**招 标 文 件**

**项目名称：2022年中国（厦门）跨境电商展**

**综合运营服务**

**招标编号：COICXM-2021-001**

**招标人：厦门国际商会**

**二零二一年八月**

**目录**

**[第一章 投标邀请书 1](#_Toc17072)**

[1.招标条件 2](#_Toc27239)

[2.投资来源及预算 2](#_Toc4892)

[3.招标范围 2](#_Toc14561)

4.投标人资格要求..........................................................2

5.招标文件的获取..........................................................3

6.投标截止及开标时间与地点................................................3

[7.发布公告的媒介 3](#_Toc11360)

[8.联系方式 3](#_Toc29811)

**[第二章 投标人须知前附表 4](#_Toc32085)**

**[第三章 投标人须知 7](#_Toc2064)**

[一、说 明 7](#_Toc23981)

[二、招标文件 8](#_Toc2458)

[三、投标文件的编制 9](#_Toc5360)

[四、投标文件的密封和递交 12](#_Toc17739)

[五、开标与评标 13](#_Toc32280)

[六、授予合同 16](#_Toc29512)

**[第四章 合同专用条款 18](#_Toc32096)**

**[第五章 合同通用条款 19](#_Toc2251)**

**[第六章 服务及技术要求 20](#_Toc30053)**

**[第七章 附件（投标文件格式） 26](#_Toc7995)**

1.[投标函 27](#_Toc15932)

[2.投标一览表 29](#_Toc2397)

[3.法定代表人授权书格式 31](#_Toc30332)

[4.资格证明文件格式 32](#_Toc11980)

[5.投标人基本情况信息表 33](#_Toc1349)

6.业绩证明文件...........................................................35

[7.售后服务承诺书 35](#_Toc18509)

**[第八章 评标标准与方法 36](#_Toc7626)**

[一、评标方法 37](#_Toc11206)

[二、评标程序 38](#_Toc22508)

[三、评分标准 40](#_Toc3290)

**第一章 投标邀请书**

**投标邀请书**

1.招标条件

本招标项目为2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务，项目业主为厦门国际商会，已具备招标条件，现对该项目的以下内容进行国内公开招标。

1. 投资来源及预算：自筹资金。

3. 招标范围

3.1、项目名称：2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务

3.2、招标内容主要包括：2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务（以下简称“跨境电商展”），具体内容详见技术需求。

3.3.项目地点及实施时间：

3.3.1、场馆名称：厦门国际会议展览中心

3.3.2、实施时间：从合同签订日至项目结束

4. 投标人资格要求

凡具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件、有能力提供本投标文件所述货物及服务的境内供货商或制造商均可能成为合格的供应商。供应商须提交以下有效证明文件：

4.1投标函。

4.2单位负责人授权书（法定代表人和投标代表人身份证复印件）。

4.3法人或者其他组织的营业执照等证明文件。

4.4提供上一年度或上一季度财务报告，至少包括“资产负债表、利润表、现金流量表”；或者提供开户许可证和投标截止时间前六个月内基本开户银行出具的资信证明；或者提供财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函。

4.5提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳税收的凭据；或者提供依法免税的相应证明文件。

4.6提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳社会保障资金的凭据；或者提供依法不需要缴纳社会保障资金的相应证明文件。

4.7具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，投标公司必须具备 2019年至今已完成单场5万平米及以上展览面积的展会主场及氛围项目服务经验。

4.8单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段或者未划分标段的同一招标项目投标

4.9本次招标不接受联合体投标。

以上所有资格证明文件必须同时满足，若有一项审核未通过视为没有实质性响应招标文件要求，按无效投标处理。提供的所有资格类文件资料应是有效、清晰。复印件加盖投标人公章，否则无效，原件备查。评标委员会对投标人所提供的资格类文件仅负审核责任。即使投标人所提交的资格类文件通过了审核，在评标过程中乃至确定中标人后，如发现投标人所提供的资格类文件不合法或不真实，仍可废除中标人中标资格并追究其法律责任。

5.招标文件的获取

（1）登录厦门贸促网（http://www.ccpitxiamen.org/）获取。

（2）招标文件售价：0元/套。

6.投标截止及开标时间与地点

6.1投标文件递交的截止时间及开标时间为 2021年 9月 15日 9 时 00分，地点：厦门市思明区白鹭洲路199号普利花园大厦12楼1204厦门国际商会

6.2开标地点：厦门市思明区白鹭洲路199号普利花园大厦13楼大会议室

6.3投标文件请于开标当日（投标截止时间之前）递交至开标地点。逾期收到或不符合规定的投标文件恕不接受。

6.4届时请投标人派代表参加开标仪式。

7. 发布公告的媒介

本次招标公告在厦门贸促网（http://www.ccpitxiamen.org/）发布。

8. 联系方式

**招 标 人：厦门国际商会**

地 址：厦门市思明区白鹭洲路199号普利花园大厦12楼1204

电 话：0592-2218830

**第二章 投标人须知前附表**

投标人须知前附表

本表关于招标服务的具体要求是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，应以本表为准。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 条款号 | | **内 容** |
| **说 明** | | |
| 1.1 | 招标项目：2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务 | |
| 2.1 | 招标人名称：厦门国际商会  地址：厦门市思明区白鹭洲路199号普利花园大厦12楼厦门国际商会 | |
| 2.2 | 合格的投标人：见投标邀请书第4条投标人资格要求 | |
| **投 标 报 价 和 货 币** | | |
| 3.1 | 投标报价：按2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务项目技术要求，根据市场行情、企业自身实力及经验自主报价，为2022年中国（厦门）跨境电商展综合运营服务项目技术要求的全部费用。 | |
| 3.2 | 投标货币：人民币 | |
| 3.3 | 拦标价：65万元 | |
| **投 标 书 的 编 制 和 递 交** | | |
| 4.1 | | 投标人应按要求制作投标文件。投标文件采用胶印、标明页码。 |
| 4.2 | | 投标保证金：无 |
| 4.3 | | 投标有效期：90天 |
| 4.4 | | 投标文件份数：正本壹份，副本贰份；电子文件：壹份（U盘）。中标人在中标后再根据招标人需要提供投标文件副本按招标人的要求另行提供。  **投标一览表、投标函及投标单位基本信息表单独盖章封装在信封中作为投标函**，投标文件采用胶印、标明页码，要求密封的外包装封口应加盖骑缝章。 |
| 4.5 | | 投标截止时间：见投标邀请书 |
| 4.6 | | 开标时间、开标地点：见投标邀请书 |
| 4.7 | | 投标文件递交地点：见投标邀请书 |
| **评 标** | | |
| 5.1 | | 总分100分，其中报价10分；技术部分55分；商务部分35分  （具体见第八章 评标标准与方法） |
| **授 予 合 同** | | |
| 6.1 | | 按照方案授标。若执行期间方案发生变化,在授标方案中的材质单价的基础上双方进行协商。 |
| 6.2 | | 中标单位因其自身原因未能有效履行合同相关义务，或出现消极工作、违规违纪、发生安全事故等行为，给招标方造成损失或不利影响的，招标人有权根据自身评估结果终止合同、并要求赔偿。 |

