

国展文创馆文创产品设计与开发  
服务商入围项目  
谈判文件

征集人：国家会展中心（上海）有限责任公司

日期：二〇二二年四月



# 目录

<b>第一章 竞投公告</b> .....	<b>1</b>
一、谈判文件的获取 .....	1
二、项目概况 .....	2
三、竞投人资格要求 .....	2
四、竞投人资格材料 .....	2
五、联系方式 .....	3
<b>第二章 竞投人须知</b> .....	<b>4</b>
一、总则 .....	4
二、谈判文件 .....	5
三、竞投文件的编制 .....	5
四、竞投文件的提交 .....	7
五、评选会议 .....	8
六、评选委员会 .....	8
七、授予合同 .....	9
八、重新竞投和不再竞投 .....	11
<b>第三章 评选办法</b> .....	<b>13</b>
一、评选的依据 .....	13
二、评选的保密 .....	13
三、竞投文件的初步评审 .....	13
四、竞投文件的详细评审 .....	14
五、评审办法 .....	15
六、评选结果 .....	17
<b>第四章 项目介绍</b> .....	<b>18</b>
一、项目背景 .....	18
二、工作内容及要求 .....	19
<b>第五章 合同主要条款</b> .....	<b>24</b>
<b>第六章 竞投格式</b> .....	<b>46</b>
附件 1、竞投公函格式 .....	46
附件 2、竞投承诺书 .....	48
附件 3、法定代表人授权委托书格式 .....	50
附件 4、竞投报价单 .....	51
附件 5、中国国际进口博览会相关元素及使用规范 .....	53
附件 6、产品效果展示 .....	54
附件 7、样品提交注意事项 .....	55

# 第一章 竞投公告

公告发布和文件获取时间：2022年4月11日至4月15日

样品提交时间及地点：2022年5月30日（上午9:30-11:00，下午13:30-16:30）；  
上海市诸光路1988号A栋办公楼624会议室。

文件递交及第一轮评选时间及地点：2022年5月31日上午10:00；

上海市诸光路1988号A栋办公楼624会议室。

第二轮评选时间及评选地点另行安排。

国家会展中心（上海）有限责任公司（以下简称“征集人”）秉持“公开、公平、公正”原则，对“国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目”进行国内公开竞投，欢迎符合资格要求的单位参与本项目竞投。有关事项公告如下：

## 一、谈判文件的获取

获取时间：2022年4月11日至4月15日

获取地点：[www.necssh.com](http://www.necssh.com)

[www.chinabidding.cn](http://www.chinabidding.cn)

获取方式：在线下载

售 价：免费

凡符合本项目竞投人资格条件的单位，均可在国家会展中心官网（[www.necssh.com](http://www.necssh.com)）公告栏以及采购与招标网（[www.chinabidding.cn](http://www.chinabidding.cn)）查看并下载本项目谈判文件，本项目无需报名。

受当前疫情影响，本项目样品及竞投文件的递交、项目的评审时间及方式，如有调整的将以邮件方式告知相关竞投人。请有意向参与本项目的竞投人于2022年4月15 16:30前将如下信息回复至征集人邮箱（[cgzx@sinoexpo.cc](mailto:cgzx@sinoexpo.cc)），以便接收谈判文件相应附件以及项目相关通知。未依照上述要求在截止时间前发送信息的，征集人有权拒绝其参与本次竞投。

竞 投 人：	
竞 投 项 目：	

联系人：	
联系电话：	
邮 箱：	

## 二、项目概况

1、项目名称：国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目

2、**竞投范围**：围绕中国国际进口博览会、国家会展中心（上海）等元素，承担并制定国展文创馆文创产品的设计与开发方案，并负责文创产品的打样、生产、运输以及后期质保等工作。

3、**服务期限**：1+1+1（本次竞投叁年有效，合同壹年一签，合同到期经招标人考评合格后双方签订下一年合同。）

4、**资金来源**：企业自有资金

5、**公告查询网站**：国家会展中心官网([www.neccsh.com](http://www.neccsh.com))

## 三、竞投人资格要求

1. 竞投人必须为中华人民共和国境内（不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区，简称“中国境内”）具有独立法人资格的单位，持有有效的营业执照或其他法人资格证明材料；

2. 竞投人近三年内无违法、违规记录(以“信用中国”网站 [www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)、国家企业信用信息公示系统 <http://www.gsxt.gov.cn> 和中国执行信息公开网 <http://zxgk.court.gov.cn> 为主要信息参考来源)。

3. 本项目不接受联合体竞投。

## 四、竞投人资格材料

**竞投人竞投资格材料均应包括在竞投文件内，资格审查以项目评审认定为准，竞投资格文件不全或未提交的，视为无效竞投。**

相关材料如下：

1. 企业营业执照副本复印件或其他法人资格证明复印件加盖公章。（处于有效期内或已年检）；

2. (a) 若由法定代表人递交竞投文件的：须提供法定代表人身份证复印件加盖公章；

(b) 若为法定代表人授权人递交竞投文件的：须提供法定代表人身份证复印件、授权委托书原件及代理人身份证复印件，均需加盖公章；

3. 竞投人近三年内无违法违规记录的相关证明材料。（具体参照“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）、国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）和中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）（网站查询页面截图，截图须附电脑系统的日期和时间，查询日期为竞投公告发布之日起，并加盖公章）；

（注：以上竞投人资格材料均要在有效期内且必须加盖公章。国家会展中心（上海）有限责任公司黑名单中企业，自列入黑名单之日起2年内（含2年）不得参与国家会展中心采购活动）

## 五、联系方式

征集人：国家会展中心（上海）有限责任公司

联系地址：上海市青浦区诸光路1988号A0办公楼7楼701-1采购部

联系人：董女士、靳女士

电 话：021-67008519、021-67008752

邮 箱：cgzx@sinoexpo.cc

## 第二章 竞 投 人 须 知

### 一、总则

#### 1.1 项目说明

##### 1.1.1 项目概况

围绕中国国际进口博览会、国家会展中心（上海）等元素，承担并制定国展文创馆文创产品的设计与开发方案，并负责文创产品的打样、生产、运输以及后期质保等工作。

（详细说明见谈判文件第四章 项目介绍）

#### 1.2 项目服务期

合同采用“1+1+1”模式。暨首个合同期从合同签订之日起一年。服务商在通过征集人年度考核的前提下，可续签下一期合同。

#### 1.3 竞投方式

竞争性谈判。

#### 1.4 资金来源

自筹资金。

#### 1.5 竞投人资质资格要求

1.5.1 竞投人必须满足第一章的相应规定。

1.5.2 本项目不接受联合体竞投。

#### 1.6 语言文字

1.6.1 竞投文件及竞投过程中竞投人提交的所有文件均应采用中文书写，若出现必须采用其它文字进行书写的情况，应同时以中文表述，当两种文字内容不一致时，应以中文所述含义为准。

#### 1.7 计量单位

1.7.1 除技术规范另有规定外，竞投文件使用的度量衡单位，均采用中华人民共和国法定计量单位。

#### 1.8 竞投费用

1.8.1 不论竞投结果如何，竞投人应承担其编制竞投文件以及递交竞投文件所涉及的一切费用。

1.8.2 征集人不再给予中选人、未中选人补偿和奖励。

## 1.9 踏勘现场

1.9.1 不组织，由竞投人自行踏勘。竞投人踏勘应严格控制人员数量，并严格依照国家和市、区疫情防控工作要求，配合履行国家会展中心（上海）相关防控规定。

1.9.2 竞投人踏勘现场发生的费用由其自理。竞投人在踏勘现场过程中发生的意外、人员伤亡等损失与征集人无关，征集人不承担任何责任。

## 二、谈判文件

### 2.1 谈判文件组成

2.1.1 谈判文件除以下内容外，征集人在竞投期间发出的修改和澄清，均是谈判文件的组成部分，对竞投人起约束作用。

竞投文件包括：

第一章 竞投公告

第二章 竞投人须知

第三章 评选办法

第四章 项目介绍

第五章 合同主要条款

第六章 竞投格式

### 2.2 谈判文件的澄清、修改及补充

2.2.1 征集人对谈判文件进行的澄清、修改以补充文件的形式，将以书面形式告知所有竞投人。

2.2.2 补充文件是谈判文件的组成部分。当谈判文件与补充文件的内容不一致时，以补充文件为准；当补充文件之间的内容不一致时，以后发出的文件为准。

## 三、竞投文件的编制

### 3.1 竞投文件的份数

**3.1.1 本项目竞投文件需提供正本一份，副本六份。A4纸印制，胶装成册。**

3.1.2 U 盘 1 份（包括全套竞投文件 PDF 版、竞投报价单 Word 版及 Excel 版（格式参见谈判文件第六章附件 4）以及产品效果展示 PPT 版（格式参见谈判文件第六章附件 6））；

上述所提及的须一同密封递交。

3.2 竞投文件（加盖公章），应包括但不限于以下内容：

- 3.2.1 竞投人资格材料（内容详见第一章）；
- 3.2.2 竞投公函（格式按照谈判文件第六章附件 1）；
- 3.2.3 竞投承诺书（格式按照谈判文件第六章附件 2）；
- 3.2.4 法定代表人授权委托书（格式参见谈判文件第六章附件 3）；
- 3.2.5 竞投报价单（格式参见谈判文件第六章附件 4）；
- 3.2.6 产品效果展示（格式参见谈判文件第六章附件 6）；
- 3.2.7 营业执照；

