

个人综合积分权益平台采购项目（第二次）

项目编号：CGPT-XM-JZXCS-FW-202607-0021

磋商文件

采 购 人：乐山市商业银行股份有限公司

代理机构：四川裕华质信工程管理有限公司

（共同编制）

二〇二六年七月

目 录

第一章 磋商邀请	2
第二章 磋商须知	7
第三章 供应商资格、资质性要求及相关证明材料	30
第四章 供应商符合性要求及通过标准	31
第五章 采购项目技术、服务、采购合同内容条款及其他商务要求	33
第六章 采购项目实质性要求	58
第七章 磋商内容、磋商过程中可实质性变动的内容	59
第八章 响应文件格式	60
第九章 评审方法	81
第十章 采购合同（样稿）	102
第十一章 投标人特别须知	105

第一章 磋商邀请

四川裕华质信工程管理有限公司（代理机构）受乐山市商业银行股份有限公司（采购人）委托，拟对个人综合积分权益平台采购项目（第二次）采用竞争性磋商方式进行采购，特邀请符合本次采购要求的供应商参加本项目的竞争性磋商。

一、项目名称：个人综合积分权益平台采购项目（第二次）。

二、资金情况：

资金来源：自有资金。

采购预算（最高限价）：110 万元。

三、采购包数：共 1 包。

四、采购项目简介：

本项目为个人综合积分权益平台采购项目（第二次）；具体内容详见磋商文件第五章。

五、供应商参加本次采购活动应具备下列条件

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售后保障等能力
4. 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
5. 参加采购、招投标等活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录和行贿记录；
6. 未被列入采购平台诚信评价体系或黑名单；
7. 法律、行政法规规定的其他条件；
8. 未被列入采购人不良行为记录名单；
- 9、本项目的特定资格要求：无。

10、本次采购不接受联合体参加。

六、报名方式、时间、地点：

(一) 报名方式：注册并登录乐山市国有企业阳光采购服务平台 (<http://www.lsgzygcg.com/#/>) - 供应商投标系统报名并获取 zbid 招标源文件。

注：供应商报名前可在采购公告页面免费查看该项目采购文件。

(二) 报名费用：800 元（包含平台技术服务费 500 元，文件费 300 元）。

(三) 报名时间：公告发布之日起至 2026 年 7 月 29 日（不低于 5 个工作日）每天 00:00:00 至 23:59:59（北京时间，法定节假日除外）。

七、响应文件提交截止时间及磋商时间、地点、方式

(一) 响应文件递交截止时间：2026 年 8 月 4 日 9：20（北京时间）。

(二) 响应文件提交方式、地点：供应商应当在响应文件提交截止时间前，通过登录乐山市国有企业阳光采购服务平台-供应商投标系统提交响应文件。成功提交的，供应商将收到已提交响应文件的回执函。

(三) 磋商时间：2026 年 8 月 4 日 9：20（北京时间）。

(四) 开标方式：本项目采取网上开标，即采购人或代理机构通过乐山市国有企业阳光采购服务平台-开标大厅组织在线开标。

八、本次竞争性磋商邀请供应商的方式：

在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》以公告形式发布。

九、联系方式

采购人：乐山市商业银行股份有限公司

通讯地址：乐山市市中区春华路南段 439 号

联系人：刘老师

联系电话：0833-2441070

采购代理机构：四川裕华质信工程管理有限公司

通讯地址：四川省成都市金牛区一环路北二段3号

联系人：赖星 联系电话：18740891286

十、电子化采购相关事项

本项目实行电子化采购，使用的电子化交易系统为采购平台，登录方式及地址：采购平台（<http://www.lsgzygcg.com/#/>）首页统一登录入口，进入投标系统。供应商应当按照以下要求，参与本次电子化采购活动。

（一）供应商应当自行在采购平台-下载专区-供应商操作手册查看相应的系统操作指南，并严格按照操作手册要求进行系统操作。在登录、使用采购平台前，应当按照要求完成供应商注册并完善信息，加入采购平台供应商库。

（二）供应商应当使用纳入全国公共资源交易平台（四川省）数字证书互认范围的数字证书及签章（以下简称“互认的证书及签章”）进行系统操作。供应商使用互认的证书及签章登录采购平台进行的一切操作和资料传递以及加盖电子签章确认采购过程中制作、交换的电子数据，均属于供应商真实意思表示，由供应商对其系统操作行为和电子签章确认的事项承担法律责任。

已办理互认的证书及签章的供应商，校验互认的证书及签章有效性后，即可按照系统操作要求进行身份信息绑定、权限设置和系统操作；互认的证书及签章的办理与校验，可查看采购平台-下载专区-供应商操作手册。

未办理互认的证书及签章的供应商，按要求办理互认的证书及签章并校验有效性后，按照系统操作要求进行身份信息绑定、权限设置和系统操作。

CA 数字证书及电子签章办理方式：

1、线下办理：乐山市公共资源交易中心四楼大厅，咨询电话 0833-2112056；

2、线上办理：登录采购平台→注册及 CA 管理，提交线上 CA 申请；

3、网点咨询：可拨打全国热线 028-85570890、028-85569858 查询当地办理网点。

供应商应当加强互认的证书及签章日常校验和妥善保管，确保在参加采购活动期间互认的证书及签章能够正常使用；供应商应当严格互认的证书及签章的内部授权管理，防止非授权操作。

（三）供应商须自行完成投标终端环境配置，保障电子化投标顺利开展。所有参与本平台投标的单位，为正常编制、生成、上传 tbid 格式电子投标文件，完成电子签章、线上投标及开评标全流程操作，须提前登录乐山国企阳光采购平台首页，在下载专区驱动下载栏目，**安装两款必备程序：四川省 CA 互联互通驱动 4.0、乐山阳光采购 V1.0**。未按要求安装对应驱动及客户端的，将无法开展电子化投标相关操作，直接影响项目投标。各供应商须提前完成设备调试、环境配置，预留充足时间排查系统问题，杜绝因软硬件未配置到位导致投标失败、文件无效等情况发生，相关风险及后果由供应商自行承担。

（四）供应商应当自行准备电子化采购所需的计算机终端、配套软硬件及稳定网络环境，所有因自身设备、软件、网络准备不足引发的不利后果，均由供应商自行承担。

十一、开评标阶段供应商操作参考示意图：

第一步：登录采购平台后，点击“投标系统”；



第二步：点击“我参与的项目”，进入对应项目；



第三步：点击“开评标阶段”，方可查看<评审澄清><信息告知><在线谈判><多轮报价>。



第二章 磋商须知

一、供应商须知附表

序号	应知事项	说明和要求
1	采购预算 (实质性要求)	采购预算： 110万元 。 注：超过采购预算的报价无效。
2	最高限价 (实质性要求)	最高限价： 110万元 。 注：超过最高限价的报价无效。
3	低于成本价 不正当竞争预防措施 (实质性要求)	1. 在评审过程中，评审委员会认为供应商投标报价明显低于其他通过符合性审查供应商的投标报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，评审委员会应当要求其在合理时间内通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》进行书面说明，必要时提交相关证明材料。书面说明应当按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就供应商提供的货物、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。供应商书面说明应当签字确认或者加盖公章，否则无效。 2. 供应商提供书面说明后，评审委员会应当结合采购项目采购需求、专业实际情况、供应商财务状况报告、与其他供应商比较情况等就供应商书面说明进行审查评价。供应商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，评审委员会应当将其响应文件作为无效投标处理。 3. 供应商参加采购活动，磋商文件要求供应商提供产品宣传资料以佐证其投标产品技术参数的，供应商应对其提供的产品宣传资料的真实性负责，不得在响应文件中提供虚假产品宣传资料。经过调查核实或者检测检验，供应商投标产品的实际技术参数与其响应文件中提供的投标产品的宣传资料标注的技术参数不一致的，按照提供虚假材料谋取中标进行处罚。 4. 供应商在参加采购活动中，不得编造、传播虚假信息或者误导性信息，损害其他供应商的商业信誉、商品声誉。有上述行为的，按照采取不正当手段诋毁其他供应商进行处罚。 5. 在确定成交供应商过程中，采购人通过调查核实供应商确实无偿

		或低于成本价报价，可能导致无法按照采购法律制度规定和采购合同约定履约的，可以不确定该供应商作为成交供应商。 特别提醒：请供应商认真阅读上述内容，如认为自己的报价可能大幅度低于其他有效报价的，请按要求提前准备相关证明材料，以备评审所需。
4	失信供应商管理 (实质性要求)	(一) 重大失信行为 供应商通过“信用中国”(www.creditchina.gov.cn)网站自行查询以采购文件公告之日前的信用记录，并在响应文件中如实承诺。对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合本项目规定条件的供应商，拒绝其参与采购活动。 (二) 其他失信行为 对未列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、采购严重违法失信行为记录名单的供应商存在其他失信行为的，参加本次采购活动的，评审时采用报价加成进行惩戒。 报价加成：对记入诚信档案的且在有效期内的失信供应商，在参加采购活动中实行10%的报价加成、以加成后报价作为该供应商报价进行评审。供应商失信行为惩戒实行无限制累加制，因其失信行为进行报价加成惩戒后报价超过采购预算的，其响应文件按无效处理。 注：供应商应当就自己的诚信情况在响应文件的资格性部分进行承诺，否则，作无效投标处理。
5	成交公告	成交公告将在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》采购结果公告栏中予以公告，公告期限为1个工作日。
6	投标保证金	一、保证金的收取 (一) 实质性要求 1、交纳金额：22000 元。 2、供应商须在 2026 年 8 月 3 日 16 时 00 分（北京时间，以到账时间为准）前通过网银对公转账的方式交纳投标保证金。 3、账户信息：在项目投标保证金交纳页面自动生成。 4、供应商转账时须在备注栏中录入缴费信息页面自动生成的交易单号，交易单号未填、漏填、错填的系统将无法匹配项目，导致投标保证金交纳失败。开标后，供应商因出现上述问题导致投标保证金未正常交纳的，投标无效，由此产生的经济和法律费用由供应商自行承担。

		注： 1、投标保证金交纳操作说明详见：https://www.lsgzygcg.com/#/details.html?businessId=fb625cc3-f624-40f6-a480-5814567129ab&activeId=6 2、投标保证金不换取收据。投标保证金是否交纳，以开标时在乐山国企阳光采购平台开标记录表中提供的投标保证金交纳截止时间前到账名单为准。 二、保证金的退还 未成交供应商：项目采购结束后，招标代理机构通过乐山国企阳光采购平台原路退还未成交供应商投标保证金。 成交供应商：采购合同在乐山国企阳光采购平台备案后，招标代理机构通过乐山国企阳光采购平台原路退还成交供应商投标保证金。 投标保证金的退还流程详见：https://www.lsgzygcg.com/#/details.html?businessId=b4b2380c-a51f-4591-95c2-aa59a86fbf82&activeId=2
7	履约保证金	交纳金额：中标金额的 10%。 交款时间：成交通知书发放后，采购合同签订前。 交款方式：网银转账形式(注意:请不要选择实时转账) 收款单位：乐山市商业银行股份有限公司 开户行：乐山市商业银行 开户行号：313665092924 银行账号：000001012341610000350001 户名：乐山市商业银行投标保证金专户。
8	采购活动询问、质疑、投诉及咨询	供应商询问、质疑、投诉应当按照《乐山市市属国有企业阳光采购监督管理办法（试行）》及本项目磋商文件相关规定在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》上提交相关材料。 咨询电话：18740891286。
9	成交通知书领取	成交公告在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》发布后，由成交供应商登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》获取成交通知书。
10	开展行贿犯罪档案查询	一、在本次采购活动中，参加采购活动的供应商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。 二、供应商单位及其现任法定代表人、主要负责人被查实有行贿犯罪记录的，供应商响应文件应当认定为无效；成交后未签订采购合同

		的，应当认定成交无效；成交后签订采购合同未履行的，应当认定成交无效，同时撤销采购合同；成交后签订采购合同且已经履行的，应当认定采购活动违法，由相关当事人承担赔偿责任。																																											
11	重大违法记录中的较大数额罚款的具体金额标准	本项目确定供应商重大违法记录中较大数额罚款的金额标准是指：若采购项目所属行业行政主管部门对较大数额罚款金额标准有明文规定的，以所属行业行政主管部门规定的较大数额罚款金额标准；若采购项目所属行业行政主管部门对较大数额罚款金额标准未明文规定的，以四川省人民政府规定的行政处罚罚款听证标准金额为准。																																											
12	采购代理服务费	1、本项目的采购代理服务费，具体为：按照《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980号）标准的7.9折计取。 <table><tr><th rowspan="2">中标金额（万元）</th><th colspan="3">标准计费</th><th rowspan="2">代理费限额</th></tr><tr><th>货物招标</th><th>服务招标</th><th>工程招标</th></tr><tr><td>100以下</td><td>1.50%</td><td>1.50%</td><td>1.00%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>100—500</td><td>1.10%</td><td>0.80%</td><td>0.70%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>500—1000</td><td>0.80%</td><td>0.45%</td><td>0.55%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>1000—5000</td><td>0.50%</td><td>0.25%</td><td>0.35%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>5000—10000</td><td>0.25%</td><td>0.10%</td><td>0.20%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>10000——100000</td><td>0.05%</td><td>0.05%</td><td>0.05%</td><td>标准计费*0.79</td></tr><tr><td>1000000以上</td><td>0.01%</td><td>0.01%</td><td>0.01%</td><td>标准计费*0.79</td></tr></table> 注： 招标代理服务收费按差额定率累进法计算。例如：某工程招标代理业务中标金额为6000万元，计算招标代理服务费用如下： 100万元×1.0%=1万元 (500-100)万元×0.7%=2.8万元 (1000-500)万元×0.55%=2.75万元 (5000-1000)万元×0.35%=14万元 (6000-5000)万元×0.2%=2万元 合计收费=1+2.8+2.75+14+2=22.55(万元) 2、成交供应商须在结果公告发布后一次性支付采购代理服务费（成交金额不含招标代理服务费），成交供应商登陆《乐山市国有企业阳光采购服务平台》获取成交通知书。 3、账户信息：登录→投标系统→中标(招标结果)通知书→查看→支付信息。 4、中标人在对公转账交纳时，务必在备注栏准确填写支付信息中自动生成的交易编码。交易编码若出现未填、漏填或错填情况，系统将无法匹配对应项目，造成交费失败。缴费完成后，中标人可通过交费信息页面的“缴纳流水”栏目，查询确认交费是否成功。交费成功后，方可查看中标通知书。 特别事项说明：本项目招标代理服务费由乐山国联企业服务有限公司代收，代理机构与乐山国联企业服务有限公司已签订《项目资	中标金额（万元）	标准计费			代理费限额	货物招标	服务招标	工程招标	100以下	1.50%	1.50%	1.00%	标准计费*0.79	100—500	1.10%	0.80%	0.70%	标准计费*0.79	500—1000	0.80%	0.45%	0.55%	标准计费*0.79	1000—5000	0.50%	0.25%	0.35%	标准计费*0.79	5000—10000	0.25%	0.10%	0.20%	标准计费*0.79	10000——100000	0.05%	0.05%	0.05%	标准计费*0.79	1000000以上	0.01%	0.01%	0.01%	标准计费*0.79
中标金额（万元）	标准计费			代理费限额																																									
	货物招标	服务招标	工程招标																																										
100以下	1.50%	1.50%	1.00%	标准计费*0.79																																									
100—500	1.10%	0.80%	0.70%	标准计费*0.79																																									
500—1000	0.80%	0.45%	0.55%	标准计费*0.79																																									
1000—5000	0.50%	0.25%	0.35%	标准计费*0.79																																									
5000—10000	0.25%	0.10%	0.20%	标准计费*0.79																																									
10000——100000	0.05%	0.05%	0.05%	标准计费*0.79																																									
1000000以上	0.01%	0.01%	0.01%	标准计费*0.79																																									

		金代收代退委托书》，乐山国联企业服务有限责任公司将根据代理机构的请款要求进行划转，发票由招标代理公司出具。
13	关于本磋商文件说明（实质性要求）	本磋商文件如果出现同一问题表述不一致且无澄清或更正公告的以有利于供应商的原则确定。

二、总 则

1. 适用范围

1.1 本磋商文件仅适用于本次竞争性磋商采购项目。

1.2 本磋商文件的解释权归采购人和采购代理机构所有。

1.3 本项目根据《乐山市市属国有企业阳光采购监督管理办法（试行）》的规定实施。

2. 有关定义

2.1 “采购人”是指依法进行采购的市属企业及其各级全资、控股子企业或其委托的代理机构。本次采购的采购人是乐山市商业银行股份有限公司。

2.2 “供应商”是指具备相应生产、销售等资质，能够提供市属企业生产经营管理所需的物资、工程建设项目、社会服务的企业法人或其他经济组织。

2.3 “网上开标”是指代理机构通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》在线完成签到、在线响应文件解密等活动、开标、唱标和记录等活动。

2.4 “电子评标”是指通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》在线完成评标委员会组建，开展资格和符合性审查、比较与评价、出具评标报告、推荐中标候选人等活动。

3. 合格供应商（实质性要求）

合格供应商应具备以下条件：

- 3.1 具备法律法规和本磋商文件规定的资格条件；
- 3.2 不属于禁止参加本项目采购活动的供应商；
- 3.3 按照规定获取了磋商文件，属于实质性参加采购活动的供应商。

4. 磋商费用

供应商应自行承担参加磋商活动的全部费用。

5. 充分、公平竞争保障措施（实质性要求）

5.1 利害关系供应商处理。单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商不得参加同一合同项下的采购活动。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、管理关系的不同供应商可以参加资格预审，但只能由供应商确定其中一家符合条件的供应商参加后续的采购活动，否则，其响应文件作为无效处理。

5.2 利害关系授权代表处理。两家以上的供应商不得在同一合同项下的采购项目中，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授权代表，否则，其响应文件作为无效处理。

5.3 前期参与供应商处理。为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。供应商为采购人、采购代理机构在确定采购需求、编制磋商文件过程中提供咨询论证，其提供的咨询论证意见成为磋商文件中规定的供应商资格条件、技术服务商务要求、评标因素和标准、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。

5.4 提供相同品牌产品处理。提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同供应商参加同一合同项下采购活动的，按一家供应商计算，评审后得分最高的同品牌供应商获得成交供应商推荐资格；评审得分相同的，

由采购人或者采购人委托评审委员会按照磋商文件规定的方式确定一个供应商获得成交供应商推荐资格，磋商文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌供应商不作为成交候选人。

非单一产品采购项目中，多家供应商提供的部分或所有核心产品品牌相同的，视为提供相同品牌产品。

5.5 供应商实际控制人或者中高级管理人员，同时是采购代理机构工作人员，不得参与本项目采购活动。

5.6 同一母公司的两家以上的子公司只能组成联合体参加本项目同一合同项下的采购活动，不得以不同供应商身份同时参加本项目同一合同项下的采购活动。

5.7 供应商与采购代理机构存在关联关系，或者是采购代理机构的母公司或子公司，不得参加本项目采购活动。

5.8 回避。采购活动中，采购人员及相关人员与供应商有下列利害关系之一的，应当回避：

- (1) 参加采购活动前 3 年内与供应商存在劳动关系；
- (2) 参加采购活动前 3 年内担任供应商的董事、监事；
- (3) 参加采购活动前 3 年内是供应商的控股股东或者实际控制人；
- (4) 与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
- (5) 与供应商有其他可能影响采购活动公平、公正进行的关系。

本项目采购活动中需要依法回避的采购人员是指采购人内部负责采购项目的具体经办工作人员和直接分管采购项目的负责人，以及采购代理机构负责采购项目的具体经办工作人员和直接分管采购活动的负责人。本项目采购活动中需要依法回避的相关人员是指评审委员会成员。

供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的,可以向采购代理机构书面提出回避申请,并说明理由。采购代理机构将及时询问被申请回避人员,有利害关系的被申请回避人员应当回避。

三、磋商文件

6. 磋商文件的构成（实质性要求）

6.1 磋商文件是供应商准备响应文件和参加磋商的依据,同时也是磋商的重要依据。磋商文件用以阐明磋商项目所需的资质、产品要求、技术、服务及报价等要求、磋商程序、有关规定和注意事项以及合同主要条款等。

6.2 供应商收到磋商文件时,应检查页数和附件数量。供应商发现任何页数或附件数量的遗缺,任何数字或词汇模糊不清,任何词义含混不清,应告之采购代理机构补全或澄清。如果供应商不按上述提出要求而造成不良后果,采购代理机构不承担责任。

