

国家电子商务进农村综合示范项目 苍南县农村商贸流通体系建设采购服务合同

甲方：苍南县商务局

地址：苍南县人民大道 555 号

乙方：浙江甲骨文超级码科技股份有限公司

地址：杭州市西湖区华星路 99 号东软创业大厦五层

苍南县商务局的国家电子商务进农村综合示范项目苍南县农村商贸流通体系设（CNDL2022197）以公开招标方式进行采购，经评标委员会评定浙江甲骨文超级码科技股份有限公司为成交供应商。甲、乙双方本着诚信及互利互惠的原则，同意按照下面条款和条件，签署本合同。

一、本合同签订依据

《中华人民共和国民法典》

二、合同文件的优先次序

合同文件如存在歧义或不一致则根据以下优先次序来判断：

- 1.合同书及合同补充条款或说明；
- 2.成交通知书；
- 3.承诺书（含询标记录和优惠条款）；
- 4.采购文件；
- 5.投标文件。

三、服务内容

按采购文件要求及投标文件承诺执行。

四、项目周期

服务时间：合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日（如遇国家电子商务进农村示范项目终期绩效考核延期，则运营服务期相应延长，直至考核结束）。

成交供应商须在 2023 年 8 月 1 日前完成第一年度的绩效目标，在 2024 年 8 月 1 日前完成所有项目绩效目标，并通过省级相关部门验收合格。如具体任务完成进度根据国家电子商务进农村综合示范项目中期或终期绩效考核要求需要提前的，中标单位需无条件配合。

五、合同价款及支付方式

（一）合同总价

服务期限内合同总价为人民币叁佰柒拾万圆整（¥3700000）（合同为固定价款包括但不限于本次项目所需的服务、策划、营销、组织、协调、设施建设、设计、推广、宣传、培训、数据收集及上传、货款、基础建设、器材设备、提供相关资料、软件（含升级费）、管理费、相关验收费用、管理费、利润、风险费、保险、税金、技术指导、培训、著作权费、后期服务费、招标代理费、其他费用等完成招标内容及要求所提供的服务过程中涉及的一切费用及风险。）

（二）履约担保

在合同签订后5个工作日内乙方以银行转账/转帐支票/银行汇票/银行、保险公司出具的保函形式向甲方缴纳合同总价1%的履约担保。

采用银行转账、转帐支票、银行汇票形式提交的，应满足以下几个条件：

①应当从乙方基本户转出，如乙方是金融、保险、通讯等特定行业的全国性企业所设立的区域性分支机构的，汇转保证金的账户名称应与乙方名称或其上级机构的名称一致（上级机构指总公司或总公司设立浙江省省级、温州市市级分支机构）；

②履约担保的退还时间：待项目运营期满后且乙方无任何违约行为前提下5个工作日内予以无息退还。

采用保函形式提交履约担保的，应满足以下几个条件：

①为见索即付保函：即在乙方没有实施合同或者未履行合同义务时，甲方不需要出具任何证明和理由，只要看到乙方违约，就可对保函进行收兑。

②保函期限：自合同生效之日起至项目运营期满之日止。

③如果由于服务期延误或保函出具机构要求分期出具保函的，则在前一份保函有效期满之日的1个月前必须重新出具相同内容的保函。

注：以上甲方若因乙方履约担保出具不及时，而造成的全部损失由乙方承担。

（三）付款方式

1. 本项目自合同签订之日起7个工作日内，甲方支付合同总价的30%，即1110000元（人民币壹佰壹拾壹万圆整）作为预付款。

2. 甲方对第一年度的项目进行考核，验收考核全部达标的，支付合同总价的25%，即925000元（人民币玖拾贰万伍仟圆整）改造部分根据第三方专项审计报告结算，如实际发生费用低于投标报价的，则扣回相应合同金额；未达成绩效目标的，根据年度考核得分情况支付相应价款。

3. 甲方对第二年度的项目进行考核，验收考核全部达标的，支付合同总价的25%，即925000

元（人民币玖拾贰万伍仟圆整）；未达成绩效目标的，根据年度考核得分情况支付相应价款。

4. 通过省级相关部门终期绩效考核验收合格后支付合同价款的 20%，即 740000 元（人民币柒拾肆万圆整），并在乙方无任何违约行为前提下 5 个工作日内退还履约保证金。

