

询价文件

项目名称：线上小程序运营综合服务平台项目

项目编号：ZJCT8-JB202401（重招）

采购人：杭州解百集团股份有限公司

采购代理机构：浙江省成套工程有限公司

2024年4月

目录

第一部分 询价公告	1
第二部分 询价须知前附表	5
第三部分 采购内容及相关要求	8
第四部分 合同主要条款	21
第五部分 询价响应文件格式	32

第一部分 询价公告

受杭州解百集团股份有限公司委托，浙江省成套工程有限公司拟对线上小程序运营综合服务平台项目进行询价采购，欢迎各供应商参加（本项目属于非政府采购）。

一、项目编号：ZJCT8-RCFZ202401（重招）

二、采购方式：询价采购

三、询价采购内容：

序号	标项内容	数量	单位	简要技术要求及功能
1	线上小程序运营综合服务平台项目	1	项	具体详见本询价文件第二部分，采购内容及相关要求。

注：供应商响应报价超过最高限价将作无效标处理。

四、获取询价文件方式：

请各供应商于**2024年4月21日17:00前**凭以下有效证明前来浙江省成套工程有限公司（杭州市西湖区古墩路701号紫金广场A座12楼）或发送以下有效证明扫描件至邮箱392648102@qq.com获取询价文件：

1. 营业执照副本复印件加盖单位公章；
2. 法定代表人授权书原件或单位介绍信加盖单位公章；
3. 资料费汇款凭证及获取信息表。（详见附件）

请收到询价文件后，认真阅读各项内容，进行必要的响应准备，并按照询价文件的要求仔细编制响应文件。

询价文件资料费(元)：300元/本(售后不退)。

五、供应商资格：

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. 至报价截止时间前3年内，供应商无行贿犯罪记录；
6. 至报价截止时间前3年内，供应商无失信被执行情况；
7. 具有法律、行政法规规定的其他条件。

8. 未被信用中国（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）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。

（注：以上 1~8 条须提供《符合参加采购活动应当具备的一般条件的承诺函》）

六、询价响应文件递交截止时间：2024年4月23日10时00分

七、询价时间：2024年4月23日10时00分

八、询价响应文件递交地点：杭州市古墩路701号紫金广场A座1205室

九、询价响应文件要求（询价响应文件进行密封装袋，并在外加盖公章，否则视为无效报价）

1、询价响应文件份数：壹正叁副，共肆份，加密电子响应文件壹份；

2、内容格式详见询价文件第五部分 询价响应文件格式。

3、以上询价响应文件接受供应商以邮寄方式（非现场递交）。

十、评审办法

1、本评审办法采用经评审的最低价法。

2、以最低报价作为最优评审价，评审委员会将推荐评审价由低到高的第一名供应商作为成交候选人向询价单位推荐，并提交评审报告。

十一、定标办法

本次询价采购由评审委员会向询价单位推荐一名成交候选人，并向询价单位提交评审报告，由询价单位确定成交人，询价单位原则上确定第一名成交候选人为成交人。

如出现下列情形之一的，询价单位将重新组织询价：（1）排名第一的候选供应商，因自身原因放弃中标成交或因不可抗力不能履行合同的；（2）经质疑，采购组织机构审查确认排名第一的候选供应商在本次采购活动中存在违法违规行为或其他原因使质疑成立的。

询价单位在授予成交通知书之前仍有选择或拒绝任何供应商中标的权利，并对所采取的行为不予解释，也不对因此而受影响的供应商承担责任。

十二、供应商义务

供应商应随时随地答复评审委员会的询标，解答包括有关的商务、技术问题等。评审结束，所有评审资料存采购单位备查。

十三、其他要求

1、供应商根据询价文件的要求，对本询价范围中的所有内容进行报价。

2、按照采购要求供应商只能提供一份报价方案，如出现多份方案的报价者，则取消此响应供应商的响应资格。

3、询价代理机构和询价单位不负责供应商准备文件和递交文件所发生的所有成本和费

用。

4、本项目在本次公告同时在杭州商旅运河招标采购平台（<https://jypt.hzslgroup.com/web/home>）、杭州商旅集团官网（<https://hzslgroup.com>）及浙江政府采购网（<https://zfcg.czt.zj.gov.cn/>）上发布，招标公告将明确对投标人的资格要求、获取询价文件的日期和地点、投标等事宜。

十四、联系方式

1、采购人：杭州解百集团股份有限公司

联系人：赵工

2、采购代理机构：浙江省成套工程有限公司

地址：杭州市古墩路701号紫金广场A座1205室

联系人：张昕云、朱丛珊、刘宇恒

联系电话：0571-88950239、85064356

邮箱：392648102@qq.com

杭州解百集团股份有限公司

浙江省成套工程有限公司

2024年4月19日

附件：报名信息表

温馨提示：参加本项目的供应商须办理报名手续。报名可采用电子邮件方式将有关资料发送至采购代理机构电子邮箱。同时将填写完整清晰的下述《报名信息表》以电子邮件形式发至电子邮箱（详见询价邀请函中采购代理机构邮箱地址）。采购代理机构收到齐全的资料后即将询价文件以电子邮件形式发送至供应商。未办理报名手续的不受理其投标。（填写完成后请将此段文字删除并发给招标代理机构）

项目编号	ZJCT8-RCFZ202401 (重招)	项目名称	线上小程序运营综合服务平台项目	
供应商名称				
供应商联系 信息	项目联系人			
	手机号码			
	办公电话			
	电子邮箱			
	授权购买人身份证号码			
注意事项	因投标单位提供错误资料和信息等原因导致招标人未能将招标答疑及补充文件等文件 送达投标单位或通知投标单位前来领取的,责任由投标单位自负。			
授权经办人 (签名):		日期	年	月 日

第二章 询价须知前附表

序号	名称	内容
1	招标人	名称：杭州解百集团股份有限公司 联系人：赵璜瑾
2	招标代理机构	名称：浙江省成套工程有限公司 地址：浙江省杭州市古墩路 701 号紫金广场 A 座 1205 室 联系人：张昕云、朱丛珊、刘宇恒 联系电话：0571-88950239 传真：0571-88950239 Email：392648102@qq.com
3	服务期	自合同签订之日起 12 个月
4	踏勘现场	本项目不组织踏勘，如投标人认为有必要踏勘现场，请自行前往，费用自理。
5	答疑会	不召开
6	分包	不允许
7	投标答疑	投标人如认为询价文件表述不清晰的，必须在 2024 年 4 月 21 日 16 时 之前将电子版答疑问题发至： 392648102@qq.com ，同时将纸质盖章文件递交至代理公司。截止期后的疑问将不予受理、也不答复。答疑回复内容是询价文件的组成部份，并将以书面形式送达所有已报名的投标人。
8	签字或盖章要求	询价响应文件按“询价响应文件格式”中提供的格式签署、盖章。
9	询价响应文件份数	纸质文件：肆份，加密电子文件：壹份。其中纸质文件正本壹份，副本叁份；电子文件壹份。
10	询价响应文件有效期	自询价响应截止时间起 90 天内
11	询价响应	按“询价招标公告”规定