3.2.8 竞投人根据本谈判文件第三章第 5 项“评审办法”中各项要求，为响应要求而需提供的书面证明材料；

- 3.2.9 企业情况简介；
- 3.2.10 竞投人认为需要提交的其他资料。

### 3.3 谈判文件的签署

竞投文件中竞投公函和竞投承诺书应按照规定的内容填写清楚、完整，加盖单位公章以及法定代表人（或法人授权代理人）签章。

### 3.4 竞投报价

3.4.1 竞投报价应当充分考虑本项目可能涉及所有费用，并包含在竞投报价中，过程中不予调整。

3.4.2 根据企业自身实力报价，竞投人所报价格为竞投人达到规范及征集人质量要求所必需的全部价格；

3.4.3 竞投报价货币采用人民币。若数据的文字大写与数字有差别，则以文字大写为准。

3.4.4 竞投人报价应完全响应谈判文件第四章项目介绍内所提及的工作内容及要求并以第六章附件 4 报价单为准。

### 3.4 竞投有效期

竞投有效期为自竞投文件递交截止日起 90 天内。

在竞投有效期内，竞投人不得要求撤销或修改其竞投文件。

出现特殊情况需要延长竞投有效期的，征集人以书面形式通知所有竞投人延长竞投有效期。竞投人同意延长的，不得要求或被允许修改或撤销其竞投文件；竞投人拒绝延长的，其竞投失效。

## 四、竞投文件的提交

### 4.1 竞投文件的装订、密封和标志

竞投文件需密封完好，标注项目名称，竞投单位名称，竞投截止时间。于封口处加盖竞投人公章。

电子版竞投文件及相应附件以 U 盘形式装载（详见第二章竞投人须知 3.1.2），一同密封递交。

未按本款要求密封和加写标记的竞投文件，征集人不予受理。

### 4.2 竞投截止日期

竞投人应在第一轮评选时间前将密封的竞投文件递交到指定地址。

文件递交及第一轮评选时间及地点：2022 年 5 月 31 日 上午 10:00；

上海市诸光路 1988 号 A 栋办公楼 624 会议室。

受当前疫情影响，本项目样品及竞投文件的递交、项目的评审时间及方式可能发生调整，以邮件通知为准。**相关人员进行样品及文件递交、参加评选会议应严格依照国家和市、区疫情防控工作要求，配合履行国家会展中心（上海）相关防控规定。**

竞投文件逾期送达的或者未到达指定地点的，征集人不予受理。

### 4.3 竞投文件的修改和撤回

在竞投截止时间前，竞投人可以修改或撤回已递交的竞投文件，但应以书面形式通知征集人。

## 五、评选会议

### 5.1 评选

本竞争性谈判项目的征集人将按照以下时间和地点举行评选会议（共两轮），评选会议由征集人主持进行：

文件递交及第一轮评选时间及地点：2022年5月31日 上午10:00；

上海市诸光路1988号A栋办公楼624会议室。

第二轮评选时间及评选地点会在第一轮评选结束后以邮件的形式另行通知第二轮入围候选人。

受当前疫情影响，本项目样品及竞投文件的递交、项目的评审时间及方式可能发生调整，以邮件通知为准。**相关人员进行样品及文件递交、参加评选会议应严格依照国家和市、区疫情防控工作要求，配合履行国家会展中心（上海）相关防控规定。**

参与评选的竞投人代表应为竞投单位的法定代表人或者法定代表人的授权委托人。

评选会必须遵循下列主要程序和规定：

(1) 由征集人核验竞投人“法定代表人证明书”（或者法定代表人授权委托书）及相应身份证的原件及复印件。

(2) 征集人应检查各竞投人的竞投文件的密封情况，确定竞投文件是否有效。

(3) 谈判文件的宣读人必须是竞投人的法定代表人或法定代表人授权委托的代理人。

(4) 按竞投先到先开的顺序当众拆封竞投文件。

## 六、评选委员会

### 6.1 评选委员会

评选由征集人参照相关法律及国家会展中心采购制度组建的评选委员会负责，评选委员会人数为5人以上（含），且人数为单数。

评选委员会将推选出1名评委作为评选委员会组长负责主持评审工作。

评选委员会中有下列情形之一的，应当回避：

(1) 竞投人主要负责人的近亲属；

(2) 与竞投人有经济利益关系，可能影响对竞投公正评审的；

(3) 曾因在竞投、评选以及其他与竞投有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑

事处罚的。

评选委员会将根据谈判文件及有关规定，对竞投人递交的有效竞投文件进行认真、客观、公正和科学的评审和比较。

超过三分之一的评选委员会成员认为评选时间不够的，征集人应当适当延长。评选过程中，评选委员会成员有回避事由、擅离职守或者因健康等原因不能继续评选的，应当及时更换。被更换的评选委员会成员作出的评审结论无效，由更换后的评选委员会成员重新进行评审。

## 6.2 评选原则

评选活动应当遵循公平、公正、科学和择优的原则。

# 七、授予合同

## 7.1 确定合作单位

本次竞争性谈判项目分为两轮评选。

第一轮评选，评选委员会对所有竞投单位提出的产品品类设计方案及产品样品（方案需按照第四章第二项：“工作内容及要求”制订）逐一进行综合评分（详见第三章评选办法5 评审办法）后，依照产品品类分数高低排出先后顺序，**至少满足所提供的2款产品综合评分均为60分及以上的相应竞投单位进入第二轮评选**，其余竞投单位淘汰。

第二轮评选，评选委员会对第二轮入围竞投单位提交的上述入围产品相应产品样品和竞投报价单（详见附件4）与其对相应产品的相关报价逐一进行竞争性谈判，确定相应产品的采购价格及产品相关信息，由征集人根据谈判结果进一步确定中选品类及中选候选人。

征集人将通过评选，确定**国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目**中选单位。征集人不承诺以现场打分的排名先后确定中选人。

中选单位候选人的经营、财务状况发生较大变化或者存在违法行为，征集人认为可能影响其履约能力的，应当在发出中选通知书前由原评选委员会按照谈判文件规定的标准和方法审查确认。

## 7.2 中选通知

在竞投有效期内，征集人确定中选人后，中选结果将在国家会展中心官网上公示3天。竞投人对结果有异议的，可在公示期内向征集人申请核查。

### 7.3 供应商“黑名单”

7.3.1 供应商有下列行为之一的，一经查实，列入供应商“黑名单”，自列入黑名单之日起2年内（含2年）不得参与国家会展中心采购招标活动，如供应商仍在合同履行期内的，同时应立即终止合同。

- (1) 不遵守评审现场纪律，严重扰乱评审秩序的；
- (2) 在有效期内擅自撤销投标文件或响应文件，影响采购活动继续进行的；
- (3) 中选（中标）后拒不提交履约保证金，给国家会展中心工作造成一定影响的；
- (4) 中选（中标）后违反投标、征集比选承诺或合同约定，擅自提高价格、降低质量标准、无故拖延服务期或供货时间，给国家会展中心工作造成影响，情节较轻的；
- (5) 采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商或故意以虚构事实等方式进行投诉的；
- (6) 不能完全履行合同约定，在国家会展中心组织的供应商考核中被评定为不合格，但违约情节较轻的；
- (7) 其他违背诚实信用原则，情节较轻的行为。

7.3.2 供应商有下列行为之一的，一经查实，列入供应商“黑名单”，自列入黑名单之日起5年内（含5年）不得参与国家会展中心采购招标活动，如供应商仍在合同履行期内的，同时应立即终止合同。

(1) 向国家会展中心从事采购招标工作的各类相关工作人员、国家会展中心委托的招标代理机构等行贿或者提供其他不正当利益，以及其他可能影响国家会展中心相关工作人员公正履行工作职责的；

(2) 串通采购人、其他供应商或国家会展中心委托的招标代理机构进行投标、围标和竞价，干扰正常采购招标秩序的；

(3) 非法以他人名义进行投标、征集比选或者以其他方式弄虚作假骗取中选（中标）的；

(4) 中选（中标）后，不按照采购文件（招标文件）和中选（中标）供应商的响应文件（投标文件）签订合同，或者要求与采购人另行签订背离合同实质性内容协议的；

(5) 合同签订后，无正当理由拒不履行或者拖延履行采购合同义务的；

(6) 擅自将中选（中标）项目转让给他人，或者违反采购文件（招标文件）规定，将中选（中标）项目转包给他人的；

(7) 擅自变更、中止或终止采购合同，给国家会展中心造成重大经济损失或严重影

响经营、建设工期的；

(8) 未按合同规定履行合同义务，造成严重的质量问题或给国家会展中心造成严重经济损失、安全事故以及不良社会影响的；

(9) 提供虚假材料、虚构事实进行恶意诽谤、诬告、陷害等行为的；

(10) 不履行合同约定，在国家会展中心组织的供应商考核中被评定为不合格，违约情节严重的；

(11) 其他严重损害国家会展中心利益的。

7.3.3 若供应商进入黑名单期满后，再次因违法违规行为进入黑名单，国家会展中心将加重对其处罚，延长处罚期限直至永久取消其参与国家会展中心采购招标活动的资格。

## 7.4 签订合同

征集人根据谈判文件和中选人的竞投文件主要条款以及其他相应要求、实施细节订立书面合同（合同明确双方的权利义务、产品信息及相应价格，合同签订后征集人将根据实际需要依据合同约定以订单的形式自主确定是否订购产品及订购产品的种类及数量）。中選人无正当理由拒签合同的，征集人可取消其中选资格，给征集人造成损失的，还应当赔偿损失。主要合同条款详见第五章，最终以双方签字盖章的合同条款为准，原则上最终双方签订合同不与合同主要条款以及谈判文件主要内容有实质性冲突。