7. 磋商文件的澄清和修改

7.1 在递交响应文件截止时间前,采购人、采购代理机构可以对磋商文件进行澄清或者修改。

7.2 采购人或者采购代理机构对已发出的磋商文件进行澄清或者修改,须在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》上发布更正公告,该澄清或者修改的内容为磋商文件的组成部分;澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的,采购人或者采购代理机构应当在提交首次响应文件截止时间至少5日前通知所有获取磋商文件的潜在供应商,不足上述时间的,应当顺延提交响应文件的截止时间。

7.3 供应商应于响应文件递交截止时间之前在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》查询本项目的更正公告,并下载更正后的磋商文件,供应商

应依据更正后的磋商文件编制响应文件。若供应商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，其责任由供应商自行承担。

7.4 供应商认为采购代理机构需要对磋商文件进行澄清或者修改的，可以在提交首次响应文件截止之日前向采购代理机构提出申请，由采购代理机构决定是否采纳供应商的申请事项。

8. 答疑会和现场考察

本项目不组织现场考察或者召开答疑会。

四、响应文件

9. 响应文件的组成

9.1 供应商应按照磋商文件的规定和要求编制响应文件。

9.2 供应商编写的响应文件应包括的内容见本文件第八章，对于没有格式要求的部分由供应商自行编写。

10. 响应文件的语言（实质性要求）

10.1 供应商提交的响应文件以及供应商与招标采购单位就有关投标响应的所有来往书面文件均须使用中文。响应文件中如附有外文资料，供应商须自行对照翻译成中文并加盖供应商公章后附在相关外文资料后面，否则，所提供的外文资料将可能被视为无效材料。（说明：供应商的法定代表人为外籍人士的，法定代表人的签字和护照除外。）

10.2 翻译的中文资料与外文资料如果出现差异和矛盾，以中文为准。涉嫌虚假响应的按照相关法律法规处理。

10.3 响应文件中供应商针对综合评分明细表所提供的佐证材料不作为本项实质性要求的审查内容。

10.4 评分表中供应商提供的佐证材料涉及外文的，需提供原版证书复印件，并公证翻译为中文，未公证翻译的视为无效材料，作不得分处理。

11. 计量单位（实质性要求）

除磋商文件中另有规定外，本次采购项目所有合同项下的报价均采用国家法定的计量单位。

12. 报价货币（实质性要求）

本次磋商项目的报价货币为人民币，报价以磋商文件规定为准。

13. 联合体竞争性磋商（实质性要求）

本项目不接受联合体参与采购活动。

14. 知识产权（实质性要求）

14.1 供应商应保证在本项目中使用的任何产品和服务(包括部分使用)，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，由供应商承担所有相关责任。

14.2 除非磋商文件特别规定，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。

14.3 供应商将在采购项目实施过程中采用自有或者第三方知识成果的，应当在响应文件中载明，并提供相关知识产权证明文件。使用该知识成果后，供应商需提供开发接口和开发手册等技术资料，并承诺提供无限期支持，采购人享有使用权（含采购人委托第三方在该项目后续开发的使用权）。

14.4 如采用供应商所不拥有的知识产权，则在报价中必须包括合法获取该知识产权的相关费用。

14.5 供应商应对本条款作全面承诺，否则作无效响应处理。

15. 响应文件格式

15.1 供应商应执行磋商文件第八章的规定要求。

15.2 对于没有格式要求的磋商文件由供应商自行编写。

16. 投标保证金（实质性要求）

16.1 本项目收取投标保证金。

16.2 供应商必须以人民币为计量单位提交磋商文件规定数额的投标保证金，并作为其报价的一部分。

16.3 保证金交款方式：详见供应商须知前附表。

16.4 未按磋商文件要求在规定时间内交纳规定数额投标保证金的响应文件无效。

16.5 供应商所交纳的投标保证金不计利息。

16.6 未成交供应商的投标保证金，将在成交通知书发出后五个工作日内原账户全额退还。成交供应商的投标保证金，在合同签订生效并在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》备案后五个工作日内原账户全额退还。（注：①因供应商自身原因造成的保证金延迟退还，采购代理机构不承担相应责任；②供应商因涉嫌违法违规，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期限内。）

16.7 发生下列情形之一的，采购代理机构将不予退还投标保证金：

（一）在磋商文件规定的递交响应文件截止时间后撤回响应文件的；

（二）在采购人确定成交供应商之前放弃成交候选资格的；

（三）成交后放弃、不领取或者不接收成交通知书的；

（四）由于成交供应商的原因未能按照磋商文件的规定与采购人签订合同

的；

（五）由于成交供应商的原因未能按照磋商文件的规定交纳履约保证金的；

（六）供应商在采购活动中提供虚假材料的；

（七）报价有效期内，供应商在采购活动中有违法、违规、违纪行为。

17. 响应文件有效期（实质性要求）

17.1 本项目磋商有效期为递交磋商响应文件截止之日起 **60** 天。供应商在响应文件中必须载明磋商有效期，响应文件中载明的磋商有效期不得短于磋商文件规定的期限。否则，其响应文件将作为无效处理。

17.2 因不可抗力事件或者采购需求作出必要调整，采购人可于磋商有效期届满之前与供应商协商延长磋商有效期。供应商拒绝延长磋商有效期的，不得再参与该项目后续采购活动，但由此给供应商造成的损失，采购人应当予以赔偿或者合理补偿。供应商同意延长磋商有效期的，不能修改响应文件。

18. 响应文件的制作、签章和加密（实质性要求）

18.1 响应文件须根据磋商文件进行编制，供应商通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》-在线编制子系统，使用该系统编制响应文件。

注：在线编辑投标文件步骤详见：<https://www.lsgzygcg.com/#/details.html?businessId=f5554e66-e66a-4306-a9f4-3c8e2ba07916&activeId=6>

18.2 供应商应按照该系统操作要求，对应磋商文件的每项实质性要求，逐一如实响应；未如实响应或者响应内容不符合磋商文件对应项的要求的，其响应文件作无效处理。

18.3 供应商完成响应文件编制后，使用互认的证书及签章对响应文件

进行电子签章和加密。

18.4 磋商文件澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，代理机构将重新发布澄清或者修改后的磋商文件，供应商应重新获取澄清或者修改后的磋商文件，按照澄清或者修改后的磋商文件进行响应文件编制、签章和加密。

19. 响应文件的递交

19.1 供应商应当在响应文件提交截止时间前，通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》完成响应文件加密提交。

19.2 在响应文件提交截止时间后，系统不再接受供应商提交响应文件。供应商应充分考虑影响响应文件提交的各种因素，确保在响应文件提交截止时间前完成系统提交。

20. 响应文件的补充、修改、撤回（实质性要求）

20.1 响应文件提交截止时间前，供应商可以补充、修改或者撤回已成功提交的响应文件；对响应文件进行补充、修改的，应当先行撤回已提交的响应文件，补充、修改后重新提交。

20.2 供应商的响应文件撤回后，视为未提交过响应文件。

20.3 供应商不得在递交截止时间起至响应文件有效期期满前撤销其响应文件，否则其投标保证金将按相关规定被没收。

20.4 响应文件中报价如果出现下列不一致的，可按以下原则进行修改：

（一）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准，但大写金额文字存在错误的，应当先对大写金额的文字错误进行澄清、说明或者更正，再行修正。

（二）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，但单价或者单价汇总金额存在数字或者文字错误的，应当先对数字或者文字

错误进行澄清、说明或者更正，再行修正。

（三）单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，修正单价。

同时出现两种以上不一致的，按照上述规定的顺序修正。修正后的报价经供应商确认后产生约束力，供应商不确认的，其响应文件作为无效处理。供应商确认采取书面且加盖单位公章或者供应商授权代表签字的方式。

20.5 供应商对其提交的响应文件的真实性、合法性承担法律责任。

五、开启、资格审查、磋商和确定成交供应商

21. 开启

21.1 本项目为网上开标项目，开始时间为响应文件提交截止时间。成功提交或解密电子响应文件的供应商不足 3 家的，不予开标，采购人或代理机构将作流标处理。

21.2 开标前准备工作：响应文件开启时间前，供应商登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》-开标大厅，等待开标。

注：响应文件提交截止时间前 30 分钟，供应商登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》-开标大厅参与开标。

21.3 解密响应文件（实质性要求）

①授权解密的：响应文件提交截止时间后，成功提交响应文件的供应商符合磋商文件规定数量的，代理机构将启动响应文件自动解密程序。

②未授权解密的：响应文件提交截止时间后，成功提交响应文件的供应商符合磋商文件规定数量的，代理机构将启动响应文件解密程序，解密时间为 30 分钟；供应商应在规定的解密时间内，使用互认的证书及签章通过登

录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》-开标大厅进行响应文件解密。供应商未在规定的解密时间内完成解密的，按无效响应处理。

21.4 开标

解密时间截止或者所有供应商响应文件均完成解密后（以发生在先的时间为准），由代理机构通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》-开标大厅对供应商名称、响应文件解密情况进行展示。

开标过程中，各方主体均应遵守互联网有关规定，不得发表与采购活动无关的言论。供应商对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人或代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，及时向工作人员提出询问或者回避申请。采购人或代理机构对供应商提出的询问或者回避申请应当及时处理。

供应商完成响应文件解密后，自主决定是否参加网上在线开标，未参加的，视同认可开标结果。

22. 磋商程序

22.1 评审委员会对递交响应文件的供应商按照磋商文件的资格性要求进行资格审查。

22.2 评审委员会对通过资格审查的供应的技术响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查。

22.3 评审委员会按照磋商文件的规定分别与通过资格审查的供应商在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》进行逐一磋商，供应商须在规定时间内进入投标系统完成磋商。

22.4 经磋商确定最终采购需求后，评审委员会在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》发起多轮报价，供应商须在规定时间内进入投标系统完成多轮报价。

注：

①评审委员会在评标系统中发起多轮报价，供应商应随时关注《乐山市国有企业阳光采购服务平台》信息提醒，及时登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》投标系统进行报价。

【报价流程：投标系统—多轮报价—先填写本轮报价—上传带有公司公章的报价文件—点击确定—点击提交】。

②供应商未按评审委员会要求在规定时间内提交报价的或上传的报价文件未盖章的，视为无效响应，由供应商自行承担不利后果。

23. 磋商前准备工作、磋商过程存档

对磋商前准备工作、磋商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。

24. 成交通知书

24.1 成交通知书为签订采购合同的依据之一，是合同的有效组成部分。

24.2 成交通知书对采购人和成交供应商均具有法律效力。成交通知书发出后，采购人改变评审结果，或者成交供应商无正当理由放弃成交的，应当承担相应的法律责任。

24.3 成交供应商的响应文件本应作为无效处理或者有采购法律法规规章制度规定的成交无效情形的，采购单位在取得有权主体的认定以后，将宣布发出的成交通知书无效，并收回发出的成交通知书（成交供应商应当缴回），依法重新确定成交供应商或者重新开展采购活动。

24.4 确认成交结果后，代理机构在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》发布成交公告，并通过系统发出成交通知书，成交供应商登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》获取成交通知书。

25. 重新开展采购的情形

出现下列情形之一的，采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因：

- 1、因情况变化，不在符合规定的竞争性磋商采购方式使用情形的；
- 2、出现影响采购公平的违法、违规行为的；
- 3、在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足 3 家的。

六、签订及履行合同和验收

26. 签订合同

26.1 成交供应商应在成交通知书发出之日起三十日内与采购人签订采购合同。由于成交供应商的原因逾期未与采购人签订采购合同的，将视为放弃成交，取消其成交资格并将按相关规定进行处理。

26.2 竞争性磋商文件、成交供应商提交的响应文件、磋商中的最后报价、成交供应商承诺书、成交通知书及双方确认的澄清文件等均称为有法律约束力的合同组成内容。

26.3 采购人不得向成交供应商提出任何不合理的要求，作为签订合同的条件，不得与成交供应商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磋商文件和成交供应商响应文件确定的事项进行修改。

26.4 成交供应商因不可抗力原因不能履行采购合同或放弃成交的，采购人可以与排在成交供应商之后第一位的成交候选人签订采购合同，以此类推。

27. 合同分包（实质性要求）

本采购项目不允许合同分包。

28. 合同转包（实质性要求）

本采购项目严禁成交供应商将任何采购合同转包。本项目所称转包，是指成交供应商将采购合同义务转让给第三人，并退出现有采购合同当事人双方的权利义务关系，受让人（即第三人）成为采购合同的另一方当事人的行为。成交供应商转包的，视同拒绝履行采购合同义务，将依法追究法律责任。

29. 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，可以与成交供应商协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的 10%，该补充合同应当在原采购合同履行过程中，不得在原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采购合同一致。

30. 履约保证金（实质性要求）

30.1 本项目收取，按照投标人须知附表规定执行。

30.2 成交供应商应在采购合同签订之前交纳磋商文件规定数额的履约保证金。

30.3 如果成交供应商在规定的合同签订时间内，没有按照磋商文件的规定交纳履约保证金，且又无正当理由的，将视为放弃成交资格。

31. 履行合同

31.1 成交供应商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。

31.2 在合同履行过程中，如发生合同纠纷，合同双方应按照有关法律法规的规定进行处理。

32. 验收

32.1 符合现行国家、行业标准,符合相关法律法规要求;

32.2 符合本项目磋商文件的要求;

32.3 符合本项目响应文件的承诺;

.....

33. 资金支付

采购人将按照采购合同规定，及时向成交供应商支付采购资金。

七、纪律要求

34. 评审活动纪律要求

(1) 采购人、代理机构应保证评标活动在严格保密的情况下进行，采购人、代理机构、供应商和评审委员会成员应当严格遵守采购法律法规规章制度和本项目磋商文件以及代理机构现场管理规定,接受采购人委派的监督人员的监督，任何单位和个人不得非法干预和影响评审过程和结果。

(2) 对各供应商的商业秘密，评审委员会成员应予以保密，不得泄露给其他供应商。

35. 供应商不得具有的情形

35.1 供应商参加本项目采购活动不得有下列情形：

(1) 提供虚假材料谋取成交；

(2) 采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商；

(3) 与采购人、采购代理机构、或其他供应商恶意串通；

(4) 向采购人、采购代理机构、评审委员会成员行贿或者提供其他不正当利益；

(5) 在采购过程中与采购人、采购代理机构进行协商；

(6) 成交后无正当理由拒不与采购人签订采购合同；

(7) 未按照磋商文件确定的事项签订采购合同；

(8) 将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。

供应商有上述情形的，按照规定追究法律责任，具备（1）-（10）条情形之一的，同时将取消被确认为成交供应商的资格或者认定成交无效。

35.2 供应商有下列情形之一的，视为供应商串通投标，其投标无效：

(1) 不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；

(2) 不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

(3) 不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

(4) 不同供应商的响应文件异常一致或者报价呈规律性差异；

(5) 不同供应商的响应文件相互混装；

(6) 不同供应商的保证金从同一单位或者个人的账户转出；

(7) 不同供应商提交响应文件的公网 IP 地址、硬盘序列号、机器识别码等硬件信息一致。

条款注解：

①公网 IP 地址一致情形

不同供应商公网 IP 地址被平台监测标记一致的，评标委员会须向相关

供应商发起书面澄清，核实 IP 地址相同的合理依据；若供应商无法举证说明合理性，或提交的佐证材料不能排除串通投标嫌疑，将直接认定为串通投标，按无效投标处理。

②硬盘序列号、机器识别码一致情形

不同供应商硬盘序列号一致、机器识别码一致，满足任一情形即直接认定为串通投标，作无效投标处理，无需再进行澄清核实。

35.3 供应商存在下列情况之一的，投标无效：

- (1) 未按照磋商文件的规定提交保证金的；
- (2) 响应文件未按磋商文件要求签署、盖章的；
- (3) 不具备磋商文件中规定的资格要求的；
- (4) 报价超过磋商文件中规定的预算金额或者最高限价的；
- (5) 响应文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- (6) 法律、法规和磋商文件规定的其他无效情形。

36. 采购人员及相关人员回避要求

招标采购活动中，采购人员及相关人员与供应商有下列利害关系之一的，应当回避：

- (1) 参加采购活动前 3 年内与供应商存在劳动关系；
- (2) 参加采购活动前 3 年内担任供应商的董事、监事；
- (3) 参加采购活动前 3 年内是供应商的控股股东或者实际控制人；
- (4) 与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
- (5) 与供应商有其他可能影响招标采购活动公平、公正进行的关系。

供应商认为采购人员及相关人员与其他供应商有利害关系的，可以向代理机构书面提出回避申请，并说明理由。代理机构将及时询问被申请回避人

员，有利害关系的被申请回避人员应当回避。

八、询问、质疑和投诉

（一）涉及本项目的质疑期限严格按照本磋商文件的规定执行：

1、报名供应商对磋商文件提出质疑的，为收到磋商文件之日起七个工作日内；

2、合格供应商对开评标过程提出质疑的，为开评标环节结束之日起七个工作日内；

3、合格供应商对成交结果提出质疑的，为成交公告期限届满之日起七个工作日内。

（二）对磋商文件中资格要求、采购需求、服务要求、评分标准、采购结果的确认等内容由采购人负责答复；磋商文件中上述内容以外的内容以及开评标过程、评标结果等的质疑由代理机构负责答复。

（三）供应商的询问、质疑须登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》提交，不接受电话、邮件等质疑。

供应商在法定质疑期内应一次性提出针对同一采购程序、环节的质疑。

（四）质疑函应当包括下列内容：

- 1、供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- 2、质疑项目的名称、编号；
- 3、具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- 4、事实依据；
- 5、必要的法律依据；
- 6、提出质疑的日期。

7、**签署。**供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

（五）供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。供应商提出质疑时应当准备的资料：

1、质疑函；

2、法定代表人授权委托书（加盖公章，委托代理人办理质疑事宜的需提供）；

3、营业执照复印件（加盖公章）；

4、法定代表人身份证复印件（加盖公章）；

5、委托代理人身份证复印件（加盖公章，委托代理人办理质疑事宜的需提供）。

参与本项目的供应商应认真阅读并充分理解本条款的内容，因供应商未按上述要求和国家相关规定进行质疑，自行负责由此造成的供应商权利失效和其他损失。

九、其 他

37. 本磋商文件中所引相关法律制度规定，在采购中有变化的，按照变化后的相关法律制度规定执行。本章规定的内容条款，在本项目递交响应文件截止时间届满后，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，本磋商文件不再做调整。

38.（实质性要求）国家或行业主管部门对供应商和采购产品的技术标准、质量标准和资格资质条件等有强制性规定的，必须符合其要求。

第三章 供应商资格、资质性要求及相关证明材料

序号	审查项目	合格条件	备注
1	具有独立承担民事责任的能力	有效（复印件加盖公章）	投标人为企业的提供有效的营业执照、税务登记证和组织机构代码证或三证合一的营业执照；投标人为事业单位的提供有效的法人证书；投标人为其他组织的提供相关证明材料；投标人为自然人的提供身份证且具有完全民事行为能力。
2	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
3	具有履行合同所必需的设备和专业技术售后保障等能力	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
4	具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
5	参加采购、招投标等活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
6	未被列入采购平台诚信评价体系或黑名单	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
7	法律、行政法规规定的其他条件	有效（原件加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章“资格性投标文件 五、承诺函”）
8	法定代表人身份证明书	有效（原件加盖公章）	法定代表人身份证明书见本磋商文件第八章“资格性投标文件 三、法定代表人身份证明书”

9	本次采购不接受联合体 参加	有效（原件 加盖公章）	提供承诺函（见本磋商文件第八章 “资格性投标文件 五、承诺函”）
---	------------------	----------------	-------------------------------------

注：

1、投标人必须提供相应充足材料以证明满足上述要求，经审查任意一项不合格做无效处理。

2、本项目确定投标人重大违法记录中较大数额罚款的金额认定为 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。

3、供应商在参加采购活动前，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。

4、本章要求提供的相关证明材料，除供应商自愿以外，不能要求供应商提供额外的证明材料。如果要求提供额外的证明材料，供应商有权拒绝提供，且不影响响应文件的有效性和完整性。

第四章 供应商符合性要求及通过标准

序号	审查项目	通过条件
1	响应文件签署、盖章	符合磋商文件要求
2	响应文件组成	符合磋商文件要求
3	响应文件的格式、语言、计量单位、 报价货币、知识产权、有效期等	符合磋商文件要求
4	响应文件报价	符合磋商文件要求
5	技术、服务应答内容	符合磋商文件或经过磋商后满足实质性要求
6	采购项目履约时间、方式、数量和其他 采购合同主要内容	符合磋商文件或经过磋商后满足实质性要求
7	磋商文件规定的其他实质性内容	符合磋商文件要求

