**广州南沙旅游发展有限公司**

**2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节**

**系列活动项目**

**邀请招标文件**

**广州南沙旅游发展有限公司**

**二〇二四年三月**

**2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节**

**系列活动项目**

**邀请招标文件**

招标人：广州南沙旅游发展有限公司

招标项目名称：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目

评审办法：综合评审法

采购文件获取方式：在广州南沙资产经营集团有限公司网站（http://www.gnao.com.cn）自行下载。

投标文件递交截止日期：2024年4月3日下午14时30分，联系人：黄小姐 联系电话：020-84981977。

投标文件密封要求：所有投标文件必须封入密封的信封或包装，在封口上贴封条并加盖投标单位的公章。本公司不接受未按规定密封的投标文件。

开标与评审日期：2024年4月3日下午14时30分。

投标文件递交地址（现场递交）：广州南沙旅游发展有限公司206评标室。联系人：黄小姐，咨询电话：020-84981223。

开标地点：广州南沙旅游发展有限公司206评标室。

投标份数：投标文件一式伍份，一正肆副，电子版壹份，以正本为准。投标文件必需密封包装，加盖投标单位公章。

致投标人：

广州南沙旅游发展有限公司现对2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目进行采购，欢迎符合资格条件的供应商投标。

**一、项目概述**

2024年，对南沙意义重大。这一年，既是《粤港澳大湾区发展规划纲要》印发五周年，也是实现《南沙方案》2025年第一阶段目标的“攻坚之年”。为弘扬妈祖“立德、行善、大爱”精神，不断创新构筑海峡两岸和港澳地区人文交流的形式载体，助力南沙立足湾区，协同港澳，面向世界。今年将以围绕妈祖文化的传承与深化为基础，推进天后宫夜经济，开启璀璨星光下的文化新篇章，深化妈祖文化交流中心建设，助力高质量发展，计划在农历三月廿三前后举办2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动。

**二、招标要求**

**（一）服务内容：**

负责设计、策划并组织实施2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动方案，需求明细（详见附件一）、物料清单（详见附件二）

**（二）服务期限：**

2024年4月16日及4月30日至2024年5月5日（共七天），工期共6天（2024年4月15日及4月25日至4月29日，完成活动项目所需的所有物料搭建工作；2024年5月5日至5月6日，完成活动结束后的物料拆卸工作）。

**（三）服务内容：**

１.系列活动策划及执行

（1）供应商须完成舞台搭建（含舞台搭建、音响设备租赁、前台搭建等）：搭建舞台包含搭建、背景板、舞台背景及LED、音响等。同时在设计、安装、观看演出过程中综合考虑人身安全、设备安全、环境安全、集合安全等安全生产事项，且舞台及舞台附属设施在结构、抗风防倾覆、设备和电气等安全技术上应符合相关安全技术要求。

（2）供应商负责策划执行举办2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动（含舞台与氛围营造、主持、礼仪、摄影摄像聘请、演出节目、节目特效等）：供应商应打造前卫文化的活动现场，须将潮流元素与天后宫内涵相结合，包括但不限于灯光、文化、表演等内容。

（3）广告物料（至少包含活动简介牌、活动指南、开幕式音响）以场地要求为基础进行布置。主持、礼仪、摄影摄像应具备专业技术水平。

（4）供应商负责策划系列文化与文艺活动：供应商应结合汉文化、妈祖文化、民族传统文化，在活动期间举办文化巡游、文化研讨会、文化展演等活动。

（6）供应商应在天后宫景区域内，营造具有浓厚历史文化的集市氛围，助力乡村振兴，向更多市民展示南沙本土特色。

２.活动宣传

（1）供应商应拟定系列活动宣传推广的整体策划方案，打造媒体宣传矩阵，协助媒体采访报道活动，做好营销推广。配套系列活动预热与新闻通稿及新媒体形式（海报、视频等）为活动造势；活动期间邀请媒体进行宣传，配合活动，产出不限于图文及视频形式的社交媒体宣传物料；活动结束收尾产出总结及活动总结优质视频。同时供应商应配备专业直播团队与设备，活动期间根据现场活动作相应的直播（含固定机位、游机、航拍等2机位以上的摄制），负责活动及照片拍摄、花絮视频及记录视频拍摄。

（2）邀请媒体：

纸媒：南方日报、广州日报或同等级别纸质媒体

电视：广东台、广州台综合频道动态报道或同等级别电视媒体

电台：广州新闻电台、广州金曲音乐广播、广州交通电台或同等级别广播电台媒体

新媒体（公众号、抖音、视频号、微博）：学习强国（全力推向学习强国平台）、广州ing，广州新闻电台、广州金曲音乐广播、新浪广东、网易、腾讯广东或同等级别新媒体平台

３.安全防控措施

供应商应充分考虑舞台搭建、活动现场安全等相关安全问题，根据相关法律法规，做好安全防卫工作。根据安全保障需要，筹备相关物资，确保活动现场安全。

**（四）服务价格：**

★承办费用总投入（预算）不得少于人民币300万元，以保证活动的档次与效果；招标方给予活动承办总承包费用最高限价人民币215万元（含税）。差额部分由中标人通过招商工作,取得招商收益弥补（中标人的招商对象及内容须符合公序良俗及合法合规），不足部分由中标人自行承担。

**（五）支付方式：**

1. 合同签订后，在收到中标人提供的有效合格的增值税专用发票后的7个工作日内，支付合同总额的20%作为预付款。
2. 中标人进场搭建舞台场景并提供的有效合格的增值税专用发票后的5个工作日内，支付合同总额的30%作为进度款。
3. 在活动顺利结束完成活动验收后，投标人开具等额增值税专用发票，招标人收到投标人开具的全额发票后的15个工作日内支付合同总价的50%。
4. 本届2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动的人员、节目、宣传等一切费用由中标人负责承担，中标人减少投标文件中列举的项目或内容，招标人将按投标预算明细扣除相应费用。
5. 中标人不认真组织和履行投标文件中承诺的某项活动，招标人有权视情节扣减相应费用（最多不超过投标文件中相应的预算）及没收履约保证金。
6. 中标人在实施投标文件列举项目（活动方案）的过程中，因需要优化、完善项目，费用超出预算，由中标人承担，招标人不增加费用。
7. 除由于任何天灾，自然因素，人为因素或政府行为，火灾，雨水灾害，台风，地震，罢工等原因，或其他双方无法预见、无法避免、人力无法抗拒的因素致使合同不能履行外，双方不得中途终止执行合同的部分或全部内容，否则，违约方应支付守约方最高限价10%的违约金以及赔偿守约方承担因此所遭受的经济损失。
8. 受疫情、自然灾害、政策政治等不可抗力及客观因素影响，不能如期举办时，则由招标人重新确定活动时间，其他执行条款不变。

**三、投标人资格要求**

投标人必须同时具备以下资格条件：

（一）具备中华人民共和国境内独立法人资格，能够独立承担民事责任，具备有效的营业执照。

（二）投标人具有承接本项目的相应能力，企业经营范围为：舞台安装搭建服务、会议及展览服务、灯饰设计服务、艺（美）术创作服务（任意一项）。

（三）本项目不接受联合体报名。

（四）未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”记录名单（以在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网查询结果为准，加盖投标单位公章。如相关失信记录已失效，供应商需提供相关证明资料）。

（五）单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本项目投标，否则，相关投标均无效。

**四、对投标文件的要求**

（一）投标文件必须包括以下内容：

1. 投标人营业执照复印件（加盖公章）。
2. 未被列入“信用中国”网站“记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”记录名单。
3. 被授权人参加投标的须提供企业法定代表人证明书、企业法定代表人授权书原件和被授权人身份证复印件（原件备查）；若企业法定代表人参加投标的须提供企业法定代表人证明书及其本人身份证复印件（原件备查）。
4. 投标文件每页必须加盖投标人公章。
5. 项目活动费用预算明细及投标报价书原件加盖投标单位公章。
6. 投标保证金银行进账单复印件加盖投标单位公章。
7. 企业信用信息公示系统资料复印件加盖投标单位公章。
8. 投标单位提供本单位管理架构、专业资质、执行本次活动团队人员名单，以及近三年以来服务过类似大型群众性活动的策划、执行项目案例（附合同复印件加盖公章）。

