

中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司
东莞万江直播仓项目资源采购

邀请招标文件

采购编号：GDSD-ZB-2020-029

中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司

二〇二〇年十二月

目 录

第一章	项目概况.....	3
第二章	投标须知.....	4
第三章	项目要求.....	8
第四章	合同主要条款.....	10
第五章	附件.....	20

第一章 项目概况

- 1、采购项目名称：东莞万江直播仓项目资源采购
- 2、采购机构名称：中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司
- 3、采购机构地址：广州市白云区槎头西洲北路93号
- 4、采购机构联系方式：
商务类\标书接收人：吴健芳 技术类联系人：詹国勇
咨询邮箱：2802957631@qq.com 咨询邮箱：315699910@qq.com
电 话：13539784102 电 话：18988932152
- 5、采购方式：邀请招标。
- 6、采购内容：东莞万江直播仓项目社会资源采购，详见第三章“项目要求”。
- 7、投标人的资格要求：投标人需有有效的企业营业执照、组织机构代码证、税务登记证、道路运输许可证。
- 8、采购文件发放时间：2020年12月07日。
- 9、采购文件答疑时间：2020年12月15日下午17：00
- 10、答疑地址：广州市白云区槎头西洲北路93号十号仓二楼
- 11、截标时间：2020年12月16日中午12:00 截止
- 12、采购文件发放地点：广州市白云区槎头西洲北路93号十号仓二楼或电子文档。

第二章 投标须知

（一）总则

1、适用范围

本邀请招标采购文件适用于邀请招标中所述东莞万江直播仓项目社会资源的采购。

2、定义

（1）“采购人”是指中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司，具体执行单位为中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司（以下简称“电商物流分公司”）。

（2）“招标方”是指受采购人委托，组织本次邀请招标的中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司东莞万江直播仓项目社会资源采购招标工作小组（以下简称“工作小组”）。

（3）“投标人”指按照本文件规定获得邀请招标采购文件并参加邀请招标的投标人。

（二）投标文件编制及要求

1、投标人应当按照邀请招标采购文件的附件要求编制投标文件，对邀请招标采购文件提出的要求和条件做出实质性应答。

2、投标文件需提供正本一份、副本一份，并明确注明“正本”或“副本”字样。一旦正本和副本有差异，以正本为准。用A4规格纸编制并装订成册，经单位法定代表人或其委托人签署后统一以A4纸大小的牛皮纸档案袋封装，并贴上封条、加盖骑缝章。封面注明项目编号、项目名称、投标人名称、地址、电话等。要求提供投标文件的电子版一份（一般要求刻盘，并随标书一起封装）。

3、投标文件由以下几个部分组成：

（1）封面（格式见附件5中的格式1）；

（2）法定代表人授权委托书（格式见附件5中的格式2）；

（3）投标承诺书（格式见附件5中的格式3）；

（4）廉政承诺书（格式见附件5中的格式4）；

（5）投标方情况介绍文字（包括公司简介、营业规模、人员规模、类似业务合作情况等），并填写投标方情况一览表（格式见附件5中的格式5）；

(6) 报价表：投标人应按照邀请招标采购文件要求报出服务单价，报价包括所提供服务价格以及提供发票税额。被邀请招标的投标人，在投标截止日期前以书面形式对要求报价的项目一一响应，且报出价格是一次性的，不得更改（格式见附件5中的格式6）。

(7) 资格证明材料。主要包括快递许可相关资质文件、营业执照、税务登记证、组织机构代码等资格证明文件（复印件），法人代表委托书（原件）、与相关企业合作业绩证明文件、其它资格证明（如企业资信证明、质量体系认证等）。

(8) 运作方案

(9) 合同复印件

4、投标文件的编写要求

投标方必须对本招标文件的每一项要求给予实质性的响应，且响应必须是唯一的。

(1) 投标文件和来往函件用中文书写，投标文件必须有目录并注明页码。

(2) 投标方应以人民币报价。

(3) 投标文件正本和副本的每份表格和文件均须打印，并由投标方法定代表人或其委托代理人（具有法定代表人签署的授权书）在正本上签字。

(4) 投标文件除签字外必须是印刷形式，不许有加行、涂抹或改写。

(5) 电话、传真形式的投标概不接受。

(6) 标书文件不能使用活页装订。

5、投标保证金

(1) 投标保证金为人民币5万元。

(2) 各投标单位必须在2020年12月16日12:00前将投标保证金汇进招标方账号，逾期未到帐的投标单位不得参与投标。汇款账号资料如下：

收款单位：中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司

收款账号： 100 3989 026 0001 0002

开户银行：中国邮政银行广州广大路支行

注：请务必注明是“东莞万江直播仓项目运输投标保证金”

所提交的邀请招标应答文件中如有不一致的地方，则应按有利于采购人的原则进行推定和解释。

(三) 投标文件递交

递交投标文件时间、地点：投标文件应于邀请招标规定的截止时间（**2020年12月16日中午12:00前**）之前密封送达中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司（广州市白云区槎头西洲北路93号十号仓二楼综合部）。在邀请招标采购文件要求提交投标文件的截止时间后送达的投标文件，招标方有权拒收。

（四）邀请招标采购文件的修改

招标方规定的截止时间前，可以对邀请招标采购文件进行修改，并告知投标人予以关注。

（五）投标文件的补充、修改或者撤回

投标人在规定的截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人。补充、修改的内容为投标文件的组成部分。

（六）答疑

投标单位收到本项目的招标文件和资料后须进行校对，在 2020 年 12 月 15 日 17:00 前对招标方可以进行电话咨询。

（七）开标

- 1、开标时间：暂定2020年12月16日下午；
- 2、投标结果另行通知。

（八）无效的投标书

投标书有下列情况之一者为无效投标书，无效投标书的解释权及处理权归招标方所有：

- 1、投标文件逾期送达；
- 2、投标书未按招标文件规定封装、密封及盖章；
- 3、投标书无封面或封面未按招标文件规定加盖投标单位法人公章；投标书份数不符合招标文件要求；
- 4、投标书未对招标文件做出完全的响应；
- 5、无投标单位法定代表人授权书；
- 6、无投标单位企业营业执照复印件。
- 7、经审核并有合理证据显示投标人串标、围标行为。

（九）评审

- 1、招标评审小组由不少于5人的专家（单数）组成，评标工作独立保密进行。

2、在投标、开标期间，投标人不得向招标人询问情况，不得进行旨在影响评标结果的活动。邀请招标的任何一方在未征得另一方同意的情况下，不得向第三方透露与邀请招标有关的一切技术资料、价格或其他信息。

3、招标评审小组将遵照公正、公平、公开的评标原则，严格按照招标文件的要求和条件对投标文件进行审查、质疑、评估、比较，并从报价、厂家资质、送货服务水平等方面进行综合评分，最后由评标委员会确定成交供应商。招标人不需向落标方解释落标原因，不退还投标文件。

4、招标方将在评标结束后以书面形式发出《中标通知书》，并将中标结果通知所有被邀请的投标人。

（十）签订合同

1、中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司向中标人发出中标通知书后，中标人应按承诺与采购人签订合同。在发出中标通知书至签订合同期间，中标通知书具有与合同同等的法律效力，双方可凭此进行相关服务对接。

2、采购人将与中标的代理公司签订有效期不超过1年的合作协议，其中试合作期为2个月，在试合作期间，如出现不履行协议规定情况，合作协议自动终止。在合同期满后，如双方合作无异议，可通过投标方式确定价格和服务，续签一年期合同。

（十一）付款方式

采购方收到发票和签收单，按照相关合同进行结算。中标方必须开具税率6%的收派服务或快递相关增值税专用发票。

第三章 项目要求

一、采购内容：

（一）服务内容：

本次采购项目主要是中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司东莞万江直播仓项目资源采购。

本次采购主要是到指定地点提货，点数扫描交接，分拣，装车，快递发运，配送信息反馈，客服工单处理。服务类型：快递发运-配送信息反馈服务。仓库地址：广东省东莞市万江街道港口大道添盛物流园 1 号楼。

（二）招标线路：（详见附件报价表）

（三）运作要求

- 1、详见合同范本。
- 2、承运商考核表

二、报价要求

1、投标人按照各线路进行报价，报价按照《报价表》统一上报；各投标人报价均为一次报价。

三、项目评审标准

（一）基本资质条件

投标公司满足以下基本资质要求其报价为有效报价。

项目	具体要求
费用结算周期	运费按月结算，结算周期为次月结
发票提供	能按照要求提供税率 6%的收派服务或快递相关增值税专用发票
资质证件提供	1、能够提供有效的 快递经营许可证 。 2、提供有效、合法的工商营业执照、开户许可证。
不符合投标/邀请投标要求审核	对于承运商投标资料（资质及标书等）进行审核，如有确切依据证明其存在串标、围标行为，或者投标人存在关联关系的，均不纳入下一轮评标范围，同时在其他同类项目招标时不再作为邀请对象。

(二) 对应评分项目和具体要求如下：

_____物流项目评分表

项目		具体要求	XX 公司 得分	XX 公 司得 分	XX 公 司得 分
承运能力 综合报价	公司资质 情况(5 分)	根据公司基本情况进行综合评价(评分标准：注册资金 50-100 万/2 分；101-500 万/3 分,501 万及以上 5 分)。			
	包裹快进 快出经验 (5 分)	有直播、秒杀、爆品促销等项目合作经验的得 5 分， 需要附上合同复印件。			
	相关运作 资源(20 分)	与招标方有合作大客户经验的得分 20 分， 需要附上合同复印件， 每份 10 分，封顶 20 分。			
	结算价格 (70 分)	根据公司报价高低进行综合评价： 1. 评标价格=所有区域的累计报价相加之和。2. 投标单位中的最低评标价格可获得该项得分满分，并作为评标基准价。3. 高于评标基准价的其他投标报价得分=(评标基准价÷有效评标价格)×100×0.7(四舍五入保留两位小数)。4. 一区二区报价权重占比 80%，三区四区报价权重占比 20%。			
合计		——			

第四章 仓储物流/配送服务合作合同模板

甲方：中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司（以下简称“甲方”或“邮政”）

乙方：（以下简称“乙方”）

鉴于：

邮政受交易平台上卖家的委托，为卖家提供电子商务领域的信息技术服务、配送服务以及其他与物流相关的增值服务资源，乙方具备提供上述服务的综合能力。甲乙双方经友好协商，根据中华人民共和国相关法律、法规规定，本着自愿、平等、公平、诚信的原则，达成本合同。

第一部分 基本商业条款

1. 合作期限：

本合同合作期限自____年____月____日起至____年____月____日（或甲方正式招标结果出具后）终止。

2. 价格：

见附件《价格及计费规则》。

3. 保证金：

乙方应在本合同签订后 10 个工作日内，授权甲方通过支付宝冻结乙方支付宝账户履约保证金伍万元（起步订单量 1 万单，每增加 1 万单，履约保证金增加 0 万元，上限 20 万）。双方根据合同期内订单量的增减变化对保证金金额标准进行调整，双方确认调整金额后，应在 1 个月内完成补足或解冻。如乙方未能及时完成冻结金额补足，则甲方有权暂停支付乙方的物流费用直至乙方完成保证金金额的冻结补足。在乙方违反本协议及附件、补充协议及乙方承诺函等情况下，或乙方存在侵害消费者合法权益，直接或间接使甲方或卖家权益受损的情况下，甲方有权根据甲方、卖家或消费者权益受损的情况，扣除部分或全部本协议下归属乙方的履约保证金，或从乙方的服务费中扣除前述金额。

乙方邮址：

乙方收件人：

4. 附则：

乙方承诺接受并遵守各项相关规则的规定。甲方有权根据需要制定/修改各类规则、SOP、KPI 等，乙方应按照甲方制定/修改的各类规则、SOP、KPI 等及时制定、修改业务操作规则等并与甲方确认。

乙方邮箱：

甲方： 中国邮政速递物流股份
有限公司广东省电商物流分公司
（甲方签章）

签约日期：_____

乙方：

（乙方签章）

签约日期：_____

第二部分 合同一般条款

一、 定义

1. 客户系统：包括但不限于 1.1 -1.3，以及前述系统相关的系统接口及客户端等。

1.1 物流宝系统：指由邮政提供的物流服务信息平台，通过该平台将仓储、快递等物流合作伙伴的信息系统和卖家系统打通，让卖家能基于其系统去管理整个物流信息，包括但不限于货品管理、库存管理、订单管理、结算管理和物流状态管理。

1.2 客户WMS系统：指由甲方提供的仓储管理系统。

1.3 其他甲方确认并允许乙方使用的系统。

2. 客户交易平台：阿里巴巴集团运营的包括但不限于淘宝网（www.taobao.com）、天猫（www.tmall.com）、天猫超市（http://**.chaoshi.tmall.com）、聚划算（www.ju.taobao.com）、1688（www.1688.com）、aliexpress（www.aliexpress.com）、天猫国际（www.tmall.hk）、供销平台（<https://gongxiao.tmall.com>）等交易平台。