第五章 采购项目技术、服务、采购合同内容条款及其他商务要求

一、项目概述

本项目为个人综合积分权益平台采购项目（第二次）。

二、服务内容（实质性要求）本项需求应在项目要求响应表中进行应答

本次采购个人综合积分权益平台建设方案主要为行内零售业务部提供服务，方案主要分为两部分：包含积分管理系统和积分商城两大模块。第一部分积分管理系统严格按照数据安全和消费者保护要求完成数据的收集、提供数据清洗、数据计算、积分规则管理、批处理管理，该部分系统部署方式本地化部署。

第二部分是积分商城包含实物、虚拟商品积分兑换、商城营销活动、商城供应链管理、会员权益、商城订单管理、商品管理、商城页面设计、积分支付、积分现金混合支付、客户积分管理、积分营销管理、会员体系管理、积分抵现管理、黑白名单客户群管理、商城结算报表统计等满足业务必须的功能模块。同时，该商城提供优质的商城权益服务等资源，协助行内最大价值经营用户、提升用户粘性；行内营销平台将活动达标条件规则配置，活动礼品上架，活动奖励有效期设置，推送消息设置，系统自动处理数据等功能统一整合，提供高效的营销活动解决方案。会员权益体系实现客户分层经营，打造会员权益全流程在线使用体验，并为银行提供客户分析支持数据，极大程度帮助银行丰富客户画像，为后续活动的开展提供科学的支持，帮助银行更精准的对客户进行营销。该部分系统部署方式为 SaaS 部署。

三、服务要求（实质性要求）本项需求应在项目要求响应表中进行应答

1. 积分管理系统功能需求

1.1 数据基础

本模块不替代客户主数据系统、CRM 系统、核心系统或数据平台，但应将分散在客户、卡片、交易、资产、理财、行为和标签系统中的数据，整理成积分系统可识别、可使用、可计算、可解释的数据基础。

各类数据应明确来源系统、权威口径、同步方式、更新频率、业务日期和异常处理方式。对于客户强感知场景，如签到、领券、兑换、支付、核销等，应尽量实时或准实时处理；对于资产、理财持仓、月日均、季日均等经营类数据，可采用日终或周期批量

处理。

1.1.1 客户基础数据管理

客户基础信息管理用于支撑积分账户建立、商城用户识别、会员等级归属等功能。系统应能够采集和维护客户号、客户姓名、证件信息、联系手机号、客户类型、客户状态、客户归属机构、开户信息、客户经理归属、手机银行签约状态等基本要素。

系统应以全行统一客户号作为客户识别基础。对于客户身份无法识别、关键字段缺失、重复客户、客户状态异常、客户归属不明确等情况，应进入异常清单，进入异常清单的客户信息可由系统申请维护或再次跑批校验。客户姓名、证件号、手机号等敏感信息默认脱敏展示，明文查看和批量导出应受权限和日志控制。

1.1.2 客户卡数据管理

客户卡片数据管理用于支撑按卡产品、卡 BIN、卡状态、发卡机构、激活时间、推广渠道等维度开展积分活动、权益发放和客户经营。系统应采集客户持有的借记卡和其他相关卡片信息，并维护客户与卡片、原卡与新卡、主卡与附属卡之间的关系。

活动和奖励规则应支持按客户、按卡 bin 或按卡产品统计。卡片挂失、销卡、冻结、未激活等状态应影响后续活动资格和权益资格判断，但不应随意改变历史已经产生的积分、成长值、订单和权益结果。卡号等敏感字段应按安全要求脱敏展示。

1.1.3 客户消费交易数据管理

消费交易数据管理用于将客户消费金额、消费笔数、转账交易、交易商户、交易渠道、交易币种、交易时间和交易状态等信息纳入积分获取、活动达标、积分抵现和经营分析等场景。

系统应支持识别交易与客户、卡片、活动和奖励记录之间的关系，并支持按交易发生时间、入账时间或清算时间配置统计口径。交易数据应完成基础校验和去重处理。对于撤销、退货、部分退款、冲正、跨月退款等情况，系统应能够识别原交易关系，并根据规则处理已发积分、成长值、权益点、已达标结果或已参与活动资格。

1.1.4 客户资产数据管理

客户资产数据管理用于支撑积分奖励、会员等级评定、成长值计算、权益资格判断、客群活动及客户分层经营。系统应采集和统计客户资产分类、资产余额、日均资产、月日均资产、季日均资产、期末资产、理财持仓、产品持有情况、资产时点提升额、资产保持时长等数据。

具体统计指标、统计周期和计算口径应根据基础规则和会员等级规则进行配置。资产数据应明确来源、统计日期、统计周期、币种。对于数据异常波动、缺失、重复上送、来源不一致等情况，应支持标记和复核。已用于等级评定、奖励发放或权益判断的历史数据，应保留当时的统计结果和口径。

1.1.5 客户行为数据管理

客户行为数据管理用于支撑登录、浏览、点击、报名、签到、任务完成、活动参与、页面访问、权益领取和核销等行为类积分、成长值任务和互动活动。系统应记录客户身份、行为类型、行为时间、行为场景、渠道标识和业务场景等基础行为信息。

系统应支持行为去重、频次控制和异常行为识别，避免重复上送、重复点击或异常操作导致奖励重复发放。对于签到、报名、任务完成等客户即时感知较强的场景，系统应尽量及时反馈任务完成结果。

1.1.6 客户标签数据管理

客户标签数据用于支撑精准营销、分行专区、客户限制、黑白名单控制、会员经营和经营分析。系统应支持白名单、黑名单、标签人群、分行人群、贡献度分层人群、定向营销人群等客户集合的维护和使用。

长期客户标签原则上以 CRM 系统来源为主，本系统重点支持标签使用、临时名单、活动名单、白名单和黑名单管理。客户群可通过名单导入、规则筛选、外部标签同步或人工调整形成。已被业务引用的客户标签或客户群，应保留引用关系，避免误删或误改导致活动范围变化。

1.2 积分获取与规则运营（不限于本文限定的积分规则模式，能支持积分规则设定与运营即可）

积分获取与规则运营模块用于统一定义客户在什么条件下获得积分、成长值或权益点。

1.2.1 奖励科目管理

奖励科目用于区分积分、成长值和权益点的业务归属、用途、有效期、使用限制和统计口径。系统应支持奖励科目的查询、新增、修改、停用和状态管理，并维护科目编码、科目名称、科目类型、适用业务、适用机构、有效期规则、使用范围、是否允许冻结、是否允许退款返还、是否允许人工调整等信息。

积分主要用于积分商城兑换、积分抵现或积分消耗类活动；成长值主要用于会员等

级成长和等级维持，不用于兑换或抵现；权益点主要用于会员专属权益兑换。不同性质的资源不应混用。已产生流水、订单或权益记录的科目不宜直接删除，应通过停用控制后续使用，并保留历史查询和统计能力。

1.2.2 奖励规则配置

奖励规则配置用于定义客户在何种条件下获得积分、成长值或权益点。规则配置应分为“基础规则配置”和“奖励活动配置”两个层次。基础规则用于判断客户是否达标，奖励活动用于定义客户达标后获得何种奖励、奖励如何发放、资源如何控制以及活动如何管理。

（一）基础规则配置

基础规则用于描述客户在什么行为或经营条件下可以被认定为达标。基础规则本身不直接发放积分、成长值或权益点，而是为后续奖励活动、会员任务、客户资格判断和活动参与提供统一的达标依据。

基础规则应支持规则名称、规则编号、规则条件、达标口径、统计周期、统计方式、判断方式、规则状态、生效时间、失效时间、互斥规则、审批状态和版本管理等信息。规则条件应覆盖消费、资产、产品、渠道行为和组合任务等主要场景。

达标口径应支持实时、每日、每周、每月、季度、自然年、会员周期和活动周期等统计周期；支持单笔、累计、连续、首次、新增、净增、保持等统计方式；支持达到门槛即达标、阶梯达标、多条件全部满足、任一条件满足和按顺序完成等判断方式。

基础规则配置完成后，应支持审核、发布、停用、复制、版本管理和历史查询。已被奖励活动或会员任务引用的基础规则，不宜直接覆盖修改，应通过新版本变更，并保留历史规则版本。

基础规则应支持客户报名类、抽奖类、裂变分享类、拉人助力类、互动类、场景交易行为达标类（包括但不限于手机银行水电气缴费、校园缴费、话费充值、微信支付宝消费等场景）等规则形式。

（二）奖励活动配置

奖励活动用于承接基础规则的达标结果，并确定客户达标后获得的奖励资源及发放方式。奖励活动应包括活动名称、活动编号、活动类型、奖励类型、奖励科目、关联基础规则、活动起止时间、奖励标准、奖励有效期、客户群体、适用渠道、归属机构、活动预算、单客户奖励上限、发放方式、撤销扣回规则、活动状态和审批状态等要素。

客户群体应支持全部客户、白名单客户、标签客户和黑名单排除。客户群体决定“谁可以参加”，基础规则决定“怎样算达标”，奖励活动决定“达标后奖励什么”。奖励标准应支持固定奖励、按金额比例奖励、按笔数奖励、阶梯奖励和封顶奖励等方式。

奖励活动应根据奖励资源类型分为积分活动、成长值活动和权益点活动。一个奖励活动原则上对应一种奖励资源。

奖励活动应支持自动发放和客户主动领取。对配置为客户侧会员任务的活动，应维护任务名称、任务说明、任务展示顺序、任务进度展示方式、奖励领取方式、领取期限和未达标提示等信息。

（三）管理要求

基础规则和奖励活动应支持分层复用。一个基础规则可以被多个奖励活动引用，一个奖励活动也可以组合多个基础规则，但互斥规则不得组合使用。

系统应支持奖励撤销和扣回。对于消费撤销、交易退款、产品赎回、资产条件不再满足等情况，应能够撤销未发放奖励或预发未生效奖励，或扣回已发放的积分、成长值或权益点。客户余额不足时，应支持形成待扣回记录或转人工处理。

奖励规则、奖励活动和会员任务均应具备审批、版本管理和历史追溯能力。历史达标结果和奖励结果应能够追溯到当时生效的规则版本、活动版本、奖励科目和客户群体范围。

1.2.3 奖励预算与资源控制

奖励预算用于控制积分、权益点、活动成本和营销资源使用。奖励活动应配置预算归属机构、预算来源、预算总额、已占用预算、已使用预算、剩余预算、预算预警比例和预算释放规则。

总行预算、分行预算和专项活动预算应分别管理。分行不得超出本机构预算开展活动。奖励发放成功后应扣减预算，奖励失败、撤销或活动结束后应按规定释放预算。预算不足时，系统应停止发放或进入人工审批。

1.2.4 活动叠加与互斥控制

系统应支持配置活动是否允许叠加、互斥活动、活动优先级、同一交易最多参与活动数量、同一奖励科目是否可重复发放、取最高奖励或累计奖励等规则。

当同一笔交易或同一客户行为同时满足常规积分、分行活动、会员任务和专项活动时，应按照叠加与互斥规则处理，避免非预期重复奖励。

1.3 账户与账务处理

账户与账务处理模块用于管理积分、成长值和权益点的账户余额、流水、发放、扣减、退款、过期、冻结和对账。

1.3.1 综合账户

综合账户应包含积分账户、成长值账户和权益点账户，三类账户资源应分别管理、分别记账，不得混合计算或相互抵扣。

积分账户应展示可用积分、冻结积分和即将过期积分。后台可根据奖励科目、机构、活动或使用范围划分子账户，客户侧原则上展示可用总额及必要的使用限制提示。成长值账户应区分本周有效成长值和历史累计成长值，本周成长值用于等级评定，历史累计成长值用于长期成长展示。权益点账户应展示可用权益点、冻结权益点和即将过期权益点，并与会员权益订单状态保持一致。

1.3.2 账户流水查询

客户侧应支持查询积分、成长值和权益点明细。流水应展示发生时间、数量、方向、变动说明、来源及变动后余额。

后台应支持查询完整账户变动过程，包括客户信息、账户类型、奖励科目、业务类型、关联基础规则、关联奖励活动、关联任务、关联订单、关联商品或权益等信息。历史流水不得直接修改。发生差错时，应通过补发、扣回、冲正、退款返还或账户调整形成新的流水。

1.3.3 发放、扣减与退款

发放是指根据奖励活动、客户补偿或经审批的人工调整，将积分、成长值或权益点记入客户账户。会员等级变化需要补发权益点时，应通过权益点奖励活动完成发放。

扣减用于积分商城兑换、积分抵现、营销活动、权益兑换和奖励扣回。积分或权益点扣减时，应校验客户状态、账户余额、科目限制、有效期、冻结状态、订单状态和业务资格。对于需要等待商品库存、供应商发放或权益服务结果的业务，应先冻结积分或权益点，业务成功后正式扣减；业务失败、订单取消或超时关闭时应解除冻结。

退款返还应按照原支付或兑换方式处理。纯积分订单返还积分，纯现金订单处理现金退款，积分加现金订单分别处理积分和现金，权益点兑换的权益符合退款条件时返还权益点。返还资源原则上退回原科目，并沿用原剩余有效期；特殊情况可按业务规则重新设置有效期并向客户说明。

1.3.4 账户批量调整

批量调整用于处理奖励扣回、客户投诉补偿、差错更正、分行客户经营等人工干预场景。系统应支持导入客户清单、奖励科目、调整方向、调整数量、调整原因、有效期和备注，并展示校验结果。

积分、成长值和权益点调整均可能影响客户权益或会员等级，应根据资源类型、调整数量、客户数量和业务原因进入审批或复核。审批通过后方可生效，并形成账户流水。

1.3.5 有效期与过期处理

积分和权益点应支持永久有效、固定截止日失效、按获得时间滚动失效、自然月失效、自然年失效、会员周期失效和活动周期失效等规则。客户使用积分或权益点时，应优先扣减最早到期且符合使用范围的资源。

客户应能够查询即将过期积分和权益点。积分和权益点过期后，应扣减可用余额并形成过期流水，不得直接删除历史记录。

成长值不采用与积分和权益点完全相同的过期方式。本周期有效成长值可在会员周期结束并完成等级评定后重置，历史累计成长值原则上持续保留。

1.3.6 冻结与解冻

冻结用于处理风险订单、争议交易、账户异常、监管要求或人工核查期间的临时限制使用。系统应支持按照客户、奖励科目、活动、订单或指定数量冻结积分和权益点。成长值原则上不设置冻结状态。

冻结并不等同于扣减。冻结资源仍属于客户账户资源，只是在冻结期间不可用。风险解除后应支持解冻；确认需要扣回时，应通过正式扣减、扣回、冲正或调整流水处理，不得直接删除冻结余额。

1.3.7 账户日终与对账管理

系统应建立账户余额、账户流水、奖励发放、商城订单、权益订单、现金支付、退款、冻结和过期之间的日终核对机制。

对账差异应进入异常清单，展示差异类型、关联业务、差异数量、产生时间和处理状态，并支持自动补处理（异常清单日终跑批处理）、人工调整和处理留痕。

2. 积分商城功能需求

2.1 积分商城商品与商户运营

本模块用于支撑商城合作方管理、商品上架、商品运营、活动运营、后台订单、售

后退款和商户结算。

2.1.1 商户端管理

商户端是用于合作商户或分支机构创建、更新归属于该商户或分支机构的商品，商品信息传输至行方商城后管系统，便于行方人员审核。同时也支持商户信息维护管理。

商户端还应支持商品管理、商品数据管理、商品报表系统管理、工单客诉管理等基础功能。

2.1.2 商户入驻与资质审核

商户入驻与资质审核用于管理商城合作商户及供应商的准入、资质、协议、品牌授权和经营状态。商户应维护基础信息、资质材料、联系人、服务范围、合作协议、结算账户和经营状态。资质过期、协议到期、合作暂停或退出时，应限制新增商品或承接新订单，但历史订单仍应支持履约、售后和结算。

2.1.3 商品分类管理

商品分类管理用于建立标准化、层级化的商品分类体系。系统应支持类目新增、编辑、排序、停用和层级维护。

存在商品引用的类目不宜直接删除，应通过停用、迁移或调整展示状态处理。类目设计应兼顾客户浏览效率和后台运营统计需要。

2.1.4 商品审核与上架

商品上架管理用于将实物商品、虚拟商品、电子卡券等资源配置为客户可兑换或购买的商品。商品信息应包括商品名称、商品编号、分类、规格、商户、供应商、库存、成本价、结算价、积分价格、现金价格、履约方式、配送方式、有效期和售后规则等。

商品应明确是否支持纯积分、积分加现金、纯现金购买，是否支持购物车、部分退款及跨商户合并下单。商品提交后应由行方审核，审核拒绝应记录原因。

2.1.5 商品管理

商品管理用于对商城所有状态商品进行新增、修改、查询、上架、下架及批量操作。商品应维护上架状态、库存、销量、审核人员、审核时间、成本归属、是否共享分行专区等信息。

商品价格、库存、成本、结算价、售后规则等重要字段修改应经过审批，并保留变更前内容。

2.1.6 商城活动管理

商城活动管理用于配置秒杀、折扣、抽奖、达标兑换、裂变分享、拉人助力等商城营销活动。对于游戏类的活动，系统应该提前导入丰富的素材供运营人员选择，可通过积木的方式进行活动的搭建。

商城活动应能够关联客户群、分行、商品、权益、积分规则、页面资源和消息触达。活动配置不应只停留在商品打折层面，还应能够表达客户参与资格、活动资源数量、活动展示范围、客户不符合条件时的提示文案和活动结束后的处理方式。

（一）库存投放规则

库存投放规则用于控制活动商品的专属库存和分批释放节奏。系统应支持按日、周、月、场次、指定时间段投放库存。活动库存应与普通商品库存区分管理，避免资源被错误消耗。

（二）活动时间与活动参与人群

活动时间与参与人群用于控制客户何时可以参与活动、领取权益或购买活动商品。系统应支持活动开始时间、结束时间、多场次时间和预约展示时间。人群限制应支持客户标签、白名单、黑名单、分行归属、会员等级、卡产品等条件。

（三）活动审核管理

活动创建、关键字段修改、上架、下架、延期、预算调整等操作，应根据影响程度进入审核或复核流程。已生效活动的关键变更应保留版本记录，便于历史订单、客户投诉和活动复盘时解释当时适用的规则。

2.1.7 短信与消息通知

短信与消息通知用于向客户发送发货、退款、营销、达标、权益到期、积分即将过期等提醒。通知场景应明确触发条件、通知对象、通知内容、发送渠道和发送时点。

消息通知应作为商城、会员、权益、本地生活和积分抵现共同使用的能力，支持模板管理、审批、频次控制、失败重试和发送结果查询。

2.1.8 后台订单及履约管理

后台订单及履约管理用于支持运营、客服和商户查询并处理订单。系统应支持订单查询、订单详情、支付状态、积分扣减状态、库存占用、商户履约状态、发货、虚拟商品发放、订单关闭和异常订单处理。

跨商户订单应支持主订单和子订单关系。虚拟商品发放失败时，应支持自动重试、人工补发或退款处理。

2.1.9 售后及退款管理

售后及退款管理用于处理退货退款、订单取消、部分退款、虚拟商品退款和异常售后。售后申请应记录申请原因、审核结果、退货物流、退款金额、积分返还数量和处理意见。

部分退款时，应明确积分、现金和优惠金额的分摊方式。已核销的卡券或权益原则上不得退款，因供应商无法履约、服务异常或业务差错造成的情况除外。

2.1.10 商户对账与结算管理

商户对账与结算管理用于处理商城商户、供应商和服务商的结算。系统应支持按照商户、供应商、商品、订单和结算周期生成对账及结算数据。

实物商品可按发货、签收或售后期结束结算；虚拟商品和卡券可按发放或核销结算；权益服务原则上优先按实际使用或核销结算。结算数据应包括订单金额、成本价、结算价、退款扣回、服务费、应结金额、已结金额、差异金额和发票状态等内容。

2.2 积分商城用户端

积分商城用户端用于客户登录、浏览、搜索、兑换、支付、查询订单、申请退款和进入个人中心。

2.2.1 商城登录

商城可在手机银行、自助机具等渠道上登录使用。手机银行应作为主要入口，客户通过统一身份认证进入商城，无需再次登录。自助机具可根据实际业务量支持积分查询、商品浏览、订单查询以及分行纯积分商品兑换。

