

2024体育赛事媒体及宣传服务

公开采购文件

项目编号：CTZB-2024080189

采购人：杭州市体育产业发展集团有限公司

采购代理机构：浙江省成套招标代理有限公司

2024 年 8 月

目 录

第一章 公开采购公告	2
第二章 供应商须知	4
供应商须知前附表	4
供应商须知	9
1. 总则	9
2. 采购文件	11
3. 响应文件	12
4. 响应	14
5. 开标	14
6. 评标	15
7. 合同授予	15
8. 重新招标	16
9. 纪律和监督	16
第三章 评标办法	18
第四章 合同条款及格式	22
第五章 采购需求	27
第六章 响应文件格式	37

第一章 公开采购公告

浙江省成套招标代理有限公司受杭州市体育产业发展集团有限公司委托，按照《市商旅集团货物服务类采购工作管理办法》、《杭州市体育产业发展集团有限公司货物和服务类采购工作管理办法（试行）》等相关文件规定对2024体育赛事媒体及宣传服务进行公开采购，欢迎符合资格要求的单位前来报名响应。

一、项目编号：CTZB-2024080189

二、项目内容：

2024体育赛事媒体及宣传服务，详见采购文件第五章“采购需求”。

三、响应资格要求：

(1) 在中华人民共和国境内（不含港、澳、台地区）注册，具有独立法人资格，提供营业执照副本复印件；

(2) 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的响应；

(3) 本项目不接受联合体投标响应。

四、采购文件获取时间及地点等：

1、获取时间：公告发布之日起至响应文件递交截止时间；

2、获取地点：本项目采购文件和补充（答疑、澄清）、修改文件以网上杭州商旅运河招标采购平台（<https://jypt.hzslgroup.com/web/home>）下载方式发放，未注册供应商账号的潜在供应商请先申请注册。获取后将供应商获取采购文件时应提交的资料及获取采购文件费用汇款单扫描件发送至112521378@qq.com并致电采购代理机构。

3、采购文件售价：人民币 500元整，售后不退。未缴纳该费用的供应商参与本项目投标将被拒绝。

收款单位（户名）：浙江省成套招标代理有限公司

账号：7331610182600126385

开户银行：中信银行杭州西湖支行

供应商获取采购文件时应提交的资料：

(1) 购买招标文件登记表（格式见附件）

五、响应文件递交的截止时间：2024年 8 月 21 日 9 时 00 分前（自发出采购文件之日起后不少于5日）

六、递交响应文件及开标地点：

(1) 纸质响应文件递交及开标地点：递交至杭州市拱墅区文晖路42号现代置业大厦西楼17楼开标室二；

(2) 电子响应文件递交及开标地点：递交至商旅运河招标采购平台。

七、响应文件开启时间：2024年 8 月 21 日 9 时 00 分

八、其他事项：

1. 本项目在本次公告同时在杭州商旅运河招标采购平台、浙江政府采购网、商旅集团门户网站上发布，公开

采购公告将明确对供应商的资格要求、发售采购文件的日期和地点、响应等事宜。

2. 联系方式

采购人：杭州市体育产业发展集团有限公司

地址：杭州市滨江区阡陌路459号聚光中心A 座12 层

联系人：陈亮

联系电话：13958156159

采购代理机构：浙江省成套招标代理有限公司

地址：杭州市拱墅区文晖路42号现代置业大厦西楼1802室

联系人：叶蓉

联系电话：19357690886

监督人：杭州市体育产业发展集团有限公司

联系人：莫工

联系电话：0571-56057121

地址：杭州市滨江区阡陌路459号聚光中心A 座12 层

第二章 供应商须知

供应商须知前附表

条款号	条款名称	编列内容
1.1.1	采购人	杭州市体育产业发展集团有限公司
1.1.2	采购代理机构	浙江省成套招标代理有限公司
1.1.3	项目名称	2024体育赛事媒体及宣传服务
1.1.4	项目地点	详见第五章采购需求
1.2.1	资金来源及比例	自有资金
1.2.2	资金落实情况	已落实
1.3.1	采购内容	见公开采购公告内容。
1.3.2	服务期限	<input type="checkbox"/> 供货期： <input checked="" type="checkbox"/> 服务期：自合同签署生效之日起至中标人所承担的全部工作结束止。
1.3.3	质量标准	符合采购要求，并满足国家颁布的最新标准。
1.4.1	供应商资质及要求	见公开采购公告
1.4.2	是否接受联合体响应	<input checked="" type="checkbox"/> 不接受 <input type="checkbox"/> 接受。应满足下列要求：
1.4.3	资格审查方式	采用资格后审
1.9	踏勘现场	供应商自行踏勘
1.12	偏差	<input type="checkbox"/> 不允许； <input checked="" type="checkbox"/> 允许，允许偏差的内容、范围和幅度：允许技术参数及指标正偏离，即优于采购文件要求。
2.1	构成采购文件的其他资料	无
2.2.1	供应商要求澄清采购文件	于2024年8月17日17时前书面扫描件电子邮件提疑，发送电子邮件至1152521378@qq.com。 联系方式：19357690886 联系人：叶荃

2.2.2	采购文件澄清发出的形式	澄清、修改的内容采购人将在响应截止之日2日前，以补充答疑公告形式在杭州商旅运河招标采购平台发下载。 注：潜在供应商应密切关注杭州商旅运河招标采购平台系统，如因未留意最新的补充文件而导致其响应文件被否决，后果由供应商自行承担。
3.1	响应文件的组成	索引表 3.1.1商务标； 3.1.2资信标； 3.1.3技术标。
3.2.3	最高限价	<input type="checkbox"/> 无 <input checked="" type="checkbox"/> 有，最高限价为： <u>312.5万元</u> （其中每场赛事最高限价为： <u>2024杭州公开赛（ATP250）：98.5万元、2024杭州高尔夫球公开赛：31.75万元、2024FAI世界无人机竞速锦标赛：31.75万元、2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛：150.5万元</u> ）（ <input checked="" type="checkbox"/> 含税 <input type="checkbox"/> 不含税），超过最高限价的按无效标处理。
3.3.1	响应文件有效期	递交响应文件截止之日后90日历天。
3.4.1	响应保证金	<input checked="" type="checkbox"/> 不要求递交 <input type="checkbox"/> 要求递交 响应保证金金额： <u> </u> （不高于采购预算金额的2%） 响应保证金的提交截止时间：同响应文件递交截止时间 保证金的形式：银行转账（柜面转账（电汇）、网银支付），转账资金应从供应商的基本账户支出。 账户名称、开户银行及其账号如下： 账户名称： <u>浙江省成套招标代理有限公司</u> 开户银行： <u>中信银行杭州西湖支行</u> 账号： <u>7331610182600126385</u>
3.5	资格审查资料	<input checked="" type="checkbox"/> （1）资质要求： <u>（营业执照）</u> <input type="checkbox"/> （2）业绩要求： <u> / </u> <input type="checkbox"/> （3）项目负责人要求： <u> / </u> <input type="checkbox"/> （4）信誉要求： <u> / </u> <input type="checkbox"/> （5）其他要求： <u> / </u>

3.7.3	响应文件份数及其他要求	<p>1. 响应文件份数：</p> <p>（1）电子响应文件1份（递交至杭州商旅运河招标采购平台），作为响应文件正本。（电子响应文件须为签字且加盖公章后的完整正纸质响应文件的PDF彩色扫描件，文件扩展名为.pdf）</p> <p>（2）纸质响应文件，提供与递交的电子响应文件内容完全一致的纸质响应文件5份，作为响应文件副本。纸质装订要求：技术标、资信标和商务标可分别单独或合并装订，文本采用胶装。</p> <p>（3）演示文件：供应商需提供不超过10分钟的演示视频，使用U盘存储，密封包装并标注项目名称、供应商名称与纸质响应文件一起递交。</p>
4.1.1	纸质响应文件外包装和密封要求	<p>1. 纸质响应文件装订要求：应装订成册，并编制目录且逐页标注连续页码，采用胶装方式装订，装订应牢固、不易拆散和换页，不得采用活页装订。</p> <p>2. 纸质响应文件的外包装和密封要求：采用单信封形式，统一密封包装在一个外层封套中，并在封口处加盖供应商单位章或由供应商的法定代表人或其委托代理人签字（或盖章）</p>
4.2.1	响应截止时间	见公开采购公告
4.2.2	递交响应文件地点	见公开采购公告
4.2.3	响应文件是否退还	响应截止时间止，递交响应文件的供应商少于3个的。
4.2.4	响应文件的拒收情形	<p>1、逾期送达的、未送达指定地点的；</p> <p>2、未按照采购文件要求密封的。</p>
5.1	开标时间和地点	见公开采购公告
6.1.1	评审小组的组建	评审小组由有关技术、经济等方面评审专家和采购人代表共5人及以上的单数组成，其中评审专家人数比例应达到三分之二及以上。
6.3	评标办法	综合评分法
7.1	中标（成交）候选人公示媒介及期限	<p><input checked="" type="checkbox"/>本项目为生产经营类采购，不进行中标（成交）候选人公示；</p> <p><input type="checkbox"/>公示媒介：杭州商旅运河招标采购平台、浙江政府采购网、商旅集团门户网站</p> <p>公示期限：3天</p>
7.2	推荐中标（成交）候选人的数量	<p>评审小组推荐中标（成交）候选人数量：1个</p> <p>排名第一的中标（成交）候选人放弃中标、因不可抗力不能履行合同或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，采购人将重新招标或按中标（成交）候选人名单排序依次确定其他中标（成交）候选人为中标人</p>

