



邹城市首推公共资源交易“数字见证”

招投标全程在线监控, 营商环境发生巨变

农村大众报记者 张超 通讯员 张长青 顾士国

12月1日, 邹城市公共资源交易中心, 五场开标会正在进行, 可开标现场却冷冷清清, 不见投标人, 只有几位评标专家。

“这是我们创新的‘不见面开标’模式。”邹城市公共资源交易中心副主任李亮笑着说。何为“不见面开标”, 简单地说, 就是让投标人足不出户即可完成招投标所有流程。

实际上, “不见面开标”仅仅是邹城市公共资源交易中心流程再造、优化链条式服务的一个方面。今年以来, 该中心深入贯彻落实“放管服”改革精神, 持续优化营商环境, 创新举措, 着力解决难点、堵点和卡点, 全面推动公共资源交易迈入数字时代。

企业成本大大节省

今年1月初, 当邹城市建筑安装工程总公司经理朱宁正为办理招投标材料发愁时, 他可能没想到, 仅仅两天后, 一条来自邹城市公共资源交易中心的短信通知让他喜出望外。短信的内容很多, 但总结为一句话就是——以后招投标不用再跑腿了。

可人不到现场, 如何进行招投标呢? 邹城市的办法是一切从“简”, 全部上网, 人在家中坐即可全程参与招投标。

办法是好, 但要看如何实施。邹城市公共资源交易中心建设工程交易科科长李广坡介绍, 投标人只需要登录邹城市公共资源交易平台, 就可以在线查看招标公告、下

载招标文件、递交投标文件、查看中标结果、领取中标通知书和签订合同, 从而实现了招投标低成本、高效便捷和“零跑腿”。

为了保证企业能第一时间了解到相关招投标项目信息, 邹城市公共资源交易中心继续沿用了短信“叫醒”服务, 提前对各个企业进行逐一通知。

同时, 为了方便企业参与招投标, 邹城市公共资源交易中心在邹城市公共资源交易网开辟“不见面开标大厅板块”, 在不到一年的时间里, 累计制作发布了包含4大类13项的相关招投标模板, 供企业免费下载使用。

“和传统的招标模式相比, ‘不见面开标’有一个最大的优点, 就是每年可为我们企业降低十几万元招投标成本。”常年进行投标的企业经理张良, 对于“不见面开标”表达了自己的看法, 他认为, “不见面开标”步骤严谨, 操作简化, 整个流程时间比以前大大缩短, 更主要的是为企业节省了一大笔开销。

“不见面开标”打破了传统开标模式对人员、时间、场地的限制, 解决了企业投标成本高、企业需提前到达开标现场等问题, 实现了“投标不跑腿、交易不见面”。

截至目前, 邹城市公共资源交易中心共完成了168个不见面招标采购项目, 采购金额42.79亿元, 累计为企业节省成本965万元。下一步, 邹城市公共资源交易中心还将开发手机App, 让招投标随时随地都可以进行。



邹城公共资源交易“数字见证”模式引来外地学习者。(资料片)

全省首创“数字见证”

一直以来, 对进入交易平台的公共资源交易项目提供“见证服务”, 是公共资源交易中心的一项基本职能, 也是招投标现场管理的主要工作。但如何才能有效地实现全方位、全过程见证, 是摆在各级交易中心面前急需解决的问题。

邹城市公共资源交易中心副主任李猛介绍, 传统的见证服务大多实行“人盯人”“一人一标”现场见证模式, 这种模式存在着诸如如人力资源浪费、不利于专家信息保密等诸多弊端。

针对上述问题, 邹城市公共资源交易中心提出“物理隔离, 数字

见证”的解决思路, 即在评标区外专门开辟数字见证室, 同时从监控、网络、智能化设施等方面为“数字见证”提供硬件支持, 变传统的现场见证为借助语音和视频系统进行的“数字见证”, 从根本上解决风险防控方面存在的多个突出问题。

曾多次参与评标的专家刘力认为, 通过信息化的手段, 采取物理隔离的方式, 保证了专家在评标区内独立评标, 也保证了音频、视频资料和见证记录信息的及时有效保存及反馈, 为行业监督提供了便利。“邹城的这一模式从全省来看应该属于首创。”刘力说。

据了解, 邹城市公共资源交易中心“数字见证”模式整合汇聚了见证系统、监控系统、门禁系统、

OA系统、电子标牌系统、专家抽取系统、代理机构平台系统等程序, 各类数据在同一平台上展示, 实现见证服务由“一人一标”到“一人多标”及“人脑见证”到“数字见证”的转变。

