

第三章 采购需求

第一部分 标的

一、采购内容一览表

序号	标项名称	预算金额 (元)	技术要求、用途	备注
1	浙江省文化特派员相关展览展示活动	798000	详见“第二部分 技术要求”。	最高限价：798000 元； 类型：政府购买服务项目。

二、采购清单

序号	内容名称	数量	单位
1.	浙江省文化特派员之家建设	1	项
2.	“跟着文化特派员看‘大系’”——中国历代绘画大系乡村巡展活动（宁波专场）	1	项

第二部分 技术要求

一、服务内容及要求

（一）浙江省文化特派员之家建设

1.总体需求

本次采购内容为浙江省杭州市拱墅区祥符南路 268 号祥符老街内原有三幢空置建筑的策划布展，总建筑面积约为 979m²，主要内容为内容策划、陈列布展设计、宣传推广等，2024 年 12 月 15 日前完成所有内容。具体内容包含但不限于以下内容：

（1）内容策划：浙江省文化特派员工作主题展展览大纲撰写、深化，包括素材案例搜集（素材案例来源需具有权威性和准确性）。

（2）陈列布展设计：展品、展项及设备的设计，包括展陈定制品、辅助展品、专业灯光、多媒体设备的设计及影视、影像的制作。

（3）宣传推广：对浙江省文化特派员工作相关经验成效、特色做法进行“报网端微屏”等多渠道的推广展示。

2.功能需求

浙江省文化特派员之家按照“一馆一厅一空间”总体设计思路，计划打造一个文化特派员工作展示馆、一个文化特派员文化会客厅、一个文化特派员学习交流空间，全方位展示文化特派员工作风采。

3.策划布展需求

（1）总体设计原则

运用先进的展馆陈列布展理念，设计立足高标准、高起点、高质量，充分考虑布展的地域特色和综合效益，以创新的思维、独特的理念和高科技的展示手段，最终实现将展览内容的丰富性与展览方式的多样化与现代化和技术化有机结合起来。按照“主题突出、脉络清晰、手段新颖、安全可靠、效果明显”的原则做好布展设计：

①内容个性化

在内容规划上，始终聚焦浙江省文化特派员工作，内容方向不偏离、有侧重点，传达的内容丰富、无谬误，确保知识性、科学性，达到普及知识、传播思想、倡导精神、宣传成就、提高素养的目的。对大纲文本编写、图文资料收集、陈列展品进行分析研究与选题设计，进而确定展陈风格、展览流线等，通过展示顺序的逻辑设计、展示规划的布局、展区的合理配置，利用空间达到最佳展示效果。

②展陈科技化

在表现形式上，摆脱传统展厅的展陈形式乏味、参观方式普遍单调、风格无创意、内容无记忆点的问题，综合考虑受众接收信息的习惯与手触可感、生动鲜活之间的辩证关系，恰当运用多屏联动、多点触控等声光机电和数字影像技术，将场馆打造成具有互动感、场景感、参与感的“身临其境”的现代化展馆。

③空间艺术化

在空间营造上，不过分渲染，遵循自然、舒适、简洁的原则，考虑建筑结构层高条件，并符合现代展馆的参观习惯和审美要求，采用展品与布展一体化场景设计的手法，重点处理好展示空间的总体布局和展示分区的连贯性，造型设计符合主题，相邻展区展品造型大小上疏密有度、主次分明，展品造型与周围布展环境融为一体，有造型、色彩的延续，有展墙、展台的空間链接，运用装置艺术、造型艺术和环境艺术，设计出奇妙的场景和独到的细部构思。

④运行稳定化

在形式设计上，必须首先满足观众的人身安全和展项设施的安全为保证。从观众体验、参观、感受角度，要体现人性化设计，要强调材质、结构、工艺设计合理，具有安全性、可靠性，以满足后期运维时设备、部件运行低噪音、稳定、便于维护，展品在满负载状态下连续运行时，其荷载强度和控制在精度应符合功能形式要求。同时，考虑软硬件的兼容性，为场馆未来更新、扩充留有充分余地。

（2）布展设计总体要求

设计风格既要统一，又要保持各空间的独特性，注意融合文化特派员特色，响应文件中提供展陈大纲、平面图、参观流程图、效果图等展现设计理念。

①布局合理：展区设计布局要为内容和功能服务，力求在功能分区、展览空间、流线设计以及通风、采光、节能等问题上下功夫，力争形式与内容完美结合。在不破坏建筑结构、保证安全的情况下，合理安排参观流线。

