

# 项目需求

## I. 说明

### 一、本项目所要执行的政府采购政策：

(一) 本项目专门面向中小企业采购，供应商须满足《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）第二条规定。

(二) 根据《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号），监狱企业视同小型、微型企业。

(三) 按照《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，残疾人福利性单位视同小型、微型企业。

二、本项目为服务项目，采购内容不涉及政府强制采购节能产品。

三、优先采购环境标志产品、节能产品；政府采购支持采用本国产品的政策。

四、本“项目需求”中标注“▲”项的条款以及招标文件中要求“必须提供”的条款均属于实质性要求，实质性要求若有任意一项不满足，投标文件作无效处理。

五、采购标的所属行业：本项目采购标的为第23届中国—东盟博览会旅游展区运营服务，采购标的属于“租赁和商务服务业”。

## II. 服务内容及要求

本项目采购标的为：第23届中国—东盟博览会旅游展区运营服务1项，具体服务内容及要求如下：

### ▲一、服务组成：

项号	分项服务名称	数量	单位	各分项服务最高限价（元）
1	境内外招展组展服务	1	项	1150000.00
2	特邀买家邀请及管理服务	1	项	704000.00
3	主场搭建设计、施工、现场服务	1	项	1225000.00
4	主题交流活动服务	1	项	300000.00
5	票证门禁服务	1	项	225000.00
6	开馆仪式服务	1	项	460000.00
7	买家、重要展商、嘉宾接待和推介会服务	1	项	945000.00
最高限价（合计金额）				5009000.00

### 特别说明：

1. 服务期限：自合同签订之日起至2026年12月31日止。
2. 本项目具体实施共按7个分项服务执行，投标人的投标报价及各分项服务报价均不得超出本表所列项目最高限价及各分项服务最高限价，否则均按投标无效处理。

### ▲二、服务具体内容及要求

#### (一) 境内外招展组展服务

##### 1. 招展规模

- (1) 展览总面积约33000 m<sup>2</sup>（实际数量以采购人组委会确定的最终展位布局为准），

展览净面积特装率 $\geq 60\%$ 。

(2) 展区规划

具体招展范围以采购人组委会最终确定的旅游展区实施方案相关内容为准。

(3) 参展国家和地区数 $\geq 20$ 个（其中东盟 11 个成员国须全部有 $\geq 36\text{ m}^2$ 的特装展位）；参展省（自治区、直辖市）数 $\geq 15$ 个。

(4) 境外旅游馆招展面积 $\geq 1500\text{ m}^2$ ，特装率 $\geq 60\%$ ，特装展位搭建补贴标准 400 元/ $\text{m}^2$ 。

2. 重点推介国邀请：协助组委会邀请东盟国家出任旅游展区重点推介国（按英文名称字母顺序），并确认重点推介国旅游主管部门参展、重点推介国国家旅游主管部门部级官员参会。同时投标人于项目实施前制定详细的重点推介国活动方案，并草拟相关文字材料，经采购人组委会和重点推介国审定后组织实施。

3. 投标人负责协助组委会邀请东盟国家旅游主管部门部级官员参会。

4. 展会期间，如有境外国家和地区举办专场旅游推介会，投标人须于项目实施前与其沟通协商并经采购人组委会审定后组织实施。

5. 线上展会（全程做好旅游展区线上展的开发、设计、运营和维护）：

- (1) 做好展会图片收集。
- (2) 对展会重大活动进行留存影像。
- (3) 现场重要活动的线上直播。
- (4) 做好摄影摄像、视频剪辑播放等相关工作。
- (5) 做好线上媒体宣传。

6. 工作要求

(1) 招展方案：要求投标人于项目实施前制定详细的招展方案及展位收费政策，经采购人组委会审定后严格按照招展进度实施。

(2) 招展进度统计：定期报送招展进度统计和招展情况小结，具体报送要求与采购人组委会商定后执行。

(3) 展位规划、特装展位搭建：制定展位划分方案，经采购人组委会审定后实施；特装展位效果图需报采购人组委会审核。

(4) 招展资料：负责招商招展册（暂定 6 月完成）、参展商手册（暂定 7 月之前完成）、买家参会指南（暂定展会前 1 周之前完成）、会刊（2000 册，最终数量报采购人组委会同意后可根据实际情况增减，暂定展会前 4 天之前完成）等相关材料的设计、制作、印刷及发放。

(5) 经贸成效统计：策划组织展商开展各种洽谈对接、产品促销活动，推动展会经贸成效，并于展会期间动态将各展馆经贸成效（含现场销售金额、合作意向金额）、洽谈对接活动成效（含现场签约金额、合作意向金额）报送采购人组委会，具体报送要求与采购人组委会商定后执行。

(6) 会前做好展商信息收集，会期协助做好展商、买家满意度调查工作，全程做好展商服务和管理工作。

7. 由采购人组委会重点邀请的展商、参会嘉宾，其招展、接待政策按采购人组委会制

定的执行。

8. 市场开发由投标人负责实施，须与采购人签订相关协议。

9. 现场活动组织实施：投标人在展会期间须组织现场商贸洽谈、推介会、项目发布会、主题交流活动、沙龙等相关活动不少于 10 场（如有广西、桂林等地方领导出席并发言，则需草拟相关领导讲话稿）。

