**佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目**

**竞 争 性 磋 商 文 件**

**采购项目编号：2024XFCG-20**

**采购人：佛山市消防救援支队**

**采购代理机构：广东远东招标代理有限公司**

**2024年10月**

**目 录**

**[第一部分 磋商邀请 3](#_Toc22053)**

**[第二部分 采购需求 6](#_Toc32673)**

[1.主要商务要求 6](#_Toc3325)

[2.技术标准与要求 12](#_Toc4684)

**[第三部分 供应商须知 19](#_Toc24412)**

[一、名词解释 19](#_Toc23160)

[二、须知前附表 20](#_Toc15214)

[三、说明 21](#_Toc30236)

[四、磋商文件的澄清和修改 23](#_Toc28688)

[五、响应要求 23](#_Toc31787)

[六、磋商、评审和结果确定 25](#_Toc16931)

[七、询问、质疑与投诉 25](#_Toc26837)

[八、合同签订和履行 26](#_Toc9375)

**[第四部分 评审 27](#_Toc21650)**

[一、评审要求 27](#_Toc504)

[二、政府采购政策落实 28](#_Toc19574)

[三、评审程序 29](#_Toc5531)

**[第五部分 合同文本 36](#_Toc7743)**

**[第六部分 响应文件格式与要求 49](#_Toc24585)**

[第一章 资格性文件 51](#_Toc6174)

[第二章 评审内容索引 63](#_Toc9610)

[第三章 商务部分 67](#_Toc8179)

[第四章 技术部分 71](#_Toc18982)

[第五章 价格部分 74](#_Toc21415)

[第六章 其他文件 76](#_Toc1321)

**第一部分 磋商邀请**

广东远东招标代理有限公司受佛山市消防救援支队的委托，采用竞争性磋商方式组织采购佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目。欢迎符合资格条件的供应商参加。

**一.项目概述**

**1.名称与编号**

采购项目名称：佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目

采购项目编号：2024XFCG-20

采购方式：竞争性磋商

预算金额：1,820,000.00元

**2.项目内容及需求情况（采购项目技术规格、参数及要求）**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 品目号 | 品目名称 | 采购标的 | 数量 | 技术规格、参数及要求 |
| 1-1 | 其他服务 | 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目 | 1项 | 详见第二章 |

本项目不接受联合体响应。

合同分包：不允许合同分包。

合同履行期限：合同签订生效后约定的开始之日起1年，具体按合同约定的时间为准。

**二.供应商的资格要求**

**1.供应商应具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，提供下列材料：**

（1）具有独立承担民事责任的能力：在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人， 投标（响应）时提交有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明） 副本复印件。分支机构投标的，须提供总公司和分公司营业执照副本复印件，总公司出具给分支机构的授权书。

（2）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：1）提供投标截止日前6个月内任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料。

（3）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，提供以下两种证明材料之一：1）提供2022或2023年度财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，能清晰显示第三方会计师事务所的印章，并能反映审计结论；2）提供投标截止日前6个月内基本开户银行出具的资信证明，并同时提交开户（基本户）许可证扫描件，开户（基本户）许可证已取消的，应提供能体现基本开户银行的“基本存款账户编号”的相关证明。）。

（4）履行合同所必需的设备和专业技术能力：按投标（响应）文件格式填写《具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函》。

（5）参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录：参照投标（报价）函相关承诺格式内容。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。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）。

**2.落实政府采购政策需满足的资格要求：**

本项目整体专门面向中小企业采购，监狱企业、残疾人福利性单位视同小型、微型企业。

（1）中小企业评审及《中小企业声明函》填写要求：

①本项目为服务类项目，供应商须根据本项目采购类别选择对应的《中小企业声明函》填写。

②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。

③供应商提交的《中小企业声明函》应按要求完整填报所有信息。

④涉及多个采购标的且由不同制造商制造或者由不同供应商承建（承接）的，应当逐一填报每个采购标的的制造商或者承建（承接）供应商信息。

（2）监狱企业评审要求：提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

（3）残疾人福利性单位评审要求：提供《残疾人福利性单位声明函》。

（4）中小企业划型标准详见《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）（http://www.gov.cn/zwgk/2011-07/04/content\_1898747.htm）。

**3.本项目特定的资格要求：**

（1）供应商未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“记录失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单； 不处于中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)“政府采购严重违法失信行为信息记录”中的禁止参加政府采购活动期间。 （以采购代理机构于投标（响应） 截止时间当天在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网（http://www.ccgp.gov.cn/）查询结果为准，如相关失信记录已失效，供应商需提供相关证明资料）。

（2）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，不得同时参加本采购项目投标（响应）。

（3）若投标供应商以总公司参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的保险公司法人许可证或保险许可证；若投标供应商为经总公司授权的分支机构参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的经营保险业务许可证或保险许可证。

**三.获取磋商文件**

时间：详见招标公告及其变更公告（如有）

地点：详见招标公告及其变更公告（如有）

符合资格的潜在供应商应当在采购文件获取时间内按代理机构规定方式获取采购文件，流程如下：

本项目采购文件只在远东电子交易平台在线上获取，供应商在获取采购文件之前，登录远东电子交易平台(http://www.gdydzb.com/)进行网上注册（已注册请忽略，直接登录进行报名与购标操作），具体流程操作见网站“下载专区 ——投标人操作手册”，网上注册相应准备资料如下：加盖公章的有效营业执照副本复印件、法人姓名与身份证号码。

符合资格的供应商在网上注册成功后方可报名与获取采购文件。主要操作过程如下：

1）注册：远东电子交易平台(http://www.gdydzb.com/)完成注册（详细可查看下载专区的《投标人操作手册》）；

2）选择项目：登录后，在“所有项目”中，搜索到需要参与的项目，点击"投标"；

3）报名参与：选择“报名登记”，选择相应的标段登记资料（请根据供应商资格提交相应的资料复印件，如有多个请全部压缩成一个文件再上传），提交后请等待审核：

本项目需提交资料（均须加盖供应商公章）要求为：a.有效的营业执照副本或社会团体法人证书或事业单位法人证书等复印件；b.法定代表人证明书及授权文件；

获取采购文件：在登记资料通过审核后，请在“购标、响应文件-->报名下载采购文件”中选择相应的标段，通过网上下载采购文件。

4）获取采购文件：在登记资料通过审核后，请在“标书购买”中选择相应的标段，获取下载文件。

有关网上注册、报名相关疑问，可致电0757-83332528，邮箱：zgydfs@126.com

无法进行网上报名：可携带（a.有效的营业执照副本或社会团体法人证书或事业单位法人证书等复印件；b.法定代表人证明书及授权文件。）到佛山市禅城区季华五路10号金融广场17层A区进行现场报名。

售价：免费获取。

**四.提交响应文件截止时间、开启时间和地点：**

提交响应文件截止时间和开启时间：详见磋商公告及其变更公告（如有）（自响应文件开始发出之日起至响应供应商提交响应文件截止之日止，不得少于10个日历日）

地点：详见磋商公告及其变更公告（如有）

**五.公告期限：**

公告期限：自本公告发布之日起不得少于3个工作日。

**六.本项目联系方式：**

**1.采购人信息**

名称：佛山市消防救援支队

地址：广东省-佛山市-顺德区-华阳路与裕和路交叉口北150米消防救援支队指挥中心

联系方式：0757-82989009

**2.采购代理机构信息**

名称：广东远东招标代理有限公司

地址：广东省佛山市禅城区季华五路10号金融广场17层A区之一

联系方式：0757-83332518

**3.项目联系方式**

项目联系人：李先生

电话：0757-83332518

**七、发布公告的媒介**

中国政府采购网（http://www.ccgp.gov.cn/）、广东远东招标代理有限公司网（http://www.gdydzb.com/）。

**第二部分 采购需求**

**一、项目概况**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项目名称** | **数量/单位** | **备注** |
| 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目 | 1项 | 自合同签订后服务1年（具体服务时间以签订的保单起止时间为准） |

**二、主要商务要求**

|  |  |
| --- | --- |
| 标的提供的时间 | 合同签订生效后约定的开始之日起1年，具体按合同约定的时间为准。 |
| 标的提供的地点 | 采购人指定地点。 |
| 付款方式 | 1、首付款合同签订且成交供应商完成用户需求书中规定的首付款支付前量化指标，则采购人自收到成交供应商开具的发票后14个工作日内，支付首付款项至总金额的30%。2、第二期款2025年4月30日前支付第二期款20%，支付前需达到用户需求书中规定的支付前量化指标，则采购人自收到成交供应商开具的发票后14个工作日内，向成交供应商支付项目1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14项目中总分达到25分积分标准，支付总金额的20%；如未达到支付前量化指标，采购人有权缓发款项，根据成交供应商提供的整改方案另行协商。3、第三期款2025年7月31日前支付第二期款30%，支付前需达到用户需求书中规定的支付前量化指标，则采购人自收到成交供应商开具的发票后14个工作日内，向成交供应商支付项目1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14项目中总分达到25分积分标准，支付总金额的20%；如未达到支付前量化指标，采购人有权缓发款项，根据成交供应商提供的整改方案另行协商。4、尾款根据采购需求中规定的尾款支付量化指标完成率、采购文件以及项目实施中规定的相关考核条款进行支付，支付金额=总金额×（20%－（100%－量化指标完成率））－扣减费用（如有），如为负数，则由成交供应商退还采购人相应的差额；如为正数，则采购人在考评完成并收到成交供应商开具的发票后14个工作日内支付。5、成交供应商向采购人申请付款时，应向采购人提供等额有效的发票。采购人在本合同约定的支付期限内向政府采购支付部门提出支付申请即视为采购人已履行付款义务，采购人的支付期限均不含政府财政支付部门审查的时间，如因政府财政支付流程导致的支付延期，采购人不承担责任，成交供应商不得以此为由不履行或迟延履行合同义务。6、因政府财政预算审批限额不足此不可抗因素进而导致项目无法进行的情况下，采购人需与成交供应商进行磋商终止合同服务，按实际服务进度支付费用，采购人不承担责任。 |
| 验收要求 | 根据磋商文件规定要求、成交供应商的投标承诺及行业标准、国家标准验收。 |
| 履约保证金 | 不收取 |
| 付款要求 | 1、首付款支付前量化标准需达到下述全部要求（1）人员团队符合采购需求，并得到采购人认可；（2）管理运行制度、运行体系得到采购人认可；（3）年度运行方案和前3个月细化方案得到采购人认可；（4）其他需经双方确认的内容达成一致；2、第二期款支付前量化指标对以下量化指标采取得分制，得分达到25分后支付进度款。（1）制作符合中央级媒体稿件每篇2分、省级1分，其中《人民日报》、央视《新闻联播》、央视新闻频道、央视《晚间新闻》《朝闻天下》《午间新闻》《东方时空》 等、“人民日报”“新华社”“央视新闻”等政务新媒体账号按每条3分计算。负面新闻不纳入统计范畴、同一内容在同一媒体（频道）按1条计算。（2）符合微信每日制作稿件≥3篇，且每月累计阅读量达到15万，每月得1分；（3）今日头条每日制作稿件≥10篇，每月得1.5分；（4）微博每日制作稿件≥30篇且每月累计阅读量达到800万，每月得1.5分；（5）抖音、快手每天制作稿件各≥1条，每月得1.5分，每个5W+点赞量作品1.5分；（6）完成短视频制作发布≥20条，每月得2分；（7）平面海报设计≥100张，得2分；（8）每组织1次直播活动且在线观看总人数达到800人，得1分，在线观看人数达到1500人得2分。（9）建立应急宣传机制，开展一次应急宣传演练，得1分。（10）人才团队每少1人/月，扣1分，应急机动人员未按要求配合工作的，每人每次扣1分。**乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。**（11）出现内容安全问题，每次扣2分；重大安全问题采购人有权单方解除终止合同。重大安全问题是指出现反动、暴、情等内容或发布的内容不当引发严重负舆情，数据泄露，违反政治安全、信息安全、保密要求造成负面影响，违反国家法律、法规、规章的其他行为。（12）合同内规定的其他事项，未履行到位，每次扣2分。3、第三期款支付前量化指标对以下量化指标采取得分制，得分达到25分后支付进度款。（1）制作符合中央级媒体稿件每篇2分、省级1分，其中《人民日报》、央视《新闻联播》、央视新闻频道、央视《晚间新闻》《朝闻天下》《午间新闻》《东方时空》 等、“人民日报”“新华社”“央视新闻”等政务新媒体账号按每条3分计算。负面新闻不纳入统计范畴、同一内容在同一媒体（频道）按1条计算。（2）符合微信每日制作稿件≥3篇，且每月累计阅读量达到15万，每月得1分；（3）今日头条每日制作稿件≥10篇，每月得1.5分；（4）微博每日制作稿件≥30篇且每月累计阅读量达到800万，每月得1.5分；（5）抖音、快手每天制作稿件各≥1条，每月得1.5分，每个5W+点赞量作品1.5分；（6）完成短视频制作发布≥20条，每月得2分；（7）平面海报设计≥100张，得2分；（8）每组织1次直播活动且在线观看总人数达到800人，得1分，在线观看人数达到1500人得2分。（9）建立应急宣传机制，开展一次应急宣传演练，得1分。（10）人才团队每少1人/月，扣1分。应急机动人员未按要求配合工作的，每人每次扣1分。**乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。**（11）出现内容安全问题，每次扣2分；重大安全问题采购人有权单方解除终止合同。重大安全问题是指出现反动、暴、情等内容或发布的内容不当引发严重负舆情，数据泄露，违反政治安全、信息安全、保密要求造成负面影响，违反国家法律、法规、规章的其他行为。（12）合同内规定的其他事项，未履行到位，每次扣2分。4、尾款支付前量化指标量化指标完成率=实际得分/100下列每部分根据重要性及工作量、成本支出等综合确定其在服务项目中的占比。因采购人工作需求变化而被调整或取消的项将不纳入考核评价，确因不可抗力无法完成的不纳入考核评价。（1）综合性策划方面(20分)随时做好应急宣传准备，全年原创稿件400条，符合中央级媒体稿件16条、省级28篇以上。（未完成应急宣传任务每次扣0.2分，每少1条原创稿件扣0.1分，每少1篇中央级媒体扣0.5分，每少1篇省级媒体扣0.2分，每出现1次运行安全问题扣0.2分，运营团队每少1人/月扣1分，应急机动人员未按要求配合工作的每人每次扣1分。）乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。）（2）新媒体稿件方面（15分）a、稿件符合中央媒体的要求。①在新华社或者《人民日报》投放不少于1条；②《中国应急管理部》投放不少于3条；③《中国消防》投放不少于2条。（共5分，第①项未完成扣1分，第②、③项每少1条扣0.1分）b、省市级级媒体投放不少于5条。(共5分，每少1条扣0.5分)c、支队在市级媒体的报刊专栏、专版，围绕阶段性重点工作做好内容生产工作。（共5分，未完成每次扣0.1分）（3）电视广播媒体方面内容制作（15分）a、制作符合国家级电视台稿件5条（1条专题按3条新闻折算计入统计），稿件由全媒体中心策划、拍摄、重新生产或综合各大队素材（共5分，每少1条扣1分）b、制作符合省市级电视台电视频道、广播频道、新媒体、网站全年累计投放不少于100条（共10分，每少1条扣0.1分）（4）网站新媒体方面（共30分）a、微信每日发稿≥3篇且每月阅读量15万+；今日头条每日发稿≥10篇；微博每日发稿≥30篇；抖音、快手每天发稿各≥1条；每月被中央级主要媒体新媒体或者省级政务号转发不少于1条；每月被省市级媒体新媒体转发不少于3条；支队五大媒体账号微信、微博、今日头条、抖音、快手账号，不少于3个账号获评全国应急系统优秀账号或全国消防系统优秀账号。（共20分，其中，月度指标每项未完成的扣1分，年度指标未完成的扣3分，扣完为止。）b、微博、微信每年分别开展不少于2场线上主题推广活动。（共2分，未完成每次扣1分）c、协助支队对重大活动开展新媒体网络直播活动，不少于5场。（共2分，未完成每次扣0.4分）d、配合今日头条、抖音、快手等平台活动要求，进行个性化的精准制作内容和推送，提供强影响力的曝光。（共2分，未完成扣2分）e、配合支队宣传处做好與情处置工作，提供消防舆情辟谣、源头追踪、事件分析等服务。（共4分，未完成舆情引导处置工作每次扣1分）（5）媒资管理与后期制作方面（共10分）a、承担全媒体工作平台和媒体资源管理系统影像和数据资料录入、审核、管理等任务。(共4分，未落实管理规定每次扣0.2分)b、保障支队机关主要领导和重要活动的摄影摄像工作，工作日8小时以外（含节假日）接到任务后30分钟内可在支队机关范围内提供摄影、摄像服务。（共3分，每少完成一次任务扣0.2分）c、完成宣传效果、工作情况的整理分析和建档工作，完成全媒体工作中心器材、装备等日常维护保养工作。（共3分， 每少完成一次任务扣0.2 分）（6）社会化宣传方面（共10分）a、策划开展消防安全传播推广教育线上线下活动不少于2场；承担消防科普及社会化传播活动的主持、讲解任务。（共2分，每少完成一次任务扣0.2分）b、设计消防安全知识平面海报不少于10份。（共2分，完成量若少于7份则得0分。）c、设计消防文化创意推广品不少于2种。（共1分，未完成扣1分）d、在元旦、春节、清明、五一、安全生产月、中秋、国庆、消防宣传月等重要节点，配合设计针对性消防提示海报。（共2分，少完成1次扣0.2分）e、做好“全民消防学习云平台”、“消防志愿者服务平台”、“消防科普教育基地”等平台的运行维护工作，配合做好“五进”、“三下乡”、中小学生消防安全教育日、防灾减灾日、安全生产月、科技宣传周、“119”消防宣传月、国际志愿者日、年度新媒体粉丝见面会等主题宣传活动。（共3分，未达标1次扣1分）。 |

