

广西建通工程咨询有限责任公司

招 标 文 件

(全流程电子化采购)

项目名称：2026年公共文化云建设项目

项目编号：GXZC2026-G3-001694-GXJT

采 购 人：广西壮族自治区群众艺术馆

采购代理机构：广西建通工程咨询有限责任公司



2026年6月

目 录

第一章 招标公告	3
第二章 采购需求	8
第三章 投标人须知	45
一、总 则	53
二、招标文件	56
三、投标文件的编制	56
四、开 标	59
五、资格审查	60
六、评 标	60
七、中标和合同	62
八、其他事项	64
第四章 评标方法及评标标准	67
第五章 拟签订的合同文本	93
第六章 投标文件格式	98

第一章 招标公告

项目概况

2026年公共文化云建设项目招标项目的潜在投标人应在广西政府采购云平台（<https://www.gcy.zfcg.gxzf.gov.cn/>）获取（下载）招标文件，并于2026年7月1日9时30分（北京时间）前按要求递交（上传）投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：GXZC2026-G3-001694-GXJT

采购计划备案文号：广西政采[2026]11399号-001、广西政采[2026]11399号-002、广西政采[2026]11399号-003、广西政采[2026]11399号-004、广西政采[2026]11399号-005

项目名称：2026年公共文化云建设项目

预算总金额：566.0030万元；其中分标 1：75.00万元，分标 2：50.00万元，分标 3：42.00万元，分标 4：357.0030万元，分标 5：42.00万元。

最高限价（如有）：566.0030万元；其中分标 1：75.00万元，分标 2：50.00万元，分标 3：42.00万元，分标 4：357.0030万元，分标 5：42.00万元。

采购需求：

分标 1 预算金额：75.00万元			
序号	标的的名称	数量及单位	简要技术需求或者服务要求
1	看直播——全民艺术普及相关直播采购项目	15场	围绕广西本地特色品牌活动，推送竞赛性、展演性、惠民性群众文化活动以及专题讲座、艺术普及分享、展览带看、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，集中展示各地群众文化活动风采。依托“国家公共文化云”“广西数字文化馆”平台，联合广西各级文化馆开展品牌群众文化活动直播15场，包括学习宣传贯彻党的二十大精神主题的群众文化活动，“大地欢歌”全国乡村文化活动现场、“四季村晚”“全国广场舞展演——广场舞大会”重点活动以及各类区域性、地方性群众文化品牌活动的重点场次，突出村晚、广场舞、大家唱、“乡村网红”培育计划，以及国家公共文化服务体系示范区、中国民间文化艺术之乡开展的群众文化活动。活动形式包括竞赛、展演、惠民活动、展览带看等；活动类型包括区、市、县级演出、赛事、优质展览讲解带看、文旅融合综艺活动，形成群众文化数字化建设资源；对数字资源进行拆条、精剪、宣传片制作等。 ……具体详见招标文件。

分标 1 合同履行期限：自合同签订之日起至完成本项目全部服务内容。

分标2 预算金额：50.00万元			
序号	标的的名称	数量及单位	简要技术需求或者服务要求
1	“订场馆”服务信息采集与“赶大集”专题建设采购项目	1项	“订场馆”服务信息采集 按照《2026年公共文化云转移支付订场馆建设工作指引》要求，依托全区文化馆总分馆体系，对不少于105个基层文化馆（站）及新型公共文化空间（不含原脱贫县）开展标准化信息采集与内容建设。通过季度化、常态化信息更新机制，同步推送高质量场馆信息、VR全景、宣传视频、重点活动及在线展览至国家公共文化云与广西数字文化馆平台，确保顺利通过中央转移支付项目验收，力争打造国家级优秀宣传推广典型案例。 ……具体详见招标文件。

分标2 合同履行期限：自合同签订之日起至完成本项目全部服务内容。

分标3 预算金额：42.00万元			
序号	标的的名称	数量及单位	简要技术需求或者服务要求
1	全民艺术普及资源总库建设——群文人物微纪录片制作与存量资源优化提质	1项	项目围绕“来 LIKE 广西”品牌，重点打造微纪录片、微短剧、Vlog等原创数字资源，同步开展存量群众文化资源AI修复、格式转码、内容碎片化、元数据规范与优化更新，通过AI全流程赋能内容创作、资源治理、精准分发与互动服务，构建可学、可赏、可传、可享的全民艺术普及数字服务体系，推动八桂优秀文化创造性转化、创新性发展，打造新时代“科技+文化”融合发展广西样板，不断提升人民群众文化获得感、幸福感与满意度。 ……具体详见招标文件。

分标3 合同履行期限：自合同签订之日起至完成本项目全部服务内容。

分标4 预算金额：357.003万元			
序号	标的的名称	数量及单位	简要技术需求或者服务要求

1	推动原脱贫县基层全民艺术普及服务高质量发展采购项目	1项	项目紧扣乡村振兴、文化惠民与文旅融合发展战略，聚焦广西 33 个原脱贫县基层全民艺术普及提质增效需求，以数字化赋能为抓手，通过新媒体运营、直播服务、内容创作、人才培养、平台升级、品牌打造六位一体实施路径，构建自治区一市一县三级联动、高效协同的全民艺术普及数字化服务体系，全面提升原脱贫县公共文化服务能力与数字化水平。 ……具体详见招标文件。
---	---------------------------	----	--

分标4 合同履行期限：自合同签订之日起至完成本项目全部服务内容。

分标5 预算金额：42.00万元			
序号	标的的名称	数量及单位	简要技术需求或者服务要求
1	全民艺术普及资源总库建设——二十四节气主题微短剧制作	1项	一、项目概述 项目围绕“来 LIKE 广西”品牌，重点打造微纪录片、微短剧、Vlog 等原创数字资源，同步开展存量群众文化资源 AI 修复、格式转码、内容碎片化、元数据规范与优化更新，通过 AI 全流程赋能内容创作、资源治理、精准分发与互动服务，构建可学、可赏、可传、可享的全民艺术普及数字服务体系，推动八桂优秀文化创造性转化、创新性发展，打造新时代“科技+文化”融合发展广西样板，不断提升人民群众文化获得感、幸福感与满意度。 ……具体详见招标文件。

分标5 合同履行期限：自合同签订之日起至完成本项目全部服务内容。

本项目（否）接受联合体投标。

二、申请人的资格要求：

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目分标1—分标5属于专门面向小微企业采购的项目，参加本项目投标的供应商必须为小型或微型企业，或监狱企业，或残疾人福利性单位；
3. 本项目的特定资格要求：无

三、获取招标文件

时间：2026年6月10日至 2026年6月17日，每天上午00 :00至12:00，下午12:00至23:59（北京时间，法定节假日除外）；

地点：广西政府采购云平台（<https://www.gcy.zfcg.gxzf.gov.cn/>）；

方式：网上下载。本项目不提供纸质文件，潜在供应商需在广西政府采购云平台（<https://www.gcy.zfcg.gxzf.gov.cn/>）-进入“项目采购”应用，在获取采购文件菜单中选择项目，获取招标文件。电子投标文件制作需要基于广西政府采购云平台获取的招标文件编制，通过其他方式获取招标文件的，将有可能导致供应商无法在广西政府采购云平台编制及上传投标文件。

售价：0元

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件截止时间：2026年7月1日9时30分（北京时间）

地点：

投标地点：广西政府采购云平台（<https://www.gcy.zfcg.gxzf.gov.cn/>）

开标地点：广西政府采购云平台电子开标大厅

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

1. 网上查询地址

<http://www.ccgp.gov.cn>（中国政府采购网）、<http://zfcg.gxzf.gov.cn>（广西壮族自治区政府采购网）、<http://gxggzy.gxzf.gov.cn/>（广西壮族自治区公共资源交易中心）。

2. 本项目需要落实的政府采购政策。

- （1）政府采购促进中小企业发展。
- （2）政府采购支持采用本国产品的政策。
- （3）强制采购节能产品；优先采购节能产品、环境标志产品。
- （4）政府采购促进残疾人就业政策。
- （5）政府采购支持监狱企业发展。

3. 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。为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加本项目上述服务以外的其他采购活动。

4. 投标人投标注意事项

（1）本项目为全流程电子化采购项目，通过广西政府采购云平台（<https://www.gcy.zfcg.gxzf.gov.cn/>）实行在线电子投标，投标人应按照本项目招标文件和广西政府采购云平台的要求编制、加密后在投标截止时间前通过网络上传至广西政府采购云平台（加密的电子投标文件是指后缀名为“jmba”的文件），**投标人在广西政府采购云平台提交电子投标文件时，请填写参加远程开标活动经办人联系方式。**投标人登录广西

政府采购云平台，依次进入“服务中心—项目采购—操作流程—电子招投标—政府采购项目电子交易管理操作指南—供应商”查看电子投标具体操作流程。

（2）未进行网上注册并办理数字证书（CA 认证）的投标人将无法参与本项目政府采购活动，投标人应当在投标截止时间前，完成电子交易平台上的 CA 数字证书办理及投标文件的提交（投标人可登录“广西政府采购网”，依次进入“办事服务—下载专区”或者登录广西政府采购云平台，依次进入“服务中心—入驻与配置”中查看 CA 数字证书办理操作流程。如在操作过程中遇到问题或者需要技术支持，请致电客服热线：95763 或者 0771-3381253）。

（3）CA 证书在线解密：投标人投标时，需凭制作投标文件时用来加密的有效数字证书（CA 认证）登录广西政府采购云平台电子开标大厅现场按规定时间对加密的投标文件进行解密，否则后果自负。

注：1）为确保网上操作合法、有效和安全，请投标人确保在电子投标过程中能够对相关数据电文进行加密和使用电子签章，妥善保管 CA 数字证书并使用有效的 CA 数字证书参与整个招标活动。2）投标人应当在投标截止时间前完成电子投标文件的上传、提交，投标截止时间前可以补充、修改或者撤回投标文件。补充或者修改投标文件的，应当先行撤回原投标文件，补充、修改后重新上传、提交，投标截止时间前未完成上传、提交的，视为撤回投标文件。投标截止时间以后上传递交的投标文件，广西政府采购云平台将予以拒收。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名称：广西壮族自治区群众艺术馆

地址：南宁市青秀区民主路11-4号

联系人：郭雷

联系方式：0771-5603070

2. 采购代理机构信息

名称：广西建通工程咨询有限责任公司

地址：南宁市江南区金凯路26号广西建通中心12楼

联系方式：0771-2863138

3. 项目联系方式

项目联系人：熊莎莎、凌智华、曹聪

电话：0771-2863138

第二章 采购需求

说明：

1. 为落实政府采购政策需满足的要求

本招标文件所称中小企业必须符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定。

2. “实质性要求”是指招标文件中已经指明不满足则投标无效的条款，或者不能负偏离的条款，或者采购需求中带“▲”的条款。

3. 投标人应根据自身实际情况如实响应招标文件，对招标文件提出的要求和条件作出明确响应，**否则将作无效响应处理**。对于重要技术条款或技术参数应当在投标文件中提供技术支持资料，技术支持资料以招标文件中规定的形式为准，**否则将视为无效技术支持资料**。

4. 投标人必须自行为其投标产品侵犯他人的知识产权或者专利成果的行为承担相应法律责任。

5. 本项目分标1一分标5采购标的的中小企业划分标准所属行业名称：**其他未列明行业**。

分标 1

序号	标的的名称	数量及单位	技术要求
1	看直播——全民艺术普及相关直播采购项目	15场	围绕广西本地特色品牌活动，推送竞赛性、展演性、惠民性群众文化活动以及专题讲座、艺术普及分享、展览带看、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，集中展示各地群众文化活动风采。依托“国家公共文化云”“广西数字文化馆”平台，联合广西各级文化馆开展品牌群众文化活动直播15场，包括学习宣传贯彻党的二十大精神主题的群众文化活动，“大地欢歌”全国乡村文化活动年、“四季村晚”“全国广场舞展演——广场舞大会”重点活动以及各类区域性、地方性群众文化品牌活动的重点场次，突出村晚、广场舞、大家唱、“乡村网红”培育计划，以及国家公共文化服务体系示范区、中国民间文化艺术之乡开展的群众文化活动。活动形式包括竞赛、展演、惠民活动、展览带看等；活动类型包括区、市、县级演出、赛事、优质展览讲解带看、文旅融合综艺活动，形成群众文化数字化建设资源；对数字资源进行拆条、精剪、宣传片制作等。 （一）直播前 1. 直播策划 根据每场直播活动的主题进行策划。策划方案包括但不限于：活动时间、活动范围、活动方式、面向人群、活动流程、实施方案以及推广方案等。 2. 直播申请审批

			为了确保直播活动顺利进行，在直播活动开始前，需提前做好直播活动申请审批，如需在国家公共文化云平台进行同步直播，需按季度向文化和旅游部全国公共文化发展中心提交直播审批申请表，通过审批流程后，方能在国家公共文化云平台进行直播。 3. 前期对接 直播申请批准后，建立微信工作群，对接确定后续工作安排，具体包括活动基本情况、场地情况、直播拍摄需求、宣传素材收集等工作。 4. 舆论宣传 直播活动开始前，发布预告推文，联动全区各级群众艺术（文化）馆开展预热宣传。投标人设计活动海报、开通直播间、编写预告新闻稿或推文、H5互动游戏、线下活动、制作预告短片、在活动场地布置活动主题背景板、易拉宝等宣传品。在广西数字文化馆平台、广西壮族自治区群众艺术馆微信公众号、视频号以及官方抖音平台进行活动直播前的宣传推广。 为每场直播活动提供1~2分钟的宣传短片剪辑服务，成片需100%覆盖活动核心议程与关键信息，视频分辨率不低于1920×1080（1080P），帧率不低于25fps，画面无抖动或噪点；剪辑需保持紧凑节奏，平均每3~5秒设置一个有效剪辑点或视觉变化；音频选配背景音乐应贴合活动主题，响度符合广播级标准（-14 LUFS至-16 LUFS），无爆音底噪；同时，所有剪辑点需与背景音乐节拍严格同步，音画对齐误差控制在1帧以内。 根据活动现场情况，设计并制作相关的线下所需物料，包括在活动现场需要摆放的易拉宝、宣传海报、宣传册等物料。要求海报、画册设计新颖、表现独到，其内容能够鲜明直观地展示活动的主题，同时通过组织精练易懂的话术对过往的群众进行活动主题和活动内容的介绍，同时根据活动现场需求，准备一些互动小礼物，最大化提升活动宣传推广效果。 （二）直播中 投标人提前赴活动现场勘景踩点，进行设备调试、预演拍摄、幕后采访等直播前期工作，并于活动举办当日进行正式拍摄。根据活动需求提供推流直播、图片直播、VR全景、直播带看等可选服务。 1. 现场推广 每场直播活动应根据现场实际情况在活动现场布置活动海报门型展架、活动背景板、引导群众参与互动并开展线上与现场互动活动。 2. 活动采访
--	--	--	--

			每场直录播活动应在活动现场布置相关的采访专区，并邀请相关人员代表进行现场采访，采访对象包括活动组织者、工作人员、表演嘉宾、参与活动群众等，采访内容主要涉及对本次活动的现场感受、内容评价以及对活动的一些建设性意见，采访专区至少配置1台摄像机对采访现场进行视频录制，采访时应采用指向性收音话筒收录采访声音。 3. 现场拍摄 （1）直播机位 每场直录播活动配置4K高清摄像机机位（其中固定机位3台，摇臂机位1台，如活动现场无法使用摇臂，则以固定机位代替）、无人机（配备无人机根据现场活动视情况使用）和一台高清导播台，确保对活动现场的全程、全景、多角度的拍摄，机位拍摄包括全景、中景、演员特写、观众特写、观众镜头等，同时对活动现场全程收音。 摄像机位人员配备： 现场导播1名：把控直播输出画面。 固定机位摄像3名：控制摄像机，根据现场的情况调整景别、光圈。 摇臂摄像1名：控制摇臂摄像机。 无人机操作1名：操纵无人机进行拍摄。 活动执行人员1名：负责活动现场的调度，人员的采访，现场图片的拍摄与平台直播方的联络。 （2）拍摄方式 直录播服务应采用高清多机位（不少于3机位）协同拍摄模式，由具备专业资质的导播与摄像团队全程执行。项目需落实严格的前期技术排查，确保音视频信号及网络环境测试达标，正式直播应支持1920×1080（1080P）及以上分辨率推流，画面帧率不低于25fps。导播需对多讯道画面切换实施全流程把控，镜头切换平均间隔控制在3至8秒，转场过渡自然无黑场，确保镜头语言流畅、节奏张弛有度。最终交付的直播画面需实现音画严格同步（同步误差控制在1帧以内），画面无明显抖动、噪点或色彩断层。 （3）技术保障 安排直播技术人员在直播活动现场提供专业化的技术支持，解决直播过程中出现的突发性技术故障情况，及时提出解决方案。 ①网络保障 直播活动开始前需做好现场网络环境测试、互联网传输、CDN分发等工作，确保直播视频质量清晰，传输信道畅通稳定。在直播开始前进行网络分发能力测试、网络带宽测试等，确
--	--	--	--

		保直播网络正常。 ②直播质量 防止直播过程中出现黑场、静帧、彩条、无伴音、无载波、图像马赛克劣化、台标异常等问题，确保直播画面质量。 ③CDN加速 直播中，采用CDN加速解决因分布、带宽、服务器性能带来的访问延迟问题。 ④物流服务 直播流采用多种格式（如rtmp、flv、hls）等，支持10分钟延时功能，码流4M，分辨率1080p以上，同时采用VBR动态编码，保证直播画面高清稳定。 ⑤在线客服 配置实时在线客服人员，在网络直播过程中为线上观众提供相关的咨询服务，及时回答观众问题，如直播活动内容简介、直播文化活动相关问题、直播注意事项等。客服人员采用统一的标准话术，语气温和，言辞得体，为观众提供良好的咨询体验。 4. 监播服务 根据直录播活动的主题和内容配置对应行业的专家监测监控活动直录播的播出情况，确保直录播内容的正确性，即内容需要表达活动的主体，是否能对活动主题进行诠释，是否完整地表达活动主题宣传和推广的意义，以及政治敏锐性，即内容不得有色情、迷信、恐怖、暴力、丑恶、反动、赌博的内容，不得含有民族，种族，宗教，性别歧视的内容。 投标人应组织运营编辑和第三方内容审核专家，在直播的全过程进行实时内容审核，重点审核意识形态、价值导向等。一旦发现问题，直录播运营编辑将及时中断直播，及时向广西群众艺术馆相关负责人进行汇报，待问题解决后恢复直播，确保直播内容安全。 5. 应急处理机制 直录播过程中全程技术保障、内容监控，同时建立相应应急处理机制，确保直录播安全、有序进行。 （1）直播延时播出措施 在网络直播过程中，采用直播延时技术，在特殊情况下，直录播导播设备具备随时中断网络直播的功能，能够及时阻断网络直播。 （2）活动现场应急措施 安排相关的工作人员在活动现场进行展位布置，并组织相关人员派发活动宣传彩页，引导群众入场参与活动。 （3）设备应急预案
--	--	---

			直播所需设备需在开播前运抵活动现场，并提前安装、调试。在直播活动前，完成所有布置，保证直播正常进行。现场的设备，需派专人进行看护，同时配置一定数量的应急设备，确保在设备出现问题时能第一时间对设备进行维修和更换。 （4）人员应急预案 每场直播活动都成立活动应急组织机构，落实人员分工，明确职责要求，同时建立机动小组机构，机动小组随时准备人员的顶替。确保现场时刻有经验丰富人员在场，能够在突发状况时第一时间采取有效措施。 （三）直播后 1. 后期宣传 直播结束后，编辑相关的精彩活动回顾推文，同时结合之前的宣传短视频、相关活动花絮制作回顾短视频，在国家公共文化云、广西数字文化馆平台、广西壮族自治区群众艺术馆微信以及官方抖音等新媒体矩阵进行二次宣推。 2. 资源制作 每场直播结束后，对采集的数据资源进行视频剪辑、包装、编转码、遮幅、策划、编排等工作，运用多种信息技术手段创新制作，制作出支持移动端和新媒体传播的视频成品，为群众提供更具趣味性、更有吸引力的文化视频资源。资源建设加工包括后期整体设计、整场直播包装、精编节目包装、采访剪辑、视频拆条、花絮制作。 （1）后期整体设计 后期整体设计包括视频剪辑、视频包装、视频编转码、视频遮幅、视频策划、视频编排等处理。根据整场活动的主题对各个节目的类型和展现方式进行规划，对活动视频进行整体编排。 （2）整场直播包装 每场活动结束后，2小时内国家公共文化云和广西数字文化馆平台应呈现未精编的直播回看，方便用户进行回顾，保持直播的热度。 根据直播回看的呈现效果对直播成片进行相关的整体包装，包括对回看视频增加片头、片尾、台标、视频字幕等。 （3）采访剪辑 按照国家公共文化云直播录制的要求，对活动相关工作人员、观众、演员等前期采访素材进行编辑。采访内容一般是围绕活动台前幕后相关的话题及群文活动所带来的感受。 （4）视频拆条 根据拍摄的活动视频资源按节目类别、形式等进行拆条精
--	--	--	---