10. 嘉宾巡馆：按采购人组委会要求，制作巡馆线路图，并撰写巡馆解说词。

## （二）特邀买家邀请及管理服务

投标人于项目实施前制定特邀买家邀请、贸易洽谈、参会管理等方案具体实施内容，经采购人组委会审定后组织实施。

1. 邀请数量要求：境外买家不少于 50 人，以展览举办地广西、桂林主要客源地为主国家邀请，具体邀请地区和比例需经组委会秘书处批准；国内买家不少于 100 人，主要向展览举办地广西、桂林主要客源地省市发出邀请，具体邀请地区和比例需经组委会秘书处批准。

### 2. 资质要求

（1）特邀买家邀请对象为境内外组团社、旅游住宿、旅游美食、旅游交通、旅游科技装备、研学游、康养游等旅游业态，职位须为部门主管及以上级别。

（2）原则上每个企业邀请 1-2 名代表作为特邀买家参会，企业数量须 $\geq 100$  家。

（3）买家名单须提前报采购人组委会审核，最终名单以采购人组委会审核确定的为准。

### 3. 工作质量要求

（1）要求投标人设置严格的特邀买家资质审查程序，确保质量。所有特邀买家注册登记须在旅游展区官方网站相应版块完成。资质审查须提交特邀买家本人身份证件信息、所在单位营业执照电子版、本人名片、参会回执等证明材料。

（2）投标人应提高参展参会实效性，确保贸易洽谈活动顺利进行：展前做好特邀买家、展商贸易配对安排。会期举办专业洽谈会（要求全程组织实施，含场地、设备租赁及会场布置、入场标签贴印制等；组织不少于 150 名境内外特邀买家、不少于 100 家参展企业参加，方案报采购人组委会审定后组织实施）。

（3）投标人全程做好特邀买家参会组织、服务和管理工作：会前做好信息收集并形成名录，制定参会基本日程，组织买家按时注册、参加会期相关活动并做好记录；每个特邀买家会期须完成 $\geq 10$  次洽谈，并提供洽谈记录证明材料；收集特邀买家参会反馈意见并形成调查报告；做好上述人员证件信息收集及发放。

（4）邀请进度统计：定期报送特邀买家邀请进度统计，具体报送要求与采购人组委会商定后执行。

4. 特邀买家邀请政策按采购人组委会制定的执行。

## （三）主场搭建设计、施工、现场服务

1. 施工地点：桂林国际会展中心，如有变化，以采购人组委会最终通知为准。

2. 项目内容：中国—东盟博览会旅游展区主场搭建设计、施工、现场服务。

3. 展览时间：2026 年 9 月（最终实施时间以采购人组委会通知为准）。

#### 4. 具体服务内容

##### 4.1 主场搭建设计、施工、现场服务

###### 4.1.1 主场服务

(1) 主场服务分三个阶段，展前、展中、展后的服务内容，服务范围须涵盖整个展会现场；

(2) 中标后向采购人提供施工安全管理方案（展前图纸审核、现场施工安全管理，展后清洁确认退押金流程等）；

(3) 对特装展位工程设计和施工方案进行设计资质、施工资质、展位结构、材料、安全用电等项目的审核，保证施工安全；

(4) 在展会布展、开展、撤展期间，每个馆组织至少 2 名工作人员进行现场施工、消防安全检查和清洁保洁工作；

(5) 配合公安消防部门及场馆管理单位在展会期间的治安、消防、施工安全检查工作；

(6) 与桂林国际会展中心签订《展览会主场安全责任书》，承担相关管理责任和义务；

(7) 展前与各组展单位联系，收集、确认参展商信息，做好展位规划，收集标展楣板信息和拆/装板情况；编写《参展商服务手册》；

(8) 提供相应的展具（展览家具类、电力类、电器灯具类、AV 电器类、PC 电器类等类别的物品）租赁服务；

(9) 提供相应的仓储服务；

(10) 根据主办方要求，投标人指派公司管理人员到展会举办地现场办公。

###### 4.1.2 展会主场搭建

(1) 负责展会现场功能区搭建制作；

(2) 负责展会现场氛围营造搭建制作；

(3) 负责展会现场标识系统制作；

(4) 负责标准展位升级搭建，要求标展搭建材料必须干净整洁，围板板材表面必须无污渍；

(5) 负责展会现场地毯铺设；

(6) 搭建施工过程中必须严格按照安全生产有关要求进行安全文明施工（投标人必须为施工人员购买人身安全保险，佩戴安全帽），确保不出现人身伤害事故及他人财产损害事故，并承诺使用的材料均符合国家、地方及行业相关质量标准规定；

(7) 搭建结束后、展会开展前，所有搭建工具、剩余材料必须清离展览现场，不得以任何理由堆积在展览现场消防通道或其他现场任何非指定仓库区域；

(8) 展会结束后，按安全生产及展览有关安全要求安全撤展，并与场馆方协调处理好撤展垃圾清运工作；

(9) 搭建所用材料必须符合现有安全生产及消防安全有关要求；

(10) 主场搭建制作部分材料清单及主场服务等要求如下（本表中所列的清单内容为估算项目和数量，实际项目和数量根据实际设计和现场情况来确定，中标单价不予调整，增减项部分费用按实际核算情况支付，但总工作量在不超过“主场搭建设计、施工、现场服务”分项最高限价的前提下执行）：

