

海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964

单一来源采购文件

采 购 人：海南省扶贫工作办公室

采购代理机构：中金招标有限责任公司

二〇二〇年九月

目 录

第一章 单一来源采购邀请函.....	1
第二章 供应商须知.....	3
第三章 采购需求书.....	10
第四章 合同条款.....	19
第五章 响应性文件内容和格式.....	23

第一章 单一来源采购邀请函

中金招标有限责任公司受海南省扶贫工作委员会委托，对海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目进行单一来源采购，现邀请海南南海网传媒股份有限公司来参加密封投标。

一、项目概况

- 1、项目名称：海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目；
- 2、项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964
- 3、采购预算：494.11 万元；
- 4、采购需求：具体内容、技术及服务要求详见单一来源采购文件第三章《采购需求书》；
- 5、服务期：至 2020 年 12 月 31 日完成。
- 6、单一来源供应商：**海南南海网传媒股份有限公司**

二、供应商资格要求

1、具有承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的企业（提供工商营业执照副本、税务登记证副本和组织机构代码证复印件，或提供“一照三号”或“一照一码”营业执照副本复印件，加盖公章）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供会计师事务所出具的 2019 年度财务审计报告或者本单位出具的 2020 年任意一个月或季度的财务报表（包括资产负债表、损益表（利润表）、现金流量表）复印件加盖单位公章）；

3、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供 2020 年任意一个月的**缴纳税收和社会保障资金**的凭证，复印件加盖单位公章）；

4、参加政府采购活动前三年内（成立不足三年的从成立之日起算），在经营活动中没有重大违法记录（提供无重大违法记录声明书，加盖公章）；

5、未被列入信用中国网站(www.creditchina.gov.cn)的“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名单”和中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)的“政府采购严重违法失信行为记录名单”的供应商；（提供信用查询截图，加盖单位公章）；

6、本项目不接受联合体投标。

三、采购文件获取办法

1、获取采购文件时间：2020年9月14日至2020年9月17日(法定公休日、法定节假日除外)上午9:00~12:00,下午14:30~17:00(北京时间,下同)。

2、获取采购文件地点：海口市蓝天路12号国机中洋公馆2号楼601室。

3、获取招标文件方式：现场报名并购买采购文件,报名须提交以下资料：提供统一社会信用代码的营业执照副本复印件盖公章、针对本项目的授权委托书(原件)、法人身份证(复印件加盖公章),被授权人身份证(复印件加盖公章)。

4、标书售价：200元/份(售后不退)。

5、保证金：不作要求。

四、响应文件递交截止时间、协商时间及地点

1、递交截止时间：2020年9月18日9:00(北京时间),逾期或不符合规定的响应文件恕不接收;

2、协商时间：2020年9月18日9:00(北京时间);

3、协商地点：海口市蓝天路12号国机中洋公馆2栋601室。

五、采购信息发布媒体

本项目采购信息发布媒体为《全国公共资源交易平台(海南省)》、《中国海南政府采购网》。

六、联系方式

采购人名称：海南省扶贫工作室

采购人地址：海南省海口市美兰区海府路59号

联系人：林工

联系电话：0898-65312515

采购代理机构名称：中金招标有限责任公司

公司地址：海南省海口市蓝天路12-1号国机中洋公馆2栋601室

项目联系人：钟工

联系电话：0898-68556335

传 真：0898-68556331

七、财政部门联系方式

财政部门：海南省财政厅

联系人：政府采购管理处

联系方式：0898-68503236

联系地址：海南省海口市滨海大道 109 号财政大楼 1507 室

第二章 供应商须知

一、总则

1. 名词解释

(1) 采购人：海南省扶贫工作委员会

(2) 采购代理机构：中金招标有限责任公司

(3) 供应商：指按照本文件规定获得单一来源文件并参加协商谈判的供应商。

2. 适用范围

本单一来源采购文件适用于本项目所述货物和服务的采购。

3. 报价费用

无论报价过程中的做法和结果如何，供应商自行承担所有与参加报价有关的全部费用。

4. 单一来源采购文件的约束力

供应商一旦参加本项目报价，即被认为接受了本采购文件中的所有条件和规定。

二、单一来源采购文件

5. 单一来源采购文件的组成

(1)由五部分组成，包括：

第一章 单一来源采购邀请函

第二章 供应商须知

第三章 采购需求书

第四章 合同条款

第五章 响应性文件内容和格式

请仔细检查采购文件是否齐全，如有缺漏，请立即与采购代理机构联系解决。

(2)供应商被视为充分熟悉本采购项目所在地的与履行合同有关的各种情况，包括自然环境、气候条件、劳动力及公用设施等，本采购文件不再对上述情况进行描述。

(3)供应商必须详阅采购文件的所有条款、文件及表格格式。供应商若未按采购文件的要求和规范编制、提交响应性文件，将有可能导致响应性文件被拒绝接受，所造成的负面后果由供应商负责。

