



贵州省文化馆 2025 年公共文化 云建设项目

公开招标文件

项目编号：	XHTC-FW-2025-1026
代理机构：	新华招标有限公司
采购人：	贵州省文化馆
日期：	2025年7月

目 录

第一章	投标邀请	- 1 -
第二章	投标人须知前附表	- 5 -
第三章	投标人须知正文	- 9 -
第四章	开标/评标程序、评标方法和评标标准	- 22 -
第五章	采购需求	- 34 -
第六章	拟签订的合同文本	- 56 -
第七章	投标文件格式	- 61 -
第八章	其他	- 82 -

注：采购文件条款中以“■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章 投标邀请

项目概况

贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目招标项目的潜在投标人应在贵州省公共资源交易中心网上（交易中心网址：<http://ggzy.guizhou.gov.cn/>）获取采购文件。于2025年7月29日9点30分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本信息

采购项目编号（财政）：XHTC-FW-2025-1026

项目名称：贵州省文化馆 2025 年公共文化云建设项目

交易项目编号：P52000020250006FR

预算金额（元）：3,887,920.00

最高限价（元）：

标包 1：3,887,920.00

采购需求：

标项名称：贵州省文化馆 2025 年公共文化云建设项目

数量：不限

预算金额（元）：3,887,920.00

简要规格描述：详见采购文件。

备注：/

合同履行期限：详见采购文件。

本项目（是/否）接受联合体投标：否

二、申请人的资格要求

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；
2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：

标项 1：供应商应为中小企业/小微企业，供应商应为监狱企业，供应商应为残疾人福利企业

3. 申请人的一般资格要求：

- 1.1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的具体要求：

- ① 具有独立承担民事责任的能力：根据招标文件“第四章 开标/评标程序、评标方法和评标标准”中的“二、资格审查要求”表中的 1-1 提供营业执照等证明文件；
- ② 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供经合法审计机构出具的 2023 年度或 2024 年度财务审计报告，或 2025 年开户银行出具的有效资信证明；
- ③ 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：填写本招标文件《投标文件格式》中提供的《投标人资格声明书》作为证明材料；
- ④ 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供 2025 年任意 1 个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（如不需缴纳的，须出具有效的证明材料）；
- ⑤ 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：填写本招标文件《投标文件格式》中提供的《投标人资格声明书》作为证明材料；

1.2 信用信息查询：

根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）规定，投标人的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询、记录和证据留存，查询截止时点为评审当日资格审查环节。

信用信息使用规则：由资格审查人对投标人信用记录进行甄别，对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的投标人，应当拒绝其参与政府采购活动。

4. 本项目的特定资格要求：/

三、获取招标文件

时间：2025 年 7 月 8 日至 2025 年 7 月 15 日，每天上午 00:00 至 11:59，下午 12:00 至 23:59（北京时间，法定节假日除外）

地点：贵州省公共资源交易中心网上获取（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/>）

方式：贵州省公共资源交易网->网上交易大厅->文件下载板块（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/>）

售价（元）：0

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件截止时间：2025年7月29日09时30分（北京时间）

投标地点（网址）：贵州省公共资源交易中心网（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/>）

开标时间：2025年7月29日09时30分

开标地点：贵州省公共资源交易中心

五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

1. 是否需要提交样品或现场踏勘：否
2. 交货地点或服务地点：采购人指定地点。
3. 其他事项：

3.1 本项目（是/否）专门面向中小企业采购：本项目属于预留份额专门面向中小企业采购的项目，本项目预留预算总额的100%专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业份额不低于18%。投标人如为中型企业，可分包给一家或多家小微企业，并提供分包意向协议（分包意向协议中应明确中小企业的合同份额占合同总金额的比例），投标人与分包企业之间不得存在直接控股、管理关系。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。残疾人福利性单位视同小微企业，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供本《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。监狱企业视同小微企业，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。中标人为中型、小型和微型企业、残疾人福利性单位的，将在中标结果公告的同时公告其《中小企业声明函》《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

- 3.2 投标保证金：

标包 1：50,000.00

七、对本次采购提出询问，请按以下方式联系

1. 采购人信息

名 称：贵州省文化馆

地 址：贵阳市云岩区富水北路9号

传 真： /

项目联系人： 赵老师

项目联系电话： 0851-85820029

2. 采购代理机构信息

名 称： 新华招标有限公司

地 址： 贵州省贵阳市云岩区惠源路龙湖揽境 10 栋 2 单元 1 楼

传 真： /

项目联系人： 单桢婷、张玟璐、蒋开元、李娅婷

项目联系方式： 15185077998

3. 项目联系方式

联系人： 单桢婷、张玟璐、蒋开元、李娅婷

联系方式： 15185077998

新华招标有限公司

2025 年 7 月 7 日

监督部门：贵州省财政厅

监督电话：0851-86893267

详细地址：贵州省政府 7 号楼

第二章 投标人须知前附表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本表为准。

条款号	条目	内容
注：采购文件条款中以“■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。		
1.3	联合体	本项目是否接受联合体投标：<u>否</u>。 联合体成员数量：<u>1</u>。 以联合体形式参与政府采购的，参加联合体的投标人均应当符合一般资格要求，并应当在投标（响应）文件中提交联合协议。
2.2	项目属性	项目属性：■服务 □货物
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目：□是 ■否
2.4	核心产品	■关于核心产品本项目__包不适用。 □本项目__包为单一产品采购项目。 □本项目__包为非单一产品采购项目，核心产品为：_____。
3.1	现场考察	■不组织 □组织，考察时间：__年__月__日__点__分 考察地点：_____。
	开标前答疑会	■不召开 □召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。
4.1	样品	投标样品递交： ■不需要 □需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：_____； （2）是否需要随样品提交相关检测报告： □不需要 □需要 （3）样品递交要求：_____； （4）未中标人样品退还：_____；

		(5) 中标人样品保管、封存及退还：_____； (6) 其他要求（如有）：_____。							
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table><tr><td>标的名称</td><td>中小企业划分标准所属行业</td></tr><tr><td>公共文化云服务</td><td>其他未列明行业</td></tr><tr><td colspan="2">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。</td></tr></table>		标的名称	中小企业划分标准所属行业	公共文化云服务	其他未列明行业	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。	
标的名称	中小企业划分标准所属行业								
公共文化云服务	其他未列明行业								
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。									
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：/							
12.1	投标保证金	(1) 投标保证金金额：详见第一章 投标邀请。 (2) 投标保证金收受人信息： 开户单位名称：贵州省公共资源交易中心 开户银行：贵州银行股份有限公司贵阳展览馆支行 开户账号：0109001400000182-0002 (3) 投标保证金交纳方式： 银行转账（投标人基本账户转出）、保证保险、银行保函、合法担保机构出具的担保等非现金形式提交。（具体内容按照贵州省公共资源交易中心规定执行，如有冲突或疑问请联系交易中心工作人员：0851-85972202、0851-85972802） (4) 保证金绑定：以银行转账方式交纳的投标保证金，须在投标文件提交截止时间前自行在贵州省公共资源交易中心投标人登录系统内进行投标保证金的绑定。未将投标保证金绑定到对应项目的，将视为未缴纳投标保证金，不能参加投标。 (5) 投标保证金交纳截止时间：同提交投标文件截止时间							
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☐ 无 ☒ 有，具体情形： (1) 投标人行贿采购人或采购代理机构或评标专家或试图影响							

