**采购需求**

**说明：**

1. 为落实政府采购政策需满足的要求：

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.“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。标注“▲”号条款必须逐条进行响应，有任何一条负偏离的，将导致无效投标。“重要要求”是指招标文件中已经指明不满足则不得分的条款，或者采购需求中带“△”的条款。“一般要求”是指招标文件中除“实质性要求”“重要要求”之外的条款。

4.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.采购内容所属行业：**软件和信息技术服务业**。

**分标1：基层全民艺术普及服务提质增效及平台信息采集发布采购项目**

**采购预算：**370.40万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 单位 | 服务需求、技术需求 |
| 1 | 基层全民艺术普及服务提质增效及平台信息采集发布采购项目 | 1 | 项 | 一、基层全民艺术普及服务提质增效项目  （一）升级改版广西数字文化馆  1.平台升级--网上培训  搭建一个网络课堂，为群众提供反复学习的平台，面向社会群众及文艺骨干提供培训服务。  为了加强培训课程资源的用户参与度，深化课程的生命力，设置专项板块支持对培训成果的展示，可以进行点赞、分享、评论，同时还可以看到本培训课程的评论信息以及用户浏览量以了解本次培训课程热度。  利用直录播设备，可将直播音视频画面在本功能板块下展现，随时随地邀请相关专家开展网络培训，群众在线参与培训活动，打破时间、空间限制，将培训以最低的成本服务员广大用户。参与者可在线咨询，实现实时交流互动。  具体功能如下：  培训课程展示、在线咨询、在线报名、互动功能（点赞、分享、评论）、点赞、分享、评论、培训班满意度调查、培训成果展示等功能模块。  2.平台升级--满意度调查  支持配置标题、简介、单选、多选以及文本选项。后台可以配置多个调查标题及针对标题的内容选项（单选、多选、文本）等，调查的结果后台可以统计。  3.平台升级——论文征集管理系统  依托广西数字文化馆平台开发论文征集管理系统，通过该系统可以更高效便捷地面向全区群文系统征集论文，论文征集管理系统还关联广西数字文化馆“读好书”功能板块，被作者授权、同时又通过专家审核的论文可以推荐至“读好书”板块。主要实现功能如下：发布征集公告、上传论文、后台审核。  4.平台改版  对广西数字文化馆PC端、H5端模块和内容重塑，优化各大板块的UI，使之更加美观大方，给人亲切感。优化广西数字文化馆的分类体系，使之资源类别清晰。平台升级过程中，新功能与老功能的切换需要操作简单、稳定流畅；优化原有大数据功能，并在广西壮族自治区群众艺术馆一楼大厅搭建大数据拼接屏系统进行大数据展示；完成33个脱贫县文化馆基层智能服务端按标准与广西数字文化馆平台对接，实现国家公共文化云、广西数字文化馆及全区各脱贫县文化馆基层智能服务端互联互通，资源上传下达，共建共享。  （二）基层智能服务端进行持续运营  针对全区各级群众艺术（文化）馆，以创新的思路，通过公共文化云基层智能服务端，整合全区各级群众艺术（文化）馆的文化资源，通过线上线下结合的服务模式，为群众提供丰富、便利、均等、泛在的数字化公共文化服务。  基于公共文化云基层智能服务端，为已开通基层智能服务端33个脱贫县文化馆站点进行持续运营，全年共开展不少于99场直录播活动；更新不少于396节全民艺术普及课程线上服务及预定；新媒体宣传与服务推广活动不少于33场；利用广西数字文化馆线上培训功能进行相关培训，总人次全年不少于990人。  1.直录播运营  通过国家公共文化云、广西数字文化馆平台、基层智能服务端以及有关互动播出终端等进行实时播出。