

第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目

招 标 文 件

采购编号：鹤财招标采购-2026-21

（服务类）



方大咨询
FANGDA CONSULTING

招 标 人： 中共鹤壁市委宣传部

代理机构：方大国际工程咨询股份有限公司

二 0 二六年

目 录

第一章	招标公告	3
第二章	投标须知	6
第三章	采购需求	23
第四章	评标办法	46
第五章	合同书格式和基本条款	58
第六章	投标文件格式	64

第一章 招标公告

第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目 招标公告

项目概况

第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目 的潜在投标人请在《鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)》(<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>) 获取采购文件,并于 **2026 年 08 月 13 日 9 点 00 分(北京时间)** 前递交投标文件。

一、项目基本情况

1. 项目编号: 鹤财招标采购-2026-21

2. 项目名称: 第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目

3. 预算金额: 3000000 元

4. 最高限价: 3000000 元

5. 采购需求: 本项目为第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目, 采购服务内容包括: 文化展览、展会活动、招商招展、展区搭建、展会服务、展会宣传、广告服务、展会保障、完善提升线上展示交流平台等工作; 具体要求详见招标文件。

6. 合同履行期限: 自合同签订之日起至展会结束

7. 本项目(是/否)接受联合体投标: 否

8. 是否接受进口产品: 否

9. 是否专门面向中小企业: 否

二、申请人的资格要求:

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定;

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求: 无

3. 本项目的特定资格要求:

(1) 信誉要求: 根据财政部财库【2016】125 号文件规定“对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商, 不得参与政府采购活动”(供应商提供网站截图或对信誉要求做出承诺, 并对承诺书真实性负责, 提供虚假承诺供应商承担全部责任)。

(2) 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, 不得参加同一项目的政府采购活动(提供承诺书, 格式附后)。

(3) 本次采购不接受联合体。

以上资料复印件（或扫描件）做入投标文件。

三、获取招标文件

1. 时间： 2026年07月23日至2026年07月30日

2. 地点：请在《鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)》
(<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>)，自行下载招标文件等资料；

3. 方式：电子下载。本项目采用电子化招投标，全部通过网上方式进行下载采购文件、制作电子投标文件、网上加密上传、线上解密等相关事宜。

4. 售价：0 元

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

1. 时间：2026年08月13日上午9:00

2. 地点：远程开标会地点详见“鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)”(<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>)网站场地安排。供应商自行选择任意地点参加远程开标会。

五、公告期限

本次采购公告在《河南省政府采购网》、《鹤壁市政府采购网》、《鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)》发布。

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

1. 电子标说明：

(1) 本项目采用电子化招投标，全部通过网上下载招标文件、制作电子投标文件、网上加密上传、远程开标、评标等相关事宜。

(2) 潜在投标人首次网上投标前需办理 CA 数字证书（支持北京 CA、华测 CA、深圳 CA 三家数字证书互认,因技术原因暂不支持信安 CA 数字证书），已在河南省内办理过北京 CA、华测 CA、深圳 CA 的数字证书仍可使用，无需重复办理。具体操作程序请关注“关于启用河南省市场主体库 CA 互认助手和河南省市场主体共享系统的通知”和“鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)”(<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>)网站-服务指南的相关说明。

(3) 登录“鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)”网站，下载“制作软件”，制作所投标段电子投标文件。

(4) 请投标人根据自身互联网网速和稳定性、网络及系统平台可能存在的非正常情况等多种因素，尽量提前上传电子投标文件，并确保加密电子投标文件上传成功。

(5) 本项目采用“远程开标”开标方式，投标人无需到鹤壁市公共资源交易中心现场参加开标会议，

采购人或代理机构和所有投标人应当在投标文件递交截止时间前，登录远程开标大厅

(<https://ggfw.ggzy.hebi.gov.cn/bidweb/>) 进行在线签到，在线准时参加开标活动。远程开标的具体事宜请查阅鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)“服务指南”专区的相关说明。

2. 投标供应商有合同融资意向的，请登录鹤壁市政府采购网进行融资意向登记，或者在“通知公告”栏目中查询线下合同融资渠道及联系方式。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名 称：中共鹤壁市委宣传部

地 址：鹤壁市淇滨区

联系方式：李女士 0392-3291681

2. 采购代理机构信息

名 称： 方大国际工程咨询股份有限公司

鹤壁地址：鹤壁市淇滨区兴鹤大街 75 号新华大厦三楼 311 室

联系方式：韩芳芳 15539255114 15539255114@163.com

3. 项目联系方式

项目联系人：韩芳芳

联系方式： 15539255114

第二章 投标须知

投标人须知前附表

序	条款名称	编 列 内 容
1.	项目名称	第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目
2.	采购人（招标人）	中共鹤壁市委宣传部 联系人： 李女士 0392-3291681
3.	招标代理机构	名 称： 方大国际工程咨询股份有限公司 鹤壁地址：鹤壁市淇滨区兴鹤大街 75 号新华大厦三楼 311 室 联系方式：韩芳芳 15539255114 15539255114@163.com
4.	招标方式	公开招标
5.	资金来源	财政资金
6.	投标人的资格条件	1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定； ①具有独立承担民事责任的能力，提供有效的营业执照或其他相关证明材料； ②具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供承诺书，格式附后）； ③具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供承诺书，格式附后）； ④有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供承诺书，格式附后）； ⑤参加政府采购活动前三年内（成立不足 3 年的为成立至今），在经营活动中没有重大违法记录（提供承诺书，格式附后）。 2. 落实政府采购政策需满足的资格要求： 无。 3. 本项目的特定资格要求： （1）信誉要求：根据财政部财库【2016】125 号文件规定“对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，不得参与政府采购活动”（供应商提供网站截图或对信誉要求做出承诺，并对承诺书真实性负责，提供虚假承诺供应商承担全部责任）。 （2）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，不得参加同一项目的政府采购活动（提供承诺书，格式附后）。 （3）本次采购不接受联合体。
7.	招标范围	采购文件包含的内容及服务

8.	服务期限	自合同签订之日起至展会结束
9.	质量要求	合格，满足项目需求
10.	踏勘现场	不组织，投标单位可自行踏勘现场
11.	投标预备会	不召开
12.	是否接受联合体投标	不接受
13.	构成招标文件的其他材料	除招标文件内容外，采购人在招标期间发出的补遗书、通知和其它有效正式函件，均是招标文件的组成部分。
14.	招标控制价及保证金	1) 招标控制价：3000000 元； 2) 投标人投标报价等于或低于招标控制价的视为有效投标报价。 根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第三十三条、《河南省财政厅关于优化政府采购营商环境有关问题的通知》（豫财购〔2019〕4号）的规定，本项目招标不要求提交投标保证金。
15.	投标文件递交截止时间（同开标时间）	详见招标公告
16.	投标文件递交截止地点（同开标地点）	详见招标公告
17.	投标人代表出席开标会	本项目采用“远程开标”开标方式，远程开标大厅的网址为 （https://ggfw.ggzy.hebi.gov.cn/bidweb/），供应商无需到鹤壁市公共资源交易中心现场参加开标会议，采购人或代理机构和所有供应商应当在投标文件递交截止时间前，登录远程开标大厅进行在线签到，在线准时参加开标活动。
18.	开标程序	（1）投标截止时间点宣布投标截止，宣布开标纪律； （2）公布投标单位信息； （3）供应商使用与制作投标文件时同一数字认证证书对投标文件进行解密； （4）公布唱标； （5）开标结束。 注：在评审过程中，请潜在供应商保持“政府采购交易系统”在线，专家会对潜在供应商发起询标、澄清，要求供应商对专家提出的询标、澄清及时做出响应、答复。
19.	投标有效期	60 日历天（从投标截止之日起算）

20.	是否允许递交备选投标方案	不允许
21.	签字和盖章要求	投标文件须按照投标文件格式中各个部位标明的要求进行签字、盖章
22.	招标文件的补充、修改和澄清	招标代理机构将通过“《河南省政府采购网》、《鹤壁市政府采购网》、《鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)》”网站“变更公告”告知投标人。各投标人须下载招标文件和最新的答疑澄清文件，以此编制投标文件。
23.	评标委员会的组建	评标委员会成员人数：5名；由采购人代表1名，专家4名组成； 评标专家确定方式：从政府采购专家库中随机抽取评标专家。
24.	是否授权评标委员会确定中标人	☐ 是 ☒ 否，推荐的中标候选人数量：3名
25.	评标办法	详见招标文件的评标办法
26.	中标公示	代理机构接到采购人通知后，将在公告信息发布同一媒体上发布结果公示，中标公告期限为1个工作日。
27.	监督	本项目的招标投标活动及其相关当事人应当接受有管辖权的行政监督部门依法实施的监督。
28.	解释权	构成本招标文件的各个组成文件应互为解释，互为说明；除招标文件中有特别规定外，仅适用于招标投标阶段的规定，按招标公告、投标人须知、评标办法、投标文件格式的先后顺序解释；同一组成文件（如投标人须知）中就同一事项的规定或约定不一致的，以编排顺序在后者为准；同一组成文件不同版本之间有不一致的，以形成时间在后者为准。按本款前述规定仍不能形成结论的，由招标人（代理机构）负责解释。
29.	其他	1. 本次采购项目落实中小微企业扶持、促进残疾人就业等相关政府采购政策（详见采购文件）； 2. 响应供应商有政府采购合同融资意向的，请登录鹤壁市政府采购网进行供应商融资意向登记，或者在通知公告栏目中获取融资渠道和联系方式。

投标人须知正文部分

一、总 则

1.1. 说明

本项目根据《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》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等有关法律、法规和规章的规定进行招标。

(1) 本文件适用于本投标邀请中所述的采购项目。

(2) “采购人（招标人）”：指本项目采购单位；

(3) “代理机构”：指受采购人委托的第三方招标代理机构；

(4) “投标人（供应商）”系指向招标采购单位提交投标文件的投标人；

4.1 具有独立承担民事责任的能力:指民事主体能够以自身的财产或资格独立承担因自身行为产生的民事法律后果，主要适用于法人和完全民事行为能力的自然人；

4.2 法人:指具有独立承担民事责任能力的组织；

4.3 法定代表人：指依照法律或法人章程的规定，代表法人从事民事活动的负责人；

4.4 其他组织：指合伙企业、个体工商户等不具备法人资格但能独立参与民事活动的组织；

4.5 自然人：响应文件的自然人指从事个体经营、具有完全民事行为能力的自然人。

(5) “中标人（成交人）”系指被确定为承接本项目并负责其实施的投标人（供应商）；

(6) “货物”系指与该项目项目相配套的设施、备品备件、工具、手册及其他有关技术资料 and 材料；

(7) “服务”系指招标文件规定投标人承担的现场勘察、测量、安装、调试、技术协助、校准、培训以及售后服务和其他类似的义务。

注：“采购人”与“招标人”，“供应商”、“运营商”与“投标人”按照同一意思理解。

1.2. 投标人应具备的条件：

(1) 符合“投标人资格要求”条件，承认本招标文件所有内容的投标人均为合格的投标人；

(2) 投标人应遵守中华人民共和国有关法律、法规和招标人有关规定，并承担投标及履约中应承担的全部责任和义务。

1.3 费用承担

招标代理服务费：参照豫招协[2023]002 号文件计取，由中标人支付

投标人准备和参加投标活动发生的一切费用自理，不论投标结果如何，招标人概不负责。

1.4 保密

参与招标投标活动的各方应对招标文件和投标文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

1.5 语言文字

除专用术语外，与招标投标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释。

1.6 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.7 分包

详见投标人须知前附表规定或按照有关规定执行；

二、 招标文件

2.1. 招标文件构成

要求提供的货物和服务、招标过程、合同条件和技术要求在招标文件中均有说明。

招标文件的内容如下：

第一章 招标公告

第二章 投标须知

第三章 采购需求

第四章 评标办法

第五章 合同条款

第六章 投标文件格式

2.2 招标文件的澄清

(1) 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如发现缺页或附件不全或者有其他疑问，应及时向招标人（或代理机构）提出，以便补齐。如有疑问，应及时以书面形式提出（包括信函、加盖公章的文件扫描件、电报、传真等可以有形地表现所载内容的形式，下同），要求招标人（或代理机构）对招标文件予以澄清。

(2) 招标文件的澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或者采购代理机构应当在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，采购人或者采购代理机构应当顺延提交投标文件的截止时间。

(3) 投标人应注意网上补遗并及时浏览网上补遗发布的澄清和修改内容，及时登陆交易平台下载澄清答疑文件，编制或修改投标文件，因投标人原因未及时获知澄清、修改内容而导致的任何后果，由投标人自己承担。

