

# 2023年度公共文化云建设

公开招标文件

采购单位名称：内蒙古自治区文化馆

采购代理机构名称：内蒙古自治区公共资源交易中心

项目编号：**NMGZC-G-F-230326**

2023年07月24日

## 目 录

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 招标内容与技术要求

第四章 投标人应当提交的资格、资信证明文件

第五章 评标

第六章 合同与验收

第七章 投标文件格式与要求

# 第一章 投标邀请

内蒙古自治区公共资源交易中心受内蒙古自治区文化馆委托，采用公开招标方式组织采购2023年度公共文化云建设。欢迎符合资格条件的投标人参加投标。

## 一.项目概述

### 1.名称与编号

项目名称：2023年度公共文化云建设

项目编号：NMGZC-G-F-230326

采购计划备案号：项目流水号[2023]16416号

### 2.内容及划分采购包情况

| 包号 | 货物、服务和工程名称                          | 数量 | 采购需求   | 预算金额（元）      |
|----|-------------------------------------|----|--------|--------------|
| 1  | 内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设 | 1  | 详见招标文件 | 800,000.00   |
| 2  | 举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设              | 1  | 详见招标文件 | 920,000.00   |
| 3  | 内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效                | 1  | 详见招标文件 | 2,400,000.00 |
| 4  | 内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效                | 1  | 详见招标文件 | 3,700,000.00 |

## 二.投标人的资格要求

1.投标人应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

2.开标后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单，相关信用情况通过“信用中国”网站、中国政府采购网等渠道查询。

3.落实政府采购政策需满足的资格要求：（如属于专门面向中小企业采购的项目,投标人应为中小微企业、监狱企业、残疾人福利性单位）。

4.本项目的特定资格要求：（如项目接受联合体响应，对联合体应提出相关资格要求；如属于特定行业项目,投标人应当具备特定行业法定准入要求）。

5.本项目的其他资质要求：

合同包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）：无

合同包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）：无

合同包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）：无

合同包4（内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效）：无

## 三.获取招标文件的时间、地点、方式

详见招标公告

### 其他要求：

本项目采用“不见面开标”模式进行开标（投标人无需到达开标现场，开标当日在投标截止时间前登录“内蒙古自治区政府采购网-政府采购云平台”参加远程开标）。请投标人使用投标客户端严格按照招标文件的相关要求制作和上传电子投标文件，并按照相关要求参加开标。

## 四.招标文件售价

本次招标文件的售价为0元人民币。

## 五.提交投标文件截止时间、开标时间和地点

详见招标公告

## 六.联系方式

采购代理机构名称：内蒙古自治区公共资源交易中心

地址：内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区敕勒川大街6号

联系人：乌日图

联系电话：0471-5332621

采购单位名称：内蒙古自治区文化馆

地址：内蒙古自治区呼和浩特市回民区锡林北路97号

联系人：段国玲

联系电话：0471-6913653

## 第二章 投标人须知

### 一.前附表

| 序号 | 条款名称                   | 内容及要求  |
|----|------------------------|--|
| 1  | 划分采购包情况                | 共4包  |
| 2  | 采购方式                   | 公开招标   |
| 3  | 开标方式                   | 不见面开标  |
| 4  | 评标方式                   | 现场网上评标   |
| 5  | 评标方法                   | 包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）：综合评分法<br>包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）：综合评分法<br>包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）：综合评分法<br>包4（内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效）：综合评分法  |
| 6  | 获取招标文件时间               | 详见招标公告   |
| 7  | 保证金缴纳截止时间（同投标文件提交截止时间） | 详见招标公告   |
| 8  | 电子投标文件递交               | 加密的电子投标文件1份，电子投标文件在投标截止时间前上传至内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台。技术支持电话：400-0471-010转2键   |
| 9  | 投标文件数量                 | （1）加密的电子投标文件 1 份（需在投标截止时间前上传至“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”）<br>（2）若现场无法使用系统进行电子开评标的，投标人须开标现场递交非加密电子版投标文件U盘（或光盘）0份。<br>（3）纸质投标文件（正本）0份；纸质投标文件（副本）0份。   |
| 10 | 中标人确定                  | 采购人授权评标委员会按照评审原则直接确定中标（成交）人。   |
| 11 | 联合体投标                  | 包1：不接受<br>包2：不接受<br>包3：不接受<br>包4：不接受   |
| 12 | 采购代理机构代理费用             | 无  |
| 13 | 代理费用收取方式               | 不收取  |
| 14 | 代理费用收取标准               | 不收取。   |
| 15 | 投标保证金                  | 内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设：保证金人民币：0.00元整。举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设：保证金人民币：0.00元整。内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效：保证金人民币：0.00元整。内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效：保证金人民币：0.00元整。  |
| 16 | 电子投标文件签字、盖章要求          | 应按照第七章“投标文件格式与要求”，使用单位电子签章（CA）进行签字、加盖公章。<br>说明：若涉及到授权代表签字的可将文件签字页先进行签字、扫描后导入加密电子投标文件。  |
| 17 | 投标客户端                  | 投标客户端需要投标人登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”自行下载。下载地址： <a href="https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn/gp-auth-center/login?systemRegion=150001&amp;systemRegion=150001">https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn/gp-auth-center/login?systemRegion=150001&amp;systemRegion=150001</a> |
| 18 | 是否专门面向中小企业采购           | 采购包1：面向中小企业，采购包专门预留<br>采购包2：面向中小企业，采购包专门预留<br>采购包3：面向中小企业，采购包专门预留<br>采购包4：面向中小企业，采购包专门预留   |
| 19 | 有效投标人家数                | 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质性响应的投标人不足三家的，应予废标；投标人不足三家的，不得开标；合格投标人不足三家的，不得评标。   |
| 20 | 报价形式                   | 合同包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）：总价<br>合同包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）：总价<br>合同包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）：总价<br>合同包4（内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效）：总价  |
| 21 | 现场踏勘                   | 否  |
| 22 | 其他                     | 兼投不兼中：本项目兼投不兼中，每个投标人最多只能被确定为1个子包的第一中标候选人。本项目按子包的顺序进行评审，依次按照评标总得分由高到低的顺序，推荐中标候选人。已获得子包一的第一中标候选人资格的，将不具有子包二的候选人推荐资格；子包二从具有中标候选人资格的投标人中，排名最高的投标供应商为第一中标候选人，排名次高的投标供应商为第二中标候选人，以此类推。   |

### 二.投标须知

#### 1.投标方式采用网上投标，流程如下：

投标人应当在内蒙古自治区政府采购云平台申请或注册账号，完善信息后，才可进行网上投标操作，办理流程请登录内蒙古自治区政府采购网（

<https://www.ccgp->

neimenggu.gov.cn) 进行查询。

投标人登录内蒙古自治区政府采购网页面，点击“政府采购云平台”，输入用户名、密码、验证码完成登录后，点击左侧“交易执行—应标—项目应标”，在未参与项目列表中选择要投标的项目，点击项目的“未参与项目”按钮，进入项目投标信息页面，在右侧选择要投标的采购包，填写“联系人姓名”、“联系人手机号”、“联系人邮箱”等信息点击“确认参与”按钮后，获取所投项目招标文件，并按照招标文件的要求制作、上传电子投标文件。

## 2. 投标保证金

### 2.1 投标保证金缴纳（如需缴纳保证金）

本采购项目支持“电子保函”和“虚拟子账户”两种方式收取投标保证金，同时允许投标人按照相关法律法规自主选择以支票、汇票、本票、保函等非现金形式缴纳保证金。

2.1.1 投标人选择“电子保函”方式缴纳保证金的，在所投项目下采购包选择电子保函模式，跳转到内蒙古自治区金融服务平台开具电子保函，投标人需要确保在开标之前完成电子保函的开具。

2.1.2 投标人选择“虚拟子账户”方式缴纳保证金的，在进行投标信息确认后，应通过“交易执行—应标—项目应标—已参与项目”，选择缴纳银行并获取对应不同采购包的缴纳金额以及虚拟子账号信息，并在开标时间前，缴纳至上述账号中。付款人名称必须为投标单位全称，且与其投标信息一致。

若出现账号缴纳不一致、缴纳金额与投标人须知前附表规定的金额不一致或缴纳时间超过开标时间，将导致保证金缴纳失败。投标人应认真核对账户信息，将投标保证金足额汇入以上账户，并自行承担因汇错投标保证金而产生的一切后果。投标人在转账或电汇的凭证上应按照“项目编号：\*\*\*、采购包：\*\*\*的投标保证金”格式注明，以便核对。

2.1.3 投标人选择以支票、汇票、本票、保函等非现金形式缴纳保证金的，投标人将相关证明材料原件扫描添加至投标文件中，同时现场提供证明材料。

2.1.4 缴纳保证金时间以保证金到账时间为准，由于投标保证金到账需要一定时间，请投标人在投标截止前及早缴纳。

### 2.2 投标保证金的退还

投标人在投标截止时间前放弃投标的，自所投采购包结果公告发出后5个工作日内退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外。

未中标人投标保证金，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。

2.3 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 中标后，无正当理由放弃中标资格的；
- (2) 中标后，无正当理由不与采购人签订合同的；
- (3) 在签订合同时，向采购人提出附加条件的；
- (4) 不按照招标文件要求提交履约保证金的；
- (5) 在签订合同时，投标人要求修改、补充和撤销投标文件的实质性内容的；
- (6) 投标文件中提供虚假材料的；
- (7) 与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通的；
- (8) 投标人在提交投标文件截止时间后，撤回投标文件的；
- (9) 法律法规和招标文件规定的其他情形。

## 3. 全流程电子化交易

各投标人应当在内蒙古自治区政府采购云平台开展与本项目有关的政府采购活动。

各投标人应当在响应文件开启时间前上传加密的最终版电子响应文件至“内蒙古自治区政府采购网”，未在响应文件开启时间前上传电子响应文件的，视为自动放弃。投标人因系统问题无法上传电子响应文件时，请在工作时间及时拨打联系电话400-0471-010。

各投标人应当使用数字证书或者政府采购云平台生成的账号密码登录电子交易系统进行系统操作，并对其操作行为和电子签名、电子印章确认的事项承担法律责任。

### 3.1 远程不见面方式（投标人无需到现场）

投标人使用“投标客户端”编制、签章、生成加密投标文件，同时生成“备用标书”，投标人自行留存，涉及“加盖公章”的内容应使用单位电子公章完成。

投标人的法定代表人或其授权代表应当按照本项目招标公告载明的时间等要求参加开标，在开标时间前30分钟，应当提前登录电子交易系统确认联系人姓名与联系电话。

开标时，投标人应当使用 CA 证书在开始解密后30分钟内完成全部已投标采购包的投标文件在线解密，若出现系统异常情况，工作人员可适当延长解密时长。如在开标过程中出现意外情况导致无法继续进行，由代理机构会同采购人决定是否允许投标人导入“备用标书”继续开标。本项目采用电子评标，只对开标环节验证通过的电子投标文件进行评审。投标人在参加开标以前自行对使用电脑的网络环境、驱动安装、客户端安装以及CA证书的有效性等进行检测，保证可以正常使用。具体要求请通过“内蒙古自治区政府采购网-政采业务指南”查询相关操作手册。

开标时出现下列情况的，采购人、采购代理机构应当视为投标人不再参与政府采购活动。

- (1) 投标人未在规定时间内完成电子投标文件在线解密的；
- (2) CA证书无法解密投标文件的；
- (3) 投标人自身原因造成电子投标文件未能解密的。

### 3.2 现场网上方式（投标人需到现场）

投标人使用“投标客户端”编制、签章、生成加密投标文件，同时生成“备用标书”，由投标人自行刻录、存储，涉及“加盖公章”的内容应使用单位电子公章完成。投标人必须保证电子存储设备能够正常读取“备用标书”，电子存储设备（U盘或光盘）表面、外包装上应简要载明项目编号、项目名称、投标单位名称等信息。

投标人的法定代表人或其授权代表应当按照本项目招标公告载明的时间和地点参加开标。开标时，投标人应当使用 CA 证书完成全部已投标采购包的投标文件在线解密。如在开标过程中出现意外情况导致无法继续进行，由代理机构会同采购人决定是否允许投标人导入“备用标书”继续进行。本项目采用电子评标，只对开标环节验证通过的电子投标文件进行评审。

开标时出现下列情况的，采购人、采购代理机构应当视为投标人不再参与政府采购活动。

- (1) CA证书无法解密投标文件的；
- (2) 投标人未按招标文件要求提供“备用标书”的；
- (3) 投标人自身原因造成电子投标文件未能解密的。

## 4. 投标人可以通过“交易执行-应标-项目应标-已参与项目”查看有无本项目信息。

## 三、说明

### 1. 总则

本招标文件依据《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》和《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第87号）及国家和自治区有关法律、法规、规章制度编制。

投标人应仔细阅读本项目信息公告及招标文件的所有内容（包括澄清或者修改），按照招标文件要求以及格式编制投标文件，并保证其真实性，否则一切后果自负。本次公开招标项目，是以招标公告的方式邀请非特定的投标人参加投标。

## 2.适用范围

本招标文件仅适用于本次招标公告中所涉及的项目和内容。

## 3.相关费用

投标人应自行承担所有与准备、参加投标有关的费用。不论投标结果如何，采购人或采购代理机构均无义务和责任承担相关费用。

## 4.各参与方

- 4.1“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。本招标文件的采购人特指内蒙古自治区文化馆。
- 4.2“采购代理机构”是指集中采购机构和集中采购机构以外的采购代理机构。本招标文件的采购代理机构特指内蒙古自治区公共资源交易中心。
- 4.3“投标人”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。
- 4.4“评标委员会”由采购人代表和评审专家组成。
- 4.5“中标人”是指取得与采购人签订合同资格的投标人。

## 5.合格的投标人

- 5.1符合本招标文件规定的资格要求，并按照要求提供相关证明材料。
- 5.2单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动。
- 5.3为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

## 6.以联合体形式进行政府采购的，应符合以下规定：

- 6.1联合体各方应签订联合体协议书，明确联合体牵头人和各方权利义务，并作为投标文件组成部分。
- 6.2联合体各方均应当具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，并在投标文件中提供联合体各方的相关证明材料。
- 6.3联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。
- 6.4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。
- 6.5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。
- 6.6联合体各方应当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。
- 6.7如要求缴纳保证金，以联合体牵头人名义缴纳，对联合体各方均具有约束力。。

## 7.语言文字以及计量单位

- 7.1所有文件使用的语言文字为简体中文。专用术语使用外文的，应附有简体中文注释，否则视为无效。
- 7.2所有计量均采用中华人民共和国法定的计量单位。
- 7.3所有报价一律使用人民币，货币单位：元。

## 8.现场踏勘

- 8.1招标文件规定组织踏勘现场的，采购人或者采购代理机构按招标文件规定的时间、地点组织潜在投标人踏勘项目现场。
- 8.2投标人自行承担踏勘现场发生的责任、风险和自身费用。
- 8.3采购人在踏勘现场介绍的资料和数据等，不构成对招标文件的修改或不作为投标人编制投标文件的依据。

## 9.其他条款

无论中标与否，投标人递交的投标文件均不予退还。

## 四.招标文件的澄清或者修改

采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要的澄清或修改的，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，在“内蒙古自治区政府采购网”上发布更正公告进行通知；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截止时间，更正公告的内容为招标文件的组成部分，投标人应自行上网查询，采购人或采购代理机构不承担投标人未及时关注相关信息的责任。

## 五.投标文件

### 1.投标文件的构成

投标文件应按照招标文件第七章“投标文件格式与要求”进行编写，可以增加附页，并作为投标文件的组成部分。

### 2.投标报价

- 2.1 投标人应按照第三章“招标内容与技术要求”进行报价。投标总价中不得包含招标文件要求以外的内容，否则，在评审时不予核减。
- 2.2 投标报价包括本项目采购需求和投入使用、实施的所有费用，如主件、标准附件、备品备件、施工、服务、专用工具、安装、调试、检验、培训、运输、保险、税款等。
- 2.3 投标报价不得有选择性报价和附加条件的报价。
- 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按下列规定修正：
  - (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（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。

修正后的报价投标人应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字确认后产生约束力，但不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容，投标人不确认的，其投标无效。

2.5 投标人应在“投标客户端”对【报价部分】进行填写，“投标客户端”软件将自动根据投标人填写信息在线生成“开标一览表（报价表）”、“分项报价表”，若在响应文件中出现非系统生成的“开标一览表（报价表）”、“分项报价表”，且与“投标客户端”生成的“开标一览表（报价表）”、“分项报价表”信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

### 3.投标有效期

3.1 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。

3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，采购人以书面形式通知所有投标人延长投标有效期。同意延长投标有效期的投标人少于3个的，招标人应当重新招标。投标人同意延长的，应相应延长其投标保证金的有效期，但不得要求或被允许修改或撤销其投标文件；投标人拒绝延长的，其投标失效，但投标人有权收回其投标保证金。

#### 4. 投标文件的递交

投标人应当在投标截止时间前递交投标文件，否则视为自动放弃投标。

#### 5. 投标文件的修改和撤回

投标人在投标截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标人应当在投标截止时间前上传加密的最终版电子投标文件至“内蒙古自治区政府采购网-政府采购云平台”。

在提交投标截止时间后，投标人不得补充、修改、替代或者撤回其投标文件。

#### 6. 样品

采购人、采购代理机构一般不得要求投标人提供样品，仅凭书面方式不能准确描述采购需求或者需要对样品进行主观判断以确认是否满足采购需求等特殊情况除外。

6.1 招标文件规定投标人提交样品的，样品属于投标文件的组成部分。样品的生产、运输、安装、保全等一切费用由投标人自理。

6.2 开标前，投标人应将样品送达至指定地点，并按要求摆放并做好展示。若需要现场演示的，投标人应提前做好演示准备（包括演示设备）。

6.3 采购活动结束后，对于未中标投标人提供的样品，应当及时退还或者经未中标投标人同意后自行处理；对于中标投标人提供的样品，应当按照招标文件的规定进行保管、封存，并作为履约验收的参考。

### 六. 开标、评标、中标公告、中标通知书

#### 1. 开标

##### 1.1 程序

- (1) 宣布纪律；
- (2) 宣布相关人员；
- (3) 投标人对已提交的加密文件进行解密，由采购人或者采购代理机构工作人员宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定需要宣布的其他内容（以开标一览表要求为准）；
- (4) 参加人员对开标结果进行确认；
- (5) 开标结束。

##### 1.2 疑义

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。

投标人对远程不见面方式过程和开标记录有疑义，应在“政府采购云平台-远程开标大厅”中提出，采购代理机构应及时查看、回复。

##### 1.3 备注说明

1.3.1 投标人不足3家的，不得开标。

1.3.2 开标时，投标人使用 CA 证书参与投标文件解密，投标人用于解密的 CA 证书应为生成、加密、上传投标文件的同一 CA 证书。

#### 2. 资格审查

2.1 公开招标采购项目开标结束后，采购人或者采购代理机构应当依法对投标人的资格进行审查，以确定投标人是否具备投标资格。

2.2 资格审查中有任意一项未通过的，审查结果为未通过，未通过资格审查的投标人按无效投标处理。

##### 2.3 信用记录查询

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

查询截止时点：本项目资格审查时查询；

查询记录：对列入失信被执行人、税收违法黑名单、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被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人作无效投标处理。

#### 资格审查表

内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设

|                           |  |
|---------------------------|--|
| 具有独立承担民事责任的能力             | 审查投标人营业执照等证明文件或者身份证明。                              |
| 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度       | 审查投标人提供的具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的承诺函。                   |
| 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录       | 审查投标人提供的依法缴纳税收和社会保障资金的承诺函。                         |
| 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力       | 审查投标人提供的具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函。                   |
| 参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录 | 审查投标人参加本次投标活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。              |
| 信用记录                      | 开标结束后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。 |
| 面向中小企业情况审查                | 参与的供应商（联合体）服务全部由符合政策要求的中小企业承接                      |

举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设

|               |                       |
|---------------|-----------------------|
| 具有独立承担民事责任的能力 | 审查投标人营业执照等证明文件或者身份证明。 |
|---------------|-----------------------|

|                           |  |
|---------------------------|--|
| 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度       | 审查投标人提供的具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料。                  |
| 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录       | 审查投标人提供的依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。                        |
| 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力       | 审查投标人提供的具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。                  |
| 参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录 | 审查投标人参加本次投标活动前3内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。               |
| 信用记录                      | 开标结束后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。 |
| 面向中小企业情况审查                | 参与的供应商（联合体）服务全部由符合政策要求的中小企业承接                      |