征集人无正当理由拒签合同的，给中選人造成损失的，还应当赔偿损失。（中選人主张的损失以直接损失为限：费用类型范围不超过竞投相关文件的印制费、评选日当日差旅费）。

中選人的项目负责人不得擅自更换。如确有特殊情况，必须变更项目负责人的，中選人应提前书面通知征集人，在征得征集人同意后才能更换。征集人有权要求更换不称职的项目负责人。

## 7.5 付款方式

签订合同后，中選人需支付3万元履约保证金。相关产品的采购费用按照中選人與征集人最终谈判确定的报价按需据实结算。

# 八、重新竞投和不再竞投

## 8.1 重新竞投

有下列情形之一的，征集人应当根据国家会展中心相关条例规定重新竞投：

(1) 在竞投截止时间前提交竞投文件的竞投人少于六个的；

(2) 所有竞投均被否决的；

(3) 评选委员会界定为不合格竞投或否决后，因**有效竞投人不足 6 个**使得竞投明显缺乏竞争，评选委员会决定否决全部竞投的；

(4) 若征集人需延长竞投有效期，同意延长竞投有效期的竞投人少于六个的。

## 8.2 不再竞投

重新竞投后竞投人**仍少于 6 个**或者所有竞投被否决的，经征集人批准后不再进行公开竞投。

## 第三章 评选办法

### 一、评选的依据

#### 1.1 评选依据

1.1.1 依照国家会展中心（上海）相关采购制度，结合本项目实际要求，制定本评选办法。

1.1.2 本次评标采用：综合评估法。

### 二、评选的保密

#### 2.1 评选的保密

2.1.1 征集人应当采取必要的措施，保证评选在严格保密的情况下进行，在竞投文件的评审和比较，中选候选人推荐以及授予合同的过程中，竞投人向征集人和评选委员会施加影响的任何行为，都将导致取消中选资格。

2.1.2 评选委员会成员的名单在中选结果确定前应当保密；与竞投人有利害关系的人不得进入评选委员会，已经进入的应当更换。

### 三、竞投文件的初步评审

3.1 评选委员会对通过资格审查的竞投文件进行初步评审，有下列情形之一的，其竞投将被否决：

- (1) 递交竞投文件时，未提交有效法定代表人委托书的；
- (2) 竞投公函未加盖竞投人公章，或未经法定代表人或者其授权代表签章（字）的或未遵守其他关于谈判文件签章的要求；
- (3) 竞投人与竞投报名的申请人在名称和组织结构上存在实质性差别的；
- (4) 竞投文件未响应谈判文件的实质性要求的；
- (5) 竞投人以他人名义竞投、串通竞投、以行贿手段谋取中选或以其他弄虚作假方式竞投的；
- (6) 同一竞投人提交两个以上不同的竞投文件，但谈判文件要求提交备选竞投的除外；
- (7) 评选委员会认为的其他需要否决竞投的情况。

有上述情形的竞投文件，评选委员会在对其进行初审时，应当做出正确判断，评委不得采取回避方式不发表个人意见。评选委员会对有上述情况的竞投文件被否决的，应当由二分之一以上评委在评选报告中签字确认。

### **3.2 竞投文件的澄清说明或补正**

评选委员会应当以书面方式要求竞投人对竞投文件中含义不明确、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作必要的澄清、说明或者补正。竞投人的澄清、说明或者补正也应以书面方式进行并不得超出竞投文件的范围或者改变竞投文件的实质性内容。

### **3.3 错误的改正**

服务费报价货币采用人民币。若数据的文字大写与数字有差别，则以文字大写为准。非前述类型的错误，将不被允许做出改正，无论是多报、少报还是漏报。

评标委员会将按上述原则调整投标报价，并书面通知投标人确认。在投标人确认后，调整后的报价对投标人起约束作用。如果投标人不接受改正后的报价，则其投标文件将被拒绝。

## **四、竞投文件的详细评审**

### **评选办法：综合评估法**

根据评审办法进行综合评分后，打分表的分值汇总，依照得分从高到低进行排序，并由征集人进一步确定中选候选人及最终中选单位。

征集人不承诺以现场打分的排名先后确定中选人，在综合考虑候选人报价和实力后确定合作单位。

## 五、评审办法

满分：100分

序号	类别	内容	得分
1	产品开发及生产实力 (10分)	<p>从2019年2月1日起至2022年1月31日期间，</p> <p>1. 竞投人曾经负责生产的文创产品、定制礼品、纪念品等类似产品的生产类合同，每有一个合同金额为10万元及以上的，得0.2分；每有一个合同金额为50万元及以上的，得0.5分；本项累计得分，最高不超过5分。</p> <p>2. 有自有工厂，可得5分。 本项累计得分，最高不超过10分。</p> <p><b>【需提供相关合同、产权证明及相关证明材料】</b></p>	
2	产品设计水平 (35分)	<p>竞投人需根据第四章：二、工作内容及要求：提报至多10款产品的完整设计方案及产品样品（同一系列产品在报价相同的情况下颜色样式不同则视为一款产品）。方案须包含产品设计图、效果图、外包装设计、详细的设计说明及功能、结构、材质、规格、工艺说明（材质需使用环保材料，需符合国家规定的环保标准）。由评委对每一品类的设计方案内容及产品样品进行综合打分，本项最高得分为35分。</p> <p><b>【需提供产品方案及产品样品】</b></p>	
3	产品规范性（10分）	<p>竞投人需在产品方案中标注产品采用的执行标准（适用国家、行业、地方或企业标准，当执行标准冲突时适用最高标准）质保方案。评委结合就产品采用的执行标准及质保方案进行综合打分，本项最高得分为10分。如经评委认定出现以下情况，该项得分为0分，并取消该品类衍生品方案中选资格：1. 产品应符合国家强制标准而未符合的；2. 产品未提供相关执行标准；3. 其他不符合相关法律法规规定并会导致产品无法上市销售的情况。4. 产品无质量保障方案。</p> <p><b>【需提供产品方案】</b></p>	

4	价格合理性 (25 分)	<p>1、如若竞投单位所提供的产品在限价产品采购清单范围内，则以清单内产品品类最高限价作为基准分；</p> <p>2、如若竞投单位所提供产品报价=基准分，得 0 分。</p> <p>3、竞投单位所提供产品报价在基准分的基础上，每低于基准分 1%，得 1 分。报价精确到小数点后 2 位。</p> <p>4、产品品类最高限价清单详见第四章二、工作内容与要求 (4)。</p> <p>5、如若竞投单位所提供的产品不在限价产品采购清单范围内，则产品报价需对标同类型文创产品品类零售价的五折，由评委对其进行价格合理性分析。</p> <p>6、竞投人需对所设计的产品进行合理报价并提交建议零售价。涉及到成本限价的产品报价需在要求范围内。</p> <p>7、本项最高得分 25 分。</p> <p><b>【需提供产品报价，详见附件 4】</b></p>	
5	产品宣传能力 (20 分)	<p>1. 产品文案撰写能力：竞投人需提供产品名称、产品设计内涵等相关宣传内容 (10 分)；</p> <p>2. 产品图拍摄及海报设计能力：竞投人可通过拍摄产品宣传图或短视频全方位展示产品 (10 分)</p> <p><b>【需提供具体产品宣传方案】</b></p>	
合计			

注：

1. 第三章评选办法 5 评审办法适用于第一轮评选。

2. 本项目按照竞投人提供的产品品类逐一进行综合评分，产品主体形象设计、材质、规格、功能、报价、质量标准相同则视为同一品类（仅部分元素及颜色变化可视同一品类，最终以征集人认定为准），所提交产品数量至多 10 款（同一系列产品在报价相同的情况下颜色样式不同则视为一款产品）。

3. 根据中国国际进口博览会相关元素及使用规范（详见附件 5）形成的规划设计方案，未经征集人和中国国际进口博览局同意不得用作参与本次谈判外的其他用途。

## 六、评选结果

评选委员会应在评选工作结束后，按评选办法规定依照竞投人得分从高到低进行排序，并由征集人进一步确定中选候选人及最终中选单位。

## 第四章 项目介绍

### 一、项目背景

#### 1、国家会展中心（上海）概况

国家会展中心（上海）总建筑面积超过 150 万平方米，包括展馆、会议中心、商业中心、办公楼和一家高端酒店，集展览、会议、活动、商业、办公、酒店等多种业态为一体，是目前世界上最大的建筑单体和会展综合体。