(4) 当招标文件和澄清修改文件在同一内容的表述上不一致时，以最后发出的文件为准。

三、 投标文件

3.1 投标的语言

投标人提交的投标文件以及投标人与招标人就有关投标的所有来往函电均应使用中文书写。

3.2 投标文件构成

投标人编写的投标文件应包括下列内容（不限于）：

一 投 标 函

附 1 投标报价一览表

二 法定代表人资格证明书

三 法定代表人授权书

四 投标人基本情况

五 评分办法商务和技术部分索引表

六 其他

七 服务方案

3.3. 投标书（投标文件）编制

1. 一般要求

投标人应仔细阅读本文件的所有内容，按本文件的要求编制投标文件，并保证所提供的全部资料真实有效；

（1）投标文件应以中文编写。如投标文件出现中英文不一致的，以中文为准；

（2）投标文件由投标人按照本文件指定的方式进行上传和递交投标文件，不接受电报、电话、传真、邮寄等方式投标；

（3）投标人在制作电子投标文件时，应按照招标文件的要求签字、盖章。

（4）除本文件另有规定外，计量单位为我国法定计量单位。

2. 投标文件的编制及组成

（1）投标文件应编排目录，标明项目名称、采购编号、投标人名称等字样。

（2）投标文件应包括的内容详见本文件“投标文件格式”和招标文件中规定的其他内容。

（3）投标文件中的图片、截图、复印件（或扫描件）等要保证清晰、完整，便于查阅。

3. 电子投标文件的制作流程

本项目采用电子化招投标，全部通过网上方式进行下载招标文件、制作电子投标文件、网上加密上传、线上解密等相关事宜。

具体操作程序请参考“鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台（河南省·鹤壁市）”（<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>）网站-服务指南的相关说明。

4. 投标报价和货币

（1）供应商对所投服务须按要求填报投标报价表；供应商的投标报价为本项目所涵盖的项目费用总和。供应商应充分考虑服务期间政策和价格风险，以及所有根据合同或其它原因应由供应商支付的税金和其它应交纳的费用、规避风险所产生的费用及消防等验收费

用一并计入总价。本次招标文件中没有明确说明的，但法律、法规规定属于本项目基本内容所发生的费用，都将视为包括在报价中，并由投标供应商无条件的负责承担。

（2）供应商只能提出一个不变价格，采购人不接受任何选择价；

（3）全部报价均应以人民币为计量币种，并以人民币进行结算。

5. 小微企业价格折扣

（1）根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）等相关文件要求：对小型、微型企业及监狱企业、残疾人福利性单位的价格给予 20%的扣除，用扣除后的价格参与评审。计算结果保留小数点后 2 位（采用四舍五入法）。

（2）属于小微企业、监狱企业、残疾人福利性单位的投标人，按照折扣后的价格参与评审。

（3）同一供应商，小微企业、监狱企业、残疾人福利性企业价格扣除优惠只享受一次，不得重复享受。

（4）投标人若不提供中小企业声明函的，将不能享受政府采购扶持小微企业的政策。

6. 投标有效期

（1） 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算；投标应在“投标须知表”中规定的时期内保持有效；投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。

（2）特殊情况下，在原投标有效期截止之前，招标人可要求投标人同意延长投标有效期。这种要求与答复均应以书面形式提交。投标人可拒绝招标人的这种要求。接受延长投标有效期的投标人将不会被要求和允许修正其投标文件。

四、投标文件的递交

1. 投标文件的递交

（1）投标人应在投标人须知前附表规定的投标截止时间前上传投标文件。

（2）截至投标文件递交截止时间，投标人未完成电子投标文件传输的，视为其撤回投

标文件。递交文件截止时间后电子化平台拒绝接收投标文件。

(3) 电子投标文件上传后至文件解密前，投标人不能对电子投标文件进行加密时所使用的 CA 数字证书进行更新、续费，可能引起的投标文件解密失败等相关后果由投标人自行承担。

2. 投标截止期

投标截止期见《投标须知表》

招标人可以按本须知规定，由于修改招标文件而决定延长投标截止期。在此情况下，招标人和投标人（同意延长投标截止期的投标人）受投标截止期制约的所有权利和义务均应延长至新的投标截止期。不同意延长投标截止期的投标人，不具参加延长投标截止期后的投标资格。

3. 投标文件的修改与撤回

(1) 在规定的投标截止时间前，投标人可以修改或撤回已递交的投标文件。

(2) 投标人在投标文件递交截止时间前可通过电子化平台撤回其已成功递交的电子投标文件。

(3) 如果在递交投标文件截止时间前需要对已经成功递交的电子投标文件进行修改、补充的，投标人应当重新制作导出完整的电子投标文件，并按要求重新上传至电子化平台。

(4) 电子化平台以投标人最后上传成功的投标文件为准。

(5) 在投标截止期之后，投标人不得对其投标文件做任何修改。

(6) 从投标截止期至投标有效期之间的这段时间内，投标人不得撤回其投标文件。

五、开标与评标

1. 开标一般规定

(1) 投标人应按《投标须知表》规定的时间、地点参加开标会议。

(2) 投标人不足 3 家的，不得开标。

2. 开评标程序

- (1) 采购人（代理机构）按照采购文件规定的时间、地点、方式准时开标。
- (2) 开标会议由采购人（代理机构）主持：
 - 1) 投标截止时间点宣布投标截止，宣布开标纪律；
 - 2) 公布投标单位信息；
 - 3) 供应商使用与制作投标文件时同一数字认证证书对投标文件进行解密；
 - 4) 公布唱标；
 - 5) 开标结束。

说明：

(1) 投标文件递交截止时间前，各供应商的授权委托人或法人代表应提前进入远程开标系统（大厅）进行在线签到，播放远程开标会议温馨提示测试音频。进入相应标段的开标会议区收听观看实时音视频交互效果并及时在群聊板中反馈，在线准时参加开标活动。

(2) 投标文件递交截止时间后，主持人将在系统内公布供应商名单，然后通过开标会议区发出投标文件解密的指令，供应商在各自地点按规定时间自行实施远程解密（供应商远程解密方法详见操作手册），供应商解密限定在规定时间内完成。

(3) 供应商仔细阅读《鹤壁市公共资源交易公共服务平台 全国公共资源交易平台(河南省·鹤壁市)》(<https://ggzy.hebi.gov.cn:8060>)》网站-服务指南→“鹤壁市政府采购电子交易系统（供应商）操作手册 2.0”，按照手册要求进行操作，因供应商自身未按要求进行操作导致投标文件无法正常参与开标评审的，一切后果由供应商自行承担。

(4) 因供应商网络与电源不稳定、未按操作手册要求配置软硬件、解密锁发生故障或用错、故意不在要求时限内完成解密等自身原因，导致投标文件在规定时间内未能解密、解密失败或解密超时，视为供应商撤销其投标文件。

(5) 各供应商的授权委托人或法人代表未能在开标会议区内全程参与交互的，视为放弃交互和放弃对开评标全过程提疑的权利，供应商承担由此导致的一切后果。

(6) 因系统故障、供应商数量较多或其它非人为因素导致解密时间需要延长的，采购人（代理机构）有权适时延长解密时间。

3. 投标人的资格审查

本项目实行资格后审，公开招标采购项目开标结束后，采购人或者采购代理机构对投标人的资格进行审查，并记录结果。

资格审查	审查标准
满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	满足采购文件要求
资格要求的其他内容	满足采购文件要求

4. 评标及评标结果

(1) 评标委员会由招标人按投标须知表中确定的评委数量、评委确定方式组建。

(2) 评标委员会须按投标资料表中所述评标办法，公平、公正、择优推荐中标候选人。

(3) 在评标过程中，出现各类带有争议或不明确性问题均由评标委员会共同研究确定。若各评委意见不一致时，经评标委员会全体人员独立表决并按少数服从多数的原则，形成最终书面决议。书面决议须经评标委员会全体人员签名确认并对所有评委具有约束力。

(4) 参加评标会议的人员应对评标全过程的一切相关资料及信息进行保密，不得向任何人员泄露（法律、法规另有规定的情形除外）。

(5) 在投标文件的审查、澄清、评价、比较过程中，投标人对招标人或评标委员会施加任何影响的行为，都将导致被取消投标资格。

(6) 评标委员会应当对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

(7) 按投标资料表中确定的评标办法确定中标候选人排名顺序；

(8) 评标委员会填写评标报告，评标委员会成员签字。

5. 详细评标办法

(1) 评标委员会将按照本须知规定，只对确定为实质上响应招标文件要求的投标进行评价和比较。

(2) 评委按本项目“招标文件”中操作程序进行评标，并按《评标办法》独立地对各投标人投标文件进行评审。

6. 评标（评审）报告

(1) 评标委员会评审结束后，编制评标（评审）报告。

(2) 采购代理机构（招标人）应当在评标结束后 1 日内将评标报告送采购人。

7. 中标（成交结果）公示

代理机构接到采购人定标通知后，将在信息发布媒体上发布中标（成交结果）公示。所有参与本项目的供应商从采购公告发布网站上获取中标结果信息，采购人（代理机构）不再另行通知。

8. 质疑与投诉

(1) 供应商认为采购文件、采购过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式一次性向采购人、采购代理机构提出质疑。质疑书必须署名，由法定代表人或者供应商代表签字（盖章），并加盖供应商单位公章。

质疑书应当包括下列主要内容：

- （一）供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；
- （二）质疑项目的名称、编号；
- （三）具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；
- （四）事实依据；
- （五）必要的法律依据；
- （六）提出质疑的日期。

供应商应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。否则，采购人、采购代理机构不予接收。

(2) 提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目采购活动的供应商。

(3) 质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意，或者采购人、采购代理机构未在规定时间内作出答复的，可以在答复期满后 15 个工作日内按有关规定，向有关财政部门

提起投诉。

(4) 供应商质疑、投诉应当按照《中华人民共和国财政部令第 94 号》文件要求执行。

附：质疑函及投诉书范本

质疑函范本

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址： 邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号： 包号：

采购人名称：

采购文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项 1：

事实依据：

法律依据：

质疑事项 2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求：

签字(签章)： 公章：

日期：

质疑函制作说明：

1. 供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。
3. 质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑，质疑函中应列明具体分包号。
4. 质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。
5. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。
6. 质疑供应商为自然人的，质疑函应由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

投诉书范本

一、投诉相关主体基本情况

投诉人：.....
地 址：..... 邮编：.....
法定代表人/主要负责人：.....
联系电话：.....
授权代表：..... 联系电话：.....
地 址：..... 邮编：.....
被投诉人 1：.....
地 址：..... 邮编：.....
联系人：..... 联系电话：.....
被投诉人 2
.....
相关供应商：.....
地 址：..... 邮编：.....
联系人：..... 联系电话：.....

二、投诉项目基本情况

采购项目名称：.....
采购项目编号：..... 包号：.....
采购人名称：.....
代理机构名称：.....
采购文件公告：是/否 公告期限：.....
采购结果公告：是/否 公告期限：.....

三、质疑基本情况

投诉人于 年 月 日,向 提出质疑,质疑事项为:

采购人/代理机构于 年 月 日,就质疑事项作出了答复/没有在法定期限内作出答复。

四、投诉事项具体内容

投诉事项 1:

事实依据:

法律依据:

投诉事项 2

.....