#### 内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效

|                           |  |
|---------------------------|--|
| 具有独立承担民事责任的能力             | 审查投标人营业执照等证明文件或者身份证明。                              |
| 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度       | 审查投标人提供的具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料。                  |
| 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录       | 审查投标人提供的依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。                        |
| 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力       | 审查投标人提供的具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。                  |
| 参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录 | 审查投标人参加本次投标活动前3内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。               |
| 信用记录                      | 开标结束后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。 |
| 面向中小企业情况审查                | 参与的供应商（联合体）服务全部由符合政策要求的中小企业承接                      |

#### 内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效

|                           |  |
|---------------------------|--|
| 具有独立承担民事责任的能力             | 审查投标人营业执照等证明文件或者身份证明。                              |
| 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度       | 审查投标人提供的具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料。                  |
| 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录       | 审查投标人提供的依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。                        |
| 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力       | 审查投标人提供的具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。                  |
| 参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录 | 审查投标人参加本次投标活动前3内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。               |
| 信用记录                      | 开标结束后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。 |
| 面向中小企业情况审查                | 参与的供应商（联合体）服务全部由符合政策要求的中小企业承接                      |

### 3.评标

详见第五章

### 4.中标公告

中标人确定后，采购代理机构在内蒙古自治区政府采购网上发布中标结果公告，同时将中标结果以公告形式通知未中标的投标人，中标结果公告期为1个工作日。

### 5.中标通知书

发布中标结果的同时，中标人可自行登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”打印中标通知书，中标通知书是合同的组成部分，中标通知书对采购人和中标人具有同等法律效力。

中标通知书发出后，采购人不得违法改变中标结果，中标人无正当理由不得放弃中标。

## 七.询问、质疑与投诉

### 1.询问

投标人对政府采购活动事项有疑问的，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应当在3个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。投标人提出的询问超出采购人对采购代理机构委托授权范围的，采购代理机构应当告知其向采购人提出。

### 2.质疑

2.1 投标人认为招标文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起7个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。

投标人在法定质疑期内应当一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。

提出质疑的投标人应当是参与所质疑项目采购活动的投标人。

潜在投标人已依法获取其可质疑的招标文件的，可以对该文件提出质疑。对招标文件提出质疑的，应当在获取招标文件或者招标文件公告期限届满之日起7个工作日内提出。

2.2 采购人、采购代理机构应当在收到投标人的书面质疑后7个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑投标人和其他有关投标人，但答复的内容不得涉及商业秘密。

2.3 询问或者质疑事项可能影响中标结果的，采购人应当暂停签订合同，已经签订合同的，应当中止履行合同。

2.4 投标人提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

- (一) 投标人的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- (二) 质疑项目的名称、编号；
- (三) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- (四) 事实依据；
- (五) 必要的法律依据；
- (六) 提出质疑的日期。

投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

投标人可以委托代理人进行质疑，代理人提出质疑时应当提交投标人签署的授权委托书。其授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

2.5 投标人提交的质疑函，应按照内蒙古自治区政府采购网中的“质疑函范本”制作。

2.6 接收质疑函的方式。为了使提出的质疑事项在规定时间内得到有效答复、处理，质疑可以由法定代表人或授权代表亲自将质疑函递交至采购人或采购代理机构，也可以通过邮寄、快递等方式提交。质疑函以邮寄、快递方式递交的，以邮寄件上的戳记日期、邮政快递件上的戳记日期和非邮政快递件上的签注日期为质疑提起日期。

接收质疑函的联系部门、联系电话、通讯地址（详见第一章 投标邀请）。

### 3. 投诉

3.1 质疑人对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出书面答复的，可以在答复期满后15个工作日内向财政部门提起投诉。

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

3.2 投诉人投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉采购人、采购代理机构（以下简称被投诉人）和与投诉事项有关的投标人数量提供投诉书的副本。投诉书应当包括下列内容：

- (一) 投诉人和被投诉人的姓名或者名称、通讯地址、邮编、联系人及联系电话；
- (二) 质疑和质疑答复情况说明及相关证明材料；
- (三) 具体、明确的投诉事项和与投诉事项相关的投诉请求；
- (四) 事实依据；
- (五) 法律依据；
- (六) 提起投诉的日期。

投诉人为自然人的，应当由本人签字；投诉人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

3.3 投诉人提交的投诉书，应严格按照内蒙古自治区政府采购网中的“投诉书范本”制作。

### 第三章 招标内容与技术要求

#### 一. 项目概况

根据《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》和《内蒙古自治区文化和旅游厅关于做好2023年全国智慧图书馆体系、公共文化云建设项目的通知》等有关规定和要求，本项目旨在通过数字化手段，提高内蒙古自治区文化馆的艺术普及服务水平 and 全民文化素质，促进文化产业发展与乡村振兴相结合，推广内蒙古地方特色文化资源，打造数字文化馆，实现数字文化资源的共享、互动和传播。具体目标如下：

1. 实现6场全民艺术普及国家文化云直播，采集数字资源不少于1TB，年度总服务不少于100万人次。
2. 在国家公共文化云和内蒙古文化云发布展示四季春晚全区品牌群众文化活动。
3. 采集全区文化场馆及其活动信息3567条，丰富文化资源库。
4. 建设或优化艺术普及数字资源时长10小时，制作课程资源包含教学知识点视频、课程介绍、教学大纲、试题库、演示文稿等慕课要素以及在线答疑解惑，对所制作课程在国家文化云和内蒙古文化云进行推广，推广人次不少于2000人次。
5. 开展内蒙古自治区赶大集专区建设，以促进艺术普及及文创消费，开展本地赶大集专区建设与运营，举办区域性及地方性文采会活动，并同步到全国公共文化和旅游产品交易平台。
6. 提升基层全民艺术普及服务能力，通过线上发布、线下参与等直播方式相结合，以更好促进业务发展。

#### 二. 主要商务要求、技术要求

合同包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）

##### 1. 主要商务要求

|         |  |
|---------|--|
| 标的提供的时间 | 合同签订后90个日历日内交货   |
| 标的提供的地点 | 内蒙古自治区文化馆  |
| 投标有效期   | 从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天   |
| 付款方式    | 1期：支付比例50%，合同签订后（实际工作开展之后付款）<br>2期：支付比例25%，初步验收后<br>3期：支付比例25%，终验后                                 |
| 验收要求    | 1期：初步完成项目内容验收<br>2期：完全完成项目验收   |
| 履约保证金   | 收取比例：10%，说明：在甲乙双方合同签订后10个工作日内乙方向甲方支付合同总额10%的履约保证金，项目竣工验收后，履约保证金转为质量保证金，一年后项目如无质量问题或售后问题，甲方一次性无息退还。 |
| 其他      |  |

##### 2. 技术标准与要求

| 序号 | 核心产品（“△”） | 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）  | 面向对象情况 | 所属行业       | 招标技术要求 |
|----|-----------|----------|-------------------------------------|----|------|------------|------------|--------|------------|--------|
| 1  |           | 其他信息技术服务 | 内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设 | 项  | 1.00 | 800,000.00 | 800,000.00 | 面向中小企业 | 软件和信息技术服务业 | 详见附件一  |

附表一：内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设 是否允许进口：否

| 参数性质                        | 序号    | 具体技术(参数)要求  |    |       |                             |    |
|-----------------------------|-------|---|----|-------|-----------------------------|----|
|                             |       | <h3>2023年文化云直播参数</h3> <h4>一、采购项目清单</h4> <table border="1"><thead><tr><th>名称</th><th>数量（场）</th></tr></thead><tbody><tr><td>内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播</td><td>6场</td></tr></tbody></table> <h4>二、具体内容</h4> <p>突出内蒙古地区盟市级别以上的品牌群众文化活动，包括乡村春晚、西部民歌会、合唱节等，依托内蒙古文化云、国家公共文化云平台，开展直播（包括区域联动直播）、录播、展播，形成群众文化数字化建设资源；对资源进行拆条、精剪制作。共计6场直播活动，采集数字资源不少于1TB，年度总服务不少于100万人次。</p> <p><b>（一）建设标准</b></p> <p>支持开展网络直播所需的现场拍摄、平台对接、内容审验、宣传推广、后期加工、数据统计、人才培养等。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.现场拍摄包括使用4K 高清摄像机位 4 台及高清导播台，进行直播监控、技术保障、应急处置等。</li><li>2.平台对接包括与地方公共文化云或数字文化馆平台及 国家公共文化云进行技术对接，办理国家公共文化云直播申请、测试及推流等。（有关要求参照《国家公共文化云直播管 理办法》（文全公基发〔2020〕 21 号）</li><li>3.内容审验包括对直播内容、宣传素材的审核。重点审核意识形态、政治导向、价值导向，声音、画面、字幕等技术 质量，出镜人员及其言论等，确保直播内容安全。</li><li>4.宣传推广包括在直播前进行预热宣传，在直播过程中及直播结束后对内容特色亮点、幕后故事、活动花絮、创作及表演团队的人物故事、群众参与活动的故事、播出效果等进行宣传，在 pc、app、h5、微信公众号及新媒体矩阵发布海报、推文、照片、宣传短片、短视频等，在相关媒体编发新闻，提高 群众知晓率、参与率和满意率。在线下布置直播海报、易拉宝、小礼品等宣传品。</li><li>5.后期加工包括后期整体设计、整场直播包装、精编节目包装，视频拆条，宣传片、采访包装，花絮等制作。</li><li>6.数据统计包括对直播相关数据进行多维度的统计，如总点击量，实时观看量，分时完播率，用户评论、转发、点赞量，用户地域分布等。</li><li>7.人才培养包括摄像、导播、录音、编辑、新媒体宣传等直播/录播专业人员培训及人员差旅。</li></ol> | 名称 | 数量（场） | 内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播 | 6场 |
| 名称                          | 数量（场） |   |    |       |                             |    |
| 内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播 | 6场    |   |    |       |                             |    |

## （二）直播要求一

1. 视频直播应严格按照国家新闻出版广电总局关于互联网电视内容服务许可要求；直播活动前将涉及的主要参与人员、直播技术把控、内容审核机制的相关方案报内蒙古自治区文化馆、文化和旅游部全国公共文化发展中心备案，以确保直播活动的安全性。投标时提供承诺函，格式自拟。

2. 每场直播活动需与国家公共文化云有效对接，实现活动在国家公共文化云“看直播”版块首播，且拍摄的数字资源需上传至国家公共文化云、内蒙古文化云展播，要求须满足国家公共文化云移动端、微信公众号等的平台对接。

3. 每场活动提前1个月制定详细活动执行计划与直播规划，方案包括线上宣传推广、线上线下结合的互动活动、线下推广、拍摄大纲方案等。

4. 每场直播活动包括宣传预热、现场布设及传输网络测试、现场拍摄与导播、现场监控、回传资源等。

5. 每场直播活动除通过国家公共文化云各终端（首发）全网同步播出外，还需利用多平台、多渠道，联合推广播出。

6. 每场直播活动现场拍摄机位不少于4个，每个机位均要求为4K的高清摄像机。其中固定机位3台，花絮拍摄机位若干台（视活动实际情况而定）以及高清导播主控台；现场导播1人，现场编导至少1人；地方戏剧、方言类节目应配专人导播。投标时提供承诺函，格式自拟。

## （三）直播要求二

7. 每场直播活动需采用延时技术，延时时长为10分钟。投标时提供承诺函，格式自拟。

8. 直播过程中，要求配置充足人力资源，具备完善的内容审核机制以及后备方案，具有对直播、互动实时进行监测管理的能力，能实时提供线上客服服务。

9. 每场直播活动现场需对活动筹备、观众、主创人员、演出人员等进行花絮拍摄。

10. 每场直播需满足在中国境内，最高峰值可达10万人次同时观看的网络分发能力。

11. 每场直播网络带宽不低于100M的网络带宽，直播活动开始前1天要经过测试，以确保直播视频质量清晰，传输信道畅通稳定。

12. 每场直播活动结束后72小时内，需按视频编审规范完善整场活动的视频资源编辑制作，并在国家公共文化云“看直播”版块实现回看。投标时提供承诺函，格式自拟。

13. 直播画面需符合国家公共文化云标准，包括台标、活动名称、直播等字样需按照标准生成直播画面。

## （四）录播要求

1. 视频录播应严格按照国家新闻出版广电总局关于互联网电视内容服务许可要求；录播活动前将涉及的合作机构、主要参与人员、技术把控、内容审核机制的相关方案报内蒙古自治区文化馆、文化和旅游部全国公共文化发展中心备案。

2. 每场录播活动需与国家公共文化云有效对接，实现活动在国家公共文化云首播，且拍摄的数字资源需上传至国家公共文化云、内蒙古文化云，要求须满足国家公共文化云移动端、微信公众号、一体机端等的平台对接。

3. 每场活动提前1个月制定详细活动执行计划与直播规划，方案包括线上宣传推广、线上线下结合的互动活动、线下推广、拍摄大纲方案等。

4. 每场录播活动包括宣传物料设计制作、现场布设，现场拍摄与导播，视频上线宣传预热等。

5. 每场录播活动现场需对活动筹备、观众、主创人员、演出人员等进行花絮拍摄。

6. 每场录播活动结束后一周内，需按视频编审规范完成整场活动的视频资源编辑制作。确保后续在国家公共文化云平台上线展播。

## （五）对接平台要求

因本项目采购的服务，需与“国家公共文化云平台”完成有效对接，实现活动在该平台上进行首播，且拍摄的数字资源需上传至该平台展播，要求必须满足与以下平台实现对接：

## （六）宣传推广标准

1. 每场直播活动的宣传推广工作需通过国家公共文化云、内蒙古文化云以及可联合推广的主流新媒体平台进行宣传推广。需提供可联合推广的新媒体平台清单及案例，并承诺可联合推广。

2. 需提供符合各播出平台进行宣传推广的活动海报，且要求在活动开始前上线国家公共文化云、内蒙古文化云平台以及可联合推广的主流新媒体平台进行宣传推广。

3. 每场直播活动需撰写不少于2篇活动宣传推广软文（含直播活动前预热推文、直播活动后回顾推文），且要求直播活动期间在国家公共文化云、内蒙古文化云以及其它可联合推广的新媒体平台进行宣传推广。

4. 每场录播活动上线前需撰写不少于1篇活动宣传推广软文，且要求在国家公共文化云、内蒙古文化云以及其它可联合推广的新媒体平台进行宣传推广。

5. 直播活动结束后24小时内需出具直播收看数据，72小时内出具详细分析报告；录播活动在节目上线72小时内出具详细分析报告。投标时提供承诺函，格式自拟。

报告分“线上”和“线下”两部分：

“线上”部分包括：宣传和互动活动统计数据（各端宣传文案的阅读、点赞、转发、评论等数据；互动活动参与情况统计，以及图文、截屏等）；线上收看数据统计（在网站、微信、APP、专用设备等各类终端观看设备数、观看次数）。

“线下”部分包括：汇总活动执行情况报告（含演出节目、活动现场等照片）；现场宣传推广情况等。

## （七）资源制作要求及标准

1. 视频资源成品要求有完整的片头、片尾、转场等包装；本项目要求资源成品需加上国家公共文化云片头、片尾及台标，整场活动录制视频后编辑上线。

2. 宣传短视频拍摄与编辑要求内容紧扣活动主题，展现活动特色，画面流畅，有很好的节奏感。带情感的、有特色的背景音乐，配合画面节奏转换。

3. 整场活动拍摄资源要求按单个节目进行拆条。

- 4.专题采访需贯穿直录播活动中的组织者、参与者等的专题采访视频制作。
- 5.资源上线：视频资源成品制作完成后，要求上线至国家公共文化云、地方公共文化云平台以及其它主流新媒体平台进行展示。
- 6.直播活动素材采集时长要求：每项直播活动采集时长不低于240分钟；
- 7.根据资源制作要求完成的资源成品每项直播活动成片时长要求不低于60分钟；
- 8.活动照片：现场活动照片不低于100张，包括活动开场、花絮、演出节目、观众等镜头；
- 9.资源备份：所有活动资源成品、原始素材要求录入移动硬盘进行备份存档，并附有元数据表（具体标准详见国家公共文化云平台标准规范）。

**（八）资源采集与输出格式要求（直播标准）**

主要涉及直播标准和录播标准，直播提供实时直播流、延时直播（延时 10 分钟）流。

直播标准

| 提交内容  | 文件格式         | 格式要求   |
|-------|--------------|--|
| 直播海报  | jpg、jpeg、png | 1 张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px  |
| 直播视频源 | m3u8         | 需提供基于 HLS 协议，提供直播拉流地址、延时直播流（延时 10 分钟），直播推流地址符合 HTTPS（TLS1.2）网络安全协议。视频参数<br>视频编码：H.264<br>输出格式：m3u8<br>码率：4096Kbps<br>码率控制：CBR<br>档次/级别：High profile/Level 4.0<br>分辨率：1920*1080（1080P）<br>帧率：25fps<br>宽高比：16:<br>音频参数<br>音频编码：AAC<br>音频质量：高等质量<br>音频编码码率：128Kbps<br>音频采样率：48kHz<br>音频声道：双声道 |

国家公共文化云平台、内蒙古文化云平台（包括pc端与移动端）

**（九）资源采集与输出格式要求（录播标准）**

录播（点播）标准

| 提交内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 视频海报 | jpg、jpeg、png | 1 张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |

|      |     |  |
|------|-----|--|
| 视频文件 | mp4 | <p>视频参数</p> <p>视频大小：50MB≤视频文件大小≤5GB</p> <p>GB 视频编码：H.264</p> <p>输出格式：MP4 文件</p> <p>码率：不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制：CBR</p> <p>档次/级别：High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率：1920*1080（1080P）或 1280*720（720P）</p> <p>帧率：25fps</p> <p>宽高比：16：9</p> <p>音频参数</p> <p>音频格式：AAC</p> <p>音频质量：高等质量</p> <p>音频编码码率：128Kbps</p> <p>音频采样率：48kHz</p> <p>音频声道：双声道</p> |
|------|-----|--|

## 第二部分：赶大集参数

### 一、赶大集（文采会部分）

基本要求：举办内蒙古自治区内区域性及地方性文采会活动，在内蒙古文化云平台展示，并同步到全国公共文化和旅游产品交易平台（即国家公共文化云“汇文采”板块）。

#### （十）支持范围

以促进各地公共文化产品和服务供需有效对接为目标，遴选内蒙古自治区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），在内蒙古文化云平台展示，并汇总到国家公共文化云“汇文采”板块。举办线上线下相结合的区域性及地方性文采会活动。

#### （十一）建设标准

##### 1. 遴选产品和服务，采集供需信息。

遴选内蒙古自治区公共文化产品和服务优质资源，对供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等，进行采集、加工、审核、更新、维护。

#### （1）品类

公共文化产品和服务资源所涵盖行业及产品品类如下表所示：

| 序号 | 一级分类           | 二级分类   |
|----|----------------|--|
| 1  | 文化内容           | 文艺演出、艺术鉴赏、展览展示、特色活动、志愿服务、基层活动、文化交流、内部培训、文化传承、文化扶贫、公益活动 |
| 2  | 科技融合           | 新媒体应用、人工智能、智慧旅游、平台软件                                   |
| 3  | 设施运营           | 空间设计、委托管理、设施委托   |
| 4  | 旅游服务<br>(公共服务) | 智慧景区、智慧软件、智慧硬件、服务监管                                    |
| 5  | 决策咨询           | 政策咨询、活动策划、文旅培训、第三方绩效评价                                 |
| 6  | 文创产品           | 数字资源、艺术培训、非遗产品、其他文创产品                                  |
| 7  | 其他             | 与公共文化和旅游行业相关的其他外延领域                                    |

①供应方：机构基本信息，包括：机构名称、地址、机构标识、联系人和联系方式等，业务简介等；参展信息，包括：线上展区、服务对象、展示方案等。

②需求方：机构基本信息，包括：机构名称、地址、机构标识、联系人和联系方式等，业务简介等；参展信息，包括：采购意向、机构展示视频等。

机构信息：供应方不少于50家；需求方不少于100家。

### (3) 产品信息

产品基本信息，包括产品或服务名称、展示图片、宣传视频、文字介绍，以及销售信息等，包括：联系方式、报价、支付方式等。不少于200个。

#### 2. 日常维护“汇文采”专区。

通过国家公共文化云“汇文采”板块（简称“汇文采”）进行汇集，对发布信息进行动态更新。在全国性、区域性、地方性文采会举办期间，推出举办供应方机构及产品路演活动，拍摄制作对有关活动、供需机构以及产品服务的宣传视频、产品推荐海报等。

