

项目编号：XJYF2024-89-2

昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合 示范第二阶段项目

招标文件



采购人：昭苏县商务和工业信息化局

招标代理机构：新疆毅峰工程项目管理有限公司

2024年07月



目录

第一章 招标公告	- 1 -
第二章 投标须知	- 5 -
投标须知前附表	- 5 -
投标须知正文	- 9 -
一、总则	- 9 -
二、招标文件	- 11 -
三、投标文件	- 12 -
四、投标文件的递交	- 14 -
五、开标和评标	- 14 -
第三章 评标方法及标准	- 19 -
第四章 政府采购合同草案	- 25 -
第五章 采购需求	- 30 -
第六章 投标文件格式	- 36 -
一、投标函	- 37 -
二、投标声明	- 38 -
三、法定代表人身份证明或法定代表人授权书	- 39 -
四、投标保证金	- 41 -
五、开标一览表	- 42 -
六、分项报价一览表	- 43 -
六、供应商的基本情况证明材料	- 48 -
七、供应商基本情况表	- 53 -
八、商务偏离表	- 54 -
九、供应商认为需要提供的其它资料	- 60 -
中小企业声明函	- 61 -
监狱企业声明函	- 62 -
残疾人福利性单位声明函	- 63 -

第一章 招标公告

项目概况

昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目招标项目的潜在投标人应在政采云平台线上获取获取招标文件，并于 2024 年 07 月 29 日 16:30（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：XJYF2024-89-2

项目名称：昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目

采购方式：公开招标

预算金额（元）：5000000

最高限价（元）：5000000

采购需求：

标项名称：昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目

数量：1

预算金额（元）：5000000

简要规格描述或项目基本概况介绍、用途：升级农村电子商务公共服务体系，增强县级电子商务公共服务中心及乡村电子商务服务站点的综合服务能力；完善农村电子商务培训体系，开展多层次电商培训和技能评选活动，培育孵化一批本地新媒体电商创客达人；推动农村商贸流通企业转型升级，强化农产品营销推广，开展消费促进活动，促进“电商+旅游”与旅游有效衔接；优化县乡村三级物流配送体系，提升县乡村三级电子商务物流体系基础，强化县乡村三级电子商务物流体系管理；开展农村电商宣传推广，营造良好电商氛围。

备注：

合同履约期限：标项 1，2025 年 12 月前完成。

本项目（否）接受联合体投标。

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；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：标项 1：本项目专门面向中小微企业。
3. 本项目的特定资格要求：无；

三、获取招标文件

时间：2024年07月08日至2024年07月15日，每天上午10:00至14:00，下午16:00至20:00（北京时间，法定节假日除外）

地点：政采云平台线上获取

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07月29日16:30（北京时间）

投标地点：请登录政采云投标客户端投标

开标时间：2024年07月29日16:30（北京时间）

开标地点：投标人登录政采云平台<https://www.zcygov.cn/>，进入“项目采购-开标评标-右边选择对应项目”点击“进入项目”进入开标大厅。

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. 本项目采用全流程不见面电子开评标，投标供应商需要使用CA加密设备，供应商可通过新疆数字证书认证中心官网（<https://www.xjca.com.cn/>）或下载“新疆政务通”APP自行进行申领。

2. 本项目实行网上投标，采用加密电子投标文件（供应商须使用CA加密设备通过政采云电子投标客户端制作投标文件）。若供应商参与投标，自行承担投标一切费用。

3. 各供应商在开标前应确保成为新疆维吾尔自治区政府采购网正式注册入库供应商，并完成CA数字证书申领。因未注册入库、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。

4. 供应商将政采云电子交易客户端下载、安装完成后，可通过账号密码或CA登录客户端进行投标文件制作。在使用政采云投标客户端时，建议使用WIN7+64位及以上操作系统。客户端请至新疆政府采购网（<http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn/>）下载专区查看，如有问题可拨打政采云客户服务热线400-881-7190进行咨询。

5. 供应商在开标时须使用制作加密电子投标文件所使用的 CA 锁及电脑，电脑须提前配置好浏览器（建议使用谷歌浏览器），以便开标时解密。

6. 供应商对不见面开评标系统的技术操作咨询，可通过 <https://edu.zcygov.cn/luban/xinjiang-e-biding> 自助查询，也可在政采云帮助中心常见问题解答和操作流程讲解视频中自助查询，网址为：<https://service.zcygov.cn/#/help>，“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”版面获取操作指南，同时对自助查询无法解决的问题可通过政采云在线客服获取服务支持。

7. 为了保证开评标顺利进行、政采云线上开标功能完全实现，供应商开标所使用的电脑设备须具有视频及语音功能。

特别提示：

1、采购限额标准以上，200 万元以下的货物和服务采购项目、400 万元以下的工程采购项目，适宜由中小企业提供的，采购人应当专门面向中小企业采购。

2、超过 200 万元的货物和服务采购项目，预留该部分采购项目预算总额的 30%以上专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业的比例不低于 60%。

3、超过 400 万元的工程采购项目中适宜由中小企业提供的，预留该部分采购项目预算总额的 40%以上专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业的比例不低于 60%。

4、对于未预留份额专门面向中小企业的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，采购人、采购代理机构应当对符合规定的小微企业报价给予 10%~20%（工程项目为 3%~5%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 3%~5%作为其价格分。

5、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，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予 4%~6%（工程项目为 1%~2%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 1%~2%作为其价格分。

七、对本次采购提出询问，请按以下方式联系

1. 采购人信息

名称：昭苏县商务和工业信息化局

地址：伊犁哈萨克自治州昭苏县

联系方式：0999-6022414

2.采购代理机构信息

名称：新疆毅峰工程项目管理有限公司

地址：伊宁市经济合作区辽宁路 350 号世纪嘉苑服务中心 3 楼 311 室

联系方式：13909990794

3.项目联系方式

项目联系人：刘萍

电话：13909990794

第二章 投标须知

投标须知前附表

条款号	条款名称	编列内容规定
一、说明		
第二章第 1.1 款	项目名称	昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目
第二章第 1.2 款	采购范围	详见采购需求
第二章第 1.3 款	项目地点	昭苏县商务和工业信息化局
第二章第 1.4 款	采购方式	公开招标
第二章第 1.5 款	合同履行期限	2025 年 12 月前完成。
第二章第 2.1 款	采购人	采购人：昭苏县商务和工业信息化局 地 址：伊犁哈萨克自治州昭苏县 联 系 人：王勇军 联系电话：0999-6022414
第二章第 2.2 款	采购代理机构	名称：新疆毅峰工程项目管理有限公司 地址：伊宁市经济合作区辽宁路 350 号世纪嘉苑服务中心 3 楼 311 室 联系人：刘萍 联系电话：13909990794
第二章第 3.1 款	供应商资格条件	1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定； 2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目专门面向中小微企业。 3. 本项目的特定资格要求：无。
第二章第 3.2 款（4）	信用查询时间	（获取采购文件之日起至递交响应文件截止日前）
第二章第 6.1 款	联合体形式	不接受
第二章第 7.1 款	现场勘察	自行踏勘
第二章第 8.1 款	采购进口产品	本采购项目拒绝进口产品参加投标。
第二章第 9.1 款	政府采购优先采购节能产品、环境标志产品	按国家有关节能环保政策执行： 所供产品符合《节能产品政府采购品目清单》内强制采购（标记★符号）节能产品必须强制采购；优先采购属于品目清单范围（非标记★符号的节能产品），且具有认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书和环境标志产品认证证书的产品（根据《国务院办公厅关于建立政府强制采购节能产品制度的通知》（国办发〔2007〕51 号）和财政部、发展改革委发布的《节能产品政府采购实施意见》（财库〔2004〕185 号）、《财政部、发展改革委关于调整节能产品政府采购清单的通知》以及《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9 号、18 号、19 号）最新的规定执行国家有关节能环保政策）。
	政府采购支持中小企业发展	（1）根据财政部、工业和信息化部制定的《关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库〔2020〕

条款号	条款名称	编列内容规定
		46号)、《关于落实好政府采购支持中小企业发展的通知》(新财购〔2022〕22号)规定执行; (2)本项目为专门面向中小企业,不再进行价格优惠政策。 (3)本项目所属行业:软件和信息技术服务业。
	政府采购支持中小企业融资	中小企业在融资、保证金、履约保证等方面有需求的,可查询当地政府采购管理部门相关政策,通过专业化的担保途径解决。
	政府采购信用担保	
二、招标文件		
第二章第 11.1 款	提交投标文件的截止时间	2024年 07 月 29 日 16时 30分
三、投标文件的编写		
第二章第 15.4 款	预算资金	5000000.00元(伍佰万元整) 供应商的报价超过采购项目预算总金额,其投标响应将被认定为无效。
第二章第 16.3 款	业绩	近三年(2021年1月1日至今)类似项目业绩。
第二章第 17.1 款	投标保证金	1、金额:50000 大写:伍万元整 2、形式: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; 3、递交时间:同提交投标文件的截止时间 单位名称:新疆毅峰工程项目管理有限公司 帐 号:108252958990 行 号:104898001104 开 户 行:中国银行伊宁市边境经济合作区四川路支行 4、以保函形式应按以下要求办理: (1)保函按照“一项目一保函”的原则。 (2)保函须在招标文件规定的投标截止时间前办理完成。 (3)提供合法真实有效的保函作为本项目缴纳保证金的证明材料; (4)已开具的保函,供应商不可单方面提出退保、注销等要求。
第二章第 18.1 款	投标文件有效期	90 日历日
第二章第 19.1 款	投标文件份数	加密的电子投标文件壹份(.jms格式)在政采云平台指定位置上传
四、投标文件的递交		
第二章第 20.2 款	封套上应载明的信息	/
第二章第 22.1 款	投标文件的递交地点	请登录政采云投标客户端,在截止时间前将加密的电子响应文件(.jms)上传到新疆政府采购网对应的位置(逾期上传或者未上传指定地点的响应文件,采购人不予受理)。
五、开标和评标		
第二章第 24.1 款	评标委员会的组建及评审专家的确定方式	采购单位依法组建评标委员会共 5 人组成,其中采购人代表 1 人和专家评委 4 人。 评标委员会确定方式:新疆政府采购网随机抽取

