

第三章 技术、服务及其他要求

（注：本章的技术、服务及其他要求中，带“★”的要求为实质性要求。采购人、代理机构应当根据项目实际要求合理设定，并在第五章符合性审查中明确响应要求。）

3.1. 采购内容

采购包 1:

采购包预算金额（元）：1,350,000.00

采购包最高限价（元）：1,350,000.00

序号	采购品目名称	标的名称	数量 (计量单位)	标的金额 (元)	所属行业	是否涉及核心产品	是否涉及采购进口产品	是否涉及强制采购节能产品	是否涉及优先采购节能产品	是否涉及优先采购环境标志产品
1	C23050300 科技交流、普及与推广服务	2026 年成都市全国科普月系列活动	1.00 (项)	1,350,000.00	其他未列明行业	否	否	否	否	否

是否适用本国产品标准：

采购包 1：否

报价要求

采购包 1:

序号	报价内容	数量(计量单位)	最高限价	价款形式	报价说明
1	2026 年成都市全国科普月系列活动	1.00 (项)	1,350,000.00	总价	无

★注：本采购包涉及采购货物的，供应商响应产品应当明确品牌和规格型号并指向唯一产品，不能指向唯一产品的，应通过报价表唯一产品说明栏补充说明。

本项目涉及核心产品：

采购包 1:

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：涉及核心产品的，具体评审规定见第五章。

本项目涉及采购进口产品：

采购包 1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

★注：不涉及采购进口产品时，供应商不得提供进口产品进行响应；涉及采购进口产品时，如国产产品满足采购需求，也可提供国产产品进行响应。

本项目涉及强制采购节能产品：

采购包 1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

★注：响应产品属于《节能产品政府采购品目清单》中政府强制采购的产品，供应商应当提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可信息公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，否则作无效响应处理。具体要求详见第五章符合性审查表。

本项目涉及优先采购节能产品：

采购包 1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：响应产品属于《节能产品政府采购品目清单》中优先采购的产品，供应商提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可信息公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，可以享受优先采购政策。具体要求详见第五章规定。

本项目涉及优先采购环境标志产品：

采购包 1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：响应产品属于《环境标志产品政府采购品目清单》中的产品，供应商提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可信息公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，可以享受优先采购政策。具体要求详见第五章规定。

3.2.技术要求

采购包 1：

标的名称：2026 年成都市全国科普月系列活动项目

序号	符号标识	技术要求名称	技术参数与性能指标
1		活动服务内容	活动包含 2026 年成都市公民科学素质大赛、2026 蓉遇科普活动、2026 年成都市全国科普月主场活动三个板块。

		(一) 2026 年成都市公民科学素质大赛 1、活动时间 2026 年 4—5 月 2、活动服务内容 按照人工智能、绿色低碳、生命健康、食品安全、科学生产、科技成就等领域科学知识和《全民科学素质行动规划纲要（2021-2035 年）》《中华人民共和国科学技术普及法》《关于新时代进一步加强科学技术普及工作的意见》等政策方针开展 2026 年成都市公民科学素质大赛。包括：活动策划设计、组织实施、赛场预定、物料制作、赛务后勤保障、宣传推广、摄影摄像等一系列服务。 2.1 活动策划。活动包含网络赛、线下赛两部分，线下赛又分为半决赛和决赛。根据成都市科协需求，围绕大赛主题，策划编制完善活动实施方案。 (1) 根据活动需要，完成线上赛网络报名渠道开发、答题系统开发、界面设计、技术维护、数据统计及网络答题阶段红包奖励。 (2) 线下赛（2 天） ①半决赛环节：各区（市）县根据线上参赛答题情况和所在辖区实际情况组建队伍参加市级半决赛。每支队伍按照青少年（18—28 岁）、农民、产业工人、老年人（55 岁以上）、领导干部和公务员五类人群各选 1 人组成，选手年龄应在 18—69 岁之间。选手需具备良好的科学素质、形象气质佳、思维敏捷、普通话标准、语言表达流利、有团队合作意识。参加半决赛的队伍按照抽签顺序进行分组。半决赛采用积分制，以组为单位进行。每组比赛中设置科普展演、必答题、抢答题、风险题 4 个环节，各队伍需根据每个环节的规则要求赢得分数。最终所有队伍按总分数进行排名，排前 6 名的队伍将进入总决赛，如出现同分无法确定前 6 名队伍的情况，同分的队伍将进行加赛环节，直至选出 6 支队伍。 ②总决赛环节：晋级总决赛的 6 支队伍按照抽签顺序确定答题顺序。总决赛采用积分赛，分为科普展演、必答题、抢答题、风险题 4 个环节，各队伍需根据每个环节的规则要求赢得分数。最终所有队伍按总分数进行排名，并现场颁奖。 ③奖项设置 网络奖在网络赛中积分排名前 10 的参赛选手为“科
--	--	--