3. 交易订单：消费者购买货品时与卖家就该货品形成的销售订单。消费者购买该货品对应的交易订单中的价格，可简称为“订单成交价”（含运费）。

4. 供销平台：指为供销平台用户提供分销服务和管理的网络交易平台，域名为：gongxiao.taobao.com或gongxiao.tmall.com。在供销平台上，供货商（亦称“供应商”）与分销商通过建立分销关系，使供应商实现对分销渠道体系的运营管理。供应商的分销渠道包括旗舰店、专营店和专卖店在内的天猫店铺，以及淘宝集市店铺，分销模式分为经销、代销以及直营三种。除经销模式外，其他分销模式下分销商共享供应商在分销平台设定的库存，实现库存管理的最优化。

5. 关联店铺：

5.1 如卖家入驻供销平台，关联店铺为卖家在阿里巴巴交易平台开设的店铺或通过供销平台设置关联关系的店铺。对于卖家通过供销平台设置的关联店铺，当关联店铺产生交易订单时，卖家将按关联店铺产生交易订单中指示的地址发货；

5.2 如卖家未入驻供销平台，关联店铺为卖家在阿里巴巴交易平台中拥有的一个或多个天猫和（或）淘宝店铺，或通过客户系统设定的关联店铺，卖家可利用其中的一个店铺下发物流订单。

6. 有效交易凭证：如平台交易截图、采购发票、有效进货凭证等足够证明货值的相关凭证。

7. 货值：

7.1 如货品为交易订单下的货品，则

7.7.1 该交易在阿里巴巴交易平台内，则货值为关联店铺内该货品的订单成交价。如发生订单成交价异常或该货品成交价格为零，则货值参考 7.2.1 条处理。订单成交价异常是指成交价高于或低于该订单成交时间前 90 天内卖家该 SKU 的平均成交价 50%及以上。

7.7.2 该交易在阿里巴巴交易平台外，如该货品在阿里巴巴交易平台关联店铺内产生过交易，则货值参考 7.2.1 条处理；如该货品在阿里巴巴交易平台关联店铺内未产生过交易，则货值参考 7.2.2 条处理。

7.2 如货品为非交易订单下的货品，则

7.2.1 该货品在阿里巴巴交易平台关联店铺内产生过交易，则货值为：相应单据下发时间前 90 天内卖家关联店铺该 SKU 的平均成交价（不含订单成交价为零的货品），剔除与该成交价差别在 50%及以上的价格后，再取的平均成交价；如邮政计算不出平均成交价，则货值以卖家提供的足以证明货值的有效交易凭证为准，但不超过阿里巴巴交易平台同品类货品的价格。

7.2.2 货品在阿里巴巴交易平台关联店铺内未产生过销售记录，则货值以卖家提供的足以证明货值的有效凭证为准，但不超过阿里巴巴交易平台同品类货品的价格。

7.3 如货品为赠品，且根据 7.1、7.2 仍无法计算赠品货值的情况下，则交易订单下的赠品，按照该交易订单货值的 5%计算，最高不超过 50 元；非交易订单下的赠品，按照相应单据下发时前 30 天该卖家所有成交订单平均价格的 5%计算，最高不超过 50 元。

7.4 说明：成交价是指交易订单生成后，消费者支付之前显示的成交价格。

8. 相应物流费用：如因乙方的错误操作而导致卖家多支付了物流费用，则相应物流费用为卖家因乙方的错误操作而多支付的物流费用（不含对买家的额外补偿等）。

9. 货品：指有条形码管理的实物，不包含包材和耗材。

10. 残品：残品包括收货残品、库内残品和销退残品三种。

10.1 收货残品：货品收货的验货过程中（库存没有入到仓库系统前），发现的不满足入库标准的货品。

10.2 库内残品：货品已经收入到仓库的系统里，在仓库管理过程中产生的残品（包括已到禁售期的货品）。

10.3 销退残品：货品发货后，由于联系不上买家、买家拒收、订单拦截等原因未经消费者签收而退回的货品或消费者主动寄回货品中，经乙方根据《逆向收货标准》确认为残品的。

11. 物流订单：以“LP”、“LBX”或“LBZ”等字母为开头的一组代码，

即交易订单经卖家拆单/合单，或邮政按照卖家在客户系统中设置的拆单数量，根据一定的业务逻辑拆单后生成的供仓内作业的物流订单(不含仓内截单的订单)，结算物流费用时提及的“订单”或“单”即为物流订单。

12. 包裹：是指将货品进行合理的物流包装或在卖家提供的具备物流运输条件的销售包装上直接粘贴运单后形成的适合运输的快件。一个物流订单可以被拆分成多个包裹发货。

13. 物流包装：

13.1 如在货品的销售包装外，无需增加其他包装即可运输，则货品的销售包装也为物流包装；

13.2 如货品的销售包装外，为适合运输，还需增加外包装，则该外包装即为物流包装。

14. 销售包装：卖家销售货品时货品最外层的原包装。

15. 赠品：指的是卖家在客户系统中维护为“赠品”且通过邮政审核通过的货品或者卖家店铺销售页面显示为赠品的货品。

16. 卖家：销售货品的企业法人或组织。

17. 大促活动：是指38、618、88、99、双11、双12、年货节等大型促销活动，其他大促活动以邮政通知为准。大促相关规则参考天猫促销规则另行约定，乙方应保证大促期间的服务能力，如因乙方大促期间约定的服务能力不足导致的相关损失，甲方有权要求乙方承担赔偿责任。

18. 箱值：按照该货品货值的3%取值，且销售包装，最高不超过50元，非销售包装，最高不超过20元。

二、 合作内容

本合同合作内容是乙方在向甲方提供电子商务仓储、配送、快运等供应链管理、有偿物流增值服务、逆向物流服务、上门退换货服务、系统服务、客户服务中心等服务，具体服务内容见附件。乙方按照与甲方约定的收费标准向甲方收取物流服务费用。无论本合同其它条款及附件是否有任何相反规定，甲方对于乙方在任何时候可预期的本合同项下业务量不做任何承诺或保证。甲方向乙方提供的关于业务数量，重量及货品运输的预测信息仅供参考，在任何情况下，甲方不对任何预测信息承担任何责任。乙方理解并同意甲方在任何情况下有权使用其它服务商提供服务。

三、 证明文件提交

1. 证明文件提交：乙方在本合同下提供服务，必须向甲方提交其在申请提供服务时相关证明。具体证明信息内容如下：

1.1 有效的营业执照副本复印件。

1.2 乙方的《快递经营许可证》复印件以及其他甲方认为必要的其他资质证明。

2. 信息变更的通知：合同期内，上述信息（包括但不限于相关证明文件）的任何变更，乙方都应及时通知甲方，如上述信息变更后使得乙方不再具备履行本合同的情形出现时，甲方有权立即中止或终止本合同。

3. 责任条款：乙方同意为其未及时的通知或更新其信息承担全部责任，乙方保证其向甲方提供的全部证明文件真实、准确且不存在超过时效问题（即保证所有证明文件在整个合同履行期间都处于有效期内），如因上述原因发生纠纷或被相关国家主管机关处罚，乙方应当独立承担全部责任，如给甲方（包括但不限于其供应商、代理人、职员等）造成损失的，乙方应赔偿其全部损失。

四、 服务人员

乙方为甲方服务的人员，应受到良好教育和专业培训，完全满足其完成服务的需要，人员数量由乙方基于业务量、服务水平和服务的复杂程度确定，但应满足甲方对乙方服务水平的要求。如果经甲方评估乙方人员不符合甲方需求，甲方有权要求乙方更换人员。

五、 执照、授权、专业技能、知识以及关键考核指标

1. 执照和授权。乙方在此阐明并保证在向甲方提供本合同下服务时，乙方已获得其作为快递供应商的所有执照。乙方阐明并保证乙方已拥有所有必要的权利和授权，已采取适用法律要求的所有行动，并已获得所有必要的批准和同意提供本合同下的服务。

2. 专业技能和知识。乙方阐明乙方拥有为完成合同下各项服务所需的技能、专业知识和能力、以及设施；乙方确认，应甲方书面要求，甲方可依靠乙方为遵守或符合法规要求所需的额外服务提供建议。乙方确认和同意乙方代表甲方履行与服务相关的法律义务，这样的责任需要必要的技能、人员、培训和经验。

3. 服务标准和关键考核指标。乙方应依照双方同意的服务水准和关键考核指标（见相应附件）（以下称为服务标准），完成服务。

4. 回顾和评估。为确保符合服务标准，甲乙双方同意以双方之前或以后约定的时间间隔，但至少每季度需评估：（1）前一期乙方总体表现和服务标准下的各项表现；（2）乙方未能达到服务标准或其他服务问题的任何改进行动；（3）之前的改进行动或其他服务改进措施的进展情况；（4）报告；（5）业务统计，如覆盖区域的能力，业务量，可能的业务机会等。

5. 报告。乙方同意，应甲方合理要求，随时提供任何额外的报告或业务数据。

六、 系统要求

1. 甲方有权要求乙方使用甲方所提供的客户系统，甲方需为乙方能履行合同提供必要的技术服务，帮助乙方能够履行本合同项下的义务。乙方保证按照甲方

要求的时间，按照甲方技术接口规范（甲方提供具体的规范接口），自行完成 IT 系统接口的设计、开发、部署、运维，并保证系统的稳定运行。

2. 甲方有权要求乙方按照甲方制定的接口标准进行 IT 系统的对接。甲方负责为乙方提供接口 API 相关的开发规范文档，并提供必要的培训服务。

3. 为了甲方系统的正常运行，甲方可以定期或不定期地对其系统进行停机维护。若正常的系统维护涉及到双方合作的系统接口，甲方需要提前 3 天通知到乙方。特殊情况下的系统维护涉及到双方合作的系统接口，甲方有权先进行维护工作，同时及时通知乙方，并有权要求乙方配合。

4. 如遇乙方系统临时宕机、已经发生或潜在严重的安全风险，可能对甲方系统造成影响的，甲方有权单独关闭相应的系统入口。

5. 乙方系统能够支持 7×24 小时稳定运行，在工作时间内，1 小时内响应系统故障，3 小时内提供解决方案的能力。

6. 乙方系统稳定性达到 99.5%，全年因系统原因导致的服务中断时间累计不超过 44 小时。乙方在进行正常的系统维护时，应提前 3 个工作日书面通知甲方，在得到甲方许可后，可不计入服务中断累计时间，系统升级时间须在 23:00-6:00 之间。对系统接口的改进、优化工作不得影响甲方系统的稳定运行。对于特殊情况，需要对系统进行维护并影响到系统接口，应及时电话通知到甲方，并在 2 小时内补充书面报告通知到甲方。

7. 乙方未按标准保证系统稳定运行或者出现问题不及时配合处理，以及不能根据甲方业务发展需要安排资源开发、升级乙方自有系统，影响业务正常开展，甲方有权对乙方处以 2000 元/次的违约金，甲方有权从乙方收入中扣除，在乙方收入不足的情况下从保证金中扣除，正常情况下不扣除保证金。

七、 双方权利义务

1. 甲方权利及义务

1.1 甲方有权对乙方提供的配送、快运等供应链管理服务进行定期考核与实时监督。

1.2 甲方有权指定或变更相应的运输、配送供应商(以下简称“配送服务商”)；如乙方变更服务商的，须经甲方确认，否则应向甲方支付 2 万元/次的违约金。

1.3 在乙方违反仓储、配送规则，或侵害消费者合法权益，直接或间接使甲方或卖家权益受损的情况下，甲方有权从乙方收入中扣除，在乙方收入不足的情况下，从保证金中扣除，正常情况下不扣除保证金，并根据甲方、卖家或消费者权益受损的情况用于赔偿。

1.4 甲方有权要求乙方使用甲方所提供的线上结算技术服务。

1.5 甲方有权根据甲方业务需要，在物流包裹内发放甲方宣传资料。乙方须给予协助支持。

1.6 甲方有权利要求乙方依照甲方的业务规划准备相应的系统、业务流程、人员。

1.7 甲方可在提前十个工作日通知乙方的前提下，将甲方在本合同中的权利义务转让给甲方的关联公司，乙方对此不持任何异议。

1.8 本合同期内，如乙方任一 KPI 考核指标连续 3 天不达标，或者乙方违反合同约定的作业规则、作业标准等情形经甲方通知整改后无明显改善的，甲方有权派驻管理人员对乙方进行运营的监督和管理，乙方须服从。另外甲方派驻人员产生的交通费、住宿费、伙食费等均由乙方承担。

