

**项目名称：2026年区域公用品牌运营项目**

# **招 标 文 件**

**采购人：上海市青浦区农业农村委员会**

**采购代理机构：上海禾上图项目管理有限公司**  
2026年01月09日  
**2026年1月**

2026年01月09日

## 目 录

第一章： 投标邀请

第二章： 投标人须知

第三章： 政府采购主要政策

第四章： 项目需求

第五章： 评标方法与程序

第六章： 投标文件有关格式

第七章： 合同文本

## 第一章 投标邀请

根据《中华人民共和国政府采购法》及有关法律法规和规章规定，上海禾上图项目管理有限公司受采购人委托，对下述项目进行国内公开招标采购，特邀请合格的投标人前来投标。

### 一、合格的投标人必须具备以下条件：

1. 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 根据《上海市政府采购供应商登记及诚信管理办法》已登记入库的供应商。
3. 本项目的特定资格要求：
  - 3.1 未被列入“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单和中国政府采购网([www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn))政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商；
  - 3.2 本项目为专门面向小微企业采购项目；
  - 3.3 本项目不允许联合体投标、不允许转包、分包。

### 二、项目概况：

- 1、项目名称：2026年区域公用品牌运营项目
- 2、项目编号：**310118000260106163592-18302888**
- 3、采购方式：公开招标
- 4、采购预算金额：**2540000.00元**人民币，超过预算金额的投标不予接受。
- 5、项目主要内容、数量及要求：详见第四章项目需求。
- 6、交付地址：采购人指定地点。
- 7、服务期限：详见“第四章项目需求”。
- 8、采购项目需要落实的政府采购政策情况：贯彻落实现行国家政府采购政策规定。

### 三、招标文件的获取

时间：凡愿参加投标的合格供应商请于**2026-01-09**至**2026-01-16**，每天上午**00:00:00~12:00:00**，下午**12:00:00~23:59:59**（北京时间，法定节假日除外），登录“上海政府采购网”获取招标文件。

地点： 上海市政府采购网

方式： 网上报名

售价（元）：0

### 四、投标截止时间及开标时间：

1、投标截止时间：**2026-01-30 09:00:00**，迟到或不符合规定的投标文件恕不接受。

2、开标时间：**2026-01-30 09:00:00**。

## 五、投标地点和开标地点

1、投标地点：本次投标采用网上投标方式，投标人应根据有关规定和方法，在上海政府采购网（<http://www.zfcg.sh.gov.cn>）电子招投标系统提交。

2、开标地点：本次开标采用电子采购平台网上开标方式，投标人应根据有关规定和方法，在电子采购平台的电子招投标系统参加开标会议。届时请投标人代表持投标时所使用的数字证书（CA证书）参加开标。

3、开标所需其他材料：除网上投标以外，投标单位还需提供投标签收回执（加盖单位公章）和与上传的电子投标文件内容一致的纸质投标文件，装订成册一式五份（一正四副），标明项目编号、投标项目名称，密封后于投标截止时间前递交至上海禾上图项目管理有限公司（上海市青浦区竹盈路200号3栋609），纸质投标文件接受邮寄。纸质投标文件仅作备查使用，如有不同以电子投标文件为准。

## 六、发布公告的媒介：

以上信息若有变更我们会通过“上海政府采购网”、“/”通知，请供应商关注。

## 七、其他事项

1、本项目采用电子化采购方式，采购人、采购代理机构向供应商免费提供电子采购文件，供应商如需纸质采购文件可自行打印，也可向采购人，采购代理机构购买。

2、建议投标人至少在投标截止时间前一天上传投标文件。

3、根据上海市财政局《关于上海市政府采购信息管理平台招投标系统正式运行的通知》（沪财采[2014]27号）的规定，本项目招投标相关活动在上海市政府采购信息管理平台（简称：电子采购平台）（网址：[www.zfcg.sh.gov.cn](http://www.zfcg.sh.gov.cn)）电子招投标系统进行。投标人应根据《上海市电子政府采购管理暂行办法》等有关规定和要求执行。投标人在电子采购平台的有关操作方法可以参照电子采购平台中的“在线服务”等专栏的有关内容和操作要求办理。

## 八、联系方式

采购人：上海市青浦区农业农村委员会

地址：上海市青浦区青松路209号

联系人：陆老师

电话：021-59732914

**采购代理机构：**上海禾上图项目管理有限公司

地址：上海市青浦区竹盈路 200 号 3 栋 609

联系人：陆雯雯

电话：18321108846

## 第二章 投标须知

### 投标须知前附表

序号	名 称	内 容
1	项目名称	2026 年区域公用品牌运营项目
2	项目编号	<b>310118000260106163592-18302888</b>
3	项目主要内容	详见“第四章项目需求”
4	服务期限	详见“第四章项目需求”
5	服务地址	采购人指定地点
6	付款方式	详见“第四章项目需求”
7	招标方式	公开招标
8	采购类型	服务类
9	项目预算	本项目采购预算为 <b>2540000.00 元</b> 人民币，超过预算金额的投标不予接受
10	采购人	名称：上海市青浦区农业农村委员会 地址：上海市青浦区青松路 209 号 联系人：陆老师 电话：021-59732914
11	采购代理机构	名称：上海禾上图项目管理有限公司 地址：上海市青浦区竹盈路 200 号 3 栋 609 联系人：陆雯雯 电话：18321108846
12	合格的投标人	1. 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定； 2. 根据《上海市政府采购供应商登记及诚信管理办法》已登记入库的供应商。 3. 本项目的特定资格要求： 3. 1 未被列入“信用中国”网站( <a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a> )失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单和中国政府采购网( <a href="http://www.ccgp.gov.cn">www.ccgp.gov.cn</a> )政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商； 3. 2 本项目为专门面向小微企业采购项目； 3. 3 本项目不允许联合体投标、不允许转包、分包。
13	投标有效期	自开标之日起不少于 90 天
14	投标保证金	不收取
15	履约保证金	不收取
16	质量保证金	不收取

17	踏勘现场	不组织
18	招标答疑会	不召开
19	投标截止时间	<b>2026-01-30 09:00:00</b>
20	开标时间和地点	1、开标时间: <b>2026-01-30 09:00:00</b> 2、开标地点: 上海市青浦区竹盈路 200 号 3 栋 609
21	评标委员会的组建与评标方法	详见第五章《评标方法与程序》。
22	中标人推荐办法	详见第五章《评标方法与程序》。
23	装订要求	按照投标人须知规定的投标文件组成内容,纸质投标文件应按以下要求装订:采用粘贴方式装订,装订应牢固、不易拆散和换页,不得采用活页装订。
24	采购标的对应的中小企业划分标准所属行业	租赁和商务服务业

---

---

## 投标人须知

### 一、总则

#### 1. 概述

1. 1 根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国招标投标法》等有关法律、法规和规章的规定，本采购项目已具备招标条件。

1. 2 本招标文件仅适用于《投标邀请》和《投标人须知》前附表中所述采购项目的招标采购。

1. 3 招标文件的解释权属于《投标邀请》和《投标人须知》前附表中所述的招标人。

1. 4 参与招标投标活动的所有各方，对在参与招标投标过程中获悉的国家、商业和技术秘密以及其它依法应当保密的内容，均负有保密义务，违者应对由此造成的后果承担全部法律责任。

1. 5 根据上海市财政局《关于上海市政府采购信息管理平台招投标系统正式运行的通知》(沪财采[2014]27号)规定，本项目招投标相关活动在上海市政府采购信息管理平台(简称：电子采购平台。网址：[home.zfcg.sh.gov.cn](http://home.zfcg.sh.gov.cn))招投标系统进行。

#### 2. 定义

2. 1 “采购项目”系指招标人在招标文件里描述的所需采购的货物和相关服务。

2. 2 “货物和服务”系指招标文件规定的投标人为完成采购项目所需承担的全部义务。

2. 3 “招标人”系指《投标人须知》前附表中所述的组织本次招标的采购机构和采购人。

2. 4 “投标人”系指从招标人处按规定获取招标文件，并按照招标文件向招标人提交投标文件的供应商。

2. 5 “中标人”系指中标的投标人。

2. 6 “甲方”系指采购人。

2. 7 “乙方”系指中标的投标人。

2. 8 招标文件中凡标有“★”的条款均系实质性要求条款。

2. 9 “电子采购平台”系指上海市政府采购信息管理平台（上海政府采购网），网址：[home.zfcg.sh.gov.cn](http://home.zfcg.sh.gov.cn)。该平台由上海市财政局建设和维护。

#### 3. 合格的投标人

3. 1 符合《投标邀请》和《投标人须知》前附表中规定的合格投标人所必须具备的资质条件和特定条件。

3. 2 投标人投标所使用的资格、信誉、荣誉、业绩及企业认证必须为本人（或本法人、本组织）所拥有。

3. 3 被省级及以上政府采购监督管理部门处分，禁止参加政府采购活动且尚在禁止期内的供应商不得参加本采购项目的投标。

---

### **3.4 联合体投标**

3.4.1 两个以上的自然人、法人或者其他组织以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方均应具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，按招标文件规定向采购人提交“联合投标协议书”，应载明联合体主办方、各方承担的工作和义务，由主办方代表联合体参加政府采购活动；联合体各方应共同与采购人签订采购合同，就合同约定的事项对采购人承担连带责任。

3.4.2 联合体中有同类资质的供应商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供应商确定资质等级。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与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

3.4.3 招标人根据采购项目的特殊要求规定投标人特定条件的，联合体各方中至少应当有一方符合采购规定的特定条件。

### **4. 合格的货物和服务**

4.1 投标人对所提供的货物和服务应享有合法的所有权，没有侵犯任何第三方的知识产权、技术秘密等权益，而且不存在任何抵押、留置、查封等产权瑕疵。

4.2 投标人提供的货物和服务应当符合招标文件的要求，其质量应当完全符合国家法律法规和相关政策规定，符合国家标准、行业标准或者地方标准；均有标准的以高（严格）者为准，没有国家标准、行业标准和企业标准的，按照通用标准或者符合采购目的的特定标准确定。

4.3 投标人提供的货物应当是全新的、未使用过的，应当说明投标货物的来源地，如投标货物非投标人生产或制造的，则应当按照招标文件的要求提供其从合法途径获得该货物的相关证明。

### **5. 投标费用**

不论投标的结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用，招标人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

