武汉市市级政府采购 采购需求和采购实施计划

项目名称： 第七届中国国际工业设计博览会服
务项目

采购人： 武汉市经济和信息化局

编制时间： 2024年09月

目 录

第一章 项目总论.....	1
一、 项目概况.....	1
二、 采购需求编制范围.....	2
三、 采购需求编制依据.....	2
第二章 采购需求.....	4
第三章 采购实施计划.....	4
一、 合同订立安排.....	21
二、 合同管理安排.....	33

第一章 项目总论

一、项目概况

(一) 采购项目的目标和建设内容

序号	采购标的名称	数量	单位	所属行业	要求/备注
1	中国国际工业设计博览会展务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供
2	中国国际工业设计博览会会务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供

要求/备注说明

核心产品	非单一产品采购项目，采购人应当根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定一个核心产品（采购清单中作与核心产品“相同（或同一）品牌”要求的产品，视为一个核心产品），并以“核心产品”在采购清单要求/备注栏中标注。
节能产品	采购清单要求/备注栏中注明“节能产品”的标的，为强制采购节能产品。依据财库（2019）9号文的规定，应提供国家确定的认证机构出具的节能产品认证证书。
进口产品	采购清单要求/备注栏中注明“进口产品”的标的。可使用进口产品参加投标竞争。
适宜中小企业提供	采购清单要求/备注栏中注明“适宜中小企业提供”的标的，应当按照招标文件要求全部或部分由联合体提供或进行合同分包。
合同分包	采购清单要求/备注栏中未注明“允许分包”的标的，不得合同分包。

其他要求：

服务期	合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日
-----	---------------------------

二、场地、进度等要求

- 1、采购项目进度要求：合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日
- 2、项目交货地：/

三、利害关系人

- 1、招标代理人：湖北中盛汇金项目管理有限公司
- 2、其他利害关系人：无

四、项目联系人及联系方式

1、采购人项目负责人： / _____

2、联系方式： 027-85316877

五、采购项目预算金额（最高限价）

第七届中国国际工业设计博览会服务项目拟于 2024 年 9 月开展招投标活动，本项目采购预算预计约为 697.7 万元，最高限价约为第 1 包：415.7 万元；第 2 包：282 万元。

六、采购需求编制范围

本项目采购需求明确了实现项目目标的所有技术、商务要求，功能和质量指标的设置要充分考虑到可能影响投标人报价和项目实施风险的因素。

采购需求符合法律法规、政府采购政策和国家有关规定，符合国家强制性标准，遵循预算、资产和财务等相关管理制度规定，符合采购项目特点和实际需要。

采购需求的内容完整、明确，并考虑后续采购竞争性、涉及后续采购的兼容性要求。本项目具体采购需求范围详见第二章。

本项目是否需要开展需求调查：否，原因：根据《政府采购需求管理办法》第十一条，第一款的规定 1000 万元以上的货物、服务采购项目，3000 万元以上的工程采购项目；应当开展需求调查。

七、采购需求编制依据

- （一）《中华人民共和国政府采购法》
- （二）《中华人民共和国政府采购法实施条例》
- （三）《中华人民共和国预算法》
- （四）《政府采购货物和服务招标投标管理办法》
- （五）《政府采购非招标采购方式管理办法》
- （六）《政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法》
- （七）《政府购买服务管理办法》
- （八）《政府采购需求管理办法》

- (九) 《政府采购信息公告管理办法》
- (十) 《政府采购质疑和投诉办法》
- (十一) 《政府采购进口产品管理办法》
- (十二) 《关于政府采购进口产品管理有关问题的规定》
- (十三) 《政府采购促进中小企业发展管理办法》
- (十四) 《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》
- (十五) 《财政部、民政部、中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策通知》
- (十六) 《财政部关于加强政府采购活动内部控制管理的指导意见》
- (十七) 《政府采购评审专家管理办法》
- (十八) 《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》
- (十九) 《武汉市市直部门单位政府采购工作规程》的通知
- (二十) 《市财政局关于转发财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》

第二章 采购需求

说明：“★”号标注的内容为实质性要求，必须满足或优于该要求，否则按照无效投标处理。

一、采购清单

序号	采购标的名称	数量	单位	所属行业	要求/备注
1	中国国际工业设计博览会展务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供
2	中国国际工业设计博览会会务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供

要求/备注说明

核心产品	非单一产品采购项目，采购人应当根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定一个核心产品（采购清单中作与核心产品“相同（或同一）品牌”要求的产品，视为一个核心产品），并以“核心产品”在采购清单要求/备注栏中标注。
节能产品	采购清单要求/备注栏中注明“节能产品”的标的，为强制采购节能产品。依据财库（2019）9号文的规定，应提供国家确定的认证机构出具的节能产品认证证书。
进口产品	采购清单要求/备注栏中注明“进口产品”的标的。可使用进口产品参加投标竞争。
适宜中小企业提供	采购清单要求/备注栏中注明“适宜中小企业提供”的标的，应当按照招标文件要求全部或部分由联合体提供或进行合同分包。
合同分包	采购清单要求/备注栏中未注明“允许分包”的标的，不得合同分包。

其他要求：

服务期	合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日
-----	---------------------------

二、项目概述

为贯彻落实中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》要求，发挥工业设计对生产要素集成创新和产业结构优化的牵引作用，在成功举办前六届中国国际工业设计博览会的基础上，举办第七届中国国际工业设计博览会，通过系列活动从设计、文化、产业等方面融合互动，展示我国工业设计发展水平和未来发展趋势，搭建工业设计交流合作平台。

三、采购需求执行的相关标准、规范

国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范：

序号	名称	标号或文号
1	展览会信息管理系统建设规范	GB/T 33489-2017
2	展览场馆功能性设计指南	GB/T 34395-2017
3	展览场馆服务管理规范	GB/T 36681-2018
4	品牌价值评价 展览业	GB/T 39068-2020
5	展览场馆运营服务规范	SB/T 10852-2012

四、技术要求

第一包：中国国际工业设计博览会展务服务项目

（一）展览规模及展区搭建

博览会面积 19000 平方米，设置地方展区、国际展区、武汉创新设计展区、未来产业概念设计专题展区、青年创意设计师专题展区等，剩余的面积公共功能服务区、展馆消防通道、参观通道等其他区域。

（二）主场服务

- 1.博览会的整体策划、展区规划、展位分配及展品物流仓储的协调，编制展馆平面布局图（含巡馆路线）。全面对接场馆，服从展馆相关安全监督和管理。前期审核所有搭建的报馆工作，审核搭建效果图、施工材料、用电、搭建安全等；现场设置安全巡视员，在布展、开展及撤展期间进行持续有效的安全管理工作，保障展会有序运行，提供专业有效的主场服务，并保障展会现场服务质量。
- 2.设置展商服务处，每日安排不少于 30 人负责对接工作，保障展前、开展、撤展期间主场搭建管理、展商对接、参观制证、媒体接待、问询答疑、资料发放、商务文印等各项工作，高峰时段采取人员限流措施，合理引导疏散人流。
- 3.负责落实展馆场地租赁、特装管理费、搭建加班费、电费、保洁费、灭火器租赁、宽带、组委会办公室租赁（1 间×4 天）和 8500 平方米阻燃地毯铺设等有关事宜。展会期间开启制暖空调，每天不少于 7 小时。
- 4.布置展商名录、现场导览、日程安排等大型功能背板。
- 5.制定安保、消防、医疗、保洁、食品安全等保障方案，突发事件应急预案，向公安、消防、安监等部门报批，并具体组织、协调相关的执行工作。
- 6.根据大型活动安保要求，开展人员分流、安全检查、身份查验等配套设施，科学合理设置入馆流程，对入馆人员及随身携带的物品进行安全检查，配备应急服务处、医疗服务处，做好应急处理措施，确保参展各方安全，保障活动顺利开展。
- 7.做好消防及安全保卫工作等，杜绝一切隐患。按展馆对展位需求配备灭火器，督促全馆按照规定摆放，安排专人现场巡视。预计活动人数约为 7000 人/天，投标人应组建与展会规模相匹配的安保力量，保证展会正常运行。
- 8.负责博览会期间人流、车流动线规划，保障车辆有序通行和停放，划分集体大巴车、嘉宾车辆、参观停车区域，保障展会安全出行。
- 9.为本次活动定制线上观众登记注册系统，引导参观人员现场扫码登记及制证，统计入场专业客商和观众数，汇总参展企业对接洽谈等相关信息。展会结束后形成展务工作总结报告，报采购方存档。
- 10.参与前期设计、主场运营及搭建执行团队至少 60 人，并提供 10 人驻场服务。其中包含具有丰富的大型展览经验，服务过国内同级别大型展览活动的专业骨干人

