

中南出版传媒集团股份有限公司 采购管理办法（试行）

第一章 总 则

第一条 为进一步加强中南出版传媒集团股份有限公司（以下简称“中南传媒”）采购管理，规范采购行为，提高工作效率和质量，维护中南传媒利益，依据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等有关法律法规，结合中南传媒实际，制定本办法。

第二条 本办法适用于中南传媒总部及所属全资子公司、控股子公司（以下简称“各单位”）进行的工程、货物和服务的采购活动。

中南传媒境外采购活动不适用本办法，境外采购指工程、货物或服务地点位于境外，或虽位于境内但全部向境外的供应商进行采购的采购行为。

第三条 本办法所称采购，是指各单位以合同方式有偿取得货物、工程和服务的行为，包括购买、租赁、委托。其中，购买和租赁范围不包含不动产。

本办法所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等。

本办法所称货物，是指各种形态和种类的物品，包括固定资产、设备设施、办公用品、应用软件等非生产经营性物资，以及原材料及辅助材料、燃料、备品备件等生产经营性物资。

本办法所称服务，是指除工程和货物以外的其他采购对象，包括保险、中介、广告、维修、运输、通讯、信息化系统开发、咨询、设计、勘察、监理及物业管理等服务项目。

第四条 按照“统一管理、分级负责、规范运作、有效监督”的原则，中南传媒总部负责采购与招标工作的统一管理，各单位负责本单位的采购管理工作并接受中南传媒总部的指导和监督。

第五条 中南传媒采购管理工作应当坚持依法合规、公开公正、竞争择优、协同高效，健全管理体系，完善内控监督机制，规范采购流程，提高采购效率，有效控制采购成本，满足生产经营需要。

第二章 组织机构与职责

第六条 中南传媒采购与招标管理日常事务由采购与招标管理部承担，主要职责是：

- （一）制定中南传媒采购管理制度；
- （二）统筹中南传媒集中采购平台、供应商库、招标代理机构库建设；
- （三）统筹组织中南传媒集中采购项目；
- （四）组织中南传媒总部采购项目；

- (五) 审核 1000 万元（含）以上工程建设项目招标方案；
- (六) 管理中南传媒采购评审专家库；
- (七) 指导和检查各单位采购管理工作。

第七条 各单位负责本单位的采购管理工作，主要职责是：

(一) 执行中南传媒采购管理办法，结合经营管理实际制定本单位采购管理实施细则；

(二) 对本单位采购活动相关文件资料进行整理，建立和管理本单位采购项目台账和档案；

(三) 建立供应商管理体系，包括供应商资质和履约能力审查准入、考核评价和淘汰退出机制等；

(四) 组织实施本单位采购项目，承担中南传媒委托的采购项目组织工作。

第八条 财务部门负责采购项目的资金筹措；审计部门负责对采购活动进行监督；纪检监察部门负责对采购活动中的违纪违规行为进行查处。

第三章 采购方式

第九条 本办法的采购方式包括公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商、询价采购、框架协议采购、直接采购七种方式。

(一) 公开招标，是指采购方以招标公告的方式邀请不特定的供应商参加投标，经评审确定成交供应商的采购方式。

(二) 邀请招标，是指采购方以投标邀请书的方式邀请三家

及以上符合资格条件的供应商参加投标，经评审确定成交供应商的采购方式。

（三）竞争性谈判，是指与三家及以上供应商分别进行一轮或多轮谈判，经评审确定成交供应商的采购方式。

竞争性谈判以最低价法确定成交供应商。

（四）竞争性磋商，是指与三家及以上供应商分别进行一轮或多轮磋商，经评审确定成交供应商的采购方式。

竞争性磋商以综合评分法确定成交供应商。

（五）询价采购，是指由三家及以上符合资格条件的供应商一次报出不得更改的价格，经评审确定成交供应商的采购方式。

询价采购以最低价法确定成交供应商。

（六）框架协议采购，是指对技术、服务等标准明确、统一，需要多次重复采购的货物和服务，通过公开征集程序，确定第一阶段入围供应商并订立框架协议，再按照框架协议约定规则，在入围供应商范围内确定第二阶段成交供应商并订立采购合同的采购方式。