		编制制作；精编拆条是对演出节目成片的再次编辑，选择演出精彩节目、动人瞬间进行剪辑。 （5）花絮制作 幕后花絮的制作，包括演员感受、场景搭建、删减片段、花絮等特效制作内容。 （6）直播回看 每场直播活动结束后48小时内，需按视频编审规范完善整场活动的视频资源编辑制作，申报通过的场次在国家公共文化云“看直播”版块实现回看，未申报通过的在广西数字文化馆平台或其他官方新媒体平台实现回看。 （四）直播总结 1. 数据统计 每场直播活动结束后5个工作日内，提供真实有效的数据分析总结报告，包括在线观看人数数据、推文阅读转发数据、用户互动数据等，同时收集、汇总活动主/承办单位统计的线下观看数据，最终形成直播活动总结报告。 2. 成果提交 直播结束后，将资源素材制作成资源成品，并上线至各终端进行展播。活动资源成片、活动花絮存入移动硬盘进行备份存档（配套提供海报、照片、精编视频、拆条视频、宣传短视频、采访、花絮等）。 3. 版权解决 该项目所有涉及的视频、图片、文件等数字资源，版权归文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅、广西壮族自治区群众艺术馆、全区各级文化馆（活动相关单位）共有。版权归属单位可将数字资源在全国范围内进行宣传和推广，亦可使用拍摄的内容、整合的资源素材进行再编辑，无需向其他单位获取版权。 （五）平台对接及节目发布 直播活动与国家公共文化云、广西数字文化馆进行有效对接，实现活动在国家公共文化云“看直播”版块、“广西数字文化馆”平台进行同步直播，并在主流新媒体网络平台（微信视频号、抖音号、小红书等）进行同步推流直播。拍摄的数字资源均上传至平台长期展播。重点活动做好与各省级数字文化馆或公共文化云平台联动直播对接和技术保障服务。
一、商务要求		
服务期限和地点	1. 服务期限：2026年11月30日前全部完成本项目所有工作。 2. 服务地点：广西区内采购人指定地点。	
合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内	
付款条件	合同签订之日起十个工作日内，采购人向中标人支付合同总额的 50%。完	

	成项目需求内容且经采购人确定后向中标人支付合同总额的 40%。项目验收合格后支付合同总额的 10%。采购人每次付款前中标人需向采购人提供等额发票，否则采购人有权拒绝转账付款。
投标报价	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： 1. 直播拍摄费、后期制作费、宣传推广费、物料制作费、人工费等，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和； 2. 必要的各项税金； 3. 其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）。
服务要求	1. 售后服务期：1年（自履约验收合格之日起计算） 2. 项目实施后，项目团队须提供7×24小时技术支持服务，3小时内到达现场。直播相关系统出现一般故障时，在4小时内响应并提出解决方案，8小时之内解决故障；重大故障需安排技术人员到现场提供技术服务，以保证系统的正常使用。 3. 服务期间，如出现复杂问题通过远程无法处理，中标人须派遣技术人员上门提供现场服务。 4. 对于发现的直播相关设备自身功能问题，中标人须无条件提供技术支持、及时给予圆满解决。 5. 中标人须严格遵守国家及地方有关无人机飞行管理的法律法规与行业规范，确保合规作业。因违规操作、管理不善等引发的一切法律责任及安全事故，均由中标人独立承担；若因此给采购人造成任何经济损失或名誉损害的，采购人保留依法全额追偿的权利。 6. 中标人必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，中标人应无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 7. 知识产权：中标人应对投标内容所涉及的知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受任何损害。相关作品中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得。采购人在中华人民共和国境内使用中标人提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。 8. 中标人为本项目第一安全责任人，应确保项目执行中的所有人员安全，投标文件中提供《人员安全保障及应急管理制度》（格式自拟）。
二、与实现项目目标相关的其他要求	
（一）投标人的履约能力要求	
质量管理、企业信用要求	见本招标文件“评标办法及评分标准”。
能力或业绩要求	见本招标文件“评标办法及评分标准”。
（二）验收标准	
1. 以满足采购人技术及服务要求为标准。 2. 除另有约定外，在项目履约或验收过程中，采购人将同时按照招标文件及中标人投标文件承	

诺的条款进行验收，如所提供相关服务不符合要求或项目验收不合格，由中标人在规定时间内进行整改，给采购人造成的损失等费用均由中标人承担。拒不按要求整改（或经多次整改未能改善），或发现中标人在投标文件中有弄虚作假的行为，或在投标文件中有针对技术商务条款有虚假响应情况的，采购人追究中标人的责任，由此带来的一切损失由中标人自行承担。

3. 其他未尽事宜应严格按照《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》[桂财采〔2015〕22号]以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》[财库〔2016〕205号]规定执行。

（三）其他要求

投标人可自行根据项目要求，在投标文件中提供针对本项目的直播实施方案、项目策划方案、后期成品生产制作方案、内容审核方案、应急处理方案、平台对接、客户服务方案、投标人技术能力、团队综合能力、综合业绩等相关材料。

分标 2

序号	标的的名称	数量及单位	技术要求
1	“订场馆”服务信息采集与“赶大集”专题建设项目	1项	“订场馆”服务信息采集 按照《2026年公共文化云转移支付订场馆建设工作指引》要求，依托全区文化馆总分馆体系，对不少于105个基层文化馆（站）及新型公共文化空间（不含原脱贫县）开展标准化信息采集与内容建设。通过季度化、常态化信息更新机制，同步推送高质量场馆信息、VR全景、宣传视频、重点活动及在线展览至国家公共文化云与广西数字文化馆平台，确保顺利通过中央转移支付项目验收，力争打造国家级优秀宣传推广典型案例。 一、项目具体实施措施 （一）栏目升级 1. 后台管理端：场馆资源配置管理模块升级。 对广西数字文化馆后台管理系统场馆管理模块进行功能升级，按照场馆资源统一录入标准更新系统字段配置，规范采集场馆名称、场馆地址、场馆简介、场馆面积、开放时间、场馆设施、详细地址、场馆图片、场馆介绍等核心信息，确保数据标准统一、要素齐全。 2. 后台管理端：公共文化空间资源配置管理模块建设。 在广西数字文化馆后台管理系统新增新型公共文化空间资源配置管理模块，构建从资源录入、编辑、审核到发布的全流程管理体系。按照空间名称、隶属单位、启用时间、使用面积、开放时间、空间设施、详细地址、空间图片、宣传视频、空间介绍统一采集要求，搭建标准化数据录入模板，实现资源编辑、删除、审核及统一发布全流程功能支撑，审核通过资源可一键发布至前端“订场馆”栏目。 3. 前端展示端：订场馆栏目首页公共文化空间展示与推荐优化。 对“订场馆”栏目首页进行功能优化升级，增设公共文化空间专属展示与推荐模块，采用图文结合、重点突出的方式集中展示空间特色与服务内容。 （二）场馆运营 1. 机构筛选。 严格剔除原脱贫县（隆安县、马山县、上林县、融安县、融水苗族自治县、三江侗族自治县、龙胜各族自治县、资源县、田阳县、田东县、德保县、靖西市、那坡县、凌云县、乐业县、田

		林县、西林县、隆林各族自治县、昭平县、富川瑶族自治县、凤山县、东兰县、罗城仫佬族自治县、环江毛南族自治县、巴马瑶族自治县、都安瑶族自治县、大化瑶族自治县、忻城县、金秀瑶族自治县、宁明县、龙州县、大新县、天等县，以下简称“原脱贫县”）范围内场馆，确保申报对象符合资金使用要求。按照省—市—县—镇—村—自然村五级公共文化空间优先级，筛选确定105个代表性强、服务多元、特色鲜明的场馆名单。建立“一馆一档、一馆一码”动态台账，明确场馆等级、特色品牌、VR全景及在线展览建设条件，实现精准管理。 2. 标准化信息采集与制作。 依据《工作指引》“建设标准”，开展全要素、标准化信息采集与内容制作： （1）场馆基本信息结构化录入。 名称规范：使用省+市+县+机构全称标准命名； 地址定位：精确到门牌号，同步采集高德/百度地图经纬度坐标，支持精准导航； 简介撰写：编制200—500字规范简介，涵盖历史沿革、核心职能、内设机构、品牌项目、文化和旅游部认定等级及国家级荣誉。 面积数据：准确核定占地面积、建筑面积、使用面积三项指标； 开放与设施：明确免费开放时段，详细列明活动室、剧场、展厅等设施清单。 （2）高清影像素材制作。 场馆图片：每馆采集不少于5张高清大图（含1张标准头图），比例16:9，提供285×160px、400×225px、800×450px多尺寸适配图，格式为JPG/PNG，内容覆盖外观全景、功能室、特色场景、活动实况等； 宣传短视频：采用MP4格式、1080P分辨率、文件大小：50M≤文件大小≤2G、时长：1分钟≤时长≤5分钟，以“航拍全景+室内特写+群众互动”为结构，配专业字幕与版权背景音乐，突出场馆服务与特色亮点； VR全景展示（鼓励项，重点打造）：选取代表性功能空间拍摄VR全景，设置交互热点，打造沉浸式线上体验。 （3）特色服务内容深度关联 重点活动展示：梳理各馆年度重点演出、培训、展览等活动，在地方云及公众号发布详情并生成独立链接，在国家云平台规范填报，形成“国家云展示引流—地方云预约落地”服务闭环，活动
--	--	---

		简介不少于100字，明确时间、地点与亮点； 在线展览建设：为每个场馆策划或整理不少于1个在线展览，配备高清展品图、文字导览或视频解说，构建完整云端观展体验。 3. “三级审核 + 双平台发布” 流程。 初审（项目承建单位）：采用机器+人工双重校验，对照《工作指引》技术标准核查图片尺寸、视频码率、字数限制等； 复审（广西群众艺术馆）：组织相关人员对内容的意识形态安全、真实性、准确性进行复核。 终审与上传：使用机构账号登录国家公共文化云“订场馆管理中心”，完成新增场馆—信息填报—素材上传—效果预览—提交审核全流程操作，并将国家云发布链接回填至公共文化云跟踪管理系统，作为验收依据。 4. 季度化运营与动态更新机制。 实行分批次均衡上传，避免集中突击，每季度完成不少于27个场馆全量信息更新与服务内容发布；严格执行每季度第一个月20日前提交本季度内容的时限要求；开展常态化月度巡检，及时更新活动信息、修正地址与联系方式，确保平台信息真实、准确、有效。 二、项目人员及设备配置要求 （一）人员配置要求 项目经理1人，统筹项目实施，对接文化和旅游部全国公共文化发展中心与广西群众艺术馆，把控季度节点，协调项目验收。 内容主编2人，负责场馆规范简介撰写，审核活动信息与链接有效性，保障内容质量。 资深摄影师2人，按标准完成场馆拍摄、图片处理与多尺寸适配输出，确保视觉质量。 VR/视频工程师2人，负责宣传视频拍摄制作、VR全景拍摄与热点交互开发。 平台操作专员2人，负责国家云后台录入、预览测试、审核跟踪、链接回填与台账管理。 省级审核联络员1人，负责对接广西群众艺术馆审核流程，落实意识形态审核，完善审核确认手续。 数据分析师1人，监测平台访问、预约等运营数据，按季度输出分析报告，支撑评优推荐。 （二）设备配置要求 1. 媒体参数检测工具：配备MediaInfo等专业检测软件，确保视频
--	--	---

		格式、分辨率、码率、大小符合国家云上传标准； 2. 图片批量处理工作站：配置自动化处理工具，批量生成标准尺寸图片，提升采集效率； 3. 多终端测试设备：配备PC、iOS/Android手机、平板等设备，开展多端兼容性测试，保障展示效果； 4. 拍摄与制作设备：配备专业相机、无人机、云台、收音设备及后期剪辑、VR制作工作站。 三、成果提交 （一）系统升级成果。 1. 场馆资源管理模块、新型公共文化空间管理模块升级改造全套功能； 2. 前端“订场馆”栏目优化页面、展示模块及操作手册。 （二）场馆标准化采集成果（不少于105套）。 1. 场馆结构化信息表（含名称、地址、面积、开放时间、设施、简介等）； 2. 高清图片（每馆≥5张，含多尺寸适配图）； 3. 宣传短视频（1080P、MP4、1分钟≤时长≤5分钟）； 4. VR全景展示文件（含热点交互）； 5. 在线展览（每馆≥1个，含图文/视频导览）； 6. 重点活动信息及有效链接。 （三）平台发布与验收佐证材料。 1. 国家公共文化云发布成功截图及链接清单； 2. 广西数字文化馆上线展示截图； 3. 公共文化云跟踪管理系统链接回填凭证； 4. 季度内容上传台账、审核记录、巡检记录。 （四）项目管理与验收文档。 1. 项目实施方案、工作计划、季度总结； 2. “一馆一档”电子台账、数据汇总表； 3. 项目验收申请、验收报告、质量自评报告； 4. 全套原始素材、备份文件及数据光盘。 “赶大集”专题建设 贯彻落实《文化和旅游部办公厅关于做好2026年全国智慧图书馆体系建设项目和公共文化云建设项目实施工作的通知》精神，全面提升全民阅读、全民艺术普及数字化服务水平，按照自治区文化和旅游厅公共文化云建设项目工作部署，2026年公共文化云建设项目——赶大集（专区建设与运营）旨在搭建标准化、一
--	--	---

		站式“赶大集”线上服务专区，系统采集并整合全区各级公共文化服务机构产品与服务采购需求信息，以及本地市场主体提供的相关产品和服务供应信息。通过线上展示、精准对接与智能匹配，推动公共文化服务供需高效衔接，适时组织线上文采会（文化产品服务采购交流会），促进全区公共文化产品与服务供需精准对接、资源联动、交易合作与成果转化，不断提升公共文化服务供给效能与群众满意度。 一、建设内容 指标要求：完成不少于5000条供需信息采集、整理、审核与上线发布，实现信息动态更新、智能检索与精准匹配；全年至少组织1次线上文采会品牌活动。 发布渠道：在广西数字文化馆平台设立“赶大集”线上专区，集中发布供需信息，并同步推送至全国公共文化和旅游产品交易平台，实现广西区域资源与全国市场互联互通、联动展示、高效对接。 二、项目实施 （一）线上文采会 开展以“文采飞扬”为主题的2026年“赶大集”——广西文化和旅游公共服务产品线上品牌活动，进一步健全优质文化资源直达基层机制，拓宽社会力量参与公共文化服务渠道，推动公共文化产品供需精准对接，强化广西文创产品宣传推广与消费促进。活动主要包含公共文化服务产品线上征集、文创产品线上展览展示与宣传推广两大核心内容。 1. 线上征集 （1）征集对象 面向广西境内依法从事文化创作、工艺品研发及相关业态的机构与个人开放，以单位或个人名义均可参与，分为三组： 高校组：大中专院校师生； 个人组：文化创作者、手工艺人及创意爱好者； 机构组：文创企业、事业单位、行业协会、创作工作室等。 （2）征集类别 作品突出广西地域文化特色，围绕边境文化、海洋文化、长寿文化、红色文化、民俗文化及文旅资源创意创作，兼顾创新性、艺术性、实用性与环保性，分为七大类： 艺术生活类：以文化元素为设计灵感，融入日常用品、家居装饰、服饰配饰等，包含文具、家居用品、服饰鞋包、灯具等实用文
--	--	---

		创产品。 民间工艺类：融合传统工艺技法与文化符号，展现民间智慧与非遗特色，如皮影、木偶、剪纸、刺绣、花灯等。 科技融合类：文化主题手游、数字藏品等数字文创，以及智能穿戴设备、智能配饰、数码周边等科技融合产品。 旅游纪念类：结合广西景区特色、历史文化与地域符号设计，含明信片、纪念册、文旅伴手礼等。 图书音像类：文化书籍、有声读物、影音资料、非遗纪录片等。 动漫游戏类：动画、漫画、潮玩手办、游戏衍生品、数字周边等。 AIGC创作类：含视觉平面设计、产品工业设计、数字虚拟内容（数字人、元宇宙展厅、AR/VR内容等） （3）提交形式 通过广西数字文化馆平台活动专区进行线上报名、提交作品。 （4）征集要求 1. 作品形式为实物产品或设计图稿，实物图片多角度拍摄，设计稿含效果图/模型图； 2. 图片格式为JPG，分辨率$\geq 300\text{dpi}$，单张$\leq 5\text{M}$，每组3-5张； 3. 作品须原创，无知识产权侵权，违规将取消资格并由创作者承担全部责任； 4. 每人限投≤ 3件（系列作品除外），不得跨类别重复报送，单件署名作者≤ 5人； 5. 作品及素材中不得出现作者/单位信息，否则视为无效作品； 6. 主办方拥有作品非商业用途的展览、宣传、复制等权利，知识产权归作者所有； 7. 报名需提交身份证明、营业执照、资质证书（专利、3C、商标等）； 8. 作品坚持正确导向，符合意识形态管理要求，不涉及敏感、涉密及违规内容； 9. 活动不收取任何费用，作品创作、邮寄等相关费用由参与者自行承担； 10. 主办方拥有本次活动最终解释权，参与即视为同意本活动全部规则。 2. 线上展览宣传 线上文采会专区设置四大核心栏目，实现活动信息公开、产品集中展示、品牌宣传推广：
--	--	--

			<table><tr><td>2</td><td>店铺类型</td><td>必填</td><td>默认用户认证类型（事业单位、企业单位……不可更改）。</td></tr><tr><td>3</td><td>店铺LOGO</td><td>必填</td><td>上传图标文件格式要求 JPG、JPEG、PNG，而且要求文件大小80K以内，建议尺寸 80PX*80PX。</td></tr><tr><td>5</td><td>店铺形象宣传海报</td><td>选填</td><td>1张，图片要求16:9宽高比例； 256KB≤图片大小≤2MB； 800px≤图片宽度≤1400px； 450px≤图片高度≤800px。</td></tr></table>	2	店铺类型	必填	默认用户认证类型（事业单位、企业单位……不可更改）。	3	店铺LOGO	必填	上传图标文件格式要求 JPG、JPEG、PNG，而且要求文件大小80K以内，建议尺寸 80PX*80PX。	5	店铺形象宣传海报	选填	1张，图片要求16:9宽高比例； 256KB≤图片大小≤2MB； 800px≤图片宽度≤1400px； 450px≤图片高度≤800px。
2	店铺类型	必填	默认用户认证类型（事业单位、企业单位……不可更改）。												
3	店铺LOGO	必填	上传图标文件格式要求 JPG、JPEG、PNG，而且要求文件大小80K以内，建议尺寸 80PX*80PX。												
5	店铺形象宣传海报	选填	1张，图片要求16:9宽高比例； 256KB≤图片大小≤2MB； 800px≤图片宽度≤1400px； 450px≤图片高度≤800px。												

(2) 产品资源格式

提交内容	文件格式	格式要求
产品海报	jpg、 jpeg、 png	1张，图片要求16:9宽高比例； 256KB≤图片大小≤2MB， 800px≤图片宽度≤1400px； 450px≤图片高度≤800px。
产品图册	jpg、 jpeg、 png	1—5张，图片要求16:9宽高比例； 256KB≤图片大小≤2MB； 800px≤图片宽度≤1400px； 450px≤图片高度≤800px。
产品视频	mp4	符合平台点播资源规范
产品音频介绍	mp3、aac	符合平台音频发布标准

