

采购需求

说明：

1. 为落实政府采购政策需满足的要求

(1) 本招标文件所称中小企业必须符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)的规定。

(2) 服务项目中伴随货物的,根据《财政部 发展改革委 生态环境部 市场监管总局关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》(财库〔2019〕9号)和《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》(财库〔2019〕19号)的规定,采购需求中的产品属于节能产品政府采购品目清单内标注“★”的(详见本章附件1),投标人的投标货物必须使用政府强制采购的节能产品,投标人必须在投标文件中提供所投标产品的节能产品认证证书复印件(加盖投标人电子公章),否则投标文件作无效处理。如本项目包含的货物属于品目清单内非标注“★”的产品时,应优先采购,具体详见“第四章 评标方法和评标标准”。

(3) 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》(2023年第1号)规定,本项目采购需求中的服务伴随的产品如果包括《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品,供应商在投标文件中应主动列明供货范围中属于网络安全专用产品的投标产品,并在投标文件(商务及技术文件)中提供由中国网信网

(<http://www.cac.gov.cn/index.htm>)最新发布的《网络关键设备和网络安全专用产品安全认证和安全检测结果》截图证明材料,不在《网络关键设备和网络安全专用产品安全认证和安全检测结果》中或不在有效期内或未提供有效的《计算机信息系统安全专用产品销售许可证》的,投标无效。如属于《网络关键设备和网络安全专用产品目录》中“二、网络安全专用产品”内“产品类别”中的所描述的产品,但不属于所列“产品描述”情形的,应提供相应的说明及证明材料。

(4) 本国产品标准的货物具体是指《政府采购品目分类目录》中的货物类产品,但不包括其中的房屋和构筑物,文物和陈列品,图书和档案,特种动植物,农林牧渔业产品,矿与矿物,电力、城市燃气、蒸汽和热水、水,食品、饮料和烟草原料,无形资产。

2. “实质性要求”是指招标文件中已经指明不满足则投标无效的条款,或者不能负偏离的条款,或者采购需求中带“▲”的条款。

3. 不需要投标人对采购需求响应为具体数值的,此采购需求的数值后将以◆号标注。

如投标人投标产品存在侵犯他人的知识产权或者专利成果行为的，应承担相应法律责任。

5. 本项目采购标的的中小企业划分标准所属行业名称(行业名称及划分见本章附件 2)：租赁和商务服务业。

▲服务需求一览表				
标段		01分标		
项号	采购标的 (服务名称)	数量 单位	服务参数	预算金额 (万元)
1	南宁中心血站 2026-2027年度 献血宣传系列 主题活动服务	1项	<p>一、基本需求</p> <p>开展活动不少于13场次，根据采购人需求调整活动类型、内容及场次，整体费用不超过项目总预算。</p> <p>1. 品牌活动，如：医务人员献血季活动、公务员献血季活动等，包含活动策划设计执行、活动物料、场地布置等。计划开展2场，预计4万元。</p> <p>2. 大型活动：每场活动参加人数不少于100人，根据活动需求，提供活动报名或评选通道、活动物料、评委嘉宾邀请、组织执行等相关服务，费用包含活动所产生的相关费用，如策划设计执行、奖品、证书、会务费、劳务费、邮寄费、宣传物料、活动道具、通道搭建、参与人员保险等，计划开展4场，预计22万元。</p> <p>3. 启动仪式，包含策划设计执行、活动物料、场地布置等，计划开展4场，预计10万元。</p> <p>4. 其他科普宣传活动，计划开展3场，预计5万元。</p> <p>二、服务内容</p> <p>1. 项目需安排1名固定负责人，合同签订后10日内与采购人现场对接做好全年度初步计划。每场活动具体执行方案及每场活动费用预算须提前与采购人沟通，确认后按方案开展活动。每场次活动项目负责人需在现场统筹执行，根据规模安排充足的执行人员（不少于3人）。</p> <p>2. 提供服务包含但不限于：根据不同活动类型提供活动方案、活动场地落实、现场氛围营造、活动报名及评选</p>	41.00

		<p>通道、活动前中后期执行、物料制作设计、活动物料运输安装拆卸、根据采购人需求购买相应物资（如活动道具、氛围布置物料、活动宣传品等）、活动前中后期对接执行、活动物料运输、活动台账整理、部分活动所需的评委、礼仪或主持人等。</p> <p>3. 每场活动执行结束后 3 个工作日内，向采购人提供不少于 10 张高清活动现场宣传照片。</p> <p>4. 提供不少于 3 次社媒报道或自媒体宣传服务。</p> <p>5. 项目属于跨年度项目，届时将根据实际开展次数支付费用。</p>	
--	--	---	--

