

广西嘉达工程咨询管理有限公司

招 标 文 件

项目名称：2025 年公共文化云建设采购项目

项目编号：GXZC2025-G3-001340-GXJD

采 购 人：广西壮族自治区群众艺术馆

采购代理机构：广西嘉达工程咨询管理有限公司

[GXJD-2025 (ZB)-027]

2025 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	56
第四章 评标方法及评标标准	81
第五章 拟签订的合同文本	111
第六章 投标文件格式	116

第一章 招标公告

项目概况
2025 年公共文化云建设采购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 2025 年 6 月 26 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：GXZC2025-G3-001340-GXJD；

政府采购计划编号：广西政采〔2025〕8327 号、广西政采〔2025〕-001、广西政采〔2025〕-002、广西政采〔2025〕-003、广西政采〔2025〕-004、广西政采〔2025〕-005、广西政采〔2025〕8327 号-006；

项目名称：2025 年公共文化云建设采购项目

预算金额：1 分标：75.00 万元；2 分标：60.00 万元；3 分标：50.00 万元；4 分标：60.00 万元；5 分标：42.3240 万元；6 分标：252.89 万元。

最高限价：1 分标：75.00 万元；2 分标：60.00 万元；3 分标：50.00 万元；4 分标：60.00 万元；5 分标：42.32 万元；6 分标：252.89 万元。

采购需求：

分 标	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”建设	15 场	一、建设内容 以学习宣传贯彻党的二十大精神为主题的群众文化活动，活动包括“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；类型包括区、市、县级演出、赛事、优质展览讲解带看、文旅融合综艺活动等集中展示广西群众文化的活动。2025 年全年计划开展直录播活动 15 场，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（形成活动视频、图文等数字资源不少于 1.5T）。 具体需求详见采购需求……

2	全民艺术普及资源总库建设	1 项	一、建设内容 按照统一的建设标准和总目录，建设全民艺术普及资源总库，围绕全区具有本地特色的群众文化活动、群众文艺创作、传统文化、文旅融合、乡村振兴等文旅公共服务主题，结合 2025 广西旅游年活动，以“康养+文旅”作为本年度全民艺术普及数字资源库的主要建设方向开展第三季“八桂山水皆有情”2025 年度数字资源建设，以适于主流新媒体传播的公益宣传短视频资源内容的创作以及相关文化活动的拍摄，打造“艺术体验+生态康养+文化研学”的创新模式，培育“广西康养艺术之旅”品牌，提升区域文化辨识度和吸引力。增强各族群众对中华民族共同体的文化认同，铸牢中华民族共同体意识。 具体需求详见采购需求……
3	“赶大集”专题建设	1 项	赶大集（文创）部分 在广西数字文化馆平台“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个，在店铺内加载各类文创产品。支持各级文化馆、各类文化机构及个人根据自身文化资源的特点，发布相关文创产品，主要包括依托数字资源和实体馆藏开发的文创产品；利用非物质文化遗产资源开发的文创产品；艺术普及的文创产品。 具体需求详见采购需求……
4	全民艺术普及课程制作	1 项	一、项目背景 项目将围绕广西全民艺术普及主题，拍摄具有广西地方特色的艺术精品课程，提高广西群众艺术馆公共文化数字内容的供给能力，提升广西群众艺术馆公共文化服务数字化水平，真正地让广大群众以通俗易懂的方式了解艺术、走近艺术，增强人民群众文化参与感、获得感、幸福感。 具体需求详见采购需求……
5	“订场馆”建设	1 项	基于广西数字文化馆平台“订场馆”板块，采集广西壮族自治区内所有市、县（33 个脱贫县除外，详见附件）乡镇综合文化站等场馆的场馆信息，包括场馆名称、场馆简介、开放时间、联系电话、场馆地址、场馆图片、场馆宣传视频、可预约时间、缩略图、交通指引、该场馆可提供的服务、场馆设施情况（如展览展厅、舞蹈室、绘画室、讲座、培训等活动室或展厅位置、规模、布局、设施设备

			等详细的描述），全年总计不少于 3527 条，并通过广西数字文化馆平台进行发布，同时将所采集的场馆及其服务活动信息同步国家公共文化云平台，针对“订场馆”板块进行定制化优化升级，以用户需求为导向，提升用户整体使用体验，提升广西各文化场馆使用覆盖面。 具体需求详见采购需求……
6	基层全民艺术普及服务提质增效建设	1 项	为广西 33 个脱贫县文化馆基层智能服务端，包括 PC、H5、小程序提供持续运营服务。2025 年度计划开展直播活动 66 场，面向全区基层文化工作者开展线上线下培训 3 期，其中线上 2 期，线下 1 期。并针对广西数字文化馆平台进行功能升级及开展系统日常运维以及平台优化升级。 具体需求详见采购需求……

合同履行期限： 详见采购需求商务条款

本项目不接受联合体投标。

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：本项目为专门面向小微企业采购的项目，供应商应为小微企业、监狱企业、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：2025 年 6 月 5 日至 2025 年 6 月 12 日，每天上午 0:00 至 12:00，下午 12:00 至 23:59（北京时间）

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，潜在供应商需使用账号登录或者使用 CA 登录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（或在“广西政府采购云平台电子投标客户端-获取采购文件”跳转到广西政府采购云平台系统获取）。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

2025 年 6 月 26 日 9 时 30 分（北京时间）

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

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

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. 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，投标人应先安装“广西政府采购云平台电子投标客户端”（请自行前往广西政府采购云平台进行下载），并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“jmbs”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，请致电广西政府采购云平台客服热线：95763）。

（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

联系方式：郭雷,0771-5603070

2. 采购代理机构信息

名称：广西嘉达工程咨询管理有限公司

地址：南宁市民族大道 159 号凤岭新新家园 A 区 2 栋 8 层

联系方式：0771-5389203

3. 项目联系方式

项目联系人：凌智华、岑小香

电话：0771-5389203

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。

（1）本项目凡标注“▲”的条款或要求不响应或不满足的，投标文件即作无效处理。

（2）“技术要求及需求”中除已列明“如有请提供”外，其余未标注“▲”号的项目条款或技术要求及需求有负偏离（或未作响应）达2项（含）数以上的按投标无效处理。

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. 所属行业依照《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）及《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）的有关规定执行。

6. 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，有可能影响其服务或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。

7. 本项目采购需求表中要求提供的证明文件材料或承诺书，请在《技术要求偏离表》或《商务要求偏离表》中应答时，注明相关文件材料或承诺书放置的页码。

1分标 采购预算：75.00 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求
1	“看直播”建设	15 场	其他未列明行业	一、建设内容 以学习宣传贯彻党的二十大精神为主题的群众文化活动，活动包括“大地欢歌”全国乡村文化活动的年、“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；类型包括区、市、县级演出、赛事、优质展览讲解带看、文旅融合综艺活动等集中展示广西群众文化的活动。2025 年全年计划开展直播活动 15 场，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（形成活动视频、图文等数字资源不少于 1.5T）。 二、执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。 1. 《中华人民共和国公共文化服务保障法》 2. 《“十四五”公共文化服务体系建设规划》 3. 《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》 4. 《文化和旅游部公共服务司 财务司关于做好 2025 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》 5. 《广西壮族自治区文化和旅游厅办公室关于印发 2025 年智慧图书馆体系建设项目和公共文化云建设项目实施方案的通知》 三、项目结构 （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 直播活动开始前，需提前做好直播活动申请审批，在国家公共文化云平台进行同步直播场次，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. 预热宣传 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。每场直播活动剪辑一个 1~2
--	--	--	---

			分钟的宣传短片并配上活动内容的相应简介。 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。 （二）直播中 直录播团队需提前赴活动现场勘景踩点，进行设备调试、预演拍摄、幕后采访等直录播前期工作，并于活动举办当日进行正式拍摄。 1. 现场推广 每场直录播活动需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线下互动活动。 2. 活动采访 每场直录播活动邀请相关人员进行现场采访，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，采访专区配置1台摄像机对采访现场进行录制，并采用指向性收音话筒收录采访声音，确保声音质量。 3. 现场拍摄 （1）直播机位 每场直录播活动配置4高清摄像机机位（其中固定高清机位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，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，固定机位摄像3名，摇臂摄像1名，无人机操作1名，活动运营人员1名。 （2）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，并以最快的速度解决问题，确保高质量完成直播活动。 ①网络保障 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推流服务 直播流需采用多种格式（如 rtmp、flv、hls）等，支持 1 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。 4. 监播服务 直录播团队运营人员和内容审核人员（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，同时建立应急处理机制，确保直录播安全。 （1）直播延时播出措施 为确保直播能够顺利开展，异常情况能够得到有效解决，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）活动冷场应急措施 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 直录播所需设备需在开播前运抵活动现场，并提前安装、调试。在直录播活动前，完成所有布置，保证直录播正常进行。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。 （三）直播后 1. 后期宣传 直播结束后，编辑活动相关精彩活动回顾推文，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，制作支持移动端和新媒体传播的视频成品。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 小时内需提供直播回看，方便用户进行回顾，保持直播热度。 直播成片需进行整体包装，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。 （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作。 （5）花絮制作 花絮制作需包含但不限于幕后动态、演员彩排、场景搭建等。
--	--	--	---

				(四) 直播总结 1. 数据统计 直播活动结束后，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 项目所有涉及视频、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，拍摄的数字资源均上传至平台长期展播。
▲一、商务要求				
签订合同期		自中标通知书发出之日起 25 日内。		
合同履行期限和地点		服务期限：2025 年 11 月 30 日前全部完成本项目所有工作。 服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点		
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。		
投标报价要求		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）。
服务及其他要求	(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。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。 (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) 对于发现的直播相关设备自身功能问题，中标人须免费提供技术支持、及时给予圆满解决；
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。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。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，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以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。
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	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
(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）进口产品及核心产品说明
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。
（四）其他要求
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供直播实施方案、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、客户服务方案等。 2. 如有，请提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。 3. 项目服务方案由投标人根据自身能力提供方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。

2 分标 采购预算：60.00 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求
1	全民艺术普及数字资源库建设	1 项	其他未列明行业	一、建设内容 按照统一的建设标准和总目录，建设全民艺术普及资源总库，围绕全区具有本地特色的群众文化活动、群众文艺创作、传统文化、文旅融合、乡村振兴等文旅公共服务主题，结合 2025 广西旅游年活动，以“康养+文旅”作为本年度全民艺术普及数字资源库的主要建设方向开展第三季“八桂山水皆有情”2025 年度数字资源建设，以适于主流新媒体传播的公益宣传短视频资源内容的创作以及相关文化活动的拍摄，打造“艺术体验+生态康养+文化研学”的创新模式，培育“广西康养艺术之旅”品牌，提升区域文化辨识度和吸引力。增强各族群众对中华民族共同体的文化认同，铸牢中华民族共同体意识。 二、执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。 1. 《中华人民共和国公共文化服务保障法》 2. 《“十四五”公共文化服务体系建设规划》 3. 《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》 4. 《文化和旅游部公共服务司 财务司关于做好 2025 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》 5. 《广西壮族自治区文化和旅游厅办公室关于印发 2025 年智慧图书馆体系建设项目和公共文化云建设项目实施方案的通知》 三、项目结构 （一）正片和包含片头、片尾的素材，整体时长不少于 30 个小时，其中正片和素材比 1:18，包含片头、片尾 （二）正片主体部分单片的时长 3~5 分钟，正片数量要求 15~20 个。 （三）为了便于在主流新媒体网络平台进行传播，除正片主体外，制作 30 秒~1 分钟内的精剪宣传片。