第 23 届中国—东盟博览会旅游展区主场搭建制作部分材料清单			
序号	项目名称	数量	单位
1	加高标展	300	套
2	公共设施—氛围营造花坛造型	1	项
3	室外氛围造型	1	项
4	迎宾机器狗	2	个
5	公共设施—主门头、总名录	1	项
6	打卡点	4	项
7	公共设施—展馆地毯	23000	平方米
8	公共设施—展馆导视发光指示牌	8	个
9	公共设施—展馆导视指示牌	2	个
10	舞台	1	项
11	领导行车路线迎宾形象板	20	个
12	刀旗	60	个
13	展厅顶部装饰	360	平方米
14	展厅顶部装饰-吊点费	36	个/点位
15	包柱	10	个
16	总服务台	1	项
17	注册处	1	项
18	打卡点—小礼品	1	项
19	国旗 3 号	50	面
20	仓储服务	1	项
21	主场服务及运输管理	1	项
22	按实际工作情况, 新增物料	1	项

#### 4.1.3 展会主场设计

- (1) 负责展会现场功能区方案设计;
- (2) 负责展会现场氛围营造方案设计;
- (3) 负责展会现场标识系统设计;
- (4) 负责标准展位升级方案设计;
- (5) 主场全部设计最终必须通过采购人审核。设计要求如下:

- ①设计要求能突出东盟特色、具有国际性及桂林特色; 具有创意, 使用生态环保材料, 突出“一带一路”主题;
- ②能有效地表达旅游主题, 且不能与往届雷同。

#### 4.1.4 展会现场服务

- (1) 负责为特装展位承建单位办理进场手续和加班申请;
- (2) 展览期间每个展厅需至少配备 2 名工作人员值班, 负责展馆秩序管理、展览用电设备维护等;
- (3) 配合场馆方收取加班费、负责清洁押金等相关进场施工费用;
- (4) 根据采购人要求, 做好展会期间展览现场参展商、搭建商进出场馆的审核放行工作;
- (5) 负责展会现场参展商施工咨询、水电安装及展具租赁等服务工作;

(6) 如组团有特殊要求，经组委会审定并与主场搭建及组团方沟通，可以不缴纳相关费用，但主场搭建及组团方要签订《展位搭建安全责任书》，展团出现的任何安全问题，由该组团单位承担。

#### 4.1.5 其他

(1) 根据展会的实际情况，投标人必须承诺按采购人的要求，积极配合对已选定的策划设计方案、搭建制作、现场执行方案进行相应的修改或调整。并按采购人最终确定的方案实施，对因方案修改或调整所发生的费用投标人应当考虑进投标报价中，采购人不再另行支付相关费用。

(2) 工作进度要求：签订合同后即按照服务任务书开始履行主场服务，开馆仪式前1个月与各组展单位联系，完成收集、确认参展商信息，完成展位规划，收集标展楣板信息和拆/装板情况，开馆仪式前5天入场，开馆仪式前一天下午6时前完成各项主场搭建及其他服务，闭幕后一天完成撤展工作。

(3) 采购人有权通过传媒或者其他形式介绍、展示或评价策划设计方案。

(4) 项目执行过程中，根据服务项目的实际情况，如有增减项，须报采购人同意，增减项部分费用按实际核算情况支付。

#### (四) 主题交流活动服务

1. 制定方案：主题交流活动策划方案（含视觉效果设计方案）须经采购人组委会审定后组织实施，并全程做好活动的组织实施工作。制定活动方案要求包含以下内容：

- (1) 活动名称、时间、地点。
- (2) 活动主题、形式、目的、亮点等。
- (3) 参会人员构成。
- (4) 活动具体议程安排（要明确演讲嘉宾、议题）。
- (5) 视觉效果图设计（含背景板、会议手册、桌卡等相关物料设计）。
- (6) 拟邀请媒体名单。
- (7) 草拟主持词、各级领导致辞稿、新闻通稿等相关文字材料。

#### 2. 人员邀请

(1) 根据活动议程，开展并落实所有发言嘉宾、主持人、司仪的邀请工作。

(2) 邀请约150人听会，例如出境目的地旅游局、国内外知名旅行社、旅游集团、国内外媒体和行业协会代表等。

(3) 参会人员名单须按要求报组委会审定。

#### 3. 活动组织实施

(1) 举办时间：旅游展区展会期间，为期半天。

(2) 举办地点：展会现场或桂林市四星级（或相当于四星级）及以上酒店。

(3) 活动主题、目的：围绕本届旅游展区主题，获取中国旅游业发展前沿资讯和创新思维，助推桂林世界级旅游城市建设。

#### (4) 会务服务：

- ①完成场地租用及现场搭建、布置等服务。
- ②安排相关礼仪人员在活动现场按需使用。

③活动相关负责人须在现场组织工作，确保活动有序开展。

④提供 5—8 人的会客区备用。

4. 宣传：在会展或旅游专业媒体、国家级各主流媒体≥3 家进行宣传报道，报道应≥6 篇。

#### （五）票证门禁服务

##### 1. 现场办证登记点、门禁设置及设备要求

（1）中标供应商须按采购人要求负责证件制作管理、网上预约、现场设备配备、系统安装、人员培训、现场服务管理、展会数据整理和分析报告。

（2）现场办证登记点的设置：本着安全、快捷、高效的原则进行规划设置登记点，配备办证登记设备及桌椅、各种导引指示牌、登记处背板、一米线、围栏等登记工作必需品；拟确定办证登记点及配备方案需经采购人同意。

