

青岛市政府采购

青岛市文化消费公共服务平台开发建设项目

服务类公开招标文件

(2018-5-31 示范文本)

采 购 人：青岛市文化广电新闻出版局

代理机构：五矿国际招标有限责任公司（公章）

项目编号：ZFCG2018001283

日 期：2018 年 11 月 2 日

目 录

第一章 招标公告	3
第二章 投标人须知前附表	5
第三章 投标人应当提交的资格证明文件	8
第四章 采购需求	10
1. 项目说明	10
2. 服务要求（包括附件、图纸等）	10
3. 商务条件	23
第五章 评标办法	25
1. 相关要求	25
2. 评分标准	26
第六章 投标人须知	34
1. 招标依据以及原则	34
2. 合格的投标人	34
3. 保密	34
4. 语言文字、计量单位、时间单位、投标有效期以及投标费用	35
5. 踏勘现场	35
6. 询问及答复	35
7. 偏离	36
8. 履约担保	36
9. 采购代理服务费	36
10. 招标文件	36
11. 投标文件的组成	37
12. 投标报价	38
13. 投标文件编制要求	39
14. 投标文件的修改、撤回与撤销	39
15. 投标文件加密、上传	39
16. 投标文件的递交	39
17. 投标保证金	39
18. 质疑	40
19. 投诉	41
20. 其他需补充的内容	42
第七章 开标、资格审查、评标、定标	43
1. 开标程序	43
2. 开标	43
3. 评标委员会	43
4. 资格审查、评标程序	45
5. 资格审查	45
6. 评标	46
7. 澄清有关问题	47

8. 定标.....	47
9. 中标公告以及中标通知书	48
10. 不合格投标人或投标无效	49
11. 废标.....	49
12. 特殊情况处置程序	49
13 违法违规情形	50
14. 违规处理	50
第八章 纪律要求	52
1. 对采购人的纪律要求	52
2. 对投标人的纪律要求	52
3. 对评标委员会成员的纪律要求	52
4. 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求	52
第九章 签订合同、合同主要条款	53
1. 签订合同	53
2. 追加合同金额	53
3. 服务质量与验收	53
4. 合同主要条款	53
第十章 投标文件格式.....	58

第一章 招标公告

一、招标人：青岛市文化广电新闻出版局

地址：青岛市市南区大学路 7 号

联系方式：0532-82882679

采购代理机构：五矿国际招标有限责任公司

地址：青岛市市南区银川西路 67 号（青岛国际动漫游戏产业园）B 座 211

联系方式：0532-88917677

二、项目名称：青岛市文化消费公共服务平台开发建设项目

采购项目编号：ZFCG2018001283

预算金额与最高限价：本项目预算金额为 3430600.00 元，其中：第 一 包 3430600.00 元。

本项目最高限价为 2927200.00 元，其中：第 一 包 2927200.00 元。

投标人资格要求：

5.1 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定，并能合法提供本项目所需服务内容。

5.2 供应商通过中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）、“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“信用山东”网站（www.creditsd.gov.cn）<<http://www.creditsd.gov.cn>>及“信用青岛”网站（credit.qingdao.gov.cn）查询，未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人、政府采购严重违法失信行为记录名单。

5.3 自磋商公告发布之日前三年内无行贿犯罪等重大违法记录。

5.4 本项目不接受联合体形式参与磋商。

三、项目概况：

充分利用网站、电商、政务通 APP 等互联网技术和社群运营推广宣传手段，打造一个综合性文化消费公共服务平台。同时，按照国家文化消费试点城市的要求，探索互联网时代的文化消费促进路径，形成既符合国家文化消费促进政策，又能广泛引导文化消费、推进精准文化消费，促进青岛文化产业发展，形成具有青岛特色的智慧文化消费新模式。基础平台建设包括文惠卡子平台、信息发布管理子平台、电商子平台、支付子平台、社群云子平台、数据交互子平台、用户交互子平台、数据分析子平台等，

以及创意、视觉、内容编辑和制作、渠道等方面，进行全方位建设，以形成一个全方位涵盖文化消费的平台。

四、公告媒介：

1. 招标公告在全国公共资源交易平台（山东省青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统（<http://ggzy.qingdao.gov.cn>）上发布。
2. 招标公告在中国青岛政府采购网（<http://zfcg.qingdao.gov.cn>）上发布。

五、获取招标文件：

开标时间前在全国公共资源交易平台（山东省青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统（<http://ggzy.qingdao.gov.cn>）本项目招标公告页面免费下载招标文件。代理机构不再发售纸质招标文件。

六、公告期限

招标公告发出之日起 5 个工作日。

七、投标文件递交：

投标人应当在投标截止时间前，通过【青岛市公共资源投标文件制作工具】上传投标文件。

八、投标截止时间、开标时间及地点：

投标截止时间、开标时间： 2018-11-15 14:00

开标地点：青岛市市南区香港中路 19 号公共资源交易中心 210（资格预审室）

九、招标项目联系方式：

联系人（招标人）：李守相

联系方式：0532-82882679

联系人（代理机构）：董大伟 宋绍玲 刘洋

联系方式：0532-88917677

第二章 投标人须知前附表

序号	条款名称	编列内容
1	采购人	青岛市文化广电新闻出版局
2	采购代理机构	五矿国际招标有限责任公司
3	项目名称	青岛市文化消费公共服务平台开发建设项目
4	分包情况	详见招标公告
5	资金来源以及资金构成	财政 100%
6	是否接受联合体投标	<input checked="" type="checkbox"/> 不接受 <input type="checkbox"/> 接受
7	投标有效期	自投标截止之日起 <u>90</u> 个日历天。
8	踏勘现场	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织，自行踏勘 <input type="checkbox"/> 组织
9	履约保证金	<input checked="" type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 需要
10	采购代理服务费支付	<input type="checkbox"/> 招标人支付 <input checked="" type="checkbox"/> 中标人支付 代理费：30000 元 <input type="checkbox"/> 无需支付
11	构成招标文件的其他材料	/
12	招标文件的澄清和修改	招标文件的澄清和修改内容详见青岛市政府采购网（ http://zfcg.qingdao.gov.cn ）及全国公共资源交易平台（山东省•青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统（ http://ggzy.qingdao.gov.cn ）本项目招标公告页面，投标人应密切关注上述公告页面的最新澄清信息。澄清和修改一经发布，视为投标人已收到。
13	投标截止时间	详见招标公告。
14	招标文件的质疑	招标公告公告期限届满之日起 7 个工作日内提出。
15	是否允许递交备选投标方案	<input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 允许

16	投标报价的范围	含税全包价。
17	投标报价的次数	本次投标报价为一次不得更改报价，投标人只有一次报价的机会。投标报价（即开标报价）不得有选择性报价和附有条件的报价，且不得高于预算金额或最高限价。
18	投标报价的方式	投标总报价（元）
19	投标保证金的交纳	<input type="checkbox"/> 不需要交纳 <input checked="" type="checkbox"/> 需要交纳 1. 金额：人民币 <u>陆万元整</u> （¥60000 元） 2. 缴纳截止时间，同投标截止时间。保证金缴纳账户信息请登录全国公共资源交易平台（山东省 青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统（ http://ggzy.qingdao.gov.cn ）本项目招标公告页面点击“获取虚拟账号”。 3. 投标保证金的交纳单位必须与投标人名称一致； 4. 交纳形式： 4.1 以银行电汇形式交纳的投标保证金须从其基本账户转出，以到账时间为准； 4.2 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交纳的须开标现场提交。 5. 联合体投标的，投标保证金由牵头人交纳。
20	投标文件编制	投标人使用【青岛市公共资源投标文件制作工具】编制电子投标文件。
21	投标文件签章	在招标文件的第十章投标文件格式的附件中标示的“公章”“印章”处，分别签单位公章、个人印章。操作详见“青岛市公共资源交易电子服务系统> 首页> 下载中心> 系统使用指南> 电子签章操作说明”。
22	投标文件加密、上传	通过【青岛市公共资源投标文件制作工具】上传时，系统通过投标人当前使用的 CA 数字证书自动加密电子投标文件。 电子投标文件上传成功后，系统出具上传凭证，投标人可以下载保存。
23	投标人签到及电子投标文件解密	支持网上远程开标，投标人无需到现场参加开标会。若到现场开标，应携带上传投标文件的 CA 数字证书及可登陆互联网的电脑设备以确保网上开

		<p>标。开标注意事项详见“青岛市公共资源交易电子服务系统>_首页> 下载中心> 系统使用指南>电子投标开标注意事项”</p> <p>1. 投标人在线签到：在投标截止时间前 1 小时内通过 CA 数字证书进行在线签到，未在线签到的投标无效。</p> <p>2. 投标人接到解密提示后，应当在规定时限内通过 CA 数字证书对电子投标文件开始解密。</p>
24	开标时间及开标地点	详见招标公告。
25	评标委员会	评标委员会共5人，其中：采购人代表1人，评审专家4人
26	评标方法	综合评分办法
27	是否授权评标委员会确定中标人	是 确定 1 个中标人，中标结果在青岛市政府采购网及全国公共资源交易平台（山东省 青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统公告，公告期限为 1 个工作日。
28	其他需补充的内容	
28.1	书面形式的定义	数据电文形式与纸质形式的招标投标活动具有同等法律效力。数据电文形式包括文字的打印或复印件、传真、信函、电传、电报、电子邮件等可以有形表现所载内容的电子文档，青岛市公共资源交易电子服务系统及青岛市政府采购网发布的招标公告、招标文件及发出的澄清、答疑、变更等各类公告。
28.2	电子签名	可靠的电子签名与手写签名或者盖章具有同等的法律效力。电子签章是电子签名的一种表现形式，利用图像处理技术将电子签名操作转化为与纸质文件盖章操作相同的可视效果。
28.3	分包和非主体、非关键性工作	<input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 允许
28.4	监督和管理	本次招标投标活动以及相关当事人应当接受财政部门依法实施的监督和公共资源交易综合管理部门的管理。
28.5	其他需补充的内容	/

第三章 投标人应当提交的资格证明文件

资格证明文件目录

序号	证明材料名称	提供形式	备注	必须提交
1	营业执照	电子文档	营业执照	是
2	信用查询	电子文档	“信用中国”网站 (www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网 (www.ccgp.gov.cn)、信用山东 (www.creditsd.gov.cn) 查询, 未被列入失信 被执行人、重大税收违法案件当事人、政府采 购严重违法失信行为记录等名单的查询结果页 面截图并加盖投标人单位公章	是
3	近三年在经营活动中没有重大 违法记录的书面声明	电子文档		是
4	无行贿犯罪查询证明文件	电子文档	无行贿犯罪记录证明须在中国裁判文书网 (wenshu.court.gov.cn) 查询并截图加盖投 标人公章(查询内容: 供应商人、法定代表 人、项目负责人) 及书面承诺(格式自拟)。 查询方式: 登陆中国裁判文书网, 输入当事人 (个人或单位), 点击高级检索选择按钮, 案 件类型选刑事案件, 文件类型为判决书, 案由 为刑事案由-贪污贿赂-行贿(如个人)/单位 行贿(如单位)。	是
5	政府采购诚信承诺书	电子文档		是
6	财务状况报告	电子文档	财务状况报告(银行资信证明或 2017 年度财 务审计报告)	是
7	缴纳税收和社会保障资金的相 关材料	电子文档	缴纳税收和社会保障资金的相关材料	是

资格证明文件备注:

开标时，必须提交的证明材料未提交或提交不全的视为资格审查不合格。

(1) 缴纳税收的证明材料是指投标人税务登记证（或统一社会信用代码营业执照）和参加政府采购活动前一段时间内缴纳税收的凭据。缴纳社会保障资金的证明材料是指参加政府活动前一段时间内缴纳社会保险的凭据（专用收据或社会保险缴纳清单），其他组织和自然人也需要提供缴纳税收的凭据和缴纳社会保险的凭据。依法免税或不需要缴纳社会保障资金的投标人，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。

