

韶关市政府采购

合同书 (服务类)

采购项目名称: 乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目

采购项目编号: FEGD-CT20491

甲方(采购人): 乳源瑶族自治县工业和信息化局

电话: 0751-5367131 地址: 乳源瑶族自治县乳城镇鹰峰西路 50 号

乙方(供应商): 韶关龙德生态农业有限公司

电话: 0751-5378116 地址: 乳源瑶族自治县洛阳镇白竹村委会文屋村石坳片

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国合同法》等法律法规的规定及“乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目”(采购项目编号: FEGD-CT20491)招标文件的要求和招标结果,经双方协商,本着平等互利和诚实信用的原则,一致同意签订以下合同。

一、合同金额

合同金额为(大写): 人民币肆佰贰拾万元整 (¥4,200,000.00 元)。合同金额包括商品(含相关附件)价款、税费以及一切技术和售后服务费、各项税费及合同实施过程中不可预见费用等。

二、服务范围

甲方聘请乙方提供以下服务:

本合同项下的服务是指: 按照《乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作实施方案(2020-2021 年)》中的省级建设经费使用计划实施四个方面的服务:农产品标准化、农产品品牌打造;全县电商公共服务提升;县、镇、村三级电商服务体系建设;农村电

商人才培训。

（一）具体服务内容和要求

乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作以建设农村电子商务服务体系、培训体系、农产品供应链管理体系、品牌营销体系和溯源监管体系为重点，加快培育市场主体，不断完善农村电子商务网销网购、品牌培育、商品配送等综合服务网络，达到“县有中心、镇村有站点”的一体化电子商务体系。

1、建设农村电子商务服务体系

整合各方资源，构建集培训、物流、农村产品营销和供应于一体的农村服务站点，解决创业培训、农产品销售、O2O 农村消费等问题。依托国内知名电商平台资源优势，建设 1 个集运营、培训、创业、孵化、服务于一体的县级电子商务公共服务中心，9 个镇级电商服务站和 72 个村级电商服务点，全县行政村村级电商服务点覆盖率不低于 70%，形成县、镇、村三级农村电子商务服务体系。

2、完善农村电子商务培训体系

有计划地培养电商人才，全面开展电商培训。到 2021 年底，开展电商培训 40 场以上，培训人数 3000 人次以上。一是开展农村电商技能培训，培养一批理论和实践能力强的农村电商专业人才，提高新型农业经营主体电商应用能力；二是开展电商专业技能培训，培训一批策划、美工、摄影等技术人才，为全县电商企业提供优质服务；三是开展政府部门人员培训，采取多种形式针对各级政府机关干部、镇村干部进行电商普及培训，便于政策推广与下行；四是针对县、镇、

村三级服务站点工作人员开展业务技能培训，进一步掌握业务和功能服务，健全三级电商服务体系。

3、加强农产品供应链管理体系建设

加强与各类专业合作社和涉农企业的合作，鼓励快递企业积极服务农产品进城，发展农产品冷链物流，提供产地采摘、货运仓储、分拣包装、冷链运输、质检追溯等标准化、定制化的公共服务。指导农民开展和参与标准化生产，并根据消费需求变化及时调整生产经营结构。

4、建立农村电子商务营销体系及品牌建设

搭建乳源瑶族自治县电子商务信息服务平台，整合电子商务信息资源，建设电子商务供销信息数据中心。县级公共服务中心运营电商信息服务平台，为全域电商活动提供数据支持，助力农产品品牌建设，打造5个以上农产品优秀品牌或龙头企业，同时提供活动策划、产品包装设计与视频拍摄、代运营、分销体系建设，推动农产品上行交易，指导创建自有品牌，采取直播、预售、团购等方式，积极推动农产品网上营销，推动互联网金融和农业无缝对接。