国家会展中心（上海）位于上海虹桥商务区核心区，与虹桥交通枢纽的直线距离仅 1.5 公里，通过地铁与虹桥高铁站、虹桥机场紧密相连。周边高速公路网络四通八达，2 小时内可到达长三角各重要城市，交通十分便利。

**展览场馆：**国家会展中心（上海）可展览面积共计近 60 万平方米，其中室内展厅总面积近 50 万平方米，北广场室外展场 10 万平方米，货车可直达各个室内展厅。

**会议中心：**国家会议中心（上海）是中国国际进口博览会开幕式、虹桥国际经济论坛举办地，包括 78 个大中小型会议室共 5.6 万平方米会议面积组成的国际化现代会议设施“群落”。

各功能分区示意如下图所示，其中 A1、B1、C1、D1、F1、F2、F3 为展厅部分；A0、B0、C0 为办公楼；D0 为酒店；E1 和 E2 为配套商业中心；G 为南广场地下室部分（含人防区域）。

#### 2、中国国际进口博览会概况

作为世界上第一个以进口为主题的国家级展会，进口博览会由商务部和上海市人民政府主办，中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）承办，已连续四届成功举办。国家主席习近平连续四年在中国国际进口博览会开幕式发表主旨演讲，表示经过 4 年发展，进博会让展品变商品、让展商变投资商，交流创意和理念，联通中国和世界，成为国际采购、投资促进、人文交流、开放合作的四大平台，成为全球共享的国际公共产品。

中国政府诚挚欢迎各国政要、工商界人士，以及参展商、专业采购商参展参会，拓展中国市场。我们愿同世界各国和国际组织一道，努力把中国国际进口博览会打造成国际一流的博览会，为各国开展贸易、加强合作开辟新渠道，促进世界经济和贸易共同繁荣。

第五届中国国际进口博览会定于 2022 年 11 月 5-10 日在国家会展中心(上海)举办。

展区总面积超过 36 万平方米，博览会包括国家贸易投资综合展、企业商业展、虹桥国际经济论坛、非遗暨老字号及文化公益演出展演活动等。本届中国国际进口博览会企业商业展将在规模和题材等方面持续优化，共设置服务贸易、汽车、技术装备、消费品、医疗器械及医药保健、食品及农产品等展区。

## 二、工作内容及要求

### 1、规划产品开发方案

竞投单位应结合中国国际进口博览会相关元素及使用规范（详见附件 5）以及竞投单位自身具有完全知识产权的元素规划设计第五届中国国际进口博览会产品开发方案，方案内容包括但不限于以下内容：

#### （1）品类规划

品类规划：竞投单位应结合市场情况，充分发挥自身优势进行产品品类规划。产品品类包括但不限于小饰品（徽章、冰箱贴、钥匙扣等）、商务办公类、商务礼赠类、差旅出行类、包袋类等其他。产品主体形象设计、材质、规格、功能、报价、质量标准相同则视为同一品类（仅部分元素及颜色变化可视同一品类，最终以征集人认定为准），所提交产品数量至多 10 款（同一系列产品在报价相同的情况下颜色样式不同则视为一款产品）。

#### （2）设计方案

竞投人对规划的产品品类进行设计，出具设计方案，方案包含但不限于产品设计图、示意图、包装设计、详细的设计说明及材质、尺寸、工艺说明（材质需使用环保材料，符合国家规定的环保标准）。**中国国际进口博览会相关元素及使用规范详见附件 5，所有进博会相关设计元素及基于上述元素产生的设计方案未经国家会展中心（上海）和中国国际进口博览局同意不得用作参与本次谈判外的其他用途。**

竞投人应保证具有所提交的设计方案中相关元素（包括但不限于产品中所包含的文字、图形、颜色、搭配、构图等）的完全知识产权（征集人提供的进博会元素除外），保证使用上述知识产权用于此次竞投不会侵犯第三方权益并给造成征集人任何损失。同时同意如若设计方案及基于设计方案的产品最终被征集人采用，设计方案及最终产品的一切包括但不限于著作权、商标权、专利权、商品化权等知识产权或权益排他性的归中国国际

进口博览局单方享有，竞投人不享有上述权益。同时竞投人应积极配合中国国际进口博览局对知识产权进行申请和保护。

产品设计元素方面，建议采用进博会五周年、中共二十大、总书记金句（如：不忘初心牢记使命，新时代追梦人，时代造就英雄、伟大来自平凡）、一带一路、长三角建设、潮流语句（如：平安喜乐、招财进宝、万物可爱、社会主义接班人、生活明朗、诸事皆宜、长安宁 多喜乐、桃花朵朵、面朝大海 春暖花开、Sometimes ever-相聚有时）等。进博会元素使用方面，应突出设计感，弱化“中国国际进口博览会”字样和标准进宝形象，可采用“CIIE”、“中国”、“新时代，共享未来”等艺术化表现形式，进宝造型可局部出现、丰富形象（如增加衣帽）、轮廓等，四叶草建筑可使用轮廓；或将展会全程等在产品内部、包装等地方低调显示。

产品展现形式及包装方面，除符合要求的单品外，建议同一设计可出多款产品（单品+组合）形成同一系列，同时在包装上可分为简装、礼盒装（可增配相关产品）；部分产品可支持少量定制服务（如：定制企业 logo、字母、姓名等）；产品及包装应便于携带、寄递及长期存放。

产品文案及宣传方面，建议遵循“传统元素、现代表现、文案加持”，可融入古诗词、传统故事、一带一路、进博会“窗口”作用、长三角一体化战略等，如山海经、神话传说、地标性建筑，增加产品内涵、讲好中国故事。

### （3）产品执行标准

竞投人应在方案注明每一品类产品相应采用的执行标准（适用中国大陆地区规定的国家、行业、地方或企业标准，当执行标准冲突时适用最高标准），详见附件 4。

### （4）产品报价及建议零售价

竞投人根据设计方案，分阶段上报采购成本报价（成本包含但不限于设计成本、打样成本、制作成本、包装成本、运输成本、产品产生的申报费用，除上述采购成本外，服务商不得再就后期产品订购向征集人主张其他任何费用）。成本报价应按照订购量为：起订量（服务商根据产品情况确定）-999、1000-4999、5000-9999、10000 及以上四个数量区间分别报价，详见附件 4。最低起订量的产品报价限价详见下表：

品类	产品介绍（非产品名）	材质	普通零售装 （塑料包装 /盒装等筒	高档礼盒装 （含高档礼盒、防 尘袋及配套手提袋
----	------------	----	-------------------------	-------------------------------

			装等形式)	等)
			报价限价	报价限价
小饰品 (徽章、冰箱贴、钥匙扣等)	进博会会徽徽章(25mm)	红铜	17	/
	创意徽章(单个)	梓合金	19	/
	礼盒徽章(4个组合)	梓合金	50	129
	徽章盲盒(单个)	梓合金	20	/
	手办盲盒(单个)	PVC软胶	35	/
	钥匙扣	PVC软胶	20	/
	冰箱贴(单个)	PVC软胶	20	/
	冰箱贴(4个组合)	梓合金	45	/
商务办公类	商务笔记本	道林纸	53	72
	马克杯(单个)	陶瓷	37	50
	保温杯	不锈钢	60	/
	鼠标垫	合成树脂	8	/
	靠垫/抱枕	棉麻 PP棉	50	/
商务礼赠类	茶具套装	陶瓷	/	386
	丝巾(90*90)	真丝	120	145
	领带	真丝/桑蚕丝	52	168
	首饰(胸针、手链、项链等)	贝母	100	199
	礼盒(多品类组合)	不限	/	199
	围巾	棉	/	87
布袋类	帆布袋	帆布	18	/
	杜邦纸袋	杜邦纸	26	/

	抽绳袋	PU	11	/
	镭射袋	PU	23	/
	双肩包（媒体包）	舞龙阳 离子	180	/
	礼品手提袋（不同规格）	白牛皮	3	/
毛绒玩具类	毛绒公仔（高 20cm）	毛绒布	65	70
	毛绒胸针	聚酯纤维	30	/
其他	其他创意产品，包括： 其他品类或其他材质的 上述产品，由竞投单位 自行提出。（如：工作 牌卡套、桌面万年历、 香薰、午睡枕、午睡毯、 卡包、护照包、充电宝、 工艺品摆件、瓷器、卷 轴、琉璃制品、木雕等）	不限	不限	不限

#### （5）生产周期

竞投人应在竞投报价单中注明每一品类产品的效果图及生产周期。并严格按照该周期进行供货工作（详见附件4）。

上述产品方案规划过程中产生的费用均由竞投人自行承担。

## 2、开展产品打样、生产及交货工作

竞投人须承担相应产品的打样、生产、运输工作并承担相应的费用，在保证产品符合设计要求和品质的情况下、按时、按量交货，并做好产品的质量保障工作，保证征集人在未来产品采购及销售工作中免于因产品本身的质量、包装等受到任何第三方索赔、起诉、追索以及承担任何损失。

