

# 温岭电子商务进农村综合示范项目建设采购

# 招 标 文 件

采购人（章）：温岭市商务局

采购代理机构（章）：台州诚创招标代理有限公司

备案单位：温岭市财政局政府采购监管科

2022 年 01月

# 目 录

- 第一章 招标公告
- 第二章 投标人须知
- 第三章 评标办法及评分标准
- 第四章 公开招标需求
- 第五章 政府采购合同主要条款指引
- 第六章 投标文件格式附件

# 第一章 招标公告

## 项目概况:

温岭电子商务进农村综合示范项目建设采购项目的潜在供应商应在“**政府采购云平台**”获取采购文件，并于**2022年02月10日 09点00分**（北京时间）前递交投标文件。

## 一、项目基本情况:

项目编号: CC021C12271

项目名称: 温岭电子商务进农村综合示范项目建设采购

预算金额: 一标段 600 万元, 二标段 545 万元, 合计 1145 万元。

最高限价: 一标段 575 万元, 二标段 525 万元。

采购需求:

标段	标项内容	数量	最高限价	简要规格描述
1	温岭电子商务进农村综合示范项目公共服务体系、县域商业体系及创业就业体系建设项目	1 项	575 万元	详见采购需求。
2	温岭市电商产业集聚体系、农村现代商贸流通体系及电商人才培养体系建设服务项目	1 项	525 万元	

合同履行期限: 详见合同条款。

本项目不接受联合体投标。

## 二、申请人的资格要求:

(一) 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的投标人资格条件。

1. 具有独立承担民事责任的能力;
2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度;
3. 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力;
4. 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录;
5. 参加政府采购活动前三年内, 在经营活动中没有重大违法记录;
6. 法律、行政法规规定的其他条件。

(二) 特定资格条件: /。

(三) 截止投标截止时间前(北京时间), 投标人未被“信用中国”(www.creditchina.gov.cn)、“中国政府采购网”(www.ccgp.gov.cn)列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。

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

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

(六) 公益一类事业单位不属于政府购买服务的承接主体, 不得参与承接政府购买服务。

## 三、获取招标文件:

(一) 获取时间: 公告发布时间 至 投标截止时间

(二) 获取地址: 浙江政府采购网“政府采购云平台”

### （三）获取方式：

1. 尚未注册浙江政府采购网正式供应商的应先进行注册申请，注册流程详见“浙江政府采购网—网上办事指南—供应商注册申请”，注册申请免费。
2. 供应商注册成功后，登录“政采云”平台进入“项目采购”应用模块，点击菜单“申请获取采购文件”，填写获取采购文件申请信息。点击“下载采购文件”即可获取采购文件。
3. 采购公告上附件里的采购文件仅供阅览使用，供应商应当在“政采云”平台注册登记后再获取采购文件，没有通过注册登记而获取采购文件的潜在供应商，对采购文件提起质疑投诉的，不予受理。
4. 采购代理机构将拒绝接受非通过以上方式获取采购文件的供应商投标文件。

### （四）售价：0元。

## 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

1. 投标截止时间：**2022年02月10日 09点00分**
2. 投标地点：投标人应于投标截止时间之前将电子投标文件上传到“政府采购云平台”
3. 开标时间：**2022年02月10日 09点00分**

开标时间后30分钟内，供应商须登录“政采云”平台，用“项目采购-开标评标”功能解密投标文件。

4. 开标地址：“政府采购云平台”线上开标。

## 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

### （一）电子招投标相关事宜：

1. 供应商注册：投标人应为浙江政府采购注册供应商，如尚未注册，务必在投标截止时间前登陆浙江政府采购网进行注册。

2. 本项目采取电子招投标，电子招投标有关事项说明如下：

（1）本项目通过“政府采购云平台（www.zcygov.cn）”实行电子投标，供应商须安装客户端软件，并按照采购文件和电子交易平台的要求编制并加密投标、响应文件。供应商未按规定加密的投标、响应文件，电子交易平台将拒收并提示。

客户端软件下载方式：供应商可通过“浙江政府采购网-下载专区-电子交易客户端”进行下载。

（2）供应商须申领CA，并在政采云平台完成绑定方可进行投标文件的编制，CA相关操作可参考“浙江政府采购网-下载专区-电子交易客户端-CA驱动和申领流程”。

供应商在进行上述操作时，如遇技术问题可致电400-881-7190进行咨询。

（二）投标保证金：本项目不收取投标保证金。

### （三）质疑和投诉：

1. 供应商认为采购文件使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑。质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。

2. 质疑函范本、投诉书范本请到浙江政府采购网下载专区下载。

3. 书面质疑受理地点：

联系人：陈女士

联系电话：0576-86155119

地址：浙江省温岭市城东街道万昌中路1333号创业大厦1幢1502室

**(四) 公告发布媒体:**

浙江省政府采购网（<http://www.zjzfcg.gov.cn>）和温岭市公共资源交易中心网（<http://new.wl.gov.cn/col/col1402172/index.html>）。

**(五) 其他事项:**

为优化政府采购营商环境，缓解供应商资金难题，政采云平台已推广应用“政采贷”服务，中标供应商如有融资需求，可使用以下银行的政采贷服务。

银行	贷款年利率	联系人	联系电话
中国农业银行	3.8%起	赵莉鹏	15267630808
中国交通银行	3.8%起	王培洁	13819666299
中国建设银行	基准利率	范融	13958680866
中国工商银行	3.8%起	王晨晓	18858658025
中国银行	3.85%起	朱虹	13806588208
中国邮政储蓄银行	3.85%起	王彬彬	13173718881

**政采保联系方式:**

中国人民财产保险股份有限公司温岭市支公司	合同（质量）履约按履约 保证金年费率 1% (1.5%)，每单保函最低 保险费为 500 元(300 元)	李微微	13605861319
中国平安财产保险股份有限公司温岭支公司		郑海珍	13906560678
阳光财产保险股份有限公司温岭支公司		王巧萍	13967691616

**七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。**

1. 采购代理机构名称：台州诚创招标代理有限公司

联系人：洪佳、陈洁

联系电话：18968586935、13738633958

地址：浙江省温岭市城东街道万昌中路 1333 号创业大厦 1 幢 1502 室

2. 采购人：温岭市商务局

联系人：吴先生

联系电话：0576-86115713

地址：浙江省温岭市人民路 258 号

3. 同级政府采购监督管理部门名称：温岭市财政局

联系人：温岭市财政局政府采购监管科

监督投诉电话：0576-86086511

地址：浙江省温岭市太平街道中华路 29 号

## 第二章 投标人须知前附表

序号	项 目	内 容
1	采购项目	项目名称：温岭电子商务进农村综合示范项目建设采购 项目内容：详见采购需求
2	采购方式	公开招标
3	投标文件形式	1. 电子投标文件包括“电子加密投标文件”和“备份投标文件”，在投标文件编制完成后同时生成。 2. “电子加密投标文件”是指通过“政采云电子交易客户端”完成投标文件编制后生成并加密的数据电文形式的投标文件。 3. “备份投标文件”是指与“电子加密投标文件”同时生成的数据电文形式的电子文件（备份标书，用于供应商标书解密异常时应急使用），其他方式编制的备份投标文件视为无效备份投标文件。
4	投标文件份数	1.一份电子加密标书（后缀格式为.jmbs），一份备份标书文件（后缀格式为.bfbs）。 2.每份电子投标文件应包括资格证明文件、商务技术文件及报价文件三部分内容。 3.如中标，中标人需根据采购人要求提供纸质投标文件至少一份，采用胶装，不建议采用活页夹等可随时拆换的方式装订。
5	电子加密投标文件	电子加密投标文件：投标文件制作完成并生成加密标书，在投标截止时间前，供应商需将加密的投标文件上传至政采云平台，在开标时间开始后 30 分钟内，解密投标文件。 <b>a.供应商未能在投标截止时间前成功上传电子加密投标文件的投标无效。</b> <b>b.供应商成功上传电子加密投标文件后，可自行打印投标文件接收回执。</b>
6	备份投标文件	备份投标文件：供应商确保在投标截止时间前，将备份投标文件通过快递形式寄达采购代理机构处，以便标书解密异常时应急使用（邮寄地址：浙江省温岭市城东街道万昌中路 1333 号创业大厦 1 幢 1502 室，接收人：朱靖晔，电话：13736692168）。 <b>a.备份投标文件递交要求：供应商须将备份投标文件以光盘或 U 盘形式放在密封袋中，密封后并在密封袋上注明投标项目名称、投标单位名称并加盖公章。未密封包装或者逾期邮寄送达的“备份投标文件”将不予接收。</b> <b>b.通过“政府采购云平台”成功上传递交的“电子加密投标文件”已按时解密的，“备份投标文件”自动失效。投标截止时间前，投标供应商仅递交了“备份投标文件”而未将“电子加密投标文件”成功上传至“政府采购云平台”的，投标无效。</b>
7	电子加密投标文件的解密和异常情况处理	电子加密投标文件的解密和异常情况处理： <b>a.开标后，各投标供应商代表应当在限定时间内自行完成“电子加密投标文件”的在线解密。</b> <b>b.通过“政府采购云平台”成功上传递交的“电子加密投标文件”无法按时解密，投标供应商如按规定递交了“备份投标文件”的，以“备份投标文件”为依据（由采购组织机构按“政府采购云平台”操作规范将“备份投标文件”上传至“政府采购云平台”，上传成功后，“电子加密投标文件”自动失效），否则视为投标文件</b>

		撤回。 <b>c.投标截止时间前, 投标供应商仅递交了“备份投标文件”而未将电子加密投标文件上传至“政府采购云平台”的, 投标无效。</b>
8	投标文件、 流程文件 签章	电子投标文件必须有电子签章; 开标后, 相关信息记录确认、澄清说明、回复等内容, 电子签章、或者签章后上传 相关文件, 均认可; 政采云系统平台有新的操作流程的, 按其规定。
9	开标程序	1. 开标后, 采购代理机构点击【开始解密】, 供应商应在 30 分钟内完成解密。供 应商在规定的时间内都已完成解密, 则系统自动结束解密; 供应商超过解密时限, 默认自动放弃; 2. 解密不成功时, 如投标供应商已按规定递交了“备份投标文件”的, 采购代理 机构通过【异常处理】端口对备份投标文件上传、解密; 3. 结束解密后, 供应商通过邮件形式将经授权代表签署的《政府采购活动现场确 认声明书》(格式见采购文件中的格式附件)扫描件发至代理机构经办人邮箱(邮 箱地址: 360745117@qq.com, 联系人: 朱靖晔, 电话: 13736692168); 4. 采购组织机构点击【开启标书信息】, 开启标书成功后进入开标流程。 5. 政采云系统平台有新的操作流程的, 按其规定。
10	评标程序	资格审查: 由采购人或采购代理机构代表根据采购文件的规定对投标人进行资格审 查, 资格审查不合格的投标人, 其投标作无效标处理。 符合性评审: 依据采购文件的规定, 从投标文件的有效性、完整性和对采购文件的 响应程度进行审查, 以确定是否对采购文件的实质性要求作出响应。 商务技术评分: 由评标委员会对各投标人的技术商务充分审核、讨论及评议后, 独 立评分。 商务技术评分汇总 商务技术结果公布; 代理机构公布符合性审查、商务技术评审无效供应商名称及理 由; 公布经商务技术评审后有效投标供应商的名单, 及其商务技术部分得分情况。 开启报价响应文件: 采购代理机构成功开启报价响应文件后, 方可查看各供应商报 价情况。 代理机构公布开标一览表有关内容, 供应商自行确认(不予确认的应说明理由, 否 则视为无异议)。 报价评审: 由评标委员会对报价的合理性、准确性等进行审查核实。 得分汇总 结果公布: 供应商可通过在线平台查看评审结果。 注: 除邮件交互外, 如政采云平台提供信息发布、澄清说明、数据交换等操作方式 的, 或者政采云系统平台有新的操作流程的, 按其规定。
11	询标澄清	在评标过程中, 如评审小组对投标文件有疑问, 由评审组长将问题汇总后发起询标 澄清函, 供应商应在规定截止时间前回复相关内容并经签章后提交。逾期答复的, 投标人自行承担由此可能导致的对其不利的评审结果, 评标委员会按少数服从多数 原则对相关内容进行评判。

12	投标有效期	自投标截止日起 90 天。
13	投标报价	1. 本项目投标应以人民币报价； 2. 不论投标结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用。
14	踏勘现场	<input checked="" type="checkbox"/> 组织（详见招标文件） <input type="checkbox"/> 不组织（如有需要，投标人可自行前往）
15	样品	<input type="checkbox"/> 提供，具体详见招标文件，中标人提供的样品将由采购人保管、封存并作为履约验收的参考 <input checked="" type="checkbox"/> 不提供
16	演示	<input type="checkbox"/> 要求，具体详见招标文件 <input checked="" type="checkbox"/> 不要求
17	评标办法	<input checked="" type="checkbox"/> 采用综合评分法 <input type="checkbox"/> 采用最低评标价法
18	是否进口	<input type="checkbox"/> 允许进口 <input checked="" type="checkbox"/> 不允许进口
19	节能产品	<input type="checkbox"/> 强制采购节能产品 <input type="checkbox"/> 优先采购节能产品 <input checked="" type="checkbox"/> 不适用
20	环境标志产品	<input type="checkbox"/> 优先采购环境标志产品 <input checked="" type="checkbox"/> 不适用
21	促进小微企业发展	本项目执行促进中小企业发展政策，监狱企业、残疾人福利性单位视同小型、微型企业。
22	合同签订	采购人与中标人应当在《中标通知书》发出之日起 30 日内签订政府采购合同。中标人拖延、拒签合同的，将被取消中标资格。
23	供应商注册事项	根据《浙江省政府采购供应商注册及诚信管理暂行办法》（浙财采监字〔2009〕28 号），供应商中标后必须注册成为浙江政府采购网（ <a href="http://www.zjzfcg.gov.cn/">http://www.zjzfcg.gov.cn/</a> ）的正式供应商，否则可以不与中标人签订合同，如未能按时签订合同，将取消其中标资格。
24	履约保证金	一标段金额：人民币贰拾万元整（¥：200000 元）； 二标段金额：人民币壹拾伍万元（¥：150000 元）； 收取方式：网银、电汇、转账支付； 履约保证金在中标供应商收到中标通知书后 5 个工作日内交至采购人处，退还条件详见合同条款。
25	代理服务费	1. 一标段金额：人民币肆万壹仟贰佰元（¥41200 元）。 二标段金额：人民币叁万玖仟贰佰贰拾元（¥39220 元）。 2. 收取方式：由代理机构向中标单位收取，中标单位在中标公告发布后 5 个工作日内支付至招标代理机构处。 台州诚创招标代理有限公司 税号：91331081MA2APG9A93 开户银行：浙江泰隆商业银行台州温岭支行 账号：3301 0080 2010 0003 9401
26	现场组织实施	根据浙江省财政厅文件浙财采监〔2015〕13 号文件《关于印发浙江省政府采购活动现场组织管理实施办法的通知》实施。
27	解释权	本招标文件的解释权属于采购人和采购代理机构

28	其他说明	根据《浙江省财政厅关于规范政府采购供应商资格设定及资格审查的通知》浙财采监〔2013〕24号文件,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投标时应提供该单位负责人签署的相关文件材料,与其他法人单位法定代表人签署的文件材料具有同等效力。
29	注意事项	投标人应严格按照招标文件及补充文件的规定和要求编制投标文件。在编制投标文件过程中,应严格遵循实事求是、诚信投标的原则,如有偏离,应如实填写响应偏离。如果发现本招标文件中存在歧视性不公正条款或违法违规等内容时,请投标人在获取招标文件后,在采购文件的质疑有效期内及时书面提出。 采购结果公告期间,投标人不得通过非正当途径获取法律法规规定评标委员会(包括其他相关人员)应当保密的相关内容。

## 一、总则

### （一）适用范围

本招标文件适用于本次项目的招标、投标、评标、定标、验收、合同履行、付款等行为（法律、法规另有规定的，从其规定）。

### （二）定义

1. 采购代理机构：是指受采购人委托，在委托的范围内办理政府采购事宜的机构。
2. 采购人：是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位和团体组织。
3. 投标人：是指参加本政府采购项目投标的供应商。
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。
5. 服务：是指除货物和工程以外的其他政府采购对象，包括各类专业服务、信息网络开发服务、金融保险服务、运输服务，以及维修与维护服务等。
6. “书面形式”包括信函、传真等。
7. “▲”系指实质性要求条款。

### （三）投标费用

不论投标结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用（招标文件有相关规定除外）。

### （四）特别说明

1. 投标人投标所使用的资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证必须真实有效。
2. 投标供应商所投产品除招标文件中明确规定要求“提供官网截图或相应检测报告的证明材料”以外，所有技术参数描述均以投标文件为准，投标供应商需在投标文件中说明本次投标产品的技术参数是否与官网上公开的技术参数一致，如不一致，明确哪些参数不一致，不一致的原因以及使用何种技术可以达到投标产品参数。投标供应商对所投产品技术参数的真实性承担法律责任。项目招标结束后、质疑期限内，如有质疑供应商认为中标供应商所投产品、投标文件技术参数与招标需求存在重大偏离、错误、甚至造假的情况，应提供具体有效的证明材料。
3. 投标人在投标活动中提供任何虚假材料，其投标无效，并报监管部门查处；中标后发现的，根据《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款第一项之规定，处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。
4. 投标人不得相互串通投标报价，不得妨碍其他投标人的公平竞争，不得损害采购人或其他投标人的合法权益，投标人不得以向采购人、评标委员会成员行贿或者采取其他不正当手段谋取中标。
5. 投标文件格式中的表格式样可以根据项目差别做适当调整，但应当保持表格样式基本形态不变。

## 二、招标文件

（一）招标文件由招标文件总目录所列内容组成。

（二）招标文件的澄清或修改

1. 采购人或采购代理机构可以对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改，但不得改变采购标的和资格条件。澄清或者修改应当在原公告发布媒体上发布澄清公告。澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

2. 澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或者采购代理机构应当在投标截止时间至少15日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足15日的，采购人或者采购代理机构应

当顺延提交投标文件的截止时间。

3. 投标人在规定的时间内未对招标文件提出疑问、质疑或要求澄清的，将视其为无异议。对招标文件中描述有歧义或前后不一致的地方，评标委员会有权进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个投标人。

### 三、投标文件

#### （一）投标文件的组成

投标人获取招标文件后，按照招标文件的要求提供：资格证明文件、商务技术文件和报价文件。本项目共有 2 个标段，投标人若参与多个标段的，则每个标段均应制作并提交投标文件，以下为每个标段应包含的内容：

##### 1. 资格证明文件的组成：

序号	内容	备注
1	封面	格式附后
2	目录	格式、内容自拟
▲3	投标声明书	格式附后
▲4	授权委托书 (附上法定代表人及代理人的身份证正反面)	如授权委托书代理人的则需提供该项，格式附后
▲5	法人或者其他组织的营业执照	/
▲6	经审计的财务状况报告或者银行资信证明的相关材料或承诺函	格式、内容自拟
▲7	依法缴纳税收的相关材料或承诺函	格式、内容自拟
▲8	依法缴纳社会保障资金的相关材料或承诺函	格式、内容自拟
▲9	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的相关材料或承诺函 (根据项目性质提供，该项内容不得写“无”)	格式、内容自拟
10	投标人认为需要提供的其它文件和资料	内容自拟（可选择性提供）

##### 2. 商务技术文件的组成：

序号	内容	备注
1	封面	格式附后
2	目录	内容自拟
3	供应商自评表	格式附后
4	投标人基本情况表	格式附后
5	项目实施人员一览表	格式附后
6	项目负责人资格情况表	格式附后
7	技术、商务偏离表	格式附后
8	证书一览表	格式附后
9	拟投标产品品牌型号一览表	格式附后
10	可根据评分项所涉及的内容进行编制	内容自拟
11	投标人认为需要提供的其它文件和资料，包括可能影响投标人商务技术文件评分的各类证明材料	内容自拟（可选择性提供）

##### 3. 报价文件的组成：

1	封面	格式附后
2	目录	内容自拟

3	开标一览表、报价明细表	格式附后
4	中小企业声明函	投标人若参与小微企业评审的，格式附后
5	残疾人福利性单位声明函	投标人若参与残疾人福利性单位评审的，根据《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，提供残疾人福利性单位声明函，格式附后
6	省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）开具的属于监狱企业的证明文件	投标人若参与监狱企业评审的，根据《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，格式自拟
7	投标人认为需要提供的其它文件和资料	内容自拟（可选择性提供）

