

安徽省政府采购项目 公开招标文件示范文本（服务类） （2026 年版）

项目名称：2026年国际汽联生态拉力杯（中国站）
赛事直播与宣传推广

项目编号：ZF2026-35-0804

采 购 人：安徽省社会体育指导中心

采购代理机构：安徽省招标集团股份有限公司

2026 年 7 月

2026 年国际汽联生态拉力杯(中国站)

赛事直播与宣传推广招标公告

项目概况

2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广招标项目的潜在投标人应在优质采云采购平台（www.youzhicai.com）获取招标文件，并于 2026 年 8 月 12 日 14 点 30 分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号：ZF2026-35-0804

项目名称：2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广

预算金额：300 万

最高限价：300 万

采购需求：2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广，具体内容详见招标文件。

合同履行期限：合同签订后至本项目赛事全部结束。

本项目不接受联合体投标。

二、申请人的资格要求：

- 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定。
- 落实政府采购政策需满足的资格要求：无。
- 本项目的特定资格要求：无。

三、获取招标文件

时间：2026 年 7 月 22 日至 2026 年 7 月 29 日，每天上午 00:00 至 12:00，下午 12:00 至 23:59（北京时间，法定节假日除外）。

地点：优质采云采购平台（www.youzhicai.com）

方式：在线下载

售价（元）：0

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

时间：2026 年 8 月 12 日 14 点 30 分（北京时间）

地点：优质采云采购平台（www.youzhicai.com）

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. 公告发布媒介：安徽省政府采购网(www.ccgp-anhui.gov.cn)、优质采云采购平台（www.youzhicai.com）、优质采招标采购平台（www.yzczb.com）。

2. 本项目需落实的节能环保、中小企业扶持等相关政府采购政策详见招标文件。

3. 按照财政部、工业和信息化部制定的《政府采购促进中小企业发展管理办法》，本项目为非专门面向中小企业采购项目，具体原因如下：按照本办法规定预留采购份额无法确保充分供应、充分竞争，或者存在可能影响政府采购目标实现的情形。如对此项内容有疑问，可按招标文件约定提出询问或质疑。

4. 电子化交易要求：

（1）潜在投标人/供应商须登录“优质采云采购平台”（网址：

www.youzhicai.com，以下称“优质采平台”）参与本项目招标采购活动。首次登录须办理注册手续，请务必选择注册为“投标人角色”类型。注册流程见优质采平台“用户注册”栏目，咨询电话：400-0099-555。因未及时办理注册手续影响参加招标采购活动的，责任自负。

（2）已注册的潜在投标人/供应商可登录优质采平台获取招标采购文件，本项目的招标采购文件及其他资料（含澄清、答疑及相关补充文件）通过优质采平台发布，采购人/代理机构不再另行书面通知，潜在投标人/供应商应及时关注、查阅优质采平台。因未及时查看导致不利后果的，责任自负。

（3）已注册的潜在投标人/供应商若注册信息发生变更（如：与初始注册信息不一致），应及时网上提交变更申请。因未及时变更导致不利后果的，责任自负。

（4）本项目采用全流程电子化招标采购方式，潜在投标人/供应商须办理 CA 数字证书（以下简称 CA），CA 用于电子投标/响应文件的签章及上传（上传投标/响应文件需使用 CA 进行加密）；CA 办理详见《关于优质采平台数字证书办理的须知》（www.youzhicai.com/nd/a_8f80a7ec-911f-4c4d-a123-f8849880f045.html）；咨询热线：0551-62220091、400-0099-555。

（5）电子投标/响应文件必须使用优质采“投标文件编制工具 V 3.0（智能交易系统适配版）”（以下简称“投标工具”）制作电子投标文件，下载地址：<https://toolcdn.youzhicai.com/tools/BidderTools.zip>。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名称：安徽省社会体育指导中心

地址：安徽省合肥市芜湖路 97 号

联系方式：0551-64653753

2. 采购代理机构信息

名称：安徽省招标集团股份有限公司

地址：安徽省合肥市包河区紫云路 888 号

联系方式：应急客服电话：0551-62220153（接听时间：
8:30-12:00, 13:30-17:30，节假日除外。潜在投标人应优先拨打项目
联系人联系电话，无人接听时再拨打该“应急客服电话”）

3. 项目联系方式

项目联系人：李真、陈晓艺

电话：0551-66061492、18556378113

目 录

第一章 投标邀请 6

第二章 投标人须知 8

第三章 采购需求 29

第四章 评标方法和标准（综合评分法） 39

第五章 政府采购合同 53

第六章 投标文件格式 58

第七章 政府采购供应商询问函和质疑函范本 74

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：详见招标公告
2. 项目名称：详见招标公告
3. 预算金额：详见招标公告
4. 最高限价：详见招标公告
5. 采购需求：详见招标公告
6. 合同履行期限：详见招标公告
7. 本项目（☐是/☒否）接受联合体投标。

二、申请人的资格要求

详见招标公告申请人的资格要求。

三、获取招标文件

时间：详见招标公告

地点：详见招标公告

方式：详见招标公告

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

时间：详见招标公告

地点：详见招标公告

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

时间：详见招标公告

地点：详见招标公告

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系

1. 采购人信息

名 称：安徽省社会体育指导中心

地 址：安徽省合肥市芜湖路 97 号

联系人：安徽省社会体育指导中心

联系方式：0551-64653753

2. 采购代理机构信息

名 称：安徽省招标集团股份有限公司

地 址：安徽省合肥市包河区紫云路 888 号

联系人：李真、陈晓艺

联系方式：0551-66061492、18556378113

3. 政府采购监督管理部门信息

名 称：安徽省财政厅

地 址：合肥市阜南西路 238 号

联系方式：0551-68150413

附件：全流程电子招标采购具体要求

说明：当采用非招标方式进行全流程电子采购活动时，按照本规定执行，其中本要求“投标人”按“供应商”理解，“投标文件”按“响应文件”理解，“招标文件”按“采购文件”理解，“投标文件递交截止时间”按“首次递交响应文件截止时间”理解，“开标”按“开启响应文件”理解，“评标委员会”按“评审小组”理解，“投标无效”按“响应文件无效”理解。

一、CA 证书办理和注意事项

1. 本项目采用全流程电子招标采购方式，潜在投标人应及时办理 CA 证书，用于对电子投标文件进行电子签章及加、解密。

2. CA 证书办理详见《优质采平台 CA 数字证书办理说明》：

http://www.youzhicai.com/nd/a_8f80a7ec-911f-4c4d-a123-f8849880f045.html。

3. 潜在投标人在递交投标文件时，需确保 CA 证书在开标时可正常使用，无更换、过期、企业信息变更等情况。若因上述情况导致投标文件无法解密，由投标人自行承担责任。

4. 需注意，加密和解密投标文件必须使用同一个 CA 证书。即：使用硬件锁加密，则必须使用同一个硬件锁解密；使用手机扫码加密，则必须使用手机扫码解密。

二、电子投标文件递交

5. 潜在投标人需使用优质采“投标文件编制工具 V3.0（智能交易系统适配版）”（以下简称“投标工具”）制作电子投标文件，下载地址：

<https://toolcdn.youzhicai.com/tools/BidderTools.zip>。

（1）投标工具建议在 window7 或 windows10 及以上版本操作系统使用；

（2）电子投标文件建议在 office2010 及以上版本编制。

6. 潜在投标人在投标工具使用 CA 证书对电子投标文件进行电子签章及加密时，需安装“优质采数字证书助手”（即数字证书驱动），下载地址：<https://toolcdn.youzhicai.com/ca.zip>。

7. 潜在投标人需在招标文件规定的投标截止时间前完成电子投标文件的上传，如未在投标截止时间前完成上传的，视为没有递交投标文件。投标截止时间以优质采招标采购平台（www.yzczb.com）时间为准。

8. 潜在投标人在投标文件递交截止时间前，可以对电子投标文件进行撤回并重新上传。

9. 潜在投标人在制作、签章、加密、上传电子投标文件过程中，若存在技术操作问题，请及时联系优质采招标采购平台客服人员，客服电话：0551-62220164。

三、开标和解密

10. 招标人或招标代理机构工作人员（以下简称工作人员）登录优质采招标采购平台组织开标。开标时投标人登录优质采招标采购平台开标大厅，并使用 CA 证书解密投标文件，

工作人员公布开标结果。

11. 投标人须在投标文件解密时限内完成投标文件解密，未能成功解密的视为放弃投标。若解密时出现异常情况，且招标文件“投标人须知”中对投标文件解密设有线下补救方案的，执行该补救方案。

12. 投标人须保持优质采招标采购平台开标大厅为登录状态，并关注开标互动大厅消息直到项目评审结束。

四、评标和询标

13. 投标人在接收到询标函时，需在询标函载明的时间内登录优质采招标采购平台进行回复。若投标人未及时回复，视为放弃澄清。

五、异常情形

14. 出现下列情形导致电子交易系统无法正常运行，影响招投标过程的公平、公正和信息安全，经第三方机构认定后，各方当事人免责：

(1) 网络、服务器、数据库发生故障造成无法访问或使用的；

(2) 电力系统发生故障导致电子服务系统或电子交易系统无法运行；

(3) 出现网络攻击、病毒入侵以及电子服务系统或电子交易系统安全漏洞导致无法正常提供服务的；

(4) 其他无法保证招投标过程公平、公正和信息安全的情形。

六、异常情形处理

15. 出现上述情形，优质采招标采购平台及时组织相关方查明原因，排除故障。若能保证在开标前恢复系统运行的，招投标程序继续进行；若导致开评标程序无法按时开展，但能在原开标时间后 2 小时内恢复系统运行的，招投标程序继续进行；若导致开评标程序无法按时开展，在原开标时间后 2 小时内无法恢复系统运行的，按以下程序操作：

(1) 项目中止，中止期限由招标人或招标代理机构根据项目具体情况确定。中止期限届满后中止情形尚未消除的，招标人或代理机构可以根据实际情况决定延长中止期限。决定延长中止期限的，应向投标人发出延长中止期限通知，并发布公告。

(2) 项目恢复，导致项目中止的情形消除后，招标人或代理机构应当尽快恢复招投标程序，向投标人发出恢复交易通知，并发布公告；已发出延长中止期限通知的，按通知执行。

第二章 投标人须知

一、投标人须知前附表

注：本表是本项目的具体要求，是对投标人须知的具体补充和修改，如有不一致，以本表为准。

条款号	条款名称	内容、说明与要求
5.2	现场考察或标前答疑会	☒ 不组织或不召开 ☐ 统一组织或统一召开 时间：____年__月__日__时__分 地点：_____ 联系人及联系电话：_____ 注： 如投标人未参加采购人统一组织的现场考察或采购人统一召开的标前答疑会，视同放弃现场考察或标前答疑会，由此引起的一切责任由投标人自行承担。
6.1	网上询问截止时间	2026年7月29日17时00分
7.1	包别划分	☒ 不分包 ☐ 分为__个包，本次采购第__包 投标人对多个包进行投标的中标包数规定：__
10.1	投标保证金	不收取
11.1	投标有效期	120 日历日
13.1	投标文件解密时间	投标截止时间后 30 分钟内
14.1	资格审查	采购人审查或采购人出具委托函委托采购代理机构进行审查
15.2.1	询标回复时间	询标回复时间为 20 分钟内
17.2	评标方法	☐ 最低评标价法 ☒ 综合评分法
17.3	报价扣除 (非专门面向中	(1) 小型和微型企业价格扣除：10%。 (2) 监狱企业价格扣除：同小型和微型企业。

