

招标文件

招标编号： HFGC20222229-1

采 购 人： 三亚市旅游推广局

代理机构： 海南菲迪克招标咨询有限公司

日 期： 2023年03月06日



2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.75—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

政府采购计算机辅助评标须知

一、电子投标文件的编制及报送要求

1、电子投标文件应当统一使用符合国家检测标准经所属交易平台认可的“电子标书制作工具”制作投标文件。电子投标文件的文本等其他内容编制后，需导入“电子标书制作工具”生成电子投标文件。

2、“电子标书制作工具”必须配备含有本单位电子标书工具加密锁才能使用，采购供应商不得将电子标书工具加密锁转借或使用他人的电子标书工具加密锁编制投标文件。

3、如本招标文件要求采购供应商同时提交电子投标文件和纸质投标文件，为确保电子文件与纸质文件一致，纸质投标文件应使用“电子标书制作工具”的打印功能进行打印。如电子文件和纸质文件存在不一致的地方，以电子投标文件为准。

4、为保证电子投标文件的合法性、安全性和完整性，电子文件转换完成后，应在规定部位加盖含有CA数字证书的电子印章，并使用CA数字证书进行加密，生成后缀名为GPT格式的加密投标文件用于正常的投标工作。

5、电子投标文件制作完成后，应将电子投标文件复制到光盘及U盘各一份，按照招标文件的相对应条款的规定进行密封及递交，如有电子招标投标系统，在投标截止时间之前将加密的电子投标文件上传至电子招标投标系统。光盘表面应粘贴标签，写明项目名称、采购人名称、采购供应商名称等信息。光盘及U盘只能有文件名一致、内容一致的电子投标文件，不得含有其他无关文件，否则其投标将被拒绝。开标时，以在电子招标投标系统上传的文件导入为准，如上传文件无法导入，则导入光盘上的文件，如光盘上的文件无法读取时，则导入U盘上的文件。若电子招标投标系统上传的文件、光盘和U盘文件全部无法读取，则该投标文件应被拒绝。

6、提交光盘及U盘介质中只能有内容一致的唯一电子标书文件，不能有其它任何文件，注意查杀电脑病毒。

7、开标必须携带加密投标文件的CA数字证书和光盘、U盘拷贝的投标书。

二、计算机辅助开、评标方法

1、采购代理（或采购人）应安排熟悉计算机辅助开标系统的工作人员登录开标系统进行的开标工作。

1.1 开标系统包含开标倒计时、同步投标人、开标准备、开标、唱标、开标报表、开标结束共七个功能环节。

1.2 登录系统后，进入到项目管理界面，选择本次需要开标的项目，点击【进入开标系统】按钮即可以进入到项目开标主流程页面。

1.3 在开标时间未到达之前，会显示开标倒计时剩余时间。到达开标时间后，开标准备、开标、唱标、开标报表、开标结束等功能方可进行操作。

1.4 在系统中可使用【同步投标人】功能，同步已报名的供应商信息。

1.5 【开标】阶段中会显示投标单位、文件状态、投标人解密信息，可使用【同步投标文件】功能批量获取采购单位在交易系统上传的加密电子投标文件。之后在开标电脑上，依次插入各供应商的CA数字证书进行投标文件解密。解密成功后，界面上会显示绿色的“已解密”。如批量获取不成功或解密失败可使用采购供应商的光盘或U盘重新导入电子版投标文件并重新解密。

1.6 解密阶段完成后，在【唱标】页面可显示唱标信息，可由采购代理（或采购人）唱读供应商名称、报价、交付期等内容。

1.7 【开标报表】页面记录开标过程产生的数据，并且可添加记录开标现场情况和开标现场人员情况，具体由采购代理（或采购人）进行操作记录。

1.8 开标活动完成后，点击【开标结束】按钮可进行评标活动。

2、评标委员会到齐后可进行评标工作

2.1 公开招标和邀请招标类型的项目须有采购人组织建立资格审查小组，进行资格审查工作，资格审查人员可登录系统进行资格审查。

2.2 评标专家需使用个人账号和密码登录计算机辅助评标系统进行评标，根据招标文件设定的评标流程依次完成符合性评审或打分评审，即可完成本次评标工作。如电子文件和纸质文件存在不一致的地方，以电子投标文件为准。

2.3 评标完成后，评标专家应使用CA数字证书在评标报表上加盖电子印章，最后会生成包含评标专家数字签名的电子评标报表，可供采购代理（采购人）打印书面评标报表。

目 录

第一章 招标公告.....	1
一、项目基本情况.....	1
二、申请人的资格要求:	1
三、获取招标文件.....	2
四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点.....	2
五、公告期限.....	2
六、其他补充事宜.....	2
七、对本次招标提出询问, 请按以下方式联系.....	3
第二章 投标人须知.....	5
投标人须知前附表.....	5
A. 说明和释义.....	7
1. 1本招标文件仅适用于本次招标活动.....	7
1. 2本招标活动及招标结果受中国法律的制约和保护.....	7
2. 1项目名称: 见投标人须知前附表.....	7
2. 2项目编号: 见投标人须知前附表.....	7
2. 3采购人: 见投标人须知前附表.....	7
2. 4采购代理机构: 见投标人须知前附表.....	7
2. 5采购预算: 见投标人须知前附表.....	7
2. 6资金来源: 见投标人须知前附表.....	8
2. 7投标人资格要求: 见投标人须知前附表.....	8
2. 8服务期限: 见投标人须知前附表.....	8

2023年三亚岛外旅游营销推广项目
第二次公开招标公告
2023-03-06 17:13:45.975—ac63768690aa4235a9ac4d29e43e
bb1-7.6.1005.284

2.9关联企业：见供应商须知前附表。.....	8
3.1响应：投标人根据招标文件的要求，编制投标文件并按规定投 标的行为。	8
3.2合同：采供双方根据招标文件、中标人的投标文件及中标通知 书规定的内容签署的、以书面形式所达成的协议，包	8
3.3甲方三亚市旅游推广局：合同中明确规定的实际购买货物和服 务的法人、其他组织和自然人。	8
3.4乙方（供应商）：合同中规定的向采购方提供货物和服务的法 人、其他组织和自然人。	8
3.5伴随服务：合同规定乙方应承担的与提供服务有关的辅助服务 。	8
3.6天：日历日。.....	8
3.7交付地点：由合同约定的乙方提交的货物和服务的最终到达地 点。	8
3.8合同价款：由合同约定的、在乙方完全履行合同义务后甲方应 支付乙方的价款。	8
3.9不可抗力：不能预见、不能避免并且不能克服的客观情况。	8
4.1投标人的法定代表人可以委托代理人处理投标事务。.....	8
4.2委托代表人的资格条件：见投标人须知前附表。.....	8
4.3委托代表人的代理权限：见投标人须知前附表。.....	8
4.4委托代理人须持有法定代表人出具的符合格式要求的《授权委 托书》（格式见附件）。	8
5.1投标人自行承担参加投标的全部费用。.....	8
B. 招标文件.....	8
6.1招标文件规定本次招标活动的规则，提供编制投标文件和参加 投标的依据。招标文件包括以下内容：	9
6.2投标人应当仔细阅读、充分关注和正确理解招标文件中陈述的 所有事项，遵循格式文件的规定和签署要求。不能对	9
7.1招标采购单位有权在投标截止时间前对招标文件进行澄清或者 修改。	9
7.2澄清或者修改是招标文件的组成部分。澄清或者修改以发布公 告的方式通知所有投标人。	9

7.3 投标人要求对招标文件进行澄清的，应在投标截止日10天前，以书面形式向采购代理机构提出。	9
7.4 在投标截止时间前，招标采购单位可以视采购具体情况，延长投标截止时间和开标时间。变更的投标截止时间和开	9
8.1 答疑会和现场考察：见投标人须知前附表。.....	9
C. 投标文件.....	9
9.1 所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。.....	9
9.2 投标文件使用中文编制。投标文件部分内容必须使用其他文字的，应当附有该文字的中文译本。投标人承担未附中的，	9
10.1 不接受联合体投标。.....	10
11.1 唱标信封.....	10
11.2 投标文件.....	10
12.1 投标文件必须按照招标文件要求的统一格式顺序编写。要求投标文件全部内容制作详细的目录（包括页码的编制）	10
12.2 开标一览表是开标仪式上的唱标内容，必须按规定的格式填写。	10
13.1 《开标一览表》中全部服务内容的报价，应当包括劳务、管理、技术培训、维护、保险、利润、税金等费用，以及	10
13.2 《开标一览表》中的每一个费用单项，均应填写单价和计算总价，并由法定代表人或授权委托人签署。	10
13.3 本项目只允许一个报价，不接受任何有选择性的投标报价。	10
13.4 报价全部采用人民币表示。.....	10
13.5 超出采购预算的报价为无效报价。.....	11
14.1 投标保证金：见投标人须知前附表。.....	11
15.1 自开标日起60天内，投标文件应保持有效。有效期短于这个规定期限的投标，将被拒绝。	11
15.2 在特殊情况下，采购代理机构可与投标人协商延长投标文件的有效期。协商应当以信函、传真或电子邮件的形式进	11
16.1 电子版投标文件份数和要求：见投标人须知前附表。...	11
16.2 投标文件主要内容（招标文件第六部分格式文件中要求法定代表人或授权委托人签字和加盖投标单位公章的内容）	11

2023年三月...
 17:13:45.9...
 6.5...284...
 acc637d8690aa1235ba9a1d29e43e

16.3全套投标文件应无涂改、无行间插字。除非这些删改是根据采购代理机构的要求实施的，或者是投标人造成的错误 11

D. 唱标信封的递交..... 11

17.1唱标信封应按以下方法分别装袋密封：..... 11

18.1投标截止时间：见投标邀请函。..... 12

18.2投标文件必须在投标截止时间前送达投标地点。..... 12

18.3采购代理机构推迟投标截止日期或截止时间，将在不晚于原定投标截止日期的前3天发布公告。 12

18.4在投标截止时间以后送达的投标文件，采购代理机构拒绝接收。 12

19.1投标以后，投标人不得修改和撤回投标文件。..... 12

19.2开标后，投标人不得在投标有效期内撤回投标。..... 12

19.3所有投标文件均不予退还。..... 12

E. 开标、评标和定标..... 12

20.1采购代理机构按招标文件规定的时间、地点公开举行开标仪式。开标仪式由采购代理机构主持，邀请采购人代表、

20.2参加开标仪式的投标人代表应携带本人身份证和法定代表人证明（或法定代表人授权委托书）签到，未携带以上证

20.3由投标人代表查验投标文件的密封情况，经确认无误后拆封唱标。 12

20.4唱标人宣读投标人的名称、投标价格、服务期限及其投标的修改、投标的撤回等。记录人制作开标记录。 12

20.5投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中明细表内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准。 12

20.6唱标以开标一览表中的大写金额为准。当出现大写金额与小写金额不一致或总价金额与按单价计算的汇总金额不一 12

20.7投标人如果对唱标内容有异议，应在获得主持人同意后当场提出。不属唱标错误的，应当请异议人核验“开标一览 12

20.8在开标时，投标文件有下列情况之一者，将被视为无效投标 13

21.1评审委员会组成：见投标人须知前附表。..... 13

22.1开标后，至正式授予中标人合同止，凡属于审查、澄清、评价和比较投标的所有资料、有关授予合同的信息等，都 13

2023年三亚岛外旅游推广项目（二次）招标文件（项目编号：2023-06-06-13-45-975-acb7d8e90aa427a9ac1b99e43e）

22.2在投标文件的审查、澄清、评价和比较以及授予合同的过程中，投标人对采购人、采购代理机构和评审委员会成员	13
23.1初步审查内容为投标文件是否实质性响应招标文件的要求、内容是否完整、价格构成有无计算错误、文件签署是否	13
23.2初步审查中，对价格的计算错误按下述原则修正：.....	13
23.3与招标文件有重大偏离的投标文件将被拒绝。重大偏离系指服务的质量不能满足招标文件的要求。这些偏离不允许	13
23.4评审委员会对投标文件的判定，只依据投标文件的内容，不依靠开标后的任何外来证明。	13
23.5下列投标文件将被拒绝：.....	13
24.1评审委员会可以书面方式要求投标人对投标文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误	14
24.2投标人对投标文件的澄清、说明或者修正应有投标人代表的签署，并作为投标文件的组成部分。	14
25.1招标人按照评标委员会推荐的中标候选人顺序确定中标人，评审委员会推荐中标候选人的人数见投标人须知前附表	14
26.1评审委员会将对实质上响应招标文件要求的投标文件进行评价和比较。	14
26.2评审方法：见投标人须知前附表。.....	14
26.3最低的投标报价（低于成本价除外）或最高的折扣比例是中标的重要条件，但不是唯一条件。	14
F. 授予合同.....	14
27.1评审委员会根据本招标文件第六部分《评标方法和标准》的规定，对投标人的资格进行审查，对投标文件进行评价	14
27.2评审委员会有权按招标文件的要求评定并推荐中标候选人，也有权拒绝任何或所有不符合招标文件要求的投标人的	14
28.1采购人应当把合同授予评审委员会按本须知第25条规定推荐的第一顺序中标候选人。被授予合同的投标人必须具	15
29.1确定中标人后，采购代理机构在发布中标公告的同时，以书面形式向中标人发出中标通知书。中标通知书应当规定	15
29.2中标通知书的送达方式，包括传真、快递、电子邮件和委托代理人领取。采购代理机构可以选用其中一种或多种方	15
29.3中标通知书是合同的组成部分。.....	15

29.4	采购代理机构没有对未中标人解释落标原因的义务。...	15
30.1	采购人和中标人应当按照中标通知书规定的期限签订合同。中标通知书规定的期限最长不得超过30天。	15
30.2	中标人拒签合同，或不能在规定的期限内与采购人签订合同，采购人有权取消其中标资格。	15
30.3	中标人拒签合同或放弃中标是违约行为，应当依法赔偿违约行为给采购人造成的实际损失。	15
30.4	签订合同及合同条款应以招标文件和中标人的投标文件为依据。	15
31.1	中标人与采购人应严格按照招标文件规定的标准和投标文件承诺的条件进行验收。	15
31.2	采购人可以独立邀请第三方参与验收。验收出现争议时，中标人可以与采购人协商共同邀请第三方参与验收。	15
32.1	代理服务费是采购预算的组成部分。...	15
32.2	代理服务费以采购预算为基数，参照琼价费管〔2011〕225号文件规定的招标代理服务收费标准收取。本项目	15
32.3	投标人的投标报价应当包含代理服务费。代理服务费由中标人代为结算。中标人中标后应先行支付。	15
33.1	中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位：见投标人须知前附表。	16
34.1	见投标人须知前附表。...	16
G.	询问、质疑和投诉。...	16
35.1	供应商对本采购活动事项有疑问的，应当以书面形式向采购人或采购代理机构提出询问。	16
35.2	询问应当用传真、信函、电子邮件等方式提出。.....	16
35.3	对询问的答复，将依据是否是重要的共性问题，决定是否同时告知其他投标人。	16
36.1	供应商认为采购文件、采购过程和中标、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	16
36.2	质疑必须以书面形式提出。质疑函应当包括但不限于下列内容：供应商的名称、地址、邮编、联系人及联系电话；	16
36.3	不符合本章第36.1和36.2款规定的质疑是无效质疑，不予受理。	16

2023年三亚岛外旅游推广项目

36.4对于供应商的有效质疑,我们将按照《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》和	16
36.5供应商应当慎重使用质疑的权利。属于对政府采购活动事项产生一般疑问的,应当根据政府采购法第52条的规定	16
37.1供应商对质疑事项的答复不满意,或者没有在法定期限内得到答复的,可以依法向政府采购监管部门进行投诉。	17
37.2供应商的投诉,应当符合《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购供应商投诉处理办法》、《财政部关于加强政	17
H. 纪律和监督.....	17
采购人不得泄漏招标投标活动中应当保密的情况和资料,不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或他人的	17
不得提供虚假材料谋取中标;不得采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人;不得与招标采购单位、其他投标人恶意	17
评审委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处,不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人	17
与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处,不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候	17
第三章 采购需求.....	18
2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) 第四章 评标办法及标准	31
前附表.....	31
项目基本信息:	31
开标一览表信息:	31
评标参数信息:	31
初步评审标准:	32
资格性审查标准.....	32
符合性审查标准.....	33
详细评审标准:	33
项目业绩.....	33
现场讲解.....	33
国内城市活动创意方案.....	33

