

成都市公共资源交易服务中心

成公资发〔2021〕25号

成都市公共资源交易服务中心 关于印发《成都市电子卖场（网上超市）实施方案（非政府采购项目适用）》的通知

成都天府新区、成都东部新区、成都高新区管委会，各区（市）县政府，市级各有关部门（单位）：

为推进公共资源智慧交易和高质量发展，提高采购透明度和采购效率，优化营商环境，结合我市实际，在广泛征求意见的基础上，制定了《成都市电子卖场（网上超市）实施方案（非政府采购项目适用）》，现印发你们，请执行。

特此通知。

附件：1.成都市电子卖场（网上超市）实施方案（非政府采购项目适用）

2.电子卖场（网上超市）供应商履约管理规则

成都市公共资源交易服务中心

2021年5月28日

（联系人：杨曾睿、冯莘雅；联系电话：028-85325792）

附件 1

成都市电子卖场（网上超市）实施方案

（非政府采购项目适用）

为提高采购透明度和采购效率，优化营商环境，结合成都市工作实际，制定本实施方案。

一、目标任务

依托互联网搭建成都市电子卖场（以下简称电子卖场），为成都市各级国家机关、事业单位和团体组织（以下统称采购单位）购买货物、服务提供高效便捷的在线交易方式，做到市场可选、价格可比，促进采购过程公开透明，实现规范采购流程、降低采购成本、提高采购效率的目标。

二、相关定义

（一）电子卖场。本方案所称“电子卖场”，是指成都市公共资源交易服务中心（以下简称市公资交易中心）搭建的电子化在线采购平台，为采购单位开展采购活动提供便利。

（二）网上超市。本方案所称“网上超市”为电子卖场的子系统，仅执行非政府采购项目交易活动。

（三）直购。本方案所称“直购”，是指采购单位通过网上超市的直购功能模块选定商品并向供应商下单，供应商确认订单后成交的交易方式。

(四) 竞价。本方案所称“竞价”，是指采购单位通过网上超市的竞价功能模块选定商品或拟定采购需求发起竞价，竞价期间供应商按要求进行报价，采购单位选择排名第一的供应商成交的交易方式。

(五) 反拍。本方案所称“反拍”，是指采购单位通过网上超市的反拍功能模块选定商品或拟定采购需求发布反拍公告，公告期满后供应商按要求进行多轮次报价，采购单位选择排名第一的供应商成交的交易方式。

(六) 团购。本方案所称“团购”，是指采购单位通过网上超市的团购功能模块选定商品发起组团邀请，其他采购单位参团，组团成功后供应商按要求进行报价，采购单位（组团发起单位）选择排名第一的供应商成交的交易方式。

(七) 非政府采购项目。本方案所称“非政府采购项目”，是指政府集中采购目录以外且采购限额标准以下的采购项目。

(八) 供应商。本方案所称“供应商”，是指网上超市供应商，即符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及各品目在网上超市销售规定条件，通过线上征集确定的对应品目网上超市的入围供应商。