	截止时间	
12	询价响应 文件提交 地点	按“询价招标公告”规定
13	询价时间 和地点	按“询价招标公告”规定
▲14	最高限价	本项目最高限价 30 万元 超过最高限价的响应文件将被否决。
15	招标代理 服务费	<p>招标代理服务费由中标人支付。本项目采购代理服务费按浙价服[2003]77号文件的收费标准 70%计取，不足陆仟按陆仟元。按中标金额计算收取中标服务费。招标代理服务费包含在投标总价中，由中标人在接到中标通知书时以人民币方式向采购代理机构一次性支付，不足叁仟按叁仟计取。</p> <p>相关信息如下： 账户：浙江省成套工程有限公司 开户银行：杭州联合农村商业银行股份有限公司三墩支行 或者网银：浙江省农村信用合作社 或者 浙江省农村商业银行 账 号：201000065548152</p>
16	其他	<ol style="list-style-type: none"> 1. 请投标人仔细阅读本询价文件，其中带“▲”标记的条款为实质性内容，投标人须对带“▲”标记的条款作出实质性响应。 2. 功能需求清单中除系统对接部分外其余功能必须是成熟产品。 3. 投标单位提供测试环境（测试链接和帐号）供专家组验证
17	开标相关 事宜	<p>为保证询价过程的公平公正性，采用线上直播方式，具体操作流程如下：</p> <p>1) 投标截止时间前 10 分钟，各投标单位通过微信小程序“腾讯会议”或“腾讯会议 app”，点击“加入会议”，输入会议号“944-303-489 会议密码：984265”进入直播环节。如无法进入直播会议室，请及时联系采购代理机构，联系电 0571-88950239。</p>

		<p>2) 各供应商在2024年4月23日10时00分至2024年4月23日10时30分将响应文件盖章版本扫描件（PDF格式）以邮件形式发送至邮箱 392648102@qq.com（文件须加密）。本过程全程直播，响应文件如未按上述时间要求发送至该邮箱，由此造成的相关风险由供应商自行承担。</p> <p>3) 响应截止时间后不在接收各单位响应文件，进入开标环节。通过直播现场开启各投标单位响应文件电子版并进行唱标。开标过程有异议的，在直播间回复“有”，现场组织人员对有异议的环节进行现场解答，如供应商未在线参加或未提出异议的，视为默认开标过程无异议，事后不得对开标过程提出任何异议。开标现场监控记录开标过程。唱标的次序按供应商递交响应文件顺序后到先开的次序进行。各供应商依次把加密文件解密码发到直播间。</p>
18	特别提示	<p>1、投标人的法定代表人或授权代表不需要出席现场会议，须在评标时保持联系畅通，通过电话的方式进行询价。</p> <p>2、响应文件递交截止时间，如有效投标人不足三家，只有 2 家投标人直接转为竞争性谈判组织招标；其他情况，经招标人相关部门同意后采用单一来源方式或重新组织招标。</p> <p>3、评审过程中，如有效投标人不足三家，经评标委员会一致认为该项目仍具有竞争性，可以继续评审或重新组织采购。</p>

第三部分 采购内容及要求

一、项目背景

本项目为线上小程序运营综合服务平台项目，结合公司业态特点和实体店转型升级需求，打通线上线下，实现线上销售、线上引流、客户管理、精准营销，数据分析和客户服务要求，为客户提供智能化综合服务，增强客户体验感和参与度。

二、项目目标

1. 线上小程序运营综合服务平台功能覆盖百货及购物中心两大业态。
2. 以搭建小程序矩阵为基础增强公司在线服务能力，为客户提供线上线下一体化等服务体验及创新营销互动方式。
3. 在线营销多样化、个性化，在线服务智能化、人性化，增加客户粘性，进一步提升客户经营能力。
4. 整合业态客户资源，打造具有公司特色的高辨识度、高忠诚度、高满意度的在线智慧服务产品。

三、项目需求

项目	需求
技术要求	保证项目所采取的技术具有相当的前瞻性、先进性和可扩展性、可集成性的同时，从需求出发，注意技术的可靠性、成熟性和经济性。
▲部署方式	由中标方提供云服务器 SAAS 部署，必须满足 7×24 小时运行，主要数据回传线下 CRM 系统存储。
软件说明书	软件必须编写详尽、易用的使用说明书，进度要求同程序开发。
功能模块	应包含（不限于）首页、商品详情、用户中心、在线客服、促销、分类、评价、活动中心、个性化推荐、收款、线上商城、积分商城、服务中心等，详见具体功能清单。
小程序部署	确定中标人后在合同中约定

<p>详细的项目实施计划：</p>	<p>详细的项目实施计划： 1) 项目任务清单：列出项目所需的所有任务，并为每个任务指定上下文、任务描述、时间预算、责任人和后继关系。 2) 项目进度表：记录每个任务的进度，以便监控时间表和项目进展。 3) 资源计划：定义项目所需的所有资源和时间表，并进行跟踪和控制。 4) 风险管理计划：识别、评估和监控项目风险，并帮助规划和管理风险。 5) 质量管理计划：定义如何管理质量，包括检查和测量质量、纠正和预防措施、教育和培训等方面。</p>
<p>本项目完成后，需要提交的电子文档和软件程序</p>	<p>(1) 项目实施指南 (2) 系统需求分析报告 (3) 项目实施计划 (4) 用户手册 (5) 管理员手册 (6) 培训手册 (7) 编码手册 (8) 需求变更汇总表</p>