			四、项目定位 本项目旨在通过短视频内容的形式，从群众文化的视角出发，以生动有趣的制作方式，结合人文纪实的手法，建设以“康养文化探秘体验”与“文旅产业数字化升级”为核心的双驱共振，让更多人认识 and 了解广西文化底蕴。总体选题符合政治导向，无历史争议，根植群众、来源群众，为群众所喜闻乐见的，是立足于广西多民族共同生活、祖国南疆等区位特点，反映广西区位特色。 五、制作要求 （一）主题确定 1. 以原创视频拍摄为主，内容主题包括但不限于美食、美景、旅游、人文历史、科学康养，民俗、中医药等，内容积极向上，不得抄袭，符合法律法规。 2. 客观性、真实性。明确以广西群众文化视角打造有故事，有内涵，有温度的本土 IP。发掘广西“文旅+康养”独特性、多元性的深层内涵以及日常的表达，以真实鲜活群众人物故事切片式地呈现康养文化、文旅融合。 3. 知识性、实用性。围绕党委、政府中心工作，又贴近群众，贴近生活，面向网络主流受众，回应热点，普及知识，传播技艺，启发观众。 4. 趣味性。选题切入点和表现手法新颖别致，符合主流线上平台传播规律，能够激发观众兴趣，产生共鸣。 5. 选题和制作风格具有较强的创新性、突破性。以点带面，从群众文化的视角立体地勾勒出一幅八桂文旅新图景，突出广西生态康养与长寿文化的深度融合，彰显中华民族文化的丰富多样性，促进文化自信的提升。 6. 严格落实本项目执行过程中各个环节及内容资源制作的意识形态把关。 （二）展现形式 深度分析短视频流量密码，制作有内容、有创意、有思想、有情怀、有记忆点的，3 到 5 分钟系列短视频。向经典 IP 借力，利用 AIGC 等新技术制作，构建记忆锚点，短时间内传递有深度的内容，让观众看完后还想再
--	--	--	--

			看，引发思考。 六、实施要求 为保质保量完成本项目，须统筹安排好各项工作，包括：前期调研、洽谈拍摄事项、撰写拍摄方案及脚本、合理安排拍摄流程和后期制作流程等。 要求先对每一集的内容进行初步规划，明确调研方向；联系相关文旅部门和宣传部门进行调研和采访，深入获取相关文化艺术的情况，争取得到相关部门的支持与帮助；洽谈落实好相关拍摄景区和场地；确定拍摄采访对象，安排好拍摄时间、地点、内容；整理出文案，为后期制作打好基础；进行后期制作，包括配音、剪辑、特效、片头、片尾、标题、字幕等。 （一）前期（策划） 1. 组建项目团队，按照每一集的内容，组建相对应的专家学术顾问组召开会议，研讨项目概况。 2. 撰稿人员搜集资料并撰写材料综述、拍摄脚本，包括影视、图文等，召开研讨会，针对欠缺材料进行搜集工作，形成拍摄脚本后由相关专家审核签字。 3. 协调、沟通相关资源和当地政府等相关部门的支持，安排撰稿人员针对性地采访、摸排情况，撰写相关采访内容。 4. 导演、摄制组代表一同前往，了解拍摄情况。 5. 召开第二轮研讨会，确定台本方向、拍摄思路、拍摄工期安排等。 （二）中期（拍摄） 1. 在计划周期内，根据分镜头脚本，分别对每集涉及相关人物、内容进行拍摄。 成果：每集不少于 100 分钟的可用音视频素材。 （三）后期（剪辑合成） 1. 对素材内容进行剪辑，去除冗余内容，按照视频分镜头脚本进行文化视频素材的剪辑、合成，形成视频白片。 成果：视频白片 2. 根据拍摄的文字脚本，请专业播音员配音，并与视频进行合成；将访谈录音转化为文本并进行初校、二
--	--	--	--

			校和三校；将定稿文本翻译成英文并进行初校、二校和三校；将采访字幕内容加到视频白片，形成完整的视频初片。 成果：视频初片 3. 项目组负责组织相关专家对视频进行终审，对片子的结构、素材、字幕及内容资源制作的意识形态审核把关并提出终审意见，根据终审意见进行修改。 成果：视频定稿 4. 片头、片尾制作、版权页制作、推广语撰写、片花制作等，视频每集添加版权单位 logo，片头不少于 10 秒，片尾不少于 10 秒。 成果：完整视频第二稿 5. 召开专家评审会，就总体完成情况、项目质量进行评审，给出专家评审意见和修改意见。 成果：专家评审意见表 6. 根据结项前专家评审会修改意见进行修改。 成果：完整视频第三稿 7. 提交至上级部门审核，并根据意见进行修改，形成最终定稿。 成果：完整视频最终定稿 8. 协助采购方进行媒体宣发，联合驻桂中央媒体、广西本地媒体、外宣媒体进行报道。 成果：报道链接数量和数据统计。 七、设备要求 根据本项目的情况，需要配备满足项目质量要求的摄像机、无线话筒、全画幅专业数码相机、无人机航拍器、视频剪辑工作站、图片处理工作站、补光灯等外围设备以及剪辑、调色软件 davinci resolve 及其他相关软件若干。上述摄像设备、无人机航拍设备均能满足高清及以上的格式拍摄。 八、项目团队要求 <table><tr><td>项目总负责人</td><td>1 人</td></tr><tr><td>导演</td><td>1 人</td></tr><tr><td>摄影师</td><td>2 人</td></tr><tr><td>民族文化顾问</td><td>2 人</td></tr></table>	项目总负责人	1 人	导演	1 人	摄影师	2 人	民族文化顾问	2 人
项目总负责人	1 人										
导演	1 人										
摄影师	2 人										
民族文化顾问	2 人										

				<table><tr><td>文案</td><td>1 人</td></tr><tr><td>灯光师</td><td>1 人</td></tr><tr><td>剪辑师（特效包装）</td><td>1 人</td></tr><tr><td>配音</td><td>1 人</td></tr></table> 九、质量标准 短视频在内容选取及立意上符合社会主义核心价值观的要求，以弘扬优秀民族传统文化为根本。通过拍摄短片，用镜头为广大观众系统展示专属于广西独特的康养+文旅资源，体验独特的康养文化之旅，提升公共文化服务品质。 项目视频资源符合《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》格式规范。 （一）视频参数： 单个视频大小：200MB≤视频大小≤5GB； 成片编码：H264； 输出格式：MP4； 码率：不小于 2048Kbps； 码率控制：CBR； 档次/级别：High profile/Level 4.0； 分辨率：素材 4096*2160（4k）；成片 1920*1080（1080P 或以上）； 帧率：25fps； 宽高比：16:9； （二）音频参数： 音频格式：AAC； 音频质量：高等质量； 音频编码码率：128Kbps； 音频采样率：48kHz； 音频声道：双声道 十、其他技术、服务等要求。 1. 知识产权要求：采购人在中华人民共和国境内使用投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，投标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。纪录片中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得，成	文案	1 人	灯光师	1 人	剪辑师（特效包装）	1 人	配音	1 人
文案	1 人											
灯光师	1 人											
剪辑师（特效包装）	1 人											
配音	1 人											

				果提交时需同时提交作品的版权登记证明，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以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。 2. 项目建设完成后提交最终版高清成片之外，还需要提交一套高清无字幕版本视频以及相关脚本、解说词、版权文件等。
▲一、商务要求				
合同履行期限和地点		服务期限：2025 年 11 月 30 日前全部完成本项目所有工作。 服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点 。		
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。		
投标报价要求		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）。		
售后服务及其他要求		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。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。 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. 对于发现的相关设备自身功能问题，中标人须免费提供技术支持、及时给予圆满解决；		
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				
政策性加分条件		见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。		
质量管理体系要求		如有，请于投标文件中自行提供。		
业绩要求		如有，请于投标文件中自行提供。		
（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）进口产品及核心产品说明
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。
（四）其他要求
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供服务方案、选题策划方案内容、拟投入人员等。 2. 如有，请提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。 3. 投标人根据自身能力提供相关方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。

3 分标 采购预算：50.00 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求
1	“赶大集”专题建设	1 项	其他未列明行业	赶大集（文创）部分 在广西数字文化馆平台“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个，在店铺内加载各类文创产品。支持各级文化馆、各类文化机构及个人根据自身文化资源的特点，发布相关文创产品，主要包括依托数字资源和实体馆藏开发的文创产品；利用非物质文化遗产资源开发的文创产品；艺术普及的文创产品。 对“赶大集”版块所开设店铺信息和产品进行动态更新和持续运营，在国家公共文化云平台和广西数字文化馆平台开展线上新媒体宣推，重点提高文创店铺和文创产品的曝光度，加载更新本地文创产品不少于 100 个，其中自主设计开发文创产品不少于 50 个。 （一）文创店铺及产品运营 2025 年广西群众艺术馆计划持续开展“文采飞扬 韵美八桂”2025 年“赶大集”专题建设活动，完成不少于 10 个店铺及不少于 100 个产品的加载和相关运营工作，要求根据本地特色产品规划店铺，每个店铺展示不同类型的产品。 （二）文采会运营 策划开展“文采飞扬 韵美八桂”2025 年“赶大集”专题活动——广西文化和旅游公共服务产品线上征集活动。活动通过创意设计、现代科技手段对广西文化和旅游资源、文化产品、非遗技艺等进行创作与提升，设计具有较高文化附加值的文创产品、旅游纪念品及工艺产品等，资源成果将在广西数字文化馆“赶大集”专区及国家公共文化云进行发布。 （三）原创文创设计 围绕广西品牌群众文化活动以及文旅资源，突出广西特色，据此做插画设计，并应用在相关办公、生活、会务等文创产品上，最终衍生设计文创产品 50 个。 （四）培训服务