**三、其他商务需求**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 参数性质 | 编号 | 内容明细 | 内容说明 |
| ★ | 1 | 报价要求 | 1.本项目的最高限价为￥1,820,000.00元，响应报价若超过项目采购预算（或最高限价）的，其响应报价将视为无效。2、报价中必须包含履行本合同所有人员的各项薪资、补贴、商业保险费用等，还包含年度管理费用、招聘、培训的费用、通讯费（日常采访通讯费）、各项税费与年度财务报告审计报告、获取相关授权等合同实施过程中的应预见和不可预见费用等。3、报价不高于项目采购预算，且不低于成本价。4、本项目预算金额为182万元，其中，暂列暂估金合计44.2万元。暂列暂估金包含：绩效暂列金19万元、应急机动人员费用暂估金额20万元、新媒体推广费暂估金额5.2万元。暂列暂估金用于项目服务团队人员、应急机动人员的KPI考核奖励以及按照新媒体运营需求/各媒体渠道推广需求发生的费用。合同签订前，成交供应商应根据本项目的采购需求，结合付款要求制定充分有利于项目实施的新媒体推广计划、绩效考核与绩效激励支付计划(含暂列暂估金的结算标准及结算价的定价方式)，提交采购人审核后方可实施。成交供应商未能按要求完成采购文件的各项要求和项目涉及的“量化指标”的，采购人有权按照双方确认的绩效考核与绩效激励办法核减相应费用，并按照相关要求持续改进，直至采购人满意为止。 |
|  | 2 | 履约期限 | **合同履行期限：**合同签订生效后约定的开始之日起1年，具体按合同约定的时间为准。 |
|  | 3 | 违约责任 | 1、响应供应商所提供的服务质量、拟投入人员不符合采购文件、项目需求书、投标承诺及合同规定的，应向采购人支付合同总金额5%的违约金，且由响应供应商负贵按照原采购文件、项目需求书、更正公告内容和质疑答疑文件（若有）、报价文件、中标(成交)通知书等实质性内容重新免费提供该项目服务内容。响应供应商重新提供该项目服务内容仍不符合合同约定的，采购人有权单方通知解除合同，响应供应商应承担合同总额5%的违约金，并赔偿采购人因此而发生的损失(包括但不限于直接经济损失、间接经济损失、律师费、差旅费、鉴定费、保全费等)。2、本项目如发生响应供应商应付违约金的情形，均为采购人可从未付款项中扣除，或要求响应供应商另行支付。3、响应供应商为履行本合同义务所形成的所有服务成果的知识产权归采购人所有(履行本合同所涉及的内容如须获得授权，响应供应商承诺该投权在采购人使用的全期间内，均为有权合法免费使用)。响应供应商不得在未征求采购人书面同意的情况下使用或者授权他人使用本合同项下的成果及相关信息(除为了履行本合同以外)，否则相关收益归采购人所有，响应供应商应另向采购人承担相应责任及违约责任(违约金标准:合同总额5%)，并赔偿采购人全部损失(包括但不限于直接经济损失、间接经济损失、律师费、差旅费、鉴定费、保全费等)。4、响应供应商保证向采购人提供的服务成果是其独立实施完成，不存在任何侵犯第三方专利权、商标权、著作权等合法权益的情形。如因响应供应商提供的服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究采购人责任的，响应供应商应负责解决并赔偿因此给采购人造成的全部损失，包括且不限于采购人因此支出的律师费、诉讼费、执行费、差旅费等，另应额外向采购人支付本合同总金额10%的违约金。5、响应供应商不得外包、分包、部分或全部转让本合同项下的合同义务。响应供应商派出员工作为本项目的负责人，该负责人必须作为本项目的主要工作人员实际参与本项目，负贵沟通及协调本合同的相关履行事宜。同时响应供应商应为履行本合同义务的人员购买相关的商业保险，如响应供应商的人员发生任何人身伤亡、财产损失等，均由响应供应商自行承担，如导致采购人损失的，响应供应商应赔偿。6、无正当理由，采购人违反合同规定拒绝接受响应供应商提供的服务的，应当承担由此对响应供应商造成的损失。7、对于满足合同约定支付条件的，采购人应当自收到发票后14 个工作日内启动资金支付流程。付款时间为采购人向政府采购支付部门]提出支付申请的时间，不含政府财政支付部门审查的时间，如因政府财政支付流程导致的支付延期，采购人不承担责任。8、对于因采购人原因导致变更、中止或者终止政府采购合同的，采购人应当依照合同约定对响应供应商受到的损失予以等价赔偿或者补偿。9、其它违约责任按《中华人民共和国民法典》处理。 |
| 说明 | 打“★”号条款为实质性条款，若有任何一条负偏离或不满足则导致投标（响应）无效。 打“▲”号条款为重要参数（如有），若有部分“▲”条款未响应或不满足，将根据评审要求影响其得分，但不作为无效投标（响应）条款。 |

**四、技术标准与要求**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 品目名称 | 标的名称 | 单位 | 数量 | 分项预算单价（元） | 分项预算总价（元） | 所属行业 | 技术要求 |
| 1 | 其他服务 | 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目 | 项 | 1 | 1,820,000.00 | 1,820,000.00 | 其他未列明行业 | 详见附表一 |

**附表一：**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 参数性质 | 序号 | 具体技术(参数)要求 |
|  | 1 | **开展策划工作**★1、服务期限内，每月策划文稿和视频，全年原创稿件不少于400条，其中至少16篇符合中央媒体稿件标准、28篇符合省级标准、80篇以上符合市级标准要求。**（需提供承诺函，格式自拟）**2、策划撰写符合中央、省级媒体刊播标准的反映消防救援队伍正面宣传的稿件。服务期限内，策划符合广东卫视频道2分钟以上专题、省市级传统媒体标准的策划案不少于6条（篇）。3、负责策划和协助拍摄网络直播12次、火灾隐患曝光12次、虚拟演播室访谈6次以上。4、协助准备支队新闻发布会、通气会相关宣传活动，组织不少于2次媒体联谊活动、每次不少于5家媒体。 |
|  | 2 | **新媒体账号内容制作工作**1、辅助执行佛山消防微信公众号、微博、今日头条、抖音、快手、微信视频号等新媒体平台内容制作，完成原创量和各账号的KPI指数。策划设计新媒体海报不少于240张。▲2、微信公众号每周策划制作原创稿件不低于3篇，全年产出原创文稿不低于180篇、工作日每天发布稿件不低于3篇；首条推文平均阅读量不低于6000、每2个月以图文漫画形式的首条推文量不低于1条；今日头条工作日制作稿件不少于10篇（其中包含原创数量不低于2篇）、全年制作稿件不低于2500篇；微博每日制作稿件不低于30篇（其中包含原创数量不低于10%）、全年制作微博稿件数量不低于6000篇、每月阅读量150万+；短视频（抖音、快手、视频号）每月制作稿不低于80篇（其中包含原创视频数量不少于20条）且内容要满足不同平台调性需求、全年制作视频数量不低于600条；服务周期内，全网络曝光量6亿次，全平台粉丝增长15万（现六大平台粉丝量：XXX万）。消防安全宣传、节假日、消防相关活动等H5制作每2个月不少于1条。▲3、每日制作微博篇数30条次以上，其中制作符合消防业务主题的原创微博数量不低于10%，包括全省抢险救援动态、消防知识科普相关、消防监督检查相关、消防形象宣传相关、应急宣传相关以及重要时间节点的消防宣传策划。不蹭非消防宣传公益使者相关的明星和娱乐话题，不发泛娱乐化、敏感性内容，日均阅读量20万以上，月均阅读量150万+。4、协助支队与新浪建立良好通联关系，特别与新浪广东开展协作，策划佛山消防形象宣传、热点话题联动、公益宣传等热点事件。密切与各类中央、省级微博政务大v的联系协作，推送重大热点事件、形象宣传相关博文时与南方日报等省级媒体和广东共青团、广东天气等省内微博政务大V进行互动，有效提高关注度和影响力。借助重要时间节点、重大救援行动进行宣传报道，打造好佛山消防自媒体宣传阵地。5、每日协助收集整理各区消防救援队伍上报的抢险救援动态、形象宣传、消防科普等素材，并进行编辑推送，包括挖掘抢险救援动态中的感人事迹、重大时间节点的火焰蓝形象宣传、结合社会热点推送相关消防科普知识。指导5支区级消防大队和特勤大队做好日常新闻采编工作，包括：及时传达部局、总队及支队的转发通知；及时传达微信公众号运营团队对消防宣传工作提出的要求和建议；及时传达总队、支队要求下发的消防员招录、政策文件公告、全市演练直播等相关宣传任务；积极与各大队联系协作，每月推动支队策划消防线上活动、形象宣传联动事例不低于1次。6、协助整理佛山消防各媒体平台粉丝的相关事宜：建立微博、微信、抖音和快手平台粉丝群，每天定期与粉丝互动，包括宣传消防安全、组织每日答题、解答网友的疑难疑问等，提高粉丝黏性，完成线上线下的整合，实现与粉丝全域、全场景、全周期互动，建立佛山消防形象；在粉丝群日常互动送礼品、消防知识有奖答题、寒暑假（节日）转发互动抽奖等；每日制作早安、晚安信息，与粉丝互动打卡，增强交流热度；在微博上每日主动与网友互动，加强与省内、佛山本地个人账号大V的联系协作，主动关注正能量的大V账号并就消防宣传进行联系协作，通过内容转发、话题互动、形象宣传等方式参与互动。7、微信、微博、今日头条、抖音、快手、微信号等账号，每月一次整体账号运营情况分析报告。年度输出不低于6个汇报PPT。微信公众号每月阅读量应在15万以上，平均阅读数超5000。协助与各类中央、省级政务大V的联系协作，每月制作在中央级微信号发布文章1篇、省级微信号发布文章不少于2篇。在元旦、春节、中秋、国庆等重要时间节点、重大救援行动中进行宣传报道相关内容的拍摄和制作，每季度策划塑造“火焰蓝”崭新面貌的相关新闻。8、每日收集整理各大队提报的灭火救援素材，筛选有宣传点、新闻性素材，并根据素材制作文字内容和视频内容符合支队选择内容向各大宣传平台发布并向中央级与省级媒体投稿稿件；及时编辑制作全市消防救援队伍工作动态的相关博文，并统计每月各大队原创内容发布情况；指导5个区级消防大队和特勤大队的日常新闻采编工作。9、负责整理粉丝数据，每季度策划一次线上或线下的粉丝互动活动。10、负责支队认证消防政务新媒体账号的管理工作，收集整理各大队认证消防政务新媒体账号的数据工作，负责支队每月媒体数据的收集整理工作。 |
|  | 3 | **消防文创创作工作**1、完成海报、平面设计工作。并将成品海报投放于各大综合体、商场、地铁等公共区域进行展示。每年完成印刷类海报设计10张，可完成新媒体海报240张以上，根据需要完成所有平台平面设计、LOGO设计工作，完成119消防日摄影展设计工作。各种视频、短视频的制作、包装、编辑工作。主要是20秒以内的短视频，由各自平台提前提出拍摄需求、线索或素材。2、定期制作以“消防”为主题的文创产品，精准把握文化与消防的内涵，将文化产品与消防宣传相结合，转化为现代生活中极具创意和实用价值的产品，如“红蓝”徽章、消防版画、消防书签、“火焰蓝”布袋等。并将文创产品通过线上线下的宣传活动形式送到群众的手上，将消防精神、消防知识和消防理念传递开来。 |
|  | 4 | **摄影、摄像工作**1、负责佛山市消防救援支队参加的省级、市级层面的会议和重大活动新闻宣传活动的摄影摄像工作，集训出动、参与应急救援现场、消防隐患暗访、实战演练、外勤等的摄影摄像工作，服务团队至少保障活动拍摄有2个机位。另外摄制人员中需有至少1名人员有驾照，由成交供应商负责保障出行。2、负责整理支队所有新闻图片、视频，做好归档工作，将关于佛山市消防救援支队的所有新闻图片按照年月日会议标题命名备注，归档到媒资系统里，以便日后使用。3、负责维护媒体资源管理系统。佛山市消防救援支队媒资系统和部局媒资系统要按规则录入，拍摄素材由主摄像摄影录入编目，其他平台成品由相应负责人录入编目，设置一位人员检查录入支队素材和维护部局系统的工作。4、指导协调各消防站拍摄视频、图片素材，同时为消防站提供急需素材。为各处室、支队制作图片展板、汇报片等提供图片素材。5、协助开展社会化宣传活动，负责组织开展“全民消防学习云平台”、“消防志愿者服务平台”、“消防科普教育基地”等平台的运行维护工作。负责组织“五进”活动所需科普宣传产品的制作与开发工作。负责组织“三下乡”、中小学生消防安全教育日、防灾减灾日、安全生产月、科技宣传周、“119”消防宣传月、国际志愿者日、年度新媒体粉丝见面会等主题宣传活动。 |
|  | 5 | **舆情引导工作**每周不少于2次舆情搜索统计，搜索平台包括：微博、微信公众号、微信群聊、微信朋友圈、抖音、快手、今日头条、豆瓣、百度贴吧等。如有重大舆情事件发生，迅速收集、整理该舆情信息（不少于500字）。舆情信息以图文形式提交给上级领导，待领导决策后，做出下一步信息发布计划。在新闻宣传处的领导下，协助联系各大媒体，结合佛山消防微信、微博、今日头条、抖音、快手、微信视频号等账号对舆情事件进行妥善的引导。每月不少于2次舆情分析总结，提高舆情分析、辨别能力。 |
|  | 6 | **应急宣传工作**建立应急宣传机制，在火灾、台风、洪水等突发应急宣传工作需要时，组建快速反应的团队，打破日常工作的设置，集中人力资源和媒体资源的力量，做到有效快速反应。 |
|  | 7 | **佛山消防传播矩阵建设工作**服务期限内大力策划具有佛山消防特色的专题活动，专题报道。 |
|  | 8 | **内部交流学习等工作**不定期协助开展专业技术交流（包括但不限于摄影、编导、摄像等），并组织全媒体中心人员进行交流学习，交换经验，取其精华，同时向各省展现广东消防全媒体运营优秀成果。 |
|  | 9 | **行政（管理）等工作**创建合理、有效的管理制度、绩效考核制度、晋升制度等，明确工作任务及分工。派专职负责人常驻办公，进行管理。 |
|  | 10 | **其他工作**完成工作情况、宣传效果的整理分析和档案建立工作，完成全媒体工作中心器材、车辆、装备等日常维护保养工作，完成全媒体工作中心日常运营制度建设、人员管理等工作。 |
|  | 11 | **服务需求**1、人才团队服务。供应商提供的8人服务团队。一是驻点团队：供应商派驻1名项目负责人（需要有相关行业服务经验），派驻7名与项目需求相适应的人员，在佛山消防救援支队或其下属单位工作，供应商为派驻人员购买与消防救援工作相适应的保险。人员配置：内容制作服务团队成员最低配置8人，原则上均应具备本科以上学历。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 编制 | 岗位 | 岗位职责 | 任职资格 | 绩效奖励 |
| 全媒体中心（1人） | 负责人 | 1、制定全媒体中心内容制作服务策略、完善中心运营制度、制定中心运营标准规范；2、了解行业市场状况，制定年度、季度执行计划；3、负责组织各部门定期检讨运营情况并纠偏；4、负责各部门运营成本和纠偏；5、根据业绩、市场反馈等对媒体中心运营进行监督、控制和数据分析评估，及时调整市场策略与内容，保证项目目标的持续达成；6、与新媒体平台建立良好通联关系，密切与各类中央、省级政务大V的联系协作，借助重要时间节点、重大救援行动宣传报道，打造好佛山消防自媒体宣传阵地；7、指导全市5个区消防救援大队做好日常新闻发布工作。 | 1、政治觉悟高；2、担任过同类项目的总负责人，具有行业相关从业经验丰富者优先；3、具有较强的领导能力、判断与决策能力、人际能力、沟通能力、影响力、计划与执行能力、谈判能力；4、精通新媒体推广渠道及推广手段（微信、公众号、直播、社区、小红书、抖音等），有实战经验，对数据敏感，深度了解各平台玩法与运营规则。 | 1、每季度完成对应的KPI，项目负责人每季度奖金8000元。年终顺利完成所有任务指标可获得8000元奖励。累计全年奖金4万元。2、KPI为：五大媒体平台账号数据指标。发稿总量不低于400份，其中包含中央媒体16份，省级28份，市级80份。短视频发布数量不低于600条，全网络曝光量6亿次，全平台粉丝增长在2024年基础上增长15万。 |
| 图文处理中心（3人） | 资深文字编辑（组长1人） | 1、负责日常文案选题，报导任务创建及指派；2、负责重要稿件的采写工作；3、市区两级消防救援队伍通联协作与协同报道；4、指导五区消防救援大队在省主流报刊发稿件；5、负责宣传编辑组管理工作。 | 1、新闻、中文、计算机等专业；有丰富相关工作经验者优先；2、良好的文字功底，较强的信息采编能力；3、善于运用互联网搜索，善于进行图文编辑，善于进行内容整合；4、能独立完成专题、活动等推广文案的撰写，具备网站策划包装能力；5、工作细心，高度的责任心，有相关网站和新媒体编辑工作经验。 | 1、完成季度KPI可获得5000元/季度的季度奖金，全年完成KPI，可再获得年终奖金1万元。累计全年奖金3万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。全年图文稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求。80份以上达到市级媒体要求。每月保障产出微信公众号推文84篇、微博900条、今日头条300条。 |
| 平面设计（1人） | 1、负责日常推文图片处理工作；2、结合微信文章制作文章长图，增强微信文章的设计感；根据活动、节假日、特定时间点等需要完成海报、宣传单页、横幅等设计相应宣传稿件；3、负责原创内容设计及整体元素绘制；4、针对佛山消防为核心的相关内容，结合相关文案及配图进行设计及绘制；5、相关logo、人物漫画、卡通形象、场景图绘等设计的插画内容的绘制工作。 | 1、具有扎实的美术基础、色彩控制能力和丰富的想象力；2、熟练运用photoshop,AI等图像编辑软件，具有较强的平面设计处理能力；3、能够结合消防各项工作，进行创意平面设计；4、良好的沟通能力、工作认真细致、敬业、有责任感、注重效率，有团队合作精神。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。了累计全年奖金1.8万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度全年图文稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求，80份以上达到市级媒体要求。所设计的作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 文案编辑（1人） | 1、负责日常文案文稿编写、视频文案编辑、视频标题策划等；2、配合团队完成其他文字文案工作；3、负责领导交办的其它工作。 | 1、有丰富相关工作经验者优先，有报社或媒体行业编辑经验；2、较强的文字功底和理解领悟能力，文笔流畅、文字转化能力强，有较好的排版能力；3、视野开阔，思维活跃，观察、思考能力强，善于分析问题。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。累计全年奖金1.8万元。2、KPI设定：全年稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求。80份以上达到市级媒体要求，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 影视制作中心（4人） | 资深影视制作（组长1人） | 1、负责影音视听组管理工作；2、负责把控视频拍摄调度、视频出片质量把关；3、负责重大宣传片、视频等审核、指导、制作工作；4、兼职摄影摄像工作。 | 1、有相关工作丰富经验者优先；2、广告、新闻、中文相关专业本科毕业(业务能力特别突出的可适当放宽学历)；3、优秀的创意和执行能力，能主导性地提出创意并迅速高质量地执行，善于把握各种文体；擅于归纳总结，文笔犀利独到，具有很强的文字功底，对文字精益求精；4、对短视频有独到见解和创新热情；5、精通摄影摄像后期制作等技能； 6、认真负责，踏实肯干，有团队意识、创新意识、进取意识；7、具备应急宣传车切换导播技能。 | 1、完成季度KPI可获得5000元/季度的季度奖金，全年完成KPI，可再获得年终奖金1万元。累计全年奖金3万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 摄影摄像（1人） | 1、负责日常的图片摄影、视频拍摄（公益片、栏目片等）；2、在重大宣传活动中，负责视频拍摄，并存档；3、懂视频编辑，必要时可以与视频编辑轮岗；4、应急宣传值班，节假日、重大火灾及突发应急等情况，能够及时提供支援，发生重大火灾要到现场，保障工作有效按时按量按质完成。 | 1、影视、摄影、动画、视觉传达、设计艺术等相关专业，大专及以上学历，有丰富相关工作经验者优先；2、在市级以上的媒体从事新闻剪辑、摄影、摄像工作经验或有广告片、宣传片、微电影的剪辑经验及作品；3、熟练操作佳能、尼康、索尼等主流拍摄器材,并具备具备一定影视灯光能力和现场收声经验；4、有一定美术功底，审美能力强，时尚嗅觉敏锐；5、能熟练运用AE、PR等合成软件进行动画和合成处理；6、较强的沟通能力和团队合作精神，抗压力强，注重效率；7、由于工作性质特殊，会涉及到事故现场出勤，男生优先考虑。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 视频剪辑（2人） | 1、负责新媒体视频的制作和剪辑；2、完成或配合制作支队专项工作汇报片、课件等；3、懂摄影摄像，必要时可以与摄影摄像轮岗。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |

2、服务团队其它人员要求如下：对于部分专业技术要求较强、日常工作量较少的岗位实行兼职制。须要提供符合任职资格要求的专业兼职人员，兼职人员共4名，部分兼职人员情况如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **兼职岗位** | **主要工作** | **任职要求** |
| 专业配音（2人，一男一女） | 为佛山市消防救援支队的视频节目配音； | 1、广播电视、播音主持、声乐、传媒、影视等相关专业大专以上学历；2、普通话标准、持有普通话一级乙等以上资格证书，口齿清晰，音色条件好可塑性高；3、有良好的戏感及理解能力；4、约定的配音任务需按时完成。 |
| 主持人（2人，一男一女） | 配合活动主持、直播主持、演播室录演的出镜； | 1、播音主持、声乐、表演、传媒、影视等相关专业本科以上学历；2、普通话标准、持有普通话一级乙等以上资格证书，口齿清晰，音色条件好可塑性高；3、具备敏锐的思维及快速理解、应变能力；4、形象良好，五官端正，品行优良，有责任心，无不良嗜好及负面影响。 |

 |
| 说明 | 打“★”号条款为实质性条款，若有任何一条负偏离或不满足则导致投标无效。 打“▲”号条款为重要技术参数，若有部分“▲”条款未响应或不满足，将导致其响应性评审加重扣分，但不作为无效投标条款。 |

**第三部分 供应商须知**

供应商必须认真阅读磋商文件中所有的事项、格式、条款和采购需求等。供应商没有按照磋商文件要求提交全部资料，或者响应文件没有对磋商文件在各方面都做出实质性响应的可能导致其响应无效或被拒绝。

请注意：供应商需在响应文件截止时间前，将响应文件投递到采购公告中规定地点处，逾期投递送达将导致响应无效。

**一、名词解释**

1.采购代理机构：本项目是指广东远东招标代理有限公司，负责整个采购活动的组织，依法负责编制和发布磋商文件，对磋商文件拥有最终的解释权，不以任何身份出任磋商小组成员。

2.采购人：本项目是指佛山市消防救援支队，是采购活动当事人之一，负责项目的整体规划、技术方案可行性设计论证与实施，作为合同采购人（用户）的主体承担质疑回复、履行合同、验收与评价等义务。

3.供应商：是指完成本项目响应登记并提交电子响应文件的供应商。

4.“磋商小组”是指根据《中华人民共和国政府采购法》等法律法规规定，由采购人代表和有关专家组成以确定成交供应商或者推荐成交候选供应商的临时组织。

5.“成交供应商”是指经磋商小组评审确定的对磋商文件做出实质性响应，经采购人按照规定在磋商小组推荐的成交候选供应商中确定的或磋商小组受采购人委托直接确认的供应商。

6.磋商文件：是指包括磋商公告和磋商文件及其补充、变更和澄清等一系列文件。

7.“成交供应商代表签字”及“授权代表”：在投标（响应）文件及相关的其他资料中，涉及“成交供应商代表签字”或“授权代表”应在纸质投标（响应）文件上进行手写签名。

8.“法定代表人”：在投标（响应）文件及相关的其他资料中，涉及“法定代表人”应在纸质投标（响应）文件上进行手写签名。

9.日期、天数、时间：未有特别说明时，均为公历日（天）及北京时间。

**二、须知前附表**

|  |
| --- |
| 本表与磋商文件对应章节的内容若不一致，以本表为准。 |
| 序号 | 条款名称 | 内容及要求 |
| 1 | 采购包情况 | 本项目共1个采购包 |
| 2 | 开启方式 | 开标现场开启 |
| 3 | 评审方式 | 现场评审 |
| 4 | 评审办法 | 综合评分法 |
| 5 | 报价形式 | 总价 |
| 6 | 报价要求 | 报价不得高于本项目的总价最高限价 |
| 7 | 现场踏勘 | 否 |
| 8 | 响应有效期 | 从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天 |
| 9 | 响应保证金 | 无要求 |
| 10 | 成交候选供应商推荐家数 | 3家 |
| 11 | 成交供应商家数 | 1家 |
| 12 | 有效供应商家数 | 3家此人数约定了开启与评审过程中的最低有效供应商家数，当家数不足时项目将不得开启、不得评审或直接终止采购。 |
| 13 | 项目兼投兼中（兼投不兼中）规则 | 无：- |
| 14 | 成交供应商确定方式 | 采购人按照评审报告中推荐的成交候选人确定成交供应商。 |
| 15 | 代理服务费 | 收取。采购机构代理服务收费标准：按国家计委颁布的«招标代理服务收费管理暂行办法»（计价格[2002]1980号）中服务类收费。 |
| 16 | 代理服务费收取方式 | 向成交供应商收取。 |
| 17 | 响应文件要求 | **一、响应文件的递交**供应商应凭以下资料递交响应文件（加盖供应商公章），否则，采购代理机构将有权拒收：1）法定代表人/负责人资格证明书 原件；2）法定代表人授权书 原件【若法定代表人亲临现场参与投标的，则不需提供】；3)法定代表人或授权代表本人身份证 原件。**二、响应文件递交数量**1）**《响应文件》**密封包：一份【内含《响应文件》1份正本和2份副本】；2）**唱标信封**密封包：一份【内含《报价汇总表》原件1份，响应文件电子光盘/U盘1份】。**三、响应文件的制作要求及密封要求**1）《响应文件》由资格性文件、评审内容索引、商务部分、技术部分、价格部分及其他文件共六部分组成。2）《响应文件》的【正本】及所有【副本】的封面及骑缝均须加盖成交供应商公章。3）**唱标信封必须与响应文件【正、副本】分开单独密封，并应在规定时间内同时递交，每份密封文件应在封口处加盖成交供应商公章。“电子文档”（光盘/U盘）表面须标明成交供应商名称，密封于唱标信封之内。**4）所有密封文件封套正面统一按“文件包装袋封面”格式填写标贴。 |
| 18 | 其他 | /。 |
| 19 | 专门面向中小企业采购 | 面向中小企业，采购包专门预留。 |

**三、说明**

**1.总则**

本磋商文件依据《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》（国务院令第658号）和《政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法》（财库〔2014〕214号）及国家有关法律、法规、规章制度编制。

供应商应仔细阅读本项目信息公告及磋商文件的所有内容（包括变更、补充、澄清以及修改等，且均为磋商文件的组成部分），按照磋商文件要求以及格式编制响应文件，并保证其真实性，否则一切后果自负。

本次竞争性磋商项目，是以磋商公告的方式邀请非特定的供应商参加磋商。

**2.适用范围**

本磋商文件仅适用于本次磋商公告中所涉及的项目和内容。

**3.进口产品**

若本项目允许采购进口产品，供应商应保证所投产品可履行合法报通关手续进入中国关境内。

若本项目不允许采购进口产品，如供应商所投产品为进口产品，其响应将被认定为响应无效。

**4.磋商费用**

不论磋商结果如何，供应商应承担所有与准备和参加磋商有关的费用。采购代理机构和采购人均无义务和责任承担相关费用。

**5.关联企业响应说明**

5.1对于不接受联合体响应的采购项目（采购包）：法定代表人或单位负责人为同一个人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得同时参加同一项目或同一采购包的响应。如同时参加，则评审时将同时被拒绝。

5.2对于接受联合体响应的采购项目（采购包）：除联合体外，法定代表人或单位负责人为同一个人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得同时参加同一项目或同一采购包的响应。如同时参加，则评审时将同时被拒绝。

**6.关于中小微企业响应**

中小微企业响应是指在政府采购活动中，供应商提供的货物均由中小微企业制造、工程均由中小微企业承建或者服务均由中小微企业承接，并在响应文件中提供《中小企业声明函》。本条款所称中小微企业，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。 中小企业划分见《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号) 。

根据财库〔2014〕68号《财政部 司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》，监狱企业视同小微企业。监狱企业是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地(设区的市)监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。监狱企业响应时，提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件，不再提供《中小企业声明函》。

根据财库〔2017〕141号《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》，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足《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》所列条件。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。

**7.纪律与保密事项**

7.1供应商不得相互串通磋商报价，不得妨碍其他供应商的公平竞争，不得损害采购人或其他供应商的合法权益，供应商不得以向采购人、磋商小组成员行贿或者采取其他不正当手段谋取成交。

7.2供应商不得与采购人就响应价格、响应方案等实质性内容进行磋商，也不得私下接触磋商小组成员。

7.3在确定成交供应商之前，供应商试图在响应文件审查、澄清、比较和评价时对磋商小组、采购人和采购代理机构施加任何影响都可能导致其响应无效。

7.4获得本磋商文件者，须履行本磋商项目下保密义务，不得将因本次磋商获得的信息向第三人外传，不得将磋商文件用作本次响应以外的任何用途。

7.5由采购人向供应商提供的图纸、详细资料、样品、模型、模件和所有其它资料，均为保密资料，仅被用于它所规定的用途。除非得到采购人的同意，不能向任何第三方透露。开启结束后，应采购人要求，供应商应归还所有从采购人处获得的保密资料。

7.6采购人或采购代理机构有权将供应商提供的所有资料向有关政府部门或询价小组披露。

7.7在采购人或采购代理机构认为适当时、国家机关调查、审查、审计时以及其他符合法律规定的情形下，采购人或采购代理机构无须事先征求供应商同意而可以披露关于采购过程、合同文本、签署情况的资料、供应商的名称及地址、响应文件的有关信息以及补充条款等，但应当在合理的必要范围内。对任何已经公布过的内容或与之内容相同的资料，以及供应商已经泄露或公开的，无须再承担保密责任。

**8.语言文字以及度量衡单位**

8.1除磋商文件另有规定外，响应文件应使用中文文本，若有不同文本，以中文文本为准。响应文件提供的全部资料中，若原件属于非中文描述，应提供具有翻译资质的机构翻译的中文译本。前述翻译机构应为中国翻译协会成员单位，翻译的中文译本应由翻译人员签名并加盖翻译机构公章，同时提供翻译人员翻译资格证书。中文译本、翻译机构的成员单位证书及翻译人员的资格证书可为复印件。

8.2除非磋商文件的技术规格中另有规定，供应商在响应文件中及其与采购人和采购代理机构的所有往来文件中的计量单位均应采用中华人民共和国法定计量单位。

8.3供应商所提供的货物和服务均应以人民币报价，货币单位：元。

**9. 现场踏勘（如有）**

9.1磋商文件规定组织踏勘现场的，采购人按磋商文件规定的时间、地点组织供应商踏勘项目现场。

9.2供应商自行承担踏勘现场发生的责任、风险和自身费用。

9.3采购人在踏勘现场中介绍的资料和数据等，不构成对磋商文件的修改或不作为供应商编制响应文件的依据。

**四、磋商文件的澄清和修改**

1.采购代理机构对磋商文件进行必要的澄清或者修改的，在指定媒体上发布更正公告。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，更正公告在递交响应文件截止时间至少5日前发出；不足5日的，代理机构顺延提交响应文件截止时间。