**竞投人应保证具有国家、地区法律法规规定的设计、生产所提出相应产品的必要资质。如经查实无相关资质，征集人可取消竞投人竞投资格（如中选后可取消中选资格）并拒绝与竞投人签订合同且不承担相关法律责任。给征集人造成损失的，还应赔偿损失。**

样品提交时间及地点：2022年5月30日（上午9:30-11:00，下午13:30-16:30）；  
上海市诸光路1988号A栋办公楼624会议室。竞投人需根据第六章附件7、样品提交注  
意事项提交产品样品（包括产品标签贴、产品价格牌和产品信息卡），同时需在上述规  
定的时间及地点进行递交。

## 第五章 合同主要条款

### 2022 年国展文创馆文创产品开发协议

甲方：\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_

住所地：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_ 电子邮件：\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_

住所地：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_ 电子邮件：\_\_\_\_\_

鉴于：\_\_\_\_\_

1、甲方系国家会展中心文创馆运营方及第五届中国国际进口博览会（以下简称“第五届进博会”）承办单位，为更好宣传、推广第五届进博会，在取得相关标识、形象及商品名称等权利主体充分授权的基础上，拟设计、开发一套第五届进博会系列文创产品。

2、经前期竞争性谈判遴选，乙方成功中选本项目服务商，负责在授权范围内使用相关标识、形象及商品名称等用于设计、生产第五届进博会文创产品。乙方承诺，所提交的竞标文件内容真实、有效并对其中所载内容的合法性承担全部责任。

3、中国国际进口博览局系“中国国际进口博览会”及其商标、吉祥物形象、宣传口号等权利主体，享有对上述产品、形象的所有权及知识产权等，甲方在取得中国国际进口博览局授权同意的基础上将本协议约定范围内的权利转授权给乙方用于开发相关文创产品，双方均应尊重并保护中国国际进口博览会所享有的相关权利。

现双方根据《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国

产品质量法》等相关法律法规的规定，在平等自愿的基础上，达成本协议内容，以资共守。

### **第一条 授权标的**

- 1、乙方被授权使用的标的详见合同附件 1。
- 2、乙方应在本协议约定期间和范围内，以约定方式对授权标的进行使用。
- 3、未经甲方书面同意，乙方不得对授权标的进行任意修改、变更。在经甲方书面同意后，乙方可进行与授权标的直接相关的再设计、再创作，该作品的包括但不限于著作权、商标权、专利权、商品化权等知识产权或权益排他的归中国国际进口博览局享有。

### **第二条 授权权限、范围、期间**

- 1、授权权限：甲方授权乙方使用授权标的设计、生产本协议约定的文创产品。乙方无权将授权标的用于他处（无论是否以营利为目的），无权将其所享有的权利转授权。
- 2、甲方授权乙方在中国大陆地区范围设计、生产本协议约定的第五届进博会文创产品。
- 3、授权期间为壹年，自 年 月 日起至 年 月 日止。
- 4、乙方应遵守甲方及中国国际进口博览局关于授权标的相关管理规定及要求。
- 5、双方承诺相互配合采取合理措施努力控制盗版、仿冒、不正当竞争等侵权现象，并积极开展打击盗版、仿冒、不正当竞争等活动。

### **第三条 授权类型**

本协议约定授权类型为：普通授权许可。即除乙方外，甲方有权授权许可第三方在本协议约定的期间和范围内，以约定的形式将授权标的用于授权商品的设计、生产。

### **第四条 授权文创产品**

- 1、授权文创产品是指由乙方使用授权标的进行设计、生产的具体物品或形象（含外包装及附件）。具体文创产品种类、形象、材质、规格、执行标准等相关产品信息详见合同附件 2：产品说明（其中所列执行标准为参考标准，且应符合相关法律法规要求，当各项标准冲突时以最严格的标准为准）。未经甲方书面同意，乙方不得对已经设计完成的文创产品种类、形象、材质、质量标准进行修改、增减。
- 2、乙方应保证具有上述授权文创产品完全的知识产权，同时认可，上述授权文创产品所产生的一切包括但不限于著作权、商标权、专利权、商品化权等知识产权或权益排他性的

归中国国际进口博览局单方享有，乙方不享有上述权益。同时乙方应积极配合甲方及中国国际进口博览局对知识产权进行申请和保护。

3、除本协议约定文创产品及经甲方同意后乙方新规划的其他形象、文创产品外，乙方不得另行使用现有的素材(包括但不限于甲方授权乙方使用的标的及现有文创产品中所包含的文字、图形、颜色、搭配、构图等)用于设计、生产、展示其他文创产品或形象(无论是否基于营利性目的)。对于由乙方设计、制造且在本协议签订前已在公开市场进行销售的产品(如有，详见附件:已公开销售产品清单)中所体现的形象、元素，乙方可继续在该产品范围内进行生产销售且不视为乙方侵权。

### **第五条 文创产品供应模式**

- 1、本协议签订后，乙方按照甲方订单(详见合同附件3)向甲方供应授权文创产品。
- 2、乙方在供应文创产品前，须向甲方提供文创产品样品，经甲方认可后乙方按照样品的质量标准向甲方供应文创产品。
- 3、未经甲方书面同意，乙方不得在订单或甲方要求之外另行生产、制作全部或部分文创产品，无论是否用于销售。
- 4、甲方有权在本协议产品范围内自主确定是否订购文创产品及订购文创产品的种类及数量。甲方未在本协议有效期内订购文创产品的，不视为甲方违约。

### **第六条 文创产品供应费用**

- 1、本协议文创产品供应费用详见合同附件2:产品说明。
- 2、上述收费标准包括但不限于设计成本、打样成本、制作成本、包装成本、运输成本、税款、乙方利润、市场风险因素等一切必要费用。除上述费用外，乙方不得就本协议的履行再行向甲方主张其他任何费用。
- 3、乙方须在甲方付款前向甲方提供以下付款材料:乙方开具的以甲方为付款人的等额增值税专用发票(税率为13%，如乙方为小规模纳税人可适用3%税率)、经甲乙双方确定的订单、经甲方确认的交接单、乙方提供的请款申请(标明请款金额、对应订单号及相关货物信息)。如乙方未能提供上述材料，甲方有权拒绝付款且无须承担任何责任。
- 4、甲方于订单要求的文创产品全部到货、经甲方最终验收合格并收到乙方提供的付款资料起30个工作日内向乙方支付当批货款。

## **第七条 文创产品规划**

除本协议约定文创产品种类外，乙方须运用自身专业优势及对消费市场的判断，对文创产品的设计、生产进行规划，不断更新、升级现有文创产品内容，提出新的生产、设计方案，丰富文创产品种类，以供甲方参考决策。

## **第八条 质量保证**

1、乙方向甲方提供的文创产品应当符合下列标准：

（1）文创产品外包装需如实标明下列信息：商品名称、商品尺寸（单位：MM 或 CM）、规格参数、商品材质、警示图标、生产厂家、生产地址、执行标准（适用国家、行业、地方或企业标准，当执行标准冲突时适用最高标准）、产品条形码/追溯号等国家或上海市地方相关法律法规要求需要表明的内容。其中，产品条形码/追溯号由乙方负责向有关部门申请并承担相关费用。如需在外包装标示甲方信息，须将甲方标为授权方。

（2）乙方提供的文创产品应符合合同附件 2：产品说明中的描述，且不得低于甲方确认样品的质量标准。

（3）文创产品应符合《中华人民共和国产品质量法》、《消费者权益保护法》等相关规定。

（4）文创产品应具有检验合格证明，并可提供由符合资质的检验检测机构出具的质量检测报告。

2、乙方保证向甲方提供的文创产品为未经使用的全新文创产品，且不存在其他任何权利瑕疵（包括但不限于知识产权、所有权、各类债权等）并保证甲方免于因文创产品本身的质量、包装等受到任何第三方索赔、起诉、追索以及承担任何损失。

## **第九条 文创产品交付及所有权转移**

1、文创产品的运输包装要求：由乙方按照适运标准包装，费用由乙方承担。

2、交付时间及交货方式：乙方按照订单要求的时间、地点、接收人向甲方完成交付，运输方式由乙方自行选择，但应保证运输的适宜性并按期完成交付。

3、乙方在交付文创产品时，应当同时交付文创产品合格证、质保卡（如有）等附随资料及单证，否则甲方有权拒收。

4、文创产品所有权及毁损灭失风险自该批次文创产品完成交付并通过甲方最终验收时起转移至甲方。

## **第十条 文创产品验收**

1、本条所称验收包括初步验收和最终验收。

2、于交接地点，甲乙双方在交付后 10 日之内对文创产品进行初步验收。初步验收合格，双方签署交接单（详见附件 4：交接单）。对于初步验收发现的不符合约定的文创产品，甲方可当场提出，也可在初步验收后 30 日内提出，并由乙方自甲方提出后 10 日内按照本协议第十一条约定处理。