2.2.2 商城首页

商城首页包含顶部搜索导航、Banner 轮播广告、快捷功能区、热门活动区、推荐商品、分类导航、秒杀专区、猜你喜欢等要素。首页模块应支持配置、排序、启停、预览和发布。

首页还应支持分行专区商品展示。推荐内容一期可基于会员等级、客户标签、归属机构、历史兑换和人工运营规则展示。

2.2.3 商品搜索与详情展示

系统应支持分类筛选、关键词搜索和排序。商品详情页应展示积分价格、现金价格、积分加现金规则、商品规格、库存、配送方式、售后规则、有效期、商户信息和使用限制。

对于虚拟商品、卡券、红包和权益产品，应重点说明领取方式、使用方式、核销方式、过期规则和不可退场景。客户不符合购买资格、无库存、活动未开始、活动已结束、达到购买次数上限或商品已下架时，应给出明确提示。

2.2.4 购物车

购物车支持客户将可购物车结算的商品加入购物车并统一结算。实物商品和标准虚拟商品可以支持购物车；秒杀、抽奖、会员权益、预约服务、免费权益和需实时资格校验的商品原则上直接购买或领取。

购物车应展示商品名称、图片、规格、数量、积分价格、现金价格、限购数量、商户和商品状态，并支持数量调整、批量删除、金额统计和失效商品提示。购物车不锁定库存，正式提交订单时再校验库存和资格。

2.2.5 订单提交与支付

订单提交与支付用于支持客户完成纯积分兑换、积分加现金购买及特定场景下的纯现金购买。订单提交前，系统应校验商品状态、库存、客户资格、购买限制、积分余额、活动规则、收货地址和支付方式。

支付确认页面应清楚展示积分使用数量、现金支付金额、优惠信息、配送信息和退款规则。下单失败、支付失败、支付超时、支付结果未知或订单异常时，应给客户清晰提示，并支持后续查询和处理。

2.2.6 个人中心

个人中心用于集中展示客户与积分商城相关的账户和服务入口，包括积分账户、商城订单、购物车、收货地址、消息中心、售后服务、客服服务和会员中心等内容。

个人中心可以展示客户当前会员等级、可用权益点和待使用权益摘要，但不应另行建设独立的成长值账户、权益点账户或“我的权益”数据。客户点击相关内容后，应进入会员中心对应页面，确保数据和状态统一。

2.2.7 退单与退款

退单与退款用于处理客户退货、退款、售后申请和订单取消。客户应能够提交售后申请，选择退货原因，查看审核状态、退货要求、退款状态和处理意见。

退款处理应根据原支付方式进行。纯积分订单返还积分，纯现金订单处理现金退款，积分加现金订单分别处理积分和现金。部分退款、虚拟商品退款、已核销权益退款和超过售后期退款，应按照商品类型和售后规则分别处理。

2.2.8 订单物流信息

订单物流信息用于跟踪实物商品发货、运输、签收、退件和异常处理。系统应展示物流公司、物流单号、发货时间、运输状态、签收状态和异常状态。

虚拟商品、卡券、红包和权益产品没有传统物流，但也需要履约跟踪。系统应展示发放状态、领取状态、预约状态、核销状态、失败原因和使用说明。

2.2.9 机具适老化及客户体验

支持适配银行网点智慧机具，智慧机具积分商城和会员中心应支持清晰字体、简洁布局、重要按钮突出、关键规则通俗化说明和关键操作二次确认。智慧机具查询积分及积分兑换流程需要尽量简洁、安全。

2.3 会员权益与成长体系

会员体系通过会员等级、成长值、会员任务、权益点及会员专属权益，为客户提供差异化服务。

2.3.1 会员权益体系整体定位

会员体系面向不同等级的会员客户，通过会员等级、成长值、会员任务、权益点及会员专属权益，为客户提供差异化会员服务。

系统应区分客户经营等级和运营会员等级。客户经营等级可来源于 CRM 或客户分层体系，主要依据资产、产品持有及客户贡献确定；运营会员等级由会员体系管理，主要依据成长值确定。两类等级可共同决定权益，但不得混为一套等级。

成长值主要用于会员等级升级、保级和降级判断；积分主要用于积分商城兑换、积分抵现或积分消耗类活动；权益点主要用于会员专属权益兑换。三类资源应分别建立账户、记录流水和设置规则。

2.3.2 会员等级与成长值管理

系统应支持配置多个会员等级，并设置等级名称、等级标识、等级说明、等级有效期、升级门槛、保级条件、降级条件、等级权益点额度和专属权益范围。

每名会员应建立成长值账户，并区分本周期有效成长值和历史累计成长值。本周期成长值用于当前等级评定，历史累计成长值用于长期成长展示。客户达到升级门槛后，可实时升级；降级原则上在周期结束后统一生效，并可配置保护期、降级提醒和人工保级。

会员升级需要补发权益点时，应按照“新等级本周期应发等级权益点减去本周期已

发放的等级来源权益点”计算，不得按照客户当前权益点余额计算。因退款、撤销、产品赎回或虚假交易扣回成长值时，应根据规则判断是否影响会员等级，并避免客户等级频繁波动。

系统应保留会员等级变动记录，包括变动前等级、变动后等级、变动时间、变动原因、成长值依据和规则版本。

2.3.3 会员任务及奖励管理

会员任务是奖励规则在客户侧的展示和参与载体。任务达标判断、奖励标准和奖励发放应使用基础规则和奖励活动，不再单独建立任务计算和发放逻辑。

任务可包括签到、登录会员中心、浏览权益专区、参与问卷、学习金融知识、报名活动、指定消费、资产提升、购买或持有指定产品等。任务奖励类型应支持积分、成长值和权益点，也可同时配置多种奖励资源。

2.3.4 权益点与会员权益管理

每名会员应建立独立权益点账户。权益点不得与积分混合使用，不具备现金属性，不得转让、赠送或跨客户使用。

权益点应通过权益点奖励活动获得，包括等级发放、升级补发、任务奖励、活动奖励、生日关怀和客户补偿等。系统应建立会员权益目录，权益可按照出行、车主、生活、健康、美食和文旅等类型分类。

每项权益应维护权益名称、权益说明、权益类型、适用会员等级、适用客户群体、所需权益点、有效期、库存、领取次数、使用次数、使用范围、预约要求、取消规则、供应商、采购成本、结算价格和成本归属机构。

系统应支持固定权益、自选权益和免费权益。固定权益达到等级或条件后直接发放；自选权益由客户使用权益点兑换；免费权益不消耗权益点，但仍需校验等级、资格、次数和库存。权益兑换应先冻结权益点，发放成功后扣减，失败或取消时解冻。

2.3.5 客户会员中心

客户侧应设置统一会员中心，集中展示会员等级、成长值、权益点、会员任务和会员权益。

会员中心首页应展示当前等级、等级有效期、本周成长值、历史累计成长值、距离下一等级所需成长值、可用权益点、即将到期权益点和当前等级主要权益。客户应能够查看会员任务、成长值明细、权益点明细和“我的权益”。

“我的权益”应按照待使用、待预约、已预约、部分使用、已使用、已过期和已退款等状态展示。电子券、兑换码、二维码和预约服务应提供相应的查看、预约和使用入口。

2.3.6 会员运营管理与数据看板

会员运营管理用于支持运营人员配置会员等级、成长值规则、会员周期、任务展示、等级权益池、权益内容、权益点价格、库存、有效期和兑换限制。

会员数据看板应展示各等级人数、等级分布、新增会员、升级人数、降级人数、成长值来源、任务参与、权益点发放使用、权益领取使用、热门权益和库存预警等内容。看板应支持按总行、分行、客户经理、会员等级和客户群体进行分析。

2.4 本地生活模块

本地生活模块用于连接本行客户、分支机构、本地商户和线下消费场景，为客户提供餐饮、文旅、娱乐、亲子、酒店、汽车服务及其他本地化服务。

2.4.1 模块定位

本地生活模块是积分商城和会员权益体系向线下消费场景的延伸，重点服务本地客户、本地商户和分行特色经营。

2.4.2 本地商户及门店管理

系统应支持商户和门店分层管理。同一商户可以关联多个门店，门店应维护门店名称、地址、城市、区县、商圈、经纬度、联系电话、营业时间、门店图片、核销人员和门店状态等信息。不同门店可以配置不同产品、库存、预约时段和核销权限。

2.4.3 本地生活产品管理

本地生活产品应支持团购套餐、代金券、折扣券、满减券、单次服务、多次服务、预约服务、门票和会员专属权益等形式。

产品应维护适用商户、适用门店、销售价格、商品价格、有效期、可用时段、不可用日期、预约要求、库存、退款规则和核销方式等信息。

2.4.4 城市、区域及分行专区

系统应支持按城市、区县、商圈和分行建立本地生活专区。客户可根据当前位置、归属机构或手动选择城市查看本地内容。分行可在授权范围内维护本地商户、产品和活动，总行负责全行标准、审批、预算和跨区域资源管理。

2.4.5 本地生活活动及会员优惠

本地生活活动可包括新客优惠、限时抢购、会员专享价、积分抵现、消费返奖励、到店签到和分行主题活动。客户完成购买、到店、核销或指定消费行为后，可通过奖励活动获得积分、成长值等。

不同会员等级可配置不同价格、领取次数、专属产品和专属优惠。

2.4.6 客户侧功能

客户侧应包括本地生活首页、城市选择、附近商户、分类导航、商圈专区、热门推荐、会员专区、搜索和筛选等功能。客户可按照距离、销量、价格、评分、商圈、产品类型和适用门店筛选。

商户详情页应展示商户介绍、门店地址、营业时间、门店图片、可用产品和使用说明。

2.4.7 订单、券码、预约及核销

客户购买或领取本地生活产品后，应生成订单和电子凭证。凭证可以为二维码、条形码、数字券码或预约凭证。

系统应支持未使用、待预约、已预约、部分使用、已使用、已过期、已退款等状态。核销时应校验订单、门店、有效期、使用次数和券码状态，并防止重复核销、跨门店违规核销和退款后核销。

2.4.8 售后、对账及结算

本地生活产品应根据是否发券、是否预约、是否核销以及是否超过退款期限判断是否允许退款。

结算可按照购买、发券、预约成功或实际核销处理，原则上优先按照实际核销结算。系统应核对订单、核销、退款和结算数据，并对重复核销、状态不一致和结算金额异常进行处理。

2.4.9 运营分析及风险管理

本地生活运营分析应展示商户数、门店数、产品数、浏览人数、下单人数、购买次数、核销人数、核销次数、退款率、复购率和库存消耗。

风险管理应关注虚假交易、商户自买自核、重复核销、异常高频核销、跨门店核销、批量套取奖励和退款后核销等行为，并支持预警和人工复核。

2.5 场景积分抵现

2.5.1 场景及商户管理

系统应支持维护合作场景商户和业务关系，包括场景名称、商户信息、合作渠道、适用卡 BIN、适用客户范围、支持的抵现模式、积分价值比例、订单抵扣比例、单笔抵扣上限、单客户抵扣上限、生效时间、失效时间和业务状态等内容。

不同场景、不同商户可配置不同积分抵现规则。对于暂停合作、规则失效或状态异常的场景和商户，应限制继续使用积分抵现。

2.5.2 积分试算与抵扣

客户在场景支付前，系统应根据客户身份、积分余额、订单金额、商户规则、客户资格和抵扣比例，计算本笔订单可使用积分数量、可抵扣金额和客户实际需支付金额，并将试算结果返回场景端展示。

客户确认使用积分抵扣后，系统应完成积分授权、冻结或扣减，并生成积分抵现交易记录。积分抵现应与积分账户联动，扣减成功后形成积分流水，确保客户积分余额、抵现交易和订单状态一致。

2.5.3 交易状态与异常处理

系统应记录积分抵现交易全过程，包括预算试算、授权、扣减、退款、撤销和查证等环节。交易记录应包含客户、场景、商户、订单号、交易流水号、订单金额、抵扣积分、抵现金额、交易时间和交易状态等信息。

系统应支持交易状态管理和幂等控制，避免同一笔订单重复扣减积分。对于网络超时、接口异常、结果未知、场景方未返回结果等情况，应支持交易查证和状态修正，确保积分账户和订单结果一致。

2.5.4 退款与部分退款

积分抵现交易发生退款时，应按照原抵现交易返还积分。全额退款应返还对应全部积分，部分退款应按照退款金额比例或业务规则返还相应积分。

退款处理应关联原订单、原抵现交易和原积分流水，并形成退款流水。相关场景无法自动完成部分积分退款的，应支持后台人工退款申请和审核处理。

2.5.5 对账结算与统计分析

系统应按日与场景方、商户或积分抵现平台核对交易、退款、积分扣减、积分返还和交易状态。对账无异常的数据进入结算或统计数据；存在差异的数据应进入异常清单，并支持查证、调整和处理留痕。

系统应支持按场景、商户、渠道、机构、客户群体和时间统计交易笔数、订单金额、

抵现金额、消耗积分、退款积分、交易成功率、接口失败率和异常交易数量，为场景运营、积分成本分析和客户经营提供依据。

2.6 报表统计

报表统计用于为总行、分行、运营人员、财务人员、客服人员和管理层提供积分、商城、会员、权益、本地生活和积分抵现等业务的经营分析和管理报表。

2.6.1 积分账户统计

积分账户统计应展示积分发放量、使用量、冻结量、退回量、扣回量、过期量、积分余额、即将过期积分、积分科目分布和积分使用率等数据，并支持按机构、客户群体、活动、渠道和时间统计。

2.6.2 成长值统计

成长值统计应展示成长值发放量、扣回量、周期重置量、来源分布、任务贡献、会员升级转化和不同等级客户成长情况。

2.6.3 权益点统计

权益点统计应展示权益点发放量、使用量、冻结量、退回量、失效量、余额、来源分布和不同会员等级使用情况。

2.6.4 活动与任务统计

活动与任务统计应展示活动数量、参与人数、达标人数、奖励人数、奖励发放量、预算使用、活动转化率、任务参与人数、任务完成人数、任务完成率和奖励领取率。

2.6.5 商城运营统计

商城运营统计应展示商品浏览、下单、兑换、支付、退款、库存消耗、热门商品、供应商履约和商户销售情况。

2.6.6 会员运营统计

会员运营统计应展示各等级会员人数、等级分布、新增会员、升级人数、降级人数、会员活跃度、权益领取人数、领取次数、使用次数、核销率和热门权益。

2.6.7 本地生活统计

本地生活统计应展示商户数、门店数、产品数、浏览人数、下单人数、核销人数、核销次数、退款率、复购率、库存消耗和各城市、商圈、分行专区经营情况。

2.6.8 积分抵现统计

积分抵现统计应展示抵现交易笔数、抵现金额、消耗积分、退款积分、交易成功率、

接口失败率、场景分布、商户分布和异常交易情况。

2.6.9 财务与结算统计

财务与结算统计应展示活动预算、已使用预算、剩余预算、商品成本、权益成本、商户结算金额、供应商结算金额、退款扣回、对账差异和待处理异常。

2.6.10 报表权限与导出

报表应支持查询、筛选、导出和定时生成。总行可查看全行数据，分行查看本机构及授权范围内数据，支行和客户经理按照权限查看相关客户或业务数据。涉及客户敏感信息的报表应脱敏展示，导出应受权限和审批控制。

2.7 系统管理

2.7.1 机构、角色及权限管理

系统应支持总行、分行和支行三级机构权限。总行可管理全行规则、预算、商品、权益、商户和报表；分行可在授权范围内管理本机构客户、预算、专区、活动和本地商户；支行原则上以查询、客户服务和有限运营为主。

客户经理只能查看本人管户客户的必要信息。商户和供应商只能查看与自身相关的商品、订单、核销和结算数据。重要操作应实行经办、复核或审批分离。

2.7.2 审批及操作留痕

奖励科目、基础规则、奖励活动、预算、账户调整、商品、权益、商户、活动、退款、结算和重要参数等操作，应根据影响程度进入审批或复核流程。

系统应记录申请人、审核人、审核时间、审核意见、变更前后内容和生效时间，便于审计和历史追溯。

2.7.3 统一消息及客户触达

系统应提供统一消息能力，支持手机银行消息与短信等渠道。消息应覆盖奖励到账、任务达标、等级变化、积分及权益点到期、订单、物流、退款、权益预约、核销和积分抵现交易等场景。

消息发送应支持模板管理、审批、频次控制、渠道优先级、失败重试和发送结果查询。

2.7.4 数据安全及隐私保护

系统应落实数据安全和隐私保护要求。客户姓名、证件号、手机号、卡号、交易、资产、积分余额等敏感信息应分类分级管理，默认脱敏展示，明文查看和批量导出应受

权限和审批控制。

向商户、供应商或外部场景方提供客户信息时，应遵循最小必要原则，仅提供履约、核销、交易或结算所需信息。

2.7.5 统一异常中心及运行监控

系统应建立统一异常中心，集中处理数据未到、规则计算失败、奖励发放失败、账户记账失败、支付结果未知、库存扣减失败、虚拟商品发放失败、商户履约超时、权益核销异常、退款失败、积分抵现异常和对账差异。

异常应优先自动识别和自动重试，无法恢复时进入人工处理清单，并记录异常类型、影响客户、关联业务、处理人员和处理结果。

2.7.6 参数及审计管理

系统应对积分折算比例、支付超时时间、库存占用时长、消息发送频次、账户提醒规则、对账批次等公共参数进行集中管理。

参数修改应受权限和审批控制，并保留版本和生效时间。关键业务操作、敏感数据访问、账户调整、退款和结算均应形成审计日志。

3. 机房建设能力

(1) 供应商须自建服务机房，系统需要确保有较高的数据安全能力，数据服务器所托管机房等级应足够支撑平台运行。（注：数据服务器所托管机房等级须提供由权威机构“中国质量认证中心”认证）

(2) 供应商的机房系统应配备防病毒系统、入侵防御系统（IPS）、WEB 应用防火墙（WAF）、应用层 DDoS 攻击防护设备、SSL 加解密设备等安全设备，可阻挡来自互联网的恶意攻击，对生产环境互联网应用系统提供安全防护。（注：网络安全等级保护应满足国家保护等级二级及以上）。

(3) 供应商的自建机房应在供配电、消防、安保、温湿度控制、通讯资源配备等方面均达到国内 A 级机房标准，其可靠性和可用性能够满足乐山商行对数据中心的要求。

(4) 供应商的自建机房应具备 7*24 小时运营管理及应急保障服务方案，系统风险管理服务方案，包括数据安全、软硬件支持、应急预案内容。

(5) 供应商应支持隐私计算平台，通过在隐私保护的前提下，完成对数据的计算工作，保障数据的隐私性和安全性，并使得数据参与了计算但是所有的参与者无法获取到敏感数据明文，达到数据“可用不可见”的效果。

4. 信息及数据安全能力

供应商须具备 API 接口开发能力（接口形式）。成交供应商接到乐山商行系统对接的通知，须安排专门的技术人员进行系统对接，配合乐山商行完成系统建设。如遇系统升级等不可抗力因素无法保证正常对接，供应商须在第一时间通知乐山商行。系统对接过程，供应商须有专人负责，发现问题随时解决，保证乐山商行系统建设有序开展。系统对接工作中涉及供应商的费用由供应商自行承担。

供应商须具备报文主体支持为国密算法的要求，针对全报文进行加签及报文或文件中的敏感信息进行加密处理。供应商须具备专线对接能力保证敏感数据的传输安全，供应商平台在全站中使用 HTTPS 协议进行数据传输，并以二级域名进行访问；在与商户或者其他机构进行数据网络传输时加密并签名，防范明文数据泄露，确保双方数据安全传输以及一致性。

每月 99%的时间内联机系统可用。计算联机系统的可用率，排除系统软件和硬件升级、增加外围设备和系统、例行维护、日常批处理等正常的、常规的、可预见的事件所带来的影响。

供应商须提供切实可行的信息安全技术支持，具备稳定运行保障、技术风险防范、反营销欺诈、客户身份识别安全保密性等能力。系统需要确保定期进行风险评估、第三方漏洞扫描、渗透测试等，能提供权威第三方安全检测机构安全测评报告，并建立系统容灾方案。

供应商承诺须未经乐山商行允许，不得将合作的重要信息（包括但不限于客户信息、机房存放数据等隐私数据）透露给除甲乙双方外的其他方，并承诺其所获知的上述信息只能用于本项目的履行。任何一方及其人员擅自泄露对方的商业、技术秘密或保密信息，造成对方损失的，应承担赔偿责任。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

供应商须保障协议到期后的延续性问题，包括但不限于积分规则、积分数据、客户数据、商城订单数据、营销活动数据等业务数据迁移、保障业务延续性相关系统对接及历史数据及订单查询。