员 5 名，需提供人员名单、团队分工架构表（各项主要活动明确具体负责人）以及证明材料。

（三）展区布局及搭建要求

1. 布局搭建范围

（1）国际展区

展区面积 200 平方米，展示“一带一路”、金砖国家、欧盟、东盟、上合组织等相关成员国的优秀企业、高校、行业协会以及中国香港、中国澳门、中国台湾地区设计企业的优秀工业设计产品（作品）；世界绿色设计组织、国际青年绿色设计创新联盟等相关国际组织的优秀工业设计产品（作品）；德国红点奖、IF 奖等国际知名设计大奖的获奖作品；国际知名设计师的优秀工业设计产品（作品）。（由中标单位负责搭建）

（2）武汉创新设计展区

展区面积 500 平方米，展示武汉创新设计产品和设计服务能力，包括现代时尚消费区、系统解决方案区、工业设计中心区。其中现代时尚消费区重点展示武汉服装设计的数字化、定制化、柔性化趋势；系统解决方案区围绕集成设计、并行设计、生态设计等，重点展示供应链设计、数字化设计、先进工艺流程、系统集成、运维管理等一揽子服务方案；工业设计中心区重点展示武汉市国家级、省级、市级工业设计中心，以及国家工业设计研究院培育对象的创新设计产品和理念。（由中标单位负责搭建）

（3）未来产业概念设计专题展区

展区面积 500 平方米，展示国内未来产业创新发展重点方向产品，包括智能制造、生物制造、纳米制造、激光制造、循环制造，突破智能控制、智能传感、模拟仿真等关键核心技术延伸出的概念设计产品；体现柔性制造、共享制造等未来新概念模式的系统解决方案。（由中标单位负责搭建）

（4）青年创意设计师专题展区

展区面积 300 平方米，展示国内外知名青年设计师、全国青年设计师大赛获奖者、光华龙腾奖·中国设计业十大杰出青年获得者、福布斯·中国设计评选获奖者以及设计企业优秀青年设计师的创意设计产品（作品）。（由中标单位负责搭建）

（5）AIGC 创意设计专题展区

展示 AI 设计作品，涉及造型设计、服装设计、UI 设计、平面设计、包装设计、室内设计、建筑设计、广告设计、动画设计、展示设计、网站设计等创意行业。展示将以产品实物为主，图片、视频、文字相结合，现场将设置互动展台，观众可以沉浸体验设计与 AI 的结合，亲身感受设计师的创作过程，深入理解 AI 与设计的关系，丰富观众的观展体验。（由参展单位负责搭建）

（6）设计驱动型品牌专题展区

展示国内外产业系统设计优质实践成果，包括行业龙头企业、近年来涌现有自主品牌的生态链公司。重点展示其品牌理念、产品特点、系统解决方案、用户体验链、企业结构等方面，搭建优质案例的展示交流平台，助力落实“中国产品向中国品牌转变”国家战略的重要发展目标。（由参展单位负责搭建）

（7）数字产品专题展区

展示 5G 工厂、灯塔工厂、柔性生产线模式，数字产品展示：未来汽车、数字家庭大脑、数字酒店、数字文旅、数字应急安全城市建设（数字应急装备）等。（由参展单位负责搭建）

2.地方展区

展示能够体现各地工业设计发展水平的优秀工业设计企业和作品，包括国家级和省市级工业设计中心，重点包括装备制造行业、电子信息行业、消费品行业等相关行业。展示将以实物为主，模型、影视、图片文字相结合，适当增加体验和互动环节，提升观众的观展感受。按照展览规划，国家级工业设计中心以特装的形式参展，参展面积原则上不少于 54 平方米（6 个标准展位）。各省（区、市）组织展览面积不少于 180 平方米（20 个标准展位，不含地方的国家级工业设计中心），展览以特装形式呈现。（由各地工业和信息化主管部门和相关企业或单位负责搭建）

（1）配套服务设计及搭建

展商服务处设计方案需满足主场服务各项功能需求，内外场氛围布置围绕活动主题及主视觉设计搭建。（由中标单位负责搭建）

（2）设计及搭建要求

展区设计具有较好的整体感、科技感，造型设计新颖独特，色彩明快，符合主题和展示内容。各展区设计开放式布局，将科技元素融入展台设计中，针对不同的展示内容

进行巧妙的艺术、视觉、互动或多媒体等手段加工，采用声光电多种表现形式，合理规划空间布局，使展区整体呈现品质感，并单独配置无线网络。

制作与工艺水平达到国际博览会水平，展具搭建材质符合行业标准，达到国家规定的环保质量要求及标准，保质保量；展台内部结构安全稳固，严格按照图纸设计和行业标准施工；展台工艺细致，结构和展柜面饰采用烤漆工艺，细节材质展现展览匠心；组织富有经验的管理和施工人员进行制作、搭建工作；设计效果与实际效果保持一致，在规定时间内完成布展，并确保工程质量和安全。

由于展会规格高，代表国家工业设计最高水平，以下展区必须提交两套设计图以供选择：

（1）国际展区

包含国家（地区）展示区、设计组织展区、国际知名设计奖展区和国际知名设计师展区四大板块。设计风格应采用国际化的元素和时尚化的色彩方案，并充分利用灯带等发光设备营造感观氛围，整体视觉效果通透。陈列展台、展柜采用轻量模组工艺处理，具备日常存储功能（带锁）。

展览形式：产品静态展示、图文展板等。

（2）武汉创新设计展区

包含现代时尚消费区、系统解决方案区、工业设计中心区三大板块，以企业产品展示为主。其中现代时尚消费区重点展示武汉服装设计的数字化、定制化、柔性化趋势；系统解决方案区围绕集成设计、并行设计、生态设计等，重点展示供应链设计、数字化设计、先进工艺流程、系统集成、运维管理等一揽子服务方案；工业设计中心区重点展示武汉市国家级、省级、市级工业设计中心，以及国家工业设计研究院培育对象的创新设计产品和理念。设计方案应综合考虑产业创新发展特点，体现武汉城市、历史、生态和文化特色。展区将邀请本市约 30 家工业设计相关企业参展，每家企业需配备灯箱介绍、陈列展台、存储柜（带锁），陈列展台、展柜采用木结构烤漆工艺处理。展区设置 LED 大屏（面积不少于 20 平方米）、接待台、产品展示区和洽谈区。

展览形式：产品静态展示、数字影像、图文展板等。

（3）未来产业概念设计专题展区

展示国内未来产业创新发展重点方向产品，设计方案要求具有一定的创新性和独特性，设计风格、造型上与传统展区有一定区分，充分体现未来、科技、智能等代表展区特点的因素，并充分利用数字影像、光影科技、人机互动等手段，体现展区特征。设置LED屏幕不少于20平方米，设置接待台、产品展示区和互动体验区。产品陈列展台、展柜采用桁架、铝型材等环保工艺或木结构工艺处理，具备日常存储功能（带锁）。

展览形式：产品静态展示、3D交互展示、数字影像、互动装置等。

（3）青年创意设计师专题展区

以青年设计师创意设计作品展示为主，综合产品设计与概念设计作品。设计方案要体现年轻的时尚与活力，在风格上应突出青年设计师敢于打破常规的闯劲和创新思维，通过使用具有年轻人特色的元素和符号来展现青年设计师的个性、活泼和热情。陈列展台、展柜采用桁架、铝型材等环保工艺处理，具备日常存储功能（带锁）。

展览形式：产品静态展示、图文展板、艺术装置美陈等。

（四）展务相关物料设计、印刷、采购工作

- （1）宣传刊物设计、排版与制作，包含展商手册300本，会刊500本（内容须包含导语、基本信息、展位目录、企业介绍），定制环保帆布资料袋500个。印刷类手册物料尺寸：210mm×285mm左右；用纸：封面选用250克特种纸特殊工艺精装，要求纸张纹理突出、有触摸感；内页纸张品相高雅、印质强、肌理自然、舒适环保。导览图500份，A2纸折页，128克铜版纸。
- （2）展务相关物料设计与制作，包括1000个高品质商务活动参展证（材质：双面PVC定制，含贵宾证、嘉宾证、媒体证、参展证、工作证、志愿者证等相关证件）；车辆通行证100张（须标注嘉宾停车动线及区域）等。
- （3）志愿者选拔、培训及统一置装等。
- （4）展商签到、证件登记、参展企业调查问卷等相关表格的设计及制作。

（五）展馆外围广告

营造展馆内外活动氛围，承担活动期间场地周边广告发布、制作、搭建和拆除工作等费用，要求包括但不限于以下方面：

序号	发布地点	内容
1	展馆外墙体连接馆广告	B 区 2 个连接馆 22.2m×9m×2 幅
2	馆内吊旗	B 区 2 个馆 3m×5m×30幅
3	展馆内环廊包柱	6 个单柱，四面，每面 9 m ²
4	道旗	B 区 1.2m×3.5m×15幅
5	入口大门楼造型	15m-30m, 根据实际测量数据
6	出口小门楼造型	15m, 根据实际测量数据
7	竖式三面广告	国博大道出入口 4.5m×10m×6 幅
8	登录厅正门广告	16.5m×7.5m×1幅
9	导视牌	周边道路及展馆外围导视牌