(2) 投标人的资格证明材料应当真实、有效、完整，字迹、印章要清晰。

第四章 采购需求

1. 项目说明

1.1 本章内容是根据采购项目的实际需求制定的。

1.2 本项目共分为 1 个包进行招标。投标人所报价格应为含税全包价，包含提供相关服务的所有费用，合同存续期间采购人不额外支付任何费用。

1.3 属于信息网络开发服务的，投标人中标后应向采购人提供源代码以及文档等技术资料。

2. 服务要求（包括附件、图纸等）

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
1	一、惠卡子平台	总体要求	针对不同人群，文惠卡提供实体卡和电子卡。一张文惠卡完整的生命周期包括申请、市民认证、生成、颁发、变更、作废等过程。需要提供一套可以结合文惠卡整个生命周期过程对文惠卡进行管理的系统。同时，为各业务系统提供统一的对接集成服务，实现文惠卡生成、管理与业务系统的无缝对接，管理文惠卡交易明细、文惠卡积分明细。	套	1
			文惠卡数据库：描述文惠卡的详细信息，内容包括：文惠卡号、姓名、身份证号码、初始积分、剩余积分、有效期等		
			文惠卡会员交易数据库：姓名、身份证号码、文惠卡号、购买商品名称、购买商品价格、实际支付费用、实际享受补贴折扣额度、消费文惠卡积分额度		
2	信息发布管理平台	总体要求	内容生产的主要功能模块包括：实现内容的全方位整合和多终端覆盖，实现对音视频、文字、图片、多媒体素材等内容管理的基础子平台，实现项目内容端的信息发布管理。集网站、微博、微信等管理与一身，系统基于消息触发技术的页面生成技术，将数据内容及时的同步到网站，保证内容及时有效更新。具备专题管理、用户留言、评论管理、检索系统、权限管理、评论管理、可视化 H5 页面模块、任务计划管理、支持与微信微博互动、移动采编、手机版网页模块。系统实现一键多屏、一键多终端的发布机制，发布内容自动适配各终端方便浏览。	套	1
		内容管理系统	支持在线编辑器、撤稿中心、图片管理、视频管理、发布库，具备用户管理、站点管理、栏目管理、稿件管理、 workflow 管理、内容标签管理、日志管理、站点地图管理、工作量统计分析等功能。用户管理，对角		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			<p>色、操作权限和操作范围实现灵活管理，可记录个人工作提示和全流程情况、统计数据实时回流反馈。</p> <p>支持聚合栏目、虚实栏目的栏目管理功能、活动度查看功能、定时发布功能、支持栏目模板关系、栏目与其他页面引用关系查看功能。</p> <p>支持同一稿件多个标题的制作功能，支持资讯内容对热点的推送、热度的排行、热门的关注对内容进行推荐，支持内容编辑器内的一键转载资讯与定向搜索提取资讯。</p> <p>要求符合工作流的国际标准，具备主动、被动两种工作流驱动模式的管理，支持流程与栏目的挂接功能，在流程过程中要求支持稿件内容、稿件显示位置的审核、修改功能。</p>		
			<p>可视化内容编辑。支持 HTML 内容的可视化编辑，支持热字、敏感字、关键字功能。支持图文混排，支持图片的水印、缩略图、抽线压缩、剪裁大小等编辑功能。支持图片组图管理功能，实现图片批量编辑内容说明。支持标题图片功能。支持与视音频发布系统无缝衔接，实现文字、图片、流媒体的混合编辑。支持大文章手动的分页功能。支持标题、副题、引题、长短标题、图片标题功能。支持作者、来源、关键字、摘要、编辑等稿签信息的设定。支持复制粘贴的垃圾内容过滤，但保留与 HTML 兼容的格式信息。支持自动格式化、去除格式的功能。支持清除冗余 HTML 代码功能。支持符号转换功能。支持表格的所见即所得的可视化制作功能。支持任意格式的附件功能，包括多媒体、Flash、文档、文件等。支持相关稿件插入。支持操作撤销功能。</p>		
			<p>发布管理。具备整合发布、页面分发、页面区块管理、网站结构管理。要求具备按规则自动整合功能，同时具备编辑干预的功能。支持支持 FTP、SOCKET、广播等动的分发方式，适用于 Internet 的分发。支持急稿通道，要求支持嵌套分发功能，支持分发进度的监控功能，支持页面区块的分组、嵌套发布，提高系统发布效率。支持一次操作同时生成多屏内容，包括 PC 页面，PAD 页面，手机页面。支持根据访问设备进行多屏之间的自动跳转。支持动静内容嵌套发布。</p>		
			<p>动态、静态生成发布。支持栏目页动态发布、内容增量式发布、支持批量发布功能。能够支持 XML、HTML、WML、JavaScript、TXT 等格式内容的生成，支持 Unicode 编码的数据流。支持自动识别页面外链对象，如图片、脚本、音视频等，并能自动的传递外链对象到分发系统，便于外网页面的完整性。支持远程</p>		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			<p>监控方式，便于管理、查看进度。</p> <p>模板管理。实现模板树形管理，能够满足当前内容网站的所有显示效果要求。采用内容与表现形式分离的技术，实现模板功能，采用插件方式，能够与主流的网页制作工具（Dreamweaver）融合，实现外挂式的模板制作功能。支持 XHTML 规范，能够制作 XML 模板、支持 WML 格式。</p> <p>专题制作。采用 B/S 方式制作专题模板，编辑可以选用、修改专题模板的框架组织、风格样式等，能够修改专题模板中的多种专题属性，支持专题结构的复制、专题模板的自动关联功能。关联栏目的内容快速填充。专题具备不同浏览视图，发布管理和浏览。与栏目内容和权限挂接的方便专题权限管理功能。</p> <p>接口管理。提供丰富的接口，采用 Webservice、API、HTTP、XML 等技术，提供的数据的查询、写入与导出功能，实现与其他应用系统的衔接。要求实现与 APP 产品的统一管理，支持本地 APP 系统对接管理，支持对接外部第三方 APP 系统。</p> <p>支持 APP、腾讯微信公众号、微博平台无缝融合的内容管理。实现栏目、模板、专题、稿件、样式、文章素材、链接、排序、稿件优先级、权限、图文消息、数据回流、互动的综合管理。</p> <p>性能需求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 发稿量达到 3000 篇/日以上 2. 稿件发布速度在 10 秒以内 3. 满足 20 名以上网站编辑同时工作 4. 支持双机热备份方式，保证系统高可用性 5. 采用触发式，实现实时启动、异步生成的低耦合度设计，提高系统的性能，并支持分布式部署。采用信息片、二级缓存等技术，保证系统的扩展性、高效率。采用多线程技术，以多任务的方式来生成页面，保证页面的生成效率，充分利用和发挥硬件的性能 		
		大规模评论系统	<p>支持网页版、手机网页版、APP 端全通路的评论管理和互动，管理员通过互动管理功能以标签插入化方式引入评论，同时管理读者通过客户端对各文章的评论。除常用评论功能外，评论需通过审核才可发布。支持用户对评论进行评论。针对指定资讯可实现关闭评论。</p> <p>评论系统后台展示用户评论列表，区分为已审核和未</p>		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			审核两种状态。		
		互联网和社交媒体抓取	支持主流互联网网站内容的抓取和转载，可实现站点配置，批量抓取互联网发布最新内容。支持稿件、组图的抓取。支持对广告，广告链接的过滤。支持微信公众号稿件的抓取		
		站内检索系统	支持对站内稿件的全文以及高级检索功能。		
			采用关键字中文分词技术，满足网友快速搜索、多条件高级搜索功能、多站点搜索功能、搜索相关度排序功能、多关键词搜索功能、渐进式检索、相关关键词功能、检索框关键词提示功能。支持后台管理功能、后台检索功能、支持索引动态更新		
			性能需求 1. 与内容管理系统无缝衔接，实现索引的实时同步更新。 2. 近线数据毫秒级响应，历史数据 3 秒之内响应。		
		系统管理需求	可实现用户多级管理，使用分级授权方式逐级下放管理权，管理范围包括人员权限，组织架构，流程管理等。支持层次化的组织机构管理，提供基于角色和编辑组的用户管理模式。支持单个用户多角色，支持角色的授权管理。支持细粒度的权限分配以及管理，对栏目库、原稿库、操作、分类都可以分别授权控制，通过角色来对具体的资源进行授权。能够提供符合个人习惯的内容展现方式。可以方便的管理、配置各文档类型的各种流程，业务全流程自定义，在不停机、不影响业务的情况下，管理员可以自由定义业务流程。支持文档类型可定制，用户可根据需要自行增加数据库字段。系统支持列表的定制功能，可自定义列表的显示顺序和字段。系统支持表单定制。需提供平台级产品，支持二次开发功能，根据需要可自行添加功能，并注入到系统中。		
3	电商平台	总体要求	<p>整合多方文化企业和文化产品服务，统一数据独立展现，全渠道覆盖消费者。通过会员、商品、订单、财务等管理系统，对线下线上多渠道文化产品服务进行统一管理。入驻文化企业可自行管理商品、订单、仓储、物流、售后服务、营销推广等业务，定期与平台进行财务结算，入驻企业通过平台流量、资源、营销服务等优势，强化自身品牌知名度，提高交易转化率。</p> <p>支持网站和触屏 H5 两种显示方式，用户以搜索方式、分类方式、规格属性筛选方式查找商品，系统提供丰富的运营促销方式功能。子平台提供商品服务、</p>	套	1

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			<p>交易服务、商家服务、会员服务、统计服务，实现商品展示、购买流程、售后服务、统计报表、系统日志，详细的数据统计，包括行业分析、会员统计、店铺统计、销量分析、商品分析、营销分析、售后分析。</p> <p>模块化结构可以方便进行集群化部署、动静分离和动态节点扩容，并且可以根据需要扩展成基于服务的分布式架构，支持多级缓存的使用可以有效提高系统的响应速度和负载能力。</p>		
			支持 PC 电脑和手机触屏版		
		店铺管理	店铺管理。管理商城所有店铺信息，管理签约、审核、分佣比例、品牌申请、店铺的等级、店铺分类、店铺装修、店铺导航、店铺动态、管理店铺动态及评论信息、店铺的帮助文档等		
		商品管理	商品管理。包括商品分类管理、商品品牌管理、商品类型管理、商品规格管理、商品发布：对所有商品、违规下架商品、待审核商品进行商品管理，进行在售中商品的下架、编辑、删除、设置广告词、设置关联板式等操作。		
		交易管理	交易管理。管理用户所有与订单相关的信息。根据订单信息、时间、金额和状态可进行查询、查看、取消订单和确认收货等操作。包括订单管理、退款管理、退货管理、管理店铺咨询信息、举报管理、评价管理、投诉管理、发货管理、快递单和运费管理、客服消息。还有交易积分中心，可以管理积分礼品、礼品兑换等。		
		统计	统计。设定订单金额区间及商品价格区间，便于相关统计可进行添加、删除操作。对平台整体交易、会员、店铺、商品等进行概述性的统计。包括行业分析、会员统计、店铺统计、销量分析、商品分析、营销分析、售后分析、统计店铺整体的经营概况、商品分析、运营报告、行业分析、流量统计、结算管理		
		运营管理	运营管理。管理卖家发布的活动管理，包括限时折扣活动、满即送活动、优惠套装活动等，推荐展位管理、代金券管理、结算管理、兑换礼品、平台客服咨询、支持平台充值卡、推荐的品牌、品牌按照类别分类、分类下的所有品牌列表等与运营有关的功能		
		买家中心	个人中心包括设置个人信息、兴趣标签以及更换头像。个人积分、收货地址、个人代金券、个人经验值、个人交易订单、个人帖子、个人足迹、个人圈子和好友以及好友动态、个人交易评价/晒单、个人收藏、个人投诉和个人回收站等。显示用户分享的商		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			品、店铺和个人买家动态信息。显示用户发布的话题和用户加入的圈子。		
			支持购物车，支持客户服务管理，包括退款及退货、交易投诉、商品咨询、违规举报、平台客服、聊天记录。管理会员级别、经验值管理、积分、预存款、会员相册。支持支持站内信方式用户通知。		
		商家中心	支持对商家管理，包括账号列表、账号组、账号日志、店铺消费明细，查看商家信息、店铺及商品提示、交易提示、单品销售排行、供应商入驻、平台联系方式、销售情况统计、店铺运营推广。支持平台发起活动，商家参与的促销活动		
4	支付子平台	总体要求	通过建设支付平台，实现文惠卡积分消费和管理，提供金融行业级别交易数据安全，实现商户和消费者交易数据对账系统， 1. ★支持线下商户 POS 机，支持实体和电子文惠卡，使用银联卡、现金、支付宝、微信方式支付。支持线上聚合码支付，线上支持银联卡、支付宝、微信方式支付。线上线下交易时自动扣减文惠卡积分，享受文惠卡折扣。文惠卡用户主数据库建设在支付系统中，记录文惠卡用户数据、积分数据、消费流水明细等。 2. 支持积分账户开通，进行文惠卡开卡同步，包含卡号、用户身份信息、初始化积分、开卡时间等信息、文惠卡预付卡。 3. 负责对用户身份证号进行认证，确保是真实身份。 4. 提供企业对账平台，方便交易数据查询、导出、分析；	套	1
		商户用 POS 客户端 APP	商户用 POS 客户端 APP 实现安装在 POS 机上为商家服务的 APP，包括商户签到、银行卡接口、移动支付接口、消费撤销、银行卡余额查询、扫码识别文惠卡、文惠卡实体卡识别、积分余额查询、消费时文惠卡积分抵扣、文惠卡积分撤销。★移动支付接口：差额交易。持卡人选择银联卡二维码/微信/支付宝补差额时通过终端程序调用的银联二维码/支付宝/微信接口消费。★扫码识别。通过识别文惠卡二维码，解决市民忘带实体卡问题，实现了线上识别线下消费模式。★实体卡识别。通过卡槽进行刷卡，读取并识别市民积分权益。		
		对账平台	包括财务总报表、财务月报表、营业汇总报表、时段销售报表、商户营业汇总、会员交易流水、个人报表、实时销售流水、实时时段销售、历史销售流水、历史时段销售、历史商户销售、商家交易对账、财政资金审计模块		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
		其他	1. 含 5 万张实体卡制卡费 2. 含金融终端通讯费，用于 POS 机网络通信的电信 SIM 卡，150 张 3. 含金融终端打印卷纸并免费配送	宗	1
5	社群云平台	总体要求	通过文化消费活动，集聚和扩大青岛文化消费群体。通过社群云管理，可以掌握青岛文化消费大数据；消费者可以在社群云上分享文化消费体验，培养文化消费习惯，结识兴趣相投的用户等，形成一个庞大的良性的文化消费生态圈。 社群云平台突出以用户为中心，支持 WEB、APP、微信多端访问，以活动为纽带，鼓励用户生成内容（UGC），通过交易、分享、心得、评论、点赞、通知和深度挖掘，随时互动，为用户提供多样化、细分化、场景化的一体化产品和服务网上论坛、贴吧、问答、文库、圈子、用户空间，关注用户、邀请朋友，与用户轻松建立连接。 支持 PC 电脑和手机触屏版	套	1
		论坛功能	1. 支持论坛多级分类，无分类时，则不显示该区域 2. 支持推荐论坛、个人论坛，点击可进入相关的论坛 3. 支持论坛列表：可以按分类就行论坛列表进行过滤，显示所有启用的论坛列表 4. 支持创建论坛：可以输入分类、论坛名称、描述、论坛 logo、论坛管理员、帖子分类等操作 5. 支持编辑、删除论坛和帖子 6. 支持用户关注论坛 7. 论坛详情显示：所有发布的帖子 and 分类，可以按照发帖时间、回帖时间、分类、推荐查看帖子，显示论坛管理员，显示发帖人的头像、昵称、发帖时间 8. 帖子详情：发帖人头像、昵称，发帖时间，帖子内容支持文字、图片、附件，支持手机查看，显示回帖数量、内容，显示阅读数量，支持管理员加精、置顶操作 9. 支持发帖人和管理员编辑、删除帖子 10. 支持全站、论坛内搜索帖子		
		投票	1. 发起投票支持：输入投票标题，选择投票类型（文字或图片），支持添加多个选项，支持单多选，支持输入文字图片类的投票描述，支持设置投票时间段 2. 投票详情页可以查看：标题、发布时间、阅读数、回复数、投票描述、发起人信息（包含头像、昵称等）、投票截止日期 3. 投票状态包含：投票、已投票、未到投票时间、查看投票结果 4. 支持用户对投票进行评论：可以输入文字评论内容 投票结果：可以查看到具体每一项的投票百分比、投票数量、投票名单，投票名单可以列出具体的投票人		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
		活动	1. 只有管理员可以发起活动 2. 活动可以输入的内容包含：活动标题、活动地点、活动时间、活动人数、报名截止时间、最多可报名人数、活动海报、活动分类、活动详情 3. 支持活动地址关联的百度地图 4. 活动的列表要包含：分类、地区、时间的筛选项 5. 活动详情页面要包含：活动地点，点击可以查看地图；活动详情描述，要包含文字、图片； 6. 活动的状态要包含：我要报名（可以报名的）、已报名、报名人数已满、点击取消报名、报名已截至、活动已结束 7. 管理员可以推荐、删除、编辑发布的活动 8. 报名信息要包含：姓名、参与人数、手机号、邮箱等 9. 活动发起者可以查看报名信息，可以对报名的人进行审核，可以导出 excel 格式的表格，可以对报名信息进行修改 10. 可以批量对报名信息进行：通过审核、不通过审核、删除操作		
		问答	1. 支持：答题悬赏、匿名提问、编辑问题、删除问题、回答问题 2. 提问要支持：问题描述、问题补充说明、标签、设置答题悬赏金额、是否匿名提问 3. 问题页面要包含：问题的状态、问题的详细描述、对问题点赞取消点赞、评论、编辑、删除，可以按照时间顺序、投票顺序显示回答 4. 问题分类支持：最新发布的问题、待解决的问题、高悬赏的问题、精华问题 5. 问题可以：回答、收藏、分享、评论 6. 回答可以：点赞、评论、编辑、删除、设置最佳答案 7. 可以根据标签展示问题，问题要标识状态（最新、待解决、高悬赏、精华）问题的状态要包含：已解决、未解决		
		圈子	每个人可以这对某个话题发起圈子。设置圈子开关状态、圈子名称、LOGO、创建新圈组开关、发布/回复话题开关、设置头衔名称、所需经验值，也可以添加参考头衔等。可设置圈子超级管理员。支持圈子首页、圈子管理、圈子分类管理、圈子话题管理、圈子成员管理、圈子举报管理、圈子首页广告。可以设置圈子的名称、是否推荐、开关状态，还可以对圈子分类进行新增、编辑或删除操作。		
6	数据交互平台	总体要求	根据国家“互联网+政务服务”试点示范工作要求，根据省政务信息系统整合共享工作要求，与省级文化惠民消费云服务平台实现整合对接和数据交换。根据青岛市政务信息系统整合共享工作要求和政务服务市级业务需求，实现与市级政务服务平台、政务信息资	套	1