(3) 图像数字资源：

大小限制：约500K。

格式标准：JPG/PNG/GIF

尺寸比例：16:9；4:3；3:2。

(4) 视频数字资源

广西数字文化馆平台的资源包含上行和下行两种。

上行代表将内容传输至广西数字文化馆平台，由广西数字文化馆平台负责转码，分发，需要的视频格式清晰度要求更高。

下行代表广西数字文化馆平台直接采用视频分发服务器进行视频分发（URL地址直接引用），需要视频格式符合互联网传输需求。

(5) 标准原则

遵循通用性、开放性、前瞻性，确保资源可共享、可互通、可迭代。

(三) 专区优化升级

持续优化“赶大集”专区界面视觉、交互体验与产品展示效果；严格规范文创店铺、产品详情页、海报图文质量，做到简洁清晰

		、重点突出；优化搜索、筛选、智能推荐功能，提升信息查找效率；实现产品分类展示、最新发布、热门推荐等功能，提升用户使用体验。 三、项目建设人员要求 1. 项目经理1人，统筹项目整体规划、跨部门协调及进度监督等全过程实施管理。 2. 设计师1人，专题视觉风格设计、宣传海报等。 3. 专题开发组4人，负责专题前后端功能开发、数据库架构、功能交互及多终端适配等工作。 4. 测试工程师2人，负责线上专题活动测试。 5. 运营负责人1人，制定专题推广计划，策划线上活动。 6. 运营执行1人，撰写专题文案、活动公告等。 7. 专项采集人员4人，分片区进行产品信息采集、整理及编排。 8. 审核人员1人，对信息总体审核把控、发布计划安排及对接。 9. 运维工程师1人，监控平台服务器状态，处理突发故障（如宕机、数据丢失），保障7×24小时运行。 四、成果提交 1. 平台专区成果。 “赶大集”线上服务专区全套功能模块（PC端+移动端）； 2026年线上文采会专题页面、征集系统、展览展示系统。 2. 信息资源成果。 供需信息库：≥5000条规范审核后的供需信息（含文字、图片、视频）； 企业/机构入驻档案、产品信息库、分类标签体系、检索目录。 3. 线上文采会成果。 活动方案、公告、海报、宣传视频； 征集作品库、入围/获奖作品清单、线上展览全套资源； 活动数据报告、传播数据、用户参与情况汇总。 4. 运营与验收材料。 信息审核记录、发布台账、日常运营日志； 专区优化记录、功能测试报告、安全巡检记录； 项目总结报告、验收申请、成果清单、全套源文件与备份数据。
一、商务要求		
服务期限和地点	1. 服务期限：2026年11月30日前全部完成本项目所有工作，并提供1年的广西数字文化馆平台“赶大集”及“订场馆”的数据运营维护服务（自合同签订之日起计算）。	

	2. 服务地点：广西区内采购人指定地点。
合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内
付款条件	合同签订之日起十个工作日内，采购人向中标人支付合同总额的 50%。完成项目需求内容且经采购人确定后向中标人支付合同总额的 40%。项目验收合格后支付合同总额的 10%。采购人每次付款前中标人需向采购人提供等额发票，否则采购人有权拒绝转账付款。
投标报价	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： 1. 系统平台升级及运营维护工作运维费用、直播拍摄活动服务费、后期制作费、驻场工作人员费、设备费、场地费、设备租赁费、物料费、培训费等，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和 2. 必要的各项税金； 3. 其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）。
服务要求	售后服务期1年（自履约验收合格之日起计算） 1. 项目实施后，项目团队须提供7×24小时技术支持服务，3小时内到达现场。系统出现一般故障时，在4小时内响应并提出解决方案，8小时之内解决故障；重大故障需安排技术人员到现场提供技术服务，以保证系统的正常使用。 2. 服务期间，如出现复杂问题通过远程无法处理，投标人须派遣技术人员上门提供现场服务。 3. 对于发现的设备自身功能问题，中标人须提供技术支持、及时给予圆满解决。 4. 中标人必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，中标人应无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 5. 知识产权：中标人应对投标内容所涉及的知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受任何损害。相关作品中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得。采购人在中华人民共和国境内使用中标人提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。 6. 中标人为本项目第一安全责任人，应确保项目执行中的所有人员安全，投标文件中提供《人员安全保障及应急管理制度》（格式自拟）。
二、与实现项目目标相关的其他要求	
（一）投标人的履约能力要求	
质量管理、企业信用要求	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。
能力或业绩要	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。

求	
（二）验收标准	
1. 以满足采购人技术及服务要求为标准。 2. 除另有约定外，在项目履约或验收过程中，采购人将同时按照招标文件及中标人投标文件承诺的条款进行验收，如所提供相关服务不符合要求或项目验收不合格，由中标人在规定时间内进行整改，给采购人造成的损失等费用均由中标人承担。拒不按要求整改（或经多次整改未能改善），或发现中标人在投标文件中有弄虚作假的行为，或在投标文件中有针对技术商务条款有虚假响应情况的，采购人追究中标人的责任，由此带来的一切损失由中标人自行承担。 3. 其他未尽事宜应严格按照《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》[桂财采〔2015〕22号]以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》[财库〔2016〕205号]规定执行。	
（三）其他要求	
投标人可自行根据项目要求，在投标文件中提供针对本项目的项目总体实施方案、订场馆服务方案、“赶大集”专区建设方案、运营服务方案、内容审核方案、平台对接、客户服务方案、投标人综合实力、投标人技术能力、团队综合能力、综合业绩等相关材料。	

分标 3

序号	标的的名称	数量及单位	技术要求
1	全民艺术普及资源总库建设——群文人物微纪录片制作与存量资源优化提质	1项	项目围绕“来LIKE广西”品牌，重点打造微纪录片、微短剧、Vlog等原创数字资源，同步开展存量群众文化资源AI修复、格式转码、内容碎片化、元数据规范与优化更新，通过AI全流程赋能内容创作、资源治理、精准分发与互动服务，构建可学、可赏、可传、可享的全民艺术普及数字服务体系，推动八桂优秀文化创造性转化、创新性发展，打造新时代“科技+文化”融合发展广西样板，不断提升人民群众文化获得感、幸福感与满意度。 （一）建设目标 1. 群文人物微纪录片（10集）。 聚焦基层群文工作者、非遗传承人、文化志愿者、文艺带头人、文旅新农人等典型人物，以真实视角讲述广西群众文化故事，塑造有温度、有深度的人物群像。 规格要求： 单集时长5—10分钟。全高清标准制作，适配手机、平板、电脑等多终端及主流新媒体平台传播。 2. 存量资源优化更新 （1）完成不少于24小时存量资源的优化与更新。 （2）实施AI画质修复与音质增强，开展统一格式转码、内容碎片化拆解、片头片尾补充及元数据规范完善。 （3）推动资源实现主题化、知识点梳理与碎片化呈现，切实提升在移动端传播和线上学习服务中的使用效能。 3. 质量与传播目标 （1）坚持正确导向，确保内容知识准确、版权清晰、技术达标、格调健康。 （2）制作“完整正片+新媒体拆分版”双版本，适配国家公共文化云、广西数字文化馆，以及抖音、视频号、B站等新媒体矩阵平台。 （3）打造广西群众文化数字内容IP品牌，持续提升传播力、引导力、影响力、公信力。 （二）建设方式 1. 原创精品视频资源建设 围绕主题定位开展选题策划、脚本创作、实地拍摄、后期剪辑、调色包装、配音配乐、专家审核、上线发布，形成标准化、高品质、高传播力的原创艺术普及数字资源。

			2. 存量资源优化提质 对历年群众文化活动视频、课程、展演等资料进行分类筛选、AI修复、格式转码、内容编创、元数据规范，实现老旧资源数字化焕新、长视频微化、资源可检索、可管理、可精准推送。 （三）工作流程 1. 资源梳理与建库：全面摸清资源数量、类别、来源、版权、保存状况，筛选优质资源，建立项目专用资源库。 2. 主题策划与编创：按系列、民俗、人物、地域开展专题策划，结合热点制定制作方案，统一视觉包装与内容规范。 3. 拍摄与后期制作：应采用高清多机位（不少于3机位）协同实景拍摄模式，配备专业收音设备，由具备专业资质的导演与摄像团队全程执行。完成粗剪、精剪、调色、配音、字幕、特效包装。 4. 多层级审核校验：开展意识形态、知识内容、技术质量、版权合规四重审核。 5. 存储发布与运营：资源分类存储、规范归档，在国家公共文化云、广西数字文化馆及基层智能服务端上线，提供线上观看、学习、展览、推广服务。 （四）制作服务 1. 意识形态要求 弘扬社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、社会主义先进文化，政治方向正确，意识形态安全。符合基层群众基本文化需求，格调品位健康，不含法律法规禁止内容、无低俗过度娱乐化、无拜金主义、无商业广告。 2. 知识准确性要求 文稿逻辑严谨、语言规范得体，无常识性错误、无知识性错误；非遗、民俗、群艺、节气等文化内容准确权威，建立专家审核机制，杜绝知识误导。 3. 版权要求 项目全部数字资源版权由文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅、广西壮族自治区群众艺术馆共同所有。 4. 质量要求 广播影视类资源符合国家广播电视总局相关技术标准，其他资源符合对应行业规范，无画面、声音、字幕等质量缺陷。 视频：不低于1080P全高清，优先提供4K版本备选； 音频：比特率≥196kbps，音质清晰饱满、圆润无失真、无明显杂音。 （五）审核发布
--	--	--	---

		1. 视觉审核：审核画面艺术效果、色彩还原、声画同步、镜头稳定、包装规范统一。 2. 知识审核：核查内容准确性、引用合规性、文化信息真实性，必要时由采购人及行业专家核验。 3. 技术审核：查验视频格式、编码、码率、分辨率、音频质量，确保输出标准为MP4格式，画面清晰、音频清晰、播放流畅。 4. 意识形态把关：严格内容导向，确保积极向上、符合社会主义核心价值观，无意识形态风险、无价值导向偏差、无商业广告植入。 审核通过后，统一在国家公共文化云、广西数字文化馆及基层智能服务端发布。 （六）成果提交 1. 原创精品视频资源不少于10集（含字幕版、无字幕版）； 2. 存量优化资源时长不少于24小时，附修复说明文档； 3. 全套资源元数据表格（标题、简介、关键词、分类、版权信息等）； 4. 项目策划方案、脚本、分镜头、审核意见、项目总结等全套文档资料。
一、商务要求		
服务期限和地点	1. 服务期限：2026年11月30日前全部完成本项目所有工作。 2. 服务地点：广西区内采购人指定地点。	
合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内	
付款条件	合同签订之日起十个工作日内，采购人向中标人支付合同总额的 50%。完成项目需求内容且经采购人确定后向中标人支付合同总额的 40%。项目验收合格后支付合同总额的 10%。采购人每次付款前中标人需向采购人提供等额发票，否则采购人有权拒绝转账付款。	
投标报价	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： 1. 活动服务费、工作人员费、设备费、场地费、设备租赁费、物料费等，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和； 2. 必要的各项税金； 3. 其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）。	
服务要求	售后服务期1年（自履约验收合格之日起计算） 1. 建立明确的故障分级响应标准。对于资源无法访问、严重播放卡顿、画面/声音损坏等一级故障，需在2小时内响应并启动修复；对于元数据错误、字幕瑕疵等非紧急问题，需在48小时内完成核实与修正。 2. 服务期间，如出现复杂问题通过远程无法处理，投标人须派遣技术人员上门提供现场服务。	

	3. 对于发现的设备自身功能问题，中标人须提供技术支持、及时给予圆满解决。 4. 中标人必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，中标人应无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 5. 中标人须严格遵守国家及地方有关无人机飞行管理的法律法规与行业规范，确保合规作业。因违规操作、管理不善等引发的一切法律责任及安全事故，均由中标人独立承担；若因此给采购人造成任何经济损失或名誉损害的，采购人保留依法全额追偿的权利。 6. 知识产权：中标人应对投标内容所涉及的知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受任何损害。相关作品中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得。采购人在中华人民共和国境内使用中标人提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。 7. 中标人为本项目第一安全责任人，应确保项目执行中的所有人员安全，投标文件中提供《人员安全保障及应急管理制度》（格式自拟）。
二、与实现项目目标相关的其他要求	
（一）投标人的履约能力要求	
质量管理、企业信用要求	见本招标文件“评标办法及评分标准”。
能力或业绩要求	见本招标文件“评标办法及评分标准”。
（二）验收标准	
1. 以满足采购人技术及服务要求为标准。 2. 除另有约定外，在项目履约或验收过程中，采购人将同时按照招标文件及中标人投标文件承诺的条款进行验收，如所提供相关服务不符合要求或项目验收不合格，由中标人在规定时间内进行整改，给采购人造成的损失等费用均由中标人承担。拒不按要求整改（或经多次整改未能改善），或发现中标人在投标文件中有弄虚作假的行为，或在投标文件中有针对技术商务条款有虚假响应情况的，采购人追究中标人的责任，由此带来的一切损失由中标人自行承担。 3. 其他未尽事宜应严格按照《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》[桂财采〔2015〕22号]以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》[财库〔2016〕205号]规定执行。	
（三）其他要求	
投标人可自行根据项目要求，在投标文件中提供针对本项目的策划方案、实施方案、客户服务方案、拟投入人员、业绩、投标人综合实力等相关材料。	

分标 4

序号	标的的名称	数量及单位	技术要求
1	推动原脱贫县基层全民艺术普及服务高质量发展采购项目	1项	项目紧扣乡村振兴、文化惠民与文旅融合发展战略，聚焦广西33个原脱贫县基层全民艺术普及提质增效需求，以数字化赋能为抓手，通过新媒体运营、直录播服务、内容创作、人才培养、平台升级、品牌打造六位一体实施路径，构建自治区—市—县三级联动、高效协同的全民艺术普及数字化服务体系，全面提升原脱贫县公共文化服务能力与数字化水平。 一、核心目标： 全覆盖：实现33个原脱贫县（隆安县、马山县、上林县、融安县、融水苗族自治县、三江侗族自治县、龙胜各族自治县、资源县、田阳县、田东县、德保县、靖西市、那坡县、凌云县、乐业县、田林县、西林县、隆林各族自治县、昭平县、富川瑶族自治县、凤山县、东兰县、罗城仫佬族自治县、环江毛南族自治县、巴马瑶族自治县、都安瑶族自治县、大化瑶族自治县、忻城县、金秀瑶族自治县、宁明县、龙州县、大新县、天等县，以下简称“原脱贫县”）数字化新媒体服务100%覆盖； 高活跃：全年开展66场高质量直录播，打造基层群众文化“云舞台”； 强赋能：协助开展18期基层新媒体运营专题培训，培育一批懂技术、会运营、能创作的基层文化骨干； 树品牌：运用AI微短剧、数字创意等新技术，打造具有广西民族特色与时代气息的群众文化品牌，擦亮壮乡文化名片。 二、项目具体实施措施 （一）全民艺术普及直播服务（61+5场）。 将66场直录播指标科学分配至33个原脱贫县，每县每年不少于2场，形成常态化、标准化直录播机制。围绕乡村文化建设、文旅融合、艺术普及、成果展示、非遗传承等主题，重点开展“乡村网红”培育、基层群众文化活动等直录播服务，内容坚持正确导向、积极健康向上，突出全民艺术普及与优秀传统文化传承。 技术保障：提供专业推流设备与技术团队，含高清摄像机、高清导播台、导播、摄像及技术保障人员，确保画面1080P高清、音质清晰、互动流畅、无卡顿、运行稳定。

			多端分发：直播信号同步推送至广西数字文化馆、国家公共文化云、抖音、视频号等平台。 流程规范：执行申报、审核、执行、监播、宣传、总结全流程管理。 1. 主题一：“八桂四季”乡村文旅推介节目（5期）。 打造“八桂四季”乡村文旅推介品牌节目，本年度重点推出夏季篇，从33个原脱贫县中遴选5个县特色文旅资源，送采购人确定后，策划“炫”果寻味游、“游”山避暑游、“乐”水漂流游、边境秘境游、户外露营游五大主题单元，以实景拍摄、沉浸式体验、互动访谈形式制作节目成片，并以直播形式上线传播，单集时长约30分钟，全方位展现原脱贫县文化底蕴与生态旅游资源。 2. 主题二：基层群众文化品牌活动直录播（61场）。 按照直录播管理规范，组织各县馆提前10天完成活动申报与审核，对“四季村晚”、广场舞展演、民俗活动、文艺培训等群众文化品牌活动开展标准化直录播保障，提供前期对接、预热宣传、现场拍摄、技术保障、上线播出、内容审核、回看剪辑、数据汇总全流程服务。 （二）协助开展新媒体运营专题培训（18期）。 培训对象为33个原脱贫县文化馆新媒体从业人员、乡镇综合文化站骨干、乡村文化能人及文化志愿者。培训采取“理论授课+实操演练+案例游学”相结合模式开展。 考核管理：建立学员档案，做好培训考勤、学习记录、作业成果与结业考核管理；学员完成全部学习任务后，统一颁发结业证书；遴选优秀作品进行线上展示推广，将优秀学员纳入全区群众文化新媒体人才库，实行动态管理与跟踪培育。 （三）AI微短剧创作。 以广西时代发展、人文情怀为核心，创作一部以平陆运河移民搬迁为时代背景的AI微短剧，采用16:9横屏格式，制作20—30集，每集时长2—3分钟。作品聚焦家国大义、故土眷恋、青年担当，传递“根脉可移、乡愁可续”的信念，彰显重大工程赋能民生发展的时代价值。成品在国家公共文化云、广西数字文化馆及主流视频平台全网上线传播。 （四）广西群众文化品牌设计与宣传推广。 以民族文化遗产创新为内核，以数字技术赋能为引擎，构建统一规范、现代美观、共情交互的群众文化品牌体系：
--	--	--	--

		1. 广西群众艺术馆现有VI系统优化升级； 2. 广西数字文化馆LOGO设计； 3. 年度品牌活动短视频及重要节庆动态海报创作； 4. AI活化群众文化历史题材短视频创作； 5. 依托区内主流媒体开展宣传推广，全面提升品牌影响力。 （五）从业人员技能培训。 面向全区公共文化机构新媒体从业人员、文化志愿者开展集中面授培训，参训人数不少于90人，强化数字化运营、内容创作、平台管理等技能，夯实基层公共文化数字化服务人才基础。 （六）线上品牌活动专题建设与运营。 打造并运营5个全区性群众文化品牌线上专题，包括“广西三月三·云上赶歌圩”、少儿艺术展演、美术书法摄影展等品牌活动，提供专题设计、内容运营、互动服务、宣传推广全周期保障。 （七）平台功能优化升级。 对广西数字文化馆重点栏目进行功能优化、体验提升与安全保障： 1. 看直播：优化直播日历、直播地图、回放倍速、留言互动、登录校验、精彩片段集锦； 2. 学才艺：重构报名流程，增设时段冲突约束，优化课程搜索与分类匹配； 3. 志愿者：优化报名与签到流程，支持移动端一键定位签到，数据实时同步； 4. 个人中心：采用卡片式交互，强化微信快捷登录，优化短信接收与账号安全； 5. 数据分析：支持按资源类型、地域、时间多维度统计访问数据，提升查询效率； 6. 平台搜索：升级高级筛选、容错纠错、关联推荐，采用缓存加速与索引优化； 7. OA办公管理系统日常维护和升级。 （1）保障OA系统安全稳定运行，对系统应用服务、数据库服务器、功能模块及系统接口开展常态化巡检维护。定期监测服务器运行状态与资源使用情况，及时排查性能瓶颈与安全隐患；检查各模块运行稳定性，确保数据录入、查询、统计精准高效，快速修复功能异常与故障；全面检测接口传输状态，保障数据完整、实时、可靠，确保跨系统数据交互顺畅、业务协同高
--	--	---