2. 乙方权利及义务

2.1 乙方承诺遵守本合同下的附件和甲方发布的其他相关通告。

2.2 乙方需提供 7×24 小时全年无休的服务，春节期间如需停止运作，乙方务必提前一个月通知甲方，且得到甲方书面通知方可停止运作。如遇战争、地震、台风等不可抗力因素，则以甲方官方公示服务标准为准。

2.3 卖家货品入乙方仓库，货品 SKU（即最小存货单位，下同）及数量初步以乙方实际接收为准；货品退厂至卖家指定仓库或卖家自提，货品 SKU 及数量初步以卖家实际接收为准。当卖家与乙方双方对接收货品 SKU 及数量产生异议时，乙方应提供相关收发货及清点的监控录像，作为最终收发货依据；因乙方未能提供举证导致的卖家货品的损失，乙方应根据实际甲方受损的货品的货值进行全额赔偿。

2.4 乙方需自行为入仓的全部仓内设备购买财产一切险；并在乙方所使用仓库，自行为入仓的全部货物购买财产一切险。投保财产一切险需同时符合如下要求：投保保险金额不低于在仓设备及货物（如需）的货值峰值，如仓库货值峰值超过保险合同约定的保险金额，乙方应当及时调整保险金额；保险范围包括但不限于自然灾害（雷电、飓风、台风、龙卷风、风暴、暴雨、洪水、水灾、冻灾、冰雹、地崩、地震、海啸、山崩、雪崩、火山爆发、地面下陷下沉及其他人力不可抗拒的破坏力强大的自然现象）、意外事件（火灾、爆炸、飞行物体坠落等）、以及恶意破坏、盗窃、罢工、暴动、民众骚乱及其它意外事件和不可抗力造成货物灭失、损毁；需将甲方作为共同被保险人。上述保险最迟在合同生效后，且仓库正式投入使用后 15 日内办理完毕，乙方需同时在前述期限内将有效投保凭证提交甲方审核确认。若乙方未如期办理或乙方投保不符合甲方要求，甲方有权解除合同。

2.5 如乙方未按要求购买足额保险的，对于不可抗力原因下导致的甲方或甲方代表的卖家货品的损失，乙方对甲方应按照全部损失货品的货值进行全额赔偿。

2.6 如卖家关联店铺转让，乙方应按照甲方或卖家指定的时间（如无，则在收到甲方或卖家关联店铺转让通知后的第三个工作日起）停止转让店铺的发货服务，否则，给甲方或卖家造成的损失由乙方承担，转让店铺产生的所有物流费用均由乙方承担。

2.7 乙方应严格遵守《中华人民共和国消防法》、《中华人民共和国安全生产法》以及其它与安全相关的法律法规。

2.8 乙方应严格执行甲方安全和防损管理规定，并接受甲方安防部的监督和指导：

2.8.1 乙方应在每个仓库至少配置一名专职的安全和防损管理人员负责仓库的安全和防损管理工作。乙方应安排安全和防损负责人与甲方安防部负责人对接安全和防损工作事宜。

2.8.2 乙方应根据实际情况完善安全、防损管理架构和组织架构；有完善的安全防损应急预案并定期执行预案演练，保留预案演习记录至少 1（壹）年。

2.8.3 乙方应保证年度无员工罢工、封门等导致的群体事件。

2.8.4 乙方应保证年度无明火事故、无用电起火事故、无人员伤亡事故发生，如乙方出现安全事故发生后隐瞒不报，或未按照法律法规合法处理，或未制定改善措施，甲方有权解除合同，同时，乙方还应承担给甲方造成的全部损失。

2.8.5 乙方员工在工作期间有重大偷盗嫌疑并且旷工离职，乙方负责将该员工追回以配合调查和处理，并承担甲方全部损失；乙方员工在工作期间存在以任何形式参与盗窃财物行为的，在有证据证明或乙方员工确认的情况下，每发现一人/次，乙方除赔偿甲方全部损失外，还应额外向甲方支付 5000 元违约金，乙方同意甲方从任何应付乙方款项中直接扣除前述款项。

2.8.6 其他安全管理相关的事项。

2.9 乙方应保证大促期间的服务能力，如因乙方大促期间服务能力不足导致的相关损失，甲方有权要求乙方承担赔偿责任。甲方对大促活动期间的短期仓库及相应的仓配服务能力需求，乙方应尽可能给予满足。甲方提出需求的同时将承诺一定的业务单量或坪效标准，未达到约定标准的，由甲方承担未达到约定部分的仓租成本。乙方根据甲方需求，组织筹备相应的仓库资源及仓配服务能力，未达到承诺条件以及因此给甲方造成损失的，由乙方承担甲方的相应损失，具体事宜由双方另行约定。

2.10 如第三方（包括行政机关、司法机关等）到仓库就甲方委托范围的货物主张任何权利或采取任何措施的，乙方应立即通知甲方，并根据甲方的要求进行处理。

2.11 关于食品货品的特殊约定：

1) 乙方作业场地均保留 45 天的监控记录或收货记录及批次台账，便于后期的排查。批次台账包括食品的批次台账、酒类随附单、进口食品的报关单、检验检疫证明。如乙方接收有纸质台账的，则纸质的记录至少应当保留 2 年。

2) 食品到货时，乙方应按批次向供货方索取证明食品质量符合标准或规定的产品合格证明文件以及证明食品来源的供货凭证，并保存原件或者复印件。

3) 食品到货时，乙方应当对每批到货产品进行查验，检查运输车辆情况、所购产品外观，检查合格证明文件与供货凭证是否与实际到货产品相符，并建立进货查验记录。进货查验记录应当如实记录产品的名称、规格、数量、生产日期或生产批号、保质期、供应单位名称及联系方式、进货日期等。经查验符合要求的产品方可入库，不符合要求的以及无合法来源的产品，应拒收。

4) 乙方应当保证直接接触食品的员工全部办了健康证，并存档保管。

5) 乙方应当保证食品与有毒有害物品区分存放。

6) 乙方应当保证食品避免阳光直射。

7) 其他按照食品安全法及其相关的法律法规规定，乙方应当遵守的。

8) 涉及食品相关的凭证，如果需要乙方记录并建档保存的，则记录和凭证保存期限不得少于产品保质期满后六个月；没有明确保质期的，保存期限不得少于二年。

3. 违约责任

如一方违反本合同的有关规定，另一方有权书面通知违约方在规定的时间内纠正违约行为，并对违约造成的损失索赔。

八、 费用及支付

1. 价格及计费规则：

本合同涉及的物流服务费用，价格、计费规则、计费节点等见附件《价格及计费规则》。

2. 费用对账：

2.1 双方按照月度结算，按费用发生归属的自然月汇总账单。

2.2 乙方需在每月 5 日前提供上月电子账单，账单格式、提供方式以甲方要求为准。双方在当月 25 日前完成对账；若乙方延迟提供账单，则对账完成时间可相应顺延；若乙方延迟提供账单超过 30 天，导致甲方无法从卖家处收取相应费用的，则甲方有权不支付此部分费用。

2.3 对账期间，一方提出异议，对方需配合在 5 个工作日内处理完毕；对于业务数据来源为乙方的，在甲方提出异议时，乙方需在 5 个工作日内提供相应证明，若乙方未按时提供相应证明，则账单以甲方判定为准，因此造成乙方任何损失，由乙方自行承担。

2.4 双方对账单无任何争议，视为对账完毕。考虑业务特性及双方长期友好合作，对账完毕两个月内，乙方仍可提出申诉，甲方将配合核实，并就确认有误的在后续月账单中追溯调整费用，超过两个月甲方将不再接受申诉。同时，鉴于甲方结算数据来源于乙方回传，对账完毕后，如甲方提出异议，乙方仍应在5个工作日内提供相应证明配合甲方解除异议。否则，乙方应承担因此给甲方造成的全部损失。

2.5 在结算周期内，若甲方认为乙方发生重大赔付事件或本协议约定的严重违约行为，则甲方有权暂停支付应支付给乙方的款项。若甲方应付给乙方的款项不足以弥补甲方的损失，甲方有权要求乙方立即支付相应款项。本条中所述“重大赔付事件”包括但不限于：1. 预计影响单量超过1000单或甲方单日发送给乙方待处理单量的50%（以较少者为准）；2. 乙方无法在事件发生之日起36小时内完全解决该事件；3. 其他对甲方或电商交易平台的品牌、商家体验等造成或可能造成重大负面影响的事件。在乙方按照本协议约定妥善处理重大赔付事件或违约行为的次月，甲方应恢复支付。

3. 开票：

3.1 双方对账完毕后，甲方向乙方发起开票通知，乙方需在5个工作日内开具合格的增值税专用发票，并送达至甲方，发票税率和科目要求见《价格及计费规则》。

3.2 开票范围为除货物赔付外（包括但不限于货品丢失、货品破损、库存差异等相关的赔付）的所有费用之和。对于货物赔付，乙方如有需要可联系甲方开具相应收据。

3.3 若乙方迟延提供发票或所提供的发票不合格，则甲方付款时间可相应顺延。

4. 费用支付：

4.1 对账完毕后，除发票外，乙方还需提供加盖公章或财务章的对账确认函作为付款凭证，提供方式包括不限于线上（客户系统）或者线下（纸质版）。

4.2 甲方在收到乙方合格发票后30个工作日内和帐期结束后次月25日取较晚时间内支付，法定节假日顺延。

4.3 甲方按照扣除赔付（包括服务赔付与货物赔付）后的净额支付给乙方。

5. 诚信约定：

乙方须确保提交的结算资料合法、真实、有效。若乙方提供的结算资料存在弄虚作假的情形，甲方有权据实追溯调整费用，并要求乙方赔偿已支付金额的5%作为违约金。若因乙方原因导致甲方向其他第三方多支付或少收取费用的，该费用由乙方承担。甲方有权从乙方保证金或乙方服务费中扣除上述费用。

6. 其他

6.1 双方确认，如合作期限内相关的法律法规对本合同项下的适用税率进行调整的，则不含税价格不变，双方将按照当时的适用税率调整含税价格。

6.2 乙方承诺在与甲方合作期间，应当及时、足额支付乙方员工、合作伙伴等主体的工资、运费等费用（即拖欠费用）。如因乙方未及时、足额支付上述拖欠费用，无论乙方上述行为是否对甲方生产经营造成影响，甲方均有权从应当支付给乙方的运费中等额扣除，用于代替乙方支付拖欠的费用。

九、 合同终止

9.1 本合同期限内，甲方存在以下情形之一的，视为甲方重大违约，乙方有权解除本合同并要求甲方赔偿损失：

9.1.1 非乙方原因甲方延迟付款，经乙方书面通知并给予合理的宽限期限，经乙方再次催促后仍未按约付款的。

9.1.2 甲方向乙方及其关联企业的员工、顾问提供任何形式的不正当利益的。

9.1.3 甲方进入任何破产、接管、清算或债务重整程序或类似程序的。

9.1.4 甲方违反本合同保密责任条款，将乙方的保密信息透露给任何第三方的（甲方的关联公司除外）；或甲方提供给乙方的信息未获得相应的授权不能保证乙方合法使用的。

9.1.5 本合同约定的其他乙方有权解除的情形。

9.2 本合同期限内，乙方存在以下情形之一的，视为乙方重大违约，甲方有权立即解除本合同并要求乙方赔偿损失：

9.2.1 乙方应具备的本合同项下的服务资质存在伪造、变造、过期、吊销或其他瑕疵等情形的或因国家法律法规政策变化导致乙方需要提供新的资质，乙方在法律法规政策规定的办理期限内仍未完成办理工作并提交给甲方的。