四、详细功能清单

<p>线上商城</p>	<p>线上购物</p>	<p>lbs 定位</p>	<p>用户访问小程序,自动定位或者手动定位后,根据用户的 LBS 地址定位最近的店铺 用户也可查看店铺列表自动切换店铺</p>
		<p>登录注册</p>	<p>用户通过微信/支付宝授权登录,访问小程序;用户通过手机号验证码登录,访问小程序通过后台配置项,选择开启哪种登录方式</p>
		<p>会员开卡</p>	<p>用户注册时,可以完善会员信息,如身份证、姓名、性别、生日等运营人员可以根据情况选择是否开启开卡填写信息的功能</p>
		<p>弹窗广告</p>	<p>弹窗广告可以通过运营管理后台的可视化页面装修进行配置,当用户访问小程序的时候会根据配置的图片进行展示,点击图片会根据后台配置的连接进行跳转实现营销目的。</p>
		<p>首页</p>	<p>▲运营人员可通过可视化配置对首页所有模块进行页面装修,包括但不限于文本组件、商品组件、图文导航组件、分割占位组件、图文广告组件、橱窗组件、顶部组件、地址组件,优惠券组件、直播组件、预售组件、</p>

		秒杀组件、拼团组件、积分商城组件、通知栏组件等，组件数量需多于 10 个
	底部分类导航	运营人员通过搭建底部导航，把各个主要子页面串联起来，方便顾客在栏目间快速切换，引导顾客前往相关页面
	悬浮窗	运营人员通过搭建悬浮按钮在不同页面中展示来快速推广、预热活动
	搜索页	▲运营人员可通过可视化配置对搜索页进行装修（组件同上），运营人员可配置热搜词、推荐的商场活动进行配置
	搜索结果页	用户可以查看搜索的商品信息、专柜信息支持按销量、价格、是否有货进行排序；支持运营人员配置搜索置顶商品
	分类页	用户可以查看指定分类下的商品支持按销量、价格、及子分类进行二次筛选并且提供三种分类页模板供运营人员选择
	活动页	▲运营人员可通过可视化配置对专题活动页进行页面装修（组件同上）
	商品详情	用户可以查看商品介绍、商品规格、商品销量及库存预警、促销信息、商品评价，可将商品收藏、社会化分享、加车和立即结算
	商品推荐	▲根据用户行为，通过算法进行商品详情页的商品推荐，每一个商品都会根据购买浏览行为在商品详情页推荐不同的商品
	购物车	用户可按按店铺、专柜查看商品列表；可编辑、删除、收藏商品；系统根据商品金额，促销规则等计算购物车总计金额
	结算中心	用户可按店铺或专柜查看介绍信息；可选择配送方式、收货地址、发票等结算信息；可选择积分、优惠券支付、微信支付等多种支付形式
	会员中心	▲支持会员中心页面配置，提供会员卡模块、占位模块、图文广告模块、文本模块、橱窗模块、商品模块、专区模块、分类模块、通知栏模块等多种模块进行可视化装修
	提交订单	▲用户可将多店铺订单一起提交订单，支持多店铺、多专柜订单统一支付
	订单列表	用户可以按订单状态查看订单列表，进入订单详情查看物流状态
	电子发票	▲通过第三方发票平台开电子发票支持实物订单、停车订单发票、储值卡购买订单

			支持按商品及分类、商家码设置税率
店铺管理	店铺管理		支持维护店铺基本信息、实景图、店铺楼层信息、店铺经纬度坐标、店铺经营闭店状态、营业时间等信息
商品管理	概述		可在后台维护商品、品类、品牌的各种信息，也可通过对接 ERP 或中台系统，API 直接传输商品、品类、品牌的信息，达到商品线上线下一体化打通的目的。
	类目		管理商品的标准分类，支持与后台系统或中台直接进行对接，也可以自行在小程序后台管理标准分类管理商品的虚拟分类，用于特定商品的规则与管理，如“七天无理由退换货”、“低毛利商品”，也可用于节日营销，如“端午特惠分类”、“国庆精选分类”等
	品牌		支持商场维护品牌信息，例如：品牌 LoGo 图、官网地址、所属公司、联系电话、品牌背景故事。也可从 ERP 或中台系统对接品牌信息进行查看
	商品资料		管理商品的基础资料，如：商品名称、品牌、分类、专柜、基本信息等；可以在后台进行商品基础资料的管理维护，也可从 ERP 或中台系统直接对接商品资料进入后台同时提供批量功能，如批量录入图片、图文描述
	商品规格		支持按照商品分类维护商品规格款式，用于前台一品多款商品的售卖与维护，例如：颜色（红、黑、白）、鞋码（36、37、38）
	价格管理		支持在后台维护商品售价、成本价、市场价也支持通过对接，从 ERP 或者中台系统接收商品价格分发到前端小程序
	库存管理		支持在后台维护商品在各个店铺的库存和锁定库存数也支持通过对接，从 ERP 或者中台系统接收商品库存数据分发到前端小程序
	上下架		支持在后台维护商品在各个店铺的上下架状态支持定时上下架、批量上下架功能
	专柜商品资料管理		支持联营商户、租赁专柜在后台维护专柜商品资料，可设置是否由平台审核，如需审核则审核后方可进行经营管理
	专柜商品经营管理		支持联营商户、租赁专柜在后台维护专柜商品的价格、库存、上下架装填，可设置是否由平台审核，如需审核则由平台审核后方可进行售卖
	虚拟商品管理		维护优惠券等虚拟商品，管理虚拟商品的基础资料、价格、库存、上下架状态

	组合商品管理	▲将多个商品打包成组合商品进行售卖，维护组合商品的基础资料、价格、上下架、单个商品的价格等信息
	管理一品多款	▲支持将同店铺或同专柜下的任意单品打组后以类似规格的形式组合展示售卖，更灵活的适应真实的运营销售场景；
▲促销管理	提供多种商品的促销玩法，在后台配置促销规则，并且在购物车和结算中心给予消费者促销提示，促销功能，包括但不限于特价、秒杀、满减、第N件减、满赠等，不少于五项	
▲营销管理	拼团	用户可以查看拼团活动、待成团的拼团活动，通过拼团形式以较低的价格购买商品 运营人员可以配置普通团、拉新团；拼实物、拼券；系统成团和自动成团规则 用户可以订阅拼团成功、拼团进度通知
	预售	用户可以购买预售商品，预售商品到货后商家发货
	支付有礼	用户支付下单后，订单金额达到金额门槛后，系统自动赠送优惠券、抽奖机会 运营人员可以配置店铺、专柜、线上订单、线下订单达到金额门槛后送券规则，（可支持线下订单）
▲优惠券	线上线下优惠券打通	优惠券统一在线上小程序平台制券发放，消费者线上线下核销用券，线上系统提供API接口供POS对接 余额券统一在线下CRM制券发放，线上与CRM进行API对接，支持余额券在线上小程序充值购买
	优惠券与微信支付宝卡包打通	可将优惠券打通到微信与支付宝卡包
	券玩法类型	代金券、礼品券、停车券、运费券、优惠券礼包等
	会员主动领券	首页、详情页、优惠券组件搭建领券等入口
	系统主动发券	定向发券：支持区分店铺导入手机号（含非小程序会员）按配置时间（含每日/每周/每月及立即发送）执行发放指定优惠券
	积分换券	用户可以在积分商城使用积分及积分+现金方式兑换优惠券及优惠券礼包
	售卖卖券	售卖优惠券及优惠券礼包 拼团卖优惠券及优惠券礼包