2.更正公告及其所发布的内容或信息（包括但不限于：磋商文件的澄清或修改、现场考察或答疑会的有关事宜等）作为磋商文件的组成部分，对供应商具有约束力。一经在指定媒体上发布后，更正公告将作为通知所有磋商文件收受人的书面形式。

3.供应商在规定的时间内未对磋商文件提出疑问、质疑或要求澄清的，将视其为无异议。对磋商文件中描述有歧义或前后不一致的地方，磋商小组有权进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个供应商。

**五、响应要求**

**1.响应登记**

供应商应按“获取磋商文件”流程获取磋商文件（未按上述方式获取磋商文件的供应商，其响应资格将被视为无效）。

**2.响应文件的制作**

2.1响应文件由资格性文件、评审内容索引、商务部分、技术部分、价格部分、其他文件共六部分组成，具体按采购文件中第五部分“响应文件格式”的要求以A4版面统一编制。

2.2响应文件的制作、不同文字文本的释义均以简体中文文本为准，重要的外文资料须附有中文译注。

2.3响应文件所使用的公章必须为机构公章，且与参与磋商与报价的供应商名称一致，不能以其它业务章或附属机构章代替。需签名之处必须由当事人亲笔签署。

2.4《响应承诺函》、《法定代表人/法定负责人证明书》、《法定代表人/法定负责人授权书》、《具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺》、《参与采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明函》的格式内容不允许擅自删改。

2.5响应文件自制部分必须打印，每份内页须按序加注页码，整册装订牢固可靠且不能轻易脱落。如因装订问题而出现漏页或缺页，由此产生的一切后果由供应商自行承担。

2.6任何行间插字、涂改和增删，必须由供应商授权代表在旁边签字或加盖供应商公章后方为有效。

2.7响应文件应包含正本、副本。唱标报价信封须和正本、副本分开单独密封并同时递交。包装文件的封口处须加盖供应商公章或授权代表签名，每一份响应文件上应明确注明“正本”或“副本”字样。

2.8所有密封文件封套正面统一按“响应文件包装袋封面”格式填写标贴。

2.9采购机构有权拒绝接受报价的情形：以电报、电话传真形式响应；密封、数量、规格、册装不合要求或逾期提交的响应文件；不按要求提供重要物证资料；不按时交纳足额磋商保证金。

**3.响应报价**

3.1任何报价是以参与磋商与报价的供应商可独立履行项目合同义务，通过合理预测与准确核算后，可达到预期设计功能和常规使用效果，满足约定的验收标准和符合自身合法利益的前提下所作出的综合性合理报价，对在响应文件和合同书中未有明确列述、响应方案设计遗漏失误、市场剧变因素、应预见和不可预见的费用等均视为已完全考虑到并包括在报价总价之内。

3.2对超出常规、具有特别意义的报价，或报价明显低于成本价或高于同业同期市场平均价时须作出重点说明，详述其理由和依据。

3.3在提交首次响应文件时间截止后至响应有效期截止前的任何报价为固定不变价，此报价将作为评审的重要依据之一，但并不是确定成交供应商的唯一依据。

3.4响应报价提出有折扣优惠者，以折扣后的最终优惠价为准。

**4.响应文件差异修正准则**

响应文件出现差异时，修正原则如下：

4.1公开唱读内容与响应文件对应内容不一致，均以公开唱读内容为准。正本和副本之间内容有差异，以正本为准；

4.2响应文件描述内容与原始材料引述内容不一致时，以原始材料内容为准；

4.3对出现以上情况或因明显笔误而需修正任何内容时，均以磋商小组审定通过方为有效；

4.4磋商小组认定为表述不清晰或无法确定的报价均不予修正。

**5.磋商保证金（本项目不适用）**

**6.响应有效期**

6.1响应有效期内供应商撤销响应文件的，采购人或者采购代理机构可以不退还响应保证金（如有）。采用响应保函方式替代保证金的，采购人或者采购代理机构可以向担保机构索赔保证金。

6.2出现特殊情况需延长响应有效期的，采购人或采购代理机构可于响应有效期满之前要求供应商同意延长有效期，要求与答复均以书面形式通知所有供应商。供应商同意延长的，应相应延长其响应保证金（如有）的有效期，但不得要求或被允许修改或撤销其响应文件；供应商可以拒绝延长有效期，但其响应将会被视为无效，拒绝延长有效期的供应商有权收回其响应保证金（如有）。采用响应保函方式替代保证金的，响应有效期超出保函有效期的，采购人或者采购代理机构应提示响应供应商重新开函，未获得有效保函的响应供应商其响应将会被视为无效。

**8.样品（演示）**

8.1磋商文件规定供应商提交样品的，样品属于响应文件的组成部分。样品的生产、运输、安装、保全等一切费用由供应商自理。

8.2递交响应文件截止时间前，供应商应将样品送达至指定地点。若需要现场演示的，供应商应提前做好演示准备（包括演示设备）。

8.3采购结果公告发布后，成交供应商的样品由采购人封存，作为履约验收的依据之一。未成交供应商在接到采购代理机构通知后，应按规定时间尽快自行取回样品，否则视同供应商不再认领，代理机构有权进行处理。

**9.除磋商文件另有规定外，有下列情形之一的，响应无效：**

9.1响应文件未按照磋商文件要求签署、盖章；

9.2不符合磋商文件中规定的资格要求；

9.3磋商报价超过磋商文件中规定的预算金额或最高限价；

9.4响应文件含有采购人不能接受的附加条件；

9.5有关法律、法规和规章及磋商文件规定的其他无效情形。

**六、磋商、评审和结果确定**

**1.响应文件的开启**

1.1异议

供应商代表对开启过程和开启记录有疑义，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。供应商未参加开启的，视同认可开启结果。

**2.评审（详见第四章）**

**3.成交**

成交结果公告：

成交供应商确定之日起2个工作日内，采购人或采购代理机构将在相关网站以公告的形式发布成交结果，结果公告的公告期限为 1 个工作日。结果公告同时作为采购代理机构通知除成交供应商外的其他供应商没有成交的书面形式，采购代理机构不再以其它方式另行通知。

**七、询问、质疑与投诉**

**1.询问**

供应商对政府采购活动事项（磋商文件、采购过程和成交结果）有疑问的，可以向采购人或采购代理机构提出询问，采购人或采购代理机构将及时作出答复，但答复的内容不涉及商业秘密。询问可以口头方式提出，也可以书面方式提出，书面方式包括但不限于传真、信函、电子邮件。联系方式见《响应邀请函》中“采购人、采购代理机构的名称、地址和联系方式”。

**2.质疑**

2.1供应商认为磋商文件、采购过程和成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面原件形式向采购人或采购代理机构一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，逾期质疑无效。供应商应知其权益受到损害之日是指：

（1）对磋商文件提出质疑的，为获取磋商文件之日或者磋商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）对成交结果提出质疑的，为成交结果公告期限届满之日。

2.2质疑函应当包括下列主要内容：

（1）质疑供应商和相关供应商的名称、地址、邮编、联系人及联系电话等；

（2）质疑项目名称及编号、具体明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；

（3）认为磋商文件、采购过程和成交结果使自己的合法权益受到损害的法律依据、事实依据、相关证明材料及证据来源；

（4）提出质疑的日期。

2.3质疑函应当署名。质疑供应商为自然人的，应当由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

2.4以联合体形式参加政府采购活动的，其质疑应当由联合体成员委托主体提出。

2.5供应商质疑应当有明确的请求和必要的证明材料。质疑内容不得含有虚假、恶意成份。依照谁主张谁举证的原则，提出质疑者必须同时提交相关确凿的证据材料和注明证据的确切来源，证据来源必须合法，采购人或采购代理机构有权将质疑函转发质疑事项各关联方，请其作出解释说明。对捏造事实、滥用维权扰乱采购秩序的恶意质疑者，将上报政府采购监督管理部门依法处理。

2.6质疑联系方式如下：

质疑联系人：李先生

电话：0757-83332518

传真：0757-83332578

邮箱：zgydfs@126.com

地址：佛山市禅城区季华五路10号金融广场17楼A区之一

邮编：528000

**八、合同签订和履行**

**1.合同签订**

1.1采购人应当自《成交通知书》发出之日起三十日内，按照磋商文件和成交供应商响应文件的约定，与成交供应商签订合同。所签订的合同不得对磋商文件和成交供应商响应文件作实质性修改。

1.2采购人不得提出试用合格等任何不合理的要求作为签订合同的条件，且不得与成交供应商私下订立背离合同实质性内容的协议。

1.3合同条款中应规定，乙方完全遵守《中华人民共和国劳动合同法》有关规定和《中华人民共和国妇女权益保障法》中关于“劳动和社会保障权益”的有关要求。

**2.合同的履行**

2.1采购合同订立后，合同各方不得擅自变更、中止或者终止合同。采购合同需要变更的，采购人应签订补充合同。

2.2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，可以与成交供应商签订补充合同，但所补充合同的采购金额不得超过原采购金额的10%。

**第四部分 评审**

**一、评审要求**

**1.评审方法**

 综合评分法,是指响应文件满足磋商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成交供应商为成交候选人的评标方法。（最低报价不是成交的唯一依据。）

**2.评审原则**

2.1评审活动遵循公平、公正、科学和择优的原则，以磋商文件和响应文件为评审的基本依据，并按照磋商文件规定的评审方法和评审标准进行评审。

2.2具体评审事项由磋商小组负责，并按磋商文件的规定办法进行评审。对磋商文件中描述有歧义或前后不一致的地方，磋商小组有权按法律法规的规定进行评判，但对同一条款的评判应适用于每个响应供应商。

**3.磋商小组**

3.1磋商小组由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为3人及以上单数，其中技术、经济等方面的评审专家不得少于成员总数的三分之二。

3.2评审应遵守下列评审纪律：

（1）评审情况不得私自外泄，有关信息由广东远东招标代理有限公司统一对外发布。

（2）对广东远东招标代理有限公司或供应商提供的要求保密的资料，不得摘记翻印和外传。

（3）不得收受响应供应商或有关人员的任何礼物，不得串联鼓动其他人袒护某供应商。若与供应商存在利害关系，则应主动声明并回避。

（4）全体评委应按照磋商文件规定进行评审，一切认定事项应查有实据且不得弄虚作假。

（5）磋商小组各成员应当独立对每个响应供应商的响应文件进行评价，并对评价意见承担个人责任。评审过程中，不得发表倾向性言论。

※对违反评审纪律的评委，将取消其评委资格，对评审工作造成严重损失者将予以通报批评乃至追究法律责任。

**4.有下列情形之一的，视为供应商串通响应，其响应无效**

4.1不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；

4.2不同供应商委托同一单位或者个人办理响应事宜；

4.3不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

4.4不同供应商的响应文件异常一致或者响应报价呈规律性差异；

4.5不同供应商的响应文件相互混装；

4.6不同供应商的响应保证金或购买电子保函支付款为从同一单位或个人的账户转出。

 说明：在评审过程中发现供应商有上述情形的，磋商小组应当认定其响应无效。同时，项目评审时被认定为串通响应的供应商不得参加该合同项下的采购活动。

**5.有下列情形之一的，属于恶意串通响应：**

（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情况并修改其响应文件；

（2）供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改响应文件；

（3）供应商之间协商报价、技术方案等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由某一特定供应商成交；

（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成交；

（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，为谋求特定供应商成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

**6.其他响应无效的情形**

详见资格性审查、符合性审查和磋商文件其他响应无效条款。

**7.终止竞争性磋商采购活动的情形**

出现下列情形之一的，采购人或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

（1）因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

（2）出现影响采购公正的违法、违规行为的；

（3）除《政府采购竞争性磋商采购方式暂行办法》第二十一条第三款，《财政部关于政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法有关问题的补充通知》（财库〔2015〕124号）规定的情形外，在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足3家的；

（4）法律、法规以及磋商文件规定其他情形。

**8.确定成交供应商**

磋商小组按照磋商文件确定的评审方法、步骤、标准，对响应文件进行评审。评审结束后，对供应商的评审名次进行排序，确定成交供应商或者推荐成交候选供应商。

**9.价格修正**

对报价的计算错误按以下原则修正：

（1）响应文件中首轮报价表（报价表）内容与响应文件中相应内容不一致的，以首轮报价表（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，以首轮报价表的总价为准，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。但是单价金额计算结果超过预算价的，对其按无效响应处理；

注：同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序进行价格澄清。供应商澄清后的价格加盖公章确认后产生约束力，但不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容，供应商不确认的，其响应无效。

**二、政府采购政策落实**

**1.节能、环保要求**

采购的产品属于品目清单范围的，将依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购，具体按照本磋商文件相关要求执行。

相关认证机构和获证产品信息以市场监管总局组织建立的节能产品、环境标志产品认证结果信息发布平台公布为准。

**2.对小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位给予价格扣除**

依照《政府采购促进中小企业发展管理办法》、《支持监狱企业发展有关问题的通知》和《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》的规定，凡符合享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策的单位，按照以下比例给予相应的价格扣除：（监狱企业、残疾人福利性单位视同为小、微企业）。

**3.价格扣除相关要求**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 情形 | 适用对象 | 价格扣除比例 | 计算公式 |
| 注：（1）上述评标价仅用于计算价格分，成交金额以实际投标价为准。（2）组成联合体的大中型企业和其他自然人、法人或者其他组织、与小型、微型企业之间不得存在投资关系。 |

（1）所称小型和微型企业应当符合以下条件：

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。提供本企业制造的货物或者提供其他小型或微型企业制造的货物。

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。

提供本企业（属于小微企业）制造的货物或者提供其他小型或微型企业制造的货物/提供本企业（属于小微企业）承接的服务。

（2）符合中小企业扶持政策的供应商应填写《中小企业声明函》；监狱企业须供应商提供由监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件；残疾人福利性单位应填写《残疾人福利性单位声明函》，否则不认定价格扣除。

说明：供应商应当对其出具的《中小企业声明函》真实性负责，供应商出具的《中小企业声明函》内容不实的，属于提供虚假材料谋取成交。

（3）联合体各方均为小型、微型企业的，各方均应提供《中小企业声明函》；中小微企业作为联合体一方参与政府采购活动，且联合体协议书中约定，小型、微型企业的协议合同金额占到联合体协议合同总金额30%以上的，应附中小微企业的《中小企业声明函》。

**三、评审程序**

**1.资格性审查和符合性审查**

磋商小组根据《资格性审查表》（附表一）和《符合性审查表》（附表二）的内容逐条对响应文件进行评审，审查每份响应文件的相关资格证明文件是否齐全有效。审查每份响应文件是否实质上响应了磋商文件的要求，只要不满足《资格性审查表》和《符合性审查表》所列各项要求之一的，将被认定为无效响应。对响应有效性认定意见不一致的，磋商小组按少数服从多数原则表决决定。

磋商小组对各磋商供应商进行资格性和符合性审查过程中，对初步被认定为初审不合格或无效响应者应实行及时告知，由磋商小组组长或采购人代表将集体意见及时告知报价当事人。

表一资格性审查表：

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 资格审查内容 |
| 1 | 具有独立承担民事责任的能力 | 在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人， 投标（响应）时提交有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明） 副本复印件。分支机构投标的，须提供总公司和分公司营业执照副本复印件，总公司出具给分支机构的授权书。 |
| 2 | 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录 | 提供投标截止日前6个月内任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料。 |
| 3 | 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度 | 提供以下两种证明材料之一：1.提供2022或2023年度财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，能清晰显示第三方会计师事务所的印章，并能反映审计结论；2.提供投标截止日前6个月内基本开户银行出具的资信证明，并同时提交开户（基本户）许可证扫描件，开户（基本户）许可证已取消的，应提供能体现基本开户银行的“基本存款账户编号”的相关证明。 |
| 4 | 履行合同所必需的设备和专业技术能力 | 按投标（响应）文件格式填写《具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函》。 |
| 5 | 参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录 | 参照投标（报价）函相关承诺格式内容。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。（根据财库〔2022〕3号文，“较大数额罚款”认定为200万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于200万元的，从其规定）。 |
| 6 | 信用记录 | 供应商未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“记录失信被执行人或重大税收违法失信主体”记录名单； 不处于中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)“政府采购严重违法失信行为信息记录”中的禁止参加政府采购活动期间。 （以采购代理机构于投标（响应） 截止时间当天在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网（http://www.ccgp.gov.cn/）查询结果为准，如相关失信记录已失效，供应商需提供相关证明资料）。 |
| 7 | 供应商必须符合法律、行政法规规定的其他条件 | 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，不得同时参加本采购项目投标（响应）。投标（报价）函相关承诺要求内容。 |
| 8 | 本项目属于专门面向中小企业采购 | 本项目属于专门面向中小企业采购，本项目所属行业为其他未列明行业。 |
| 9 | 企业资质 | 若投标供应商以总公司参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的保险公司法人许可证或保险许可证；若投标供应商为经总公司授权的分支机构参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的经营保险业务许可证或保险许可证。 |