	小企业采购项目 适用)	(3) 残疾人福利性单位价格扣除：同小型和微型企业。 (4) 符合条件的联合体价格扣除：∟。 (5) 符合条件的向小微企业分包的大中型企业价格扣除：∟。（允许大中型企业向小微企业分包的项目适用）
17.4	本国产品价格扣除（适用于服务项目中涉及的既有本国产品又有非本国产品参与竞争的货物）	(1) 项目或者采购包中采购内容为单一产品的，既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，对本国产品给予价格扣除 <u>20%</u>。 (2) 项目或者采购包中含有多种产品的，符合本国产品标准的产品成本之和占该投标人提供的全部产品成本之和的比例$\geq 80\%$，所有产品价格扣除 <u>20%</u>。
21.1	评标委员会推荐中标候选人数量	<u>1-3 家</u>
21.2	确定中标人	☒ 采购人委托评标委员会确定 ☐ 采购人确定
23.3	随中标结果公告同时公告的内容	(1) 中小企业声明函；（如有） (2) 残疾人福利性单位声明函；（如有） (3) 中标（成交）供应商的评审总得分；（适用综合评分法） (4) 符合本国产品标准的声明函。（如有）
24.1	中标通知书发出的形式	☒ 书面 ☒ 数据电文
25.1	告知招标结果的形式	☒ 投标人自行登录电子交易系统查看 ☐ 评标现场告知

26.1	履约保证金	(1) 金额: ☒免收 ☐合同价的 <u>2.5%</u> ☐定额收取: 人民币_____元 (2) 支付方式: ☒转账/电汇 ☒支票 ☒汇票 ☒本票 ☒保险 ☒保函 (3) 收取单位: <u>安徽省社会体育指导中心</u> (4) 收取账号: <u>合同签订前由采购人提供</u> (5) 退还时间: <u>验收合格后一次性退还</u> 注意事项: (1) 以上各类机构出具的以担保函、保证保险承担责任的方式均须满足无条件见索即付条件。 (2) 以担保函、保证保险形式缴纳履约保证金的,受益人和收取单位须为采购人。
27.1	签订合同和合同公告时间	(1) 采购人与中标人应当自发出中标通知书之日起7个工作日内签订合同,采购合同签订之日起2个工作日内完成政府采购合同公开。 (2) 采购人与中标人不得擅自变更合同,依照政府采购法确需变更政府采购合同内容的,采购人应当自合同变更之日起2个工作日内在安徽省政府采购网发布政府采购合同变更公告,但涉及国家秘密、商业秘密的信息和其他依法不得公开的信息除外。
28.1	代理费用	(1) 收费对象: 中标人 (2) 收取方式: 转账/电汇, 账号信息如下: 开 户 名: 安徽省招标集团股份有限公司 开户银行: 中国建设银行合肥市滨湖新区支行 账 号: 34001474708050043497 (3) 收费标准: 按计价格[2002]1980号文件标准计取。

31.3	质疑函递交方式、接收部门、联系电话和通讯地址	递交方式：<u>书面形式</u> 接收部门：<u>安徽省招标集团股份有限公司法务与质管中心</u> 联系电话：<u>0551-62220155</u> 通讯地址：<u>安徽省合肥市包河区紫云路 888 号安徽省招标集团 A 座 407 室</u>
32	其他内容	
32.1	社保证明材料（如有要求）	本项目招标文件中要求提供的社保证明材料为下述形式之一（投标文件中须提供扫描件）： （1）社保局官方网站查询的缴费记录截图； （2）社保局的书面证明材料； （3）经投标人委托的第三方人力资源服务机构或与投标人有直接隶属关系的机构可以代缴社保，但须提供有关证明材料并经评标委员会确认。 （4）参与投标的院校，社保证明可以用以下任何一种： ①加盖投标人公章的教师证（须为本单位人员）； ②医保证明材料。 （5）其他经评标委员会认可的证明材料。 注： ①以上（1）-（3）社保证明材料至少含养老保险。 ②法定代表人参与项目的，无需提供社保证明材料，提供身份证明材料即可。
32.2	重要提示	（1）中标人应在规定期限内与采购人签订合同，若中标人未能在规定期限内签订合同，采购人有权取消中标人中标资格，并将相关违约行为报送监管部门，实施信用惩戒； （2）合同签订后，中标人存在规定时间内不组织人员进场开工，不履行供货、安装或服务义务等情况，

		采购人有权解除合同，并追究违约责任，同时将相关违约行为报送监管部门，记不良行为记录，实施信用惩戒； （3）中标人中标后被监管部门查实存在违法行为，不满足中标条件的，由采购人取消中标资格，并做好项目后续工作； （4）中标人在中标项目发生投诉、信访举报案件、履约存在争议时，拒绝协助配合执法部门调查案件的，采购人可以取消其中标资格或解除合同，并追究其违约责任。
32.3	解释权及符号定义	1、解释权： （1）构成本招标文件的各个组成文件应互为解释，互为说明； （2）同一组成文件中就同一事项的规定或约定不一致的，以编排顺序在后者为准； （3）如有不明确或不一致，构成合同文件组成内容的，以合同文件约定内容为准，且以专用合同条款约定的合同文件优先顺序解释； （4）除招标文件中有特别规定外，仅适用于招标投标阶段的规定，按招标公告、投标邀请、投标人须知、评标方法和标准、投标文件格式的先后顺序解释； （5）按本款前述规定仍不能形成结论的，由采购人负责解释。 2、符号定义 招标文件中，适用于本项目的选项标记为“☑”，不适用于本项目的选项标记为“□”，空格中的“/”表示没有具体要求。
32.4	知识产权	（1）构成本招标文件各个组成部分的文件，未经采购人书面同意，投标人不得擅自复印和用于非本招标

		项目所需的其它目的。如因此导致采购人损失的，投标人须承担全部赔偿责任。 （2）采购人在中华人民共和国境内使用中标货物（服务）、资料、技术、服务或其任何一部分时，履行合同义务后，享有不受限制的无偿使用权，不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律或经济纠纷。如投标人不拥有相应的知识产权，则在投标报价中必须包括合法获取该知识产权的一切相关费用。如因此导致采购人损失的，投标人须承担全部赔偿责任。
32.5	投标专用章、业务专用章等效力规定	除招标文件中另有规定外，招标文件中明确要求并加盖投标人电子签章的，投标人必须加盖投标人公章电子签章。在有授权文件（原件）表明投标专用章、业务专用章等法律效力等同于投标人公章的情况下，可以加盖投标专用章或业务专用章，否则将导致投标无效。
32.6	其他补充说明	1、“政采贷”融资指引：有融资需求的中标人在取得政府采购中标或成交通知书后，可访问安徽省政府采购网“政采贷”栏目，查看和联系第三方平台或者金融机构，商洽融资事项，确定融资意向。中标人签署政府采购中标（成交）合同后，登录“徽采云”金融服务模块，选择意向产品进行申请，并填写相关信息，“徽采云”金融服务模块将中标人融资申请信息推送第三方平台、意向金融机构。 2、电子保函指引：中标人可访问安徽省政府采购网“融资/保函”栏目，申请办理电子保函（包括：履约保函、预付款保函）。

二、投标人须知正文

1. 采购人、采购代理机构及投标人

1.1 采购人：是指依法开展政府采购活动的国家机关、事业单位、团体组织。

1.2 采购代理机构：是指集中采购机构或从事采购代理业务的社会中介机构。

1.3 政府采购监督管理部门：各级人民政府指定的有关部门依法履行与政府采购活动有关的监督管理职责。

1.4 投标人：是指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。分支机构不得参加政府采购活动，但银行、保险、石油石化、电力、电信等特殊行业除外。本项目的投标人须满足以下条件：

1.4.1 具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条关于供应商条件的规定，遵守本项目采购人本级和上级财政部门政府采购的有关规定。

1.4.2 以采购代理机构认可的方式获得了本项目的招标文件。

1.4.3 若采购需求中写明允许采购进口产品，投标人应保证所投产品可履行合法报通关手续进入中国关境内。

若采购需求中未写明允许采购进口产品，如投标人所投产品为进口产品，其投标将被认定为**投标无效**。

1.5 若招标公告中允许联合体投标，对联合体规定如下：

1.5.1 两个以上供应商可以组成一个投标联合体，以一个投标人的身份投标。联合体投标的，招标文件获取手续由联合体中任一成员单位办理均可。

1.5.2 联合体各方均应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

1.5.3 采购人根据采购项目对投标人的特殊要求，联合体中至少应当有一方符合相关规定。

1.5.4 联合体各方应签订联合协议，明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任，并将联合协议作为投标文件的一部分提交。

1.5.5 大中型企业、其他自然人、法人或者非法人组织与小型、微型企业组成联合体共同参加投标，联合协议中应写明小型、微型企业的协议合同金额占到联合协议投标总金额的比例。

1.5.6 联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当

按照资质等级较低的供应商确定资质等级。

1.5.7 以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加本项目投标，否则相关投标将被认定为**投标无效**。

1.5.8 对联合体投标的其他资格要求见申请人的资格要求。

2. 资金落实情况

2.1 本项目的采购人已获得足以支付本次招标后所签订的合同项下的资金。

3. 投标费用

不论投标的结果如何，投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用。

4. 适用法律

本项目采购人、采购代理机构、投标人、评标委员会的相关行为均受《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及本项目本级和上级财政部门、政府采购监督管理部门的政府采购有关规定的约束，其权利受到上述法律法规的保护。

5. 招标文件构成

5.1 招标文件包括下列内容：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 采购需求

第四章 评标方法和标准

第五章 政府采购合同

第六章 投标文件格式

第七章 政府采购询问函和质疑函范本

5.2 现场考察（标前答疑会）及相关事项见**投标人须知前附表**。

5.3 投标人应认真阅读招标文件所有的事项、格式、条款和技术规范等。

6. 招标文件的澄清与修改

6.1 投标人如对招标文件内容有疑问，必须在**投标人须知前附表**规定的网上询问截止时间前以网上提问形式（电子交易系统）提交给采购代理机构。

6.2 采购人可主动地或在答复投标人提出的询问时对招标文件进行澄清与修

改。采购代理机构将在安徽省政府采购网以发布更正公告的方式，澄清或修改招标文件，更正公告的内容作为招标文件的组成部分，对投标人起约束作用。投标人应主动上网查询。采购代理机构不承担投标人未及时关注相关信息引发的相关责任。

6.3 任何人或任何组织向投标人提供的任何书面或口头资料，未经采购代理机构在网上发布或书面通知，均作无效处理，不得作为招标文件的组成部分。采购代理机构对投标人由此而做出的推论、理解和结论概不负责。