条款号	条款名称	编列内容规定
第二章第 25.1 款	评标办法	综合评分法
第二章第 26.3 款	推荐的中标候选人数量	3 人
	评审地址	新疆毅峰工程项目管理有限公司评标厅（伊宁市经济合作区辽宁路 350 号世纪嘉苑服务中心 3 楼 311 室），电子版投标文件提交至政采云平台在线投标，投标人无需到达评标现场。
六、中标结果信息公布与履约保证金		
第二章第 30.1 款	财政部门指定的媒体	新疆政府采购网 (http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn/)、
第二章第 32.3 款	履约保证金	履约保证金金额：合同中约定。 缴纳形式：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；
七、其他规定		
第二章第 35.1 款	采购代理服务费	在本项目成交通知书发放时，由三方协商向招标代理机构支付本项目代理服务费。收费标准参照《国家计委关于印发招标代理服务收费管理暂行办法的通知（计价格[2002]1980 号）及《招标代理服务收费有关问题》（发改办价格〔2003〕857 号文）。本项目代理服务费约为 47000 元，最终按照中标价进行收取。 账户信息： 单位名称：新疆毅峰工程项目管理有限公司 帐 号：108252958990 行 号：104898001104 开 户 行：中国银行伊宁市边境经济合作区四川路支行
付款方式	合同中约定。	
	<p>1、需落实政府采购政策：（1）财政部、国家发展改革委、生态环境部、市场监管总局《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库[2019]9 号文）；（2）财政部、生态环境部《关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知》（财库[2019]18 号文）；（3）财政部、发展改革委《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库[2019]19 号文）；（4）市场监管总局《市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告》（2019 年第 16 号）；（5）财政部、工业和信息化部制定的《关于印发〈政府采购促进中小企业发展管理办法〉的通知》（财库〔2020〕46 号）；（6）《关于落实好政府采购支持中小企业发展的通知》（新财购〔2022〕22 号）；（7）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）；（8）财政部、司法部《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 号文）。</p> <p>2、本项目实行网上投标，采用电子投标文件；若供应商参与投标，自行承担投标一切费用。</p> <p>3、各供应商应在开标前应确保成为政府采购网正式注册入库供应商，并完成 CA 数字证书（符合国密标准）申领。因未注册入库、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。有意向参与区域电子开评标的供应商，可访问新疆数字证书认证中心官方网站（https://www.xjca.com.cn/）或下载“新疆政务通”APP 自行进行申领。如需咨询，请联系新疆 CA 服务热线 0991-2819290；</p> <p>4、供应商将政采云电子交易客户端下载、安装完成后，可通过账号密码或 CA 登</p>	

条款号	条款名称	编列内容规定
		<p>录客户端进行投标文件的制作。在使用政采云投标客户端时，建议使用 WIN7（64 位）及以上操作系统。客户端请至新疆政府采购网（http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn/）下载专区查看，如有问题可拨打政采云客户服务热线 400-881-7190 进行咨询。如因供应商自身原因导致在规定时间内无法正常解密的（如：浏览器故障、未安装相关驱动、网络故障、加密 CA 与解密 CA 不一致等），采购中心/代理机构不予异常处理，视为供应商自动弃标。</p> <p>5、请在领取招标文件的有效日期内领取文件，过期将无法领取。本项目招标公告发布截止日后，请持续关注本项目后续网上发布澄清变更等内容。若再次发布招标公告，第一次成功领取招标文件的潜在供应商应重新领取招标文件。</p> <p>6、政采云电子评标结束后，排名前三名的候选人（供应商）须提供：纸质版投标文件叁份。</p> <p>8、按评审办法提供材料，若招标文件评分项中规定须提供业绩、证件等资料原件作为评分依据的，投标人须在投标文件中附原件的直接扫描件并清晰可辨，否则视为未提供评标证明资料。</p> <p>9、须知前附表与正文描述不一致时，以须知前附表中为主。</p>
		<p>除非另有特殊说明，若本招标文件中引用了某一品牌、型号或生产供应商名称，均是指参照该品牌、型号或生产供应商的产品或服务，所引用的品牌、型号或生产供应商不构成对投标的限制。若采用的外文术语与某一供应商或某一产品使用的术语相同，并非表示指定了该供应商或该产品。</p> <p>无论何种原因，在投标响应文件中的证书材料须提供与原内容完全一致的扫描件，且内容完整、清晰可辨；提供不全、无法辨认或提供虚假证书材料的，评标委员会可以视同其未提供，并按照有关规定处理。</p>

投标须知正文

一、总则

1. 项目概况

- 1.1 项目名称：详见**投标须知前附表**；
- 1.2 采购范围：详见**投标须知前附表**；
- 1.3 项目地点：详见**投标须知前附表**；
- 1.4 采购方式：详见**投标须知前附表**；
- 1.5 合同履行期限：详见**投标须知前附表**。

2. 定义

2.1 “采购人”是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。采购人名称、地址、电话、联系人见**投标须知前附表**。

2.2 “采购代理机构”是指接受采购人委托，代理采购项目的集中采购机构和其他采购代理机构。采购代理机构名称、地址、电话、联系人见**投标须知前附表**。

2.3 “供应商”是指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。

2.4 “货物”是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等；“工程”是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等；“服务”是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。

2.5 “节能产品”或者“环保产品”是指财政部发布的节能产品政府采购品目清单、环境标志产品品目清单内，并由《市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告》内认证机构认证的产品（根据财库〔2019〕9号、18号、19号文执行）。

2.6 “进口产品”是指通过中国海关报关验收进入中国境内且产自关境外的产品，详见《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财库〔2007〕119号）。

2.7 偏离

2.7.1 本条所称偏离为投标文件对招标文件的偏离，即不满足、或不响应招标文件的要求。偏离分为对招标文件的实质性要求条款偏离和对招标文件的一般商务和技术条款偏离。

2.7.2 除法律、法规和规章规定外，招标文件中用“拒绝”、“不接受”、“无效”、“不得”等文字规定的条款为实质性要求条款（即重要条款），对其中任何一条的偏离，在评标时将其视为无效投标。未用上述文字规定或符号标注的条款为非实质性要求条款（即一般条款）。

2.8. 特别说明

2.8.1 供应商投标所使用的资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证等必须为供应商所拥有。

2.8.2 供应商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。

2.8.3 供应商商在投标活动中提供任何虚假材料，其投标无效并承担相应法律责任。

3. 供应商的资格要求

3.1 供应商应当符合**投标须知前附表**中规定的资格条件要求；

3.2 供应商不得存在下列情形之一：

(1) 与采购人、采购代理机构存在利害关系。

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

(3) 除单一来源采购项目外，为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标单位，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

(4) 供应商被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单（处罚决定规定的时间和地域范围内）。采购人或采购代理机构将按供应商须知前附表中规定的时间查询供应商的信用记录。供应商在中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）被列入政府采购严重违法失信行为记录名单，或在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体，以及存在《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十九条规定的行政处罚记录，供应商将被认定为**投标无效**。以联合体形式参加投标的，联合体任何成员存在以上不良信用记录的，联合体供应商将被认定为**投标无效**。

采购人或采购代理机构经办人将查询网页打印、签字并存档备查。供应商不良信用记录以采购人或采购代理机构查询结果为准。供应商自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为资格审查依据。在本招标文件规定的查询时间之外，网站信息发生的任何变更均不作为资格审查依据。

3.3 供应商具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，在人员、设备、资金等方面具有相应能力；供应商提供的产品必须是成熟产品；在项目地具有技术支持和后续服务等能力。

4. 投标费用和知识产权

4.1 供应商应承担其参加本招标活动自身所发生的费用。招标文件所提供的资料，是采购人现有的能被供应商利用的资料，采购人对供应商做出的任何推论、理解和结论均不负责任。

4.2 供应商应保证，在中华人民共和国境内使用投标成果、服务或其任何一部分时，不会产生因第三方提出侵犯其专利权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷。如供应商不拥有相应的知识产权，则在报价中须包括合法获取该知识产权的相关费用。

5. 授权委托

5.1 供应商代表为供应商法定代表人的，应持有法定代表人身份证明。供应商代表不是供应商法定代表人的，应持有法定代表人授权书。

6. 联合体形式

6.1 除**投标须知前附表**中另有规定，本次招标采购不接受为联合体形式的供应商。

7. 现场勘察

7.1 供应商应按**投标须知前附表**中规定对招标采购项目现场和周围环境进行现场考察。

7.2 勘察现场的费用由供应商自己承担，勘察期间所发生的人身伤害及财产损失由供应商自己负责。

7.3 采购人不对供应商据此而做出的推论、理解和结论负责。一旦中标，供应商不得以任何借口，而提出额外补偿，或延长合同期限的要求。

8.采购进口产品

8.1除**投标须知前附表**另有规定外，本项目拒绝进口产品参加招标采购活动。

8.2本章第 8.1 款规定同意购买进口产品的，本项目采购活动不限制满足招标文件要求的国内产品参与招标。

9.政府采购政策支持

9.1 产品符合政府采购强制采购政策的，实行强制采购；符合政府采购优先采购政策的，产品享受节能产品、环境标志产品产品优惠（由供应商在报价文件中选择并填报，评审时进行价格优惠）；供应商符合支持中小企业发展政策优惠的，可以与同时享受节能产品、环境标志产品产品优惠累加优惠。财政部门关于政府采购强制采购、优先采购的政策规定可在中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询。本项目价格扣除比例见**投标须知前附表**。

9.2 同一项目中部分产品属于优先采购政策的，评审时只对该部分产品的报价实行价格优惠。

9.3 为推进政府采购诚信体系建设，供应商在签署相关承诺，提供相关信息前，应认真阅读财政部门相关政策规定。符合本章第 9.1 款、第 9.2 款规定的，应提供相关证明材料。

9.4 供应商符合支持中小企业发展优惠政策的，报价可以优惠扣除。本项目价格扣除比例见**投标须知前附表**。专门面向中小企业采购的项目，不再享受价格扣除。

9.5 中小企业在融资、投标保证金、履约保证等方面有需求的，可查询当地政府采购管理部门相关政策，通过专业化的担保途径解决。

二、招标文件

10.招标文件的组成

10.1 招标文件由下列文件组成：

第一章 招标公告

第二章 投标须知

第三章 评标方法及标准

第四章 政府采购合同格式条款

第五章 采购需求

第六章 投标文件格式

10.2 本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止时间前对招标文件澄清或者修改内容，为招标文件的组成部分。