6. 采购文件的澄清

供应商在收到采购文件后，若有疑问需要澄清，应于报价截至时间前以书面形式（包括书面文字、传真等）向采购代理机构提出，采购代理机构将以书面形式进行答复。

7. 采购文件的修改或补充

(1)在报价截止时间前，采购代理机构可以书面通知的方式修改采购文件。修改通知作为采购文件的组成部分，对供应商起同等约束作用。

(2)当采购文件与修改/补充的内容相互矛盾时，以采购代理机构最后发出的修改/补充为准。

(3)为使供应商有足够的时间按采购文件的修改/补充要求修正响应性文件，采购人有权决定推迟协商时间。

三、响应性文件编制及要求

8. 供应商应当按照本单一来源采购文件的要求编制响应性文件，响应性文件应当对单一来源采购文件提出的要求和条件作出实质性应答。

9. 响应性文件应用A4规格纸编制并装订成册，内容和格式参见“第五章 响应性文件内容和格式”

10. **响应性文件应固定胶装。其中正本壹份，副本贰份**，同时提供与正本一致的电子响应文件 1 份（U 盘或光盘），要求 PDF 格式（内容包括响应文件的所有内容，且与正本内容签字盖章一致）

11. 响应性文件须按采购文件的要求执行，每份响应性文件均须在封面上清楚标明“正本”或“副本”字样，“正本”和“副本”具有同等的法律效力；“正本”和“副本”之间如有差异，以正本为准。**胶装的响应文件正本、副本须加盖骑缝章。**

12. 响应性文件正本中，文字材料需打印或用不褪色墨水书写。响应性文件的正本须经法人代表或授权代表在规定应签字或加盖公章的位置应按要求进行签章。

13. 响应性文件不得涂改和增删，如要修改错漏处，必须由同一签署人在修改处签字和

盖章。

四、响应性文件的递交

14. 响应性文件的密封及标记

(1) 供应商应将**响应性文件正本、所有副本和电子文档（U盘或者光盘）**密封在一个报价专用袋（箱）中，封口处应加盖骑缝章。封皮上均应写明：

致：中金招标有限责任公司

项目名称：海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964

注明：“请勿在开标时间之前启封”

报价单位名称、联系人姓名和电话

(2) 响应性文件未按上述规定书写标记和密封者，采购代理机构不对响应性文件被错放或先期启封负责。

15. 报价截止时间

(1) 供应商须在报价截止时间前将响应文件送达采购代理机构规定的报价地点。

(2) 在报价截止时间后递交的响应性文件，采购代理机构将拒绝接受。

五、保证金要求

16. 投标保证金不作要求

17. 报价有效期

报价有效期为从响应性文件递交截止之日起计算的 **60 天**，有效期短于此规定的响应性文件将被视为无效。

六、单一来源采购

18. 单一来源采购人员（采购小组）组成：由3名专家组成，专家按规定在海南省综合评标专家库中抽取。

19. 供应商代表：参加采购/协商的供应商代表应是单位法定代表人或其委托代理人。

20. 单一来源采购程序：

(1) 实质性响应审查。单一来源采购小组依据单一来源采购文件的规定，从供应商递交响应性文件的有效性、完整性和对采购文件的响应程度进行审查（详见附件一），以确定是否对单一来源采购文件的实质性要求作出响应。如响应性文件对单一来源采购文件没有实质性响应，则协商终止。

(2) 单一来源采购小组按照单一来源采购文件就采购项目的技术、服务要求、市场价格、项目管理、培训等与供应商进行协商。

(3) 单一来源采购小组根据与供应商商定合理的成交价格并保证采购项目质量的原则确认成交供应商。参加协商的供应商应当对协商的承诺和最后报价以书面形式确认，并由法定代表人或其授权人签署（附件二）。

(4) 协商结束后，单一来源采购人员（采购小组）按照相关法律规定编写协商情况记录（附件三）。

21. 参与协商的任何一方在未征得另一方同意的情况下，不得向第三方透露与协商有关的一切技术资料、价格或其他信息。

七、签订合同

22. 成交通知

(1) 成交结果确定后，采购人向成交供应商发出成交通知书。

(2) 成交通知书、采购文件、成交供应商的响应性文件及评审过程中有关澄清文件均应作为合同的组成部分。

(3) 成交供应商按成交通知书规定的时间、地点与采购人签订政府采购合同，否则报价保证金将不予退还，给采购人和采购代理机构造成损失的，供应商还应承担赔偿责任。

23. 采购代理服务费用

招标代理服务费由成交供应商在领取成交通知书前向采购代理机构交纳，参照琼价费管[2011]225号优惠计取，费用为4.23万元。

附件一

初步评审表

序号	审查项目	评议内容 (无效响应文件认定条件)	供应商名称
1	供应商的资格	是否符合供应商资格要求	
2	投标有效期	投标有效期是否满足	
3	投标人报价	不超过预算金额(最高限价)	
4	服务期	是否满足采购文件要求	
5	其它	不存在其它无效认定条件	
6	结论		

单一来源采购小组成员:

日期:

- 1、表中只需填写“√/通过”或“×/不通过”。
- 2、在结论中按“一项否决”的原则，只有全部是√/通过的，填写“合格”；只要其中有一项是×/不通过的，填写“不合格”。
- 3、结论是合格的，才能通过初步评审。

附件二

最终报价表

供应商名称：

供应商承诺（最终报价）：

人民币大写：_____

小写：¥_____元

供应商承诺的其他条件：

法定代表人或授权代表签字（手印）：

身份证号码：

日 期： 年 月 日

（数字对应的大写：零、壹、贰、叁、肆、伍、陆、柒、捌、玖、拾、佰、仟、万、元、整）

附件三

单一来源采购协商情况记录表

(参考模板)

