

采购需求

说明：“★”号标注的内容为实质性要求，必须满足或优于该要求，否则按照无效响应处理。

一、项目概况

★（一）采购标的

东西湖区生活垃圾分类服务。

（二）为落实政府采购政策需满足的要求

1、促进小微企业发展政策：详见第二章投标人须知要求。投标人应对其提供的证明材料（《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或监狱企业证明）的内容真实性负责，内容不实的，应承担相应的法律责任。

2、本项目属于专门面向中小企业预留份额的采购项目，投标人按要求提供的证明材料（《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或监狱企业证明）为资格审查材料，未提交的资格审查不合格，其投标无效。资格审查和符合性审查合格的投标人不享受价格评审优惠。

（三）采购需求

1. 全区垃圾分类宣教工作。在全区范围内，不间断开展集中线下宣传和线上宣传，提高小区居民垃圾减量分类声识及参与积极性，提高小区居民垃圾分类知晓率、参与率和分类的准确率。并负责东西湖区垃圾分类宣教馆的日常运营。

2. 负责东西湖区生活垃圾分类现有线上积分商城日常运营，并开展积分兑换活动，引导现有积分账户(绿色账户)持续参与垃圾分类。

3. 专项垃圾回收体系。每月定期开展“回收日”活动，专项垃圾包括可回收物和有害垃圾(有害垃圾指过期药品、节能灯等常见居家有害垃圾)。协助对区级有害垃圾暂存点进行日常管理。

4. 城市街道垃圾分类日常巡检。对长青街、吴家山、径河、常青花园、金银湖、将军路六个街道的小区、党政机关、餐饮门店三类主体开展日常巡检。

5. 农贸市场垃圾分类技术指导与监督。对辖区 18 处农贸市场(含 80 平方米以上大型果蔬市场)的垃圾分类技术指导与监督工作。

二、项目主要技术要求

（一）服务内容及要求

全区垃圾分类 宣教工作	<p>宣教馆的日常运营：负责宣教馆的日常运营工作。包括：参观接待讲解工作；设施的维护及日常卫生；每年对场馆展示内容至少更新一次。（场馆展示内容更新指对场馆可移动部分、电子屏幕展示部分进行更新，不包括已固定的硬件结构。）</p>
	<p>线上宣传：按要求运营东西湖区垃圾分类微信公众号，每月完成推文2期，且不少于8篇；每季度不少于1次线上主题宣传活动。</p>
	<p>线下宣传：开展线下大型垃圾分类主题宣传活动（参加人数50人以上）每月不少于1次。</p> <p>线下培训：提供专业讲师，按要求对辖区单位、物业开展专题培训。</p>
积分商城	<p>负责线上垃圾分类积分商城运营工作。持续发动居民积极注册垃圾分类绿色账户，总户数首年不少于1万户，次年不少于1.5万户。且参与分类工作的活跃用户不低于80%。</p>
专项垃圾回收体系	<p>每月定期开展“回收日”活动，专项垃圾包括可回收物和有害垃圾。“回收日”首年覆盖小区不少于50个、次年不少于100个。协助采购人对区级专项垃圾暂存点进行日常管理。</p>
城市街道垃圾分类日常巡检	<p>长青街、吴家山、径河、常青花园、金银湖、将军路六个街道的居民小区、党政机关、餐饮门店三类主体开展日常巡检。每月巡检须街道全覆盖、点位类型全覆盖，巡检点位总数不少于300个。检查结果按要求及时向采购人反馈。</p>
农贸市场垃圾分类技术指导与监督	<p>重点做好6个城市街道18处农贸市场的厨余垃圾质量监督，指导市场在高峰时段开展桶边督导，非高峰期开展巡检，引导商家正确分类。</p>