		拉新送券	注册有礼赠券
			邀请有礼赠券
		优惠券促活	签到有礼赠券
			集卡活动赠券
			红包雨赠券
			大转盘赠券
			刮刮卡赠券
		抽奖码赠券	
		复购	订单支付后送券
		顾客用券核销	线上下单用券
	线下导购端扫码核销优惠券		
	小程序在停车出场核销优惠券		
	消息通知	线下 POS 扫码核销优惠券	
	订单管理	概述	用户可以通过订阅消息订阅优惠券过期、优惠券到账提醒
		概述	可在后台维护订单，做订单的发货、售后、取消、审核、退款等操作，并且支持通过 API 接口讲订单下传给 ERP 或中台系统，统一管理所有渠道的订单交易流水
订单查询		支持按不同的页签查看对应状态的订单，页签包括：待付款、待复核、复核未通过、待发货、已发货、已签收、已取消/关闭。	
订单提醒		支持订单提醒，有待审核订单、待发货订单、待售后处理订单时，可以通过语音播报接收提醒	
订单审核		支持设置订单审核规则，防止刷单	
打印面单		支持打印面单，便于核对发货商品信息	
订单发货		支持对快递、同城配订单进行批量发货	
		支持发货，业务人员可以在后台选择订单，录入面单号，确认发货	
		支持拆包裹发货，业务人员可以在后台选择某个订单中的几个商品单独进行发货	
		支持合并发货，业务人员可以勾选某个订单，系统自动筛选出同一收货人、同一收货地址的订单进行合并发货	
订单售后	支持用户前台发起售后，或致电客服做售后		
订单退款	支持取消单、售后单的部分及整单退款		
订单导出	支持导出订单		
▲ 配送管理	快递	支持启用快递配送方式，按照省市区配置运费规则	
	到店自提	支持设置自提点、上门自提时间 用户提货时可出示提货码确认提货	

		同城配	支持电子围栏配送，支持设置基础运费及重量加价、距离加价支持物流公司对接用户可以选择具体配送时间段，运营按需配送
		运费优惠	用户购买商品达到一定金额可以减运费或者免运费。运营人员可以按配送方式配置运费优惠，支持配置多档
	权限管理	用户管理	支持创建用户，为用户分配角色及数据权限；员工离职后可禁用账号
		角色管理	支持创建各种角色，为角色配置栏目权限
	▲专柜管理	专柜信息管理	支持管理专柜基本信息、专柜资质信息等
		专柜权限管理	支持管理专柜用户、专柜角色权限
		专柜装修	支持对专柜首页进行装修
		专柜商品管理	支持录入商品，审核通过后可上架售卖；支持批量导入商品主图、商品详情图
		专柜订单管理	支持专柜管理查看订单，安排订单发货
		订单评论管理	支持查看审核评论
		专柜运费规则管理	支持专柜使用店铺运费规则模式，支持专柜自配置运费规则（自提、快递）、支持专柜配置起送规则
▲小程序客服	支持用户在线咨询客服，客服解答问题		
▲数据看板分析	后台提供基础的支付数据、商品数据、退款数据和会员管理的看板		
会员服务	概述	会员线上线下一体化	会员信息可以单独在后台进行维护，也支持同 CRM 或中台系统打通，将会员主数据、等级、权益、积分总额、积分明细传递到线上，让消费者线上线下权益和体验一致化
	会员卡	支持用户开卡，完善个人信息用户查看会员等级、会员二维码、完善个人资料、切换账户登录、退出登录	
	会员等级	支持设置会员等级及等级权益	
	▲积分营销	提供多种积分营销功能，包括但不限于拍照积分、购物送积分、节日营销送积分、生日营销、积分抽奖、积分抵现、微信、支付宝商圈积分等	
	余额券	余额券线上线下一体化	顾客可在线上或线下到店购买余额券，不论线上线下购买，均在顾客唯一的余额券账号管理。同时不论线上线下购买，均可在线下店铺或线上商城使用

	余额券展示	线上会员中心展示顾客余额券总值及每张余额券的详情
	余额券购买	顾客在小程序可直接购买余额券,线上购买,线下到店使用
	余额券使用	可在小程序购买实物商品时使用余额券支付订单金额
▲会员营销	提供多种会员营销工作,包括但不限于注册有礼、签到有礼、邀请有礼、分享有礼、集卡活动、大转盘、分享码、渠道推广码等,不少于8种。	
会员服务	▲停车缴费	用户购物完离场前,可以通过首页或者会员中心的停车缴费入口,绑定车牌进行缴费支持多种缴费方式,消费金额抵扣停车费、停车券抵扣、积分抵扣停车费
		车辆出场:顾客在小程序录入车牌号,查询停车费用,小程序询问车场系统停车时长和停车费用
		停车优惠:小程序通过车场给到的总金额和总时长,小程序计算顾客的停车可用优惠项(积分、停车券、消费抵扣),通知车场,车场计算最终应付停车费用
		停车缴费:顾客在小程序小程序缴费,并自动核销优惠券和积分
	▲停车缴费-无感停车	支持使用微信支付分停车/支付宝无感停车,基于用户微信/支付宝账户和车牌的绑定关系,离场时对绑定账户自动扣费。用户一次开通,支持停车场均可使用。为提升停车场景下的支付便捷性,提高通行效率。
▲商场活动报名	用户查看当前等级可以参与的商城活动,选择活动场次,通过免费、积分支付,或者积分+现金支付的形式来报名(生日月用户可以查看专享商城活动) 用户报名成功后,等待审核; 运营人员可以按活动导出报名记录,和用户核对到场情况 用户参与现场活动,出示二维码给店员,店员进行核销确认; 商城运营人员可以给未参与活动人员进行退款 订阅消息提醒商场活动	
▲商场导览	用户可以按楼层来浏览专柜,也可按分类来查找专柜	

