

体育彩票宣传服务

# 采购文件

项目编号：P520000202500079J

采 购 人：贵州省体育彩票管理中心  
采购代理机构：明诚汇采项目管理有限公司  
日 期：2025-07-21

# 体育彩票宣传服务的公开招标公告

## 项目概况

体育彩票宣传服务招标项目的潜在供应商应在贵州省公共资源交易中心网上获取(交易中心网址:<http://ggzy.guizhou.gov.cn/>)获取采购文件，并于2025年08月12日 09时30分（北京时间）前递交投标文件。

## 一、项目基本情况

采购项目编号(财政)：MCHC-DZ-ZG20251009

项目名称：体育彩票宣传服务

交易项目编号： P520000202500079J

预算金额（元）：19200000.00

最高限价（元）： 标包1:12200000.00 ， 标包2:7000000.00

采购需求：

### 标项1

标项名称：体育彩票宣传服务（A包）

数量：1

预算金额（元）：12200000.00

简要规格描述：详见采购文件

备注：/

### 标项2

标项名称：体育彩票宣传服务（B包）

数量：1

预算金额（元）：7000000.00

简要规格描述：详见采购文件

备注：/

合同履行期限： 标包1:详见采购文件 ， 标包2:详见采购文件

本项目（是/否）接受联合体投标：

标项1:否

标项2: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:

标项1: , 标项2:

3. 申请人的一般资格要求:

标项1:

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的具体要求如下: ①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; ②财务状况报告(经合法审计机构出具的2023或2024年度完整的财务审计报告, 或提供2025年基本开户银行(后附基本存款账户信息)出具的有效资信证明); ③提供2025年任意3个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料, 如不需缴纳税收和社保的, 须提供有效的证明材料; ④具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料; ⑤参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明(自行声明)。根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》(财库〔2016〕125号)规定, 供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))、中国政府采购网([www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn))查询、记录和证据留存, 查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则: 由代理机构对供应商信用记录进行甄别, 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, 应当拒绝其参与政府采购活动。

标项2:

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的具体要求如下: ①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; ②财务状况报告(经合法审计机构出具的2023或2024年度完整的财务审计报告, 或提供2025年基本开户银行(后附基本存款账户信息)出具的有效资信证明); ③提供2025年任意3个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料, 如不需缴纳税收和社保的, 须提供有效的证明材料; ④具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料; ⑤参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录

的书面声明（自行声明）。根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125号）规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))、中国政府采购网([www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn))查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，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，应当拒绝其参与政府采购活动。

#### 4. 本项目的特定资格要求：

标项1：

无

标项2：

无

### 三、获取招标文件

时间：2025年07月22日 至 2025年07月29日，每天上午00:00至11:59，下午12:00至23:59（北京时间，法定节假日除外）

地点：贵州省公共资源交易中心网上获取（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/>）

方式：贵州省公共资源交易网→使用数字证书登录网上交易大厅→文件下载板块（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/>）

售价（元）：0

### 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件截止时间：2025年08月12日 09时30分（北京时间）

投标地点（网址）：贵州省公共资源交易中心网（交易中心网址：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/>）

开标时间：2025年08月12日 09时30分

开标地点：贵州省公共资源交易中心

### 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. 是否需要提交样品或现场踏勘：

标项1:否 ， 标项2:否

### 2. 交货地点或服务地点

标项1：

详见采购文件

标项2：

详见采购文件

### 3. 其他事项：无

## 七、对本次采购提出询问，请按以下方式联系

### 1. 采购人信息

名 称：贵州省体育彩票管理中心

地 址：贵阳市观山湖区长岭南路33号天一国际广场7号楼

传 真：

项目联系人：汤老师

项目联系方式：0851-85752970

### 2. 采购代理机构信息

名 称：明诚汇采项目管理有限公司

地 址：贵阳市观山湖区大唐·东原财富广场6号栋7层

传 真：

项目联系人：刘真跃、聂小菊、姜荷花

项目联系方式：0851-86892732-701

### 3. 项目联系方式

项目联系人：刘真跃、聂小菊、姜荷花

联系方式：18984151543

## 省公共资源交易中心电子招标远程开标须知

### 一、关于开标程序

本项目采用电子招标远程开标，供应商无须到现场递交投标文件和参加开标会议。

1. 开标准备：供应商应在投标截止时间之前使用数字证书（实体CA锁或贵州交易通APP）自行登陆远程开标系统，根据系统检测提示完成开标电脑环境配置。（环境配置及加解密注意事项详见：

<https://ggzy.guizhou.gov.cn/fwzn/xzzx/czsc/>）

2. 出现下列情形之一，将予以拒收投标文件：①投标截止时间前未完整上传；②未按规定进行电子签名、加密。③投标截止时间前未交纳投标保证金。

3. 投标文件远程解密：在解密前采购人（代理机构）对递交的纸质保函真伪进行验证，验证未通过的视为投标保证金交纳不成功，不得参加解密。在采购人（代理机构）发出解密指令后，供应商应使用加密投标文件的数字证书（实体CA锁或贵州交易通APP），在代理机构设置的时间内完成解密。如因供应商网络问题、访问设备终端问题、未按操作手册要求完成设备环境设置或检测、解密数字证书发生故障或用错等，导致投标文件未在规定时间内完成解密，视为无效投标文件。

（环境配置及加解密注意事项详见：  
<https://ggzy.guizhou.gov.cn/fwzn/xzzx/czsc/>）

4. 开标结果确认：供应商在解密完成后，应对投标内容进行确认，确认时间为 10 分钟。未在规定时间内对投标内容进行确认且未提出异议（质疑）的，视为默认开标结果。

5.公开开标信息：确认投标信息后，系统生成开标记录表，内容包含所有投标人名称和招标文件规定的其他内容，并将开标记录表在网上开标系统内公开。

6.供应商如发现系统提取的自身投标信息不正确的，可通过远程开标系统向采购人（代理机构）提出异议。

## 二、关于投标文件递交方式及要求

本项目为电子招标远程开标项目：供应商须在递交投标文件截止时间前完整的将加密电子投标文件（.GPT对应格式）上传到全国公共资源交易平台（贵州省）（网址：ggzy. guizhou.gov.cn），加密上传的电子投标文件最大不超过500MB。投标截止时间前未完成投标文件传输或撤回投标文件的，视为未递交投标文件。投标截止时间后，贵州省公共资源交易平台不再接收投标文件。远程开标需使用数字证书（实体CA锁或贵州交易通APP）进行远程解密，解密证书必须是生成投标文件时使用的加密数字证书。

公示期结束后，中标人须按招标人要求提交与电子投标文件一致的纸质投标文件。

## 三、关于异常情况处置

出现下列情形之一的，暂停项目开标，并根据实际情况向监督部门报告：

1. 交易系统发生服务器故障、业务系统故障、数据库故障等，导致无法正常访问网站或无法正常使用交易系统；
2. 受到网络攻击或发生安全漏洞等问题，导致交易系统有潜在泄密风险；

3. 发生计算机病毒，导致交易系统无法正常运行；
4. 发生电力或网络故障，导致交易系统无法运行；
5. 其他非投标人原因，导致开标无法正常进行。

若发生的故障在三个小时内排除，则重新启动项目开标；若三个小时内未排除故障，则另行通知开标时间。

#### 四、关于注意事项

1. 电子招标远程开标会议期间，供应商均应在开标设备旁，直至开标结束，如因不能及时响应或反馈导致出现问题的供应商自行承担。
2. 供应商参加电子招标远程开标项目，应在投标截止时间前完整上传经过数字证书（实体CA锁或贵州交易通APP）加密的投标文件。
3. 供应商应提前完成数字证书的检查，确保参与本次投标活动中使用的数字证书与加密投标文件的数字证书为同一证书（实体CA锁或贵州交易通APP绑定的移动证书），确保开标过程中可正常在线进行投标文件解密、确认报价、开标异议等网上交互相关操作。（环境配置及加解密注意事项详见：<https://ggzy.guizhou.gov.cn/fwzn/xzzx/czsc/>）
4. 投标文件加解密只能始终选择实体CA证书（实体CA锁）或移动CA证书（贵州交易通APP）其中一种方式，在交易活动过程中不能交叉操作使用。  
注：贵州交易通APP的注册办理及咨询，可拨打官方服务热线：400-658-7878，操作手册下载地址：<https://service.ebidsun.com/#!/activity/guizhou>
5. 请早于项目开标时间1天登录贵州省公共资源交易平台，使用平台提供的环境检测工具进行开标环境检测（实体CA锁检测地址：



<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/open-web/#/detection>, 移动CA证书（贵州交易通APP）检测地址：<https://service.ebidsun.com/#/activity/guizhou/check>）。

6.开评标全过程中，供应商参与远程交互的人员应始终为同一人，若随意更换自行承担由此导致的一切后果。

7.因供应商使用的操作终端（软件或硬件）发生故障或参数设置等问题，导致不能参与交易活动，由供应商自行承担一切后果。

8.供应商在开标过程中操作遇到问题时，请及时向贵州省公共资源交易中心咨询。

**（咨询电话：0851-85971671/85971629；QQ群：530035634 贵州交易通服务热线：400-658-7878 QQ群：597556561）**

**（如采购文件中其他章节关于远程开标描述与本须知不一致的以本须知为准）**

第二章 供应商须知前附表

说明：本表是对招标内容的概况介绍，如有冲突，以本表为准。

项目名称	体育彩票宣传服务
项目编号说明	采购项目编号（财政网）：MCHC-DZ-ZG20251009 交易项目编号系指：P520000202500079J 项目序列号系指：P520000202500079J 标包编号系指：P520000202500079J001/002； 注：供应商编制响应文件时，项目编号可编辑时，填写采购项目编号（财政网）、交易项目编号均可。
项目类型	服 务
中小企业	根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》财库（2020）46号规定，本项目不专门面向中小企业（含监狱企业、残疾人福利性单位）采购， 具体内容为：/。
所属行业	依照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合下发的《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，本项目所属行业为：其他未列明行业。
联合体	本项目不接受联合体投标
供应商资格要求	1. 供应商符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定，并提供以下资料： （1）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；（复印件或扫描件加盖投标单位公章） （2）财务状况报告（经合法审计机构出具的2023或2024年度完整的财务审计报告，或提供2025年基本开户银行（后附基本存款账户信息）出具的有效的资信证明；（复印件或扫描件加盖投标单位公章） （3）提供2025年任意3个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；（复印件或扫描件加盖投标单位公章） （4）具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；（自行承诺加盖投标单位公章）

	<p>(5) 参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；(自行声明加盖投标单位公章)</p> <p>2. 根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》(财库〔2016〕125号)规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，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，应当拒绝其参与政府采购活动。</p> <p>3. 法律法规及采购文件规定的其他要求。</p> <p><b>注：提供的资质证明材料不清晰，不能有效证明供应商资质情况，将视为该资质未提供。</b></p>
采购预算	<p>19,200,000.00元；</p> <p>A包：12,200,000.00元；B包：7,000,000.00元。</p>
最高限价	<p>19,200,000.00元；</p> <p>A包：12,200,000.00元；B包：7,000,000.00元。</p>
投标保证金	<p>1. 投标保证金金额：</p> <p>A包：200,000.00元；B包：100,000.00元。</p> <p>2. 投标保证金形式：银行转账、保证保险、银行保函或合法担保机构出具的担保。(详细按照贵州省公共资源交易中心规定执行)</p> <p>3. 投标保证金有效期：同投标有效期。</p> <p>4. 投标保证金交纳要求详见投标须知3.7条款。</p>
投标报价	<p>1. 供应商的报价包括完成本次服务所产生的全部费用，供应商在报价时应充分考虑本项目所有成本，在项目实施的过程中采购人不再支付任何费用。</p> <p>2. 投标货币：人民币。</p>
响应文件的递交	<p>1. <b>投标有效期：</b>投标截止时间起生效，其有效期为90日历天。</p> <p>2. <b>电子响应文件：</b>本项目为远程不见面电子招标，投标人须在递交响应</p>

	<p>文件截止时间前将完整的加密电子响应文件(.GPT格式)上传到贵州省公共资源交易平台(网址: <a href="http://ggzy.guizhou.gov.cn">http://ggzy.guizhou.gov.cn</a>), 投标截止时间前未完成响应文件传输或撤回响应文件的, 视为未递交响应文件。投标截止时间后, 贵州省公共资源交易平台不再接收响应文件。</p> <p>3. <b>电子响应文件递交时间及地点:</b> 投标保证金交纳成功后至投标截止时间前任意时间, 将完整的加密电子响应文件(.gpt格式)上传到贵州省公共资源交易平台(网址: <a href="http://ggzy.guizhou.gov.cn">http://ggzy.guizhou.gov.cn</a>)。</p> <p>4. <b>纸质响应文件:</b> 供应商中标后在合同签订前须向采购人和采购代理机构提供纸质打印件2份【按照贵州省公共资源交易中心政府采购响应文件编制工具编制完成后导出的PDF文件打印纸质响应文件(须胶装), 即投标人须确保上传到贵州省公共资源交易中心的加密电子响应文件(.GPT格式)、中标后递交的纸质响应文件内容完全一致】。</p> <p>5. 如电子响应文件和纸质响应文件不一致时, 以电子响应文件为准。</p> <p><b>注: 供应商在编制电子投标文件时须同时编制目录并上传, 目录须与投标文件中的内容一一对应, 并且目录须带有明确的目录索引。</b></p>	
开 标	日 期	详见贵州省政府采购网公开招标公告。
	开 标 方 式	<p>1. 本项目采用远程不见面方式开标。</p> <p>2. 投标人须在投标保证金交纳成功后至投标截止时间前将完整的加密电子响应文件(.gpt格式)上传到贵州省公共资源交易平台(网址: <a href="http://ggzy.guizhou.gov.cn">http://ggzy.guizhou.gov.cn</a>)中, 投标截止时间前未完成响应文件传输的, 视为响应文件未递交成功。投标截止时间后, 贵州省公共资源交易平台不再接收响应文件。</p> <p>3. 代理机构将在开标时间发出响应文件解密指令, 投标人应在解密指令发出后使用CA锁(数字证书)或登录“标信通/交易通”APP(加密、解密使用的CA锁或“标信通/交易通”APP须保持一致)在规定时间内完成解密。</p> <p><b>注: 供应商在使用过程中操作遇到问题时, 请及时向贵</b></p>

		<p>州省公共资源交易中心技术部门咨询，联系方式： 0851-85971363 /85971912/ 85971671。</p>
	地 点	<p>贵州省公共资源交易中心开标室(贵州省贵阳市遵义路65号,具体开标室于当日在贵州省公共资源交易中心开标区获取)</p>
评 标	评标方法	综合评分法
	评标标准及方法	详见“第四章 评标办法”
	其 它	<p>1. 采购文件中“第二章 供应商须知前附表”与其他地方不一致的以“第二章 供应商须知前附表”为准。</p> <p>2. 本采购文件解释权为采购人及采购代理机构。</p>
中标原则	<p>1. 本项目分包中标，供应商可对多个包进行投标，但一家供应商最多只能中一个包。</p> <p>2. A包得分第一的供应商为A包中标供应商；B包得分第一的供应商若已中A包，则得分第二的供应商为B包中标供应商。（本项目分为2个包，评标委员会按A包到B包的顺序依次进行评标推荐）</p>	
废标条款	<p>1. 符合专业条件的供应商或对采购文件作实质性响应的供应商不足三家的；</p> <p>2. 出现的报价均超过采购预算，采购人不能支付的；</p> <p>3. 出现影响采购公正的违法、违规行为的；</p> <p>4. 因重大变故，采购任务取消的。</p>	
收费标准	<p>参照计价格[2002]1980号文件、发改办价格[2003]857号文件的计算标准，向各包中标供应商收取代理服务费。</p> <p><b>结 算 账 户</b></p> <p>开户名：明诚汇采项目管理有限公司</p> <p>开户行：中国工商银行贵阳市省新支行</p> <p>账 号：2402002109671121747</p> <p>注：供应商虚假应标的其投标保证金及代理服务费均不予退还。</p>	

响应文件真实性审查	采购人有权对中标候选人响应文件内容的真实性进行审查，如提供虚假材料，将取消其中标资格，投标保证金不予退还，并报财政部门备案。
备 注	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 如响应文件中有英文或其它语种时，须翻译成简体中文。</li><li>2. 中标供应商自政府采购合同签订之日起2个工作日内将政府采购合同电子版扫描件递交至采购代理机构，采购代理机构收到政府采购合同电子版扫描件后方可退还其投标保证金（因中标供应商未按时递交政府采购合同电子版扫描件而造成投标保证金未退还的，一切后果与本采购代理机构无关）。</li></ol>

体育彩票宣传服务

## 第三章 供应商须知正文

### 一、说 明

#### 1.1 定义

1.1.1 “采购人”（或称“招标人/招标单位”）系指获得资金或贷款的国家机关、企事业单位或者其他社会组织。

1.1.2 “供应商”系指向采购代理机构提交响应文件的投标人。

1.1.3 “采购代理机构”（以下简称“代理机构”）是指依法取得招标资格并从事招标代理业务的服务机构。本次采购代理机构名称、地址、电话见招标公告。

1.1.4 “采购文件”系指招标文件。

1.1.5 “响应文件”系指投标文件。

1.1.6 “天”、“日”系指日历天数。

#### 1.2 资金来源

采购人已落实本项目采购资金，用于支付采购后所签订合同的款项。

#### 1.3 合格的供应商

1.3.1 符合《中华人民共和国政府采购法》规定的供应商资格要求。

1.3.2 供应商符合“供应商须知前附表”中供应商资格要求及采购文件规定的其它资格要求。

1.3.3 中华人民共和国境内注册的企业，具有独立承担民事责任能力的。

1.3.4 供应商属于银行、保险、石油石化、电力、电信等特殊行业的，允许分支机构参与投标，须取得其所属法人的授权书，并提供其所属法人为其承担履约责任的承诺书。

1.3.5 一个供应商只能委托一个代表参与同一项目的投标，一个代表只能代表一家公司。如果供应商存在下列互为关联关系的情形之一的，不得同时参加本项目投标。

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。

为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

如为信息系统采购项目，供应商不得为该整体项目或其中分项目前期工作提供过设计、编制、管理等服务的法人及附属单位。

1.3.6 采购单位有权对供应商进行资格审查。

1.3.7 只有在法律上和财务上独立、合法运作，且符合供应商资格要求的供应商才能参加投标。

1.4 投标费用

供应商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，投标资料表中所述的采购代理机构和采购单位均无义务和责任承担这些费用。

1.5 供应商质疑

1.5.1 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，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。

1.5.2 供应商须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。

1.5.3 供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括以下内容：供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；质疑项目的名称、编号；具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求；事实依据；必要的法律依据；提出质疑的日期。

1.5.4 采购人、采购代理机构接收供应商质疑函的方式：采购人、采购代理机构只接收供应商以书面形式递交的质疑函，且质疑函的格式应遵照财政部发布的《政府采购供应商质疑函范本》编制，下载网址：“中国政府采购网”网站（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）。

1.5.5 质疑函一式两份，全部递交至采购代理机构。

递交地点：贵州省贵阳市观山湖区大唐·东原财富广场6号栋7层

联系部门：招标一部                      联系电话：0851-86892732-701



## 二、采购文件编制

### 2.1 采购文件由下述部分组成：

第一章 采购公告

第二章 供应商须知前附表

第三章 供应商须知正文

第四章 评标办法

第五章 采购需求

第六章 合同条款

第七章 响应文件格式

第八章 其他

2.2 供应商应仔细阅读采购文件的所有内容，按采购文件的要求提供响应文件，并保证所提供的全部资料的真实性，以使其投标对采购文件做出实质性响应，否则，其投标可能被拒绝。

### 2.3 采购文件的澄清及修改

2.3.1 供应商对采购文件如有疑点要求澄清，须在投标截止时间15日前以书面形式通知采购代理机构，采购代理机构将以书面形式做出答复，逾期不接受。

2.3.2 在投标截止时间15日前的任何时间，采购人或采购代理机构无论出于自己的考虑，还是出于对供应商提问的澄清，均可主动对采购文件用补充文件的方式进行修改。

2.3.3 对采购文件的修改，将以书面形式通知已购买采购文件的所有供应商。补充文件将作为采购文件的组成部分，对所有供应商有约束力。

2.3.4 因各种特殊情况，采购单位有权决定推迟投标截止时间和开标日期，并将此变更通知所有购买采购文件的所有供应商。

2.3.5 对采购文件进行的澄清或修改，请供应商登陆贵州省公共资源交易平台（<http://ggzy.guizhou.gov.cn>）进行查看。

**※注：**供应商获取采购文件后，应仔细检查采购文件的所有内容，如有残缺等问题应在获得采购文件3日内向招标代理机构提出，否则，由此引起的损失由供应商自己承担。

### 三、响应文件编制说明

#### 3.1 投标的语言及计量标准

供应商提交的响应文件以及供应商与采购代理机构和采购单位就有关投标的所有来往函电均应使用简体中文书写。对于任何非简体中文的资料，都应提供简体中文翻译本，在解释时以简体中文翻译本为准。

#### 3.2 响应文件构成

3.2.1 供应商编写的响应文件应包括下列部分：

3.2.1.1 投标函；

3.2.1.2 开标一览表；

3.2.1.3 拟投入人员一览表；

3.2.1.4 服务内容、要求偏离表；

3.2.1.5 商务条件、要求偏离表；

3.2.1.6 法定代表人证明书；

3.2.1.7 法定代表人授权委托书；

3.2.1.8 供应商资格证明文件；

3.2.1.9 代理服务费确认书；

3.2.1.10 投标保证金函；

3.2.1.11 未拖欠农民工工资承诺函；

3.2.1.12 投标企业声明函；

3.2.1.13 根据评分标准和办法内容提供相应资料，以及供应商认为需要增加的其他内容。

3.2.1.14 投标的服务符合采购文件规定的证明文件，以及供应商认为需加以说明的其他内容。

#### 3.3 响应文件格式

供应商应按采购文件中提供的“响应文件格式”填写。

#### 3.4 投标报价和货币

3.4.1 在投标有效期和合同有效期内，供应商的报价应固定不变。投标报价应按“供应商须知前附表”的要求报价，以人民币为结算单位。

3.4.2 投标报价应包括要向中华人民共和国政府缴纳的税收。

3.4.3 在本次招标中，供应商如果因缺漏项而导致的漏算、少算，评标时评标委员会有权让供应商做出解释，如确认为缺漏项，则以其他有效投标供应商中该项目的投标最高价计入其评标总价；供应商的投标数量与招标文件要求不一致的以投标单价和招标文件中的数量为准调整投标报价。