5、构建农村电商溯源体系及监管服务体系

依托农业农村局打造乳源瑶族自治县农特产品溯源平台，同时依托“农产品检验检测站”为我县农特产品上行提供检测、检疫，对产品进行官方认证服务。加强网销产品的质量监管，及时在网络上发布商品质量监测和农产品溯源信息。严厉打击各类电子商务领域违法经营行为，杜绝质量隐患，保障食品安全，增强消费者信心，着力建设

规范有序的网络市场环境，促进电子商务健康有序发展。

6、培育多元农村电子商务市场主体

引导农村流通企业向电子商务服务企业转型，鼓励电子商务服务企业拓展农村业务，推动茶叶、蔬菜、水果等农业专业合作社、种养大户、农产品生产流通企业等向农产品生产、加工、包装、销售的电子商务企业转型发展。依托各电商销售平台，开展农产品促销活动，促进农产品销售。

（二） 具体建设内容、标准及建设进度要求

1、农产品标准化、农产品品牌打造

（1）创建电商农产品数据库、搭建全县电子商务信息服务平台

搭建乳源瑶族自治县电子商务信息服务平台，整合全县电子商务信息资源，建设全县电子商务供销信息数据中心，及时掌握电子商务供销信息数据，为全县电商活动提供数据支持，指导全县农产品生产销售。

组织全县农产品收集、基本信息编写、拍照、详情设计、质量追溯和上线入库等工作。针对乳源农村产业知名品牌少、单个产业项目规模相对较小的实际情况，重点遴选乳源优质农产品，编写乳源农产品入库标准，建立乳源农产品数据库，完善产品资质，建立农产品供应链体系，积极创造条件与国内电商大平台开展线上线下渠道的对接。

（2）组织农产品产销对接

组织开展各类农产品资源对接会，通过参展、摆展、造节、参会、入超、入特产店等形式进行产销对接。通过建设京东乳源馆、入驻天

猫、拼多多等国内电商平台，举办多种形式的线上线下营销活动，开拓营销渠道。实施电商品牌扶贫项目，推动消费扶贫对接。积极探索农旅融合发展新模式，通过发展乡村旅游、全域旅游推进乳源农产品产业化，推动一二三产业融合发展。

（3）推进农产品标准化和品牌建设

支持电商服务型企业、农产品生产加工企业、农民合作社、农产品品牌培育型企业等开展区域品牌培育、产品追溯和质量认证体系建设，实施“一镇一业、一村一品”的整体品牌策略。

围绕乳源茶叶、笋干、番薯干、腐竹等特色农产品的标准化、质量认证、品牌培育、质量追踪溯源、农产品检测等综合服务，不断完善农产品供应链体系，打造至少 5 个本地农特产品品牌。

（4）推进区域公共品牌发展

依托乳源特色农产品和优质手工艺品等，重点加强一村一品入库项目的公共品牌建设。通过设计以包装精细、时尚的旅游产品作为营销策略，打造旅游手信系列产品、一村一品系列产品、农副土特系列产品、文创系列产品、实用系列产品等系列品牌，推动乳源农产品公共品牌发展。

重点在乳城镇、桂头镇、大桥镇、洛阳镇、大布镇等地域打造“乳源三宝”腐竹、笋干、番薯干、茶叶、蔬菜、水果、瑶绣等特色产业，逐步打造一批有市场、竞争力强的区域农产品网络品牌，推进电子商务与生态农业、休闲旅游、工艺制品等产业融合发展。

（5）推动农产品经营主体转型、培育电商主体

协助不少于 6 家有条件的种植基地、合作社等进行线上销售，对接大型电商平台、推动“农户+基地+电商”模式，促进农产品经营主体转型发展电商，扩宽农产品销售渠道；策划 2-3 场大型农特产品品牌推广活动，充分展示乳源特色产业，达到聚焦媒体、促进销售的效果，提高品牌知名度及影响力，推动我县农产品上行；培育电商示范型企业 3 家以上，县级电子商务公共服务中心孵化入驻企业 15 家以上，积极鼓励大学生村官和返乡青年开办网店（微店），全县新增电商就业人数 500 人以上。

