

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）：750,000.00

采购包最高限价（元）：600,000.00

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	C99000000 其他服务	交旅融合自驾线路策划及推广项目	1.00 (项)	600,000.00	其他未列明行业	否	否	否	否	否

是否适用本国产品标准：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	交旅融合自驾线路策划及推广项目	1.00 (项)	600,000.00	总价	本项目采购预算为人民币 75 万元，最高限价为人民币 60 万元，超限价报价作无效投标处理。投标报价须为含税全包固定总价，涵盖本项目全部服务内容所

					需的一切费用,包括但不限于策划设计费、物料制作费、场地设备费、嘉宾接待费、人员劳务及差旅费、媒体宣发费、知识产权费、税费及验收配合费等。
--	--	--	--	--	--

★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：交旅融合自驾线路策划及推广项目

序号	符号标识	技术要求名称	技术参数与性能指标
1	★	交旅融合自驾线路策划及推广项目	一、服务内容 本项目为采购“交旅融合自驾线路策划及推广项目”项目执行服务，服务范围包括： （1）黑水县自驾游品牌策划； （2）黑水县自驾游产品与营销策划； （3）黑水县自驾游品牌发布暨自驾游采风活动； （4）第二届国际旅游服务大会参展服务。 供应商须按采购人要求，完成上述各板块涉及的场地规划布置、参会人员统筹组织、现场执行保障、物料制作、策划宣传推广等服务工作。 （一）黑水县自驾游品牌策划 1.文旅市场调研分析 ①黑水县文旅产业核心旅游资源盘点，形成资源清单； ②开展 1-2 个竞品对标分析，明确黑水县在四川省区域自驾游市场中的竞争位势； ③需开展行业数据与实地抽样客源数据统计工作。 2.自驾游市场战略定位 ①核心客群画像分析； ②差异化竞争策略制定。 3.自驾游品牌形象体系策划 ①品牌定位（含 Slogan、定位语、品牌主张）； ②品牌 logo 设计； ③品牌核心故事提炼； ④核心品牌口号广告宣传策划； ⑤核心品牌 VI 视觉设计成果输出。 4.公路旅游场景策划 ①公路旅游驿站体系策划应符合 GB/T 31710.2-2015《休闲露营地建设与服务规范 第 2 部分：自驾车露营地》的要求，构建“综合示范型—标准服务型—基础补给型”三级营地体系，以自驾车营地为主体业态，同步配套帐篷露营区域，并增设房车补给服务功能，形成层次分明、功能互补的营地服务网络。

		②旅游驿站主题/内容创意策划（包含主题 IP、互动项目、运营玩法设计等创意设计）； ③导览标牌规划及主视觉示例设计需符合国家 GB/T 31384-2024《旅游景区公共信息导向系统设置规范》标准。 （二）黑水县自驾游产品与营销策划 1. 自驾游产品策划 ①开展为期 6 天的自驾游产品专项考察调研； ②自驾游产品体系策划（含主题、价位、季节产品矩阵）； ③5 条及以上核心主题产品策划。 2. 自驾游路书编制 ①路书内容编撰（图文内容，含吃住行游购娱信息）； ②路书排版设计； ③印制 50 本路书（路书至少包含 10 条自驾游路线）。 3. 自驾游营销宣传 ①拍摄制作 1 条自驾游品牌宣传短视频（60-90 秒，含剪辑、调色）； ②制作 3 条 15 秒短视频切条（适配 OTA/抖音/视频号等平台）； （三）黑水县自驾游品牌发布暨自驾游采风活动 （活动时间：10 月 19 日-21 日，全体参与人员约 50 人含工作人员） 1. 嘉宾邀请 ①邀请 5 位达人嘉宾（文化旅游相关类自媒体作者全网粉丝量达到 30 万及以上）； ②邀请 10 位行业嘉宾[行业协会领导 2-3 名（全国性旅游行业协会、省级旅游行业协会），市场化行业专家/文旅企业领导者/全国性自驾俱乐部/川渝区域自驾机构负责人/房车露营协会及营地运营机构代表等 7-8 名]。 ③旅客体验官 20 人。 2. 交通及食宿安排 ①川渝区域 15 人、全国其他地区 5 人大交通（从出发地至黑水县的交通费）保障； ②10 台嘉宾体验自驾车车辆租赁（含司机），3 天小交通服务； ③参与人员住宿及餐饮安排（每人住宿不低于 200 元/晚、餐标不低于 80 元/天，针对本次采风暨品牌发布活动，项目仅统筹保障活动当日的活动工作餐；参与人员的早餐、晚餐不纳入本项目统筹，由参与人员自行承担。）。
--	--	--