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			源交换平台等相关信息系统对接，按需开展数据交换和应用互联。 结合文化消费信息采集和共享应用需求，实现与各文化签约商户业务办理系统的对接。		
		接口	1. ★根据青岛市政务信息系统整合共享工作要求和政务服务市级业务需求，接入市政府统一市民认证，接入政务通 APP 2. 根据省政务信息系统整合共享工作要求，与省级文化惠民消费云服务平台实现整合对接和数据交换 3. 接入文化签约单位商品和服务信息的数据接口，包括且不限于电影院线、图书、演出剧院。 4. 平台需要的其他接口。		
7	用户交互平台	总体要求	用户使用的系统全部归入用户交互平台中，其中包括网站、触屏端、微信公众号、微信小程序、政务通 APP 内应用，用户交互平台将文化消费公共服务平台中信息发布管理子平台、电子商务子平台、支付子平台、文惠卡子平台、社群云子平台、数据交互子平台等 6 大基础平台的数据，展示在网站、触屏端、微信、政务通 APP 内应用中。 根据用户行为与用户互动，为增加粘度，需满足用户在微信和政务通 APP 中及时获得个性化的通知的功能。	套	1
		网站	1. 支持电脑和触屏版。以信息发布管理子平台为基础，融合文惠卡子平台、电商子平台、支付子平台、社群云子平台、数据交互子平台中与市民交互功能部分，建设一体化网站 2. 文化消费政策和资讯发布查询、文化消费活动发布更新、青岛市文化成果展示、青岛旅游。专有板块展示青岛市政策、活动、文化成果。3、区市联动式文化惠民；从 PC 主端到其他各端一键联接。通过建设文化社群、自媒体，提高社群对青岛市文化消费综合服务平台的认知度和认可度。引导市民用财政补贴积分消费文化产品。消费指南：分类推荐热闹文化消费活动和剧目，音乐会、话剧、戏剧曲艺、歌舞剧、音乐剧、儿童剧、其他以及各类活动和剧目的预告等。		
		政务通 APP 内应用	按照政务通 APP 具体接入技术要求。 包括网站内容。 包括电商功能。包括个人中心、商品展示模块、商户展示模块、搜索功能、商品收藏、购物车模块、下单购买模块、支付模块、商品分享点评模块、在线客服模块、消息推送模块、订单管理模块、账户管理模块。 包括社群云功能。圈子列表、圈子话题、帖子列表、		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			活动列表、用户帖子列表、一键分享、发帖、回帖、评论、收藏、发布活动、邀请朋友、找朋友、问答、收发消息。发现功能实现热点话题和事件。根据事件关键字和各个事件的相关度，判断和显示相关热点。汇总各类文化消费中与用户互动相关的消息广场。		
8	数据分析子平台	总体要求	<p>数据分析子系统要围绕平台的建设目标，通过交易分析和行为分析，需要能够监控各子系统和 App 的运营情况，为各子系统持续改进提供数据支持，为各子系统设计提供科学的依据，最终改进各子系统的用户体验，扩大建设运营的平台的的影响力。通过数据分析子系统得知访问量变化的原因，得知具体业务的到达情况，某一业务操作流程设计是否合理，某一特定的推广活动是否达到了预期的目标，某一页面的布局是否合理等等。实现私有化部署、无埋点部署、用户分群、电商交易分析、甄别优质渠道、页面体验优化、实时数据分析、用户会话分析视频重现。</p> <p>★数据分析子平台需要本地化部署。</p>	套	1
		网站访问内容分析	支持任意定制和设定网站的频道、栏目的访问情况，并进行分析；支持分析任意的时间、总的页面数/访问数/会话数/唯一访问数等，以及平均访问，最高访问，上周访问，昨日访问等结果；支持最多/最少被访问的页面、最多访问路径、最多访问的资讯、最高访问的时间、最多访问的动态页面等分析；支持同时管理多个子站的数据，并可单个分析和汇总各个子站点的分析结果，支持多用户权限分配；支持对网站数据进行树状结构查看和管理，并可得到多级栏目的分析结果；分析访问者浏览量、访问频率、停留时间、忠诚度、跳出率；支持浏览者信息分析，分析访问者的来源身份统计、访问者使用的浏览器/操作系统分析、访问者来自的页面或网站、来自的 IP、以及访问使用的搜索引擎；能按月、周、日生成总流量统计，独立的 IP 数、独立的用户数，通过图表分析能够直观形象地反映流量变化趋势；按照访问者访问页面的点击比率统计情况统计最受欢迎的页面，栏目，专题，生成相应的热点资讯排行		
		用户属性统计分析	了解用户的来源站点，以及具体的来源页面，可以对用户的来源进行细分；绘制全国地区访问时间分布图，细分为国家，省份，城市和区县等四级数据；提供操作系统，浏览器类型，最佳视觉范围，显示器分辨率、色彩，客户端语言等的访问数据		
		用户访问	支持跟踪网站用户中的注册会员和非注册会员的访问数据，对注册会员进行深度挖掘，支持注册会员的定		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
		行为分析	向营销。页面级别用户访问流程跟踪，对效果进行评估；表单级别用户填写流程跟踪，可对表单的流程以及可用性进行评估；针对特定的事件进行跟踪，跟踪用户是点击网站内的哪一个外部链接离开网站的；可以了解手机用户感兴趣内容；对用户的访问行为提供回访者，浏览量，访问属性，跳出率，回访次数，回访天数，访问深度，访问时长，停留时间等关键统计数据；支持网页的点击热点图，网页每个区域、每个链接的点击量，点击百分比；用户在视觉范围内看到的网页有效范围的百分比		
		搜索引擎分析	这次对搜索引擎按照关键字及流量进行分类；按照来源关键字汇总、搜索关键字汇总、关键字分类、站内关键字、关键字的关联性分析用户搜索的习惯，寻找潜在的关键词；支持竞价广告优化服务，能够提供基于小时粒度的最优投放方案，并与搜索引擎等营销平台对接实现全自动投放，优化和节省大量投放成本和人力成本。		
		网络营销效果分析	支持媒介/广告综合价值分析，包括省份、展示数、点击数、推荐数、推荐率、转化数、转化率、费用、平均浏览、平均停留、跳出率、新访客率、深度细分等维度数据； 精确到中国国内每个省的展示数、点击数、推荐数、推荐率、转化数、转化率，更容易对定向广告实施效果评估；满足按照广告活动，edm 邮件群发，广告创意以及投放站点，投放时间，投放类型进行监控；与目标转化功能（注册/订单等）进行关联，获取完成目标的用户数据，了解目标完成度情况，从任务完成度去衡量广告效果；可以了解媒介/广告对订单的贡献，注册用户的贡献；结合电子商务运营，深入电子商务网站的运维体系，为其提供全面的考核数据；分析媒介/广告 landingpage 页面创意与内容匹配度，了解不同的广告形式对转化率的影响，优化 landingpage 页面；访客地区分布与注册人员地区分布对比；显示各网络广告带来的流量趋势及注册人数趋势		
		文惠商城运营分析	整体分析订单数量，付款订单，支付率；订单金额，付款金额；新用户订单，新用户付款订单以及新用户支付率；放弃率，购物车放弃率，支付放弃率；分析包括 24 小时订单趋势、订单变化趋势、购买者明细、订单明细、访客注册指标分析、访客购买指标、商品销售分布、商品购买流程、搜索引擎免费/付费关键字转化数据监控、广告转化数据监控、EDM，SMS 进行监控和分析，商品页面的浏览量、商品点击购买		

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			的数量、商品从购物车删除的数量、访问者对商品的评论、购物车结算放弃次数、订单支付次数、订单支付放弃次数、完成购买的回访次数、完成购买的回访天数、每日的访问者，被推荐的访问者，推荐率，转化的访问者以及转化率、目标流程视图，对网站访客访问行为进行深度挖掘分析，提供商城商品个性化推荐服务功能。★访客指标：可以对新用户来商城的访客数量，浏览过产品的访客数，用户成本，创建订单的访客，订单金额，平均客单价以等数据进行对比和分析；可以针对来源渠道转化数据监控，包括渠道引入的访客数,订单数,订单金额,付款订单,付款金额，完成订单,完成金额做分析		
		数据对比	支持子站点间、栏目间的任意时间段数据对比，并分析流量变化趋势		
		APP数据分析	能够对 APP 进行数据分析，包括用户行为、活跃和留存、渠道分析。具体功能有启动次数、使用时长、回访分析、弹窗提示、点击内容、事件分析、屏幕点击、事件漏斗、用户活跃度、用户留存度、渠道效果、广告分析等		
		文惠网整合分析优势	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够配合网站发布系统实现全球多语种多站点数据统计分析，并实现站点间数据对比分析； 2. 能够与网站发布系统整合提供多角色、多用户权限管理，可根据功能设置不同的用户权限； 3. 整合后能够自动分析出任意站点、任意频道、任意栏目的节点数据，并能在统计分析系统中整理出和网站发布系统完全一致的网站栏目结构；可以自由选择时间段、限定频道和栏目范围系统，依次提供按照 PV UV 由高到低的任意节点内容访问列表。 4. 能够与信息发布系统整合实现更加全面的绩效考核，包括编辑发稿及稿件点击贡献情况，要求以编辑用户名为单位，来统计任意时间段，编辑所发文章的流量汇总排名；提供编辑评分考核功能，评分规则可以由网站根据实际情况自由定义和修改。 5. 可以按照树状栏目结构浏览到任意一个频道及栏目的浏览量，包括任意一节点下稿件页的浏览量，系统无需做任何配置管理。 6. 自定义资讯排行榜功能，可自由设置稿件名称，稿件链接以及稿件的排序；允许对重点稿件进行手工操控，以应对突发资讯。 		
9	网络拓扑图		平台架设在政务云，投标人需要根据自身建设情况，提出使用云设备云资源的配置参数、数量和网络拓扑图	项	1