2、全县电商公共服务提升及县镇村三级电商服务体系建设

（1）建设县级电子公共商务服务中心

利用现有资源建设县级电子商务公共服务中心，划分产品展示区、电商培训室、会议室、企业办公区、电商直播室、电商孵化中心等功能区间的打造，室外和室内招牌及各项规章制度展示牌的完善更新等。

（2）完善镇村两级电子商务服务站点建设

建立 9 个镇级，72 个村级电商服务站点，建设内容包括农产品上行、线上线下展销、工业品下行、便民服务、金融服务、物流服务、信息服务，各服务站点门头室内外宣传广告、各项业务流程、规章制度上墙等的统一制作，组织相关的培训等。其中三个中心镇级服务站点（乳城、桂头、大桥）使用面积不少于 100 平方米，其余 6 个镇级服务站点使用面积不少于 50 平方米，应设有形象门牌、培训室、产品展示室（区）及不少于 2 人的服务团队，并配上相关办公室设备设施、光纤网络等；村级站点使用面积不少于 20 平方米，应设有形象

门牌、快递架、上墙文化宣传牌、光纤网络，并配备商业交易系统等设备设施。

（3）提供电商公共服务

引导农民认识和利用电子商务，帮助传统企业和农民专业合作社转型发展电子商务，促进我县农产品开拓市场；帮助特色农产品商户开设网店，入驻网络销售平台；通过电子商务运营平台，为特色农产品经营户提供货源组织、收购、订单处理、产品包装、包裹寄递等增值服务，从而实现消费品下乡和农产品进城双向流通功能；提供在村购物、售物、缴费等一站式服务，让广大农民享受电子商务带来的红利；提供活动策划、产品包装设计与视频拍摄、代运营、分销体系建设等服务，推动农产品上行交易，指导创建自有品牌，采取直播、预售、团购等方式，积极推动农产品网上营销，推动互联网金融和农业无缝对接。

（4）实现电商精准扶贫。

开展电商精准扶贫，电商企业对接“一镇一业、一村一品”项目开发，实现集聚发展，落实人才引进和培训、扶持奖励等措施。实现全县有劳动能力的建档立卡贫困人口（外出务工者除外）电商培训人次达 50%以上，扶持 3 家以上电商精准扶贫龙头企业发展壮大，带动贫困人员就业，实现产业规模化、公共服务配套化，带动农村电子商务产业发展，助推脱贫攻坚。

（5）网上交易显著增加。

到 2021 年底，全县电子商务交易额、销售额同比增长率在 15%

以上。其中农副产品、民俗产品、乡村旅游等网络销售额形成一定规模，占全县社会消费品零售额的比重明显上升，电子商务促进农民增收作用明显。

(6) 其他事项

一是所有站点实行统一形象标志格式(包括门牌、镇村站点名称、乳源电商 LOGO、规章制度、服务项目内容、服务流程等)，并在门牌显眼位置标注“电子商务进农村综合示范项目”字样。在全县区域内设置固定式“电子商务进农村综合示范工作”宣传标语墙至少 18 块(每镇 ≥ 2 块)，大力营造电子商务进农村综合示范工作的浓厚氛围；二是所有服务站点光纤网络覆盖率 100%。

3、农村电商人才培养

(1) 服务内容

开展电商培训 40 场以上、3000 人次以上(其中贫困人口培训人次达有劳动能力的建档立卡贫困人口的 50%以上，外出务工者除外)。重点培训各镇村领导干部、大学生村官、龙头企业相关负责人、运营人员、农村青年、返乡大学生、退伍军人、乡(镇)村级电商服务站信息员、返乡青年、农村可利用劳动力、建档立卡贫困户等。

采取集中式培训与乡镇村分散式培训相结合的方式，不定期开展电商知识普及教育培训、推广应用、电商创业、就业技能培训等，提高新型农业经营主体电商应用能力，为全县电商企业提供策划、培训、美工、客服、创业孵化等提供多层次、宽领域的服务。要及时将电子商务进农村建设工作中的成功经验、优秀案例，加以分享、推广、复

