

附件

政府采购项目采购文件公平竞争自查表

项目名称		2025年度“芹江大明星，你来你也行”全民才艺大舞台户外直播活动项目		
项目编号		ZJZJKH2025-21		
采购人	名称	开化县文化和广电旅游体育局		
	联系人	陈秀华	联系电话	15215790525
采购代理机构	名称	浙江中际工程项目管理有限公司		
	联系人	程崎	联系电话	15068951184
专家咨询意见	(可附专家意见书)			
序号	采购文件公平竞争影响性条款	主要内容	审查结果	
			(划√)	
1	是否存在排斥或者限制外地经营者参加本地采购活动。	包括但不限于：未依法及时、有效、完整地公开采购意向、发布采购公告；直接规定外地经营者不能参与本地特定的采购活动；对外地经营者设定歧视性的资质资格要求或者评标评审标准；将经营者在本地区的业绩、所获得的奖项荣誉作为投标条件、加分条件、中标条件或者用于评价企业信用等级，限制或者变相限制外地经营者参加本地的采购活动；没有法律、行政法规或者国务院规定依据，要求经营者在本地注册分支机构，在本地拥有一定办公面积，在本地缴纳社会保险等，限制或者变相限制外地经营者参加本地采购活动。	☐ 是 ☒ 否	

加盖骑缝章（采购人及采购代理机构）

序号	采购文件公平竞争影响性条款	主要内容	审查结果
			(划√)
2	是否存在以不合理的条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇。	包括但不限于：设定的资格、技术、商务条件与采购项目的具体特点和实际需要不相适应或者与合同履行无关；采购需求中的技术、服务等要求指向特定供应商、特定产品；以特定行政区域或者特定行业的业绩、奖项作为加分条件或者中标、成交条件；对供应商采取不同的资格审查或者评审标准；限定或者指定特定的专利、商标、品牌或者供应商。	☐ 是 ☒ 否
3	是否限定供应商的所有制形式、组织形式或者股权结构。	包括但不限于：没有法律、行政法规或者国务院规定依据，对不同所有制、地区、组织形式的经营者实施不合理的差别化待遇，设置不平等的政府采购准入和退出条件；对民营企业设置不平等条款，对内资企业和外资企业在中国境内生产的产品、提供的服务区别对待。	☐ 是 ☒ 否
4	是否存在设置或变相设置供应商规模、成立年限等门槛。	包括但不限于：将供应商的注册资本、资产总额、营业收入、从业人员、利润、纳税额等规模条件作为评审因素，将有规模要求的认证作为资格要求；要求达到与采购金额不匹配的国家行政主管部门规定的从业等级标准。	☐ 是 ☒ 否
5	是否合法合理设置资格条件和实质性条款。	包括但不限于：将国内非普遍性的认证或对企业规模作出限制的认证作为资格条件；将除进口货物外的生产厂家授权、承诺、证明、背书等作为资格条件；将已明令取消的资质、资格证书作为资格条件；将行业协会、商会颁发的无法律法规依据的资质、资格证书作为资格条件；非单一产品采购项目，未根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定核心产品，并在采购文件中载明。	☒ 是 ☐ 否
6	是否合法合理设置评审因素。	包括但不限于：评审因素未细化和量化，未与相应的商务条件和采购需求对应；商务条件和采购需求指标有区间规定的，评审因素未量化到相应区间，并设置各区间对应的不同分值；将资格条件作为评审因素；将经营年限、特定金额、特定区域、特定行业的合同业绩作为评审因素；将信用等级、信用名单作为评审因素；将投标（响应）文件的规范性、完整性作为评审因素。	☒ 是 ☐ 否

序号	采购文件公平竞争影响性条款	主要内容	审查结果
			(划√)
7	是否在法律法规规定之外要求经营者提供或扣留经营者各类保证金。	包括但不限于：没有法律、行政法规依据或者经国务院批准，要求经营者交纳各类保证金；限定只能以现金形式交纳投标保证金或履约保证金；在经营者履行相关程序或完成相关事项后，不依法退还经营者交纳的保证金及银行同期存款利息。	☐ 是 ☒ 否
8	其他不合理限制和壁垒。	(具体情况可附说明)	☐ 是 ☒ 否
其他需要说明的情况			
审查结论	(参考意见：经审查，本项目采购（招标）文件不存在影响市场主体公平竞争条款，符合现行法律、法规等公平竞争审查相关规定。)		
代理机构主要负责人意见	签字：余强心 日期：2025.6.19 单位盖章： 		
采购人主要负责人意见	签字：程利刚 日期：2025.6.19 单位盖章： 		

