
“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目
目

招标文件

项目编号：以政府采购网公示为准

中国·四川
理塘县文化广播电视和旅游局

四川凯洋工程项目管理有限公司

共同编制

二〇二二年八月

目录

第一章 投标邀请	3
第二章 投标人须知	5
第三章 投标文件格式	30
第四章 投标人和投标产品的资格、资质性及其他类似效力要求	63
第五章 投标人应当提供的资格、资质性及其他类似效力要求的相关证明材料	64
第六章 招标项目技术、服务、政府采购合同内容条款及其他商务要求	66
第七章 评标办法	116
第八章 政府采购合同（样例）	130
附件一 介绍信	133
附件二 中小企业划分标准	134

第一章 投标邀请

四川凯洋工程项目管理有限公司受理塘县文化广播电视和旅游局委托，拟对“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目进行国内公开招标，兹邀请符合本次招标要求的投标人参加投标。

一、**项目编号**：以政府采购网公示为准。

二、**招标项目**：“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目。

三、**资金来源**：财政性资金。

四、**招标项目简介**：“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目（详见招标文件第六章）。

五、**投标人参加本次政府采购活动，应当在提交投标文件前具备下列条件**：

（一）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

- 1、具有独立承担民事责任的能力；
- 2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- 3、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- 4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- 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违规记录；
- 6、法律、行政法规规定的其他条件。

（二）其他要求：

1、投标人、投标人的单位法定代表人、主要负责人在参加本次政府采购活动前三年内无行贿犯罪记录；

2、本项目非专门面向中小企业采购；

3、本项目不接受联合体投标。

四、禁止参加本次采购活动的供应商

1. 根据《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）的要求，采购代理机构将通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）渠道查询供应商截止至提交首次投标文件截止时间前一个工作日的信用记录并保存信用记录结果网页截图，拒绝列入失信被执行人、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中的供应商参加本项目的政府采购活动。若因供应商为事业单位、团体组织、自然人等原因，在“信用中国”

网站等渠道未查询到信息的，视为未被列入失信记录。（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）。

2. 为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本采购项目。供应商为采购人、采购代理机构在确定采购需求、编制采购文件过程中提供咨询论证，其提供的咨询论证意见成为招标文件中规定的供应商资格条件、技术服务商务要求、评审因素和标准、政府采购合同等实质性内容条款的，视同为采购项目提供规范编制。

五、获取招标文件

时间：2022年08月10日至2022年08月16日，每天上午00:00:00至12:00:00，下午12:00:00至23:59:59（北京时间）。

途径：项目电子化交易系统-投标（响应）管理-未获取采购文件中选择本项目获取采购文件。

方式：在线获取。

售价：0元。

六、开标地点及投标文件接收时间

开标地点：成都市成华区成宏路16号呈祥国际1栋706号。

文件接收时间（北京时间）：2022年09月02日09:30-10:00

七、投标文件递交截止时间

2022年09月02日10:00（北京时间）。投标文件必须在递交投标文件截止时间前送达开标地点。逾期送达或没有密封的投标文件恕不接收。本次采购不接收邮寄的投标文件。

八、投标文件开启时间及地点

2022年09月02日10:00（北京时间）在开标地点开启。

九、本采购邀请在四川政府采购网以公告形式发布。

采购人：理塘县文化和旅游局

地 址：理塘县文化和旅游局

联系人：昂王扎西 联系电话：13778397788

采购代理机构：四川凯洋工程项目管理有限公司

地 址：成都市成华区成宏路16号呈祥国际1栋706号

邮 编：610000

联系人：邱先生 联系电话：028-60130146

第二章 投标人须知

一、投标人须知附表

序号	条款名称	说明和要求			
1.	项目属性	服务类			
2.	采购预算 (实质性要求)	<p>采购预算：¥598.106439（万元）（大写：伍佰玖拾捌万壹仟零陆拾肆元叁角玖分）。</p> <p>超过采购预算的投标为无效投标。</p>			
	最高限价 (实质性要求)	<p>最高限价：¥598.106439（万元）（大写：伍佰玖拾捌万壹仟零陆拾肆元叁角玖分）。</p> <p>超过最高限价的报价为无效投标。</p> <p>采购项目分包采购的，在采购金额未超过采购项目总预算金额前提下，采购人可以在评标过程中临时调剂各包采购限价（预算金额不得调整；财政预算明确到各包的不得调整），临时调剂的内容，在评标报告中记录。</p>			
3.	是否专门面向中小企业采购	<p>是否属于专门面向中小企业采购：否；</p> <p>是否属于专门面向小微企业采购：否；</p> <p>注：监狱企业、残疾人福利性单位视同小微企业。</p>			
		序号	标的名称	所属行业	备注
		1	“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目	软件和信息技术服务业	
4.	低于成本价不正当竞争预防措施 (实质性要求)	<p>在评标过程中，低于成本价投标处理。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，</p>			

序号	条款名称	说明和要求
		<p>评标委员会应当将其作为无效投标处理。投标人的书面说明材料应当按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就投标人提供的货物、工程和服务的主营业务成本、税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用等成本构成事项详细陈述。</p> <p>投标人书面说明应当签字确认或者加盖公章，否则无效。书面说明的签字确认，投标人为法人的，由其法定代表人/单位负责人或者代理人签字确认；投标人为其他组织的，由其主要负责人或者代理人签字确认；投标人为自然人的，由其本人或者代理人签字确认。</p> <p>投标人提供书面说明后，评标委员会应当结合采购项目采购需求、专业实际情况、投标人财务状况报告、与其他投标人比较情况等就投标人书面说明进行审查评价。投标人拒绝或者变相拒绝提供有效书面说明或者书面说明不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件作为无效处理。</p> <p>注：投标人不得无偿或者低于成本价报价，若在评标过程中，投标人的投标文件涉嫌无偿或低于成本价报价的，按上述规定执行。</p>
5.	<p>小微企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同小微企业）价格扣除 （实质性要求）</p>	<p>一、小微企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同小微企业）价格扣除</p> <p>1. 在政府采购活动中，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46号）规定的中小企业扶持政策：</p> <p>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；</p> <p>（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；</p> <p>（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。</p> <p>在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，</p>

序号	条款名称	说明和要求
		<p>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》（财库[2020]46号）规定的中小企业扶持政策。</p> <p>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。</p> <p>《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46号）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，但与大型企业的负责人为同一人，或者与大型企业存在直接控股、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。</p> <p>2. 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，非专门面向中小企业采购的，对小微企业的报价给予10%（工程项目为 5%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。</p> <p>3. 大中型企业与小微企业组成联合体或者大中型企业向一家或者多家小微企业分包的，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，对联合体或者大中型企业的报价给予3%的扣除，用扣除后的价格参加评审。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。</p> <p>4. 参加政府采购活动的中小企业应当提供《中小企业声明函》原件。其中，残疾人福利性单位应当提供《残疾人福利性单位声明函》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。未提供的视为放弃享受小微企业价格扣除优惠政策。</p>
6.	节能、环保及无线局域网产品政府采购政策	<p>一、节能、环保产品政府采购政策：</p> <p>根据《财政部发展改革委 生态环境部 市场监管总局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</p>

序号	条款名称	说明和要求
	(若涉及)	<p>(2019) 9号) 相关要求, 依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。本项目采购的产品属于品目清单范围的, 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。</p> <p>本项目采购的产品属于品目清单范围内强制采购的, 投标人应按上述要求提供产品认证证书复印件并加盖投标人单位公章(鲜章), 否则投标无效。</p> <p>本项目采购的产品属于品目清单范围内优先采购的, 按照第七章《综合评分明细表》的规则进行加分。</p> <p>注: 对政府采购节能产品、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。</p> <p>二、无线局域网产品政府采购政策:</p> <p>本项目采购的产品属于中国政府采购网公布的《无线局域网认证产品政府采购清单》的, 将按照第七章《综合评分明细表》的规则进行加分。</p>
7.	CCC强制认证 (若涉及)	若所投产品涉及3C认证产品的, 在投标文件中可不提供3C认证证书(招标文件另有要求的除外), 可提供承诺函(格式自拟); 投标人应当在签订采购合同前提供至采购人, 未提供或不能提供的视为虚假响应。采购人将另行确定中标人或重新组织招标。
8.	前置许可 (若涉及)	若所投产品涉及进网许可或设备型号核准证等前置许可的, 则提供承诺函原件, 中标后签订合同之前将相关证书原件提供给采购人查验。
9.	信息安全要求 (如涉及)	所投产品如为信息安全产品, 需提供由中国信息安全认证中心认证颁发的认证证书, 投标应符合《关于信息安全产品实施政府采购的通知》(财库〔2010〕48号)要求。

序号	条款名称	说明和要求
10.	政采贷	<p>1、本项目支持“政采贷”。根据《四川省财政厅关于推进四川省政府采购供应商信用融资工作的通知》（川财采〔2018〕123号），供应商无需提供财产抵押或第三方担保，凭借政府采购合同向融资机构申请融资，融资机构根据其授信政策为供应商提供信用贷款。</p> <p>2、根据《四川省财政厅关于推进四川省政府采购供应商信用融资工作的通知》（川财采〔2018〕123号）等有关文件规定，有融资需求的中小企业可根据四川政府采购网公示的银行及其“政采贷”产品，自行选择符合自身情况的“政采贷”银行及其产品，凭中标（成交）通知书向银行提出贷款意向申请。</p>
11.	采购方式	公开招标
12.	评标方法	综合评分法
13.	评标情况公告	所有投标人投标文件资格性、符合性检查情况、采用综合评分法时的总得分和分项汇总得分情况、评标结果等将在四川政府采购网上采购结果公告栏中予以公告。
14.	投标有效期	90天。
15.	投标保证金	本项目不交纳投标保证金。
16.	履约保证金	本项目不适用
17.	采购项目具体事项/ 采购文件内容咨询	项目具体事项电话及联系人：邱先生 联系电话：028-60130146
18.	开标、评标工作咨询	项目具体事项电话及联系人：邱先生 联系电话：028-60130146
19.	中标通知书领取	<p>时间：中标公告发出后的2个工作日内</p> <p>地 址：成都市成华区成宏路16号呈祥国际1栋706号</p> <p>联系人：邱先生</p> <p>联系电话：028-60130146</p>
20.		根据委托代理协议约定，投标人询问由采购代理机构物资负责答复。

序号	条款名称	说明和要求
	投标人询问	<p>联系人：邱先生。</p> <p>联系电话：028-60130146。</p> <p>地址：成都市成华区成宏路 16 号呈祥国际 1 栋 706 号。</p>
21.	投标人质疑	<p>根据委托代理协议约定，投标人质疑由采购代理机构负责答复。</p> <p>联系人：邱先生。</p> <p>联系电话：028-60130146</p> <p>地址：成都市成华区成宏路 16 号呈祥国际 1 栋 706 号。</p> <p>注：根据《中华人民共和国政府采购法》的规定，投标人质疑不得超出采购文件、采购过程、采购结果的范围。</p> <p>供应商在法定质疑期内需一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。</p>
22.	投标人投诉	<p>投诉受理单位：理塘县财政局</p> <p>联系电话：0836-5322481</p> <p>地址：甘孜藏族自治州理塘县团结路北段 9 号</p> <p>邮编：627550</p> <p>注：供应商投诉应当有明确的请求和必要的证明材料。供应商投诉的事项不得超出已质疑事项的范围，须符合《政府采购质疑和投诉办法》(财政部第 94 号令)规定，并使用财政部下发《投诉书》范本。</p>
23.	政府采购合同 公告备案	<p>政府采购合同签订之日起 2 个工作日内，采购人应将政府采购合同在四川政府采购网公告；政府采购合同签订之日起七个工作日内，政府采购合同将向本采购项目同级财政部门备案。</p>
24.	服务地点	采购人指定
25.	付款方式	见商务要求。
26.	资格审查	<p>资格审查委员会由采购人委派的代表组成，负责投标人的资格审查工作；资格审查结果由资格审查委员会成员签字确认。</p>
27.	评标情况公告	<p>评审情况及评标结果等将在四川政府采购网采购结果公告栏中予以公告。</p>

序号	条款名称	说明和要求
28.	评标委员会的组建	评标委员会共 7 人，其中采购人代表 2 人。
29.	投标保证金的退还 (若涉及)	本项目不涉及
30.	招标服务费	<p>1、本项目代理服务费按成本加合理利润的原则，以中标金额作为计算基数，按1.5%的标准收取，不足8000元按8000元收取。由中标供应商在领取中标通知书前向招标代理机构交纳。</p> <p>2、代理服务费缴纳方式及联系人</p> <p>招标代理机构：四川凯洋工程项目管理有限公司。</p> <p>联系人：邱先生 座机：028-60130146</p>
31.	信用融资	政府采购供应商信用融资，是指银行以政府采购供应商信用审查和政府采购信誉为基础，依托政府采购合同，按优于一般企业的贷款程序和利率，直接向申请贷款的供应商发放无财产抵押贷款的一种融资模式。
32.	商品包装和快递包装 (若涉及)	投标人提供产品及相关快递服务的具体包装要求 按照《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）》（财办库〔2020〕123号）执行。（提供承诺函原件加盖供应商公章）
33.	支持脱贫攻坚 (若涉及)	财库〔2019〕27号，优先采购贫困地区农副产品、优先采购聘用建档立卡贫困人员物业公司提供的物业服务
34.	其他	当文件表述内容与投标人须知附表不一致时，以投标人须知附表为准。

二、总 则

1. 适用范围

1.1 本招标文件仅适用于本次招标采购项目。

2. 有关定义

2.1 “采购人”系指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。本次招标的采购人是理塘县文化广播电视和旅游局。

2.2 “采购代理机构”系指根据采购人的委托依法办理招标事宜的采购机构。本次招标的采购代理机构是四川凯洋工程项目管理有限公司。

2.3 “招标采购单位”系指“采购人”和“采购代理机构”的统称。

2.4 “投标人”系指购买了招标文件拟参加投标和向采购人提供货物及相应服务的投标人。

3. 合格的投标人（实质性要求）

合格的投标人应具备以下条件：

- （1）本招标文件规定的投标人资格条件；
- （2）遵守国家有关的法律、法规、规章和其他政策制度；
- （3）向采购代理机构购买了招标文件。

4. 投标费用（实质性要求）

投标人参加投标的有关费用由投标人自行承担。

5. 充分、公平竞争保障措施（实质性要求）

5.1 提供相同品牌产品处理。

5.1.1 非单一产品采购项目中，采购人根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定核心产品。多家投标人提供的任一核心产品品牌相同的，视为提供相同品牌产品。

5.1.2 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，由采购人采取随机抽取方式确定一个参加评标的投标人，其他投标无效。

5.1.3 采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，由采购人采取随机抽取方式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。

5.2 提供相同制造厂商不同品牌产品处理。

制造厂商有二个以上品牌，制造厂商与分销商或经销商或代理商同时参加投标，投标产品为不同品牌的，制造厂商投标产品所属品牌为该品牌的有效投标人，其他投标人的投标文件作为无效投标处理。制造厂商有二个以上品牌，只有分销商或经销商或代理商参加投标，且投标产品为不同品牌的：采用最低评标价法的采购项目，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的投标产品品牌参加评标；报价相同的，由采购人自主采取公平、择优的方式选择确定一个参加评标的投标人，其他投标人的投标文件作为无效投标处理。使用综合评分法的采购项目，所投品牌产品以评审后得分最高的投标产品品牌可获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人自主采取公平、择优的方式选择确定一个投标人获得中标人可推荐资格，其他品牌投标人不作为中标候选人。

5.3 利害关系投标人处理。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。采购项目实行资格预审的，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可以参加资格预审，但只能由投标人确定其中一家符合条件的投标人参加后续的政府采购活动，否则，其投标文件作为无效处理。

5.4 前期参与投标人处理。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。投标人为采购人、采购代理机构在确定采购需求、编制采购文件过程中提供咨询论证，其提供的咨询论证意见成为采购文件中规定的投标人资格条件、技术服务商务要求、评标因素和

标准、政府采购合同等实质性内容条款的，视同为采购项目提供规范编制。

5.5 利害关系代理人处理。2家以上的投标人不得在同一合同项下的采购项目中，同时委托同一个自然人、同一家庭的人员、同一单位的人员作为其代理人，否则，其投标文件作为无效处理。

三、招标文件

6. 招标文件的构成

招标文件是投标人准备投标文件和参加投标的依据，同时也是评标的重要依据，具有准法律文件性质。招标文件用以阐明招标项目所需的资质、技术、服务及报价等要求、招标投标程序、有关规定和注意事项以及合同主要条款等。本招标文件包括以下内容：

- （一）投标邀请；
- （二）投标人须知；
- （三）投标文件格式；
- （四）投标人和投标产品的资格、资质性及其他类似效力要求；
- （五）投标人应当提供的资格、资质性及其他类似效力要求的相关证明材料；
- （六）招标项目技术、商务及其他要求；
- （七）评标办法；
- （八）合同主要条款。

7. 招标文件的澄清和修改

7.1 招标采购单位可以依法对招标文件进行澄清或者修改。

7.2 招标采购单位对已发出的招标文件进行澄清或者修改，应当以书面形式将澄清或者修改的内容通知所有购买了招标文件的投标人，同时在四川政府采购网上发布更正公告。该澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，澄清或者修改的内容可能影响投标文件、资格预审申请文件编制的，采购人或者采购代理机构发布公告并书面

通知投标人的时间，应当在投标截止时间至少 15 日前、提交资格预审申请文件截止时间至少 3 日前；不足上述时间的，应当顺延提交投标文件、资格预审申请文件的截止时间。

7.3 投标人应于投标文件递交截止时间之前在《四川政府采购网》查询本项目的更正公告，以保证其对招标文件做出正确的响应。投标人未按要求下载相关文件，或由于未及时关注更正公告的信息造成的后果，其责任由投标人自行负责。

更正公告通过投标人报名时备注的电子邮箱发送至所有购买招标文件的投标人，投标人在收到相应更正公告后，以书面形式给予确认，该更正公告作为招标文件的组成部分，具有约束作用。如投标人未给予书面回复，则视为收到并认可该更正公告的内容。

7.4 投标人认为需要对招标文件进行澄清或者修改的，可以以书面形式向招标采购单位提出申请，但招标采购单位可以决定是否采纳投标人的申请事项。

8. 答疑会和现场考察

8.1 根据采购项目和具体情况，招标采购单位认为有必要，可以在招标文件提供期限截止后，组织已获取招标文件的潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会。组织现场考察或者召开答疑会的，应当以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。

现场考察或标前答疑会时间：本项目不组织。

现场考察或标前答疑会地点：本项目不组织。

8.2 投标人考察现场所发生的一切费用由投标人自己承担。

四、投标文件

9. 投标文件的语言（实质性要求）

9.1 投标人提交的投标文件以及投标人与招标采购单位就有关投标的所有来往书面文件均须使用中文。投标文件中如附有外文资料，主要部分对应翻译成中文并加盖投标人公章后附在相关外文资料后面。

9.2 翻译的中文资料与外文资料如果出现差异和矛盾时，以中文为准。涉嫌虚假

响应的按照相关法律法规处理。

9.3 如因未翻译而造成的废标，由投标人承担。

10. 计量单位（实质性要求）

除招标文件中另有规定外，本次采购项目所有合同项下的投标均采用国家法定的计量单位。

11. 投标货币（实质性要求）

本次招标项目的投标均以人民币报价。

12. 联合体投标（若涉及）

12.1 联合体成员不得超过 2 家。以联合体形式参加投标的，联合体各方均应当符合《政府采购法》第二十二条第一款规定的条件。采购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人规定的特定条件。

12.2 联合体各方之间应当签订联合体投标协议，明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任，并将共同联合体投标协议连同投标文件一并提交招标采购单位。

12.3 联合体应当确定其中一个单位为本项目的投标全权代表，联合体牵头单位负责参加本项目投标的一切事务，并承担投标及履约中应承担的全部责任与义务。

12.4 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。

12.5 联合体中有同类资质的投标人按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的投标人确定资质等级。

12.6 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。

13. 知识产权（实质性要求）

13.1 投标人应保证在本项目使用的任何产品和服务（包括部分使用）时，不会产

生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由投标人承担所有相关责任。

13.2 采购人享有本项目实施过程中产生的知识成果及知识产权。

13.3 投标人如欲在项目实施过程中采用自有知识成果，投标人需提供开发接口和开发手册等技术文档，并承诺提供无限期技术支持，采购人享有永久使用权（含采购人委托第三方在该项目后续开发的使用权）。

13.4 如采用投标人所不拥有的知识产权，则在投标报价中必须包括合法获取该知识产权的相关费用。

14. 投标文件的组成

投标人应按照招标文件的规定和要求编制投标文件。**投标人编写的投标文件应至少包括下列两部分文件：**

文件一：资格性投标文件

严格按照第四、五章要求提供相关资格、资质性及其他类似效力要求的相关证明材料。

- (1) 授权书
- (2) 承诺函
- (3) 证明投标人具备良好商业信誉的承诺函
- (4) 证明投标人具备依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的承诺函
- (5) 证明投标人具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函
- (6) 参加本次采购活动前三年内无行贿犯罪记录的承诺函
- (7) 近三年在经营活动中没有重大违法违规记录的书面声明
- (8) 证明投标人具备法律、行政法规规定的其他条件的承诺函
- (9) 证明投标人资格符合招标文件规定的承诺函

(10) 截至投标截止日未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承诺函

(11) 投标人诚信情况承诺函

(12) 其他（若有）

文件二：其它响应性投标文件

按照招标文件要求提供以下四个方面的相关材料：

（一）商务部分。投标人按照招标文件要求提供的有关文件。包括以下内容：

(1) 投标函

(2) 承诺函

(3) 开标一览表

(4) 报价明细表

(5) 中小微企业声明函（如未提供中小微企业声明函的，则不能享受招标文件规定的价格扣除，不影响投标文件的有效性）；（若涉及）

(6) 证明投标人业绩和荣誉的有关材料（若有）

(7) 商务应答表；

(8) 投标人基本情况表；

(9) 投标人本项目管理、技术、服务人员情况表；

(10) 其他投标人认为需要提供的文件和资料。（若有）

注：本次招标报价要求：投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现，包括投标人完成本项目所需的一切费用（**实质性要求**）。

（二）技术部分。投标人按照招标文件要求做出的技术应答。投标人的技术应答包括下列内容：

(1) 技术应答表；

(2) 关于国家规定的强制采购范围内产品承诺函（若涉及）；

(3) 项目实施方案；

(4) 产品验收标准和验收方法（若涉及）；

(5) 产品验收清单（注明各部件的品名、数量、价格、规格型号和原产地或生产厂家）（若涉及）；

(6) 投标人认为需要提供的文件和资料。（若有）

(三) 售后服务：投标人按照招标文件中售后服务要求作出的积极响应和承诺（若涉及）。

(四) 其他部分：投标人按照招标文件要求作出的其他应答和承诺。

15. 投标文件格式

15.1 投标人应执行招标文件第三章的规定要求。第三章格式中“注”的内容，投标人可自行决定是否保留在投标文件中，未保留的视为投标人默认接受“注”的内容。

15.2 对于没有格式要求的投标文件由投标人自行编写。

16. 投标保证金（若涉及）

16.1 投标人投标时，必须以人民币提交招标文件规定数额的投标保证金，并作为其投标的一部分。

16.2 投标保证金交款方式：详见投标人须知前附表。

16.3 未中标人的投标保证金，将在中标通知书发出后5个工作日内全额退还。中标人的投标保证金，在合同签订生效后5个工作日内全额退还（注：①因投标人自身原因造成的保证金延迟退还或者投标人和采购代理机构书面协商可以延迟退还的，采购代理机构不承担相应责任；②投标人因涉嫌违法违规，按照规定应当不予退还保证金的，有关部门处理认定违法违规行为期间不计入退还保证金时限之内。）；