## （二）投标文件的制作、封装及递交要求

### 1. 投标文件的制作要求

(1) 投标人应按照投标文件组成内容及项目招标需求制作投标文件，不按招标文件要求制作投标文件的将视情处理，责任由投标人自行承担。

(2) 投标人应对所提供的全部资料的真实性承担法律责任，投标文件内容中有要求盖章或签字的地方，必须加盖投标人的公章以及法定代表人或授权代理人的签字或盖章。

(3) 投标文件以及投标人与采购代理机构就有关投标事宜的所有来往函电，均应以中文汉语书写。除签字、盖章、专用名称等特殊情形外，以中文汉语以外的文字表述的投标文件视同未提供。

(4) 投标计量单位，招标文件已有明确规定的，使用招标文件规定的计量单位；招标文件没有规定的，应采用中华人民共和国法定计量单位（货币单位：人民币元）。

(5) 若投标人不按招标文件的要求提供资格审查材料，其责任由投标人自行承担。

### 2. 投标文件的式样

(1) 投标人通过“政采云”平台制作电子投标文件，投标文件制作详见“供应商-政府采购项目电子交易操作指南”。

(2) 投标文件是电子投标文件，包括“电子加密投标文件”和“备份投标文件”，在投标文件编制完成后同时生成。

1) “电子加密投标文件”是指通过“政采云电子交易客户端”完成投标文件编制后生成并加密的数据电文形式的投标文件。

2) “备份投标文件”是指与“电子加密投标文件”同时生成的数据电文形式的电子文件（备份标书，用于供应商标书解密异常时应急使用），其他方式编制的备份投标文件视为无效备份投标文件。

3) 一份电子加密标书（后缀格式为.jmbs），一份备份标书文件（后缀格式为.bfbs）

4) 每份电子投标文件应包括资格响应文件、商务技术响应文件、报价响应文件三部分内容。

(3) 投标文件中投标声明书、授权委托书的格式、签字、盖章及内容均应符合采购文件格式要求。

(4) 投标人应根据“政采云供应商项目采购-电子招投标操作指南”及本招标文件规定编制电子投标文件并进行关联定位，以便评标委员会在评标时，点击评分项，可直接定位到该评分项内容。

如对招标文件的某项要求，投标人的投标响应文件未能提供相应的内容与其对应，则评标委员会在评审时会提示投标人未对此项招标要求提供相应内容。由此产生的评分影响由投标人自行承担。

投标文件内容不完整、编排混乱导致投标文件被误读、漏读，或者在按采购文件规定的部分查找不到相关内容的，是投标人的责任。

### 3. 投标文件的递交要求

(1) 电子加密投标文件：投标文件制作完成并生成加密标书，在投标截止时间前，投标人需将加

密的投标文件上传至政采云平台，到达开标时间后，解密投标文件。

- a. 投标人未能在投标截止时间前成功上传电子加密投标文件的投标无效。
- b. 投标人成功上传电子加密投标文件后，可自行打印投标文件接收回执。

(2) 备份投标文件：供应商确保在投标截止时间前，将备份投标文件通过快递形式寄达采购代理机构处，以便标书解密异常时应急使用。

a. 备份投标文件递交要求：投标人须将备份投标文件以光盘或 U 盘形式放在密封袋中，密封后并在密封袋上注明投标项目名称、投标单位名称并加盖公章。未密封包装或者逾期邮寄送达的“备份投标文件”将不予接收。

- b. 投标人仅提交备份投标文件的，投标无效。

#### 4. 投标文件的补充、修改和撤回

(1) 投标人在递交投标文件后，在规定的投标截止时间前，可以补充、修改或者撤回电子交易文件。补充或者修改电子交易文件的，应当先行撤回原文件，补充、修改后重新传输递交。投标截止时间前未完成传输的，视为投标文件撤回，投标无效。

(2) 在投标截止期之后，投标人不得对其投标作任何修改。

(3) 从投标截止期至投标人在投标函格式中确定的投标有效期期满这段时间内，投标人不得撤回其投标。

#### (三) 投标文件的有效期

1. 自投标截止日起 90 天投标文件应保持有效。有效期不足的投标文件将被拒绝。
2. 在特殊情况下，采购人可与投标人协商延长投标文件的有效期，这种要求和答复均以书面形式进行。
3. 中标人的投标文件自开标之日起至合同履行完毕均应保持有效。

## 四、开标

### (一) 开标事项

1. 采购人将于招标文件规定的时间和地点公开开标。若采购人通过修改采购文件更改了开标时间和地点的，以后者为准。

2. 开评标期间，投标人代表应在线操作，并关注政采云有关信息公布、澄清等情况。投标人代表不参加开标程序的，事后不得对采购相关人员、开标过程和开标结果提出异议。

3. 开标程序

#### 3.1 开标第一阶段

(1) 向各投标人发出电子加密投标文件【开始解密】通知，由投标人按招标文件规定的时间内自行进行投标文件解密。投标人在规定的时间内无法完成已递交的“电子加密投标文件”解密的，如已按规定递交了备份投标文件的，将由采购组织机构按“政府采购云平台”操作规范将备份投标文件上传至“政府采购云平台”，上传成功后，“电子加密投标文件”自动失效；

- (2) 投标文件解密结束，各投标人组织签署《政府采购活动现场确认声明书》；
- (3) 开启投标文件，进入资格审查；
- (4) 开启资格审查通过的投标供应商的商务技术文件进入符合性审查、商务技术评审；
- (5) 第一阶段开标结束。

备注：开标程序的第一阶段结束后，采购人或采购代理机构将对依法对投标供应商的资格进行审查，资格审查结束后进入符合性审查和商务技术的评审工作。

### 3.2 开标第二阶段

(1) 符合性审查、商务技术评审结束后，举行开标程序第二阶段会议。首先公布符合性审查、商务技术评审无效供应商名称及理由；公布经商务技术评审后有效投标人的名单，同时公布其商务技术部分得分情况。

(2) 开启符合性审查、商务技术评审有效投标人的《报价文件》，公布开标一览表有关内容，同时当场制作开标记录表，供应商自行确认（不予确认的应说明理由，否则视为无异议）。报价响应文件开标结束后，由评标委员会对报价的合理性、准确性等进行审查核实。

(3) 评审结束后，公布中标（成交）候选供应商名单，及采购人最终确定中标或成交供应商名单的时间和公告方式等。

4. 如遇“政府采购云平台”电子化开标或评审程序调整的，或者政采云系统提供数据电文交互功能的，按其规定执行。

## 五、评标

### （一）组建评标委员会

评标委员会由采购人依法组建。

### （二）评标程序

1. 投标文件初审。初审分为资格性检查和符合性检查。

(1) 资格性检查。

开标后，采购人或采购代理机构将对投标人的基本资格条件、特定资格条件进行审查。

投标人未按照采购文件要求提供与基本资格条件、特定资格条件相应的有效资格证明材料的，视为投标人不具备采购文件中规定的资格要求，其资格审查不通过。

(2) 符合性检查。依据采购文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对采购文件的响应程度进行审查，以确定是否对采购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本身的内容，而不寻求外部证据。

如果投标文件没有实质上响应采购文件的要求，评标委员会将判定无效，投标人不得通过修改或撤销不合要求的偏离或保留而使其投标成为实质性响应的投标。

2. 澄清有关问题。在评标期间，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，评标委员会可以书面形式（或有效电子数据电文）要求投标人作出必要的澄清、说明或者纠正。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。

投标供应商的澄清、说明或者补正应当由法定代表人或其授权的代表签字（或加盖公章）后扫描上传提交。

授权代表对澄清、说明或者补正内容未签字确认的，将自行承担由此可能导致的对其不利的评审结果，评标委员会按少数服从多数原则对相关内容进行评判。

除邮件交互外，如政采云平台提供信息发布、澄清说明、数据交换等操作方式的，或者政采云平台有新的操作流程的，按其规定。

3. 修正原则

投标文件报价出现前后不一致的，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。修正后的报价按照财政部公布第87号令《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第五十一条第二款的规定经投标人确认后产生约束力,投标人不确认的,其投标无效。

#### 4. 比较与评价。

按采购文件中规定的评标方法和标准,对资格性检查和符合性检查合格的投标文件进行商务和技术评估,综合比较与评价。

5. 按采购文件中规定的评标方法和标准,对投标人进行排序,并推荐中标候选人。
6. 编写评标报告。
7. 评价:采购代理机构对评标委员会评审专家进行评价。

### **(三) 投标人存在下列情况之一的,投标无效**

1. 未按时上传电子投标文件的;
2. 未按时解密电子投标文件的且未提供备份投标文件或未按时解密电子投标文件的且提供的备份投标文件无法打开的;
3. 在资格证明文件或商务技术文件中出现投标报价的;
4. 报价文件中报价的货物跟商务技术文件中的投标货物出现重大偏差的;
5. 不具备招标文件中规定的资格要求的或资格证明文件提供不齐全的;
6. 投标文件未按招标文件规定的要求提交资料或签署、盖章的;
7. 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的;
8. 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;
9. 报价超过招标文件中规定的预算金额或最高限价;
10. 未实质性响应招标文件要求或者投标文件有采购人不能接受的附加条件的或者明显不符合招标文件要求的技术参数、质量标准,或者与招标文件中的技术指标、主要功能项目发生实质性偏离的;
11. 投标文件提供虚假材料的;
12. 符合中华人民共和国财政部令第87号《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第三十七条情形之一的,视为投标人串通投标,其投标无效,并移送采购监管部门:
  - (1) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制;
  - (2) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜;
  - (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;
  - (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;
  - (5) 不同投标人的投标文件相互混装;
13. 不符合法律、法规和招标文件中规定的其他实质性要求的(招标文件中打“▲”内容及被拒绝的条款)。

### **(四) 有下列情况之一的,本次招标作为废标处理**

1. 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的;

2. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
3. 因重大变故，采购任务取消的；
4. 法律、法规和招标文件规定的其他导致评标结果无效的。

**(五) 采购过程中出现以下情形，导致电子交易平台无法正常运行，或者无法保证电子交易的公平、公正和安全时，采购组织机构可中止电子交易活动：**

- (1) 电子交易平台发生故障而无法登录访问的；
- (2) 电子交易平台应用或数据库出现错误，不能进行正常操作的；
- (3) 电子交易平台发现严重安全漏洞，有潜在泄密危险的；
- (4) 病毒发作导致不能进行正常操作的；
- (5) 其他无法保证电子交易的公平、公正和安全的情况。

出现前款规定情形，不影响采购公平、公正性的，采购组织机构可以待上述情形消除后继续组织电子交易活动，也可以决定某些环节以纸质形式进行；影响或可能影响采购公平、公正性的，应当重新采购。

废标后，采购人应当将废标理由通知所有投标人并重新组织招标；或者经主管部门批准，采取其他方式组织采购。

#### **(六) 评标原则和评标办法**

1. 评标原则。评标委员会必须公平、公正、客观，不带任何倾向性和启发性；不得向外界透露任何与评标有关的内容；任何单位和个人不得干扰、影响评标的正常进行；评标委员会及有关工作人员不得私下与投标人接触。

2. 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。

3. 评标办法。具体评标内容及评分标准等详见《第三章：评标方法及评分标准》。

#### **(七) 评标过程的监控**

本项目评标过程实行全程录音、录像监控，政府采购监管部门视情进行现场监督，投标人在评标过程中所进行的试图影响评标结果的不公正活动，可能导致其投标被拒绝。

## **六、定标**

1. 确定中标供应商。评标委员会根据采购单位的《授权意见确认书》，推荐中标候选人或确定中标人。其中推荐中标候选人的，采购代理机构在评审结束后2个工作日内将评标报告送采购人，采购人自收到评审报告之日起5个工作日内在评审报告推荐的中标候选人中按顺序确定中标人。

2. 发布中标结果公告。采购代理机构应当自中标人确定之日起2个工作日内，在省级以上财政部门指定的媒体及相关网站上公告中标结果。

3. 发出中标通知书。采购代理机构在发布中标结果的同时，向中标人发出中标通知书。

## **七、合同签订及公告**

### **(一) 签订合同**

1. 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。

2. 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。
3. 中标供应商无正当理由拖延、拒签合同的，按《政府采购法》及等有关规定进行处理处罚。
4. 中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标供应商，也可以重新开展政府采购活动。同时，拒绝与采购人签订合同的供应商，由同级财政部门依法作出处理。
5. 询问或者质疑事项可能影响中标结果的，采购人应当暂停签订合同，已经签订合同的，应当中止履行合同（中标结果的质疑期为中标结果公告期限届满之日起七个工作日）。

## **(二) 合同公告及备案**

1. 采购人应当自政府采购合同签订之日起2个工作日内，在省级以上财政部门指定的政府采购信息发布媒体及相关网站上公告。
2. 采购人应当自政府采购合同签订之日起7个工作日内，将政府采购合同副本报同级人民政府财政部门备案以及采购代理机构存档。

## 第三章 评标办法及评分标准

### (综合评分法)

一、采购代理机构将组织评标委员会，对投标人提供的投标文件进行综合评审。

二、本项目的评标方法为综合评分法，总计100分，其中商务技术80分，报价20分。

**本项目共分2个标段，本项目按标段顺序评审先评一标段，再评二标段。若某个标段有效供应商少于三家，则该标段做废标处理。综合得分最高的为该标段的第一中标候选人。投标人所有标段均可参与。**

(一) 商务技术文件由评标委员会讨论后统一打分；其余在规定的分值内单独评定打分。

(二) 各投标人商务技术文件得分按照评委的独立评分结果汇总后的算术平均分计算，计算公式为：  
商务技术文件得分=评标委员会所有成员评分合计数/评标委员会组成人员数。

(三) 投标报价得分采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其报价得满分。其他投标人的投标报价得分按下列公式计算：

**投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×20%×100 。**

(四) 政府采购政策及优惠：

(1) 关于小型、微型企业（简称小微企业）投标：小微企业投标是指符合《中小企业划型标准规定》的供应商，符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的享受优惠政策。

小微企业投标应提供《中小企业声明函》，在报价文件中未提供完整有效《中小企业声明函》或填写不正确的，投标报价可不予扣减。

对于符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的小微企业报价给予 6%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

(2) 监狱企业参加政府采购活动时，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，视同小型、微型企业，享受小微企业政府采购优惠政策；

(3) 残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应提供《残疾人福利性单位声明函》（见附件），视同小型、微型企业，享受小微企业政府采购优惠政策。

同一投标人（包括联合体），小微企业、监狱企业、残疾人福利性单位价格扣除优惠只享受一次，不得重复享受。

注：得分以系统计算为准，保留 2 位小数。

三、在最大限度地满足招标文件实质性要求前提下，评标委员会按照招标文件中规定的各项因素进行综合评审后，以评标总得分最高的投标人为中标候选人。

四、如综合得分相同，投标报价低者为先；如综合得分且投标报价相同的，则以采购人现场抽签为准。

五、评标委员会不向投标单位解释具体评标内容。

## 六、本次评分具体分值细化条款如下表：

## 一标段：

序号	评审内容	评分标准	分值
1	企业实力	1. 投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务培训机构的得 2 分；被地市级政府部门或机构认定为电子商务培训机构的得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供相关证明材料，否则不得分)</b>	2
		2. 投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 2 分；被地市级政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供相关证明材料，否则不得分)</b>	2
		3. 投标人自 2020 年 1 月 1 日 (以签订协议时间为准) 与国内主流电商平台总部签有战略合作协议的，每提供 1 个得 2 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术文件中提供截止开标时间在合作有效期内的合作协议扫描件，否则不得分)</b>	2
		4. 投标人自 2020 年 1 月 1 日 (以签订协议时间为准) 与主流物流企业总部签有战略合作协议的，每提供 1 个得 2 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术文件中提供截止开标时间在合作有效期内的合作协议扫描件，否则不得分)</b>	2
2	业绩	1. 投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来具有电商公共服务线下运营经验，每提供一个得 1 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，否则不得分)</b>	2
		2. 投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来具有县级及以上农产品区域公用品牌打造经验，每提供一个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，另需提供此品牌设计案例，否则不得分)</b>	1
		3. 投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来有协助服务对象成功申报省级及以上数字生活新服务项目经验，每提供 1 个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，另需提供证明项目申报成功的省厅文件，否则不得分)</b>	1
		4. 投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来承接过政府部门委托的电商类创新创业大赛活动的，每提供 1 个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，否则不得分)</b>	1
3	项目组织机构及人员配置	1. 项目团队成员中具备省级及以上电子商务相关职业技能证书的，每提供 1 人得 0.5 分，最高得 3 分。 <b>(商务技术文件中需提供证明材料及相关人员近 3 个月在投标单位的社保证明扫描件，否则不得分。)</b>	3
		2. 根据项目团队人员数量、配置合理性、分工明确性、相关经验等进行综合评分： 团队人员数量满足实际需求、各岗位配置合理、分工明确、具有相关岗位经验的得 2 分； 团队人员数量基本满足实际需求，岗位配置或分工不明确，或相关岗位经验薄弱的得 1 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	2
4	对本项目	综合本项目及温岭实际情况，投标人阐述对本次项目的理解与分析，对项目实	4

	的理解与分析	<p>施方案的理解程度进综合评分：</p> <p>分析内容全面、结构严谨，有针对性分析项目实施过程中的重难点并提出应对措施得 4 分；</p> <p>分析内容基本符合实际但还需进一步细化的得 2 分；</p> <p>分析内容空泛、简单，无实质性内容或者内容明显不符合实际的得 1 分；</p> <p>未提供本项相关内容的得 0 分。</p>	
5	公共服务 中心改造 提升方案	<p>设备及配套设施的技术参数：</p> <p>完全响应招标文件清单内容、功能、性能要求及技术指标要求中各项内容的得 6 分；</p> <p>每出现一条负偏离的扣 0.5 分，扣完为止。</p> <p><b>注：1.投标人应对每个设备指标和要求的偏离情况做应答，遗漏视为负偏离。</b></p> <p><b>2.如有偏离，必须在技术偏离表中进行详细对比说明并注明正、负偏离。</b></p>	6
		<p>根据提供的设备品牌型号知名度、产品可靠性、先进性，技术参数是否满足招标文件要求进行综合评分：</p> <p>设备可靠先进、有较高的知名度，使用性能佳，技术参数均符合或优于招标文件要求的得 3 分；</p> <p>设备配置齐全，知名度、使用性能良好，技术参数基本上能满足招标文件要求的得 2 分；</p> <p>使用性能较差，产品不够先进，技术参数不能完全满足招标文件要求得 1 分；</p> <p>未提供本项相关内容的得 0 分。</p>	3
6	公共服务 中心日常 运营方案	<p>提供公共服务中心日常运营方案，方案内容需结合温岭实际状况，阐述运营目标、运营思路、建设内容及保障措施、服务体系等，根据方案内容综合评分：</p> <p>方案内容符合温岭实际状况，运营思路清晰、服务体系完善、建设内容及保障措施罗列清晰且切实可行，方案落地性强的得 14 分；</p> <p>方案内容符合温岭实际状况，运营思路较清晰、服务体系较完善、建设内容及保障措施均有罗列且可行，方案落地性较好的得 10 分；</p> <p>方案内容符合温岭实际状况，建设内容及保障措施基本可以保证本项目实施，但方案内容还需进一步细化或完善的得 7 分；</p> <p>方案内容均有罗列但较为空泛，方案简单但具有一定可操作性的得 4 分；</p> <p>方案内容空泛或缺项，或者内容简单，可操作性不强的得 2 分。</p> <p>未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。</p>	14
7	电商云平 台建设及 运营方案	<p>提供电商云平台建设及运营方案，阐述运营目标、运营思路、建设内容及保障措施、平台内容及功能等，根据方案内容综合评分：</p> <p>方案内容详实、建设内容及保障措施罗列清晰且完整，平台内容及功能齐全的得 6 分；</p> <p>方案内容较为全面，建设内容及保障措施均有所罗列，平台内容及功能齐全，但方案内容还需进一步细化或完善的得 4 分；</p> <p>方案内容空泛、简单，不够全面，或者内容可操作性不强的得 2 分；</p> <p>未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。</p>	6
8	县域商业	1. 提供县域商业体系建设方案，并阐述对温岭创建数字生活新服务样板县的理	7