（3）办证方式：采用联网办证方式，使用中标供应商提供的系统办证，设计制作中国—东盟博览会旅游展区证件进行二次实名制打印，证件设计方案需采购人审定同意方可实施。

（4）门禁服务：要求能够验证旅游展区各类证件，同时还应能够保证对持证入场的各类人员进行有效查验。门禁通道分类检验，分设普通观众通道、持证通道和贵宾通道 3 类，通道数量依实际需求增减，通道总数量不得少于 18 个。普通观众通道查验入场券；持证通道在持证人首次进入会场时进行人像采集，以后进入则进行人像比对；贵宾通道对持证人进行礼宾接待，不进行人像采集。开馆仪式设专用门禁，仅允许证件上有开馆仪式贴标人员入场。

（5）硬件设备：提供证件查验设备、笔记本、摄像头、身份证识别仪、门禁闸机等其他门禁设备，按照一条通道一套设备的原则配备，确保设备可靠运行；现场办证点所需设备根据办证窗口、换证（券）点的数量设定。具体设备、设施的配备依据现场实际需求并报采购人审定后确定。

##### 2. 中国—东盟博览会旅游展区证件管理及现场办证服务工作要求

###### （1）展前

①根据展馆布局确定、设计观众登记点，协助展会做好前期工作。

②制作旅游展区观众线上预约系统，包含官网在线预登记和微信预登记系统。官网在线预登记要求邮件、短信同步回复通知；在线系统需在五个工作日内完成制作提交至采购人，微信预登记系统要求含有在线登记功能以及预登记查询功能。

③胸卡证件规格及数量：各类证件约 25000 张；规格约 90mm×120mm；200g 铜版纸，正反面彩色印刷。卡套透明软膜：内芯尺寸约 90mm×120mm，40 丝。各类车辆证件：约 1500 张，A4，200g 铜版纸，正反面彩色印刷。观众入场券：40000 张，规格约 70mm×160mm，200g 铜版纸，正反面彩色印刷，中间有齿线。挂绳：约 15mm 宽，热转印，单钩。

④各类证件、卡套、挂绳数量如需根据实际情况增减，中标供应商须报采购人组委会审定后实施。

⑤制定票证管理服务、观众登记服务点的搭建和配置的具体方案，根据采购人的要求提出包括登记流程及登记处的布置和人员设置规划，完成登记现场的设备配备，做好观众

登记所需护栏的搬运及设置，做好现场围蔽的检查和维护。

⑥负责现场工作人员的招聘培训及证件管理服务志愿者的培训。

⑦按照采购人要求收集参展人员相关信息，并根据人员参展类别制作好相应证件并于开展前根据采购人要求发放。

⑧配合完成采购人交办的其他工作。

## (2) 展中

①做好展会现场的人员管理工作，杜绝出现空岗。

②做好邀请单位资料的配送工作，每天定点定量将会刊、宣传资料等运送到现场办证登记点、咨询台，并配合资料的派发。

③做好现场办证登记设备的维护和管理，保证展会期间的正常使用。

④有效有序地引导观众前往填表处、办证处；突出预先登记观众领证的服务；保证观众报到的有序性，并做好应急预案。

⑤现场办证（券）要求：

a. 专业观众：中国—东盟博览会旅游展区专业观众凭邀请函或名片并填写正确的观众登记表视为专业观众，换领“专业观众”证。专业观众信息（含名片、电子数据等）收集率须达到专业买家观众发证数量的 95%以上。

b. 普通观众：观众凭名片、关注旅游展区微信公众号或填写相应观众登记表，依表申领参观券。

⑥高质量地获取观众数据，展会期间每天下午 6 时前提供当日观众数据统计报告。

⑦负责各类证件的补打工作。

⑧根据采购人要求做好现场相关资料的保管、运输和发放，管理好所有的证（券）、确保证（券）不丢失，维护设备确保正常运行。撤展时根据采购人要求完成设备的运送工作。

⑨配合完成采购人安排的其他工作。

## (3) 展后

①严格按照采购人的要求进行观众数据的录入和后续处理工作，统计好观众个人名片信息、观众个人调研表信息、现场办证信息。协助采购人做好数据的比对工作。

②展后 7 个工作日内完成参观登记表调研录入，并出具规定格式的观众数据报告；展后 10 个工作日内提交本次展会的工作总结报告；展后 30 个工作日内按照采购人要求完成专业观众数据对应调研数据的录入，并将全部登记信息及实物信息载体与采购人交割，不得弄虚作假。实际录入信息数量需达到相应办证观众数量的 95%以上，采购人将对已录入的信息进行抽检，录入信息误差率应控制在 5%以下。否则采购人有权不支付数据录入费用。本展会所有信息仅供本次展会使用，中标供应商应严格保密措施，不得使参展人员信息泄露或将参展人员信息挪作他用，造成相应后果由中标供应商承担。

③配合完成采购人安排的其他工作。

## 3. 人员配置要求

(1) 观众登记处工作人员配备根据当天展会内容及需求进行调整，负责所在登记点的信息采集、登记、办证工作。要求人员精通现场登记工作，负责认真，精通现场管理，确保登记处快捷有序，不能出现人员拥堵等影响安全的现象。