				程 (60 分)		部门或个人职能		
						人数不符合合同约定或人员安排不明确、不合理或配备的人员缺乏类似活动经验或缺少此项内容		
					策 划、 设 计、 执 行	根据策划情况进行考核	6~ 0	
						根据设计情况进行考核		
						根据实际执行情况(包括但不限于:整体布置情况、物料制作工艺/用料/尺寸情况、投入的设施设备情况等)		
					活 动 通 知	活动前有及时通知采购人	6~ 0	
						活动前没有及时通知采购人		
						活动期间都没有通知采购人		
					活 动 现 场 时 效 性	服务人员提前到位,活动时间紧凑,流程清晰	6~ 0	
						服务人员准时到位,活动时间安排合理无多余拖拉环节		
						服务人员迟到,活动时间拖沓,安排不明确		
					活 动 实 践 性	活动实际组织情况与策划切合,具有很高的实践性	6~ 0	
						活动实际组织情况与策划相符,具有较高的实践性		
						活动实际组织情况与策划不符,实践性较差		
					现 场 布 置	现场布置别致新颖且规范合理	6~ 0	
						现场布置合理但过于简单		
						现场布置杂乱无序		
					活 动 流 程	活动流程安排合理得当,没有冷场等拖沓因素	6~ 0	
						活动流程安排较为合理,冷场等拖沓环节少		
						活动流程安排不合理,冷场等拖沓环节多		
					会 场 布 置 及 设 施 器 材	会场布局不合理,空间利用率不高	6~ 0	
						设施器材配备不齐全或使用了老旧设备或活动过程中出现设施设备故障等		
						物料制作质量不理想或耐用性差		
						自驾游补给、救援设施设备缺少		

					或不足		
				组织人员	组织人员着装统一，精神面貌良好，积极热情	6~0	
					组织人员有较高的工作热情，能较好沟通配合		
					组织人员冷淡，不积极配合		
				现场纪律	现场纪律良好，活动活而不乱，环境整洁	6~0	
					纪律维护不得力，有混乱现象		
					纪律紊乱，缺少维持工作，环境脏乱差		
					自驾游路线选择不合理，未提前搜集天气、路况等信息		
			其他情况(40分)	接待	接待服务准备差/礼仪人员对接待要求不熟悉/服务质量差	4~0	
				书面总结	收到被接待人员差评或者其他不满意的意见、投诉等	4~0	
					是否按时提交总结报告、是否如实反映活动情况、是否能发现活动欠缺之处并及时提出改善建议	4~0	
					是否记录观众、活动参与人员的意见	4~0	
					被接待人员对住宿和餐饮的满意度情况	4~0	
			现场活动总结		活动现场内容是否与采购人审定的策划案一致	4~0	
					活动的意义、价值、广度	4~0	
					活动的影响力	4~0	
					媒体参加数量、报道情况、宣传效果	4~0	
					活动的整体印象及曝光度	4~0	
			1. 本次活动考核表满分 100 分，①考评结果为 80 分(不含)~70 分(含)采购人有权扣除合同一半价款的 0.5~5%(以 80 分为基准分值，按每低于 1 分扣 0.5%计算)；②考评结果 70 分(不含)~60 分(含)采购人有权扣除合同一半价款的 1%~10%(以 70 分为基准分值，按每低于 1 分扣 1%计算)；考评结果低于 60 分视为供应商履约验收不合格，按照磋商文件中有关验收不合格的条款执行。注：以上①②项为累计扣款，例如：考核成绩为 65 分时，扣付合同一半价款的				