7.4	履约保证金	<input type="checkbox"/> 不提供 <input checked="" type="checkbox"/> 提供，具体要求为：合同金额的 1%。 履约保证金缴纳形式：支票/汇票/电汇/保函等非现金形式 履约保证金接收人：采购人 履约保证金有效期限：合同履行完毕前有效
8.1	重新招标其他情形	1、采购过程中，因项目发生变更，现有招标资格条件或项目规模不符的； 2、中标（成交）候选人放弃中标、因不可抗力不履行合同，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形不符合中标条件的； 3、法律法规规定的其他情形。
10.1	需要补充的其他内容	一、供应商须知具体内容如与本前附表不一致的，以本前附表为准。 二、本采购文件未尽事宜按国家、省市现行规定执行。

10.2	采购代理服务费用	<p>本项目采购代理服务费由中标供应商直接向采购代理机构支付，中标供应商应在收到中标（成交）通知书后7天内向采购代理机构支付。采购代理服务费按《关于市商旅集团招标代理供应商库启用的通知（便签〔2024〕40号）》收费标准的95%计取，中标总价为计费基数。对于未明确中标（成交）金额的采购项目和代理服务费不足4500元的项目，代理服务费均按4500元计收取。采购代理服务费按分档累进法计算，收费标准如下：</p>																
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>中标金额</th> <th>货物采购 (标准收费)</th> <th>服务采购 (标准收费)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100万元以下</td> <td>0.60%</td> <td>0.60%</td> </tr> <tr> <td>100-500万元</td> <td>0.44%</td> <td>0.32%</td> </tr> <tr> <td>500-1000万元</td> <td>0.32%</td> <td>0.18%</td> </tr> <tr> <td>1000-5000万元</td> <td>0.20%</td> <td>0.10%</td> </tr> <tr> <td>5000万元-1亿元</td> <td>0.10%</td> <td>0.04%</td> </tr> </tbody> </table>	中标金额	货物采购 (标准收费)	服务采购 (标准收费)	100万元以下	0.60%	0.60%	100-500万元	0.44%	0.32%	500-1000万元	0.32%	0.18%	1000-5000万元	0.20%	0.10%	5000万元-1亿元
中标金额	货物采购 (标准收费)	服务采购 (标准收费)																
100万元以下	0.60%	0.60%																
100-500万元	0.44%	0.32%																
500-1000万元	0.32%	0.18%																
1000-5000万元	0.20%	0.10%																
5000万元-1亿元	0.10%	0.04%																
<p>采购代理服务费收取账户： 户名：浙江省成套招标代理有限公司 帐号：7331 6101 8260 0126 385 开户行：中信银行杭州西湖支行</p> <p>采购代理服务费缴纳凭证将作为采购人合同付款和验收的前提条件，中标供应商未按采购文件规定和响应承诺缴纳采购代理服务费的，合同款不予支付、合同验收不予通过。供应商应将该费用计入响应报价中。</p>																		

供应商须知

1. 总则

1.1 招标项目概况

1.1.1 采购人：见供应商须知前附表。

1.1.2 采购代理机构：见供应商须知前附表。

1.1.3 项目名称：见供应商须知前附表。

1.1.4 项目地点：见供应商须知前附表。

1.2 招标项目的资金来源和落实情况

1.2.1 资金来源及比例：见供应商须知前附表。

1.2.2 资金落实情况：见供应商须知前附表。

1.3 采购内容、服务期限和质量标准

1.3.1 采购内容：见供应商须知前附表。

1.3.2 服务期限：见供应商须知前附表。

1.3.3 质量标准：见供应商须知前附表。

1.4 供应商资格要求

1.4.1 供应商应具备承担本项目资质条件、能力：见供应商须知前附表。

1.4.2 供应商须知前附表规定接受联合体投标响应的，联合体除应符合本章第 1.4.1 项和供应商须知前附表的要求外，还应遵守以下规定：

(1) 两个或以上的自然人、法人或者其他组织可以组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加采购活动。以联合体形式参加采购活动的，应当在响应文件中予以说明；

(2) 以联合体形式参加采购活动的，应当在响应文件中向采购人提交《联合体协议书》，载明联合体各方承担的工作和义务。未提交有效的《联合体协议书》的联合体无效；

(3) 联合体各方应当共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任；

(4) 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，按照资质等级较低的供应商确定资质等级；

(5) 联合体形式参加采购活动的，采购文件中有明确规定联合体各方均须提供的材料应当由联合体各成员共同签、章（或分别提供各自签、章）；采购文件没有明确规定联合体各方均须提供的材料可以由《联合体协议书》中载明的牵头人（主办方）按规定进行签、章，牵头人（主办方）代表联合体签、章的，对联合体各成员方同样具有约束力；

(6) 以联合体形式参加采购活动的，联合体各方均不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的采购活动，否则相关联合体均按无效联合体处理，资格审查不通过；

(7) 联合体形式参加采购活动的，履约保证金、采购代理服务费可由牵头人（主办方）一方缴纳，也

可以由联合体各方按《联合体协议书》约定共同缴纳。

1.4.3 供应商的资格审查方式: 见供应商须知前附表。

1.4.4 供应商不得存在下列情形之一:

- (1) 为采购人不具有独立法人资格的附属机构(单位);
- (2) 被责令停业的;
- (3) 被暂停或取消投标资格的;
- (4) 财产被接管或冻结的;
- (5) 在最近三年内有骗取中标或严重违约或重大工程质量问题的。

1.4.5 关联供应商参与同一合同项下采购活动的限制

本采购文件所称“关联企业”，是指存在关联关系的企业；“关联关系”的界定适用《中华人民共和国公司法》相关规定。

1.4.5.1 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，不得同时参加同一合同项下的政府采购活动，否则相关供应商的资格均作“不合格”处理。

1.4.5.2 存在以下利害关系的不同供应商，不得同时参加同一合同项下的采购活动，否则相关供应商的响应均作无效响应处理：

- (1) 法定代表人或负责人或实际控制人是夫妻关系；
- (2) 法定代表人或负责人或实际控制人是直系血亲关系；
- (3) 法定代表人或负责人或实际控制人存在三代以内旁系血亲关系；
- (4) 法定代表人或负责人或实际控制人存在近姻亲关系；
- (5) 法定代表人或负责人或实际控制人存在股份控制或实际控制关系；
- (6) 存在共同直接或间接投资设立子公司、联营企业和合营企业情况；
- (7) 存在分级代理或代销关系、同一生产制造商关系、管理关系、重要业务（占主营业务收入50%以上）或重要财务往来关系（如融资）等其他实质性控制关系。

1.5 费用承担

供应商准备和参加采购活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与采购活动的各方应对采购文件和响应文件中的商业和技术等秘密保密，否则应承担相应的法律责任。

1.7 语言文字

招标响应文件使用的语言文字为中文。专用术语使用外文的，应附有中文注释。

1.8 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.9 踏勘现场

1.9.1 供应商须知前附表规定组织踏勘现场的，采购人按供应商须知前附表规定的时间、地点组织供应商踏勘项目现场。部分供应商未按时参加踏勘现场的，不影响踏勘现场的正常进行。

1.9.2 供应商踏勘现场发生的费用自理。

1.9.3 除采购人的原因外，供应商自行负责在踏勘现场中所发生的人员伤亡和财产损失。

1.9.4 采购人在踏勘现场中介绍的工程场地和相关的周边环境情况，供供应商在编制响应文件时参考，采购人不对供应商据此作出的判断和决策负责。

1.10 分包

按国家现有政策执行。

1.11 偏差

供应商须知前附表允许响应文件偏离采购文件某些要求的，偏差应当符合采购文件规定的偏差范围和幅度。

2. 采购文件

2.1 采购文件的组成

本采购文件包括：

- (1) 公开采购公告；
- (2) 供应商须知；
- (3) 评标办法；
- (4) 合同条款及格式；
- (5) 采购需求；
- (6) 响应文件格式；
- (7) 供应商须知前附表规定的其他资料。

根据本章第1.10款、第2.2款和第2.3款对采购文件所作的澄清、修改，构成采购文件的组成部分。

2.2 采购文件的澄清

2.2.1 供应商应仔细阅读和检查采购文件的全部内容。如发现缺页或附件不全，应及时向采购人提出，以便补齐。如有疑问，应按供应商须知前附表规定的要求提疑，要求采购人对采购文件予以澄清。