②空间构思：展厅设计理念要立意新颖，富有创意，区别于其他同类展厅的特点及亮点，体现设计的特色。

③展区设计应明确总体及局部展区面积、展示内容框架、展品点位等。

④明确标示各空间的墙面、地面、顶棚、展板、灯饰及其他装饰所采用的结构、材料及其做法。

4.成果要求

提供展陈大纲（1份）、平面布局图（1张）、参观流程图（1张）、透视效果图（最少6张）、鸟瞰图（最少1张）、功能空间透视效果图（最少4张）、布展装饰施工图以及其他能表现设计理念、设计意图的说明或图纸（要求鸟瞰图、透视效果图、施工图等相关图纸风格统一且落位准确）。

（二）“跟着文化特派员看‘大系’——中国历代绘画大系乡村巡展活动（宁波专场）

1.活动内容

活动通过梳理地方文化发展需求，充分挖掘“大系”相关文化资源，以“大系”高清调色打样稿为主要展陈内容，采用丰富的科技手段，在全省11个设区市文化特派员派驻乡村举办相关主题展览，组织文化特派员参与展览策划和内容转化等工作，推动丰富的“大系”成果资源转化为生动的乡村发展实践。同时，结合巡展举办乡村文化艺术课堂等系列宣传教育活动。本次采购内容为宁波专场。

2.布展安排

（1）展陈内容。各地展览均由三部分内容组成。第一部分为习近平总书记关怀推动“大系”项目情况，讲好总书记的故事、阐释好总书记的思想，展示好中国历代绘画大系的深远影响和重要价值；第二部分为结合地方文化特色和文化发展需求整理的图像；第三部分为中国历代绘画图像精品。其中第一、三部分由主办方确定内容，第二部分内容的整理挖掘拟以地方为主，主办方可提供专业指导或协助。展陈图像根据场地大小一般控制在50—100幅。布展场地由主办方确认提供。

（2）展陈设置。开展展览空间确定、展览策划布置等工作。主办方提供展陈设计模版。

(3) 展陈时间。为达到推动地方文旅工作的效果，宁波专场为常设展，于 2024 年 12 月 31 日前完成布展。

二、服务人员要求

1. 项目组其他人员要求数量充足，配备合理，人员技术能力能满足本项目需求。

第三部分 商务要求

序号	内容名称	要求								
1.	报价要求	<p>1、▲报价应包括完成本项目服务工作所需的人力物力成本、管理费、其他费用、利润、税金等完成本项目的全部费用。</p> <p>2、▲本次报价币种为人民币价。</p> <p>3、填报单价及总价。</p> <p>4. 采购代理服务费由成交供应商支付。 采购代理服务费金额：以标项成交金额为计算基数，采用差额定率累进计费方式，按以下费率计算值的 100%收取。费率标准如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>金额（万元）</th> <th>费率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100 以下部分</td> <td>1.5%</td> </tr> <tr> <td>100~500（含）之间部分</td> <td>0.8%</td> </tr> <tr> <td>500~1000（含）之间部分</td> <td>0.45%</td> </tr> </tbody> </table> <p>收费计算示例：（如标项成交金额为 79.8 万元） 费用=（79.8*1.5%）*100%万元。 采购代理服务费缴纳形式：汇票/支票/电汇/现金 采购代理服务费由成交供应商在收到成交通知书时以人民币方式向采购代理机构支付。汇入以下账户： 户名：浙江省成套招标代理有限公司 开户：中信银行杭州西湖支行 账号：7331610182600126385</p>	金额（万元）	费率	100 以下部分	1.5%	100~500（含）之间部分	0.8%	500~1000（含）之间部分	0.45%
金额（万元）	费率									
100 以下部分	1.5%									
100~500（含）之间部分	0.8%									
500~1000（含）之间部分	0.45%									
2.	合同双方	<p>1、本项目合同甲方为中共浙江省委宣传部，合同乙方为中标人；</p> <p>2、合同款由合同甲方支付给合同乙方。</p>								
3.	转包或分包	<p>1、▲本项目不得转包：合同乙方不得将本合同标的转包由其他供应商承担。</p> <p>2、▲本项目部分内容允许分包，要求如下：</p> <p>(1) 分包内容为本项目的非主体、非关键性工作；</p> <p>(2) 分包内容的金额不超过合同金额的 30%；</p> <p>(3) 分包供应商应具有完成项目内容的相应能力；</p> <p>(4) 除采购文件约定允许分包的内容外，合同乙方不得擅自将其他合同标的分包给其他供应商承担。</p> <p>说明： 供应商拟在成交后分包以上允许分包内容的，应在响应文件中明确分包内容及对应分包供应商。</p> <p>3、▲如有违反以上情形，合同甲方有权解除合同，并追究合同乙方的违约责任。</p>								