制，助推全县电商更好、更快发展。

(2) 对乙方的服务要求

- ①能提供符合要求的培训场地：具备办公场地和培训场地。
- ②须熟悉农村电商领域业务，开展过农村电商相关人才培养业务，具备必要的电商人才培训资质、较强的讲师团队和完整的培训体系。
- ③熟悉县各基层党政干部、大学生村官、龙头企业相关负责人、运营人员、农村青年、返乡大学生、退伍军人、乡（镇）村级电商服务站信息员、返乡青年、农村可利用劳动力、建档立卡贫困户等各类培训对象的电商发展需求，能制定有效实用的培训课程。
- ④具有较强的县、镇、村电商人才培训组织能力，能够组织讲师和相关人员到镇、村开展培训工作，愿意在相关部门的指导下开展相关培训工作，并按照项目要求接受管理。
- ⑤培训课程有针对性和实效性，加大对贫困户培训力度，重点完善培训后服务机制。
- ⑥配备必要的培训管理制度，包括讲师管理制度、考核制度、课件研发制度等相应的管理制度及工作流程，每项制度及工作流程都应具有针对性、可操作性，保证后续能落实到位。
- ⑦培训的时间要求：单次培训课时长 ≥ 2 小时/人次。
- ⑧镇村站点应优先聘用在电商培训中考核合格且有就业意向的贫困户、本地居民作为站点工作人员。
- ⑨要切实做好与贫困村、贫困户对应的电商扶贫培训；日常资料的收集、整理、归档工作等，包括但不限于每场次培训方案、师资简

介、课件、参培人员签到、身份证明、效果评价、成效案例等资料的收集汇总，并装订成册。

4、相关配置要求

序号	内容	规则和参数	分项名称	规格和参数	其他要求
1	县级公共服务中心	划分产品展示区、电商培训室、会议室、企业办公区、电商直播室、电商孵化中心等功能区	培训室	能同时容纳 ≥ 50 人进行培训，并可提供 ≥ 20 人进行电商实操培训，配备电脑、投影仪等多媒体教学设备。	所有站点实行统一形象标志格式（包括门牌、镇村站点名称、乳源电商 LOGO、规章制度、服务项目内容、服务流程等），并在门牌显眼位置标注“电子商务进农村综合示范项目”字样；在全县区域内设置固定式“电子商务进农村综合示范工作”宣传标语墙至少18块（每镇 ≥ 2 块）。
			大会议室	能够同时容纳 ≥ 50 人	
			小会议室	能够同时容纳 ≥ 10 人	
			产品展示区	面积 ≥ 200 平方米，能够全面展示我县特色产品，设有 ≥ 2 名专业人员负责讲解和营销，配备商品交易系统。	
			企业办公区	能够容纳 ≥ 15 家电商企业入驻办公	
			电商孵化中心	能够同时容纳 ≥ 20 人	
			光纤网络	$\geq 50\text{Mbps}$	

2	镇级服务站点建设	其中三个中心镇级服务站点（乳城、桂头、大桥）使用面积不少于 100 平方米，其余 6 个镇使用面积不少于 50 平方米，配备不少于 2 人的服务团队。	培训室	能同时容纳 ≥ 15 人进行培训，并提供 ≥ 5 人进行电商实操培训
			产品展示区	能够全面展示各镇特色产品，设有至少 1 名专业人员负责讲解和营销，配备商品交易系统等。
			光纤网络	$\geq 50\text{Mbps}$
3	村级服务站点建设	使用面积不少于 20 平方米。	商业交易系统	可日常收银、记录销售数据、扫码结账等
			光纤网络	$\geq 50\text{Mbps}$

5、其他事项

以上各项内容建设资金，须按照《乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作实施方案（2020-2021 年）》中的省级建设经费使用计划实施，且不得用于网络交易平台建设和楼堂馆所建设、日常工作经费及购买流量等支出，其中农产品标准化、农产品品牌打造 95 万元，全县电商公共服务提升 100 万元，县、镇、村三级电商服务体系建设 150 万元，农村电商人才培养 75 万元。各项资金使用要制定健全的产权台账及资金使用制度，每月 4 号前上报工作进度情况。

