

目录

| | |
|----------------------|----|
| 一、合同文本 | 3 |
| 二、中标通知书 | 8 |
| 三、中标报价表（开标一览表） | 9 |
| 四、商务要求偏离表 | 11 |
| 五、技术要求偏离表 | 14 |
| 六、售后服务承诺 | 16 |

一、合同文本

采购计划号：广西政采[2026]7375号

合同编号：12NMB189846520262807

采购人（甲方）：广西壮族自治区文化和旅游厅

投标人（乙方）：广东越视新传媒有限公司

项目名称：“千万老广游广西”主题全媒体营销推广

项目编号：GXZC2026-G3-000962-GXTZ

签订地点：_____ 签订时间：_____

本合同为中小企业预留合同：是

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，按照招标文件规定条款和乙方投标文件及其承诺，甲乙双方签订本合同。

第一条 合同标的

1、服务名称及数量：“千万老广游广西”主题全媒体营销推广项目一项

2、服务内容：

(1) “壮美广西”文旅主题门店打造。联动广东品牌旅行社，在广东搭建打造“壮美广西”文旅主题门店，将“广西‘不止有’”主题品牌及“徐霞客游广西”旅游产品具象化、体验化。

(2) 老广四季“叹”广西。聚焦广西文旅产品与广东目标客群，组织协调联合相关协会，以季节为轴，与“跟着徐霞客游广西”主题结合，开展文旅宣传推广体验活动。

(3) 全媒体广告投放三个内容。结合广西“不止有”文旅品牌，在“广州南站+广州地铁+广州白云机场+广深商圈户外LED大屏”投放文旅宣传广告，对广西文旅资源和品牌形象进行全媒体

多维度宣传。

(4) 线上线下宣传推广效果。通过“区内+区外”“走出去+请进来”有机融合、“线上+线下”同步推广，预计总触达人次（曝光量）≥2亿。

第二条 合同金额

本合同金额(大写)人民币叁佰肆拾玖万捌仟元整 (¥ 3498000 元)（包含税费等所有费用）。

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。

3、甲方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。

第四条 交付和验收

1、服务期限：2026年5月至12月（具体以甲方最终确认为准）。

服务地点：广西广东两地（具体以甲方最终确认为准）。

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、甲方对乙方提交的服务依据招标文件上的服务要求和国家有关质量标准进行现场初步验收，符合招标文件技术要求的，给予签收，初步验收不合格的不予签收。甲方应当在收到乙方的服务成果提交后七个工作日内进行验收。

4、乙方提交服务成果前应对提交的服务成果作出全面检查和对验收文件进行整理，并列出清单，作为甲方验收和使用的技术条件依据，检验的结果应随服务成果交给甲方。

5、据采购需求的要求进行验收；如有必要由乙方负责聘请第三方出具验收意见，验收费用由乙方负责。

第五条 售后服务及培训

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

第六条 付款方式

甲方在签订合同后 10 个工作日内向乙方支付 50%合同金额即人民币壹佰柒拾肆万玖仟元整(¥ 1749000 元)；项目完成后，乙方向甲方提供项目结算清单、报告及相关材料。经甲方验收合格后 10 个工作日内向乙方支付剩余的 50%合同金额即人民币壹佰柒拾肆万玖仟元整(¥ 1749000 元)。（每次付款前，乙方需向甲方出具等额增值税发票）。

第七条 履约保证金：

本项目无履约保证金。

第八条 税费 本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

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 10%。

2、甲方在中华人民共和国境内使用乙方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，乙方应承担由此而引起的一切法律责任和费用。如乙方侵权造成甲方损失的，乙方应当赔偿甲方的实际损失。

3、乙方未按本合同和投标文件中规定的服务承诺提供售后服务的，乙方应按本合同合计金额 5%向甲方支付违约金。

4、乙方提供的服务成果在质量保证期内，因乙方和其它质量原因造成的问题，由乙方负责。

5、其它违约行为按违约服务成果款额 5%收取违约金。

6、乙方支付的违约金不足以弥补甲方损失的，还应承担赔偿责任。

7、本合同所称的甲方经济损失或者甲方损失，包括甲方遭受的全部直接经济损失及为此支出的合理费用（包括但不限于为此支出的调查费、诉讼费、保全费、律师费、差旅费、保全保险费、鉴定费等）。

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、因服务成果质量问题发生争议的，应邀请国家认可的质量检测机构对服务成果质量进行鉴定。服务成果符合标准的，鉴定费由甲方承担；服务成果不符合标准的，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，向甲方所在地人民法院提起诉讼。
- 3、诉讼期间，本合同继续履行。

第十二条 合同生效及其它

- 1、合同经甲乙双方法定代表人(负责人)或授权代表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补充的，须签书面补充协议报财政部门备案，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、中标通知书；