		效。 （2）场馆人流统计系统运维保障：实时监测场馆人员流动，通过出入口及关键通道智能传感设备精准采集进出数据，动态掌握人员密度与分布。当密度超阈值时系统自动预警，辅助采取限流、分流、疏导措施，保障运行安全。系统支持历史数据查询、统计与分析，为场馆运营优化、活动安排、资源配置提供数据支撑。 8. 平台内容审核检测：提供全年内容安全扫描检测服务，对图文、视频、音频等资源开展敏感信息检测、错误表述纠错，按月形成检测报告，全年不少于12份，确保平台内容政治安全、信息准确、导向正确。 三、项目建设进度安排 1. 项目调研：0.5个月 2. 项目总体设计：1个月 3. 项目执行阶段：3.5个月 4. 项目测试与试运行：1个月 5. 运营维护：贯穿项目全过程 四、成果提交 1. 直录播成果：66场直录播成品视频、切片、宣传素材、播出链接、数据报告；5期“八桂四季”文旅推介节目成片； 2. 培训成果：18期新媒体培训课件、签到表、照片、视频、结业证书、人才库名单、优秀作品汇编； 3. 数字内容成果：AI微短剧全套成片、脚本、源文件、海报；VI升级文件、LOGO、动态海报、品牌短视频； 4. 线上专题成果：5个品牌活动线上专题页面、运营数据、宣传材料、后台权限； 5. 平台升级成果：看直播、学才艺、志愿者、个人中心、搜索、数据分析等优化功能；OA系统升级包、操作手册；全年12份平台内容安全审核检测报告； 6. 验收交付材料：项目实施方案、进度记录、测试报告、运维日志、总结报告、全部资源备份、验收申请及全套佐证材料。
一、商务要求		
服务期限和地点	1. 服务期限：2026年11月30日前全部完成本项目所有工作，并提供1年的广西数字文化馆平台运营维护服务（自合同签订之日起计算）。 2. 服务地点：广西区内采购人指定地点。	

合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内
付款条件	合同签订之日起十个工作日内，采购人向中标人支付合同总额的 50%。完成项目需求内容且经采购人确定后向中标人支付合同总额的 40%。项目验收合格后支付合同总额的 10%。采购人每次付款前中标人需向采购人提供等额发票，否则采购人有权拒绝转账付款。
投标报价	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： 1. 直播拍摄活动服务费、后期制作费、驻场工作人员费、设备费、场地费、设备租赁费、物料费； 2. 培训费、培训场地费、相关人员的衣食住行费用； 3. 系统平台升级及运营维护工作运维费用； 4. 必要的各项税金； 5. 其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）； 6. 完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和。
服务要求	1. 售后服务期：1年（自履约验收合格之日起计算） 2. 项目实施后，项目团队须提供7×24小时技术支持服务，3小时内到达现场。直播相关系统出现一般故障时，在4小时内响应并提出解决方案，8小时之内解决故障；重大故障需安排技术人员到现场提供技术服务，以保证系统的正常使用。 3. 服务期间，如出现复杂问题通过远程无法处理，中标人须派遣技术人员上门提供现场服务。 4. 对于发现的直播相关设备自身功能问题，中标人须无条件提供技术支持、及时给予圆满解决。 5. 中标人必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，中标人应无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 6. 知识产权：中标人应对投标内容所涉及的知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受任何损害。相关作品中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得。采购人在中华人民共和国境内使用中标人提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。 7. 中标人为本项目第一安全责任人，应确保项目执行中的所有人员安全，投标文件中提供《人员安全保障及应急管理制度》（格式自拟）。
二、与实现项目目标相关的其他要求	
（一）投标人的履约能力要求	
质量管理、企业信用要求	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。

能力或业绩要求	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。
（二）验收标准	
1. 以满足采购人技术及服务要求为标准。 2. 除另有约定外，在项目履约或验收过程中，采购人将同时按照招标文件及中标人投标文件承诺的条款进行验收，如所提供相关服务不符合要求或项目验收不合格，由中标人在规定时间内进行整改，给采购人造成的损失等费用均由中标人承担。拒不按要求整改（或经多次整改未能改善），或发现中标人在投标文件中有弄虚作假的行为，或在投标文件中有针对技术商务条款有虚假响应情况的，采购人追究中标人的责任，由此带来的一切损失由中标人自行承担。 3. 其他未尽事宜应严格按照《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》[桂财采（2015）22号]以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》[财库（2016）205号]规定执行。	
（三）其他要求	
投标人可自行根据项目要求，在投标文件中提供针对本项目的项目实施方案、基层直录播方案、平台升级方案、运营服务方案、培训服务方案、客户服务方案、投标人综合实力、投标人开发能力、团队综合能力、综合业绩等相关材料。	

分标 5

序号	标的的名称	数量及单位	技术要求
1	全民艺术普及资源总库建设——二十四节气主题微短剧制作	1项	一、项目概述 项目围绕“来LIKE广西”品牌，重点打造微纪录片、微短剧、Vlog等原创数字资源，同步开展存量群众文化资源AI修复、格式转码、内容碎片化、元数据规范与优化更新，通过AI全流程赋能内容创作、资源治理、精准分发与互动服务，构建可学、可赏、可传、可享的全民艺术普及数字服务体系，推动八桂优秀文化创造性转化、创新性发展，打造新时代“科技+文化”融合发展广西样板，不断提升人民群众文化获得感、幸福感与满意度。 二、建设内容 建成集原创生产、存量优化、智能管理、多端传播于一体的全民艺术普及数字资源总库，整合制作群众文化活动、群众文艺创作、全民艺术普及、文旅融合、乡村振兴、非遗传承、民俗节气、民族团结等可学可赏、可传播、可推广的文化视听资源，实现资源标准化、数字化、网络化、普惠化。 （一）建设目标 1. 原创资源建设 围绕“来LIKE广西”品牌，打造二十四节气主题微短剧（14集，立春至处暑）。 采用轻喜剧风格，将二十四节气民俗、广西非遗技艺、群众文艺、民族文化深度融合，打造具有本土辨识度的IP内容。 2. 整体规格要求。 总量不少于14集，单集时长5—10分钟。全高清标准制作，适配手机、平板、电脑等多终端及主流新媒体平台传播。 3. 质量与传播目标 （1）坚持正确导向，确保内容知识准确、版权清晰、技术达标、格调健康。 （2）制作“完整正片+新媒体拆分版”双版本，适配国家公共文化云、广西数字文化馆，以及抖音、视频号、B站等新媒体矩阵平台。 （3）打造广西群众文化数字内容IP品牌，持续提升传播力、引导力、影响力、公信力。 （二）建设方式

		围绕主题定位开展选题策划、脚本创作、实地拍摄、后期剪辑、调色包装、配音配乐、专家审核、上线发布，形成标准化、高品质、高传播力的原创艺术普及数字资源。 （三）工作流程 1. 资源梳理与建库：全面摸清资源数量、类别、来源、版权、保存状况，筛选优质资源，建立项目专用资源库。 2. 主题策划与编创：按系列、节气、人物、地域开展专题策划，结合热点制定制作方案，统一视觉包装与内容规范。 3. 拍摄与后期制作：应采用高清多机位（不少于3机位）协同实景拍摄模式，配备专业收音设备，由具备专业资质的导演与摄像团队全程执行；完成粗剪、精剪、调色、配音、字幕、特效包装。 4. 多层级审核校验：开展意识形态、知识内容、技术质量、版权合规四重审核。 5. 存储发布与运营：资源分类存储、规范归档，在国家公共文化云、广西数字文化馆及基层智能服务端上线，提供线上观看、学习、展览、推广服务。 （四）制作服务 1. 意识形态要求 弘扬社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、社会主义先进文化，政治方向正确，意识形态安全。符合基层群众基本文化需求，格调品位健康，不含法律法规禁止内容、无低俗过度娱乐化、无拜金主义、无商业广告。 2. 知识准确性要求 文稿逻辑严谨、语言规范得体，无常识性错误、无知识性错误；非遗、民俗、群艺、节气等文化内容准确权威，建立专家审核机制，杜绝知识误导。 3. 版权要求 项目全部数字资源版权由文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅、广西壮族自治区群众艺术馆共同所有。 4. 质量要求 广播影视类资源符合国家广播电视总局相关技术标准，其他资源符合对应行业规范，无画面、声音、字幕等质量缺陷。 视频：不低于1080P全高清，优先提供4K版本备选； 音频：比特率≥196kbps，音质清晰饱满、圆润无失真、无明显
--	--	---

		杂音。 （五）审核发布 1. 视觉审核：审核画面艺术效果、色彩还原、声画同步、镜头稳定、包装规范统一。 2. 知识审核：核查内容准确性、引用合规性、文化信息真实性，必要时由采购人及行业专家核验。 3. 技术审核：查验视频格式、编码、码率、分辨率、音频质量，确保输出标准为MP4格式，画面清晰、音频清晰、播放流畅。 4. 意识形态把关：严格内容导向，确保积极向上、符合社会主义核心价值观，无意识形态风险、无价值导向偏差、无商业广告植入。 审核通过后，统一在国家公共文化云、广西数字文化馆及基层智能服务端发布。 （六）成果提交 1. 原创精品视频资源不少于14集（含字幕版、无字幕版）； 2. 二十四节气主题微短剧完整版+新媒体拆分版双版本成片； 3. 全套资源元数据表格（标题、简介、关键词、分类、版权信息等）； 4. 项目策划方案、脚本、分镜头、审核意见、项目总结等全套文档资料。 三、团队与设备保障 （一）人员配置 组建专业化、全流程项目执行团队，配备制片人、编导/策划、摄影师、灯光师、录音师、剪辑师、调色师、包装师、AI修复工程师、数据管理员，同时设立意识形态、非遗、节气民俗、群文专业专家审核组，全程把关内容导向、文化准确性与制作质量，保障项目高标准、高质量落地。 （二）设备保障 配备全画幅专业摄影机、航拍无人机、全焦段专业镜头、影视级灯光系统、专业同期收音设备；后期采用高性能剪辑调色工作站、AI修复软件、阵列存储与多重安全备份系统，全面满足项目拍摄、制作、存储、交付全流程技术标准。
一、商务要求		
服务期限和地点	1. 服务期限：2026年11月30日前全部完成本项目所有工作。 2. 服务地点：广西区内采购人指定地点。	
合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内	

付款条件	合同签订之日起十个工作日内，采购人向中标人支付合同总额的 50%。完成项目需求内容且经采购人确定后向中标人支付合同总额的 40%。项目验收合格后支付合同总额的 10%。采购人每次付款前中标人需向采购人提供等额发票，否则采购人有权拒绝转账付款。
投标报价	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： 1. 活动服务费、工作人员费、设备费、场地费、设备租赁费、物料费等，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和； 2. 必要的各项税金； 3. 其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）。
服务要求	售后服务期1年（自履约验收合格之日起计算） 1. 建立明确的故障分级响应标准。对于资源无法访问、严重播放卡顿、画面/声音损坏等一级故障，需在2小时内响应并启动修复；对于元数据错误、字幕瑕疵等非紧急问题，需在48小时内完成核实与修正。 2. 服务期间，如出现复杂问题通过远程无法处理，投标人须派遣技术人员上门提供现场服务。 3. 对于发现的设备自身功能问题，中标人须提供技术支持、及时给予圆满解决； 4. 中标人必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，中标人应无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 5. 中标人须严格遵守国家及地方有关无人机飞行管理的法律法规与行业规范，确保合规作业。因违规操作、管理不善等引发的一切法律责任及安全事故，均由中标人独立承担；若因此给采购人造成任何经济损失或名誉损害的，采购人保留依法全额追偿的权利。 6. 知识产权：中标人应对投标内容所涉及的知识产权承担责任，并负责保护采购人的利益不受任何损害。相关作品中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得。采购人在中华人民共和国境内使用中标人提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。 7. 中标人为本项目第一安全责任人，应确保项目执行中的所有人员安全，投标文件中提供《人员安全保障及应急管理制度》（格式自拟）。
二、与实现项目目标相关的其他要求	
（一）投标人的履约能力要求	
质量管理、企业信用要求	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。
能力或业绩要	见本招标文件 “评标办法及评分标准”。

求	
（二）验收标准	
1. 以满足采购人技术及服务要求为标准。 2. 除另有约定外，在项目履约或验收过程中，采购人将同时按照招标文件及中标人投标文件承诺的条款进行验收，如所提供相关服务不符合要求或项目验收不合格，由中标人在规定时间内进行整改，给采购人造成的损失等费用均由中标人承担。拒不按要求整改（或经多次整改未能改善），或发现中标人在投标文件中有弄虚作假的行为，或在投标文件中有针对技术商务条款有虚假响应情况的，采购人追究中标人的责任，由此带来的一切损失由中标人自行承担。 3. 其他未尽事宜应严格按照《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》[桂财采〔2015〕22号]以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》[财库〔2016〕205号]规定执行。	
（三）其他要求	
投标人可自行根据项目要求，在投标文件中提供针对本项目的策划方案、实施方案、客户服务方案、拟投入人员、业绩等相关材料。	

附件 1：

中小企业划型标准规定

工信部联企业〔2011〕300 号

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36 号），制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（二）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。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）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。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）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。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

（五）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。其中，从业人员50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）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。其中，从业人员300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）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。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）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。其中，从业人员300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。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。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）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。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）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。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）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。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）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。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）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。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）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。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

（十六）其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

六、本规定适用于在中华人民共和国境内依法设立的各类所有制和各种组织形式的企业。个体工商户和本规定以外的行业，参照本规定进行划型。

七、本规定的中型企业标准上限即为大型企业标准的下限，国家统计部门据此制定大中小微型企业的统计分类。国务院有关部门据此进行相关数据分析，不得制定与本规定不一致的企业划型标准。

八、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门根据《国民经济行业分类》修订情况和企业发展变化情况适时修订。

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

十、本规定自发布之日起执行，原国家经贸委、原国家计委、财政部和国家统计局 2003 年颁布的《中小企业标准暂行规定》同时废止。

第三章 投标人须知

投标人须知前附表

条款号	编列内容
3	1. 投标人的资格要求详见招标公告。 2. 投标人出现下列情形之一的，不得参加政府采购活动： 2.1 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。为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加本项目上述服务以外的其他采购活动。 2.2 对在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，不得参与政府采购活动。
6.1	本项目是否接受联合体投标：详见招标公告。
6.2	如接受联合体投标，联合体投标要求如下： 1. 两个以上投标人可以组成一个投标联合体，以一个投标人的身份共同参加投标。联合体投标的，须提供《联合体投标协议书》（格式后附）。 2. 以联合体形式参加投标的，联合体各方均必须具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款规定的基本条件（涉及行政许可范围的内容，联合体各方均应具备相应资质）。本项目有特殊要求规定投标人特定条件的，联合体各方中至少有一方必须符合招标文件规定的特定条件。 3. 联合体各方之间必须签订联合投标协议，协议书必须明确主体方（或者牵头方）并明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任（各方承担责任与义务的分工必须符合采购需求，否则，联合体投标无效），并将联合投标协议放入投标文件。联合体各方必须共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。 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。 5. 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。 6. 联合体投标业绩、履约能力按照联合体各方其中较高的一方认定并计算（招标文件另有规定的除外）。 7. 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。

	8. 联合体各方均应按照招标文件的规定提交资格证明文件。
7.2	☒ 不允许分包（另有约定的除外） ☐ 允许分包 分包内容：___/___。 分包金额或者比例：___/___。
11.2	☒ 不组织现场考察 ☐ 组织现场考察： 集中时间：___年___月___日 ___时___分，逾时后果自负。集中地点：___/___ 联系人：___/___；联系电话：___/___ ☒ 不组织召开开标前答疑会 ☐ 组织召开开标前答疑会 会议开始时间：___年___月___日 ___时___分，逾期后果自负。会议地点：___/___
13	报价文件： 1. 投标函（格式见第六章）；（ 必须提供，否则按无效投标处理 ） 2. 开标一览表（格式见第六章）；（ 必须提供，否则按无效投标处理 ） 3. 分项报价表；（如有请提供） 4. 投标人针对报价需要说明的其他文件和说明（格式自拟）。（如有，请提供） 注：以上标明“必须提供”的材料，格式中有要求法定代表人或者委托代理人签字的，必须按要求签字并加盖投标人电子签章，否则按无效投标处理。 资格证明文件（投标人所提供的材料不完整，或模糊不清以致关键信息无法辨认的，责任自负）： 1. 投标人为法人或者其他组织的，提供营业执照等证明文件复印件（如营业执照或者事业单位法人证书或者执业许可证或者登记证书等），投标人为自然人的，提供身份证复印件；（ 必须提供，否则按无效投标处理 ） 2. 投标人依法缴纳税收的相关材料（2025年 12 月至2026年 6 月内其中连续三个月的依法缴纳税收的凭据复印件；依法免税或零申报的供应商，必须提供相应文件证明其依法免税或零申报。从成立之日起到投标文件提交截止时间止不足要求月数的，只需提供从成立之日起的依法缴纳税收相应证明文件）；（ 必须提供，否则按无效投标处理 ） 3. 投标人依法缴纳社会保障资金的相关材料[2025年 12 月至2026年 6 月内其中连续三个月的依法缴纳社会保障资金的缴费证明材料（如：专用收据、社会保险缴纳清单或者社保部门的证明）复印件；依法不需要缴纳社会保障资金的供应商，必须提供相应文件证明不需要缴纳社会保障资金。从成立之日起到投标文件提交截止时间止不足要求月数的只需提供从成立之日起的依法缴纳社会保障资金的相应证明文件]；（ 必须提供，否则按无效投标处理 ）

4. 投标人财务状况报告（2024年或2025年度财务报表复印件），或者银行出具的资信证明，或者中国人民银行征信中心出具的信用报告（企业投标的提供企业信用报告，自然人投标的提供个人信用报告，投标人属于成立时间在规定年度之后的法人或其他组织，需提供成立之日起至投标截止时间前的月报表或银行出具的资信证明或者中国人民银行征信中心出具的企业信用报告；资信证明应在有效期内，未注明有效期的，银行出具时间至投标截止时间不超过一年）；（必须提供，否则按无效投标处理） 5. 投标人直接控股信息表（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 6. 投标人直接管理关系信息表（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 7. 投标声明（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 8. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目专门面向小微企业采购的项目，投标人须提供中小企业声明函或者残疾人福利性单位声明函（格式后附）或者供应商属于监狱企业的需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。（必须提供，否则作无效投标处理）； 9. 联合体协议书（格式见第六章）；（本项目不适用） 10. 特定资格要求资格证明材料：无； 11. 除招标文件规定必须提供以外，投标人认为需要提供的其他证明材料。（如有，请提供） 注： 1. 以上标明“必须提供”的材料，格式中有要求法定代表人或者委托代理人签字的，必须按要求签字并加盖投标人电子签章，否则按无效投标处理。 2. 联合体投标时，第1-6、8项资格证明文件联合体各方均必须分别提供，并由联合体牵头人加盖电子签章，规定签字处签字（或者电子签名），否则按无效投标处理。（本项目不适用）
商务及技术文件： 1. 无串通投标行为的承诺函（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 2. 投标保证金提交凭证；（如要求提交投标保证金的则必须提供，否则按无效投标处理） 3. 法定代表人身份证明及法定代表人有效身份证正反面复印件（格式见第六章）；（除自然人投标外必须提供，否则按无效投标处理） 4. 授权委托书及委托代理人有效身份证正反面复印件（格式见第六章）；（委托时必须提供，否则按无效投标处理） 5. 商务要求偏离表（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 6. 售后服务承诺（格式自拟）；（如有，请提供） 7. 投标人情况介绍（格式自拟）；（如有，请提供）

	8. 技术要求偏离表（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 9. 服务方案（格式自拟）；（如有，请提供） 10. 项目实施人员一览表（格式见第六章）；（如有，请提供） 11. 投标人对本项目的合理化建议和改进措施（格式自拟）； 12. 除招标文件规定必须提供以外，投标人认为需要提供的其他证明材料（格式自拟）（投标人根据“第二章 采购需求”及“第四章 评标方法及评标标准”提供有关证明材料）。 注：以上标明“必须提供”的材料，格式中有要求法定代表人或者委托代理人签字的，必须按要求签字并加盖投标人电子签章，否则按无效投标处理。
16.2	1. 报价必须含以下部分，包括（但不限于）： （1）活动服务费、工作人员费、设备费、场地费、设备租赁费、物料费等，完成合同所需的一切本身和不可或缺的所有开支、政策性文件规定的合同包含的所有风险、责任等各项全部费用的总和； （2）必要的各项税金； （3）其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）。 2. 各分标商务条款有特别要求的按商务条款“投标报价要求”执行。
17.2	投标有效期：自投标截止之日起90日。
18.1	☐ 本项目不收取投标保证金。 ☒ 本项目收取投标保证金，具体规定如下： 1分标：7500.00元人民币；2分标：5000.00元人民币；3分标：4200.00元人民币；4分标：3500.00元人民币；5分标：4200.00元人民币。 投标保证金的交纳方式：银行转账、支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函（包含电子保函），禁止采用现钞方式。采用银行转账方式的，在投标截止时间前交至指定账户并且到账（<u>账户名称：广西建通工程咨询有限责任公司第一分公司</u>；<u>开户银行：中国建设银行南宁苏卢支行</u>；<u>银行账号：45050160475200000032</u>）；采用支票、汇票、本票或者保函等方式的，在投标截止时间前，投标人必须递交单独密封的支票、汇票、本票或者保函原件。否则视为无效投标保证金。 相关要求： 1. 投标保证金采用银行转账交纳方式的，在投标截止时间前交至指定账户并且到账，投标人应将银行转账底单的复印件作为投标保证金提交凭证，放置于商务文件中，否则投标无效。 2. 投标保证金采用支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函（包含电子保函）交纳方式的，投标人应将支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函（包含电子保函）的复印件作为投标保证金提交凭证，放置于商务文件中，否则投标无效。投标人必须在投标截止时间前采用现场或邮寄方式（现场提交地址：<u>南宁市江南</u>