6.4 对于没有提出疑问又参与了本项目投标的投标人将被视为完全认同本招标文件（含更正公告的内容）。

7. 投标范围及投标文件中标准和计量单位的使用

7.1 项目有分包的，投标人可对招标文件其中某一个或几个分包进行投标，除非在投标人须知前附表中另有规定。

7.2 投标人应当对所投分包招标文件中“采购需求”所列的所有内容进行投标，如仅响应所投包别中的部分内容，其所投包别的投标将被认定为**投标无效**。

7.3 无论招标文件中是否要求，投标人所投货物、服务及工程（如有）均应符合国家强制性标准。

7.4 投标人与采购代理机构之间与投标有关的所有往来通知、函件和投标文件均用中文表述。投标人随投标文件提供的证明文件和资料可以为其它语言，但必须附中文译文。翻译的中文资料与外文资料出现差异时，以中文为准。

7.5 除招标文件中有特殊要求外，投标文件中所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

8. 投标文件构成

8.1 投标人应完整地按招标文件提供的投标文件格式及要求编写投标文件，具体内容详见本项目投标文件格式的相关内容。

8.2 投标人应提交招标文件要求的证明文件，证明其投标内容符合招标文件规定，该证明文件是投标文件的一部分。证明文件形式可以是文字资料、图纸和数据等。

8.3 为保证公平公正，除非另有规定或说明，投标人对同一项目投标时，不得同时提供备选投标方案。

9. 投标报价

12.1 投标人的报价应当包括满足本次招标全部采购需求。除招标文件另有规定外，所有投标均应以人民币报价。投标人的投标报价应遵守《中华人民共和国价格法》。

9.2 投标人报价超过招标文件规定的预算金额或者分项、分包最高限价，其投标将被认定为**投标无效**。

9.3 投标报价在合同履行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标，其投标将被认定为**投标无效**。

9.4 采购人不接受具有附加条件的报价。

10. 投标保证金

10.1 本项目不收取投标保证金。

11. 投标有效期

11.1 投标有效期为从投标截止之日算起的日历天数，投标有效期详见投标人须知前附表。

11.2 在投标有效期内，投标人的投标保持有效，投标人不得要求撤销或修改其投标文件。投标有效期不满足要求的投标，其投标将被认定为**投标无效**。

11.3 因特殊情况，采购人或采购代理机构可在原投标有效期截止之前，要求投标人延长投标文件的有效期。接受该要求的投标人将不会被要求和允许修正其投标。投标人也可以拒绝延长投标有效期的要求，且不承担任何责任。上述要求和答复都应以书面形式提交。

12. 投标文件的递交、修改与撤回

12.1 投标人应当在招标公告规定的投标截止时间前，将加密的投标文件在电子交易系统上传。

12.2 投标人应当在投标截止时间前完成投标文件的传输递交（以接收到电子签收凭证为准），并可以补充、修改或者撤回投标文件。投标截止时间前未完成投标文件传输的，视为撤回投标文件。未按规定加密或投标截止时间后送达的投标文件，电子交易系统应当拒收。

13. 开标

13.1 开标时，各投标人应在投标人须知前附表规定的解密时间前对其投标文

件进行解密。

13.2 开标时，采购代理机构将通过网上开标系统公布开标结果，公布内容包括投标人名称、投标价格及招标文件规定的内容。

13.3 采购人或采购代理机构将对开标过程进行记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认，并存档备查。

投标人未派代表参加开标的，视同投标人认可开标结果。

13.4 投标人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，应当场提出询问或者回避申请。

14. 资格审查及组建评标委员会

14.1 采购人或采购代理机构依据法律法规和招标文件中规定的内容，对投标人资格进行审查，未通过资格审查的投标人不进入评标。

14.2 采购人或采购代理机构将在投标截止时间后至评审结束前通过全国法院失信被执行人名单信息公布与查询(zxgk.court.gov.cn/shixin/)、“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询相关投标人（含其不具有独立法人资格的分支机构）信用记录，并对投标人信用记录进行甄别，对列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)失信被执行人名单、重大税收违法失信主体名单、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)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，其投标将被认定为**投标无效**。

以联合体形式参加投标的，联合体成员存在以上不良信用记录的，联合体投标将被认定为**投标无效**。

以上信用查询记录，采购人或采购代理机构将下载查询结果页面后与其他采购文件一并保存。投标人不良信用记录以采购人或采购代理机构查询结果为准。在本招标文件规定的查询时间之外，网站信息发生的任何变更均不作为资格审查依据。投标人自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为资格审查依据。如因评审当日信用信息查询渠道故障无法查询信息的，以投标人提供的“投标人资格声明书”作为评审依据。

14.3 按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及本项目本级和上级财政部门、政府采购监督管理部门的有关规定依法

组建的评标委员会，负责本项目评标工作。

15. 投标文件符合性审查与澄清

15.1 符合性审查是指依据招标文件的规定，从投标文件的有效性和完整性对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否对招标文件的实质性要求做出响应。

15.2 投标文件的澄清

15.2.1 为有助于投标文件的审查、评价和比较，在评标期间，评标委员会将以书面方式（询标）要求投标人对其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等作必要的澄清、说明或补正。投标人的澄清、说明或补正应在投标人须知前附表规定的时间内以书面方式进行，并不得超出投标文件范围或者改变投标文件的实质性内容。

如有询标，投标人授权代表（或法定代表人）可通过远程登录的方式接受网上询标，也可凭本人有效身份证明参加询标。因投标人授权代表联系不上、没有及时登录系统等情形而无法接受评标委员会询标的，投标人自行承担相关风险。

15.2.2 投标人的澄清、说明或补正将作为投标文件的一部分。

15.2.3 评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

15.3 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

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

（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。修正后的报价按照第 15.2 款的规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标将被认定为**投标无效**。

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。

16. 投标无效

16.1 根据本招标文件的规定，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响

应了招标文件的要求。投标人不得通过修正或撤销不符合要求的偏离，从而使其投标成为实质上响应的投标。

评标委员会决定投标的响应性只根据招标文件要求和投标文件内容。

无论何种原因，即使投标人投标时携带了证书材料的原件，但投标文件中未提供与之内容完全一致的扫描件的，评标委员会视同其未提供。

16.2 如发现下列情况之一的，其投标将被认定为**投标无效**：

- （1）投标文件未按照招标文件规定要求签署、盖章的；
- （2）不具备招标文件中规定的资格要求的；
- （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）投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- （5）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

17. 比较与评价

17.1 经符合性审查合格并通过异常低价投标审查的投标文件，评标委员会将根据招标文件确定的评标方法和标准，对其投标文件作进一步的比较与评价。

17.2 评标严格按照招标文件的要求和条件进行。根据实际情况，在投标人须知前附表中规定采用下列一种评标方法，详细评标方法和标准见招标文件第四章：

（1）最低评标价法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

（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人为中标候选人的评标方法。

17.3 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《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）和《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）的规定，对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《中小企业声明函》、《残疾人福利性单位声明函》或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的投标人，其投标报价按照投标人须知前附表中规定的标准扣除后的价格参与评审。对于同时属于小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，不重复进行投标报价扣除。

接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的，可给予联合体或者大中型企业的投标报价按照投标人须知前附表中规定的标准扣除后的价格参与评审。组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。

以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

17.4 根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34 号）和财政部工业和信息化部关于贯彻落实《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》的意见（财库〔2025〕30 号），政府采购活动中既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。当采购项目或者采购包中含有多种产品，投标人为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该投标人提供的全部产品成本之和的比例达到 80%以上时，依法对该投标人提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该投标人提供的全部产品的总报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

评标委员会应当对投标人所出具的《关于符合本国产品标准的声明函》（以下简称《声明函》）的完整性、准确性进行审查，评审中发现《声明函》内容含义不明确、同类事项与投标文件表述不一致或者有明显文字错误等情况的，应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。经澄清、说明或者补正的《声明函》仍然不符合规定要求的，投标人提供的相关产品视为不符合本国产品标准。

注：本项目所称的本国产品是指在中国境内生产的产品，即在中华人民共和国关境内实现从原材料、组件到产品的属性改变。在国内保税区、综合保税区等海关特殊监管区域生产的产品，属于在中国境内生产的产品；对医疗器械产品，取得药品监督管理部门授予的准字号医疗器械注册证的，属于在中国境内生产的产品；其他产品，根据实际情况判断是否在中国境内生产。适用本国产品标准的货

物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。

17.5 同时符合 17.3 款和 17.4 款的价格评审优惠时，评标价为投标报价分别扣除促进中小企业发展政策的价格评审优惠和本国产品支持政策的价格评审优惠后的价格。

18. 废标、重新招标与变更采购方式

18.1 出现下列情形之一，将导致项目废标：

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

18.2 公开招标数额标准以上的采购项目，投标截止后投标人不足 3 家或者通过资格审查或符合性审查或异常低价投标审查的投标人不足 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，需要采用其他采购方式采购的，采购人应当依法报政府采购监督管理部门批准。

19. 保密要求

19.1 评标将在严格保密的情况下进行。

19.2 有关人员应当遵守评标工作纪律，不得泄露评标文件、评标情况和评标中获悉的国家秘密、商业秘密。

20. 中标候选人的确定原则及标准

20.1 评标委员会依据本项目招标文件所约定的评标方法，对实质上响应招标文件的投标人按下列方法进行排序，确定中标候选人：

- （1）采用最低评标价法的，除了算术修正和落实政府采购政策需进行的价格扣除外，不对投标人的投标价格进行任何调整。评标结果按修正和扣除后的投

标报价由低到高顺序排列。修正和扣除后的投标报价出现两家或两家以上相同者，采取评标委员会随机抽取的方式确定中标候选人顺序。

（2）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。得分与投标报价均相同的，则采取评标委员会随机抽取的方式确定中标候选人顺序。

21. 确定中标候选人和中标人

21.1 评标委员会将根据评标标准，按投标人须知前附表中规定数量推荐中标候选人。

21.2 按投标人须知前附表中规定，由评标委员会或采购人确定中标人。

21.3 因重大变故采购任务取消时，采购人有权拒绝任何投标人中标，且对受影响的投标人不承担任何责任。

22. 编写评标报告

22.1 评标报告是根据全体评标委员会成员签字的原始评标记录和评标结果编写的报告，评标报告由评标委员会全体成员签字。对评标结论持有异议的评标委员会成员可以书面方式阐述其不同意见和理由。评标委员会成员拒绝在评标报告上签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意评标结论。

22.2 异常情形的重点审查

22.2.1 总体要求：

评标报告签署前，评标委员会在评标过程中发现异常行为，包括发现异常评标、异常投标等行为，应启动重点审查，评标委员会负责对异常情形进行审查和认定，确保评标过程的公平公正。

22.2.2 异常评标情形：

- （1）审查是否存在评标委员会评分畸高、畸低现象；
- （2）审查是否存在评标委员会未按采购文件要求修正投标报价不一致的情形；
- （3）审查是否存在投标文件提供了相应方案内容，主观分赋零分的情形；
- （4）审查是否存在投标文件未提供相应内容，主观分得分的情形；
- （5）审查是否存在其他异常评标情形。

22.2.3 异常投标情形：

（1）法律法规规定的串通投标的情形

包括《中华人民共和国政府采购法实施条例》第七十四条规定的情形、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）三十七条规定的情形。

