

标项一

一、竞标报价表（格式后附）；（必须提供，否则响应文件按无效处理）

竞标报价表

项目名称:2025 年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目

项目编号: GGZC2025-C3-990125-GXJY

所投分标: 标项一

场次	名称	序号	名称	数量	单位	单价	小计	备注
(一) 港北场 次	舞台区	1	舞台搭建	1	套	10000	10000	
		2	舞台铺设地毯	1	套	1980	1980	
		3	舞台挡板	1	张	3900	3900	
		4	舞台背景 LED	1	套	7500	7500	2 个晚上
		5	舞台灯光	1	套	5850	5850	
		6	舞台背景桁架	1	套	3500	3500	常规, 租用
		7	舞台音响	1	项	10000	10000	常规, 租用
		8	主持人	1	项	3500	3500	
		9	文艺表演	2	天	23000	46000	启动仪式演出、乐队演出、舞蹈、歌手演唱等内容
		10	启动道具	1	套	6700	6700	
		11	酒精椅	80	张	45	3600	
		12	礼仪	4	人	450	1800	
		13	讲话台	1	张	400	400	
	展位区	1	2×3 米木艺展架	60	个	250	15000	常规, 租用, 含安装
		2	2×3 米木艺展架装饰	60	个	70	4200	KT 板
		3	3×3 米帐篷	20	个	280	5600	常规, 租用, 含安装
		4	3×3 米帐篷装饰	20	个	70	1400	KT 板
		6	长条桌+桌布+凳子	100	套	45	4500	常规, 租用
		7	垃圾桶	10	个	31	310	常规, 租用
		8	清洁费	2	天	2800	5600	常规, 租用
		互动	1	互动游戏	3	项	7500	22500

2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目

文化

区	2	美食品鉴	1	项	8000	8000	食材购买、一次性餐具等
	3	抽奖	1	项	5000	5000	周边商户抽奖送奖品
	4	互动工作人员	10	个	300	3000	
氛围装饰	1	龙门头	1	个	6000	6000	桁架、喷绘、kt板装饰
	2	打卡点	4	个	3000	12000	2m×2m 打卡堆头
	3	氛围布置	1	项	30000	30000	灯带、kt板等装饰物料
	6	道旗	100	个	180	18000	沿路摆放
	7	线路铺设	80	个	100	8000	含展位照明+排插
宣传板块	1	户外线上宣传	1	项	5000	5000	户外电子屏、路名牌等
	2	小视频、宣传海报设计制作	1	项	8000	8000	视频不少于3个(预热、期中、期后)
	3	线上宣传	1	项	6000	6000	抖音、微信公众号等宣传
	4	图片直播	1	项	3500	3500	
后勤保障	1	安保人员	20	个	600	12000	
	2	保洁人员	12	个	300	3600	
	3	保险	1	项	3000	3000	
	4	运输	1	项	2000	2000	
	5	矿泉水	20	件	70	1400	
合计						298340	
总报价：人民币（大写）贰拾玖万捌仟叁佰肆拾元整(¥298340.00)							
合同履行期限：自合同签订之日起2025年12月31日前完成全部服务工作，具体活动时间由业主根据实际情况待定。							
注：1、所有价格均用人民币表示，单位为元，精确到小数点后两位数。 2、磋商供应商所报价的所有报价表都必须加盖公章并签字，无盖章和签字的报价无效。							

法定代表人（或负责人）或其委托代理人（签字或者电子签名）：
 供应商（公章或电子签章）：贵港市吾园文化产业有限公司
 日期：2025年06月19日



吴玉珍

投标报价明细表

投标人全称（公章） 贵港市吾园文化产业有限公司

项目编号及分标： 2025年贵港市文化消费大夜市活动服务项目（GGZC2025-C3-990125-GXJY）-分标1

供应商名称	报价(总价, 元)	标项名称	合同履约期限	备注
贵港市吾园文化产业有限公司	298000	标项一	自合同签订之日起2025年12月31日前完成全部服务工作，具体活动时间由业主根据实际情况待定。	\

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加贵港市文化广电体育和旅游局的2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目、项目编号：GGZC2025-C3-990125-GXJY采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. 2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目、项目编号：GGZC2025-C3-990125-GXJY，属于商务服务业；承接企业为贵港市吾园文化产业文化有限公司，从业人员25人，营业收入为73.86万元，资产总额为85.51万元，属于（小型企业）；

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（公章或电子签章）：

日期：2025年6月19日



注：享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随成交结果公开成交供应商的《中小企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

5.1、服务承诺

第一节、服务承诺总体内容

一、全面服务保障体系

1、24 小时响应机制

(一) 响应时间

24 小时响应机制

2. 即时响应

在接到电话后，我方将立即启动事故处理响应机制。我公司工作人员在接到报修信息后，需在 60 分钟内对事故进行确认和处理。这一过程包括对事故性质的初步分析和判断，以便为后续的事故处理工作做好充分准备。我们承诺，所有我公司工作人员都将保持通讯畅通，能够及时接收和响应事故处理请求，最大限度地减少设备停机时间，保障本项目的正常运转。

3. 快速抵达

在完成即时响应后，我公司工作人员将根据事故情况，选择最合适的交通工具，以确保在 1 小时内到达现场进行事故处理。我们将合理安排人员和车辆，确保快速抵达。同时，我方将建立完善的交通调度系统，确保在高峰时段也能快速响应，及时到达现场处理事故。

4. 7×24 小时电话服务

我公司设立 24 小时电话服务：18178083388

(一) 组织架构保障

为顺利实施夜市活动服务项目，我方将建立一个高效、灵活的组织架构，体现在以下几个方面：

1. 项目专班设立:

我方将成立以项目经理为首的专职工作组，项目专班成员由各个职能部门的专业人员组成，在活动的各个环节中能够高效协同，充分发挥各自的专业优势。

组织架构如下:

职务	主要职责
项目经理	负责整体项目的规划、执行与协调，确保项目目标达成。
项目副经理	协助项目经理，负责日常管理与沟通，处理突发问题。
运营主管	负责活动现场的运营管理，确保各项服务顺利进行。
市场推广主管	负责活动的宣传推广，吸引游客参与，提升活动知名度。
供应链主管	负责物资采购与供应链管理，确保资源及时到位。
人力资源主管	负责人员招聘与培训，确保团队成员具备必要的专业能力。
财务主管	负责项目资金的管理与预算控制，确保项目经济合理。
客户服务主管	负责游客的咨询与服务，提升游客满意度。
安全保障主管	负责活动现场的安全管理，确保活动安全有序进行。

数据分析师	负责活动数据的收集与分析，提供决策支持。
-------	----------------------

2. 本地化整合：

我公司为贵港本地注册企业并且我方将优先聘用熟悉贵港市情的人员，建立与本地文化旅游机构的合作关系，增强项目的执行力。

措施包括：

资源整合措施	描述
本地人才招聘	优先考虑具有本地文化、旅游行业背景的人才，提升项目适应性。
合作伙伴关系建立	与本地旅游公司、文化机构建立合作关系，共同推动活动的成功。
资源共享机制	建立资源共享平台，促进信息交流与资源互补，提高工作效率。
本地供应商选择	优先选择本地供应商进行物资采购，支持地方经济发展。
本地志愿者招募	吸纳本地志愿者参与活动，增强社区参与感与归属感。
文化活动融合	在活动中融入本地特色文化，提升活动的吸引力与参与度。
定期交流会议	定期组织与本地合作伙伴的交流会议，确保信息畅通与协作顺利。

市场需求调研	针对贵港市的市场需求进行调研，制定符合当地特色的活动方案。
反馈机制建立	建立与当地居民和游客的反馈机制，及时调整活动内容与形式。
政府关系维护	积极与地方政府保持沟通，争取政策支持与资源保障。