采购人名称	
项目名称及 预算金额	
公示情况说明	
协商日期	
协商地址	
供应商提供的成 本、同类合同价格 及专利等情况说明	
合同主要条款及 价格商定情况	
同意采购的 人员签字	签字:
有异议的采购人员 签字并说明 理由	异议理由:
	签字:

第三章 采购需求书

一、项目概况

(1) 项目名称：海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目；

(2) 项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964

(3) 采购预算：494.11 万元（其中建设费 474.88 万元、招标代理服务费 4.23 万余、预备费 15 万元）；

注：预备费是针对在项目实施过程中可能发生增加的支出[例如增加举办的活动(清单之外)支出等]，需要事先预留的费用。在年底验收结算或者需动用预备费的项目，由供应商提出动用预备费请示（报告），采购人按照本单位的流程办理。

(4) 服务期：至 2020 年 12 月 31 日完成

(5) 单一来源供应商：**海南南海网传媒股份有限公司**

二、建设目标

海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目的工作目标：一是持续加强网站扶贫产品的开发和维护，明显拓宽线下销售渠道，提高全省扶贫农产品销售量，切实帮助贫困户增产增收。二是持续提升平台内容建设和网络传播水平，丰富扶贫信息动态，明显提升网站的关注度和影响力，营造良好的脱贫攻坚舆论氛围。三是强化全省扶贫农产品的品牌宣传和推广，运用多手段多形式，打造 5 至 10 款海南扶贫农产品的爆款产品或明星产品。四是持续提升网站的运营服务水平，提高平台用户购物体验的满意度。五是创新网红直播卖货模式，联合大型电商平台，切实提高贫困地区销售能力和销售量。

海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目的考核指标：平台累计注册用户人数达到 30 万人；累计销售产品达到 30 万件；累计下单量达到 20 万人次；累计上架商品数（含售罄下架产品）达到 2,600 种。其中本年度新增注册用户人数达到 10 万人；本年度新增上架商品数（含售罄下架产品）达到 1000 种；本年度销售总额达到 5000 万元（销售总额一部分为海南爱心扶贫网平台直接销售数量；另一部分为平台运营服务团队基于海南

爱心扶贫网开展的各项消费扶贫活动销售数量，如电商直播、扶贫集市、产销对接会等。）

三、建设内容

为确保完成本项目目标任务，本项目将重点抓好以下五个方面建设。

- (1) 产品开发方面
- (2) 内容服务方面
- (3) 活动策划方面
- (4) 品牌推广方面
- (5) 金融成本方面

3.1 产品开发方面

1.安排专人挖掘开发全省贫困地区扶贫农产品，输送到海南爱心扶贫网上架销售。确保上架产品均带有扶贫基因，并针对上架产品进行二次审核认证；指导全省贫困户、供应商及服务商填写、签订、提交平台入驻协议；协助开通商家账户；适当调整上架产品的销售区域、类别、范围及状态等；保证通过审核上架的扶贫产品数量。2020年新增上架产品达到1000个。

2.针对新增上架销售的扶贫产品，分别设计制作商品详情页。页面包含产品标题、文案内容、图片资料、产品规格及价格等内容；确保产品信息完整准确，排版简洁美观，提升网页浏览量。2020年新增制作数量达到1000个。

3.安排专人提供客户咨询服务和产品售前售后服务。客服人员在接到平台使用问题或者产品问题信息后，第一时间反馈到相关执行服务部门进行处理。客服日常工作包括受理消费者的投诉与建议，收集整理买卖信息，收集技术改进需求，跟踪客户订单和物流情况，引导用户下单购物等。2020年客服受理量达到6,000单。

3.2 内容服务方面

1.充分发挥南国都市报、南海网融媒体优势，及时跟踪报道全省消费扶贫工作动态、政策措施执行情况，刊发消息稿件。2020年刊发数量达到200篇。

2.安排南国都市报、南海网全媒体采制中心运用图文+视频手段，拍摄制作视频新闻、抖音短视频等，宣传推广我省消费扶贫工作成效与亮点，扩大消费扶贫参与度和关

注度。2020 年刊发数量达到 50 条。

3.2020 年度关于海南消费扶贫工作关的宣传稿件，积极推荐到全国网络媒体联盟单位进行转载选用，提高全国网络覆盖力度，拓宽全国销售渠道，帮助海南扶贫产品推广至全国。2020 年转载刊发数量达到 200 篇。

4.结合重要节庆活动、以及我省消费扶贫重点工作，策划推出消费扶贫宣传推广专题页面，集中归纳活动内容、报道稿件等，发挥融媒体优势积极推广专题页面，提升重点活动参与度，帮助提高平台产品销售量。2020 年刊发数量达到 5 个。

5.结合重要节庆活动、以及我省消费扶贫重点工作，在海南主流纸质媒体上策划推出消费扶贫宣传推广专版版面，集中归纳活动内容、报道稿件等，发挥融媒体优势提升重点活动关注度与参与度，帮助提高平台产品销售量。2020 年报纸 A 叠其他版整版数量达到 10 个。