	体系建设方案	解、建设目标、建设内容及保障措施等，根据方案内容综合评分： 方案内容全面、建设内容及保障措施罗列清晰且完善、可行性强的7分； 方案内容基本完整、建设内容及保障措施有所罗列，但方案内容还需进一步细化或完善的得4分； 方案内容空泛、简单，不够全面，或者内容可操作性不强的得2分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	
		2. 提供1个数字消费场景化应用方案，根据方案内容综合评分： 方案内容详实、切实可行、操作性强得4分； 方案内容基本可行，但还需进一步细化或完善的得2分； 方案内容空泛、简单，不够全面或者内容可操作性不强的得1分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	4
		3. 提供电商大数据服务商出具的温岭市电商大数据评估分析报告（分析报告时间：2021年第3季度。内容包括但不限于网零数据监测、电商头部企业分析、行业分析以及特色直播业态分析等）： 数据准确可靠、分析维度全面、报告切实可行的得4分； 报告内容基本可行，但内容分析还需进一步细化或完善的得2分； 数据或内容分析空泛、简单，或者可操作性不强的得1分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	4
9	创业就业体系建设方案	1. 提供电商人才培养成功转化方案，方案内容需提供创新创业大赛的活动策划方案，根据方案内容综合评分： 方案内容全面、大赛主题明确且活动效果清晰可预期的7分； 方案内容较完整，但还需进一步细化或完善的得4分； 方案内容空泛、简单，或者可操作性不强的得2分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	7
		2. 提供电商带头人培育方案，根据方案内容综合评分。 方案详实、内容完整、操作性强的得4分； 方案内容较完整，但还需进一步细化或完善的得2分； 方案内容空泛、简单，或可操作性不强的得1分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	4
10	项目进度计划	根据投标人提供的总体项目进度计划安排的情况，项目实施节点安排的合理性，是否满足采购需求进行综合评分： 项目重要节点时间安排上与项目执行推进相匹配，对项目推进节奏能够有良好的把控，能够按照进度计划表顺利推进和完成项目的得3分； 能够在重要节点上把握进度，但是对项目推进节奏缺乏有效的把握，基本能够按时完成项目的得2分。 项目进度内容安排不符合项目要求或不能按时完成项目的得1分； 未提供本项相关内容的得0分。	3
			80

## 二标段:

序号	评审内容	评分标准	分值
1	企业实力	1. 投标人为国内外主流电商平台的官方授权机构或与国内主流电商平台建立合作关系的, 每提供1个得1分, 最高得3分。 <b>商务技术文件中提供有效期内的合作协议或授权证书扫描件, 否则不得分。</b>	3
		2. 投标人与省级及以上主流媒体单位建立合作关系的得1分。 <b>商务技术文件中提供有效期内合作协议或授权证书扫描件, 否则不得分。</b>	1
		3. 投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务培训机构的得2分, 被地市级政府部门或机构认定为电子商务培训机构的得1分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>	2
		4. 投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得2分, 被地市级政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得1分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>	2
		5. 投标人具有省级及以上政府部门颁发的荣誉或奖项的, 每提供1个得1分, 最高得2分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>	2
2	业绩	1. 农产品销售业绩: 2019年1月1日(以签订合同时间为准)以来投标人具有帮助县域开展农特产品线上线下融合销售的成功案例, 每提供1个案例得1分; 最多得2分。 2. 直播体系建设业绩: 2019年1月1日(以签订合同时间为准)以来投标人具有直播基地、直播学院等直播体系建设的成功案例, 每提供1个案例得1分, 最多得2分。 3. 农村电商培训体系业绩: 2019年1月1日(以签订合同时间为准)以来投标人具有电子商务进农村综合示范项目农村电商培训体系的成功案例, 每提供1个得1分, 最高得1分。 <b>商务技术文件中提供合同扫描件, 否则不得分。</b>	5
3	项目人员配置	1. 针对本项目指派相应的实施团队, 团队人员配置合理性、分工明确性等内容, 酌情打分。 团队人员数量满足实际需求、各岗位配置合理、分工明确、具有相关岗位经验的得2分; 团队人员数量基本满足实际需求, 岗位配置或分工不明确, 或相关岗位经验薄弱的得1分; 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得0分。	2
		2. 项目团队中具有省级及以上部门或机构颁发的电子商务师证书或电商讲师证书, 每提供1人得1分, 最高得2分。 <b>注: 商务技术文件中须同时提供相关证书扫描件和投标单位出具的近三个月的社保缴纳证明材料, 否则不得分。</b>	2

		3. 项目负责人具有农村电商国家级荣誉的得 2 分, 具有省级荣誉得 1 分, 其它不得分。 <b>注: 商务技术文件中须同时提供相关证书扫描件和投标单位出具的近三个月的社保缴纳证明材料, 否则不得分。</b>	2
4	对本项目的理解与分析	综合本项目及温岭实际情况, 投标人阐述对本次项目的理解与分析, 对项目实施方案的实施程度进行综合评分: 分析内容全面、结构严谨, 有针对性分析项目实施过程中的重难点并提出应对措施得 4 分; 分析内容基本符合实际但还需进一步细化的得 2 分; 分析内容空泛、简单, 无实质性内容或者内容明显不符合实际的得 1 分; 未提供本项相关内容的得 0 分。	4
5	电商产业集聚体系	技术参数 设备及配套设施的技术参数: 完全响应招标文件清单内容、功能、性能要求及技术指标要求中各项内容的得 6 分; 每出现一条负偏离的扣 0.5 分, 扣完为止。 <b>注: 1. 投标人应对每个设备指标和要求的偏离情况做应答, 遗漏视为负偏离。2. 如有偏离, 必须在技术偏离表中进行详细对比说明并注明正、负偏离。</b>	6
		直播基地、直播间设备设施先进性 根据提供的设备品牌型号知名度、产品可靠性、先进性, 技术参数是否满足招标文件要求进行综合评分: 设备配置齐全, 可靠先进, 有较高的知名度, 使用性能佳, 技术参数均符合或优于招标文件要求的得 3 分; 设备配置较为全面, 知名度、使用性能良好, 技术参数基本上能满足招标文件要求的得 2 分; 设备配置不够全面, 不够先进, 使用性能较差, 技术参数不能完全满足招标文件要求得 1 分; 未提供本项相关内容的得 0 分。	3
		新业态引进及直播基地运营方案 提供温岭市乡村振兴公共直播基地及温岭市共享直播间日常运营方案, 方案内容需结合温岭实际状况, 阐述运营目标、运营思路、建设内容及保障措施、服务体系等, 根据方案内容综合评分: 方案内容符合温岭实际状况, 运营思路清晰、服务体系完善、建设内容及保障措施罗列清晰且切实可行, 方案落地性强的得 12 分; 方案内容符合温岭实际状况, 运营思路较清晰、服务体系较完善、建设内容及保障措施均有罗列且可行, 方案落地性较好的得 8 分; 方案内容符合温岭实际状况, 建设内容及保障措施基本可以保证本项目实施, 但方案内容还需进一步细化或完善的得 6 分; 方案内容均有罗列但较为空泛, 方案简单但具有一定可操作性的得 4 分; 方案内容空泛或缺项, 或者内容简单, 可操作性不强的得 2 分。 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	12

6	农村现代 商贸流通 体系	新渠道 营销体 系建设 运营方 案	提供新渠道营销体系建设运营方案，阐述运营目标、运营思路、建设内容及保障措施、服务体系、特色亮点服务等进行综合评分： 运营思路清晰、服务体系完善、建设内容及保障措施罗列清晰且切实可行，亮点突出显著，方案落地性强的得 8 分； 运营思路较清晰、服务体系较完善、建设内容及保障措施均有罗列且可行，方案落地性较好的得 5 分； 运营思路模糊，建设内容及保障措施可以保证本项目实施，亮点不够突出，方案内容还需进一步细化的得 3 分； 方案内容空泛、简单，或者内容存在明显不足的得 1 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	8
		农产品 上行推 广体系 运营方 案	提供农产品上行推广体系运营方案，阐述运营目标、运营思路、建设内容及保障措施、服务体系等，是否结合温岭本地实际状况进行综合打分： 方案内容符合温岭实际状况，运营思路清晰、服务体系完善、建设内容及保障措施罗列清晰且切实可行，方案落地性强的得 8 分； 方案内容符合温岭实际状况，运营思路较清晰、服务体系较完善、建设内容及保障措施均有罗列且可行，方案落地性较好的得 5 分； 运营思路模糊，建设内容及保障措施可以保证本项目实施，方案内容还需进一步细化或完善的得 3 分； 方案内容空泛、简单，或者内容存在明显不足的得 1 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	8
			策划 1 场围绕当地产品营销/品牌推广活动，提供活动方案，根据方案内容综合评分： 方案内容详实，切实可行，亮点新颖得 6 分； 方案内容全面，但还需进一步细化或完善，有亮点但不够突出、新颖得 4 分； 方案内容空泛、简单，无亮点的得 2 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	6
7	电商人才 培训体系	电商知 识普及 应用方 案	提供电商知识普及应用方案，包含培训对象、师资力量及课程安排等内容，根据方案内容进行综合评分： 方案内容完整详实，切实可行得 5 分； 方案内容完整，但还需进一步细化或完善的得 3 分； 方案内容空泛、简单，无亮点的得 1 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	5
		游学活 动方案	提供电商游学活动方案，根据方案内容进行综合评分： 方案内容完整详实，切实可行得 4 分； 方案内容完整，但还需进一步细化或完善的得 2 分； 方案内容空泛、简单，无亮点的得 1 分； 未提供本项相关内容或方案无任何可操作性的得 0 分。	4

8	项目进度计划	根据投标人提供的总体项目进度计划安排的情况，项目实施节点安排的合理性，是否满足采购需求进行综合评分： 项目重要节点时间安排上与项目执行推进相匹配，对项目推进节奏能够有良好的把控，能够按照进度计划表顺利推进和完成项目的得3分； 能够在重要节点上把握进度，但是对项目推进节奏缺乏有效的把握，基本能够按时完成项目的得2分。 项目进度内容安排不符合项目要求或不能按时完成项目的得1分； 未提供本项相关内容的得0分。	3
			80

## 第四章 公开招标需求

### （一标段）

#### 一、项目背景

为全面贯彻党中央国务院和省委省府关于实施乡村振兴战略的部署和要求，根据《财政部办公厅商务部办公厅国务院乡村振兴局综合司关于开展2021年电子商务进农村综合示范工作的通知》（财办建〔2021〕38号）和《浙江省商务厅等三部门关于公布2021年电子商务进农村综合示范县名单和印发〈浙江省电子商务进农村综合示范工作方案〉的通知》（浙商务联发〔2021〕109号）文件精神，结合我市实际，开展“温岭电子商务进农村综合示范项目公共服务体系、县域商业体系及创业就业体系建设”项目实施建设，进一步推进我市电子商务深入发展。“温岭电子商务进农村综合示范项目公共服务体系、县域商业体系及创业就业体系建设”项目主要包括公共服务体系、县域商业体系及创业就业体系建设三大板块内容，充分利用当地优质资源，服务本地电商生态建设发展，实现以点带面、企业招引、资源对接、人才支持、资源支撑、创新激活等县域电商发展生态圈，招引、服务和管理温岭企业，形成市内市外相互促进同步发展格局。

序号	服务年度	采购内容	数量	最高限价 (万元)		
1	第一年	公共服务体系建设-公共服务 中心改造提升	改造部分	1项	140	
			设备部分	1项	31	
公共服务体系建设（不含改造提升）		1年	110			
县域商业体系建设		1年	60			
创业就业体系建设		1年	40			
5		第二年	公共服务体系建设（不含改造提升）		1年	94
6			县域商业体系建设		1年	60
7	创业就业体系建设		1年	40		
合计：				575		

#### 二、项目内容

##### （一）公共服务体系建设

改造提升市级电商公共服务中心，重点围绕数据分析能力、运营能力、服务能力和配套保障等方面优化电商公共服务中心功能，统筹推进品牌培育、数字营销、农村物流、人才培养、企业孵化等服务，建设数字化展厅、培训室等公共服务区域，充分发挥市级中心的“指挥中枢”作用，在市场开拓、资源对接、业务指导等方面加强统筹，为当地电商发展提供服务。加强对镇级、村级站点工作人员的业务指导，完善功能服务，提升站点市场化运营能力。定期开设公共服务中心主题日，邀请电商平台或服务商做专题沙龙分享。打造电子商务云平台，结合实体物理空间，线上线下联动开展针对本地电商企业的常态化服务。

##### 1. 公共服务中心改造提升

（1）提升改造温岭市级电商公共服务中心，面积不少于1000平米，建设的功能板块包括办公区、服务前台、会议室、培训室、众创空间等及配套的相关软硬件设备。

(2) 建设县域品牌产品展示区 1 个。

(3) 建设数字化展厅 1 个。

(4) 建设公共摄影棚 1 个、服务商合作区 1 个、电商带头人合作入驻区 1 个。

(5) 设备要求:

人民币: 元

序号	设备名称	参数	数量	单位	上限单价	合价
<b>一、办公家具部分</b>						
1	前台可旋转椅子	钢制脚, 固定扶手, PVE 材质, 可旋转	2	把	300	600
2	洽谈桌(一桌四椅)	圆形桌子 80CM 左右+四椅, E0 级环保板材	7	套	1500	10500
3	项目负责人办公桌	尺寸: 长 160CM*高 75CM*宽 80CM/材质: E1 级环保颗粒木质板	1	套	2500	2500
4	办公桌椅(含椅柜)	桌子尺寸: 120CM*60CM/	59	套	1300	76700
5	文件柜	铁皮档案柜, 高 1800mm,宽 850mm, 深 390mm, 冷轧钢板	9	只	550	4950
6	20 人会议桌	6 米桌长, 高 0.75 米, 桌面厚 5 厘米	1	套	6000	6000
7	椅子	钢制脚, 固定扶手	40	把	200	8000
8	10 人会议桌	3.2 米桌长, 高 0.75 米, 桌面厚 5 厘米	1	套	3000	3000
9	白板	150cm*90cm	2	张	300	600
10	六人位办公桌(含柜椅)	六人位(含柜椅), 钢架静电喷涂工艺; 长 3600mm, 宽 1200mm, 高 750mm,	3	套	7200	21600
11	二人位桌椅	桌子尺寸: 120CM*50CM*750CM, 两椅	24	套	800	19200
12	三人位桌椅	桌子尺寸: 180CM*50CM*750CM, 三椅	12	套	1500	18000
13	演讲台	柚木色演讲台, 高 103cm, 底座 40cm*45cm, 台面 40cm*60cm,台面板材厚度 2.5cm,其他板材 1.6cm	1	张	800	800
<b>小计:</b>						<b>172450</b>
<b>二、电子设备部分</b>						
14	台式电脑	11 代 i5 8G 1T; Windows 10 系统; 屏幕尺寸: 21.5 英寸; 商品毛重: 5.9kg; 显卡型号: 集成显卡; 速度 DDR4; 分辨率: 1920*1080dpi	13	台	3899	50687

15	上墙显示屏	显示屏尺寸: 65 英寸; 英特尔 i5 处理器, 4G 内存, 128G 硬盘; 显卡类型: 英特尔 HD Graphics 4400; 分辨率: 4096*4096; 通讯接口: USB+串口; 支持多种图片、视频、音频、文件等播放;	4	台	5900	23600
16	86 寸教学一体机	86 寸黑触摸屏 双系统 英特尔 i5 处理器 4G 内存 128G 硬盘; 安卓教学系统(1G 运行内存 4G 存储内存 android5.1)、会议安卓系统 (2G 运行内存 32G 存储内存 android5.1); windows (英特尔 i5 处理器 4G 内存 128G 硬盘)	1	台	10892	10892
17	65 寸教学一体机	65 寸黑单系统 英特尔 i5 处理器 4G 内存 128G 硬盘; 安卓教学系统 (1G 运行内存 4G 存储内存 android5.1)、会议安卓系统 (2G 运行内存 32G 存储内存 android5.1)	1	台	5080	5080
18	投影仪(含幕布)	4K 全高清, 16G 内存, 幕布尺寸 120-吋; 投影光源 LED; 安装方式: 桌上正投; 吊装正投; 吊装背投; 蓝牙连接: 支持蓝牙; 产品净重 2.5kg; 噪音(dB): 25db; 对比度 15000: 1; 显示比例: 16:9; 投射比: 1.2: 1; 最大兼容分辨率: 4096*2160dpi	2	套	3500	7000
19	视频摄像头	4k 超超清视频通话、高动态光照渲染 (HDR) 技术、90°广角、红外面部识别、5 倍数字变焦	2	套	2100	4200
20	音响	蓝牙功放壁挂音箱 2011B+105*2+SH-28; 6.5 英寸低音喇叭, 1.5 英寸高音; 连接方式: 蓝牙, 光纤, 同轴, AUX; 额定功率 50W, 灵敏度 82db, 音频响应: 20HZ-20KHZ	3	只	2900	8700
21	无线话筒	产品类型: 一拖四 (带主机)、拾音头: 电容式、LCD 高清显示、接收方式: UHF、拾音距离: 50 米	1	套	1500	1500
22	手持麦克风	产品类型: 一拖二 (带主机)、拾音头: 动圈式、LCD 高清显示、接收方式: UHF、拾音距离: 50 米	1	套	750	750
23	抠像绿箱	尺寸 3m*3m*2.8m 阻燃木质结构绿箱, 国际标准绿色键键喷涂表面	1	只	8000	8000
24	办公打印机	A4 彩色激光多功能复印扫描一体机, 双面打印+输稿器+无线	1	台	1599	1599
25	多功能大型打印机	彩色激光 A3A4 打印机自动走纸双面大型办公无线 WiFi 扫描复印机 IR C3120L 输稿器+双纸盒, 打印分辨率 1200*1200dpi, A3/A4 纸容量	1	台	12512	12512

		500 张				
					<b>小计:</b>	<b>134520</b>
<b>三、其他配套设备部分</b>						
26	饮水机	立式温热型/冷热型快速加热下置水桶饮水机	6	台	299	1794
27	激光翻页笔	可充电便携式 演讲笔 ppt 翻页笔, 黑 绿光	2	支	169	338
28	相机三脚架	可伸缩, 最高高度 154cm, 管径≥23.2mm, 最大负荷 3KG	2	个	149	298
29	小蜜蜂	传输频段: 2400MHz-2483.5MHZ、音频频率响应: 100Hz-16KHz+3dB、动态范围: 87dB (电路性能)、信噪比: 85dB(电路性能) 峰值输入声压: 97dB SPL (内置麦克风) 配对方式: 自动、有效工作距离: 20 米 (有障碍物); 50 米 (空旷地带)	1	个	600	600
					<b>小计:</b>	<b>3030</b>
					<b>设备上限价:</b>	<b>310000</b>

①上述清单为本项内容建设最低要求，配备设备必须达到或优于上述要求；要求投标人所供电子电器设备为知名品牌，所供办公家具材质环保。设备清单内的数量如有调整，履约时按实际发生数量和中标单价进行结算。

为保证服务质量及整个项目的正常运营，投标人自行配备不限于以上清单设备，设备的配备(比如笔记本电脑、相机等有利于本项目履行的)、售后维修、保险等所有相关费用均由中标单位自行承担。若项目实施过程中发现需增加设备的中标单位须无条件增加，采购人不再另外支付费用，投标人报价时应综合考虑相关的风险。

②清单内尺寸均为参考；采购需求中的品牌型号（若有）并非指定，欢迎其他满足本项目技术需求且性能相当的产品参加。合同签订后，根据实际改造方案需要，经采购人同意，所供办公家具参数可适当调整。

③免费质保期：自项目运营服务期开始之日起至少 3 年。所供设备在免费质保期内发生质量问题或出现故障时，中标单位应免费提供维修服务和有关的技术咨询服务。

④所供设备必须是符合国家技术规格和质量标准的原厂商出厂正宗原装合格产品，全新从未使用过，保存完好，无部件生锈、变形、使用不畅等不良现象；不得使用非原装产品（包括所有模块、部件、线缆等）。

⑤投标人保证所供应的商品在权利（包括知识产权）上不存在任何瑕疵，如所供商品存在权利（包括知识产权）瑕疵，由此引起的一切纠纷与采购人无关，投标人承担全部责任和后果。

⑥清单内指定设备的各分项投标单价不得超过相应分项的上限单价。投标人根据投标方案可在此基础上自行增加设备内容或数量，且设备报价不得超过 31 万元，否则为无效投标。

## 2. 公共服务中心日常运营

(1) 电商公共服务中心配备专业的电商运营服务人员不少于 6 名，实现公共服务中心常态化运营，为当地电商发展提供服务。

(2) 制定公共服务中心建设及运营方案；规范电子商务公共服务中心服务流程，建立考核评价体系。

(3) 进行本地化电商发展情况调研，结合本地产品和电商发展情况，为本地打造1份专业电商生态运营调研报告。

(4) 引进不少于10家电商服务商入驻公共服务中心。构建本地电商服务名录库1个，收录不少于50家电商服务企业，提供不少于20项包含品牌培育、数字营销、物流、培训、孵化等服务内容。

(5) 做好全市示范县项目建设的总协调和执行工作。做好服务记录台账管理工作，按照商务部、省商务厅示范县项目建设要求，收集、统计、分析、汇总上报各板块材料，资料齐全规范，督促全市电子商务进农村综合示范工作中各环节执行单位，按照实施节点完成相关工作，每月汇总各项工作完成进度表，并协助市商务局及时在商务系统网站公示各项工作进度和资金使用情况，负责示范县工作的各阶段绩效考核评价工作，确保整个建设项目高分验收通过。