**第三章 投标人须知**

**一、说 明**

**1. 项目情况**

1.1招标内容

**见第六章项目清单及技术要求。**

1.2资金来源

自筹。

**2. 招标人及合格的投标人**

2.1 招标人：厦门国际商会。

2.2合格的投标人

凡具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件、有能力提供本投标文件所述货物及服务的境内供货商或制造商均可能成为合格的供应商。供应商须提交以下有效证明文件：

（1）投标函。

（2）单位负责人授权书（法定代表人和投标代表人身份证复印件）。

（3）法人或者其他组织的营业执照等证明文件。

（4）提供上一年度或上一季度财务报告，至少包括“资产负债表、利润表、现金流量表”；或者提供开户许可证和投标截止时间前六个月内基本开户银行出具的资信证明；或者提供财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函。

（5）提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳税收的凭据；或者提供依法免税的相应证明文件。

（6）提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳社会保障资金的凭据；或者提供依法不需要缴纳社会保障资金的相应证明文件。

（7）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，投标公司必须具备 2019年至今已完成单场 5万平米及以上展览面积的展会主场及氛围项目服务经验。

（8）单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段或者未划分标段的同一招标项目投标

（9）本次招标不接受联合体投标。

以上所有资格证明文件必须同时满足，若有一项审核未通过视为没有实质性响应招标文件要求，按无效投标处理。提供的所有资格类文件资料应是有效、清晰。复印件加盖投标人公章，否则无效，原件备查。评标委员会对投标人所提供的资格类文件仅负审核责任。即使投标人所提交的资格类文件通过了审核，在评标过程中乃至确定中标人后，如发现投标人所提供的资格类文件不合法或不真实，仍可废除中标人中标资格并追究其法律责任。

**3.合格的服务**

* + 1. 合同中提供的所有有关服务，均应来自上述2.2条款所规定的合格投标人。

**4.投标费用**

4.1 投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用。不论投标的结果如何，招标方均无义务和责任承担这些费用。

**二、招标文件**

**5.招标文件构成**

5.1 招标文件包括下列内容：

第一章 投标邀请书

第二章 投标人须知前附表

第三章 投标人须知

第四章 合同专用条款

第五章 合同通用条款

第六章 技术要求

第七章 附件（投标文件格式）

第八章 评标标准与方法

**6.招标文件的澄清**

6.1 投标人对招标文件如有疑点要求澄清，应在投标截至5个工作日前以书面形式发送至招标方，招标方对投标人的澄清要求均以书面形式投标截至3个工作日前予以答复，同时将书面答复在投标截至3个工作日前发给每个报名获取招标文件的投标人（答复中不包括问题的来源）。

6.2 投标人或者其他利害关系人认为招标投标活动不符合法律、行政法规规定的，须在投标截止时间5个工作日前以“异议”的形式提出。

**7. 招标文件的修改**

7.1 在投标截止期前的任何时候，无论出于何种原因，招标方可主动地或在解答投标人提出的澄清问题时对招标文件进行修改，修改的内容为招标文件的组成部分，如果与先发的文件有矛盾，以最后所发文件为准。

7.2 招标文件的修改将以书面形式通知所有报名获取招标文件的投标人，并对其具有约束力。投标人在收到上述通知后，应立即向招标方回函确认。

7.3 为使投标人准备投标时有充分时间对招标文件的修改部分进行研究，招标机构可适当延长投标截止期。并以书面形式通知所有购买招标文件的投标人。

**三、投标文件的编制**

**8. 编制要求**

8.1投标人应认真阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求提供投标文件，并保证提供的全部资料的真实性，以使其投标对招标文件作出实质性响应，否则，其投标将被拒绝。

8.2投标的语言

投标人提交的投标文件以及投标人与招标机构就有关投标的所有来往函电均应以中文书写。

**9.投标文件构成**

投标人编写的投标文件应包括下列部分：

1)投标书

2)投标一览表 按照本须知第七章提供的格式填写

3)投标分项报价表

4)证明投标人是合格的，而且中标后有能力履行合同的资格证明文件。(按照本须知第13条要求和第七章提供的格式出具)

5)招标文件中要求的以及投标人认为需要提供的资料

**10.投标文件格式**

10.1 投标人应按照本招标文件中第9条的内容和第七章投标文件格式的要求制作投标文件。如有漏项或招标方认为其投标文件有明显缺陷的，招标方有权决定其投标是否有效（无效的投标为废标）。

10.2 投标人应提供的投标文件密封完好（每份投标文件封面，均要注明“正本”或“副本”字样，包装封口处加盖投标人公章），一旦正本和副本内容有差异，以正本为准。

10.3 所有投标文件必须打印，且装订完好。由于投标文件出现错页，缺页所导致的一切后果由投标人承担及投标须知前附表的其他要求。

10.4 文件文字：投标文件均以中文印刷，中文以外的文字应附以中文译文，中外文不符时以中文为准。

10.5 投标文件计量单位：除在招标文件的技术规格中有规定的之外，计量单位使用中华人民共和国法定计量单位。

10.6 满足投标须知前附表的其他要求。

**11.投标报价**

11.1 投标人应在投标分项报价表上标明本合同拟提供物料及服务的单价和总价。

11.2 投标分项报价表上的价格应按下列方式分开填写：

投标人须按照服务清单的各分项目和集成服务费等分别报出价格。

11.3 本次投标报价只允许有一个报价，任何有选择的报价将不被接受。投标报价应考虑各种风险因素和费用，对投标人没有填入的项目，招标人认为投标人的报价已包括，在实施和结算时招标人不另行支付。

11.4 投标人根据本须知第11.2条的规定将投标价分成几部分，只是为了方便招标方对投标文件进行比较，并不限制招标人以上述任何条件订立合同的权力。

11.5 投标人所报的投标价在合同执行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标，将被认为是非响应性投标而予以拒绝。

