

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目中标结果公告
(招标编号: ZYZB-G202507300101)

一、中标人信息:

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目:

中标人: 南通汇众展览广告策划有限公司 中标价: 270.565万元

二、其他:

1. 项目名称: 南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目。

2. 中标信息

供应商名称: 南通汇众展览广告策划有限公司;

供应商地址: 南通市崇川区北大街166号南通外贸中心2号楼902-2室;

中标金额: 人民币贰佰柒拾万伍仟陆佰伍拾元整(2705650元)。

3. 主要标的信息

名称: 南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目;

服务范围、服务要求及服务标准: 见附件;

服务时间: 布展时间2025年9月5日至6日; 展览时间2025年9月7日至9日; 撤展时间2025年9月9日下午。

4. 评审专家名单: 孙晓东、邢舟、杨剑锋、周澄、姜荣荣。

5. 本项目招标代理服务费8000元。

6. 公告期限: 自本公告发布之日起1个工作日。

三、监督部门

本招标项目的监督部门为/。

四、联系方式

招 标 人: 南通贸促国际会展有限公司

地 址: 南通市崇川区北大街166号

联 系 人: 姜经理

电 话: 0513-85678000

电 子 邮 件: /

招 标 代 理 机 构: 江苏正扬招标代理有限公司

地 址: 南通市崇川区青年中路153号4号楼212、213室

联 系 人: 李艳梅

电 话: 0513-85991998

电 子 邮 件: /

招标人或其招标代理机构主要负责人(项目负责人) 李艳梅 (签名)

招标人或其招标代理机构：_____（盖章）

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选
品会展会服务项目

公开招标文件

采 购 人：南通贸促国际会展有限公司

采购代理机构：江苏正扬招标代理有限公司

日 期：二〇二五年七月

第一章 招标公告

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目的潜在投标供应商应在南通市崇川区青年中路153号南通汽车客运东站4号楼213室获取招标文件，并于2025年7月30日09点30分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

1. 项目编号：ZYZB-G202507300101；
2. 项目名称：南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目；
3. 预算金额：340万元；
4. 最高限价：340万元；
5. 采购方式：公开招标；
6. 合同履行期限：布展时间：2025年9月5日至6日；展览时间：2025年9月7日至9日；撤展时间：2025年9月9日下午；
7. 本项目不接受联合体投标；
8. 本项目不接受分包。

二、申请人的资格要求：

2.1具有独立承担民事责任的能力；具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（提供相关证明材料或承诺函，承诺函格式自拟）。

供应商其它资格要求：

- 2.2供应商提供有效的营业执照复印件等具有独立承担民事责任能力的证明材料复印件。
- 2.3供应商法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人身份证明及法定代表人本人身份证复印件；非法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人签字或盖章的授权委托书及法定代表人、被授权人的两人身身份证的复印件（格式详见附件）。
- 2.4供应商须提供参与本次项目采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录的书面《无重大违法记录声明函》（格式详见附件）。
- 2.5关于资格文件的声明函（格式详见附件）。

三、获取招标文件

- 3.1时间：2025年7月10日至2025年7月16日，每天9时00分至11时30分，14时至17时（北京时间，法定节假日除外），2025年7月16日17时后不再发售招标文件。
- 3.2地点：南通市崇川区青年中路153号南通汽车客运东站4号楼213室。

3.3方式：现场领取或联系代理公司办理。

3.4售价：300元。

3.5注意事项：供应商应当从采购代理机构合法获得招标项目的招标文件。本项目不接受未获取采购文件的供应商参与投标。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

4.1投标文件提交截止及开标时间：2025年7月30日09时30分（北京时间）

4.2投标文件提交地点：南通市崇川区北大街166号外贸中心2号楼15楼

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

6.1投标保证金：免收

6.2项目开标活动模式：现场开标模式。

6.3有关本次招标的事项若存在变动或修改，均以江苏省招标投标公共服务平台发布的更正或补充通知为准，敬请及时关注。

6.4供应商应依照规定提交各类声明函、承诺函，不再同时提供原件备查或提供有关部门出具的相关证明文件。但中标供应商应做好提交声明函、承诺函相应原件的核查准备；核查后发现虚假或违背承诺的，依照相关法律法规规定处理。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

7.1采购人信息

名称：南通贸促国际会展有限公司

地址：南通市崇川区北大街166号

联系方式：0513-85678000

7.2采购代理机构信息

名称：江苏正扬招标代理有限公司

地址：南通市崇川区青年中路153号4号楼213室

联系人：李艳梅

联系电话：0513-85991998

7.3项目联系方式

项目联系人：姜经理

联系电话：0513-85678000

第二章 投标供应商须知

一、总则

1. 适用法律

1.1 本次招标适用《中华人民共和国招标投标法》等法律、行政法规、部门规章和规范性文件。

2. 定义

2.1 “采购人”是指依法进行采购的单位。

2.2 “供应商（投标供应商）”是指参加投标竞争，并符合招标文件规定资格条件的法人、其他组织或者自然人。

2.3 “采购代理机构”是指集中采购机构和集中采购机构以外的采购代理机构，集中采购机构以外的采购代理机构，是从事采购代理业务的社会中介机构。

2.4 “货物和服务”指本招标文件中所述产品及相关服务。

2.5 “用户或使用单位”是指使用货物，接受服务的单位。

二、招标文件构成

4. 招标文件组成

4.1 招标文件包括以下主要内容：招标公告；投标供应商须知；评分标准；采购需求；合同主要条款及格式、投标文件的组成及格式。

4.2 招标的最小单位是包。招标货物数量及技术要求中未分包的，投标供应商对要求提供的货物和服务不得部分投标；招标货物数量及技术要求中已经分包的，可以以包为单位投标。

4.3 采购代理机构如果要求投标供应商按照招标文件规定提交备选投标方案的，投标供应商可以提交备选方案；否则，备选方案将被拒绝。

5. 招标文件的澄清或者修改

5.1 采购人或者采购代理机构可以对已发出的招标文件、招标公告进行必要的澄清或者修改，但不得改变采购标的和资格条件。澄清或者修改应当在原公告发布媒体上发布澄清公告。澄清或者修改的内容为招标文件、招标公告的组成部分。

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

5.3 采购人或者采购代理机构在招标文件要求提交投标文件截止时间前，有权决定延长投标截止时间

和开标时间，并在原采购信息发布媒体上发布变更公告。

5.4 供应商应在投标截止时间前关注江苏省招标投标公共服务平台有关本招标项目有无变更公告。

三、投标文件的编制

6. 投标文件的语言、计量单位、货币和编制

6.1 投标供应商提交的投标文件、技术文件和资料，包括图纸中的说明，以及投标供应商与代理机构就有关投标的所有来往函电均应使用中文。投标文件中若有英文或其他语言文字的资料，应提供相应的中文翻译资料。对不同文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

6.2 投标供应商所使用的计量单位应为国家法定计量单位。

6.3 投标供应商应用人民币报价。

6.4 投标文件应字迹清楚、内容齐全、不得涂改。如有修改，修改处须有投标供应商公章或投标专用章和法定代表人或其授权的投标供应商代表签字。

6.5 投标文件应按照招标文件规定的顺序，统一用A4规格幅面打印、装订成册并编制目录，由于编排混乱导致投标文件被误读或查找不到，责任由投标供应商承担。

6.6 投标供应商应在投标文件中写清相应的项目编号、项目名称、投标供应商全称、地址、电话、传真等。

6.7 投标供应商根据招标文件载明的标的采购项目实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作交由他人完成的，应当在投标文件中载明。

7. 投标文件的组成

7.1 投标供应商应当根据招标文件要求编制投标文件，投标文件应对招标文件提出的要求和条件作出实质性响应，并在《商务条款偏离表》和《技术条款偏离表》等处逐条标明满足与否。

7.2 投标文件由①报价文件、②资格审查文件、③商务技术文件、④电子响应文件共4部分组成（以下由投标文件前缀号代称），其中①、②、③为纸质投标文件。

7.3 投标供应商按招标文件要求编写投标文件，纸质投标文件须牢固装订成册。纸质投标文件均需采用A4纸（图纸等除外），不要使用活页夹、拉杆夹、文件夹、塑料方便式书脊（插入式或穿孔式）装订。投标文件不得行间插字、涂改、增删，如修改错漏处，须经投标文件签署人签字并加盖公章。

7.4 纸质投标文件的“报价文件”“资格审查文件”“商务技术文件”各自装订成册。特别提示：“报价文件”必须单独装订和封装，不得出现在“资格审查文件”和“商务技术文件”之中。

7.5 电子响应文件要求

7.5.1 电子响应文件要求须包含①②③的正本盖章后扫描件。

7.5.2须提供电子U盘壹份，并单独密封，封袋上注明项目名称、“电子响应文件”、响应单位名称并加盖公章。

7.6 投标文件的份数、签署

7.6.1投标供应商应准备叁份完整的纸质投标文件，其中正本壹份，副本肆份，并标明“正本”或“副本”字样，若有差异，概以“正本”为准。

7.6.2投标文件分四册密封。第一册为“报价文件”，第二册为“资格审查文件”，第三册为“商务技术文件”，第四册为“电子响应文件”，投标文件的第一册、第二册、第三册、第四册**应分别密封**，并在封袋上标明“报价文件”“资格审查文件”“商务技术文件”“电子响应文件”。

7.6.3投标供应商可将纸质投标文件正副本统一密封或分别密封，如正本和副本分别密封的，应在封袋上标明正、副本字样。

7.6.4纸质投标文件正本须按招标文件要求由法定代表人或被授权人签字或盖章并加盖投标供应商印章。副本可复印，但须加盖投标供应商印章。

7.7 投标响应文件的密封及标记

密封后，应在每一密封包的投标文件上明确标注投标项目名称、投标文件各自对应的名称、投标供应商全称及日期，同时加盖投标供应商公章。**未按上述要求密封的投标文件，采购代理机构将拒绝接收。**

8. 投标有效期

8.1自开标之日起**90天**内投标有效，投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。

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投标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。

