

附件一：服务范围要求及标准

序号	标的的名称	数量及单位	所属行业	▲技术要求
1	“八方来贺” 2026 贺州文化旅游宣传推广活动	1 项	租赁和商务服务业	<p>一、项目背景</p> <p>为贯彻落实党中央、国务院关于扩大服务消费和促进文化旅游业发展的决策部署，根据国务院办公厅印发《关于进一步培育新增长点繁荣文化和旅游消费的若干措施》（国办发〔2025〕2 号）及自治区党委、自治区人民政府关于举办“广西三月三·八桂嘉年华”文化旅游品牌活动的工作部署，持续举办“广西人游广西”活动，抢抓“广西三月三”节庆契机，充分发挥贺州“世界长寿市”“中国温泉之城”的资源优势，拟赴广西区内重点客源城市开展“八方来贺”2026 贺州文化旅游宣传推广活动，以特色推介、精准营销，激发文旅市场消费潜力，积极“引客入贺”，推动贺州文化旅游产业高质量发展。</p> <p>二、活动目的</p> <p>本次活动拟在广西三大核心城市——南宁、桂林、柳州分别举办，本项目需要供应商在活动城市进行以特色推介、产品展销、快闪演艺等多元手段，全面展示贺州丰富的文旅资源、精品线路及惠游政策，营造“八方来贺”的热烈氛围，为即将到来的“广西三月三”假期、春夏旅游旺季及 2026 年广西文化旅游发展大会在贺州举办预热造势。</p> <p>（一）强化品牌传播，提升城市影响力：借助“广西三月三”节庆热度，集中展示贺州民俗风情、山水人文、温泉康养等核心文旅资源，持续擦亮“世界长寿市”“中国温泉之城”金字名片，提升贺州在广西区内的知名度与美誉度。</p> <p>（二）深化客源引流，实现引客入贺：面向广西区内重点客源城市开展特色推介，吸引区内游客赴贺观光旅游、休闲度假，扩大贺州文旅客源市场。</p> <p>（三）激发消费活力，推动以游促消：精准对接区内市民出游需求，推介贺州春夏季特色旅游线路、惠游政策及节庆活动，引导“广西人游广西”消费热潮向贺州延伸，带动景区、酒店、文创等行业消费增长。</p>

			<p>三、活动内容</p> <p>（一）2026 贺州文化旅游宣传推广活动</p> <p>拟在广西南宁、桂林、柳州分别举办 1 场贺州文化旅游宣传推广活动，围绕“赏民俗、游山水、泡温泉、品美食”四大主线开展，现场设置文创市集、互动体验区等。</p> <p>（二）贺州文旅情景式主题推介</p> <p>以独特视角宣传贺州的山水、民俗、美食与温泉，全方位、沉浸式推介贺州文旅资源与特色业态。</p> <p>（三）旅游精品线路发布</p> <p>结合贺州文化旅游资源，发布不少于 3 条贺州春夏季旅游精品线路，让游客深入感受贺州的自然风光、生态优势和文化魅力，提升游客的旅游体验。</p> <p>（四）户外快闪演艺</p> <p>在客源地城市的热门商圈或主题街区开展快闪演艺，通过旅游精品线路宣传、派发文创礼包、赠送景区门票等形式，宣传贺州文旅产品，进一步提升贺州文旅的知名度和美誉度。</p> <p>（五）旅游博主宣传推介</p> <p>邀请中腰部及以上旅游博主进行现场推介，并通过旅游博主社交媒体账号或视频账号进行宣传，实现话题引流和品牌曝光，进一步提升贺州文旅的网络热度与吸引力。</p> <p>四、具体服务内容</p> <p>（一）场地布置</p> <p>1. 按照采购人要求负责演出场地的现场搭建、现场执行、现场设备维护及管理等工作。</p> <p>2. 根据活动要求搭建舞台，包括舞台造型制作、舞美设计制作及灯光、音响、LED 屏等租赁，保证各项配置满足演出的要求，确保演出安全、顺利进行。</p> <p>3. 负责活动现场布置、氛围营造，包括周边美陈、文创市集与互动体验区搭建、旅游精品线路主题展板制作等。</p> <p>（二）会务组织</p> <p>1. 邀请专业主持人主持活动。</p> <p>2. 邀请不少于 15 家主要新闻媒体（包括官媒、自媒、纸媒）对本活动进行宣传报道。</p> <p>3. 每场活动演出节目不少于 2 个，演艺人员不少于 10 人。</p>
--	--	--	---