国内城市执行方案.....	34
港澳台及海外城市活动创意方案.....	34
港澳台及海外城市执行方案.....	35
嘉宾资源及媒体渠道.....	35
应急保障方案.....	36
技术响应.....	36
价格评审.....	36
正文部分.....	37
第四章 评标方法和标准.....	37
评标方法前附表.....	37
一、总则.....	41
二、评标方法.....	42
第五章 合同文本.....	48
第五章 合同条款（参考）.....	48
2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）__第六章 投标文件格式要求	66
第六章 投标文件格式要求.....	66
初步评审表各项页码索引表.....	67
综合评分表各项页码索引表.....	68
1、开标一览表格式.....	69
1.1、分项报价明细表.....	70
2、投标书格式.....	72
3、法定代表人身份证明.....	74
4、法人授权委托书.....	75
5、联合投标协议书（不接受联合体适用）.....	76
6、中小企业声明函（服务）.....	77

7、监狱企业证明文件.....	78
8、残疾人福利性单位声明函.....	79
9、信用查询.....	80
10、资格证明文件.....	83
11、无重大违法记录的书面声明.....	85
12、政府采购供应商信用承诺书.....	86
13、环保类行政处罚记录声明函.....	87
14、商务条款偏离表格式.....	88
15、知识产权承诺函.....	89
16、服务团队成员名单.....	90
17、诚信投标、诚信履约承诺书.....	91
18、反商业贿赂承诺书格式.....	92
19、投标人基本情况表.....	93
20、投标人类似项目业绩一览表.....	94
21、国内城市活动创意方案.....	95
22、国内城市执行方案.....	96
23、港澳台及海外城市活动创意方案.....	97
24、港澳台及海外城市执行方案.....	98
25、嘉宾资源及媒体渠道.....	99
26、应急保障方案.....	100
27、项目技术偏差表.....	101
28、投标人认为需要提供的其它文件.....	103

第一章 招标公告

项目概况

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次） 招标项目的潜在投标人应在 全国公共资源交易平台（海南省）（<http://zw.hainan.gov.cn/ggzy/>） 获取招标文件，并于 2023年03月27日09时00分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：HFGC20222229-1

招标编号：_____

政府采购计划编号：_____

采购计划备案文号：_____

项目名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

预算金额：¥6,500,000.00元

最高限价：【标包名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）；最高限价：6500000】

采购需求：2023年岛外推广活动将围绕“精准营销”为目标进行，即在重点核心客源城市，能够把整座城市的目标客群（B端/C端/M端）全部一次性囊括和触达，争取达到整体活动效应最大化，在其他次重点客源城市中，将根据城市属性和客源情况，将布排不同主打方向，实现活动性价比上的最优化。在全国范围内，对细分的不同目标群体使用不同策略的主题活动进行布局，满足三亚目的地宣传推广需求的同时，通过创新策略为企业提供切实有效的业务帮助。

合同履行期限：自采购人与中标单位签订合同之日起至2023年12月31日止。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）不接受联合体投标。

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：本项目支持节能产品和环境标志产品，中小微企业，监狱企业

、残疾人福利性单位发展以及支持创新产品和服务等相关扶持政策，详见招标文件；

3. 本项目的特定资格要求：3.1、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，拒绝其参与政府采购活动；3.2、在中华人民共和国境内注册、具有独立承担民事责任的能力（提供营业执照或事业单位法人证书等证明文件）；3.3、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度【提供会计师事务所出具的2021年财务审计报告或2022年以来任意一个季度的财务报表（资产负债表、损益表/利润表）】；3.4、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供承诺书）；3.5、具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录（提供2022年以来任意一个月（或多个月）的纳税凭证和社会保障金缴费凭证，零纳税须提供税务部门盖章的纳税申报表）；3.6、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（成立不足三年的从成立之日起计算）；3.7、提供无环保类行政处罚记录声明函；3.8、提供政府采购供应商信用承诺书。

三、获取招标文件

时间：2023年03月07日00时00分至2023年03月14日00时00分（提供期限自本公告发布之日起不得少于5个工作日）（北京时间，法定节假日除外）。

地点：全国公共资源交易平台（海南省）（<http://zw.hainan.gov.cn/ggzy/>）

方式：网上报名

售价：0（元）

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

2023年03月27日09时00分（北京时间）（自招标文件开始发出之日起至投标人提交投标文件截止之日止，不得少于20日）。

地点：三亚市公共资源交易中心（三亚市吉阳区新风街259号）三亚开标室4

五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

1、投标人须在全国公共资源交易平台（海南省）企业信息管理系统(<http://zw.hainan.gov.cn/ggzy/>)中登

记企业信息，然后登陆招标投标交易平台(<http://zw.hainan.gov.cn/ggzv/>)下载，查看电子版的招标文件及其他文件；2、电子标（招标文件后缀名.GPZ）：必须使用最新版本的电子投标工具（在<http://zw.hainan.gov.cn/ggzv/ggzv/xgrjxz/index.jhtml>下载投标工具）制作电子版的投标文件；非电子标（招标文件后缀名不是.GPZ）：必须使用电子签章工具（在<http://zw.hainan.gov.cn/ggzv/ggzv/xgrjxz/index.jhtml>下载签章工具）对PDF格式的电子投标文件进行盖章（使用WinRAR对PDF格式的标书加密压缩）；3、投标人必须按系统规定使用最新版本的电子投标工具及投标锁制作电子版投标文件及相关文件，并上传后缀名为GPT格式的投标文件；开标时必须携带加密锁（公司CA数字认证锁）和U盘（拷贝的GPT格式投标文件和PDF格式投标文件）。4、投标截止时间前，必须在网上上传电子投标书——（电子标：投标书为GPT格式；非电子标：投标书需上传PDF加密压缩的rar格式）；5、本项目采购信息发布媒体为：全国公共资源交易平台（海南省）·三亚市<http://zw.hainan.gov.cn/ggzv/syggzy>和海南省政府采购网<https://www.ccgp-hainan.gov.cn/zhuzhan/>。6、根据《三亚市人民政府办公室关于印发〈三亚市创建一流营商环境2021年实施方案〉的通知》（三府办〔2021〕44号）和《三亚市金融发展局关于印发〈创建一流营商环境“获得信贷”指标2021年专项行动方案〉的通知》，三亚市在探索开展“政采贷”业务，中标或成交供应商可凭借与采购单位签订的政府采购合同向开展政府采购合同融资业务的3家银行（中信银行三亚分行、兴业银行三亚分行和浦发银行三亚分行）的公司业务部申请信用贷款。

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：三亚市旅游推广局

地址：海南省三亚市吉阳区新风街279号蓝海华庭第15层

联系方式：0898-88568852

2. 采购代理机构信息（如有）

名称：海南菲迪克招标咨询有限公司

地址：海南省三亚市迎宾路天际大厦1103B室

联系方式：0898-88662401/88662405

3. 项目联系方式

项目联系人： 陈思宇

电 话： 0898-88662401

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

条款号	条款名称	编列内容
2.1	项目名称	2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）
2.2	项目编号	HFGC20222229-1
2.3	采购人	名称：三亚市旅游推广局 联系人：刘先生 电话：0898-88662401/88662405
2.4	代理机构	名称：海南菲迪克招标咨询有限公司 联系人：陈思宇 电话：0898-88662401/88662405
2.5	采购预算	¥6,500,000.00 元
2.6	资金来源	政府投资
2.7	投标人资格要求	见第一部分投标邀请“二、申请人的资格要求”
2.8	服务期限	自采购人与中标单位签订合同之日起至2023年12月31日止。
2.9	关联企业	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，不得参加同一合同项下的政府采购活动。
4.2	委托代表人的资格条件	投标时须提供法定代表人授权委托书、法定代表人身份证复印件及被授权人身份证原件和复印件。
4.3	委托代表人的代理权限	委托代理人只能代表委托人处置投标活动中的一般事务。提出质疑、投诉等特殊事项，必须经法定代表人特别授权。
8.1	答疑会和现场考察	不组织
13.3	是否允许选择性报价	不接受选择性报价
14.1	投标保证金	根据《三亚市财政局关于规范三亚市政府采购投标保证金收取行为的通知》三财〔2021〕584号的规定，本项目不收取投标保证金。
15.1	投标有效期	自开标之日起60天

16.1	电子版投标文件	<p>电子版投标文件 1 份，载体必须是可以被读取的 U 盘。</p> <p>电子版投标文件必须包含 GPT 和 PDF 两种格式。</p> <p>根据三亚市公共资源交易中心关于实行无纸化招投标工作的通知，本项目不提供纸质版投标文件。</p>
19.3	是否退还投标文件	不退还
21.1	评审委员会的组建	<p>评审委员会构成 7 人，其中采购人代表 2 人，专家 5 人。</p> <p>评审专家从海南省综合评标专家库中随机抽取。</p>
25.1	中标候选人人数	推荐 3 名中标候选人
26.2	评审方法	本项目采用综合评分法
32.2	招标代理服务费	<p>代理服务费由中标人支付，金额为 ¥43,000.00 元。</p> <p>中标供应商应在中标公告发布之日起 3 个工作日内，向招标代理机构缴纳招标代理服务费。</p> <p>户 名：海南菲迪克招标咨询有限公司</p> <p>账 号：21 7510 0104 0024 282</p> <p>开户行：中国农业银行三亚分行营业部</p>
33.1	政府采购政策（中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位）	<p>1、是否为预留份额专门面向中小企业采购的项目： <input type="checkbox"/>是 <input checked="" type="checkbox"/>否。</p> <p>说明：专门面向中小企业采购的项目，供应商须出具《中小企业声明函》，大型企业不得参与投标。非专门面向中小企业采购的项目，中小企业须出具《中小企业声明函》，对符合规定的小型、微型企业报价给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参加评审，未出具《中小企业声明函》的供应商不得享受中小企业相关扶持政策。</p> <p>2、根据国家统计局关于印发《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》的通知，本项目所属行业：</p> <p><input type="checkbox"/>农、林、牧、渔业，<input type="checkbox"/>工业，<input type="checkbox"/>建筑业，<input type="checkbox"/>批发业，<input type="checkbox"/>零售业，<input type="checkbox"/>交通运输业，<input type="checkbox"/>仓储业，<input type="checkbox"/>邮政业，<input type="checkbox"/>住宿业，<input type="checkbox"/>餐饮业，<input type="checkbox"/>信息传输业，<input type="checkbox"/>软件和信息技术服务业，<input type="checkbox"/>房地产开发经营，<input type="checkbox"/>物业管理，<input checked="" type="checkbox"/>租赁和商务服务业，<input type="checkbox"/>其他未列明行业。</p> <p>1、监狱企业：根据《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》（财库[2014]68 号）文件规定，监狱企业参加政府采购活动时，应当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。监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。</p> <p>2、残疾人福利性单位：根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于</p>

		<p>促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，须提供《残疾人福利性单位声明函》。残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。</p> <p>3、价格扣除比例：投标报价给予10%的扣除。供应商同时为小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，评审中只享受一次价格扣除，不重复享受价格扣除。</p>
34.1	关于优先采购环境标志产品以及强制采购、优先采购节能产品的要求	<p>根据《中华人民共和国政府采购法》、《国务院办公厅关于建立政府强制采购节能产品的通知》（国办发〔2007〕51号）、财政部、发展改革委发布的《节能产品政府采购实施意见》（财库〔2004〕185号）和财政部、国家环保总局《环境标志产品政府采购实施意见》（财库〔2006〕90号）的规定，提供节能产品、环境标志产品在评审中享受加分。</p> <p>节能产品、环境标志产品认定以中国政府采购网(http://www.ccgp.gov.cn)、中华人民共和国财政部网站(http://www.mof.gov.cn)、国家发展改革委网站(http://www.ndrc.gov.cn)、中华人民共和国环境保护部网站(http://www.zhb.gov.cn)公布的最新《节能产品政府采购品目清单》、《环境标志产品政府采购品目清单》为准。</p> <p>证明材料：节能产品需提供《中国节能产品认证证书》复印件和政府部门公布的最新《节能产品政府采购品目清单》网站截图；环境标志产品需提供《中国环境标志产品认证证书》和政府部门公布的最新《环境标志产品政府采购品目清单》。</p>

A. 说明和释义

1 适用范围

- 1.1 本招标文件仅适用于本次招标活动。
- 1.2 本招标活动及招标结果受中国法律的制约和保护。

2 采购说明

- 2.1 项目名称：见投标人须知前附表。
- 2.2 项目编号：见投标人须知前附表。
- 2.3 采购人：见投标人须知前附表。
- 2.4 采购代理机构：见投标人须知前附表。
- 2.5 采购预算：见投标人须知前附表。

- 2.6 资金来源：见投标人须知前附表。
- 2.7 投标人资格要求：见投标人须知前附表。
- 2.8 服务期限：见投标人须知前附表。
- 2.9 关联企业：见供应商须知前附表。

3 词语释义

3.1 响应：投标人根据招标文件的要求，编制投标文件并按规定投标的行为。

3.2 合同：采供双方根据招标文件、中标人的投标文件及中标通知书规定的内容签署的、以书面形式所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成协议的所有文件。

3.3 甲方三亚市旅游推广局：合同中明确规定的实际购买货物和服务的法人、其他组织和自然人。

3.4 乙方（供应商）：合同中规定的向采购方提供货物和服务的法人、其他组织和自然人。

3.5 伴随服务：合同规定乙方应承担的与提供服务有关的辅助服务。

3.6 天：日历日。

3.7 交付地点：由合同约定的乙方提交的货物和服务的最终到达地点。

3.8 合同价款：由合同约定的、在乙方完全履行合同义务后甲方应支付乙方的价款。

3.9 不可抗力：不能预见、不能避免并且不能克服的客观情况。

4 投标委托

4.1 投标人的法定代表人可以委托代理人处理投标事务。

4.2 委托代理人的资格条件：见投标人须知前附表。

4.3 委托代理人的代理权限：见投标人须知前附表。

4.4 委托代理人须持有法定代表人出具的符合格式要求的《授权委托书》（格式见附件）。

5 投标费用

5.1 投标人自行承担参加投标的全部费用。

B. 招标文件

6 招标文件的构成

6.1 招标文件规定本次招标活动的规则，提供编制投标文件和参加投标的依据。招标文件包括以下内容：

- (一) 投标邀请；
- (二) 投标人须知；
- (三) 采购需求；
- (四) 合同专用条款；
- (五) 评标方法和标准；
- (六) 投标文件格式。

6.2 投标人应当仔细阅读、充分关注和正确理解招标文件中陈述的所有事项，遵循格式文件的规定和签署要求。不能对招标文件做出实质性响应的投标将被拒绝。

7 招标文件的澄清和修改

7.1 招标采购单位有权在投标截止时间前对招标文件进行澄清或者修改。

7.2 澄清或者修改是招标文件的组成部分。澄清或者修改以发布公告的方式通知所有投标人。

7.3 投标人要求对招标文件进行澄清的，应在投标截止日 10 天前，以书面形式向采购代理机构提出。

7.4 在投标截止时间前，招标采购单位可以视采购具体情况，延长投标截止时间和开标时间。变更的投标截止时间和开标时间，将在原来规定的投标截止时间三日前，以发布变更公告的方式通知所有投标人。

8 答疑会和现场考察

8.1 答疑会和现场考察：见投标人须知前附表。

C. 投标文件

9 投标文件计量单位和使用文字

9.1 所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

9.2 投标文件使用中文编制。投标文件部分内容必须使用其他文字的，应当附有该文字的中文译本。投标人承担未附中文译本或中文译本不准确而引起不

利后果。

10 联合体投标

10.1 不接受联合体投标。

11 投标文件的组成

11.1 唱标信封

11.1.1 开标一览表；

11.1.2 电子版投标文件 1 份（用 U 盘作载体，包含 GPT 和 PDF 两种格式，不得加密）；

11.1.3 中小企业声明函

11.1.4 监狱企业证明文件及相关证明材料（投标人为非监狱企业的，可不提供）

11.1.5 残疾人福利性单位声明函（投标人为非残疾人福利性单位的，可不提供）

11.2 投标文件

11.2.1 投标报价(详见招标文件第六部分投标文件格式)；

11.2.2 商务响应文件 (详见招标文件第六部分投标文件格式)；

11.2.3 技术响应文件 (详见招标文件第六部分投标文件格式)；

11.2.4 投标人认为需加以说明的其他内容；

12 投标文件编制说明

12.1 投标文件必须按照招标文件要求的统一格式顺序编写。要求投标文件全部内容制作详细的目录（包括页码的编制），为评审时查询作索引。

12.2 开标一览表是开标仪式上的唱标内容，必须按规定的格式填写。

13 投标报价

13.1 《开标一览表》中全部服务内容的报价，应当包括劳务、管理、技术培训、维护、保险、利润、税金等费用，以及合同包含的所有风险、责任等。

13.2 《开标一览表》中的每一个费用单项，均应填写单价和计算总价，并由法定代表人或授权委托人签署。

13.3 本项目只允许一个报价，不接受任何有选择性的投标报价。

13.4 报价全部采用人民币表示。

13.5 超出采购预算的报价为无效报价。

14 投标保证金

14.1 投标保证金：见投标人须知前附表。

15 投标文件的有效期

15.1 自开标日起 **60 天内**，投标文件应保持有效。有效期短于这个规定期限的投标，将被拒绝。

15.2 在特殊情况下，采购代理机构可与投标人协商延长投标文件的有效期。协商应当以信函、传真或电子邮件的形式进行。

16 电子版投标文件、签署和盖章要求

16.1 电子版投标文件份数和要求：见投标人须知前附表。

16.2 投标文件主要内容（招标文件第六部分格式文件中要求法定代表人或授权委托人签字和加盖投标单位公章的内容）应由投标人的法定代表人或授权委托人签字（或盖章），并加盖投标人公章。