(二) 活动策划保障

1. 主题活动策划:

我方将围绕贵港市独特的文化特色，精心策划一系列具有吸引力的主题活动，以提升大夜市的整体氛围和参与度。我们将充分挖掘贵港市的历史文化，结合当地的民俗风情，设计出多样化的民俗表演项目，结合贵港的传统节庆，组织具有地方特色的舞龙舞狮、民间歌舞等表演，吸引游客驻足观看，增强文化氛围。

我方还将策划美食节活动，展示贵港市丰富的地方美食，邀请当地知名餐饮商家参与，设立美食摊位，提供特色小吃、地方风味菜肴等。在美食节期间，我们将安排厨艺大赛，邀请游客参与投票，评选出“最受欢迎美食”，以此增强游客的参与感和互动性。

2. 活动内容创新:

为了吸引年轻消费群体的参与，我方将结合当前的潮流元素，设计一系列互动性强的体验项目。我们将引入新颖的互动游戏和体验活动，例如VR体验区、手工DIY区等，让年轻人在参与活动的同时，享受新鲜的娱乐体验。通过这些互动项目，增强年轻人对活动的兴趣，提升他们的参与积

极性。

我方还将策划“夜市打卡”活动，设置多个主题打卡点，鼓励游客拍照并分享至社交媒体，利用社交平台的传播效应，进一步扩大活动的影响力。同时，结合贵港市的文化特点，推出限量版的纪念品，增添活动的趣味性和收藏价值，吸引年轻消费者的关注。

3. 活动宣传与推广：

为了活动的成功，我方将制定详细的宣传推广计划。我们将利用线上线下相结合的方式，通过社交媒体、微信公众号、当地新闻媒体等渠道，广泛宣传活动信息，提升活动的知名度。同时，结合贵港市的旅游资源，邀请旅游达人和网红参与活动，进行现场直播和推广，吸引更多游客前来体验。

在活动期间，我方还将设置专门的宣传展板，展示贵港市的文化和美食特色，吸引游客的目光，增强他们的参与欲望。通过多方位的宣传推广，活动能够吸引到足够的游客参与，提升贵港市文化旅游消费大夜市的热度和影响力。

4. 活动执行保障：

为活动的顺利进行，我方将建立一支专业的活动执行团队，负责活动的整体策划、组织和实施。团队成员将包括活动策划人员、现场执行人员、志愿者等，活动的各个环节都能顺利进行。同时，我们将与当地相关部门密切合作，活动的合法合规，活动的专业性和权威性。

我方还将制定详细的活动执行方案，明确每个环节的责任人和时间节点，活动的高效运作。通过精细化的管理和执行，活动能够达到预期效果，

为贵港市的文化旅游消费大夜市增添亮点。

(三) 宣传推广保障

1. 线上渠道拓展

我方将充分利用现代互联网技术，借助各大社交媒体平台，如微信、抖音等，开展多元化的宣传推广活动。措施包括：

(1) 微信宣传

通过建立活动专属的微信公众平台，发布活动信息、精彩活动预告、参与方式及优惠信息，同时设立在线互动环节，鼓励用户分享活动信息，形成良好的口碑传播。我们还将利用微信群体的传播效应，邀请本地知名人士或意见领袖进行活动推广，提升活动的关注度和参与度。

(2) 抖音短视频推广

借助抖音平台的短视频传播特性，我方将制作一系列创意短视频，展示大夜市的特色美食、文化活动及现场氛围，吸引年轻群体的关注。通过与当地抖音网红合作，进行直播带货、现场互动等形式，增强活动的吸引力，激发潜在消费者的参与热情。

(3) 网络广告投放

我方将根据目标受众的特征，制定精准的网络广告投放策略。在各大社交平台及相关网站上投放活动广告，利用大数据分析技术，确保广告覆盖到潜在受众，提高活动的曝光率。同时，我们还将利用搜索引擎广告，活动信息在用户搜索相关关键词时能够优先展示。

2. 线下资源整合

在活动的线下宣传方面，我方将通过整合本地资源，与各大媒体、商

圈及相关机构建立合作关系，进行全方位的宣传推广。

(1) 媒体合作

我方将与本地主流媒体建立长期合作关系，包括报纸、广播、电视等，通过新闻报道、专题节目等形式，宣传大夜市活动的特色与亮点，提升活动的知名度。同时，我们将邀请媒体记者参与活动的前期筹备及现场报道，活动的每一个环节都能得到充分的曝光。

(2) 广告投放

在活动前期，我方将在本地人流密集区域，如商场、公交站、地铁站等，设置广告牌、海报等宣传物料，活动信息能够第一时间传达给过往的潜在消费者。我们还将利用 LED 显示屏、电子广告牌等现代化宣传手段，进行动态信息发布，吸引更多人群的关注。

(3) 社区宣传

我方将积极与社区合作，利用社区公告栏、微信群等渠道，进行活动宣传。通过社区的力量，深入到每个家庭，提高活动的参与率。同时，组织社区活动，邀请居民参与，增强活动的亲和力和参与感。

3. 活动预热

为了活动成功举办，我方将在活动前期进行充分的预热宣传，营造良好的氛围。

(1) 线上活动

我们将通过线上抽奖、优惠券发放等方式，激发消费者的参与热情。通过互动活动，鼓励用户分享活动信息，形成良好的传播效应，达到预热的效果。

(2) 线下推广

在活动前期，我方将在本地主要商业区、学校、社区等地进行线下推广，发放宣传单页、宣传品，增加活动的曝光率。同时，组织小型的宣传活
动，如快闪活动、路演等，吸引路人的注意，提升活动的知名度。

4. 效果评估与调整

我方将建立宣传推广效果的评估机制，通过数据分析、用户反馈等方式，及时了解宣传效果，针对不同渠道的表现进行调整，宣传推广的精准性与有效性。通过对活动参与人数、线上互动量、媒体报道量等数据的综合分析，及时优化宣传策略，提高活动的整体效果。

(四) 运营管理保障

1. 现场秩序维护：

我方将配备充足的工作人员，在活动现场形成有效的秩序维护体系。工作人员将分布于各个关键区域，负责维持现场秩序，确保活动的安全有序进行。

(1) 人员配置

我方将根据活动规模和人流量，合理配置现场工作人员，包括秩序维护人员、志愿者和服务人员。通过科学的人员调度，在高峰时段能够及时应对人流聚集情况，避免拥堵和混乱。

(2) 现场指引

在活动现场，我方将设置明显的指示标识和导向牌，明确各个区域的功能和流向，帮助游客快速找到所需的服务和活动区域。同时，工作人员将主动为游客提供指引服务，提升游客的参与感和满意度。



(3) 应急响应机制

我方将制定现场应急响应机制，在突发情况下能够迅速反应。工作人员将接受相关培训，掌握基本的应急处理技能，能够及时处理小规模突发事件，保障游客的安全。

2. 商户服务支持:

为了实现活动的成功，我方将为入驻商户提供全面的服务支持，确保商户能够顺利运营，并与活动形成良好的互动。

(1) 场地布置指导

我方将为商户提供专业的场地布置指导，帮助商户合理利用空间，提升其展位的吸引力。通过提供设计建议和布置方案，确保商户在视觉和功能上都能达到最佳效果。

(2) 宣传推广协助

我方将为入驻商户提供宣传推广的协助，利用我方的宣传渠道和资源，帮助商户扩大知名度。通过线上线下宣传活动，提高商户的曝光率，吸引更多游客光临。

(3) 经营咨询服务

我方将为商户提供经营咨询服务，分享市场趋势和消费者需求的信息，帮助商户调整经营策略，提升销售业绩。通过定期的交流与反馈，形成良好的商户与活动组织方之间的互动关系。

3. 游客体验提升:

我方将通过优化现场运营管理，提升游客的整体体验，使其在活动中感受到愉悦和满足。



(1) 互动活动设计

我方将设计一系列互动性强的活动，吸引游客参与。通过丰富多彩的活动内容，增强游客与商户之间的互动，提高游客的参与感和满意度。

(2) 休息区设置

在活动现场，我方将设置舒适的休息区，为游客提供放松和休息的空间。通过合理的布局和设施配置，确保游客在活动过程中能够得到适当的休息，提升整体体验。

(3) 游客反馈收集

我方将建立游客反馈收集机制，通过问卷调查、线上评价等方式，及时了解游客的需求和建议。根据反馈信息，持续优化活动的运营管理，确保活动的不断改进和提升。

4. 整体协作机制：

我方将建立整体协作机制，确保各个环节的协调与配合。通过定期的会议和沟通，确保现场运营、商户服务和游客体验之间的无缝衔接，形成合力，共同推动活动的成功。

(1) 角色分工明确

在整体协作机制中，我方将明确各个团队和工作人员的角色与职责，确保每个环节都有人负责，避免责任不清导致的管理混乱。

(2) 信息共享平台

我方将建立信息共享平台，确保各个团队能够及时获取相关信息，形成信息的快速流通。通过信息共享，提高工作效率，确保活动的顺利进行。

(3) 定期评估与调整



我方将定期对运营管理进行评估，根据实际情况及时调整策略和措施，确保活动运营的灵活性和适应性。通过不断的评估与调整，提升活动的整体效果和游客满意度。

（五）消费体验保障

1. 支付便捷优化：

我方将为本次贵港市文化旅游消费大夜市活动引入多种支付方式，以满足不同消费者的需求。我方将重点推广电子支付，尤其是支付宝和微信支付等主流支付平台，以便于消费者快速、便捷地完成交易。通过设置多处移动支付终端，消费者在购物时能够轻松选择适合自己的支付方式，避免因支付方式单一而造成的排队和等待现象，从而提升整体消费体验。

2. 服务设施完善：

在消费体验保障方面，我方深知消费者在参与活动时对基础设施的需求至关重要。为此，我方将提供充足的休息区、卫生间等服务设施，以满足消费者的基本需求。休息区将设置在活动现场的显著位置，配备舒适的座椅和遮阳棚，供消费者在购物和游玩之余进行休息和社交。同时，我方将确保卫生间的数量充足，并定期进行清洁和维护，以提供良好的使用环境，提升消费者的满意度。

3. 现场导览服务：

为了帮助消费者更好地体验大夜市活动，我方将提供现场导览服务。通过设置明显的指示牌和导览图，消费者可以快速找到感兴趣的摊位和活动区域。我方还将安排志愿者在现场为消费者提供咨询服务，解答他们在消费过程中遇到的问题，确保每位消费者都能顺利享受活动的乐趣。

4. 特色活动体验:

我方将策划一系列丰富多彩的特色活动，吸引消费者参与。组织文化表演、美食体验和互动游戏等，营造热烈的消费氛围。这些活动不仅能够提升消费者的参与感和体验感，还能增加他们对大夜市的认同感和归属感，从而促进更多的消费行为。

5. 消费者反馈机制:

为了不断提升消费体验，我方将建立消费者反馈机制。在活动现场设置意见箱和反馈表，鼓励消费者提出建议和意见。同时，我方将在活动结束后，通过线上问卷调查的方式收集消费者的反馈信息。通过分析这些反馈，我方能够及时了解消费者的需求和期望，从而在未来的活动中进行改进和优化，确保每一位消费者都能享受到更优质的服务。

6. 优质商家筛选:

为确保消费体验的整体质量，我方将对参与大夜市的商家进行严格筛选。通过评估商家的产品质量、服务态度和经营信誉，确保每个摊位都能为消费者提供优质的商品和服务。我们将与当地知名品牌和有良好口碑的小吃摊合作，提升大夜市的整体档次和吸引力。

7. 文化氛围营造:

我方将注重文化氛围的营造，通过装饰、音乐和灯光等元素，打造一个充满活力和文化气息的消费环境。现场将播放具有地方特色的音乐，设置富有地方文化特色的装饰，营造出浓厚的文化氛围，让消费者在享受美食的同时，也能感受到贵港市独特的文化魅力。

8. 亲子友好环境:



考虑到家庭消费者的需求，我方将特别关注亲子友好环境的打造。在大夜市内设置儿童游乐区，提供安全的游乐设施和丰富的亲子活动，吸引家庭游客的参与。同时，提供适合儿童的美食选择，确保家庭消费者能够在活动中享受愉快的亲子时光。

9. 便捷的交通安排：

为方便消费者到达大夜市，我方将与当地交通部门协调，提供便捷的交通安排。在活动期间，设置临时停车场和接驳车服务，确保消费者能够方便地到达活动现场。同时，提供详细的交通指引，帮助消费者选择最佳的出行方式，提升整体消费体验。

（六）数据分析保障

1. 客流数据监测

我方将运用先进的技术手段，对贵港市文化旅游消费大夜市活动期间的客流数据进行全面监测。通过部署高精度的人流监测设备，我们能够实时获取活动现场的客流信息。这些设备包括人流计数器、视频监控分析系统等，能够准确记录不同时间段、不同区域的客流量变化情况。

在数据收集的基础上，我方将运用大数据分析技术，对客流数据进行深度分析。通过对客流高峰期、低谷期及客流分布的分析，我们可以了解消费者的参与习惯和行为模式。这一信息将为活动的后续改进提供重要依据，使我们能够更好地优化活动安排。若分析结果显示某一时段客流量明显高于其他时段，我方将考虑在该时段增加活动内容或延长开放时间，以提升消费者的参与体验。

我方还将通过客流数据监测了解不同消费群体的特点，包括年龄、性

别、消费能力等。这些数据将帮助我们在活动策划和商户选择上进行针对性调整，活动更符合目标消费群体的需求。通过对客流数据的持续监测和分析，我方将能够及时识别市场变化，做出灵活应对，为活动的成功举办提供数据支持。

2. 消费数据分析

在消费数据分析方面，我方将建立完善的消费数据收集体系，通过多种渠道收集消费者在大夜市活动中的消费情况。这包括通过电子支付系统、商户销售记录等方式，获取真实、有效的消费数据。通过这些数据的汇总与分析，我们能够清晰地了解消费者的消费偏好、消费金额及消费频率等信息。

通过对消费数据的深入分析，我方将识别出消费者的主要消费品类及热销产品，为商户调整经营策略提供参考依据。如果数据分析显示某类小吃在活动中销量突出，我方将建议相关商户加大该类产品的供应，甚至引入更多类似产品，以满足消费者的需求。消费数据分析还将帮助我们识别出潜在的市场机会，发现消费者尚未被充分满足的需求，从而为商户提供创新思路。

我方将利用数据分析工具，生成详细的消费报告，并定期向参与商户反馈消费趋势和消费者偏好。这一过程不仅能够帮助商户优化产品组合和定价策略，还能提升消费者的购物体验，促进消费增长。通过数据分析的持续应用，我方将为贵港市文化旅游消费大夜市活动的可持续发展提供强有力的支持。

3. 数据分析保障的综合应用

我方将把客流数据监测与消费数据分析有机结合，形成一套完整的数据分析保障体系。在活动筹备及实施过程中，实时监测客流与消费数据，为活动的各个环节提供数据支持。通过对数据的综合分析，我们将能够及时调整活动策略，活动的高效进行。

在活动进行期间，如果发现某一时段的客流量与消费数据不匹配，我方将迅速分析原因，可能是活动内容吸引力不足或商户产品不符合消费者需求。针对这种情况，我方将采取相应措施，如调整活动安排或建议商户优化产品，以提升活动的整体效果。

