

临空港文化中心 2026 年度宣传策划活动 项目

采购需求及实施计划

项目名称：临空港文化中心 2026 年度宣传策划活动项目

编制单位：武汉市东西湖区文化和旅游局

编制时间：2025 年 11 月

采购需求和采购实施计划

一、项目基本情况

1.1 项目名称：临空港文化中心 2026 年度宣传策划活动项目

1.2 预算金额（或最高限价）：预算金额 471 万元，最高限价 471 万元。

1.3 采购项目的功能或者目标：按要求完成临空港文化中心新一年度的宣传策划活动。

1.4 预算绩效目标：按照采购人委托的服务要求提供宣传策划服务。

二、需求调查情况

本项目不属于依法必须开展需求调查的项目。

三、公开征求意见情况

本项目不属于必须公开征求意见的项目。根据管理部门要求开展公开征求意见，公开征求意见时间拟定于 2025 年 11 月。

四、采购需求

4.1 采购标的汇总表：

包号	标的序号	标的名称	品目分类编码	计量单位	数量	是否进口	是否创新产品	绿色发展	预留
1	1	临空港文化中心2026年度宣传策划活动项目	C06039900 其他文化艺术服务	项	1	否	否	否	否，非专门面向中小企业预留份额

4.2 技术要求和商务要求

4.2.1 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 471 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, 若材料中小微企业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。

4.2.2 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, 包括但不限于人工费、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。

4.2.3 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		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	全年重大活动	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） （2）利用文化馆户外舞台举办大学生歌咏比赛。 （3）依托中国旅游日，举办相关文旅主题活动。 （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：</p>

				<p>(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)</p> <p>(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)</p> <p>(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。</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>
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“临空港艺境”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, 培育和推广东西湖特色文创, 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)绘制	1月-12月	整合东西湖区特色景区景点资源, 绘制文旅地图。

(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>

4.3 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。

4.4 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。

五、采购实施计划

5.1 合同订立安排

5.1.1 采购项目预（概）算：471 万元，最高限价：471 万元。

5.1.2 开展采购活动的时间安排：已于 2025 年 10 月采购意向公开，拟定于 2025 年 11 月正式进行公开招标。

5.1.3 落实政府采购政策功能情况：

1. 根据《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300 号）的规定，本项目采购标的对应的所属行业为**其他未列明行业**。

2. 本项目属于非专门面向中小企业预留份额的采购项目，投标人按要求提供中小企业声明函，或监狱企业证明，或《残疾人福利性单位声明函》后，根据《市财政局 市公共资源交易监督管理局关于贯彻落实稳住经济一揽子政策加大政府采购对中小企业支持力度有关工作的通知》（武财采[2022] 493 号），享受的价格评审优惠政策如下：

（1）符合以下情形之一的小微企业，对其报价给予 20%的扣除，用扣除后的价格参与评审：残疾人企业或监狱企业；纳入创新产品应用示范推荐目录内的企业；政府采购项目的品目属于政府优先采购《节能产品政府采购品目清单》《环境标志产品政府采购品目》范围内，获得相关证书的企业。

（2）其他符合规定的小微企业，对其报价给予 10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。

5.1.4 采购组织形式和委托代理安排：

1. 本项目采购组织形式为分散采购

选择理由：根据《湖北省政府集中采购目录及标准(2025 年版)》，本项目不属于集中采购目录内容，拟采用分散采购形式组织实施。

2. 委托代理安排

根据采购人相关内控制度，本项目委托社会采购代理机构组织采购。

5.1.5 采购包划分与合同分包：

5.1.5.1 本项目按照有利于采购项目实施的原则划分为 1 个项目包。

5.1.5.2 合同分包规定：不允许分包。

5.1.5.3 分包内容要求：/。

5.1.6 投标人资格条件：

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、重大税收违法案件当事人名单，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的采购项目，符合条件的投标人均可参加。

6. 本项目的特定资格要求：/

5.1.7 采购方式：公开招标

选择采购方式的理由：根据《湖北省政府集中采购目录及标准(2025年版)》，政府采购货物或服务项目，省级单项或批量采购达到400万元以上、市县级200万元以上的应当采用公开招标方式，本项目拟采用公开招标组织采购。