6、人员及设备配备要求：

(1) 乙方须在乳源瑶族自治县设立固定办公场所；须安排不少于 10 名团队技术人员在乳源瑶族自治县常驻为甲方提供服务，直至工作完成。如没有履行本条规定，甲方有权根据情况扣减不高于 10% 服务费用，扣减费用由双方协商约定。

(2) 乙方的团队技术人员须具有较高的专业水平，有较强的策划能力、执行能力及沟通协调能力，配备的人员应按照专业操守尽职尽责，根据法律法规等要求开展工作，没有违法违规记录。

(3) 乙方的项目负责人须全程服务项目过程，未经甲方允许，无特殊情况不得随意更换。

(4) 乙方的团队技术人员的其他人员原则上须相对稳定，且为其投标文件确定的人员，不得随意更换。

(5) 本项目自合同签订之日起，县政府及相关部门召开电商相关工作例会，乙方须按照通知委派项目负责人参会，汇报项目的实施方案和项目工作进展等。

三、甲乙双方的权利和义务

(一) 甲方的权利和义务

1、甲方有权要求乙方提供真实、详细的公司资信材料、服务资料。

2、甲方有义务在乙方接受乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目的服务任务后，及时与乙方沟通，交流意见，并向乙方提供明确、清晰的目标要求。

3、甲方有义务协助乙方对乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目过程中的技术性、指标性问题进行澄清。

4、甲方有权对乙方的项目建设方案，实施进度，产业调研，品牌推广活动方案，溯源落地推广，培训课程及教师安排提出意见和建议。

5、甲方应根据协议的约定向乙方按时支付费用。

（二）乙方的权利和义务

1、乙方在此协议有效期内，不得无故终止乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目的委托服务合同的执行。

2、乙方必须自行清运施工所产生的垃圾。

3、乙方必须在合同服务期内做好各项软、硬件设施设备的维护工作，确保正常运行。

4、本协议有效期间，乙方经行业主管部门授予的资格（质）如发生变更，或机构变更、相关人员变动、歇业、转产等情况，应在2个工作日内通知甲方。

5、乙方必须按照项目建设目标任务，做好包括资料收集（含项目实施方案、进展计划安排、保障措施、售后服务承诺，运行质量与跟踪服务情况总结、项目完工验收报告等）、分类汇总、归档整理，并按上级主管部门及专家组的要求负责打印装订成册等工作，并确保项目验收合格。

6、乙方须定期向甲方报备项目资金使用情况。

7、乙方应保证本项目的投标技术、服务或者其任何一部分不会

产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其他知识产权而引起法律和经济纠纷；如因第三方提出其专利权、商标权或其他知识产权的侵权之诉，则一切法律责任由乙方承担。

8、乙方需加强与乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目（物流项目）的中标供应商的沟通合作，将本项目 9 个镇级电商服务站、72 个村级电商服务点和物流项目 9 个镇级电商物流站、72 个村级电商物流点的建设工作有机结合，共同研究、致力解决我县农村电商服务及物流体系建设难题，解决农村电商最后“一公里”问题。

9、与甲方就具体项目签订乳源瑶族自治县省级电子商务进农村综合示范县创建工作项目的委托服务合同后，履行合同中规定的其他的乙方权利和义务。

四、项目完成期

1、建设期：自合同签订之日起至 2021 年 11 月 30 日前完成建设。

2、服务期：自项目建成验收之日起，继续为项目服务不少于 12 个月。

五、付款方式

1、本项目资金来源于省财政安排的专项资金，每笔款项均以人民币方式支付，乙方应向甲方提供合同、开具的正式发票（收款方、

出具发票方、合同均必须与乙方名称一致);因甲方资金为财政性资金,当甲方向财政部门提交支付申请报告之日,即视为款项已支付之日。

2、按以下方式和步骤付款:

(1) 合同生效之日起一个月内支付合同总价款的 45%,即人民币壹佰捌拾玖万元整 (¥1,890,000.00)。

(2) 本项目项目进度超过 70%,经内部审计没有问题,拨付合同总价款的 45%,即人民币壹佰捌拾玖万元整 (¥1,890,000.00)。

(3) 本项目项目进度完成 100%,经独立的第三方专业机构依据有关文件要求和合同约定等项目验收合格后 15 个工作日内,拨付余下结算款的 10%,即人民币肆拾贰万元整 (¥420,000.00)。

(4) 每笔款项支付时,乙方同时向甲方提供相应金额的正式发票。

(5) 付款方式: 银行转账支付,收款账户信息如下:

账户名称: 韶关龙德生态农业有限公司

账 号: 44726101040003658

开户银行: 中国农业银行股份有限公司乳源乳城支行

注: 以上支付时间和资金安排以项目资金于省财政下达时间为准,因项目资金未下达导致工作计划变化或县财政局拨付流程导致的支付延期,甲方不承担责任,也不能作为乙方延迟履行或不履行合同义务的抗辩理由。

六、验收要求

由甲方组织，按有关规定进行验收，并要求乙方严格落实验收中的整改完善意见，确保通过上级考核验收。

七、违约责任与赔偿损失

1、乙方所提供的服务不符合采购文件、报价文件或本合同规定的，甲方有权拒收，并且乙方须向甲方支付本合同总价 5%的违约金。

2、乙方未能按本合同规定的交货时间提供服务，从逾期之日起每日按本合同总价的 3‰的数额向甲方支付违约金；逾期 30 天以上的，甲方有权终止合同，由此造成的甲方经济损失由乙方承担。

3、甲方无正当理由拒绝接受服务，到期拒付款项的，由甲方向乙方赔付合同总价的 5%违约金。甲方逾期付款的，则每日按逾期总额的 3‰的向乙方支付违约金。

4、其他违约责任按《中华人民共和国合同法》处理。

八、保密条款

乙方应对本项目实施过程中涉及的数据资源、文件资料、技术方案、最终成果等负责保密，其所有权均属甲方，其中涉密资料按照国家保密相关法律法规进行管理。未经甲方书面文件许可，乙方不得以任何方式向第三方透露以上资料。如有泄密，给甲方造成损失的，乙方应承担赔偿责任；构成犯罪的，依法追究乙方刑事责任。

九、知识产权及争议解决

- 1、本项目的所有成果，知识产权归甲方所有。
- 2、乙方非经甲方书面同意，不得以任何方式向第三方披露、转让和许可本项目的技术成果、技术资料 and 文件。如乙方违反本条规定的，除立即停止违约行为外，还应赔偿甲方损失。
- 3、乙方应保证提供的成果不侵犯任何第三方的知识产权，因此引发的纠纷及责任由乙方承担。
- 4、合同执行过程中发生的任何争议，如双方不能通过友好协商解决，任何一方均可向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

十、不可抗力

任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件发生后 1 日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

十一、税费

在中国境内、外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方负担。

十二、其它

- 1、本合同所有附件、招标文件、投标文件、中标通知书均为合

同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力。

2、在执行本合同的过程中，所有经双方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）即成为本合同的有效组成部分。

3、如一方地址、电话、传真号码有变更，应在变更当日书面通知对方，否则，应承担相应责任。

4、除甲方事先书面同意外，乙方不得部分或全部转让其履行的合同项下的义务。

十三、合同生效

1、本合同在甲乙双方代表或其授权代表签字盖章后生效。

2、本合同一式伍份，其中甲方叁份，乙方壹份，采购代理机构壹份备案，均具有同等法律效力。

（以下无正文）

甲方（盖章）：



负责人（签章）：

乙方（盖章）：



负责人（签章）：

签订地点：

签订地点：

签约时间：2020年8月12日

签约时间：2020年8月12日