

# 采购需求

说明：

1. 为落实政府采购政策需满足的要求

本招标文件所称中小企业必须符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)的规定。

2. “实质性要求”是指招标文件中已经指明不满足则投标无效的条款，或者不能负偏离的条款，或者采购需求中带“▲”的条款。

**本项目凡标注“▲”的条款或要求不响应或不满足的，投标文件即作无效处理。**

3. 投标人应根据自身实际情况如实响应招标文件，对招标文件提出的要求和条件作出明确响应，**否则将作无效响应处理**。对于重要技术条款或技术参数应当在投标文件中提供技术支持资料，技术支持资料以招标文件中规定的形式为准，**否则将视为无效技术支持资料**。

4. 投标人必须自行为其投标产品侵犯他人的知识产权或者专利成果的行为承担相应法律责任。

5. **评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响其服务或产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。**

6. **本项目采购需求表中要求提供的证明文件材料或承诺书，请在《技术要求偏离表》或《商务要求偏离表》中应答时，注明相关文件材料或承诺书放置的页码。**

7. 所属行业依照《中小企业划型标准规定》（工信部联企业〔2011〕300号）及《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）的有关规定执行。

**8. 本项目的所属行业为：软件和信息技术服务业。**

## 单分标

序号	标的名称	数量及单位	技术要求及需求
			<p>项目概况：本项目将为福彩中心提供全方位的信息化服务和营销支持，助力福彩业务的发展。其中包括：</p> <p>1. 智慧投注站信息化服务。提供平台和软件服务，支持现有及新增的视频终端，确保稳定运行并满足视频、图、文等播出需求。提供信息化平台运维服务，包括系统运行维护、内</p>

容分发、软件使用授权及配合运营需求的软件研发升级。此外，项目还涵盖 3-4 类节目制作、海报制作、摄影摄像及直播需求，以及文案设计及推广，以满足福彩中心的多元化宣传需求。

2. 营销活动技术支持服务。项目承诺每年完成不少于 6 场（包含本项目的场次）中心各类营销活动的技术类和客服类相关工作，包括技术对接、技术研发、数据支持、活动客服和 活动宣传等，确保活动顺利进行并取得预期效果。

3. 异业数字化新营销。通过新媒体营销、短视频营销、联合异业和节日营销等手段，实现拉新营销，提升福彩品牌影响力和销量。

<p>1</p>	<p>投注 站信 息化 服务</p>	<p>1 项</p> <p>（一）提供平台和软件：提供平台和软件方案为中心现有的 400 台网络视频双屏一体机和不少于 1000 台的视频终端提供平台和终端服务，拥有后台处理功能和存储功能。平台和软件功能包含并不限于节目发布、分组管理等。</p> <p>（二）提供维护和维保：为 400 台网络视频双屏一体机、中心及地市中心信息化管理服务中心提供正常运行的维护、维修保养和升级服务。为双屏一体机提供落地支架、挂墙支架、兼容器。</p> <p>（三）提供云服务：为保证视频、图、文等的流畅播出，服务的灵活性扩展性等，系统构架采用云构架，项目中所使用到服务器全部租用云主机（费用包含在报价中），保障视频图文等播出所需的流量需求充足，播出流畅清晰。同时，部署最新网络交换机和防火墙设备，确保数据传输的安全与高效。</p> <p>（四）信息化平台运维服务：提供系统运行维护，内容分发服务，软件使用授权服务、配合运营需求软件研发升级。</p> <p>（五）不少于 3 类节目制作：由熟悉彩票业务和视频节目制作的专业化团队，团队需派不少于 6 人驻采购人办公地点配合采购人处理项目的日常事务，直至本项目完成并通过验收。团队需拍摄编辑完成不少于 3 类中心需求的各类节目，包括但不限于福彩政策、游戏玩法介绍、品牌推广宣传、营销活动宣传、站点互动节目、公益宣传类节目。每年制作各类节目总计不少于 150 个，其中为管理处制作的视频不少于 30 个。</p> <p>（六）海报制作：营销活动海报、公益宣传海报、派奖宣传海报、中心通告、中奖喜报等内容。每年设计制作不少于 100 个（不含印刷）。</p>
----------	--------------------------------	--

		<p>(七) 摄影摄像需求: 满足会议、活动、颁奖、培训等各类中心需求的摄影和摄像任务, 需提供专业影像设备, 包括高分辨率摄像机、单反相机、专业照明设备和稳定器, 每年不少于 30 次。</p> <p>(八) 直播需求: 根据中心的需求, 完成会议直播、活动直播等。直播所需的人员、设备、流量、后台技术服务等有充足的准备, 直播流畅、画质清晰。直播需至少使用双机位, 采用专业影像设备和导播设备, 同时配备高清摄像机、无线音频传输系统, 直播内容可在现有一体机和终端视频设备等平台上实时播出。合同期内完成不少于 4 次。</p> <p>(九) 文案设计及推广: 根据中心需求, 结合游戏和市场热点, 编写精美且有创意的文案并制作成易于推广传播的图/文, 在新媒体、微信群、信发等平台进行传播。每月不少于 10 条, 合同期内完成不少于 240 条。</p>
2	营销活动技术支持服务	<p>每合同年内完成不少于 6 场中心各类营销活动的技术类和客服类相关工作。(采购人可以根据全年开展活动情况, 协商调换成其他项目场次, 中标人应予以配合。)</p> <p>(一) 技术对接: 完成中心营销派奖活动所需的技术对接工作。充分了解活动需求、各类参数设置、技术部对接、活动执行方对接等相关的技术对接工作。</p> <p>(二) 技术研发: 在活动方案确定后的 20 个工作日内, 完成活动所需的微信小程序或 APP 的技术研发工作和测试工作。活动界面美观化、活动操作人性化, 活动后台参数设置灵活化, 活动数据可追踪、可溯源、安全可靠。</p> <p>(三) 数据支持: 活动中和活动后, 后台能随时调出活动的各类数据, 并能生成各类直观的数据图表或饼状图等, 给福彩中心提供数据参考, 形成活动报告, 优化活动内容。</p> <p>(四) 活动客服: 活动前和活动中, 根据活动需求, 有专人负责完成各类活动注册、注意事项提醒、答疑解惑、人工客服、电话客服等相关客服工作。</p>