5.1.8 竞争范围：公开竞争

选择竞争范围的理由：本项目不属于有限范围内竞争或者只能从唯一投标人处采购的情形，故选择以公开（发布公告）方式邀请投标人。

公告发布媒体：湖北省政府采购网、武汉市东西湖区政府采购电子交易系统

5.1.9 评审规则：综合评分法

选择综合评分法的理由：本项目无法仅评价格因素进行判断，需要通过价格、技术服务水平、履约能力、人员投入情况等方面进行综合评审。

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	<p>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。</p> <p>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。</p>	15
技术部分 (70分)	项目理解分析	<p>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 项目实施的条件与环境分析；（3分） 2. 项目重点、难点的初步对策。（3分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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
	系列活动运营服务方案	<p>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重大系列活动运营，包括赏花季、五一、中秋国庆等；（5分） 2. 文化馆活动运营，包括文化宣传、暑期舞台演出等；（5分） 3. 博物馆活动运营，包括非遗活动等；（5分） 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>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 旅游指引优化美陈；（2分） 2. 标识标牌美陈；（2分） 3. 公共旅游设施美陈；（2分） 4. 景观环境美陈。（2分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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</p>	8

		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。	
宣传推广运营服务方案	<p>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 微信公众号推广；（5分） 2. 抖音推广；（5分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 针对本项目质量管理体系的管理方案；（2分） 2. 质量考核标准；（2分） 3. 服务质量保证措施；（2分） 4. 服务质量的承诺及处罚措施。（2分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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	
人员配备方案	<p>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人员配备方案（人员数量、工作职责、工作安排）；（3分） 2. 人员工作质量考核方案。（3分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 <p>三、给分标准：</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>一、评审内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 可能出现的突发情况分析；（2分） 2. 应急体系及制度措施；（2分） 3. 应对突发事件的技术方案；（2分） 4. 应对突发事件的响应时间承诺。（2分） <p>二、评审标准：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 	8	

		3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 三、给分标准： 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。	
	特色服务及售后方案	一、评审内容： 1. 增值特色服务方案；（2分） 2. 售后服务方案及相关处罚措施。（2分） 二、评审标准： 1. 完整性：方案内容完整； 2. 合理性：方案合理、恰当，遵循客观规律，符合法律法规要求； 3. 针对性：方案必须契合本项目实际情况。 三、给分标准： 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。	4
价格部分 (15分)	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。		15
总 分			100

5.1.10 其它：无

5.2 合同管理安排

5.2.1 合同类型：委托合同

选择合同类型的理由：本项目性质为采购人委托服务，因此选择委托合同。

5.2.2 定价方式：固定总价

选择定价方式的理由：本项目采购内容客观、明确，专业性较强，因此选择固定总价的定价方式。

5.2.3 合同文本的主要条款：详见附件。

5.2.4 履约验收方案：

1. 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；
2. 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；

3. 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。

5.2.5 风险管控措施：

1. 国家政策变化应对措施：如因国家政策变化导致项目无法实施，双方应采取友好协商的办法解决，若协商不成，任何一方均有权向武汉仲裁委员会提出仲裁申请。

2. 实施环境变化应对措施：项目开展过程中，如因特殊情况导致相关内容无法实施时，应向采购人报告后，优先寻求合适的变更方式继续实施服务。

3. 重大技术变化应对措施：如因重大技术变化导致实施内容存在安全隐患时，应聘请专业机构进行风险评估，如评估不通过，则双方应友好协商解决办法。

4. 预算项目调整应对措施：在项目准备阶段会充分做好前期调查工作，确保项目预算的合理性与准确性，如项目预算因客观原因需要进行调整，会立即组织开展需求调整工作，优先保障重点工作，确保项目重心不偏移。

5. 因质疑投诉影响采购进度应对措施：项目前期准备阶段，会严格按照实际需要拟定采购需求，确保需求的准确性与可行性，保证磋商文件合法合规，如确因质疑投诉影响采购进度，会优先与质疑方沟通了解实际情况，然后根据质疑投诉内容分析原因，力求快速达成双方均认可的处理结果。