（2）投标活动异常关联情形。

（3）其他由评标委员会认定的异常投标情形。

22.2.4 审查要求：

（1）经评标委员会共同认定评标过程存在异常评标情形，如依法可以纠正的，应当予以纠正，否则评委应提出充足的理由，该理由在评标委员会集体讨论并确认后记入评标报告。

（2）经评标委员会共同认定评标过程存在异常投标情形，可能损害国家利益和社会公共利益，或严重违反公平竞争原则，或涉嫌严重违法违规的，评标委员会有权认定其**投标无效**。

（3）经评标委员会重点审查后，应当将审查相关情况在评标报告中记录。

23. 中标结果公告

23.1 除**投标人须知前附表**规定由评标委员会直接确定中标人外，在评标结束后 2 个工作日内，采购代理机构将评标报告送采购人。采购人应当自收到评标报告之日起 5 个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。

23.2 自中标人确定之日起 2 个工作日内，采购代理机构将在安徽省政府采购网（www.ccgp-anhui.gov.cn）上发布中标结果公告。

23.3 中标结果公告内容应当包括采购人及其委托的采购代理机构的名称、地址、联系方式，项目名称和项目编号，中标人名称、地址和中标金额，主要中标标的的名称、规格型号、数量、单价、服务要求，中标公告期限、评审专家名单以及**投标人须知前附表**中约定进行公告的内容。中标公告期限为 1 个工作日。

24. 中标通知书

24.1 采购代理机构发布中标结果公告的同时以**投标人须知前附表**规定的形式向中标人发出中标通知书。

24.2 中标通知书对采购人和中标人具有同等法律效力。中标通知书发出以后，采购人改变中标结果或者中标人放弃中标，应当承担相应的法律责任。

24.3 中标通知书是合同的组成部分。

25. 告知招标结果

25.1 采购代理机构以投标人须知前附表规定的形式告知招标结果。

26. 履约保证金

26.1 中标人应按照投标人须知前附表规定缴纳履约保证金。

26.2 如果中标人没有按照上述履约保证金的规定执行，将视为放弃中标资格。在此情况下，采购人可确定下一中标候选人为中标人，也可以重新开展采购活动。

27. 签订合同

27.1 采购人与中标人应当按照投标人须知前附表规定的时间内完成政府采购合同签订及合同公告。

27.2 招标文件、中标人的投标文件及其澄清文件等，均为签订合同的依据。

27.3 中标人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，确定下一中标候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

27.4 依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

28. 代理费用

28.1 本项目代理费用的收取按投标人须知前附表的规定执行。

29. 廉洁自律规定

29.1 采购代理机构工作人员不得以不正当手段获取政府采购代理业务，不得与采购人、供应商恶意串通。

29.2 采购代理机构工作人员不得接受采购人或者供应商组织的宴请、旅游、娱乐，不得收受礼品、现金、有价证券等，不得向采购人或者供应商报销应当由个人承担的费用。

30. 人员回避

投标人认为采购人员及其相关人员有法律法规所列与其他供应商有利害关

系的，可以向采购人或采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。

31. 质疑的提出与接收

31.1 投标人认为招标文件、招标过程和中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购人或其委托的采购代理机构提出质疑。

31.2 质疑供应商应按照财政部制定的《政府采购供应商质疑函范本》格式（详见招标文件）和《政府采购质疑和投诉办法》的要求，在法定质疑期内以书面形式提出质疑，超出法定质疑期提交的质疑将被拒绝。针对同一采购程序环节的质疑应一次性提出。

31.3 采购代理机构质疑函接收部门、联系电话和通讯地址，见投标人须知前附表。

注：上述条款中所要求的书面形式包含通过电子交易系统递交方式。

32. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容，见投标人须知前附表。

第三章 采购需求

前注：

1. 本采购需求中提出的服务方案仅为参考，如无明确限制，投标人可以进行优化，提供满足采购人实际需要的更优（或者性能实质上不低于的）服务方案，且此方案须经评标委员会评审认可。
2. 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）：
- （1）如属于《节能产品政府采购品目清单》中政府强制采购的节能产品，则投标人所投产品须具有市场监管总局公布的《参与实施政府采购节能产品认证机构目录》中的认证机构出具的、处于有效期内的节能产品认证证书。
- （2）如涉及商品包装和快递包装，投标人应当执行《关于印发〈商品包装政府采购需求标准（试行）〉、〈快递包装政府采购需求标准（试行）〉的通知》（财办库〔2020〕123号）、《安徽省财政厅关于贯彻落实政府绿色采购有关政策的通知》（皖财购〔2023〕853号）的要求，提供符合需求标准的绿色包装、绿色运输，同时，采购人将对包装材料和运输环节作为履约验收条款进行验收。
3. 如采购人允许采用分包方式履行合同的，应当明确可以分包履行的相关内容。

一、采购需求前附表

序号	条款名称	内容、说明与要求
1	付款方式	合同签订后支付合同款的 70%，合同履约期结束，验收合格后支付合同款的 30%。
2	服务地点	安徽省内，具体按采购人指定地点。
3	服务期限	合同签订后至本项目赛事全部结束。
4	本项目采购标的名称及所属行业	标的名称：2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站） 赛事直播与宣传推广 所属行业：其他未列明行业

二、项目概况

2026 年国际汽联生态拉力杯(中国站)赛事直播与宣传推广项目计划于 2026 年 9 月 10 日-14 日举办，为更好服务本项目的运行，计划采购一家服务单位，

负责 2026 国际汽联生态拉力杯(中国站)直播与宣传推广工作，包含赛前主题策划设计、预热宣推、赛事直播、氛围营造、纪录片制作、自媒体运营等，在国内主流媒体和央级及省级以上媒体宣推报道，提升赛事影响力。同时，负责赛事新闻发布会筹备、组织及宣传，设计制作赛事活动预热宣传片、总结片、总结画册、赛事宣传品等。

三、服务需求

（一）赛前主题策划设计

1. 赛事整体宣传策划

（1）赛事品牌定位与策划体系

围绕“EF1·ANHUI”、“驰骋皖美山水，乐享美好生活”赛事主题口号，构建差异化品牌识别体系。深度挖掘国际汽联赛事 IP、新能源技术与安徽文旅资源价值，形成“国际赛事+新能源产业+地方文旅”三位一体品牌框架。按赛事筹备节奏划分传播阶段，制定各阶段目标、核心议题与投放节奏，形成递进式传播链路，确保全周期宣传口径统一、调性一致。

（2）全媒体传播矩阵与内容运营

整合央级媒体、省级主流媒体、行业垂直媒体、商业门户、新媒体平台及自媒体达人，构建层级清晰、功能互补的全媒体传播矩阵。明确各平台内容定位与发布频次，制定媒体对接、稿件审核、素材分发标准化流程。策划系列原创内容栏目，规范选题、采集、撰写、设计、发布全流程标准，确保宣传高效触达、精准投放。

（3）产业文旅融合与价值延伸

紧扣赛事新能源属性与安徽文旅资源，策划“赛事+产业”“赛事+文旅”系列融合推广活动，联动本地新能源车企、文旅景区、商业综合体等主体，搭建产业交流与城市推介平台。开发赛事 IP 衍生体系，涵盖主题文创、纪念周边、数字藏品等多元形态，延展赛事品牌价值链。推动赛事成果转化与长效传播，将赛事热度转化为城市文旅引流、产业招商的实际效能，实现“办一次赛、兴一座城”的长尾价值。

2. 赛事主视觉体系设计

（1）赛事 logo 设计

主要包括但不限于 logo 创造思路、手绘稿、线切稿、网格稿、最小比例限定、标准色与反白应用、logo 在色彩环境中的应用说明、logo 标准色彩明度对比、logo 的灰度规范、logo 的标准色彩背景规范、logo 与合作伙伴组合规范、logo 的场景化使用（会旗、胸卡、工作人员服装、证件等）、logo 动画效果等。

（2）赛事主视觉及海报设计

主要包括但不限于大赛主视觉设计思路、设计理念、设计效果（不少于三款）、主视觉的各类延展设计高炮广告、落地广告牌、户外电子屏、灯箱广告、展示桁架、道路灯杆旗、注水道旗等。结合赛事特点设计合肥、芜湖、宣城、黄山、池州、安庆举办地主题海报，每个城市不少于 2 张。

（3）赛事奖杯、证书设计

紧扣赛事主题与品牌调性，结合生态拉力杯、新能源科技与安徽文旅元素进行原创设计，造型需兼具现代感与纪念意义，充分体现国际赛事的专业品质与艺术审美。设计涵盖冠军奖杯、纪念证书及文创礼盒等全套内容，确保成品工艺精良、质感突出，具备赛事官方纪念价值与收藏价值。

（4）赛事 VIS 应用设计

主要包括但不限于组委会办公视觉形象应用系统，宣传物料视觉形象应用系统，场地氛围视觉形象应用系统，印刷出版视觉形象应用系统等。

（二）预热宣推

1. 赛前预热

结合本次生态拉力杯赛事定位、新能源汽车产业特色及属地文旅资源，制定阶段性赛前预热宣推计划。赛事开幕前启动常态化预热传播，循序渐进释放赛事举办信息、赛段亮点、参赛阵容、活动亮点等核心内容，持续铺垫赛事热度。通过多渠道、多形式的前置宣发，提前激活市场关注度，营造浓厚的赛前舆论氛围，为赛事正式举办积蓄流量与口碑。

2. 赛事宣传推广

（1）做好全流程赛事图片、短视频拍摄：对赛事新闻发布会、赛段勘察、赛前预热活动、赛车及车手介绍、开幕式、赛段实况、闭幕式、相关合作企业各环节进行全流程跟拍。开展全方位、立体化的短视频制作与宣发工作，扩大赛事影响力。

（2）做好媒体信息宣发：做好开幕式、赛中、闭幕式等媒体邀请服务，印发媒体相关证件，发放相关费用，做好信息宣发，在国内主流媒体和央级及省级以上媒体宣推报道，提升赛事影响力；做好赛事发稿情况统计，宣传影响力汇总等。

3. 配套宣传主题活动

在赛事前期及赛事举办期间，策划组织多场次线上线下配套宣传主题活动，联动本地文旅、商业优质资源，配套设置完善的互动激励机制，全方位烘托赛事氛围，通过多元活动形式丰富赛事内容、放大宣传声量，具体活动类型如下：

（1）EF1 智能漂移竞技赛和竞技体验活动：面向车友爱好者、市民群体开展沉浸式汽车竞技体验项目，还原拉力赛趣味竞技场景，让大众近距离感受汽车运动魅力，提升群众参与感与体验感，夯实赛事群众基础，做好赛事宣传推广。

（2）车企交流走访活动：组织开展不少于两场车企走访、行业交流座谈等活动，搭建新能源车企沟通对接平台，围绕新能源汽车技术、赛事运营、产业融合等内容开展交流研讨，赋能本地新能源汽车产业推广与行业联动发展。

（3）车友探安徽活动：围绕主体赛事，组织开展不少于六场（每座城市不少于1场）车友探安徽等生态文体旅活动，组织开展地方文旅、汽车文化、非遗展示等多元活动，丰富赛事线下场景，吸引广大车友广泛参与。

