

忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑” 品牌培育项目合同

项目名称：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目
合同名称：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目合同
项目编号：LBZC2025-G3-210171-GXRG
合同编号：12N00783410420261
采购计划号：XCZC2025-G3-01119
采购人（以下简称“甲方”）：忻城县农业农村局
供应商（以下简称“乙方”）：广西桂天下信息科技有限公司
签订地点：广西来宾市忻城县城关镇城南社区桂园路范团小区 A 栋
签订日期：2026 年 1 月 16 日

广西壮族自治区政府采购合同

合同编号：12N00783410420261

采购人（以下简称“甲方”）：忻城县农业农村局
 供应商（以下简称“乙方”）：广西桂天下信息科技有限公司
 项目名称：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目
 合同名称：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目合同
 采购计划号：XCZC2025-G3-01119
 项目编号：LBZC2025-G3-210171-GXRG
 签订地点：广西来宾市忻城县城关镇城南社区桂园路范团小区 A 栋
 签订日期：2026 年 1 月 16 日
 本合同为中小企业预留合同：（否）

注：本合同采用线上签章，双方完成线上签章后，系统将自动记录线上签章完成的日期为合同签订日期，并推送至广西政府采购网进行公告，合同签订时间以公告信息为准。

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》等法律法规规定，按照公开招标文件规定条款和成交供应商投标文件及其承诺，甲乙双方签订本合同。

第一条 合同标的

1. 项目一览表

序号	名称	服务内容	数量	单位	单 价 (元)	总 价 (元)
1	忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目	详见附件及投标响应文件。	1	项	2988000.00	2988000.00
人民币合计金额（大写）：贰佰玖拾捌万捌仟元整（¥2988000.00）						

2. 合同合计金额包括但不限于满足本次竞标全部采购需求所应提供的服务，以及伴随的货物和工程（如有）的价格；包含竞标服务、货物、工程的成本、运输（含保险）、安装（如有）、调试、检验、技术服务、培训、税费等所有费用。如招标文件对其另有规定的，从其规定。

第二条 质量保证

乙方所提供的服务及服务内容必须与响应文件承诺相一致，有国家强制性标准的，还必须符合国家强制性标准的规定，没有国家强制性标准但有其他强制性标准的，必须符合其他强制性标准的规定。

第三条 权利保证

1. 乙方应保证所提供服务在使用时不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、

工业设计权等知识产权及其他合法权利,且所有权、处分权等没有受到任何限制。

2. 没有甲方事先书面同意,乙方不得将由甲方提供的有关合同或者任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或者资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供,也应注意保密并限于履行合同的必需范围。乙方的保密义务持续有效,不因本合同履行终止、解除或者无效而解除。

第四条 交付和验收

1. 服务期限: 自签订合同之日起 90 日内完成项目服务工作。服务地点: 甲方指定地点。

2. 乙方应按响应文件的承诺向甲方提供相应的服务,并提供所服务内容的相关技术资料。

3. 乙方提供不符合响应文件和本合同规定的服务成果,甲方有权拒绝接受。

4. 乙方完成服务后应及时书面通知甲方进行验收,验收合格后由甲乙双方签署验收单并加盖采购人公章,甲乙双方各执一份。

5. 甲乙双方应按照《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》、双方合同、响应文件验收。

6. 甲方在初步验收或者最终验收过程中如发现乙方提供的服务成果不满足响应文件及本合同规定的,可暂缓向乙方付款,直到乙方及时完善并提交相应的服务成果且经甲方验收合格后,方可办理付款。