“整个评标过程全程留痕, 监管部门可通过监控系统实现全程在线监督。有效解决了‘熟人面孔’等人为因素干扰, 降低了廉政风险, 进一步维护了交易公正性, 为优化营商环境助力。”李猛说。

采访当天, 通过后台展示, 记者看到“数字见证”系统形象地展现交易平台的开评标项目、开评标时间及进展情况, 评标专家进出评标场所的时间, 与各开评标室电子显示屏同步显示的同时, 还自动保存每个项目开评标全过程的音视频数据等。

创新管理出实效

“数字见证”的实行, 犹如蝴蝶效应, 牵动项目交易全流程进行优化再造。近一年的数据显示, 外地企业在邹城项目的中标率提升了15个百分点, 营商环境发生的巨变引入深思。

邹城市公共资源交易中心党组书记、主任张琛表示, “数字见证”新模式的运行, 不仅是一次技术创新, 更是重要的管理创新, 使见证工作释放了大量的人力资源, 将“工作人员跑腿”变为“信息跑路”, 并对保障交易过程公平、实行环节管控、降低廉政风险等方面具有积极作用。

瞄准直播带货、文旅融合等热点领域

邹城市推动电商产业迭代升级

农村大众报通讯员 张长青 合勇 许强

邹城市深入捕捉新时代背景下电商发展风向, 瞄准直播带货、数据挖掘、文旅融合等热点领域, 实现传统网店迭代升级, 推动电商生态相互赋能、互联互通, 深挖国内、国际两个市场, 力促消费升级, 助推经济复苏。

借力“数据+”, 激活电商产业聚宝盆

邹城市积极加强同电商行业龙头企业和领军企业的合作, 深入推动电商产业与云计算、大数据、物联网、人工智能等新技术、新业态深度融合发展。

一是服务商业。京东云鲁南数字经济产业园是邹城市招商落地的重点项目, 将建设云计算大数据服务基地、电商产业运营中心等配套项目, 计划利用3年时间, 打造省级或国家级的数字经济产业园。京东云推出的大数据服务平台能够对京东大数据进行分析研究, 挖掘不同行业的敏感因子, 提取合成不同行业的观察指标, 从而帮助邹城电商企业把握区域产业定位、精准掌握用户需求, 更有针对性地开展营销决策等方面的工作, 提升竞争力。目前, 已入驻企业60家, 今年已实现销售收入1.1亿元, 预计2021年实现销售收入5亿元。

二是升级农业。邹城市建设了京东云智能农场数字乡村可视化监测管理平台, 该平台充分整合应用物联网、区块链等农业领域成熟技术, 实现生产和监管数字化, 涵盖

农业生产监测、农业资源管理、种植生产监测、农业气象服务等多种功能, 精准服务涉农企业。中心店镇是中国绿色生态草莓之乡, 草莓盛产季日产3万斤, 受新冠肺炎疫情影响, 年初销售成为最大难题, 为纾解广大种植户困境, 依托电商平台搭建“农户+社区+客户”销售模式, 通过手机App等方式下单, 探索网上订单无接触配送, 草莓从农民“果园”直达市民“果盘”, 在疫情防控形势下销售草莓60多万斤, 实现了产销两旺的“逆袭”。下一步, 将在邹城蘑菇小镇选取蘑菇大棚样板点及中心店镇葡萄大棚打造京东云智能农场, 通过农产品上行与直播活动打造邹城特色农业品牌, 建设京东邹城农业特产馆线上店铺, 助推邹城打造乡村振兴齐鲁样板示范市。

三是赋能工业。成功举办第一届、第二届中国工业电商大会, 千余名专家学者、行业翘楚、商界领袖齐聚邹城, 助力工业电商产业创新发展。推动京东云与山能集团、中心机电产业园内工业企业合作, 借助京东集团云计算、大数据、物联网等技术优势, 推动相关企业打造的煤炭现货电子交易平台、中国机电装备网、中国煤矿运输网、中国光缆交易网等一批工业电商平台借势升级, 打造以技术和大数据为驱动的一站式采购销售平台, 盘活供应链、生产链、销售链。中国最大的跨境B2B全球本土化服务平台,