（二）投标文件应符合以下要求：

1. 投标文件一式伍份，一正肆副，电子版壹份，以正本为准。投标文件必需密封包装，加盖投标单位公章。
2. 投标文件必须密封装订，加盖投标单位公章并在封袋上写明“2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目投标文件”。投标书须加盖公章，须有法定代表人或其授权人签字，并装订在投标文件首页。
3. 文件正本应用不褪色的墨水书写或打印，字迹清晰可辨，任何一页都不应涂改，不应有行间插字或删除。如果出现上述情况，不论何种原因造成，均应由法定代表人或其授权人在改动处签名或盖法人章。

**五、投标人须知**

1. 须知事项
2. 所报价格为费用总额，投标人应依据国家相关取费标准，并结合现行市场价格水平，自行测算完成本招标项目工作内容所需全部费用，进行总价报价。报价包含但不限于完成本策划方案即实施发生的文件编制费、文件资料搜集、整理费与策划方案实施的人工费、材料费、交通费、管理费、加班费、利润、税金等全部费用。
3. 项目的报价，按照标书内容进行报价；投标人报价应具有合理性，禁止恶性杀价和不正当竞争。
4. 投标单位提供的价格必须用人民币报价，投标文件的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；对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准，如果投标人不接受对其错误的改正，其投标将被拒绝。
5. 投标人一旦成交，双方将严格按照成交价格签订、执行服务合同。各投标人应本着长期合作、专业服务的精神，以优惠的价格投标，但亦应严格保证业务质量。
6. 投标人未按本招标文件规定所投的投标文件无效。无论成交与否，各投标文件及相关资料恕不退回，由招标人存档备查，招标人将对投标人资料予以保密。
7. 不论结果如何，投标人均需自行承担所有与编写和递交投标文件及所有参与过程中的全部费用。
8. 招标人有权在招投标期间内的合适时间发布澄清及参考文件，投标人在收到上述通知后，应立即向招标人回函确认。
9. 任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应以书面形式通知招标人，招标人对其收到的书面的对招标文件的澄清要求均已书面形式予以答复，同时将书面答复投递给每个获取招标文件的投标人（答复中不包含问题来源）。投标人在收到上述答复后，应立即向招标人回函确认，该答复作为招标文件的一部分，对投标人有约束力。
10. 招标人在规定的截止时间前，可以对招标文件进行修改，并以官网公示通知所有投标人，投标人应立即以书面形式回复确认收到修改文件。
11. 投标人自行对现场及其周围环境进行考察，查明或核实有关编制投标文件和签订合同所必需的资料。现场考察期间的交通和食宿由投标人自行安排，费用自理。
12. 招标人可以根据采购具体情况，延长投标截止时间和开标时间，但至少应当在招标文件要求提交投标文件的截止时间3日前，并将变更时间书面通知所有获取招标文件的收受人。
13. 若第一中标候选人存在放弃中标资格或未按照合同履约等情况，导致需要更换供应商的情况，招标人采用顺延的方式，将合格的第二中标候选人作为成交供应商开展采购活动；若招标人认定没有合格的中标候选人时，招标人重新开展招标活动。
14. 本次招标采用现场递交的方式投递投标文件，招标人自行安排开标评标，投标人对此无异议。
15. 投标保证金
16. 投标人应交纳投标保证金：人民币壹万元整。
17. 不接受现金、支票及汇票方式提交的投标保证金。投标保证金汇款单位应与投标单位保持一致，否则应出具投标人授权书。投标保证金应在2024年4月2日16：00前到达招标人账户（以银行提供的已到账名单为准）：

开 户 名：广州南沙旅游发展有限公司

开 户 行：中国银行广州南沙科技园区支行

银行账号：644457756045

汇款须备注“2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目投标保证金”。

1. 投标保证金到账情况查询电话：020-84981223；投标保证金退还情况查询电话：020-84981223。
2. 递交投标文件时将投标保证金缴纳凭证封入投标文件里。
3. 投标时凭授权委托书和身份证原件递交投标文件。如投标人无授权委托书和身份证原件，招标人有权选择拒绝其投标。
4. 在确定中标单位后十五个工作日内，无息退回未中标单位的投标保证金；中标单位在签订合同后，其投标保证金转为履约保证金，待项目按要求完成后无息退还履约保证金；在投标有效期内不能确定中标单位的，在投标有效期满后十五个工作日内，无息退回所有投标人的投标保证金。招标失败的项目，在招标结果公告后十五个工作日内，无息退回所有投标人的投标保证金。
5. 下列任何一种情况发生时，投标保证金将不予退回：

（1）投标人在招标文件中规定的投标截止日期的投标有效期内撤回其投标；

（2）中标单位无正当理由未能在规定期限内签订合同；

（3）中标单位无正当理由放弃中标的。

**六、投标评审**

1. 投标文件符合性审查

对投标文件进行符合性审查，若符合要求，则进入下一阶段评审；若不符合要求，则不得进入下一阶段评审。

1. 综合评审

评审委员会根据投标人的投标文件，从策划单位资质、策划能力、策划方案、服务报价等方面进行综合评分。综合评分排名第一名的投标人为第一中标候选人，依次类推。如果出现分数相同，则以项目服务方案项得分高者中标；若项目服务方案项得分仍相同，则由全体评委成员无记名投票，得票高者排序在前。评分细则详见附件。

1. 中标公示及中标通知书

投标结果公示期结束后，如无异议，评分排名第一的中标人确定为中标人。招标方将及时向中标人发出中标通知书，中标人接到通知书后应在24小时以内予以书面确认。

1. 合同谈判与签订

中标人应该在中标通知书中载明的时间内与招标人商谈有关事宜并签订合同协议书。

**七、招标人对本次招标活动及相关的文件资料拥有最终的解释权。**

广州南沙旅游发展有限公司

2024年3月28日

**附件一：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动需求明细**

**附件二：投标文件格式**

一、封面（格式）

二、投标书（格式）

三、法定代表人证明书（格式）

四、法定代表人授权书（格式）

五、活动物料清单及投标报价书

六、资格证明文件（营业执照、资质证书等，投标人自备）

七、业绩文件

八、技术文件

九、其他相关文件

**附件三：评标细则**

**附件四：合同**

**附件一、2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动需求明细**

2024年，对南沙意义重大。这一年，既是《粤港澳大湾区发展规划纲要》印发五周年，也是实现《南沙方案》2025年第一阶段目标的“攻坚之年”。为弘扬妈祖“立德、行善、大爱”精神，不断创新构筑海峡两岸和港澳地区人文交流的形式载体，助力南沙立足湾区，协同港澳，面向世界。今年将以围绕妈祖文化的传承与深化为基础，推进天后宫夜经济，开启璀璨星光下的文化新篇章，深化妈祖文化交流中心建设，助力高质量发展，计划在农历三月廿三前后举办2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动，特制定需求如下：

一、主题

同声同气，同谒妈祖

二、活动时间

4月16日、4月30日-5月5日（共七天）

三、活动地点

广州南沙天后宫国家AAAA级景区及招标文件所涉及的其他活动场所

四、组织架构

**（一）指导单位**

广州市南沙区文化广电旅游体育局

广州市南沙区民族宗教事务局

**（二）主办单位**

广州南沙资产经营集团有限公司、霍英东基金会

**（三）承办单位**

广州南沙旅游发展有限公司

广州市乾和文化艺术传播有限公司

**（四）协办单位**

广州市南沙区港湾街道办事处

广州南沙开发建设有限公司

广州市南沙天后文化学会

广州南沙全域旅游国际旅行社有限公司

广东省盆景协会

南沙天后宫民主管理小组

1. 活动安排
2. **开幕式**

**1.日期：**4月30日

**2.时间：**10:00-11:15

**3.地点：**南沙天后宫天后广场

**4.开幕式需求：**

供应商须完成舞台搭建（含舞台搭建、音响设备租赁、前台搭建等）：搭建舞台包含搭建、背景板、舞台背景及灯光、音响等。同时在设计、安装、观看演出过程中综合考虑人身安全、设备安全、环境安全、集合安全等安全生产事项，且舞台及舞台附属设施在结构、抗风防倾覆、设备和电气等安全技术上应符合相关安全技术要求。

广告物料（至少包含海报、宣传资料、开幕式音响）以场地要求为基础进行布置。主持、礼仪、摄影摄像应具备专业技术水平.

