

第二部分 采购项目内容

一、采购清单一览表

子包号	项目内容	采购最高限价
子包一	开馆宣传片拍摄与制作服务	人民币叁拾万元整(¥300,000.00)
子包二	开馆宣传片解说词撰写及相关服务	人民币壹拾万元整(¥100,000.00)
子包三	开馆日摄影摄像与视觉识别设计服务	人民币叁拾万元整(¥300,000.00)

二、项目背景

为满足广州市文化馆新馆开馆需求,需对开馆宣传视频进行拍摄与制作,其中包括系列开馆视频制作与开馆日摄影和摄像任务。其次,为营造新馆开馆氛围,需对新馆进行开馆视觉识别系统设计、衍生品制作与场地布置。通过系列方式,纪录新馆开馆盛况,提高文化馆宣传影响力,提升文化馆品牌凝聚力。

三、各子包服务内容:

子包一:开馆宣传片拍摄与制作服务

(一) 服务要求:

根据开馆宣传工作要求,以广州市文化馆开馆为主题拍摄与制作开馆宣传片1个,内容包含广州市文化馆新馆、全民艺术普及、非物质文化遗产保护等,展现广州市文化馆开新馆、启新局的新气象。

(二) 服务期限:2022年9月-2022年12月。

(三) 规格要求:

1. 片长:10分钟以内。
2. 制作版本:宣传片制作2个版本,版本一为开馆前拍摄、剪辑和制作内容呈现,用于开馆日当天使用;版本二在版本一基础上,添加开馆日当天拍摄素材,进行二次剪辑、制作与包装,用于开馆后使用。宣传片的脚本及成片均需通过多轮审核与修改,以馆方确认为准。
3. 语种:中英双语(双语分别配音、双语字幕)。
4. 解说词:风格凝练自然、真诚平实。

5. 配音：以圆润醇厚清朗的声线演绎，张弛有度，富有感染力；省级以上电视台专业配音员，著作权与使用权归采购人。
6. 配乐：以宏大现代旋律为主，沉稳而带有律动感，契合主体内容的展现，增强画面张力。
7. 画面指标：全高清 1920×1080（同时转录成 1080、720 等多种格式），16:9 画面比，保证成片质量以及画面质感。
8. 影片格式：MPG、AVI 等，适合于媒体、网络（微信/各大门户网站）、电视台等多屏播放。
9. 拍摄方式：使用数字高清摄像机及广角、升降机、摇臂、轨道、航拍、灯光、收音专业拍摄设备实拍，并用大量长度的延时摄影多角度展现画面美感。
10. 制作方式：根据主题需要，综合运用实拍、历史素材剪辑、二三维动画制作、特效合成等手段表现，后期画面剪辑使用高清系统工作站、达芬奇调色（或同品质）系统等进行后期制作，确保画面流畅、大气、唯美、有冲击力。所用素材须不存在版权纠纷。
11. 制作水准：具有独到的艺术理念和策划意识，能够满足制作要求，具备策划、拍摄、设计、编辑、撰稿、配乐等专业人才，分工明确，责任到人。须制订切实可行的拍摄脚本和分镜头脚本。

（四）交付时间：自合同签订之日起至 2022 年 12 月 31 日前。

子包二：开馆宣传片解说词撰写及相关服务

（一）采风及创意提供服务要求：

根据开馆宣传工作要求，安排资深撰稿人前往文化新馆采风，以广州市文化馆开馆为主题，提供解说词的创意及构思。解说词应凝练大气、真诚平实，内容包含广州市文化馆新馆、全民艺术普及、非物质文化遗产保护等，展现广州市文化馆开新馆、启新局的新气象。

资深撰稿人须具有独到的文艺理念和策划意识，能够满足采购人工作要求，具备策划、编辑、撰稿能力。须制订切实可行的采风、构思提交和解说词初稿工作时间表。

（二）服务期限：2022 年 9 月-2022 年 12 月。

（三）开馆宣传片解说词定稿服务要求：

根据采购方认可的构思创意，提炼广州文化建设发展的相关数据和资料，形成解说词初稿，配合开馆宣传片使用（10 分钟以内），根据文化馆意见进行修改调整并定稿。定稿应主题明确，具有吸引力、传播力和感染力。

（四）开馆日采访工作要求：

1. 安排专业人员于开馆日当天赴文化新馆采访，从不同角度对新馆开馆盛况予以关注，采访内容包括但不限于活动、人群、景物、建筑内容特色，撰写受众欢迎、采购方满意的稿件并进行广泛传播。
2. 专题采访需包括活动中的组织者、参与者等不同人群。

子包三：开馆日摄影摄像与视觉识别设计服务

（一）开馆日摄影和摄像工作的主要内容：

完成开馆日摄影和摄像工作方案，方案应与开馆流程安排契合，对开馆日当天进行全程记录，跟拍每一个环节，摄影摄像内容包括但不限于跟拍团队安排（不少于3个）、跟拍路线安排（领导嘉宾跟拍、群众跟拍等不少于3条）、时间安排、呈现内容规划和应急预案措施等，于审核通过后执行。

