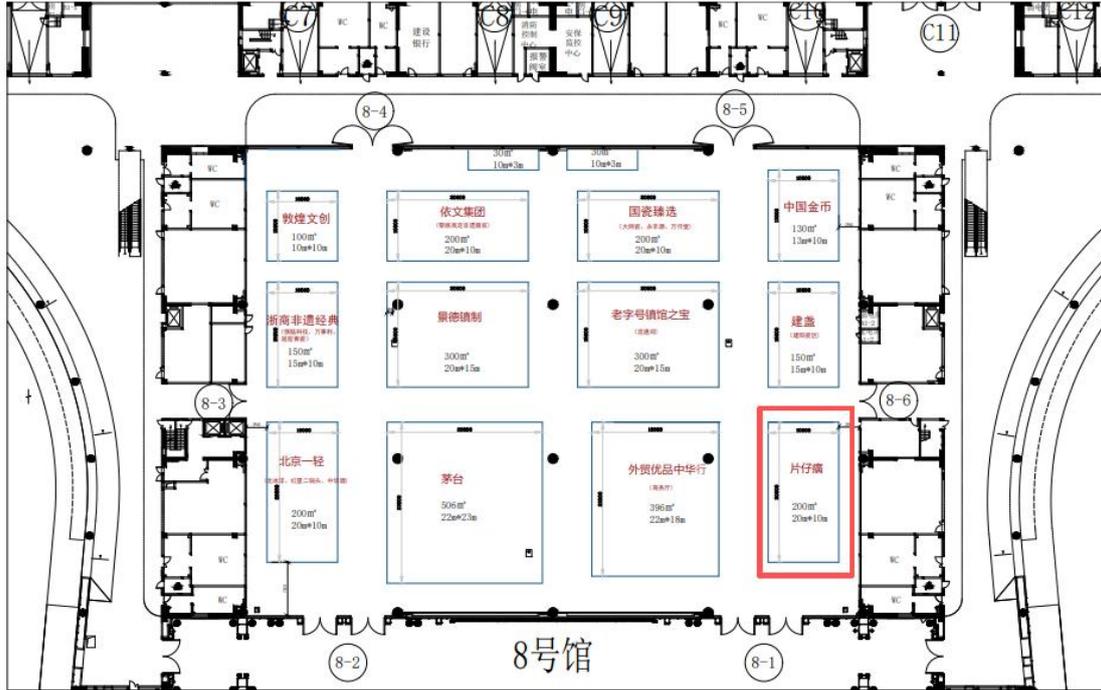


附件一：

2026 年中国国际消费品博览会展位设计主题基调方案

一、展位设计要求：

1、展馆位置：8 号馆，共 210 m²（宽 21 m × 深 10 m = 210 m²），（展位详细图片见附件一）



2、组委会搭建要求：展位限高为 6 米

3、整体风格基调关键词：

新中式风格，在保留新中式风格基础上带有科技感及年青态表达

4、展馆主要功能分区：

①展馆接待台位于主入口处，可作为活动及试饮区

②展馆内须设有一处形象打卡区及一处主电子屏，位置要突出明显，利于游客打卡及互动，打卡区结合企业 IP 形象（设计稿上先预留 IP 摆放空间，或简单示意）进行氛围设计，吸引年青群体参与打卡；

③展区分布为：新品展示区、产品展示区、泡茶区。展区中心为新品展示区，产品展示区为设计药业（占比 40%）、化妆品（占比 30%）、保健品（占比 30%）区三个部份，药业区须设有一处点触屏可作商务洽谈所用，洽谈桌椅可集中也可结合展区分开摆放，同时在展区内需设有独立会客泡茶区。

④展区四周留有参观游客通道。

区域要求：

(1) 接待区（主前台）要求光感效果佳，展馆接待台可作为活动及试饮区：

①接待台一侧为接待及互动扫码区，同时周边留有可兑换礼品空间，接待台另一侧试饮区，试饮区要求详见附件二：“海南消博会(保健食品)参展需求初步规划”第二点“茶饮品鉴区”内容。

②主前台为主要兑奖区，并在就近或在兑换区设有礼品存储空间。

(2) 展区中心为新品展示区，展示区要求至少需陈列六至七张台面长120cm的陈列台，层次分明，不遮挡产品，展区光感层次强，作为主展区要求作到设计细节精致、氛围感强。

展区除中间新品区外，另设立药业、化妆品、保健品三个产品展示区，药业展区须设有一处点触屏可作商务洽谈所用，点触屏区域无需产品陈列，区域前须预留空间，便于摆放洽谈桌椅或可容纳六至七人商务交谈所需，产品陈列区须突显，有层次，有氛围感，展区要求明亮通透，产品展示区光源及色温的调节以提升产品档次效果为目的(分区比例参见4/③要求)；

(3) 体验区：除展示区外需设有一独立体验区，主要为会客泡茶区；（其余洽谈桌椅分区参见4/③要求）

(4) 物料储藏区：展区内必须设有储藏区，包括产品展示柜，接待区内都须考虑存储功能，存储空间不少于8平方。

5、整体设计结构不要过于空旷通透同时也要适度留白，展馆设计以企业文化和产品展示互相相辅相成，有点类似文化馆形式，能够呈现品牌文化底蕴，在文化中融入产品展示。

附件三：

参选方关联企业情况声明

我公司郑重声明如下：

1、参选人名称：

2、属于同一母公司或控股公司的其他公司的情况：

母公司及控股公司 名称	控股（出 资）比例 （%）	法定代表人		联系人及电 话	公司地址
属于同一母公司或控股公司 的其他公司名称		法定代表人		联系人及电 话	公司地址
.....					