16.3 全套投标文件应无涂改、无行间插字。除非这些删改是根据采购代理机构的要求实施的，或者是投标人造成的错误且必须修改的。修改处应由投标文件签字人签字证明。

特别说明：投标人须提交符合招标文件要求的电子版投标文件。

电子版投标文件载体必须是可以被读取的 U 盘（包含 GPT 和 PDF 两种格式）。电子版投标文件提交后不予退还。

D. 唱标信封的递交

17 唱标信封的装订、密封及标记

17.1 唱标信封应按以下方法分别装袋密封：

17.1.1 投标人应将唱标信封单独密封提交。在密封袋上，要清楚标明“唱标信封”字样。

17.1.2 唱标信封的包装的封口处应加盖投标人公章。封皮上写明项目名称、项目编号、投标人名称。

17.1.3 投标人应参考上述要求密封及书写标记。

18 投标截止

18.1 投标截止时间：见投标邀请函。

18.2 投标文件必须在投标截止时间前送达投标地点。

18.3 采购代理机构推迟投标截止日期或截止时间，将在不晚于原定投标截止日期的前3天发布公告。

18.4 在投标截止时间以后送达的投标文件，采购代理机构拒绝接收。

19 投标文件的修改和撤回

19.1 投标以后，投标人不得修改和撤回投标文件。

19.2 开标后，投标人不得在投标有效期内撤回投标。

19.3 所有投标文件均不予退还。

E. 开标、评标和定标

20 开标

20.1 采购代理机构按招标文件规定的时间、地点公开举行开标仪式。开标仪式由采购代理机构主持，邀请采购人代表、投标人代表及有关工作人员参加。

20.2 参加开标仪式的投标人代表应携带本人身份证和法定代表人证明（或法定代表人授权委托书）签到，未携带以上证件的人员不得进入会场。每家投标人只能派出1位代表进入开标仪式现场。

20.3 由投标人代表查验投标文件的密封情况，经确认无误后拆封唱标。

20.4 唱标人宣读投标人的名称、投标价格、服务期限及其投标的修改、投标的撤回等。记录人制作开标记录。

20.5 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中明细表内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准。

20.6 唱标以开标一览表中的大写金额为准。当出现大写金额与小写金额不一致或总价金额与按单价计算的汇总金额不一致等法定可修正情形时，由评审委员会在初步审查时进行修正。

20.7 投标人如果对唱标内容有异议，应在获得主持人同意后当场提出。不属于唱标错误的，应当请异议人核验“开标一览表”并维持原唱标结果；确属唱标人宣读错误的，应当将该“开标一览表”向所有开标仪式参与者公示，当场予以更正。

20.8 在开标时，投标文件有下列情况之一者，将被视为无效投标：

20.8.1 投标截止时间后送达的投标文件；

21 评审委员会

21.1 评审委员会组成：见投标人须知前附表。

22 评标内容的保密

22.1 开标后，至正式授予中标人合同止，凡属于审查、澄清、评价和比较投标的所有资料、有关授予合同的信息等，都不能向投标人或与评标无关的其他人泄露。

22.2 在投标文件的审查、澄清、评价和比较以及授予合同的过程中，投标人对采购人、采购代理机构和评审委员会成员施加影响的任何行为，都将导致其投标资格被取消。

23 对投标文件的初步审查

23.1 初步审查内容为投标文件是否实质性响应招标文件的要求、内容是否完整、价格构成有无计算错误、文件签署是否齐全。

23.2 初步审查中，对价格的计算错误按下述原则修正：

23.2.1 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；

23.2.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

23.2.3 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；

23.2.4 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。

23.2.5 对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

23.2.6 投标人不同意以上修正，其投标将被拒绝。

23.3 与招标文件有重大偏离的投标文件将被拒绝。重大偏离系指服务的质量不能满足招标文件的要求。这些偏离不允许在开标后修正。但评审委员会将允许修改投标中不构成重大偏离的微小的、非正规的不一致或不规则的地方。

23.4 评审委员会对投标文件的判定，只依据投标文件的内容，不依靠开标后的任何外来证明。

23.5 下列投标文件将被拒绝：

23.5.1 投标文件未按照本须知规定签署和盖章；

23.5.2 未按规定提交资格文件；

23.5.3 与招标文件有重大偏离；

23.5.4 投标人拒绝修正错误；

23.5.5 投标人的报价是选择性的；

23.5.6 拆包报价的。

24 投标的澄清

24.1 评审委员会可以书面方式要求投标人对投标文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容作必要的澄清、说明或者补正。澄清、说明或者补正应以书面方式进行并不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。投标人必须按照评审委员会通知的时间、地点派技术和商务人员进行澄清。

24.2 投标人对投标文件的澄清、说明或者补正应有投标人代表的签署，并作为投标文件的组成部分。

25 定标

25.1 招标人按照评标委员会推荐的中标候选人顺序确定中标人，评审委员会推荐中标候选人的人数见投标人须知前附表。

26 投标文件的评价和比较

26.1 评审委员会将对实质上响应招标文件要求的投标文件进行评价和比较。

26.2 评审方法：见投标人须知前附表。

26.3 最低的投标报价（低于成本价除外）或最高的折扣比例是中标的重要条件，但不是唯一条件。

F. 授予合同

27 中标人的确认

27.1 评审委员会根据本招标文件第六部分《评标方法和标准》的规定，对投标人的资格进行审查，对投标文件进行评价和比较，按照《评标方法和标准》排序原则推荐中标候选人。

27.2 评审委员会有权按招标文件的要求评定并推荐中标候选人，也有权拒

绝任何或所有不符合招标文件要求的投标人的投标。

28 合同授予标准

28.1 采购人应当把合同授予评审委员会按本须知第 25 条规定推荐的第一顺序中标候选人。被授予合同的投标人必须具有实施本合同的能力和资源。

29 中标通知

29.1 确定中标人后，采购代理机构在发布中标公告的同时，以书面形式向中标人发出中标通知书。中标通知书应当规定签署合同的日期和地点。

29.2 中标通知书的送达方式，包括传真、快递、电子邮件和委托代理人领取。采购代理机构可以选用其中一种或多种方式送达。

29.3 中标通知书是合同的组成部分。

29.4 采购代理机构没有对未中标人解释落标原因的义务。

30 签订合同

30.1 采购人和中标人应当按照中标通知书规定的期限签订合同。中标通知书规定的期限最长不得超过 30 天。

30.2 中标人拒签合同，或不能在规定的期限内与采购人签订合同，采购人有权取消其中标资格。

30.3 中标人拒签合同或放弃中标是违约行为，应当依法赔偿违约行为给采购人造成的实际损失。

30.4 签订合同及合同条款应以招标文件和中标人的投标文件为依据。

31 验收

31.1 中标人与采购人应严格按照招标文件规定的标准和投标文件承诺的条件进行验收。

31.2 采购人可以独立邀请第三方参与验收。验收出现争议时，中标人可以与采购人协商共同邀请第三方参与验收。

32 代理服务费

32.1 代理服务费是采购预算的组成部分。

32.2 代理服务费以采购预算为基数，参照琼价费管〔2011〕225 号文件规定的招标代理服务收费标准收取。本项目代理服务费金额见投标人须知前附表。

32.3 投标人的投标报价应当包含代理服务费。代理服务费由中标人代为结

算。中标人中标后应先行支付。

33 政府采购政策

33.1 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位：见投标人须知前附表。

34 关于优先采购环境标志产品以及强制采购、优先采购节能产品的要求

34.1 见投标人须知前附表。

G. 询问、质疑和投诉

35 询问

35.1 供应商对本采购活动事项有疑问的，应当以书面形式向采购人或采购代理机构提出询问。

35.2 询问应当用传真、信函、电子邮件等方式提出。

35.3 对询问的答复，将依据是否是重要的共性问题，决定是否同时告知其他投标人。

36 质疑

36.1 供应商认为采购文件、采购过程和中标、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七个工作日内，以书面形式向本代理机构或向采购人提出质疑。

36.2 质疑必须以书面形式提出。质疑函应当包括但不限于下列内容：供应商的名称、地址、邮编、联系人及联系电话；质疑项目的名称、编号；质疑事项；事实依据和证明材料；法律依据；提出质疑的日期。质疑函必须由提出质疑的供应商的法定代表人亲笔签署，并加盖企业法人公章。

36.3 不符合本章第 36.1 和 36.2 款规定的质疑是无效质疑，不予受理。

36.4 对于供应商的有效质疑，我们将按照《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》和《海南省实施〈中华人民共和国政府采购法〉办法》的规定及时予以答复。

36.5 供应商应当慎重使用质疑的权利。属于对政府采购活动事项产生一般疑问的，应当根据政府采购法第 52 条的规定提出询问，本代理机构有义务及时作出答复。

37 投诉

37.1 供应商对质疑事项的答复不满意，或者没有在法定期限内得到答复的，可以依法向政府采购监管部门进行投诉。

37.2 供应商的投诉，应当符合《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购供应商投诉处理办法》、《财政部关于加强政府采购供应商投诉受理审查工作的通知》的相关规定。

H. 纪律和监督

38 对采购人的纪律要求

采购人不得泄漏招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或他人的合法权益。

39 对投标人的纪律要求

不得提供虚假材料谋取中标；不得采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人；不得与招标采购单位、其他投标人恶意串通；不得向招标采购单位、评审委员会成员行贿或者提供其他不正当利益；不得拒不遵守开标纪律，故意扰乱开标会场秩序或其他无理取闹行为；不得在招标过程中与招标采购单位进行协商谈判；不得拒绝有关部门的监督检查或者向监督检查部门提供虚假情况。有上述情形之一的投标人，属于不合格投标人，其投标或中标资格将被取消。

40 对评审委员会成员的纪律要求

评审委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评审委员会成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用本招标文件第六部分“评标方法和标准”的规定之外的评审因素和标准进行评标。

41 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

第三章 采购需求

一、项目概况

2023年岛外推广活动将围绕“精准营销”为目标进行，即在重点核心客源城市，能够把整座城市的目标客群（B端/C端/M端）全部一次性囊括和触达，争取达到整体活动效应最大化，在其他次重点客源城市中，将根据城市属性和客源情况，将布排不同主打方向，实现活动性价比上的最优化。在全国范围内，对细分的不同目标群体使用不同策略的主题活动进行布局，满足三亚目的地宣传推广需求的同时，通过创新策略为企业提供切实有效的业务帮助。

二、项目内容

整体活动分为B to B（Sales call及旅业商务活动）、B to M（媒体沙龙分享会）、B to C（三亚城市体验推广活动）共四类型活动，全面将客群市场进行了不同赛道的细分及不同人群的精准营销，供应商需提供各类型活动准备所需的具体方案内容，为不同类型活动提供创新型活动形式。

（一）B2B Sales Call（目的：上门销售拜访）

1、背景目的

三亚市旅游景区、酒店等涉旅企业获客渠道及营销模式逐渐多元化，涉旅企业业务订单和合作来源除传统旅行社团队业务外，新增了更多的散客预定、品牌合作等业务模式，为满足企业获客渠道和市场营销形式日益多元化，帮助三亚涉旅企业触达更多目标客群和品牌企业的切实需求，2023年将在B端活动上创新增设上门销售拜访旅游企业、品牌公司环节，对于三亚旅游目的地产品销售业务以及与当地企业等建立属于旅游局和旅企自身资源库并达成长远合作关系具备重要意义和价值。

2、面对对象

主要面向当地旅业公司，如银行、保险、院校、高端MICE会议会展企业、研学机构、高端婚礼公司、高端定制旅社；品牌企业，如奢侈品化妆品牌、珠宝品牌、服装箱包品牌等符合三亚主流客群来源企业或主要市场营销合作潜在品牌公

司。

3、主要内容

对于目标企业，由三亚市旅游推广局、三亚企业共同约见重点客源企业采购或销售代表进行单独上门销售拜访，面对面一对一向重点客源企业进行旅游产品介绍并传递三亚旅游市场最新资讯和新品，并搭建桥梁为三亚涉旅企业与直客公司代表进行直接业务洽谈和合作。

4、服务要求

应标供应商需具备本部分（2、面向对象）中各城市当地旅业及品牌资源，并能够独立组织三亚涉旅企业开展各地旅企或品牌企业上门拜访和业务洽谈能力，应标供应商应准确列名各城市可供拜访的旅业及品牌公司名称及数量（不少于5家，能提供数量较多且质量较高的旅业或品牌公司的供应商优先考虑），根据拜访时间妥当安排拜访日程列表，供应商应完整阅读本部分各项内容，并做好相关活动的策划和执行方案（含拜访日程、拜访企业环节流程、出行、食宿等行程保障及拜访所涉及相关物料或宣传品等的制作）。

（二）B2B旅业商务洽谈活动（目的：旅业商务交易）

1、背景目的

基于三亚市旅游推广局对于三亚涉旅企业的走访、座谈等反馈意见的收集，旅业商务洽谈活动建议以展位面对面洽谈形式、旅游局宣讲及旅游新品发布形式进行，真正做到把主场洽谈时间还给企业，把产品售卖和业务转化作为主要内容，切实满足企业需求，为企业提升转化率，为三亚带来更多的实际业务合作和消费需求，强化供需关系，主动制造业务机会。

2、面向对象

面向传统旅行社、OTA平台、会议会展企业、亲子研学企业、航空公司等旅业合作伙伴。

3、主要内容

通过设置三亚与当地旅业一对一展位商务洽谈活动，并结合目的地最新旅游资讯分享以及现场与品牌方进行战略签约和产品发布，整体活动以企业为主体，以产品销售为导向，以销售业务转化为目标，为当地及三亚买卖双方创造供需平台，为实现业务合作和联系桥梁做出实际努力。

4、服务要求

应标供应商需具备本部分（2、面向对象）中各城市当地旅业资源，并具备独立直接邀请旅业资源的能力，应标供应商应准确列名各城市旅业资源的公司名称，每场活动需独立邀约不少于30家高质量旅业公司业务代表，供应商应完整阅读本部分各项内容并充分研读参考案例，做好相关活动的策划和执行方案（含活动整体场地设计、活动策划、嘉宾邀请、活动日程等具体执行方案）。后续能够以三亚市旅游推广局年度及季度推广主题或相关主推内容（待定）设计进行整体活动视觉输出。

协助采购人进行三亚涉旅企业招募所需相关招募材料准备（幻灯片制作、朋友圈招募海报、H5招募小程序制作等）；协助采购人进行参会调查问卷制作和发放，每场B2B旅业商务洽谈活动结束后协助采购人进行展商交易额和反馈内容的跟进。

5、参考案例

“不期而遇·心想狮城”新加坡旅游局旅业推介会

https://mp.weixin.qq.com/s/aHPPMb_Pv5DyqX91bFbXFw

德国国家旅游局推广会

https://mp.weixin.qq.com/s/XsF_7QuaaeVk_sK_XI2Rkw

https://mp.weixin.qq.com/s/A4caH2krVWI4Kh3q_uDPIw

三亚市旅游推广局上海旅业商务洽谈推介活动

<https://as.alltuu.com/album/1125327273/?from=qrCode>

（三）B2M媒体沙龙分享会（目的：媒体关系维护及市场发布）

1、背景目的

举办媒体沙龙分享会：一方面完善三亚市旅游推广局岛外媒体资源库，强化三亚市旅游推广局与岛外媒体的直接连接和沟通，扩大在全国范围内旅游宣传推广的覆盖面和效应力度，增强媒体传播面。通过核心重点客源城市的媒体沙龙会的举办，与各重点城市媒体达成友好关系，并在每场媒体分享会上将向各地媒体发布三亚最新旅游市场资讯及动态，让各地媒体为三亚旅游新风向传播和发声，实现更多媒体业务合作。

另一方面，三亚市涉旅企业目标客群不尽相同，除传统媒体外，新媒体中旅

游生活类达人及自媒体渠道也成为了三亚涉旅企业重点关注渠道，通过自媒体渠道的发声，能够更好的触达不同目标客群，实现三亚作为旅游目的地更高效的传播和为三亚涉旅企业真实“带货”/“种草”等功能。