11.6 投标人不得以低于成本的报价竞标，如认定为恶意报价竞标将予以废标处理（投标人的投标报价低于有效投标人平均价20%或高于有效投标人平均价15%，认定为恶意报价竞标）。

1. **投标货币**

12.1 投标人提供的货物和服务一律用人民币报价。

**13．证明投标人合格和资格的文件**

13.1 投标人应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部分。

13.2 投标人提交的合格性证明文件应使招标方满意，投标人在投标时应符合本须知第2.3条的规定。

13.3 投标人提交的证明其中标后能履行合同的资格证明文件应使招标方满意，即

1)投标人已具备履行合同所需的财务、技术和生产能力；

2)投标人满足“投标人须知前附表”中列出的资格标准；

3)投标人应提供其开立基本帐户的银行的资信证明。

13.4 投标人应提交“第八章 评标标准与方法”中所规定但不限于该规定的企业资格、业绩证明材料，未提供相应资料的将会对评标产生重大影响。

**14.投标保证金**

14.1 本次投标无需缴纳保证金

**15.投标文件的制作和签署**

15.1 投标人应准备一份投标文件正本和“投标人须知前附表”中规定数目的副本，及电子版本，每套投标文件须清楚地标明“正本”“副本”“电子版本”。若正本和副本不符，以正本为准，电子版与纸制文件不符，以纸制文件为准。

15.2 投标文件的正本需打印，并由投标人或经正式授权的代表在投标文件上签字。投标文件的副本可采用正本的复印件。

15.3 任何行间插字、涂改或增删，必须由投标文件签字人姓或首字母在旁边签字才有效。

**四、投标文件的密封和递交**

**16.投标文件的装订、密封和标记**

16.1 投标人应将所有投标文件的正本和所有副本密封，密封的正本和所有副本应统一装入一个外层密封袋中，电子文档应封装在开标信封的密封袋中。

投标人应单独制作开标信封以便于唱标，开标信封内装投标函、投标一览表、投标保证金单据复印件、投标人基本情况信息表和电子版等。

16.2 在投标文件密封袋上均应写明招标人名称和地址；

注明下列识别标志：

（1） 招标项目编号；

（2） 招标项目名称；

（3） 投标人名称；

（4） 注明“在 年 月 日 时之前不得启封”的字样（前述时间指开标时间）。

16.3 投标文件采用标准A4纸打印，并在左侧采用胶装的形式，加盖投标人单位公章，并由投标人的法定代表人或其授权的代理人签署。**投标文件需编制目录并连续标注页码。**

**17.投标截止期**

17.1 投标人应在不迟于“投标人须知前附表”中规定的截止日期和时间将投标文件递交给招标方，递交地点应是“投标人须知前附表”中指明的地址。

17.2 招标机构可以按本须知第7条规定，通知修改招标文件适当延长投标截止期。在此情况下，招标机构、招标人和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截止期。

**18.迟交的投标文件**

18.1 招标方将拒绝接收在规定的截止期后送达的任何投标文件， 截止期后收到的邮寄投标文件将原封退回。

**19.投标文件的修改与撤回**

19.1 投标人在递交投标文件后，可以修改或撤回其投标，但投标人必须在规定的投标截止期之前将修改或撤回的书面通知递交到招标方。

19.2 投标人的修改或撤回通知应按规定编制、密封、标记和递交。

19.3 在投标截止期之后，投标人不得对其投标做任何修改。

19.4 从投标截止期至投标人在投标书格式中确定的投标有效期期满这段时间内，投标人不得撤回其投标。

**五、开标与评标**

**20.开标**

20.1 招标方在“投标人须知前附表”中规定的日期、时间和地点组织公开开标。开标时邀请所有投标人代表参加，参加开标的代表应签名报到以证明其出席。

20.2 开标时，招标方当众宣读投标人名称、招标编号（项目名称）、投标价格、是否提交了投标保证金，以及招标方认为合适的其他内容。除了按规定原封退回迟到的以及未按规定密封的投标之外，开标时将不得拒绝任何投标。

20.3 在开标时没有读出的有关声明，在评标时将不予考虑。

20.4 招标将做开标记录。

**21. 评标**

21.1 评标委员会

21.1.1 招标机构将按照“中华人民共和国招标投标法”及有关规定组建评标委员会。

21.1.2 评标委员会由招标人代表及有关经济、技术等方面的专家组成。

21.1.3评标委员会负责评标工作，对投标文件进行审查和评估。

21.2 评标方法：综合评标法。

21.3 投标文件的澄清

21.3.1 在评标期间，评标委员会可要求投标人对其投标文件中含义不明确的内容作必要的澄清或说明，但澄清或说明不得超出投标文件的范围或改变投标文件实质性内容。有关澄清的要求和答复均应以书面形式提交，澄清的内容为投标文件的组成部分。

21.4 资格审查

评标委员会根据招标文件中要求的投标人资格，在初步审查前对各投标人进行资格审查。

21.5 投标文件的初审（符合性检查）

21.5.1评标委员会将审查投标文件是否完整、资格证明文件是否齐全，投标保证金是否合格、有无计算上的错误等。

21.5.2 算术错误将按以下方法更正：若单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修改总价；若用文字表示的数值与用数字表示的数值不一致，以文字表示的数值为准。如果投标人不接受对其错误的更正，其投标将被拒绝。

21.5.3 对于投标文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则，招标方可以接受，但这种接受将影响投标人的综合得分。

21.5.4 在详细评标之前，根据本须知的规定，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部条款、条件和规格参数相符，没有重大偏离的投标。对关键条文的偏离、保留或反对将被认为是实质上的偏离。评标委员会决定投标的响应性只根据投标本身的内容，而不寻求外部的证据。

21.5.5 实质上没有响应招标文件要求的投标将被拒绝。投标人不得通过修正或撤销不合要求的偏离或保留从而使其投标成为实质上响应的投标。如发现下列情况之一的，其投标将被拒绝：

**(1)投标书、投标报价一览表未按招标文件规定的要求由授权代表签字和加盖公章的；**

**(2)投标人未提交投标保证金或金额不足的；**

**(3)投标有效期不足的；**

**(4)投标人的资格不符合招标文件规定的；**

**(5)投标人递交两份或多份内容不同的投标文件，或在一份投标文件中对同一招标项目报有两个或多个报价，且未声明哪一个有效的；**

**(6)投标报价没有提供报价明细表的；**

**(7)其投标报价超过招标文件规定的招标控制价的；**

**(8)投标文件电子版未按规定要求提交的；**

**(9)投标文件中提供虚假或失实资料的；**

**(10)投标人相互串通投标的；**

**(11)有实质性偏离、缺陷、条件限制或保留；**

说明：有下列情形之一的，视为投标人相互串通投标：  
（a）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

