

## 第三章 磋商项目技术、服务、商务及其他要求

(注：带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。带“▲”号条款为允许负偏离的参数需求，若未响应或者不满足，将在综合评审中予以扣分处理。)

### 3.1、采购项目概况

北川羌族自治县 2024 年“乡村音乐会”活动传播策划及运营执行单位

### 3.2、服务内容及服务要求

#### 3.2.1 服务内容

采购包 1:

采购包预算金额(元): 3,310,000.00

采购包最高限价(元): 3,310,000.00

序号	标的名称	数量	标的金额 (元)	计量 单位	所属 行业	是 否 涉 及 核 心 产 品	是 否 涉 及 采 购 进 口 产 品	是 否 涉 及 采 购 节 能 产 品	是 否 涉 及 采 购 环 境 标 志 产 品
1	北川羌族自治县 2024 年“乡村音乐会”活动传播策划及运营执行单位	1.00	3,310,000.00	项	其他未列明行业	否	否	否	否

#### 3.2.2 服务要求

采购包 1:

标的名称: 北川羌族自治县 2024 年“乡村音乐会”活动传播策划及运营执行单位

参数性质	序号	技术参数与性能指标
★	1	1、以“乡村音乐会”为载体的活动： 1.1 以“乡村音乐会”

		<p>为载体,扩展可成为规模化传播的 IP 文化品牌符号名称;</p> <p>1.2 建立以“乡村音乐会”文化传播 IP 为基础的 主体账号(如:抖音、视频号等)并自主运营。</p> <p>1.3 以“乡村音乐会” IP 为载体组织并举办一场大型活动。</p> <p><b>地点:</b>以北川羌族自治县新县城禹王广场为中心点辐射周边形成活动分点。</p> <p><b>内容:</b>以音乐为载体的全国各地区特色(尤其以少数民族地区文化艺术为主)文艺展演、活动互动等;与旅游深度结合,制定“活动+旅游”的“引客入川”旅游线路并自主完成市场导客。</p> <p><b>规模:</b>本场活动可同时容纳人数不低于 1000 人。</p> <p><b>效果目标:</b>活动期间自主导客人次不低于 3 万人次(以县文广旅局认可的端口数据认证依据为准)。</p> <p><b>2、以“年年有新意、月月有主题、周周有活动、天天有玩法”活动设计为突破的常态化活动:</b></p> <p>2.1 建立以“超级周末汇”文化传播 IP 为基础的 主体账号(如:抖音、视频号等)并自主运营。</p> <p>2.2 策划以“超级周末汇”为主 IP,围绕“北川之乐、北川之夜、北川之欢”子 IP,组织并举办常态化活动。</p> <p><b>地点:</b>以北川羌族自治县新县城为中心,逐步拓展至石椅羌寨、吉娜羌寨、西窝羌寨、片口场镇等乡村、羌寨、景区。</p>
--	--	---

**内容:**以音乐为载体的各地区、各民族特色文化艺术展示及表演;与县域旅游深度结合,制定“活动+旅游”的“引客入川”旅游线路并自主完成市场导客。

**规模:**全年组织并举办不低于10场的主题活动;以活动为载体。

**效果目标:**完成全年新增游客量不低于50万+的人次导入(以县文广旅局认可的端口数据认证依据为准)。

### 3、新媒体培训体系:

3.1 以高效促进并实现“文旅强县”目标,中标企业需为北川羌族自治县打造以“人人都是文旅推荐官”,“人人都是带货小能手”为主思路的新媒体培训体系。

3.2 **地点:**北川羌族自治县(全县)

3.3 **培训内容:**新媒体传播基础知识、内容策划及创意、短视频拍摄及剪辑、文案编写、工具应用、账号开通及运营、直播间打造及运营、营销应用、数据查看及评估,阶段性陪跑扶持等。