		招标结果的行为； (2) 中标人在规定期限内未能根据本须知规定签订合同； (3) 投标人在提交投标文件时或答复质疑及澄清时提供虚假或伪造的证明材料及数据； (4) 法律、行政法规和采购文件规定的其他情况。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。
18.2	解密时间	解密时间：30-60分钟（不低于30分钟，具体解密时间根据开标现场发出的指令为准）
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： ☒ 否 ☐ 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☒ 得分且投标报价均相同的，以<u>评审因素的技术指标评审得分高低顺序得分高者为中标人</u> ☐ 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ☐ 不允许 ☒ 允许，具体要求： (1) 可以分包履行的具体内容：<u>不作限制</u>； (2) 允许分包的金额或者比例：<u>最高不得超过40%</u>； (3) 其他要求：<u> </u>。
26.1.1	询问	询问提出形式：<u>投标人应提交书面询问函，投标人为自然人的，询问函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，询问函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。</u>
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式和地址（未按规定地址现场递交书面询问或质疑函的将不予接受） 联系部门：新华招标有限公司 联系电话：15185077998 通讯地址：贵州省贵阳市云岩区惠源路龙湖揽境10栋2单元1楼
27	代理费	(1) 收费对象： ☐ 采购人 ☒ 中标人

		(2) 收费标准: <u>参照原《招标代理服务收费管理办法》(计价格〔2002〕1980号)按中标/成交总金额作为基数进行计算后收取;</u> (3) 缴纳时间: <u>中标人应在领取中标通知书前向代理机构一次性缴纳服务费。</u> (4) 代理费收受人信息: 户名: 新华招标有限公司贵阳分公司 账号: 9550889900005905223 开户行: 广发银行北京西客站支行 行号: 306100004597
18.1	是否见面 开标	☐ 见面开标 ☒ 不见面开标, 投标人不需要到现场

第三章 投标人须知正文

一、说 明

1. 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

- 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
- 1.2 投标人（也称“供应商”“申请人”）：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。
- 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个投标人的身份共同参加政府采购。

2. 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

- 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
- 2.2 项目属性见《投标人须知前附表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知前附表》。
- 2.4 核心产品见《投标人须知前附表》。

3. 现场考察、开标前答疑会

- 3.1 若《投标人须知前附表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
- 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

4. 样品

- 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知前附表》。
- 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》。

5. 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

- 5.1 采购本国货物、工程和服务

- 5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》第十条规定情形的除外。
- 5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采购需求》。
- 5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。
- 5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位
- 5.2.1 中小企业定义：
- 5.2.1.1 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。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。
- 5.2.1.2 投标人提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：
- （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。

5.2.1.3 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，不享受中小企业扶持政策。

5.2.1.4 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。

5.2.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：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：

5.2.3.1 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）；

5.2.3.2 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；

5.2.3.3 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；

5.2.3.4 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；

5.2.3.5 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）；

5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1至8级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知前附表》。

5.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。

5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构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。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。

5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期

之内的节能产品认证证书，否则投标无效；

- 5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

- 5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

5.5 网络安全专用产品

- 5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023年第1号），所提供产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.6 采购需求标准

- 5.6.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

- 5.6.2 其他政府采购需求标准

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，则具体要求见第五章《采购需求》。

6. 投标费用

- 6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

二、招标文件

7. 招标文件构成

- 7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知前附表

第三章 投标人须知正文

第四章 开标/评标程序、评标方法和评标标准

第五章 采购需求

第六章 拟签订的合同文本

第七章 投标文件格式

第八章 其他

- 7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则投标无效。

8. 对招标文件的澄清或修改

- 8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并由交易中心系统发出短信通知所有获取招标文件的潜在投标人。
- 8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三、投标文件的编制

9. 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为无效投标。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10. 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。交易系统要求提供的投标文件组成部分，投标人可根据实际端口上传对应文件资料。
- 10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则投标无效。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 10.3 第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。
- 10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。
- 10.5 投标人认为应附的其他材料。

11. 投标报价

- 11.1 所有投标均以人民币为计价货币。
- 11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支

付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于以下内容,《投标人须知前附表》中有特殊规定的,从其规定。

11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价(包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价)和运至最终目的地的运输费和保险费,安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等;

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

11.3 采购人不得向投标人索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价(招标文件另有规定的除外),否则其投标无效。

12. 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知前附表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的,投标文件不作无效处理。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式:政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。

12.3 投标保证金到账(保函提交)截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的,应在投标截止时间前到账;以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的,应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构;以电子保函形式提交投标保证金的,应在投标截止时间前通过交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的,其投标无效。

12.4 投标人需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据电子件”。

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

12.6 投标人为联合体的,可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金,其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

12.7 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金,采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的投标保证金,经投标人同意后采购人、采购代理机构可以不再退还,但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外;

- 12.7.1 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起 5 个工作日内退还已收取的投标保证金；
- 12.7.2 中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人；
- 12.7.3 未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人；
- 12.7.4 终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后 5 个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。
- 12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：
 - 12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；
 - 12.8.2 《投标人须知前附表》中规定的其他情形。

13. 投标有效期

- 13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知前附表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其投标无效。

14. 投标文件的签署、盖章

- 14.1 招标文件要求签字的内容（如授权委托书等），可以使用电子签章或使用原件的电子件（电子件指扫描件、照片等形式电子文件）；要求第三方出具的盖章件原件（如联合协议、分包意向协议、制造商授权书等），投标文件中应使用原件的电子件。
- 14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四、投标文件的提交

15. 投标文件的提交

- 15.1 本项目使用的交易平台详见“第一章 投标邀请”。投标人根据招标文件及电子交易平台投标人操作手册要求编制、生成并提交电子投标文件。
- 15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标文件，投标保证金除外。

16. 投标截止时间

- 16.1 投标人应在招标文件要求提交投标文件截止时间前，将电子投标文件提交至电子交易平台。

17. 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以通过电子交易平台对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五、开标、资格审查及评标

18. 开标

- 18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。
- 18.2 本项目开标使用“第一章 投标邀请”明确的电子交易平台。投标人应在《投标人须知前附表》规定的时间内对投标文件进行解密，因非系统原因导致的解密失败，视为投标无效。
- 18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内提出异议或确认一览表，的，视同认可开标结果。
- 18.4 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。
- 18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19. 资格审查

- 19.1 见第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》。

20. 评标委员会

- 20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。
- 20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

21. 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《开标/评标程序、评标方法和评标标准》。

六、确定中标

22. 确定中标人

22.1 采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，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中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知前附表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知前附表》要求确定中标人。

23. 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在贵州省政府采购网公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

23.2 中标通知书对采购人和中标人均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标人放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

24. 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

- 24.1.1 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三家的；
- 24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- 24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- 24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。以发公告的形式采购的项目，以发布废标公告的方式通知所有投标人。