7. 甲方验收时以书面形式提出异议的,乙方应自收到甲方书面异议后五个工作日内及时予以解决,否则甲方有权不出具服务验收合格单。

第五条 售后服务及培训

1. 乙方应按照国家有关法律法规和本合同所附的《服务方案》要求为甲方提供相应的售后服务。

2. 甲方应提供必要测试条件(如场地、电源、水源等)。

3. 乙方负责甲方有关人员的培训。培训时间、地点: 按甲方要求。

第六条 付款方式

1. 预付款: 本合同签订之日起,甲方可向乙方支付合同总金额的 30%作为预付款。

2. 进度款: 项目建设完毕验收交付后,甲方收到发票于 30 日内支付余下合同金额的 70%款项。如采购人在付款时遇到财政资金紧张的情况,则付款期顺延。

发票要求: 与支付金额相符的有效发票(收款方、出具发票方,合同乙方均必须与成交人名称一致)。

第七条 履约保证金

本项目不收取履约保证金。

第八条 税费

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担,合同另有约定的除外。

第九条 违约责任

1. 除不可抗力原因外,乙方没有按照合同规定的时间提供服务的,甲方可要求乙方支付违约金。每推迟一天按合同金额的 3%支付违约金,该违约金累计不超过合同金额的 20%。

2. 乙方提供的服务如侵犯了第三方合法权益而引发的任何纠纷或者诉讼,均由乙方负责交涉并承担全部责任。

3. 甲方应在收到乙方开具的合法有效发票后及时向财政部门申请支付,若因财政支付审批流程导致的延迟支付,不视为甲方违约,甲方无需承担任何滞纳金或违约责任。若财政支付长期拖延,甲方有义务无条件配合乙方向财政部门催付。

4. 乙方未按本合同和招标文件中规定的售后服务要求提供服务的,每发生一次,乙方应按本合同合计金额 1%向甲方支付违约金,并且,甲方有权委托第三方提供相应的服务,由此产生的服务费用由乙方承担。

5. 乙方其他违约行为由违约方按本合同金额 5%支付违约金并赔偿经济损失。

6. 任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时,仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施,并有权按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失;任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时,仍有权要求违约方支付违约金和按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失;且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式。

第十条 不可抗力事件处理

1. 在合同有效期内,任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同,则合同履行期可延长,其延长期与不可抗力影响期相同。

2. 不可抗力事件发生后,应立即通知对方,并寄送有关权威机构出具的证明。

3. 不可抗力事件延续一百二十天以上,双方应通过友好协商,确定是否继续履行合同。

第十一条 合同争议解决

1. 因服务质量问题发生争议的,应邀请国家认可的质量检测机构进行鉴定。服务符合标准的,鉴定费由甲方承担;服务不符合标准的,鉴定费由乙方承担。

2. 因履行本合同引起的或者与本合同有关的争议,甲乙双方应首先通过友好协商解决,如果协商不能解决,可向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。守约方为主张权利而产生的律师费、保全费、保函费、鉴定费、公告费、公证费等由违约方承担。

3. 诉讼期间,本合同继续履行。

第十二条 合同生效及其它

1. 合同经双方法定代表人签字并加盖单位公章后生效。

2. 合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或者补充的,可签订书面补充协议,方可作为主合同不可分割的一部分。

3. 本合同未尽事宜,遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行。

第十三条 合同的变更、终止与转让

1. 除《中华人民共和国政府采购法》第五十条规定的情形外,本合同一经签订,甲乙双方不得擅自变更、中止或者终止。

2. 乙方不得擅自转让其应履行的合同义务。

第十四条 签订本合同依据

1. 成交通知书;

2. 竞标报价表;

3. 商务条款偏离表和服务需求偏离表;
4. 忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务方案;
5. 响应文件中的其他相关文件。
6. 上述合同文件互相补充和解释。如果合同文件之间存在矛盾或者不一致之处，以上述文件的排列顺序在先者为准。

第十五条 本合同书一式捌份，双方各执肆份，本合同自签订之日起 2 个工作日内，甲方应当将采购合同在广西壮族自治区财政厅指定的媒体上公告。

- 附件：1. 商务要求偏离表和技术要求偏离表；
2. 忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务方案