开幕式节目需以武术龙狮表演、妈祖颂舞剧为设计理念，结合妈祖文化、非遗文化及传统民俗文化进行演出节目编排（不少于2个节目），举办大型传统妈祖祭祀大典表演并用新颖且贴合妈祖文化的方式设计启动仪式，并安排广播电视台专业团队对开幕式进行全程直播。

1. **妈祖碑林三期揭幕**

**1.揭幕日期及时间：**4月30日11:20-11:30

**2.地点：**妈祖文化园

**3.需求：**计划打造两块碑，其中一块请霍震霆先生结合南沙发展背景及粤港澳文旅融合发展撰写楹联：“沧海潮平，弘妈祖精神，丕振大湾鸿业；南沙泽厚，载乡贤福德，广开高质新图”，并请兰亭奖书法名家书写；另一块为妈祖造像碑，多维度展示妈祖文化，强化粤港澳大湾区妈祖文化交流中心建设。供应商需根据三期石碑内容，安排妈祖碑林三期揭幕仪式。

1. **第八届南沙妈祖文化研讨会暨水文化大讲堂**

**1.研讨会日期及时间：**4月30日下午15:30-18:30

**2.研讨会地点**：南沙天后宫广场

**3.研讨会需求：**

结合南沙方案，以“水上南沙——水文创赋能湾区高质量发展”为主题，围绕妈祖文化、水阙妈祖、水文化等内容，探索优秀传统文化和先进文化在湾区文旅产业发展方面的创造性转化和创新性发展，探讨“广州南沙杯”-首届大湾区世界水谷水文创大赛如何结合“立足湾区、协同港澳、面向世界”助力南沙水文旅高质量发展。供应商应负责现场布置、文化专家邀请及新闻媒体邀请。

1. **妈祖回娘家**

**1.巡游时间：**5月1日09:00-12:00

**2.活动需求：**邀请南沙塘坑、莲溪宫庙妈祖“回娘家”，配合非遗民俗文化表演。供应商需设计并安排民俗文化表演（不少于两个节目）。

1. **诵拜礼**

**1.时间：**5月1日10:00-11:00

**2.地点：**正殿

**3.开放形式：**定向邀请、预约

**4.活动需求：**南沙妈祖“诵拜礼”是尊从传统祭典和晨拜妈祖礼仪，结合南沙风土人情和民俗习惯，推出的具有本土特色的沉浸式妈祖文化体验。供应商需安排诵拜礼物料及工作人员。

1. **南沙妈祖斋宴**

**1.日期：**5月1日12:00-14:00

**2.地点：**天后文化交流中心旁

**3.规模：**约100围

**4.活动需求：**妈祖诞辰，开门迎宾，拟在天后广场设置南沙特色斋宴，邀请嘉宾、巡游参与人员及游客品尝，供应商需安排100围妈祖斋宴，包含食材、厨师团队、座椅、搭建等事项。

1. **南沙妈祖海巡**

**1.活动时间：**5月1日14:00-17:00

**2.海巡路线：**南沙天后宫→南沙游艇会三献礼仪式→游艇会码头（乘船前行）→到达南沙天后宫水域，进行鸣笛礼→明珠湾→返回游艇会码头

**3.活动需求：**正诞当天在南沙游艇会出发，举办南沙妈祖海巡，寄托渔民祈求出海平安和敬畏自然、征服自然、保护自然的美好夙愿。供应商应设计妈祖海巡活动流程，并按设计内容落实场地布置、海巡海祭物料及人员安排等工作。

1. **湾区宫庙巡游**

**1.巡游时间：5月2日 11:20-15:00**

**2.巡游路线：天后宫西门→天后宫牌坊→天后宫广场（往返）**

**3.巡游需求：**南沙天后宫作为广州市穗台交流示范基地，每年妈祖文化旅游节，都会有近千名在粤台商自发组织前来进行妈祖信俗交流与展示，穗台两地的妈祖信仰者互相分享各自的传统妈祖信俗活动，并自发加入到活动队列中，拟邀请在陆台胞、中山（台湾）胜母宫进行传统妈祖文化展演交流。供应商需安排宫庙巡游演出人员、服饰布置、节目演出（不少于一个节目）、移动车辆、迎送醒狮及相应活动物料。

1. **妈祖会亲文化交流活动**

**1.时间：**5月3日09:30-17:00

**2.路线：**南沙天后宫乘车→大岗天后宫（会亲交流及休憩）→乘车返回南沙天后宫

**3.活动需求：**会亲队伍走访大岗天后宫，开展文化交流活动，同叙妈祖缘，共话妈祖情。供应商须安排会亲活动演出人员、服饰布置、节目演出（不少于一个节目）、移动车辆、迎送醒狮及相应活动物料。

1. **夜游南沙天后宫**

**1.演出时间：**5月1日-5月5日18:00-22:00

**2.演出地点：**中轴线、天后湖、天后广场

**3.演出需求：**

以妈祖文化为依托，结合南沙滨海特点，以中轴线、天后湖、天后广场为载体、打造妈祖颂舞剧、宋韵水上婚礼及南沙天后宫AR元宇宙夜游比赛等项目，启动学会楼灯光秀，与水乡一条街联动重现"火树银花合，星桥铁索开"的夜市文化。供应商应结合妈祖文化、水乡文化及婚庆文化，打造妈祖颂舞剧及宋韵水上婚礼，并设计落实AR元宇宙体验大赛。

1. **天后墟集市**

**1.时间：**4月30日-5月5日 10:00-22:00

**2.地点：**天后广场

**3.需求：**

供应商应在天后宫景区域内，打造一个大型且具有浓厚历史文化的集市，落实集市水电升级、现场维护、摊位布置等相关工作。让非遗文化、本土农特产品、传统工艺品、特色美食入驻，向更多市民展示南沙本土特色。

1. **妈祖文化盆景艺术展**

**1.展出时间：**4月30日-5月7日

**2.地点：**妈祖文化园

**3.规模：**约150盆

**4.需求：**以妈祖文化为主题，通过盆景这一传统艺术形式，让人们在欣赏美景的同时，也能感受到妈祖文化的深厚底蕴。供应商应安排妈祖文化盆景艺术展，落实盆景展背景搭建、布置、展览等工作。

1. **文艺展演**

**1.展演时间：**4月30日-5月5日

**2.需求：**为提供更好的游玩体验，供应商应在4月30日-5月5日日间安排六场文艺展演及主持人，并在5月1日-5月5日晚安排两场夜间演出，每场演出不少于四个节目。

六、活动宣传推广

**（一）召开新闻发布会**

1.时间：4月16日

2.地点：天后广场

发布会需求：供应商需策划一场新闻发布会，并负责发布会现场搭建、现场礼仪及签到物料准备、媒体嘉宾邀请。

**（二）多渠道宣传**

1、供应商应拟定系列活动宣传推广的整体策划方案，与广播电视台合作，打造媒体宣传矩阵，协助媒体采访报道活动，做好营销推广。配套系列活动预热与新闻通稿及新媒体形式（海报、视频等）为活动造势；活动期间邀请媒体进行宣传，配合活动，产出不限于图文及视频形式的社交媒体宣传物料；活动结束收尾产出总结及活动总结优质视频。同时供应商应配备专业直播团队与设备，活动期间根据现场活动作相应的直播（含固定机位、游机、航拍等2机位以上的摄制），负责活动及照片拍摄、花絮视频及记录视频拍摄。

2、邀请媒体：

纸媒：南方日报、广州日报或同等级别纸质媒体

电视：广东台、广州台综合频道动态报道或同等级别电视媒体

电台：广州新闻电台、广州金曲音乐广播、广州交通电台或同等级别广播电台媒体

新媒体（公众号、抖音、视频号、微博）：学习强国（全力推向学习强国平台）、广州ing，广州新闻电台、广州金曲音乐广播、新浪广东、网易、腾讯广东或同等级别新媒体平台

**附件二、投标文件格式**

一、封面（格式）

**2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节**

**系列活动项目**

**投标文件**

本（正本或副本）

投 标 人： 　　　（公章）

投标人地址：

**年 月 日**

二、投标书（格式）

**投 标 书**

致：

1.我们收到贵方 的招标邀请。经研究，愿以人民币（大写） 元的报价，提供邀请招标文件要求的专项服务，并满足邀请招标文件提出的各项规定和要求。

2、如果贵方接受我方投标，我方保证按邀请招标文件的要求完成服务工作。

3．如果我方在中标通知书写明的期限内未能或拒绝与你单位签订合同协议书，你单位有权另选中标单位。

4、一旦我方中标，我方将按照相关的法律法规和签订的合同来履行自己的责任和义务。除非另外达成协议并生效，你方的邀请招标文件和中标通知书以及本项目服务方案将构成约束我们双方的合同。