25. 签订合同

25.1 中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

25.2 中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

- 25.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。
- 25.4 政府采购合同不能转包。
- 25.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见《投标人须知前附表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则投标无效。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包投标人就分包项目承担责任。

26. 询问与质疑

26.1 询问

- 26.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《投标人须知前附表》。
- 26.1.2 采购人或采购代理机构对投标人依法提出的询问，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。

26.2 质疑

- 26.2.1 投标人认为采购文件、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。采购人、采购代理机构在收到质疑函后7个工作日内作出答复。
- 26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。
- 26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。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、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.4 投标人应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，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复。

26.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《投标人须知前附表》。相关函件请递交至招标代理机构或采购单位，其他方式递交的将不予答复，对于不予答复的函件，一切后果由投标人自行承担。

27. 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《投标人须知前附表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

第四章 开标/评标程序、评标方法和评标标准

一、资格审查程序

1. 开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
2. 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
3. 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其投标无效。
4. 资格审查合格的投标人不足3家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。	提供证明文件的电子件或电子证照
1-2	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	提供经合法审计机构出具的2023年度或2024年度财务审计报告，或2025年开户银行出具的有效资信证明。	提供证明文件的电子件

1-3	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	填写本招标文件《投标文件格式》中提供的《投标人资格声明书》作为证明材料。	格式见《投标文件格式》
1-4	具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	提供2025年任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（如不需缴纳的，须出具有效的证明材料）。	提供证明文件的电子件
1-5	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	填写本招标文件《投标文件格式》中提供的《投标人资格声明书》作为证明材料。	格式见《投标文件格式》
1-6	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	供应商为中小企业或监狱企业或残疾人福利企业	提供《中小企业声明函》
3	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	/

二、评标方法

1. 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合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。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，投标无效。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	开标一览表投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；（投标文件中开标一览表内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表为准）
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的（评审依据：采购需求偏离表，无偏离打勾即可，不要求逐项填写）；
7	拟分包情况说明	本项目允许分包，投标人若分包，则要求提供分包情况说明及分包意向协议；若投标人无分包情况的，不要求提供任何承诺或证明；
8	报价合理性	报价合理，或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，能够应评标委员会要求在规定时间内证明其报价合理性的；
9	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
10	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2. 投标文件有关事项的澄清或者说明

- 2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式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文字和计算错误的内容，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（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）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。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。
- 2.2 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，有权要求该投标人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；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为无效投标处理。
- 2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其投标无效。
- 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：
- 2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：
- ☐有，具体规定为：_____
- ☒无，按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。
- 2.4.2 单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的，以单独递交的开标一览表（报价表）为准；
- 2.4.3 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；
- 2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- 2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；
- 2.4.6 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。

- 2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。
- 2.5 落实政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知前附表》5.2 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。
 - 2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
 - 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的联合体或者大中型企业的报价给予 4% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
 - 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
 - 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
 - 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
 - 2.5.6 监狱企业提供了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的，视同小微企业。
 - 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
 - 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

3. 投标文件的比较和评价

3.1 评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价；未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

■综合评分法，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，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

□最低评标价法，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。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）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下述方法确定一个参加评标的投标人，其他投标无效。

■随机抽取

□其他方式，具体要求：_____

3.2.3 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）_____。

4. 确定中标候选人名单

4.1 采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）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，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

■随机抽取

□其他方式，具体要求：_____

- 4.2 采用综合评分法时，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。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。
- 4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的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。
- 4.4 评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。
- 4.5 评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐3名中标候选人。

5. 报告违法行为

- 5.1 评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

三、评标标准

序号	评审因素及说明	分值
一、价格部分（10分）		
1.1	1. 价格分统一采用低价优先法计算，即满足采购文件要求且投标价格最低的有效投标报价（即除低于成本报价以外的所有报价）为评标基准价，其价格分为满分。有效投标报价必须不高于本采购项目的预算价或最高限价，否则为无效报价。 2. 其他投标人的价格分统一按照以下公式计算： 投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×10 注：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。	10分
二、商务部分（36分）		
2.1	项目业绩（满分12分）： 投标人2020年1月1日至今承担过以下类型的项目业绩： 1. 艺术文化直播类业绩：每提供一个此类型的业绩，得1分。该类别的累计得分上限为2分。 2. 活动策划及线上专区搭建类业绩：每提供一个此类型的业绩，得1分。该类别的累计得分上限为2分。 3. 教学视频制作类业绩：每提供一个此类型的业绩，得1分。该类别的累计得分上限为2分。 4. 场馆或活动信息采集类业绩：每提供一个此类型的业绩，得1分。该类别的累计得分上限为2分。 5. 文创集市策划及线上展示运营类业绩：每提供一个此类型的业绩，得1分。该类别的累计得分上限为2分。 6. 数字资源采集制作类业绩：每提供一个此类型的业绩，将获得1分。该类别的累计得分上限为2分。 注：为确保业绩的有效性，投标人必须为每个业绩提供以下完整的证明文件：①中标/成交通知书、②中标/成交公示截图、③完整的	12分

	业绩合同，若证明文件未提供或提供不全不得分。单个业绩中包含有多种类型业绩的可以重复加分。	
2.2	服务评价（满分10分）： 投标人提供项目业绩的同时，提供有对应业绩采购方（甲方）针对项目给出的验收合格证明或履约评价为优（好）或同等评价表述的评价意见书，每提供一份得1分，满分10分。 注：提供验收合格证明或评价材料复印件加盖投标人公章。	10分
2.3	投标人认证情况（满分6分）： 1. 投标人具有有效的质量管理体系认证证书，得2分； 2. 投标人具有有效的信息技术服务管理体系认证证书，得2分； 3. 投标人具有有效的信息安全管理体系统认证证书，得2分。 注：提供上述评分要求的证书复印件加盖投标人公章，未提供不得分。	6分
2.4	投标人企业实力（满分8分）： 1. 投标人具有有效的直播平台类软件著作权登记证书或提供拥有该类软件的凭证（购买发票），得2分； 2. 投标人具有有效的培训辅导类软件著作权登记证书或提供拥有该类软件的凭证（购买发票），得2分； 3. 投标人具有有效的数据分析类软件著作权登记证书或提供拥有该类软件的凭证（购买发票），得2分； 4. 投标人具有有效的数字资源管理类软件著作权登记证书或提供拥有该类软件的凭证（购买发票），得2分。 注：提供上述评分要求的著作权证或软件购买发票（发票中的购买方需与投标人名称一致）复印件加盖投标人公章，未提供不得分。	8分
三、技术部分（54分）		
3.1	拟投入项目负责人及技术团队成员符合以下要求（满分24分）： 1. 项目负责人具有本科及以上学历，同时具有计算机技术与软件专业技术资格（信息系统项目管理师证书），得5分； 2. 技术团队成员每有1人具有广电部门颁发的网络信息审核员证书，得2.5分，最多得5分； 3. 技术团队成员任意一人具有人社部门颁发的四级及以上导演证	24分

