



武汉市东西湖区

政府采购项目

计划备案号：420112-2025-03336

# 需求公示材料

项目名称： 临空港文化中心 2026 年度宣传策划活动项目

项目编号： HJZB-ZCFW-2025-135

采购人： 武汉市东西湖区文化和旅游局

代理机构： 武汉恒骥项目管理咨询有限公司

采购日期： 2025 年 11 月

## 第一部分 投标人资格要求

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定，即：

- (1) 具有独立承担民事责任的能力；
- (2) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- (3) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- (4) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- (5) 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；
- (6) 法律、行政法规规定的其他条件。

2.单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加本项目同一合同项下的政府采购活动。

3.为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的，不得再参加本项目的其他招标采购活动。

4.未被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体，未被列入政府采购严重违法失信行为记录名单。

5.落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目为非专门面向中小企业预留份额采购，符合条件的投标人均可参加。

6.本项目的特定资格要求：/

## 第二部分 项目采购需求

**特别说明：**本章标“★”号的条款为实质性条款要求，任意一项不响应的将作为无效投标处理。

### 一、项目概况

#### （一）★采购标的

临空港文化中心 2026 年度宣传策划活动。

#### （二）★项目预算

本项目预算金额为人民币 475 万元，最高限价为 471 万元。

#### （三）为落实政府采购政策需满足的要求：

促进小微型企业发展政策：详见第二章投标人须知 7.2 款要求。本项目采购标的所属行业为其他未列明行业，投标人应对照《中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）的标准，准确划分并确定企业类型。投标人对其提供的证明材料（《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或监狱企业证明）的内容真实性负责。评标时按材料中声明的企业类型进行评审，若材料中小微型企业的的数据等内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

### 二、项目主要商务要求

#### （一）★服务期

自合同签订之日起一年。

#### （二）服务地点

武汉市东西湖区

#### （三）★付款方式：

1. 经采购人验收合格后，支付合同总金额的 100%；（具体付款时间以财政资金拨付情况为准）

2. 采购人向中标人支付相应费用前中标人需向采购人提供付款申请及证明符合付款条件的相关资料和相应金额的合法增值税发票。

**(四) 报价要求**

1. ★投标报价超过最高限价为无效投标。

2. 供应商在报价时应充分考虑报价风险, 投标报价必须是完成本项目包内一切相关工作的相关费用, 包含但不限于人工费、所投产品费用、安装调试费、运输、管理、售后、税金等费用。对在合同实施过程中可能发生的其他费用(如: 增加耗材、材料涨价、人工等因素), 采购人将不予支付。供应商应对报价的准确性负责, 任何漏报、错报等均是供应商的风险。

**三、项目主要技术要求****(一) 临空港文化中心 2026 年度系列活动**

序号	活动分类	活动项目	活动时间	活动需求
1	全年重大活动	赏花季系列活动	2月-3月	<p>1. 活动策划要求: 活动策划坚持“一主题一议”的原则, 深入挖掘节日或活动主题背后的文化内涵, 要求活动主题有吸引力, 活动形式创新有亮点, 活动执行落地性强, 达到为临空港文化中心引流的效果。</p> <p>2. 活动形式要求: (1) 赏花季期间, 针对临空港文化中心整体进行赏花氛围包装, 并开展簪花 DIY、汉服游园等相关赏花活动。(活动不限于以上形式, 可进行调整优化) (2) 在元宵节期间, 针对临空港文化中心整体进行元宵氛围包装, 并于元宵节当天开展民俗文化展演、非遗手作、灯展等元宵相关主题活动。(活动不限于以上形式, 可进行调整优化) (3) 同步做好活动宣传推广工作, 扩大临空港文化中心知名度。</p> <p>3. 活动执行要求: 活动单位需具备丰富的活动策划经验、创新的设计能力及高效的执行团队, 确保活动安全、有序、精彩。</p>
2		五一系列活动	4月-5月	<p>1. 活动策划要求: 活动策划坚持“一主题一议”的原则, 深入挖掘节日或活动主题背后的文化内涵, 要求活动主题有吸引力, 活动形式创新有亮点, 活动执行落地性强, 达到为临空港文化中心引流的效果。</p> <p>2. 活动形式要求: (1) 结合临空港文化中心建筑特点, 在场馆内外设置剧本杀或游戏互动等形式活动, 并利用文化馆户外舞台开展五一系列主题表演活动, 带动五一期间市民来访文化中心参与活动的积极性。(活动不限于以上形式, 可进行调整优化)</p>