大龙网龙工场跨境电商产业园项目落户邹城经济开发区, 将尽快打通“一带一路”66个国家100个城市的国际贸易跨境电商渠道。

谋篇“文旅+”, 打造电商产业新业态

邹城市与京东云深度合作, 加速推动“文旅”“电商”深度融合, 逐步构建以旅游目的地为核心, 以文化、娱乐、游学、电商等周边产业为组成的文旅大消费产业。

一是打造孟子故里母亲节IP。6月18日, 2020孟子故里母亲节IP、文创产品发布会在邹城举行, 全新的IP形象以孟母及孟子为设计原型, 将历史人物与现代设计有机串联, 重现传统文化的儒家内涵。借助该IP, 邹城市将打造动态产业链, 招引文旅、母婴、生活用品等周边企业集聚, 形成邹城新经济发展产业生态圈, 目前, 京东云(鲁南)数字经济产业园产业集聚态势初步形成。二是创新孵化各类文旅产品。发布“侃盟人”文创品牌, 推出一系列贴合孟子思想、母教文化, 极具传统艺术美感的文创作品, 覆盖了商务礼品、新文房四宝、长辈礼品、家纺软装、生活用品等9大品类, 进一步丰富“母教文化”品牌传播的文化内涵。同时, 在京东商城开设“邹城文旅旗舰店”, 上线孟府家酒、孟子文化套尺、孟母教子木雕像、孟府坊系列面塑等一系列邹城文创产品,

通过京东零售营销推广, 吸引3亿活跃用户转化为潜在消费者, 带动旅游消费提升。三是文旅融合发展走向深入。进一步借助京东集团资源, 依托邹城文旅品牌开发动漫衍生品, 开展女装跨界品牌合作; 在建设邹城文化旅游大数据中心、智能化文化旅游监管平台、游客智能服务平台、“一机游邹城”小程序等邹城智慧旅游一期项目的基础上, 继续建设文旅大数据监管平台二期、游客智能服务平台二期, 打造邹城文旅产品分销平台, 牵引落地京东商城文旅板块结算中心。

布局“直播+”, 勇做电商产业弄潮儿

邹城市紧跟“直播带货”热潮, 顺应时代潮流, 大力推动“直播+电商”产业发展。

一是举办直播产业节, 助力邹城品牌传播。携手京东集团直播平台, 共同打造“邹游孟子, 云享好货”京东邹城618直播产业节。线上结合京东618大促, 采取“网红”站台模式, 在线推荐邹城特产好物, 累计全网在线观看量将近683万人次。线下直播, 通过企业负责人参与直播, 代言本地好物, 仅第1场观看量就达到162万人次, 四场直播累计观看量达到了349万人次。赵庆丰牌香菇酱, 友和金针菇、综合什锦以及乳酸菌等邹城品牌产品得到宣传推介, 实现了聚人气、增销量、树品牌。

二是鼓励企业直播带货, 助力

邹城产品上行。山东妮妮红电子商务有限公司是依托邹城樱桃自主发展起的本地电商企业之一, 公司累计网上销售邹城大樱桃52万斤, 实现销售收入2000余万元; 在今年邹城大樱桃全国产销对接会上, 该企业抢抓“电商+直播”风口, 邀请40余名网红主播为邹城大樱桃代言, 突破疫情带来的不利因素, 仅一下午就实现大樱桃销售3万单, 销售金额达180余万元。山东光头李记食品有限公司依托邹城土豆、地瓜、草莓等种类丰富的农业资源, 引进先进的VF(低温真空油炸)、FD(真空冷冻干燥)工艺, 逐步发展出50余种蔬菜、水果脆片产品。为打响品牌影响力, 该企业组建了8人的电商团队, 培养两名“网红”, 定期为企业直播带货。目前, 在部分脆片产品细分领域, 该企业品牌已具有很强影响力; 2019年“双十一”期间, 该企业实现电商销售收入600万元, 2020年全年销售收入预计达1亿元。

三是大力发展配套产业, 夯实直播电商基础。依托成功招引的颐高数字经济产业园项目, 与阿里旗下客户体验事业群团队达成初步合作意向, 拟引进阿里巴巴集团“客服县”项目, 为下一步邹城与阿里集团深入合作打下坚实基础。同时, 借助颐高杭州总部资源力量, 大力引入在杭州已经十分成熟的电商直播、创意策划等完整的电商产业链条, 助推邹城电商产业转型升级。依托山东琳哒电子商务有限公司, 大力开展“直播+电商”教育咨询及培训工作, 内容涵盖直播电商基础理论与平台解析、直播带货基本话术与流程、电商直播技巧与带货实操, 增强邹城电商从业者业务能力, 提升线上直播带货水平, 培育邹城“网红主播”; 截至目前, 已培训100余人次。