五、与投诉事项相关的投诉请求

请求:

签字(签章): 公章:

日期:

投诉书制作说明:

1. 投诉人提起投诉时,应当提交投诉书和必要的证明材料,并按照被投诉人和与投诉事项有关的供应商数量提供投诉书副本。

2. 投诉人若委托代理人进行投诉的,投诉书应按要求列明“授权代表”的有关内容,并在附件中提交由投诉人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

3. 投诉人若对项目的某一分包进行投诉,投诉书应列明具体分包号。

4. 投诉书应简要列明质疑事项,质疑函、质疑答复等作为附件材料提供。

5. 投诉书的投诉事项应具体、明确,并有必要的事实依据和法律依据。

6. 投诉书的投诉请求应与投诉事项相关。

7. 投诉人为自然人的,投诉书应当由本人签字;投诉人为法人或者其他组织的,投诉书应当由法定代表人、主要负责人,或者其授权代表签字或者盖章,并加盖公章。

9. 中标通知书

(1) 在公告中标结果的同时，采购人或者采购代理机构应当向中标人发出中标通知书；
中标通知书发出后，中标人无正当理由不得放弃中标。

(2) 中标通知书是合同的组成部分。

六、授予合同

1. 授标及取消中标资格

(1) 采购人依据评标委员会依法作出的评审结论，可以依法否决全部投标；如因重大变故采购任务取消等法定情形终止本次招标的，采购人无需对投标人的投标准备成本承担赔偿责任。

(2) 采购人中标通知书发出之前及发出之后，招标人若查实中标人存在下列行为之一，采购人有权取消其中标资格：

- 1) 经查实弄虚作假或与其他投标人串通骗取中标；
- 2) 在投标有效期终止之前撤销投标文件；
- 3) 因中标人过错而未能按照规定与招标人签订合同；
- 4) 法律法规规定的其它损害招标人利益和社会公共利益的情形。

(3) 中标人因上述情形被取消中标资格的，采购人有权选择重新招标，或按照评标报告载明的中标候选人排序，依次确定下一候选人为中标人。

(4) 中标人因上述情形被取消中标资格的，应当承担相应违约责任：

1) 采购人顺延选择其他中标候选人或重新组织采购，由此产生采购差价、招标相关合理费用等实际损失的，采购人可依法向原中标人追偿；

2) 赔偿给采购人造成的其他全部合理损失。

2. 签订合同

采购人应当在中标通知书发出后，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与中标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

3. 项目验收

采购人应当及时对采购项目进行验收，采购人可以自行组织验收或者委托第三方机构验收。

4. 其他补充的内容

本项目落实中小微型企业扶持等相关政府采购政策。

（1）采购人、采购代理机构应当对符合本办法规定的小微企业，给予 20%（货物和服务项目）的扣除，用扣除后的价格参加评审。评标价不作为成交价和合同签约价，成交价和合同签约价仍以其投标文件中的报价为准。

注：本项目对符合本办法规定的小微企业报价给予 20%的扣除。

（2）监狱企业视同小微企业，监狱企业投标提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，不再提供《中小微企业声明函》，否则不予认可。

（3）残疾人福利性单位视同为小型、微型企业。应提供《残疾人福利性单位声明函》。中标、成交投标人为残疾人福利性单位的，招标人或者其委托的招标代理机构应当随中标、成交结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

投标人提供的《残疾人福利性单位声明函》与事实不符的，依照《政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。

第三章 采购需求

一、商务要求

1. 服务内容：本项目为第十三届中原文化产业博览交易会基础运营商项目，采购服务内容包括：文化展览、展会活动、招商招展、展区搭建、展会服务、展会宣传、广告服务、展会保障等工作。

2. 项目概况

（1）概况

名称：第十三届中原文化产业博览交易会

英文名称：The 13th Central Plains Cultural Industries Fair(The 13th CPCIF)

主题：古韵新生·创意中原

时间：2026年9月2日至9月6日

会期：5天

地点：鹤壁市朝歌文化园及朝歌里人文小镇

主办单位：中共河南省委宣传部

（2）总体思路

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实习近平文化思想和党的二十大及二十届历次全会精神，紧紧围绕“两高四着力”重大要求和加快文旅强省建设的工作部署，聚焦“1+2+4+N”目标任务体系，坚持文化传承创新、科技深度赋能、产业融合升级、开放合作共赢，突出交易、展赛联动，推动文旅体融合发展，努力打造中部地区文化产业标杆展会，为建设文旅强省、推动文化繁荣兴盛注入新动能。

3. 合同履行期限：自合同签订之日起至展会结束。

4. 运营商在实施本项目前，须为本项目购买项目事故意外险及项目人员人身意外险。

5. 付款方式：

在合同签署后的7个工作日内，采购人向中标人支付中标金额的30%作为合同的首付款，中标人按照采购人要求开具合法有效的发票。经甲方验收合格后，在展会开幕前支付中标金额的50%。中标人按照采购人要求开具合法有效的发票。

中标人完成第十三届中原文化产业博览交易会全部任务后，经验收，符合采购人验收

标准，采购人在验收合格后 7 个工作日内向中标人支付中标金额 20%，中标人按照采购人要求开具合法有效的发票。

6. 验收标准：在活动开始前，以采购人核准的技术要求为标准，进行验收，通过消防及相关安全等验收，服务符合甲方确认的要求及效果。

二、技术要求

（一）展会安全要求：

（1.1）加强安全隐患排查整治、加强场馆人流管控和疏导，确保观展、参展人员安全。

（1.2）防范化解意识形态风险，确保展会活动规范开展。

（1.3）确保展会的搭建项目的结构安全、消防安全以及参与展会的安保、志愿者、施工人员等的人身安全。

（1.4）配合公安、应急、消防、交警、市监、通讯、电力等有关部门，细化方案，落实责任，确保各项安全保障工作圆满完成，确保不发生事故，确保展会安全有序进行。

（二）线下文博会要求：

1. 场地要求如下：

展览展示场地：鹤壁市朝歌文化园及朝歌里人文小镇。鹿台阁一层室内展馆 6400 平方米（80M×80M）左右，鹿台阁广场展区约 5000 平方米左右。并统筹朝歌里人文小镇及淇河生态风光，丰富观展体验。具体场馆位置见展馆平面图。根据文博会场地结构布局，主要划分为鹿台阁一层室内展馆（含展演区）、鹿台阁北广场展示区等。撤展后需将场地恢复至展览前状态。

2. 具体服务要求如下：

（1）**文化展览**。主会场突出产业融合、市场对接，组织省内外重点文化（文创）企业、地市文化产业组团等进行展示。主会场设置文化产业综合展区（A 区：鹿台阁一层）、文体旅融合展区（B 区：鹿台阁北广场）、文创休闲体验区等展区，同期设置六个分会场并引进其他商业展，不断提升市场化水平，增强中原文化的影响力和辐射力，做优中原文博会品牌，助推中原文化产业高质量发展。

（1.1）**文化产业综合展区（A 区：鹿台阁一层）**共分为十部分，分别为城市综合展区、重点文化企业专区、“文创中原”专区、数智文创展销区、博物馆文创专区、诗经潮玩互动区、匹克球文创展销区、数字展示体验区、新品发布中心、直播电商中心等，集中展示交易能够形成产业规模的文化创意产品、传统文化衍生品，并进行文化创意项目的征集、推介，推动订单交易。该区需整体规划，河南省内其他地市馆（18 个）及省内重点文化企

业馆（2 个）自行搭建，每个馆面积 80-120 平方左右。

（1.1.1）城市综合展区

立足跨区域文化交流与产业合作，汇聚河南省各省辖市、济源示范区、郑州航空港区及山东、山西、河北、新疆相关地市和文化创意联盟城市的优质文创企业，以城市为单元，呈现非遗资源、特色文创、文旅 IP 及城市文化品牌。展示突出地域特色与文化底蕴，展现中原各地文化产业发展成效，搭建城市间交流展示平台，助力区域文化资源整合与品牌形象提升，推动跨区域文化交流、产业合作。

（1.1.2）重点文化企业专区

聚焦文化产业高质量发展，汇聚国内、省内重点文化企业及核心文创主体，打造专属主题交易展区。展区重点展示文化产业最新发展成果、优质文化项目和特色产品，突出文化产业新业态、新质生产力发展亮点，以“促进交易、深化合作”为核心，为优质企业搭建展示推广、资源对接的平台，充分激发文化企业创新活力。

（1.1.3）“文创中原”专区

统筹组织山东、山西、河北、安徽等地区城市群优质文创企业集中参展，联动省文产协会、省工美协会、省陶瓷行业协会等多方力量，搭建文创产业交汇平台，覆盖文化 IP、科技企业、文旅资源、非遗及精品文创品牌，集中呈现前沿文创成果与多元应用场景。

（1.1.4）数智文创展销区

聚焦数智文创产品与科技文旅衍生品的展示、首发与交易，推出数字周边、文旅潮品、AI 对话玩偶、电子吧唧等实体好物，供观众与采购商一站式采购，打造“可互动、可体验、可品鉴、可带走”的沉浸式展销模式。

（1.1.5）博物馆文创专区

以河南博物院文创为核心，同步陈列省内博物馆文创，集中展示销售中原文博特色好物，让厚重中原文物文化走进日常。

（1.1.6）诗经潮玩互动区

围绕诗经文化打造或引入诗经相关潮玩，打造沉浸式互动场景，搭建 IP 展示、打卡体验、品牌合作一体化平台。以年轻化、潮流化表达活化传统文化 IP。

（1.1.7）匹克球文创展销区

兼顾展示与体验功能，深度联动千鹤体育馆 2026 全国匹克球锦标赛赛事资源，打造“体育+文创”融合特色展销专区。集中展示匹克球专业运动装备、赛事官方纪念文创、运动潮流周边、体育 IP 联名产品、全民健身主题文创衍生品等全系品类。

（1.1.8）数字展示体验区

聚焦沉浸式互动、数字化展演与趣味交互体验，集中呈现 VR/AR、裸眼 3D、全息展演、体感交互等前沿技术应用，打造沉浸式文化空间，推动科技赋能文化落地，让观众近距离感受数字技术与传统文化结合的独特魅力。

（1.1.9）新品发布中心

面向全国征集文创、数字、非遗、文旅、AI 数智、AI 漫剧等全品类新品，汇聚企业、非遗传承人、知名策展人、数字文创团队、动漫创作机构等创意力量，以“发布—体验—对接—转化”为核心，举办新品首发展示、路演推介、创作分享等活动，打通“设计—发布—交易”全链条，强化首展、首秀、首销效应，助力新品塑造品牌、对接市场，打造中原文创创新风向标与产业转化枢纽。

（1.1.10）直播电商中心

搭建线上线下联动交易场景，组织展商、主播现场直播推介，实现展品即时展示、线上选购与订单转化。依托直播电商拓宽销售渠道，打通“展示—选品—交易”闭环，提升展会交易效率，助力文创产品出圈变现。

（1.2）文体旅融合展区（B 区：鹿台阁广场） 共分为七个部分，分别为广场舞台区、文体旅融合展示区、匹克球体验区、非遗活态演绎区（文旅推介区）、国潮动漫区、非遗美食区、综合服务区。布展方案需要充分提前考虑天气因素。

（1.2.1）广场舞台区：设置表演舞台和观众区域，举办开幕式及五天分时段多元引流活动，持续聚拢人流，带动展区客流循环，激活全馆人气。

（1.2.2）文体旅融合展示区：聚焦“文化+体育+旅游”产业链融合业态，通过招商，引入设置文旅打卡装置、天幕、房车、旅游装备等。

（1.2.3）匹克球体验区：设置两块匹克球体验区、休息区，可现场体验匹克球运动，与同期举办的 2026 全国匹克球锦标赛形成互动。

（1.2.4）非遗活态演绎区（文旅推介区）：展示推介鹤壁市乃至全省文旅资源：景区、历史文化街区、特色文旅小镇、研学基地等；邀请国家级、省市级非遗传承人驻场，全天候实操展示传统技艺，打破静态展示模式；分区设置手工体验位，面向市民、青少年设置短时非遗体验项目。

（1.2.5）国潮动漫区：年轻消费主力聚集区，聚焦国风动漫、原创 ip、潮流文创，面向青少年、二次元爱好者、游戏动漫厂商等，设置打卡场景、巡游，带动展会线上社交平台曝光；现场展示销售国风动漫手办、动漫衍生品、数字藏品等，精准匹配青年消费需

求。

（1.2.6）“非遗美食”区：集中展示河南美食文化，特色餐饮品牌、传统老字号企业，加强对传统美食文化技艺和老字号企业的推介宣传。

（1.2.7）综合服务区：设置综合服务台、下届招商服务台等基础服务区

（1.3）文创休闲体验区（C区：朝歌里人文小镇）

（1.3.1）文创烟火市集

与场地方结合，在朝歌文化园、朝歌里人文小镇等以朝歌殷商文化为主题融合文艺元素设置文创市集展区，配套“朝歌夜宴”美食区，展示手工艺品、手作饰品、国潮美妆、潮玩手办、非遗美食等产品。

（1.3.2）生态文旅长廊

与场地方结合，依托淇河生态风光打造文旅休闲展示带，设置画舫、小火车等游览设施及“水陆联动”游览环线，丰富观众观展体验，感受中原山水文化和生态魅力。

（2）展会活动。包括开幕式及领导巡馆、邀请重要嘉宾参加 2026 全国匹克球锦标赛开幕式、全省文创大赛成果展、文创主理人交流会、非遗焕新工艺特展、“国潮新章”国风动漫文创展、文旅产业高质量投融资路演、“戏韵中原”传统戏曲展演季、参展评选活动等。通过举办展会活动，丰富办展内容，提升办展水平，提高大众参与度，争取打造一个国内影响显著、地方特色突出的文化盛会。