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
10	安全保障	总体要求	<p>投标人必须针对平台与资金安全，提出具体方案。包括网络安全、主机环境安全、应用安全、数据安全、安全众测渗透等安全保障体系，实现内容安全、业务安全、技术安全、资金安全四方面，以保证本项目平台安全平稳运行。</p> <p>系统应满足网络安全等级保护第三级防护要求。中标方交付的系统应保证通过采购人以及采购人聘请的专业安全评测机构对系统进行的安全评测。</p>	项	1
		安全渗透众测服务	<p>系统上线前，专业服务商对系统做安全渗透众测，由白帽子黑客对系统进行攻击测试，以解决包括技术到逻辑上的安全隐患。</p> <p>一、测试平台要求</p> <p>1、测试人员基数要求：要求渗透测试服务实施方具备自己的漏洞响应平台，且要求漏洞响应平台的入驻企业数量不少于 4000 家，注册白帽子不少于 30000 人，提供平台官方网站地址与计算机软件著作权登记证书；</p> <p>2、测试人员能力要求：需提供众测测试人员在漏洞平台上的排名需为前 200 名，提供官网排名截图；</p> <p>3、人员参与测试方式：为确保测试人员可信及服务质量，必须以定向邀请的方式进行虚拟众测团队的组建；</p> <p>4、保密协议签署：为规范测试人员行为并保障测试过程安全可控，参与众测的人员必须签署保密协议；</p> <p>5、法律培训：参与众测的测试人员必须经过正规的法律培训；</p> <p>6、测试人员身份以及数量要求：参与众测的测试人员不少于 20 人，且必须经过实名认证，认证信息与公安部的公民身份信息一致，且无不良记录；</p> <p>二、测试服务要求</p> <p>1、虚拟测试团队组建：虚拟测试团队由项目经理和安全测试人员组成，项目经理不得少于 3 人，并具有“信息安全工程师”、“系统集成项目管理师”证书、CSIP 证书和 PMP 证书之一，要求提供证书复印件；</p> <p>2、测试范围：测试范围支持包括 web、app 在内的产品或系统；</p> <p>3、测试周期保障：测试的周期不少于 15 天，提供书面的项目承诺书，并盖单位公章；</p> <p>4、测试过程安全性保障：测试人员全部通过具有动态验证口令的 VPN 安全接入统一输出固定 IP，全程记录安全测试人员操作行为和监控日志；</p> <p>5、测试过程追溯能力：测试完毕后可对测试进行追溯及还原；</p>	项	1

序号	模块	功能	技术参数	单位	数量
			6、漏洞报告：提供专业详细的单个漏洞报告，并针对单个漏洞提供专业完善的修复建议 7、漏洞修复支持：能够提供远程的漏洞修复支持 8、漏洞回检服务：提供完善的单个漏洞回检机制，不限制回检次数，确保协助客户将漏洞彻底修复 9、项目报告：在测试结束后提供一份专业整体的测试报告 三、持续服务能力 1. 安全预警能力。具备通过邮件、短信或 APP 推送企业相关的漏洞信息以及行业高危漏洞预警的能力 2. 漏洞优先通知能力。测试结束后，能够为测试项目后续漏洞免费提供漏洞优先通知服务 四、平台要求 1. 平台账户体系：为避免信息泄漏，平台账号支持全程双因子认证； 2. 平台漏洞审核确认：平台有专业的漏洞审核人员进行漏洞有效性验证和级别的定义，提供网址和网页截图证明。		
11	用户培训		给用户方提供不少于 2 人十人次培训，使用户方各级管理员能够熟练应用相关管理功能进行基础数据的维护、平台数据的统计报表等；使管理人员等用户能够熟练应用平台功能开展文化消费工作。	项	1
12	驻场服务		平台验收前团队不少于 30 人，部署后，根据实际需求，在完成用户培训工作的基础上，安排人员提供驻场服务。正式启用后第一年不少于 5 人。驻场人员中至少有一名软件开发工程师，二名采编人员，提供证书复印件并加盖公章。驻场人员要求有丰富的项目实施和运维经验，熟悉本项目的内容，能够支持本项目的实施和运维。遇到活动时，驻场服务人员数量及质量以满足需求为准，随时根据需求添加人员	项	1
13	模块后期调整		在现有软件模块基础上，免费支持软件模块后期调整，免费按照使用方业务流程进行局部调整。	项	1
14	系统整合		★本系统平台须接入青岛政务云，为确保系统能安全、高质、高效地投入应用，提供投标产品可基于阿里云或青岛政务云快速部署应用的证明材料（青岛政务云建设采用阿里云技术）。提供合作协议、授权等直接证明材料原件。	项	1

采购人允许偏离范围或者幅度如下：

序号	技术指标	允许偏离范围或者幅度	备 注
1			
2			
.....			

3. 商务条件

★3.1 服务期限

自合同签订之日起 30 日内完成平台建设。

3.2 服务地点

采购人指定地点。

3.3 付款方式

合同签订后 7 个工作日内，采购人向成交人支付合同总价款的 40%，平台开发建设完毕通过专业评测（验收）合格后，余款一次性付清。

3.4 服务成果验收

在服务过程中，采购人有权根据实际服务情况，要求成交人对与采购文件及响应文件实质性不符的部分进行改进、更换或者提出索赔要求。

3.5 质量保证期

质量保证期内，如果证实服务成果是有缺陷的，包括潜在的缺陷或者不符合要求的等，成交供应商应立即免费整改或者更换，保证达到合同规定的服务要求。如果成交供应商在收到通知后 5 天内未能免费整改或者弥补缺陷，采购人可自行采取必要的补救措施，但风险和费用由成交供应商承担，采购人同时保留通过法律途径进行索赔的权利。

注：上述要求以及标注中：

带“★”条款为实质性条款，投标人必须按照招标文件的要求做出实质性响应。

带“▲”标注的产品为政府强制采购产品，政府强制采购产品是指财政部、发展改革委最新发布“节能产品政府采购清单”中的政府强制采购节能产品。

第五章 评标办法

1. 相关要求

1. 相关要求

1.1 技术汇总得分的计算方法：评标委员会成员技术评分的算术平均值。

1.2 “同类项目”是指投标人已经完成的与本次采购要求相同或者类同的服务，并且签订合同一方必须是投标人，以相同或者类同部分的合同金额为准。

1.3 执行国家统一定价标准和采用固定价格采购的项目，其价格不列为评审因素。

1.4 依据《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）文件规定，残疾人福利性单位投标的须提供本单位的服务及《残疾人福利性单位声明函》并对声明函的真实性负责；残疾人福利性单位投标的视同小型、微型企业，按照本招标文件小型、微型企业的相关价格扣除标准执行。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

1.4.1 享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

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

（2）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

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

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

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

1.4.2 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或者服务协议的员工人数。

1.4.3 符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》（见附件），并对声明的真实性负责。

1.4.4 中标、成交供应商为残疾人福利性单位的，采购代理机构应当随中标、成交结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

1.4.5 投标人提供的《残疾人福利性单位声明函》与事实不符的，依照《政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。

1.5 对于非专门面向中小企业或小型、微型企业采购的项目，中型、小型、微型企

业应当同时符合以下条件：

1.5.1 依据财政部、工业和信息化部《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库〔2011〕181号）规定，中型、小型和微型企业投标的须提供《中小企业声明函》原件并对声明函的真实性负责；

1.5.2 按照《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）规定，投标人应符合中小企业划分标准；所称中小企业划分标准，是指国务院有关部门根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标制定的中小企业划型标准。

1.5.3 提供本企业服务。本项所称服务不包括使用大型企业的服务。

1.6 评分得分非整数的保留小数点后两位（小数点后第三位数四舍五入）。

1.7 监狱企业参与政府采购活动，均视同小型、微型企业，享受国家优惠政策。

2. 评分标准

评分项目		分数	评分标准
商务部分	投标报价	10	满足招标文件要求且投标价格（或者最终价格）最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其它报价得分=评标基准价÷（投标报价或者最终价格）×10。
	企业业绩	3	投标人2016年1月1日至今完成的同类文化消费平台建设案例，每个得1分，满分3分。 须同时提供同一项目的中标通知书原件、合同原件和验收报告原件，三项原件缺一项不得分。 同类项目完成时间以验收报告签署时间为准。
	企业认证	6	投标人具有《软件企业证书》、《高新技术企业认定证书》、《增值电信业务经营许可证》的，每项得2分，满分6分。 投标人须提供在有效期内的证书原件，否则不得分。

	企业荣誉		6	<p>自 2016 年 1 月 1 日至今投标人在信息化领域获副省级及以上政府部门颁发的荣誉、奖项的，每项得 2 分，满分 6 分。</p> <p>须提供证书原件或组织方官方媒体公示信息截图加盖投标人单位公章，否则不得分。</p>
	服务保障		3	<p>青岛地区注册或设有分支机构的得 3 分（提供营业执照原件，未提供的不得分），或在青岛具有常驻售后服务机构的得 1 分（提供包含维修营业范围的售后维修机构营业执照原件、双方协议书原件，未提供或者提供不全的不得分）</p>
技术部分	响应情况	基本分	6	基础分为 6 分。
		正偏离	4	<p>优于招标文件实质性要求的，每有 1 项加 1 分，最高加 4 分；对非实质性要求，每出现 1 条正偏离，加 0.5 分，最高加 2 分，（以上两项最高加 4 分）。</p>
		负偏离	0	<p>每出现 1 条非实质性指标负偏离，扣除基础分 2 分，出现 3 条及以上非实质性指标负偏离</p>

				<p>的，响应情况项不得分。</p> <p>（投标人所投软件产品存在负偏离的须如实作出说明，如评标委员会通过技术审查、现场演示、提问等环节发现负偏离而未做说明的，此项得 0 分）</p>
	服务方案	产品成熟度	6	<p>投标人具备自己拥有自主知识产权的成熟的信息系统作为应用支撑平台，具有电子商城类 B2B2C 软件著作权得 2 分，具有手机客户端类软件著作权得 2 分，具有音视频、文字、图片、多媒体等素材存储系统类的软件著作权得 2 分。（须提供软件著作权登记证书原件、复印件加盖投标人公章）</p>
		支付方案	5	<p>为财政补贴资金的安全，对支付子平台方案进行评估，优得 5~4 分，良得 3~2 分，一般得 1 分。</p>
		对接方案	5	<p>与青岛移动端政务服务平台“青岛政务通”对接方案的可行性、先进性、功能符合性以及是否符合业主现有工作模式，优得 5~4 分，良得 3~2 分，一般得 1 分。</p>
		数据安全	3	<p>根据本项目特性，制订有完整可靠的数据安全</p>

		全		技术保障、监测与预警方案，优得 3 分，良得 2 分，一般得 1 分。
		渗透测试方案	6	<p>1. 提供渗透测试服务实施方自有漏洞响应平台官方网站地址与计算机软件著作权登记证书的得 1 分；</p> <p>2、投入本项目的虚拟测试团队项目经理人数及资格在满足采购文件要求的基础上，个人同时具有“信息安全工程师”、“系统集成项目管理师”、“CSIP 证书”和“PMP 证书”中两个及以上证书的，每人次加 1 分，最高加 3 分。提供证书复印件并加盖。</p> <p>3、众测测试人员在漏洞平台上的排名为前 200 名，提供官网排名截图的得 1 分。</p> <p>4、测试周期不少于 15 天，提供书面的项目承诺书（格式自拟）并盖单位公章得 1 分。</p>
		内容建设	3	平台验收前投标人需要完成平台网站、微信公众号、微信小程序、政务通 APP 接入应用的内容建设服务，根据初步设计思路和方案情况进行评价，优得 3 分，良得 2 分，一般得 1 分。
		运营方案	6	平台验收上线前投标人制订丰富多样的线下线上互动创意方案，根据方案的合理性、可行性

			<p>等因素进行评价，优得 3 分，良得 2 分，一般得 1 分。</p> <p>针对本项目的品牌创意视觉、推广内容生产、商家服务、用户服务方案的先进性完整性，优得 3 分，良得 2 分，一般得 1 分。</p>
	平台系统功能演示	16	<p>1、基本要求：</p> <p>（1）满分 16 分，下列演示项中每有一项演示不成功扣 2 分，扣完为止。</p> <p>（2）本次招标演示不接受 Office 讲解、视频播放的模式，需现场登录平台进行在线演示。</p> <p>2、演示内容：</p> <p>（1）可视化内容编辑。支持 HTML 内容的可视化编辑，支持热字、敏感字、关键字功能。支持图文混排，支持图片的水印、缩略图、剪裁大小等编辑功能。支持图片组图管理功能，实现图片批量编辑内容说明。支持与视音频发布系统无缝衔接，实现文字、图片、流媒体的混合编辑。支持大文章手动的分页功能。支持标题、副题、引题、长短标题、图片标题功能。支持自动格式化、去除格式的功能。支持表格的所见即所得的可视化制作功能。支持任意格式的附件功能，包括多媒体、Flash、文档、文件等。</p> <p>（2）支持栏目的支持聚合栏目的功能，支持虚实栏目的功能、活动度查看功能、定时发布功能、支持栏目与其他页面引用关系查看功能。</p>