注：1、本项目的经费由政府拨款，如因政策影响，拨款未能及时到位，乙方不得以此为由而不履行本项目规定的义务。2、本协议的付款以乙方开具等额正式税务发票为前提。3、甲方收到正式税务发票后 7 个工作日内向乙方支付合同款。

5. 合同涉及的所有款项支付到乙方以下指定收款账户，汇入乙方其它任何账户或现金支付均无效；

户名	开户银行	帐号	地址
浙江甲骨文超级码科技股份有限公司	浙商银行股份有限公司杭州余杭支行	3310010240120100177115	杭州市西湖区华星路 99 号东软创业大厦五层

六、质量监管

甲方有权对乙方进行监督管理，具体验收标准详见招标文件，随着政策调整和实际情况，甲方有权对验收细则作出调整和变更，乙方应无条件响应。

七、双方权利义务

1. 甲方协助乙方做好项目的相关工作，在整个过程给予乙方必要的支持。

2. 乙方应根据甲方对国家电子商务进农村综合示范项目苍南县农村商贸流通体系建设（CN DL2022197）的要求和采购文件的相关规定保质保量完成。

3. 若乙方运营服务工作达不到甲方要求，甲方可随时向乙方出具书面整改通知。乙方收到整改通知后 1 个月内仍达不到要求，甲方有权解除本合同，另行选择运营商并追究乙方违约责任和追偿由此造成的必要损失。。

4. 甲乙双方应诚信合作，尽职履约，相互负有及时告知、协助、保密等义务。

八、转包或分包

1. 本合同范围的服务，应由乙方直接供应，不允许转包或分包。

2. 如有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权解除合同，并追究乙方的违约责任。

九、保密条款

乙方对合同内容及履行合同过程中所获悉的属于甲方的且无法自公开渠道获得的文件及资料，应负保密义务，非经甲方书面同意，不得擅自利用或对外发表或披露。违反前述约定的，乙方应向甲方支付

违约金 30 万元；违约金不足以弥补甲方损失的,乙方还应负责赔偿。保密期限自乙方接收或知悉甲方信息资料之日起至该信息资料公开之日或甲方书面解除乙方保密义务之日止。

十、违约责任

- 1.甲方无正当理由拒收服务的,甲方向乙方偿付合同款项百分之五作为违约金。
- 2.甲方无故逾期超过 30 日验收和办理款项支付手续的,对于超过的约定期限,甲方应按逾期付款总额每日万分之五向乙方支付违约金。
- 3.乙方未能如期提供服务的,每日向甲方支付合同总价的千分之五作为违约金。乙方超过约定日期 10 个工作日仍不能提供服务的,甲方可解除本合同。乙方因未能如期提供服务或因其他违约行为导致甲方解除合同的,乙方应向甲方支付合同总价 20%的违约金,如造成甲方损失超过违约金的,超出部分由乙方继续承担赔偿责任。

十一、不可抗力事件处理

- 1.在合同有效期内,任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同,则合同履行期可延长,其延长期与不可抗力影响期相同。
- 2.本条所述的“不可抗力”系指那些双方不可预见、不可避免、不可克服的事件,但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于:战争、严重火灾、洪水、台风、地震、国家政策的重大变化,以及双方商定的其他事件。
- 3.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。
- 4.不可抗力事件延续 120 天以上,双方应通过友好协商,确定是否继续履行合同。

十二、争议及未尽事宜

- 1.关于本合同任何争议,甲、乙双方应协商解决,不能解决的,任何一方均有权向甲方所在地有管辖权的法院起诉。
- 2.本协议未尽事宜或与国家有关法律、法规相悖的,均按国家有关法律、规定执行。
- 3.任何一方就对方针对本合同项下任何条款的违约行为的自动弃权或重复性弃权不应被视为是对下一次针对同一条款的违约行为、或针对其他条款的违约行为的弃权。