9. 投标文件签署：投标文件均应由投标供应商法人代表或经正式授权并对投标供应商有约束力的委托代理人签字，如果它们之间内容有差异，则以正本为准。

10. 投标费用

10.1投标供应商应承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论采购结果如何，采购代理机构和采购人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

10.2招标代理服务费：**本项目代理服务费由中标供应商支付，此项费用含在响应报价中，并不单独立项。招标代理服务费8000元。**

10.3招标程序顺利进行后，所有的响应文件都将作为档案保存，不论中标与否，代理机构均不退回。

10.4无论招标过程和结果如何，参加投标的供应商自行承担与本次项目招标有关的全部费用。

四、投标文件的递交

11. 投标文件的密封和递交：投标供应商应当在招标文件要求提交投标文件的截止时间前，按招标公告要求将投标文件送达指定地点。**具体要求详见招标公告。**

12. 有下列情形之一的投标文件将被拒收：

12.1 逾期送达的。

12.2 未按照招标文件要求密封的。

13. 投标文件的修改和撤回。

13.1 投标供应商在提交投标文件的截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或者采购代理机构。补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章后，作为投标文件的组成部分。

13.2 投标截止时间之后，投标文件不得撤回。

14. 诚实信用

14.1 投标供应商应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标供应商的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标供应商的合法权益。

14.2 在评标过程中发现投标供应商有以下情形的，评标委员会应当认定其投标无效，并书面报告相关部门。

14.2.1 不同投标供应商的投标文件由同一单位或者个人编制；

14.2.2 不同投标供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

14.2.3 不同投标供应商的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

14.2.4 不同投标供应商的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

14.2.5 不同投标供应商的投标文件相互混装；

14.2.6 不同投标供应商的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

五、开标、评标与定标

15. 开标

15.1 采购代理机构将在招标文件确定的时间和地点进行开标。请投标供应商在投标截止时间前在招标文件规定的接收地点递交投标文件，并做好登记。

15.2 开标时间到后投标供应商须现场检查投标文件的密封性，投标供应商的法定代表人或被授权人须持身份证准时参加开标会。

15.3 投标供应商不足3家的，不得开标。

15.4 开标顺序按报价文件→资格审查文件→商务技术文件依次开启。

15.5 开标过程由采购代理机构负责记录，由参加开标的各投标供应商的法定代表人或被授权人签字确认后随采购文件一并存档。

投标供应商代表对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应在开标过程中提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标供应商代表提出的询问或者回避申请及时处理。

15.6 投标供应商未签字的，视同认可开标结果。

15.7 公开招标数额标准以上的采购项目，投标截止后投标供应商不足3家或者通过资格审查或符合性审查的投标供应商不足3家的，除采购任务取消情形外，按照以下方式处理：

（1）招标文件存在不合理条款或者招标程序不符合规定的，采购人、采购代理机构改正后依法重新招标；

（2）招标文件没有不合理条款、招标程序符合规定，需要采用其他采购人式采购的，采购人依法报相关部门批准，经批准后，可变更其他采购人式采购。本次招标文件中对供应商资格条件要求、技术要求和商务等要求，将作为其他采购人式采购的基本要求和谈判依据。

16. 评标

16.1 评标委员会

16.1.1 评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责：

- （一）审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；
- （二）要求投标供应商对投标文件有关事项作出澄清或者说明；
- （三）对投标文件进行比较和评价；
- （四）确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标供应商；
- （五）向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。

16.1.2 评标委员会由采购人代表和有关技术、经济等方面的专家组成，独立开展评审工作。

16.2 评标程序

16.2.1 采购人或采购代理机构对投标供应商的资格进行审查。各投标供应商资格审查通过后方能进入商务技术文件的评审。**资格审查结束后进行商务技术文件评审、商务技术文件评审结束后进行报价文件评审。**

16.2.1.1 供应商在参加采购活动前3年内因违法经营被禁止在一定期限内参加采购活动，期限届满的，可以参加采购活动。

16.2.1.2单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的采购活动。

16.2.1.3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。

16.2.1.4拒绝列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商参与采购活动。采购代理机构将在开标结束后，通过“信用中国”网站等渠道查询投标供应商信用记录并保存。

16.2.2投标文件的符合性审查。评标委员会对通过资格性检查的投标供应商的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。出现下列情形的，按无效投标处理：

- (1) 投标文件未按招标文件要求密封、签署、盖章的；
- (2) 投标供应商同一分包提交两个（含两个）以上不同的投标报价的；
- (3) 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；
- (4) 投标文件报价出现前后不一致的，投标供应商不确认价格修正的；
- (5) 投标供应商不具备招标文件中规定资格要求的；
- (6) 未通过符合性检查的；
- (7) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- (8) 投标文件内容不全或不符合招标文件中规定的其它实质性要求的；
- (9) 投标供应商被“信用中国”网站列入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。或查询“信用中国”网站后发现投标供应商存在其他不符合规定条件的信用记录的；
- (10) 评标委员会认为投标供应商的报价明显低于其他通过资格审查、符合性审查的投标供应商的报价，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；
- (11) 恶意串通，妨碍其他投标供应商的竞争行为，损害采购人或者其他投标供应商的合法权益；
- (12) 投标供应商的商务技术部分得分相差悬殊，评标委员会一致认为得分畸低者没有实质性响应的；
- (13) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

16.2.3 有下列情形之一的予以废标：

- (1) 符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质性响应的供应商不足三家的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

(3) 投标供应商的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

(4) 因重大变故，采购任务取消的；

(5) 评标委员会认定招标文件存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行的。

在评标期间，出现符合资格性检查的供应商或者对招标文件作出实质性响应的供应商不足三家情形的，比照15.7款执行。

16.2.4澄清有关问题。

16.2.4.1对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当以书面形式要求投标供应商作出必要的澄清、说明或者补正。

16.2.4.2投标供应商的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权代表签字。投标供应商的澄清、说明或者补正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。

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

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

(2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

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

(4) 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按照前款规定经投标供应商确认后产生约束力，投标供应商不确认的，其投标无效。

16.2.4.4 报价文件应包含本次招标标的有关的所有费用，以及技术资料、支付给员工的工资和国家强制缴纳的各种社会保障资金，以及投标供应商认为需要的其他费用等。

16.2.4.5 投标供应商的任何错漏、优惠、竞争性报价不得作为减轻责任、减少服务、增加收费、降低质量的理由。

16.2.4.6 评标委员会认为投标供应商的报价明显低于其他通过资格审查、符合性审查的投标供应商的报价，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。

16.2.4.7 投标供应商应在《开标一览表》标明投标报价。

16.2.4.8 供应商应充分考虑到市场价格变动，以及项目实施过程中的不可预见因素，一旦中标，中标价不变。如果有漏项，视同让利。

16.2.5比较与评价。评标委员会应当按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价。

16.2.6投标总报价（以人民币计价）应包含但不限于如下费用：

招商费用，包括但不限于开展招商推介活动、参展客商邀请、国内外采购商邀请、制作和发布招商资料、所有嘉宾的交通、住宿、餐饮等费用；

场地布置费用，包括但不限于开幕式、展台的设计、制作、安装、拆卸、运输费用，以及搭建临时用电费、特装管理费、施工管理费、施工证件费、施工车证费、展台押金、加班费、保险费、卫生保洁费、垃圾处理费、安保等费用；

主题论坛策划及举办费用，包括但不限于论坛活动的现场组织、论坛分享嘉宾的交通、住宿、餐饮等接待费用及保险费用；

宣传推广费用，包括但不限于各类推广手段的广告投放，宣传视频、宣传物料制作，线下活动的场地租金、人员差旅、讲师课酬、物料制作，线上直播等一切费用；

其他费用，包括但不限于保险（公共责任险及火灾险等各类保险费用）、协调、办理相关手续、各类临时活动的配合措施、安保措施、管理费用、利润、税金等工作所发生的全部费用和政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任，即响应项目需求中的全部工作量和及服务及完成本项目工作所需的一切费用。

16.3评标方法和标准

16.3.1本项目评标方法为综合评分法。本次招标的评标方法和标准，详见本招标文件第三章。

16.3.2综合评分法，是指投标文件满足招标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投标供应商为中标候选人的评标方法。

评审因素，包括商务、技术、价格等。

评标时，评标委员会各成员应当独立对每个投标供应商的投标文件进行评价，并汇总每个投标供应商的得分。

商务技术分按所有评委打分的算术平均值计算（计算结果均四舍五入保留两位小数）。

价格分采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标供应商的商务报价响应得分按照下列公式计算：价格分响应得分 =（评标基准价/投标报价）×价格分分值。

投标供应商的商务技术分与其价格分相加为该投标供应商的综合得分（计算结果均四舍五入保留两位小数）。

17. 确定中标供应商

17.1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由采购人现场抽签确定排名。投标文件满足招标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投标供应商为排名第一的中标候选人。

17.2中标供应商确定后，在“江苏省招标投标公共服务平台”上公告中标结果，中标公告期为1个工作日，公告的同时向中标供应商发出中标通知书。

17.3中标通知书将是合同的一个组成部分。对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

17.4中标通知书发出后，采购人或中标供应商拒绝签订合同的，拒绝签订合同的一方应至少向另一方支付为招标、投标所发生的有关费用和双方商定的其他补偿。

17.5中标通知书发出后，中标供应商无正当理由不与采购人签订合同的；情节严重的，由相关部门将其列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加本单位采购活动，并予以通报。

17.6所有投标文件不论中标与否，均不退回。

17.7若有充分证据证明，中标供应商出现下列情况之一的，一经查实，将被取消中标资格：

17.7.1提供虚假材料谋取中标的。

17.7.2向采购人或采购代理机构行贿或者评审专家提供其他不正当利益的。

17.7.3恶意竞争，投标报价明显低于其自身合理成本且又无法提供证明的。

17.7.4属于本文件规定的无效条件，但在评标过程中又未被评委会发现的。

17.7.5与采购人或者其他供应商恶意串通的。

17.7.6采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的。

17.8 有下列情形之一的，视为投标供应商串通投标，投标无效：

17.8.1不同投标供应商的投标文件由同一单位或者个人编制；

17.8.2不同投标供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

17.8.3不同投标供应商的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

17.8.4不同投标供应商的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

17.8.5不同投标供应商的投标文件相互混装。

18. 编写评标报告

18.1评标委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。

19. 评标过程的保密性

19.1采购人和采购代理机构将采取必要措施，保证评标在严格保密的情况下进行。

19.2任何单位和个人不得非法干预、影响评标办法的确定，以及评标过程和结果。

19.3凡是与审查、澄清、评价和比较投标的有关资料等，均不向投标供应商及与评标无关的其他人员透露。

六、签订合同

20. 签订合同

20.1采购人与中标供应商应当自中标通知书发出之日起30日内，按照招标文件和中标供应商投标文件的规定，签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标供应商投标文件作实质性修改。