2.2.2 采购文件的澄清将按前附表规定的时间和方式发布，但不指明澄清问题的来源。如果澄清发出的时间距响应截止时间不足2日的，相应延长响应截止时间。

2.3 采购文件的修改

采购人以供应商须知前附表规定的形式修改采购文件，并通知所有潜在供应商。修改采购文件的时间距

响应截止时间不足2日的，相应延长响应截止时间。

3. 响应文件

3.1 响应文件的组成

响应文件由商务标、资信标、技术标三部分文件组成。

索引表

3.1.1 商务标主要包括下列内容：

- (1) 报价响应函
- (2) 报价明细表
- (3) 法定代表人资格证明书
- (4) 法定代表人授权委托书
- (5) 采购文件要求供应商提交的其它资料(本项无格式，需要时由采购人用文字提出)

3.1.2 资信标主要包括下列内容：

- (1) 供应商基本情况表；
- (2) 资格证明材料（见须知条款 3.5 规定）
- (3) 人员证书
- (4) 业绩证明表
- (5) 根据评标办法提供相应证明材料
- (6) 采购人要求提交的其他资料(详见供应商须知前附表)。

3.1.3 技术标主要包括下列内容：

- (1) 实施方案
- (2) 拟派的服务团队情况。

3.2 投标报价

3.2.1 投标报价应包括国家规定的增值税税金，除供应商须知前附表另有规定外，增值税税金按一般计税方法计算。供应商应按照第六章“响应文件格式”的要求填写投标报价。

3.2.2 供应商在投标截止时间前修改报价响应函中的投标报价总额，应同时修改响应文件“投标报价”中的相应报价，投标报价总额为各分项金额之和。此修改须符合本章第4.3 款的有关要求。

3.2.3 最高限价：见供应商须知前附表

3.3 响应文件有效期

3.3.1 在供应商须知前附表规定的响应文件有效期内，供应商不得要求撤销或修改其响应文件。

3.3.2 在响应文件有效期内，供应商撤销响应文件的，应承担采购文件和法律规定的责任。

3.3.3 出现特殊情况需要延长响应文件有效期的，采购人以书面形式（或电子交易平台）通知所有供应商

延长响应文件有效期。供应商应予以书面答复，同意延长的，应相应延长其响应保证金的有效期，但不得要求或被允许修改其响应文件；供应商拒绝延长的，其响应文件失效，但供应商有权收回其响应保证金。

3.4 响应保证金

3.4.1 供应商在递交响应文件的同时，应按供应商须知前附表规定的金额、形式递交响应保证金，并作为其响应文件的组成部分。

3.4.2 供应商不按本章第 3.4.1 项要求递交响应保证金的，评审小组将否决其投标。

3.4.3 响应保证金的退还：

(1) 未中标单位在中标通知书发出后退还。

(2) 中标单位在合同签订后退还。

3.4.4 有下列情形之一的，响应保证金将不予退还：

(1) 供应商在响应文件有效期内撤销响应文件；

(2) 中标人在收到中标通知书后，无正当理由不与采购人订立合同，在签订合同时向采购人提出附加条件；

(3) 经查实，供应商在投标过程中存在串通投标或弄虚作假的。

3.5 资格审查资料

见供应商须知前附表。

3.6 备选投标方案

供应商不得递交备选投标响应方案，否则其响应文件将被否决。

3.7 响应文件的编制

3.7.1 响应文件应按第六章“响应文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为响应文件的组成部分。其中，报价响应函附录在满足采购文件实质性要求的基础上，可以提出比采购文件要求更有利于采购人的承诺。响应文件应尽量避免涂改、行间插字或删除。如果出现上述情况，改动之处应加盖“供应商公章”或“法定代表人（或委托代理人）签字或盖章”。

3.7.2 响应文件应当对采购文件有关服务期限、响应文件有效期、采购需求、采购内容等实质性内容作出响应。

3.7.3 响应文件的盖章、份数及装订要求

(1) 响应文件签字或盖章的具体要求：响应文件应采用不褪色的材料书写或打印，响应文件格式文件有要加盖“供应商公章”、“法定代表人（或委托代理人）签字或盖章”的文件，必须按要求加盖章或签字。由供应商的法定代表人签字或盖章的，应附法定代表人身份证明；由代理人签字的，应附授权委托书和合法身份证明。授权委托书应符合第六章“响应文件格式”的要求。

(2) 响应文件份数及其他要求见供应商须知前附表。

3.7.4 响应文件格式

响应文件包括本须知第3.1条中规定的内容，供应商提交的响应文件必须毫无例外地使用采购文件所提供的响应文件全部格式(表格可以按同样格式扩展)。

4. 响应

4.1 响应文件的密封和标记

4.1.1 纸质响应文件的密封及标记要求见供应商须知前附表。

4.1.2 响应文件封套上应写明的内容：

采购人名称：

_____(项目名称)____ 招标项目响应文件

项目编号： _____

供应商名称： _____

在年____月____日____时____分前不得开启

4.2 响应文件的递交

4.2.1 供应商应在供应商须知前附表规定的响应截止时间前递交响应文件。

4.2.2 供应商递交响应文件的地点：见供应商须知前附表。

4.2.3 除供应商须知前附表另有规定外，供应商所递交的响应文件不予退还。

4.2.4 响应文件的拒收情形：见供应商须知前附表。

4.3 响应文件的修改与撤回

4.3.1 在本章第 4.2.1 项规定的投标截止时间前，供应商可以修改或撤回已递交的响应文件，但应以书面形式通知采购人。

4.3.2 供应商修改或撤回已递交响应文件的书面通知应按照本章第3.7.3项的要求签字或盖章。采购人收到书面通知后，向供应商出具签收凭证。

4.3.3 供应商撤回响应文件的，采购人自收到供应商书面撤回通知之日起 5 日内退还已收取的响应保证金。

4.3.4 修改的内容为响应文件的组成部分。修改的响应文件应按照本章第3条、第4条的规定进行编制、密封、标记和递交，并标明“修改”字样。

5. 开标

5.1 开标时间和地点

开标时间和地点：见供应商须知前附表。

5.2 开标程序

5.2.1至开标时间，采购人宣布开始开标。

5.2.2检查响应文件的密封情况，由供应商代表或者其推选的代表检查，或由采购人委托的公证机构检查并公证；

5.2.3采购人代表按照采购文件要求对供应商的响应文件进行拆封，并在杭州商旅运河招标采购平台完成开标解密，同时公布供应商单位、投标报价等其他内容。

5.3 开标异议

供应商对开标有异议的，应当在开标现场提出，采购人当场作出答复，并制作记录。

6. 评标

6.1 评审小组

评审小组成员人数以及技术、经济等方面专家的确定方式见供应商须知前附表。

6.2 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.3 评标

6.3.1 评审小组按照第三章“评标办法”规定的方法、评审因素、标准和程序对响应文件进行评审。第三章“评标办法”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

6.3.2 评标完成后，评审小组应当向采购人提交书面评标报告和中标（成交）候选人名单。评审小组推荐中标（成交）候选人的人数见供应商须知前附表。

7. 合同授予

7.1 中标（成交）候选人公示媒介及期限

中标（成交）候选人公示媒介及期限见供应商须知前附表。

根据《市商旅集团货物服务类采购工作管理办法》、《杭州市体育产业发展集团有限公司货物和服务类采购工作管理办法（试行）》要求，生产经营性项目采用公开采购方式的，可不进行中标（成交）候选人公示。

7.2 中标（成交）候选人数量

评审小组推荐中标（成交）候选人的数量见供应商须知前附表。

7.3 中标通知

在本章第 3.3 款规定的响应文件有效期内，采购人以书面形式向中标人发出中标通知书，同时将中标结果通知未中标的供应商。

7.4 履约保证金

详见供应商须知前附表。

7.5 签订合同

7.5.1 采购人和中标人应当在中标通知书发出之日起 30 日内，根据采购文件和中标人的响应文件订立书面合同。中标人无正当理由拒签合同，采购人有权取消其中标资格，其响应保证金不予退还；给采购人造成的损失超过响应保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.5.2 发出中标通知书后，采购人无正当理由拒签合同，采购人向中标人退还响应保证金；给中标人造成损失的，还应当赔偿损失。

8. 重新招标

有下列情形之一的，采购人将重新招标：

- (1) 响应截止时间止，供应商少于3 家的；
- (2) 经评审小组评审后否决所有投标的；经评审小组评审后有效标不足3家的；
- (3) 其他情形见须知前附表。

9. 纪律和监督

9.1 对采购人的纪律要求

采购人不得泄漏采购活动中应当保密的情况和资料，不得与供应商串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

9.2 对供应商的纪律要求

供应商不得相互串通投标或者与采购人串通投标，不得向采购人或者评审小组成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；供应商不得以任何方式干扰、影响评标工作。

9.3 对评审小组成员的纪律要求

评审小组成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透漏对响应文件的评审和比较、中标（成交）候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评审小组成员不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标办法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