(2) 展馆门禁处工作人员的配置应以通道设置为依据，以便捷、安全、高效为原则配备，确保入场人员检录快速、有序；负责管理所有的门禁人员并培训其熟悉业务流程。

(3) 配备必需技术管理人员，保障设备无故障运行。

(4) 管理人员最低要求：

①管理人员和技术人员必须为投标人正式员工，且有≥30场展会证件门禁服务相关工作经验，能够负责监督管理现场所负责区域的工作，门禁管理人员要负责监督、巡查和修复现场的围蔽情况。中标供应商在投标文件中列明的配备人员，在进场后除非经请示采购人同意，否则不能对相关人员进行擅自更换。

②现场除管理人员外的工作人员要求具有所在岗位的计算机、英语等专业知识和工作技能。

③根据项目需求，自行配置符合需要的项目、观众登记、硬件维护、门禁管理、后勤管理总负责人，统筹管理组织各项工作。

④所有设备和人员根据现场实际情况进行调配（但临时改变人员和设备配置需书面告知采购人并获得同意，或由采购人提出），结算原则按实际配置数量进行结算。

⑤所有人员必须统一着装（由投标人提供），所有工作人员的餐饮、交通、文具、保险等均由中标供应商负责，并包含在投标总报价中。

⑥在展览开展前10天提供整个项目的培训计划和培训手册，说明各个岗位的职责、工作要求和礼仪要求。所用工作人员必须全员进行培训，在岗不得做与工作无关的事务，礼貌对待参展人员，举止得体，热忱服务，耐心解答，不得影响主承办方的形象。

#### 4. 其他

(1) 工作进度要求：签订合同后即按照服务任务书开始履行证件服务工作，展会开始前3个月开放线上系统，展会开始前1个月完成证件服务总体方案及现场办证点搭建方案，展会开始前4天完成票证制作等展前的相应工作。展会结束后1个月内完成其他服务。