20.2采购人不得向中标供应商提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

20.3中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标供应商，也可以重新开展采购活动。

20.4采购合同履行中，采购人需追加与合同标的相同的货物或者服务的，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。

20.5采购人与中标供应商应当根据合同的约定依法履行合同义务。

七、质疑和投诉

21. 质疑

21.1供应商对招标活动事项有疑问的，可以向采购代理机构提出询问，采购代理机构将依法作出答复，但答复的内容不涉及商业秘密。

21.2提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目采购活动的供应商。潜在供应商已依法获取其可质疑的采购文件的，可以对该文件提出质疑。

21.3供应商认为采购文件、采购过程和中标结果使自己的合法权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，将质疑文件原件送达采购人或采购代理机构。

供应商应知其权益受到损害之日，是指：对采购文件提出质疑的，应当在获取采购文件或者采购文件公告期限届满之日起7个工作日内提出；对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；对中标结果或者中标结果提出质疑的，为中标结果公告期限届满之日。

供应商必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。供应商如在法定期限内对同一采购程序环节提出多次质疑的，采购人或采购代理机构将只对供应商第一次质疑作出答复。

21.4供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容：

（一）供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话；

（二）质疑项目的名称、编号；

（三）具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求（具体条款）；

（四）事实依据（具体条款）；

（五）必要的法律依据（具体条款）；

（六）提出质疑的日期。

供应商为自然人的，应当由本人签字；供应商为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。代理人提出质疑和投诉，应当提交供应商签署的授权委托书。其授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

质疑函应当使用中文。相关当事人提供外文书证或者外国语视听资料的，应当附有中文译本，由翻译机构盖章或者翻译人员签名。

21.5 质疑函应当现场提交至采购代理机构联系人处，提交时应出示有效身份证明。未按上述要求提交质疑函的，质疑不予受理。

21.6 投标供应商不得虚假质疑和恶意质疑，并对质疑内容的真实性承担责任。投标供应商或者其他利害关系人通过捏造事实、伪造证明材料等方式提出异议或投诉，阻碍招投标活动正常进行的，属于严重不良行为，代理机构将提请财政部门将其列入不良行为记录名单，并依法予以处罚。

21.7 采购代理机构在收到投标供应商的书面质疑后将及时组织调查核实，在七个工作日内作出答复，并以书面或在网站公告形式通知质疑投标供应商和其他有关投标供应商，答复的内容不涉及商业秘密。

21.8 以下情形的质疑不予受理

21.8.1 内容不符合规定的质疑。

21.8.2 超出法定期限的质疑。

21.8.3 未参加投标活动的供应商或在投标活动中自身权益未受到损害的供应商所提出的质疑。

21.8.4 供应商组成联合体参加投标，联合体中任何一方或多方未按要求签字、盖章、加盖公章的质疑。

第三章 评分标准

1. 本项目采用综合评分法，评分统计方法采用百分制（满分100分），将全部评委评分直接进行算术平均，小数点后保留2位。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由采购人现场抽签确定排名。投标文件满足招标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投标供应商为排名第一的中标候选人。

2. 详细评审评标标准：

项目细则	评审细则
价格 (20 分)	采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分20分。其他投标供应商的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)×20（小数点保留两位）
类似业绩 (6 分)	投标供应商自2021年1月1日以来（以合同签订时间为准）承担过类似博览会（跨境电商类展会）策划布展业绩且展会面积在一万平米及以上的，有一个业绩得3分。本项最高得6分。 提供博览会或展会承办合同复印件及与合同对应的部分发票复印件（若承办合同不能体现面积，则须提供展馆租赁合同佐证及与展馆租赁合同对应的展馆租费发票复印件佐证，展馆租赁合同主体必须包含投标供应商公司名称）
招商方案 (15 分)	根据投标供应商针对本项目特点拟定招商方案（包括但不限于参展企业、知名跨境电商平台、各类别跨境生态伙伴、跨境电商知名卖家等），综合打分。 (1) 邀请参展商及采购商类型全面，成功邀请可能性高，为优，得15分； (2) 邀请参展商及采购商类型较全面，成功邀请可能性较高，为良，得11分； (3) 邀请参展商及采购商类型完整度一般，成功邀请可能性一般，为中，得7分； (4) 邀请参展商及采购商类型不全面，成功邀请可能性较低，为差，得3分。 未提供不得分。
宣传、推广方案 (5 分)	根据投标供应商针对项目需求对拟定的宣传、推广方案（包括但不限于推广渠道、推广时间计划、推广方式、广告投放渠道、本地推广等），综合打分。 (1) 推广渠道多样，辐射面广；推广时间计划紧凑，与项目需求紧密衔接；本地推广全面为优，得5分； (2) 推广渠道及辐射面较全面；推广时间计划较紧凑；本地推广较全面为良，得4分； (3) 推广渠道及辐射面一般；推广时间计划紧凑度一般；有本地推广为中，得3分； (4) 推广渠道及辐射面不全面；推广时间计划紧凑较差、与项目需求对应较差，得2分； 无广告投放渠道；无本地推广或未提供推广及宣传方案，不得分。
活动方案 (13 分)	根据投标供应商针对本项目需求拟定的大会活动方案打分。 (1) 拟定的大会活动方案紧扣项目需求，逻辑清晰，层次分明，可操作性强为优，得13分；

	(2) 拟定的大会活动方案与项目需求较贴合，逻辑较清晰，可操作性较强为良，得 8 分； (3) 拟定的大会活动方案与项目需求贴合性一般，逻辑层次不分明，可操作性一般为中，得 3 分； (4) 拟定的大会活动方案与项目需求贴合性差，无逻辑及可操作性或未提供不得分。
总体规划、平面布局设计 (5 分)	投标供应商根据现勘察现场的实际情况，提供总体规划、平面布局设计（需标注主要功能区尺寸）、设计说明（含主要板块布局解读）、动线设计（巡管、参观路线）等设计方案。提供设计方案平面布局图及俯视图。 (1) 整体全面规划项目布局方案、内容全面合理的得 5 分； (2) 整体全面布局方案、内容一般的得 3 分； (3) 整体全面布局方案、内容较差的得 1 分。 未提供不得分。
内场、外场氛围设计、布置服务 (5 分)	根据投标供应商针对本项目需求拟定的内场、外场氛围设计、布置方案打分。包含但不限于：会展中心入口（主形象）装置，会展中心外围指示牌，注水道旗、灯杆旗等氛围布置，会展中心内部指示牌、签到处布置，内场主 VI 设计、氛围渲染，安检、服务处的布置等。提供设计方案平面图、效果图、点位图。 (1) 整体布局全面，设置地点合理，内容全面的得 5 分； (2) 整体全面布局设置地点方案、内容一般的得 3 分； (3) 整体全面布局设置地点方案、内容较差的得 1 分； 未提供不得分。
开幕式设计、布置服务 (5 分)	根据投标供应商针对本项目需求拟定的开幕式设计、布置方案打分。提供设计方案平面图、效果图、尺寸图、材质图、施工图。 (1) 整体设计方案合理、新颖时尚，对项目需求理解深刻，方案完整全面、形象鲜明突出、创意新颖且可行性强，效果图好得 5 分； (2) 整体设计方案一般，对项目需求理解尚可，方案基本完整、有可行性，效果图一般，得 2 分； (3) 整体设计方案差，对项目需求缺乏理解，方案一般、无法突出鲜明主题，创意性及可行性较差或未提供不得分。
分论坛区、人才招聘对接区、线上直播区活动设计、布置服务 (6 分)	根据投标供应商针对本项目需求拟定的分论坛区、人才招聘对接区、线上直播区活动设计、布置方案打分。提供设计方案平面图、效果图、尺寸图、材质图、施工图。 (1) 整体设计方案布局合理、新颖时尚，对项目需求理解深刻，方案完整全面、创意新颖且可行性强，得 6 分； (2) 整体设计方案布局一般，对项目需求理解尚可，方案基本完整、有可行性一般，得 4 分； (3) 整体设计方案布局差，对项目需求缺乏理解，方案一般、无法突出鲜明主题，创意性及可行性差，得 2 分； 未提供不得分。
标展、特	根据标展、特装展区的需求，搭建布局的功能、空间及整体是否协调、科学、合理、美

装展区设计、搭建、布展服务 (5分)	观；造型是否优美流畅，是否具有时代感，体量及色彩是否协调，是否能充分体现南通跨境电商产业特色进行打分。提供包括标准展位、特装展台效果图、材质图、施工图等。 (后续：提供报批特装展台所需的图纸和布展所需的终审图纸) (1) 方案较为详细、针对性及可实施性较强，得 5 分； (2) 方案一般、针对性及可实施性一般，得 2 分； (3) 方案整体效果较差、不符合整体设计思路或未提供不得分。
项目重点难点分析及应对措施 (5分)	针对项目需求对项目重点、难点进行分析并提出应对措施，同时根据以往经验教训对本项目提出合理化建议，进行综合打分。 (1) 对项目重点难点分析透彻、解决方案针对性强的为优，得 5 分； (2) 对项目重点难点分析基本清楚、解决方案针对性较好的为良，得 3 分； (3) 对项目重点难点分析一般、解决方案针对性一般的为中，得 1 分； (4) 对项目重点难点分析不全面、解决方案差或未提供为差，不得分。
拟派现场项目经理问答 (10分)	拟派项目经理需进行现场问答，可准备 PPT 等相关材料进行讲解，自带设备，讲解时间不超过十分钟。 (1) 项目经理经验丰富、有策划执行过大规模的跨境电商选品博览会策划执行经历，得 10 分； (2) 项目经理经验较丰富、有相关大型博览会策划执行经历，得 6 分； (3) 项目经理经验一般、博览会策划执行经历一般，得 2 分； 项目经理无博览会执行经历的，该项不得分。