5. 项目人员要求

（1）供应商须设置专门的服务团队。项目经理作为项目对接人，负责统筹对接乐山商行各系统平台相关业务的系统建设、数据安全、日常运营、财务结算等工作。上述角色，均须为成交供应商本公司在职人员。

(2) 须提供上述项目人员配置列表，并提供列表内人员劳动合同、近三个月内任意一个月的社保缴纳证明，身份证、毕业证。上述材料均需加盖供应商公章。

(3) 项目开始正式对接后，如有项目人员调整或变动需征求乐山商行同意方可替换，同时须确保项目交接期确不影响项目正常进度。

6. 平台运维支持

(1) 项目经理负责整体平台建设的协调工作，产品经理负责评估及配置工作，系统运营人员负责系统维护工作，根据乐山商行发展需要，成交供应商应安排人员面对面洽谈、配合乐山商行平台建设等相关工作。

(2) 供应商须按双方约定提供完整可执行的项目实施方案，并负责组织项目实施和项目质量控制，针对项目建设的进度应向乐山商行进行不定期的汇报。

(3) 项目完成开发后将进行单元测试及整体测试并出具《单元测试报告》、《性能测试报告》和《SIT 测试报告》。单元测试根据产品特性、操作描述和用户方案，测试一个产品的特性和可操作行为以确定它们满足设计需求。整体测试的目的在于，对平台系统性能测试过程中的数据及系统性能表现进行记录，总结出平台系统性能特性。

(4) 供应商须按项目要求按时保质提供各阶段的项目文档，包括但不限于系统对接方案及测试报告、平台建设或系统对接中的突发情况分析总结等。

(5) 供应商系统可用率在 99.9% 以上。系统至少支持 2000TPS，系统至少满足 5 年内的业务增长量所带来的性能及存储压力。

供应商须建立完善的管理制度，在项目进行中发生的突发情况应采用首问责任制机制，需求的首次受理人为该事项的首问责任人，由该责任人统一受理乐山商行提出的问题或需求，并在提出问题或需求的 2 个工作日内给予解决方案，并负责该问题或需求的落地，避免问题或需求在执行过程中出现“无责任、无尽职、踢皮球”的现象。

供应商需要为行内现有积分数据迁移，客户会员等级数据及权益迁移，提供数据迁移的能力和技术支持。

7. 商城服务要求

(1) 商品品类。

供应商所提供的实物商品应覆盖品类包括但不限于宠物鲜花、儿童母婴、个护清洁、家居日用、家用电器、健康美食、美妆护肤、汽车用品、时尚精品、手机电脑、数码办公、运动休闲；各品类不得少于 500 款商品，综合品类不得少于 6000 款。实物商品寄

送需覆盖全川及分支行网点。

供应商所提供的高端权益应覆盖品类包括但不限于医疗健康、商旅出行、汽车服务、家政服务、鲜花服务、运动服务。各品类不得少于 30 款，综合品类不得少于 1000 款。高端权益服务需在全国或全川主要城市提供对应服务，包括但不限于如全川三甲医院体检、导医导诊、特需专家、高铁贵宾厅、机场贵宾厅、接送机、口腔健康、景点门票等。

供应商应提供本地生活服务，提供全国或全川本地商户资源包括但不限于餐饮、百货、农副产品、特色产品、公共事业类等商户资源或与与其他第三方签订的供货服务证明（需要提供协议）

（2）商品报价。供应商所提供的实物商品结算价需包含税费、物流费用、垫资费用及售后服务等全部费用，结算价不高于同期天猫、京东平台（自营或官方旗舰店）或品牌官方 APP 等在四川地区的零售价，实物商品报价按照折扣率进行报价。

供应商所提供的虚拟礼品（含高端权益）结算价需包含税费、运营成本、垫资费用及售后服务等全部费用。

乐山商行采购虚拟、实物商品或高端权益时提出采购需求，供应商应提供实物对应商品清单及第三方比价链接，所有商品上架前由乐山商行进行审核，审核通过后方可上架。

（3）商品及品牌要求。供应商需具备实物商品、虚拟商品、高端权益商品的服务能力，能为乐山商行提供各类市场营销活动提供相应商品。

供应商在签署协议前需提供相应品牌授权链保持完整的承诺，并在后续承诺服务期间若比选中礼品后可在有效期内实际选品中提供商品授权。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

供应商承诺提供的所有商品渠道来源合法合规，有正规授权（授权内容包括但不限于销售、宣传、商标使用等）的代理资格，确保商品授权或合作协议真实有效。供应商应有不断开发商品及品牌的能力，商品品类及品牌丰富，具有在同业中相对优势的商品及品牌开发资源。对于专营类的商品供应商须提供相关行政主管部门颁发的证书，包括但不限于食品经营许可证等。供应商提供的商品质量应符合国家要求的技术质量要求，不得以次充好或提供假冒、伪劣商品。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

供应商承诺可提供及落实在架商品定期核价运营管理能力和管理措施，其中核价周期不少于按月进行，特殊活动周期（包括但不限于 618、双 11、双 12 等）应按乐山商行

要求增加核价频率强度。对于核价记录须进行系统存档处理，以便乐山商行核实及检查。乐山商行在价格抽查中，若高于第三方电商平台（指京东自营、京东旗舰、天猫等）价格且供应商不同意进行调价的，乐山商行有权直接执行下架操作并将处理结果进行记录，并纳入供应商考评范围；且退还以市场结算价格为准的结算差价。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

若目前所提供货品，因商品迭代，更新换代后无法供货情况，供应商须向乐山商行提出产品替换方案，供应商须承诺向乐山商行提供与迭代产品同品牌同类型的其他型号产品，同时保证报价不变，或与乐山商行协商后补充其他替代产品，最终商品替换结果，以乐山商行通知为准。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

供应商须保障协议到期后的延续性问题，包括但不限于存量商品的售后问题。

（4）配送、仓储要求。供应商应具有完善的仓储服务、物流管理、物流信息对接解决方案，按承诺的时间配送。系统托管方需具备物流配送能力；满足点对点配送（即将商品配送至每一位客户）的要求，合作的物流公司为国内较为知名的公司（包括但不限于顺丰、EMS、京东物流公司）。供应商确保实物商品订单须在订单支付成功后的3个工作日内完成发货，配送时效3-7个工作日内配送完成；无需配送的虚拟权益类服务在兑换/购买当天实时处理完成；特殊商品的订单处理时效以商品页面告知客户为准。相应物流信息实时动态可在积分商城后管、积分商城页面对客端可查询追溯。

关于以电子权益形式发放的权益/商品，供应商应优先考虑直充方式（包括但不限于腾讯、优酷、爱奇艺，QQ音乐等虚拟权益须支持直充方式进行），向客户提供将电子权益等商品实时直充至客户本人/指定账户的服务。

（5）售后服务要求

供应商需具备完整的售后服务体系、售后服务团队（含自有客服热线）、完善且成熟的处理机制，自有技术团队，以保障对礼品兑换客户提供优质客服服务（含1个工作日内解决客户投诉）以及对我行提供优质售后服务（含24小时免费技术维保服务）。同时，需按照国家“三包”政策提供售后服务。供应商需承诺可依照国家规定提供退换货服务。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

供应商提供的电子权益需支持电子权益充值记录查询追溯记录（包含不限于充值时间、充值账号、充值产品、到账时间、核销时间等），如充值失败或券码过期可提供自动退款。

8. 运营服务

供应商应具有能支持营销活动开展的自有平台，能实现活动配置、数据传输、短信推送等相关功能；

供应商可免费提供营销活动的系统配套支撑工作，包括但不限于智能客服、达标客户通知触达、营销活动客户触达、预警合作商户现场排查、智能营销辅助决策系统等；

供应商提供日常业务运营，负责平台营销活动的全年营销策划、活动运营、商品运营、活动页设计、相关宣传海报设计、商城页面设计更新、数据分析、报表统计、活动效果汇报、运营总结等相关内容。

供应商应具有一定的宣传策划能力，包括能及时策划出台营销活动方案，市场推广及自有线上渠道的宣传服务等事项。有专业法务人员负责营销活动规则的消费者权益保障审核，对平台发布内容和活动对外文案进行法务及消保审核。在合作期间可提供不低于 30 次/年的活动宣传设计服务，活动物料的调版/改版不计入设计次数，并根据活动周期安排提前 15 天完成交付。

四、商务要求（实质性要求）**本项需求应在商务要求应答表中进行应答**

（1）交付期：2026 年 12 月 31 日前按照采购人需求完成并上线部分核心功能；后续全量功能开发在 2027 年 9 月 30 日前逐步完成。

（2）服务地点：采购人指定地点。

（3）合同付款方式：本项目采用阶段性付款。第一次付款为完成合同签订，收到供应商开票后，支付合同金额的 30%，第二次付款为项目上线验收后，收到供应商发票，支付合同金额的 60%，第三次付款为项目免费维护期（一年）结束后，支付合同金额的 10%。

（4）报价要求：

①项目总预算 110 万元，供应商本次报价仅包含系统建设及第一年系统维保费（不含试运营期）。

②后续运维及运营服务（**此项预算外，承诺即可，无需报价**）：正式运营期间系统维保费用不超过 36 万元/年，定制化需求开发费用不超过 3000 元/人天。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

③积分商城商品报价（**此项承诺即可，无需报价**）。积分商城类现金虚拟产品报价

最高限价不超过 110%，视听影音类或场景消费代金券产品报价最高限价不超过 90%，（该虚拟类商品参考价为商品对应官网或售出官方报价）实物类商品最高限价不超过 100%，（实物商品参考价为京东、天猫品牌旗舰店市等主流电商平台同类型商品零售价最低价。）最终价格以成交供应商与采购人后续进行确认为准。（**供应商提供承诺函并加盖公章，格式自拟**）

（5）售后要求：成交供应商须提供个人综合积分权益平台整体开发建设及后续优化、升级迭代，负责安置甲方线上积分商城并负责后续相关管理工作，实现合同存续期内该平台的持续稳定运转以及平台相关数据的长期、安全保存。

（6）保密相关要求：

项目组成员应严格遵守采购人规章制度、流程及要求提供服务，并按采购人要求签订相关保密协议。在提供服务过程中，项目组成员应注意保密工作，确保不泄露采购人的敏感信息。同时，要确保所有操作符合安全规范，避免任何可能的风险。如因数据泄露对采购方产生不良影响，采购方可以要求供应商承担违约责任，包括支付违约金和赔偿损失，情节严重的可根据相关法律法规规定，追究供应商的法律责任。

（7）其他要求：

①在项目实施过程中要遵守乐山市商业银行相关技术和管理规定。

②符合达到现行国家规范、行业标准,符合相关法律法规要求。

注意：本章节的以上打★号的或标注有“（实质性要求）”为本次招标项目的实质性要求，不允许有实质性负偏离。

第六章 采购项目实质性要求

详见第五章采购项目技术、服务要求、采购合同内容条款及其他商务要求中有明确说明或标注“实质性要求”的内容。

第七章 磋商内容、磋商过程中可实质性变动的内容

本项目在磋商过程中，评审委员会可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款的实质性内容，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。

对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，评审委员会应当及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。

供应商应当按照磋商文件的变动情况和评审委员会的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附法定代表人授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

注意：采购人不同意磋商文件在磋商过程中有任何变动的，可以不规定此章内容。

第八章 响应文件格式

一、本章所制响应文件格式，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，但是，供应商响应文件相关资料和本章所制格式不一致的，评审委员会将在评分时以响应文件不规范予以扣分处理。

二、本章所制响应文件格式有关表格中的备注栏，由供应商根据自身响应情况作解释性说明，不作为必填项。

三、本章所制响应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，在不改变响应文件原义、不影响本项目采购需求的情况下，供应商可以不予填写，但应当注明。

XX 项目

响 应 文 件

采 购 人：_____

代理机构：_____

供应商名称：_____

_____年____月____日

目 录

请供应商自行编制

.....

资格响应文件部分

一、磋商响应函

XXX:

我方全面研究了 XX（项目名称）项目磋商文件（项目编号： XX）决定参加贵公司组织的本项目磋商活动。我方授权 XX（姓名、职务）代表我方 XX（供应商名称）全权处理本项目响应的有关事宜。

1、我方的报价均是我方自愿按照磋商文件规定的各项要求完成该项目所需内容的全部价款。

2、一旦我方成交，我方将严格履行合同规定的责任和义务，保证按合同约定的时限完成项目，并交付采购人验收、使用。

3、我方同意本次采购的磋商有效期为 XX 天。

4、我方同意按照磋商文件的要求，向贵公司交纳人民币 XX 万元（大写： XX 元整）的投标保证金。并承诺：下列任何情况发生时，我方将不要求退还投标保证金：

（1）如果我方在磋商有效期 XX 天内撤回磋商响应的；

（2）我方提供了虚假响应磋商文件的响应文件的；

（3）在响应过程中有违规违纪行为；

（4）我方在磋商有效期内收到成交通知书后，由于我方原因未能按照磋商文件要求提交履约保证金或与采购人签订并履行合同。

（5）本磋商文件规定关于不予退还保证金的其他情形。

5、我方愿意提供贵公司可能另外要求的，与磋商有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

6、与本采购有关的一切正式通讯方式：

地址： XXX 邮编： XXX

电话： XXX 传真： XXX

二、法定代表人授权书（如涉及）

XXX:

本授权声明：XXX（单位名称），XXX（法定代表人姓名、职务）授权 XXX（被授权人姓名、职务）为我方参加 XXX 项目（采购编号：XXX）磋商采购活动的合法代表，以我方名义全权处理该项目有关磋商、报价、签订合同以及执行合同等一切事宜。

特此声明。

附：法定代表人身份证复印件和授权代表身份证复印件。

供应商名称（盖单位公章）：XXX

法定代表人（签字或盖章）：XXX

职 务：XXX

被授权人签字：XXX

联系电话：XXX

职 务：XXX

日 期：X 年 X 月 X 日

提示：

1、法定代表人作为投标代表人的，不需提供此委托书。但须提供法定代表人身份证明书。

2、供应商为其他组织无法定代表人的，可将法定代表人改为准许执业证明文件中的核定名称。

三、法定代表人身份证明书

(格式，法定代表人参与磋商时适用)

XXX:

公司名称: XXX

地址: XXX

姓名: XXX , 性别: XXX , 年龄: XXX (周岁), 职务:
XXX, 系 XXX (供应商名称) 法定代表人。

特此证明。

附: 法定代表人身份证复印件。

四、供应商基本情况表

供应商名称						
注册地址					邮政编码	
联系方式	联系人				联系电话	
	传真				网址	
组织结构						
法定代表人	姓名		技术职称		联系电话	
技术负责人	姓名		技术职称		联系电话	
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						

五、承诺函

XXX:

我公司作为本次采购项目的供应商，根据磋商文件要求，现郑重承诺如下：

一、具备本项目规定的条件：

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售后保障等能力；

4、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

5、参加采购、招投标等活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录 and 行贿记录；

6、未被列入采购平台诚信评价体系或黑名单；

7、法律、行政法规规定的其他条件；

8、本项目的特定资格要求：**XX**。

9、本次采购不接受联合体参加。

二、完全接受和满足本项目磋商文件中规定的实质性要求，如对磋商文件有异议，已经在投标截止时间届满前依法进行维权救济，不存在对磋商文件有异议的同时又参加投标以求侥幸成交或者为实现其他非法目的的行为。

三、参加本次采购活动，不存在与单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的其他供应商参与同一合同项下的采购活动的行为。

四、参加本次采购活动，不存在和其他供应商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。

五、我公司 **XX**（填写“有”或“没有”）《四川省政府采购当事人诚信管理办法》（川财采【2015】33号文件）和本磋商文件规定的失信行为。

六、响应文件中提供的能够给予贵公司带来优惠、好处的任何材料资料和技术、服务、商务等响应承诺情况都是真实的、有效的、合法的。

七、我公司 XX（填写“有”或“没有”）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（如供应商在参加采购活动前被禁止在一定期限内参加采购活动，期限届满的，可以参加采购活动），XX（填写“有”或“没有”）未依法缴纳税收和社会保障资金的不良记录，参加采购活动前三年内，在经营活动中 XX（填写“有”或“没有”）重大违法记录（如供应商在参加采购活动前 3 年内因违法经营被禁止在一定期限内参加采购活动，期限届满的，可以参加采购活动）；我公司 XX（填写“有”或“没有”）其他失信行为。

八、我公司及其现任法定代表人/主要负责人 XX（填写“具有”或“不具有”）行贿犯罪记录。

九、如本项目评标过程中需要提供样品，则我公司提供的样品即为成交后将要提供的成交产品，我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磋商文件要求导致未能成交的，我愿意承担相应不利后果。

十、我公司电子文档无法读取的，我公司承诺在采购主体要求的时间前重新提交，电子文档与纸质响应文件不一致的，以纸质响应文件为准，无故不提交的，视为我公司自动放弃成交资格。

本公司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，我愿意接受以提供虚假材料谋取成交追究法律责任

六、其他材料

供应商应按磋商文件第三章相关要求提供其他佐证材料，有格式要求的从其要求，无格式要求的格式自拟。

.....

其他响应文件部分

一、报价函

XXX:

1.我方全面研究了“XX”项目磋商文件（项目编号：XX），决定参加贵公司组织的本项目磋商采购。

2.我方自愿按照磋商文件规定的各项要求向采购人提供所需服务，总报价为人民币XX（大写：XX）。服务时间为：XX。

3.一旦我方成交，我方将严格履行采购合同规定的责任和义务。

4.我方同意本磋商文件依据《四川省采购当事人诚信管理办法》（川财采〔2015〕33号文件）对我方可能存在的失信行为进行惩戒。

5.我方愿意提供贵公司可能另外要求的，与磋商报价有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件资料是真实、准确的。

6.我方报价均真实有效，不存在低于成本的不正当竞争行为，并且不存在以低价谋取成交后提供不良产品或者不诚信履约情况。

7.评审委员会认为我方报价低于成本，我方将按照评审委员会要求积极配合提供相关证明材料，并接受评审委员会的评审认定。

二、报价明细表

序号	服务名称	服务范围	服务要求	服务时间	单价 (元)	数量	总价 (元)	备注
1	系统建设费							预算 内 (不 超过 110 万 元)
2	系统维保费 (第一年)							
合计报价								

三、响应表

序号	磋商文件要求	响应应答	偏离情况
1			
2			
.....			