- 2、投标文件;
- 3、招标文件;
- 4、合同附件;
- 5、国家法律、行政法规和规章制度规定或合同约定的作为合同组成部分的其他文件。

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，以本合同、上述文件的排列顺序在先者为准。

第十五条 本合同一式七份，具有同等法律效力，甲方四份，乙方二份，采购代理机构各一份。

并应当自签订之日起2个工作日内，将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告。

| | |
|---|--|
| 甲方（章）广西壮族自治区文化和旅游厅  2026年6月4日 | 乙方（章）广东越视新传媒有限公司  2026年6月4日 |
| 单位地址：南宁市青秀区金湖路24号 | 单位地址：广州市越秀区中山五路昌兴街2号二楼及天台、4号全幢 |
| 法定代表人： | 法定代表人：周录 |
| 授权代表：莫如东 | 授权代表： |
| 电话： | 电话：020-38810026 |
| 开户银行： | 开户银行：中国工商银行股份有限公司广州国际金融城支行 |
| 账号： | 账号：3602031409200224418 |
| 邮政编码： | 邮政编码：510030 |

二、中标通知书

中标通知书

广东越视新传媒有限公司：

广西同泽工程项目管理股份有限公司受采购人委托，就“千万老广游广西”主题全媒体营销推广[GXZC2026-G3-000962-GXTZ]采用公开招标方式进行采购。经评审小组评审，采购人确认贵单位为本项目的中标供应商，中标金额为：叁佰肆拾玖万捌仟元整（¥3498000.00）

自中标通知书发出之日起25日内，与采购人签订政府采购合同。合同签订前，需按本项目采购文件和贵公司响应文件等约定拟定合同文本(合同格式见采购文件)，报我机构项目联系人确认。

1. 采购人信息

名称：广西壮族自治区文化和旅游厅

地址：南宁市青秀区金湖路24号

项目联系人：杨琛

联系电话：0771-5529633

2. 采购代理机构信息

名称：广西同泽工程项目管理股份有限公司

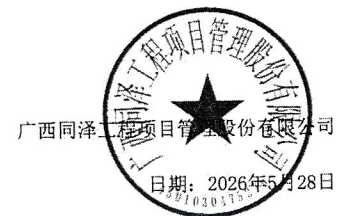
地址：广西南宁市良庆区凯旋路16号广西裕达集团南宁五象总部基地广东大厦十八楼

联系电话：0771-5590176

3. 项目联系方式

项目联系人：陆珍花、奉云、农英民

电话：0771-5590176



三、中标报价表（开标一览表）

第二章 开标一览表

项目名称：“千万老广游广西”主题全媒体营销推广

项目编号：GXZC2026-G3-000962-GXTZ

标项：1 投标人名称：广东越视新传媒有限公司

| 服务名称 | 具体服务内容（含具体服务范围、服务时间、服务标准等内容） | 数量 ① | 单 价 (元)② | 单项合价 (元) ③=①× ② | 备注 |
|--------------------|--|---------|-------------|--------------------------|----|
| “千万老广游广西”主题全媒体营销推广 | <p>服务范围：</p> <p>▲二、项目内容</p> <p>1. “壮美广西”文旅主题门店打造。联动广东品牌旅行社，在广东搭建打造“壮美广西”文旅主题门店，将“广西·不止有”主题品牌及“徐霞客游广西”旅游品牌形象体验化。</p> <p>2. 老广四季“叹”广西。聚焦广西文旅产品与广东目标客群，组织协调联合相关协会，以季节为轴，与“跟着徐霞客游广西”主题结合，开展文旅宣传推广体验活动。</p> <p>3. 全媒体广告投放三个内容。结合广西“不止有”文旅品牌，在“广州南站+广州地铁+广州白云机场+广深商圈户外 LED 大屏”投放文旅宣传广告，对广西文旅资源和品牌形象进行全媒体多维度宣传。</p> <p>4. 线上线下宣传推广效果。通过“区内+区外”“走出去+请进来”有机融合、“线上+线下”同步推广，预计总触达人次（曝光量）≥2 亿。</p> <p>服务时间：</p> <p>1、服务时间：2026 年 5 月至 12 月（具体以采购人最终确认为准）。</p> | 1 项 | 3498000 | 3498000 | 无 |

| | | | | |
|--|---|--|--|--|
| | 2、服务地点：广西广东两地。 服务标准： 采购标的需执行的国家标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。 | | | |
| 报价合计(包含税费等所有费用)：(大写)人民币 <u>叁佰肆拾玖万捌仟元整</u> (¥ <u>3498000</u> 元) | | | | |
| 验收标准：/ | | | | |
| 优惠及其它：/ | | | | |