在活动结束后，我方还将进行全面的数据总结与分析，形成完整的活动报告。这份报告不仅包括客流和消费数据的统计分析，还将结合市场趋势与消费者反馈，为未来的活动提供参考依据。通过这样的数据分析保障，我方将为贵港市文化旅游消费夜市活动的成功举办提供全方位的支持，活动的每一个环节都能在数据的指导下不断优化提升。

二、宣传效果达成措施

(一) 文化认同

我方将通过多项措施深化文化认同，增强游客对贵港文化的认同感和归属感。这些措施主要包括文化展示深化和情感连接构建两方面。

1. 文化展示深化：

我方将深度挖掘贵港的文化内涵，结合夜市活动的特点，设计一系列文化展览和民俗表演，生动展现贵港的历史、传统和风俗。措施如下：

措施	内容	目的
----	----	----

标项二

一、 竞标报价表

项目名称： 2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目
项目编号： GGZC2025-C3-990125-GXJY
所投分标： 标项二



场次	名称	序号	名称	数量	单位	单价	小计	备注
(二) 港南场 次	舞台 区	1	舞台搭建	2	套	5000.00	10000.00	
		2	舞台地毯	2	套	2000.00	4000.00	
		3	舞台背景板	2	个	3200.00	6400.00	2个晚上
		4	舞台灯光	2	套	3000.00	6000.00	常规, 租用
		5	舞台音响	2	项	3000.00	6000.00	常规, 租用
		6	主持人	1	项	2000.00	2000.00	
		7	文艺表演	2	天	10000.00	20000.00	歌手、乐队、舞蹈团等等内容
	展位 区	1	夜市场地及市集 摊位搭建与装饰	60	套	600.00	36000.00	常规, 租用, 照明+排插、含安装
		2	美陈	2	个	3600.00	7200.00	KT板、含安装
		3	氛围布置	1	项	3500.00	3500.00	灯带、kt板等装饰物料
	互动 区	1	互动游戏	3	项	3000.00	9000.00	DIY、石膏画等
		2	美食品鉴	1	项	25000.00	25000.00	购买制作各类小龙虾美食食材、一次性餐具等
		3	抽奖、评奖	1	项	10000.00	10000.00	互动奖品购买、奖金及证书制作费
		4	装饰、布置	1	项	3500.00	3500.00	

	5	工作人员	5	个	200.00	1000.00	
宣传 板块	1	宣传视频、海报 设计制作	1	项	15000.00	15000.00	预热、期中、期 后小视频制作、 宣传海报设计
	2	线上宣传	1	项	20000.00	20000.00	抖音、微信公众 号等宣传推广
	3	图片直播	1	项	5000.00	5000.00	
后勤 保障	1	安保人员	15	个	300.00	4500.00	
	2	保洁人员	10	个	200.00	2000.00	
	3	保险	1	项	1000.00	1000.00	
	4	运输	1	项	2000.00	2000.00	
	5	矿泉水	20	件	30.00	600.00	
合计						199700.00	
总报价：人民币（大写）壹拾玖万玖仟柒佰元整（¥199700.00元）							
合同履行期限：自合同签订之日起 2025 年 12 月 31 日前完成全部服务工作，具体活动时间由业主根据 实际情况待定。							
注：1、所有价格均用人民币表示，单位为元，精确到小数点后两位数。 2、磋商供应商所报价的所有报价表都必须加盖公章并签字，无盖章和签字的报价无效。							

法定代表人（或负责人）或其委托代理人（签字或者电子签名）：谭近天

供应商（公章或电子签章）：广西贵港市贵港广告传媒有限公司

日期：2025 年 06 月 20 日



投标报价明细表

投标人全称(盖章): 广西贵港市中天广告传媒有限公司

项目编号及名称: 2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目 (GGZC2025-C3-990125-GX1Y) -分标2

供应商名称	报价(总价, 元)	标项名称	合同履约期限	备注
广西贵港市中天广告传媒有限公司	197600	2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目——港南场次	自合同签订之日起2025年12月31日前完成全部服务工作, 具体时间由业主根据实际情况待定。	无

中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加港市文化广电体育和旅游局的项目名称：2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动服务项目、项目编号：GGZC2025-C3-990125-GXJY（标项二）采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. 2025年贵港市文化旅游消费大夜市活动，属于商务服务业；承接企业为广西贵港市中天广告传媒有限公司，从业人员25人，营业收入为92万元，资产总额为159.5万元，属于小型企业；

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（公章或电子签章）广西贵港市中天广告传媒有限公司

日期：2025年6月20日

注：享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随成交结果公开成交供应商的《中小企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

五、 服务承诺

(一)、 服务承诺内容

(1)、 活动筹备与执行承诺

➢ 精心策划与筹备

组建专业的活动策划与执行团队，深入研究活动方案，结合贵港市文化特色和市民游客需求，对活动流程、场地布置、人员安排等进行精细化筹备。在活动开始前 60 天完成所有筹备工作，并向采购人提交详细的筹备进度报告，确保活动按计划顺利启动。

1、专业团队组建：成立由资深活动策划师、舞台搭建专家、宣传推广专员等组成的专项工作小组，团队成员均具备 3 年以上大型文旅活动经验，确保从活动策划、资源协调到现场执行全流程专业化运作。

2、深度方案优化：深入挖掘贵港市历史文化、民俗风情与特色美食，结合市民游客消费偏好，对活动方案进行二次深化设计。通过多轮内部研讨与采购人讨论，优化活动流程、场地分区规划、互动环节设置等细节，打造兼具文化底蕴与娱乐性的活动体验。

3、高效筹备推进：制定详细的筹备倒排工期表，在活动开始前 60 天完成所有筹备工作。具体节点如下：

阶段	时间节点	工作内容	责任部门 / 人员
筹备阶段	活动前 1-2 个月	确定活动时间、地点；完成活动方案策划与审批；成立活动筹备小组，明确各成员职责分工	活动主办方、项目负责人
	活动前 1-2 个月	与演出团队、人工智能及科学魔法秀团队、美食商家、非遗工坊老师等签订合作协议；开始采购活动所需物资，如舞台设备、摊位设施、宣传物料等	活动策划组、后勤保障组

	活动前 1-2 个月	完成舞台、美食区、创意市集、非遗工坊等场地规划与设计；搭建线上宣传平台，如活动官方微信公众号、微博话题、抖音账号等，并开始发布活动预热信息	场地布置组、宣传推广组
	活动前 1-2 个月	进行活动宣传推广，包括张贴海报、发放传单、投放广告、与媒体合作等；组织工作人员进行服务培训，内容涵盖活动流程、安全知识、服务规范等	宣传推广组、人力资源部
	活动前 [1 - 2] 周	完成场地布置与设备调试，确保舞台灯光音响、美食摊位、科普展示区等设施正常运行；再次确认各合作方准备情况	场地布置组、后勤保障组
活动进行阶段	活动当天开场前 3 小时	工作人员全部到位，进行最后的场地检查与准备工作；引导演出团队、商家等完成入场和准备工作	各工作组负责人
	活动期间	夜间演艺活动按节目单有序开展，安排专人负责现场秩序维护与观众互动环节组织；人工智能及科学魔法秀定时表演，安排讲解员在科普展示区为观众服务；美食集市、创意市集、亲子非遗工坊正常运营，安排工作人员协助商家和游客，保障活动顺利进行；安排专人负责现场安全巡查、环境卫生清理、游客咨询解答等工作	各工作组负责人
	活动结束后	组织工作人员清理场地，回收物资；对当天活动情况进行总结，整理相关数据和反馈意见	各工作组负责人
收尾	活动结束后 3 天内	完成活动消费数据统计、参与人数分析、满意度调查结果汇总；制作活动总结报告，总结经验教训，提出改进建议	财务部、活动总结组