			策划并开展面向全区各级文化馆相关专业技术骨干开展赶大集专区建设项目培训班。设计数字化和文创相关培训内容，提高全区文化馆从业人员数字化应用能力，加快推进公共文化云赶大集专区项目建设，为群众提供更便捷、更高效、更优质的公共文化服务。年度开展 1 次培训，合计培训人数不少于 50 人次，不少于 4 个学时。 培训方式一：依托广西数字文化馆“聚培训”功能，组织全区各级文化馆相关专业技术骨干参与培训，参训人员不受时间和空间的限制，能够随时进行在线培训。 培训方式二：举办线下“赶大集”建设项目专题培训班。 （五）页面优化 对文创店铺的页面进行严格把关，持续更新优化店铺页面及产品海报，要求产品详情页文字言简意赅、图片清晰、图文搭配和谐。 对广西数字文化馆赶大集专区进行页面优化，采用清晰简洁、结合广西特色、符合主流审美的设计风格；页面布局、栏目分类合理设置，既包含所有功能需求，又让用户迅速找到所需内容，避免繁杂冗长的菜单堆积，提升用户体验。 二、文采会部分 开展区域性或地方性文化和旅游公共服务产品采购活动，包括开发线上文采会专题，策划线下文采会活动。围绕文采会供需方信息、产品信息进行更新维护，挖掘新资源，促进广西公共文化产品和服务供需有效对接，支持遴选区内公共文化产品和服务优质资源，包括供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等，并汇总到国家公共文化云平台“汇文采”板块。														
		<table><tr><th>项目</th><th>建设内容</th><th>建设数量</th><th>备注</th></tr><tr><td rowspan="3">文采会 专题产 品</td><td>产品</td><td>1000 个</td><td>包含文化内容、科技融合、设施运营等 7 种类型</td></tr><tr><td>供应方</td><td>300 个</td><td>不少于 300 家</td></tr><tr><td>需求方</td><td>200 个</td><td>不少于 200 家</td></tr></table>	项目	建设内容	建设数量	备注	文采会 专题产 品	产品	1000 个	包含文化内容、科技融合、设施运营等 7 种类型	供应方	300 个	不少于 300 家	需求方	200 个	不少于 200 家	
项目	建设内容	建设数量	备注														
文采会 专题产 品	产品	1000 个	包含文化内容、科技融合、设施运营等 7 种类型														
	供应方	300 个	不少于 300 家														
	需求方	200 个	不少于 200 家														

			(一) 线上文采会 组织策划覆盖全区的线上文采会专题，开展文创产品线上展览展示和宣传推广，促进广西公共文化产品和服务供需有效对接。专题规划栏目主要包括：通知公告、产品征集、文采展区、宣传视频等栏目。 (二) 线下文采会 策划 2025 年广西“赶大集”专题活动——广西文化和旅游公共服务产品展示会，活动需邀请自治区非遗传承人、非遗工坊、非遗企业代表等；所有线下展示文创资源将作为 2025 年“赶大集”项目建设成果在广西数字文化馆平台展示。 三、项目运营需求 (一) 数据采集整理 1. 持续征集招募形成资源更新长效机制 2. 结合大数据筛查系统丰富专题资源 3. 文创产品影像数字化加工 (二) 内容资源审核 对于本项目所涉及产品资源，须加强意识形态审核，严格把关资源池准入门槛。明确资源内容运营标准、资源梳理、内容审核发布、内容审核职责、内容编排等工作要求。 (三) 资源规范 1. 店铺资源格式 <table><tr><th>序列</th><th>字段名称</th><th>是否必填</th><th>说明</th></tr><tr><td>1</td><td>店铺名称</td><td>必填</td><td>默认未入驻单位名称，可修改</td></tr><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、企业单位等不可更改）</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>4</td><td>店铺形象</td><td>选填</td><td>1 张，图片要求 16:9</td></tr></table>	序列	字段名称	是否必填	说明	1	店铺名称	必填	默认未入驻单位名称，可修改	2	店铺类型	必填	默认用户认证类型（事业单位、企业单位等不可更改）	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	4	店铺形象	选填	1 张，图片要求 16:9
序列	字段名称	是否必填	说明																				
1	店铺名称	必填	默认未入驻单位名称，可修改																				
2	店铺类型	必填	默认用户认证类型（事业单位、企业单位等不可更改）																				
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																				
4	店铺形象	选填	1 张，图片要求 16:9																				

				宣传海报	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≤2 §， 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 可参见《看直播》版块录播（点播） 资源要求
				产品音频介绍	mp3、 aac 1MB≤文件大小≤2GB， 音频采样率：48kHz 编码码率：128kbps 声道：双声道 采用位数：16bit
3. 图片数字资源					
广西数字文化馆平台上的图片资源，按照互联网传输的要求，有以下标准：					
大小限制： 500K 左右。					
格式标准：支持 JPG，PNG，GIF 三种格式类型。					
尺寸：按照广西数字文化馆平台图片的规定，有 16：9；4：3；3：2 几种比例。					
4. 视频数字资源					
广西数字文化馆平台的资源包含有上行和下行两种。					

			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。 （四）技术对接保障 确保“赶大集”专区与广西数字文化馆平台实现深度无缝对接，借助先进的接口技术与数据交互协议，达成数据迁移。充分考虑不同用户的使用习惯，支持 PC 端、微信公众号、H5 端等多渠道访问，针对不同终端进行优化设计，确保用户始终获得便捷流畅的使用体验。
▲一、商务要求			
合同履行期限和地点	服务期限：2025 年 11 月 30 日前全部完成本项目所有工作。并提供 1 年的专题运营维护服务（自合同签订之日起计算）。 服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点		
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。		
投标报价要求	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： （1）运营服务费、直播拍摄费、培训费、技术服务费等，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）。		
售后服务及其他要求	（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，中标人须免费提供技术支持、及时给予圆满解决；		

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。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。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，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以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。
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	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
（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）进口产品及核心产品说明	
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。	
（四）其他要求	
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供直播实施方案、宣传推广服务方案、内容审核方案、售后服务方案、运营服务方案、培训服务方案、平台对接、客户服务方案等。 2. 如有，需提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。 3. 投标人根据自身能力提供相关方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。	

4 分标 采购预算：60.00 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求
1	全民艺术普及课程制作	1 项	其他未列明行业	一、项目背景 项目将围绕广西全民艺术普及主题，拍摄具有广西地方特色的艺术精品课程，提高广西群众艺术馆公共文化数字内容的供给能力，提升广西群众艺术馆公共文化服务数字化水平，真正地让广大群众以通俗易懂的方式了解艺术、走近艺术，增强人民群众文化参与感、获得感、幸福感。 二、建设内容及数量 根据音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影、非遗、国学、新媒体应用、生活艺术等门类，建设 33 门全民艺术普及课程，每门课程不少于 6 个章节；每个章节时长在 8~10 分钟之间为宜；每门课程总时长不少于 45 分钟，项目总时长不少于 1485 分钟。每门课程制作 60 至 120 秒介绍短片用于课程的宣传推广。 三、 选题策划 本次全民艺术普及课程建设坚持导向正确，要求符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和广西地方特色传统文化传承为重点，从群众的需求出发，策划具有创新与前瞻性的数字艺术相关前沿课程，同时深度挖掘广西本土文化特色并融入课程选题，按照门类、梯度、受众等进行分类以满足群众的不同需求，打造有创新、有特色、有成效的课程体系。选题契合当下大众传播特点，遵循传播规律，适应多元化传播方式。 四、 制作标准 （一）内容要求 要求导向正确，符合社会主义核心价值观。灵活运用多媒体特效及 AI 技术手段，将课程内容与广西地方特色艺术元素相融合，实景拍摄及影棚拍摄相结合，打造高质量、有新意、有趣味、有互动的全民艺术普及课程；不得建设任何有违国家法律法规、内容低俗、有色情诱导性内容的视频，不得含有涉及版权问题的影视片段，不

			在视频中添加未经广西壮族自治区群众艺术馆审核同意的 logo、二维码及文字，不得出现营销广告和违禁词等。 （二）制作要求 1. 共 33 门课程，可从音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影、非遗、国学、新媒体应用、生活艺术等门类中，选择全部或部分门类进行制作。允许 2—3 门课程为同一门类，允许同一位教师录制 2—3 门课程，允许多位教师参与同一门课程中不同课时的录制。 2. 每门课程不少于 6 个章节；每个章节时长在 8~10 分钟之间为宜；每门课程总时长不少于 45 分钟。 3. 每门课程制作 60~120 秒介绍短片用于课程的宣传推广。 （三）拍摄要求 1. 整体要求 （1）场地要求：与拍摄课程契合，背景不要过于杂乱或喧宾夺主，场地安全； （2）声音要求：无噪音干扰（如风声、无关人员说话声、手机铃声等），保证人或乐器的声音清晰，与画面同步，声音无明显失真，避免过高或者过低； （3）拍摄构图，人物比例位置参考黄金比例，避免出现人物过小或充满整个画面； （4）拍摄时注意亮度、色调以及镜头的稳定性。 2. 镜头/机位要求 （1）音乐类：主讲人应有一个镜头至少保持半身像，以看清整体状态，同时讲解细节时，需搭配特写镜头，可分别看出左右手或其他细节； （2）美术类：主讲人应有一个镜头至少保持半身像，以看清整体状态，同时不同种类搭配不同的细节特写镜头（如画板的特写、笔触的特写、调色板的特写等）； （3）舞蹈类：大景别镜头，保证大动作或移动时能够保全整体的状态，同时不同种类搭配不同的细节特写镜头（如头部特写、手部特写、脚部特写等）。 （4）课程要求画质高清、声音清楚。 五、 课程信息 （一）课程信息包含：课程名称、授课教师、课程简介、
--	--	--	--

			课程门类、课程专业（如音乐分类中的器乐）、教学大纲、教学对象、课程海报、直播/录播（直播课程排期播出）、课程梯度、版权方、版权有效期、建设单位、经费来源等信息。 （二）课程梯度分为： 1. 初级课程（以知识普及、入门内容为主；课程内容兼具基本理论与基础技术的学习，目的在于提高艺术初学者、爱好者的学习兴趣，提升大众艺术审美，并为日后艺术进阶学习打下坚实的基础）。 2. 中级课程（以巩固基础、强化提升内容为主；课程内容进一步讲解专业理论与进阶技术的综合应用，包含专业教师示范讲解、作品分析等，适合有一定基础的艺术学习者，有效提升学员的艺术综合能力）。 3. 高级课程（以深度强化、综合训练内容为主。课程内容包含经典难度作品讲解示范、不同艺术风格作品赏析、艺术家创作思路分享等。课程针对的人群包含艺考生、专业艺术院校学生、基层教师等，有助于学员提高技巧与作品赏析能力、拓展个人作品风格）。 六、 师资标准 师资需为专业艺术院团或相关领域专家（广西本地师资为优），需满足《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》中全民艺术普及师资库标准。 （一）个人师资信息 1. 个人师资信息包含：教师姓名、性别、民族、身份证件号、头像照片、教师类型、推荐单位、工作单位、单位地址、联系电话、工作职务、教学门类、教学专业、职称等级（无职称、助理馆员/初级、馆员/中级、副研究馆员/副高级/、研究馆员/高级）、专业等级（编剧、导演、演员、演奏员、指挥、作曲、舞台美术设计等对应等级）、教学经历、教学成果、资格证书、教学照片等。 2. 教师类型分为：①艺术教育工作者（艺术院校、机构教师或专业社会团体成员；文化馆干部或学术研究专业人员；拥有教师资格证，具备相关教学经验）。②艺术表演工作者（国家级演员；非物质文化遗产传承人；艺
--	--	--	---