(6) 每年开设不少于12场线下电商沙龙、不少于6场资源对接会。

(7) 每月至少完成一篇专报信息，每年至少有两篇专报信息被省厅录用。

(8) 打造不少于20个省级农村电商示范站（点）。

(9) 开展电商镇、电商专业村梯度培育，培育不少于20个省级电子商务示范村。

(10) 加强对镇级、村级站点人员的业务指导，完善功能服务，提升站点续存能力。

(11) 制作项目整体宣传片1条，时长不低于5分钟。

(12) 制作公共品牌宣传视频1条，时长不低于3分钟；制作旗下产品宣传短视频不少于3条。

(13) 做好整体项目宣传、整体项目在省级及以上媒体曝光不少于30次，各级媒体累计浏览量不少于30万次。

(14) 制作电商公共服务手册1本，制作温岭综合示范项目案例集1本。

### **3.电商云平台建设及运营**

(1) 建立温岭电子商务公共服务云平台，服务内容涵盖：资源对接（销售渠道、电商服务等）、预约服务（会议室、公共直播间、众创工位、线下培训等）、电商人才库等功能。

(2) 形成电子商务普及性基础知识的网络在线学习资源，网络课程不少于20个课程（40分钟/课时），面向温岭所有企业和个人免费使用。

(3) 做好温岭电子商务公共服务云平台宣传及推广，要求参与使用的企业不少于20家，电商人才收录不少于100位。

(4) 打造1个抖音公共账号，持续更新内容不少于60条，实现粉丝量不少于10万。

(5) 运营1个品牌官方微信公众号，每年发布内容不少于30篇。

## **(二) 县域商业体系建设**

推动数字生活新服务改革和创新推广，引进新业态、新模式，深入实施数字生活新服务行动，在县域商业体系建设的大方向上，提高温岭数字生活服务业集聚发展水平。联合主流电商平台开展数字嘉年华活动，借此推动本地商贸小店云化改造，推动本地营利性场所及景点拓展本地生活团购或直播等新模式。

### **1. 数字生活新服务专项提升**

(1) 基于数字商贸内容举办不少于1场数字嘉年华活动。

(2) 建立 1 个活动抖音专属页面，实现话题视频不少于 100 条，话题整体曝光量不少于 3000 万次。

(3) 协助开展数字生活新服务项目相关工作。

(4) 推进不少于 40 家各类商贸小店数字化改造，推动不少于 20 家商贸流通主体开展线上线下融合服务，助力商贸流通企业开展短视频等营销，拍摄制作短视频不少于 20 条。

(5) 培育不少于 10 家民宿、农（渔）家乐景点等主体拓展本地生活团购/直播等业务。

(6) 培育不少于 2 家省级新零售示范企业。

## 2. 大数据采购服务

(1) 采购电商大数据服务 1 套，内容包括但不限于温岭本地网络零售额数据监测、电商头部企业分析、行业分析以及特色直播业态分析。每月递交大数据月报，每年递交一份年中报告和整年分析报告。

(2) 电商大数据服务可使用期限自项目运营服务期开始起计至少 3 年，2 年项目运营服务期结束后使用权归属采购人。

### (三) 创业就业体系建设

建设创业就业服务体系，以创业创新大赛为基础，展开对温岭本地优质电商项目和人才团队的挖掘和培育。通过举办大赛活动、开展校企人才定向培养输送合作、开展人才双选会、提升宣传力度等方式方法，将企业和人才展现在双向输送的渠道上，增加人才培育的成果转化，将更多的电商人才留在本地，同时培育电商带头人，通过电商就业、创业等形式反哺本地电商发展，构建完善的电商人才培育和本地化创业就业体系。

#### 1. 电商人才培养成果转化

(1) 策划组织不少于 2 场创业创新大赛（包括但不限于直播大赛、短视频大赛等电商新业态形式）。

(2) 积极与职业院校开展产品营销创新、电商创业创新等合作，合作共建电商校企合作项目，为温岭电商发展提供人才储备。

(3) 组织不少于 4 场人才双选会。

#### 2. 电商带头人培育

(1) 做好县域双创宣传，培育县域双创电商带头人不少于 10 位，制作电商带头人专访短视频不少于 10 条。

(2) 培育不少于 10 名优质乡村合伙人，撰写乡村合伙人案例集，对外媒体报道不少于 10 次，总曝光量不少于 10 万次。

### 三、其他相关事宜：

1. 市级电商公共服务中心选址城东街道横湖中路 25 号横湖丽苑 3 幢 201 室，房产证面积 2448 平方米（其中 1000 平方米左右用于市乡村振兴公共直播基地项目，使用权归采购人调配），需改造部分约 1122 平方米，提供本项目免费使用。

2. 场地由中标单位负责改造，公共服务中心提升改造部分结算时须提供第三方专项审计报告，如实际发生费用低于 140 万元，则按实际改造费用予以支付，最终支付金额最高不超过 140 万元。范围包含以房屋为载体且不可随意移动的附属设备和配套设施，按采购人要求执行。改造开始前，中标单位须提供场地的设计图纸、效果图及改造方案，经采购人审核通过后方可展开相关工作。

3. 合同终止后场所内的资产由采购人无偿收回，中标单位不得拆除或出售出租。

4. 改造部分由中标单位可委托给具有建筑装修装饰工程专业承包资质二级及以上单位进行实施。改造过程中所涉及到的耗材、插线板、电线电缆、辅材等所有设备，均由中标单位负责提供，采购人不再支付任何费用。

#### 四、考核办法

1. 本项目考核分为 2 个年度，2022 年度考核期间为合同签订之日起至 2022 年 12 月，2023 年度考核期间为 2023 年 1 月起至 2023 年 12 月，年度目标以完成情况获得相应评分。

2. 全年应支付费用（即结算价）=年度考核得分/100\*年度费用。

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年度服务费用（除公共服务中心改造提升费用外）。

4. 考核标准及分值权重见以下表格内容：

项目	子项目	分阶段项目目标	权重 分数	赋分标准
<b>2022 年度：</b>				
公共 服务 体系 建设	公共服 务中心 改造 提升	提升改造温岭市级电商公共服务中心，面积不少于 1000 平方米，建设的功能板块包括办公区、服务前台、会议室、培训室、众创空间、县域品牌产品展示区、数字化展厅、公共摄影棚、服务商合作区、电商带头人合作入驻区等及配套的相关软硬件设备。 项目须根据设计图纸、效果图落实各项公共服务中心改造工作（采购人指定修改部分按采购人要求执行），各项设备须按招标文件要求及投标文件承诺配置到位。	20	1. 建设成果达不到设计图纸、效果图要求（不包含采购人指定修改部分），每有一项扣 1 分，扣完为止。 2. 设备每有一项达不到投标文件承诺参数的扣 1 分，扣完为止。
	公共服 务中心 日常 运营	1.电商公共服务中心配备专业的电商运营服务人员不少于 6 名，实现公共服务空间常态化运营，并制定公共服务中心建设及运营方案；规范电子商务公共服务中心服务流程，建立考核评价体系，为当地电商发展提供服务。	20	具体以商务局制定的温岭市电商公共服务中心考核办法为标准（采购人于合同签订后出具）： 此部分得分=公共服务中心考核得分/100*20
		2.进行本地化电商发展情况调研，结合本地产品和电商发展情况，为本地打造 1 份专业电商生态运营调研报告。		
		3.引进不少于 5 家电商服务商入驻公共服务中心。构建本地电商服务名录库 1 个，收录不少于 30 家电商服务企业，提供不少于 20 项包含品牌培育、数字营销、物流、培训、孵化等服务内容。		
4.做好全市示范县项目建设的总协调和执行工作。做好服务记录台账管理工作，按照商务部、省商务厅示范县项目建设要求，收集、统计、分析、汇总上报各板块材料，资料齐全				

		<p>规范,督促全市电子商务进农村综合示范工作中各环节执行单位,按照实施节点完成相关工作,每月汇总各项工作完成进度表,并协助市商务局及时在商务系统网站公示各项工作进度和资金使用情况,负责示范县工作的各阶段绩效考核评价工作,做好项目中期验收的筹备工作。</p> <p>5.开设不少于 12 场线下电商沙龙、不少于 6 场资源对接会。</p> <p>6.每月至少完成一篇专报信息,全年至少有两篇专报信息被省厅录用。</p> <p>7.开展电商镇、电商专业村梯度培育,培育不少于 10 个省级电子商务示范村,打造不少于 10 个省级农村电商示范站(点);加强对镇级、村级站点人员的业务指导,完善功能服务,提升站点续存能力。</p> <p>8.完成电商公共服务手册 1 本。</p>		
		9.制作项目整体宣传片 1 条,时长不低于 5 分钟;制作公共品牌宣传视频 1 条,时长不低于 3 分钟;制作旗下产品宣传短视频不少于 3 条。	5	采购人对宣传视频分级评价:满意计 5 分;较满意计 3 分;不满意计 0 分。
		10.做好整体项目宣传、整体项目在省级及以上媒体曝光不小于 20 次,各级媒体累计浏览量不少于 20 万次。	3	未完成不得分
	电商云平台建设及运营	1.建立温岭电子商务公共服务云平台,服务内容涵盖:资源对接(销售渠道、电商服务等)、预约服务(会议室、公共直播间、众创工位、线下培训等)、电商人才库等功能,并开展正常运营服务。	4	未完成不得分
		2.形成电子商务普及性基础知识的网络在线学习资源,网络课程不少于 10 个课程(40 分钟/课时),面向温岭所有企业和个人免费使用。	1	未完成不得分
		3.做好温岭电子商务公共服务云平台宣传及推广,要求参与使用的企业不少于 10 家,电商人才收录不少于 50 位。	1	未完成不得分
		4.打造 1 个抖音公共账号,持续更新内容不少于 30 条,实现粉丝量不少于 5 万;运营 1 个品牌官方微信公众账号,发布内容不少于 30 篇。	4	未完成不得分
县域商业体系建设	数字生活新服务专项提升	1.基于数字商贸内容举办不少于 1 场数字嘉年华活动。	8	采购人对活动效果分级评价:满意计 8 分;较满意计 6 分;不满意计 0 分。

		2.建立1个活动抖音专属页面,实现话题视频不少于100条,话题整体曝光量不少于3000万次。	1	未完成不得分
		3.协助开展数字生活新服务项目相关工作。	1	未完成不得分
		4.推进不少于40家各类商贸小店数字化改造,推动不少于20家商贸流通主体开展线上线下融合服务,助力商贸流通企业开展短视频等营销,拍摄制作短视频不少于20条。	5	采购人对完成效果分级评价:满意计5分;较满意计3分;不满意计0分。
		5.培育不少于10家民宿、农(渔)家乐景点等主体拓展本地生活团购/直播等业务。	4	采购人对培育成果分级评价:满意计4分;较满意计3分;不满意计0分。
		6.培育不少于1家省级新零售示范企业。	1	未完成不得分
	大数据采购服务	1. (5分) 采购电商大数据服务1套,包括但不限于温岭本地网络零售额数据监测、电商头部企业分析、行业分析以及特色直播业态分析。 2. (1分) 每月递交大数据月报,递交一份年中报告和全年分析报告;做好日常维护工作,确保数据可被正常使用。	6	未完成的按相应分值扣分
创业就业体系建设	电商人才培养成果转化	1.策划组织不少于1场创业创新大赛(包括但不限于直播大赛、短视频大赛等电商新业态形式)。	8	采购人对活动效果分级评价:满意计8分;较满意计6分;不满意计0分。
		2.积极与职业院校开展产品营销创新、电商创业创新等合作,合作共建电商校企合作项目,为温岭电商发展提供人才储备。	1	未完成不得分
	3.组织不少于2场人才双选会。	1	按比例核算	
	电商带头人培育	1.做好县域双创宣传,培育县域双创电商带头人不少于5位,制作电商带头人专访短视频不少于5条。	3	按比例核算
		2.培育不少于5名优质乡村合伙人,撰写乡村合伙人案例集,对外媒体报道不少于5次,总曝光量不少于5万次。	3	按比例核算
满分:			100	
<b>2023年度:</b>				
公共服务体系	公共服务中心日常运营	1.电商公共服务中心配备专业的电商运营服务人员不少于6名,实现公共服务空间常态化运营,为当地电商发展提供服务。	50	具体以商务局制定的温岭市公共服务中心考核办法为标

建设		2.引进不少于 5 家电商服务商入驻公共服务中心。电商服务名录库新增收录不少于 20 家电商服务企业, 提供不少于 20 项包含品牌培育、数字营销、物流、培训、孵化等服务内容。		准（采购人于合同签订后出具）： 此部分得分=公共服务中心考核得分/100*50
		3.做好全市示范县项目建设的总协调和执行工作。做好服务记录台账管理工作，按照商务部、省商务厅示范县项目建设要求，收集、统计、分析、汇总上报各板块材料，资料齐全规范，督促全市电子商务进农村综合示范工作中各环节执行单位，按照实施节点完成相关工作，每月汇总各项工作完成进度表，并协助市商务局及时在商务系统网站公示各项工作进度和资金使用情况，负责示范县工作的各阶段绩效考核评价工作，做好项目终期验收的筹备工作。		
		4.开设不少于 12 场线下电商沙龙、不少于 6 场资源对接会。		
		5.每月至少完成一篇专报信息，全年至少有两篇专报信息被省厅录用。		
		6.完成温岭综合示范项目案例集 1 本。		
		7.开展电商镇、电商专业村梯度培育，培育不少于 10 个省级电子商务示范村，打造不少于 10 个省级农村电商示范站（点）；加强对镇级、村级站点人员的业务指导，完善功能服务，提升站点续存能力。		
		8.做好整体项目宣传、整体项目在省级及以上媒体曝光不少于 10 次，各级媒体累计浏览量不少于 10 万次。		
		电商云平台建设及运营		
2.做好温岭电子商务公共云服务平台宣传及推广，要求参与使用的企业新增不少于 10 家，电商人才收录新增不少于 50 位。	3		未完成不得分	
3.运营抖音公共账号，持续更新内容不少于 30 条，实现粉丝量新增不少于 5 万；运营品牌官方微信公众号，发布内容不少于 30 篇。	6		未完成不得分	
县域商业体系	数字生活新服务专项提升	培育不少于 1 家省级新零售示范企业。	3	未完成不得分

建设	大数据采购服务	运营电商大数据服务, 包括但不限于温岭本地网络零售额数据监测、电商头部企业分析、行业分析以及特色直播业态分析; 每月递交大数据月报, 递交一份年中报告和全年分析报告; 日常做好维护工作, 确保数据可被正常使用。	4	未完成不得分
创业就业体系建设	电商人才培养成果转化	1.策划组织不少于1场创业创新大赛(包括但不限于直播大赛、短视频大赛等电商新业态形式)。	10	采购人对活动效果分级评价: 满意计10分; 较满意计7分; 不满意计0分。
		2.持续与职业院校开展产品营销创新、电商创业创新等合作。	3	未完成不得分
		3.组织不少于2场人才双选会。	3	按比例核算
	电商带头人培育	1.做好县域双创宣传, 培育县域双创电商带头人不少于5位, 制作电商带头人专访短视频不少于5条。	8	按比例核算
		2.培育不少于5名优质乡村合伙人, 撰写乡村合伙人案例集, 对外媒体报道不少于5次, 总曝光量不少于5万次。	7	按比例核算
满分:			100	

## (二标段)

### 一、项目背景:

根据《财政部办公厅 商务部办公厅 国务院乡村振兴局综合司关于开展 2021 年电子商务进农村综合示范工作的通知》(财办建〔2021〕38 号)和《浙江省商务厅等三部门关于公布 2021 年电子商务进农村综合示范县名单和印发〈浙江省电子商务进农村综合示范工作方案〉的通知》(浙商务联发〔2021〕109 号)文件精神,为进一步推动我市农村电子商务深入发展,完善农村市场体系,促进农村流通现代化,助力乡村振兴和共同富裕,全力推进温岭市国家电子商务进农村综合示范工作,从电商产业集聚体系、农村现代商贸流通体系、电商人才培训体系等方面结合本市实际进行项目建设。

序号	服务年度	采购内容	数量	最高限价 (万元)	
1	第一年	新业态引进及直播基地建设	改造部分	1 项	130
			设备部分	1 项	22.3
			运营服务	1 年	7.7
2		乡村振兴共享直播间	改造部分	1 项	12.2
			设备部分	1 项	7.8
			运营服务	1 年	5
3			农村现代商贸流通体系	1 年	100
4		电商人才培训体系	1 年	100	
5	第二年	乡村振兴共享直播间运营	1 年	5	
6		农村现代商贸流通体系	1 年	90	
7		电商人才培训体系	1 年	45	
<b>最高限价总价:</b>				<b>525</b>	

### 二、项目内容:

#### (一) 电商产业集聚体系

##### 1. 新业态引进及直播基地建设

①在温岭市区建设 1 个面积不少于 1000 平方米的温岭市乡村振兴公共直播基地,包含 15 间直播间,其中标准直播间 12 间,大型直播间 3 间,选品中心(产品展厅),公共办公区,独立办公室,视频拍摄棚,设备间,小会议室,化妆间/更衣室,会客室,爆品实验室等,并配备相关设备(详见第⑦点设备清单 1)。

②在镇、街建设和服务不少于 10 个温岭市乡村振兴共享直播间,并配备相关设备(详见第⑦点设备清单 2)。

③直播基地入驻企业或品牌不少于 15 家,基地带动销售额不少于 1 亿元。

④策划 10 场以上高质量直播活动,每场需邀请 2 名以上粉丝量不少于 10 万的主播参与活动,其中两场活动需邀请 1 名粉丝量不低于 400 万的主播参与活动。

⑤实地指导并开展直播活动 10 次以上。

⑥要求配备专业的常驻电商运营服务人员 6 名，为直播基地日常运营提供服务。

⑦设备清单 1:

人民币：元

序号	设备名称	参数	数量	单位	上限单价	合价
<b>一、电子设备部分</b>						
1	电视机	尺寸型号: 43 寸/分辨率: 1920x1080/屏幕比例 16: 9/ 额定功率: 75W/CPU:A53×2/GPU: Mali450MP×4/ 操作系统: 安卓系统/内存: RAM: 1G/容量 ROM: 8G	3	台	1899	5697
2	标配电脑	3990M/i5-10505/8G 内存/1TB 硬盘/128G 固态硬盘/ 无线网卡/无线蓝牙带串口/19.5 英寸显示器	20	台	4050	81000
3	高配电脑	英特尔 11 代酷睿 i5-11400; 16 内存; 512G 固态硬盘; 2G 独显; 23.8 英寸显示器	4	台	5000	20000
4	手机、手机支架、手机充电器	屏幕尺寸:6.1 英寸/LCD 屏/后置双摄像头/多点触控显示屏/1792 x 828 像素分辨率/326 ppi/1400:1 对比度 (典型)/广色域显示 (P3)/625 尼特最大亮度 (典型)/芯片:A13 仿生/双摄像头: 1200 万像素/超广角: f/2.4 光圈和 120°视角/广角: f/1.8 光圈/2 倍光学变焦 (缩小)/最高可达 5 倍数码变焦/光学图像防抖功能 (广角)/五镜式镜头 (超广角)/六镜式镜头 (广角) /蜂窝网络和无线连接 FDD-LTE; TD-SCDMA 1900 (F) , 2000 (A) ; CDMA EV-DO Rev.A (800,1900MHz) ; UMTS/HSPA+/DC-HSDPA (850,900,1700/2100,1900,2100MHz) ; GSM/EDGE (850,900,1800,1900MHz) /充电: 支持 18W 快速有线充电、AF15 手机支架、两米 20W PD 线	7	套	3490	24430
5	投影仪	屏幕比例: 4:3 16:9/技术: 三片 LCD 技术/平台类型: 中央人民广播电台/变焦倍数: 1.2 倍/对比度: 20000/灯泡类型: LED 灯泡/操作系统: 安卓/支持蓝牙: 是/配件类型: 投影机遥控器/最佳投放距离: 1.5-5m/梯形校正范围: ±15 度/支持色彩数目: 10.7 亿色/灯泡寿命: 30000 小时/缩放比: 1.6:1/投影机亮度: 1950ANSI 流明/显示技术: 三片 LCD 技术/梯形校正: 四点校正/枕形校正影片效果: 默认 2D (支持红蓝 3D) /投放画面大小: 60-300/英寸光源功率: 230W	1	台	2749	2749
6	投影幕布	玻纤幕白玻纤材质/	2	张	164	328