表二符合性审查表：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 评审点要求概况 | 评审点具体描述 |
| 1 | 投标文件有效性 | 按照采购文件规定要求签署、盖章且投标文件有法定代表人签字或盖章，或签字人有法定代表人有效授权书的。 |
| 2 | 响应承诺函 | 响应承诺函已提交并符合采购文件要求的。 |
| 3 | 实质性响应条款（即标注★号条款） | 满足招标文件中要求的实质性响应条款的（即标注★号条款）。 |
| 4 | 报价要求 | 投标报价方案是唯一的，符合招标文件的其他投标报价相关要求。 |
| 5 | 其它 | 没有违反有关法律、法规、规章要求，没有采购文件中规定的其它无效投标条款的。 |

**2.响应文件澄清**

2.1对于响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，磋商小组应当在评审过程中发起澄清，要求供应商针对价格或内容做出必要的澄清、说明或补正。代理机构可根据开启环节记录的**授权代表人联系方式**发送短信提醒或电话告知。

若因供应商联系方式错误未接收短信、未接听电话或超时未进行澄清（响应）造成的不利后果由供应商自行承担。供应商的澄清、说明或者补正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。

2.2磋商小组不接受供应商主动提出的澄清、说明或补正。

2.3磋商小组对供应商提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求供应商进一步澄清、说明或补正。

**3.磋商**

3.1磋商小组所有成员应当集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。

3.2在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。

3.3对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时、同时通知所有参加磋商的供应商。

3.4供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求进行最终报价或重新提交响应文件，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附法定代表人授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

**4.最后报价**

4.1磋商结束后，磋商小组应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。

4.2已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

4.3除法规规定的特殊性情形外，提交最后报价的供应商不得少于3家。

**5.详细评审**

|  |  |
| --- | --- |
| 评审因素 | 评审标准 |
| 分值构成 | 商务部分40.0分技术部分40.0分报价得分20.0分 |
| 技术部分 | 技术条款响应（13分） | 根据供应商对采购文件“第二部分 采购需求 四、技术标准与要求”的响应情况进行评审:1.带“▲”技术条款(共2项)完全满足得6分，每项负偏离或不响应的扣3分。2.一般技术条款(共26项，即序号(1)至(11)，“▲”和“★”条款除外的内容):(1)完全满足或优于(正偏离)，得7分；(2)有1-2项负偏离的，得5分；(3)有3-4项负偏离的，得3分；(4)有5-6项负偏离的，得1分；(5)有7项及以上负偏离的，得0分。(注:如采购项目技术要求中有明确提供的证明资料，则以采购项目技术要求的为准，无或未按要求提供证明材料的不得分:如采购项目技术要求中无明确证明材料的，以供应商响应文件中的《技术条款响应表》中的响应情况填写内容为准，未填写的视为负偏离。) |
| 总体运营服务方案（10分） | 供应商根据项目需求制定总体运营服务方案进行评审(包括不限于拍摄设备方案、人员团队配置、考核方案、配合措施、成果验收、成果提交)，要求内容详细清晰、科学合理、针对性强，可行性高:(1)以上内容不存在瑕疵，完全满足且优于采购需求，得10分；(2)以上内容不存在瑕疵，能满足采购需求，得8分；(3)以上内容存在1-2处瑕疵，不能完全满足采购需求，得5分；(4)以上内容存在3处以上瑕疵，或不满足项目需求，得1分；(5)未提供方案的不得分。注：本项所称“瑕疵”是指：①对拍摄设备方案、人员团队配置、考核方案、配合措施、成果验收、成果提交描述不完整；②拍摄设备方案、人员团队配置、考核方案、配合措施、成果验收、成果提交前后表述矛盾：存在逻辑漏洞、常识错误；③其它不利于的实现、现有技术条件下不可能出现的情形等任意一种情形。 |
| 服务质量保障措施（5分） | 供应商根据本项目需求制定服务质量保障措施进行评审(包括不限于服务关键指标建设、质量保证计划、保证措施的实施)，要求内容详细清晰、科学合理、针对性强，可行性高:(1)以上内容不存在瑕疵，完全满足且优于采购需求，得5分；(2)以上内容不存在瑕瓷，能满足采购需求，得4分；(3)以上内容存在1-2处瑕疵，不能究全满足采购需求，得3分；(4)以上内容存在3处以上瑕疵，或不满足项目需求，得1分；(5)未提供方案的不得分。注：本项所称“瑕疵”是指：①对服务关键指标建设、质量保证计划、保证措施的实施描述不完整；②服务关键指标建设、质量保证计划、保证措施的实施前后表述矛盾：存在逻辑漏洞、常识错误；③其它不利于的实现、现有技术条件下不可能出现的情形等任意一种情形。 |
| 团队管理规章制度（7分） | 根据供应商提供的团队管理规章制度情况进行评审(包括不限于考勤管理制度、着装规范管理、培训机制、薪酬评估制度)，要求内容详细清晰、健全、规范完善，可行性高:(1)以上内容不存在瑕疵，能充分促进本项目实施，得7分；(2)以上内容不存在瑕疵，能较好促进本项目实施，得6分；(3)以上内容存在1-2处瑕疵，一般促进本项目实施，得5分；(4)以上内容存在3处以上瑕疵，或不满足项目需求，得1分；(5)未提供方案的不得分。注：本项所称“瑕疵”是指：①对考勤管理制度、着装规范管理、培训机制、薪酬评估制度描述不完整；②考勤管理制度、着装规范管理、培训机制、薪酬评估制度前后表述矛盾：存在逻辑漏洞、常识错误；③其它不利于的实现、现有技术条件下不可能出现的情形等任意一种情形。 |
| 合理化建议（5分） | 根据供应商为本项目提出的合理化建议情况进行评审(包括不限于针对项目的现阶段内容发布、数据表现、业界影响力)，要求内容详细清晰、科学合理、针对性强，可行性高:(1)以上内容不存在瑕疵，能充分促进本项目实施，得5分；(2)以上内容不存在瑕疵，能较好促进本项目实施，得3分；(3)以上内容存在1-2处瑕疵，一般促进本项目实施，得1分；(4)未提供方案或内容存在3处以上瑕疵或不满足项目需求，不得分。注：本项所称“瑕疵”是指：①对针对项目的现阶段内容发布、数据表现、业界影响力描述不完整；②针对项目的现阶段内容发布、数据表现、业界影响力前后表述矛盾：存在逻辑漏洞、常识错误；③其它不利于的实现、现有技术条件下不可能出现的情形等任意一种情形。 |
| 商务部分 | 同类项目业绩（10分） | 供应商自2021年1月1日以来(以合同签订时间为准)承接的同类项目业绩，每个得1分，最高得10分。同类项目业绩如抖音、快手、微信公众号、微博、头条等新媒体平台账号代运营类项目。(注:须提供合同复印件，含甲乙双方的单位名称、项目名称，甲乙双方的落款盖章、签订日期的关键页作为同类业绩证明资料。证明材料不齐全，不清晰、无法辨认的不得分。) |
| 运营能力（16分） | 供应商代运营的新媒体平台账号单个爆款内容观看量及粉丝量行评审：1. 单个短视频作品观看量达到500万及以上每个得1分，本项最高14分；2. 代运营新媒体账号粉丝量达100万以上每个得1分，本项最高2分；注：观看量定义为单个平台单个作品数据，2021年1月1日-2024年8月31日期间作品，需提供平台账号短视频的观看量截图，账号粉丝量截图，以及代运营合同或者视频拍摄合同复印件（含签订合同双方的单位名称、合同项目名称、签订合同双方的落款盖章、签订日期的关键页），不提供或资料不全不得分。 |
| 同类项目客户满意度（4分） | 根据供应商前述的“同类项目业绩”纳入有效评审的业绩中，具有客户满意度好评(评价为优秀、满意、评价得分≥90分或类似评价)，每份客户证明得1分，最高得4分。(注:客户满意度须加盖客户公章或部门章，否则不得分。) |
| 获奖情况（7分） | 供应商所承接项目获奖情况:每获得一个市级奖项得1分，省级奖项得2分，国家级奖项的3分，本项最高7分。同一项目同时具备多个奖项的仅按较高级别计分，不重复计算。(注:提供相关证明材料，获奖以国家，省、市人民政府或行业行政主管部门或经民政部]批准成立的相关行业协会颁发的获奖证书或获奖正式文件为准，如提供相关行业协会颁发的获奖证书或获奖正式文件，则同时提供该行业协会在“中国社会组织政务服务平台”的查询路径和登记信息查询结果截图。) |
| 紧急响应时间（3分） | 对供应商的紧急响应时间进行评审(采购人紧急需要或有紧急任务时的供应商紧急响应时间):1、紧急响应时间≤30分钟，得3分:2、30分钟<紧急响应时间≤45分钟，得2分:3、45分钟<紧急响应时间≤60分钟，得1分:4、紧急响应时间>60分钟，不得分。(注:供应商需提供紧急响应时间承诺函，不提供不得分。) |
| 投标报价 | 投标报价得分(20.0分) | 投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×价格分值【注：满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。】最低报价不是中标的唯一依据。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。 |

**6.汇总、排序**

评审结果按评审后总得分由高到低顺序排列。评审得分相同的，按最终报价由低到高顺序排列。得分且最终报价相同的，由谈判小组采取随机抽取的方式确定。排名第一的谈判供应商为第一成交候选人，排名第二的谈判供应商为第二成交候选人（提供相同品牌产品（非单一产品采购，以核心产品为准。多个核心产品的，有一种产品品牌相同，即视为提供相同品牌产品），评审后得分最高的同品牌谈判供应商获得成交候选人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托谈判小组采取随机抽取方式确定，其他同品牌谈判供应商不作为成交候选人）。

**7.其他无效响应的情形：**

（1）评审期间，供应商没有按磋商小组的要求提交法定代表人或其委托代理人签字的澄清、说明、补正或改变了响应文件的实质性内容的。

（2）响应文件提供虚假材料的。

（3）供应商以他人名义响应、串通响应、以行贿手段谋取成交或者以其他弄虚作假方式响应的。

（4）供应商对采购人、采购代理机构、磋商小组及其工作人员施加影响，有碍招标公平、公正的。

（5）响应文件含有采购人不能接受的附加条件的。

（6）法律、法规和磋商文件规定的其他无效情形。

**第五部分 合同文本**

采购项目

合 同 书

|  |  |
| --- | --- |
| 甲 方： | 佛山市消防救援支队  |
| 乙 方： |  （成交供应商名称）  |
| 签订日期： | \_\_\_\_\_\_\_\_年 月 日  |

日期： 年 月 日

**甲 方： 佛山市消防救援支队**

**乙 方：**

 根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》以及采购文件、乙方的投标文件，本着平等互利和诚实信用的原则，经协商一致，甲、乙双方签订合同如下：

**一、项目名称**

项目名称：佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目

项目编号：2024XFCG-20

**1、项目服务地点：甲方（用户）指定地点。**

**2、价格要求**

（1）合同金额：大写： 小写： ；

（2）合同金额为包干总价，报价中必须包含履行本合同所有人员的各项薪资、补贴、商业保险费用等，还包含年度管理费用、招聘、培训的费用、通讯费（日常采访通讯费）、各项税费与年度财务报告审计报告、获取相关授权等合同实施过程中的应预见和不可预见费用等。本合同签订生效后，非经甲方书面同意，乙方不得以任何理由要求甲方额外支付任何费用。

**3、服务期：**

合同签订生效后约定的开始之日起1年，具体按合同约定的时间为准。

**二、开展策划工作**

1、服务期限内，每月策划文稿和视频，全年原创稿件不少于400条，其中至少16篇符合中央媒体稿件标准、28篇符合省级标准、80篇以上符合市级标准要求。

2、策划撰写符合中央、省级媒体刊播标准的反映消防救援队伍正面宣传的稿件。服务期限内，策划符合广东卫视频道2分钟以上专题、省市级传统媒体标准的策划案不少于6条（篇）。

3、负责策划和协助拍摄网络直播12次、火灾隐患曝光12次、虚拟演播室访谈6次以上。

4、协助准备支队新闻发布会、通气会相关宣传活动，组织不少于2次媒体联谊活动、每次不少于5家媒体。

**三、新媒体账号内容制作工作**

1、辅助执行佛山消防微信公众号、微博、今日头条、抖音、快手、微信视频号等新媒体平台内容制作，完成原创量和各账号的KPI指数。策划设计新媒体海报不少于240张。

2、微信公众号每周策划制作原创稿件不低于3篇，全年产出原创文稿不低于180篇、工作日每天发布稿件不低于3篇；首条推文平均阅读量不低于6000、每2个月以图文漫画形式的首条推文量不低于1条；今日头条工作日制作稿件不少于10篇（其中包含原创数量不低于2篇）、全年制作稿件不低于2500篇；微博每日制作稿件不低于30篇（其中包含原创数量不低于10%）、全年制作微博稿件数量不低于6000篇、每月阅读量150万+；短视频（抖音、快手、视频号）每月制作稿不低于80篇（其中包含原创视频数量不少于20条）且内容要满足不同平台调性需求、全年制作视频数量不低于600条；服务周期内，全网络曝光量6亿次，全平台粉丝增长15万（现六大平台粉丝量：XXX万）。消防安全宣传、节假日、消防相关活动等H5制作每2个月不少于1条。

3、每日制作微博篇数30条次以上，其中制作符合消防业务主题的原创微博数量不低于10%，包括全省抢险救援动态、消防知识科普相关、消防监督检查相关、消防形象宣传相关、应急宣传相关以及重要时间节点的消防宣传策划。不蹭非消防宣传公益使者相关的明星和娱乐话题，不发泛娱乐化、敏感性内容，日均阅读量20万以上，月均阅读量150万+。

4、协助支队与新浪建立良好通联关系，特别与新浪广东开展协作，策划佛山消防形象宣传、热点话题联动、公益宣传等热点事件。密切与各类中央、省级微博政务大v的联系协作，推送重大热点事件、形象宣传相关博文时与南方日报等省级媒体和广东共青团、广东天气等省内微博政务大V进行互动，有效提高关注度和影响力。借助重要时间节点、重大救援行动进行宣传报道，打造好佛山消防自媒体宣传阵地。

5、每日协助收集整理各区消防救援队伍上报的抢险救援动态、形象宣传、消防科普等素材，并进行编辑推送，包括挖掘抢险救援动态中的感人事迹、重大时间节点的火焰蓝形象宣传、结合社会热点推送相关消防科普知识。指导5支区级消防大队和特勤大队做好日常新闻采编工作，包括：及时传达部局、总队及支队的转发通知；及时传达微信公众号运营团队对消防宣传工作提出的要求和建议；及时传达总队、支队要求下发的消防员招录、政策文件公告、全市演练直播等相关宣传任务；积极与各大队联系协作，每月推动支队策划消防线上活动、形象宣传联动事例不低于1次。

6、协助整理佛山消防各媒体平台粉丝的相关事宜：建立微博、微信、抖音和快手平台粉丝群，每天定期与粉丝互动，包括宣传消防安全、组织每日答题、解答网友的疑难疑问等，提高粉丝黏性，完成线上线下的整合，实现与粉丝全域、全场景、全周期互动，建立佛山消防形象；在粉丝群日常互动送礼品、消防知识有奖答题、寒暑假（节日）转发互动抽奖等；每日制作早安、晚安信息，与粉丝互动打卡，增强交流热度；在微博上每日主动与网友互动，加强与省内、佛山本地个人账号大V的联系协作，主动关注正能量的大V账号并就消防宣传进行联系协作，通过内容转发、话题互动、形象宣传等方式参与互动。