甲方（章）：忻城县农业农村局

乙方（章）：广西桂天下信息科技有限公司

单位地址：广西来宾市忻城县城关镇城南
社区桂园路范团小区 A 栋

单位地址：南宁市友谊路东一里 3 号大都郡 5
号楼二十二层 2203 号房

法定代表人（签章）：

法定代表人（签章）：

电话：0772-5511446

法定代表人联系电话：18977321717

项目负责人：罗慧程

项目负责人：江丽莉

项目负责人联系电话：19977273234

项目负责人联系电话：15977384560

公共邮箱：xcnyj5511446@163.com

公共邮箱：1362732749@qq.com

纳税识别号：11451321007834104T

开户名：广西桂天下信息科技有限公司

邮政编码：546200

开户银行：中国工商银行南宁经开区支行

账号：2102 1106 0910 0124 772

邮政编码：530031

附件 1：商务要求偏离表和技术要求偏离表

四、商务要求偏离表

商务要求偏离表

项号	招标文件商务要求	投标人的承诺	偏离说明
1	投标报价要求 1. 报价为采购人指定地点的现场服务价,包括但不限于实施和完成本项目全部服务可能发生的全部费用及投标人的利润和应缴纳的税金、人员工资、《劳动合同法》规定的各种社会保险费、人员食宿与交通、工具、办公费、加班费、特殊岗位补贴、节日福利、技术支持调试、配合验收费用、招标代理服务费、政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等所有费用。投标人对合同内容的费用、质量、安全、文明服务等实行全面承包。在合同有效期内,合同单价不受市场价格变化的影响,采购人实际支付的总价不超过投标报价,投标人须综合考虑在报价中。 2. 有效的投标报价≡本项目的采购预算。	我公司承诺: 投标报价要求 1. 报价为采购人指定地点的现场服务价,包括但不限于实施和完成本项目全部服务可能发生的全部费用及投标人的利润和应缴纳的税金、人员工资、《劳动合同法》规定的各种社会保险费、人员食宿与交通、工具、办公费、加班费、特殊岗位补贴、节日福利、技术支持调试、配合验收费用、招标代理服务费、政策性文件规定及合同包含的所有风险、责任等所有费用。投标人对合同内容的费用、质量、安全、文明服务等实行全面承包。在合同有效期内,合同单价不受市场价格变化的影响,采购人实际支付的总价不超过投标报价,投标人须综合考虑在报价中。 2. 有效的投标报价≡本项目的采购预算。	无偏离
2	合同签订时间 自中标通知书发出之日起25日内。	我公司承诺: 合同签订时间 自中标通知书发出之日起25日内。	无偏离
3	服务期限和服务地点 (1) 服务期限: 自签订合同之日起90日内完成项目服务工作。 (2) 服务地点: 采购人指定地点。	我公司承诺: 服务期限和服务地点 (1) 服务期限: 自签订合同之日起90日内完成项目服务工作。 (2) 服务地点: 采购人指定地点。	无偏离
4	付款方式 1. 合同签订后内, 甲方可向乙方支付	我公司承诺: 付款方式 1. 合同签订后内, 甲方可向乙方支付	无偏离