阶段	活动结束后 7 天内	完成活动费用结算，支付合作方款项；整理活动照片、视频等资料，进行活动成果展示与宣传	财务部、宣传推广组
----	------------	---	-----------

➤ 严格执行活动方案

严格按照既定的活动方案执行，确保夜间演艺活动、人工智能及科学魔法秀、特色美食集市、创意市集、亲子非遗工坊体验等各项活动内容高质量呈现。活动期间，安排专人负责现场调度，及时处理突发情况，保证活动流程顺畅，不出现冷场、延误等情况。

1、标准化流程管控：制定《活动现场执行手册》，明确各环节执行标准与责任人，确保夜间演艺活动、人工智能及科学魔法秀、特色美食集市、创意市集、亲子非遗工坊体验等活动内容严格按照既定方案执行。从节目编排、舞台灯光音效调试，到美食供应品质把控、非遗工坊教学规范，均设置专人监督，保障活动品质。

2、现场高效调度：活动期间设立现场总指挥部，由活动总负责人统筹协调，配备专业调度人员实时监控各区域动态。针对可能出现的设备故障、人流拥堵、节目衔接不畅等问题，制定分级响应机制，确保突发情况 5 分钟内响应、30 分钟内解决，杜绝冷场、延误等情况发生，保障活动流程顺畅连贯。

3、品质持续优化：建立活动现场反馈机制，通过设置意见箱、线上评价通道，实时收集市民游客意见建议。每日活动结束后，组织团队召开复盘会议，针对当日问题及时调整优化，不断提升活动体验，确保活动高质量完成。

(2)、服务质量承诺

对所有参与活动服务的工作人员进行岗前培训，包括活动流程、服务礼仪、应急处理等方面的培训，确保工作人员具备良好的职业素养和服务意识。活动现场工作人员统一着装，佩戴工作证件，热情、耐心地为市民游客提供咨询、引导等服务。

(一) 人员服务规范

对所有参与活动服务的工作人员进行岗前培训，包括活动流程、服务礼仪、应急处理等方面的培训，确保工作人员具备良好的职业素养和服务意识。活动现场工作人员统一着装，佩戴工作证件，热情、耐心地为市民游客提供咨询、引导等服务。设立服务监督小组，定期对工作人员的服务情况进行检查和评估，对服务表现优秀的员工给予表彰和奖励，对服务不达标者进行再培训或相应处理。

（二）服务态度承诺

工作人员始终保持微笑服务，使用文明用语，尊重市民游客的意见和需求。对于游客的提问，做到有问必答，不推诿、不敷衍；对待特殊群体（如老人、儿童、残障人士等），提供更加贴心、细致的服务，主动提供帮助，确保每一位参与者都能感受到热情与关怀。

（三）服务响应承诺

设立专门的服务热线和现场服务咨询台，及时响应市民游客的需求。对于一般性咨询，工作人员需在 1 分钟内做出回应；对于现场突发问题，相关负责人需在 5 分钟内到达现场处理，确保问题得到快速、有效的解决，不影响活动正常进行。

（四）服务质量监督与改进

活动期间，通过线上线下相结合的方式收集市民游客的反馈意见，如设置意见箱、开展线上满意度调查等。每日对收集到的反馈进行整理分析，针对存在的问题及时制定改进措施，并在后续工作中加以落实，持续提升活动服务质量。

（五）服务质量要求：达到行业标准和采购人的相关标准和要求。

（3）、 设施设备保障承诺

活动所需的舞台设备、音响灯光、摊位设施、工坊工具等各类设施设备，均选用符合国家标准的优质产品，并在活动前进行全面的检查和调试，确保设备正常运行。活动期间安排专业的技术人员随时待命，对设备进行实时监控和维护。



（一）设备租用标准

活动所需的舞台设备、音响灯光、摊位设施、工坊工具等各类设施设备，均从具备良好信誉和资质的供应商处租用，选用符合国家标准、行业规范的优质产品。舞台搭建材料需具备高强度、稳定性，确保承重能力满足演出需求；音响灯光设备要达到专业演出级别，具备清晰音质和丰富的灯光效果；摊位设施和工坊工具则需保证实用性和安全性，如桌椅稳固、工具无锋利毛刺等。同时，要求供应商提供产品质量合格证明、检测报告等文件，确保设备质量可靠。

（二）活动前检查调试

在活动开始前至少 3 天，组织专业技术团队对所有设施设备进行全面检查和调试。对于舞台设备，检查舞台结构的稳定性、升降装置的灵活性；音响灯光设备进行音质测试、灯光效果调试，确保声音清晰、灯光色彩和亮度符合活动需求；摊位设施检查桌椅的完整性、连接部位的牢固性；工坊工具检查其功能是否正常、安全性是否达标。针对检查中发现问题，及时联系供应商进行维修、更换或调整，确保所有设施设备在活动开始前处于最佳运行状态，并形成详细的检查调试报告备案。

（三）活动中维护保障

活动期间，安排专业的技术人员组成设备维护小组，对设施设备进行实时监控和维护。技术人员按照分工，分别负责舞台设备、音响灯光、摊位设施、工坊工具等区域的巡查工作，每小时对设备运行情况进行一次检查，重点关注设备是否出现异常声响、发热、故障等问题。一旦发现设备故障，维护小组需在 10 分钟内到达现场，对故障进行诊断和处理，一般故障在 30 分钟内修复，复杂故障及时启用备用设备，确保活动不受影响。同时，建立设备维护记录档案，详细记录设备故障情况、处理过程和结果，以便后续分析总结和改进设备保障工作。

（4）、安全保障承诺

➢ 场地安全管理

对活动场地进行全面的安全评估，设置清晰的安全标识和疏散通道，配备足够的消防器材。活动期间安排专业的安保人员进行巡逻，维护现场秩序，防止拥挤踩踏、盗窃等安全事故发生。同时，制定详细的应急预案，定期组织应急演练，确保在突发情况下能够迅速、有效地进行应对。

（一）场地检查

在活动现场按规定配备足够数量的灭火器等消防器材，并保证消防通道畅通无阻。设置明显的消防安全标识和疏散指示标志，方便游客在紧急情况下找到逃生方向。

用电安全管理：安排专业电工对活动现场的用电设备和线路进行检查和维护，确保用电设备符合安全标准，线路敷设规范。严禁私拉乱接电线，对大功率用电设备进行重点监控，防止发生电气火灾事故。

检查流程与标准：活动开始前 3 天，由安全领导小组组织专业人员对活动场地进行全面检查。制定详细的场地检查清单，包括舞台搭建（结构稳定性、承重能力检测）、摊位设置（间距是否符合消防要求、固定是否牢固）、消防设施（灭火器压力是否正常、消火栓是否完好）、照明设备（亮度是否达标、线路是否破损）、用电线路（绝缘层是否老化、接地是否良好）等项目，按照国家标准和行业规范进行检查。

隐患整改与复查：对检查中发现的安全隐患，明确整改责任人、整改期限和整改措施，建立隐患整改台账。整改完成后，由安全领导小组组织复查，确保隐患彻底消除。对未按时完成整改或整改不到位的，追究相关责任人责任。

（二）消防设施配备

器材配置与维护：根据活动场地面积和人员密度，配备灭火器的等标准配置灭火器材，并在明显位置设置灭火器箱。消火栓配备水带、水枪等配件。活动前 3 天，对消防设施进行全面检查和调试，确保设施完好有效。活动期间，安排专人每天对消防设施进行巡查，记录检查情况。

消防通道管理：明确消防通道位置，设置明显标识，严禁在消防通道上堆放任何物品。在消防通道入口处设置隔离栏和警示标志，安排安保人员值守，

确保消防通道畅通无阻。

➤ 用电安全管理

设备与线路规范：活动现场所有用电设备必须符合国家 3C 认证标准，使用合格的电线、电缆和插座。线路敷设采用穿管保护，避免线路裸露。大功率用电设备（如舞台灯光、音响设备）单独设置配电箱，配备过载、漏电保护装置。