（六）展商与客商邀约

- (1) 协助承办单位做好武汉创新设计展区的展商邀约，包括纺织服装设计企业、系统解决和数字化转型方案投标人，以及国家级、省市级工业设计中心、工业设计研究院，企业数量约 30 家。
- (2) 协助主、承办单位做好参展企业的客商邀约，主要包括面向设计创新型制造企业的供应链上下游企业资源，采购商、代理商等商贸资源，科技创新与成果转化资源，以及需要工业设计服务、系统解决方案和数字化转型方案服务的，有转型升级需求的中小制造企业，人数约 200 人。
- (3) 广泛发动汽车及零部件、电子信息、生物医药、装备制造、现代消费品等行业资源，利用博览会平台进行供需对接。

（七）展务总结

- (1) 做好博览会展务各项资料留档、成果收集汇总、数据统计工作。
- (2) 对本届博览会展务各方面工作进行全面总结，主要就成效及存在问题等方面进行深入剖析，形成总结报告，上报至采购方。
- (3) 在总结本次博览会的基础上，对今后博览会的举办提出文字性建议。

第二包：中国国际工业设计博览会会务服务项目

（一）新闻发布会

- (1) 为进一步扩大活动影响力，主办单位将于开展前在汉召开新闻发布会，时长约 2 小时，需邀请 30 家媒体（包括报纸、电视、广播、网络）参会，并予以报道。
- (2) 会场要求：新闻发布会在专业场地举办，配合活动需求布置各项工作。（由中标单位根据采购人具体要求完成）
- (3) 提供交通保障、酒店住宿、工作餐、媒体邀约、新闻宣发等会务服务。

（二）广告宣传

投标人须承担博览会前期、期间以及后期所有广告宣传、媒体报道等宣传推广工作及费用。宣传要体现创新创意，宣传周期贯穿整个博览会期间（含前期造势及后续跟踪报道），在传播上策划预热事件，实现主流媒体多角度、多层次正面报道，要求包括但不限于以下方面：

（1）主流媒体宣传

电视台：博览会开幕当天新闻须在中央电视台中播出，活动相关信息须在省市新闻中有专题报道及宣传等。

纸媒：人民日报、经济日报、中国工业报、湖北日报、长江日报等（含其线上客户端及微信公众号），不少于 10 家报纸，博览会期间持续三天的跟踪报道（须含有长江日报重点版面整版专题 1 期及头版倒计时一周、不少于 5 篇深度报道等）。

电台：中国之声、楚天交通台、楚天都市广播等。

网络媒体：新华网、人民网、光明网、中国青年网、长江网、荆楚网、工业设计网等大型门户网站及行业媒体。

（2）新兴媒体宣传

各类新媒体、自媒体、融媒体等多平台，全渠道、全覆盖、全平台宣传。包括但不限于：央视频、微信、微博、学习强国、今日头条、抖音、视频号等渠道推广。建立博览会微信公众号，策划推送计划，展会期间开展实时更新宣传。

在新兴媒体领域具有丰富策划经验，具备大型展会微信公众号策划运营能力（作为账号主体）。其中，博览会微信公众号二维码图片、账号主体信息截图及过往类似案例公众号界面录屏视频，须在开标当天通过电子 U 盘密封提交。

(3) 宣传资料

活动全程专业高清摄影摄像，采集相关素材及制作，活动结束后制作相关专题视频。

(三) 开幕式暨主论坛策划及现场执行

第七届中国国际工业设计博览会开幕式暨主论坛于 11 月 20 日上午举行，场地位于武汉国际会议中心，面积 1000 平米，需提供以下服务：

- (1) 配合采购人做好相关方案及落实工作，策划并设计整体氛围布置包装视觉系统，隆重且具有品质感。
- (2) 活动期间（按彩排 1 天，活动半天计），现代化舞美灯光搭建、氛围布置、LED 大屏（清晰度要求为 P2）及 150 平方米以上舞台、高品质线阵音响等。
- (3) 嘉宾及专家邀请。协助主办和承办单位邀请工信部领导，省市领导，国内工业设计顶级专家，全国知名工业设计公司负责人出席开幕式。
- (4) 活动流程时长按 2 小时，需策划完善的开幕式暨主论坛流程执行方案，提出 2 套富有新意的启动仪式方案及配套视频，并提供开幕式物料、平面和音视频设计制作等服务。（2 套启动仪式视频样片须在开标当天通过电子 U 盘密封提交，时长各约 30 秒）
- (5) 多机位摄影摄像，包含专业省级电视台摇臂，多机位拍摄，现场直播切换台等。
- (6) 执行工作。包括总导演、场外主持人、音响师、舞美灯光师、现场直播导播等专业岗位配置，礼仪、执行人员、志愿者等执行保障。

(四) 设计强市（武汉）供需对接会

供需对接会于 11 月 20 日下午在展馆举行（占地 300 平方米），重点策划落实对接会流程，执行供需企业对接、签约、嘉宾演讲等环节。

借助此次活动的优势和影响力，开展以会招商，谋划一批签约意向项目，并做好此次活动的全程服务保障工作。需提供以下服务：

- (1) 活动期间（按彩排 1 天，活动半天计）现代化舞美灯光搭建、LED 大屏（不少于 80 平方米，清晰度要求为 P2）及 96 平方米以上舞台、高品质线阵音响、150 把嘉宾椅。
- (2) 演讲嘉宾及供需企业邀请。需协助主办和承办单位邀请国内外知名专家 4 名、工业设计相关知名企业 20 家参与企业对接并出席活动，并组织不少于 80 家企业参会。
- (3) 产业对接及供需交流：谋划本区域企业与先进地区企业现场交流对接，确保签约项目不少于 10 个。
- (4) 项目签约：全程参与、协助采购人做好项目签约工作，确认签约单位和双方代表，设计签约流程及签约背景画面，现场安排礼仪有序组织签约环节，配合采购人做好相关方案及落实工作。
- (5) 策划完善的供需对接会流程执行方案，并提供配套的签约道具、会议物料和宣传印刷品，包括邀请函等。
- (6) 多机位摄影摄像，包含专业省级电视台多机位拍摄，现场直播切换台等。
- (7) 执行工作。包括总导演、主持人、音响师、舞美灯光师、现场直播导播等专业岗位配置，礼仪、执行人员、志愿者等执行保障。

（五）接待及会务服务方案

（1）搭建工作

设计并搭建现场会务接待氛围，设置接待处、背景板、动线导视等，制定相关搭建方案并予以实施。

（2）会务服务工作

① 制定会务各项服务细化接待方案，满足智慧化会务接待需求，包括信息管理方案、食宿方案、交通方案等。

② 承办投标人应承担包含但不限于以下事项及相关费用：会务食宿、交通安排、会务物料及布置等。

往返机票：特邀及招商签约嘉宾 15 名国内往返武汉全价机票，按公务舱标准。

住宿：特邀及招商签约嘉宾 20 人（按 2 天计），入住武汉国际会议中心（地址：武汉市汉阳区晴川大道 666 号）；参会人员 260 人（按 4 天计），入住周边星级酒店；专业客商 150 人（按 2 天计），入住周边商务酒店。住宿标准均按单间。

市内交通：保障特邀嘉宾、招商签约嘉宾等参会人员市内交通，商务别克车按 50 台次、考斯特按 10 台次计。

工作餐：参会人员自助餐（每天按 260 人计，地点：武汉国际会议中心），按 100 元/餐标准，每天 2 餐，共 3 天；工作人员（按 150 人计），按 40 元/餐标准，每天 2 餐，共 4 天。

③ 系列活动现场设有明确导视系统，设立酒店咨询服务处，便于嘉宾报到、新闻采访、参会咨询；配合进行相关资料发放，为参观者提供展会向导服务等。

④ 制定会务期间安全保障及突发事件应急方案，并配合相关部门组织实施。

⑤ 组建会务接待志愿者团队（40 人规模，按 4 天计），提前培训及统一工作要求、服务规范，并落实现场执行工作。

⑥ 现场提供资料复印、商务文具等相关配套服务。

（3）线上智慧会务系统

定制会务接待手机端会务通，策划并落实线上智慧会务系统（包括会议邀请、电子签到、24 小时会务管家等），采用 HTML5、CSS3、JavaScript 系统，响应式设计，建立后台 AJAX 数据交互及数据库，并提供路径规划等地图导览服务，借助手机端系统开发实现会务各项服务功能，扩大活动影响力。（展会定制会务系统演示视频开标当天通过电子 U 盘密封提交，时长约 3 分钟。）