7、微信、微博、今日头条、抖音、快手、微信号等账号，每月一次整体账号运营情况分析报告。年度输出不低于6个汇报PPT。微信公众号每月阅读量应在15万以上，平均阅读数超5000。协助与各类中央、省级政务大V的联系协作，每月制作在中央级微信号发布文章1篇、省级微信号发布文章不少于2篇。在元旦、春节、中秋、国庆等重要时间节点、重大救援行动中进行宣传报道相关内容的拍摄和制作，每季度策划塑造“火焰蓝”崭新面貌的相关新闻。

8、每日收集整理各大队提报的灭火救援素材，筛选有宣传点、新闻性素材，并根据素材制作文字内容和视频内容符合支队选择内容向各大宣传平台发布并向中央级与省级媒体投稿稿件；及时编辑制作全市消防救援队伍工作动态的相关博文，并统计每月各大队原创内容发布情况；指导5个区级消防大队和特勤大队的日常新闻采编工作。

9、负责整理粉丝数据，每季度策划一次线上或线下的粉丝互动活动。

10、负责支队认证消防政务新媒体账号的管理工作，收集整理各大队认证消防政务新媒体账号的数据工作，负责支队每月媒体数据的收集整理工作。

**四、消防文创创作工作**

1、完成海报、平面设计工作。并将成品海报投放于各大综合体、商场、地铁等公共区域进行展示。每年完成印刷类海报设计10张，可完成新媒体海报240张以上，根据需要完成所有平台平面设计、LOGO设计工作，完成119消防日摄影展设计工作。各种视频、短视频的制作、包装、编辑工作。主要是20秒以内的短视频，由各自平台提前提出拍摄需求、线索或素材。

2、定期制作以“消防”为主题的文创产品，精准把握文化与消防的内涵，将文化产品与消防宣传相结合，转化为现代生活中极具创意和实用价值的产品，如“红蓝”徽章、消防版画、消防书签、“火焰蓝”布袋等。并将文创产品通过线上线下的宣传活动形式送到群众的手上，将消防精神、消防知识和消防理念传递开来。

**五、摄影、摄像工作**

1、负责佛山市消防救援支队参加的省级、市级层面的会议和重大活动新闻宣传活动的摄影摄像工作，集训出动、参与应急救援现场、消防隐患暗访、实战演练、外勤等的摄影摄像工作，服务团队至少保障活动拍摄有2个机位。另外摄制人员中需有至少1名人员有驾照，由成交供应商负责保障出行。

2、负责整理支队所有新闻图片、视频，做好归档工作，将关于佛山市消防救援支队的所有新闻图片按照年月日会议标题命名备注，归档到媒资系统里，以便日后使用。

3、负责维护媒体资源管理系统。佛山市消防救援支队媒资系统和部局媒资系统要按规则录入，拍摄素材由主摄像摄影录入编目，其他平台成品由相应负责人录入编目，设置一位人员检查录入支队素材和维护部局系统的工作。

4、指导协调各消防站拍摄视频、图片素材，同时为消防站提供急需素材。为各处室、支队制作图片展板、汇报片等提供图片素材。

5、协助开展社会化宣传活动，负责组织开展“全民消防学习云平台”、“消防志愿者服务平台”、“消防科普教育基地”等平台的运行维护工作。负责组织“五进”活动所需科普宣传产品的制作与开发工作。负责组织“三下乡”、中小学生消防安全教育日、防灾减灾日、安全生产月、科技宣传周、“119”消防宣传月、国际志愿者日、年度新媒体粉丝见面会等主题宣传活动。

**六、舆情引导工作**

每周不少于2次舆情搜索统计，搜索平台包括：微博、微信公众号、微信群聊、微信朋友圈、抖音、快手、今日头条、豆瓣、百度贴吧等。如有重大舆情事件发生，迅速收集、整理该舆情信息（不少于500字）。舆情信息以图文形式提交给上级领导，待领导决策后，做出下一步信息发布计划。在新闻宣传处的领导下，协助联系各大媒体，结合佛山消防微信、微博、今日头条、抖音、快手、微信视频号等账号对舆情事件进行妥善的引导。每月不少于2次舆情分析总结，提高舆情分析、辨别能力。

**七、应急宣传工作**

建立应急宣传机制，在火灾、台风、洪水等突发应急宣传工作需要时，组建快速反应的团队，打破日常工作的设置，集中人力资源和媒体资源的力量，做到有效快速反应。

**八、佛山消防传播矩阵建设工作**

服务期限内大力策划具有佛山消防特色的专题活动，专题报道。

**九、内部交流学习等工作**

不定期协助开展专业技术交流（包括但不限于摄影、编导、摄像等），并组织全媒体中心人员进行交流学习，交换经验，取其精华，同时向各省展现广东消防全媒体运营优秀成果。

**十、行政（管理）等工作**

创建合理、有效的管理制度、绩效考核制度、晋升制度等，明确工作任务及分工。派专职负责人常驻办公，进行管理。

**十一、其他工作**

完成工作情况、宣传效果的整理分析和档案建立工作，完成全媒体工作中心器材、车辆、装备等日常维护保养工作，完成全媒体工作中心日常运营制度建设、人员管理等工作。

**十二、服务需求**

1、人才团队服务。供应商提供的8人服务团队。一是驻点团队：供应商派驻1名项目负责人（需要有相关行业服务经验），派驻7名与项目需求相适应的人员，在佛山消防救援支队或其下属单位工作，供应商为派驻人员购买与消防救援工作相适应的保险。

人员配置：内容制作服务团队成员最低配置8人，原则上均应具备本科以上学历。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 编制 | 岗位 | 岗位职责 | 任职资格 | 绩效奖励 |
| 全媒体中心（1人） | 负责人 | 1、制定全媒体中心内容制作服务策略、完善中心运营制度、制定中心运营标准规范；2、了解行业市场状况，制定年度、季度执行计划；3、负责组织各部门定期检讨运营情况并纠偏；4、负责各部门运营成本和纠偏；5、根据业绩、市场反馈等对媒体中心运营进行监督、控制和数据分析评估，及时调整市场策略与内容，保证项目目标的持续达成；6、与新媒体平台建立良好通联关系，密切与各类中央、省级政务大V的联系协作，借助重要时间节点、重大救援行动宣传报道，打造好佛山消防自媒体宣传阵地；7、指导全市5个区消防救援大队做好日常新闻发布工作。 | 1、政治觉悟高；2、担任过同类项目的总负责人，具有行业相关从业经验丰富者优先；3、具有较强的领导能力、判断与决策能力、人际能力、沟通能力、影响力、计划与执行能力、谈判能力；4、精通新媒体推广渠道及推广手段（微信、公众号、直播、社区、小红书、抖音等），有实战经验，对数据敏感，深度了解各平台玩法与运营规则。 | 1、每季度完成对应的KPI，项目负责人每季度奖金8000元。年终顺利完成所有任务指标可获得8000元奖励。累计全年奖金4万元。2、KPI为：五大媒体平台账号数据指标。发稿总量不低于400份，其中包含中央媒体16份，省级28份，市级80份。短视频发布数量不低于600条，全网络曝光量6亿次，全平台粉丝增长在2024年基础上增长15万。 |
| 图文处理中心（3人） | 资深文字编辑（组长1人） | 1、负责日常文案选题，报导任务创建及指派；2、负责重要稿件的采写工作；3、市区两级消防救援队伍通联协作与协同报道；4、指导五区消防救援大队在省主流报刊发稿件；5、负责宣传编辑组管理工作。 | 1、新闻、中文、计算机等专业；有丰富相关工作经验者优先；2、良好的文字功底，较强的信息采编能力；3、善于运用互联网搜索，善于进行图文编辑，善于进行内容整合；4、能独立完成专题、活动等推广文案的撰写，具备网站策划包装能力；5、工作细心，高度的责任心，有相关网站和新媒体编辑工作经验。 | 1、完成季度KPI可获得5000元/季度的季度奖金，全年完成KPI，可再获得年终奖金1万元。累计全年奖金3万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。全年图文稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求。80份以上达到市级媒体要求。每月保障产出微信公众号推文84篇、微博900条、今日头条300条。 |
| 平面设计（1人） | 1、负责日常推文图片处理工作；2、结合微信文章制作文章长图，增强微信文章的设计感；根据活动、节假日、特定时间点等需要完成海报、宣传单页、横幅等设计相应宣传稿件；3、负责原创内容设计及整体元素绘制；4、针对佛山消防为核心的相关内容，结合相关文案及配图进行设计及绘制；5、相关logo、人物漫画、卡通形象、场景图绘等设计的插画内容的绘制工作。 | 1、具有扎实的美术基础、色彩控制能力和丰富的想象力；2、熟练运用photoshop,AI等图像编辑软件，具有较强的平面设计处理能力；3、能够结合消防各项工作，进行创意平面设计；4、良好的沟通能力、工作认真细致、敬业、有责任感、注重效率，有团队合作精神。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。了累计全年奖金1.8万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度全年图文稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求，80份以上达到市级媒体要求。所设计的作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 文案编辑（1人） | 1、负责日常文案文稿编写、视频文案编辑、视频标题策划等；2、配合团队完成其他文字文案工作；3、负责领导交办的其它工作。 | 1、有丰富相关工作经验者优先，有报社或媒体行业编辑经验；2、较强的文字功底和理解领悟能力，文笔流畅、文字转化能力强，有较好的排版能力；3、视野开阔，思维活跃，观察、思考能力强，善于分析问题。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。累计全年奖金1.8万元。2、KPI设定：全年稿件处理不低于400份。其中44份需要达到省级以上媒体平台发稿要求。80份以上达到市级媒体要求，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 影视制作中心（4人） | 资深影视制作（组长1人） | 1、负责影音视听组管理工作；2、负责把控视频拍摄调度、视频出片质量把关；3、负责重大宣传片、视频等审核、指导、制作工作；4、兼职摄影摄像工作。 | 1、有相关工作丰富经验者优先；2、广告、新闻、中文相关专业本科毕业(业务能力特别突出的可适当放宽学历)；3、优秀的创意和执行能力，能主导性地提出创意并迅速高质量地执行，善于把握各种文体；擅于归纳总结，文笔犀利独到，具有很强的文字功底，对文字精益求精；4、对短视频有独到见解和创新热情；5、精通摄影摄像后期制作等技能； 6、认真负责，踏实肯干，有团队意识、创新意识、进取意识；7、具备应急宣传车切换导播技能。 | 1、完成季度KPI可获得5000元/季度的季度奖金，全年完成KPI，可再获得年终奖金1万元。累计全年奖金3万元。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 摄影摄像（1人） | 1、负责日常的图片摄影、视频拍摄（公益片、栏目片等）；2、在重大宣传活动中，负责视频拍摄，并存档；3、懂视频编辑，必要时可以与视频编辑轮岗；4、应急宣传值班，节假日、重大火灾及突发应急等情况，能够及时提供支援，发生重大火灾要到现场，保障工作有效按时按量按质完成。 | 1、影视、摄影、动画、视觉传达、设计艺术等相关专业，大专及以上学历，有丰富相关工作经验者优先；2、在市级以上的媒体从事新闻剪辑、摄影、摄像工作经验或有广告片、宣传片、微电影的剪辑经验及作品；3、熟练操作佳能、尼康、索尼等主流拍摄器材,并具备具备一定影视灯光能力和现场收声经验；4、有一定美术功底，审美能力强，时尚嗅觉敏锐；5、能熟练运用AE、PR等合成软件进行动画和合成处理；6、较强的沟通能力和团队合作精神，抗压力强，注重效率；7、由于工作性质特殊，会涉及到事故现场出勤，男生优先考虑。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |
| 视频剪辑（2人） | 1、负责新媒体视频的制作和剪辑；2、完成或配合制作支队专项工作汇报片、课件等；3、懂摄影摄像，必要时可以与摄影摄像轮岗。 | 1、完成季度KPI可获得4000元/季度奖金。完成年度任务后获得2000元年终奖励。2、KPI设定：根据五大媒体平台的数据指标拆解到个季度。拍摄制作短视频发布数量不低于600条，所产出作品获得中国消防的青睐推送2次，省级媒体推送5次。 |

2、服务团队其它人员要求如下：

对于部分专业技术要求较强、日常工作量较少的岗位实行兼职制。须要提供符合任职资格要求的专业兼职人员，兼职人员共4名，部分兼职人员情况如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **兼职岗位** | **主要工作** | **任职要求** |
| 专业配音（2人，一男一女） | 为佛山市消防救援支队的视频节目配音； | 1、广播电视、播音主持、声乐、传媒、影视等相关专业大专以上学历；2、普通话标准、持有普通话一级乙等以上资格证书，口齿清晰，音色条件好可塑性高；3、有良好的戏感及理解能力；4、约定的配音任务需按时完成。 |
| 主持人（2人，一男一女） | 配合活动主持、直播主持、演播室录演的出镜； | 1、播音主持、声乐、表演、传媒、影视等相关专业本科以上学历；2、普通话标准、持有普通话一级乙等以上资格证书，口齿清晰，音色条件好可塑性高；3、具备敏锐的思维及快速理解、应变能力；4、形象良好，五官端正，品行优良，有责任心，无不良嗜好及负面影响。 |

**十三、付款方式**

1、首付款

合同签订且乙方完成用户需求书中规定的首付款支付前量化指标，则甲方自收到乙方开具的发票后14个工作日内，支付首付款项至总金额的30%。

2、第二期款

2025年4月30日前支付第二期款20%，支付前需达到用户需求书中规定的支付前量化指标，则甲方自收到乙方开具的发票后14个工作日内，向乙方支付项目1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14项目中总分达到25分积分标准，支付总金额的20%；如未达到支付前量化指标，甲方有权缓发款项，根据乙方提供的整改方案另行协商。

3、第三期款

2025年7月31日前支付第二期款30%，支付前需达到用户需求书中规定的支付前量化指标，则甲方自收到乙方开具的发票后14个工作日内，向乙方支付项目1、2、3、4、5、6、7、8、9、10、11、12、13、14项目中总分达到25分积分标准，支付总金额的20%；如未达到支付前量化指标，甲方有权缓发款项，根据乙方提供的整改方案另行协商。

4、尾款

根据采购需求中规定的尾款支付量化指标完成率、采购文件以及项目实施中规定的相关考核条款进行支付，支付金额=总金额×（20%－（100%－量化指标完成率））－扣减费用（如有），如为负数，则由乙方退还甲方相应的差额；如为正数，则甲方在考评完成并收到乙方开具的发票后14个工作日内支付。

1. 乙方向甲方申请付款时，应向甲方提供等额有效的发票。甲方在本合同约定的支付期限内向政府采购支付部门提出支付申请即视为甲方已履行付款义务，甲方的支付期限均不含政府财政支付部门审查的时间，如因政府财政支付流程导致的支付延期，甲方不承担责任，乙方不得以此为由不履行或迟延履行合同义务。
2. 因政府财政预算审批限额不足此不可抗因素进而导致项目无法进行的情况下，甲方需与乙方进行磋商终止合同服务，按实际服务进度支付费用，甲方不承担责任。

**十四、付款要求**

1、首付款支付前量化标准

需达到下述全部要求

（1）人员团队符合采购需求，并得到甲方认可；

（2）管理运行制度、运行体系得到甲方认可；

（3）年度运行方案和前3个月细化方案得到甲方认可；

（4）其他需经双方确认的内容达成一致；

2、第二期款支付前量化指标

对以下量化指标采取得分制，得分达到25分后支付进度款。

（1）制作符合中央级媒体稿件每篇2分、省级1分，其中《人民日报》、央视《新闻联播》、央视新闻频道、央视《晚间新闻》《朝闻天下》《午间新闻》《东方时空》 等、“人民日报”“新华社”“央视新闻”等政务新媒体账号按每条3分计算。负面新闻不纳入统计范畴、同一内容在同一媒体（频道）按1条计算。

（2）符合微信每日制作稿件≥3篇，且每月累计阅读量达到15万，每月得1分；

（3）今日头条每日制作稿件≥10篇，每月得1.5分；

（4）微博每日制作稿件≥30篇且每月累计阅读量达到800万，每月得1.5分；

（5）抖音、快手每天制作稿件各≥1条，每月得1.5分，每个5W+点赞量作品1.5分；

（6）完成短视频制作发布≥20条，每月得2分；

（7）平面海报设计≥100张，得2分；

（8）每组织1次直播活动且在线观看总人数达到800人，得1分，在线观看人数达到1500人得2分。

（9）建立应急宣传机制，开展一次应急宣传演练，得1分。

（10）人才团队每少1人/月，扣1分，应急机动人员未按要求配合工作的，每人每次扣1分。**乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。**