巡查与应急处理：安排专业电工 24 小时值班，每 2 小时对用电设备和线路进行一次巡查，重点检查设备运行状态、线路温度等。发现电气故障或安全隐患，立即切断电源，组织维修人员进行抢修。同时，准备备用电源设备，确保重要活动区域在突发停电情况下能够正常运行。

➤ 食品安全保障

对特色美食集市的所有商户进行严格的资质审核，确保食品原材料采购渠道正规、安全。活动现场设置食品安全检测点，对食品进行抽样检测，保障市民游客的饮食安全。如发现食品安全问题，立即采取下架、召回等措施，并对相关商户进行严肃处理。

一、严格商户资质审核

（一）审核标准与材料提交

资质要求：所有入驻美食集市的商户必须持有有效的《食品经营许可证》或《小餐饮备案证》，从业人员需具备健康证明，且证件在有效期内。同时，商户需提供经营场所平面图、食品加工操作流程说明，确保加工环境与流程符合食品安全标准。

材料清单：商户需提交营业执照、食品经营相关许可证、从业人员健康证复印件、食品原材料供应商资质证明（营业执照、食品生产 / 经营许可证）、原材料采购合同或协议、食材检验检疫合格证明等材料，原件备查。

（二）审核流程与时间节点

初审阶段：活动筹备期（前 30 天），由食品安全管理小组对商户提交的材

料进行初步审核，重点核查证件是否齐全、有效，原材料供应商资质是否合规。初审不合格的商户，要求在 3 个工作日内补充或整改材料，逾期未达标者取消入驻资格。

实地复审：初审通过后，在活动前 15 天内，组织食品安全负责人对商户的加工场所（如中央厨房、加工间）进行实地检查，评估环境卫生、设备设施、储存条件等是否符合要求。实地复审未通过的商户，不得参与本次活动。

二、现场食品安全检测

（一）检测点设置

检测点布局：在美食集市中心区域设置食品安全检测点，配备专业检测设备与操作台，设置明显标识，方便市民游客监督与送检。

（二）检测内容与方式

常规检测项目：对食材新鲜度（如肉类的色泽、气味，蔬菜的农残检测）、食品添加剂使用（是否超范围、超剂量使用）、餐具卫生（菌落总数检测）等进行快速检测，每日抽检商户比例不低于 30%，重点检查小龙虾、海鲜等高风险食品。

专项检测行动：针对夏季高温易引发的食品安全问题，开展 1 - 2 次专项检测，如熟食制品的微生物检测、冷饮的细菌含量检测等。

三、问题食品处理机制

（一）快速响应与处置

问题发现：通过现场检测、市民投诉、工作人员巡查等渠道发现食品安全问题后，检测点工作人员需在 10 分钟内上报食品安全管理小组。

紧急处置：食品安全管理小组接到报告后，立即启动应急程序，对问题食品采取下架封存措施，暂停涉事商户经营；若涉及已售出食品，通过广播、现场公告、线上平台通知等方式，2 小时内发布召回信息，告知消费者停止食用并退回问题食品。

（二）责任追究与整改

商户处理：对存在食品安全问题的商户，根据问题严重程度，给予警告、罚款（从保证金中扣除）、取消本次活动参与资格等处罚；情节严重的，移交市场监管部门依法处理，并列入活动黑名单，禁止其今后参与相关活动。

整改复查：要求涉事商户限期整改，整改完成后提交书面申请，经食品安全管理小组与市场监管部门联合复查合格后，方可恢复经营。

四、食品安全宣传与监督

（一）科普宣传

在美食集市入口、摊位显眼位置张贴食品安全宣传海报，利用现场广播、电子显示屏等设备，循环播放食品安全知识与消费提示，提高市民游客的食品安全意识与自我保护能力。

（二）社会监督

设立 24 小时食品安全投诉热线，开通线上投诉渠道（微信公众号、活动官网留言板），鼓励市民游客对食品安全问题进行监督举报。对有效举报者给予一定奖励，形成全民参与食品安全保障的良好氛围。

（5）、 活动内容安全承诺

（一）演艺活动安全

设备检测与调试：在活动开始前 3 天，对舞台表演设备进行全面检测和调试，包括音响系统（音质、音量调试）、灯光系统（灯光亮度、色彩、照射角度调整）、舞台结构（承重测试、连接部位检查）等。邀请设备供应商技术人员进行现场指导，确保设备性能良好。

现场安全管理：在演艺活动期间，安排专人负责舞台区域的安全管理，禁止无关人员进入舞台后台和表演区域。在舞台周围设置安全警戒线，安排安保人员维持秩序，防止观众拥挤冲撞舞台。同时，制定演员安全保障措施，如为高空表演演员配备安全防护装备等。

（二）人工智能及科学魔法秀安全

设备与道具安全：对人工智能表演设备和科学魔法秀道具进行严格安全检测，确保设备无漏电、无机械故障，道具无易燃易爆等危险物质。在表演前，向观众详细讲解安全注意事项，如观看距离、禁止触摸道具等。

专业人员监护：安排专业技术人员和安全监护人员在表演现场全程值守，随时监控设备运行状态和表演过程。一旦发现异常情况，立即停止表演，采取相应的安全措施。同时，准备应急备用设备和道具，确保表演顺利进行。

（三）特色美食集市安全

食品安全监管：与市场监管部门合作，对美食摊位进行全面资质审查，要求摊主提供健康证、食品经营许可证等相关证件。活动期间，每天对食品原材料进行抽样检测，检查食品储存条件、加工过程是否符合卫生标准。设置食品安全投诉举报点，及时处理游客投诉。

燃气安全管理：对使用燃气的摊位，要求摊主配备合格的燃气灶具和燃气泄漏报警装置。安排专业人员每天对燃气设备进行检查，包括燃气管道连接是否牢固、阀门是否泄漏等。对不符合安全要求的摊位，责令立即整改，整改合格后方可继续经营。

（四）创意市集和亲子非遗工坊安全

摊位与工具检查：活动开始前，对创意市集和亲子非遗工坊的摊位进行安全检查，确保摊位结构稳固，无尖锐边角。对制作工具（如刀具、剪刀、陶艺工具等）进行安全评估，设置使用规范和安全警示标识。禁止儿童独自使用危险工具，必须在家长或工作人员陪同下操作。

现场指导与管理：安排足够数量的工作人员在现场进行指导和管理，向游客讲解工具使用方法和安全注意事项。定期对活动区域进行巡查，及时发现和消除安全隐患。同时，准备急救药品和设备，应对可能出现的意外伤害情况。

（6）、 应急处理承诺

建立完善的应急处理机制，针对可能出现的恶劣天气、设备故障、人员突发疾病等各类突发事件，制定详细的应急预案。活动期间安排专人 24 小时值班，确保在接到突发情况报告后，第一时间启动应急预案，组织相关人员进行