#### 3. 举办区域性及地方性文采会。

举办区域性及地方性文采会，参加全国性文采会展览展示和“云上文采会”，注册参会、发布产品和服务信息、需求信息、登记采购意向，开展文采会相关专题研究、人员培训。参加全国性、区域性、地方性文采会，开展路演活动，拍摄宣传短片不少于50个、产品海报不少于200张。

### (十二) 成果提交

通过国家公共文化云“汇文采”板块完成数据录入和日常维护。日常及时更新、维护。将开展专题研究和人员培训情况提交到公共文化云项目跟踪管理系统。在内蒙古文化云相应板块同步上传。

手工录入与接口录入

按照工商或法人登记属地，通过国家公共文化云录入数据，动态更新产品信息、采购需求和交易信息、活动宣传等。

## 二、赶大集(文创部分)

基本要求：开展内蒙古自治区本地赶大集专区建设与运营，重点推介文创产品，促进艺术普及及文创消费。要求至少派驻1名专职工作人员到内蒙古自治区文化馆工作，完成赶大集、直播等相关工作。

### (十三) 建设标准

在国家公共文化云“赶大集”板块开设内蒙古自治区区域内店铺并运营，包括平台入驻、文创产品开发、人才培养培训等。

在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺，在店铺内加载各类文创产品。挖掘文创要素，开展艺术普及及文创开发，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；艺术普及及培训的文创产品。文创产品开发单位在文创产品开发中应做好文创资源的确权工作。开展人才培养及参加“赶大集”相关培训。

1. 在“赶大集”板块开设内蒙古自治区区域内店铺开设不少于10个店铺，至2023年底，加载本地文创产品不少于100种；其中结合自身文化资源特点，设计开发文创产品不少于50个。

2. 持续开展店铺运营，可申请建设推广及体验中心。

3. 开展相关培训不少于50人天。

### (十四) 成果提交：

开设店铺：在国家公共文化云注册机构用户，经省级文化和旅游行政主管部门同意，并提交资质认证文件，填报开设店铺相关字段，完成线上店铺开设，在内蒙古文化云赶大集板块同步提交。

文创产品：填报文创产品相关字段，完成不少于100种产品加载。每种产品提交1份创意设计方案的、1套产品图册及1份版权文件，建设内蒙古“赶大集”专区，并通过国家公共文化云“赶大集”专区提交有关成果，并形成内蒙古自治区艺术普及及文创元素挖掘情况报告1份。

人员培训：提交培训场次名称、参加培训人员名单、课时及课程内容、培训证书。

### (十五) 资源格式

产品资源格式

| 提交内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 产品海报 | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求16:9宽高比例，256KB≤图片大小≤2MB，800px≤图片宽度≤1400px，450px≤图片高度≤800px   |
| 产品图册 | jpg、jpeg、png | 1-5张，图片要求16:9宽高比例，256KB≤图片大小≤2MB，800px≤图片宽度≤1400px，450px≤图片高度≤800px |
| 产品视频 | mp4          | 可参见《看直播》版块录播（点播）资源要求  |

说明 打“★”号条款为实质性条款，若有任何一条偏离或不满足则导致投标无效。  
产品音频介绍 mp3、aac 可参见《享活动》版块音频资源要求  
合同包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）

**1.主要商务要求**

|         |  |
|---------|--|
| 标的提供的时间 | 合同签订后60个日历日内交货   |
| 标的提供的地点 | 内蒙古自治区文化馆  |
| 投标有效期   | 从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天   |
| 付款方式    | 1期：支付比例50%，合同签订后（实际工作开展之后付款）<br>2期：支付比例25%，初步验收后<br>3期：支付比例25%，终验后                                 |
| 验收要求    | 1期：初步完成项目内容验收<br>2期：完全完成项目验收   |
| 履约保证金   | 收取比例：10%，说明：在甲乙双方合同签订后10个工作日内乙方向甲方支付合同总额10%的履约保证金，项目竣工验收后，履约保证金转为质量保证金，一年后项目如无质量问题或售后问题，甲方一次性无息退还。 |
| 其他      |  |

**2.技术标准与要求**

| 序号 | 核心产品（“△”） | 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）  | 面向对象情况 | 所属行业       | 招标技术要求 |
|----|-----------|----------|------------------------|----|------|------------|------------|--------|------------|--------|
| 1  |           | 其他信息技术服务 | 举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设 | 项  | 1.00 | 920,000.00 | 920,000.00 | 面向中小企业 | 软件和信息技术服务业 | 详见附表一  |

附表一：举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设 是否允许进口：否

| 参数性质 | 序号   | 具体技术(参数)要求   |      |      |      |  |  |  |
|------|------|--|------|------|------|--|--|--|
|      |      | <p><b>第一部分：全区“四季村晚”主题品牌群众文化活动</b></p> <p><b>一、基本要求建设标准</b></p> <p>为配合“村晚”常态化开展，按照《“大地欢歌”全国乡村文化活动方案》有关要求，对内蒙古自治区入选的12个示范展示地区进行线上专题推广，并做成专题页面接入国家文化云和内蒙古文化云。</p> <p>（1）在内蒙古自治区入选的12个示范展示地区制作线上专题并推广。提供直播回看资源内容，并对活动进行集中推荐和宣传推广，通过直播的方式向在线用户呈现文化节节的长视频内容，用户还可以通过国家公共文化云和内蒙古文化云PC端、手机端等多种形式进行互动留言。</p> <p>（2）制作宣传片、筹备过程中的排练与彩排、活动助力、优秀节目等精彩内容，通过短视频的形式进行展示并做成专题页面接入国家文化云和内蒙古文化云。</p> <p>（3）举办线上“新生活·新风尚·新年画”美术创作征集展示。征集创作一批木版年画、新年画、农民画以及具有年画元素的插画创意设计作品等优秀民间美术作品。用户可以欣赏、点赞、投票、分享至微信朋友圈、微博等平台，深入参与活动。</p> <p><b>建设标准</b></p> <p>支持开展活动所需的专题策划、功能开发、活动执行、网络直播、宣传推广、内容审验、加工及发布、数据统计等。</p> <p>（1）活动及专题策划包括策划活动线上呈现方案(或线上活动实施方案)及专题设计方案(含栏目设置、页面功能、内容设置、主视觉及UI设计，适用于web、app、H5,兼容IOS和安卓系统)。</p> <p>（2）功能开发包括为地方公共文化云或数字文化馆平台开发活动所需的图文、音视频、网络直播等资源呈现功能，推荐、分类、排行、点赞、分享、评论、答题、游戏、抽奖、签到、活动报名等用户互动功能，对国家公共文化云进行技术适配。</p> <p>（3）活动执行包括活动推进与保障、过程控制、用户运营、人员配备与差旅、与国家公共文化云对接等。</p> <p>（4）活动的网络直播实施工作。</p> <p>（5）宣传推广包括设计制作宣传海报、宣传片;围绕活动幕后的动人故事、活动花絮、创作及表演团队的人物故事、群众参与活动的故事，制作短视频、VLOG;在媒体编发新闻稿，在微信公众号编发宣传推文，拍摄并发布活动相关照片。</p> <p>（6）内容审验、加工及发布包括审验拟发布内容、征集内容及用户互动内容等各类内容，对活动产生的资源进行整理、归类、编辑等数字化加工及平台发布等。</p> <p>（7）数据统计包括统计活动线上参与人次，专题点击量，网络直播观看数据，推文阅读转发数据等。</p> <p><b>二、成果提交</b></p> <p>活动页面、活动前期宣传、活动直播等所有关于活动的推文、专题、资源、数据等相关成果均需向馆内提交。在内蒙古文化云平台的相应模块中展示推广，并参加发展中心组织的“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动遴选，入选活动可在国家公共文化云首页及“享活动”板块推出，入选活动按照“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动线上呈现和宣传推广事项及要求，提交推文、专题、资源、数据等相关成果。将活动原视频、剪辑加工好的视频且无压缩版本的视频以硬盘的方式提交到内蒙古自治区文化馆，涉及开发的软件、代码等均提交到内蒙古自治区文化馆。</p> <p>未入选的活动按照国家公共文化云地方专区管理办法，在国家公共文化云地方专区推出。也可向发展中心提出申请，符合要求的可在“享活动”板块推出。</p> <p><b>资源格式</b></p> <p><b>专题资源格式</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>提交内容</th> <th>文件格式</th> <th>格式要求</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | 提交内容 | 文件格式 | 格式要求 |  |  |  |
| 提交内容 | 文件格式 | 格式要求   |      |      |      |  |  |  |
|      |      |  |      |      |      |  |  |  |

|            |                |   |
|------------|----------------|---|
| 专题海报       | jpg、jpeg、png   | 1张，图片要求16:9宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 新闻资源       | 文本             | 支持兼容富文本编辑器（推荐 Ueditor）编辑的带样式的内容，支持图文、视频外链引用混排，100≤字数≤10000                    |
| 直播资源       | m3u8           | 可参见《看直播》版块直播资源要求  |
| 录播（点播）资源   | mp4            | 可参见《看直播》版块录播（点播）资源要求  |
| 音频资源       | mp3、aac        | 1MB≤文件大小≤2GB，<br>音频采样率：48kHz<br>编码码率：128kbps<br>声道：双声道<br>采用位数：16bit          |
| 直播课程资源     | m3u8           | 可参见《看直播》版块直播资源要求  |
| 录播（点播）课程资源 | mp4            | 可参见《看直播》版块录播（点播）资源要求  |
| 教师资源       | 文本             | 可参见《学才艺》版块教师资源要求  |
| 场馆资源       | 文本             | 可参见《订场馆》版块场馆资源要求  |
| 活动资源       | 文本             | 可参见《订场馆》版块活动资源要求  |
| 电子书刊资源     | pdf            | 1MB≤文件大小≤50MB   |
| 产品资源       | 文本             | 可参见《赶大集》版块产品资源要求  |
| 附件         | word、pdf、压缩包格式 | 大小不超过50MB   |

## 第二部分：采集全区文化场馆及其活动信息不少于3567条

基本要求：主要是采集、发布我区除31个国家级脱贫旗县以外的86个盟市、旗县级文化场馆及活动信息，每个文化场馆信息采集不少于41条开通地图定位功能，用户可查询场馆信息、预订场馆、预约服务、预订门票等，突出文化与科技融合服务功能，倡导推出AR、VR在线看馆、看展览服务，并在国家公共文化云平台同步发布。

### 三、支持范围与建设标准

重点支持各地市级（含）以上文化和旅游行政主管部门或文化馆采集、发布本区域内的各级、各类文化馆（站）、图书馆、博物馆、美术馆、文化驿站（文化馆分馆）、书吧（图书馆分馆）、旅游景区、游客中心等文化和旅游机构场馆基本信息以及场馆服务信息，并在国家公共文化云“订场馆”板块发布。

#### 建设标准

“订场馆”栏目建设应落实意识形态安全责任制，加强场馆服务信息采集、审核、发布、维护等全流程管理，确保数据安全性、准确性、完整性、时效性。应优先采集场馆基本信息，并依托相关场馆采集、发布服务信息，开展场馆查询（含AR/VR在线馆）、场馆预约（含到馆预约、活动室预约）、门票预订（含门票购买）、活动预约（含活动报名）、活动动态、线上活动、在线看展等服务。

#### 1.场馆基本信息

场馆名称：单位规范全称

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，可在地图上标注具体位置

场馆图片：至少提供5张高清场馆图片，反映场馆全景及服务项目

场馆视频：提供不超过10分钟的高清宣传短视频，鼓励提供高清VR短视频。

#### 2.场馆服务信息

提供场馆预约（含到馆预约、活动室预约）、门票预订（含门票购买）、活动预约（含活动报名）、活动动态、线上活动、在线看展等服务。该板块活动预约、活动动态、线上活动、在线看展等为场馆日常服务活动信息，

##### （1）场馆预约

含到馆预约及活动室预约。

到馆预约指不需购买门票的场馆预约服务。用户可通过预约服务获取进馆门票或二维码等预约到馆凭证。字段包括：场馆名称、预约人姓名、预约人联系电话、预约人数、预约时间、温馨提示等。

活动室预约指场馆提供的可供团体或个人使用的舞蹈室、音乐室等空间的预约服务。字段包括：活动室名称、所属场馆、活动室房间号、活动室图片、地图定位、联系人、联系电话、活动室详情、预约类型（个人预约或团队预约）、团队名称、预约人姓名、预约人联系电话、预约人数、预约时间、温馨提示等。

##### （2）门票预订

门票预订指需购买门票的场馆预订服务，字段包括：场馆名称、

门票价格、购票人姓名、购票人联系电话、购票人数、购票时间、温馨提示、购票地址（通过第三方购票时提供）等。

##### （3）活动预约

活动预约指活动举办前发布预告信息，对于不需预约的活

动，通过活动公告进行发布；对于需要预约的活动，用户可通过预约服务获取二维码等凭证参与活动。字段包括：活动名称、活动类型、所属场馆、活动时

间、地点、活动图片、地图定位、联系人、联系电话、温馨提示、预约人姓名、预约人联系电话、预约地址（通过第三方预订时提供）等。

活动预约信息应至少于活动举办前 3 天发布。

(4) 活动动态

活动动态指活动开展中的即时动态信息或开展后的汇总信息。字段包括：活动名称、所属场馆、活动阶段、活动报道、活动图片、活动视频、参与人数、活动状态等。

(5) 线上活动

线上活动指依托场馆开展的线上答题、竞猜、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。

(6) 在线看展

在线看展指依托场馆开展的线上展览服务。字段包括：展览名称、所属场馆、展览简介、展览图片、展览视频、线下展览地址、展览状态、链接地址等。

驻场人员要求工作积极，态度端正。1人熟练掌握photoshop等作图工具，且有至少2年的相关工作经验，1人具有2年以上运营新媒体的工作经验，且有一定的文字功底，可以独立完成稿件写作。

使用国家公共文化云的机构用户，通过机构账号进行成果的录入上传。

在内蒙古文化云平台各栏目完成添加与上传。

四、资源格式要求

场馆资源格式

| 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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 场馆图册   | jpg、jpeg、png | 1-10 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       |
| 场馆音频介绍 | mp3、aac      | 可参见《享活动》版块音频资源要求  |

活动资源格式

| 提交内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 活动海报 | jpg、jpeg、png | 1 张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |

成果提交

活动室资源格式

| 提交内容  | 文件格式         | 格式要求  |
|-------|--------------|---|
| 活动室海报 | jpg、jpeg、png | 1 张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 活动室图册 | jpg、jpeg、png | 1-10 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       |

第三部分：建设艺术普及数字资源时长不低于10小时

五、整体要求

建设原创的具有本地特色的群众文化活动、群众文艺创作、全民艺术普及、传统文化、文旅融合、乡村振兴题材的高清短视频。包括音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等。具备完善的课程设计方案，课程资源包含教学知识点视频、课程介绍、教学大纲、题库库、演示文稿等慕课要素以及在线答疑解惑。

建立由文化馆（站）业务干部、文化志愿者、艺术专业人才等组成的全民艺术普及师资队伍，并对师资和课程动态信息进行更新维护。对所制作课程在国家文化云和内蒙古文化云进行推广，推广人次不少于2000人次。具体要求如下：

- 1.资源主题：正确导向，意识形态安全。
- 2.资源内容：突出本地特色，具有较强代表性和较高传播价值。
- 3.资源结构：有规划，成系列，风格统一，体量合理，分集内容结构清晰，避免重复、冗长，适合互联网传播。
- 4.资源版权：合法解决有关版权；资源版权由建设单位与发展中心共有。
- 5.资源质量：不低于高清标准，画面清晰。视频剪辑合规、有逻辑。声音符合相关技术标准，无失真，配音、配乐得当。字幕使用规范，无错别字。解说得当

，普通话发音。

6.资源发布：建设完成后在地方平台提供点播服务。

7.验收通过后，向发展中心提交全部资源成果文件、视频素材及版权相关文件。

8.资源建设先出具5-10分钟样片，经内蒙古自治区文化馆和全国公共文化发展中心审核后，再进行制作。

9.资源拍摄过程由第三方监理公司全程监督。

10.建设资源内容要求全部为全新拍摄制作，不承认已制作好的类似相关内容。

11.建设资源要求与标准按照文化和旅游部全国公共文化发展中心相关要求，通过验收后按照国家文化云学才艺版块要求上传师资和课程内容，提供专门运营工作人员，每星期最少开展一次学才艺推广活动并保持最少一年，保证该版块国家公共文化云和内蒙古文化云排名相对靠前。

12.按照意识形态工作责任制要求，上传至国家公共文化云平台、内蒙古文化云平台的视频、图片、文字、语音等，要通过层层审核，一是各单位提交的图文、音视频资源等须经过所在单位审核，防止问题上移；二是平台对接收到的图文、音视频资源等，要进行复审，确保无意识形态问题后方可发布展示。

13.建设艺术普及数字资源时长不低于10小时

## 六、建设标准

举办“学才艺”培训，每场包含8门直播课程及其授课教师的个人简介、特色教学信息等。

课程及师资建设要统一标准，严格落实意识形态安全责任制并妥善解决资源版权，确保成果通过国家及地方公共文化云“学才艺”板块提供服务时，无需再向其他单位获取版权。

### 1.课程标准

#### （1）内容要求

导向正确，符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点，力求高质量、有新意、有趣味、有互动；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，不得在视频中添加制作公司宣传 logo 及文字等。

#### （2）制作标准

①每场8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，具体课程选择内蒙古自治区文化馆决定。

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，添加中文字幕。

③每门课程制作1-2分钟介绍短片。④课程要求画质高清、声音清楚。

#### （3）拍摄要求

##### ①整体要求

·背景不要过于杂乱或喧宾夺主；

·场地无噪音（如风声、无关人员说话声、手机铃声等）干扰，保证人或乐器的声音清晰；

·声音要求与画面同步，声音无明显失真，避免过高或者过低；

·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；

·拍摄时注意亮度、色调以及镜头的稳定性。②镜头/机位要求

·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；

·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）；

·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）课程信息

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。

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）。

### 2.师资标准

#### （1）个人师资信息

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、工作职责、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。

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）。

#### （2）团队师资信息

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。

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、学术等有关事业单位或相关专业社会团体）。③文化艺术类公益性组织（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)。

### (3) 师资教学动态信息

整合发布个人及团队师资开展的线上、线下教学实时信息，包括教学的起止时间、时长、地点、内容、照片、链接等，通过国家及地方公共文化云的“学才艺”板块发布，提供报名学习、与学员互动交流等服务，并进行持续更新。

### 3. 服务要求

(1) 提供不少于1年的免费服务，根据课程在网络教学平台使用过程中反馈的意见和建议，配合单位及时进行内容的修改。

(2) 为保证慕课制作的质量和进度，制作方应提供本地化服务，本地区需有拍摄场地，能提供不同的拍摄场景，服务团队人数应达到20人以上规模。

## 七、成果提交

按照边建设、边服务的原则，建设成果经内蒙古自治区文化馆评审后，实时提交国家公共文化云及内蒙古文化云“学才艺”板块开展服务。并将最终的图片、视频、文字等建设成果通过硬盘的方式上交到内蒙古自治区文化馆。

提交方式如下：

#### 1. 手工录入

通过内蒙古文化云和国家公共文化云录入数据，动态更新师资、课程及教学信息等。

#### 2. 数据导入

国家公共文化云提供数据导入接口，支持以数据文件形式导入相关信息和动态内容。提交成果的同时，要在公共文化云项目跟踪管理系统上及时同步相关工作进度。

加强成果的服务推广，积极依托国家及内蒙古文化云的新媒体传播，通过推文等形式，开展师资和课程的宣传、推送，重视点击率、点赞率、评论率、转发率、关注率、完播率等，推广人次不少于5000人次。