媒体沙龙分享会可与三亚市涉旅企业联合举办，发挥三亚涉旅企业媒体、场地等资源优势，与三亚市旅游推广局共创媒体沙龙分享会，同步利用好媒体沙龙为三亚涉旅企业做出更多市场宣传推广。

2、面对对象

传统媒体：日报、电视台及境外媒体驻当地代表等；新媒体：当地旅游生活类-KOL（关键意见领袖）/KOC（关键意见消费者）/KOS（关键意见销售）等。

3、主要内容

设置媒体沙龙分享会、三亚旅行主题氛围元素体验、旅行分享研讨会、主题美食体验等社交属性内容，在场地选址上可考虑在更具备有当地文化特色属性的地址进行，如邮轮游艇、四合院、古建筑、特色代表性院落等更符合媒体活动的场景。通过创新媒体活动互动体验，在活动中三亚能够向媒体发布三亚最新旅游声音，传递三亚不同时间所发生的新变化，三亚涉旅企业能够与媒体深度接触和交流，为三亚及三亚涉旅企业与全国媒体建立社交网络并达成友好关系，做好三亚旅游资源、产品的宣传推广铺垫，为三亚和各涉旅企业媒体合作创造机遇。

4、服务要求

供应商应独立具备全国媒体资源，具备独立邀请核心客源地城市及其所在地周边区域重点媒体对象（即：2、面向对象）的能力，应提供各地可邀约的相应媒体列表名单，各地媒体参会数量不少于20家。供应商应完整阅读本部分各项内容并充分研读参考案例，并能根据不同城市因地制宜制定不同媒体沙龙分享会活动策划方案及执行方案（包含创新、新颖的媒体互动环节及适合三亚市旅游推广局及三亚涉旅企业分享市场内容环节）。

5、参考案例

加拿大旅游局携加拿大品牌Lululemon打造沉浸式媒体交流活动

https://mp.weixin.qq.com/s/fnI_FKt0BEzwd9qaM8651g

加拿大旅游局举办媒体与意见领袖交流活动

https://mp.weixin.qq.com/s/kqCfJvA9p1n0_litAm29cQ

香港旅游发展局云享港味-香港美酒佳肴巡礼之媒体品鉴会

https://mp.weixin.qq.com/s/KkHfgpCiwGIp4__eVuOG2Q

加拿大旅游局春日私享会媒体活动

https://view.inews.qq.com/k/20220424A08H7000?web_channel=wap&openApp=false&f=newdc

南非旅游局媒体路演活动

https://mp.weixin.qq.com/s/hUxuXsoy5ySFxf4ur1CO_g

(四) B2C三亚城市推广活动(目的: 三亚潮玩体验、品牌共创、事件营销)

1、背景目的

为满足三亚旅游市场希望吸引更多年轻客群(18-35岁)到访三亚旅游消费的需求,2023年针对于消费者市场的城市推广活动将以年轻潮牌、时尚生活方式等品牌共创和潮玩元素相结合,打造更多符合时下年轻客群喜闻乐见的体验活动,并将三亚旅游体验融合在各地城市推广活动中,让参与活动的当地年轻人感受三亚城市潮玩氛围和年轻力感受。

2、面对对象

活动所在地的消费者市场,尤其以18-35岁年轻客群为代表。

3、主要内容

(1) 公众场地城市推广体验活动: 三亚城市体验活动将以潮玩生活体验为主,结合国内和三亚时下最新潮的游玩项目为活动内容,将飞盘、露营、冲浪、滑板等游玩方式融入在活动中,活动地点选址上更多元化,将开放三亚和当地两地的品牌进行活动共创,形式上不再单一受限,将三亚旅游体验元素融合在不同的游玩形式中,如脱口秀、换装体验、特色饮品吧、潮玩市集、萌宠主题、街头舞蹈教学、剧本杀等多元化体验内容。

公众场地城市推广体验活动参考案例:

三亚市旅游推广局成都公众体验活动

https://mp.weixin.qq.com/s/7QLq9330JaH_Tb_aks3cvQ

三亚市旅游推广局长沙公众体验活动

<https://mp.weixin.qq.com/s/oEfLm6FhzVAbYBtqWskG0w>

(2) 三亚品牌事件营销活动: 应根据三亚旅游体验及旅游目的地感受,通

过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响以及名人效应的人物或事件，制造具有新闻价值的事件，能够引起公众情感共鸣，给更多公众“种草”三亚，并吸引“拔草”三亚，事件营销内容打造需要与三亚旅游宣传推广匹配，通过媒体渠道进行三亚旅游营销的事件传播，吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注，提高三亚旅游的知名度、美誉度，树立三亚良好的旅游目的地形象，促进三亚旅游消费增长，增进三亚旅游目的地市场影响力。

事件营销相关参考案例：

网易云音乐- 地铁广告：

https://www.imtcmkj.com/showa_view_292.html

<https://www.digitaling.com/projects/25123.html>

https://mp.weixin.qq.com/s/wFed_c3lme_pgQ8XH7yIAg

新世相- 逃离北上广：

https://mp.weixin.qq.com/s/n4bZH9d90vDyG-5_dEMmyg

<https://mp.weixin.qq.com/s/-X325Xpf38BrPRS5GwMIhg>

新西兰旅游局- 小小的“新”愿：

<https://mp.weixin.qq.com/s/cuwIyRjql1yvcaxoJw1L7Tw>

<https://mp.weixin.qq.com/s/dj3s0wI7FF0y6-TwR4qbNw>

法国街头任意门：

<https://site.douban.com/200346/widget/notes/16558565/note/3703377>

83/

4、服务要求

三亚城市推广活动中供应商所设计的3、（1）公众场地城市推广体验活动方案需要相关示例图，如有3D渲染图更佳。供应商需设计为至少两日（三日更佳）的三亚旅游公众活动方案，以上述3、（1）中为主要内容，面向公众通过主题设计搭建进行相关三亚旅游城市形象宣传展示，所设计的相关公众活动方案需具备较高趣味性、互动性，与三亚旅游主题相紧扣。3、（2）中三亚品牌事件营销活动需提供包含事件营销的打造、内容说明以及后期视频图片记录。

另外：在长沙、西安、成都、杭州四座城市B2C活动中需有任意两座城市策划三亚品牌事件营销活动。日本东京、韩国首尔、新加坡、台北四座城市中需有

任意两座城市举办B2B旅业商务洽谈活动且任意两座城市举办B2C活动（B2C活动两种形式均可）。

（五）岛外营销推广活动媒体宣传安排

在岛外每座城市举办活动期间，供应商需出具新媒体及传统媒体宣传传播方案及媒体传播日历表，**传播日历表**需清晰注明活动周期内每日宣发内容及宣发渠道），**传播方案**至少包含活动前的预热图文稿件、倒计时海报、预热视频等内容；活动中B2B旅业商务洽谈活动及B2C公众体验活动各需邀约5-10家媒体（含电视、日报及新媒体）等到现场进行活动专题报道及嘉宾专访；活动后需包含活动总结稿件撰写及图文、视频素材编辑宣发。每座城市整体活动（除B2B Sales Call外）需有不少于20家媒体进行报道，并提供媒体名单列表。上述为媒体宣发基础需求，如供应商能提供更丰富详实的媒体宣发安排和计划则优先考虑。

（六）岛外活动时长安排

B2B Sales Call：1-2天（针对有B2B洽谈的城市为1天，针对没有B2B洽谈的城市为2天）

B2B洽谈活动：0.5天

B2M媒体沙龙：0.5天

B2C体验活动：公众体验活动 2-3天/ 三亚城市事件营销活动1-2天

（该活动时长为基础需求，供应商可根据方案实施增加天数，具体以项目实际需求为准，只增不减。根据城市整体规划布局安排，如涉及同个地点举行多项活动的则尽可能放在同一周期内举办完毕。）

（七）城市规划整体一览

序号	时间	城市	B2B Sales Call	B2B 洽谈	B2C 活动	B2M 互动
1	4月	广州	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
2		深圳	<input checked="" type="checkbox"/>			
3	5月	上海	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
4		新加坡	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
5	6月	西安	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
6	7月	长沙	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
7		香港	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
8	8月	北京	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>

9		成都	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
10		重庆	<input checked="" type="checkbox"/>			
11	9月	韩国-首尔	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
12	10月	杭州	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
13		日本-东京	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
14	11月	台北	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
15		澳门	<input checked="" type="checkbox"/>			

备注：1. 本部分时间为拟定时间，最终举办时间以采购人需求为准；2 因台风、政府管控等不可抗力因素导致某个客源城市无法进行旅游营销推广活动，中标供应商须配合采购人更换客源城市（同级别/同区域/同类型城市）、暂停或终止该客源城市的相关旅游推广活动等相关工作。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637db60a2539ac7d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

(八) 预算安排

序号	项目	明细
1	B2B Sales Call	食宿(含拜访旅企及相关参与拜访人员用餐及采购人住宿)、差旅(含拜访人员当地用车租赁)、宣传物料及伴手礼制作
2	B2B 旅业商务洽谈活动	场地租赁及其他相关配套服务等
		搭建及设备(LED屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台)
		相关物料制作(场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等)
		摄影摄像拍摄服务
		活动服务(含人工、主持人等相关活动配套服务)
		媒体宣传采买
3	B2M 媒体沙龙分享会	场地租赁及其他相关配套服务等
		搭建及设备(LED屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台)
		相关物料制作(场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等)
		摄影摄像拍摄服务
		活动服务(含人工、主持人、演艺等相关活动配套服务)
		媒体宣传采买
4	B2C 公众活动(含公众城市体验及城市事件营销活动)	场地租赁及配套相关服务
		事件营销事件策划及相关创意内容输出执行
		搭建及设备(特装主题市集搭建、互动主题装置搭建、相关声光电设备等)
		相关宣传物料制作(宣传海报制作、广告图设计、伴手礼等)
		演出(歌手、演员、KOL/明星邀请, 相关设备租赁、直播服务等)、摄影摄像拍摄服务
		活动服务(含人工、主持人等相关活动配套服务)

媒体宣传采买

备注：1. 涉及境外地区/国家的活动部分需包含翻译人员邀请及相关物料/文字 等翻译工作执行；2. 本项目预算包含甲方四位工作人员（国内城市最多四位， 港澳台及海外城市活动最多四位）的相关差旅（含签证/签注、出行等）、食宿等费用；3. 供应商可根据实际情况，提供包含但不限于以上内容的预算清单。

三、项目技术要点清单

序号	活动类型	技术响应内容
1	B2B Sales Call	◆具备各活动城市当地旅业及品牌企业资源，独立邀约当地拜访旅业公司，如银行、保险、院校、高端 MICE 会议会展企业、研学机构、高端婚礼公司、高端定制旅社；品牌企业，如奢侈品化妆品牌、珠宝品牌、服装箱包品牌等符合三亚主流客群来源企业或主要市场营销合作潜在品牌公司进行拜访及上门销售。
2		◆提供完整各城市可供拜访的旅业和品牌公司名单列表不少于 5 家（根据活动周期妥善安排拜访数量和质量）。
3		提供拜访日程表及拜访环节流程。
4		提供完整拜访活动执行方案（含出行、食宿等）。
5	B2B 旅业商务 洽谈活动	◆具备各活动城市当地旅业资源，独立邀请传统旅行社、OTA 平台、会议会展企业、亲子研学企业、航空公司等旅业合作伙伴的业务骨干、业务负责代表、三亚旅游产品负责人等参会。
6		◆提供完整各城市旅业资源邀约名单列表（不少于 30 家当地规定旅业）。
7		提供完整活动策划方案（含场地设计示意图、活动创意、媒体宣发等）。
8		提供完整活动执行方案（含嘉宾邀请、活动日程、行程保障等）。
9		◆活动整体内容策划符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。
10	B2M 媒体沙龙 分享会	◆具备各活动城市当地规定媒体类型资源，独立邀请传统媒体：日报、电视台及境外媒体驻当地代表等；新媒体：当地旅游生活

		类-KOL（关键意见领袖）/KOC（关键意见消费者）/KOS（关键意见销售）等参会。
11		◆提供完整各城市媒体资源邀约名单列表（不少于20家当地规定媒体）。
12		提供完整活动策划方案（含场地设计示意图、活动创意、媒体宣发等）。
13		提供完整活动执行方案（含嘉宾邀请、活动日程、行程保障等）。
14		◆活动整体策划内容符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。
15	B2C 三亚城市推广活动	提供完整活动策划方案（含场地设计示意图、活动创意、媒体宣发等）
16		提供完整活动执行方案（含嘉宾邀请、活动日程、行程保障等）。
17		提供完整事件营销事件策划内容（含事件打造、内容说明、媒体传播计划等）。
18		◆公众场地城市推广体验活动为期至少两日。在长沙、西安、成都、杭州四座城市 B2C 活动中需有任意两座城市策划三亚品牌事件营销活动。日本东京、韩国首尔、新加坡、台北四座城市中需有任意两座城市举办 B2B 旅业商务洽谈活动且任意两座城市举办 B2C 活动（B2C 活动两种形式均可）。
19		◆活动整体策划内容符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。
20	媒体宣发要求	◆提供完整传播方案（含活动前宣传计划、活动中 B2B 及 B2C 活动邀约 5-10 家媒体现场专访或采访计划）
21		◆除 B2B Sales Call 外，每座城市活动举办不少于 20 家媒体报道，并提供媒体名单列表。
22	岛外营销活动安排	整体安排符合 1 周内完成举办，一周期间的安排按照规定内容完整体现。
23	城市规划	完整按照采购需求部分城市规划列表进行完整内容规划和活动内容呈现。

24	预算安排	根据已有预算涵盖内容，提供详实完整的预算列表内容。
25	整体内容规划	整体活动符合或超越提供的参考案例内容。

四、服务期限

- 1、自采购人与中标单位签订合同之日起至 2023 年 12 月 31 日止。
- 2、双方在合同履约期间，因台风、政府管控等不可抗力因素导致项目的履约时间延期或终止，中标单位须配合采购人工作安排处理好后续事宜。
- 3、中标供应商可根据采购人实际工作需要，在规定的服务期限内提前完成合同约定内容。

五、服务团队成员

投标人须组织与项目需求相匹配的服务团队，投标时提供服务团队成员名单。中标后，未经采购人同意不得替换。

六、现场讲解

- 1、投标人根据自身情况，进行现场讲解，须提供一份现场讲解 PPT（主讲人数限制 1 人，演示需要的电脑、U 盘、WiFi 网络（如有）等工具须自行准备）。
- 2、讲解内容须包括投标人技术部分响应方案，主要体现方案亮点、投标人优势和特点等方面且符合项目实际需要。
- 3、现场讲解时间须控制在 15 分钟内。

七、知识产权

本项目的所有成果均属三亚市旅游推广局，未经采购人同意，中标供应商不得外泄，不得擅自对外发表、出版，否则采购人有权追究中标供应商的责任；中标供应商应当保证其交付给采购人的成果不侵犯任何第三人的合法权益，如发生第三人指控采购人实施成果侵权的，中标供应商应当承担全部责任（★须在投标文件中提供承诺函）。

八、报价要求

- 1、供应商报价应包括与服务所涉及的有关项目的全部费用。供应商根据投标文件要求以及实际情况等范围内自行报价。
- 2、供应商应对项目内的所有内容进行报价，不允许只对其中部分内容进行报价。

九、其他要求

《采购需求》中标注有“★”号的条款必须实质性响应，负偏离（不满足要求）将导致投标无效。

十、所属行业

根据国家统计局关于印发《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》的通知，本项目所属行业为租赁和商务服务业。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

第四章 评标办法及标准

标包名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

前附表

项目基本信息：

采购方式：公开招标 价格评审方式：金额报价

中标方法：推荐中标候选人 推荐数量：3

开标一览表信息：

序号	列名称
1	投标单位名称
2	投标报价（小写）
3	投标报价（大写）
4	服务期

评标参数信息：

资格审查方式：资格后审 评标办法：综合评分法

是否缴纳投标保证金：否 预算金额：6500000 元

评标委员会信息：评委总人数7人，其中采购人代表2人，专家5人

价格折扣设置：

小微企业价格扣除设置：

小微企业价格扣除率：10 %

联合体均为小微企业视为小微企业

监狱、福利性企业视为小微企业

扣除后的金额报价=金额报价*(1-扣除率)

扣除后的下浮率报价=下浮率报价+扣除率

备注：投标人或产品若同时享有以上价格扣除情况的，仅对“投标报价分”进行一次价格扣除，并不作叠加扣除。

评分分值组成：评审项评分不采用百分制

序号	评审步骤	分值（分）	是否价格评审
1	项目业绩	10	
2	现场讲解	3	
3	国内城市活动创意方案	15	
4	国内城市执行方案	10	
5	港澳台及海外城市活动创意方案	15	
6	港澳台及海外城市执行方案	10	
7	嘉宾资源及媒体渠道	10	
8	应急保障方案	5	
9	技术响应	12	
10	价格评审	10	√