9.2.2 未配合甲方为履行本合同而完成系统对接的；或在信息系统回传过程中，乙方故意向甲方提供/回传虚假信息的。

9.2.3 乙方开具的收据或发票不符合服务所在地法律规定且不可以作为有效的财务凭证或提供虚假发票的。

9.2.4 乙方违反本合同保密责任条款，将甲方的保密信息透露给任何第三方的；或乙方提供给甲方的信息未获得相应的授权不能保证甲方合法使用的。

9.2.5 乙方违反本合同知识产权条款，导致乙方履行本合同过程中存在迟延、不完整、瑕疵等情形的。

9.2.6 乙方违反《廉洁诚信承诺函》、《廉洁诚信约定书》、廉正声明等相关约定，向甲方及其关联企业的员工、顾问提供任何形式的不正当利益的。

9.2.7 根据甲方对乙方的考核与监督结果，甲方认为乙方违反附件约定标准的

9.2.8 乙方在出现明火/用电起火、人员伤亡等安全事故发生后隐瞒不报，或未按照法律法规合法处理，或未制定改善措施的。

9.2.9 因乙方承接业务需要购买保险的，本合同生效后，且仓库或场地正式投入使用后 15 日内未办理完毕保险购买及保单提交的；或乙方投保不符合甲方要求的。

9.2.10 因乙方员工罢工、封门等导致群体事件的。

9.2.11 乙方进入任何破产、接管、清算或债务重整程序或类似程序的。

9.2.12 未经甲方书面同意擅自使用淘宝、天猫、邮政形象进行宣传或将邮政供应商身份进行二次授权给其他公司使用的。

9.2.13 卖家反馈乙方在处理消费者投诉时有辱骂、讽刺、欺瞒消费者且不配合卖家安抚消费者的行为时，且经邮政核实后属实的。

9.2.14 本合同约定的其他甲方有权解除的情形。

9.3 无论本合同因何原因终止或解除，乙方有义务配合甲方进行相关的交接工作。在合同终止前乙方的行为所导致的任何赔偿和责任，乙方必须完全且独立地承担。

9.4 本合同之终止并不影响本合同项下未完成之结算或任何一方付款义务以及其他在终止之日前已产生的权利或义务。

十、 知识产权

10.1 双方同意并确认，甲方和/或其关联公司以书面和/或非书面形式提供给乙方的任何资料、信息、内容、设计、数据及其相关的知识产权（包括但不限于商标权、服务标志、商号、字号、企业名称、版权、专利权、植物新品种权、集成电路布图设计等甲方和/或其关联公司的智力劳动成果所享有的专有权）归属于甲方和/或其关联公司，乙方不享有任何权利，但乙方为履行本协议之目的可免费使用。

10.2 甲乙双方在履行本合同过程中所产生的书面和/非书面形式的任何资料、信息、内容、设计、数据及其相关的知识产权均归甲方所有，除为履行本合同之目的，乙方不得以任何形式进行留存、复制、使用、许可他人。但乙方独立完成的新的技术、发明成果等知识产权归乙方所有。本条款不因本合同终止或解除或本合同项下其它条款被判定成为无效条款而成为无效条款。

10.3 自本合同生效之日起，乙方同意免费授予甲方和/或其关联公司全球范围内普通许可，以便甲方和/或其关联公司基于本合同之目的使用乙方品牌、字号及标识。本条款不因本合同终止或解除或本合同项下其它条款被判定成为无效条款而成为无效条款。

10.4 邮政品牌指“邮政”、“邮政网络”、“邮政物流”、“智能骨干网”、“邮政驿站”、“邮政裹裹”、“裹裹”、“邮政联盟”、“邮政乡村”、“橙诺达”、“邮政小G”、“客户”、“客户 Network”、“客户 Logistics”、“客户 Smart Logistics”、“SMART NETWORK”、“CSN”、“客户 Alliance”及前述品牌的附属标志及图案，包括但不限于鸟图形、AI 图形、箭头图形等，或其它用于识别或指向甲方和/或其关联公司身份、产品及服务的图文信息。邮政品牌是甲方和/或其关联公司的注册商标或商标或服务标志，归甲方和/或其关联公司所有。在履行本合同过程中，乙方需要使用邮政品牌，必须经甲方和/或其关联公司同意后，乙方才可以使用，并且在使用邮政品牌过程中，乙方必须严格遵循甲方和/或其关联公司使用规范。乙方的每项拟定的使用稿件、文案或设计图须经过甲方和/或其关联公司书面审核确认，以保证前述使用符合甲方和/或其关联公司的相关规范和管理要求，从而维护甲方和/或其关联公司企业形象。若乙方违反本条款，甲方有权单方解除本合同，无需另行通知乙方。若因此给甲方造成损失的，乙方应当承担赔偿责任。

10.5 双方同意并保证，双方和/或其关联公司不得利用任何手段修改、复制、发行、出租、汇编、发表对方和/或其关联公司的知识产权，不得通过反向工程等类似手段侵犯对方和/或其关联公司的知识产权，不得通过有线或无线方式向公众提供对方和/或其关联公司的知识产权。本条款不因本合同终止或解除或本合同项下其它条款被判定成为无效条款而成为无效条款。

10.6 乙方同意并保证，乙方在履行本合同过程中不侵犯任何第三方的知识产权，否则，乙方应承担因此而引起的一切法律责任。若因此给甲方造成损失的，乙方应当承担赔偿责任。若因此导致乙方履行本合同过程中存在迟延、不完整、瑕疵等情形的，甲方有权单方解除本合同，无需另行通知乙方。

十一、 保密责任

11.1 未经对方书面许可，任何一方不得将本合同及附件、补充协议等内容透露给第三方。

11.2 任何一方对于因签署或履行本合同而了解或接触到的对方的商业秘密及其他机密资料和信息（以下简称“保密信息”，包括但不限于卖家信息、收货人信息、公司商业模式，商业计划，预算和模式，计算机程序，源代码，运算法则，员工、专家、甲方客户和潜在甲方客户的名单及相关信息，方法，方式，步骤，创意，发明（无论是否取得专利），图表和其他技术，商业，财务和产品发展计划，策略和信息）均应保守秘密；非经对方书面同意，任何一方不得向第三方泄露、给予或转让该等保密信息（不限传达方式及是否为草稿或最终确认稿）。但对于乙方在本合同存续期间向甲方披露的全部信息和数据（以下简称“乙方信

息”），乙方授予甲方基于全球范围内永久性且不可撤销的如下权利：（1）基于本合同之服务目的复制、使用、披露上述乙方信息；（2）将乙方信息嵌入到甲方及其关联公司的系统或服务平台；（3）为实现服务升级之目的，甲方可以根据实际服务需求对乙方信息进行客户化分析和评估。

11.3 本条所述的保密信息不包括双方可以通过书面证据证明的以下信息：

- 1) 该信息在披露之时已成为可以公开获得的信息。
- 2) 该信息是一方披露前已为对方拥有的信息。
- 3) 一方披露后非因对方的过错成为可以公开获得的信息。
- 4) 该信息是一方依据法律、法规、生效的司法判决或行政裁决必须披露的。
- 5) 一方可从相对方以外的第三方合法获得的且无披露或使用限制的信息。

11.4 双方承诺在本合同终止之后仍然继续承担在此条款下的保密义务。

十二、 争议解决

本合同及双方当事人的权利义务受中华人民共和国法律的管辖并按照该法律进行解释。双方因本合同发生的任何争议，先由双方协商解决。协商不成的，任意一方可依法向甲方所在地人民法院起诉。

十三、 诚信廉洁条款

乙方应遵守《廉洁诚信承诺函》、《廉洁诚信约定书》、廉正声明等相关约定，不得向甲方及其关联企业的员工、顾问提供任何形式的不正当利益。如有违反，则乙方同意甲方有权立即解除本合同，暂缓支付未结服务费，并由乙方按(a) 本合同总价款的 30%；或(b) 已支付给乙方的费用的百分之三十（30%）；或(c) 提供任何形式的不正当利益的总金额的 10 倍且不低于 10 万元，三者中较高的一项向甲方赔偿。

如甲方或其关联企业的员工、顾问存在向乙方索取不正当利益或其他任何违反廉洁自律的不正当行为，欢迎乙方按照如下方式进行举报，甲方承诺对信息进行保密。

十四、 其他

双方以线上形式签署合同，自各方均进行电子签章之日起生效，本合同电子档原件一份。双方以线下盖章方式签约的，本合同经双方盖章后生效，一式四份，甲乙双方各执两份，具有同等法律效力。

附件二：《配送服务规则》

1. 配送订单处理服务

1.1 配送订单处理服务是指乙方根据订单信息，按照甲方的要求将包裹进行分拣、配送等服务，乙方提供包裹的门到门快递配送服务，保证货品不在数量、品质与外观上产生异常变化。甲方交付乙方的在乙方配送范围内的包裹，乙方应全部配送完毕，但双方另有约定的除外。

1.2 乙方提供的快递配送服务是为了满足对订单履行的需求，乙方目前只提供常规温度和湿度的快递配送服务，暂不提供低温、恒温、保湿等特殊快递配送服务。

1.3 乙方保证每年 365 天正常进行配送服务并按照甲方制定的关键业绩指标全力保障配送服务。若乙方的配送服务未能达到甲方规定的业绩指标，甲方给予乙方一定的改善周期，如在改善周期内乙方仍未达到业绩指标，甲方有权暂停乙方服务资格。

1.4 乙方保证在派件前对与收货人电话联系，确定送货时间。已和收货人电话联系确定送货时间的包裹，当受到恶劣天气、交通事故等不可抗因素影响，乙方送货员预知不能按时送达时，应立即与已联系的收货人再次电话联系，说明原因，确定新的送达时间并准确反馈系统状态。

1.5 当出现由于卖家所提供地址不详细，乙方应给予甲方充分的谅解，乙方应与甲方和收货人、卖家及时取得联系，如甲方提供的地址与原地址在同一城市，乙方应将该件转至收货人所在地进行派送，如收货人、卖家提供的新地址与原地址不在同一城市，乙方应该应及时与甲方、卖家联系重新提供同城地址，如甲方或卖家无法提供同城新地址，按逆向流程操作。

1.6 当乙方在分拣、配送过程中如遇收货人临时更改送货地址时，如更改后的地址与原地址在同一城市，乙方送货员应按收货人要求的新地址及约定时间送货，在乙方不能满足情况下，首先由乙方送货员与收货人协商，乙方应最大限度满足收货人要求，在确认不能按照收货人要求处理且收货人不接受原送货地址情况下，乙方应及时与甲方客户服务人员联系。

1.7 乙方送货员将包裹送到用户收件地址后，如收货人不在，应与收货人电话联系，征求收货人意见是否由他人代收，在取得收货人同意（需短信确认）情况下，再行判断是否将货物交给收货人指定代收人；如收货人不同意，乙方送货员应与收货人确认下次送货时间，并按约定时间再送一次。如遇客户指定的代收人拒绝签收，乙方须与收货人本人沟通并将货物带回，客户同意放入自提柜的，应按照客户的要求将包裹放入指定的自提柜。

1.8 如收货人（包括客户指定的代收人）接收包裹，送货员须请收货人（包括客户指定的代收人）在包裹面单上签收，学校、物业、公司前台签收章签收可视为签收依据。如收货人拒收货品，送货员须确保所有包裹中的货品全部取回，并提醒客户在面单上签字。如甲方指定的收货人未收到包裹，而乙方无法提供证明及签收面单证实该收货人已签收，甲方可视为货品丢失。

1.9 对于收货地址在特殊区域的订单，特殊区域包括：学校、医院、军队、收取门票的景区、党政机关及其家属院、外交领事馆、海关特殊监管区（保税区、出口加工区、保税物流园区、跨境工业园区、保税港区、综合保税区），乙方送货员可将货物放入代收点，但须通过短信通知收件人（收件人未提供有效联系方式的除外）；对于收货地址为非特殊区域订单，乙方送货员须通过短信通知收件人，经同意后方可将货物放入其他非收货地址。

1.10 乙方承诺每个包裹免第二次配送费。若遇包裹不能正常派送，应在一个自然日内联系收货人并通过逆向工单联系卖家，与收货人和卖家确认后作二次派送，若第二次派送仍然失败，乙方通知甲方或甲方代表的卖家确认后可由收货人自提或通知甲方或甲方代表的卖家确认后将货品返回，如甲方或甲方代表的卖家在乙方发起逆向工单后 24 小时未回复处理结果，乙方也可将货品退回。

1.11 乙方应在本协议要求的服务时效内完成包裹的配送，并按照甲方制定的信息反馈规范及时回传所有订单的操作及配送状况信息。

1.12 甲乙双方在订单流向和超区范围沟通优化的基础上，乙方接收包裹后，发现收货地址超过乙方配送能力范围，乙方可协调消费者自提，如消费者需要派送上门，应当将包裹转交给能送达的其他承运商，并在客户系统中上传转寄的物流单号，待转寄物流单号闭环后，将物流详情上传到客户系统。如超区转寄费用占当月服务费的 0.1% 以内，则甲方正常支付，但是乙方最迟应在次月的 5 日前提报上自然月的费用明细（内容包括但不限于订单号、原快递单号、转寄快递单号、转寄支付费用信息、收件人详细地址），甲方收到后，在结算周期内予以结算。如超区转寄费用占当月服务费 0.1% 以上的，则按照 0.1% 支付。

1.13 如订单存在下述情况之一，可视为货品丢失：

1) 超过合同约定的签收时间 4 天未回传订单妥投、乙方投递失败或收货人拒收等最终状态；（经甲方卖家同意的客户提出推迟配送的订单，政府交通管制及其他不可抗力等原因造成的延迟的订单除外）；

2) 在合同约定的签收时间内已回传订单妥投状态但该订单货品被卖家投诉丢失且被甲方判定卖家投诉成立；

3) 订单在某个订单在某个物流节点停滞达以下时间乙方未回传任何物流变化信息的，卖家可发起拦截或丢失投诉，如乙方拦截成功，则乙方将包裹退货始

发仓库；如未拦截或拦截未成功，乙方应在卖家发起投诉或拦截后 36 小时内将包裹完成配送，如 36 小时仍未完成配送的，则视为丢失（大促及春节期间除外，春节期间的具体发货及配送时效规则以邮政另行通知为准）：