3.4.4 在本次招标中，若由于供应商造成的失误，由供应商负责，中标后按招标文件的要求履行合同、并按投标报价执行。

### 3.5 供应商资格的证明文件

3.5.1 供应商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，并作为其响应文件的一部分。

3.5.2 供应商提交的证明其中标后能履行合同的证明文件应满足以下要求：

3.5.2.1 供应商已具备履行合同所需的财务、技术和生产能力；

3.5.2.2 供应商应有能力履行服务的实施及售后（应提供在服务地点的售后服务情况）和其它服务的义务。

### 3.6 证明服务合格性符合采购文件规定的文件

3.6.1 供应商应提交证明文件证明其拟供合同的服务的合格性符合采购文件规定，该证明文件作为响应文件的一部分。

3.6.2 证明投标服务与采购文件的要求相一致的文件，以及符合服务要求的文件，可以是文字资料、数据，至少应包括：

3.6.2.1 投标服务主要技术指标和性能的详细说明。

3.6.2.2 对照采购文件招标技术要求，逐条说明所提供的服务已对采购需求做出了实质性的响应，或申明与技术要求中条文的偏差和例外。

3.6.2.3 投标服务的履行及验收标准（指国家标准、部颁标准、企业标准）。

3.6.3 供应商在阐述上述3.6.2.3条款时应注意采购单位在采购需求中指出的标准仅起说明作用，并没有任何限制性。供应商在投标中可以选用替代标准，但这些替代要实质上满足或超过技术要求中的要求。

3.6.4 响应文件附件可以包含以下内容：

3.6.4.1 供应商提出的合理化建议；

3.6.4.2 供应商认为需要说明的其他内容。

### 3.7 投标保证金

3.7.1 本项目投标保证金金额详见供应商须知前附表。

3.7.2 投标保证金提交形式：银行转账、保证保险、银行保函或合法担保机构出具的担保。

3.7.2.1 投标保证金以银行转账形式提交的,应当从投标单位基本账户转出,并在响应文件中提交由贵州省公共资源交易中心交易平台出具的保证金缴纳凭证。

各供应商交纳投标保证金,应按贵州省公共资源交易中心相关规定办理。在交纳保证金前,请先在交易平台的“企业诚信管理系统—企业基本信息—银行账户”下验证“开户银行、基本账户号、基本户开户支行号、基本户账户名称”等信息是否正确完善。检查完毕后,通过公司账户将保证金转入贵州省公共资源交易中心保证金账户。

投标保证金交纳账户信息:

投标保证金户名: 贵州省公共资源交易中心

投标保证金开户银行: 贵州银行股份有限公司贵阳展览馆支行

账号: 0109001400000182-0002

贵州省公共资源交易平台采用保证金与项目绑定的模式,请交纳保证金后及时在省中心交易平台(<http://ggzy.guizhou.gov.cn>)中绑定要投标的项目,绑定后保证金生效。

为确保保证金交纳成功,建议在保证金交纳截止时间前一个工作日的16:00时前完成保证金绑定。绑定成功后,可在交易平台打印保证金收据。

未绑定项目的保证金在60日内将自动进行退款。

保证金绑定流程

请登陆交易平台,点击【保证金管理】菜单下的【交纳流水查看】,查看该笔保证金是否鉴收成功并生成流水。

保证金鉴收成功并生成流水后,点击【项目绑定】菜单中绑定要投标的项目,点击【绑定】按钮,选择对应交纳流水进行绑定,绑定成功后保证金方可生效。

项目绑定成功后,点击【交纳凭证】按钮,可打印保证金交纳凭证,此时保证金绑定成功。

投标保证金须在投标截止时间前完成绑定,最终以交易系统内的绑定时间为准。投标截止时间后完成绑定的,视为未交纳投标保证金。

3.7.2.2 投标保证金以保证保险、银行保函或合法担保机构出具的担保交纳

的：

供应商可以通过贵州省公共资源交易综合金融服务平台在线办理的电子保函：包含银行保函、保证保险、担保保函等（注：其内容应载有采购人名称、投标单位名称、项目名称、标段名称、保证金金额、有效期，且其有效期应不小于投标有效期），可直接在交易系统中确认，供应商应在响应文件中提交下载打印的电子保函复印件，采购人或采购代理机构不再验证真伪；

对在贵州省公共资源交易综合金融服务平台以外办理的投标保函（含纸质保函），供应商应在响应文件中提交投标保函复印件，并在递交响应文件时一并提交原件给采购人（单独提交的保函原件无须密封），采购人或采购代理机构在开标现场对其进行真伪验证，通过官网查询验证未通过的，视为未按规定交纳投标保证金。

3.7.3 投标保证金是为了保护采购代理机构和采购单位免遭因供应商的行为而蒙受损失。采购代理机构和采购单位在因供应商的行为受到损害时可根据本须知3.7.5.3条款的规定不退还供应商的投标保证金。若因此对采购代理机构和采购单位造成严重后果，供应商应承担相应的法律责任。

3.7.4 凡没有根据本须知的规定提交有效的投标保证金的投标，视为非响应性投标予以拒绝。

### **3.7.5 投标保证金的退还**

3.7.5.1 投标保证金的退还方式以贵州省公共资源交易中心最新规定为准。

3.7.5.2 投标保证金的退还时间按财政部87号令规定的时间退还。

3.7.5.3 下列任何情况发生时，投标保证金将不予退还：

3.7.5.3.1 供应商在采购文件中规定的投标有效期内撤回其投标的；

3.7.5.3.2 中标供应商在规定期限内未能根据相关规定签订合同的；

3.7.5.4 若发生质疑或投诉，与质疑或投诉有关的供应商的投标保证金有效期将延长，待质疑、投诉处理完毕之后予以办理。

3.7.5.5 根据财政部87号令的规定，未中标供应商的保证金应当在中标通知书发出后5个工作日内退还，中标供应商的保证金应当在采购合同签订后5个工作日内退还。如逾期退还投标保证金的，除应当退还投标保证金外，还应当按中国人民银行同期贷款利率上浮20%后的利率支付资金占用费。

3.7.5.6 满足保证金退款条件的保证金退还申请，在经贵州省公共资源交易

中心财务核验通过后的第T+2个工作日到账,咨询电话: 0851-85971671/85971629。

### 3.8 投标有效期

3.8.1 根据本须知4.2条款规定,响应文件应自“供应商须知前附表”中规定的开标之日起,并在“供应商须知前附表”中所述时期内保持有效。投标有效期不满足要求的投标将被视为非响应性投标而予以拒绝。

3.8.2 特殊情况下,在原投标有效期截止之前,采购代理机构可要求供应商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。供应商可拒绝采购代理机构的这种要求,不会影响其投标保证金的退还。接受延长投标有效期的供应商将不会被要求和允许修正其投标,而只会被要求相应地延长其投标保证金的有效期。在这种情况下,本须知3.7条款有关投标保证金的退还和不予退还的规定将在延长的有效期内继续有效。

体育彩票宣传服务

## 四、响应文件的递交

### 4.1 投标文件的编制与递交

4.1.1 请各投标人仔细阅读本招标文件对投标文件的有关要求，并按照贵州省公共资源交易中心政府采购投标文件编制工具要求编制和加密，如果未按照要求编制完成和加密的，采购人或采购代理机构或贵州省公共资源交易平台有权拒绝接收。

4.1.2 本项目为远程不见面电子招标，投标人须在递交投标文件截止时间前将完整的加密电子投标文件（.GPT格式）上传到贵州省公共资源交易平台（网址：<http://ggzy.guizhou.gov.cn>），投标截止时间前未完成投标文件传输或撤回投标文件的，视为未递交投标文件。投标截止时间后，贵州省公共资源交易平台不再接收投标文件。

### 4.2 投标截止时间

采购代理机构可以按本须知2.3条款规定，通过修改采购文件自行决定酌情延长投标截止时间。在此情况下，采购代理机构、采购人和投标人受投标截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止时间。

### 4.3 投标文件的修改与撤回

4.3.1 投标人在递交投标文件截止时间前，可以修改或撤回其投标。

4.3.2 在投标截止时间之后，投标人不得对其投标做任何修改。

4.3.3 从投标截止时间至投标人在投标文件格式中确定的投标有效期之间的这段时间内，投标人不得撤回其投标，否则其投标保证金将按照本须知3.7条款规定不予退还。

## 五、开标、评标及定标

### 5.1 开标

#### 5.1.1 开标环节须注意：

本项目采用远程不见面方式进行开标，投标人须在开标时间（代理机构发出解密指令后）在线解密其投标文件。

投标人须在投标保证金交纳成功后至投标截止时间前任意时间，将完整的加密电子响应文件（.gpt格式）上传到贵州省公共资源交易平台（网址：<http://ggzy.guizhou.gov.cn>）中。投标截止时间前未完成响应文件传输的，视为响应文件未递交成功。投标截止时间后，贵州省公共资源交易平台不再接收响应文件。

#### 5.1.2 文件解密须注意：

代理机构将在开标时间（投标截止时间）后发出投标文件解密指令，投标人应在解密指令发出后使用CA锁（数字证书）或登录“标信通/交易通”APP（加密、解密使用的CA锁或“标信通/交易通”APP须保持一致）在规定时间内之内完成解密。投标人未在规定时间内完成解密的，视为放弃投标。（注：投标人在使用过程中操作遇到问题时，请及时向贵州省公共资源交易中心技术部门咨询，联系方式：0851-85971363/85971912/85971671）

在投标截止时间前，投标人可以补充、修改或者撤回响应文件。在投标截止时间前未完成响应文件完整上传，视为投标无效。

出现下列情形之一的响应文件将被省中心交易平台网上开标系统拒收：

- 1) 投标截止时间后送达的响应文件；
- 2) 投标人未按规定递交投标保证金的响应文件；
- 3) 投标人未按规定签章、加密的响应文件。

出现下列情况的，投标人须重新用数字证书签章和加密响应文件，并在投标截止时间之前上传完成到交易平台：

- 1) 数字证书到期后重新续期；
- 2) 数字证书因遗失、损坏、企业信息变更等情况更换新证书。

投标人由于数字证书遗失、损坏、更换、续期等情况导致响应文件无法解密，由投标人自行承担责任。



5.1.3 采购代理机构在“供应商须知前附表”中规定的日期、时间和地点组织公开开标会议。

5.1.4 公布投标人：在采购单位监督人员监督、贵州省公共资源交易中心网络监控下，采购代理机构在贵州省公共资源交易中心电子开标系统中对参与本项目的投标人进行公布。

5.1.5 有下列情况之一者其投标无效，按无效投标处理：

5.1.5.1 响应文件未按规定签署和盖章的；

5.1.5.2 响应文件未在规定时间内上传至交易系统的；

5.1.5.3 响应文件未在规定时间内解密的。

5.1.6 在开标时没有解密的响应文件，在评标时将不予考虑。

5.1.7 采购代理机构将做详细的开标记录。

5.1.8 投标截止时间结束后，出现符合专业条件的投标人或者对采购文件作出实质响应的投标人不足三家情形的，除采购任务取消情形外，采购单位将报财政部门后按照以下原则处理：

5.1.8.1 采购文件没有不合理条款，招标公告时间及程序符合规定的，采取竞争性谈判、询价或者单一来源方式采购。

5.1.8.2 采购文件存在不合理条款的，招标公告时间及程序不符合规定的，应予废标，并由采购单位依法重新招标。

在评标期间，出现符合专业条件的投标人或者对采购文件作出实质响应的投标人不足三家情形的，比照前款规定执行。

## 5.2 评标委员会

按照《中华人民共和国政府采购法》和国家有关规定，依法组建评标委员会，评标委员会由采购单位代表和有关技术、经济等方面的评审专家共同组成，评审专家不得少于成员总数的三分之二。

## 5.3 响应文件的澄清

5.3.1 在评标期间，评标委员会有权就响应文件中含糊不清之处向供应商提出询问或澄清要求，供应商必须按照采购代理机构通知的时间、地点进行答疑和澄清。

5.3.2 必要时评标委员会有权要求供应商就澄清的问题作书面回答，该书面回答应有供应商法定代表人或其授权委托人的签字，并将该书面回答作为投标内

容的一部分。

5.3.3 评标委员会要求供应商对其响应文件进行澄清，但不得寻求、提供或允许对投标价格、漏项等实质性内容做任何更改。

#### 5.4 响应文件的初审

5.4.1 评标委员会将审查响应文件是否完整、总体编排是否有序、文件签署是否合格、供应商是否提交了投标保证金、有无计算上的错误等。

5.4.2 算术错误将按以下方法更正：若大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；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；单价金额小数点有明显错位的，应以总价为准，并修改单价；对不同文字文本响应文件的解释发生异议的，以中文文本为准。如果供应商不接受对其错误的更正，其投标将被拒绝。

5.4.3 对于响应文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则，评标委员会可以接受，但这种接受不能损害或影响任何供应商的相对排序。

5.4.4 评标委员会将要审查每份响应文件是否实质上响应了采购文件的要求。实质性响应是指无实质性偏离、反对、设定条件或提出保留，与采购文件要求的全部条款、条件和规格相符。实质性偏离是指：

5.4.4.1 实质性影响合同的范围、质量和履行；

5.4.4.2 实质性违背采购文件，限制了采购单位的权利和中标供应商合同项下的义务；

5.4.4.3 不公正地影响了其它作出实质性响应的供应商的竞争地位；

5.4.4.4 评标委员会决定投标的响应性只根据响应文件本身的内容，而不寻求外部的证据。

5.4.5 实质上没有响应采购文件要求的投标将被拒绝。供应商不得通过修正或撤销实质上不符合要求的偏离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，其投标将被拒绝并作无效投标处理：

5.4.5.1 本采购文件第5.1.5条款界定的情况的；

5.4.5.2 未按采购文件要求提交投标保证金的；

5.4.5.3 资格审查或符合性审查未通过的；

5.4.5.4 投标函无投标单位公章，和法定代表人或其授权委托人的印章或签字的，或响应文件的签字人无法定代表人有效授权委托书的；

- 5.4.5.5 投标有效期不足的；
- 5.4.5.6 响应文件未能对采购文件提出的要求和条件作出实质性响应的；
- 5.4.5.7 响应文件附有采购单位不能接受的条件的；
- 5.4.5.8 响应文件填写的内容辨认不清产生歧义的；
- 5.4.5.9 供应商与报名和购买采购文件的单位在名称和组织结构上不一致，不能提供其权利义务转移的合法有效证明的；
- 5.4.5.10 投标货物数量或服务范围不满足采购文件要求的；
- 5.4.5.11 供应商以他人名义投标、串通投标、以行贿手段谋取中标或者以弄虚作假等方式投标的；
- 5.4.5.12 供应商拒不按照要求对响应文件进行澄清、说明或者补正的；
- 5.4.5.13 供应商的报价超过采购预算或最高限价的；
- 5.4.5.14 供应商提交两份以上内容不同的响应文件未说明哪一个有效，或者在一份响应文件且对同一招标项目有两个以上报价未说明哪一个有效的；
- 5.4.5.15 违反《中华人民共和国政府采购法》和国家相关法律法规投标的。

## 5.5 评标的方法和定标的原则

### 5.5.1 响应文件的详审

5.5.1.1 评标委员会将按照本须知5.4条款的规定，只对确定为实质上响应采购文件要求的投标进行详细评审。

5.5.1.2 评标委员会按以下规定进行详审：

5.5.1.2.1 评委会将依据供应商提供的响应文件审查供应商的财务经营状况、是否低于成本价、有无不能接受条件、投标提供的服务等综合实力进行**符合性评审**，如果确定供应商审查未通过的，其投标将被拒绝。

5.5.1.2.2 评标委员会只对评审合格的供应商按照评标办法和评分标准进行综合评审。

### 5.5.2 评标和定标

5.5.2.1 评标委员会将根据“供应商须知前附表”中确定的评标方法和评分标准对具备实质性响应的投标进行评估、比较和定标。

#### 5.5.2.1.1 综合评分法

只对通过了资格评审、符合性评审的投标进行评定。

各评委根据评标办法进行书面的量化评定，汇总后得分最高的供应商为预中

标候选人。

5.5.2.2 评标委员会完成评标后，由评标委员会向采购人提出书面报告。采购人根据评标委员会提出的书面报告和推荐的中标候选人确定中标供应商。采购人不得选择中标候选人以外的供应商为中标供应商。

### 5.5.3 中标标准

满足以下条件的供应商有可能中标：

5.5.3.1 技术、商务条件能最大限度地满足采购文件的实质性要求；

5.5.3.2 投标报价合理；

5.5.3.3 能提供最佳的服务；

5.5.3.4 有良好执行合同的能力，具有丰富的经验和良好的信誉；

5.5.3.5 具有良好的业绩。

能最大限度满足采购文件的实质性要求和采购文件中规定的各项综合评价标准，即综合优势明显的供应商有可能中标。

### 5.6 保密

5.6.1 有关响应文件的审查、澄清、评价和比较以及有关授予合同的一切情况等，都不得向供应商或与评标工作无关的人员透露。

5.6.2 供应商不得以任何行为影响评标过程，否则投标将被拒绝。

## 六、评标纪律、原则

6.1 评标工作应严格遵守《中华人民共和国政府采购法》及有关政策、法令，保护采购人、投标人的合法权益，做到公正、公开、公平，遵循竞争、择优的原则。

6.2 评标工作由依法组建的评标委员会（以下简称评委会）进行，评委会由专家和采购人的代表组成。

6.3 评委会及有关人员应严格遵循国家的有关法律、法令、公正廉洁，不徇私情，应当客观、公正地履行职务、遵守职业道德，不得有损害国家和企业利益的行为，如有发生，将追究法律责任。

6.4 评标工作接受贵州省财政厅及相关部门的管理和监督。

6.5 评标期间，评委会和有关工作人员必须严格遵守招标工作纪律和保密的规定，不得以任何形式，将评标情况和投标情况透露给与投标有关的单位和个人；如有违反，将按照有关法律、法规的规定进行处理。

6.6 从开标之日起，至中标通知书发出之日止，任何投标人不得与评委会成员、采购人及有关工作人员私下接触或联系。投标人企图影响评标的任何活动或采用不正当手段骗取中标的，中标无效，并将依照《中华人民共和国政府采购法》及有关法规进行处理。

6.7 评标的依据是采购文件的规定和要求，以及响应文件和评委会审核的响应文件的补充资料，而不是其他任何资料。

6.8 评委会有权要求投标人对响应文件中不明确的地方作出解释和澄清，并用书面方式予以确认。澄清后满足要求的，按有效标接收。但不允许对技术、商务、价格等实质性内容进行修改。

6.9 评标委员会按照《中华人民共和国政府采购法》及相关规定，依据采购文件中规定的评标办法进行评审。

6.10 评委会对评标结果共同负责，并在评标报告上签名确认。

## 七、合同的授予

### 7.1 中标结果公示

7.1.1 采购代理机构在采购公告发布的媒体上公示中标结果公示。

7.1.2 对本项目中标结果存在质疑的供应商，可以采用书面原件形式列举具体理由，同时提交有效证据向采购代理机构提出质疑。

7.1.3 供应商行使质疑权时，**须坚持“谁质疑谁举证”，遵守“实事求是”和“谨慎性”原则，承担使用虚假材料或恶意方式质疑的法律责任**，采购人将遵循“谁过错谁负担”的原则，在过错方缴纳相关调查论证费用后，再予以退还投标保证金。

7.1.4 无论是质疑或被质疑，供应商均须主动配合采购代理机构或采购人寻找相关证据，并承诺同意延长投标保证金及投标样品（若有）的退还时间。对于采购代理机构要求补充的证据材料，供应商不能无故推脱或者不予配合，否则，采购代理机构有权不退还其投标保证金。

### 7.2 合同的授予

采购人保留审查中标供应商是否有能力令人满意履行合同的权力，包括对中标供应商响应文件的技术、经营状况、资格、业绩等方面的核实。如果核实通过，采购人将合同授予中标供应商；如果核实没有通过，将取消其中标资格，并对下一个候选人的响应文件作相同的核实或重新招标。

### 7.3 追加招标数量的权力

政府采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与供应商协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

### 7.4 中标通知书

7.4.1 中标供应商确定后，采购代理机构将向中标供应商发出中标通知书。

7.4.2 中标供应商须在中标后五个工作日内到采购代理机构领取中标通知书原件。因中标供应商不领取中标通知书对采购人项目造成影响的，将不退还其投标保证金。

7.4.3 中标通知书是政府采购合同的一个组成部分。

7.4.4 中标供应商缴纳了代理服务费、领取了中标通知书，与采购单位签订

采购合同，并将合同送一份至采购代理机构备案后，采购代理机构将按照本须知第3.7条的规定退还所有投标保证金。

7.4.5 在合同未履行前，出现影响中标结果的情况，对于中标供应商经济损失，采购代理机构和采购单位无需承担赔偿责任。

7.4.6 采购代理机构无义务向未中标供应商解释未中标原因和退回响应文件。

## **7.5 签订合同**

7.5.1 中标供应商应按中标通知书规定的时间与采购单位签订合同。

7.5.2 采购文件、采购文件的澄清、中标供应商的响应文件、中标供应商的澄清文件及中标通知书等，均为签订经济合同的依据。

7.5.3 中标供应商在中标通知书发出之日起三十日历日内未能按采购文件要求与采购单位签订政府采购合同，逾期将视为自动放弃中标资格，其所缴纳的投标保证金、代理服务费将不予退还。采购人将顺延下一中标候选人为中标人，依次类推或重新组织采购。

## **7.6 代理服务费**

中标供应商应按供应商须知前附表中的要求和金额向采购代理机构交纳代理服务费。

### 供应商保证金缴纳须知

投标保证金应以招标文件规定的交纳形式进行交纳，供应商可通过**贵州省公共资源交易综合金融服务平台PC端**或移动端（贵州交易通APP）在线办理电子保函（注：其内容应载有采购人名称、供应商名称、项目名称、标段名称、保证金金额、有效期，且其有效期应不小于投标有效期），直接在交易系统中确认；未通过贵州省公共资源交易综合金融服务平台**交纳投标保证金的，应在交易系统中选择“纸质保函”交纳方式，并上传保函扫描件，上传内容确保清晰可见。**采购人（代理机构）在开标时对其进行真伪验证，通过上传保函中提供的在线官网地址进行查验，检查未通过或不能查验的视为未按规定交纳投标保证金。

**履约担保：**需要提交履约担保的，可通过“贵州省公共资源交易综合金融服务平台”在线办理电子履约保函（银行保函、保证保险、担保保函）。登录交易大厅（<https://ggzy.guizhou.gov.cn/hallweb/#/login>）进入“金融服务-电子保函及贷款”即可办理，咨询电话：0851-85971629、0851-85971703。



## 报价与最高限价表

标包名称：体育彩票宣传服务（A包）

序号	报价名称	报价形式	最高限价	报价单位	是否主报价	报价形式说明
1	投标报价	金额报价	1220000 0.00	元	是	1.供应商的报价包括完成本次服务所产生的全部费用，供应商在报价时应充分考虑本项目所有成本，在项目实施的过程中采购人不再支付任何费用。2.投标货币：人民币。

标包名称：体育彩票宣传服务（B包）

序号	报价名称	报价形式	最高限价	报价单位	是否主报价	报价形式说明
1	投标报价	金额报价	700000 0.00	元	是	1.供应商的报价包括完成本次服务所产生的全部费用，供应商在报价时应充分考虑本项目所有成本，在项目实施的过程中采购人不再支付任何费用。2.投标货币：人民币。

# 开标一览表

项目名称：体育彩票宣传服务

项目编号：P520000202500079J

(一) 唱标记录

标包名称:体育彩票宣传服务（A包）

序号	投标单位名称	投标报价(元)	签名
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

标包名称:体育彩票宣传服务（B包）

序号	投标单位名称	投标报价(元)	签名
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

(二) 开标过程中的其他事项记录

(三) 出席开标会的单位和人员（附签到表）

招标人代表：\_\_\_\_\_ 记录人：\_\_\_\_\_ 监标人：\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