（二）服务期限：2022年9月-2022年12月。

（三）摄影摄像要求：

1. 画面指标：全高清 1920*1080（同时转录成 1080、720 等多种格式），16:9 画面比，保证成片质量以及画面质感。
2. 摄影要求：摄影照片文件每张不低于 5MB，总数不少于 500 张，格式为 JPG（APS-C 或全景幅）；
3. 摄像要求：MPG、AVI 等，适合于媒体、网络（微信/各大门户网站）、电视台等多平播放。
4. 拍摄方式：使用数字高清摄像机及广角、升降机、摇臂、轨道、航拍、灯光、收音专业拍摄设备实拍，并用一定长度的延时摄影多角度展现画面美感。
5. 摄像视频格式：为 MP4（H.264），画幅比例为 16：9 横屏，清晰度不低于 1080P，时长不少于 5 小时。
6. 成品提供：照片和视频清晰无水印，版权归广州市文化馆所有。摄影与摄像内容完成后应按主题分门别类，每部分应选出精华内容，所有内容存于电子储存设备，用于后期使用与归档。

（四）文创产品设计生产服务

1. 完成文创产品的设计及生产，以“广州市文化馆新馆开馆日”为命题，为广州市文化馆新馆设计制作相关文创产品若干，要求兼具创意性与实用性，物品轻便，大方得体，具有文化馆元素与内涵。并组合成符合开馆日使用的文创产品套装，共 300 套。
2. 本次文创产品的设计需要提供内涵包装及策略支撑，并需要兼具延展性，后续可针对不同适用人群（领导、专家、市民群众等）进行批量生产。
3. 方案中针对文创产品及文创礼盒内容，需补充使用场景，如常规实用款/节庆礼品款等，并需要提供互动方式的说明。
4. 设计上需符合广州市文化馆调性，使用品牌色、品牌标志延展，可使用线条、色块、圆点、平铺 logo 等多种形式；
5. 设计方案在审核通过后，中标供应商需在 3 个工作日内根据设计的图样及材质，制作出符合要求（材质，细节，质量等）的样品。并具备配送大货的能力，制作完成后统一将几批产品发放至指定地点，并保证产品运输过程中不被损坏。
6. **交付时间：**自合同签订之日起至 2022 年 12 月 31 日前。

（四）开馆日活动现场氛围布置

1. 为迎接开馆日活动以及满足接待、参观、考察所用。需要在建筑面积不小于 50000 m²的园区内，对户外、室内进行文化氛围设计、制作、安装、布置等，以满足开馆日当天园区的接待功能。
2. 根据“广州市文化馆新馆开馆日”的主题，结合新馆的特色，以展现文化馆新馆传统与现代融合的独特魅力，烘托开馆氛围为重点，策划设计园区内的氛围布置风格。并将其导入到园区各处的详细规划中，作为每个版块规划的主旨和线索，体现新馆的特色和文化底蕴。
3. 根据开馆日当天的进馆参观路线，对活动氛围布置进行策划，形成可执行的方案。包括但不限于：签到区、园区沿途氛围、休息区、指引系统、灯光设备等氛围物料的制作与搭建。动线设计要合理清晰，氛围布置方案需适合夜间场景使用。
4. 开馆日需当天派专人对布置物料进行现场调整与维护，保障开馆日活动顺利进行。

四、服务人员要求（适用于各子包）

1. 成交供应商工作人员必须严格按照操作规程作业，遵守采购人各项管理规定，接受采购人的意见和安排。

2. 成交供应商必须指派 1 名项目负责人，应具有丰富的类似项目经验、扎实的专业技术能力及有良好的服务态度及沟通能力，具体负责本项目服务期内的跟踪管理、组织协调与沟通等工作。

3. 成交供应商需有稳定、专业的服务团队，应提供不少于 3 名团队技术服务人员，应与采购人保持良好的沟通。

4. 原则上项目负责人不得随意更换（除离职、生病等不可抗力外），如确需更换应提前 3 个工作日书面通知采购人，征得采购人同意后方可更换，而且更换后的人员水平不得低于原人员。

五、其它相关要求（适用于各子包）

1. 供应商需提供开馆系列短视频制作方案、开馆日摄影和摄像工作方案、常态视觉识别系统设计方案和开馆日视觉识别系统设计方案，其中包括但不限于整体设计与报价。响应方案只作为评标方案，不作为最终实施方案。

2. 成交供应商需提供各分项的落地执行方案，执行方案及相应概算需经采购人确认后，方可进行物料制作和现场执行。因成交供应商设计深度不够或疏忽，造成的漏编项目和漏报合同价款，采购人有权要求成交供应商按招标文件和需求书的要求予以补充漏报项目或更换符合或优于需求书要求的物料，且并不因此调增成交供应商的合同价格。