始发省	目的省	停滞天数
上海、浙江、江苏、安徽	上海、浙江、江苏、安徽	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
北京、天津、河北、山东、山西、内蒙古	北京、天津、河北、山东、山西、内蒙古	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
黑龙江、吉林、辽宁	黑龙江、吉林、辽宁	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
广东、广西、福建、海南	广东、广西、福建、海南	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
湖北、湖南、江西、河南	湖北、湖南、江西、河南	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
四川、重庆、云南、贵州、西藏	四川、重庆、云南、贵州	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
陕西、甘肃、新疆、宁夏、青海	陕西	3 天
	上述省份、偏远省份之外的	4 天
全国省份（除港澳台）	新疆、西藏、青海、宁夏、甘肃（即偏远省份）	7 天

- 4) 已显示拒收且卖家已退款，但乙方擅自将货物送达客户；
- 5) 甲方拦截成功、投递失败、消费者拒收的货品超过逆向物流时效仍未返回甲方仓库的；
- 6) 包裹返回仓库时，邮政仓库系统内无货品 SN 码，如邮政有证据证明邮政仓发出的货品为不是返回货品的（上门取件场景除外）。

2. 逆向物流服务

2.1 逆向物流是指乙方将甲方包裹拦截成功（乙方提供拦截服务为包裹到达最后一个派送站点扫描入站前，下同）、投递失败或收货人拒收的货品按照甲方的指示退回至甲方指定的地点的服务（如需建包，则乙方需按照甲方的要求提供建包服务）。乙方提供逆向物流服务，保证货品不在数量、器质与外观上产生异常变化。如退回货品物流包装破损，乙方应与甲方当面打开包裹物流包装验货，（非销售包装发货的情况下，货品销售包装破损的视为货品破损）甲方将予以拒收，乙方应按照本协议的约定承担赔偿责任。如销售包装直接发货的，退回货品包装破损，乙方还应承担包装破损的赔偿责任。

2.2 乙方在将物流详情更新为拦截成功、投递失败或收货人拒收后即可进行逆向物流配送。除甲方特殊要求外，逆向物流配送的时效为 T+4 日（时效为 24 小时以

内的区域)、T+6 日(时效为超过 24 小时,且 96 小时以内的区域)、T+9 日(时效为超过 96 小时,且 168 小时以内的区域),T+14 日(时效为 168 小时以上的区域),T 为乙方将物流详情更新为实物拦截成功、投递失败或者收件人拒收之日。如拦截失败,则乙方需提供签收证明,以便卖家完成消费者退款,如无法提供则由乙方承担丢失的赔偿责任。如订单物流详情显示系统拦截成功,但乙方未拦截成功订单(乙方在入站前扫描包裹时提示该包裹为拦截订单),由乙方承担丢失赔偿责任。

2.3 乙方只能在逆向物流配送完成,才可以在系统内录入逆向签收成功信息,并将该信息上传至客户系统。

3. 系统和信息回传服务

3.1 甲方将所有由乙方负责承运的订单下发至乙方使用系统,乙方将订单的揽收、派送、异常和签收等物流节点及时、准确上传至客户系统。乙方保证反馈给客户系统的数据 100%真实、及时、准确。

3.2 乙方保证在各个信息节点包括但不限于揽收、派送、签收等向甲方回传信息,并不时按照甲方需求增加信息回传节点。另外,乙方应按照 A. 揽收 B. 派送 C. 签收的顺序向甲方反馈乙方实际操作流程,不重复、且须按顺序反馈。乙方保证数据回传顺序 100%准确。

3.3 甲方每日标准离库时间之前下发至乙方使用系统的订单,且乙方在约定时效内完成出库的,乙方保证在次日 03:00 之前,将揽收状态(TMS_ACCEPT)通过双方数据接口反馈至客户系统,包裹达到此要求且反馈揽收状态成功的,方可视为揽收准时。标准离库时间以甲方通告为准。

3.4 甲方每日标准离库时间之前下发至乙方使用系统、且乙方在约定时效内完成包裹出库的订单,属于 24 小时时效区域的订单,乙方保证在第二日 24:00 之前,将签收状态通过双方数据接口反馈至客户系统;属于 48 小时时效区域的订单,乙方保证在第三日 24:00 之前,将签收状态通过双方数据接口反馈至客户系统,以此类推。包裹达到此要求且反馈签收状态成功的,视为配送准时。

3.5 以上所有约定的时间限制,均以客户系统接收到乙方有效数据的时间为准。

4. 查询服务

接受甲方或卖家的配送进度查询。

附件三：客户服务及投诉赔付规则

1. 客户服务中心服务：

客服中心服务指乙方为解决甲方及甲方授权的卖家、消费者在使用乙方提供的除客服中心服务外的其他服务时产生的对其他服务的疑问或问题（包括但不限于物流问题、系统问题、结算问题），向甲方提供的客服服务。

1.1 配合投诉平台工作，对投诉工单进行举证（乙方客户中心在收到甲方的举证要求后，所有投诉类型需在 36 小时内（指自然时效）内举证）。

1.1.1 当卖家、消费者在经由甲方使用乙方物流服务，发生不满、争执、纠纷时，将通过甲方物流平台发起投诉。

1.1.2 若卖家、消费者发起的投诉甲方授权由乙方先进行处理的，则：

1) 乙方应根据本合同约定标准与卖家、消费者协商并达成对投诉事实认定，但乙方不得对卖家、消费者承诺赔付金额。若乙方确认投诉事实成立，由甲方根据本合同及其它公示规则的规定，从乙方服务费中扣除相应赔付金额，服务费不足的从履约保证金中扣除，正常情况下不扣除履约保证金。如自卖家、消费者发起投诉时起 36 小时内未达成一致或卖家、消费者对于乙方处理结果不满意，将由甲方受理卖家、消费者基于本合同提出的投诉，乙方应在甲方要求的时间期限内提供相关证据材料。如甲方以普通非专业人员的知识水平标准，对乙方和卖家、消费者提供的证据材料进行表面审核后，以其独立判断乙方未全面履行本合同项下内容的，则甲方有权根据本合同及其它公示规则的规定，从乙方服务费中扣除相应赔付金额。若自卖家、消费者发起投诉时起 36 小时内未处理的，甲方有权介入并直接判定投诉成立。

2) 若卖家、消费者发起的投诉由甲方直接进行处理，乙方应在甲方要求的时间期限内提供相关证据材料。甲方以普通非专业人员的知识水平标准，对乙方和卖家、消费者提供的证据材料进行表面审核后，以其独立判断乙方未全面履行本合同项下内容的，则甲方有权根据本合同及其它公示规则的规定，从乙方服务费中扣除相应赔付金额。

3) 上述 1) 和 2) 两种模式可以并存，具体按照双方协商执行。

1.1.3 乙方客户中心在收到甲方的举证要求后，所有投诉类型需在 36 小时内举证，如未在前述规定时间内举证，则由甲方直接判责。

1.1.4 甲方拥有投诉处理阶段最终判断权，乙方对此不持异议。

1.2 配合相关咨询工作，解决乙方在提供服务过程中产生的疑问或问题。

1.2.1 当卖家、消费者在经由甲方使用乙方物流服务过程中产生疑问与问题时，将通过甲方物流平台或旺旺、电话等渠道发起咨询。

1.2.2 乙方需在 15 分钟内响应，并按照不同工单类型在时效内及时完结。

1.2.3 乙方需按照甲方的服务标准提供服务，若未提供标准化服务，甲方及甲方授权的卖家、消费者有权要求乙方继续处理。

1.2.4 需保留 90 天内服务聊天记录。

1.2.5 与甲方、甲方授权的卖家及消费者交流过程中态度温和，应礼貌用语，不能出现任何侮辱性语言，不推诿。

客服中心服务时间为周一至周日（春节假期根据业务需要另行约定），早上 9:00 至下午 18:00 提供客服服务。

1.3 虽然卖家或消费者未投诉，但当乙方提供的服务未达到本合同约定的服务标准时，甲方仍有权按下述投诉赔付标准向乙方索赔。

1.4 当卖家、消费者在经由甲方使用乙方物流服务过程中产生疑问与问题时，将通过甲方物流平台或旺旺、电话等渠道发起咨询。乙方需在下述时效内给予正式完结，乙方保证所提供的回复均为有效回复，有效回复的模板参考系统设置。

工单问题	处理时效
不给用户送货上门	3 个工作小时
查件、催派	3 个工作小时
网点信息查询	3 个工作小时
更改信息（地址、电话）等	3 个工作小时
配送延迟	3 个工作小时
超时无揽收信息	6 个工作小时
服务态度差	6 个工作小时
额外收费	6 个工作小时
转单	6 个工作小时
催退-退货催入库	24 个工作小时
发货错误-快递错分	12 个工作小时
订单拦截	12 个工作小时
货物丢件（咨询）	12 个工作小时
货物破损（咨询）	12 个工作小时
物流详情异常	12 个工作小时
系统显示签收，买家实际未收到	12 个工作小时
需提供举证（签收底单等）	12 个工作小时
配送其他问题	6 个工作小时

2. 赔付规则

配送赔付规则

类型描述	定义	赔付标准
货品丢失	1. 未按甲方要求将货品递送至客户指定地点，包括但不限于货品少件、整体丢失、由他人代收但买家声明未收到货的情形。 2. 出现本合同约定视为丢失的情形。	1. 合同约定视为丢失的情形，按照货值的 70%向甲方赔偿损失； 2. 外包装破损货品少件的，乙方须按照少件部分的货值的 70%赔偿。非销售包装发货，甲方未少发但包装不符合要求、预包装、快速出库及大促场景下，乙方按照货值 35%赔偿。补发货品的相应物流费用由乙方承担。
货品破损	未按照甲方要求将货品完整递送至指定地点，包括但不限于货品破损、物流包装破损、货品变质等情形。	1. 如货品物流包装破损，但货品本身完好，按照箱值赔付； 2. 如货品破损，按照货值的 70%赔偿； 3. 货品部分破损，卖家要求补发的乙方还应当赔偿补发货品的相应物流费用由乙方承担。
未按时配送	乙方未按双方约定时间将货品配送至订单指定的地点的情形。	因配送延迟导致的投诉，乙方需向甲方赔付 10 元/单违约金。由于配送延迟卖家被判定直接退款的，该单所涉及的相应物流费用由乙方承担。
揽收延迟	乙方未在服务承诺时效内完成揽收，或未将揽收信息上传至客户系统的情形。	1. 乙方赔付违约金 10 元/单；若因揽收延迟导致客户拒收或投诉，相应物流费用由乙方承担； 2. 若因揽收延迟导致发货延迟超过 48 小时，乙方赔偿货值的 30%，最低不低于 5 元，最高不超过 500 元/单。针对预售订单，乙方还应当按照天猫平台的规则等额赔付违约金。
退货错误	在货品未到达消费者场景下，乙方未按甲方退货指令将货品退回至发货仓，或未将退货信息上传至甲方系统，或出现包裹串货或货品退回错误等情形。	1. 乙方赔付违约金 10 元/包裹； 2. 未按照甲方指令将货品正确退回到发货仓，若在规定时限内未按时将正确货品退回库房，乙方按货值的 70%承担赔偿责任。
发货错误	乙方在配送时出现包裹多货或者包裹串发的情形。	外包装破损，甲方举证没有发错的，乙方赔偿应发货品货值的 70%，甲方不能提供有效举证的，乙方赔偿应发货品货值的 35%。

虚假签收	系统显示已签收，但消费者未收到货。	乙方赔付违约金 10 元/单；
服务流程或态度	乙方在服务过程中出现的未按标准服务、服务态度差或额外收费等情形，包括但不限于： 1. 送货前未与客户联系导致客户投诉； 2. 未妥投，且未经同意直接将货物返回甲方仓库，导致订单取消、退款或投诉，甲方卖家在 24 小时之内未回复工单的除外； 3. 辱骂殴打客户；网络（含微博）/声/视/平媒体负面报道服务态度； 4. 未按照约定收取费用，或额外增加服务费用等； 5. 制造虚假证据； 6. 被客户投诉的其他服务态度或操作不规范行为。	1. 乙方因违反“服务流程或态度”第 1 种情形而受到用户投诉，且被判定投诉成立的，需向甲方赔付 10 元/单违约金； 2. 乙方因违反“服务流程或态度”第 2、6 种情形而受到用户投诉，且被判定投诉成立的，需向甲方赔付 50 元/单违约金；如因乙方违反“服务态度”中第 2 种情形而导致消费者退款的，乙方还需向甲方赔付相应物流费用； 3. 乙方因违反“服务流程或态度”第 4 种情形而受到用户投诉，且被判定投诉成立的，需返还多收费用并向甲方赔付 100 元/单违约金； 4. 乙方因违反“服务态度”第 3 种情形而受到用户投诉，且被判定投诉成立的，需向甲方赔付 2,000 元/单违约金； 5. 违反第 5 种情形，制造虚假证据：罚款 2,000 元/单。
其他	1. 乙方未遵守甲方作业规范，现场扔、抛、踩、踏包裹等。 2. 乙方保障不力造成运营质量受损未能达到甲方规定的业绩指标。 3. 甲方认定为恶意行为的情况（如调包/空包/换货等）	1. 甲方有权要求乙方更换操作人员及乙方承担违约金 500 元/次； 2. 甲方应给予乙方一定的改善周期，如在改善周期内仍未达标，乙方承担违约金 2,000 元/次，并视情况甲方有权暂停乙方的服务资格。 3. 甲方认定恶意行为的，乙方承担违约金 1000 元/次（调包/空包/换货的按照 1000 元/包裹）。