（二）项目服务人员要求

1、本项目最低投入7人，其中：项目经理1名，其他成员6人，包括但不限于宣传员、巡检员、专项垃圾收集人员、车辆司机等。

2、人员标准要求

（1）本项目项目经理须只承担本项目服务，不得随意更换或调动。投标人应严格按照投标文件中承诺的拟派项目组人员构成开展工作，不得擅自更换拟派项目

经理及成员名单，在特殊情况下可以用同等资历的人员代替，但须经采购人同意并备案。采购人有权要求中标人更换不合格的服务人员，投标人应接受。

(2) 投标人拟投入的本项目人员具有有微信公众号运营经验或类似积分商城运营经验。

(3) 拟投入本项目服务人员年龄须在 45 岁以下，且具有相关专业大专及以上学历；应为经过专业培训、职业道德素质良好、操控能力强、身体健康的人员。

(4) 服务人员应统一着装，保持衣冠整齐，衣服上有明显的所属单位标志；中标单位统一配发的服装样式必须经采购人同意。

3、人员招聘、培训要求

★(1) 本次招标服务项目人员配置需满足最低人数要求，投标人须对拟投入服务人员作出书面承诺，服务人员在本项目中标通知书发放公告公布后七日内配置到位，并经采购单位确认，逾期者视为自动放弃中标资格。

(2) 投标文件中应针对本项目的人员招聘、培训计划及保障队伍稳定性提出详细的方案措施。

4、人员待遇要求

★(1) 投标人必须出具《确保支付于所有项目组成员的工资水平不低于武汉市主城区最低工资标准，且按规定缴纳社会保险，并为所有项目组成员购买不低于 60 万元/年/人的商业意外险》的承诺函，否则视为无效投标。

(2) 投标人应承担项目承接过程中出现的各种（如：工伤等）事故责任，为员工购买相关保险，若未按规定购买相关保险，发生任何意外或员工伤亡，投标人应承担相应的赔偿责任和法律责任。采购人对投标人员工发生的任何意外和伤亡事故不承担任何赔偿责任。

(3) 投标人不得将报价中的社保、福利作为公司利润，否则采购人对其按不诚信处罚，并有权要求投标人补缴社保并补发福利。因员工个人已在异地购买社保或无法向当地缴纳社保的，需将未缴纳的相应社保金额发放到员工个人手上。

(4) 因招标区域特殊性，本招标所涉及到的服务员工工资收入不得低于武汉市区当年最低工资标准水平，投标人报价应考虑此因素。投标人一旦中标，在合同期内，所有的政府重大政策调整，都应由投标人自行承担如：物价上涨、人员福

利增加（包含社会保险等福利）、最低工资标准提高等情况，采购人仍按中标价格支付给中标人直至合同期止。

（5）中标人不得拖欠服务人员工资，如因中标人拖欠服务人员工资造成服务人员上访或被媒体曝光等行为的，采购人有权立即终止采购合同。

（6）中标人必须严格按照投标文件拟投入人员数量提供服务，合同执行期间中标人每少 1 人的扣除人民币 500 元/天；拟派总人数低于招标文件规定 80%以下的，采购人有权终止采购合同。

（三）设备等要求

（1）采购人将吴中路垃圾分类服务站和新城十三路的垃圾分类宣教馆交由中标人运营。垃圾分类服务站的主要功能有：供居民业务咨询、少量专项垃圾暂存等，使用过程中产生的水电费及房屋日常维护费用由中标单位自理；垃圾分类宣教馆的水电费由采购人承担。

（2）投标人拟投入车辆、设备、其他生产工具等需满足服务本项目要求。

四、项目验收（考核）标准

1、采购人及采购人上级部门（大城管考核等）按照行业管理要求进行监管，依据国家及省、市、区有关规定以及《东西湖区生活垃圾分类服务项目考核办法》对中标单位组织考核，并将考核结果作为奖惩依据，考核标准如有最新版本按照最新版本执行。

