，服务人才数不低于30万人次。 |
| 2 | 做优园区 | 产业园品牌成为中国西部地区人力资源资源服务产业园头部品牌。 | 所有媒体粉丝数量总计达到15万，力争打造国家、省、市人力资源相关活动的“永久品牌IP”，产业园品牌成为中国西部地区人力资源资源服务产业园第一品牌 | 包括2个微信公众号，1个微博，1个抖音号，1个官网，N个公共媒体宣传矩阵的运营管理，宣传片及一应宣传物料的设计制作，媒体项目合作、平台推广活动费用。 |
| 3 | 做专场景 | 完成产业园载体场景氛围营造 | 完成产业园载体场景氛围营造，在相关区域就应用场景进行可视化呈现，初步达到“互动交流”“展示汇报”要求。 | 包括氛围营造方案、评选、设计、物料制作、场景搭建等工作 |
| 在不少于1000平的场地进行可视化呈现，实现“成果展示”、“互动交流”等。 | 完成不少于1000平场地的租赁及运营管理，以实现“成果展示”等可视化呈现。 | 不少于1000㎡场地租赁服务费 |
| 4 | 做亮品牌 | 开展年度品牌活动，发布行业报告。 | 开展产业园年度品牌活动，相关活动获得领导肯定，形成品牌，推广延续。发布1篇行业相关报告。 | 开展年度品牌活动，相关活动获得领导肯定，形成品牌，推广延续。发布1篇行业报告。 |
| 聚焦产业功能区企业需求，充分发挥产业园优势，围绕同城化及产业功能区，广泛开展品牌活动。 | 年度开展同城化、产业功能园区活动数不少于12场，参与产业功能区、地市州不少于12个，企业数不少于100家。 | 聚焦产业功能区企业需求，充分发挥产业园优势，围绕同城化及产业功能区，广泛开展品牌活动，年度开展同城化、产业功能园区活动数不少于12场，参与产业功能区、地市州不少于12个，企业数不少于100家。 |
| 常态化开展品牌活动，有效整合联动招聘会、品牌直播、企业活动，着力提升产业园人力资源服务水平和品牌效应。 | 年度常态化开展品牌活动数不少于24场，参与企业数不少于2000家次，覆盖人数不少于1万人次。 | 年度常态化开展品牌活动，有效整合联动招聘会、品牌直播、企业活动，着力提升产业园人力资源服务水平和品牌效应。年度常态化开展品牌活动数不少于24场，参与企业数不少于2000家次，覆盖人数不少于1万人次。 |

附件1：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **人力资源服务工作项目考核评分表** | | | | | |
| **序号** | **一级目标** | **二级目标** | **考核内容** | **权重** | **得分** |
| 1 | 做强产业（20分） | 产业目标 | 收集、梳理人力资源服务产业政策；形成产业培育制度、措施，产业规模年增长率不低于25%。 | 10 |  |
| 配套服务 | 年度园区企业服务满意度不低于95%。园区年度服务企业数不低于3万家次，服务人才数不低于30万人次。 | 10 |  |
| 2 | 做优园区（20分） | 宣传矩阵打造 | 所有媒体粉丝数量总计达到 15万，着力打造产业园品牌IP。 | 20 |  |
| 3 | 做专场景（20分） | 场地租赁 | 完成不少于1000平场地的租赁及运营管理，以实现“成果展示”等可视化呈现。 | 10 |  |
| 应用场景打造 | 运用声、光、影、图等方式，在相关区域进行可视化呈现。 | 10 |  |
| 4 | 做亮品牌（40分） | 大型活动 | 举办不少于1场年度大型活动；发布不少于1篇人力资源专业报告。 | 20 |  |
| 专业报告 |
| 品牌活动 | 年度开展HR+产业协同活动不少于12场，参与企业数不少于100家。 | 10 |  |
| 年度开展特色品牌活动数不少于24场，参与企业数不少于2000家次，覆盖人数不少于1万人次。 | 10 |  |
| 5 | 工作加分 | 工作评价加分，具体如下。 | |  |  |
| 1、领导评价：在基础指标完成基础上，高新区相关领导或部门书面肯定、批示等，增加1次加0.5分，成都市级领导或部门书面肯定、批示等，增加1次加1分；省部级以上领导或相关部门书面肯定、批示等，增加1次1.5分；国家级书面肯定、批示等，增加1次加2分，累计加分不超过5分。 | |
| 2、媒体报道：在基础指标完成基础上，市级官方媒体（有纸质载体的媒体）报道，增加1次，加0.5分；省级官方媒体（有纸质载体的媒体）报道，增加1次，加1分；国家级官方媒体（有纸质载体的媒体）报道，增加1次，加2分，累计加分不超过5分。 | |
| 注：同项工作不重复加分，按最高级别计分一次。 | |
| 工作减分 | 受到高新区局级以上领导、市级以上部门或领导通报批评的，有1次扣2分。 | |  |  |
| 合计 | | | | 100 | |
| 考评办法： | | | | | |
| 累计得分不超过100分。根据各服务期间采购人的要求确定考核指标进行考核，若得分高于90分（含90分），支付该次全部款项；得分低于90分高于80分（含80分），支付该次款项的80%；得分低于80分高于60分（含60分），支付该次款项的50%，同时不得继续签署下年合同；得分低于60分，不予支付该次款项。 | | | | | |
| 说明：此考核表为年度考核指标，中期考核指标根据中期考核时间，至少完成年度各项指标的50%。 | | | | | |