			<p>4. 负责情景式主题推介的创作、排演，邀请不少于 2 名旅游达人进行现场推介。</p> <p>5. 组织不少于 5 家文旅企业进行展销。</p> <p>6. 邀请不少于 50 家文旅企业代表参加活动。</p> <p>（三）宣传物料制作</p> <p>1. 负责活动主背景的设计、议程的设计制作。</p> <p>2. 负责制作旅游精品线路视频及 PPT。</p> <p>3. 每场宣传物料（一般为传单、宣传手册、特色小文创等，具体以采购人确认为准）不少于 300 份。</p> <p>（四）人员配置</p> <p>须为本项目服务实施投入充足的团队人员，现场工作人员不少于 6 人（其中主要负责人 1 人），并于签订合同后 3 日内提供真实、完整的人员名单。</p> <p>五、活动宣传</p> <p>（一）宣传形式</p> <p>通过视频、图片、推文、图文（视频）直播等形式多维度推广活动。</p> <p>（二）宣传内容</p> <p>1. 预热期（活动前 5 天）</p> <p>结合“#八方来贺”“#中国温泉之城世界长寿贺州”“#生态贺州康养胜地”等话题，推出主题海报、倒计时海报、预热推文、预热视频，依托主流媒体与新媒体矩阵宣传，持续释放活动亮点，全面提升活动知晓度和参与吸引力。</p> <p>2. 爆发期（活动期间）</p> <p>进行现场图文（视频）直播，推发活动精彩花絮视频不少于 3 个，持续释放活动亮点内容。</p> <p>3. 长尾期（活动后 3 天）</p> <p>发布新闻通稿、活动综合视频，持续放大活动影响力。</p> <p>六、其他服务要求</p> <p>（一）未经采购人允许，不得使用或以其他方式给任何第三方提供本项目的相关信息或数据。</p> <p>（二）成交供应商不得将项目分包或转包给任何单位和个人，否则采购人有权依法解除合同，并要求供应商赔偿相应损失。</p>
--	--	--	---

▲一、商务要求	
服务期限和实 施地点	1. 服务期限：2026 年 4 月（具体时间以采购人通知为准） 2. 实施地点：广西区内活动城市（采购人指定地点）。
合同签订时间	自成交通知书发出之日起 3 日内
付款条件	完成项目后成交供应商提供活动总结报告等相关材料给采购人，经采购人验收合格后，采购人在收到成交供应商应开具正式等额增值税发票后 10 个工作日内一次性支付项目款项（不计利息）。
知识产权及售 后服务	1. 采购人在中华人民共和国境内使用成交供应商提供的产品及服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或其他知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，成交供应商应承担由此而引起的一切法律责任和费用。 2. 采购人享有本项目视频素材、图文资料等相关素材、成片和无字幕的共同版权、延伸使用及改编创作的权利。 3. 成交供应商必须承诺项目实施中的任何一个环节，如采购人需修改调整，均无条件根据要求完善。如重大调整，双方沟通协商。 4. 处理问题响应时间：接到采购人处理一般问题通知后能在 12 小时内响应处理；现场紧急问题在 15 分钟内响应，30 分钟内解决。
磋商报价	磋商总报价以人民币报价，成交供应商所报价格在合同实施期间不因市场变化因素而变动。报价必须包括但不限于以下内容： 1. 服务的价格； 2. 包括项目组织策划、舞美设计及搭建、演出设备租赁费、物料运输费、场地美陈、演出服装租赁、音视频拍摄（PPT）制作，数字化录制、媒体邀请、宣传推广费、活动物料费等； 3. 旅游博主（达人）劳务费，演职员食宿费、交通费等； 4. 活动实施所需的一切相关费用； 5. 必要的保险费用和各项税金； 6. 其他（如安装、调试、技术支持等）费用。
履约验收要求	1. 验收标准：符合国家规定的标准、政策和现行技术规范、规程要求，成果文件需通过相关主管部门审批。 2. 验收费用：验收过程中所产生的一切费用均由成交供应商承担。报价时应考虑

	<p>相关费用。</p> <p>3. 验收方式：参照《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》，按照双方合同、响应文件验收。</p>
二、与实现项目目标相关的其他要求	
<p>供应商可自行根据项目要求，在响应文件中提供针对本项目的实施方案、拟投入本项目人员、业绩等相关材料。</p>	