备注：如双方对上述赔付事项中的赔付标准另行达成一致，但与本合同及附件约定的赔付标准不同，则以双方另行达成一致的赔付标准为准。

附件四：关键业绩指标考核及退出流程

1. 仓配服务关键指标考核（配送部分按指标影响比例进行相应扣罚）

指标描述	考核指标	计算公式	权重	计分标准
入库及时率	$\geq 99.00\%$	当月及时入库上架的货品件数/当月应入库上架货品总件数*100% (延迟的起算点自双方约定的时效截止时间开始计算)	15%	①完成值 $\geq 99.00\%$, 该项得分=100分; ② $95.00\% \leq$ 完成值 $< 99.00\%$, 该项得分=100分-(99.00%-完成值)/1%*10分; ③完成值 $< 95.00\%$, 该项得分=0分;
库存差异率	$\leq 0.05\%$	库存差异率: 当月(盘盈数量 + 盘亏数量)/(月初在库库存数量+月内新入库库存数量) X 100%	10%	①完成值 $\leq 0.05\%$, 该项得分=100分; ② $0.05\% <$ 完成值 $\leq 0.1\%$, 该项得分=100分-(完成值-0.05%)/0.01%*10分; ③完成值 $> 0.1\%$, 该项得分=0分;
发货及时率	$\geq 99.50\%$	发货及时率=当月日及时发货订单数/当月日应发货订单总数*100%	20%	①完成值 $\geq 99.50\%$, 该项得分=100分; ② $99.00\% \leq$ 完成值 $< 99.50\%$, 该项得分=100分-(99.50%-完成值)/0.1%*10分; ③完成值 $< 99.00\%$, 该项得分=0分;
发货准确率	$\geq 99.90\%$	发货准确率=1-当月判责为乙方错发、多发、少发的投诉量/当月应发订单总数*100%	15%	①完成值 $\geq 99.90\%$, 该项得分=100分; ② $99.00\% \leq$ 完成值 $< 99.90\%$, 该项得分=100分-(99.90%-完成值)/0.1%*10分; ③完成值 $< 99.00\%$, 该项得分=0分;
揽收及时率	$\geq$	当月揽收及时的包	20%	①完成值 $\geq 99.50\%$, 该项得分

	99.50%	裹数/当月应揽收包裹总数*100%		=100 分； ②99.00%≤完成值<99.50%，该项得分=100 分-(99.50%-完成值)/0.1%*10 分； ③完成值<99.00%，该项得分=0 分；
拒收上架及时率	≥ 97.00%	拒收上架及时率=周期内拒收销退单及时上架包裹/周期内拒收销退单应上架包裹 X 100%	20%	①完成值≥97.00%，该项得分=100 分； ②.87.00%≤完成值<97.00%，该项得分=100 分-(97.00%-完成值)/1%*10 分； ③.完成值<87.00%，该项得分=0 分；

月度 KPI 考核方法：总得分为各单项 KPI 经权重计算后求和所得。

a) 总得分 80~85 分（含 80 分），甲方扣除乙方当月服务费用 0.1%或 5000 元人民币，两者取低；

b) 总得分 75~80 分（含 75 分），甲方扣除乙方当月服务费用 0.2%或 10000 元人民币，两者取低；

c) 总得分低于 75 分，甲方扣除乙方当月服务费用 0.3%或 15000 元人民币，两者取低；

d) 总得分 达到 95~98 分（含 95 分），甲方奖励乙方当月服务费用 0.1%或 10000 元人民币，两者取低；

e) 总得分 超过 98 分（含 98 分），甲方奖励乙方当月服务费用 0.2%或 15000 元人民币，两者取低。

2. 客户服务关键指标考核

工单类型	指标描述	计算口径公式	指标	权重	计分标准
投诉工单	投诉工单时效内完结率	投诉工单时效内完结率为当月流转至乙方且乙方在系统配置的时效内完结的投诉工单量/当月流转至乙方的投诉工单量*100%	98%	30%	①完成值 $\geq 98\%$ ，该项得分=100分 ② $95\% \leq$ 完成值 $< 98\%$ ，该项得分=80分 ③ $90\% \leq$ 完成值 $< 95\%$ ，该项得分=60分 ④完成值 $< 90\%$ ，该项得分=0分
	判责准确率	当月乙方自行判定结果与甲方最终判定结果一致的工单量/当月经乙方判责的工单量*100%	90.00%	30%	①完成值 $\geq 90\%$ ，该项得分=100分 ② $85\% \leq$ 完成值 $< 90\%$ ，该项得分=80分 ③ $80\% \leq$ 完成值 $< 85\%$ ，该项得分=60分 ④完成值 $< 80\%$ ，该项得分=0分
咨询工单	咨询工单时效内完结率	当月流转至乙方且乙方在系统配置的时效内完结服务工单的情形 咨询工单时效内完结率=时效内完结量/咨询工单总量*100%	98%	20%	①完成值 $\geq 98\%$ ，该项得分=100分 ② $95\% \leq$ 完成值 $< 98\%$ ，该项得分=80分 ③ $90\% \leq$ 完成值 $< 95\%$ ，该项得分=60分 ④. 完成值 $< 90\%$ ，该项得分=0分
	咨询工单7天一次性解决率	乙方客服时效内首次点击工单完结后，7天内未发起要求继续处理且同一单号未被重新创建咨询工单的量/当月咨询工单总量*100%（咨询工单7天一次性解决指：乙方客服首次点击工单完结后，7天内未发	88.00%	20%	①完成值 $\geq 88\%$ ，该项得分=100分 ② $85\% \leq$ 完成值 $< 88\%$ ，该项得分=80分 ③ $80\% \leq$ 完成值 $< 85\%$ ，该项得分=60分 ④完成值 $< 80\%$ ，该项得分=0分

		起要求继续处理且同一单号未被重新创建咨询工单)			
月度 KPI 考核方法：总得分为各单项 KPI 经权重计算后求和所得。 a)总得分 80~85 分（含 80 分），甲方扣除乙方当月服务费用 0.05%或 3000 元人民币，两者取低； b)总得分 75~80 分（含 75 分），甲方扣除乙方当月服务费用 0.1%或 4000 元人民币，两者取低； c)总得分低于 75 分，甲方扣除乙方当月服务费用 0.15%或 5000 元人民币，两者取低； d)总得分达到 95~98 分（含 95 分），甲方奖励乙方当月服务费用 0.1%或 4000 元人民币，两者取低； e)总得分超过 98 分（含 98 分），甲方奖励乙方当月服务费用 0.15%或 5000 元人民币，两者取低。；					

3. 备注

3.1 关键业绩指标的奖惩，仅为促使和激励乙方更好的履行服务，不断提升服务质量和水平，并不代表乙方达到指标后可以免除乙方（包括但不限于乙方原因造成的库存差异、货品丢失、货品破损、各类延误等）的赔付责任。

3.2 关键考核指标的考核周期按自然月度计算，按“仓”单位进行数据统计，考核数据以甲方客户系统显示或甲方统计数据为准。

3.3 合同签订后且完成首单发货才开始进行考核统计，前二个自然月度（24 日前签订且完成首单发货的自当月起计，25 日之后签订且完成首单发货的次月起计）不纳入考核统计，免于考核。甲方对乙方的处罚或奖励款项由甲方在应付乙方服务费用中调整。

3.4 考核奖惩结算周期：

1) 运营类 KPI 次月结算，甲方每月 15 日之前(如遇法定节假日顺延)将 KPI 数据同步给到乙方，如 4 月运营类 KPI（时效：入库、发货、揽收、配送及时率等，质量：库存差异率、发货准确率等）在 5 月进行计算。服务类 KPI 隔月结算，如 4 月服务类 KPI（工单时效内完结率、判责准确率、7 天内一次性解决率等）在 6 月进行计算。

2) 乙方应在收到甲方提供的数据后，7 个工作日内予以确认；如有异议，双方将 7 个工作日内完成复核确认；如乙方超期未反馈，则视为乙方无异议。

3) 关键业绩指标的考核统计数据及得分结果取小数点后两位，尾数四舍五入。

4) 大促期间，如甲方同乙方没有签订有关大促期间运营 KPI 考核补充协议，以日常运营 KPI 考核为准；如果甲方同乙方签订有关大促期间运营 KPI 考核补充协议，大促期间运营 KPI 考核以补充协议内容为准；当月进行日常运营 KPI 考核统计时，剔除大促期间运营数据。

5) 春节前后，如甲方同乙方没有签订有关春节期间运营 KPI 考核补充协议，以日常运营 KPI 考核为准；如果甲方同乙方签订有关春节期间运营 KPI 考核补充协议，春节期间运营 KPI 考核以补充协议内容为准；当月进行日常运营 KPI 考核统计时，剔除春节期间运营数据。

4. 退出机制

4.1 除本合同另行约定的其他解除/终止情形外，如乙方出现下述关键指标不合格，视为乙方严重违约，甲方有权立即解除合同，同时，乙方需配合甲方在甲方要求的时限内完成库内货品的下架、盘存及转移，承担对应的操作费用，并承担包括但不限于甲方及甲方卖家由于乙方严重违约行为产生的一切损失：

1) 以卖家、仓库为纬度，连续两个盘点周期库存准确率低于 99.90%，或者单次盘点库存准确率低于 99%时；

2) 发货及时率连续三个发货日低于 99%，或者单月发货及时率低于 98%时；

3) 发货准确率连续两个月低于 99.90%，或者单月发货准确率低于 99%时；

4) 卖家反馈乙方在处理消费者投诉时有辱骂、讽刺、欺瞒消费者且不配合卖家安抚消费者的行为时，且经甲方核实后属实的。

5) 仓配服务关键指标连续两个月 75 分以下，连续三个月 75（含）-80 分以内的；

6) 客户服务关键指标连续两个月 75 分以下，连续三个月 75（含）-80 分以内的；

4.2 合同期内双方协商终止合作，双方至少提前一个月书面通知对方，双方协商约定退出时间点。在约定协议终止的时间点后，如果仓库仍有货品的，则所有库内操作的费用由乙方承担，与甲方交接出仓后货品运输费用由甲方承担。

4.3 退出流程：

1) 乙方在双方达成退出意向后或甲方通知乙方解除合同后 3 个工作日内对在库货品进行盘库，并与系统库存进行比较，在盘存结束后停止仓内操作。货品库存差异、破损按照本合同约定赔偿标准执行；

2) 在乙方完成所有历史赔付及货品库存差异、破损按照本合同约定赔偿后，按合同一般条款“费用及支付”的条款流程进行对账结算。甲方或甲方授权的卖家下出库单，并安排车辆到乙方仓库提取货物；

3) 乙方按照要求将货物与甲方指定提货人员交接完成，流程结束。

附件五：逆向收货标准

1. 收货原则：

- 1) 销售包装完好，按照良品收货；
- 2) 对销售包装发货的快消、家居以及小电的货品：货品物流包装、销售包装异常，货品良好，按不良品收货，收货后按照卖家的指示更换包装或转为残品；
- 3) 订单货品破损仓库拒收；

2. 快消、家居行业线：

拦截订单或消费者拒签、无法投递退货货品，未达到以下货品破损标准，可进行二次销售；消费者签收后退货货品，原则上不进行二次销售，即收货后将不做上架处理，除非卖家明确需要二次销售；

1) 逆向原箱发货的货品的收货箱损标准：

- ✧ 胶带损坏，二次开封；消费者开箱验货造成二次开箱的情况除外。
- ✧ 货品包装上有人为的字迹/涂画；
- ✧ 货品包装湿损；
- ✧ 装箱发货，棱角变形/内凹最长边 $>2\text{cm}$ ；
- ✧ 纸箱非穿透性损伤（货物表面出现凹陷） $>2*2\text{cm}$ ，或损伤面积 $<2*2\text{cm}$ 但数量大于1处；
- ✧ 纸箱表面印刷撕毁、污渍 $>2*2\text{cm}$ ；
- ✧ 纸箱边长折痕或划痕 $>$ 折痕边长的10%；
- ✧ 外包装有非货品本身贴码；
- ✧ 卖家原厂封条的损坏；*销售包装上面单粘贴痕迹不算破损（外箱表面撕破除外）