（b）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

（c）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员为同一人；

（d）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

（e）不同投标人的投标文件相互混装；

（f）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

21.6 投标文件的详细评审

21.6.1 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详细评审。

21.6.2 详细评审即以招标文件为依据，对所有实质上响应的投标分别从“商务”、“技术”、“价格”三个方面进行评审并按照百分制进行综合打分。

21.7中标人的确定

21.7.1评标委员会依据本招标文件“评标标准和方法”，对投标文件进行评审和比较，向招标人提交书面评标报告，并依次推荐综合得分排名位于前3位的合格投标人为中标候选人。如果二个投标人的综合评分相同时，取投标价格低者。综合评分和投标报价均相同的，取技术得分高者。

21.7.2招标人根据评标委员会提出的书面评标报告和推荐的中标候选人，依据国家和地方现行法律法规确定中标人。

**22. 与招标人和评标委员会的接触**

22.1 除本须知的规定外，从开标之日起至授予合同期间，投标人不得就与其投标有关的事项与招标人以及评标委员会成员接触。

22.2 投标人试图对招标人和评标委员会的评标、比较或授予合同的决定进行影响，都可能导致其投标被拒绝。

**六、授予合同**

**23. 合同授予标准**

23.1 招标人将把合同授予被确定为实质上响应招标文件的要求并有履行合同能力的综合得分最高的投标人。

**24. 授标时更改采购货物数量的权力**

24.1 招标方在授予合同时有权在“投标人须知前附表”规定的幅度内对招标文件规定的货物数量和服务予以增加或减少，投标人不得对单价或其它的条款和条件做任何改变。

**25. 招标人权利**

25.1 在评标委员会专家评审结果的基础上有接受和拒绝任何或所有投标的权力。

**26. 中标通知书**

26.1 本项目中标候选人公示时间不少于3日，在公示期间，投标人或者其他利害关系人对评标结果有异议的，招标方自收到异议之日起3日内作出答复。中标人确定后，招标方将向中标人发出中标通知书。

26.2 中标通知书是合同的一个组成部分。

**27. 签订合同**

27.1中标人在收到招标方的中标通知书后十天内，应按招标文件的要求与招标人或指定代理人签订合同。

**28． 知识产权**

28.1 招标人对中标人产品和服务的购买，包含完整的全部知识产权的授权使用。中标人应保证知识产权使用授权的完整性，并保证没有任何第三方针对招标人采购的产品和服务主张知识产权的使用许可的权利。

28.2 当任何单位或个人就知识产权的使用许可主张权利的时候，该项主张自动指向中标人；任何涉及的法律诉讼，也都自动指向中标人；招标人不承担任何责任。

28.3 如第三方对合同标的物主张所有权或知识产权的侵权损害赔偿请求，招标人有权依据有关规定解除合同，并追究中标人的违约责任。在合同履行过程中，招标人有确切证据证明第三人可能就合同标的物主张权利的，招标人有权中止支付相应的价款，但中标人提供适当担保的除外。

28.4 因为第三人对招标人主张权利而发生的纠纷，中标人应承担相应的法律责任和诉讼费用、律师费用、其他为解除纠纷而发生的费用以及由此给招标人造成的经济损失。

**第四章 合同专用条款**

中标方选定后，双方签署相关合同约定权利义务、付款方式、验收方式等相关事宜。

**第五章 合同通用条款**

中标方选定后，双方签署相关合同约定权利义务、付款方式、验收方式等相关事宜。

**第六章 服务及技术要求**

**招标内容：**

1.项目内容：2022年中国（厦门）跨境电商展（以下简称“跨境电商展”）综合运营服务

2.举办地场馆名称：厦门国际会议展览中心A3-A6、C1-C5厅。

3.举办时间：2022年6月（暂定）

1. 技术要求：

（一）主场服务部分

1. 展会前期服务内容

1.1协助招标方对展会场地进行考察和总体规划，并按要求完成展区平面图的规划。（展会使用A3-A6、C1-C5厅，根据附件的CAD图制定符合跨境电商展行业特性的展区、展位平面规划，至少设置2个不少于350人的分会场，1个不得少于600人，并在C3大堂设置不少于150人的开幕式会场，展位、展区规划须充分利用展厅空间，动线合理且符合公安、消防等相关安全规定）

1.2 负责完成布撤展期间现场施工管理流程的建立与完善。

1.3 负责完成公安、消防、安监等报批工作。

1.4 负责参展商手册、展会功能氛围和指示系统、展区相关示意图、布撤展物流示意图、开展期间车辆行驶路线示意图、相关证件的规划和设计。

1.5 全面负责跨境电商展特装展台报馆、资质审查、结构安全和施工图纸、技术数据审核，负责搭建商报到注册、展区净地及各类标准展位的管理与服务，展区用电、展具租赁服务，并主动与参展企业联系，收集标准展位楣牌信息并核对，负责审核特装展位的展位设计方案。

1.6根据展馆提供的CAD图进行实地测量，复核CAD图纸的准确性（包含地沟、水点、电箱、消防等相关点位）。在展区规划完成后，复核并确认展位搭建是否可实施。

1.7 负责设计广告及氛围总体方案（含图纸等），并确认广告氛围点位搭建是否可实施。

1.8 根据主办需求进行特殊功能展位设计。

1.9 协助主办单位合理规划设计展会临建设施，对参与展会临建设施搭建单位的资质进行严格审查，严格监督各搭建单位在搭建过程中按国家相关安全管理规定执行，严格核查设计图、结构图和相关技术数据，审核过程中应严格按照《展台等临建设施搭建安全标准》、《钢结构设计规范》等国家和行业制定的各项技术指标执行。

1.10负责与展馆协调有关展位搭建事宜。审核并确认标准展位与升级标准展位设计方案的合理性与安全性。

1.11负责根据招标方要求进行展区地毯铺设规划。

1.12协同主办与展馆方协调展位划线时间、标展基础搭建时间、加高标准展位搭建时间、氛围及指示系统搭建时间等事项。

1.13 根据跨境电商展需求建立用于特装申报、展具租赁等事项的互联网服务平台并安排专人进行日常管理维护。

1.14 针对布展期、开展期、撤展期制定相关应急预案。

1.15 根据厦门当地疫情防控要求制定跨境电商展防疫方案。

1.16 完成招标方交办的其他与展会运营服务相关的工作事项。

2. 展会现场服务内容：

2.1 需配合展馆方或第三方服务商进行室内、外展场的划线工作。

2.2 详细提供现场服务人员工作安排表，包括岗位、职责﹑主要负责人的联络方式等，确保展会期间及时有效地完成主办单位的现场工作要求。

2.3 派专职人员负责施工现场的消防安全管理监督工作；根据施工场地和作业性质要求各展位搭建商按规定数量配备灭火器材，采取足够的安全防护措施并由专业人员进行施工作业，确保展位结构稳定、安全、牢固并符合消防安全各项规定。在关键工作岗位（如电工、水工等）应设置具有认证资质的专业人员，确保全场全程施工搭建和展示安全。