6、配合平台供应商、服务商入驻、开展大宗采购活动和产品促销活动等，安排设计推出海南爱心扶贫网首页顶部位置轮播图，通过精彩图片引导消费者关注和下单购物，努力提高产品销量；2020 年设计制作数量达到 300 张。

7. 安排专人负责海南爱心扶贫网微信公众号（服务号）日常内容选题、编辑、排版、审核与发布工作。2020 年更新发布数量达到 100 篇。

8.安排专人负责海南爱心扶贫网微信公众号（订阅号）日常选题、编辑、排版、审核与发布工作；2020 年更新发布数量达到 400 篇。

9.开通运营海南爱心扶贫网抖音号，利用流量优势平台增加扶贫产品销售渠道。海南爱心扶贫网抖音号制作上传产品短视频、人物故事短视频等内容，发挥短视频优势，提高产品品牌知名度。2020 年更新发布短视频数量达到 250 个。

3.3 活动策划方面

1.按照农产品上架销售季节和市县消费扶贫推广活动，策划活动创意内容，安排设计制作产品销售专题网页。产品专题利用云技术适配手机移动端，方便客户用手机下单购买。同时产品专题安排在主流网络媒体进行刊发推广，促进平台交易量。2020 年设计推出产品专题达到 20 个。

2.为推广提高销量，策划推出海南爱心扶贫网 2020 年度十大爆款产品活动；配合设计推出 10 个爆款产品海报；安排主流媒体针对爆款产品策划系列主题报道，挖掘产

品故事，强化产品品牌，通过品牌影响力提高产品量，引导客户购买优质农产品。2020年爆款产品宣传报道稿件数量达到10篇。

3.策划开展2020年度消费扶贫海南十大脱贫之星系列活动。安排专业制作团队拍摄制作2020年度消费扶贫海南十大脱贫之星10部人物故事短片，发挥榜样作用，树立脱贫致富典型，讲述海南脱贫攻坚精彩故事，弘扬社会正能量。采用短视频形式，每个片长3分钟以内，并在网络主流媒体平台进行刊发推广。

4、策划开展海南爱心扶贫网年度系列常态化直播节目。运用时下流行的视频直播形式，发挥媒体融合优势，策划开展常态化视频直播节目。直播前，提前购买直播产品样品，推荐海南本地扶贫产品，并通过直播节目，积极扩宽扶贫产品销售渠道，提高扶贫产品知名度和品牌度。2020年视频直播节目达到30期。

5、结合重要节庆、时事热点和重大消费扶贫专题活动，积极联合国内大型的电商直播平台，邀请市县领导、直播达人及网络红人等，增强活动流量支持，开展直播带货专题活动。通过直播带货活动，加大扶贫产品销售量，帮助贫困群众增销增收，并通过网络渠道覆盖全国范围，提高全国影响力。2020年开展直播带货专题活动达到6个场次。

6、策划发起年度系列消费扶贫爱心认购认捐活动，发起爱心订单，联系爱心企业和组织以购代捐，切实帮助贫困户增产增收。同时积极宣传推广认购认捐企业，扩大活动关注度和影响力。2020年认购认捐活动达到20次。

7、策划组织年度系列社区团购活动，精准定位社区流量，挑选性价比高、具有一定规模能力的扶贫产品，发起社区团购订单，解决扶贫产品销售、运输难题，帮助贫困户就近就地销售农产品，提高销量和收入。2020年发起社区团购活动达到20期。

3.4 品牌推广方面

1.在海南主流网络媒体首页顶部位置，开设“海南爱心扶贫网”文字入口链接，引导网络流量进入海南爱心扶贫网。2020年投放周期360天。

2.在海南主流网络媒体首页位置，开辟“扶贫集市”专栏，调取海南爱心扶贫网商城页面，展销来自海南贫困地区与群众的扶贫农产品，增加销售推广渠道。2020年投放周期360天。

3.在海南主流网络媒体首页一屏通栏广告位，投放海南爱心扶贫网平台自宣内容，产品推广等内容；2020年投放期180天。

4.在海南主流网络媒体手机客户端 APP 文章页头部横幅广告位置,投放海南爱心扶贫网平台自宣内容,活动或产品推广等内容;2020 年投放期 150 天。

5.在海南主流网络媒体官方微信公众号文章页顶部广告位置,投放海南爱心扶贫网平台自宣内容,产品品牌推广等内容;2020 年投放期 70 天。

6.在海南主流网络媒体官方微博、微信公众号及客户端 APP 进行推送海南爱心扶贫网平台自宣内容,产品品牌推广及消费扶贫相关工作等资讯信息;2020 年推送数量达到 202 篇。

3.5 金融成本方面

海南爱心扶贫网平台入驻商家,在产品交易环节无须支付交易手续相关费用,均由承建方统一向第三方资金交易支付平台,即银联商务股份有限公司海南分公司代为支付。参照国内主流电商平台交易费率,以及海南爱心扶贫网实际交易情况,按借记卡、微信支付宝等渠道交易额 1000 万元,信用卡渠道交易额为 1000 万元,二维码牌扫描交易额为 1000 万元,合计交易量为 3000 万元进行基础标准计算。