4.	履约保证金	本项目无需缴纳履约保证金。		
5.	付款条件	付款次序	约定支付条件	付款条件
		1	合同生效以及具备实施条件后	满足合同约定支付条件，合同甲方向合同乙方支付预付款，为合同总价的 70%；
		2	最终验收合格	满足合同约定支付条件，合同甲方向合同乙方支付合同款，为合同总价的 30%。
<p>说明：（1）在签订合同时，如合同乙方明确表示无需预付款或者主动要求降低预付款比例的，预付款比例以双方协商为准。</p> <p>（2）合同款支付周期：满足支付条件后，合同甲方收到乙方提交的正规票据（符合合同甲方财务管理要求）后 7 个工作日内支付至合同乙方账户。</p>				
6.	服务期限及服务地点	<p>1.服务周期：满足采购需求的要求。</p> <p>2.服务地点：满足采购需求的要求。</p>		
7.	项目验收	<p>1、合同乙方应保质保量按时按约完成项目合同规定的各项工作，并于完成时按要求递交相关成果及佐证材料等。</p> <p>2、完成项目内容后，合同乙方应及时向合同甲方发出书面验收申请，合同甲方在收到合同乙方书面验收申请后，组织实施验收和履约评价。</p> <p>3、合同甲方将对合同乙方的项目质量进行客观评估。验收小组完成验收后出具验收（评审）意见。</p> <p>4、对验收通过的项目，合同甲方将按照合同如期支付合同款。</p> <p>5、对验收未通过的项目，将按合同约定要求供应商限期整改。对无法整改或整改后仍未达到合同要求的项目，将按验收不通过处理。</p> <p>6、验收组织、验收方式、验收程序按《浙江省财政厅关于印发浙江省政府采购合同暂行办法的通知》（浙财采监〔2017〕11号）规定执行。</p>		
8.	其他内容	详见采购文件的《第四章 合同草案条款》。		

说明：供应商应对商务要求进行审核，如有偏离，请在响应文件的“偏离表”中反映。

第四部分 政府采购政策要求

一、采购本国货物、工程和服务

▲本项目采购本国生产的货物、工程和服务，不允许采购进口产品。

二、支持绿色发展

（1）节能产品的强制采购政策

【说明：本项目不涉及强制节能产品】

（2）节能产品、环境标志产品的优先采购政策

【说明：本项目不涉及节能产品、环境标志产品】

（3）修缮、装修类项目采购建材的，供应商应按采购文件和合同规定的绿色建筑和绿色建材性能、指标进行采购。**【说明：本项目不涉及建材】**

（4）为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，政府采购货物、工程和服务项目中涉及商品包装和快递包装的，供应商提供产品及相关快递服务的具体包装要求要参考《商品包装政府采购需求标准（试行）》《快递包装政府采购需求标准（试行）》。

三、支持创新发展

（1）采购人优先采购被认定为“首台套产品”和“制造精品”的自主创新产品。【说明：本项目不涉及】

（2）首台套产品被纳入《首台套产品推广应用指导目录》之日起 3 年内，以及产品核心技术高于国内领先水平，并具有明晰自主知识产权的“制造精品”产品，自认定之日起 3 年内视同已具备相应销售业绩，参加政府采购活动时业绩分值为满分。【说明：本项目不涉及】

四、支持中小企业发展

（1）根据财政部 工业和信息化部关于印发《政府采购促进中小企业发展管理办法》的通知（财库〔2020〕46 号）的规定，本项目不属于预留份额专门面向中小企业采购项目，但对小型、微型企业报价价格进行扣除，扣除比例见《第五章 磋商评审办法》；

采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：【租赁和商务服务业】；

中小企业划分标准：《中小企业划分标准》（工信部联企业[2011]300 号）。

（2）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）的规定，监狱企业视同小型、微型企业。

（3）根据财政部 民政部 中国残疾人联合会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。

第五部分 实质性要求

本章中所有带▲的内容是采购人提出的实质性要求和条件，磋商响应文件响应内容若不满足实质性要求和条件，该磋商响应文件将被磋商小组判定为响应无效。