第四章 采购需求

一、项目概况

1.展会时间

2025年9月7日-9日

2.展会地点

南通国际会展中心

3.项目背景

商务部等9部门《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》（商贸发〔2024〕125号）提出，“支持按市场化原则提升现有地方性跨境电商展会办展水平，针对重点产品、重点市场举办海外专场推介、对接活动”。拟定2025年9月7-9日举办“2025南通跨境电商选品会”，着力打造板块跨境电商工作的节点、展示跨境电商发展成效的窗口、系统推进跨境电商工作的抓手。

4.总体面积

展览面积：14000平方米（不含室外部分）

5.展区划分

需包含开幕式，设置产业带选品展区、平台及服务机构展区、跨境大讲堂活动区、人才招聘对接区、线上直播区五个功能区，涉及家用纺织品、电动工具、体育用品、服装服饰、家居家具、五金配件、户外用品、花卉园艺、劳保用品、进口消费品等10个产业带。

二、具体需求

第一部分：招展、招商组织服务

（一）招展组织服务

- 1.展位规模至少达364个标展，特装企业不低于30家，参展商单位不得少于200家。
- 2.所参展企业：除南通参展企业外，其市外参展企业数不能低于10%。
- 3.邀请跨境电商头部平台以及跨境电商新兴平台，其中头部平台不得少于10家。
- 4.邀请跨境生态企业，覆盖跨境电商行业多个领域，总数不得少于20家。

（二）采购商邀约服务

- 1.组织跨境电商卖家不少于80家，其中头部卖家不少于30家。
- 2.国内VIP采购商及批发市场采购商（经销商）方面，邀约数量不少于50家。
- 3.展会期间组织专业观众不少于200人次。

（三）开幕式活动的组织规划服务

1.完成对9月7日开幕式活动议程的组织规划服务，参加人数为300 人左右。

2.要有境电商头部卖家、跨境生态企业（覆盖跨境电商行业多个领域）、国内VIP采购商及批发市场采购商（经销商）方面等业内知名人士参加。

3.开幕式的活动内容要与时俱进，符合跨境电商新业态的发展。

（四）配套活动的组织规划服务

1.完成对分论坛活动区、人才招聘对接区、线上直播区9月7日-9日两天~两天半的议程活动组织规划服务，组织包括但不限于采购对接会、海外仓供需对接会、产业带招商推介、外贸人才招聘会、跨境电商平台招商推介会、跨境大讲堂、跨境电商颁奖等活动；且需涵盖跨境头部平台、新兴平台、独立站、品牌出海、跨境生态服务等跨境行业热门话题，内容涉猎范围广、丰富有深度，对南通企业有指导作用。

2.论坛区嘉宾分享不少于10场。

3.除了大会现场分享，还需进行线上直播。

（五）商务要求

采购人承担地租赁费用、第三方服务费、政府扶持资金；中标供应商承担邀请参展的客商、嘉宾的交通、住宿、餐饮等费用以及保险（包括但不限于公共责任险及火灾险等）、税金等一切费用。

第二部分：搭建布展服务

（一）总体规划、平面布局设计

1.在勘察活动现场基础上，根据第三章项目需求（二、项目概况5.展区划分），提供平面布局（需标注主要功能区尺寸）、设计说明（含主要板块布局解读）、动线设计（巡馆、参观路线）等设计方案。

2.提供设计方案平面布局图及俯视图。

（二）内场、外场氛围设计、布置服务

（包括但不限于）

1.会展中心入口（主形象）装置。

2.会展中心外围指示牌、注水道旗、灯杆旗等氛围布置。

3.会展中心内部指示牌、签到处布置。

4.内场主VI设计、氛围渲染。

5.安检、服务处的布置。

（三）开幕式设计、布置服务

1.开幕式区规划面积不少于1000平米，参加人数不少于300。

- 2.主屏+副屏全彩 LED 显示屏（P3高刷室内屏，100 平方左右）。
- 3.舞台搭建及地毯。
- 4.会场灯光布置（面光+氛围营造）。
- 5.会议级音响设备。
- 6.演讲台及演讲台装饰。
- 7.会议整体物料设计制作（邀请函、证件（包括嘉宾证、通行证等）、会议手册、手提袋等）。
- 8.启动仪式设计（采取特装形式）。
- 9.包含司礼仪、座位贴、台签、专业摄影摄像人员、直播人员等，除进行会场设计、布置外，还需配合采购人进行现场座位图设计修改、现场座位调整、彩排等工作。
- 10.签约仪式设计，签约倒计时动画设计、启动按键设备准备等。
- 11.全流程 ppt 设计播控。
12. 提供会议所需相关标准服务。

（1）运营服务工作：选品会期间现场各项设备设施的调制使用(提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决)、现场设施项目管理（垃圾处理、环境卫生等工作的协调)、选品会期间涉及安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

（2）后续工作：选品会结束后，由供应商负责按照大会组委会和场馆方要求按时拆装并清理场地，设备材料运输至采购人指定位置。

13. 提供设计方案效果图、材质图、施工图。

（四）分论坛区、人才招聘对接区、线上直播区活动设计、布置服务

1.分论坛区：面积500平米左右，参加人数不少于150；LED 显示屏（P3高刷室内屏，50 平方左右）；舞台搭建及地毯；会场灯光布置（面光+氛围营造）。

2.人才招聘对接区：面积100平米。举办外贸人才培养沙龙和外贸人才招聘活动，要满足10家以上企业进行招聘活动。

3.线上直播区：面积200平米。展示跨境直播应用技术，开展线上直播选品活动，要满足10家以上企业进行现场直播活动。

- 4.提供会议所需相关标准服务；

（1）运营服务工作：选品会期间现场各项设备设施的调制使用(提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决)、现场设施项目管理（垃圾处理、环境卫生等工作的协调)、选品会期间涉及安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

（2）后续工作：选品会结束后，由供应商负责按照大会组委会和场馆方要求按时拆装并

清理场地，设备材料运输至采购人指定位置。

5.提供设计方案效果图、材质图、施工图。

（五）标展、特装展区设计、搭建、布展服务

1.服务需求概况：

需包含产业带选品展区、平台及服务机构展区，涉及家用纺织品、电动工具、体育用品、服装服饰、家居家具、五金配件、户外用品、花卉园艺、劳保用品、进口消费品等10个产业带。企业特装达1000平方米以上。

2.承包方式：包工包料

3.图纸要求：提供报批特装展台所需的图纸和（后续）布展所需的终审图纸（包括特装展台效果图、施工图、立面图、平面图、电器布局图、布置点位图等。）

（六）相关要求

完善会场设计及搭建方案，开展工作流程方案、相关工作报批手续、施工制作方案、运营管理方案、各类应急措施方案等工作。

1.本项目的设计、施工过程和布展工作必须严格按照施工质量应符合现行国家技术、施工及验收规范规程，对施工工艺的特殊要求，按设计图纸及国家有关规定执行。

2.质量要求：按相关工程施工质量验收规范合格标准。设计制作展位及安装应质量优良，展位设计、制作安装等服务应响应迅速，施工及时并符合采购人及展馆要求。

3.安全要求：要求在开工前和布展（或布置）实施期间做好安全文明标化管理，要求在投标文件中阐述有关布展（或布置）实施方案和管理措施，并作出相应承诺，确保场内外道路清洁畅通，确保来往车辆、人员、施工安全。符合布展展位制作及施工安装等安全要求，涉及到电气布线、安装等应符合消防安全要求，确保安全可靠，所有结构应与展台自身主体结构连接，严禁在展馆天花板、梁、柱、围栏或各种专用管线上吊挂、捆绑。供应商须书面承诺，展区搭建所用材料应符合国家相关规定，不得使用劣质材料。供应商还应制定搭建及展出安全承诺书，在项目实施过程（包括搭建及展出等）期间以及一切由于供应商实施的工作问题导致的安全责任均由供应商承担，采购人概不负责。

4.技术规格：展位设计施工符合展馆规范要求，展墙、展架、道具等制作工艺细致。整体外观与设计效果保持一致，现场安装施工严谨精细，展位标识、画面等内容无错误。

5.物理特性：展墙、展架及道具等无变形、无色差，整体色调、装饰、设计风格美观大方。

6.施工要求：

（1）展会搭建施工：依据招标文件及设计方案，负责展墙、展架、展台、吊顶地面及道

具（不含摊位参展商布展道具）、设备的租赁、安装、布置、开展期间本展区活动的技术、人员及设备保障。施工时能较好理解设计意图，用材适当并与陈列环境相协调，性价比高，多媒体设备选配科学、合理，保证开展期间设备的稳定耐用。

（2）工程组织周密。要科学制定合理的展览施工组织实施方案，统筹协调各参展单位的布展进度，使展览等各分项组织实施的全过程及各个环节始终处于受控状态，施工工艺满足国家、省、市现行标准、规范的相关文件要求。

（3）坚持安全施工。要强化安全生产意识，建立规范化、标准化、制度化的管理体系，确保施工现场的结构安全、消防安全、电气安全，以及人身安全等，以达到优质的展示效果。

7.场地布置验收标准：满足采购人要求，包括展位规划、设计、施工与采购人需求一致，准确无误。展架制作工艺细致，符合消防标准。展墙展架、发光字、供电电源、照明灯管应质量优良，安装合理。画面色彩均匀、清晰、饱满，观感良好。灯箱透光性均匀，美观大方，胶接牢固等。