▲商务条款

一、合同签订

1. 合同签订期：自中标通知书发出之日起25日内。

2. 合同延续年限、条件和方式：本项目合同履行期到期后，采购人依据本项目的服务履约评价情况及实际需求，并根据《财政部关于推进和完善服务项目政府采购有关问题的通知》（财库〔2014〕37号）及《政府购买服务管理办法》（财政部令102号）等规定，在年度预算保障的前提下，对于购买内容（采购需求）相对固定、连续（延续）性强、经费来源稳定、价格变化幅度小的政府采购服务项目，可以通过一年一续签方式签订合同，期限总长不得超过三年。

二、服务期限

1. 自合同签订之日起至执行完所有活动服务场次及服务金额为止。

2. 单场活动提交服务成果时间：每场活动服务结束后10个工作日内提交服务成果内容清单。

三、提交服务成果方式

按单场次活动提交服务内容清单，每场活动内容清单根据实际支出费用列明，并对应附相应图片等相关材料。

四、提交服务成果地点

南宁市采购人指定地点。

五、服务要求

1. 若合同服务场次已完成而合同服务金额仍有剩余,根据采购人需求增加场次完成至合同服务金额完成为止。

2. 响应时效

(1) 前期沟通响应时效: 行政工作时间内, 采购人提出需求, 中标人需2小时内响应; 如需现场沟通, 按采购人约定时间到位, 如因特殊情况需提前与采购人沟通。

(2) 执行响应时效: 活动开展期间中标人相关人员 (至少包含项目负责人) 必须到场, 活动现场出现问题及时响应并做好解决。

3. 经采购人审核要求对相关服务内容进行修改、调整时, 中标人需按采购人的要求进行优化改进, 否则引起的经济损失、不良传播等后果由中标人承担; 服务过程中属于中标人原因造成的错漏等失误, 由中标人负责改正, 并承担相关费用。出现以上情况视为违约, 中标人还须要按照合同约定支付违约金。

4. 中标人需要安排 1 名固定人员作为活动负责人对接统筹, 固定的活动负责人需提供人员稳定性承诺函, 承诺履约期间不能更换人员, 如履约期间更换人员视为违约, 须按照合同约定支付违约金。

5. 活动现场执行该人员仪表得体、礼貌用语、文明服务, 禁止出现谩骂、吵架、打架等不文明行为, 如活动现场出现以上不文明行为, 中标人按照合同约定支付违约金。

六、报价要求

报价必须包含以下部分, 包括:

1. 项目服务总价格。

2. 常规物料报价表 (含税, 包含但不限于): 背景板 (喷绘布及桁架)、手举牌、横幅 (红底黄字或彩色)、音响、桌椅帐篷租赁、展架、海报、宣传折页 (尺寸及材质)、地毯、地贴、启动装置等。

3. 常规服务价格范围表 (含税, 包含但不限于): 可根据活动大小、参与人数等列明策划、设计 (版权费等)、制作费 (打样费等)、执行、宣传、交通租车、运输 (含安装、拆卸) 等。活动执行人员产生的个人交通、住宿、餐饮、服装费、妆造费等费用, 属于中标人履约过程中发生的自身常规运维成本, 已包含在“执行”费用中统筹考虑, 不再作为费用清单明细另行列支。

活动常规物料报价表、服务价格范围表参考表格详见附件，供应商根据实际情况提供附表1及附表2，其内容至少包含附表所列内容，在此基础上进行拓展，作为后续结算依据。

七、付款方式

1. 本项目无预付款，每场活动需要有具体的活动预算，规格及预算以采购人需求为准，每场活动预算透明合理，预算价不高于市场价。

2. 每场次活动根据预算进行，活动结束后，中标人提交本场次服务内容清单并与采购人核对确认后，以实际执行费用结算。

3. 采购人验收合格后一个月内，在预算范围内，按实际服务内容清单结算该场活动费用（需提供服务清单及有效发票），实际结算总金额不超过项目总金额。

八、退出机制

出现以下情况之一者，采购人有权终止合作协议，解除本合同：

1. 中标人未按招标文件中《服务参数》中的内容提供服务或服务未达标准；
2. 中标人未按照合同条款或服务要求约定响应，或活动期间采购人发现问题时，中标人不重视，累计超过3次且拒不整改；
3. 活动执行期间产生恶劣影响；
4. 活动中出现重大安全事故，造成人员重伤、残疾或死亡者；
5. 活动过程出现违反国家相关法律法规的行为；
6. 活动中出现开具虚假发票者；
7. 采购人根据评价表（评价表详见附表）对中标人进行考核评价，评价结果为不合格，如继续履行合同将损害采购人利益或造成不良影响的情形。

