

2025 年东莞市大气环保体验馆运营管理项目 采购需求书

第一部分 项目基本情况

一、采购人名称：东莞市环保宣传教育中心

二、采购项目名称：2025 年东莞市大气环保体验馆运营管理项目

三、预算金额：462,000.00 元

四、项目概况

东莞市大气环保体验馆是由东莞市生态环境局与东城街道联合打造的专题型环境教育基地。场馆坐落于东城休闲公园内，以“普及大气污染防治科学知识”为核心任务，以“全力推动构建生态环境治理全民行动体系”为努力方向，引领公众以实际行动助力碳达峰与碳中和目标实现。场馆于 2020 年获评“广东省环境教育基地”、2022 年获评“广东省环境教育基地建设优秀组织单位”。项目为 2025 年东莞市大气环保体验馆全年运营管理，保障场馆常态化向公众开放，延续场馆特色，组织开展线上线下环保公益活动，为公众提供生态文明宣传教育服务，提升公众生态文明意识及素养，营造良好社会氛围。

第二部分 采购需求

一、服务总体要求

根据上级要求，2025 年全年运营管理东莞市大气环保体验馆，安排 5 名专职老师驻馆运营，全年免费向公众开放 300 天以上；运维“东莞大气环保体验馆”微信公众号，常态化发布场馆资讯；延续“志愿馆长”“小小讲解员”等特色项目，全年组织开展线上线下环保公益活动 150 场次，为公众提供生态文明宣传教育服务。

二、服务具体要求

（一）场馆日常管理维护，包括场馆一二楼内外部环境、设备日常维护，水电使用、垃圾清理等。

（二）“东莞大气环保体验馆”微信公众号运维，常态化发布场馆活动资讯，做好每场环保公益活动宣传发布。

（三）策划制定全年开放工作方案，全年免费向公众开放 300 天以上（周一休馆，周二至周日开馆），延续“志愿馆长”“小小讲解员”等特色项目全年策划开展线上线下环保公益活动 150 场次，其中包括线上环境科普活动 20 场次，周末环境教育活动专场 35 场次，场馆接受团体开放预约活动 45 场次，亲子读书会 15 场次、小小讲解员活动 10 场次，志愿馆长活动 10 场次，联动社区、学校、基地开展活动 15 场次。

（四）出具年度运营管理总结报告，图文总结年度运营管理情况、整理运维成效及相关宣传报道。

三、项目管理要求

▲（一）供应商应组建专门团队负责东莞市大气环保体验馆运营管理，团队人员不少于5人。负责人要求有3年以上场馆运营管理经验，团队人员应优先选取有1年以上活动策划执行、环境教育课程设计执行等经验的工作人员。

（二）项目服务期内，供应商服务团队应制定全年开放工作方案以及活动计划，及时反馈各项工作进展，确保活动项目按时、按质完成；各项活动开展场次可根据实际情况调整±5场，场次总数不变，临时调整场次的，须双方商定，参与报价时须出具承诺书。

（三）项目服务期内，供应商应保障项目所有物料、内容不侵犯任何第三方的知识产权、肖像权、名誉权及其他合法权利，遵守相关法律法规，“东莞大气环保体验馆”微信公众号宣传报道发布做好审校工作，参与报价时须出具承诺书。

（四）采购人有权对整体项目监督、验收，采购人提出修改意见后，供应商应在规定时间内完成修改任务；如3次以上未按要求修改且未经允许擅自改变项目内容物料的，采购人有权终止合同。

（五）采购人根据项目实际有应急响应需求时，供应商服务团队须根据采购方通知的时间地点到达，参与报价时须出具承诺书。

四、供应商资质要求

（一）具有独立承担民事责任的能力：提供在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织的营业执照或事业单位法人证书或社会团体法人登记证书复印件；分支机构响应的，须取得具有法人资

格的总公司（总所）出具给分支机构的授权书，并提供总公司（总所）和分支机构的营业执照（执业许可证）复印件加盖供应商公章。已由总公司（总所）授权的，总公司（总所）取得的相关资质证书对分支机构有效，法律法规或者行业另有规定的除外。

（二）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：响应文件中提供《资格条件承诺函》，按提供的承诺函格式响应。

（三）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：响应文件中提供《资格条件承诺函》，按提供的承诺函格式响应。

（四）履行合同所必需的设备和专业技术能力：响应文件中提供《资格条件承诺函》，按提供的承诺函格式响应。

（五）参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录：响应文件中提供《资格条件承诺函》，按提供的承诺函格式响应。

五、进度要求

供应商应在2025年12月31日前，完成本项目全部工作。

六、响应报价说明

（一）本项目以总价包干的形式进行报价，报价中包括本采购项目实施内容的一切费用（包括但不限于本项目服务过程的策划执行费、物料设计制作费、日常办公耗材、场地水电费、法定税费等）以上所有费用不管是否在投标人报价书中单列，均视为投标总价中已包括该费用。