				<p>(2) 利用文化馆户外舞台举办大学生歌咏比赛。</p> <p>(3) 依托中国旅游日，举办相关文旅主题活动。</p> <p>(4) 现场进行整体活动氛围营造及搭建布置，并做好活动宣传推广工作，扩大临空港文化中心知名度。</p> <p>3. 活动执行要求： 活动单位需具备丰富的活动策划经验、创新的设计能力及高效的执行团队，确保活动安全、有序、精彩。</p>
3		中秋国庆系列活动	9月-10月	<p>1. 活动策划要求： 活动策划坚持“一主题一议”的原则，深入挖掘节日或活动主题背后的文化内涵，要求活动主题有吸引力，活动形式创新有亮点，活动执行落地性强，达到为临空港文化中心引流的效果。</p> <p>2. 活动形式要求： (1) 中秋节期间在临空港文化中心合适场地举办主题晚会、汉服游园或互动游戏等与中秋主题相关的活动。（活动不限于以上形式，可进行调整优化） (2) 十一期间在临空港文化中心合适场地开展集国潮、艺术、互动于一体的沉浸式国潮盛宴。活动可融合国潮 IP 巡游、主题活动展演、科学秀等形式。（活动不限于以上形式，可进行调整优化） (3) 结合中国工农红军长征胜利 90 周年宣传工作，在文化中心举办专场音乐会和美术展。 (4) 现场进行整体活动氛围营造及搭建布置，并做好活动宣传推广工作，扩大临空港文化中心知名度。</p> <p>3. 活动执行要求： 活动单位需具备丰富的活动策划经验、创新的设计能力及高效的执行团队，确保活动安全、有序、精彩。</p>
4	文化馆活动	文化宣传月系列活动	5月	开展群众文化主题文艺作品制作发布、主场展演展示、名家讲座活动等，以此向公众全面、集中展示新时代的东西湖区文化场馆，吸引更多人走进文化馆，感受全民美育的活力与魅力。
5		暑期“临空艺境”周末舞台	6月-9月	暑期不少于 8 场户外舞台演出活动的组织策划及实施。内容形式不限于音乐会、曲艺说唱等。
6	博物馆活动	非遗活动	1月-12月	全年围绕博物馆日、非遗日及“行走的博物馆”开展相关主题活动。
7	文旅科活动	文旅融合活动	1月-12月	围绕呈现东西湖文旅亮点，培育和推东西湖特色文创，进一步提升区域旅游辨识度与市场影响力，开展相关活动。
8		旅游市场数据监测推广	1月-12月	节假日全区旅游市场数据采集分析升级，覆盖全域市场动态与游客行为洞察，以科学数据赋能决策制定，精准定位目标市场，提质增效推进市场推广。
9		文旅手绘地图（升级版）绘	1月-12月	整合东西湖区特色景区景点资源，绘制文旅地图。

		制		
--	--	---	--	--

**(二) 临空港文化中心 2026 年美术陈列包装**

序号	美陈名称	美陈区域	时间	美陈需求
1	旅游标识标牌制作	全区范围	1月-12月	针对全区文旅景点，开展标识标牌设计、制作及安装一体化服务，核心用于旅游指引优化、标识系统升级、公共旅游设施提质、景观环境美化，同时增设游客休息区，全面提升旅游体验与景点品质。