			术领域社会知名人士；毕业于艺术院校并从事相关工作；获得艺术相关领域证书，如社会艺术水平等级考试证书、权威机构举办的艺术比赛获奖证书等）。③文化志愿者（具有权威机构颁发的志愿者证、聘书、服务奖状；具有相关领域艺术文化服务经验；具备一定的文化专业知识或文艺专长）。 （二）团队师资信息 1. 团队师资信息包含：团队名称（机构或企业全称，机构全称需与事业单位法人证明/组织机构代码证一致，企业全称需与营业执照上一致）、团队类型（与营业执照上主营范围一致的行业）、所在地址、联系电话、艺术门类、艺术专业、形象照片、教学照片、团队资质（统一社会信用代码、事业单位证明/营业执照证明、企业规模及注册资金）等。 2. 团队类型分为： ①公共文化机构（文化馆、图书馆、博物馆、美术馆等） ②社会艺术教育机构（依法取得工商营业执照及办学资质的艺术教育机构；从事艺术教育、学术等有关的事业单位或相关专业社会团体）。 ③艺术文化类公益性组织（合法注册登记的艺术文化公益组织；曾组织艺术文化领域公益活动的组织）。 七、 课程资源格式 （一）课程海报 1 张 1. 文件格式：jpg、jpeg、png 2. 格式要求：图片要求 16：9 宽高比例 256KB≤图片大小≤6MB 1600px≤图片宽度≤1920px 900px≤图片高度≤1080px （二）课程文件 1. 文件格式：mp4 2. 视频参数 视频大小：500MB≤视频文件大小≤5GB 视频编码：H. 264 输出格式：MP4 文件 码率：不小于 2048Kbps
--	--	--	---

			码率控制：CBR 档次/级别：High profile/Level 4.0 分辨率：1920*1080（1080P）或 4096*2160（4K） 帧率：25fps 宽高比：16：9 3. 音频参数 音频格式：AAC 音频质量：高等质量 音频编码码率：128Kbps 音频采样率：48kHz 音频声道：双声道 八、 项目执行 （一）全民艺术普及课程表现手法及影片效果 片头：展现本次课程主题、主讲人、时间等信息，快速呈现本次课程的精彩镜头。 课程导学：包含上节课程要点回顾与本节课程的要点概述、学习目标、学习本节课程所需物料介绍等等。 老师简介：多媒体特效+老师照片，老师的基本信息文字、荣誉照片及文字。 课程正文：表现形式可为专业老师讲解、动画呈现、互动交流等方式，充分运用多机位、多场景、多媒体特效的形式呈现。 片尾：多媒体特效。 （二）课程设计 全民艺术普及课程坚持以人民为中心，以需求为导向，确保广大群众能够以通俗易懂的方式了解艺术、亲近艺术，进而增强人民群众的文化参与感、获得感和幸福感。用寓教于乐的方式让学员在掌握艺术技能的同时，也能深刻感受到广西丰富的文化底蕴。 （三）拍摄方案 1. 建设标准：课程的技术要求、师资要求、视频格式要求等均严格按照《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》执行。 2. 前期策划：进行多次多方前期策划会议，达成充分的需求沟通，明确具体制作内容、呈现方式，确定师资，
--	--	--	---

			并与老师沟通确认课程教案与拍摄脚本。拍摄前需对教案进行严格的审核，后期广西壮族自治区群众艺术馆也会按照《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》对方案与教案提供修改意见。 3. 团队标准：具备活动策划、资源制作、内容运营、服务推广等能力，并具有固定的不少于 10 人的拍摄制作团队，包括：项目经理、导演、制片、摄像师，灯光师，化妆师，录音师，助理编导、摄像、后期等相关制作人员。 4. 设备标准：满足三个及以上机位且能够进行 1080P 及以上录制的专业摄影设备，满足现场拍摄采光的专业影视灯设备，能满足现场拍摄收音的专业录调音设备，满足后期剪辑包装的专业硬软件设备以及配备拍摄所需专业设备的场地。 （四）视频内容审核 确保视频内容的准确与安全，导向正确，符合社会主义核心价值观，字幕无错别字、病句及不通顺的语句，正确使用专业术语。 （五）宣传推广 积极依托广西群众艺术馆新媒体矩阵以及当下主流新媒体平台开展师资和课程的宣传推广，提升全民艺术普及服务成效。 （五）版权说明 采购人在中华人民共和国境内使用投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，投标人承担由此而引起的一切法律责任和费用。视频中所使用的素材、资源不得侵权，均需合法途径取得，成果提交时需同时提交作品的版权登记证明。定制资源素材、成片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以及广西壮族自治区群众艺术馆共同所有。
▲一、商务要求			
合同履行期限和	服务期限：2025 年 11 月 30 日前全部完成本项目所有工作		
服务地点	服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点。		

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%。完成项目整体建设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。
投标报价要求	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）。
售后服务及其他要求	（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。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。 （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，中标人须免费提供技术支持、及时给予圆满解决；
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	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
（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）进口产品及核心产品说明
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。
（四）其他要求
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供建设实施方案、赶大集专区建设方案、文采会服务方案、享活动专题设计方案、运营服务方案、培训服务方案、平台对接、客户服务方案等。 2. 如有，请提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。 3. 投标人根据自身能力提供相关方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。

5 分标 采购预算：42.3240 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求
1	“订场馆”建设	1 项	其他未列明行业	基于广西数字文化馆平台“订场馆”板块，采集广西壮族自治区内所有市、县（33 个脱贫县除外，详见附件）乡镇综合文化站等场馆的场馆信息，包括场馆名称、场馆简介、开放时间、联系电话、场馆地址、场馆图片、场馆宣传视频、可预约时间、缩略图、交通指引、该场馆可提供的服务、场馆设施情况（如展览展厅、舞蹈室、绘画室、讲座、培训等活动室或展厅位置、规模、布局、设施设备等详细的描述），全年总计不少于 3527 条，并通过广西数字文化馆平台进行发布，同时将所采集的场馆及其服务活动信息同步国家公共文化云平台，针对“订场馆”板块进行定制化优化升级，以用户需求为导向，提升用户整体使用体验，提升广西各文化场馆使用覆盖面。 （一）栏目升级 对广西数字文化馆平台“订场馆”栏目页面进行升级，根据用户实际需求、以提升用户交互体验为目的，对整体页面模块化动态布局，增加各类标签、分类等一键筛选场馆等功能，同时视觉设计融合广西民族文化元素与极简科技风格，适配多终端（如个人计算机、手机、平板电脑等）多操作系统（如 windows、Android、iOS、HarmonyOS 等）响应呈现。 1. 场馆推介 系统通过智能定位服务实时获取用户位置，通过“距离优先+多维筛选”算法动态推荐附近场馆，默认按“由近及远”排序展示，同时支持用户手动切换“高评分”“人气场馆”“用户偏好设置”等排序模式，并在地图界面叠加交通导航、场馆特色标签，确保推荐结果兼具精准度与场景适配性。 2. 场馆地图 平台深度融合广西全区文化场馆数据与动态运营信息，构建“全域文化地图”智能聚合模块，采用分级渲染技术实现地图多级缩放（全区概览→城市热点→街区精准定位），用户可通过点击场馆 3D 图标、动态热点海报或关键词浮窗（如“非遗传承”“亲子研学”）一键穿透至详情页，同步加载场馆 360° 实景漫游、活动排期热力图标签。

				3. 周边景点 系统整合发布广西壮族自治区根据用户当前定位推送附近景点信息。主要发布各级景区景点，展示内容包括（图片、视频、景区级别、介绍、地址、交通路线等）。 4. 美食好物 推荐广西各地最具代表性、具有群众口碑的地方特色美食、非遗文创产品、乡村优品等内容。系统根据用户所在地区进行热门美食、推荐美食、当地特色美食推荐。 5. 场馆热力图 平台深度融合用户画像与实时行为追踪数据（点赞/浏览/收藏等行为），通过多维度热度算法动态生成广西文化场馆全域可视化热力图，智能标注“人气爆款场馆”“认证星级场馆”“用户必打卡榜单”三大主题图层，支持按地域/主题/时段穿透式解析，为精准推荐与文旅资源调度提供数据支撑。 6. 活动预约 “活动预约”整合本区域各馆开展的各类演出、赛事、展览等公益性群众文化服务活动，实现线上预约、线下参与。通过活动预约可以查询到本区域各馆提供的最新活动信息，并提供预订门票、预订场地、预约报名等服务。包括活动场馆、活动地点、活动类型、活动主题、时间、地点、简介等。可在线根据时间轴浏览活动信息，检索活动信息，点击相应活动后进入详情页，查看活动详情，并进行预约、收藏、点赞、分享等操作。 7. 线上活动 线上活动指依托场馆开展的线上答题、投票、征文、满意度评价等活动。字段包括：活动名称、所属场馆、活动简介、活动图片、活动状态、链接地址等。 （二）场馆运营 1. 平台运营 建立平台定时更新机制，实行定时更新、推荐，同时根据全区各公共文化服务机构场馆及活动进展要求进行不定时的资源推送、数据更新。包括但不限于平台首页、各栏目页、列表页和详情页（播放页）等页面。 （1）活动预约内容更新
--	--	--	--	--

			①增加活动数量。广西数字文化馆平台接入全区各文化馆（站）信息资料，增加可预约活动的数量，扩大群众参与文化活动的选择范围。 ②活动类型的更新。不断丰富完善群众文化活动类型，更新活动数字资源，满足群众对不同类型文化的需求。 ③活动状态的更新。对每场活动的当前状态进行及时更新和宣传，活动列表展示正进行的活动，预热即将开展的活动，下线已过期活动等活动状态，便于广大群众辨别活动开展的情况。 ④重点推荐。对热门活动进行首页推荐，对影响力大、意义重大的活动进行重点推荐和宣传。 （2）场馆预约的内容更新 ①场馆预约状态的更新。更新内容主要体现在场馆当前的预约状态、场馆举办活动的最新状态、场馆主要信息以及热门场馆推荐。版块中展示的每个场馆及时更新预约状态，同时根据场馆最新状态，明确广大群众用户可否预约以及预约的时间段等信息。当场馆所举办的活动已结束，对场馆活动的状态进行及时更新；有新的活动需求时，对可预约活动进行新增，以保证群众正常参与所有的场馆活动。 ②场馆信息更新。场馆信息的更新包括平台内所有场馆的更新和单个场馆面积、容纳人数、地址等信息的及时更新。根据时段、重大节日或热门事件等因素的变化，对文化场馆的推荐进行相应更新，以保障平台及辖区内各文化场馆预约服务的实效性，更好地贴近群众生活，服务广大群众。 2. 内容运营 对“订场馆”的资源及信息进行日常运维与意识形态安全审核。对现有内容的重新包装，审核等，包括资源内容运营标准、资源梳理、内容审核发布、内容审核职责、内容编排。 将内容规划及编排相结合；日常节目更新运维，以重要活动为节点、以每周为更新频率进行内容编排，针对不同的受众人群对场馆、活动资源进行择优推荐，并提供资源菜单，方便群众按照自己的喜好进行点单。 3. 场馆信息标准 根据广西壮族自治区群众艺术馆规定，“订场馆”版块
--	--	--	---