		白玻纤 72 寸/比例 4: 3/幕布类型: 壁挂幕				
7	摄像头	400W 以上像素/适用范围 10m <sup>2</sup> -20m <sup>2</sup> /镜头角度 79 度/ 拾音距离 3M/USB 摄像头	1	只	724	724
8	导播台	1×内置模块: IEEE 802.11a/a/n/g/b 2.4G+5G/1× Ethernet 10M/100M:本地网口/输入接口: HDMI1,HDMI2/视频编码方式: H264,H265/视频帧率: 25-30HZ/输出码率: 1500Kbps-30000Kbps/触摸屏控 制/USB:1*TYPE-C 2*USB2.0/SD 卡:最大支持 128G/SIM 小卡或中卡	1	台	7999	7999
9	提词器	扩展靴位: 双热靴位/题词显示: 小屏/尺寸: 14.5*18CM/ 支持广角横屏 24MM/适用: 单反/手机	2	个	238	476
10	外置声卡	声道系统: 双声道/输出采样率: 44.1KHZ/采样位数 16bit/数字通讯 USB 和充电直播接口/音频接口: 伴奏、 乐器、耳机、耳麦、电容麦/主机电池容量: 2200mAh/ 消耗电容 220mA	7	只	680	4760
11	无线路由器	4A 千兆版/频段: 2.4GHz、5GHz/最高链接速率: 1167Mbps/双核 880MHz	7	只	129	903
12	手持稳定器	支持 ios、Android 系统/支持手机 60-88MM/电池续航 时间: 15H 以上/电池容量: 2000mAh/机械角: 航向 340 度、横滚 300 度、俯仰 140 度	2	只	729	1458
13	音响	频率响应: 80HZ-20KHZ/额定阻抗: 8Ω/功率 100-200W	3	台	880	2640
14	球形灯 / 日 光灯	支架: 2.8 米/220 颗灯珠/标准功率: 300W/色温: 白光、 暖光、混合光/显指 90+/亮度: 无极调光	17	只	288	4896
15	补光灯	LED 灯珠数量 300 颗/功率 400W/光通量 40000 (lm) /显色指数 Ra96+/光照度 15000 (1 米) /调光范围约 10-100%/色温 5600k/2.8M 伸缩支架/电源线长度 5M	13	只	2028	26364
16	补光灯	DL-150W 白光双灯/LED 灯珠数量 250 颗/亮度 15000(1m)/显色指数 95+/调光范围约 0-100%无极调 光/色温 5600k/支持 DMX512	2	套	3583	7166
17	打印机	A4 黑白激光复印扫描多功能一体机 (双面打印+单面复 印+单面扫描+无线)	1	台	5898	5898
					<b>小计:</b>	<b>197488</b>
<b>二、办公家具部分:</b>						

18	直播间桌子	碳素钢框架/生态免漆人造版材质/长 120CM*高 70CM*宽 75CM	13	套	436	5668
19	直播间椅子	碳素钢框架/生态免漆人造版材质	15	套	160	2400
20	直播间桌子(大)	碳素钢框架/生态免漆人造版材质/长 160CM*高 70CM*宽 75CM	2	套	600	1200
21	10人会议桌椅	10人桌 10把椅/长 2.8M*宽 1.2M/材质: 密度板/钢/木 / E1 级环保板材标准甲醛释放量 < 0.5MG/L/	1	套	2998	2998
22	办公桌椅	单人位带椅/材质: 密度板/钢/木/ 尺寸: 120CM*50CM*74.5CM	9	套	300	2700
22	项目负责人办公室桌椅	尺寸: 长 2800MM*高 760MM*宽 2000MM (台面长 2400MM*宽 1050MM) 双侧柜+椅子/ 材质: 皮革/铝合金/人造板	1	套	2600	2600
					<b>小计:</b>	<b>17566</b>
<b>三、其他配套部分:</b>						
23	小蜜蜂	无线频率范围: 470-510MHZ/无线发射功率≤10mW/调制方式: DQPSK/信噪比: ≥92dB/音频效率响应: 30Hz-18KHz/电池类型: DC3.7V (聚合物锂电池) /麦克风规格: 电容式全指向/参考实用距离: 15 米/信道数量: 20 个	7	套	699	4893
24	插线板各类连接线	线长: 3m/6-8 插位	15	个	42	630
25	背景幕布	根据直播类目产品匹配调性 (材质不透光不反光)	15	张	125	1875
26	相机支架	产品材质: 铝合金云台/收纳高度: 57cm/承重: 3KG/脚架节数: 3 节	2	个	165	330
27	镜子	根据直播类目产品匹配调性	2	个	109	218
					<b>小计:</b>	<b>7946</b>
					<b>上限价:</b>	<b>223000</b>

**设备清单 2:**

人民币: 元

序号	设备名称	参数	数量	单位	上限单价	合价
<b>一、电子设备部分</b>						
1	标配电脑	3990M/i5-10505/8G 内存/1TB 硬盘/128G 固态硬盘/无线网卡/无线蓝牙带串口/19.5 英寸显示器	10	台	4050	40500
2	无线路由	4A 千兆版/频段: 2.4GHz、5GHz/最高链接速率:	10	只	129	1290

	器	1167Mbps/双核 880MHz				
3	球形灯 / 日光灯	支架: 2.8 米/220 颗灯珠/标准功率: 300W/色温: 白光、暖光、混合光/显指 90+/亮度: 无极调光	10	只	288	2880
4	补光灯	LED 灯珠数量 300 颗/功率 400W/光通量 40000 (lm) /显色指数 Ra96+/光照度 15000 (1 米) / 调光范围约 10-100%/色温 5600k/2.8M 伸缩支架/ 电源线长度 5M	10	只	2017	20170
5	手机支架、手机充电器	充电: 支持 18W 快速有线充电、AF15 手机支架、两米 20W 苹果 PD 线	10	套	490	4900
<b>小计:</b>						<b>69740</b>
<b>二、办公家具部分</b>						
6	桌子	碳素钢框架/生态免漆人造版材质/长 160CM*高 70CM*宽 75CM	10	张	500	5000
7	椅子	碳素钢框架/生态免漆人造版材质	10	把	159	1590
<b>小计:</b>						<b>6590</b>
<b>三、其他配套部分</b>						
8	插线板各类连接线	3 插 1.8M-606A	10	个	42	420
9	背景幕布	根据直播类目产品匹配调性 (材质不透光不反光)	10	套	125	1250
<b>小计:</b>						<b>1670</b>
<b>上限价:</b>						<b>78000</b>

①上述清单为本项内容建设最低要求，配备设备必须达到或优于上述要求；要求投标人所供电子电器设备为知名品牌，所供办公家具材质环保。设备清单内的数量如有调整，履约时按实际发生数量和中标单价进行结算。

为保证服务质量及整个项目的正常运营，投标人自行配备不限于以上清单设备，设备的配备(比如笔记本电脑、相机等有利于本项目履行的)、售后维修、保险等所有相关费用均由中标单位自行承担。若项目实施过程中发现需增加设备的中标单位须无条件增加，采购人不再另外支付费用，投标人报价时应综合考虑相关的风险。

②设备尺寸均为参考；采购需求中的品牌型号（若有）并非指定，欢迎其他满足本项目技术需求且性能相当的产品参加。合同签订后，根据实际改造方案需要，经采购人同意，所供办公家具参数可适当调整。

③免费质保期：自项目运营服务期开始之日起至少 3 年。所供设备在免费质保期内发生质量问题或出现故障时，中标单位应免费提供维修服务和有关的技术咨询服务。

④所供设备必须是符合国家技术规格和质量标准的原厂商出厂正宗原装合格产品，全新从未使用过，保存完好，无部件生锈、变形、使用不畅等不良现象；不得使用非原装产品（包括所有模块、部件、线缆等）。

⑤投标人保证所供应的商品在权利（包括知识产权）上不存在任何瑕疵，如所供商品存在权利（包括知识产权）瑕疵，由此引起的一切纠纷与采购人无关，投标人承担全部责任和后果。

⑥清单内指定设备的各分项投标单价不得超过相应分项的上限单价。投标人根据投标方案可在此基础上自行增加设备内容或数量，且设备清单 1 报价不得超过 22.3 万元，设备清单 2 报价不得超过 7.8 万元，否则为无效投标。

## **(二) 农村现代商贸流通体系**

### **2. 新渠道营销体系建设**

引进优质 MCN 机构，开展产业链“直播+短视频带货”的销售模式。通过直播、短视频等进行全网营销，探索线下体验与线上消费一体化的新零售营销方式。发展个性化定制、柔性化生产，推动线上线下消费高效融合。培育 2 家省级新零售标杆企业，引领示范电商新零售模式发展。

具体任务：

①引进 1 家专业 MCN 机构，就地培育网红达人进行内容持续输出。深度培育不少于 70 名淘宝、抖音、快手等平台直播带货达人，每个账号的作品不少于 10 条。

②孵化 1 家本地 MCN 机构，孵化本地团队，培育本地网红达人。

③孵化粉丝量 1 万以上的主播不少于 10 名，扶持孵化粉丝量 10 万以上的网红主播不少于 2 名。

④开展主题直播带货活动 12 场以上，每场活动需邀请 1 名粉丝量 10 万以上的主播参与（不与基地直播活动重复）。

⑤服务本地传统企业不少于 15 家，免费开展主播培训、短视频培训、资源对接等服务。

### **3. 农产品上行推广**

选取优质产品进行标准化网货打造，通过线上多渠道展示销售，不断拓宽上行农产品的销售渠道，促进供需两端精准对接，实现线上线下融合发展，提升市域公用品牌知名度和影响力。加快品牌标准化建设，鼓励规模较大的涉农企业、合作社创建一批企业自主品牌，创建和培育一批特色鲜明的“小而美”渔业品牌。深化特色农（渔）产品质量安全监管，支持农（渔）产品进行绿色产品认证；推进品牌管理，制定品牌使用产品品质标准；筛选、整合一批有代表性、有特色、适合网销的新产品；重点新培育一批“爆款”拳头产品品类。

具体任务：

①建设 1 个温岭线上产品库，挖掘当地特色优质产品，库内本地产品不少于 50 个，服务和扶持当地品牌不少于 15 个。

②搭建选品小程序，通过淘宝、天猫、小视频营销、抖音、社群营销等全渠道进行产品宣传推广及平台运营，运营期内曝光量不少于 400 万次。带动农特产品销售额不少于 1000 万元。

③成立爆品实验室。选取不少于 10 款优质产品进行标准化网货打造，重点针对网化文创、内外包装等进行优化设计，提高产品辨识度，提升品牌附加值，免费提供产品包装物料不少于 5000 份。

④举办不少于 1 场围绕当地产品营销/品牌推广活动。

## **(三) 电商人才培养体系**

### **4. 推动电商知识普及应用**

对具备条件的大学生、农村青年、农村电商服务站站长等开展电商知识普及和创业技能培训，开展包含摄影美工、直播带货、网站运营等各种基础班、提升班、精英班等多维度电商培训班，增强农村电

商从业人员的专业技能和创业意识。围绕形势研判、企业管理、市场分析等，加强对电商企业管理层的培训，提高电商管理水平。

具体任务：

①开展系统性、分层次的电商人才培育工作，现场面授知识普及类培训服务不少于 20 场次，其中专题培训不少于 5 次，技能提升培训及服务不少于 5 场，每场培训累计时长不少于 6 小时；培训普及总人数不少于 1000 人次。培训内容包括（但不限于）淘宝、天猫、微商、社群、直播等平台运营实操培训、美工、拍摄、客服等，培训对象包括（但不限于）企业负责人、电商从业者、创业者、服务站点人员、电商专业村干部、从事电商意向的村民等。

②通过培训指导企业或个人开设或优化网店不少于 30 家，平均每家年销售额不低于 10 万元。

③定期回访培训对象，跟踪指导电商创业、网购网销等服务。

④组织编写温岭市农村电商培训标准化教材，涵盖电商理论、实操技能、典型案例等，通过温岭市电商公共服务网站、公众号、宣传材料等途径向社会免费公开。

⑤提交培训工作月报，详细统计培训场次、人次、培训内容及实效等。

### 5. 推动农村电商致富示范

整合电商龙头企业、专业培训机构等资源，谋划建设一批示范性人才培养基地和实训基地，强化教学、学习、实训相融合的教育培训模式，推动与社会支持相结合的人才培育体系。支持农村电商带头人发挥自有电子商务平台资源优势和专业团队优势，结合当地实际，培育孵化新项目新团队，更好发挥电商致富示范性、引领性，组织开展电商游学活动 2 次。支持开展各类直播人才培养孵化工作，培育一批有一定粉丝数量或带货能力的主播，营造创业创新的良好氛围。

具体任务：

①针对普及培训中的优质学员开展 2 场精英化培训，单场培训人数不少于 50 人，培训人次不少于 100 人次。协助学员获取“电子商务师”、“直播电商师”、“互联网营销师”等相关专业认证不少于 25 本，“助理电商师”等相关认证证书不少于 75 本。

②培育不少于 3 个示范性人才培养基地和实训基地，现场教学不少于 10 场次。

③开展电商游学活动 2 次，游学时间不少于 3 天，参与人数不少于 60 人次。

④为对口帮扶地区提供 1 次电商培训并帮助帮扶地区至少 5 家企业的 5 款产品进行线上直播带货。

## 三、其他相关事宜：

1. 温岭市乡村振兴公共直播基地入驻温岭市电商公共服务中心（位于城东街道横湖中路 25 号横湖丽苑 3 幢 201 室），由采购人协调从温岭市电商公共服务中心划出 1000 平方左右（使用权归采购人调配），提供本项目免费使用。

2. 本标段有 2 部分改造费用，场地由中标单位负责改造。改造部分在结算时须提供第三方专项审计报告，如实际发生费用低于相应的 142.2 万（两部分费用总额：130 万元+12.2 万元），则按实际发生费用予以支付，最终支付金额最高不超过 142.2 万元。范围包含以房屋为载体且不可随意移动的附属设备和配套设施，按采购人要求执行。改造开始前，中标单位须提供场地的设计图纸、效果图及改造方案，经采购人审核通过后方可展开相关工作。

3. 合同终止后场所内的资产由采购人无偿收回，中标单位不得拆除或出出租。

4. 改造部分由乙方委托给具有建筑装修装饰工程专业承包资质二级及以上单位进行实施。改造过程

中所涉及到的耗材、插线板、电线电缆、辅材等所有设备，均由中标单位负责提供，采购人不再支付任何费用。

#### 四、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2022年12月，第二年度为2023年1月1日起至2023年12月，阶段性目标以完成情况获得相应评分。

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（除温岭市乡村振兴公共直播基地建设、温岭市乡村振兴共享直播间建设费用外）。

4. 考核标准及分值权重见以下表格内容：

项目	子项目	分项阶段目标	权重分数	赋分标准
<b>第一年度：</b>				
<b>电商产业集聚体系</b>	新业态引进及直播基地建设（含乡村振兴共享直播间）	1. 在温岭市区建设一个面积不少于1000平方米的温岭市乡村振兴公共直播基地，包含15间直播间，其中标准直播间12间，大型直播间3间，选品中心（产品展厅），公共办公区，独立办公室，视频拍摄影棚，设备间，小会议室，化妆间/更衣室，会客室，爆品实验室等，并配备相关设备。 （项目须根据设计图纸、效果图落实各项直播基地建设工作（采购人指定修改部分按采购人要求执行），各项设备须按招标文件要求及投标文件承诺配置到位。）	20	1.建设成果达不到设计图纸、效果图要求（不包含采购人指定修改部分），每有1项扣1分，扣完为止。 2. 每有1项设备参数不符合要求扣1分，扣完为止。
		2. 建设和服务不少于10个温岭市乡村振兴共享直播间，配备相关设备等。 （须落实各项直播基地建设工作（采购人指定修改部分按采购人要求执行），各项设备须按招标文件要求及投标文件承诺配置到位。）		
<b>农村现代商贸流通体</b>	公共直播基地运营（含乡村振兴共享直播间）	1. 直播基地入驻企业或品牌不少于15家。基地带动销售额不少于5000万元。	17	具体以温岭市商务局制定的温岭市公共直播基地运营考核办法（合同签订后提供）为标准：此部分得分=温岭市直播基地运营得分/100*17
		2. 策划5场以上高质量直播活动，每场需邀请2名以上粉丝量不少于10万的主播参与活动，其中1场活动需邀请1名粉丝量不低于400万的主播参与活动。		
		3. 实地指导并开展直播活动10次以上。		
	新渠道营销体系建设	1. 引进1家专业MCN机构，就地培育网红达人进行内容持续输出，深度培育不少于40名淘宝、抖音、快手等平台直播带货达人，每个账号的作品不少于10条。	8	对培育成果评价：满意计8分；较满意计6分；不满意计0分。

系		2. 孵化1家本地MCN机构,孵化本地团队,培育本地网红达人。	3	对培育成果评价: 满意计3分; 较满意计2分; 不满意计0分。
		3. 孵化粉丝量1万以上的主播不少于5名,扶持孵化粉丝量10万以上的网红主播不少于1名。	2	按比例计分
		4. 开展主题直播带货活动6场以上,每场活动需邀请1名粉丝量10万以上的主播参与(不与基地直播活动重复)。	4	对活动效果评价: 满意计4分; 较满意计3分; 不满意计0分。
		5. 服务本地传统企业不少于8家,免费开展主播培训、短视频培训、资源对接等服务。	2	按比例计分
	农产品上行推广	1. 建设1个温岭线上产品库,挖掘当地特色优质产品,库内本地产品不少于30个,服务和扶持当地品牌不少于10个。	3	未完成不得分
		2. 搭建选品小程序,通过淘宝、天猫、小视频营销、抖音、社群营销等全渠道进行产品宣传推广及平台运营,运营期内曝光量不少于300万次。带动农特产品销售额不少于600万元。	3	未完成不得分
		3. 成立爆品实验室。选取不少于6款优质产品进行标准化网货打造,重点针对网化文创、内外包装等进行优化设计,提高产品辨识度,提升品牌附加值,免费提供产品包装物料3000份。	4	对活动效果评价: 满意计4分; 较满意计3分; 不满意计0分。
		4. 举办不少于一场围绕当地产品营销/品牌推广活动。	8	对活动效果评价: 满意计8分; 较满意计6分; 不满意计0分。
电商人才培训体系	推动电商知识普及应用	1. 开展系统性、分层次的电商人才培育工作,现场面授知识普及类培训服务不少于20场次,其中专题培训不少于5次,技能提升培训及服务不少于5场,每场培训累计时长不少于6小时;培训普及总人数不少于1000人次。培训内容包括(但不限于)淘宝、天猫、微商、社群、直播等平台运营实操培训、美工、拍摄、客服等,培训对象包括(但不限于)企业负责人、电商从业者、创业者、服务站点人员、电商专业村干部、从事电商意向的村民等。	8	未完成不得分
		2. 通过培训指导企业或个人开设或优化网店不少于15家,平均每家年销售额不低于5万元。	3	未完成不得分
		3. 定期回访培训对象,跟踪指导电商创业、网购网销等服务。	1	未完成不得分
		4. 组织编写温岭市农村电商培训标准化教材,涵盖电商理论、实操技能、典型案例等,通过温岭市电商公共服务中心网站、公众号、宣传材料等途径向社会免费公开。	2	未完成不得分
		5. 提交培训工作月报,详细统计培训场次、人次、培训内容及实效等。	1	未完成不得分

