[2024年广州农业电商应用推广活动服务](http://www.gzagri.gov.cn/gzsnyj/tzgg/201804/310eb8f6b3c5472a8fa2d750b64bc3c3/files/b5e3354580ee450dbb7ad223b7788778.doc)需求

**一、投标人资格要求**

（一）符合《政府采购法》第二十二条所规定的条件；分公司投标的，必须由具有法人资格的总公司授权。

（二）本项目可接受符合国家政策、工商行政、民政等主管部门许可成立的社会组织投标。

**二、项目服务要求**

**（一）服务要求**

**1.工作内容**

在业主指导下，根据我市农业电子商务现状与需求进行应用推广活动方案设计，时间安排以及进行费用估算等，开展后续的应用推广活动工作。具体工作包括以下内容：

（1）编制广州农业电商应用推广活动服务项目方案及项目费用概算。提供相对较优的活动服务方案，从项目要求、组织宣传、总体设计、等多方面进行充分阐述。对该项目方案的服务内容进行费用估算，对项目费用进行实际且充分的估算并对项目的经济效益和社会效益两个方面进行分析和阐述。

（2）根据不同需求，编制广州农业电商专题教材或相关材料。

（3）在业主的指导下负责完成应用推广活动的组织和实施工作。

（4）编制应用推广活动工作总结，对项目成效进行深入分析，为今后的应用推广提供建议。

**2.工作目标**

（1）完整性：方案必须是完整的，包括投标人实施项目工作的方方面面，并具备可操作性和可实施性。

（2）系统性：方案需要考虑活动方式与我市农业电商发展实际需求情况之间的逻辑关系，需要考虑通过哪种形式才能让受众接受，哪些实际经验可形成共性的借鉴，哪些是需要进一步优化的。

（3）前瞻性：方案必须能提前遇见问题，及早规避问题。

（4）实用性：应用推广活动的内容需从我市农业实际情况出发，确保内容能融入实践技能和操作经验的总结和归纳，有较强的实用性。

（5）全局性：方案需使整个服务项目达到合理、可行、经济的目的。

（6）规范性：方案严格按照国家相关规定和标准来运作，需求必须遵循实际。

**3.项目成果要求**

具体成果要求如下：

（1）项目相关需求调研报告。

（2）项目活动方案及应用推广课程或相关稿件等材料。

（3）项目总结分析报告。

**4.项目安全保密要求**

本项目要求投标人：

（1）按照国家、省市的有关法律法规文件规定，要求投标人履行保密责任，并遵守合同中有关保密要求；

（2）投标人各级组织严格履行保密职责；

（3）按照保密规定开展工作。

**5.项目实施单位考核要求**

业主单位对投标人开展相关工作实行严格的服务质量考核，对其工作质量进行评价考核监督。考核内容包括但不限于以下要点：人员的工作态度、进度管理、服务成果、协调能力、遵章守纪等方面，由项目实施单位自评及业主单位指定人员对项目实施单位进行考核。

**（二）项目服务实施管理要求**

**1.项目组织与人员要求**

（1）项目组织

为保障项目按质、按量、按时及有序实施，投标人应承诺对本项目须建立一个完善和稳定的项目团队、管理机构及执行流程。

（2）人员配备要求

在整个合同执行期间，如果项目组无法胜任项目工作要求，项目业主单位有权要求投标人调换项目主要人员，投标人应无条件接受。专题讲师必须是从事涉农电子商务行业或相关领域专家，具有农业电商专题授课、农业电商运营或农业行业专项调研工作经验。咨询服务单位若需更换应用推广活动团队人员的，必须提前10个工作日书面报业主单位批准后方可更换。原则上不允许中途更换项目负责人。

（3）调整原则

在服务期内，投标人承诺的团队主要人员未经用户同意不得调整；投标人如中途更换相关人员，应征得用户同意。

**2.实施与计划**

投标人应根据招标文件服务需求及服务部分的要求，详细叙述拟提供服务方案情况。投标人提出的本项目服务方案应包括：

（1）方案优化：投标人需要通过对本项目深刻理解和充分的需求分析，提供具体的方案。

（2）在整个合同执行期间，项目的组织、实施、服务、质量等方面关乎项目效果的内容，接受项目发布单位的组织的监督、考核，考核结果不及格的，项目发布单位有权不组织验收、延期付款，相关责任由投标方承担，投标人应无条件接受。

**3.项目文档要求**

投标人应根据项目进展和合同要求，按时提供相关文档及成果资料。文档必须满足项目方的要求。

**4.知识产权要求**

投标人应保证在本项目使用的任何服务（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、著作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的同时不得耽误本项目实施进度。

**三、评标方案**

**（一）**本项目采用综合评分法

**（二）中标依据：**在不高于最高限价的前提下，综合评估分最高的为中标候选人。

**（三）技术部分响应性评定**

1．由评标委员会对所有投标文件的技术部分的响应进行审核和分析；

2．评委独立进行文字评价和评分，填写“技术部分响应评分表”；

3．评分标准：按照单项分值，按评估等级计算得分（特别说明除外）；

4．将每一个评委的评分汇总后，进行算术平均（精确到小数点后两位），得出该投标人的技术得分。

**（四）商务部分响应性评估**

1．由评标委员会对所有投标文件的商务部分的响应进行审核和分析；

2．评委独立进行文字评价和评分，填写“商务部分响应评分表”；

3．评分标准：按照单项分值，按评估等级计算得分（特别说明除外）；

4．将每一个评委的评分汇总后，进行算术平均（精确到小数点后两位），得出该投标人的商务得分。

**（五）价格响应性评估**

1．由评标委员会对所有投标文件的价格部分的响应进行审核和分析。

2．基准价格分：以有效投标人报价中价格最低的投标报价为基准价，定其基准价格分为15分。

3．投标人的价格得分=（评标基准价/投标人报价）×15（精确到小数点后两位）分。由此算出每个投标人的“价格得分”。如果申请人的投标价格低于限价的60%，没有合理的解释说明材料或者材料不合理，价格分为零分。

4．评委检查每个投标人的价格评分计算情况，确认“价格得分”。

**综合评估分的计算和排序**

综合评估分中各评估因素所占权重（见下表）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **评估因素** | **技术** | **商务** | **价格** |
| 评估权重 | 40 | 45 | 15 |

1．综合评估分（精确到小数点后两位）=技术得分+商务得分+价格得分；

2．将综合评估分从高到低排序，得分相同的，按技术得分高低顺序排列；

3．评标委员会按排名顺序推荐前两名为中标候选人。若排名第一的中标候选人放弃中标或被取消中标资格，采购人可顺选排名第二的为中标候选人。