## 资源格式

### 课程资源格式

| 对接内容   | 文件格式         | 格式要求   |
|--------|--------------|--|
| 课程海报   | jpg、jpeg、png | 1 张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤6MB，<br>1600px≤图片宽度≤1920px，<br>900px≤图片高度≤1080px  |
| 直播课程文件 | m3u8         | 需提供基于 HLS 协议，提供直播拉流地址、延时直播流（延时 10 分钟），直播推流地址符合 HTTPS（TLS1.2）网络安全协议。 视频参数<br>视频编码： H.264<br>输出格式： m3u8<br>码率： 4096Kbps<br>码率控制： CBR<br>档次/级别： High profile/Level 4.0 分辨率： 1920*1080（1080P）<br>帧率： 25fps<br>宽高比： 16： 9<br>音频参数<br>音频编码： AAC<br>音频质量： 高等质量<br>音频编码码率： 128Kbps         |
|        |              | 音频采样率： 48kHz<br>音频声道： 双声道  |
| 点播课程文件 | mp4          | 视频参数<br>视频大小： 500MB≤视频文件大小≤5GB 视频编码： H.264<br>输出格式： MP4 文件<br>码率： 不小于 2048Kbps<br>码率控制： CBR<br>档次/级别： High profile/Level 4.0<br>分辨率： 1920*1080（1080P）或 4096*2160（4K）<br>帧率： 25fps<br>宽高比： 16： 9<br>音频参数<br>音频格式： AAC<br>音频质量： 高等质量<br>音频编码码率： 128Kbps<br>音频采样率： 48kHz<br>音频声道： 双声道 |

教师资源格式

| 提交内容        | 文件格式         | 格式要求  |
|-------------|--------------|---|
| 教师头像（个人或团队） | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 3：4 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤6MB，<br>600px≤图片宽度≤1200px，<br>800px≤图片高度≤1600px |
| 教师风采（个人或团队） | jpg、jpeg、png | 1-5 张，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     |

说明 到馆驻场人员不少于2人。  
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。

合同包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）

**1.主要商务要求**

|         |  |
|---------|--|
| 标的提供的时间 | 合同签订后60个日历日内交货   |
| 标的提供的地点 | 内蒙古自治区文化馆  |
| 投标有效期   | 从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天   |
| 付款方式    | 1期：支付比例50%，合同签订后（实际工作开展之后付款）<br>2期：支付比例25%，初步验收后<br>3期：支付比例25%，终验后                                 |
| 验收要求    | 1期：初步完成项目内容验收<br>2期：完全完成项目验收   |
| 履约保证金   | 收取比例：10%，说明：在甲乙双方合同签订后10个工作日内乙方向甲方支付合同总额10%的履约保证金，项目竣工验收后，履约保证金转为质量保证金，一年后项目如无质量问题或售后问题，甲方一次性无息退还。 |
| 其他      |  |

**2.技术标准与要求**

| 序号 | 核心产品（“△”） | 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）    | 面向对象情况 | 所属行业       | 招标技术要求 |
|----|-----------|----------|----------------------|----|------|--------------|--------------|--------|------------|--------|
| 1  |           | 其他信息技术服务 | 内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效 | 项  | 1.00 | 2,400,000.00 | 2,400,000.00 | 面向中小企业 | 软件和信息技术服务业 | 详见附表一  |

附表一：内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效 是否允许进口：否

|      |            |
|------|------------|
| 参数序号 | 具体技术(参数)要求 |
|------|------------|

## 内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效

### 一、基本要求

内蒙古自治区西部区内12个脱贫县(团场)依托国家公共文化云平台提供的“公共文化云基层智能服务端”(原来已有平台的，可升级优化后继续使用，并与公共文化云基层智能服务端深度对接)，发布、更新当地动态、直播、活动、培训、场馆等全民艺术普及资源与服务，加大推广与人员培训力度，线上线下联动。

内蒙古自治区西部区12个脱贫旗县包括：武川县、卓资县、化德县、商都县、兴和县、察哈尔右翼前旗、察哈尔右翼中旗、察哈尔右翼后旗、四子王旗、正镶白旗、苏尼特右旗、太仆寺旗

### 建设标准

#### 二、基层直播活动

12个脱贫旗县文化馆开展“村晚”、广场舞、大家唱群众歌咏、“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动、“乡村网红”培育计划及当地群众性文化品牌活动的直播。在国家公共文化云智能服务端或内蒙古文化云组织直播活动每个脱贫旗县不少于2场。

#### 直播资源格式

| 提交内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 直播海报 | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16：9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |

|       |      |  |
|-------|------|--|
| 直播视频源 | m3u8 | <p>基于 HLS 协议，提供实时直播流、延时直播（延时 10 分钟）流，直播推流地址要符合</p> <p>https 网络安全协议，具体参数如下：</p> <p>视频参数：</p> <p>视频编码：H.264</p> <p>输出格式：m3u8</p> <p>码率：不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制：CBR</p> <p>档次/级别：High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率：1920*1080 (1080p)或 1280*720 (720p)</p> <p>帧率：25fps</p> <p>宽高比：16：9</p> <p>音频参数：</p> <p>音频编码：AAC</p> <p>音频质量：高等质量</p> <p>码率：128Kbps</p> <p>采样率：48kHz</p> <p>声道：双声道</p> |
|-------|------|--|

#### 录播资源格式

|      |              |   |
|------|--------------|---|
| 视频海报 | jpg、jpeg、png | <p>1 张，图片要求 16：9 宽高比例，</p> <p>256KB≤图片大小≤2MB，</p> <p>800px≤图片宽度≤1400px，</p> <p>450px≤图片高度≤800px</p>   |
| 视频文件 | mp4          | <p>视频参数</p> <p>视频大小：50MB≤视频文件大小≤2GB</p> <p>视频编码：H.264</p> <p>输出格式：MP4 文件</p> <p>码率：不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制：CBR</p>   |
|      |              | <p>档次/级别：High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率：1920*1080（1080P）或 1280*720（720P）</p> <p>帧率：25fps</p> <p>宽高比：16：9</p> <p>音频参数</p> <p>音频格式：AAC</p> <p>音频质量：高等质量</p> <p>音频编码码率：128Kbps</p> <p>音频采样率：48kHz</p> <p>音频声道：双声道</p> |

### 三、新媒体宣传与服务推广活动一

#### 1.活动内容

围绕12个脱贫县地方性全民艺术普及品牌活动开展综合性、系列性、多渠道的新媒体宣传与服务推广活动。包括:系列品牌活动的介绍、推荐、预览以及台前幕后的动人故事、活动花絮、VLOG、活动照片等。注重活动前、活动中、活动后的宣传推广，活动宣传推文、海报、宣传片、短视频等在基层智能服务端发布，与其他新媒体渠道同步发布。

##### (1) 媒体联络及稿件发布

| 项目                              | 数量 | 要求  |
|---------------------------------|----|---|
| 每个脱贫县在省<br>级国家级媒体至少<br>发布消息各一次。 | 12 | 脱贫县文旅品牌活动的介绍、推荐、预览以及台前幕后的动人故事、活动花絮、VLOG、活动照片等 |

##### (2) 直播活动

| 项目 | 内容      | 明细     | 数量  |
|----|---------|--------|-----|
|    | 启动会项目策划 | 会议方案策划 | 1/套 |

|          |                          |  |      |
|----------|--------------------------|--|------|
| 直播项目启动大会 | 启动会视觉设计                  | 活动主视觉设计  | 1/版  |
|          | 启动会现场执行<br>(不含线下场地租赁、物料) | 执行团队:策划、总导演、场控等不少于5人                                     | 1/场  |
| 系列直播活动   | 直播选品                     | 选品对接+产品培训  | 12/场 |
|          | 线上直播间搭建                  | 直播测流、物品挂车、直播间装饰等   |      |
|          | 直播场次/达人直播带货              | 12个脱贫旗县各1场;<br>全周期策划、站内外预告、直播脚本策划、主播产品培训;<br>达人联动主播为家乡助力 |      |
| 直播话题开设   | 官方话题开设                   | 话题设计、话题搭建、话题上线   | 1/个  |
| 振兴乡村带头人  | 电商培训                     | 专业师资团队线上培训   | 1/场  |

(3) 新媒体运营

| 账号          | 工作内容   | 明细   | 数量  |
|-------------|--|--|---|
|             | 1.负责官方账号形象定位及输出;<br>2.账号素材收集、日常内容生产及运营   | 日常生产: 2-3条/周   | 月均曝光 10-20万   |
| 内蒙古文化馆官方抖音号 | 4.完成宣传部门要求转发的内容推送;<br>5.根据发送内容,确定展示形式<br>6.所有发布内容均报送审核后发布<br>7.内蒙古文化馆官方平台账号生产内容年度粉丝量<br>编辑推送工作动态、重要举措、重要活动等相关内容; | 每月爆款: 1条   | 播放量高于4万人次<br>点赞大于4000千人<br>转发高于500次<br>新增粉丝人数不少于6万人 |
|             | 活动策划   | 协助甲方在重要会议、工作节点做活动策划执行工作                                    | 1/年   |
|             | 官方账号维护   | 日常粉丝管理、粉丝互动<br>账号评论管理、舆论指导<br>私信管理与恢复,并对信息进行筛选归档、上报        |   |
|             | 短视频平台数据分析  | 输出账号月度、季度阶段性运营报告<br>根据阶段性报告,输出下一阶段工作重点计划<br>制作半年及年度总结、结案报告 |   |

活动资源格式

| 提交内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 活动海报 | jpg、jpeg、png | 1张,图片要求 16:9 宽高比例,<br>256KB≤图片大小≤2MB,<br>800px≤图片宽度≤1400px,<br>450px≤图片高度≤800px |

展厅模型和环境，预制不少于12个不同类型模型，每个场馆布展时可以从模型中任选其一，每个展厅可以进行书画、书法、摄影等作品展示；可以根据提供的CAD图制作展厅模型和调整光照效果；可以根据场馆提供的实景展厅进行三维扫描并转化为线上三维实景展厅，每个展厅提供不少100个展板位置，可以进行不少100幅展品的布展；展厅背景音乐需提供有商用版权的音乐，展厅背景音乐不少12首，展厅页面需要支持播放/暂停背景音乐；展品提供相应的展品介绍，支持文本、图片、音频、视频；展厅提供跳转链接，可以链接CMS(内容管理系统)管理系统进行展会主题介绍及展品详情介绍，CMS支持图片10亿级像素展示功能。用户管理功能：管理员使用账户密码登录管理后台，管理员可以禁用和删除用户；更换/删除/修改/查找展品；提供展厅管理系统，支持替换展厅展品，包括展品模型、对应介绍。

包含云服务器具备威胁检测功能，云服务器具备防御修复功能，验收交付系统操作文档，部署、运维相关文档。

| 序号 | 内容  | 数量  |
|----|---|-----|
| 1  | 展厅三维建模设计（虚拟展厅建设及布局、场景制作、展厅场景三维分类、渲图、调色、润色、修图、合成、连接等。） | 24个 |
| 2  | 展厅内容（作品收集整理上传、场景导航、背景音乐、场景切换、场景名称、场景缩略）               | 24个 |
| 3  | 后台管理、电脑端、移动端适配应用                                      | 12个 |
| 4  | 售后服务（免费一年）  |     |

#### 四、新媒体宣传与服务推广活动二

##### 数字3D展厅

12个脱贫旗县文化馆搭建独立的协同办公系统，功能包括即时通讯能力、通讯录管理、在线编辑、群协作、移动门户、开放平台、移动后台管理、移动安全管理、低代码开发、报表管理、自定义页面、系统集成。

| 序号 | 平台功能   | 技术和性能指标   |
|----|--------|---|
| 1  | 即时通讯能力 | <p>提供统一的即时通讯工具，支持实现全方位、多种沟通交流内容、全接入方式的互动聚合沟通，并在常规沟通基础上进行更多业务信息的快速流转。</p> <p>提供组织内部的即时通讯功能，如单人、群组聊天，@他人、语音、拍照、文件、定位、消息撤回、消息回执、聊天记录查询。</p> <p>即时通讯功能需要同时支持PC端和移动端，并且PC端和移动端可以实现消息同步、文件互传；PC端和移动端可同时在线。</p> <p>支持APP召开电话、视频会议，支持多方通话、多方视频、群直播、桌面分享。</p> <p>可设置常用联系人、群组。</p> <p>可查看用户联系方式，并直接发起在线沟通、电话、短信、邮件。</p> <p>群聊：群聊支持实时显示消息未读数量，可点击查看具体已读未读人员，可通过一键提醒功能，提醒未读人员查看消息，支持应用、短信、电话提醒方式。</p> <p>群组：支持创建多种类型的群组，比如企业群、部门群、内部群、合作群、普通群等。</p> <p>群聊：支持群聊机器人，可通过机器人推送消息，支持群成员@机器人进行智能回复。</p> <p>群聊：支持禁止群成员加好友与私聊。</p> <p>内部群聊天消息、聊天文件支持设置禁止转发至外部。</p> <p>支持密聊功能，聊天对话框自动将人员头像姓名打码，密聊消息不能进行转发操作，进入密聊功能可开启密码和指纹验证</p> |

|   |        |   |
|---|--------|---|
| 2 | 通讯录管理  | <p>提供统一的通讯录管理，方便快速找人，支持灵活的权限定义。</p> <p>可直接搜索同时信息，支持中文、拼音、工号、昵称等模糊搜索。</p> <p>可选择是否显示用户手机号码，不显示手机号码时，只能通过公司统一号码进行呼叫。</p> <p>支持设置特别关注人员，例如关注部门领导，部门领导发送的消息能够特殊提醒。</p> <p>通讯录可直接发起聊天、语音通话、支持通过用户手机号码拨打普通电话、支持通过公司统一号码拨打智能办公电话。</p> <p>可屏蔽重要领导的联系方式。</p> <p>支持配置每个人员的通讯录查看权限，例如只能查看自己、查看指定部门/人员。</p> <p>支持隐藏部门，隐藏后该部门在通讯录不可见。</p>  |
| 3 | 在线编辑   | <p>支持客户端对常见格式文件的在线编辑，无需下载第三方应用打开，提高用户体验。</p> <p>聊天文件常用格式支持在线浏览、在线编辑，编辑完成后可提醒群成员，支持查看历史版本。</p> <p>多人协同编辑时，每个编辑者有不同的颜色区别，可实时看到其他编辑者正在修改哪部分内容。</p>   |
| 4 | 群协作    | <p>支持通过群进行快速协同工作。</p> <p>支持基于群发起10人以上电话、语音、视频会议。</p> <p>支持群直播，进行培训、活动现场直播，支持多个群进行直播联动。支持保存直播视频进行回放。</p> <p>支持发送群任务、可通过文字、语音方式输入任务内容。并设置任务截止时间，进行自定义提醒。</p> <p>支持群日程、投票等功能。</p>  |
| 5 | 移动门户   | <p>支持自定义移动门户功能，实现千人千面的移动工作台。</p> <p>门户支持可视化的配置方式，内置丰富的门户展示组件，具备广告位和轮播功能。支持第三方系统内容集成展示。</p> <p>支持不同组织/部门配置不同的门户，不同权限可查看不同的门户页面。</p>  |
| 6 | 开放平台   | <p>提供统一的开放平台，展示移动门户各类接口、集成示例。</p> <p>包括但不限于以下接口：</p> <p><b>IM接口：</b>提供丰富的IM接口，第三方业务应用可调用聊天功能、消息提醒功能，例如审批流程直接发起聊天、项目直接发起聊天。</p> <p><b>单点登录接口：</b>身份验证“免登”是指用户进入应用后，无需输入第三方系统用户名和密码，移动端可自动获取当前用户身份，进而登录系统的流程。</p> <p><b>通讯录接口：</b>支持第三方系统读写通讯录信息，实现组织架构同步。</p> <p><b>消息接口：</b>支持第三方系统推送提醒消息至移动端，例如审批通知、任务通知、工作项通知等。</p> <p><b>考勤接口：</b>开放移动端考勤接口，支持通过手机进行移动打开，并支持第三方系统调取考勤数据。</p> <p><b>日程接口：</b>提供移动端日程接口，供第三方写入，实现统一移动日程管理。</p> |
| 7 | 移动后台管理 | <p>提供统一的后台管理工具，支持设置子管理员，将部分管理权限下放。</p> <p>支持各类操作的日志查询统计。</p>  |

|    |        |  |
|----|--------|--|
| 8  | 移动安全管理 | <p>提供丰富的移动安全管控策略，保障移动端信息安全。包括但不限于以下内容：</p> <p>支持设置禁止员工转发内部消息至外部、分享朋友圈；</p> <p>支持禁止员工下载文件、图片至手机本地；</p> <p>支持禁止PC客户端下载文件、图片至本地；</p> <p>支持设置通讯录、文件浏览、聊天界面的水印功能；</p> <p>支持设置通讯录查看手机号数量阈值，超出后自动预警提醒管理员。</p> <p>员工离职信息管理：离职后调用接口，其自动退出组织，客户端内容远程清除。</p>  |
| 9  | 低代码开发  | <p>支持零代码、低代码构建业务应用。</p> <p>无需借助开发工具客户端即可在线完成基于平台的二次开发。</p> <p>支持分级关联，提供平台管理员、应用管理员等多级管控功能。</p> <p>提供业务流程、业务表单、展示页面以及数据统计分析等功能。</p> <p>支持多端适配，包括PC、移动（含手机、PAD、小程序等）。</p> <p>支持应用市场，用户可从应用市场中选择适合自己需求的应用模板，缩短交付周期。</p> <p>开放API调用，以及支持回调外部服务(HTTP)。</p> <p>单个应用可创建多个表单、流程、报表、展示页面等功能，如项目管理、合同管理等。</p> <p>提供应用层面的待办任务管理，包括待我处理、我已处理、我创建的和抄送我的等。</p> <p>可设置应用的访问权限、应用图标、主题等。</p> <p>支持手动添加应用管理员，添加后成员具备该应用的编辑、修改权限。</p> <p>基于平台搭建的应用可以一键发布到匹配的APP端工作台，并设置应用访问权限。</p> <p>支持自主设置应用的访问链接。</p> <p>支持零代码、可视化拖拽构建业务表单。</p> <p>支流程页面操作支持评论、撤销、变更记录、暂存、打印、复制等操作。</p> |
| 10 | 报表管理   | <p>支持对收集的数据进行报表分析展示。支持的报表组件包括柱状图、折线图、饼图、混合图、表格和指标看板等。除此之外，还支持多张数据表的数据关联展示和跨应用取数据。</p> <p>支持拖拽完成报表页面设计。</p> <p>支持查询条件自定义，按关键字、日期区间等。</p> <p>支持多个应用数据、多个表单数据组合形成一张报表。</p> <p>支持百万级数据的统计分析。</p> <p>支持根据字段进行加和、求平均、取最大值、取最小值、计数等操作。</p> <p>支持根据报表字段进行排序。</p> <p>支持对应用收集到的数据或者应用之外的数据进行加工，用于报表页图表的制作。</p> <p>提供报表卡片、柱状图、折线图、饼图、表格、仪表盘、指标卡、漏斗图、热力图、地图、混合图等多中展示方式。</p> <p>支持iframe设计。</p> <p>支持通过JS扩展展示信息。</p>  |

|    |       |  |
|----|-------|--|
| 11 | 自定义页面 | <p>用户可自主设计门户、活动展示页等，包括：</p> <p>提供内置标准模板供用户选择，也可以完全自定义展示页。</p> <p>支持多种排版方式，普通设计器、高级设计器和HTML排版方式。</p> <p>支持拖拽完成展示页面设计。</p> <p>支持取表单、流程数据作为展示内容。</p> <p>提供基础组件（文本、图片、图标、按钮、链接、链接块、dialog等）、布局组件（容器、分栏、卡片、选项卡、报表卡片等）、表单组件（查询、表单容器、日期区间、地区选择、树选择器、金额区间等）和高级组件（轮播图、富文本、html排版、折叠面板、进度条、弹窗等）。</p> <p>支持全代码方式构建展示页面。</p> |
| 12 | 系统集成  | <p>支持通过可视化配置完成系统集成操作。</p> <p>提供标准API接口、说明文档和使用示例。</p> <p>在表单和流程设计过程中可引用外部数据源。</p> <p>提供多种触发器供用户选择，包括表单层面和应用层面等。</p> <p>可在线查看运行日志，可按关键字筛选快速定位集成场景。</p> <p>支持鉴权操作。</p>   |

## 五、全民艺术普及线上课程服务

整合发布当地群众喜闻乐见的艺术普及培训，开展原创制作，在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫旗县完成1门课程，共计12门全民艺术普及课程，包括音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等。