3、初步验收合格后，甲方拥有 30 天的质量异议期。在此期间内，甲方若发现文创产品存在质量问题，可向乙方提出质量异议并要求乙方于 10 日内按照本协议第十一条约定处理，并在经甲方确认解决质量异议问题之日起重新计算 30 天质量异议期，异议期满后，甲方未发现质量瑕疵的，视为最终验收合格。

4、甲方验收合格的，不免除乙方继续对文创产品质量承担责任，如发现质量瑕疵或产品不符合相关法律法规规定，乙方须及时进行更换并承担因此所产生的一切责任。

## **第十一条 不良品处理**

1、甲方在验收、存储、销售、使用或客户购买后发现文创产品存在质量问题或其他瑕疵的，乙方须在接到甲方通知时起 24 小时内进行响应并指派专人在 48 小时内提出应对措施。

2、乙方交付的文创产品不符合本协议约定的质量标准的，应当承担质量违约责任。即：低于约定标准的，甲方有权要求乙方限期更换符合约定的文创产品，并要求乙方按照不符合标准的文创产品总金额的 10 %标准支付违约金，同时，乙方须赔偿因此给甲方造成的损失；或者，甲方选择接受不合格文创产品，可要求进行折价，该部分不合格文创产品按照其总金额的 50 %计算，并赔偿因此给甲方造成的损失。

3、对于甲方要求更换的文创产品，乙方须在接到甲方通知后 5 天内安排运输搬离甲方区域（因此所产生的一切费用由乙方承担）并负责更换为符合协议约定标准的文创产品（更换时间不应超过该产品交货周期，具体以该批次产品订单交货周期为衡量标准），否则，乙方须按日向甲方支付违约金，计算标准为 1000 元/日。乙方未按本条约定期限搬离不

合格文创产品超过 30 天的，视为乙方放弃所有文创产品及相关配套物料的所有权，甲方有权任意处分，因此所产生的所有收益由甲方所有。

4、乙方对于文创产品是否存在质量瑕疵存有异议的，可委托经甲方认可的第三方鉴定机构对文创产品进行鉴定，鉴定费用由乙方承担。鉴定行为须经甲方许可后在甲方场所内完成，鉴定期间，被鉴定样品交由甲方进行封存直至鉴定结论作出之日。封存期间，仓储费由乙方承担，计算标准为 1000 元/日。

5、乙方应对在甲方及甲方客户发生的不良品进行调查、分析、改进、追踪及保存相应记录并按照甲方要求提供给甲方。

## **第十二条 履约保证金**

1、乙方应于本协议签署后 15 日内向甲方支付

保证金人民币 30,000.00 元，甲方收到该保证金后向乙方开具相应收据。

2、本条款约定履约保证金作为乙方充分履约保证，保证范围包括乙方本协议下的全部责任和义务，包括但不限于文创产品设计、生产，文创产品质保、违约责任、不良品处理责任、保密义务、知识产权责任等。在本协议期限内，乙方应承担赔偿责任的，甲方有权在优先履约保证金中扣除，不足部分乙方予以赔偿；在甲方扣除乙方的履约保证金后 10 日内，乙方应补足履约保证金。

3、本协议期限届满后 15 日内，甲方扣除相应费用（如有）后无息将剩余保证金退还至乙方。

## **第十三条 售后服务**

乙方对文创产品出现的质量及使用问题予以免费维修。对于甲方提出的质量及使用问题，乙方应当在 24 小时内予以响应并提供上门服务，否则，甲方有权另行聘请其他机构或个人进行维修，费用由乙方承担。因此造成甲方损失的，由乙方予以赔偿。

## **第十四条 违约责任**

1、乙方未能按照订单规定的时间、地点交付文创产品的，应承担逾期交付的违约责任。即：每逾期一天，按照当批次文创产品总金额的 1 %/天的标准向甲方支付违约金。逾期超过 10 天以上的，甲方有权解除本协议，乙方除按照上述标准支付违约金外，还须赔偿

因此给甲方造成的一切损失。

2、乙方违反本协议第一至五条及第十六条、十七条约定的，甲方有权要求乙方进行整改，包括但不限于采取一切必要措施停止侵权、消除影响、赔偿因此给甲方造成的一切损失，同时，甲方有权视情况选择是否解除本协议，甲方选择解除本协议的，乙方须按照已订购文创产品总金额的 30 %标准向甲方支付违约金，且乙方因违约行为所产生的所有收益均归甲方所有。

3、乙方存在其他违反本协议约定情形的，乙方须按照甲方要求进行整改，同时，甲方有权要求乙方按照已订购文创产品总金额的 10 %标准向甲方支付违约金并赔偿因此给甲方造成的一切损失。乙方拒绝整改的，甲方有权单方解除本协议并要求乙方按照本条第 2 款约定承担违约责任。

4、经甲方或甲方委托的第三方机构认定乙方不具备相关法律法规规定设计生产本协议约定文创产品以及履行本协议的必要资质时，甲方有权单方解除本协议并要求乙方按照本条第 2 款约定承担违约责任，并赔偿因其违约行为给甲方造成的一切损失。

5、本合同其他条款中对于其他违约情形另有约定的，执行该约定，与本条第 1-4 款重合的，按照较重的违约责任执行；不重合的，可累加适用。本合同约定违约金为惩罚性违约金，不设上限，且不影响乙方另行赔偿因其违约行为给甲方造成的一切损失。

## **第十五条 不可抗力**

1、因不可抗力原因导致本协议全部或部分不能履行的，甲乙双方均可免责。但受不可抗力影响的一方应当立即向对方告知不可抗力的发生及可能的影响，并采取有效措施防止损失扩大。否则，就扩大的损失不得主张免责。

2、受不可抗力影响的一方应当在不可抗力发生以后 20 天之内向对方提供不可抗力详情和损失情况报告及相关证明。

3、如不可抗力影响持续超过 30 日，致使其中一方无法继续履行合同义务，则任何一方当事人均有权书面通知其他方解除本协议。

## **第十六条 保密义务**

1、乙方应当对本协议的内容、以及在本协议洽谈、签署及履行期间获得的或收到的甲方的商务、财务、技术、产品的信息、用户资料、货源情况、产销策略、图纸或其他标明保

密的文件或信息的内容（简称“保密资料”）保守秘密，未经甲方书面同意，乙方不得向本协议以外的任何第三方披露或擅自使用。

2、乙方违反保密约定的，应承担停止侵权、全力减少损失，因此所产生的一切责任及不利后果由乙方承担。

3、本条款为独立条款，不受协议整体或其他条款的效力的影响，始终有效。

### **第十七条 知识产权**

1、乙方所设计、生产的文创产品（包括未来新规划的文创产品）及其包装中所包含所有素材（包括但不限于文字、图形、颜色、搭配、构图等）及整体的知识产权均归中国国际进口博览局独家所有并使用，乙方不得以任何目的、任何理由侵犯。

2、对于乙方所设计、生产的文创产品（包括未来新规划的文创产品）及包装中所包含所有素材（包括但不限于文字、图形、严格、搭配、构图等），无论该素材原始权利人是否为乙方或由乙方在先使用，乙方均不得再以任何理由或目的使用上述素材（除经甲方书面同意以外）或授权给第三方进行使用。

3、本合同终止或提前解除后 10 日内，乙方应将其所持有包括但不限于甲方向乙方提供的及乙方自行设计、生产的素材、资料等向甲方交付，无法交付的，应予销毁。

4、乙方如违反上述约定的，因此所产生的一切责任及不利后果由乙方承担。

5、对于乙方因违反知识产权约定所须承担的责任，甲方有权在取得中国国际进口博览局授权的情况下向乙方主张相应权利。

6、如文创产品中含有甲方单独享有知识产权的元素（如甲方商标、logo 等），甲方亦有权单独就该部分主张相应权利。

7、本条款为独立条款，不受协议整体或其他条款的效力的影响，始终有效。

### **第十八条 通知与送达**

1、甲乙双方确认各自的合法有效送达地址及联系方式如下：

甲 方：\_\_\_\_\_；

送达地址：\_\_\_\_\_；

收 件 人：\_\_\_\_\_；

联系方式：\_\_\_\_\_；

乙 方：\_\_\_\_\_；

送达地址：\_\_\_\_\_；

收 件 人：\_\_\_\_\_；

联系方式：\_\_\_\_\_；

2、一方当事人变更名称、地址、联系人或通信终端的，应当在变更后 3 日内及时书面通知对方当事人，对方当事人实际收到变更通知前的送达仍为有效送达，电子送达与书面送达具有同等法律效力。

3、一方向另一方送达文件，以被送达方的签收日期作为送达日期。通过快递方式送达的，以快递签收日期为送达日期，被送达方拒收或无法送达的，自交邮后第 30 日视为已经送达。通过电子文件送达的，自前述电子文件内容在发送方正确填写地址且未被系统退回的情况下，自文件进入对方数据电文接收系统即视为送达，若送达日为非工作日，则在下一工作日视为已经送达。

4、本条款为独立条款，不受协议整体或其他条款的效力的影响，始终有效。

### **第十九条 争议解决**

1、因本协议所产生之争议，双方可协商解决，协商不成的，任何一方均可向甲方住所地享有管辖权的人民法院起诉解决。

2、本协议第十八条约定的送达地址及联系方式同时作为在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）向合同任何一方当事人的上述地址送达的，视为有效送达。