（七）直接采购，是指与特定的供应商进行一轮或多轮商议，根据商议结果确定成交供应商的非竞争采购方式。

第四章 依法必须招标项目管理

第十条 依法必须招标项目是指根据《中华人民共和国招标投标法》及其实施条例等国家法律法规确定依法必须招标的项目。

第十一条 按照《必须招标的工程项目规定》（国家发展改革委令 2018 年第 16 号），工程建设项目的勘察、设计、施工、监理

以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购达到下列标准之一的，必须招标：

（一）施工单项合同估算价在 400 万元（含）人民币以上；

（二）重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元（含）人民币以上；

（三）勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元（含）人民币以上。

同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到上述规定标准的，必须招标。

第十二条 依法必须招标项目应严格按照国家法律法规执行，依法接受行政监管。

邀请招标的适用条件和核准程序等严格按照国家法律法规执行。

第十三条 招标单位应当自确定中标人之日起 15 日内向中南传媒采购与招标管理部提交招标投标情况的书面备案报告。

第五章 非依法必须招标项目管理

第十四条 非依法必须招标项目是指国家相关法律法规未明确规定必须招标的项目，包括工程、货物、服务项目。

第十五条 达到下列标准之一的，应当公开招标：

（一）工程：单项合同估算价在 400 万元（含）以上的工程项目；

（二）货物：单项合同预算价在 200 万元（含）以上的货物

项目；

（三）服务：单项合同预算价在 200 万元（含）以上的服务项目。

货物类和服务类采购若需两家及以上供应商承接，则适用于第十九条框架协议采购。

第十六条 符合以下条件之一的，可采用竞争性谈判：

（一）技术复杂或者性质特殊，不能确定详细规格或者具体要求的；

（二）不能事先计算出价格总额的；

（三）招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的；

（四）采用招标所需时间不能满足用户紧急需要的。

第十七条 符合以下条件之一的，可采用竞争性磋商：

（一）购买服务项目；

（二）技术复杂或者性质特殊，不能确定详细规格或者具体要求的；

（三）因艺术品采购、专利、专有技术或者服务的时间、数量事先不能确定等原因不能事先计算出价格总额的；

（四）市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目；

（五）按照招标投标法及其实施条例必须进行招标的工程建设项目以外的工程建设项目。

第十八条 采购的货物规格、标准统一、现货货源充足且价

格变化幅度小的项目，可以采用询价采购。

第十九条 符合以下条件之一的，可采用框架协议采购：

（一）需由两家及以上供应商承接有利于公司经营和提升效率的服务项目；

（二）常需、常备、易耗、多频次采购且采购数量、采购时间等不确定，需由两家及以上供应商承接有利于项目实施和提高项目效率的货物项目；

（三）为保障重点物资稳定供应、采购频次高、数量大需分次下订单且要求品质可靠、服务稳定，需由两家及以上供应商承接提供的货物和服务项目。

第二十条 符合以下条件之一的，可采用直接采购：

（一）涉及国家秘密、国家安全或企业重大商业秘密，不适宜竞争性采购；

（二）因抢险救灾、事故抢修等不可预见的特殊情况需要紧急采购；

（三）需采用不可替代的专利或者专有技术；

（四）需向原供应商添购且添购资金总额不超过原合同采购金额百分之十的，否则将影响施工、项目一致性或服务配套要求的；

（五）供应商来源单一，只能从唯一供应商处获取所需货物、服务；

（六）潜在供应商与采购方（或采购实施单位）同为中南传媒全资或控股企业，具备提供货物和服务的法定资质及履约能力，

在遵循公平合理原则、符合市场定价机制、价格公允的情况下，可采用直接采购方式采购货物和服务；

（七）预算金额在二十万元（含）以下的采购项目。

第二十一条 潜在供应商与采购方（或采购实施单位）同为中南传媒全资或控股企业，根据项目情况如需采用竞争性谈判、竞争性磋商或直接采购，且项目预算达到本办法第十五条规定的金额标准，各单位应当对适用条件及必要性进行论证，并经本单位领导班子集体决策同意后实施采购活动。自确定成交供应商之日起 15 日内向中南传媒采购与招标管理部提交书面备案报告。

第六章 工作纪律

第二十二条 任何单位和个人不得为规避招标将同类项目化整为零，化大为小。

第二十三条 任何单位和个人不得为采购人指定招标代理机构。

第二十四条 采购活动中的招标或采购文件、评审文件、现场记录、合同文本等相关资料应当存档备查，不得伪造、变造、隐匿或者销毁。

第二十五条 采购活动的组织人员、评审人员、谈判人员不得有下列行为：

（一）接受投标单位或供应商的贿赂、回扣、宴请、旅游或其他不正当利益；

- (二) 泄露标底或以其他方式向投标单位或供应商通风报信;
- (三) 误导、干扰评标, 在评标、谈判过程中有失公平的;
- (四) 弄虚作假、隐瞒采购项目真实情况;
- (五) 与投标单位或供应商相互串通、以不合理的条件限制或排斥其他潜在供应商, 明招暗定;
- (六) 与投标单位或供应商有利害关系, 未主动说明情况并申请回避;
- (七) 在采购过程中有其他违规违纪违法行为。