9.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

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

9.5 异议和投诉

9.5.1 异议

(1) 潜在供应商或者其他利害关系人对采购文件有异议的，应当在投标截止时间3日前以书面形式向采购人提出。采购人将在收到异议之日起3个日内作出书面答复；作出答复前，暂停采购活动。

(2) 供应商认为开标不符合有关规定的，应当在开标现场提出异议。采购人将当场对异议给予处理或者告知处理的办法。异议和答复应记入开标记录或者制作专门记录以存档备查。

(3) 供应商及其他利害关系人对评标结果有异议的，应当在中标（成交）候选人公示期内以书面形式向采购人提出。采购人将在收到异议之日起3个日历天内作出书面答复；作出答复前，暂停采购活动。

9.5.2、投诉

供应商或者其他利害关系人认为采购活动不符合法律、行政法规和采购文件规定的，可以自知道或者应当知道之日起10日内向有关监督部门投诉。投诉应当有明确的请求和必要的证明资料。就采购文件、开标和评标结果投诉的，应当先向采购人提出异议，异议答复期不计算在前款规定的期限内。

上述时限最后一日如遇国家法定节假日的，顺延至法定节假日后的第一个工作日。

10. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见供应商须知前附表。

第三章 评标办法

本评标办法参照《中华人民共和国招标投标法》、《市商旅集团货物服务类采购工作管理办法》、《杭州市体育产业发展集团有限公司货物和服务类采购工作管理办法（试行）》等有关规定，并结合本项目的具体情况制定。

一、总则

评标工作遵循公正、公平、科学、择优的原则，评标人员将本着认真、公正、诚实、廉洁的精神，进行评标工作，择优推荐中标（成交）候选人。在评标期间，评标委员及相关工作人员必须严格遵守保密规定，不得泄露评标的有关情况。

对落标人，评审小组不作任何落标解释。

二、评标组织

评标工作由评审小组负责。评审小组负责审标、询标、评审等工作，并向采购人提出评审意见和评标报告。

三、评标顺序

- （一）符合性审查
- （二）资信技术评审
- （三）商务评审
- （四）推荐中标（成交）候选人

四、符合性审查

开标后，评审小组首先对响应文件依据采购文件进行符合性审核。

对供应商所提供的资格证明文件仅负审核的责任。即使供应商提交的资格证明文件通过了审核，在评标过程中乃至定标后，如发现供应商所提供的资格证明文件或其他内容不合法或不真实，采购人仍可取消中标资格并追究供应商的法律责任。存在下列情形之一的，符合性审查不通过的，否决其投标：

- （一）供应商不满足采购文件载明的企业资质、人员和业绩条件（若有）的；
- （二）供应商未按采购文件要求在规定平台上递交电子响应文件的；
- （三）响应文件未按本采购文件标注的要求进行盖章或签署的；
- （四）报价响应函未加盖供应商公章的；
- （五）响应文件未按规定的格式填写，关键内容缺失的；
- （六）供应商递交两份或多份内容不同的响应文件，或在一份响应文件中对同一采购项目报有两个或多个报价，且未声明哪一个有效，按采购文件规定提交备选投标方案的除外；
- （七）投标报价高于最高限价的；
- （八）法律、法规、规章及规范性文件规定其他应否决投标的情形。

五、资信技术标评审（70分）

该评分分值由评审小组根据评审情况在分值范围内独立打分（具体分值设定详见表格），客观评分项的评分应当一致，小数点后保留一位小数。每个供应商的最终得分为评审小组打分汇总后的算术平均值（小数点后保留二位小数，第三位四舍五入）。

序号	评审因素	分值	评审内容
1	业绩	2	供应商自2021年1月1日以来（以合同签订时间为准）承接过合同金额不少于100万元类似活动宣传推广服务项目，每提供一个项目业绩得0.5分，最多得2分。（证明材料：需提供合同复印件并加盖公章，否则不得分。）
2	实施方案	5	根据供应商提供的组织实施方案进行评分，包括不限于组织实施方案的科学性、合理性、规范性、安全性和可操作性，以及组织机构、工作时间进度表、工作程序和步骤、管理和协调方法、关键步骤的思路和要点等。分值（0, 1, 2, 3, 4, 5）
3	项目人员情况	4	根据项目负责人的专业能力、服务经验进行评分。（证明材料：须提供详细的履历，必要的证明材料及响应截止日前3个月内任意一个月的社保证明）分值（0, 1, 2, 3, 4）
4		4	供应商提供拟派服务团队人员情况介绍及岗位配置情况，根据拟投入本次项目团队成员（不包括项目负责人）情况进行评分。 （证明材料：须提供相关证书的扫描件及响应截止日前3个月内任意一个月的社保证明）分值（0, 1, 2, 3, 4）
		3	供应商拟派服务团队中专业人员具有副高级及以上职称的，每提供1人得1分，最多得3分。 （证明材料：须提供相关证书的扫描件及响应截止日前3个月内任意一个月的社保证明）
5	服务方案	8	根据供应商拟提供的赛事宣传方案（包括但不限于围绕赛事的宣传、方案编撰、环节设计、创意策划等）的科学性、可行性、创意性与项目的匹配程度进行评分。分值（0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8）
		6	宣发平台：省级及以上电视平台露出1个得2分，2个及以上得4分；省级及以上新媒体平台露出1个得2分，最多得6分。
6		4	根据供应商拟提供的官方摄影摄像方案的科学性、可行性与项目的匹配程度进行评分。分值（0, 1, 2, 3, 4）
7		4	根据供应商拟提供的官号运营方案的科学性、可行性与项目的匹配程度进行评分。分值（0, 1, 2, 3, 4）

8		4	根据供应商拟提供的媒体服务方案的科学性、可行性与项目的匹配程度进行评分。分值（0,1,2,3,4）
9	重难点分析	4	根据供应商针对本项目技术重点、难点的分析到位情况，提供的应对措施，咨询服务的合理性、可行性进行评分。分值（0,1,2,3,4）
10	保障措施	4	根据供应商提供的质量保证目标，质量保证措施和体系合理先进并具有详细的实施内容进行评分。分值（0,1,2,3,4）
11		3	根据供应商拟定的项目进度计划的科学性、可行性与项目的匹配程度进行评分。分值（0,1,2,3）
12	舆情监控及应对	3	根据供应商对舆情监控及应对机制和相应团队配备的完善程度、合理性进行评分。分值（0,1,2,3）
13	售后保障方案	3	根据供应商提供的售后服务方案及服务承诺的可行性、完整性，售后服务响应时间、到达现场时间、处理速度的快慢情况，服务承诺落实的保障措施进行评分。分值（0,1,2,3）
14	应急预案	4	根据供应商对发生突发事件时的应急预案及相应的措施的完善程度、合理性进行评分。分值（0,1,2,3,4）
15	演示	5	供应商选取以往所承办的体育赛事活动成品拍摄视频进行演示，根据所提供视频的制作优良程度、拍摄画质、内容架构等情况进行评审。 （0,1,2,3,4,5） 注：演示时间不得超过10分钟，使用U盘存储，密封包装并标注项目名称、供应商名称

六、商务标评审（0-30分）

- 1) 评分范围：通过符合性审查的所有响应文件进入评分范围；
- 2) 评标基准价：进入评分范围的所有供应商的评标价的算术平均值为评标基准价（响应评标价在 5 个及以上时，去除一个最高价和一个最低价；响应评标价在8个及以上时，去除一个最高、次高价和一个 最低、次低价）
- 3) 根据响应文件的评标价与评标基准价对比，计算响应人的商务报价的得分值投标报价得分：
 - a. 响应人的投标报价与评标基准价一致的得30分；
 - b. 响应人的投标报价每高于评标基准价1%的，扣0.3分；
 - c. 响应人的投标报价每低于评标基准价1%的，扣0.2分；

c. 商务报价分最低得0分。

评分不足一个百分点时，使用直线插入法计算。计算结果保留小数点后二位，四舍五入。

七、推荐中标（成交）候选人

评审小组对供应商按总分从高到低进行排序，根据排序推荐中标（成交）候选人。如供应商总分相同的，以投标报价低的排前；如供应商的投标报价仍相同的，以技术分排名靠前的排前；如供应商的技术分仍相同的，以客观资信实力靠前的排前；上述均相同的，由评审小组通过记名投票表决确定。

第四章 合同条款及格式

(具体以实际签订为准)

甲方(采购人): _____

住 所 地: _____

联 系 人: _____

联系方式: _____

乙方(中标人): _____

住 所 地: _____

联 系 人: _____

联系方式: _____

甲乙双方根据《中华人民共和国民法典》及有关规定,就甲方委托乙方提供宣传服务,在协商一致的基础上签订本合同,并共同遵守。

本合同为采购文件示意性文件,最终条款以双方签署版本为准。

1. 服务内容

1.1 服务名称: _____

1.2 服务内容: _____

1.3 服务期限: _____

1.4 具体服务方案详见附件。

2. 服务费用支付方式及履约保证金

2.1 履约保证金: 本合同总价款的 1%, 本合同签订后七个工作日内由乙方支付给甲方, 待合同履行完毕, 经甲方验收合格后于 7 日内退还。

2.2 服务费用总计: 人民币【 】元(大写: 人民币_____元整), 该价格为包含增值税的费用。该费用包括项目实施所需的一切费用, 后续不再另行支付。

各赛事服务单价(费用以人民币/元计价):