（2.1）邀请领导、嘉宾参加开幕式及巡馆

时间：2026 年 9 月 2 日

地点：鹤壁市朝歌文化园鹿台阁

（2.2）邀请重要嘉宾参加 2026 全国匹克球锦标赛开幕式

统筹邀约出席中原文博会开幕式的重要嘉宾，参加 2026 全国匹克球锦标赛开幕式（9 月 2 日晚上），邀请重要嘉宾、客商体验匹克球运动，邀请优秀匹克球运动员逛文博，强化“文化+体育”联动效应，提升文体融合影响力。

（2.3）全省文创大赛成果展

在展馆内集中展出全省文创大赛优秀文创作品，涵盖黄河文化、非遗活化、数字文创等品类，现场设实物展陈、互动体验、路演对接，联动高校与企业，推动创意落地，展现中原文化创新转化成果，助力文旅文创融合发展。

（2.4）文创主理人交流会

利用场馆，聚焦青年文创力量、激活产业创新活力，以文化创意、品牌运营、商业落

地为核心，汇聚文创、非遗、潮玩、空间策展等领域主理人。搭建主理人之间经验共享、人脉链接、供需对接平台，推动优质文创品牌与商业载体、渠道资源高效合作。

（2.5）非遗焕新工艺特展

在场馆内聚焦传统工艺的当代转化，汇聚多地匠心作品与青年设计师力作。展览以非遗技艺为根基，将刺绣、雕刻、陶瓷等经典手法与现代设计语言结合，呈现兼具美学价值与使用功能的文创精品。现场不仅精品陈列展示，更有匠人驻场演示、互动体验等，推动非遗活化与年轻人表达，彰显传统手工艺的创新活力。

（2.6）“国潮新章”国风动漫文创展

聚焦国潮文化与动漫创意融合，汇聚国内知名动漫 IP、原创国潮插画、汉服国风秀、动漫手办、潮玩周边、AI 漫剧展示等内容。设置国潮主题打卡区、国风汉服巡游、动漫声优见面会、原创漫画作品展、国潮文创交易区，推动国潮文化破圈传播，激活青年文创消费活力。

（2.7）文旅产业高质量投融资路演

搭建文旅产业资本对接平台，面向全省征集优质文旅文创、非遗活化、数字文化、乡村文旅、景区升级等投融资项目，邀请金融机构、投资机构、文旅集团、产业基金现场对接。开展项目路演、资本洽谈、政策解读等活动，推动文旅项目精准招商、高效融资，助力中原文旅产业高质量发展。

（2.8）“戏韵中原”传统戏曲展演季

开展名家名段展演、非遗戏剧体验等活动，传承中原戏剧文脉，丰富展会文化体验，打造沉浸式戏剧文化盛宴。

时间：2026 年 9 月 2 日—6 日

（2.9）第十三届中原文博会参展评选活动

时间：2026 年 9 月 6 日

地点：鹤壁市朝歌文化园

（3）招商招展。发挥基础运营商作用，引进知名策展、组展公司与机构，推动招商多元化、精细化、专业化，做好展会招商招展。

（4）展区搭建。根据展会要求，进行展区划分，进行展区布局和搭建，要求整体布局科学、合理、完整，重点突出，形式丰富多样，注重传统文化与现代科技的融合。

（5）展会服务。分为基本服务和参展服务。基本服务包括根据组委会要求，为展会提供必要的住宿（参加文博会开幕式、文创主理人交流会、文旅产业高质量投融资路演等的

嘉宾、新闻媒体记者）、会场、交通、通讯、证件、标识、安检、咨询、餐饮、办公、停车等服务，协调配置市场监管、电力保障、紧急义务救治等展会配套服务及企业信息发布、展品宣传推介等服务，进一步便民利民，为展会营造良好氛围。参展服务包括提供网上报名通道、资料下载通道、提供参展商手册、会刊、办理参展商合同签订、现场展位服务等。

（6）展会宣传。包括现场氛围营造和社会面氛围营造，以及新闻媒体宣传、网络宣传、社会宣传等，不断提升品牌形象，持续扩大文博会的知名度和影响力。

（6.1）社会面、展会现场氛围营造

（6.2）文博会召开前后，重点宣传报道文博会各项主要活动、重大洽谈成果及成交情况，形成中原文化产业的宣传高潮。

（6.3）充分利用文博会吉祥物、会标等元素，在各种媒体及社会宣传渠道播发，扩大文博会影响力和知名度，吸引省内外客商参展。

（6.4）在省内外新闻媒体、互联网、会场周围等为展会及参展文化企业提供形式多样的广告宣传服务，加大营销力度，促进文化产品销售。

（6.5）充分利用新媒体传播途径，加大宣传力度。

（6.6）维护运营文博会官网、官方微信平台，整合线上线下文化产业资源，建立长期文化交易平台，建成文化产业合作的桥梁纽带。

（7）广告服务。充分开发广告载体资源，加大市场开发力度，为展商提供宣传服务。

（8）展会保障。包括对接场地方、安保、消防、应急、环境治理等，确保各项保障工作安全有序，顺利推进。

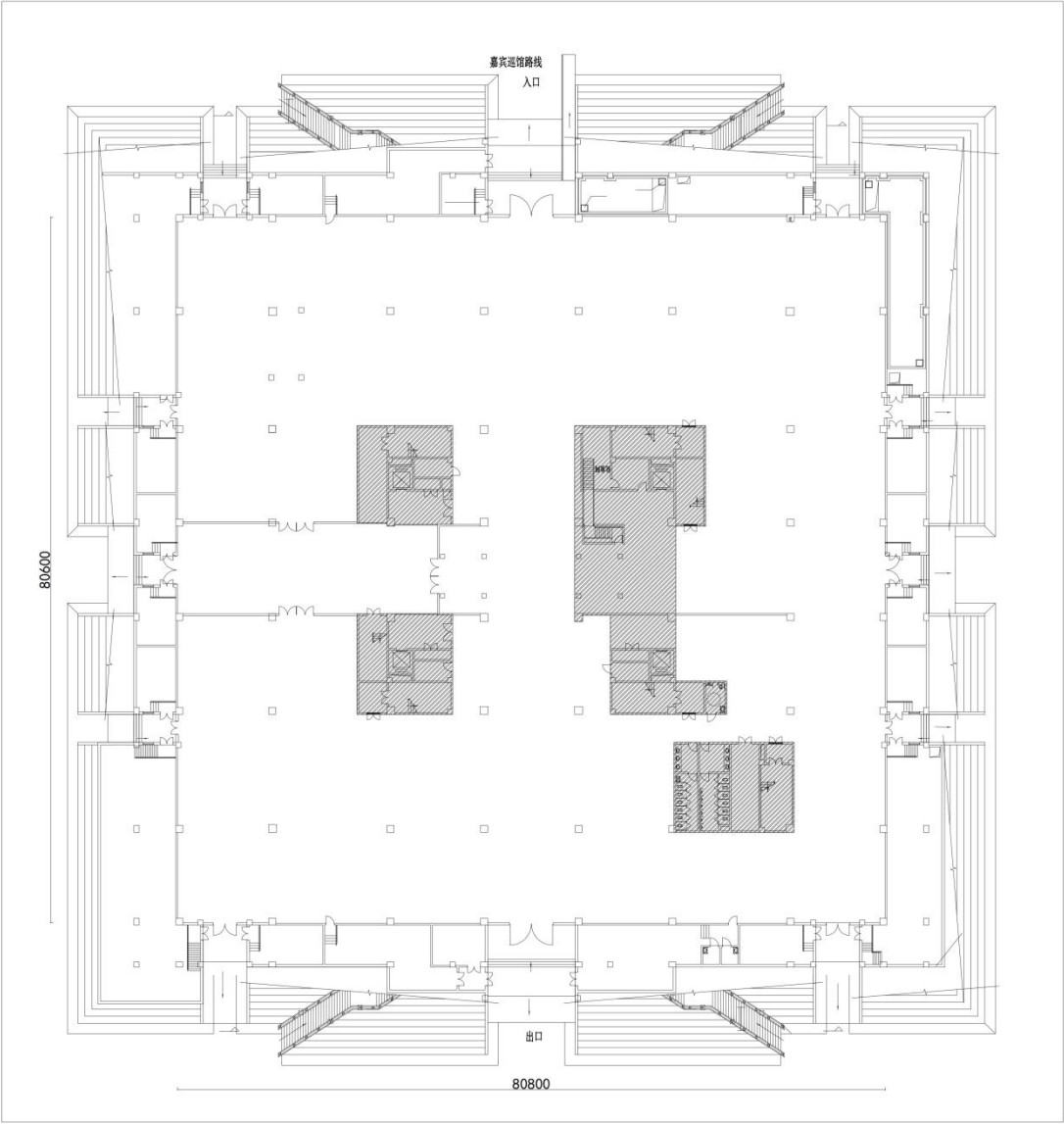
（三）线上文博会要求：

建立线上展示交流平台，呈现文博会线下展会现场。通过中原文博会官网、微信小程序等为参展商和观展群众提供线上登记、人员审核、观展预约等展会服务以及企业信息发布、展品宣传推介等，提高展会效率，打造“永不落幕的文博会”。线上开设中原文博会直播间，携手各地主播电商资源，优选展商好物，开展直播带货，为文化产品的推广和销售打开新渠道，引领文化新消费。

附件：1.展馆平面图

2.第十三届中原文博会项目细节

附件 1：展馆平面图



鹿台阁一楼面积：（80M×80M），顶高 4.5M

附件 2：第十三届中原文博会项目细节

1. 第十三届中原文化产业博览交易会地毯项目

一、项目地点：鹿台阁

二、地毯铺设范围：鹿台阁一楼展馆、开幕式区域。

产品详情	规格	数量
B1 级阻燃展览专用地毯（湖蓝色）	300g	约 5500 平方米

2. 北广场配套设施

主要用于北广场展区的基础设施保障，包括铁马护栏、临时配电箱、电缆线、消防器材、指示牌、遮阳雨棚等物料配置，确保展区安全有序运营。详见下表。

物料名称	规格 / 说明	估算数量	备注
铁马护栏	1.2m 高，2m 长，镀锌管	260 个	用于展区边界、嘉宾通道隔离
临时配电箱	一级箱（总控，带漏保）	4 台	接入市政电源，总功率 $\geq 200\text{kW}$
二级配电箱	分控箱，多路输出	10 台	分配至舞台、各展区、天幕设备
电缆线及保护槽	具体规格要求及数量按文博会现场实际布展需求按需配置		
插线板	10A/16A，带过载保护	100 个	小功率设备取电
指示牌	立式 KT 板，80×120cm	30 块	区域导视、人流引导
地贴指引	防滑材质	100 m ²	地面动线标注
消防器材	干粉灭火器（4kg）	50 个	按消防规范配置
一米线	具体规格要求按文博会现	120 套	

折叠椅	场实际布展需求按需配置	100 把	
折叠桌		80 张	
遮阳帐篷		30 顶	
沙发椅		10 张	
贵宾椅		90 张	

3. 鹤壁馆搭建及组展项目

一、布展地址：鹿台阁一楼

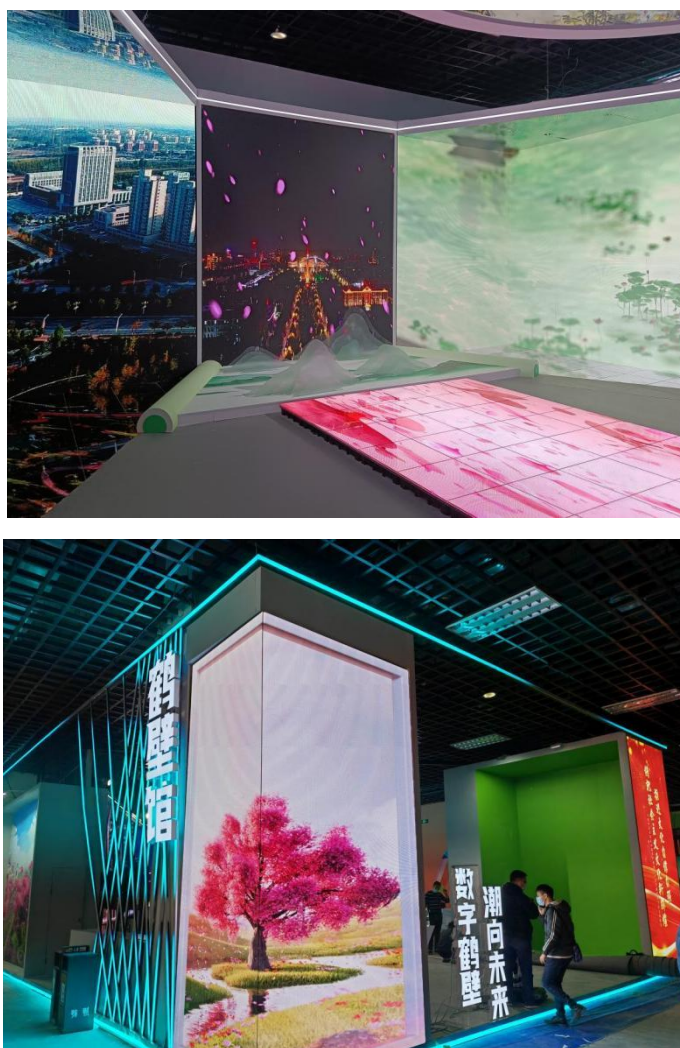
二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），展馆设计能体现出鹤壁特色。面积 140 平方米。