(二) 标“▲”号的为比较重要的指标，未达到这些指标要求的将被严重扣分，但不会导致废标。供应商在响应报价方案中应尽量列出具体参数或作出详细应答。如果供应商只简单注明“符合”或“满足”，将影响供应商评分。

(三) 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，有可能影响服务质量或者不能诚信履约的，应当要求其在规定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。

(四) 响应文件的递交与要求。

1. 供应商所提供的服务均应以人民币报价，货币单位：元。

2. 响应文件提交。截止时间：凡有意参与报价的合格供应商，请于 2025 年 3 月 24 日 17:30 前将有关材料报送东莞市南城街道宏伟二路南城段九号胜安大厦市生态环境局 823 室，逾期不予受理。

响应文件包括以下资料一式五份：

1. 营业执照副本或组织机构代码证副本复印件（加盖公章）；
2. 法定代表人或被授权人的身份证复印件（加盖公章）；
3. 投标人场馆运营管理能力证明材料（加盖公章）；
4. 提供《资格信用承诺函》（加盖公章）；
5. 项目开放工作方案及活动计划（加盖公章）；
6. 项目报价书（加盖公章）。

七、支付方式

自合同签订之日起，采购人凭供应商提交的完税发票支付项目费用，支付方式要求以双方协商为准。

第三部分 评分标准

采购人成立评审小组，对参与报价供应商响应文件进行评审，得分为评审小组成员评分的算术平均分，分值保留小数点后两位。

评审项目	评审因素	分值	评审标准
投标人能力 (35分)	团队项目业绩	35分	<p>①供应商自2022年1月1日至今（以合同签订日期为准），承接过政府部门委托生态环境宣教场馆设计布展或运营管理的，每提供1个合同得5分，最高得20分；</p> <p>②供应商自2022年1月1日至今（以合同签订日期为准），承接过市级生态环境宣教活动的，每提供1个合同得5分，最高得10分；</p> <p>③供应商自2022年1月1日至今（以合同签订日期为准），承接过市级以下生态环境宣教活动的，每提供1个合同得5分，最高得15分。</p> <p>以上各项业绩每项至少需有1个且累计得分最高不超过35分。（投标时须提供项目合同复印件及活动情况简介等材料并加盖供应商公章。）</p>
项目方案 (55分)	项目理解	25分	<p>根据供应商对本项目内容、安排及要求的理解程度，提出开放工作想法、制订开放工作方案等进行综合评审：</p> <p>①供应商对本项目完全理解、方案完整合理，可行性强，且完全符合采购人需求的，得25分；</p> <p>②供应商对本项目理解准确、方案完整、可行，符合需求的，得20分；</p> <p>③供应商对本项目基本理解，方案基本完整、可行性一般，基本符合需求的，得15分；</p> <p>④供应商对本项目理解较差，方案不够完整、可行性一般，不符合需求的，得5分。</p>

	可操作性	20分	<p>根据供应商提供的活动推进计划、保障措施等内容进行综合评审：</p> <p>①活动推进计划安排、保障措施详细、合理、可操作性强的，得20分；</p> <p>②活动推进计划安排、保障措施较详细，合理性、可操作性一般的，得15分；</p> <p>③活动推进计划安排、保障措施一般，合理性一般、可操作性较差的，得10分；</p> <p>④活动推进计划安排、保障措施欠缺、可操作性差的，得5分。</p>
	创意性	10分	<p>根据供应结合自身优势对活动内容、产品的呈现形式等提出的想法、建议进行综合评审：</p> <p>①开放内容呈现形式等新颖、有创意、符合采购人需求的，得10分；</p> <p>②开放内容呈现形式中规中矩、符合采购人需求的，得8分；</p> <p>③开放内容呈现形式一般、基本符合采购人需求的，得6分；</p> <p>④开放内容呈现形式老套，不符合采购人需求的，得1分。</p>
价格 (10分)	有效报价	10分	<p>报价得分 = (评标基准价/投标报价) × 价格分值 (注：满足采购需求文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，高于采购价为无效报价)</p>

附件

资格条件承诺函

致：东莞市环保宣传教育中心

对于_____项目，我方郑重承诺如下：

如中标/成交，我方承诺严格落实采购文件以下条款：(建议逐条复制采购文件相关条款原文)

(一) 星号条款

- 1.
- 2.
- 3.

.....

(二) 三角号条款

- 1.
- 2.
- 3.

.....

(三) 非星号、非三角号条款

- 1.
- 2.
- 3.

.....

特此承诺。

供应商名称（盖章）：_____

日期： 年 月 日