2.4 对标准展位及升级展位搭建的管理、验收。馆长负责核对标准展位楣板及展具配置情况；在规定的时间内监督管理将展具派发完毕，并派专人监督管理，防止丢失和随意变更位置；为主办单位调整部分标准展位电箱位置，并制止标准展位私自改建；

2.5 协调、管理通道地毯铺设工作。

2.6 场内搭建和布置及导视系统等须在主办单位要求的时间内完成；布展及开展期间，中标方须配备技术人员在现场机动待命随时响应主办单位的现场要求。

2.7 在布展、撤展期间内，负责参展商及搭建商现场管理，维护布撤展秩序，保障现场人员安全，制止违规操作及一切损害场馆设备设施的行为。

2.8 中标方在布展及撤展期间负责监督管理包含但不限于特装展台施工、标准展位基础搭建、标准展位改建、展会功能性氛围和指示系统搭建、篷房搭建、户外广告制作、发布等项目的搭建、拆除工作，确保施工安全；因监督管理不当导致的人身和财产损失由中标方承担管理责任。

2.9 中标方在开展期间负责对3.8所述项目存在的安全隐患进行检查并做好相关记录，发现安全问题及时向主办方汇报并督促问题方整改。对因监督检查不当所导致的人身和财产损失由中标方承担管理责任。

2.10负责展会现场配合相关部门进行安全检查等事宜。

2.11 完成主办方交办的其他与主场服务相关的事项。

**注：该部分最高投标限价5.8万元，凡投标报价超出最高投标限价均作否决投标处理。**

**（二）展会氛围设计及规划**

1.展会氛围设计

1.1设计跨境电商展主题元素（以下简称“主K”），根据主K延展应用设计，进行氛围渲染、营造，内容包括但不限于功能点位规划图、展区类别标识、吊旗、导视牌、警示标识、展馆入口处门头等，鼓励创新。

1.2投标方应根据场馆整体布局结合跨境电商展需求进行氛围设计。

2.导示系统

2.1设计规划：负责大会导示系统的点位规划、设计工作。

2.2设置及安全：放置的位置不影响展会交通，不影响其它功能设施，确保放置地点及结构安全。

3.功能性服务台的规划及设计。

4.氛围点位由投标方根据自身对跨境电商展及招标文件的理解结合展馆结构自行设计选择。

5.展会主形象设计

5.1 设计跨境电商展室内主形象，摆放地点暂定前广场。规格尺寸可根据形象设计适当规划。

5.2 设计要求：契合跨境电商展行业理念，美化和活跃展会氛围、组织和丰富空间层次、宣传展会品牌、提升大会整体形象和档次、兼具打卡点功能。

5.3 材质不限，提倡使用环保材料，主形象应作全方位修饰，同时避免对主形象背后造成大面积视觉遮挡。

**特别说明：投标方应于投标现场对跨境电商展的氛围设计方案予以展示（含材质、点位设置等），作为氛围部分的评标依据之一，该项服务只提交设计规划报价，不报制作、搭建等费用。**

1. **展会现场会场规划、设计、搭建及相关服务**
2. 负责三个分会场（2个满足不少于350人的会议，1个满足不少于600人的会议）以及开幕式区域（不少于150人）的会场规划及舞美设计、搭建、现场会务服务等。每个会场应至少设置舞台、LED屏、灯光、音响、会议桌椅等。
3. 会场设计应与主题相协调，符合展会理念。
4. 结构的设计应符合结构力学所需的荷载强度要求，确保舞台结构的整体强度、刚度、稳定性、可靠性和各连接点的牢固性、安全性、适用性和耐久性，无施工安全隐患。
5. 服务包括会场设计、搭建、执行、会议物料、会场撤除等与之相关的一切人工、物料、交通等费用。

**注：该部分最高投标限价40万元，凡投标报价超出最高投标限价均作否决投标处理。**

**（四）搭建商管理及推荐搭建商考察**

1. 制定跨境电商展的推荐搭建商管理及评选办法，并进行推荐搭建商的考察工作。

2. 针对特装展位搭建商制定管理办法以及施工安全管理细则。

3. 预计设置6-8家推荐搭建商，完成考察前的筹备及资料收集工作：包括但不限于注册资金；单一年度特装展位数量及全年金额；工厂占地面积及办公面积；工厂人员人数；工厂流程化管理是否健全；每年安全管理培训及证书；公司及员工的商业保险等。

**（五）接待服务**

1. 应制定不少于500位不同级别嘉宾完整、具体的接待方案，包括但不限于车辆安排、酒店安排、嘉宾接待、参会代表签到、后勤保障等。

1.1 车辆保障要求：19座考斯特中巴接站4趟，19座考斯特中巴租用3辆/天（8小时）；7座商务车接送60趟，7座商务车租用15辆/天（8小时）；33座大巴接站1趟，33座大巴租用1辆/天（8小时）；45座大巴接站1趟，45座大巴租用15辆/天（8小时）；55座大巴接站1趟。具体数量根据实际接待人数需求而定。

1.2 代订票服务：包括但不限于动车高铁票、机票等。

1.3 酒店安排：包括但不限于订房、分房、用餐、氛围及指示布置等服务。

1.4 工作人员需求：接机接站工作人员10名/天（10小时）；酒店组工作人员30名/天（10小时）；机动工作人员10名/天（10小时）。

1.5 负责欢迎晚宴的会场设计、搭建、流程管理等。

2. 应设置合理的人员分工并明确其职责，安排合理的时间进度，完成招标方交办的接待任务。

3. 报价参考格式：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目 | 说明 | 单位 | 单价 | 数量 | 小计 |
| 1 | 中巴接站 | 19座考斯特 | 趟 |  | 4 |  |
| 2 | 中巴租用 | 19座考斯特 | 辆/天 |  | 3 |  |
| 3 | 商务车接送 | 7座 | 趟 |  | 60 |  |
| 4 | 商务车租用 | 7座 | 辆/天 |  | 15 |  |
| 5 | 大巴接站 | 33座 | 趟 |  | 1 |  |
| 6 | 大巴租用 | 33座 | 辆/天 |  | 1 |  |
| 7 | 大巴接站 | 45座 | 趟 |  | 1 |  |
| 8 | 大巴租用 | 45座 | 辆/天 |  | 15 |  |
| 9 | 大巴接站 | 55座 | 趟 |  | 1 |  |
| 10 | 工作人员 | 接机接站 | 名/天 |  | 10 |  |
| 11 | 工作人员 | 酒店组 | 名/天 |  | 30 |  |
| 12 | 工作人员 | 机动 | 名/天 |  | 10 |  |
| 13 | 服务费 | 代订票、酒店 | 项 |  | 1 |  |
| 14 | 服务费 | 晚宴设计、流程 | 项 |  | 1 |  |
|  |  |  |  |  | 合计 |  |