# 评标办法前附表

## 1、项目基本信息

项目编号：P520000202500079J

项目名称：体育彩票宣传服务

采购方式：公开招标

项目资金来源：财政资金

PPP项目：否

## 2、标包信息

### 标包1：体育彩票宣传服务（A包）

基本信息

标包编号：P520000202500079J001

标包名称：体育彩票宣传服务（A包）

评标办法：综合评分法

是否考虑小微企业价格扣除：是

是否考虑政策性加分：是

资格审查方式：资格后审

是否接受联合体：否

是否缴纳投标保证金：是

中标方法：推荐中标候选人

核心产品名称：

报价评审：有

预算金额(元)：12200000

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
------	----	------	------	----

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
资格性审查	1	营业执照	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；(复印件或扫描件加盖投标单位公章)	
	2	财务状况报告	财务状况报告（经合法审计机构出具的2023或2024年度完整的财务审计报告，或提供2025年基本开户银行（后附基本存款账户信息）出具的有效的资信证明；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）	
	3	依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料	提供2025年任意3个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）	
	4	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；(自行承诺加盖投标单位公章)	
	5	没有重大违法记录的书面声明	参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；(自行声明加盖投标单位公章)	

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	6	信用查询	根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》(财库〔2016〕125号)规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，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，应当拒绝其参与政府采购活动。	
	7	法律法规及采购文件规定的其他要求	法律法规及采购文件规定的其他要求。	
符合性审查	1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。	
	2	技术符合性	无	
	3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。	
商务评审	1	一、业绩	供应商提供2022年至今供应商实施过的宣传媒体执行、大型活动策划推广项目业绩，每提供一个业绩得4分，满分20分。 注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。	20.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	2	二、业主评价	<p>供应商提供业绩中甲方单位出具的服务评价证明复印件并加盖公章，每提供一个满意或同等评价的证明材料得1分，满分5分。</p> <p>注：提供服务评价复印件加盖公章，与供应商提供的业绩合同不匹配的不得分。</p>	5.00
	3	三、拟投入项目负责人	<p>1.项目负责人具有传媒行业工作经验≥5年，同时具有高级传媒行业职称得4分；3年≤项目负责人传媒行业工作经验&lt;5年，同时具有中级传媒行业职称得2分；2年≤项目负责人传媒行业工作经验&lt;3年，同时具有初级级传媒行业职称得1分，其他不得分。</p> <p>注：供应商须提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件、职称证复印件，以上证明均需加盖公章。</p> <p>2.提供项目负责人2022年至今实施过的类似业绩，每提供一个业绩得2分，满分6分。</p> <p>注：须提供有效业绩（有效业绩需体现项目负责人名字）合同复印件为证明资料，并加盖公章。</p>	10.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	4	四、拟投入团队人员	<p>1.针对本项目配备团队专业人员10人及以上,其中包含但不限于:记者、编辑、导演、美编、设计、策划等完全满足得10分。</p> <p>2.以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分,每提供一个具有中级职称的得2分,每提供一个具有初级职称的得1分,此项满分10分。</p> <p>注:此项不含项目负责人,须提供人员名单(包括姓名、电话、职位)、相关职称证作为佐证材料并加盖公章,名单格式详见范本拟投入人员一览表。</p>	20.00
	5	五、承诺函	<p>供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换,如确需更换的应取得采购人同意,更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件,如违反承诺采购人有权终止合同,中标供应商赔偿相应损失;提供承诺得2分。</p> <p>注:承诺函格式自拟并加盖公章,不提供不得分。</p>	2.00
	6	六、企业管理制度	<p>供应商提供完整的管理制度(包括但不限于:财务管理制度,行政管理制度,考勤管理制度,人事管理制度,薪酬福利制度,档案管理制度等),每提供一项得0.5分,最多3分。</p>	3.00



评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
技术评审	1	一、技术参数响应评审	<p>完全满足或优于采购文件“第五章 第二部分 服务内容及要求”得10分，其中带“▲”条款每有一项负偏离扣0.5分，其他每有一项负偏离扣0.2分，扣完为止。</p> <p>注：需按技术参数要求提供证明材料，未提供则视为负偏离。</p>	10.00
	2	二、服务方案	<p>1.根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于：</p> <p>①活动营销策划方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>②户外媒体投放方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>③设计创意方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>④宣传推广方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>⑤设施设备物料配备、供货安装、包装运输、人员配置计划、售后服务、服务响应机制、服务保障质量措施、安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>2.评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合评分。</p> <p>①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况得15分；</p> <p>②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实际情况得10分；</p> <p>③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况得5分；</p> <p>④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。</p>	20.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
政策性加分评审	1	节能、环境标志产品	投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	2.00
	2	少数民族投标主产品	对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1.少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2.享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
报价评审	1	报价评审	报价评审得分 = (最低 投标报价 / 各投标人的 投标报价) * 10.00 备注：所报价均以扣除 后的价格参与评审（若 有）。 报价扣除说明： 小微型企业价格扣除 率：10.00% 监狱、福利性企业视 为：小微型企业 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*（1+扣除 率） 扣除后的折扣报价=折 扣报价*（1-扣除率） 备注信息：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	10.0 0

## 标包2：体育彩票宣传服务（B包）

### 基本信息

标包编号：P520000202500079J002

标包名称：体育彩票宣传服务（B包）

评标办法：综合评分法

是否考虑小微型企业价格扣除：是

是否考虑政策性加分：是

资格审查方式：资格后审

是否接受联合体：否

是否缴纳投标保证金：是

中标方法：推荐中标候选人

核心产品名称：

报价评审：有

预算金额(元)：7000000

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
资格性审查	1	营业执照	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；(复印件或扫描件加盖投标单位公章)	
	2	财务状况报告	财务状况报告（经合法审计机构出具的2023或2024年度完整的财务审计报告，或提供2025年基本开户银行（后附基本存款账户信息）出具的有效资信证明；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）	
	3	依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料	提供2025年任意3个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）	
	4	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；(自行承诺加盖投标单位公章)	
	5	没有重大违法记录的书面声明	参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；(自行声明加盖投标单位公章)	

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	6	信用查询	根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》(财库〔2016〕125号)规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，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，应当拒绝其参与政府采购活动。	
	7	法律法规及采购文件规定的其他要求	法律法规及采购文件规定的其他要求。	
符合性审查	1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。	
	2	技术符合性	满足“第五章 第二节 服务内容及要求”所有条款。	
	3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。	
商务评审	1	一、业绩	供应商提供2022年至今供应商实施过的类似业绩，每提供一个业绩得3分，满分15分。 注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。	15.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	2	二、拟投入项目负责人	<p>1.项目负责人具有媒体行业相关专业的高级职称得2分；具有媒体行业相关专业的中级职称得1分。 注：提供职称证复印件加盖公章。</p> <p>2.项目负责人具备媒体行业相关专业5年及以上工作经验得3分。 注：提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件，以上证明均需加盖公章。</p> <p>3.供应商提供项目负责人2022年至今实施过的类似有效业绩，每提供一份得2分，满分10分。 注：须提供有效业绩（有效业绩需体现项目负责人名字）合同复印件为证明资料，并加盖公章。</p>	15.00
	3	三、拟投入团队人员	<p>1.针对本项目配备团队专业人员10人及以上，其中包含但不限于：制片编导、播音员、后期、记者、广告经营等完全满足得12分。</p> <p>2.以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分，每提供一个具有中级职称的得2分，每提供一个具有初级职称的得1分，此项满分5分。 注：此项不含项目负责人，须提供人员名单（包括姓名、电话、职位）、相关职称证作为佐证材料并加盖公章，名单格式详见范本拟投入人员一览表。</p>	17.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
	4	四、承诺函	<p>供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换，如确需更换的应取得采购人同意，更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件，如违反承诺采购人有权终止合同，中标供应商赔偿相应损失；提供承诺得3分。</p> <p>注：承诺函格式自拟并加盖公章，不提供不得分。</p>	3.00
	5	五、企业管理制度	<p>供应商提供完整的管理制度（包括但不限于：财务管理制度，考勤管理制度，人事管理制度，薪酬福利制度，档案管理制度等），每提供一项得1分，最多5分。</p>	5.00
	6	六、其他媒体宣传推广	<p>在采购文件宣传媒体的基础上，每提供一个省级及以上媒体平台宣传资源得3分，满分15分。</p> <p>注：媒体资源是供应商自有的，提供相关印证材料；媒体资源不是供应商自有的，提供合同复印件或附条件生效的合作意向协议，并加盖公章。</p>	15.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
技术评审	1	一、服务方案	<p>1.根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于：            ①视频内容采编方案，提供得1分，否则不得分。            ②视频制作方案，提供得1分，否则不得分。            ③策划方案，提供得1分，否则不得分。            ④安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。            ⑤服务响应机制、服务保障质量措施，提供得1分，否则不得分。            2.评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合评分。            ①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况得15分；            ②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实际情况得10分；            ③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况得5分；            ④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。</p>	20.00



评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
政策性加分评审	1	节能、环境标志产品	投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	2.00
	2	少数民族投标主产品	对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1.少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2.享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3.00

评标步骤	序号	评审因素	评审标准	分值
报价评审	1	报价评审	<p>报价评审得分 = (最低投标报价 / 各投标人的投标报价) * 10.00</p> <p>备注：所报价均以扣除后的价格参与评审（若有）。</p> <p>报价扣除说明：</p> <p>小微型企业价格扣除率：10.00%</p> <p>监狱、福利性企业视为：小微型企业</p> <p>扣除后的金额报价=金额报价*（1-扣除率）</p> <p>扣除后的下浮率报价=下浮率报价*（1+扣除率）</p> <p>扣除后的折扣报价=折扣报价*（1-扣除率）</p> <p>备注信息：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</p>	10.00

## 第四章 评标办法

### 一、供应商资格审查

根据《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第87号）规定，公开招标采购项目开标结束后，采购人或者采购代理机构应当依法对供应商的资格进行审查。合格供应商不足3家的，不得评标。

序号	供应商名称 资格审查内容	A-1	A-2	A-X
1	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； (复印件或扫描件加盖投标单位公章)			
2	财务状况报告（经合法审计机构出具的 2023 或 2024 年度完整的财务审计报告，或提供 2025 年基本开户银行（后附基本存款账户信息）出具的有效的资信证明；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）			
3	提供 2025 年任意 3 个月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如不需缴纳税收和社保的，须提供有效的证明材料；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）			
4	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；（自行承诺加盖投标单位公章）			
5	参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；（自行声明加盖投标单位公章）			
6	根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。信用记录查询渠道由采购代理机构通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询、记录和证据留存，查询截止时点为开标当日评审前。信用信息使用规则：由代理机构对供应商信用记录进行甄别，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，应当拒绝其参与政府采购活动。			
7	法律法规及采购文件规定的其他要求。			
8	结 论			

二、评标委员会

- 1. 按照《中华人民共和国政府采购法》和国家有关规定，依法组建评标委员会，评标委员会由采购单位代表和有关技术、经济等方面的评审专家共同组成，评审专家不得少于成员总数的三分之二。
- 2. 评标由评标委员会负责，与供应商有利害关系的人不得进入评标委员会。
- 3. 评标委员会成员名单在中标结果确定前保密。

三、评标方法

- 1. 本次评标采用**综合评分法**：
- 2. 综合评分法，是指响应文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为中标候选人的评标方法。
- 3. 评分的主要因素分为价格因素、技术因素和商务因素。评分因素详见评分表。评标分值保留至两位小数。评标时，评标专家依照评分表对每个有效供应商的响应文件进行独立评审、打分。

四、评标标准

评标形式（采用以下具体步骤）

- 第一步：由本项目评标委员会对各响应文件进行符合性审查，符合的进入下一步评审阶段。不符合的其投标作为无效标。
- 第二步：确定中标候选人（按评分细则对入围供应商给相应的评分，并计算其总得分，按各项评标因素计算各有效供应商的最终得分，以评分从高到低的顺序推荐前3名供应商作为中标候选人）。

（一）符合性审查表

A包

序号	供应商名称		A-1	A-2	A-X
	审查内容				
1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。			
2	技术符合性	/			
3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。			
审查结论（通过或不通过）					

## B包

序号	审查内容		供应商名称	A-1	A-2	A-X
1	商务符合性	满足“第五章 第一节 商务要求”所有条款。				
2	技术符合性	满足“第五章 第二节 服务内容及要求”所有条款。				
3	无效标审查	按本项目采购文件无效标条款规定，审查是否通过。				
审查结论（通过或不通过）						

（二）评分细则及各项评标因素如下：

评分标准涉及到需提供的资料、文件等必须是真实有效的，弄虚作假者一经查实其投标将做无效投标处理，同时该供应商相关违法行为将提交到财政监督管理部门处理。

## A包

评审项	评 分 标 准	分值
报价分 (10 分)	<p>投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×10</p> <p>注：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 评标基准价指满足采购文件要求且投标价格（或扣除后价格）最低的投标报价，投标报价指满足采购文件要求的各投标单位的投标报价。</li> <li>2. 本服务由小型和微型企业（含监狱企业、残疾人福利性单位）承接的，投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。</li> <li>3. 评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查的供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商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。</li> </ol>	10 分
商务分 (60 分)	<p><b>一、业绩：</b></p> <p>供应商提供2022年至今供应商实施过的宣传媒体执行、大型活动策划推广项目业绩，每提供一个业绩得4分，满分20分。</p> <p>注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。</p>	20分

	<p><b>二、业主评价：</b></p> <p>供应商提供业绩中甲方单位出具的服务评价证明复印件并加盖公章，每提供一个满意或同等评价的证明材料得1分，满分5分。</p> <p><b>注：提供服务评价复印件加盖公章，与供应商提供的业绩合同不匹配的不得分。</b></p>	5分
	<p><b>三、拟投入项目负责人</b></p> <p>1. 项目负责人具有传媒行业工作经验<math>\geq 5</math>年，同时具有高级传媒行业职称得4分；3年<math>\leq</math>项目负责人传媒行业工作经验<math>&lt; 5</math>年，同时具有中级传媒行业职称得2分；2年<math>\leq</math>项目负责人传媒行业工作经验<math>&lt; 3</math>年，同时具有初级级传媒行业职称得1分，其他不得分。</p> <p><b>注：供应商须提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件、职称证复印件，以上证明均需加盖公章。</b></p> <p>2. 提供项目负责人2022年至今实施过的类似业绩，每提供一个业绩得2分，满分6分。</p> <p><b>注：须提供有效业绩（有效业绩需体现项目负责人名字）合同复印件为证明资料，并加盖公章。</b></p>	10分
	<p><b>四、拟投入团队人员</b></p> <p>1. 针对本项目配备团队专业人员10人及以上，其中包含但不限于：记者、编辑、导演、美编、设计、策划等完全满足得10分。</p> <p>2. 以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分，每提供一个具有中级职称的得2分，每提供一个具有初级职称的得1分，此项满分10分。</p> <p><b>注：此项不含项目负责人，须提供人员名单（包括姓名、电话、职位）、相关职称证作为佐证材料并加盖公章，名单格式详见范本拟投入人员一览表。</b></p>	20分
	<p><b>五、承诺函</b></p> <p>供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换，如确需更换的应取得采购人同意，更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件，如违反承诺采购人有权终止合同，中标供应商赔偿相应损失；提供承诺得2分。</p>	2分

	注：承诺函格式自拟并加盖公章，不提供不得分。	
	<b>六、企业管理制度</b> 供应商提供完整的管理制度（包括但不限于：财务管理制度，行政管理制度，考勤管理制度，人事管理制度，薪酬福利制度，档案管理制度等），每提供一项得0.5分，最多3分。	3分
技术分 (30分)	<b>一、技术参数响应评审：</b> 完全满足或优于采购文件“第五章 第二部分 服务内容及要求”得10分，其中带“▲”条款每有一项负偏离扣0.5分，其他每有一项负偏离扣0.2分，扣完为止。 注：需按技术参数要求提供证明材料，未提供则视为负偏离。	10分
	<b>二、服务方案</b> 1. 根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于： ①活动营销策划方案，提供得1分，否则不得分。 ②户外媒体投放方案，提供得1分，否则不得分。 ③设计创意方案，提供得1分，否则不得分。 ④宣传推广方案，提供得1分，否则不得分。 ⑤设施设备物料配备、供货安装、包装运输、人员配置计划、售后服务、服务响应机制、服务保障质量措施、安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。 2. 评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合评分。 ①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况得15分； ②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实情况得10分； ③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况得5分； ④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。	20分
政策性 加分	<b>节能、环境标志产品：</b> 投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），	2分

(5分)	在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	
	<b>少数民族投标主产品：</b> 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品(不含附带产品)，享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1. 少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2. 享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3分

## B包

评审项	评 分 标 准	分值
<b>报价分</b> <b>(10分)</b>	投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×10 注： 1. 评标基准价指满足采购文件要求且投标价格（或扣除后价格）最低的投标报价，投标报价指满足采购文件要求的各投标单位的投标报价。 2. 本服务由小型和微型企业（含监狱企业、残疾人福利性单位）承接的，投标报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。 3. 评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查的供应商的报价，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；供应商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。	10分
<b>商务分</b> <b>(70分)</b>	<b>一、业绩：</b> 供应商提供2022年至今供应商实施过的类似业绩，每提供一个业	15分



	<p>绩得3分，满分15分。</p> <p><b>注：须提供清晰完整的合同复印件加盖公章（以签订合同时间为准）。</b></p>	
	<p><b>二、拟投入项目负责人</b></p> <p>1. 项目负责人具有媒体行业相关专业的高级职称得2分；具有媒体行业相关专业的中级职称得1分。</p> <p><b>注：提供职称证复印件加盖公章。</b></p> <p>2. 项目负责人具备媒体行业相关专业5年及以上工作经验得3分。</p> <p><b>注：提供为项目负责人缴纳的2025年至开标日任意3个月社保证明材料复印件、相关单位出具的工作经验证明（格式自拟）、身份证复印件，以上证明均需加盖公章。</b></p> <p>3. 供应商提供项目负责人2022年至今实施过的类似有效业绩，每提供一份得2分，满分10分。</p> <p><b>注：须提供有效业绩（有效业绩需体现项目负责人名字）合同复印件为证明资料，并加盖公章。</b></p>	15分
	<p><b>三、拟投入团队人员</b></p> <p>1. 针对本项目配备团队专业人员10人及以上，其中包含但不限于：制片编导、播音员、后期、记者、广告经营等完全满足得12分。</p> <p>2. 以上人员中每提供一个具有高级职称的得5分，每提供一个具有中级职称的得2分，每提供一个具有初级职称的得1分，此项满分5分。</p> <p><b>注：此项不含项目负责人，须提供人员名单（包括姓名、电话、职位）、相关职称证作为佐证材料并加盖公章，名单格式详见范本拟投入人员一览表。</b></p>	17分
	<p><b>四、承诺函</b></p> <p>供应商承诺投入本项目的项目负责人、团队人员不得随意更换，如确需更换的应取得采购人同意，更换后的人员应具备胜任该项工作的能力且具有同等资格条件，如违反承诺采购人有权终止合同，中标供应商赔偿相应损失；提供承诺得3分。</p> <p><b>注：承诺函格式自拟并加盖公章，不提供不得分。</b></p>	3分
	<p><b>五、企业管理制度</b></p>	5分

	<p>供应商提供完整的管理制度（包括但不限于：财务管理制度，考勤管理制度，人事管理制度，薪酬福利制度，档案管理制度等），每提供一项得1分，最多5分。</p>	
	<p><b>六、其他媒体宣传推广</b></p> <p>在采购文件宣传媒体的基础上，每提供一个省级及以上媒体平台宣传资源得3分，满分15分。</p> <p><b>注：媒体资源是供应商自有的，提供相关印证材料；媒体资源不是供应商自有的，提供合同复印件或附条件生效的合作意向协议，并加盖公章。</b></p>	15分
<b>技术分 (20分)</b>	<p><b>一、服务方案</b></p> <p>1. 根据本项目服务的特点提供服务方案，方案内容包括但不限于：</p> <p>①视频内容采编方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>②视频制作方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>③策划方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>④安全管理计划及应急处理方案，提供得1分，否则不得分。</p> <p>⑤服务响应机制、服务保障质量措施，提供得1分，否则不得分。</p> <p>2. 评标委员会根据方案的详细程度、合理性、可行性等进行综合评分。</p> <p>①内容描述清晰，思考问题全面，有较强的实施性、针对性、可行性，并符合本项目实际情况得15分；</p> <p>②内容描述清晰，思考问题基本全面，对本项目具有实施性、可行性，基本符合本项目实情况得10分；</p> <p>③内容描述清晰且基本合理，思考问题基本全面，基本符合本项目实际情况得5分；</p> <p>④内容不完整、不切实际，不实用于本项目的不得分。</p>	20分
<b>政策性 加分 (5分)</b>	<p><b>节能、环境标志产品：</b></p> <p>投标产品属于节能产品、环境标志产品的（强制采购产品除外），在评审过程中，给予适当加分，即在总得分基础上，每一项加0.3分；如投标产品同时属于节能产品和环境标志产品的，每一项加0.5分，最高不得超过2分。须提供投标产品在财政部、发展改革</p>	2分

	委、生态环境部等部门出具的品目清单所在页和国家市场监管总局确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书（复印件加盖投标单位公章）。	
	<b>少数民族投标主产品：</b> 对原产地在少数民族自治区和享受少数民族自治待遇的省份的投标主产品（不含附带产品），享受政策性加分和价格扣除，在总得分基础上加3分。投标主产品按照不得低于本采购项目预算金额50%进行确定。 1. 少数民族自治区：内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、广西壮族自治区、西藏自治区； 2. 享受少数民族自治待遇的省份：青海省、云南省、贵州省。	3分

### （三）价格分的计算：

1. 价格分采用低价优先法计算，即满足采购文件要求的前提下，最低有效投标报价作为评标基准价，其价格分为满分。其余供应商价格分统一按照下列公式计算：

投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 价格分

2. 评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

3. 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。

（1）中小企业价格扣除（含监狱企业、残疾人福利性单位），在供应商资格、符合性审查均满足采购文件的前提下：

1) 如专门面向中小企业采购，供应商的报价不享受价格扣除优惠政策。

2) 如非专门面向中小企业采购，则对小型和微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位报价给予10%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。价格扣除只针对投标报价未超过财政控制值的供应商有效。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

#### ①中小企业价格扣除

根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）及相关规定，中小企业须提供中小企业声明函且声明函所载内容必须真实，如有虚假，将依法承担相应责任，包括取消中标资格、投标保证金不予退还等。

中小企业划分标准依照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合下发的《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）执行。（中小企业划型标准附后）

### ②监狱企业价格扣除

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）及相关规定，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。

### ③残疾人福利性单位价格扣除

根据《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）及相关规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

### （四）评标总得分计算方法：

评标总得分 =  $F_1 + F_2 + \dots + F_n$

$F_1$ 、 $F_2$ …… $F_n$ 分别为各项评审因素的得分；

注：以上打分计算最终得分保留小数两位。

（五）排序原则：采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。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并列。响应文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分排名前三名的供应商为中标候选人。