		▲服务预约	<p>用户可以在线查看商场服务，如预约轮椅、雨伞等商场租借类服务，为到商城购物做准备；</p> <p>用户可以通过支付现金或积分作为押金的方式，提交个人信息，进行预约；</p> <p>用户预约成功后到现场确认预约信息，领取物品；</p> <p>用户使用完后归还物品，退回押金</p>
		意见反馈	用户可以在线反馈购物体验中的问题
	▲管理公众号	公众号底部菜单管理	支持在后台自定义配置公众号底部菜单，使管理更方便配置
		公众号二维码管理	<p>支持在后台给每个专柜设置推广公众号的二维码，方便统计数据</p> <p>支持为公众号二维码设置扫码自动回复的内容，如小程序卡片，自动消息回复等</p>
		公众号自动回复	支持在用户关注公众号后，为不同人群（会员和粉丝）设置不同的回复内容，如小程序卡片等，增加公众号与小程序之间的转化，提升会员服务及转化量
公众号模版消息		<p>支持给关注公众号的粉丝发送指定业务场景场景模板消息：线下订单评价提醒，线下消费通知，导购专柜新订单提醒，车辆入场/出场提醒，用户预约成功提醒；</p> <p>支持自由选择消息模板，给公众号粉丝发送模板消息；达到活动引流拉新效果。</p>	
内容社交	登录	登录注册	用户通过微信授权登录，可访问小程序
	▲笔记及互动	发布笔记	<p>可以通过首页入口来发布笔记，支持图片和短视频；笔记含标题、正文、板块和话题、笔记对应的商品、地理位置</p> <p>支持存笔记存草稿</p>
		笔记审核	支持机器审核和人工审核
		笔记评分	按点赞、评论、转发、收藏、新增粉丝数等维度对笔记进行评分
		首页发现	查看全部笔记
		首页关注	查看关注的用户对应的笔记
		搜索笔记	用户可搜索笔记，搜索关键词可以是笔记标题，也可以是笔记内容
		搜索用户	用户可以搜索笔记发布者
		笔记带货	发布笔记可以关联商品，关联后的商品将显示在内容详情中，点击可以跳转到电商商品详情页中
		通过笔记	笔记中可以展示导购企业微信，用户可以加

		加导购好友	导购好友	
		评论	用户可以查看笔记，对笔记进行评论、回复评论	
		关注及粉丝	用户可以关注其他用户，查看关注的用户列表；也可以查看自己的粉丝列表	
		收藏	用户可以收藏笔记，查看收藏列表；也可以查看自己的获得的收藏数	
		点赞	用户可以对喜欢的笔记点赞；也可以查看自己获得的点赞数	
		分享	用户可以分享好的笔记	
		拉黑	用户可以拉黑不感兴趣的笔记	
	举报	用户可以举报不良笔记，运营人员进行举报审核		
	▲消息中心	赞和收藏	当所发布的内容被点赞或者收藏后，将展示未经作者查看过的点赞和收藏数量；进入‘收到的赞和收藏’列表，可查看到被谁收藏或点赞	
		新增关注	当有用户关注作者时，作者可查看到新增关注的数量，查看关注者信息，也可进行回关操作。	
		评论和@	当有用户评论作品或@作者时，作者会查看到评论及@的数量，可查看用户的评论内容，也可进行回复	
		客服消息提醒	当有系统通知时，则消息列表展示系统通知，用户点击可查看系统通知详情	
	导购	导购运营工具	▲导购运营商品	导购发布新品 导购管理商品主数据、价格、库存 导购审核商品 导购运营商品上下架 导购运营组合商品上下架
			▲导购管理订单	导购管理订单，导购查看订单详细信息
导购审核订单，导购对未复合通过的订单进行审核操作				
导购接收待发货订单进行拣货，拣货完成后可进行发货				
导购订单发货，导购对订单做发货处理				
导购回复线下订单(电子小票)评价信息(电子小票需对接三方)				
导购发券		支持线下面对面发券		
		支持线上分享发券		
		支持线上短信发券		
导购核销		自提订单	顾客到店自提出示自提自提码，导购扫码核	

	工具	核销	销确认提货	
		导购核销券	支持核销券，顾客结账时，向导购出示优惠券二维码，导购扫核销券	
		导购核销商场活动	支持核销活动，顾客在线报名商场活动后，现场参与活动时出示活动码给导购，导购可以扫码核销	
		导购核销服务预约	支持核销服务预约活动，顾客在线预约租赁商场服务，如婴儿车等，到店出示二维码租借服务，导购可以扫码操作借出/归还	
		导购核销抽奖码活动	支持核销积分抽奖码活动，顾客在线上使用积分获得抽奖码后，到店出示抽奖码凭证，导购可以扫码核销后，顾客取走礼品	
	导购销售工具	▲导购分销	导购进入分销专区，可查看商品及返佣金额，可将商品分享到企业微信群或者好友，好友购买后获得返佣	
		代客下单	支持导购代客下单，方便线下顾客快速付款	
	导购售后工具	导购管理售后单	导购可以对售后单或取消关闭单进行审核	
		导购管理退款单	导购可以查看退款单审核状态及退款状态	
	导购活动管理	导购创建秒杀活动	导购可以创建秒杀活动，如设置活动的开始、结束时间，参与的商品及限购规则	
		导购创建代金券、礼品券	导购可以创建制作代金券或礼品券规则，如券使用规则、领取规则等	
	导购管理工具	管理店员	导购作为管理者可以邀请店员入驻导购端或对已经申请成为导购员导购进行审核	
	导购财务工具	导购查看本店销售数据	可查看本店铺本专柜正向交易单与逆向退款单的交易金额、笔数以及明细数据	
	导购业绩看板	发券业绩	支持查看发券业绩	
		核销业绩	支持查看核销业绩	
		拉新业绩	支持查看通过扫描导购个人员工码带来的新注册用户业绩、首次登录小程序用户业绩	
	系统对接	备注		系统对接涉及银联全民付，长益商友 10.0，长益 CRM，科拓停车，石基 IUKY 平台， 具体接口文档向询价方索取
			地图定位	高德地图
			▲短信通道	支持多个平台的短信发送功能，最少一个
			▲支付通道	微信支付
				支付宝支付
银联全民付				