十三、合同生效及其它

- 1.本合同一式六份,甲乙双方各执三份。合同自双方授权代表人签字/盖章之日起生效。
- 2.双方履行完合同规定的义务后,本合同即行终止。
- 3.双方来往传真、电报、会议纪要等,经双方认可后均为合同的组成部分,与本合同具有同等法律效力。

4.在履行过程中双方另有特别约定的,按特别约定执行,具体合作事宜应另行协商并签署具体的合同。

5.本协议未尽事宜,双方可协商签订补充协议,补充协议是本协议不可分割的组成部分,与本协议具有同等法律效力。

甲方(盖章):苍南县商务局

授权代表(签字或盖章):

邮政编码:325800

单位电话:0577-68881616

传 真:0577-68881619

联系人:黄定选

联系人手机:18057732185



乙方(盖章):浙江甲骨文超级码科技股份有限公司

授权代表(签字或盖章):

邮政编码:310013

单位电话:4006-822-110

传 真:0571-88166444

联系人:陈靖宇

联系人手机:15988430902



合同订立时间: 2022年 8月 28日

附件：采购内容及要求

1、项目内容及绩效目标

序号	项目内容	进度安排	绩效目标
1	推动传统商贸企业云化改造提升	<p>1. 1、着力培育新模式新业态，推动数字化技术、数字化思维、数字化认知在传统商贸领域的广泛应用，支持农村商贸流通企业数字化、连锁化转型升级；</p> <p>2. 2、推动有条件的商贸中心、专业市场等其他生活服务业场所进行人、货、场云化改造，开展营销推广、品类管理、订单管理等应用场景数字化建设。</p>	<p>1、1. 配备一支具有丰富经验的项目服务团队，人员配备不少于10人。</p> <p>2、2. 推动有条件的商贸中心、专业市场等其他生活服务业场所进行人、货、场云化改造不少于1个。</p> <p>3、3. 开发供销数字化软件平台1套，推动商贸流通企业数字化升级，面向苍南有需求的企业提供服务，项目期内累计入网企业不低于10家。</p>
2	品牌新零售体系建设	<p>1、以建设品牌供应链为切入点，统筹加工、包装、品控、营销、金融、物流等服务，加强品牌和标准化体系建设，拓宽农产品销售渠道；</p> <p>2、基于现有“苍农一品”等区域品牌打造电商区域公用品牌，面向苍南县具有一定产业基础的乡镇，展开“一镇一品”打造，同时选择优质的文创企业和电商运营公司与乡镇结对，乡镇提供产品，文创企业提供设计，运营企业提供后续的电商销售运营团队，通过三者结合，真正落地打造具有“一镇一品”属性的地方产品；</p> <p>3、基于线上精选产品库，挖掘网货爆品，匹配全渠道营销推广体系，致力于打造地方属性显著的专业电商市场，赋予苍南电商服务品牌创新能力，品牌营销从主导型升级为</p>	<p>1. 依托本地现有供应链基础，打造标准化品牌供应链体系，打造不少于10个精选品牌，并统筹协助打造不少于1个产品的品牌标准化体系建设，完成批量销售；</p> <p>2. 打造不少于1个区域品牌，落地不少于4个具有“一镇一品”属性的地方产品；每年开展线上营销活动不低于5场，其中大型线上线下联动品牌策划营销活动不少于2场，通过营销活动产生不少于5000万元线上销售额；</p> <p>3. 每年挖掘不少于10个网货爆品^①，以销量带动声量；每年参与直播电商活动不少于20次，不少于80个直播坑位，助力苍南电商服务品牌赋能；</p>