初步评审标准：

资格性审查标准

评审因素	评审标准
信用查询	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，拒绝其参与政府采购活动
营业执照	提供有效的营业执照或事业单位法人证书等证明文件（提供复印件并加盖公章）
财务状况	提供会计师事务所出具的2021年财务审计报告或2022年以来任意一个季度的财务报表（资产负债表、损益表/利润表）；（提供复印件并加盖公章）

评审因素	评审标准
设备和技术能力	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供承诺书）
纳税和社保	提供2022年以来任意一个月（或多个月）的纳税凭证和社会保障金缴费凭证，零纳税须提供税务部门盖章的纳税申报表；（提供复印件并加盖公章）
声明	提供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的书面声明
信用承诺书	提供政府采购供应商信用承诺书
声明函	提供无环保类行政处罚记录声明函

符合性审查标准

评审因素	评审标准
投标文件的签署	投标文件的签署符合招标文件要求
投标有效期	自开标之日起60天
投标价	投标报价不超预算，并且是唯一的、无选择性的报价
服务期限	自采购人与中标单位签订合同之日起至2023年12月31日止。
知识产权承诺函	提供知识产权承诺函

详细评审标准：

项目业绩

序号	评审因素	评审标准	分值
1	项目业绩	2019年1月1日以来承接的有与海外旅游局合作或类似项目业绩，每提供1份得2分，最高得10分。（注：需提供相关业绩合同复印件）	10

现场讲解

序号	评审因素	评审标准	分值
1	现场讲解	投标人根据自身情况，进行现场讲解，须提供一份现场讲解PPT（主讲人数限制1人，演示需要的电脑、U盘、WiFi网络（如有）等工具须自行准备）。讲解内容须包括投标人技术部分响应方案，主要体现方案亮点、投标人优势和特点等方面且符合项目实际需要。现场讲解时间须控制在15分钟内。能流利、简洁、全面的进行讲解的得3分，否则不得分。	3

国内城市活动创意方案

序号	评审因素	评审标准	分值
----	------	------	----

序号	评审因素	评审标准	分值
1	国内城市活动创意方案	项目国内城市活动创意方案以三亚市旅游推广局规定各类型活动为出发点，提供有创新性的活动创意设计。 (包括但不限于：方案内容的详细程度、合理性、创意性、新颖性、可执行性等)进行比较。A、国内城市活动创意方案完全结合推介地所在旅游市场情况及活动类型，活动内容具备较高趣味性及互动性，与三亚旅游主题相紧扣，3D渲染图、示例图新颖的，得15分；B、国内城市活动创意方案符合本推广主题，并提供有相关示例图，可行性较高的，得10分；C、国内城市活动创意方案基本满足项目需求，但内容不丰富，趣味性、互动性低的，得5分；D、国内城市活动创意方案内容过于简单不够具体，构思含糊不明确，形式呆板，方案重点内容不突出，可行性较低，较难达到本项目需求目标的，得1分；E、国内城市活动创意方案完全不能满足项目需求的或未提供活动创意方案的，得0分。	15

国内城市执行方案

序号	评审因素	评审标准	分值
1	国内城市执行方案	投标人提供的国内城市执行方案(包括但不限于：1.场地搭建、布置、设计和策划；2.现场活动细节安排；3.车辆、人员食宿安排计划；4.应急预案；5.舆情公关等)上述内容方案中每包含一项得1分，满分5分。A、国内城市执行方案缜密、详细、可行性强，得5分；B、国内城市执行方案可行性较好，活动方案满足项目需求的，得3分；C、国内城市执行方案整体可执行性有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得1分；D、国内城市执行方案完全不能满足项目需求或未提供执行方案的，得0分。	10

港澳台及海外城市活动创意方案

序号	评审因素	评审标准	分值
----	------	------	----

2023年三亚岛外旅游营销推广项目

序号	评审因素	评审标准	分值
1	港澳台及海外城市活动创意方案	项目港澳台及海外城市活动创意方案以三亚市旅游推广局规定各类型活动为出发点，提供有创新性的活动创意设计。（包括但不限于：方案内容的详细程度、合理性、创意性、新颖性、可执行性等）进行比较。A、港澳台及海外城市活动创意方案完全结合推介地所在旅游市场情况及活动类型，活动内容具备较高趣味性及互动性，与三亚旅游主题相紧扣，3D渲染图、示例图新颖的，得15分；B、港澳台及海外城市活动创意方案符合本推广主题，并提供有相关示例图，可行性较高的，得10分；C、港澳台及海外城市活动创意方案基本满足项目需求，但内容不丰富，趣味性、互动性低的，得5分；D、港澳台及海外城市活动创意方案内容过于简单不够具体，构思含糊不明确，形式呆板，方案重点内容不突出，可行性较低，较难达到本项目需求目标的，得1分；E、港澳台及海外城市活动创意方案完全不能满足项目需求的或未提供活动创意方案的，得0分。	15

港澳台及海外城市执行方案

序号	评审因素	评审标准	分值
1	港澳台及海外城市执行方案	投标人提供的港澳台及海外城市执行方案（包括但不限于：1.场地搭建、布置、设计和策划；2.现场活动细节安排；3.车辆、人员食宿安排计划；4.应急预案；5.舆情公关等）上述内容方案中每包含一项得1分，满分5分。A、港澳台及海外城市执行方案缜密、详细、可行性强，得5分；B、港澳台及海外城市执行方案可行性较好，活动方案满足项目需求的，得3分；C、港澳台及海外城市执行方案整体可执行性有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得1分；D、港澳台及海外城市执行方案完全不能满足项目需求或未提供执行方案的，得0分。	10

嘉宾资源及媒体渠道

序号	评审因素	评审标准	分值
----	------	------	----

序号	评审因素	评审标准	分值
1	嘉宾资源及媒体渠道	根据三亚市旅游推广局不同类型活动需求，独立提供完整活动所需嘉宾资源名单列表，根据当地旅业代表/媒体/网红/明星的数量、质量、知名度，媒体报道数总量，每场活动资源列表、营销活动优化建议、资源供给能力等进行综合评比。A、提供的活动资源及媒体渠道丰富、数量足够，质量高，营销活动优化建议合理，完全能满足项目需求的，得10分；B、提供的活动资源及媒体渠道基本满足项目需求的，得6分；C、提供的活动资源及媒体渠道有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得3分；D、提供的活动资源及媒体渠道完全不能满足项目需求的或未提供的，得0分。	10

应急保障方案

序号	评审因素	评审标准	分值
1	应急保障方案	根据供应商提供应急保障方案，确保岛外营销推广活动能稳定运行，在突发事件发生时能提供应急保障服务，进行综合评比：A、应急保障方案科学合理，内容完整，思路清晰，方案量身定制，针对性与操作性优于项目需求的，得5分；B、应急保障方案基本能够满足采购需要，针对性与操作性仅满足项目需求的，得3分。C、应急保障方案针对性与操作性不满足项目需求的，得1分；D、未提供得0分。	5

技术响应

序号	评审因素	评审标准	分值
1	技术响应	根据招标文件“采购需求”第三部分“项目技术要点清单”逐条审查其中带◆标项的投标人响应情况，全部满足的得12分，有一项不满足的扣1分，扣完为止。	12

价格评审

序号	评审因素	评审标准	分值
1	报价得分	报价得分=（评标基准价/价格扣除后的投标报价）*100*报价分值权重；评标基准价等于有效投标单位中价格扣除后报价的最小值。	10

第四章 评标方法和标准

评标方法前附表

1、★初步审查表

序号	评审因素		评审标准
1	资格审查	信用查询	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，拒绝其参与政府采购活动。
2		营业执照	提供有效的营业执照或事业单位法人证书等证明文件（提供复印件并加盖公章）
3		财务状况	提供会计师事务所出具的 2021 年财务审计报告或 2022 年以来任意一个季度的财务报表（资产负债表、损益表/利润表）；（提供复印件并加盖公章）
4		设备和技术能力	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供承诺书）
5		纳税和社保	提供 2022 年以来任意一个月（或多个月）的纳税凭证和社会保障金缴费凭证，零纳税须提供税务部门盖章的纳税申报表；（提供复印件并加盖公章）
6		声明	提供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的书面声明
7		信用承诺书	提供政府采购供应商信用承诺书
8		声明函	提供无环保类行政处罚记录声明函
9	符合性审查	投标文件的签署	投标文件的签署符合招标文件要求
10		投标有效期	自开标之日起 60 天
11		投标价	投标报价不超预算，并且是唯一的、无选择性的报价
12		服务期限	自采购人与中标单位签订合同之日起至 2023 年 12 月 31 日止。
13		知识产权承诺函	提供知识产权承诺函

1、表中只需填写“√、通过”或者“×、不通过”。

2、结论采用“一项否决”原则。只有全部审查项目都是“√、通过”的，结论才能是“合格”；只要其中一项是“×、不通过”的，结论只能是“不合格”。

3、只有结论是合格的投标人，才能进入下一轮评审；不合格的被淘汰。

4、在开标现场由采购人或者采购代理机构依法对投标人的资格进行审查。

评标委员会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。

5、“初步审查表”中的每一项条款均为实质性要求，投标人必须满足，有任何一项不满足都将会导致投标失败，请各投标人认真对待。证明材料需附于投标文件中。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac49133e
dbb1—7.6.1005.284

2、评标标准和方法

序号	评审内容	评分标准
价格部分（10分）		
1	投标报价 (10分)	<p>评标基准值=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。</p> <p>投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×10%×100</p> <p>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。</p>
商务部分（10分）		
2	项目业绩 (10分)	2019年1月1日以来承接的有与海外旅游局合作或类似项目业绩，每提供1份得2分，最高得10分。（注：需提供相关业绩合同复印件）
技术部分（80分）		
3	现场讲解(3分)	投标人根据自身情况，进行现场讲解，须提供一份现场讲解PPT（主讲人数限制1人，演示需要的电脑、U盘、WiFi网络（如有）等工具须自行准备）。讲解内容须包括投标人技术部分响应方案，主要体现方案亮点、投标人优势和特点等方面且符合项目实际需要。现场讲解时间须控制在15分钟内。能流利、简洁、全面的进行讲解的得3分，否则不得分。
4	国内城市 活动创意方案 (15分)	<p>项目国内城市活动创意方案以三亚市旅游推广局规定各类型活动为出发点，提供有创新性的活动创意设计。（包括但不限于：方案内容的详细程度、合理性、创意性、新颖性、可执行性等）进行比较。</p> <p>A、国内城市活动创意方案完全结合推介地所在旅游市场情况及活动类型，活动内容具备较高趣味性及互动性，与三亚旅游主题相紧扣，3D渲染图、示例图新颖的，得15分；</p> <p>B、国内城市活动创意方案符合本推广主题，并提供有相关示例图，可行性较高的，得10分；</p> <p>C、国内城市活动创意方案基本满足项目需求，但内容不丰富，趣味性、互动性低的，得5分；</p> <p>D、国内城市活动创意方案内容过于简单不够具体，构思含糊不明确，形式呆板，方案重点内容不突出，可行性较低，较难达到本项目需求</p>

		<p>目标的，得 1 分；</p> <p>E、国内城市活动创意方案完全不能满足项目需求的或未提供活动创意方案的，得 0 分。</p>
5	国内城市执行方案（10分）	<p>投标人提供的国内城市执行方案（包括不限于：1.场地搭建、布置、设计和策划；2.现场活动细节安排；3.车辆、人员食宿安排计划；4.应急预案；5.舆情公关等）</p> <p>上述内容方案中每包含一项得 1 分，满分 5 分。</p> <p>A、国内城市执行方案缜密、详细、可行性强，得 5 分；</p> <p>B、国内城市执行方案可行性较好，活动方案满足项目需求的，得 3 分；</p> <p>C、国内城市执行方案整体可执行性有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得 1 分；</p> <p>D、国内城市执行方案完全不能满足项目需求或未提供执行方案的，得 0 分。</p>
6	港澳台及海外城市活动方案（15分）	<p>项目港澳台及海外城市活动创意方案以三亚市旅游推广局规定各类型活动为出发点，提供有创新性的活动创意设计。（包括但不限于：方案内容的详细程度、合理性、创意性、新颖性、可执行性等）进行比较。</p> <p>A、港澳台及海外城市活动创意方案完全结合推介地所在旅游市场情况及活动类型，活动内容具备较高趣味性及互动性，与三亚旅游主题相紧扣，3D渲染图、示例图新颖的，得 15 分；</p> <p>B、港澳台及海外城市活动创意方案符合本推广主题，并提供有相关示例图，可行性较高的，得 10 分；</p> <p>C、港澳台及海外城市活动创意方案基本满足项目需求，但内容不丰富，趣味性、互动性低的，得 5 分；</p> <p>D、港澳台及海外城市活动创意方案内容过于简单不够具体，构思含糊不明确，形式呆板，方案重点内容不突出，可行性较低，较难达到本项目需求目标的，得 1 分；</p> <p>E、港澳台及海外城市活动创意方案完全不能满足项目需求的或未提供活动创意方案的，得 0 分。</p>
7	港澳台及海外城市执行方案（10分）	<p>投标人提供的港澳台及海外城市执行方案（包括不限于：1.场地搭建、布置、设计和策划；2.现场活动细节安排；3.车辆、人员食宿安排计划；4.应急预案；5.舆情公关等）</p> <p>上述内容方案中每包含一项得 1 分，满分 5 分。</p> <p>A、港澳台及海外城市执行方案缜密、详细、可行性强，得 5 分；</p> <p>B、港澳台及海外城市执行方案可行性较好，活动方案满足项目需求</p>

		<p>的，得 3 分；</p> <p>C、港澳台及海外城市执行方案整体可执行性有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得 1 分；</p> <p>D、港澳台及海外城市执行方案完全不能满足项目需求或未提供执行方案的，得 0 分。</p>
8	嘉宾资源及媒体渠道（10 分）	<p>根据三亚市旅游推广局不同类型活动需求，独立提供完整活动所需嘉宾资源名单列表，根据当地旅业代表/媒体/网红/明星的数量、质量、知名度，媒体报道数总量，每场活动资源列表、营销活动优化建议、资源供给能力等进行综合评比。</p> <p>A、提供的活动资源及媒体渠道丰富、数量足够，质量高，营销活动优化建议合理，完全能满足项目需求的，得 10 分；</p> <p>B、提供的活动资源及媒体渠道基本满足项目需求的，得 6 分；</p> <p>C、提供的活动资源及媒体渠道有一定欠缺，不能满足全部项目需求的，得 3 分；</p> <p>D、提供的活动资源及媒体渠道完全不能满足项目需求的或未提供的，得 0 分。</p>
9	应急保障方案（5 分）	<p>根据供应商提供应急保障方案，确保岛外营销推广活动能稳定运行，在突发事件发生时能提供应急保障服务，进行综合评比：</p> <p>A、应急保障方案科学合理，内容完整，思路清晰，方案量身定制，针对性与操作性优于项目需求的，得 5 分；</p> <p>B、应急保障方案基本能够满足采购需要，针对性与操作性仅满足项目需求的，得 3 分。</p> <p>C、应急保障方案针对性与操作性不满足项目需求的，得 1 分；</p> <p>D、未提供得 0 分。</p>
10	技术响应（12 分）	<p>根据招标文件“采购需求”第三部分“项目技术要点清单”逐条审查其中带◆标项的投标人响应情况，全部满足的得 12 分，有一项不满足的扣 1 分，扣完为止。</p>

提示：为了便于评委对投标文件内容的评审，投标人可针对“2、评标标准和方法”编写评审项目页码索引表，即该评审项目在投标文件中的页码。

一、总则

1.1 根据《中华人民共和国政府采购法》和《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部第 87 号令）等法律和规章，结合本采购项目特点制定本评标办法。

1.2 评标工作由招标采购单位负责组织，具体评标事务由招标采购单位依法组建的评审委员会负责。评审委员会由采购人代表和有关技术、经济等方面的专家组成。

1.3 遵循公平、公正、科学、择优的原则，以相同的评审程序和标准对待所有的投标人。

1.4 反对不正当竞争，反对恶意压低投标价格。

1.5 评审委员会按照招标文件规定的评标方法和标准进行评标，并独立履行下列职责：

- (1) 审查投标文件是否符合招标文件要求，并作出评价；
- (2) 要求投标供应商对投标文件有关事项作出解释或者澄清；
- (3) 推荐中标候选人名单，或者受采购人委托按照事先确定的办法直接确定中标供应商；
- (4) 向招标采购单位或者有关部门报告非法干预评审工作的行为。