	合同金额 30%的预付款；项目建设完毕验收交付后，甲方收到发票后 30 日内支付余下合同金额的 70%。如采购人在付款时遇到财政资金紧张的情况，则付款期顺延。 2. 发票要求：与支付金额相符的有效发票（收款方、出具发票方，合同乙方均必须与成交人名称一致）。	合同金额 30%的预付款；项目建设完毕验收交付后，甲方收到发票后 30 日内支付余下合同金额的 70%。如采购人在付款时遇到财政资金紧张的情况，则付款期顺延。 2. 发票要求：与支付金额相符的有效发票（收款方、出具发票方，合同乙方均必须与成交人名称一致）。	
5	项目实施过程 （1）供应商在进行项目实施以前，需根据采购人的要求，进一步制定详细的服务方案，经采购人审核后方可实施；实际不达标，审核未通过的，视为无效采购，并追溯相关权责。 （2）实施方案应包括实施细节、进度计划等方面。 （3）具体实施过程中，方案可进行细节调整，与采购人协商同意后更改。 （4）采购人在中华人民共和国境内使用中标人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它知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人应承担由此而引起的一切法律责任和费用。 （5）采购人享有本项目产出的视频和图片等相关素材，成片和高清无字幕版本的版权、使用权、延伸使用及改编创作的权利。 （6）未经采购人允许，不得使用或以其它方式给任何第三方提供本项目的相关信息或数据。 （7）供应商不得将项目非法分包或	我公司承诺：项目实施过程 （1）我公司在进行项目实施以前，需根据采购人的要求，进一步制定详细的服务方案，经采购人审核后方可实施；实际不达标，审核未通过的，视为无效采购，并追溯相关权责。 （2）实施方案应包括实施细节、进度计划等方面。 （3）具体实施过程中，方案可进行细节调整，与采购人协商同意后更改。 （4）采购人在中华人民共和国境内使用中标人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它知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，中标人应承担由此而引起的一切法律责任和费用。 （5）采购人享有本项目产出的视频和图片等相关素材，成片和高清无字幕版本的版权、使用权、延伸使用及改编创作的权利。 （6）未经采购人允许，不得使用或以其它方式给任何第三方提供本项目的相关信息或数据。 （7）供应商不得将项目非法分包或	无偏离

	转包给任何单位和个人,否则采购人有权即刻终止合同,并要求中标供应商赔偿相应损失。	转包给任何单位和个人,否则采购人有权即刻终止合同,并要求中标供应商赔偿相应损失。	
6	验收要求 1. 国家强制性技术标准及有关规定; 2. 交货验收时,采购人根据《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》的规定,由采购人及中标人双方共同进行验收。 3. 本项目因中标人提供的服务不能满足采购需求的服务要求或其投标文件承诺等原因无法通过验收,造成不能按时、按质、按量完成项目要求的,将按照《中华人民共和国政府采购法》等法律法规由中标人承担相应的法律责任; 4. 验收费用:验收所产生的检验费及相关的全部费用均由中标人承担。	我公司承诺: 验收要求 1. 国家强制性技术标准及有关规定; 2. 交货验收时,采购人根据《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》的规定,由采购人及中标人双方共同进行验收。 3. 本项目因中标人提供的服务不能满足采购需求的服务要求或其投标文件承诺等原因无法通过验收,造成不能按时、按质、按量完成项目要求的,将按照《中华人民共和国政府采购法》等法律法规由中标人承担相应的法律责任; 4. 验收费用:验收所产生的检验费及相关的全部费用均由中标人承担。	无偏离

注:

- 说明:应对照招标文件“第二章 采购需求”中的商务要求逐条作明确的投标响应,并作出偏离说明。
- 投标人应根据自身的承诺,对照招标文件要求在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。
- 当出现“正偏离”情况时应详细填写偏离情况说明并在投标文件中提供相关内容或说明进行响应。