	书，得2分； 4. 技术团队成员中配备有摄影师，得2分；（摄影师证明：投标人书面承诺，配备至少一名具有摄影工作经验和能力的人员） 5. 技术团队成员中具有本科及以上学历，且所学专业为：新闻、广告、设计、新媒体类、动画设计、艺术设计、新闻采编与制作、播音与主持等相关专业，每有一人符合条件得2分，最多得10分。 证明材料： 针对评分1：提供学位证书（或毕业证书）、资格证书； 针对评分2：提供网络信息审核员证书； 针对评分3：提供职称证； 针对评分4：提供书面承诺函； 针对评分5：提供学位证书（或毕业证书）。 提供上述材料复印件并加盖投标人公章，未提供不得分。 注：所有团队成员均需提供2025年连续3个月投标人为其缴纳社保的证明材料并加盖投标人公章，未提供证明材料的对应评分项不得分。	
3.2	服务实施方案评价（满分12分）： 投标人针对本项目采购需求分别提供： 1. 开展全民艺术普及相关直播实施方案（满分2分）； 2. 区域和地方性群众文化活动实施方案（满分2分）； 3. 学才艺课程实施方案（满分2分）； 4. 采集场馆及其活动信息实施方案（满分2分）； 5. 赶大集专区建设实施方案（满分2分）； 6. 建设或优化艺术普及数字资源实施方案（满分2分）。 评标委员会对投标人提供的上述6项服务实施方案进行详细考核，确保其方案的逻辑性、可行性以及服务计划的合理性，并评判其是否充分满足项目的需求。 以上每个方案（各2分）评分标准如下： 一档：（得2分）方案具有出色的清晰度，措施详尽可行，服务计划高效合理，全面满足项目各项需求，显示出卓越的创新性和前瞻性。	12分

	二档：（得1分）方案思路较为清晰，措施具有可行性，服务计划相对合理，能够较好地满足项目需求，有一定的创新性。 三档：（得0.5分）方案虽然提出了一些思路，但清晰度不足，措施可行性有待提高，服务计划存在不足，只能部分满足项目需求。 四档：（不得分）未提供相关方案。	
3.3	新媒体运营推广实施方案评价（满分3分）： 评标委员会对投标人提供的新媒体运营推广实施方案进行详细考核，确保其方案的逻辑性、可行性以及服务计划的合理性，并评判其是否充分满足项目的需求。 评分标准如下： 一档：（得3分）方案具有出色的清晰度，措施详尽可行，服务计划高效合理，全面满足项目各项需求，显示出卓越的创新性和前瞻性。 二档：（得2分）方案思路较为清晰，措施具有可行性，服务计划相对合理，能够较好地满足项目需求，有一定的创新性。 三档：（得1分）方案虽然提出了一些思路，但清晰度不足，措施可行性有待提高，服务计划存在不足，只能部分满足项目需求。 四档：（不得分）未提供相关方案。	3分
3.4	培训与支持承诺函（满分5分）： 投标人需承诺在项目实施后，为采购人提供充分的培训和技术支持。包括培训采购人的技术人员，提供必要的技术指导和咨询服务，以确保采购人能够充分利用和管理公共文化云服务。提供承诺得5分，不提供不得分。	5分
3.5	服务响应承诺函（满分5分）： 投标人承诺在项目周期内提供7×24小时的技术支持服务，确保在任何时间节点都能对突发问题做出迅速响应。对于重大问题，承诺在接到通知后的最短时间内进行解决，最大限度地减少对项目的影 响。提供书面承诺得5分，不提供不得分。	5分
3.6	项目实施承诺（满分5分）： 投标人承诺，如中标，将在服务期内，在贵阳市内设立专门的项目组，并确保该项目组在整个项目周期内持续存在，直至项目圆满结	5分

	束。项目组将负责项目的日常管理、协调与执行，以确保项目的顺利进行和高效完成。此承诺旨在保证项目实施的及时响应和有效管理，提升项目执行效率和服务质量。提供承诺得5分，不提供不得分。	
合计		100分
备注：上述评分标准中，均未要求提供原件，投标文件中提供复印件（扫描件）加盖投标人单位公章或电子公章即可，未加盖投标人单位公章的视为未提供。提供的证明材料未按评分标准提供，且不能直接证明其有效性，需要通过投标人投标文件以外的其他途径佐证的，视为其证明材料无效。		

第五章 采购需求

★一、商务要求

（一）服务时间及服务地点：

1. 项目完成时间：2025年12月31日前完成项目建设，2026年3月底前提交符合验收标准的成果，并通过省级验收，省级验收通过后进入一年的服务运营推广期。
2. 项目实施地点：采购人指定地点。

（二）付款方式：

签订合同后支付合同金额的60%，通过贵州省文化馆组织的中期验收后支付合同金额的20%，通过省级验收后支付合同金额的20%。

（三）验收标准、规范：

根据招标文件要求、中标人的投标文件响应承诺及国家相关标准进行验收。

（四）知识产权要求：

1. 中标人在履行本项目服务过程中，根据采购人所提供的信息与资料而专门开发的服务成果，包括但不限于各种图片、人物、主题内容、文字描述、视频图像、音频配乐、文件资料、计划图表、数据模型、字体等，其全部知识产权及附属权益均归属采购人所有。成果将以硬盘形式及纸质版提交2份给采购人。未经采购人明确的书面授权，中标人严禁擅自使用或授权第三方使用这些服务成果，同时也不得向任何第三方提供相关的咨询或建议。
2. 中标人应保证其提交的服务成果不侵犯任何第三方合法享有的知识产权和其他权益。若因上述原因引起的第三方追诉，采购人概不负责，中标人承担由此引起的全部责任，并赔偿因此给采购人带来的全部损失。
3. 供应商须建立完善的内容审查制度，对项目实施过程中产生的所有内容（包括但不限于直播内容、视频课程、活动信息、文创产品信息等）进行全面审查，确保内容符合国家法律法规、意识形态安全及社会主义核心价值观，无政治导向错误、低俗色情、侵权盗版等问题；内容真实、准确，不涉及虚假宣传或误导性信息；涉及少数民族文化、非遗项目等内容时，需尊重民族习俗及文化传统，避免文化误解或不当表述。供应商需对内容的合规性、政策性、专业性、准确性及知识产权合法性承担全部责任；若因供应商未履行审查义务或提交未经审核的内容导致违规，采购人有权要求供应商立即整改，并按合同约定追究违约责任。

★二、技术要求

（一）项目概况

按照《关于印发〈公共文化云建设项目“十四五”建设指南〉的通知》（文全公基发〔2022〕4号）文件要求，我馆坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届三中全会精神，紧紧围绕《“十四五”公共文化服务体系建设规划》，在2021-2024年总分馆平台建设的基础上，根据《文化和旅游部办公厅关于做好2025年全国智慧图书馆体系建设项目和公共文化云建设项目实施工作的通知》要求，继续依托贵州数字文化馆总分馆平台，进一步加强贵州省文化馆公共数字文化资源建设，充分发挥资金使用效益，高质量推进项目实施，提升全民艺术普及数字化服务水平。现结合贵州公共数字文化建设工作实际，特此制定了以下项目服务要求，以确保在运营服务期满后，服务不少于500万人次。