三、适用范围

(一) 本方案适用于采购单位通过网上超市采购非政府采购项目。网上超市支持采购品目以上架商品品目为准。

(二) 采购单位采购非政府采购项目可通过网上超市实施，

也可不通过网上超市自行实施。

四、实施流程及业务规则

采购单位进入电子卖场 (<https://www.cdggzy.com>) 的子系统网上超市根据项目实际选择交易方式实施。

(一) 直购

1. 商品下单。

(1) 进入直购功能模块，在搜索栏输入商品名称后进行搜索。

(2) 选择要购买的商品后，在商品界面选择配送区域、商品属性、商品配件、增值服务等，填写数量后下单。商品配件和增值服务不能单独下单采购，需随商品购买。

(3) 进入下单界面，选择收货地址，核对商品信息、购买数量、发票信息等内容，提交订单。

(4) 采购单位可通过网上超市内置的在线沟通工具与供应商进行在线沟通交流及问题咨询，商议商品价格。

2. 接单发货。

(1) 供应商进入接单界面，如选择接单，进入发货环节；如选择拒绝接单，交易终止。如采购单位与供应商商议改价的，下单后由供应商对订单进行改价操作。

(2) 供应商进入发货界面，选择收货地址、发货仓库，填写商品数量、确认开票信息、物流信息。

(3) 确定发货信息后，供应商即可发货。

3.合同签订。

采购单位可根据自身需求选择是否签订合同。需签订合同的，采购单位或供应商在订单界面生成合同，打印后线下双方盖章上传。

4.履约验收。

(1) 商品到货且确认无误后，采购单位在订单界面确认收货。

(2) 采购单位应于确认收货后进行履约验收，在验收界面打印验收单，签字或盖章上传后，完成履约验收。履约验收完成后，自动公示成交结果。

(3) 采购单位履约验收后，可在 30 天内进行评价和追评。

5.资金支付。

采购单位按订单约定向供应商付款。

6.退换货。

(1) 采购单位在退换货界面选择退货或换货，填写退换货数量、退换货原因及退换货方式，完成后提交。

(2) 如供应商同意退换货，在予以确认后采购单位即可完成退换货。

(3) 采购单位在供应商接单前可直接取消订单。合同签订后，按合同约定与供应商进行退换货处理。

(二) 竞价

1.发布竞价。

采购单位进入竞价功能模块创建竞价单，明确采购需求，可通过推荐品牌及型号功能，选择3个及以上同档次品牌型号商品作为采购需求，或通过直接选择具体商品功能，选择具体商品作为采购需求，或通过自定义描述功能，自行填写商品参数项作为采购需求，并选择收货地址、填写购买数量、发票信息等内容，发布竞价单。采购单位设置的报价期不少于3个工作日。采购单位需求填写错误的，可在报价截止时间前终止竞价单，并填写终止理由。

2. 报价。

(1) 供应商在报价单界面选择拟参与报价的竞价单进行报价。

(2) 在报价截止时间前，供应商在报价后可撤回报价，并可在撤回报价后重新报价。

(3) 供应商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，不得参加同一竞价项目的报价。

3. 确认结果。

(1) 报价时间截止后，按报价由低到高的顺序排序，报价最低的供应商为第一名，采购单位在成交结果确认页面确认排名第一的供应商为成交供应商。最低报价相同的情况下，先报价供应商为成交供应商。

(2) 首次竞价参与供应商数量应不少于3家，不足3家的采购失败，自动发布竞价终止公告。

(3) 采购单位应在报价时间截止后及时确认成交供应商，超过5个工作日未予确认的，自动确认排名第一的供应商为成交供应商。确认成交供应商后，自动公示竞价成交结果。

4.合同签订。

(1) 采购单位或供应商在订单管理界面生成合同，打印后线下双方盖章上传，供应商应按合同约定发货、提供售后服务。

(2) 采购单位在确认结果后，原则在5个工作日内完成合同的签订。

5.履约验收。

(1) 商品全部到货且确认无误后，采购单位在订单界面确认收货。

(2) 采购单位应于确认收货后进行履约验收，在验收界面打印验收单，签字或盖章上传后，完成履约验收。

(3) 采购单位履约验收后，可在30天内进行评价和追评。

6.资金支付。

采购单位按合同约定向供应商付款。

7.退换货。

(1) 采购单位在退换货界面选择退货或换货，填写退换货数量、退换货原因及退换货方式，完成后提交。

(2) 如供应商同意退换货，在予以确认后采购单位即可完成退换货。

(3) 合同签订后，按合同约定与供应商进行退换货处理。

（三）反拍

1.发起反拍。

采购单位进入反拍功能模块创建反拍单，明确采购需求，可通过推荐品牌及型号功能，选择3个及以上同档次品牌型号商品作为采购需求，或通过直接选择具体商品功能，选择具体商品作为采购需求，或通过自定义描述功能，自行填写商品参数项作为采购需求，并选择收货地址、填写购买数量、发票信息等内容，设置公告期、反拍轮次、每轮反拍时间、首轮参与反拍供应商数量等规则，发布反拍公告。其中，公告期不少于3个工作日，采购单位需求填写错误的，可在公告期内终止反拍公告，并填写终止理由。公告期内采购单位对公告内容进行修改的，应重新进行公告；首轮参与反拍的供应商不少于3家，少于3家的采购失败，自动发送采购失败公告；反拍轮次不少于3轮，每轮报价时间不少于10分钟。