1.6 评标过程严格保密。投标人对评审委员会的评标过程或合同授予决定施加影响的任何行为都可能导致其投标被拒绝。

1.7 评审委员会决定投标文件的响应性依据投标文件本身的内容，而不寻求外部的证据。

1.8 评审委员会发现招标文件表述不明确或需要说明的事项，可提请招标采购单位书面解释说明。

二、评标方法

(一) 评审规则

2.1.1、本招标项目的评审办法采用综合评分法，满分为 100 分。

2.1.2、综合评分的因素包括以下内容：价格、服务、业绩、对招标文件的响应程度等。

2.1.3、评审步骤：先进行初步评审，再进行详细评审。初步评审包括资格评审和形式评审，详细评审是对技术、商务及价格因素的评审。只有通过初步初审的投标人才能进入详细评审。

2.1.4、综合评分及其统计：按照评审程序、评分标准以及权重分配的规定，评审委员会成员分别就各个投标人的技术状况、商务状况、对招标文件要求的响

应情况等进行评议和比较，赋予技术分和商务分。各评委赋分的算术平均值，即为该投标人的技术得分或商务得分。按综合评分法的报价计算方法计算各投标人的价格得分。将技术得分、商务得分和价格得分相加得出每个投标人的综合得分。

2.1.5、综合得分按由高到低顺序排列。综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。综合得分和投标报价均相同的，按技术指标由优至劣顺序排列。

2.1.6、综合得分最高的投标人为第一中标候选人，综合得分次高的投标人为第二中标候选人，依次类推。

（二）初步评审

1、评审委员会根据招标文件要求，对投标人的资格和投标文件的符合性进行评审。只有对《初步评审表》所列各项目做出实质性响应的投标文件才能通过初步评审。对投标是否实质性响应招标文件的要求产生争议的，评审委员会以记名方式票决。得票超过半数的投标人有资格进入下一阶段的评审，否则被淘汰。

2、评审委员会将审查投标文件是否完整、有关资料证明文件是否真实有效、文件签署是否合格、投标有效期是否满足要求、投标文件的总体编排是否基本有序等。

3、在详细评审之前，评审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，应该是符合招标文件重要条款、条件和规格的要求，没有重大偏离或保留的投标。所谓重大偏离或保留，是指实质上影响合同的采购范围、质量等；或者实质上与招标文件不一致，而且限制了合同中采购人的权利或投标人的义务；纠正这些偏离或保留，将会对其他实质上的响应要求的投标人的竞争地位产生不公正的影响。评审委员会认定投标文件是否响应招标文件的要求，只根据投标文件本身的内容，而不寻找外部的证据。

4、无效投标的认定

评审过程中，投标文件出现（但不限于）下列情况的，将被认定为无效投标：

- 1) 投标有效期不足的；
- 2) 投标文件未按招标文件规定要求填写投标内容及签名盖章的；
- 3) 投标报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- 4) 投标报价明显过低，可能低于其成本，而投标人不能作出合理说明的；
- 5) 投标人未按招标文件要求提供有效的营业执照或事业单位法人证书等证

明文件的；

6) 评审委员会认为投标未实质性响应招标文件要求的。

(三) 详细评审

详细评审是对通过初步评审的投标进行技术、商务和价格的评审。

1、 价格评审

(1) 价格得分计算公式

评标基准值=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。

投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×10%×100

注：有效投标人是指实质上响应招标文件要求并通过实质性审核未被废标的所有投标人。报价分取小数点后 2 位，小数点后第三位四舍五入。

(2) 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)、《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》(财库[2014]68号)和《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)的文件规定，本项目对小微企业、监狱企业及残疾人福利性单位的投标报价给予 **10%**的扣除，用扣除后的价格参与价格评审。投标人同时为小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，**评审中只享受一次价格扣除**，不重复享受价格扣除。

(3) 扣除后的价格仅用来计算价格得分，中标金额以原投标报价为准。

(4) 投标人须按要求提供相关材料(详见第六部分投标文件格式)，否则将不进行价格扣除。

2、 商务评审

评审委员会对投标人的人员配置、投标人的资格、信誉和业绩合同等情况进行比较和评价。

3、 技术评审

评审委员会将根据投标人所提供的技术服务方案进行比较和评价。

注：商务评标因素和技术评标因素的分值取小数点后 2 位，小数点后第三位四舍五入。

4、 编写评审报告

评审报告是评审委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果

编写的报告，其主要内容包括：

- (1) 招标公告刊登的媒体名称、开标日期和地点；
- (2) 获取招标文件的投标人名单和评审委员会成员名单；
- (3) 评标方法和标准；
- (4) 开标记录和评标情况及说明，包括投标无效投标人名单及原因；
- (5) 评审结果和中标候选供应商排序表；
- (6) 评审委员会的授标建议。

5、 废 标

本次政府采购活动中，出现下列情形之一的，予以废标：

- (1) 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质响应的供应商不足三家的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的。

废标后，采购代理机构将在指定媒体发布公告，并公告废标的理由。

6、 定 标

6.1. 定标原则：评审委员会依据评审结论推荐 3 名中标候选供应商。采购人根据评审委员会推荐的中标候选人名单，按顺序确定中标人。

6.2. 定标程序

6.2.1 评审委员会将评审情况写出书面报告，推荐中标候选人，并按照综合得分高低标明排列顺序。综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。

6.2.2 采购代理机构在评标结束后 2 个工作日内将评审报告送采购人。

6.2.3 采购人在收到评审报告后 2 个工作日内，按照评审报告中推荐的中标候选人顺序确定中标人。

6.2.4 根据采购人确定的中标人，采购代理机构在海南省政府采购网上发布中标公告，同时向中标人发出中标通知书。

6.2.5 招标采购单位不解释中标或落标原因，不退回投标文件和其他投标资料。

6.2.6 中标人放弃中标或因故不能履行合同的，按照《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第六十条规定处理。

7、 评审委员承担以下义务：

7.1 遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责。

7.2 按照政府采购法律法规和采购文件的规定要求对供应商的资格条件和供应商提供的产品价格、技术、服务等方面严格进行评判，提供科学合理、公平公正的评审意见，参与起草评审报告，并签字确认。

7.3 保守秘密。不得透露采购文件咨询情况，不得泄露供应商的投标文件及知悉的商业秘密，不得向供应商透露评审情况。

7.4 发现供应商在政府采购活动中有不正当竞争或恶意串通等违规行为，及时向政府采购评审工作的组织者或财政部门报告并加以制止。

发现采购人、政府采购代理机构及其工作人员在政府采购活动中有干预评审、发表倾向性和歧视性言论、受贿或者接受供应商的其他好处及其他违法违规行为，及时向财政部门报告。

7.5 解答有关方面对政府采购评审工作中有关问题的询问，配合采购人或者政府采购代理机构答复供应商质疑，配合财政部门的投诉处理工作等事宜。

7.6 法律、法规和规章规定的其他义务。

8、 评审委员应当遵守以下工作纪律：

8.1 应邀按时参加评审和咨询活动。遇特殊情况不能出席或途中遇阻不能按时参加评审或咨询的，应及时告知财政部门或者采购人或者采购代理机构，不得私自转托他人。

8.2 不得参加与自己有利害关系的政府采购项目的评审活动。对与自己有利害关系的评审项目，如受到邀请，应主动提出回避。财政部门、采购人或采购代理机构也可要求该评审专家回避。

有利害关系是指三年内曾在参加该采购项目的供应商处任职(包括一般工作)或担任顾问，配偶或直系亲属在参加该采购项目的供应商中任职或担任顾问，与参加该采购项目供应商发生过法律纠纷，以及其他可能影响公正评审的情况。

8.3 评审或咨询过程中关闭通讯设备，不得与外界联系。因发生不可预见情况，确实需要与外界联系的，应当在现场工作人员陪同下联系。

8.4 评审过程中，不得发表影响评审公正的倾向性、歧视性言论；不得征询或者接受采购人的倾向性意见；不得以任何明示或暗示的方式要求参加该采购项目的供应商以澄清、说明或补正为借口，表达与其原投标文件原意不同的新意见；不得以采购文件没有规定的方法和标准作为评审的依据；不得违反规定的评审格式评分和撰写评审意见；不得拒绝对自己的评审意见签字确认。

8.5 有关部门规定的其他评审工作纪律。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

第五章 合同条款（参考）

2023 年三亚岛外旅游营销推广活动 项目合同

甲方：三亚市旅游推广局

法定代表人：

联系人：

联系方式：

通讯地址：三亚市吉阳区新风街 279 号蓝海华庭 C 栋 15 层

邮编：572000

乙方：

法定代表人：

联系人：

联系方式：

通讯地址：

邮编：

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》和《中华人民共和国民法典》的规定，甲乙双方在真实、充分表达各自意愿的基础上，本着平等互利和诚实信用的原则，现就乙方为甲方 2023 年三亚岛外旅游营销推广活动提供服务，甲方
向乙方支付服务报酬等事宜签订本合同。

一、项目内容

(一) 活动名称：2023 年三亚岛外旅游营销推广活动

(二) 活动城市：广州、深圳、上海、长沙、西安、澳门、香港、北京、成都、重庆、台北、日本-东京、韩国-首尔、杭州、新加坡。

(三) 活动安排:

序号	时间	城市	B2B Sales Call	B2B 洽谈	B2C 活动	B2M 互动
1	4月	广州	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
2		深圳	<input checked="" type="checkbox"/>			
3	5月	上海	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
4		新加坡	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
5	6月	西安	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
6	7月	长沙	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
7		香港	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
8	8月	北京	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>
9		成都	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
10		重庆	<input checked="" type="checkbox"/>			
11	9月	韩国-首尔	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
12	10月	杭州	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
13		日本-东京	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
14	11月	台北	<input checked="" type="checkbox"/>	*二选一	*二选一	
15		澳门	<input checked="" type="checkbox"/>			

备注: 1. 本部分时间为拟定时间, 最终举办时间以甲方需求为准; 2 因不可抗力因素导致某个客源城市无法进行旅游营销推广活动, 乙方须配合甲方更换客源城市(同级别/同区域/同类型城市)、暂停或终止该客源城市的相关旅游推广活动等相关工作。

二、具体要求

整体活动分为B to B (Sales call及旅业商务活动)、B to M (媒体沙龙分享会)、B to C (三亚城市体验推广活动) 共四类型活动, 全面将客群市场进行了不同赛道的细分及不同人群的精准营销, 乙方需提供各类型活动准备所需的具体方案内容, 为不同类型活动提供创新型活动形式。

(一) 服务内容要求

B2B Sales Call: 乙方需具备招标要求中本部分的面向对象中各城市当地旅业及品牌资源, 并能够独立组织三亚涉旅企业开展各地旅企或品牌企业上门拜访和业务洽谈能力, 乙方应准确列名各城市可供拜访的旅业及品牌公司名称及数量

（不少于5家），根据拜访时间妥当安排拜访日程列表，乙方应完整阅读标书采购需求中各项内容，并做好相关活动的策划和执行方案（含拜访日程、拜访企业环节流程、出行、食宿等行程保障及拜访所涉及相关物料或宣传品等的制作）。

B2B旅业商务洽谈：乙方需具备招标要求中本部分的面向对象中各城市当地旅业资源，并具备独立直接邀请旅业资源的能力，乙方应准确列名各城市旅业资源的公司名称，每场活动需独立邀约不少于30家高质量旅业公司业务代表，乙方应完整阅读招标要求中本部分各项内容并充分研读参考案例，做好相关活动的策划和执行方案（含活动整体场地设计、活动策划、嘉宾邀请、活动日程等具体执行方案）。后续能够以三亚市旅游推广局年度及季度推广主题或相关主推内容（待定）设计进行整体活动视觉输出。

协助甲方进行三亚涉旅企业招募所需相关招募材料准备（幻灯片制作、朋友圈招募海报、H5招募小程序制作等）；协助甲方进行参会调查问卷制作和发放，每场B2B旅业商务洽谈活动结束后协助甲方进行展商交易额和反馈内容的跟进。

B2M媒体沙龙分享会：乙方应独立具备全国媒体资源，具备独立邀请核心客源地城市及其所在地周边区域重点媒体对象（即：招标要求中面向对象）的能力，应提供各地可邀约的相应媒体列表名单，各地媒体参会数量不少于20家。乙方应完整阅读招标要求中本部分各项内容并充分研读参考案例，并能根据不同城市因地制宜制定不同媒体沙龙分享会活动策划方案及执行方案（包含创新、新颖的媒体互动环节及适合三亚市旅游推广局及三亚涉旅企业分享市场内容环节）。

B2C三亚城市推广活动：三亚城市推广活动中乙方所设计的公众场地城市推广体验活动方案需要相关示例图，如有3D渲染图更佳。供应商需设计为期至少两日（三日更佳）的三亚旅游公众活动方案，以上述招标要求中内容为主要内容，面向公众通过主题设计搭建进行相关三亚旅游城市形象宣传展示，所设计的相关公众活动方案需具备较高趣味性及互动性，与三亚旅游主题相紧扣。招标要求中三亚品牌事件营销活动需提供包含事件营销的打造、内容说明以及后期视频图片记录。

另外：在长沙、西安、成都、杭州四座城市B2C活动中需有任意两座城市策划三亚品牌事件营销活动。日本东京、韩国首尔、新加坡、台北四座城市中需有任意两座城市举办B2B旅业商务洽谈活动且任意两座城市举办B2C活动（B2C活动

两种形式均可）。

岛外营销推广活动宣传要求：在岛外每座城市举办活动期间，供应商需出具新媒体及传统媒体宣传传播方案及媒体传播日历表，传播日历表需清晰注明活动周期内每日宣发内容及宣发渠道），传播方案至少包含活动前的预热图文稿件、倒计时海报、预热视频等内容；活动中B2B旅业商务洽谈活动、B2C公众体验活动需邀约5-10家媒体（含电视、日报及新媒体）等到现场进行活动专题报道及嘉宾专访；活动后需包含活动总结稿件撰写及图文、视频素材编辑宣发。每座城市整体活动（除B2B Sales Call外）需有不少于20家媒体进行报道，需提供媒体名单列表。

（二）岛外活动时长安排

B2B Sales Call：1-2天（针对有B2B洽谈的城市为1天，针对没有B2B洽谈的城市为2天）

B2B洽谈活动：0.5天

B2M媒体沙龙：0.5天

B2C体验活动：公众体验活动 2-3天/ 三亚城市事件营销活动1-2天

（该活动时长为基础需求，乙方可根据方案实施增加天数，具体以项目实际需求为准，只增不减。根据城市整体规划布局安排，如涉及同个地点举行多项活动的则尽可能放在同一周期内举办完毕。）

三、双方权利义务

（一）甲方有权按本合同的约定对乙方所提交与本项目相关的方案文件以书面形式提出修改意见和建议，乙方据此进行修改、调整。

（二）甲方应保证向乙方提供活动项目相关的素材。

（三）乙方向甲方提供的服务内容不会违反任何适用的法律、法规、政策及公共道德准则，也不会损害任何第三方的合法权益。如因此造成甲方损失，包括但不限于行政处罚、甲方支付的全部诉讼费用、律师费用、为处理此事所产生的其他费用、甲方因此所导致遭第三方的索赔费用和承担违约赔偿费用、甲方其他相关经济损失等，乙方应向甲方赔偿。

(四)乙方有权依照我国相关法律法规的规定,对甲方提供的相关资料进行必要审查,如果乙方认为其不真实或不符合法律法规的规定,有权要求甲方予以修正,若因甲方拒绝或迟延修正而导致的相关责任,由甲方承担。

(五)乙方每次发布前应将待发布内容经甲方审核同意后方可按甲方同意的内容、方式和时间节点发布。

(六)乙方应按本合同约定在项目结束后向甲方提供相应的报告或总结文件,报告或总结形式以甲乙双方认可的版本为准。

(七)乙方在服务过程过程当中,有义务及时向甲方汇报相关工作进展情况,如遇到异常情况,应及时知会甲方,并积极处理,确保工作进度及质量。

(八)乙方应按合同的约定完成项目执行方案,按执行方案完成相关活动物料采购等相关事宜,并按时开展和完成各项活动。

(九)本合同涉及到需要用甲方品牌、名称、商标、作品等事项的,乙方须获得甲方的书面授权方能 在授权的范围和期限内以限定的方式使用。

(十)因甲方原因所造成的工作延误乙方无需承担延误的责任。

四、合同金额

本合同总价款(含税,税率___%)为¥_____元(大写:人民币_____),该费用已包含活动项目的物料设计、制作、运输、安装、撤回复原、甲方人员差旅(含签注/签证/出行/食宿等)、采购及具体活动项目执行等为完成本项目的所有相关事项费用,甲方无需另行支付费用。本合同总价款最终结算将据实结算,实报实销,但结算款不得突破本合同总价款。

五、付款方式

(一)甲方以分期付款的方式向乙方支付合同款项:

第一期:本合同生效后,乙方向甲方提供等额有效的发票(发票类别:会议会展服务类,普通发票),甲方按照财政审批程序支付乙方合同总价款的40%作为项目启动预付款,即¥_____元,(大写:人民币_____)。