（4）资料设计及制作

① 印刷物料统一视觉设计、高端印刷工艺，需提供打样服务，打样通过后方可正式印刷制作。

② 会务手册（内容包括博览会简介、欢迎词、组织机构、博览会日程、活动内容、用餐安排、用车服务、会议服务、场地信息、会务团队等）设计、排版与制作。数量：400 份，尺寸：210mm×285mm；用纸：封面选用 250 克特种纸特殊工艺精装，要求纸张纹理突出、有触摸感；内页纸张品相高雅、印质强、肌理自然、舒适环保。

③ 重要嘉宾邀请函的高品质感内页和外包装设计制作（外壳 600g 艺术纸，内页 250g 珠光纸，配 150g 珠光纸信封）。

（5）安全保卫及应急预案

① 保障会务接待及活动各环节安全工作，包括会务接待、搭建等安全工作，杜绝一切隐患。

② 做好现场突发事件预案，及时对突发事件进行有效控制和处理。

(6) 活动总结

在总结本次博览会的基础上，对今后博览会的举办提出文字性建议。

五、商务要求

序号	要求项目	服务要求标准
1	团队要求	第一包 团队负责人要求：长期负责大型展览活动策划、组织、实施工作，具有丰富的活动组织管理经验和专业知识，有同类活动成功操作经历，拥有丰富的展览展示、工业设计等行业资源。 具体活动执行负责人要求：熟悉展览搭建、工业设计等方面业务，举办过业界具有影响力的大型展览展示活动，组织、沟通、抗压能力强，具有责任心。 参与本次系列活动策划及执行团队至少 60 人以上，并提供 10 人驻场服务。提供团队构架（各项主要活动明确具体负责人）、职责分工、相关项目责任人的从业资历信息。
		第二包 团队负责人要求：长期负责大型活动策划、组织、实施工作，具有丰富的会务组织管理经验和专业知识，有同类活动成功操作经历。 具体活动执行负责人要求：负责过业界具有影响力的大型展会会务接待，组织、沟通、抗压能力强，具有责任心。 投标人应根据会务服务基本情况，组建不少于 35 人及以上的服务团队（不含志愿者）并提供 10 人驻场服务。提供团队构架（各项主要活动明确具体负责人）、职责分工、相关项目责任人的从业资历信息等。
2	服务期限	合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日

3	采购资金的支付方式、时间、条件	每包项目合同签订后按采购人资金支付进度付款50%，展会结束后经采购方验收各项服务符合招投标条件要求，付清余款，具体情况以中标投标人与采购人双方签订合同条款为准。
4	投标报价	<p>所有投标报价均以人民币元为计算单位。只要投报了一个确定数额的总价，无论分项价格是否全部填报了相应的金额或免费字样，报价均被视为已经包含了但并不限于各项购买服务、货物及其所有配套实施内容以及所需缴纳的所有价格、税、费等。在其他情况下，由于分项报价填报不完整、不清楚或存在其他任何失误，所导致的任何不利后果均应当由投标人自行承担。</p> <p>投标人应在“开标一览表（报价表）”上标明“投标人名称、投标价格、招标文件规定的需要宣布的其他内容（具体详见开标一览表格式规定）”。投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现。投标人投报多包的，应对每包分别报价并分别填报开标一览表。包括投标人完成本项目所需的一切费用。</p> <p>投标人应在“投标分项报价表”上标明本合同拟提供服务项目的单价（如适用）、数量、合计价格及格式规定的其他事项。每标包只允许有一个报价，任何有选择性的报价或者有附加条件的报价采购人将不予接受，并按无效投标处理。</p> <p>投标人在投标截止时间前修改投标文件中报表报价的，应同时修改“开标一览表（报价表）”及“投标分项报价表”中的相应报价，投标总价为各分项金额之和。</p> <p>投标人报价应为完成本次招标范围内全部内容的所有费用，投标人应根据项目要求和现场情况，详细列明项目所需的人力、物力、财力等，以及所有人工、管理、公共活动意外险、财务等所有费用，如一旦中标，中标人报价的任何错报、漏报导致的一切不利后果由中标人自行承担，采购人不再支付任何费用，合同签订时不予调整。</p> <p>投标人所报人工等单价在合同执行过程中是固定不变的，投标人应以充分考虑合同期间的市场风险和国家政策性调整风险系数，并计入总报价，投标人不得以任何理由在合同执行期间予以价格调整。</p>

5	最高限价	本项目设置最高投标限价。 最高限价为：第 1 包：415.7 万元；第 2 包： 282 万元 投标人开标一览表（报价表）中的大写报价或 算术错误修正后的投标报价大于最高投标限价的， 其投标无效。
---	------	---

六、采购标的的验收标准

（一）由于投标人原因造成博览会不能按时进行，导致不良影响的，采购人有权拒付费用。

（二）投标人所提供的服务，如出现质量、安全等不符合国家相关规定要求的问题，由投标人负责处理并赔偿由此给采购人造成的经济损失，如造成不良影响，采购人有权不予支付余款。

七、演示材料要求（适用于第 2 包）

演示材料内容要求：为确保投标人确实有能力按照文件要求完成好本项目，投标人应提供相应的视频材料。演示主要内容应包含以下内容：

1.新兴媒体宣传：在新兴媒体领域具有丰富策划经验，具备大型展会微信公众号策划运营能力（作为账号主体）。其中，博览会微信公众号二维码图片、账号主体信息截图及过往类似案例公众号界面录屏视频，须在开标当天通过电子 U 盘密封提交。

2.开幕式暨主论坛策划及现场执行：活动流程时长按 2 小时，需策划完善的开幕式暨主论坛流程执行方案，提出 2 套富有新意的启动仪式方案及配套视频，并提供开幕式物料、平面和音视频设计制作等服务。（2 套启动仪式视频样片须在开标当天通过电子 U 盘密封提交，时长各约 30 秒）

3.线上智慧会务系统：定制会务接待手机端会务通，策划并落实线上智慧会务系统（包括会议邀请、电子签到、24 小时会务管家等），采用 HTML5、CSS3、JavaScript 系统，响应式设计，建立后台 AJAX 数据交互及数据库，并提供路径规划等地图导览服务，借助手机端系统开发实现会务各项服务功能，扩大活动影响力（展会定制会务系统演示视频开标当天通过电子 U 盘密封提交，时长约 3 分钟）。

材料提交方式：视频应存入 U 盘中单独密封现场提交。现场递交的代表须手持法定代表人授权委托书，否则拒绝接收。

材料提交地点及时间：提交至湖北中盛汇金项目管理有限公司会议室（联系电话：027-82822091），演示材料提交截止时间同项目投标文件递交截止时间，未按时递交演示材料的一律拒绝接受

第三章 采购实施计划

一、合同订立安排

(一) 采购项目预(概)算、最高限价：第1包：415.7万元；第2包：282万元

序号	采购标的名称	数量	单位	所属行业	要求/备注
1	中国国际工业设计博览会展务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供
2	中国国际工业设计博览会会务服务项目	1	项	租赁和商务服务业	适宜中小企业提供

(二) 开展采购活动的时间安排

序号	任务内容	计划完成天数
1	采购意向拟公开时间	30个日历天
2	采购需求形成时间	7个日历天
3	采购文件编制时间	3个日历天
4	采购公告计划发布时间	5个工作日
5	开标时间	1个工作日
6	评标时间	1个工作日
7	定标时间	5个工作日
8	中标通知书发出时间	1个工作日
9	合同签署时间	30个日历天
10	政府采购合同备案	合同签订后2个工作日

(三) 落实政府采购政策功能情况

1. 强制采购节能、优先采购环保产品政策：

为落实政府采购强制、优先采购节能产品政策的要求，本项目采购标的中，需实施政府强制采购的节能品目清单产品类别为(无)。

对于采购标的中应落实优先采购环境标志产品的政府采购政策。采购人和采购代理机构应当依据国家确定的认证机构出具的处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购。（本项目通过评审优惠方式体现优先采购原则，在招标文件中明确）

2. 促进中小企业发展政策：

根据采购人预算安排及《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定，本项目为非专门面向中小企业预留采购份额的采购项目，所有符合资格条件的投标人均可参加投标。

为落实政府促进中小企业发展政策的要求，本项目采购标的物所属行业租赁和商务服务业投标人提交中小企业声明函时，应根据相应行业填写。

（四）采购组织形式和委托代理安排

组织形式：分散采购 本项目采购标的物为服装，不在集中采购目录内，属于分散采购目录。

委托代理机构：湖北中盛汇金项目管理有限公司

（五）采购包划分与合同分包

1、本项目划分为2个项目包。

2、多包投标规定：

投标人可同时对本次招标采购包中的2个采购包投标。采购人按下列原则选择中标人：

如果同一投标人在多个采购包中均排序第一，投标人最多只允许中标1个采购包，按照其得分排序第一的采购包包号数字从小到大的顺序，投标人在前面采购包被推荐为第一中标候选人后，所投其他采购包将不再被推荐为中标候选人。