（二）服务清单

序号	服务内容	服务数量
1	全民艺术普及相关直录播 (看直播)	1. 围绕继续深入学习贯彻宣传党的二十大和二十届三中全会精神，以及贵州各地特色品牌资源活动，拟结合省级活动安排、馆内活动计划和向各级文化馆征集特色文化活动等方式，遴选不少于 15 场贵州省内具有竞赛性、展演性、惠民性的群众文化活动、优秀群众文艺作品、专题讲座、艺术普及分享、展览导览、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，对其进行直播、录播、拆条、精剪制作、展播，最终形成群众文化数字化建设资源。 2. 开展网络直录播所需的现场拍摄、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。
2	全民艺术普及品牌活动 (享活动)	1. 不少于 3 场。 2. 主要对全国示范性品牌活动、地方性的全民艺术普及活动、文化艺术节、少数民族节日庆典等最具有品牌性、代表性、综合性、系列性的活动，深入推进传统传播渠道与网络直播新

		媒体的融合,创建以全民艺术普及为特色的群众文化品牌活动服务模式。优先保障开展全国示范性品牌活动,在国家公共文化云平台发布。 打通群众文化资源信息共享通道,对线上线下相结合的品牌活动开展“线上”直播、展播、互动交流等活动,调动群众广泛参与,实现公共文化服务与群众文化需求的直接对接。 3.开展线上线下相结合开展全国示范性、地方性全民艺术普及品牌活动,包括但不限于专题策划、功能开发、活动执行、网络直录播、宣传推广、内容审验、加工及发布、数据统计等。
3	学才艺课程(学才艺)	1.包括学才艺不少于6场,每场8门课,每门课不少于6个章节直录播课程及其授课教师的个人简介、特色教学信息等。推出音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等艺术门类课程,提供在线培训、课程点播、在线直播、作品上传、互动交流等服务,以市州级及以上文化馆为重点,建立以文化馆(站)业务干部、艺术专业人才、文化志愿者组成的全民艺术普及师资库,通过公共文化云向社会提供服务,集成以提升群众艺术素养为目的的师资库及其特色课程。利用贵州数字文化馆平台,让更多基层文化工作者和群众提升文化技能、艺术修养与审美感知力,培养基层文化人才,丰富群众文化生活,培训完成的视频将存入全民艺术普及线上资源库,在贵州数字文化馆平台、微信公众号等用于新媒体推广宣传,并按照全国公共文化发展中心相关要求,将成果上传至国家公共文化云平台,展现贵州省特色内容。

		2. 直播学才艺不少于 6 场，每场 8 门课，每门课不少于 6 个章节的课程，完成授课教师的个人简介、特色教学信息的采集，进行成果的服务推广等。
4	采集场馆及活动信息 (订场馆)	数量不少于 2816 条
5	赶大集专区建设	1. 文采会部分： (1) 遴选本省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。 (2) 日常维护“汇文采”专区。通过国家公共文化云“汇文采”版块（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) 举办线上（或线下）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。 2. 文创部分：在“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个（每个机构可开设店铺数量不限），至 2025 年底，共加载文创产品不少于 100 种（已有产品或新开发产品均可），从业人员参与文创培训不少于 50 人天。
6	建设或优化艺术普及数字资源时长	1. 时长：不少于 25 小时。 2. 遴选各地具有贵州特色的非物质文化遗产项目或艺术普及、艺术欣赏、艺术技能、群众文

		化活动、群众文艺创作，围绕全民艺术普及、传统文化、文旅融合、乡村振兴等题材进行原创性数字资源建设或优化，通过贵州数字文化馆、多彩贵州文化云平台进行点播和服务推广，精细化课程设置，让受众感兴趣并易于理解、吸收，让省内外群众都能接触到突出本地特色的文化，更加规范化、系统化的开展全民艺术普及工作。 3. 资源成果类型包括：微纪录片、短视频、音频、慕课、动画等。（注：通过“看直播”“享活动”“学才艺”等版块形成的资源，不重复获得此项资金支持）。
--	--	--

（三）服务内容及要求

1、全民艺术普及相关直录播（看直播）

基本要求：看直播：以音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等门类为主，推送竞赛性、展演性、惠民性群众文化活动以及专题讲座、艺术普及分享、展览带看、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，推出艺术普及相关直录播。

经费统筹用于现场拍摄执行、网络环境搭建、内容审验、素材编辑、后期加工、运营推广、专业直录播人才培养等。

1.1 建设标准

支持开展网络直录播所需的现场拍摄、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。

（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。

（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录播申请、测试及推流等。有关要求参照《国家公共文化云直录播管理办法》（文全公基发〔2020〕21 号）

（3）内容审验包括对直录播内容、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，确保直录播内容安全。

(4) 宣传推广包括在直录播前进行预热宣传, 在直录播过程中及直录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 (电子海报 1 张/场)、推文 (2 篇/场)、照片、宣传短片 (1 部/场) 等, 每场活动提供图片直播, 在相关媒体编发新闻, 提高群众知晓率、参与率和满意率。在线下布置直录播海报、易拉宝、小礼品等宣传品。

(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。

(6) 数据统计包括对直录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。

(7) 人才培养包括摄像、导播、录音、编辑、新媒体宣传等直/录播专业人员培训及人员差旅。

1.2 成果提交

可按季度参加全国公共文化发展中心组织的国家公共文化云网络直录播遴选工作, 报送直录播计划, 入选直录播将在国家公共文化云“看直播”板块重点推出, 未入选直录播可在地方公共文化云或数字文化馆平台播出, 并在国家公共文化云地方专区呈现。

通过公共文化云项目跟踪管理系统上传并以硬盘 (2 份) 方式提交成果。

“看直播”栏目资源格式规范

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

直播标准

提交内容	文件格式	格式要求
直播海报	jpg、jpeg、png	电子海报: 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

信息视频源	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 视频编码：H.264 输出格式：m3u8 码率：4096Kbps 码率控制：CBR 档次/级别：High profile/Level 4.0 分辨率：1920*1080（1080P）及以上 帧率：25fps 宽高比：16: 音频参数 音频编码：AAC 音频质量：高等质量 音频编码码率：128Kbps 音频采样率：48kHz 音频声道：双声道
-------	------	--

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

2、全民艺术普及品牌活动（享活动）

基本要求：线上线下相结合开展全国示范性、区域性、地方性全民艺术普及品牌活动。全国示范性品牌活动主要包括文化和旅游部组织开展的广场舞、四季村晚、大家唱、群星奖活动等；区域性品牌活动主要联合京津冀、长三角、粤港澳大湾区等区域开展；地方性品牌活动主要推出具有地域特色、有影响力、有代表性的群众文化活动。优先保障开展全国示范性品牌活动，在国家公共文化云平台发布。

经费统筹用于线上线下结合的活动策划与实施、方案制订、协调组织、线上专题开发与运营、过程监控、活动总结、绩效考评、第三方满意度调查等。

2.1 支持范围

同一活动不得同时获得“看直播”“享活动”两部分资金支持。

2.2 建设标准

支持开展活动所需的活动及专题策划、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。

（1）活动及专题策划包括策划活动线下实施、线上呈现及线上专题设计（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）。