序号	赛事名称	单位	数量	单价(元)
1	2024 杭州公开赛(ATP250)	项	1	
2	2024 杭州高尔夫球公开赛	项	1	

3	2024FAI 世界无人机竞速锦标赛	项	1	
4	2024 汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛	项	1	

2.3 支付方式:

1、本合同签订生效并收到乙方开具的正规发票后的 7 个工作日内支付合同总价的 20% (人民币【 】元 (大写: 人民币 元整));

2、《2024FAI 世界无人机竞速锦标赛》结束后, 甲方验收合格并收到乙方开具的正规发票后的 7 个工作日内支付合同总价的 30% (人民币)【 】元 (大写: 人民币 元整);

3、四个赛事全部结束后, 甲方验收合格并收到乙方开具的正规发票后的 7 个工作日内支付合同总价的 50% (人民币)【 】元 (大写: 人民币 元整)。

2.3 甲方开票信息如下:

名 称: _____

地 址: _____

电 话: _____

税 号: _____

开户行: _____

账 号: _____

2.4 乙方收款账户信息如下:

户 名: _____

开户行: _____

账 号: _____

3. 双方权利义务

3.1 甲乙双方均需保证自身为法律上合格的经营主体, 拥有开展相关业务所必需的一切资质条件和许可、授权。

3.2 甲方应在乙方提供服务前至少【 】个工作日将宣传物料及乙方要求的证明文件, 以 e-mail、快递、在线网络传输或乙方认可的其他形式送达乙方, 未完整送达或逾期送达导致服务事项延期或不能执行的, 乙方不承担责任且甲方仍应按期支付服务费用。

3.3 甲方保证委托事项及提供的宣传物料符合法律法规及相关政策, 符合发布平台及乙方审核标准, 不侵犯任何第三方的合法权益, 亦不会使乙方对第三方承担任何责任。否则, 概由甲方出面

解决并承担责任，造成乙方损失的甲方还应当予以赔偿，同时，乙方有权中止执行、下线宣传内容或解除合同。

3.4 乙方有权对宣传物料及其他资料进行审查，如乙方认为其不符合法律法规、政府主管部门指令、发布平台要求、乙方发布规范或制作要求等的，有权要求甲方在指定时间内补充材料或予以修正，如甲方未能补充材料或未予修正的，乙方有权中止服务，甲方自行承担损失。

但乙方对甲方宣传物料及其他资料的审查、修改及广告发布等行为，不视为乙方对相应内容的认可、担保、保证，不能豁免甲方对委托事项合法性、合规性的保证义务，不得作为甲方减轻或免除责任的抗辩理由，如导致乙方遭受损失的，甲方应当全额赔偿。

3.5 甲方应确保所宣传的产品或服务与宣传内容一致，符合国家有关监管机构对于相关产品或服务的质量要求，并提供该产品的产品检验合格报告、资质证书/文件、商标注册或许可证等证明文件供乙方核查。

3.6 乙方应按合同约定如期完成各项工作，甲方应在乙方完成相应阶段的工作任务后【 】日内予以书面确认；若甲方在【 】日内未提出书面异议的，视为验收通过。

3.7 合同履行期间甲方提出变更合同内容的，应至少提前【 】个工作日书面通知乙方，双方协商达成一致意见，变更合同内容后继续履行；如双方不能协商一致的，乙方有权解除合同，甲方按照 4.4 条约定支付费用并承担责任。

3.8 甲方要求乙方在提供本合同服务时使用特定素材（包括但不限于音乐、视频、字体等）或拍摄特定人物、特定场景的，甲方应取得各项授权，并负责联系拍摄场景、拍摄对象，否则，如由此产生纠纷、诉讼，或导致乙方收到第三方投诉、被有关政府部门批评、处罚或被政府主管部门勒令停止宣传等的，甲方应当承担全部责任，且乙方有权立即中止执行、停止发布或终止协议。

3.9 双方承诺尊重并保护对方的知识产权，本协议中任何条款都不能被解释为一方对另一方明示或默示的授予任何知识产权。除乙方提供本合同项下服务外，未经对方事先书面同意，任何一方不得将对方及对方关联单位的商号、商标、标识、标志语、节目名称及内容等进行编辑、使用或对外授权，不得宣称与另一方及另一方关联单位间存在除本合同项下委托服务之外的其他关系（包括但不限于合作、合伙、联营、授权等关系）。否则，违约方须承担与本协议总金额等额的违约金，不足以弥补另一方损失的，违约方还应另行赔偿。

4. 违约责任

4.1 甲方应按合同约定的时间、数额支付款项，延期支付的，乙方有权中止履行合同，且每延期一天，甲方应按照服务费总额的【 】支付违约金，延期【 】日，乙方有权单方通知甲方解除合同，并要求甲方按照服务费总额的【 】承担违约金，违约金不足以弥补乙方损失的，甲方还需

另行偿付。

4.2 如甲方委托内容涉及在电视/广播频道或网络平台进行宣传发布的，因乙方原因造成宣传内容错播或漏播的，乙方每次应按照错一补一、漏一补一的方式予以补足。

本条所称“错播”是指广告投放时间、内容、数量、位置与双方约定不符（播出时间前后漂移30分钟以内不属“错播”）；“漏播”是指宣传内容未播出。对宣传内容是否正常播出，双方同意以乙方广告播出系统记录数据或以双方认可的有资质的第三方媒体监播机构出具的监播资料作为判断依据。

4.3 除本合同另有约定外，乙方应当按照合同约定完成甲方委托的各项事宜，如乙方无故未能按合同约定履行，经甲方书面催告后在合理时间内仍然不能达到合同要求的，甲方有权解除就该项事宜的合作，给甲方造成损失的，乙方应予赔偿。合同的部分解除，不影响双方就其他委托事宜的合作。如因甲方委托内容不明，或因甲方未按双方约定落实工作，致使乙方无法按照双方约定履行合同的，不视为乙方违约，由此产生的全部责任与损失，均由甲方自行承担。

4.4 本合同生效后，甲方擅自终止、解除本合同约定的合作，或因甲方原因导致乙方解除合同的，乙方有权收取已执行的服务费用和已产生的成本等费用，并取消甲方享受的折扣、资源赠送等优惠，甲方须按优惠前原价补足合同款项，对于赠送内容甲方亦应按原价付款。同时，乙方还有权要求甲方承担服务总费用【 】的违约金，如违约金不足以弥补乙方损失的，甲方还应当继续赔偿。

4.5 乙方不对甲方宣传的产品或服务质量承担任何责任。若因甲方/甲方广告主的产品或服务质量问题引起纠纷或甲方/甲方广告主的品牌、代言人、企业形象等产生负面舆情的，由甲方自行解决并承担责任，因此导致任何第三方（包括但不限于消费者、发布平台、节目嘉宾等）向乙方主张权利或导致乙方遭受行政处罚，概由甲方负责赔偿并弥补乙方损失，同时，乙方有权中止执行、下线发布内容或解除合同。

4.6 守约方因追究违约方责任所支出的诉讼费、保全费、律师费、差旅费等实现债权费用均由违约方承担。

5. 不可抗力及责任限制

5.1 在合同履行期间，因不可抗力及国家法律法规变化、政策变动、节目或平台改版调整、或因临时性重大会议、活动、赛事以及现场直播等需要对合同执行事宜进行延期、变动、终止的，不视为乙方违约。但乙方有义务及时通知甲方，双方协商解决方案。如双方协商无法达成一致意见的，双方均有权解除合同，互不追究违约责任，双方根据乙方已提供的服务据实结算。

5.2 因发布平台停机维护、迟滞中断、技术调整等原因，或终端用户、第三方软件对发布内容

进行限流、屏蔽等原因，导致宣传内容投放效果受到影响，乙方不承担责任。

6. 通知

6.1 甲乙双方因履行本合同而相互发出或者提供的所有通知、文件、资料等，均应按照本合同文首所列明的各方办公地址、传真、电子邮箱以快递、传真、电子邮件方式送达；通过传真或电子邮件方式的，在发出传真或电子邮件时视为送达；以专人递送或经快递公司递送的通知，在实际交付日视为送达。甲乙双方任何一方如果迁址或者变更其他联系方式，应当立即书面通知另一方。如未及时通知变更信息，以上送达时点视为已送达。

6.2 本合同文首所约定的地址亦为双方工作联系往来、法律文书及争议解决时人民法院和/或仲裁机构的法律文书送达地址，人民法院和/或仲裁机构的诉讼文书（含裁判文书）向本合同任何一方当事人的上述地址送达的，视为有效送达。当事人对电子通信终端的联系送达适用于争议解决时的送达。