（六）投标人资格条件

一般要求	1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定，即： (1) 具有独立承担民事责任的能力； (2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度； (3) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力； (4) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录； (5) 参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录； (6) 法律、行政法规规定的其他条件。
------	--

特定要求	无
信用及投标人禁止性要求	<p>单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加本项目同一合同项下的政府采购活动。</p> <p>为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的，不得再参加本项目的其他招标采购活动。</p> <p>未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单，未被列入政府采购严重违法失信行为记录名单。</p>
落实政策要求	专门面向中小企业（监狱企业、残疾人福利性单位、联合体各方均为中小企业的联合体、符合中小企业划分标准的个体工商户视同中小企业）；

（七）采购方式

（1）采购方式

公开招标

邀请招标

竞争性谈判

竞争性磋商

询价

单一来源采购

其他采购方式： /

选择采购方式的理由：本项目采购预算为 697.7 万元，最高限价为第 1 包：415.7 万元；第 2 包：282 万元；，根据《湖北省政府集中采购目录及标准》（2021 年版）公开招标数额标准，“政府采购货物和服务项目，省级单项或批量采购达到 400 万元以上、市县级 200 万元以上的应当采用公开招标方式，其中武汉市市本级执行省级公开招标数额标准”，本项目为武汉市市本级应当实行公开招标。

（2）采购方式是否需要财政部门批准：

不需要

需要，报批安排：____/____

(三) 竞争范围

公开方式

邀请方式，依据：_____

报价竞争：总价竞争

(四) 评审规则

最低评标价法，选择该评审规则的理由：_____

综合评分法，选择该评审规则的理由：根据《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第五十三条、第五十四条之规定，评标方法分为最低评标价法和综合评分法；技术、服务等标准统一的货物服务项目，应当采用最低评标价法。但本项目所采购的货物、技术及服务非统一标准，采用综合评分法，具体评分细则如下：

(一) 评分标准 (第1包)

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
价格部分 (10分)	价格	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 价格权值 × 100 价格权值 = 10% 备注：符合投标人须知中价格扣除规定的，在评审时予以价格扣除，用扣除后的价格参与评审。</p>
商务部分 (15分)	类似业绩	6	<p>投标人参与执行过与本项目类似设计创新或产业发展类省级及以上展会的，每提供1项业绩得1分，满分6分。 证明材料： (1) 业绩时间：2020年1月1日至投标文件递交截止时间。 (2) 须提供中标公示截图或中标通知书或合同证明文件（相关证明文件中应标注出能判定“类似性”省级及以上展会的位置）。 (3) 上述类似履约案例的证明材料的符合性和是否具有类似性均由评标委员会判定，如果资料不全或经评委认定不具有类似性的，该项业绩不计分。</p>
	市场化能力	2	<p>投标人主办或承办过与本项目内容相关的综合展览或专业展览，每项得0.5分，满分2分。 证明材料： (1) 有效时间：2020年1月1日至投标文件递交截止时间。 (2) 须提供作为活动主办方或承办方的正式方案（或合作协议、报批材料）及完结证明（展馆结算清单、合同发票等）。 (3) 上述类似展览的证明材料的符合性和是否具有类似性均由评标委员会判定，如果资料不全或经评委认定不具有类似性的，该项展览不计分。</p>
		2	<p>投标人具备专业观众组织能力。能调动汽车及零部件、电子信息、生物医药及医疗器械、装备制造等领域行业资源，推动协会、商会、团体、联盟等组织企事业单位广泛参与，利用博览会平台开展商务交流与经贸合作。 每获取一个行业协会、商会、团体或联盟资源可得</p>

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
			0.5分，最高分2分。 证明材料：合作方盖章的证明文件，格式自拟。
	项目团队	5	根据投标人拟投入团队分工架构进行评分，其中参与前期设计、主场运营及搭建执行团队至少60人以上，并提供10人驻场服务，具有丰富的大型展览经验，服务过国内同级别大型展览活动的专业骨干人员5名，此项满分5分。 注：投标人必须对上述需求进行响应，完全满足本项目采购内容的得5分，有缺陷或不全面不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）团队分工架构不合理；（2）人数不符合要求；
技术部分 (75分)	主场服务	6	根据投标人整体策划思路、设计制作工艺、规划布局动线打分，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		6	对整体布展、开展、撤展期间的组织措施、施工规范、服务保障措施提出解决方案，包括主场服务方案、展商管理系统、施工组织规范、施工安全管理、人员票证管理等，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）方案可执行性；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		8	围绕展会整体观众管理、安保执行、保洁方案、消防措施、人车动线规划、餐饮保障、医疗服务、应急预案等打分，此项满分8分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得8分，每有一处缺陷或不全面扣1分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）方案可执行性；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
		6	对线上观众登记注册系统的整体方案、实践案例打分，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣3分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）解决方案不合理或无实践案例。
		5	投标人应对展馆现场进行查勘和对接，具备协调展馆对相关主场服务提供支持的能力，确保主场服务的各项方案合理且具备可执行性。 证明材料：投标人提供相关承诺函（格式自拟），满足要求的得5分，不满足或未提供不得分。
	展区 布局方案	12	根据投标人武汉创新设计展区提交的设计理念、分区布局、城市元素、造型氛围进行评分，此项满分12分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得12分，每有一处缺陷或不全面扣3分，未响应或未提供两套方案的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）分区布局未考虑现代时尚消费区、系统解决方案区、工业设计中心区三大版块，或遗漏大屏、接待台或洽谈区，或不满足30家企业展示需求；（3）行业理解不够深入，设计内容缺乏武汉特色；（4）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		6	根据投标人未来产业概念设计专题展区提交的设计理念、分区布局、造型氛围进行评分，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应或未提供两套方案的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）行业理解不够深入，设计方案缺乏未来感、科技感，施工清单未体现数字影像、光影科技、人机互动等手段；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		4	根据投标人国际展区提交的设计理念、分区布局、造型氛围、施工清单进行评分，此项满分4分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得4分，每有一处缺陷或不全面扣1分，未响应或未提供两套方案的不得分。

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
			有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）分区布局未考虑国家（地区）展示区、设计组织展区、知名设计奖展区和知名设计师展区四大板块；（3）国际化理解不够深入，设计元素风格、色彩搭配无新意，与国际化调性不匹配；（4）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		6	根据投标人青年创意设计师专题展区提交的设计理念、造型氛围、艺术装置进行评分，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应或未提供两套方案的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）行业理解不够深入，设计与青年设计师调性不匹配；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		6	根据投标人提供的配套区域设计及搭建方案进行评分，包括展商服务处、内外场氛围布置，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣3分，未响应不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）行业理解不够深入，设计与工业设计博览会主题不匹配；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
	展务资料设计	6	针对投标人提供的博览会主视觉、定制环保帆布资料袋、系列证件、志愿者服装、车辆通行证、指引导视设计方案进行打分，此项满分6分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣1分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与工业设计博览会主题不匹配；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
	外围广告	4	根据投标人提供的展馆外围广告策划、搭建材质、视觉设计、数量分布进行评分，此项满分4分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得4分，每有一处缺陷或不全面扣1分，未响应的不得分。

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
			有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
合计		100	

（二）评分标准（第2包）

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
价格部分 (10分)	价格	10	<p>满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分=（评标基准价 / 投标报价）×价格权值×100 价格权值=10% 备注：符合投标人须知中价格扣除规定的，在评审时予以价格扣除，用扣除后的价格参与评审。</p>
商务部分 (15分)	类似业绩	10	<p>投标人参与执行过类似项目的，每提供1项业绩得2分，满分10分。 类似项目是指：设计创新或产业发展类省级及以上会务。 证明材料： 1. 业绩时间：2020年1月1日至今 2. 须提供中标公示截图或中标通知书或合同证明文件（相关证明文件中应标注出能判定“类似性”及省级以上会务的位置）。 3. 上述类似履约案例的证明材料的符合性和是否具有类似性均由评标委员会判定，如果资料不全或经评委认定不具有类似性的，该项业绩不计分。</p>
	市场化能力	3	<p>根据投标人拟投入团队分工架构、专业人员数量、骨干人员服务经验打分（其中参与广告宣传、会务接待等各项工作至少35人及以上，并提供10人驻场服务；具有丰富的会务服务经验，服务过国内同级别大型会务活动的专业骨干人员5名，此项满分3分。 注：投标人必须对上述需求进行响应，完全满足本项目采购内容的得3分，有缺陷或不全面不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）团队分工架构不合理；（2）人数不符合要求；</p>