2.报价。

（1）供应商应在反拍公告界面查找拟参与项目，进入反拍报价单界面，查看采购需求等信息，按反拍公告约定时间进行多轮次报价。

（2）供应商在报价后不可撤销报价，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，不得参加同一反拍项目的报价。

3.确认结果。

(1) 报价时间截止后，按报价由低到高的顺序排序，报价最低的供应商为第一名，若首轮报价过后的轮次无供应商报价，则上一轮报价最低的供应商为第一名，采购单位在成交结果确认页面确认排名第一的供应商为成交供应商。最低报价相同的情况下，先报价供应商为成交供应商。

(2) 采购单位应在报价时间截止后及时确认成交供应商，超过5个工作日未予确认的，自动确认排名第一的供应商为成交供应商。确认成交供应商后，自动公示反拍成交结果。

4.合同签订。

(1) 采购单位或供应商在订单管理界面生成合同，打印后线下双方盖章上传，供应商应按合同约定发货、提供售后服务。

(2) 采购单位在确认结果后，原则在5个工作日内完成合同的签订。

5.履约验收。

(1) 商品全部到货且确认无误后，采购单位在订单界面确认收货。

(2) 采购单位应于确认收货后进行履约验收，在验收界面打印验收单，签字或盖章上传后，完成履约验收。

(3) 采购单位履约验收后，可在30天内进行评价和追评。

6.资金支付。

采购单位按合同约定向供应商付款。

7.退换货。

(1) 采购单位在退换货界面选择退货或换货，填写退换货数量、退换货原因及退换货方式，完成后提交。

(2) 如供应商同意退换货，在予以确认后采购单位即可完成退换货。

(3) 合同签订后，按合同约定与供应商进行退换货处理。

(四) 团购

1. 发起团购。

采购单位进入团购功能模块，选择拟采购商品、并选择收货地址、填写购买数量、发票信息等内容，设置成团条件和团购截止时间等团购规则提交团购单、发布组团信息。其中，组团邀请截止时间不少于3个工作日；参与供应商数量不少于3家，少于3家的采购失败，自动发送采购失败公告；供应商竞价时间不少于3个工作日。

2. 参与拼团。

(1) 采购单位在团购大厅界面中搜索具有相同采购需求的组团邀请，进入团购单界面查看团购详情，确认采购需求清单内容和团购规则，填写收货地址和发票信息等基本信息，确认参与团购。

(2) 在团购约定的报价截止时间前，各采购单位均可参与拼团。

3. 报价。

(1) 组团成功后自动发起竞价，供应商在已成团界面的选

择拟参与报价的团购单，查看团购信息，填写报价金额并提交报价。

(2) 在报价截止时间前，供应商在报价后可撤回报价，并可在撤回报价后重新报价。

(3) 供应商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，不得参加同一项目的报价。

4. 确认结果。

(1) 报价时间截止后，按报价由低到高的顺序排序，报价最低的供应商为第一名，团购发起单位在成交结果确认页面确认排名第一的供应商为成交供应商。最低报价相同的情况下，先报价供应商为成交供应商。

(2) 团购发起单位应在报价时间截止后及时确认成交供应商，超过5个工作日未予确认的，自动确认排名第一的供应商为成交供应商。确认成交供应商后，自动公示团购成交结果。