	区金凯路26号广西建通中心12楼；邮寄地址：南宁市江南区金凯路26号广西建通中心12楼，收件人：凌智华，联系方式：0771-2863138）将单独密封的支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函原件提交给采购人或者采购代理机构，由采购人或者采购代理机构向投标人出具回执（邮寄方式的除外），并妥善保管。 3. 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的保证金对联合体各方均具有约束力。（本项目不适用） 备注： 1. 投标保证金在投标截止时间后提交的，或者不按规定交纳方式交纳的，或者未足额交纳的（包含保函额度不足的），视为无效投标保证金。 2. 投标人采用现钞方式或者从个人账户（自然人投标除外）转出的投标保证金，视为无效投标保证金。 3. 支票、汇票或者本票出现无效或者背书情形的，视为无效投标保证金。 4. 保函有效期低于投标有效期的，视为无效投标保证金。 5. 采用银行、保险机构出具保函的，必须为无条件保函，否则视为无效投标保证金。
20	☒ 本项目不接受电子备份投标文件； ☐ 本项目接受电子备份投标文件。 电子备份投标文件提交方式：投标人可以在投标截止时间前采用以下___种方式向采购代理机构提交电子备份投标文件： （1）现场提交方式，应采用U盘进行存储，提交地址：___；提交截止时间：___；外包装上注明投标人名称、项目名称及项目编号（外包装不作密封要求）。 （2）电子邮件方式，接收电子备份投标文件的电子邮箱为：_____。 （3）邮寄方式，应采用U盘进行存储，邮寄地址：___，截止接收时间：___，收件人：___，联系方式：___；外包装上注明投标人名称、项目名称及项目编号（外包装不作密封要求）。 投标人未按上述规定提交的电子备份投标文件，采购代理机构不予接收或承认。若电子加密投标文件解密成功，电子备份投标文件自动失效。若投标人无法在规定的时间内解密投标文件或者解密失败的，采购代理机构将电子备份投标文件按“广西政府采购云平台”操作规范上传至“广西政府采购云平台”，电子备份投标文件上传成功后，投标人原上传的电子加密投标文件自动失效。若投标人在规定时间内无法解密或解密失败且未提供电子备份投标文件的（包含提供的电子备份投标文件无效或无法解读的情况），投标人的投标文件作无效处理。
21.1	1. 提交投标文件截止时间：详见招标公告 2. 投标地点：详见招标公告
23	1. 开标时间：详见招标公告

	2. 开标地点：详见招标公告
24.3 (1)	电子投标文件解密时间：30分钟。
25.3 (2)	采购人或者采购代理机构在资格审查结束前，对投标人进行信用查询。 查询渠道：“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）。 信用查询截止时点：资格审查结束前。 查询记录和证据留存方式：在查询网站中直接截图查询记录，截图作为在广西政府采购云平台作为附件上传保存。 信用信息使用规则：对在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，采购人或者采购代理机构应当拒绝其参与政府采购活动。两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商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（被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商）的，视同联合体存在不良信用记录。
26.1	评标委员会的人数：5人以上单数
29.1	评标方法： ☒综合评分法 ☐最低评标价法
29.2	商务要求评审中允许负偏离的条款数为 0 项。 技术要求评审中允许负偏离的条款数为 0 项。
29.3	中标候选人推荐数量： ☐ / 名 ☒根据总得分由高到低排列次序并全部推荐为中标候选人。
30.1	采购人确定中标人时，出现中标候选人并列的情形，采购人按以下方式确定中标人： ☒依次按投标报价低的优先、政策得分高的优先、技术评分高的优先、商务评分高的优先、响应时间短优先的顺序确定； ☐随机抽取。
35.1	☒ 本项目不收取履约保证金。
36.1	签订合同携带的证明材料： 委托代理人负责签订合同的，须携带授权委托书及委托代理人身份证原件等其他资格

	证件。 法定代表人负责签订合同的，须携带法定代表人身份证明原件及身份证原件等其他证明材料。
38.2	接收质疑函方式：以书面形式 质疑联系部门及联系方式：广西建通工程咨询有限责任公司，联系电话：详见招标公告，通讯地址：详见招标公告。 现场提交质疑办理业务时间：每天9时00分到12时00分，15时00分到18时00分，业务时间以外、双休日和法定节假日不办理业务。
39.1	1. 采购代理费支付方式： ☒ 本项目代理服务费由各中标人在领取中标通知书前一次性向采购代理机构支付。 ☐ 采购人支付。 2. 各分标采购代理费收取标准： 按本须知正文第39.2条规定的收费计算标准（服务招标）采用差额定率累进法计算 3. 代理机构银行账户信息如下： 账户名称：广西建通工程咨询有限责任公司第一分公司 开户银行：中国建设银行南宁苏卢支行 银行账号：45050160475200000032
40.1	解释：构成本招标文件的各个组成文件应互为解释，互为说明；除招标文件中有特别规定外，仅适用于招标投标阶段的规定，按更正公告（澄清公告）、招标公告、采购需求、投标人须知、评标方法及评标标准、拟签订的合同文本、投标文件格式的先后顺序解释；同一组成文件中就同一事项的规定或者约定不一致的，以编排顺序在后者为准；同一组成文件不同版本之间有不一致的，以形成时间在后者为准；更正公告（澄清公告）与同步更新的招标文件不一致时以更正公告（澄清公告）为准。按本款前述规定仍不能形成结论的，由采购人或者采购代理机构负责解释。
40.2	1. 本招标文件中描述投标人的“公章”是指根据我国对公章的管理规定，用投标人法定主体行为名称制作的印章，除本招标文件有特殊规定外，投标人的财务章、部门章、分公司章、工会章、合同章、投标专用章、业务专用章及银行的转账章、现金收讫章、现金付讫章等其他形式印章均不能代替公章。 2. 本招标文件所称的“电子签章”、“电子签名”，是指经广西政府采购云平台认可的CA认证的电子签名数据为表现形式的印章，可用于签署电子投标文件，电子印章与实物印章具有同等法律效力，不因其采用电子化表现形式而否定其法律效力。 3. 投标人为其他组织或者自然人时，本招标文件规定的法定代表人指负责人或者自然人。本招标文件所称负责人是指参加投标的其他组织营业执照或者执业许可证等证照上的负责人，本招标文件所称自然人指参与投标的自然人本人，且应具备独立承担民事责任能力，自然人应当为年满18岁以上成年人（十六周岁以上的未成年人，以自己

	的劳动收入为主要生活来源的，视为完全民事行为能力人）。 4. 本招标文件中描述投标人的“签字”是指投标人的法定代表人或者委托代理人亲自在文件规定签字处亲笔写上个人的名字的行为，私章、签字章、印鉴、影印等其他形式均不能代替亲笔签字。 5. 本招标文件所称的“以上”“以下”“以内”“届满”，包括本数；所称的“不满”“超过”“以外”，不包括本数。
--	--

投标人须知正文

一、总 则

1. 适用范围

1.1 适用法律：本项目采购人、采购代理机构、投标人、评标委员会的相关行为均受《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《政府采购货物和服务招标投标管理办法》及本项目本级和上级财政部门对政府采购有关规定的约束和保护。

1.2 本招标文件适用于本项目的所有采购程序和环节（法律、法规另有规定的，从其规定）。

2. 定义

2.1 “采购人”是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。

2.2 “采购代理机构”是指政府采购集中采购机构和集中采购机构以外的采购代理机构。

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

2.4 “投标人”是指响应招标、参加投标竞争的法人、其他组织或者自然人。

2.5 “服务”是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。

2.6 “书面形式”是指合同书、信件和数据电文（包括电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件）等可以有形地表现所载内容的形式。

2.7 “实质性要求”是指招标文件中已经指明不满足则投标无效的条款，或者不能负偏离的条款，或者采购需求中带“▲”的条款。

2.8 “正偏离”，是指投标文件对招标文件“采购需求”中有关条款作出的响应优于条款要求并有利于采购人的情形。

2.9 “负偏离”，是指投标文件对招标文件“采购需求”中有关条款作出的响应不满足条款要求，导致采购人要求不能得到满足的情形。

2.10 “允许负偏离的条款”是指采购需求中的不属于“实质性要求”的条款。

3. 投标人的资格要求

投标人的资格要求详见“投标人须知前附表”。

4. 投标委托

投标人代表参加投标活动过程中必须携带个人有效身份证件。如投标人代表不是法定代表人，须持有授权委托书（按第六章要求格式填写）。

5. 投标费用

投标费用：投标人应承担参与本次采购活动有关的所有费用，包括但不限于获取招标文件、勘查现场、编制和提交投标文件、参加澄清说明、签订合同等，不论投标结果如何，均应自行承担。

担。

6. 联合体投标

6.1 本项目是否接受联合体投标，详见“投标人须知前附表”。

6.2 如接受联合体投标，联合体投标要求详见“投标人须知前附表”。

6.3 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）及《广西壮族自治区财政厅关于持续优化政府采购营商环境推动高质量发展的通知》（桂财采〔2024〕55号）的规定，接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予4%-6%的扣除，用扣除后的价格参加评审。

7. 转包与分包

7.1 本项目不允许转包。

7.2 本项目是否允许分包详见“投标人须知前附表”，本项目不允许违法分包。允许分包的非主体、非关键性工作，根据法律法规规定承担该工作需要行政许可的，如该工作由投标人自行承担，投标人应具备相应的行政许可，如投标人不具备相应的行政许可必须采用分包的方式，但分包的投标人应具备相应行政许可。

7.3 投标人根据招标文件的规定和采购项目的实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作分包的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包。

8. 特别说明

8.1 如果本招标文件要求提供投标人或制造商的资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证等材料的，资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证等必须为投标人或者制造商所拥有或自身获得。

8.2 投标人应仔细阅读招标文件的所有内容，按照招标文件的要求提交投标文件，并对所提供的全部资料的真实性承担法律责任。

8.3 投标人在投标活动中提供任何虚假材料，将报监管部门查处；中标后发现的，中标人须依照《中华人民共和国消费者权益保护法》规定赔偿采购人，且民事赔偿并不免除违法投标人的行政与刑事责任。

8.4 根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）的规定，本国产品标准适用于货物，包括政府采购货物项目和服务项目中涉及的货物。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。

产品在中国境内生产的组件成本占比应当达到规定比例，计算公式为：

$$\frac{\text{产品在中国境内生产的组件成本}}{\text{产品总成本}} \geq \text{规定比例}$$

财政部会同有关行业主管部门，分产品确定在中国境内生产的组件成本占比应当达到的规定比例。在分产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，符合《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》第一条第（一）项条件的产品在政府采购活动中视同本国产品。

政府采购活动中既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到80%以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

9. 回避与串通投标

9.1 在政府采购活动中，采购人员及相关人员与供应商有下列利害关系之一的，应当回避：

- （1）参加采购活动前 3 年内与供应商存在劳动关系；
- （2）参加采购活动前 3 年内担任供应商的董事、监事；
- （3）参加采购活动前 3 年内是供应商的控股股东或者实际控制人；
- （4）与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
- （5）与供应商有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向采购人或者采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。采购人或者采购代理机构应当及时询问被申请回避人员，有利害关系的被申请回避人员应当回避。

9.2 有下列情形之一的视为投标人相互串通投标，投标文件将被视为无效：

- （1）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；或不同投标人报名的 IP 地址一致的；
- （2）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- （3）不同的投标人的投标文件载明的项目管理员为同一个人；
- （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；
- （6）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人账户转出。

9.3 供应商有下列情形之一的，属于恶意串通行为，将报同级监督管理部门：

- （1）供应商直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关信息并修改

其投标文件或者响应文件；

（2）供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改投标文件或者响应文件；

（3）供应商之间协商报价、技术方案等投标文件或者响应文件的实质性内容；

（4）属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动；

（5）供应商之间事先约定一致抬高或者压低投标报价，或者在招标项目中事先约定轮流以高价位或者低价位中标，或者事先约定由某一特定供应商中标，然后再参加投标；

（6）供应商之间商定部分供应商放弃参加政府采购活动或者放弃中标；

（7）供应商与采购人或者采购代理机构之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商中标或者排斥其他供应商的其他串通行为。

二、招标文件

10. 招标文件的组成

（1）招标公告；

（2）采购需求；

（3）投标人须知；

（4）评标方法及评标标准；

（5）拟签订的合同文本；

（6）投标文件格式。

11. 招标文件的澄清、修改 、现场考察和答疑会

11.1 采购人或者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。

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。

11.2 采购人或者采购代理机构可以在招标文件提供期限截止后，组织已获取招标文件的潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会，具体详见“投标人须知前附表”。

三、投标文件的编制

12. 投标文件的编制原则

投标人必须按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件必须对招标文件提出的要求和条件作出明确响应。

13. 投标文件的组成

投标文件由报价文件、资格证明文件、商务及技术文件三部分组成。

- (1) 报价文件：具体材料见“投标人须知前附表”。
- (2) 资格证明文件：具体材料见“投标人须知前附表”。
- (3) 商务及技术文件：具体材料见“投标人须知前附表”。

14. 投标文件的语言及计量

14.1 语言文字

投标文件以及投标人与采购人就有关投标事宜的所有来往函电，均应以中文书写（除专用术语外，与招标投标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释）。投标人提交的支持文件和印刷的文献可以使用别的语言，但其相应内容应同时附中文翻译文本，在解释投标文件时以中文翻译文本为主。对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

14.2 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，货币种类为人民币，**否则视同未响应。**

15. 投标的风险

投标人没有按照招标文件要求提供全部资料，或者投标人没有对招标文件作出实质性响应是投标人的风险，并可能导致其投标被拒绝。

16. 投标报价

16.1 投标报价应按“第六章 投标文件格式”中“开标一览表”格式填写。

16.2 投标报价具体包括内容详见“投标人须知前附表”。

16.3 投标人必须就所投每个分标的全部内容分别作完整唯一总价报价，不得存在漏项报价；投标人必须就所投分标的单项内容作唯一报价。

17. 投标有效期

17.1 投标有效期是指为保证采购人有足够的时间在开标后完成评标、定标、合同签订等工作而要求投标人提交的投标文件在一定时间内保持有效的期限。

17.2 投标有效期应按招标文件规定的期限作出承诺，具体详见“投标人须知前附表”。**承诺的投标有效期低于招标文件规定期限的，按无效投标处理。**

17.3 投标人的投标文件在投标有效期内均保持有效。

18. 投标保证金

18.1 投标人须按“投标人须知前附表”的规定提交投标保证金。

18.2 投标保证金的退还

未中标人的投标保证金自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还；中标人的投标保证金自政府采购合同签订之日起 5 个工作日内退还。

18.3 除逾期退还投标保证金和终止招标的情形以外，投标保证金不计息。

18.4 投标人有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- （1）投标人在投标有效期内撤销投标文件的；
- （2）未按规定提交履约保证金的；
- （3）投标人在投标过程中弄虚作假，提供虚假材料的；
- （4）中标人无正当理由不与采购人签订合同的；
- （5）投标人出现本章第 9.2、9.3 情形的；
- （6）法律法规规定的其他情形。

19. 投标文件的编制

19.1 投标人应按照本项目招标文件规定的格式和顺序和广西政府采购云平台的要求编制投标文件并加密。投标文件内容不完整、编排混乱导致投标文件被误读、漏读或者查找不到相关内容的，由此引发的后果由投标人承担。

19.2 为确保网上操作合法、有效和安全，投标人应当在投标截止时间前完成在广西政府采购云平台的身分认证，确保在电子投标过程中能够对相关数据电文进行加密和使用电子签章。

19.3 投标文件须由投标人在规定位置签字（或者电子签名）、盖章（具体以投标人须知前附表或投标文件格式规定为准），**否则按无效投标处理。**

19.4 投标文件中标注的投标人名称应与主体资格证明（如营业执照或者事业单位法人证书或者执业许可证或者登记证书等）及公章一致，并与广西政府采购云平台中获取招标文件的投标人名称一致，投标人为自然人的，标注的投标人名称应与身份证姓名及签名一致，**否则按无效投标处理。**

19.5 投标文件应尽量避免涂改、行间插字或者删除。如果出现上述情况，改动之处应由投标人的法定代表人或者其委托代理人签字（或者电子签名）或者加盖公章或者加盖电子签章。投标文件因字迹潦草或者表达不清所引起的后果由投标人承担。

20. 电子备份投标文件

电子备份投标文件是指通过在线编制生成且后缀名为“bfb”的文件，是否接受电子备份投标文件详见“投标人须知前附表”。

21. 投标文件的提交

21.1 投标人必须在“投标人须知前附表”规定的提交投标文件截止时间前将电子投标文件提交至投标地点。电子投标文件应在制作完成后，在投标截止时间前通过有效数字证书（CA 认证锁）进行电子签章、加密，然后通过网络将加密的电子投标文件递交至**广西政府采购云平台**。

21.2 **未在规定时间内提交或者未按照招标文件要求加密的电子投标文件，广西政府采购云平台将拒收。**

22. 投标文件的补充、修改、撤回与退回

22.1 投标人应当在投标截止时间前完成电子投标文件的上传、提交，投标截止时间前可以补充、修改或者撤回投标文件。补充或者修改投标文件的，应当先行撤回原投标文件，补充、修改后重新上传、提交，投标截止时间前未完成上传、提交的，视为撤回投标文件。投标截止时间以后上传递交的投标文件，广西政府采购云平台将予以拒收。（补充、修改或者撤回方式可登录广西政府采购云平台，依次进入“服务中心”中查看“电子投标文件制作与投送教程”）

22.2 广西政府采购云平台收到投标文件后向供应商发出确认回执通知。在投标截止时间前，除供应商补充、修改或者撤回投标文件外，任何单位和个人不得解密或提取投标文件。

22.3 在投标截止时间后，采购人和采购代理机构对已提交的投标文件概不退回。

四、开 标

23. 开标时间和地点

开标时间及地点详见“投标人须知前附表”

24. 开标程序

24.1 提交投标文件截止时间止，投标人不足 3 家的，不得开标。

24.2 采购代理机构将按照招标文件规定的时间通过广西政府采购云平台组织线上开标活动，所有供应商均应当准时在线参加，投标人因未在线参加开标而导致投标文件无法按时解密等一切后果由投标人自己承担。

24.3 开标程序

（1）解密电子投标文件。广西政府采购云平台按开标时间自动提取所有投标文件。采购代理机构依托广西政府采购云平台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“投标人须知前附表”规定的时间内自行进行投标文件解密。投标人的法定代表人或其委托代理人须凭加密时所用的 CA 锁准时登录到广西政府采购云平台电子开标大厅签到并对电子投标文件解密。投标人未在规定的时间内解密投标文件或者解密失败的，投标人的投标文件作无效处理。

（2）电子唱标。投标文件解密结束，宣布的内容均在广西政府采购云平台远程开标大厅展示，具体详见“投标人须知前附表”；

（3）开标过程由采购代理机构如实记录，并电子留痕，由参加电子开标的各投标人代表对电子开标记录在开标记录公布后 15 分钟内进行现场校核及勘误，并线上确认是否有异议，未确认的视同认可开标结果。

（4）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。

(5) 开标结束。

特别说明：如遇广西政府采购云平台电子化开标或评审程序调整的，按调整后执行。

五、资格审查

25. 资格审查

25.1 开标结束后，采购人或者采购代理机构通过电子开评标系统依据招标文件对电子投标文件进行线上资格审查。

25.2 资格审查标准为本招标文件中载明对投标人资格要求的条件。本项目资格审查采用合格制，凡符合招标文件规定的投标人资格要求的投标人均通过资格审查。

25.3 投标人有下列情形之一的，资格审查不通过，作无效投标处理：

(1) 不具备招标文件中规定的资格要求的；

(2) 在“信用中国”网站 (www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网 (www.ccgp.gov.cn) 被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的；（注：其中信用查询规则见“投标人须知前附表”）