5、我方理解，贵方可选择任何部分或全部项目与投标人签约，接受最低标价的投标。同时也理解，你单位不负担我们的任何投标费用。

|  |  |
| --- | --- |
| 投标人地址：  电 话：  传 真：  邮政编码： | 投标人名称： (盖章)  法人代表或授权代表  职务、姓名 （签字）  日 期： 年 月 日 |

备注：投标报价时提交三、法定代表人证明书

**法定代表人证明书**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_同志，现任我单位 职务，为法定代表人，特此证明。

本证明书自签发之日起生效，有效期： 。

附：

营业执照（注册号或统一社会信用代码）：

经济性质：

经营范围：

法定代表人

居民身份证复印件粘贴处

（正面）

法定代表人

居民身份证复印件粘贴处

（反面）

单位名称（盖公章）：

日期： 年 月 日

四、法定代表人授权委托书

**法定代表人授权委托书**

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

委托期限： 。

代理人无转委托权。

投标人： （盖单位章）

法定代表人： （签字）

身份证号码：

委托代理人： （签字）

身份证号码： 附身份证复印件

委托代理人

居民身份证复印件粘贴处

（正面）

委托代理人

居民身份证复印件粘贴处

（反面）

年 月 日

五、活动物料清单及投标报价书

**活动物料清单及投标报价书**

（本费用表随同投标文件一起密封递交）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **项目名称：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动执行项目** | | | | | | | | | |
| **序号** | **区域** | **项目内容** | | **物料投入 （物资数量、规格、场地分布）** | **单位** | **数量** | **单价（元）** | **金额（元）** | **备注** |
| 1 | **新闻 发布会** | 搭建物料 部分 | 主背景 | 规格：8m(W)×3m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘 | 块 | 1 |  |  |  |
| 2 | 音响设备 | 全频音箱及配件设备2个、功放设备、4个手持麦及麦架配上专业音控师1名 | 套 | 1 |  |  |  |
| 3 | 签到背景 | 规格：5m(W)×3m(H)，U60，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘 | 块 | 1 |  |  |  |
| 4 | 签到物料 | 签到台牌，签到本及笔等 | 项 | 1 |  |  |  |
| 5 | 桌子 | 规格：1.5m(L)×0.4m(W)，新黄色桌布 | 张 | 6 |  |  |  |
| 6 | 嘉宾椅 | 海绵椅、白套蓝带 | 张 | 60 |  |  |  |
| 7 | 灰色地毯 | 规格：20m(L)×10m(W) | ㎡ | 200 |  |  |  |
| 8 | 红色帐篷 | 规格：3m(L)×3m(W) | 个 | 3 |  |  |  |
| 9 | 红折叠椅 | 休息区 | 张 | 30 |  |  |  |
| 10 | 指引牌 | 规格：1.4m(W)×2.4m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘 | 块 | 2 |  |  |  |
| 11 | 服务部分 | 迎宾礼仪 | 专业礼仪队（身高1.7米，含服装） | 位 | 4 |  |  |  |
| 12 | 安装及 运输费 | 物料运输、布场、撤场及清理工作 | 项 | 1 |  |  |  |
| 13 | **4月30日 开幕式** | 搭建物料 部分 | 舞台搭建 | 专业舞台板搭建 舞台第一层，规格：34.16m(L)×8.54m(W)×1.2m(H)； 舞台第二层，规格：34.16m(L)×3.66m(W)×0.8m(H)； | ㎡ | 417 |  |  |  |
| 14 | 舞台台阶 | 舞台前面左右各1个 规格：7.32m(L)×0.9m(W)×0.6m(H) | 个 | 2 |  |  |  |
| 15 | 舞台两侧各1个 规格：2.4m(L)×0.9m(W)×0.6m(H) | 个 | 2 |  |  |  |
| 16 | 舞台前档板立体字 | 主题文字（立体发光字），20个字 规格：0.9m(W)×0.9m(H) | 个 | 20 |  |  |  |
| 17 | 舞台 沿长段 | 舞台沿长段 一层舞台 规格：5m(W)×10m(L)×1.2m(H)； 二层舞台 规格：5m(W)×1.3m(L)×0.8m(H)； 三层楼梯 规格：5m(W)×3.7m(L)×0.8m(H)； | ㎡ | 75 |  |  |  |
| 18 | 沿长段 梯级 | 规格：5m(L)×0.9m(W)×1.2m(H) | 个 | 2 |  |  |  |
| 19 | 沿长段护栏金柱 | 金柱礼宾带 | 支 | 24 |  |  |  |
| 20 | 舞台区域地毯 | 规格：宽3m，红色阻燃地毯 | ㎡ | 600 |  |  |  |
| 21 | 红地毯 | 舞蹈区域布置，包括两段楼梯级（含木条安装固定） | ㎡ | 2200 |  |  |  |
| 22 | 舞台造型搭建 | 规格：35m(L)×6m(H) 材料：舞台两侧异型装饰板由钢结构焊接，面封12厘夹板、高精喷绘处理制成。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 23 | 大幡旗 | 高5米金柱+幡旗 | 座 | 8 |  |  |  |
| 24 | 嘉宾区 大帐篷 | 铝合金帐篷 规格：28m(L)×8m(W)×4m(H)，铝架帐篷+红色帆布 | 项 | 1 |  |  |  |
| 25 | 规格：30m(L)×10m(W)，灰色加厚地毯 | ㎡ | 300 |  |  |  |
| 26 | 祭祀区 帐篷搭建 | 规格：8m(L)×6m(W)×6m(H)，铝架帐篷+红色帆布 | 项 | 1 |  |  |  |
| 27 | 规格：10m(L)×8m(W)，红色加厚地毯 | ㎡ | 80 |  |  |  |
| 28 | 祭祀区 帐篷搭建 | 规格：12m(L)×12m(W)×6m(H)，铝架帐篷+红色帆布 | 项 | 1 |  |  |  |
| 29 | 规格：14m(L)×14m(W)，红色加厚地毯 | ㎡ | 196 |  |  |  |
| 30 | 嘉宾椅 | 酒店用椅 | 张 | 300 |  |  |  |
| 31 | 铁马 | 规格：1.5m(L)×1m(H)， | 个 | 300 |  |  |  |
| 32 | 爆竹 | 开幕式当天使用 | 项 | 1 |  |  |  |
| 33 | 摄影台 | 规格：3.66m(L)×3.66m(W)×1m(H) | 组 | 2 |  |  |  |
| 34 | 签到 背景板 | 规格：5m(L)×3m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘 | 项 | 1 |  |  |  |
| 35 | 桌椅 | 长台2张，折叠椅子4张 | 项 | 1 |  |  |  |
| 36 | 签到用品 | 签到本、笔、台牌 | 项 | 1 |  |  |  |
| 37 | 嘉宾 休息区 | 规格：3m(L)×3m(W)，红色帐篷 | 个 | 4 |  |  |  |
| 38 | 酒店用椅 | 张 | 30 |  |  |  |
| 39 | 演艺休息 化妆区 | 规格：3m(L)×3m(W)，红色帐篷 | 个 | 4 |  |  |  |
| 40 | 桌子，含红色台布 | 张 | 10 |  |  |  |
| 41 | 椅子，红色折叠椅 | 张 | 20 |  |  |  |
| 42 | 碑林揭幕 物料 | 妈祖文化碑林揭幕 | 项 | 1 |  |  |  |
| 43 | 开幕式 设备物料 | 专业演艺音响 | 线阵大功率音响（使用时间：4月30日-5月5日） | 项 | 1 |  |  |  |
| 44 | 专业灯光设备 | 灯光设备布置（使用时间：4月30日-5月5日） | 项 | 1 |  |  |  |
| 45 | LED屏 | 规格：7m(W)×4m(H) 材料：采用户外P3 LED屏组装搭建（使用时间：4月30日-5月5日） | 组 | 2 |  |  |  |