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
		2	项目负责人具有类似项目工作经验得 2 分（须提供项目合同、劳动合同），经验不足或资料不全不得分。
技术部分 (75 分)	整体策划	10	根据投标人所提交整体策划、项目策略、行业资源、会务管理、配套服务等评分，此项满分 10 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 10 分，每有一处缺陷或不全面扣 2 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
	创新举措	6	对整体会务接待模式进行打分，包括创新优化手段、个性化服务、线上线下结合等，此项满分 6 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 6 分，每有一处缺陷或不全面扣 2 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
	新闻发布会	3	根据投标人提供新闻发布会方案，包括整体策划、会务执行、媒体宣发等打分，此项满分 3 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 3 分，每有一处缺陷或不全面扣 1 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
	广告宣传	6	根据投标人整体宣传策略、亮点提炼、预期效果评分，此项满分 6 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 6 分，每有一处缺陷或不全面扣 2 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
5		在主流媒体领域具有广泛的资源和实操经验，负责的相关活动被中央电视台、人民日报、新华社等国家级媒体宣传报道，1 次得 1 分；被湖北电视台、长江日报等省级媒体宣传报道，1 次得 0.5 分，此项满分 5 分。	

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
			注：投标人须按照国家级、省级媒体类别提供实操案例清单及佐证材料（合作协议、新闻及报纸报道截图等，截图应附带该报道为投标人负责活动的关联材料），案例清单、佐证材料、关联材料缺失不得分。
		6	<p>在新媒体领域具有丰富策划经验，具备大型展会微信公众号策划运营能力（作为账号主体）。具备过往类似案例的得3分，具备账号运营经验的得3分。满分6分，不满足不得分。</p> <p>证明材料：（1）新媒体宣传案例；（2）公众号二维码图片、账号主体信息截图及过往类似案例公众号界面录屏视频，开标当天通过电子U盘密封提交。</p>
	开幕式暨主论坛	6	<p>根据开幕式暨主论坛整体方案打分，包含流程策划、启动仪式、执行方案进行评分，此项满分6分。</p> <p>注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应的不得分。</p> <p>有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）流程策划中，流程设计、舞美方案及氛围布置等细节不完善；（3）启动仪式未提供2套视频样片不得分（开标当天通过电子U盘密封提交）。</p>
		4	<p>投标人具备嘉宾及专家邀约能力，协助主办方邀请国内工业设计顶级专家、全国知名工业设计公司负责人出席开幕式暨主论坛，提供专家和企业负责人邀约清单，过往合作案例和证明材料。</p> <p>注：（1）投标人提供不少于10名邀约嘉宾得2分；（2）投标人提供不少于20名邀约嘉宾得4分；（3）未提供或材料不全不得分。</p>
	供需对接会	6	<p>根据投标人提供的供需对接会总体策划、舞美搭建、执行方案进行评分，此项满分6分。</p> <p>注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得6分，每有一处缺陷或不全面扣2分，未响应的不得分。</p> <p>有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）流程设计等细节不完善；（3）执行方案不合理。</p>
		4	<p>供需对接企业邀约，根据投标人是否按照要求邀请工业设计相关知名企业20家参与企业对接并出席活动，组织不少于80家企业参会，提供对接清单情况进行评</p>

评标项目	评标分项	分值	子项目及分值
			分，此项满分 4 分。 注：（1）投标人提供不少于 20 家对接企业清单得 2 分；（2）投标人提供不少于 80 家参会企业清单得 2 分；（3）未提供不得分。
		5	根据投标人提供的相关资源，摸排企业合作意向（包括项目名称、合作内容等信息）进行评分，此项满分 5 分。 注：（1）要求至少提供 5 个合作意向，未提供 5 个的不得分；（2）在 5 个基础上，每多提供一个合作意向得 1 分，满分 5 分。
	会务接待	6	根据投标人类似展会线上会务系统开发及运营经验，具备经验且能提供系统演示视频得 6 分，不满足不得分。（展会定制会务系统演示视频开标当天通过电子 U 盘密封提交）
		4	根据会务整体接待方案打分，包含接待流程、配套服务、人员安排、印刷物料等，此项满分 4 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 4 分，每有一处缺陷或不全面扣 1 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
		4	根据投标人会务服务内容打分，包括但不限于住宿、用餐、交通、票务等，此项满分 4 分。 注：投标人必须对上述需求分别进行响应，完全满足本项目采购内容的得 4 分，每有一处缺陷或不全面扣 1 分，未响应的不得分。 有缺陷或不全面是指：（1）响应内容遗漏不完整；（2）响应内容与项目目标及初衷不一致；（3）未能提出对应措施或解决方案不合理。
合计		100	

二、合同管理安排

(一) 合同类型：合同类型按照民法典规定的典型合同类别，结合采购标的的实际情况确定。

买卖合同

建设工程合同

技术合同

物业服务合同

委托合同

其他：_____

选择合同类型的理由：_____

(二) 定价方式：

固定总价，要求：所有投标报价均以人民币元为计算单位。只要投报了一个确定数额的总价，无论分项价格是否全部填报了相应的金额或免费字样，报价均被视为已经包含了但并不限于各项购买服务、货物及其所有配套实施内容以及所需缴纳的所有价格、税、费等。在其他情况下，由于分项报价填报不完整、不清楚或存在其他任何失误，所导致的任何不利后果均应当由投标人自行承担。

投标人应在“开标一览表（报价表）”上标明“投标人名称、投标价格、招标文件规定的需要宣布的其他内容（具体详见开标一览表格式规定）”。投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现。投标人投报多包的，应对每包分别报价并分别填报开标一览表。包括投标人完成本项目所需的一切费用。

投标人应在“投标分项报价表”上标明本合同拟提供服务项目的单价（如适用）、数量、合计价格及格式规定的其他事项。每标包只允许有一个报价，任何有选择性的报价或者有附加条件的报价采购人将不予接受，并按无效投标处理。

投标人在投标截止时间前修改投标文件中报表报价的，应同时修改“开标一览表（报价表）”及“投标分项报价表”中的相应报价，投标总价为各分项金额之和。

投标人报价应为完成本次招标范围内全部内容的所有费用，投标人应根据项目要求和现场情况，详细列明项目所需的人力、物力、财力等，以及所有人工、管理、公共活动意外险、财务等所有费用，如一旦中标，中标人报价的任何错报、漏报导致的一切不利后果由中标人自行承担，采购人不再支付任何费用，合同签订时不予调整。

投标人所报人工等单价在合同执行过程中是固定不变的，投标人应以充分考虑合同期间的市场风险和国家政策性调整风险系数，并计入总报价，投标人不得以任何理由在合同执行期间予以价格调整。

固定单价，要求：_____

成本补偿，要求：_____

绩效激励，要求：_____

选择定价方式的理由：_____

(三) 合同文本的主要条款：

详见附件合同详见附件

(四) 履约验收方案：

(1) 履约验收主体

采购人：武汉市经济和信息化局

采购代理机构：_____

本项目的其他投标人：_____

第三方专业机构：_____

专家：_____

服务对象：_____

其他：_____

(2) 履约验收时间

按采购人要求执行

(3) 履约验收方式

/。

(4) 履约验收程序

采购产品严格执行国家标准，相关品种有最新国家标准的则按最新国家标准执行。

(5) 履约验收内容：/

(6) 履约验收标准：/

(7) 履约验收其他事项

提供相关验收所需的所有材料。

(五) 风险管控措施

采购环节	适用主体	风险点	相关政策规定	防范措施
政府采购计划备案	采购人	1. 未明确代理采购的范围、权限和期限等具体事项，权责不清。	《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）第二十九条 采购人应当根据集中采购目录、采购限额标准和已批复的部门预算编制政府采购实施计划，报本级人民政府财政部门备案。	采购人准确编制政府采购预算； 根据批复的部门预算完整编制政府采购实施计划； 通过多种方式警示采购人未编制政府采购实施计划需承担的法律后果。
		2. 将采购项目化整为零，规避公开招标。	《政府采购法》 第二十八条 采购人不得将应当以公开招标方式采购的货物或者服务化整为零或者以其他任何方式规避公开招标采购。	采购人根据批复的预算准确、完整编制政府采购实施计划并按规定进行计划备案； 通过武汉市政府采购计划合同管理系统“系统”“大数据分析”板块对政府采购预算执行中异常情况对主管预算单位提醒警示； 通过多种方式警示采购人化整为零规避公开招标需承担的法律后果。
		3. 经“他人介绍”或“自我推荐”选择代理机构，选择的代理机构可能与代理的采购项目不相适应。	《政府采购法》 第十九条第二款 采购人有权自行选择采购代理机构，任何单位和个人不得以任何方式为采购人指定采购代理机构。 《财政部关于加强政府采购活动内部控制管理的指导意见》（财库〔2016〕99 号）规定采购人应当按照有关法律法规及业务流程规定，明确政府采购重点环节的控制措施。	采购人应按规定建立政府采购内部控制制度； 建立代理机构代理情况采购人评价制度； 采购人根据项目特点、代理机构诚信度、职业能力等，按照内控制度的规定，从名录库中自主择优选择代理机构。
签订委托	采购人 采购代理 机构	1. 集采项目委托社会代理机构代理	《政府采购法》 第十八条 采购人采购纳入集中采购目录的政府采购项目，必须委托集中采购机构代理采购。	采购人采购纳入集中采购目录的政府采购项目，按照必须委托集中采购机构代理采购； 集采机构发出通知，对代理的范围按规定进行了明确划定。
		2. 未明确代理采购的范围、权限和期限等	《政府采购法》 第二十条 采购人依法委托采购代理机构办理采购事	采购人与采购代理机构应签订委托代理协议， 明确约定双方权利义务。