四、质保期

质保期自最终验收合格之日算 2 年。

五、验收

培训和平台试运行结束后,依中标人提交的申请,由采购人组织初步验收合格后,提交大数据管理局进行终验,最后验收组按照国家有关标准及招、投标文件中技术要求进行验收,并出具验收意见。中标人负责向验收组提交验收所需文件。

六、其他要求

1. 验收环节的相关验收评审专家费和材料费由中标单位支付。
2. 招标代理服务费由中标方支付。

七、项目预算组成

(1) 运营服务

序号	名称	内容	数量	单位	单价 (元)	金额 (元)	备注	
(一) 产品开发								
1	产品开发上架	全省各市县实地考察挖掘开发扶贫产品,并审核认证。(含人员交通、食宿等成本); 安排专人指导贫困户签订入驻协议及开通商户账号; 培训入驻商户操作平台技能; 安排专人调整上架产品销售区域、制定展销策略等工作内容;	1000	个			因采购数量较大,单价以批量优惠价进行计价。	
2	设计制作产品详情页	规划设计页面栏目与内容等; 产品图片实地拍摄、上传处理; 产品文案、版面设计与优化等; 标题提炼、规格、库存及上下架状态维护等; 设计制作抖音小店产品详情页 运营管理抖音小店 提高扶贫产品销量	1000	个				
3	客户服务	受理在线与热线客服 收集技术、产品改进信息 整理报送扶贫数据 跟踪处理订单物流情况 反馈上报售前售后情况	6,000	单				
4	小计 1							
(二) 内容服务								
1	图文宣传	发挥融媒体优势,及时跟踪宣传海南消费扶贫相关工作动态、亮点成效等;	200	篇	-	-		因采购数量较大,单价以批量优惠价进行计价。
2	视频宣传	发挥媒体优势,采用视频形式宣传消费扶贫工作动态	50	条	-	-		
3	全国网络媒体转载	所有海南消费扶贫工作稿件,以及平台内容、产品稿件推荐到全国网络媒体单位进行转载刊发;	200	篇	-	-		
4	专题策划	结合节庆活动,消费扶贫工作进展,策划推出系列专题	5	个				

		创意设计、页面优化，效果实现；						
		专题宣传推广，提高曝光度和 社会关注度；						
5	专版版面	海南主流纸质媒体推出消费 扶贫宣传推广专版版面	10	个				
		A 叠其他版整版						
		版面设计、活动报道等 提高销量和关注度						
6	海南爱心扶贫 网首页轮播图	产品策划	300	张				
		文案创意						
		图片设计与优化						
		扶贫网顶部位置展示						
7	海南爱心扶贫 网微信公众号 (服务号)	图文收集与编辑；	100	篇				
		图文审核与发布；						
8	海南爱心扶贫 网微信公众号 (订阅号)	选题策划	400	篇				
		文案创意						
		图片设计						
		版面优化						
		审核发布						
9	开通运营海南 爱心扶贫网抖 音号	拍摄上传短视频作品	250	个				
		剪辑、包装视频作品						
		保障官号日常活跃度						
1 0	小计 2							
(三) 活动策划								
1	按照产品销售 季节和市县活 动安排，策划 设计制作产品 专题页面	文案创意	20	个			因采 购数 量较 大， 单 价以 批 量 优 惠 价 进 行 计 价。	
		版面设计						
		页面后台开发						
		手机云适配						
		页面信息填充						
		产品组织与页面管理；						
		产品售后追踪服务						
		在主流网络媒体刊发推广						
2	策划打造 10 大爆款产品活 动	十大爆款产品系列主题报道	10	款				
		深度挖掘产品故事						
		配合推出 10 张海报广告；						
		多渠道推广产品品牌						
3	年度消费扶贫 海南 10 大脱 贫之星视频短 片	高清格式	10	部				
		人物故事典型						
		每部 3 分钟以内						
		多平台发布推广						

4	视频直播系列 节目	运用视频形式开展直播节目	30	期			
		购买直播产品样品并推荐					
		积极宣传推广扶贫产品					
		提高产品知名度和品牌度					
5	直播带货专题 活动	结合重要节庆, 时事热点、重大消费扶贫专题活动, 开展直播带货专题活动。	6	场			
		联合国内大型电商直播平台					
		邀请市县领导+带货达人参与, 增强活动流量支持。					
		加大扶贫产品销售量, 帮助贫困群众增销增收。					
		覆盖全国范围, 提高全国影响力。					
6	爱心认购认捐 活动	组织产品	20	次			
		发起爱心订单					
		联系客户认购认捐					
		跟踪订单					
		宣传推广					
7	社区团购活动	组织团购产品	20	期			
		发起社区团购					
		发动社区居民采购					
		订单跟踪与整理					
		媒体配合宣传推广					
8	小计 3						
(四) 品牌推广							
1	海南主流网络 媒体首页文字 链	引导网络流量	360	天			因项目连续采购, 硬广按 1 折优惠价结算; 新媒体按 6 折优惠价结算。
2	海南主流网络 媒体首页专栏	展销平台产品	360	天			
3	海南主流网络 媒体首页五屏 广告位	平台自宣与产品推广等	180	天			
4	海南主流网络 媒体手机客户端 APP 文章页 头部横幅广告		150	天			
5	海南主流网络 媒体官方微信 公众号文章页 头部广告		70	篇			
6	海南主流网络		原创图文推送平台自宣资讯、	30	篇		