投标人名称(电子签章): 广西桂天下信息科技有限公司

2026 年 1 月 6 日



一、技术要求偏离表

技术要求偏离表

项号	名称	招标文件中的 技术要求	投标响应	偏离说明
1	忻城县国家 现代农业产 业园“忻城 蚕桑”品牌 培育项目	一、项目概述 (一) 基本情况及背景 忻城县位于广西中部,素有“桑蚕之乡”的美誉,桑蚕产业历史悠久,文化底蕴深厚。当地依托丰富的桑蚕资源,逐步形成集种养、加工、销售于一体的产业链条,茧丝品质享誉区内外。依托生态优势与传统技艺,忻城正推动桑蚕产业向标准化、品牌化、融合化发展,致力于打造区域性特色农业标杆。 2025 年,忻城县成功入选农业农村部“现代农业产业园”项目,成为全国 50 个示范园之一。园区以蚕桑为主导产业,2024 年总产值达 40.84 亿元,蚕桑占比 73.8%。园区集聚企业 12 家、合作社 24 家、家庭农场 10 家,构建了集良种繁育、种养加工、品牌销售于一体的现代化产业链,带动	我公司响应:一、项目概述 (一) 基本情况及背景 忻城县位于广西中部,素有“桑蚕之乡”的美誉,桑蚕产业历史悠久,文化底蕴深厚。当地依托丰富的桑蚕资源,逐步形成集种养、加工、销售于一体的产业链条,茧丝品质享誉区内外。依托生态优势与传统技艺,忻城正推动桑蚕产业向标准化、品牌化、融合化发展,致力于打造区域性特色农业标杆。 2025 年,忻城县成功入选农业农村部“现代农业产业园”项目,成为全国 50 个示范园之一。园区以蚕桑为主导产业,2024 年总产值达 40.84 亿元,蚕桑占比 73.8%。园区集聚企业 12 家、合作社 24 家、家庭农场 10 家,构建了集良种繁育、种养加工、品牌销售于一体的现代化产业链,带动	无偏离

		超 2 万人就业,农民人均可支配收入达 2.36 万元。 目前,全县桑园面积 26 万亩,年产鲜茧 4.59 万吨,覆盖人口达总数 65%。作为全国蚕桑第二大县,忻城已具备打造全国一流品牌的坚实基础。 (二)项目建设目标 围绕“品牌强农、文化兴农、产业富农”发展战略,深入贯彻党中央关于乡村振兴和农业品牌化建设部署,打造“忻城蚕桑”区域公用品牌,推动产业走向全国、迈向世界。	超 2 万人就业,农民人均可支配收入达 2.36 万元。 目前,全县桑园面积 26 万亩,年产鲜茧 4.59 万吨,覆盖人口达总数 65%。作为全国蚕桑第二大县,忻城已具备打造全国一流品牌的坚实基础。 (二)项目建设目标 围绕“品牌强农、文化兴农、产业富农”发展战略,深入贯彻党中央关于乡村振兴和农业品牌化建设部署,打造“忻城蚕桑”区域公用品牌,推动产业走向全国、迈向世界。	
2	忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目	二、忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务内容 (一)区域公共品牌顶层设计 1. 品牌市场调研与分析; 2. 品牌策略规划; 3. 品牌产品品类 / 系列规划; 4. 品牌 logo 标志设计; 5. 商标注册品牌 logo 标志; 6. 设计吉祥物*1 个和表情	我公司响应:二、忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务内容 (一)区域公共品牌顶层设 1. 品牌市场调研与分析; 2. 品牌策略规划; 3. 品牌产品品类 / 系列规划; 4. 品牌 logo 标志设计; 5. 商标注册品牌 logo 标志; 6. 设计吉祥物*1 个和表情	无偏离

		包*1套。 (二) 全网发布广告词征集 1. 组织开展“忻城蚕桑”品牌广告词征集活动,制定征集规则与评选方案; 2. 在广西电视台、“忻城发布”等平台同步发布征集启事; 3. 负责作品收集、初审与专家评审; 4. 发布入选结果并进行全网推广应用,形成征集—评选—传播闭环。 (三) 品牌手册设计 1. 手册策划、撰写; 2. 手册排版设计; 3. 手册印刷500份 (四) “忻城蚕桑”品牌形象宣传片 1. 设计整体脚本结构,制作一个版本宣传片(内容更侧重于忻城蚕桑的自然生态、匠心传承或科技赋能); 2. 拍摄相关素材(包括忻城蚕桑的原生态桑园环境和非遗技艺、智能缫丝和产业链整合的现代技术等); 3. 运用AI影像建模技术;	包*1套。 (二) 全网发布广告词征集 1. 组织开展“忻城蚕桑”品牌广告词征集活动,制定征集规则与评选方案; 2. 在广西电视台、“忻城发布”等平台同步发布征集启事; 3. 负责作品收集、初审与专家评审; 4. 发布入选结果并进行全网推广应用,形成征集—评选—传播闭环。 (三) 品牌手册设计 1. 手册策划、撰写; 2. 手册排版设计; 3. 手册印刷500份 (四) “忻城蚕桑”品牌形象宣传片 1. 设计整体脚本结构,制作一个版本宣传片(内容更侧重于忻城蚕桑的自然生态、匠心传承或科技赋能); 2. 拍摄相关素材(包括忻城蚕桑的原生态桑园环境和非遗技艺、智能缫丝和产业链整合的现代技术等); 3. 运用AI影像建模技术; 4. 输出横屏与竖屏两种形	
--	--	---	--	--