（4）2026 国际汽联生态拉力杯中国站汽车运动文化展：聚集赛事核心价值，以图文、实物等形式，介绍赛事背景、办赛理念、赛事融合等，打造新能源汽车文化、属地文旅特色展陈，以赛事+文旅+产业创新模式，串联起6座城市，打造绿色文化长廊，赋能安徽新能源汽车产业、文化旅游、地方经济发展等。

（5）摄影大赛：面向全网发起赛事主题摄影大赛，鼓励摄影爱好者、市民群众聚焦赛事竞技瞬间、赛段风光、城市文旅风貌进行创作投稿，以影像形式定格赛事精彩，挖掘赛事人文与景观价值。

（6）短视频创作大赛：同步启动全民短视频创作大赛，依托新媒体平台广泛征集原创短视频作品，鼓励大众以创意视角解读赛事、推介本地文旅资源，搭配激励机制吸引全民参与，实现赛事线上裂变式传播。

（三）赛事直播

1. 官方直播（网络直播）

（1）负责赛事官方网络直播信号制作与输出，配置 5G 无线聚合传输背包、高清/4K 转播车双套保障设备，搭建双链路传输体系，确保赛事直播全程稳定、无中断、画质无损，输出官方唯一标准赛事直播信号。

（2）创新启用赛事流动直播间模式，深入各大赛段现场移动取景播报，打破固定机位局限，全方位呈现赛事实况。

（3）直播全程配备专职专业赛事解说人员及赛段属地文旅推荐官，围绕汽车竞技、新能源技术、赛事规则、文旅资源推介、赛道沿线风光展示、特色文旅业态介绍等进行专业讲解，提升直播专业性与观赏性。

（4）直播画质不低于 1920×1080 高清标准，赛事期间日均直播时长不少于 6 小时（具体根据赛事实际举办情况），全程覆盖开幕式、各赛段竞赛、闭幕式等所有核心赛事环节，实现赛事全流程可视化直播。

（5）安排专职人员全程跟进直播，动态截取赛事高光素材，快速剪辑并推送至官方新媒体平台。每日整理直播实况、赛事影像及官方图文稿件，精选优质内容，向中央媒体报送素材及新闻通稿，保障赛事权威宣传输出。

（6）依托全媒体宣传矩阵，实现直播信号多平台同步分发转播，平台转播包括但不限于央视频客户端、安徽发布、安徽省体育局、赛事官方账号、安徽视讯、AH TV 文体中心、咪咕视频、汽车自媒体等。联动各级媒体开展配套宣传报道；同步完成直播数据统计、舆情监控工作，每日形成传播台账，实现赛事全媒体全覆盖传播。

2. 自媒体达人直播

（1）筛选单平台粉丝量 20 万以上，深耕汽车赛事、新能源汽车、文旅、美食、新农人等领域的优质网络达人（不少于 10 人）开展辅助直播，以现场第一视角实拍、赛事科普、赛道体验、文旅联动、美食品鉴等互动为核心内容，形成“官方权

“威主直播+网络达人互动辅直播”的差异化传播体系。

（2）达人直播全程覆盖赛事核心环节，聚焦赛事竞技、赛段风貌、新能源赛车亮点及属地文旅特色，以轻量化、互动化的传播形式补充官方直播内容。通过赛事科普、线上互动等方式，提升赛事热度与大众参与度，拓宽传播覆盖面。

（3）全程留存达人直播高清素材，纳入赛事全媒体宣传素材库，为赛事二次宣发、专题内容制作提供素材支撑，持续扩大赛事全网传播力、影响力。

（四）氛围营造

1. 高速高炮：中标人负责在合肥周边高速投放高炮广告不少于 16 座，重点主干道入口设置落地广告牌不少于 4 座。投放周期不少于 30 天，负责投放后的维护工作，画面内容、具体投放位置、投放时间等须经采购人同意。

2. 新桥机场：新桥机场高速设置户外高炮广告牌不少于 2 块。在机场布置国际生态拉力杯（中国站）立体展示欢迎小景不少于 2 座。投放周期不少于 15 天，负责投放后的维护工作，画面内容、具体投放位置、投放时间等须经采购人同意。

3. 合肥南站：在合肥南站候车大厅、出发检票口、铁路到达口、主通道等 LED 大屏、桁架等形式宣传国际生态拉力杯（中国站）标语。投放周期不少于 15 天。负责投放后的维护工作，画面内容、具体投放位置、投放时间等须经采购人同意。

4. 主干道路口及灯杆旗：中山路、骆岗中央公园等路口展示桁架不少于 5 座，展示道旗不少于 60 面，马鞍山路高架、包河大道高架、南二环等路段累计投放灯杆旗广告不少于 800 组，画面以高清喷绘布进行制作，投放周期不少于 15 天，包含灯杆旗整体安装、固定和拆除等工作。

5. 城市重点地标广告投放：投标人负责在合肥重点地标楼宇（包括但不限于新交通大厦、合肥天鹅湖、淮河路步行街）等群楼上投放赛事主题字幕广告、电子屏广告等，在重点地标投放灯光视频秀，投放周期不少于 5 天，负责投放后的维护工作，画面内容、投放时间等须经采购人同意。

6. 地铁电视广告投放：合肥 1 号、2 号、3 号、4 号、5 号、6 号和 7 号线上投放地铁站点和车厢电视广告，投放周期不少于 5 天，负责投放后的维护工作，画面内容、投放时间等须经采购人同意。

7. 各市氛围营造：成交供应商负责协助各承办地市结合实际，扎实做好赛事赛段氛围营造，负责收集整理各市重要路口、主干道及关键区域宣传标语，氛围营造成果照片等。

（五）纪录片制作

全程拍摄本次赛事各项活动内容，围绕赛事主题、新能源汽车与地方文旅特色，完成赛事官方纪录片的策划、素材拍摄及成片制作，打造专属赛事纪实影像。

1. 纪录片策划与脚本创作

围绕“赛事传承+本届纪实”双线叙事架构，系统策划纪录片整体框架与叙事结构。梳理往届国际汽联生态拉力杯发展历程、经典赛段与高光时刻，展现赛事品牌积淀与全球影响力；综合当届赛事竞技、新能源科技、文旅融合三大主线，挖掘典型人物与故事线索，形成详细拍摄脚本与分镜设计，确保纪录片兼具历史纵深与时代感。

2. 全程跟拍与素材采集

配置专业纪录片摄制团队，采用电影级拍摄设备，全程跟拍本届赛事筹备、各赛段竞逐、车队风采、人物故事、城市文旅风貌等多维内容。运用无人机航拍、车载跟拍、手持稳定器跟拍等多元拍摄手法，同步采集同期声与环境音，确保素材丰富度与画面质感。同时整理往届赛事经典素材，为本届纪录片提供历史参照与叙事支撑。

3. 后期制作与成片交付

完成纪录片后期全流程制作，包含专业调色、声音设计、原创配乐、字幕制作等工序，整体风格统一、节奏流畅，达到省级卫视及主流视频平台播出标准。成片总时长不低于 8 分钟，提供高清及以上分辨率双格式交付，同步剪辑精华版与预告片各 1 版适配不同传播场景。全部原始素材按场景分类整理归档，便于后续二次开发与素材复用。

（六）自媒体运营

1. 赛事自媒体矩阵运营

负责赛事公众号、视频号、抖音号、小红书、微博自媒体矩阵的运营，综合

发布推送赛事信息不少于 300 篇（条），提升赛事关注度。

2. 赛事官方话题运营

创建#EF1 皖美赛道等你来挑战#、#EF1 拉力赛#等话题，组织开展国际生态拉力杯（中国站）短视频创作宣传推广活动，对播放量高自媒体创作者进行奖励，支付相关费用。

3. 粉丝互动与社群运营

建立赛事自媒体粉丝互动机制，定期策划线上互动活动，包括但不限于抽奖竞猜、话题征集、UGC 作品评选等形式，提升粉丝活跃度与粘性。搭建赛事官方粉丝社群，配置专职社群运营人员，做好社群日常维护、信息发布、问题解答与氛围引导，将公域流量转化为私域用户资产，为赛事后续运营积累用户基础。

（七）组织召开新闻发布会

组织召开赛事新闻发布会，邀请不少于 25 家中央及省级媒体，不少于 40 位媒体记者参与发布会宣传报道，做好赛事新闻发布会工作统筹，受理记者采访报名，做好新闻发布会场地布置、人员接待、交通保障等服务。

（八）设计制作赛事活动预热宣传片、总结片、总结画册、赛事宣传品

1. 设计制作赛事活动预热宣传片

结合 2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事定位、新能源汽车产业特色及属地文旅资源，策划制作高品质赛事预热宣传片，全面展现赛事价值与独特魅力。围绕生态拉力杯、新能源科技、文旅融合三大核心主题，通过创意化视觉语言与专业叙事手法，打造兼具专业性与观赏性的赛事宣传影像作品。

宣传片内容涵盖赛事背景介绍、参赛阵容亮点、赛道沿线风光、新能源汽车技术特色、属地文旅资源等核心板块，以富有冲击力的画面与节奏感的剪辑，充分调动观众期待感，为赛事正式举办营造浓厚舆论氛围。成片时长不少于 3 分钟，并附全部拍摄原素材。

2. 设计制作赛事活动总结片

赛事结束后，基于赛事全程拍摄积累的丰富素材，系统策划制作赛事官方总结

片，全面回顾赛事精彩历程，呈现赛事成果与社会价值。围绕赛事竞技、新能源科技、文旅融合三大主线，通过精心剪辑与叙事编排，打造具有纪念意义与传播价值的赛事官方总结影像作品。

总结片完整收录开闭幕式盛况、各赛段竞赛高光时刻、颁奖仪式精彩瞬间、车手与车队风采、观众与志愿者画面、城市文旅元素等内容，以全景式视角展现赛事全貌。注重情感表达与氛围营造，通过画面节奏与音乐配合，传递汽车竞技拼搏精神与生态环保理念。成片时长不少于 2 分钟，专业调色与混音处理，确保成片品质达到专业级标准。

3. 设计制作赛事活动总结画册

赛事结束后，设计制作赛事官方总结画册，以图文并茂的形式系统记录赛事全貌，打造具有收藏价值的赛事官方纪念出版物。画册围绕赛事主题进行整体视觉设计，统一风格调性，确保专业性与美观性兼具，充分展现赛事品牌形象。

画册内容涵盖赛事概况介绍、开幕式盛况、各赛段精彩瞬间、闭幕式与颁奖仪式、文旅融合特色活动、赛事成果总结等核心板块，精选高质量赛事图片，配写精炼说明文字，全方位、立体化呈现赛事精彩。设计制作数量不少于 80 本，采用高清彩色印刷，封面覆膜保护，锁线胶装装订，确保印刷品质与装帧工艺达到专业出版级标准。成品配送至采购人指定地点。

4. 设计制作赛事活动宣传品

结合赛事视觉识别系统与品牌形象，设计制作系列赛事宣传品，涵盖徽章类、文创类、手册类等多种品类，满足赛事期间各类发放与使用需求。所有宣传品严格沿用赛事主视觉体系，统一赛事 logo 使用规范，保持整体设计风格一致性，同时结合不同品类特点进行差异化创意设计。