2) 逆向收货货品破损标准：

- ✧ 货品销售包装已开封，销售包装发货的，消费者要求开箱验货的除外；
- ✧ 真空包装货品已经出现漏气或胀袋现象；
- ✧ 过保质期货品；临近保质期具体时间需要沟通确认；
- ✧ 瓶装或罐装货品出现漏液、瓶体凹凸变形；
- ✧ 任何穿透伤；

3. 美妆行业线：

美妆无销售包装发货，因此无销售包装箱损，可接受物流包装箱损。

4. 小家电行业线：

订单、消费者拒签、无法投递退货和消费者签收后退货货品，未达到以下货损标准，可以进行二次销售；

1) 逆向收货箱损标准：

-
- ✧ 棱角变形/内凹最长边 $>2\text{cm}$;
 - ✧ 胶带损坏, 二次开封; 消费者验货造成二次开箱的情况除外。
 - ✧ 表面印刷撕毁、污渍 $>2*2\text{cm}$;
 - ✧ 提手断裂、撕裂;
 - ✧ 非穿透性损伤(货物表面出现凹陷) $>2*2\text{cm}$, 或损伤面积 $<2*2\text{cm}$ 但数量大于1处;
 - ✧ 任何穿透性损伤;
 - ✧ 边长折痕或划痕 $>$ 折痕边长的10%;
 - ✧ 货品包装上有人为的字迹/涂画;
 - ✧ 外包装有非货品本身贴码;
 - ✧ 包装浸湿;
 - ✧ 卖家原厂封条的损坏;*原箱面单粘贴痕迹不算破损(外箱表面撕破除外)
- 2) 逆向收货货品破损标准:
- ✧ 货品破损及刮痕; 货品包装湿损;
 - ✧ 3C 数码薄膜破损, 货品条码损坏;
 - ✧ 货品销售包装已开封(消费者开箱验货除外); 需要配送系统支持信息录入;
 - ✧ 任何穿透伤;
- 3) 销售包装发货的货品: 如退回包装符合二次销售标准, 则由仓库揭掉面单上有字迹的一层, 底层留在包装盒上后, 上架。下次发货时, 用新面单覆盖之前的底层面单痕迹。
5. 以上标准, 甲方保留根据业务变化修改的权利, 且最终解释权以甲方为准。
6. 乙方应当严格按照上述标准收货, 未按要求操作或者无正当理由拒收的, 则甲方有权视情节轻重要求乙方承担违约责任。

附件六：增值服务内容及标准

1. 代贴条码服务：乙方根据卖家的指示，将用于仓库管理的条码打印，或将卖家提供的条码，黏贴到相应的货品上的服务。仓库打印的代贴条码尺寸不大于40mm*20mm。如需入库贴码，贴码的增值服务单必须在货品到达乙方仓库前一天 18:00 前推送至乙方系统。

2. 装卸搬运服务：

1) 卸货搬运服务

卸货搬运服务是指当卖家的货品进入乙方仓库存储时，由乙方将卖家拟入库货品自卖家运输工具搬卸并运送至乙方指定地点存放，使卖家的货品处于安全、适于销售状态的服务。卸货搬运的增值服务单必须在货品到达乙方仓库前一天 18:00 前推送至乙方系统。

2) 装车搬运服务

装车搬运服务是指当卖家的货品出库时，由乙方将卖家拟出库货品自仓库存储地点装载至卖家指定运输工具的服务。

3. 二次理货服务：如卖家货品不符合收货标准，则乙方按照卖家的指示，二次整理、分 SKU 堆放的服务。如出现下述情况，卖家可通过二次理货服务，使货品达到收货标准：

3.1 单车入库单入库货品超过 50 种（服装类货品超过 200 种）的。

3.2 到货货品没有按 SKU 区分，或者同一 SKU 未集中码放，或者到货货品内外包装有褶皱破损、受挤压、污染等现象。

3.3 尾箱（即一个单独的 SKU 不能装满一箱时，与其他 SKU 混合放在一起的包装箱）：货品混合包装的；每种单独的 SKU 没有独立包装；每个独立包装和外箱上没有做清晰的标识的；尾箱 SKU 数量超过 20 个的。

3.4 到货清单多于 2 张时，卸货时没有将货品按到货清单分开码放的。

3.5 同一箱货品对应多张到货清单的。

3.6 一张到货清单的货品多于两箱，卖家没有将到货清单与装货箱进行明显标识的。如：到货单 001 号共 3 箱，对应的装货箱需标注上 001-①，001-②，001-③；到货单 002 号共 2 箱，对应的装货箱需标注上 002-①，002-②。

4. 货品更换包装服务：根据卖家的要求，针对破损或者污损的包装进行重新更换的服务，或者针对裸露货品使用纸箱/纸盒进行重新包装的服务。前述包装的包材由卖家提供。对于甲方下达的换箱指示，乙方需在 72 小时内完成（大促及特殊期间另行约定）。乙方未在约定时间内完成的，甲方有权不支付货品更换包装的费用。

5. 个性化纸盒折叠服务：个性化纸盒根据卖家的要求，按照一定的标准进行折叠的服务。此服务仅包括纸盒折叠，不包含代贴条码及货品指定位置放置的服务。针对个性化纸盒折叠服务需求的货品，卖家无需再下发货品更换包装增值服务单。

6. 组套服务：根据卖家的要求，将指定的多个 SKU 进行组套合并为一个 SKU 的服务。乙方完成组套后，将组套后的货品数量同步给客户系统。组套服务所使用的包装由卖家提供，如需乙方提供，乙方可按照相应的价格向卖家收取费用。针对组套服务需求的货品，甲方无需再下发代贴条码增值服务单。组套任务下发后，乙方应在 72 小时内完成相应组套并反馈甲方结果，大促组套的时效另行约定。乙方未在约定时间内完成的，甲方有权不支付组套的费用。

7. 拆套服务：根据卖家的要求，将指定的某个 SKU 拆分为多个 SKU 的服务。乙方完成拆套服务后，将拆套后的货品数量同步给客户系统。拆套服务原则上只对货品包装的拆解，拆套产生废弃的外包装，由乙方处置。拆套后如卖家需要贴条码，则卖家需要另行下代贴条码增值服务单。拆套任务下发后，乙方应在 72 小时内完成相应拆套并反馈甲方结果，大促拆套的时效另行约定。乙方未在约定时间内完成的，甲方有权不支付拆套的费用。

8. 线下礼袋、DM 添加服务：根据卖家的要求，将礼品袋、DM 等，与主货品一同打包发货。同时乙方需对卖家指定赠送的礼品袋、DM 在客户系统中维护货品信息及库存记录。

9. 货品加塑封服务：根据卖家的要求，在收货环节对高值类或易分散类等货品进行塑膜加封，确保商品处于密封状态下的服务。

10. 套袋服务：根据卖家的要求，对裸露货品进行套包装袋的服务，包装袋由卖家提供。组套服务中的套袋不重复收费。

11. 额外盘点服务：对于超出本合同附件一盘点类型中约定的盘点次数以外，如甲方还有盘点需要，乙方可以为甲方提供额外盘点服务，并卖家按照规定格式填写《货主盘点申请表》，乙方将在收到甲方申请后 1 个工作日内反馈是否可提供额外盘点服务，如评估同意后，双方协商具体盘点的时间，乙方按照确定的盘点时间并以附件一中盘点的规则提供额外盘点服务。本盘点服务不包含 SN 盘点。

12. 其他增值服务：对于不属于以上增值服务项的卖家需求，符合国家有关法律和政策，且卖家和乙方经过线下沟通并通过邮件达成书面一致的，在甲方审核确认后乙方按照邮件中的服务内容及服务标准向卖家提供相应服务，卖家通过线上下发增值服务单，收取邮件中约定的相关费用。

附件七：安防服务标准

1. 安全目标：

1.1 安全“0”事故“0”伤害、“0”火灾风险。

2. 库房建筑物安全要求：

2.1 必须有建筑主体消防验收合格证或消防备案凭证和装修后消防验收合格证或消防备案凭证等，消防等级应满足法律法规所规定的存放邮政货品的要求，仓内消防设备、安全设施能够正常使用；

2.2 乙方需按照本合同要求购买保险。仓库地址发生变化，乙方需及时向邮政反馈新仓基本信息，做保险信息更新；

2.3 库房内员工通道、存包柜、逃生门、机房、充电区、提升门、月台需监控覆盖，录像天数不低于 90 天；

2.4 仓库或者园区备用发电机不能满足库区生产应急用电的，乙方的每个单仓在大促时必须准备后备供电设备；日常时需采取措施确保在断电后两个小时内恢复供电。未采取以上防范措施，发生断电导致订单延误的，除需要赔偿相应订单延误的损失之外，甲方有权处以 10000- 50000 元/次违约金；

2.5 如因乙方仓库不满足上述要求，而导致邮政业务停滞或产生其他任何损失的，乙方须向甲方足额予以赔偿。

3. 安全管理机构和管理人员：

3.1 乙方超过 300 人员，应成立安全管理机构或者配置专职安全管理人员；乙方 100 人以下的，应配置专职或者兼职的安全生产管理人员；

3.2 乙方的专职安全管理人员必须配合邮政仓储安防的日常管理，定期以周报形式反馈安全管理工作，定期参加邮政仓储组织的安全防损相关的会议、培训，稽核，主动反馈仓内发生的人员、消防、资产等事故，并以事故报告形式反馈至邮政仓储安防部存档，不得瞒报、漏报。

4. 设备管理（含特种设备）：

4.1 使用设备应通过正规渠道购买，有生产合格证，使用说明或者国家有特殊强制认证要求的证明文件；

4.2 设备需要定期检查和维修，特种设备需要向仓所在地质检部门备案并安排定期年检；

4.3 备故障后应请专业人员进行维修，严禁不具备资质员工进行处理。

5. 员工技能和培训：

5.1 乙方应为新员工、转岗员工提供岗前安全培训；至少每季度对在岗员工进行一次安全强化培训；

5.2 乙方员工必须具备所从事的特殊工种的许可，如叉车工、电工等。

6. 乙方原则上不得带领乙方自有的客户、商家或其他无关人员进入承接邮政业务的仓库参观,特殊情况需得到甲方的认可,并按甲方的入仓申请流程进行审批。对未经甲方许可,擅自带领上述无关人员进入承接邮政业务仓库的行为,甲方有权处以 2000 元每次的处罚,并视情节严重程度,甲方有权无条件终止与乙方的合作关系。

1. 双方权利义务

3.1 甲方权利义务

3.1.1 甲方保留在任何时间要求乙方配合进行下述更改的权利:

- 1) 物料包材外观、材质设计;
- 2) 物料包材的交货时间;

3.1.2 如因甲方要求的材质、外观设计更改而造成的乙方实际采购变更,甲方有权可对物流包材单价进行调整,新的价格从双方确认的日期生效。更改后原未使用完的物料包材如根据新的要求可继续使用的,乙方应继续使用直至全部使用完成后启用新制定的物料包材;

3.1.3 方有权在合同有效期内按照双方约定的材质、尺寸、制造工艺,对乙方采购的物料包材进行抽验,并有权委托第三方出具抽检品的《检测鉴定报告书》。

3.2 乙方权利及义务

3.2.1 乙方定期提供包材改良方案,包括但不限于尺寸更改,材质优化,包装方案改良等,由甲方评审后确认方案是否实施。

3.2.2 乙方保证其提供的包装材料符合国家标准、行业标准以及甲乙双方认可的包材的功能和性能以及双方约定的其他质量标准。

3.2.3 乙方确认提供的物料包材符合以下要求:

1) 根据本合同提供的所有物料包材将符合甲方对规格、设计的要求以及与本合同相关的其他类似信息,或者其他适用的惯用标准和规格;

2) 所有的包材都应新的,有优良的质量,无瑕疵,适销,能达到预期使用目的,并且所有的物料包材都具有良好的设计和质量,能够保证货品在运输过程中不因物料包材的原因而造成损坏,能在任何情况下都能有效并经济地发挥并完成预期的功能和目的;

3.3 乙方须培训并要求员工使用适当的包装材料,对包裹进行合理有效且经济的运输包装。

3.4 乙方应配合甲方的要求,通过系统对接的方式,进行物料包材时时信息的传递。另外,每月需提供各类包材使用情况报表说明当月进销存状况,且及时通报设计规格尺寸变更。