	推动农村电商致富示范	1. 针对普及培训中的优质学员开展 1 场精英化培训, 单场培训人数不少于 50 人, 培训人次不少于 100 人次。协助学员获取“电子商务师”、“直播电商师”、“互联网营销师”等相关专业认证不少于 25 本, “助理电商师”等相关认证证书不少于 75 本。	3	按比例计分
		2. 培育不少于 1 个示范性人才培养基地和实训基地, 现场教学不少于 5 场次。	2	按比例计分
		3. 开展电商游学活动 1 次, 游学时间不少于 3 天, 参与人数不少于 30 人次。	5	对活动效果评价: 满意计 5 分; 较满意计 3 分; 不满意计 0 分。
		4. 为对口帮扶地区提供 1 次电商培训并帮助帮扶地区至少 5 家企业的 5 款产品进行线上直播带货。	1	未完成不得分
<b>满分:</b>			<b>100</b>	
<b>第二年度:</b>				
<b>电商产业集聚体系</b>	公共直播基地运营 (含乡村振兴共享直播间)	1. 直播基地入驻企业或品牌累计不少于 15 家。基地带动销售额累计不少于 1 亿元。	35	具体以温岭市商务局制定的温岭市公共直播基地运营考核办法(合同签订后提供)为标准: 此部分得分=温岭市直播基地运营得分/100*35
		2. 策划 5 场以上高质量直播活动, 每场需邀请 2 名以上粉丝量不少于 10 万的主播参与活动, 其中 1 场活动需邀请 1 名粉丝量不低于 400 万的主播参与活动。		
		3. 实地指导并开展直播活动 10 次以上。		
<b>农村现代商贸流通体系</b>	新渠道营销体系建设	1. 就地培育网红达人进行内容持续输出, 深度培育累计不少于 70 名淘宝、抖音、快手等平台直播带货达人, 每个账号的作品累计不少于 10 条。	10	对培育成果评价: 满意计 10 分; 较满意计 6 分; 不满意计 0 分。
		2. 孵化粉丝量 1 万以上的主播累计不少于 10 名, 扶持孵化粉丝量 10 万以上的网红主播累计不少于 2 名。	6	按比例计分
		3. 开展主题直播带货活动累计不少于 12 场, 每场活动需邀请 1 名粉丝量 10 万以上的主播参与(不与基地直播活动重复)。	6	对活动效果评价: 满意计 6 分; 较满意计 4 分; 不满意计 0 分。
		4. 服务本地传统企业累计不少于 15 家, 免费开展主播培训、短视频培训、资源对接等服务。	4	按比例计分
	农产品上行推广	1. 运营 1 个温岭线上产品库, 挖掘当地特色优质产品, 库内本地产品累计不少于 50 个, 服务和扶持当地品牌累计不少于 15 个。	6	未完成不得分
	2. 运营选品小程序, 通过淘宝、天猫、小视频营销、抖音、社群营销等全渠道进行产品宣传推广及平台运营, 运营期内曝光量累计不少于 400 万次。带动农特产品销售额累计不少于 1000 万元。	6	未完成不得分	

		3. 运营爆品实验室。选取累计不少于 10 款优质产品进行标准化网货打造, 重点针对网化文创、内外包装等进行优化设计, 提高产品辨识度, 提升品牌附加值, 免费提供产品包装物料累计不少于 5000 份。	6	对活动效果评价: 满意计 6 分; 较满意计 4 分; 不满意计 0 分。
电商人才培训体系	推动电商知识普及应用	1. 开展系统性、分层次的电商人才培育工作。通过培训指导企业或个人开设或优化网店累计不少于 30 家, 平均每家年销售额不低于 10 万元。	6	按比例计分
		2. 定期回访培训对象, 跟踪指导电商创业、网购网销等服务。	2	未完成不得分
		3. 提交培训工作月报, 详细统计培训场次、人次、培训内容及实效等。	2	未完成不得分
	推动农村电商致富示范	1. 针对普及培训中的优质学员开展 1 场精英化培训, 单场培训人数不少于 50 人, 培训人次累计不少于 100 人次。协助学员获取“电子商务师”、“直播电商师”、“互联网营销师”等相关专业认证累计不少于 25 本, “助理电商师”等相关认证证书累计不少于 75 本。	5	按比例计分
		2. 培育累计不少于 3 个示范性人才培养基地和实训基地, 现场教学累计不少于 10 场次。	1	按比例计分
		3. 开展电商游学活动 1 次, 游学时间不少于 3 天, 参与人数累计不少于 60 人次。	5	对活动效果评价: 满意计 5 分; 较满意计 3 分; 不满意计 0 分。
<b>满分:</b>			<b>100</b>	

## (通用条款)

### 一、商务要求

1. 服务质量符合国家相关规程和规范要求以及国家电子商务进农村综合示范项目示范县建设相关要求, 并满足本项目及招标人要求。

2. 服务期限:

(1) 项目筹备服务期: 自合同签订之日起至 2022 年 04 月 20 日;

项目筹备期间, 中标单位需做好改造、软硬件采购及安装调试、招引等相关筹备工作, 确保按运营服务期要求准时开展运营服务。

(2) 项目运营服务期: 2 年, 自 2022 年 04 月 21 日起至 2024 年 04 月 20 日;

如 2 年满而上级部门未组织验收, 则中标单位须继续提供服务, 直至验收通过, 费用不再调整, 此风险在报价中自行考虑。

3. 项目筹备过程及运营过程中产生的日常水电费、物业费、人员工资、保险费、管理费、审计费、培训费、耗材及配件费、网络通讯费、税金等所有相关费用由中标人承担支付, 采购人不再支付任何额外的费用。

4. 服务地点: 温岭市。

5. 按招标采购文件以及《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, 由上级部门、第三方考核机构及采购人统一组织验收。

**6. 本项目组织统一现场勘察, 时间地点: 2022 年 1 月 24 日 上午 9 点 30 分在温岭市行政中心 (人民东路 258 号) 集中。如逾期, 请各投标单位自行前往勘察。采购单位联系人: 吴先生, 联系电话: 0576-86115713。**

### 二、其他要求

1. 中标单位中标后在温岭设立独立法人子公司独立运营本项目。

2. 项目进度确保: 中标单位需保证项目开展进度, 每月 6 日前, 需根据上个月的运营情况按要求向采购方报送项目实施进度, 并协助采购人做好商务部业务系统统一平台的月报填报工作。

3. 规范财务制度: 本项目属电子商务进农村综合示范项目, 中标单位必须按示范县建设要求规范财务支出等制度, 独立建账, 依法纳税, 并按验收要求提供相关台账资料, 积极配合国家、省、县等考核、验收、检查、审计、绩效评价等工作, 并负责委托项目服务地点辖区范围内的第三方审计机构对本项目进行跟踪审计, 所有第三方出具的报告费用自理。

4. 资产管理规范: 项目所购置资产入国有资产, 资产权属属于采购人, 管护主体责任属于中标单位, 中标单位须做好国有资产登记及管理, 严格按照《行政事业性国有资产管理条例》(国务院令第 738 号) 执行。

5. 项目实施方案须事先经采购人认可确认方能正式实施, 采购人有权对中标单位提供的实施方案进行指导和调整, 否则不拨付资金。

6. 安全责任: 项目实施人员在项目实施期间 (含项目筹备服务和运营服务期间) 发生的人身意外事故由中标单位承担全部责任, 中标单位须做好安全教育工作。

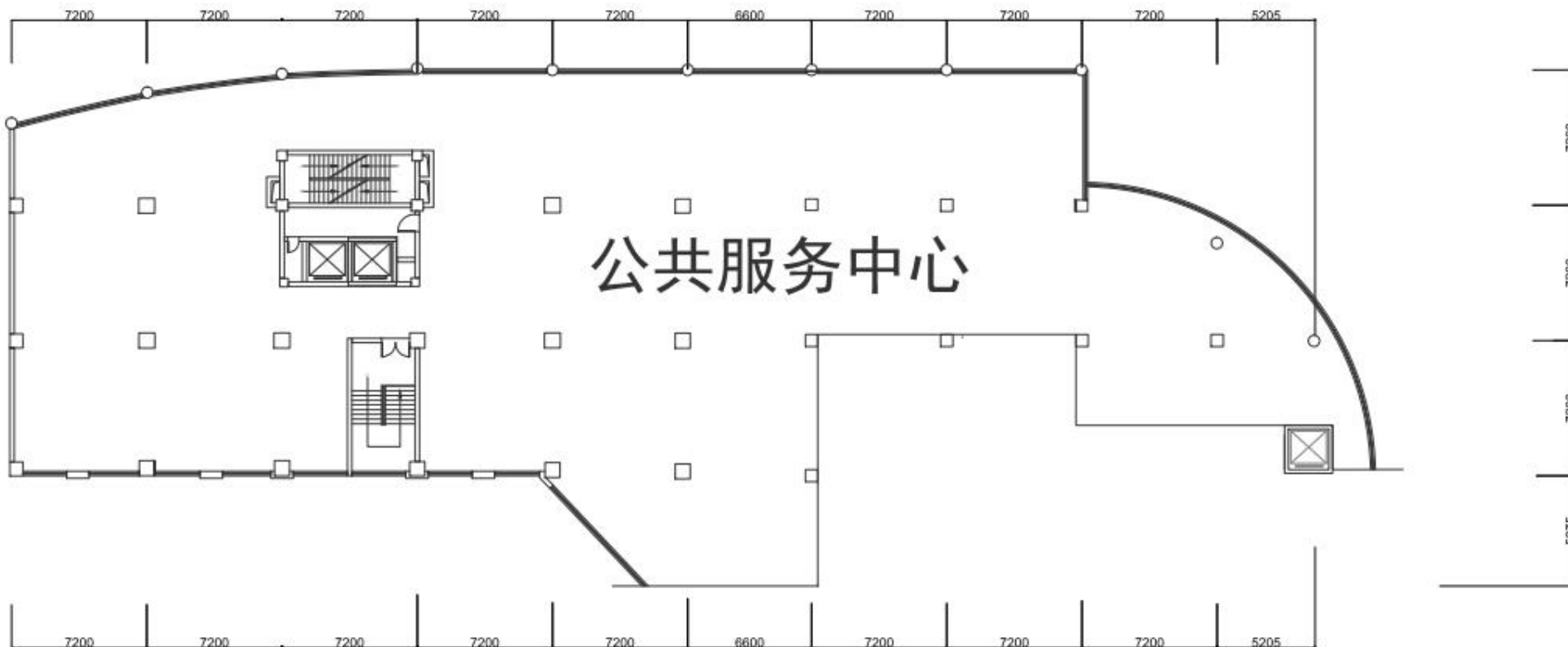
7. 项目报价要求: 投标人应根据项目内容要求、项目特点和企业自身条件确定报价。其报价应

包括相关的一切税费的总报价，如有漏项，视同已包含在本项目的总报价中。如出现中央财政资金缩减，则采购人有权相应调整项目内容及资金，中标单位自行承担有关的风险。

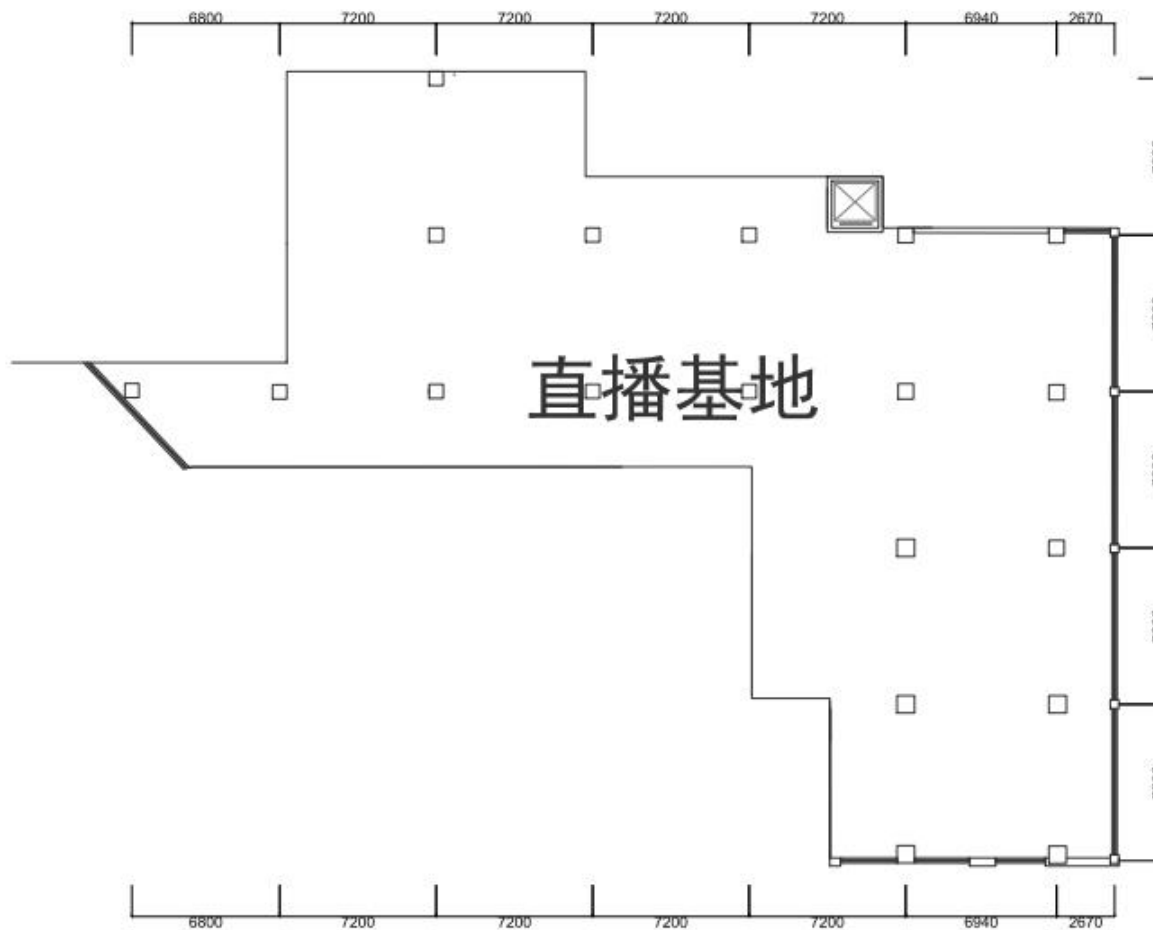
### 三、付款方式：

序号	进度节点	支付进度
1	合同签订后 15 日内	第一年费用的 30%；
2	中标单位团队入驻温岭运营满 2 个月后	第一年费用的 30%；
3	采购人完成对第一年的项目考核后	第一年费用的 30%，以及第二年费用的 30%；
4	项目通过上级相关部门中期验收通过后	支付至第一年费用结算价的 100%；
5	采购人完成对第二年的项目考核后	第二年费用的 50%；
6	项目通过上级相关部门终期验收通过后	第二年费用的 10%；
7	项目运营期满	支付至第二年费用结算价的 100%。

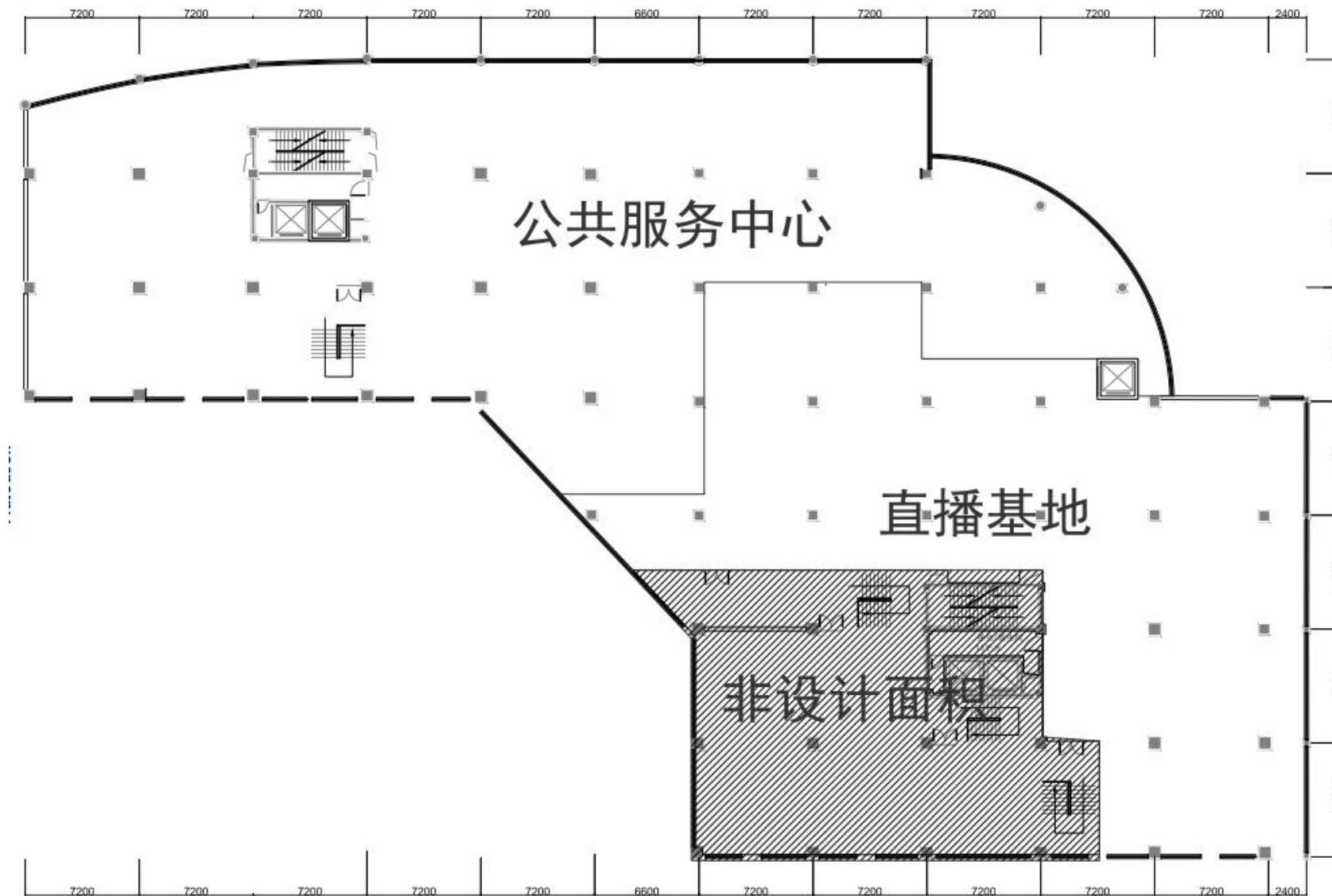
附件 1: 公共服务中心场地原始结构图 (单位: mm)



附件 2: 直播基地场地原始结构图 (单位: mm)



附件 3: 原始结构总图 (单位: mm)



## 第五章 政府采购合同主要条款指引

### （一标段）

（本合同为参考，具体结合招标需求及中标人投标承诺，以实际签署为准）

甲方：

乙方：

根据\_\_\_\_\_项目（项目编号：\_\_\_\_\_）采购结果和招标文件要求，并依照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》及其他等有关法律、行政法规的规定，同时在平等、公平、诚实和信用的原则下，经双方协商一致，订立本合同。

#### 一、采购内容

详见采购需求。

**二、服务要求：**服务质量符合国家相关规程和规范要求以及国家电子商务进农村综合示范项目示范县建设相关要求，并满足本项目及招标人要求。

#### 三、合同金额：

1. 本合同金额为（大写）：人民币\_\_\_\_\_元，（¥：\_\_\_\_\_元）。

2. 货款以人民币进行结算。合同总价包括改造费、设备费、运输费、搬运费、保险费、安装调试验收、项目建设过程及运营过程中产生的日常水电费、物业费、人员工资、管理费、审计费、培训费、耗材及配件费、网络通讯费、税金等所有相关费用。

3. 设备清单内的数量如有调整，履约时按实际发生数量和中标单价进行结算。

4. 为保证服务质量及整个项目的正常运营，乙方应自行配备不限于招标文件要求的清单设备，设备的配备（比如笔记本电脑、相机等有利于本项目履行的）、售后维修、保险等所有相关费用均由中标单位自行承担。若项目实施过程中发现需增加设备的乙方须无条件增加，甲方不再另外支付费用。

#### 四、技术资料

1. 乙方应按招标文件规定的时间向甲方提供使用货物的有关技术资料。

2. 没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

#### 五、履约保证金

1. 金额：人民币贰拾万整（¥：200000 元）

2. 收取方式：网银、电汇、转账支付；

3. 履约保证金在运营期满并通过上级部门验收后 30 日内无息退还。

#### 六、转包或分包

1. 本合同范围的货物（或服务），应由乙方直接供应，不得转让他人供应；

2. 除非得到甲方的书面同意，乙方不得将本合同范围的货物（或服务）全部或部分分包给他人供应；

3. 如有转让和未经甲方同意的分包行为，甲方有权解除合同，没收履约保证金并追究乙方的违约责任。

#### 七、服务地点、服务期限：

(1) 项目筹备服务期：自合同签订之日起至 2022 年 04 月 20 日；

项目筹备期间，乙方需做好改造、软硬件采购及安装调试、招引等相关筹备工作，确保按运营服务期要求准时开展运营服务。

(3) 项目运营服务期：2 年，自 2022 年 04 月 21 日起至 2024 年 04 月 20 日；

(4) 服务地点：温岭市；

如二年满而上级部门未组织验收，则乙方须继续提供服务，直至验收通过，费用不再调整，此风险在报价中自行考虑。

#### 八、货款支付：

序号	进度节点	支付进度
1	合同签订后 15 日内	第一年费用的 30%；
2	乙方团队入驻温岭运营满 2 个月后	第一年费用的 30%；
3	甲方完成对第一年的项目考核后	第一年费用的 30%，以及第二年费用的 30%；
4	项目通过上级相关部门中期验收通过后	支付至第一年费用结算价的 100%；
5	甲方完成对第二年的项目考核后	第二年费用的 50%；
6	项目通过上级相关部门终期验收通过后	第二年费用的 10%；
7	项目运营期满	支付至第二年费用结算价的 100%。