### **6. 信息发布**

本采购项目需要公开的有关信息，包括招标公告、招标文件澄清或修改公告、中标公告以及延长投标截止时间等与招标活动有关的通知，招标人均将通过“上海政府采购网”(<http://home.zfcg.sh.gov.cn>)公开发布。投标人在参与本采购项目招投标活动期间，请及时关注以上媒体的相关信息，投标人因没有及时关注而未能如期获取相关信息，由此所产生的一切后果和责任由投标人自行承担，招标人在任何情况下均不对此承担任何责任。

### **7. 询问与质疑**

7.1 投标人对招标活动事项有疑问的，可以向招标人提出询问。询问可以采取电话、电子邮件、当面或书面等形式。对投标人的询问，招标人将依法及时作出答复，但答复的内容不涉及商业秘密或者依法应当保密的内容。

---

7. 2 投标人认为招标文件、招标过程或中标结果使自己的合法权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向招标人提出质疑。其中，对招标文件的质疑，应当在其下载招标文件之日（以电子采购平台显示的报名时间为准）起七个工作日内提出；对招标过程的质疑，应当在各招标程序环节结束之日起七个工作日内提出；对中标结果的质疑，应当在中标公告期限届满之日起七个工作日内提出。投标人应当在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，超过次数的质疑将不予受理。以联合体形式参加政府采购活动的，其质疑应当由组成联合体的所有供应商共同提出。

7. 3 投标人可以委托代理人进行质疑。委托代理人提出质疑的，应当提交投标人签署的授权委托书和代理人合法、有效的工作和身份证明。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。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。

7. 4 投标人提出质疑应当按照《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第 94 号）的有关规定提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

- (1) 供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话
- (2) 质疑项目的名称、编号
- (3) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求
- (4) 事实依据
- (5) 必要的法律依据
- (6) 提出质疑的日期

质疑函应当按照财政部制定的范本填写，范本格式可通过中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn>）右侧的“下载专区”下载。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。

7. 5 投标人提起询问和质疑，应当按照《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第 94 号）的规定办理。质疑函或者授权委托书的内容不符合《投标人须知》第 7.3 条和第 7.4 条规定的，招标人将当场一次性告知投标人需要补正的事项，投标人超过法定质疑期未按要求补正并重新提交的，视为放弃质疑。

7. 6 投标人应当采取当面递交的形式向上海禾上图项目管理有限公司（地址：上海市青浦区竹盈路 200 号 3 栋 609；联系电话：18321108846）提交质疑书，不接受邮寄、传真等其它方式送达。

7. 7 招标人将在收到投标人的书面质疑后七个工作日内作出答复，并以书面形式通知提出质疑的投标人及其他有关投标人，但答复的内容不涉及商业秘密或者依法应当保密的内容。

---

7.8 如果对投标人询问或者质疑的答复将导致招标文件变更或者影响招标活动继续进行的，招标人将通知提出询问或者质疑的投标人，并在原招标公告发布媒体上发布变更公告。

## 8. 公平竞争和诚实信用

8.1 投标人在本招标项目的竞争中应自觉遵循公平竞争和诚实信用原则，不得存在腐败、欺诈或其他严重违背公平竞争和诚实信用原则、扰乱政府采购正常秩序的行为。“腐败行为”是指提供、给予任何有价值的东西来影响采购人员在采购过程或合同实施过程中的行为；“欺诈行为”是指为了影响采购过程或合同实施过程而提供虚假材料，谎报、隐瞒事实的行为，包括投标人之间串通投标等。

8.2 如果有证据表明投标人在本招标项目的竞争中存在腐败、欺诈或其他严重违背公平竞争和诚实信用原则、扰乱政府采购正常秩序的行为，招标人将拒绝其投标，并将报告政府采购监管部门查处；中标后发现的，中标人须参照《中华人民共和国消费者权益保护法》第55条之条文描述方式双倍赔偿采购人，且民事赔偿并不免除违法投标人的行政与刑事责任。

8.3 招标人将在开标后、评标结束前，通过“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))、中国政府采购网([www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn))查询相关投标人信用记录，并对供应商信用记录进行甄别，对列入“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、中国政府采购网([www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn))政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，将拒绝其参与政府采购活动；两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购活动的，将对所有联合体成员进行信用记录查询，联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。

## 9. 其他

本《投标人须知》的条款如与《投标邀请》、《招标需求》和《评标方法与程序》就同一内容的表述不一致的，以《投标邀请》、《招标需求》和《评标方法与程序》中规定的内容为准。

## 二、招标文件

### 10. 招标文件构成

10.1 招标文件由以下部分组成：

(1) 投标邀请（招标公告）

(2) 投标人须知

(3) 政府采购主要政策

(4) 招标需求

(5) 评标方法与程序

(6) 投标文件有关格式

---

---

#### (7) 合同文本

(8) 本项目招标文件的澄清、答复、修改、补充内容（如有的话）

10. 2 本招标文件阐明了投标人所需提供的货物和服务的范围和招标投标程序，是本次招标活动具有法律效力的文件。投标人应仔细阅读招标文件及补充文件的所有内容，并按照招标文件的要求提交投标文件。如果投标人没有按照招标文件要求提交全部资料，或者投标文件没有对招标文件在各方面作出实质性响应，则投标有可能被认定为无效标，其风险由投标人自行承担。

10. 3、投标人应认真了解本次招标的具体工作要求、工作范围以及职责，了解一切可能影响投标报价的资料。一经中标，不得以不完全了解项目要求、项目情况等为借口而提出额外补偿等要求，否则，由此引起的一切后果由中标人负责。

10. 4、投标人应按照招标文件规定的日程安排，准时参加项目招投标有关活动。

#### 11. 招标文件的澄清和修改

11. 1 任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应在投标截止期 15 天以前，按《投标邀请》中的地址以书面形式（必须加盖投标人单位公章）通知招标人。

11. 2 在投标截止时间 15 日前，招标人可以根据项目的需要对招标文件进行必要的澄清或者修改，通过“上海政府采购网”以澄清公告形式发布，并且通过电子邮件发送给已下载招标文件的所有供应商。如果澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，且澄清公告发布时间距投标截止时间不足 15 天的，则应相应延长投标截止时间。延长后的具体投标截止时间以最后发布的澄清公告中的规定为准。

11. 3 招标文件的澄清或修改内容为招标文件的组成部分，当招标文件与澄清或修改公告就同一内容的表述不一致时，以最后发出的文件内容为准。澄清公告与招标文件具有同等的法律效力。

11. 4 招标文件的澄清、答复、修改或者补充都由代理采购机构以澄清公告形式发布和通知，除此以外的其他任何澄清、修改的方式以及澄清、修改的内容均属无效，不得作为投标的依据，否则，由此导致的风险由投标人自行承担，招标人不承担任何责任。

11. 5 招标人召开开标前答疑会的，投标人应根据招标文件或者招标人通知的要求参加答疑会。投标人如不参加，其风险由投标人自行承担，招标人不承担任何责任。

#### 12. 踏勘现场

12. 1 招标人组织踏勘现场的，投标人应按《投标人须知》前附表规定的时间、地点前往参加踏勘现场活动。投标人如不参加，其风险由投标人自行承担，招标人不承担任何责任。招标人不组织踏勘现场的，投标人可以自行决定是否踏勘现场，投标人需要踏勘现场的，招标人应为投标人踏勘现场提供一定方便，投标人进行现场踏勘时应当服从招标人的安排。

12. 2 投标人踏勘现场发生的费用由其自理。

12. 3 招标人在现场介绍情况时，应当公平、公正、客观，不带任何倾向性或误导性。

---

12.4 招标人在踏勘现场中口头介绍的情况，除招标人事后形成书面记录、并以澄清或修改公告的形式发布、构成招标文件的组成部分以外，其他内容仅供投标人在编制投标文件时参考，招标人不对投标人据此作出的判断和决策负责。

### 三、投标文件

#### 13. 投标的语言及计量单位

13.1 投标人提交的投标文件以及投标人与招标人就有关投标事宜的所有来往书面文件均应使用中文。除签名、盖章、专用名称等特殊情形外，以中文以外的文字表述的投标文件视同未提供。

13.2 投标计量单位，招标文件已有明确规定的，使用招标文件规定的计量单位；招标文件没有规定的，一律采用中华人民共和国法定计量单位（货币单位：人民币元）。

#### 14. 投标有效期

14.1 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算，在《投标人须知》前附表规定的投标有效期内有效。投标有效期比招标文件规定短的属于非实质性响应，将被认定为无效投标。

14.2 在特殊情况下，在原投标有效期期满之前，招标人可书面征求投标人同意延长投标有效期。投标人可拒绝接受延期要求而不会导致投标保证金被没收。同意延长投标有效期的投标人需要相应延长投标保证金的有效期，但不能修改投标文件。

14.3 中标人的投标文件作为项目合同的附件，其有效期至中标人全部合同义务履行完毕为止。

#### 15. 投标文件构成

15.1 投标文件由商务响应文件、技术响应文件和相关证明文件三部分构成。

15.2 商务响应文件、技术响应文件和相关证明文件所应包含的内容，以第四章《招标需求》规定为准。

15.3 电子采购平台对投标文件包含的内容和格式有相关规定的，应按照电子采购平台的规定办理并以其规定为准。

#### 16. 商务响应文件

16.1 商务响应文件包括但不限于以下部分：

- (1) 《投标函》；
- (2) 《开标一览表》（详见第六章）；
- (3) 《报价明细表》（详见第六章）；
- (4) 《资格条件响应表》、《实质性要求响应表》（详见第六章）；
- (5) 《与评标有关的投标文件主要内容索引表》（详见第六章）；
- (6) 法人代表授权委托书（详见第六章）；
- (7) 投标人基本情况简介（详见第六章）；
- (8) 中小企业声明函（中小企业提供）（详见第六章）；

- 
- (9)《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定需要提交的材料;
  - (10)相关证明文件(投标人应按照招标文件所规定的内容提交相关证明文件,以证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同);
  - (11)招标文件规定需要提供的其它材料。

## **17. 投标函**

- 17. 1 投标人应按照招标文件中提供的格式完整地填写《投标函》。
- 17. 2 投标人不按照招标文件提供的格式填写《投标函》或者填写不完整的,投标人需承担其投标在评标时因此被扣分甚至被认定为无效标的風險。
- 17. 3 投标文件中未提供《投标函》的,为无效投标。

## **18. 开标一览表**

- 18. 1 投标人应按照招标文件和电子采购平台招投标系统提供的投标文件格式完整地填写《开标一览表》,说明其拟提供货物和相关服务的名称、规格型号、来源地、数量、价格、交付时间、质量保证期等。