3.5 乙方应在客户系统推荐包材的逻辑下使用包材,同时也须根据实际的包装经验向甲方提出包材产品优化建议,对于系统推荐的包材与实际需包装的货品在箱型及材质上有较大差异,乙方须及时通知甲方优化系统推荐逻辑。

3.6 在对订单货品进行包装时，若使用回收箱，严禁乙方扫描与实际使用箱型不一样的条码，一经发现，按照 500 元/单的标准向甲方承担违约责任，50000 元封顶。

3.7 对于应使用包材包装出库的订单货品，乙方未使用包材直接发货出库的，甲方将不按系统推荐的包材型号支付包材费用，同时乙方应承担违约金 100 元 / 单，50000 元封顶，如已支付给乙方的，应返还甲方或甲方可从其他服务费中扣除。

3.8 乙方须安排专人对包材进行管理，并按甲方对整体质量的要求与把控进行管理。

2. 包材推荐及使用原则

乙方需按照以下逻辑使用包材发货：

4.1 当一个订单中，既包含销售包装发货的 SKU，又包含非销售包装的 SKU，则销售包装单独发货，其他非销售包装发货的使用指定的材质包材，并根据货品的大小使用合适的包材进行发货；

4.2 材质不降级原则，如一个订单中有多个 SKU，则取订单中所有 SKU 卖家指定的最高级别的材质使用包材进行发货；

4.3 乙方需按照包材承重须大于或等于订单货品总重量的原则使用包材发货；

4.4 乙方需按照包装数量最少的原则使用包材发货；

4.5 乙方需按照包材成本最低的原则使用包材发货。

3. 卖家包材推荐及使用原则

如卖家使用卖家包材进行发货，则乙方需按照甲方及甲方卖家的要求以合理包装的原则对货品进行包装并发货。如后续甲方使用系统推荐的逻辑为卖家提供卖家包材包装的发货服务，则乙方需按照以下逻辑使用卖家包材发货：

5.1 当一个订单中既包含卖家指定销售包装发货的SKU，又包含非销售包装的SKU，则销售包装单独发货，其他非销售包装使用卖家指定的包材发货，并根据货品的大小使用合适的包材进行发货；

5.2 当一个订单中既包含卖家包材发货的SKU，又包含统一包材发货的SKU，则卖家包材的SKU货品使用卖家合适的包材发货，统一包材的SKU使用卖家指定的包材发货，并根据货品的大小使用合适的包材进行发货；

5.3 当一个订单中，非销售包装发货SKU超过所有包材（含全部材质）的最大尺寸时，则该SKU使用根据卖家选择的统一包材的兜底材质（目前有缠绕膜或气泡膜两种）进行包装，按照SKU件数进行拆分包裹，如果订单中还包含其它SKU，则只针对其它SKU使用系统推荐合适的卖家指定包材发货，并根据货品的大小使用合适的包材进行发货；

5.4 材质不降级原则（材质的优先级以卖家配置为准），如一个订单中有多个SKU，则取订单中所有SKU中最高材质级别的材质使用包材进行发货；

5.5 当订单货品体积超过卖家指定材质中最大型号包材能够容纳的数量时，则按卖家指定材质优先级进行逐级升级使用合适包材发货；

5.6 甲方需根据SKU的具体情况，尽量按照使用包装数量最少的原则进行包装发货。

4. 费用及支付详见价格及计费规则。

5. 免责条款

7.1 如卖家在货品入仓时确定 SKU 发货方式为非销售包装发货的，入仓后在系统设置中修改为销售出库发货的，如卖家通过邮件的方式通知乙方，经乙方评估后可按销售包装发货的，自乙方确认之日起该 SKU 按照销售包装进行发货；如经乙方评估不符合附件一中关于销售包装要求的，乙方需向卖家提出包装建议，如卖家仍坚持按销售包装出库的，则乙方不对该货品的破损承担赔偿责任。如卖家在货品入仓时确定 SKU 发货方式为非销售包装发货的，入仓后在系统设置中修改为销售出库发货后未通过邮件的方式通知乙方，乙方发现后经评估不符合附件一中关于销售包装要求的，乙方需向卖家提出包装建议，如卖家仍坚持按销售包装出库的，则乙方不对该货品的破损承担赔偿责任。

7.2 如客户系统推荐不合适、选择材质不合适，货品基础信息不准确等原因导致的包材使用错误，乙方不承担责任。

附件 1：《价格表》

始发地		报价区域	目的地	包裹重量 ≤0.3KG	包裹重量 ≤0.5KG	0.5KG< 包裹重量 ≤1KG	1KG<包裹 重量≤2KG	2KG<包裹 重量≤3KG	3KG<包裹重量	
省/直辖市	城市		区域						首重 1KG	续重 1KG
广东		一区	广东							
			福建							
			广西							
		二区	江苏							
			浙江							
			上海							
			安徽							
			湖北							
			湖南							
			江西							
			海南							
			河南							
			河北							
			山东							
			山西							
			天津							
			贵州							
			重庆							
			陕西							
			北京							
			四川							
			云南							
			黑龙江							
			吉林							
		三区	辽宁							
			内蒙古							
			甘肃							
			宁夏							
			青海							
		四区	西藏							
			新疆							

- 1、报价均含税，开增值税专用发票，统一税率：6%。
2、快递服务内容：揽收/称重/扫描/转运/派送/客服跟件。

第五章附件

附件 5、投标格式文件

格式 1、封面

_____项目

投标文件

项目编号：_____

递交人（公章）：_____

递交人法定代表人

或其委托人（签字）：_____

年 月 日

格式 2、

法定代表人授权委托书

中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司：

兹委托_____参加贵单位组织的编号为 GDS-D-ZB-2020-029
的“东莞万江直播仓项目社会资源采购项目”邀请招标采购活动，全权代
表我单位处理此次邀请招标的有关事宜。

附全权代表情况：

姓名：_____ 性别：_____ 年龄：_____ 职务：_____

身份证号码：_____

详细通讯地址：_____

电话：_____ 传真：_____

邮政编码：_____

单位名称（公章）

法定代表人（签字）

年 月 日

年 月 日

委托代理人身份证复印件（复印件上需有本人签名）

（粘贴处）

法定代表人身份证复印件（复印件上需有本人签名）

（粘贴处）

格式 3、

投标承诺书

中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司：

1、我公司已收到贵公司的《东莞万江直播仓项目社会资源采购项目 招标文件》，遵照《中华人民共和国招标投标法》等有关规定，我公司经考察现场和研究上述招标文件及其它有关文件后，我公司愿以投标报价（详见报价表）提供项目所需服务。

2、我公司已详细阅读全部招标文件，包括修改文件（如果有的话），及有关附件，我公司完全了解贵公司本次招标的需求，不存在含糊不清或误解的情况。

3、我公司承认投标文件附录是我公司投标文件的组成部分。

4、除非另外达成协议并生效，贵公司的中标通知书、招标文件及本投标文件将成为约束我们双方的合同内容组成部分。

5、我公司理解贵公司将不受所收到的最低标价或其它任何报价文件的约束。贵司不需向我公司解释不中选原因，并无需退还投标文件。

6、我公司将按编号为 GDS-DZ-2020-029 采购文件的规定履行报价过程中报价人的责任和义务，并保证不将采购过程中获悉的贵方商业秘密（包括但不限于与本项目有关的任何有关商业或技术的资料或信息）透露给当事人以外的任何第三方，并不得用于为本项目的需要以外任何其它用途。如有违反，我公司愿意承担因泄密而产生的一切法律和经济责任。

7、我方保证在做出报价后的90天内不会撤回报价文件且若中选不会放弃。

8、一旦中选，我公司将严格按照报价承诺履行义务，否则将放弃相关的权利，并承担由此产生的责任。

投标人：（盖章）

单位地址：

邮政编码：

电话：

传真：

开户银行名称：

开户银行帐号：

开户银行地址：

开户银行电话：

日期： 年 月 日

格式 4、

廉政承诺书

中国邮政速递物流股份有限公司广东省电商物流分公司：

为了确保采购行为的规范与廉洁，预防违法违纪问题的发生，根据有关法律法规和廉政规定，我方在 “ 东莞万江直播仓项目社会资源采购项目 ”

（ GDSD-ZB-2020-029 ）的采购活动中，自愿遵守以下廉政责任承诺条款：

- 1、不向采购方工作人员行贿或馈赠礼品（包括现金、礼金、有价证券、支付凭证及贵重物品）；不以各种形式向采购方工作人员的亲属赠送上述礼品。
- 2、不为采购方单位和个人购置或提供通信工具、交通工具和高档办公用品。
- 3、不向采购方工作人员提供宴请、联谊活动、度假、出国出境旅游，以及到营业性娱乐场所（包括：营业性的歌厅、舞厅、卡拉 OK 厅、夜总会和高尔夫球）活动。
- 4、不以任何名义为采购方工作人员的配偶子女安排工作，以及为采购方工作人员及其亲属支付应由其个人自付的各种费用，包括住宅装修、婚丧嫁娶、旅游、度假、食宿、购物、学费、子女出国留学等费用。
- 5、如采购方工作人员主动要求我方安排和提供上述条款所述内容的，我方将予拒绝。
- 6、我方单位或个人违背以上承诺情形之一的，我方自愿接受采购方在三年内不与我方合作的处理。

投标方单位：____（盖章）

法人代表或其授权人签字：_____

日期： 年 月 日

格式 5、

投标方情况一览表

项 目	能力描述
企业性质	(万元)
公司经营范围:	
公司基本情况	公司基本简介: 可另文提供 注册资金: _____ 人员规模: _____ 车辆规模: 自有车辆: _____ 合作车辆: _____
	近两年营业规模: 2018 年业务收入: _____ 营业利润: _____ 2019 年业务收入: _____ 营业利润: _____
以往业绩及或与邮政企业 合作情况	与本项目同类型项目合作或与邮政企业合作情况, 并提供相关合作证明材料。
资质认证 (需附证明文件)	按照标书要求提供相关书面证明材料
服务方案	项目运输保障方案, 可另文提供

投标方单位:_____(盖章)

法人代表或其授权人签字:_____

格式 6、

1、 报价表

始发地		报价区域	目的地	包裹重量 ≤0.3KG	包裹重量 ≤0.5KG	0.5KG< 包裹重量 ≤1KG	1KG<包裹 重量≤2KG	2KG<包裹 重量≤3KG	3KG<包裹重量	
省/直辖市	城市		区域						首重 1KG	续重 1KG
广东		一区	广东							
			福建							
			广西							
		二区	江苏							
			浙江							
			上海							
			安徽							
			湖北							
			湖南							
			江西							
			海南							
			河南							
			河北							
			山东							
			山西							
			天津							
			贵州							
			重庆							
			陕西							
			北京							
			四川							
			云南							
			黑龙江							
			吉林							
		三区	辽宁							
			内蒙古							
			甘肃							
			宁夏							
			青海							
		四区	西藏							
			新疆							
1、报价均含税，开增值税专用发票，统一税率：6%。										
2、快递服务内容：揽收/称重/扫描/转运/派送/客服跟件。										

报价单位（盖章）：

报价方代表人（或委托代理人）签字：

日期：

2、限价表

始发地		报价区域	目的地	包裹重量 ≤0.3KG	包裹重量 ≤0.5KG	0.5KG< 包裹重量 ≤1KG	1KG<包 裹重量≤ 2KG	2KG<包 裹重量≤ 3KG	3KG<包裹重量	
省/直辖市	城市		区域						首重 1KG	续重 1KG
广东		一区	广东	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	0.8
			福建	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.2
			广西	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.2
		二区	江苏	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			浙江	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			上海	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			安徽	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			湖北	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			湖南	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			江西	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			海南	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.4
			河南	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			河北	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			山东	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			山西	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			天津	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			贵州	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			重庆	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			陕西	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			北京	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			四川	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			云南	1.8	1.8	2	2.7	3.3	2.4	1.6
			黑龙江	3.4	4	5.5	6.5	7.5	5.5	2.4
			吉林	3.4	4	4.5	6	7.5	4.5	2.4
		三区	辽宁	3.4	3.7	4.5	5.9	7.3	4.5	1.8
			内蒙古	4.2	4.4	4.5	5.6	7.7	4.5	2.2
			甘肃	4.8	5.2	5.3	7.6	8.9	5.3	2.2
			宁夏	5.1	5.2	5.3	8.2	12.1	5.3	5.2
			青海	5.1	5.2	5.3	8.2	12.1	5.3	5.2
		四区	西藏	7.6	8	8.2	13.9	18.6	8.2	6.7
			新疆	7.6	8	8.2	13.9	18.6	8.2	6.8

- 1、报价均含税，开增值税专用发票，统一税率：6%。
- 2、快递服务内容：揽收/称重/扫描/转运/派送/客服跟件。
- 3、快递产品：快递包裹