(2) 后期根据服务项目的实际情况，如有增项，须报采购人同意，在不超出票证门禁服务最高限价的基础上，增项部分费用按实际核算情况支付。

#### (六) 开馆仪式服务

##### 1. 开馆仪式策划设计要求

(1) 形成创意策划汇报方案，具体包含以下内容：

①活动创意阐述；

②主题词设置；

③活动流程设计；

④场地规划设计方案；

⑤舞台、舞美设计方案（设计图）；

⑥启幕（剪彩）动作创意策划；

⑦公司创意策划团队保障（原则上中途不能擅自更换人员）。

(2) 方案设计的要求：

①开馆仪式在形式、内容上要求有创新性，围绕突出东盟特色和国际化展开创意策划。

②基本内容要求：“第23届中国—东盟博览会旅游展区开馆仪式”名称（中英文）、

展会会徽、举办时间等。

③方案要求充分考虑主席台领导人、台下嘉宾、观众的视觉和听觉效果以及摄像、摄影、资料留存的需要。

④舞台与场地氛围布置风格要求统一、简洁大气、不奢华、有新意、体现国际性。

2. 开馆仪式搭建制作要求：场地搭建制作要求实现创意服务，根据场地情况，符合安全要求，确保搭建与操作安全万无一失。

(1) 场地基本情况说明：开馆仪式场地为桂林国际会展中心 8 号馆前厅（如有变动，以采购人组委会通知为准）。

(2) 场地布置说明：

①舞台基本尺寸以实际测量为准。

②设置贵宾席和观众席和媒体台，区域划分要求考虑中外方观众，要求进行标识，便于管理，摄影台设在场地四周，预留好直播机位，准备好直播各种相关设备。

③开馆仪式举办的前一天中午 12 时前必须完成所有搭建制作和调试工作，并通过采购人验收。

(3) LED 屏幕布置：

①要求为 P4 以上高清室内屏，LED 屏幕及配套音响在展会期间需全程使用，具体使用安排以组委会安排为准，供应商需配套相关专业操作人员提供保障。

②配套专业音响操控系统、支架等设备，以及专业操作人员。

③根据活动流程设置好画面播放流程。

④开馆仪式举办的前一天必须安装调试完毕，并通过采购人验收。

(4) 音响布置：

①音响要求：要求设备设置必须满足开馆仪式现场所有活动。

②音响要做到无盲区，无噪声。

③配备专业操作人员全程服务。

④根据活动流程设置好音响控制流程。

⑤开馆仪式举办的前一天必须安装调试完毕，并通过采购人验收。

(5) 音频、视频制作：要求符合组委会既定主题，并保证现场氛围布置和其他相关设置与主题宣传片不脱节。

①嘉宾出场、上下场及结束音乐。

②开馆短片。

③嘉宾启动仪式相关视频。

(6) 开馆仪式装置：开馆仪式装置要求设计新颖、富有创意、具有科技感，并突出中国—东盟旅游合作与国际旅游大融合的主题特色。

3. 开馆仪式现场执行要求：

(1) 要求活动流程顺畅。

(2) 所有设备、道具、特效等运作正常，正式开馆前一天应完成多次彩排演练，保证人员调度到位，无故障出现。

(3) 相关礼仪人员由投标人提供，在流程彩排和正式仪式时按需使用。

(4) 执行方案：包含技术安全和实施安全的工作方案及执行团队保障。

(5) 团队具备策划、设计、搭建及制作应变能力，能根据采购人要求进行调整并满足采购人调整要求。

(6) 投标人应配合采购人完成的观众组织、现场管理等开馆仪式相关执行工作，在人力、物力上给予保障。

①制定观众组织工作方案：要求逻辑性强、清晰完整，并能根据要求随时进行调整。

②制作出席嘉宾座位示意图；

③组织嘉宾及观众按时、有序入场、出场，全程规范入座。

④完成观众组织所需要的其他工作。

(7) 开馆仪式服务要求：

①根据展会的实际情况，投标人必须承诺按采购人的要求，积极配合对已选定的策划设计方案、搭建、制作、现场执行方案进行相应的修改或调整，并按采购人最终确定的方案实施，供应商对方案所发生的修改或调整自行考虑在整体报价中，在合同履行过程中合同价款不变。

②采购人有权通过传媒或者其他形式介绍、展示或评价策划设计方案。

③开馆仪式举办的前一天必须对涉及“搭建制作内容”的项目进行安装调试完毕，并通过采购人验收。

④验收时中标人必须到现场，并保证按采购人提出的整改意见及时整改完毕，确保验收通过。

⑤开馆仪式所有相关装置设备需保障至展会结束后才能撤走，如在同一场地进行旅游展区其他相关活动，在不增加设备和装置的基础上，投标人需根据采购人需求提供人员保障其正常使用（音响、视频等相关设备及配套人员服务）（费用包含在投标报价中，采购人不再另行支付）。

(七) 买家、重要展商、嘉宾接待和推介会服务

1. 落地接待服务要求：

(1) 实施地点：桂林国际会展中心、桂林两江国际机场、桂林各火车站、酒店、展会相关活动现场等。

(2) 实施时间：暂定 2026 年 9 月下旬，最终实施时间以采购人组委会通知为准。

(3) 服务对象：境内外特邀买家 150 人；重要国际展商 120 人；国内省（自治区、直辖市）参展团团长、随员 30 人；重要嘉宾（文化和旅游部、自治区文旅厅、广西区直部门、区内十三城市政府代表团（文旅部门代表团）、会展行业嘉宾、特邀嘉宾）60 人。

(4) 项目内容及要求：

①迎送、市内交通、日程安排服务要求：

a. 在桂林两江国际机场、桂林各火车站、桂林各汽车站、住宿酒店定点提供境内外特邀买家、重要国际展商、国内省（自治区、直辖市）参展团、重要嘉宾迎送礼遇服务，接送宾客候车时间不超过 30 分钟。桂林两江国际机场、桂林各火车站、酒店搭建专用报到接洽台及相关指引、欢迎标识物，提供全天候驻守服务。

b. 会期全程提供宾客落地桂林后的交通服务，包括往返机场、火车站、酒店、展馆及

相关活动现场交通用车及服务，要求使用车龄≤5年且车况较好的车辆，大型活动使用大、中巴车，每车配备至少2名工作人员，境外买家、展商须随车配备翻译人员。国内省（自治区、直辖市）参展团、重要嘉宾厅级以上领导原则上采用专车接送及一对一落地全程接待服务，根据采购人组委会要求制定个性化接待方案、日程安排。一对一落地接待使用七座商务车或五座商务轿车，每车配备至少1名全程陪同人员。所有接待车辆要求装饰展会引导标识。

②食宿接待要求：

a. 境内外特邀买家：提供150人原则上为期3晚四星级（或相当于四星级）及以上条件的酒店住宿（接待酒店须经采购人组委会审定），单人单间住宿。3天餐饮（每天早、中、晚三餐，原则上为自助餐，餐标及餐品须经采购人组委会审定）。

b. 重要国际展商：提供120人原则上为期3晚四星级（或相当于四星级）条件的酒店住宿（接待酒店须经采购人组委会审定），单人单间住宿。3天餐饮（每天早、中、晚三餐，原则上为自助餐，餐标及餐品须经采购人组委会审定）。展商有特殊需求须做4天4晚接待的，则在总预算内协调解决。

c. 国内省（自治区、直辖市）参展团团长、随员：提供30人原则上为期3晚四星级（或相当于四星级）及以上条件的酒店住宿（接待酒店须经采购人组委会审定），单人单间住宿。3天餐饮（每天早、中、晚三餐，原则上为自助餐，餐标及餐品须经采购人组委会审定）。

d. 重要嘉宾[国家文化和旅游部、自治区文旅厅、广西区直部门、区内十三城市政府代表团（文旅部门代表团）、会展行业嘉宾、特邀嘉宾]：提供60人原则上为期3晚四星级（或相当于四星级）及以上条件的酒店住宿（接待酒店须经采购人组委会审定），单人单间住宿。3天餐饮（每天早、中、晚三餐，原则上为自助餐，餐标及餐品须经采购人组委会审定）。

③特邀买家、重要国际展商、重要嘉宾文旅资源考察要求：前期负责文旅资源考察踩线相关的住宿、交通、人员、景区景点用餐点联络安排等，会期提供150名境内外特邀买家、重要国际展商、重要嘉宾桂林市区或周边文旅资源考察全套服务（1—1.5天，含景点门票、交通、食宿、保险、翻译、陪同等），方案经采购人组委会审定后严格落实。买家考察不得与采购人组委会其他渠道邀请考察人员重复。