注：

1. 投标人的开标一览表必须加盖投标人电子签章并由法定代表人或者委托代理人签字或者电子签名，否则其投标作无效标处理。

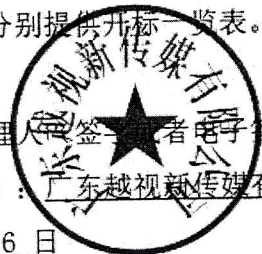
2. 报价一经涂改，应在涂改处加盖投标人公章或者加盖电子签章或者由法定代表人或者委托代理人签字（或者电子签名），否则其投标作无效标处理。

3. 如有多分标，按分标分别提供开标一览表。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：张浩林

投标人名称（电子签章）：广东越视新传媒有限公司

日期：2026年5月26日



四、商务要求偏离表

第五章 商务要求偏离表

所投分标：1分标

| 项目 | 采购文件商务要求 | 投标人的承诺 | 偏离说明 |
|-------------|---|---|------|
| ▲规范标准 | 采购标的需执行的国家标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。 | 我方已知悉并完全响应承诺本项目规范标准： 采购标的需执行的国家标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。 | 无偏离 |
| ▲服务时间及地点 | 1、服务时间：2026年5月至12月（具体以采购人最终确认为准）。 2、服务地点：广西广东两地。 | 我方已知悉并完全响应承诺本项目服务时间及地点： 1、服务时间：2026年5月至12月（具体以采购人最终确认为准）。 2、服务地点：广西广东两地。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。 | 无偏离 |
| ▲合同签订时间 | 自中标通知书发出之日起 25 日内 | 我方已知悉并完全响应承诺本项目合同签订时间： 自中标通知书发出之日起 25 日内 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。 | 无偏离 |
| ▲付款方式、时间和条件 | 采购人在签订合同后 10 个工作日内向中标供应商支付 50%合同金额；项目完成后，中标供应商向采购人提供项目结算清单、报告及相关材料。经采购人验收合格后 10 个工作日内向中标供应商支付剩余的 50%合同金额。（每次付款前，中标供应商需向采购人出具等额增值税发票）。 | 我方已知悉并完全响应承诺本项目付款方式、时间和条件： 采购人在签订合同后 10 个工作日内向中标供应商支付 50%合同金额；项目完成后，中标供应商向采购人提供项目结算清单、报告及相关材料。经采购人验收合格后 10 个工作日内向中标供应商支付剩余的 50%合同金额。（每次付款前，中标供应商需向采购人出具等额增值税发票）。 | 无偏离 |

| | | | |
|----------|---|--|-----|
| | | 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。 | |
| ▲商务及其他要求 | <p>1. 报价要求：</p> <p>(1) 报价必须包含以下部分，包括：</p> <p>①服务的价格；</p> <p>②必要的费用及各项服务税金；</p> <p>③该项目全程服务过程中所发生的一切费用由服务方自行负责，如所涉及的一切费用由服务方自行承担，服务方需满足采购人对本项目服务提出的有关需求所需的一切费用。</p> <p>(2) 报价方式：总价包干。</p> <p>2. 项目实施过程：</p> <p>(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；</p> <p>(2) 实施方案应包括实施细节、进度计划等方面；</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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</p> | <p>我方已知悉并完全响应承诺本项目商务及其他要求：</p> <p>1. 报价要求：</p> <p>(1) 报价必须包含以下部分，包括：</p> <p>①服务的价格；</p> <p>②必要的费用及各项服务税金；</p> <p>③该项目全程服务过程中所发生的一切费用由服务方自行负责，如所涉及的一切费用由服务方自行承担，服务方需满足采购人对本项目服务提出的有关需求所需的一切费用。</p> <p>(2) 报价方式：总价包干。</p> <p>2. 项目实施过程：</p> <p>(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；</p> <p>(2) 实施方案应包括实施细节、进度计划等方面；</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> | 无偏离 |

| | | | |
|--|---|---|--|
| | <p>相关信息或数据。</p> <p>(7) 供应商不得将项目非法分包或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。</p> <p>3. 项目实施要求: 中标供应商在中标签署合同后, 应完成招标文件当中规定的各项任务。</p> | <p>(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。</p> <p>(7) 供应商不得将项目非法分包或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。</p> <p>3. 项目实施要求: 中标供应商在中标签署合同后, 应完成招标文件当中规定的各项任务。</p> <p>若我方中标本项目, 保证圆满完成项目。</p> | |
|--|---|---|--|

注:

1. 说明: 应对照采购文件“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。

2. 投标人应根据自身的承诺, 对照采购文件要求在“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”。