5. 合同签订。

(1) 各参团采购单位或供应商在订单管理界面分别生成合同，打印后线下盖章上传，供应商应按合同约定发货、提供售后服务。

(2) 各参团采购单位在确认结果后，原则在5个工作日内完成合同的签订。

6. 履约验收。

(1) 商品全部到货且确认无误后，各参团采购单位在订单

界面确认收货。

(2) 各参团采购单位应于确认收货后进行履约验收，在验收界面打印验收单，签字或盖章上传后，完成履约验收。

(3) 各参团采购单位履约验收后，可在 30 天内进行评价和追评。

7. 资金支付。

采购单位按合同约定向供应商付款。

8. 退换货。

(1) 采购单位在退换货界面选择退货或换货，填写退换货数量、退换货原因及退换货方式，完成后提交。

(2) 如供应商同意退换货，在予以确认后采购单位即可完成退换货。

(3) 合同签订后，按合同约定与供应商进行退换货处理。

五、异常情况处理

(一) 采购单位作废项目的：

1. 采购单位选择竞价，在报价截止时间前可作废；
2. 采购单位选择反拍，在公告截止时间前可作废；
3. 采购单位选择团购，不得作废项目。

(二) 供应商在采购单位确定其为成交供应商之日起 30 天以内，非因采购单位原因未与采购单位签订合同的：

1. 采购单位选择直购，按订单执行采购活动；
2. 采购单位选择竞价、反拍、团购，作废项目重新进行采购

活动。

六、职责划分

(一) 采购单位

- 1.负责落实采购主体责任，建立健全本单位采购内控机制，做好本单位账号管理、工作流程及操作权限的配置维护等日常事务；
- 2.负责依法组织开展采购活动，合理选择项目交易方式，对采购活动组织实施、采购商品价格等自行负责；
- 3.与成交供应商签订采购合同，根据合同约定组织履约验收、支付采购资金；
- 4.负责核实处理采购活动组织实施各个环节有关异议事项；
- 5.积极配合市公共资源交易中心开展入围供应商履约管理活动，及时反馈供应商履约情况。

(二) 市公共资源交易中心

- 1.负责网上超市的搭建及维护；
- 2.负责网上超市供应商征集，定期查询入围供应商信用记录，通过履约扣分等方式对入围供应商进行日常管理；
- 3.负责处理网上超市供应商征集、上架商品管理等异议；
- 4.负责委托第三方机构对商品价格进行监测；
- 5.负责确定网上超市支持采购品目并实行动态管理；
- 6.负责网上超市相关信息的发布；
- 7.负责处理本级采购活动咨询工作。

（三）各区（市）县集中采购机构

- 1.负责核实处理本级网上超市采购活动违约供应商并报市公共资源交易中心统一扣分；
- 2.负责处理本级采购活动咨询、异议工作。

（四）供应商

- 1.负责严格按照履约管理规则及所签订的合同、承诺等履行职责，依法依规参与网上超市采购活动；
- 2.负责维护上架商品信息；
- 3.负责按合同、承诺等内容进行履约；
- 4.负责配合采购单位处理采购活动组织实施各个环节有关异议事项。

七、其他

本方案自印发之日起试行，由市公共资源交易中心负责解释。市公共资源交易中心可根据有关政策和实际情况，及时调整和修正本方案有关内容。

附件 2

电子卖场（网上超市）供应商履约管理规则

一、通过履约扣分管理的形式，加强网上超市入围供应商管理，保障采购服务水平。

二、市公共资源交易中心可根据实际情况对履约扣分及应用规则进行调整，调整后的规则及时告知网上超市供应商。网上超市供应商不接受调整后的规则的，可退出。

三、供应商享有以下权利：

（一）在经营业务范围内参加成都市网上超市活动；

（二）有权拒绝采购单位提出的不正当要求；

（三）法律、法规和规章规定的其它权利。

四、供应商履行以下义务：

（一）供应商完成自有电子商务平台与成都市网上超市的数据对接，并自行承担数据对接中产生的费用；

（二）自觉遵守法律法规和其他相关规定，独立、自主、诚信参与网上超市活动；

（三）按规定与采购单位签订网上超市合同并依法履行合同义务；

（四）为采购单位提供符合质量要求的货物和优质的售后服务；

- (五) 接受集中采购机构等单位的监督管理;
- (六) 网上超市的商品库存数量必须与实际库存数量保持一致, 不得销售无库存的商品;
- (七) 必须是原厂原装、有质量保证、符合国家“三包”政策的全新商品, 不得销售假冒伪劣或已停产商品;
- (八) 商品信息应当完整、清晰, 且必须符合国家相关政策规定, 不得销售针对采购单位的“特供”、“专供”商品;
- (九) 有规定最高限价标准的, 不得推送超出最高限价标准的商品;
- (十) 商品价格不得高于自有电子商务平台价格, 不得高于同期对其他消费群体的销售价格;
- (十一) 商品安装调试中涉及另行购置配件或支付服务费用的, 必须公开有偿收费标准。未公开收费标准的, 不得要求采购单位支付;
- (十二) 设立专门的技术团队及服务团队, 提供客服联系电话和在线咨询服务;
- (十三) 必须提供完整、真实的物流信息, 并与网上超市进行数据对接;
- (十四) 不得无故擅自取消电子订单;
- (十五) 必须按照规定的时间以及合同约定的地点完成配送服务, 不得收取配送费用;
- (十六) 属于需要安装的商品, 必须配合采购单位完成商品