全民艺术普及线上课程要确保意识形态安全并妥善解决版权，确保成果通过基层智能服务端和本地平台提供服务时，无需再向其他单位获取版权；整合制作的课程要契合当地群众需求、贴近生活，不得有任何违反国家法律法规的内容，不得含有内容低俗、格调低下、色情诱导等内容。

课程及师资建设要统一标准，严格落实意识形态安全责任制 并妥善解决资源版权，确保成果通过国家及地方公共文化云“学才艺”板块提供服务时，无需再向其他单位获取版权。

### 1.课程标准

#### （1）内容要求

导向正确，符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点，力求高质量、有新意、有趣味、有互动；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，不得在视频中添加制作公司宣传 logo 及文字等。

#### （2）制作标准

①每场12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，具体课程选择内蒙古自治区文化馆决定。

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，添加中文字幕。

③每门课程制作 1-2 分钟介绍短片。④课程要求画质高清、声音清楚。

#### （3）拍摄要求

##### ①整体要求

背景不要过于杂乱或喧宾夺主；场地无噪音（如风声、无关人员说话声、手机铃声等） 干扰，保证人或乐器的声音清晰；声音要求与画面同步，声音无明显失真，避免过高或者过低；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；拍摄时注意亮度、色调以及镜头的稳定性。②镜头/机位要求音乐类：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；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）；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）课程信息

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。

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）。

### 2.师资标准

#### （1）个人师资信息

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。

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)。

### (2) 团队师资信息

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。

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)。

### (3) 师资教学动态信息

整合发布个人及团队师资开展的线上、线下教学实时信息,包括教学的起止时间、时长、地点、内容、照片、链接等,通过国家及地方公共文化云的“学才艺”板块发布,提供报名学习、与学员互动交流等服务,并进行持续更新。

## 3.服务要求

(1) 提供不少于1年的免费服务,根据课程在网络教学平台使用过程中反馈的意见和建议,配合单位及时进行内容的修改。

(2) 为保证慕课制作的质量和进度,制作方应提供本地化服务,本地区需有拍摄场地,能提供不同的拍摄场景,服务团队人数应达到20人以上规模。

课程资源格式

| 对接内容 | 文件格式         | 格式要求  |
|------|--------------|---|
| 课程海报 | jpg、jpeg、png | 1张,图片要求 16: 9 宽高比例,<br>256KB≤图片大小≤6MB,<br>1600px≤图片宽度≤1920px,<br>900px≤图片高度≤1080px  |
| 视频海报 | jpg、jpeg、png | 1张,图片要求 16: 9 宽高比例,<br>256KB≤图片大小≤2MB,<br>800px≤图片宽度≤1400px,<br>450px≤图片高度≤800px  |
| 视频文件 | mp4          | 视频参数<br>视频大小: 50MB≤视频文件大小≤<br>2GB 视频编码: H.264<br>输出格式: MP4 文件<br>码率: 不小于 2048Kbps<br>码率控制: CBR  |
|      |              | 档次/级别: High profile/Level 4.0<br>分辨率: 1920*1080 (1080P) 或 1<br>280*720 (720P)<br>帧率: 25fps<br>宽高比: 16: 9<br>音频参数<br>音频格式: AAC<br>音频质量: 高等质量<br>音频编码码率: 128Kbps<br>音频采样率: 48kHz<br>音频声道: 双声道 |

## 协同办公系统

### 六、场馆服务活动

#### 1.场馆信息采集

12个脱贫县(团场)发布文化馆(站)、图书馆、博物馆、美术馆、文化驿站(文化馆分馆)、书吧(图书馆分馆)、旅游景区、游客中心等场馆基本信息和服务信息,在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫县(团场)在基层智能服务端和本地平台发布信息不少于41次,图片20张。

先采集场馆基本信息,并依托相关场馆采集、发布服务信息,开展场馆查询(含AR/VR在线看馆)、场馆预约(含到馆预约、活动室预约)、门票预订(含门票购买)、活动预约(含活动报名)、活动动态、线上活动、在线看展等服务。为每个脱贫旗县提供1套方正智能校稿软件。

场馆资源格式

| 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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px    |
| 场馆图册   | jpg、jpeg、png | 1-10张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 场馆音频介绍 | mp3、aac      | 1MB≤文件大小≤2GB，<br>编码码率：128kbps<br>音频采样率：48kHz<br>声道：双声道<br>采用位数：16bit                |

#### 活动室资源格式

| 提交内容  | 文件格式         | 格式要求  |
|-------|--------------|---|
| 活动室海报 | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px    |
| 活动室图册 | jpg、jpeg、png | 1-10张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |

## 2.国家文化云智能服务端2023年维护运营

电话支持、系统维护、远程维护、智能服务端维护、BUG修复、系统管理员培训、客户需求和建设支持、漏洞修复其他培训和交流会、安全运维。

### 七、基层文创及非遗等产品推广

发布本地文创、非遗及地方特色农产品等的产品信息和销售服务信息，在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫旗县（团场）上传基层文创非遗等产品线上展示维护个数不少于20个，宣传视频不少于2个。

发布的基层文创、非遗及地方特色农产品，应具有完备的工商手续、良好的产品质量和完善的售后服务。脱贫县（团场）文化和旅游行政管理部门应会同有关部门对相关产品进行审核。

| 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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 场馆音频介绍 | mp3、aac      | 1MB≤文件大小≤2GB，<br>编码码率：128kbps<br>音频采样率：48kHz<br>声道：双声道<br>采用位数：16bit               |
| 视频海报   | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px   |



|       |      |  |
|-------|------|--|
| 直播视频源 | m3u8 | <p>基于 HLS 协议，提供实时直播流、延时直播（延时 10 分钟）流，直播推流地址要符合</p> <p>https 网络安全协议，具体参数如下：</p> <p>视频参数：</p> <p>视频编码：H.264</p> <p>输出格式：m3u8</p> <p>码率：不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制：CBR</p> <p>档次/级别：High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率：1920*1080 (1080p)或 1280*720 (720p)</p> <p>帧率：25fps</p> <p>宽高比：16：9</p> <p>音频参数：</p> <p>音频编码：AAC</p> <p>音频质量：高等质量</p> <p>码率：128Kbps</p> <p>采样率：48kHz</p> <p>声道：双声道</p> |
|-------|------|--|

#### 录播资源格式

|      |              |   |
|------|--------------|---|
| 视频海报 | jpg、jpeg、png | <p>1 张，图片要求 16：9 宽高比例，</p> <p>256KB≤图片大小≤2MB，</p> <p>800px≤图片宽度≤1400px，</p> <p>450px≤图片高度≤800px</p>   |
| 视频文件 | mp4          | <p>视频参数</p> <p>视频大小：50MB≤视频文件大小≤2GB</p> <p>视频编码：H.264</p> <p>输出格式：MP4 文件</p> <p>码率：不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制：CBR</p>   |
|      |              | <p>档次/级别：High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率：1920*1080（1080P）或 1280*720（720P）</p> <p>帧率：25fps</p> <p>宽高比：16：9</p> <p>音频参数</p> <p>音频格式：AAC</p> <p>音频质量：高等质量</p> <p>音频编码码率：128Kbps</p> <p>音频采样率：48kHz</p> <p>音频声道：双声道</p> |

### 三、新媒体宣传与服务推广活动

#### 1.活动内容

围绕19个脱贫县地方性全民艺术普及品牌活动开展综合性、系列性、多渠道的新媒体宣传与服务推广活动。包括:系列品牌活动的介绍、推荐、预览以及台前幕后的动人故事、活动花絮、VLOG、活动照片等。注重活动前、活动中、活动后的宣传推广，活动宣传推文、海报、宣传片、短视频等在基层智能服务端发布，与其他新媒体渠道同步发布。

##### (1) 媒体联络及稿件发布

| 项目                      | 数量 | 要求   |
|-------------------------|----|--|
| 每个脱贫旗县在省国家级媒体至少发布消息各一次。 | 19 | 脱贫旗县文旅品牌活动的介绍、推荐、预览以及台前幕后的动人故事、活动花絮、VLOG、活动照片等 |

##### (2) 直播活动

| 项目 | 内容 | 明细 | 数量 |
|----|----|----|----|
|    |    |    |    |

|          |                          |  |      |
|----------|--------------------------|--|------|
|          | 启动会项目策划                  | 会议方案策划   | 1/套  |
| 直播项目启动大会 | 启动会视觉设计                  | 活动主视觉设计  | 1/版  |
|          | 启动会现场执行<br>(不含线下场地租赁、物料) | 执行团队:策划、总导演、场控等不少于5人                                     | 1/场  |
| 系列直播活动   | 直播选品                     | 选品对接+产品培训  | 19/场 |
|          | 线上直播间搭建                  | 直播测流、物品挂车、直播间装饰等   |      |
|          | 直播场次/达人直播带货              | 12个脱贫旗县各1场;<br>全周期策划、站内外预告、直播脚本策划、主播产品培训;<br>达人联动主播为家乡助力 |      |
| 直播话题开设   | 抖音官方话题开设                 | 话题设计、话题搭建、话题上线   | 1/个  |
| 振兴乡村带头人  | 电商培训                     | 抖音集团专业师资团队线上培训   | 1/场  |

(3) 新媒体运营

| 账号                    | 工作内容   | 明细                      | 数量  |  |
|-----------------------|--|-------------------------|---|--|
|                       | 1.负责官方账号形象定位及输出;<br>2.账号素材收集、日常内容生产及运营   | 日常生产: 2-3条/周            | 月均曝光 10-20万人次                                       |  |
| 内蒙古文化馆官方新媒体账号         | 4.完成宣传部门要求转发的内容推送;<br>5.根据发送内容,确定展示形式<br>6.所有发布内容均报送审核后发布<br>7.内蒙古文化馆官方平台账号生产内容年度粉丝量<br>编辑推送工作动态、重要举措、重要活动等相关内容; | 每月爆款: 1条                | 播放量高于6万人次<br>点赞大于6000千人<br>转发高于500次<br>新增粉丝人数不少于6万人 |  |
|                       | 活动策划   | 协助甲方在重要会议、工作节点做活动策划执行工作 | 1/年   |  |
|                       | 官方账号维护   | 日常粉丝管理、粉丝互动             |   |  |
|                       |  | 账号评论管理、舆论指导             |   |  |
| 私信管理与恢复,并对信息进行筛选归档、上报 |  |                         |   |  |
| 短视频平台数据分析             | 输出账号月度、季度阶段性运营报告   |                         |   |  |
|                       | 根据阶段性报告,输出下一阶段工作重点计划   |                         |   |  |
|                       | 制作半年及年度总结、结案报告   |                         |   |  |

活动资源格式

|      |      |      |
|------|------|------|
| 提交内容 | 文件格式 | 格式要求 |
|------|------|------|

|      |              |  |
|------|--------------|--|
| 活动海报 | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
|------|--------------|--|

展厅模型和环境，预制不少于19个不同类型模型，每个场馆布展时可以从模型中任选其一，每个展厅可以进行书画、书法、摄影等作品展示；可以根据提供的 CAD 图制作展厅模型和调整光照效果；可以根据场馆提供的实景展厅进行三维扫描并转化为线上三维实景展厅，每个展厅提供不少100个展板位置，可以进行不少100幅展品的布展；展厅背景音乐需提供有商用版权的音乐，展厅背景音乐不少19首，展厅页面需要支持播放/暂停背景音乐；展品提供相应的展品介绍，支持文本、图片、音频、视频；展厅提供跳转链接，可以链接CMS(内容管理系统)管理系统进行展会主题介绍及展品详情介绍，CMS支持图片10亿级像素展示功能。用户管理功能：管理员使用账户密码登录管理后台，管理员可以禁用和删除用户；更换/删除/修改/查找展品；提供展厅管理系统，支持替换展厅展品，包括展品模型、对应介绍。

包含云服务器具备威胁检测功能，云服务器具备防御修复功能，验收交付系统操作文档，部署、运维相关文档。

| 序号 | 内容  | 数量  |
|----|---|-----|
| 1  | 展厅三维建模设计（虚拟展厅建设及布局、场景制作、展厅场景三维分类、渲图、调色、润色、修图、合成、连接等。） | 38个 |
| 2  | 展厅内容（作品收集整理上传、场景导航、背景音乐、场景切换、场景名称、场景缩略）               | 38个 |
| 3  | 后台管理、电脑端、移动端适配应用                                      | 19个 |
| 4  | 售后服务（免费一年）  |     |

#### 四、数字3D展厅

19个脱贫旗县文化馆搭建独立的协同办公系统，功能包括即时通讯能力、通讯录管理、在线编辑、群协作、移动门户、开放平台、移动后台管理、移动安全管理、低代码开发、报表管理、自定义页面、系统集成。

| 序号 | 平台功能   | 技术和性能指标  |
|----|--------|--|
| 1  | 即时通讯能力 | <p>提供统一的即时通讯工具，支持实现全方位、多种沟通交流内容、全接入方式的互动聚合沟通，并在常规沟通基础上进行更多业务信息的快速流转。</p> <p>提供组织内部的即时通讯功能，如单人、群组聊天，@他人、语音、拍照、文件、定位、消息撤回、消息回执、聊天记录查询。</p> <p>即时通讯功能需要同时支持PC端和移动端，并且PC端和移动端可以实现消息同步、文件互传；PC端和移动端可同时在在线。</p> <p>支持APP召开电话、视频会议，支持多方通话、多方视频、群直播、桌面分享。</p> <p>可设置常用联系人、群组。</p> <p>可查看用户联系方式，并直接发起在线沟通、电话、短信、邮件。</p> <p>群聊：群聊支持实时显示消息未读数量，可点击查看具体已读未读人员，可通过一键提醒功能，提醒未读人员查看消息，支持应用、短信、电话提醒方式。</p> <p>群组：支持创建多种类型的群组，比如企业群、部门群、内部群、合作群、普通群等。</p> <p>群聊：支持群聊机器人，可通过机器人推送消息，支持群成员@机器人进行智能回复。</p> <p>群聊：支持禁止群成员加好友与私聊。</p> <p>内部群聊天消息、聊天文件支持设置禁止转发至外部。</p> <p>支持密聊功能，聊天对话框自动将人员头像姓名打码，密聊消息不能进行转发操作，进入密聊功能可开启密码和指纹验证</p> |

|   |        |   |
|---|--------|---|
| 2 | 通讯录管理  | <p>提供统一的通讯录管理，方便快速找人，支持灵活的权限定义。</p> <p>可直接搜索同时信息，支持中文、拼音、工号、昵称等模糊搜索。</p> <p>可选择是否显示用户手机号码，不显示手机号码时，只能通过公司统一号码进行呼叫。</p> <p>支持设置特别关注人员，例如关注部门领导，部门领导发送的消息能够特殊提醒。</p> <p>通讯录可直接发起聊天、语音通话、支持通过用户手机号码拨打普通电话、支持通过公司统一号码拨打智能办公电话。</p> <p>可屏蔽重要领导的联系方式。</p> <p>支持配置每个人员的通讯录查看权限，例如只能查看自己、查看指定部门/人员。</p> <p>支持隐藏部门，隐藏后该部门在通讯录不可见。</p>  |
| 3 | 在线编辑   | <p>支持客户端对常见格式文件的在线编辑，无需下载第三方应用打开，提高用户体验。</p> <p>聊天文件常用格式支持在线浏览、在线编辑，编辑完成后可提醒群成员，支持查看历史版本。</p> <p>多人协同编辑时，每个编辑者有不同的颜色区别，可实时看到其他编辑者正在修改哪部分内容。</p>   |
| 4 | 群协作    | <p>支持通过群进行快速协同工作。</p> <p>支持基于群发起10人以上电话、语音、视频会议。</p> <p>支持群直播，进行培训、活动现场直播，支持多个群进行直播联动。支持保存直播视频进行回放。</p> <p>支持发送群任务、可通过文字、语音方式输入任务内容。并设置任务截止时间，进行自定义提醒。</p> <p>支持群日程、投票等功能。</p>  |
| 5 | 移动门户   | <p>支持自定义移动门户功能，实现千人千面的移动工作台。</p> <p>门户支持可视化的配置方式，内置丰富的门户展示组件，具备广告位和轮播功能。支持第三方系统内容集成展示。</p> <p>支持不同组织/部门配置不同的门户，不同权限可查看不同的门户页面。</p>  |
| 6 | 开放平台   | <p>提供统一的开放平台，展示移动门户各类接口、集成示例。</p> <p>包括但不限于以下接口：</p> <p><b>IM接口：</b>提供丰富的IM接口，第三方业务应用可调用聊天功能、消息提醒功能，例如审批流程直接发起聊天、项目直接发起聊天。</p> <p><b>单点登录接口：</b>身份验证“免登”是指用户进入应用后，无需输入第三方系统用户名和密码，移动端可自动获取当前用户身份，进而登录系统的流程。</p> <p><b>通讯录接口：</b>支持第三方系统读写通讯录信息，实现组织架构同步。</p> <p><b>消息接口：</b>支持第三方系统推送提醒消息至移动端，例如审批通知、任务通知、工作项通知等。</p> <p><b>考勤接口：</b>开放移动端考勤接口，支持通过手机进行移动打开，并支持第三方系统调取考勤数据。</p> <p><b>日程接口：</b>提供移动端日程接口，供第三方写入，实现统一移动日程管理。</p> |
| 7 | 移动后台管理 | <p>提供统一的后台管理工具，支持设置子管理员，将部分管理权限下放。</p> <p>支持各类操作的日志查询统计。</p>  |

|    |        |  |
|----|--------|--|
| 8  | 移动安全管理 | <p>提供丰富的移动安全管控策略，保障移动端信息安全。包括但不限于以下内容：</p> <p>支持设置禁止员工转发内部消息至外部、分享朋友圈；</p> <p>支持禁止员工下载文件、图片至手机本地；</p> <p>支持禁止PC客户端下载文件、图片至本地；</p> <p>支持设置通讯录、文件浏览、聊天界面的水印功能；</p> <p>支持设置通讯录查看手机号数量阈值，超出后自动预警提醒管理员。</p> <p>员工离职信息管理：离职后调用接口，其自动退出组织，客户端内容远程清除。</p>  |
| 9  | 低代码开发  | <p>支持零代码、低代码构建业务应用。</p> <p>无需借助开发工具客户端即可在线完成基于平台的二次开发。</p> <p>支持分级关联，提供平台管理员、应用管理员等多级管控功能。</p> <p>提供业务流程、业务表单、展示页面以及数据统计分析等功能。</p> <p>支持多端适配，包括PC、移动（含手机、PAD、小程序等）。</p> <p>支持应用市场，用户可从应用市场中选择适合自己需求的应用模板，缩短交付周期。</p> <p>开放API调用，以及支持回调外部服务(HTTP)。</p> <p>单个应用可创建多个表单、流程、报表、展示页面等功能，如项目管理、合同管理等。</p> <p>提供应用层面的待办任务管理，包括待我处理、我已处理、我创建的和抄送我的等。</p> <p>可设置应用的访问权限、应用图标、主题等。</p> <p>支持手动添加应用管理员，添加后成员具备该应用的编辑、修改权限。</p> <p>基于平台搭建的应用可以一键发布到匹配的APP端工作台，并设置应用访问权限。</p> <p>支持自主设置应用的访问链接。</p> <p>支持零代码、可视化拖拽构建业务表单。</p> <p>支流程页面操作支持评论、撤销、变更记录、暂存、打印、复制等操作。</p> |
| 10 | 报表管理   | <p>支持对收集的数据进行报表分析展示。支持的报表组件包括柱状图、折线图、饼图、混合图、表格和指标看板等。除此之外，还支持多张数据表的数据关联展示和跨应用取数据。</p> <p>支持拖拽完成报表页面设计。</p> <p>支持查询条件自定义，按关键字、日期区间等。</p> <p>支持多个应用数据、多个表单数据组合形成一张报表。</p> <p>支持百万级数据的统计分析。</p> <p>支持根据字段进行加和、求平均、取最大值、取最小值、计数等操作。</p> <p>支持根据报表字段进行排序。</p> <p>支持对应用收集到的数据或者应用之外的数据进行加工，用于报表页图表的制作。</p> <p>提供报表卡片、柱状图、折线图、饼图、表格、仪表盘、指标卡、漏斗图、热力图、地图、混合图等多中展示方式。</p> <p>支持iframe设计。</p> <p>支持通过JS扩展展示信息。</p>  |

|    |       |  |
|----|-------|--|
| 11 | 自定义页面 | <p>用户可自主设计门户、活动展示页等，包括：</p> <p>提供内置标准模板供用户选择，也可以完全自定义展示页。</p> <p>支持多种排版方式，普通设计器、高级设计器和HTML排版方式。</p> <p>支持拖拽完成展示页面设计。</p> <p>支持取表单、流程数据作为展示内容。</p> <p>提供基础组件（文本、图片、图标、按钮、链接、链接块、dialog等）、布局组件（容器、分栏、卡片、选项卡、报表卡片等）、表单组件（查询、表单容器、日期区间、地区选择、树选择器、金额区间等）和高级组件（轮播图、富文本、html排版、折叠面板、进度条、弹窗等）。</p> <p>支持全代码方式构建展示页面。</p> |
| 12 | 系统集成  | <p>支持通过可视化配置完成系统集成操作。</p> <p>提供标准API接口、说明文档和使用示例。</p> <p>在表单和流程设计过程中可引用外部数据源。</p> <p>提供多种触发器供用户选择，包括表单层面和应用层面等。</p> <p>可在线查看运行日志，可按关键字筛选快速定位集成场景。</p> <p>支持鉴权操作。</p>   |