		学素质先锋”。 团队奖：在总决赛中排名第一的队伍为“年度科普精英冠军队”，排名二、三的队伍为“年度科普精英亚军队”，排名四、五、六的队伍为“年度科普精英季军队”，并现场颁发奖杯、证书，给予奖品。 个人风采奖：对在科普展演环节中表现突出的个人进行表扬。 2.2 赛场预定 赛场由采购人负责选择，供应商负责对接租赁协调，供线下赛开展使用 2 天。 2.3 场地布置 （1）赛场布置：结合大赛实际需求及流程环节设置，对赛场周围及大赛举办场地、会见厅、接待室或休息室、安检处、签到处、展览处、用餐地点等的规划布局设计，以采购方确认的方案实施。 （2）提供活动所需设施设备（如灯光、音响系统、LED 设备），并进行安装、搭建、拆除等工作，安装搭建完成后符合采购人使用和安全要求，因产品或搭建造成的人员或财产损失均由供应商负责处理和赔偿。 （3）为大赛配备主持人员不少于 2 人，礼仪人员不少于 10 人。 2.4 物料准备 物料准备制作：奖杯、证书、颁奖环节相关的其他物料（包含奖品）。成交后实际制作数量按采购人需求配置。 2.5 赛务后勤保障 （1）赛期用餐 大赛期间，为全体参赛代表、工作人员提供大赛期间午餐和晚餐，预计 250 人次，供应商应严格把控食品安全，确保符合食品安全标准。菜品荤素搭配合理不少于 2 荤 2 素。配餐前供应商应向采购人提供配餐方案，由采购人确认后方可执行，在大赛召开前采购人进行检查监督，确保用餐质量。 （2）其他后勤保障：供应商负责准备座牌（背贴）、大赛所需工作证、手卡、资料等相关物品。 2.6 活动宣传 （1）前期宣传 在各类媒体平台进行大赛整体预热宣传不少于 10
--	--	---

		次。 （2）比赛阶段 线下赛开始前制作参赛队伍宣传影片；制作线下赛宣传快闪视频进行预热发布；剪辑整理往届比赛视频和图片，制作线下赛暖场片；在科普熊猫视频号对线下赛进行网络直播；线下赛编写现场图文快讯对活动进行宣发。 （3）后期宣传 赛后在各类媒体平台进行宣传不少于 20 次。 （4）各类媒体平台 传播渠道覆盖央级、省级、市级主流媒体，及商业网络新媒体平台。 （二）2026 蓉遇科普活动 1、活动时间 2026 年 5—10 月 2、推荐范围 本次活动向成都市范围内（在成都的个人、团体或单位）征集满足参评条件的年度科普人物、年度科普图书、年度科普视频、年度科普活动、科学美空间五类项目，每类最终提名不超过 10 个项目。 （1）年度科普人物、年度科普图书、年度科普视频、年度科普活动接受市级学会、市全民科学素质纲要工作实施办公室成员单位、区（市）县科协、高校科协、企事业科协推荐，原则上各单位每类推荐数量不超过 2 个。 （2）科学美空间只接受区（市）县科协推荐申报，每个区（市）县推荐数量原则上不超过 3 个。 3、活动内容及进度安排 （1）发动推选 通过市级相关媒体广泛宣传动员，依托各市级学会、全民科学素质纲要工作实施办公室成员单位以及区（市）县科协等广泛发动社会力量，组织开展本领域和本区域的推选活动，同时市科协面向社会进行深度挖掘，时间不少于 20 天。 （2）专家初评 评审采取定性定量结合的方式。组织专家按照类别依据评选标准，评出年度科普人物、年度科普图书、年度科普视频、年度科普活动、科学美空间初选提名，
--	--	---