10.3 供应商应仔细阅读招标文件的全部内容，按照招标文件要求编制投标文件。任何对招标文件的忽略或误解不能作为投标文件存在缺陷或瑕疵的理由，其风险由供应商承担。

11.提交投标文件的截止时间

11.1 供应商提交投标文件截止时间见**投标须知前附表**。

12.招标文件的澄清或者修改

12.1 采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，在招标文件前附表规定的提交投标

文件截止时间十五日前，通知所有招标文件收受人。招标文件的澄清或者修改在新疆政府采购网（<http://www.cccp-xinjiang.gov.cn/>）上公布，供应商应登陆系统自行下载查阅招标文件澄清或者修改文件，澄清或者修改文件作为招标文件的组成部分对供应商具有约束力。

12.2 如果澄清或者修改发出的时间距规定的投标截止时间不足十五日，将相应顺延投标截止时间。

12.3 采购代理机构可以视采购具体情况，延长投标截止时间和开标时间，但应当在规定的提交投标文件的截止时间三日前，将变更时间书面通知所有招标文件收受人，并在指定的媒体上发布更正公告。

12.4 供应商认为招标文件存在歧视性条款的，应在收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起7个工作日内以书面形式向本代理机构提出。

三、投标文件

13.一般要求

13.1 供应商应仔细阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求编制投标文件，并保证所提供的全部资料的真实性，以使其投标文件对招标文件做出实质性的投标。

13.2 供应商提交的投标文件及供应商与采购人或采购代理机构就有关招标的所有来往函电均使用中文。供应商可以提交其它语言的资料，但应附中文注释，在有差异时以中文为准。

13.3 计量单位应使用我国法定计量单位，未列明时应默认为我国法定计量单位。

13.4 投标文件应采用书面形式，传真、电子邮件形式的投标文件概不接受。

13.5 供应商应按招标文件中提供的投标文件格式填写。

14.投标文件的组成

14.1 投标文件包括但不限于下列内容：

- (1) 投标函
- (2) 投标声明
- (3) 法定代表人身份证明或法定代表人授权书
- (4) 投标保证金
- (5) 开标一览表
- (6) 供应商的基本情况证明材料
- (7) 供应商基本情况表
- (8) 商务响应与偏离表
- (9) 供应商认为需提供的其他资料

15.报价

15.1 供应商应当根据招标文件要求和范围，以人民币报价，以元为单位，保留小数点后两位。

15.2 投标报价是履行合同的最终价格，应包括为完成本项目采购范围内所有服务、货物、配套工具及供货、运输、调试、培训、保险、税金及其它附带服务的全部费用。供应商漏报的单价或每项单价报价中漏报、少报的费用，视为此项费用已隐含在其他报价中，中标后不予调整。

15.3 供应商应按第四章“采购需求”要求及第五章“投标文件组成”格式填写。供应商在本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止之日前修改开标一览表中的报价，应同时修改其按第五章要求填写的相应表格中的报价。此修改须符合本章第 21.1 款的有关要求。

15.4 投标文件中标明的价格在合同执行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。以可变动价格提交的报价将被认为是非实质投标而被拒绝。

15.5 **供应商的报价不得超过采购项目预算总金额或者最高限价**，采购项目预算或其计算方法见**须知前附表**。

16. 供应商满足招标文件规定的资格证明文件

16.1 供应商符合招标文件规定的资格证明文件

16.1.1 供应商应提供资格证明材料，以证实其各项条件能满足本章第 3.1 款规定的供应商资格条件要求。

16.1.2 如供应商为联合体形式的，则应提交联合体各方资格文件、联合体协议，否则将视为非实质而被拒绝。

16.1.3 至提交首次投标文件止，供应商资格条件发生重大变化，影响或者可能影响资格条件的，供应商应更新或者补充提供的资格证明材料，以证实其各项条件仍能继续满足本章第 3.1 款规定的供应商资格条件要求。

16.1.4 供应商应当提交符合招标文件规定的业绩证明文件，该证明文件作为投标文件的一部分，业绩证明文件要求详见**须知前附表**。

16.2 货物符合招标文件规定的资格证明文件

16.2.1 供应商应当提交其拟供的合同项下货物及其服务符合招标文件规定的证明文件，该证明文件作为投标文件的一部分。

16.2.2 供应商在货物说明一览表中应当说明货物的品牌型号、规格参数、制造商及原产地等，交货时应出具原产地证明及出厂合格证明。

16.2.3 上述证明文件可以是文字资料、图纸和数据，并须提供：

(1) 货物主要性能和参数的详细说明；

(2) 对照招标文件技术规格，逐条说明所提供货物和服务对招标文件的技术规格条文的响应与偏离。对有具体参数要求的指标，供应商应提供具体参数值。

(3) 供应商对加注星号（“★”）的重要技术条款或技术参数应当在投标文件中提供技术支持资料。技术支持资料以货物制造商公开发布的印刷资料或经国家机关认可的检测机构出具的检测报告为准。若制造商公开发布的印刷资料与检测机构出具的检测报告不一致，以检测机构出具的检测报告为准。

17. 投标保证金

17.1 **投标须知前附表**规定交纳投标保证金的，应按**投标须知前附表**规定的形式、金额，在本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止时间前，提交投标保证金。投标保证金有效期应当与本章第 18.1 款规定的投标文件有效期一致。

17.2 未按招标文件规定提交投标保证金的，采购人或采购代理机构应当拒绝接收供应商的投标文件。

17.3 采购代理机构在中标通知书发出后 5 个工作日内退还未中标人的投标保证金；在采购合同签订后 5 个工作日内退还中标人的投标保证金，但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外。

17.4 有下列情形之一的，投标保证金不予退还：

(1) 中标后无正当理由不与采购人签订合同的；

(2) 将中标项目转让给他人，或者在投标文件中未说明，且未经采购招标机构同意，将中标项目分包给他人的；

(3) 拒绝履行合同义务的。

18. 投标文件有效期

18.1 投标文件有效期见**投标须知前附表**，在此期间投标文件对供应商具有法律约束力，从本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止时间之日起计算。投标文件有效期不足的将被视为无效投标。

19. 投标文件的签署及规定

19.1 电子投标文件使用政采云平台投标文件制作工具以及投标文件要求进行制作编制。投标文件制作时，按照投标文件中明确的投标文件目录和格式进行编制，保证目录清晰、内容完整。

19.2 电子投标文件须使用供应商电子公章及法定代表人的电子签名。若无电子签章和签名，则视为无效投标。

19.3 电子招投标文件具有法律效力，与其他形式的招投标文件在内容和格式上等同，若投标文件与招标文件要求不一致，其内容影响中标结果时，责任由供应商自行承担。供应商递交的电子投标文件因供应商自身原因而导致无法导入电子辅助评标系统，该响应文件视为无效投标文件，将导致其投标被拒绝。

四、投标文件的递交

20. 投标文件的密封和标记

20.1 加密的电子投标文件（.jms 格式）应在投标文件递交截止时间前通过政采云平台上传完成。

20.2 逾期上传或者未上传指定地点的投标文件，采购人不予受理。

21. 投标文件的补充、修改或者撤回

21.1 供应商在本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止时间前，可以撤回已上传的投标文件。如要修改，必须在撤回并修改后在规定的投标文件递交截止时间之前将修改后的投标文件再重新上传。在投标文件递交截止时间之后，供应商不得对上传的投标文件撤销或修改。

22. 投标文件的递交与接收

22.1 供应商应在本章第 11.1 款规定的提交投标文件截止时间前，将投标文件上传至平台。逾期上传或者未上传指定地点的投标文件，采购人不予受理。

五、开标和评标

23. 开标（采用不见面开标方式）

招标人在规定的投标截止时间（开标时间）须知前附表规定的地点开标，供应商的法定代表人或其委

托代理人无需到达开标现场，仅需在任意地点通过新疆政府采购网政采云平台完成远程解密、提疑澄清、开标唱标、结果公布等交互环节。

法定代表人或法定代表人授权委托人参与远程交互，中途不得更换，在废标、澄清、提疑、传送文件等特殊情况下需要交互时，供应商一端参与交互的人员均被视为是供应商的授权委托人或法人代表，供应商不得以不承认交互人员的资格或身份等为借口推脱，供应商自行承担随意更换人员所导致的一切后果。

24. 评标委员会

24.1 评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为 5 人以上单数，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二，见投标须知前附表。

采购项目符合下列情形之一的，评标委员会成员人数应当为 7 人以上单数：

- (一) 采购预算金额在 1000 万元以上；
- (二) 技术复杂；
- (三) 社会影响较大。

评审专家对本单位的采购项目只能作为采购人代表参与评标。

24.2 评标委员会成员与供应商存在利害关系的，应当回避。

25. 评标

25.1 评标委员会按照第三章“评标方法及标准”规定的评标方法、评审因素、标准和程序以及有关法律、法规及规章对投标文件进行评审。

26. 确定中标人

26.1 采购人不保证将合同授予最低投标报价的供应商。

26.2 采购代理机构应当在评审结束后 2 个工作日内将评标报告送采购人确认。

26.3 采购人应当在收到评标报告后 5 个工作日内，从评标报告提出的 3 名中标候选人中，根据质量和价格均能满足招标文件实质性要求，评标总得分最高的原则确定中标人（中标候选人并列的，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中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定），也可以书面授权评标委员会直接确定中标人。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。

26.4 由采购人确定中标人的，在确定中标人前，采购人将通过“信用中国”网站 (www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网 (www.ccgp.gov.cn) 查询中标候选人的信用记录，采购人将确定未被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单，排名第一的中标候选人为中标人。

27. 招标终止

27.1 采购人、采购代理机构在发出招标公告后，除因重大变故采购任务取消情况外，不得擅自终止招标活动。终止招标的，应当及时在原公告发布媒体上发布终止公告，并将项目实施情况和采购任务取消原因报告本级财政部门。