		4. 输出横屏与竖屏两种形式； 5. 宣传片同步上线客户端、“忻城发布”系列矩阵账号。 (五) 搭建“忻城蚕桑”AI 数字人（1台） 1. 基于品牌形象打造可互动 AI 数字人，结合忻城蚕桑产业文化进行形象设定与语音模型训练； 2. 具备品牌介绍、产品推介、直播讲解、招商推介等多场景功能； 3. 在品牌活动、媒体专栏及短视频平台中进行全流程应用展示； 4. 提供运营维护与内容更新服务（1年）。 (六) 电商直播建设与运营支持 1. 帮助遴选 1 个点与直播场景建设； 2. 提供直播脚本策划与内容包装支持； 3. 协助平台账号建设与传播矩阵搭建； 4. 开展 2 批次的电商人才培训与实操指导。（每批次	式； 5. 宣传片同步上线客户端、“忻城发布”系列矩阵账号。 (五) 搭建“忻城蚕桑”AI 数字人（1台） 1. 基于品牌形象打造可互动 AI 数字人，结合忻城蚕桑产业文化进行形象设定与语音模型训练； 2. 具备品牌介绍、产品推介、直播讲解、招商推介等多场景功能； 3. 在品牌活动、媒体专栏及短视频平台中进行全流程应用展示； 4. 提供运营维护与内容更新服务（1年）。 (六) 电商直播建设与运营支持 1. 帮助遴选 1 个点与直播场景建设； 2. 提供直播脚本策划与内容包装支持； 3. 协助平台账号建设与传播矩阵搭建； 4. 开展 2 批次的电商人才培训与实操指导。（每批次 20 人，培训时间为 5 至 7	
--	--	---	---	--

	20 人,培训时间为 5 至 7 日)。 (七) 建设忻城桑蚕展示中心 挖掘历史,讲述桑蚕品牌故事。设立产品展示区,互动体验区,宣传推广区和交流活动区。通过忻城蚕桑展示中心展示各类蚕桑制品及非遗工艺品,体验传统蚕桑缂丝制作,蚕茧艺术创作等特色活动。 (八) 在长三角、大湾区宣传推广 在长三角、大湾区 1 个目标城市高铁站 1 处、机场 1 处等地投放广告,形成宣传矩阵,时长 2 个月。 (九) “当忻城遇见吴江”—— 东西部丝绸县区对话 1. 在吴江举办 “当忻城遇见吴江” 蚕桑全产业链品牌推介会; 2. 搭建东西丝绸对话交流平台,活动将邀请重点吴江蚕桑龙头企业、加工企业等代表参会。现场将通过开展产业介绍、产品路演、论坛	日)。 (七)建设忻城桑蚕展示中心 挖掘历史,讲述桑蚕品牌故事。设立产品展示区,互动体验区,宣传推广区和交流活动区。通过忻城蚕桑展示中心展示各类蚕桑制品及非遗工艺品,体验传统蚕桑缂丝制作,蚕茧艺术创作等特色活动。 (八) 在长三角、大湾区宣传推广 在长三角、大湾区 1 个目标城市高铁站 1 处、机场 1 处等地投放广告,形成宣传矩阵,时长 2 个月。 (九) “当忻城遇见吴江”—— 东西部丝绸县区对话 1. 在吴江举办 “当忻城遇见吴江” 蚕桑全产业链品牌推介会; 2. 搭建东西丝绸对话交流平台,活动将邀请重点吴江蚕桑龙头企业、加工企业等代表参会。现场将通过开展产业介绍、产品路演、论坛及签约等产销对接多环节,全方位呈现 “忻城蚕桑”
--	--	--