法定代表人或者委托代理人(签字/盖章)(电子签名): 张岩林

投标人名称(电子签章): 广东越视新传媒有限公司

日期: 2026年5月26日

五、技术要求偏离表

第十章 技术要求偏离表

所投分标： 1 分标

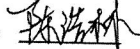
| 项号 | 标的的名称 | 技术要求 | 投标响应 | 偏离说明 |
|----|--------------------|--|--|------|
| 1 | “千万老广游广西”主题全媒体营销推广 | <p>▲一、项目时间和地点（待定） 时间：2026年5月至12月 地点：广西广东两地</p> | <p>我方已知悉并完全响应承诺本项目项目时间和地点： ▲一、项目时间和地点（待定） 时间：2026年5月至12月 地点：广西广东两地 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。</p> | 无偏离 |
| | | <p>▲二、项目内容 1. “壮美广西”文旅主题门店打造。联动广东品牌旅行社，在广东搭建打造“壮美广西”文旅主题门店，将“广西‘不止有’”主题品牌及“徐霞客游广西”旅游产品具象化、体验化。</p> | <p>我方已知悉并完全响应承诺本项目项目内容： ▲二、项目内容 1. “壮美广西”文旅主题门店打造。联动广东品牌旅行社，在广东搭建打造“壮美广西”文旅主题门店，将“广西‘不止有’”主题品牌及“徐霞客游广西”旅游产品具象化、体验化。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。</p> | 无偏离 |
| | | <p>2. 老广四季“叹”广西。聚焦广西文旅产品与广东目标客群，组织协调联合相关协会，以季节为轴，与“跟着徐霞客游广西”主题结合，开展文旅宣传推广体验活动。</p> | <p>我方已知悉并完全响应承诺本项目项目内容： 2. 老广四季“叹”广西。聚焦广西文旅产品与广东目标客群，组织协调联合相关协会，以季节为轴，与“跟着徐霞客游广西”主题结合，开展文旅宣传推广体验活动。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。</p> | 无偏离 |
| | | <p>3. 全媒体广告投放三个内容。结合广西“不止有”文旅品牌，在“广州南站+广州地铁+广州白云机场+广深商圈户外LED大屏”投放文旅宣传广告，对广西文旅资源和品牌形象进行全媒体多维度宣传。</p> | <p>我方已知悉并完全响应承诺本项目项目内容： 3. 全媒体广告投放三个内容。结合广西“不止有”文旅品牌，在“广州南站+广州地铁+广州白云机场+广深商圈户外LED大屏”投放文旅宣传广告，对广西文旅资源和品牌形象进行全媒体多维度宣传。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。</p> | 无偏离 |


| | | | | |
|--|--|--|--|-------------|
| | | 4. 线上线下宣传推广效果。通过“区内+区外”“走进+请进来”有机融合、“线上+线下”同步推广，预计总触达人次（曝光量）≥ 2 亿。 | 我方已知悉并完全响应承诺本项目项目内容： 4. 线上线下宣传推广效果。通过“区内+区外”“走进+请进来”有机融合、“线上+线下”同步推广，预计总触达人次（曝光量）≥ 2 亿。 若我方中标本项目，保证圆满完成项目。 | 无 偏 离 |
| | | | | |
| | | | | |

注：

1. 说明：应对照采购文件“第二章 采购需求”中的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，对照采购文件要求，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”。

法定代表人或者委托代理人（签字或者电子签名）：

投标人名称（电子签章）： 广东越视新传媒有限公司

日期：2026 年 5 月 26 日

六、售后服务承诺

第六章 售后服务承诺

(一) 售后服务承诺

本项目全体服务团队郑重承诺，严格恪守招标采购文件所有条款及要求，不打折扣、不搞变通，围绕项目四大核心主题，聚焦主题门店打造、四季文旅活动、全媒体投放、效果保障四大核心任务，提供全周期、全流程、全方位的专业服务，具体承诺如下：

承诺服务内容 100%符合招标采购文件要求，所有服务环节、交付成果、执行标准均严格对标招标文件规定，提前与采购人沟通确认，无任何偏离、遗漏，若出现不符合项，自愿无条件整改，并承担相应违约责任。

承诺服务质量优于采购要求，建立全流程质量管控体系，细化各环节质量标准，确保主题门店打造有特色、四季活动有亮点、宣传投放有效果、售后保障有力度。

承诺服务流程规范、详细、可追溯，每个环节均有明确的操作标准、责任分工、时间节点及交付成果，全程留存操作记录、数据凭证，确保采购人可实时监管、全程追溯。

承诺针对本项目定制专属售后服务方案，贴合两广文旅联动特点及项目核心需求，实现项目实施全过程与采购人的顺畅沟通、实时信息同步，无沟通壁垒、无信息滞后。

承诺售后服务响应极速，严格落实“12小时内响应处理”要求，细化分级响应机制，针对各类突发问题、需求调整，确保响应及时、处置高效、闭环解决；应急预案科学合理、详细具体，可直接落地执行，全面保障服务质量不打折、项目推进不中断。