		五大类别每类提名不超过 20 个，总数不超过 100 个。 (3) 网络点赞 在“成都科协”或“科普熊猫”微信公众号上设置“蓉遇科普”网络点赞专栏，发动公众对五大类别提名项目进行网络点赞投票。 (4) 实地考察 组织专家对科学美空间提名点位进行实地考察并打分。 (5) 专家终评 组织专家对各类别提名项目进行终评。结合初评情况、网络点赞（权重占百分之 10）、实地考察等，推选出年度科普人物、年度科普图书、年度科普视频、年度科普活动、科学美空间五大类别，每类最终提名不超过 10 个。 (6) 公示与发布 在成都市科协官网对拟获奖名单进行公示。公示期满后，在“成都科协”“科普熊猫”微信公众号发布获奖名单。 4、活动宣传 通过市科协媒体平台“成都科协”或“科普熊猫”、国家级、省级、市级媒体及商业网络新媒体平台对“2026 蓉遇科普”活动持续进行宣传。 5、活动服务内容 5.1 发动推荐阶段 优化升级“2026 蓉遇科普”视觉体系，包括品牌 logo、文创产品等，通过体系化视觉呈现，增强品牌辨识度，提升活动影响力。针对活动主题、流程、亮点梳理文案，制作创意推介视频，吸引公众参与。针对评选活动项目、规则、安排等相关细则内容，制作宣传预热 H5，包含文字、图片、音乐，号召全民参与。 5.2 网络点赞阶段 对五大类别提名名单网络点赞进行宣传，在成都市科协自媒体、相关自媒体平台宣传推广，号召公众参与点赞。在网络点赞环节，设计海报和点赞页面二维码，分享海报进入点赞页面。 5.3 发布揭晓阶段 制作视频、文创产品等在颁奖仪式现场进行宣传。 5.4 活动后续
--	--	---

		针对推选出的项目制作相关宣传海报，并撰写对应稿件，进行宣传推广。对年度科普人物、科学美空间进行视频拍摄宣传，扩大“2026 蓉遇科普”活动社会影响力。 5.5 具体服务内容 ①设计制作“2026 蓉遇科普”视觉体系，开发网络点赞阶段程序等。 ②网络点赞阶段红包奖励。 ③不少于 50 个网络点赞等阶段的 H5 动态宣传产品设计制作。 ④不少于 50 个提名项目海报设计制作。 ⑤不少于 20 个活动视频拍摄制作。 ⑥不少于 100 次的活动各阶段稿件撰写和平台推广。 5.5 物料制作内容 颁奖环节的奖杯、证书等物料制作 50 套、奖牌制作 10 套、周边文创产品及颁奖环节所需相关物料设计制作。 5.6 其他要求 供应商负责实地考察所需交通费用、评审专家工作餐费以及活动相关资料准备、所需设备耗材。 （三）2026 年成都市全国科普月主场活动 1、活动时间 2026 年 9 月 2、活动服务内容 按照中国科协、省科协关于 2026 年全国科普月活动的文件要求，结合成都实际，开展 2026 年成都市全国科普月主场活动。活动拟结合节目演绎、启动仪式、颁奖仪式、主题展、科普集市等多种形式，多方位展示科技创新成果，弘扬科学与科学家精神，创新开展群众科普活动，为公众带来一场科普盛宴。包括：活动内容策划、组织实施、活动安排、物料制作、会务服务、宣传推广、摄影摄像等一系列服务。 （1）活动策划 提供 2026 年成都市全国科普月主场活动策划方案，包括活动主题策划，活动主 K 及延展应用平面设计，节目策划及舞美设计，环节设计（包括但不限于领导致辞、启动仪式、颁奖仪式），内外场布置及氛
--	--	--

		围营造设计（包括但不限于主背景、立体字、指引标识、互动打卡点、主题展和科普集市设计等）。 （2）活动物料 文创产品、背贴、证件、手掌板等满足活动所需所有物料。 （3）活动场地预定 活动场地由采购人负责选择，供应商负责对接租赁协调，供 2026 年成都市全国科普月主场活动举办使用 1 天。 （3）设施设备 提供活动所需设施设备（如灯光、音响系统、LED 设备），并进行安装、搭建、拆除等工作，安装搭建完成后符合采购人使用和安全要求，因产品或搭建造成的人员或财产损失均由供应商负责处理和赔偿。 提供的设备应符合使用条件，如设备出现故障，应在规定时间内完成维修，不得影响采购人使用。无法在规定时间内解决的，应提供备用产品，使采购人能正常使用。 （4）会务服务 活动期间提供活动饮用水不少于 200 瓶（规格不低于 500ml/瓶）。提供满足活动各环节的现场会务服务，提供坐席卡、主持人手卡、证件等物料制作以及完成会场搭建及会后拆除工作。 （5）人员配置 ①配备满足活动所需的主持人、导演、控台、礼仪、演出人员、摄影师等服务人员，供应商提供的人员餐食由供应商自行负责。 ②如果活动需要邀请嘉宾，负责嘉宾邀请及交通食宿。 （6）活动宣传 ①前期宣传 活动前在各类媒体平台进行预热宣传不少于 10 次；在活动开始前 3 天每日发布倒计时宣传。 ②活动直播 在成都科协和科普熊猫视频号对活动进行网络直播，并编写现场图文快讯对活动进行宣发。 ③后期宣传
--	--	--