28. 重新评审

28.1 除资格性审查认定错误和价格计算错误外，采购人或者采购代理机构不能以任何理由组织重新评审。采购人、采购代理机构发现评标委员会未按照招标文件规定的评标标准进行评审的，应当重新开展采购活动，并同时书面报告本级财政部门。

29. 纪律与保密事项

29.1 评标委员会成员以及与评标工作有关的人员不得泄露评审情况以及评标过程中获悉的国家秘密、商业秘密。

29.2 供应商不得与采购人、采购代理机构、其他供应商恶意串通；不得向采购人、采购代理机构或者评标委员会成员行贿或者提供其他不正当利益；不得提供虚假材料谋取中标；不得以任何方式干扰、影响采购工作。

29.3 有下列情形之一的，属于恶意串通，中标无效，并依照《政府采购法》第七十七条的规定追究法律责任：

- (1) 供应商直接或者间接从采购人、采购代理机构获得其他供应商的投标情况，并修改其投标文件的；
- (2) 采购人、采购代理机构授意供应商撤换、修改投标文件的；
- (3) 供应商之间协商技术方案、合同条款以及报价等投标文件实质性内容的；
- (4) 属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动的；
- (5) 供应商之间事先约定由某一特定供应商中标的；
- (6) 供应商之间商定部分供应商放弃提交投标文件或者退出招标或者放弃中标的；
- (7) 供应商与采购人、采购代理机构以及评标委员会成员之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商中标或者排斥其他供应商的其他串通行为的。
- (8) 法律、行政法规或规章规定的其他串通行为。

六、中标结果信息公开与授予合同

30. 中标信息的公布

30.1 中标人确定后 3 日内，采购人或者采购代理机构应将中标结果信息在投标须知前附表指定的媒体上公布。

31. 询问及质疑

31.1 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可以向采购人或采购代理机构提出询问。采购人或采购代理机构将在七个工作日内作出答复。

31.2 供应商若认为招标文件、招标过程和中标结果使自己的权益受到损害，应当在下列时间内以书面形式向采购人或采购代理机构提出：

- (1) 关于采购过程的质疑，应在采购程序环节结束之日起七个工作日内提出。
- (2) 关于中标结果的质疑，应在中标结果信息发布后七个工作日内提出。

31.3 供应商提出质疑的，应提供质疑书原件。采购人或采购代理机构应当向质疑供应商签收回执。

31.4 质疑供应商应按照财政部制定的《政府采购质疑函范本》格式（可从财政部官方网站下载）和《政

府采购质疑和投诉办法》的要求，在法定质疑期内以书面形式提出质疑，针对同一采购程序环节的质疑次数为一次性提出。

超出法定质疑期提交的质疑将被拒绝。

重复或分次提出的、内容或形式不符合《政府采购质疑和投诉办法》的，质疑供应商将依法承担不利后果。

31.5 质疑书应当由供应商法定代表人或其授权的代理人签字并加盖供应商单位章，质疑书由授权的代理人签字的应附供应商法定代表人委托授权书。

31.6 采购人或采购代理机构将在签收回执之日起七个工作日内作出书面答复，并以书面形式通知质疑供应商和其他有关的供应商。

31.7 供应商对采购人或采购代理机构的答复不满意，或采购人或采购代理机构未在规定的期限作出答复的，可在答复期满后十五个工作日内，按政府采购相关法律法规规章的规定及程序，向同级财政部门提出投诉。

32. 中标通知

32.1 中标人确定后，采购人或采购代理机构将以书面形式向中标人发出中标通知书。中标通知书对采购人和中标人具有同等法律效力。

32.2 中标通知书是合同文件的组成部分。

33. 签订合同

33.1 招标文件、中标人的投标文件及其补充的投标文件等均为签订政府采购合同的依据。

33.2 采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与中标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。采购人不得向中标人提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

33.3 中标人应当按照合同约定履行义务。中标人不得向他人转让中标项目，也不得将中标项目分包后分别向他人转让。

33.4 中标人有下列情形之一的，责令限期改正，情节严重的，列入不良行为记录名单，在 1 至 3 年内禁止参加政府采购活动，并予以通报：

（一）中标后无正当理由不与采购人签订合同的；

（二）未按照招标文件确定的事项签订政府采购合同，或者与采购人另行订立背离合同实质性内容的协议的；

（三）拒绝履行合同义务的；

（四）违反法律、规章、规范性文件规定的。

33.5 政府采购项目的采购合同自签订之日起七个工作日内，采购人应当将合同副本报同级政府采购监督管理部门备案。并同时递交合同复印件一份给采购代理机构存档。

34. 政府采购合同履行中数量的变更

34.1 政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物服务的，在不改变合同其他条款的前

提下，可以与中标人协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

七、其他规定

35. 招标代理服务费

35.1 应按投标须知前附表规定交纳采购代理服务费。

36. 其他规定

36.1 招标文件的其他规定见投标须知前附表。

第三章 评标方法及标准

一、总则

1. 评标委员会

1.1 评标由依法组成的评标委员会负责。

2. 评标方法

2.1 评标方法：综合评分法，即投标文件能够最大限度的满足招标文件规定的各项综合评价标准且经评审得分最高的供应商为中标候选人的评标方法。

2.2 本招标项目的评标因素：价格、技术、信誉、业绩、服务、对招标文件的响应程度，以及相应的比重或者权值等，但不包括第二章“投标须知”第 3.1 款规定的供应商资格条件。

二、评标程序

3. 投标文件的初步评审

3.1 初步评审为资格性检查和符合性检查。

3.1.1 资格性检查。根据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明等进行审查，以确定供应商是否具备投标资格。

3.1.2 符合性检查。依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否对招标文件的实质性要求作出响应。评标委员会决定投标文件的响应性只根据投标文件真实无误的内容，而不依据外部的证据，但投标文件有不真实、不正确的内容时除外。

3.1.3 供应商不得通过修正或撤销不合要求的偏离从而使其投标成为实质上响应的投标。

资格性审查表

	评审内容	供应商名称			
		1	2	3	...
1	合法有效的营业执照；				
2	法定代表人身份证明书或法定代表人授权委托书和法定代表人身份证复印件、委托代理人的身份证；				
3	供应商依法缴纳税收的证明材料：本项目投标截止时间前 6 个月内（任意 1 个月）缴纳税收的凭据（完税证明、缴款书、印花税票、银行代扣（代缴）转账凭证等均可）；				
4	供应商依法缴纳社会保障资金的证明材料：本项目投标截止时间前 6 个月内（任意 1 个月）缴纳社会保险的凭据（专用收据或社会保险交纳清单）；				
5	无重大违法记录的声明函；				
6	保证金打款凭证或保函；				

7	请根据要求单独上传《中小企业声明函》。格式以采购文件要求为准。				
结论：是否通过评审					

符合性审查表

	评审内容	供应商名称			
		1	2	3	...
1	投标报价不超过本项目采购预算金额或最高限价；				
2	是否具有单位盖章，法定代表人或法定代表人授权的代理人签章或盖章；				
3	是否具有法定代表人身份证明书或法定代表人出具的授权委托书；				
4	投标有效期是否满足招标文件要求；				
5	投标文件载明的招标项目完成期限是否符合招标文件规定的期限；				
结论：是否通过评审					

1) “是否通过”一栏应写“通过”或“不通过”。

2) 出现一个“不通过”的结论为“不通过”。表中全部为“通过”，同意进入下一阶段评审。

3) 若专家意见不一致时，则按少数服从多数的原则，由专家投票决定该供应商是否通过审查，进入下一阶段评审。

3.2 有下列情形之一的，评标委员会应予以此次招标活动无效，并将理由通知所有供应商：

- (1) 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质性响应的供应商不足三家的；
- (2) 出现影响招标公正的违法、违规行为的；
- (3) 供应商的报价均超过了采购预算或者最高限价的；

3.3 公开招标数额标准以上的采购项目，投标截止后供应商不足 3 家或者通过资格审查或符合性审查的供应商不足 3 家的，除采购任务取消情形外，按照以下方式处理：

- (1) 招标文件存在不合理条款或者招标程序不符合规定的，采购人、采购代理机构改正后依法重新招标；
- (2) 招标文件没有不合理条款、招标程序符合规定，需要采用其他采购方式采购的，采购人应当依法报财政部门批准。

3.4 有下列情形之一的，视为供应商串通投标，其投标无效：

- (1) 不同供应商的投标文件由同一单位或者个人编制；

- (2) 不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- (3) 不同供应商的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；
- (4) 不同供应商的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差别；
- (5) 不同供应商的投标文件相互混装；
- (6) 不同供应商的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

4.澄清有关问题

4.1 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和计算错误的内容，评标委员会将以书面形式通知供应商作出必要的澄清、说明，但不得超出投标文件的范围或对投标文件做实质性的修改（计算错误修正除外）。评标委员会不接受供应商主动提出的澄清、说明。

4.2 供应商不得对下列内容进行澄清或补充：

- (1) 开标时，未宣读的投标价格、价格折扣等实质性内容。
- (2) 不满足第二章投标须知第 2.8 款规定的实质性要求的投标文件内容。

4.3 投标文件报价出现前后不一致的，除招标文件另有规定外，按照下列规定修正：

- (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；
- (2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- (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；
- (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，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价须由供应商采用书面形式确认，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字确认后产生约束力，供应商不确认的，其投标无效。

对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。若供应商拒绝接受上述修正，在评标时将其视为无效投标。

4.4 评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查供应商的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标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；供应商不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

4.5 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。

4.6 供应商的澄清、说明或者补正应该采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代理人签字。供应商的澄清、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。