承诺全力达成项目核心目标，确保 2026 年 5 月-12 月项目在两广两地顺利推进，通过“区内+区外”“走出去+请进来”有机融合、“线上+线下”同步推广，预计总触达人次（曝光量）≥3 亿。切实推动“千万老广游广西”活动落地见效，彰显“广西‘不止有’”文旅品牌内涵，传承“徐霞客游广西”文化脉

络。

承诺严格遵循报价相关要求：报价包含①服务的价格；②必要的费用及各项服务税金；③该项目全程服务过程中所发生的一切费用由我方自行负责，满足采购人对本项目服务提出的有关需求所需的一切费用。报价方式采用总价包干模式。

承诺规范推进项目实施过程：①在进行项目实施以前，根据采购人的要求，进一步制定详细的服务方案，经采购人审核后才可实施；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，我方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我方不得将项目非法分包或转包给任何单位和个人。

承诺严格落实项目实施要求：在中标签署合同后，将严格按照招标文件规定，全面、按时、高质量完成招标文件当中规定的各项任务，不推诿、不拖延，确保项目各项指标达标。

（二）服务质量保障措施

为确保服务质量全面达标、优于采购要求，围绕项目四大核心主题及全流程服务内容，建立“组织+标准+人员+资源+监督”五大维度保障体系，每个措施均明确责任分工、执行标准、考核办法，确保全面、周到、可落地。

1、组织保障：专属专班，权责明晰，全程闭环管控

组建项目专项服务组，实行“总负责人统筹+模块专员跟进+售后应急兜底”的三级管理模式，明确全员岗位职责、工作标准及考核要求，确保专人专岗、全程跟进、责任到人。具体配置如下：

总负责人：具备5年以上两广文旅联动项目统筹经验，曾主导过同类文旅宣传推广项目，负责统筹项目全局，对接采购人，审批所有方案、重大决策及资源调配，对项目整体服务质量负总责。

主题门店专员：具备3年以上文旅门店运营、设计经验，熟悉广西文旅资源及广东客群偏好，负责主题门店打造、运营管理、人员培训及客户服务，确保门店主题呈现、服务质量达标。

四季活动策划专员：具备4年以上文旅活动策划、执行经验，擅长四季主题活动设计，熟悉“徐霞客游广西”文化内涵，负责四季文旅活动的方案策划、资源对接、现场执行及复盘优化。

全媒体投放专员：具备3年以上文旅行业全媒体投放经验，熟悉广州南站、地铁、白云机场、广深商圈户外LED等核心点位投放规则，负责广告素材审核、投放排期、数据监测及效果优化。

售后应急专员：具备2年以上行政应急处理经验，熟悉文旅行业常见突发问题处置流程，负责问题受理、应急处置、客户回访及闭环跟进，确保各类问题及时解决。

质控专员：专职负责全流程服务质量监督、考核，独立开展质量检查，确保质控结果客观公正。

建立跨区域协作联盟，联动广西14市文旅局、广东文旅厅、广东Top品牌旅行社（如广之旅、广东中旅深圳等）、全媒体资源方、广西核心景区及非遗机构，明确协作流程及资源调配机制，确保资源高效调配、服务无缝衔接。

2、标准化保障：流程规范，细节可控，全程可追溯

(1)主题门店打造标准化，确保主题元素精准呈现、体验感达标：

统一品牌视觉：门店整体装修、软装布置、海报陈列、宣传物料均围绕“壮美广西”“广西‘不止有’”“徐霞客游广西”等主题设计，色调、风格统一，突出广西山水、非遗、美食等特色元素，门口设置主题标识，内部设置主题展示区、产品体验区、文化传播区，确保视觉辨识度高。

统一产品体系：门店上架产品均经过严格筛选，涵盖“徐霞客游广西”精品线路、广西 A 级景区、非遗、美食等产品。

统一服务话术：门店销售人员、体验顾问均使用统一的服务话术，熟练讲解“广西‘不止有’”品牌内涵、“徐霞客游广西”文化背景、广西文旅资源特色及产品细节，耐心解答客户咨询，主动推荐适配广东客群的产品。

(2) 活动与投放标准化，建立“三重审核、双重监测”机制，确保内容合规、效果达标：

三重审核：所有活动方案、广告素材、宣传文案均需经过“执行团队自审→质控专员审核→采购人确认”三个环节，自审重点核查内容与主题的契合度、可执行性；质控专员审核重点核查质量标准、合规性（无虚假宣传、无违规内容）；采购人确认后，方可落地执行，确保内容不偏离招标要求、不偏离四大核心主题。