第二十六条 任何单位和个人存在以上违规情形的, 应追究相关责任, 并给予处分处理; 给采购单位造成经济损失的, 应承担赔偿责任; 涉嫌构成犯罪的, 移交司法机关依法追究刑事责任。

第七章 附 则

第二十七条 各单位的采购活动可以自行组织或委托招标代理机构进行。

第二十八条 中南传媒其他制度文件中关于采购管理的相关规定与本办法不一致的, 以本办法为准。

第二十九条 本办法由中南传媒采购与招标管理部负责解释。

第三十条 本办法自发布之日起施行。《中南出版传媒集团股份有限公司工程建设、货物及服务采购项目采购与招标管理办法》(中南传媒〔2019〕1号)同时废止。

附件：《非依法必须招标项目程序规定》

附件

非依法必须招标项目程序规定

公开招标	
编制文件	<p>根据采购需求编制招标文件，包括招标公告、投标须知、评标办法、合同条款、采购需求、投标文件等内容。</p> <p>招标文件首部需添加声明并加粗：“本项目为非依法必须招标”</p>
发布公告	<p>向不特定供应商发布招标公告；</p> <p>招标公告应在中国招标投标公共服务平台、集团官网（或各单位官网）上公开发布。</p>
发售文件	<p>招标文件发售期不少于 5 日；</p> <p>投标人可在投标截止前 2 日对文件提出异议，招标人收到异议后 1 日内答复，招标人不能在 1 日内作出答复的，可以适当延期，但不超过 3 日，且应告知异议人并说明理由。作出实质性答复前，暂停招投标活动；</p> <p>自公告发布之日起至提交投标文件截止时间不少于 10 日，如有答疑澄清且对投标文件编制造成实质性影响的应自答疑澄清文件发出之日起不少于 3 日。</p>
组建小组	<p>组建五人及以上单数评标小组。专家评委不少于小组成员总数的三分之二。</p>
开标评标	<p>在招标文件约定的时间和地点接收递交的投标文件、召开开标会议，公开宣布投标人名单及投标报价等；</p> <p>评标小组应依照招标文件规定的评标办法进行评标，向招标人推荐合格的中标候选人；</p> <p>开标过程及现场人员发言须进行书面记录和录音录像，招标资料须存档备查。</p>
定 标	<p>发布中标公告；</p> <p>中标公告发布时间不少于 1 日；</p> <p>公告无异议后，确定中标人并发出中标通知书。</p>
签订合同	<p>明确双方的权利和义务。</p>

竞争性谈判	
编制文件	根据采购需求编制竞争性谈判文件，包括谈判公告或谈判邀请书、供应商须知、评审办法、合同草案、采购需求、响应文件格式等关键内容。
发布文件	向三家及以上供应商发出谈判邀请书； 或向不特定供应商发布谈判公告，且应在中国招标投标公共服务平台、集团官网（或各单位官网）上公开发布。
发售文件	谈判文件发售期不少于3日； 谈判公告或谈判邀请书发出之日起至供应商提交响应文件截止日不少于5日。
组建小组	组建三人及以上单数谈判小组。专家评委不少于小组成员总数的三分之二。
组织谈判	谈判小组集中与单一供应商分别谈判，并给予所有参加谈判的供应商平等的谈判机会； 谈判过程中，可根据谈判文件和采购情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求与合同草案。实质性内容的变动须经采购人代表确认，并书面通知所有参加谈判的供应商； 谈判结束后，供应商按谈判变动情况和谈判小组的要求重新提交响应文件或最后报价，并由其法定代表人（授权代表）签字或加盖公章； 谈判小组按最后报价由低到高推荐1-3名成交候选供应商并编写评审报告； 谈判过程须作记录，谈判资料须存档备查。
确定成交	确定成交供应商，发出成交通知书； 采用发布谈判公告形式的须发布成交公告，成交公告发布时间不得少于1日。
签订合同	明确双方的权利和义务。