18. 2 《开标一览表》是为了便于招标人开标,《开标一览表》在开标时公布。投标人未按照招标文件和电子采购平台所提供的投标文件格式完整地填写《开标一览表》或者未提供《开标一览表》导致其开标不成功的,其责任和风险由投标人自行承担。

## **19. 投标报价**

19. 1 投标人应当按照国家和上海市有关行业管理服务收费的相关规定,结合自身服务水平和承受能力进行报价。投标报价应是履行合同的最终价格,除《招标需求》中另有说明外,投标报价应是投标人为提供本项目所要求的全部服务所发生的一切成本、税费和利润,包括人工(含工资、社会统筹保险金、加班工资、相关福利、关于人员聘用的费用等)、管理、税费及利润等。

19. 2 报价依据:(1)本招标文件所要求的服务内容、服务期限、工作范围和要求。(2)本招标文件明确的服务标准及考核方式。(3)其他投标人认为应当考虑的因素。

19. 3 投标人提供的货物和服务应当符合国家和上海市有关法律法规和标准规范,满足合同约定的服务内容和质量等要求。投标人不得违反标准规范规定或者合同约定,通过降低货物和服务质量、减少货物和服务内容等手段进行恶性竞争,扰乱市场秩序。

19. 4 除《招标需求》中说明并允许外,投标的每一种货物或服务的单项报价以及采购项目的每个包件均只允许有一个报价,任何有选择的报价,招标人对于其投标均将予以拒绝。投标报价应是固定不变的,不得以任何理由予以变更。任何可变的或者附有条件的投标报价,招标人均将予以拒绝。

19. 5 投标人应按照《招标需求》的要求和招标文件中关于报价的规定进行报价。投标人应按照招标文件提供的格式完整地填写报价明细表,说明其拟提供的货物和服务的内容、数量、价格、时间、价格构成等。

---

19.6 投标应以人民币报价。

## 20. 《资格条件响应表》、《实质性要求响应表》

20.1 投标人应当按照招标文件所提供的格式逐项填写并提交《资格条件响应表》和《实质性要求响应表》，以证明其投标符合招标文件规定的合格投标人资格条件及实质性要求。

20.2 投标人未按照招标文件的要求对《资格条件响应表》和《实质性要求响应表》中规定的项目内容作出响应的为无效投标。

20.3 投标文件未提供《资格条件响应表》和《实质性要求响应表》的为无效投标。

## 21. 与评标有关的投标文件主要内容索引表

21.1 投标人应按照招标文件提供的格式完整地填写《与评标有关的投标文件主要内容索引表》。

21.2 《与评标有关的投标文件主要内容索引表》是为了便于评标。《与评标有关的投标文件主要内容索引表》与投标文件其他部分就同一内容的表述应当一致，不一致时将按照《投标人须知》第 32 条“投标文件错误的修正”的规定处理。

## 22. 投标文件编制的响应性

### 22.1 技术响应文件

①投标人应按照《招标需求》的要求编制并提交技术响应文件，对招标人的技术需求应全面完整地做出响应并编制项目组织方案，以证明其投标的货物和服务符合招标文件规定。

②技术响应文件可以是文字资料、表格、图纸和数据等各项资料，其内容包括但不限于人力、物力等资源的投入以及服务内容、方式、手段、措施、质量保证及建议等。

### 22.2 相关证明文件

投标人应按照《招标需求》所规定的相关内容提交相关证明文件，以证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同。

## 23. 投标文件的编制和签署

23.1 投标人应在上海政府采购网下载电子招标文件，使用上海政府采购网提供的客户端投标工具编制投标文件，并使用其数字证书进行电子签名。

23.2 投标人应按照招标文件和电子采购平台规定的内容、格式和顺序编制投标文件。

凡招标文件提供有相应格式的，投标文件均应完整地按照招标文件提供的格式打印、填写并按要求在网上投标系统上传。投标文件内容不完整、格式不符合导致投标文件被误读、漏读或者查找不到相关内容的，由投标人自行负责，投标人需承担其投标在评标时因此被扣分甚至被认定为无效标的风险。

23.3 投标人应按照招标文件和电子采购平台的格式要求填写相关内容。投标文件中凡是招标文件要求签署、盖章之处，均应由投标人的法定代表人或法定代表人正式授权的代表

---

---

签署和加盖公章。投标人应写明全称。如果是由法定代表人授权代表签署投标文件，则必须按照招标文件提供的格式出具《法定代表人授权委托书》（如果投标人自拟授权书格式，则其授权书内容应当实质性符合招标文件提供的《法定代表人授权委托书》格式之内容）并将其附在投标文件中。投标文件若有修改错漏之处，须加盖投标人公章或由法定代表人或法定代表人授权的代表签字（或盖章）。投标文件因字迹潦草或表述不清所引起的后果由投标人自负。

23.4 其中对《投标函》、《开标一览表》、《法定代表人授权委托书》、《资格条件响应表》以及《实质性要求响应表》，投标人未按照上述要求加盖公章的，其投标无效。若《法定代表人授权委托书》中没有法定代表人签字或者盖章的，投标人投标无效。

23.5 建设节约型社会是我国落实科学发展观的一项重大决策，也是政府采购应尽的义务和职责，需要政府采购各方当事人在采购活动中共同践行。目前，少数投标人制作的投标文件存在编写繁琐、内容重复的问题，既增加了制作成本，浪费了宝贵的资源，也增加了评审成本，影响了评审效率。为进一步落实建设节约型社会的要求，提请投标人在制作投标文件时注意下列事项：

(1)评标委员会主要是依据投标文件中技术、质量以及售后服务等指标来进行评定。因此，投标文件应根据招标文件的要求进行制作，内容简洁明了，编排合理有序，与招标文件内容无关或不符合招标文件要求的资料不要编入投标文件。

(2) 投标文件应规范，应按照规定格式要求规范填写，扫描文件应清晰简洁、上传文件应规范。

#### 四、投标文件的递交

##### 24. 投标文件的递交

24.1 投标人应按照招标文件规定，在电子采购平台中按要求填写和上传所有投标内容。投标的有关事项应根据电子采购平台规定的要求办理。由于投标人原因造成其投标文件未能加密而导致投标文件在开标前泄密的，由投标人自行承担责任。

24.2 投标文件中含有公章，防伪标志和彩色底纹类文件（如《投标函》、营业执照、身份证件、认证证书等）应清晰显示。如因上传、扫描、格式等原因导致评审时受到影响的，由投标人承担相应责任。招标人可以要求投标人提供文件原件进行核对，投标人须按时提供，否则投标人须接受可能对其不利的评标结果，招标人将对该投标人进行调查，如发现有弄虚作假或者欺诈行为的，按有关规定处理。

---

---

24.3 投标文件中投标人营业执照（或事业单位、社会团体法人证书）、税务登记证等证明材料应清晰显示，如果因文件扫描不清晰等原因导致《资格条件响应表》和《实质性要求响应表》所列项目内容不能进行审查的为无效投标。

24.4 投标人应充分考虑到网上投标可能发生的技术故障、操作失误和相应风险。对因网上投标的任何技术故障、操作失误造成投标人的投标内容缺漏、不一致或者投标失败的，招标人不承担任何责任。

24.5 投标人应在投标截止时间前尽早加密上传投标文件，电话通知招标人进行签收，并及时查看招标人在电子采购平台上的签收情况，打印签收回执，以免因临近投标截止时间上传造成招标人无法在开标前完成签收的情形。未签收的投标文件视为投标未完成。

## 25. 投标截止时间

25.1 投标人必须在《投标邀请（招标公告）》规定的网上投标截止时间前将投标文件在电子采购平台上传并正式投标。

25.2 在招标人按《投标人须知》的规定酌情延长投标截止期的情况下，招标人和投标人受投标截止期制约的所有权利和义务均应延长至新的截止时间。

25.3 在投标截止时间后递交的任何投标文件，招标人均将拒绝接收。

25.4 投标截止与开标时间均以电子采购平台显示的时间为准。

## 26. 投标文件的修改和撤回

(1) 在投标截止时间之前，投标人可以对在电子采购平台电子招投标系统已提交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或者采购代理机构。有关事项应根据电子采购平台规定的要求办理。

(2) 投标截止后，投标人不得修改或者撤回其投标。

## 五、开标

### 27. 开标

27.1 招标人将按《投标邀请》或《延期公告》（如果有的话）中规定的时间在电子采购平台上组织公开开标。

27.2 开标程序在电子采购平台进行，所有上传投标文件的投标人应登录电子采购平台参加开标。开标主要流程为签到、解密、公布开标结果，每一步骤均应按照电子采购平台的有关规定操作。

27.3 投标截止，电子采购平台显示开标后，投标人应进行签到操作，在签到完成后由招标人解除电子采购平台对投标文件的加密。投标人应在规定时间内使用数字证书对其投标文件解密。投标人签到和解密的操作时长分别为 60 分钟，投标人应在规定时间内完成签到和解密操作，逾期未完成的，视为放弃投标（但因系统原因导致投标人无法在上述要求时间

---

内完成签到或者解密的除外)。如电子采购平台开标程序有变化的,以最新的操作程序为准。

27.4 投标文件解密后,电子采购平台根据投标文件中《开标一览表》的内容自动汇总生成《开标记录表》。投标人应及时使用数字证书对《开标记录表》的内容进行签名确认,投标人因自身原因未作出确认的,视为其确认《开标记录表》内容。投标人未参加开标的,视同其认可开标结果。

27.5 开标结束后,招标人根据《资格条件响应表》内容对投标文件进行资格性审查,审查每份投标文件是否满足投标人资格要求。若合格投标人不足3家的,不得评标。

## 六、评标

### 28. 评标委员会

28.1 招标人将依法组建评标委员会,评标委员会由采购人代表和上海市政府采购评审专家组成,其中专家的人数不少于评标委员会成员总数的三分之二。

28.2 评标委员会负责对投标文件进行评审和比较,并向招标人推荐中标候选人。

### 29. 投标文件的资格审查及符合性审查

29.1 在详细评标之前,评标委员会要对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查,以确定其是否满足招标文件的实质性要求。实质性响应是指投标文件与招标文件要求的条款、投标人资格、条件和规格相符,没有招标文件所规定的无效投标情形。评标委员会只根据投标文件本身的内容来判定投标文件的响应性,而不寻求外部的证据。

