

# 项目需求

## I. 说明

### 一、本项目所要执行的政府采购政策：

(一) 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)有关规定，投标人承接本项目的全部服务且投标人为符合政策要求的小型、微型企业，并按规定于投标文件中提供《中小企业声明函》。

(二) 根据财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知(财库〔2014〕68号)，监狱企业视同小型、微型企业。

(三) 按照《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库〔2017〕141号)的规定，残疾人福利性单位视同小型、微型企业。

(四) 本项目为服务项目，采购内容不涉及政府强制采购节能产品。

(五) 优先采购环境标志产品、节能产品。

(六) 政府采购支持采用本国产品的政策。

二、本“项目需求”中标注“▲”项的条款以及招标文件中要求“必须提供”的条款均属于实质性要求，投标人对实质性要求若有任意一项不满足，投标文件作无效处理。

三、本项目采购标的所属行业：其他未列明行业

## II. 项目需求

| ▲一、采购内容及要求       |       |   |
|------------------|-------|---|
| 采购标的的名称          | 数量及单位 | 服务内容及要求   |
| 2025年桂林艺术节落地保障服务 | 1项    | <p>(一) 接待服务</p> <p>根据组委会、艺委会官方提供的领导嘉宾名单，完成接待工作，具体要求如下：</p> <p>1. 接送服务</p> <p>(1) 按照活动需要，为艺术节筹备及活动期间提供24小时用车保障服务。包括提供从机场、车站到酒店的接送服务及入住引导；协调高铁站、机场VIP通道，与会嘉宾需通过VIP通道接送；编制活动出行交通安排、时间、地点和注意事项；根据活动需求进行个性化调整等。司勤及接待人员需熟悉艺术节日程安排，熟悉行程路况，具备良好的职业素养和沟通能力。</p> <p>(2) 入住协助：协助嘉宾办理酒店入住手续。</p> <p>(3) 其他要求：能够协调外事办做好外宾接待保障工作。</p> <p>2. 餐饮服务</p> <p>(1) 餐叙安排：为艺术节的筹备及活动期间的领导及嘉宾工作餐叙，提</p> |

供精美菜品和优质服务。茶歇与自助餐：在有关活动中设置茶歇区和自助餐区。用餐标准按照《桂林市党政机关国内公务接待管理实施细则补充规定》执行。

(2) 特殊饮食需求：考虑嘉宾的特殊饮食需求，如素食、清真、过敏食物等，提供相应餐饮服务。

3. 住宿服务：为艺术节筹备及活动期间提供住宿服务，确保住宿条件舒适安全，住宿标准按照《桂林市党政机关国内公务接待管理实施细则补充规定》执行。

4. 预计接待国内外领导嘉宾 200 人。

5. 协调市直各部门，安排对口单位提供一对一接待志愿者，为嘉宾提供接送、在桂期间活动安排联络、咨询等服务。

## (二) 社会宣传服务

1. 协调相关市政部门在桂林 17 个县区均有落地，预计 2025 年 9 月 15 日-11 月 2 日。

2. 发布位置包括机场、火车站、汽车站、城市主干道、高速路口、2025 桂林艺术节主要演出场所周边、核心景区景点门口、旅游集散中心、游客咨询中心、桂林各大商业体、桂林各大高校等。

3. 发布载体形式包括但不限于：搭建展板（不少于 80 个，桁架+高清 550 喷绘，每个规格约 10m×3m，按要求进行展板设计、制作、搭建、维护）、大挂画（网格布）、各演出场地场馆外场道旗（约 5 米高，约 300 个）、市区各主干道刀旗（约 5000 面）、户外LED大屏（不少于 10 个），按要求进行发布内容的适应性调整、发布、维护，海报类播出需达 120 次/天，10-15 秒/次，视频类根据实际时长播出需达 30 次/天）、高炮（不少于 3 个，按要求进行发布内容的设计、制作、安装、维护）、公交车车体（覆盖不少于 5 条线路，按要求进行发布内容的设计、制作、安装、维护）、公交车站台广告牌（覆盖不少于 8 个路段，不少于 10 个广告牌，按要求进行发布内容的设计、制作、安装、维护）、出租车车顶广告（覆盖 1800 辆车，按要求进行发布内容的设计、制作、发布、维护）。