### （六）中标原则：

1. 本项目分包中标，供应商可对多个包进行投标，但一家供应商最多只能中一个包。

2. A包得分第一的供应商为A包中标供应商；B包得分第一的供应商若已中A包，则得分第二的供应商为B包中标供应商。（本项目分为2个包，评标委员会按A包到B包的顺序依次进行评标推荐）

### 五、本评标办法的解释权归采购代理机构。

## 第五章 采购需求

### 第一部分 商务要求

#### A包

##### 一、采购分项要求

###### （一）传统实体店渠道形象建设

1. 服务时间：自合同签订之日起90个日历日内完成。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 安装要求

（1）根据服务清单要求，按照服务项目技术参数，设计、定制采购人需求的各项服务所需物品。

（2）根据采购人要求，按照提供门店面积，装饰需求等具体情况，对服务物料进行测量及安装。

（3）设计安装前期，对服务方案进行设计，设计方案经采购人审核通过后交由中标单位进行制作及安装实施。

4. 中标单位提供服务期限内7×24小时的支持服务；要求远程响应时间小于0.5小时，贵阳市区到达现场处理时间小于2小时，其余市州到达现场处理时间小于8小时。

5. 交货地点：贵州省范围内采购人指定的地点(全省各市州体彩中心、直管县工作站)。

6. 交货时间：采购人指定时间内全部制作完成运到采购人指定地点并完成安装。

7. 交货费用：与交货有关的费用(包括但不限于运输费、包装费、保险费、装卸费等)以及安装调试等标准伴随服务费用均已包含在中标价格内，由中标方承担。中标方无条件执行采购人关于本项目有关设备交付地点先后顺序确定及后期或有调整的相关安排，并承诺不得因此要求增加任何差旅费等采购费用。合同履行过程中，中标方未按约定执行方案或行义务的，应承担违约责任。

8. 售后服务：服务清单中的货物在质保期内，所有产品一旦发生质量问题，中标方保证在接到通知后，应在2小时内响应；并派合格的维修工程师在72小时内到用户现场进行维修，费用由中标方负责。如中标方在接到通知的72小时内没有处理问题，则视为中标方承认质量问题并承担由此而发生的一切费用。质保期间产

品的一切质量问题，更换部件及产品本身质量原因造成的直接经济损失应全部由中标方自行负责。

9. 质保期：服务清单中的货物质保期不低于1年，国家规定或生产厂家有更长质保期的，按更长规定执行。

10. 承诺：中标方承诺履行过程中所使用的一切材料、产品、技术均符合国家及行业标准，符合国家环保卫生的相关要求；若中标方违反承诺，应承担违约责任。（提供承诺函）

11. 知识产权：

（1）按采购人的签字稿样执行。由采购人提出制作需求的设计样稿及成稿，其所有元素的知识产权和专利归采购人所有。若在设计中，因中标方设计涉及侵犯他人知识产权，责任由中标方承担，若采购人因此承担赔偿责任，采购人有权要求中标方支付全部赔偿金、诉讼费、律师费等。

（2）中标方应保证所提供的货物或其任何一部分均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权或著作权等，所使用的字体、素材等不能侵犯第三方的知识产权，如有造成的损失由中标方自行承担。

（3）中标方在依照采购人的要求进行工作期间，如发现提供的技术要求不合理，应当在10日内书面通知采购人；采购人应当在3个工作日内回复，书面提出修改意见。中标方在规定的时间内未得到答复，应按采购人的签字样本予以执行。

（4）中标方对于承揽的工作，应当严格保密，生产完毕后，销毁印版及废页。因中标方故意或重大过失违反保密义务，给采购人造成损失的，中标方应当向采购人支付本合同总金额5%的违约金。

12. 其他要求：

（1）中标方必须无条件保证所提供投标产品的制造、检验以及提供技术服务完全符合国家有关产品制造和验收标准。为投标品名的原厂正品并附有厂家的保修单，按国家规定执行三包政策，保修期限按国家或生产厂家之规定承诺执行。如果有不符之处，中标方应在投标文件中加以说明，并提请采购人注意。

（2）采购人保留签约前后对产品规格、数量及产品部件选择的变更权利。中标方应承诺对货物修改、变更给予充分配合，并及时调整产品供货。

(3) 实体店门头制作安装，中标方需出具第三方监理公司对于采购服务清单中所有产品的验收合格资料，相关费用由中标方承担，采购方不承担任何费用。

(4) 中标方须在投标文件中说明并承诺售后服务的内容和期限，并详细告知售后服务联系负责人的电话及地址。（提供承诺函）

(5) 本项目招标文件、招标内容及要求总价包干，中标方须考虑项目涉及的前期测量、完工、验收合格直至移交采购人正常使用时，产生的一切费用，采购人后期不追加任何费用。如果恶意低价中标，将取消其中标资格，并向财政部门备案将其纳入不良行为记录名单。

(6) 中标方须承诺自行缴纳政府监管部门相关规费及保险等。（提供承诺函）

(7) 中标方须承诺若中标后，将完全按照招标文件的要求，独立完成项目施工过程中的一切对外对接工作。（提供承诺函）

(8) 中标方须承诺，在本项目的施工环节中出现任何安全事故须由中标方承担，并提供投入本项目的施工人员交纳安全生产保险证明。（提供承诺函）

(9) 中标方须承诺，施工过程中，涉及的所有场地协调等工作，均由中标方自行负责，产生的任何不良影响和后果与采购人无关。（提供承诺函）

(10) 实体店门头制作安装、背景墙制作安装，中标方需确保配备不少于二组完整的人员团队，每组团队应包含测量、记录、施工、安装等专业人员，以保障项目顺利开展。

13. 付款方式：合同签订后，中标供应商按照中标价的10%向采购人支付履约保证金，采购人在收到履约保证金后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款；在12月10日前，采购人支付中标供应商该部分中标金额剩余50%项目进度款；待全部批次货物交接完成且验收合格后，采购人在1个月内无息退还中标供应商履约保证金。

## **（二）“青春同行 公益筑梦”公益项目**

1. 服务时间：自合同签订之日起一年内完成。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 供应商需提供策划方案，策划方案应得到采购人书面认可后予以执行，执行内容包括但不限于场地硬化、物资采购、设施安装等。

#### 4. 中标供应商职责：

4.1 负责设施的供货、运输、现场移动、安装、调试等,并负担由此产生的一切费用，保持24小时电话响应，48小时内到达维修现场。

4.2 提供良好的服务保障，提供详细的服务计划书和服务承诺书；各项服务质量标准、要求必须达到国家相关文件要求，否则采购人有权要求退、换货，一切损失由中标人自行承担。

4.3 在各项目施工期间，供应商应检查、排除施工场所的安全隐患且须为项目施工工人购买人身意外险，并承担因意外事故导致的一切后果。

4.4 场地及器材上须有中国体育彩票元素设计及中国体育彩票捐赠标志。

5. 质保期：自双方签署验收合格报告之日起，在非人为损坏的情况下，此项目采购的所有设施质保期1年；

6. 费用：货物采购费用、场地建设费用、人工费、运输费、保险费等。

#### 7. 费用结算要求：

7.1 结算单中须包含所有采购的物料照片及受助单位确认书，器材或场地应有明显中国体育彩票元素和标志（标志应能长期使用，形式包括但不限于激光刻印、铭牌等），若无明显标志，扣除中标价10%的费用。

7.2 活动结算单中须包含策划方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

8. 付款方式：合同签订后，中标供应商按照中标价的10%向采购人支付履约保证金，采购人在收到履约保证金后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款；2025年12月20日前，采购人支付中标供应商该部分中标金额剩余50%项目进度款；项目完成，采购人在验收合格后1个月内无息退还中标供应商履约保证金。

### （三）体育彩票小型落地推广活动

1. 服务时间：在2025年11月30日前完成合同约定内容。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。



#### 4. 相关追责条款

4.1 采购方提前10天提出活动需求后，中标供应商必须在5个自然日内给予回复，回复超过时限或因中标供应商原因导致活动场地变更或无法开展，应承担（扣款）未开展的该场活动总价40%费用，择期或更换场地开展；

4.2 未经采购方允许，场地开展活动为独家进行，不得私下与其他公司或单位达成协议共享场地，否则该场活动费用不予报销；

4.3 前期准备必须在活动当天上午10点前完成，否则按照该场活动价格的20%进行扣款；

4.4 现场负责人需在活动开始前至少3天与体彩中心对接活动舞台搭建具体位置、互动环节等多个内容，未进行的扣除该场活动总价的10%；

4.5 现场开展活动遇特殊情况，未经过双方协商同意外，出现供应商演出人员发生迟到、服装不齐，人员未到位的情况，将扣除活动总价的10%，如采购人临时取消活动，在非不可抗力因素下，供应商有权追偿活动已经产生实际费用；

4.6 所有现场物物料等由供应商自行保管及运输，采购方不承担现场任何安装、托运、保管等工作，采购人会指派人员对活动监督，监督活动每个环节开展情况；

4.7 活动完毕需请采购方在当地的执行负责人签字确认，包含搭建情况、活动执行情况等，无现场签字即视为供应商该场活动不合格，不予报账；

4.8 活动启动时间点由采购人指定。

4.9 供应商应自觉保护开展活动场地的自由设施及环境，若出现损坏，由供应商自行承担。

#### 5. 安全风险防范方案及应急预案

5.1 工作任务：供应商须配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作，确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。

5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，逐级明确安全目标，层层落实安全责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

#### 5.3 工作要求

(1) 成立安全保障小组，开展隐患排查安全风险工作，落实风险防控，提高安全管理水平，将风险消灭在萌芽状态，在减少安全事故发生基础上，及时应对处理安全问题。

(2) 根据活动场地和活动中存在的具体风险，完善优化活动情况和安保措施。

(3) 制订科学的、实操的安保工作措施，根据措施设立相应专职工作人员。

(4) 及时汇总、掌握风险隐患情况，针对风险源和风险级别，提出相应的应急处置措施。

6. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。

#### (四) 国风主题文化展示体验活动

1. 服务时间：在11月30日前完成合同约定内容。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

4. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。

#### 5. 安全风险防范及应急处理

##### 5.1 工作任务：

(1) 供应商应检查并清除活动场地隐患；

(2) 须为活动购买保险（如场地责任险、个人短期意外险等）；

(3) 配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作；

(4) 确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。

5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

#### (五) 体彩联名主题活动

1. 服务时间：在11月30日前完成合同约定内容。
2. 服务地点：采购人指定地点。
3. 结算要求：活动结算单中须包含活动方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。
4. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后1个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额50%作为预付款。项目验收合格后，采购人一次性支付中标供应商该部分中标金额剩余50%尾款。
5. 安全风险防范及应急预案
  - 5.1 工作任务：
    - （1）供应商应检查并清除活动场地隐患；
    - （2）须为活动购买保险（如场地责任险、个人短期意外险等）；
    - （3）配套活动安全风险防范工作方案及突发事件应急预案来加强活动的安全保障及应急管理、应急响应和应急处置工作；
    - （4）确保能及时有效地实施应急救援，保障活动的顺利进行。
  - 5.2 工作目标：落实安全风险主体责任，强化安全监督管理，进一步夯实安全风险基础，防止发生人身事故，及时应对安全问题。

## （六）媒体宣传服务

1. 服务时间：服务时间的起止时间具体以采购人的通知为准
2. 服务地点：采购人指定地点。
3. 验收标准、规范
  - 3.1 由贵州省体育彩票管理中心牵头负责投放媒体验收，验收方式按照投放计划采用不定期抽查，如果抽查未达到采购人要求，则视为不合格。（中标服务商每做完一个宣传点，须提供该点的宣传证明材料包含照相或录像等供采购人备查）
  - 3.2 一次验收不合格的宣传点，未及时修改调整的且不提供其他补偿措施的，按该点所投入宣传金额的 15%，作为处罚金扣除并作警告。
4. 售后服务
  - 4.1 供应商须提供 7×24 小时热线服务；
  - 4.2 供应商在接到采购人关于广告内容变更的通知时，须在采购人通知的时间内

作更新。

5. 付款方式：采购人与中标供应商在合同签订后 1 个月内，采购人向中标供应商支付该部分中标金额 50%作为预付款。所有媒体均开始上刊后，支付该部分中标金额 30%作为项目中期款。项目执行完并验收合格后，采购人一次性支付该部分中标金额 20%尾款。

## 6. 其他要求

6.1 中标服务商应在服务结束后，向采购人提供完善、完整的宣传点的宣传总结报告，报告中应包含所有宣传点的发布照相、中途变更宣传内容的照相，报告电子版、照相图片及录像需便于采购人保存。

6.2 中标供应商在合同签订前，需向采购人提供中标包代理所有媒体广告发布授权书。

6.3 如若中标后，在服务期内原创、策划、制作的宣传音频视频等服务，不存在任何侵犯第三方及其授权许可人的知识产权的情形，包括但不限于商标权、专利权、外观设计、著作权以及我国法律规定的知识产权权利及关联权利。承诺期限为终身，如有侵犯，由供应商独立承担相关责任及后果。

6.4 建立购买服务台账，记录相关文件、工作计划方案、项目和资金批复、项目进展和资金支付、工作汇报总结、重大活动和其它有关资料信息，接受和配合相关部门对资金使用情况进行监督检查。

## 二、投标有效期：

投标截止时间起生效，有效期为 90 日历天。

## 三、验收标准、规范：

按国家或行业相关规定、规范进行验收。

## 四、其他未尽事宜，待中标签约时双方再议。

## B包

### 1. 服务时间：

服务时间的起止时间具体以采购人的通知为准。

### 2. 服务地点：

采购人指定地点。

### 3. 验收标准、规范：

3.1 由贵州省体育彩票管理中心牵头负责投放媒体验收，验收方式按照投放计划采用不定期抽查，如果抽查未达到采购人要求，则视为不合格。（中标服务商须提供该点的宣传证明材料包含照相或录像等供采购人备查）

3.2 一次验收不合格的宣传点，未及时修改调整的且不提供其他补偿措施的，按该点所投入宣传金额的 15%，作为处罚金扣除并作警告。

### 4. 售后服务：

4.1 供应商须提供 7×24 小时热线服务；

4.2 供应商在接到采购人关于广告内容变更的通知时，须在采购人通知的时间内作更新；

### 5. 付款方式：

采购人与中标供应商在合同签订后 1 个月内，采购人向中标供应商支付中标金额 50%作为预付款。当年 12 月 5 日前，支付中标金额 30%作为中期款。项目执行完毕并验收合格后支付乙方中标金额剩余 20%尾款。

### 6. 其他要求：

6.1 中标供应商应在服务结束后，向采购人提供完善、完整的宣传点的宣传总结报告，报告中应包含所有宣传点的发布照相、中途变更宣传内容的照相，报告电子版、照相图片及录像需便于采购人保存。

6.2 中标供应商在合同签订前，需向采购人提供中标包代理所有媒体广告发布授权书。

6.3 如若中标后，在服务期内原创、策划、制作的宣传音频视频等服务，不存在任何侵犯第三方及其授权许可人的知识产权的情形，包括但不限于商标权、专利权、外观设计、著作权以及我国法律规定的知识产权权利及关联权利。承诺期限为终身，

如有侵犯，由供应商独立承担相关责任及后果。

6.4 建立购买服务台账，记录相关文件、工作计划方案、项目和资金批复、项目进展和资金支付、工作汇报总结、重大活动和其它有关资料信息，接受和配合相关部门对资金 usage 情况进行监督检查。

**7. 投标有效期：**

投标截止时间起生效，有效期为 90 日历天。

**8. 验收标准、规范：**

按国家或行业相关规定、规范进行验收。

**9. 其他未尽事宜，待中标签约时双方再议。**

体育彩票宣传服务

## 第二部分 服务内容及要求

### A包

#### 一、采购清单：

序	分项名称	单项限价（万元）
1	传统实体店渠道形象建设	300
2	“青春同行 公益筑梦”公益项目	160
3	体育彩票小型落地推广活动	50
4	国风主题文化展示体验活动	75
5	体彩联名主题活动	75
6	媒体宣传服务	560

#### 二、采购要求：

##### （一）传统实体店渠道形象建设

序号	服务名称	限价（元）	数量/单位	技术参数要求	参考图片
1	即开切票器	598	600个	1. 产品尺寸：约177×175×140mm； 2. 切角位置：剪角作废虚线位置； 3. 收纳盒容量：约1000张； 4. 工作噪音：≤65dB； 5. 输入电源：220v/50Hz； 6. 工作效率：48w； 7. 重量：≤4kg（包含电源）； 8. 同时可切数量：5-20张，切票无粘连； 9. 小型桌面化，外观表面光滑、平整，无划痕、毛刺等缺陷，对于关键表面，抛光处理； 10. 外壳材质：塑料；切刀材质：	

				<p>金属；</p> <p>11. 智能双重防护，具有良好的耐久性，足够的安全性，良好的可靠性；</p> <p>12. 根据采购人具体要求定制。</p>	
2	体彩 logo 玩法 标识 贴	6	40000个	<p>1. 尺寸：约110×110mm；</p> <p>2. 材质：亚克力；</p> <p>3. 厚度：约2mm；</p> <p>4. 工艺：UV印制+激光切割；</p> <p>5. 表面覆膜，高清印刷，图案字迹清晰，防水防晒，结实耐用，边角圆滑规整，自带背胶，牢固便捷；</p> <p>6. 款式：5种，每种款式8000个，根据采购人具体要求定制；</p> <p>7. 包装要求：5种款式为一套包装；</p>	
3	安全 警示 贴	6	65025张	<p>1. 尺寸：约100×300mm；</p> <p>2. 厚度：≥7mm；</p> <p>3. 材质：PVC；</p> <p>4. 工艺：高清印刷；</p> <p>5. 高清印刷，图案字迹清晰，耐磨防滑防水防晒，自带背胶，牢固便捷；</p> <p>6. 款式：5种，每种款式13005个，根据采购人具体要求定制；</p> <p>7. 包装要求：5种款式为一套包装。</p>	



4	展示 体验 中心 警示 标语 贴	17	650个	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 尺寸：约100×330mm；</li> <li>2. 材质：亚克力；</li> <li>3. 厚度：约2mm；</li> <li>4. 工艺：UV印制+激光切割；</li> <li>5. 表面覆膜，高清印刷，图案字迹清晰，防水防晒，结实耐用，边角圆滑规整，自带背胶，牢固便捷；</li> <li>6. 款式：5种，每种款式130个，根据采购人具体要求定制；</li> <li>7. 包装要求：5种款式为一套包装。</li> </ol>	
5	门头 卡布 灯箱	606	1650平 米	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 实际尺寸根据中标后现场测量后得出；</li> <li>2. 门头框架使用5cm×5cm铝合金金属框架(8毫米铝合金厚度)，龙骨防锈乙炔焊接，高强度防爆扣槽被弯固定，防水胶条封边；</li> <li>3. 直接将卡布灯箱镶嵌在框架之内。卡布灯箱下方留有5处1cm×1cm大小通风口防止因热量形成水蒸气导致电源损坏；</li> <li>4. 外部用UV印刷封面，四周包边，防雨、防晒、防高温炸裂。可以抗击3000KB，龙骨防锈乙炔焊接，防止生锈、断裂；</li> <li>5. LED冷光源矩阵式发亮，亮度不得低于400cd/m<sup>2</sup>，电源</li> </ol>	

				220V，采用接地连接； 6. 按要求设计和印制相应内容； 7. 后附示例参考图，根据采购人具体要求定制。	
6	背景墙制作	1048	954 平方米	1. 整体造型，厚度6-8cm； 2. 材质：1.5mm木质板和1.5mm密度板，亚克力装饰； 3. 发光字，宽度约15cm； 4. 整体打磨哑/亮面烤漆； 5. 包装：防水打包膜整体内包，五层加厚加硬瓦楞纸箱外包，四周泡沫填充； 6. 品牌3500K LED硅胶暖光灯带，长度10米，质保一年，电源国标阻燃2.5线； 7. 按要求设计和印制相应内容； 8. 后附示例参考图，根据采购人具体要求定制。	

## （二）“青春同行 公益筑梦”公益项目

1. 内容：为彰显中国体育彩票社会公益性，为加强乡村振兴工作推进，助力全民健身事业发展，拟在全省范围内选取4个项目地点开展“青春同行 公益筑梦”公益项目。

2. 要求：

2.1 为加强体彩品牌知名度，所采购的设施及场地布置中须有明显中国体育彩票元素；包括但不限于木工搭建、pvc雕刻、立牌、展板等。


2.2 采购内容如下表，要求供应商报价不得超过最高限价。

序号	项目内容
1	贵阳市云岩区金关街道特勤消防站公益项目

2	黔西南州安龙县普坪镇戈塘初级中学公益项目
3	毕节市七星关区实验中学公益项目
4	正安县土坪镇乡村篮球场公益项目

### 2.3 需求清单

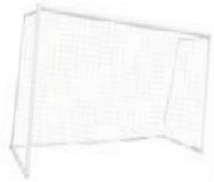
(1) 贵阳市云岩区金关街道特勤消防站公益项目包含 1080 平米足球场地换新装饰、2 个足球门及围网建设，要求场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片示意
1	人造草坪足球场	<p>一、草丝产品描述：</p> <p>1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝；</p> <p>2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）；</p> <p>3. 草纤维磅重（Dt<sub>tex</sub>）：PE9500；</p> <p>4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch；</p> <p>5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶；</p> <p>6. 草坪底布编织工艺：一型走针；</p> <p>7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）；</p> <p>8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水；</p> <p>▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性（30%H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>，168h）、耐碱性（20%Na<sub>2</sub>CO<sub>3</sub>，168h）均合格专项报告。提供</p>	1080平方	

		<p>带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告；</p> <p>▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度<math>\geq 11\text{Mpa}</math>，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试抗滑值<math>\geq 85\text{BPN}</math>、拉断伸长率<math>\geq 45\%</math>、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率<math>\geq 85\%</math>，尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告；</p> <p>▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力<math>\geq 12\text{N}</math>、单簇草丝拔出力<math>\geq 40\text{N}</math>，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）老化后测试草丝拉断力保留率<math>\geq 91\%</math>、单簇草丝拔出力保留率<math>\geq 95\%</math>，冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。</p> <p>二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求：</p> <p>1. 品名：TPE人造草坪填充颗粒，形状：五叶花瓣状，外径：2.8-3mm, 颜色：绿色，高聚物含量<math>\geq 20\%</math>；</p> <p>▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证</p>		
--	--	--	--	--


		<p>的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面层运动场地》标准的检验报告；</p> <p>▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准，出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告，且判定结果显示“符合”；</p> <p>▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能（FV-0级）的检测报告且单项结论判定“符合”；</p> <p>▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告；</p> <p>6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。</p>		
2	镀锌钢圆管组合式围网	<p>1. 日字型高6米宽3米组合式围网</p> <p>1.1 围网：采用优质低碳镀锌铁丝，内径<math>\geq 2.1\text{mm}</math>，包塑后外径<math>\geq 3.6\text{mm}</math>，网孔尺寸为<math>50\text{mm} \times 50\text{mm} \pm 2\text{mm}</math>，包塑层使用高密度进口PE原粒，并添加抗UV原料合成材料进行包裹；</p> <p>1.2 管材：立柱与横杆采用一次成型无焊接的Q235热镀锌圆钢管，厚薄标准，抗冲击能力强，具备优质的防腐防锈能力。立柱镀锌钢管直径不小于76mm，壁厚不小于3mm，横杆直径不小于60mm，壁厚不小于2.5mm，</p>	270平方	