	及签约等产销对接多环节，全方位呈现“忻城蚕桑”全产业链生态； 3. 为忻城蚕桑精心布置展位，现场设立“桑叶茶·桑葚汁体验区”，打造集展示、品鉴、销售于一体的互动空间。展览主要面向参加活动的嘉宾和企业，展示忻城蚕桑的产品和产业，助力品牌价值的提升与合作机遇的拓展。重点推出农村合作社及联农带农经验及产业成效展区； 4. 全程同步开展直播一场次，配合短视频、图文内容进行系列全网传播； 5. 活动前后推出预热视频、活动总结等内容； 6. 推出访谈视频1期； 7. 共计不少于20家媒体的新闻稿线上推广； 8. 举办签约仪式，目标签约3组意向合作，达成1000万意向资金，形成区域品牌合作示范案例进行推广。（需结合县里前期招商成果统筹安排） （十）全媒体平台推广 1. 在权威媒体发布忻城蚕	全产业链生态； 3. 为忻城蚕桑精心布置展位，现场设立“桑叶茶·桑葚汁体验区”，打造集展示、品鉴、销售于一体的互动空间。展览主要面向参加活动的嘉宾和企业，展示忻城蚕桑的产品和产业，助力品牌价值的提升与合作机遇的拓展。重点推出农村合作社及联农带农经验及产业成效展区； 4. 全程同步开展直播一场次，配合短视频、图文内容进行系列全网传播； 5. 活动前后推出预热视频、活动总结等内容； 6. 推出访谈视频1期； 7. 共计20家媒体的新闻稿线上推广； 8. 举办签约仪式，目标签约3组意向合作，达成1000万意向资金，形成区域品牌合作示范案例进行推广。（需结合县里前期招商成果统筹安排） （十）全媒体平台推广 1. 在权威媒体发布忻城蚕桑产业园建设经验文章，并参与农业农村部相关研讨	
--	--	---	--

		桑产业园建设经验文章,并参与农业农村部相关研讨会,增强品牌政策背书与行业影响力; 2. 策划节令节点、农事场景与品牌建设相结合的主题内容,增强专栏内容时效性与传播力; 3. 在东盟主流媒体发布内容,让忻城蚕桑在国际市场与高端平台亮相。	会,增强品牌政策背书与行业影响力; 2. 策划节令节点、农事场景与品牌建设相结合的主题内容,增强专栏内容时效性与传播力; 3. 在东盟主流媒体发布内容,让忻城蚕桑在国际市场与高端平台亮相。	
--	--	---	--	--

注:

1. 说明:应对照招标文件“第二章 采购需求”中的项目采购需求及技术要求逐条作明确的投标响应,并作出偏离说明。
2. 投标人应根据自身的承诺,对照招标文件要求,在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。
3. 当出现“正偏离”情况时应详细填写偏离情况说明及提供相应有效证明材料。