29.2 没有实质性响应招标文件要求的投标文件不参加进一步的评审,投标人不得通过修正或撤销不符合要求的偏离或保留从而使其投标成为实质上响应的投标。

29.3 开标后,招标人将拒绝投标人主动提交的任何澄清与补正。

29.4 招标人可以接受投标文件中不构成实质性偏差的小的不正规、不一致或不规范的内容。但是《评标方法与程序》中有规定的,在评标时则根据规定对其进行扣分。

### 30. 投标文件错误的修正

30.1 投标文件中若出现以下前后不一致和矛盾之处,按照下列规定进行修正:

(1) 电子采购平台自动汇总生成的《开标记录表》内容与投标文件中的《开标一览表》内容不一致的,以《开标记录表》内容为准;

(2) 投标文件中“开标一览表”内容与“报价明细表”及投标文件其它内容不一致的,以“开标一览表”内容为准;

(3) 大写金额和小写金额不一致的,以大写金额为准;

(4) 单价金额小数点或者百分比有明显错位的,以开标一览表总价为准,并修改单价;

(5) 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;

(6) 对投标文件中不同文字文本的解释发生异议的,以中文文本为准。

---

---

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

30.2 投标文件中如果有其他错误或矛盾，将按不利于出错投标人的原则进行处理，即对于错误或者矛盾的内容，评标时按照对出错投标人不利的情形进行评分；如出错的投标人中标，签订合同时按照对出错投标人不利、对采购人有利的条件签约。

30.3 上述修正或处理结果对投标人具有约束作用。

### 31. 投标文件的澄清

31.1 为了对投标文件审查、评价和比较，评标委员会可分别要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显的文字和计算错误的内容等问题进行澄清。投标人应按照招标人通知的时间和地点派授权代表向评标委员会作出说明或者答复。

31.2 投标人的澄清、说明或者补正应采用书面形式（加盖公章），由法定代表人或者其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件范围或者改变投标文件的实质性内容。投标人的澄清文件是其投标文件的组成部分。

### 32. 投标文件的评价与比较

32.1 评标委员会只对被确定为实质上响应招标文件要求的投标文件进行评价和比较。

32.2 评标委员会根据《评标方法与程序》中规定的方法进行评标，并向招标人提交书面评标报告和推荐中标候选人。

32.3 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；若评审得分相同的，由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，招标文件未作规定的，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。

### 33. 评标的有关要求

33.1 评标委员会应当公平、公正、客观，不带任何倾向性，评标委员会成员及参与评标的有关工作人员不得私下与投标人接触。

33.2 评标过程严格保密。凡是属于审查、澄清、评价和比较有关的资料以及授标建议等，所有知情人均不得向投标人或其他无关的人员透露。

33.3 任何单位和个人都不得干扰、影响评标活动的正常进行。投标人在评标过程中所进行的试图影响评标结果的一切不符合法律或招标规定的活动，都可能导致其投标被拒绝。

33.4 招标人和评标委员会均无义务向投标人做出有关评标的任何解释。

## 七、定标

### 34. 确认中标人

除了《投标人须知》第 39 条规定的招标失败情况之外，采购人将根据评标委员会推荐的中标候选人及排序情况，依法确认本采购项目的中标人。

---

### **35. 中标公告及中标、未中标通知**

35.1 采购人确认中标人后，招标人将在两个工作日内通过“上海政府采购网”发布中标公告，公告期限为一个工作日。

35.2 中标公告发布后，招标人将及时向中标人发出《中标通知书》通知中标。向其他未中标人发出《中标结果通知书》，《中标通知书》对招标人和投标人均具有法律约束力。

### **36. 投标文件的处理**

所有在开标会上被接受的投标文件都将作为档案保存，不论中标与否，招标人均不退回投标文件。

### **37. 招标失败和终止招标活动**

1、招标失败。在投标截止后，参加投标的投标人不足三家的；或者在评标时发现符合专业条件的投标人或者对招标文件做出实质响应的投标人不足三家的，由评标委员会确定为招标失败的，招标人将通过“上海政府采购网”发布招标失败公告。

2、终止招标。

(1) 因重大变故导致采购任务取消的，招标人有权在发布招标公告、资格预审公告或者发出投标邀请书后终止招标活动。

(2) 终止招标的，招标人将会在原公告发布媒体上发布终止公告，以书面形式通知已获取招标文件的所有潜在投标人。已经收取投标保证金的，招标人将在终止采购活动后 5 个工作日内，退还所收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

## **八、授予合同**

### **38. 合同授予**

除了中标人无法履行合同义务之外，招标人将把合同授予根据《投标人须知》第 36 条规定所确定的中标人。

### **39. 签订合同及付款**

39.1 本项目中标人与采购人应在《中标通知书》发出之日起 30 日内签订政府采购合同。

39.2 按照合同有关条款支付价款。

### **40. 其他**

40.1 采购云平台有关操作方法可以参考采购云平台（网址：[www.zfcg.sh.gov.cn](http://www.zfcg.sh.gov.cn)）中的“操作须知”专栏。

---

## 九、招标代理服务费

中标单位应向代理机构按如下标准和规定支付中介服务费：

- 1、以《中标（成交）通知书》中确定的中标金额作为收费的计算基数。
- 2、本项目由招标代理公司负责招标，招标代理服务费由招标代理公司向中标单位收取，  
招标代理服务费按下表中规定的服务类招标的收费标准。

**附：招标代理服务收费标准**

序号	中标金额	货物	服务	工程
1	10万元以下		2000元	
2	10-20万元		3000元	
3	20万元以上100万以下	1.5%	1.5%	1.0%
4	100-500万	1.1%	0.8%	0.7%
5	500-1000万	0.8%	0.45%	0.55%
6	1000-5000万	0.5%	0.25%	0.35%

3、招标代理服务费按差额定率累进法计算。

4、招标代理服务费以人民币支付，向代理机构以转账或现金形式直接交纳。

**5、中标单位应在收到《中标通知书》后的一周之内，向代理机构支付招标代理服务费。**

本须知解释权归采购人及上海禾上图项目管理有限公司所有，当供应商对本招标文件理解产生歧义时，采购人与上海禾上图项目管理有限公司将依据“公开、公平、公正”的原则进行相应解释。

---

---

### 第三章 政府采购主要政策

根据政府采购法，政府采购应当有助于实现国家的经济和社会发展政策目标，包括保护环境，扶持不发达地区和少数民族地区，促进中小企业发展等。

列入财政部、发展改革委发布的《节能产品政府采购品目清单》中强制采购类别的产品，按照规定实行强制采购；列入财政部、发展改革委、生态环境部发布的《节能产品政府采购品目清单》和《环境标志产品政府采购品目清单》中优先采购类别的产品，按规定实行优先采购。

中小企业按照《政府采购促进中小企业发展管理办法》享受中小企业扶持政策，对预留份额项目专门面向中小企业采购，对非预留份额采购项目按照规定享受价格扣除优惠政策。中小企业应提供《中小企业声明函》。享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

在政府采购活动中，监狱企业和残疾人福利性单位视同小微企业，监狱企业应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，残疾人福利性单位应当提供《残疾人福利性单位声明函》。

如果有国家或者上海市规定政府采购应当强制采购或优先采购的其他产品和服务，按照其规定实行强制采购或优先采购。

---

---

## 第四章 项目需求

### 一、品牌宣传

#### (一) 目标任务

制作宣传视频 120 期，每期时长 30 秒钟，并在绿色青浦、青浦三农、青浦文旅等平台播放；在公众号平台发布 80 次农产品推文；制作并发放 6000 份宣传册；设计并生产 10000 个包装礼盒，确保礼盒设计符合品牌形象，凸显品牌价值；开展农产品进社区，要求 1 周 2 次；农产品进商圈 4 次，分别到万达茂、宝龙广场及蟠龙天地等热门场所；5 次现场直播带货活动及节庆活动及消费节点的展示展销活动 10 次。

#### (二) 具体要求

**1. 视频。**制作 120 期每期时长为 30 秒钟的宣传视频。要求围绕青浦薄稻米、练塘茭白、白鹤草莓、青浦金柿、绿叶菜、枇杷、大闸蟹及特色的观赏鱼及青浦花卉等青浦优质农产品，结合农业休闲园区组织视频制作。并于抖音、绿色青浦、青浦三农、青浦文旅等渠道推广宣传。

**2. 公众号。**公众号发布 80 次，要求专人维护，每篇推文是原创稿件并做到每周更新。

**3. 宣传册。**制作“淀湖源味”的宣传册 6000 份，宣传册主要内容介绍“淀湖源味”区域公用品牌旗下青浦的合作社及其特色的绿色优质农产品及合作社相关小程序、微信公众号的二维码，方便市民了解更多农产品信息。

**4. 包装礼盒。**设计并生产 10000 个包装礼盒，确保礼盒设计符合品牌形象，凸显品牌价值（礼盒根据采购人要求，按照项目实际需求制作，最终效果须经过采购人认可）。

**5. 直播活动。**开展 5 次直播带货活动。直播形式要求多样，有 1 名主播及 1 名专家介绍农产品特点、销售渠道等信息，直播期间设置线上互动游戏和抽奖环节，以提高观众的参与度和购买意愿。

**6. 农产品进社区。**要求 1 周 2 次，选择青浦优质的小区将新鲜的“淀湖源味”品牌农产品送进社区，现场设置专门的展示区域，将各类农产品整齐陈列，摆放清晰的价格标签和产品介绍，方便居民了解。安排专业的销售人员，热情地为居民讲解农产品的特点、营养价值和烹饪方法等知识，解答居民的疑问。

**7. 农产品进商圈。**开展 4 次，在人流密集的商场举办一次农产品展示展销会，要求采用推介官现场推介并结合视频直播促消费的形式开展。

---

---

**8. 节庆活动及消费节点的展示展销。**参与 10 次节庆及消费节点的展示展销活动，例如“枇杷节”“草莓节”“五五购物节”“茭白节”“龙舟节”等，旨在让市民有更多机会体验淀湖源味，并推广该品牌的优质农产品。

## 二、线下体验店和仓库

### (一) 目标任务

做好浦仓路 485-8 号的线下体验店的运维工作，租赁 1 个 500 平方米农产品冷链存储仓库。

### (二) 具体要求

**1. 线下体验店门店运维工作。**线下体验店作为品牌宣传的重要窗口，要不断提升运维水平，提供优质的服务和良好的体验。做到环境整洁舒适，商品摆放有序，员工服务热情周到等。

**2. 农产品储存仓库。**落实专人负责仓储保管，确保农产品的质量和安全，要求建立健全农产品储存、运输、销售全过程的质量安全管理体系，做好相应的出入库台账登记工作，严格执行国家标准和行业规范，定期对仓库进行清理、消毒，保证仓库内环境达标，仓库使用率达 100% 以上，库容使用量不少于 50%。