（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。

（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。

（4）活动的网络直播实施工作。

（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；每场在媒体编发新闻稿不少于 10 篇，在微信公众号编发宣传推文不少于 2 篇，制作符合新媒体平台发布的时长不低于 1 分钟的宣传视频不少于 1 部，拍摄并发布活动相关照片。

（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。

（7）数据统计包括统计活动线下、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。

2.3 成果提交

各省按年度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。

未入选的活动可在地方公共文化云或数字文化馆平台推出，并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。

通过公共文化云项目跟踪管理系统上传并以硬盘（2份）方式提交成果。

“享活动”栏目资源格式规范

专题资源格式

提交内容	文件格式	格式要求
专题海报	jpg、jpeg、png	电子海报： 数量为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。
信息资源	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， 音频采样率：48kHz 编码码率：128kbps 声道：双声道 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

3、学才艺课程（学才艺）

基本要求：推出音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等各艺术门类课程，鼓励建设地方特色文化课程，提供线下课程实施、线上培训、课程点播、在线直播、作品上传、互动交流等服务。以地市级及以上文化馆为重点，建立以文化馆（站）业务干部、艺术专业人才、文化志愿者组成的全民艺术普及师资库。

3.1 支持范围

支持以地市级（含）以上文化馆为重点，推出适用于线上学习的音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影、非遗、国学、新媒体应用等门类的普及、提升教学课程视频，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库，并对师资和课程动态信息进行更新维护。

3.2 建设标准

每场包含 8 门直录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。

3.2.1 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、摄影等各艺术门类课程中，选择全部或部分门类进行制作。允许 2-3 门课程为同一门类，允许同一位教师录制 2-3 门课程，允许多位教师参与同一门课程中不同课时的录制。

②每门课程不少于 6 个章节；每个章节时长在 8~10 分钟之间为宜；每门课程总时长不少于 45 分钟。

③每门课程制作 1~2 分钟宣传短片。宣传短片参数要求可参见《看直播》版块录播（点播）资源要求。

④课程要求画质高清、声音清楚。

（3）拍摄建议

① 整体建议

背景不要过于杂乱或喧宾夺主；

场地无噪声（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/机位建议

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持整体的状态，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）。

3.2.2 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。

3.3 成果提交

按照边建设、边服务的原则，建设成果经各省评审后，实时提交国家及地方公共文化云“学才艺”板块开展服务。

提交方式如下：

(1) 手工录入

各省组织建设单位，通过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。

(3) 系统对接

通过地方平台与国家公共文化云技术对接的方式，将数据对接到国家公共文化云平台。

通过公共文化云项目跟踪管理系统上传，及时同步相关工作进度，并以硬盘（2份）方式提交成果。

各省要加强成果的服务推广，积极依托国家及地方公共文化云的新媒体传播，通过推文、宣传短视频等形式，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、完播率等观看情况，提升实际服务成效。

“学才艺”栏目资源格式规范

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	电子版海报： 1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
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 视频编码：H.264 输出格式：m3u8 码率：4096Kbps 码率控制：CBR 档次/级别：High profile/Level 4.0 分辨率：1920*1080（1080P） 帧率：25fps 宽高比：16：9 音频参数 音频编码：AAC 音频质量：高等质量

		音频编码码率：128Kbps 音频采样率：48kHz 音频声道：双声道
点播课程文件	mp4	视频参数 视频大小：500MB≤视频文件大小≤5GB 视频编码：H.264 输出格式：MP4文件 码率：不小于2048Kbps 码率控制：CBR 档次/级别：High profile/Level 4.0 分辨率：成片1920*1080（1080P）、素材4096*2160（4K） 帧率：25fps 宽高比：16：9 音频参数 音频格式：AAC 音频质量：高等质量 音频编码码率：128Kbps 音频采样率：48kHz 音频声道：双声道

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 256KB≤图片大小≤6MB 600px≤图片宽度≤1200px 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

4、采集场馆及活动信息（订场馆）

基本要求：依托文化馆总分馆制建设，采集、发布各级文化馆（站）场馆基本信息和服务活动信息，开通地图定位功能，保证用户可在线查询场馆信息、预订场馆、预约服务等；突出文化与科技融合，推出在线看馆、看展览服务等。全年运营维护乡镇综合文化站场馆基本信息及其服务活动信息，并通过公共文化云基层智能服务端发布。

4.1 支持范围

经费统筹用于相关信息采集、整理、发布、推广等。

4.2 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。

（1）场馆基本信息

用户可通过场馆查询服务获取场馆基本信息，包括：场馆名称、场馆类型、所在地址、场馆图片、地图定位、联系人、联系电话、开放时间、场馆简介、门票信息、场馆视频、AR/VR 链接等。

场馆基本信息发布后，若有变动应及时更新。

（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，不得与“享活动”板块的品牌活动信息重复填报。应优先采集场馆基本信息，并依托已采集基本信息的场馆采集、发布场馆服务信息。

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 天在甲方数字化平台发布。

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。

4.3 成果提交

通过公共文化云基层智能服务端发布

“订场馆”栏目资源格式规范

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	电子海报： 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
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 256KB≤图片大小≤2MB 800px≤图片宽度≤1400px 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

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 256KB≤图片大小≤2MB 800px≤图片宽度≤1400px 450px≤图片高度≤800px

5、赶大集专区建设

5.1 文采会部分

基本要求：支持各省（区、市）开展本地赶大集专区建设与运营，推介文创产品，举办区域性及地方性“文采会”，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）。同时，重点开展全民艺术普及新媒体服务运营推广工作，要求在媒体发布新闻宣传稿不少于 50 篇，制作便于新媒体渠道传播的短视频不少于 10 个，公众号推广信息不少于 10 篇。

5.1.1 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，支持各省遴选本省公共文化产品和服务优质资源（包括供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等），并汇总到国家公共文化云“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。经费统筹用于专区建设与运营，文采会策划、实施、推广及新媒体运营等。

5.1.2 建设标准

省级文化和旅游行政主管部门对本省遴选的公共文化产品和服务资源进行审核把关后，纳入全国公共文化产品和服务资源库。

（1）遴选产品和服务，采集供需信息。

遴选本省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、艺术导赏、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 (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

② 机构信息

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。

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。

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。

(2) 日常维护“汇文采”专区。

通过国家公共文化云“汇文采”版块（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。

支持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。

(4) 任务为赶大集专区建设 1 个；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（即国家公共文化云“汇文采”板块）。

5.1.3 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。

(1) 手工录入

各省组织供应方、需求方，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。

(2) 数据导入

国家公共文化云提供数据导入接口，支持供应方和需求方以数据文件形式导入相关信息和动态内容。

(3) 系统对接

通过地方平台与国家公共文化云技术对接的方式，将数据对接到国家公共文化云

平台。

5.2 赶大集（文创部分）

基本要求：各省开展本地赶大集专区建设与运营，重点推介文创产品，促进艺术普及文创消费。

5.2.1 支持范围

重点支持各地资源突出、条件成熟的文化馆、各类文化机构及个人在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺并运营，包括平台入驻、文创产品开发、人才培养培训等。