处理，并及时向贵方报告事件处理进展情况。

一、应急预案体系构建

（一）预案分类制定

针对恶劣天气、设备故障、人员突发疾病、火灾、踩踏、食品安全事故等常见突发事件，分类制定专项应急预案，明确事件分级标准、应急响应流程、责任分工和处置措施。

恶劣天气应急预案：涵盖暴雨、大风、高温等极端天气，制定场地防护、人员疏散、活动暂停或调整方案。

设备故障应急预案：针对舞台灯光音响、食品加工设备、电力系统等关键设备，制定故障排查、应急维修、备用设备启用流程。

人员突发疾病应急预案：明确突发疾病类型的应对措施，规范现场急救、送医治疗、家属通知等环节操作流程。

（二）预案动态优化

在活动筹备及开展过程中，根据实际情况和专家建议，对应急预案进行动态评估和优化，确保预案的科学性和可操作性。

二、应急组织架构与职责

（一）应急指挥中心

成立由项目总负责人任总指挥，各部门负责人为成员的应急指挥中心，负责突发事件的统一指挥、协调和决策。应急指挥中心设立 24 小时值班电话，确保信息畅通。

（二）应急工作小组

现场处置组：由安保人员、技术人员、医护人员组成，负责突发事件现场的紧急处置，如人员救援、设备抢修、秩序维护等。

信息联络组：负责收集、汇总突发事件信息，及时向应急指挥中心和采购人报告事件情况，同时对外发布权威信息，避免谣言传播。

后勤保障组：保障应急物资供应，协调救援设备和交通工具，为应急处置工作提供后勤支持。

善后处理组：负责受伤人员安抚、家属接待、保险理赔、事件调查和总结等善后工作。

三、应急响应与处置流程

（一）信息报告

活动期间安排专人 24 小时值班，任何工作人员发现突发事件后，需在 5 分钟内通过对讲机、电话等方式向应急指挥中心报告事件发生的时间、地点、类型、严重程度等信息。

（二）应急启动

应急指挥中心接到报告后，立即启动应急预案，组织应急工作小组赶赴现场，并在 10 分钟内向采购人报告事件基本情况和应急处置措施。

（三）现场处置

各应急工作小组按照预案分工迅速开展工作，现场处置组根据事件类型采取针对性措施，如火灾发生时立即组织灭火和人员疏散，人员突发疾病时第一时间进行急救并送医。信息联络组实时跟踪事件进展，每 30 分钟向应急指挥中心和采购人汇报一次处置情况。

（四）应急终止

当突发事件得到有效控制，危害消除后，由应急指挥中心宣布应急响应终止，并组织开展善后处理工作。

四、应急保障措施

（一）物资保障

储备充足的应急物资，包括灭火器、急救箱、雨具、手电筒、备用电源、应急照明设备等，并定期检查物资状态，确保完好可用。

（二）培训与演练

活动前组织全体工作人员开展不少于 2 次的应急演练，模拟各类突发事件场景，提高工作人员的应急反应能力和协同作战水平。同时，定期开展应急知识培训，增强全员安全意识和应急处置技能。

（三）沟通协调

与当地公安、消防、医院、气象等部门建立紧密联系，提前沟通应急联动机制，确保在突发事件发生时能够迅速获得外部支援。

我司将严格履行上述应急处理承诺，以高度的责任感和专业的应急处置能力，全力保障活动安全顺利进行，最大限度降低突发事件造成的损失和影响，并及时、如实向采购人报告事件处理进展情况。

（7）、 环保与卫生承诺

活动现场设置足够数量的垃圾桶，并安排专人负责环境卫生清洁工作，及时清理活动产生的垃圾，保持场地整洁。活动结束后，对场地进行全面的清扫和消毒，确保不留下任何垃圾和污染物，保护活动场地周边的生态环境。

一、垃圾桶科学配置

数量规划：根据活动场地面积、预计人流量及功能分区，在美食集市、互动区、舞台周边等区域共设置分类垃圾桶（可回收物、其他垃圾、厨余垃圾、有害垃圾四类），确保垃圾投放便捷。

标识清晰：垃圾桶张贴醒目的垃圾分类标识及投放指引图示，同时在场地入口处设置大型垃圾分类宣传展板，引导市民游客正确分类投放。

二、环境卫生动态清洁

人员安排：组建 10 人的专业清洁团队，按区域划分为 5 个小组，每个小组配备组长 1 名，实行组长负责制，明确各小组清洁责任区域与工作标准。

清洁流程

日常清洁：活动期间，每小时对公共区域进行一次巡回清扫，重点清理美食集市地面油污、丢弃的食品包装等垃圾；每 2 小时对垃圾桶进行检查，满桶后及时更换垃圾袋并转运垃圾。

重点清洁：在每场演出结束后、用餐高峰期过后，对舞台周边、美食摊位集中区域进行深度清扫，确保无卫生死角。

应急清洁：设置 24 小时清洁应急响应机制，接到垃圾洒落、污水外溢等报告后，清洁人员 5 分钟内到达现场处理。

三、场地全面消毒管理

消毒频次：活动期间，每日营业结束后对公共区域（地面、垃圾桶、卫生间、互动设施等）进行全面消毒；活动结束后，对整个场地进行终末消毒，包括地面喷洒消毒、空气消毒、垃圾存放点重点消杀等。

消毒标准：选用符合国家卫生标准的消毒剂，按照规定配比使用，确保消毒效果；消毒过程由专人记录，留存消毒时间、区域、药剂使用量等信息备查。

四、生态环境保护措施

垃圾清运管理：与专业垃圾清运公司合作，采用封闭式垃圾运输车辆，每日分 3 次（活动前、活动中、活动后）对垃圾进行转运，确保垃圾不在场地内过夜，防止异味与蚊虫滋生。

环保材料使用：活动现场布置优先选用可降解、可循环利用的环保材料；美食摊位统一提供可降解一次性餐具，减少白色污染。

污水排放处理：在美食区设置专用污水收集池，对产生的餐饮污水进行初步隔油处理后，接入市政污水管网，严禁直接排放至周边环境。

(8)、活动内容承诺

通过一系列的文化展示、艺术表演、特色美食集市等活动，弘扬贵港的独特魅力，增强游客对贵港文化的认同感和归属感。活动联动市内文旅企事业单位、商业贸易等相关部门，充分发挥新媒体平台、电商平台等多渠道力量，结合广大游客和市民的高品质文旅消费需求，策划推出一批集“夜食、夜购、夜游、夜娱、夜秀、夜读、夜健”于一体的夜间文化和旅游消费活动，满足不同群体的差异化消费需求。展示贵港的文化旅游资源和特色，提升城市的知名度

和美誉度，打造具有地方特色的文化旅游品牌。

结合暑假、夏季小龙虾消费热潮以及少年创意市集的创新形式，活动为期三天，活动现场设置贵港市特色美食市集、特色文创集市、互动体验、文艺演出等丰富多彩的夜间文化旅游系列体验活动。

1、夜间演艺活动

邀请歌手、乐队、舞蹈等演艺团队登台演出，涵盖摇滚、民谣、流行等多种音乐风格，打造一场音乐盛宴，点燃现场气氛。举办，设置观众点歌、合唱、音乐游戏等环节，增加观众参与感，提升活动热度。

举办“观众互动之夜”，设置观众点歌、合唱、音乐游戏等环节，增加观众参与感，提升活动热度。

邀请专业舞蹈队伍进行舞蹈表演，展示青春活力，提升活动氛围。

引入“本土文化融合演出”环节，邀请贵港非遗传承人进行壮族嘹歌、师公戏等特色表演。

2、人工智能及科学魔法秀

结合科技感与趣味性，活动现场组织策划人工智能表演和科学魔法秀，主要包含人工智能舞蹈、神奇干冰等，为活动增添新奇体验。

可选机器狗表演，让机器狗进行高难度动作展示，科学魔法秀则呈现神奇现象，为活动增添新奇体验。机器狗灵动登场，表演智能舞蹈、障碍跨越等高难度动作；科学魔法秀中，干冰烟雾升腾等神奇现象，瞬间点燃现场好奇氛围，同步开展化学实验科普讲解。