8.场地布置竣工时间：2025年9月6日前完成所有场地布置并验收合格。

9.服务标准、效率：

（1）服务标准：设计和施工满足采购人要求，符合此次展会参展商手册中以及我国相关技术规范和质量标准。

（2）服务效率：根据采购人要求及时修改方案、及时施工、及时响应。

10.总体要求风格大气、国际化、简洁不失品味，让人眼前一亮。展区要设计新颖、特色鲜明、主题突出、颜色搭配适当，既要合理布局，又要确保展示内容丰富全面。

（七）工作范围

1.供应商需根据采购单位确认的图纸、采购要求以及设计方案实施，工作范围包括：

（1）中标后，需根据采购人要求，在规定的时间内准备好布展（或布置）用具及设备及时进场；如采购人需要优化设计，则供应商需负责优化设计。

（2）负责各展区展示内容对接及整理分析，对各展区内容布局进行合理划分。

（3）运用声、光、电等现代媒介对展区进行全方位展示。其设计事项包括：空间结构设计、立面设计、多媒体设计、展品展示等。

（4）按大会组委会和要求在规定时间内完成整个项目的施工工作（包括特装布展等）以及后期的拆除、清理等善后工作，设备材料运输至采购人指定位置，确保工程质量。

（5）搭建所购买设备的质保和托管维护服务（如有）。

2.供应商要保证最终搭建成果的合法性，一切侵权行为带来的损失，均由中标单位承担。中标单位的搭建成果（包括在响应文件中所含的知识产权和智力成果）将完全归采购单位所

有和无偿使用。

3.所有现场实施，物料尺寸需要根据场地实际情况及采购方要求做出再次确认，原则上制作工艺、施工需要及实际效果和效果图及采购文件保持一致，如有修改需要和采购方进行协商沟通。

（八）项目的其他技术、服务等要求

1.供应商须完善展台设计及搭建方案，开展工作流程方案、相关工作报批手续、施工制作方案、运营管理方案、各类应急预案等工作，监理并完成展台搭建工作。严格做好安全、质量检测防范措施。

2.供应商须严格按设计图纸和已确认的施工技术方案组织施工，并无条件地接受采购单位对项目质量的监督和管理。如有现场变更事项，中标单位提交书面申请及工作量清单，必须由采购单位签字。

3.所有特装展位的电源接入由场馆专业人员负责，特装搭建需提前申报用电参数及用电需求，不得私自接驳电源。

4.供应商安装调试人员对车辆设备、管线等造成损坏，应由供应商负责修复及承担一切费用。

5.安装调试期间应做好安全标识牌，供应商负责及时清理垃圾，保证场地清洁不影响当地市民及相关参展人员出行。

6.供应商承担安装调试及展会期间设备和人员的安全责任。

7.展会期间现场各项设备设施的调制使用(提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决)、展台现场设施项目管理（饮水处、网线布置、环境卫生等工作的协调)、展会期间涉及安保、安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

8.相关费用：展台的设计、制作、安装、拆卸、运输费用，以及搭建临时用电费、特装管理费、施工管理费、施工证件费、施工车证费、展台押金、加班费、保险费、卫生保洁费、垃圾处理费、安保等费用由供应商自行解决。

9.供应商应具备良好的案场服务支持能力。有专职的项目管理人员，能及时响应采购人需求服务。

10.采购方人配合工作：负责办妥施工前有关手续并配合中标供应商办理有关验收手续。

第三部分：宣传推广引流服务

（一）展会指标

1.在PC端、M端、小程序端搭建活动落地页，详细介绍展会情况，并带有观众及参展商报名入口。

2.通过线上、线下推广手段，完成1000万+的曝光量（pv）的目标。

3.制作线上、线下推广物料，包括但不限于亮点海报、嘉宾海报、邀请函、单页、易拉宝、招商手册等，在各大跨境电商相关活动上进行分发推广。

4.在展会开展前后，在南通周边及江苏范围内举办走入产业带、跨境电商论坛等活动，进行跨境电商的宣传推广，营造跨境电商氛围。

5.9月7-9日开展期间，配备视频直播、照片直播等线上直播内容，对博览会现场情况进行详细的记录。

（二）商务要求

供应商承担项目包含各类推广手段的广告投放，宣传物料制作，线下活动的场地租金、人员差旅、讲师课酬、物料制作，线上直播等一切费用。

三、付款方式

1.签订合同后 7 个工作日采购人支付合同总额的 30%。

2.进馆前 15 个工作日支付合同总额的 30%。

3.展会活动结束后中标供应商提交整体活动流程图文资料且经采购人书面确认后 7 个工作日支付合同总额的 30%。

4.经采购人委托的有资质的审计单位审计结束后支付尾款（审定价扣除已支付金额所剩余的款项）。

5.以上付款均不计利息，每次付款前中标供应商须出具同等金额的增值税专用发票。

四、违约责任

1.中标供应商执行活动不符合招标文件要求及投标文件承诺或采购人批准的活动方案的，如出现漏项或错项，每发生一次，应向采购人支付活动费用总额0.5%或中标供应商漏项错项对应活动费用金额3倍的违约金（以高者为准）；发生如下情况之一，视为中标供应商重大违约，采购人有权单方解除本合同：

(1)工作进度缓慢将会导致活动无法按期举办的。

(2)未按约定时间开始活动的。

(3)活动主要人员未按时到场参加活动的。

(4)发生安全事故且中标供应商负有责任的。

(5)活动质量、效果明显不能达到采购人要求的。

(6)中标供应商以采购人或本活动相关单位名义对外从事与本合同履行无关的任何行为的。

(7)未按照采购人批准的策划及执行方案实施具体工作的。

2.中标供应商违反相关条款，给采购人造成损失或负面影响，中标供应商应赔偿采购人的损失；如采购人认为中标供应商违约情节严重，采购人有权解除本合同。

3.如中标供应商在活动中无故泄露采购人提供的资料及与本合同有关的任何内容，或丑化采购人或本活动相关单位形象的，采购人有权解除本合同；此外，中标供应商应按采购人要求予以纠正，如造成采购人损失的，则中标供应商应予以赔偿，赔偿金额不少于本合同约定活动费用总额的20%。

4.展位规模至少达364个标展，中标供应商如未达到该要求，每少10个标展需向采购人支付5万元违约金，低于300个标展，中标供应商应向采购人支付活动费用总额30%的违约金。

5.中标供应商如有其它任何违约行为，未按照采购人要求期限及时改正的，每逾期一日，中标供应商应向采购人支付活动费用总额的0.5%；逾期达到10日的，采购人有权解除本合同。

6.中标供应商违约导致本合同提前终止（包括采购人行使合同解除权的情况）的，采购人无需向中标供应商支付任何费用并退还采购人已支付的所有费用，且中标供应商应向采购人支付活动费用总额20%的违约金，采购人仍有其他损失的，由中标供应商继续赔偿。

7.中标供应商应向采购人支付的违约金、赔偿金等任何费用，采购人可直接从应付活动费用中扣除，中标供应商不持异议。

8.本活动除因不可抗力的因素影响外，中标供应商必须按时保质保量完成活动全部工作，否则中标供应商应承担相应违约责任。

第五章 合同主要款及格式

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选品会展会服务项目 采购合同

甲方 2025 南通跨境电商选品会展会服务项目通过公开招标方式进行采购，确定乙方为服务商。为明确双方的权利、义务和责任，根据采购文件、投标响应文件和确定事项，甲、乙 双方经平等、自愿、协商一致，就 2025 南通跨境电商选品会展会服务项目的相关事宜达成一致意见，签订本合同。

一、项目概况

1. 项目名称：2025 南通跨境电商选品会展会服务项目
2. 合同金额（含税）：_____元整（¥ _____），本价格已包含乙方为履行本合同义务所发生的全部成本、利润及税金，就本合同履行，未经甲方书面确认，合同金额不予调整。
3. 服务期限：2025 年 9 月 7 日-9 日。
4. 服务地点：南通国际会展中心
5. 总体面积：展览面积：14000 平方米 （不含室外部分）

二、乙方服务内容

第一部分：招展、招商组织服务

（一）招展组织服务

1. 展位规模至少达 364 个标展，特装企业不低于 30 家，参展商单位不得少于 200 家。
2. 所参展企业：除南通参展企业外，其市外参展企业数不能低于 10%。
3. 邀请跨境电商头部平台以及跨境电商新兴平台，其中头部平台不得少于 10 家。
4. 邀请跨境生态企业，覆盖跨境电商行业多个领域，总数不得少于 20 家。

（二）采购商邀约服务

1. 组织跨境电商卖家不少于 80 家，其中头部卖家不少于 30 家。
2. 国内 VIP 采购商及批发市场采购商（经销商）方面，邀约数量不少于 50 家。
3. 展会期间组织专业观众不少于 200 人次。

（三）开幕式活动的组织规划服务

1. 完成对 9 月 7 日开幕式活动议程的组织规划服务，参加人数为 300 人左右。
2. 要有境电商头部卖家、跨境生态企业（覆盖跨境电商行业多个领域）、国内 VIP 采购商及批发市场采购商（经销商）方面等业内知名人士参加。
3. 开幕式的活动内容要与时俱进，符合跨境电商新业态的发展。

（四）配套活动的组织规划服务

1. 完成对分论坛活动区、人才招聘对接区、线上直播区 9 月 7 日-9 日两天~两天半的议程活动组织规划服务，组织包括但不限于采购对接会、海外仓供需对接会、产业带招商推介、外贸人才招聘会、跨境电商平台招商推介会、跨境大讲堂、跨境电商颁奖等活动；且需涵盖跨境头部平台、新兴平台、独立站、品牌出海、跨境生态服务等跨境行业热门话题，内容涉猎范围广、丰富有深度，对南通企业有指导作用。

2. 论坛区嘉宾分享不少于 10 场。
3. 除了大会现场分享，还需进行线上直播。

（五）商务要求

甲方承担地租赁费用、第三方服务费、政府扶持资金；乙方承担邀请参展的客商、嘉宾的交通、住宿、餐饮等费用以及保险（包括但不限于公共责任险及火灾险等）、税金等一切费用。

第二部分：搭建布展服务

（一）总体规划、平面布局设计

1. 在勘察活动现场基础上，根据本项目招标文件第三章项目需求（二、项目概况 5. 展区划分），提供平面布局（需标注主要功能区尺寸）、设计说明（含主要板块布局解读）、动线设计（巡馆、参观路线）等设计方案。