			<p>(3) 支持同一稿件多个标题的制作功能，支持资讯内容对热点的推送、热度的排行、热门的关注对内容进行推荐，支持内容编辑器内的一键转载资讯与定向搜索提取资讯。</p> <p>(4) 系统实现一键多屏、一键多终端的发布机制，发布内容自动适配各终端方便浏览。</p> <p>(5) 采用插件方式，能够与主流的网页制作工具（Dreamweaver）融合，实现外挂式的模板制作功能。</p> <p>(6) 支持圈子发起、浏览、圈子分类管理、圈子管理、圈子话题管理、圈子成员管理、推荐圈子、推荐圈子话题。</p> <p>(7) 支持问答功能：答题悬赏、匿名提问、编辑问题、删除问题、回答问题。问题可以回答、收藏、分享、评论。</p> <p>(8) 能够对 APP 进行数据分析，包括用户行为、活跃和留存、渠道分析。具体功能有启动次数、使用时长、回访分析、弹窗提示、点击内容、事件分析、屏幕点击、事件漏斗、用户活跃度、用户留存度、渠道效果、广告分析等。</p>
	服务机构综合能力	服务优势	<p>4</p> <p>投标人通过对本项目特点及采购人实际工作需要，结合自身情况分条阐述承接本项目的服务优势，对不额外增加开支并能对本项目具有实际意义的优势项，每认可一项得 2 分，满分 4 分。</p> <p>投标人须作出相应承诺并提供保障性措施及相</p>

				应证明材料支撑，以保证服务优势能切实服务于本项目，否则评审专家有权不予认可。
		服务团队	5	<p>针对本项目投入的专业团队岗位健全、人员充足、从业经验及能力过硬，得 2-0 分。</p> <p>技术人员不少于一名具有软件工程师证书得 2 分，文案创意岗位人员具有采编人员资格证书得 1 分。</p> <p>【须提供人员证书复印件及常驻地行政主管部门出具的（或社保网站打印的）社保证明加盖投标人公章，未提供或提供不全的不得分】。</p>
		服务保障措施	3	<p>投标人针对本项目的售后服务机构部门机制健全，售后服务方案及响应时间、故障排除时间、服务保障措施、服务承诺等进行综合分析比较，优得 3 分，良得 2 分，一般得 1 分。</p>

3. 政策加分以及计算方法

3.1 说明：

3.1.1 投标人所提供的材料或者填写的内容必须真实、可靠，如有虚假或隐瞒，一经查实将导致投标被拒绝，并按照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款“提供虚假材料谋取中标、成交的”进行处罚，给采购人造成损失的应承担赔偿责任。

3.1.2 联合体投标的企业业绩等商务评分项，按照联合体协议约定的各成员所占合

同工作量的比例，进行加权折算。

3.2 对于非专门面向中小企业或小型、微型企业采购的项目，给予价格扣除。

3.2.1 给予小型和微型企业（包括相互之间组成的联合体）产品（服务）10%的价格扣除，投标文件中须提供《中小企业声明函》并对声明函的真实性负责。

3.2.2 大中型企业和其他自然人、法人或者其他组织与小型、微型企业组成联合体投标，联合协议中约定，小型、微型企业的协议合同金额占到联合体协议合同金额 30%以上的，可给予联合体 3%的价格扣除。

残疾人福利性单位和其他单位组成联合体投标，联合协议中约定，残疾人福利性单位的协议合同金额占到联合体协议合同金额 30%以上的，同样按以上规定给予价格扣除。

第六章 投标人须知

1. 招标依据以及原则

- 1.1 《中华人民共和国政府采购法》;
- 1.2 《中华人民共和国政府采购法实施条例》;
- 1.3 《政府采购货物和服务招标投标管理办法》;
- 1.4 《政府采购质疑和投诉办法》;
- 1.5 《山东省政府采购管理办法》;
- 1.6 《中华人民共和国合同法》;
- 1.7 其他有关法律、行政法规以及省市规范性文件规定。

2. 合格的投标人

- 2.1 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件;
 - 2.2 符合本招标文件规定的资格要求, 且按照要求提供相关证明材料;
 - 2.3 单位负责人为同一个人的两个以及两个以上法人, 母公司、全资子公司以及其控股公司或者存在管理关系的不同单位, 都不得在同一包或者未划分包的同一招标项目同时投标;
 - 2.4 投标人须知前附表规定接受联合体投标的, 应符合以下规定:
 - 2.4.1 联合体各方应按照招标文件提供的格式签订联合体协议书, 明确联合体牵头人和各方权利义务;
 - 2.4.2 联合体各方均应当符合《政府采购法》第二十二条第一款规定的条件;
 - 2.4.3 联合体中有同类资质的投标人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投标人确定资质等级。
 - 2.4.4 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。
 - 2.4.5 联合体各方应当共同与采购人签订采购合同, 就合同约定的事项对采购人承担连带责任;
 - 2.4.6 鼓励大中型企业和其他自然人、法人或者其他组织与小型、微型企业组成联合体投标, 但联合体各方均应符合上述规定。
 - 2.6 为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人, 不得再参加本项目的招标活动。
 - 2.7 采购代理机构及其分支机构不得在所代理的采购项目中投标或者代理投标, 不得为所代理的采购项目的投标人参加本项目提供投标咨询。
 - 2.8 投标人提供的证明材料内容必须真实可靠。
- 符合上述条件的投标人即为合格投标人, 具有参与公开招标的资格。

3. 保密

参与招标投标活动的当事人应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

4. 语言文字、计量单位、时间单位、投标有效期以及投标费用

4.1 语言文字

除专用术语外，与招标投标活动有关的语言均使用简体中文。必要时专用术语应附有中文注释。如投标人提交的支持文件和印刷的文献使用另一种语言，应附有相应内容的中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。

4.2 计量单位

除招标文件另有规定外，计量均应采用中华人民共和国法定计量单位；所有报价一律使用人民币，货币单位为“元”。

4.3 时间单位

除招标文件中另有规定外，招标文件所使用的时间单位“天”、“日”均指日历天，时、分均为北京时间。

4.4 投标有效期

4.4.1 在投标人须知前附表规定的投标有效期内，投标文件以及其补充、承诺等部分均保持有效。

4.4.2 在招标文件规定的投标文件有效期满之前，如果出现特殊情况，采购人或者采购代理机构可在投标有效期内要求投标人延长有效期，要求与答复均以书面通知为准并作为招标文件和投标文件的组成部分；投标人可以拒绝上述要求而其投标保证金不被没收，拒绝延长投标文件有效期的，其投标失效；同意上述要求的，既不能要求也不允许其修改投标文件，有关退还和没收投标保证金的规定在投标有效期的延长期内继续有效。

4.4.3 投标有效期内投标人撤销投标文件的或开标时因投标人原因操作投标文件未解密的，采购人或者采购代理机构可以不退还投标保证金。

4.5 投标费用

投标人应自行承担其准备和参加投标活动发生的所有费用。

5. 踏勘现场

5.1 踏勘现场：详见第二章投标人须知。

5.2 采购人向投标人提供的有关现场的资料和数据，是采购人现有的能使投标人利用的资料，采购人对投标人由此而做出的推论、理解和结论不负责任。

5.3 投标人可自行踏勘现场，但不得因此使采购人承担有关责任和蒙受损失。除采购人原因外，投标人应对踏勘现场而造成的死亡、人身伤害、财产损失、损害以及其它任何损失、损害和引起的费用和开支承担责任。

6. 询问及答复

6.1 投标人对招标投标活动事项有疑问的，可以向采购代理机构提出询问；采购代理机构应当及时作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

6.2 询问在本项目的公告页面在线提交。

6.3 询问及答复的内容在本项目的公告页面查看。

7. 偏离

采购人允许投标文件偏离招标文件某些非实质性要求的，偏离应当符合招标文件规定的偏离范围和幅度。

8. 履约担保

8.1 在签订合同前，中标人应按照有关规定或者事先经过采购人书面认可的履约担保要求向采购人提交履约担保。除另有规定外，履约担保金额不超过中标合同金额的10%。

8.2 中标人未按照要求提交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给采购人造成的损失超过投标保证金的，中标人应当对超过部分予以赔偿。

9. 采购代理服务 fee

见投标人须知前附表

10. 招标文件

10.1 招标文件的组成

10.1.1 招标文件是用以阐明所需服务、招标程序和合同格式的规范性文件。招标文件主要由以下部分组成：

- (1) 招标公告；
- (2) 投标人须知前附表；
- (3) 投标人应当提交的资格、资信等证明文件；
- (4) 采购需求；
- (5) 评标办法；
- (6) 投标人须知；
- (7) 开标、资格审查、评标、定标；
- (8) 纪律和监督；
- (9) 签订合同、合同主要条款；
- (10) 投标文件格式；
- (11) 投标人须知前附表规定的其他材料。

10.1.2 根据本章第 10.2 款对招标文件所作的澄清和修改，构成招标文件的组成部分。

10.1.3 除非有特殊要求，招标文件不单独提供项目所在地的自然环境、气候条件、公用设施等情况，投标人被视为熟悉上述与履行合同有关的一切情况。

10.2 招标文件的澄清和修改

招标文件的澄清和修改及投标人确认，详见投标人须知前附表。

招标文件的澄清或者修改在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的公告为准。

11. 投标文件的组成

11.1 投标人应按照招标文件的要求编制投标文件，并保证其真实性、准确性以及完整性，按照招标文件要求提交全部资料并做出实质性响应。

11.2 投标文件由商务文件、技术文件组成：

11.3 商务文件

11.3.1 投标函；

11.3.2 必须提交的资格资信证明材料；

11.3.3 法定代表人身份证明；

11.3.4 法定代表人授权委托书；

11.3.5 投标报价：

(1) 报价一览表。是分项报价明细表的汇总表，投标报价（即投标报价总计金额）为各个分项报价金额之和。报价项不得空缺、删除或修改，也不可用“……”“—”“免费”“无”及“已包含在总价中”等表示。

(2) 分项报价明细表。各分项报价小计名称应当与《报价一览表》中费用名称、金额对应，投标人应当对分项报价明细表中各分项逐一报价，无此项报价的不得删除、修改报价项，可用阿拉伯数字“0.00”表示，投标人认为《分项报价明细表》有漏项的，可以增加分项报价。

(3) 报价需要说明的其他文件、材料。投标人认为需要对《报价一览表》、《分项报价明细表》中有关报价进一步说明或者证明其报价的文件和材料等。

11.3.6 投标人同类项目实施情况一览表（若有）；

11.3.7 资格、资信证明文件；

11.3.8 商务响应表；

11.3.9 联合投标协议书（若有）；

11.3.10 联合投标授权委托书（若有）；

11.3.11 残疾人福利性单位声明函（若有）；

11.3.12 中小企业声明函（若有）；

11.3.13 节能、环保等的资质证书或者文件（若有）；

11.3.14 招标文件商务评标办法中要求提交的相关证明材料（若有）；

11.3.15 投标人认为应介绍或者提交的资料 and 文件（若有）。

11.4 技术文件

11.4.1 对本项目服务总体要求的理解；

11.4.2 服务方案；

11.4.3 应急服务措施；

11.4.4 服务响应表；

11.4.5 项目实施人员（主要从业人员及其技术资格）一览表；

11.4.6 符合招标文件规定的技术资料。

11.4.7 证明服务与招标文件要求相一致的文件可以是文字资料、图纸和数据，主要包括内容：

（1）服务主要内容、指标要求；

（2）保证在服务期内正常使用所必须的备品备件和专用工具清单；

（3）对照招标文件服务要求，逐条说明所提供是否做出了实质性响应，并按照招标文件中服务响应表和资信以及商务响应表如实填写具体响应的参数以及要求。采购人只接受相同或者优于技术、商务条款中所规定的要求以及标准。投标人若采用欺骗手段提报虚假资料和承诺的，一经发现，其投标无效，并按照相关法律法规进行处罚。

（4）投标人在详细阐述服务主要内容、指标要求时，应注意招标文件第四章“采购需求”中的规定以及要求。

（5）投标人必须对所提供的服务等知识产权方面的一切产权关系负全部责任，由此而引起的法律纠纷以及费用投标人须全部承担。

11.4.8 招标文件技术评标办法中要求提交的相关证明材料；

11.4.9 投标人认为应介绍或者提交的资料 and 文件。

12. 投标报价

12.1 投标报价的范围：见投标人须知前附表。

12.2 投标人应对所投包中的服务进行报价，对每一包服务的报价必须全部报齐。

12.3 投标报价的次数：见投标人须知前附表。

12.4 投标人不得以任何方式或者方法提供投标以外的任何附赠条款。

12.5 投标人应按照招标文件中要求的内容填写报价，并由法定代表人或者被授权代表签署。

12.6 投标人须按照附件格式表中的各单项明细逐项填写，以方便评标委员会对各投标文件进行比较。

12.7 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：

（一）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；

（二）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

（三）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；

（四）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。修正后的报价经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