16.4 发生下列情形之一的，采购代理机构可以不予退还投标保证金：

(1) 在招标文件规定的投标截止时间后撤回投标的；

-
-
- (2) 在采购人确定中标人以前放弃中标候选资格的；
 - (3) 中标后放弃中标、不领取或者不接收中标通知书的；
 - (4) 由于中标人的原因未能按照招标文件的规定与采购人签订合同的；
 - (5) 由于中标人的原因未能按照招标文件的规定交纳履约保证金的；
 - (6) 投标人提供虚假资料的；
 - (7) 投标有效期内，投标人在政府采购活动中有违法、违规、违纪行为。
 - (8) 投标有效期内，投标人撤销投标文件的。

17. 投标有效期（实质性要求）

17.1 本项目投标有效期为投标截止时间届满后 90 天（投标有效期从提交投标文件的截止之日起算）。投标人投标文件中必须载明投标有效期，投标文件中载明的投标有效期可以长于招标文件规定的期限，但不得短于招标文件规定的期限。否则，其投标文件将作为无效投标处理。

17.2 因不可抗力事件，采购人可于投标有效期届满之前与投标人协商延长投标有效期。投标人拒绝延长投标有效期的，不得再参与该项目后续采购活动，但由此给投标人造成的损失，采购人可以自主决定是否可以给予适当补偿。投标人同意延长投标有效期的，不能修改投标文件。

17.3 因采购人采购需求作出必要调整，采购人可于投标有效期届满之前与投标人协商延长投标有效期。投标人拒绝延长投标有效期的，不得再参与该项目后续采购活动，但由此给投标人造成的损失，采购人应当予以赔偿或者合理补偿。投标人同意延长投标有效期的，不能修改投标文件。

18. 投标文件的印制和签署

18.1 投标文件分为“资格性投标文件”和“其他响应性投标文件”两部分，且该两部分应分册装订。

18.2 投标人应按 18.1 准备两部分投标文件，每部分含正本壹份、副本贰份和相

应的电子文档壹份，以及用于开标唱标单独密封提交的“开标一览表”（壹份）。投标文件的正本和副本应在其封面右上角清楚地标明“正本”或“副本”字样。若正本和副本有不一致的内容，以正本书面投标文件为准。

18.3 “开标一览表”除单独密封提交外，还应编制于其他响应性投标文件正副本内，如有遗漏，将视为无效投标（实质性要求）。

18.4 投标文件的正本和副本均需打印或用不褪色、不变质的墨水书写，并由投标人的法定代表人/单位负责人或其授权代表在规定签章处签字或盖章。投标文件副本可采用正本的复印件，电子文档采用光盘或U盘制作。用于开标唱标单独提交的“开标一览表”应为原件。

18.5 投标文件的打印和书写应清楚工整，任何行间插字、涂改或增删，必须由投标人的法定代表人/单位负责人或其授权代表签字或盖个人印鉴。

18.6 投标文件正本和副本应当采取胶装方式装订成册，不得散装或者活页装订。

18.7 投标文件应根据招标文件的要求制作，签署、盖章和内容应完整。

18.8 投标文件统一用A4幅面纸印制，逐页编码。

18.9 本次招标要求的复印件是指对图文进行复制后的文件，包括扫描、复印、影印等方式复制的材料。

19. 投标文件的密封和标注

19.1 投标人应在投标文件正本和所有副本的封面上注明投标人名称、项目编号、项目名称及分包号（如有分包）。

19.2 投标文件包括正本、副本、电子文档和用于开标唱标单独提交的“开标一览表”。投标文件应当密封，其中，“开标一览表”单独密封。

19.3 投标文件的密封袋上应当注明投标人名称、项目编号、项目名称及分包号（如有分包）。

20. 投标文件的递交

20.1 投标人应在招标文件规定的投标截止时间前，将投标文件按招标文件的规定密封后送达开标地点。投标截止时间以后送达的投标文件将不予接收，招标采购单位将告知投标人不予接收的原因。

20.2 递交投标文件时，报名投标人名称和招标文件的文号、分包号应当与投标投标人名称和招标文件的文号、分包号一致。但是，投标文件实质内容报名投标人名称和招标文件的文号、分包号一致，只是封面文字错误的，可以在评标过程中当面予以澄清，以有效的澄清材料作为认定投标文件是否有效的依据。

20.3 本次招标不接收邮寄的投标文件。

21. 投标文件的修改和撤回

21.1 投标人在递交了投标文件后，可以修改或撤回其投标文件，但必须在规定的投标截止时间前，以书面形式通知采购代理机构。

21.2 投标人的修改书或撤回通知书，应由其法定代表人/单位负责人或授权代表签署并盖单位印章。修改书应按投标须知第 19 条规定进行密封和标注，并在密封袋上标注“修改”字样。

21.3 在投标截止时间之后，投标人不得对其递交的投标文件做任何修改，撤回投标的，将按照有关规定进行相应处理。

五、开标和中标

22. 开标

22.1 开标在招标文件规定的时间和地点公开进行，采购人、投标人应派代表参加并签到以证明其出席。开标由采购代理机构主持，邀请投标人参加。评标委员会成员不参加开标活动。

22.2 开标时，可根据具体情况邀请有关监督管理部门对开标活动进行现场监督。

22.3 开标时，由投标人或者其推选的代表检查其自己递交的投标文件的密封情况，经确认无误后，由招标工作人员将投标人单独递交的“开标一览表”当众拆封，并由

唱标人员按照招标文件规定的内容进行宣读。

投标人或者其推选的代表确认投标文件情况，仅限于确认其自己递交的投标文件的密封情况，不代表对其他投标人的投标文件的密封情况确认。投标人或者其推选的代表对其他投标人的投标文件密封情况有异议的，应当当场反映开标主持人或者现场监督人员，要求开标现场记录人员予以记录，并在评标时予以认定处理，但不得干扰、阻挠开标工作的正常进行。

22.4 投标文件中相关内容与“开标一览表”不一致的，以“开标一览表”为准。对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

22.5 所有投标唱标完毕，如投标人代表对宣读的“开标一览表”上的内容有异议的，应在获得开标会主持人同意后当场提出。如确实属于唱标人员宣读错了的，当场予以更正。

22.6 投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

23. 开标程序

23.1 开标会主持人按照招标文件规定的开标时间宣布开标，按照规定要求主持开标会。开标将按以下程序进行：

(1) 宣布开标会开始。当众宣布参加开标会主持人、唱标人、会议记录人以及根据情况邀请的现场监督人等工作人员，根据“投标人签到表”宣布参加投标的投标人名单。

(2) 根据投标人或者其推选的代表对投标文件密封的检查结果，当众宣布投标文件的密封情况。

(3) 开标唱标。主持人宣布开标后，由现场工作人员按任意顺序对投标人的投标文件当众进行拆封，由唱标人员宣读投标人名称、投标价格（价格折扣）、或招标文件允许提供的备选投标方案和投标文件的其他主要内容。未宣读的投标价格（价格折扣）或招标文件允许提供的备选投标方案等实质内容，评标时不予承认。同时，做好开标记录。唱标人员在唱标过程中，如遇有字迹不清楚或有明显错误的，应即刻报告主持人，经现场核实后，主持人立即请投标人代表现场进行澄清或确认。唱标完毕后

投标人或者其推选的代表需现场对开标记录进行签字确认，投标人或者其推选的代表对唱标内容有异议的，应当当场提出，并要求会议记录人在开标记录中予以记录，或者另行提供书面异议资料，不签字又不提出异议的，视同认可唱标内容和结果，且不得干扰、阻挠开（唱）标、评标工作。

（4）宣布开标会结束。主持人宣布开标会结束。所有投标人代表应立即退场（招标文件要求有演示、介绍等的除外）。同时所有投标人应保持通讯设备的畅通，以方便在评标过程中评标委员会要求投标人对投标文件的必要澄清、说明和纠正。评标结果投标人在四川政府采购网上查询。

24. 开评标过程存档

开标和评标过程进行全过程电子监控，并将电子监控资料存储介质留存归档。

25. 评标情况公告

所有投标人投标文件资格性、符合性检查情况、采用综合评分法时的总得分和分项汇总得分情况、评标结果等将在四川政府采购网上采购结果公告栏中予以公告。

26. 中标通知书

26.1 中标通知书为签订政府采购合同的依据之一，是合同的有效组成部分。

26.2 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，或者中标人无正当理由放弃中标的，应当承担相应的法律责任。

26.3 中标人的投标文件本应作为无效投标处理或者有政府采购法律法规规章制度规定的中标无效情形的，招标采购单位在取得有权主体的认定以后，将宣布发出的中标通知书无效，并收回发出的中标通知书（中标人也应当缴回），依法重新确定中标人或者重新开展采购活动。

26.4 中标公告发出后，中标人自行领取中标通知书的，可凭有效身份证明证件到采购代理机构办理。

六、签订及履行合同和验收

27. 签订合同

27.1 中标人应在中标通知书发出之日起三十日内与采购人签订采购合同。由于中标人的原因逾期未与采购人签订采购合同的，将视为放弃中标，取消其中标资格并将按相关规定进行处理。

27.2 采购人不得向中标人提出任何不合理的要求，作为签订合同的条件，不得与中标人私下订立背离合同实质性内容的任何协议，所签订的合同不得对招标文件和中标人投标文件确定的事项进行实质性修改。

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

27.4 中标人在合同签订之后三个工作日内，将签订的合同（一式壹份）送采购代理机构。中标人应及时到采购代理机构办理。（详见须知附表中联系方式）

28. 合同分包（若涉及，实质性要求）

28.1 经采购人同意，中标人可以依法采取分包方式履行合同。这种要求应当在合同签订之前征得采购人同意，并且分包投标人履行的分包项目的品名、规格型号及出版社等，必须与中标的一致。

分包履行合同的部分应当为采购项目的非主体、非关键性工作，不属于中标人的主要合同义务。投标人根据招标文件的规定和采购项目的实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作分包的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包。

28.2 采购合同实行分包履行的，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。

28.3 中小企业依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的政策获取政府采购合同后，小型、微型企业不得分包或转包给大型、中型企业，中型企业不得分包或转包给大型企业。

29. 合同转包（实质性要求）

本采购项目严禁中标人将任何政府采购合同义务转包。本项目所称转包，是指中标人将政府采购合同义务转让给第三人，并退出现有政府采购合同当事人双方的权利义务关系，受让人（即第三人）成为政府采购合同的另一方当事人的行为。

中标人转包的，视同拒绝履行政府采购合同义务，将依法追究法律责任。

30. 补充合同

采购合同履行过程中，采购人需要追加与合同标的相同的货物或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与中标人协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十，该补充合同应当在原政府采购合同履行过程中，不得在原政府采购合同履行结束后，且采购货物、工程和服务的名称、价格、履约方式、验收标准等必须与原政府采购合同一致。

31. 履约保证金

31.1 中标人应在合同签订之前交纳招标文件规定数额的履约保证金。

31.2 如果中标人在规定的合同签订时间内，没有按照招标文件的规定交纳履约保证金，且又无正当理由的，将视为放弃中标。

32. 合同公告

采购人应当自政府采购合同签订（双方当事人均已签字盖章）之日起2个工作日内，将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告（四川政府采购网），但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

33. 合同备案

采购人应当将政府采购合同副本自签订（双方当事人均已签字盖章）之日起七个工作日内通过四川政府采购网报同级财政部门备案。

34. 履行合同

34.1 中标人与采购人签订合同后，合同双方应严格执行合同条款，履行合同规定的义务，保证合同的顺利完成。

34.2 在合同履行过程中，如发生合同纠纷，合同双方应按照《中华人民共和国民法典》的有关规定进行处理。

35. 验收

35.1 本项目采购人及其委托的采购代理机构将严格按照政府采购相关法律法的要求进行验收。

35.2 验收结果合格的，中标人凭验收报告办理相关手续；验收结果不合格的，履约保证金将不予退还，也将不予支付采购资金，还可能会报告本项目同级财政部门按照政府采购法律法规及《四川省公共资源交易领域严重失信联合惩戒实施办法》（川发改信用规〔2019〕405号）、《关于对政府采购领域严重违法失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2018〕1614号）等有关规定给予行政处罚或者以失信行为记入诚信档案。

36. 资金支付

采购人将按照政府采购合同规定，及时向中标人支付采购资金。本项目采购资金付款详见第六章商务要求中付款方式。

七、投标纪律要求

37. 投标人纪律要求

投标人应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标人的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标人的合法权益。

在评标过程中发现投标人有上述情形的，评标委员会应当认定其投标无效，并书面报告本级财政部门。

37.1 投标人参加本项目投标不得有下列情形：

-
-
- (1) 提供虚假材料谋取中标;
 - (2) 采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人;
 - (3) 与招标采购单位、其他投标人恶意串通;
 - (4) 向招标采购单位、评标委员会成员行贿或者提供其他不正当利益;
 - (5) 在招标过程中与招标采购单位进行协商谈判;
 - (6) 中标或者中标后无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同;
 - (7) 未按照采购文件确定的事项签订政府采购合同;
 - (8) 将政府采购合同转包或者违规分包;
 - (9) 提供假冒伪劣产品;
 - (10) 擅自变更、中止或者终止政府采购合同;
 - (11) 拒绝有关部门的监督检查或者向监督检查部门提供虚假情况;
 - (12) 法律法规规定的其他情形。

投标人有上述情形的，按照规定追究法律责任，具备（1）-（10）条情形之一的，同时将取消中标资格或者认定中标无效。

37.2 投标人有下列情形之一的，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;
- (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者个人的账户转出。

37.3 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。

八、询问、质疑和投诉

38. 询问、质疑、投诉的接收和处理严格按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》、《政府采购投标人投诉处理办法》、《财政部关于加强政府采购投标人投诉受理审查工作的通知》和《四川省政府采购投标人投诉处理工作规程》的规定办理（详细规定请在四川政府采购网政策法规模块查询）。

九、其他

39. 本招标文件中所引相关法律制度规定，在政府采购中有变化的，按照变化后的相关法律制度规定执行。本章和第七章中“1. 总则、2. 评标方法、3. 评标程序”规定的内容条款，在本项目投标截止时间届满后，因相关法律制度规定的变化导致不符合相关法律制度规定的，直接按照变化后的相关法律制度规定执行，本招标文件不再做调整。

40. 在本次投标之前一周内，投标人本次投标中对同一品牌同一型号相同配置的产品报价与其在中国境内其他地方的最低报价比例不得高于 20%；（实质性要求，提供承诺函）

41. 本招标文件各部分规定的“以上”、“以下”、“内”、“以内”，包括本数；所称的“不足”，不包括本数。

42. 重大违法记录是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。其中较大数额罚款按照（财库〔2022〕3号）执行“认定为 200 万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于 200 万元的，从其规定”。

第三章 投标文件格式

一、本章所制投标文件格式，除格式中明确将该格式作为**实质性要求**的，一律不具有强制性。

二、本章所制投标文件格式有关表格中的备注栏，由投标人根据自身投标情况作解释性说明，不作为必填项。

三、本章所制投标文件格式中需要填写的相关内容事项，可能会与本采购项目无关，在不改变投标文件原义、不影响本项目采购需求的情况下，投标人可以不予填写。

第一部分 “资格性投标文件” 格式

格式 1-1 封面

封面：

(正本/副本)

项目

资格性投标文件

投 标 人 名 称：

项 目 编 号：

包 号：

投 标 日 期： 年 月 日

格式 1-2 授权书

一、法定代表人/单位负责人授权书

XXXXXXXX（采购代理机构名称）：

本授权声明：XXXX XXXX（投标人名称）XXXX（法定代表人/单位负责人姓名、职务）授权 XXXX（被授权人姓名、职务）为我方“XXXXXXXX”项目（项目编号：XXXX）投标活动的合法代表，以我方名义全权处理该项目有关投标、签订合同以及执行合同等一切事宜。

特此声明。

法定代表人/单位负责人（委托人）签字或者加盖个人名章：XXXX。

授权代表（被授权人）签字：XXXX。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

投标日期：XXXX。

注：1、投标人为法人单位时提供“法定代表人授权书”，投标人为其他组织时提供“单位负责人授权书”，投标人为自然人时提供“自然人身份证明材料”。

2、应附法定代表人/单位负责人身份证明材料复印件和授权代表身份证明材料复印件。

3、身份证明材料包括居民身份证或户口本或军官证或护照等。

4、身份证明材料应同时提供其在有效期的材料，如居民身份证正、反面复印件。

格式 1-3 承诺函

二、承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

我单位作为本次采购项目的投标人，根据招标文件要求，现郑重承诺如下：

一、具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款和本项目规定的条件：

- （一）具有独立承担民事责任的能力；
- （二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （五）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法违规记录；
- （六）法律、行政法规规定的其他条件；
- （七）根据采购项目提出的特殊条件。

二、截至投标截止日未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。

本单位对上述承诺的内容事项真实性负责。如经查实上述承诺的内容事项存在虚假，我单位愿意接受以提供虚假材料谋取中标追究法律责任。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 1-4 证明投标人具备良好商业信誉的承诺函

三、证明投标人具备良好商业信誉的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现作如下承诺：

本公司承诺本公司具备良好商业信誉，无不良记录。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-5 证明投标人具备依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的承诺函

四、证明投标人具备依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现作如下承诺：

本公司承诺本公司具备依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-6 证明投标人具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函

五、证明投标人具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现作如下承诺：
本公司承诺本公司具备履行合同所必需的设备和专业技术能力。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-7 无行贿犯罪记录的承诺函

六、参加本次采购活动前三年内无行贿犯罪记录的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本单位 _____（投标人名称）参加 _____（项目名称及项目编号）的政府采购活动，针对本单位在参加本次政府采购活动前三年内行贿犯罪情况作出如下承诺：

本单位、本单位法定代表人、主要负责人在参加本次采购活动前三年内无行贿犯罪记录。

特此承诺。

我公司对于以上填写的信息真实性负责。如有不实，本单位愿承担由此产生的一切法律责任和后果。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-8 近三年在经营活动中没有重大违法违规记录的书面声明

七、近三年在经营活动中没有重大违法违规记录的书面声明

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现承诺我公司在参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法违规记录。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-9 证明投标人具备法律、行政法规规定的其他条件的承诺函

八、证明投标人具备法律、行政法规规定的其他条件的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现作如下承诺：

本公司承诺本公司具备法律、行政法规规定的其他条件。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-10 证明投标人资格符合招标文件规定的承诺函

九、证明投标人资格符合招标文件规定的承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现承诺我公司的投标资格均符合招标文件的规定。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-11 截至投标截止日未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承诺函

十、截至投标截止日未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承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本公司（投标人名称）参加（项目名称及项目编号）的投标活动，现作如下承诺：
本公司截至投标截止日未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。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

格式 1-12 投标人诚信情况承诺函

十一、投标人诚信情况承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

本单位_____（投标人名称）参加_____（项目名称及项目编号）的政府采购活动，现根据《四川省公共资源交易领域严重失信联合惩戒实施办法》（川发改信用规〔2019〕405号）、《关于对政府采购领域严重违法失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2018〕1614号）的相关规定，针对本单位的诚信情况作出以下承诺：

我单位具有《四川省公共资源交易领域严重失信联合惩戒实施办法》（川发改信用规〔2019〕405号）、《关于对政府采购领域严重违法失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2018〕1614号）所规定的失信行为___次（填写失信行为的次数时，建议使用大写数字，如零、壹、贰、叁、肆等。）；（仅限投标截止当日仍在有效期的次数）

我单位对以上填写信息的真实性负责。如有不实，本单位愿承担由此产生的一切法律责任和后果。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

注：1、本表格式及内容仅供参考，投标人也可提供自己的格式；

2、投标人存在以上所述失信行为的，将按照第二章投标人须知附表的要求进行处理；

3、财政部门对政府采购当事人的失信行为依法进行处罚、处理后，应当在四川政府采购网向社会公告，并记入诚信档案，有效期为1年。工商部门、税务部门、审判机关及其他有关部门单位认定投标人的失信行为明确了有效期的，不再重复计算。

4、投标人的失信行为受到行政处罚或司法惩处的，评审时不再对其以价格加成进行惩戒。

格式 1-13 联合体协议书（若涉及）

（所有成员单位名称）自愿组成（联合体名称）联合体，共同参加_____（项目名称及项目编号）。现就联合体投标事宜订立如下协议。

- 1、（某成员单位名称）为（联合体名称）牵头人。
- 2、联合体牵头人合法代表联合体各成员负责本招标项目投标文件编制和合同谈判活动，并代表联合体提交和接收相关的资料、信息及指示，并处理与之有关的一切事务，负责合同实施阶段的主办、组织和协调工作。
- 3、联合体将严格按照招标文件的各项要求，递交投标文件，履行合同，并对外承担连带责任。
- 4、联合体牵头人代表联合体签署投标文件，联合体牵头人的所有承诺均认为代表了联合体各成员。
- 5、联合体各成员单位内部的职责分工如下：
_____（牵头人名称）负责_____（工作事宜）；_____（某成员单位名称）负责_____（工作事宜）
- 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、本协议书一式叁份，联合体成员和招标人各执一份。

牵头人名称：（盖单位章）

法定代表人：（签字）

成员一名称：（盖单位章）

法定代表人：（签字）

年月

格式 1-14 其他

**投标人和投标产品其他资格、资质性及其他类似效力要求
的相关证明材料**

注：投标人应按招标文件第五章相关要求提供佐证材料，有格式要求的从其要求，无格式要求的格式自拟。

第二部分 “其他响应性投标文件” 格式

格式 2-1 封面

封面：

(正本/副本)

项目

其他响应性投标文件

投 标 人 名 称：

项 目 编 号：

包 号：

投 标 日 期： 年 月 日

格式 2-2 投 标 函

一、投 标 函

XXXX（采购代理机构名称）：

我方全面研究了“XXXXXXXX”项目（项目编号：XXXX）招标文件，决定参加贵单位组织的本项目投标。我方授权 XXXX（姓名、职务）代表我方 XXXXXXXX（投标单位的名称）全权处理本项目投标的有关事宜。

一、我方自愿按照招标文件规定的各项要求向采购人提供所需服务，总投标价为人民币 XXXX 万元（大写：XXXX）。

二、一旦我方中标，我方将严格履行政府采购合同规定的责任和义务。

三、我方同意本招标文件依据《四川省公共资源交易领域严重失信联合惩戒实施办法》（川发改信用规〔2019〕405号）、《关于对政府采购领域严重违法失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2018〕1614号）对我方可能存在的失信行为进行的惩戒。