	▲物流配送	支持多个物流平台，最少一个
	客服	小程序客服
	▲停车场系统	科拓停车
	内容审核	阿里云视频 SDK
		腾讯云天御 SDK
	▲电子发票	石基 IUKY 平台
	▲ERP 和中台系统	长益商友系统 10.0
	▲CRM 系统	长益商友 CRM

五、服务团队人员要求

1. 服务团队人员需有零售及互联网相关经验的从业人员组成。
2. 服务团队人员配置合理，有运营支持，培训支持及系统开发人员组成。

六、运营服务期及系统交付期限

1. 本项目运营服务期：自合同签订之日起 36 个月。
2. 系统交付期限：合同签订后不超过 60 个自然日。

七、验收

1. 投标人提出验收申请后，招标人按照合同规定的技术、服务、标准以及中标单位的投标文件、本项目招标文件等要求，组织对投标人履约情况进行验收，并出具验收合格书。

2. 验收标准：中标人已按《招标文件》要求及合同约定的服务内容履行了线上平台代运营服务及线上系统采购项目服务职责。

八、付款方式

1. 线上系统完成后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同总额的 30%；
2. 线上系统正常运行 3 个月后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同总额的 40%；
3. 项目整体验收合格后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同剩余款项；

九、其他要求

▲1、投标人须具有以下相关证书：**公网安备证书复印件加盖公章，原件备查。**

2、投标人须对《采购内容及要求》中的“▲”条款技术参数，进行逐条响应并提供相关证明材料，如有不符合任意一条技术参数要求的，评审委员会（询价小组）将对其做否决投标，不进入后续评审。

第四部分 合同主要条款

说明：如甲、乙双方同意，合同格式也可以按照其他形式。但合同条款的基本内容应与《中标合同》要求的内容相一致。

杭州解百集团股份有限公司（采购项目名称、编号）进行国内询价标，经评标委员会决标（中标人）为（项目名称）中标人。甲、乙双方同意按照以下条款和条件，签署本合同。

1、合同文件

合同的组成部分及其解释顺序：

- （1）本合同的补充条款（如有）；
- （2）本合同；
- （3）中标通知书；
- （4）投标文件；
- （5）承诺书（含询标记录和优惠条件，如有）；
- （6）采购文件的补充文件、答疑文件（如有）；
- （7）采购文件；

2、合同范围和条件

本合同的范围和条件应与上述规定的合同文件内容一致。

3、合同货物

本合同提供的家具及配套其他材料设备。

4、合同总价

本合同总价为 人民币。

5、付款方式

本合同的付款方式在采购文件合同主要条款中已规定。

6、交货时间及交货地点

本合同的交货时间及交货地点在合同主要条款中已规定。

7、合同的生效

本合同经双方授权代表签署，收到乙方履约保证金，甲乙双方加盖印章后生效。

甲方：（印章）

全权代表：（签字或盖章）

地址：

邮政编码：

电话：

传真：

开户银行：

帐号：

乙方：（印章）

全权代表：（签字或盖章）

地址：

邮政编码：

电话：

传真：

开户银行：

帐号：

合同主要条款

(本合同为合同参考稿,最终以甲乙双方协商签订的合同条款为准)

招标人(招标人):

乙方(中标人):

合同签约地:

招标人通过 公开招标 方式于_____年____月____日向乙方发出中标通知书,确定乙方为杭州解百集团股份有限公司 线上小程序运营综合服务平台项目(招标编号:ZJCT8-JB202401(重招)) 中标人,招标确定的服务期为_____。

依照《中华人民共和国民法典》及相关法律法规的规定,甲乙双方遵循平等、自愿、公平和诚实信用的基础上,经协商一致,达成以下条款:

一、定义

1、“合同”系指甲乙双方签署的、约定双方权利义务的文件和文件所提到的构成合同的所有文件。

2、“合同价款”系指根据合同规定乙方在正确地完全履行合同义务后招标人应支付给乙方的价款。

3、“资料”指乙方在合同项下,向招标人提供的所有印刷或打印的文件,通过任何方式(包括声像或文本)和任何媒介向招标人提供的各种指令性和信息性的帮助,但不包括口头指导。

4、“知识产权”指本合同涉及的任何及所有的著作权、商标权、专利权和其它智力成果的和专有的权利和利益。

5、“招标人技术部门”是指代表招标人行使或履行合同中约定招标人技术部分权利义务的招标人内部职能部门。

7、除有特别说明外，“天”、“日”均指日历日。“元”，指中国法定货币人民币元。

二、服务内容与期限

1. 本项目主要建设内容主要包括：销售渠道、系统对接、商城功能（包含联营百货及租赁项目）、营销玩法、客户管理、数据分析和 service 要求。

2. 乙方提供服务的时间为：

三、服务交付成果

本项目具体里程碑设置及交付成果等内容要求如下：

- (1) 系统开发测试完成后，须配合招标人完成开发验收及系统上线部署；
- (2) 系统上线后启动试运行；
- (3) 试运行结束后，中标方配合招标人完成整体验收；

投标方需要在投标文件中提出项目实施计划的草案，内容包括：投标方必须给出切实可行的项目实施时间进度表；所有可交付的开发成果、服务及交付时间和方式。

四、招标人的权利与义务

- 1、招标人应当为乙方工作提供良好的外部条件，并按照合同约定支付款项。
- 2、招标人应当按双方约定的内容和时间，向乙方提供与项目有关的资料。
- 3、招标人应授权一名熟悉本项目情况的项目代表，负责与乙方联系。更换代

表，要提前通知乙方。

4、招标人对乙方提供的服务方案具有审定权、修改权，并有权在不超过本协议约定服务内容的前提下要求乙方按招标人要求修改服务方案及内容。

5、招标人有权随时对乙方服务情况进行监督、检查。

五、乙方的权利与义务

1、乙方应指派一名授权项目代表【 】，负责与招标人的联络。更换代表应至少提前两天书面通知招标人。

2、乙方向招标人委派项目组人员为：【 】，项目组人员应当固定，乙方保证项目组人员具备完成此次服务的相关资质、经验、技术等条件，乙方更换人员必须经招标人书面同意，否则招标人有权解除合同。

3、乙方按招标人要求为其提供软件开发及相关服务，招标人有合理理由认为乙方提供人员不符合本协议项目所需的资质或技能时，乙方应在招标人通知乙方之日起_3_个工作日内重新按招标人要求提供符合项目条件的人员。乙方人员接受招标人项目负责人的管理和考核。