12.8 唱标时，采购代理机构只对按照招标文件要求编制的投标报价进行唱标。

12.9 投标人的中标价格在合同执行中是固定不变的，不得以任何理由予以变更，不得出现任何包含价格调整的要求。

13. 投标文件编制要求

13.1 投标文件应按所投包分别进行编制。

13.2 投标文件编制：见投标人须知前附表。

13.3 投标文件签章：见投标人须知前附表。

13.4 投标人可对服务现场以及其范围环境进行考察，以获取有关编制投标文件和签署实施合同所需的各项资料，投标人应承担现场考察的费用、责任和风险。

13.5 投标人编制投标文件时，应当如实在服务响应表和资信以及商务响应表中填写响应情况。

14. 投标文件的修改、撤回与撤销

14.1 投标人在招标文件要求提交投标文件截止时间前，可以修改或者撤回已上传的投标文件。

14.2 在提交投标文件截止时间后到招标文件规定的投标有效期终止之前，投标人不得补充、修改或者撤销其投标文件。投标人撤销投标文件的，采购人可以不退还投标保证金。

15. 投标文件加密、上传

见投标人须知前附表。

16. 投标文件的递交

16.1 投标人应在投标截止时间前递交投标文件。

16.2 投标人递交投标文件的要求： 投标人完成电子投标文件制作后，通过【青岛市公共资源投标文件编制工具】上传投标文件，系统即时向投标人发出上传回执通知。上传时间以上传回执通知载明的传输完成时间为准；逾期上传的投标文件，电子招标投标交易平台将予以拒收。

16.3 除投标人须知前附表另有规定外，不论招标过程和结果如何，投标人的投标文件均不退还。

17. 投标保证金

17.1 投标保证金的交纳

17.1.1 投标保证金的交纳金额和形式：见投标人须知前附表。

17.1.2 投标保证金缴纳截止时间，同投标截止时间。

17.1.3 投标人为联合体的，联合体牵头人交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。

17.2 投标保证金的退还

17.2.1 投标人在招标文件要求提交投标文件截止时间前撤回已提交的投标文件的，采购人或者采购代理机构自收到投标人书面撤回通知之日起5个工作日内，退还已收取的投标保证金，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外。

17.2.2 采购代理机构应当自中标通知书发出之日起2个工作日内退还未中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起5个工作日内退还中标人的投标保证金或者转为中标人的履约保证金。

17.3 投标保证金的不予退还

17.3.1 投标人有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 提供的有关资料不真实或者提供虚假材料的；
- (2) 投标有效期内投标人撤销投标文件的；
- (3) 损害采购人或者采购代理机构合法权益的；
- (4) 投标人向采购代理机构、采购人、专家提供不正当利益的；
- (5) 经评标委员会认定有故意哄抬报价、串标或者其它违法行为的；
- (6) 中标人未按照招标文件规定签订合同或者未按照招标文件规定提供履约保证金的；
- (7) 法律、行政法规以及有关规定的其它情形。

17.3.2 不予退还的投标保证金应在规定时间内上缴国库。

18. 质疑

18.1 参加本次政府采购活动的供应商认为采购文件、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7个工作日内，通过全国公共资源交易平台（山东省·青岛市）青岛市公共资源交易电子服务系统（<http://ggzy.qingdao.gov.cn>）本项目招标公告页面，向采购人或者采购代理机构提出质疑。

潜在供应商已依法获取其可质疑的采购文件的，可以依法对该文件提出质疑。

18.2 供应商应知其权益受到损害之日，是指：

- (一) 对可以质疑的采购文件提出质疑的，为收到采购文件之日或者采购文件公告期限届满之日；
- (二) 对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；
- (三) 对中标结果提出质疑的，为中标结果公告期限届满之日。

18.3 供应商应当在法定质疑期内一次性提出针对本项目同一采购程序环节的质疑。

18.4 质疑函内容应包括以下主要内容：

- (一) 供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；

- (二) 质疑项目的名称、编号；
- (三) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- (四) 事实依据；
- (五) 必要的法律依据；
- (六) 提出质疑的日期。

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。否则采购人或者采购代理机构不予受理。

18.5 代理人提出质疑的，应当提交供应商签署的授权委托书。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。

18.6 采购人或者采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内做出答复，并通过系统以电子文档形式通知质疑供应商和其他有关供应商，但答复不得涉及商业秘密。

19. 投诉

19.1 按照《中华人民共和国政府采购法》、财政部《政府采购质疑和投诉办法》（第 94 号令）以及相关的法律、法规及规定，质疑人对采购人、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做出答复的，可以在答复期满后 15 个工作日内向同级监管部门提起投诉。投标人投诉按照采购人所属预算级次，由本级财政部门处理。

19.2 投诉人提起投诉应符合下列条件：

- (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。

投标人投诉的事项不得超出已质疑事项的范围，但基于质疑答复内容提出的投诉事项除外。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投标人共同提出。

19.3 投诉人投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉采购人、采购代理机构和与投诉事项有关的投标人数量提供投诉书的副本。

19.4 投诉书应当包括以下主要内容：

- (一) 投诉人和被投诉人的姓名或者名称、通讯地址、邮编、联系人及联系电话；

- (二) 质疑和质疑答复情况说明及相关证明材料；
- (三) 具体、明确的投诉事项和与投诉事项相关的投诉请求；
- (四) 事实依据；
- (五) 法律依据；
- (六) 提起投诉的日期。

投诉人为自然人的，应当由本人签字；投诉人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。

19.5 代理人提出投诉的，应当提交供应商签署的授权委托书。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。

19.6 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。

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。

20. 其他需补充的内容

其他需补充的内容：见投标人须知前附表。

第七章 开标、资格审查、评标、定标

1. 开标程序

1.1 宣布开标纪律；

1.2 宣布主持人、唱标人、记录人等有关人员姓名；

1.3 查看在线签到家数，少于三家开标会结束；不少于三家开标会继续进行；

1.4 投标人根据要求在限定时间内通过电子招标投标交易平台对已上传的电子投标文件开始解密；因投标人原因造成投标文件未解密的，视为撤销其投标文件，采购人或者采购代理机构可以不退还投标保证金。

1.5 投标人授权代表在开标记录上确认；在规定时限内未确认的，视为默认开标结果；

1.6 开标结束。

2. 开标

2.1 开标应当在招标文件确定的提交投标文件截止时间的同一时间通过电子招标投标交易平台公开进行。支持网上远程开标，所有投标人须在投标截止时间前 1 小时内通过 CA 数字证书进行在线签到。若到现场参加开标，应携带上传投标文件的 CA 及可登陆互联网的电脑等设备以确保完成网上开标。

2.2 开标由采购代理机构指定专人负责，开标记录由投标人线上确认。

2.3 投标人代表对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场(在线)提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人代表提出的询问或者回避申请应当及时处理。投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

2.4 投标人不足 3 家的，不得开标。

2.5 在评审结束前，投标单位请保持在线登录状态。评标过程中，如果评审委员会要求投标人对投标文件进行澄清，投标单位需要通过电子平台【专家问题澄清】功能，限时在线发送澄清。

2.6 各投标人的评审得分与排序将在电子招标投标交易平台告知。

3. 评标委员会

3.1 评标委员会的组成

采购人按照《中华人民共和国政府采购法》以及有关规定组建评标委员会。评标由依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表和评标专家组成，成员人数为 5 人以上单数，其中采购人代表只限一人，技术、经济等方面的评审专家不得少于

成员总数的三分之二。

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，采购人可以自行选定相应专业领域评审专家的规定情形除外。采购代理机构在职工作人员不得以评审专家身份参与政府采购项目评审活动。

3.2 评审专家的抽取

3.2.1 采用随机抽取方式从省级以上财政部门设立的政府采购评审专家库中确定评标委员会成员。任何单位和个人都不得指定评审专家或干预评审专家的抽取工作。

3.2.2 参加评审专家抽取的有关人员对被抽取的专家的姓名、单位和联系方式等内容负有保密的义务。评标委员会成员的名单在中标结果确定前必须严格保密。

3.3 评标委员会成员不得参加与自己有利害关系的评审活动，与自己有利害关系的应当回避，已经进入的必须更换。

3.4 评标委员会负责对各投标文件进行评审、比较、评定，并按本招标文件的规定确定中标人候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人。

3.5 评标委员会具有依据招标文件进行独立评标的权力，且不受外界任何因素的干扰。评标委员会成员必须独立、负责地提出评审意见，并对自己的评审意见承担责任。对评标结果有不同意见的评标委员会成员应当以书面形式说明其不同意见和理由，评标报告应当注明不同意见。评审委员会成员拒绝评审或者拒绝在评标报告上签字并且又不书面说明其不同意见和理由的，视为同意评标结果。

3.6 评标委员会的职责：

3.6.1 审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；

3.6.2 要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；

3.6.3 对投标文件进行比较和评价；

3.6.4 确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人；

3.6.5 向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。

3.7 评标委员会的义务：

3.7.1 遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责；

3.7.2 提出真实、可靠的评审意见；

3.7.3 严格遵守评标纪律，不得向外界泄露评标情况；

3.7.4 发现投标人在招投标活动中有不正当竞争或者恶意串通等违规行为，应及时向监督部门报告并加以制止；

3.7.5 按照招标文件规定的评标方法和评标标准进行评标，对评标意见承担个人责任；

3.7.6 编写评标报告；

3.7.7 配合采购人或者采购代理机构答复投标人提出的质疑；

3.7.8 对评标过程和结果，以及采购人、投标人的商业秘密保密；

3.7.9 配合监管部门处理投诉；

3.8 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

3.8.1 投标人或者投标人主要负责人的近亲属；

3.8.2 各级财政部门政府采购监督管理在职工作人员；

3.8.3 参加过采购项目前期咨询论证的；

3.8.4 与自身存在利害关系的政府采购项目；

3.8.5 曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关系活动中从事违法行为而受到行政处罚或者刑事处罚的；

3.9 评标中因评标委员会成员缺席、回避或者健康等特殊原因导致评标委员会组成不符合本办法规定的，采购人或者采购代理机构应当依法补足后继续评标。被更换的评标委员会成员所作出的评标意见无效。

无法及时补足评标委员会成员的，采购人或者采购代理机构应当停止评标活动，封存所有投标文件和开标、评标资料，依法重新组建评标委员会进行评标。原评标委员会所作出的评标意见无效。

采购人或者采购代理机构应当将变更、重新组建评标委员会的情况予以记录，并随采购文件一并存档。

4. 资格审查、评标程序

4.1 资格审查

4.2 宣布评标纪律以及回避提示；

4.3 组织推荐评标委员会组长；

4.4 符合性审查；

4.5 技术和商务评审；

4.6 澄清有关问题；

4.7 比较与评价；

4.8 确定中标人或者推荐中标候选人名单；

4.9 编写评标报告；

4.10 宣布评标结果。

5. 资格审查

5.1 采购人或者采购代理机构依法对投标人的资格进行审查，以确定其是否符合招标文件的资格要求。未按招标文件第三章要求提供资格证明文件的，属于不合格投标人。

5.2 采购人、采购代理机构通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）、信用山东（www.creditsd.gov.cn）及信用青岛

(credit.qingdao.gov.cn) 查询投标人信用记录, 查询时要将查询网页、内容进行截图或拍照, 以作证据留存, 截图或拍照内容要完整清晰, 应包括网站网址、查询内容、电脑截屏时间。采购人或者采购代理机构应当对投标人信用记录进行甄别, 对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的投标人, 应当拒绝其参加政府采购活动, 其投标无效; 两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体, 以一个投标人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, 其投标无效。

信用信息查询记录及相关证据应当与其他采购文件一并保存。

5.3 在资格性审查时, 采购人、采购代理机构按照投标人提供的《在经营活动中无重大违法记录和行贿犯罪记录的承诺》审查投标人及其法定代表人和项目负责人行贿犯罪情况; 在发放中标通知书前, 采购人、采购代理机构应通过中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn>) 核实中标供应商的行贿犯罪情况, 并截图或拍照以作证据留存。

5.4 在资格性审查时, 对属于不合格投标人, 采购人或者采购代理机构必须提出不合格的事实依据并出具不合格说明。

6. 评标

6.1 采购人或者采购代理机构负责组织评标工作, 并履行下列职责:

6.1.1 核对评审专家身份和采购人代表授权函, 对评审专家在政府采购活动中的职责履行情况予以记录, 并及时将有关违法违规行为向财政部门报告;

6.1.2 宣布评标纪律;

6.1.3 公布投标人名单, 告知评审专家应当回避的情形;

6.1.4 组织评标委员会推选评标组长, 采购人代表不得担任组长;

6.1.5 在评标期间采取必要的通讯管理措施, 保证评标活动不受外界干扰;

6.1.6 根据评标委员会的要求介绍政府采购相关政策法规、招标文件;

6.1.7 维护评标秩序, 监督评标委员会依照招标文件规定的评标程序、方法和标准进行独立评审, 及时制止和纠正采购人代表、评审专家的倾向性言论或者违法违规行为;

6.1.8 核对评标结果, 有以下情形的, 要求评标委员会复核或者书面说明理由, 评标委员会拒绝的, 应予记录并向本级财政部门报告;

6.1.8.1 分值汇总计算错误的;

6.1.8.2 分项评分超出评分标准范围的;

6.1.8.3 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的;

6.1.8.4 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

6.1.9 评审工作完成后，按照规定向评审专家支付劳务报酬和异地评审差旅费，不得向评审专家以外的其他人员支付评审劳务报酬；

6.1.10 处理与评标有关的其他事项。

采购人可以在评标前说明项目背景和采购需求，说明内容不得含有歧视性、倾向性意见，不得超出招标文件所述范围。说明应当提交书面材料，并随采购文件一并存档。

6.2 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。

在符合性审查时，对属于投标无效的投标人，评标委员会必须提出投标无效的事实依据，并出具投标无效说明。

6.3 技术和商务评审

6.3.1 评标委员会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（包括政府采购政策执行），综合比较与评价。

6.3.2 采用综合评分法的，评标委员会各成员应当独立对每个投标人的投标文件商务部分和技术部分进行评价，并汇总每个投标人的得分。

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

7. 澄清有关问题

7.1 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，评标委员会应以书面形式要求投标人做出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应采取书面形式，由法定代表人或者被授权代表签字或盖章。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。