协议		具体事项，权责不清。	<p>宜的，应当由采购人与采购代理机构签订委托代理协议，依法确定委托代理的事项，约定双方的权利义务。</p> <p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）</p> <p>第十六条 政府采购法第二十条规定的委托代理协议，应当明确代理采购的范围、权限和期限等具体事项。</p> <p>采购人和采购代理机构应当按照委托代理协议履行各自义务，采购代理机构不得超越代理权限。</p> <p>《财政部关于加强政府采购活动内部控制管理的指导意见》财库〔2016〕99 号三、主要措施 明确委托代理权利义务。委托采购代理机构采购的，采购人应当和采购代理机构依法签订政府采购委托代理协议，明确代理采购的范围、权限和期限等具体事项。采购代理机构应当严格按照委托代理协议开展采购活动，不得超越代理权限。</p>	
编制采购文件	采购人 采购代理机构	1. 采购需求的编制未遵循合规、完整、明确的原则。	<p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）</p> <p>第十五条 采购人、采购代理机构应当根据政府采购政策、采购预算、采购需求编制采购文件。采购需求应当符合法律法规以及政府采购政策规定的技术、服务、安全等要求。政府向社会公众提供的公共服务项目，应当就确定采购需求征求社会公众的意见。除因技术复杂或者性质特殊，不能确定详细规格或者具体要求外，采购需求应当完整、明确。必要时，应当就确定采购需求征求相关投标人、专家的意见。</p> <p>《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号） 第十一条 采购需求应当完整、明确。</p> <p>《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22 号）</p> <p>第七条 采购需求应当符合法律法规、政府采购政策和国家有关规定，符合国家强制性标准，遵循预算、资产和财务等相关管理制度规定，符合采购项目特点</p>	<p>采购人切实加强采购需求研究，结合工作实际，建立健全市场调查、专业论证（咨询）、征求意见和内部会商等程序，合规、完整、明确地确定采购需求；</p> <p>认真落实采购项目的功能目标、行业标准、技术标准、规格、质量安全、验收条件等采购要求；</p> <p>不得有限制、排斥潜在投标人的行为；</p> <p>严格执行经费预算和资产配置标准，不得超标采购，不得超出办公和业务需要采购。</p> <p>举办政府采购培训会，邀请业内知名专家对采购人如何按照《政府采购需求管理办法》的规定，合法、合规、合理地编制采购需求和实施计划进行了详细解读。</p>

			和实际需要。	
		2. 对投标人实行差别或者歧视待遇。	<p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）</p> <p>第二十条 采购人或者采购代理机构有下列情形之一的，属于以不合理的条件对投标人实行差别待遇或者歧视待遇</p> <p>《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）</p> <p>第十七条 采购人、采购代理机构不得将投标人的注册资本、资产总额、营业收入从业人员、利润、纳税额等规模条件作为资格要求或者评审因素，也不得通过将除进口货物以外的生产厂家授权、承诺、证明、背书等作为资格要求，对投标人实行差别待遇或者歧视待遇。</p>	<p>结合优化营商环境相关工作，广泛宣传有关政策规定；</p> <p>畅通投诉渠道，及时处理投标人反映的问题；</p> <p>规定除协议采购定点外，不得通过入围方式设置名录、库、资格库、备选库作为参与政府采购活动的资格条件妨碍投标人进入市场。</p>
		3. 只选取一家投标人对采购标的的市场技术或者服务水平、供应、价格等情况进行市场调查。	<p>《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）第十条 采购人应当对采购标的的市场技术或者服务水平、供应、价格等情况进行市场调查，根据调查情况、资产配置标准等科学、合理地确定采购需求，进行价格测算。</p> <p>《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22 号）</p> <p>第十条 面向市场主体开展需求调查时，选择的调查对象一般不少于 3 个，并应当具有代表性。</p>	<p>举办政府采购培训会，邀请业内知名专家对采购人如何按照《政府采购需求管理办法》的规定，合法、合规、合理地编制采购需求和实施计划进行了详细解读，特别提醒警示对采购标的的市场技术或者服务水平、供应、价格等情况进行市场调查，不能只选取一家投标人，按规定应选取三家以上。</p>
		4. 合同文本要素不全。	<p>《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）</p> <p>第七十二条 政府采购合同应当包括采购人与中标人的名称和住所、标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限及地点和方式、验收要求、违约责任、解决争议的方法等内容。</p> <p>《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管</p>	<p>在年度政府采购培训和对部门单位的专门培训中，将合同文本签订环节纳入培训内容，有针对性的进行讲解，提醒警示。</p>

			理的指导意见》（财库 2016 205 号）	
		5. 履约验收方案不完善。	《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号） 第七十四条 采购人应当及时对采购项目进行验收。采购人可以邀请参加本项目的其他投标人或者第三方机构参与验收。参与验收的投标人或者第三方机构的意见作为验收书的参考资料一并存档。 《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库 2016 205 号）	对如何履约验收做出清晰明确的规定。
发布政府采购信息公告	采购人采购代理机构	未按照规定发布政府采购信息。	《政府采购信息发布管理办法》（财政部令第 101 号） 《财政部关于做好政府采购信息公开工作的通知》（财库〔2015〕135 号） 《财政部关于进一步做好政府采购信息公开工作有关事项的通知》（财库〔2017〕86 号）	采购人切实履行政府采购信息公开的主体责任，建立健全政府采购信息公开机制，确保政府采购信息发布的及时、完整、准确。 规定采购人依托武汉政府采购信息发布系统在湖北政府采购网和本单位门户网站，同步向社会全面公开采购项目公告、采购文件、采购项目预算金额、采购结果以及采购合同等政府采购信息，实现政府采购项目的全过程信息公开透明； 武汉市政府采购计划合同管理系统“系统”“大数据分析”板块对信息发布中异常情况对主管预算单位提醒警示； 建立网上公告信息巡查制度，对发现的异常情况提醒警示。
		未公布中小企业预留份额和采购具体情况。	《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号） 第十八条 主管预算单位应当自 2022 年起向同级财政部门报告本部门上一年度面向中小企业预留份额和采购的具体情况，并在中国政府采购网公开预留项目执行情况。未达到本办法规定的预留份额比例的，应当作出说明。	从 2022 年起，采购人应将上一年度面向中小企业预留份额和采购的具体情况向同级财政部门报告，并在规定网站公开预留项目执行情况； 武汉市政府采购计划合同管理系统“系统”“大数据分析”板块对政府采购信息发布中异常情况提醒警示； 建立网上公告信息巡查制度，对发现的异常情

				况提醒警示。
抽取 评审 专家	采购人 采购代理 机构	未按照规定抽取评审专家。	<p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）</p> <p>第三十九条 除国务院财政部门规定的情形外，采购人或者采购代理机构应当从政府采购评审专家库中随机抽取评审专家。</p> <p>《政府采购评审专家管理办法》（财库〔2016〕198号）</p> <p>第十二条 采购人或者采购代理机构应当从省级以上人民政府财政部门设立的评审专家库中随机抽取评审专家。</p>	采购人、代理机构应按规定抽取评审专家；通过培训、政策解释等多种方式，告知违反规定的法律后果。
开 标 评 标	评标 委员会	1. 采购人代表向评审委员会作倾向性、误导性的解释说明，影响采购结果。	<p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）</p> <p>第四十条 政府采购评审专家应当遵守评审工作纪律，不得泄露评审文件、评审情况和评审中获悉的商业秘密。</p> <p>第四十二条 采购人、采购代理机构不得向评标委员会、竞争性谈判小组或者询价小组的评审专家作倾向性、误导性的解释或者说明。</p>	
		2. 评标委员会未根据招标文件进行评审。	<p>《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号）第四十一条 评标委员会、竞争性谈判小组或者询价小组成员应当按照客观、公正审慎的原则，根据采购文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审。采购文件内容违反国家有关强制性规定的，评标委员会、竞争性谈判小组或者询价小组应当停止评审并向采购人或者采购代理机构说明情况。</p> <p>《政府采购评审专家管理办法》（财库〔2016〕198号）第十八条 评审专家应当严格遵守评审工作纪律，按照客观、公正、审慎的原则，根据采购文件</p>	