四、我方为本项目提交的投标文件正本壹份，副本贰份，用于开标唱标的“开标一览表”一式壹份，电子文档壹份。

五、我方同意本次招标的投标有效期为 XXXX 天。

六、我方愿意提供贵单位可能另外要求的，与投标有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

通讯地址：XXXX。

邮政编码：XXXX。

联系电话：XXXX。

传 真：XXXX。

投标日期：XXXX 年 XXXX 月 XXXX 日。

格式 2-3 承诺函

二、承诺函

XXXX（采购代理机构名称）：

我单位作为本次采购项目的投标人，根据招标文件要求，现郑重承诺如下：

一、完全接受和满足本项目招标文件中规定的**实质性要求**（如合格的投标人、投标费用、充分、公平竞争保障措施、投标文件的语言、计量单位、投标货币、知识产权、招标报价要求（报价部分）、投标保证金、投标有效期、合同分包、合同转包等**实质性要求**），如对招标文件有异议，已依法进行维权救济，不存在对招标文件有异议的同时又参加投标以求侥幸中标或者为实现其他非法目的的行为。

二、参加本次招标采购活动，不存在与单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的其他投标人参与同一合同项下的政府采购活动的行为。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。

三、参加本次招标采购活动，不存在和其他投标人在同一合同项下的采购项目中，同时委托同一个自然人、同一家庭的人员、同一单位的人员作为代理人的行为。

四、如果有《四川省公共资源交易领域严重失信联合惩戒实施办法》（川发改信用规〔2019〕405号）、《关于对政府采购领域严重违法失信主体开展联合惩戒的合作备忘录》（发改财金〔2018〕1614号）规定的记入诚信档案的失信行为，将在投标文件中全面如实反映。

五、投标文件中提供的能够给予我单位带来优惠、好处的任何材料资料和技术、服务、商务、响应产品等响应承诺情况都是真实的、有效的、合法的。

六、如本项目评标过程中需要提供样品，则我单位提供的样品即为中标后将要提供的中标产品，我单位对提供样品的性能和质量负责，因样品存在缺陷或者不符合招标文件要求导致未能中标的，我单位愿意承担相应不利后果。

本单位对上述承诺的内容事项真实性负责。如经查实上述承诺的内容事项存在虚假，我单位愿意接受以提供虚假材料谋取中标追究法律责任。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-4 开标一览表

四、开标一览表

项目名称（项目编号）	项目内容	投标报价	备注
项目名称： <u>“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目（项目编号：）</u>	详见招标文件	万元	
投标报价(大写):			

注：1. 投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现，包括投标人完成本项目所需的一切费用；投标人只允许有一个报价，并且在合同履行过程中是固定不变的，任何有选择或可调整的报价将不予接受，并按无效投标处理；

2. “开标一览表”为多页的，每页均需由法定代表人/单位负责人或授权代表签字并盖投标人印章。

投标人名称：XXXX（单位公章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-5 分项报价明细表

五、分项报价明细表

项目编号：

序号	内容	单项价格(单位: 元)	数量	金额 (元)
1				
2				
3				
...				
总价(元)				

注：1、投标人按“分项报价明细表”的格式详细报出投标总价的各个组成部分的报价。

2、“分项报价明细表”各分项报价合计应当与“开标一览表”报价合计相等。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-6 中小企业声明函（服务）

五、中小企业声明函（服务）

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

1. _____（标的名称）属于_____（采购文件中明确的所属行业）；承接企业为_____（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于_____（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

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：

注：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。

格式 2-7 监狱企业声明函

注：格式自拟

格式 2-8 残疾人福利性单位声明函

六、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。

投标人名称（单位公章）：XXXX

法定代表人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX

投标日期：XXXX

注：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。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

投标人为非残疾人福利性单位的，可不提供此声明。

格式 2-9 类似项目业绩一览表

七、类似项目业绩一览表

年份	用户名称	项目名称	完成时间	合同金额	是否通过验收	备注

注：1、以上业绩需提供招标文件要求的有关书面证明材料；
2、此项不做必填项若不提供的可用/填充

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-10 商务应答表

八、商务应答表

项目编号：

序号	包号	招标要求	投标应答

注：1. 按照招标项目商务要求的顺序逐条对应填写。

2. 投标人必须据实填写，不得虚假填写，否则将取消其投标或中标资格。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-11 商务、技术、服务应答附表

九、商务、技术、服务应答附表

(仅用于中标、中标结果公告，此表不作为评审内容)

根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第四十三条第三款要求，中标、中标结果公告应当公告中标（中标）投标人的相关内容，请投标人根据响应情况如实完善以下内容，结果公告时公布中标（中标）投标人的相关信息。

中标（中标）投标人的相关信息			
*项目名称			
*投标人名称			
*注册地址		*行政区域	
*投标人规模	<input type="checkbox"/> 大型企业 <input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小微企业（对应处打“√”）		
*单位联系方式	*单位联系人		*单位电话
	*单位邮箱		
注：以上*号项信息投标人须如实填写，信息将录入四川省政府采购计划执行系统，若因投标人提供错误信息造成的问题，由其自身承担。			
投标人应 答“采购 文件”的 主要内容	主要中标或者中标标的的名称		
	主要中标或者中标标的的规格 型号		
	主要中标或者中标标的的数量		
	主要中标或者中标标的的单价		
	主要中标或者中标标的的服务 要求（如：交货期、质保期、售 后服务等等）	

注：

投标人需如实完善表格内容。

投标人应答的主要内容应与投标文件一致，可以进行简要概括性表述。

投标人应答的主要内容仅用于结果公告，投标人自行完善的内容视为不涉及

投标人商业秘密。若投标人没有填写或没有递交此表，视为允许采购代理机构将投标人投标文件中所有相关的应答内容进行公告。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-12 投标人基本情况表

十、投标人基本情况表

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电话		
	传真			网址		
组织结构						
法定代表人 / 单位负责人	姓名		技术职称		电话	
技术负责人	姓名		技术职称		电话	
成立时间			员工总人数：			
企业资质等级			其中	项目经理		
营业执照号				高级职称人员		
注册资金				中级职称人员		
开户银行				初级职称人员		
账号				技工		
经营范围						
备注						

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-13 技术应答表

十一、技术、服务要求应答表

项目编号：

序号	包号	条目号	招标文件要求	投标应答

注：1. 按照招标项目技术要求的顺序逐条对应填写。

2. 投标人据实填写，不得虚假填写，否则将取消其投标或中标资格。

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-14 投标人本项目管理、技术、服务人员情况表

十二、投标人本项目管理、技术、服务人员情况表

项目编号：

类别	职务	姓名	职称	常住地	资格证明（附复印件）			
					证书名称	级别	证号	专业
管理人员								
技术人员								
售后服务人员								

投标人名称：XXXX（单位盖章）。

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：XXXX。

投标日期：XXXX。

格式 2-15 知识产权的承诺函

注：格式自拟

格式 2-16 其它相关材料

注：格式自拟

第四章 投标人和投标产品的资格、资质性及其他类似效力要求

一、投标人资格、资质性要求

（一）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

- 1、具有独立承担民事责任的能力；
- 2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- 3、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- 4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- 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违规记录；
- 6、法律、行政法规规定的其他条件。

（二）其他要求：

- 1、投标人、投标人的单位法定代表人、主要负责人在参加本次政府采购活动前三年内无行贿犯罪记录；
- 2、本项目非专门面向中小企业采购；
- 3、本项目不接受联合体投标。

二、其他类似效力要求：

- （1）授权参加本次投标活动的投标人代表证明材料；
- （2）证明投标投标人资格符合招标文件规定的其他证明文件或承诺函。

注：1、投标人在参加政府采购活动前，被纳入法院、工商行政管理部门、税务部门、银行认定的失信名单且在有效期内，或者在前三年政府采购合同履行过程中及其他经营活动履约过程中未依法履约被有关行政部门处罚（处理）的，本项目不认定其具有良好的商业信誉。

第五章 投标人应当提供的资格、资质性及其他类似效力要求的相关证明材料

一、应当提供的投标人资格、资质性要求的相关证明材料

（一）资格要求相关证明材料：

1、具有独立承担民事责任的能力。（注：①投标人若为企业法人：提供“统一社会信用代码营业执照”；未换证的提供“营业执照、税务登记证、组织机构代码证或三证合一的营业执照”；②若为事业法人：提供“统一社会信用代码法人登记证书”；未换证的提交“事业法人登记证书、组织机构代码证”；③若为其他组织：提供“对应主管部门颁发的准许执业证明文件或营业执照”；④若为自然人：提供“身份证明材料”。以上均提供复印件）

2、具备良好商业信誉的证明材料（可提供承诺函，格式详见第三章格式 1-4）；

3、具备健全的财务会计制度的证明材料。{注：①可提供 2019 或 2020 或 2021 年度经审计的财务报告复印件（包含审计报告和审计报告中所涉及的财务报表和报表附注），②也可提供 2019 或 2020 或 2021 年度投标人内部的财务报表复印件（至少包含资产负债表），③也可提供截至投标文件递交截止日一年内银行出具的资信证明（复印件），④投标人注册时间截至投标文件递交截止日不足一年的，也可提供在工商备案的公司章程（复印件）。}

4、具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（可提供承诺函，格式详见第三章格式 1-5）；

5、具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料（可提供承诺函，格式详见第三章格式 1-6）；

6、参加政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法违规记录的承诺函（格式详见第三章格式 1-8）；

7、具备法律、行政法规规定的其他条件的证明材料（可提供承诺函，格式详见第三章格式 1-9）；

8、投标人单位及其现任法定代表人/主要负责人不得具有行贿犯罪记录（可提供承诺函，格式详见第三章格式 1-7）；

9、证明投标投标人资格符合招标文件规定的其他证明文件或承诺函，要求投标投标人提供的资格证明文件复印件或承诺函必须加盖投标投标人鲜章（格式详见第三章格式 1-10）；

10、投标人须提供“截至投标截止日未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承诺函”（格式详见第三章格式 1-11）

注：采购人或采购代理机构将于资格审查时在‘信用中国’网站、‘中国政府采购网’网站等渠道对投标人进行信用记录查询，并将查询记录存档。凡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，视为存在不良信用记录，参与本项目的将被视为无效投标。（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）。

（二）资质性要求相关证明材料：无。

二、其他类似效力要求相关证明材料：

（1）法定代表人/单位负责人身份证明材料复印件；

（2）法定代表人/单位负责人授权代理书原件及代理人身份证明材料复印件（注：①法定代表人/单位负责人授权代理书原件需加盖公章；②如投标文件均由投标人法定代表人/单位负责人签字的且法定代表人/单位负责人本人参与投标的，则可不提供）。

注：以上要求的资料复印件（身份证明材料除外）均须加盖投标单位的公章（鲜章）。

第六章 招标项目技术、服务、政府采购合同内容条款 及其他商务要求

一、项目背景

甘孜州旅游资源得天独厚，拥有世界自然遗产和世界非物质文化遗产 3 个、联合国教科文组织“人与生物圈”保护区网络单位 1 处、国家级重点风景名胜区 1 个 10 处、国家 4A 级旅游景区 3 个、国家自然保护区 4 个、国家森林公园 5 个、国重点文物保护单位 6 个、国家级非物质文化遗产 F23 个，开放的藏传佛教寺庙和伊斯兰教、基督教、天主教等各类宗教活动场所 500 余处。2014 年，甘孜州共接待游客 801.43 万人次，实现旅游收入 80.3 亿元，同比增长 25.65% 和 26.96%，其中接待入境游客 9.28 万人次，实现外汇收入 1796.53 万元，同比增长 37% 和 41.3%，旅游业带动经济社会发展的综合效应更加凸显。

《甘孜州全域旅游发展规划》中提出：“到 2020 年，接待国内外游客 2000 万人次，实现旅游收入 175.5 亿元，对 GDP 的贡献率上升至 40%，带动直接就业 6 万人，拉动间接就业 24 万人；到 2025 年，接待国内外游客突破 4000 万人次，实现旅游收入 500 亿元，对 GDP 的贡献率上升至 50%，带动直接就业 15 万人，拉动间接就业 50 余万人。社会经济发展总目标是把甘孜州建设成生态旅游经济强州，全国民族地区全域旅游试验区，世界一流旅游目的地。把旅游业培育为国民经济先导产业和支柱产业，建设具有甘孜特色的新型城镇化体系，构建以生态保护为基础，以经济社会全面发展为核心内涵的全域旅游发展模式，推进甘孜州与全国、全省同步全面实现小康。”从甘孜州旅游业的管理水平、旅游相关产业发展、旅游服务、旅游目的地品牌效应以及旅游的资源整合能力等的方面来看，都有较大的提升空间，智慧旅游的建设将是完成甘孜州全域旅游发展提升的关键环节之一。

目前，前往甘孜州自助旅游的游客，基本通过在线的旅游企业网站来设计旅游行程，包括旅游目的地的选择、旅游交通信息、旅游酒店预定等。但这些网站在一定程度上还是存在不权威性和不全面性，旅游门户网站建设上重视程度还不够高，在“大美甘孜”栏目中，只有各旅游景点的图片，但没有对旅游目的地进行介绍，而游客只

能通过在线旅游企业来了解各旅游目的地的特色。”推荐路线”栏目不全面，没有每天的行程安排和线路花费的总时间。“旅游攻略”栏目标注有吃、住、行、游、购、娱，但只是略谈。游客还是只能通过旅游攻略来进行选择安排，这样就花费了大量的时间和精力去筛选资料，缺乏个性化和方便性。而旅游供应商也急需旅游目的地信息系统利用大数据技术加强对客户信息的收集和分析，指导和管理工作，括旅行社能够快速获取潜在客户的信息而开发出有针对性和个性化的旅游产品，酒店能够更加精准地根据客户的特征和喜好推荐更具有吸引力的服务。因此，在移动信息时代下，仅靠传统信息服务是远远不能满足游客的需求，在智慧旅游的发展下，旅游目的地系统应该主动为游客提供可能需要的交通、食宿、娱乐、购物等旅游信息，从游客出发，通过信息技术提升旅游体验和旅游品质，提高游客满意度，完善甘孜州旅游功能，提升甘孜州旅游形象。

二、建设目标

根据《关键信息基础设施安全保护条例》、《第十四个五年规划和二〇三五年远景目标》等国家政策的，推进文旅信息的发展，对机房建设、业务系统改造和升级、大数据分析平台建设等方面进行建设。

到 2022 年底，基本完成机房建设、指挥中心建设与景区内网络等基础设施建设。完成现有业务系统进行改造和扩展。为建成覆盖文旅、运营等完整数据资源的数据中心和集成平台做好准备工作。

1、“码上理塘”公众服务平台

基于微信小程序，为游客提供旅游资讯、门票预定、商品购买、旅游导览、酒店预定、美食推荐等功能；为商家提供产品销售、信息发布等功能。

2、文旅大数据分析平台

面向管理部门提供到访旅客、到访画像、出访数量、出访画像、停留数据、实施流入等数据分析功能，同时按月自动生成旅游大数据报告，为管理部门决策提供依据和支撑

3、文旅产业运行监测平台

产业运行监测系统可集成横向管理部门的天气、环保、交通、运营商、旅游大巴、GIS 地理信息等数据，纵向管理部门的基础信息化系统、内部 OA 办公系统等数据，

将电子信息技术、计算机技术、图像技术等先进的科学技术应用到智慧文化旅游中，通过计算机网络和通信网络将功能独立的各子系统有机地集成在一起，实现信息共享、产业监测，便于统一指挥、调度，形成一个高效的智能指挥管理系统。

三、项目技术服务要求

本期项目建设方案按照“统筹规划、分步实施、产业共享、服务游客”原则，采取“急用先行、由易到难、循序渐进、持续改进、分阶段实施”的策略，逐步构筑起理塘县数字文旅专项服务的信息化体系。

数字文旅专项服务建设项目的总体框架规划以“一中心、三平台、一体系”的智慧旅游体系进行建设设计，以数据采集汇集为基础，整合理塘县旅游大数据资产，以实现旅游管理智能化、旅游营销品牌化、服务统一化为目标。建立符合“游客需求为导向”的要求，实施信息安全保障体系、信息化管控及信息标准体系。

1、一中心

数字文旅专项服务云数据中心，是理塘数字文旅专项服务平台数据的汇聚中心同时也是智慧旅游平台部署中心。本次项目采用云服务的方式进行平台的部署，云资源需求详见后面章节“云及网络服务清单”。

2、三平台

(1) 产业监测平台（数字化领导驾驶舱）

一个界面实现对全县文旅行业的管理，包括对理塘县数字文旅专项服务运行监测、资源监管、应急指挥和游客分析功能，实现全县涉旅数据接入和管理，对理塘文旅管理部门较常关注的产业运行日常数据进行展示，例如本区域当日累计的游客接待人次、游客结构、区域内所有景区整体承载量、游客对所有景区的满意度、重点景区的监控视频、投诉的整体情况等。

(2) 旅游大数据平台

通过采集运营商、互联网等企业舆情数据、消费数据、互联网评价等数据，为大数据平台和产业监测平台提供基础数据支撑，通过构建多维的数据模型实现对理塘全量旅游大数据分析，包含今日实时到访人次、国内累计访客人次、国内游客客源地排名、最近 12 月的到访趋势、国内客源地访客平均停留时长排名、最近 12 月的平均停留时长变化趋势、本地居民出访国内目的地、本地游客最近 12 月出访趋势等，为政

府和企业提供精准营销分销的工具。

（3）码上理塘游客服务平台

基于微信小程序构建码上理塘游客服务平台，将理塘县范围内所有 A 级景区和重点旅游路线全面数据采集，对各景区进行详细内容制作包括手绘导览地图及语音讲解等，同时实现景区票务等系统对接。同时构建电商平台，为游客提供吃住行游购娱全流程的服务，全面提升游客服务水平。主要建设功能包括：游客小程序、管理后台、电商中台及实施服务。

1) 游客小程序：理塘县区域全域旅游服务统一入口，建设微信版本小程序，通过一个二维码实现理塘县各景区场馆及各特色路线等统一旅游服务，构建面向公众的游客服务平台，解决游客游前、游中、游后的综合服务平台。为公众提供一体化、泛在化的文化及旅游信息服务，以满足公众个性化、定制化的旅游出行服务。

2) 管理后台：提供各级平台和各单位管理功能，包括系统管理、权限管理、系统用户管理、游客用户管理。提供各级平台服务内容管理功能，包括图文库、视频、信息、各级平台介绍内容、景区场馆导游导览内容、广告等的管理。各单位能管理自身的服务内容。提供平台运营统计、各级别预约管理，以及游客意见反馈、对商家违规行为和投诉处理等。

3) 电商中台：为游客服务端提供游客购物和消费服务功能，包括理塘县景区/场馆的门票、酒店民宿、旅行社线路、特产商品等，采用统一线上支付。为景区和涉旅企业建设独立店铺，所有商品由各企业自行上架，并维护商品信息数据、价格数据和订单数据。提供平台运营总体订单管理、财务管理、统计功能。

4) 实施服务：

在项目建设期内，中标人需提供以下内容的实施工作，采购人协调数据提供工作，中标人统一录入后台，包含：①理塘县整体、各路线、主题、活动、文化等基础信息采集；②理塘县文旅情况、特色、图文信息、照片、视频、攻略游记、文旅主题、活动、文化等基础信息采集；③理塘县吃住行游购娱点位采集，各点位单位简介、图文信息采集；④理塘县所有 A 级及以上景区、文博场馆基础介绍信息采集及内容制作；⑤理塘县所有 A 级景区信息、介绍、位置、图文信息、照片、视频、攻略游记、文化、点位等采集，重点景区手绘地图、景区场馆点位、景区语音讲解、吃住行游购娱点位信息制作导入；⑥理塘县重点收费景区票务系统对接；⑦微信平台对接和各种资质

申请，天气系统对接，短信系统对接，物流系统对接。

3、一体系

建设理塘文旅融合标准体系服务，为理塘县的数字文旅项目提供相关的总体标准、信息标准、管理标准及服务标准，为理塘县的数字文旅提供统一的标准服务，方便理塘的文旅企业按照相关标准和平台进行对接，有利于理塘数字文旅的长期发展打下坚实基础。

一、产业监测平台（数字化领导驾驶舱）

序号	一级模块	二级模块	三级模块	四级模块	功能描述	单位 (项/3年)	
1	领导 驾驶 舱	首页	旅游基础建设	/	基于 GIS 地图,综合查看景区、酒店、乡村旅游、文博场馆相关结果数据,并在地图上进行相应位置和数据查看,以景区为例,可以在地图上直观查看当前所选景区名称、等级、天气、舒适度、实时客流量及地址等基础信息,点击图标可直接进入详情界面进行查看。	1	
2			商家入驻	/	在建设完成服务平台后,可将服务平台数据添加到领导驾驶舱平台中,并提供对应的数据展示模块展示入驻景区,入驻商家,旅游商品,总订单数量、活跃用户数	1	
3			接待游客	/	展示接待游客总数,统计近 12 月游客变化趋势	1	
4			景区舆情	/	展示分别展示评论数最多、好评率最高、差评率最高的 5 个景区	1	
5			景区到访排名	/	展示接待游客数最多的 5 个景区	1	
6			重点景区	/	展示重点景区监控画面及接待人数	1	
7			产业 管理	景区	查询	/	可按行政区域、景区类型、景区名称查询景区
8	景区统计	/			按景区类型统计不同类型景区数量	1	
9	景区舆情	互联网口碑				展示所有景区各类评价数量	1
10		近 12 月游				展示所有景区近 12 月评价趋势变化	1

			客口碑			
11		景区详情	景区信息	展示景区基本信息，信息维度包括：景区名称、景区等级、天气、最高温及最低温、舒适度、景区承载量、地址、开放日期及开放时间、联系电话、应急联系人、应急联系电话、简介	1	
12			监控运行	统计接入监控、停车场、门禁数量	1	
13			停车场	统计各个停车场车位数量、可用车位数及拥挤状态	1	
14			接待人数	展示当天接待人数及过去 30 天接待人数变化趋势	1	
15			监控	展示各个点位监控，可点击查看实时画面	1	
16			门票销售	展示不同销售渠道售票数，及使用数量	1	
17			网友点评	展示景区互联网评价信息	1	
18			酒店	查询	/	可按行政区域、酒店类型、酒店名称查询酒店
19		酒店统计		/	按类型统计不同类型酒店数量	1
20		酒店详情		酒店信息	展示酒店基本信息，信息维度包括：酒店民宿名称、类型、酒店星级、地址、联系电话、简介。	1
21				网友点评	展示酒店民宿的大数据统计信息，包括游客关注度、评价及评价排名	1
22		通行	客运线路	查询	可按始发地、目的地、日期进行线路查询	1
23				线路统计	统计时间段内客运班线数量	1
24			航班航线	查询	可按始发地、目的地、日期进行线路查询	1
25				线路统计	统计时间段内航线数量	1
26			铁路线路	查询	可按始发地、目的地、日期进行线路查询	1
27				线路统计	统计时间段内线路数量	1
28		购物	入驻商户	查询	可按商户名称、区域进行商户查询	1
29				商户统计	统计商户数量，在售商品数，成交量和成交额	1
30				商户排行	重点展示销售收入最高的商户	1
31				商户详情	展示商户基本信息，近 30 天销售收入，在售商品种类分布	1