#### 九、税费：

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

#### 十、质量保证及售后服务：

1. 乙方应按采购文件规定向甲方提供服务。

2. 乙方提供的服务成果在服务期内发生质量问题，乙方应负责免费提供后续服务。对达不到要求者，根据实际情况，经双方协商，可按以下办法处理：

(1) 重做：由乙方承担所发生的全部费用。

(2) 解除合同。

3. 在服务期内，乙方应对出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

4. 设备免费质保期：自项目运营服务期开始之日起至少 3 年。所供设备在免费质保期内发生质量问题或出现故障时，中标单位应免费提供维修服务和有关的技术咨询服务。

5. 所供设备必须是符合国家技术规格和质量标准的原厂商出厂正宗原装合格产品，全新从未使用过，保存完好，无部件生锈、变形、使用不畅等不良现象；不得使用非原装产品（包括所有模块、部件、线缆等）。

6. 乙方保证所供应的商品在权利（包括知识产权）上不存在任何瑕疵，如所供商品存在权利（包括知识产权）瑕疵，由此引起的一切纠纷与采购人无关，投标人承担全部责任和后果。

#### 十一、其他要求：

1. 温岭市电商公共服务中心选址城东街道横湖中路 25 号横湖丽苑 3 幢 201 室，房产证面积 2448 平方米（其中 1000 平方米左右用于市乡村振兴公共直播基地项目，使用权归甲方调配），改造部分约 1122 平方米，提供本项目免费使用。

2. 场地由乙方负责改造，公共服务中心提升改造部分结算时须提供第三方专项审计报告，如实际

发生费用低于 140 万元，则按实际改造费用予以支付，最终支付金额最高不超过 140 万元。范围包含以房屋为载体且不可随意移动的附属设备和配套设施，按甲方要求执行。改造开始前，乙方须设计图纸、效果图及改造方案，经甲方审核通过后方可展开相关工作。

3. 合同终止后场所内的资产由甲方无偿收回，乙方不得拆除或出售出租。

4. 改造部分由乙方委托给具有建筑装修装饰工程专业承包资质二级及以上单位进行实施。改造过程中所涉及到的耗材、插线板、电线电缆、辅材等所有设备，均由乙方负责提供，甲方不再支付任何费用。

5. 乙方中标后在温岭设立法人子公司独立运营本项目。

6. 项目进度确保：乙方需保证项目开展进度，每月 6 日前，需根据上个月的运营情况按要求向采购方报送项目实施进度，并协助甲方做好商务部业务系统统一平台的月报填报工作。

7. 规范财务制度：本项目属电子商务进农村综合示范项目，乙方必须按示范县建设要求规范财务支出等制度，独立建账，依法纳税，并按验收要求提供相关台账资料，积极配合国家、省、县等考核、验收、检查、审计、绩效评价等工作，并负责委托项目服务地点辖区范围内的第三方审计机构对本项目进行跟踪审计，所有第三方出具的报告费用自理。

8. 资产管理规范：项目所购置资产入国有资产，资产权属属于甲方，管护主体责任属于乙方，乙方须做好国有资产登记及管理，严格按照《行政事业性国有资产管理条例》（国务院令 738 号）执行。

9. 项目实施方案须事先经甲方认可确认方能正式实施，甲方有权对乙方提供的实施方案进行指导和调整，否则不拨付资金。

10. 安全责任：项目实施人员在项目实施期间（含项目筹备服务和运营服务期间）发生的人身意外事故由乙方承担全部责任，乙方须做好安全教育工作。

11. 按招标采购文件以及《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，由上级部门、第三方考核机构及甲方统一组织验收。

## 十二、考核办法

1. 本项目考核分为 2 个年度，2022 年度考核期间为合同签订之日起至 2022 年 12 月，2023 年度考核期间为 2023 年 1 月起至 2023 年 12 月，年度目标以完成情况获得相应评分。

2. 全年应支付费用（即结算价）= 年度考核得分/100\*年度费用。

3. 考核要求：根据年度考核得分情况，考核为 80 分（含）以上，甲方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，甲方解除合同并没收履约保证金，同时乙方须全额退还已支付的年度服务费用（除公共服务中心改造提升费用外）。

4. 考核标准及分值权重详见招标文件。

## 十三、违约责任

1. 本合同生效后，甲、乙双方均应完全履行本合同所约定的义务。任何一方不履行或不完全履行本合同所约定义务的，应依法承担违约责任。

2. 乙方未能如期提供服务的，每日向甲方支付合同款项的万分之五作为违约金。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值 5% 的违约金，且甲方不退还履约保证金；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。

3. 若乙方在收取甲方服务报酬后并未开展任何工作或出现乙方怠于行使本合同义务较为严重的情形，乙方应双倍返还甲方所付服务报酬，甲方有权解除本合同并由乙方赔偿实际损失。

4. 若乙方需返还服务费的，乙方在接到甲方通知之日起 15 日内向甲方返还相应价款，乙方延迟返还的，甲方有权按应付金额的万分之贰按日计收迟延履行违约金。

5. 甲、乙任何一方因违反本合同约定造成对方实际损失的，均应予以赔付。

#### 十四、保密要求：

1. 双方签订信息保密协议书并严格遵守。

2. 合作双方均有责任和义务对项目所涉及、开发的技术和业务资料加以保密。

#### 十五、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. 不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

3. 不可抗力事件延续 120 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

4. 如出现财政资金有缩减，则甲方有权适当调整项目内容及资金，乙方自行承担有关的风险。

#### 十六、诉讼：

双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。如协商不成，可向甲方所在地法院起诉。

#### 十七、合同生效及其它：

1. 合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

2. 本合同未尽事宜，遵照《民法典》有关条文执行。

3. 本合同一式六份，具有同等法律效力，甲乙双方各执两份，招标代理执两份。

甲方：	(公章)	乙方：	(公章)
法定代表人：		法定代表人：	
或委托代理人：		或委托代理人：	
联系电话：		联系电话：	
开户银行：		开户银行：	
帐号：		帐号：	
地址及邮编：		地址及邮编：	
签约地址：			
签订时间：	年 月 日		

## (二标段)

(本合同为参考, 具体结合招标需求及中标人投标承诺, 以实际签署为准)

甲方:

乙方:

根据\_\_\_\_\_项目(项目编号: \_\_\_\_\_)采购结果和招标文件要求, 并依照《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》及其他等有关法律、行政法规的规定, 同时在平等、公平、诚实和信用的原则下, 经双方协商一致, 订立本合同。

### 二、采购内容

详见采购需求。

**二、服务要求:** 服务质量符合国家相关规程和规范要求以及国家电子商务进农村综合示范项目示范县建设相关要求, 并满足本项目及招标人要求。

### 三、合同金额:

1. 本合同金额为(大写): 人民币\_\_\_\_\_元, (¥: \_\_\_\_\_元)。

2. 货款以人民币进行结算。合同总价包括提升改造费、设备费、运输费、搬运费、保险费、安装调试验收、项目建设过程及运营过程中产生的日常水电费、物业费、人员工资、管理费、审计费、培训费、耗材及配件费、网络通讯费、税金等所有相关费用。甲方不再支付任何额外的费用。

3. 设备清单内的数量如有调整, 履约时按实际发生数量和中标单价进行结算。

4. 为保证服务质量及整个项目的正常运营, 乙方应自行配备不限于招标文件要求的清单设备, 设备的配备(比如笔记本电脑、相机等有利于本项目履行的)、售后维修、保险等所有相关费用均由中标单位自行承担。若项目实施过程中发现需增加设备的乙方须无条件增加, 甲方不再另外支付费用。

### 四、技术资料

1. 乙方应按招标文件规定的时间向甲方提供使用货物的有关技术资料。

2. 没有甲方事先书面同意, 乙方不得将由甲方提供的有关合同或任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供, 也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

### 五、履约保证金

1. 金额: 人民币壹拾伍万整(¥: 150000 元)

2. 收取方式: 网银、电汇、转账支付;

3. 履约保证金在运营期满并通过上级部门验收后 30 日内无息退还。

### 六、转包或分包

1. 本合同范围的货物(或服务), 应由乙方直接供应, 不得转让他人供应;

2. 除非得到甲方的书面同意, 乙方不得将本合同范围的货物(或服务)全部或部分分包给他人供应;

3. 如有转让和未经甲方同意的分包行为, 甲方有权解除合同, 没收履约保证金并追究乙方的违约责任。

### 七、服务地点、服务期限:

服务地点: 温岭市;

(1) 项目筹备服务期：自合同签订之日起至 2022 年 04 月 20 日；

项目筹备期间，乙方需做好改造、软硬件采购及安装调试、招引等相关筹备工作，确保按运营服务期要求准时开展运营服务。

(2) 项目运营服务期：2 年，自 2022 年 04 月 21 日起至 2024 年 04 月 20 日；

(3) 服务地点：温岭市；

如二年满而上级部门未组织验收，则乙方须继续提供服务，直至验收通过，费用不再调整，此风险在报价中自行考虑。

#### 八、货款支付：

序号	进度节点	支付进度
1	合同签订后 15 日内	第一年费用的 30%；
2	乙方团队入驻温岭运营满 2 个月后	第一年费用的 30%；
3	甲方完成对第一年的项目考核后	第一年费用的 30%，以及第二年费用的 30%；
4	项目通过上级相关部门中期验收通过后	支付至第一年费用结算价的 100%；
5	甲方完成对第二年的项目考核后	第二年费用的 50%；
6	项目通过上级相关部门终期验收通过后	第二年费用的 10%；
7	项目运营期满	支付至第二年费用结算价的 100%。

#### 九、税费：

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

#### 十、质量保证及售后服务：

1. 乙方应按采购文件规定向甲方提供服务。

2. 乙方提供的服务成果在服务期内发生故障，乙方应负责免费提供后续服务。对达不到要求者，根据实际情况，经双方协商，可按以下办法处理：

(1) 重做：由乙方承担所发生的全部费用。

(2) 解除合同。

3. 在服务期内，乙方应对出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

4. 设备免费质保期：自项目运营服务期开始之日起至少 3 年。所供设备在免费质保期内发生质量问题或出现故障时，乙方应免费提供维修服务和有关的技术咨询服务。

5. 所供设备必须是符合国家技术规格和质量标准的原厂商出厂正宗原装合格产品，全新从未使用过，保存完好，无部件生锈、变形、使用不畅等不良现象；不得使用非原装产品（包括所有模块、部件、线缆等）。

6. 乙方保证所供应的商品在权利（包括知识产权）上不存在任何瑕疵，如所供商品存在权利（包括知识产权）瑕疵，由此引起的一切纠纷与甲方无关，投标人承担全部责任和后果。

#### 十一、其他要求：

1. 温岭市乡村振兴公共直播基地入驻温岭市电商公共服务中心（位于城东街道横湖中路 25 号横湖丽苑 3 幢 201 室），由甲方协调从温岭市电商公共服务中心划出 1000 平方左右（使用权归甲方调配），提供本项目免费使用。

2. 本标段有 2 部分改造费用，场地由乙方负责改造。改造部分在结算时须提供第三方专项审计报告

告, 如实际发生费用低于相应的 142.2 万 (两部分改造费用总额: 130 万元+12.2 万元), 则按实际发生费用予以支付, 最终支付金额最高不超过 142.2 万元。范围包含以房屋为载体且不可随意移动的附属设备和配套设施, 按甲方要求执行。改造开始前, 乙方须设计图纸、效果图及改造方案, 经甲方审核通过后方可展开相关工作。

3. 合同终止后场所内的资产由甲方无偿收回, 乙方不得拆除或出售出租。

4. 改造部分由乙方委托给具有建筑装修装饰工程专业承包资质二级及以上单位进行实施。改造过程中所涉及到的耗材、插线板、电线电缆、辅材等所有设备, 均由乙方负责提供, 甲方不再支付任何费用。

5. 乙方中标后在温岭设立法人子公司独立运营本项目。

6. 项目进度确保: 乙方需保证项目开展进度, 每月 6 日前, 需根据上个月的运营情况按要求向甲方报送项目实施进度, 并协助甲方做好商务部业务系统统一平台的月报填报工作。

7. 规范财务制度: 本项目属电子商务进农村综合示范项目, 乙方必须按示范县建设要求规范财务支出等制度, 独立建账, 依法纳税, 并按验收要求提供相关台账资料, 积极配合国家、省、县等考核、验收、检查、审计、绩效评价等工作, 并负责委托项目服务地点辖区范围内的第三方审计机构对本项目进行跟踪审计, 所有第三方出具的报告费用自理。

8. 资产管理规范: 项目所购置资产入国有资产, 资产权属属于甲方, 管护主体责任属于乙方, 乙方须做好国有资产登记及管理, 严格按照《行政事业性国有资产管理条例》(国务院令第 738 号) 执行。

9. 项目实施方案须事先经甲方认可确认方能正式实施, 甲方有权对乙方提供的实施方案进行指导和调整, 否则不拨付资金。

10. 安全责任: 项目实施人员在项目实施期间 (含项目筹备服务和运营服务期间) 发生的人身意外事故由乙方承担全部责任, 乙方须做好安全教育工作。

11. 按招标采购文件以及《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, 由上级部门、第三方考核机构及甲方统一组织验收。

## 十二、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 2022 年 12 月, 第二年度为 2023 年 1 月 1 日起至 2023 年 12 月, 阶段性目标以完成情况获得相应评分。

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, 甲方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, 甲方解除合同并没收履约保证金, 同时乙方须全额退还已支付的该项年度运营服务费用 (除温岭市乡村振兴公共直播基地建设、温岭市乡村振兴共享直播间建设费用外)。

4. 考核标准及分值权重详见招标文件。

## 十三、违约责任

1. 本合同生效后, 甲、乙双方均应完全履行本合同所约定的义务。任何一方不履行或不完全履行本合同所约定义务的, 应依法承担违约责任。

2. 乙方未能如期提供服务的, 每日向甲方支付合同款项的万分之五作为违约金。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值 5% 的违约金, 且甲方不退还履约保证金; 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。

3. 若乙方在收取甲方服务报酬后并未开展任何工作或出现乙方急于行使本合同义务较为严重的情形, 乙方应双倍返还甲方所付服务报酬, 甲方有权解除本合同并由乙方赔偿实际损失。

4. 若乙方需返还服务费的, 乙方在接到甲方通知之日起 15 日内向甲方返还相应价款, 乙方延迟返还的, 甲方有权按应付金额的万分之贰按日计收迟延履行违约金。

5. 甲、乙任何一方因违反本合同约定造成对方实际损失的, 均应予以赔付。

#### 十四、保密要求:

1. 双方签订信息保密协议书并严格遵守。

2. 合作双方均有责任和义务对项目所涉及、开发的技术和业务资料加以保密。

#### 十五、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. 不可抗力事件发生后, 应立即通知对方, 并寄送有关权威机构出具的证明。

3. 不可抗力事件延续 120 天以上, 双方应通过友好协商, 确定是否继续履行合同。

4. 如出现财政资金有缩减, 则甲方有权适当调整项目内容及资金, 乙方自行承担有关的风险。

#### 十六、诉讼:

双方在执行合同中所发生的一切争议, 应通过协商解决。如协商不成, 可向甲方所在地法院起诉。

#### 十七、合同生效及其它:

1. 合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

2. 本合同未尽事宜, 遵照《民法典》有关条文执行。

3. 本合同一式六份, 具有同等法律效力, 甲乙双方各执两份, 招标代理执两份。

甲方:	(公章)	乙方:	(公章)
法定代表人:		法定代表人:	
或委托代理人:		或委托代理人:	
联系电话:		联系电话:	
开户银行:		开户银行:	
帐号:		帐号:	
地址及邮编:		地址及邮编:	
签约地址:			
签订时间:	年 月 日		

## 第六章 投标文件格式附件

附件 1:

项目名称

项目编号:

投  
标  
文  
件

(资格证明文件)

投标人名称 (盖公章) :

地 址:

时 间:

## 资格证明文件目录

1. 投标声明书（附件 2）
2. 授权委托书（附件 3）（附上法定代表人及代理人的身份证正反面）
3. 法人或者其他组织的营业执照等
4. 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料
5. 具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料
6. 投标人认为需要提供的资料

**附件 2:****投标声明书**

台州诚创招标代理有限公司（采购代理机构名称）：

（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，我公司自愿参加贵方组织的（招标项目名称）（项目编号）的投标，为此，我公司就本次投标有关事项郑重声明如下：

1. 我公司声明截止投标时间近三年以来：在政府采购领域中的项目招标、投标和合同履行期间无任何不良行为记录；无重大违法记录（重大违法记录是指供应商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. 我公司在参与投标前已详细审查了招标文件和所有相关资料，我方完全明白并认为此招标文件没有倾向性，也没有存在排斥潜在投标人的内容，我方同意招标文件的相关条款，放弃对招标文件提出误解和质疑的一切权利。

3. 我公司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及其附属机构没有任何联系。

4. 我公司保证，采购人在中华人民共和国境内使用我公司投标货物、资料、技术、服务或其任何一部分时，享有不受限制的无偿使用权，如有第三方向采购人提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权的主张，该责任由我方承担。我方的投标报价已包含所有应向所有权人支付的专利权、商标权或其它知识产权的一切相关费用。

5. 我公司严格履行采购合同，不降低合同约定的产品质量和服务，不得擅自变更、中止、终止合同，或拒绝履行合同义务；

6. 我公司承诺（若代理服务费由中标单位支付）：如在本项目中中标，我公司在中标公告发布之日起 5 个工作日内按采购文件约定支付代理服务费。

7. 以上事项如有虚假或隐瞒，我公司愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或免除法律责任的辩解。

投标人名称（盖公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

**附件 3：**

**授权委托书**

\_\_\_\_\_（填写采购人单位名称）：

我单位全权委托\_\_\_\_\_（身份证号：\_\_\_\_\_）作为我单位合法代理人，参加\_\_\_\_\_（填写采购项目名称及编号）投标活动，并办理上述项目所涉的投标文件签署、合同签订及项目实施等与之相关的投标全程各事项。该代理人的上述行为，均代表本单位，与本单位的行为具有同等法律效力，本单位将承担该代理人行为的全部法律后果和法律责任，代理人无权转换委托权。

特此委托

代理人姓名（签字或盖章）：\_\_\_\_\_ 日期： 年 月 日

法定代表人（签字或盖章）：\_\_\_\_\_ 日期： 年 月 日

投标人名称（盖公章）： \_\_\_\_\_

附：1. 代理人身份证正反面（本人签名、日期，单位加盖公章）

2. 法定代表人身份证正反面（本人签名、日期，单位加盖公章）

**附件 4:**

**项目名称**

项目编号：

**投  
标  
文  
件**

**(商务技术文件)**

投标人名称（盖公章）：

地 址：

时 间：

## **商务技术文件目录**

(投标人根据投标文件内容自行编制)

**附件 5:**

**投标人基本情况表**

企业名称				法人代表		
地址				企业性质		
股东姓名	股权结构 (%)			股东关系		
联系人姓名	固定电话			传真		
	手机					
企业概况	职工人数		具备大专以上学历人数		国家授予技术职称人数	
	占地面积		建筑面积	平方米 <input type="checkbox"/> 自有 <input type="checkbox"/> 租赁	生产经营场所及场所的设施与设备	
	注册资金		注册发证机关			公司成立时间
	核准经营范围					
	发展历程及主要荣誉:					
企业有关资质获证情况	产品生产许可证情况(对需获得生产许可证的产品要填写此栏)	产品名称	发证机关	编号	发证时间	期限
	企业通过质量体系、环保体系、计量等认证情况					
企业获得专利情况						

**要求:** 1.姓名栏必须将所有股东都统计在内, 若非股份公司此行(第三行)无需填写;

投标人名称(单位公章):

法定代表人或委托代理人(签字或盖章):

日期: \_\_\_\_年\_\_月\_\_日

**附件 6:****项目实施人员一览表**

(主要从业人员及其技术资格)

序号	姓名	职务	职责	专业技术资格	证书编号	参加本单位工作时间	劳动合同编号
1							
2							
3							
4							
5							

**要求:**

1. 在填写时, 如本表格不适合投标人的实际情况, 可根据本表格式自行划表填写。
2. 附人员证书;
3. 出具上述人员在本单位服务的外部证明, 如: 投标截止日之前个×月以内的代缴个税税单、参加社会保险的《投保单》或《社会保险参保人员证明》等。

投标人名称 (单位公章) :

法定代表人或委托代理人 (签字或盖章) :

日期: \_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 附件 7:

## 项目负责人资格情况表

采购项目:

采购编号:

<b>姓名</b>		<b>近年来主要工作业绩</b>	
<b>性别</b>		注: 业绩证明应提供旁证材料 (合同或中标通知书)。	
<b>年龄</b>			
<b>职称</b>			
<b>毕业时间</b>			
<b>学校专业</b>			
<b>联系电话</b>			
<b>最近一年工作状况</b>			
<b>拟在本项目中担任 主要工作</b>			

投标人名称 (单位公章):

法定代表人或委托代理人 (签字或盖章):

日期: \_\_\_\_年\_\_月\_\_日

**附件 8:****技术、商务偏离表**

为了采购人评议的需要, 投标人若有偏离的应将偏离条款逐条提出或根据以下要求的格式提出偏差。投标人应对照招标文件要求在“偏离情况”栏注明“正偏离”、“负偏离”。

序号	内容	招标文件要求	投标文件响应	偏离情况	说明
1					
2					
...					
...					
...					
...					
...					
...					

