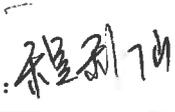


政府采购项目采购文件公平竞争自查表

项目名称	开化文旅小红书营销推广策划服务外包项目			
项目编号	ZJHYZFCG2025-KH02			
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	浙江华耀建设咨询有限公司		
	联系人	方美晓	联系电话	15257000034
专家咨询意见	无 (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。		<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
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。		<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 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。		<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 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。		<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 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√)
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。	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 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。	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
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。	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
8	其他不合理限制和壁垒。	(具体情况可附说明)	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
其他需要说明的情况	无		
审查结论	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：  日期：2025.2.24 单位盖章： 		
采购人主要负责人意见	签字：  日期：2025.2.24 单位盖章： 		

评分标准表

加盖骑缝章（采购人及采购代理机构）

序号	评分项目	评分细则	分值	分值类型
1	类似业绩	投标人提供自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，每提供一个得1分，最高得2分。 （须提供相关业绩合同扫描件，不提供不得分）	2分	客观分
2	响应程度	投标文件承诺完全响应采购需求中项目实施目标和主要内容要求的得8分，对采购需求内要求属负偏离或缺漏项的每项扣2分。如负偏离或缺漏项总数在三项及以上的，属于重大偏离，作无效标处理。	8分	客观分
3	博主邀请及内容发布	(1)邀请小红书平台粉丝量级10万粉以上“户外/美食/旅游/时尚”类博主不低于4人参与线下打卡并发布笔记内容，低于等于4人不得分，每增加1人加1分，最高得6分。	6分	客观分
		(2)邀请小红书平台粉丝量级1000粉以上“户外/美食/旅游/时尚”类博主不低于50人参与线下打卡并发布笔记内容，低于等于50人不得分，每增加10人加1分；最高得5分。	5分	客观分
		(3)邀请小红书平台素人博主参与线下打卡并发布笔记内容，低于等于100人不得分，每增加10人加1分，最高得10分。	10分	客观分
4	平台优质账号宣发矩阵	在小红书平台筛选优质账号（粉丝量不低于100人）发布开化旅游攻略，账号数量不低于300个，低于等于300个账号不得分，每增加50个账号加2分，最高得8分。	8分	客观分
5	项目理解及分析	根据投标人对项目背景的理解程度、开化文旅发展理念以及对开化文旅小红书现状的分析情况进行打分：项目理解全面、分析透彻的得4分；内容有欠缺或欠合理的每项扣0.5分；内容有偏差或不合理的每项扣1分；未提供的不得分。	4分	主观分
6	人员配备情况	根据投标人为执行本项目拟派服务团队人员的专业性、稳定性，以及职责划分和相关工作经历等情况进行打分：人员数量充足、职责划分合理、专业性强、经验丰富的得3分；团队有所欠缺的每项扣0.5分；存在明显不足的每项扣1分；未提供的不得分。	3分	主观分
7	项目实施方案	账号建设以及运营方案：根据投标人针对“开化文旅”小红书账号要求（全年发布笔记数量不低于300篇，累计粉丝数量不低于3000人）提供具体实施方案，对账号运营措施进行打分：内容详实，科学合理，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分；内容有所欠缺的每项扣0.5分；内容不合理的每项扣1分；未提供的不得分。	5分	主观分
		博主邀请及征集方案：根据投标人针对内容提供具体实施方案，对博主邀请运营及素人博主征集方案及运营方案等进行打分：内容详实，科学合理，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分；内容有所欠缺的每项扣0.5分；内容不合理的每项扣1分；未提供的不得分。	5分	主观分
8	宣传推广方案	根据投标人针对如何快速增加播放量及曝光率，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3分；内容有所欠缺的每项扣0.5分；内容不合理的每项扣1分；未提供方案不得分。	3分	主观分
9	质量保障措施	根据投标人提供的质量保证措施方案进行打分，质量目标是否满足采购需求，是否有详尽可行的具体落实措施：措施完整、科学、合理且可行的得2分；措施有所欠缺的每项扣0.5分；措施不合理的每项扣1分；未提供方案不得分。	2分	主观分

10	进度保障措施	根据投标人制定的项目进度安排是否清晰、准确、完整，是否明确各个环节工作周期，并对相关进度要求做出服务承诺进行打分：进度安排科学合理，时间节点清晰明朗的得2分；内容有所欠缺的每项扣0.5分；内容不符的每项扣1分；未提供的不得分。	2分	主观分
11	舆情监控和评论区管理方案	投标人针对该项内容提供具体实施方案，包括巡视的频率、管理的方式方法以及服务承诺等进行打分：内容详实，科学合理，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分；内容有所欠缺的每项扣0.5分；内容不合理的每项扣1分；未提供的不得分。	5分	主观分
12	增值服务	根据投标人提供对本项目其他增值服务、创意构想等进行打分，每提供一项有实质意义的增值服务和构想得1分，最高得2分。	2分	客观分
13	报价分	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）： 投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×30。	30分	/
合计			100分	/

采购需求

一、项目实施背景

项目通过“塑造开化文化新 IP”、“搭建开化文旅新窗口”、“推动开化文旅新消费”三大步骤，实现开化文化发展从品牌、内容到传播的全链路突破，讲好钱江源故事，提升乡村品位，做好产业服务。

二、项目实施目标

提升开化文旅在小红书平台上的声量，创建“开化文旅”自媒体账号，粉丝累计数达到 3000 人，邀请小红书平台文旅类相关博主线下打卡并发布笔记内容，10w 粉以上博主不少于 4 人，1000 粉以上博主不少于 50 人，征集素人博主不少于 100 人，优质账号（不少于 100 粉丝数）旅游攻略直发不少于 300 个。项目累计发布笔记数量不少于 500 篇，总曝光不低于 1000 万次，让更多的游客认识衢州，种草衢州。

三、项目主要内容

1、小红书线上自媒体账号建设。开通“开化文旅”自媒体账号，通过对账号定位、目标粉丝定位、笔记发布、账号数据分析、定期更新，充分吸引用户关注并产出图文笔记；全年运营发布笔记数量不低于 300 篇，粉丝数积累不低于 3000 人。

2、邀请组织平台“户外/美食/旅游/时尚”类博主，通过体验开化美食、采风旅游目的地，创作优质内容。其中，10w+粉丝量级达人不少于 4 位，1000 粉丝量级达人不少于 50 位，并发布笔记。

3、素人博主征集。在小红书平台线上招募组织不少于 100 名素人博主、大学生博主线下开化打卡旅游线路，发布旅游行程攻略。

4、多账号直发，增加内容占比。在小红书平台筛选粉丝量不低于 100 人的 300 个账号直发“开化美食地图打卡攻略”、“开化 City Walk 两日线路”、“景区出片攻略”等图文内容。

四、项目执行时间

自合同签订之日起一年。

五、付款方式

合同签订之日以及具备实施条件后15个工作日内支付合同金额的70%（最高支付30万元）作为项目预付款，项目完成并提供结案报告后15个工作日内支付剩余款项。