3.4 **规模:**不低于600人次。

3.5 **效果目标:**完成宣发创就业矩阵建立及扶持优秀账号不低于50个。

### 4、总体要求:

#### 4.1 特殊时间及要求内容

序号	服务内容	时间节点	备注
1	主创团队及设备	自签订合同后3日	主创团队(包括但不限于):

			材进驻	内	编导、摄像、剪辑、文案、策划、运营等；运营所需的设备及器材。
		2	账号矩阵建立及运营	自签订合同后10日内	创立不低于5个自主运营自媒体账号
		3	新媒体培训	自签订合同后5日内开始启动	全年不低于600人次
		4	宣发创就业矩阵建立及扶持	/	全年不低于50个账号
		5	主流媒体报道、网红达人宣传	/	全年不低于50人
		6	邀约文化、文艺界知名人士参	/	全年不低于50人

			与活动		
		7	邀请文旅相关行业及知名IP创始人/负责人进行产业考察	/	全年不低于3次
		8	以“乡村音乐会”为载体，设计活动旅游产品	2024年4月20日前	以新县城为中心辐射各乡镇设计不低于5条热门推送线路产品
		9	在宣发矩阵中，设立文旅宣传和游客报端口、北川农产品橱窗等引流和	2024年4月20日前	自主创立及运营

			消费链接功能	
		10	视频内容制作及发布	自签订合同后10日内开始启动 全年不低于200条
		11	“超级周末汇”常态化活动节目编排、舞台设计及搭建、活动组织实施	自签订合同后10日内开始启动 1、舞台：一次搭建，常态化使用； 2、规模：至少同时容纳200人以上； 3、全年不低于10场。
		12	以“超级周末汇”为载体，设计体系化的旅游线路产品	自签订合同后5日内 设计以新县城为中心，辐射周边各乡镇的旅游线路产品，不低于10条
		13	“引客入北川”导客	自签订合同后10日内 如：公众号、APP、小程序、OTA平

		<p>端口建立及运营</p>	<p>台等报名及采购端口的创立及自主运营；全年完成新增游客量不低于50万+。</p>
		<p>4.2 供应商须从宣传的视角,为采购单位提出专业建议和服务,使本项目更加符合北川文化需求,为本项目的可持续性发展提供有效的解决方案。</p> <p>4.3 供应商需按照采购人的实际要求调整方案,经采购人书面同意后方可实施。</p> <p>4.4 供应商须对本项目的要求进行深刻的理解和分析,有创新能力,突出北川特色和优势,用新颖、科学、前卫、高端的宣传思维及技术,制作出的视频、图片等应具有强烈的吸引力、视觉冲击力、观赏性高的效果,从而达到更佳宣传目的。</p> <p>4.5 供应商应本着诚实守信的原则,提供服务范围中规定的服务,运用自身的专业知识及时高效地解决服务过程中出现的问题,并不得从事或允许他人从事将对或可能对采购单位的声誉或荣誉产生不利影响的任何行为,否则由此给采购单位带来的损失由供应商承担。</p> <p>4.6 在项目实施过程中,</p>	

		<p>由供应商拟派或邀请人员的一切财产安全、人身安全均由供应商自行负责,与采购人无任何关系。(响应文件中须单独提供承诺函,格式自拟并加盖供应商公章)</p> <p>4.7 知识产权:采购人在中华人民共和国境内使用供应商提供的服务,不承担第三方提出的侵犯其专利权或其它知识产权的起诉。第三方提出侵权指控,供应商应承担由此而产生的一切法律责任和费用。同时,采购人将追究供应商法律责任。(响应文件中须单独提供承诺函,格式自拟并加盖供应商公章)</p> <p>4.8 本项目为服务采购项目,投标报价是履行合同的最终价格,应包括完成本项目所有费用,合同执行过程中采购人不再另行支付任何费用;投标报价估算错误等引起的风险由供应商自行承担。</p>
--	--	---

### 3.2.3 人员配置要求

采购包 1:

无

### 3.2.4 设施设备要求

采购包 1:

无

### 3.2.5 其他要求

采购包 1:

无

## 3.3、商务要求

### 3.3.1 服务期限

采购包 1:

自合同签订之日起 365 日

### 3.3.2 服务地点

采购包 1:

采购人指定地点



### 3.3.3 考核（验收）标准和方法

采购包 1:

验收方法按照国家有关规定、招标文件的技术服务要求和商务要求、成交供应商的投标文件及承诺以及合同约定标准,并参照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》(财库〔2016〕205号)和《绵阳市财政局关于进一步做好政府采购项目履约验收工作的通知》(绵财采〔2021〕15号)要求进行验收,具体由采购人组织。

### 3.3.4 支付方式

采购包 1:

分期付款

### 3.3.5 支付约定

采购包 1: 付款条件说明: 第一阶段,合同签订生效后项目开始启动,达到付款条件起 10 日内,支付合同总金额的 30.00%。

采购包 1: 付款条件说明: 第二阶段以第一阶段服务成果(成果指:服务要求 技术参数与性能指标 4.1 特殊时间及要求内容 序号 1 至 10 项内容)验收合格后并以“超级周末汇”常态化活动节目编排、舞台设计及搭建、活动组织实施开始,达到付款条件起 20 日内,支付合同总金额的 40.00%。

采购包 1: 付款条件说明: 第三阶段以第二阶段服务成果验收合格后并以“超级周末汇”为载体,设计体系化的旅游线路产品后,达到付款条件起 20 日内,支付合同总金额的 20.00%。

采购包 1: 付款条件说明: 服务期满,全部服务成果验收合格后,达到付款条件起 20 日内,支付合同总金额的 10.00%。

### 3.3.6 违约责任及解决争议的方法

采购包 1:

违约责任: 1. 双方必须遵守合同并执行合同中的各项规定,保证本合同的正常履行。2. 如因供应商工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给采购方造成损失或侵害,包括但不限于采购方本身的财产损失、由此而导致的采购方对任何第三方的法律责任等,供应商对此均应承担全部的赔偿责任。解决争议: 1. 在执行合同中发生的或与合同有关的争端,双方应通过友好协商解决,经协商在 15 天内不能达成协议时,应提交合同履行地人民法院诉讼解决。2. 诉讼裁决应为最终决定,并对双方具有约束力。3. 除另有裁决外,诉讼费应由败诉方负担。4. 在诉讼期间,除正在进行诉讼部分外,合同其他部分继续执行。

## 3.4 其他要求

1、(实质性要求)因 3.3.1 服务期限处只能填写数字,具体服务时间要求以“特殊时间限定及要求内容”为准。2、(实质性要求)质量要求: 供应商应当保证所提供的所有货物和服务符合国家现行有关质量标准或者优于国家现行相关行业技术规范(或标准)及国家强制性标准。3、其他采购需求: 本采购需求是采购人期望获得供应商在满足基本采购需求基础之上的更优化的需求,希望供应商为采购人提供更加优质的合同履行质量,这样更能充分保证质量。供应商可以根据自身情况据实提供,未提供不会导致其响应无效,但会影响其综合评价情况。有关情况,详见评分标准。3.1. 供应商提供的服务方案内容包含但不限于一、策划设计方案(①项目分析(包含:项目背景、履约目标等);②策划方案(包含:主题立意、篇章结构、创意亮点、流程规划等);③舞美设计方案(包含:创意阐述、效果图 5 张及以上);④文艺表演方案(包含:节目清单、节目阐述、节目包装设计、服装设计、道具设计、视频设计等)),二、实施方案(①项目重难点分析及解决措施;②项目管理机构;③人员岗位、配置及职责;④时间节点计划;⑤演出舞台设计等方案;⑥项目排练及演出方案、演出场地搭建方案;⑦关于新媒体具体培训方案),三、项目保障(①

进度保障措施；②质量保障措施；③安全保障措施；④应急措施）；3.2.供应商需具备相应的专业人员；3.3.供应商需具备相应的从业经验。