**注：该部分最高限价为10万元，仅报工作人员、接送车辆、相关服务费等。**

**（六）关于报价的说明**

1.招标文件中所列示的与报价相关的数量均为招标方根据跨境电商展规划进行预估，投标方应充分理解展览行业中实际执行数量可能与当前规划数量存在偏差的情况，最终结算金额将根据实际执行数量与明细单价计算。

**第七章 附件（投标文件格式）**

**1、投标书格式**

**投标函**

致：

根据贵方为（ ）招标采购投标邀请（招标编号），签字代表（姓名、职务）经正式授权并代表投标人（投标人名称、地址）提交下述文件正本一份、副本二份。

1. 投标一览表（分项报价表）

2. 按招标文件要求提供的有关文件

3. 法定代表授权

4. 资格证明文件

5. 投标人基本情况信息表

6. 业绩证明文件

7. 售后服务承诺书

在此，签字代表宣布同意如下：

1.所附投标价格表中规定的应提交和交付的服务投标总价为，人民币金额数，（并同时用文字和数字表示的投标总价）。

2.投标人将按招标文件的规定履行合同责任和义务。

3.投标人已详细审查全部招标文件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力。

4.本投标有效期为自开标日起 90 个日历日。

5.如果在规定的开标时间后，投标人在投标有效期内撤回投标，其投标保证金将被贵方没收。

6.根据投标人须知规定，我方承诺，与买方聘请的为此项目提供咨询服务的公司及任何附属机构均无关联，我方不是买方的附属机构。

7.投标人同意提供按照贵方可能要求的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投标报价的投标或收到的任何投标。

8.若我方获得中标，我方保证按照标书要求提供相应服务。

9.与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

|  |  |
| --- | --- |
| 地址  电话 | 传真  电子邮件 |

投标人代表签字

投标人名称

投标人公章

日期

**2、投标一览表**

招标编号：

按项目列示总价

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 项目 | 单价（元） | 数量 | 总价 |
| 1 | 2022年中国(厦门）跨境电商展综合运营服务 |  |  |  |
|  | 合计 |  |  |  |

注：1、以上报价为包含全部服务项目所需管理系统、设备、人员等全部服务的含税最终报价，货币单位为：人民币元。

2、此表应按投标人须知的规定密封、标记并单独提交，以便在开标时使用。

3、若2022年中国(厦门）跨境电商展综合运营服务项目报价明细中未报价的部分，以招标方与中标方商谈为准，其价格不应超过展览所在地市场价格水平;如若超过当地价格水平,主办方有权另行寻找服务方。

投标人名称： 公章

授权代表： 签字

日期 ：

**2、明细报价表**

投标人可自行编制明细报价表，应体现相关服务及物料的项目名称、材质、单价及相关备注。（模板仅供参考）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **项目** | **规格** | **单位** | **单价** | **数量** | **总价** |
| 1 | 主场服务费 |  | 项 |  | 1 | （该项最高限价为5.8万元） |
| 2 | 氛围设计 |  |  |  |  |  |
| 3(会议服务） | 会场led | ... | 平方 | ... | ... | （该项最高限价为40万元） |
| .. | 会场舞台 |  |  |  |  |
| .. | 会场灯光 |  |  |  |  |
| .. | 会场音响 | ... | ... | ... | ... |
| 4（接待服务） | 接待车辆 | ... | 辆 | ... | ... | （该项最高限价为10万元） |
|  | 接待人员 |  | 人/日 |  |  |
|  | 服务费 |  |  |  |  |
| 5 | 其它 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 税费 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  | 合计 | ... |

**3、法定代表人授权书格式**

**法定代表人授权书**

本授权书声明：注册于中华人民共和国的（投标人名称）的在下面签字的（法定代表人姓名、职务）代表本公司授权的在下面签字的（被授权人的姓名、职务）为本公司的合法代理人，就招标编号为的(招标货物名称)的投标，以本公司名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于年月日签字生效，特此声明。

法定代表人签字

被授权人签字

投标人公章

**4、资格证明文件格式**

目录：

4.1投标函。

4.2单位负责人授权书（法定代表人和投标代表人身份证复印件）。

4.3法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明。

4.4上一年度或上一季度财务报告

4.5投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳税收的凭据

4.6提投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳社会保障资金的凭据

4.7 2019年至今已完成单场5万平米及以上展览面积的展会项目经验佐证。

**5、投标人基本情况信息表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 企业名称 |  | | | 成立日期 | |  |
| 企业法人营业执照注册号 | | | |  | | |
| 注册资本 | |  | | 企业类型 | |  |
| 批准登记机关 | |  | | 组织代码 | |  |
| 法定代表人 | |  | | 营业期限 | |  |
| 相关资质 | |  | | | | |
| 主营业务 | |  | | | | |
| 地址 | |  | | | | |
| 开户银行 | |  | | | | |
| 开户行号 | |  | | | | |
| 银行账号 | |  | | | | |
| 电话 | |  | 传真 | |  | |
| 邮箱 | |  | 邮编 | |  | |
| 联系人 | |  | 联系方式 | |  | |
|  |  |  |  |  |  |  |

6**、业绩证明文件**

**（复印件加盖公章）**

说明：

请单独列表说明，并提供业绩项目的合同或中标通知书，原件备查。

**7、售后服务承诺书**

我公司为本项目采购提供如下售后服务的各项内容等特此承诺：

投标人：（盖公章）

法人代表或其授权人：（签字/盖章）

日期：

**第八章 评标标准与方法**

**一、评标方法**

**1、适用范围**

此评标办法只适用于本项目。

**2、评标原则**

评标原则是指评标委员会专家在评标活动中应遵循的原则，即《中华人民共和国招标投标法》和七部委令所规定的“公平、公正、科学、择优”的原则。

**3、评标标准**

评标标准是指招标文件中所规定的各项标准，分报价、技术标准和商务标准：

1. **报价**是指投标方根据招标文件中所涉及的所有技术要求，对提供的产品、人员、服务等进行项目预算的提报。
2. **技术标准**是指招标文件中所规定的技术方案、功能要求、产品名称主要技术参数和要求、技术服务、质量保证等。