(3) 同一合同项下的不同投标人，单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的；为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，再参加该采购项目的其他采购活动的；

(4) 投标文件中的资格证明文件缺少任一项“投标人须知前附表”资格证明文件规定“必须提供”的文件资料的；

(5) 投标文件中的资格证明文件出现任一项不符合“投标人须知前附表”资格证明文件规定“必须提供”的文件资料要求或者无效的。

25.4 合格投标人不足 3 家的，不得评标。

六、评 标

26. 组建评标委员会

26.1 评标委员会由采购人代表和评审专家组成，具体人数详见“投标人须知前附表”，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二。

26.2 参加过采购项目前期咨询论证的专家，不得参加该采购项目的评审活动。

26.3 采购代理机构应当基于广西政府采购云平台抽（选）取评审专家。

27. 评标的依据

评标委员会以“第四章 评标方法和评标标准”为依据对投标文件进行评审，没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

28. 评标原则

28.1 评标原则。评标委员会评标时必须公平、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，不得收受利害关系人的财物或者其他好处。

28.2 评委表决。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。

28.3 评标的保密。采购人、采购代理机构应当采取必要措施，保证评标在严格保密（封闭式评标）的情况下进行。除采购人代表、评标现场组织人员外，采购人的其他工作人员以及与评标工作无关的人员不得进入评标现场。有关人员评标情况以及在评标过程中获悉的国家秘密、商业秘密负有保密责任。

28.4 评标过程的监控。本项目电子评标过程实行网上留痕、全程录音、录像监控，**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，可能导致其投标按无效处理。**

29. 评标方法及中标候选人推荐

29.1 本项目的评标方法详见“投标人须知前附表”。

29.2 商务/技术要求允许负偏离的条款数详见“投标人须知前附表”。

29.3 中标候选人推荐数量详见“投标人须知前附表”。

29.4 电子交易活动的中止。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，采购代理机构可以中止电子交易活动：

- （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。

出现以上情形，不影响采购公平、公正性的，采购代理机构可以待上述情形消除后继续组织电子交易活动；影响或可能影响采购公平、公正性的，经采购代理机构确认、报采购人同意后，终止电子采购活动，应当重新采购。采购代理机构必须对原有的资料及信息作出妥善保密处理，并报财政部门备案。

29.5 出现下列情形之一的，应予废标：

- （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）投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

（4）因重大变故，采购任务取消的。

废标后，采购人应当将废标理由通知所有投标人。

七、中标和合同

30 确定中标人

30.1 采购代理机构在评标结束之日起 2 个工作日内将评标报告送采购人，采购人在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，按照“投标人须知前附表”规定的方式确定中标人。采购人也可以事先授权评标委员会直接确定中标人。

30.2 采购人在收到评标报告 5 个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

31. 结果公告

31.1 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，在省级以上财政部门指定的媒体上公告中标结果，招标文件应当随中标结果同时公告。采购人或者采购代理机构发出中标通知书前，应当对中标人信用进行查询，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《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，取消其中标资格，并确定排名第二的中标候选人为中标人。排名第二的中标候选人因前款规定的同样原因被取消中标资格的，采购人可以确定排名第三的中标候选人为中标人，以此类推。

以上信息查询记录及相关证据与招标文件一并保存。

31.2 中标供应商享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）规定的中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随中标结果公开中标供应商的《中小企业声明函》。

31.3 采购人、采购代理机构应当随中标结果公开中标供应商的《关于符合本国产品标准的声明函》或有关证明文件。

32. 发出中标通知书

在发布中标公告的同时，采购代理机构向中标人通过广西政府采购云平台发出电子中标通知书。对未通过资格审查的投标人，应当告知其未通过的原因；采用综合评分办法评审的，还应当告知未中标人本人的评审得分与排序。

33. 无义务解释未中标原因

采购代理机构无义务向未中标的投标人解释未中标原因。

34. 合同授予标准

合同将授予被确定实质上响应招标文件要求，具备履行合同能力的中标人。

35. 履约保证金

35.1 履约保证金的金额、提交方式、缴纳期限、退付的时间和条件详见 “投标人须知前附表”。中标人未按规定提交履约保证金的，视为拒绝与采购人签订合同。

35.2 在履约保证金退还日期前，若中标人的开户名称、开户银行、账号有变动的，请以书面形式通知履约保证金收取单位，否则由此产生的后果由中标人自行承担。

36. 签订合同

36.1 签订电子采购合同：中标人领取电子中标通知书后，在规定的日期、时间、地点，由法定代表人或其授权代表与采购人代表签订电子采购合同。如中标人为联合体的，由联合体成员各方法定代表人或其授权代表与采购人代表签订合同。

线下签订纸质合同：投标人领取中标通知书后，按“投标人须知前附表”规定向采购人出示相关证明材料，经采购人核验合格后方可签订合同。

36.2 签订合同时间：按中标通知书规定的时间与采购人签订合同。

36.3 中标人拒绝签订政府采购合同（包括但不限于放弃中标、因不可抗力不能履行合同而放弃签订合同），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。如采购人无正当理由拒签合同的，给中标供应商造成损失的，中标供应商可追究采购人承担相应的法律责任。

36.4 政府采购合同是政府采购项目验收的依据，中标供应商和采购人应当按照采购合同约定的各自的权利和义务全面履行合同。任何一方当事人在履行合同过程中均不得擅自变更、中止或终止合同。政府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，各自承担相应的责任。

36.5 采购人或中标供应商不得单方面向合同另一方提出任何招标文件没有约定的条件或不合理的要求，作为签订合同的条件；也不得协商另行订立背离招标文件和合同实质性内容的协议。

36.6 如签订合同并生效后，供应商无故拒绝或延期，除按照合同条款处理外，将承担相应的法律责任。

36.7 政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与供应商协商签订补充合同，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%。

37. 政府采购合同公告

采购人或者受托采购代理机构应当自政府采购合同签订之日起 2 个工作日内，将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

38. 询问、质疑和投诉

38.1 供应商对政府采购活动事项有疑问的，可以向采购人提出询问，采购人或者采购代理机构应当在 3 个工作日内对供应商依法提出的询问作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

38.2 供应商认为招标文件、采购过程或者中标结果使自己的合法权益受到损害的，必须在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构接收质疑函的方式、联系部门、联系电话和通讯地址等信息详见“投标人须知前附表”。具体质疑起算时间如下：

（1）对可以质疑的招标文件提出质疑的，为收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日；

（2）对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；

（3）对中标结果提出质疑的，为中标结果公告期限届满之日。

38.3 供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料，针对同一采购程序环节的质疑必须在法定质疑期内一次性提出。质疑函应当包括以下内容（质疑函格式后附）：

（1）供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；

（2）质疑项目的名称、编号；

（3）具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；

（4）事实依据；

（5）必要的法律依据；

（6）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，或者其委托代理人签字或者盖章，并加盖公章。

38.4 采购人、采购代理机构认为供应商质疑不成立，或者成立但未对中标结果构成影响的，继续开展采购活动；认为供应商质疑成立且影响或者可能影响中标结果的，按照下列情况处理：

（一）对招标文件提出的质疑，依法通过澄清或者修改可以继续开展采购活动的，澄清或者修改招标文件后继续开展采购活动；否则应当修改招标文件后重新开展采购活动。

（二）对采购过程、中标结果提出的质疑，合格供应商符合法定数量时，可以从合格的中标候选人中另行确定中标供应商的，应当依法另行确定中标供应商；否则应当重新开展采购活动。

质疑答复导致中标结果改变的，采购人或者采购代理机构应当将有关情况书面报告本级财政部门。

38.5 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时间内作出答复的，可以在答复期满后 15 个工作日内向《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第94号）第六条规定的财政部门提起投诉（投诉书格式后附）。

八、其他事项

39. 代理服务费

39.1 代理服务费收取标准及缴费账户详见“投标人须知前附表”，投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳代理服务费。

39.2 代理服务收费标准：

费率 中标金额	货物招标	服务招标	工程招标
100 万元以下	1.5%	1.5%	1.0%
100 万元～500 万元	1.1%	0.8%	0.7%
500 万元～1000 万元	0.8%	0.45%	0.55%
1000 万元～5000 万元	0.5%	0.25%	0.35%
5000 万元～1 亿元	0.25%	0.1%	0.2%
1 亿元～5 亿元	0.05%	0.05%	0.05%
5 亿元～10 亿元	0.035%	0.035%	0.035%
10 亿元～50 亿元	0.008%	0.008%	0.008%
50 亿元～100 亿元	0.006%	0.006%	0.006%
100 亿元以上	0.004%	0.004%	0.004%

注：

- （1）按本表费率计算的收费为采购代理的收费基准价格；
 - （2）采购代理收费按差额定率累进法计算。
- 例如：某服务采购代理业务中标金额或者暂定价为 200 万元，计算采购代理收费额如下：
- 100 万元×1.5 %＝ 1.5 万元
- （ 200 － 100 ）万元 ×0.8%＝0.8 万元
- 合计收费＝ 1.5+0.8＝ 2.3 （万元）

40. 需要补充的其他内容

- 40.1 本招标文件解释规则详见“投标人须知前附表”。
- 40.2 其他事项详见“投标人须知前附表”。
- 40.3 本招标文件所称中小企业，是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。在政府采购活动中，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受本招标文件规定的中小企业扶持政策：
 - （1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标，不对其中涉及的工程承建商和服务的承接商作出要求；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业，不对其中涉及的货物的制造商和服务的承接商作出要求；

（3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员，不对其中涉及的货物的制造商和工程承建商作出要求。

在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受本招标文件规定的中小企业扶持政策。以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

依据本招标文件规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

第四章 评标方法及评标标准

一、评标方法

综合评分法，是指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中标候选人的评标方法。

二、评标程序

1. 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投标报价、商务、技术等实质性内容符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

2. 符合性审查不通过而导致投标无效的情形

投标人的投标文件中存在对招标文件的任何实质性要求和条件的负偏离，将被视为投标无效。

2.1 在报价评审时，如发现下列情形之一的，将被视为投标无效：

(1) 报价文件未提供“投标人须知前附表”第 13 条“报价文件”规定中“必须提供”的文件资料的；

(2) 未采用人民币报价或者未按照招标文件标明的币种报价的；

(3) 各分标报价超出招标文件相应分标规定最高限价，或者超出相应分标采购预算金额的；

(4) 投标人未就所投分标进行报价或者存在漏项报价；投标人未就所投分标的单项内容作唯一报价；投标人未就所投分标的全部内容作完整唯一总价报价；存在有选择、有条件报价的（招标文件允许有备选方案或者其他约定的除外）；

(5) 修正后的报价，投标人不确认的；

(6) 投标人属于本章第 5.1 条（2）或者第 5.2 条（2）项情形的。

(7) 报价文件响应的标的数量及单位与招标文件要求实质性不一致的。

2.2 在商务及技术评审时，如发现下列情形之一的，将被视为投标无效：

(1) 投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；

(2) 委托代理人未能出具有效身份证或者出具的身份证与授权委托书中的信息不符的；

(3) 为无效投标保证金的或者未按照招标文件的规定提交投标保证金的；

(4) 投标文件未提供“投标人须知前附表”第 13 条“商务及技术文件”规定中“必须提供”或者“委托时必须提供”的文件资料的；

(5) 商务要求评审及技术要求评审允许负偏离的条款数超过“投标人须知前附表”规定项数的；

(6) 投标文件的实质性内容未使用中文表述、使用计量单位不符合招标文件要求的；

(7) 投标文件中的文件资料因填写不齐全或者内容虚假或者出现其他情形而导致被评标委员会认定无效的；

(8) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

(9) 属于投标人须知正文第9.2条情形的；

(10) 投标文件标注的项目名称或者项目编号与招标文件标注的项目名称或者项目编号不一致的；

(11) 投标文件中承诺的投标有效期低于招标文件要求的期限的；

(12) 虚假投标，或者出现其他情形而导致被评标委员会认定无效的；

(13) 招标文件未载明允许提供备选（替代）投标方案或明确不允许提供备选（替代）投标方案时，投标人提供了备选（替代）投标方案的；

(14) 未响应招标文件实质性要求的。

(15) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

3. 澄清补正

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，评标委员会应在广西政府采购云平台发布电子澄清函，要求投标人在规定时间内作出必要的澄清、说明或者补正。投标人在广西政府采购云平台接收到电子澄清函后根据澄清函内容上传 PDF 格式回函，电子澄清答复函使用CA 证书加盖投标人电子签章后在线上传至评标委员会。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。

异常情况处理：如遇无法正常使用线上发送澄清函的情况，将启动书面形式办理。启动书面形式办理的情况下，评标委员会以书面形式要求投标人在规定时间内作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正必须采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或者其授权的代表签字。

未按评标委员会的要求作出明确澄清、说明或者更正的投标人的投标文件将按照有利于采购人的原则由评标委员会进行判定。

4. 投标文件修正

4.1 投标文件报价出现前后不一致的，除“投标人须知前附表”另有规定的情形，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，按照以上（1）-（4）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**。

4.2 经投标人确认修正后的报价若超过采购预算金额或者最高限价，**投标人的投标文件作无效投标处理**。

4.3 经投标人确认修正后的报价作为签订合同的依据，并以此报价计算价格分。

5. 比较与评价

5.1 采用综合评分法的

（1）评标委员会按照招标文件中规定的评标方法及评标标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价。

（2）评标委员会独立对每个投标人的投标文件进行评价，并汇总每个投标人的得分。

1）评标委员会在评审中发现下列情形之一的，应当启动异常低价投标审查程序：

① 投标报价低于全部通过符合性审查供应商投标报价平均值65%的，即 $\text{投标报价} < \text{全部通过符合性审查供应商投标报价平均值} \times \underline{65\%}$ ；

② 投标报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标报价65%的，即 $\text{投标报价} < \text{通过符合性审查的次低报价供应商投标报价} \times \underline{65\%}$ ；

③ 投标报价低于采购项目最高限价60%的，即 $\text{投标报价} < \text{采购项目最高限价} \times \underline{60\%}$ ；

④ 评标委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

2）评标委员会启动异常低价投标审查后，属于前述第 1 项至第 4 项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第③项情形，供应商已随投标文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，可不再重复提交。

评标委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。

投标供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料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。

采购人、采购代理机构应当为评标委员会在评审现场及时获取同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等相关信息资料提供便利。评标委员会借助互联网等渠道查询相关信息的，应当严格遵守评审工作纪律，不得实施影响评审公正的行为。

异常低价投标审查的启动原因、审查意见和审查结果应当在评审报告中记录，并随供应商提供的相关书面说明及证明材料，以及评标委员会有关互联网浏览、查询历史一并归档。

(3) 评标委员会按照招标文件中规定的评标方法和标准计算各投标人的报价得分。在计算过程中，不得去掉最高报价或者最低报价。

(4) 各投标人的得分为所有评委的有效评分的算术平均数。

(5) 评标委员会按照招标文件中的规定推荐中标候选人。

(6) 起草并签署评标报告。评标委员会根据评标委员会成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。评标委员会成员均应当在评标报告上签字，对自己的评标意见承担法律责任。对评标过程中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做出结论。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。

5.2 采用最低评标价法的

(1) 评标委员会按照招标文件中规定的评标方法及评标标准，对符合性审查合格的投标文件报价进行比较。

(2) 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，评标委员会将其作为无效投标处理。

(3) 评标委员会按照招标文件中的规定推荐中标候选人。

(4) 起草并签署评标报告。评标委员会根据评标委员会成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。评标委员会成员均应当在评标报告上签字，对自己的评标意见承担法律责任。对评标过程中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做出结论。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。

三、评标标准

综合评分法

（适用于分标1）

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格（10分）	投标报价	（1）本项目专门面向小微企业采购，不再执行价格评审优惠的扶持政策。 （2）本国产品政策性扣除计算方法。 本项目无本国产品价格扣除。 （3）满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。 （4）价格分计算公式： 价格分=(评标基准价 / 投标报价)×10分
2	技术部分（62分）	直播实施方案（12分）	一档（4分）：提供直播实施方案，且基本能满足采购需求； 二档（8分）：满足一档的前提下，方案中至少包含直播（拍摄）执行方案、实施组织方案等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（12分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		项目策划方案（9分）	一档（3分）：提供项目策划方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含互动活动计划和活动流程（包括线上海报、线上互动游戏等）、线上互动活动服务方案、线下互动活动服务方案（包括门型宣传展架、活动宣传折页等）等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，

			整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
		后期成品生产制作方案（7分）	一档（3分）：提供后期成品生产制作方案，且基本能满足采购需求； 二档（5分）：满足一档的前提下，方案中至少包含视频剪辑、包装、编转码、遮幅、策划、编排等内容、后期制作团队配置等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（7分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
		内容审核方案（7分）	一档（3分）：提供内容审核方案，且基本能满足采购需求； 二档（5分）：满足一档的前提下，方案至少包含审核机制、审核流程、意识形态审核等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（7分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		应急处理方案（7分）	一档（3分）：提供应急处理方案，且基本能满足采购需求； 二档（5分）：满足一档的前提下，方案中至少包含保障措施（含安全保障措施，包括但不限于以下内容：人身安全、网络安全、信息安全、意识形态、网络舆论等）、应急处理机制、突发状况时可即时阻断网络直播的能力

			、应急预案等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（7分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
		平台对接（10分）	一档（4分）：提供平台对接方案，且基本能满足采购需求； 二档（7分）：满足一档的前提下，方案中至少包含对接流程、对接方式、对接标准、风险管理等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（10分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
		客户服务方案（10分）	一档（4分）：提供客户服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（7分）：满足一档的前提下，方案中至少包含服务体系、客服中心设置、客户服务管理机制、服务人员和售后服务热线配备等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（10分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
3	商务部分	投标人技术	具备公共数字文化互动直播平台类、文化云对接管理平

	(28分)	能力（6分）	台类、基层文化站公共文化数据平台类、公共文化版权保护类、公共文化活动管理类、文化云服务平台类（提供相关软件著作权证书）每一项得1分，共计6分。 注：投标文件中提供在有效期内的证书原件彩色扫描件，内容应清晰，提供复印件的，应加盖投标人单位公章，方可计分。
		团队综合能力（10分）	（1）项目负责人：具有硕士研究生及以上学历的，得1分； （2）审核负责人：具有硕士研究生及以上学历且具有国家认可的网络信息审核类证书（如网络信息审核师或同类证书）的，得3分； （3）审核人员：具有国家认可的网络信息审核类证书（如网络信息审核师或同类证书）的，得2分。 （4）平台运营技术团队成员：具有艺术设计类或广告学类或新闻学或广播电视技术类专业，每提供1人得1分，满分4分。 注： ①提供相应的证明材料原件彩色扫描件，如：毕业证、学位证、相关证书等； ②人员在职在岗证明材料原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章。（如：与投标人签订的劳动合同或投标人为其缴纳的投标截止之日前半年内任意1个月社保证明）； ③投标文件中提供人员配备表，应至少包含人员姓名、职务（格式自拟）； ④上述人员不重复计分。
		综合业绩（12分）	2024年1月1日起至本项目投标截止时间止（日期以签订合同日期为准）： （1）活动直播类业绩：投标人承担过类似活动直播类业绩，每提供1个得1分，最多得5分，不提供不得分。须在投标文件中提供签订的合同原件彩色扫描件。 （2）视频资源拍摄制作类业绩：投标人承担过视频资源拍摄或后期制作类业绩，每提供1个得1分，最多得5分。须在投标文件提供签订的合同原件彩色扫描件和播出证明（照片或播出截图），不提供不得分。

			(3) 对接平台类业绩：投标人承担过类似平台对接业绩，每个得1分，满分2分，须在投标文件提供签订的合同原件彩色扫描件，不提供不得分。 (所提供的业绩不重复计分，投标文件中提供的合同至少包含首页、价格页、签字页等关键页，内容清晰，提供复印件的须加盖投标人单位公章)
总得分=1+2+3 备注：本项目为服务类项目，不涉及节能环保政策考核。			

(适用于分标2)