九、验收条件及标准

1. 中标人应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，按活动场次提交服务成果清单，作为采购人验收和使用的技术条件依据。全部服务完成后，根据验收要求提交合同验收书及项目整体清单给采购人。

2. 验收过程中所产生的一切费用均由中标人承担，以活动实际产生的费用和台账为准，报价时应考虑相关费用。

3. 合同条款有约定按其约定。

4. 本项目采购标的需执行国家相关标准、行业标准、地方标准或其他强制性标准、规范等要求。

其他说明和说明

进口产品说明	服务类项目无要求
核心产品	服务类项目无要求
其他要求	<p>1、投标人根据评分标准及其自身情况提供方案，内容包括但不限于：对项目的理解及活动、设计宣传、项目实施方案、宣传质量保障、售后服务。</p> <p>2、证明投标人业绩等相关证明材料。</p> <p>3、常规物料报价表、常规服务价格范围表参考表格格式详见附件，投标人须按附件格式提供。报价内容至少须涵盖前述列举的各项内容，不得缺项、漏项，否则其投标作无效标处理。投标人可在填写基础报价内容的基础上进行拓展，附表不要求与《开标一览表》报价合计金额对应。</p>

▲服务需求一览表

标段		02分标		
项号	采购标的（服务名称）	数量单位	服务参数	预算金额（万元）
1	南宁中心血站捐血屋系列主	1项	<p>一、基本需求</p> <p>计划开展 28 场次活动服务，可根据采购人需求调整活动内容及场次，整体费用不超过项目总预算。</p> <p>1. 捐血屋周年：共 11 场，每场包括活动策划、宣传物</p>	54.50

	<p>题献血 活动服 务</p>	<p>料、活动道具、周年礼品等，宾阳、上林、马山、隆安捐血屋 1.5 万元每场，4 场共 6 万元；横州、武鸣、江南、航洋、火炬每场 2.5 万元，5 场共 12.5 万元；医科大 2 万元；朝阳捐血屋 3 万元。合计 23.5 万元。</p> <p>2. 其他临时街头活动：如元旦、情人节、妇女节、三月三、520、儿童节、端午节、七夕等主题活动。宣传物料、活动道具、策划执行、小宣传品等，每场预计 1 万元，计划开展 8 场，合计 8 万元。</p> <p>3. 市区年度献血者感恩回馈活动 2 场，每场 3 万元，共 6 万元。区县 6 场（上林、马山、宾阳、武鸣、横州、隆安各 1 场），每场 5000 元，共 3 万元。该项合计 9 万元。</p> <p>4. 捐血屋街头宣传活动：16 个血屋全年街头宣传活动所需物料、礼品预算，朝阳、江南、航洋、火炬、横州、武鸣、宾阳各 1 万元，医科大、南棉、埌东、青秀、上林、马山、隆安、黎塘、十医院各 5000 元，共 11.5 万元。</p> <p>5. 稀有献血者活动，预计参与人数 100 人。含策划执行、场地、氛围营造、餐食、宣传品等，约 2.5 万元。</p> <p>二、相关要求</p> <p>1. 中标人需要安排 1 名固定人员作为活动负责人对接统筹，及时响应采购人提出的需求和问题，并提出解决方案。活动负责人具有 2 年及以上本项目类似活动策划执行经验。</p> <p>2. 中标人需组织不少于 3 人的固定人员作为活动执行团队，能根据采购人的需求设计和制作相应的活动物料，了解无偿献血相关知识和宣传招募技巧，依据方案实施的每一次活动，必须按照采购人需求配备人员参加现场的组织协调活动。</p> <p>3. 服务内容包括但不限于：活动策划、物料设计及制作、物料运输、提供活动道具、现场宣传物资、现场氛围营造、现场执行、现场拍照、协助宣传、提供活动物资等，结合节假日、周年庆等时间段，并根据活动计划，在捐血屋</p>	
--	--------------------------	--	--