2、为加强对东西湖区生活垃圾分类服务运营情况的管理，建立长效管理机制，促进垃圾分类市场化工作的健康发展，结合实际，特制定本考核暂行办法。具体如下：

（1）随机抽查

主要针对农贸市场、城市街道的居民小区、公共机构等主体的垃圾分类督导情况和居民小区的回收日活动开展情况进行实地核实、随机抽查，发现扣分当月累计到月考核成绩。

（2）每月考核

以自然月为周期，主要对宣传指标、积分商城参与情况、回收日活动参与情况、巡检情况等项目进行考核，并将随机检查结果汇总纳入评分。

（3）考核兑现

每月考核得分在 95 分（含 95 分）以上的不扣承包经费，每月考核得分在 95 分（不含 95 分）以下的，按原分值 100 分计算，每扣 0.1 分扣中标人当月承包经费 100 元，依次叠加。

（4）本考核暂行办法涉及各项考核指标与国家、省、市相关指标不一致时，将做相应调整，被考核人无条件接受。

（5）本考核暂行办法由东西湖区城市管理执法局负责解释与修正。

3、月度考核低于 90 分在一年内达到 3 次（包含 90 分）的，因中标单位原因导致发生上访或群体性事件的，或者重大保障、迎检出现问题的，出现上述情况其中一项的，采购人有权立即终止合同，所有责任和因此所产生的费用损失由中标单位自行承担。

附：《东西湖区生活垃圾分类服务项目考核办法》

项目	评价依据	满分	评价扣分规定
垃圾分类宣教	1. 制定完备的宣传制度，有年度宣传方案和月度实施计划。 2. 宣教馆日常运营情况。按要求完成参观接待讲解工作，并做好记录；所有设施的维护、维修及日常卫生；按要求对场馆部分内容每年至少更新一次等。 3. 完成东西湖区垃圾分类微信公众号运营工作，每月推文两期，不少于 8 篇；每季度不少于 1 次线上主题宣传活动，每次活动有详细的记录。 4. 开展线下大型垃圾分类主题宣传活动（参加人数 50 人以上）每月不少于 1 次，每次活动有详细的记录。 5. 按要求开展线下培训。	20	1. 宣传方案、实施计划缺一项，扣 1 分，共计 2 分。 2. 未按要求开展日常运营，未在宣教馆接待讲解，未对所有设施维护、维修及日常卫生，未按要求更新场馆展示内容，每项扣 2 分。 3. 未按时完成东西湖区垃圾分类微信公众号宣传任务，推文每少一篇扣 1 分，宣传主题活动未达到要求每次扣 2 分。 4. 大型宣传活动未达到要求每次扣 2 分。 5. 未按要求开展线下培训每次扣 2 分。 （上述各项扣分，扣满 20 分即止）
积分商城	1. 在履行合同的首月完成积分商城的搭建工作。 2. 在履行合同的次月，引导居民在积分	20	1. 未在首月完成积分商城搭建工作的，扣 5 分。 2. 每月新增户数不足 900 户，每少 1 户，