32			查询	可按商品名称、区域、类型进行商品查询	1	
33		旅游商品	商户统计	统计不同类型商品数量，在售商品数，成交量和成交额	1	
34			商户排行	重点展示销售收入最高的商户	1	
35			商户详情	展示商户基本信息，近30天销售收入，在售商品种类分布	1	
36			文化场馆	查询	可按场馆名称，场馆类型，区域查询	1
37		场馆统计		统计不同类型场馆数量，藏品数，接待人数	1	
38		场馆信息		查询场馆基本信息及藏品数	1	
39		接待人数		展示当天接待人数及过去30天接待人数变化趋势	1	
40		门票销售		展示不同销售渠道售票数，及使用数量	1	
41		文旅 演绎场所	查询	可按场所名称，类型，区域查询	1	
42			统计	统计场所数量，演出数，观众人次	1	
43			场所信息	查询场所基本信息及演出信息	1	
44			接待人数	展示当天接待人数及过去30天接待人数变化趋势	1	
45			门票销售	展示不同销售渠道售票数，及使用数量	1	
46		节庆活动	查询	可按活动名称，区域查询	1	
47			统计	统计所有节庆活动	1	
48			活动详情	展示活动基本信息和介绍	1	
49		公共服务	资源地图	/	可按名称，区域，类型查询公共服务点	1
50			厕所名录	/	展示旅游厕所名录及统计	1
51		新业态	查询	/	可按名称，区域，类型查询新业态服务商	1
52			统计	/	统计不同类型新业态服务商	1
53			新业态详情	/	展示新业态服务商基本信息	1
54		旅行社及导游	查询	/	可按名称，区域，统计时段查询	1
55			统计	/	统计旅行社、导游数量，接待团队数量，团队游客数量	1
56			旅行社详	/	展示旅行社基本信息，精品路线，导	1

			情		游, 旅游团队信息	
57			旅游大巴	/	展示旅游大巴基本信息	1
58			团队详情	/	展示团队信息	1
59	旅游 预警	投诉 处理	统计	/	按投诉量, 受理率, 结案量, 赔偿金额, 投诉对象, 投诉问题, 投诉人进行统计分析	1
60		网络 舆情	统计	/	按处理状态, 问题类型, 舆情对象, 舆情来源统计分析	1
61		天气 路况	天气预报	/	展示当天及未来天气预报	1
62			空气质量	/	展示当前空气质量信息	1
63			实时路况	/	展示实时路况信息	1
64		游客 大数据	到访 数据	省份级别	/	展示不同客源省份游客人数
65	城市级别		/	展示不同客源城市游客人数	1	
66	游客 画像		/	/	按 APP 类别偏好, 使用手机品牌, 交通方式, 年龄比例, 消费水平, 男女比例分析游客画像	1
67	应急 指挥	避难 场所	查询	/	可按名称, 区域查询	1
68			统计	/	统计避难场所数量	1
69		应急 物资	查询	/	可按名称, 区域查询	1
70		应急 事件	查询	/	可按名称, 区域, 日期查询	1
71			统计	/	按事件类别和应急响应等级统计事件	1
72			事件详情	/	展示事件信息及处理结果	1
73			应急联络 人			展示所有应急联络人信息
74	专家 知识库	查询	/	可查询应急指挥相关资料	1	
75	营销 推广	营销 监测 分析	/	/	游客关注度分析: 判断目的地旅游产品等销量热度及游客在目的地的整体印象等相关信息 游客美誉度分析: 监测判断目的地旅游产品的受欢迎程度及游客对目的地景区的满意程度等相关信息 产品丰富度监测分析: 判断目的地旅游产品是否对自由行游客具有吸引	1

					力 社交媒体热度分析：判断目的地景区的传播热度。 旅游搜索趋势分析：判断目的地关注热度、游客搜索需求、目的地市场份额等信息 游记曝光度监测分析：建立游记曝光度、社交媒体热度、旅游搜索趋势等分析模型	
76	产业发展	招商引资	/	/	展示文化旅游重大项目项目统计	1
77		市场主体	/	/	展示旅游企业及文化企业统计	1
78		综合评价	/	/	展示理塘文化旅游业综合评价得分	1
79	涉旅消费分析	总体消费分析	/	/	展示理塘县旅游行业的消费总体情况进行分析,包括总金额、总笔数等,可按节假日、周末等情况进行分析	1
80		消费画像分析	/	/	展示涉旅消费人群的画像分析,包括:消费区间、消费偏好、消费年龄比例、消费人群来源地分析等。	1
81	项目管理系统	项目管理	/	/	填写项目基本信息,可根据项目类型填写不同的信息。新增时可保存草稿; 展示全部项目的列表,包括待审核的、审核不通过的、已审核的; 提交项目后,项目进入待审核列表,项目未完成所有审核前都在待审核列表中; 已经通过审核的项目列表。	1
82		年度计划管理	/	/	展示全部项目的列表,包括未填报的、审核不通过的、已审核的 项目审核通过后,每年需要填报年度计划,如年度计划未填报,则在未填报列表 年度计划已填报,待上级审核,则在待审核列表。 已经通过审核的项目列表	1
83		项目进度管理	/	/	展示全部项目的列表,包括未填报的、待审核的、审核不通过的、已审核的; 项目审核通过后,根据审核情况按周期生成填报任务,如未填报,则在未	1

					填报列表； 项目进度已填报，待上级审核，则在待审核列表； 已经通过审核的项目列表；	
84		配置管理	/	/	进行项目进度填报的任务生成日期、项目类型进行配置 对旅游扶贫重点村进行配置 可针对某个项目单独生成进度填报任务	1

二、旅游大数据

2.1 旅游大数据分析平台

序号	一级功能	二级功能	三级功能	功能描述	单位（项/3年）
1	旅游大数据平台	访客分析	到访总览	到访目标区县游客总数	1
2			国内客源地 TOP	到访旅客国内客源地排名统计分析	1
3			省内客源地 TOP	到访旅客省内客源地排名统计分析	1
4			日到访趋势	到访旅客日到访趋势统计分析	1
5			月到访趋势	到访旅客月到访趋势统计分析	1
6			境外客源地 TOP	到访旅客境外客源地排名统计分析	1
7			交通方式	到访旅客交通方式统计分析	1
8		到访画像	到访男女数量	可根据到访地点和客源地(省,市,县),统计起始日期来统计游客的性别	1
9			到访年龄段数量	可根据到访地点和客源地(省,市,县),统计起始日期统计游客年龄阶段(少,青,中,老)的人数	1
10			到访差旅常客数量	到访客源地差旅常客比例和数量	1
11			到访游客消费能力	可根据到访地点和客源地(省,市,县),统计起始日期统计游客各个消费能力级别(高,中,	1

			低)的人数	
12		到访游客学历	到访游客学历段比例和人数	1
13		到访游客有车用户	到访游客有车人数和比例	1
14		到访游客是否健身	到访游客健身人数和比例	1
15		到访游客是否理财	到访游客理财人数和比例	1
16		区县流入客流画像月分析—APP偏好	区县流入客流画像月分析—APP偏好	1
17		到访游客使用手机终端品牌	可根据到访地点和客源地(省,市,县),统计起始日期统计游客使用各个终端品牌的人数,按照人数高低排序	1
18		到访游客使用交通工具	可根据到访地点和客源地(省,市,县),统计起始日期来统计游客使用不同交通工具的人数及比例	1
19		到访游客人生阶段	到访游客所处于的人生阶段,人数和比例	1
20		到访游客美食偏好	到访游客美食偏好,人数和比例	1
21		到访游客购物偏好	到访游客购物偏好,人数和比例	1
22		到访游客娱乐偏好	到访游客娱乐偏好,人数和比例	1
23		到访游客酒店偏好	到访酒店娱乐偏好,人数和比例	1
24		到访游客旅游偏好—内地	到访游客旅游偏好—内地 top5,人数和比例	1
25		到访游客旅游偏好—境外	到访游客旅游偏好—境外 top5,人数和比例	1
26	出访数量	出访总览	目标区县出访游客总数	1
27		国内目的地TOP	出访旅客国内目的地排名统计分析	1
28		省内目的地TOP	出访旅客省内目的地排名统计分析	1

29		境外目的地 TOP	出访旅客境外目的地排名统计分析	1
30		日出访趋势	出访旅客日出访趋势统计分析	1
31		月出访趋势	出访旅客月出访趋势统计分析	1
32		交通方式	出访旅客交通方式统计分析	1
33	出访画像	出访男女数量	统计出访游客的性别数量和比例	1
34		出访年龄段数量	统计出访游客的年龄段数量和比例	1
35		出访差旅常客数量	出访游客中差旅常客数量和比例	1
36		出访游客消费能力	出访游客的消费能力阶段数量和比例	1
37		出访游客学历	出访游客学历段比例和人数	1
38		出访游客有车用户	出访游客有车人数和比例	1
39		出访游客是否健身	出访游客健身人数和比例	1
40		出访游客是否理财	出访游客理财人数和比例	1
41		出访游客使用交通工具	出访游客使用交通工具的数量和比例	1
42		出访游客人生阶段	出访游客所处于的人生阶段，人数和比例	1
43		出访游客美食偏好	出访游客美食偏好，人数和比例	1
44		出访游客购物偏好	出访游客购物偏好，人数和比例	1
45		出访游客娱乐偏好	出访游客娱乐偏好，人数和比例	1
46		出访游客酒店偏好	出访酒店娱乐偏好，人数和比例	1
47		出访游客旅游偏好-内地	出访游客旅游偏好-内地 top5，人数和比例	1
48		出访游客旅游偏好-境外	出访游客旅游偏好-境外 top5，人数和比例	1
49	停留	到访总平	到访游客平均停留天数	1

		数据	均停留		
50			到访停留时长	1、2、3、4、5、6、7、8、9、10天以上的比例	1
51			月停留时长分布	旅客停留月停留时长分布统计分析	1
52			平均停留时长趋势	旅客停留平均停留时长趋势统计分析	1
53			国内客源地访客平均停留时长 top	旅客停留国内客源地访客平均停留时长排名统计分析	1
54			省内客源地访客平均停留时长 top	旅客停留省内客源地访客平均停留时长排名统计分析	1
55			境外客源地访客平均停留时长 top	旅客停留境外客源地访客平均停留时长排名统计分析	1
56			一日游停留时长分布	旅客停留一日游停留时长分布统计分析，一日游客流量统计	1
57		实时流入	实时到访数据	区县实时到访数据	1

2.2 舆情监测及口碑评价数据分析服务

数据源由中标方统一提供，在服务期内并开放相应的数据接口供采购人的系统平台提供数据共享服务，数据开放权限由采购人负责。

序号	一级功能	二级功能	三级功能	功能描述	单位（项 3/年）
1	舆情监测分析系统	舆情分析系统	舆情信息总览	对理塘县文旅舆情信息进行数据统计	1
2			舆情信息汇总排行	对理塘县文旅舆情信息统计按地域排行	1
3			情感属性分析	对理塘县文旅舆情监测按正面、中性、负面进行分布占比分析	1
4			媒体平台分布	对理塘县文旅舆情按监测渠道进行分布占比分析	1
5			舆情趋	对理塘县文旅舆情按监测渠道	1

			势分析	进行天级趋势分析	
6			热门文章浏览	对理塘县文旅舆情热门文章进行展示	1
7			主流媒体报道	对理塘县文旅舆情主流媒体报道信息进行展示	1
8			负面舆情信息溯源	对理塘县文旅负面舆情信息进行展示	1
9	口碑评价	收获评价总量	\	统计理塘县全县收获评价条数总量	1
10		满意度	\	“好评”评价条数/收获评价条数总量	1
11		景区场馆满意度排行 top5	\	统计理塘县辖区内好评条数最多的前五个景区名称及好评条数	1
12		酒店民宿满意度排行 top5	\	统计理塘县辖区内好评条数最多的前五个酒店名称及好评条数	1
13		评价云词	\	统计理塘县全县相关热度最高的 10 个关键词	1
14		评价分布	\	统计理塘县评价数量，按评价对象分布（评价对象：景区场馆、酒店民宿）	1
15		本年口碑趋势	\	统计理塘县评价总量、好评总量；按月汇总	1

2.3 消费数据分析服务

数据源由中标方统一提供，在服务期内并开放相应的数据接口供采购人的系统平台提供数据共享服务，数据开放权限由采购人负责。

序号	一级功能	二级功能	三级功能	功能描述	单位（项/3年）
1	涉旅消费分析	总体消费	①总体消费统计	①可分析所选时段&区域的总金额、总卡数、总笔数、卡均金额、笔均金额。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。	1

2		②总体消费趋势	<p>①可分析所选时段&区域的总金额、总卡数、总笔数趋势分析。</p> <p>②支持按天/周/月/年粒度分析。</p> <p>③支持分时段叠加分析，时段包括凌晨0~6点、上午6~12点、下午12~18点、晚间18~24点。</p> <p>④支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>⑤支持旅游占比（所选时间&区域旅游总消费金额、总卡数、总笔数占全行业消费总金额、总卡数、总笔数的比值）趋势分析。</p>	1
3		③旅游总体消费占比分析	<p>①可分析所选时段&区域的吃、住、行、游、购、娱的总金额、总卡数、总笔数占比分析。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1
4		④总体MCC分类排行	<p>①可分析所选时段&区域银联MCC分类总金额、总卡数、总笔数占比排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1
5		⑤总体商户消费排行	<p>①可分析所选时段&区域总消费商户TOP10排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>③支持按MTC行业分类筛选分析。</p>	1
6		⑥总体区域消费占比排行	<p>①可分析所选时段&区域省市以下各区县的总金额、总卡数、总笔数占比排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>③支持按MTC行业分类筛选分析。</p>	1
7	本/外市消费	①本/外市消费统计	<p>①可分析所选时段&区域的本市及外市金额、卡数、笔数、卡均金额、笔均金额。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1

8		②本/外市消费趋势分析	<p>①可分析所选时段&区域的本市及外市金额、卡数、笔数趋势分析。</p> <p>②支持按天/周/月/年粒度分析。</p> <p>③支持分时段叠加分析，时段包括凌晨0~6点、上午6~12点、下午12~18点、晚间18~24点。</p> <p>④支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>⑤支持旅游占比（所选时间&区域本市及外市旅游消费金额、卡数、笔数占本市及外市全行业消费金额、卡数、笔数的比值）趋势分析。</p>	1
9		③本/外市旅游消费占比分析	<p>①可分析所选时段&区域的吃、住、行、游、购、娱的本市及外市金额、卡数、笔数占比分析。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1
10		④本/外市MCC分类排行	<p>①可分析所选时段&区域银联MCC分类本市及外市金额、卡数、笔数占比排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1
11		⑤本/外市商户消费排行	<p>①可分析所选时段&区域本市及外市消费商户TOP10排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>③支持按MTC行业分类筛选分析。</p>	1
12		⑥本/外市区域消费占比排行	<p>①可分析所选时段&区域省市以下各区县的本市及外市金额、卡数、笔数占比排行。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p> <p>③支持按MTC行业分类筛选分析。</p>	1
13		⑦市际消费占比分析	<p>①可根据所选时段&区域本市与外市金额、卡数、笔数及其占比对比分析。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分析。</p>	1
14	本/外省消费	①本/外省消费统计	<p>①可分析所选时段&区域的本省及外省金额、卡数、笔数、卡均金额、笔均金额。</p> <p>②支持按全部、节假日、周末维度分</p>	1

				析。	
15		②本/外省消费趋势分析		①可分析所选时段&区域的本省及外省金额、卡数、笔数趋势分析。 ②支持按天/周/月/年粒度分析。 ③支持分时段叠加分析,时段包括凌晨0~6点、上午6~12点、下午12~18点、晚间18~24点。 ④支持按全部、节假日、周末维度分析。 ⑤支持旅游占比(所选时间&区域本省及外省旅游消费金额、卡数、笔数占本省及外省全行业消费金额、卡数、笔数的比值)趋势分析。	1
16		③本/外省旅游消费占比分析		①可分析所选时段&区域的吃、住、行、游、购、娱的本省及外省金额、卡数、笔数占比分析。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。	1
17		④本/外省MCC分类排行		①可分析所选时段&区域银联MCC分类本省及外省金额、卡数、笔数占比排行。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。	1
18		⑤本/外省商户消费排行		①可分析所选时段&区域本省及外省消费商户TOP10排行。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。 ③支持按MTC行业分类筛选分析。	1
19		⑥本/外省区域消费占比排行		①可分析所选时段&区域省市以下各区县的本省及外省金额、卡数、笔数占比排行。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。 ③支持按MTC行业分类筛选分析。	1
20		⑦省际消费占比分析		①可根据所选时段&区域本省与外省金额、卡数、笔数及其占比对比分析。 ②支持按全部、节假日、周末维度分析。	1
21	其他	①旅		①支持旅游总体消费、本/外市消费、	1

			游消费统计	本/外省消费分析。		
22			②全行业消费统计	②支持全行业总体消费、本/外市消费、本/外省消费分析。	1	
23	游客消费画像	总体消费画像	①总体消费区间	标签值包括：1000元以下、1000元~5000元、5000元~1万元、1万元以上。	1	
24			②总体持卡人价值	标签值包括：高端人群、文艺小资、白领人士、大宗交易、潜力客户、打拼生活、小微批发、日常超市、低频消费。	1	
25			③总体消费偏好	标签值包括：取现转账、购物消费、商旅差旅、生意达人、卫生医疗、殷实家居、爱车一族、成长家庭。	1	
26			④总体消费能力	标签值包括：消费能力显著低（400元~500元）、消费能力低（2500元~3000元）、消费能力相当（12500元~15000元）、消费能力高（60000元~70000元）、消费能力显著高（280000元~300000元）、高额消费（3000000~350000元）。	1	
27			⑤总体消费自由度	标签值包括：高自由度、中自由度、低自由度。	1	
28			⑥总体年龄比例	标签值包括：19~30岁、31~40岁、41~50岁、51~60岁。	1	
29			⑦总体性别比例	标签值包括：男、女。	1	
30			⑧来源地排名	来源地总体消费金额、卡数、笔数、卡均金额、比均金额排行及占比。	1	
31			本/外市	①本/外市	标签值包括：1000元以下、1000元~5000元、5000元~1万元、1万元以	1

		消费 画像	消费 区间	上。	
32			②本/ 外市 持卡人 价值	标签值包括：高端人群、文艺小资、白领人士、大宗交易、潜力客户、打拼生活、小微批发、日常超市、低频消费。	1
33			③本/ 外市 消费 偏好	标签值包括：取现转账、购物消费、商旅差旅、生意达人、卫生医疗、殷实家居、爱车一族、成长家庭。	1
34			④本/ 外市 消费 能力	标签值包括：消费能力显著低（400元~500元）、消费能力低（2500元~3000元）、消费能力相当（12500元~15000元）、消费能力高（60000元~70000元）、消费能力显著高（280000元~300000元）、高额消费（3000000~3500000元）。	1
35			⑤本/ 外市 消费 自由 度	标签值包括：高自由度、中自由度、低自由度。	1
36			⑥本/ 外市 年龄 比例	标签值包括：19~30岁、31~40岁、41~50岁、51~60岁。	1
37			⑦本/ 外市 性别 比例	标签值包括：男、女。	1
38			⑧本/ 外市 来源 地排 名	来源地本市及外市消费金额、卡数、笔数、卡均金额、比均金额排行及占比。	1
39		本/ 外省 消费 画像	①本/ 外省 消费 区间	标签值包括：1000元以下、1000元~5000元、5000元~1万元、1万元以上。	1
40			②本/ 外省 持卡	标签值包括：高端人群、文艺小资、白领人士、大宗交易、潜力客户、打拼生活、小微批发、日常超市、低频	1

		人价值	消费。	
41		③本/外省消费偏好	标签值包括：取现转账、购物消费、商旅差旅、生意达人、卫生医疗、殷实家居、爱车一族、成长家庭。	1
42		④本/外省消费能力	标签值包括：消费能力显著低（400元~500元）、消费能力低（2500元~3000元）、消费能力相当（12500元~15000元）、消费能力高（60000元~70000元）、消费能力显著高（280000元~300000元）、高额消费（3000000~350000元）。	1
43		⑤本/外省消费自由度	标签值包括：高自由度、中自由度、低自由度。	1
44		⑥本/外省年龄比例	标签值包括：19~30岁、31~40岁、41~50岁、51~60岁。	1
45		⑦本/外省性别比例	标签值包括：男、女。	1
46		⑧本/外省来源地排名	来源地本省及外省消费金额、卡数、笔数、卡均金额、比均金额排行及占比。	1

三、码上理塘游客服务

3.1 码上理塘“一码游”游客服务小程序

序号	一级功能	二级功能	功能描述	数量单位（项/3年）
1	小程序入	多级平台架构	具备总平台、路线分平台、景区/场馆/乡村游末端平台	1

	口	LBS 定位一 码千景	平台基于 LBS 定位技术进行定位服务	
2		开放生态架 构 千景千码、 千店千码	每个分平台、末端平台、企业店铺都可独立生成 二维码，扫码直接进入	1
3		中文-藏文 双语版	平台提供中文和藏文双语版本。	1
4		区域切换	选择切换到其他区域平台	1
5	主界 面	主菜单	主菜单显示首页、详情、推荐、商城、我的等功 能入口，支持跳转至相应界面	1
6	主界 面-	总首页	总首页，多张可滑动满屏大图构成底图，底图可 点击进入相应页面，功能模块以图标方式呈现	1
7	首页	路线首页	精品路线首页，多张可滑动满屏大图构成底图， 底图可点击进入相应页面，功能模块以图标方式 呈现	1
8	主界 面-	总详情页	总详情页包括理塘总览信息、banner 图、全县列 表、景区列表、组团路线、图文信息、视频、直 播、美食、特色、文化、周边攻略等。	1
9	详情 页	路线详情页	精品详情页包括精品路线总览信息、banner 图、 景区列表、图文信息、视频、直播、美食、特色、 文化、周边攻略等。	1
10	主界 面-	推荐页	推荐页是根据对游客当前位置、游客本人的特征 分析，智能（或在游客未注册情况下按热点信息） 随机推荐用户吃住行游购娱信息、旅游资讯、攻 略游记、产品等内容； 游客每次进入推荐页，都可以看到不同的信息， 既满足游客了解理塘旅游的需求，也为各景区/ 企业扩大宣传推广覆盖面 总平台、市级分平台、路线分平台推荐页显示内 容为该级平台区域内的内容	1
11		总商城	平台所有景区/场馆/路线等吃住行游购娱商品 的分类展示，涵括所有店铺及商品	1
12	主界 面-	路线级商城	主要展示该路线相关景区/场馆/等吃住行游购 娱商品的分类展示 同时也可查看平台所有商品 由电商中台提供内容支撑。	1
13	商城	末端平台商 城	因为景区场馆乡村游等自有产品较少，因此末端 商城主页以自营商品重点展示，并推荐周边商品 同时也可查看平台所有商品 由电商中台提供内容支撑。	1
14		商品分类	平台商品分类展示，例如包括：门票、酒店、交 通出行、旅游线路、特色商品、餐饮美食、手工	1