## 三、线上营销

### (一) 目标任务：

维持好淘宝店铺的日常运营、做好“淀湖源味”手机 APP 软件及微信小程序的日常维护工作。

### (二) 具体要求

1. 做好三处线上销售平台的售前及售后工作，提升网络平台的客户满意度。
2. 结合时令蔬果、特色农产品的上市，及时更新商品信息。
3. 维持好“淀湖源味”手机 APP 软件、微信小程序的日常运营。主要包括：系统维护，确保系统稳定运行，避免出现故障；数据备份，定期进行人工下载备份用户数据，防止数据丢失；应用系统服务器管理，监控服务器性能，确保服务器稳定运行；数据库服务器维护，优化数据库性能，保证数据查询和存储的高效性；第三方短信提醒服务，确保用户能够及时收到物流信息及各类信息；支付通道管理，保障支付过程的安全和顺畅；HTTPS 证书费用及微信审核费用的处理，确保平台的安全性和合规性。

## 四、服务期限及付款方式

1. 服务期限：自合同签订之日起一年。

2. 付款方式：合同签订后支付合同金额的 30%，2026 年 11 月底前支付合同金额的 38%，

项目完成验收合格后支付合同金额的 32%。

区域公用品牌运营考核评分表

项目	服务质量标准	分值	监督考评标准	扣分原因	得分
<b>(一) 品牌宣传</b>					
视频宣传	制作 120 期每期时长为 30 秒钟的宣传视频	10 分	每少 1 期扣 2 分, 扣完为止。		
公众号发布	公众号发布 80 次农产品推文	5 分	每少 1 次扣 1 分, 扣完为止。		
宣传册	制作“淀湖源味”的宣传册 6000 份	5 分	每少 1 份扣 1 分, 扣完为止。		
产品包装	设计并生产 10000 个包装礼盒	5 分	每少 1 个扣 1 分, 扣完为止。		
直播活动	开展 5 次直播带货活动	10 分	每少 1 次扣 3 分, 扣完为止。		
农产品进社区	要求 1 周 2 次农产品送进社区活动	5 分	每少 1 次扣 2 分, 扣完为止。		
农产品进商圈活动	开展 4 次农产品展示展销会	10 分	每少 1 次扣 2 分, 扣完为止。		
节庆活动及消费节点的展示展销	参与 10 次节庆及消费节点的展示展销活动	5 分	每少 1 次扣 1 分, 扣完为止。		
<b>(二) 线下体验店和仓库</b>					
线下体验店	做好线下体验门店的运维工作	10 分	门店遭受投诉 1 个扣 1 分; 门店检查时出现脏乱差情况扣 2 分/次, 扣完为止。		
农产品储存仓库	租赁 500 平方米的冷链存储仓库	5 分	仓库管理不规范扣除 1 分/次, 扣完为止。		
<b>(三) 线上营销</b>					
线上销售	维持好淘宝店铺的日常运营	5 分	店铺未及时更新扣除 2 分/次, 扣完为止。		
手机 APP 软件日常维护工作	对手机 APP 进行日常维护工作	15 分	软件维护不及时 2 分/次。		

			软件未能满足使用需要 扣除 2 分/次, 扣完为止。		
微信小程序日常维护工作	微信小程序进行日常维护工作	10 分	软件维护不及时 2 分/次。 软件未能满足使用需要 扣除 2 分/次, 扣完为止。		

注：1、90 分及以上为合格，考核不合格的，中标供应商应在规定限期内实施整改，直到考核通过为止。

2、如合同履约期限内采购人对本项目考核方式及结果应用等办法作出修订的，投标单位应接受相关修订。

---

---

## 第五章 评标方法与程序

### 一、资格审查

招标人将依据法律法规和招标文件的《投标人须知》、《资格条件响应表》，对投标人进行资格审查。确定符合资格的投标人不少于3家的，将组织评标委员会进行评标。

### 二、投标无效情形

1、投标文件不符合《资格条件响应表》以及《实质性要求响应表》所列任何情形之一的，将被认定为无效投标。

2、单位负责人或法定代表人为同一人，或者存在控股、管理关系的不同供应商，参加同一包件或者未划分包件的同一项目投标的，相关投标均无效。

3、除上述以及政府采购法律法规、规章、《投标人须知》所规定的投标无效情形外，投标文件有其他不符合招标文件要求的均作为评标时的考虑因素，而不导致投标无效。

### 二、评标方法与程序

#### （一）评标方法

根据《中华人民共和国政府采购法》及政府采购相关规定，结合项目特点，本项目采用“综合评分法”评标，总分为100分。

#### （二）评标委员会

1、本项目具体评标事务由评标委员会负责，评标委员会由采购人代表和上海市政府采购评审专家组成。招标人将按照相关规定从上海市政府采购评审专家库中随机抽取评审专家。

2、评标委员会成员应坚持客观、公正、审慎的原则，依据投标文件对招标文件响应情况、投标文件编制情况等，按照《投标评分细则》逐项进行综合、科学、客观评分。

#### （三）评标程序

本项目评标工作程序如下：

1、符合性审查。评标委员会应当对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其满足招标文件的实质性要求。

2、澄清有关问题。对投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者纠正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，由其授权的代表签字，并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。

3、比较与评分。评标委员会按招标文件规定的《投标评分细则》，对符合性审查合格的

---

---

投标文件进行评分。

4、推荐中标候选供应商名单。各评委按照评标办法对每个投标人进行独立评分，再计算平均分值，评标委员会按照每个投标人最终平均得分的高低依次排名，推荐得分最高者为第一中标候选人，依此类推。如果供应商最终得分相同，则按报价由低到高确定排名顺序，如果报价仍相同，则由评标委员会按照少数服从多数原则投票表决。

#### （四）评分细则

本项目具体评分细则如下：

1、投标价格分按照以下方式进行计算：

（1）价格评分：报价分=价格分值×（评标基准价/评审价）

（2）评标基准价：是经符合性审查合格（技术、商务基本符合要求，无重大缺、漏项）满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价。

（3）评审价：投标报价无缺漏项的，投标报价即评审价；投标报价有缺漏项的，按照其他投标人相同项的最高报价计算其缺漏项价格，经过计算的缺漏项价格不超过其投标报价10%的，其投标报价也即评审价，缺漏项的费用视为已包括在其投标报价中，经过计算的缺漏项价格超过其投标报价10%的，其投标无效。

（4）如果本项目非专门面向中小企业采购，对小型和微型企业投标人的投标价格给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。如果本项目非专门面向中小企业采购且接受联合体投标（或参加谈判、报价），联合协议中约定小型或微型企业的协议合同金额占到联合体协议合同总金额30%以上的，给予联合体4%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。联合体各方均为小型或微型企业的，联合体视同为小型、微型企业。组成联合体的大中型企业或者其他自然人、法人或其他组织，与小型、微型企业之间不得存在投资关系。监狱企业和福利企业视同小型、微型企业，监狱企业应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，福利企业应当提供由县级以上人民政府民政部门出具的福利企业证书。中小企业投标应提供《中小企业声明函》，如联合体投标，联合体各方需分别填写《中小企业声明函》。

（5）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；投标人不能证明报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

2、投标文件其他评分因素及分值设置等详见《投标评分细则》。

---

---

## 投标评分细则（100 分）

### 综合评分法

2026 年区域公用品牌运营项目包 1 评分规则：

评分项目	分值区间	评分办法
报价得分	0~10	投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×价格权值×100
企业管理机构及管理制度	0~6	根据投标单位提供的企业管理机构及管理制度进行评分 (包含①企业管理机构设置；②企业管理职责；③各类规章制度) (0-6 分)。 括号内 3 项内容，每项 2 分；任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 2 分；任意一项评审内容有瑕疵的该项得 1 分； 任意一项评审内容有缺项(如未提及、核心内容缺失)的则该项得 0 分。
类似业绩	0~4	类似业绩指：投标单位近三年以来承接的有效的类似业绩。是否属于有效类似业绩由评审委员会根据投标人类似项目的项目内容等与本项目的类似程度进行认定。有一个有效业绩得 1 分，最高得分为 4 分。(有效证明材料以合同签订日期为准，无法判定合同签订日期的不予接受；须提供显示合同名称及服务内容的合同页和双方签字盖章页的扫描件。)
整体服务方案	0~36	根据投标单位提供的整体服务方案进行评分 (包含①宣传视频；②公众号维护；③宣传册制作；④直播活动；⑤农产品进社区；⑥农产品展销会；⑦节庆活动展销；⑧线下体验店运维；⑨线上营销) (0-36 分)。 括号内 9 项内容，每项 4 分；

		<p>任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 4 分；      任意一项评审内容有瑕疵的该项得 1-3 分；      任意一项评审内容有缺项（如未提及、核心内容缺失）的则该项得 0 分。</p>
具体实施方案	0~20	<p>根据投标单位提供的具体实施方案进行评分（包含①工作规划；②工作目标；③日常管理；④考核要求）(0-20分)。      括号内 4 项内容，每项 5 分；      任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 5 分；      任意一项评审内容有瑕疵的该项得 1-4 分；      任意一项评审内容有缺项（如未提及、核心内容缺失）的则该项得 0 分。</p>
项目负责人	0~4	<p>根据投标单位提供的项目负责人情况进行评分（包含①类似项目工作经验；②专业能力）(0-4 分)。      括号内 2 项内容，每项 2 分；      任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 2 分；      任意一项评审内容有瑕疵的该项得 1 分；      任意一项评审内容有缺项（如未提及、核心内容缺失）的该项得 0 分。      (提供相关人员证明复印件为准)</p>
人员配置情况	0~10	<p>根据管理人员、专业人员的投入与项目需要的匹配情况进行评分（包含①各专业人员配置情况；②文化水平；③管理能力；④技术能力；⑤相关工作经验)(0-10 分)。      括号内 5 项内容，每项 2 分；      任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 2 分；      任意一项评审内容有瑕疵的</p>