加盖骑缝章（采购人及采购代理机构）

评分标准表

序号	评审内容		分值	评分标准	主观分/ 客观分
1	技术 商务 部分 80分	业绩	2分	投标人自2022年1月1日以来(以合同签订时间为准), 承担过类似项目业绩的, 每个项目得2分, 本项最高得2分。 须同时提供业绩证明材料: ①中标(成交)通知书; ②采购合同文本。否则不得分。	客观分
		拟投入设备	12分	根据投标人拟投入本项目提供的相关设施设备打分: 摄像机位、航拍机位、导播台、LED大屏、音响(含调音台、音箱、功放、话筒)、舞台搭建设备的得12分, 每少提供一样扣2分。 须提供相关设备的购买发票或租赁合同, 否则不得分。	客观分
		本地化服务	5分	根据响应人可提供响应服务进行评价, 接到采购人通知, 能在0.5小时内对采购人要求作出响应并达到指定位置(根缘小镇)得5分; 在1小时内对采购人要求作出响应并达到指定位置(根缘小镇)得3分; 超过1小时未对采购人要求作出响应并达到指定位置(根缘小镇)的不得分。 须提供: (因项目须长期驻地在开化) 投标公司地址到采购人指定位置的公里数路程截图并加盖公章, 未提供不得分。	客观分
		增值服务	5分	根据采购需求响应增值服务, 可以自筹奖品奖金10万元的得5分; 自筹奖品奖金5万元的得3分; 自筹奖品奖金3万元的得1分; 未响应的不得分; 本项最高得5分。 须提供承诺函(格式自拟)未提供不得分。	客观分
		舞台布置方案	9分	根据采购需求提供的舞台布置方案, 包括: 外场氛围营造、提供物料设备、舞台搭建等相关的活动布置准备工作。符合开化文旅宣传的; 能够凸显本次活动主题及特色的; 符合月赛、总决赛舞台舞美效果等舞台布置方案进行打分。安排合理、操作性强的, 得9分; 安排欠合理、操作性差的每处扣1分; 内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		预热活动	9分	根据投标人针对如何快速增加前期的预热宣传及曝光率的预热活动方案进行评分; 提供的方案思路清晰、逻辑合理, 符合采购需求的得9分; 提供的预热活动方案存在有缺陷的每一条扣1分, 扣完为止, 内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		县外展演	9分	根据投标人针对县外展演、巡演等活动方案进行评分; 提供的方案思路清晰、逻辑合理, 符合采	主观分

				购需求的得9分；提供的预热活动方案存在有缺陷的每一条扣1分，扣完为止，内容不符合或不提供的不得分。	
		项目宣传方案	6分	根据采购需求提供项目宣传方案，包括：赛前、赛时、赛后等内容提供宣传推广方案进行打分，内容详实，科学合理，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得6分；内容有所欠缺、准确度差的每处扣1分；内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		总体策划方案	6分	根据投标人对本活动整体进度策划的周密性、节点控制的合理性、可操作性进行打分。安排合理、操作性强的得6分；安排欠合理、操作性差的每处扣1分；内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		项目理解和重难点分析	5分	根据投标人针对本项目的认识和理解全面性、合理性，详细阐述针对本项目采用的运行管理理念、工作重点由评委进行打分，项目理解及熟悉透彻、思路清晰，文字描述详细、完整准确、科学合理的得5分；提供的方案描述简单且存在缺陷的每处扣1分；内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		人员安排方案	4分	根据投标单位提供的人员安排方案、项目人员具体职责划合理性、科学性进行打分。进行打分。安排合理、科学性强的得4分；安排欠合理、科学性差的每处扣1分；内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		服务质量保障措施	4分	根据投标人提供的服务质量保障措施（包括运营效果、质量目标、管理制度等）进行评分：方案完整，能及时采取措施并考虑周全、详细、合理、可行的得4分；方案内容不清晰不全面，有缺陷的每处扣1分；内容不符合或不提供的不得分。	主观分
		应急预案	4分	针对线下活动制作应急预案，确保活动顺利举办。合理安排操作性强的得4分；安排欠缺合理、操作性差的每处扣1分；内容不符或不提供的不得分。	主观分
2	报价	20分	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，其他投标人的价格分统一按下列公式计算（按四舍五入取至小数点后两位）： $\text{投标报价得分} = (\text{评标基准价} / \text{投标报价}) \times 20。$		
3	总得分	100分	总得分=技术部分得分+报价得分		

采购需求

“芹江大明星”全民才艺大舞台户外直播活动自开播以来，成为对外营销展示开化重要的“云窗口”，为进一步延续活动效果，促进文旅经济新业态发展，全面营造全民艺术普及氛围，持续激发文旅消费新活力，现拟举办 2025 年开化县“芹江大明星”活动，具体内容如下：