## 五、全民艺术普及线上课程服务

整合发布当地群众喜闻乐见的艺术普及培训，开展原创制作，在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫旗县完成1门课程，共计19门全民艺术普及课程，包括音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等。

全民艺术普及线上课程要确保意识形态安全并妥善解决版权，确保成果通过基层智能服务端和本地平台提供服务时，无需再向其他单位获取版权；整合制作的课程要契合当地群众需求、贴近生活，不得有任何违反国家法律法规的内容，不得含有内容低俗、格调低下、色情诱导等内容。

课程及师资建设要统一标准，严格落实意识形态安全责任制，并妥善解决资源版权，确保成果通过国家及地方公共文化云“学才艺”板块提供服务时，无需再向其他单位获取版权。

### 1. 课程标准

#### （1）内容要求

导向正确，符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点，力求高质量、有新意、有趣味、有互动；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，不得在视频中添加制作公司宣传 logo 及文字等。

#### （2）制作标准

①每场19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，具体课程选择内蒙古自治区文化馆决定。

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，添加中文字幕。

③每门课程制作 1-2 分钟介绍短片。④课程要求画质高清、声音清楚。

#### （3）拍摄要求

##### ①整体要求

背景不要过于杂乱或喧宾夺主；场地无噪音（如风声、无关人员说话声、手机铃声等）干扰，保证人或乐器的声音清晰；声音要求与画面同步，声音无明显失真，避免过高或者过低；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；拍摄时注意亮度、色调以及镜头的稳定性。②镜头/机位要求音乐类：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；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）；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）课程信息

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。

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）。

### 2. 师资标准

#### （1）个人师资信息

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。

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)。

#### (2) 团队师资信息

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。

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)。

#### (3) 师资教学动态信息

整合发布个人及团队师资开展的线上、线下教学实时信息,包括教学的起止时间、时长、地点、内容、照片、链接等,通过国家及地方公共文化云的“学才艺”板块发布,提供报名学习、与学员互动交流等服务,并进行持续更新。

### 3.服务要求

(1) 提供不少于1年的免费服务,根据课程在网络教学平台使用过程中反馈的意见和建议,配合单位及时进行内容的修改。

(2) 为保证慕课制作的质量和进度,制作方应提供本地化服务,本地区需有拍摄场地,能提供不同的拍摄场景,服务团队人数应达到20人以上规模。

课程资源格式

| 对接内容 | 文件格式         | 格式要求   |
|------|--------------|--|
| 课程海报 | jpg、jpeg、png | 1张,图片要求 16:9 宽高比例,<br>256KB≤图片大小≤6MB,<br>1600px≤图片宽度≤1920px,<br>900px≤图片高度≤1080px  |
| 视频海报 | jpg、jpeg、png | 1张,图片要求 16:9 宽高比例,<br>256KB≤图片大小≤2MB,<br>800px≤图片宽度≤1400px,<br>450px≤图片高度≤800px  |
| 视频文件 | mp4          | 视频参数<br>视频大小: 50MB≤视频文件大小≤<br>2GB 视频编码: H.264<br>输出格式: MP4 文件<br>码率: 不小于 2048Kbps<br>码率控制: CBR   |
|      |              | 档次/级别: High profile/Level 4.0<br>分辨率: 1920*1080 (1080P) 或 1<br>280*720 (720P)<br>帧率: 25fps<br>宽高比: 16:9<br>音频参数<br>音频格式: AAC<br>音频质量: 高等质量<br>音频编码码率: 128Kbps<br>音频采样率: 48kHz<br>音频声道: 双声道 |

## 六、场馆服务活动

### 1.场馆信息采集

19个脱贫县(团场)发布文化馆(站)、图书馆、博物馆、美术馆、文化驿站(文化馆分馆)、书吧(图书馆分馆)、旅游景区、游客中心等场馆基本信息和服务信息,在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫县(团场)在基层智能服务端和本地平台发布信息不少于41次,图片20张。

先采集场馆基本信息,并依托相关场馆采集、发布服务信息,开展场馆查询(含AR/VR在线看馆)、场馆预约(含到馆预约、活动室预约)、门票预订(含门票购买)、活动预约(含活动报名)、活动动态、线上活动、在线看展等服务。为每个脱贫旗县提供1套方正智能校稿软件。

场馆资源格式

| 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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px    |
| 场馆图册   | jpg、jpeg、png | 1-10张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 场馆音频介绍 | mp3、aac      | 1MB≤文件大小≤2GB，<br>编码码率：128kbps<br>音频采样率：48kHz<br>声道：双声道<br>采用位数：16bit                |

#### 活动室资源格式

| 提交内容  | 文件格式         | 格式要求  |
|-------|--------------|---|
| 活动室海报 | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px    |
| 活动室图册 | jpg、jpeg、png | 1-10张，图片要求 16: 9 宽高比<br>例，256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |

## 2.国家文化云智能服务端2023年维护运营

电话支持、系统维护、远程维护、智能服务端维护、BUG修复、系统管理员培训、客户需求和建设支持、漏洞修复其他培训和交流会、安全运维。

### 七、基层文创及非遗等产品推广

发布本地文创、非遗及地方特色农产品等的产品信息和销售服务信息，在基层智能服务端和本地平台发布。每个脱贫旗县（团场）上传基层文创非遗等产品线上展示维护个数不少于20个，宣传视频不少于2个。

发布的基层文创、非遗及地方特色农产品，应具有完备的工商手续、良好的产品质量和完善的售后服务。脱贫县（团场）文化和旅游行政管理部门应会同有关部门对相关产品进行审核。

| 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，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>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<br>例，256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px |
| 场馆音频介绍 | mp3、aac      | 1MB≤文件大小≤2GB，<br>编码码率：128kbps<br>音频采样率：48kHz<br>声道：双声道<br>采用位数：16bit               |
| 视频海报   | jpg、jpeg、png | 1张，图片要求 16: 9 宽高比例，<br>256KB≤图片大小≤2MB，<br>800px≤图片宽度≤1400px，<br>450px≤图片高度≤800px   |

|      |     |  |
|------|-----|--|
| 视频文件 | mp4 | <p>视频参数</p> <p>视频大小： 50MB≤视频文件大小≤ 2GB 视频编码： H.264</p> <p>输出格式： MP4 文件</p> <p>码率： 不小于 2048Kbps</p> <p>码率控制： CBR</p> <p>档次/级别： High profile/Level 4.0</p> <p>分辨率： 1920*1080（1080P）或 1280*720（720P）</p> <p>帧率： 25fps</p> <p>宽高比： 16： 9</p> <p>音频参数</p> <p>音频格式： AAC</p> <p>音频质量： 高等质量</p> <p>音频编码码率： 128Kbps</p> <p>音频采样率： 48kHz</p> <p>音频声道： 双声道</p> |
|------|-----|--|

#### 八、人员培训

面向从事基层全民艺术普及服务的工作人员、志愿者等开展相关内容培训。按照基层全民艺术普及服务提质增效的任务指标，原则上每个脱贫县（团场）全年培训不少于30人次，每次不少于4学时。培训方式可为线下集中学习或线上专题学习。应对培训计划、培训课程、培训人员做好规划组织并记录归档。

对外交流活动：以演出、展览、比赛等方式至少参加一次对外文化交流活动，主要是考察学习先进发达地区公共文化服务经验，每个脱贫旗县馆3个名额。

以上内容均需按照要求提交至国家文化云智能服务端和内蒙古文化云平台相关模块。

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。

## 第四章 投标人应当提交的资格、资信证明文件

投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的相关文件，并作为其投标文件的一部分，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。

一、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。如投标人是企业（包括合伙企业），要提供在市场监督管理部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”；如投标人是事业单位，要提供有效的“事业单位法人证书”；投标人是非企业专业服务机构，如律师事务所、会计师事务所，要提供有效的执业许可证等证明文件；如投标人是个体工商户，要提供有效的“个体工商户营业执照”；如投标人是自然人，要提供有效的自然人身份证明。

分公司不是独立法人，不具备政府采购法第二十二条规定的投标人应当具备独立承担民事责任能力的条件。分公司经总公司授权，可以以分公司的名义参加政府采购活动，但其民事责任由总公司承担。

二、财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（详见资格审查表）。

三、具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。

四、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。

五、按照招标文件要求，投标人应当提交的其他资格、资信证明文件。

## 第五章 评标

### 一、评标要求

#### 1. 评标方法

包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）：综合评分法

包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）：综合评分法

包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）：综合评分法

包4（内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效）：综合评分法

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。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。

#### 2. 评标原则

2.1 评标活动遵循客观、公正、审慎的原则，以招标文件和投标文件为评标的基本依据，并按照招标文件规定的评标方法和评标标准进行评标。

2.2 具体评标事项由评标委员会负责，并按招标文件规定的办法进行评审。

2.3 合格投标人不足三家的，不得评标。

#### 3. 评标委员会

3.1 评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为5人及以上单数，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二。

3.2 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

- （1）参加采购活动前3年内，与投标人存在劳动关系，或者担任投标人的董事、监事，或者是投标人的控股股东或实际控制人；
- （2）与投标人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；
- （3）与投标人有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

3.3 评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责：

- （1）审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；
- （2）要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；
- （3）对投标文件进行比较和评价；
- （4）确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人；
- （5）向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为；
- （6）法律法规规定的其他职责。

#### 4. 澄清

对于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，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。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。

4.1 评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或补正。

4.2 评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正。

#### 5. 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

- （1）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制，包括但不限于不同投标人上传的投标文件项目内部识别码一致的情形；
- （2）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- （3）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；
- （4）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；
- （5）不同投标人的投标文件相互混装；
- （6）不同投标人的投标保证金从同一单位或个人的账户转出；

#### 6. 有下列情形之一的，属于恶意串通投标，其投标无效，并追究法律责任：

- （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情况并修改其投标文件；
- （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；
- （3）投标人之间协商报价、技术方案等投标文件的实质性内容；
- （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由某一特定投标人中标、成交；
- （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、成交；
- （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、成交或者排斥其他投标人的其他串通行为。

#### 7. 投标无效的情形

投标人存在下列情况之一的，投标无效：

- （1）未按照招标文件的规定提交投标保证金的；
- （2）投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；
- （3）不具备招标文件中规定的资格要求的；
- （4）报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；
- （5）投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- （6）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

#### 8. 废标的情形

出现下列情形之一的，应予以废标。

- (1) 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足3家；或参与竞争的核心产品品牌不足3个的；
- (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的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的；

## 9.定标

评标委员会按照招标文件确定的评标方法、步骤、标准，对投标文件进行评审。评标结束后，评标委员会根据采购人委托直接确定中标人或者由采购人在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。

## 二.落实政府采购政策

### 1.节约能源、保护环境

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，具体按照本招标文件相关要求执行。

### 2.促进中小企业发展

2.1采购人在政府采购活动中应当通过加强采购需求管理，落实预留采购份额、价格评审优惠、优先采购等措施，提高中小企业在政府采购中的份额，支持中小企业发展。

2.2《政府采购促进中小企业发展管理办法》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。

2.3在政府采购活动中，投标人提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，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：

- (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；
- (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；
- (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。

在货物采购项目中，投标人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《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。

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。

2.4依照《政府采购促进中小企业发展管理办法》《关于政府采购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，凡符合要求的小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位，按照以下比例给予相应的价格扣除：

合同包1（内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设）

| 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评分，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。 |    |      |        |      |

合同包2（举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设）

| 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评分，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。 |    |      |        |      |

合同包3（内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效）

| 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评分，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。 |    |      |        |      |

合同包4（内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效）

| 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评分，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。 |    |      |        |      |

2.5投标人属于中小企业的，应提供《中小企业声明函》；属于监狱企业的，应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；属于残疾人福利性单位的，应提供《残疾人福利性单位声明函》。投标人应当按照《中小企业声明函》《残疾人福利性单位声明函》规定格式提供（格式附后，不可修改），未按规定提供的，不得享受相关中小企业扶持政策。

投标人应当对提供材料的真实性负责，若有虚假，将追究其法律责任。

## 三、评标程序

### 1.符合性审查

1.1依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否满足招标文件的实质性要求。

1.2符合性审查中有任何一项未通过的，审查结果为未通过。投标人未通过符合性审查的，投标无效。

### 符合性审查表

内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设

|            |                            |
|------------|----------------------------|
| 投标及保证金缴纳情况 | 按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证） |
|------------|----------------------------|

|             |   |
|-------------|---|
| 投标报价        | 投标报价（包括分项报价，投标总价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。                    |
| 投标文件规范性、符合性 | 投标文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合招标文件要求；投标文件文件的格式、文字、目录等符合招标文件要求或对投标无实质性影响。   |
| 主要商务条款      | 审查投标人出具的“满足主要商务条款的承诺”，且进行盖章。  |
| 联合体投标       | 符合关于联合体投标的相关规定  |
| 技术部分实质性内容   | 1.明确所投标的的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应并满足招标文件全部实质性要求。 |
| 其他要求        | 招标文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。                                  |

#### 举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设

|             |   |
|-------------|---|
| 投标及保证金缴纳情况  | 按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证）  |
| 投标报价        | 投标报价（包括分项报价，投标总价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。                    |
| 投标文件规范性、符合性 | 投标文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合招标文件要求；投标文件文件的格式、文字、目录等符合招标文件要求或对投标无实质性影响。   |
| 主要商务条款      | 审查投标人出具的“满足主要商务条款的承诺”，且进行盖章。  |
| 联合体投标       | 符合关于联合体投标的相关规定  |
| 技术部分实质性内容   | 1.明确所投标的的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应并满足招标文件全部实质性要求。 |
| 其他要求        | 招标文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。                                  |

#### 内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效

|             |   |
|-------------|---|
| 投标及保证金缴纳情况  | 按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证）  |
| 投标报价        | 投标报价（包括分项报价，投标总价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。                    |
| 投标文件规范性、符合性 | 投标文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合招标文件要求；投标文件文件的格式、文字、目录等符合招标文件要求或对投标无实质性影响。   |
| 主要商务条款      | 审查投标人出具的“满足主要商务条款的承诺”，且进行盖章。  |
| 联合体投标       | 符合关于联合体投标的相关规定  |
| 技术部分实质性内容   | 1.明确所投标的的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应并满足招标文件全部实质性要求。 |
| 其他要求        | 招标文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。                                  |

#### 内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效

|             |   |
|-------------|---|
| 投标及保证金缴纳情况  | 按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证）  |
| 投标报价        | 投标报价（包括分项报价，投标总价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。                    |
| 投标文件规范性、符合性 | 投标文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合招标文件要求；投标文件文件的格式、文字、目录等符合招标文件要求或对投标无实质性影响。   |
| 主要商务条款      | 审查投标人出具的“满足主要商务条款的承诺”，且进行盖章。  |
| 联合体投标       | 符合关于联合体投标的相关规定  |
| 技术部分实质性内容   | 1.明确所投标的的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应并满足招标文件全部实质性要求。 |
| 其他要求        | 招标文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。                                  |

## 2.投标报价审查

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.政府采购政策功能落实

对于小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位给予价格扣除。

## 4.相同品牌审查

采用最低评标价法的采购项目，提供相同品牌产品的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个参加评标的投标人，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他投标无效。

使用综合评分法的采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按上述规定处理。

## 5.详细评审

综合评分法：分为投标报价评审、商务部分评审、技术部分评审（得分四舍五入保留两位小数）。

内蒙古自治区盟市级以上文化馆全民艺术普及国家文化云直播、赶大集专区建设

| 评审因素 | 评审标准                                |
|------|-------------------------------------|
| 分值构成 | 技术部分70.0分<br>商务部分20.0分<br>报价得分10.0分 |

|               |  |  |
|---------------|--|--|
| 技术部分          | 直播服务实施方案 (7.0分)  | 投标人深入理解本项目的需求, 提供直播执行方案 (0-3分) 资源制作方案 (0-2分)、宣传推广方案 (0-2分)。根据投标人提供的方案的科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性, 是否满足采购需求综合评分。   |
|               | 策划方案 (6.0分)  | 投标人提供策划方案, 方案需包括互动活动计划和活动流程 (0-2分)、线上互动活动服务方案 (包括: 线上海报、线上互动游戏等) (0-2分)、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) (0-2分)。根据投标人提供的方案的科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性, 是否满足采购需求综合评分。   |
|               | 人员配置 (10.0分)   | 投标人针对本项目拟派服务人员配置情况 (0-4分)、分工情况 (0-3分)、技术力量 (0-3分)。   |
|               | 应急处理方案 (7.0分)  | 投标人提供应急处理方案, 方案需包括应急处理机制 (0-2分)、突发状况时, 可即时阻断网络直播的能力 (0-3分)、应急预案 (0-2分)。根据方案科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性, 是否满足采购需求综合评分。  |
|               | 后期成品生产制作方案 (5.0分)  | 投标人提供后期成品制作方案, 方案具有视频剪辑、包装、编转码、遮幅、策划、编排等能力 (0-2分)、后期制作团队配置 (0-3分)。根据投标人提供方案科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性、是否满足采购需求综合评分。   |
|               | 平台对接 (5.0分)  | 投标人具备与国家公共文化云平台的对接能力, 支持国家公共文化云平台的技术标准、数据标准、资源标准, 满足与国家公共文化云平台的有效对接, 确保资源的共享共用, 提供可执行的对接方案 (0-5分), 根据投标人提供方案可执行能力综合评分。   |
|               | 文采会服务方案 (4.0分)   | 投标人提供赶大集专区建设方案, 方案需包括机构信息采集 (0-1分)、产品信息采集 (0-1分) 文采会专题建设 (0-1分)、运营服务 (0-1分)。根据投标人提供的方案科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性, 是否满足采购需求综合评分。   |
|               | 赶大集专区建设方案 (5.0分)   | 投标人提供赶大集专区建设方案, 方案需包括页面设计 (0-1分)、开设文创店铺 (0-1分)、前后端功能设计 (0-1分)、运营服务 (0-2分)。根据投标人提供的方案科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性、是否满足采购需求综合评分。  |
|               | 技术指标的响应程度 (15.0分)  | 技术指标全部满足的得满分, 技术指标有一项不满足, 每项扣1分, 扣完为止。   |
| 客户服务方案 (6.0分) | 投标人提供客户服务方案, 方案具有服务体系 (0-1分)、客服中心设置 (0-1分)、客户服务管理机制 (0-1分)、服务人员 (0-1分)、售后服务热线配备 (0-2分); 根据投标人提供方案的科学性合理性, 内容全面、完整性, 针对性, 是否满足采购需求综合评分。 |  |
| 商务部分          | 投标人综合实力 (5.0分)   | 1、投标人具备ISO20000信息技术服务管理体系认证; 2、投标人具备ISO27001系列信息安全管理体系认证; 3、投标人具备ITSS信息技术服务标准符合性三级及以上证书; 4、投标人具备ISO45001系列职业健康安全管理体系认证; 5、投标人具备版权保护类软件著作权证书; 每具备一项得1分; 最多得5分。注: 提供原件扫描件。   |
|               | 业绩 (9.0分)  | 投标人需提供近三年同类项目业绩 (以合同为准)。每提供1项得1分, 满分9分。(备注: 合格的业绩资料需提供合同首页、合同金额页和合同盖章扫描页)。   |
|               | 本项目团队综合实力 (6.0分)   | 项目技术负责人具有ITSS服务项目经理认证的, 一人得2分, 最高得2分, 否则不得分; (须提供证书扫描件及最近半年以来投标人为其缴纳社会保险承诺。) 项目直播负责人具备导演证的得1分, 否则不得分; (须提供证书扫描件及最近半年以来投标人为其缴纳社会保险承诺。) 项目摄影师具备摄影师证的得1分, 否则不得分; (须提供证书扫描件及最近半年以来投标人为其缴纳社会保险承诺。) 投标人提供的拟投入本项目平台运营技术团队成员专业包含动画设计、艺术设计、新闻学等专业或具有ITSS服务工程师认证的, 每有1人得1分, 最多得2分。(注: 提供人员的毕业证书扫描件及最近半年以来投标人为其缴纳社会保险承诺。) |
| 投标报价          | 投标报价得分 (10.0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。  |