		<p>上中下三条横杆；</p> <p>1.3 扣件材料：采用精钢冲压而成，贴抱式设计，将立杆与横杆紧密连接，稳定性强，灵活组装；</p> <p>1.4 预埋件：全铝合金材质，尺寸不小于<math>\Phi 81 \times 1.5 \times 450\text{mm}</math>，立柱插入地面深度不小于400mm，底部配备有定位杆，使立柱不直接接触泥土，起到疏水作用，防止杂质腐蚀管材，增强材料的使用耐久度，也能够快速完成安装基础；</p> <p>1.5 压网条：采用高密度规格为<math>18 \times 3.8\text{mm}</math>的扁铝，表面经超耐候聚酯粉末静电喷涂，防腐防锈；</p> <p>1.6 螺丝：采用国标304不锈钢螺丝与镀锌尾钻螺丝固定，安装牢固，防腐蚀能力强，满足场地长期使用标准。</p> <p>2. 球场进出场地双开门：</p> <p>2.1 门采用不小于<math>49 \times 60 \times 1.2\text{mm}</math>凹型管；</p> <p>2.2 门框左右和上横杆采用不小于<math>50 \times 50 \times 2\text{mm}</math>热镀锌方管，下横杆采用不小于<math>40 \times 20 \times 2\text{mm}</math>热镀锌扁管；</p> <p>2.3 门门采用304不锈钢制作，门框内拉墨绿色PE包塑围网，拉网条采用不低于<math>\Phi 8\text{mm}</math>铝条；</p> <p>2.4 表面做纯聚酯粉末静电喷涂；</p> <p>▲2.5 为保证产品的质量及抗变形能力，PE包塑围网产品表面应均匀完整，颜色一致，提供具有CMA或CNAS标志的力学性能试验报告，符合GB/T 2976现行标准，经标准规定直径的芯棒上紧密缠绕8圈后，覆塑层无破裂，符合GB/T 26941.5现行标</p>		
--	--	---	--	--

		<p>准要求，网丝抗拉强度<math>\leq 960\text{MPa}</math>；</p> <p>▲2.6 为保证场地及产品的稳固性及抗变形能力，组合式围网固定螺丝需提供具有CMA或CNAS的力学性能试验报告，符合《GB/T 3098.6-2023》标准要求，检测结果抗拉强度<math>\geq 770\text{MPa}</math>，规定塑性延伸强度<math>\geq 750\text{MPa}</math>，硬度试验检测结果<math>\geq 95\text{HRB}</math>；</p> <p>2.7 围网上必须有体彩设计元素。</p>		
3	5人制足球门	<p>1. 5人制足球比赛用的矩形足球门；</p> <p>2. 球门内口宽度<math>\times</math>高度：3000mm<math>\times</math>2000mm；</p> <p>3. 球门立杆和横梁均采用直径76mm<math>\times</math>3mm（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网系统线柱两侧撑杆采用直径48<math>\times</math>2.5mm的钢管制成，后横杆采用直径为32mm<math>\times</math>2.5mm的钢管制成，横梁和立杆上没有可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表面抛丸喷砂，静电喷涂；</p> <p>▲4. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书复印件并加盖投标人公章；</p> <p>5. 器材必须有体彩设计元素。</p>	2个	

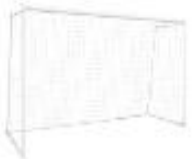
（2）黔西南州安龙县普坪镇戈塘初级中学公益项目包含 2925 平米足球场地换新装饰及 2 个足球门建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序	品名	技术参数	数量及单	图片
---	----	------	------	----

号			位	
1	人造草坪足球场	<p>一、草丝产品描述：</p> <p>1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝；</p> <p>2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）；</p> <p>3. 草纤维磅重（Dtex）：PE9500；</p> <p>4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch；</p> <p>5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶；</p> <p>6. 草坪底布编织工艺：一型走针；</p> <p>7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）；</p> <p>8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水；</p> <p>▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性（30%H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>，168h）、耐碱性（20%Na<sub>2</sub>CO<sub>3</sub>，168h）均合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告；</p> <p>▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度≥11Mpa，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小</p>	2925平方	




		<p>时)后测试抗滑值<math>\geq 85</math>BPN、拉断伸长率<math>\geq 45\%</math>、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率<math>\geq 85\%</math>, 尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。</p> <p>▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力<math>\geq 12</math>N、单簇草丝拔出力<math>\geq 40</math>N, 经过氙灯老化500小时+雨水(3%乙酸, 40℃)老化500小时+高低温老化20次循环(每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时)老化后测试草丝拉断力保留率<math>\geq 91\%</math>、单簇草丝拔出力保留率<math>\geq 95\%</math>, 冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。</p> <p>二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求:</p> <p>1. 品名: TPE人造草坪填充颗粒, 形状: 五叶花瓣状, 外径: 2.8-3mm, 颜色: 绿色, 高聚物含量<math>\geq 20\%</math>;</p> <p>▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面层运动场地》标准的检验报告;</p> <p>▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准, 出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600</p>		
--	--	--	--	--


		<p>小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告，且判定结果显示“符合”；</p> <p>▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能（FV-0级）的检测报告且单项结论判定“符合”；</p> <p>▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告；</p> <p>6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。</p>		
2	5人制足球门	<p>1. 5人制足球比赛用的矩形足球门；</p> <p>2. 球门内口宽度×高度：3000mm×2000mm；</p> <p>3. 足球门由立杆、横梁、两侧撑杆、两侧横杆和后侧横杆组成；</p> <p>4. 球门立杆和横梁均采用直径76mm×3mm（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网系统线柱两侧撑杆采用直径48×2.5mm的钢管制成，后横杆采用直径为32mm×2.5mm的钢管制成，横梁和立杆上不可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表面抛丸喷砂，静电喷涂；</p> <p>▲5. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机</p>	2个	

		构认证证书复印件并加盖投标人公章； 6. 器材必须有体彩设计元素。		
--	--	--------------------------------------	--	--



(3) 毕节市七星关区实验中学公益项目包含 1120 平米足球场地换新装饰、2 个足球门及围网和顶网建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片
1	人造草坪足球场	<p>一、草丝产品描述：</p> <p>1. 草丝形状：挤出高挺立加筋直单丝；</p> <p>2. 草丝颜色：深绿/浅绿（4米相间斑马铺装）；</p> <p>3. 草纤维磅重（Dt<sub>ex</sub>）：PE9500；</p> <p>4. 草高：50mm±1mm（不含底布高度），行距：3/4inch；</p> <p>5. 密度：≥10500针/平方米，草坪底布背胶：环保丁苯乳胶；</p> <p>6. 草坪底布编织工艺：一型走针；</p> <p>7. 卷宽：4米（卷长：按场地实际需要）；</p> <p>8. 辅料要求：石英砂（粒径20-40目）填充不低于25KG/平方米；TPE环保颗粒（粒径1-4mm）填充不低于4KG，使用环保双组份草坪专用胶水；</p> <p>▲9. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准进行氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试有害物质释放量及有害物质含量均未检出，耐酸性（30%H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>，168h）、耐碱性（20%Na<sub>2</sub>CO<sub>3</sub>，168h）均合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告；</p>	1120平方	

	<p>▲10. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018、GB/T 14833-2020标准检测拉伸强度<math>\geq 11\text{Mpa}</math>，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）后测试抗滑值<math>\geq 85\text{BPN}</math>、拉断伸长率<math>\geq 45\%</math>、阻燃性能 I 级、拉伸强度保留率<math>\geq 85\%</math>，尺寸稳定性横向、纵向均小于等于0.5%的合格专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告；</p> <p>▲12. 人造草坪生产企业出具的人造草坪产品依据GB 36246-2018标准测试草丝拉断力<math>\geq 12\text{N}</math>、单簇草丝拔出力<math>\geq 40\text{N}</math>，经过氙灯老化500小时+雨水（3%乙酸，40℃）老化500小时+高低温老化20次循环（每个循环60℃ 12小时、常温1小时、-40℃ 12小时）老化后测试草丝拉断力保留率<math>\geq 91\%</math>、单簇草丝拔出力保留率<math>\geq 95\%</math>，冲击吸收、垂直变形均合格的专项报告。提供带有CMA或“CNAS”资质检测机构标志的检测合格报告。</p> <p>二、TPE人造草坪填充颗粒及双组份胶水技术要求：</p> <p>1. 品名：TPE人造草坪填充颗粒，形状：五叶花瓣状，外径：2.8-3mm，颜色：绿色，高聚物含量<math>\geq 20\%</math>；</p> <p>▲2. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据GB36246-2018《中小学合成材料面层运动</p>		
--	--	--	--

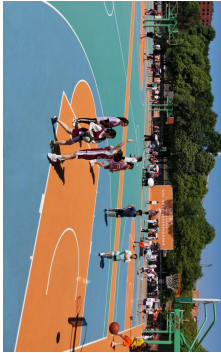
		<p>场地》标准的检验报告；</p> <p>▲3. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构出具的依据出具的依据GB/T 7757-2009、GB/T 7759.1-2015、GB/T 7759.2-2014、GB/T 1685-2008标准，出具在高温80℃、低温-40℃交替放置600小时后压缩应力应变性能、压缩永久变形、压缩应力松弛的检测报告，且判定结果显示“符合”；</p> <p>▲4. TPE人造草坪填充颗粒须提供获得CMA认证的第三方专业检测机构在高温80℃、低温-40℃交替放置500小时后依据GB/T10707-2008标准出具的燃烧性能（FV-0级）的检测报告且单项结论判定“符合”；</p> <p>▲5. 提供双组份胶水符合GB36246-2018强制标准的合格检验报告；</p> <p>6. 人造草坪足球场必须有体彩设计元素。</p>		
2	镀锌 钢圆 管 组合 式围 网 日字 型 高6米 宽3米	<p>1. 6M高组合式围网</p> <p>1.1 围网：采用优质低碳镀锌铁丝，内径<math>\geq 2.1\text{mm}</math>，包塑后外径<math>\geq 3.6\text{mm}</math>，网孔尺寸为<math>50\text{mm} \times 50\text{mm} \pm 2\text{mm}</math>，包塑层使用高密度进口PE原粒，并添加抗UV原料合成材料进行包裹；</p> <p>1.2 管材：立柱与横杆采用一次成型无焊接的Q235热镀锌圆钢管，厚薄标准，抗冲击能力强，具备优质的防腐防锈能力。立柱镀锌钢管直径不小于76mm，壁厚不小于3mm，横杆直径不小于60mm，壁厚不小于2.5mm，上中下三条横杆；</p> <p>1.3 扣件材料：采用精钢冲压而成，贴抱式设计</p>	816平方	

	<p>计，将立杆与横杆紧密连接，稳定性强，灵活组装；</p> <p>1.4 预埋件：全铝合金材质，尺寸不小于Φ81×1.5×450mm，立柱插入地面深度不小于400mm，底部配备有定位杆，使立柱不直接接触泥土，起到疏水作用，防止杂质腐蚀管材，增强材料的使用耐久度，也能够快速完成安装基础；</p> <p>1.5 压网条：采用高密度规格为18×3.8mm的扁铝，表面经超耐候聚酯粉末静电喷涂，防腐防锈；</p> <p>1.6 螺丝：采用国标304不锈钢螺丝与镀锌尾钻螺丝固定，安装牢固，防腐蚀能力强，满足场地长期使用标准。</p> <p>2. 球场进出场地双开门：</p> <p>2.1 门采用不小于49×60×1.2mm凹型管；</p> <p>2.2 门框左右和上横杆采用不小于50×50×2mm热镀锌方管，下横杆采用不小于40×20×2mm热镀锌扁管；</p> <p>2.3 门门采用304不锈钢制作，门框内拉墨绿色PE包塑围网，拉网条采用不低于Φ8mm铝条；</p> <p>2.4 表面做纯聚酯粉末静电喷涂。</p> <p>▲3. 为保证产品的质量及抗变形能力，PE包塑围网产品表面应均匀完整，颜色一致，提供具有CMA或CNAS标志的力学性能试验报告，符合GB/T 2976现行标准，经标准规定直径的芯棒上紧密缠绕8圈后，覆塑层无破裂，符合GB/T 26941.5现行标准要求，网丝抗拉强度≤960MPa；</p> <p>▲4. 为保证场地及产品的稳固性及抗变形能</p>		
--	--	--	--

		<p>力，组合式围网固定螺丝需提供具有CMA或CNAS的力学性能试验报告，符合《GB/T 3098.6-2023》标准要求，检测结果抗拉强度<math>\geq 770\text{MPa}</math>，规定塑性延伸强度<math>\geq 750\text{MPa}</math>，硬度试验检测结果<math>\geq 95\text{HRB}</math>；</p> <p>6. 围网上必须有体彩设计元素。</p>		
3	足球场隔离顶网	<p>1. 产品参数：</p> <p>1.1 产品材质：PE聚乙烯绳编制而成，有结；</p> <p>1.2 产品特点：抗氧化、吸水性小，电绝缘性优良、质地轻、柔软、易造型、透光性好、无毒；</p> <p>1.3 加工工艺：四边拷克，顶部每隔300mm配一个钢圈；</p> <p>1.4 使用线径2.0mm PE白色编织有结网，网孔：<math>150 \times 150\text{mm}</math>，钢丝绳拉紧支撑；</p> <p>1.5 颜色：白色。</p> <p>▲2. 隔离软网符合《GB/T1040.4-2006》标准，其拉断力<math>\geq 900\text{N}</math>，提供第三方检测中心出具的具有CMA、CNAS标志的检测报告复印件加盖供应商公章；</p> <p>▲3. 隔离软网通过紫外光老化试验<math>\geq 70\text{h}</math>，耐光色牢度4级，无明显变色，无粉化，无剥落，提供第三方检测中心出具的具有CMA、CNAS标志的检测报告复印件加盖供应商公章。</p>	1120平方	
4	5人制足球门	<p>1. 5人制足球比赛用的矩形足球门；</p> <p>2. 球门内口宽度<math>\times</math>高度：<math>3000\text{mm} \times 2000\text{mm}</math>；</p> <p>3. 足球门由立杆、横梁、两侧撑杆、两侧横杆和后侧横杆组成；</p> <p>4. 球门立杆和横梁均采用直径<math>76\text{mm} \times 3\text{mm}</math>（小学）的优质钢管制成，上设网钩，置网方便，网球系线柱两侧撑杆采用直径<math>48 \times 2.5\text{mm}</math>的</p>	2个	


		<p>钢管制成，后横杆采用直径为32mm×2.5mm的钢管制成,横梁和立杆上不可能危害到运动员安全的链接物件露在外面。足球门应能承受的水平拉力为1000N，足球门横梁能承受2700N的静负荷，横梁不应出现断裂和明显的永久变形。球门组装完成后，立杆与地面垂直，横梁与立杆的夹角为90度，连接件周边处理圆滑，无棱角，表面抛丸喷砂，静电喷涂；</p> <p>▲5. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书复印件并加盖投标人公章；</p> <p>6. 器材必须有体彩设计元素。</p>		
--	--	--	--	--

（4）正安县土坪镇乡村篮球场公益项目包含 1300 平米篮球场地换新装饰、篮球架 2 个、照明设施及简易看台建设，要求建设场地包含体彩元素设计、器材上须有体彩标志，效果图需经采购人审核通过后方可按效果图施工，具体参数如下：

序号	品名	技术参数	数量及单位	图片示意
1	硅PU篮球场	<p>1. 产品描述：</p> <p>6mm厚预制型全塑硅PU球场面层，粘结胶为悬浮型单组份无溶剂聚氨酯跑道卷材专用粘结胶；预制卷材为胶体含量不少于35%的全聚氨酯材料预制成型（非聚氨酯海绵体、TPU粘合垫、PVC垫、EPDM粘合垫、橡胶粘合垫、纤维垫）后切片的微气囊结构弹性垫（卷材）；加强反弹层为高强度无溶剂型，聚氨酯胶体（预聚体）含量不少于35%的单组份有机硅改性聚氨酯，表面耐磨面层为高聚物含量&gt;50%的高强度、高耐候、高韧性的双组份反应型水性丙烯酸涂料。铺设完成后表面一体无拼接缝，现场施工不添</p>	1300平方	



	<p>加任何有机溶剂。使用寿命：≥10年。</p> <p>▲1. 所用预制型聚氨酯卷材及半预制硅PU球场面层成品必须分别符合GB/T 43565-2023有害物质限量以及气味、物理性能、1500h人工气候老化性能、336h湿热老化性能、无机填料全项检验要求，提供具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的测试合格抽样型式检验报告；</p> <p>▲2. 半预制硅PU球场面层所用预制型聚氨酯卷材高聚物含量&gt;35%，加强层非固态材料胶体主料高聚物含量&gt;35%，面漆材料高聚物含量&gt;50%；面层成品高聚物含量&gt;35%。提供具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的符合GB/T 14837.1-2014或GB/T 14837.2-2014或同等标准报告抽样测试合格报告；</p> <p>▲3. 半预制型球场面层达到国际篮联FIBA一级运动地板物理性能，并且球反弹率&gt;90%，垂直变形&lt;2mm，尺寸稳定性&lt;0.5%，2500小时UV老化后拉伸强度&gt;1MPa，拉断伸长率&gt;100%，提供具有“CMA”或“CNAS”资质的国家篮联FIBA授权实验室出具的测试合格报告；</p> <p>▲4. 半预制硅PU球场面层的可萃取有机卤素化合物EOX必须为未检出，可溶性有机碳DOC≤50mg/L且符合DIN 18035-6:2021或同等标准的盖有“CMA”或“CNAS”资质的合格检测报告；</p> <p>▲5. 半预制硅PU球场面层气味浓度、气味强度符合T/CBMF121-2021、GB/T 43353-2023标准检测要求，提供具有“CMA”或“CNAS”</p>		
--	--	--	--

		<p>资质的检测机构出具的符合要求报告；</p> <p>▲6. 半预制硅PU球场面层经168h酸雨浸泡后，外观面层颜色无明显变化，拉伸强度&gt;1MPa，拉断伸长率&gt;100%，符合中小学及幼儿园、大专院校、公共及社会体育场地面层要求，提供依据T/SCSVA0002.1-2023标准具有“CMA”或“CNAS”资质的检测机构出具的检测合格报告。</p>		
2	移动式单臂篮球架	<p>1. 器材应符合GB19272-2011标准要求；</p> <p>2. 篮架伸臂1850mm，篮圈上沿距地面3050mm；</p> <p>3. 篮板规格：1800mm×1050mm，篮板配用国家通用的高强度安全玻璃篮板；</p> <p>4. 篮架为箱式配重箱：箱体前高度660mm，箱体后高度500mm。宽度1000mm，长度2000mm，钢板厚度2.5mm，箱内放置配重500KG；</p> <p>5. 篮架立柱采用150mm×150mm的矩形钢管，管壁厚度不低于3mm，篮架横臂采用150mm×150mm钢管，管壁厚度不低于3mm；</p> <p>6. 篮架前拉杆采用42×3mm优质钢管，后拉杆采用40×60×3mm矩形管；</p> <p>7. 配置弹性篮圈，篮圈采用直径20mm优质圆钢制成，并配有篮网；</p> <p>8. 篮架各部焊接要求严密牢固，不应有漏焊，虚焊，包渣，裂纹等缺陷；</p> <p>9. 外形尺寸：4475×1800×3950mm；</p> <p>▲10. 产品符合GB19272-2011（室外健身器材的安全通用要求）相关标准要求，提供NSCC认证或国家认可的有资质的第三方检测机构认证证书并加盖投标人公章；</p> <p>11. 器材必须有体彩设计元素。</p>	2个	
3	球场	配置明细：300W专业球场照明灯具，配套专业	12盏	

	照明 灯具	电源，压铸铝一体式散热灯体，光学透镜无玻 璃化灯具。配光角度120°，光源色温5700K， Ra:70，灯珠光效：150Lm/w，防护：IP65户外 防水，灯具设计寿命设大于30000小时，电源输 入电压180-240V，功率因素：≥95%；灯体尺寸： 625×310×76，灯具重量约8KG，安装高度：7-10 米，安装杆径：60mm。		
4	球场 灯柱	1. 灯杆材料：优质Q235碳素钢钢材； 2. 灯杆高度：7米高； 3. 灯杆材质：热镀锌材质； 4. 表面处理：户外专用塑粉，颜色待定； 5. 光源类型：不含灯具； 6. 上口径(mm)：≥60； 7. 下口径(mm)：≥144； 8. 管壁厚(mm)：≥3.5； 9. 法兰尺寸(mm)：≥280×280； 10. 法兰厚度(mm)：≥10。	6杆	
5	篮球 场周 边看 台修 筑	1. 水泥砼标号C25，技术要求表面：不跑沙、不 起灰、不下沉、不开裂、原浆收光一次成型； 2. 平整度：3m直尺不超过3mm误差。但严禁由于 平整度达不到要求薄层贴补砂浆行为，否则 将会导致严重后果； 3. 切伸缩缝要求，深3-4cm，宽4-5mm，切缝后 要清扫铲除并彻底清洗缝两侧残留的粉末或 再次新凝固的类似混凝土的物体； 4. 严禁雨天施工，包括小雨天气也必须停工； 5. 竣工后看台表面做丙烯酸面层，必须有体彩 设计元素。	1项	

（三）体育彩票小型落地推广活动

1. 基本要求

1.1 时间：在 2025 年 11 月前完成合同约定内容。

1.2 活动场次：一场 1 天。

1.3 活动场地

适合商业推广的商场、公园、会展中心等场地。不少于 150 平方米，场中无遮挡、地平符合标准。

1.4 活动主题

以国风、国漫、COSPLAY、音乐会等潮流元素为核心，打造体彩产品融合非遗、动漫、音乐文化的体验展示活动。

1.5 活动宣传

省级电视媒体在活动前中后期进行预热宣传及跟踪报导，新媒体并同步宣传推广。

1.6 人员

现场需要有 KOL、活动人员（主持人、角色扮演者、乐手、演艺人员等）、文创老师、拍照、摄像人员、工作人员、产品讲解员、安保人员。

1.7 现场搭建

由主舞台、互动区域、打卡区域、产品展示区域四个区域构成。

1.8 舞台表演

古风舞蹈、杂技、魔术、民乐、乐队、脱口秀、非遗文化艺术灯等演绎节目

1.9 现场互动

活动每日均有互动游戏环节包括但不限于角色巡游、抽奖互动、剧本杀、歌舞快闪、趣味小游戏、随机宅舞、文创体验等。

1.10 奖品

在地推活动中的对参与活动群体发放奖品。

1.11 活动现场安全

中标供应商需要对执行活动制定和执行活动安全风险控制及突发事件应急预案，并为活动购买保险。

2. 具体要求

2.1 场地预定

采购方需提前 30 天提出活动需求，中标供应商必须在接到活动需求后的 5 个自然日内给予回复，回复超过时限或回复确定后因中标供应商原因导致活动场地变更或无法开展，将在支付进度款时扣除活动合同总额 20% 费用，同时采取择期或更换场地开展；