### **第二十条 承诺及不弃权**

1、甲乙双方确认在本协议签署之前已经就本协议所有条款及内容进行充分的沟通说明，并已履行完毕各自内部审批/授权程序，确定本协议条款是双方的真实意思表示且有能力和全面履行协议约定的各项义务，否则应承担相应的违约责任。

2、一方基于法律规定或本合同约定而享有的权利，权利方可以行使，也可以部分行使。一方未行使或未全部行使权利的，不构成对该权利的放弃。

## 第二十一条 效力及其他

- 1、本协议自甲乙双方签字盖章之日起成立并生效。
- 2、本协议签署后，将替代此前双方关于本协议项下内容的所有口头或书面的意见或文件。双方若有未尽事项，可签署书面补充协议，存在多份补充协议或文件且相互冲突的，以签署日期较晚者为准。
- 3、本合同一式 5 份，甲方持 3 份，乙方持 2 份，各份具有同等法律效力。

## 第二十二条 合同附件

- 1、本协议包括以下 4 个附件，是本协议的组成部分。

附件 1. 授权书

附件 2. 产品说明

附件 3. 第五届进口博览会文创产品供应订单（模板）；

附件 4. 第五届进口博览会文创产品交接单（模板）；

- 2、甲方谈判文件及乙方竞投文件作为本协议附件与本协议具有同等法律效力，乙方须予遵守，遇上述文件与本协议约定不一致的，按照更有利于甲方的约定执行。

（以下签署页，无正文）

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）： 法定代表人或授权代表（签字）：

20 年 月 日

20 年 月 日

## 合同附件 1:

### 授权书

根据国家会展中心（上海）有限责任公司和\_\_\_\_\_签订的《2022 年国展文创馆文创产品开发协议》，兹授权\_\_\_\_\_使用中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）有限公司享有知识产权的相关元素用于中国国际进口博览会文创产品的设计及生产相关工作。被授权人须严格按照《2022 年国展文创馆文创产品开发协议》的约定使用，不得用于其他用途。

#### 授权内容:

1. 中国国际进口博览会标志;
2. 中国国际进口博览会吉祥物 “进宝” 形象;
3. 虹桥国际经济论坛相关字样
4. “进宝” 微信表情包相关元素

（以上元素具体内容参见附图）。

附图：

1、中国国际进口博览会标志；（下图为中国国际进口博览会视觉识别系统（简称为VI系统）截图，具体内容及使用规范参考VI系统）



10.7x





2. 中国国际进口博览会吉祥物 “进宝” 形象;



主形象A ( 欢迎 )



主形象B ( 赞 )



祝福B



呐、花花



欢呼



祝福A



请进



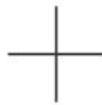
奔跑

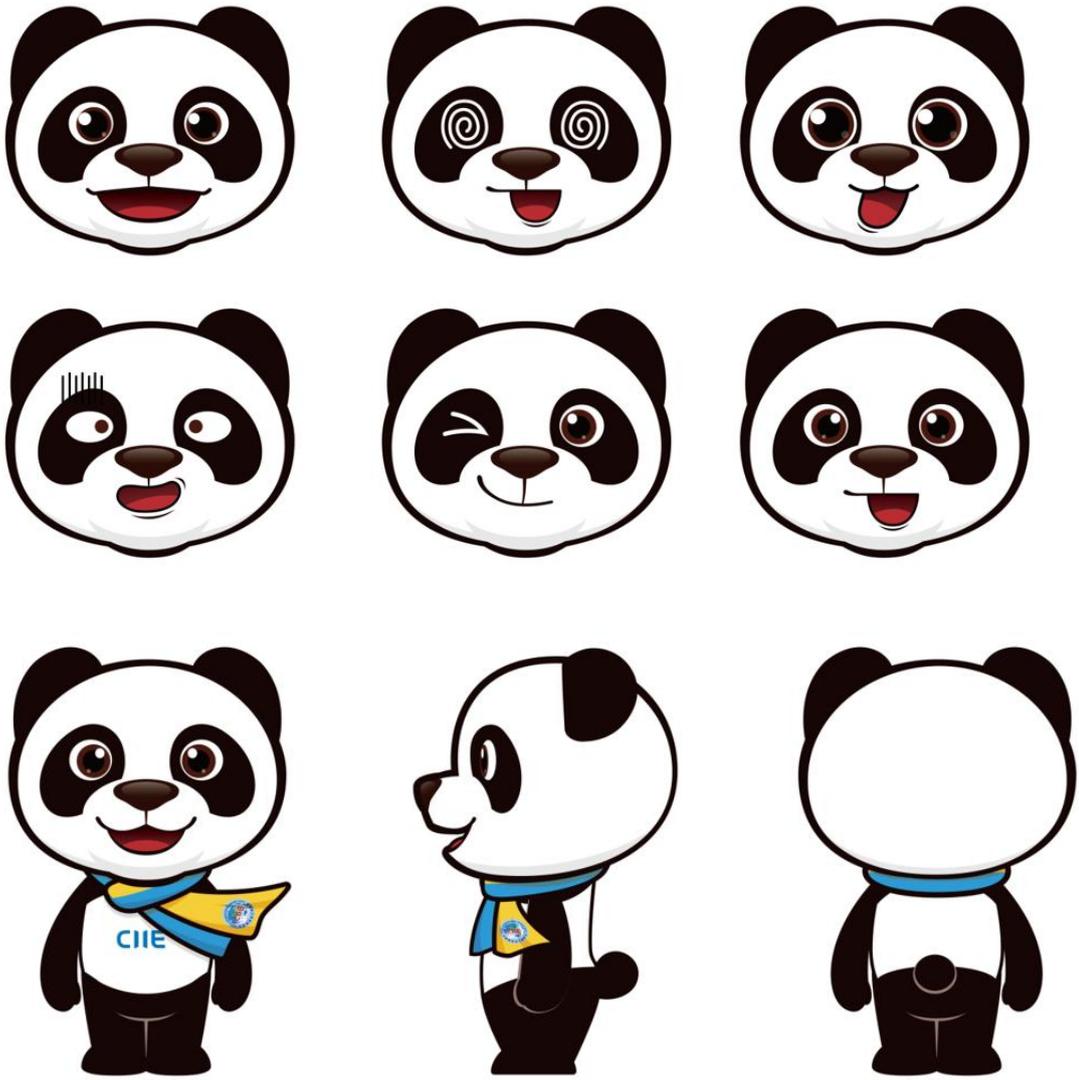


讲解



前进





正视图

侧视图

后视图

### 3、虹桥国际经济论坛字样

中文：思源黑体 Bold+

英文：Arial Bold+

+

# 虹桥国际经济论坛开幕式

THE HONGQIAO INTERNATIONAL ECONOMIC FORUM OPENING CEREMONY

# 虹桥国际经济论坛

HONGQIAO INTERNATIONAL ECONOMIC FORUM

### 4、“进宝”微信表情包相关元素



熊猫进宝

添加

中国国际进口博览会的吉祥物为中国的“国宝”大熊猫，吉祥物取名为“进宝”，既有“进口博览会之宝”的涵义，也是“进博”的谐音，还暗含着“招财进宝”的吉祥寓意。



熊猫进宝第二弹 动画

发表情

中国国际进口博览会的可爱熊猫“进宝”又来啦，一起动起来！



Copyright © 中国国际进口博览会

服务声明 侵权投诉



Copyright © CIIE

服务声明 侵权投诉

## 合同附件 2：产品说明

产品说明						
产品名称：			服务商（公章）：			
制造工艺	功能及创意说明	执行标准 (须符合相关法律发法规 规定，当标准冲突以相关法 律法规规定为准)	规格尺寸 (含外包装尺寸)	主体材质 (包含包装材质)	供货价格	
					单次采购数量	对应价格
产品示意图 1			产品示意图 2			
<p>说明：</p> <p>1.本产品说明经服务商盖章后生效。</p> <p>2.本产品说明为主合同附件，与主合同具有同等法律效力。</p> <p>3.本产品说明可通过电子邮箱、传真等方式进行传送，传真件、复印件与原件具有同等法律效力。</p>						

### 合同附件 3：订单模板

<b>2022 年国展文创馆文创产品供 应订单</b>				采购订单号				
				订单时间				
				合同编号				
采购方（需方）				服务商（供方）				
地 址				地 址				
联系人		传真		联系人		传真		
电 话				电 话				
电子邮箱				电子邮箱				
送货地址								
收货联系人								
序号	货物名称	货物批次	单位	数量	单价	总价	交货日期	备注
合 计：	人民币                      元（大写    圆整）							
特别说明：	1.本订单经供需双方盖章后即发生法律效力。采购方（需方）应为主合同甲方或其具体业务部门；服务商（供方）应为合同乙方。							
	2.本订单为主合同附件，与主合同具有同等法律效力。							
	3.本订单可通过电子邮箱、传真等方式进行传送，传真件、复印件与原件具有同等法律效力。该采购订单号具有唯一性，订单号相同视为同一张采购订单。							
采购方（需方）				服务商（供方）				