投标人名称(电子签章): 广西桂天下信息科技有限公司

2026 年 1 月 6 日

附件 2：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务方案

序号	项目	服务内容	数量	单位
1	区域公共品牌顶层设计	1.品牌市场调研与分析 2.品牌策略规划 3. 品牌产品品类 / 系列规划 4. 品牌 logo 标志设计 5. 商标注册品牌 logo 标志 6. 设计吉祥物*1 个和表情包*1 套	1	项
2	全网发布广告词征集	1. 组织开展“忻城蚕桑”品牌广告词征集活动，制定征集规则与评选方案；2. 在广西电视台、“忻城发布”等平台同步发布征集启事；3. 负责作品收集、初审与专家评审；4. 发布入选结果并进行全网推广应用，形成征集—评选—传播闭环	1	项
3	品牌手册设计	1.手册策划、撰写；2.手册排版设计；3.手册印刷 500 份	1	项
4	“忻城蚕桑”品牌形象宣传片	1. 设计整体脚本结构，制作一个版本宣传片（内容更侧重于忻城蚕桑的自然生态、匠心传承或科技赋能）；2. 拍摄相关素材（包括忻城蚕桑的原生态桑园环境和非遗技艺、智能缫丝和产业链整合的现代技术等）；3. 运用 AI 影像建模技术；4. 输出横屏与竖屏两种形式；5. 宣传片同步上线客户端、“忻城发布”系列矩阵账号	1	项
5	搭建“忻城蚕桑”AI 数字人（1 台）	1. 基于品牌形象打造可互动 AI 数字人，结合忻城蚕桑产业文化进行形象设定与语音模型训练；2. 具备品牌介绍、产品推介、直播讲解、招商推介等多场景功能；3. 在品牌活动、媒体专栏及短视频平台中进行全流程应用展示；4. 提供运营维护与内容更新服务（3 年）	1	项
6	电商直播建设与运营支持	1. 帮助遴选 1 个点与直播场景建设；2. 提供直播脚本策划与内容包装支持；3. 协助平台账号建设与传播矩阵搭建；4. 开展 2 批次的电商人才培养与实操指导。（每批次 20 人，培训时间为 5 至 7 日）	1	项
7	建设忻城桑蚕展示中心	挖掘历史，讲述桑蚕品牌故事。设立产品展示区，互动体验区，宣传推广区和交流活动区。通过忻城蚕桑展示中心展示各类蚕桑制品及非遗工艺品，体验传统蚕桑缫丝制作，蚕茧艺术创作等特色活动。	1	项
8	在长三角、大湾区宣传推广	在长三角、大湾区定向投流，精准客户群体，并在长三角 1 个目标城市高铁站 1 处、机场 1 处等地投放广告，形成立体宣传矩阵。时长 2 个月	1	项

附件 2：忻城县国家现代农业产业园“忻城蚕桑”品牌培育项目服务方案

序号	项目	服务内容	数量	单位
9	“当忻城遇见吴江”——东西部丝绸县区对话	1.在吴江举办“当忻城遇见吴江”蚕桑全产业链品牌推介会；2.搭建东西丝绸对话交流平台，活动将邀请重点吴江蚕桑龙头企业、加工企业等代表参会。现场将通过开展产业介绍、产品路演、论坛及签约等产销对接多环节，全方位呈现“忻城蚕桑”全产业链生态；3.为忻城蚕桑精心布置展位，现场设立“桑叶茶·桑葚汁体验区”，打造集展示、品鉴、销售于一体的互动空间。展览主要面向参加活动的嘉宾和企业，展示忻城蚕桑的产品和产业，助力品牌价值的提升与合作机遇的拓展。重点推出农村合作社及联农带农经验及产业成效展区；4.全程同步开展直播一场次，配合短视频、图文内容进行系列全网传播；5.活动前后推出预热视频、活动总结等内容；6.推出访谈视频 1 期；7.共计不少于 20 家媒体的新闻稿线上推广；8.举办签约仪式，目标签约 3 组意向合作，达成 1000 万元意向资金，形成区域品牌合作示范案例进行推广。（这个要看县里有没有提前招商好。）	1	项
10	全媒体平台推广	1.在权威媒体发布忻城蚕桑产业园建设经验文章，并参与农业农村部相关研讨会，增强品牌政策背书与行业影响力；2.策划节令节点、农事场景与品牌建设相结合的主题内容，增强专栏内容时效性与传播力；3.在东盟主流媒体发布内容，让忻城蚕桑在国际市场与高端平台亮相。	1	项