			艺术品、酒、茶、生活用品等；还可设置专区，如：乡村游专区、文化专区、主题专区等 由电商中台提供内容支撑。	
15		店铺	通过电商中台数据，为每个景区场馆、乡村、入驻企业提供自己的店铺。 提供店铺的不同界面	1
16		商品详情、订单、支付、优惠券、会员	用户点击分类展示中的商品后，由电商中台进行处理	1
17	主界面-个人中心	登录注册	可使用手机号码和微信等方式进行用户的注册和登录，并可实现对用户的头像、昵称、绑定号码等个人信息的维护	1
18		订单查询	可查询门票、酒店、实物、券类等所有品类的订单信息，包括订单列表和订单详情的查询	1
19		我的预约	可查看用户预约的景区，显示用户的预约状态	1
20		我的收藏	显示收藏的景点、攻略。支持跳转至相关内容详情页	1
21		会员	用户查看自己的会员等级及会员优惠	1
22		优惠券	管理用户获取的优惠券	1
23		意见反馈	管理并查看自己递交的咨询、意见、投诉等详情及处理情况	1
24		主界面-游玩助手	游玩助手	提供首页图标未包含的其他全面游客吃住行游购娱信息、文化信息，包括各种交通信息 点击直接进入相应的功能模块
25	末端平台景区场馆	主菜单	主菜单显示名片、详情、导游导览、商城、我的等功能入口，支持跳转至相应界面	1
26		景区场馆名片	名片主要包括景区场馆动态背景图展示，可显示当日天气、景区场馆名称和营业时间等信息，可显示景区预约、酒店、周边、投诉等功能入口 乡村作为一个景区	1
27		景区场馆详情页	详情页包括总览信息、banner图、文化、图文、直播、视频、攻略等，总览信息包括可设置多张的顶部主题图片、景区场馆的名称、等级、特点标签、介绍、开放时间等基础信息；banner图可设置为广告	1
28		景区场馆导游导览	实现景区场馆的导游导览，以景区为例，如景区有手绘地图，则会进入手绘地图界面，手绘地图上可显示景点、卫生间、停车场等点位信息，如景区有景点语音讲解，则可在地图上点击相关点位进行播放 如果景区无手绘地图，则底图为手机地图	1

29	所含 分级 功能 模块	搜索	根据用户输入内容进行全局模糊查询，查询范围包括：城市（默认）、乡村游、景点场馆、攻略（搜索攻略名称）、酒店民宿（搜索酒店民宿名称）	1
30		公告	总平台、末端平台均可在首页发布相关公告	1
31		天气	根据游客浏览的平台，提供天气信息	1
32		定制游	游客可自我选择线路，生成定制游行程规划，包括沿途的景点、住宿、场馆、餐饮等，以及每日行程	1
33		景区(场馆)列表	景区列表通过获取用户地理位置信息，默认按照距离进行排序。 列表展示景区的名称、所在区县、封面图、推荐景点等信息。 支持点击景区名称进入景区首页	1
34		景区慢直播	接入获取相关景区标志性景点的美景监控直播画面（视频映射到互联网由各景区自行负责），通过小程序进行直播	1
35		地图(周边)	为用户提供基于当前位置的景区、交通、酒店、文化场馆、餐饮场所、购物场所地图查询模式，通过地图可直观、具象的了解周边范围内有哪些场所，并支持找停车场、找旅游厕所等服务	1
36		短视频	提供平台级及各景区、场馆的短视频播放	1
37		打卡	游客可在景点拍照打卡	1
38		咨询投诉	支持游客在线投诉、查询投诉进度。 在个人投诉管理页面显示所有提交的投诉记录，显示投诉对象、投诉内容、投诉进度、投诉时间，点击可进入投诉详情页面 投诉处理的信息由管理后台进行维护。	1
39		一键救援	获取用户地址并显示距当前地址最近的道路救援、医院和派出所信息，点击到这去可直接调用第三方地图导航功能，也可调用拨号键盘进行快速拨号。。	1
40		历史文化	囊括区域的历史文化艺术内容，并将历史文化与相应的景区、场馆和特产商店联系起来，包括当地的传统文化和节庆活动等	1
41		攻略游记	展示攻略游记列表，可查看攻略游记详细内容，支持搜索栏搜索。	1
42		场馆服务	展示文化场馆列表，通过获取用户地理位置信息，列表默认按照距离进行排序。 列表展示文化场馆的名称、图片、地址等信息。支持点击场馆名称进入场馆详情页，包括文化场馆类型、收费信息、开放时间、活动、详细地址等信息	1

43		酒店(民宿)服务	展示酒店列表,通过获取用户地理位置信息,列表默认按照距离进行排序。 列表展示酒店的名称、所在区县、图片、地址等信息。 支持点击查看酒店详情,包括酒店星级、客房预订、详细地址等信息	1
44		美食推荐	展示美食列表,通过获取用户地理位置信息,列表默认按照距离进行排序。 列表展示餐厅的名称、地址、活动等信息。 支持点击查看美食详情,包括美食名称、营业时间、优惠信息、活动、详细地址等信息	1
45		娱乐场所	展示娱乐场所列表,通过获取用户地理位置信息,列表默认按照距离进行排序,可按名称进行模糊搜索。 列表展示娱乐场所的名称、地址、封面图片、营业时间、与当前位置的距离等信息,并按照当前位置距离进行排序,点击地点可使用第三方地图进行导航	1
46		乡村游	可查看当前位置信息,附近乡村旅游信息	1
47		购物场所	地址默认为当前定位,可按名称进行模糊搜索;显示名称、封面图片、联系电话、营业时间、地址、与当前位置的距离; 信息由管理后台进行维护; 点击地点可调用第三方地图进行导航。	1
48		交通出行	交通出行模块有地区筛选选项,点击对应地区后展示对应地区的对应交通出行服务。 包括:驿站、房车营地、租车点、客车点、飞机场、停车场、充电桩、维修点等	1
49		旅行社	可按旅行社名称进行模糊搜索; 显示旅行社名称、封面图片、联系电话、营业时间、地址、与当前位置的距离; 信息由管理后台进行维护; 点击地点可调用第三方地图进行导航; 定位目前所在位置,显示地理位置信息。	1
50		活动专题	可为各种活动、会议灵活设置专题栏目,包括大型底图点击直接跳转,活动简介、活动详情等	1
51	统一分时预约	嵌入一码游	预约功能嵌入一码游程序,作为各级平台的预约按钮,形成理塘统一的预约系统	1
52		多级预约	根据游客所在一码游平台,点击预约分别列出区域预约列表,可按名称、按等级、按区域分类搜索选择场所。 总平台,理塘范围所有文旅场所 市分平台:该市文旅场所	1

			路线分平台：该路线相关文旅场所 景区场馆末端平台：直接进入该景区场馆预约界面	
53		查看场所	可查看场所信息，包括了解免费开放场所信息的功能，展示文旅场所图片、介绍、地图位置的功能 首页具备公告提示功能，可查看公告讯息； 支持实现导游导览功能 可以跳转至景区详情页	1
54		预约功能	包括立即预约的功能，取消预约的功能，提交预约人及随同人员信息的功能、查看预约信息的功能等。 提供在线预约入园的能力，游客在线上平台查看可预约的分时信息、场次信息、入园信息等，支持失效前用户端取消预约功能； 游客在景区页面可查看预约的分时信息、场次信息、入园信息等 支持随同人员预约提交，需填写随同人员正确信息，为老人、儿童等特殊人群提供便利，提供线下核销功能。	1
55		预约购票联动	如果该场所在电商平台上架有门票，则游客预约后可直接购买预约时段门票。	1

3.2 管理后台

序号	一级功能	二级功能	描述	数量单位(项/3年)
1	系统管理	组织管理	组织管理中可以新增、编辑、删除一个本企业的组织。选中树状图中某一级组织后，可新增下一级组织。默认选中的为当前企业，点击新增后增加一级部门。	1
2		角色管理	角色管理中可新增、编辑、删除一个角色。可对某一角色进行权限管理。 企业管理员和系统管理员默认为：企业系统和管理平台系统的最高权限，不可更改	1
3		系统用户管理	可用于新增、编辑、停用、启用、删除一个系统用户。	1
4		企业管理	企业管理可以新增、查看、编辑、删除一家企业。企业管理中创建企业以后，即可在企业下创建景区或渠道。	1
5		企业账户管理	为企业创建一个企业管理员账号。	1

			创建的账号可以登录该企业的企业管理端平台。 企业管理员账号为唯一账号,拥有该企业管理端的所有权限,需要妥善保管。 创建过账号的企业不能重复创建账号	
6	后端管理	文章库	管理文章库,可对文章库增删查改,自带完善的富文本编辑器,支持各种 HTML 格式,使文章展现效果百变	1
7		图片库	管理图片库,可对图片增删查改,及图片的选区、适配等简单操作	1
8		视频库	管理视频库,可对视频增删查改	1
9		点位与信息管 理	提供吃住行游购娱所有信息俞相关的 GPS 点位管理	1
10		活动管 理	具备 H5 活动页面生成器,可快速制作多元素、可点击的活动页面	1
11		广告管 理	针对前端显示的广告进行管理,包括广告位配置、投放管理等,广告位支持运营周期、多活动并行、多位置投放等需求	1
12		各级平 台内容 管理	理塘全县、各景区/场馆等的信息管理,增删查改,图文视频内容链接	1
13		其他内 容管理	历史文化、攻略游记、场馆服务、酒店(民宿)服务、美食推荐、娱乐场所、乡村游、购物场所、交通出行、旅行社、找导游等的信息管理,增删查改,图文视频内容链接	1
14		景区/场 馆/信息 管理	景区/场馆的信息管理,包括名称、等级、位置、联系方式、开放时间、图文视频内容链接、交通信息、经纬度位置、游览须知等	1
15		景区/场 馆地图 管理	景区/场馆/乡村/手绘地图管理,具备地图编辑器,实现手绘地图与实际地图的精确匹配,经纬度匹配,边界匹配	1
16		景区/场 馆/地图 点位管 理	景区/场馆导游导览点位管理,具备地图编辑器,实现各点位的经纬度精确标注,选择点位类型(如景点、厕所、停车场等)	1
17		景区/场 馆地图 点位内 容管理	管理各点位的图文介绍内容,语音讲解、视频等	1
18		前端 用户 管理	前端用 户管理	管理小程序的所有用户(游客)信息,启用停用
19	预约	预约总	实现可视化展示县区域内预约人数排行、预约游客来	1

	管理	体展示	源地、总预约游客数、总入园游客数、景区预约排行、入园人数排行、预约游客画像、预约时段分析、预约趋势,预约人数和实际核销人数的统计等统计分析等功能。	
20		预约订单	查看管理区域内的所有预约订单	1
21	常见问题配置	常见问题配置	支持运营人员搜索相关常见问题,可配置常见问题	1
22	意见反馈管理	意见反馈管理	支持用户意见反馈信息查看、处理、跟踪等;支持查看自己处理过的意见反馈和尚未处理过的意见反馈;	1
23	投诉管理	投诉管理	可查看在线提交投诉详情和查看投诉处理进展的功能	1

3.3 电商中台

序号	一级功能	二级功能	描述	数量单位(项/3年)
1	为前端小程序提供的电商服务	商品列表服务	根据游客所在的前端各级商城、各种商品分类,提供商品列表服务	1
2		店铺内容服务	为前端各景区/场馆提供店铺内容,同时电商中台中其他企业的店铺也可在商城中打开	1
3		商品详情	景区、场馆和企业商家通过图文的形式,将门票、交通、酒店、餐饮、购物、休闲娱乐等商品上架到商城,用户可以看到每一个商品详细的介绍,包括商品的提供方,图文介绍,有效期、使用规则、销售情况、价格、券码、商家联系方式等	1
4		商品入口及二维码	为每一个商品提供独立入口链接,并能生成独立二维码,例如为景区生成门票码,游客扫码即可购票	1
5		票类订单	游客在门票商品界面选择下单,即可进入下单界面,选择日期时段,选择或填写预定人姓名身份证号,选择支付方式后,进入支付界面。	1
6		酒店订单	游客在酒店商品界面选择下单,即可进入下单界面,选择房型时段,天数,选择或填写入住人姓名身份证号,选择支付方式后,进入支付界面。	1
7		实物商品订单	游客在商品界面选择下单,即可进入下单界面,填写相关收货信息,选择购买数量,填写订单备注,选择支付方式后,进入支付界面。	1
8		券类商品(餐饮预	游客在商品界面选择下单,即可进入下单界面,选择购买数量,选择或填写预定人姓名身份证号,选	1

		订、线路、导游等)	择支付方式后，进入支付界面。	
9		订单中心	包括未支付、已支付、待入住、已完成、退款订单。用户可以选择取消订单、退款、退货	1
10		物流信息服务	用户可在实物订单中查看物流情况	1
11		支付	默认采用微信支付 小程序支持第三方聚合支付	1
12		全员营销	对于支持全员营销的商品，在商品详情中增加“分享赚”按钮，自动生成分享链接或分享海报，游客分享后，可以从分享产生的订单获取奖励，并可在个人中心查看自己的分享奖励记录	1
13		平台优惠券	平台支持整体发放、区域发放、商家发放优惠券，根据不同的使用条件，可在支付中使用	1
14		微信优惠券	支持通过微信发放的支付平台优惠券(如政府旅游消费券)，直接在支付中使用	1
15		会员	注册登录一码游即为会员，根据游客消费等行为获取，根据积分调整会员级别	1
16		会员优惠	根据会员级别，提供不同商品的优惠	1
17		会员商城	根据会员级别，提供会员专属商品，利用积分消费	1
18	后端 商户 管理	商户管理	商户增删查改，商户基本信息，商户资质管理，商户合同，商户公众号，平台手续费设置	1
19		店铺管理	为商户在电商中台开具店铺，店铺增删查改，店铺信息	1
20		审核	商户及店铺审核	1
21		支付渠道	为商户设定微信支付渠道，支付商户号，支付平台手续费，商户类型等	1
22	平台 级 管 理	商品品类管理	设置一级品类（如门票、酒店、实物、券类）以及二级品类，如实物包括（食品、文创、茶等）	1
23		营销活动管理	设置专题营销活动，运营活动的不同场景使用，活动的时间，活动手续费。 绑定营销活动覆盖的商户，设置商户的活动优惠比率	1
24		优惠券管理	管理优惠券，优惠券支持的不同场景使用。 绑定优惠券覆盖的商户，设置商户的优惠比率	1
25	商品 管理	门票商品管理	包括分销管理等。 可自行上架商品，提供订单管理、订单账期自动结算管理等功能 支持国内主要的票务系统服务商 统一商品库管理，包括商品的基本信息、库存、结算等 平台管理员可查看区域内的所有该类商品，启用停用，但不允许修改或上架商品，商品信息全部由商	1

			户负责	
26		券类商品管理	商品在线管理，商品账期自动结算管理。 提供订单管理、商品管理、价格、库存管理等功能。 订单自动结算，订单报表导出等功能。 平台管理员可查看区域内的所有该类商品，启用停用，但不允许修改或上架商品，商品信息全部由商户负责	1
27		酒店商品管理	"支持不同投标人商品的子酒店信息管理，包括酒店基本信息、酒店设施、房型、放行价格，产品图片等内容管理 "统一订单管理，支持酒店订单的统一查询和管理，包括订单基本信息、支付信息、退款信息、优惠信息等 平台管理员可查看区域内的所有该类商品，启用停用，但不允许修改或上架商品，商品信息全部由商户负责"	1
28		实物商品管理	包含分销管理，可自行上架产品和商品。 提供订单管理、订单结算管理等功能。统一商品库管理，包括商品的基本信息、库存、结算等，支持C端信息展示等。 平台管理员可查看区域内的所有该类商品，启用停用，但不允许修改或上架商品，商品信息全部由商户负责	1
29	订单与财务管理	首页	显示所有商品的基本统计数据 商户可查看自身数据 平台管理员可查看区域内的所有商户合并数据	1
30		订单统计	按照日期、类型等查看订单，并可点击订单查看详情 可导出订单列表 商户可查看自身订单 平台管理平台管理员可查看区域内的所有订单	1
31		查看订单详情	点击查看后查看订单详情。 可导出订单详情	1
32		订单退款	可退款的商品可以在订单操作中对该订单进行退款操作。	1
33		订单发货	对于实物订单，商户可通过平台联系物流平台，进行订单发货，并填写物流单号	1
34		物流信息	商户和平台管理员可跟踪物流信息	1
35		财务账单查看	查看收入、支出流水。 可使用条件进行筛选查看任意时间段的流水。 可根据当前条件导出流水报表。 商户可查看自身报表 平台管理员可查看区域内的所有报表	1

36	会员管理	会员管理	会员信息管理，列表查询	1
37		会员积分等级	会员积分规则设置，等级设置	1
38		会员优惠	各商户可独立设置的不同会员优惠方案	1
39		会员商品	设置会员的专属商品（礼品），商品购买等级，商品消耗积分等	1
40	渠道管理	渠道设置	设置电商中台服务和商品所输出的渠道，如一码游，景区企业公众号等	1
41		商品渠道设置	设置商户和商品是否输出到相关渠道 平台管理员具有审核机制	1
42	云仓管理	商品入仓设置	设置商品是否输出到云仓，供其他企业代理和分销，设置分销奖励。平台管理员具有审核机制	1
43		云仓商品上架	商户可将云仓中其他投标人提供的产品在自己的店铺中上架，作为分销代理	1
44		云仓中心	查看云仓中的商品及分销奖励	1
45	分时预约管理	基础信息维护	基础信息维护，包括维护文旅场所介绍、图片信息等。文旅场所可通过管理后台对发布内容、页面设计中的文案、图片、音频等内容进行管理或调整。各文旅场所在管理端可点击右侧按钮对自身的基础信息进行查看、修改和停用	1
46		预约时段管理	预约时段管理，包括设置可预约日期、设置可预约时间段、设置关闭维护日期等。各文旅场所可通过后台进行预约时段管理。游客通过小程序预约时，必须遵守文旅场所设定的预约时段，并在该时间段内入园核销	1
47		预约库存管理	预约库存管理，包括调配每个预约时段可预约库存数量等。对每个预约时间段内的预约库存数量进行管理，依据文旅场所的承接能力，或上级下达的政策指令来设置库存数量，起到有效控制客流、错峰入园的作用	1
48		场所内账号管理	本场所内账号管理的功能，包括对不同人员开通不同权限的功能。小程序后台的基础模块、角色配置、账号管理、基础设置等功能。可根据人员配置需求，创建不同管理角色。	1
49		预约订单管理	对预约订单管理的功能，包括能看到下订单人的信息，对订单进行回复等功能。 管理人员可在预约订单看到所有预约信息，包括全部、待入园、已入园、已取消、已结束、已过期订单 可查询系统上线以来任意时间段入园的游客。	1
50		特殊人员身份验证	特殊人员身份验证，对于某些持有特殊身份证件的人群，如老年人、儿童、外国人、享受景区优惠政策的人员等特殊人员等人员，提供预约核销解	1

			决方案。 老年人、儿童可由成年人预约时填写是否携带老人儿童，不单独预约和核销，而由同行成年人预约与统一核销。 老年人独自出行，可直接采用身份证预约核销，如老年人不会操作预约，需由现场工作人员根据预约情况，现场协助操作。 军人、外国人、港澳台人士可采用军官证、护照、回乡证、台胞证登记预约，因无法实现实名认证，需人工核销	
51		文旅场所手机端验证	使用验票小程序进行入园核销。	1

3.4 实施服务

序号	名称	内容	服务描述	数量单位 (项/3年)
1	信息采集	理塘信息采集	理塘整体、路线、组团、分支路线、主题、活动、文化等采集	1
2		全县主题信息采集	全县介绍、特色、图文信息、照片、视频、攻略游记、特色采集、主题、活动、文化等采集	1
3		全县点位采集	全县吃住行游购娱点位采集,各点位单位简介、图文信息采集	1
4		路线主题信息采集	2条路线的特色、图文信息、照片、视频、攻略游记、特色采集、主题、活动、文化等采集	1
5		景区场馆信息采集	2个4A景区及2个3A景区信息、介绍、位置、图文信息、照片、视频、攻略游记、文化、点位等采集	1
6	设计制作	理塘总平台内容制作	理塘总平台内容设计制作,美工,专题,特色制作	1
7		全县平台内容制作	全县平台内容设计制作,美工,专题,特色制作	1
8		路线平台内容制作	2条路线平台内容设计制作,美工,专题,特色制作	1
9		景区内容制作	包含2个4A景区及2个3A场馆平台内容设计制作,美工,专题,特色制作	1
10		景区手绘地图	包含2个4A景区及2个3A景区场馆平台手绘地图	1
11		景区场馆点位	包含2个4A景区及2个3A景区场馆平台点	1

			位标注, 图文介绍信息	
12		景区语音讲解	包含 2 个 4A 景区及 2 个 3A 景区点位语音讲解	1
13		吃住行游购娱点位信息整理导入	全县吃住行游购娱点位信息、图文信息、音视频信息内容制作与导入	1
14	系统管理	开户入住	为接入平台的全县、景区场馆、吃住行游购娱企业单位开具账户, 引导各单位各企业入住	1
15		系统配置	完成系统上线所需的平台所有配置	1
16	系统对接	票务系统对接	包含 2 个 4A 景区及 2 个 3A 景区有自建票务系统的景区场馆, 实现票务系统打通。	1
17		微信对接	微信平台对接、微信支付对接	1
18		天气系统对接	获取各地区、各单位天气实况	1
19		短信系统对接	为用户订单等提供短信提醒服务	1
20		物流系统对接	为实物商品提供物流平台对接服务	1

四、云及网络服务

序号	服务类别	参数描述	数量	单位
1	云服务器 1	4 核 8G 云服务器, 存储不少于 500G, 10M 带宽	6	台/3 年
2	云服务器 2	8 核 16G 云服务器, 存储不少于 500G, 10M 带宽	1	台/3 年
3	互联网宽带	100M 互联网宽带	9	条/3 年
4	专线宽带	200M 互联网专线	1	条/3 年

五、配套系统

序号	类别	设备名称	参数描述	单位	数量
1	信息化基础设施建设	室外展示系统	<p>▲1.像素点间距: $8 \pm 0.1\text{mm}$ (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>2.显示屏面积: $\geq 9.32 \text{ m}^2$</p> <p>3.刷新频率: $\geq 960\text{Hz}$</p> <p>4.像素构成: 1R1G1B</p> <p>5.单元板尺寸: $\leq 320\text{mm} \times 160\text{mm}$</p> <p>6.水平、垂直: $160^\circ \pm 10 \text{ 度}$</p> <p>7.换帧频率: 60 HZ</p> <p>8.亮度均匀性: $\geq 96\%$</p>	块	1