| 46 | 启动仪式 | 长10米干冰升字启动台 | 项 | 1 |  |  |  |
| 47 | 皇家礼炮 | 连环发金纸礼炮 | 座 | 10 |  |  |  |
| 48 | 开幕式 氛围布置 | 平安米摆件造型 | 规格：4m(L)×4m(W)×3m(H) 材料：钢结构焊接、封12厘夹板、表面高精喷绘。 | 座 | 1 |  |  |  |
| 49 | 妈祖面摆件造型 | 规格：4m(L)×4m(W)×3m(H) 材料：钢结构焊接、封12厘夹板、表面高精喷绘。 | 座 | 1 |  |  |  |
| 50 | 活动 简介牌 | 规格：3.6m×2.6m，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘。 说明：园区售票处2块、邮轮母港1块、游艇会码头1块） | 块 | 4 |  |  |  |
| 51 | 道路 指引牌 | 规格：1.2(W)m×2.4m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘。 说明：道路指引牌10块、停车牌5块 | 块 | 15 |  |  |  |
| 52 | 内场区域 指引牌 | 规格：1m(W)×2m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘。 说明：嘉宾区、观众区、洗手间、主会场等 | 块 | 10 |  |  |  |
| 53 | 三角幡旗 | 规格：1.6m(L)×0.75m(W)，彩色丝印 | 面 | 100 |  |  |  |
| 54 | 服务部分 | 大型传统妈祖祭祀大典表演 | 祭祀大典表演团队（包含演员、节目编排、服装、道具、车辆等） | 场 | 1 |  |  |  |
| 55 | 祭祀大典表演团队（饭餐及住宿） | 项 | 1 |  |  |  |
| 56 | 开幕式演出节目 | 包含服装、演员、节目编排等（如安排多个演出节目，请在备注中标明演出节目具体金额） | 项 | 1 |  |  |  |
| 57 | 妈祖碑林揭幕 | 包含揭幕仪式现场布置等等 | 项 | 1 |  |  |  |
| 58 | 第八届南沙妈祖文化研讨会暨水文化大讲堂 | 现场布置（指示牌、台牌、会议资料等） | 项 | 1 |  |  |  |
| 59 | 研讨会文化专家 | 项 | 1 |  |  |  |
| 60 | 邀请媒体记者 | 项 | 1 |  |  |  |
| 61 | 迎宾礼仪 | 专业礼仪队（身高1.7米，含服装） | 位 | 10 |  |  |  |
| 62 | 印刷物料 部分 | 嘉宾证 | 工作证100个、媒体证50个、演出证100个、嘉宾证200个 | 个 | 450 |  |  |  |
| 63 | 停车证 | 嘉宾停车证 | 张 | 300 |  |  |  |
| 64 | 邀请函 | 封套：157g铜版纸，内页：250g铜版纸 | 份 | 250 |  |  |  |
| 65 | 礼品袋 | 规格：27cm×32cm，厚度10cm，高级纸质礼品袋 | 个 | 500 |  |  |  |
| 66 | 活动指南 | 规格：21cm×42cm，双铜纸四色印刷 | 份 | 2000 |  |  |  |
| 67 | 活动 伴手礼 | 文创产品 | 份 | 200 |  |  |  |
| 68 | **5月1日 正诞** | 妈祖回 娘家 | 民俗文化演出 | 包含服装、演员、节目编排等（如安排多个演出节目，请在备注中标明演出节目具体金额） | 项 | 1 |  |  |  |
| 69 | 活动物料 | 根据活动设计安排物料 | 项 | 1 |  |  |  |
| 70 | 诵拜礼 | 工作人员及诵拜礼物料 | 项 | 1 |  |  |  |
| 71 | 妈祖斋宴 | 南沙妈祖斋宴100席 | 项 | 1 |  |  |  |
| 72 | 南沙妈祖海巡海祭 | 包括场地布置、海巡海祭物料、交通、人员安排等费用。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 73 | **妈祖文化 旅游节系列活动** | 5月1日 | AR元宇宙体验大赛 | 包括软硬件设备、奖品等。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 74 | 5月2日 | 湾区宫庙巡游 | 包括演出人员、服饰布置、节目演出、移动车辆等费用。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 75 | 醒狮 | 迎、送胜母宫团队 | 头 | 2 |  |  |  |
| 76 | 欢迎牌 | 规格：1.2m(W)×2.4m(H)，桁架组装搭建，户外高精度黑底灯布喷绘 | 块 | 2 |  |  |  |
| 77 | 帐篷搭建 | 就餐帐篷，规格：16m(L)×8m(W)，帐篷+红色帆布 | 项 | 1 |  |  |  |
| 78 | 5月3日 | 妈祖会亲文化交流活动 | 包括演出人员、服饰布置、节目演出、移动车辆、巡游用餐等费用。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 79 | 4月30日-5月1日 | 夜游南沙天后宫 | 妈祖颂舞剧（包括演出人员、服饰布置、节目演出、移动车辆等费用。） | 项 | 1 |  |  |  |
| 80 | 宋韵水上婚礼 | 项 | 1 |  |  |  |
| 81 | 学会楼光影秀首秀（天后湖学会楼） | 项 | 1 |  |  |  |
| 82 | 4月30日-5月5日 | 文艺展演 | 文艺展演4月30日-5月5日 | 场 | 6 |  |  |  |
| 83 | 展演主持人（4月30日-5月5日） | 场 | 6 |  |  |  |
| 84 | 5月1日-5月5日晚上表演节目（包括演出人员、服饰布置、节目演出、移动车辆等费用。） | 场 | 5 |  |  |  |
| 85 | 4月30日-5月5日 | 天后墟集市、展会 | 包含集市水电升级、现场维护、摊位布置等费用。 | 项 | 1 |  |  |  |
| 86 | 4月30日-5月7日 | 妈祖文化盆景艺术展 | 背景搭建，规格：夹板组装搭建，户外高精度墙布喷绘 | 项 | 1 |  |  |  |
| 87 | 盆景展览费、盆景展架 | 项 | 1 |  |  |  |
| 88 | **妈祖文化 旅游节视觉部分** | 现场全程 录像 | 活动进行 录像 | 开幕式2台，其余每天1台 | 项 | 1 |  |  |  |
| 89 | 现场全程 摄影 | 活动进行 摄影 | 开幕式2台，其余每天1台 | 项 | 1 |  |  |  |
| 90 | 无人机航拍 | 无人机航拍 | 开幕式、正诞2天 | 项 | 1 |  |  |  |
| 91 | 剪辑部分 | 后期剪辑 | 后期剪辑30秒、1分钟视频工作 | 项 | 1 |  |  |  |
| 92 | 直播部分 | “云”直播看巡游 | 包含直播团队、设备使用以及网络通信等 | 项 | 1 |  |  |  |
| 93 | **妈祖文化 旅游节服务部分** | 宣传部分 | 广播电视台宣传合作 | 广播电视台宣传战略合作（包含开幕式当天直播工作） | 项 | 1 |  |  |  |
| 94 | 主持人 | 包含开幕式当天主持人两位（男/女主持） | 项 | 1 |  |  |  |
| 95 | 活动现场直播 | 现场网络升级 | 项 | 1 |  |  |  |
| 96 | 媒体宣传矩阵 | 打造媒体宣传矩阵，注重抖音宣传 | 项 | 1 |  |  |  |
| 97 | 宣传工作 | 邀请媒体工作（包括新闻发布会、开幕式、研讨会） | 项 | 1 |  |  |  |
| 98 | 执行部分 | 项目管理 执行费 | 项目跟进、物料投入工作，含宣传册、宣传牌、宣传物料视觉设计等 | 项 | 1 |  |  |  |
| 99 | 安装及 运输费 | 物料运输、布场、撤场及清理工作 | 项 | 1 |  |  |  |
| 100 | 舞台区域 灭火器 | 使用时间：4月30日-5月5日 | 瓶 | 50 |  |  |  |

投标人：

我方投标报价： 万元。

　　注：承办费用总投入（预算）不得少于300万元，以保证活动的档次与效果；招标方给予活动承办总承包费用最高限价215万元（含税）以投标人的中标价为准。差额部分由中标人通过招商工作,取得招商收益弥补，不足以弥补部分由中标人承担。