3. 在项目实施过程中，必须服从采购人及相关部门的监督、管理和指挥。在现场拍摄制作与物料制作环节，采购人可临时根据实际需求对布置的内容进行小范围改动。

4. 成交供应商需分派专人跟进项目进度，每周以图文形式对工作进度与下周计划向采购人汇报，并对其负责。在完成项目服务后，提交采购人要求的全套结项材料。

六、售后服务要求（适用于各子包）

1. 成交供应商需免费为采购人提供关于本项目后续的服务。

2. 成交供应商必须严格按采购人要求的期限完成服务工作，不得无故延误服务时间，特殊情况需报告采购人，经采购人批准后方可根据实际情况考虑适当延长服务时间。

3. 服务响应时间：在接到采购人书面通知 6 小时内响应采购人的要求，并组建相应的服务专业队伍。

七、知识产权要求（适用于各子包）

1. 方案必须为原创方案，为本项目设计而引用、收集其他社会上的文件、软件所涉及的知识产权费用和法律纠纷由供应商自行负责。

2. 成交供应商应保证采购人不受第三方关于侵犯设计权的指控，须确保在没有触犯版权问

题的前提下，方可在投标方案中使用第三方影像素材、音乐素材和其他素材，任何第三方如果提出侵权指控，成交供应商应与第三方交涉并承担可能发生的一切法律责任以及造成的后果和费用，并赔偿采购人的损失。

3. 本项目的资料，成交供应商须具有保密义务。

4. 成交供应商不得以任何形式向采购人以外的任何单位提供成交人的任何资料，如有违反，必须赔偿采购人的损失。

5. 知识产权的归属：本服务项目所有服务成果的知识产权归采购人所有，成交供应商享有服务成果的署名权，采购人享有本项目所有服务成果的永久无偿使用权。

八、验收要求（适用于各子包）

由采购人组织，服务成果需符合现有国家、广东省及项目所在地要求、行业及地方通用标准和惯例以及采购人的设计验收标准。

九、项目成果提交要求（适用于各子包）

成果提交内容：成交人在完成本项目所有服务工作后，需将项目成果内容严格按照审核标准整理后提供，包括但不限于采购人要求提供的所有涉及本次项目的设计方案文件、成果展示 PPT、图文验收报告等全套资料。纸质档案资料 1 式 2 份，刻录光盘或存储至移动硬盘 1 式 2 份。

十、本项目须执行的相关标准（适用于各子包）

（一）电台节目制播质量监测技术规范 GY/T 275-2013

（二）高标清混合制播图像幅型比变换规范 GY/T 283-2014

（三）节目制播用高清晰度电视监视器技术要求和测量方法 GY/T 284-2014

（四）电视台文件化制播网络 AV-IT 系统技术要求和测量方法 GY/T 325-2019

十一、防控工作要求（适用于各子包）

1、因新冠肺炎疫情防控需要，服务人员需全程佩戴口罩。参加开馆前 14 天如有新冠肺炎疑似症状、疫情严重地区人员接触史、疫情严重地区驻留史或其他疑似情况的，应更换其他同志参加。成交供应商应严格按照防控要求安排拍摄团队，做好防控物资准备，确保活动安全开展。

2、根据广东省广州市防控新冠疫情情况、要求和措施，严格落实疫情防控责任，如若在规定项目实施期间广州市新冠疫情情况恶化，需要暂停线下活动，需制定相关疫情防控预案，其中包括防控疫情措施、活动顺延安排，保障项目的落实。

十二、报价要求（适用于各子包）

本项目的响应报价应包括相关知识产权费用、前期调研、取材、交通、拍摄（包含食宿行）、后期制作、宣传投放播出、光盘烧录、包装制作、设计费、维护修复费、各种人力成本、技术成本、资料费、服务费、验收、全额含税发票、雇员费用、知识版权费及本项目合同实施过程中的应预见和不可预见等所产生的费用。采购人将不予支付除磋商文件及承包合同约定的由供应商承担的风险因素之外的任何补偿。

十三、付款要求（适用于各子包）

按下列程序如期如数支付款项：

（一）第一次付款：在合同签订生效后 5 个工作日内，采购人向成交供应商支付合同总额的 30%；

（二）第二次付款：成交供应商完成开馆月工作（开馆日摄影和摄像工作、视觉识别系统设计和物料制作需全部完成），经验收合格，采购人向成交供应商支付合同总额的 50%；

（三）第三次付款：成交供应商完成合同约定并提交全部结项材料后，在 5 个工作日内，采购人向成交供应商支付合同总额的 20%。

（四）采购人的付款时间为采购人向政府采购支付部门支付申请的时间（不含政府财政支付部门审查时间）。采购人付款前，成交供应商需提供相应金额发票。如因成交供应商未能及时提供发票导致付款延误，责任由成交供应商承担。如因财政资金未到达而造成的支付延误，采购人免责。

（五）成交供应商凭以下有效文件与采购人结算：1. 合同；2. 成交供应商开具的正式发票；3. 成交通知书；4. 完整验收报告（包括但不限于图文验收报告、成果展示 PPT 及验收单）；5. 总结报告。

因采购人使用的是财政资金，采购人在前款规定的付款时间为向政府采购支付部门提出办理财政支付申请手续的时间（不含政府财政支付部门审核的时间），在规定时间内提出支付申请手续后即视为采购人已经按期支付。成交供应商不能因此主张采购人违反合同约定，不能因此主张解除合同。