		<p>营造相关氛围，开展主题活动。</p> <p>4. 中标人在签订合同后 10 个工作日内提交的全年度计划给采购人审核，如采购人有修改意见且在合理期限内提出，中标人应无条件配合修改、完善。每场活动至少提前四周提供活动策划及执行方案并根据每场活动性质及规模做好预算，每场费用根据不同主题活动预算而定、供应商须提交详细的活动预算明细表（含物料、人工、场地、设备等分项报价）。单项物料价格不高于同期京东自营、天猫旗舰店等主流电商平台同品牌同规格产品售价；无电商参考价的，以采购人组织的不少于 3 家当地供应商书面询价结果的平均值为上限。服务类费用（策划、执行、人工等）不高于当地同类活动采购的近期成交价格或行业定额标准。如上述方式均无没有对应报价，则以采购人和成交供应商双方协商价格为准。</p> <p>5. 每场活动执行结束后 3 个工作日内，需及时提供附有验收图片的活动验收清单及费用发票供采购人报账，并向采购人提供不少于 10 张高清活动现场宣传照片。</p> <p>6. 该项目属于跨年度项目，届时将根据实际开展次数及费用支付。</p>	
--	--	--	--

▲商务条款

<p>一、合同签订</p> <p>1. 合同签订期：自中标通知书发出之日起 25 日内。</p> <p>二、服务期限</p> <p>1. 自合同签订之日起至执行完所有活动服务场次及服务金额为止。</p> <p>2. 单场活动提交服务成果时间：每场活动服务结束后 10 个工作日内。</p> <p>三、提交服务成果方式</p> <p>按单场次活动提交服务成果，每场活动需在活动执行结束后 3 个工作日内提供验收清单，根据实际支出列明费用，并对应附验收图片及费用发票等相关材料，同时向采购人提供不少于 10 张高清活动现场宣传照片。。</p> <p>四、提交服务成果地点</p> <p>采购人指定地点。</p> <p>五、服务要求</p> <p>1. 若合同服务场次已完成而合同服务金额仍有剩余，根据采购人需求增加场次完成至合同服</p>

务金额完成为止。

2. 响应时效

(1) 前期沟通响应时效：行政工作时段内，采购人提出需求，中标人需 2 小时内响应；如需现场沟通，按约定时间到位，如因特殊情况需提前与采购人沟通。

(2) 执行响应时效：活动开展期间中标方相关人员必须到场，活动现场出现问题及时响应并妥善解决。

3. 采购人要求对相关服务内容进行修改、调整时，中标人需按采购人的要求进行优化改进，否则引起的经济损失、不良影响等后果由中标人承担；服务过程中属于中标人原因造成的错漏等失误，由中标人负责改正，并承担相关费用。出现以上情况视为违约，中标人还须要按照合同约定支付违约金。

4. 中标人需要安排 1 名固定人员作为活动负责人对接统筹，固定的活动负责人需提供人员稳定性承诺函，承诺履约期间不能更换人员，如履约期间更换人员视为违约，须按照合同约定支付违约金。

5. 活动现场执行该人员仪表得体、礼貌用语、文明服务，禁止出现谩骂、吵架、打架等不文明行为，如活动现场出现以上不文明行为，中标人按照合同约定支付违约金。

六、报价要求

报价必须包含以下内容：

1. 项目服务总价格。

2. 常规物料报价表（含税，包含但不限于）：背景板（喷绘布及桁架）、手举牌、横幅、拉杆音响/双十五音响、桌椅帐篷租赁、展架、海报、宣传折页（尺寸及材质）、地毯、地贴等。

3. 常规服务价格范围表（含税，包含但不限于）：可根据活动大小、参与人数等列明策划、设计（版权费等）、制作费（打样费等）、执行、宣传、交通租车、运输（含安装、拆卸）等。活动执行人员产生的个人交通、住宿、餐饮、服装费、妆造费等费用，属于中标人履约过程中发生的自身常规运维成本，已包含在“执行”费用中统筹考虑，不再作为费用清单明细另行列支。

活动常规物料报价表、服务价格范围表参考表格详见附件，供应商根据实际情况提供附表 1 及附表 2，其内容至少包含附表所列内容，在此基础上进行拓展，作为后续结算依据。

七、付款方式

1. 本项目无预付款，每场活动需要有具体的活动预算，规格及预算以采购人需求为准，每场活动预算透明合理，预算价不高于市场价。

2. 每场次活动根据预算进行，活动结束后，中标人提交本场次服务内容清单并与采购人核对确认后，以实际执行费用结算。

3. 采购人验收合格后一个月内，在预算范围内，按实际服务内容清单结算该场活动费用（需提供服务清单及有效发票），实际结算总金额不超过项目总金额。

八、退出机制

出现以下情况之一者，采购人有权终止合作协议，解除本合同：

1. 中标人未按招标文件中《技术服务参数》中的内容提供服务或服务未达标准；
2. 中标人未按照合同条款或服务要求约定响应，或活动期间采购人发现问题时，中标人不重视，累计超过 3 次且拒不整改；
3. 活动执行期间产生恶劣影响；
4. 活动中出现重大安全事故，造成人员重伤、残疾或死亡者；
5. 活动过程出现违反国家相关法律法规的行为；
6. 活动中出现开具虚假发票者；
7. 采购人根据与中标人的日常沟通对接配合度、服务满意度及参加者投诉情况，对中标人进行评价（评价表详见附件），在尊重事实、平等沟通的基础上，采购人对中标人评价结果为不合格，如继续履行合同将损害采购人利益或造成不良影响的情形。