以“推动乡村文化建设”、“旅游发展”、“文旅结合”、“艺术培训”、“艺术普及成果”、“非遗传承”等突出当地文化艺术特色的主题进行相关直录播策划，重点开展“乡村网红”培育计划、基层群众文化活动等专题直录播。  活动直录播及后期数字资源对接至国家公共文化云，并在基层智能服务端站点进行同步推送展示，对于通过发展中心组织的国家公共文化云网络直录播遴选的活动，可在国家公共文化云首页及“看直播”版块推出，逐步形成广西壮族自治区的艺术普及资源库。  各脱贫县开展直播活动期间，通过公共文化云基层智能服务端进行联合宣传推广，策划并利用本地新媒体平台开展线上线下宣传推广活动，充分利用短视频等新媒体平台打造媒体矩阵。  针对33个脱贫县文化馆，全年共执行99场直录播活动，由自治区群众艺术馆负责统筹、整理、剪辑、加工并发布至对应基层智能服务端看直播栏目，包含但不限于国家公共文化云、广西数字文化馆平台及广西数字文化馆群文号，按照国家公共文化云成片标准进行直录播拍摄、剪辑、宣传并上线。  2.全民艺术普及课程上线更新  由33个脱贫县文化馆推介本地优质师资及特色文化资源，自治区群众艺术馆负责统筹拍摄、制作或者加工整理不少于396节全民艺术普及优质课程，发布至各脱贫县基层智能服务端对应板块。为宣传推广广西当地特色文化艺术资源，优质的师资及课程内容，可推荐上报至国家公共文化云学才艺版块。  3.新媒体宣传与服务推广活动  针对33个脱贫县，每个县开展不少于1场线上或线下新媒体宣传与服务推广活动，包括推文编发、宣推物料制作与分发、现场活动组织发动等，重点提高活动覆盖人次与服务效果，从而达到宣传基层智能服务端平台和数字资源的目的。  同时各脱贫县可联动基层智能服务端与全区各级文化馆平台，从平台获取优质用户流量，用精选的优质资源与平台进行深度宣传合作，实现流量与品牌双向拓展。  4.人员培训服务  策划并开展面向从事基层全民艺术普及服务的工作人员、志愿者等开展相关内容培训。策划如下：  （1）培训目标  提高基层业务骨干文化管理水平、数字化建设能力，提升公共文化服务效能  （2）培训方式  线下集中学习或线上专题学习  （3）培训要求  原则上每个脱贫县全年培训不少于30人次，每次不少于4学时，总培训不少于990人次。  5.活动运营  基于广西数字文化馆平台和33个脱贫县公共文化云基层智能服务端，全年策划、开发运营不少于6场专题线上活动，设计制作专题页面，集中展示专题活动前、中、后期等各阶段精彩内容。每个专题的策划和开发要求独具特色、增强专题互动性，富有吸引力，力争将更多普通用户转化为平台注册用户。线上专题活动可以是跨区域性、地方性全民艺术普及品牌活动，以及市民文化节、全民艺术普及月、国家公共文化服务体系示范区及中国民间文化艺术之乡等最具代表性、品牌性、综合性、系列性的地方特色活动，该专题与“享活动”不重复建设。  6.平台运营  外聘2名专业运营人员开展广西数字文化馆及33个公共文化云基层智能服务端的日常运营维护工作，及时整理加工相关数据信息并在平台进行数据更新。主要工作包括：资源采集、资源内容运营、资源梳理、内容编排、内容发布等工作。  二、订场馆项目  （一） 订场馆功能提升  订场馆项目将在广西数字文化馆已涵盖的场馆信息基础上新增其他各级文化馆（站）、图书馆、博物馆、美术馆等场馆介绍、场馆宣传片等信息，丰富全区各级城市书吧、旅游景区、游客中心、旅游厕所等详细信息，重点新增基层综合性文化服务中心详细信息。  更新及发布本区域内场馆相关服务及活动信息，在现有场馆预订功能下丰富各场馆活动预订信息，使群众能更加方便的了解及享受到公共文化服务。每年更新信息不少于1795条。  “订场馆”版块前端功能包含活动预约、场馆预订等功能，全方位展示广西壮族自治区本地公共文化场馆及场馆活动信息，开通预约预订功能，使用户能够更加便捷了解本地公共文化信息。  1.场馆预定  “场馆预订”汇集本区域各馆的场馆信息，包括场馆名称、场馆简介、开放时间、联系电话、场馆地址、场馆图片、宣传视频、可预约时间、缩略图、交通指引、该场馆可提供的服务、场馆设施情况。  