投标单位： （盖章） 　法人代表或授权代表： （签名）

　　日期： 年 月 日

注：本项目结合自身实力和市场因素进行报价。

报价单位（公章）：

日期：

六、资格证明文件（营业执照、资质证书等，投标人自备）

七、业绩文件

近3年大型群众性活动项目业绩表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 项目介绍 | 合同签订时间 | 委托单位 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

投标人全称（盖公章）：

法定代表人或投标授权代表（签字或签章）：

日 期： 年 月 日

### 注：1、本格式仅供参考，投标人可根据实际情况自定。

2、投标人应附上项目合同等相关证明材料，证明材料所需资料评见商务评分要求。

八、技术文件（格式自定，可另册）

九、其他相关文件（格式自拟）

**附件三、评标细则**

### 一、说明

**1.概述**

根据《中华人民共和国招标投标法》和国家及地方采购有关文件精神，在保证2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目（以下简称项目）招标公开、公平、公正的基础上，结合项目的技术和商务需求，编制本评标文件。

**2.定义**

**招标人**：系指广州南沙旅游发展有限公司。

**业主/用户**：系指本项目的最终使用单位。

**3.评标委员会组成**

本次招标依法组建评标委员会。本次评标的评委会依法由5位评委组成。评委会负责全部的评审工作，任何人不得干预评委会的工作。

### 二、评标须知

**1.关于评标方案**

（1）评标委员会的每位成员（简称评委）应认真地阅读并确认已经正确理解了评标方案；

（2）评委如对评标方案有异议，应在评标开始前提出。

**2.关于评标纪律**

（1）评标委员会成员不得与任何投标人或者与招标结果有利害关系的人进行私下接触，不得收受投标人、中介人、其他利害关系人的财物或者其他好处；

（2）评委应本着客观、公正的原则独立给出评价意见；

（3）评委之间不得相互串通进行评分；

（4）评委不得试图影响其他评委的评价意见。

**3.关于评标责任**

（1）评委应在其书面评审意见上签字确认；

（2）评委对其所提出的评审意见承担个人责任。

**4.关于回避**

有下列情形之一的，不得担任评标委员会成员，如事先不知情的，应在招标人宣读投标人名单及评标纪律后主动提出回避：

（1）是投标人或者投标人主要负责人的近亲属；

（2）项目主管部门或行政监督部门的人员；

（3）与投标人有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；

（4）曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。

**5.关于保密**

评标委员会成员和与评标活动有关的工作人员不得透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。

前款所称与评标活动有关的工作人员，是指评标委员会成员以外的因参与评标监督工作或者事务性工作而知悉有关评标情况的所有人员。

**6.罚则**

（1）评标委员会成员在评标过程中擅离职守，影响评标程序正常进行，或者在评标过程中不能客观公正地履行职责的，给予警告；情节严重的，取消担任评标委员会成员的资格，不得再参加任何依法必须进行招标项目的评标，并处一万元以下的罚款；

（2）评标委员会成员收受投标人、其他利害关系人的财物或者其他好处的，评标委员会成员或者与评标活动有关的工作人员向他人透露对投标文件的评审和比较、中标候选人的推荐以及与评标有关的其他情况的，给予警告，没收收受的财物，可以并处三千元以上五万元以下的罚款；对有所列违法行为的评标委员会成员取消担任评标委员会成员的资格，不得再参加任何依法必须进行招标项目的评标；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

### 三、评标原则

评标工作应依据《中华人民共和国招标投标法》以及《评标委员会和评标方法暂行规定》和地方政府关于政府招投标的有关规定，遵循“公平、公正、科学、择优”的原则进行。评标委员会将按照规定只对通过符合性检查的投标文件进行评价和比较。

### 四、评标方法及流程

本次招标的评标方法采用综合评审法。评标分三个阶段进行：投标文件符合性检查和投标文件详细评审。具体方法及流程如下：

1. 投标文件资格性审查

评标委员会按照《符合性审查表》内容对投标人进行资格审查。合格投标人不足3家的，不得评标。未通过符合性审查的投标人不进入下一步评标。

（2）投标文件符合性检查

1）各评委对各投标文件按照招标文件要求的响应情况进行符合性检查。符合性检查必须根据采购文件中对投标人的要求和投标文件中的响应进行。

2）评标委员会可以书面方式要求投标人对投标文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容作必要的澄清、说明或者补正。澄清、说明或者补正应以书面方式进行并不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

3）在评审中发现关键指标/服务要求等未能达到招标文件中的规定或有虚假情况时，评标委员会有权取消其评审资格。

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

5）投标人只有完全通过符合性检查，才能进入下一阶段的详细评审，否则视为无效投标。（详见符合性检查表）

（3）投标文件详细评审

当通过资格性审查及符合性检查的投标人多于或等于三家时，按照评标程序的规定和依据评分标准以及各项权重、资格性审查及符合性检查结果，各位评委单独就每个投标人的技术状况、商务状况进行评审和比较，评出其技术评分和商务评分。将技术得分、商务得分和价格得分相加得出综合得分，并按综合得分由高至低排出名次（出现并列得分时，价格低者排名在前）。评标委员会依据得分情况推荐出综合得分排名前三名分别作为第一中标候选人、第二中标候选人、第三中标候选人。

当通过资格性审查或符合性检查的投标人少于三家时，否决所有投标文件，提请依法重新招标。

### 五、评分标准和权重

**1.评分标准**

评委根据各通过资格性审查及符合性检查投标人的投标文件，并逐项列出投标文件的全部投标偏差。

评分应考虑到投标文件与招标文件之间的细微偏差。细微偏差是指投标文件在实质上响应招标文件要求，但在个别地方存在漏项或者提供了不完整的技术信息和数据等情况，并且补正这些遗漏或者不完整不会对其他投标人造成不公平的结果。细微偏差不影响投标文件的有效性。在详细评审时对细微偏差作不利于该投标人的量化。

评委对投标文件的响应情况进行评分。评分采用量化方法。

**2.权重分配**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 评分项目 | 商务部分 | 技术部分 | 报价部分 |
| 权重 | 30% | 40% | 30% |

**3.综合得分**

综合得分=技术部分得分+商务部分得分+价格部分得分

评标委员会根据按评分标准的评标分数总分得分最高单位中标，如果出现分数相同，则以项目服务方案项得分高者中标；若项目服务方案项得分仍相同，则由全体评委成员无记名投票，得票高者排序在前。

### 六、定标和授标

第一中标候选人未能通过资格后审或放弃中标、或因不可抗力提出不能履行合同的，采购人可以确定排名次高的第二中标候选人为中标人。

评标委员会提出评标书面报告和推荐候选中标意见报采购人确认，确认后由采购人与预中标人进行最终澄清及对投标人的资格和履约能力进行再次审查，形成最终合同的基础文件。如在最终澄清过程中，发现预中标人存在重大问题造成其履约能力不能满足要求的，可以取消其中标资格。

最终澄清完成后，由采购人确认的结果发出中标通知书。中标人应按采购文件规定向采购人提交相应文件，并在规定时间内与采购人签订合同。

**七、符合性审查表**

**符合性审查表**

**项目名称：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **评审说明** | **投标单位** | | |
| 1 | 投标文件密封性。 | 1、密封为有效。2、不密封为无效。 |  |  |  |
| 2 | 投标文件是否封面及原件签字页加盖公章。 | 1、有为有效。2、无为无效。 |  |  |  |
| 3 | 资格证明文件：营业执照（三证合一）复印件加盖公章。 | 1. 符合评审项目要求的为“有效”。 2. 不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 4 | 法定代表人证明书、法定代表人授权委托书原件或被授权人参加投标的须提供企业法定代表人证明书、企业法定代表人授权书原件。 | 1、符合评审项目要求的为“有效”。  2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 5 | 未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)“记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”。 | 1、符合评审项目要求的为“有效”。  2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 7 | 项目报价不超过本项目最高限价。 | 1. 符合评审项目要求的为“有效”。   2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 8 | 按时递交投标保证金。 | 1. 符合招标文件为“有效”， 2. 不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 9 | 不接受联合体投标。 | 1、符合评审项目要求的为“有效”。  2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 10 | 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加本项目投标，否则，相关投标均无效。（提供企业控股关系证明） | 1、符合评审项目要求的为“有效”。  2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| 11 | 招标要求（四）中打“★”号条款为实质性条款，若有任何一条负偏离或不满足则导致投标（响应）无效。 | 1、符合评审项目要求的为“有效”。  2、不符合评审项目要求的为“无效”。 |  |  |  |
| **结 论**  注：1.每一项符合（有效）的打“○”，不符合（无效）的打“×”。出现一个“×”的结论为不通过，全部条件满足的为通过。 | | |  |  |  |