三、数字化展示，采用数字虚拟人、LED 立体屏等科技手段来展现鹤壁丰富的人文景观与文化元素，让观众能够领略到鹤壁的独特魅力。

四、全市文化企业动员和组展，展示本地特色文创产品，让观众身临其境体验鹤壁的山水美境。



往届参考



4. 数智文创展销区搭建

一、布展地址：鹿台阁一楼

二、展位规格：总面积 90 平方米，分为两个特装展台搭建，材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），展馆设计突出交易功能，聚焦数智文创产品与科技文旅衍生品的展示、首发与交易，打造“可互动、可体验、可品鉴、可带走”的沉浸式展销模式，打通“展示—体验—选购—收藏”全链条，实现文化科技产品市场化转化。集中推出数字周边、文旅潮品等实体好物，供观众与采购商一站式采购。

5. 博物馆文创专区搭建

一、布展地址：鹿台阁一楼（约 100 平方）

二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），配备博物馆级展览灯光，展区集中展销各

大博物馆官方文创衍生产品，涵盖馆藏文物复刻摆件、文博首饰、古风文具、馆藏纹样潮品、城市文博伴手礼、特色文创冰箱贴等全品类文博好物。

6. 诗经主题潮玩互动区搭建

一、布展地址：鹿台阁一楼（约 100 平方）。

二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），以诗经主题为核心，融合诗经文化元素与潮玩互动体验，总面积约 100 平方米。

7. 匹克文创展销区搭建

一、布展地址：鹿台阁一楼（约 100 平方）。

二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），总面积约 100 平方米，以匹克球运动装备展示和文创产品展销为主。

8. 数字展示体验区搭建（约 200 平方）

一、布展地址：鹿台阁一楼。展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），以数字技术展示和沉浸式互动体验为核心。设置数字化体验项目不少于三项。

9. 新品发布区搭建

一、新品发布区，也就是新品发布中心，需设置在展馆核心位置，搭建舞台，设置观看区，举办新品首发展示、路演推介、创作分享等活动，是场馆核心区域。

10. 直播电商中心

一、布展地址：鹿台阁一楼

二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），具备直播条件，为 5 个直播团队提供直播场地和服务。

11. 全省文创大赛成果展示

一、布展地址：鹿台阁一楼

二、展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），展览面积约 50 平方米。

12. “文博甄选” 线下销售区

（一）布展地址：鹿台阁一楼

（二）展位规格：材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），面积 50-60 平方米。

13. 媒体中心

一、布展地址：鹿台阁一楼

二、展位规格：材质（使用桁架结构、喷绘画面、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），面积 40 平方米左右，同时具备网络传输条件。

14. “文创中原” 专区搭建（山河四省、三大协会）

一、布展地址：鹿台阁一楼

二、展位规格：分为中原文化产业协会专区和中原协作区馆，总面积 160 平方米。材质（使用木质结构、防火材料，所有电线需加阻燃管，场馆搭建不影响消防卷帘门、消防通道等消防设施），配备博物馆级展览灯光，展馆设计能体现出中原文化特色，集中展示三大协会产业服务成果、工艺美术与陶瓷玻璃行业创新成果、产学研协同项目、行业标准与产业智库资源，同步开展企业供需匹配洽谈、技艺交流研讨等活动。

15. 国潮动漫区搭建

一、布展地址：鹿台阁北广场

二、展位规格：总面积约 600 平方米，设置打卡场景、国潮巡游、动漫文创销售等功能区域，整体使用户外防腐防火材料，所有电线加装防水阻燃套管，户外线路配套防水防护；搭建不得遮挡消防通道、消防设施。

16. 非遗美食区搭建

一、布展地址：鹿台阁北广场

二、展位规格：总面积约 300 平方米，通过招商丰富该区域，划分非遗小吃摊位、传统手工制作或销售、游客品鉴休息三大区域。电线统一加装防水阻燃套管，无油烟隔离相关设施，配套全套氛围装饰与专业户外灯光。

17、招展招商

一、拜访各地市宣传部及重要企业、省属国有文化企业及相关机构。

二、鹿台阁一楼除各地市展馆及省属国有文化企业外还需要招商 20 余家中原地区文化企业参展，并对北广场各区域商户、活动等进行招商。

18、宾馆、高铁站口等社会氛围

序号	项目	规格、材质	单位	数量
1	迎宾花园立体主标识	镀锌钢管焊接造型，设计、制作、喷漆、安装	项	1
2	高铁站、高速口鹤壁站、高速鹤壁北站、迎宾花园道旗	5 米道旗，旗面 1.2*3.5 米，铝合金旗杆，旗帜布 UV 打印	面	250
3	淇水大道与鹤淇大道、泰山路交叉路口道路指引展板	桁架,KT 板 5mm 厚,面敷写真,排版、打印、裁割、安装; 3*8 米*4 套	平米	98
4	迎宾花园及淇河宾馆接待处桁架	桁架,KT 板 5mm 厚,面敷写真,排版、打印、裁割、安装	平米	36
5	高铁站、高速口鹤壁站、高速鹤壁北站接待点桁架	桁架, 户外喷绘, 面敷写真, 排版、打印、裁割、安装	平米	45
6	公交车车贴	UV 打印写真画面含安装车费	平米	160

19、现场、馆内、天花板通道等

序号	项目	规格及材质	单位	数量
1	鹿台阁北门立体主标识	15 米，镀锌钢管焊接造型，设计、制作、喷漆、安装及拆除	项	1

2	展馆地贴制作	高清写真	个	138
3	鹿台阁南门上方会标	金属框架,PVC 板,覆写真喷绘, PVC 雕刻字覆亚克力	项	1
4	鹿台阁北门上方会标	金属框架,PVC 板,覆写真喷绘, PVC 雕刻字覆亚克力	项	1
5	鹿台阁一楼顶部指引美化装饰	网格布高清印刷+吊装	项	1
6	会标灯光亮化	室外照明灯	项	1
7	入口处灯光亮化	室外照明灯	项	1
8	入口过桥板	金属框架, 钢板覆面	套	6
9	鹿台阁外栏杆旗帜	旗帜布 1*1.9 米, 单面印刷, 不锈钢旗杆制作安装及拆卸	套	306
10	鹿台阁东西梯形墙面喷绘 安装	高清写真、画面安装	平米	270
11	鹿台阁南、北门瓷砖贴	高清写真、画面安装	平米	126
12	鹿台阁楼体二楼、三楼外桁架 画面	10x3 米*4 套, 15x3 米*4 套	平米	320
13	鹿台阁楼体二楼、三楼外室外 桁架	10x3 米*4 套, 15x3 米*4 套	项	1
14	鹿台阁一楼通道画面	高清写真画面	平米	25
15	鹿台阁一楼打卡墙氛围装饰	8 面空白墙立体装饰	项	1
16	指引地贴	防滑斜纹膜地贴	平米	60
17	鹿台阁一楼指引地贴	防滑斜纹膜地贴	平米	160

18	立牌展板指引牌	0.8*1.8 米，钢架底座，车贴覆膜	套	6
19	鹿台阁指引吊旗	3*0.8 米，加厚旗帜布双面 UV 打印，	套	30
20	鹿台阁一楼空白墙写真装饰画面	高清写真、画面安装	平米	320
21	鹿台阁北通道、通道桁架画面	高清写真、画面安装	平米	370
22	鹿台阁北通道桁架搭建	桁架	套	2
23	鹿台阁北楼梯指引桁架搭建	桁架	套	2
24	广场北口桁架搭建	桁架	套	2
25	通道桁架搭建	桁架	套	2
26	立牌画面	KT 板写真画面，不锈钢支架	平米	30
27	考斯特车贴哑膜加厚黑不留胶	考斯特车贴哑膜加厚黑不留胶	平米	40
28	小车车贴	车贴哑膜加厚黑不留胶	平米	8
29	站位贴圆点	站位贴圆点	个	104
30	A 馆立体标识	1.5*2 米铁艺底座，PVC 雕刻字 6 层	项	1
31	立体指示牌	15mmPVC+支架焊接	套	4
32	紧急疏散通道指示牌	120*120cm, KT 覆写真画面	个	2
33	车辆号牌	车贴哑膜加厚黑不留胶	个	100
34	鹿台阁南北出口通道画面	喷绘布高清打印	平米	235

20、北广场舞台

- 一、设置表演舞台和观看区域，用于举办开幕式及五天分时段多元引流活动。
- 二、舞台屏幕、启动道具
- 三、节目策划及制作，突出中原文化、鹤壁文化的节目 2 个。



往届开幕式参考

21、主场服务及会场保洁

事项	内容
现场服务	前期各单位现场工作对接服务（医疗、卫生、公安、消防、市场监管、特警、交警、城管、环卫、电力、移动、联通等）
	制定现场服务人员分工 （现场安全及安保公司管理服务、现场突发事件处理服务、现场展位巡展管理服务）
	特装标准展位（标准展位、氛围营

	造管理服务、特装企业展位巡视、审核、现场协调、辅助办理搭建施工手续)
	协调展具租赁、特装施工前地标定位张贴等基础服务
	人员、车辆证件发放
	展商报到及资料打印
	展商管理
现场服务	环境监督维护
	水电保障
	突发事件处置
	开闭馆时间等重要咨询及温馨提示撰写发布
	人流、销售、满意度调查等数据收集
	展具搬运协助
	嘉宾接驳
	网络对接、现场专线调试
	人员车辆流通路线指示和管理， 指引参展商确定装修位置， 并协调进出场馆布展、撤展。
	现场工作人员用餐统计协调
	物品搬运邮寄协助
	大功率、大喇叭等违规设备巡检
参展商、采购商服务	与各地市、省属文化企业等沟通协调展会事宜
	外来嘉宾、参展商、临时需要住宿人员的酒店协调
	采购商邀请
其他	人员劳务
	场馆保洁

22、安保

1. 负责本场展会安保工作的组织领导、现场调度以及协助有关部门对事件处理；
2. 负责事件发生后迅速启动预案，协调相关人员对事故现场控制、人员救治以及善后处理等相关工作；
3. 负责落实安保工作预演、消防应急预案、展会期间落实责任，把本次展会活动安保工作进一步完善，相关人员保证活动期间的通讯畅通。负责人需 24 小时保持通信畅通，随叫随到。需要保障活动现场秩序；
4. 人员配置：共计约 500 人次（实际需要安保上人 8 天计算，安保人员需在参展商布展期间提前 2 天介入，展会结束后待参展商完全撤完商品后撤出）；
5. 安检设备：每个入口最少配备两套安检门系统、安检棒等安检设备。配备广播喇叭 10 个；
6. 监控系统：须在各个出入口等地安装，做到内外无死角，且监控视频可保留 5 天；
7. 应急预案：制定详尽的应急预案，确保在紧急情况下能够迅速、有效地应对
8. 培训与演练：在服务开始前，对安保人员进行专业培训，并进行至少一次实战演练，确保熟悉岗位职责及应急流程；
9. 沟通与协调：与展会主办方保持密切沟通，确保安保服务符合展会需求，及时响应展会期间的突发情况；
10. 其他要求：供应商在服务方案中详细列明安保部署具体方案。

23、志愿者服务

第十三届中原文博会期间，100 名青年志愿者的招募、培训、上岗及志愿服务工作管理，志愿者马甲、帽子定制用餐及人身意外伤害险等。

24、文旅达人

一、新媒体推广合作项目

二、合作内容及效果：在第十三届中原文化产业博览交易会期间邀请全省近 80 位左右不同风格的自媒体达人，拍摄发布 100 条左右的短视频，同时发布在抖音、快手、视频号、小红书等平台。在抖音平台创建加入话题#第十三届中原文博会，地点：朝歌文化园或朝歌里人文小镇。为第十三届中原文博会带来全网平台话题流量 3000 万+，以及百万网友点赞+转发+分享。