九、验收条件及标准

1. 中标人应对提交的服务成果作出全面检查和整理，并列出清单，按活动场次提交服务成果，作为采购人验收和使用的技术条件依据。全部服务完成后，根据验收要求提交合同验收书及项目整体清单给采购人。

2. 验收过程中所产生的一切费用均由中标人承担，以活动实际产生的费用和台账为准，报价时应考虑相关费用。

3. 合同条款有约定的，按其约定。

4. 本项目采购标的需执行国家相关标准、行业标准、地方标准或其他强制性标准、规范等要求。

其他说明和说明

进口产品说明	服务类项目无要求
核心产品	服务类项目无要求
其他要求	1、投标人根据评分标准及其自身情况提供方案，内容包括但不限于： 2、证明投标人服务响应、宣传、策划能力、售后服务、履约能力、人员配置情况、业绩等相关证明材料。

	<p>3、常规物料报价表、常规服务价格范围表参考表格格式详见附件，投标人须按附件格式提供。报价内容至少须涵盖前述列举的各项内容，不得缺项、漏项，否则其投标作无效标处理。投标人可在填写基础报价内容的基础上进行拓展，附表不要求与《开标一览表》报价合计金额对应。</p>
--	--

说明：供应商根据实际情况提供附表 1 及附表 2，其内容至少包含附表所列内容，在此基础上进行拓展。

附表一：常规物料报价表

活动常规物料报价表（含税点）				
序号	服务内容	单位	报价	备注
1	背景板（黑底喷绘布+桁架）	平方米		
2	音响 1 套（双十五音响+无线话筒 3 个+话筒架 2 个）	套		规格，含音响师
3	拍照框	平方米		桁架+KT 板
4	手举牌	张		尺寸
5	地毯	平方米		
6	宣传展板	块		备注规格及材质
7	宣传折页	张		尺寸及材质
8	会场指引牌	项		门型展架(80x180cm 含画面)
9	台卡（含内页）	个		备注规格及材质
10	签到桌（含桌布）	套		备注样式及规格
11	椅子	张		备注样式及规格
12	帐篷	顶		尺寸
13	宣传横幅	米		可按活动大小及类型分项报价
14	地贴	张		尺寸及材质
15	瓶装水（500ml）	瓶		备注品牌
.....

附表二：常规服务价格范围表

活动常规服务价格范围表（含税点）				
序号	服务内容	单位	价格	备注
1	策划设计			可按照活动类型分项报价
2	执行			可按活动类型、人员分项报价
3	宣传服务			根据可提供的宣传渠道分项报价
4	运输、现场安装及拆卸			按照活动类型、距离、物料的规模及数量分项报价
5	交通租车（轿车，市区往返）	辆		1. 根据车辆类型、载客人数及里

6	交通租车(商务车,市区往返)	辆		程范围分项报价 2. 根据《南宁市机关事务管理局 南宁市财政局关于进一步加强和 规范市本级机关事业单位公务租 车管理的通知(南机事[2025]4 号)》规定,报价不能高于文件 中同类车型的最高限价标准)
7	交通租车(中巴车,市区往返)	辆		
8	交通租车(大巴车,市区往返)	辆		
9	交通租车(公交车,市区往返)	辆		
.....

附表三：活动服务评价表

活动服务评价表			
活动名称			
活动时间			
评价日期			
评价维度	评价指标	评分 (0-10)	备注
日常沟通对接配合度 (30分)	沟通及时性		
	沟通准确性		
	问题解决效率		
服务满意度 (40分)	服务态度		
	服务专业性		
	服务响应速度		
	服务结果		
参加者投诉情况 (30分)	投诉数量: _____次		每投诉1次扣1分
	投诉处理及时性		
	投诉处理满意度		
合计分数			
评价等级			
请根据实际情况填写评分和备注。 60分以下不及格，60-70分及格，70-90分良好，90-100分优秀。			
评价人		日期	