## 2.2 活动策划

自确定活动执行时间之日起，中标供应商需在两周内完成活动实施方案，未按时提供或方案举要较大疏忽错漏导致活动延期开展，将在支付进度款时扣除活动合同总额 2% 费用，同时要求中标供应商重新提供实施方案。

## 2.3 媒体

2.3.1 省级媒体矩阵平台粉丝量不少于 500 万人，新媒体传播平台不少于 3 个，前期预热不少于 20 天预热宣传，前期、中期不少于 3 个官方新媒体平台直播、后期热度维系。

2.3.2 预热宣传片累计时长不低于 3 分钟，制作费用根据相关文件要求不得高于 15000 元/分钟，超过 3 分钟按照 3 分钟计算，制作新媒体平台 H5 页面一个，准备活动预热稿件不少于 3 条，在省内至少 3 家主流媒体进行投放，同时配合贵州体彩进行公众号、抖音等自媒体平台传播规划及内容创作，吸引人群参加。

2.3.3 活动现场直播，需由专业团队依据采购人需求提供抖音及其他平台直播，直播账户需求由双方根据实际情况商议。直播时长不少于 6 个小时。

2.3.4 未完成媒体需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 15% 费用，单序号需求扣除 5%。

## 2.4 活动人员

2.4.1 活动现场要有与行业相符的 KOL 参与，KOL 不少于 2 人到现场参加活动，其粉丝数量不低于 30 万人（可根据总粉丝数不少于 30 万人协调 KOL 数量，最多不超过 10 人）。若为音乐会类型，需要至少保证不少于 7 个音乐团体或个人参与活动演出。

2.4.2 动漫 coser 不少于 10 人，动漫 coser 需配合需要进行巡演、互动游戏等互动活动，同时相应现场活动氛围营造的相关需要。

2.4.3 现场工作人员不少于 10 人，负责维护互动游戏区域及协调现场相应事务，工作人员需着与主题相符的服饰及佩戴工作证。

2.4.4 舞台演绎人员不少于 15 人，演绎人员需提前 3 个小时到场，并在现场协助 coser 营造氛围，

2.4.5 活动主持人，每场不少于 1 人，每个活动日 12 点后负责主舞台协调及现场活动氛围营造工作。需要有大型商演、展销会等活动等主持经验。

2.4.6 产品讲解员，每场不少于 3 人，负责产品区域讲解、体验及展示工作，需要有商演模特相应经验，其中包括大型展销、比赛等场景经历，需提交相应资料及参与机构不少于 2 日的产品培训。

2.4.7 文创讲师不低于 4 人，负责文创区域体验的互动。

2.4.8 拍照摄像人员不低于 4 人，负责活动前中后期及现场的信息拍摄，并按招标要求提供相应素材及成品。

2.4.9 安保人员，现场安保人员不低于 3 人，有丰富现场活动突发事件处理经验

2.4.10 上述活动人员必须保证形象气质佳、有高度服务水平及风险防控意识，需提供相应经验或者经历等电子资料。

2.4.11 未完成活动人员需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 25% 费用，单序号需求扣除 2.5%。

## 2.5 场地建设

2.5.1 主舞台 1 个，主舞台具有观赏性，不小于 70 平方米、屏幕构成范围不少于 40 平方米、舞台布置道具不低于 4 种。屏幕区域由 led 主屏及副屏构成所需设计的屏幕，舞美、灯光、音箱等搭建流程及成品须符合中华人民共和国文化行业标准中关于舞台、灯光、道具等产出相关的规范及要求。按需提供符合行业标准的同类规模。

2.5.2 场地搭建，根据场地进行材料选择，材料包括但不限于钢铁、亚克力、KT 板、塑料等，按照采购人需求进行搭建，户外需防水防风，室内需美观。体验区不少于 8 个，功能区不少于 4 个，打卡点不少于 2 个。户外时各区域最大不高于  $5 \times 5 \text{ m}^2$ ，室内时结合场地限制各区域不超过  $5 \times 5 \text{ m}^2$ 。

2.5.3 未完成场地建设需求，在支付进度款时扣除活动合同总额 20% 费用，单序号需求扣除 10%。

## 2.6 互动活动

2.6.1 文创体验，文创讲师在体验环节中指导参与人群体验与活动主题相关的潮流文创DIY手作，种类不低于四种（国风创意饮品制作、插花创作、饰品DIY、剪窗花、手绘、画扇等），要求讲师对所宣讲的主题有三年以上从业经验或相关技能职称；每种体验须提供参与文创设计必需的预制品及必须品（如插花需提供鲜花、包装纸、彩笔等）；每种体验至少提供能制作150份成品的预制品及必需品。

2.6.2 互动游戏，在八个互动体验区中进行与品牌相关的互动游戏，如剧本杀、你比我猜、射箭、拼图、猜谜、模拟演奏、投壶、套圈、冰壶、踢毽子、跳绳等趣味游戏，需提供游戏耗材、虚拟货币等。

2.6.3 活动奖品发放系统，结合贵州体彩服务号构建活动期间奖品兑换、发放及抽奖环节的系统架设。

2.6.4 未完成互动活动需求，在支付进度款时扣除活动合同总额20%费用，单序号需求扣除10%。

## 2.7 安全应急方案、举措及执行

2.7.1 应急小组，成立安全保障小组，开展隐患排查安全风险工作，落实风险防控，提高安全管理水平，将风险消灭在萌芽状态，在减少安全事故发生基础上，及时应对处理安全问题。

2.7.2 制定预案，根据活动场地和活动中存在的具体风险，完善优化活动情况和安保措施。制订科学的、实操的安保工作措施，根据措施设立相应专职工作人员。及时汇总、掌握风险隐患情况，针对风险源和风险级别，提出相应的应急处置措施。

2.7.3 现场执行，根据采购人需求拟定现场风险防控方案应急小组不少于3人，安保不少于5人，根据具体实施场地配套医护人员。

2.7.4 未完成安全需求，在支付进度款时扣除活动合同总额3%费用，单序号需求扣除1%。

## 2.8 其他需求

2.8.1 现场负责人需在活动开始前至少10天与采购人对接活动舞台搭建具体位置、互动环节等多个内容，未进行的扣除该场活动总价的10%；

2.8.2 未经采购方允许，场地开展活动为独家进行，不得私下与其他公司或单位达成协议共享场地，否则该场活动费用不予结算；

2.8.3 所有现场物料等由供应商自行保管及运输，采购方不承担现场任何安装、托运、保管等工作，采购人会指派人员对活动监督，监督活动每个环节开展情况；

2.8.4 活动准备（物料运输、场地搭建等）必须在活动当天上午 10 点前完成，否则按照该场活动价格的 20%进行扣款；

2.8.5 供应商应自觉保护开展活动场地的自由设施及环境，若出现损坏，由供应商自行承担；

2.8.6 如采购人临时取消活动，在非不可抗力因素下，供应商有权追偿活动已经产生实际费用；

2.8.7 现场开展活动若出现演出人员迟到、服装不齐、现场秩序混乱等不利于品牌形象的情况，将扣除活动总价的 10%；

2.8.8 活动完毕需请采购方在当地的执行负责人签字确认，包含搭建情况、活动执行情况等，无现场签字即视为供应商该场活动不合格，不予结算；

2.8.9 若活动执行过程中出现各类安全事故，如参与活动的人员受伤、搭建物倒塌、现场秩序混乱引起人员踩踏等，由中标供应商承担责任并消除后续影响；

表 1. 场地分类表

场地分类	所处位置	限价
A 类场地	世纪金源	8 万/场
	青云集市	
	人民广场	
	黔灵山公园	
	观山湖公园	
	河滨公园	
	花果园购物中心	
	花果园海豚广场	
	亨特城市广场	
	万象城	



	大十字广场	
	甲秀楼	
	万象汇	
B 类场地	花果园嗨购街区	4 万/场
	悦然时光	
	观山湖万达广场	
	数博万达广场	
	大上海云岩万达广场	
	花溪公园	
	鸿通城中庭	
	未来方舟燕隼公园	
	南国花锦	
	太平路网红街区	

表中为目标路段及街道名称，具体执行场地以采购人需求为准

（四）国风主题文化展示体验活动

1. 场次

在省内青年人群聚集地（如大学城、高校、公园等）开展一场国风文化展示体验活动，活动连续开展两天，每天活动时长不低于 6 小时。

2. 主题

结合当时的社会热点、潮流趋势，选择年轻群体接受度较高的国风文化主题作为展示体验活动主体（示例：非遗文化项目体验课、传统体育运动会、汉婚表演等）。

▲3. 现场布置需要涵盖内容：

3.1 活动现场面积要求不低于 300 m²，主屏搭建不低于 60 m²，舞台需设梯步，须有明显的中国体育彩票 logo。

3.2 活动使用的主背景、体彩吉祥物乐小星周边、各类打卡点、展示点造型图案须为供应商原创设计，不可侵权或盗用他人作品，贵州省体育彩票管理中心有权使用所创作作品除著作权以外的所有知识产权。

3.3 活动需搭建主题门头一个，高度不得低于三米；要求结合体彩元素搭建主题美陈一个，占地面积不低于  $4\text{m} \times 4\text{m}$ ，高度不限。

3.4 活动需搭建至少 4 个互动体验项目（画扇创作、剪纸创作、插花创作、手绘玻璃饰品创作、手串创作等），每项互动体验项目至少能容纳 3 人同时体验。互动体验要求每项至少聘请一位指导老师在体验环节中指导参与人群体验与活动主题相关的互动项目；每种体验须提供相应的预制品及必须品（如画扇创作须提供扇子、颜料、毛笔等）；每种互动体验至少提供 200 份预制品及必需品。

3.5 活动需搭建 1--2 个符合国风文化的拍照打卡点，占地不低于  $2\text{m} \times 2\text{m}$ ，可根据实际情况略作调整，（如茶室、传统节日、非遗文化主题等）。

3.6 在文化展示体验活动中需要主持人一名，持有相关证书，从事现场主持工作 3 年以上，有与本次采购项目相关类似经验。

3.7 活动主舞台需展现至少六个不同的、符合国风主题的表演环节（古筝表演、古舞表演、茶艺表演、汉婚表演等），表演总时长不低于 40 分钟。

3.8 活动现场邀请至少两个在抖音平台上丝数量不低于 50 万且创作内容符合国风主题的 KOL 到现场参加活动，要求设计 KOL 与现场活动人群互动环节，且在其抖音账号上发布与本次活动内容相关视频。

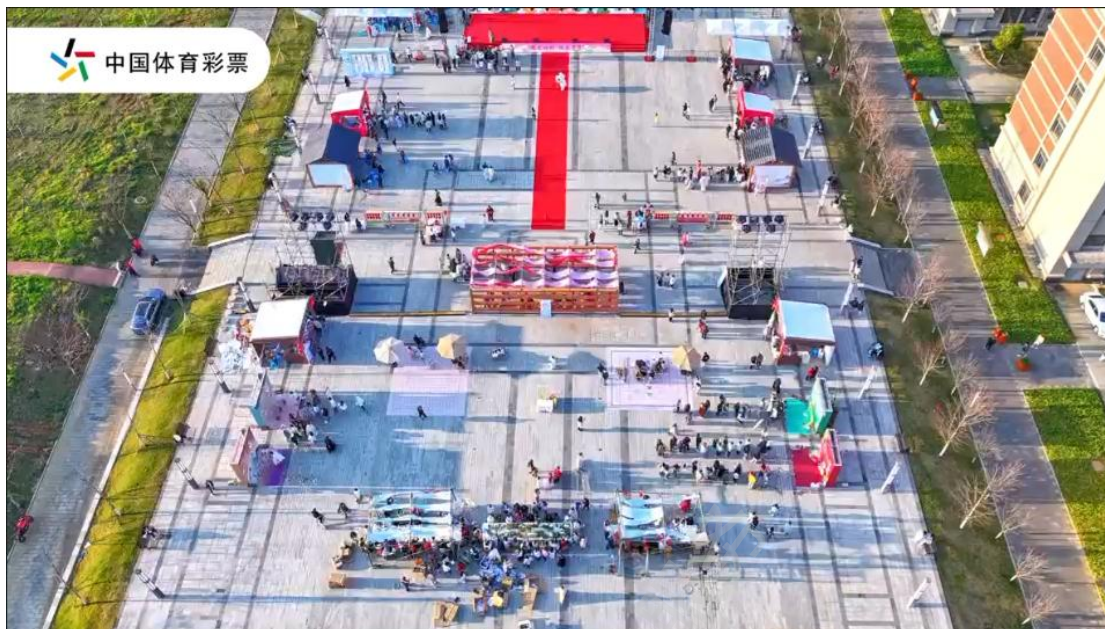
3.9 活动要求配置相应的氛围布置，如灯光、桌椅、交流展示台、国风文化展示等。

3.10 活动要求配置符合国风主题的体彩周边作为互动体验的礼品，并设置阶级兑换规则，要求总数量不低于 1000 份：其中前期预热设置 100 份；活动现场每天发放 400 份，共 800 份；活动后期在自媒体平台精选优秀发布内容赠送 100 份纪念品。具体纪念品内容由供应商和采购人协商决定，平均每份礼品价值控制在 100 元以内。

3.11 活动开始前至少十天进行活动宣传，要求拍摄预热宣传片一条（时长控制在 2-4 分钟），制作费用根据有关文件要求不得高于 15000 元/分钟，准备活动预热稿件一条，要求不低于 800 字，在省内至少 3 家主流媒体进行投放，吸引人群参加。

3.12 活动提供专业摄像、照相服务，要求不少于 4 人；在活动结束后十天内将活动录制的视频、照片编辑制作完成后提供给采购人，要求活动视频不少于两条，一条时长 1 分钟用于在短视频平台发布，一条时长 2--4 分钟用于主流媒体推广，制作

费用根据有关文件要求不得高于 15000 元/分钟；要求精选照片不低于 30 张；并发布活动总结文稿一篇，要求不低于 800 字，在省内至少 3 家主流媒体进行投放。



案例图



案例图





案例图

（五）体彩联名主题活动

1. 场次

在贵阳市内 24 家“去茶山”门店开展体彩联名主题活动，活动连续开展 15 天，每天活动时长不低于 10 小时。

2. 目标

以贵州本土奶茶品牌“去茶山”年轻群体客户为目标，贵州体彩与去茶山的开展一次跨界合作，体现双方共同推动公益事业的联合力量，强调公益行动的社会意义；以茶饮为纽带，将体彩的公益使命转化为消费者触手可及的善意行动，通过“一杯茶，一束光”的具象表达，深化公众对公益体彩的认知与情感联结。

▲3. 联名活动需求清单

序号	需求名称	数量	参数	备注
1	产品主 KV 及延展产品设计及文案	1 项	根据双方品牌 VI 和活动内容，对整个活动期间涉及的美陈、联名包装、海报、宣传文案等进行策划和设计，且需保证为原创内容。	/

2	联名冷饮杯	10000 个	<p>▲联名冷杯 12/16oz</p> <p>1. 材质：塑料杯 95mm 口径，pet 材质，尺寸：12ozPET 杯：上口口径 95mm，下口径 58mm，杯身 110mm；</p> <p>2. 16ozPET 杯：上口口径 95mm，下口径 62mm，杯身 125mm。</p>	<p>▲部分涉及去茶山及体彩品牌统一形象和食品材质安全标准，须符合国家相关标准及品牌方要求。</p>
3	联名手提袋	60000 个	<p>▲（单杯/双杯纸袋）</p> <p>1. 材质：120g 牛皮纸、自粘袋锯齿面；</p> <p>2. 双杯袋尺寸：宽 203×高 270×侧宽 110mm；</p> <p>3. 单杯袋尺寸：宽 120×高 267 侧宽 60mm。</p>	
4	联名吸管	60000 根	<p>▲吸管及包装</p> <p>1. 材质：环保甘蔗吸管，尺寸：口径 8mm×长度 210mm，独立纸包装多色色印刷/1.2g；</p> <p>2. 材质：环保甘蔗吸管，尺寸：口径 13mm×长度 210mm，独立纸包装多色色印刷/2.8g。</p>	
5	联名杯套	60000 个	异形制作，根据设计及 vi 制定相关杯套。	
6	联名冰箱贴	10000 个	<p>1. 材质：亚克力/金属；</p> <p>2. 大小：约 5cm×5cm(异形)；</p> <p>3. 厚度：不低于 4 毫米(含 2 毫米软磁)；</p> <p>4. 含设计、打样、开模、包装、运费等。</p>	/
7	去茶山店内基本氛围包	1 项	（24 个去茶山门店）的窗贴、台卡、海报和店外围挡广告位、	/

	装		兑奖人员工作处等的物料制作和布置。	
8	线下公益展陈	1 项	活动期间需在如贵阳万象城/南国花锦等去茶山门店所在商场搭建不少于 20 平方米的场地，用于展示活动公益帮助对象。包含设计、物料制作、现场搭建、场地租赁等。	/
9	民族特色展演活动	1 项	1. 邀请省内少数民族文化表演团体（12 名）到贵阳一家去茶山门店附近开展少数民族（非遗）文化展演活动； 2. 包含师生居住地到贵阳的往返包车费用、贵阳市内交通包车费用、购买人身意外保险费、餐饮、现场安保等可能产生的费用。	活动时间为 1 天，被邀请的团体活动当天出发到贵阳，活动结束后当天返回出发地
10	“自然客厅”公益互动活动	1 项	1. 结合公益主题、邀请省内少数民族文化表演团体、媒体方、社会公众等开展一次线下公益互动活动，如非遗技艺学习展示、茶艺学习等； 2. 包含现场活动物料制作、媒体邀请、宣传等。	与上述活动同日穿插进行
11	公益海报制作	1 项	根据活动内容产出不少于 4 张海报，包含现场拍摄、后期设计制作、线上线下布置等费用。	/
12	公益视频制作	1 项	1. 包含内容策划、现场拍摄、后期制作、线上线下推广等； 2. 成品总时长不低于 3 分钟； 3. 清晰度不得低于 1920 ×	根据有关文件要求，公益视频应为 II 类媒体播放片，拍摄制作费用，不得高于

			1080。	15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。
13	音乐宣言制作	1 项	1. 包含内容策划、词曲授权、编曲、录音、后期制作、线上线下推广等； 2. 成品总时长不低于 3 分钟。	根据有关文件要求，音乐宣言应为Ⅱ类媒体播放片，拍摄制作费用，不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。
14	流量曝光	1 项	邀请不少于 15 名小红书万粉及以上 KOL 参与本次活动并在其账号上发布相关内容。	/
15	媒体	1 项	活动期间图文消息报道不低于 10 条。	/
16	兑奖工作人员	1 项	活动期间需要在 24 家去茶山门店驻守，负责兑换礼品并登记信息，每个门店至少配备 1 名兑奖工作人员，每天驻店时间不少于 10 小时。	/
17	摄影摄像	1 项	整个活动期间需派专业拍照、摄影人员不少于 4 人记录活动精彩瞬间。精选照片不少于 200 张，产出视频不少于 2 条，每条不低于 30 秒。	/

#### 4. 其他要求

4.1 活动期间使用的全部设计图案须为原创作品，版权需归贵州省体育彩票管理中心所有。

4.2 活动开始前需要进行活动预热宣传：准备活动预热稿件一条，要求不低于 500 字，在至少 5 家省内、1 家央视主流媒体进行投放，吸引人群参加。

## (六) 媒体宣传服务

类别	媒体形式	数量	播出形式及时间	备注
天眼新闻	转发和采写动态新闻，不低于20条。		以图文或视频等形式展现，服务期12个月。	
多彩贵州网	转发和采写动态新闻，不低于20条。		以图文或视频等形式展现，服务期12个月。	
广播	FM91.6		FM91.6套播广告，一天8次。12个月服务期。	FM91.6时间安排 08:00 09:30 10:30 12:30 14:30 16:30 17:30 18:30;
中国体育报	动态新闻等		平面和相关APP等对贵州体彩信息进行宣传报道，报道不低于12条。12个月服务期。	
新华网	在新华网贵州频道发布不低于12条体彩信息。		服务期12个月	
人民网	在人民网贵州频道发布不低于12条体彩信息。		服务期12个月	
户外广告	美的悦然广场LED屏（观山湖区）	1	15秒视频，每日不低于80次，12个月。	早上10点到下午8点间
	贵阳奥体中心LED屏	12场	（中乙赛）比赛场地周围，每场不低于8次，每次不低于5秒。	比赛期间，90分钟内。
	电梯语音广告	150	服务期6个月	
	楼宇电梯内正前方投影广告	250	15秒视频，规格90×38cm，每日120次以上播出频次，服务期12个月。	早上9点至下午6点



	全民健身中心户外大牌	3	常挂，服务期12个月。	宣传位物料更换、制作
	阳明祠附近游泳场馆户外宣传位	3	常挂，服务期12个月。	宣传位物料更换、制作
	灯箱广告（北京路地铁站H口附近地下停车场）	150	常挂，服务期12个月。	灯箱宣传物料制作、更新
新媒体账号策划运营推广	抖音、微博	2	服务期12个月	全年：抖音30期；微博80期

#### 新媒体账号（抖音）策划运营推广说明

##### 1. 账号基本信息

账号名：贵州体彩。

定位：宣传推广贵州体彩。

##### 2. 账号具体定位

2.1 基于贵州体彩中心的内容架构，孵化短视频IP。

2.2 以孵化IP为基础，以内容丰富性结合贵州体彩中心的形象特性，完善该IP的独特性。

2.3 再通过内容运营培养该IP在短视频传播平台的影响力，平台以：抖音主流短视频平台传播为主。

2.4 账号风格以轻松治愈系为主要体现方式，同时结合当下新鲜热点以达到新媒体传播效力。

##### 3. 内容定位

3.1 该IP的内容定位，以亲近生活化的情感类IP为主线衍生，通过视觉化的镜头语言，设定为故事向、剧情向、治愈向结合vlog的多元表现形式，同时以背包客主人公角色探取公益地图足迹。

3.2 时长：不超过3分钟。

3.3 内容架构来完整表达每一期内容主旨

3.4 对标账号参考：房琪kiki（治愈系旅游账号）、何香蓓betty、阿园的逃跑

计划。

3.5 主要内容选题：①快乐操场项目；②旭日助学项目；③彩店彩风；④体彩追梦人；⑤公益金资助项目；⑥责任彩票公信力建设；⑦产品游戏宣传⑧合规经营等。

#### 4. 制作费用及运营模式

官方抖音运营，用于发布品牌宣传、产品动态信息。

4.1 视频制作费：具体参考“贵州省财政厅关于省级宣传片拍摄制作费预算支出标准”，实现全年30条播放量，每期前期+后期制作时长为10个工作日。

4.2 数据根据网络反馈，投放范围、投放目标、投放类型做实时更新调整，根据不同需求具体投放抖+、OCPM（广告智能优化投放）、CPM（按曝光扣费）、CPC（按点击扣费）、CPV（按观看次数扣费）、CPA（按行为效果扣费：如注册账号、购买账号商品等）、CPT（开屏广告：按广告展示时间计费）。投放平台：抖音。