7. 其他

7.1 本合同附件与本合同具有同等法律效力。

7.2 本合同在执行过程中发生纠纷，双方应友好协商解决。协商不成的，应依法向乙方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

7.3 本合同自双方盖章之日生效，一式【 】份，甲方执【 】份，乙方执叁份，具有同等法律效力。

（以下无正文，仅为签署栏）

甲方（盖章）

乙方（盖章）

授权代表（签字）：

授权代表（签字）：

签约时间：

签约时间

第五章 采购需求

一、项目背景

为积极打造“赛事之城”、“赛事强省”金名片，响应落实杭州市委、市政府出台的《关于提升城市国际化水平奋力打造世界一流的社会主义现代化国际大都市的实施意见》和《关于放大亚运效应打造国际“赛”“会”之城的实施意见》，着力于打造“一城一地一中心”和国际“赛”“会”之城的战略目标，助力推动文旅经济、赛事经济、会展经济等上下游行业的深度融合。

杭州市体育集团将通过举办多项世界顶尖水平的国际赛事：2024 杭州公开赛（ATP250）、2024 杭州高尔夫球公开赛、2024FAI 世界无人机竞速锦标赛、2024 汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛，提升杭州的国际知名度和影响力。本项目主要负责我集团相关项目的宣发推广工作，包括赛事转播、赛事宣传、官方摄影、官号运营、媒体服务等内容。

二、项目内容及要求

本项目择优选择执行单位，负责2024杭州公开赛（ATP250）、2024杭州高尔夫球公开赛、2024FAI世界无人机竞速锦标赛、2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛的宣发推广服务，主要包括以下内容：

（1）2024杭州公开赛（ATP250）

序号	类别	服务要求	内容详情
1	服务团队	相关赛程密集、工作强度大，需要执行单位具有相应的人员规模和经营规模，以保障宣传推广的进度和人员投入。	（1）项目实施团队人员配备齐全，岗位安排合理，至少具有 10 人及以上专职人员。
2			（2）供应商需确定一名项目负责人，负责与需求方沟通具体事宜联系。
3	赛事宣传	宣传片制作及宣发	以宣传片的方式，宣传展示杭州打造国际“赛”“会”之城、2024 杭州公开赛（ATP250）。
4			（1）制作要求：数量 2 条，完整版时长不少于 3 分钟，精简版本不少于 30 秒；内容以剪辑类为主，如需拍摄另行协商。
5			（2）播出安排：赛事宣传片在省级及以上电视平台播出，播出平台不少于 2 个，播出次数总计不少于 100 次。
4	赛事发稿	主题宣传	以主题宣传的方式展示赛事进展，并在省级及以上电视平台开设相关赛事特别板块，发布平台不少于 2 个；省级及以上新媒体平台开设相关赛事特别专栏，发布平台不少于 1 个。
5			含赛事发布会、线下活动、赛事动态等发布，总计不少于 50 家（不含媒体交通食宿等费用），其中到场媒体不少于 20 家。

7		新媒体端宣传		融合媒体资源，通过主流媒体矩阵，微博、微信、抖音等流量矩阵，其中需包含具有一定粉丝数量的KOL宣传阵地，发布赛事精彩内容，增加活动受众人群，扩大活动影响力，总次数不少于150次。
8	官摄服务	图片服务（提供精选库）		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事图片拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动内容；其中，赛事专业摄影团队不少于2个机位/天，活动摄影团队不少于1个机位/天。其中，供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
9		赛事视频（提供精选库）		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事视频拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动内容；其中，赛事专业摄像团队不少于1个机位/天，活动摄像团队不少于1个机位/天，根据赛事实际需求安排航拍团队，总次数不少于3次。其中，供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选视频库。
10	官号运营	含国内账号（公众号、微博、小红书、抖音）官方账号撰写及发布，每个账号赛前不少于10条，赛事期间不少于2条/天，赛后不少于5条，含战况、精彩赛点、活动花絮等。		
11		策划运营	整体策划及落地执行	根据赛事的宣传周期整体策划各类活动及传播方案，并配置相关人员落地执行。活动包括赛事发布会、赛事活动、赛事动态等。
12			媒体中心运营	根据媒体中心规划及运营需求，编撰媒体中心整体运行方案，提供媒体中心基础运营服务，包括赛前功能区布置、办公标识、主要办公物资配备、储物柜设施设备服务及维护等。
13	媒体服务	现场服务	媒体报到及日常管理	负责赛事媒体组织（签到，认证，材料、餐券、球票发放、食宿交通协调沟通安排，不含食宿交通费用支出）；摄影背心、储物柜管理；宣传申请协调；日常解答；发稿沟通跟进；班车协调；日常媒体活动/媒体；各类通知；现场安全应急 & 现场紧急事件应对等相关服务工作；
14			媒体参赛包及采风活动	根据媒体报名实际情况，安排媒体参赛包并设置采风整体方案，经主办方确认后实施采风活动。

15		活动执行	赛期发布会	赛事期间，根据赛事实际情况，负责赛事发布会组织及安排，双语主持人、赛事官员、赛事运动员对接等工作。同时根据以上工作制定赛事发布会的应急预案，并由专人负责。
16		管理宣传	内容提供	前期预热、票务、球童选拔、志愿者服务、阵容公布等通稿撰写，不少于5篇；活动公关稿件（赞助商活动）撰写，根据实际情况确定篇数。赛时期间，根据赛程不同，每天根据赛事安排提供不少于2篇战报（文字版，包含中英文双语）；提供不少于1条赛事短视频，不少于1条花絮短视频。
17	翻译服务		根据赛事实际情况，提供赛事新闻内容翻译服务，保证翻译的及时和准确性，次数与内容提供配套。	
18		媒体手册制作	资料管理	赛事资料打印管理、照片视频管理、分发每日赛事信息、选手信息、比赛结果等信息资料等（以赛事方验收要求为准）。
19			手册制作	根据赛事实际要求，对重点赛事制作媒体手册及赛事宣传手册，总数量不少于150页，赛事宣传手册印制册数不少于500本，媒体手册印制册数不少于50本。
20		网络舆情监控及应对	舆情监控	根据赛事实际情况，提供赛事舆情监控服务。（制定赛事舆情监控方案、赛事舆情监控小组组建方案及相关专职人员安排）。
21			舆情应对	根据赛事实际情况，提供赛事舆情应对服务，安排专人与赛事组委会一起做好省市网信办舆情应对的沟通联络、落实处置等相关工作。（制定赛事舆情应对方案、赛事舆情应对小组组建方案及相关专职人员安排）。

(2) 2024杭州高尔夫球公开赛

序号	类别	服务要求	内容详情
1	服务团队	相关赛程密集、工作强度大，需要执行单位具有相应的人员规模和经营规模，以保障宣传推广的进度和人员投入。	(1) 项目实施团队人员配备齐全，岗位安排合理，至少具有5人及以上专职人员。
2			(2) 供应商需确定一名项目负责人，负责与需求方沟通具体事宜联系。

3	赛事宣传	宣传片制作及宣发		<p>以宣传片方式，宣传展示杭州打造国际“赛”“会”之城、2024 杭州高尔夫球公开赛。</p> <p>(1) 制作要求：数量 2 条，完整版时长不少于 2 分钟，精简版本不少于 30 秒；内容以剪辑类为主，如需拍摄另行协商。</p> <p>(2) 播出安排：赛事宣传片在省级及以上电视平台播出，播出平台不少于 2 个，播出次数总计不少于 50 次。</p>
4		主题宣传		以主题宣传的方式展示赛事进展，并在省级及以上电视平台开设相关赛事特别板块，发布平台不少于 2 个；省级及以上新媒体平台开设相关赛事特别专栏，发布平台不少于 1 个。
5		赛事发稿		含赛事发布会、线下活动、赛事动态等发布，总计不少于 20 家（不含媒体交通食宿等费用），其中到场媒体不少于 10 家。
7		新媒体端宣传		融合媒体资源，通过主流媒体矩阵，微博、微信、抖音等流量矩阵，其中需包含具有一定粉丝数量的 KOL 宣传阵地，发布赛事精彩内容，增加活动受众人群，扩大活动影响力，总次数不少于 100 次。
8	官摄服务	图片服务		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事图片拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动内容；其中，赛事专业摄影团队不少于 1 个机位/天，活动摄影团队不少于 1 个机位/天。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
9		赛事视频		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事视频拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动内容；其中，赛事专业摄像不少于 1 个机位/天，活动摄像团队不少于 1 个机位/天，根据赛事实际需求安排航拍团队，总次数不少于 2 次。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
10	官号运营	含国内账号（公众号、微博、小红书、抖音）官方账号撰写及发布，每个账号赛前不少于 3 条，赛事期间不少于 1 条/天，赛后不少于 2 条，含战况、精彩赛点、活动花絮等。		
11		策划运营	整体策划	根据赛事的宣传周期整体策划各类活动及传播方案，并配置相关人员落地执行。活动包括赛事发布会、赛事活动、赛事动态等。