6. 采购失败应对措施：1、采购人在签订合同时，应严格执行内部财务管理审批程序，及时发现并纠正不按采购文件确定事项签订合同的行为。2、代理机构要精心指导，加强合同管理。采购代理机构要发挥行业专业优势，精心指导采购人与中标人严格按照采购文件和投标文件的约定事项签订政府采购合同。对合同履行中存在的问题和风险，要给采购人及时指出，帮助采购人补齐短板。

7. 不按规定签订或者履行合同应对措施：行政主管部门对不按采购文件签订合同的采购人和无正当理由拒签合同的中标人依法惩处。

8. 出现损害国家利益和社会公共利益情形应对措施：项目实施全程将对中标人实施安全、质量和社会影响进行监督和把控，如项目实施过程中存在损害国家利益和社会公共利益的行为，采购人将根据合同条款进行处罚，情节严重者，直接终止合同。

5.2.6 其他：无

六、审查情况

6.1 审查意见

6.1.1 对采购需求的审查意见：详见专家咨询审核意见。

6.1.2 对采购实施计划的审查意见：详见专家咨询审核意见。

附件：

(此合同条款作为签订正式合同时的参考，最终以甲乙双方签订的合同为准。)

甲方（全称）：_____

乙方（全称）：_____

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》及其他有关法律、法规，遵循平等、自愿、公平和诚信的原则，双方就下述项目范围与相关服务事项协商一致，订立本合同，以兹共同遵守。

一、项目概况

1. 项目名称：_____

2. 项目地点：_____

3. 项目内容：_____

二、组成本合同的文件

1. 协议书；
2. 中标通知书、投标文件、招标文件、澄清、招标补充文件（或委托书）；
3. 相关服务建议书；
4. 附录，即：附表内相关服务的范围和内容；

本合同签订后，双方依法签订的补充协议也是本合同文件的组成部分。

三、合同价款

1. 合同金额（大写）：_____（¥_____）。

2. 合同总价即中标价，不受市场价变化的影响。

3. _____

4. _____

四、项目服务地点、服务期

1. 服务地点：_____

2. 服务期：_____

五、付款方式

1. 由甲方负责结算，在付款前，乙方必须开具合同金额的全额发票给甲方；

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6. 支付方式：银行转账；

供应商银行信息如下：

账户名称： _____

开户行： _____

账号： _____

六、违约责任

1. 按《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》中的相关条款执行。

2. 未按合同或招标文件要求的或者质量不能满足采购人要求的，甲方有权终止合同，甚至对乙方违约行为进行追究。乙方被追究违约责任的，还应赔偿甲方因乙方违约而造成的全部损失（直接损失以及预期利益损失等）以及甲方为维护权益而支出的所有合理费用（该费用包括但不限于差旅费、诉讼费和律师费）。

3. 乙方的投标文件为签订正式书面合同书不可分割的部分，投标响应应履行相应的责任。

4. 其他： _____

七、考核验收

1. _____

2. _____

八、合同争议的解决

1. 合同执行中发生争议的，当事人双方应协商解决，协商达不成一致时，任何一方可向采购人所在地人民法院提请诉讼。

2. _____

九、不可抗力情况下的免责约定

双方约定不可抗力情况指：双方不可预见、不可避免、不可克服的客观情况，但不包括双方的违约或疏忽。这些事件包括但不限于：战争、严重火灾、洪水、台风、地震等。发生不可抗力的一方应积极采取紧急措施避免不可抗力给双方造成的损失进一步扩

大，否则无权就扩大的损失主张免责。一方违约后发生不可抗力的，发生不可抗力的一方不得主张违约责任的免除。

十、合同订立

1. 订立时间：____年__月__日

2. 订立地点：_____

3. 本合同一式____份，双方各执____份，监管部门备案____份，具有同等法律效力。

各方签字盖章后生效，合同执行完毕自动失效。（合同的服务承诺则长期有效）。

甲方：（盖章）

法定代表人：

委托代理人：

单位地址：

电话：

日期：

乙方：（盖章）

法定代表人：

委托代理人：

单位地址：

电话：

日期：