流量投放费用：根据官方app的流量投放具体定价，全年运营账号粉丝量保持在10万以上（包含视频拍摄团队产生的差旅费用及账号所需运营的一切费用）。

发布与账号维护：

①视频尺寸统一，培养受众视觉习惯，提供受众特征数据。

②内容发布文案注意易错字词，并带与本次内容相关的热门话题。

③发布时需带上定位地址。

④评论区多互动、实时控评、不要出现负面评价。

⑤维护好数据，新内容更新前做到数据分析及抖+流量投放的指数。内容发布后存取流量投放报告和曝光、粉丝、互动量等数据凭证。

⑥内容展示活动多，需要避免掉被限流的关键字。

⑦需每日实时监控账号数据，每月提供后期账号运营每期内容数据报告及投放凭证。

⑧持续养号（1）随机刷一些附近的人视频、创造用户活跃的数据（2）返回首页随机刷一部分比较火的视频，进行留意与有关体彩的正面留言互动（3）点开人数较多的直播，每天最少挂半个小时以上，养号周期一般3-5天，最佳的周期时长是7天。养号过程中的在线浏览视频时长，保证至少1小时并且分间断，即上午刷半个小时左右之后，间隔3-5小时，再刷剩下的半个小时抖音。模拟正常用户使用行为的养号技

巧，能够对应增加抖音账号的权重，为账号加分。

⑨拍摄内容画质清晰，要求画质呈现在1080P及以上，非特殊情况剪辑中不能一镜到底。

⑩发布优化，内容在12:00—1:30；6:00—11点发布，提前10分钟发布平台有一个审核时间。定位到人群密集的地方发布。积极引导点赞、评论、分享、视频的文案正向乐观描述。抖音小助手、参与话题等。

内容规范，（1）封图，保持整个UI的一致性，简洁干净，同时注意避免上线后被右边的互动区域所遮挡；（2）标题，提炼简单易懂的关键内容，字数12以内，尽量保持做成封面时为两行以内；（3）正文，语言精炼有文采，内容深刻走心，引人共鸣；（4）字幕，使用辨识度高的字体，字号大小适中，不被页面悬浮内容遮挡。

注意事项，视频里面禁止带有硬广、水印、烟酒、纹身、涉政、诋毁侮辱他人、着装暴露、内容低俗不雅、色情与频繁私信粉丝、抄袭、冒充抖音官方人员、带有黄赌毒血腥武器（刀枪等）。禁止使用模拟器频繁登录账号。禁止频繁切换帐号、禁止同IP下挂十几个账号。

#### 新媒体账号（微博）策划运营推广说明

内容定位上以打造集公益传播、体育精神弘扬、彩票文化普及于一体的综合性微博平台。通过以图文和短视频为载体的生动的故事讲述、及时的资讯发布、互动的话题讨论，展现贵州体彩的社会责任、公益成果及品牌魅力，同时加强与用户的情感连接，提升品牌影响力和用户粘性。

图集：每周至少1期，由单张至多张图片及文字组成。短视频：每月1期，时长不超过3分钟。总80期。

刊播：根据需求安排。选题涉及但不限于①快乐操场项目 ②旭日助学项目 ③体育赛事速递 ④体彩追梦人 ⑤公益金资助项目 ⑥责任彩票、公信力建设 ⑦产品游戏宣传 ⑧互动话题讨论 ⑨体彩知识小课堂 ⑩节日特别策划 ⑪合规经营等。费用含图文及视频制作费、发布与账号培育、维护、安全运维等。

#### 互动活动：

为提升抖音、微博账号粉丝互动活跃度，增强用户粘性，现计划通过评论区奖品互动活动（如抽奖、热评奖励等）吸引用户参与。活动需兼具实用性、趣味性及传播

属性（如定制周边、文创产品、生活用品等）。奖品需符合抖音平台规则，禁止包含敏感信息或违规内容。具体产品及价格需得到需求方认可，要求提供奖品总价不低于20万元，单价不超过100元（价格需包含邮费）。

### 三、其他要求：

由于体彩吉祥物衍生品为全国统一形象及材质，以上活动如需使用体彩吉祥物衍生品的，可在指定供货商处采购，价格参考只包含物料本身，快递运输费用另算。供应商也可根据参数，按照相关标准自行定制。

类目	图片	参数	价格参考	样品制作厂商
主形象衍生品				
手办摆件		1. 材质：PVC颗粒成型。 2. 工艺：搪胶。 3. 喷漆：外观表面喷油（哑光漆、珠光漆）。 4. 印制：印刷花纹移印。 5. 外包装：透明塑封+纸盒。 6. 尺寸：15cm(高)×14.8cm×8.1cm。	100	公司：开封市积海文化传媒有限公司 联系人：艾金宝 电话：13839996662
公仔		1. 面料：200g锦纶。 2. 填充物：食品级雪花粒子。 3. 缝制工艺：双棉带车缝。 4. 其它：吊牌、织唛、水洗标。 5. 外包装：纱网袋。 6. 小号：25cm(高)×23cm(宽)×12cm。 7. 总重 110-120g。	45	公司：广州市和谐动漫产业有限公司 联系人：邓尧权 电话：18102282116
人偶服		1. 面料：水晶超柔。 2. 工艺：内膜采用EVA雕刻工艺，海绵填充。 3. 外包装：防水布袋+防压木架。	4500	公司：北京鸿福昌盛文化发展有限公司 联系人：王同昌 电话：

		4. 尺寸：1.85m(高)×1.5m(宽) ×0.85cm(厚)。		13522912791 18510736856
其它形象应用衍生品				
卫衣		1. 面料：精棉毛圈面料。 2. 前身大面积印花，左臂组合logo印花。 3. 克重：350g。 4. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷。	130	北京千百度服装有限公司 联系人：李晓萌 电话： 010-64890815
		1. 面料：奥黛尔毛圈面料。 2. 克重：350g。 3. 印制工艺：热转印刷。		
T恤		1. 面料：纯棉双纱面料。 2. 克重：200g。 3. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷。	65	
帆布包		1. 材质：帆布、克重405g。 2. 印制工艺：荧光印刷+热转印刷，加隐形口袋。 3. 尺寸：41cm×37cm。	65	
			58	
钥匙链		1. 材质：铝合金。 2. 工艺：烤漆入色+滴胶。 3. 尺寸：高45mm 厚度2mm。	20	北京君诺达科技有限公司 王仕军

				18901059900
抱枕		1. 面料棉麻；填充物PP棉。 2. 印制工艺：丝网印刷。 3. 尺寸：44cm×44cm。	35	印想未来（北京）数码科技有限公司 董夏艳 13466401852
帽子		1. 面料棉。 2. 印制工艺：丝网印刷。	21	印想未来（北京）数码科技有限公司 董夏艳 13466401852
T恤	 	1. 面料：40支新疆长绒棉。 2. 克重：220克。 3. 工艺：丝印+热转印。	75	北京千百度服装有限公司 李晓萌 010-64890815
口罩	 	1. 材质：无纺布×熔喷布。 2. 工艺：数码喷绘。 3. 外包装：医用透析纸+复合膜。 4. 尺寸：17.5×9.5cm。	10	
徽章	 	1. 材质：锌合金。 2. 工艺：烤漆+滴胶。 3. 配件：磁铁 +磁铁帽。 4. 包装：OPP袋。 5. 尺寸：35×35mm以内。	28	北京君诺达科技有限公司 王仕军 18901059900
运动款公仔		1. 面料：200g锦纶。 2. 填充物：食品级雪花粒子。	55	广州市和谐动漫产业有限公

		<p>3. 缝制工艺：双棉带车缝；其它：吊牌、织唛、水洗标。</p> <p>4. 外包装：纱网袋。</p> <p>5. 小号：25cm(高)×23cm(宽)×12cm。</p> <p>6. 总重110-120g。</p>		<p>司</p> <p>邓尧权</p> <p>18102282116</p>
足球		<p>1. 材质：TPU。</p> <p>2. 克重：400-450克。</p> <p>3. 工艺：数码印刷。</p> <p>4. 5号尺寸：直径约为21.5cm。</p>	86	<p>厦门蓝猫萌娃商贸有限公司</p> <p>张傲娟</p> <p>13328790387</p>
运动款人偶服		<p>1. 面料：水晶超柔。</p> <p>2. 工艺：内膜采用EVA雕刻工艺，海绵填充。</p> <p>3. 外包装：防水布袋+防压木架。</p> <p>4. 1.85m(高)×1.5m(宽)×0.85cm。</p>	8900	<p>北京鸿福昌盛文化发展有限公司</p> <p>王同昌</p> <p>13522912791</p> <p>18510736856</p>
钥匙链		<p>1. 材质：pvc软胶。</p> <p>2. 钥匙环材质：锌合金。</p> <p>3. 高60mm 厚度33mm。</p>	20	<p>广州吉占开物文化科技有限公司</p> <p>黄女士</p> <p>13690928626</p>
文具套装		<p>3个文件夹+1个书签+一个毛毡本+1个毛粘本+1个腰封</p>	66	<p>欧德易</p> <p>13811704800</p>



毛毡包		毛毡收纳袋+包装：opp袋	16.8	
毛毡本		1. 毛毡+活页+100g道林纸。 2. 张数：80张。 3. 包装：opp袋。 4. 封面：14.5×14。 5. 内页12.5×12.5cm。	33.6	
乐小星足球+包装			79.2	欧德易 13811704800
飞盘+束口袋		1. 飞盘：175G，PE，赛级。 2. 包装：210D涤纶，可背，35×40cm，束口袋。	37.2	
冰箱贴		一套4个（直径3厘米+包装盒封）	30	
双面渔夫帽		1. 材质：双面纯棉。 2. 印刷方式：数码印刷。 3. 包装方式：opp袋单独包装+外包装。 4. 标准头围。 5. 尺寸：55-58头围。	45.6	



书签		磁吸书签笔（乐小星造型，1个画面）	2.4	
文件夹		1. L 异型文件夹材质：30 丝 PVC。 2. 包装方式：单个 OPP 袋。每套文具套装放 3 个。 3. 尺寸：30.5×21cm。	6	
透明 A5 贴纸			6	
乐小星春节系列手办		PVC 软胶，预计 6 种动作一套+包装	321	木青商贸 17718371221
保温杯		不锈钢保温杯，印制画	59	
乐小星龙年毛绒玩偶		1. 尺寸：高度 32cm。 2. 外层材质：精品绒。 3. 内层材质：水晶超柔布。 4. 填充物：PP 棉。 5. 工艺：刺绣、织唛。	52.8 (500 套起订)	中体彩运营公司 孙立飞 13511079838
			46.8	

		6. 包装：OPP 袋。	(100 0个起 订)	
乐小 星龙 年手 办		1. 尺寸：高度7-8厘米。 2. 材质：PVC软胶。 3. 包装：四色印刷插口盒。 4. 备注：新春季即开票同款， 体彩&东来也联名款。	27.7 (500 套起 订) 25.9 (100 0个起 订)	
乐小 星午 休套 装		1. 一套三件，包含毯子、抱枕、 眼罩。 2. 毯子：100% 聚酯纤维150cm ×100cm。 3. 抱枕：水晶超柔46×33× 10cm。 4. 眼罩：仿真丝10×10.7cm。 5. 包装：三款产品外部OPP袋 包装，整套为四色印刷裱糊 瓦楞纸盒+通用吊牌。	160.8 (200 套起 订) 136.8 (500 套起 订)	中体彩运营公 司 孙立飞 13511079838
乐小 星 MINI 手办		1. 一整套6只，每只有单独包 装及身份卡。 2. 主体尺寸：每只高度4cm。 3. 主体材质：PVC软胶。 4. 备注：每只底部不同文字， 随遇而安、身强力壮、情投 意合、如鱼得水、学富五车、 旗开得胜。	75 (500 套起 订) 48.9 (200 0套起 订)	
乐小		1. 尺寸：高30cm，宽25cm。	198	

星陶瓷摆件		2. 材质：主体陶瓷，底部布艺垫。	(200套起订)	
			156 (1000套起订)	
旅行收纳袋		1. 尺寸：420×330mm。 2. 材质：防水尼龙斜纹290D。 3. 工艺：织唛布贴×5个、pvc软胶章×2个。 4. 手提肩带：编织提花。	59	
随身医疗包		收纳包×1；棉签×10；创可贴×12；驱蚊贴×12；单片装清洁湿巾×10包装材质：eva。	24	中体彩运营公司 孙立飞 13511079838
折叠椅		折叠椅尺寸：33×33公分，产品面料：600D牛津布，钢管规格：Φ14mm喷塑钢管，最大承重100kg。	36	
棒球帽		纯棉斜纹帆布，车缝刺绣工艺，帽扣拼色。	33	
运动擦汗巾		1. 擦汗巾尺寸：30×80公分，材质：速干聚酯纤维，带吊牌；定制硅胶包装。 2. 硅胶包装材质：环保硅胶，	27	

		尺寸：125×99×71mm，壁厚2.5mm，带挂钩。		
胶囊晴雨伞		五折八骨胶囊雨伞，撑开直径：96cm；收伞高度20cm；撑开高度：57cm；伞品净重：290g，外面加带背带布套。卡纸盒包装。	59	
大容量帆布包		1. 16安涤棉覆膜。 2. 热转印工艺。 3. 30×38×10cm。	54	
定制雨衣		磨砂加厚环保Eva材质，热压拼接成型工艺，logo多色多处丝印。	49	中体彩运营公司 孙立飞 13511079838
折扇		绢布折扇：双面图案，10寸，33cm。	19	

乐小星标准版玩偶		尺寸：30cm，材质：水晶超柔； 工艺：电绣+，包装，单独0pp袋包装。	42	
乐小星足球运动手办		工艺：PVC硬胶注塑一体成型， 5种造型一套+包装+身份卡。	165	
乐小星全民健身手办		工艺：PVC软胶，6种造型一套+ 包装+身份卡。	195	
乐小星大乐透手办		工艺：PVC软胶，1种造型一套+ 包装。	33	中体彩运营公 司 孙立飞 13511079838
乐小星斜挎包			42	



## B包

## 一、采购清单：

序号	服务名称	限价（万元）
1	电视媒体宣传服务	700

## 二、采购要求：

需求概况：借助省内特色优势媒介资源，提升品牌传播质量及效能，提高各类人群及社会公众对于体彩公益公信形象及体彩品牌的价值认同。

服务期：2025 年 9 月 26 日至 2026 年 9 月 25 日。

## （一）打造《动感贵州》（初定名）体育公益栏目

打造《动感贵州》体育公益栏目。

## 1. 节目品牌植入：

## （1）宣传口号（待合作开始后确定）

体彩，有你更精彩；体育，因体彩更精彩。

全民健身中国强，体育彩票圆梦想。

体育强国，体彩圆梦。

你未必光芒万丈，但始终温暖有光。

## （2）主持人口播

欢迎收看由贵州省体育彩票管理中心与\*\*\*\*\*联合制作的《动感贵州》。

## （3）记者开场词

这里是由贵州省体育彩票管理中心与\*\*\*\*\*联合制作的《动感贵州》栏目...

## （4）栏目片头植入

植入中国体育彩票名称及 LOGO，表示本栏目由中国体育彩票与\*\*\*\*\*联合制作。

## （5）演播室植入

演播室背景板植入中国体育彩票名称及 LOGO。

## 2. 播出时段：

每周六晚间 20:30-21:00

## 3. 播出时长：

总时长 30 分钟

#### 4. 播出频次：

首播：周六（20:30-21:00）共播出 52 期（重播除外）

重播：周日（00:55-01:20）；周日（17:28-17:50）

#### 5. 栏目版块设计：

（1）**阳光体彩**：深入挖掘典型人物、故事，全面展示体育彩票的公益性。首先，重点报道体彩公益金对于体育事业的支持和建设；其次，为加强群众对体育公益金用途的了解，针对体彩公益金在扶贫、水利建设、弱势群体帮扶等方面所作出的贡献进行专题报道，展现“公益体彩、民生体彩、责任体彩、诚信体彩”的新理念。让更多的人认识到，体彩公益金是有温度、有情怀的体彩，更是有责任、有担当的体彩。

（2）**体育“黔”沿**：重点关注全省体育事业的发展，宣传省内各大重要赛事，采访报道全省体育新闻，并进行深度专题报道，进一步挖掘新闻背后的故事，展示贵州体育的发展成就。

（3）**黔味体育**：以专题形式展示贵州的传统民族特色体育项目，对外展示和推介我省的传统民族特色体育及旅游发展成就。

（4）**王牌会客厅**：以专题形式对贵州体育人物或者团队进行专访，邀请各类比赛队伍（如：体操队、足球队）及优秀贵州籍运动员到演播间进行访谈，强调故事性。以人物访谈和人物特写相结合的形式进行报道，打造贵州体育名片，让观众充分感受到贵州体育事业发展的成果，展示贵州体育人的独特魅力，打造贵州本土体育明星，促进贵州体育形象的提升。

（5）**体育故事**：讲述每个体育项目背后的故事和体坛历史。和观众一起分享体育小知识、体育趣闻。

（6）**跟我“动”起来**：邀请专业健身教练、社会体育指导员向观众演示如何科学健身，录制健身视频，并在手机客户端进行播放。

（7）**运动小课堂**：邀请运动专家及医学专家作为指导，向观众介绍科学运动的基本常识。比如：如何正确跑步、如何正确热身、如何选择合适的运动装备等。

（8）**文体旅黔行 VLOG（动感旅游）**：以主持人出境的方式，到贵州及国内多个体育旅游景点、体彩公益金资助项目进行体验，以此对外展示贵州丰富的体旅资源，促进贵州体育旅游示范区建设，侧面反映出体彩公益金的贡献。

#### （9）赛事直播：

全年针对贵州省内举办的各类重大体育赛事，提供不低于 80 场直播。在进行体育赛事直播的过程中，将与体彩相关的周边商品摆放在直播间显眼的位置，如体彩乐小星、纪念品等。此外，在直播画面的适当位置，植入体彩的 LOGO，确保在观众观看比赛的同时，能够频繁地接触到这一品牌标识。不仅如此，在赛事直播期间，可进行解说员口播，同时在直播的间隙时间，播放体彩公益宣传片。

现场组建专业的赛事直播团队，包括导演、摄像、导播、技术保障及赛事解说员等人员不低于 30 名。同时现场配备 SONY 摄像机，SONY 切换台、编码器、网络传输设备、矩阵，各类佳能、富士镜头、TALLY 及通话系统等专业的直播设备。使用配置合理，具备完善的应急备份系统，能满足各类型的直播要求。确保直播画面清晰、流畅，音画同步，并提供多机位、慢动作回放等专业效果。

在赛事直播期间，利用全媒体矩阵，对全年省内各大体育赛事进行全网分发。同时，相关内容也将同步推送至贵州省体育局官方账号。针对重点赛事，将展开全国主流媒体的广泛分发，以进一步扩大赛事的辐射范围和影响力。

#### **高清转播车直播：10 场**

利用专业转播车辆，结合先进的移动传输技术，搭建起 10 个以上的多机位高清信号传输系统，以实现现场直播。适用于大型且复杂的场地赛事直播。

#### **大型赛事直播：20 场**

针对具有广泛影响力的大型体育赛事，将采用高清转播设备与技术，进行现场多机位切换直播，确保赛事精彩瞬间能够实时、高清地呈现给观众。

#### **轻量化直播：30 场**

利用电视台轻量化传输设备，搭建 4 个左右机位高清信号进行直播。

#### **单机位直播：20 场**

通过电视台的移动传输设备，搭建起一个机位进行现场直播。

（备注说明：根据每期节目时长、内容等情况安排播出，每期节目内容将会灵活调整）。

### **（二）在王牌栏目开设贵州体彩公益新闻专版**

在流量较好栏目中开设同名版块“动感贵州”，通过不定期动态报道及专题策划等形式，对贵州体彩相关内容及贵州体育工作进行宣传。该板块播放时，包含片头和角标，同时还有“中国体育彩票”LOGO 植入。

### **（三）在流量较好的自有 APP 开设二级导航和专区**



在流量较好的自有手机客户端上开设二级导航页面和专区，内容涵盖最新体彩公益事业动态、贵州体育资讯、《动感贵州》栏目回顾、体彩公益活动链接入口、电视节目互动端口等。

1. 通过大小屏互动，将《动感贵州》栏目播出的体彩公益节目视频及相关图文信息、贵州体育资讯、赛事消息等定期上传到专区，观众可以随时浏览转发。

2. 根据活动需要，在 APP 上设计推出电视互动渠道，如电视口令等方式，为由体彩冠名的活动进行抽奖和赠送礼物。

3. 在 APP 对重大赛事、活动进行直播，并分发至今日头条、新浪微博、抖音、快手等全网络媒体平台，促进传播范围最大化。

4. 进一步运营栏目专属抖音号，以短视频的形式及时发布各类信息。

#### （四）体彩线下活动

##### 1. 举办公益助学启动仪式

要求举办启动仪式，并负责启动仪式策划执行和宣传报道。地点面积不得少于 150 平方米，包含舞台、灯光、音响、主持人、演艺人员、服装、化妆等，拍摄活动主题片至少 3 条；安排 1 场捐赠仪式；为参加活动的师生代表和演员购买短期保险并提供交通和用餐，参加学生和演员不少于 50 人；配套相应的宣传资源。

##### 2. 贵州体彩 2025 年“快乐操场”、“快乐体操”、“青春同行 公益筑梦”公益项目启动仪式

2.1 数量：配合全省“公益体彩 快乐操场”、“公益体彩 快乐体操”、“青春同行 公益筑梦”项目开展，共 20 次；

2.2 费用：背景喷绘 20 张（长 6 米，高 3 米）、桁架 20 次（与背景尺寸相符）、音响 20 次、话筒 20 次、捐赠牌匾 20 块、物料运输及其他配套布置 20 场；如果活动需要桌子、桌布，供应商应当给予配合，不收取费用。

注：由于受助单位大多位于偏远地区，请供应商充分考虑路程因素后报价。（20 场活动场地覆盖全省 9 个市州，每个市州 2-5 处。具体明细，待采购人确定后提供给中标供应商）。

##### 2.3 相关要求：

2.3.1 活动前的策划方案须经过采购人确认。

2.3.2 活动结算单中须包含策划方案中所有物料的现场照片，不能出示照片的视为未完成，扣除该部分费用。

2.4. 验收要求：20 场捐赠仪式完成后，经参加仪式的采购人现场进行书面验收。

3. “相约体彩”公信力建设活动

3.1 目标：

开展 2025 年度“相约体彩”开奖观摩活动一场。

3.2 行程安排

日期	时间	内容
第一天	全天	前往北京并入住酒店
第二天	上午	参观即开印厂
	下午	前往开奖大厅进行签到
	晚上	现场观摩开奖
第三天	全天	返回贵阳

3.3 内容

预计该活动参加人数为 40 人次，人员包含省内主流媒体人员、KOL 流量明星、体彩公益活动受助者、购彩者等。所有去北京的人员名单须由采购人审核同意。需为参加活动的人员按贵州省公务人员出差标准提供居住地至北京的住宿、餐饮、用车、保险和交通等相关服务。