12	媒体服务		媒体中心运营	根据媒体中心规划及运营需求，编撰媒体中心整体运行方案，提供媒体中心基础运营服务，包括赛前功能区布置、办公标识、主要办公物资配备、储物柜设施设备服务及维护等。
13		现场服务	媒体报到及日常管理	负责赛事媒体组织（签到，认证，材料、餐券、球票发放、食宿交通协调沟通安排，不含食宿交通费用支出）；摄影背心、储物柜管理；宣传申请协调；日常解答；发稿沟通跟进；班车协调；日常媒体活动 / 媒体；各类通知；现场安全应急 & 现场紧急事件应对等相关服务工作。
14			媒体参赛包及采风活动	根据媒体报名实际情况，安排媒体参赛包并设置采风整体方案，经主办方确认后实施采风活动。
15		活动执行	赛期发布会	赛事期间，根据赛事实际情况负责赛事发布会组织及安排，双语主持人、赛事官员/赛事运动员对接等工作。同时根据以上工作制定赛事发布会的应急预案，并由专人负责。
16		管理宣传	内容提供	前期预热、票务、球童选拔、志愿者服务、阵容公布等通稿撰写，不少于3篇；活动公关稿件（赞助商活动）撰写，根据实际情况确定篇数。赛时期间，根据赛程不同，每天根据赛事安排提供不少于1篇战报（文字版，包含中英文双语）；提供不少于1条赛事短视频，不少于1条花絮短视频。
17			翻译服务	根据赛事实际情况，提供赛事新闻内容翻译服务，保证翻译的及时和准确性，次数与内容提供配套。
18		媒体手册制作	资料管理	赛事资料打印管理、照片视频管理、分发每日赛事信息、选手信息、比赛结果等信息资料等（以赛事方验收要求为准）。
19		网络舆情监控及应对	舆情监控方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情监控服务。（制定赛事舆情监控方案、赛事舆情监控小组组建方案及相关专职人员安排）。
20			舆情应对方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情应对服务，安排专人与赛事组委会一起做好省市网信办舆情应对的沟通联络、落实处置等相关工作。（制定赛事舆情应对方案、赛事舆情应对小组组建方案及相关专职人员安排）。

(3) 2024FAI世界无人机竞速锦标赛

序号	类别	服务要求	内容详情
----	----	------	------

1	服务团队	相关赛程密集、工作强度大，需要执行单位具有相应的人员规模和经营规模，以保障宣传推广的进度和人员投入。		(1) 项目实施团队人员配备齐全，岗位安排合理，至少具有 5 人及以上专职人员。
2				(2) 供应商需确定一名项目负责人，负责与需求方沟通具体事宜联系。
3	赛事宣传	主题宣传		以主题宣传的方式展示赛事进展，并在省级及以上电视平台开设相关赛事特别板块，发布平台不少于 2 个；省级及以上新媒体平台开设相关赛事特别专栏，发布平台不少于 1 个。
4		赛事发稿		含赛事发布会、线下活动、赛事动态等发布，总计不少于 20 家（不含媒体交通食宿等费用），其中到场媒体不少于 10 家。
6		新媒体端宣传		融合媒体资源，通过主流媒体矩阵，微博、微信、抖音等流量矩阵，其中需包含具有一定粉丝数量的 KOL 宣传阵地，发布赛事精彩内容，增加活动受众人群，扩大活动影响力，总次数不少于 100 次。
7	官摄服务	图片服务		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事图片拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动等内容；其中，赛事专业摄影团队不少于 1 个机位/天，活动摄影团队不少于 1 个机位/天。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
8		赛事视频		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事视频拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动等内容；其中，赛事专业摄像团队不少于 1 个机位/天，活动摄像团队不少于 1 个机位/天，根据赛事实际需求安排航拍团队，总次数不少于 2 次。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
9	官号运营	含国内账号（公众号、微博、小红书、抖音）、官方账号撰写及发布，每个账号赛前不少于 3 条，赛事期间不少于 1 条/天，赛后不少于 2 条，含战况、精彩赛点、活动花絮等。		
10		策划运营	整体策划	根据赛事的宣传周期整体策划各类活动及传播方案，并配置相关人员落地执行。活动包括赛事发布会、赛事活动、赛事动态等。
11		现场服务	媒体报到及日常管理	负责赛事媒体组织（签到，认证，材料、餐券、球票发放、食宿交通协调沟通安排，不含食宿交通费支出）；摄影背心、储物柜管理；宣传申请协调；日常解答；发稿沟通跟进；班车协调；日常媒体活动 / 媒体；各类通知；现场安全应急 & 现场紧急事件应对等相关服务工作。

12	媒体服务		媒体采风	根据媒体报名实际情况，安排媒体参赛包并设置采风整体方案，经主办方确认后实施采风活动。
13		活动执行	媒体发布会	负责赛事官员对接、宣传协调/发布会安排、媒体组织管理及沟通协调、双语主持人等工作。
14			赛期发布会	赛事期间，负责每日赛事发布会组织及安排，双语主持人、赛事官员/赛事运动员对接等工作。同时根据以上工作制定赛事发布会的应急预案，并由专人负责。
15		管理宣传	内容提供	前期预热、票务、志愿者服务、阵容公布等通稿撰写，不少于3篇；活动公关稿件（赞助商活动）撰写，根据实际情况确定篇数。赛时期间，根据赛程不同，每天根据赛事安排提供不少于1篇战报（文字版，包含中英文双语）；提供不少于1条赛事短视频，不少于1条花絮短视频。
16			翻译服务	根据赛事实际情况，提供赛事新闻内容翻译服务，保证翻译的及时和准确性，次数与内容提供配套。
17		媒体手册制作	资料管理	赛事资料打印管理、照片视频管理、分发每日赛事信息、选手信息、比赛结果等信息资料等（以赛事方验收要求为准）。
18		网络舆情监控及应对	舆情监控方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情监控服务。（制定赛事舆情监控方案、赛事舆情监控小组组建方案及相关专职人员安排）。
19			舆情应对方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情应对服务，安排专人与赛事组委会一起做好省市网信办舆情应对的沟通联络、落实处置等相关工作。（制定赛事舆情应对方案、赛事舆情应对小组组建方案及相关专职人员安排）。

(4) 2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛

序号	类别	服务要求	内容详情
1	服务团队	相关赛程密集、工作强度大，需要执行单位具有相应的人员规模和经营规模，以保障宣传推广的进度和人员投入。	(1) 项目实施团队人员配备齐全，岗位安排合理，至少具有10人及以上专职人员。
2			(2) 供应商需确定一名项目负责人，负责与需求方沟通具体事宜联系。
5	赛事宣传	宣传片制作及宣发	以宣传片的方式，宣传展示杭州打造国际“赛”“会”之城、2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛。

				<p>(1) 制作要求：数量 2 条，完整版时长不少于 3 分钟，精简版本不少于 30 秒；内容以剪辑类为主，如需拍摄另行协商。</p> <p>(2) 播出安排：赛事宣传片在省级及以上电视平台播出，播出平台不少于 2 个，播出次数总计不少于 100 次。</p>
6		主题宣传		以主题宣传的方式展示赛事进展，并在省级及以上电视平台开设相关赛事特别板块，发布平台不少于 2 个；省级及以上新媒体平台开设相关赛事特别专栏，发布平台不少于 1 个。
7		赛事发稿		含赛事发布会、线下活动、赛事动态等发布，总计不少于 50 家（不含媒体交通食宿等费用），其中到场媒体不少于 20 家。
9		新媒体端宣传		融合媒体资源，通过主流媒体矩阵，微博、微信、抖音等流量矩阵，其中需包含具有一定粉丝数量的 KOL 宣传阵地，发布赛事精彩内容，增加活动受众人群，扩大活动影响力。总次数不少于 150 次。
10	官摄服务	图片服务		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事图片拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动等内容；其中，赛事专业摄影团队不少于 2 个机位/天，活动摄影团队不少于 1 个机位/天。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
11		赛事视频		根据主办方需求，赛时期间提供全程赛事视频拍摄服务，包含赛事，运动员，发布会、赞助企业权益露出、线下活动等内容；其中，赛事专业摄像团队不少于 1 个机位/天，活动摄像团队不少于 1 个机位/天，根据赛事实际需求安排航拍团队，总次数不少于 3 次。其中供应商拍摄团队需对拍摄素材进行初步挑选，向需求方提供精选图库。
12	官号运营			含国内账号（公众号、微博、小红书、抖音）、官方账号撰写及发布，每个账号赛前不少于 10 条，赛事期间不少于 2 条/天，赛后不少于 5 条，含战况、精彩赛点、活动花絮等。
13		策划运营	整体策划	根据赛事的宣传周期整体策划各类活动及传播方案，并配置相关人员落地执行。活动包括赛事发布会、赛事活动、赛事动态等。
14			媒体中心运营	根据媒体中心规划及运营需求，编撰媒体中心整体运行方案，提供媒体中心基础运营服务，包括赛前功能区布置、办公标识、主要办公物资配备、储物柜设施设备服务及维护等。