4.7 有效的书面澄清材料，是投标文件的补充材料，成为投标文件的组成部分。

5.投标文件的详细评审

5.1 评标委员会应按照招标文件中规定的评标方法、标准和评标因素，对资格性检查合格的投标文件进行详细评审。

5.2 评标时，评标委员会各成员应当独立对每个供应商的投标文件进行评价、评分，然后汇总每个供应商每项评分因素的得分。

5.3、评分标准：

序号	评分因素	标准分	评分细则
一、价格部分（15分）			
1	报价得分	15分	采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且最后报价最低的价格为评标基准价，其价格分为满分。 其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×价格权值×100（小数点保留两位）
二、商务技术部分（85分）			
1	项目管理机构	10分	根据项目负责人及项目工作人员从事相关行业年限、行业经验、学历、执业资格和综合素质等情况进行评审： 1、拟投入项目负责人获得过自治区或省级及以上电商助力脱贫攻坚领域有关奖励或证书的（提供公示截图或证书复印件），提供得2分，不提供不得分。 2、项目运营团队成员获得国家工信部门颁发的电子商务师、新媒体运营师等证书的，初级证书每一个得0.5分，中级证书每一个得1分，高级证书每一个得2分，最高得5分。 3、项目团队人员配备充分、配置合理（项目整体管理、项目整体执行、培训讲师、专业美工、营销推广专家、文案策划师、项目专员、三级服务站点服务专员、供应链管理专员、财务等）15（含）人以上得3分，10-14人得2分，9（含）人以下得1分。
2	企业相关业绩	6分	提供近三年内类似业绩证明材料中标通知书或合同，每提供一项的1分，最高得6分。
4	电子商务公共服务体系升级方案	15分	包括但不限于①提升电商站点综合服务能力②推进“服务中心+电商服务站点+农户”的农产品本地区域小循环销售③整合资源，升级电商中心综合孵化能力。 全部提供并且符合要求得15分。每缺少1方面内容扣5分，每有1处内容存在不足（指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等）扣2分。
5	完善农村电子商务培训体系	16分	包括但不限于①开展多层次电商培训②注重新媒体电商人才培育孵化③组织策划一场大型电商创业大赛④开展电商服务站点评选活动。 全部提供并且符合要求得16分。每缺少1方面内容扣4分，每有1处内容存在

	方案		不足(指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等)扣2分。
6	推动农村商贸流通企业转型升级方案	12分	包括但不限于①强化农产品营销推广,开展消费促进活动②强化农产品营销推广,开展消费促进活动③推进“电商+旅游”有效衔接。 全部提供并且符合要求得12分。每缺少1方面内容扣4分,每有1处内容存在不足(指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等)扣2分。
7	优化县乡村三级物流配送体系方案	8分	包括但不限于①优化县乡村三级电子商务物流体系基础②强化县乡村三级电子商务物流体系管理。 全部提供并且符合要求得8分。每缺少1方面内容扣4分,每有1处内容存在不足(指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等)扣2分。
8	开展农村电商宣传推广方案	6分	包括但不限于①加强公示与宣传报道②开展电商诚信企业评选,营造良好电商氛围。 全部提供并且符合要求得6分。每缺少1方面内容扣3分,每有1处内容存在不足(指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等)扣2分。
9	服务承诺	12分	供应商提供的服务承诺包含但不限于①服务质量承诺②服务标准与规范③过程监控与改进措施。 全部提供的得12分,每缺少1项内容扣4分,每项有1处内容存在不足(指内容不全面或不完善、与项目实际不匹配或存在偏差、内容缺乏逻辑性等)扣1分,扣完为止。
合计		100分	

属于中小企业评审优惠内容及价格扣除幅度

(一)根据财政部、工业和信息化部制定的《关于印发《政府采购促进中小企业发展管理办法》的通知》(财库〔2020〕46号)、《关于落实好政府采购支持中小企业发展的通知》(新财购〔2022〕22号)规定执行,属于中小企业评审优惠内容及幅度如下:

①符合中小企业划分标准(按《关于印发中小企业划型标准规定的通知》(工信部联企业〔2011〕300号)执行);

②依据财政部司法部《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,监狱企业视同小型、微型企业,享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业应当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的证明文件。

③依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,残疾人福利性单位视同小型、微型企业,享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。

(二)价格扣除办法:专门面向中小企业采购的项目或者采购包,不再执行价格评审优惠的扶持政策。

(三)小型和微型企业适用价格扣除办法时应提供的相关资料:中小企业声明函、残疾人福利性单位声明函、监狱企业声明函进口产品不享受中小企业评审优惠。

注:1、计算过程中,算术平均值保留2位小数(百分比亦取2位小数),第三位小数四舍五入。

2、供应商的最终得分为:所有评委对其评分的算术平均值。

5.4 评标结果汇总完成后,除下列情形外,任何人不得修改评标结果:

- (一) 分值汇总计算错误的；
- (二) 分项评分超出评分标准范围的；
- (三) 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的；
- (四) 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

评标报告签署前，经复核发现存在以上情形之一的，评标委员会应当当场修改评标结果，并在评标报告中记载；评标报告签署后，采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的，应当组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，书面报告本级财政部门。

供应商对本条第一款情形提出质疑的，采购人或者采购代理机构可以组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，应当书面报告本级财政部门。

6.推荐中标候选人名单

6.1 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并列。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供应商为排名第一的中标候选人。

6.2 本次招标采购推荐的中标候选人数量见投标须知前附表。

第四章 政府采购合同草案

政府采购合同

第一部分 合同书

项目名称：_____

甲方：_____

乙方：_____

签订地：_____

签订日期：_____年____月____日

_____年____月____日，____（采购人名称）以____（政府采购方式）对____（同前页项目名称）项目进行了采购。经____（相关评定主体名称）评定，____（成交供应商名称）为该项目成交供应商。现于成交通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订本合同。

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规之规定，按照平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经____（采购人名称）（以下简称：甲方）和____（成交供应商名称）（以下简称：乙方）协商一致，约定以下合同条款，以兹共同遵守、全面履行。

1.1 合同组成部分

下列文件为本合同的组成部分，并构成一个整体，需综合解释、相互补充。如果下列文件内容出现不一致的情形，那么在保证按照采购文件确定的事项的前提下，组成本合同的多个文件的优先适用顺序如下：

- 1.1.1 本合同及其补充合同、变更协议；
- 1.1.2 成交通知书；
- 1.1.3 响应文件（含澄清或者说明文件）；
- 1.1.4 采购文件（含澄清或者修改文件）；
- 1.1.5 其他相关采购文件。

1.2 标的

- 1.2.1 标的名称：_____；
- 1.2.2 标的数量：_____；
- 1.2.3 标的质量：_____。

1.3 价款

本合同总价为：¥_____元（大写：_____元人民币）。

分项价格：

序号	分项名称	分项价格

总价		

1.4 付款方式和发票开具方式

1.4.1 付款方式：_____；

1.4.2 发票开具方式：_____。

1.5 履行期限、地点和方式

1.5.1 履行期限：_____；

1.5.2 履行地点：_____；

1.5.3 履行方式：_____。

1.6 违约责任

1.6.1 除不可抗力外，如果乙方没有按照本合同约定的期限、地点和方式履行，那么甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延履行一日的应提供而未提供服务价格的_____%计算，最高限额为本合同总价的_____%；迟延履行违约金计算数额达到前述最高限额之日起，甲方有权在要求乙方支付违约金的同时，书面通知乙方解除本合同；

1.6.2 除不可抗力外，如果甲方没有按照本合同约定的付款方式付款，那么乙方可要求甲方支付违约金，违约金按每迟延付款一日的应付而未付款的_____%计算，最高限额为本合同总价的_____%；迟延付款的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，乙方有权在要求甲方支付违约金的同时，书面通知甲方解除本合同；

1.6.3 除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的其他主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行的，或者任何一方有其他违约行为致使不能实现合同目的的，或者任何一方有腐败行为（即：提供或给予或接受或索取任何财物或其他好处或者采取其他不正当手段来影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）或者欺诈行为（即：以谎报事实或隐瞒真相的方法来影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）的，对方当事人可以书面通知违约方解除本合同；

1.6.4 任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时，仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施，并有权按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时，仍有权要求违约方支付违约金和按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.6.5 除前述约定外，除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的义务，对方当事人均有权要求继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等，且对方当事人行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.6.6 如果出现政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间，书面通知甲方暂停采购活动的情形，或者询问或质疑事项可能影响成交结果的，导致甲方中止履行合同的情形，均不视为甲方违约。

1.7 合同争议的解决

本合同履行过程中发生的任何争议，双方当事人均可通过和解或者调解解决；不愿和解、调解或者和解、调解不成的，可以选择下列第 2 种方式解决：

1.7.1 将争议提交_____仲裁委员会依申请仲裁时其现行有效的仲裁规则裁决；

1.7.2 向_____人民法院起诉。

1.8 合同生效

本合同自双方当事人盖章或者签字时生效。

甲方：

统一社会信用代码：

住所：

法定代表人或

授权代表（签字）：

联系人：

乙方：

统一社会信用代码或身份证号码：

住所：

法定代表人

或授权代表（签字）：

联系人：

约定送达地址：

邮政编码：

电话：

传真：

电子邮箱：

开户银行：

开户名称：

开户账号：

约定送达地址：

邮政编码：

电话：

传真：

电子邮箱：

开户银行：

开户名称：

开户账号：

第五章 采购需求

一、项目概况

(一) 项目名称

昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目。

(二) 项目建设地点

新疆昭苏县。

(三) 项目实施期限

2024 年 5 月至 2025 年 12 月。

(四) 项目建设内容

升级农村电子商务公共服务体系，增强县级电子商务公共服务中心及乡村电子商务服务站点的服务能力；完善农村电子商务培训体系，开展多层次电商培训和技能评选活动，培育孵化一批本地新媒体电商创客达人；推动农村商贸流通企业转型升级，强化农产品营销推广，开展消费促进活动，促进“电商+旅游”与旅游有效衔接；优化县乡村三级物流配送体系，提升县乡村三级电子商务物流体系基础，强化县乡村三级电子商务物流体系管理；开展农村电商宣传推广，营造良好电商氛围。

(五) 项目投资情况

项目计划总投资 500 万元，为中央专项资金。

二、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神，完整准确贯彻新时代党的治疆方略，结合本地实际，因地制宜、分类施策，进一步提升农村电商综合服务平台，推动农村商贸流通企业转型升级，培育多元化新型农村电商主体，开展多种形式的农村电商促销活动，加强资金和项目监管机制。

三、基本原则

（一）政府引导，市场运营。完善政策支撑、创新扶持机制、打造开发平台，充分发挥市场在农村电子商务发展中的决定性作用，突出企业的主体地位，为农村电子商务发展营造平等参与、公平竞争的良好环境，广泛调动各类社会资源参与昭苏县农村电商的积极性和创造性，优化资源配置。