④项目开展相关物料设计制作搭建要求：包括但不限于报到台、欢迎牌、指引牌、车辆标识、会务手册、合影横幅手举牌、资料包装袋、应急物品等，设计风格与展会总体视觉形象保持统一，务实、安全、美观。

⑤其他要求：

a. 中标人于合同签订之日起15个日历日内完成本项目的接待实施细案，包括宾客食宿、交通、行程安排计划、文旅资源考察线路、项目筹备进度表、组织架构及人员配备、服务保障、安全保障方案等内容。该方案在实施前须提交采购人组委会进行最终审核，经审核通过后按方案执行。项目前期根据工作需要，协助采购人组委会组织召开接待协调会，相关会务工作和经费开支含在投标报价中。

b. 本项目实施过程中，需配备相应数量具有两年以上展会或政务接待工作经验的接待人员或专职导游，必须做好岗前专业培训。

c. 中标人为项目接待服务的直接责任人，应本着“以人为本”的原则落实服务，主动

解决所接待宾客展会期间遇到的问题，提前做好研判和预案。中标人应为工作人员和接待对象购买保险，若在工作和落地接待过程中发生意外情况，能及时响应，做好应急处理和理赔等工作。

d. 中标后须指定熟悉项目业务或有相关经验的专人与采购人组委会对接筹备事项，对接人确定后原则上不更换，临近会期根据工作需要安排人员到采购人组委会现场办公，协助嘉宾邀请和跟踪落实接待宾客名单及相关信息。

e. 投标人向采购人组委会提供各接待住宿酒店 4—5 个标间，作为展会期间组委会驻店安保和工作人员工作场地，并提供工作简餐（该部分费用含在投标报价中）。

f. 在实际接待工作中，存在住宿、用餐、文旅资源考察人数（标准）未达到相应要求的，或相关接待项目由组委会其他口径统筹安排的，经采购人与中标人共同核实后将按实际进行核验结算。

g. 其他未尽事宜或实施过程中据实调整事宜，双方协商解决并签署合同或补充协议。

## 2. 推介会服务要求：

按照采购人要求，在展期内策划组织及实施一场推介会（暂名买家之夜）；推介会在旅游展区总体框架下组织和运作，服从和服务旅游展区；推介会为了拉近买家与展商间的距离，实现对接交流；同时扩大旅游展区的影响力，加强旅游展区与世界各地旅游组织、旅游企业、媒体等多方面的交流，促进桂林文旅发展。

（1）时间：开展前一天或开展当天晚上，具体时间由采购人确定；

（2）地点：市内四星级（或相当于四星级）及以上条件的酒店，具体地点需采购人同意后确定；

（3）参加人员：参加买家之夜人员不得少于 200 人，必须为旅游展区参展人员，由合作伙伴、广西及国内其他各省市参展团、国内买家、国际展商、国内行业嘉宾、媒体等组成，其中本地文旅行业参会人员不得少于总人数的 20%，侧重邀请本地有影响力和业务拓展需求的文旅企业进行推介（数量不少于 3 家），力求达成交流合作实效；具体人员及构成由采购人审定；

（4）会场布置要求：会场搭建布置应体现旅游展区主题，展现隆重朴实、热情氛围；

（5）推介会内容及形式要求：推介会具体议程由投标人出具详细方案经采购人审定后实施。推介会总体上要响应旅游展区主体，包含相关人员致辞、相关推介、用餐等，通过多种形式引导参会人员互动交流，确保实效；

（6）会场用餐要求：采用自助餐或圆桌餐，并确保饮食安全。

## ▲三、商务要求

（一）服务期限内如出现特殊情况（比如流感疫情等），中标人需按国家、当地政府出台的规定及政策相应提前增补应对措施并提供可行的服务方案。

（二）中标人于签订合同后 15 日内完成关于本项目的深化设计实施方案，并提交采购人组委会进行审核，经审核通过后按此方案执行。

（三）项目实施地点：桂林国际会展中心、桂林两江国际机场、桂林各火车站、酒店、展会相关活动现场等（具体由采购人组委会最终确定）。

（四）展会时间：2026 年 9 月（最终实施时间以采购人组委会通知为准）。

#### （五）验收要求及标准：

1. 依据招标文件中“项目需求”的要求、中标人投标文件承诺以及国家现行相关标准、规范履行合同。中标人提供的服务成果达不到验收标准的，不予验收，中标人应当退还采购人已支付的相关费用，造成采购人损失的，中标人应当予以赔偿，相关一切不利后果由中标人自行承担。

2. “项目需求”中所列境内外招展组展、买家邀请任务指标完成低于 80%的，不予验收，按中标人违约处理，造成采购人损失的，中标人应当予以赔偿，相关一切不利后果由中标人自行承担。

3. 中标人提供的服务如果与投标文件承诺的服务不相符，采购人有权终止合同。

4. 项目实施期间，因中标人服务管理不善导致的相关责任事故及不良舆情，由中标人负责消除不良影响并承担相关责任。

#### （六）报价要求及结算方式：

1. 报价要求：投标人投标报价及各分项服务报价不得超出本项目最高限价和相应分项服务最高限价，否则按投标无效处理。

##### 2. 结算及付款方式：

①合同签订且合同具备实施条件，采购人向中标人支付合同金额的 30%；剩余合同价款于展会结束后中标人完成全部后续工作经采购人验收服务成果合格，确定每项服务结算金额后一次性付清（无息）。具备上述付款条件后，中标人向采购人开具等额合法发票后立即支付至中标人指定账户。