15	媒体服务	现场服务	媒体报到及日常管理	负责赛事媒体组织（签到，认证，材料、餐券、球票发放、食宿交通协调沟通安排，不含食宿交通费用支出）；摄影背心、储物柜管理；宣传申请协调；日常解答；发稿沟通跟进；班车协调；日常媒体活动 /媒体；各类通知；现场安全应急 & 现场紧急事件应对等相关服务工作。
16			媒体参赛包及采风活动	根据媒体报名实际情况，安排媒体参赛包并设置采风整体方案，经主办方确认后实施采风活动。
17		活动执行	媒体发布会	负责赛事官员对接、宣传协调/发布会安排、媒体组织管理及沟通协调、双语主持人等工作。
18			赛期发布会	赛事期间，负责每日赛事发布会组织及安排，双语主持人、赛事官员/赛事运动员对接等工作。同时根据以上工作制定赛事发布会的应急预案，并由专人负责。
19		管理宣传	内容提供	前期预热、票务、球童选拔、志愿者服务、阵容公布等通稿撰写，不少于5篇；活动公关稿件（赞助商活动）撰写，根据实际情况确定篇数。赛时期间，根据赛程不同，每天根据赛事安排提供不少于2篇战报（文字版，包含中英文双语）；提供不少于1条赛事短视频，不少于1条花絮短视频。
20			翻译服务	根据赛事实际情况，提供赛事新闻内容翻译服务，保证翻译的及时和准确性，次数与内容提供配套。
21		媒体手册制作	资料管理	赛事资料打印管理、照片视频管理、分发每日赛事信息、选手信息、比赛结果等信息资料等（以赛事方验收要求为准）。
23		网络舆情监控及应对	舆情监控方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情监控服务。（制定赛事舆情监控方案、赛事舆情监控小组组建方案及相关专职人员安排）。
24			舆情应对方案	根据赛事实际情况，提供赛事舆情应对服务，安排专人与赛事组委会一起做好省市网信办舆情应对的沟通联络、落实处置等相关工作。（制定赛事舆情应对方案、赛事舆情应对小组组建方案及相关专职人员安排）。

三、赛事日程

1、2024杭州公开赛（ATP250） 2024.9.17-2024.9.24

- 2、2024杭州高尔夫球公开赛 2024. 10. 17-2024. 10. 20
- 3、2024FAI世界无人机竞速锦标赛 2024. 10. 31-2024. 11. 3
- 4、2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛 2024. 12. 11-2024. 12. 15

（暂定时间，以官方最终发布为准）

四、验收标准

- 1、服务团队成员需满足相关资质要求，若不符合，采购人有权单方面要求更换服务成员；
- 2、供应商所提供的方案、人员、物资、计划、预算等须具有可实施性，满足赛事要求即可；
- 3、供应商在服务过程中，采购人有权对服务内容进行考核，若服务内容和质量无法满足要求和标准，供应商须在限期内进行整改，若整改后仍未达标，采购人有权要求供应商支付相应违约金；
- 4、在赛事服务结束后，供应商需提供总结报告。

五、服务地点和期限

1、服务地点：

2024杭州公开赛（ATP250） 杭州奥体中心网球中心

2024杭州高尔夫球公开赛 西湖高尔夫俱乐部

2024FAI世界无人机竞速锦标赛 杭州上城区体育中心体育场

2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛 杭州奥体中心体育馆

2、**服务期限：**自合同签署生效之日起至中标人所承担的全部工作结束止。

第六章 响应文件格式

响应文件

(封面)

项目编号:

项目名称:

供应商: _____ (盖公章)

法定代表人或委托代理人: _____ (盖章或签字)

日期: _____年 _____月 _____日

报价响应函

（采购人）：

我方全面阅读和研究了____2024 体育赛事媒体及宣传服务____采购文件（包括修改、补遗、答疑文件）的全部内容，已充分理解并掌握了本项目的全部有关情况。同意接受采购文件的全部内容和条件，并按此确定本项目响应的要约内容，以本响应函向你方发包的____2024 体育赛事媒体及宣传服务____全部内容进行响应。响应总价为人民币（大写）_____（小写）_____（含税 不含税），本项目的负责人是_____（身份证号码_____），供货及安装周期/服务期：自合同签署生效之日起至中标人所承担的全部工作结束止，质量目标：符合采购文件要求。

1. 我方知悉参加本次采购活动的风险，我方承诺接受采购文件的全部条款且无任何异议。

2. 我方承诺在响应有效期内不修改、不撤销响应文件。

3. 如与我方成交：

（1）我方承诺收到成交通知书后，在规定的期限内与你方签订合同。

（2）我方承诺按照采购文件规定向你方递交履约保证金。

（3）我方承诺在合同约定的期限内完成所有采购内容。

4. 我方在此声明，所递交的响应文件及有关资料内容完整、真实和准确。

5. 本响应函及响应文件其它组成部分在提交日后的 90 天之内有效，在此期限届满之前，本响应函及响应文件其它组成部分将始终对我方具有约束力并可随时被采纳。

6. 其他：_____。

供应商：_____（全称、盖章）

地址： _____ 邮编： _____

电话： _____ 传真： _____

法定代表人或授权代表： _____ (签字或盖章)

日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日

报价明细表

项目名称:

项目编号:

序号	赛事名称	单位	数量	单价 (元)	合价(元)	备注
1	2024 杭州公开赛 (ATP250)	项	1			
2	2024 杭州高尔夫球公开 赛	项	1			
3	2024FAI 世界无人机竞 速锦标赛	项	1			
4	2024 汇丰世界羽联世界 巡回赛总决赛	项	1			
5	合计:					

注: 1、报价一经涂改, 应在涂改处加盖单位公章或者由法定代表人或授权委托人签字或盖章, 否则其投标响应作无效标处理。

2、报价包括项目实施所需的一切费用, 后续不再另行支付。

3、以上赛事单价不得超过单项赛事最高限价(每场赛事最高限价为: 2024杭州公开赛(ATP250): 98.5万元、2024杭州高尔夫球公开赛: 31.75万元、2024FAI世界无人机竞速锦标赛: 31,75万元、2024汇丰世界羽联世界巡回赛总决赛: 150.5万元), 如超过最高限价, 做无效标处理。

供应商: _____ (全称、盖章)

地址: _____ 邮编: _____

电话: _____ 传真: _____

法定代表人或授权委托人: _____ (盖章或签字)

日期: _____年_____月_____日

法定代表人资格证明

供应商名称：_____

单位性质：_____

地址：_____

成立时间：____年____月____日

经营期限：

姓名：_____性别：_____年龄：_____职务：_____

身份证号码：_____联系电话：_____

系_____（供应商名称）的法定代表人。

特此证明。

附：法定代表人身份证复印件

供应商：（盖单位公章）

日期：_____年_____月

日

法定代表人身份证复印件粘贴处（正、反面）

法定代表人授权委托书

本人_____（姓名）系_____（供应商名称）的法定代表人，现委托_____（姓名）为我方代理人（联系电话：_____）。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2024 体育赛事媒体及宣传服务响应文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

代理人无转委托权。

附：委托代理人身份证复印件

供应商：（盖单位公章）

法定代表人：（签字或盖章）

身份证号码：

委托的代理人：（签字或盖章）

身份证号码：

日期： 年 月

日

委托代理人身份证复印件粘贴处（正、反面）

注：1、如响应文件由委托代理人签字或盖章的，响应文件必须附此授权委托书和法定代表人身份证明。

技术标内容

实施方案（根据评标办法要求编制）。

供应商基本情况表

供应商全称			
主要业务范围			
法定代表人名称		职 务	
供应商地址		邮 政 编 码	
电 话		传 真	
成立日期		现有职工人数	
等级资质证书	等级：	证书号：	
质量管理体系证书	等级：	证书号：	
单位组织机构简介： （部门划分、各部门人数、中高级职称等人数）			

供应商： _____（单位全称）（盖章）_____

法定代表人或授权代表： _____（签字或盖章）_____

日期： _____年____月____日

注： 供应商需随此表附上企业法人营业执照、资格证明材料（见供应商须知条款3.5规定）等的复印件。

表1 拟投入主要服务人员汇总表

序号	姓名	学历	专业	职称	是否持有从业证	从业证发证日期	拟承担工作
1							项目负责人
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
.....							

供应商：_____（单位全称）（盖章）_____

法定代表人或授权代表：_____（签字或盖章）_____

日期：_____年____月____日

表2 拟投入本项目的负责人情况表

1. 一般情况					
姓名		年龄		学历	
职务		本项目中拟任职务		为供应商服务时间	
技术职称			职称专业		
相关执业资格			取得执业资格时间		
2. 相关工作经历					
起止年月		负责过的主要项目		项目中任职及业绩	

供应商： _____ （单位全称）

（盖章） _____

法定代表人或授权代表： _____ （签字或盖章）

日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日

表3 业绩证明

序号	项目名称	证明对象	项目规模	合同签订时间	附件页码