		<p>该项得 1 分； 任意一项评审内容有缺项 (如未提及、核心内容缺失) 的该项得 0 分。 (提供相关人员证明复印件为 准)</p>
应急预案和紧急措施	0~6	<p>根据投标单位提供的应急预案和紧急措施进行评分（包含①应急响应方式；②响应时间；③针对典型安全事件或风险是否有设计完善的应急预案）(0-6 分)。 括号内 3 项内容，每项 2 分； 任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 2 分； 任意一项评审内容有瑕疵的 该项得 1 分； 任意一项评审内容有缺项 (如未提及、核心内容缺失) 的该项得 0 分。</p>
服务保障措施	0~4	<p>根据投标单位提供的服务保障措施进行评分（包含①服务质量目标及保障措施；②服务承诺）(0-4 分)。 括号内 2 项内容，每项 2 分； 任意一项评审内容完整、详细、有针对性的该项得 2 分； 任意一项评审内容有瑕疵的 该项得 1 分； 任意一项评审内容有缺项 (如未提及、核心内容缺失) 的则该项得 0 分。</p>

---

---

## 第六章 投标文件有关格式

### 一、商务响应文件有关格式

#### 附件 1：投标函

致：\_\_\_\_\_（招标人名称）

根据贵方\_\_\_\_\_（项目名称、招标编号）采购的招标公告及投标邀请，  
\_\_\_\_\_（姓名和职务）被正式授权代表投标人\_\_\_\_\_（投标人名称、地址），按照网上投标系统规定向贵方提交投标文件。

据此函，投标人兹宣布同意如下：

1. 按招标文件规定，我方的投标总价为\_\_\_\_\_（大写）元人民币。
2. 我方已详细研究了全部招标文件，包括招标文件的澄清和修改文件（如果有的话）、参考资料及有关附件，我们已完全理解并接受招标文件的各项规定和要求，对招标文件的合理性、合法性不再有异议。
3. 投标有效期为自开标之日起 \_\_\_\_ 日。
4. 如我方中标，投标文件将作为本项目合同的组成部分，直至合同履行完毕止均保持有效，我方将按招标文件及政府采购法律、法规的规定，承担完成合同的全部责任和义务。
5. 如果我方有招标文件规定的不予退还投标保证金的任何行为，我方的投标保证金可被贵方没收。
6. 我方同意向贵方提供贵方可能进一步要求的与本投标有关的一切证据或资料。
7. 我方完全理解贵方不一定要接受最低报价的投标或其他任何投标。
8. 我方已充分考虑到投标期间网上投标可能会发生的技术故障、操作失误和相应的风险，并对因网上投标的任何技术故障、操作失误造成投标内容缺漏、不一致或投标失败的，承担全部责任。
9. 我方同意网上投标内容均以网上投标系统开标时的开标记录表内容为准。我方授权代表将对开标记录进行校核及勘误，授权代表不进行校核及勘误的，由我方承担全部责任。
10. 为便于贵方公正、择优地确定中标人，我方就本次投标有关事项郑重声明如下：
  - (1) 我方向贵方提交的所有投标文件、资料都是准确的和真实的。
  - (2) 我方不是采购人的附属机构。
  - (3) 我方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。
  - (4) 以上事项如有虚假或隐瞒，用户单位愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减

---

---

轻或免除法律责任的辩解。

地址: \_\_\_\_\_

电话、传真: \_\_\_\_\_

邮政编码: \_\_\_\_\_

开户银行: \_\_\_\_\_

银行账号: \_\_\_\_\_

投标人授权代表签名或盖章: \_\_\_\_\_

投标人(公章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

---

---

**附件 2：开标一览表格式**

项目编号：

**2026 年区域公用品牌运营项目包 1**

包号	项目名称	最终报价(总价、元)

说明：

- (1) “金额（元）”指每一包件投标报价，所有价格均系用人民币表示，单位为元，**精确到个位数**。
- (2) 投标人应按照《项目需求和招标要求》和《投标人须知》的要求报价。
- (3) 其他影响报价因素也请各投标人在报价中统一考虑。
- (4) 电子采购平台自动汇总生成的《开标记录表》内容与投标文件中的《开标一览表》内容不一致的，以《开标记录表》内容为准；  
《开标记录表》内容与《投标报价分类明细表》及投标文件其它部分内容不一致的，以《开标记录表》内容为准。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

投标人（公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

---

---

**附件 3：投标报价明细表（格式）**

项目名称：

招标编号：

单位：元/人民币

序号	项目内容	项目描述	数量	单价	金额（元）
1					
2					
3					
4					
5					
合计					
大写					

注：（1）所有价格均系用人民币表示，单位为元，保留到整数位。

（2）分项目明细报价合计应与开标一览表报价相等。

（3）如有需要，可自行修改本表。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

投标人（公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

---

---

附件 4：资格条件响应表

项目名称：

序号	项目内容	具备的条件说明	响应内容 说明	详细内容所对 应电子投标文 件（页数）
1	法定基本条 件	1、符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件：营业执照（或事业单位、社会团体法人证书）、税务登记证（若为多证合一的仅需提供营业执照）符合要求，提供具有健全的财务会计制度及依法缴纳税收、社会保障资金的书面声明。		
		2、提供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。		
		3、未被列入“信用中国”网站( <a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a> )失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单和中国政府采购网( <a href="http://www.ccgp.gov.cn">www.ccgp.gov.cn</a> )政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商。		
2	法定代表人 授权	1、在投标文件由法定代表人授权代表签字（或盖章）的情况下，应按招标文件规定格式提供法定代表人授权委托书；2、按招标文件要求提供被授权人身份证件。		
3	是否接受联 合体投标	本次招标不允许联合体投标。		
4	中小企业政 策	本项目专门面向小微企业采购。参加投标的中小企业应当符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》的规定。中小企业应当按照规定在投标标书中提供《中小企业声明函》。		
结论				

注：以上各项为资格条件响应表内容，如不按要求上传资料将被作无效标处理。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

---

---

投标人（公章）: \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

---

---

### 附件 5：实质性要求响应表

项目名称：

序号	项目内容	具备的条件说明	响应内容 说明	详细内容所对 应电子投标文 件（页数）
1	投标文件内 容、签署等 要求	1、投标文件按招标文件规定格式提供《投 标函》、《开标一览表》、《资格条件响 应表》、《实质性要求响应表》； 2、电子投标文件须经电子加密（投标文 件上传成功后，系统即自动加密）。		
2	投标有效期	不少于 90 天。		
3	投标报价	1、不得进行选择性报价（投标报价应是 唯一的，招标文件要求提供备选方案的除 外）； 2、不得进行可变的或者附有条件的投标 报价； 3、投标报价不得超出招标文件标明的采 购预算金额或项目最高限价。		
4	公平竞争和 诚实信用	不得存在腐败、欺诈或其他严重违背公平 竞争和诚实信用原则、扰乱政府采购正常 秩序的行为。		
5	服务期限	按照项目招标要求执行。		
6	付款方式	按照项目招标要求执行。		
结论				

注：以上各项为实质性要求响应表内容，如不按要求上传资料将被作无效标处理。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

投标人（公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

---

---

**附件 6：与评标有关的投标文件主要内容索引表**

项目内容	具备的条件说明	响应内容说明 (是/否)	详细内容所对应 电子投标文件名称	备注

说明：上述具体内容要求可以参照本项目评标方法与程序及评分细则。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

投标人（公章）：\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

---

---

#### 附件 7：投标人基本情况简介格式

(一) 基本情况:

- 1、单位名称:
- 2、地址:
- 3: 邮编:
- 4、电话/传真:
- 5、成立日期或注册日期:
- 6、行业类型:

(二) 基本经济指标（到上年度 12 月 31 日止）:

- 1、实收资本:
- 2、资产总额:
- 3、负债总额:
- 4、营业收入:
- 5、净利润:
- 6、上交税收:
- 7、在册人数:

(三) 其他情况:

- 1、专业人员分类及人数:
- 2、企业资质证书情况:
- 3、近三年内因违法违规受到行业及相关机构通报批评以上处理的情况:
- 4、其他需要说明的情况:

我方承诺上述情况是真实、准确的，我方同意根据招标人进一步要求出示有关资料予以证实。

投标人授权代表签字或盖章: \_\_\_\_\_

投标人（公章）: \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

---

---

**附件 8：法定代表人证明书**

\_\_\_\_\_先生/女士现担任\_\_\_\_\_职务，负责全面工作，为我单位的法定代表人。

特此证明。

投标人（公章）：

日期：\_\_\_\_\_年 \_\_\_\_\_月 \_\_\_\_\_ 日

---

---

#### 附件 9：法定代表人授权书格式

致：上海禾上图项目管理有限公司

我\_\_\_\_\_（姓名）系\_\_\_\_\_（投标人名称）的法定代表人，现授权委托本单位在职职工\_\_\_\_\_（姓名，职务）以我方的名义参加贵单位\_\_\_\_\_项目的投标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的投标、开标、投标文件澄清、签约等一切具体事务和签署相关文件。

我方对被授权人的签名事项负全部责任。

在贵单位收到我方撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。除我方书面撤销授权外，本授权书自投标截止之日起直至我方的投标有效期结束前始终有效。

被授权人无转委托权，特此委托。

在此粘贴被授权人身份证复印件  
(有照片一面)

委托人（法定代表人）签字或盖章：

受托人签字或盖章：

投标人公章：

身份证号码：

电话：

日期：

日期：

---

---

#### 附件 10：中小企业声明函

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

1. （标的名称），属于租赁和商务服务行业；承接企业为（企业名称），从业人员\_\_\_\_人，营业收入为\_\_\_\_万元，资产总额为\_\_\_\_万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

说明：（1）本声明函所称中小企业，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。事业单位、团体组织等非企业性质的政府采购供应商，不属于中小企业划型标准确定的中小企业，不得按《关于印发中小企业划型标准规定的通知》规定声明为中小微企业，也不适用《政府采购促进中小企业发展管理办法》。

（2）本声明函所称服务由中小企业承接，是指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，否则不享受中小企业扶持政策。

（3）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。

（4）如投标人为联合投标的，联合体各方需分别出具上述《中小企业声明函》。

（5）中标人享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策的，本声明函将随中标结果同时公告。

---

(6) 供应商应当按照采购文件中明确的采购标的对应行业出具中小企业声明函，而非按照供应商的经营范围出具中小企业声明函。

#### 4、各行业划型标准：

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

(二) 工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

(三) 建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

(四) 批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

(五) 零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(六) 交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