3、特色美食集市

活动现场设置美食区，集中展示贵港市富硒小龙虾、荷菜、地标美食等，现场搭配各类品牌啤酒，向市民游客免费限量供应，共同享受舌尖上的贵港盛宴。

一是在活动区域设置美食区，每天免费限量供应小龙虾让游客品尝到美味的小龙虾和啤酒，享受舌尖上的盛宴。

二是展示本土荷菜、其他地标美食等，现场搭配各类品牌啤酒，向市民游客免费限量供应，共同享受舌尖上的贵港盛宴。

4、创意市集

设立专门区域，为小朋友们提供摊位，鼓励孩子们发挥创意，展示自己的手工艺品、绘画作品、创意文具、手工饰品等。

(1)、创意作品展示与售卖

设立专门的市集区域，为少年儿童提供摊位，展示和售卖他们的手工艺品、绘画作品、创意文具、手工饰品等，鼓励孩子们发挥创意，锻炼商业实践能力。

(2)、闲置物品置换与售卖

设立专门的市集区域，为少年儿童提供摊位，展示和售卖他们的闲置物品。

(3)、创意市集最佳摊位评选赛

活动期间，对少年创意市集的所有摊位进行综合评比。评比从摊位文化创意（30%）、商品创意性（30%）、装饰创意（20%）销售互动情况（20%）四个方面进行。

评选方式：由市集管理组工作人员每天进行巡查打分，结合游客现场投票，最终评选出优秀摊位。

奖项设置：选出最佳创意摊位 1 个，奖励 600 元；最佳文化传承摊位 1 个，奖励 600 元，人气摊位 3 个，每个摊位奖励价值 300 元。

5、亲子非遗工坊体验

设置多个非遗工坊，如陶艺制作、手工绘画、艾草锤制作、漆扇等，邀请专业老师现场指导，让孩子们和游客亲手制作属于自己的创意作品，丰富活动体验。

6、服务明细一览表

(9)、 后勤保障承诺

为了确保活动的顺利进行，我公司做好以下方面的后勤保障工作：

1、人员布置：派遣足够数量的工作人员，包括保安和巡逻人员。保安负责维持夜市活动现场的秩序和安全，巡逻人员则对夜市周边环境进行巡查，确保夜市活动的周边环境安全。

2、环境保障：提供足够数量的垃圾桶和清洁工人，加强对周边环境的检查和维护，保持夜市周边环境的清洁和安全。

3、火灾防范：在夜市活动场所安装火灾探测器和喷水装置等设备，督促夜市商家做好防火工作，避免火灾的发生。

4、交通疏导：对夜市活动周边的道路和停车场进行规划和管理，确保交通流畅和安全。

5、消防安全：加强消防设备的更新和检查，定期组织消防演习和消防安全培训活动，提高夜市活动参与者和商家的消防安全意识。

6、环境卫生：在夜市结束后加强道路清扫和冲洗作业，确保夜市及周边区域的清洁。

7、餐饮业服务保障：督导餐饮摊点落实安全管理规定，确保餐饮业的健康有序发展。

8、公共设施维护：保持公厕的清洁和延长开放时间，提供厕纸和洗手液，为市民和游客提供干净舒适的如厕环境。

9、食品安全：在食品安全方面，执法人员紧盯餐饮店、特产店等涉旅场所，组织各经营主体负责人分批次召开约谈会，督促经营主体做到亮照经营，严格落实“日管控、周排查、月调度”制度、索证索票制度、进货查验制度，做好餐具的清洗消毒、后厨卫生清理、食品原材料存储等工作。

10. 安保人员：15 人，保洁人员：10 人，保险：1 项。运输：1 项，矿泉水：

20 件，可根据实际情况增加。

(10)、活动总结与反馈承诺

活动结束后 5 个工作日内，向采购人提交详细的活动总结报告，包括活动参与人数、活动效果评估、存在的问题及改进建议等内容。积极听取贵方对活动的意见和建议，对不足之处进行认真反思和改进，为今后的活动提供经验参考。

(一) 活动总结报告

活动结束后 5 个工作日内，向采购人提交内容详实的活动总结报告。报告涵盖以下核心内容：

基础数据：统计实际参与人数、嘉宾到场率、各环节参与人次等关键数据。

效果评估：从活动氛围营造、流程衔接流畅度、参与者满意度等维度，结合现场观察与问卷调查结果进行量化分析。

问题梳理：罗列活动执行中出现的突发状况、后勤保障漏洞等问题，如物资调配延迟、部分区域人员引导不足等。

改进建议：针对现存问题，提出具体改进措施，例如优化物资采购流程、增加岗前培训时长等，为后续活动提供经验参考。

(二) 反馈与改进机制

主动沟通：主动与采购人对接，通过会议、书面问卷等形式，积极收集对活动的意见和建议，确保反馈渠道畅通。

深度反思：组织项目团队召开复盘会议，对采购人提出的不足之处进行深入剖析，明确责任部门与责任人。

持续优化：将改进措施纳入后续活动筹备流程，建立动态调整机制，不断提升后勤保障服务质量。

(二)、宣传投放渠道

(1)、线上宣传投放渠道

(一) 社交媒体平台

1、微信公众号：

（一）特色

以图文推送、小程序为核心载体，适合深度内容传播，能通过公众号底部菜单、自动回复等功能，搭建完整的活动信息服务体系，便于用户留存与后续转化。

（二）优点

内容深度传播：图文形式可详细介绍活动背景、流程、亮点，适合承载长文案与丰富图片，能深度传递活动价值，满足用户对活动全面了解的需求。

用户留存与转化：底部菜单可设置活动报名、优惠券领取等入口，自动回复功能可及时响应关键词咨询，方便用户参与活动，提升转化率；长期运营可积累粉丝，为后续活动储备用户资源。

精准广告投放：借助微信广告平台，可按年龄、性别、兴趣爱好等标签，精准定向贵港本地及周边城市用户，提高推广效率，降低无效曝光成本。

（三）缺点

打开率波动大：受用户关注公众号数量、推送频率影响，图文消息打开率不稳定，需精心策划标题与内容，提高用户点击欲望。

互动实时性弱：与用户互动主要通过留言区，实时性较差，难以满足用户即时沟通需求，在活动热点营造与快速反馈方面存在不足。

运营成本较高：需要专业人员进行文案撰写、图文排版、小程序开发与维护，同时广告投放也需资金支持，对运营团队和预算要求较高。

2、微信视频号

（一）特色

以短视频和直播为主要传播形式，通过推荐算法实现内容快速扩散，能与微信公众号、朋友圈联动，形成生态内传播闭环。

（二）优点

传播效率高：短视频形式直观生动，符合当下用户碎片化浏览习惯，能快

速吸引注意力；直播功能可实现与用户实时互动，增强用户参与感与活动吸引力。

流量推荐优势：基于微信庞大用户基数与视频号推荐算法，优质内容易获得曝光机会，降低冷启动难度；通过优化标题、标签和封面，可进一步提升视频传播范围。

生态联动推广：可与公众号关联，在视频中插入公众号推文链接，引导用户深度阅读；支持分享至朋友圈，扩大传播覆盖面，实现多渠道引流。

（三）缺点

内容制作要求高：为获取算法推荐与用户关注，需持续产出高质量、有创意的短视频和直播内容，对策划、拍摄、剪辑团队能力要求较高。

用户粘性较低：视频号用户多为内容浏览者，相比公众号粉丝，用户对账号的忠诚度和粘性较弱，不利于长期稳定用户群体的培养。

直播运营挑战大：直播需提前规划流程、准备道具，实时应对网络、设备等突发问题，对运营团队的现场把控能力要求高，且直播效果受时段、内容等因素影响大。

3、微信社群

（一）特色

基于兴趣分类建立，能精准触达目标用户，通过专属福利、互动活动增强用户粘性，依靠群成员口碑传播实现裂变推广。

（二）优点

精准用户触达：以兴趣为导向建群，群成员与活动目标用户匹配度高，推广信息能精准传递，提高活动参与针对性。

高粘性与互动性：通过发布专属福利、组织互动活动，可增强用户对社群的归属感与粘性；群内实时互动交流，便于收集用户反馈，及时调整活动策略。