3.3.1 住宿

根据活动天数，需为参加活动人员提供住宿，每 2 人一间标准间，不足 2 人则提供单人标间，按《中央和国家机关工作人员赴地方差旅住宿费标准明细表》规定每人每日住宿费用不得超过 500 元，原则上预定酒店应距离北京市中国体育彩票丰台区开奖大厅：（北京市丰体南路 55 号）不超过 10 公里，供应商可按最高价进行报价，活动结束后凭住宿发票实报实销。

3.3.2 餐饮

活动期间需为活动人员按每人每天 100 元标准提供三餐。

3.3.3 用车（北京市内）

活动期间供应商需提供车辆用于活动人员市内交通，往返于市内机场、火车站、住宿酒店、活动场地等，需要车辆情况如下：

序号	车型要求	车况要求	司机要求	用途
1	45 座（含）以上	车况良好，安全舒	具备五年以上安全驾	负责活动人员

	空调旅游大巴	适，3年内新车	驶旅游大巴经验	市内交通
--	--------	---------	---------	------

3.3.4 保险

在活动开始前，供应商须为所有参与活动的人员购买人身意外保险，费用由供应商承担。

3.3.5 交通费

活动前，供应商需根据采购人提供的名单及经采购人确认的招募名单联系参加本次活动的人员，并为其制定行程、为活动人员预定居住地至北京之间的往返的车票或机票（供应商应考虑部分人员从贵州省内其他城市到达贵阳，再从贵阳到达北京的情况），活动结束后凭相关报销凭证实报实销。活动出发日及到达日当天，按每人 80 元标准发放交通补助，用于参加人员往返当地汽车站、火车站、飞机场等，活动期间不另外发放交通补助。

3.4 物料

活动前期，供应商应当按照采购人实际需求制作横幅、乐小星公仔、活动服装、背包等宣传物料。

要求如下：

3.4.1 横幅（两条）

相约体彩 贵州观摩团

“微光行动·希望工程”旭日助学研学活动

- 横幅颜色规格：标准印刷色大红（M100，Y100）；
- 横幅字体：大黑体，字号为 40cm，颜色规格为标准印刷色（Y100）；
- 相约体彩 logo：长度 45cm。

3.4.2 乐小星公仔：

参照体彩衍生品标准，要求数量 40 个。

3.4.3 活动服装

参照体彩衍生品标准，设计制作活动 服装，要求数量 40 件。（预计开展时间为 11 月，充分考虑天气因素设计服装。）

#### 3.4.4 背包：

参照体彩衍生品标准，提供斜挎包或便携背包，要求数量 40 个。

#### 3.4.4 带队人员

针对本项目组建专业的活动策划执行团队，团队主要成员应具备相应的资格和资质、具备本项目所需的专业知识和多年的此类项目经验，并在类似项目中担任相同角色。组成人员和具体要求包括但不限于：

3.4.4.1 领队负责人：具有 5 年以上相关服务经验，在投标单位工作 3 年以上，需参与所有执行工作。

3.4.4.2 活动专项对接人员：具有 3 年以上相关服务经验。

项目执行时，需投标方须指定领队负责人并说明团队人员的角色分配，同时需要向采购人提供团队人员配置明细表及人员联系表。为更好地完成采购项目：投标方需明确由专人负责主动与采购方项目负责人进行沟通，建立良好的沟通机制，将项目进行过程中遇到的问题、采用的解决方法、产生的阶段性成果等相关事项按照采购人要求定期及时地反馈。项目负责人及活动专项对接人员须全程陪同所有活动。

#### 3.5 相关要求

针对本项目所包含的住宿、交通、差旅补助等相关费用应作出预算，凭各类发票及报销凭证实报实销，其余策划、执行、设计费用按供应商报价结算。

### 4. 体彩公益金项目宣传

4.1 内容：邀请不低于 5 家省内知名媒体（10 人以内）对省内 5 个优秀公益金项目进行实地探访并拍摄报道，各公益金项目可能在全省 9 个市州。

#### 4.2 产出要求：

4.2.1 项目图文消息报道不低于 10 条。

4.2.2 项目专题报道（包含视频）不低于 5 条。

4.2.3 公益金项目专题片不低于 3 条（每条时长不低于 3 分钟）。（注：上述产出需要在邀请的所有媒体投放）

#### 4.3 内容

4.3.1 供应商需提供策划方案，并对产出产品技术参数（清晰度、时长、数量等）进行说明，产品清晰度不得低于 1920×1080。

4.3.2 供应商需根据以上内容报出价格细项（税费、交通费、食宿费、物料制作费、视频制作费、刊播费等），不能报出单品价格的视为无效投标。

参照《中央和国家机关工作人员赴地方差旅住宿费标准明细表》标准，贵州省内住宿费用每人每日 280--300 元。

根据有关文件要求，公益金项目专题片应为Ⅱ类媒体播放片，拍摄制作费用不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。

#### 4.4 中标供应商职责：

4.4.1 负责此项目的统筹安排，保持 24 小时电话响应。

4.4.2 提供良好的服务保障，提供拍摄团队资历证明（专业证书、以往成果案例等）；产出内容未经采购人确认，不得对外宣传。

4.4.3 产品应带有体彩 logo，应符合《中国体育彩票品牌视觉识别管理手册》相关要求。

### 5. 公益民生宣传片拍摄

要求：

5.1 根据采购人工作需要，拍摄公益民生主题宣传片 1 条。

5.2 拍摄取景处可能位于省内各地，需要拍摄人员实地拍摄；拍摄地处体彩公益宣传可能缺少或损坏，如遇相应情况，需要重新制作相应宣传后进行拍摄。

5.3 中标供应商须拟定脚本，脚本经采购人审核通过后方可进行拍摄；

5.4 宣传片时长控制在 3--7 分钟内；根据正片内容，需要剪辑一条 1 分钟竖版用于在短视频平台投放。

5.5 要求宣传片清晰度不得低于 1920×1080，包含片头、花字、落版及字幕，采购人对样片进行修改；修改完成经采购人确认后方可对外刊播。

5.6 宣传片投放：要求至少在两家省内媒体及一家央级媒体上进行投放，至少有一个媒体平台单条链接浏览量不低于十万次。

5.7 供应商需根据以上内容报出价格细项（税费、物料制作费、视频制作费、设备租赁费、刊播费等），不能报出单品价格的视为无效投标。

5.8 根据有关文件要求，公益金项目专题片应为Ⅱ类媒体播放片，拍摄制作费用不得高于 15000 元每分钟，超过 3 分钟的，按 3 分钟计算。

### （6）以体彩中心重要活动及产品为主题策划活动

要求举办两场体彩游戏产品助力销售活动，包括但不限于网络直播、线下+线下互动、网络竞猜等形式的具体内容，邀请广大观众参与，按照年度体育彩票宣传主题，活动主题可能为“大乐透派奖”、“顶呱刮宣传”、“竞彩活动”等，具体以采

购人要求为准，要求助力体育彩票销售并配套不低于20万元的实物奖品。要求每场需拍摄活动宣传片一条。

体育彩票宣传服务

## 第六章 合同条款

注：该合同仅作为参考，具体合同签订时与采购人协商。

甲方（委托人）：\_\_\_\_\_

乙方（受托人）：\_\_\_\_\_

甲、乙双方本着共同发展的原则，在自愿平等、友好协商的基础上，根据《中华人民共和国民法典》及有关规定，就甲方委托乙方组织\_\_\_\_\_项目的相  
关事宜，达成如下合同条款，双方共同遵守：

### 第一条：服务内容

1. 甲方委托乙方于\_\_\_\_\_年 月 日至\_\_\_\_\_年 月 日期间实施\_\_\_\_\_
2. 甲方委托乙方执行上述项目服务的具体事宜。
3. 付款方式：按采购文件规定付款，甲方应向乙方支付费用总计 \_\_\_\_\_元  
人民币（大写：\_\_\_\_\_）

### 第二条：甲方权利义务

1. 甲方有权监督、检查乙方服务项目的完成情况，对不符合甲方要求的事项，有权要求乙方修改。
2. 甲方根据需要可以对项目内容作出调整，但应及时通知乙方。
3. 甲方应把本项目需要达到的目的、效果和具体执行要求告知乙方，以便乙方按甲方要求开展活动。
4. 甲方应及时向乙方提供活动需要的相关材料，包括但不限于文字材料等。
5. 甲方应对乙方提交的服务方案、组织筹备等事宜及时作出批准或确认。如需乙方修改变更，应及时乙方，并告知具体要求。
6. 甲方应按合同要求及时支付乙方费用。

### 第三条：乙方权利义务

1. 乙方应组织有经验的人员专门负责甲方委托的项目，保证活动符合甲方要求，并达到预期效果和目的。

2. 乙方应制定详细的服务执行方案并交由甲方确认，按时完成各项工作并保证完成事项的质量。
3. 乙方应及时将有关项目的服务方案交由甲方确认，乙方不得擅自实施，否则自行承担一切后果。
4. 乙方自行组织、筹备活动所需的有关人员、物料等，包括但不限于现场布置所需材料、现场主持等，但由甲方提供的除外。
5. 乙方应妥善保管甲方提供的物品和资料，活动结束后将上述资料和物品归还甲方，但已用于活动无法归还除外。
6. 乙方应组织做好活动现场秩序维护和安全工作，如在活动现场出现人身伤害或财产损失，由乙方承担一切责任。
7. 如甲方对活动内容、要求作出调整，乙方在接到通知后，立即按照调整后的方案开展工作。
8. 在项目执行过程中乙方应做到诚信尽责，最大限度维护甲方的合法权益。

#### 第四条：违约责任

1. 甲乙双方均应认真履行本合同所有条款，任何一方违约，应赔偿因其违约行为给对方造成的损失。
2. 乙方未按甲方要求完成项目，除应采取补救措施外，甲方有权视情况扣除相应的损失作为违约金，但由甲方原因造成的除外。
3. 如乙方违反合同条款规定侵害甲方的合法权益，甲方除要求乙方立即停止侵权外，乙方还应赔偿由此给甲方造成的损失。
4. 未经甲方同意，乙方不得将本合同项下的任何权利、义务转让给他人，否则甲方有权解除合同。
5. 甲方应按合同规定向乙方支付执行费用。

#### 第五条：不可抗力

由于不可抗力，供方服务迟延或不能服务时，责任不在供方，但供方应立即将事故原因书面通知需方，并有采取一切必要措施从速交货的责任。如果事故持



续时间超过交货期限，需方有权撤销合同，如不可抗拒影响需方履约，则亦照此办理。

#### 第六条：知识产权

1. 在本合同执行过程中创作产生的所有作品其知识产权归甲方所有。依法应在活动执行结束后，5日内将上述作品移交给甲方。
2. 乙方在执行活动过程中，必须遵守有关知识产权的法律法规和其他法律法规，不得侵犯他人著作权、商标权、知识产权，也不得侵犯他人的人身权、财产权等权利，否则由乙方承担法律责任。

#### 第七条：争议解决方式

1. 因本服务合同条款未尽事宜或条款存在争议，双方当事人可通过友好协商方式解决。如果协商未成，由甲方所在地人民法院管辖。

#### 第八条：合同期限

1. 本合同自双方签字盖章之日起生效。
2. 本合同一式\_\_\_\_份，由甲乙双方各执\_\_\_\_份。
3. 本合同执行过程中，所有附件和补充协议等一经甲乙双方签字盖章即成为本合同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力。

乙方收款银行帐号

开户行：

户 名：

帐 号：

甲方：

签章

日期：

经办人：

地址：

乙方：

签章

日期：

经办人：

地址：

# 投标文件格式

序号	文件夹/文件名称
1	报价部分
1.1	投标函
2	投标文件格式

### 投标函

- 1、我公司就【替换为项目名称】的【替换为标包名称】的【投标报价名称】（元）为（大写）：\_\_\_\_元人民币，小写：\_\_\_\_元。【投标报价名称 1】（%）以折扣率形式进行报价为\_\_\_\_%，【投标报价名称 2】（%）以下浮率形式进行报价为\_\_\_\_%。
- 2、交付期（日历天）：\_\_\_\_
- 3、备注：\_\_\_\_
- 4、开标一览表内其他内容：\_\_\_\_

供应商名称（盖章）：\_\_\_\_

法定代表人或授权代表：\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_

邮 编：\_\_\_\_

日 期：\_\_年\_\_月\_\_日

## 第七章 响应文件格式

(响应文件封面格式)

项目名称

# 响 应 文 件

项 目 名 称：\_\_\_\_\_

项 目 编 号：\_\_\_\_\_

包 号：\_\_\_\_\_

投标单位名称：\_\_\_\_\_

地 址：\_\_\_\_\_

联 系 人：\_\_\_\_\_

联 系 电 话：\_\_\_\_\_

# 目 录

按照响应文件编制情况制作目录并注明页码

## 1. 投标函

致：明诚汇采项目管理有限公司

根据贵单位项目编号为{项目编号}的{项目名称}采购公告，签字代表(姓名、职务)经正式授权并代表供应商名称提交响应文件。

据此函，签字代表宣布同意如下：

1、我公司的投标总价为(注明币种，并用文字和数字表示的投标总价)(必须按要求填写清楚)。

2、供应商将按采购文件的规定履行合同责任和义务。

3、供应商已详细阅读了全部采购文件，包括更正公告、澄清通知等(如果有的话)。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、本投标有效期为开标之日起90日历天。

5、如果在规定的投标截止期后，供应商在投标有效期内撤回投标，其投标保证金将被不予退还。

6、供应商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价的投标或收到的投标，并承认贵方有选择和拒绝任何供应商中标的权力（部分或全部货物）。

7、我方承诺中标后，将按采购文件规定的标准向贵方支付代理服务费。

供应商：\_\_\_\_\_（盖章）

单位地址：\_\_\_\_\_

法定代表人或其授权委托人：\_\_\_\_\_（签字）

邮政编码：\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_

日 期： 年 月 日

2. 开标一览表

供应商名称：
 项目编号：
 包号：

序号	服务内容	服务时间	服务地点	投标报价（元）
投标报价合计： <div>                         （小写）元                         （大写）元                     </div>				
优惠条件及备注：				

投标声明：（注：若无特殊声明，此项填“无”）  
 供应商（公章）：  
 供应商法定代表人或其授权委托人签字：  
 日期：

注：本表可自行扩展

3. 拟投入人员一览表

类别	姓名	职务	职称	专职/ 兼职	常住地	资格证明（附复印件）			
						证书 名称	级别	证号	专业
项目 负责人									
其他 人员									



4. 服务内容、要求偏离表

供应商名称：\_\_\_\_\_ 项目编号：\_\_\_\_\_ 包号：\_\_\_\_\_

序号	采购文件服务要求	响应文件服务响应	偏离	说明

供应商（公章）：\_\_\_\_\_

供应商法定代表人或其授权委托人签字：\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_\_

注：1、“偏离”系指“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”。

2、请按投标的实际情况，逐条对应采购文件的“服务内容及要求”中的要求认真填写该表。

3、此表可自行扩展。

## 5. 商务条件、要求偏离表

供应商名称：\_\_\_\_\_

项目编号：\_\_\_\_\_ 包号：\_\_\_\_\_

序号	采购文件商务要求	响应文件商务响应	偏离	说明

供应商（公章）：\_\_\_\_\_

供应商法定代表人或其授权委托人签字：\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_\_

注：1、“偏离”系指“正偏离”、“负偏离”或“无偏离”。

2、请按投标的实际情况，逐条对应采购文件的“商务要求”及“供应商须知前附表”中的相关要求认真填写该表。

3、此表可自行扩展。

## 6. 法定代表人身份证明书

单位名称：\_\_\_\_\_

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\_\_\_\_\_（供应商单位名称）\_\_\_\_\_的法定代表人。

特此证明。

法定代表人身份证  
人像面复印件粘贴处

法定代表人身份证  
国徽面复印件粘贴处

供应商（公章）：\_\_\_\_\_

供应商法定代表人签字：\_\_\_\_\_

日 期：\_\_\_\_年\_\_月\_\_日

7. 法定代表人授权委托书

明诚汇采项目管理有限公司：

我系\_\_\_\_ 供应商名称 \_\_\_\_的法定代表人，现委派我单位\_\_\_\_ 先生（女士），  
全权代表我单位处理本次\_\_\_\_ 项目名称 \_\_\_\_（项目编号：\_\_\_\_）投标  
中的有关事务。本授权书于签字盖章后生效，特此声明。

（授权人无转委托）

法定代表人身份证 人像面复印件粘贴处	法定代表人授权代表身份证 人像面复印件粘贴处
法定代表人身份证 国徽面复印件粘贴处	法定代表人授权代表身份证 国徽面复印件粘贴处

附授权代表情况：

姓 名：\_\_\_\_ 性 别：\_\_\_\_ 职 务：\_\_\_\_

身份证号：\_\_\_\_\_

通讯地址：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_

手 机：\_\_\_\_\_

法定代表人（签字或签章）：\_\_\_\_\_

法定代表人电话：\_\_\_\_\_

供应商：\_\_\_\_（盖章）\_\_\_\_\_

年 月 日

## 8. 供应商资格证明文件

按照采购文件“供应商须知前附表”中“供应商资格要求”提供

## 9. 代理服务费确认书

明诚汇采项目管理有限公司：

本次（项目名称）（项目编号）的代理服务费向中标供应商收取。若我单位中标，将在领取中标通知书时按采购文件规定的费率向贵单位支付代理服务费。

供应商：\_\_\_\_\_（公章）

法定代表人或其授权委托人（签字）：\_\_\_\_\_

供应商地址：\_\_\_\_\_

时间：    年    月    日

注：“代理服务费确认书”为响应文件的附件请一同放入响应文件中。

## 10. 投标保证金函

（代理机构）：

鉴于我单位参加（项目名称）（项目编号：）的投标，  
随同响应文件，我方附投标保证金人民币元整（¥ 元）并作出如下保证：

（1）本保证金的有效期限自\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日至\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日。若  
采购人要求延长响应文件的有效期限，经我方同意后，本保证金的有效周期相应延  
长。

（2）在本保证金有效期内，如我方有违反《中华人民共和国政府采购法》  
及下列任何一种违反采购文件规定的事实，可不退还我方投标保证金。

- 1）放弃投标或在采购文件规定的响应文件的有效期限内撤回响应文件；
- 2）中标后，未能在采购文件规定的期限内提交履约担保证件；
- 3）中标后，拒绝在采购文件规定的期限内签订合同。

投标保证金交纳凭证

投标申请人：（单位盖章）

法定代表人（或委托代理人）：（姓名）（签名）

日 期： 年 月 日

## 11. 未拖欠农民工工资承诺函

供应商自行承诺

供应商（公章）：\_\_\_\_\_

供应商法定代表人或其授权委托人签字：\_\_\_\_\_

日 期： 年 月 日



## 12. 投标企业声明函

### (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，属于\_\_\_\_（中型企业、小型企业、微型企业）；

2、\_\_\_\_（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，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：\_\_\_\_\_

注：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。

2、中标供应商享受本办法规定的中小企业扶持政策的，将在中标公告中公开中标供应商的《中小企业声明函》。

## (2) 残疾人福利性单位声明函

致：\_\_\_\_\_（采购人名称）

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：\_\_\_\_\_

不满足上述条件的供应商可不提供本表。

### (3) 投标人遵守政府采购法规的声明承诺函

致：采购人名称\_\_\_\_\_

我公司自愿参加\_\_\_\_\_（采购人名称）\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_（项目名称、项目编号、包号）\_\_\_\_\_的投标，并慎重作出如下声明承诺：

#### 一、针对《中华人民共和国政府采购法》

第七十七条供应商有下列情形之一的，处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

- （一）提供虚假材料谋取中标、成交的；
- （二）采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；
- （三）与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；
- （四）向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的；
- （五）在招标采购过程中与采购人进行协商谈判的；
- （六）拒绝有关部门监督检查或者提供虚假情况的。

供应商有前款第（一）至（五）项情形之一的，中标、成交无效。

#### 二、《中华人民共和国政府采购法实施条例》

第十八条 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。

除单一来源采购项目外，为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

第七十二条供应商有下列情形之一的，依照政府采购法第七十七条第一款的规定追究法律责任：

- （一）向评标委员会、竞争性谈判小组或者询价小组成员行贿或者提供其他不正当利益；
- （二）中标或者成交后无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同；
- （三）未按照采购文件确定的事项签订政府采购合同；

(四)将政府采购合同转包；

(五)提供假冒伪劣产品；

(六)擅自变更、中止或者终止政府采购合同。

供应商有前款第一项规定情形的，中标、成交无效。评审阶段资格发生变化，供应商未依照本条例第二十一条的规定通知采购人和采购代理机构的，处以采购金额 5%的罚款，列入不良行为记录名单，中标、成交无效。

第七十三条供应商捏造事实、提供虚假材料或者以非法手段取得证明材料进行投诉的，由财政部门列入不良行为记录名单，禁止其 1 至 3 年内参加政府采购活动。

第七十四条有下列情形之一的，属于恶意串通，对供应商依照政府采购法第七十七条第一款的规定追究法律责任，对采购人、采购代理机构及其工作人员依照政府采购法第七十二条的规定追究法律责任：

(一)供应商直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关情况并修改其投标文件或者响应文件；

(二)供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改投标文件或者响应文件；

(三)供应商之间协商报价、技术方案等投标文件或者响应文件的实质性内容；

(四)属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动；

(五)供应商之间事先约定由某一特定供应商中标、成交；

(六)供应商之间商定部分供应商放弃参加政府采购活动或者放弃中标、成交；

(七)供应商与采购人或者采购代理机构之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商中标、成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

三、财政部87号令第三十七条 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

(一)不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

(二)不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

（四）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；

（五）不同投标人的投标文件相互混装；

（六）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。

#### 四、政府采购针对供应商投标行为的其他规定

我公司声明承诺本项目的政府采购投标活动,严格遵守以上政府采购相关法律对供应商投标行为的规定，如声明承诺不实，将承担由此发生的全部法律责任。

投标供应商：（盖章）\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

### 13. 供应商针对评分提供的相关证明材料

（按照评分标准所要求进行提供）

#### 14. 供应商根据采购文件要求认为需要补充的其他资料

## 第八章 其他

不作为响应文件模板

### 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

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构及有关单位：

为贯彻落实《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），工业和信息化部、国家统计局、发展改革委、财政部研究制定了《中小企业划型标准规定》。经国务院同意，现印发给你们，请遵照执行。

工业和信息化部

国家统计局

国家发展和改革委员会

财政部

二〇一一年六月十八日



## 中小企业划型标准规定

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，**其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）**。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（二）工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。

（五）零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为

中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

**（十六）其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。**

五、企业类型的划分以统计部门的统计数据为依据。

六、本规定适用于在中华人民共和国境内依法设立的各类所有制和各种组织形式的企业。个体工商户和本规定以外的行业，参照本规定进行划型。

七、本规定的中型企业标准上限即为大型企业标准的下限，国家统计部门据此制定大中小微型企业的统计分类。国务院有关部门据此进行相关数据分析，不得制定与本规定不一致的企业划型标准。

八、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门根据《国民经济行业分类》修订情况和企业发展变化情况适时修订。

九、本规定由工业和信息化部、国家统计局会同有关部门负责解释。

十、本规定自发布之日起执行，原国家经贸委、原国家计委、财政部和国家统计局 2003 年颁布的《中小企业标准暂行规定》同时废止。

体彩彩票宣传服务