（二）以点带面，重点突破。鼓励农村电商经营主体先行先试，集中力量解决农村电子商务发展中的突出矛盾和问题；支持各乡镇结合当地实际，统筹本地资源，探索乡镇电子商务发展模式；总结先行乡镇经验，不断提升示范效应，形成推广机制。

（三）因地制宜，突出特色。结合本地农村经济、社会发展水平和人文环境，因地制宜，因县而异，探索适合本地农村电子商务发展的路径和符合当地实际的电子商务进农村发展路径；重点突出产品特色、民族特色、地域特色，通过发展农村电子商务促进特色品牌培育，探索具有昭苏县特色的农村电子商务发展模式。

四、实施目标

升级农村电子商务公共服务体系，打造数字电商培训基地 1 个、在原有直播基地基础上新增直播间 6 个、推动本地农特产品走进不低于 20 家商超及电商服务站点开展销售扶持农产品、进一步扶持农产品相关经营主体升级一批农产品包装、持续开展电商服务站点站长业务培训不低于 300 人次，提升综合便民服务能力；完善农村电子商务培训体系，开展以实操性技能培训为主的多层次电商培训不低于 200 人次，开展新媒体电商人才培训不低于 300 人次，培育孵化不少于 10 名本地新媒体电商创客达人，组织策划不少于 1 大型电商创业大赛活动，挖掘一批电商意向学员，培育孵化不低于 3 名电商带头人，开展优秀电商站点评选活动不低于 4 次；推动农村商贸流通企业转型升级，多举措推动农产品上行，围绕“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌在县域内开展农副产品类的主题活动不低于 1 场次，整合县域景区资源及景区游客量开展农产品进景区活动不低于 1 场，在县域开展消费促进活动不低于 1 场，整合旅游资源打造线上线下融合的“电商+旅游”O2O 产品体验馆 2 个，强化电商与农产品、旅游产业融合，设计打造含有昭苏旅游特色的文创产品不低于 20 款，推动本地不低于 10 家餐饮、住宿、农产品销售等旅游业相关的企业开展在线订餐、订房、销售农产品等线上服务，促进“电商+旅游+农产品”融合体验式消费；优化县乡村三级物流配送体系，购置 4.2 米厢货车 2 辆，为 5 个以上乡镇物流站点配备打包机，在 50%以上乡村物流站点拓展快递寄送扫码下单

服务提升快递寄送服务效率，每年召开 2 次以上各快递企业与物流站点座谈会沟通解决各类问题，每年开展 2 次优秀乡村物流网点评选活动；开展农村电商宣传推广，开展 2 次电子商务诚信企业评选，发表农村电商推文不低于 30 篇，提炼典型经验做法和发展模式不低于 5 个；实现全县网络交易额同比增长 15%以上，网络零售额同比增长 15%以上，农产品网络零售额同比增长 15%以上，电子商务物流成本逐年下降。

五、实施内容

（一）升级农村电子商务公共服务体系

1. 加强电商服务站长一对一培训，提升电商站点综合服务能力。增强乡村电商服务站点经营能力，提升站点经营水平，开展电商服务站点站长一对一业务培训不低于 300 人次，提升电商服务站长综合业务水平，促进各电商服务站点增值业务（代售、代购、便民金融等服务）销售额月均达到 3000 元以上，每半年开展 1 次优秀站长评选活动，助推各电商服务站点长效经营发展，提升综合便民服务能力。

2. 推进“服务中心+电商服务站点+农户”的农产品本地区域小循环销售。由电商公共服务中心牵头，扶持农产品相关经营主体升级一批农产品包装（不低于 6 款），推动本地农特产品走进不低于 20 家商超、乡村电商服务站点开展销售。

3. 整合资源，升级电商中心综合孵化能力。打造数字电商培训基地 1 个，提升学员图片制作、视频剪辑、直播软件使用的综合能力；打造 6 个实操直播间配备直播麦克风、补光灯、直播桌椅等相关专业直播设备，为创业学员、团队、企业提供多角度创业实操学习条件，营造更为良好的电商创业氛围。

（二）完善农村电子商务培训体系

1. 开展以实操性技能培训为主的多层次电商培训。针对县域电商管理人员（分管领导、主管单位、电商办、乡（镇）村分管领导干部、工作人员等）进行 100 人次的培训；面对企业、合作社、电商创业团队、创客开展电商创业技能类培训不少于 100 人次。

2. 注重新媒体电商人才培育孵化。在返乡大学生、企业家、退伍军人等县域内人员进行筛选，将有意向、有基础的人员进行直播培训与孵化，直播培训 300 人次以上，培育孵化不少于 10 名本地新媒体电商达人、电商创客。

3. 组织策划一场大型电商创业大赛。组织以昭苏县为主，覆盖伊犁州地区企业家、创客、主播、学

员、站长等人群开展 1 场大型电商创业大赛活动，挖掘一批电商意向学员，培育孵化不低于 3 名电商带头人。

4. 开展电商服务站点评选活动。开展 4 次优秀电商服务站点评选活动，并依照站点管理制度进行奖励，鼓励站长向优看齐，促进站点工作良好发展，为实现电商站点市场化运营奠定基础。

(三) 推动农村商贸流通企业转型升级

1. 强化农产品营销推广，开展消费促进活动。结合“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌策划营销昭苏县本地农副产品，借助 6·18 电商节、双十一、双十二、农民丰收节等形式，围绕“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌在县域内开展农副产品类的主题活动不低于 1 场次，进一步提升县域公共品牌牧歌昭苏 天马故乡的品牌知名度和影响力；整合县域景区资源及景区游客量开展农产品进景区活动不低于 1 场；为实现更好促销费，推动县域社会消费品零售总额稳步提升，在县域开展消费促进不低于 1 场。通过在项目实施阶段内开展的活动实现累计销售额不低于 3000 万。

2. 打造“电商+旅游”的线上线下融合消费场景。依托昭苏县旅游资源，打造线下 O2O 产品体验馆 2 个，提升昭苏产品在线下渠道的品牌影响力，树立起昭苏县产品在游客心目中的地域形象，为游客搭建线上线下融合的消费购物体验平台，强化县域公共品牌。推动农产品展开多元化渠道销售，营造良好的旅游电商销售氛围，丰富旅游产业服务内容；以昭苏县旅游资源为依托，设计打造特色农产品展位不低于 3 个，开展文创产品和农产品集中销售，实现线下销售，线上复购，形成昭苏县 O2O 体验消费进景区，进一步推进产品与本地文化和特色旅游相结合。

3. 推进“电商+旅游”有效衔接。设计打造含有昭苏旅游特色的文创产品不低于 20 款，丰富昭苏县旅游产业产品库，提升游客对旅游景区的游览体验；推动本地不低于 10 家餐饮、住宿、农产品销售等旅游业相关的企业开展在线订餐、订房、销售农产品等线上服务。

(四) 优化县乡村三级物流配送体系

1. 优化县乡村三级电子商务物流体系基础。购置 4.2 米厢货车 2 辆解决电商、农产品、旅游等产业融合中的商贸流通问题，为 5 个以上乡镇物流站点配备打包机，整合邮政、中通等快递企业资源，优化快递下乡路线，为乡镇居民提供相应的物流配送服务。

2.强化县乡村三级电子商务物流体系管理。在 50%以上乡村物流站点拓展快递寄送扫码下单服务提升快递寄送服务效率，每年召开 2 次以上各快递企业与物流站点座谈会沟通解决各类问题，每年开展 2 次优秀乡村物流网点评选活动，加强电商中心与各快递公司、乡村物流站点沟通协调，提升快递配送时效和优化配送路线。

(五) 开展农村电商宣传推广

建立昭苏县农村电商宣传推广矩阵，提升县域民众电子商务应用水平，扩大县域农村电商影响力，营造良好电商氛围。

1.加强公开公示与宣传报道。定期更新县政府网站电子商务进农村专栏内容，确保项目建设信息公开公开。发表农村电商推文不低于 30 篇，提炼典型经验做法和发展模式不低于 5 个，至少 1 篇信息被国家级媒体报道、5 篇信息被自治区级主流媒体报道。

2.开展电商诚信企业评选，营造良好电商氛围。由县工商局牵头，县电商公共服务中心举办，开展 2 次电子商务诚信企业评选，依托电商大数据对符合电商相关法律法规和行业自律标准的企业给予表彰，树立电商诚信典型，营造良好电商氛围。

六、农村电商市场化途经

(一) 鼓励扶持市场主体直接参与，构建多层次农村电商综合服务平台。提升电商直播基地和培训孵化基地基础条件，公开选拔、引入本地及外地电商相关企业参与运营，以“电商中心支持、市场企业运营、本地青年受益”的原则，以市场化方式实现本地农产品与主播、企业实现共赢，直播基地发挥实效；综合运用 5G、移动支付等技术，对具备条件的乡村电商站点进行数字化改造，鼓励扶持商贸企业、乡村电商站点开展连锁经营或联营等市场化经营方式，提升标准化服务水平，打造多种消费场景，开展社区团购、网络代购等服务，丰富居民消费体验，拓展农村数字便民服务，提升乡村电商站点综合盈利能力。

(二) 聚焦培育多元化新型农村电商主体，强化电商主体市场竞争能力。鼓励扶持餐饮、住宿、旅行社等生活服务类企业提供在线订餐订房、团购等服务，推动县域生活服务业专业化、精细化、品质化发展，提升该类市场主体业务电商化升级，提升市场竞争能力；鼓励扶持本地青年、商贸企业依托乡村电商服务站点开展社区团购、网络代购等新型商贸业态，增强本地商贸市场活力，并将其培育为农村电商带头

人。

(三)开展多种形式的农村电商相关活动，提升本地电商市场活力与电商氛围。结合“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌，借助6·18电商节、双十一、双十二、农民丰收节等形式，鼓励扶持县内电商相关企业单独或联合开展各类电商促销活动，提升本地电商市场活动；由县电商中心牵头，组织本地创客、电商相关企业积极开展电商创业大赛、电商诚信企业评选、优秀电商服务站点评选等活动，提升县内市场主体及年轻群体参与电商的热情，营造良好的电商氛围。