举办品牌活动、采集场馆信息、艺术普及资源建设

| 评审因素 | 评审标准                                |   |
|------|-------------------------------------|---|
| 分值构成 | 技术部分70.0分<br>商务部分20.0分<br>报价得分10.0分 |   |
| 技术部分 | 策划方案 (20.0分)                        | 针对本项目内容提供的投标策划方案, 理解项目背景、目标、内容及应用的准确性 (0-5分), 整体结构完整 (0-5分), 逻辑清晰 (0-5分), 可操作性强 (0-5分)。   |
|      | 活动执行方案 (15.0分)                      | 根据投标单位对项目需求及现状的理解程度进行评价, 要求进度明确 (0-5分), 计划合理 (0-5分), 各项保障措施到位 (0-5分)。   |
|      | 人员配置情况 (15.0分)                      | 投标人针对本项目拟派服务人员配置情况 (0-5分)、分工情况 (0-5分)、技术力量 (0-5分)。  |
|      | 运营推广服务能力 (8.0分)                     | 根据活动的运营服务能力 (0-4分), 宣传推广能力和保障能力 (0-4分)。   |
|      | 合理化建议 (5.0分)                        | 根据投标单位对本项目的服务方案的实施提出的合理化建议, 0-5分。   |
|      | 技术指标的响应程度 (7.0分)                    | 技术指标全部满足的得满分, 技术指标有一项不满足, 每项扣1分, 扣完为止。  |
| 商务部分 | 售后服务 (6.0分)                         | 售后服务方案: 应急措施 (0-3分); 服务响应时间等 (0-3分)。  |
|      | 业绩 (9.0分)                           | 投标人需提供近三年同类项目业绩 (以合同为准)。每提供1项得1分, 满分9分。(备注: 合格的业绩资料需提供合同首页、合同金额页和合同盖章扫描页)。  |
|      | 企业实力 (5.0分)                         | 1、投标供应商具有ISO27001信息安全管理体系认证证书; 2、投标供应商具有ISO9001质量体系认定证书; 3、投标供应商具有ISO45001系列职业健康安全管理体系认证; 4、投标供应商具有ISO20000信息技术服务管理体系认证; 5、ITSS信息技术服务标准符合性三级及以上证书。每具备一项得1分; 最多得5分。注: 提供原件扫描件。 |

|      |                |  |
|------|----------------|--|
| 投标报价 | 投标报价得分 (10.0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。 |
|------|----------------|--|

内蒙古自治区西部区脱贫旗县文化馆提质增效

| 评审因素 | 评审标准                                |  |
|------|-------------------------------------|--|
| 分值构成 | 技术部分70.0分<br>商务部分20.0分<br>报价得分10.0分 |  |
| 技术部分 | 策划方案 (10.0分)                        | 针对本项目内容提供的投标策划方案，理解项目背景、目标、内容及应用的准确性 (0-3分)，整体结构完整 (0-2分)，逻辑清晰 (0-2分)，可操作性强 (0-3分)。  |
|      | 活动执行方案 (10.0分)                      | 根据投标单位对项目需求及现状的理解程度进行评价，要求进度明确 (0-4分)，计划合理 (0-3分)，各项保障措施到位 (0-3分)。   |
|      | 人员配置情况 (12.0分)                      | 投标人针对本项目拟派服务人员配置情况 (0-4分)、分工情况 (0-4分)、技术力量 (0-4分)。   |
|      | 合理化建议 (4.0分)                        | 根据投标单位对本项目的服务方案的实施提出的合理化建议，0-4分。   |
|      | 运营推广服务能力 (5.0分)                     | 根据活动的宣传推广服务能力和保障能力 (0-5分)。   |
|      | 技术指标的响应程度 (8.0分)                    | 技术指标全部满足的得满分，技术指标有一项不满足，每项扣1分，扣完为止。  |
|      | 平台运营能力 (9.0分)                       | 供应商应具备“文化云”运维平台的能力 (0-3分)，提供场馆预约 (0-2分)、场馆活动预约 (0-2分)、基层文创产品和非遗产品推广 (0-2分)。  |
|      | 直播服务实施方案 (8.0分)                     | 投标人深入理解本项目的需求，提供直播执行方案 (0-3分) 资源制作方案 (0-3分)、宣传推广方案 (0-2分)。根据投标人提供的方案的科学性合理性，内容全面、完整性，针对性，是否满足采购需求综合评分。   |
| 商务部分 | 售后服务 (7.0分)                         | 售后服务方案：应急措施 (0-3分)；服务响应时间等 (0-4分)。   |
|      | 业绩 (8.0分)                           | 投标人需提供近三年同类项目业绩 (以合同为准)。每提供1项得1分，满分8分。(备注：合格的业绩资料需提供合同首页、合同金额页和合同盖章扫描页)。   |
|      | 企业实力 (5.0分)                         | 1、投标人具备ISO20000信息技术服务管理体系认证；2、投标人具备ISO27001系列信息安全管理体认证；3、投标人具备ITSS信息技术服务标准符合性三级及以上证书；4、投标人具备ISO9001质量体系认证证书；5、投标人具备软件著作权证书；每具备一项得1分；最多得5分。注：提供原件扫描件。 |
| 投标报价 | 投标报价得分 (10.0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。                                       |

内蒙古自治区东部区脱贫旗县文化馆提质增效

| 评审因素 | 评审标准                                |  |
|------|-------------------------------------|--|
| 分值构成 | 技术部分70.0分<br>商务部分20.0分<br>报价得分10.0分 |  |
| 技术部分 | 策划方案 (10.0分)                        | 针对本项目内容提供的投标策划方案，理解项目背景、目标、内容及应用的准确性 (0-3分)，整体结构完整 (0-2分)，逻辑清晰 (0-2分)，可操作性强 (0-3分)。  |
|      | 活动执行方案 (10.0分)                      | 根据投标单位对项目需求及现状的理解程度进行评价，要求进度明确 (0-4分)，计划合理 (0-3分)，各项保障措施到位 (0-3分)。   |
|      | 人员配置情况 (12.0分)                      | 投标人针对本项目拟派服务人员配置情况 (0-4分)、分工情况 (0-4分)、技术力量 (0-4分)。   |
|      | 合理化建议 (4.0分)                        | 根据投标单位对本项目的服务方案的实施提出的合理化建议，0-4分。   |
|      | 运营推广服务能力 (5.0分)                     | 根据活动的宣传推广服务能力和保障能力 (0-5分)。   |
|      | 技术指标的响应程度 (8.0分)                    | 技术指标全部满足的得满分，技术指标有一项不满足，每项扣1分，扣完为止。  |
|      | 平台运营能力 (9.0分)                       | 供应商应具备“文化云”运维平台的能力 (0-3分)，提供场馆预约 (0-2分)、场馆活动预约 (0-2分)、基层文创产品和非遗产品推广 (0-2分)。  |
|      | 直播服务实施方案 (8.0分)                     | 投标人深入理解本项目的需求，提供直播执行方案 (0-3分) 资源制作方案 (0-3分)、宣传推广方案 (0-2分)。根据投标人提供的方案的科学性合理性，内容全面、完整性，针对性，是否满足采购需求综合评分。   |
| 商务部分 | 售后服务 (7.0分)                         | 售后服务方案：应急措施 (0-3分)；服务响应时间等 (0-4分)。   |
|      | 业绩 (8.0分)                           | 投标人需提供近三年同类项目业绩 (以合同为准)。每提供1项得1分，满分8分。(备注：合格的业绩资料需提供合同首页、合同金额页和合同盖章扫描页)。   |
|      | 企业实力 (5.0分)                         | 1、投标人具备ISO20000信息技术服务管理体系认证；2、投标人具备ISO27001系列信息安全管理体认证；3、投标人具备ITSS信息技术服务标准符合性三级及以上证书；4、投标人具备ISO9001质量体系认证证书；5、投标人具备软件著作权证书；每具备一项得1分；最多得5分。注：提供原件扫描件。 |
| 投标报价 | 投标报价得分 (10.0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。                                       |

最低评标价法：无。

## **6.汇总、排序**

最低评标价法：评标结果按投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

综合评分法：评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。

## **7.确定中标人**

采购人或者评标委员会按照中标候选人名单顺序确定中标人。中标候选人并列的，按 采购人授权评标委员会按照评审原则直接确定中标（成交）人。规定的方式确定中标人。招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。

## 第六章 合同与验收

### 一、合同

#### 1、合同要求

1.1 采购人应当自中标（成交）通知书发出之日起30日内，按照招标（磋商、谈判）文件或询价通知书和中标（成交）投标人投标（响应）文件的规定，与中标（成交）投标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标（磋商、谈判）文件或询价通知书确定的事项作实质性修改。采购人、投标人不得提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

1.2 政府采购合同应当包括采购人与中标（成交）投标人的名称和住所、标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限及地点和方式、验收要求、违约责任、争议解决的方法等内容。

1.3 采购人与中标（成交）投标人应当根据合同的约定依法履行合同义务。政府采购合同的履行、违约责任和争议解决的方法等适用《中华人民共和国民法典》。政府采购合同的双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同。

1.4 采购人应当自政府采购合同签订之日起2个工作日内，将政府采购合同在内蒙古自治区政府采购网（<https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn/>）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。

1.5 采购人应当自政府采购合同签订之日起7个工作日内，将合同副本向同级财政部门 and 有关部门备案。

## 2.合同格式及内容

### 政府采购合同

(货物类合同参考文本)

合同编号：

甲方：\*\*\* (填写采购单位名称)

地址：\*\*\* (填写详细地址)

乙方：\*\*\* (填写中标、成交投标人名称)

地址：\*\*\* (填写详细地址)

根据《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》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规、规范性文件以及 \_\_\_\_\_ 项目 (填写项目名称) \_\_\_\_\_ (填写政府采购项目编号) 的中标 (成交) 结果、招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书、投标 (响应) 文件等文件的相关内容, 甲乙双方经平等协商, 就如下合同条款达成一致意见。

#### 一、甲方向乙方采购的货物基本情况

(一) 根据招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书及中标 (成交) 结果公告, 甲方所采购的货物、服务 (如有) 基本情况如下: \_\_\_\_\_。

(二) 货物名称、数量、规格型号、生产厂家、品牌、单价、与货物相关的服务等详细内容, 见合同附件-货物清单。

#### 二、乙方交付货物的时间及地点

(一) 交付时间: \_\_\_\_\_

(二) 交付地点: \_\_\_\_\_ 填写详细地址)

(三) 交付货物的名称及数量: \_\_\_\_\_

(四) 乙方交付货物代表及联系电话: \_\_\_\_\_ (填写姓名和联系电话)

(五) 甲方接收货物代表及联系电话: \_\_\_\_\_ (填写姓名和联系电话)

注: 货物为多批次交付的, 应详细列明每批次交付的内容、数量、交付时间、交付地点等。

#### 三、乙方交付货物的质量

(一) 乙方交付的货物应同时满足: 1.符合国家法律法规和规范性文件对货物的质量要求; 2.符合甲方招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书对货物的质量要求; 3.符合乙方在投标 (响应) 文件中或磋商、谈判过程中对货物质量作出的书面承诺、声明或保证。上述质量要求作为甲方对乙方货物质量的验收依据。

(二) 乙方应根据国家法律法规和规范性文件的规定、招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书的相关要求、投标 (响应) 文件及乙方承诺、声明或保证, 向甲方提供相应的货物质量证明文件。

#### 四、乙方交付货物的包装及标识

(一) 乙方交付货物的包装和标识应同时满足: 1.符合国家法律法规和规范性文件对产品包装及标识的要求; 2.符合甲方招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书对货物包装及标识的要求; 3.符合乙方在投标 (响应) 文件中对货物包装及标识作出的承诺、声明或保证; 4.符合绿色环保、运输及安全性等要求。

(二) 货物的包装费用由乙方承担。

#### 五、货物的运输要求

(一) 运输方式及运输线路: \_\_\_\_\_。

(二) 运输、保险及其他相关费用由乙方承担。

#### 六、甲方对货物的验收

(一) 乙方将货物送达至甲方指定的地点, 应及时通知甲方。在甲方收到到货通知并在货物到达指定地点后 \_\_\_\_\_ 日内, 由甲乙双方及第三方 (如有) 对货物的数量、规格型号、生产厂家、品牌、外观进行验收, 在条件允许的情况下, 可以同步对货物质量进行初步验收, 甲乙双方应签署书面验收记录, 作为本项目的履行文件留存。

(二) 在甲方收到货物 \_\_\_\_\_ 日内, 如发现质量问题, 甲方应在 \_\_\_\_\_ 日内向乙方提出书面异议, 甲方逾期提出的, 视为乙方所交付的货物质量符合合同的约定。乙方在收到甲方关于质量问题的书面异议后, 应当在 \_\_\_\_\_ 日内负责解决处理。

(三) 乙方提交的货物数量、规格型号及质量不符合本合同要求的, 甲方应在验收记录中作出明确记载, 保留相关的证据, 并有权拒绝接受货物, 解除合同且不承担任何法律责任。

#### 七、合同金额

在乙方提供完全符合合同要求的货物的前提下, 本合同总金额为 \_\_\_\_\_ 元 (小写) \_\_\_\_\_ (大写)

#### 八、付款时间、金额及条件

(一) 付款时间及付款金额: \_\_\_\_\_

(二) 付款条件: \_\_\_\_\_

(三) 乙方账户信息

乙方名称: \_\_\_\_\_

开户银行: \_\_\_\_\_

银行账号: \_\_\_\_\_

#### 九、货物质量保证及售后服务

招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书对货物质量保证期及售后服务作出明确要求的, 适用招标 (磋商、谈判) 文件或询价通知书对保证期和售后服务的规定, 如乙方在投标 (响应) 文件及磋商、谈判过程中对货物质量保证期和售后服务作出更优的承诺、声明或保证的, 适用乙方的承诺、声明或保证。

#### 十、知识产权

乙方保证其提供的货物的全部及部分, 均不存在任何侵犯第三方知识产权的情形。否则, 乙方应向甲方承担违约责任及赔偿由此给甲方造成的名誉及经济损失。

#### 十一、违约责任

(一) 甲方没有正当理由逾期支付合同款项的, 每延期一日, 甲方应按照逾期支付金额 \_\_\_\_\_ 的 \_\_\_\_\_ 承担违约责任。延期达到 \_\_\_\_\_ 日, 乙方有权解除合同, 并要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

(二) 甲方存在其他违反本合同的行为, 应承担相应的违约责任 (注: 可以根据情况进行细化); 违约金不足以赔偿乙方损失的, 乙方有权要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

(三) 乙方逾期交付货物的, 每延期一日, 乙方应按照合同总金额的 \_\_\_\_\_ 承担违约责任。延期达到 \_\_\_\_\_ 日, 甲方有权解除合同, 拒付延期部分货物的相应货款, 并要求乙方赔偿甲方的经济损失。

(四) 乙方交付的货物不符合质量约定或乙方未履行相应的质量保证责任及售后服务义务、或存在侵权行为的, 甲方有权退货, 并要求乙方支付合同总金额 \_\_\_\_\_% 的违约金, 违约金不足以赔偿甲方损失的, 甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

(五) 乙方在参与本项目采购活动过程中, 如存在提供虚假承诺、证明、串通投标等违法违规行为, 除承担相应的行政责任外, 甲方有权解除合同, 并要求乙方承担合同总金额 \_\_\_\_\_% 的违约金, 违约金不足以赔偿甲方损失的, 甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

(六) 乙方存在其他违反本合同的行为, 应承担相应的违约责任(注: 可以根据情况进行细化); 违约金不足以赔偿甲方损失的, 甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

## 十二、不可抗力

因不可抗力致使一方不能及时或完全履行合同的, 应及时通知另一方, 双方互不承担责任, 并在 \_\_\_\_\_ 天内提供有关不可抗力相关证明。合同未履行部分是否继续履行、如何履行等问题, 双方协商解决。

## 十三、争议的解决方式

合同发生纠纷时, 双方应协商解决, 协商不成, 可以采用下列方式解决:

- (一) 提交 \_\_\_\_\_ 仲裁委员会仲裁。
- (二) 向 \_\_\_\_\_ 人民法院起诉。

## 十四、合同保存

合同文本一式 \_\_\_\_\_ 份, 采购单位、中标(成交)投标人、采购代理机构、 \_\_\_\_\_ 各执一份。合同文本保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

## 十五、合同附件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的组成部分, 其内容与本合同具有同等的法律效力:

- 1、货物清单(双方应盖章确认)
- 2、乙方出具的报价单(函)
- 3、中标(成交)结果公告及中标(成交)通知书
- 4、甲方招标(磋商、谈判)文件或询价通知书
- 5、乙方投标(响应)文件
- 6、甲乙双方商定的其他文件

## 十六、双方约定的其他条款

\_\_\_\_\_。

十七、本合同未尽事宜, 由双方另行签订补充协议, 补充协议是本合同的组成部分。

十八、本合同由甲乙双方盖章生效。

甲方名称: (章)

乙方名称: (章)

甲方法定代表人或负责人: (签字)

乙方法定代表人或负责人: (签字)

年 月 日

年 月 日

## 政府采购合同

(服务类合同参考文本)

合同编号：

甲方：\*\*\* (填写采购单位名称)

地址：\*\*\* (填写详细地址)

乙方：\*\*\* (填写中标、成交投标人名称)

地址：\*\*\* (填写详细地址)

甲乙双方根据《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》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规、规范性文件以及\_\_\_\_\_项目(填写项目名称)\_\_\_\_\_ (填写政府采购项目编号)的中标(成交)结果、招标(磋商、谈判)文件、投标(响应)文件等文件的相关内容,经平等自愿协商一致,就如下合同条款达成一致意见。

### 一、乙方向甲方提供的服务内容

(一)根据招标(磋商、谈判)文件及中标(成交)结果公告,乙方向甲方提供的服务、货物(如有)内容如下:\_\_\_\_\_。

(二)服务项目名称、服务具体内容、服务方式、服务要求、服务成果及与之相关的货物等详细内容,见合同附件一服务清单。

### 二、乙方服务成果的交付时间、地点

(一)服务期限:\_\_\_\_\_

(二)服务成果的交付时间和交付要求(如有):\_\_\_\_\_

(三)服务地点:\_\_\_\_\_ (填写详细地址)

(四)乙方代表及联系电话:\_\_\_\_\_ (填写姓名和联系电话)

(五)甲方代表及联系电话:\_\_\_\_\_ (填写姓名和联系电话)

注:服务成果分阶段交付的,应分别列明各阶段的交付时间、交付内容。

### 三、乙方提供服务成果的质量

(一)乙方提供的服务应同时满足:1.符合国家法律法规和规范性文件对服务质量的要求;2.符合甲方招标(磋商、谈判)文件对服务的质量要求;3.符合乙方在投标(响应)文件中或磋商、谈判过程中对服务质量作出的书面承诺、声明或保证。上述质量要求作为甲方对乙方服务质量的验收依据。

(二)乙方应根据国家法律法规和规范性文件的规定、招标(磋商、谈判)文件的相关要求、投标(响应)文件及乙方承诺、声明或保证,向甲方提供相应的服务质量证明文件。

### 四、乙方服务成果的交付方式及载体

乙方交付服务成果方式及载体应符合国家法律法规和规范性文件的要求,并符合甲方招标(磋商、谈判)文件的要求、乙方在投标(响应)文件中对服务成果交付方式及载体作出的承诺。