（11）出现内容安全问题，每次扣2分；重大安全问题采购人有权单方解除终止合同。重大安全问题是指出现反动、暴、情等内容或发布的内容不当引发严重负舆情，数据泄露，违反政治安全、信息安全、保密要求造成负面影响，违反国家法律、法规、规章的其他行为。

（12）合同内规定的其他事项，未履行到位，每次扣2分。

3、第三期款支付前量化指标

对以下量化指标采取得分制，得分达到25分后支付进度款。

（1）制作符合中央级媒体稿件每篇2分、省级1分，其中《人民日报》、央视《新闻联播》、央视新闻频道、央视《晚间新闻》《朝闻天下》《午间新闻》《东方时空》 等、“人民日报”“新华社”“央视新闻”等政务新媒体账号按每条3分计算。负面新闻不纳入统计范畴、同一内容在同一媒体（频道）按1条计算。

（2）符合微信每日制作稿件≥3篇，且每月累计阅读量达到15万，每月得1分；

（3）今日头条每日制作稿件≥10篇，每月得1.5分；

（4）微博每日制作稿件≥30篇且每月累计阅读量达到800万，每月得1.5分；

（5）抖音、快手每天制作稿件各≥1条，每月得1.5分，每个5W+点赞量作品1.5分；

（6）完成短视频制作发布≥20条，每月得2分；

（7）平面海报设计≥100张，得2分；

（8）每组织1次直播活动且在线观看总人数达到800人，得1分，在线观看人数达到1500人得2分。

（9）建立应急宣传机制，开展一次应急宣传演练，得1分。

（10）人才团队每少1人/月，扣1分。应急机动人员未按要求配合工作的，每人每次扣1分。**乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。**

（11）出现内容安全问题，每次扣2分；重大安全问题采购人有权单方解除终止合同。重大安全问题是指出现反动、暴、情等内容或发布的内容不当引发严重负舆情，数据泄露，违反政治安全、信息安全、保密要求造成负面影响，违反国家法律、法规、规章的其他行为。

（12）合同内规定的其他事项，未履行到位，每次扣2分。

4、尾款支付前量化指标

量化指标完成率=实际得分/100

下列每部分根据重要性及工作量、成本支出等综合确定其在服务项目中的占比。因甲方工作需求变化而被调整或取消的项将不纳入考核评价，确因不可抗力无法完成的不纳入考核评价。

（1）综合性策划方面(20分)

随时做好应急宣传准备，全年原创稿件400条，符合中央级媒体稿件16条、省级28篇以上。（未完成应急宣传任务每次扣0.2分，每少1条原创稿件扣0.1分，每少1篇中央级媒体扣0.5分，每少1篇省级媒体扣0.2分，每出现1次运行安全问题扣0.2分，运营团队每少1人/月扣1分，应急机动人员未按要求配合工作的每人每次扣1分。）乙方向甲方申请付款时，需要提供驻场人员考勤记录、社保缴纳记录，及按项目实际需要提供应急机动人员服务记录。）

（2）新媒体稿件方面（15分）

a、稿件符合中央媒体的要求。①在新华社或者《人民日报》投放不少于1条；②《中国应急管理部》投放不少于3条；③《中国消防》投放不少于2条。（共5分，第①项未完成扣1分，第②、③项每少1条扣0.1分）

b、省市级级媒体投放不少于5条。(共5分，每少1条扣0.5分)

c、支队在市级媒体的报刊专栏、专版，围绕阶段性重点工作做好内容生产工作。（共5分，未完成每次扣0.1分）

（3）电视广播媒体方面内容制作（15分）

a、制作符合国家级电视台稿件5条（1条专题按3条新闻折算计入统计），稿件由全媒体中心策划、拍摄、重新生产或综合各大队素材（共5分，每少1条扣1分）

b、制作符合省市级电视台电视频道、广播频道、新媒体、网站全年累计投放不少于100条（共10分，每少1条扣0.1分）

（4）网站新媒体方面（共30分）

a、微信每日发稿≥3篇且每月阅读量15万+；今日头条每日发稿≥10篇；微博每日发稿≥30篇；抖音、快手每天发稿各≥1条；每月被中央级主要媒体新媒体或者省级政务号转发不少于1条；每月被省市级媒体新媒体转发不少于3条；支队五大媒体账号微信、微博、今日头条、抖音、快手账号，不少于3个账号获评全国应急系统优秀账号或全国消防系统优秀账号。（共20分，其中，月度指标每项未完成的扣1分，年度指标未完成的扣3分，扣完为止。）

b、微博、微信每年分别开展不少于2场线上主题推广活动。（共2分，未完成每次扣1分）

c、协助支队对重大活动开展新媒体网络直播活动，不少于5场。（共2分，未完成每次扣0.4分）

d、配合今日头条、抖音、快手等平台活动要求，进行个性化的精准制作内容和推送，

提供强影响力的曝光。（共2分，未完成扣2分）

e、配合支队宣传处做好與情处置工作，提供消防舆情辟谣、源头追踪、事件分析等服务。（共4分，未完成舆情引导处置工作每次扣1分）

（5）媒资管理与后期制作方面（共10分）

a、承担全媒体工作平台和媒体资源管理系统影像和数据资料录入、审核、管理等任务。(共4分，未落实管理规定每次扣0.2分)

b、保障支队机关主要领导和重要活动的摄影摄像工作，工作日8小时以外（含节假日）接到任务后30分钟内可在支队机关范围内提供摄影、摄像服务。（共3分，每少完成一次任务扣0.2分）

c、完成宣传效果、工作情况的整理分析和建档工作，完成全媒体工作中心器材、装备等日常维护保养工作。（共3分， 每少完成一次任务扣0.2 分）

（6）社会化宣传方面（共10分）

a、策划开展消防安全传播推广教育线上线下活动不少于2场；承担消防科普及社会化传播活动的主持、讲解任务。（共2分，每少完成一次任务扣0.2分）

b、设计消防安全知识平面海报不少于10份。（共2分，完成量若少于7份则得0分。）

c、设计消防文化创意推广品不少于2种。（共1分，未完成扣1分）

d、在元旦、春节、清明、五一、安全生产月、中秋、国庆、消防宣传月等重要节点，配合设计针对性消防提示海报。（共2分，少完成1次扣0.2分）

e、做好“全民消防学习云平台”、“消防志愿者服务平台”、“消防科普教育基地”等平台的运行维护工作，配合做好“五进”、“三下乡”、中小学生消防安全教育日、防灾减灾日、安全生产月、科技宣传周、“119”消防宣传月、国际志愿者日、年度新媒体粉丝见面会等主题宣传活动。（共3分，未达标1次扣1分）。

**十五、违约责任**

1、乙方所提供的服务质量、拟投入人员不符合采购文件、项目需求书、投标承诺及合同规定的，应向甲方支付合同总金额20%的违约金，且由乙方负贵按照原采购文件、项目需求书、更正公告内容和质疑答疑文件（若有）、报价文件、中标(成交)通知书等实质性内容重新免费提供该项目服务内容。乙方重新提供该项目服务内容仍不符合合同约定的，甲方有权单方通知解除合同，乙方应承担合同总额5%的违约金，并赔偿甲方因此而发生的损失(包括但不限于直接经济损失、间接经济损失、律师费、差旅费、鉴定费、保全费等)。

2、本项目如发生乙方应付违约金的情形，均为甲方可从未付款项中扣除，或要求乙方另行支付。

3、乙方为履行本合同义务所形成的所有服务成果的知识产权归甲方所有(履行本合同所涉及的内容如须获得授权，乙方承诺该投权在甲方使用的全期间内，均为有权合法免费使用)。乙方不得在未征求甲方书面同意的情况下使用或者授权他人使用本合同项下的成果及相关信息(除为了履行本合同以外)，否则相关收益归甲方所有，乙方应另向甲方承担相应责任及违约责任(违约金标准:合同总额5%)，并赔偿甲方全部损失(包括但不限于直接经济损失、间接经济损失、律师费、差旅费、鉴定费、保全费等)。

4、乙方保证向甲方提供的服务成果是其独立实施完成，不存在任何侵犯第三方专利权、商标权、著作权等合法权益的情形。如因乙方提供的服务成果侵犯任何第三方的合法权益，导致该第三方追究甲方责任的，乙方应负责解决并赔偿因此给甲方造成的全部损失，包括且不限于甲方因此支出的律师费、诉讼费、执行费、差旅费等，另应额外向甲方支付本合同总金额10%的违约金。

5、乙方不得外包、分包、部分或全部转让本合同项下的合同义务。乙方派出员工作为本项目的负责人，该负责人必须作为本项目的主要工作人员实际参与本项目，负贵沟通及协调本合同的相关履行事宜。同时乙方应为履行本合同义务的人员购买相关的商业保险，如乙方的人员发生任何人身伤亡、财产损失等，均由乙方自行承担，如导致甲方损失的，乙方应赔偿。

6、无正当理由，甲方违反合同规定拒绝接受乙方提供的服务的，应当承担由此对乙方造成的损失。

7、对于满足合同约定支付条件的，甲方应当自收到发票后14 个工作日内启动资金支付流程。付款时间为甲方向政府采购支付部门]提出支付申请的时间，不含政府财政支付部门审查的时间，如因政府财政支付流程导致的支付延期，甲方不承担责任。

8、对于因甲方原因导致变更、中止或者终止政府采购合同的，甲方应当依照合同约定对乙方受到的损失予以等价赔偿或者补偿。

9、乙方应按照本合同约定的内容执行，如没有特别约定或约定未详尽，相应的违约责任或补充违约责任均为：甲方有权单方解除合同，未支付的款项不予支付，乙方向甲方支付本合同总金额20%的违约金，由此造成甲方损失的，甲方有权全额向乙方追索。

10、其它违约责任按《中华人民共和国民法典》处理。

**十六、争议的解决**

1.合同履行过程中发生的任何争议，如双方未能通过友好协商解决，应向甲方所在地人民法院提起诉讼。对交付标的物质量有争议的，统一由佛山市辖属的专业检测机构进行终局鉴定，鉴定结果符合质量技术标准时，鉴定费由委托方承担；否则鉴定费由乙方承担。

2.法院审理期间，除提交法院审理的事项外，其它无争议的事项和条款仍应继续履行。

**十七、不可抗力**

任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后48小时内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。因合同一方迟延履行合同后发生不可抗力的，不能免除迟延履行方的相应责任。

**十八、保密**

1.严禁乙方及其工作人员擅自以任何方式记录、复制、拍摄、摘抄、收藏在工作中涉及的甲方所有信息特别是秘密和敏感信息；严禁将信息数据和内部会议（包括内部发文、各类通知及会议记录等）、谈话内容等泄漏给无关人员；严禁将工作中涉及的相关项目技术方案及实施规划透露给无关人员；乙方及其工作人员对其因身份、职务、职业或技术关系而知悉的甲方保密信息、党政机关技术资料及工作信息均应严格保密，保证不被披露或使用，包括意外或过失。未经甲方书面同意，乙方及其工作人员不得披露上述信息给任何第三方，包括在公开场合展览，公开对外宣传，作为文章、讯息、参考数据发表等。

2.无论乙方今后完成所有工作或因故中途退出，均需严格遵守上述约定，不得泄露所知悉的任何数据和工作秘密。乙方要管理好其所有技术开发人员及其他员工，包括离职员工，严禁乙方或乙方相关人员因工作之便盗取甲方的系统数据信息或在系统中留有技术备用锁匙和后门。

3.有关保密的内容和义务，未经甲方解封则长期有效；本合同如有任何部分被视为无效或不可执行，均不影响本保密条款的效力。如乙方未能遵守上述约定造成泄密的，甲方可依据有关规定追究乙方的赔偿责任和违约责任。

**十九、税费**

1.中国政府根据现行税法所征收的一切税费均由各缴税责任方独立承担。

2.在中国境外发生的与本合同相关的一切税费及不可预见费均由乙方负担。

**二十、合同生效**

本合同自甲、乙双方法定代表人或其授权代理人签字并盖章之日起生效。

**二十一、其它**

1.所有经双方或多方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）、采购文件和响应文件、合同的附件及《成交通知书》均为本合同不可分割的有效组成部分，与本合同具有同等的法律效力和履约义务，其生效日期为签字盖章确认之日期。

2.如一方地址、电话、传真号码有变更，应在变更当日内书面通知对方，否则，应承担相应责任。

3.乙方不得分包、转包，不得由第三方履行其合同项下的义务。

4.本合同一式 份，甲方执 份、乙方执 份，采购代理机构执1份。

5.本合同共计 页A4纸张，缺页之合同为无效合同。

6.本合同签约履约地点：广东省佛山市。

**（完）**

|  |  |
| --- | --- |
| **甲方（盖章）：**法定代表人： 授权代理人： 项目负责人： 地址：电话：传真：日期： 年 月 日 | **乙方（盖章）：**法定代表人： 地址：电话：传真：日期： 年 月 日 |
|  | **收款方、开票方须与乙方一致；专户为：**开户名称：银行账号：开 户 行： |

 注：保单复印件后附

**第六部分 响应文件格式与要求**

供应商应提交证明其有资格参加磋商和成交后有能力履行合同的相关文件，并作为其响应文件的一部分，所有文件必须真实可靠、不得伪造，否则将按相关规定予以处罚。

1.法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明：

法人包括企业法人、机关法人、事业单位法人和社会团体法人；其他组织主要包括合伙企业、非企业专业服务机构、个体工商户、农村承包经营户；自然人是指《中华人民共和国民法典》（以下简称《民法典》）规定的具有完全民事行为能力、能够承担民事责任和义务的公民。如供应商是企业（包括合伙企业），要提供在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”；如供应商是事业单位，要提供有效的“事业单位法人证书”；供应商是非企业专业服务机构的，如律师事务所，会计师事务所要提供执业许可证等证明文件；如供应商是个体工商户，要提供有效的“个体工商户营业执照”；如供应商是自然人，要提供有效的自然人身份证明。

 这里所指“其他组织”不包括法人的分支机构，由于法人分支机构不能独立承担民事责任，不能以分支机构的身份参加政府采购，只能以法人身份参加。“但由于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业具有其特殊性，如果能够提供其法人给予的相应授权证明材料，可以参加政府采购活动”。

2.财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（详见资格性审查表要求）

3.具有履行合同所必须的设备和专业技术能力的声明。

4.供应商参加政府采购前三年内在经营活动中没有重大违法记录声明函。

5.信用记录查询

（1）查询渠道：通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)和“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）进行查询；

（2）查询截止时点：提交响应文件截止日当天；

（3）查询记录：对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单、信用报告进行查询；

 采购人或采购代理机构应当按照查询渠道、查询时间节点、查询记录内容进行查询，并存档。对信用记录查询结果中显示供应商被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商作无效响应处理。

6. 按照磋商文件要求，供应商应当提交的资格、资信证明文件。

**响应文件目录**

**响应文件封面及目录部分**

* **供应商应按本《采购文件》要求，自行设计和编制响应文件的封面和目录部分。**
* **响应文件封面上须包含但不限于以下内容：**
	1. 项目名称和项目编号；
	2. 供应商名称；
	3. 授权代表姓名及联系电话（含传真号码）
	4. 注明“正本”或“副本”字样。
* **响应文件必须编制目录，且目录必须清晰、准确，与响应文件中的每页所加注的页码相对应。**
* **响应文件的【正本】及所有【副本】的封面及骑缝均须加盖供应商公章。**

**注：供应商须按本部分的格式内容进行排版和编制《响应文件》，如属于格式外的，或本部分未提供具体格式的，供应商可根据投标方案或内容，针对评审子项要求，自行拟定具体格式和设计排版。**

## [第一](#_投标文件目录)[章](#_投标文件目录) [资格性文](#_投标文件目录)[件](#_投标文件目录)

**资格性文件清单**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **文件名称** | **文件内容要求** | **数量** | **文件属性** |
|  | 响应承诺函 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1份 | 原件 |
|  | 法定代表人/法定负责人证明书 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1份 | 原件 |
|  | 法定代表人/法定负责人授权书 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1份 | 原件 |
|  | 资格性证明材料 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1套 | 原件/复印件 |
|  | 营业执照副本副 本 | 供应商须是中华人民共和国大陆境内合法注册的独立法人或其他组织，能独立承担民事责任。 | 1份 | 副本复印件 |
|  | 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录 | 提供提供投标截止日前6个月内任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料。 | 1份 | 复印件 |
|  | 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度 | 提供以下两种证明材料之一：1.提供2022或2023年度财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，能清晰显示第三方会计师事务所的印章，并能反映审计结论；2.提供投标截止日前6个月内基本开户银行出具的资信证明，并同时提交开户（基本户）许可证扫描件，开户（基本户）许可证已取消的，应提供能体现基本开户银行的“基本存款账户编号”的相关证明。 | 1份 | 复印件 |
|  | 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺 | 按投标（响应）文件格式填写《具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函》。 | 1份 | 原件 |
|  | 参与采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明函 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1份 | 原件 |
|  | 《中小企业声明函》 | 按对应格式文件签署、盖章 | 1份 | 原件 |
|  | 其他资料 | 详见成交供应商资格要求（如有） | 1份 | 复印件 |

