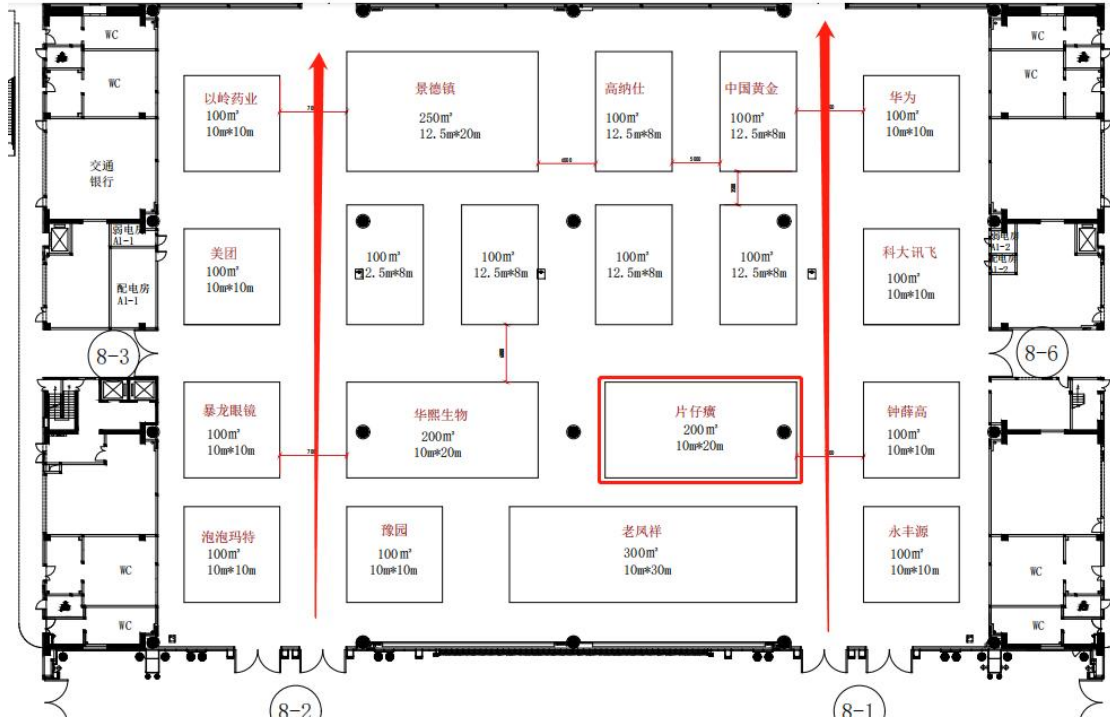


附件一：

## 2023 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 200 m<sup>2</sup>（宽 20 m × 深 10 m =200 m<sup>2</sup>），（展位线路参见图片）



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：轻奢国风（以药业风格为主导，在历年药业及化妆品展会上进行延伸、提升）

4、展馆主要功能分区：

展馆以多核驱动的发展理念，融合展示以片仔癀药品、化妆品、保健品系列的产品结构，整体分为四个部份：产品综合展示区、体验区、活动区、拍照打卡区，各区分布比例为（4：3：2：1），各参考往年展馆（见附图）做升级，

相关区域要求如下：

（1）接待区（主前台）；

（2）电子显示屏：位置及效果突出明显，音效清晰，便于参观者观看；

（3）产品综合展示区：（按所提供产品性质及尺寸，合理进行展示柜的设计及分配，要求展示效果层次清晰，（产品展示区分配主次、分配大小及重要性顺序：1.

药业产品，2. 化妆品、保健品)；

(4) 体验区：(约摆放三套会客桌椅，单独设置化妆品体验区如化妆台、及一个茶道体验区)；化妆品区域可以做一个复古的精致梳妆台的场景并带入氛围；

(5) 互动活动区：提供合理空间可供参观人员通过现场设备参与活动，及分发礼品，方便进出；

(6) 拍照打卡区：制造网红打卡区，古风国潮风格，营造氛围，光源布置合理，适宜拍摄，并搭配场景道具，主视觉须体现企业标识，场景内可设小面积产品展示；

(7) 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。

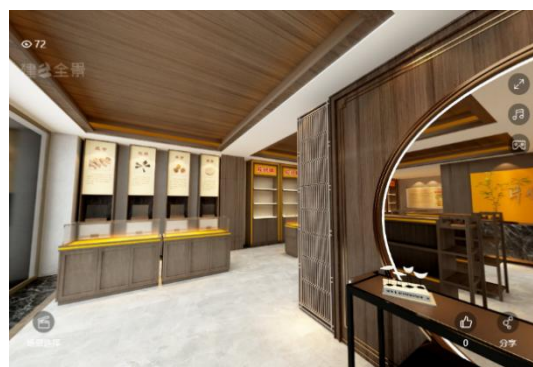
**5、整体设计结构不要过于空旷通透同时也要适度留白，展馆设计以企业文化和产品展示互相相辅相成，有点类似文化馆形式，能够呈现品牌文化底蕴，在文化中融入产品展示。**