			活动后在各类媒体平台进行宣传不少于 15 次。 ④媒体平台 传播渠道覆盖央级、省级、市级主流媒体，及商业网络新媒体平台。 (7) 摄影摄像 提供活动现场的摄影摄像，跟拍全程，并将活动剪辑形成短视频。活动结束后以电子形式提供活动照片及视频。
2	服务要求		(一) 团队要求 1. 供应商在成交后的项目执行期间，组建一个经验丰富的专职项目团队，并确保该团队配置不少于 8 人，团队人员包括：项目负责人 1 名、策划人员 1 名及其他活动执行人员 6 名。 说明：供应商需提供承诺函及服务团队人员名单，名单包括项目负责人、活动执行人员、策划人员，人员姓名、职称等。 ★2. 供应商承诺为本项目组建的团队人员与实际派驻项目的人员一致，在项目履约过程中除不可抗力因素外不得更换，同时采购人有权要求供应商对不合格人员进行更换，更换人员应在 2 个工作日内补充到位，采购人有权在履约期间对项目人员进行现场核查，如果人员不符的则报政府采购监督管理部门按提供虚假材料谋取中标处理。（提供承诺函，格式自拟） 3. 为保障项目顺利履约，供应商需结合本项目采购需求，提供人员配备方案，包括：①人员配置、②项目负责人经验（提供简历）、③岗位职责划分。 (二) 履约能力 为保障项目顺利履约；供应商需具有 2023 年 1 月 1 日至响应文件递交截止时间止类似业绩（类似项目是指活动评选或科普推广或活动策划或氛围营造类等）。注：提供合同复印件或协议书复印件，合同或协议以签订日期为准。 (三) 项目服务方案 为保障项目顺利履约，供应商需结合本项目采购需求，提供 2026 年成都市公民科学素质大赛活动实施方案，包括：①活动整体安排②重点环节时间节点划分③活动服务内容细化④活动宣传方案。2026 蓉遇科普活动实施方案，包括：①发动推选②召开专家初评方案③网络点赞以及宣传推广④实地考察方案⑤专家终评方案⑥公示与发布方案。2026 年成都市全国科普月主场活动实施方案，包括：①活动整体安排②项目执行流程③活动服务内容细化④活动宣传方案。

		(四) 保障措施 为保障项目顺利履约，供应商需结合本项目采购需求，提供保障措施，包括：①质量保障措施②安全保障措施③时间进度保障措施④应急保障方案。 ★(五) 其他要求 1、本项目涉及的设计方案、活动实施方案须经采购人审核通过后方可实施。 2、保障要求（提供承诺函，格式自拟） (1) 活动所有物料的租赁和制作需本着节能环保的原则进行，所有提供设备或货物需符合国家相关的节能或强制性标准要求，环保无毒，优质安全。所有设备的组装和铺设均需避免安全隐患，符合消防要求。 (2) 供应商应严格按照国家、省、市相关规章制度开展项目，所提供的服务、文字影像、宣传文案、设计物料等均须符合国家及本地的相关要求。活动开展如需要取得当地相关主管部门许可的，供应商需在活动开展前报相关部门审核批准。 (3) 供应商切实做好活动期间的安全工作，精心组织、周密部署、统一指挥，做到人员落实、装备落实，严格落实相关制度和措施，确保活动顺利进行。现场布置规范，会场及灯光设备结构稳固，否则造成的自身人员和参加活动人员的安全事故，由供应商承担全部责任。 (4) 供应商在本项目进行高空作业、电工作业时，应安排具有中华人民共和国特种作业操作证（高处作业、低压电工作业）的施工人员进行实际操作，严格遵守作业安全规范。因供应商或供应商派驻施工人员原因导致安全事故的，由供应商承担所有不利后果。 (5) 供应商的设计、制作、安装和拆场符合采购人及现场管理方的要求。 3、知识产权：供应商为本项目所创作的全部成果，包括但不限于活动设计、文创及物料设计图纸、影像资料等的知识产权，在采购人付清全部合同款项后，归采购人所有。供应商有权在后续宣传中提及参与本项目，但未经采购人书面许可，不得将本项目成果用于其他商业用途。 4、保密义务：供应商应对在项目执行过程中获知的采购人未公开信息、以及个人信息予以严格保密，不得向任何第三方泄露。
--	--	---