**特别提示与要求！**

以上材料将作为供应商资格性审查的重要内容之一，供应商必须严格按照其内容及序列要求在响应文件中对应如实提供，对缺漏和不符合项将会直接导致无效响应！

###

**1.1 响应承诺函**

致 佛山市消防救援支队/广东远东招标代理有限公司：

我方根据《竞争性磋商文件》的要求，通过委任的全权代表，向贵方递交密封册装的全套响应文件参与下列项目的响应，现为我方的一切响应行为作郑重承诺及声明如下：

1. 项目名称： 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目；

 项目编号： 2024XFCG-20

1. 我方已认真阅读了全部采购文件及其相关文件，完全清楚理解其内容要求及规约，对文件的合理性、公正性和程序安排均没有任何异议、质疑和误解之处。
2. 我方所提供的一切文件均已经过认真、严格的审核，其内容已充分表达了我方的真实意愿，没有任何遗漏、虚假、侵权之处，若出现违背诚实信用和商业道德之行为，愿独自承担相应的法律责任。
3. 我方没有为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务。
4. 响应有效期自递交响应文件起至确定正式成交供应商止，若我方获成交资格，响应有效期则相应延长至项目服务期满之日，不论在任何时候，定将按贵方的要求在规定时间内如实提供一切补充材料。
5. 完全服从和尊重磋商小组所作的评审结果，同时清楚理解到仅凭报价或单一竞争优势并非是决定成交资格的唯一重要依据。
6. 同意按采购文件的要求认真履行成交供应商应尽的义务，若我方行为不当而损害了采购人的合法权益，我方愿在任何时候无条件承担相应的缔约过失责任和经济赔偿。
7. 我方已依法缴纳了各项税费及社会保险费用，如有需要，可随时向采购人提交近三个月内的相关缴费证明，以便核查。
8. 我方已依法建立健全的财务会计制度，如有需要，可随时向采购人提交相关证明材料，以便核查。
9. 本公司（企业）的单位负责人与所参投的本采购项目的其他成交供应商的单位负责人不为同一人且与其他成交供应商之间不存在直接控股、管理关系。
10. 本公司（企业）承诺在本次采购活动中，如有违法、违规、弄虚作假行为，所造成的损失、不良后果及法律责任，一律由我公司（企业）承担。
11. 本承诺函效力及范围均涵盖我方整套响应文件和一切补充文件。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

承诺日期： 年 月 日。

说明：

1、本承诺函内容不得擅自删改。

1.

**1.2 法定代表人/法定负责人证明书**

致 佛山市消防救援支队/广东远东招标代理有限公司：

 同志，现任我单位 职务，为法定代表人，特此证明。

签发日期： 年 月 日

单位名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

附：法定代表人性别： 年龄：

身份证号码：

联系电话：

营业执照号码： 单位性质：

成立时间：

说明：1.法定代表人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要行政负责人。

 2.内容必须填写真实、清楚、涂改无效，不得转让、买卖。

3.将此证明书提交对方作为合同附件**。**

  **附：法定代表人的身份证复印件：**

|  |
| --- |
| 此处粘贴法定代表人/法定负责人身份证复印件（双面） **或** 直接扫描到此张纸上注：若页面不够位置的，可另行附页，但须紧接此页 |

1. **法定代表人/法定负责人授权书**

致：佛山市消防救援支队、广东远东招标代理有限公司

我单位特授权委任以下之现职员工，作为我方于本项目投标的唯一全权代表，亲自出席参与贵方承办的政府采购项目投标，对该代表人所提供、签署的一切文书均视为符合我方的合法利益和真实意愿，我方愿为其投标行为承担全部责任。

项目名称： 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目

项目编号： 2024XFCG-20

委任授权代表姓名： （印刷体） ，身份证号码： ；

联系电话（手机）： ，现职务： ；

授权权限：全权代表本单位参与上述项目的投标、递交响应文件、出席开标全程、响应评委会临时召唤而出席评标现场；按照采购人和评委会的要求现场处理投标相关事宜；负责提供与签署确认一切文书资料，以及向贵方递交的任何补充承诺。

有效期限：与本项目磋商文件要求的投标有效期相同，自本单位盖章之日起生效。

特此授权证明。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

法定代表人（或事业单位负责人）： （亲笔签名）

职 务： ；联系电话： ； 传真号码： ；

生 效 日 期 ： 年 月 日。

说明：

1、授权代表人在递交投标文件时，须向采购代理机构人员出示此份证明书的原件，否则，采购代理机构将拒收其投标文件。

2、本授权书内容不得擅自删改。如法定代表人（或事业单位负责人）亲临现场参与投标、决策、签字的，则不需此授权书。

**附：被授权人的身份证复印件：**

|  |
| --- |
| 此处粘贴全权代表（被授权人）的身份证复印件（双面）或 直接扫描到此张纸上注：若页面不够位置的，可另行附页，但须紧接此页 |

1. **资格性证明材料**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **文件名称** | **文件内容要求** |
| **一、本表为《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件所对应的证明材料。《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十七条规定：参加政府采购活动的供应商应当具备政府采购法第二十二条第一款规定的条件，提供下列材料：** |
| 1 | 独立法人或者其他组织的营业执照副本等证明文件，自然人的身份证明 | **《营业执照副本》**注：本项目不接受自然人参与。 |
| 2 | 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录 | **《有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录》**注：按后文格式填写，提供相关材料。 |
| 3 | 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度 | **《具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度》**注：按后文格式填写，提供相关资料。 |
| 4 | 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力 | **《具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函》**注：按后文格式填写，提供原件。 |
| 5 | 参与采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录 | **《参与采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明函》**注：按后文格式填写，提供原件。 |
| 6 | 《中小企业声明函》 | 按对应格式文件签署、盖章（如有） |
| 7 | 企业资质 | 若投标供应商以总公司参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的保险公司法人许可证或保险许可证；若投标供应商为经总公司授权的分支机构参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的经营保险业务许可证或保险许可证。注：按后文格式填写，提供复印件。 |
| **二、其他证明材料** |
| 1 | 如有 |  |
| **注：以上资料内容若注明原件的须提供原件，否则提供复印件或网络打印页** |

**本表附件：在本表之后按顺序提交表格中要求的证明资料。**

**1.5营业执照副本**

提供在中华人民共和国境内注册的独立法人或其他组织的营业执照或事业单位法人证书或社会团体法人登记证书复印件并加盖供应商公章。

**1.6有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录**

提供投标截止日前6个月内任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，提供相应证明材料。

**1.7具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度**

提供以下两种证明材料之一：1.提供2022或2023年度财务状况报告，财务状况报告须由第三方会计师事务所出具，能清晰显示第三方会计师事务所的印章，并能反映审计结论；2.提供投标截止日前6个月内基本开户银行出具的资信证明，并同时提交开户（基本户）许可证扫描件，开户（基本户）许可证已取消的，应提供能体现基本开户银行的“基本存款账户编号”的相关证明。

**1.8具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函**

我方诚意参与本项目投标，并特此承诺：我方具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。如有任何虚假和不实，我方自愿放弃投标资格并承担一切相关责任。

特此承诺。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

**1.9参与采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明函**

**致：佛山市消防救援支队、广东远东招标代理有限公司：**

我方已认真阅读了全部招标文件及其相关文件，完全清楚理解其内容及规约，我方特此声明，我方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。如有任何虚假和不实，我方自愿放弃投标资格并承担一切相关责任。

特此声明。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日 期： 年 月 日

**说明：**

**以上承诺书内容不得擅自删改。**

**1.10中小企业声明函**

中小企业声明函（所投产品制造商为中小企业时提交本函，所属行业应符合磋商文件中明确的本项目所属行业）

**中小企业声明函（服务）**

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理行办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司参加佛山市消防救援支队的佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目采购活动，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.佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目，属于其他未列明行业；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，也不存在与大企业负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明函的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日期： 年 月 日

1、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。

2、供应商应当对其出具的《中小企业声明函》真实性负责，供应商出具的《中小企业声明函》内容不实的，属于提供虚假材料谋取成交。在实际操作中，供应商希望获得中小企业扶持政策支持的，应从制造商处获得充分、准确的信息。对相关制造商信息了解不充分，或者不能确定相关信息真实、准确的，不建议出具《中小企业声明函》。

**残疾人福利性单位声明函（如有）**

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。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日期： 年 月 日

注：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

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

（二）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

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

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

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

前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至8 级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或者服务协议的雇员人数。符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。

**监狱企业的证明文件（如有）**

说明：监狱企业参加政府采购活动时，应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，并加盖投标单位公章。

**1.11其他证明材料**

1. 成交供应商未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“失信被执行人”记录名单；未处于中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)“政府采购严重违法失信行为记录名单”中的禁止参加政府采购活动期间。（以投标截止日当天在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询结果为准，如相关失信记录已失效，成交供应商需提供相关证明资料。）

2、若投标供应商以总公司参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的保险公司法人许可证或保险许可证；若投标供应商为经总公司授权的分支机构参与投标的，须提供保险监督管理部门颁发的经营保险业务许可证或保险许可证。

3、供应商认为有必要提供的其他文件材料。

## 第二章 评审内容索引

1. **符合性审查索引表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 审 查 内 容 | 是否响应 | 索引页码 |
| **1** | 投标文件有效性 |  |  |
| **2** | 响应承诺函 |  |  |
| **3** | 实质性响应条款（即标注★ 号条款） |  |  |
| **4** | 报价要求 |  |  |
| **5** | 其它 |  |  |

（对于采购需求需响应的条款，供应商可参照以下格式提供承诺）

**承诺函**

致：佛山市消防救援支队

对于佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目（项目编号：2024XFCG-20），我方郑重承诺如下：

如中标/成交，我方承诺严格落实采购文件以下条款：(建议逐条复制采购文件相关条款原文)

（一）星号条款

1.

2.

3.

.........

（二）三角号条款

1.

2.

3.

.........

（三）非星号、非三角号条款

1.

2.

3.

.........

特此承诺。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日期： 年 月 日

1. **评审内容索引表**

| 评审内容 | 评 审 因 素 | 分值 | **自评分****（仅供参考）** | 资料所在页码范围**（必填项）** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **商务部分** | 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |
| **技术部分** | 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| 6 |  |  |  |  |
| 7 |  |  |  |  |

## [第三章](#_投标文件目录) [商务部](#_投标文件目录)[分](#_投标文件目录)

1. **商务条款响应表**

| **一、商务条款响应情况** |
| --- |
| **序号** | **主要商务条款** | **是否响应** |
|  | 完全理解并接受对合格供应商要求 |  |
|  | 完全理解并接受对供应商的各项须知、规约要求和责任义务 |  |
|  | 同意接受合同范本所列述的各项条款 |  |
|  | 同意按本项目要求缴付相关款项 |  |
|  | **采购文件中的全部商务条款均能完全响应** |  |
|  | 同意接受采购人发布的补充通知中各项商务要求（如有） |  |
|  | 同意采购人以任何形式对我方提供的商务部分内容的真实性和有效性进行公开审查验证 |  |
| **二、商务条款偏离情况说明（如有）：** |
|  | 不同意公开的商务部分内容（如有）： |

填表要求：

1、响应栏内空白及打“√”表示完全响应；打“×”视为偏离，请在“商务条款偏离情况说明”栏中扼要说明偏离情况。

2、若上述商务条款内容与“采购项目商务要求”列述不一致时，均以“采购项目商务要求”详细内容为准。

3、本表内容不得擅自删改。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日期： 年 月 日

**3.2综合概况与实施方案**

1. **基本概况**
	1. **文字描述主要内容**
* 单位性质；发展历程；经营规模及服务理念。
* 主营产品专业服务优势和特点。
* 专业能力和服务力量配置等。
1. **同类项目业绩**

| **序号** | **客户单位名称** | **项目名称** | **合同金额（万元）** | **签订时间** | **联系人及电话** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**本表附件：提供评分标准中要求的证明资料。**

1. **同类项目客户满意度**

**本表附件：提供评分标准中要求的证明资料。**

1. **获奖情况**

**本表附件：提供评分标准中要求的证明资料。**

1. **紧急响应时间**

**本表附件：提供评分标准中要求的证明资料。**

1. **其它材料**

（供应商根据自身实际情况进行提供，内容包括但不限于：需要向磋商小组如实告知的重要事项、重要补充承诺等)

**[第四章 技术部分](#_投标文件目录)**

1. **技术条款响应表**

| **一、技术参数响应情况** |
| --- |
| **序号** | **主要技术条款** | **是否响应** |
|  | 完全理解对服务的各项要求、项目实施效果、实现目标等。 |  |
|  | **采购文件中的全部技术条款均能完全响应。** |  |
|  | **采购人发布的补充通知中各项技术要求（如有）** |  |
|  | 同意采购人以任何形式对我方提供的技术部分内容的真实性和有效性进行公开审查验证。 |  |
| **二、技术参数偏离情况说明（如有）：** |
|  | 不同意公开的技术部分内容（如有）： |

填表说明：

1、响应栏内空白或打“√”表示完全响应；对打“×”视为偏离，若技术参数存在偏离，请在“技术参数偏离情况说明栏”扼要描述。

2、若上述技术条款内容与“采购项目技术要求”列述不一致时，均以“采购项目技术要求”详细内容为准。

3、本表内容不得擅自删改。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

日期： 年 月 日

1. **技术方案总体内容**

技术方案必须科学合理、真实可行，能充分体现出自身技术和专业优势。技术方案必须对应评审方法中评审子项的顺序逐一进行描述，格式自拟，不限于以下内容要点：

1、总体运营服务方案；

2、服务质量保障措施；

3、团队管理规章制度；

4、合理化建议；

......

**[第五章 价格部分](#_投标文件目录)**

**5.1****报价汇总表**

项目名称：佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目

项目编号：2024XFCG-20

|  |  |
| --- | --- |
| 报价分项 | 合计 |
| 报价合计 | 小写： 元大写：人民币  |

注：

1、总价应为各分项报价之和，响应文件差异修正准则参见响应文件说明。

2、报价表述限于选用中文大写或阿拉伯数字小写，均已核定准确无误。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

授权代表： （亲笔签名）

日期： 年 月 日

## 第六章 其他文件

**其它文件资料**

**一、供应商认为有必要提供的其它材料。**

**（**供应商根据自身实际情况进行提供。**）**

**二、唱标信封**

**报价汇总表**

项目名称： 佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目

项目编号： 2024XFCG-20

|  |  |
| --- | --- |
| 报价分项 | 合计 |
| 报价合计 | 小写： 元大写：人民币  |

注：

1、总价应为各分项报价之和，响应文件差异修正准则参见响应文件说明。

2、报价表述限于选用中文大写或阿拉伯数字小写，均已核定准确无误。

供应商名称： （单位名称全称） （加盖供应商公章）

授权代表： （亲笔签名）

日期： 年 月 日

文件包装袋封面标贴格式

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **采购项目响应文件****密封内容：**□**报价信封 /** □**正、副本响应文件****供应商名称：** 项目编号：**2024XFCG-20** 项目名称：**佛山市消防救援支队2024年全媒体中心驻点服务项目**

|  |
| --- |
| **在2024年 月 日 午 ： 时之间准时当面递交且不得启封。** |
| **递交地点：** | **佛山市禅城区季华五路10号金融广场大厦17层A区（广东远东招标代理有限公司开标室）。** |
| **电 话：** | **0757-83332528。** |
| **声 明：** | **同意由递交响应文件登记顺序的前两名供应商，将作为集中推选的代表，现场对所有响应文件进行密封性检查。** |

 |

注意事项

一、报价信封另单独封装，并按下列顺序装订：

1、《报价汇总表》 原件（须加盖公章）；

2、电子文件（须包含资格性文件、评审内容索引、技术部分、商务部分、价格部分、其他文件等；具体格式要求详见“成交供应商须知”）。

二、重要提示：

1.唱标信封与正、副本必须分开单独封装并标贴此封面，密封口处须加盖公章或授权代表签名。

2.递交文件登记顺序的前二名供应商，将作为集中推选的代表现场对所有响应文件进行密封性检查。