			10%(5%+5%);考核成绩为 62 分时,扣付合同一半价款的 13%(5%+8%);两个活动分别打分,两个活动分数相加除以 2 得到最终分数。 2. 供应商在签订采购合同前可以向采购人提供针对本“活动考核表”条款的合理化建议,并由采购人自行确定是否采纳供应商提出的建议。 3. 采购合同签订后,如双方协商一致,也可对本“活动考核表”进行调整。 三、服务要求 ①投入本项目人员要求:8-15 名执行人员,至少不低于 8 名; ②国际旅游服务大会参展,达成 B 端渠道推介与有效买家线索收集; ③所有服务内容须满足黑水县本地实际需求; ④服务成果(策划方案、设计稿件、视频素材、路书样册等)知识产权归采购人所有,未经采购人书面同意,供应商不得擅自使用或授权第三方使用; ⑤供应商应配合采购人及相关部门开展审计、监督工作,按要求提供与服务内容相关的过程资料及成果文件; ⑥服务期间,因供应商原因引发的各类安全事故及由此造成的一切损失和责任,由成交供应商承担全部法律责任及经济赔偿。
--	--	--	--

3.3.服务要求

3.3.1 服务内容要求

采购包 1:

序号	符号标识	服务要求名称	服务要求内容
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	自合同签订之日起至 2026 年 12 月 6 日
2	★	服务地点	采购人指定的地点
3	★	验收、交付标准和办法	乙方在完成项目各个工作后进行验收资料编辑,包括但不限于工作计划(含策划设计资料等),会场搭建布置记录资料(包括

		提供的物料、设施设备、人员情况等), 活动现场记录等。甲方按照考核表的相关内容对乙方提供的服务进行考核。活动举办前, 乙方应对不合格的项目, 根据甲方整改意见限期整改, 整改所产生的全部费用均由乙方承担。如经乙方三次整改仍不能达到甲方要求的, 甲方有权终止合同, 并要求乙方退还全部已支付款项, 甲方同时保留对乙方提起诉讼的权利。经甲方确定本项目约定事项均已履行完毕, 乙方已提交全部验收资料, 且经甲方考核合格后视为项目验收合格, 双方签署《验收报告》。验收结果合格的, 乙方凭《验收报告》办理相关手续; 验收结果不合格的视为乙方违约, 甲方有权追究乙方违约责任(包括要求乙方退还未验收合格项目内容所对应已支付的合同款项, 承担违约赔偿金), 赔偿因违约导致的相关损失, 还可能报本项目同级财政部门按照政府采购法律法规等有关规定给予行政处罚。其他未尽事宜应严格按照《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)、《政府采购需求管理办法》(财库〔2021〕22号)规定,国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范以及甲方要求进行验收。
4	★	支付方式	分期付款
5	★	付款进度安排	1 付款条件: 预付款, 合同签订后, 达到该付款条件起10个工作日内, 支付合同总金额的 30.00% 2 付款条件: 进度款, 黑水县自驾游品牌策划、黑水县自驾游产品与营销策划、黑水县自驾游品牌发布暨自驾游采风活动此三项服务完成并经采购人确认后, 达到该付款条件起10个工作日内, 支付合同总金额的 60.00% 3 付款条件: 尾款, 参加完第二届国际旅游服务大会经采购人确认后, 达到付款条件(收到成交供应商提供的票据)起, 达到该付款条件起10个工作日内, 支付合同总金额的 10.00%
6	★	违约责任与解决争议的方法	1. 甲乙双方必须遵守本合同并执行合同中的各项规定, 保证本合同的正常履行。 2. 如因乙方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甲方造成损失或侵害, 包括但不限于甲方本

			身的财产损失、由此而导致的甲方对任何第三方的法律责任等，乙方对此均应承担全部的赔偿责任。 3.合同履行期间,若双方发生争议,可协商或由有关部门调解解决,协商或调解不成的,按照下列方式解决:向甲方所在地人民法院起诉。
--	--	--	--

3.4. 其他要求

采购包 1:

供应商根据采购文件中的采购需求、项目实际情况提供自驾游策划营销方案、自驾游采风活动方案、第二届国际旅游服务大会参展方案、质量保障方案、履约能力。 注：以上内容仅为评审依据，不响应不作废标处理，仅作为扣分项，具体详见 5 .4.2.评审细则及标准。