4. 要求全包所有落地费用，包括设计、制作、运输、安装、换版、维护、拆除、报批手续费、场地使用费、水电费、人员劳务费、安保环卫费、税费等所有费用。

5. 配备记者、编辑等相关专业人员的协助宣传、撰写和编辑相关宣传报道。

## (三) 艺术节氛围营造

1. 协调相关市政部门、艺术节演出场馆场地、官方指定酒店等，根据组委

会、艺委会官方要求，在桂林艺术节主要演出场馆周边、官方指定接待酒店周边、人流密集的核心景点景区、市民广场等均有落地呈现，预计 2025 年 9 月 15 日-11 月 2 日。

2. 发布位置包括桂林大剧院、桂林漓江歌剧院、广西省立艺术馆、桂林美术馆、象山公园、七星公园、虞山公园、山水公园、东西巷、王城景区、两江四湖、正阳步行街、桂海晴岚和官方指定酒店等。

3. 发布载体形式包括但不限于：创意打卡布景（外场布置、承载艺术节内容宣传、网红拍照打卡、周边产品展销等创新功能）、路灯灯杆广告（尺寸 1.2 × 0.6M, 不锈钢材质）、主题展板及嘉宾签到表（铝合金桁架+高清画面）、氛围彩旗。

4. 要求全包所有落地费用，包括设计、制作、运输、安装、换版、维护、拆除、报批手续费、场地使用费、水电费、人员劳务费、安保环卫费、税费等所有费用。

5. 配备记者、编辑等相关专业人员，协助进行宣传报道、撰写和编辑有关艺术节氛围营造文案。

#### （四）艺术节筹备及举办期间会务服务

1. 完成艺术节筹备及举办期间会务服务工作，预计召开不少于 10 次工作推进会，预计参会人数共计不少于 2000 人次。

2. 提供所有会务资料（需胶装，单份页数根据会议主题要求不同预计为 30-50 页，若属于内部资料，需在创业大厦文印中心印制）、工作证（PVC硬片双面UV打印，圆角，配蓝色挂绳，尺寸 8×12cm）、资料袋、手卡、台卡（磁性台卡+画面 25×13cm）、水牌等设计印刷制作会议资料。

3. 根据桂林艺术节组委会要求，完成伴手礼品的存储、包装、运输及配送工作，根据组委会要求为嘉宾发放礼品和纪念品。

4. 根据桂林艺术节组委会要求，订制艺术节嘉宾、工作人员、媒体记者等人员工作服，按要求完成设计、制作、运输及配送、分发等工作。

#### （五）艺术节筹备及举办期间组委会日常办公保障服务

1. 物资采购：根据艺术节需求采购所需物资，如宣传材料、办公用品、饮用水等（内部资料根据保密原则须到指定地点采购）。提供不少于 5 次工作会议资料印刷服务。提供文件夹、签字笔、矿泉水等多样化办公用品服务。

2. 物资管理：对采购的物资进行登记、分类、储存和分发，确保物资使用的合理性和有效性。

3. 设备管理：对艺术节期间使用的设备进行登记、保养和维修，确保设备

性能良好，延长使用寿命。

4. 办公场地：提供艺术节内容及相关板块执行公司市中心办公场地，地点要求在市中心写字楼，配备必要办公家具及用品。

#### （六）艺术节举办期间城市安全保障服务

协调相关政府职能部门，全力做好艺术节期间社会稳定、治安和交通秩序维护、网络舆情监控、信访维稳、应急处置、消防安全、法务等保障工作，确保各项活动安全顺利进行。具体要求如下：

1. 组织维护社会稳定工作。一是加强与市委、市政府和活动会务组及有关各部门联系，落实维护稳定各项工作措施；二是组织、协调、检查、指导各辖区和各部门、各单位开展维护稳定工作，督促落实对重点群体、重点人员源头化解，将重点群体、人员稳控在本辖区，严防现场滋事；三是认真组织排查掌握各类涉稳群体情况动向，及时化解各类矛盾纠纷，消除影响社会稳定的突出问题和重大隐患；四是在开幕式等重要活动期间，协调相关县（市、区）安排维稳工作力量在现场值守，及时做好应急处置工作，确保现场稳定。

2. 做好网络信息安全工作：一是负责安全稳定组各项工作的联络对接工作；二是负责活动期间涉及网络活动的安保工作；三是加大网上信息监控力度，深化巡查措施，及时掌握涉及影响活动和社会稳定的网上舆情动态，及时发现、快速查处网上谣言和各种影响社会稳定的信息；四是联合公安机关和网信人员加强网上重点人员管控工作，加强网上反恐维稳情报收集研判和落地查证，及时处置网上重大突发事件。