	媒体官方微博	产品品牌推广及消费扶贫相关工作报道等；					
7	海南主流网络媒体官方微信公众号		50	篇			
8	海南主流网络媒体官方手机客户端 APP		122	篇			
9	小计 4						
(五) 金融成本							
1	交易手续费	使用借记卡/微信/支付宝等渠道进行交易结算。	1000	万笔			
		使用银行信用卡进行交易结算。	1000	万笔			
		使用银联收款二维码进行交易结算。	1000	万笔			
2	小计 5						
合计							

(2) 代理服务费：42300.00 元

(3) 预备费：150000 元

第四章 合同条款

海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目 合同书

甲方: 海南省扶贫工作室

乙方: _____

甲乙双方根据 海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目 (项目编号:0773-2041GNHIFWDY1964) 单一来源政府采购结果及采购文件的要求, 经协商一致, 同意以下专用条款作为本项目的合同条款。

一、合同标的及项目内容

(一) 合同标的及金额

附经协商后的最终报价修正后的分项报价明细表。

(二) 目标任务

(根据采购文件或方案填写)

二、项目周期

服务期:

三、合同金额及付款方式

(一) 合同金额

甲方目的和完成本合同项下乙方义务所必需的其他相关未尽事宜；

3、乙方在未征得甲方许可的情况下，不得向第三方透露甲方的保密资料。但以下情况除外：用于宣传推广的基本信息资料；甲方要求公开的资料；法律要求提供的资料。

4、乙方保证其向甲方提供的技术、资料、服务等全部内容的合法合规，不得侵犯任何第三方的合法权益，否则引起争议及纠纷，由乙方负责处理并承担全部责任。如因此造成甲方损失的，乙方应当全额赔偿甲方损失，包括但不限于甲方为此支出的诉讼费、仲裁费、保全费、调查费、律师费、差旅费等费用。

5、乙方保证严格按照本合同约定向甲方提供服务内容并完成任务指标，否则视为乙方违约，乙方应当无条件纠正错误或者弥补过失。如果前述违约情形未能纠正或消除，甲方有权视情况决定是否解除合同，以及相应扣减未完成部分工作所对应的款项；如因此造成甲方损失的，乙方应当全额赔偿甲方损失，包括但不限于甲方为此支出的诉讼费、仲裁费、保全费、调查费、律师费、差旅费等费用。

五、不可抗力

由于不能预见并且发生的后果不能防止或不可避免的不可抗力事件，致使一方遭受经济损失或致使本协议不能履行或不能完全履行时，一方对另一方的损失不承担责任。按照事件对协议履行的影响程度，由双方协商决定是否继续履行本协议或终止协议。

六、保密条款

双方应当对本协议的内容、因履行本协议或在本协议期间获得的对方商务、财务、产品的信息、用户资料或其他标明密级的文件或信息的内容(简称“保密资料”)保守秘密，未经信息披露方书面同意，不得向本协议以外的任何第三方披露。

七、合同纠纷处理

本合同执行过程中发生纠纷，作如下处理：

- 1、申请仲裁。仲裁机构为海南仲裁委员会。
- 2、提起诉讼。诉讼地点为甲方所在地有管辖权的人民法院。

八、合同生效

本合同经甲乙双方各自指定的代表人签字和盖章、以及招标代理机构签字和盖章后生效。

九、合同鉴证

招标代理机构应当在本合同上签章，以证明本合同条款与招标文件、投标文件的相关要求相符并且未对采购内容和技术参数进行实质性修改。

十、组成本合同的文件包括：

- 1.单一来源采购文件、乙方的响应文件；
- 2.成交通知书；

十一、合同备案

本合同一式伍份，中文书写。甲乙双方各执两份，招标代理机构各执一份。

甲方：海南省扶贫工作委员会（盖章）

地址：

法定（或授权）代表人：

年 月 日

乙方：_____（盖章）

地址：

法定（或授权）代表人：

年 月 日

招标代理机构声明：本合同标的经招标代理机构依法定程序采购，合同主要条款内容与招投标文件的内容一致。

招标代理机构：中金招标有限责任公司（盖章）

经办人：_____ 年 月 日

第五章 响应性文件内容和格式

请供应商按照以下文件要求的格式、内容制作响应性文件，并按以下顺序编制目录及页码，否则可能将影响对响应性文件的评价。

一、报价函（格式）

二、报价一览表（格式）

三、授权委托书

四、采购需求响应表（格式）

五、资格证明文件

1、具有承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的企业（提供工商营业执照副本、税务登记证副本和组织机构代码证复印件，或提供“一照三号”或“一照一码”营业执照副本复印件，加盖公章）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供会计师事务所出具的 2019 年度财务审计报告或者本单位出具的 2020 年任意一个月或季度的财务报表（包括资产负债表、损益表（利润表）、现金流量表）复印件加盖单位公章）；

3、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供 2020 年任意一个月的缴纳税收和社会保障资金的凭证，复印件加盖单位公章）；

4、参加政府采购活动前三年内（成立不足三年的从成立之日起算），在经营活动中没有重大违法记录（提供无重大违法记录声明书，加盖公章）；

5、未被列入信用中国网站(www.creditchina.gov.cn)的“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名单”和中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)的“政府采购严重违法失信行为记录名单”的供应商；（提供信用查询截图，加盖单位公章）；