		赋能型；	
--	--	------	--

①网货爆品指产品在知名电商平台上（如淘宝、抖音、快手）做到行业品类周榜前五，让用户直接感知并形成口碑，成为一个战略性的产品。

		4、拓宽线下销售渠道，发展柔性生产，基于线上消费者数据研究倒逼线下生产经营模式升级。	4. 建立线上数据分析模型，建立数字化区域公共品牌管理系统1套，对纳入电商区域公共品牌的企业进行统一管理。为市场运作提供支持；开拓不少于1个线下销售渠道，给柔性生产创造机会。 5. 通过整体项目实施，每年提升苍南整体网络零售额不低于10亿元。
3	支持商贸流通企业开展产销对接	组织苍南县本地商贸流通企业开展电商资源对接会，产品对接会，电商平台选品会，电商平台营销策划会等各类资源产销对接会，鼓励商贸流通企业对接苍南特色农村产品，营销渠道线上化、多元化升级。	1. 以策划电商资源对接会、产品对接会、电商平台营销策划会等形式的各类资源产销对接会不少于8场，每年引导商贸流通企业新开各种形式电商店铺总计不低于30家； 2. 策划并组织苍南县商贸流通企业参加线上营销活动不少于2场，每场参与的本地商家不少于10家； 3. 每年策划本地商贸流通企业参与直播电商活动不少于20次。
4	下沉供应链体系建设	1、鼓励龙头企业向农村下沉供应链，为农村零售网点等提供集中采购，统一配送，直供直销，库存管理等业务或服务，弥补市场空缺，拉近城乡距离； 2、基于“苍农一品”等精选电商区域公用产品品牌和农村电商服务站点，导入各种下沉电商新业态，打造下沉市场供应与销售体系对接。	1. 对接不少于20款苍南本地特色农村产品进入本地电商平台，本地商超体系或新零售等企业供应体系； 2. 基于“苍农一品”等本地特色品牌，对接龙头企业，建立集采及下沉市场销售体系，对接本地产品不少于20款。 3. 打造苍南县电商区域公用产品品牌，提升网络覆盖面和影响力。

2、验收标准

按招标采购文件、考核办法以及《商务部关于开展电子商务进农村综合示范工作的通知》、《中央财政转移支付资金管理办法》等文件要求，由采购人、上级部门及第三方考核机构统一组织验收。本项目所有验收费用由中标单位承担。

3、考核办法

1. 本项目考核分为2个年度，第一年度考核期间为项目合同签订之日起至2023年7月31日，第二年度为2023年8月1日起至2024年7月31日，阶段性目标以完成情况获得相应评分。如具体任务完成进度根据国家电子商务进农村综合示范项目中期或终期绩效考核要求需要提前的，中标单位需无条件配合。

2. 全年应支付服务费（即结算价）=年度考核得分/100*年度服务费。

3. 考核要求：根据年度考核得分情况，考核为80分（含）以上，采购人按考核得分支付相应价款；考核不足80分或未通过项目中期（或终期）验收的为该年度考核不合格，采购人有权解除合同并没收履约保证金，同时中标单位须全额退还已支付的该项年度运营服务费用。

4. 考核标准及分值权重见以下表格内容：

序号	项目	分阶段项目目标	权重分数	赋分标准
第一年度：				
1	推动传统商贸企业云化改造提升	1. 配备一支具有丰富经验的项目服务团队，人员配备不少于10人。	6	未完成全部扣除
		2. 推动有条件的商贸中心、专业市场等其他生活服务业场所进行人、货、场云化改造不少于1个。	5	未完成全部扣除
2	品牌新零售体系建设	1. 依托本地现有供应链基础，打造标准化品牌供应链体系，打造不少于5个精选品牌；	12	未完成按比例扣除
		2. 打造不少于1个区域品牌，落地不少于2个具有“一镇一品”属性的地方产品；每年开展线上营销活动不低于5场，其中大型线上线下联动品牌策划营销活动不少于2场，通过营销活动产生不少于5000万元线上销售额；	12	未完成按比例扣除（区域品牌打造2分，一镇一品2分，线上营销2分，线上线下联动2分，线上销售额4分）
		3. 每年挖掘不少于10个网货爆品，以销量带动声量；每年参与直播电商活动不少于20次，不少于80个直播坑位，助力苍南电商服务品牌赋	24	未完成全部扣除（网货爆品19分，直播电商活动3分，直播坑位2分）