宣传品设计融入拉力赛事特色元素、安徽地域文化符号与生态环保理念，兼顾美观性与实用性，符合日常使用场景需求，便于携带与展示传播。制作工艺选用优质环保材料，确保产品安全无毒，做工精细无瑕疵，印刷清晰色彩准确。具体品类包括但不限于：

（1）徽章类：赛事主题纪念徽章、参赛专属纪念章、志愿者专属徽章等，精致

工艺打造，兼具纪念意义与佩戴实用性；

（2）文创类：赛事吉祥物毛绒玩具、主题帆布袋、纪念文创周边产品等，结合赛事 IP 形象设计，丰富赛事品牌传播载体；

（3）手册类：赛事官方宣传手册（不少于 100 本），系统梳理赛事信息，为媒体人员提供实用指引。

所有宣传品按采购人需求数量制作生产，严格执行质量检验标准，按时配送至指定地点，确保满足赛事期间车手、嘉宾、工作人员、观众等各类人群发放需求。

四、驻点工作人员安排

根据采购人需求，中标人需安排不少于 5 名人员(包含 1 名具有赛事管理、赛事统筹经验项目负责人)驻点现场办公，确保赛事氛围营造工作有序进行。

六、报价要求

本项目报总价，报价包含为完成本项目所需一切费用，采购人后期不再追加任何费用。投标人自行考虑税收费用及保险，中标后须按国家相关规定缴纳税金并按采购人要求提供发票，费用含在本次总价中。

七、其他要求

本项目中标人须具有组织或承办活动能力，应当取得服务许可，禁止未经许可或超越许可范围开展服务活动。如因此导致采购人损失的，供应商须承担全部赔偿责任。

本次比赛无形资产开发权属于采购单位，中标人或承办单位进行无形资产开发应提前与采购单位协商。

第四章 评标方法和标准（综合评分法）

一、总则

本项目将按照招标文件第二章 投标人须知的相关要求及本章的规定评标。

二、评标方法

2.1 资格审查

资格审查表			
序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	营业执照等证明文件	（1）投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的营业执照； （2）投标人为事业单位的，应提供有效的事业单位法人证书； （3）投标人是非企业机构的，应提供有效的执业许可证或登记证书等证明文件； （4）投标人是个体工商户的，应提供有效的个体工商户营业执照； （5）投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。	提供材料扫描件或电子证照，应完整的体现出材料或电子证照全部内容。 联合体投标的联合体各方均须提供。
2	投标人资格声明书	提供符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	详见第六章投标文件格式。
3	投标人信用记录	投标人不得存在投标人须知正文第 14.2 款中的不良信用记录情形。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
4	中小企业证明文件（适用于专门面向中小企业采购项目）	符合申请人的资格要求中落实政府采购政策需满足的资格要求： （1）专门面向中小企业采购的，投标人应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利	详见第六章投标文件格式。

	或预留中小企业采购份额项目)	性单位声明函》或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。 （2）如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的，且投标人为联合体或拟进行合同分包的，则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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中如实填报，且满足招标文件关于预留份额的要求。	
5	其它落实政府采购政策的资格要求	如有，见第一章《投标邀请》。	提供材料扫描件或电子证照，应完整的体现出材料或电子证照全部内容。
6	本项目对于联合体的要求（适用于接受联合体投标项目）	联合体投标的详见投标人须知正文第 1.5 款，且提供《联合协议》。	《联合协议》详见第六章投标文件格式。
7	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》。	提供材料扫描件或电子证照，应完整的体现出材料或电子证照全部内容。

资格审查指标通过标准：投标人必须通过资格审查表中的全部评审指标。

2.2 符合性审查

评标委员会对通过资格审查的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。符合性审查表如下：

符合性审查表			
序号	审查指标	审查标准	格式要求
1	开标一览表	格式、填写要求符合招标文件规定并加盖投标人电子签章	详见第六章投标文件格式。
2	投标函	格式、填写要求符合招标文件规定并加盖投标人电子签章	详见第六章投标文件格式。
3	授权书	格式、填写要求符合招标文件规定并加盖投标人电子签章	法定代表人参加投标的无需此件，提供身份证明即可。详见第六章投标文件格式。
4	投标报价	符合招标文件投标人须知正文第 9 条要求	详见第六章投标文件格式。
5	商务响应情况	符合招标文件采购需求中对付款方式、服务地点、服务期限等实质性要求	详见第六章投标文件格式。
6	投标文件异常监测	不同投标人的文件制作机器识别码或 MAC 地址或 IP 地址或文件创建码或联系方式出现相同的情形，相关投标人均 投标无效 。	
7	其他要求	符合法律、行政法规规定的其他条件或招标文件列明的其他实质性要求	

符合性审查指标通过标准：投标人必须通过符合性审查表中的全部评审指标。

2.3 异常低价投标审查

异常低价投标审查表			
序号	评审指标	评审标准	格式及材料要求
1	异常低价投标审查	（1）投标报价$\leq$全部通过符合性审查投标人投标报价平均值$\times 50\%$； （2）投标报价$\leq$通过符合性审查的次低报价投标人投标报价$\times 50\%$； （3）投标报价$\leq$采购项目最高限价（如采购项目未设定最高限价的，以采购项目预算金额作为最高限价）$\times 45\%$； （4）评标委员会基于专业判断，认为投标人报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。 提醒： 上述数值计算：涉及总价、单价的精确到“分”并四舍五入，涉及费率的精确到小数点后两位，第三位四舍五入（例：如平均值为 123.456 元，即为 123.46 元；如平均值为 80.126%，即为 80.13%）。	投标人在评审现场合理的时间对投标价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等。

注：

评标委员会启动异常低价投标审查后，属于评审标准中第（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关投标人在评审现场合理的时间（不少于 30 分钟）对投标价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等。其中，属于第（3）项情形，投标人已随投标文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

评标委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标人不能提供书面说明、证明材料，或者提

供的书面说明、证明材料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。

评标委员会借助互联网等渠道查询相关信息的，应当严格遵守评审工作纪律，不得实施影响评审公正的行为。异常低价响应审查的启动原因、审查意见和审查结果应当在评审报告中记录，并随投标人提供的相关书面说明及证明材料，以及评标委员会有关互联网浏览、查询历史一并归档。

2.4 详细审查

2.4.1 评标委员会按照下表对投标文件进行详细审查和评分。

2.4.2 本项目综合评分满分为 100 分，其中：技术资信分值占总分值的权重为 90 %，价格分值占总分值的权重为 10 %。具体评分细则如下：

类别	评分内容	评分标准	分值范围
技术资信分 (<u>90</u> 分)	赛事整体宣传策划方案	评标委员会根据投标人响应文件中所提供的赛事整体宣传策划方案进行评审： 1. 赛事品牌定位与策划体系（0-5 分）； (1) 品牌定位精准、策划体系完整，紧扣三大维度，三位一体品牌框架清晰，传播阶段划分明晰，全周期口径统一，得 5 分； (2) 品牌定位基本准确、策划体系基本完整，基本紧扣三大维度，品牌框架基本清晰，传播阶段划分基本明晰，得 3 分； (3) 品牌定位不够清晰、策划体系不够完整，与三大维度结合不紧密，得 1 分； (4) 不提供，不得分。 2. 全媒体传播矩阵与内容运营（0-5 分）； (1) 媒体矩阵覆盖全面、层级清晰，涵盖多元渠道，内容运营规划详实，全流	0-15 分

		程标准完善，素材库与台账机制健全，得 5 分； （2）媒体矩阵覆盖较全面、层级基本清晰，基本涵盖主要渠道，内容运营规划基本详实，得 3 分； （3）媒体矩阵覆盖不够全面、层级不够清晰，传播渠道不够丰富，得 1 分； （4）不提供，不得分。 3. 产业文旅融合与价值延伸（0-5 分）； （1）融合思路清晰、活动策划详实，“赛事+产业”“赛事+文旅”活动可操作性强，IP 衍生体系完善，成果转化路径明确，长尾价值突出，得 5 分； （2）融合思路基本清晰、活动策划基本丰富，基本策划融合活动，IP 衍生体系基本完善，具有一定长尾价值，得 3 分； （3）融合思路不够清晰、活动策划不够丰富，可操作性不强，得 1 分； （4）不提供，不得分。	
	赛事主视觉 体系设计方 案	评标委员会根据投标文件中所提供的赛事主视觉体系设计方案进行评审： 1. 视觉设计形式新颖，内容丰富（0-5 分）； 2. 主题突出能够将体育元素和城市文化相结合（0-5 分）。 （1）方案主视觉具有丰富体育内涵和城市特点，设计理念独特、新颖；设计思路清晰，尺寸、材质和工艺突出，效果呈现好；延展设计内容丰富、全面，可	0-10 分

		行性强的，得 5 分； (2) 方案主视觉设计理念基本准确；设计思路基本清晰，材质工艺基本突出；延展设计基本丰富，整体内容基本完整，可行性基本强，得 3 分； (3) 方案主视觉无设计理念，设计普通，可行性有待完善，得 1 分； (4) 未提供不得分。	
	赛事纪录片制作方案	评标委员会根据投标文件中所提供的纪录片制作方案进行评审：具体内容包括但不限于：纪录片策划、脚本创作、全程跟拍、素材采集、后期制作与成片交付等内容。 (1) 方案满足或优于本项目采购需求，叙事架构新颖、策划思路清晰、拍摄方案专业、后期制作标准高、成片品质有保障，完整详细、可行性、实用性、针对性强，得 5 分； (2) 方案适合本项目采购需求，叙事架构较新颖、策划思路较清晰、拍摄方案较专业、后期制作标准较高、成片品质较有保障，较完整详细，具有可行性、实用性和针对性，得 3 分； (3) 方案基本适合本项目采购需求，叙事架构、策划思路、拍摄方案、后期制作等方面有待改善，可行性、实用性、针对性有待提升，得 1 分； (4) 未提供不得分。	0-5 分
	赛事宣传品	评标委员会根据投标文件中所提供的赛	0-5 分

	设计制作方案	事宣传品设计制作方案进行评审：具体内容包括但不限于：宣传品整体设计、品类规划、材质工艺、质量管控及配送保障等内容。 （1）设计创意突出，深度融合赛事 IP 与安徽地域文化，品类齐全且实用性强，环保材质与精细工艺并重，质量检验标准严格，配送方案完善可落地，完全满足并优于采购需求，得 5 分； （2）设计创意较好，能够融合赛事 IP 与地域文化，品类较齐全，材质工艺较好，质量检验标准较严格，配送方案较完善，基本满足采购需求，得 3 分； （3）设计创意一般，赛事 IP 与地域文化融合不足，品类不够齐全，材质工艺一般，质量检验与配送方案有待完善，得 1 分； （4）未提供不得分。	
	氛围营造布置方案	评标委员会根据投标文件中所提供的氛围营造布置方案进行评审：具体内容包括但不限于：高速高炮投放、新桥机场宣传、合肥南站宣传、主干道路口及灯杆旗、城市重点地标广告、地铁电视广告、各市氛围营造等点位布局、投放周期、制作工艺及维护保障等内容。 （1）方案满足或优于本项目采购需求，点位覆盖全面、布局及投放周期安排明晰，制作工艺及维护保障措施完善，完整详细、可行性、实用性、针对性强，	0-5 分