4、乙方在履行本合同义务的期间，应运用合理的技能，认真、勤奋地工作，按照合同约定的内容及时间完成服务。

5、未征得招标人项目负责人书面同意，乙方保证其外协人员不得擅自离职(指脱离招标人项目组)。如果未征得招标人项目负责人书面同意而擅自离职，招标人有权拒付本协议下所有人力外包技术服务费。

6、乙方外协人员如果要求离职（指脱离招标人项目组），乙方必须提前7个工作日内向招标人提出请求并征得招标人书面同意，并按招标人要求完成工作移交。乙方应在相关人员离职日起_3_个工作日内重新按招标人要求提供符合项目条

件的人员。

7、本协议系乙方为招标人提供人员外协服务而签订的协议，招标人与乙方外协人员间不构成劳动合同、劳务派遣法律关系，乙方自行负责办理派出人员的社保及相关手续并交纳相关费用，与招标人无涉。若乙方与乙方外协人员之间发生任何劳动争议纠纷，均由乙方负责解决，若给招标人造成损失的，招标人有权向乙方追偿。

8、乙方负责服务期间的安全工作，如因乙方原因导致人身、财产损害或消防事故等，乙方应承担全部责任。

9、乙方在工作准备及实施过程中，应接受招标人任何形式的了解、询问、检查，及时与招标人沟通工作完成情况。

10、乙方人员在招标人场地工作时，应遵守招标人相关规章、制度。

11、其它：（注：按双方协商内容在合同签署过程中补充填写。）

六、禁止事项

1、乙方不得以任何理由向招标人工作人员支付小费或赠送实物，违者将终止合同。乙方人员也不不得以任何形式向招标人及相关人员索取小费或钱物等。

2、不得在工作区域从事非法活动，也不得从事有损招标人利益的活动，同时不允许在工作区域对招标人经营活动进行滋扰性的行为。

七、验收

项目整体验收合格的条件必须至少满足以下要求：

1. 投标人提出验收申请后，招标人按照合同规定的技术、服务、标准以及中标单位的投标文件、本项目招标文件等要求，组织对投标人履约情况进行验收，并出具验收合格书。

2. 验收标准：中标人已按《招标文件》要求及合同约定的服务内容履行了线上平台代运营服务及线上系统采购项目服务职责。

八、付款时间及方式

1. 线上系统完成后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同总额的 30%；

2. 线上系统正常运行 3 个月后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同总额的 40%；

3. 项目整体验收合格后，在 20 个工作日内招标人向中标人支付合同剩余款项；

九、知识产权及保密

1、乙方保证，其根据本合同提供的产品及服务没有任何权利瑕疵，没有侵犯任何第三方权利，招标人在使用该产品或服务的任何一部分时，免受第三方提出的侵犯其知识产权的起诉。如果任何人招标人使用该产品或服务主张权利，由乙方负责处理一切纠纷及相关事宜。由此给招标人造成的损失，由乙方承担，其承担范围包括但不限于：赔偿费、律师费、仲裁费和与仲裁相关的费用。

2、双方同意保守在缔结和履行合同过程中获知的对方保密信息，除一方履行合同义务的必要或法律、法规规定应披露的之外，不得以任何方式向第三人披露和不正当使用，否则，应当赔偿因泄露保密信息给对方造成的损失。

十、合同的转让、变更及解除

1. 未经招标人事先书面同意，乙方不得将本合同的权利或义务全部或部分转让给第三人。否则，招标人有权解除本合同并追究乙方的违约责任。

2. 双方协商一致，可以变更、解除本合同。任何一方欲变更、解除本合同，

必须提前十五日以书面形式提出，双方协商一致后签署补充协议。

3. 除本合同另有约定外，一方有下列情形之一的，另一方可以解除本合同：

3.1 因不可抗力致使不能实现本合同的目的。

3.2 在履行期限届满之前，一方明确表示或者以自己的行为表明不履行主要义务。

3.3 一方迟延履行主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行。

3.4 一方存在违反合同约定、不达约定标准情况的，且经过限期整改/纠正但仍未达到约定标准。

3.5 一方迟延履行义务或者有其他违约行为致使不能实现合同目的。

3.6 法律规定或本合同约定的其他情形。

十一、违约责任

1. 本合同签订后，任何一方不履行或不完全履行本合同约定条款的，即构成违约。任何一方违约时，守约方有权要求违约方继续履行本合同，同时有权要求违约方支付违约金。

2、乙方的技术服务达不到约定的标准或要求，乙方应按招标人要求进行整改或根据招标人建议更换工作人员，如再次验收仍无法达到招标人标准或要求的，招标人有权单方解除本合同，造成招标人损失的，乙方应予以赔偿。

3、招标人延迟支付服务费用的，每延迟一日，向乙方支付应付金额千分之二的违约金，延迟三十日以上（含本数）未支付服务费用的，乙方有权单方解除本合同，乙方因解除本合同产生的所有损失（包括但不限于工作人员赔偿费用、预期收益损失等）由招标人承担。

4、乙方未在合同签订4个月内完成项目建设，每延迟一日，向乙方支付应付

金额千分之二的违约金，延迟三十日以上（含本数），招标人有权单方解除本合同，招标人因解除本合同产生的所有损失（包括但不限于工作人员赔偿费用、预期收益损失等）由乙方承担。

5、因乙方违约行为给招标人造成损失的，如果违约金不足以弥补招标人经济损失，乙方还应当赔偿招标人其余经济损失，包括直接经济损失及可预见的间接经济损失。间接经济损失包括但不限于：因违约方违约事项致使守约方损失的可期待利益及守约方为此支出的诉讼费、仲裁费、律师费、差旅费、公证费、鉴定费、评估费、保全费、执行费等费用以及其它可预见的间接经济损失。

6、由于不可抗力造成本合同一方不能履行合同，受不可抗力影响的一方不承担违约责任。

7、其他未尽事项由双方协商解决；

8、双方均可由于对方没有履行其在本合同项下的义务而终止本合同，但应提前一个月以书面形式通知对方。

十二、不可抗力

1. 不可抗力是指不能预见、不能避免且不能克服的客观情况，包括但不限于地震、台风、海啸、瘟疫、火灾、洪水、重大疫情、政府行为、战争、恐怖袭击、蓄意破坏等客观情况。鉴于新型冠状病毒疫情在本合同签署时已经存在，并非不能预见事项。除非在本合同履行过程中该疫情影响范围或严重程度进一步扩大，致使本合同无法履行，否则乙方不得援引该疫情作为不可抗力因素。