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格 (10分)	投标报价	(1) 本项目专门面向小微企业采购, 不再执行价格评审优惠的扶持政策。 (2) 本国产品政策性扣除计算方法。 本项目无本国产品价格扣除。 (3) 满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价, 其价格分为满分。 (4) 价格分计算公式: 价格分=(评标基准价 / 投标报价) × 10分
2	技术部分 (56分)	项目总体实施方案 (12分)	一档 (4分): 提供项目总体实施方案, 且基本能满足采购需求; 二档 (8分): 满足一档的前提下, 方案中至少包含实施总体进度计划、实施人员组织架构、保障措施 (含安全保障措施, 包括不限于以下内容: 人身安全、网络安全、信息安全、意识形态、网络舆论等)、风险管理方案等内容, 且各项内容符合本项目采购需求, 内容描述较为完整但不够详尽, 无理解偏差, 能够满足项目实施基本要求的; 三档 (12分): 满足二档的前提下, 方案具有针对性, 优于本项目采购需求, 内容阐述详尽完整、无关键遗漏, 整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾, 能充分保障项目落地实施; 同时能结合项目特点进行合理延展与创新, 提供优化建议, 体现方案前瞻性与附加价值的。 注: 未提供方案的, 不得分。
		订场馆服务方案 (8分)	一档 (4分): 提供订场馆服务方案, 且基本能满足采购需求; 二档 (6分): 满足一档的前提下, 方案中至少包含栏目升级优化、信息采集、信息更新等内容, 且各项内容符合本项目采购需求, 内容描述较为完整但不够详尽, 无理解偏差, 能够满足项目实施基本要求的; 三档 (8分): 满足二档的前提下, 方案具有针对性, 优于本项目采购需求, 内容阐述详尽完整、无关键遗漏, 整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾, 能充分保障项目落地实施; 同时能结合项目特点进行合理延展与创新, 提供优化建议, 体现方案前瞻性与附加价值的。

			注：未提供方案的，不得分。
		“赶大集”专区建设方案（6分）	一档（2分）：提供“赶大集”专区建设方案，且基本能满足采购需求； 二档（4分）：满足一档的前提下，方案中至少包含线上文采会策划、信息采集与规范管理、专区功能优化升级、成果提交等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（6分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		运营服务方案（6分）	一档（2分）：提供运营服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（4分）：满足一档的前提下，方案中至少包含运营机制、运营服务内容、运营流程、运营服务分析（客户服务数据分析、资源使用数据分析并提供以往分析总结报告样例）等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（6分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		内容审核方案（9分）	一档（3分）：提供内容审核方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含审核机制、审核流程、意识形态审核等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于

			本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		平台对接 (9分)	一档（3分）：提供平台对接方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含对接流程、对接方式、对接标准、风险管理等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		客户服务 方案 (6分)	一档（2分）：提供客户服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（4分）：满足一档的前提下，方案中至少包含服务体系、客服中心设置、客户服务管理机制、服务人员和售后服务热线配备等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（6分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
3	商务部分（34分）	投标人综合实力（2分）	1. 投标人具有GB/T19001质量管理体系认证证书、GB/T45001职业健康安全管理体系认证证书, 每一项得1分，满分2分，不具备者不得分。 注：投标文件中提供在有效期内的证书原件彩色扫描件，内容应清晰，提供复印件的，须加盖投标人单位公章，方可计

			分。
	投标人技术能力（12分）		投标人具有类似平台或服务类软件著作权、文化活动管理类软件著作权、360漫游或VR拍摄缝合类软件著作权证书、360漫游或VR呈现类软件著作权证书、文化对接管理类软件著作权、文化地图管理类软件著作权等证书，每一项得2分，满分12分。 注：投标文件中提供相关证明原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不计分。
	团队综合能力（10分）		（1）项目经理（1人）：具有本科及以上学历且具有项目管理类资格证书（如信息系统项目管理师、PMP等同类资格证书），得1分； （2）审核负责人（1人）：具有硕士研究生及以上学历且具有国家认可的网络信息审核类证书（如网络信息审核师或同类证书）的，得3分； （3）审核人员：具有国家认可的网络信息审核类证书（如网络信息审核师或同类证书）的，每提供1人得1.5分，满分3分。 （4）平台运营技术团队成员：具有艺术设计类或计算机类或新闻采编与制作类专业，每提供1人得1分，满分3分。 注： ①提供相应的证明材料原件彩色扫描件，如：毕业证、学位证、相关证书等； ②人员在职在岗证明材料原件彩色扫描件（如：与投标人签订的劳动合同或投标人为其缴纳的投标截止之日前半年内投标人任意1个月社保证明）； ③投标文件中提供人员配备表，应至少包含人员姓名、职务（格式自拟）； ④上述人员不重复计分； ⑤上述证明材料提供复印件的，须加盖投标人单位公章，否则不计分。
	综合业绩（10分）		2023年1月1日起至本项目投标截止时间止（日期以签订合同日期为准）： （1）订场馆类似业绩：投标人承担过场馆活动信息采集发布类业绩，每提供1个得1分，最多得4分，不提供不得分。 （2）类似平台建设或升级类业绩：投标人承担过类似平台

			建设或升级类业绩，每提供1个得1分，最多得4分，不提供不得分。 （3）对接平台类业绩：投标人承担过类似平台对接业绩，每个得1分，满分2分。 （所提业绩不重复计分，投标文件中需提供合同首页、价格页、签字等关键页的清晰原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不计分）
总得分=1+2+3 备注：本项目为服务类项目，不涉及节能环保政策考核。			

(适用于分标3)

序号	评分项	评审因素	评标标准
1	价格分（满分10分）	投标报价（10分）	（1）本项目专门面向小微企业采购，不再执行价格评审优惠的扶持政策。 （2）本国产品政策性扣除计算方法。 本项目无本国产品价格扣除。 （3）满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。 （4）价格分计算公式： 价格分=(评标基准价 / 投标报价) × 10分
2	技术分（满分78分）	微纪录片策划与制作方案（21分）	一档（7分）：提供微纪录片策划与制作方案，内容包含基本的项目背景分析、总体制作思路，但内容较为粗略，可执行性一般。 二档（14分）：满足一档前提下，方案内容较完整，包含明确的选题立意、主题策划、拍摄对象类型（如基层群文工作者、非遗传承人等）、基本的传播推广策略；有“完整正片+新媒体拆分版”的双版本交付思路。 三档（21分）：满足二档前提下，方案具有针对性与创新性。选题立意深刻，能深度挖掘广西“来LIKE广西”品牌内涵与八桂文化特色；人物选择具有典型性和故事性；制作流程描述清晰、专业；传播策略具体、可操作，能有效提升IP影响力。同时能结合项目特点提出AI赋能等增值优化建议。 (注：未提供方案的，不得分。)
		存量资源优化提质方案（18分）	一档（6分）：提供存量资源优化方案，内容包含基本的资源梳理思路和技术处理方向，但方案简单，缺乏细节。 二档（12分）：满足一档前提下，方案内容较为完整，包含对资源进行筛选分类的方法、AI修复（画质/音质）的具体应用场景、格式转码与内容碎片化的基本操作流程，以及元数据规范的计划。 三档（18分）：满足二档前提下，方案专业翔实、逻辑清晰。能详细阐述针对不同问题（如老旧、噪点、音损等）的AI修复技术路线；内容碎片化策略能结合新媒体传播特点，具备知识化、主题化组织的思路；元数据规范方案完整、科学，能切实提升资源的检索效率和复用价值。方案体现出对存量资源进行“焕新”和“提质”的深度思考。

			(注：未提供方案的，不得分。)
		质量保障与审核机制方案（15分）	一档（5分）：提供质量保障与审核方案，包含基本的意识形态、技术质量审核要求，但内容简单，缺乏明确的流程和责任划分。 二档（10分）：满足一档前提下，方案建立了“意识形态、知识内容、技术质量、版权合规”的四重审核机制雏形，明确了各环节的主要审核要点，有设立专家审核机制的意向。 三档（15分）：满足二档前提下，方案对四重审核机制的描述详尽、权责清晰，具备强可操作性。特别是在意识形态把关和知识准确性（尤其是非遗、民俗等内容）方面，提出了具体的专家库建设、引用核查、交叉核验等有效措施。承诺提供全程版权保障，杜绝侵权风险。 (注：未提供方案的，不得分。)
		实施方案与进度计划（12分）	一档（4分）：提供了基本的项目实施计划和进度安排，但内容不详细，可行性一般。 二档（8分）：方案包含了详细的工作阶段划分（如策划、拍摄、后期、审核、交付等），有具体的进度计划表，时间节点安排基本合理。 三档（12分）：在满足二档基础上，方案对项目各阶段的资源投入、任务分解、关键节点控制、风险管理措施、人员安全保障等有清晰描述。进度计划科学、紧凑，能确保“2026年11月30日前”完成全部工作。
		拟投入团队配置（12分）	(1) 拟投入人员具有与项目内容相关专业（导演、编导、记者、广告、中文、设计、摄影类等）本科以上（含本科）学历的每人得1分，满分得4分。（投标文件中提供相关证明材料彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分） (2) 拟投入人员包含广西本地民族、文化领域的学术顾问（具有上述学术顾问的正式聘用文件），且符合以下条件得对应分值： ①具备高级职称：每人4分； ②具备中级职称：每人2分； ③具备初级职称：每人1分。 (本项满分8分，同一人员按最高职称计分，不重复累加；投标文件中提供相关证明材料彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分)

3	商务分（满分12分）	项目业绩（6分）	2023年1月1日起至本项目投标截止时间止投标人承担过文化、历史、人物、非遗等题材的纪录片或宣传片制作项目，每提供1个有效业绩得1分，满分6分。 注：投标人需提供合同关键页（至少包含首页、项目内容页、金额页、签字盖章页）复印件并加盖公章，还有项目视频截图。同一业绩不重复计分。
		投标人综合实力（6分）	2023年1月1日起至本项目投标截止时间止本项目拟投入人员（导演、编导）作为主创人员的纪录片作品，在以下平台播出的，按播出平台级别及项目数量累计计分，满分6分： ①在中央电视台（CCTV）任何频道（含CCTV-1至CCTV-17）播出的，每提供1个有效作品得4分； ②在省级卫视播出的，每提供1个有效作品得2分； ③在以下网络视频平台的纪录片频道（官方认证账号）正式上线的：爱奇艺、腾讯视频、优酷、B站（哔哩哔哩）、芒果TV，每提供1个有效作品得2分。 注：同一作品不重复计分（同时在不同平台播出只计一次，按最高分值计）；不同作品可累计，但本项总分不超过6分； 投标人须提供播出证明： 电视播出：提供电视台官方播出截图（含台标），同时提供可访问链接（网址或二维码）及片尾字幕截图（须清晰体现导演/编导姓名）； 网络平台播出：提供平台官方上线通知、后台截图或带有平台认证标识的页面截图，同时提供可访问链接（网址或二维码）及片尾字幕截图； 所有证明材料须加盖投标人公章，否则不得分。

(适用于分标4)

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格 (10分)	投标报价	(1) 本项目专门面向小微企业采购, 不再执行价格评审优惠的扶持政策。 (2) 本国产品政策性扣除计算方法。 本项目无本国产品价格扣除。 (3) 满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价, 其价格分为满分。 (4) 价格分计算公式: 价格分=(评标基准价 / 投标报价)×10分
2	技术部分 (58分)	项目实施方案 (10分)	一档 (4分): 提供建设实施方案, 且基本能满足采购需求; 二档 (7分): 满足一档的前提下, 方案中至少包含总体进度计划和具体实施方案、组织架构、保障措施 (含安全保障措施, 包括不限于以下内容: 人身安全、网络安全、信息安全、意识形态、网络舆论等)、验收方案等内容, 且各项内容符合本项目采购需求, 内容描述较为完整但不够详尽, 无理解偏差, 能够满足项目实施基本要求的; 三档 (10分): 满足二档的前提下, 方案具有针对性, 优于本项目采购需求, 内容阐述详尽完整、无关键遗漏, 整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾, 能充分保障项目落地实施; 同时能结合项目特点进行合理延展与创新, 提供优化建议, 体现方案前瞻性与附加价值的。 注: 未提供方案的, 不得分。
		基层直录播方案 (12分)	一档 (4分): 提供基层直播方案, 且基本能满足采购需求; 二档 (8分): 满足一档的前提下, 方案中至少包含基层直录播执行方案、基层文化和旅游直播推介方案、资源制作方案、宣传推广方案等内容, 且各项内容符合本项目采购需求, 内容描述较为完整但不够详尽, 无理解偏差, 能够满足项目实施基本要求的; 三档 (12分): 满足二档的前提下, 方案具有针对性, 优于本项目采购需求, 内容阐述详尽完整、无关键遗漏, 整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾, 能充分保障项目落地实施; 同时能结合项目特点进行合理延展与创新, 提

			供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		平台升级方案（9分）	一档（3分）：提供原平台相关模块的升级优化方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含广西数字文化馆平台优化、群文子站运营升级、全站数据整理、OA办公系统维护升级、平台内容审核检测、新媒体账号维护、专题活动运营、平台运营等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求。内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密，能充分保障项目在原平台基础上的平滑升级与高效运营；同时能结合现有平台数据与业务痛点进行合理延展与创新，提供深度的优化策略、前瞻性技术改进或增值服务，体现方案的高附加值与可持续发展能力的。 注：未提供方案的，不得分。
		运营服务方案（9分）	一档（3分）：提供运营服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含运营机制、运营服务内容、运营流程、运营服务分析（客户服务数据分析、资源使用数据分析并提供以往分析总结报告样例）等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		培训服务方案（9分）	一档（3分）：提供培训服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含培训计划和方式、培训流程和内容、师资保障、培训经验等内容

3			，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（7分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
		客户服务方案（9分）	一档（3分）：提供客户服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（6分）：满足一档的前提下，方案中至少包含服务体系、客服中心设置、客户服务管理机制、服务人员和售后服务热线配备等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（9分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值的。 注：未提供方案的，不得分。
	商务部分（32分）	投标人综合实力（4分） 投标人开发能力（6分）	投标人具有GB/T 19001质量管理体系认证证书、GB/T27922商品售后服务认证证书，GB/T37973数据安全管理体系认证证书，GB/T30146业务连续性管理体系认证证书，每一项得1分，满分4分，不具备者不得分。 注：投标文件中提供相关证明材料（如：在有效期内的证书原件彩色扫描件，内容清晰，提供复印件的，应加盖投标人单位公章，方可计分） 投标人具有数字服务平台类软件著作权、数字展示馆系统类软件著作权、大数据智能分析平台类软件著作权，数字化管理与应用平台类软件著作权，每一项得1.5分，满分6分，不具备者不得分。 注：投标文件中提供相关证明材料（如：在有效期内的证书原件彩色扫描件，内容清晰，提供复印件的，应加盖投

			标人单位公章，方可计分）
		团队综合能力（10分）	1、项目直播负责人具备三级及以上导演证的得2分。 2、项目摄像师具备三级及以上摄像师证书的每有1人得0.5分，满分2分。 3、项目团队其他服务人员包括但不限于编导、编辑、后期制作人员等，以上人员具备与工作内容匹配的高级（含副高级）职称的得1分、具备中级职称得0.5分，同一人拥有多职称的按最高职称计分，满分6分。 注： ①提供对应证书证明材料原件彩色扫描件； ②人员在职在岗证明材料原件彩色扫描件（如：与投标人签订的劳动合同或投标人为其缴纳的投标截止之日前半年内投标人任意1个月社保证明）； ③投标文件中提供人员配备表，应至少包含人员姓名、职务（格式自拟）； ④上述人员不重复计分； ⑤上述材料如提供复印件的，须加盖投标人单位公章，否则不计分。
		综合业绩（12分）	2023年1月1日起至本项目投标截止时间止（日期以签订合同日期为准）： （1）视频资源制作类：视频资源拍摄或后期制作业绩，每提供1个得1分，最多得5分，不提供不得分。提供签订的合同复印件，对应的播出证明或用户验收证明。 （2）培训类：提供培训相关业绩,每提供1个得1分，最多得3分，不提供不得分。 （3）直播类：提供类似活动直播项目相关业绩,每提供1个得1分，最多得4分，不提供不得分。 （所提业绩不重复计分，投标文件中需提供合同首页、价格页、签字等关键页的清晰原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不计分）
总得分=1+2+3			
备注：本项目为服务类项目，不涉及节能环保政策考核。			

(适用于分标5)

序号		评审因素	评标标准
1	价格分 (满分10分)	投标报价 (10分)	(1) 本项目专门面向小微企业采购，不再执行价格评审优惠的扶持政策。 (2) 本国产品政策性扣除计算方法。 本项目无本国产品价格扣除。 (3) 满足招标文件要求且投标报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。 (4) 价格分计算公式： $\text{价格分} = (\text{评标基准价} / \text{投标报价}) \times 10\text{分}$
2	技术分 (满分70分)	策划方案分 (满分15分)	一档(5分)：投标人提供完整的项目整体策划方案，方案内容包含项目背景分析、总体制作思路及传播推广策略，基本满足采购需求的。 二档(10分)：在满足一档的前提下，方案中至少包含“完整正片+新媒体拆分版”双版本交付方案、涵盖选题策划至配音配乐的全流程制作方案、包含意识形态及版权合规等的“四重审核”具体执行流程、全套资源元数据表格规范，以及适配国家公共文化云与主流新媒体矩阵的多端发布运营计划，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整无理解偏差，能够满足项目实施基本要求。 三档(15分)：在满足二档的前提下，方案具有极强的针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、整体逻辑严密；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，在针对“来LIKE广西”品牌的IP品牌化运营建议、AI辅助剧本创作与智能分发等AI全流程赋能深化应用、广西非遗民俗文化的专家审核资源库与深度挖掘呈现方案等方面，提供具有前瞻性与附加价值的优化建议。 注：未提供方案的，不得分。
		实施方案 (满分20分)	一档(10分)：供应商针对本项目活动，配备活动策划实施团队、有组织措施、有基本方案，工作实施方案仅满足采购文件的要求。 二档(15分)：供应商针对本项目活动，配备的活动策划实施团队，提供有具体的组织措施、保障措施、，活动执行方案内容满足项目要求，实施计划合理，能对资源规划整合且具备一定实施性，能满足招标文件的要求。

			三档（20分）：供应商针对本项目活动，配备的活动策划实施团队，有细化的活动进度计划流程；保障措施（含安全保障措施，包括但不限于以下内容：人身安全、网络安全、信息安全、意识形态、网络舆论等）；活动执行方案详细全面，内容清晰完整，对应的活动配套措施具有针对性，目标明确，项目整体安排、展示形式灵活多样；方案重点内容突出，具备整合资源规划的能力且方案具有落地实施性，能统筹活动当地对接各项服务，确保活动顺利进行，项目实施方案清晰全面，能充分保障本项目服务要求，充分宣传乡村振兴主题思想及各类形式文化。 注：未提供方案的，不得分。
		客户服务方案（满分10分）	一档（4分）：提供客户服务方案，且基本能满足采购需求； 二档（7分）：满足一档的前提下，方案中至少包含服务体系、客服中心设置、客户服务管理机制、服务人员和售后服务热线配备等内容，且各项内容符合本项目采购需求，内容描述较为完整但不够详尽，无理解偏差，能够满足项目实施基本要求的； 三档（10分）：满足二档的前提下，方案具有针对性，优于本项目采购需求，内容阐述详尽完整、无关键遗漏，整体逻辑严密、各项工作衔接顺畅无矛盾，能充分保障项目落地实施；同时能结合项目特点进行合理延展与创新，提供优化建议，体现方案前瞻性与附加价值。 注：未提供方案的，不得分。
		拟投入人员分（满分25分）	（1）拟投入团队主创人员均为公司在职人员的，得3分。【投标文件中提供人员在职在岗证明材料原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章。（如：与投标人签订的劳动合同或投标人为其缴纳的投标截止之日前半年内任意1个月社保证明），否则不得分】 （2）拟投入人员均具有与项目内容相关专业（传媒类、艺术类、影视类、动画类）本科以上（含本科）学历的一人得1分，满分得3分。（投标文件中提供相关证明材料彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分） （3）拟投入人员包含民族、文化、艺术领域的学术顾问（具有上述学术顾问的正式聘用文件），且符合以下条件得对应分值