		得 5 分； （2）方案适合本项目采购需求，点位覆盖较全面、布局及投放周期安排较明晰，制作工艺及维护保障措施较完善，较完整详细，具有可行性、实用性和针对性，得 3 分； （3）方案基本适合本项目采购需求，点位覆盖、布局、投放周期及制作工艺等方面有待改善，可行性、实用性、针对性有待提升，得 1 分； （4）未提供不得分。	
	赛事宣传推广方案	评标委员会根据投标文件中所提供的赛事宣传推广方案进行评审：具体内容包括但不限于：赛前阶段性预热宣推计划、全流程图片及短视频拍摄制作、媒体邀请与央级省级媒体宣发、配套宣传主题活动及互动激励机制等内容。 （1）方案满足或优于本项目采购需求，预热节奏明晰、内容策划丰富、媒体覆盖全面、主题活动创新性强、互动机制完善，完整详细、可行性、实用性、针对性强，得 5 分； （2）方案适合本项目采购需求，预热节奏较明晰、内容策划较丰富、媒体覆盖较全面、主题活动具有一定创新性、互动机制较完善，较完整详细，具有可行性、实用性和针对性，得 3 分； （3）方案基本适合本项目采购需求，预热节奏、内容策划、媒体覆盖、主题活	0-5 分

		动、互动机制等方面有待改善，可行性、实用性、针对性有待提升，得 1 分； (4) 未提供不得分。	
	赛事直播工作方案	评标委员会根据投标文件中所提供的赛事直播方案进行评审：具体内容包括但不限于：官方网络直播信号制作与双链路传输保障、流动直播间设置、赛事解说与文旅推荐官配置、直播画质与时长保障、高光素材剪辑与中央媒体报送、多平台同步分发转播、自媒体达人直播及素材留存等内容。 (1) 方案满足或优于本项目采购需求，直播体系完善、设备配置齐全、双链路保障可靠、内容策划丰富、传播覆盖全面，完整详细、可行性、实用性、针对性强，得 5 分； (2) 方案适合本项目采购需求，直播体系较完善、设备配置较齐全、保障措施较可靠、内容策划较丰富、传播覆盖较全面，较完整详细，具有可行性、实用性和针对性，得 3 分； (3) 方案基本适合本项目采购需求，直播体系、设备配置、保障措施、内容策划、传播覆盖等方面有待改善，可行性、实用性、针对性有待提升，得 1 分； (4) 未提供不得分。	0-5 分
	投标人业绩	自 2023 年 1 月 1 日以来(以合同签订时间为准)，投标人具有以下业绩： 1. 具有执行（运营）体育赛事类项目服	0-15 分

		务业绩的，每个得 3 分。 2. 具有执行（运营）过类似体育赛事宣传项目服务业绩的，每个得 5 分。 3. 本项满分 15 分。 注：（1）投标文件中提供业绩合同、中标通知书扫描件、中标/成交查询网址及查询截图和验收证明材料扫描件，如上述材料中无法体现合同签订时间、项目类型、及项目内容等关键评审内容的，须另附其他有效证明材料扫描件，且须经评标委员会认可。 （2）同一业绩不可以重复计分，以最高分计取一次，同一业主，不同年份业绩可以重复记分。	
	人员配备	1. 项目负责人（0-8 分） 具有体育赛事服务经验或执行（运营）体育赛事宣传类业绩的，每提供 1 个项目得 4 分，满分 8 分。 2. 项目团队其他人员（0-8 分） 投标人拟投入的团队专业包含类似新闻学、艺术设计、广告设计与制作、体育类相关专业人员，每提供一个人员得 2 分，满分 8 分，不提供不得分，相同专业不累计计分。 注：（1）投标文件中应提供人员配备表，人员配备表应至少包含人员姓名、专业、职务；同时提供递交投标文件截止时间前 6 个月以来投标人为上述人员缴纳的任意 1 个月的社保证明材料（社保证明	0-16 分

		材料要求详见“投标人须知前附表 32.1 款”，投标人成立不足 1 个月无需提供社保证明），否则不得分。 （2）评审项 1 投标文件中，以投标人提供的合同为评审依据。如合同无法体现评审要素的，须提供合同甲方出具的有效证明材料（加盖合同甲方公章），否则不予认可。所提供业绩合同中含有赛事视觉设计、赛事宣传推广等服务内容的均予以认可。 （3）评审项 2 投标文件中，须提供相关人员毕业证书（或学位证）扫描件。	
	荣誉奖项	自 2023 年 1 月 1 日以来（以获奖时间为准）： 1. 投标人获得党政机关（或事业单位）或国内依法登记注册的协会（学会）颁发体育赛事类或宣传类的奖项或表彰（或表扬）的，每个得 3 分。 2. 投标人承接的项目获得党政机关（或事业单位）或国内依法登记注册的协会（学会）颁发体育赛事类或宣传类的奖项或表彰（或表扬）的，每个得 3 分。 3. 本项满分 9 分。 注： （1）投标文件中提供获奖证书、批复、颁奖单位颁奖文件、网上公示截图（具有其中之一即可）等证明材料。以上材料提供扫描件，须能体现供应商或供应商承接的项目名称，如无法体现，须另	0-9 分

		附颁奖单位的相关证明材料，未提供或提供不全的不得分。 （2）党政机关包括党的机关、人大机关、行政机关、政协机关、审判机关、检察机关，及各级党政机关派出机构、直属事业单位及工会、共青团、妇联等。 （3）若为项目获奖，须另行提供获奖业绩合同扫描件，如合同中无法体现签订时间等评审因素，须另附业主单位（合同甲方或主办单位）相关证明材料，否则评标委员会不予认可。 （4）同一项目多次获奖的，按最高奖项计，不重复计分。 （5）“国内依法登记注册”以中国社会组织政务服务平台中“全国社会组织信用信息公示平台（试运行）”查询结果为准。针对国内依法登记注册的行业协会（或学会）颁发的奖项、荣誉，响应文件中须提供该协会在中国社会组织政务服务平台中“全国社会组织信用信息公示平台（试运行）”查询结果截图。 （6）民政部公布的“离岸社团”、“山寨社团”或中国社会组织政务服务平台中“全国社会组织信用信息公示平台（试运行）”公示的“涉嫌非法社会组织”颁发的荣誉、奖励均无效。	
价格分 (<u>10</u>分)	价格分统一采用低价优先法，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<u>10</u>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 = (评标基准价/投标报价) × <u>10</u> % × 100		

2.4.3 分值汇总

（1）评标委员会各成员应当独立对每个有效投标人的投标文件进行评分，并汇总每个投标人的得分。取各位评委评分之平均值，四舍五入保留至小数点后两位小数，得到该投标人的技术资信分。

（2）将投标人的技术资信分加上根据上述标准计算出的价格分，即为该投标人的综合总得分。

第五章 政府采购合同

政府采购合同 (服务类)

政府采购合同

（服务类）

项目名称：2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广

项目编号：ZF2026-35-0804

买方（采购人）：安徽省社会体育指导中心

卖方（中标人）：_____

签订地：_____

签订日期：_____年_____月_____日

项目编号：ZF2026-35-0804

买 方：安徽省社会体育指导中心

电话：

卖 方：

电话：

见证方：安徽省招标集团股份有限公司

电话：0551-66061492

买方通过安徽省招标集团股份有限公司组织的公开招标方式采购活动，经评标委员会的评审，决定将本项目采购合同授予卖方。为进一步明确双方的责任，确保合同的顺利履行，根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》及有关法律、法规规定，遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，买卖双方协商一致同意按如下条款签订本合同：

一、服务名称及内容

（一）服务名称：2026 年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广

（二）服务内容：详见第三章采购需求

二、组成合同的文件

组成本合同的文件包括：

- （1）采购文件及答疑、更正公告；
- （2）采购文件标准文本中的“合同条款”；
- （3）中标或成交公告；
- （4）卖方提交的投标文件及书面承诺函；
- （5）双方另行签订的补充协议。

三、本合同的总金额为¥_____元（人民币大写_____）。

四、服务期限

。

五、验收要求

（一）质量标准

卖方保证提供的服务质量应符合中华人民共和国相关标准及相应的技术规范、本次采购相关文件中的全部相关要求及卖方相关服务标准及相应的技术规范中之较高者。

（二）验收组织

买方负责组织验收工作。

（三）验收程序

- 1、成立验收小组，验收人员应由买方代表和技术专家组成。
- 2、验收前要编制验收表格。
- 3、验收时双方要按照验收表格逐项验收。
- 4、验收方出具验收报告。

六、付款方式

七、履约保证金

本项目不收取。

八、违约责任

（一）卖方服务期限超过合同约定服务期限。如果卖方由于自身的原因未能按期履行完合同，买方可要求卖方进行经济上的赔偿。其标准为按每延期一周收取合同金额的 0.5%，但误期赔偿费总额不得超过合同总金额的 10%。一周按 7 天计算，不足 7 天按一周计算。

（二）卖方服务期限内未能履约。卖方在履行合同过程中，如果遇到不能按时履约情况，应及时以书面形式将不能按期履约的理由、延误的时间通知买方。买方在收到卖方通知后，有权决定是否延长合同的履行时间或解除合同。如买方解除合同，卖方不得有异议；如买方同意延长合同的履行时间，卖方必须在买方规定的时间内提供符合质量标准的服务，由此造成的误期赔偿费按照前款约定执行。如卖方在买方规定的时间内未能提供符合质量标准的服务，买方有权解除合同，提请政府采购监管部门将卖方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。

（三）卖方履约不符合约定的质量标准，卖方必须重新提供符合质量标准的服务，由此造成的误期赔偿费按照前款约定执行。如卖方在买方规定的时间内未能提供符合质量标准的服务，买方有权解除合同，提请政府采购监管部门将卖方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。

（四）卖方将合同转包、擅自变更、中止或者解除合同的，买方有权解除合同，并提请政府采购监管部门对卖方进行采购金额千分之五的罚款，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。

（五）买方未能按时组织验收，由财政部门责令限期改正，给予警告，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员，由其行政主管部门给予处分，并予通报。

（六）买方违反合同规定拒绝接收服务的，应当承担由此造成的损失。

（七）验收合格后，买方未能按时提请付款，由财政部门责令限期改正，给予警告。

（八）买方擅自变更、中止或者解除合同，由财政部门责令限期改正，给予警告，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员，由其行政主管部门给予处分，并予通报。