我公司郑重承诺：如未提供或未如实填写本公司的控股、管理单位情况，将被按作废理。

参选方单位：

法定代表人或授权代表签章：

参选方公章：

日期：

说明：1、若无关联企业，则在上述表格中填写“无”。

附件四：

漳州片仔癀药业股份有限公司

2026 中国国际消费品博览会片仔癀展位方案设计

承诺书

(范本参考样式，文字可自拟)

我方参选的 2026 中国国际消费品博览会片仔癀展位方案设计创意方案设计图及使用图样、字体等相关元素为我方自己原创。如后续与第三方产生侵权行为或给比选方造成损失的，我方承担一切法律责任！

如我方方案中选后，我方将免费提供_____（几次，或不限次数）方案修改服务，（至比选方满意）。

参选方单位：

法定代表人或授权代表签章：

参选方公章：

日期：

附件五：

2026 年中国国际消费品博览会片仔癀展位创意方案设计 & 制作报价比选评分表

资质及费用评分，总分 100 分：

项 目	评审内容及标准	所占 分值	得分
企业综合 实力	<p>1、注册资金、经营范围、企业组织结构、人员综合配备情况（满分 3 分）； 评判标准： a、100 万≤企业注册资金<500 万，经营范围涵盖展会设计及布展、装饰设计及工程等、企业组织架构及人员综合配备完善得 1 分； b、500 万≤企业注册资金<1000 万，经营范围涵盖展会设计及布展、装饰设计及工程等、企业组织架构及人员综合配备完善得 2 分； c、企业注册资金≥1000 万，经营范围涵盖展会设计及布展、装饰设计及工程等、企业组织架构及人员综合配备完善得 3 分。</p>	3	
	<p>2、提供公司近四年成功案例，需附合同复印件、实景相片及效果图，提供不全视为无效，图片模糊无法确认真实性视为无效（合同金额需达到 50 万以上面积 100 平方米以上）（请提供多角度实景及效果图的高清图片同时拷贝至 U 盘） （评判标准：至少提供三套成功案例，超三套每增加一套成功案例加 1 分，总分 7 分，不足三套不得分）</p>	7	
	<p>3. 对所提供案例效果评估，所参加展会规模级别较高且展位搭建极好得 7-5 分，较好得 4-2 分，一般较差 1-0（满分 7 分）</p>	7	
技术力量	<p>项目负责人：具有建筑工程技术工程师及以上资质的得 1 分，没有不得分。（总分 1 分） 现场负责人：具有结构工程师中级资格的得 1 分，室内装修设计工程师资格得 1 分，没有不得分，本项最高 1 分，两者缺一不得分。（总分 1 分） 技术团队：针对本项目会展策划师、环境设计工程师、电工证等专业人员，各专业人员至少一名，均需持证上岗，最高得 1 分，少于 3 人不得分（总分 1 分） 注：所配技术证书是指国家相关机构颁发的认证工程师证书。以上人员需提供社保部门出具的本单位为其缴纳的投标前连续三个月的养老保险证明（证明文件两个月内有效）</p>	3	
设计方案	<p>1. 设计风格：与企业文化契合度高，展位效果美观大气，色彩搭配和谐（15-11）文化契合，美观性较弱（10-6），与企业文化不匹配、效果较差（5-1）。（总分 15 分） 2. 整体声光元素及科技运用结合情况，效果好且设计新颖、恰到好处（5-3），运用一般、不得当（2-1）。（总分 5 分） 3. 展馆分区：分区合理、动向清晰（8-6），分区较弱、动向一般（5-3），分区散乱、动向模糊（2-1）。（总分 8 分） 4. 展馆细节考究：展示效果层次清晰、疏密有致、细节考究（12-9），展示效果较普通、细节较平淡（8-5），效果平淡亮点少、细节空洞（4-1）。（总分 12 分）</p>	40	

费用评估	报价得分采用低价优先法计算（价格以含税总报价扣除可抵扣增值税后的不含税价进行比较）。即满足采购文件要求且参选报价最低的参选报价为评审基准价，其报价分为满分。其他参选人的报价分按照下列公式计算:参选报价得分=(评审基准价/参选人参选报价)*30（四舍五入保留两位小数点）。（满分 30 分）	30	
服务评分	针对展会服务要求部份，可满足全部需求得 10 分。服务项目分为两部份： ① 可得分项内容 : 可满足(5.1)要求的得 5 分,可满足(5.2)要求的得 3 分,可满足(5.5-5.6)需求的得 2 分。 ② 必须项内容 : (5.3-5.4) 为必须项，无法满足则本档“服务评分”10 分全部不得分。（服务项目须另附承诺书，无承诺书示为不能满足服务要求，不得分。）	10	
合计		100	

评分说明：

(1) 以上项目评判，缺失项目或无法按比选方案提供的项目，不得分；

(2) 本次评审采用综合得分评选，总得分最高方为中选方，后续在签订合同时，双方可对设计方案及制作报价进行价格浮动区间调整

评审人（签字）：