		<p>9.色温：3000-18000K 可调</p> <p>10.亮度：4200cd/m²</p> <p>11.对比度：7000：1</p> <p>12.低亮高灰：亮度为 20%时信号处理深度（灰度级数）达到 14Bit</p> <p>13.像素中心距精确度：≤3%</p> <p>14.反光率：≤1.5%</p> <p>15.像素失控率：<0.01%</p> <p>16.衰减率：≤10%(工作 3 年)</p> <p>17.峰值功耗：≤600W/m²，平均功耗：≤200W/m²</p> <p>18.使用寿命：≥10 万小时</p> <p>19.箱体防护等级：IK10</p> <p>20.安装方式：壁挂式</p> <p>▲21、LED 显示屏图像质量主观评价整体符合为优级要求（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲22、具备良好的防护性能：具有防静电、防电磁干扰、喷三防漆防潮、防腐蚀、防虫、抗震动、抗雷击功能；具有电源过压、过流、断电保护、分布上电措施、防护等级达到 IP65</p> <p>23、连续工作时间：≥7×24hrs，支持连续不间断显示；</p> <p>▲24.平均无故障时间：≥20000 小时，MTTR 平均修复时间≤20 分钟（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲25、外防止户外光污染危害，LED 显示屏产品通过光生物安全检测（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲26.具备抗紫外线性能，通过抗紫外线 UV 试验后，样品表面无明显变化（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲27.阻燃性：PCB 板、防火保护外壳达到 V-0 等级（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲28、PCB 层数采用 2 层、4 层、6 层、8 层、10 层设计，PCB 板材玻璃化温度≥150℃（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲29、LED 显示屏通过人眼视觉舒适度（VICO 指数≤1）基本无疲劳感检测为合格。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲30.为保证产品交付质量，LED 显示屏通过以下试验：高温负荷工作试验、低温负荷工作试验、高温存储试验、低温存储试验、恒定湿热试验、湿热负载试验、</p>		
--	--	---	--	--

			盐雾试验、振动试验、冷热冲击试验、高低温循环试验、抗电强度试验；试验结束后，产品能正常工作。 (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)		
2		控制终端	1、显示器：≥23.8寸显示器； 2、CPU：性能 I5 及以上； 3、内存：≥8G； 4、硬盘：≥1T。 5、操作系统：windows10 或以上版本。	台	2
3		室外展示系统 光纤布线	标准	米	145
4		室外展示系统 强电布线	标准 (10kw/块/屏)	组	1
5		无线 AP	1、支持 802.11ax, 2+2 双频, 整机速率 ≥2.975Gbps 2、最大发射功率 ≥23dBm, 支持蓝牙, 室外型。	个	9
6		路由器 (带 AP 管理功能)	1、转发性能 ≥400Kpps, 推荐带宽 ≥500M, ≥1*GE (WAN 口) + ≥4*GE (LAN 口, 支持切换为 WAN 口), IPSec 2、VPN: ≥75 条, 管理 AP 数 ≥8 个, 桌面款, 金属外壳	台	4
7	信息化基础设施建设	球型摄像机	1. 网络高清球型摄像机, 最大分辨率和帧率 ≥1920×1080@25fps, 支持 H.265、H.264 编码; 最低照度需满足彩色 ≤0.005lx, 黑白 ≤0.001lx; 需支持 ≥22 倍光学变倍, 最大焦距 ≥110mm; 2. 支持水平 360° 连续旋转, 垂直旋转范围 ≥-15° -90°, 支持 ≥300 个预置位, 支持定时任务、一键守望、一键巡航功能; 水平键控速度 ≥0.1° -160° /s, 垂直键控速度 ≥0.1° -120° /s, 速度可设; ▲3. 支持行为分析触发后联动聚焦、联动目标跟踪、报警上传, 上传 FTP, 发送邮件, 联动录像, 辅助输出等多种报警触发方式; (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章) ▲4. 具有账号隔离功能, 在 Web 端登录和在关键业务入口登录可使用不同的账号和密码; 支持码流加密, 具有 KMC 密钥和 AES256 加密设置选项; (提供国家认	套	6

		<p>可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>▲5. 动态范围不小于 106dB, 照度适应范围不小于 138dB, 宽动态能力综合得分不小于 135; (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>6. 需具有≥1 个 RJ4510M/100M 自适应以太网口、≥1 对音频输入/输出接口、≥2 路报警输入、≥1 路报警输出, 支持≥150m 红外补光, 工作温度≥-30℃-65℃, 防护等级≥IP66。</p>		
8	球形摄像机光缆电源及通讯布线	标准	米	2500
9	信息化基础设施建设 车流分析枪机(含频闪灯、爆闪灯、终端服务器 4 路)	<p>包含高清一体化嵌入式摄像机、高清镜头、室外防护罩、相机内置网络信号防雷器、电源适配器等</p> <p>1. 图像传感器: 采用 2/3 英寸全局曝光 CMOS 传感器</p> <p>2. 最大图像尺寸: 2448×2048 像素</p> <p>3. 视频帧率 (1-50) fps 可设置</p> <p>4. 视频压缩支持 H.265、H.264、M-JPEG</p> <p>5. 支持车辆捕获抓拍功能, 在天气晴朗无雾, 号牌无遮挡、无污损, 白天环境光照度不低于 200lx, 晚上辅助光照度不高于 30lx 的条件下测试, 白天和晚上的捕获率均≥99%</p> <p>6. 支持车牌识别功能(含新能源), 在白天环境光照度不低于 200lx, 晚上辅助光照度不高于 30lx 的条件下测试, 白天和晚上的识别率均≥99%</p> <p>7. 支持安全接入功能, 开启此功能后, 设备只能被管理平台控制, 不能通过其他方式登录或者控制设备</p> <p>8. 支持选择设置自定义、普通、客观、频爆一体灯、室内和室外六个场景; 支持可视域信息配置功能, 支持配置水平距离、安装方向和架设高度</p> <p>9. 支持设置普通道路、高速路、园区、隧道卡口、人车混行道路、高速票停卡口多种道路场景抓拍模式; 支持对视频画面中车道线自动识别, 无需手动画线</p> <p>10. 支持设定以位置、车速、车型、行驶方向和车牌类型等为触发条件进行抓拍</p> <p>11. 支持车辆子品牌识别功能, 通过车头可识别 7100 种, 通过车尾可识别 3800 种, 全天识别准确率不低于 99%</p>	台	6

		<p>12. 支持设置多帧识别功能开启/关闭</p> <p>13. 支持识别背光、高速运动、雾（雨）天等场景，并能在开启状态下自动对背光及高速运动自适应调整相应的图像参数，对雾（雨）天场景可在 20s 内识别并调整参数</p> <p>14. 可设置省份和城市简称区分本地车牌和外地车牌，支持节假日/工作日按时间段或者全天方式限行；支持限行车辆抓拍和抓拍图片查看，限行车辆捕获率$\geq 99\%$，识别准确率$\geq 98\%$</p> <p>15. 支持识别不低于 43 种车型；</p> <p>16. 支持不少于 14 种车身颜色识别，包括黑、白、灰、红、绿、蓝、黄、粉、紫、棕、青、金、橙、银灰</p> <p>17. 支持检测并跟踪指定区域内不少于 200 个目标，目标包括机动车、非机动车以及行人等。</p> <p>18. 支持 1~6 张图片合成一张图片</p> <p>19. 支持根据现场违章抓拍需求通过 web 界面设置事件优先度，事件优先度 1~16 可设，设置后可按事件优先度进行违章抓拍及图片存储</p> <p>▲20. 感兴趣区域增强编码功能检查：支持 24 块感兴趣区域 (ROI) 增强编码功能，ROI 区域压缩比 0~100 可设置（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲21. 具有抓拍黄牌车、蓝牌车、绿牌车、渐变绿牌车、黑牌车、白牌车、黄绿双拼牌车和不启用抓拍八个设置选项。可对蓝色、黄色、绿色、渐变绿色、黑色、白色、黄绿双拼色以及其他不同颜色车牌的车辆进行选择抓拍。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲22. 支持对不少于 9 种车型（大货车、中货车、小货车、客车、小轿车、中客车、危险品运输车、校车、其他车型等）进行不同超速比设置，可设置不少于 12 个超速比区间。在相同道路上，设备支持根据不同的超速比设置对不同车型进行超速抓拍，并输出不同的超速抓拍结果及违法代码（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲23. 支持识别车标类型≥ 450 种；在天气晴朗无雾，车辆无遮挡，白天环境光照度不低于 200lx，夜晚辅助光照度不高于 30lx 的情况下进行测试；白天车标识别准确率$\geq 99\%$；晚上车标识别准确率$\geq 99\%$。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p>		
--	--	--	--	--

10	视频存储管理一体机(平台服务器)+平台软件	<p>1、2U 双路标准机架式服务器</p> <p>2、CPU: ≥1 颗性能不低于 intel 至强系列处理器, 核数≥10 核, 主频≥2.2GHz</p> <p>3、内存: ≥64G DDR4, 16 根内存插槽, 最大支持扩展至 2TB 内存</p> <p>4、硬盘: ≥4 块 600G 10K 2.5 寸 SAS 硬盘</p> <p>5、阵列卡: RAID_2G, 支持 RAID 0/1/5/10</p> <p>6、PCIE 扩展: 最大可支持 6 个 PCIE 扩展插槽</p> <p>7、网口: ≥2 个千兆电口</p> <p>8、其他接口: ≥1 个 RJ45 管理接口, ≥后置 2 个 USB 3.0 接口, ≥前置 2 个 USB2.0 接口, ≥1 个 VGA 接口</p> <p>9、电源: 标配 550W (1+1) 高效铂金 CRPS 冗余电源</p> <p>10、视频监控 200 路+园区卡口 20</p> <p>▲11. 支持以中心管理服务为核心的网络拓扑结构, 支持对系统中的分组、服务器、组件等统计概览、查看; (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>▲12. 支持导航视图管理, 对系统内各节点进行查看、增加、删除、修改, 展示、查找; 支持对系统内所有服务器进行监控, 包括名称、IP 地址、状态、未处理告警数、CPU 使用率、内存使用率、磁盘容量、主机代理版等; 支持对系统内所有组件信息进行监控, 组件信息包含: 组件名称、未处理告警数、所属服务器、最近操作时间、授权状态、维保期限、使用期限等; (提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p>	台	1
11	信息化基础设施建设	<p>12 路解码器</p> <p>1. 解码设备采用嵌入式架构, 专用 Linux 系统, 机架式设计, 高度≤2U; 具有≥12 个 HDMI 输出接口、≥1 个 VGA 输入接口、≥1 个 DVI-I 输入接口、≥2 个千兆网口、≥2 个光口、≥1 路语音输入、≥1 路语音输出接口, ≥1 个 RS232 接口, ≥1 个 RS485 接口, ≥6 路报警输入、≥6 路报警输出接口;</p> <p>2. 输出分辨率支持 1920×1080、3840×2160; 支持画面分割、拼接、开窗漫游功能, 支持 1、2、4、6、8、9、10、12、16、25、36 等画面分割显示, 支持将显示窗口在多个显示屏间进行拖动或跨屏显示, 支持调节显示窗口大小;</p> <p>3. 支持 ONVIF、GB28181 协议接入设备, 支持 RTP\RTSP 协议进行预览; 支持 H. 265、H. 264、MPEG4、MJPEG 等视频编码格式, 支持 TS、PS、RTPTS 等封装格式, 支持 AAC、G. 722、G. 711A、G. 726、G. 711U 等音频格式;</p> <p>4. 解码能力支持≥12 路 4000×3000 (20fps)、或≥24 路 4096×2160 (25fps)、或≥24 路 3840×2160</p>	台	1

		<p>(25fps)、或≥ 36路为2592×1944 (30fps)、或≥ 96路1920×1080 (30fps)、或≥ 192路1280×720 (30fps)分辨率的H.264、H.265、MPEG4视频图像解码输出;</p> <p>▲5.支持通过设备抓屏软件,将远程电脑桌面实时解码上墙显示,画面帧率应支持≥ 30fps,支持同时抓取≥ 8个任务上墙、≥ 8个4K信号,不消耗CPU性能,支持在电视墙进行8画面分割同时显示,支持对桌面进行整屏、单窗口、自定义区域抓屏上墙;(提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>6.支持黑白名单功能,可设置≥ 256个黑白名单;当设置白名单时,只允许白名单IP访问设备;当设置黑名单时,黑名单内IP无法访问设备;</p> <p>7.支持对输入的视频画面进行90°、180°、270°旋转显示;支持回字形拼接,支持对解码的IPC输出的画面进行旋转,支持90°、180°左旋和90°、180°右旋;(需提供公安部所属检验机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章证明)</p> <p>▲8.支持前端接入智能摄像机,直连前端人脸检测设备,可实时展示人脸检测结果,包括年龄、性别、是否戴眼镜等人脸属性信息,属性可直接叠加画面显示;(提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>▲9.支持PC软件客户端、WEB浏览器客户端、平台客户端、IPAD、可视化触控平台方式访问管理(提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p>		
12	监控 硬盘	硬盘: $\geq 6T$; 监控级	块	4

13	信息化基础设施建设	4G 无线球型摄像机	<p>1、支持区域入侵侦测，越界侦测，进入区域侦测和离开区域侦测等智能侦测</p> <p>2、采用高效补光阵列，低功耗，红外补光 150 m 内置加热玻璃，有效除雾</p> <p>3、支持超低照度≥ 0.005 Lux @F1.6（彩色），≥ 0.001 Lux @F1.6（黑白），0 Lux with IR</p> <p>4、支持≥ 23 倍光学变倍，≥ 16 倍数字变倍</p> <p>5、支持三码流技术，每路码流可独立配置分辨率及帧率</p> <p>6、支持 3D 数字降噪，支持 120 dB 宽动态</p> <p>7、支持定时抓图与事件抓图功能</p> <p>8、支持定时任务，一键守望，一键巡航功能</p> <p>9、支持海康 SDK，开放型网络视频接口，ISAPI，GB/T28181，ISUP，萤石</p> <p>10、最大支持≥ 256 GB MicroSD 卡存储</p> <p>11、支持 IP66 防水，抗干扰能力强，适用于严酷的电磁环境，符合 GB/T17626.2/3/4/5/6 四级标准。</p>	台	18
14		太阳能供电系统	采用一体化太阳能供电系统，由太阳能组件（发电模块）、锂电池（储能控制模块）和支架三部分组成，可为设备提供稳定可靠的电量输出。	台	6
15		物联网通讯服务	100G/月，3 年服务。	张/3 年	18
16		存储卡	<p>1、读取速度：≥ 160MB/S；</p> <p>2、写入速度：≥ 120MB/S；</p> <p>3、容量：≥ 128GB</p>	张	18
17		监控立杆（含地笼）	定制， ≥ 5 米。	根	30
18		监控地笼混泥土制作	国产定制。	套	30
19		辅材配件	包含摄像机支架、弱电箱、五金配件等。	项	1
20		安装施工	包含户外显示屏、景区无线 AP、摄像机等的运输、安装、调式、培训等。	项	1

21	票务系统	售票系统	1、支持自助选择不同价格门票； 2、支持微信/支付宝在线支付； 3、支持自动出票/自助取票； 4、支持美团、同程、携程等网络票。	套	1
22		控制终端	1、显示器：≥23.8寸显示器； 2、CPU：性能不低于I5及以上； 3、内存：≥8G； 4、硬盘：≥1T。 5、操作系统：windows10或以上版本。	台	2
23		OTA平台管理模块	1、具有成熟的接口方案,快速对接上线； 2、支持微信分销和电商平台分销； 3、支持目前主流分销平台(美团/同程/携程/飞猪/票付通)票类发布； 4、支持产品库存、价格日历、订单查询、订单汇总； 5、支持线上购票,手机二维码直5、接闸机验票/自助机取票； 6、各平台销售汇总和对比分析,平台结算价格对账。	套	1
24		微信公众号购票模块	1、支持景点简介、微型攻略、交通指南； 2、支持预约门票、网上支付、网上退票； 3、支持获取购票信息(含二维码)； 4、支持用户资料管理(系统管理,门票管理)、订单管； 5、支持销售数据明细汇总。	套	1
25		自助售票机	1、身份证取票,自助购票,支持支付宝/微信,触摸屏:32寸红外式防爆触摸一体屏； 2、汽车钢化玻璃,防刮,防漂,防爆,防尘,有驱； 3、最大分辨率为:4096*4096； 4、支持:WIN7,WIN10； 5、显示器:采用32寸品牌液晶一体机专用屏,寿命长达5000万个小时灯管寿命,5MS响应时间,300亮度,对比度5000:1最佳使用为:1280*1024,支持多模式显示方式； 6、机柜:冷轧钢制柜体,烤漆工艺,防刮,特殊处理防手印,防磁、防静电； 7、控制主机:工控主板,性能不低于英特尔1.8G双核处理器,4GB内存,16GBSSD硬盘,静音电源； 8、支持含热敏/热转印两用打印机,可打印铜板、热敏材质门票,打印宽度≤104mm。	台	1
26		手持验票机	1、含验票APP； 2、支持二维码验票(红光扫描)、支持IC卡验证； 3、主控采用Cortex-A7架构、Andriod5.1操作系统； 4、支持WiFi无线网络传输、流量传输； 5、4寸电容触摸显示屏； 6、分辨率:800*480。	台	8

27		系统对接	与“码上理塘”公众服务平台对接，实现游客在线订票，线下核销功能。	项	1
28	慢直播	云相机及配套服务	<ol style="list-style-type: none"> 1、实时风景高清直播 2、远程操控和拍照/录像/延时 3、支持变焦和云台转动，场景模式切换和专业拍摄模式 4、景点实时内容/事件订阅 5、操控实时响应小于1秒 6、精彩回放/时空相册 7、温度/湿度/海拔等数据上报 8、远程配置和运维管理 	套	2
29		云平台设立专区和初始化部署上线服务	<ol style="list-style-type: none"> 1、云相机点位业务配置 2、云相机所在景点（及周边相关景点）创建和初始化（海报/介绍等） 3、云相机直播相关业务配置 4、专区内各专题配置 5、手机直播相关配置 6、讲解内容上线（讲解音视频素材需业主方提供） 7、云相机相册和精彩回顾 8、云相机立体直播售货（商品详情页需业主方提供） 9、用户咨询/问答相关配置 10、专区二维码创建和分享：线上微信群/朋友圈及公众号分发二维码，扫描进专区；线下分发二维码分发，扫码进专区 11、云相机直播二维码创建和分享：线上微信群/朋友圈及公众号分发二维码，扫描进直播；线下分发二维码分发，扫码进直播。 	次	1
30		控制终端	<ol style="list-style-type: none"> 1、显示器：≥23.8寸显示器； 2、CPU：性能不低于I5及以上； 3、内存：≥8G； 4、硬盘：≥1T。 5、操作系统：windows10或以上版本。 	台	2

31		云平台使用年费/服务年费	1、云相机直播 2、云相机操控及排队 3、手机直播 4、活动直播间 5、直播互动聊天 6、讲解服务（语音/视频/直播） 7、游玩景点及线路攻略 8、在线咨询/问答 9、云相机立体直播售货：商品配置及上下架、商品详情及购买、订单管理、在线支付、物流查询、客服/售后功能等 10、专区/云相机/活动/商品分享至社交圈（微信群/朋友圈等） 11、云资源和基础能力：云服务器，云存储，云服务器基础带宽/流量，直播CDN流量，图片服务等 12、包含基础运维和运营服务	年	3
32		活动立体直播服务	1、活动创建和基本管理/配置（活动数量可不受限制） 2、添加手机直播功能 3、添加云相机直播功能 4、活动图文直播功能 5、活动相册及持续存储功能 6、在线聊天和咨询功能 7、活动分享至社交圈（微信群/朋友圈，含自动生成海报分享） 8、以上业务功能所涉及的云服务资源：云服务器，云存储，云服务器基础带宽/流量，直播CDN分发流量等。		1
33	文旅直播间	一体化直播间	定制	套	1
34		摄像器材	摄像器材。	套	1
35		摄像器材配件 1	14-24mm f/2.8 S。	套	1
36		摄像器材配件 2	85mm f/1.8 S。	套	1
37		摄像器材配件 3	70-200mm F2.8 VR S。	套	1
38		存储卡	128G。	套	2

39		三脚架	碳纤维三脚架。	套	1
40		滤镜支架	112mm 支架。	套	1
41		滑轨	滑轨。	套	1
42		滤镜 1	滤镜 1。	套	1
43		滤镜 2	滤镜 2。	套	1
44		滤镜 3	滤镜 3。	套	1
45		滤镜 4	滤镜 4。	套	1
46		控制终端	1、显示器：≥23.8 寸显示器； 2、CPU：性能不低于 I5 及以上； 3、内存：≥8G； 4、硬盘：≥1T。 5、操作系统：windows10 或以上版本。	台	2
47	指挥中心建设	室内大屏展示系统	<p>▲1. 像素点间距：≤1.6mm（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲2. 像素密度：≥360000 点/m²（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>3. 显示屏面积：≥4.48m*2.56m=11.47 m²</p> <p>4. 灯管封装：≤1212</p> <p>5. 单元板分辨率：宽 192 点×高 96 点</p> <p>6. 单元板尺寸：≤320mm×160mm</p> <p>7. 屏幕视角：水平、垂直：160° ±10 度</p> <p>9. 换帧频率：≥60 帧/秒</p> <p>10. 刷新频率：≥3000Hz</p> <p>11. 亮度：≥500cd/m²</p> <p>12. 亮度调节：256 级手动/自动</p> <p>13. 显示颜色：43980 亿种</p> <p>14. 盲点率：<0.0003</p> <p>15. 使用寿命：≥10 万小时</p> <p>16. 扫描方式：1/32 扫恒流驱动</p> <p>17. 像素构成：1R1G1B</p> <p>18. 安装方式：采用壁挂式</p> <p>▲19、模组表面绝缘：绝缘电阻应为 5000MΩ（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲20、机械强度：≥30Mpa，抗拉强度：≥230Mpa，屈服强度：≥170Mpa（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲21、具备良好的防护性能：具有防静电、防电磁干</p>	平米	11.47