7.2 评标委员会判断投标文件的响应性仅基于投标文件本身而不靠外部因素。未响应实质性条款的，评标委员会有权确定其投标无效，投标人不能通过修正、撤销或者澄清不符之处而使其投标成为实质性响应的投标。

7.3 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，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；投标人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。

8. 定标

8.1 评标委员会根据投标人须知前附表的规定确定中标候选人或直接确定中标人。

评标委员会确定中标候选人的，中标候选人数量见投标人须知前附表。采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。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。

8.2 本次招标评标办法：见投标人须知前附表。

8.3 采用综合评分法的，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投标人为排名第一的中标候选人。

8.4 采用最低评标价法的，评标结果按投标报价由低到高顺序排列，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投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

8.5 按照有关规定中标人因不可抗力或者自身原因不能履行政府采购合同的，报经同级财政部门同意后，可顺延排序第二的投标人中标；或者报同级财政部门同意后，做废标处理，由采购人依法重新组织招标。

8.6 以入围方式确定多个中标人的，入围中标人数量应当根据招标需要并在招标活动开始前确定，由评标委员会按照招标文件规定的评标办法确定各投标人排列顺序，依照顺序确定入围中标人；

8.7 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。

8.8 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。

8.9 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。

9. 中标公告以及中标通知书

9.1 评标结束后，不再现场宣布评标结果。采购人或者采购代理机构应当自中标人确定之日起2个工作日内，发出中标通知书，并在全国公共资源交易平台（山东省·青

岛市) 青岛市公共资源交易电子服务系统和青岛市政府采购网公告中标结果(公告期限为1个工作日), 招标文件随中标结果同时公告; 采用综合评分法评审的, 还应当告知未中标人本人的评审得分与排序。

9.2 采购人或采购代理机构不按照规定发布中标公告或者发布中标公告后不签发中标通知书的, 应当承担法律责任, 给中标人造成经济损失的应承担赔偿责任。

9.3 中标通知书对采购人和中标人都具有法律效力。中标通知书发出后, 采购人改变中标结果的, 或者中标人放弃中标, 应当依法承担法律责任。

10. 不合格投标人或投标无效

出现下列情形之一的, 为不合格投标人或投标无效:

10.1 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的;

10.2 对“★”条款未做出实质性响应或者发生负偏离的;

10.3 应提供而未提供带“▲”标注的政府强制采购节能、环保产品的;

10.4 对于不允许偏离的实质性要求和条件发生偏离的;

10.5 不按照招标文件规定报价、没有分项报价、拒绝报价、有多个报价(招标文件另有规定的除外)、有选择性报价、附有条件的报价或者拒绝修正报价的;

10.6 未按照招标文件的规定提交投标保证金的;

10.7 投标有效期不满足招标文件要求的;

10.8 投标超出营业执照经营范围的;

10.9 评标委员会判定投标人涂改证明材料或者提供虚假材料和承诺的;

10.10 投标文件未按招标文件要求编制、签署、盖章的;

10.11 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的;

10.12 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

对投标无效的认定, 必须经评标委员会集体做出决定并出具投标无效的事实依据。

11. 废标

11.1 出现下列情形之一的, 应予废标:

11.1.1 在投标截止时间后参加投标的投标人不足3家或者通过资格审查或符合性审查的投标人不足3家的;

11.1.2 出现影响采购公正的违法违规行为的;

11.1.3 投标人的报价均超过预算金额或者最高限价的;

11.1.4 因重大变故, 采购任务取消的;

11.1.5 法律、法规以及招标文件规定的其他废标情形。

11.2 废标后, 采购人或者采购代理机构应当将废标理由通知所有投标人。

12. 特殊情况处置程序

12.1 评标委员会成员的更换

12.1.1 评标委员会应当执行连续评标的原则，按照招标文件规定的程序、内容、方法、标准完成全部评标工作。出现评审专家临时缺席、回避等情形导致评审现场专家数量不符合法定标准的，采购人或者采购代理机构要按照有关程序及时补抽专家，继续组织评审。如无法及时补齐专家，则要立即停止评审工作，封存招标文件和所有投标文件，择期重新组建评标委员会进行评审。

12.1.2 退出评标委员会的成员，其已完成的评审行为无效。由采购人向监督人员提出更换评标委员会成员意见并获准后，根据本招标文件规定的评标委员会成员产生方式另行确定替代者进行评标。

12.2 记名投票

在评标过程中，评标委员会发生分歧或者评审结论有异议需表决的，按照少数服从多数的原则，由评标委员会全体成员以记名投票方式表决。

13 违法违规情形

13.1 有下列情形之一的，属于投标人相互串通投标：

13.1.1 投标人之间协商投标报价等投标文件的实质性内容；

13.1.2 投标人之间约定中标人；

13.1.3 投标人之间约定部分投标人放弃投标或者中标；

13.1.4 属于同一集团、协会、商会等组织成员的投标人按照该组织要求协同投标；

13.1.5 投标人之间为谋取中标或者排斥特定投标人而采取的其他联合行动。

13.2 有下列情形之一的，视为投标人相互串通投标，评标委员会应当出具违法违规认定意见并作投标无效处理：

13.2.1 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

13.2.2 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

13.2.3 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

13.2.4 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

13.2.5 不同投标人的投标文件相互混装；

13.2.6 不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

13.3 有下列情形之一的，属于采购人与投标人串通投标：

13.3.1 采购人在开标前开启投标文件并将有关信息泄露给其他投标人；

13.3.2 采购人直接或者间接向投标人泄露标底、评标委员会成员等信息；

13.3.3 采购人明示或者暗示投标人压低或者抬高投标报价；

13.3.4 采购人授意投标人撤换、修改投标文件；

13.3.5 采购人明示或者暗示投标人为特定投标人中标提供方便；

13.3.6 采购人与投标人为谋求特定投标人中标而采取的其他串通行为。

在评标过程中发现投标人有上述情形的，评标委员会应当认定其投标无效，并书

面报告本级财政部门。

14. 违规处理

投标人有下列情形之一的，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加青岛市政府采购活动：

- 14.1 提供虚假投标材料谋取中标、成交的；
- 14.2 采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人的；
- 14.3 与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通的；
- 14.4 向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的；
- 14.5 在招标采购过程中与采购人进行协商谈判的；
- 14.6 拒绝有关部门监督检查或者提供虚假情况的；
- 14.7 一年内累计三次以上投诉均查无实据，并带有明显故意行为的；
- 14.8 捏造事实或者提供虚假投诉材料的；

14.9 不按照规定程序以及正常途径质疑、投诉，采用匿名信、匿名电话、发短信息等手段，威胁、恫吓、辱骂、恶意中伤其他相关当事人的；

- 14.10 法律、法规和招标文件中规定的其他情形。

第八章 纪律要求

1. 对采购人的纪律要求

采购人应当按照行政事业单位内部控制规范要求，建立健全本单位政府采购内部控制制度，在编制政府采购预算和实施计划、确定采购需求、组织采购活动、履约验收、答复询问质疑、配合投诉处理及监督检查等重点环节加强内部控制管理。

采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

2. 对投标人的纪律要求

投标人应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标人的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标人的合法权益。

3. 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会及其成员不得有下列行为：

- （一）确定参与评标至评标结束前私自接触投标人；
- （二）接受投标人提出的与投标文件不一致的澄清或者说明，法律规定允许澄清或说明的情形除外；
- （三）违反评标纪律发表倾向性意见或者征询采购人的倾向性意见；
- （四）对需要专业判断的主观评审因素协商评分；
- （五）在评标过程中擅离职守，影响评标程序正常进行的；
- （六）记录、复制或者带走任何评标资料；
- （七）其他不遵守评标纪律的行为。

评标委员会成员有前款第一至五项行为之一的，其评审意见无效，并不得获取评审劳务报酬和报销异地评审差旅费。

4. 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

第九章 签订合同、合同主要条款

1. 签订合同

1.1 采购人应当自中标通知书发出之日起三十日内，按照招标文件和中标人投标文件的约定，与中标人签订书面合同。所签订合同不得对招标文件和中标人投标文件作实质性修改。

1.2 签订的合同原则以本章第4条的规定为基础，并根据评标、答疑情况进行修改补充，但该款并不限制采购人以其他方式签订合同的权利。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，不得与中标人私下订立背离合同实质性内容的协议。

1.3 招标文件、投标文件、书面承诺和中标通知书均作为经济合同的一部分，且具有法律效力。中标人应严格履行经济合同所规定的各项义务和责任，否则将依法处理。

1.4 有关法规或者招标文件明确不允许分包方式履行合同的，中标人不得分包履行合同，否则将依法承担法律责任。招标文件明确允许分包方式履行合同的，按照招标文件相关规定执行。

当中标人放弃中标结果或者因被质疑、投诉，经查属实或者因不可抗力而不能履行合同的，采购人可从推荐中标候选人名单中按顺序重新确定中标人，但应符合相关规定；否则采购人应重新组织招标。

1.5 采购人应当自采购合同签订之日起7个工作日内，将采购合同副本报同级财政部门 and 有关部门备案。

1.6 法律、行政法规规定应当办理批准、登记等手续后生效的合同，依照其规定。

2. 追加合同金额

政府采购合同履行中，采购人需要追加与合同标的相同服务的，在不改变合同其他条款的前提下并且在签订合同后1年内，经采购人报同级财政部门批准后，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10%，否则采购人应重新组织招标。

采购合同双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同。采购合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当变更、中止或者终止合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方都有过错的，各自承担责任。

3. 服务质量与验收

招标文件中的服务按照国标、部标、行业标准或者双方技术协议或者招标文件、投标文件、书面承诺提供服务。如对服务以及质量有争议，采购人组织相关部门对服务和质量进行检验或者验收，未达到服务要求的，由成中标人承担全部责任。

4. 合同主要条款

合同编号：_____

甲方（采购人）：_____

住所地：_____

乙方（中标人）：_____

住所地：_____

乙方于____年__月__日参加了____（采购人或者代理机构）组织的“____（项目名称及项目编号）”政府采购活动，经评标委员会评审确定乙方为____（包及包名称）中标人，按照《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国政府采购法》和相关的法律法规规定，以及招标文件要求，经甲乙双方协商一致，签订本政府采购合同。

第一条 合同标的

服务名称：

服务内容：

.....

技术标准：

.....

第二条 合同总金额

合同总金额为人民币（大写）：_____（¥_____）

此价格为合同执行不变价，不因国家政策变化而变化，该价款包括了服务价格及与之配套的设计、制造、正版软件、检验、包装、运输、保险、税费以及安装、组织验收、培训、技术服务（包括技术资料、图纸提供等）、质保期服务等全部价款，除此之外，甲方不再向乙方支付其他任何费用。

.....

第三条 服务交付

1、交付日期：

2、交付地点：

.....

第四条 交付验收

1、乙方应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，作为甲方验收和使用技术条件依据，清单应随提交的服务成果交给甲方。

2、乙方在指定地点提交服务成果后，甲乙双方应依据招标文件、投标文件等文件材料的要求共同验收，并且出具书面验收报告。

3、对复杂的服务，甲方可邀请国家认可的专业机构参与验收，并出具验收报告，相关费用负担由甲乙双方约定。

.....

第五条 所有权归属

乙方将服务成果交付甲方，并且经甲乙双方共同验收合格后所有权转移给甲方，

在所有权转移之前，标的物损毁、灭失的风险归乙方，乙方保证所交付的服务成果的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。

如乙方交付的服务成果有产权瑕疵的，视为乙方违约，乙方须向甲方支付20%的违约金；如果合同总金额价款已经支付完毕或者开始支付合同价款时才发现产权有瑕疵的，乙方仍须支付上述违约金并且赔偿甲方由此所遭受的一切损失。

第六条 包装、装运及运输

1、乙方负责包装、装运和运输，由于不适当的包装、装运和运输造成任何损坏均由乙方负责。

2、包装费、运费及相关费用已包含在合同总金额内。

.....

第七条 款项支付

1、服务成果交付甲方，经甲乙双方共同验收合格后由甲方负责办理支付手续。

2、属国库集中支付资金，甲方应按照双方约定的付款期限，及时向财政部门报送资金支付申请，财政部门对支付申请审核无误后，将款项直接支付至乙方账户。

3、付款方式

（可采用分期付款方式，也可以采用一次性付款方式，具体由甲乙双方协商约定。采用分期付款方式的，应约定首付、各分期支付的时间、条件及支付资金的比率；采用一次性付款方式的，应约定支付的时间；甲方根据采购服务的具体情况确定是否预留质保金，首付款比例不低于合同总金额的30%，验收合格后支付至95%。质保金的比例原则上不得超过合同总金额的5%）。

.....

第八条 履约保证金

1、乙方须向甲方交纳人民币（大写）_____（¥_____）元作为本合同的履约保证金。

2、履约保证金用于补偿甲方因乙方不能履行或不能完全履行合同义务而蒙受的损失。

3、履约保证金在服务交付验收合格_____月无质量问题后，填写《青岛市政府采购项目履约保证金退付表》、《青岛市政府采购项目验收单》和资金往来收款收据交监督部门后20个工作日内退还。

.....

第九条 售后服务及承诺

1、服务质量保证期限自提交服务验收合格之日起_____年，在质量保证期内，乙方应对服务出现的问题负责处理并承担一切费用，并且赔偿甲方的损失。

2、乙方有完善的服务体系，有能力提供持续的、本地化售后服务。

3、乙方负责系统安装和调试以及操作人员培训，并制定详细的培训计划，使操作

人员能独立进行管理、操作、维护和故障处理等工作，做好相关记录及技术文档收集整理，待验收后移交。

4、服务范围：负责招标文件所涉及到的所有服务。

.....