双重监测：活动执行过程中，实行“现场监测+事后核查”，现场安排专人监督活动流程、服务质量，留存活动照片、视频、签到记录；活动结束后，核查活动参与人数、客户满意度、成果数据，确保活动按方案执行。全媒体投放前，完成点位实测、素材试投，核查设备运行情况、素材播放效果；投放过程中，实时监测投放数据，确保曝光精准、画面清晰、无错播漏播。

(3) 建立服务记录追溯体系，每个服务环节均留存完整记录，包括方案审核记录、执行日志、数据报表、沟通记录、客户反馈记录、整改记录等，整理归档，形成完整的项目档案，采购人可随时查阅、核查，确保服务全程可追溯。

3、人员保障：专业培训，持证上岗，能力达标

(1) 岗前培训：全员开展为期 1 天的专项岗前培训，培训内容紧扣项目四大核心主题及服务要求，具体包括：培训结束后，开展理论+实操考核；考核不合格者，进行补训，确保全员专业能力达标。

(2) 核心主题培训：深入讲解“千万老广游广西”活动意义、“壮美广西”文旅品牌内涵、“广西‘不止有’”主题核心（不止有山水，还有非遗、美食、

人文）、“徐霞客游广西”路线脉络及文化内涵，确保全员吃透主题、精准传递。

(3)服务礼仪培训：针对两广文化差异，开展服务礼仪、沟通技巧培训，重点培训粤语基础接待话术、客户咨询应对技巧、投诉处理礼仪，确保服务态度热情、专业、周到，贴合广东老广消费习惯。

(4)专业技能培训：主题门店人员培训产品讲解、客户接待、体验引导技能；活动执行人员培训活动策划、现场组织、应急处置技能；投放人员培训素材审核、投放操作、数据监测技能；售后人员培训问题受理、应急处置、客户回访技能。

(5)合规培训：培训招标采购文件要求、文旅行业相关法律法规、广告投放合规要求，杜绝违规操作、虚假宣传。

4、资源保障：全域联动，高效支撑，供给稳定

(1)门店资源保障：联动广东 Top 品牌旅行社，优先选址广州、深圳核心商圈（如天河城、万象城）、交通枢纽（如广州南站周边、深圳北站周边）门店，确保门店区位优势、客流量大；与旅行社签订专属合作协议，明确门店装修标准、主题呈现要求、产品上架比例、服务标准，保障“壮美广西”主题门店的打造质量及运营效果；安排专人对接旅行社，每周巡检门店运营情况，及时解决门店装修、物料补给、人员服务等问题。

(2)活动资源保障：整合广西 14 市文旅资源，包含桂林山水、阳朔西街、德天瀑布、涠洲岛等 A 级景区景点；联动广西非遗保护中心、本地美食协会，引入非遗技艺展示、美食品鉴等特色内容，丰富活动体验；联动广东旅游协会、老年旅游协会、企业工会等，组织客源，确保四季文旅活动参与人数达标；提前储备活动物料（海报、宣传册、礼品、急救物资等），与正规物料供应商签订协议，确保物料质量达标、按时到位。

(3)媒体资源保障：锁定广州南站、广州地铁、广州白云机场、广深商圈户外 LED 大屏等核心投放点位，与媒体资源方签订独家投放保障协议，明确投放

时段、频次、内容，杜绝资源挤占、错投漏投；提前对接媒体技术团队，建立应急投放机制，确保投放过程中出现设备故障时，可快速处置、及时恢复；储备多套广告素材，根据投放效果实时调整，保障宣传效果。

5、监督保障：全程监测，动态优化，公开透明

(1)建立“日推进、周汇报、月复盘”的全过程监测机制，确保服务质量实时可控：

日推进：按工作计划有序推进当日工作进度。主动向采购人公开项目执行全过程，包括方案审核、执行进度、数据明细、服务质量等。

周汇报：每周五下午各模块专员汇报本周工作完成情况、存在问题及下周工作计划，总负责人统筹协调，采购人全程参与，同步项目进展，解决堵点问题；详细说明本周服务质量、进度及问题整改情况。

月复盘：每月末，联合采购人、各模块人员、资源方，总结月度工作亮点与不足，分析服务质量问题根源，优化后续服务方案，明确整改措施、责任人员及整改时限，确保问题闭环解决。

(2)公开透明监督：关键节点（门店开业、活动落地、投放结算）提交专项报告，接受采购人的全程核查、监督，若出现服务质量不达标、进度滞后等问题，主动说明原因，提交整改方案，限期整改，不隐瞒、不推诿。