25、网红大 V

拟邀请全国知名网络名人 7 人开展网络主题宣传活动，参加线下文博会相关活动，集中式制作发布相关视频，开设网络话题，形成达人发布、网友参与的热浪式传播。推进主话题登上本地热搜榜，特色话题冲击同城榜。

26、朋友圈、抖音推广

- 1. 朋友圈、抖音信息流推广 500 万次+曝光量
- 2. 投放区域：河南省内为主;覆盖省委省政府周边和鹤壁市委市政府周边

27、开幕式直播

对开幕式现场及文博会各场馆开展探馆直播和网络宣传传播。

28、市级媒体

参照往年统筹全市市级新闻媒体、新媒体，开设专栏、开展专题报道、话题活动，对整个展会及参展企业进行跟踪报道宣传，产生话题浏览量达到 2000 万+以上。

29、网络宣传

与国内知名网络平台合作，组织策划网络宣传创意活动，并利用知名网络平台的传播力、号召力，整合资源、传播推广。

30、证件及相关材料印制

序号	项目	规格、材质及安装要求	单位	数量
1	现场总指挥证	80x120mm, PVC 双面彩印，挂钩，吊绳	套	3
2	执委工作人员证	80x120mm, PVC 双面彩印，挂钩，吊绳	套	40
3	媒体证	80x120mm, PVC 双面彩印，挂钩，吊绳	套	200
4	嘉宾证	80x120mm, PVC 双面彩印，挂钩，吊绳	套	1200
5	工作证	80x120mm, PVC 双面彩印，挂钩，吊绳	套	400

6	施工证	80x120mm, PVC 双面彩印, 挂钩, 吊绳	套	300
7	志愿者证	80x120mm, PVC 双面彩印, 挂钩, 吊绳	套	400
8	采购商证	80x120mm, PVC 双面彩印, 挂钩, 吊绳	套	300
9	参展商证	70x105mm, 铜版纸双面彩印, 内芯, 双挂钩, 吊绳	套	1000
10	贵宾证	80x120mm, PVC 双面彩印, 挂钩, 吊绳	套	300
11	施工车辆通行证	210*285mm, 300g 铜版纸双面彩印	个	300
12	工作人员车辆通行证	210*285mm, 300g 铜版纸双面彩印	个	1000
13	招商画册	成品尺寸 210*285mm, 157g 铜版纸双面彩印, 无线胶装	册	1000
14	手提袋	300*400mm*100mm, 300g 铜版纸覆膜、彩印	个	500
15	参展指南	600*600mm, 158g 双胶纸, 手工折九宫格	册	6000
16	会刊	成品尺寸 210*285mm, 157g 铜版纸双面彩印, 无线胶装	册	200
17	会务手册(迎宾花园)	210*285mm, 封面布纹彩印, 内页 80g 双胶纸黑白印刷, 骑马钉	册	350
18	主题活动折页(迎宾花园)	420*230mm, 铜版纸双面彩印	册	400
19	文博会方案打印	A3 铜版纸彩印, 加边条	页	200
20	精彩回顾画册(传统版)	成品尺寸 210*285mm, 157g 铜版纸双面彩印, 无线胶装	册	200
21	货物放行证	会展结束使用的放行证	套	2000
22	服务台单页	服务分类保障, 210x285 (mm), 透明亚克力底座	张	10

23	邀请函	300g 铜版纸双面彩印单面覆哑膜压痕，成品尺寸 270MM*190MM	个	40
----	-----	--------------------------------------	---	----

31、开发文博礼物

- 一、文博会专属礼物设计开发，需要具备鹤壁文化元素和科技感；
- 二、用于嘉宾伴手礼，需要提供具体产品设计、包装等；
- 三、数量为低、中、高三个档次各 100 套。

32、活动组织、会务保障（嘉宾接待）

全省文创大赛成果展、文创主理人交流会、文旅产业高质量投融资路演等活动的组织及嘉宾接待、会务保障。

33、其它项目

- 1. 专业机构制作风险评估报告
- 2. 专业机构的数据统计
- 3. 工作餐
- 4. 车辆租赁
租赁考斯特车 3 辆，使用 2 天；
租赁大巴车 4 辆，使用 2 天。
- 5. 评奖活动组织及证书印制、邮寄发放
- 6. 网络保障服务
- 7. 邀请省内外记者约 50 人 2-3 天，食宿接待。
- 8. 帆布袋 1000 个。
- 9. 为保护广场现场地砖，需要在进出场通道铺设钢板。

注：此项“第十三届中原文博会项目细节”部分，中标人在项目实施过程中须按照以上要求执行，如果在项目实施过程中，采购人有变动时，中标方须无条件执行。

第四章 评标办法

（综合评分法）

（一）评标委员会组成

评标由依法组建的评标委员会负责，评标委员会成员人数，具体详见投标人须知前附表；评标专家由招标人在开标前按照投标人须知前附表约定办法抽取。评标委员会推举主任委员（组长） 1 人，主持评标工作。评标委员会对评标结果负责。

（二）评标依据

评标依据《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》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等有关法律法规以及招标文件的有关规定。

（三）评标原则

评标工作遵循公平、公正和择优的原则。

（四）评标纪律

- 1、评标活动在严格保密的情况下进行；
- 2、评标依据是有关法律、法规及招标文件；
- 3、评标委员会成员与投标人有下列关系之一的，应当回避：
 - （1）参加采购活动 3 年内与投标人存在劳动关系；
 - （2）参加采购活动 3 年内担任投标人的董事、监事；
 - （3）参加采购活动 3 年内是投标人的控股股东或实际控制人；
 - （4）与投标人的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
 - （5）与投标人有其它可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。
- 4、评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责：

- (1) 审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；
- (2) 要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；
- (3) 对投标文件进行比较和评价；
- (4) 确定中标候选人名单；
- (5) 向招标人、招标代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。

5、评标委员会及其成员不得有下列行为：

- (1) 确定参与评标至评标结束前私自接触投标人；
- (2) 接受投标人提出的与投标文件不一致的澄清或者说明，对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正的情形除外；
- (3) 违反评标纪律发表倾向性意见或者征询招标人的倾向性意见；
- (4) 对需要专业判断的主观评审因素协商评分；
- (5) 在评标过程中擅离职守，影响评标程序正常进行的；
- (6) 记录、复制或者带走任何评标资料；
- (7) 其他不遵守评标纪律的行为。

6、评标委员会成员应当客观、公正地履行职责，遵守职业道德，对所提出的评审意见承担个人责任；

7、评标期间，任何单位和个人不得非法干预或者影响评标过程和结果；

8、评标委员会成员不得与任何投标人或者与招标结果有利害关系的人进行私下接触。评标期间评标委员会成员及参加评标工作的有关人员不得私自活动，并将各种通讯工具交由监督人员保管；

9、评标委员会成员及与评标活动有关的工作人员不得向其他人员透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐以及与评标有关的其他情况；

10、评标委员会成员名单在中标结果确定前应当保密；

11、对违反纪律者，将按照《中华人民共和国政府采购法》中的有关规定予以政纪和经济处分；情节严重的，由组建评标专家库的政府部门或者招标代理机构取消担任评标专家的资格；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

（五）评标程序

1、资格审查

开标结束后，招标人（代理机构）依据招标文件的有关规定对投标人的资格进行审查。

若投标人资格审查不通过，则不进入下一步初步评审程序。

2、初步评审（符合性评审）

（1）形式评审：评标委员会根据下列表格中规定的评审因素和评审标准，对投标人的投标文件进行形式评审，并记录评审结果。

评审因素	评审标准
投标人名称	与营业执照或其他相关证明资料是否一致
投标文件签字盖章	是否符合招标文件要求
投标文件格式	是否符合招标文件“投标文件格式”及响应格式要求

（2）响应性评审：评标委员会根据下列表格中规定的评审因素和评审标准，对投标人的投标文件进行响应性评审，并记录评审结果。

评审因素	评审标准
投标内容	是否符合招标文件要求
质量	是否符合招标文件要求
服务期限	是否符合招标文件要求
投标有效期	是否符合招标文件要求
有效投标报价确定	是否符合招标文件要求

说明：

异常低价响应审查（政府采购评审中出现下列情形之一的，评标委员会应当启动异常低价响应审查程序）

序号	评审指标	评审标准
1	异常低价响应审查	（1）投标报价＜全部通过符合性审查供应商投标报价平均值×50%； （2）投标报价＜通过符合性审查的次低报价供应商投标报价×50%； （3）投标报价＜采购项目最高限价（如采购项目未设定最高限价的，以采购项目预算金额作为最高限价）×45%； （4）评标委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。 提醒： ①上述第（1）项数值计算：涉及总价、单价的精确到“分”并四舍五入，涉及费率的精确到小数点后两位，第三位四舍五入（例：如平均值为 123.456 元，即为 123.46 元；如平均值为 80.126%，即为 80.13%）。

注：

评标委员会启动异常低价响应审查后，属于评审标准中第（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关供应商在评审环节合理的时间内（不少于 30 分钟）对响应价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等。其中，属于第（3）项情形，供应商已随响应文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审环节可不再重复提交。

供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

（3）评标委员会对投标文件进行初步评审，投标人或其投标文件有下列情形之一的，其投标不予通过：

1) 投标人未按照招标文件要求提交投标承诺函或不符合招标文件规定的其它实质性要求;

2) 投标文件含有招标人不能接受的附加条件的;

3) 投标人未按要求对投标文件进行澄清、说明或补正的;

4) 在本次采购过程中有以下情形之一的:

①不同供应商的电子投标(响应)文件上传计算机的网卡 MAC 地址、CPU 序列号和硬盘序列号等硬件信息均相同的;

②不同供应商的投标(响应)文件由同一电子设备编制、打印加密或者上传;

③不同供应商的投标(响应)文件由同一电子设备打印、复印;

④不同供应商的投标(响应)文件由同一人送达或者分发,或者不同供应商联系人为同一人或不同联系人的联系电话一致的;

⑤不同供应商的投标(响应)文件的内容存在两处以上细节错误一致;

⑥不同供应商的法定代表人、委托代理人、项目经理、项目负责人等由同一个单位缴纳社会保险或者领取报酬的;

⑦不同供应商投标(响应)文件中法定代表人或者负责人签字出自同一人之手;

⑧其他涉嫌串通或弄虚作假或有其他违法行为的情形。

5) 在形式评审、响应性评审中,评标委员会认定投标人的投标文件不符合评标办法中规定的任何一项评审标准的;

6) 存在法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

(4) 实质性响应指投标文件所提供的有关资格证明文件、提交的投标承诺函、投标报价、投标有效期、投标文件签署和盖章等与招标文件要求的条款、条件相符,没有重大偏差。

(5) 投标文件的响应相对于招标文件要求的偏差,该偏差优于招标文件要求的为

正偏离；劣于的，为负偏离。投标文件中的服务期限或其它内容优于招标文件要求的，不构成无效投标条件。

3、详细评审

详细评审是对初步评审合格投标人的投标文件的评审因素进行量化评分，其主要内容和分值如下：

序号	分类	评审标准		分值
1	投标报价 (10 分)	通过初步评审合格投标人且投标报价最低的投标报价为评标基准价； 投标报价得分=（基准价/投标报价）×10%×100 注：因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价（小型、微型企业、监狱企业及残疾人福利性单位的价格予以20% 的扣除，用扣除后的价格参与评审）。扣除后的价格只参与评审，不作为签订合同的依据，中标价和合同签约价仍以其投标文件中的报价为准。		10 分
2	商务标 (10 分)	投标人业绩 (4 分)	投标人提供近五年以来（2022 年 1 月 1 日至今）签署的同类项目合同案例的业绩证明材料进行打分。每份业绩得 2 分，最多得 4 分。 备注： （1）同类项目合同案例指陈列布展服务或展厅布展工程或展会搭建服务或综合展览或活动策划执行的项目案例。 （2）同类项目合同案例的业绩证明材料指投标人签订的合同，至少包含同一项目的合同首页、签字盖章页、合同金额所在页、服务内容页或采购人给供应商支付项目款项的证明资料。 （3）本款可作为得分的合同案例仅指投标人自身的合同案例，即合同案例的乙方必须与投标人的名称完全一致，如公司名称发生变更，必须提供相关部门的证明文件。 （4）证明材料不完整或不符合以上内容要求，不得分。	4 分