2. 提供设计方案平面布局图及俯视图。

（二）内场、外场氛围设计、布置服务

（包括但不限于）

1. 会展中心入口（主形象）装置。
2. 会展中心外围指示牌、注水道旗、灯杆旗等氛围布置。
3. 会展中心内部指示牌、签到处布置。
4. 内场主 VI 设计、氛围渲染。
5. 安检、服务处的布置。

（三）开幕式设计、布置服务

1. 开幕式区规划面积不少于 1000 平米，参加人数不少于 300 。
2. 主屏+副屏全彩 LED 显示屏（P3 高刷室内屏，100 平方左右）。
3. 舞台搭建及地毯。
4. 会场灯光布置（面光+氛围营造）。
5. 会议级音响设备。
6. 演讲台及演讲台装饰。
7. 会议整体物料设计制作（邀请函、证件（包括嘉宾证、通行证等）、会议手册、手提袋等）。
8. 启动仪式设计（采取特装形式）。
9. 包含司礼仪、座位贴、台签、专业摄影摄像人员、直播人员等，除进行会场设计、布置外，还需配合甲方进行现场座位图设计修改、现场座位调整、彩排等工作。
10. 签约仪式设计，签约倒计时动画设计、启动按键设备准备等。
11. 全流程 ppt 设计播控。
12. 提供会议所需相关标准服务。

（1）运营服务工作：选品会期间现场各项设备设施的调制使用（提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决）、现场设施项目管理（垃圾处理、环境卫生等工作的协调）、选品会期间涉及安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

（2）后续工作：选品会结束后，由乙方负责按照大会组委会和场馆方要求按时拆装并清理场地，设备材料运输至甲方指定位置。

13. 提供设计方案效果图、材质图、施工图。

（四）分论坛区、人才招聘对接区、线上直播区活动设计、布置服务

1. 分论坛区：面积 500 平米左右，参加人数不少于 150 ；LED 显示屏（P3 高刷室内屏，50 平方左右）；舞台搭建及地毯；会场灯光布置（面光+氛围营造）。

2. 人才招聘对接区：面积 100 平米。举办外贸人才培养沙龙和外贸人才招聘活动，要满足 10 家以上企业进行招聘活动。

3. 线上直播区：面积 200 平米。展示跨境直播应用技术，开展线上直播选品活动，要满足 10 家以上企业进行现场直播活动。

4. 提供会议所需相关标准服务：

（1）运营服务工作：选品会期间现场各项设备设施的调制使用（提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决）、现场设施项目管理（垃圾处理、环境卫生等工作的协调）、选品会期间涉及安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

（2）后续工作：选品会结束后，由乙方负责按照大会组委会和场馆方要求按时拆装并清理场地，设备材料运输至甲方指定位置。

5. 提供设计方案效果图、材质图、施工图。

（五）标展、特装展区设计、搭建、布展服务

1. 服务需求概况：

需包含产业带选品展区、平台及服务机构展区，涉及家用纺织品、电动工具、体育用品、服装服饰、家居家具、五金配件、户外用品、花卉园艺、劳保用品、进口消费品等 10 个产业带。企业特装达 1000 平方米以上。

2. 承包方式：包工包料

3. 图纸要求：提供报批特装展台所需的图纸和（后续）布展所需的终审图纸（包括特装展台效果图、施工图、立面图、平面图、电器布局图、布置点位图等。）

（六）相关要求

完善会场设计及搭建方案，开展工作流程方案、相关工作报批手续、施工制作方案、运营管理方案、各类应急措施方案等工作。

1. 本项目的设计、施工过程和布展工作必须严格按照施工质量应符合现行国家技术、施工及验收规范规程，对施工工艺的特殊要求，按设计图纸及国家有关规定执行。

2. 质量要求：按相关工程施工质量验收规范合格标准。设计制作展位及安装应质量优良，展位设计、制作安装等服务应响应迅速，施工及时并符合甲方及展馆要求。

3. 安全要求：要求在开工前和布展（或布置）实施期间做好安全文明标化管理，要求在投标文件中阐述有关布展（或布置）实施方案和管理措施，并作出相应承诺，确保场内外道路清洁畅通，确保来往车辆、人员、施工安全。符合布展展位制作及施工安装等安全要求，涉及到电气布线、安装等应符合消防安全要求，确保安全可靠，所有结构应与展台自身主体结构连接，严禁在展馆天花板、梁、柱、围栏或各种专用管线上吊挂、捆绑。乙方须书面承诺，展区搭建所用材料应符合国家相关规定，不得使用劣质材料。乙方还应制定搭建及展出安全承诺书，在项目实施过程（包括搭建及展出等）期间以及一切由于乙方实施的工作问题导致的安全责任均由乙方承担，甲方概不负责。

4. 技术规格：展位设计施工符合展馆规范要求，展墙、展架、道具等制作工艺细致。整体外观与设计效果保持一致，现场安装施工严谨精细，展位标识、画面等内容无错误。

5. 物理特性：展墙、展架及道具等无变形、无色差，整体色调、装饰、设计风格美观大方。

6. 施工要求：

（1）展会搭建施工：依据招标文件及设计方案，负责展墙、展架、展台、吊顶地面及道具（不含摊位参展商布展道具）、设备的租赁、安装、布置、开展期间本展区活动的技术、人员及设备保障。施工时能较好理解设计意图，用材适当并与陈列环境相协调，性价比高，多媒体设备选配科学、合理，保证开展期间设备的稳定耐用。

（2）工程组织周密。要科学制定合理的展览施工组织实施方案，统筹协调各参展单位的布展进度，使展览等各分项组织实施的全过程及各个环节始终处于受控状态，施工工艺满足国家、省、市现行标准、规范的相关文件要求。

（3）坚持安全施工。要强化安全生产意识，建立规范化、标准化、制度化的管理体系，确保施工现场的结构安全、消防安全、电气安全，以及人身安全等，以达到优质的展示效果。

7. 场地布置验收标准：满足甲方要求，包括展位规划、设计、施工与甲方需求一致，准确无误。展架制作工艺细致，符合消防标准。展墙展架、发光字、供电电源、照明灯管应质量优良，安装合理。画面色彩均匀、清晰、饱满，观感良好。灯箱透光性均匀，美观大方，胶接牢固等。

8. 场地布置竣工时间：2025 年 9 月 6 日前完成所有场地布置并验收合格。

9. 服务标准、效率：

（1）服务标准：设计和施工满足甲方要求，符合此次展会参展商手册中以及我国相关技术规范和质量标准。

（2）服务效率：根据甲方要求及时修改方案、及时施工、及时响应。

10. 总体要求风格大气、国际化、简洁不失品味，让人眼前一亮。展区要设计新颖、特色鲜明、主题突出、颜色搭配适当，既要合理布局，又要确保展示内容丰富全面。

（七）工作范围

1. 乙方需根据采购单位确认的图纸、采购要求以及设计方案实施，工作范围包括：

（1）需根据甲方要求，在规定的时间内准备好布展（或布置）用具及设备及时进场；如甲方需要优化设计，则乙方需负责优化设计。

（2）负责各展区展示内容对接及整理分析，对各展区内容布局进行合理划分。

（3）运用声、光、电等现代媒介对展区进行全方位展示。其设计事项包括：空间结构设计、立面设计、多媒体设计、展品展示等。

（4）按大会组委会和要求在规定时间内完成整个项目的施工工作（包括特装布展等）以及后期的拆除、清理等善后工作，设备材料运输至甲方指定位置，确保工程质量。

（5）搭建所购买设备的质保和托管维护服务（如有）。

2. 乙方要保证最终搭建成果的合法性，一切侵权行为带来的损失，均由乙方承担。乙方的搭建成果（包括在响应文件中所含的知识产权和智力成果）将完全归采购单位所有和无偿使用。

3. 所有现场实施，物料尺寸需要根据场地实际情况及甲方要求做出再次确认，原则上制作工艺、施工需要及实际效果和效果图及采购文件保持一致，如有修改需要和甲方进行协商沟通。

（八）项目的其他技术、服务等要求

1. 乙方须完善展台设计及搭建方案，开展工作流程方案、相关工作报批手续、施工制作方案、运营管理方案、各类应急预案等工作，监理并完成展台搭建工作。严格做好安全、质量检测防范措施。

2. 乙方须严格按设计图纸和已确认的施工技术方案组织施工，并无条件地接受采购单位对项目质量的监督和管理。如有现场变更事项，乙方提交书面申请及工作量清单，必须由采购单位签字。

3. 所有特装展位的电源接入由场馆专业人员负责，特装搭建需提前申报用电参数及用电需求，不得私自接驳电源。

4. 乙方安装调试人员对车辆设备、管线等造成损坏，应由乙方负责修复及承担一切费用。

5. 安装调试期间应做好安全标识牌，乙方负责及时清理垃圾，保证场地清洁不影响当地市民及相关参展人员出行。

6. 乙方承担安装调试及展会期间设备和人员的安全责任。

7. 展会期间现场各项设备设施的调制使用（提供充足的备品备件，以保障所供货物破损时，能在短时间内得到解决）、展台现场设施项目管理（饮水处、网线布置、环境卫生等工作的协调）、展会期间涉及安保、安监、消防等协调工作、搭建现场组织及人员管理等工作。

8. 相关费用：展台的设计、制作、安装、拆卸、运输费用，以及搭建临时用电费、特装管理费、施工管理费、施工证件费、施工车证费、展台押金、加班费、保险费、卫生保洁费、垃圾处理费、安保等费用由乙方自行解决。