3）**商务标准**是指技术标准以外的全部招标要素，如投标人须知、合同条款所要求的文件格式，特别是招标文件要求的投标保证金、资格文件、交货期等。

**4、评标方法**

评标方法是指评标委员会，除遵循评标原则与标准以外，根据本项目此次招标的情况，采用综合评估法（打分法）对所招标的内容进行具体的评审。

综合评估法即以招标文件为依据，对投标人的投标文件进行综合评价打分，评出能够最大限度地满足招标文件规定的各项综合评价标准得分最高的投标人，推荐中标候选人。

**二、评标程序**

**1、评标程序：**评标准备→初审→详细评审→评审意见。

**2、评标准备**

1）组建评标委员会，由评标委员会负责评标工作；

**3、初审**

1）按照招标文件要求，先对全部投标人文件进行初审。

2）若有一项招标文件中规定的初审指标没有得到响应，则该投标文件将被拒绝。评标委员会将根据初审的结果，进入综合评标。

评标委员会对投标文件进行符合性审查，如发现下列情况之一，将拒绝其投标：

**(1)投标书、投标报价一览表未按招标文件规定的要求由授权代表签字和加盖公章的；**

**(2)投标有效期不足的；**

**(3)投标人的资格不符合招标文件规定的；**

**(4)投标人递交两份或多份内容不同的投标文件，或在一份投标文件中对同一招标项目报有两个或多个报价，且未声明哪一个有效的；**

**(5)投标报价没有提供报价明细表的；**

**(6)其投标报价超过招标文件规定的招标控制价的；**

**(7)投标文件电子版未按规定要求提交的；**

**(8)投标文件中提供虚假或失实资料的；**

**(9)投标人相互串通投标的；**

**(10)有实质性偏离、缺陷、条件限制或保留；**

说明：有下列情形之一的，视为投标人相互串通投标：  
（a）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

（b）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

（c）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员为同一人；

（d）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

（e）不同投标人的投标文件相互混装；

（f）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

初步审查的各项内容中，如有一项没有合格，则视作未对招标文件做出实质性响应而不能通过初步审查，构成无效标。

评标委员会将根据初步审查的结果，对通过的投标文件进行详细评审。

**4、详细评审**

1）评审方式

评标委员会对投标文件中的商务和技术部分进行综合评定，确定投标人对招标文件的响应情况，然后采用百分制打分的办法，按分值的高低顺序，评定出中标候选人。分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

所有评委都将对商务文件以及技术文件进行打分，然后再综合汇总。评标时，首先各评委根据自己的打分分别填写“报价评分表”、“技术评分表”和“商务评分表”，然后由工作人员将“报价评分表”、“技术评分表”和“商务评分表”集中统计得出“评分汇总表”，并依据投标人得分确定其排名次序。

在分数相同的情况下，商务评分较高的投标人排名优先。“评分汇总表”应由所有评委核实并签字确认。

**5、评审意见**

（1）评标委员会对评标结果进行总结，出具评审意见。

（2）评审意见应经评标委员会全体成员签字生效。如果有评委不同意该评审意见，可随该意见提交一份说明，详细阐述自己的意见和理由。

**6、评标决议**

在评标过程中评委出现分歧或须进行讨论形成决议时，应在各评委充分讨论沟通的基础上，进行自由记名投票表决，决议必须有不少于评标委员会成员总数的2/3的赞成方可通过。

**三、评分标准**

一、投标人的资格条件：

凡具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件、有能力提供本投标文件所述货物及服务的境内供货商或制造商均可能成为合格的供应商。供应商须提交以下有效证明文件：

（1）投标函。

（2）单位负责人授权书（法定代表人和投标代表人身份证复印件）。

（3）法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明。

（4）提供上一年度或上一季度财务报告，至少包括“资产负债表、利润表、现金流量表”；或者提供开户许可证和投标截止时间前六个月内基本开户银行出具的资信证明；或者提供财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函。

（5）提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳税收的凭据；或者提供依法免税的相应证明文件。

（6）提供投标截止时间前六个月任一个月的依法缴纳社会保障资金的凭据；或者提供依法不需要缴纳社会保障资金的相应证明文件。

（7）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，投标公司必须具备 2019年至今已完成单场 5万平米及以上展览面积的展会主场及氛围项目服务经验。

（8）单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一标段或者未划分标段的同一招标项目投标

（9）本次招标不接受联合体投标。

以上所有资格证明文件必须同时满足，若有一项审核未通过视为没有实质性响应招标文件要求，按无效投标处理。提供的所有资格类文件资料应是有效、清晰。复印件加盖投标人公章，否则无效，原件备查。评标委员会对投标人所提供的资格类文件仅负审核责任。即使投标人所提交的资格类文件通过了审核，在评标过程中乃至确定中标人后，如发现投标人所提供的资格类文件不合法或不真实，仍可废除中标人中标资格并追究其法律责任。

1. 评分办法

1、分值构成

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **条款号** | **条款内容** | **编列内容** |
| 1 | 分值构成  (总分100分) | 总分100分，其中报价10分；技术部分55分；商务部分35分。 |

2、投标报价（**满分10分**）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目 | 标准分 | 评分标准 |
| 1 | **投标价格** | 10 | 根据投标人的投报价，按照本公式进行计算得分：投标报价得分＝评标基准价÷有效投标报价×10，其中评标基准价为最低有效报价，价格分为满分10分，计算分数时四舍五入取小数点后两位。 |