			全年更新场馆活动信息不少于 3527 条，更新信息标准如下： 场馆名称：场馆名称信息； 场馆简介：重点介绍场馆特色服务内容，不超过 1000 字； 开放时间：含工作日、节假日； 联系电话：区号+固定电话号码； 场馆地址：具体到门牌号，并在地图上标注具体位置； 场馆图片：不少于 5 张高清场馆图片，反映场馆全景及服务项目； 场馆视频： 10 分钟以内的高清宣传短视频。 4. 服务活动信息 （1）预订门票：详细信息包含场馆名称、地址、可预订时间及数量、取票方式、预订链接、联系电话等。 （2）预订场地：详细信息包含场地名称、地址、可预订时间、预订条件、取票方式、预订链接、联系电话等。 （3）预约报名：详细信息包含活动、展览、培训等服务的主办单位、名称、时间、地点、可预约人数、取票方式、参与条件、联系电话等。 （三）平台对接 实现广西数字文化馆平台“订场馆”版块与国家公共文化云平台的无缝对接，将广西数字文化馆平台场馆信息及活动资源对接到国家公共文化云，包括但不限于场馆资源、活动资源、场所资源的对接，人工资源审核通过时自动触发以消息队列的形式上报对接至国家公共文化云。 （四）资源规范 按照文化和旅游部全国公共文化发展中心印发的《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》（文全公基发〔2022〕4 号文），场馆相关资源规范如下： <table><tr><th>提交内容</th><th>文件格式</th><th>格式要求</th></tr><tr><td>场馆海报</td><td>Jpg、jpeg、png</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> （五）运营标准体系 1. 不能违反宪法所确定的基本原则，不能包含传播反党	提交内容	文件格式	格式要求	场馆海报	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
提交内容	文件格式	格式要求							
场馆海报	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							

				反社会主义、邪教、色情、暴力、明星绯闻、名人丑闻等内容； 2. 不能危害国家安全，泄露国家秘密，煽动颠覆国家政权，破坏国家统一，损害国家的荣誉和利益。煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结；破坏国家宗教政策，宣扬邪教，宣扬封建迷信，散布谣言，编造和传播假新闻，扰乱社会秩序，破坏社会稳定； 3. 不能出现明显的语法错误以及原则性病句； 4. 文章重点亮点突出，文字简洁凝练； 5. 对敏感事件评论言辞不可过激，注意避免个人主观因素； 6. 文章内容要符合栏目定位。
▲一、商务要求				
签订合同期		自中标通知书发出之日起 25 日内。		
合同履行期限和地点		服务期限：2025 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） 服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点		
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。		
投标报价要求		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、直录播拍摄活动服务费、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）。		
售后服务及其他要求		售后服务期 1 年（自合同签订之日起计算） （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；
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。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。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，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以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。
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	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
(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) 进口产品及核心产品说明	
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。	
(四) 其他要求	
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供项目总体实施方案、订场馆服务方案、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、团队综合能力、综合业绩等。 2. 如有，请提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。	

3. 投标人根据自身能力提供相关方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。

（五）附件

全区 33 个脱贫县：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。

6 分标 采购预算：252.89 万元

序号	标的名称	数量及单位	所属行业	技术要求及需求									
1	基层全民艺术普及服务提质增效建设	1 项	其他未列明行业	为广西 33 个脱贫县文化馆基层智能服务端，包括 PC、H5、小程序提供持续运营服务。2025 年度计划开展直播活动 66 场，面向全区基层文化工作者开展线上线下培训 3 期，其中线上 2 期，线下 1 期。并针对广西数字文化馆平台进行功能升级及开展系统日常运维以及平台优化升级。 （一）多主题直播 针对 33 个脱贫县开展 66 场直播，在广西数字文化馆平台、脱贫县文化馆基层智能服务端以及其他直播平台同步播出。以“推动乡村文化建设”“旅游发展”“文旅结合”“艺术培训”“艺术普及成果”“非遗传承”“文旅融合”等突出当地文旅特色的主题进行相关直播，重点开展“乡村网红”培育计划、基层群众文化主题活动等主题直播。 要求基层直播活动的内容符合社会主义核心价值观，内容积极健康向上，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点。拍摄标准：至少配置包括 3 台高清摄像机、1 台高清导播台、1 名导播、2 名摄像人员。 一方面根据脱贫县申报的地方特色文化活动，通过申请、审核等环节开展直播；同时策划文旅融合系列主题直播活动。 <table><tr><th>序号</th><th>主题内容</th><th>开展形式</th></tr><tr><td>1</td><td>“八桂四季”乡村文旅推介节目</td><td>实景拍摄。打造文旅融合示范样板，促进地方文旅产业高质量发展，推出“八桂四季”乡村文旅推介节目。</td></tr><tr><td>2</td><td>各地特色群众文化活动直播</td><td>按照广西群众艺术馆直播申报流程，组织县馆提前 10 天进行活动申报</td></tr></table>	序号	主题内容	开展形式	1	“八桂四季”乡村文旅推介节目	实景拍摄。打造文旅融合示范样板，促进地方文旅产业高质量发展，推出“八桂四季”乡村文旅推介节目。	2	各地特色群众文化活动直播	按照广西群众艺术馆直播申报流程，组织县馆提前 10 天进行活动申报
序号	主题内容	开展形式											
1	“八桂四季”乡村文旅推介节目	实景拍摄。打造文旅融合示范样板，促进地方文旅产业高质量发展，推出“八桂四季”乡村文旅推介节目。											
2	各地特色群众文化活动直播	按照广西群众艺术馆直播申报流程，组织县馆提前 10 天进行活动申报											

			主题一：“八桂四季”乡村文旅推介节目 为进一步丰富广西公共文化数字资源，着力打造广西特色线上品牌活动，广西群众艺术馆计划推出“八桂四季”乡村文旅推介节目，从33个脱贫县遴选5个极具人文气息、游览价值及旅游体验感的脱贫县，打造文旅类视听节目，展现八桂大地秀丽风景，彰显广西深厚人文底蕴。 1. 拍摄地点 根据实际需求由采购人确定。 2. 拍摄形式 制播形式：录制并制作节目成片，最终以推流直播的形式呈现。 节目时长：单集计划30分钟左右，共计5集。 3. 节目形态 聚焦脱贫县文化旅游资源，由主持人沉浸式推介和体验当地旅游路线沿线风土人情，过程中可与景区讲解员/负责人，技艺传承人等互动。 主题二：群众文化品牌活动直录播 针对脱贫县当地品牌群众文化活动，组织直录播团队开展直播拍摄、推流导播、播出保障、回看等工作。 1. 直录播工作流程 （1）直录播申请审批（2）直录播执行（3）直录播内容审核（4）宣传推广（5）直录播总结 2. 直录播执行 直录播运营团队与活动申报单位主动联络，有序开展前期对接、预热宣传、现场拍摄、上线播出等支持保障工作。 （1）前期对接 直录播申请批准后，1~3个工作日内直录播运营团队建立微信工作群，与活动主/承办单位线上实时对接敲定工作安排，具体包括活动基本信息、场地情况、直录播拍摄需求、宣传素材收集等工作。 对接群内运营团队成员构成：活动统筹对接人员、新媒体人员、监播人员、导播拍摄人员。 （2）预热宣传
--	--	--	---

			直播播出前，运营团队联合活动主/承办单位开展预热宣传，在活动主/承办单位平台、微信公众号、新媒体账号等发布。 (3) 现场拍摄 直播运营团队赴展演现场勘景踩点，开展设备调试及素材采集工作；于活动举办当日进行正式拍摄，包括各平台联合直播推流工作。 (4) 上线播出 直播运营团队完成直播测试工作，并在直播过程中全程提供技术保障，处理应急问题，确保直播安全、有序进行。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。 (二) 公共文化机构从业人员培训 策划并开展面向全区从事基层全民艺术普及服务的工作人员、乡村网红优秀人才等开展相关内容培训。设计相关艺术类培训内容，以提高相关人员专业技术水平；设计公共数字文化相关培训内容，提高基层业务骨干数字化管理水平、数字化建设能力。年度开展 3 期行业培训，以集中面授的形式开展 1 期，以线上的形式开展 2 期，合计培训人次 990 人次，具体如下： 1. 开展形式 (1) 线上培训 依托广西数字文化馆“聚培训”功能，组织全区各级群众艺术（文化）馆，特别是各脱贫县文化馆相关人员和乡村网红优秀人才参与培训，参训人员完全不受时间和空间的限制，能够随时进行在线培训，共计 2 期，每期不少于 4 个学时，每期培训不少于 450 人次。 (2) 线下集中面授 面向全区各级群众艺术（文化）馆数字化建设业务骨干尤其是 33 个脱贫县文化馆业务骨干和乡村网红优秀人才，以集中面授的形式开展线下培训 1 期，不少于 3 天，参训人数不少于 90 人。 2. 培训内容 (1) 艺术类培训内容（由中标人在签订采购合同时提供培训内容给采购人筛选）；
--	--	--	---

				(2) 数字文化馆建设培训内容。 3. 培训相关准备 (1) 做好整体培训排期、规划每期内容； (2) 制定具体培训执行方案； (3) 按照培训方案开展相关培训工作； (4) 统计培训数据，记录培训过程材料，最终形成培训报告。 (三) 平台升级 进一步优化完善广西数字文化馆平台，对看直播、播资源、逛展览、聚培训等模块进行功能优化升级，提升用户体验。 1. 首页板块 首页智能推荐引擎基于多源数据融合驱动（用户兴趣图谱+实时定位+各类资源热度指数），生成“千人千面”信息流，动态呈现核心板块。 ①热门推荐：聚合同城高热度、高分、高互动量的爆款活动； ②结合实时位置与历史行为推荐周边活动、演出、惠民专场。 2. 看直播板块 “看直播”板块以直播拆条、精彩花絮内容呈现，移动端支持上下滑动查看短视频、拆条内容。对直播播放界面进行优化设计，结合主流平台精彩直播呈现方式，方便用户观看，优化互动聊天功能，提高消息发送和接收的速度，增强用户参与感和黏性。增加直播申请功能，提高直播申请效率。 3. 播资源板块 对“播资源”板块进行优化升级，新增原创专辑、地方合集模块，将平台原有各地群众文化活动系列视频归类调整。综合设计三个模块的呈现，将聚合类资源体现更清晰、合理。 4. 逛展览板块 将“逛展览”板块按艺术门类细分为三大栏目——美术、书法和摄影，便于用户精准浏览感兴趣的内容。同时对现有图片集呈现方式和呈现效果进行优化升级，
--	--	--	--	--