注：

1、供应商必须据实填写，不得虚假响应，虚假响应的，其响应文件无效并按规定追究其相关责任（具体按磋商文件第五章相应内容**逐一对应填写**）。

2、响应应答栏填响应或详细说明。

3、“偏离情况”栏应当填写“正偏离、无偏离、负偏离”。

四、商务应答表

序号	磋商文件要求	响应应答	偏离情况
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			

注：

1、供应商必须据实填写，不得虚假响应，虚假响应的，其响应文件无效并按规定追究其相关责任（具体按磋商文件**第五章逐一对应填写**）。

2、响应应答栏填响应或详细说明。

3、“偏离情况”栏应当填写“正偏离、无偏离、负偏离”。

五、供应商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：供应商（仅限于供应商自己实施的）以上业绩需提供有关书面证明材料。

六、供应商本项目管理、技术、服务人员情况表

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								

注：表格可以由供应商根据自身情况自行扩展或调整。

七、知识产权承诺书

XXX:

作为本项目“XX”（项目名称）项目的供应商，我公司在此郑重承诺：

1、我公司保证在本项目使用的任何产品（货物）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、货物产权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由我公司承担所有相关责任。

2、本项目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。

3、我公司如欲在项目实施过程中采用自有知识成果，我公司将在响应文件中声明，并提供相关知识产权证明文件。使用该知识成果后，我公司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，本项目采购人享有永久使用权（含本项目采购人委托第三方在该项目后续开发的使用权）。

4、如采用我公司所不拥有的知识产权，则在投标报价中已包括合法获取该知识产权的相关费用。

八、方案

注：内容由供应商根据本项目实际需求自行编制。

九、其他材料

- 1、依据评分细则(采用综合评分时)及磋商文件提供。
- 2、磋商文件要求承诺的事项，内容由供应商按本项目需求自行编制（如涉及）。
- 3、供应商认为需提供的其他材料。

第二轮报价函（实质性要求）

致：XXX

1、根据你方 XX（项目名称）、（项目编号：XX） 的竞争性磋商文件，遵照有关规定，经研究上述竞争性磋商文件及磋商后，我方愿对此项目作如下报价：

项目名称	
采购编号	
服务时间	
报价	XXXX 元

2、我方同意本项目最终分项报价按最终总报价与首轮总报价的变化幅度进行调整编制。

3、上述报价已包含本项目磋商文件第五章“采购项目技术、服务、采购合同内容条款及其他商务要求”中“报价要求”部分规定的**系统建设及第一年系统维保费用，第二轮报价报总价。**

4、我方同意本次采购的报价有效期为 60 天。

注：（提交时删除以下内容）

1、供应商可不在《响应文件》中填写此表。供应商在响应文件中提交此表的，不影响其响应文件的有效性，最终报价以在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》提交的为准。

2、供应商在未提高响应文件中承诺的产品及其服务质量的情况下，其最终报价不得高于对该项目之前的报价，否则，评审委员会应当对其响应文件按无效处理。

3、报价流程：

3.1 评审委员会在评标系统中发起多轮报价（报价时间由评审委员会设定），供应商应随时关

注《乐山市国有企业阳光采购服务平台》信息提醒，及时登录《乐山市国有企业阳光采购服务平台》投标系统进行报价。

3.2 报价流程：投标系统—多轮报价—先填写本轮报价—上传带有公司公章的报价文件—点击确定—点击提交。

第九章 评审方法

1. 总则

1.1 根据《乐山市市属国有企业阳光采购监督管理办法（试行）》及国家有关法律、法规和规章的规定，结合采购项目特点制定本评审方法。

1.2 评审工作由采购代理机构负责组织，具体磋商事务由采购人或采购代理机构依法组建的评审委员会负责。评审委员会由采购人代表和评审专家组成。

1.3 评审工作应遵循公平、公正、科学及择优的原则，并以相同的评审程序和标准对待所有的供应商。

1.4 本项目采取电子评审，通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》完成评审工作。评审委员会成员、采购人、代理机构和供应商应当按照本磋商文件规定和《乐山市国有企业阳光采购服务平台》操作要求开展或者参加评审活动。

1.5 评审过程中的书面材料往来均通过《乐山市国有企业阳光采购服务平台》传递。

2. 评审委员会

2.1 本项目评审委员会成员人数应为三人以上单数，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二。评审委员会是采取随机方式在《乐山市国有企业阳光采购服务平台》的专家库系统抽取。

2.2 评审委员会成员应当满足并适应电子化采购评审的工作需要，使用已身份认证的账号，通过乐山市国有企业阳光采购服务平台-登录评标专家系统-进入评标系统-确认身份、签到、签署评标承诺书、确认回避信息-推荐评审委员会组长-确认评标数据。采购人代表可以使用采购人代表账号确认评审意见。

注：评审委员会在评审之前，应由评审委员会民主推选评审委员会组长。评审委员会组长由评审专家担任，采购人代表不得担任评标委员会组长，组长主要负责协调评标委员会成员之间的事务性工作、与采购人代表或采购代理机构交涉相关事宜、撰写资格审查报告、评标记录和评审报告等。评审委员会组长与其他成员的法定职责、权利和义务相同，且不得影响和干涉其他成员依法独立评审。

2.3 评审委员会成员获取解密后的响应文件，开展评审活动。出现应当回避的情形时，评审委员会成员应当主动回避，并在评标系统中请假。《乐山市国有企业阳光采购服务平台》将按规定自动进入补抽程序。评审委员会成员全员到齐，方可开展评审活动。

2.4 评审委员会按照磋商文件规定的磋商程序、评分方法和标准进行评审，并独立履行下列职责：

（一）熟悉和理解磋商文件，确定磋商文件内容是否违反国家有关强制性规定或者磋商文件存在歧义、重大缺陷，根据需要要求采购人、采购代理机构对磋商文件作出解释；

（二）审查供应商响应文件是否满足磋商文件要求，并作出公正评价；

（三）根据需要要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正；

（四）推荐成交供应商，或者受采购人委托确定成交供应商；

（五）起草评审报告并进行签署；

（六）向采购代理机构、监督部门报告非法干预评审工作的行为；

（七）法律、法规和规章规定的其他职责。

2.5 （实质性要求）评审过程独立、保密。供应商非法干预评审过程的，其响应文件作无效处理。

3. 评审程序

3.1 审查磋商文件和停止评审。

3.1.1 评审委员会正式评审前，应当对磋商文件进行熟悉和理解，内容主要包括磋商文件中供应商资格条件要求、采购项目技术、服务和商务要求、磋商办法和标准、采购政策要求以及采购合同主要条款等。

3.1.2 本磋商文件有下列情形之一的，评审委员会应当停止评审：

- (1) 磋商文件的规定存在歧义、重大缺陷的；
- (2) 磋商文件明显以不合理条件对供应商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，但是磋商文件未依法体现优先、强制采购相关规定的；
- (4) 磋商文件将供应商的资格条件列为评分因素的；
- (5) 磋商文件载明的成交原则不合法的；
- (6) 磋商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 规定应当停止评审情形的，评审委员会应当向采购人书面说明情况。除本条规定的情形外，评审委员会不得以任何方式和理由停止评审。

3.2 资格审查。

3.2.1 本项目需要评审委员会进行资格性检查。

评审委员会应依据法律法规和磋商文件的规定，对响应文件是否按照规定要求提供资格性证明材料、是否属于禁止参加磋商的供应商等进行审查，以确定供应商是否具备磋商资格。

3.2.2 资格性审查结束后，评审委员会应当出具资格性审查报告，没有通过资格审查的供应商，评审委员会应当在资格审查报告中说明原因。

3.2.3 评审委员会应依据磋商文件规定的实质性要求,对符合资格的响应文件进行有效性、完整性和响应程度审查,以确定参加磋商的供应商名单。

3.2.4 评审委员会须在采购平台-评标系统-信息告知栏,如实向供应商告知资格性/符合性审查未通过的具体情形、原因及政策依据;供应商须实时关注平台信息推送,及时登录采购平台自行查阅相关告知内容。

3.3 通过资格性审查的供应商不足3家的,终止本次采购活动,并发布终止采购活动公告。

3.4 磋商。

3.4.1 评审委员会所有成员集中与单一供应商分别进行一轮或多轮磋商,并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。磋商顺序不分先后。磋商过程中,评审委员会可以根据磋商情况调整磋商轮次。

操作流程:评审委员会在《评标系统》中发起‘在线谈判’,供应商应随时关注采购平台信息提醒,及时登录采购平台投标系统参与本项目磋商。

{磋商时间可由评审委员会在评标系统中规定}

3.4.2 每轮磋商开始前,评审委员会应根据磋商文件的规定,并结合各供应商的响应文件拟定磋商内容。

3.4.3 在磋商过程中,评审委员会可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动磋商文件的技术、服务要求以及合同草案条款,但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容,须经采购人代表确认。

3.4.4 对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分,评审委员会应当及时通知所有参加磋商的供应商。

3.4.5 磋商过程中,磋商文件变动的,供应商应当按照磋商文件的变动情况和评审委员会的要求重新提交响应文件,并由其法定代表人/主要负责人/本人或其授权代表签字(注:供应商为法人的,应当由其法定代表人

或者授权代表签字确认；供应商为其他组织的，应当由其主要负责人或者授权代表签字确认；供应商为自然人的，应当由其本人或者授权代表签字确认）或者加盖公章。磋商过程中，供应商根据磋商情况自行决定变更其响应文件的，评审委员会不得拒绝，并应当给予供应商必要的时间，但是供应商变更其响应文件，应当以有利于满足磋商文件要求为原则，不得变更为不利于满足磋商文件规定，否则，其响应文件作为无效处理。

3.4.6 磋商过程中，评审委员会对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查，审查中发现供应商响应文件属于下列情况之一的，应按照无效响应文件处理：

（1）响应文件组成明显不符合磋商文件的规定要求，影响评审委员会评判的；

（2）响应文件的语言、计量单位、知识产权、响应有效期等不符合磋商文件的规定，影响评审委员会评判的；

（3）经最终磋商后，供应商的响应文件仍不能完全响应磋商文件的实质性要求的；

（4）未载明或者载明的采购项目履约时间、方式、数量及采购合同实质性内容与本竞争性磋商文件要求不一致，且采购单位无法接受的。

（5）属于竞争性磋商文件中无效响应情形的。

但评审委员会对响应文件签署、盖章等进行审查过程中，有下列情形的，评审委员会应当评定为不影响整个响应文件有效性和采购活动公平竞争，并通过响应文件的有效性审查：

（1）响应文件存在个别地方（总数不能超过 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；

(2) 响应文件除磋商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;

(3) 以骑缝章的形式代替响应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)。

评审委员会对所有响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查后,向采购代理机构出具符合性审查报告,确定继续磋商的供应商名单。没有通过有效性、完整性和响应程度审查的供应商,评审委员会应在符合性审查报告中说明原因。

3.4.7 磋商过程中,磋商的任何一方不得透露与磋商有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。

3.4.8 磋商过程中,评审委员会发现或者知晓供应商存在违法、违纪行为的,评审委员会应当将该供应商响应文件作无效处理,不允许其提交最后报价。

3.4.9 磋商完成后,评审委员会应出具磋商情况记录表,磋商情况记录表需包含磋商内容、磋商意见、实质性变动内容等。

3.5 最后报价。

3.5.1 磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的,磋商结束后,评审委员会应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价,提交最后报价的供应商不得少于3家。或磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求,需经磋商由供应商提供最终设计方案或解决方案的,磋商结束后,评审委员会应当按照少数服从多数的原则投票推荐3家以上供应商的设计方案或者解决方案,并要求其在规定时间内提交最后报价。

3.5.2 磋商结束后,评审委员会应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。两轮(若有)以上报价的,供应商在未提高响应文

件中承诺的产品及其服务质量的情况下,其最后报价不得高于对该项目之前的报价,否则,评审委员会应当对其响应文件按无效处理,并告知供应商,说明理由。评审委员会认为供应商最后报价明显低于成本价,在评审委员会发出质询函后供应商未能提供合理的成本分析和价格构成的或对质询函的解释未被评审委员会采信,应按照无效文件处理。

3.5.3 评审委员会在《评标系统》中发起‘多轮报价’,供应商应随时关注采购平台信息提醒,及时登录采购平台投标系统进行报价。

{多轮报价时间由评审委员会在评标系统中设定}

注:

①报价流程:投标系统—多轮报价—填写本轮报价—上传带有公司公章的报价文件—点击确定—点击提交。

②供应商未按评审委员会要求在规定时间内提交报价的或上传的报价文件未盖章的,视为无效响应,由供应商自行承担不利后果。

3.5.4 最后报价中的算术错误将按以下方法修正:

(1) 响应文件的大写金额和小写金额不一致的,以大写金额为准;

(2) 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;单价金额小数点有明显错位的,应以总价为准,并修改单价。如果小写、大写金额和单价、总价金额出现明显文字错误,应当按照澄清、说明或者更正程序先纠正错误后,再行修正。

(3) 单价金额小数点或者百分比有明显错位的,以总价为准,修正单价。

同时出现两种以上不一致的,按照上述规定的顺序修正。修正后的报价经供应商确认后产生约束力,供应商不确认的,其响应文件作为无效处理。

不得未经澄清、说明或者更正,直接将供应商响应文件作为无效处理。对不同文字文本响应文件的解释发生异议的,以中文文本为准。

3.6 比较与评价。评审委员会应当按照磋商文件规定的评审细则及标准，对符合性检查合格的响应文件进行商务和技术评估，综合比较和评价。鉴于目前平台功能缺失，经济类专家在平台“服务实施方案”评分项目中按照技术类专家及采购人代表评分的平均分填写评分，该评分仅为系统设置需要，不代表经济类专家对该项目的个人评分意见。

3.7 推荐成交候选供应商。评审委员会应当根据综合评分情况，按照评审得分由高到低顺序推荐 3 家及以上成交候选供应商，并编写磋商报告。评审得分相同的，按照最后报价由低到高的顺序推荐。评审得分且最后报价相同的，按照技术指标优劣顺序推荐。

3.8 评审委员会复核。评审委员会评分汇总结束后，评审委员会应当进行评审复核，对拟推荐为成交候选供应商的、报价最低的、供应商资格审查未通过的、供应商响应文件作无效处理的重点复核。

3.9 采购代理机构线上复核评审结果。

3.9.1 评审结果汇总完成后，须提交代理机构复核，代理机构复核通过后，评审委员会组长方可点击完成评审。

存在下列情形之一的，采购代理机构应当根据情况建议评审委员会现场修改评审结果：

- (1) 资格性审查认定错误的；
- (2) 分值汇总计算错误的；
- (3) 分项评分超出评分标准范围的；
- (4) 客观评分不一致的。

存在本条上述情形的，由评审委员会自主决定是否采纳采购代理机构的建议，并承担独立评审责任。评审委员会采纳采购代理机构建议的，应当按照规定现场修改评审结果或者重新评审，并在磋商报告中详细记载有关事宜；

不采纳采购代理机构建议的，应当说明理由。采购代理机构建议未被评审委员会采纳的，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。采购代理机构认为评审委员会评审结果不合法的，应当报告采购项目监督部门。

采购代理机构复核过程中，评审委员会成员不得离开评审现场。

3.9.2 有下列情形之一的，不得现场修改评审结果：

- (1) 评审委员会已经完成评审并且离开评审现场的；
- (2) 采购代理机构复核时，没有采购监督人员现场监督的；
- (3) 采购代理机构复核内容超出规定范围的；
- (4) 采购代理机构未提供建议的。

3.10 编写磋商报告。评审委员会推荐成交候选供应商后，应向采购代理机构出具磋商报告。磋商报告应当包括以下主要内容：

- (1) 邀请供应商参加采购活动的具体方式和相关情况；
- (2) 响应文件开启日期和地点；
- (3) 获取磋商文件的供应商名单和评审委员会成员名单；
- (4) 评审情况记录和说明，包括对供应商的资格审查情况、供应商响应文件审查情况、磋商情况、报价情况等；
- (5) 提出的成交候选供应商的排序名单及理由。

磋商报告应当由评审委员会全体人员签字认可。评审委员会成员对磋商报告有异议的，评审委员会按照少数服从多数的原则推荐成交候选供应商，采购程序继续进行。对磋商报告有异议的评审委员会成员，应当在报告上签署不同意见并说明理由，由评审委员会书面记录相关情况。评审委员会成员拒绝在报告上签字又不书面说明其不同意见和理由的，视为同意磋商报告。

3.11 磋商异议处理规则。在磋商过程中，评审委员会成员对响应文件

是否符合磋商文件规定存在争议的，应当以少数服从多数的原则处理，但不违背磋商文件规定。有不同意见的评审委员会成员认为认定过程和结果不符合法律法规或者磋商文件规定的，应当在磋商报告中予以反映。

3.12 解释、澄清、说明

3.12.1 评审过程中，评审委员会认为磋商文件有关事项表述不明确或需要说明的，可以提请代理机构解释。代理机构的解释不得改变磋商文件的原义或者影响公平、公正，解释事项如果涉及供应商权益的以有利于供应商的原则进行解释。

3.12.2 对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评审委员会应当要求供应商作出必要的澄清、说明或更正，并给予供应商必要的反馈时间。供应商应当按评审委员会的要求进行澄清、说明或者更正。供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。澄清不影响响应文件的效力，有效的澄清、说明或者更正材料是响应文件的组成部分。

3.12.3 代理机构宣布评审结束之前，供应商须随时关注采购平台信息提醒，及时响应评审委员会发出的澄清、说明或更正要求。供应商未能及时响应的，自行承担后果。

3.12.4 评审委员会应当积极履行澄清、说明或者更正的职责，不得滥用权力。

3.13 终止磋商采购活动。

出现下列情形之一的，采购人或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

- (1) 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

(3)在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足 3 家的。

4. 评审办法及标准

4.1 评审办法：本次评审采用综合评分法，由评审委员会采用综合评分法对提交最后报价的供应商的响应文件和最后报价进行综合评分。综合评分法，是指响应文件满足磋商文件全部实质性要求且按评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为成交候选供应商的评审方法。

4.2 评审委员会成员应当依据磋商文件规定的评分标准和方法独立对每个有效供应商的响应文件进行评价、打分。

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

序号	评分因素及权重	分值	评分标准	备注
1	报价 30%	30分	满足竞争性磋商文件要求且最后报价最低的作为基准价，本小项为满分。响应报价得分=(基准价/最后磋商报价)×30×100%。 注：1. 评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。 2. 报价评分的取值按四舍五入法，保留小数	共同评分因素

			点后两位。 3. 报价包含系统建设及第一年系统维保费。	
2	业绩 22%	22分	投标人提供近五年，即 2021 年 1 月 1 日后至本项目投标截止之日止的相关业绩。 1. 具有银行业积分系统建设业绩的，每提供一个得 1.5 分，最高得 6 分。（积分系统建设方案不可全部由供应商托管） 2. 具有银行业积分商城、银行业权益商城、银行业会员权益平台等相关建设业绩的，每提供一个得 0.5 分，最高得 4 分。 3. 同一项目同时包含银行业积分系统、积分商城、权益管理、活动配置、订单管理、对账结算等综合能力的，每提供一个得 2 分，最高得 10 分（已参与单项积分计算项目不重复计算）。 4. 在提供的业绩中已上线运行、通过验收或持续服务的，每提供一个证明材料（验收报告或上线截图）得 0.5 分，最高得 2 分。 注： 1. 同一委托方的多个有效业绩，只计一次得分。	共同评分因素

			2. 须提供合同复印件并加盖投标人公章，合同复印件须包含合同首页、甲乙双方盖章页及包含业务范围描述的服务内容页。 3. 如合同内容无法直接证明业绩符合性的，须同时提供其他证明材料，包括但不限于工作说明书、实施证明函、验收报告、中标通知书、上线证明等。 4. 业绩时间以合同签订时间为准，成交供应商需在与采购人签订合同前将提供的业绩合同原件交予采购人审核。 5. 纯托管类、单纯商品供货类、无法证明系统建设或运营能力的业绩不得分。	
3	业务功能与需求理解方案 4%	4 分	根据投标人对本项目业务需求的理解及功能设计方案进行评分。方案内容包括： 1. 积分账户体系和积分规则管理：积分账户体系包含积分获取、发放、扣减、退回、冻结、解冻、过期、调整等全生命周期管理；积分规则管理，包含基础数据收集、清洗、处理，积分规则增、删、改、查等规则管理；并设置积分商城包含商品管理、订单管理、库存管理、券码核销、物流配送等能力； 2. 营销活动管理：支持多样形式营销，如	技术评分因素

			按照卡 bin 分级活动、报名客户达标活动、抽奖、分享裂变活动、分行活动、高净值权益活动等； 3. 预算额度控制、活动资金控制、供应商对账结算；客户投诉、售后处理、异常订单处理、退货退款退积分机制；报表统计、运营看板、数据分析能力。 4. 具有完整的管理体系：支持供应商入驻，供应商侧有管理系统，供应商可运营自己提供的商品，订单查询及统计、对账结算；同时具有会员体系，支持会员成长管理，会员权益点获取、发放、扣减、退回、冻结、解冻、过期、调整等全生命周期管理。 全部内容完整、技术路线合理、符合本项目需求且无缺陷的，得 4 分。每缺少一项内容扣 1 分；每有一项内容存在缺陷扣 0.5 分；扣完为止。 注：缺陷是指“非专门针对本项目或与本项目无关内容或原文复制采购文件、套用其他项目方案、内容前后矛盾、涉及的规范及技术标准错误、与采购需求不匹配、不可能实现的情形等任何一种情形”。	
4	积分使用场景 9%	9 分	支持场景积分抵现及积分消费场景、支持本地生活消费场景,其中，积分抵现场景需服务商	共同评

			已打通包括但不限于支付宝、云闪付、京东、美团、携程、抖音等至少 6 家头部互联网平台积分抵现渠道；符合本条需求，每满足一家上述头部互联网渠道得 1 分，同时满足 6 家渠道，得 3 分，本项目最高得 9 分，供应商应提供与所有互联网平台积分抵现合作的相关协议或其他实质性证明材料，且证明该场景可用于银行业。	分因素
5	系统技术与安全合规方案 16%	16分	根据投标人系统技术方案、安全合规方案及风险控制能力进行评分。内容包括： 1. 整体架构设计； 2. 技术选型与扩展能力：技术路线合理，具备参数化配置、模块化扩展、后续业务场景扩展及版本迭代能力。 3. 接口集成能力：需与手机银行、CRM、核心系统、短信平台、支付系统、智慧机具等系统对接，并具备异常重试、日志记录等机制。 4. 性能与稳定性：具备高并发、高可用、容灾备份、故障恢复、峰值活动保障等设计。 5. 数据迁移与一致性：具备历史积分、客户信息、积分明细、订单数据、商品权益数据等迁移方案，并明确数据校验、差错处理和一致性保障措施。 6. 权限与审计：支持用户权限、角色权限、机构权限、岗位权限、审批权限、敏感操作	技术评分因素