评委签名： 日期：

**八、综合评分表**

**综合评分表**

**项目名称：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目**

|  |  |
| --- | --- |
| **商务部分** | 30分 |
| **技术部分** | 40分 |
| **报价得分** | 30分 |

### （一）商务部分

| **评审因素** | **评审**  **分值** | **客观分**  **（是/否）** | **评审标准** |
| --- | --- | --- | --- |
| 同类项目  业绩经验 | 15 | 是 | 供应商2021年1月1日至今（以合同签订时间为准），独立服务、举行类似大型群体活动策划、执行项目且项目合同金额超过200万元以上（含200万元），每提供一个计5分；项目合同金额100万-200万元（含100万元），每提供一个得3分；项目合同金额50万-100万元（含50万元），每提供一个得2分；项目合同金额30万-50万元（含30万元），每提供一个得1分。满分15分。  注：提供合同关键页扫描件，不提供证明材料或专家无法认定的不得分。 |
| 同类项目  满意度评价 | 5 | 是 | 供应商提供上述“项目业绩”中被评审认定为有效业绩，且获得用户单位满意度评价、评价情况为“满意或合格或类似好评”的：每提供一项得1分，最高得5分，无不得分。  注：需提供经用户单位盖章确认的证明材料复印件，评价情况至少须为满意或类似好评的方可计分；须与响应供应商上述提供的同类项目的用户单位一致；不提供或证明材料不清晰无法辨认的不得分。 |
| 荣誉及资质 | 10 | 是 | 1、曾获得广州市市场监督管理局颁发的“守合同重信用”称号得2分，无不得分；  2、近五年曾获得省级广告业协会或区级政府以上（含区级）部门颁发的广告作品奖得2分，满分8分。无不得分；  注：以上均需提供证书复印件加盖公章，否则视为不符合条件。 |

### （二）技术部分

| **评审因素** | **评审**  **分值** | **客观分**  **（是/否）** | **评审标准** |
| --- | --- | --- | --- |
| 总体服务方案 | 10 | 否 | 根据供应商的总体服务方案进行评审：  1、针对本项目服务方案总体科学合理，对本项目情况掌握程度充分、准确性强，分析紧密及深刻，完全满足采购需求的，得10分；  2、针对本项目服务方案总体比较科学合理，对本项目情况掌握程度比较充分、准确性良好，分析程度比较深入，比较满足采购需求的，得7分；  3、针对本项目服务方案总体基本合理，对本项目情况掌握程度基本充分、基本准确，分析程度基本深入，基本满足采购需求的，得4分；  4、针对本项目服务方案一般，对本项目情况掌握程度不完全充分、准确性一般，分析程度一般贴切需求，不满足采购需求的，得1分。  注：不提供的不得分。 |
| 舞台舞美设计规划方案 | 10 | 否 | 对投标人提供的舞台舞美设计规划方案（含场地功能分区规划、舞台舞美设计、主KV画面设计、其他延展物料设计等平面设计以及3D设计效果图）进行评审：  1、总体规划及设计方案内容可行，完全符合项目的各项功能要求，设计效果精美，满足采购需求，得10分；  2、总体规划及设计方案内容比较可行，符合项目的各项功能要求，设计效果美观，比较满足采购需求，得7分；  3、总体规划及设计方案内容部分可行 ，基本符合项目的各项功能要求，设计效果一般，能满足部分采购需求，得4分；  注：不提供的不得分。 |
| 应急处理方案 | 10 | 否 | 根据供应商的应急处理方案进行评审：  1、应急方案方案具体完善，可操作性程度高，得10分；  2、应急方案方案比较完善，可操作性程度较高，得7分；  3、应急方案方案基本完善，基本可操作，得4分；  4、应急方案方案一般，可操作性一般，得1分。  注：不提供的，不得分。 |
| 售后服务方案 | 5 | 否 | 根据供应商提供的售后服务方案（包括售后服务方案、售后保障措施、售后承诺）进行评审：   1. 涵盖上述所有内容、方案全面、具体详细、可操作性强，得5分； 2. 涵盖上述所有内容、方案较全面、较详细、可操作性较强，得2分； 3. 未涵盖上述所有内容或方案不够全面或简单或可操作性差，得0分。   【注：不符合或不提供不得分】 |
| 项目响应服务要求 | 5 | 否 | 1、接到招标人处理问题通知后2小时内到达招标人指定现场，得分5分；  2、接到招标人处理问题通知后2-4小时内到达招标人指定现场，得分3分；  3、接到招标人处理问题通知后4小时以上到达招标人指定现场，得分1分；  4没有承诺，0分。  注：提供响应承诺函（格式自拟）加盖公章等作为评审材料，无提供不得分。 |

### （三）报价得分

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **评审因素** | **评审分值** | **评审标准** |
| 投标报价得分 | 30 | 本项目的价格分采用低价优先法计算，即通过本项目资格性检查与符合性检查且投标报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：  投标报价得分（精确到小数点后2位）=(评标基准价／评标价)×分值 |

注：1.招标文件要求提交的与评价指标体系相关的各类有效资料，供应商如未按要求提交的，该项评分

为零分；

2.技术评分：将每个评委的评分汇总，各评委评分的算术平均值，即为该投标人的最终技术得分。 （四舍五入后，小数点后保留两位有效数）。

3.商务评分：将每个评委的评分汇总，各评委评分的算术平均值，即为该投标人的最终商务得分。 （四舍五入后，小数点后保留两位有效数）。

评委签名： 日期：

**附件四、合同**

**2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节**

**系列活动项目合同书**

甲方： （以下简称甲方）

乙方： （以下简称乙方）

经邀请招标，甲方确定乙方为2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目（以下简称“项目”），甲、乙双方本着平等合作、互惠互利的原则，经友好协商，就2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目的有关事宜达成如下协议：

**一、合作范围**

乙方按照本项目活动招标方案上的2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目需求明细（附件一）、2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目物料清单（附件二）规定组织实施执行，最终活动呈现按实际为准。

**二、活动项目概况：**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **内容** | **项目时间** | **项目地点** |
| 2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目 | 4月16日、4月30日至5月5日（共7天，5月1日为妈祖正诞活动） | 广州南沙天后宫  国家4A级旅游景区 |

**三、费用及付款方式**

　　1、项目总价包干费用总额为：大写： （小写： ），不含税金额为： 元，税率为 ，税金为： 元。（具体税率随国家最新政策进行调整）

2、乙方指定的银行户口与帐号和收款单位名称：

开户名：

开户行：

帐 号：

3、付款方式

　　（1）合同签订后，乙方提供有效合格的增值税专用发票后的7个工作日内，支付合同总额的20%作为预付款。乙方进场搭建舞台场景并提供的有效合格的增值税专用发票后的5个工作日内，支付合同总额的30%作为进度款。在活动顺利结束后，本项目结束并经双方验收合格后15个工作日内，双方以实际工作量结算，由甲方向乙方一次性付清余款。

（2）乙方收取上述款项的 5 日前应向甲方提供增值税专用发票。

4、自本合同签订之日起，乙方原交纳的投标保证金1万元转为履约保证金，合同履行完毕，乙方无违约行为的，甲方于支付尾款时一次性无息退还乙方。

**四、验收条款**

按照本项目活动招标方案上的2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目执行方案（附件一）、2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目物料清单（附件二）进行验收。活动执行结束当天，乙方应当书面申请甲方进行验收。接到乙方申请后，甲方应与乙方进行当场验收并签署验收合格与否的书面证明。甲方逾期不应乙方申请进行验收的，视为甲方已验收合格。

**五、乙方权利与义务**

乙方负责提供2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目执行方案（附件一）、2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目物料清单（附件二）规定组织实施执行，并保证甲方确认后的方案内容能顺利进行。