**(三) 临空港文化中心 2026 年度宣传推广**

序号	推广项目	推广时间	推广需求
1	微信公众号推广	1月-12月	<p>招标要求：</p> <p>1. 从东西湖区域内的吃、喝、玩、乐、行等几个维度，通过武汉临空港文化中心微信公众号平台全方位进行文化和旅游的宣传推广策划，编写微信公众号年度推广方案。要求推广方案新颖有创意，提升东西湖文旅影响力。</p> <p>2. 公众号菜单栏搭建及维护： 根据项目宣传诉求，定制化菜单栏展示功能及内容填充。</p> <p>3. 每月 4 篇原创推文（以下推文形式可根据实际调整）： ①每月 1 篇 SVG 长图设计稿：根据内容原创，创意稿件，含选题+文案+设计+动态互动+编辑发布； ②每月 1 篇排版设计稿：根据内容原创，创意稿件，含选题+文案+编辑发布； ③每月 2 篇长图设计稿：根据内容原创，创意稿件，含选题+文案+设计+编辑发布。</p> <p>4. 每月 4-6 篇常规推文： 根据企业日常新闻编辑和发布信息公告，创意稿件文字优化、编辑排版、推文转发、视频推送等，每月不少于 4 篇；</p> <p>5. 推广要求：保底每月 0.8 万+阅读量，1000 粉丝增量。</p>
2	抖音推广	1月-12月	<p>招标要求：</p> <p>1. 从东西湖区域内的吃、喝、玩、乐、行等几个维度，通过东西湖文旅抖音号平台全方位进行文化和旅游的宣传推广策划，编写抖音年度推广方案。要求推广方案新颖有创意，提升东西湖文旅知名度。</p> <p>2. 视频数量要求：每月 12 个推广视频，全年不少于 144 个推广视频。</p> <p>3. 推广要求：要求半年度视频总曝光量不低于 100 万；半年度点赞量不低于 0.75 万。</p>

**四、服务人员要求**

本项目提供不少于 10 人的服务团队，其中负责人具有 5 年及以上活动组织、宣传从业经历。

## 五、项目验收（考核）标准

（一）投标人提供的相关服务必须符合国家或地方相关的法律、法规、规范和条例等；

（二）采购人根据招标文件、中标人的投标文件、合同及中华人民共和国有关标准进行考评验收；

（三）中标人提供的服务未达到招标文件规定要求，且对采购人造成损失的，由中标人承担一切责任，并赔偿所造成的损失。

## 六、商务技术要求对照表

项目	分项	相关说明	内容
商务部分	类似业绩		按评分标准提供证明材料
技术部分	项目理解分析	评分标准中的评审内容是采购需求的反映，投标人在编制投标文件应按要求提供，否则会影响得分。	按评分标准进行编制
	系列活动运营服务方案		按评分标准进行编制
	美术陈列运营服务方案		按评分标准进行编制
	宣传推广运营服务方案		按评分标准进行编制
	服务质量保障方案		按评分标准进行编制
	人员配备方案		按评分标准进行编制
	舆情控制及应急措施		按评分标准进行编制
	特色服务及售后方案		按评分标准进行编制

## 第三部分 资格审查与评标办法

根据《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》《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第 87 号）等有关法律、法规和规章的规定，确定以下资格审查与评标办法。

### 一、资格审查

采购人或采购代理机构依据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明材料进行审查，以确定投标人是否具备投标资格，具体审查因素详见《资格审查表》（附表 1）。

### 二、评标方法

本次评标采用综合评分法，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。

### 三、评标步骤

#### （一）符合性审查

评标委员会依据招标文件的规定，审查投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求，具体审查因素详见《符合性审查表》（附表 2）。

#### （二）澄清有关问题（如有）

评标委员会对投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，以书面形式（应当由评标委员会专家签字）要求投标人做出必要的澄清、说明或者纠正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，由其授权的代表签字，并不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人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。

#### （三）投标报价修正（如有）

投标文件报价出现前后不一致的，除招标文件另有规定外，按照下列规定修正：

1. 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）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。修正后的报价经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