			留痕、操作日志、交易日志、异常日志等控制。 7. 安全合规与风控：具备客户信息安全保护、防恶意兑换、防重复领取、活动资格校验等机制，并能够配合渗透测试等工作。 8. 确保有符合消费者权益保护法律法规的数据保密机制，数据处理方案，数据安全证书。 全部内容完整、技术路线合理、符合本项目需求且无缺陷的，得 16 分。每缺少一项内容扣 2 分；每有一项内容存在缺陷扣 1 分；扣完为止。 注：缺陷是指“非专门针对本项目或与本项目无关内容或原文复制采购文件、套用其他项目方案、内容前后矛盾、涉及的规范及技术标准错误、与采购需求不匹配、不可能实现的情形等任何一种情形”。	
6	项目实施及团队能力 12%	12分	根据项目实施方案、项目团队配置及履约保障能力进行评分。内容包括： 1. 实施流程和计划； 2. 进度管理：工期安排合理，关键节点、交付成果、风险点和应对措施明确。承诺 2026 年 12 月 31 日之前上线重点功能（如积分发放、积分兑换） 3. 人员配置：配备项目经理、产品经理、技	技术评分因素

			术负责人、实施人员、测试人员、运维支持人员等，职责分工明确。 4. 质量管控：具有需求评审、设计评审、测试与缺陷管理、上线评审、变更管理等质量保障措施。 5. 培训与交付：提供管理员培训、运营人员培训、客服人员培训、系统操作手册、运维手册、接口文档、测试报告、上线报告等交付材料。 6. 履约保障：核心人员稳定，项目推进机制、沟通机制明确，能够保障项目按期、按质完成。 全部内容完整、安排合理、符合本项目需求且无缺陷的，得 12 分。每缺少一项内容扣 2 分；每有一项内容存在缺陷扣 1 分；扣完为止。 注：缺陷是指“非专门针对本项目或与本项目无关内容或原文复制采购文件、套用其他项目方案、内容前后矛盾、涉及的规范及技术标准错误、与采购需求不匹配、不可能实现的情形等任何一种情形”。	
7	售后运维及运营支撑能力 7%	7 分	根据投标人售后服务、运维保障及运营支撑方案进行评分。内容包括： 1. 售后服务体系：明确服务团队、服务方式、服务时间、服务范围、问题受理渠道和服务管理	技术评分因素

		流程。 2. 维保与升级：明确维保期限、维保范围、版本升级及定制需求响应机制。 3. 故障响应：建立故障分级标准，明确重大故障、严重故障、一般故障、咨询类问题的响应时效、处理时限和升级机制。 4. 活动保障：在重要营销活动、积分兑换高峰、权益集中领取等场景下提供专项保障。 5. 运营保障：营销策划、积分商城设计更新、宣传设计、能够支持商品/权益上架、价格维护、库存维护、订单处理、券码核销、物流跟踪、供应商协同、异常问题处理等运营工作。 6. 客诉处理：能够支持客户投诉、订单异常、权益未到账、退款退积分、券码失效、供应商处理等问题的流转、跟踪和闭环。 7. 服务报告：定期提供运维服务报告、问题清单、处理结果、系统运行情况、活动运营情况及优化建议。 全部内容完整、服务承诺清晰、符合本项目需求且无缺陷的，得 7 分。每缺少一项内容扣 1 分；每有一项内容存在缺陷扣 0.5 分；扣完为止。	
--	--	--	--

			注：缺陷是指“非专门针对本项目或与本项目无关内容或原文复制采购文件、套用其他项目方案、内容前后矛盾、涉及的规范及技术标准错误、与采购需求不匹配、不可能实现的情形等任意一种情形”。	
--	--	--	---	--

5. 磋商纪律及注意事项

5.1 评审委员会内部讨论的情况和意见必须保密，任何人不得以任何形式透露给供应商或与供应商有关的单位或个人。

5.2 在磋商过程中，供应商不得以任何形式对评审委员会成员进行旨在影响磋商结果的私下接触，否则将取消其参与磋商的资格。

5.3 对各供应商的商业秘密，评审委员会成员应予以保密，不得泄露给其他供应商。

5.4 评审委员会独立评判，推荐成交候选人，并出具评审报告。

5.5 评审委员会可根据需要对供应商进行实地考察。

6. 评审委员会在采购活动中承担以下义务：

6.1 遵守评审工作纪律；

6.2 按照客观、公正、审慎的原则，根据磋商文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审；

6.3 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；

6.4 及时向监管部门报告评审过程中发现的采购人、采购代理机构向评审专家做倾向性、误导性的解释或者说明，以及供应商行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为；

6.5 发现磋商文件内容违反国家有关强制性规定或者磋商文件存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行时，停止评审并向采购人或者采购代理机构书面说明情况；

6.6 及时向监督部门报告在评审过程中受到非法干预的情况；

6.7 配合答复处理供应商的询问、质疑和投诉等事项；

6.8 法律、法规和规章规定的其他义务。

7. 评审专家在采购活动中应当遵守以下工作纪律：

7.1 不得参加与自己有《中华人民共和国政府采购法实施条例》第九条规定的利害关系的采购项目的评标活动。发现参加了与自己有利害关系的评审活动，须主动提出回避，退出评审；

7.2 评审前，应当将通讯工具或者相关电子设备交由采购代理机构统一保管；

7.3 评审过程中，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；

7.4 评审过程中，不得发表影响评审公正的倾向性、歧视性言论，不得征询或者接受采购人的倾向性意见，不得明示或暗示供应商在澄清时表达与其响应文件原义不同的意见，不得以磋商文件没有规定的评审方法和标准作为评审的依据，不得修改或者细化评审程序、评审方法、评审因素和评审标准，不得违规撰写评审意见，不得拒绝对自己的评审意见签字确认；

7.5 在评审过程中和评审结束后，不得记录、复制或带走任何评审资料，不得向外界透露评审内容；

7.6 评审现场服从采购代理机构工作人员的管理，接受现场监督人员的合法监督；

7.7 遵守有关廉洁自律规定，不得私下接触供应商，不得收受供应商及有关业务单位和个人的财物或好处，不得接受采购代理机构的请托。

第十章 采购合同（样稿）

合同编号：XXX

签订地点：XXX

签订时间：XXX 年 XXX 月 XXX 日

采购人（甲方）：XXX

供应商（乙方）：XXX

根据《中华人民共和国民法典》及采购代理机构的 XX采购项目（采购编号：XX）的《磋商文件》、乙方的《响应文件》及《成交通知书》，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磋商文件、响应文件、《成交通知书》等均为本合同不可分割的部分。双方同意共同遵守如下条款：

一、服务内容及要求

二、合同定价方式、付款进度和支付方式

.....

三、履约保证金

.....

四、验收标准和方法

.....

五、甲方的权利和义务

.....

六、乙方的权利和义务

.....

七、违约责任

.....

八、不可抗事件处理

.....

九、解决合同纠纷的方式

.....

十、合同生效及其他

1、合同各方一致确认以下通讯地址和联系方式（或本合同中记载的各方通讯地址和联系方式）为各方履行合同、解决合同争议时向接收其他方商业文件信函或司法机关（法院、仲裁机构）诉讼、仲裁文书的地址和联系方式；任何一方通讯地址和联系方式发生变更的，应提前五个工作日以书面形式告知对方，因各方提供或者确认的送达地址和联系方式不准确、或者送达地址变更后未及时告知对方导致商业文件信函和诉讼文书未能被当事人实际接收的，以文书退回之日视为送达之日。

2、如有未尽事宜，由双方依法订立补充合同。

3、本合同一式 XX 份，自双方签章之日起起效。甲方 XX 份，乙方 XX 份，每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：XX 年 XX 月 XX 日

签约日期：XX 年 XX 月 XX 日

注：本合同仅供样例，具体由采购人、成交人共同按采购文件、响应文件进行合理、合法、科学修编。

第十一章 投标人特别须知

一、投标相关费用及开票说明

参与本项目投标所产生的报名费，含平台技术服务费 500 元、标书费 300 元，以及招标代理服务费，相关开票事项明确如下：

1、平台技术服务费：项目开标结束后，由招标代理机构统一在采购系统提交开票申请，平台自动开具金额 500 元电子发票，推送至投标人报名预留邮箱，投标人亦可登录采购平台投标系统自行下载。

2、标书费及代理服务费：300 元标书费、招标代理服务费发票均由招标代理机构负责开具；其中标书费电子发票可登录平台投标系统查询及自行下载。

二、投标人使用采购平台常见问题和解决办法

（一）投标文件编制前准备工作

一）电脑基本配置：

1、操作系统：需确保电脑运行 Windows10 及以上版本的操作系统，以满足投标文件编制软件及相关插件的兼容性要求。

2、驱动安装：

务必提前安装四川省“CA 互联互通驱动 4.0”和“乐山阳光采购 V1.0”，未安装上述驱动及客户端，将无法制作投标文件、办理电子签章、完成线上投标及开评标相关操作。下载链接为：<https://www.lsgzyg.com/#/downloadZone.html?open=3>。

在下载前，请关闭电脑上的杀毒软件及 360 软件管家，避免其对驱动安装过程产生干扰，导致安装失败或出现异常情况。安装过程中，请严格按照安装向导的提示进行操作，确保驱动正确安装。

二）浏览器选择与设置：

1、推荐浏览器：**推荐使用谷歌浏览器**进行投标文件的编制及相关操作。谷歌浏览器在兼容性和稳定性方面表现出色，能够较好地适配采购平台的各项功能。

2、证书及签章识别问题处理：若在使用过程中遇到证书和电子签章无法识别的问题，可尝试以下操作：

2.1 在谷歌浏览器设置里面**清理浏览器缓存**，快捷键为：CTRL + H。通过清理缓存，可以清除可能导致识别问题的临时文件和数据。

2.2 若清理缓存后问题仍未解决，可以尝试重置浏览器设置，将浏览器恢复到初始状态，以排除因浏览器设置不当导致的问题。

3、备用浏览器：如果上述方法无法解决问题，可更换其他浏览器，如 ie 浏览器以及搜狗浏览器（兼容模式）{不推荐使用 360 浏览器}。这些

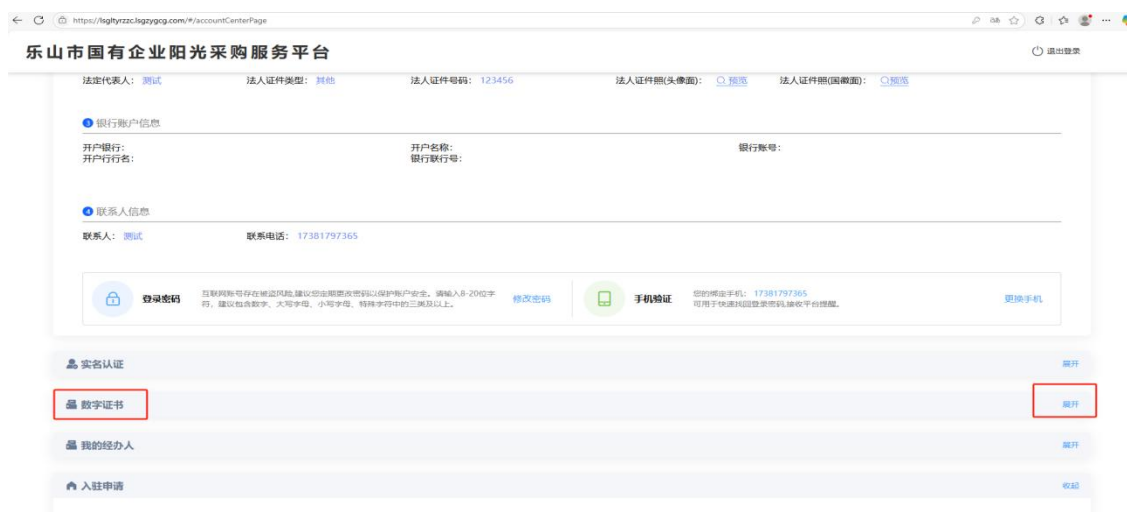
浏览器在某些情况下可能能够正常识别证书和电子签章。若所有浏览器均无法解决问题，建议尝试换一台电脑，并重新按照上述步骤进行操作，以确定是否是电脑硬件或系统层面的问题。

三）CA（数字证书）绑定：

1、操作入口：使用注册的账号密码，从采购平台首页的“注册及 CA 管理”入口进行登录。



2、绑定流程：登录成功后，进入数字证书管理页面。



选择“绑定电子证书”选项。

CA证书申请

绑定列表

绑定CA证书后可以使用CA证书登录系统!

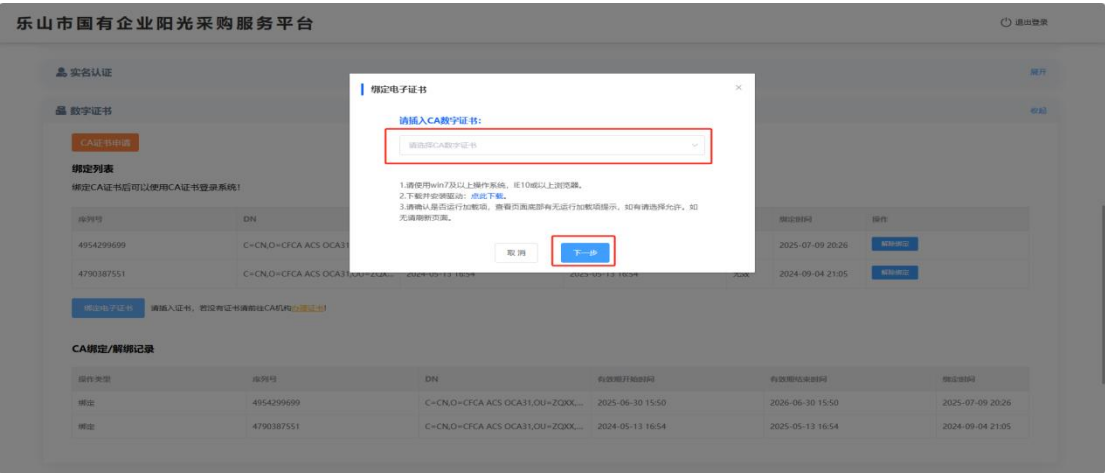
序列号	DN	有效期开始时间	有效期结束时间	状态	绑定时间	操作
4954299699	C=CN,O=CFCA ACS OCA31,OU=ZQX...	2025-06-30 15:50	2026-06-30 15:50	有效	2025-07-09 20:26	解除绑定
4790387551	C=CN,O=CFCA ACS OCA31,OU=ZQX...	2024-05-13 16:54	2025-05-13 16:54	无效	2024-09-04 21:05	解除绑定

绑定电子证书

请插入证书, 若没有证书请前往CA机构办证!

CA绑定/解绑记录

将电子证书插入电脑的 USB 接口，点击选择绑定证书信息。



按照系统提示，逐步完成绑定操作。在绑定过程中，请确保电子证书插入稳定，避免因插拔不当导致绑定失败。绑定成功后，此时 CA（数字证书）已成功绑定至您的账号，可用于投标文件的编制、签章及上传等操作。

(二) 投标文件在线编制流程

1、登录系统：使用 CA 锁从采购平台首页的“统一登陆入口”进行登录。



2、进入投标系统：登录成功后，在页面中找到“投标系统”选项并点击进入。



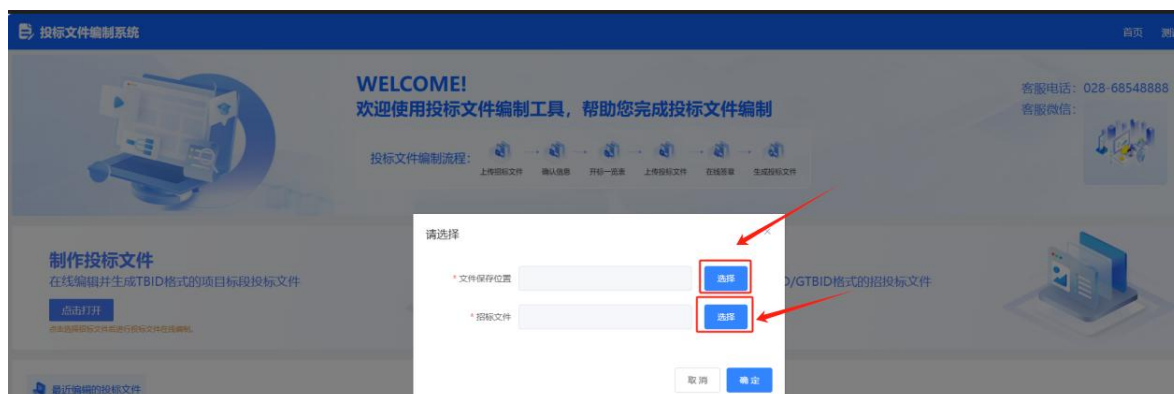
3、查找参与项目：在投标系统界面中，点击“我参与的项目”，系统会列出当前用户参与的所有项目。仔细浏览项目列表，找到需要编制投标文件的项目。为了快速定位项目，可根据项目名称、编号等信息进行筛选或搜索。



4、进入在线编制页面：点击左侧列表中“投标在线编制”按钮，进入在线编制界面。

5、选择文件路径并打开招标文件：

在“在线编制”界面中，系统会提示选择保存投标文件的路径。需提前确定合适的保存位置（如电脑的特定文件夹），选定后点击确认。随后，找到已下载的 zbid 格式招标文件，选择该文件并打开，以便基于此招标文件进行投标文件的制作。

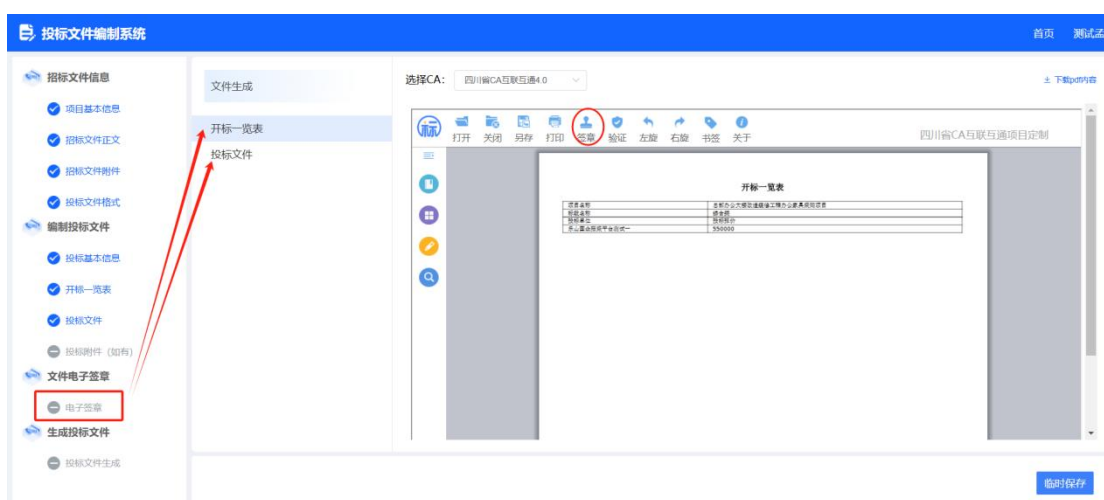


6、制作投标文件：根据招标文件的要求和内容，在“在线编制”系统

中逐项填写、编辑投标文件的相关信息（包含开标一览表、投标文件、投标附件等）。在制作过程中，要仔细核对信息的准确性和完整性，确保符合招标文件要求。

注：“在线编制”系统仅支持上传一本 PDF 格式的投标文件，其余相关内容供应商可压缩打包后，放入投标附件中提交。

7、签章操作：完成投标文件内容制作后，进行签章步骤。点击“在线编制”系统中的“电子签章”功能按钮，选择对应的电子签章，按照招标文件的要求，在投标文件的规定位置进行签章。