		<p>扰、防腐蚀、防虫、防潮、抗震动、抗雷击功能；具有电源过压、过流、断电保护、分布上电措施、防护等级达到 IP50（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>22. 阻燃性：PCB 板、防火保护外壳及内部其他元器件均达到 V-0 等级；</p> <p>▲23、PCB 层数采用 2 层、4 层、6 层、8 层、10 层设计，PCB 板材玻璃化温度 $\geq 150^{\circ}\text{C}$（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲24、LED 显示屏通过人眼视觉舒适度 (VICO 指数 ≤ 1) 基本无疲劳感检测为合格。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲25. 为了保证 LED 显示屏在恶劣的环境条件下能够正常使用，LED 显示屏产品通过以下试验：高温负荷工作试验、低温负荷工作试验、高温存储试验、低温存储试验、恒定湿热试验、湿热负载试验、盐雾试验、冷热冲击试验、高低温循环试验；试验结束后，产品能正常工作。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p>		
48	控制终端	<p>1、显示器：≥ 23.8 寸显示器；</p> <p>2、CPU：性能不低于 I5 及以上；</p> <p>3、内存：$\geq 8\text{G}$；</p> <p>4、硬盘：$\geq 1\text{T}$。</p> <p>5、操作系统：windows10 或以上版本。</p>	台	4
49	视频拼接处理器	<p>1. 输入输出灵活配置，支持 DVI、HDMI、DP、SDI、VGA、IP 等多种输入接口，支持 HDMI2.0、DP1.4、12G-SDI 接口，最大 $4096 \times 2160@60\text{Hz}$ 输入，支持 HDCP 协议的高带宽数字内容保护技术，支持千兆网口输出、万兆光纤输出、DVI 视频输出、HDMI 视频输出，支持预览回显板卡，可输出信号源的预览画面和设备输出的回显画面。</p> <p>2. 自由拼接丰富显示：支持多窗口多图层显示、窗口漫游、自由拼接，支持跨板卡跨接口输出，窗口跨板卡或接口不减图层，支持输出网口任意交换，控制区域任意设置，自定义预置模式，可以存储多个自定义场景，方便场景切换，支持画面调整(色调、对比度、饱和度、亮度补偿)和精确的颜色调节支持每路输入信号独立裁剪缩放和 EDID 管理</p> <p>3. 不同平台简单控制：支持 USB、RS232、局域网多种方式连接控、支持前面板查看设备信息</p> <p>4. 多重备份稳定可靠：支持设备自检及在线硬件监测，支持双电源备份、输出信号冗余备份；支持温度报警、</p>	台	1

		<p>断线提醒、电源监控等</p> <p>▲5. 为保证产品交付质量，投标产品应符合 ISO/IEC 17025: 2005《检测和校准实验室能力的通用要求》(CNAS-CL01《检测和校准实验室能力认可准则》)的要求；（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲6. 支持输出画质调整，包括 0-100 亮度自由调节、对比度、饱和度、色调、亮度补偿、gamma 等，测试画面调整，结合现场环境便于测试调节。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲7. 采用工业级的冗余电源模组，模组稳定可靠，不间断工作≥16 万小时，低噪音风扇散热系统(设备运行噪音小于 45dB)，屏前 1 米正常工作状态下的噪声测量值≤25dB(A)，适应于各种对噪声控制严苛的会议或其它场所。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲8. 设备在-20° C 低温和 60° C 高温环境中进行工作测试和储存测试，外观和功能无异常。设备在 10%~90% 的湿度环境下进行工作测试和储存测试，外观和功能无异常。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲9. 配置备份和恢复，备份信息可下载保存备份，断电记忆功能，无需担心配置丢失。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>▲10. 最大支持 32(16X2) 个输入源、真 4K(3840*2160@60Hz, RGB4: 4: 4, 8bit, 10bit) 分辨率确保画面流畅, 最大支持 64KK 点对点, 提供无与伦比的 HDR 显示体验(结合发送卡)。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p>		
50	单色展示系统	<ol style="list-style-type: none"> 1. 像素点间距: ≤10mm 2. 像素密度: 10000 点/m² 3. 显示屏面积: ≥4 m² 4. 灯管封装: SMD2835H 5. 单元板分辨率: 宽 32 点×高 16 点 6. 单元板尺寸: 320mm×160mm 7. 屏幕水平视角: 140° ±10 度, 屏幕垂直视角: 130° ±10 度 8. 工作温度: -20℃~+40℃, 工作湿度: 10%~90%RH 9. 换帧频率: ≥60 帧/秒 10. 刷新频率: ≥60Hz 12. 亮度调节: 256 级手动/自动 	平米	4

		<p>13. 显示颜色: 256 种</p> <p>14. 盲点率: <0.0003</p> <p>15. 使用寿命: ≥10 万小时</p> <p>16. 扫描方式: 1/4 恒流驱动</p> <p>17. 像素构成: 1R。</p>		
51	音响	<p>1. 阻抗: 8Ω</p> <p>2. 频响: 70Hz~20KHz</p> <p>3. 额定功率≥120W</p> <p>4. 灵敏度≥95dB/W/M</p> <p>5. 水平覆盖角≥120°, 垂直覆盖角≥60°</p> <p>6. 高音: 3"锥形高音单元×2</p> <p>7. 低音: 6.5"低音×1</p>	台	2
52	多功能调音台	<p>▲1. 支持≥4路 Mic 输入兼容 4 路线路输入接口, 话筒接口幻象电源: +48V, ≥4 组立体线性输入。(提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章)</p> <p>2. 具有≥1 组立体声主输出、≥1 组辅助输出、≥1 组立体声监听输出、≥1 路耳机监听输出、≥1 组 CD/Tape 输出。</p> <p>3. 每路单声道输入通道设有 3 段 EQ, 设有峰值 LED 指示灯。</p> <p>4. 内置 24 位 DSP 效果器, 提供 100 种预设效果。</p>	台	1
53	数字音频处理器	<p>1. 输入每通道: ≥2 路平衡式线路输入, 采用标准卡侬接口, 平衡接法。</p> <p>2. 输出每通道: ≥6 路平衡式线路输出, 采用标准卡侬接口, 平衡接法。</p> <p>3. 支持 FIR 滤波器。</p> <p>4. 内置数字音频处理算法: 增益、延迟、EQ、混音矩阵、压缩器、分配和限幅器。</p> <p>5. 支持断电自动保护记忆功能。</p> <p>6. 支持通道联控功能。</p> <p>7. 支持 USB 和 RJ45 两种连接方式, 实现 PC 软件控制, 支持 RS232 控制, 提供第三方控制协议, 用于对接中控系统</p>	台	1

54	功放	<p>1. 工业造型钢面板，，面板防尘网可折洗结构设计，可拆卸清洗的散热通风口。</p> <p>2. 开机软启动，防止开机时向电网吸收大电流，干扰其它用电设备。</p> <p>3. 智能控制强制散热设计。</p> <p>4. 两声道功放有三档输入灵敏度选择，轻松接纳宽幅度范围信号源输入；输入灵敏度：0.775V/1V/1.44V</p> <p>▲5. 安全保护措施和工作状态指示（短路、过载、直流和过热保护、变压器过热保护）。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>6. 智能削峰限幅器，控制功率模块及扬声器系统在安全范围内工作。</p> <p>7. 标准 XLR+TRS1/4"复合输入接口。</p> <p>8. 变压器和低阻大容量电解滤波，保证大动态工作应付自如。</p> <p>9. 支持立体声或桥接工作模式。</p> <p>10. 输入座接地脚接地和悬浮控制。</p> <p>11. 输出功率（20Hz-20KHz/THD≤1%）：立体声/并联 8Ω×2：200W×2；立体声/并联 4Ω×2：300W×2；桥接 8Ω：600W</p>	台	1
55	反馈抑制器	<p>1. 48kHz 采样频率，32-bitDPS 处理器（300 兆主频），24-bitA/D 及 D/A 转换。</p> <p>▲2. 5 档全自动移频模式选择，适用于各种场景及麦克风类型。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p> <p>3. 采用≥2 英寸显示屏，分辨率 320*240。支持中/英文菜单显示。</p> <p>4. 48 个陷波器状态 LED 指示灯实时显示，每通道 12 个静态+12 个动态陷波器。</p> <p>5. 采用单键飞梭快捷操作，快速实现模式、直通、锁定及中英文选择功能。</p> <p>6. 移频器±10Hz 可调（1Hz 步进），陷波器增益、Q 值、数量可调。</p> <p>7. 独立每通道增益、噪声门、压限器、移频、陷波、高低通、7 段 PEQ 功能设置。</p> <p>8. 提供 USB 和 RS-485 通讯接口，连接 PC 上位机及中控设备。</p> <p>▲9. 通过 PC 上位机可任意编辑 5 档预设模式，支持模式存档及 EQ 存档导入导出。（提供国家认可的第三方检测机构出具的检测报告复印件并加盖投标人鲜章）</p>	台	1

56		电源 时序 器	1. 额定输出电压：AC~220V50Hz 2. 额定输出电流：≥30A 3. 可控制电源：≥8 路 4. 每路动作延时时间：1 秒 5. 供电电源：VAC，220V50/60Hz，30A 6. 单路额定输出电源：≥10A	台	1
57		无线 话筒	1. 采用先进 PLL 频率合成锁相环技术，微电脑集成中央处理器 CPU 总线控制系统。 2. 兼容手动选频和红外自动对频锁定频道，杂讯锁定静噪控制及音码锁定静噪控制。 3. V/A 显示屏在任何角度观察字体清晰同时显示信道号与工作频率。 4. 带 8 级射频电平显示，8 级音频电平显示，频道菜单显示，静音显示。 5. 使用 640-830MHZ 频段，每台接收机拥有≥200 个可调频率。 6. 支持平衡和非平衡两种选择输出端口。 7. 系统包括有一台主机+四台桌面式无线麦克风。	个	4
58		会议 桌	国产定制	套	1
59		操控 台	1、外形尺寸：2600mm*600mm*750mm，基材：采用中密度纤维板符合 GB/T11718-2009、GB18580-2017 标准；甲醛释放量 $E1 \leq 0.035\text{mg}/\text{m}^3$ ，静曲强度 $\geq 30.8\text{MPa}$ ，内结合强度 $\geq 0.54\text{MPa}$ ，表面胶合强度 $\geq 1.34\text{MPa}$ 。 2、饰面：采用优质木皮符合 GB/T18584-2001、GB/T17657-2013 标准；含水率 3%-13%，甲醛释放限量 $\leq 0.2\text{mg}/\text{L}$ 。 3、白乳胶：采用符合 GB/T18583-2008 标准；游离甲醛 $\leq 0.2\text{g}/\text{kg}$ ，总挥发性有机物 $\leq 18\text{g}/\text{kg}$ 。 4、封边：采用 PVC 封边条符合 QB/T4463-2013 标准；耐干热性（无龟裂、无鼓泡），封边条甲醛释放量 $E1 \leq 0.1\text{mg}/\text{L}$ ，封边条可迁移元素（可溶性重金属）铅、镉、铬、汞、砷、钡、锑、硒（未检出），邻苯二甲酸酯（未检出），耐开裂性（耐龟裂性） ≥ 1 级。	套	1
60		打印 机	激光高速双面打印多功能一体机，支持无线、有线打印，支持扫描	台	2
61		安装 实施	包含运输、安装、调试、培训等	项	1
62	机 房 建 设	市电 改造	国产定制	项	1
63		UPS 主 机	1、 $\geq 10\text{KVA}$ ；塔式三进单出	台	1

64	UPS 电 池	1、 $\geq 100\text{AH}$; 12V	节	16
65	配 电 柜	标准定制	台	2
66	防 雷 接 地	国产定制	项	1
67	42U 机 柜	1. 规格: 不低于 $600*800*2000$ 2. 材料: 冷轧钢板, 门板柜体不承重部分厚度 $\geq 1.2\text{mm}$, 承重主梁及镀锌方条孔厚度 $\geq 1.8\text{mm}$. 机柜整体承重 $\geq 800\text{KG}$; 3. 可上、下进线, 前玻璃门, 后门网孔, 方便设备散热; 4. 柜体、底座及门表面经过酸洗、磷化、除蜡、水洗、净化等 12 道国际标准前处理; 5. 标配隔板二块, 风扇 1 个, 10A6 位塑料 PDU 2 个。	台	2
68	灭 火 装 置	4 公斤干粉灭火器	项	1
69	摄 像 机	1、符合 IP66 防尘防水设计, 可靠性高 2、支持开放型网络视频接口, ISAPI, SDK, GB28181 协议, 支持萤石平台接入 3、采用高效阵列红外灯, 使用寿命长, 红外照射最远可达 $\geq 30\text{m}$ 4、支持 ROI 感兴趣区域增强编码 5、支持背光补偿, 强光抑制, 3D 数字降噪, 数字宽动态, 适应不同监控环境 6、最高分辨率 $\geq 1920 \times 1080@25\text{fps}$, 在该分辨率下可输出实时图像。	个	3
70	空 调	1 一级能效; 2、制冷量: $\geq 7200\text{W}$; 3、循环风量: $\geq 1300\text{m}^3/\text{h}$ 支持高温制冷。	台	1
71	核 心 路 由 器	1、带机量 ≥ 300 台, 转发性能 $\geq 9 \sim 25\text{Mpps}$, 推荐带宽 $\geq 4\text{G}$, 2*GECCombo (WAN 口), $\geq 8*GE$ (LAN 口, 支持切换为 WAN 口), IPSec 2、VPN: ≥ 2000 条 3、管理 AP 数 ≥ 32 个, $\geq 2* \text{SIC}$ 槽位, 标准机架	台	1
72	防 静 电 地 板	1、防静电地板支撑架高度不低于 10cm ; 2、上托规格: $7*7\text{cm}$, 厚度不低于 3mm ; 3、下托规格: $8.5*8.5\text{cm}$, 厚度不低于 2mm ; 4、支撑管径: 2.5cm , 厚度不低于 1mm 。	m^2	20

73	核心交换机	1、千兆三层全管理增强型交换机,包转发率 \geq 120Mpps/138Mpps 2、交换容量 \geq 432Gbps, \geq 24个千兆光口, \geq 8个千兆电口, \geq 4个万兆光口,VLAN: \geq 4K,MAC: \geq 16K 3、19英寸1U标准机架,金属外壳	台	1
74	安装实施	包含相关硬件设备的运输、安装、施工、集成以及培训等	项	1

所投产品如涉及 CCC、进网许可证、销售许可证、无线电发射设备型号核准证等前置许可认证的投标人承诺中标后将对应证书交给采购人（实质性）。

四、商务要求（实质性要求）

1、交付日期：合同签订之日起 90 个工作日完成所有系统部署并上线试运行，并确保采购人顺利投入使用。

2、服务时间：最终验收合格之日起 3 年，其中软件维保期和消费数据使用期 3 年，硬件免费质保期 1 年。

3、服务地点：采购人指定地点。

4、付款方式：

(1) 合同签订生效之日起 10 个工作日内，采购人向中标人支付合同总金额的 35%；

(2) 第二年服务期内的第一个月，采购人向中标人支付合同总金额的 50%；

(3) 第三年服务期内的第一个月，采购人向中标人支付合同总金额的 15%。

5、验收标准：

(1) 验收方式：以招标文件要求、中标人投标文件、相关行业标准为准。

(2) 验收时间：完成系统部署并上线试运行 30 个工作日，试运行结束后，中标人提出验收申请，采购人在 30 个工作日以内进行验收。

第七章 评标办法

1. 总则

1.1 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》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等法律制度，结合采购项目特点制定本评标办法。

1.2 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。依据法律法规和本招标文件的规定，对投标文件是否按照规定要求提供资格性证明材料、是否按照规定交纳投标保证金，以确定投标投标人是否具备投标资格。

合格投标人不足三家的，不得评标。

评标工作由采购代理机构负责组织，具体评标事务由采购代理机构依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表和有关技术、经济、等方面的专家组成。

1.3 评标工作应遵循公平、公正、科学及择优的原则，并以相同的评标程序和标准对待所有的投标人。

1.4 评标委员会按照招标文件规定的评标方法和标准进行评标，并独立履行下列职责：

- （一）熟悉和理解招标文件；
- （二）根据需要要求招标采购单位对招标文件作出解释；根据需要要求投标人对投标文件有关事项作出澄清、说明或者更正；
- （三）推荐中标候选投标人，或者受采购人委托确定中标人；
- （四）起草评标报告并进行签署；
- （五）向招标采购单位、财政部门或者其他监督部门报告非法干预评标工作的行为；
- （六）法律、法规和规章规定的其他职责。

1.5 评标过程独立、保密。投标人非法干预评标过程的行为将导致其投标文件作为无效处理。

1.6 评标委员会评价投标文件的响应性，对于投标人而言，除评标委员会要求其澄清、说明或者更正而提供的资料外，仅依据投标文件本身的内容，不寻求其他外部证据。

2. 评标方法

2.1 本项目评标方法为：**综合评分法**。

3. 评标程序

3.1 熟悉和理解招标文件和停止评标。

3.1.1 评标委员会正式评标前，应当对招标文件进行熟悉和理解，内容主要包括招标文件中投标人资格条件要求、采购项目技术、服务和商务要求、评标方法和标准以及可能涉及签订政府采购合同的内容等。

3.1.2 评标委员会熟悉和理解招标文件以及评标过程中，发现本招标文件有下列情形之一的，评标委员会应当停止评标：

- (1) 招标文件的规定存在歧义、重大缺陷的；
- (2) 招标文件明显以不合理条件对投标人实行差别待遇或者歧视待遇的；
- (3) 采购项目属于国家规定的优先、强制采购范围，但是招标文件未依法体现优先、强制采购相关规定的；
- (4) 采购项目属于政府采购促进中小企业发展的范围，但是招标文件未依法体现促进中小企业发展相关规定的；
- (5) 招标文件规定的评标方法是综合评分法、最低评标价法之外的评标方法，或者虽然名称为综合评分法、最低评标价法，但实际上不符合国家规定；
- (6) 招标文件将投标人的资格条件列为评分因素的；
- (7) 招标文件有违反国家其他有关强制性规定的情形。

3.1.3 出现本条 3.1.2 规定应当停止评标情形的，评标委员会成员应当向招标采购单位书面说明情况。除本条规定和评标委员会无法依法组建的情形外，评标委员会成员不得以任何方式和理由停止评标。

3.2 符合性检查。

3.2.1 评标委员会依据本招标文件的**实质性要求**，对符合资格的投标文件进行审

查，以确定其是否满足本招标文件的**实质性要求**。本项目符合性审查事项仅限于本招标文件的明确规定。投标文件是否满足招标文件的**实质性要求**，必须以本招标文件的明确规定作为依据，否则，不能对投标文件作为无效处理，评标委员会不得臆测符合性审查事项。

3.2.2 投标文件（包括单独递交的开标一览表）有下列情形的，本项目不作为**实质性要求**进行规定，即不作为符合性审查事项，不得作为无效投标处理：

（一）正副本数量齐全，只是未按照招标文件要求进行分装或者统装的；

（二）存在个别地方（不超过 2 个）没有法定代表人/单位负责人签字，但有法定代表人/单位负责人的私人印章或者有效授权代理人签字的；

（三）除招标文件明确要求加盖单位（法人）公章的以外，其他地方以相关专用章加盖的；

（四）以骑缝章的形式代替投标文件内容逐页盖章的（但是骑缝章模糊不清，印章名称无法辨认的除外）；

（五）其他不影响采购项目**实质性要求**的情形。

3.2.3 除政府采购法律制度规定的情形外，本项目投标人或者其投标文件有下列情形之一的，作为无效投标处理：

（一）投标文件正副本数量不足的；

（二）投标文件组成明显不符合招标文件的规定要求，影响评标委员会评判的；

（三）投标文件的格式、语言、计量单位、报价货币、知识产权、投标有效期等不符合招标文件的规定，影响评标委员会评判的；

（四）投标报价不符合招标文件规定的采购预算或限价或其他报价规定的；

（五）商务应答内容没有完全响应招标文件第六章**实质性要求**的；

（六）未载明或者载明的招标项目履约时间、方式、数量及其他政府采购合同实质性内容与招标文件要求不一致，且招标采购单位无法接受的。

（七）没有完全响应招标文件的其他**实质性要求**或属于招标文件中投标无效情形的。

3.3 比较与评价。按招标文件中规定的评标方法和标准，对未作无效投标处理的投标文件进行技术、服务、商务等方面评估，综合比较与评价。

3.4 复核。评分汇总结束后，评标委员会应当进行复核，特别要对拟推荐为中标

候选投标人的、报价最低的、投标文件被认定为无效的将进行重点复核。

3.5 推荐中标候选投标人。中标候选投标人应当排序。采用最低评标价法的，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。报价相同且满足招标文件全部**实质性要求**的并列，由采购人自主采取随机抽取的方式选择中标人。采用综合评分法的，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。排名并列的由采购人自主采取随机抽取的方式选择中标人。

评标委员会可推荐的中标候选投标人数量不能满足招标文件规定的数量的，只有在获得采购人书面同意后，可以根据实际情况推荐中标候选投标人。未获得采购人的书面同意，评标委员会不得在招标文件规定之外推荐中标候选投标人，否则，采购人可以不予认可。

3.6 出具评标报告。评标委员会推荐中标候选投标人后，应当向招标采购单位出具评标报告。评标报告应当包括下列内容：

- （一）招标公告刊登的媒体名称、开标日期和地点；
- （二）获取招标文件的投标人名单和评标委员会成员名单；
- （三）评标方法和标准；
- （四）开标记录和评标情况及说明，包括无效投标人名单及原因；
- （五）评标结果和中标候选投标人排序表；
- （六）评标委员会授标建议；
- （七）报价最高的投标人为中标候选人的，评标委员会应当对其报价的合理性予以特别说明。

评标委员会成员应当在评标报告中签字确认，对评标过程和结果有不同意见的，应当在评标报告中写明并说明理由。签字但未写明不同意见或者未说明理由的，视同无意见。拒不签字又未另行书面说明其不同意见和理由的，视同同意评标结果。

3.7 评标争议处理规则。评标委员会在评审过程中，对于符合性审查、对投标人投标文件做无效投标处理及其他需要共同认定的事项存在争议的，应当以少数服从多数的原则做出结论，但不得违背法律法规和招标文件规定。有不同意见的评标委员会

成员认为认定过程和结果不符合法律法规或者招标文件规定的，应当及时向招标采购单位书面反映。招标采购单位收到书面反映后，应当书面报告采购项目同级财政部门依法处理。

3.8 投标人应当书面澄清、说明或者更正。

3.8.1 在评标过程中，投标人投标文件实质性符合招标文件要求的前提下，评标委员会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，应当以书面形式（须由评标委员会全体成员签字）要求投标人作出必要的书面澄清、说明或者更正，并给予投标人必要的反馈时间。

3.8.2 投标人应当书面澄清、说明或者更正，并加盖公章或签字确认（投标人为法人的，应当由其法定代表人/单位负责人或者代理人签字确认；投标人为其他组织的，应当由其主要负责人或者代理人签字确认；投标人为自然人的，应当由其本人或者代理人签字确认），否则无效。澄清、说明或者更正不影响投标文件的效力，有效的澄清、说明或者更正材料，是投标文件的组成部分。

3.8.3 评标委员会要求投标人澄清、说明或者更正，不得超出招标文件的范围，不得以此让投标人实质改变投标文件的内容，不得影响投标人公平竞争。本项目下列内容不得澄清：

（一）按财政部规定应当在评标时不予承认的投标文件内容事项；

（二）投标文件中已经明确的内容事项；

3.8.4 本项目采购过程中，投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

（一）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；

（二）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

（三）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；

（四）总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按照本章3.8.1-3.8.3的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。

注：评标委员会当积极履行澄清、说明或者更正的职责，不得滥用权力。投标人的投标文件应当要求澄清、说明或者更正的，不得未经澄清、说明或者更正而直

接作无效投标处理。

3.9 低于成本价投标处理。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。投标人的书面证明材料应当按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就投标人提供的货物、工程和服务的主营业务成本、税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用等成本构成事项详细陈述。

投标人书面说明应当签字确认或者加盖公章，否则无效。书面说明的签字确认，投标人为法人的，由其法定代表人/单位负责人或者代理人签字确认；投标人为其他组织的，由其主要负责人或者代理人签字确认；投标人为自然人的，由其本人或者代理人签字确认。