#### （四）评价与计分

1. 评标委员会成员按招标文件中规定的评标办法和标准，独立对符合性审查合格的投标文件进行评价，并按《评分标准表》（附表 3）给各投标文件打分，商务、技术、价格三部分的总分为投标人的评定分数。

#### 2. 计分办法

（1）各投标人的最终得分为各评委所评定分数的算术平均值。

（2）最终评分结果按四舍五入方法精确到小数点后两位。

#### （五）推荐中标候选人

中标候选人数量详见《投标人须知前附表》。

#### （六）编写评标报告

评标委员会根据全体评标成员签字的原始评标记录和评标结果编写评标报告。

### 四、附表

附表 1：资格审查表

序号	审查项目	需提供的资料	审查结果
1	《中华人民共和国具有独立承担民事责任的能力	1. 投标人为企业的，提供有效的营业执照复印件； 2. 投标人为事业单位的，提供有效的事业单位法人证书复印件； 3. 投标人为社会团体的，提供有效的社会团体法人登记证书复印件； 4. 投标人为合伙企业、个体工商户的，提供有效的营业执照复印件；	

政府 采购 法 》 第 二 十 二 条 的 规 定		5. 投标人为非企业专业服务机构的, 提供有效的执业许可证等证明材料复印件; 6. 投标人为自然人的, 提供有效的自然人身份证件复印件 (仅限中国公民); 7. 其他投标人应按照有关法律法规和规章规定, 提供有效的相应具体证照复印件。	
	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“资格条件承诺函”的格式根据自身实际情况进行承诺满足本条要求。	
	有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“资格条件承诺函”的格式根据自身实际情况进行承诺满足本条要求。	
	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“资格条件承诺函”的格式根据自身实际情况进行承诺满足本条要求。	
	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	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“资格条件承诺函”的格式根据自身实际情况进行承诺满足本条要求。	
	法律、行政法规规定的其他条件	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“资格条件承诺函”的格式根据自身实际情况进行承诺满足本条要求。	
2	单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人, 没有同时参加本项目的政府采购活动。	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“无政府采购回避事项和重大违法记录的书面声明”的格式进行声明。	
3	未为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的。	投标人按照招标文件第六章《响应文件格式》中“无政府采购回避事项和重大违法记录的书面声明”的格式进行声明。	
4	未被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体, 未被列入政府采购严重违法失信行为记录名单。	投标人无需提供证明材料, 由资格审查小组在开标后查询 (以当日查询结果为准并存档)。查询网站: “信用中国”网站 (www.creditchina.gov.cn)、 “中国政府采购”网站 (www.ccgp.gov.cn)	
5	落实政府采购政策需满足的资格要求: 本项目属于非专门面向中小企业预留份额的采购, 符合资格要求的潜在投标人均可参加投标。	/	
6	本项目的特定资格要求: /	/	

**特别说明:**

(1) 投标人所提供材料的要求详见投标人须知前附表。

(2) 对于投标文件中有任意一条不满足上表要求的将导致其投标无效, 不进入下一项评审。

附表 2：符合性审查表

序号	审查项目	对应投标文件内容
1	投标文件按招标文件要求签署、盖章。	-
2	投标报价未超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价。	开标一览表
3	投标文件未附有采购人不能接受的附加条件。	-
4	投标有效期符合招标文件要求。	投标函
5	投标文件相关条款符合招标文件中商务、技术实质性条款（“★”号条款）要求。	
5.1	★采购标的	开标一览表
5.2	★项目预算	开标一览表
5.3	★服务期	开标一览表
5.4	★付款方式	开标一览表
5.5	★报价要求	开标一览表
6	按招标文件要求提交《湖北省政府采购投标人信用承诺书》。	湖北省政府采购供应商信用承诺书
7	投标文件无招标文件规定的其他无效投标条款。	-
8	不存在围标、串标行为。	-
9	不存在法律、法规规定的其他无效情形。	-
审查结论		

说明：

- (1) 评标委员会分别对每一投标文件依据上表进行审查。
- (2) 评标委员会决定投标的响应性只根据投标文件本身的真实无误的内容，而不依据外部的证据，但投标文件有不真实不正确的内容时除外。
- (3) 满足要求的条款打“√”，否则为“×”。
- (4) 对于投标文件中有任何一条不满足要求将导致其投标无效，不能进入评标。