3. 做好信访安全工作：一是提前对全市近期非正常上访比较活跃的重点人员进行梳理，对排查出的重点人员要及时通报辖区政府相关部门，同时做好有关稳控工作；二是派出专人督促协调指导各辖区信访局做好各项接访工作，活动期间派出业务能力较强的人员在活动现场值守，及时发现非访人员，同时做好稳控工作。

4. 做好安全保卫工作：一是负责制定《2025 桂林艺术节期间安全保卫工作总体方案》，并协调警力负责做好各项人员住地和活动现场治安秩序维护及交通疏导、秩序维护工作，并做好应急处置工作准备，同时，做好活动期间社会面管控工作；二是配合辖区党委、政府、相关部门做好重点人管控和矛盾纠纷排查化解工作；三是负责做好警卫对象、重要嘉宾的随身警卫及活动现场警卫工作；四是加强情报信息的收集和分析研判工作，提前对各活动现场及周边的交通状况、治安状况、矛盾纠纷、不稳定因素等情况进行信息收集，并进行具体分析研判。

5. 做好司法服务工作：负责做好活动期间各项法务工作。

6. 做好卫生健康工作：活动期间，做好医疗保障相关工作，并根据实际需要，派出医务车在活动现场备勤，同时，根据组委会工作要求，派出业务能力

较强的医护人员队伍，在各重大活动现场设置临时医疗保障点进行值守保障，随时做好医疗保障工作。

7. 做好应急管理工作：一是制定相关应急工作实施方案；二是牵头组织相关单位做好活动现场搭建项目的安全风险评估工作；三是指导协调属地及相关部门派出人员对各活动现场相关场所、设施等进行安全检查，提前排除安全隐患；四是检查指导活动期间相关应急预案制定和预案演练；五是指导协调活动期间安全生产类、自然灾害类等突发事件应急救援。

8. 做好消防救援工作：一是派出消防人员负责提前对领导、嘉宾入住酒店和各活动现场进行消防安全隐患排查，特别是指导场馆搭建工作，并指导各单位做好各项消防安全防范工作；二是活动期间，派出专人加强对各活动地点、场所消防安全监测工作，根据实际需要，派出消防车及防火队员携带便携式灭火器在活动现场值守和巡逻，做好应急处置工作，确保活动期间的消防安全。

9. 做好食品卫生安全工作：协调卫健、市场监督管理局等相关部门，提前对嘉宾、演职人员、艺术节工作人员、媒体记者等人员入住酒店、周边餐厅等进行食品卫生安全检查，确保食品卫生安全。

10. 做好其他相关安全稳定保障工作。

#### （七）文创产品及桂林艺术节官方伴手礼的设计制作宣传

##### 1. 文创产品创意设计与制作

（1）桂林艺术节主题文创开发与量产：设计并量产 2025 桂林艺术节主题文创产品。产品需深度融入广西桂林地域文化特色。品类涵盖实用产品及特色非遗伴手礼等。单件产品市场售价定位在 50 元至 250 元区间。

（2）官方嘉宾伴手礼定制：为 2025 桂林艺术节官方邀约嘉宾设计制作专属伴手礼。按照主办方规格要求，组合搭配特色礼袋、主礼盒及精选文创周边。单份伴手礼预算控制在 500 元以内，计划制作 300 份。

##### 2. 销售渠道建设与推广

在桂林旅游股份有限公司旗下桂林市 10 个核心景区、主要游客咨询中心、酒店以及 2025 桂林艺术节核心演出场馆内外，设立文创产品专属展示销售点，实现产品销售网络全覆盖。

在艺术节官方账号及桂林主流媒体账号进行线上直播及挂小黄车等方式销售，在“在桂林”APP 电子商城在线销售艺术节文创产品，文创产品销量比 2024 年实现翻番。

##### 3. 文旅融合营销与品牌曝光

以文创产品为核心载体，设计整合营销方案：整合优势资源广告位：覆盖

桂林市至少 10 个核心景区、2 家高端酒店、80 艘游船、90 辆旅游大巴车的优质招商广告位资源。构建新媒体宣传矩阵：充分利用微信公众号、视频号、抖音号、小红书等主流新媒体平台官方账号，进行内容共创与立体化传播。提升 2025 桂林艺术节的整体品牌曝光度与影响力。