第二期:双方各项落地活动如能正常推进,乙方在完成第一个五座城市活动后,提交项目验收报告及符合甲方要求的费用明细(包含合同、发票等),经双方确认无误后,甲方按照财政审批程序向乙方支付第一个五座推介城市推介活动的费用。

第三期：双方各项落地活动如能正常推进，乙方在完成第二个五座城市活动后，提交项目验收报告及符合甲方要求的费用明细（包含合同、发票等），经双方确认无误后，甲方按照财政审批程序向乙方支付第二个五座城市活动的费用。

第四期：最后五座城市活动结束后，乙方向甲方提交项目费用明细（包含验收报告、费用明细及整体项目验收报告），甲乙双方确认无误后，甲方按照财政审批程序向乙方付清余款。

（二）本次项目合作总支出不得超过本合同总价款。甲乙双方按照就低不就高的原则结算，即最终结算价如果低于本合同总价款，则按结算价计算；结算价如果高于本合同总价款，则按本合同总价款价格最终结算。

（三）因乙方不开具发票或甲方因财政审批原因导致逾期付款，不视为甲方违约。

（四）乙方账户信息如下：

名称：

税号：

单位地址：

电话号码：

开户银行：

银行账号：

（五）甲方开票信息如下：

名称：三亚市旅游推广局

税号：1146 0200 MB1B 2850 7W

单位地址：海南省三亚市吉阳区新风街 279 号蓝海华庭第 15 层

电话：0898-88568987

开户银行：中国银行股份有限公司三亚新风支行

银行账户：2650 3407 8636

六、合同期限

（一）自甲乙双方签订合同之日起至 2023 年 12 月 31 日止。

(二) 若因不可抗力因素导致项目的履约时间延期或终止,乙方应配合甲方工作安排处理好后续事宜。

(三) 乙方可根据甲方实际工作需要,在规定的服务期限内提前完成合同约定内容。待甲方验收合格后,本合同自动解除。

七、工作成果之所有权及知识产权条款

(一) 乙方因完成本项目所产生的一切工作成果的知识产权归属于甲方。经甲方书面盖章同意,乙方可将上述工作成果用所设计之作品参与公益、专业、行业或各类组织机构所组织的竞赛评比活动和学术发表(不包括涉及甲方商标、名称、品牌及其他作品的内容)。

(二) 乙方保证向甲方交付的工作成果所使用的所有资源(包括但不限于创意、构思以及表达该创意和构思所使用的文字和制作方法及成品本身)没有侵犯第三方的知识产权,且须已取得相关权利人的完整授权,保证甲方可以依照本合同约定行使相应的权利;如因此造成甲方损失,包括但不限于甲方支付的全部诉讼费用、律师费用、为处理此事所产生的其他费用、甲方因此所导致遭第三方的索赔费用和承担违约赔偿费用、甲方其他相关经济损失等,乙方应向甲方赔偿。

(三) 乙方依本合同采购的相关物料所有权归甲方所有,乙方应妥善保管和使用,在活动结束后按甲方安排归还甲方。

八、违约责任

(一) 双方应按本合同中的约定,严格履行合同,一方违约的,应向对方承担违约责任,赔偿因其违约而给对方造成的损失。

(二) 乙方应按本合同约定按时、按质完成各项工作,乙方逾期完成约定工作的,每逾期一日,应按本合同价款的千分之五向甲方支付违约金;乙方若完成任何一项任务逾期超过3日,甲方有权单方解除本合同并要求乙方退还甲方已支付的全部价款。乙方未按照本合同要求完成各项工作的,甲方有权单方解除本合同,并要求乙方按照合同总价款的10%向甲方支付违约金。

(三) 任何一方不得无正当理由擅自变更、终止或解除本合同,否则违约方应按合同总额10%向守约方承担违约责任并赔偿守约方所受的全部损失。

(四) 乙方全面负责双方确定的执行方案的活动的执行,保证活动开展的合法性,并保证活动顺利有序进行。如因乙方执行或活动安排导致相关工作人员、

第三人的人身和财产损失以及侵犯第三方著作权、肖像权、商标权等合法权益的，由乙方承担全部责任。

九、保密条款

(一) 甲、乙双方均有义务对合作过程中获悉的对方信息进行保密，未经对方同意，另一方不得向任何第三方披露或者透露或者用于与本合同无关的其他任何用途，亦不得依据披露方提供的信息，就任何问题，向本合同以外的任何第三方作出任何建议，但双方向各自的外部顾问，如律师事务所、会计事务所、审计事务所或公司披露以及根据各级有管辖权的立法、司法、行政机关或证券市场主管机构的要求披露时除外。

(二) 本合同因任何原因终止履行，甲、乙双方都应遵守上述保密义务。保密期限自披露方第一次向对方披露保密信息至该保密信息被依法公开时止。

十、争议解决

因执行本合同所发生的或与本合同有关的一切争议，双方应通过友好协商解决；如果协商不能解决，应依法提交甲方所在地的人民法院通过诉讼程序解决。

十一、其他约定

(一) 本合同任何一方均不对以下情况向对方负责，即使该损失有理由被预见：与本合同相关的利润或业务机会的损失、任何与其储蓄利益有关的损失或者其它继发损失。

(二) 在执行本合同的过程中，所有经双方签署确认的文件(包括会议纪要、补充协议、往来信函、合同附件)即成为本合同的有效组成部分。

(三) 如一方地址、电话、传真号码或项目联络人代表有变更，应在变更当日内书面通知对方，否则应承担相应责任。

(四) 除甲方事先书面同意外，乙方不得部分或全部转让其应履行的合同项下的义务。

(五) 未经本合同对方当事人的书面同意，任何一方不得将本合同规定的权利和义务转让给第三方。

(六) 本合同未尽事宜，双方协商一致后另行签订补充协议。

(七) 在协议有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行协议，协议履行期可延长，其延长期与不可抗力影响期相同，但遇不可抗力方应在不可抗力

事件发生后立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明，双方互不追究违约责任。

(八) 本合同壹式捌份，甲方执叁份，乙方执叁份，财政主管部门执壹份，代理机构执壹份。本合同经甲乙双方签字并盖章之日起生效。

- 附件：1. 《项目预算表》
2. 《政府采购项目履约验收报告》
3. 《政府采购项目验收结果公告》

甲方（盖章）：
签约代表：

乙方（盖章）：
法定代表人：

签约时间：2023 年 月 日

地点：三亚市

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637db90aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

附件 1:

项目预算表

序号	项目	明细	预算 (元)
1	B2B Sales Call	食宿 (含拜访旅企及相关参与拜访人员用餐及采购人住宿)、差旅 (含拜访人员当地用车租赁)、宣传物料及伴手礼制作	
		...	
2	B2B 旅业商务洽谈活动	场地租赁及其他相关配套服务等	
		搭建及设备 (LED 屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台)	
		相关物料制作 (场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等)	
		摄影摄像拍摄服务	
		活动服务 (含人工、主持人等相关活动配套服务)	
		媒体宣传采买	
		...	
3	B2M 媒体沙龙分享会	场地租赁及其他相关配套服务等	
		搭建及设备 (LED 屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台)	
		相关物料制作 (场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等)	
		摄影摄像拍摄服务	
		活动服务 (含人工、主持人、演艺等相关活动配套服务)	
		媒体宣传采买	
		...	
4	B2C 公众活动 (含公众城市体验及城市事件营销)	场地租赁及配套相关服务	
		事件营销事件策划及相关创意内容输出执行	
		搭建及设备 (特装主题市集搭建、互动主题装置搭建、相关声光电设备等)	

	活动)	相关宣传物料制作（宣传海报制作、广告图设计、伴手礼等）	
		演出（歌手、演员、KOL/明星邀请，相关设备租赁、直播服务等）、摄影摄像拍摄服务	
		活动服务（含人工、主持人等相关活动配套服务）	
		媒体宣传采买	
...
备注：1. 涉及境外地区/国家的活动部分需包含翻译人员邀请及相关物料/文字等翻译工作执行；2. 本项目预算包含甲方四位工作人员（国内城市最多四位，港澳台及海外城市活动最多四位）的相关差旅（含签证/签注、出行等）、食宿等费用。			

备注：本表为预算报价，甲方按期根据乙方提供的验收报告、结算明细（含合同、发票及相关佐证说明）进行验收后，据实结算，实报实销，总支出不得大于总金额。

（以下无正文）

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45
dbb1—7.6.1005.284

(本页为合同签署页)

甲方 三亚市旅游推广局 (公章)	乙方 (公章)
甲方法定代表人或授权代表人 (签字)	乙方法定代表人或授权代表人 (签字)
签订时间:	签订时间:

2023年三亚岛外旅游营销推广活动 (第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — a637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005—284

政府采购项目履约验收报告

一、验收方案							
（一）项目基本情况							
采购人名称				供应商名称			
项目名称				合同编号			
合同签订时间				合同规定验收时间			
项目类型	<input type="checkbox"/> 货物/ <input type="checkbox"/> 服务			合同金额			
（二）验收方式与方法							
验收组织方式	<input type="checkbox"/> 自行组织/ <input type="checkbox"/> 委托代理			代理机构名称			
验收方式	<input type="checkbox"/> 一般验收程序/ <input type="checkbox"/> 简易验收程序			选择简易验收理由			
验收方法	<input type="checkbox"/> 一次性验收/ <input type="checkbox"/> 分段验收/ <input type="checkbox"/> 分期验收			选择非一次性验收理由			
大型或复杂项目	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否			邀请本项目其他供应商	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否		
	参与验收检测机构名称				参与验收供应商名称		
向社会公众提供的公共服务项目方式	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否			采购人、使用人分离项目	<input type="checkbox"/> 是/ <input type="checkbox"/> 否		
	参与验收服务对象				使用单位名称		
（三）验收人员组成							
验收小组总人数		专业技术人员人数		实际使用人人 数（如有）		其他验收 人员数量	

验收人员姓名	工作单位	职称（专业）	联系方式	备注

（四）验收主要指标和标准

序号	名称	合同履行时间、地点、方式	货物型号规格、标准及配置等（或服务内容、标准）	数量	单价	金额

二、验收情况

分期情况	共分 期，此为第 期验收		分段情况	共分 段，此为 阶段		
第三方参考情况说明	评价对象	评价结果		理由		签字
	检测机构	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格				
	其他供应商	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格				
	服务对象	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格				
货物类验收内容及验收情况	评价内容	评价情况	理由	评价内容	评价情况	理由
	货物清单	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		品牌、型号、规格、数量及外观质量	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	
	技术、性能指标	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		运行状况及安装调试	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	
	质量证明文件	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		售后服务承诺	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	

	安全标准	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		合同履行时间、地点、方式	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	
服务类验收内容及结果	评价内容	评价情况	理由	评价内容	评价情况	理由
	服务质量	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		服务进度	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	
	人员、设备配备情况	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		安全标准	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	
	服务承诺实现	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格		合同履行时间、地点、方式	<input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格	

三、验收结论

存在问题和改进意见	
-----------	--

验收小组意见	验收结论性意见： <input type="checkbox"/> 合格 <input type="checkbox"/> 不合格 其他需要说明的事项：
	有异议的意见和说明理由： 签字：

验收小组成员签字（政府向社会公众提供的公共服务项目应当邀请服务对象参与）：

<p>采购人意见：</p> <p>经办人： 负责人： (盖章)</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>	<p>供应商确认：</p> <p>供应商盖章或授权代表签字：</p> <p>联系电话：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>

注：该表为履约验收报告的综合性参考模板，验收组织机构可以根据工作实际进行调整。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.215—ac677d8c0aa4235a9ac4d29e43e
 dbb1—7.6.1005.284

附件 3

政府采购项目验收结果公告

(送审稿)

一、合同编号：_____

二、合同名称：_____

三、项目编号：_____

四、项目名称：_____

五、合同主体

采购人（甲方）：_____

地 址：_____

联系方式：_____

供应商（乙方）：_____

地 址：_____

联系方式：_____

六、合同的主要信息

服务内容：_____

服务要求：_____

服务期限：_____

服务地点：_____

七、验收日期：_____

八、验收组成员（政府向社会公众提供的公共服务项目应当邀请服务对象参与）：_____

九、验收意见：_____

十、补充事宜：_____

第六章 投标文件格式要求

(项目名称)

招标编号：_____

投标文件

投标人（盖章）：_____

法定代表人或授权委托书代理人（签字或盖章）：_____

日期： 年 月 日

初步评审表各项页码索引表

序号	评审项	响应情况	材料所在页码 (第__页)
1			
2			
3			
.....			

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) —2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

综合评分表各项页码索引表

序号	评审项	响应情况	材料所在页码 (第__页)
1			
2			
3			
.....			

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

1、开标一览表格式

项目名称：_____

招标编号：_____

包号：_____

列名称	列内容
投标单位名称	
投标报价（小写）	
投标报价（大写）	
服务期	

交货地点：用户指定地点

投标单位：_____（公章）

法定代表人（或授权代理人）：_____（签字或盖章）

日期：_____

注：① 投标报价应包括招标文件所规定的招标范围的全部内容；投标总金额包括本招标书中要求的所有货物和服务的费用，包含运输、保险、税收等相关费用，招标方不再进行二次投入，请投标方注意

② 本项目投标总报价超过采购预算的将视为无效投标。

2023年三亚岛外旅游营销推广活动第210号

1.1、分项报价明细表

项目名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

项目编号：HFGC20222229-1

金额单位：元

序号	项目	明细	单位	数量	单价	合计
1	B2B Sales Call	食宿（含拜访旅企及相关参与拜访人员用餐及采购人住宿）、差旅（含拜访人员当地用车租赁）、宣传物料及伴手礼制作				
	
2	B2B 旅业商务洽谈活动	场地租赁及其他相关配套服务等				
		搭建及设备（LED屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台）				
		相关物料制作（场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等）				
		摄影摄像拍摄服务				
		活动服务（含人工、主持人等相关活动配套服务）				
		媒体宣传采买				
	
3	B2M 媒体沙龙分享会	场地租赁及其他相关配套服务等				
		搭建及设备（LED屏幕、背景板、桌椅、会场内相关装饰、签到板、舞台）				
		相关物料制作（场外拍照展区、手举牌、装饰、签到板、桌面台卡、宣传资料、伴手礼等）				
		摄影摄像拍摄服务				

		活动服务（含人工、主持人、演艺等相关活动配套服务）				
		媒体宣传采买				
	
4	B2C 公众活动 （含公众城市 体验及城市事 件营销活动）	场地租赁及配套相关服务				
		事件营销事件策划及相关创意内容输出执行				
		搭建及设备（特装主题市集搭建、互动主题装置搭建、相关声光电设备等）				
		相关宣传物料制作（宣传海报制作、广告设计、伴手礼等）				
		演出（歌手、演员、KOL/明星邀请，相关设备租赁、直播服务等）、摄影摄像拍摄服务				
		活动服务（含人工、主持人等相关活动配套服务）				
		媒体宣传采买				
	
备注：1. 涉及境外地区/国家的活动部分需包含翻译人员邀请及相关物料/文字 等翻译工作执行；2. 本项目预算包含甲方四位工作人员（国内城市最多四位， 港澳台及海外城市活动最多四位）的相关差旅（含签证/签注、出行等）、食宿等费用；3. 供应商可根据实际情况，提供包含但不限于以上内容的预算清单。						

注：“分项报价明细表”各分项报价合计应当与“开标一览表”报价合计相等

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权委托人：（签字或盖章）

2023年三亚岛外旅游营销推广活动

2、投标书格式

投 标 书

海南菲迪克招标咨询有限公司：

我们仔细阅读并全面研究了 2023 年三亚岛外旅游营销推广活动（第 2 次）（项目编号：HFGC20222229-1）招标文件，决定响应招标文件的邀请，参加本项目投标。

1、我们提供的《开标一览表》的报价，包括了完成该项目全部内容的一切费用。我们的投标总价为人民币(大写) _____(¥ _____)。

2、我们充分理解并完全接受合同专用条款的各项约定，没有任何异议，不附加任何条件。

3、如果我们被授予合同，我们将严格履行合同规定的责任和义务，保证按期、按质、按量完成合同义务。

4、我们同意按招标文件中的规定，本投标文件的有效期限为开标后 **60** 天。

5、我们愿意提供招标方在招标文件中要求的所有资料。

6、我们愿意遵守招标公告及招标文件中明示的收费标准。

7、我们承诺该项投标在开标后至投标有效期截止前保持有效，不作任何更改和变动。

8、我们有效的电子邮箱：_____，用于接收本项目资格性审查、符合性审查、无效投标处理、中标结果、评审得分与排序等事项的书面通知。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权委托人：（签字或盖章）