盖 章:		盖 章:	
日 期:		日 期:	

## 合同附件 4：交接单模板

<b>2022 年国展文创馆文创产品交接单</b>					交接单号：			
					对应采购订			
					单编号：			
送货地址：								
序号	货物名称	货物批次	单位	数量	单价	总价	交货日期	备注
合计：	人民币           （大写：    ）							
特别说明：	<p>1.本交接单经接收方收货人签字或接收方盖章后生效。</p> <p>2.本交接可通过电子邮箱、传真等方式进行传送，传真件、复印件与原件具有同等法律效力。该交接单号具有唯一性，交接单号相同视为同一张交接单。</p>							
交货方：								
交货方交货人签字/交货方盖章：								
接收方：								
接收方收货人签字/接收方盖章：								

## 第六章 竞投格式

### 附件 1、竞投公函格式

#### 竞 投 公 函

致：国家会展中心（上海）有限责任公司

根据已收到的贵方的国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目谈判文件，正式授权下述签字人\_\_\_\_\_代表我方\_\_\_\_\_全权处理竞投有关事宜。

据此函，签字人正式宣布以下事项：

一、 我方经研究上述谈判文件的竞投须知、委托管理内容和要求、技术条款、图纸资料及其他文件后，编制了相应的竞投文件，本竞投公函及竞投报价表是我方竞投文件的组成部分，均经过审核签署有效。

二、 我们已详细审核并接受全部谈判文件条款（含附件）。

三、 我方同意所递交的竞投文件在上述谈判文件中规定的竞投有效期内有效，在此期间我方的竞投文件有可能中选，我方将受本竞投公函的约束。

四、 除非另外达成协议并生效，贵方的中选通知书和本竞投文件将构成约束我们双方的合同。一旦我方中选，我方将根据上述谈判文件的相关规定，签订合同并提交履约保证金，严格履行合同的职责和义务。

五、 我理解并接受贵方将不一定依照现场打分排名确定中选人，也不必接受任何竞投文件的约束，同时也不承担竞投单位在竞投过程中发生的一切费用。

六、 我理解并接受征集人有权拒绝竞投人中选，征集人无义务向竞投人进行任何有关评选的解释。

竞投单位（盖章）：

统一社会信用代码：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

单位地址：

邮政编码：

联系电话：

传真号码:

## 附件 2、竞投承诺书

### 竞 投 承 诺 书

国家会展中心（上海）有限责任公司：

关于国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目的竞投，我公司承诺无条件做到以下条款：

- 一、 一旦中选，接受征集人对于服务价格和业务提出的要求。
- 二、 不提供有违真实材料。
- 三、 不与征集人或其他竞投人串通竞投，损害国家利益、社会利益或他人的合法权益。
- 四、 不向征集人或评选委员会成员行贿，以谋取中选。
- 五、 不以他人名义竞投或者其他方式弄虚作假，骗取中选。
- 六、 不进行缺乏事实根据或者法律依据的投诉。
- 七、 不在竞投中哄抬价格或恶意压价。
- 八、 不违反相关法律法规，项目负责人应当由合格人员担任，并实行严格的岗位负责制。
- 九、 本公司若违反本竞投承诺，愿承担相应的法律责任。
- 十、 我方理解并接受征集人有权选择和拒绝竞投人中选。征集人无义务向竞投人进行任何有关评审的解释。
- 十一、 若竞投人被发现存在任何隐瞒有关情况、提供虚假材料等行为，征集人有权视不同阶段否决竞投人竞投文件、取消竞投人中选资格、拒绝与竞投人签署相关合同或解除已与竞投人签署的相关合同等。
- 十二、 其他承诺：
  1. 我司承诺中国国际进口博览会相关元素及使用规范（详见附件 5）未经征集人和中国国际进口博览局同意不得用作参与本次谈判外的其他用途。
  2. 我司承诺按照要求完成该项目相关工作（详见第四章：二、工作内容及要求），并保证具有完成相关工作所必须的资质（资质根据产品情况应符合国家、地方相关法律法规规定）。

竞投单位（盖章）：

法定代表人（签字或盖章）：

年 月 日

### 附件 3、法定代表人授权委托书格式

#### 法 定 代 表 人 授 权 委 托 书

本人作为\_\_\_\_\_的法定代表人，在此授权我公司的\_\_\_\_\_其  
身份证号码：\_\_\_\_\_，作为我的合法的授权代表，以我的名义并代表  
我公司全权处理国展文创馆文创产品设计与开发项目竞投的各项事宜。

本授权书期限自年月日起至年月日止。

在此授权范围和期限内，被授权人所实施的行为具有法律效力，授权人  
予以认可。

授权代表无权转让委托权，特此委托。

在此粘贴身份证复印件

授权代表：\_\_\_\_\_性别：\_\_\_\_\_ 年龄：\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

竞投人：\_\_\_\_\_（单位盖章）

法定代表人：\_\_\_\_\_（签字或盖章）

授权委托日期： 年 月 日

## 附件 4、竞投报价单

另附 Excel 报价单模板。以下为内容示意：

### 竞投报价单

在认真阅读国展文创馆文创产品设计与开发服务商入围项目谈判文件的基础上，我方承诺按谈判文件所述条件参与该项的报价，并做出以下商务报价：

服务收费方式：按实结算制

序号	产品类目	采购数量	单价报价 (精确到 小数点后 两位)	建议零 售价	最短生 产 周期	产品执 行标准	材质(含产 品主体材质 及包装材 质)	规格(含产 品主体规 格及包装 规格)	产品 效果图
1	产品品类 一 名称:	起订量-999	元						
		1000-4999	元						
		5000-9999	元						
		10000及以上	元						
2	产品品类 二 名称:	起订量-999	元						
		1000-4999	元						
		5000-9999	元						
		10000及以上	元						

备注：1. 可根据所提供产品数量自行增加相关类目。

2. 如有相关优惠措施，请说明。

3. 起订量可根据产品特点自行确定。

4. 单价报价须做到随采购数量上涨而价格下降

竞投日期：        年        月        日

竞投单位盖章：

备注：

1. 竞投人报价应完全响应该谈判文件第四章项目介绍内所提及的工作内容及要求并以附件 4 竞投报价单为准。

2. 产品执行标准：竞投人应在方案注明每一品类产品相应采用的执行标准（适用中国大陆地区规定的国家、行业、地方或企业标准，当执行标准冲突时适用最高标准）。

3. 竞投人需根据设计方案，分别上报采购成本报价（成本包含但不限于设计成本、打样成本、制作成本、包装成本、运输成本、产品产生的申报费用，除上述采购成本外，竞投人不得再就后期产品订购向征集人主张其他任何费用）。成本报价应按照订购量为：起订量-999、1000-4999、5000-9999、10000 及以上四个数量区间分别报价。

4. 生产周期：竞投人应在竞投报价单中注明每一品类产品的效果图、及生产周期。并严格按照该周期进行供货工作。

**样品提交时间及地点：2022 年 5 月 30 日（上午 9:30-11:00，下午 13:30-16:30）；上海市诸光路 1988 号 A 栋办公楼 624 会议室。**竞投人需根据第六章附件 7、样品提交注意事项提交产品样品（包括产品标签贴、产品价格牌和产品信息卡）。

产品方案规划过程中产生的费用均由竞投人自行承担。

## 附件 5、中国国际进口博览会相关元素及使用规范

详见电子文件。

注：

中国国际进口博览会相关元素及使用规范（详见附件 5）未经征集人和中国国际进口博览局同意不得用作参与本次谈判外的其他用途。

## 附件 6、产品效果展示

详见电子文件模板。

注：竞投人须依照征集人提供的电子文件模板格式提供所有产品类目（详见附件 4、竞投报价单）的详细信息。

## 附件 7、样品提交注意事项

### 样品提交注意事项

#### 一、产品打样要求

竞投人须按照所提交纸质版竞投文件中所示产品（包含包装）的设计、尺寸、材质说明及相关标准进行打样。

#### 二、样品提交时间及地点

1、样品提交时间：2022 年 5 月 30 日（上午 9: 30-11: 00, 下午 13: 30-16: 30）。

（请竞投人在规定时间提交样品，逾期拒不接收。）

2、样品提交地点：上海市诸光路 1988 号 A 栋办公楼 624 会议室。

三、竞投人在提交产品样品时须一并提供产品标签贴、产品价格牌、产品信息卡（详见如下）：

1、产品标签贴（须贴于样品包装背面）

编号	产品名称	公司名称

2、产品价格牌（建议尺寸 6cm\*8cm，如信息过多，可适当调整；放于样品包装内。）

编号	产品名称	公司名称	数量	单价报价
			起订量-999	元
			1000-4999	元
			5000-9999	元
			10000及以上	元

3、产品信息卡（建议尺寸 6cm\*8cm，如信息过多，可适当调整；放于样品包装内）

编号	产品名称	公司名称	执行标准	材质	规格

#### 四、备注：

1、产品编号和产品名称须按照竞投人所提交的**纸质版竞投文件中**顺序进行填写；

2、产品标签贴、产品价格牌、产品信息卡内容须与竞投人竞投报价单相应内容保持一致。