附件三：

## 《片仔癀药业及片仔癀化妆品体验馆、展位效果图》

### 一. 片仔癀药业

#### 1. 药业体验馆设计图：



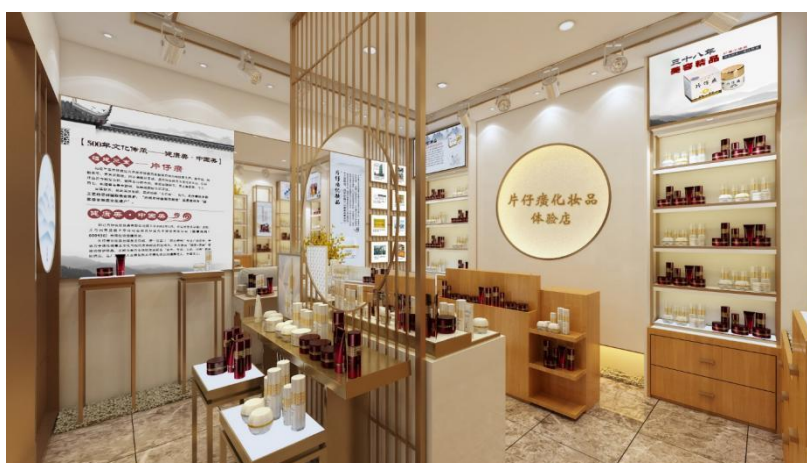
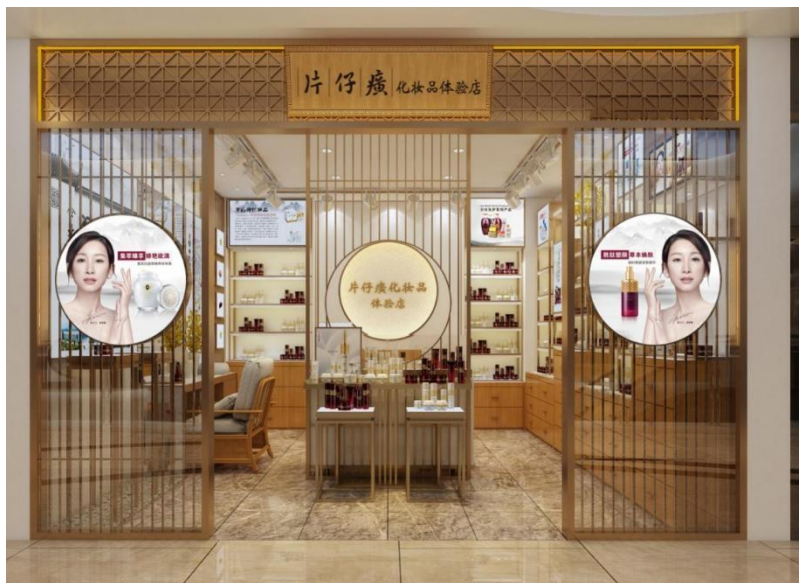
2. 2022 年消博会片仔癀展位效果图(参考):





## 二、片仔癀化妆品

### 1. 体验店效果图：



2. 历届（化妆品公司）美博会展馆效果图：

2020 年





2021 年



## 附件四：

### 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”。



附件五：

漳州片仔癀药业股份有限公司

2023 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 2023 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为我方自己原创，如后续与第三方产生侵权行为，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：

附件六：

2023 年中国国际消费品博览会片仔癀展位创意方案设计及  
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	1、注册资金、经营范围、企业组织结构、人员综合配备情况（ <b>满分 3 分</b> ）； 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。	3	
	2、提供公司近四年成功案例，知名品牌案例、海外搭建案例可额外加分，需附合同复印件、实景相片及效果图，提供不全视为无效（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： 按要求提供成功案例得 1 分，每增中一家知名品牌或海外搭建案例加 1 分，总分 5 分）	5	
	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加 2 分，较好加 1 分，一般不加分（ <b>满分 2 分</b> ）	2	
技术力量	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、电工证等专业技术人员不少于 3 人，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）	3	

<p><b>设计方案</b></p>	<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）</p> <p>2. 展馆分区：分区合理，动向清晰（10-8）分区较弱，动向一般（7-4）分区散乱，动向模糊（3-1）</p> <p>3. 展馆细节考究：展示效果层次清晰，疏密有致，细节考究（15-11），展示效果较普通，细节较平淡（10-6），效果平淡亮点少，细节空洞（5-1）</p>	<p><b>40</b></p>	
<p><b>费用评估</b></p>	<p>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）</p>	<p><b>30</b></p>	
<p><b>服务评分</b></p>	<p>针对增值服务部份，可满足全部需求加10分，可满足（5.1-5.4）需求的加7分，仅满足（5.5-5.6）需求加3分，（5.2为必须项），无法满足需求不加分；</p>	<p><b>10</b></p>	
	<p>参选方可提供更多赠送服务（赠送服务方案以提供能活跃现场气氛、提高现场曝光率和二次传播率为思路），根据赠送服务价值评判划分为A档次7-5分，B档次4-2分，方案无趣，效果差1分，无提供不得分</p> <p>（注：增值服务承诺请另附承诺书）</p>	<p><b>7</b></p>	
<p><b>合计</b></p>		<p><b>100</b></p>	

**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，双方可针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）：**