			方便用户转发和查看。 5. 读好书板块 将“读好书”升级为“游八桂”，板块增加呈现广西特色文化和旅游资源功能，资源类型包括广西的美食、景点、旅游线路等内容，进一步将文化和旅游结合，打造广西特色品牌。 6. 网站导航优化 对广西数字文化馆平台的导航栏进行全新升级，采用简洁美观的视觉风格，优化栏目布局与交互逻辑，提升用户操作的流畅性与便捷性，使平台导航更直观、易用。 7. 个人中心 对平台用户注册、登录操作流程进行改造，使操作步骤上更加简洁，平台通过第三方（微信）登录后增加绑定手机号的提醒，避免同一用户多次注册登录风险。 8. 数据统计 为提升广西数字文化馆平台的数据分析能力，计划对系统数据统计功能进行功能扩展与升级，新增多维度精细化筛选统计功能： 资源发布栏目：按照各类型资源发布栏目、群文子站栏目、专题等层级筛选数据，支持跨栏目对比分析。 发布时间范围：支持自定义时间段（日/周/月/季度/年）或指定起止日期，追踪资源发布周期趋势。 资源类型：分图文、视频、音频等资源类型，统计不同类型内容的访问。 9. 群文子站运营升级 依托广西数字文化馆平台群文子站业务板块，提供统一展示入口与互联互通服务。以地图为主导航，列表索引形式集中呈现各分站点入口，用户可一键跳转各级单位群文子站页面。支持全区所有的街道站点开通群文子站服务，实现自治区—市—县（区）—乡镇（街道）四级文化资源的无缝衔接与协同展示。各分站点保留独立运营权限，同时共享主平台资源库、数据管理及技术服务能力，形成“省级统筹、基层联动”的公共文化服务网络，全面提升基层文化数字化服务覆盖范围与资源
--	--	--	---

			利用效率。 10. 全站系统数据整理 为解决系统资源分类与业务栏目归属不清晰的问题，计划对广西数字文化馆平台全站资源进行全域业务化梳理与标准化重构，基于业务板块（如汇资讯、看直播、享活动、订场馆、赶大集等）重新定义资源分类体系，建立统一的资源标签规则与多级栏目架构，明确每类资源的归属路径与管理权限。通过数据清洗、冗余清理及分类校准，实现资源与栏目的精准匹配。优化后，资源管理界面将支持按业务板块、栏目层级、资源类型等多维度筛选与可视化导航，确保数据管理逻辑清晰、操作高效，并为后续统计分析、资源调度及服务精准推送提供标准化数据基础。 11. OA 办公管理系统日常维护和升级 升级广西群众艺术馆现有 oa 系统。构建全生命周期文档管理体系，支持多级自定义文档分类结构（如按部门、项目、业务类型灵活配置目录与标签），实现文档批量下载（多选打包压缩、按分类批量导出）及细粒度权限分配（基于角色、部门、用户组设定查看、编辑、下载等权限），同时集成流程文档归档功能（可以对 OA 流程中“发文”“收文”等流程附件文档归档到文档库）。可以直接在流程结束时进行手动归档进文档库，同时支持引用文档管理库中的 1 个或多个文档到文档附件列表，实现 OA 流程资料文档的规范化管理。部署零信任访问控制系统（持续身份验证、设备环境检测、动态鉴权），确保文档访问最小化授权与实时风险防护。对 OA 办公系统持续日常运维，要求提供 7*24 小时不间断的电话支持服务，提供日常维护检测及故障预警，保障系统稳定运行与安全可控。 12. 平台内容审核检测 为进一步加强平台信息内容安全管理，维护平台健康运行，针对广西数字文化馆平台、微信公众号等新媒体平台图文、视频资源进行智能检测，检测内容包括：错别字词、不当表述、广告禁用词、涉黄赌毒暴等错敏内容，并按月形成信息检测报告，服务期限 1 年。具体
--	--	--	---

			审核场景如下： （1）审核场景 ①政治敏感检测②暴力恐怖检测③色情淫秽检测④特定人脸检测⑤特定词汇检测⑥字词纠错⑦标点纠错⑧语法纠错⑨专名纠错⑩地址纠错 （2）应用场景 为广西数字文化馆平台提供一年的内容扫描检测服务，定期通过提取网站文本信息、图片信息，调用文本审核、图片审核、文本纠错接口，对网站的信息进行智能审核及纠错，最终将审核及纠错的结果按月生成内容安全检测报告。 13. 广西群众艺术馆新媒体账号日常维护 广西群众艺术馆全链路新媒体平台账号认证与运维保障服务，涵盖微信公众号官方认证年审（主体资质更新、年审材料提交与官方接口维护）、广西数字文化馆平台的百度信誉认证以及多平台会员账号的统一续费管理（包括千库网省级事业单位全用途设计素材会员年费、剪映团队版会员协作权限续期、96 微信编辑器企业标准会员模板权限续订、百度网盘会员服务等等）。 14. 专题活动运营 2025 年基于广西数字文化馆平台策划、开发运营不少于 4 场专题线上活动，设计制作专题页面，集中展示专题活动前、中、后期等各阶段精彩内容。每个专题的策划和开发要求独具特色、增强专题互动性，富有吸引力，力争将更多普通用户转化为平台注册用户。线上专题活动可以是跨区域性、地方性全民艺术普及品牌活动，以及市民文化节、全民艺术普及月、国家公共文化服务体系示范区及中国民间文化艺术之乡等最具代表性、品牌性、综合性、系列性的地方特色活动。 15. 平台运营 投标人派遣 2 名专业运营人员在采购人指定地点驻场开展广西数字文化馆日常运营维护工作（工作时间与采购人同步），及时整理加工相关数据信息并在平台进行数据更新。主要工作包括但不限于资源采集、资源内容运营、资源梳理、内容编排、内容发布等工作。
--	--	--	--

▲一、商务要求	
签订合同期	自中标通知书发出之日起 25 日内。
合同履行期限和地点	服务期限：2025 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） 服务地点：广西壮族自治区内采购人指定地点
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。
投标报价要求	报价必须含以下部分，包括（但不限于）： （1）直录播拍摄活动服务费、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）各新媒体账号续费； （5）必要的各项税金； （6）其他（如技术支持、售后服务等所有项目费用）； （7）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。
售后服务及其他要求	售后服务期 1 年（自合同签订之日起计算） （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，中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；

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。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。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，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以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。
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	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
（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）进口产品及核心产品说明	
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。	
（四）其他要求	
1. 投标人可根据自身优势在响应本采购文件要求的基础上提供项目实施方案、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、平台对接、客户服务方案等。 2. 如有，请提供履约能力相关证明或业绩证明或奖项证明。 3. 投标人根据自身能力提供相关方案及承诺，对于以虚假承诺谋取中标的投标人将自行承担后果，其违法行为将报监督管理部门处理。	

附件：

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1月至2025年5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1月至2025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. 中小企业声明函(格式后附)【提供中小企业声明函(本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业为其他未列明行业,且投标人必须为小型或微型企业)或监狱企业证明或残疾人福利声明函,必须提供,否则按无效投标处理】 9. 联合体协议书(格式见第六章);(本项目不适用) 10. 落实政府采购政策需满足的资格要求:本项目为专门面向小微企业采购的项目,供应商应为小微企业、监狱企业、残疾人福利性单位; 11. 特定资格要求资格证明材料:无; 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。(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. 联合体协议书（格式见第六章）；（本项目不适用） 9. 代理服务费承诺书（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 10. 技术/服务要求偏离表（格式见第六章）；（必须提供，否则按无效投标处理） 11. 服务方案（格式自拟）；（如有，请提供） 12. 项目实施人员一览表（格式见第六章）；（如有，请提供） 13. 投标人对本项目的合理化建议和改进措施（格式自拟）； 14. 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：6000.00 元人民币；3 分标：5000.00 元人民币；4 分标：5500.00 元人民币；5 分标：4000.00 元人民币；6 分标：25000.00 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>开户银行：中国银行南宁市邕城支行，开户名称：广西嘉达工程咨询管理有限公司，银行账号：6197 6860 2103</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>广西壮族自治区公共资源交易中心（广西南宁市青秀区星湖路22号开标楼）</u>（具体根据开标当日电子屏幕显示的安排）；邮寄地址：<u>南宁市民族大道159号凤岭新新家园A区2栋8层</u>，收件人：<u>岑小香</u>，联系方式：<u>0771-5389203</u>）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

	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： <u>30</u> 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： <u>5</u> 人或以上单数
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 <u>0</u> 项。 技术要求评审中允许负偏离的条款数：如有具体见本招标文件第二章“说明”。
29.3	中标候选人推荐数量： ☐ <u> </u> / <u> </u> 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、政策分得分高的优先、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。 ☐ 本项目收取履约保证金，具体规定如下： 1. 履约保证金金额：按预算金额的 <u>2</u> %收取，于合同签订之日起5个工作日内提交至采购人指定账户。 2. 履约保证金提交方式：银行转账、支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函等非现金方式。 3. 履约保证金退付方式、时间及条件： <u>中标供应商服务期满后，按合同履行完毕并验收合格，由中标供应商向采购人提供《政府采购项目履约保证金退付意见书》及《广西壮族自治区政府采购项目合同验收书》，采购人在收到合格材料后进行核对，如有违约或赔偿的，涉及违约的违约金和损失赔偿从履约保证金中扣减后，采购人5个工作日内转账退还（无息）。</u> 4. 履约保证金指定账户： 开户名称：_____ 开户银行：_____ 银行账号：_____ 备注： 1. 根据《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）规定，对中小企业收取的履约保证金数额不得超过政府采购合同金额的2%。 2. 履约保证金不足额缴纳的（包含保函额度不足的），或者不按规定提交方式提交的，或者保函有效期低于合同履行期限（即合同中规定的当事人履行自己的义务，如交付标的物、价款或者报酬，履行劳务、完成工作的时间界限）的，不予签订合同。 3. 采用银行、保险机构出具的保函的，必须为无条件保函，否则不予签订合同。 4. 投标人为联合体的，由联合体其中一方按规定提交的履约保证金，视为有效履约保证

	金。 （本项目不适用）
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：<u>广西嘉达工程咨询管理有限公司</u>，联系电话：<u>0771-5389203</u>，通讯地址：<u>南宁市民族大道159号凤岭新新家园A区2栋8层。</u> 现场提交质疑办理业务时间：每天8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<u>中标人</u>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： 开户名称：广西嘉达工程咨询管理有限公司 开户银行：中国银行南宁市邕城支行 银行账号：6197 6860 2103
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。

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（另有约定的除外）。

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。

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；

(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 投标人应先安装“广西政府采购云平台电子投标客户端”（请自行前往广西政府采购云平台进行下载），并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份认证，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“广西政府采购云平台电子投标客户端”在线编制生成且后缀名为“bfbs”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 分钟内进行当场校核及勘误，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”，广西政府采购云平台已与“信用中国”网站、中国政府采购网实现数据对接，可直接在线查询）

(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。有关人员对标评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》。

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。质疑函应当包括下列内容（格式见第六章）：

（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（格式见第六章）。

八、其他事项

39. 代理服务费

39.1 代理服务收取标准及缴费账户详见“投标人须知前附表”。

39.2 代理服务收费标准：

费率 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 亿以上	0.004%	0.004%	0.004%

注：招标代理服务收费按差额定率累进法计算。

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。

附件 1:

广西壮族自治区政府采购项目合同验收书（格式）

根据政府采购项目（采购合同编号：_____）的约定，我单位对（项目名称_____）政府采购项目中标人（公司名称_____）提供的货物（或者工程、服务）进行了验收，验收情况如下：