(七) 仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(八) 邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(九) 住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

---

---

(十) 餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(十一) 信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

(十二) 软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

(十三) 房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

(十四) 物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

(十五) 租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

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

---

---

**附件 11：监狱企业证明函（如果是的话）**

上海禾上图项目管理有限公司：

根据《财政部司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库[2014]68号）的规定，本单位证明参加\_\_\_\_\_项目投标的\_\_\_\_\_（投标人）为监狱企业。

省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）（盖章）：

日期：

---

---

**附件 12：三年内无重大违法记录声明函**

上海禾上图项目管理有限公司：

\_\_\_\_\_（投标供应商全称）现参与你单位组织的\_\_\_\_\_政府采购项目，并承诺本公司根据《上海市政府采购供应商登记及诚信管理办法》已申请加入上海市政府采购供应商库，且在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。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人（公章）：

日期：

注：投标人必须严格按上述格式内容提交声明函，否则将有可能导致投标被拒绝。

---

---

#### 附件 13：残疾人福利性单位声明函（如果是的话）

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，本单位安置残疾人\_\_\_\_人，占本单位在职职工人数比例\_\_\_\_%，符合残疾人福利性单位条件，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：

说明：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》享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

- (1) 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；
- (2) 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；
- (3) 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；
- (4) 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；
- (5) 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

如投标人不符合残疾人福利性单位条件，无需填写本声明。

---

---

**附件 14：投标项目经理说明表**

1. 一般情况					
姓 名		年 龄		技术职务	
职 务		本合同中拟任职务		为申请人服务时间	
学 历					
相关职业资格			取得职业资格时间		
2. 经历					
年 份	负责过的重大项目 (类型、金额)		该项目建设中任职	备 注	

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

(加盖公章)

**附件 15：拟投入本项目的主要人员表**

序号	姓名	职务	职称及资格证书	主要资历、经验及承担过的项目
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
...				

注：投标人应将表列其他人员的资历情况填写并附相关证明。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

(加盖公章)

#### 附件 16：近三年类似项目的业绩清单

说明：

1. 近三年是指从开标之日起，倒推三年以内正在进行或者已完成的项目。
  2. 应提供类似项目的中标通知书或合同扫描件。招标人保留进行核查的权利。如有虚假，按虚假投标处理。

投标人授权代表签字或盖章：\_\_\_\_\_

(加盖企业公章)

---

---

**附件 17：公平竞争和诚实信用承诺**

致：上海禾上图项目管理有限公司

我公司参加本次项目本着公平竞争和诚实信用，不存在腐败、欺诈或其他严重违背公平竞争和诚实信用原则、扰乱政府采购正常秩序的行为。

特此承诺！

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人（盖章）：

日 期：

---

---

**附件 18：非联合体投标承诺书**

致：上海禾上图项目管理有限公司

\_\_\_\_\_(投标供应商名称)在此郑重承诺：

我公司不是联合体投标。

特此承诺，如有不符愿承担全部责任。

投标人（盖章）：

日期：

---

**附件 19：具备履行合同所必需的人员、设备和专业技术能力的声明**

致：上海禾上图项目管理有限公司

（投标供应商名称）在此郑重承诺：

我单位具备履行本项目采购合同所必需的人员、设备和专业技术能力，并具有履行合同的良好记录。

特此声明。

我单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人（盖章）：

日期：

---

**附件 20：具有健全的财务会计制度及依法缴纳税收、社会保障资金的书面声明**

我方(供应商名称)符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款第（二）项、第（四）项规定条件，具体包括：

1. 具有健全的财务会计制度；
2. 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

特此声明。

我方对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人（公章）：

日期：

---

**附件 21：服务期限承诺书**

致：上海禾上图项目管理有限公司

                （投标供应商名称）在此郑重承诺：

我公司将按照项目招标要求的服务期限，为招标人提供服务。

特此承诺，如有不符愿承担全部责任。

投标人（公章）：

日期：

---

---

## 第七章 合同文本

### 包 1 合同模板:

# [合同中心-合同名称]

合同统一编号: [合同中心-合同编码]

合同内部编号:

合同各方:

甲方: [合同中心-采购单位名称]

乙方: [合同中心-供应商名称]

法定代表人: [合同中心-供应商法人姓名]

([合同中心-供应商法人性别])

地址: [合同中心-采购单位所在地]

地址: [合同中心-供应商所在地]

电话: [合同中心-采购单位联系人电话]

电话: [合同中心-供应商联系人电话]

联系人: [合同中心-采购单位联系人]

联系人: [合同中心-供应商联系人]

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》之规定及2026年区域公用品牌运营项目的招标投标结果,本合同当事人在平等、自愿的基础上,经协商一致,同意按下述条款和条件签署本合同:

1. 乙方根据本合同的规定向甲方提供以下服务:

1.1 乙方所提供的服务其来源应符合国家的有关规定,服务的内容、要求、服务质量等详见招标文件和投标文件。

2. 合同价格、服务地点、服务期限和服务内容

2.1 合同价格

本合同价格为[合同中心-合同总价]元整(大写金额: [合同中心-合同总价大写])。

乙方为履行本合同而发生的所有费用均应包含在合同价中,甲方不再另行支付其它任何费用。

2.2 服务地点: 采购人指定地点。

2.3 服务期限:

[合同中心-合同有效期]

2.4 服务内容:

一、品牌宣传

(一) 目标任务

制作宣传视频 120 期，每期时长 30 秒钟，并在绿色青浦、青浦三农、青浦文旅等平台播放；在公众号平台发布 80 次农产品推文；制作并发放 6000 份宣传册；设计并生产 10000 个包装礼盒，确保礼盒设计符合品牌形象，凸显品牌价值；开展农产品进社区，要求 1 周 2 次；农产品进商圈 4 次，分别到万达茂、宝龙广场及蟠龙天地等热门场所；5 次现场直播带货活动及节庆活动及消费节点的展示展销活动 10 次。

## （二）具体要求

**1. 视频。**制作 120 期每期时长为 30 秒钟的宣传视频。要求围绕青浦薄稻米、练塘茭白、白鹤草莓、青浦金柿、绿叶菜、枇杷、大闸蟹及特色的观赏鱼及青浦花卉等青浦优质农产品，结合农业休闲园区组织视频制作。并于抖音、绿色青浦、青浦三农、青浦文旅等渠道推广宣传。

**2. 公众号。**公众号发布 80 次，要求专人维护，每篇推文是原创稿件并做到每周更新。

**3. 宣传册。**制作“淀湖源味”的宣传册 6000 份，宣传册主要内容介绍“淀湖源味”区域公用品牌旗下青浦的合作社及其特色的绿色优质农产品及合作社相关小程序、微信公众号的二维码，方便市民了解更多农产品信息。

**4. 包装礼盒。**设计并生产 10000 个包装礼盒，确保礼盒设计符合品牌形象，凸显品牌价值（礼盒根据采购人要求，按照项目实际需求制作，最终效果须经过采购人认可）。

**5. 直播活动。**开展 5 次直播带货活动。直播形式要求多样，有 1 名主播及 1 名专家介绍农产品特点、销售渠道等信息，直播期间设置线上互动游戏和抽奖环节，以提高观众的参与度和购买意愿。

**6. 农产品进社区。**要求 1 周 2 次，选择青浦优质的小区将新鲜的“淀湖源味”品牌农产品送进社区，现场设置专门的展示区域，将各类农产品整齐陈列，摆放清晰的价格标签和产品介绍，方便居民了解。安排专业的销售人员，热情地为居民讲解农产品的特点、营养价值和烹饪方法等知识，解答居民的疑问。

**7. 农产品进商圈。**开展 4 次，在人流密集的商场举办一次农产品展示展销会，要求采用推介官现场推介并结合视频直播促消费的形式开展。

**8. 节庆活动及消费节点的展示展销。**参与 10 次节庆及消费节点的展示展销活动，例如“枇杷节”“草莓节”“五五购物节”“茭白节”“龙舟节”等，旨在让市民有更多机会体验淀湖源味，并推广该品牌的优质农产品。

## 二、线下体验店和仓库

### （一）目标任务

做好浦仓路 485-8 号的线下体验店的运维工作，租赁 1 个 500 平方米农产品冷链存储仓库。

### （二）具体要求

**1. 线下体验店门店运维工作。**线下体验店作为品牌宣传的重要窗口，要不断提升运维水平，提供优质的服务和良好的体验。做到环境整洁舒适，商品摆放有序，员工服务热情周到等。

**2. 农产品储存仓库。**落实专人负责仓储保管，确保农产品的质量和安全，要求建立健全农产品储存、运输、销售全过程的质量安全管理体系，做好相应的出入库台账登记工作，严格执行国家标准和行业规范，定期对仓库进行清理、消毒，保证仓库内环境达标，仓库使用率达 100% 以上，库容使用量不少于 50%。

## 三、线上营销

### （一）目标任务：

维持好淘宝店铺的日常运营、做好“淀湖源味”手机 APP 软件及微信小程序的日常维护工作。

### （二）具体要求

1. 做好三处线上销售平台的售前及售后工作，提升网络平台的客户满意度。

2. 结合时令蔬果、特色农产品的上市，及时更新商品信息。

3. 维持好“淀湖源味”手机 APP 软件、微信小程序的日常运营。主要包括：系统维护，确保系统稳定运行，避免出现故障；数据备份，定期进行人工下载备份用户数据，防止数据丢失；应用系统服务器管理，监控服务器性能，确保服务器稳定运行；数据库服务器维护，优化数据库性能，保证数据查询和存储的高效性；第三方短信提醒服务，确保用户能够及时