5.2.2 建设标准

支持各省在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺，在店铺内加载各类文创产品。支持文化馆、各类文化机构及个人根据自身文化资源的特点，挖掘文创要素，开展艺术普及文创开发，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。文化馆及各类文化机构可根据“赶大集”相关工作需要，开展人才培养及参加“赶大集”相关培训。

在“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个（每个机构可开设店铺数量不限），至 2025 年底，共加载文创产品不少于 100 种（已有产品或新开发产品均可），从业人员参与文创培训不少于 50 人天。

5.2.3 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。

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、1 套产品图册及 1 份版权文件。

人员培训：每省提交培训场次名称、参加培训人员名单、课时及课程内容、培训证书。

通过公共文化云项目跟踪管理系统上传并网盘（2 份）方式提交成果电子版，方案、版权文件、培训证明材料须提交盖章扫描件。

“赶大集（文创部分）”栏目资源格式规范

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	电子版海报： 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
产品音频介绍	mp3、aac	可参见《享活动》版块音频资源要求

6、建设或优化艺术普及数字资源时长

基本要求：根据全民艺术普及需要，紧扣基层群众文化需求，按照统一的建设标准和总目录，围绕群众文化活动、群众文艺作品、艺术普及直播、艺术普及课程、文旅融合视频、艺术普及电子图书、全民艺术普及师资库、文化馆（站）行业信息等主题，建设全民艺术普及资源总库。应重点建设具有地方特色的艺术普及资源，鼓励对存量资源进行优化加工，使其更适应移动互联网传播方式，符合当前群众文化消费习惯，提升服务效能。

6.1 支持范围

支持各地市级（含）以上文化馆结合群众文化活动、辅导培训、艺术创作、民族民间文化保护等职能业务，原创建设具有本地特色的群众文化活动、群众文艺创作、艺术普及课程、传统文化、文旅融合、乡村振兴等类型的短视频、慕课资源。可涉及音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等艺术门类。由“看直播”或“享活动”资金支持产生的资源，不重复获得“资源总库建设”资金的支持。

6.2 建设标准

支持各地建设全民艺术普及数字资源。资源应是新建或已建的原创资源，且文化馆拥有资源的完全版权。时长为成果和素材的总时长，经费可用于内容策划、拍摄制作、版权解决、内容验收、资源发布等。

（1）内容策划包括策划选题、内容大纲、样片脚本、分集脚本等。

（2）拍摄制作包括样片及素材的拍摄制作，后期编辑，输出成果等。

（3）版权解决包括聘请师资、获取拍摄对象授权、购买素材使用权等，资源版权须由建设单位与发展中心共同享有。

（4）内容验收包括聘请专家对选题策划、内容大纲、样片进行评审，对资源成果进行验收等。

（5）资源发布包括将资源发布至地方公共文化云或数字文化馆平台及国家公共文化云“看直播”板块或地方专区等。

6.3 成果提交

资源建设完成并通过省内验收后，以硬盘（2份）的方式向国家公共文化发展中心、贵州省文化馆提交全部资源成果、素材及版权文件。

第六章 拟签订的合同文本

(以最终签订的合同为准)

贵州省文化馆 2025 年公共文化云建设项目 服务合同

委托单位（甲方）：贵州省文化馆

受托单位（乙方）：

甲方：（采购人全称）

乙方：（投标人全称）

甲、乙双方根据_____项目名称_____项目的公开招标结果，甲方接受乙方为本项目的投标人。甲乙双方根据本项目采购文件、投标文件及招投标过程中确定的有关内容，签署本合同。

一、合同金额

合同金额为（大写）：_____元（¥_____元）人民币。

二、服务范围

甲方聘请乙方提供以下服务：

1. 本合同项下的服务指。
2.
3.

三、服务质量要求

四、甲方乙方的权利和义务

（一） 甲方的权利和义务

（二） 乙方的权利和义务

五、服务期间（项目完成期限）

委托服务期间自_____年_____月至_____年_____月止。

六、验收及评价考核

七、付款方式

由甲方按下列程序在内付款。

- 1) 在合同实施及服务人员到达服务地后__天内，甲方应将第一次付款总服务费的__（50%）付给乙方。
- 2) 第二次付款额应为总服务费的__（40%），甲方应在乙方已经准备好，并递交了服务报告及其他相关文件，而这些报告和文件符合合同附件上的要求并被甲方验收后付给乙方。
- 3) 最后一次付款额应为总服务费的__（10%），甲方应在乙方递交了服务总结报告并通过项目省级验收后支付给乙方。

八、知识产权产权归属

九、保密

十、违约责任与赔偿损失

- 1) 乙方提供的服务不符合采购文件、报价文件或本合同规定的，甲方有权拒收，并且乙方须向甲方支付本合同总价5%的违约金。
- 2) 乙方未能按本合同规定的交货时间提供服务，从逾期之日起每日按本合同总价3%的数额向甲方支付违约金；逾期半个月以上的，甲方有权终止合同，由此造成的甲方经济损失由乙方承担。
- 3) 甲方无正当理由拒绝接受服务，到期拒付服务款项的，甲方向乙方偿付本合同总额的5%的违约金。甲方逾期付款，则每日按本合同总价的3%向乙方偿付违约金。
- 4) 其它违约责任按《中华人民共和国民法典》处理。

十一、争端的解决

1) 合同执行过程中发生的任何争议，如双方不能通过友好协商解决，按相关法律法规处理。

2) ……

十二、不可抗力：任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后1日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

十三、税费：在中国境内、外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

十四、其它

1) 本合同所有附件、采购文件、投标文件、中标通知书均为合同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力。

2) 在执行本合同的过程中，所有经双方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）即成为本合同的有效组成部分。

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

4) 除甲方事先书面同意外，乙方不得部分或全部转让其应履行的合同项下的义务。

十五、合同生效：

1) 本合同在甲乙双方代表或其授权代表签字盖章后生效。

2) 合同一式份。

3) 合同执行中涉及招标资金和招标内容修改或补充的，须经当地财政部门审批，并签订书面补充协议报监督管理部门备案，方可作为主合同不可分割的一部分。

甲方：

乙方：

地址：

地址：

法定代表人：

法定代表人：

授权委托代理人：

授权委托代理人：

电话：

电话：

传真：

传真：

邮政编码：

邮政编码：

开户银行：

账号：

签订地点：

签订日期： 年 月 日

注意事项：本合同条款未尽事宜，由甲乙双方以补充合同约定，原则上不能超越和违背招标及补充文件、投标文件及投标有关承诺的范围及内容。

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知

1. 投标人编制投标文件应按照本章提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）。
2. 对于文中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和采购文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
3. 投标文件格式中要求填写项目编号的地方，填写“第一章 采购邀请”中明确的项目编号或项目序列号均可。
4. 投标文件要求盖章处，盖投标人公章或电子公章均可。交易系统要求签章的，投标人必须按要求进行签章，否则后果自负。
5. 全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