9. 乙方应具备良好的案场服务支持能力。有专职的项目管理人员，能及时响应甲方需求服务。

10. 甲方配合工作：负责办妥施工前有关手续并配合乙方办理有关验收手续。

第三部分：宣传推广引流服务

（一）展会指标

1. 在 PC 端、M 端、小程序端搭建活动落地页，详细介绍展会情况，并带有观众及参展商报名入口。

2. 通过线上、线下推广手段，完成 1000 万+的曝光量（pv）的目标。

3. 制作线上、线下推广物料，包括但不限于亮点海报、嘉宾海报、邀请函、单页、易拉宝、招商手册等，在各大跨境电商相关活动上进行分发推广。

4. 在展会开展前后，在南通周边及江苏范围内举办走入产业带、跨境电商论坛等活动，进行跨境电商的宣传推广，营造跨境电商氛围。

5. 9 月 7-9 日开展期间，配备视频直播、照片直播等线上直播内容，对博览会现场情况进行详细的记录。

（二）商务要求

乙方承担项目包含各类推广手段的广告投放，宣传物料制作，线下活动的场地租金、人员差旅、讲师课酬、物料制作，线上直播等一切费用。

三、服务的质量、标准和要求

（一）设计方案。在投标响应文件设计方案的基础上，乙方对会场、特装及周边环境布置设计方案进行深入细化思考，契合展会主题，方案可操作性强，送请甲方审定后实施。

（二）制作材料。乙方所有物料材质须确保安全、环保，来自正规厂家和采购渠道。严格按照采购项

目所列的标准，及时把所有物料送达施工地或甲方指定地点。

（三）现场服务。乙方配备专职管理人员和施工负责人，负责与甲方对接。能够根据甲方要求对设计方案进行实时调整。与场馆方一起按照要求做好布展、展览期间的防疫工作，对由乙方提供的话筒等设备进行清洁消毒；增大座位间隔，降低人员密度，要求严格执行防疫防控标准。

（四）安全保证。乙方确保展览安全、与会人员人身安全、布展品安全；确保乙方及甲方人员人身安全，不因乙方原因造成人员伤害；乙方人员人身、财产安全、场地财产安全全部由乙方负责，后果由乙方承担。

四、甲方的权利和义务

（一）甲方有权对乙方提交的博览会的活动策划方案、嘉宾邀请名单、会场及周边环境布置的设计方案及效果图、物料设计制作方案及效果图进行审核确认，未经甲方审核确认，乙方不得实施方案。

（二）甲方有权随时向乙方了解项目进度，并要求乙方提供项目相关资料；有权对乙方施工人员工作不到位等进行指正，乙方工作人员不符合乙方投标文件提供的资质人员名单的，乙方应当限期改正。

（三）甲方有权按照合同约定或法律法规规定，对乙方施工、搭建、布展等进行现场监督、检查和指导，有权要求乙方制定相应措施加以整改。甲方有权提出变更意见，包括删减、增加、修改项目内容，乙方应理解，并在确保安全、稳妥的前提下遵照执行或协商执行，乙方对安全、稳妥施工、布展及会场自始至终负全部责任。甲方对乙方作业进度、质量有权进行监督和检查，不应无故妨碍乙方的正常工作。甲方不因行使监督和检查权以及提出变更意见而承担任何责任，也不因此减轻或免除乙方根据本合同约定或相关法律法规规定应承担的任何义务或责任。

（四）甲方有权在乙方履行合同过程中出现损害或可能损害公共利益、公共安全情形时终止本合同。

（五）甲方有权根据政府决策、政策变动等对项目的需求标准和质量要求作出相应变动，有权根据来自政府、政策因素和不可预见不可克服原因变更、调整博览会举办时间、地点，或者取消博览会。

（六）甲方有权将乙方履行合同情况向相关部门报告并纳入不良信用记录、年检（报）、评估、执法等监管体系中。

（七）甲方应履行相应的配合协同义务，包括按照合同约定及时进行验收，及早提出需求变更，及时提出修改意见等，方便乙方履行相关义务。

（八）甲方应按照合同约定向乙方支付合同款。

五、乙方的权利和义务

（一）采购商在活动期间（包括往返途中等）因个人原因遭受的人身及财产损害，由采购商和乙方自行协商处理。如因采购商原因造成展馆内财产损失的，由采购商和乙方根据责任大小协商处理。

（二）乙方应按照采购文件采购需求、投标响应文件及承诺以及有关补充协议或约定等，按照甲方审定的博览会方案等要求，全面充分履行合同义务，履行项目质量、标准和安全管控。

（三）乙方应依照合同约定完成会场及周边环境布置方案的设计，经甲方审核确认后，按照设计方案

和要求如期、如质完成制作、搭建、布展等服务，确保博览会如期、顺利举行，并于博览会后及时完成撤展、拆除、清运及拆除材料无害化处理。

（四）乙方应派出足够的专业人员（不低于投标文件提供的人员资质）进行设计、制作、布展搭建，派出专业人员提供现场服务，派出专门人员维护博览会现场秩序，乙方尽应有的谨慎、周全、认真细致和专业技术，确保现场安全、顺畅、舒适。

（五）乙方应充分听取、理解和执行甲方在施工期间现场检查、监督、指导时提出的意见和建议，尽量满足甲方更改变动意见要求；乙方未征得甲方同意，不得擅自更改设计方案。

（六）乙方应及时、快速地针对甲方在检查、监督、验收过程中发现的不合格内容，按照甲方要求或合同约定限期修理、返工、重建。

（七）乙方应全面履行安全管理职责，严格遵守、执行安全生产法律法规规章及各项安全生产规定，履行安全生产监督管理责任，严格督促工作人员安全施工、操作，确保施工、搭建、布展、撤展和展会期间安全，接受甲方监督，接受施工所在地单位的监督管理。非因乙方引起的事宜，乙方不对所有施工、工作人员等的人身安全、对造成事故、对场馆方造成的损害不负全部责任。甲方对上述事故和损害均不承担责任。甲方不因行使监督和检查权以及提出变更意见而承担任何安全责任，也不因此减轻或免除乙方根据本合同约定或相关法律法规规定应承担的任何安全义务或责任。

（八）乙方在施工、搭建、布展、撤展期间应当派人现场值班，负责会场维护、保养、现场服务等，如出现问题或安全隐患，乙方应及时、快速予以排除。

（九）乙方与甲方共同负有义务与施工地所在单位等相关单位相关事宜进行有效协调，确保如期、顺利布展和展览、撤展。

六、验收

（一）验收时间：**2025年9月6日前完成所有场地布置**，甲方组成验收组进行现场验收。在施工布展中，由于甲方原因影响工期的，验收时间顺延应不超过1小时。

（二）验收标准：合同约定项目内容、质量、标准和要求，采购文件、采购需求、投标响应文件及承诺、有关补充协议约定项目、要求等。

（三）验收方法：甲方组成验收组进行现场验收，乙方派出2至3名施工、专业人员参与。甲方对不符合约定的内容及存在问题当场指出，提出处理办法，也可双方协商，乙方应按照甲方提出或同意的方式处理或补正。验收不合格的，乙方须按照甲方要求限时补正，提请甲方第二次验收。验收合格后，甲方填写并向乙方出具验收合格单，甲方验收人员签名确认。

七、付款及支付方式

（一）付款方式

1. 签订合同后7个工作日甲方支付合同总额的30%。
2. 进馆前15个工作日支付合同总额的30%。

3. 展会活动结束后乙方提交整体活动流程图文资料且经甲方书面确认后 7 个工作日支付合同总额的 30%。

4. 经甲方委托的有资质的审计单位审计结束后支付尾款（审定价扣除已支付金额所剩余的款项）。

5. 以上付款均不计利息，每次付款前乙方须出具同等金额的增值税专用发票。

（二）甲方开票信息

名称：

纳税人识别号：

地址、电话：

开户行及账号：

（三）乙方收款账户信息

户名：

开户行：

账号：

八、违约责任

（一）乙方执行活动不符合招标文件要求及投标文件承诺或甲方批准的活动方案的，如出现漏项或错项，每发生一次，应向甲方支付合同总额 0.5%或乙方漏项错项对应分项服务费用金额 3 倍的违约金（以高者为准）；发生如下情况之一，视为乙方重大违约，甲方有权单方解除本合同，乙方应当退还甲方已支付的全部款项且另行向甲方支付合同总额 20%的违约金：

（1）工作进度缓慢将会导致会展活动无法按期举办的。

（2）未按约定时间开始会展活动的。

（3）活动主要人员未按时到场参加活动的。

（4）发生安全事故且乙方负有责任的。

（5）活动质量、效果明显不能达到甲方要求的。

（6）乙方以甲方或本活动相关单位名义对外从事与本合同履行无关的任何行为的。

（7）未按照甲方批准的策划及执行方案实施具体工作的。

（二）乙方违反相关条款，给甲方造成损失或负面影响，乙方应赔偿甲方的损失；如甲方认为乙方违约情节严重，甲方有权解除本合同，乙方应当退还甲方已支付的全部款项且另行向甲方支付合同总额 20% 的违约金。

（三）如乙方在活动中无故泄露甲方提供的资料及与本合同有关的任何内容，或丑化甲方或本活动相关单位形象的，甲方有权解除本合同，乙方应当退还甲方已支付的全部款项；此外，乙方应按甲方要求予以纠正，如造成甲方损失的，则乙方应予以赔偿，赔偿金额不少于本合同总额的 20%。

（四）乙方如有其它任何违约行为，未按照甲方要求期限及时改正的，每逾期一日，乙方应向甲方支

付合同总额的 0.5%；逾期达到 10 日的，甲方有权解除本合同，乙方应当退还甲方已支付的全部款项且另行向甲方支付合同总额 20%的违约金。

（五）展位规模至少达 364 个标展，乙方如未达到该要求，每少 10 个标展需向甲方支付 5 万元违约金，低于 300 个标展，乙方应向甲方支付合同总额 30%的违约金。

（六）乙方违约导致本合同提前终止（包括甲方行使合同解除权的情况）的，甲方无需向乙方支付任何费用并退还甲方已支付的所有费用，且乙方应向甲方支付活动费用总额 20%的违约金，甲方仍有其他损失的，由乙方继续赔偿。

（七）乙方应向甲方支付的违约金、赔偿金等任何费用，甲方可直接从应付活动费用中扣除，乙方不持异议。

（八）本活动除因不可抗力的因素影响外，乙方必须按时保质保量完成活动全部工作，否则乙方应承担相应违约责任。

（九）其它未尽事宜，以《中华人民共和国民法典》和其它有关法律、法规规定为准，无相关规定的，双方协商解决。

九、免责条款

（一）任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应第一时间向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的 不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并可根据具体情况部分或全部免于承担违约责任。

（二）甲方由于订立合同所依据的客观情况发生重大或较大变化，以及由于政府政策等甲方不能预见且不可抗拒的原因致使合同无法履行或使合同履行变得不必要，甲方有权部分或全部解除、终止合同，并免于承担违约责任，对乙方实际合理支出作出合理补偿。