3、技术部分：**（满分55分）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目 | 标准分 | 评分标准 |
| 1 | 对招标服务要求的响应情况 | 3 | 评委根据投标人对本合同包服务内容响应情况进行评价，全部满足“招标内容及要求” 的得3分，每负偏离一项扣0.5分，扣完为止。 |
| 2 | 主场服务方案 | 3 | 根据各投标人的展会主场服务方案，从内容的完整性、可行性等方面，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 3 | 安全管理方案 | 3 | 根据各投标人提交的展会现场安全管理方案，从内容的完整性、可行性等方面，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 4 | 展会流程管理 | 3 | |  | | --- | | 根据各投标人提交的展会各类流程管理办法，从流程的合理性、可行性等方面，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 | |
| 5 | 主形象设计 | 3 | 根据投标人提供的主形象设计是否围绕本次跨境电商展的主题，设计形象是否力求美观、时尚、简洁、大气，具备艺术性设计风格，传统与现代充分融合，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 6 | 展区布局方案 | 3 | 根据投标人提供的平面图，是否对展会现场展位、会场、功能区、通道等进行合理规划，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 7 | 功能点位规划方案 | 2 | 根据投标人对除展位、会场以外的现场功能区（服务台、问询处等）进行设置及规划，由评委进行评分，优的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 8 | 氛围设计方案 | 3 | 根据投标人提供的氛围效果图，设计新颖、色调和谐、版面清晰、整体美观、完整等情况，以及提供的氛围布置方案，是否兼具艺术与实用性，设计新颖且内外场相呼应，营造盛大的氛围效果，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 9 | 会议服务方案 | 5 | 根据投标人提供的会场、开幕式的设计、搭建及会务服务，是否能够满足招标方的会议需求，符合展会及会议主题，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 10 | 搭建商管理方案 | 3 | 根据投标人提供的搭建商管理及推荐搭建商考察及管理办法，是否兼具合理性及可行性，有效提升特装展位搭建质量及效率，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 12 | 整体接待方案 | 6 | 根据投标人提供的接待整体方案，从车辆、酒店、接送、签到、用餐、晚宴等安排，是否合理，全面，满足招标方需求，由评委进行评分，优的得6分，良的得4分，一般的得2分，未提供的则不得分。 |
| 13 | 执行团队情况 | 3 | 根据投标人项目执行团队及团队架构完善程度情况，设计人员、安全管理人员、执行人员安排是否符合本项目要求，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 14 | 招商招展方案 | 3 | 根据投标人提供的招商方案，是否能够提升展会的招展及邀约观众的效果，从方案的可行性、准确性等方面，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 15 | 展会保障方案 | 3 | 根据投标人提供的展会保障方案（含物流、安保、其他应急预案等），由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 16 | 进度保障 | 3 | 根据投标人提供的工作事项推进方案，工作事项是否完善、进度安排是否合理，由评委进行评分，优的得3分，良的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分。 |
| 17 | 展务信息化 | 2 | 根据投标人展示用于跨境电商展的线上系统，包括但不限于特装报馆、预定缴费、信息收集、违规整改、数据分析等，由评委进行评分，优的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分 |
| 18 | 防疫方案 | 2 | 根据投标人提供的跨境电商展防疫方案，是否符合厦门卫健委防疫要求，兼具合理性与可行性，由评委进行评分，优的得2分，一般的得1分，未提供的则不得分 |
| 19 | 现场演示答辩 | 2 | 投标人需对整个设计方案进行演示、答辩，评标委员会根据供应商现场演示、答辩情况进行评分。优的得2分，一般的得1分，未演示答辩的不得分。 |
|  | 合计 | 55 |  |

**4**.商务部分：**（满分35分）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评分项目 | 标准分 | 评分标准 |
| 1 | 投标人资质 | 3 | 投标人获得的中国展览馆协会一级以上相关资质证书的得3分，未提供不得分。（提供有效复印件加盖投标人公章，原件备查） |
| 2 | 3 | 投标人获得市级建筑装修装饰工程二级以上证书的得3分，未提供不得分。（提供有效复印件加盖投标人公章，原件备查） |
| 3 | 3 | 投标人获得企业信用评价3A级证书的，每提供1个得1分，该项最高得分为3分，未提供不得分。（证书可在中国招标投标网查询，提供有效复印件加盖投标人公章，原件备查） |
| 4 | 质量管理体系ISO 9001认证证书  环境管理体系ISO14001认证证书 | 3 | 质量管理体系ISO 9001认证证书得1分，  环境管理体系ISO14001认证证书得1分  职业健康安全管理体系ISO18001认证证书得1分，  （提供有效复印件加盖投标人公章，原件备查），未提供不得分。 |
| 5 | 业绩证明 | 3 | 近三年内，承接展览面积5万平米及以上展会服务案例2个得1分；3个得2分；3个以上得3分。未提供不得分。（服务案例需要附合同复印件加盖公章） |
| 6 | 展会策划 | 2 | 项目执行团队中现场经理或负责人具有会展策划师的，提供一个得1分，该项最高得分为2分，投标人需在投标文件中提供相应的证明材料并加盖公章，未提供不得分。 |
| 7 | 安全保障 | 2 | 项目执行团队中现场经理或负责人具有安全管理员的，提供一个得1分，该项最高得分为2分，投标人需在投标文件中提供相应的证明材料并加盖公章，未提供不得分。 |
| 8 | 搭建资质 | 3 | 根据投标人会展设计、搭建工程企业资质进行评分，AAA企业得3分，AA企业得2分，A企业得1分，需提供有效的证书，未提供不得分。 |
| 9 | 守信激励评价 | 3 | 根据投标人提供的2018-2020年度信用中国（www.creditchina.gov.cn)给予的“纳税信用A级纳税人”评价，每提供1个得1分，该项最高得分为3分。 |
| 10 | 组织协调能力证明 | 3 | 投标人近三年所承办的政府采购类展会项目，获得过主体活动单位或相关部门颁发的“感谢信”或“荣誉证书”的，每提供一个得1分，（需提供相应资料备查），本项最高得分3分。 |
| 11 | 获奖情况 | 3 | 投标人近五年内获得市级展会类相关奖项，每提供一个得1分，（需提供相应资料备查），本项最高得分3分。 |
| 12 | 异地执行 | 2 | 投标人在福建省外的城市承接过路演推介或会议活动不少于5场的得1分，超过5场的每多一场得1分，该项最高得分为2分，未提供不得分。 |
| 13 | 行业经验 | 2 | 根据投标人提供的业绩证明中，执行服务过跨境电商行业同类型展会的得2分，未提供不得分。 |
|  | 合计 | 35 |  |

注： 1．上述三部分相加为最后得分，评标委员会将按照最高得分确定中标候选人，得分相同时，以投标报价最接近标底价的投标人排名在前。

2．如果发现投标人在证明文件中有弄虚作假情况，则该文件作废标处理。

3．所有的业绩和人员的（合同、验收证明）复印件装订投标文件中，原（证）件（如需要待招标方通知后在规定的时间内提交复查）。

4.以上评分标准过程控制内容将列入合同条款，如非因我方原因未按投标方案执行，将承担相应的处罚后果。