		服务承诺 (6分)	1. 承诺对采购人确认方案以内的内容修改、调整时，无条件服从；对确认方案以外的增加或减少，由双方根据具体情况商定的，得 2 分。 2. 投标人承诺服从采购人现场调度指挥，遵守现场管理的有关规章制度和安全操作规程，服务期间，对服务人员在服务过程中发生的非采购人原因造成的安全事故，承担全部责任的，得 2 分。 3. 投标人能够提供本届文博会圆满完成的相关资源，能准确提供各文化宣传服务机构和具有文化底蕴的相关企业信息，并且相关机构及企业能够有意愿参与本届文博会，提供机构及企业≥ 20家以上的得 2 分；提供< 20家机构及企业的得 1 分，未提供信息的不得分。	6 分
3	服务方案 (80分)	1. 文化展览 方案 (10 分)	(1) 文化产业综合展区展览方案，包括城市综合展区、重点文化企业专区、“文创中原”专区、数智文创展销区、博物馆文创专区、诗经潮玩互动区、匹克球文创展销区、数字展示体验区、新品发布中心、直播电商中心等； ①分区完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
			(2) 文体旅融合展区展览方案；包括广场舞台区、文体旅融合展示区、匹克球体验区、非遗活态演绎区（文旅推介区）、国潮动漫区、非遗美食区、综合服务区等； ①内容完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
		2. 展会活动 (12 分)	(1) 供应商提供的展会活动方案，包括但不限于开幕式及领导巡馆、邀请重要嘉宾参加 2026 全国匹克球锦标赛开幕式、参展评选活动等。 ①内容完整，优于项目需求的得 4 分； ②内容满足项目需求的得 2 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	4 分
			(2) 供应商提供的展会活动方案，包括但不限于全省文创大赛成果展、文创主理人交流会、非遗焕新工艺特展、“国潮新章”国风动漫文创展、文旅产业高质量投融资路演、“戏韵中原”传统戏曲展演季等； ①内容完整，优于项目需求的得 4 分； ②内容满足项目需求的得 2 分；	4 分

			③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	
			(3) 供应商提供的展会活动方案, 包括但不限于文创主理人交流会、文旅产业高质量投融资路演等; ①内容完整, 优于项目需求的得 4 分; ②内容满足项目需求的得 2 分; ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	4 分
		3. 招商招展方案 (8 分)	(1) 供应商提供文化产业综合展区 (鹿台阁主场馆) 的招商招展方案: ①方案中体现发挥基础运营商作用, 引进知名策展内容, 能提供详实意向参展企业清单, 线上线下多渠道邀约, 内容完善的得 3 分; ②方案满足项目需求的得 1.5 分; ③内容漏项或缺失或未提供的得 0 分	3 分
			(2) 供应商提供的文体旅融合展区 (北广场户外项目) 招商招展方案, 方案中体现市场化能力, 根据北广场户外情况, 做好户外项目的招商招展内容。 ①内容完整, 优于项目需求得 3 分; ②方案满足项目需求的得 1.5 分; ③内容漏项或缺失或未提供的得 0 分	3 分
			(3) 供应商提供的专业客商 (采购商、投资商、政企采购) 招商方案: ①针对文旅投资、景区运营、文创采购、IP 授权、非遗采购、研学机构等制定专项邀约方案, 明确对接洽谈、主理人交流、投融资对接会等配套机制, 内容完整、名单详尽得 2 分; ②方案满足项目需求的得 1 分; ③内容漏项或缺失或未提供的得 0 分	2 分
		4. 展区搭建方案 (6 分)	(1) 展区搭建方案包括展区划分、展位规划等内容, 规划合理, 整体方案紧扣主题, 全面、涵盖相关内容; ①内容满足以上要求, 优于项目需求的得 3 分; ②内容满足项目需求的得 1.5 分; ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	3 分
			(2) 展区搭建方案包括主视觉设计以及氛围营造等内容; 设计理念创意新颖独到, 展区整体布局合理, 结构实用简洁、端庄、大气、美观、稳固安全, 风格独特、切合主题、突出特色; ①内容满足以上要求, 优于项目需求的得 3 分;	3 分

			②内容满足项目需求的得 1.5 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	
		5. 开幕式策划方案（10 分）	（1）供应商提供的开幕式策划方案，包括但不限于现场设计及搭建、主题策划及流程安排等； ①内容完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
			（2）供应商提供的开幕式策划方案，包括但不限于节目策划、现场直播等； ①内容完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
		6. 鹤壁馆及其它公共区域搭建方案（7 分）	供应商提供的搭建方案包括但不限于鹤壁馆、“文创中原”馆、数智文创展销区、博物馆文创专区、诗经潮玩互动区、匹克球文创展销区、数字展示体验区、新品发布中心、直播电商中心等布局划分、效果设计、内容策划、展馆搭建及组展、现场服务保障等，符合环保理念； ①内容完整，优于项目需求的得 7 分； ②内容满足项目需求的得 4 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	7 分
		7. 展会服务方案（5 分）	包括但不限于展会伴手礼设计、配套服务、会务服务、现场服务、社会保障协调等。 ①内容完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
		8. 展会宣传方案（8 分）	（1）官方新闻媒体宣传方案、文博会网络宣传方案等 ①内容完整，优于项目需求的得 4 分； ②内容满足项目需求的得 2 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	4 分
			（2）广告服务方案、社会宣传等方案等 ①内容完整，优于项目需求的得 4 分； ②内容满足项目需求的得 2 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	4 分
		9. 展会保障方案（4 分）	（1）安保保障方案、消防保障方案等 ①内容完整，优于项目需求的得 2 分； ②内容满足项目需求的得 1 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	2 分

			(2) 应急保障方案、环境治理保障方案等 ①内容完整，优于项目需求的得 2 分； ②内容满足项目需求的得 1 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	2 分
		10. 项目团队配置方案 (3 分)	供应商提供有项目团队配置方案，包括但不限于设计团队、招商团队、保障团队、宣传团队、服务团队等； ①内容完整，优于项目需求的得 3 分； ②内容满足项目需求的得 1.5 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	3 分
		11. 线上文博会展方案 (5 分)	供应商方案包括但不限于：充分利用线上展示交流平台，呈现文博会线下展会现场，对官网更新维护，建立展会线上小程序，通过小程序为参展商、观众、嘉宾等提供全方位服务等； ①内容完整，优于项目需求的得 5 分； ②内容满足项目需求的得 3 分； ③内容不满足项目需求或漏项或缺失或未提供的得 0 分	5 分
		12. 项目服务进度安排 (2 分)	提供满足招标文件服务周期且安排合理的方案的，得 2 分，不提供不得分	2 分

注：①评审时如无上表中评分项目的某项内容，则该项为零分。

②以上涉及评分项的证件、证书、证明文件扫描件附进投标文件, 否则不得分。

(1) 评标委员会成员独立对投标人投标文件进行评审；

投标人的最终得分为各评委赋分的平均值：对每位投标人的得分的进行汇总时，取各评委对该投标人的评分的平均值作为该投标人的最终得分。本条计算分值均保留两位小数（“四舍五入”至小数点后两位）。

(2) 投标人综合得分为以上评分项之和 。

(3) 投标文件报价出现前后不一致的，除招标文件另有规定外，按照下列规定修正：

1) 投标文件中开标一览表(报价表)内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表(报价表)为准；

2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

3) 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

4) 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。

(4) 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

(六) 推荐中标候选人

评标委员会按照**投标人综合得分**由高到低顺序，推荐第一至第三中标候选人。

若出现两个或多个得分相同，则按“投标报价低者优先”进行排序；得分且投标报价都相同的，按技术优劣顺序排序；若以上均确定不了排序的，由招标人自行确定。

(七) 投标文件的澄清和补正

评标过程中，评标委员会可以书面形式要求投标人对所提交的投标文件中不明确的内容进行书面澄清或说明，或者对细微偏差进行补正。评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或补正。

澄清、说明和补正不得改变投标文件的实质性内容。投标人的书面澄清、说明和补正属于投标文件的组成部分。

评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

（八）推荐中标候选人及提交评标报告

评标委员会推荐的中标候选人应当限定在三名，并标明排列顺序。招标人应当接受评标委员会推荐的中标候选人，不得在评标委员会推荐的中标候选人之外确定中标人。

依法必须进行招标的项目，招标人应当确定排名第一的中标候选人为中标人。排名第一的中标候选人放弃中标或因不可抗力提出不能履行合同等原因的，招标人可以重新招标或确定排名第二的中标候选人为中标人，排名第二的中标候选人因前款规定的原因不能签订合同的，招标人可以确定排名第三的中标候选人为中标人。

评标委员会根据规定向招标人提交评标报告。

采购代理机构应当在评标结束后 2 个工作日内将评标报告送采购人。采购人应当自收到评标报告之日起 5 个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。采购人（采购代理机构）应当自中标人确定之日起 2 个工作日内，在省级以上财政部门指定的媒体上公告中标结果。

第五章 合同书格式和基本条款（参考）

(甲方)(项目名称)委托(代理机构名称)进行了政府采购。按照评委会评审推荐、甲方确定乙方为中标单位。现甲乙双方协商同意签订本合同。

第一条 合同文件

下列与本次采购活动有关的文件及附件是本合同不可分割的组成部分，与本合同具有同等法律效力，这些文件包括但不限于：

1. 招标采购文件
2. 投标文件
3. 乙方在投标时的澄清等
4. 中标通知书
5. 合同补充条款或说明
6. 相关附件及电子版资料

第二条 合同内容

一:采购内容

二:合同要求(应为乙方投标文件的服务要求及投标承诺)

- 1、
- 2、
- 3、
- 4、。
- 5、。

第三条 合同总金额

本合同服务总金额:¥_____元。

大写:_____。

本合同总价款包括服务期间必须的日常物料、易耗品、工具、调试费、培训费、运输、水电、场地等所有相关费用，甲方无需再向乙方支付任何费用。

本合同执行期内因工作量变化而引起的服务费用的变动，在双方事先协商一致的前提下签订补充合同，但因此而增加的服务费用不得超过原中标金额的 10%。

第四条 权利义务和质量保证

1. 甲方保证服务期间，对乙方工作给予支持，提供水、电，场地等必须的基础工作条件。如乙方有需要，还应提供履行合同所必需的有关图纸、数据、资料等。没有甲方事先同意，乙方不得将甲方资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围内。

2. 乙方保证所提供的服务或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权。一旦出现侵权，索赔或诉讼，乙方应承担全部责任。乙方保证服务不存在危及人身及财产安全的隐患，不存在违反国家法规、法令、法律以及行业规范所要求的有关安全条款，否则应承担全部法律责任。

第五条 付款方式

1. 本合同项下所有款项均以人民币支付。

2. 乙方向甲方提交下列文件材料，经甲方审核无误后支付采购资金：

(1) 经甲方确认的发票；

(2) 经甲乙双方确认签署的《验收报告》(或按项目进度阶段性《验收报告》)；

(3) 其他材料。

3. 款项的支付进度以招标采购文件的有关规定为准。如招标采购文件未作特别规定，则付款进度应符合如下约定：_____

第六条 履约保证金【如有】

1. 乙方在签订本合同之日，向甲方提交合同履约保证金 / 元(履约保证金的数额不得超过政府采购合同金额的 10%)。

2. 履约保证金有效期为甲乙双方最终验收后 1 个月内。到期后，甲方向乙方无息退还。

3. 如乙方未能履行、或未能完全履行合同规定的义务，甲方有权从履约保证金中取得补偿。履约保证金扣除甲方应得的补偿后的余额在合同期满后 / 天内无息退还乙方。

第七条 验收

1. 服务期限： 服务开始日期 至 服务完成日期 ，

服务地点：_____

验收时间：_____

验收地点：_____

2. 乙方应对提供的服务成果作出全面自查和整理，并列出清单和使用方法、注意事

项等，作为甲方验收和使用的服务条件依据，清单应随提供的服务成果交给甲方。

3. 验收时，甲乙双方必须同时在场，乙方所提供的服务不符合合同内容规定的，甲方有权拒绝验收。乙方应及时按本合同内容规定和甲方要求免费进行整改，直至验收合格，方视为乙方按本合同规定完成服务。验收合格的，由双方共同签署《验收报告》。在经过两次限期整改后，服务仍达不到合同文件规定内容的，甲方有权拒收，并可以解除合同；由此引起甲方损失及赔偿责任由乙方承担。