十、争议的解决

本合同相关及因合同履行引起的任何争议，双方协商解决，若协商不成，均提交甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

十一、合同的附件及补充

（一）采购文件、投标文件及评审确定事项为本合同的附件，与本合同具有同等法律效力，双方应共同遵守执行。若合同附件与本合同存在不一致的，则以本合同及甲方采购需求为准。

（二）在履行合同过程中，甲方审定并确认的方案设计、效果图，所有经双方签署确认的文件（包括会议纪要、补充协议、往来信函）均为本合同的有效组成部分，与本合同具有同等法律效力，有时间先后的，以时间在后的为准。

（三）合同未尽事宜，双方协商作补充协议，补充协议与与合同具有同等法律效力。

十二、合同的生效

（一）本合同经双方盖章并代表签字之日起生效。

(二) 本合同一式四份，甲、乙双方各执二份，具有同等法律效力。

甲方：

法人或负责人（签字）：

日期： 年 月 日

乙方：法人或负责人（签字）：

日期： 年 月 日

第六章 投标文件的组成及格式

供应商应依照规定提交各类声明函、承诺函，不再同时提供原件备查或提供有关部门出具的相关证明文件。但中标供应商应做好提交声明函、承诺函相应原件的核查准备；核查后发现虚假或违背承诺的，依照相关法律法规规定处理。

请投标供应商严格按照以下格式、内容、顺序要求制作投标文件，并编制目录及页码。

一、投标响应文件组成

投标响应文件由①报价文件、②资格审查文件、③商务技术文件、④电子响应文件共4部分组成。本次招标应采用资格后审方式，投标供应商须将资格审查文件作为响应文件组成部分，按招标文件要求装订密封后一起递交。

（一）报价文件（单独装订密封）

1. 开标一览表（格式见第六章）；
2. 投标报价明细表（格式见第六章）

（二）资格审查文件（单独装订密封）

1. 具有独立承担民事责任的能力；具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（提供相关证明材料或承诺函，承诺函格式自拟）。

2. 供应商提供有效的营业执照复印件等具有独立承担民事责任能力的证明材料复印件。

3. 供应商法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人身份证明及法定代表人本人身份证复印件；非法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人签字或盖章的授权委托书及法定代表人、被授权人的两人身份证的复印件（格式详见附件）。

4. 供应商须提供参与本次项目采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录的书面《无重大违法记录声明函》（格式详见附件）。

5. 关于资格文件的声明函（格式详见附件）。

（三）商务技术文件（单独装订密封）

1. 投标函（格式见第六章）；
2. 《关于投标文件真实性的声明函》（格式见第六章）
3. 第三章评标标准中对应的相关证明材料；
4. 供应商认为需要提供的其他技术资料。

注：为方便评委评审，请投标供应商按评审评分项中所涉及的事项顺序进行编制，可以补充相关材料。

（四）电子响应文件（单独密封）

电子响应文件要求须包含报价文件、资格审查文件、商务技术文件的正本盖章后扫描件，提供电子U

盘壹份，并单独密封，封袋上注明项目名称、“电子响应文件”、响应单位名称并加盖公章。

二、格式

（一）封面格式

南通贸促国际会展有限公司2025南通跨境电商选 品会展会服务项目

_____文 件

（填写：报价文件、资格审查文件、商务技术文件或电
子响应文件）

项目编号：

投标供应商：（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：（签字）

年 月 日

评分索引表（商务技术文件中提供）

评分项目	在投标文件中的页码位置

目 录

（二）报价文件格式

1. 开标一览表格式

开标一览表

项目名称	项目编号	投标总报价
		_____元
投标总价（大写）：		

投标供应商（盖章）：

投标供应商法定代表人（或授权代表）签字：

日期： 年 月 日

2. 投标报价明细表格式

投标报价明细表

序号	1		2	3	4	5	6
	分项服务名称		服务时间	分项单位	数量	分项单价	分项总价
1	招商费用	开展招商推介活动					
		参展客商邀请					
		国内外采购商邀请					
		制作和发布招商资料					
		所有嘉宾的交通					
		住宿					
		餐饮					
2	场地布置费用	开幕式、展台的设计、制作、安装、拆卸、运输费用					
		搭建临时用电费					
		特装管理费					
		施工管理费					
		施工证件费					
		施工车证费					
		展台押金					
		加班费					
		保险费					
		卫生保洁费					
		垃圾处理费					
		安保等费用					
3	主题论坛策划及举办费用	论坛活动的现场组织					
		论坛分享嘉宾的交通、住宿、餐饮等接待费用					
		保险费					
4	宣传推广费用	各类推广手段的广告投放					
		线下活动的场地租金					
		人员差旅					
		物料制作					
		线上直播					
5	其他费用	保险（公共责任险及火灾险等各类保险费用）					
		协调、办理相关手续					
		各类临时活动的配合措施					
		安保措施					
		管理费用					
		利润					
		税金					

总报价（人民币：元）	
------------	--

投标供应商（盖章）：

投标供应商法定代表人（或授权代表）签字：

日期： 年 月 日

（三）资格审查文件格式

1. 具有独立承担民事责任的能力；具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（提供相关证明材料或承诺函，承诺函格式自拟）。
2. 供应商提供有效的营业执照复印件等具有独立承担民事责任能力的证明材料复印件。
3. 供应商法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人身份证明及法定代表人本人身份证复印件；非法定代表人参加投标的，必须提供法定代表人签字或盖章的授权委托书及法定代表人、被授权人的两身份证的复印件。

法定代表人身份证明

（法定代表人参加投标，须出示此证明）

南通贸促国际会展有限公司：

我公司法定代表人_____参加贵单位组织的_____（项目名称）项目的投标活动，全权代表我公司处理该投标活动的有关事宜。

附：法定代表人情况：

姓名：_____性别：_____年龄：_____职务：_____

身份证号码：_____

手机：_____传真：_____

单位名称（公章）

法定代表人（签字或盖章）

年 月 日

年 月 日

法定代表人身份证复印件

（粘贴此处）

注：参加投标活动时法定代表人将身份证原件带至开标现场备查。

授权委托书

(委托代理人参加投标，须出示此证明)

南通贸促国际会展有限公司：

兹授权_____ (被授权人的姓名) 代表我公司参加_____ (项目名称) 项目的投标活动，全权处理一切与该项目投标有关的事务。其在办理上述事宜过程中所签署的所有文件我公司均予以承认。

被授权人无转委托权。特此委托。

附：被授权人情况：

姓名：_____ 性别：_____ 年龄：_____ 职务：_____

身份证号码：_____

手机：_____ 传真：_____

单位名称（公章）

法定代表人（签字或盖章）

年 月 日

年 月 日

法定代表人身份证复印件

(粘贴此处)

被授权人身份证复印件

(粘贴此处)

注：参加投标活动时被授权人将身份证原件带至开标现场备查。

4. 供应商须提供参与本次项目采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录的书面《无重大违法记录声明函》。

无重大违法记录声明函

南通贸促国际会展有限公司：

我单位参加_____（项目名称）_____（项目编号）采购活动，做出如下声明：

我单位参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

在本项目投标文件接收截止时间前，没有被“信用中国”（www.creditchina.gov.cn）、网站列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。

我单位满足法律、行政法规规定的其他条件。

声明人：（公章）

年 月 日

5. 关于资格文件的声明函。

关于资格文件的声明函

南通贸促国际会展有限公司：

本公司愿就由贵单位组织实施的_____（项目名称）招投标活动进行响应。

本公司具有独立承担民事责任的能力；具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录

本公司所提交的响应文件中所有关于投标资格的文件、证明和陈述均是真实的、准确的。若与真实情况不符，本公司愿意承担由此而产生的一切后果。

（供应商）法定代表人（签字或盖章）：

（供应商）公章：

年 月 日

（四）商务技术文件格式

1. 投标函

投标函

致：南通贸促国际会展有限公司

根据贵方_____（项目名称）_____（项目编号）投标邀请，正式授权下述签字人 _____
（姓名和职务）代表投标供应商_____（投标供应商名称），提交的投标文件。

据此函，签字人兹宣布声明和承诺如下：

1. 我们的资格条件完全符合本次招标要求，我们同意并向贵方提供了与投标有关的所有证据和资料。

2. 本项目交付时间为：满足招标文件要求。

3. 我们已详细阅读全部招标文件及其有效补充文件，我们放弃对招标文件任何误解的权利，提交投标文件后，不对招标文件本身提出质疑。

4. 我们同意从规定的开标日期起遵循本投标文件，并在规定的投标有效期期满之前均具有约束力。

5. 一旦我方中标，我方将根据招标文件的规定严格履行合同，并保证于承诺的时间提供服务。

6. 我方决不提供虚假材料谋取中标、决不采取不正当手段诋毁、排挤其他投标供应商、决不与采购人、其它投标供应商或者代理机构恶意串通、决不向采购人、代理机构工作人员和评委进行商业贿赂、决不在采购过程中与采购人进行协商谈判、决不拒绝有关部门监督检查或提供虚假情况，如有违反，无条件接受贵方及相关管理部门的处罚且若中标的取消中标资格。

7. 与本投标有关的正式联系方式为：

地址：

电话：

传真：

开户银行：

银行账号：

投标供应商授权代表姓名（签字）：

投标供应商名称：（盖章）

日期：年月日

2. 关于投标文件真实性的声明函

关于投标文件真实性的声明函

南通贸促国际会展有限公司：

_____（投标供应商全称）授权_____（授权代理人姓名、职务）为全权代表，参加你们组织的_____（项目名称）的采购活动，并郑重声明：我方提交的投标文件所有内容均是真实、准确的。若我方提供虚假材料以谋取中标，同意采购人及采购代理机构按照相关规定对我方予以处罚。

投标供应商法定代表人（或授权代表）签字：

投标供应商名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：除可填报项目外，对本声明函的实质性修改将被视为非实质性响应投标，从而导致该投标被拒绝。

3. 第三章评标标准中对应的相关证明材料；

4. 供应商认为需要提供的其他技术资料。