注：以上复印件须加盖公章。

六、服务承诺

七、供应商认为需要的其它材料

封面格式:

正本/副本

海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

单一来源采购响应文件

项目名称:海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

项目编号: 0773-2041GNHIFWDY1964

供应商名称 (公章):

年 月 日

目录

(自拟)

一、报价函

报价函

致：中金招标有限责任公司：

根据贵单位“海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目”（项目编号为0773-2041GNHIFWDY1964）的投标邀请函，正式授权下述签字人 _____（姓名）代表供应商_____（供应商名称），提交响应性文件。

根据此函，我们宣布同意如下：

- 1、我方接受采购文件的所有的条款和规定。
- 2、我方同意按照采购文件第一章“供应商须知”的规定，本响应性文件的有效期为从报价截止日期起计算的60天，在此期间，本响应性文件将始终对我方具有约束力，并可随时被接受。
- 3、我们同意提供贵单位要求的有关本次报价的所有资料或证据。
- 4、如果我方成交，我们将根据采购文件的规定严格履行自己的责任和义务。
- 5、如果我方成交，我方将支付本次采购的代理服务费。

供应商名称： _____（公章）

地址： _____

邮编： _____

电话： _____

传真： _____

授权代表： _____（签名）

职务： _____

供应商开户银行（全称） _____

供应商银行帐号 _____

日期： 年 月 日

二、报价一览表

项目名称：在海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964

序号	采购内容	报价（元）	备注
1	运营服务	产品开发	
2		内容服务	
3		活动策划	
4		品牌推广	
5		金融成本	
6	代理服务费	42300.00	
7	工程预备费	150000.00	
报价总额（1+2+3+4+5+6+7）		（小写）：	
		（大写）：	
服务期		至2020年12月31日完成	

供应商名称：_____（盖章）

法定代表人或授权代表（签名）：_____

日期： 年 月 日

注：1、报价总额包括相关服务等所有的费用和税费；

2、报价一揽表格式不得自行改动。

2.1 分项报价明细表

序号	名称	内容	数量	单位	单价 (元)	金额(元)	备注
(一) 产品开发							
1	产品开发上架	全省各市县实地考察挖掘开发扶贫产品，并审核认证。（含人员交通、食宿等成本）； 安排专人指导贫困户签订入驻协议及开通商户账号； 培训入驻商户操作平台技能； 安排专人调整上架产品销售区域、制定展销策略等工作内容；	1000	个			
2	设计制作产品详情页	规划设计页面栏目与内容等； 产品图片实地拍摄、上传处理； 产品文案、版面设计与优化等； 标题提炼、规格、库存及上下架状态维护等； 设计制作抖音小店产品详情页 运营管理抖音小店 提高扶贫产品销量	1000	个			
3	客户服务	受理在线与热线客服 收集技术、产品改进信息 整理报送扶贫数据 跟踪处理订单物流情况 反馈上报售前售后情况	6,000	单			
4	小计 1						
(二) 内容服务							
1	图文宣传	发挥融媒体优势，及时跟踪宣传海南消费扶贫相关工作动态、亮点成效等；	200	篇	-	-	
2	视频宣传	发挥媒体优势，采用视频形式宣传消费扶贫工作动态	50	条	-	-	
3	全国网络媒体转载	所有海南消费扶贫工作稿件，以及平台内容、产品稿件推荐到全国网络媒体单位进行转载刊发；	200	篇	-	-	
4	专题策划	结合节庆活动，消费扶贫工作进展，策划推出系列专题 创意设计、页面优化，效果实现； 专题宣传推广，提高曝光度和关注度；	5	个			
5	专版版面	海南主流纸质媒体推出消费扶贫宣传推广专版版面	10	个			

		A 叠其他版整版				
		版面设计、活动报道等				
		提高销量和关注度				
6	海南爱心扶贫网首页轮播图	产品策划	300	张		
		文案创意				
		图片设计与优化				
		扶贫网顶部位置展示				
7	海南爱心扶贫网微信公众号(服务号)	图文收集与编辑;	100	篇		
		图文审核与发布;				
8	海南爱心扶贫网微信公众号(订阅号)	选题策划	400	篇		
		文案创意				
		图片设计				
		版面优化				
		审核发布				
9	开通运营海南爱心扶贫网抖音号	拍摄上传短视频作品	250	个		
		剪辑、包装视频作品				
		保障官号日常活跃度				
10	小计 2					
(三) 活动策划						
1	按照产品销售季节和市县活动安排, 策划设计制作产品专题页面	文案创意	20	个		
		版面设计				
		页面后台开发				
		手机云适配				
		页面信息填充				
		产品组织与页面管理;				
		产品售后追踪服务				
		在主流网络媒体刊发推广				
2	策划打造 10 大爆款产品活动	十大爆款产品系列主题报道	10	款		
		深度挖掘产品故事				
		配合推出 10 张海报广告;				
		多渠道推广产品品牌				
3	年度消费扶贫海南 10 大脱贫之星视频短片	高清格式	10	部		
		人物故事典型				
		每部 3 分钟以内				
		多平台发布推广				
4	视频直播系列节目	运用视频形式开展直播节目	30	期		
		购买直播产品样品并推荐				
		积极宣传推广扶贫产品				
		提高产品知名度和品牌度				
5	直播带货专题活动	结合重要节庆, 时事热点、重大消费扶贫专题活动, 开展直播带货专题活动。	6	场		