重要提醒

1. 供应商需要招标文件 word 版本的，请在供应商的交易系统下载“采购文件下载回执”发送至我公司邮箱：guiyang@xhtc.com.cn，并电话告知代理机构查收邮件。联系电话：18143556677。
2. 供应商对交易系统操作不熟练的，可以在贵州省公共资源交易云（网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/>）下载供应商用户操作手册，按手册进行操作。



投标（响应）文件

项 目 名 称：贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目
项 目 编 号：XHTC-FW-2025-1026
标 包 号：
投标人名称：
详细地址：
联 系 人：
电 话：
通讯邮箱号：
日 期：年 月 日

一、资格证明文件格式

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 具有独立承担民事责任的能力：提供营业执照等证明文件

1-2 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：提供经合法审计机构出具的2023年度或2024年度财务审计报告，或2025年开户银行出具的有效资信证明；

1-3 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：提供2025年任意1个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（如不需缴纳的，须出具有效的证明材料）；

1-4 投标人资格声明书

投标人资格声明书

致：贵州省文化馆

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）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（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （七）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

说明：投标人承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求（如有）

2-1 中小企业政策证明文件

说明：

（1）如本项目（包）不专门面向中小企业预留采购份额，资格证明文件部分无需提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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；投标人如具有上述证明文件，建议在资格文件中提供。

（2）中小企业声明函填写注意事项：对于多标的采购项目，投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的，不建议填报本声明函。

（3）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知前附表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部 联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

注：投标人不属于中小企业的可以不填写该声明函。

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）参加贵州省文化馆的贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目采购活动，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. （各包名称，如：标包1：黔西南地区打屋坝组、龙吟组页岩气探井钻完井技术服务），属于（其他未列明行业）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¹，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：_____

¹从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

残疾人福利性单位声明函格式

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（**请选择**）：

☐ 不属于符合条件的残疾人福利性单位。

☐ 属于符合条件的残疾人福利性单位，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： _____

2-1-2 拟分包情况说明及分包意向协议

说明：

如本项目（包）允许分包，且供应商拟进行分包时：

- （1）响应文件中须提供《拟分包情况说明》，否则**投标无效**；
- （2）当同时符合下列情形时，响应文件还须提供《分包意向协议》，否则**投标无效**：
 - A. 本项目（包）预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购，且要求获得采购合同的供应商将采购项目中的一定比例分包给一家或者多家中小企业的；
 - B. 供应商通过分包方式满足中小企业政策要求的。

拟分包情况说明

致：（采购人或采购代理机构）

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中_____包（填写包号）的响应。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目成交的采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型 (选择)	资质等级	拟分包合同内容	拟分包合同金额 (人民币元)	占该采购包合同 金额的比例 (%)
1		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
2		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
...						
合计：						

供应商名称（加盖公章）：_____

日 期：____年__月__日

注：

（1）当供应商属于本部分说明中第（1）类情形，如未提供《拟分包情况说明》，或提供了《拟分包情况说明》但未填写分包承担主体名称、拟分包合同内容、拟分包合同金额，其**投标无效**；

（2）当供应商属于本部分说明中第（2）类情形，如未提供《拟分包情况说明》，或提供了《拟分包情况说明》但未填写分包承担主体名称、分包承担主体类型、拟分包合同内容、拟分包合同金额，其**投标无效**；

（3）如本采购文件《供应商须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则供应商须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书电子件，否则**投标无效**。

分包意向协议

甲方（供应商）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：_____）采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包给乙方：

1. 分包内容：_____。

2. 分包金额：_____，该金额占该采购包合同金额的比例为_____ %。

乙方承诺将在上述情况下与甲方签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）成交，本协议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日 期：_____年____月____日

注：

本协议仅在投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则投标无效；且投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文件中提交全部协议原件的电子件，否则**投标无效**。

二、商务技术文件格式

1. 投标书（实质性格式）

投标书

致：贵州省文化馆

我方参加你方就贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目，XHTC-FW-2025-1026
(项目名称，项目编号)组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

(1) 本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起 90 个日历日。

(2) 除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

(3) 我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

(4) 如我方中标，我方将在法律规定的期限内与采购方签订合同，按照招标文件要求提交履约保证金，并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

(5) 我方已知晓本项目代理服务费由中标人支付的规定，代理服务费已包含在我公司报价中。如我方中标，将按照招标文件的规定，由我方在中标后一次性向代理机构支付采购代理服务费。若我方未按时支付上述费用，我方愿承担代理机构为追讨该费用而发生的律师费、诉讼费、保全费等一切相关费用，并赔偿由此给代理机构造成的一切损失（包括但不限于直接损失、间接损失等）。

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址：_____

传真：_____

电话：_____

来往电子函件：_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：_____年_____月_____日

2. 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改贵州省文化馆 2025 年公共文化云建设项目（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：_____年_____月_____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：

说明：

1. 若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
2. 若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
3. 投标人为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
4. 投标人应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证或护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证双面电子件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：贵州省文化馆

兹证明：

姓名：_____性别：_____年龄：_____职务：_____系_____

_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件：

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

3. 开标一览表（实质性格式）

开标一览表

项目编号：XHTC-FW-2025-1026

项目名称：贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目

标包号	投标人名称	投标报价(元)	
		大写	小写

注：1. 此表中，每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

2. 本表必须按包分别填写。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

4. 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

项目编号：XHTC-FW-2025-1026

项目名称：贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目

报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价（元）	数量	合价（元）	备注/说明
1					
2					
3					
总价（元）					

注：1. 本表应按包分别填写，投标人可按各包“实物工作量”的内容进行分项报价。

2. 上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

3. 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

5. 偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

项目编号：XHTC-FW-2025-1026

项目名称：贵州省文化馆2025年公共文化云建设项目

对本项目采购需求的偏离情况（请进行勾选）：

☐无偏离（如无偏离，仅选择无偏离即可；无偏离即为对采购需求中的所有要求（商务和技术要求），均视作投标人已对之理解和响应）。

☐有偏离（如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一系列明；对采购需求中的所有要求（商务和技术要求），除本表列明的偏离外，均视作投标人已对之理解和响应）。

序号	招标文件条 目号	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注：

1. 对“第五章 采购需求”中的商务要求、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作投标人已对之理解和响应。若无偏离勾选“☒无偏离”即可，不要求逐项填写。若既未勾选是否偏离，又未逐项进行响应，则视为无效投标。

2. “偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

6. 评标标准中要求提供证明材料

注：投标人可按照评分标准的顺序对应提供除报价以外的商务评分材料和技术评分材料。

7. 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

第八章 其他

关于印发中小企业划型标准规定的通知

工信部联企业〔2011〕300号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构及有关单位：

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），工业和信息化部、国家统计局、发展改革委、财政部研究制定了《中小企业划型标准规定》。经国务院同意，现印发给你们，请遵照执行。

工业和信息化部
国家统计局
国家发展和改革委员会
财政部
二〇一一年六月十八日

中小企业划型标准规定

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

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

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

四、各行业划型标准为：

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

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

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

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

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

100万元以下的为微型企业。

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

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

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

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

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

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

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

（十三）房地产开发经营。营业收入200000万元以下或资产总额10000万元以下的

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

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

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

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

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

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

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

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

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

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