4. 甲方可以视项目规模或复杂情况聘请专业人员参与验收，大型或复杂项目，以及涉及专业服务内容的应当邀请国家认可的第三方质量检测机构参与验收，也可以视项目情况邀请参加本项目投标的落标人参与验收。

5. 如根据项目实施情况需要分阶段验收，则双方分阶段签署阶段性验收报告、全部项目完工最终验收签收终验报告。

6. 如果合同双方对《验收报告》有分歧，双方须于出现分歧后3天内给对方书面声明，以陈述己方的理由及要求，并附有关证据。分歧应通过协商解决。

第八条 项目管理服务

乙方应组建技术熟练、称职的团队全面履行合同，并指定不少于一人全权全程负责本项目服务的落实，包括服务的咨询、执行和后续工作。未经甲方同意，乙方不得擅自更换项目负责人。

项目负责人姓名： ；联系电话： 。

第九条 分包

除招标采购文件事先说明、且经甲方事先书面同意外，乙方不得分包、转包其应履行的合同义务。

第十条 合同的生效

1. 本合同经甲乙双方授权代表签字并加盖公章或合同专用章后生效。

2. 生效后，除《政府采购法》第 49 条、第 50 条第二款规定的情形外，甲乙双方不得擅自变更、中止或终止合同。

第十一条 违约责任

1. 乙方所交付服务成果不符合本合同规定的，甲方有权拒收，乙方在得到甲方通知之日起3个工作日内采取补救措施，逾期仍未采取有效措施的，甲方有权要求乙方赔偿因此造成的损失或扣留履约保证金；同时乙方应向甲方支付合同总价5%的违约金。

2. 甲方无正当理由拒收服务，甲方应向乙方偿付拒付服务费用5%的违约金。

3. 乙方无正当理由逾期交付服务的,每逾期1天,乙方向甲方偿付合同总额的5 %的违约金。如乙方逾期达3天,甲方有权解除合同,甲方解除合同的通知自到达乙方时生效。在此情况下,乙方给甲方造成的实际损失高于违约金的,对高出违约金的部分乙方应予以赔偿。

4. 甲方未按合同规定的期限向乙方支付合同款的,每逾期1天甲方向乙方偿付欠款总额的5 %违约金,但累计违约金总额不超过欠款总额的5 %。

5. 其它未尽事宜,以《合同法》和《政府采购法》等有关法律法规规定为准,无相关规定的,双方协商解决。

第十二条 不可抗力

甲、乙方中任何一方,因不可抗力不能按时或完全履行合同的,应及时通知对方,并在 个工作日内提供相应证明,结算服务费用。未履行的部分是否继续履行、如何履行等问题,可由双方初步协商,并向主管部门和政府采购管理部门报告。确定为不可抗力原因造成的损失,免予承担责任。

第十三条 争议的解决方式

1. 因服务质量问题发生争议的,应当邀请国家认可的质量检测机构对服务进行鉴定。服务符合标准的,鉴定费由甲方承担;不符合质量标准的,鉴定费由乙方承担。

2. 在解释或者执行本合同的过程中发生争议时,双方应通过协商方式解决。

3. 经协商不能解决的争议,双方可选择以下第②种方式解决:

①向鹤壁市有管辖权的法院提起诉讼;

②向鹤壁仲裁委员会提出仲裁。

4. 在法院审理和仲裁期间,除有争议部分外,本合同其他部分可以履行的仍应按合同条款继续履行。

第十四条 其他条款

补充(如需)

第十五条 其他

符合《政府采购法》第49条规定的,经双方协商,办理政府采购手续后,可签订补充合同,所签订的补充合同与本合同具有同等法律效力。

本合同一式肆份,甲、乙双方各执贰份

甲 方:

乙 方:

名 称：（盖章）

地址：

法定代表人（签字）：

授权代表（签字）：

开户银行：

银行账号：

时间：

名 称：（盖章）

地址：

法定代表人（签字）：

授权代表（签字）：

开户银行：

银行账号：

第六章 投标文件格式

_____（项目名称）

投 标 文 件

采购编号：_____

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

_____年_____月_____日

目 录

一 投 标 函

附 1 投标报价一览表

二 法定代表人资格证明书

三 法定代表人授权书

四 投标人基本情况

五 评分办法商务和技术部分索引表

六 其他

七 服务方案

一：投 标 函

致：_____（招标人）：

我们收到贵方 _____（项目名称）招标文件（采购编号：_____），经研究，我单位决定参加该项目投标。并授权_____（姓名），全权代表我单位提交下述投标文件。并同时宣布愿意遵守下列条款。

投标总价：大写人民币_____（小写¥_____元）。

1. 本次投标所报内容完全按照招标文件要求编写，所有内容都是真实、准确的。
2. 我方将按招标文件的规定履行全部合同责任和义务。
3. 我方已详细审查全部招标文件，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
4. 本次投标自投标截止之日起有效期为 60 日历天。
5. 我方同意提供按照贵方可能要求与其投标有关的一切数据或资料，完全理解贵方不一定接受最低价的投标或收到的任何投标。
6. 我方理解并同意：采购方保留在授标之前任何时候接受或拒绝任何投标，以及宣布招标程序无效或拒绝所有投标的权利，而对受影响的投标人不承担任何责任。
7. 如我方中标，在中标通知书发出之前，由我方交纳招标代理费用。
8. 与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

地址：_____

电话：_____ 邮箱：_____

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

附 1

投标报价一览表

项目名称		采购编号	
投标人名称			
投标报价	(大写) 人民币_____ (小写) ¥: _____		
投标范围	采购文件包含的内容及服务		
服务期限	自合同签订之日起至展会结束		
质量要求	合格, 满足项目需求		
投标有效期	60 日历天 (从投标截止之日起算)		
备 注			

投标人名称: _____ (全称并加盖电子公章)

法定代表人或委托代理人: _____ (电子签名或电子印章)

日 期: 年 月 日

二：法定代表人资格证明书

投 标 人：_____

单位性质：_____

地 址：_____

成立时间：_____年_____月_____日

经营期限：_____

姓 名：_____性 别：_____

年 龄：_____职 务：_____

系_____（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

投标人：_____（全称并加盖电子公章）

_____年_____月_____日

附：法定代表人身份证复印件（或扫描件）

三：法定代表人授权书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托_____（姓名）为我方代理人（即投标人代表）。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____。
_____。

代理人无转委托权。

代理人：_____性别：_____年龄：_____

单位：_____部门：_____职务：_____

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人：_____（电子签名或电子印章）

日期：____年____月____日

注：1. 投标人法定代表人参加该项目招投标活动的无须提供该委托书，可空白。

2. 附委托代理人（即投标人代表）身份证复印件（扫描件）。

四：投标人基本情况

投标人名称						
注册地址				邮政编码		
联系方式	联系人			电 话		
	传 真			网 址		
法定代表人	姓名		技术职称		电话	
营业执照号						
成立时间			注册资金			
经营范围						
备注						

本表后应附：投标人资格要求的相关资料或承诺（根据招标文件“第二章 投标须知 第 6 项 投标人资格要求”提供相应资料）；

附 1:

资格条件承诺函

我方_____（投标人名称）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款第（一）项、第（二）项、第（三）项、第（四）项、第（五）项规定条件，具体包括：

1. 具有有效的营业执照，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. 具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
5. 参加本次采购活动前三年内（成立不足 3 年的为成立至今），在经营活动中没有重大违法记录。

我方对上述承诺的真实性负责，在评审环节结束后，自愿接受采购单位（采购代理机构）的检查核验，配合提供相关证明材料，证明符合《中华人民共和国政府采购法》规定的供应商基本资格条件。如有虚假，将依法承担相应法律责任。

特此承诺。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

附 2:

投标人关于资格要求信誉方面的承诺

_____（采购人）：

我公司在参加本次采购活动中，作出如下承诺：

我公司在参加本次采购活动中，在递交投标文件截止时间前，我单位未有被列入“中国执行信息公开网”、“信用中国”网站或“中国政府采购”网站“失信被执行人”、“重大税收违法失信主体”、“政府采购严重违法失信行为记录名单”的不良记录，我单位对此予以承诺，并对承诺书真实性负责，提供虚假承诺我公司承担全部责任；如采购人（代理机构）通过网上查询发现我单位有不符合该承诺的情形，我单位自愿放弃中标候选人资格，并接受采购人及相关主管部门的处理与处罚。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

附 3:

投标人书面声明函

_____（采购人）：

我公司在参加本次政府采购项目活动中，作出如下承诺：

一、未挂靠、借用资质进行投标等违法违规行为。

二、我单位提供的相关文件、证明材料均真实、有效。

三、完全接受和满足本项目采购文件中规定的实质性要求，不存在不符合采购文件要求又参加投标以求侥幸中标或者为实现其他非法目的的行为。

若发现我方存在上述问题，愿按照政府采购相关规定接受处罚，列入政府采购黑名单并处相应罚金。

特此声明。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

（投标人认为不足可以另附附件）

附 4:

承 诺 书

_____（采购人）：

我公司在参加本次采购活动中，作出如下承诺：

1. 我单位不存在“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，参加同一项目的政府采购活动”的情形。

2. 我单位不以联合体形式参与本次投标。

特此承诺。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

附营业执照或其他相关证明资料

五：评分办法商务和技术部分索引表

序号	招标文件 条款	投标文件 条款	说明及 索引

注：

1. 该表格内容为投标人响应招标文件“八 评标办法 （五）评标程序 3. 详细评审”中评审办法中的商务和技术部分相关内容，投标人可根据本单位实际情况自行填写；
2. 投标人应在上表“说明及索引”栏里标注证明资料的页码位置，方便评审小组核实，投标人在“说明及索引”栏中填写错误或未填写，且影响或可能影响评审的，由此带来的不利后果，由投标人自行承担。
3. 如本表格式内容不能满足需要，供应商可根据本表格格式自行划表填写，但必须体现以上内容。
4. 此项不作为废标项。

六：其他

1. 投标人认为为响应招标文件有必要附加的其他资料；
2. 涉及评分项中需要投标人提交的相关资料。

附 1:

承 诺 书

_____（采购人）：

我公司特此承诺：

1. 本项目服务过程中所涉及的产品采用材质（防火性能、强度等）符合大型会展相关规范及中原文博会要求；

2. 项目实施过程中，确保展会搭建等项目的结构安全、消防安全以及参与展会的安保、志愿者、施工人员等的人身安全，所有相关安全风险由我公司承担；并主动配合公安、应急、消防、交警、市监、通讯、电力等有关部门，细化方案，压实安全责任，扎实落实各项安全保障工作，杜绝安全事故发生，保障展会安全有序顺利举办。

3. 我公司已经仔细阅读并充分理解该项目招标文件“第三章 采购需求”全部内容，承诺完全响应采购需求各项要求。

4. 我公司已经仔细阅读并充分理解招标文件全部条款、资料及相关要求，承诺完全响应全部招标文件要求，严格按照招标文件规定、在约定时限内高质量完成全部服务工作。

若违反上述任何承诺，我单位将无条件接受违约处理，并自愿放弃中标候选人资格。我单位充分知悉全部违约责任及处置方式，并无条件接受相关处置；若给招标单位及第三方造成损失的，由我单位承担全部赔偿责任。

说明： 本承诺书必须提供且内容不得擅自删改，否则视为无效投标。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

法定代表人或委托代理人：_____（电子签名或电子印章）

日 期： 年 月 日

附 2-1:

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46 号）的规定，本公司（联合体）参加_____（单位名称）的_____（项目名称）采购活动，服务的承接单位全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. _____（标的名称），属于_____（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为_____（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于_____（中型企业、小型企业、微型企业）；

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

日期：_____年_____月_____日

说明：

- 1、¹从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填。
- 2、本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：**租赁和商务服务业**。中小企业划分见“关于印发中小企业划型标准规定的通知”（工信部联企业〔2011〕300 号）。
- 3、中标供应商享受中小企业扶持政策的，随中标结果公开中标供应商的《中小企业声明函》。供应商提供的《中小企业声明函》内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，按照有关法律法规规定处理。
- 4、该声明函投标人可根据实际情况选填，若不提供中小企业声明函的，将不能享受政府采购扶持小微企业的政策。

附 2-2:

残疾人福利性单位声明函

本单位郑重声明，根据《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的通知》（财库〔2017〕141 号）的规定，本单位为符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人名称：_____（全称并加盖电子公章）

日期：_____年____月____日

注：非残疾人福利性单位不提供。

附 2-3:

监狱企业证明文件附省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

注： 非监狱企业的不提供。

七：服务方案

（投标人可结合“第三章 采购需求”及评分项内容自行编制）