3.3. 服务要求

3.3.1 服务内容要求

采购包 1:

	符	服务要求名	服务要求内容
--	---	-------	--------

序号	号 标 识	称	
无			

3.3.2.商务要求

采购包 1:

序号	符 号 标 识	商务要求名称	商务要求内容
1	★	服务期限	合同签订之日起至 2026 年 10 月 30 日（具体根据采购人实际要求执行。）
2	★	服务地点	成都市，采购人指定地点。
3	★	验收、交付标准和方法	采购人按照国家现行验收方法和标准执行；按照《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）有关规定以及 本项目采购文件的质量要求和技术指标、供应商的响应文件及承诺约定标准进行验收； 采购人和供应商双方如对质量要求和技术指标的约定标准有相互抵触或异议的事项，由采购人在采购文件与响应文件中按质量要求和技术指标比较优胜的原则确定该项的约定标准进行验收。（验收标准以正式合同约定内容为准。）
4	★	支付方式	分期付款
5	★	付款进度安排	1、预付款，采购合同签订且收到供应商出具的合法有效的发票后，达到付款条件起 10 日内，支付合同总金额的 60.00% 2、尾款，项目完成后验收合格且收到供应商出具的合法有效的发票后，达到付款条件起 10 日内，支付合同总金额的 40.00%
6		违约责任与解决争议的方法	1、违约责任 （1）采购人、供应商双方必须遵守本合同并执行合同中的各项规定，保证本合同的合法正常履行。（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人造成损失或侵害，包括但不限于采购人本身的财产损失、由此而导致的采购人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。（3）供应商提供的服务不符合采购文件、报价文件或本合同规定的，每项违约供应商须向采购人支付本合同总价 3%的违约金。（4）供应商未能按本合同规定时间提供服务，从逾期之日起每日按本合同总价 5%的数额向采购人支付违约金；逾期半个月以上的，采购人有权解除合同，由此造成的采购人经济损失由供应商承担。（5）采购人无正当理由拒绝接受服务，到期拒付服务款项的，采购人向供应商偿付本合同总价的 3%的违约金。采购人逾期付款，则每日按本合同总价的 5%向供应商偿付违约金。2、争议的解决在执行本合同中发生的或与本合同有关的争端，双方应通过友好协商解决，经协商在不能达成协议时，应选择以下第 1 种解决方式：（1）向采购人所在地仲裁委员会提起仲裁；（2）向采购人所在地有管辖权的法院提起诉讼。在仲裁期间，除有争议部分外，本合同其他部

			分可以履行的仍应按合同条款继续履行。
--	--	--	--------------------

3.4.其他要求

采购包 1:

（一）风险管控措施 1、当本项目出现国家政策变化、实施环境变化、重大技术变化、预算项目调整时，本项目原则上应重新开展采购活动。 2、因质疑投诉影响采购进度、采购失败、不按规定签订或者履行合同、出现损害国家利益和社会公共利益情形时，按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》等相关法律法规和规范性文件以及已签订的采购合同依法处理。 ★（二）供应商须严格遵守相关法律法规，并自行负责履约过程中人员的人身安全、财产安全、环境安全等非采购人原因造成的安全问题，并为本项目拟派员工在履约过程中购买劳动法律法规规定的相关保险，如在履约过程中发生安全事故和其他事故的责任和损失由供应商自行承担。（提供承诺函，格式自拟） ★（三）报价要求： 1、供应商报价应是响应采购项目要求的全部工作内容的价格体现，包括完成本项目所涉及的与人工相关的所有费用（含人员工资、社保、住房公积金、福利等）、物料制备、运输、场地租用费、场地搭建拆除费、交通费、管理费、餐饮费、资料费、合理利润、风险、税金、保险、采购代理服务费等完成本项目所需的一切费用，采购人不再向成交供应商支付其他任何费用。供应商盈亏自负。2、供应商对其提供的服务人员的薪酬标准应满足本项目所在地政府规定，且应充分考虑政策性调整等因素（如最低工资标准调整或保险基数调整等），所产生的费用应包含在响应报价中，在供应商成交后自行负责，采购人在本项目服务期限内不再额外追加其他费用。（提供承诺函，格式自拟） （四）本项目涉及的设施设备和物料，活动完成后由供应商和采购人协商处理。 （五）其他未尽事宜：以国家现行法律、法规，规范、标准以及双方签订的合同为准。（如本项目采用的相关法律、法规及规范、标准与现行最新的相关法律、法规及规范、标准不一致时，以现行最新的法律、法规及规范、标准执行。）