九、合同签订地点

本合同在合肥市包河区签订。

十、合同的终止

（一）本合同因下列原因而终止：

- 1、本合同正常履行完毕；
- 2、合同双方协议终止本合同的履行；
- 3、不可抗力事件导致本合同无法履行或履行不必要；

4、符合本合同约定的其他解除合同的条款。

（二）对本合同终止有过错的一方应赔偿另一方因合同终止而受到的损失。对合同终止双方均无过错的，则各自承担所受到的损失。

十一、其他

（一）买卖双方必须严格按照采购文件、投标文件及有关承诺签订采购合同，不得擅自变更。合同执行期内，买卖双方均不得随意变更或解除合同。

（二）本合同执行期间，如遇不可抗力，致使合同无法履行时，买卖双方应按有关法律、法规规定及时协商处理。

（三）合同未尽事宜，买卖双方另行签订补充协议，补充协议是合同的组成部分。

（四）本合同如发生纠纷，买卖双方应当及时协商解决，协商不成时，按以下第（②）项方式处理：

①根据《中华人民共和国仲裁法》的规定向合肥仲裁委员会申请仲裁。

②向合肥市包河区人民法院起诉。

本合同一式柒份，自买卖双方法定代表人或委托代理人签字加盖单位公章后生效。

买 方：

卖 方：

单位盖章：

单位盖章：

法定代表人或委托代理人：

法定代表人或委托代理人：

日 期：

日 期：

见证方：安徽省招标集团股份有限公司

单位盖章：

日 期：

第六章 投标文件格式

投
标
文
件

【第__包】（如不分包，请删去本行）

项目名称：_____

项目编号：_____

投 标 人：_____

__年__月__日

一、开标一览表

项目名称	
投标人全称	
投标范围	全部/第__包
投标报价	大写: _____ 小写: _____
其他	

投标人电子签章: _____

日 期: _____

注:

- 1. 此表用于开标唱标之用。
- 2. 表中投标报价即为优惠后报价，并作为评审及定标依据。任何有选择或有条件的投标报价，或者表中某一包别填写多个报价，均为无效报价。
- 3. 表中大写金额与小写金额不一致的，以大写金额为准。
- 4. 如投标人电子交易系统中填写的报价与投标文件中签章的开标一览表报价不一致，以投标文件中签章的开标一览表报价为准。

二、投标函

致：安徽省社会体育指导中心

根据贵方的招标公告和投标邀请，我方兹宣布同意如下：

1. 我方根据招标文件的规定，严格履行合同的责任和义务，并保证于买方要求的日期内完成，并通过买方验收。

2. 我方已详细审核全部招标文件，包括招标文件附件及更正公告（如有），我方正式认可并遵守本次招标文件，并对招标文件各项条款、规定及要求均无异议。

3. 我方同意从招标文件规定的开标日期起遵循本招标文件，并在招标文件规定的投标有效期之前均具有约束力。

4. 我方声明投标文件所提供的一切资料均真实无误、及时、有效，企业运营正常。由于我方提供资料不实而造成的责任和后果由我方承担。我方同意按照贵方提出的要求，提供与投标有关的任何证据、数据或资料。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

三、投标人资格声明书

致：安徽省社会体育指导中心

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （七）我单位（含不具有独立法人资格的分支机构）无以下不良信用记录情形：
 - （1）被人民法院列入失信被执行人；
 - （2）被税务部门列入重大税收违法失信主体名单；
 - （3）被政府采购监管部门列入政府采购严重违法失信行为记录名单；
- （八）我单位无“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，参加同一合同项下的采购活动”的情形。与我单位存在单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		

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。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

四、授权书

本授权书声明：_____（投标人名称）授权_____（投标人授权代表姓名）代表我方参加本项目采购活动，全权代表我方处理投标过程的一切事宜，包括但不限于：投标、参与开标、谈判、签约等。投标人授权代表在投标过程中所签署的一切文件和处理与之有关的一切事务，我方均予以认可并对此承担责任。投标人授权代表无转委托权。特此授权。

本授权书自出具之日起生效。

授权代表身份证明扫描件：

身份证扫描件	身份证扫描件
--------	--------

授权代表联系方式：_____（请填写手机号码）

特此声明。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

注：

- 1. 本项目只允许有唯一的投标人授权代表，提供身份证明扫描件；
- 2. 法定代表人参加投标的无需提供授权书，提供身份证明扫描件。

五、投标分项报价表

序号	服务内容	项	单价	小计（元）
1				
2				
3				
...				
合计金额（元）				

5

投标人电子签章：_____
日 期：_____

注：
1. 所列服务为对应本项目需求的全部服务内容。如有漏项或缺项，投标人承担全部责任。

六、投标响应表

6.1 商务响应表

序号	商务条款	招标文件要求	投标人承诺	偏离说明
1	付款方式			
2	服务地点			
3	服务期限			
...				

招标文件中所列商务要求，我公司确认，对招标文件所列商务要求，除以上响应表所列情况外，我方响应情况全部为“无偏离”。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

注：

1. “无偏离”指与招标文件要求一致，“正偏离”指优于招标文件要求；“负偏离”指低于招标文件要求。
2. 无论正偏离或负偏离，投标人均需在“投标人承诺”一栏中列明响应的详细内容，否则视同投标人响应情况为“无偏离”。
3. 如投标人未在上述响应表中填写内容，视同投标人响应情况为“无偏离”。

七、联合协议（如有）

（不允许联合体投标或未组成联合体投标，不需此件，请删去“联合协议”；允许联合体投标且投标人为联合体投标的，请将此件制成扫描件上传，同时删去本提示内容）

联合体成员一名称：_____；

联合体成员二名称：_____；

.....

上述各成员单位经过友好协商，自愿组成联合体，共同参加本项目的投标，现就联合体投标事宜订立如下协议：

1. _____（成员单位名称）为联合体牵头人。

2. 在本项目投标阶段，联合体牵头人负责投标项目的一切组织、协调工作，并授权代理人以联合体的名义参加项目的投标，代理人在投标、开标、评标、合同签订过程中所签署的一切文件和处理与本次招标有关的一切事务，联合体各方均予以承认并承担法律责任。联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就本项目对采购人承担连带责任。

3. 联合体各成员单位内部的职责分工及各方负责内容的合同金额占总合同金额的百分比如下：

联合体成员一名称：_____，承担_____工作，负责内容的合同金额占总合同金额的百分比：____%；

联合体成员二名称：_____，承担_____工作，负责内容的合同金额占总合同金额的百分比：____%；

.....

4. 投标工作和联合体在中标后项目实施过程中的有关费用按各自承担的工作量分摊。

5. 联合体中标后，本联合协议是合同的附件，对联合体各成员单位有合同约束力。

6. 本协议书自签署之日起生效，联合体未中标或者合同履行完毕后自动失效。

联合体成员一：_____（公章）

法定代表人：_____（签字或盖章）

联合体成员二：_____（公章）

法定代表人：_____（签字或盖章）

.....

签订日期：____年__月__日

八、中小企业声明函

（非中小企业投标，不需此件，请删去“中小企业声明函”）

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）参加安徽省社会体育指导中心（单位名称）的2026年国际汽联生态拉力杯（中国站）赛事直播与宣传推广（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）行业；承接企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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）行业；承接企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

注：

1. 从业人员、营业收入、资产总额填报上一年数据，无上一年数据的新成立企业可不填报。
2. 投标人应根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）和《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）相关规定，如实填写中

小企业声明函。如有虚假，将依法承担相应责任。投标人自行登录工业和信息化部官网进行中小企业规模类型自测（查询网址 <https://www.miit.gov.cn/>）。

3. 上述“标的名称”，详见第三章采购需求前附表中明确的“标的名称”。

4. 上述“采购文件中明确的所属行业”，详见第三章采购需求前附表中明确的“所属行业”。

5. 填写示例：某标的名称（填写第三章采购需求前附表中明确的“标的名称”），属于（填写第三章采购需求前附表中明确的“所属行业”，如软件和信息技术服务业）行业；承接企业为某企业，从业人员 100 人，营业收入为 10000 万元，资产总额为 5000 万元，属于中型企业[投标人自行登录工业和信息化部官网进行中小企业规模类型自测（查询网址 <https://www.miit.gov.cn/>）]。

九、残疾人福利性单位声明函

（非残疾人福利性单位投标，请删去“残疾人福利性单位声明函”）

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位为 ☐ 符合条件 / ☐ 不符合条件（投标人自行勾选）的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目采购活动由本单位提供服务。

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。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

十、关于符合本国产品标准的声明函

（不符合本国产品扶持政策，不需此件）

本公司（单位）郑重声明，根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）的规定，本公司（单位）提供的以下产品属于本国产品。具体情况如下：

1. （产品名称1）¹，生产厂为（厂名）²，厂址为（生产厂址）。 / 的中国境内生产的组件成本占比≥ / 。 / 的 / 在中国境内生产。 / 的 / 在中国境内完成。

2. （产品名称2），生产厂为（厂名），厂址为（生产厂址）。 / 的中国境内生产的组件成本占比≥ / 。 / 的 / 在中国境内生产。 / 的 / 在中国境内完成。

.....

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

注：

1. 产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。
2. 生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。
3. 上述声明函中标注 / 的，无需填写。
4. 投标人应当结合“五、投标分项报价表-货物部分”相关信息进行填写。
5. 根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）和财政部工业和信息化部关于贯彻落实《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》的意见（财库〔2025〕30号），本项目所称的本国产品是指在中国境内生产的产品，即在中华人民共和国关境内实现从原材料、组件到产品的属性改变。在国内保税区、综合保税区等海关特殊监管区域生产的产品，属于在中国境内生产的产品；对医疗器械产品，取得药品监督管理部门授予的准字号医疗器械注册证的，属于在中国境内生产的产品；其他产品，根据实际情况判断是否在中国境内生产。适用本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品，但不包括其中的房屋和构筑物，文物和陈列品，图书和档案，特种动植物，农林牧渔业产品，矿与矿物，电力、城市

燃气、蒸汽和热水、水，食品、饮料和烟草原料，无形资产。

十一、诚信履约承诺函

致：安徽省社会体育指导中心

如我单位被确定为本项目中标人，我单位承诺在合同签订及履约过程中将严格执行《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及本项目采购文件中关于合同签订及履约的相关规定，不出现以下情形：

- （1）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；
- （2）未按照采购文件确定的事项签订政府采购合同；
- （3）将政府采购合同转包；
- （4）提供假冒伪劣产品；
- （5）擅自变更、中止或者终止政府采购合同。

本单位知悉如出现上述情形，将会被依法追究法律责任，可能的处理结果有：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。

投标人电子签章：_____

日 期：_____

十二、其他相关证明材料

提供符合投标邀请、采购需求及评标方法和标准规定的相关证明文件。

特别提示：

投标人在投标文件制作时可在此栏内上传招标文件要求上传的证明资料，如营业执照、证书等，应将上述证明材料制作成扫描件上传。

第七章 政府采购供应商询问函和质疑函范本

询问函范本

（如为对采购文件或采购程序的询问或疑问，请按询问函范本或电子交易系统中网上询问格式附件进行提交）

致：采购人

我单位拟参与_____（项目名称、编号）的采购活动，现有以下内容(或条款)存在疑问(或无法理解)，特提出询问。

一、（事项一）

1、（内容或条款）

2、（说明疑问或无法理解原因）

3、（建议）

二、（事项二）

...

随附相关证明材料如下：

联 系 人：_____

联系电话：_____

日 期：_____

质疑函范本

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址： 邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号： 包号：

采购人名称：

采购文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项 1：

事实依据：

.....

法律依据：

.....

质疑事项 2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求：

签字(签章)：

公章：

日期：

质疑函制作说明：

1. 供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应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。
3. 质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑，质疑函中应列明具体分包号。
4. 质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。
5. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。
6. 质疑供应商为自然人的，质疑函应由本人签字；质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。