验收方式：		☐ 自行验收 ☐ 委托验收		
序号	名称	货物型号规格、标准及配置等 （或者服务内容、标准）	数量	金额
合 计				
合计大写金额： 仟 佰 拾 万 仟 佰 拾 元				
实际供货日期		合同交货验收日期		
验收具体内容	（应按采购合同、招标文件、投标文件及验收方案等进行验收；并核对中标人在安装调试等方面是否违反合同约定或者服务规范要求、提供的质量保证证明材料是否齐全、应有的配件及附件是否达到合同约定等。 可附件）			
验收小组意见	验收结论性意见：			
	有异议的意见和说明理由：			
	签字：			
验收小组成员签字：				
监督人员或者其他相关人员签字：				
或者受邀机构的意见（盖章）：				
中标人负责人签字或者盖章： 采购人或者受托机构的意见（盖章）：				
联系电话： 年 月 日 联系电话： 年 月 日				

附件 2:

政府采购项目履约保证金退付意见书

(本项目如有, 可以参考使用)

供 应 商 申 请	项目编号:
	项目名称:
	该项目已于_____年____月____日验收并交付使用。根据合同规定, 该项目的履约保证金期限于_____年____月____日已满, 请将履约保证金 _____ (大写) ¥ _____ (小写) 退付到达以下账户。 单位名称: 开户银行: 账 号: 联系人及电话: 供应商公章: 年 月 日
采 购 单 位 意 见	退付意见: 是否同意退付履约保证金及退付金额: 联系人及电话: 采购单位公章: 年 月 日
财 务 部 门 意 见	此表于_____年____月____日收到。 会计审核: 财务负责人审核: 单位负责人签字: 出纳办理转账日期:

注: 供应商凭经采购单位审批的退付意见书到履约保证金收取单位财务部门办理履约保证金退付事宜。

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。

最低评标价法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为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，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。

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**。

(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 1 分标）

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格（10分）	投标报价	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。 （1）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。 （2）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	技术部分（58分）	直播实施方案（12分）	（1）提供直播实施方案，至少包含①直播（拍摄）执行方案②实施组织方案等。每提供一项得3分，满分6分。 （2）根据直播实施方案结合项目需求，针对性内容评审（满分6分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得6分。 ②方案基本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，得3分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得1分。
		项目策划方案（9分）	（1）提供项目策划方案，至少包含①互动活动计划和活动流程（包括：线上海报、线上互动游戏等）②线上互动

			活动服务方案③线下互动活动服务方案（包括：具有门型宣传展架、活动宣传折页等）等。每提供一项得 1 分，满分 3 分。 （2）根据项目策划方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） 1. 方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 2. 方案基本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，得 3 分。 3. 方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		后期成品生产制作方案（7 分）	（1）提供后期成品生产制作方案，至少包含① 视频剪辑、包装、编转码、遮幅、策划、编排等内容②后期制作团队配置等。每提供一项得 1 分，满分 2 分。 （2）根据后期成品生产制作方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 5 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 5 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		内容审核方案（7 分）	（1）提供内容审核方案，至少包含①审核机制 ②审核流程 ③意识形态审核等。每提供一项得 1 分，满分 3 分。 （2）根据内容审核方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。

			③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		应急处理方案（7 分）	（1）提供应急处理方案，至少包含①应急处理机制②突发状况时可即时阻断网络直播的能力③应急预案等。每提供一项得 1 分，满分 3 分。 （2）根据应急处理方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		平台对接（10 分）	（1）提供平台对接方案，至少包含①对接流程②对接方式③对接标准④风险管理等。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 （2）根据平台对接方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		客户服务方案（6 分）	（1）提供客户服务方案，至少包含①服务体系 ②客服中心设置 ③客户服务管理机制④服务人员和售后服务热线配备等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 （2）根据客户服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。

			②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完 整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
3	商务部分 (32 分)	投标人企业 实力(4 分)	投标人具有 GB/T 19001 质量管理体系认证证书、GB/T 24001 环境管理体系认证证书、GB/T 45001 职业健康管理 体系认证证书，GB/T29490 知识产权管理体系认证证书， 每一项得 1 分，满分 4 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）。
		投标人技术 能力(6 分)	具备公共数字文化互动直播平台类、文化云对接管理平 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、公共文化活动策划管理类、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，每提供 1 人得 1.5 分， 满分 3 分。 （4）平台运营技术团队成员：艺术设计类或动画设计类 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)	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）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）

（适用于 2 分标）

序号		评审因素	评标标准
1	价格分 (满分 10 分)	投标报价 (10分)	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。 (1) 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。 (2) 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)	服务方案分 (满分15分)	(1) 项目服务方案表述片面、粗略，对项目需求分析理解符合项目实际情况，无可行性，有进度控制计划表，实施进度安排和时间节点缺乏合理性, 得5分。 (2) 项目服务方案表述全面，对项目需求分析理解较全、基本正确，服务方案具有可行性，有应急响应服务、服务质量保障，资源协调及应急服务预案，人员配置满足项目人员配置基本要求，有进度控制计划表，实施进度安排和时间节点合理可行，得10分。 (3) 项目服务方案表述详细，对项目需求分析理解全面、贴合采购要求且正确，服务方案可行性强，具有项目定位、传播策略、具体制作思路与制作流程、服务质量保障措施、服务内容在采购需求基础上有拓展；资源协调及应急服务预案；具有人员配备齐全、分工明确，进度计划科学合理且有进度控制计划表，实施进度安排和时间节点合理、详细、可操作性强，得15分。 (注：不符合最低入档条件的按不入档处理并计0分)
		选题策划方案内容分 (满分30分)	(1) 提供不少于11个选题策划方案，选题属于广西壮族自治区康养+旅游文化题材，但方案不全面、无创意、不清晰不完整，得15分。 (2) 提供不少于14个选题策划方案，且选题符合

			要求，能基本反映广西壮族自治区康养+旅游文化特色，方案内容包含主题确定，内容呈现、内容大纲等内容，得20分。 （3）提供不少于17个选题策划方案，选题贴切且内容新颖，能充分反映广西壮族自治区康养+旅游文化特色，题材有创意，方案内容包含视频主题方案、选题方案、内容大纲、主题的拍摄类型、表现手法和故事结构等内容，具有视频制作方案，得25分。 （4）提供不少于20个选题策划方案，选题贴切且内容新颖，能充分反映广西康养+旅游+文化特色，题材创意优秀、有详细拍摄脚本及配图，方案内容包含视频主题方案、选题方案、内容大纲、主题的拍摄类型、表现手法和故事结构等内容，视频制作方案详细，得30分。 （注：不符合最低入档条件的按不入档处理并计0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caac民用无人机驾驶员合格证，演出经纪人许可证，摄影、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）拟投入人员曾经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，影视艺术家协会，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	商务分（20分）	业绩（满分20分）	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）。每提供一项得4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。			

（适用于 3 分标）

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格（10分）	投标报价	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。 （1）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。 （2）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	技术部分（62分）	赶大集专区建设方案（14分）	（1）提供赶大集专区建设方案，至少包含①页面设计②开设文创店铺③前后端功能设计④运营服务⑤文创产品设计等。每提供一项得1分，满分5分。 （2）根据赶大集专区建设方案结合项目需求，针对性内容评审（满分9分） ①方案针对本项目采购需求，各项内容阐述详细，不存在明显错误或前后矛盾，满足项目实施需求的，得9分。 ②方案基本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，得5分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得2分。
		文采会服务方案（12分）	（1）提供文采会服务方案，至少包含①专题需求分析 ②专题整体架构设计 ③专题功能设计等。每提供一项得1分，满分3分。 （2）根据文采会服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分9分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得9分。 ②方案基本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，得5分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完

			整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		运营服务方案 (10 分)	(1) 提供运营服务方案，至少包含①运营机制②运营服务内容③运营流程④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）等方案。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 (2) 根据运营服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		培训服务方案 (10 分)	(1) 提供培训服务方案，至少包含①培训计划②培训流程③培训内容④师资保障⑤培训经验等。每提供一项得 1 分，满分 5 分。 (2) 根据培训服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 5 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 5 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		平台对接 (10 分)	(1) 提供平台对接方案，至少包含①对接流程②对接方式③对接标准④风险管理等。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 (2) 根据平台对接方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。

			②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		客户服务方案 (6 分)	(1) 提供客户服务方案，至少包含①服务体系 ②客服中心设置③客户服务管理机制④服务人员和售后服务热线配备等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 (2) 根据客户服务方案结合项目需求，针对性内容评审 (满分 4 分) ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
3	商务部分 (28 分)	投标人综合实力 (12 分)	投标人具有 GB/T 19001 质量管理体系认证证书、GB/T 24001 环境管理体系认证证书、GB/T 45001 职业健康安全管理体系认证证书、GB/T 29490 知识产权管理体系认证证书、文创产品设计 (定制) 类软件著作权、培训类软件著作权，每一项得 2 分，满分 12 分，没有不得分。 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，应加盖投标人单位公章，方可计分。
		团队综合能力 (4 分)	拟投入人员包含新闻、文学领域的编辑资格证书，且符合以下条件的对应分值： ①具备高级职称：每人 3 分； ②具备中级职称：每人 1 分； ③具备初级职称：每人 0.5 分。 (同一人员按最高职称计分，不重复累加；本项满分 4 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投标人任意 1 个月社保证明)
		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) 赶大集类似业绩: 投标人承担过类似文创产品信息采集发布服务业绩, 每提供 1 个得 1.5 分, 最多得 3 分, 不提供不得分。 (2) 培训服务类似业绩: 投标人承担过类似培训类业绩, 每提供 1 个得 1.5 分, 最多得 3 分, 不提供不得分。 (3) 线上专题制作类似业绩: 投标人承担过类似线上专题制作业绩, 每提供 1 个得 1 分, 最多得 4 分, 不提供不得分。 (4) 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)

（适用于 4 分标）

序号		评审因素		评标标准
1	价格分 (10分)	投标报价 (10分)		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。 (1)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。 (2) 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 (70分)	服务方案分 (55分)	项目分析 (15分)	根据投标人对项目背景、服务内容的理解深度，结合项目分析完整性、目标定位精准度进行综合评审： (1) 对项目背景及服务内容理解深刻，能精准把握核心需求；项目分析全面透彻且逻辑清晰；目标定位明确且契合项目宗旨，既符合政策导向，又具备行业前瞻性，得 15 分； (2) 对项目背景及服务内容理解准确，分析内容基本完整，能覆盖主要工作模块；目标定位正确但创新性一般，得 12 分； (3) 对项目背景及服务内容理解与分析片面或存在偏差，仅能描述表面内容；目标定位模糊或与项目需求匹配度较低，得 9 分； (4) 对项目背景及服务内容理解严重欠缺，无实质性分析内容，思路混乱；目标定位缺失或与项目无关，得 6 分。
			项目策划实施方案 (30分)	坚持导向正确，要求符合社会主义核心价值观，聚焦全民艺术普及与传统文化传承，深度融合广西特色艺术元素，实景拍摄及影棚拍摄相结合，采用广西本地师资，突出高质量、创新性、趣味性与互动性，根据各投标人提供的项目实施方案，从方案完整度、选题策划、课程设计、师资配置、拍摄方案等内容进行综合评审。 (1) 方案完整度 (满分 6 分)： ①方案完整详实周密，得 6 分； ②方案基本完整但细节欠缺，得 4 分； ③方案不完整，版块遗漏，得 2 分。