乙方负责指定专人 与甲方联系及办理验收、签署相关文件和其它相关事宜。

2、乙方应于活动正式举办前 天完成主舞台搭建及现场氛围布置项目，活动正式举办日期由甲方在活动正式举办前20天发函告知，若该项目搭建过程中遇不可抗力情况，乙方需书面通知甲方，由双方商定工期的顺延。因甲方单方面要求更改图纸、材料、工艺等，工期顺延，甲方同时承担因变更产生的费用及责任。

3、乙方应按甲方确认的效果图精心组织制作布置，确保项目质量和进度如期

完成氛围布置项目。

4、乙方负责该项目服务内容过程中现场的防火工作、布置安全及表演人员安全等一切安全保障工作及责任，并负有舞台现场的消防和制作布置安全责任（包括乙方服务人员和设施，并承担由于乙方服务内容产生的安全责任）。

5、乙方在完成项目内容清单中规定的项目后，由双方当场验收。除不可抗力

情况外，乙方不再承担项目完成后的维护工作和管理服务。

6、乙方负责配合做好活动所需道具的制作。

7、乙方要严格按照合同的规定，执行2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动方案。

8、乙方负责新闻发布会及开幕式活动的宣传费用。

9、乙方负责配合甲方邀请陆丰表演团队，并承担表演及住宿费用。

10、乙方须遵守、履行招标文件、投标文件及本合同中关于乙方的义务性条

款。

11、为保证活动的档次与效果，本项目承办费用总投入不得少于人民币320万元，该总投入费用由乙方自行筹措资金。乙方可通过招商工作,取得招商收益弥补投入的承办费用，但招商对象及内容须符合公序良俗及合法合规。

**六、甲方权利与义务**

1、甲方负责指定项目负责人 与乙方联系、现场协调及办理验收、签署相关文件和其它相关事宜。

2、甲方负责活动总体规划，及时对乙方提供的活动方案、效果图及制作布置图等进行审核，并于正式举办活动 天前签字确认。

3、甲方负责及时向乙方提供该项目相关详细的信息资讯和文字、图片等资料，保证以上资料的真实性、准确性及内容的合法性，同时积极配合乙方的工作。

4、甲方负责提供项目所需的现场用电、用水并承担相应费用。

5、甲方有权对项目制作过程及内容进行监督跟踪，不可对双方确定之设计方案提出颠覆性意见，若在项目制作过程中甲方需要合理修改有关内容的，因修改所产生之费用由甲方承担，由此造成的项目延误乙方免责。

6、受疫情、自然灾害、政策政治等不可抗力及客观因素影响，不能如期举办时，则由甲方重新确定活动时间，其他执行条款不变。

7、甲方应当在正式举办活动 天前向乙方交付活动场地。

8、甲方对乙方提交的设计图片资料等宣传资料享有所有权和知识产权。

**七、违约责任**

1、本合同经双方签字盖章后，除由于任何天灾，自然因素，人为因素或政府行为，火灾，雨水灾害，台风，地震，罢工等原因，或其他双方无法预见、无法避免、人力无法抗拒的因素致使合同不能履行外，双方不得中途终止执行合同的部分或全部内容，否则，违约方应支付守约方中标价10%的违约金以及赔偿守约方承担因此所遭受的经济损失。

2、乙方未能按时组织和履行投标文件中承诺的某项活动，甲方有权视情节扣减相应费用，最多不超过投标文件中相应的预算，并没收履约保证金。

3、如乙方未能履约造成损失或导致财物损失，甲方有权追讨。

4、乙方无故不履行活动内容，甲方有权扣除履约保证金。

5、下列任何一种情况发生时，履约保证金将不予退回：

1. 乙方无正当理由未能在规定期限内签订合同；
2. 乙方无正当理由放弃中标的；
3. 乙方无正当理由不按时、按量、按质完成活动方案的；

6、如甲方未能按本合同约定的时间付款，须自本合同约定的付款时间算起，

每日按拖欠金额的1‰向乙方支付滞纳金。若甲方逾期15个工作日天未能付款，视为甲方违约，甲方除应向乙方支付已完成或正在执行的项目费用外，还应支付项目总额1%的违约金。

7、因政府行政性干预而造成的活动取消，乙方已收并发生费用部分不予退还。

8、除不可抗力外，由于乙方原因不能按本合同规定完成本项目，甲方有权解除本合同，要求乙方退回已收全部款项及赔偿甲方的其他损失。

9、乙方应依法依规开展招商活动，若由于乙方开展的招商活动引起相关纠纷，乙方应负责处理并承担责任；若因此给甲方造成损失的，乙方应负责赔偿给甲方造成的全部损失，包括但不限于因处理相关纠纷所产生的赔偿款、诉讼费、保全费、律师费、公证费等。

**八**、如有项目内容增减，经甲乙双方书面确认后，按实际工作量结算。

**九**、如有未尽事宜，双方共同签署补充协议，补充协议与本合同具有同等法律效力。甲乙双方可在协商一致情形下，可以补充协议的形式规定其他未尽事项。

**十**、在本合同履行过程中产生的争议，首先由双方友好协商解决。如协商不成，任何一方均有权向广州市南沙区人民法院提起诉讼解决。

**十一**、本合同壹式陆份，甲方执肆份，乙方执贰份，自双方签字盖章之日起生效，具有同等法律效力。

附件一：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目需求明细

附件二：2024年第十六届广州南沙妈祖文化旅游节系列活动项目物料清单

|  |  |
| --- | --- |
| 甲方（盖章）：  地址：  联系电话：  法定代表人或委托代理人：  签约日期： | 乙方（盖章）：  地址：  联系电话：  法定代表人或委托代理人：  签约日期： |

**廉洁共保协议书**

甲方：

乙方：

为规范物资、配件采购、基建工程和设备、工装项目承发包双方的业务往来，防止发生谋取不正当利益的各种违法违纪行为，保护双方当事人的合法权益，根据有关法律法规和廉政建设责任制规定，双方签订本协议书。

1. **各方的责任**

（一）严格遵守市场准入、项目招、投标等有关法律、法规、政策，以及廉政建设的各项规定。

（二）严格执行承发包合同文件，自觉按合同办事。

（三）业务活动坚持公开、公平、公正、诚信、透明原则，不得为获取不正当的利益损害双方利益，不得违反行业有关规定。

（四）发现对方在业务活动中有违规、违纪、违法行为，应及时提醒，得以制止、纠正；劝阻无效时，应向其监督部门或上级主管部门反映情况，予以纠正；情节严重的，应向纪检监察、司法机关举报。

**第二条 乙方的责任**

应与甲方人员保持正常的业务交往，按照有关法律法规和程序开展业务工作，严格执行物资配件采购、工程建设、设备、工装采购的有关法规政策，并遵守以下规定：

（一）不以任何理由向甲方、甲方代表、相关单位或个人赠送礼金、有价证券、贵重物品或回扣、好处费、感谢费等。

（二）不以任何理由为甲方、甲方代表和相关单位报销应由对方或个人支付的费用。

**第三条 甲方的责任**

应与乙方人员保持正常的业务交往，按照有关法律法规和程序开展业务工作，严格执行物资配件采购、基建工程建设、设备、工装采购的有关法规政策，并遵守以下规定：

（一）不向乙方及相关单位索要或接受回扣、礼金、有价证劵、贵重物品和好处费、感谢费等。

（二）不在乙方及相关单位报销任何应由甲方或个人支付的费用。

**第四条 违约责任**

（一）甲方代表工作人员有违反本责任书第一、三条行为的，按照管理权限，根据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关处理；给乙方单位造成经济损失的，应予以赔偿或补偿。

（二）乙方工作人员有违反本责任书第一、二条责任行为的，按照管理权限，根据有关法律法规和规定给予党纪、政纪处分或组织处理；涉嫌犯罪的，移交司法机关处理；给甲方单位造成经济损失的，应予以赔偿或补偿。

**第五条** 本协议书与项目合同具有同等法律效力，经各方签署后生效。

1. 本协议书的有效期为双方合作结束时止。
2. 本合同一式陆份，甲方执肆份，乙方执贰份。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 甲 方：（盖章） |  | 乙 方：（盖章） |  |
| 法人代表或签约代表： |  | 法人代表或签约代表： |  |

签订日期： 年 月 日