(四)延长农村电商产业链条，促进一二三产融合。依托昭苏县旅游资源，打造线下O2O产品体验馆，搭建线上线下融合的消费购物体验平台，强化县域公共品牌；鼓励扶持企业以“牧歌昭苏 天马故乡”为主题，依托昭苏县特色旅游、文化资源开展文创及农特产品设计、销售；推动农牧业一产搭建乡村旅游景点，利用抖音、快手等电商新媒体渠道开展相关营销推广活动，实现一二三产有机融合

第六章 投标文件格式

昭苏县 2021 年国家级电子商务进农村综合示范第二阶段项目

投标文件

项目编号：_____

供应商名称：_____（加盖公章）

供应商地址：_____

投标联系人：_____

电话：_____

年 月 日

一、投标函

致_____ (采购人或采购代理机构)：

我方已仔细研究了_____ (项目名称)的招标文件 (项目编号：_____) 的全部内容，知悉参加投标的风险，我方承诺接受招标文件的全部条款且无任何异议。

一、我方同意在招标文件中规定的提交投标文件截止时间起____日内 (投标文件有效期) 遵守本投标文件中的承诺且在此期限期满之前均具有法律约束力。

二、我方提交加密的电子响应文件 (.jms 格式) _____ 份，并保证响应文件提供的数据和材料是真实、准确的。否则，愿承担《政府采购法》第七十七条规定的法律责任。

三、我方愿意向贵方提供任何与本项采购有关的数据、情况和技术资料。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。

四、我方承诺遵守《政府采购法》的有关规定，保证在获得中标资格后，按照招标文件确定的事项签订政府采购合同，履行双方所签订的合同，并承担合同规定的责任和义务。

供应商名称 (盖单位章)：

法定代表人或其委托代理人 (签字)：_____

日期：_____年_____月_____日

二、投标声明

我们，_____（供应商名称）已认真阅读《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及招标文件[项目名称：_____，项目编号：_____]相关内容，知悉供应商参加政府采购活动应当具备的条件。此次按招标文件要求提交的供应商资格证明材料，已经认真核对和检查，全部内容真实、合法、准确和完整，我们对此负责，并愿承担由此引起的法律责任。

一、我方在此声明：

（一）我方与采购人或代理机构不存在隶属关系或者其他利害关系。

（二）我方与参加本项目的其他供应商不存在控股、关联关系，或者与其他供应商法定代表人（或者负责人）为同一人。

（三）我方未为本项目前期准备提供设计或技术服务。

二、我方承诺

参加政府采购近三年内：

（一）我方依法缴纳了各项税费及各项社会保障资金，没有偷税、漏税及欠缴行为。

（二）我方在经营活动中没有存在下列重大违法记录：

1、受到刑事处罚；

2、受到三万元以上的罚款、责令停产停业、在一至三年内禁止参加政府采购活动、暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照的行政处罚。

供应商名称（盖单位章）：_____

法定代表人（签名）：_____

日期：_____年__月__日

三、法定代表人身份证明或法定代表人授权书

法定代表人身份证明(法定代表人参加招标)

供应商名称：_____

注册地址：_____

成立时间：_____年_____月_____日

经营期限：_____

经营范围：_____

姓名：_____性别：_____年龄：_____系_____（供应商名称）的法定代表人。

特此证明。

附：法定代表人身份证复印件

供应商名称（盖单位章）：

日期：_____年_____月_____日

四、投标保证金

附件 3:

投标保证金交款凭证或合法真实有效的保函复印件
加盖公章

五、开标一览表

项目名称：

项目编号：

序号	内容		备注
1	供应商名称		
2	投标报价	小写： 大写：	
3	合同履行期限		
4	其他事项声明		

注：1、报价一经涂改，应在涂改处加盖单位公章或者由法定代表人或授权委托人签字或盖章，否则其投标作无效标处理。

2、报价包括完成本项目招标范围内所有服务及伴随货物内容的费用（含税费）。

3、项目须附详细的投标报价明细表，投标报价明细表中金额和开标一览表金额一致。

供应商（盖单位章）：

法定代表人或其委托代理人签字：_____

日期：_____年___月___日

六、分项报价一览表

供应商名称(公章): _____

项目编号: _____

序号	服务内容	详细内容	数量	单位	单价 (元)	合价 (元)
1	升级农村电子商务公共服务体系	增强乡村电商服务站点经营能力，提升站点经营水平，开展电商服务站点站长一对一业务培训不低于 300 人次，提升电商服务站长综合业务水平，促进各电商服务站点增值业务（代售、代购、便民金融等服务）销售额月均达到 3000 元以上，每半年开展 1 次优秀站长评选活动，助推各电商服务站点长效经营发展，提升综合便民服务能力。				
		由电商公共服务中心牵头，扶持农产品相关经营主体升级一批农产品包装（不低于 6 款），推动本地农特产品走进不低于 20 家商超、乡村电商服务站点开展销售。				
		打造数字电商培训基地 1 个，提升学员图片制作、视频剪辑、直播软件使用的综合能力；打造 6 个实操直播间配备直播麦克风、补光灯、直播桌椅等相关专业直				

		播设备，为创业学员、团队、企业提供多角度创业实操学习条件，营造更为良好的电商创业氛围。				
2	完善农村电子商务培训体系	针对县域电商管理人员（分管领导、主管单位、电商办、乡（镇）村分管领导干部、工作人员等）进行 100 人次的培训；面对企业、合作社、电商创业团队、创客开展电商创业技能类培训不少于 100 人次。				
		在返乡大学生、企业家、退伍军人等县域内人员进行筛选，将有意向、有基础的人员进行直播培训与孵化，直播培训 300 人次以上，培育孵化不少于 10 名本地新媒体电商达人、电商创客。				
		组织以昭苏县为主，覆盖伊犁州地区企业家、创客、主播、学员、站长等人群开展 1 场大型电商创业大赛活动，挖掘一批电商意向学员，培育孵化不低于 3 名电商带头人。				
		开展 4 次优秀电商服务站点评选活动，并依照站点管理制度进行奖励，鼓励站长向优看齐，促进站点工作良好发展，为实现电商				

		站点市场化运营奠定基础。				
3	推动农村商贸流通企业转型升级	<p>结合“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌策划营销昭苏县本地农副产品，借助6·18电商节、双十一、双十二、农民丰收节等形式，围绕“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌在县域内开展农产品类的主题活动不低于1场次，进一步提升县域公共品牌牧歌昭苏 天马故乡的品牌知名度和影响力；整合县域景区资源及景区游客里开展农产品进景区活动不低于1场；为实现更好促销费，推动县域社会消费品零售总额稳步提升，在县域开展消费促进不低于1场。通过在项目实施阶段内开展的活动实现累计销售额不低于3000万。</p>				
		<p>依托昭苏县旅游资源，打造线下020产品体验馆2个，提升昭苏产品在线下渠道的品牌影响力，树立起昭苏县产品在游客心目中的地域形象，为游客搭建线上线下融合的消费购物体验平台，强化县域公共品牌。推动农产品展开多元化渠道销售，营造良好的旅游电商销售氛围，丰富旅游</p>				

		<p>产业服务内容；以昭苏县旅游资源为依托，设计打造特色农产品展位不低于 3 个，开展文创产品和农产品集中销售，实现线下销售，线上复购，形成昭苏县 O2O 体验消费进景区，进一步推进产品与本地文化和特色旅游相结合。</p>				
		<p>设计打造含有昭苏旅游特色的文创产品不低于 20 款，丰富昭苏县旅游产业产品库，提升游客对旅游景区的游览体验；推动本地不低于 10 家餐饮、住宿、农产品销售等旅游业相关的企业开展在线订餐、订房、销售农产品等线上服务。</p>				
4	优化县乡村三级物流配送体系	<p>购置 4.2 米厢货车 2 辆解决电商、农产品、旅游等产业融合中的商贸流通问题，为 5 个以上乡镇物流站点配备打包机，整合邮政、中通等快递企业资源，优化快递下乡路线，为乡镇居民提供相应的物流配送服务。</p>				
		<p>在 50%以上乡村物流站点拓展快递寄送扫码下单服务提升快递寄送服务效率，每年召开 2 次以上各快递企业与物流站点座谈</p>				

		会沟通解决各类问题，每年开展2次优秀乡村物流网点评选活动，加强电商中心与各快递公司、乡村物流站点沟通协调，提升快递配送时效和优化配送路线。			
5	开展农村电商宣传推广	定期更新县政府网站电子商务进农村专栏内容，确保项目建设信息公开，发表农村电商推文不低于30篇，提炼典型经验做法和发展模式不低于5个，至少1篇信息被国家级媒体报道，5篇信息被自治区级主流媒体报道。			
		由县商工局牵头，县电商公共服务中心举办，开展2次电子商务诚信企业评选，依托电商大数据对符合电商相关法律法规和行业自律标准的企业给予表彰，树立电商诚信典型，营造良好电商氛围。			
6	合计	小写：			
		大写：			

供应商（盖单位章）：

法定代表人或其委托代理人签字：_____

日期：_____年___月___日

六、供应商的基本情况证明材料

(一) 法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明：

供应商是企业（包括合伙企业）的，应提供其在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”的复印件；

供应商是事业单位的，应提供其有效的“事业单位法人证书”复印件；

供应商是非企业专业服务机构的，应提供其有效的执业许可证复印件；

供应商是个体工商户的，应提供其有效的“个体工商户营业执照”复印件；

供应商是自然人的，应提供其有效的自然人身份证明；

(二) 财务状况报告；

2024 年度财务报表（报告中须包括资产负债表、利润表、现金流量表）；

如供应商为新成立单位或无法提供 2024 年度财务报表，则需提供开户银行出具的资信证明并附基本户开户许可证；

银行资信证明可提供原件，也可提供银行开具的资信证明的复印件，对于资信证明文件中写明“复印无效”的应提供原件。银行资信证明的抬头应与采购人或采购代理机构名称一致。

银行资信证明应能说明该供应商与银行之间业务往来正常，无不良记录，企业信誉良好等。银行出具的存款证明不能作为银行资信证明。

(三) 依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：

1. 供应商依法缴纳税收的证明材料：本项目投标截止时间前 6 个月内（任意 1 个月）缴纳税收的凭据（完税证、缴款书、印花税票、银行代扣（代缴）转账凭证等均可）；