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

**附件 9:****证书一览表（如有用到可提供）**

证书名称	发证单位	证书等级	证书有效期

**要求:**

- 1.填写投标人获得资质、认证或企业信誉证书;
- 2.附所列证书或其他证明材料。

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 附件 10.1:

## 供应商自评表（一标段）

序号	评分内容	自评分值	对应页码
1	投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务人才培训机构的得 2 分；被地市级政府部门或机构认定为电子商务人才培训机构的得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供相关证明材料，否则不得分)</b>		
2	投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 2 分；被地市级政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供相关证明材料，否则不得分)</b>		
3	投标人自 2020 年 1 月 1 日 (以签订协议时间为准) 与国内主流电商平台总部签有战略合作协议的，每提供 1 个得 2 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术中提供截止开标时间在合作有效期内的合作协议扫描件，否则不得分)</b>		
4	投标人自 2020 年 1 月 1 日 (以签订协议时间为准) 与主流物流企业总部签有战略合作协议的，每提供 1 个得 2 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术中提供截止开标时间在合作有效期内的合作协议扫描件，否则不得分)</b>		
5	投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来具有电商公共服务线下运营经验，每提供一个得 1 分，本项最多得 2 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，否则不得分)</b>		
6	投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来具有县级及以上农产品区域公用品牌打造经验，每提供一个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，另需提供此品牌设计案例，否则不得分)</b>		
7	投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来有协助服务对象成功申报省级及以上数字生活新服务项目经验，每提供 1 个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，另需提供证明项目申报成功的省厅文件，否则不得分)</b>		
8	投标人自 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来承接过政府部门委托的电商类创新创业大赛活动的，每提供 1 个得 1 分，本项最多得 1 分。 <b>(商务技术文件中提供合同扫描件，否则不得分)</b>		
9	项目团队成员中具备省级及以上电子商务相关职业技能证书的，每提供 1 人得 0.5 分，最高得 3 分。 <b>(商务技术文件中需提供证明材料及相关人员近 3 个月在投标单位的社保证明扫描件，否则不得分。)</b>		
10	设备及配套设施的技术参数： 完全响应招标文件清单内容、功能、性能要求及技术指标要求中各项内容的得 6 分； 每出现一条负偏离的扣 0.5 分，扣完为止。 <b>注：1.投标人应对每个设备指标和要求的偏离情况做应答，遗漏视为负偏离。 2.如有偏离，必须在技术偏离表中进行详细对比说明并注明正、负偏离。</b>		

投标人名称（盖公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 附件 10.2:

## 供应商自评表（二标段）

序号	评分内容	自评 分值	对应 页码
1	投标人为国内外主流电商平台的官方授权机构或与国内主流电商平台建立合作关系的, 每提供 1 个得 1 分, 最高得 3 分。 <b>商务技术文件中提供有效期内的合作协议或授权证书扫描件, 否则不得分。</b>		
2	投标人与省级及以上主流媒体单位建立合作关系的得 1 分。 <b>商务技术文件中提供有效期内的合作协议或授权证书扫描件, 否则不得分。</b>		
3	投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务人才培训机构的得 2 分, 被地市级政府部门或机构认定为电子商务人才培训机构的得 1 分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>		
4	投标人被省级及以上政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 2 分, 被地市级政府部门或机构认定为电子商务实践基地的得 1 分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>		
5	投标人具有省级及以上政府部门颁发的荣誉或奖项的, 每提供 1 个得 1 分, 最高得 2 分。 <b>商务技术文件中提供相关证明材料, 否则不得分。</b>		
6	1. 农产品销售业绩: 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来投标人具有帮助县域开展农特产品线上线下融合销售的成功案例, 每提供 1 个案例得 1 分; 最多得 2 分。 2. 直播体系建设业绩: 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来投标人具有直播基地、直播学院等直播体系建设的成功案例, 每提供 1 个案例得 1 分, 最多得 2 分。 3. 农村电商培训体系业绩: 2019 年 1 月 1 日 (以签订合同时间为准) 以来投标人具有电子商务进农村综合示范项目农村电商培训体系的成功案例, 每提供 1 个得 1 分, 最高得 1 分。 <b>商务技术文件中提供合同扫描件, 否则不得分。</b>		
7	项目团队中具有省级及以上部门或机构颁发的电子商务师证书或电商讲师证书, 每提供 1 人得 1 分, 最高得 2 分。 <b>注: 商务技术文件中须同时提供相关证书扫描件和投标单位出具的近三个月的社保缴纳证明材料, 否则不得分。</b>		
8	项目负责人具有农村电商国家级荣誉的得 2 分, 具有省级荣誉得 1 分, 其它不得分。 <b>注: 商务技术文件中须同时提供相关证书扫描件和投标单位出具的近三个月的社保缴纳证明材料, 否则不得分。</b>		
9	设备及配套设施的技术参数: 完全响应招标文件清单内容、功能、性能要求及技术指标要求中各项内容的得 6 分; 每出现一条负偏离的扣 0.5 分, 扣完为止。 <b>注: 1. 投标人应对每个设备指标和要求的偏离情况做应答, 遗漏视为负偏离。</b>		

	<b>2.如有偏离，必须在技术偏离表中详细对比说明并注明正、负偏离。</b>		
--	--	--	--

投标人名称（盖公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 附件 11.1:

## 拟投标产品品牌型号一览表（一标段）

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位
<b>一、办公家具部分</b>				
1	前台可旋转椅子		2	把
2	洽谈桌（一桌四椅）		7	套
3	项目负责人办公桌		1	套
4	办公桌椅（含椅柜）		59	套
5	文件柜		9	只
6	20 人会议桌		1	套
7	椅子		40	把
8	10 人会议桌		1	套
9	白板		2	张
10	六人位办公桌（含柜椅）		3	套
11	二人位桌椅		24	套
12	三人位桌椅		12	套
13	演讲台		1	张
<b>二、电子设备部分</b>				
14	台式电脑		13	台
15	上墙显示屏		4	台
16	86 寸教学一体机		1	台
17	65 寸教学一体机		1	台
18	投影仪（含幕布）		2	套
19	视频摄像头		2	套
20	音 响		3	只
21	无线话筒		1	套
22	手持麦克风		1	套
23	抠像绿箱		1	只
24	办公打印机		1	台
25	多功能大型打印机		1	台
<b>三、其他配套设备部分</b>				
26	饮水机		6	台
27	激光翻页笔		2	支
28	相机三脚架		2	个

29	小蜜蜂		1	个
----	-----	--	---	---

1. 本项目中涉及到所有货物的产品品牌型号的, 供应商请自行填写完整, 若未填写, 无法判断投标人所投货物品牌型号而引起对投标人评标不利的, 由投标人自行承担。

2. 表格格式由投标人自行扩展。

投标人名称 (单位公章) : \_\_\_\_\_

法定代表人或委托代理人 (签字或盖章) : \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_月\_\_日

## 附件 11.2:

## 拟投标产品品牌型号表（二标段）

## 清单设备 1:

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位
<b>一、电子设备部分</b>				
1	电视机		3	台
2	标配电脑		20	台
3	高配电脑		4	台
4	手机、手机支架、手机充电器		7	套
5	投影仪		1	台
6	投影幕布		2	张
7	摄像头		1	只
8	导播台		1	台
9	提词器		2	个
10	外置声卡		7	只
11	无线路由器		7	只
12	手持稳定器		2	只
13	音响		3	台
14	球形灯 / 日光灯		17	只
15	补光灯		13	只
16	补光灯		2	套
17	打印机		1	台
<b>二、办公家具部分:</b>				
18	直播间桌子		13	套
19	直播间椅子		15	套
20	直播间桌子(大)		2	套
21	10人会议桌椅		1	套
22	办公桌椅		9	套
22	项目负责人办公室桌椅		1	套
<b>三、其他配套部分:</b>				
23	小蜜蜂		7	套
24	插线板各类连接线		15	个
25	背景幕布		15	张

26	相机支架		2	个
27	镜子		2	个

**清单设备 2:**

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位
<b>一、电子设备部分</b>				
1	标配电脑		10	台
2	无线路由器		10	只
3	球形灯 / 日光灯		10	只
4	补光灯		10	只
5	手机支架、手机充电器		10	套
<b>二、办公家具部分</b>				
6	桌子		10	张
7	椅子		10	把
<b>三、其他配套部分</b>				
8	插线板各类连接线		10	个
9	背景幕布		10	套

1.本项目中涉及到所有货物的产品品牌型号的, 供应商请自行填写完整, 若未填写, 无法判断投标人所投货物品牌型号而引起对投标人评标不利的, 由投标人自行承担。

2.表格格式由投标人自行扩展。

投标人名称 (单位公章) : \_\_\_\_\_

法定代表人或委托代理人 (签字或盖章) : \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_

附件 12:

项目名称

项目编号:

报  
价  
文  
件

投标人名称（盖公章）：

地 址：

时 间：

## 报价文件目录

1. 开标一览表；

**下列内容如有可提供：**

2. 针对报价投标人认为其他需要说明的；

3. 中小企业声明函；

4. 残疾人福利性单位声明函；

5. 省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）开具的属于监狱企业的证明文件。

## 附件 13.1:

## 开标一览表

### （一标段）

序号	服务年度	采购内容	数量	最高限价 (万元)	报价 (万元)	
1	第一年	公共服务体系建设-公共服务中心改造提升	改造部分	1 项	140	140
			设备部分	1 项	31	
公共服务体系建设（不含改造提升）		1 年	110			
2		县域商业体系建设		1 年	60	
3		创业就业体系建设		1 年	40	
4		公共服务体系建设（不含改造提升）		1 年	94	
5		县域商业体系建设		1 年	60	
6	第二年	创业就业体系建设		1 年	40	
7		公共服务体系建设（不含改造提升）		1 年	94	
合计:				575		
合计：人民币（大写）_____元。（¥：_____）						

## 注:

1. 每项报价不得超过对应的最高限价，合计不得超过 575 万元，改造部分价格为暂定价投标人表格中不得修改，否则作无效处理。
2. 报价为完成本招标文件中提出的所有采购内容并完成合同约定的相应服务应支付的各项金额，包括提升改造费、设备费、运输费、搬运费、保险费、安装调试验收、项目建设过程及运营过程中产生的日常水电费、物业费、人员工资、管理费、审计费、培训费、耗材费、网络通讯费、税金等所有相关费用。

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

## 附件 13.2:

## 设备部分报价明细表（一标段）

人民币：元

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位	上限单价	综合单价	合价
<b>一、办公家具部分</b>							
1	前台可旋转椅子		2	把	300		
2	洽谈桌（一桌四椅）		7	套	1500		
3	项目负责人办公桌		1	套	2500		
4	办公桌椅（含椅柜）		59	套	1300		
5	文件柜		9	只	550		
6	20 人会议桌		1	套	6000		
7	椅子		40	把	200		
8	10 人会议桌		1	套	3000		
9	白板		2	张	300		
10	六人位办公桌（含柜椅）		3	套	7200		
11	二人位桌椅		24	套	800		
12	三人位桌椅		12	套	1500		
13	演讲台		1	张	800		
						<b>小计:</b>	
<b>二、电子设备部分</b>							
14	台式电脑		13	台	3899		
15	上墙显示屏		4	台	5900		
16	86 寸教学一体机		1	台	10892		
17	65 寸教学一体机		1	台	5080		
18	投影仪（含幕布）		2	套	3500		
19	视频摄像头		2	套	2100		
20	音 响		3	只	2900		
21	无线话筒		1	套	1500		
22	手持麦克风		1	套	750		
23	抠像绿箱		1	只	8000		
24	办公打印机		1	台	1599		
25	多功能大型打印机		1	台	12512		
						<b>小计:</b>	

三、其他配套设备部分							
26	饮水机		6	台	299		
27	激光翻页笔		2	支	169		
28	相机三脚架		2	个	149		
29	小蜜蜂		1	个	600		
小计:							
设备总价：人民币（大写）_____元。（¥：_____）							

注：

1. 报价明细表中所列清单为本项目设备最低要求，投标人可根据实际配备设备在表中补充填写；
2. 清单内指定设备的各分项综合单价不得超过相应分项的上限单价，否则为无效投标。设备部分报价明细表报价和开标一览表的设备部分报价填写须一致，且报价不得超过 31 万元。

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

## 附件 13.3:

## 开标一览表

### (二标段)

序号	服务年度	采购内容	数量	最高限价 (万元)	报价 (万元)	
1	第一年	新业态引进及直播基地建设	改造部分	1 项	130	130
			设备部分	1 项	22.3	
			运营服务	1 年	7.7	
2		乡村振兴共享直播间	改造部分	1 项	12.2	12.2
			设备部分	1 项	7.8	
			运营服务	1 年	5	
3		农村现代商贸流通体系	1 年	100		
4		电商人才培养体系	1 年	100		
5	第二年	乡村振兴共享直播间运营	1 年	5		
6		农村现代商贸流通体系	1 年	90		
7		电商人才培养体系	1 年	45		
<b>合计:</b>				<b>525</b>		
<b>合计: 人民币 (大写) _____ 元。 (¥: _____ )</b>						

**注:**

1. 每项报价不得超过对应的最高限价，合计不得超过 525 万元，提升改造部分价格为暂定价投标人表格中不得修改，否则作无效处理。

2. 报价为完成本招标文件中提出的所有采购内容并完成合同约定的相应服务应支付的各项金额，包括改造费、设备费、运输费、搬运费、保险费、安装调试验收、项目建设过程及运营过程中产生的日常水电费、物业费、人员工资、管理费、审计费、培训费、耗材费、网络通讯费、税金等所有相关费用。

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期：年月日

## 附件 13.4:

## 设备部分报价明细表（二标段）

## 清单设备 1:

人民币：元

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位	上限单价	综合单价	合价
<b>一、电子设备部分</b>							
1	电视机		3	台	1899		
2	标配电脑		20	台	4050		
3	高配电脑		4	台	5000		
4	手机、手机支架、手机充电器		7	套	3490		
5	投影仪		1	台	2749		
6	投影幕布		2	张	164		
7	摄像头		1	只	724		
8	导播台		1	台	7999		
9	提词器		2	个	238		
10	外置声卡		7	只	680		
11	无线路由器		7	只	129		
12	手持稳定器		2	只	729		
13	音响		3	台	880		
14	球形灯 / 日光灯		17	只	288		
15	补光灯		13	只	2028		
16	补光灯		2	套	3583		
17	打印机		1	台	5898		
						<b>小计:</b>	
<b>二、办公家具部分:</b>							
18	直播间桌子		13	套	436		
19	直播间椅子		15	套	160		
20	直播间桌子(大)		2	套	600		
21	10 人会议桌椅		1	套	2998		
22	办公桌椅		9	套	300		
23	项目负责人办公室桌椅		1	套	2600		
						<b>小计:</b>	
<b>三、其他配套部分:</b>							

24	小蜜蜂		7	套	699			
25	插线板各类连接线		15	个	42			
26	背景幕布		15	张	125			
27	相机支架		2	个	165			
28	镜子		2	个	109			
<b>小计:</b>								
<b>设备总价：人民币（大写）_____元。（¥：_____）</b>								

**清单设备 2：**

人民币：元

序号	设备名称	品牌型号/产地规格	数量	单位	上限单价	综合单价	合价	
<b>一、电子设备部分</b>								
1	标配电脑		10	台	4050			
2	无线路由器		10	只	129			
3	球形灯 / 日光灯		10	只	288			
4	补光灯		10	只	2017			
5	手机支架、手机充电器		10	套	490			
<b>小计:</b>								
<b>二、办公家具部分</b>								
6	桌子		10	张	500			
7	椅子		10	把	159			
<b>小计:</b>								
<b>三、其他配套部分</b>								
8	插线板各类连接线		10	个	42			
9	背景幕布		10	套	125			
<b>小计:</b>								
<b>设备总价：人民币（大写）_____元。（¥：_____）</b>								

注：

1. 报价明细表中所列清单为本项目设备最低要求，投标人可根据实际配备设备在表中补充填写；
2. 清单内指定设备的各分项综合单价不得超过相应分项的上限单价，否则为无效投标；
3. 设备部分报价明细表报价和开标一览表的设备部分报价填写须一致，且清单设备 1 报价不得超过 22.3 万元，清单设备 2 报价不得超过 7.8 万元，否则为无效投标

投标人名称（单位公章）：

法定代表人或委托代理人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日



**附件 15:****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。

投标人名称（盖公章）：

日期：

## 附件 16:

## 政府采购活动现场确认声明书

台州诚创招标代理有限公司（采购组织机构名称）：

本人经由\_\_\_\_\_（单位）负责人\_\_\_\_\_（姓名）合法授权参加\_\_\_\_\_项目（项目编号：\_\_\_\_\_）政府采购活动，经与本单位法人代表（负责人）联系确认，现就有关公平竞争事项郑重声明如下：

一、本单位与采购人之间  不存在利害关系  存在下列利害关系\_\_\_\_\_：

- A. 投资关系    B. 行政隶属关系    C. 业务指导关系  
D. 其他可能影响采购公正的利害关系（如有，请如实说明）\_\_\_\_\_。

二、现已清楚知道参加本项目采购活动的其他所有供应商名称，本单位  与其他所有供应商之间均不存在利害关系  与\_\_\_\_\_（供应商名称）之间存在下列利害关系\_\_\_\_\_：

- A. 法定代表人或负责人或实际控制人是同一人  
B. 法定代表人或负责人或实际控制人是夫妻关系  
C. 法定代表人或负责人或实际控制人是直系血亲关系  
D. 法定代表人或负责人或实际控制人存在三代以内旁系血亲关系  
E. 法定代表人或负责人或实际控制人存在近姻亲关系  
F. 法定代表人或负责人或实际控制人存在股份控制或实际控制关系  
G. 存在共同直接或间接投资设立子公司、联营企业和合营企业情况  
H. 存在分级代理或代销关系、同一生产制造商关系、管理关系、重要业务（占主营业务收入 50%以上）或重要财务往来关系（如融资）等其他实质性控制关系  
I. 其他利害关系情况\_\_\_\_\_。

三、现已清楚知道并严格遵守政府采购法律法规和现场纪律。

四、我发现\_\_\_\_\_供应商之间存在或可能存在上述第二条第\_\_\_\_\_项利害关系。

法定代表人或委托代理人（签字）：

日期：        年    月    日

## 附件 17:

中小企业划型标准规定					
工信部联企业【2011】300号					
序号	行业	原则	具体规定		指标
1	农、林、牧、渔业	营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	营业收入 500 万元及以上的	营业收入
			小型企业	营业收入 50 万元及以上的	
			微型企业	营业收入 50 万元以下的	
2	工业	从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的	
3	建筑业	营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的	营业收入 资产总额
			小型企业	营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的	
			微型企业	营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的	
4	批发业	从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的	
5	零售业	从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的	
6	交通运输业	从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的	
7	仓储业	从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的	
8	邮政业	从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的	从业人员 营业收入
			小型企业	从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	
			微型企业	从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的	
9	住宿业	从业人员 300 人以下或	中型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的	从业人员

		营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业	小型企业	从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	营业收入
			微型企业	从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的	
10	餐饮业	从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	营业收入
			微型企业	从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的	
11	信息传输业	从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的	营业收入
			微型企业	从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的	
12	软件和信息技术服务业	从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的	营业收入
			微型企业	从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的	
13	房地产开发经营	营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的	营业收入
			小型企业	营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的	资产总额
			微型企业	营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的	
14	物业管理	从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的	营业收入
			微型企业	从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业	
15	租赁和商务服务业	从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的	资产总额
			微型企业	从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的	
16	其他未列明行业	从业人员 300 人以下的为中小微型企业	中型企业	从业人员 100 人及以上的	从业人员
			小型企业	从业人员 10 人及以上的	
			微型企业	从业人员 10 人以下的为微型企业	

该附件仅供投标人参考。