	<p>商城注册绿色账户，每月新增注册户数不少于 900 户。</p> <p>3. 在履行合同的第 12 个月，全年注册户数不少于 1 万户，全年参与垃圾分类积分活动的比例不少于 80%。</p> <p>4. 在合同结束前一个月，注册户数不少于 1.5 万户。合同期内，参与垃圾分类积分活动的比例不少于 80%。</p> <p>5. 合规运营积分商场，做好月度盘点与分析。</p>		<p>扣 0.1 分。</p> <p>3. 在履行合同的第 12 个月，全年注册户数少于 1 万户。每少 1 户，扣 0.1 分；活跃度每少一个百分点，扣 0.1 分。</p> <p>4. 在合同结束前一个月，注册户数少于 1.5 万户，每少 1 户，扣 0.1 分。活跃度每少一个百分点，扣 0.1 分。</p> <p>5. 积分商城运营不合规，有群众投诉的，一经查实，一次扣 0.1 分。</p> <p>（上述各项扣分，扣满 20 分即止）</p>
<p>检查 督导</p>	<p>1. 加强巡检员队伍管理，配齐数量，着装规范，佩戴统一的工作服或袖章，定期开展内部培训。</p> <p>2. 加强日常检查督导，制定专门的点位巡查表，对长青街、吴家山、径河、常青花园、金银湖、将军路六个街道的居民小区、公共机构、餐饮门店等主体开展日常巡检。每月巡检须街道全覆盖、点位类型全覆盖，巡检点位总数不少于 300 个。按时报送巡查表。</p> <p>3. 对辖区 18 处农贸市场（含 80 平方米以上大型果蔬市场）的垃圾分类技术指导与监督工作。</p>	<p>20</p>	<p>1. 巡检员配置不足，每少 1 人扣 3 分。</p> <p>2. 月度巡查覆盖面不符合要求，或未及时报送巡查表，一次扣 2 分。</p> <p>3. 未按要求完成农贸市场的协助指导监督工作，一次扣 2 分。</p> <p>（上述各项扣分，扣满 20 分即止）</p>
<p>分类 收运 （可 回收 物和 有害</p>	<p>1. 设备分类收集居民小区的可回收物和有害垃圾，收集设备具有分类标识，车况完好、车容整洁，做到密闭环保，不遗洒、不泄漏。</p> <p>2. 分类作业规范。确保分类垃圾分类收集，避免混装混运现象。</p>	<p>20</p>	<p>1. 收集设备不符合规范，一处扣 0.1 分。</p> <p>2. 发现混装混运现象，扣 1 分。</p> <p>3. 分类收集时垃圾落地、遗洒，不密闭，垃圾暴露，每项扣 0.5 分。未按要求记录好收运台账和专项垃圾去向，一次扣</p>

<p>垃圾)</p>	<p>3. 作业过程规范。分类收集时应按照预约时间，做好收运台账，收运工作结束后确保收运场地干净卫生，垃圾不落地。</p> <p>4. 每月定期开展“回收日”活动，专项垃圾包括可回收物和有害垃圾。“回收日”首年覆盖小区不少于 50 个、次年不少于 100 个。从合同签订的下月起，每月至少覆盖 20 个小区。</p> <p>5. 按采购人要求，对区级专项垃圾暂存点进行日常管理。</p>	<p>0.5 分。</p> <p>4. 活动覆盖小区未达到要求，扣 1 分。</p> <p>5. 专项垃圾暂存点管理不规范的，一次扣 0.5 分。</p> <p>（上述各项扣分，扣满 20 分即止）</p>
<p>综合评价</p>	<p>当月无领导批评，无媒体曝光，无市民投诉，省、市检查考核验收合格。</p>	<p>有领导批评，有媒体曝光，有市民投诉，省、市检查考核验收不合格，每宗扣 3 分。（扣满 20 分即止）</p>

四、商务要求

★（一）预算金额：本项目两年总预算金额为人民币 228.8 万元，投标报价超预算金额为无效投标。

★（二）服务期：自合同签订之日起两年。

（三）服务地点：武汉市东西湖区。

★（四）付款方式：根据考核情况按季度支付。

（五）报价要求

1、本项目报价须为人民币报价，此费用为包干价。投标报价为本项目合同执行期的综合管理的两年度总价格，包括但不限于人员的工资、社会保险、税金、所需设备及材料、其他等各项直接、间接费用。

2、投标人的投标报价应是全部费用价格，包括完成本项目所需的各项服务以及伴随服务的货物的所有费用。合同履行期间，采购人不支付其他额外费用，投标人对报价的准确性和完整性负责，任何漏报、错报等均是投标人的风险。

3、投标报价只允许一个报价，任何有可供选择的报价将不予接受。

4、本项目投标报价在合同执行过程中是固定不变的，投标人应充分考虑合同履行期间的市场风险和国家政策性调整风险系数，并计入投标报价。除合同约定的情况外，投标人不得以任何理由在合同执行期间要求予以价格调整。

5、中标人应该严格按照投标文件和委托合同的约定进行服务，如达不到规定的要求，管理、维护和服务的水平下降，投诉多或者出现重大失误，采购人有权提出整改意见，直至终止委托合同，并进行财务审计，责任由中标人负责。