一、活动时间

持续时间：2025 年 7 月——2025 年 10 月

二、活动内容及组织办法

本次系列活动由线下全民才艺表演和线上平台直播组成，活动分为 7 月-10 月的“县内赛”和决赛之后的县外展演。

（一）“县内赛”赛制

“县内赛”由日赛、周赛、月赛和总决赛构成，根据选手当场表演情况，决出优胜选手晋级下一轮赛事并最终参加总决赛。

1. 日赛：选手报名参赛并通过初选均可参与，暂定每日参演选手为 15 名，排名前 5 的选手进入周赛，比赛时间定为每周一、周三、周五（19:00-21:00）。

2. 周赛：日赛决出的 15 名选手进入周赛，每周取前 4 名选手，共 16 名选手进入月赛，比赛时间为每周六（19:00-21:00）。

3. 月赛：月赛于每月周赛全部完结后择日举行，共 16 名选手参赛并决出前 5 名选手，共 15 名选手进入总决赛。

4. 总决赛：由月赛决出最终参加总决赛的选手，并决出年度芹江大明星。

（二）县外展演

1. 活动目标

提升开化和“芹江大明星”的知名度，展示开化文旅特色和选手风采，为后续活动奠定基础。

2. 活动时间、地点

拟计划决赛后赴 365 共富协作区、山海协作城市、商会、高校等地举办“芹江大明星”展演（活动地点及时间由招标单位最终确定为准）。

3. 内容策划

- (1) 精选“芹江大明星”活动中受欢迎的选手，同时融入当地特色元素，以提高吸引力。
- (2) 结合文化走亲活动，安排文化馆编排特色节目，对接目标城市安排当地特色节目共同参与。
- (3) 互动环节：设计互动游戏、观众投票、现场抽奖等活动，增加观众参与感。

三、服务要求

1. 参加人数：以实际参赛人数为准。
 2. 赛前培训，负责学员，专家邀请及接待工作；
 3. 活动要求：
 - 1) 总体策划、视觉设计、会场规划；要求供应商提供活动现场相关的摄像机位、航拍机位、大屏、舞台、音响、灯光搭建及操作具体详细的活动方案。
 - 2) 活动现场布置，包括指引、外场氛围、签到区、内场舞台等布置工作；
 - 3) 物料制作、采购，包括设计及邀请函、嘉宾证、工作证、会议桌签、议程单页等服务；
 - 4) 设备提供，包括 LED 大屏系统、灯光系统、音响系统、同传设备等；
 - 5) 场地布置，包括场地租赁，舞台搭建；
 - 6) 人员需求：组成专业团队服务该项目，会议现场需提供相关工作人员全程跟进服务。
 - 7) 要求供应商维持整场活动现场秩序，为大赛现场人员提供用餐安排及住宿。
 - 8) 供应商须为本项目组建专项团队。活动执行团队要求具备专业摄制团队，网络直播团队，执行团队需具备丰富的大型活动组织执导经验。
 - 9) 增值服务：承办方需为赛事自筹奖品奖金，吸引选手参与，提高活动影响力。
- 四、前期预热阶段：融媒体矩阵宣发，短视频传播、活动海报宣发，并策划一场精彩的开播演

唱会，确保活动人气。

五、活动宣传

需制定完备的宣传方案，持续做好活动的宣传，做好选手风采展示，话题制造。为进一步吸引县域内参演人员以及县域外参演人员，踊跃参与本次活动，活动需通过微信公众号、抖音号等平台发布报名信息，包括报名时间、方式和要求，并联合协办单位发动广大群众参与，将更多的文艺人才推到群众面前。

六、成果资料

1. 供应商应按采购文件要求向采购人提供项目的有关文件资料。
2. 没有采购人事先书面同意，供应商不得将由采购人提供的有关合同或任何合同条文或嘉宾资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。

七、其他

1. 中标人最终递交的相关方案与实际不对等，活动组织不符合需求内容，且拒绝进行重新纠正的，采购人有权提前解除服务合同并停止支付费用，由此造成的损失由中标人承担赔偿责任。
2. 严格遵守国家相关保密与安全法律法规，遵循保密制度和规章，中标人对工作中涉及到的所有资料进行保密，因工作人员的行为造成泄密等问题由中标单位承担相应的责任。
3. 中标人应按照合同约定提供所需要文件、资料，中标人保证上述文件、资料的合法性，不构成对第三方著作权、商标权等知识产权的侵害制作。

八、支付方式

合同生效以及具备实施条件后 7 个工作日内支付合同价款 60%，完成决赛后支付至合同价的 80%，项目完成并提供结案报告经采购人确认后支付剩余款项。