2. 供应商依法缴纳社会保障资金的证明材料：本项目投标截止时间前 6 个月内（任意 1 个月）缴纳社会保险的凭据（专用收据或社会保险交纳清单）；

3. 供应商为其他组织或自然人的，也需要提供本项目投标截止时间前 6 个月内（任意 1 个月）缴纳社会保险的凭据（专用收据或社会保险交纳清单）。

4. 如供应商的社会保险为委托第三方代缴，还需同时提供供应商与第三方服务机构签署的服务合同（合同中应明确写明第三方为供应商代缴其社会保险）。

(四) 供应商须具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，须附相关证明材料或声明：

声明见附件 1

(五) 近三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明：

见附件 2

(六) 供应商未列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单证明材料（财库[2016]125 号）。

见附件 3

注：

1、依法免税或不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金。

附件 1

具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺

本投标单位郑重声明：

本公司（或单位）具备本项目履行合同所必需的设备和专业技术能力，特此承诺。

投标单位（盖单位章）：

法定代表人或其委托代理人（签字）：_____

日期：_____年_____月_____日

附件 2

无重大违法记录声明书

(采购人)_____：

我公司参与_____（项目名称、编号）招标，本公司郑重声明，我方参加本项目政府采购活动前三年内无重大违法记录，符合《政府采购法》规定的投标单位条件。若贵方在本项目采购过程中发现我方政府采购活动前三年内有重大违法记录，我公司将无条件退出本项目的招标，并承担因此引起的一切后果。我方对此声明负全部法律责任。

特此声明

投标单位（盖单位章）：

法定代表人或其委托代理人（签字）：_____

日期：____年____月____日

附注：近三年：成立三年以上的，为提交首次投标文件截止时间前三年内；成立不足三年的，为实际时间。

附件 3

信用记录

(复印件并加盖投标单位公章)

依据财库[2016]125号文件规定, 供应商须符合《关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》的相关要求, 即具有良好的信用记录。

供应商须提供本单位(出售文件起至递交响应文件截止日前)“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)及中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)已公布的信用记录查询截图。

截图含 1) 失信被执行人

2) 重大税收违法失信主体

3) 政府采购严重违法失信行为记录名单

例如: 网站搜索页输入供应商名称, 截图查询结果。

说明: 供应商提供的截图与评标委员会或采购代理机构查询截图不一致的, 以评标委员会或采购代理机构查询结果为准。

七、供应商基本情况表

盖供应商单位章

供应商名称		法定代表人	
组织机构代码		邮政编码	
委托代理人		电子邮箱	
上年营业收入		员工总人数	
固定电话			
营业执照	注册号码	注册地址	
	发证机关	发证日期	
	营业范围		
基本账户开户行及帐号			
资质能力			
资质名称	等级	发证机关	有效期
供应商近三年项目业绩（2021年01月01日至今）			
项目业绩名称	项目地点、起止时间	合同内容、金额	甲方联系人及电话
备注			

八、商务偏离表

项目名称：

项目编号：

名称	招标文件内容	投标文件内容	偏差内容
合同履行期限	2025 年 12 月前完成		
投标文件有效期	90 日历日		
升级农村电子商务公共服务体系	<p>1. 加强电商服务站长一对一培训，提升电商站点综合服务能力。增强乡村电商服务站点经营能力，提升站点经营水平，开展电商服务站点站长一对一业务培训不低于 300 人次，提升电商服务站长综合业务水平，促进各电商服务站点增值业务（代售、代购、便民金融等服务）销售额月均达到 3000 元以上，每半年开展 1 次优秀站长评选活动，助推各电商服务站点长效经营发展，提升综合便民服务能力。</p> <p>2. 推进“服务中心+电商服务站点+农户”的农产品本地区域小循环销售。由电商公共服务中心牵头，扶持农产品相关经营主体升级一批农产品包装（不低于 6 款），推动本地农特产品走进不低于 20 家商超、乡村电商服务站点开展销售。</p>		

	<p>3.整合资源，升级电商中心综合孵化能力。打造数字电商培训基地1个，提升学员图片制作、视频剪辑、直播软件使用的综合能力；打造6个实操直播间配备直播麦克风、补光灯、直播桌椅等相关专业直播设备，为创业学员、团队、企业提供多角度创业实操学习条件，营造更为良好的电商创业氛围。</p>		
<p>完善农村电子商务培训体系</p>	<p>1.开展以实操性技能培训为主的多层次电商培训。针对县域电商管理人员（分管领导、主管单位、电商办、乡（镇）村分管领导干部、工作人员等）进行100人次的培训；面对企业、合作社、电商创业团队、创客开展电商创业技能类培训不少于100人次。</p> <p>2.注重新媒体电商人才培育孵化。在返乡大学生、企业家、退伍军人等县域内人员进行筛选，将有意向、有基础的人员进行直播培训与孵化，直播培训300人次以上，培育孵化不少于10名本地新媒体电商达人、电商创客。</p> <p>3.组织策划一场大型电商创业</p>		

	<p>大赛。组织以昭苏县为主，覆盖伊犁州地区企业家、创客、主播、学员、站长等人群开展1场大型电商创业大赛活动，挖掘一批电商意向学员，培育孵化不低于3名电商带头人。</p> <p>4.开展电商服务站点评选比赛。开展4次优秀电商服务站点评选比赛，并依照站点管理制度进行奖励，鼓励站长向优看齐，促进站点工作良好发展，为实现电商站点市场化运营奠定基础。</p>		
<p>推动农村商贸流通企业转型升级</p>	<p>1.强化农产品营销推广，开展消费促进活动。结合“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌策划营销昭苏县本地农副产品，借助6·18电商节、双十一、双十二、农民丰收节等形式，围绕“牧歌昭苏 天马故乡”公共品牌在县域内开展农副产品类的主题活动不低于1场次，进一步提升县域公共品牌牧歌昭苏 天马故乡的品牌知名度和影响力；整合县域景区资源及景区游客量开展农产品进景区活动不低于1场；为实现更好促销费，推动县域社会消费品零售总额稳步提升，在县域开</p>		

	<p>展消费促进不低于 1 场。通过在项目实施阶段内开展的活动实现累计销售额不低于 3000 万。</p> <p>2. 打造“电商+旅游”的线上线下融合消费场景。依托昭苏县旅游资源，打造线下 O2O 产品体验馆 2 个，提升昭苏产品在线下渠道的品牌影响力，树立起昭苏县产品在游客心目中的地域形象，为游客搭建线上线下融合的消费购物体验平台，强化县域公共品牌。推动农产品展开多元化渠道销售，营造良好的旅游电商销售氛围，丰富旅游产业服务内容；以昭苏县旅游资源为依托，设计打造特色农产品展位不低于 3 个，开展文创产品和农产品集中销售，实现线下销售，线上复购，形成昭苏县 O2O 体验消费进景区，进一步推进产品与本地文化和特色旅游相结合。</p> <p>3. 推进“电商+旅游”有效衔接。设计打造含有昭苏旅游特色的文创产品不低于 20 款，丰富昭苏县旅游产业产品库，提升游客对旅游景区的游览体验；推动本地不低于 10 家餐饮、住</p>		
--	--	--	--

	宿、农产品销售等旅游业相关的企业开展在线订餐、订房、销售农产品等线上服务。		
优化县乡村三级物流配送体系	<p>1. 优化县乡村三级电子商务物流体系基础。购置 4.2 米厢货车 2 辆解决电商、农产品、旅游等产业融合中的商贸流通问题，为 5 个以上乡镇物流站点配备打包机，整合邮政、中通等快递企业资源，优化快递下乡路线，为乡镇居民提供相应的物流配送服务。</p> <p>2. 强化县乡村三级电子商务物流体系管理。在 50% 以上乡村物流站点拓展快递寄送扫码下单服务提升快递寄送服务效率，每年召开 2 次以上各快递企业与物流站点座谈会沟通解决各类问题，每年开展 2 次优秀乡村物流网点评选活动，加强电商中心与各快递公司、乡村物流站点沟通协调，提升快递配送时效和优化配送路线。</p>		
开展农村电商宣传推广	<p>建立昭苏县农村电商宣传推广矩阵，提升县域民众电子商务应用水平，扩大县域农村电商影响力，营造良好电商氛围。</p> <p>1. 加强公开公示与宣传报道。定期更新县政府网站电子商务</p>		

	<p>进农村专栏内容，确保项目建设信息公示公开。发表农村电商推文不低于 30 篇，提炼典型经验做法和发展模式不低于 5 个，至少 1 篇信息被国家级媒体报道、5 篇信息被自治区级主流媒体报道。</p> <p>2. 开展电商诚信企业评选，营造良好电商氛围。由县商工局牵头，县电商公共服务中心举办，开展 2 次电子商务诚信企业评选，依托电商大数据对符合电商相关法律法规和行业自律标准的企业给予表彰，树立电商诚信典型，营造良好电商氛围。</p>		
--	---	--	--

供应商名称：（盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期： 年 月 日

九、供应商认为需要提供的其它资料

依据评标办法，投标人认为需要提供的其他资料。

附件 4

中小企业声明函

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（单位名称）的（项目名称）采购活动，服务的项目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：

注：1、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。

2、如未按上述要求提供、填写，评审时造成的资格审查不通过或价格评审时的价格扣除不予认定等后果，由供应商自行承担。

附件 5

监狱企业声明函

本企业（单位）郑重声明下列事项（按照实际情况勾选或填空）：

本企业（单位）为直接供应商，提供本企业（单位）服务。

（1）本企业（单位）_____（请填写：是、不是）监狱企业。后附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的证明文件。

（2）本企业（单位）_____（请填写：是、不是）为联合体一方，提供本企业（单位）的服务。本企业（单位）提供协议合同金额占到共同投标协议合同总金额的比例为_____。

本企业（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。

供应商名称（盖公章）：_____

日期：_____

说明：非监狱企业，本表可不提供。

附件 6

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。

残疾人福利性单位名称(盖公章): _____

日期: _____

说明:按照《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,残疾人福利性单位仅需提供声明函,不需提供其他证明材料。**非残疾人福利性单位,本表可不提供。**