### 五、甲方对乙方服务的监督

甲方对乙方提供的服务有权进行监督,当乙方服务质量、服务内容不符合约定时,甲方有权要求乙方及时进行整改,对乙方拒不改正或整改不到位的,甲方有权随时解除合同,并根据具体情况扣除部分或全部服务费用。

### 六、合同金额

在乙方提供完全符合合同要求的服务的前提下,本合同总金额为\_\_\_\_\_元(小写)\_\_\_\_\_ (大写)。

### 七、付款时间及条件

(一)付款时间及付款金额:\_\_\_\_\_

(二)付款条件:\_\_\_\_\_

(三)乙方账户信息

乙方名称:\_\_\_\_\_

开户银行:\_\_\_\_\_

银行账号:\_\_\_\_\_

### 八、知识产权

乙方应保证其提供的服务及服务成果的全部及部分,均不存在侵犯第三方知识产权的情形,其服务成果的所有权由甲方享有。否则,乙方应向甲方承担违约责任及赔偿由此给甲方造成的名誉及经济损失。

### 九、违约条款

(一)甲方没有正当理由逾期支付合同款项的,每延期一日,甲方应按照逾期支付金额\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_承担违约责任。延期达到\_\_\_\_\_日,乙方有权解除合同,并要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

(二)甲方存在其他违反本合同的行为,应承担相应的违约责任(注:可以根据情况进行细化);违约金不足以赔偿乙方损失的,乙方有权要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

(三)乙方逾期提供服务成果的,每延期一日,乙方应按照合同总金额的\_\_\_\_\_承担违约责任。延期达到\_\_\_\_\_日,甲方有权解除合同,拒付延期部分的相应服务款项,并要求乙方赔偿甲方的经济损失。

(四)乙方交付的服务不符合质量要求,或其服务成果存在侵权行为的,甲方有权解除合同,并要求乙方支付合同总金额\_\_\_\_\_ %的违约金,违约金不足以赔偿甲方损失的,甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

(五)乙方在参与本项目采购活动过程中,如存在提供虚假承诺、证明、串通投标等违法违规行为,除承担相应的行政责任外,甲方有权解除合同,并要求乙方承担合同总金额\_\_\_\_\_ %的违约金,违约金不足以赔偿甲方损失的,甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

(六)乙方存在其他违反本合同的行为,应承担相应的违约责任(注:可以根据情况进行细化);违约金不足以赔偿甲方损失的,甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

### 十、不可抗力

因不可抗力致使一方不能及时或完全履行合同的,应及时通知另一方,双方互不承担责任,并在\_\_\_\_\_天内提供有关不可抗力的相关证明。合同未履行部分是否继续履行、如何履行等问题,由双方协商解决。

### 十一、争议的解决方式

合同发生纠纷时,双方应协商解决,协商不成,可以采用下列方式解决:

(一)提交\_\_\_\_\_仲裁委员会仲裁。

(二)向\_\_\_\_\_人民法院起诉。

**十二、合同保存**

合同文本一式\_\_\_\_份，采购单位、中标（成交）投标人、采购代理机构、\_\_\_\_\_各执一份。合同文本保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

**十三、合同附件**

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的部分，与本合同具有同等法律效力：

- 1、服务清单（双方应盖章确认）
- 2、乙方出具的报价单（函）
- 3、中标（成交）结果公告及中标（成交）通知书
- 4、甲方招标（磋商、谈判）文件
- 5、乙方投标（响应）文件
- 6、甲乙双方商定的其他文件

**十四、双方约定的其他事宜**

\_\_\_\_\_。

十五、合同未尽事宜，双方另行签订补充协议，补充协议是合同的组成部分。

十六、本合同由甲乙双方盖章生效。

甲方名称：（章）

乙方名称：（章）

甲方法定代表人或负责人：（签字）

乙方法定代表人或负责人：（签字）

年 月 日

年 月 日

## 二.验收

严格按照采购合同开展履约验收。采购人或者采购代理机构应当成立验收小组,按照采购合同的约定对投标人履约情况进行验收。验收时,应当按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认。验收结束后,应当出具验收书(参考格式附后),列明各项标准的验收情况及项目总体评价,由验收双方共同签署。验收结果应当与采购合同约定的资金支付及履约保证金返还条件挂钩。履约验收的各项资料应当存档备查。

政府采购货物履约验收书

(参考格式)

|                           |   |
|---------------------------|---|
| 项目名称                      |   |
| 项目编号                      |   |
| 采购人                       |   |
| 使用人                       |   |
| 投标人                       |   |
| 验收依据                      | 1.政府采购合同（合同名称及编号）<br>2.中标（成交）公告或中标（成交）通知书<br>3.招标（磋商、谈判）文件或询价通知书<br>4.投标（响应）文件<br>5.投标人的承诺、声明或保证（如有）<br>注：验收依据可根据项目具体情况适当增加 |
| 投标人对履约情况的总结及提供的相关证明材料     | 注：投标人根据采购合同的约定，对履约情况（包括但不限于采购合同中约定的货物数量、货物规格型号、生产厂家、交货时间、交货地点、验收情况、货物质量、售后服务等）进行总结，并提供相应的履约证明材料作为附件。                        |
| 采购人（使用人）对履约情况的确认          | 注：采购人或使用人根据采购合同约定，对投标人履约情况进行逐一确认。   |
| 验收人员名单及组成                 | 1. 采购人代表：<br>2. 采购代理机构代表：<br>3. 第三方专业机构代表及专家：<br>4. 其他投标人代表：  |
| 验收评价及结论                   | 评价：<br>结论： <input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 不通过，具体说明：   |
| 验收人员签字                    | 年 月 日   |
| 采购人确认意见（注：采购人委托代理机构验收时适用） | <input type="checkbox"/> 同意验收结论。<br><input type="checkbox"/> 不同意验收结论。具体说明：<br><div style="text-align: right;">年 月 日</div>   |
| 备注                        |   |

采购人代表签字：  
年 月 日

投标人代表签字：  
年 月 日

政府采购服务履约验收书

(参考格式)

|                           |  |
|---------------------------|--|
| 项目名称                      |  |
| 项目编号                      |  |
| 采购人                       |  |
| 使用人                       |  |
| 投标人                       |  |
| 验收依据                      | 1. 政府采购合同（合同名称及编号）<br>2. 中标（成交）公告或中标（成交）通知书<br>3. 招标（磋商、谈判）文件或询价通知书<br>4. 投标（响应）文件<br>5. 投标人的承诺、声明或保证（如有）<br>注：验收依据可根据项目具体情况适当增加 |
| 投标人对履约情况的总结及提供的相关证明材料     | 注：投标人根据采购合同的约定，对履约情况（包括但不限于采购合同中约定的货物数量、货物规格型号、生产厂家、交货时间、交货地点、验收情况、货物质量、售后服务等）进行总结，并提供相应的履约证明材料作为附件。                             |
| 采购人（使用人）对履约情况的确认          | 注：采购人或使用人根据采购合同约定，对投标人履约情况进行逐一确认。  |
| 验收人员名单及组成                 | 1. 采购人代表：<br>2. 采购代理机构代表：<br>3. 第三方专业机构代表及专家：<br>4. 其他投标人代表：   |
| 验收评价及结论                   | 评价：<br>结论： <input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 不通过，具体说明：  |
| 验收人员签字                    | 年 月 日  |
| 采购人确认意见（注：采购人委托代理机构验收时适用） | <input type="checkbox"/> 同意验收结论。<br><input type="checkbox"/> 不同意验收结论。具体说明：<br><div style="text-align: right;">年 月 日</div>        |
| 备注                        |  |

采购人代表签字：  
年 月 日

投标人代表签字：  
年 月 日

## 第七章 投标文件格式与要求

投标人按照以下格式编制响应文件。

投标文件封面格式：

(项目名称)

投标文件

项目编号：

包号：第 包 (项目划分采购包时使用)

(投标人名称) (盖章)

年 月 日

投标文件目录格式：

目 录

- 一、投标承诺书
- 二、开标一览表（报价表）
- 三、分项报价表
- 四、授权委托书
- 五、缴纳投标保证金证明材料
- 六、投标人基本情况表
- 七、具有独立承担民事责任的能力的证明材料
- 八、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料
- 九、依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的相关材料
- 十、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料
- 十一、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明
- 十二、联合体协议书
- 十三、中小企业声明函
- 十四、监狱企业证明文件
- 十五、残疾人福利性单位声明函
- 十六、主要商务要求承诺书
- 十七、技术偏离表
- 十八、项目组成人员一览表
- 十九、项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等
- 二十、投标人业绩情况表
- 二十一、其他证明材料

投标文件正文格式：

一、投标承诺书

致：\_\_\_\_\_（采购单位名称和采购代理机构名称）

你方组织的\_\_\_\_\_（项目名称）的招标，项目编号：\_\_\_\_\_，我方自愿参与投标，并就有关事项郑重承诺如下：

- 一、我方完全理解并接受该项目招标文件的所有要求。
- 二、我方严格遵守《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》及相关法律、法规的规定，如有违反，承担相应的法律责任。
- 三、我方的最终报价为开标一览表（报价表）中的投标总报价，在投标有效期和合同有效期内，该报价固定不变。
- 四、我方同意招标文件关于投标有效期的规定。
- 五、我方同意提供贵方要求的与投标有关的任何数据和资料。
- 六、我方将按照招标文件、投标文件等要求，签订并严格执行政府采购合同。
- 七、我方投标报价已包含应向知识产权所有人支付的所有相关税费，并保证采购人在中国使用我方提供的货物时，如有第三方提出侵犯其知识产权主张的，责任由我方承担。
- 八、我方承诺未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。
- 九、我方提供的投标文件内容全部真实有效，如有虚假或隐瞒，我方愿意承担一切法律责任。
- 十、若我方中标，愿意按有关规定及招标文件要求缴纳招标代理服务费。若采购人支付代理服务费，则此条不适用。

详细地址：

邮政编码：

电话：

电子邮箱：

投标人开户银行：

账号/行号：

投标人名称（盖章）：

法定代表人或授权委托人（签字）：

年 月 日

## 二、开标一览表（报价表）

投标投标人应在“投标客户端”【报价部分】进行填写，“投标客户端”将自动根据投标人填写信息在线生成开标一览表，若在投标文件中出现非系统生成的开标一览表，且与“投标客户端”生成的开标一览表信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

（下列表样仅供参考，请选择下表之一填写）

### 开标一览表（报价表）

（总价、单价报价）

项目编号：

项目名称：

投标人名称：

| 序号  | 采购项目名称/包名称 | 投标总报价（元） | 交货或服务期 | 交货或服务地点 |
|-----|------------|----------|--------|---------|
| 1   |            |          |        |         |
| 2   |            |          |        |         |
| ... |            |          |        |         |

投标人（盖章）：

日期：

### 开标一览表（报价表）

（上浮/下浮率报价）

项目编号：

项目名称：

投标人名称：

| 序号  | 采购项目名称/包名称 | 上浮/下浮率（%） | 交货或服务期 | 交货或服务地点 |
|-----|------------|-----------|--------|---------|
| 1   |            |           |        |         |
| 2   |            |           |        |         |
| ... |            |           |        |         |

投标人（盖章）：

日期：

三、分项报价表

投标人应在“投标客户端”【报价部分】进行填写，“投标客户端”将自动根据投标人填写信息在线生成分项报价表，若在投标文件中出现非系统生成的分项报价表，且与“投标客户端”生成的分项报价表信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

(下列表样仅供参考)

(一) 货物 (请选择下表之一填写)

分项报价表

(总价、单价报价)

项目编号:

项目名称:

包号:

投标人名称:

货币及单位: 人民币/元

| 品目号 | 序号  | 货物名称 | 规格型号 | 品牌 | 产地 | 制造商名称 | 单价 | 数量 | 总价 |
|-----|-----|------|------|----|----|-------|----|----|----|
| 1-1 | 1   |      |      |    |    |       |    |    |    |
| 1-2 | 2   |      |      |    |    |       |    |    |    |
| ... | ... |      |      |    |    |       |    |    |    |

投标人(盖章):

日期:

分项报价表

(上浮/下浮率报价)

项目编号:

项目名称:

包号:

投标人名称:

货币及单位: 人民币/元

| 品目号 | 序号  | 货物名称 | 规格型号 | 品牌 | 产地 | 制造商名称 | 单价 | 数量 | 上浮/下浮率(%) | 总价 |
|-----|-----|------|------|----|----|-------|----|----|-----------|----|
| 1-1 | 1   |      |      |    |    |       |    |    |           |    |
| 1-2 | 2   |      |      |    |    |       |    |    |           |    |
| ... | ... |      |      |    |    |       |    |    |           |    |

投标人(盖章):

日期:

(二) 服务 (请选择下表之一填写)

分项报价表

(总价、单价报价)

项目编号:

项目名称:

包号:

投标人名称:

货币及单位: 人民币/元

| 品目号 | 序号  | 服务名称 | 服务范围 | 服务要求 | 服务期限 | 服务标准 | 单价 | 数量 | 总价 |
|-----|-----|------|------|------|------|------|----|----|----|
| 1-1 | 1   |      |      |      |      |      |    |    |    |
| 1-2 | 2   |      |      |      |      |      |    |    |    |
| ... | ... |      |      |      |      |      |    |    |    |

投标人(盖章):

日期:

分项报价表

(上浮/下浮率报价)

项目编号:

项目名称:

包号:

投标人名称:

货币及单位: 人民币/元

| 品目号 | 序号  | 服务名称 | 服务范围 | 服务要求 | 服务期限 | 服务标准 | 单价 | 数量 | 上浮/下浮率(%) | 总价 |
|-----|-----|------|------|------|------|------|----|----|-----------|----|
| 1-1 | 1   |      |      |      |      |      |    |    |           |    |
| 1-2 | 2   |      |      |      |      |      |    |    |           |    |
| ... | ... |      |      |      |      |      |    |    |           |    |

投标人(盖章):

日期:

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

#### 四、授权委托书

本人\_\_\_\_\_ (姓名)系\_\_\_\_\_ (投标人名称)的法定代表人, 现委托\_\_\_\_\_ (姓名)为我方代理人, 参加\_\_\_\_\_ (项目名称)的招  
标, 项目编号: \_\_\_\_\_。代理人根据授权, 以我方名义签署、澄清确认、递交、撤回、修改招标项目投标文件、签订合同和处理有关事宜, 其法律后果由我方承担。委托期  
限: \_\_\_\_\_。

代理人无转委托权。

投 标 人 (盖章): \_\_\_\_\_

法定代表人 (签字): \_\_\_\_\_

授权委托人 (签字): \_\_\_\_\_

|                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 法定代表人身份证扫描件<br>正面 | 法定代表人身份证扫描件<br>反面 |
| 授权委托人身份证扫描件<br>正面 | 授权委托人身份证扫描件<br>反面 |

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

## 五、缴纳投标保证金证明材料

投标人应提供缴纳保证金的证明材料原件扫描件。

六、投标人基本情况表

|        |  |      |  |
|--------|--|------|--|
| 投标人名称  |  | 注册资金 |  |
| 注册地    |  | 注册时间 |  |
| 法定代表人  |  | 联系电话 |  |
| 技术负责人  |  | 联系电话 |  |
| 开户银行   |  |      |  |
| 开户银行账号 |  |      |  |
| 主营范围:  |  |      |  |
| 企业资质:  |  |      |  |

**七、具有独立承担民事责任的能力的证明材料**

投标人为法人或者其他组织的，提供营业执照等证明文件；投标人为自然人的，提供身份证明。

八、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料

投标人提供具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料。

九、依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的相关材料

投标人提供依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。

十、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

投标人提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。

十一、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的书面声明

本公司（单位）自愿参加本次政府采购活动，\_\_\_\_\_（项目名称），项目编号：\_\_\_\_\_，严格遵守《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》及相关法律、法规和规章制度，在参加此次政府采购活动前3年内，本公司在经营活动中无重大违法记录。

特此声明

投标人名称（盖章）：

法定代表人或授权委托人（签字）：

年 月 日

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

## 十二、联合体协议书

\_\_\_\_\_ (所有成员单位名称) 自愿组成一个联合体, 以一个投标人的身份共同参加\_\_\_\_\_ (项目名称) 的投标, 项目编号: \_\_\_\_\_。联合体各方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。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1. \_\_\_\_\_ (某成员单位名称) 为联合体牵头人。
  2. 联合体各成员单位授权牵头人代表联合体参加投标活动, 提交和接收相关的资料, 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事宜。
  3. 联合体牵头人在本项目中签署的文件和处理的事宜, 联合体各成员单位均予以承认。联合体各成员单位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: \_\_\_\_\_。
  5. 如要求缴纳保证金, 以牵头人名义缴纳, 对联合体各方均具有约束力。
  6. 本协议书自签署之日起生效, 合同履行完毕后自动失效。
  7. 本协议书一式\_\_\_\_\_份, 联合体各成员单位和采购人各执一份。
- 协议书由法定代表人签字的, 应附法定代表人身份证明; 由授权代表签字的, 应附授权委托书。

所有成员单位法定代表人或其授权代表 (签字并盖章):

年 月 日

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

### 十三、中小企业声明函

#### 中小企业声明函(货物)

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,提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。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)行业;制造商为(企业名称),从业人员\_\_\_\_\_人,营业收入为\_\_\_\_\_万元,资产总额为\_\_\_\_\_万元<sup>1</sup>,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)行业;制造商为(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(盖章):

日期:

<sup>1</sup>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

#### 中小企业声明函(工程、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,工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业(或者: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);承建(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<sup>1</sup>,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);承建(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(盖章):

日期:

<sup>1</sup>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

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

#### 十四、监狱企业证明文件

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。

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

### 十五、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（盖章）：

日期：

#### 十六、主要商务要求承诺书

我公司承诺可以完全满足\_\_\_\_\_ (项目名称)，项目编号：\_\_\_\_\_ 招标文件的所有主要商务条款要求，包括标的提供的时间、标的提供的地点、投标有效期、付款方式、验收要求、履约保证金等。若有不符合或未按承诺履行的，承担相应法律后果。

如有优于招标文件主要商务要求的请在此承诺书中说明。

具体优于内容（如标的提供的时间、地点，质保期等）。

特此承诺

投标人名称（盖章）：

年 月 日

## 十七、技术偏离表

| 序号 | 标的名称 | 招标技术要求 |        | 投标响应内容 | 偏离程度 | 备注 |
|----|------|--------|--------|--------|------|----|
| 1  |      | ★      | 1.1... |        |      |    |
|    |      |        | 1.2... |        |      |    |
|    |      |        | ...    |        |      |    |
| 2  |      | ★      | 2.1... |        |      |    |
|    |      |        | 2.2... |        |      |    |
|    |      |        | ...    |        |      |    |

说明：

- 1.“招标技术要求”栏应详细列明招标文件中的技术要求。
- 2.“投标响应内容”栏填写投标人对招标文件提出的技术要求作出的明确响应，并列明具体响应数值或内容，只注明符合、满足等无具体内容表述的，将视为未实质性满足招标文件要求。
- 3.“偏离程度”栏填写满足、响应或正偏离、负偏离。
- 4.“备注”栏可填写偏离情况的具体说明。
5. 本表填写内容与分项报价明细表不一致的，以分项报价明细表内容为准。

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

十八、项目组成人员一览表

| 序号    | 姓名 | 本项目拟任职务 | 学历 | 职称或执业资格 | 身份证号 | 联系电话 |
|-------|----|---------|----|---------|------|------|
| 1     |    |         |    |         |      |      |
| 2     |    |         |    |         |      |      |
| 3     |    |         |    |         |      |      |
| ..... |    |         |    |         |      |      |

按招标文件要求在本表后附相关人员证书。

说明:

- 1.“本项目拟任职务”栏应包括：项目负责人、项目联系人、项目服务人员或技术人员等。
- 2.如投标人中标，须按本表项目组成人员操作，不得随意更换。

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

十九、项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等

(内容和格式自拟)

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

二十、投标人业绩情况表

| 序号  | 使用单位 | 业绩名称 | 合同总价 | 签订时间 |
|-----|------|------|------|------|
| 1   |      |      |      |      |
| 2   |      |      |      |      |
| 3   |      |      |      |      |
| 4   |      |      |      |      |
| ... |      |      |      |      |

投标人根据上述业绩情况后附销售或服务合同复印件。

(以下格式文件由投标人根据需要选用)

## 二十一、其他证明材料

- 1.招标文件要求提供的其他资料。
- 2.投标人认为需提供其他资料。