附表 3：评分标准表

评标项目	评标分项	评标分项及分值	分值
商务部分 (15 分)	类似业绩	投标人 2022 年 11 月以来（以合同签订时间为准）承接过类似服务业绩的，每提供一个有效业绩得 3 分，该项满分为 15 分。 证明材料：提供项目合同（至少应包含首页、签章页、项目服务内容）。上述证明材料为清晰影印本，并加盖投标人公章。未提供相关证明材料或所提供的资料内容难以辨认的或评审专家无法凭所提供材料判断是否得分的情况，一律不得分。同一业主单位多次委托的同一项目只计分一次。	15
技术部分	项目理解分	<b>一、评审内容：</b>	6

(70分)	析	<p>1. 项目实施的条件与环境分析；（3分）</p> <p>2. 项目重点、难点的初步对策。（3分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述2项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得3分，满足2项的得2分，满足1项的得1分，其他情况不得分。满分为6分。</p>	
	系列活动运营服务方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 重大系列活动运营，包括赏花季、五一、中秋国庆等；（5分）</p> <p>2. 文化馆活动运营，包括文化宣传、暑期舞台演出等；（5分）</p> <p>3. 博物馆活动运营，包括非遗活动等；（5分）</p> <p>4. 文旅科活动运营，包括文旅融合、旅游市场数据监测推广、文旅地图绘制等。（5分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述4项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得5分，满足2项的得3分，满足1项的得1分，其他情况不得分。满分为20分。</p>	20
	美术陈列运营服务方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 旅游指引优化美陈；（2分）</p> <p>2. 标识标牌美陈；（2分）</p> <p>3. 公共旅游设施美陈；（2分）</p> <p>4. 景观环境美陈。（2分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述4项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得2分，满足2项的得1分，满足1项的得0.5分，其他情况不得分。满分为8分。</p>	8
	宣传推广运营服务方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 微信公众号推广；（5分）</p> <p>2. 抖音推广；（5分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述2项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得5分，满足2项的得3分，满足1项的得1分，其他情况不得分。满分为10分。</p>	10
	服务质量保障方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 针对本项目质量管理体系的管理方案；（2分）</p> <p>2. 质量考核标准；（2分）</p> <p>3. 服务质量保证措施；（2分）</p>	8

		<p>4. 服务质量的承诺及处罚措施。（2分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述4项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得2分，满足2项的得1分，满足1项的得0.5分，其他情况不得分。满分为8分。</p>	
	人员配备方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 人员配备方案（人员数量、工作职责、工作安排）；（3分）</p> <p>2. 人员工作质量考核方案。（3分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述2项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得3分，满足2项的得2分，满足1项的得1分，其他情况不得分。满分为6分。</p>	6
	舆情控制及应急措施	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 可能出现的突发情况分析；（2分）</p> <p>2. 应急体系及制度措施；（2分）</p> <p>3. 应对突发事件的技术方案；（2分）</p> <p>4. 应对突发事件的响应时间承诺。（2分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述4项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得2分，满足2项的得1分，满足1项的得0.5分，其他情况不得分。满分为8分。</p>	8
	特色服务及售后方案	<p><b>一、评审内容：</b></p> <p>1. 增值特色服务方案；（2分）</p> <p>2. 售后服务方案及相关处罚措施。（2分）</p> <p><b>二、评审标准：</b></p> <p>1. 完整性：方案内容完整；</p> <p>2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求；</p> <p>3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。</p> <p><b>三、给分标准：</b></p> <p>对上述2项评审内容进行打分，每项评审内容完全满足3项评审标准的得2分，满足2项的得1分，满足1项的得0.5分，其他情况不得分。满分为4分。</p>	4
价格部分 (15分)	<p>价格分统一采用低价优先法计算，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。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) × 15% × 100 分。</p>		15
总 分			100