②“主场搭建制作部分材料清单”实际项目和数量根据实际设计和现场情况来确定，中标单价不予调整。增减项部分费用按实际核算情况支付，但总工作量在不超过“主场搭建设计、施工、现场服务”分项最高限价的前提下执行。

3. 本项目按总包干报价，包括完成本项目所列服务产生的所有成本、税金、合理利润以及不可预见费等全部费用，投标人应综合考虑进投标报价。

（七）权利保障：中标人必须保证所提供的服务涉及的知识产权和相关技术资料是合法取得的，不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权或其他权利，不会因为采购人的使用服务成果遭受第三方侵权指控，包括被责令致歉、停止使用、追偿或要求赔偿损失等，本项目服务成果的最终所有权归采购人所有。否则，中标人负责解决由此引起的一切纠纷，采购人有权追究供应商的法律责任，其不利后果由中标人全部承担。

#### ▲四、其他要求

投标人根据项目需求，于投标文件中必须提供针对本项目服务内容及要求的响应承诺书，否则，投标文件作无效处理。

响应承诺具体内容包含：①境内外招展组展服务承诺；②特邀买家邀请及管理服务承诺；③主场搭建设计、施工、现场服务承诺；④主题交流活动服务承诺；⑤票证门禁服务承诺；⑥开馆仪式服务承诺；⑦买家、重要展商、嘉宾接待和推介会服务承诺。

### III. 与实现项目目标相关的其他要求

一、投标人根据项目需求及自身情况，可于投标文件中提供以下 7 个独立分项的项目实

施方案，具体内容包含但不限于：

1. 境内外招展组展方案，至少包含：①招展组展；②展务服务；③展位规划；④项目整体工作计划及实施进度安排等内容。

2. 特邀买家邀请及管理方案，至少包含：①邀请指标分配；②参会日程制定、贸易洽谈安排；③参会组织与管理等内容（同时提供拟邀请买家名单）。

3. 主场搭建设计、施工、现场等服务方案，至少包含：①主场搭建设计（含搭建制作设计效果图集，每一部分效果图配有简要的文字说明或陈述）；②施工安全管理方案（展前图纸审核、现场施工安全管理，展后清洁确认退押金流程等）；③施工现场管理方案等内容。

4. 主题交流活动服务方案，至少包含：①活动策划及活动流程；②演讲嘉宾邀请；③演讲议题；④现场布置等（主题交流活动服务方案内容需结合项目实际情况进行详细阐述、活动主题拟定符合旅游展区整体思路、邀请嘉宾有代表性、演讲主题设置符合广西文旅行业需求）等内容。

5. 票证、门禁服务方案，至少包含：①登记处及门禁检录处配置、搭建方案（可配设计图）；②展商报到注册领取证件的服务流程、现场观众服务流程、疏散及应急方案；③观众信息收集方案；④门禁管理方案、现场设备配备、技术情况及职责分工等内容。

6. 开馆仪式服务方案，至少包含：①主题策划方案及活动流程；②实施保障方案；③人员投入安排等内容。

7. 买家、重要展商、嘉宾接待和推介会服务方案，至少包含：①落地接待服务方案（食宿及用车计划、行程安排服务、项目筹备进度表、组织架构及责任人、完成任务及服务反应承诺、安全保障方案）；②文旅资源考察方案（文旅资源考察线路、行程安排服务）；③推介会方案（会议场地设计、会议组织运营方案）等内容。

注：项目实施方案评分详见第四章“评标办法”。

二、投标人根据项目需求及自身情况，可于投标文件中提供优化服务承诺方案，具体内容包含但不限于：

1. 本项目服务期内，对中国—东盟博览会旅游展区进行持续正面宣传推广，实现与国家部、委、办局主导的国家级会议、展览活动进行资源共享和互动合作的承诺；

2. 创新组织文旅行业及相关产业链参展参会，推动上述行业的会议等大型配套活动同期举办的承诺；

3. 策划组织展商和买家开展多形式广泛的洽谈活动，引导旅游企业和展商在展会上发布最新信息和产品，推动国际国内旅游项目在旅游展区上签约合作的承诺；

4. 增值服务方案（即在满足本项目需求实质性要求基础上，对境内外招展组展服务、特邀买家邀请服务、买家及重要展商接待服务及其他增值承诺）等。

注：优化服务承诺方案评分详见第四章“评标办法”。

三、投标人根据项目需求及自身情况，可于投标文件中提供拟投入本项目的执行团队人员配备方案，具体内容包含但不限于：

1. 组织架构；

2. 人员职责安排（包含主要负责人及主要人员）、人员数量；

3. 人员个人简历情况表及在职证明（投标文件中提供拟投入执行团队人员在职的相关证

明材料)。

注：执行团队人员配备方案评分详见第四章“评标办法”。

#### 四、履约能力

投标人自 2020 年以来具有与本项目履约能力相关的服务业绩，履约能力评分详见第四章“评标办法”。