			： ①具备高级职称：每人2分； ②具备中级职称：每人1分； ③具备初级职称：每人0.5分。 （本项满分4分，同一人员按最高职称计分，不重复累加；投标文件中提供相关证明材料彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分） （4）拟投入技术人员出具包含民用无人机驾驶员合格证、演出经纪人许可证、导演、编辑、摄影、录音、剪辑、多媒体制作等相关的国家职业资格证书，每一样证件得1分，满分5分。（投标文件中提供相关证明资料原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分） （5）拟投入人员2023年至今在市级以上政府部门或权威单位（如党委宣传部，广电局，广播电视台，影视家协会，网络视听协会，文旅厅）举办的影视类比赛获得奖项。每项2分，满分10分。（投标文件中提供相关证明资料原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分） 注：投标文件中提供拟投入人员的配置表（至少包含名字、职位、身份证号码）、拟投入人员的身份证扫描件、相关证书扫描件，相关奖项原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，证明材料不完整的不予评分。
3	商务部分（20分）	业绩（满分20分）	提供2023年1月1日起至本项目投标截止时间止投标人的同类项目业绩（旅游文化、边关文化、民俗文化、人物传记、群众文化等）。每提供一项得5分，满分20分。 注：投标人需提供合同关键页原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不予评分。
总得分=1+2+3 备注：本项目为服务类项目，不涉及节能环保政策考核。			

四、中标候选人推荐原则

1. 评标委员会根据原始评标记录和评标结果编写评标报告，并通过电子交易平台向采购人、采购代理机构提交。

2. 评标委员会将根据总得分由高到低排列次序并推荐中标候选人。得分相同的，以投标报价由低到高顺序排列。得分相同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。

3. 投标人可同时参与多个分标投标，也可能成为多个分标的中标候选人。

第五章 拟签订的合同文本

《采购合同》

采购计划号：_____ 合同编号：_____

采购人（甲方）：_____ 供应商（乙方）：_____

项目名称：_____ 项目编号：_____

签订地点：_____ 签订时间：_____

本合同为中小企业预留合同：_____。

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等法律、法规规定，按照招标文件规定条款和乙方投标文件及其承诺，甲乙双方签订本合同。

第一条 合同标的

1. 合同总金额：_____。
2. 服务内容一览表（详见附件中的响应报价表）
3. 合同总金额包含满足本项目服务所有运输、装卸、安装、售后服务、税金、利润及其他所有可能发生的一切费用。

第二条 质量保证

乙方所提供的服务及服务内容必须与投标文件承诺相一致，有国家强制性标准的，还必须符合国家强制性标准的规定，没有国家强制性标准但有其他强制性标准的，必须符合其他强制性标准的规定。

第三条 权利保证

1. 乙方应保证所提供服务在使用时不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权等知识产权及其他合法权利，且所有权、处分权等没有受到任何限制。
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者任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或者资料提供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。乙方的保密义务持续有效，不因本合同履行终止、解除或者无效而解除。

第四条 交付和验收

1. 服务期限：_____起至_____，服务地点：_____。
2. 乙方应按投标文件的承诺向甲方提供相应的服务，并提供所服务内容的相关技术资料。
3. 乙方提供不符合投标文件和本合同规定的服务成果，甲方有权拒绝接受。

4. 乙方完成服务后应及时书面通知甲方进行验收，甲方应在收到通知后五个工作日内进行验收，逾期不开始验收的，乙方可视同验收合格。验收合格后由甲乙双方签署验收单并加盖甲方公章，甲乙双方各执一份。

5. 甲乙双方应按照《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》、双方合同、投标文件验收。

6. 甲方在初步验收或者最终验收过程中如发现乙方提供的服务成果不满足投标文件及本合同规定的，可暂缓向乙方付款，直到乙方及时完善并提交相应的服务成果且经甲方验收合格后，方可办理付款。

7. 甲方验收时以书面形式提出异议的，乙方应自收到甲方书面异议后五个工作日内及时予以解决，否则甲方有权不出具服务验收合格单。

第五条 售后服务及培训

1. 乙方应按照国家有关法律法规和本合同所附的《售后服务承诺》要求为甲方提供相应的售后服务。

2. 甲方应提供必要测试条件（如场地、电源、水源等）。

3. 乙方负责甲方有关人员的培训。培训时间、地点：_____。

第六条 付款方式

第七条 履约保证金

本项目不收取履约保证金。

第八条 税费

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担，合同另有约定的除外。

第九条 违约责任

1. 除不可抗力原因外，乙方没有按照合同规定的时间提供服务的，甲方可要求乙方支付违约金。每推迟一天按合同总金额的3‰支付违约金，该违约金累计不超过合同总金额的10%。

2. 乙方提供的服务如侵犯了第三方合法权益而引发的任何纠纷或者诉讼，均由乙方负责交涉并承担全部责任。

3. 甲方延期付款的，每天向乙方偿付延期款额3‰滞纳金，但滞纳金累计不得超过延期款额5%。

第十条 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. 不可抗力事件延续一百二十天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

第十一条 合同争议解决

1. 因服务质量问题发生争议的，应邀请国家认可的质量检测机构进行鉴定。服务符合标准的，鉴定费由甲方承担；服务不符合标准的，鉴定费由乙方承担。

2. 因履行本合同引起的或者与本合同有关的争议，甲乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决，可向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

3. 诉讼期间，本合同继续履行。

第十二条 合同生效及其他

1. 合同经双方法定代表人或者授权代表签字并加盖单位公章后生效（委托代理人签字的需后附法定代表人授权委托书，格式自拟）。

2. 合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或者补充的，须经财政部门审批，并签订书面补充协议报财政部门备案，方可作为主合同不可分割的一部分。

3. 本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行。

第十三条 合同的变更、终止与转让

1. 除《中华人民共和国政府采购法》第五十条规定的情形外，本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或者终止。

2. 乙方不得擅自转让其应履行的合同义务。

第十四条 签订本合同依据

1. 中标通知书；

2. 开标一览表；

3. 投标函；

4. 商务条款偏离表和服务需求偏离表；

5. 售后服务方案；

6. 其他合同文件。

7. 上述合同文件互相补充和解释。如果合同文件之间存在矛盾或者不一致之处，以上述文件的排列顺序在先者为准。

第十五条 本合同一式四份，具有同等法律效力，财政部门（政府采购监管部门）、采购代理机构各一份，甲乙双方各一份（可根据需要另增加）。

本合同甲乙双方签字盖章后生效，自签订之日起七个工作日内，甲方应当将合同副本报同级财政部门备案。

本合同自签订之日起2个工作日内，甲方应当将采购合同在广西壮族自治区财政厅指定的媒体上公告。

第六章 投标文件格式

一、报价文件格式

1. 报价文件封面格式：

电子投标文件

报价文件

项目名称：

项目编号：

所投分标：

投标人名称：

投标人地址：

年 月 日

2. 报价文件目录

根据招标文件规定及投标人提供的材料自行编写目录。

3. 投标函格式:

投 标 函

致: 采购人名称:

根据贵方 项目名称 (项目编号: _____) 的招标文件, 签字代表 _____ (姓名) _____ 经正式授权并代表投标人 _____ (投标人名称) 提交投标文件。

据此函, 我方宣布同意如下:

1. 我方已详细审查全部“招标文件”, 包括修改文件 (如有的话) 以及全部参考资料和有关附件, 已经了解我方对于招标文件、采购过程、采购结果有依法进行询问、质疑、投诉的权利及相关渠道和要求。

2. 我方在投标之前已经完全理解并接受招标文件各项规定和要求, 对招标文件的合理性、合法性不再有异议。

3. 本投标有效期自投标截止之日起 _____ 日。

4. 如中标, 本投标文件至本项目合同履行完毕止均保持有效, 我方将按“招标文件”及政府采购法律、法规的规定履行合同责任和义务。

5. 我方同意按照贵方要求提供与投标有关的一切数据或者资料。

6. 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。

7. 以上事项如有虚假或者隐瞒, 我方愿意承担一切后果, 并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。

8. 根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第五十条要求对政府采购合同进行公告, 但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。我方就对本次投标文件进行注明如下: (两项内容中必须选择一项)

☐ 我方本次投标文件内容中未涉及商业秘密;

☐ 我方本次投标文件涉及商业秘密的内容有: _____;

9. 与本项目有关的一切正式往来信函请寄:

地址: _____ 邮编: _____

联系人电话: _____ 传真: _____ 电子邮箱: _____

投标人名称: _____

开户银行: _____ 银行账号: _____

法定代表人或者委托代理人 (签字或者电子签名): _____

投标人名称 (电子签章): _____

日期: _____ 年 _____ 月 _____ 日

4. 开标一览表（服务类格式）

开标一览表

项目名称：_____

项目编号：_____

投标人名称：_____

所投分标：_____

序号	标的名称	数量	单位	投标总报价（元）	备注
1					

注：

1. 投标人的开标一览表必须加盖投标人电子签章并由法定代表人或者委托代理人签字或者电子签名，否则其投标作无效标处理。
2. 报价一经涂改，应在涂改处加盖投标人公章或者加盖电子签章或者由法定代表人或者委托代理人签字（或者电子签名），否则其投标作无效标处理。
3. 如有多分标，按分标分别提供开标一览表。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_

投标人名称（电子签章）：

日期： 年 月 日

二、资格证明文件格式

1. 资格证明文件封面格式：

电子投标文件

资格证明文件

项目名称：

项目编号：

所投分标：

投标人名称：

年 月 日

2. 资格证明文件目录

根据招标文件规定及投标人提供的材料自行编写目录。

3. 投标人直接控股股东信息表

投标人直接控股股东信息表

序号	直接控股股东名称	出资比例(%)	身份证号码或者统一社会信用代码	备注
1				
2				
3				
.....				

注：

1. 直接控股股东：是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股份总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。
2. 本表所指的控股关系仅限于直接控股关系，不包括间接的控股关系。公司实际控制人与公司之间的关系不属于本表所指的直接控股关系。
3. 供应商不存在直接控股股东的，则在“**直接控股股东名称**”中填“无”。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：

投标人名称（电子签章）：

日期： 年 月 日

4. 投标人直接管理关系信息表

投标人直接管理关系信息表

序号	直接管理关系单位名称	统一社会信用代码	备注
1			
2			
3			
.....			

注：

- 1. 管理关系：是指不具有出资持股关系的其他单位之间存在的管理与被管理关系，如一些上下级关系的事业单位和团体组织。
- 2. 本表所指的管理关系仅限于直接管理关系，不包括间接的管理关系。
- 3. 供应商不存在直接管理关系的，则在“直接管理关系单位名称”中填“无”。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：

投标人名称（电子签章）：

日期： 年 月 日

5. 投标声明

投标声明

（采购人名称）：

我方参加贵单位组织_____项目（项目编号：_____）的政府采购活动。我方在此郑重声明：

1. 我方参加本项目的政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录（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），未被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单，完全符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的供应商资格条件，我方对此声明负全部法律责任。

2. 我方不是为本次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。

3. 我方承诺符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定：

- （一）具有独立承担民事责任的能力；
- （二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （五）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；
- （六）法律、行政法规规定的其他条件。

4. 以上事项如有虚假或者隐瞒，我方愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。

特此承诺。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：_____

年 月 日

注：如为联合体投标，盖章处须加盖联合体牵头人电子签章并由联合体牵头人法定代表人分别签字或者盖章或者电子签名，否则投标无效。

6. 中小企业声明函格式

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承接企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承接企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（电子签章）：

日 期：

注：享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随中标结果公开中标供应商的《中小企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

7. 残疾人福利性单位声明函格式

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。

单位名称（电子签章）：

日 期：

注：请根据自己的真实情况出具《残疾人福利性单位声明函》。依法享受中小企业优惠政策的，采购人或者采购代理机构在公告中标结果时，同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

8. 联合投标协议书格式

联合体协议书

____（所有成员单位名称）自愿组成____（联合体名称）联合体，共同参加____（项目名称）采购招标项目投标。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1. ____（某成员单位名称）为____（联合体名称）牵头人。

2. 联合体各成员授权牵头人代表联合体参加投标活动，签署文件及对文件的盖章，提交和接收相关的资料、信息及指示，进行合同谈判活动，负责合同实施阶段的组织和协调工作，以及处理与本招标项目有关的一切事宜。

3. 联合体牵头人在本项目中签署和盖章的一切文件和处理的一切事宜，联合体各成员均予以承认。联合体各成员将严格按照招标文件、投标文件和合同的要求全面履行义务，并向招标人承担连带责任。

4. 联合体各成员单位内部的职责分工如下：

_____。

联合体各成员单位合同金额比例分配如下：

_____。

5. 本协议书自所有成员单位法定代表人或者其委托代理人签字（或者电子签名）或者盖公章之日起生效，合同履行完毕后自动失效。

6. 本协议书一式____份，联合体成员和招标人各执一份。

注：本协议书应附法定代表人身份证明；有委托代理的，应附授权委托书（格式自拟）。

联合体牵头人名称（电子签章）：

法定代表人或者其委托代理人：____（签字或者电子签名）

联合体成员名称（盖公章或者电子签章）：

法定代表人或者其委托代理人：____（签字或者电子签名）

.....

年 月 日

三、商务及技术文件格式

1. 商务及技术文件封面格式：

电子投标文件

商务及技术文件

项目名称：

项目编号：

所投分标：

投标人名称：

投标人地址：

年 月 日

2. 商务及技术文件目录

根据招标文件规定及投标人提供的材料自行编写目录。

3. 投标人参加本项目无围标串标行为的承诺

投标人参加本项目无围标串标行为的承诺函

一、我方承诺无下列相互串通投标的情形：

1. 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；或不同投标人报名的 IP 地址一致的；
2. 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
3. 不同的投标人的投标文件载明的项目管理员为同一个人；
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；
6. 不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人账户转出。

二、我方承诺无下列恶意串通的情形：

1. 投标人直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他投标人的相关信息并修改其投标文件或者响应文件；
2. 投标人按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改投标文件或者响应文件；
3. 投标人之间协商报价、技术方案等投标文件或者响应文件的实质性内容；
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参加政府采购活动；
5. 投标人之间事先约定一致抬高或者压低投标报价，或者在招标项目中事先约定轮流以高价位或者低价位中标，或者事先约定由某一特定投标人中标，然后再参加投标；
6. 投标人之间商定部分投标人放弃参加政府采购活动或者放弃中标；
7. 投标人与采购人或者采购代理机构之间、投标人相互之间，为谋求特定投标人中标或者排斥其他投标人的其他串通行为。

以上情形一经核查属实，我方愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）

_____年____月____日

4. 法定代表人身份证明

法定代表人身份证明

投 标 人：_____

地 址：_____

姓 名：_____性 别：_____

年 龄：_____职 务：_____

身份证号码：_____

系_____（投标人名称）_____的法定代表人。

特此证明。

附件：法定代表人有效身份证正反面复印件

投标人名称（电子签章）

_____年_____月_____日

注： 自然人投标的无需提供

5. 授权委托书格式

授权委托书

(非联合体投标格式)

(如有委托时)

致：采购人名称：

我_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现授权委托_____（姓名）以我方的名义参加_____项目的投标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的所有采购程序和环节的具体事务和签署相关文件。

我方对委托代理人的签字或者电子签名事项负全部责任。

本授权书自签署之日起生效，在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。
委托代理人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。

委托代理人无转委托权，特此委托。

附：法定代表人身份证明及委托代理人有效身份证正反面复印件

委托代理人（签字或者电子签名）：_____

委托代理人身份证号码：_____

法定代表人（签字或者盖章或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：

年 月 日

注：1. 法定代表人必须在授权委托书上签字或者盖章或者电子签名，委托代理人必须在授权委托书上签字或者电子签名，**否则按无效投标处理；**

2. 法人、其他组织投标时“我方”是指“我单位”，自然人投标时“我方”是指“本人”。

授权委托书

(联合体投标格式)

(如有委托时)

致：采购人名称：

根据 （牵头人名称） 与 （联合体其他成员名称） 签订的《联合体投标协议书》的内容，（牵头人名称） 的法定代表人 （姓名） 现授权委托 （姓名） 以我方的名义参加 项目的投标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的所有采购程序和环节的具体事务和签署相关文件。

我方对委托代理人的签字或者电子签名事项负全部责任。

本授权书自签署之日起生效，在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。委托代理人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。

委托代理人无转委托权，特此委托。

附：牵头人法定代表人身份证明及委托代理人有效身份证正反面复印件

牵头人法定代表人（签字或者盖章或者电子签名）：

牵头人（电子签章）：

日期： 年 月 日

被授权人（签字或者电子签名）：

日期： 年 月 日

注：1. 法定代表人必须在授权委托书上签字或者盖章或者电子签名，委托代理人必须在授权委托书上签字或者电子签名，否则按无效投标处理；

2. 法人、其他组织投标时“我方”是指“我单位”，自然人投标时“我方”是指“本人”。

6. 商务要求偏离表格式

所投分标：_____分标

项目	招标文件商务要求	投标人的承诺	偏离说明
服务期限和地点			
合同签订时间			
付款条件			
投标报价			
服务要求			

注：

1. 说明：应对照招标文件“第二章 采购需求”中的商务要求逐条作明确的投标响应，并作出偏离说明。
2. 投标人应根据自身的承诺，对照招标文件要求在“偏离说明”中注明“正偏离”“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：_____

日期：_____

7. 投标人业绩证明材料

投标人业绩情况一览表格式：

采购人名称	项目名称	合同金额 (万元)	采购人联系人及 联系电话

注：投标人根据评标标准具体要求附业绩证明材料。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：_____

年 月 日

9. 技术要求偏离表格式

技术要求偏离表

所投分标：__分标

项号	标的名称	技术要求及需求	投标响应	偏离说明

注：

- 1. 说明：应对照招标文件“第二章 采购需求”中的技术要求及需求逐条作明确的投标响应，并作出偏离说明。
- 2. 投标人应根据自身的承诺，对照招标文件要求，在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：_____

日 期：_____

10. 项目实施人员一览表格式

项目实施人员一览表

所投分标：___分标

姓名	职务	专业	专业技术 资格（职 称）或者 职业资格 或者执业 资格证或 者其他证 书	证书编号	备注

注：

1. 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制表填写。

2. 投标人应当附本表所列证书的复印件并加盖投标人电子签章。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：_____

投标人名称（电子签章）：_____

日 期：_____

四、其他文书、文件格式

1. 质疑函（格式）

质疑函（格式）

一、质疑供应商基本信息：

质疑供应商：_____

地址：_____ 邮编：_____

联系人：_____ 联系电话：_____

授权代表：_____

联系电话：_____

地址：_____ 邮编：_____

二、质疑项目基本情况：

质疑项目的名称：_____

质疑项目的编号：_____

采购人名称：_____

质疑事项：

☐ 招标文件 招标文件获取日期：_____

☐ 招标过程

☐ 招标结果

三、质疑事项具体内容

质疑事项1：_____

事实依据：_____

法律依据：_____

质疑事项2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求：

请求：_____

签字（签章）：

公章：

日期：

说明：

1. 供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应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。
3. 质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。
4. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。
5. 质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

2. 投诉书（格式）

投诉书（格式）

一、投诉相关主体基本情况：

投标人：_____

地址：_____ 邮编：_____

法定代表人/主要负责人：_____

联系电话：_____

授权代表：_____ 联系电话：_____

地址：_____

邮编：_____

被投诉人1：

地址：_____

邮编：_____

联系人：_____ 联系电话：_____

被投诉人2：

.....

相关供应商：_____

地址：_____ 邮编：_____

联系人：_____ 联系电话：_____

二、投诉项目基本情况：

招标项目的名称：_____

招标项目的编号：_____

采购人名称：_____

代理机构名称：_____

招标文件公告：是/否公告期限：_____

中标结果公告：是/否公告期限：_____

三、质疑基本情况

投诉人于__年__月__日，向_____提出质疑，质疑事项为：

采购人/代理机构于____年__月__日，就质疑事项作出了答复/没有在法定期限内作出答复。

四、投诉事项具体内容

投诉事项1: _____

事实依据: _____

法律依据: _____

投诉事项2

.....

五、与投诉事项相关的投诉请求:

请求: _____

签字（签章）:

公章:

日期:

说明:

1. 投诉人提起投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉人和与投诉事项有关的供应商数量提供投诉书副本。

2. 投诉人若委托代理人进行投诉的，投诉书应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由投诉人签署的授权委托书。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。

3. 投诉书应简要列明质疑事项，质疑函、质疑答复等作为附件材料提供。

4. 投诉书的投诉事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。

5. 投诉书的投诉请求应与投诉事项相关。

6. 投诉人为法人或者其他组织的，投诉书应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。