(三) 服务流程说明

供应商工作程序遵循“签约启动—前期筹备—落地执行—结案售后”四阶段推进逻辑，各阶段任务明确、衔接有序，确保“千万老广游广西”主题全媒体营销推广按时保质完成。

1、第一阶段：签约启动

(1)合同签订

拟定于2026年5月28日完成合同签订并生效，双方确认项目范围、交付标准及沟通机制。项目经理同步组建执行团队，召开项目启动会，明确各组织职责分工与时间节点。

2、第二阶段：前期筹备

(1) 第 1 个工作日：组建项目团队。

中标后 1 个工作日内，完成项目团队组建，明确项目总监、项目经理及各专项执行组（门店组、活动组、媒介组、内容组、数据组）组长及成员。

(2) 第 2 个工作日：召开项目启动会。

中标后 2 个工作日内，由项目经理组织召开项目启动会，采购人代表、项目团队核心成员参加。会议议程包括：项目目标对齐、执行计划确认、沟通机制建立、阶段工作安排，作为后续执行的指导依据。

(3) 第 5 个工作日：确定执行方案。

集中完成各项准备工作。项目方案经采购方审核定稿，按方案开始启动执行。

3、第三阶段：落地执行

(1) 门店建设推进流程

选址签约：筛选广东头部旅行社旗下优质门店，完成 1 家主题店、20 家形象店、100 家营销店的选址确认与合作签约。

物料设计：统一设计三级门店的视觉识别系统（VI），审核内容包括：材质、色彩、尺寸、工艺及品牌标识规范性。

定制化装修：完成首批门店物料的制作、配送及现场陈列。对主题店进行定制化装修，形象店实施标准化改造，营销店完成物料铺设。

运营维护：建立季度巡检机制，确保门店形象、物料陈列、人员服务符合标准；随季节更替及时更新产品物料与宣传内容。

(2) 四季活动推广组织措施

前期筹备：完成线路勘察与可行性验证，确定每日行程安排、食宿交通及应急保障方案。根据该季目标客群特征，设计互动环节与内容脚本，确保“跟着徐霞客游广西”主题与四季特色的有机融合。

嘉宾邀约：每季邀请嘉宾筛选标准包括：粉丝/影响力覆盖广东市场、内容

风格与该季主题契合、具备跨平台传播能力。所有嘉宾统一签署内容产出协议，明确发布数量、时间节点与品牌植入要求。

行程执行：全程安排专业摄制团队跟拍。设置每日固定环节——晨间简报（说明当日行程与徐霞客文化关联点）、主题活动（按该季设计开展互动体验）、晚间复盘（收集嘉宾反馈、协调次日安排）。

宣传推广及产品转化：每期活动期间及结束后3日内，根据该季内容规划产出核心素材。联合参与活动的专业机构，将该季主题体验转化为可销售的旅游产品。

(3) 全媒体广告投放组织措施

点位确认：与各媒体渠道（广州南站、广州地铁、白云机场、广州正佳广场、深圳中华国际金融中心）完成点位确认、排期锁定与合同签订。

素材制作：根据五句口号与“不止有”主题，分别设计适合LED屏、灯箱、电子刷屏、户外大屏等不同媒介的广告画面与视频素材，确保视觉统一、信息清晰。

投放执行：按计划启动投放，每日监测画面播放是否正常、点位是否被遮挡、亮度是否达标等。

宣传推广：在广深户外大屏投放广西“不止有”主题品牌广告时，完成话题营销方案策划、话题传播、视频宣传、官媒宣传等工作。

4、第四阶段：结案售后

(1) 全部服务内容完成后15个工作日内：提交项目整体结项报告。

全部服务内容完成后15个工作日内，项目经理组织各执行组汇总项目全部成果，编制《项目整体结项报告》，经项目总监审核后提交采购人。结项报告同时附全套成果资料汇编，包括：高清图片库（精选活动照片及门店照片，按时间/活动分类）、视频源文件及成片（所有产出视频的源文件及最终成片）、设计源文件（所有设计稿的源文件及输出文件）、数据报告（周报、月报、季报、阶段评估报告汇总）、媒体报道汇总（链接、截图、原文整理）。成果资

料以电子版（U 盘/网盘）与纸质版（装订成册）双形式提交。

(2) 采购人确认结项报告后：配合完成最终验收。

采购人对《项目整体结项报告》及成果资料汇编确认无误后，由采购人组织最终验收。项目经理配合采购人完成验收流程，按采购人要求提供补充说明或佐证材料。最终验收通过后，项目进入售后服务期。

（四）售后服务措施

1、工作责任制

项目主管亲自审核把关，对项目工作严格部署安排，严谨落实分级负责、层层递进的工作责任制，各部门负责成员注重督办协调、强化责任落实。在项目执行过程中，以协调会议管理机制跟踪掌握项目各个分项工作动态、进度及效果评估，明确工作重点，分解工作责任，狠抓流程控制，及时推动项目工作按时和高质量完成。