地址：

邮政编码：

联系人：

联系电话：

电子邮件：

传真：

日期：2023 年 月 日

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

3、法定代表人身份证明

单位名称：

地 址：

姓 名：_____ 性别：_____ 职务：

身份证号码：_____系_____的法定代表人。

特此证明。

附法人身份证复印件

投标人名称（加盖公章）：

日期：__年__月__日

4、法人授权委托书

授权委托书

本授权委托书声明：我 _____（姓名）系 _____（投标单位名称）的法定代表人，现授权委托 _____（被授权人姓名及身份证号码）为我公司的代理人，以本公司的名义参加海南菲迪克招标咨询有限公司组织的编号为 HFGC20222229-1 的招标活动，处理与本招标活动有关的一切事务。被授权人在开标、评标、合同签订过程中所签署的一切文件，我均予以承认。

与本项目有关的质疑、投诉事项，我将亲自处理或另行特别授权。

本授权委托书的效力自签署日起至合同履行完毕止。

被授权人无转委托权。特此委托。

本授权书于 _____年____月____日签字生效，特此证明。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人：（签字或盖章）

被授权人：（签字或盖章）

说明：须附被授权人身份证复印件。

5、联合投标协议书（不接受联合体）

无

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

6、中小企业声明函（服务）

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）参加三亚市旅游推广局的2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）采购活动，服务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. 2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次），属于租赁和商务服务业；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。

企业名称（盖章）：

日期：2023年 月 日

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报。

备注：供应商提供《中小企业申明函》内容不实的，属于“隐瞒真实情况，提供虚假资料的”情形，依照有关规定追究相应责任。

7、监狱企业证明文件

监狱企业参加政府采购活动时，应当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。

注：

- 1、在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。
- 2、供应商为非监狱企业的，可不提供此项证明文件。

8、残疾人福利性单位声明函

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。

单位名称（盖章）：

日期：2023年 月 日

注：

1、残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

2、中标、成交供应商为残疾人福利性单位的，采购代理机构将随中标、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。

3、供应商为非残疾人福利性单位的，可不提供此声明。

9、信用查询

信用查询承诺书

致：三亚市旅游推广局

我单位_____（供应商名称）郑重承诺：

我单位参与的2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次） 招标活动。

现承诺 2020 年至今未被列入失信被执行人、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。如有虚假承诺，愿承担一切法律责任。

特此承诺。

供应商：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期：2023 年 月 日

说明：

1、信用记录查询渠道：“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）、中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）等渠道查询相关主体信用记录。

2、被列入失信被执行人、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及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，拒绝参与本项目投标。

备注：供应商可以根据自身情况决定是否提供信用查询网页截图，提供信用查询截图的可参考以下查询示范（非强制要求）。

查询示范 1：失信被执行人

查询条件

被执行人姓名/名称:

身份证号码/组织机构代码:

省份:

验证码: 

查询结果

在海南省（市）范围内没有找到 91460200665141625D 海南菲迪克招标咨询有限公司 相关的结果。

查询示范 2：重大税收违法失信主体



信用中国

WWW.CREDITCHINA.GOV.CN

信用信息 | 统一社会信用代码 | 站内文章

请输入主体名称或者统一社会信用代码

首页 | 信用动态 | 政策法规 | 信息公示 | 信用服务 | 信用研究 | 诚信文化

信用承诺 | 信易+ | 联合奖惩 | 个人信用 | 行业信用 | 城市信用 | 网站导航

您所在的位置：首页 > 信用服务 > 重大税收违法失信主体

重大税收违法失信主体

查询结果



很抱歉，没有找到您搜索的数据

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

查询示范 3：政府采购严重违法失信行为记录名单

[首页](#) | [信用动态](#) | [政策法规](#) | [标准规范](#) | [信息公示](#) | [信用服务](#) | [联合奖惩](#) | [专项治理](#)
[诚信文化](#) | [行业信用](#) | [城市信用](#) | [校园诚信](#) | [信用研究](#) | [信用刊物](#) | [个人信用](#) | [网站导航](#)

您所在的位置 [首页](#) > [信用服务](#) > [政府采购严重违法失信名单](#)

政府采购严重违法失信名单查询

主体类型	统一社会信用代码	记录次数
 很抱歉，没有找到您搜索的数据		

财政部唯一指定政府采购信息网络发布媒体 国家级政府采购专业网站 服务热线：400-810-1996


中国政府采购网
 中国政府购买服务信息平台
 www.ccgp.gov.cn

[首页](#) | [政策法规](#) | [购买服务](#) | [监督检查](#) | [信息公告](#) | [GPA专栏](#) | [PPP频道](#)

当前位置：首页 > 政府采购严重违法失信行为记录名单

政府采购严重违法失信行为信息记录

HTTP://WWW.CCGP.GOV.CN

企业名称：
 执法单位： 处罚日期： 至

序号	企业名称	统一社会信用代码 (或组织机构代码)	企业地址	严重违法失信行为 的具体情形	处罚结果	处罚依据	处罚日期	公布日期	执法单位
没有该企业的相关记录 本次查询的企业：海南菲迪克招标咨询有限公司 本次查询的时间：2022年03月07日 10时28分									

提示：本平台信息依据《关于报送政府采购严重违法失信行为信息记录的通知》（财办库〔2014〕526号）发布。如有疑问请联系具体执法单位。

版权所有 © 2022 中华人民共和国财政部

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2期）

10、资格证明文件

1、提供有效的营业执照（副本或正本）或事业单位法人证书；（提供复印件并加盖公章）

2、提供会计师事务所出具的 2021 年财务审计报告或 2022 年以来任意一个季度的财务报表（资产负债表、损益表/利润表）；（提供复印件并加盖公章）

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，格式见附件）；

4、提供 2022 年以来任意一个月（或多个月）的纳税凭证和社会保障金缴费凭证，零纳税须提供税务部门盖章的纳税申报表；（提供复印件并加盖公章）

以上为资格审查内容，必须在投标文件中提供，任何一项未提供或不满足将导致投标失败，请投标人认真对待！

5、企业所获荣誉证书；

6、招标文件规定的或其他投标人认为需要提供的內容。

附件：

具有履行合同所必需的设备和专业技术能力 承诺书

致：海南菲迪克招标咨询有限公司

我单位参与你公司组织的2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）招标活动，现承诺具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，如有虚假承诺，愿承担一切法律责任。

特此承诺。

供应商：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

日期：2023年 月 日

11、无重大违法记录的书面声明

无重大违法记录的书面声明

致：三亚市旅游推广局

我单位_____（供应商名称）郑重声明：

我单位参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有（在下划线上如实填写：有或没有）重大违法记录，特此声明。

（说明：政府采购法第二十二条第一款第五项所称重大违法记录，是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。）

声明人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期：2023年 月 日

12、政府采购供应商信用承诺书

政府采购供应商信用承诺书

承诺主体名称：_____（供应商名称）

统一社会信用代码：_____

管理部门：三亚市财政局

采购项目名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

为维护公平竞争、规范有序的市场秩序,营造诚实守信的信用环境,共同推进社会信用体系建设完善,树立企业诚信守法形象,本企业对本次采购活动郑重承诺如下:

(一)对提供给注册登记部门、行业管理部门、司法部门、行业组织以及在政府采购活动中提交的所有资料的合法性、真实性、准确性和有效性负责;

(二)严格按照国家法律、法规和规章开展采购活动,全面履行应尽的责任和义务,全面做到履约守信,具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款规定的条件;

(三)严格依法开展生产经营活动,主动接受行业监管,自愿接受依法开展的日常检查;违法失信经营后将自愿接受约束和惩戒,并依法承担相应责任;

(四)自觉接受行政管理部门、行业组织、社会公众、新闻舆论的监督;

(五)自觉做到自我约束、自我管理,不制假售假、商标侵权、虚假宣传、违约毁约、恶意逃债、偷税漏税、垄断和不正当竞争,维护经营者、消费者的合法权益;

(六)提出政府采购质疑和投诉坚持依法依规、诚实信用原则,在全国范围12个月内没有三次以上查无实据的政府采购投诉;

(七)严格遵守信用信息公示相关规定;

(八)同意将承诺内容在“信用三亚”网站公示,接受社会监督;

(九)如违反承诺,将依法依规承担相应责任,并自愿接受部门联合惩戒,纳入行业失信重点关注名单,由财政部门负责管理;

(十)本承诺书自签订之日起生效。

承诺单位(签章):

法定代表人(负责人):

2023年 月 日

注:法定代表人或负责人、主体名称发生变更的应当重新做出承诺。

《信用承诺书》一式三份由信用承诺对象填写,一份由信用承诺对象留存、一份由代理机构留存、一份由财政部门留存。开标时须单独提交一份《信用承诺书》给代理机构。

13、环保类行政处罚记录声明函

环保类行政处罚记录声明函

致：三亚市旅游推广局

我单位_____（供应商名称）郑重声明：

我单位参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有（在下划线上如实填写：有或没有）环保类行政处罚记录，特此声明。

声明人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期：2023 年 月 日

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06-17:13:45.975—ac637d869074235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.100.284

14、商务条款偏离表格式

商务条款偏离一览表

项目名称：2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）

项目编号：HFGC20222229-1

序号	项目	招标文件要求	投标响应	偏离程度	证明材料
1	营业执照	提供有效的营业执照或事业单位法人证书等证明文件复印件			见投标文件__页
2	投标有效期	60天			见投标文件__页
3	服务期限	自采购人与中标单位签订合同之日起至2023年12月31日止。			见投标文件__页
4	投标文件的签署	投标文件的签署符合招标文件要求			见投标文件__页
5	投标价	投标报价不超预算，并且是唯一的、无选择性的报价			见投标文件__页

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

15、知识产权承诺函

知识产权承诺函

致：三亚市旅游推广局

我单位_____（供应商名称）郑重声明：

我单位若成为本项目中标人，本项目服务过程中的所有成果均属三亚市旅游推广局。未经采购人同意，我单位将不得外泄，不得擅自对外发表、出版，否则采购人有权追究我单位的责任；我单位将保证交付给采购人的成果不侵犯任何第三人的合法权益，如发生第三人指控采购人实施成果侵权的，我单位承担全部责任。

承诺人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期：2023年 月 日

16、服务团队成员名单

序号	姓名	职务	主要工作	备注

注：本表提供的服务团队成员名单中标后，未经采购人同意不得替换。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

投标日期：2023年 月 日

17、诚信投标、诚信履约承诺书

诚信投标、诚信履约承诺书

三亚市旅游推广局：

我方就本次投标活动向贵方郑重承诺：

一、我们已经充分理解了招标文件规定的所有招标要求、中标条件和合同条款，没有任何异议。

二、我们在投标文件中提交的所有商务文件和资格证明文件都是真实有效的；我们做出的所有技术响应都是真实可信、可以实现、并经得起验收检验的。我们保证所有的投标响应在投标有效期内不发生任何变更。

三、我们的投标报价包含了履行合同所需的全部费用。不论何种原因造成的报价漏项损失，我方全部承担，不会提出任何增加费用的要求。

四、我们知道，如果中标后放弃中标，不论原因何在，都是不诚信投标的行为，都会给采购项目造成损失。如果采购人将本合同授予我们，我们将承担所有的潜在合同风险，绝不以任何理由弃标。

五、我们知道，中标后拒签或故意拖延签署合同、拒绝履行或故意拖延履行合同，不论原因何在，都是不诚信履约的行为。如果采购人将本合同授予我们，我们将如约在规定的期限内签署合同，在规定的期限内履行合同。

六、我们声明：我方在溯往两年内的政府采购活动中，没有中标后放弃中标、拒签或故意拖延签署合同、拒绝履行或故意拖延履行合同的不诚信行为。

以上承诺，能够经受来自任何方面的审查和监督。如有虚假或背离，我方愿承担由此引发的一切不利后果，无条件接受采购人的处置和政府采购监管单位的处罚。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

日期：2023 年 月 日

18、反商业贿赂承诺书格式

反商业贿赂承诺书

我公司郑重承诺：

在2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）招标活动中，我公司保证做到：

一、公平竞争参加本次招标活动。

二、杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、政府采购代理机构工作人员、评审专家及其亲属提供礼品礼金、有价证券、购物券、回扣、佣金、咨询费、劳务费、赞助费、宣传费和宴请等；不为其报销各种消费凭证，不支付其旅游、娱乐等费用。

三、若出现上述行为，我公司及参与投标的工作人员愿意接受按照国家法律法规等有关规定给予的处罚。

公司法人代表：（签字或盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

投标人：（填写名称并盖章）

2023年 月 日

19、投标人基本情况表

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
技术负责人	姓名		技术职称		电话
成立时间				员工总人数：	
企业资质等级				其中	项目经理
营业执照号					高级职称人员
注册资金					中级职称人员
开户银行					初级职称人员
账号					普通职工
经营范围					
备注					

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

投标日期：

20、投标人类似项目业绩一览表

序号	用户名称	项目名称	合同签订时间	联系方式	备注

注：投标人（仅限于投标人自己实施的）以上业绩需提供合同复印件。

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或授权代表：（签字或盖章）

投标日期：2023年 月 日

21、国内城市活动创意方案

(投标人应根据招标文件要求自行编写。)

投标人：(填写名称并盖章)

法定代表人或其授权委托人：(签字或盖章)

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

22、国内城市执行方案

(投标人应根据招标文件要求自行编写。)

投标人：(填写名称并盖章)

法定代表人或其授权委托人：(签字或盖章)

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

23、港澳台及海外城市活动创意方案

(投标人应根据招标文件要求自行编写。)

投标人：(填写名称并盖章)

法定代表人或其授权委托人：(签字或盖章)

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

24、港澳台及海外城市执行方案

(投标人应根据招标文件要求自行编写。)

投标人：(填写名称并盖章)

法定代表人或其授权委托人：(签字或盖章)

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

25、嘉宾资源及媒体渠道

(投标人应根据招标文件要求自行编写。)

投标人：(填写名称并盖章)

法定代表人或其授权委托人：(签字或盖章)

2023年三亚岛外旅游营销推广活动(第2次) — 2023-03-06 17:13:45.975 — ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

26、应急保障方案

（投标人应根据招标文件要求自行编写。）

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284

27、项目技术偏差表

项目技术偏差一览表

项目名称：2023 年三亚岛外旅游营销推广活动（第 2 次）

项目编号：HFGC20222229-1

序号	活动类型	技术响应内容	投标响应	偏离值	说明
1	B2B Sales Call	◆具备各活动城市当地旅业及品牌企业资源，独立邀约当地拜访旅业公司，如银行、保险、院校、高端 MICE 会议会展企业、研学机构、高端婚礼公司、高端定制旅社；品牌企业，如奢侈品妆化品牌、珠宝品牌、服装箱包品牌等符合三亚主流客群来源企业或主要市场营销合作潜在品牌公司进行拜访及上门销售。			
2		◆提供完整各城市可供拜访的旅业和品牌公司名单列表不少于 5 家（根据活动周期妥善安排拜访数量和质量）。			
3	B2B 旅业商务洽谈活动	◆具备各活动城市当地旅业资源，独立邀请传统旅行社、OTA 平台、会议会展企业、亲子研学企业、航空公司等旅业合作伙伴的业务骨干、业务负责代表、三亚旅游产品负责人等参会。			
4		◆提供完整各城市旅业资源邀约名单列表（不少于 30 家当地规定旅业）。			
5		◆活动整体内容策划符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。			
6	B2M 媒体沙龙分享会	◆具备各活动城市当地规定媒体类型资源，独立邀请传统媒体：日报、电视台及境外媒体驻当地代表等；新媒体：当地旅游生活类-KOL（关键意见领袖）/KOC（关键意见消费者）/KOS（关键意见销售）等			

		参会。			
7		◆提供完整各城市媒体资源邀约名单列表（不少于20家当地规定媒体）。			
8		◆活动整体策划内容符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。			
9	B2C 三亚城市推广活动	◆公众场地城市推广体验活动为期至少两日。在长沙、西安、成都、杭州四座城市 B2C 活动中需有任意两座城市策划三亚品牌事件营销活动。日本东京、韩国首尔、新加坡、台北四座城市中需有任意两座城市举办 B2B 旅业商务洽谈活动且任意两座城市举办 B2C 活动（B2C 活动两种形式均可）。			
10		◆活动整体策划内容符合三亚市旅游推广局提供的参考案例内容方向。			
11	媒体宣发要求	◆提供完整传播方案（含活动前宣传计划、活动中 B2B 及 B2C 活动邀约 5-10 家媒体现场专访或采访计划）			
12		◆除 B2B Sales Call 外，每座城市活动举办不少于 20 家媒体报道，并提供媒体名单列表。			

投标人：（填写名称并盖章）

法定代表人或其授权委托人：（签字或盖章）

日期：2023 年 月 日

28、投标人认为需要提供的其它文件

2023年三亚岛外旅游营销推广活动（第2次）—2023-03-06 17:13:45.975—ac637d8690aa4235a9ac4d29e43e
dbb1—7.6.1005.284