		<p>(五) 活动宣传：配合福彩中心，根据活动需求，完成相应的宣传片、海报、软文、长视频、短视频等各类线上宣传品的设计、制作和宣传工作。</p> <p>另外：收集全国各省市福彩中心的各类游戏玩法的成功营销活动案例，提供解读和分析报告，为中心营销活动作为参考和学习借鉴。</p> <p>每年提供案例数量或创新营销方案不少于 6 个。</p>
3	异业数字化新营销	<p>1 项</p> <p>通过新媒体、短视频、联合异业、节日、购彩有礼、打卡店物料布置等营销推广，引流到店，提升人气，实现拉新和异业营销，提升福彩品牌影响力。营销活动不少于 6 次，打卡店布置不少于 20 个站，活动方案须采购方同意后方可执行；另须安排 200 万元用于开展购彩体验券营销活动，开展不少于 2 场。</p>
<b>▲一、商务要求</b>		
合同签订时间	自中标通知书发出之日起 25 日内。	
服务时间及地点	<p>1. 服务时间：自合同签订后开始计算服务期，服务期 2 年。</p> <p>2. 交付地点：广西区内采购人指定地点。</p>	
交付期	根据实际通知，按采购人要求。	
提交服务成果质量	<p>标人需要再合同签订后开展技术要求及需求中要求的各项活动，并经采购人书面确认后，方可开展活动。本项目作为一个包干项目，投标人需要自行考虑其中风险。</p>	
付款方式	<p>根合同签订后 7 个工作日内，采购人向中标人支付合同总额 30%，按项目进度并分阶段验收合格，采购人分阶段向中标人支付相关项目进度款。中标人未提供发票的，采购人有权拒绝付款，且不承担逾期付款的违约责任，因此产生的一切不利后果由中标人承担。</p>	
报价要求	<p>投标报价为全包价，以人民币为结算单位，包括本项目的服务、以及可能需要的设备、随配附件、备品备件、辅助材料、工具、运抵指定交货地点、保险、现场安装、调试及验收、售后服务、培训费、人工费、税金、产品检测费、产品质保期内维护等及其他所有成本费用的总和，合同履行过程中，</p>	

	采购人不再支付合同以外的其他费用。供应商负责工人人身、设备安全责任，验收前，设备丢失自行负责。
验收标准	<p>1. 按招标文件、投标文件以及合同的相关条款进行验收。中标人在验收前应对所提供的服务作出全面检查和对验收文件进行整理，并列出清单，作为采购人验收的依据之一。中标人不能按规定交付相关材料，导致采购人无法确认中标人服务结果的，必须负责补齐，否则视为未按合同约定交付服务。</p> <p>2. 验收过程中所产生的一切费用均由中标人承担。报价时应考虑相关费用。</p>
知识产权	<p>1. 采购人在中华人民共和国境内使用中标供应商提供的技术及服务成果时免受第三方提出的侵犯其专利权或其它知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标供应商承担由此而引起的一切法律责任和费用。</p> <p>2. 服务成果经采购人验收通过后，服务成果归采购人所有，未经采购人同意供应商不得挪作他用。</p>
<b>二、与实现项目目标相关的其他要求</b>	
<b>(一) 投标人的履约能力要求</b>	
政策性加分条件	见本采购文件第四章“评标方法及评标标准”。
质量管理体系要求	如有，请于投标文件中自行提供。
业绩要求	如有，请于投标文件中自行提供。
<b>(二) 进口产品及核心产品说明</b>	
本项目为服务类项目，不设进口产品、核心产品。	
<b>(三) 其他要求</b>	
<p>1. 投标人可根据自身情况编制平台和软件服务方案、宣传内容制作方案、营销活动技术支持方案、异业数字化新营销方案、实施及售后服务方案、人员团队、业绩、资质证明等。</p> <p>2. 样片要求：</p> <p>(1) 投标人根据评标标准中“宣传内容制作”打分因素自行制定宣传样片，不提供宣传样片，则宣传内容制作分得0分。</p> <p>(2) 递交及清退</p> <p>①递交方式：由各供应商授权代表亲自将样片送达样片递交地点（需要用U盘形式提交），并办理样片接收登记手续，以邮寄方式（包括平邮、快递、货运物流）递交样片的将</p>	

被拒绝接收，且后果自负。

②样片递交时间：2024年7月31日上午8时30分至9时30分止（逾时递交所造成的一切后果由供应商自行承担）。

③样片递交地点：广西壮族自治区公共资源交易中心（广西南宁市青秀区星湖路22号）。