			规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审。	
		3. “专家不专”，评审质量得不到保障。	《政府采购评审专家管理办法》（财库〔2016〕198号）第五条 省级以上人民政府财政部门通过公开征集、单位推荐和自我推荐相结合的方式选聘评审专家。	
定标和公告	采购人 投标人	未按照规定时间发布中标、成交结果公告。	《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号） 第四十三条 采购代理机构应当自评审结束之日起 2 个工作日内将评审报告送交采购人。采购人应当自收到评审报告之日起 5 个工作日内在评审报告推荐的中标或者成交候选人中按顺序确定中标或者成交投标人。 采购人或者采购代理机构应当自中标、成交投标人确定之日起 2 个工作日内，发出中标、成交通知书，并在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告中标、成交结果，招标文件、竞争性谈判文件、询价通知书随中标、成交结果同时公告。中标、成交结果公告内容应当包括采购人和采购代理机构的名称、地址、联系方式，项目名称和项目编号，中标或者成交投标人名称、地址和中标或者成交金额主要中标或者成交标的的名称、规格型号、数量、单价、服务要求以及评审专家名单。	采购人应当在规定时间内发布中标、成交公告； 武汉市政府采购计划合同管理系统“系统”大数据分析板块对信息发布中异常情况提醒警示； 建立网上公告信息巡查制度，对发现的异常情况提醒警示。
签订合同	采购人 投标人	采购人不按照采购文件确定的事项签订合同。	《政府采购法》 第四十六条 采购人与中标、成交投标人应当在中标、成交通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订政府采购合同。 中标、成交通知书对采购人和中标、成交投标人均具有法律效力。中标、成交通知书发出后，采购人改变中标、成交结果的，或者中标、成交投标人放弃中标、成交项目的，应当依法承担法律责任。	采购人应当在中标、成交通知书发出之日起 30 日内应与中标、成交投标人按照采购文件确定的事项签订政府采购合同，无正当理由不得拒绝或者拖延合同签订； 告知采购人无正当理由不予投标人签订合同的法律后果。

		中标成交投标人拒绝与采购人签订合同。	《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号） 第四十九条 中标或者成交投标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标或者成交候选人名单排序，确定下一候选人为中标或者成交投标人，也可以重新开展政府采购活动。	联合相关部门开展投标人参与政府采购活动的专题培训，宣传政府采购政策规定，告知投标人在政府采购活动中权利与义务及违法后果。
履约验收	采购人	采购人未制定科学、合理的验收方案，缺乏专业验收人员，验收组织不得力，甚至不重视验收。	《中华人民共和国政府采购法实施条例》（国务院令 第 658 号） 第四十五条 采购人或者采购代理机构应当按照政府采购合同规定的技术、服务、安全标准组织对投标人履约情况进行验收，并出具验收书。验收书应当包括每一项技术、服务、安全标准的履约情况。 政府向社会公众提供的公共服务项目，验收时应当邀请服务对象参与并出具意见，验收结果应当向社会公告。	通过发文、培训、编印资料汇编、政策解答等多种方式广泛宣传包括履约验收在内的采购人应尽的主体责任，提醒其应履职尽责，警示履职不到位的法律后果。
内控制度建设	采购人	1. 归口管理不明确。 2. 岗位设置未分离 3. 回避规定不到位。 4. 制度建设不健全。	《财政部关于加强政府采购活动内部控制管理的指导意见》财库〔2016〕99 号	采购人贯彻落实《财政部关于加强政府采购活动内部控制管理的指导意见》（财库〔2016〕99 号），在归口管理、岗位设置、回避规定、制度建设等方面强化采购人主体责任，切实提高内部控制水平。
档案管理	采购人 采购代理机构	政府采购文件资料保管管理规定未落实到位。	《政府采购法》 第四十二条 采购人、采购代理机构对政府采购项目每项采购活动的采购文件应当妥善保存，不得伪造、变造、隐匿或者销毁。采购文件的保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。	采购人、政府采购代理机构应按照规定，妥善保存采购文件，保存期从采购结束之日起至少保存 15 年。在保存期内，采购人、代理机构应当按有关部门的要求及时提供采购文件。

附件：合同

（此合同书仅作为签订正式合同时的参考，正式合同书应包括本参考格式的内容）
合同编号：_____

合 同 书

项目名称：_____

甲方（采购人）：_____

乙方（中标人）：_____

签订地：_____

签订日期：_____年_____月_____日

本合同由甲乙双方根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规规定，按平等、自愿、诚实信用的原则拟定，甲、乙双方均应遵守法律规定和合同约定，并各自履行应负的全部责任和义务。

一、项目基本情况

- 1.项目名称：(见招标文件)
- 2.项目编号：(见招标文件)
- 3.政府采购计划备案号：(见招标文件)
- 4.项目概况：(见招标文件)

二、标的名称、数量（规模）

序号	名称	品牌规格 型号	数量	单位	单价 (元)	分项合计 (元)	制造厂家 (全称)
1	货物（服务）名称 1						
2	货物（服务）名称 2						
...		...	...	...	...	...	...
合计							

三、货物（服务）质量

_____ (以招标文件要求以及投标文件的响应) _____。

四、合同履行时间（期限）、地点和方式

- 1.合同履行时间：自_____年____月____日至_____年____月____日止。
- 2.交付或服务地点及方式：_____ (见招标文件) _____。

五、包装及运输

_____ (见招标文件) _____。

六、合同价款

- 1.本合同金额为（大写）：人民币_____ (见投标文件) _____元（¥：_____）
- 2.合同金额包括乙方完成本合同约定的全部工作可能发生的所有费用（含市场变化等可能发生的费用），即总报价为“交钥匙”价。甲方在支付此金额后，不再因本合同支付任何其它费用。

3. _____。

七、资金支付方式及安排

_____ (见招标文件) _____。

八、交付标准、方法和验收方案

- 1.交付标准、方法：_____ (见招标文件) _____。
- 2.验收方案：_____ (见招标文件) _____。

九、质保（服务）期及质保（服务）范围和要求

- 1.质保（服务）期：_____ (见招标文件) _____。
- 2.质保（服务）范围：_____ (见招标文件) _____。
- 3.质保（服务）要求：_____ (见招标文件) _____。

十、项目培训

_____。
(见投标文件)

十一、知识产权归属、处理方式

_____。
(见招标文件)

十二、双方的权利和义务

1.甲方的权利和义务：_____。

2.乙方的权利和义务：_____。

十三、违约责任

1.甲方的违约责任：_____。

2.乙方的违约责任：_____。
(见招标文件)

十四、保密条款

_____。
(见招标文件)

十五、其它补充条款

十六、不可抗力

任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后____日内以书面形式通知对方，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。

十七、解决争议的方法

一切由执行合同引起的或与本合同有关的争执，双方应通过友好协商解决，如协商不能解决应提交甲方所在地有管辖权的人民法院诉讼解决。

十八、合同组成

下列文件为本合同不可分割的部分：

- 1.合同书；
- 2.代理机构发出的中标或成交通知书；
- 3.经双方确认并共同签字的补充文件、技术协议等；
- 4.乙方的投标或响应文件（含附件、补充文件、图纸等）；
- 5.采购文件（含附件、补充文件、图纸等）。

十九、合同生效与终止

- 1.本合同经甲乙双方授权代表签字和加盖公章（或合同专用章）后生效。如招标申请公证的，合同需经公证机构公证后生效。
- 2.双方履行完各自权利和义务后合同自行终止。
- 3.本合同规定可以终止合同的情形。

二十、通知与送达

- 1.就本合同有关事项，双方应通过本合同约定的联系方式向对方发送相关通知，本合同约定的送达地址同时作为有效司法送达地址。
- 2.一方变更通知或通讯地址，应自变更之日起____日内，以书面形式通知对方，否则，由未通知方承担由此而引起的相关责任。

二十一、 其它

本合同正本一式____份，甲方执____份，乙方执____份；副本一式____份，甲方执____份，乙方执____份。

甲 方：
单位名称（盖章）：
单位地址：
法人代表授权人(签字)：
联系人：
电 话：
传 真：
邮政编码：
开户银行：
账 号：
税 号：

乙 方：
单位名称（盖章）：
单位地址：
法人代表授权人(签字)：
联系人：
电 话：
传 真：
邮政编码：
开户银行：
账 号：
税 号：