2. 本合同项下任何一方对于因不可抗力致使本合同不能履行或不能全部履行而给对方造成的任何损失不承担违约责任。

3. 如果发生不可抗力事件，则受影响的一方应采取积极有效的措施以减少因

本合同不能履行或不能全部履行而给对方造成的损失，并应在不可抗力事件发生后三个工作日内通知对方，并在十五日内出具官方证明文件。

4. 不可抗力影响因素消失以后，双方应协商是否继续履行合同。如果不可抗力因素对合同一方的义务产生实质性、无法补救的影响，导致合同已无法履行，双方应通过书面形式终止本合同。

5. 如果因本条所述原因导致本合同被提前终止，则任何一方均无需继续履行其在本合同项下的义务，也无需为此向另一方承担任何责任；但双方应根据诚实信用原则，合理确定本合同终止前招标人基于本合同应当向乙方支付的费用，并进行相应的结算。但一方延迟履行后发生不可抗力的，不能免除该方的责任。

十三、法律适用与争议解决

1. 本合同应适用中国法律并应根据中国法律解释（仅为本合同之目的，不包括香港、澳门、台湾地区）。

2. 因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，双方应当协商解决。经双方协商不能解决的，均提请杭州仲裁委员会，按照其仲裁规则进行仲裁，仲裁语言应当为中文。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

十四、其他

1. 本合同由甲乙双方签字盖章之日起生效。

2. 对本合同的任何修改和补充均应以补充协议的形式作出，由双方签字盖章后生效。本合同的附件、补充协议与本合同具有同等法律效力。

3. 本合同一式【 】份，招标人执【 】份，乙方执【 】份，各份具有同等法律效力。

(以下内容无正文)

招标人（盖章）：

法定代表人或受委托人

（签字或盖章）：

地址：

邮编：

电话：

税号：

开户银行：

账号：

签订日期： 年 月 日

乙方（盖章）：

法定代表人或受委托人

（签字或盖章）：

地址：

邮编：

电话：

税号：

开户银行：

账号：

签订日期： 年 月 日

第五部分 询价响应文件格式

封面格式

询价响应文件

(正本/副本)

项目名称：_____

供应商名称（盖章）：_____

法定代表人或授权委托人（签字）：_____

地址及邮编：_____

日期：_____

“于 年 月 日 时之前（指询价邀请函中规定的开标日期及时间）不准启封”的字样。

目录

1. 法定代表人资格证明书（格式见附件一）；
2. 授权委托书（格式见附件二）；
3. 符合参加采购活动应当具备的一般条件的承诺函（格式见附件三）；
4. 报价及承诺函（格式见附件四）；
5. 供应商营业执照（复印件加盖公章）；
6. 供应商基本情况表（格式见附件五）；
7. 偏离表（格式见附件六）；
8. 供应商认为需要的其他资料

附件一 法定代表人资格证明书

单位名称：_____

地址：_____

姓名：_____ 性别：_____ 年龄：_____ 职务：_____

系_____的法定代表人。为本项目签署报价文件，进行合同谈判、签署合同和处理与之有关的一切事务。

特此证明。

供应商：_____（盖公章）

日期：_____年_____月_____日

附件二 授权委托书

本授权委托书声明：

我_____系_____的法定代表人，现授权委托 _____（姓名）（身份证号：_____）以本公司的名义参加线上小程序运营综合服务平台项目的报价活动。以我单位的名义签署报价文件及其他文件，参加报价以及处理与之有关的其他事务，我及我公司均予以承认。

代理人无转委托权，特此委托。

供应商： _____（盖公章）

法定代表人： _____（签字或盖章）

授权委托书日期： _____年 月 日

附件三 符合参加采购活动应当具备的一般条件的承诺函

杭州解百集团股份有限公司、浙江省成套工程有限公司：

我方参与线上小程序运营综合服务平台项目采购活动，郑重承诺：

- (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) 至报价截止时间前 3 年内，供应商无行贿犯罪记录；
- (6) 至报价截止时间前 3 年内，供应商无失信被执行情况；
- (7) 具有法律、行政法规规定的其他条件。

(8) 未被信用中国(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)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。

供应商名称（盖章）：

日期： 年 月 日

附件四 报价及承诺函

致：杭州解百集团股份有限公司

一、我方已全面阅读和研究贵方的采购要求，同意接受全部内容和条件，并按此确定本项目响应的全部内容。

我方就本项目服务内容，报价如下：

项目名称	线上小程序运营综合服务平台项目
响应报价（元）	小写： 大写：
服务期	
项目负责人	

二、承诺：

（一）如由我方中标，在接到你方发出的成交通知后在规定的时间内，按照约定与你方签定合同，履行规定的一切责任和义务。

（二）我方将按照询价文件及合同约定的所有要求，在合法合规的前提下，提供优质的服务。

（三）我方同意提供本次询价响应相关所有资料的电子件。

三、我方报价组成明细表如下：（详见附表）

供应商（盖公章）：

法定代表人或授权委托人（签字或盖章）：

联系人： 联系地址：

电话：

日期： 年 月 日

附件五 供应商基本情况表

单位名称		电话		主管部门		单位法人		职务	
地址		传真		单位性质		负责人		职务	
单位简 历及机 构				单位 优势 及特 长					
单位概 况	职工总数	共 人， 其中技术人员 人		上一 年主 要经 济指 标	年营业收入				
	资质情况				资产总额				
	信用情况								
	荣誉情况								
	体系认证								
	开户银行								
	账号								
	营业执照经 营范围								
其他说明									

供应商（盖公章）：

法定代表人或授权委托人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

附件六 偏离表

项目名称：

序号	采购要求	响应内容	说明（正偏离/负偏离）

填表说明：对采购文件有任何偏离（包括正偏离及负偏离）均应汇总并填写在此表中。

供应商（盖公章）：

法定代表人或授权委托人（签字或盖章）：

日期： 年 月 日

说明：

- 1、如供应商提交的响应文件响应条款与询价文件的要求存在负偏离（即：不符点），需逐项填写《偏离表》。完全满足采购文件要求的供应商只需填写“完全满足询价文件的全部要求”。
- 2、若供应商以未在偏离表中列出的负偏离为由，不按询价文件要求签约，询价单位有权取消该供应商的成交资格并按有关规定重新确定成交人或另行采购。
- 3、供应商可调整、修改上述表格。