普通签章（推荐使用）：单独签一个章，通常用于特定的单个页面或特定位置的签章需求（开标一览表）。

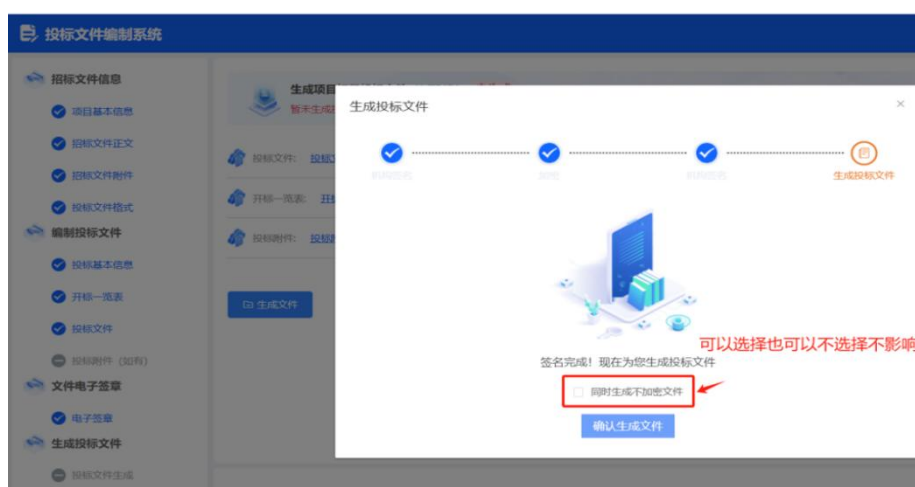
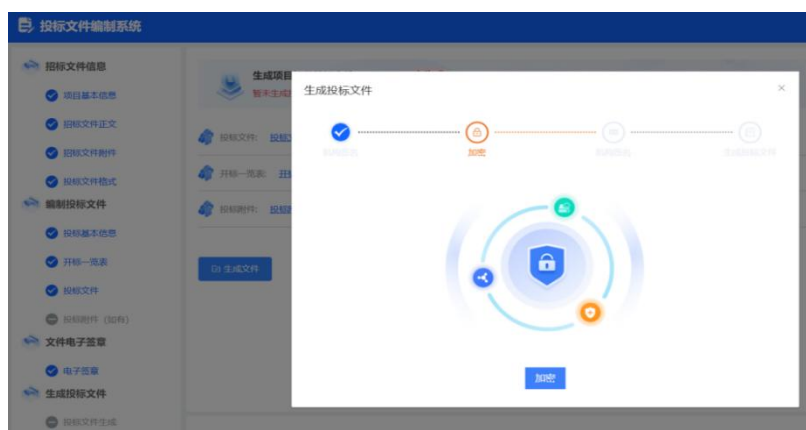
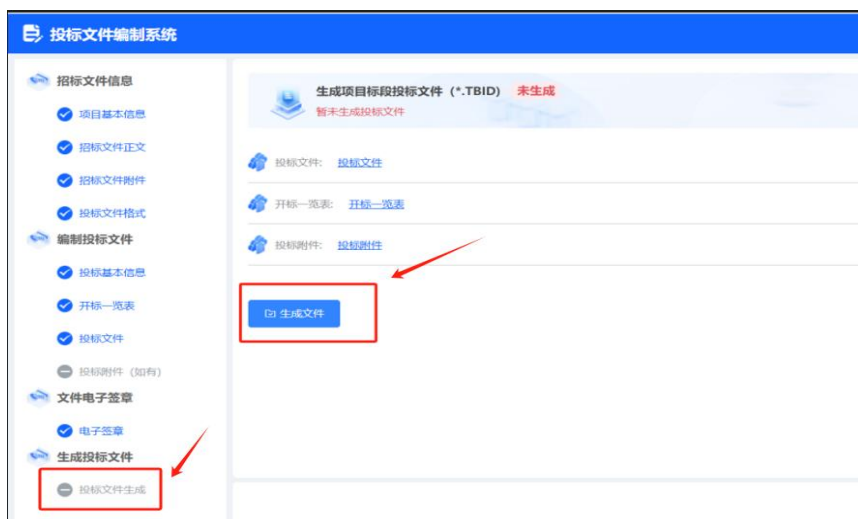
连续签章（不推荐使用）：手动每一页人工签章，需要操作人员逐页手动进行签章操作，适用于对签章位置有特殊要求且每页位置可能不同的情况。

批量签章（推荐使用）：系统会自动全部签上电子章（位置选择盖下每一页都是固定位置），能快速完成所有页面的签章，效率较高，适用于签章位置统一的场景。

骑缝签章（不推荐使用）：将一个完整的印章图案拆分，分别盖在文件的骑缝处，使文件的各页相互连接，合起来能组成一个完整的印章，主要用于防止文件被抽换页，保证文件的完整性和连贯性。

8、生成投标文件：

签章完成后，点击“在线编制”系统中的“投标文件生成”选项。系统会对投标文件进行校验和处理，生成 ZIP 格式（压缩包）的投标文件。生成过程中请耐心等待，不要进行其他操作，以免影响文件生成。



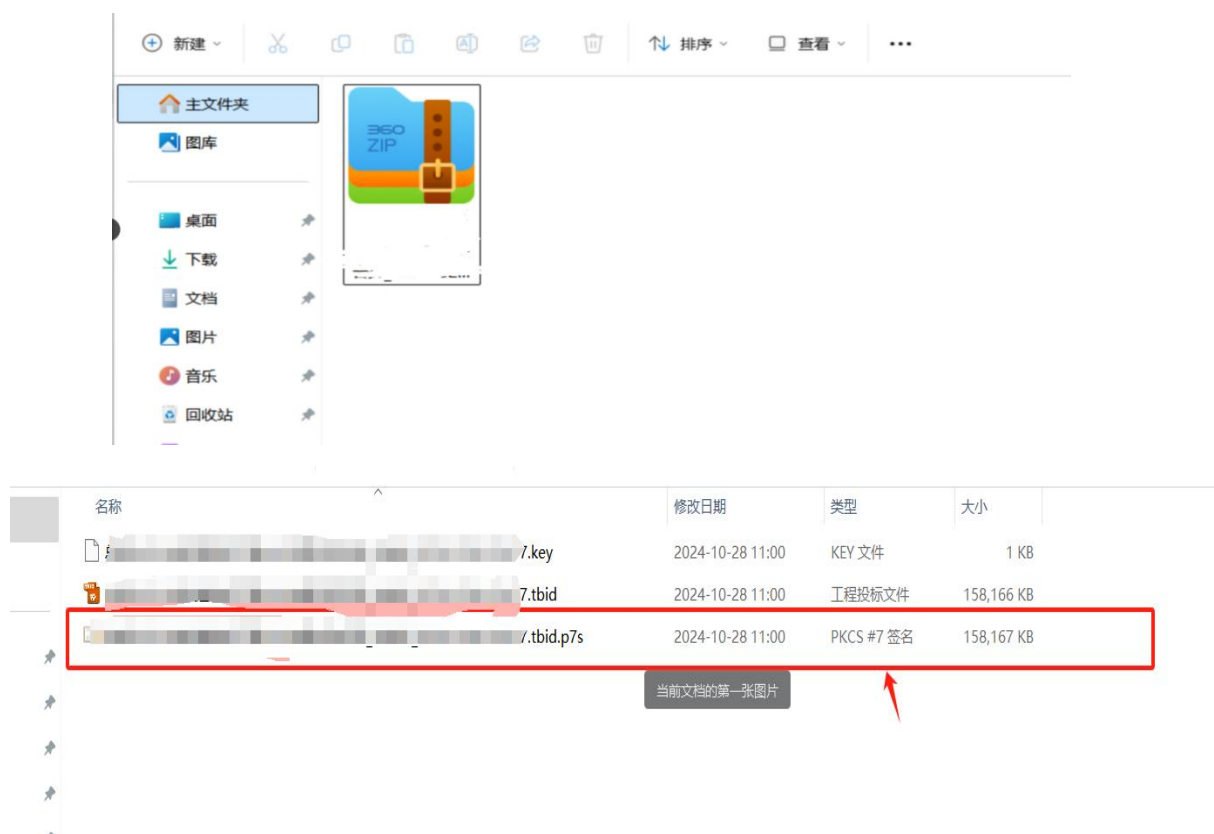
特殊情况处理：

若在“在线编制”系统中停留时间超过三小时，生成投标文件时，系统可能会弹出“登录用户不存在”“登录超时”等提示。遇到这种情况，需重新登录采购系统，之后方可继续操作。

重新进入“在线编制”系统后，只需找到之前保存投标文件的文件夹，从中调取 gzbid 格式的临时保存文件并打开，就能重新生成投标文件。

9、查看保存路径并解压文件：

投标文件生成成功后，打开之前选择的保存路径，找到生成的 ZIP 格式（压缩包）投标文件。选中该文件，右键选择“解压到当前文件夹”或“解压到指定文件夹”，将其解压。解压后可查看投标文件的具体内容（包含：key、tbid、PKCS#7 三种格式文件），其中 PKCS #7 签名文件即为需要上传的投标文件，确认无误后即可用于后续的投标上传等操作。



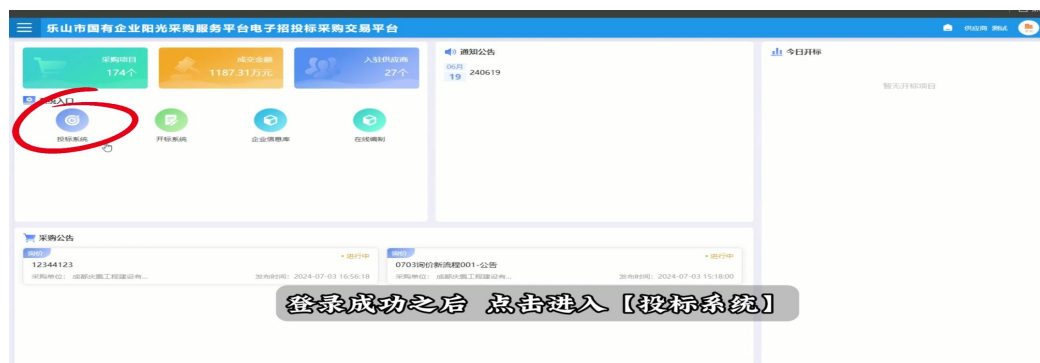
（三）上传投标文件流程

1、登录系统：使用 CA 锁从采购平台首页的“统一登陆入口”进行登

录。



2、进入投标系统：登录成功后，在页面中找到“投标系统”选项并点击进入。



3、查找参与项目：在投标系统界面中，点击“我参与的项目”，系统会列出当前用户参与的所有项目。仔细浏览项目列表，找到需要递交投标文件的项目。为了快速定位项目，可根据项目名称、编号等信息进行筛选或搜索。



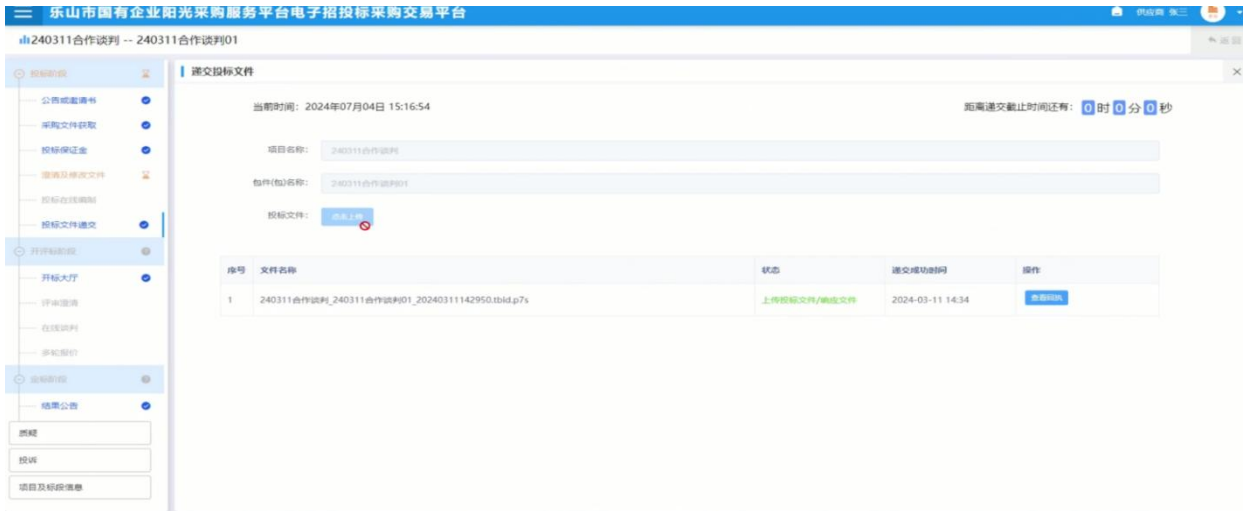
选或搜索。

4、进入投标文件递交环节：找到目标项目后，点击该项目左侧列表

中的“投标文件递交”按钮，此时页面会显示与该项目投标文件递交相关的内容。



5、发起文件递交：在页面右侧找到“递交文件”按钮，点击后将进入投标文件上传的操作界面。



上传指定文件：在上传界面中，按照系统提示，选择并上传 PKCS #7 签名格式的文件。上传过程中，需确保文件路径正确，且文件未被损坏。同时，要注意文件大小是否符合平台要求，若文件过大可能会导致上传失败或耗时较长（上传文件大小 1000M），需耐心等待。

6、确认上传成功：

①完成投标文件上传后，需进行授权解密→②解密成功后，点击确定上传投标文件→③上传成功后，该页面会显示文件递交回执及开标倒计时→④收到回执即表示投标文件已成功递交。

注意：在投标文件截止时间前，投标人可随时撤回已提交的投标文件，

阳光采购平台以最后提交的投标文件为准。

The screenshot shows the 'Submit Bid File' (递交投标文件) page. The top navigation bar includes the platform name and a user profile icon. The left sidebar contains a menu with options like 'Public Notice', 'Purchase File Download', 'Bidding Guarantee', 'Online Bidding', 'Bidding File Submission', 'Opening and Bidding', and 'Bidding Hall'. The main content area shows the current time as 2024年10月28日 11:02:39 and a countdown timer for the submission deadline: 距离递交截止时间还有: 0时0分0秒. Below this, there are input fields for 'Project Name' (项目名称: 0924无需缴纳保证金项目), 'Package Name' (包件(包)名称: 0924-001-无需), and 'Bidding File' (投标文件: 点击上传). At the bottom, there is a table listing the submitted files.

序号	文件名称	状态	递交成功时间	操作
1	0924无需缴纳保证金项目_0924-001-无需_20240924150203.tbid.p7s	上传投标文件/响应文件	2024-09-24 15:03	查看回执

请供应商按照上述流程进行操作，确保投标文件递交工作顺利完成。务必仔细核对回执上的信息，包括项目名称、文件名称、上传时间等，确认无误后可将回执进行保存或打印，作为投标文件成功递交的凭证。若未收到回执，需检查文件是否上传成功，或联系平台技术支持寻求帮助。

文件递交回执

回执编号: 202409240001

致: 乐山国企招采平台测试二

贵方与 2024 年 09 月 24 日 15 时 03 分 18 秒通过乐山国联阳光招采数字服务平台递交了 0924 无需缴纳保证金项目-0924-001-无需的响应文件。

特此证明！



（四）其他问题

一）如何查看招标文件附件：

1、从采购平台 “统一登录入口” 登录系统。



2、进入 “投标系统”。



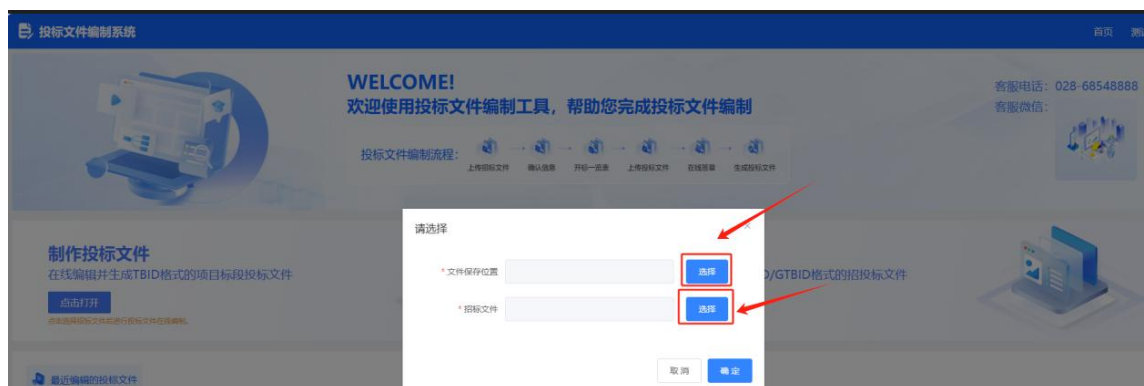
3、找到 “我参与的项目” 并点击进入。



4、选择需要查看附件的对应项目，进入该项目页面。



5、点击 “制作投标文件” 选项，选择保存投标文件的路径。



6、在页面左侧列表中，点击 “招标文件附件” 或 “投标文件格式”，即可查看招标代理机构所上传的招标文件附件。



二) 如何关联投标文件目录:

供应商在“在线编制”系统中,可依据招标代理机构预先编制的投标文件目录进行关联操作。此举能为评标委员会在评审时提供便利,点击对应目录即可直接跳转至所选内容的首页,方便快捷查阅。

需要说明的是,即使不进行目录关联,也不会对投标文件本身的有效性造成影响。

若需在“在线编制”系统中进行投标文件目录关联,可按以下步骤操作:

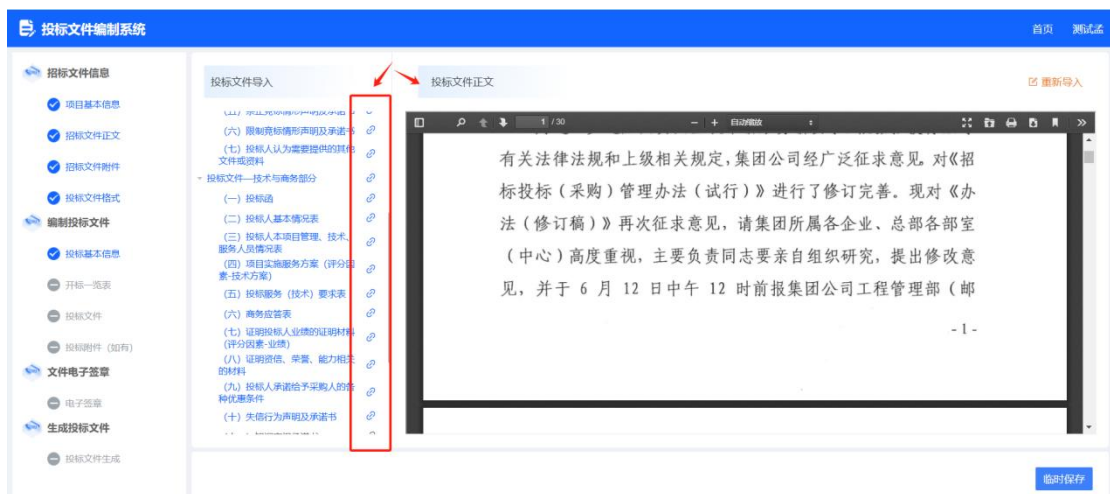
①进入“在线编制”系统后,在页面左侧找到投标文件目录名称列表。

②从列表中选定要关联的某一目录项,同时在页面右侧仔细定位到投标文件正文中与之对应的内容位置首页。

③当左右两侧均选定后,点击页面中间位置的回形针符号。

③系统将弹出提示,显示保存成功,即完成了这一项目录的关联。

按照上述步骤,依次对其余目录进行操作,直至所有需要关联的目录均完成设置。



三) 供应商获取 zbid 格式招标文件注意事项:

操作流程: 投标人(供应商)登录→ 投标系统 → 选择报名项目 → 录入报名信息 → 我参与的项目 → 选择报名项目进入 → 采购文件获取 → 查看 → 下载 → 弹出付款二维码并交费 → 获取 zbid 源文件后即为报名成功。

供应商交费后必须在投标文件递交截止时间前下载 zbid 源文件，否则报名无效；

供应商报名时无须使用 CA（数字证书），入驻成功后即可参与报名；制作及提交投标文件时须使用数字证书，请供应商及时办理。

四）为保障投标工作高效有序推进，采购平台诚致建议各供应商提前两个工作日着手准备投标文件的制作与上传事宜。此举旨在为可能出现的系统操作、文件格式调整等突发问题预留充足处理时间，避免因时间仓促影响投标进程，确保各项工作顺利完成。

若通过上述方法仍未解决您的问题，可在工作日添加 QQ 号（43301225 或 3798061312；电话：0833-2765966）进行咨询，我们会尽快为您解答相关疑问。