#### （八）艺术节筹备及举办期间组委会运营保障服务

1. 差旅保障：提供北京、南宁、桂林等地地接资源，为不少于 20 名调研工作组人员提供调研期间的车船票购买、用房、用车和用餐服务。以实际人数和调研次数为准。

2. 住宿安排：在每个演出场地周边提供不少于 2 家酒店合作伙伴，在艺术节筹备及举办期间为工作人员预订酒店或提供其他住宿方式，确保住宿条件舒适、安全。以实际使用房间数和天数，严格按照住宿标准执行。

3. 交通接送：提供商务车、小轿车、大中小班车等多种车型合计不少于 50 辆汽车租赁资源，艺术节筹备及举办期间提供从机场、车站到住宿地的接送服务，以及期间的交通安排，如班车、出租车预约等。相应级别应具备相应安保措施，根据实际工作需要，租赁各种车型；前期调研以实际人数租赁车型。

4. 餐饮供应：提供不少于 20 家餐饮合作伙伴，为艺术节筹备及举办期间工作人员提供多样化的餐饮服务，满足不同口味和饮食需求。用餐标准按照《桂林市党政机关国内公务接待管理实施细则补充规定》执行。以艺术节组委会要求的实际人数和接待次数为准。食品安全：严格遵守食品安全法规，确保食材新鲜、卫生，加工过程规范，防止食物中毒等食品安全事故发生。特殊饮食需求：为有特殊饮食需求的参与者提供定制化餐饮服务，如素食、清真、过敏食物等。

#### （九）场外秩序维护的志愿者招募及培训、服装、用餐等服务

1. 组建专门团队，落实专人负责志愿者服务小组所有日常联络、统筹协调、流程跟进、点位对接等工作。

##### 2. 开展志愿服务时间

根据艺术节组委会要求时间提供志愿服务，主要服务时间为 2025 年 10 月 22 日—11 月 2 日。

##### 3. 开展志愿服务地点

（1）歌剧院、省立艺术馆、桂林大剧院、七星公园、洞剧场、山剧场，艺术大讲堂、艺术教育板块、音乐板块、美术板块、艺术市集、戏剧巡游等活动场地，以及其他桂林市内演出剧场及景区景点不少于 18 个演出场地。

|                |   |  |
|----------------|---|--|
|                |   | <p>(2) 机场、南站、北站、中心广场、甲天下广场、东西巷、大公馆酒店、漓江大瀑布酒店、象山公园、七星公园等 10 个搭建帐篷氛围营造的点位。</p> <p>(3) 入驻后勤组、宣传组、联络组、票务组、文创组配合相关工作。</p> <p>4. 招募志愿者的来源及数量</p> <p>为保障志愿者人员素质，要求招募的大学生志愿者主要来自桂林的高校。根据采购人志愿者需求（为确保艺术节期间所有场地和固定点位正常开展志愿服务工作，以及接待组、宣传组、联络组、票务组、文创组的工作需要），本次艺术节共需招募志愿者不少于 300 名。</p> <p>5. 志愿者招募、工作要求</p> <p>(1) 志愿者招募工作于 2025 年 10 月 8 日前完成，含会外语的志愿者，在开展志愿服务期间需配合高校做好学生的跟踪服务及安全保障等工作（志愿者使用一天的费用 50 元/人，另需购买水、中餐、晚餐，早上 8：00 派车到校接，最迟晚上 9：00 送回学校）。</p> <p>(2) 负责按采购人要求于 2025 年 10 月 20 日前完成志愿者培训，后续根据采购人的要求具体安排志愿服务工作。负责志愿者保险、用餐、补助、交通，安排志愿者开展咨询、指引、发放宣传手册等服务，营造氛围。负责联系制作志愿者证书 300 份、优秀志愿者证书 50 份。</p> <p>(3) 志愿者统一购买有关保险。</p> <p>(4) 志愿者服装 4 种颜色，帽子 4 种颜色，准备 360 份。</p> <p>(5) 活动期间，在每个活动地点派专人对接志愿者，并且建立微信群，确保活动的顺利开展和路途安全：汽车早上接，下午送回学校。</p> <p>(6) 招募 20 名以上专业英语翻译人员，负责活动期间文稿、印刷宣传内容的校对，以及其他工作组的翻译工作。负责艺术节WTEA板块翻译工作及组委会邀请外宾的翻译及咨询服务工作。</p> <p>注：中标供应商实施各项服务前必须提供相应的实施细化方案，具体实施方案以艺术节组委会审定结果为准。</p> |
| <b>▲二、商务要求</b> |   |  |
| (一) 服务期限       | 签订合同之日起至 2025 桂林艺术节结束完成“服务内容及要求”载明的各项服务止。   |  |
| (二) 付款条件       | 1. 合同签订且财政资金到位后 5 个工作日内，采购人支付合同价款的 30%作为预付款；2025 年 10 月 15 日前且财政资金拨付到位后，支付至合同价款的 80%；全部服务完结验收合格且财政资金拨付到位后 5 个工作日内，采购人向中标供应商支付剩余合同价款。合同价款不计利息。 |  |