				(2) 课程选题策划 (满分 8 分) : ①选题贴合群众需求, 多维度创新, 有传播价值, 深度融合广西文化, 得 8 分; ②常规选题, 缺乏新意, 广西文化挖掘浅, 得 5 分; ③选题偏离, 无创新, 脱离广西文化元素, 得 2 分。 (3) 课程设计 (满分 6 分) : ①多元创新, 多媒体新技术运用赋能, 互动性与趣味性强, 得 6 分; ②基础创新, 多媒体技术局部应用, 互动性与趣味性弱, 得 4 分; ③形式单一老套, 没有互动性与趣味性, 得 2 分。 (4) 师资配置 (满分 4 分) : ①广西本土化师资占比 90%以上 (含), 得 4 分; ②广西本土化师资占比 80%~90%, 得 2 分; ③广西本土化师资占比 80%以下, 得 1 分。 (5) 拍摄方案 (满分 4 分) : ①可行性高, 流程思路清晰, 得 4 分; ②部分可行, 流程模糊但可调整, 得 2 分; ③难以执行, 流程脱离实际, 得 1 分。 (6) 实景拍摄 (满分 2 分) : ①外景拍摄占总体拍摄计划的 50%以上 (含), 且外景地充分体现广西特色, 得 2 分。 ②外景拍摄占总体拍摄计划的 50%以下, 外景地选址无广西特色, 得 1 分。
--	--	--	--	--

			合理规划项目进度且符合招标文件需求，进度计划科学合理且有进度控制计划表，实施进度安排和时间节点合理、详细、可操作性强： 1. 进度保障措施全面、科学合理，完全符合项目需求。进度计划内容要素全面，提供详细的进度控制计划表，实施进度安排和时间节点合理、详细、可操作性强，能够有效保障项目按时完成，得 10 分； 2. 进度保障措施较为全面，基本符合项目需求。进度计划内容要素较齐全，提供基本的进度控制计划表，实施进度安排和时间节点较为合理，基本符合项目需求，但部分细节需优化，得 7 分； 3. 进度保障措施存在不足，内容要素全面性一般。进度计划内容要素基本齐全，但部分环节不够详细或合理，提供简单的进度控制计划表，实施进度安排和时间节点一般，得 4 分； 4. 进度保障措施存在重大缺陷，内容要素不全面。进度计划内容要素不全面，存在明显缺陷或错误，未提供进度控制计划表，实施进度安排和时间节点不合理或不可操作，得 1 分；
		售后服务（15分）	1. 售后服务方案全面，后续课程推广服务有建设性，可执行性强，本地化服务能力突出，响应速度快（1 小时能到达现场，一般故障 2 小时内提出解决方案，4 小时解决故障），团队人员分工具体，服务措施详细，客户满意度保障措施完善，持续改进措施合理，得 15 分； 2. 售后服务方案较为全面，后续课程推广服务有可执行性，但建设性一般，本地化服务能力较强，响应速度较快（2 小时能到达现场，一般故障 3 小时内提出解决方案，5 小时解决故障），客户满意度保障措施基本完善，持续改进措施基本合理，得 12 分； 3. 售后服务方案存在不足，后续课程推广服务建设性与可执行性弱，本地化服务能力一般，响应速度一般（2 小时能到达现场，一般故障 3 小时内提出解决方案，6 小时解决故障），客户满意度保障措施有限，持续改进措施考虑不足，

			得 9 分； 4. 售后服务方案存在重大缺陷，本地化服务能力差，响应速度慢，客户满意度保障措施缺失，持续改进措施缺失，得 6 分。
3	商务分 (20 分)	业绩（6 分）	根据投标人 2021 年 1 月 1 日至今承接的类似服务项目进行计分，每提供一个得 3 分，最高为 6 分，不提供的得 0 分。 （投标文件中提供合同原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不计分）
		拟派项目人员（14 分）	1. 拟投入人员均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，其中之一的专业）本科以上（含本科）学历的一人得 1 分，满分 6 分。（投标文件中提供相关人员毕业证书原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不计分） 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。 （同一人员按最高职称计分，不重复累加；本项满分 8 分） （投标文件中提供相关人员聘用文件原件彩色扫描件及职称证原件彩色扫描件，如提供复印件须加盖投标人单位公章，否则不得分）
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 5 分标）

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格（10分）	投标报价	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。 （1）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。 （2）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	技术部分（54分）	项目总体实施方案（8分）	（1）提供项目总体实施方案，至少包含①实施总体进度计划②实施人员组织架构③保障措施④风险管理方案等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 （2）根据项目总体实施方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		订场馆服务方案（12分）	（1）提供订场馆服务方案，至少包含①栏目升级优化 ②信息采集 ③信息更新等。每提供一项得 2 分，满分 6 分。 （2）根据订场馆服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。

		运营服务方案 (6分)	(1) 提供运营服务方案，至少包含①运营机制②运营服务内容③运营流程④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）等方案。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 (2) 根据运营服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		内容审核方案 (12分)	(1) 提供内容审核方案，至少包含①审核机制②审核流程③意识形态审核等。每提供一项得 2 分，满分 6 分。 (2) 根据内容审核方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		平台对接 (10分)	(1) 提供平台对接方案，至少包含①对接流程②对接方式③对接标准④风险管理等。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 (2) 根据平台对接方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得

3			3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		客户服务方案 (6 分)	(1) 提供客户服务方案，至少包含①服务体系②客服中心设置③客户服务管理机制④服务人员和售后服务热线配备等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 (2) 根据客户服务方案结合项目需求，针对性内容评审 (满分 4 分) ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
	商务部分 (36 分)	投标人综合实力 (4 分)	1. 投标人具有 GB/T19001 质量管理体系认证证书、GB/T24001 环境管理体系认证证书、GB/T45001 职业健康管理体系认证证书、GB/T29490 知识产权管理体系认证证书, 每一项得 1 分，满分 4 分，没有不得分。 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) 项目负责人 (1 人)：具有硕士研究生及以上学历的，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:具有艺术设计类或动画设计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)

（适用于 6 分标）

序号	项目	评审因素	评审标准
1	价格（10分）	投标报价	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。 （1）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。 （2）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	技术部分（58分）	项目实施方 案（6分）	（1）提供建设实施方案，至少包含①总体进度计划和具体实施方案 ②组织架构 ③保障措施 ④验收方案等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 （2）根据建设实施方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		基层直录播 方案（11分）	（1）提供基层直播方案，至少包含①基层直录播执行方案②基层文化和旅游直播推介方案③带看直播方案④资源制作方案⑤宣传推广方案等。每提供一项得 1 分，满分 5 分。 （2）根据基层直播方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，

			仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分
		平台升级方案（10 分）	（1）在原平台上提供相关模块的升级优化方案，至少包含①广西数字文化馆平台优化②群文子站运营升级③全站数据整理④OA 办公系统维护升级⑤平台内容审核检测 ⑥新媒体账号维护 ⑦专题活动运营 ⑧平台运营等。每提供一项得 0.5 分，满分 4 分。 （2）根据平台升级优化方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 6 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分
		运营服务方案（7 分）	（1）提供运营服务方案，至少包含①运营机制②运营内容③运营流程④运营服务分析等方案。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 （2）根据运营服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 5 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 5 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		培训服务方案（8 分）	（1）提供培训服务方案，至少包含①培训计划和方式②培训流程和内容③师资保障④培训经验等。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 （2）根据培训服务方案结合项目需求，针对性内容评审（满分 4 分） ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。

			②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		平台对接 (10 分)	(1) 提供平台对接方案，至少包含①对接流程②对接方式③对接标准④风险管理等。每提供一项得 1 分，满分 4 分。 (2) 根据平台对接方案结合项目需求，针对性内容评审(满分 6 分) ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 6 分。 ②方案基本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，得 3 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
		客户服务方案 (6 分)	(1) 提供客户服务方案，至少包含①服务体系 ②客服中心设置③客户服务管理机制④服务人员和售后服务热线配备等。每提供一项得 0.5 分，满分 2 分。 (2) 根据客户服务方案结合项目需求，针对性内容评审(满分 4 分) ①方案完全符合本项目采购需求，内容阐述详尽完整，逻辑严密无矛盾，能够充分满足项目实施要求的，得 4 分。 ②方案基本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，得 2 分。 ③方案部分内容与采购需求存在偏差，描述不够清晰完整，仅能部分满足项目实施要求的，得 1 分。
3	商务部分 (32 分)	投标人综合实力 (4 分)	(1) 投标人具有 GB/T 19001 质量管理体系认证证书、GB/T 24001 环境管理体系认证证书、GB/T 45001 职业健康安全管理体系认证证书、GB/T 29490 知识产权管理体系认证证书，每一项得 1 分，满分 4 分，没有不得分。 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)
	投标人开发能力（6分）		投标人具有培训类软件著作权、直录播申报类软件著作权、多画面直播类软件著作权、直播平台类软件著作权，每一项得 1.5 分，满分 6 分，没有不得分。 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导演证的得 2 分。 2、项目摄像师具备摄像师证书的每有 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、收音师、无人机航拍人员等，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 3 分，不提供不得分。提供签订的合同复印件和播出证明(照片或电视台官网截图)。 （2）培训类：提供培训相关业绩, 每提供 1 个得 1 分，最多得 2 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 3 分，不提供不得分。 （4）平台升级业绩：提供与本项目类似的平台升级业绩，每提供一个得 2 分，满分 2 分； （5）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）
--	--	--	---

注：计分方法按四舍五入取至百分位。

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益，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。乙方的保密义务持续有效，不因为本合同履行终止、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的各项规定和要求，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):

_____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	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。

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；
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
...			

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

8. 代理服务费承诺书（如本项目为采购人支付代理服务费的，无需提供）

代理服务费承诺书

致：招标代理机构名称：

本单位参加了贵方组织的__项目名称（项目编号）__项目，在此说明如下：

1. 我方承诺，若本单位中标，保证在发出中标通知书之后，按本项目招标文件的规定标准向贵单位一次性足额支付代理服务费。

2. 本单位选择第____种方式作为代理服务费开票类型：

第一种方式：开具增值税普通发票。开票信息如下：

（1）公司名称_____；

（2）纳税人识别号_____。

第二种方式：开具增值税专用发票，开票信息如下：

（1）公司名称_____；

（2）纳税人识别号_____；

（3）在税局登记的地址_____；

（4）在税局登记的电话_____；

（5）开户银行_____；

（6）银行账户_____。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：

供应商公章（电子签章）：

日期： 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. 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

2. 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。

3. 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。

4. 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。

5. 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：_____

招标结果公告：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。