2、团队协调沟通机制

设置沟通协调机制，实现项目实施全过程及售后与采购人有顺畅的沟通和信息交流，包含：

(1) 项目团队设立三级沟通架构，包括项目负责人、技术协调专员及后勤支持小组，确保职责明确、分工高效。项目负责人作为首要联系人，全权负责与采购人的日常对接，通过手机、电邮及传真等渠道实现 7*24 小时无缝沟通；技术协调专员协助处理专业问题，确保信息准确传递；后勤支持小组提供后台保障，实时更新沟通记录并归档备查。

(2) 建立内部沟通例会机制，每日召开简短协调会确保团队内部信息同步，快速响应采购人需求。此外，指定备用联系人机制，当项目负责人不可及时，由技术协调专员自动接替，避免沟通中断，并利用项目管理软件如钉钉或企业微信实现实时信息共享和问题追踪，提升整体沟通效率。

(3) 活动每阶段结束后，组织各小组召开总结会议，分析沟通协调中存在的问题（如响应不及时、协作效率低），制定改进措施（如优化沟通流程、增加



对接人)；活动结束后，总结分析为后续类似活动提供经验参考。

3. 项目执行期内服务

建立采购人专属服务通道，指定项目经理为唯一对接人，采购人任何需求、疑问或意见，均通过专属通道直达项目组核心。项目经理 7×24 小时在线响应，非工作时间遇紧急事项 30 分钟内响应。

主动沟通机制：每半月向采购人提交项目进展简报，突出关键进展与核心数据，便于采购人快速掌握项目状态。每月主动征询采购人意见与满意度反馈，反馈内容逐条记录、逐条回应、逐条改进，不足之处专项说明整改措施。重要节点（如广告上线首日、活动启动日）主动向采购人汇报并邀请线上或线下参与。

4. 项目结束后延续服务

项目整体完成后，我方提供项目结案报告及售后服务。服务内容包括：

协助采购人完成项目全部成果文件的整理、归档与移交。成果文件含：所有视频素材（源文件及成片）、图片素材（设计源文件及成品图）、文案稿件（全部定稿版本）、数据报告（季报、半年报）、总结文档（各阶段总结报告）。移交时提供文件清单，双方签字确认。

对采购人后续使用项目产出素材（如视频二次剪辑、图片延展使用、数据报告引用等）提供技术支持与咨询，响应时间为工作日 4 小时内。

对门店后续运营（如物料更新、人员培训、活动延续等）提供远程咨询与建议。

对采购人提出的与项目相关的任何问题，2 小时内给予解答或建议。

售后服务期内，我方指定原项目组成员作为售后对接人，确保服务连续性。售后对接人联系方式提前报采购人备案。

（五）售后服务响应

在实际执行过程中，针对项目的特点要求，加强与采购人的沟通对接协调服务，严格落实项目要求，制定与实施一系列扎实有效的工作服务措施。主要

做法为：

1、建立 12 小时响应处理机制

供应商建立随时响应沟通机制，项目负责人通过手机、电邮、传真等方式与采购人保持沟通，及时了解采购人需求及出现的问题，确保沟通顺畅状态，以便快速响应采购人诉求，出现问题在 12 小时内响应处理，快速排除，快速解决；并在本项目所有服务项目完成后 3 个月内，仍然保持沟通顺畅状态，并承诺接到采购人处理问题通知后及时到达采购人指定现场解决；项目实施中的任何一个环节，如需修改调整，均无条件根据要求完善。如需重大调整，双方沟通协商。

2、响应时间承诺

一般咨询与问题（如询要某份资料、了解某项数据、咨询某个操作等）：30 分钟内响应，告知处理预期；4 小时内解决或给出明确答复；12 小时内响应处理，快速排除，快速解决。

紧急问题（如广告画面突发故障、活动执行现场突发状况、已发布内容发现错误等）：15 分钟内响应，同步启动应急流程；2 小时内到达现场或完成远程处置；4 小时内恢复正常或提供临时替代方案。

重大问题（如涉及品牌安全的事件、可能引发舆情的负面内容、合同履行争议等）：15 分钟内响应，项目总监直接对接采购人；30 分钟内完成内部研判并形成初步应对方案；1 小时内向采购人汇报研判结果及应对方案，经采购人确认后立即执行。

七、中小企业声明

第八章 中小企业声明函（服务）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加广西壮族自治区文化和旅游厅的“千万老广游广西”主题全媒体营销推广采购活动，服务全部由符合政策要求的中小企业承接。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. “千万老广游广西”主题全媒体营销推广，属于租赁和商务服务业；承接企业为广东越视新传媒有限公司，从业人员20人，营业收入为2285.67万元，资产总额为1795.48万元，属于小型企业；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承接企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（电子签章）：广东越视新传媒有限公司

日期：2026年12月26日

注：享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随中标结果公开中标供应商的《中小企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