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | 2. 每次付款前中标供应商应当向采购人开具相应金额的增值税发票。  |
| (三) 质量及验收标准          | <p>1. 中标供应商依据招标文件要求的项目需求、中标供应商投标文件承诺以及国家现行相关标准、规范履行合同。中标供应商提供的服务成果达不到验收标准的，不予验收，中标供应商应当退还采购人已支付的相关费用，造成采购人损失的，中标供应商应当予以赔偿，相关不利后果由中标供应商自行承担。</p> <p>2. 中标供应商提供的服务如果与投标文件承诺的服务不相符，采购人有权中止或终止合同。</p> <p>3. 项目实施期间，因中标供应商服务管理不善导致的相关人身财产事故及不良舆情，由中标供应商负责消除不良影响并承担相关责任。</p> <p>4. 桂林艺术节组委会有权根据艺术节举办实际情况调整相关服务内容并要求中标供应商提供相关实施细化方案，中标供应商应予以配合。</p> <p>5. 验收产生的相关费用由中标供应商承担。</p> |
| (四) 权利保障             | <p>中标供应商所提供的服务涉及到的知识产权和相关技术资料必须是合法取得的，不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权或其他权利，不会因为采购人的使用服务成果遭受第三方侵权指控，包括被责令致歉、停止使用、追偿或要求赔偿损失等。否则，中标供应商负责解决由此引起的一切纠纷，采购人有权追究中标供应商的法律责任，其不利后果由中标供应商全部承担。</p>   |
| (五) 报价要求             | <p>1. 本项目按总价包干形式报价，包括完成本项目服务产生的所有成本、税金以及合理利润。对于本文件中未列明，而投标人认为必需的费用也应考虑进投标报价。在合同实施时，采购人将不予另行支付中标供应商提出的其他任何费用，并认为此项目的费用已包括在报价中。</p> <p>2. 本项目政府采购预算金额为人民币伍佰万元整（¥5000000.00），投标人投标报价超出预算金额的，按投标无效处理。</p>   |
| <b>三、实现项目目标的其他要求</b> |   |
| (一) 项目实施方案           | <p>投标人根据招标文件要求及自身情况于投标文件中提供相应的项目实施方案，方案至少包含以下内容：</p> <p>1. 艺术节周边配套实施方案，包括但不限于：①接待服务方案；②社会宣传服务方案；③艺术节氛围营造方案；④文创产品及桂林艺术节官方伴手礼的设计制作宣传方案；⑤场外秩序维护的志愿者招募及培训、服装、用餐等服务方案等。</p> <p>2. 艺术节会务、办公、运营、安全实施方案，包括但不限于：①艺术节筹备及举办期间会务服务方案；②艺术节筹备及举办期间组委会日常办公保障服务方案；③艺术节举办期间城市安全保障服务方案；④艺术节筹备及举办期间组委会运营保障服务方案等。</p> <p>注：上述项目实施方案评分具体详见“第四章 评审办法”。</p>                                      |
| (二) 项目管理方案           | <p>投标人根据招标文件要求及自身情况于投标文件中提供相应的项目管理方案，包括但不限于：①项目管理机构配备；②项目进度管理方案；③项目风险管理方案；④项目突发应急预案；⑤对本项目的合理化建议和优化措施等。</p> <p>注：上述项目管理方案评分具体详见“第四章 评审办法”。</p>   |

|                 |  |
|-----------------|--|
| <p>(三) 履约能力</p> | <p>1. 投标人拟投入的项目实施人员具有与本项目实施相关的新闻系列（记者或编辑）技术职称情况。</p> <p>2. 投标人自 2022 年以来具有同类项目业绩。</p> <p>注：上述履约能力评分具体详见“第四章 评审办法”。</p> |
|-----------------|--|