		联合国内大型电商直播平台				
		邀请市县领导+带货达人参与，增强活动流量支持。				
		加大扶贫产品销售量，帮助贫困群众增销增收。				
		覆盖全国范围，提高全国影响力。				
6	爱心认购认捐活动	组织产品	20	次		
		发起爱心订单				
		联系客户认购认捐				
		跟踪订单				
		宣传推广				
7	社区团购活动	组织团购产品	20	期		
		发起社区团购				
		发动社区居民采购				
		订单跟踪与整理				
		媒体配合宣传推广				
8	小计 3					
(四) 品牌推广						
1	海南主流网络媒体首页文字链	引导网络流量	360	天		
2	海南主流网络媒体首页专栏	展销平台产品	360	天		
3	海南主流网络媒体首页五屏广告位	平台自宣与产品推广等	180	天		
4	海南主流网络媒体手机客户端 APP 文章页头部横幅广告		150	天		
5	海南主流网络媒体官方微信公众号文章页头部广告		70	篇		
6	海南主流网络媒体官方微博		30	篇		
7	海南主流网络媒体官方微信公众号		50	篇		
8	海南主流网络媒体官方手机客户端 APP	122	篇			
9	小计 4					

(五) 金融成本							
1	交易手续费	使用借记卡/微信/支付宝等渠道进行交易结算。	1000	万笔			
		使用银行信用卡进行交易结算。	1000	万笔			
		使用银联收款二维码进行交易结算。	1000	万笔			
2	小计 5						
(六) 代理服务					-	42300.00	
(七) 工程预备费					-	150000.00	
合计							

三、授权委托书（格式）

法定代表人授权书

致中金招标有限责任公司：

兹授权：_____作为我公司的合法授权代理人，参加中金招标有限责任公司组织的海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目（项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964）的单一来源采购活动。

授权权限：全权代表本公司参与上述采购项目的单一来源采购协商，并负责一切响应文件的提供与确认，其签字与我司公章具有相同的法律效力。

有效期限：与响应文件中标注的投标有效期相同，自法定代表人签字之日起生效。

法定代表人签字（亲笔签名）：_____

公司名称：_____（公章）

被授权人：_____（亲笔签名）

联系电话：_____

职 务：_____身份证号码：_____

日期：2020 年 月 日

附：法定代表人及被授权人身份证复印件

四、采购需求响应表

序号	采购需求条款	完全响应/偏离	偏离描述
1			
2			
3			
.....

供应商名称：_____（公章）

法定代表人或授权代表签字：_____

日期： 年 月 日

注：

- 1、此表为样表，行数可自行添加，但格式不变。
- 2、供应商应认真查阅单一来源采购文件的第三章《采购需求书》。
- 3、如有偏离、不满足或优于采购需求条款须在上表中列明。有正、负偏离均应在表中“完全响应/偏离”一栏列明正偏离或负偏离，并在“偏离描述”栏加以说明。
- 4、如满足所有条款，则须在“采购需求条款”一栏中注明“采购需求所有条款，无偏离”，并在“完全响应/偏离”一栏填写“完全响应”，则视作投标人已经对招标文件相关要求和内容完全理解并同意。

五、资格证明文件

1、具有承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的企业（提供工商营业执照副本、税务登记证副本和组织机构代码证复印件，或提供“一照三号”或“一照一码”营业执照副本复印件，加盖公章）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供会计师事务所出具的 2019 年度财务审计报告或者本单位出具的 2020 年任意一个月或季度的财务报表（包括资产负债表、损益表（利润表）、现金流量表）复印件加盖单位公章）；

3、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供 2020 年任意一个月的**缴纳税收和社会保障资金**的凭证，复印件加盖单位公章）；

4、参加政府采购活动前三年内（成立不足三年的从成立之日起算），在经营活动中没有重大违法记录（提供无重大违法记录声明书，加盖公章）；

5、未被列入信用中国网站(www.creditchina.gov.cn)的“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名单”和中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)的“政府采购严重违法失信行为记录名单”的供应商；（提供信用查询截图，加盖单位公章）；

注：以上复印件须加盖公章。

附件：参加政府采购活动前三年内（成立不足三年的从成立之日起算），
在经营活动中没有重大违法记录声明（格式）

无重大违法记录的声明函

致：中金招标有限责任公司

本公司_____（供应商名称）参加_____（项目名称）
的单一来源采购活动，现声明：

我公司在参加政府采购活动前三年内（成立不足三年的从成立之日起算），在
经营活动中没有重大违法记录。

特此声明。

供应商名称：_____（公章）

法定代表人或被授权人签字：

日 期： 年 月 日

六、服务承诺

项目名称：海南爱心扶贫网 2020 年运营服务项目

项目编号：0773-2041GNHIFWDY1964

(格式自拟)

供应商名称：_____ (公章)

法定代表人或被授权人签字：

日 期： 年 月 日

七、供应商认为需要的其它材料