		能;		
		4. 通过整体项目实施, 每年提升苍南整体网络零售额不低于 10 亿元。	10	未完成按比例扣除
3	支持商贸流通企业开展产销对接	1. 以策划电商资源对接会、产品对接会、电商平台营销策划会等形式的各类资源产销对接会不少于 4 场, 每年引导商贸流通企业新开各种形式电商店铺总计不低于 30 家;	9	未完成全部扣除
		2. 策划并组织苍南县商贸流通企业参加线上营销活动不少于 1 场, 每场参与的本地商家不少于 10 家;	5	未完成按比例扣除
		3. 每年策划本地商贸流通企业参与直播电商活动不少于 20 次。	4	未完成按比例扣除
4	下沉供应链体系建设	1. 对接不少于 10 款苍南本地特色农村产品进入本地电商平台, 本地商超体系或新零售等企业供应体系;	5	未完成按比例扣除
		2. 基于“苍农一品”等本地特色品牌, 对接龙头企业, 建立集采及下沉市场销售体系, 对接本地产品不少于 10 款。	8	未完成按比例扣除
满分:			100	
第二年度:				
1	推动传统商贸企业云化改造提升	1. 配备一支具有丰富经验的项目服务团队, 人员配备不少于 10 人。	5	未完成全部扣除
		2. 开发供销数字化软件平台 1 套, 推动商贸流通企业数字化升级, 面向苍南有需求的企业提供服务, 项目期内累计入网企业不低于 10 家。	5	(软件平台开发 4.5 分, 入网企业 0.5 分)
2	品牌新零售体系建设	1. 依托本地现有供应链基础, 打造标准化品牌供应链体系, 累计打造不少于 10 个精选品牌, 并统筹协助打造不少于 1 个产品的品牌标准化体系建设, 完成批量销售;	12	未完成按比例扣除
		2. 累计打造不少于 1 个区域品牌, 落地累计不少于 4 个具有“一镇一品”属性的地方产品; 每年开展线上营销活动累计不低于 5 场, 其中大型线上线下联动品牌策划营销活动累计不少于 2 场, 通过营销活动产生累计不少于 5000 万元线上销售额;	10	未完成按比例扣除 (区域品牌打造 1.5 分, 一镇一品 1.5 分, 线上营销 1.5 分, 线上线下联动 1.5 分, 线上销售额 4 分)

用数字赋能产业 助区域经济发展

		3. 每年挖掘不少于 10 个网货爆品，以销量带动声量；每年参与直播电商活动不少于 20 次，不少于 80 个直播坑位，助力苍南电商服务品牌赋能；	24	未完成全部扣除 (网货爆品 19 分，直播电商活动 3 分，直播坑位 2 分)
		4. 建立线上数据分析模型，建立数字化区域公共品牌管理系统 1 套，对纳入电商区域公共品牌的企业进行统一管理。为市场运作提供支持；开拓不少于 1 个线下销售渠道，给柔性生产创造机会。	5	未完成按比例扣除
		5. 通过整体项目实施，每年提升苍南整体网络零售额不低于 10 亿元。	10	未完成按比例扣除
3	支持商贸流通企业开展产销对接	1. 以策划电商资源对接会、产品对接会、电商平台营销策划会等形式的各类资源产销对接会累计不少于 8 场，每年引导商贸流通企业新开各种形式电商店铺总计不低于 30 家；	9	未完成全部扣除
		2. 策划并组织苍南县商贸流通企业参加线上营销活动累计不少于 2 场，每场参与的本地商家不少于 10 家；	5	未完成按比例扣除
		3. 每年策划本地商贸流通企业参与直播电商活动不少于 20 次。	4	未完成按比例扣除
4	下沉供应链体系建设	1. 累计对接不少于 20 款苍南本地特色农村产品进入本地电商平台，本地商超体系或新零售等企业供应体系；	5	未完成按比例扣除
		2. 基于“苍农一品”等本地特色品牌，对接龙头企业，建立集采及下沉市场销售体系，累计对接本地产品不少于 20 款。	4	未完成按比例扣除
		3. 打造苍南县电商区域公用产品品牌，提升网络覆盖面和影响力。	2	未完成全部扣除
满分：			100	

注：验收标准以与采购人签订合同时为准，随着政策调整和实际情况，采购人有权对验收标准细则作出调整和变更，成交供应商应无条件响应。