投标人提供书面说明后，评标委员会应当结合采购项目采购需求、专业实际情况、投标人财务状况报告、与其他投标人比较情况等就投标人书面说明进行审查评价。投标人拒绝或者变相拒绝提供有效书面说明或者书面说明不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件、投标文件作为无效处理。

3.10 招标采购单位现场复核评标结果。

3.10.1 评标结果汇总完成后，评标委员会拟出具评标报告前，招标采购单位应当组织2名以上的本单位工作人员，在采购现场监督人员的监督之下，依据有关的法律制度和采购文件对评标结果进行复核，出具复核报告。除下列情形外，任何人不得修改评标结果：

- （一）分值汇总计算错误的；
- （二）分项评分超出评分标准范围的；
- （三）客观评分不一致的；
- （四）经评标委员会认定评分畸高畸低的。

存在本条上述规定情形的，由评标委员会自主决定是否采纳招标采购单位的书面建议，并承担独立评审责任。评标委员会采纳招标采购单位书面建议的，应当按照规定现场修改评标结果或者重新评审，并在评标报告中详细记载有关事宜；不采纳招标采购单位书面建议的，应当书面说明理由。招标采购单位书面建议未被评标委员会采纳的，应当按照规定程序要求继续组织实施采购活动，不得擅自中止采购活动。招标

采购单位认为评标委员会评标结果不合法的，应当书面报告采购项目同级财政部门依法处理。

3.10.2有下列情形之一的，不得修改评标结果或者重新评审：

- (一) 招标采购单位现场复核时，复核工作人员数量不足的；
- (二) 招标采购单位现场复核时，没有采购监督人员现场监督的；
- (三) 招标采购单位现场复核内容超出规定范围的；
- (四) 招标采购单位未提供书面建议的。

4. 评标细则及标准

4.1 本项目采用综合评分法，评分因素详见综合评分明细表。

4.2 评标委员会成员应当根据自身专业情况对每个有效投标投标人的投标文件进行独立评分，加权汇总每项评分因素的得分，得出每个有效投标投标人的总分。技术类评分因素由技术方面评标委员会成员独立评分。经济类评分因素由经济方面评标委员会成员独立评分。政策合同类的评分因素由法律方面评标委员会成员独立评分。采购人代表原则上对技术类评分因素独立评分。价格和其他不能明确区分的评分因素由评标委员会成员共同评分。

4.3 综合评分明细表

4.3.1 综合评分明细表的制定以科学合理、降低评委会自由裁量权为原则。

4.3.2 综合评分明细表按须知表中的相关要求进行调整，再参与价格分评审。

4.3.3 综合评分明细表

序号	评分因素及权重	分值	评分标准	备注
1	报价 10%	10分	以本次有效的最低投标报价为基准价，投标报价得分=(基准价 / 投标报价)*10分*100%。	
2	投标人履约能力 28%	17分	1、投标人同时具有质量管理体系认证证书、信息安全管理体 系认证证书、信息技术服务管理体系认证证书、ITSS 信息 技术服务标准符合性证书、CMMI 软件能力成熟度集成三 级及以上认证证书、信息安全服务资质认证证书且在有效 期内得 6 分，每缺少一类证书扣 1 分，扣完为止；（提供 证书复印件并加盖投标人公章，不提供不得分。） 2、拟派本项目的项目负责人一名：同时具有信息系统项目	

		<p>管理师（高级）证书、系统规划与管理师（高级）证书、信息与通信工程师高级工程师（高级）证书、大数据与人工智能工程师（高级）证书得 4 分，每缺少一类证书扣 1 分，扣完为止；（提供证书复印件、身份证复印件、本单位在职证明材料并加盖投标人鲜章，不提供不得分。）</p> <p>3、拟派本项目的技术负责人一名：同时具有系统架构设计师证书、软件设计师证书的得 1 分，每缺少一类证书扣 0.5 分，扣完为止；（提供证书复印件、身份证复印件、本单位在职证明材料并加盖投标人鲜章，不提供不得分。）</p> <p>4、拟派本项目数据治理负责人一名：同时具有数据库系统工程师证书、数据治理工程师（CDGA）证书的得 1 分，每缺少一类证书扣 0.5 分，扣完为止；（提供证书复印件、身份证复印件、本单位在职证明材料并加盖投标人鲜章，不提供不得分。）</p> <p>5、拟派本项目信息安全负责人一名：同时具有信息系统项目管理师（高级）证书、信息安全工程师（中级）证书、注册信息安全专业人员（CISP）证书的得 1.5 分，每缺少一类证书扣 0.5 分，扣完为止；（提供证书复印件、身份证复印件、本单位在职证明材料并加盖投标人鲜章，不提供不得分。）</p> <p>6、拟派本项目的技术团队人员：同时具有信息系统项目管理师证书、软件设计师证书、系统架构设计师证书、网络工程师证书、注册信息安全专业人员（CISP）证书、项目经理资质认证证书（PMP/IPMP）证书、数据治理工程师（CDGA）证书的，每提供一项证书得 0.5 分，本项最高得 3.5 分，不提供不得分；（同类证书不重复得分，一人多证的，只计一证；提供证书复印件、身份证复印件、本单位劳动在职证明材料并加盖投标人鲜章，否则不得分。）</p> <p>注：上述所有人员均须为投标人本单位人员，每个人只能担任 1 个职位。</p>	
	11分	<p>1、投标人或投标人所投产品具有与本项目建设内容相关的软件著作权证书，软件著作权证书中应包含关键字“旅游大数据”、“全域旅游”、“视频直播”、“文旅产业监测”、“领导驾驶舱”、“分时预约”、“5G 推流”、“运行监测管理”，每提供一个得 1 分，最多得 8 分，不提供不得分；（提供证书复印件并加盖投标人公章，不提供不得分。）</p> <p>2、投标人 2019 年 1 月 1 日以来具有同类项目业绩的，每具有一个得 0.5 分，本项最多得 3 分；（提供中标/成交通知书或合同复印件并加盖投标人公章，不提供不得分。）</p>	

3	服务及技术要求 25%	25分	<p>根据招标文件规定的技术响应要求填写技术偏离表，评委根据投标人的响应情况进行综合评分。</p> <p>投标产品完全响应“技术要求”的得25分。</p> <p>重要指标共计20分，每有一项重要指标(带“▲”号的参数，共计40项)有负偏离的，扣0.5分，直到20分扣完为止；</p> <p>一般指标共计5分，每有一项一般指标有负偏离的，扣0.01分，直到5分扣完为止。</p> <p>注：针对招标文件中的“▲”号条款技术参数，投标人应按照技术参数要求表中要求的提供相关证明材料，否则视为负偏离。</p>	
4	系统演示 18%	18分	<p>投标人在评标现场进行演示，演示时间不超过20分钟，投标人需采用专门针对本项目开发的演示系统进行演示，根据投标人现场的演示效果与各功能的契合度进行综合评比打分，不符合、不演示、录屏演示、PPT演示不得分；</p> <p>一、码上理塘“一码游”微信小程序演示（9分）：</p> <p>评标人对投标人演示内容从以下5个功能方面分别进行评审，本项满分9分。</p> <p>(1) 通过主页可针对总体区域和不同景区切换界面演示，以及展现区域和景区图文详情信息，天气信息，攻略信息，周边酒店、文化场馆、交通、餐饮场所推荐等（满分2分，每缺1项功能扣0.5分，扣完为止）。</p> <p>(2) 针对游客在景区内提供导游导览、语音讲解功能演示（满分2分，不具备本功能扣2分）。</p> <p>(3) 针对前端电商界面演示，同时演示商品详情、优惠、支付、分享等功能（满分2分，每缺1项功能扣0.5分，扣完为止）。</p> <p>(4) 针对后端电商中台演示，演示区域整体电商的管理，和涉旅企业对店铺和商品的管理；（满分1.5分，每缺1项功能扣0.5分，扣完为止）。</p> <p>(5) 针对游客投诉功能展示，展示投诉电话、图文上传投诉，并可查看投诉进度及处理结果（满分1.5分，每缺1项功能扣0.5分，扣完为止）。</p> <p>二、旅游大数据平台演示（9分）：</p> <p>评标人对投标人演示内容从以下4个功能方面分别进行评审，本项满分9分。</p>	

		<p>(1) 访客分析、访客画像：</p> <p>支持通过时间筛选展示时间段内的到访游客的客流量数据；</p> <p>展示国内累计访客人次，可查看省内到访游客人次数和省外游客到访人次数；</p> <p>展示游客到访所使用的交通方式比例，到访游客近 12 月的到访趋势、近 31 日的到访趋势；</p> <p>展示省外到访游客的客源地排名，以及省外各地市游客的客源地排名；</p> <p>展示省内各地市到访游客的客源地排名；</p> <p>支持通过时间筛选展示任意时间段内到访游客画像情况，可查看到访游客画像数据包括但不限于游客年龄比例、游客性别比例、游客学历比例、游客美食偏好、游客购物偏好等。</p> <p>（满分 3 分，每缺 1 项扣 0.5 分，扣完为止）。</p> <p>(2) 访客停留：</p> <p>支持通过时间筛选展示每月访客停留时长数据；</p> <p>展示国内游客的平均停留天数；</p> <p>展示国内游客一日游的停留时长分布，可查看游客月停留时长分布和平均停留时长趋势；</p> <p>展示省外到访游客的平均停留时长排名，以及省外各地市游客的平均停留时长排名；</p> <p>展示省内各地市到访游客的平均停留时长排名。</p> <p>（满分 2.5 分，每缺 1 项功能扣 0.5 分，扣完为止）。</p> <p>(3) 出访分析、出访画像：</p> <p>支持通过时间筛选，展示任意时间段的本地居民出访旅游的客流量数据；</p> <p>展示当地居民出访国内的累计人次数，可查看当地居民出访省内的人次数和出访省外的人次数；</p> <p>展示当地居民出访旅游的所使用的交通方式比例，当地居民近 12 月出访趋势、近 31 日出访趋势；</p> <p>展示当地居民出访旅游的省外目的地人次数排名；</p>	
--	--	--	--

			<p>展示当地居民出访旅游的省内目的地人次数排名；</p> <p>支持通过时间筛选，展示任意时间段内的当地居民出访画像情况，可查看的当地居民出访画像数据包括但不限于年龄比例、性别比例、学历比例、美食偏好、购物偏好等。</p> <p>（满分3分，每缺1项扣0.5分，扣完为止）。</p> <p>（4）大数据报告：平台支持生成大数据报告，并支持在平台预览报告，导出报告到本地。</p> <p>（满分0.5分，不具备本功能扣0.5分）。</p>	
5	设计方案 6%	6分	<p>设计方案内容应包含但不限于项目的需求分析、对本项目的总体设计理念、可落地性评价、投标文件总体架构、详细的各子系统流程图、依据技术要求提供详细的旅游数据接入标准设计方案等，总分6分；每项完整且有针对性和得分1分，每项不完整且针对性不强或有缺陷扣0.5分，每项内容缺少或者完全无针对性不得分。</p>	
6	实施方案 6%	6分	<p>实施方案内容应包含但不限于项目的管理方法、进度保障措施、质量保障措施、风险控制措施、测试方案、人员培训方案等，总分6分；每项完整且有针对性和得分1分，每项不完整且针对性不强或有缺陷扣0.5分，每项内容缺少或者完全无针对性不得分。</p>	
7	售后服务方案 6%	6分	<p>售后方案内容应包含但不限于项目的质保方案、故障修复方案、节假日保障方案、售后服务手段、应急预案、售后服务承诺等方面进行综合评分内容完整等，总分6分；每项完整且有针对性和得分1分，每项不完整且针对性不强或有缺陷扣0.5分，每项内容缺少或者完全无针对性不得分。</p>	
8	节能、环境标志、无线局域网产品 1%	1分	<p>投标产品中属于政府采购优先采购范围的，则每有一项为节能产品或者环境标志产品或者无线局域网产品的得0.5分，非节能、环境标志产品的、无线局域网产品的不得分。本项最多得1分。</p>	

4.3.4 本次综合评分法由评标委员会各成员独立对通过初审（资格检查和符合性检查）

的投标人的投标文件进行评审和打分,评分的取值按四舍五入法,保留小数点后两位。
评分的取值按四舍五入法,保留小数点后两位。

5. 废标

5.1 本次政府采购活动中,出现下列情形之一的,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三家的;
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的;
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算,采购人不能支付的;
- (4) 因重大变故,采购任务取消的。

废标后,采购代理机构应在四川政府采购网上公告,并公告废标的情形。投标人需要知晓导致废标情形的具体原因和理由的,可以通过书面形式询问招标采购单位。

5.2 对于评标过程中废标的采购项目,评标委员会应当对招标文件是否存在倾向性和歧视性、是否存在不合理条款进行论证,并出具书面论证意见。

6. 定标

6.1. 定标原则: 本项目根据评标委员会推荐的中标候选投标人名单,按顺序确定中标人。

6.2. 定标程序

6.2.1 评标委员会将评标情况写出书面报告,推荐中标候选投标人。

6.2.2 采购代理机构在评标结束后2个工作日内将评标报告送采购人。

6.2.3 采购人在收到评标报告后5个工作日内,按照评标报告中推荐的中标候选投标人顺序确定中标人。采用最低评标价法的,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。报价相同且满足招标文件全部**实质性要求**的并列,由采购人自主采取随机抽取的方式选择中标人。采用综合评分法的,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。评审得分且最后报价且技术指标分项得分均相同的,不发达地区或少数民族地区的供应商推荐顺序在非不发达地区或少数民族

地区的供应商之前；评审得分且最后报价且技术指标分项得分均相同的，且均为不发达地区或少数民族地区的供应商并列；评审得分且最后报价且技术指标分项得分均相同的，且不能判定为不发达地区或少数民族地区的供应商并列。（不发达地区或少数民族地区的供应商需提供属于不发达地区或少数民族地区企业的相关证明材料，或供应商注册地为少数民族地区。）排名并列的由采购人自主采取随机抽取的方式选择中标人。

注意，采购人按照推荐的中标候选人顺序确定中标人，不能认为采购人只能确定第一中标候选人中标人，采购人有正当理由的，可以确定后一顺序中标候选人中标人，依次类推。

6.2.4 根据采购人确定的中标人，采购代理机构在四川政府采购网上发布中标公告，并自采购人确定中标之日起2个工作日内向中标人发出中标通知书。

6.2.5 招标采购单位不退回投标人投标文件和其他投标资料。

7. 评标专家在政府采购活动中承担以下义务：

（一）遵守评审工作纪律；

（二）按照客观、公正、审慎的原则，根据采购文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审；

（三）不得泄露评审文件、评审情况和在评审过程中获悉的商业秘密；

（四）及时向监督部门报告评审过程中采购组织单位向评审专家做倾向性、误导性的解释或者说明，投标人行贿、提供虚假材料或者串通、受到的非法干预情况等违法违规行为；

（五）发现采购文件内容违反国家有关强制性规定或者存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行时，停止评审并向采购组织单位书面说明情况；

（六）配合答复处理投标人的询问、质疑和投诉等事项；

（七）法律、法规和规章规定的其他义务。

8. 评标专家在政府采购活动中应当遵守以下工作纪律：

（一）遵行《政府采购法》第十二条和《政府采购法实施条例》第九条及财政部关于回避的规定。

-
-
- (二) 评标前, 应当将通讯工具或者相关电子设备交由招标采购单位统一保管。
- (三) 评标过程中, 不得与外界联系, 因发生不可预见情况, 确实需要与外界联系的, 应当在监督人员监督之下办理。
- (四) 评标过程中, 不得干预或者影响正常评标工作, 不得发表倾向性、引导性意见, 不得修改或细化招标文件确定的评标程序、评标方法、评标因素和评标标准, 不得接受投标人主动提出的澄清和解释, 不得征询采购人代表的意见, 不得协商评分, 不得违反规定的评标格式评分和撰写评标意见, 不得拒绝对自己的评标意见签字确认。
- (五) 在评标过程中和评标结束后, 不得记录、复制或带走任何评标资料, 除因规定的义务外, 不得向外界透露评标内容。
- (六) 服从评标现场招标采购单位的现场秩序管理, 接受评标现场监督人员的合法监督。
- (七) 遵守有关廉洁自律规定, 不得私下接触投标人, 不得收受投标人及有关业务单位和个人的财物或好处, 不得接受采购组织单位的请托。

本合同模板为参考模板不具有任何法律效应，甲乙双方均可按实际情况做任何修改

第八章 政府采购合同（样例）

（参考范本）

仅供参考，特别提醒：采购合同的签订不得偏离招标文件要约及投标文件承诺的实质性内容）

合同编号：XXXX。

签订地点：XXXX。

签订时间：XXXX年XX月XX日。

采购人（甲方）：

中标人（乙方）：

依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》与项目行业有关的法律法规，以及“码上理塘”建设项目-数字文旅专项服务项目（项目编号：XXXX）的《招标文件》，乙方的《投标文件》及《中标通知书》，甲、乙双方同意签订本合同。详细技术说明及其他有关合同项目的特定信息由合同附件予以说明，合同附件及本项目的《招标文件》，乙方的《投标文件》及《中标通知书》，等均为本合同的组成部分。

一、服务内容（签订合同时根据招标文件第六章及中标单位分项报价明细表拟定）

序号	服务项目	服务清单	服务内容	备注

二、合同期限：

××××××（注：签订合同时根据招标文件第六章相关要求拟定。）

三、服务质量标准

××××××（注：签订合同时根据招标文件及中标单位应答内容拟定。）

四、服务费用支付方式：

（注：签订合同时根据招标文件及中标单位应答内容拟定。）

五、履约保证金：签订合同时根据招标文件及中标单位应答内容拟定。

六、知识产权

乙方应保证所提供的服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权。

七、无产权瑕疵条款

乙方保证所提供的服务的所有权完全属于乙方且无任何抵押、查封等产权瑕疵。如有产权瑕疵的，视为乙方违约。乙方应负担由此而产生的一切损失。

八、甲方的权利和义务

1、甲方有权对合同规定范围内乙方的服务行为进行监督和检查，拥有监管权。有权定期核对乙方提供服务所配备的人员数量。对甲方认为不合理的部分有权下达整改通知书，并要求乙方限期整改，逾期天不整改的，乙方需向甲方支付合同总金额的违约金；逾期天不整改的，甲方有权终止合同，乙方则应按合同总价的款额向甲方偿付赔偿金，并须全额退还甲方已经付给乙方的服务款及其利息。

2、甲方有权依据双方签订的考评办法对乙方提供的服务进行定期考评。当考评结果未达到标准时，有权依据考评办法约定的数额扣除。

3、负责检查监督乙方管理工作的实施及制度的执行情况。

4、根据本合同规定，按时向乙方支付应付服务费用。

5、国家法律、法规所规定由甲方承担的其它责任。

九、乙方的权利和义务

1、对本合同规定的委托服务范围内的项目享有管理权及服务义务。

2、根据本合同的规定向甲方收取相关服务费用，并有权在本项目管理范围内管理及合理使用。

3、及时向甲方通告本项目服务范围内有关服务的重大事项，及时配合处理投诉。

4、接受项目行业管理部门及政府有关部门的指导，接受甲方的监督。

5、国家法律、法规所规定由乙方承担的其它责任。

十、违约责任

1、甲乙双方必须遵守本合同并执行合同中的各项规定，保证本合同的正常履行。

2、如因乙方工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给甲方造成损失或侵害，包括但不限于甲方本身的财产损失、由此而导致的甲方对任何第三方的法律责任等，乙方对此均应承担全部的赔偿责任。

十一、不可抗力事件处理

1、在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同。

2、不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

3、不可抗力事件延续天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

十二、解决合同纠纷的方式

1、合同履行期间,若双方发生争议,可协商或由有关部门调解解决,协商或调解不成的,由当事人依法维护其合法权益。

十三、其他

1、合同经双方法定代表人或授权委托代理人签字并加盖单位公章后生效。

2、合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或补充的，须经政府采购监管部门审批，并签书面补充协议报政府采购监督管理部门备案，方可作为主合同不可分割的一部分。

3、本次合同签订涉及到的其他内容，例如履约验收清单详见附表。

4、本合同一式____份，甲方____份，乙方____份，政府采购代理机构____份，同级财政部门备案____份，具有同等法律效力。

甲方：（盖章）

乙方：（盖章）

法定代表人（授权代表）：

法定代表人（授权代表）：

地址：

地址：

开户银行：

开户银行：

账号：

账号：

电话：

电话：

传真：

传真：

签约日期： 年 月 日

签约日期： 年 月 日

注：合同范本仅供参考，所有条款均可在采购人与中标人协商后进行修改。

附件一 介绍信

四川凯洋工程项目管理有限公司：

兹介绍我单位员工__XXX__（身份证号：__XXX__），前来贵单位办理关于__XXXXX
项目（项目编号：__XXXX；）（领取中标通知书事宜）。

望贵单位予以接洽！

（有效期限 天）

（后附被介绍人身份证复印件加盖公章）

单位名称：XXXXX

XX 年 XX 月 XXX 日

附件二 中小企业划分标准

行业名称	指标名称	计量单位	中型	小型	微型
农、林、牧、渔业	营业收入(Y)	万元	$500 \leq Y < 20000$	$50 \leq Y < 500$	$Y < 50$
工业*	从业人员(X)	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$2000 \leq Y < 40000$	$300 \leq Y < 2000$	$Y < 300$
建筑业	营业收入(Y)	万元	$6000 \leq Y < 80000$	$300 \leq Y < 6000$	$Y < 300$
	资产总额(Z)	万元	$5000 \leq Z < 80000$	$300 \leq Z < 5000$	$Z < 300$
批发业	从业人员(X)	人	$20 \leq X < 200$	$5 \leq X < 20$	$X < 5$
	营业收入(Y)	万元	$5000 \leq Y < 40000$	$1000 \leq Y < 5000$	$Y < 1000$
零售业	从业人员(X)	人	$50 \leq X < 300$	$10 \leq X < 50$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$500 \leq Y < 20000$	$100 \leq Y < 500$	$Y < 100$
交通运输业*	从业人员(X)	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$3000 \leq Y < 30000$	$200 \leq Y < 3000$	$Y < 200$
仓储业	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 200$	$20 \leq X < 100$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$1000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
邮政业	从业人员(X)	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$2000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
住宿业	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
餐饮业	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
信息传输业*	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 2000$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$1000 \leq Y < 100000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
软件和信息技术服务业	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$1000 \leq Y < 10000$	$50 \leq Y < 1000$	$Y < 50$
房地产开发经营	营业收入(Y)	万元	$1000 \leq Y < 200000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
	资产总额(Z)	万元	$5000 \leq Z < 10000$	$2000 \leq Z < 5000$	$Z < 2000$
物业管理	从业人员(X)	人	$300 \leq X < 1000$	$100 \leq X < 300$	$X < 100$
	营业收入(Y)	万元	$1000 \leq Y < 5000$	$500 \leq Y < 1000$	$Y < 500$
租赁和商务服务业	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	资产总额(Z)	万元	$8000 \leq Z < 120000$	$100 \leq Z < 8000$	$Z < 100$
其他未列明行业*	从业人员(X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$