竞争性磋商	
编制文件	根据采购需求编制竞争性磋商文件，包括磋商公告或竞磋邀请书、供应商须知、评审办法、合同草案、采购需求、响应文件格式等关键内容。
发布文件	向三家及以上供应商发出竞磋邀请书； 或向不特定供应商发布磋商公告，且应在中国招标投标公共服务平台、集团官网（或各单位官网）上公开发布。
发售文件	磋商文件发售期不少于5日； 潜在供应商对磋商文件有异议的，应在提交响应文件截止时间前2日内提出，采购人应在收到异议后1日内答复，不能在1日内作出答复的，可以适当延期，但不超过3日，必要时顺延提交响应文件截止时间，作出答复前应当暂停采购活动； 磋商公告或磋商邀请书发出之日起至供应商提交响应文件截止日不少于7日。
组建小组	组建三人及以上单数磋商小组。专家评委不少于小组成员总数的三分之二。
组织磋商	磋商小组集中与单一供应商分别磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会； 磋商过程中，可根据磋商文件和采购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。实质性变动的内容须经采购人代表确认，并书面通知所有参加磋商的供应商； 磋商结束后，供应商按磋商文件变动情况和磋商小组要求重新提交响应文件或最后报价，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章； 磋商小组依评审得分由高至低推荐1-3名成交候选供应商并编写评审报告； 磋商过程须作记录，磋商资料须存档备查。
确定成交	确定成交供应商，发出成交通知书； 采用发布磋商公告形式的须发布成交公告，成交公告发布时间不少于1日。
签订合同	明确双方的权利和义务。

注：磋商开始时，符合资格条件的供应商有三家以上，在磋商过程中符合条件的供应商在只有两家的情况下，磋商活动可以继续进行。

询价采购	
编制文件	根据采购需求编制询价文件，包括询价公告或询价邀请书、供应商须知、评审办法、合同草案、采购需求、响应文件格式等关键内容。
发布文件	向三家及以上供应商发出询价邀请书； 或向不特定供应商发布询价公告，且应在中国招标投标公共服务平台、集团官网（或各单位官网）上公开发布。
发售文件	询价文件的发售期不少于 2 日； 询价邀请书或询价公告发出之日起至供应商提交响应文件截止日不少于 3 日。
组建小组	组建三人及以上单数询价小组。专家评委不少于小组成员总数的三分之二。
组织询价	在约定的时间地点接收供应商响应文件，供应商一次性报出不可更改的价格； 采购人公开宣布供应商名单及响应报价等信息； 询价过程中，不得更改响应文件所确定的技术和服务等要求、评审程序、评审标准等关键事项； 询价小组从符合采购文件要求的供应商中按报价由低至高推荐 1-3 名成交候选供应商； 询价过程须作记录，询价资料须存档备查。
确定成交	确定成交供应商，发出成交通知书； 采用发布询价公告形式的须发布成交公告，成交公告发布时间不得少于 1 日。
签订合同	明确双方的权利和义务。

框架协议采购	
编制文件	<p>编制框架协议采购文件，明确框架采购的具体方式（开放式或封闭式）；</p> <p>框架协议采购文件应包括采购需求、供应商资格条件、资格审查方法和标准、框架协议期限、报价要求、入围供应商的淘汰率或入围数量、确定入围供应商的评审标准、响应文件格式、确定第二阶段成交供应商的方式等内容。</p>
发布公告	<p>在中国招标投标公共服务平台、集团官网（或各单位官网）上公开发布框架采购征集公告。</p>
发售文件	<p>向供应商发出框架采购征集文件，发售期不少于 5 日；</p> <p>公告发出至响应截止不少于 10 日。</p>
组建小组	<p>组建三人及以上单数评审小组，专家评委不少于小组成员总数的三分之二。</p>
组织开标	<p>在约定的时间地点接收递交的响应文件；</p> <p>开启响应文件会议，公开宣布供应商名单及响应报价等主要内容。</p>
组织评审	<p>评审小组依照框架采购征集文件规定的评审办法和评审标准对响应文件进行评审；</p> <p>按照评审得分由高至低顺序向采购人推荐入围候选供应商，并编写评审报告。</p>
确定成交	<p>发布入围供应商候选人公告；</p> <p>公告发布时间不少于 1 日；</p> <p>确定入围供应商，并发出入围通知书。</p>
签订协议	<p>采购人与入围供应商签订框架协议。</p>
授予合同	<p>签订框架协议后，当有实际采购需求时，采购人或服务对象根据框架协议的约定，在已经入围的供应商范围内，按照需求的具体情况，可以通过直接选定、二次竞价、顺序轮候的方式选择最适合的供应商并签订具体的采购合同；</p> <p>合同授予方式的选择和程序由采购人或服务对象自行决定。</p>
增补规定	<p>框架协议原则上有效期不超过三年，有效期届满后须全部重新征集。在有效期内各单位退出或原供应商数量不能满足业务需求，需要增补入围供应商的，增补供应商的入围条件及程序规定应与之前保持一致。</p>