的安装服务，包括但不限于商品安装调试、预约安装服务；

(十七) 在质保期内，出现产品或售后服务投诉纠纷的，必须在服务承诺及合同约定范围内妥善解决。出现严重质量问题或商品厂商推诿质量、服务责任时，必须承担最终责任并提供质量和服务保障；

(十八) 法律、法规和规章规定的其它义务。

五、网上超市供应商的诚信分初始分值为 12 分，按照单个自然年度实施扣减，每年 1 月 1 日诚信分恢复为 12 分。供应商单个自然年度内，累计扣分达 12 分的，暂停其参加网上超市采购活动 12 个月；累计扣分达 9 分的，暂停其参加网上超市采购活动 9 个月；累计扣分达 6 分的，暂停其参加网上超市采购活动 6 个月；累计扣分达 3 分的，暂停其参加网上超市采购活动 3 个月。暂停期间不免除供应商与采购单位签订的合同、订单所约定的各项义务，供应商仍应继续履行已签订的所有合同、订单。供应商在单个自然年度内退出后，重新入围的不免除已有暂停周期。

(一) 供应商有下列情形之一，一次扣 12 分：

1. 供应商在采购单位确定其为成交供应商之日起 30 天以内，非因采购单位原因，未与采购单位签订合同的；

2. 未按采购结果签订合同，或者与采购单位另行订立背离合同实质性内容协议的；

3. 与采购单位签订合同后，因供应商的原因造成超过合同约

定履行期限 30 天以上未提供货物；

- 4.发布国家禁止出售商品、假冒伪劣商品、盗版商品的；
- 5.发布反党、反政府及其他违法违规信息的；
- 6.篡改、盗取网上超市数据的；
- 7.采用不正当手段操纵网上超市采购，如妨碍排挤其他供应商、提供不正当利益恶性竞争，恶意串通参与竞争的；
- 8.入围后发现不符合公开征集公告入围资格的；
- 9.其他在网上超市采购活动中违反法律法规情形的。

（二）供应商有下列情形之一，一次扣 6 分：

1.与采购单位签订合同后，因供应商的原因造成超过合同约定供货期限 15 天以上，30 天以内未提供货物；

2.提供虚假材料或承诺、实际供货与报价产品不一致或以其他不正当手段谋取网上超市成交资格的；

3.供应商以缺货、停产、价格低、市场价格调整、报价错误等，在报价截止时间后放弃成交候选资格或放弃成交的；

4.不按采购单位要求依法提供发票的，向采购单位提供虚假发票或为采购单位虚开、代开发票的；

5.推送或提供不符合现行国家强制性标准和行业标准、不符合国家“三包”要求产品的。

（三）供应商有下列情形之一，一次扣 3 分：

1.与采购单位签订合同后，因供应商的原因造成超过合同约定供货期限 7 天以上，15 天以内未提供货物；

2. 计算机产品所预装的计算机软件不符合国家要求的;
3. 不当使用他人商标权、著作权、专利权等, 造成不良后果的;
4. 提供非原厂原装或使用过的产品的;
5. 违反其他入围承诺的。

(四) 供应商有下列情形之一, 一次扣 2 分:

1. 利用规则、误导采购单位以获取虚假商品销量、评价等的;
2. 未按合同约定送货到指定地点的;
3. 销售价格高于第三方价格监测机构监测价格 20% 以上的。

(五) 供应商有下列情形之一, 一次扣 1 分:

1. 发布商品选择类目与商品不相关的;
2. 发布的商品与实际不符, 包括夸大、过度和虚假宣传的;
3. 供应商有关信息发生改变未主动向市公共资源交易中心申请变更的;
4. 不符合网上超市商品发布规范的其他行为。