第十条 知识产权

1、乙方保证，甲方在享受服务或者服务的任何一部分时，免受第三方提出的侵犯其专利权、商标权或其他知识产权的起诉。如发生此类纠纷，由乙方承担一切责任；如因此给甲方造成损失的，乙方负责全额赔偿。

2、乙方为执行本合同而提供的技术资料或者其他相关资料、软件等由甲方永久免费使用。

.....

第十一条 甲方责任

1、及时办理付款手续。

2、负责提供工作场地，协助乙方办理有关事宜。

3、对合同条款及所知悉的乙方商业秘密负有保密义务。

.....

第十二条 乙方责任

1、保证所提供服务为投标文件承诺服务，符合相关法律法规规定并且满足甲方的需求，保证其配套项目部件为全新的未使用的且符合相关的质量要求。

2、保证所提供服务的售后服务，严格依据投标文件及相关承诺，对服务以及与之配套的项目进行保修、维护等服务。

3、保证其所供服务不存在侵犯第三方知识产权的行为，否则由此产生的损失由乙方承担。

.....

第十三条 违约责任

1、乙方所供服务成果及与之配套项目等不符合合同约定标准，甲方有权拒收。同时，乙方向甲方支付合同总金额20%的违约金。

2、乙方不能交付服务成果时，乙方向甲方支付合同总金额20%的违约金。

3、乙方逾期交付服务成果时，每逾1日乙方向甲方支付合同总金额3%的滞纳金。逾期交付超过30日，甲方有权决定是否继续履行合同，如甲方决定终止履行合同的，乙方向甲方支付合同总金额20%的违约金，并且赔偿甲方因此所遭受的损失。

4、因甲方过错而给乙方造成的损失，由甲方负担。

.....

第十四条 不可抗力

甲乙双方的任何一方由于不可抗力不能履行合同时，应当及时通知对方不能履行

或不能完全履行的情况和理由；在取得有关主管机关证明以后，允许延期履行、部分履行或者终止履行合同的，根据情况可部分或全部免予承担违约责任。

.....

第十五条 保密

乙方在合同履行期间知悉甲方的工作秘密（包括相关业务信息），不得透露或以其他方式提供给合同双方以外的其他方（包括乙方内部与本合同无关的任何人员），乙方的保密责任不因本合同的终止而终止。

乙方违反本合同所规定的保密义务，应按照本合同总金额的10%支付违约金。

.....

第十六条 争议解决

甲乙双方在合同履行中发生争议，应通过协商解决。如协商不成，可以向合同签订地法院提起诉讼。

.....

第十七条 合同生效及其他

1、除招标文件规定且甲方事先书面同意外，乙方不得部分或者全部转让、分包履行其应履行的合同项下的义务。

2、合同由甲、乙双方法定代表人（或者被授权代表）签字并加盖单位公章。

3、本合同一式六份，甲方一份，乙方一份，采购代理机构二份，同级财政部门一份，市公共资源交易管理办公室一份。

.....

第十八条 服务期限

本合同服务期限为__年；服务期限自 ____年__月__日起至__年__月__日止。本合同期限届满，如需续签，根据《政府采购目录》有关规定，经财政部门批准，双方可以根据法律及各项规定另行签订书面合同。

第十九条 下列文件为本合同不可分割部分

- 1、政府采购招标文件（包括澄清、修改）；
- 2、乙方投标文件；
- 3、中标（成交）通知书；
- 4、中标人在评标过程中做出的有关澄清、说明、承诺或者补正文件；
- 5、政府采购委托协议书；

甲 方：

乙 方：

单位名称(公章)：

单位名称(公章)：

法定代表人（被授权代表）签字：

法定代表人（被授权代表）签字：

电 话：

电 话：

年 月 日

年 月 日

第十章 投标文件格式

投标文件

包：第 包

商务部分

项目名称：

项目编号：

投标单位名称（公章）：

二〇 年 月 日

商务文件目录

- 1、投标函(见附件1)；
- 2、在经营活动中无重大违法记录和行贿犯罪记录的承诺(见附件2)；
- 3、法定代表人身份证明(见附件3)；
- 4、法定代表人授权委托书(见附件4)；
- 5、报价一览表(见附件5)；
- 6、分项报价明细表(见附件6)；
- 7、资格、资信证明材料；
- 8、投标人情况介绍（主要产品、技术力量、生产规模、经营业绩等）；
- 9、投标人同类项目实施情况一览表(见附件7)（若有）；
- 10、类似成功案例业绩证明（投标人同类项目中标通知书、合同、验收报告）（若有）；
- 11、商务响应表(见附件8)；
- 12、联合投标协议书（若有）(见附件9)；
- 13、联合投标授权委托书（若有）(见附件10)；
- 14、残疾人福利性单位声明函（见附件11)；
- 15、中小企业声明函（见附件12)；
- 16、节能、环保等的资质证书或者文件（若有）；
- 17、招标文件商务评标办法中要求提交的相关证明材料（若有）；
- 18、招标文件其它规定或者投标人认为应介绍或者提交的资料、文件和说明（若有）。

附件1:

投标函

(采购代理机构):

(投标人名称)系中华人民共和国合法企业，经营地址_____。

我(姓名)系(投标人名称)的法定代表人，我方愿意参加贵方组织的(招标项目名称)(编号为_____)的投标，为此，我方就本次投标有关事项郑重声明如下：

- 1、我方已详细审查全部招标文件，同意招标文件的各项要求。
- 2、我方向贵方提交的所有投标文件、资料都是准确的和真实的。
- 3、若中标，我方将按照招标文件规定履行合同责任和义务。
- 4、我方不是采购人的附属机构；在获知本项目采购信息后，与采购人聘请的为此项目提供咨询服务的公司以及其附属机构没有任何联系。
- 5、投标文件自开标日起有效期为90日历日。
- 6、以上事项如有虚假或者隐瞒，我方愿意承担一切后果。

投标人名称（公章）：

投标人法定代表人或者授权代表（印章）：

日 期：_____年___月___日

备注：本投标函由授权代表印章的，应附法定代表人印章的授权委托书。

附件 2:

在经营活动中无重大违法记录和行贿犯罪记录的承诺

我方在参加_____（项目名称）政府采购活动前 3 年内，我方被公开披露或查处的违法违规行为有：_____，但在经营活动中：

1、没有重大违法记录（重大违法记录指投标人因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚）。

2、没有行贿犯罪记录（查询内容：①投标人_____、组织机构代码证或统一社会信用代码_____；②法定代表人_____、身份证号码_____；③项目负责人_____、身份证号码_____）。

以上承诺若与实际情况不符，我方自愿承担一切法律后果。

投 标 人：_____（公章）

日 期：_____年___月___日

备注：1. 投标人没有被公开披露或查处违法违规行为的，注明“无”即可。

2. 采购文件未要求项目负责人的，项目负责人一栏可删除。

附件3:

法定代表人身份证明

投标人名称: _____

单位性质: _____

地址: _____

成立时间: _____年____月____日

经营期限: _____

姓名: _____ 性别: _____ 年龄: _____ 职务: _____

系_____ (投标人名称) 的法定代表人。

特此证明。

附: 法定代表人身份证复印件。

附件4:

法定代表人授权委托书

_____(采购代理机构):

我(姓名)系(投标人名称)法定代表人,现授权委托我公司的(姓名)为我公司本次项目的授权代表,代表我方办理本次投标、签约等相关事宜,签署全部有关的文件、协议、合同并具有法律效力。授权代表联系方式_____。

在我方未发出撤销授权委托书的书面通知以前,本授权委托书一直有效。授权人(代表)签署的所有文件(在授权书有效期内签署的)不因授权撤销而失效。

授权代表无权转让委托权。特此授权。

本授权委托书于_____年_____月_____日签字生效,特此声明。

(附法人代表身份证以及授权代表身份证复印件)

授权代表姓名:

性 别:

年 龄:

单 位:

部 门:

职 务:

投标人名称(公章):

法定代表人(印章):

日 期: 年 月 日

附件5:

报价一览表

投标包：第_____包

包名称：_____

序号	服务名称	含税总报价	备注 (取费依据、收费标准等)
1			
总计		大写：	
		小写：	

注：采购代理服务费由采购人支付的，投标人报价中无需考虑此费用。

时间：_____年_____月____日

附件 6:

分项报价明细表

投标包: 第_____包

名称: _____

序号	项目名称	服务说明	报价	备注
1				
2				
3				
			
服务项目费用合计		大写:		
		小写:		

时间: _____年_____月____日

附件7:

投标人同类项目实施情况一览表

投标包：第_____包

包名称：_____

采购单位名称	项目名称	单价	合同金额 (万元)	采购单位联系人及 电话

时间：_____年_____月____日

附件8:

商务响应表

投标包：第 包

项目	招标文件要求	是否 响应	投标人的承诺或说明
服务保障要求			
服务期限或者 提供服务起止 时间			
.....			
质量管理、企 业信用要求			
能力或业绩要 求			
.....			

日期：20__年__月__日

附件9:

联合投标协议书

甲方:

乙方:

(如果两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合,可按照甲、乙、丙、丁…序列增加)

联合体各方经协商,就响应(采购人名称)组织实施(项目名称)(项目编号)的招标活动联合进行投标之事宜,达成如下协议:

一、联合体各方一致决定,以 _____ 为 主办人进行投标,并按照招标文件的规定分别提交资格文件。

二、在本次投标过程中,主办人的法定代表人或者授权代理人根据招标文件规定以及投标内容对采购人所作的任何合法承诺,包括书面澄清以及响应等对联合体各方均有约束力。如果中标并签订合同,则联合体各方将共同履行对采购人或者采购代理机构所负有的全部义务,并就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。

三、联合体各方保证对主办人为响应本次招标而提供的产品和服务提供全部质量保证以及售后服务支持。

四、本次联合投标中,联合体各方承担的工作和义务:

甲方承担的工作和义务为:

乙方承担的工作和义务为:

五、有关本次联合投标的其他事宜:

六、本协议提交采购人或者采购代理机构后,联合体各方不得以任何形式对上述实质内容进行修改或者撤销。

七、本协议共份,联合体各方各持一份,并作为投标文件的一部分。

甲方名称: (公章)
章)

乙方名称: (公

法定代表人: (印章)

法定代表人: (印章)

日期: 年月日

日期: 年月日

附件10:

联合投标授权委托书

（如果两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合，可按照甲、乙、丙、丁…序列增加）

本授权委托书声明：根据_____（甲方名称）与_____（乙方名称）签订的《联合投标协议书》的内容，主办人_____的法定代表人_____现授权_____为联合投标代理人，代理人在投标、开标、评标、合同谈判过程中所签署的一切文件和处理与这有关的一切事务，联合投标各方均予以认可并遵守。

特此委托。

主办人的法定代表人：_____（印章）

日期：年月日

联合投标代理人：_____（印章）：

日期：年月日

甲方名称：_____（公章）

法定代表人：_____（印章）

日期：年月日

乙方名称_____（公章）

法定代表人：_____（印章）

日期：年月日

附件11:

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的
服务，或者提供其他残疾人福利性单位的服务（不包括使用非残疾人福利性单位
注册商标的服务）。

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：

日

期：

附件12:

中小企业声明函

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库〔2011〕181号）的规定，本公司为_____（请填写：中型、小型、微型）企业。即，本公司同时满足以下条件：

1、根据《工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部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）规定的划分标准，本公司为_____（请填写：中型、小型、微型）企业。

2、本公司参加_____单位的_____项目采购活动提供本企业服务，由本企业承担服务，本条所称服务不包括使用大型企业的服务。

本公司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：

日 期：

投标文件

包：第 包

技术部分

项目名称：

项目编号：

投标单位名称（公章）：

二〇 年 月 日

技术文件目录

- 1、对本项目服务总体要求的理解；
- 2、服务方案；
- 3、应急服务措施；
- 4、服务响应表（见附件14）；
- 5、项目实施人员（主要从业人员及其技术资格）一览表（见附件15）；
- 6、招标文件要求或者投标人认为其它应介绍或者提交的资料 and 文件。
- 7、证明服务的合格性和符合招标文件规定的技术资料。
- 8、投标人需要说明的其他文件和说明（格式自拟）。

附件14:

服务响应表

投标人名称（公章）：_____

第_____包

序号	招标文件要求	投标文件响应	偏离情况

注：

1、投标人应根据招标文件的服务要求，如实逐条一一对应填写响应情况，如有未响应服务要求，评标委员会有权视其为负偏离；

2、请投标人在“偏离情况”一栏详细描述存在正偏离或负偏离服务要求，并标明偏离情况；

3、招标文件服务内容未做要求的，不视为正偏离。

时间：_____年_____月____日

附件15:

项目实施人员（主要从业人员及其技术资格）一览表

投标人名称（公章）：_____

第_____包

姓名	职务	专业技 术资格	身份证号码	参加本单位工作时间

注：在填写时，如本表格不适合投标单位的实际情况，可根据本表格式自行划表填写，后附相关人员证书复印件及社保证明材料复印件。

时间：_____年_____月____日

附件16:

政府采购项目验收单

用 户		合 同 号		合 同 金 额	
招 标 项 目		验 收 项 目		合 计	财 政 投 入
验收意见:		验收意见:		验收意见:	
负责人:		负责人:		负责人:	
(组织验收单位盖章)		(用户盖章)		(投标人盖章)	
年 月 日		年 月 日		年 月 日	
验收小组成员签名					

附录