收到物流信息及各类信息；支付通道管理，保障支付过程的安全和顺畅；HTTPS证书费用及微信审核费用的处理，确保平台的安全性和合规性。

区域公用品牌运营考核评分表

项目	服务质量标准	分值	监督考评标准	扣分原因	得分
<b>(一) 品牌宣传</b>					
视频宣传	制作 120 期每期时长为 30 秒钟的宣传视频	10 分	每少 1 期扣 2 分，扣完为止。		
公众号发布	公众号发布 80 次农产品推文	5 分	每少 1 次扣 1 分，扣完为止。		
宣传册	制作“淀湖源味”的宣传册 6000 份	5 分	每少 1 份扣 1 分，扣完为止。		
产品包装	设计并生产 10000 个包装礼盒	5 分	每少 1 个扣 1 分，扣完为止。		
直播活动	开展 5 次直播带货活动	10 分	每少 1 次扣 3 分，扣完为止。		
农产品进社区	要求 1 周 2 次农产品送进社区活动	5 分	每少 1 次扣 2 分，扣完为止。		
农产品进商圈活动	开展 4 次农产品展示展销会	10 分	每少 1 次扣 2 分，扣完为止。		
节庆活动及消费节点的展示展销	参与 10 次节庆及消费节点的展示展销活动	5 分	每少 1 次扣 1 分，扣完为止。		
<b>(二) 线下体验店和仓库</b>					
线下体验店	做好线下体验门店的运维工作	10 分	门店遭受投诉 1 个扣 1 分； 门店检查时出现脏乱差情况扣 2 分/次，扣完为止。		
农产品储存仓库	租赁 500 平方米的冷链存储仓库	5 分	仓库管理不规范扣除 1 分/次，扣完为止。		
<b>(三) 线上营销</b>					
线上销售	维持好淘宝店铺的日常运营	5 分	店铺未及时更新扣除 2 分/次，扣完为止。		
手机 APP 软件日常维护工作	对手机 APP 进行日常维护工作	15 分	软件维护不及时 2 分/次。 软件未能满足使用需要扣除 2 分/次，扣完为止。		

微信小程序日常维护工作	微信小程序进行日常维护工作	10 分	软件维护不及时 2 分 / 次。 软件未能满足使用需要扣除 2 分 / 次，扣完为止。		
-------------	---------------	------	--	--	--

注：1、90 分及以上为合格，考核不合格的，中标供应商应在规定限期内实施整改，直到考核通过为止。

2、如合同履约期限内采购人对本项目考核方式及结果应用等办法作出修订的，投标单位应接受相关修订。

[合同中心-补充条款列表\_1]

---

### **3. 质量标准和要求**

3.1 乙方所提供的服务的质量标准按照国家标准、行业标准或制造厂家企业标准确定，上述标准不一致的，以严格的标准为准。没有国家标准、行业标准和企业标准的，按照通常标准或者符合合同目的的特定标准确定。

3.2 乙方所交付的 2026 年区域公用品牌运营项目服务还应符合国家和上海市有关安全、环保、卫生等规定。

### **4. 权利瑕疵担保**

4.1 乙方保证对其交付的服务享有合法的权利。

4.2 乙方保证在服务上不存在任何未曾向甲方透露的担保物权，如抵押权、质押权、留置权等。

4.3 乙方保证其所交付的服务没有侵犯任何第三人的知识产权和商业秘密等一切权利。

4.4 如甲方使用该服务构成上述侵权的，则由乙方承担全部责任。

### **5. 保密**

5.1 如果甲方或乙方提供的内容属于保密的，应签订保密协议，甲乙双方均有保密义务。

### **6. 付款**

6.1 本合同以人民币付款（单位：元）。

6.2 付款方式：

合同签订后支付合同金额的 30%，2026 年 11 月底前支付合同金额的 38%，项目完成验收合格后支付合同金额的 32%。

### **7. 甲方（甲方）的权利义务**

7.1 甲方有权在合同规定的范围内享受 2026 年区域公用品牌运营项目服务，对没有达到合同规定的服务质量或标准的服务事项，甲方有权要求乙方在规定的时间内加急提供服务，直至符合要求为止。

7.2 如果乙方无法完成合同规定的服务内容、或者服务无法达到合同规定的服务质量或标准的，造成 2026 年区域公用品牌运营项目的无法正常运行，甲方有权邀请第三方提供服务，其支付的服务费用由乙方承担；如果乙方不支付，甲方有权在支付乙方合同款项时扣除其相等的金额。合同款项不足弥补甲方损失的，乙方仍需承担赔偿责任。

7.3 由于乙方服务质量或延误服务的原因，使甲方有关 2026 年区域公用品牌运营项目或设备损坏造成经济损失的，甲方有权要求乙方进行经济赔偿。本合同下甲方损失包括但不限于直接损失、预期利益损失、诉讼费、保全费、律师费、鉴定费、评估费、公证费、交通费等一切费用。

7.4 甲方在合同规定的期限内有义务为乙方创造服务工作便利，并提供适合的工作环境，协助乙方完成服务工作。

7.5 如果甲方因工作需要对原有 2026 年区域公用品牌运营项目进行调整，应有义务并通过有效的方式及时通知乙方，涉及合同服务范围调整的，应与乙方协商解决。

---

## **8. 乙方的权利与义务**

8.1 乙方根据合同的服务内容和要求及时提供相应的服务，如果甲方在合同服务范围外增加或扩大服务内容的，乙方有权要求甲方支付其相应的费用。

8.2 乙方为了更好地进行服务，满足甲方对服务质量的要求，有权利要求甲方提供合适的工作环境和便利。在进行故障处理紧急服务时，可以要求甲方进行合作配合。

8.3 如果由于甲方的责任而造成服务延误或不能达到服务质量的，乙方不承担相应的责任。

8.4 乙方在履行服务时，发现 2026 年区域公用品牌运营项目存在潜在缺陷或故障时，有义务及时与甲方联系，共同落实防范措施，保证 2026 年区域公用品牌运营项目正常运行。

## **9. 补救措施和索赔**

9.1 在服务期限内，如果乙方对提供服务的缺陷负有责任而甲方提出索赔，乙方应按照甲方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜：

(1) 根据服务的质量状况以及甲方所遭受的损失，经过买卖双方商定降低服务的价格。

(2) 乙方应在接到甲方通知后七天内，根据合同的规定负责采用符合规定的规格、质量的新货物来更换在服务中有缺陷的部分或修补缺陷部分，其费用由乙方负担。

(3) 如果在甲方发出索赔通知后十天内乙方未作答复，上述索赔应视为已被乙方接受。如果乙方未能在甲方发出索赔通知后十天内或甲方同意延长的期限内，按照索赔通知采取相应措施，甲方有权从应付的合同款项中扣除索赔金额，如不足以弥补甲方损失的，甲方有权进一步要求乙方赔偿。

## **10. 履约延误**

10.1 乙方应按照合同规定的时间、地点提供服务。

10.2 如乙方无正当理由而拖延服务，甲方有权解除合同并追究乙方的违约责任。

10.3 在履行合同过程中，如果乙方可能遇到妨碍按时提供服务的情况时，应及时以书面形式将拖延的事实、可能拖延的期限和理由通知甲方。甲方在收到乙方通知后，应尽快对情况进行评价，并确定是否同意延期提供服务。

## **11. 误期赔偿**

11.1 除合同第 12 条规定外，如果乙方没有按照合同规定的时间提供服务，甲方可以应付的合同款项中扣除误期赔偿费而不影响合同项下的其他补救方法，赔偿费按每（天）赔偿延期服务的服务费用的百分之零点五（0.5%）计收，直至提供服务为止。但误期赔偿费的最高限额不超过合同价的百分之五（5%）。（一周按七天计算，不足七天按一周计算。）一旦达到误期赔偿的最高限额，甲方可考虑终止合同。

## **12. 不可抗力**

---

12.1 如果合同各方因不可抗力而导致合同实施延误或不能履行合同义务的话，不应该承担误期赔偿或不能履行合同义务的责任。因一方延迟履行后发生不可抗力的，迟延履行方责任不能免除。

12.2 本条所述的“不可抗力”系指那些双方不可预见、不可避免、不可克服的事件，但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震、国家政策的重大变化，以及双方商定的其他事件。

12.3 在不可抗力事件发生后，当事方应尽快以书面形式将不可抗力的情况和原因通知对方。合同各方应尽可能继续履行合同义务，并积极寻求采取合理的措施履行不受不可抗力影响的其他事项。合同各方应通过友好协商在合理的时间内达成进一步履行合同的协议。

### 13. 争端的解决

13.1 合同各方应通过友好协商，解决在执行本合同过程中所发生的或与本合同有关的一切争端。如从协商开始十天内仍不能解决，可以向同级政府采购监管部门提请调解。

13.2 调解不成则提交上海市青浦区人民法院管辖解决。

13.3 如诉讼事项不影响合同其它部分的履行，则在诉讼期间，除正在进行诉讼的部分外，本合同的其它部分应继续执行。

### 14. 违约终止合同

14.1 在甲方对乙方违约而采取的任何补救措施不受影响的情况下，甲方可在下列情况下向乙方发出书面通知书，提出终止部分或全部合同。乙方应赔偿由此给甲方造成的全部损失，包括但不限于直接损失、预期利益损失、甲方向第三人支付的违约金、赔偿金及甲方为索赔支出的诉讼费、律师费、公证费、保全费、担保费、鉴定费、评估费等全部费用。

(1) 如果乙方未能在合同规定的期限或甲方同意延长的期限内提供部分或全部服务。

(2) 如果乙方未能履行合同规定的其它义务。

14.2 如果乙方在履行合同过程中有不正当竞争行为，甲方有权解除合同，并按《中华人民共和国反不正当竞争法》之规定由有关部门追究其法律责任。

### 15. 破产终止合同

15.1 如果乙方丧失履约能力或被宣告破产，甲方可在任何时候以书面形式通知乙方终止合同而不给乙方任何补偿。该终止合同将不损害或影响甲方已经采取或将要采取任何行动或补救措施的权利。

### 16. 转让与分包

16.1 乙方不得转让其应履行的合同义务。乙方应当自行完成本合同约定的服务，不得将本项目全部或部分转包给第三方组织或个人。不论甲方是否同意转交其他第三方安排，乙方均对该第三方的行为向甲方承担连带责任。

### 17. 合同生效

17.1 本合同在合同各方授权代表签字并盖章后生效。

---

17.2 对本合同的未尽事宜，经双方协商一致后可另行签署补充协议。补充协议作为本合同的组成部分，与本合同具有同等法律效力。

17.3 本合同一式叁份，甲乙双方各执一份，一份送同级政府采购监管部门备案。

#### 18. 合同附件

18.1 本合同附件包括：招标(采购)文件、投标（响应）文件、采购需求、项目考核标准。

18.2 本合同附件与合同具有同等效力。

18.3 合同文件应能相互解释，互为说明。若合同文件之间有矛盾，则以最新的文件为准。

#### 19. 合同修改

19.1 除了双方签署书面修改协议，并成为本合同不可分割的一部分之外，本合同条件不得有任何变化或修改。

#### [合同中心-补充条款列表]

签约各方：

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

日期：[合同中心-签订时间]

日期：[合同中心-签订时间\_1]

合同签订点：网上签约