2.活动预约  “活动预约”整合本区域各馆发布的依托场馆开展的各类演出、赛事、展览等公益性群众文化服务活动，实现线上预约、线下参与。  3.VR展厅  汇聚各场馆馆内实景拍摄资源，制作成相应的VR场景，通过VR技术将场馆情况展示给广大群众。  4.文旅地图  “文旅地图”，该功能将采用基于 LBS 的技术，以服务热点形式的在电子地图上显示附近或指定区域内的公共文旅服务活动、文化场馆、文化景点、公共厕所、旅客中心、停车场、旅游综合体、美食街区等位置。  5.区县风采  “区县风采”，在广西数字文化馆平台“订场馆”板块开发“区县风采”功能模块，实现汇聚广西所有区县公共文化服务场馆的公共文化数字资源，并通过列表的方式对资源进行展示和呈现。  6.文化旅游  “文化旅游”，通过视频、图片、文字及电子地图方式，将广西全区主要文化景点、文化景区进行展示，用户通过选取文化景点，可了解文化景区、景点相关情况包括：景区介绍、具体地址、线路导航、乘车路线、联系电话、门票信息等景区相关信息，为群众在本区域进行文化旅游提供帮助。  （二）场馆运营  1.平台运营  建立平台定时更新机制，实行每日定时更新、推荐，同时根据全区各公共文化服务机构场馆及活动进展要求进行的不定时的资源推送、数据更新。包括但不限平台首页、各频道页、列表页和详情页（播放页）等页面。  （1）订场馆运营  ①优化活动预约系统  细化活动预约过程中细节功能，建立并完善线上选座、用户信用等功能机制。  ②活动预约内容更新  a.增加活动数量。广西数字文化馆平台接入全区各文化馆（站）信息资料，增加可预约活动的数量，扩大群众参与文化活动的选择范围。  b.活动类型的更新。不断丰富完善的群众文化活动类型， 更新活动数字资源，满足群众对不同类型文化的需求。  c.活动状态的更新。对每场活动的当前状态进行及时更新和宣传，活动列表展示正进行的活动，预热即将开展的活动，下线已过期活动等活动状态，便于广大群众辨别活动开展的情况。  d.重点推荐。对热门活动进行首页推荐，对影响力大、意义重大的活动进行重点推荐和宣传。  ③场馆预约的内容更新  a.场馆预约状态的更新。更新内容主要体现在场馆当前的预约状态、场馆举办活动的最新状态、场馆主要信息以及热门场馆推荐。版块中展示的每个场馆及时更新预约状态，同时根据场馆最新状态，明确广大群众用户可否预约以及预约的时间段等信息。当场馆所举办的活动已结束，对场馆活动的状态进行及时更新；有新的活动需求时，对可预约活动进行新增，以保证群众正常参与所有的场馆活动。  b.场馆信息更新。场馆信息的更新包括平台内所有场馆的更新和单个场馆面积、容纳人数、地址等信息的及时更新。根据时段、重大节日或热门事件等因素的变化，对文化场馆的推荐进行相应更新，以保障平台及辖区内各文化场馆预约服务的实效性，更好地贴近群众生活，服务广大群众。  2.内容运营  对“订场馆”的资源及信息进行日常运维与意识形态安全审核。对现有内容的重新包装，审核等，包括资源内容运营标准、资源梳理、内容审核发布、内容审核职责、内容编排。  将内容规划及编排相结合；日常节目更新运维，以重要活动为节点、以每周为更新频率进行内容编排，针对不同的受众人群对场馆、活动资源进行择优推荐，并提供资源菜单，方便群众按照自己的喜好进行点单。  （1）场馆信息标准  根据文化和旅游部全国公共文化发展中心及广西壮族自治区群众艺术馆相关规定，“订场馆”版块全年更新场馆活动信息不少于1795条，更新信息标准如下：  场馆名称：单位规范全程  场馆简介：重点介绍场馆特色服务内容，不超过1000字  开放时间：含工作日、节假日  联系电话：区号+固定电话号码  场馆地址：具体到门牌号，并在地图上标注具体位置  场馆图片：不少于5张高清场馆图片，反映场馆全景及服务项目  场馆视频： 10分钟以内的高清宣传短视频。  （2）服务活动信息  ①预订门票：详细信息包含场馆名称、地址、可预订时间及数量、取票方式、预订链接、联系电话等。  ②预订场地：详细信息包含场地名称、地址、可预订时间、预订条件、取票方式、预订链接、联系电话等。  ③预约报名：详细信息包含活动、展览、培训等服务的主办单位、名称、时间、地点、可预约人数、取票方式、参与条件、联系电话等。  （三）平台对接  实现广西数字文化馆平台“订场馆”版块与国家公共文化云平台的无缝对接，一方面，将广西数字文化馆平台合格场馆活动资源上报到国家公共文化云；另一方面，将国家公共文化云的场馆及活动资源接入到本地，实现与国家公共文化云的互联互通资源共享。 |
| **商务条款** | | | | |
| **一、合同履约期限：**合同签订之日起90个日历日全部完成本项目所有工作。  **二、服务地点：**采购人指定地点  **三、合同签订时间：**自中标通知书发出之日起25个自然日内  **四、付款方式：**  1、合同签订之日起十个工作日内，采购人在收到供应商提供的正规发票后向供应商支付合同总额的50％首付款。  2、完成该项目进度建设50%且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额的30％。  3、完成整个项目建设，验收合格且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额剩余20％。  五、报价要求：  投标报价为采购人指定地点的服务，包括（但不限于）：  1、服务的价格；  2、服务所需货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；  3、运输、装卸、调试、技术支持、售后服务、涉及安装的器材设备，所有安装的材料、配件、人工费、到现场验收等费用；必要的保险费用和各项税费。 | | | | |

**分标2：广西文化和旅游志愿者组织和管理平台建设（三期）采购项目**

**采购预算：**30.00万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 单位 | 服务需求、技术需求 |
| 1 | 广西文化和旅游志愿者组织和管理平台建设（三期）采购项目 | 1 | 项 | 建立广西文化和旅游志愿者组织和管理平台，从招募、登记文化和旅游志愿者（组织），统一管理，完善各级志愿服务组织网络，到逐步建立“纵向到底、横向到边”的志愿服务网格体系。完善志愿服务工作机制的健全、活动运行长效机制的建立。通过平台加强对文化和旅游志愿服务内容的严格把关，对志愿服务项目的登记、跟踪、指导和监管等进行常态化管理，对项目的实施效果进行监测、考核和评估。促进广西壮族自治区文化和旅游志愿者组织和管理平台用户各类型服务、管理数据的“聚、通、用”，构建“用数据管理、用数据决策、用数据创新”的志愿者服务、监管决策体系。  一、建设内容  广西文化和旅游志愿者组织和管理平台需要依托云计算技术,从业务流程开发、数据统一、数据可视化、系统后期集中运维、系统扩展、接口预留对接等方面进行充分考虑，达到系统快速上线、快速响应需求变更的能力。本此建设内容包括：  （一）完成现有“广西文化和旅游志愿者组织和管理平台”与“一键游广西”的相关数据对接。  （二）完成平台与广西文化和旅游厅微信公众号嵌入对接。  （三）增加关键词搜索栏，提供团队联系人的聊天窗口，投诉窗口。  （四）增加志愿服务的预约功能。  增加群众寻求志愿服务，对应地区部门进行志愿服务的预约。  （五）增加服务证明下载功能，可下载查看志愿服务时间证书和服务时间明细。  志愿者扫描团队联系人提供的签到/签出二维码，即可记录志愿服务时长，即可下载查看志愿服务时间证书和服务时间明细。  （六）增加申请报名项目，录用结果将通过站内信息通知志愿者。  （七）完善信息发布功能升级。  优化平台信息发布页面，对最近政策、文化新闻资讯、和最新志愿活动信息实时更新，发布。  （八）优化志愿者个人管理、志愿团队管理、志愿项目（活动）。  优化志愿者管理个人系统，实现志愿者信息的信息网上注册、审核、查询、管理。  优化志愿者团队组织管理系统，实现志愿者组织信息的基本服务功能，如网上注册、审核认证、查询、管理。  优化服务项目列表，将志愿服务活动列表展示，实现查询活动项目、修改活动状态功能。  （九）数据分析可视化以及用户权限管理系统升级。  优化大数据可视化系统，划分志愿者统计分析模块、志愿团队统计分析模块、服务项目统计分析模块。  （十）平台数据分析。  优化访问者数量、站内搜索、新老用户比例、用户地域分析，并根据部门需求进行上报汇总整理如页面显示次数、文件下载次数等。  （十二）增加志愿者需求和问题反馈功能。  便于了解志愿者在志愿服务过程中的需求和组织管理问题，以便将来进一步提升和完善。  二、平台运维内容  （一）平台维护  完成信息内容日常更新与维护，同时需要完成增加新的专题模块或变更专题，保证不破坏其他的页面程序和格局。  对管理用户进行操作指导和疑难问题解答，收集整理用户的意见和需求，并进行反馈、跟踪解决。定期对用户问题进行归类整理，总结平台优化建议和意见，优化及完善服务流程。  （二）数据同步、备份及恢复  每天夜间对平台进行自动实时备份,每周做一次物理数据备份，并在备份服务器中进行逻辑备份的验证工作。在需要恢复的情况下恢复指定日期的备份数据。  （三）平台监控  主要包括故障、性能、流量、负载状态监控，及时发现潜在问题并进行干预。在合理调配网络资源，均衡负载，在服务器访问量或流量增加后，根据预期数据升级带宽及增加服务器数量来支持更大的访问量，通过不同线路或负载均衡让访问保障平台服务稳定性。  三、开发要求  广西文化和旅游志愿者组织和管理平台是以系统总体目标为宗旨，为用户提供一个技术先进，成熟可靠，灵活适用，性能优秀的网站应用系统。因此系统设计将遵循如下原则：  （一）标准化与规范化  为了确保系统的基础性，实现平台信息的共享应用，本项目系统开发应满足志愿服务系统相关标准、规范，使系统产品、数据资源能为文化和旅游志愿活动管理部门所接受和使用。为此，在本方案中，对于平台的建设将遵从国家、行业以及针对本项目制定的相关信息系统建设标准规范体系。  （二）经济性与实用性  系统建设方案将在实用的基础上做到以最经济、最小的投入获得最大的产出。在配置、系统开发和数据库设计上充分考虑在实现系统全部功能基础上尽量节约经济成本。同时，设计方案最大程度地满足平台管理业务的需要，为业务管理提供最优的应用和管理工具。具体做到：界面友好、易于使用、便于管理维护、数据更新快捷和系统升级容易，具有优化的系统结构和完善的数据库系统，具有与其他系统数据共享、协同工作的能力。  （三）开放性与合作性  合作性的原则表现在系统的技术思想以及实现对用户应该是透明的，通过面向业务模型的开发体系使得合作双方能够很好的进行交流，能够使厅内业务人员在不了解系统技术细节的情况下参与系统的搭建式开发，另一方面，作为开发一方，需在与业务人员交流的基础上全面了解业务处理的过程和细节。  （四）易用性与完整性  所开发出的平台尽可能易用，坚持以用户为中心的原则，在充分考虑用户的计算机操作水平以及操作习惯的前提下，设计出尽可能简洁明了的系统界面，业务处理应简单易行。同时，在追求易用性的基础上，也要充分满足业务处理的需求，在应用上是完整的，不能因为仅仅追求易用而舍弃必要的业务处理过程。应用系统应能够全面地实现所有的业务处理功能。  （五）安全性与稳定性  安全性是系统建设的重要问题之一。安全性主要表现在两个方面：  1.数据不被非法访问和破坏，本系统安全性首要的是数据的安全性，系统必须具备足够的安全权限，保证数据不被非法访问、窃取和破坏；  2.系统操作安全可靠，系统同时应该具备安全权限，不让非法用户操作；同时要具备足够容错能力，以保证合法用户操作时不至于引起系统出错，充分保证系统数据的逻辑准确性。  稳定性是保证系统可靠运行的基础条件，在系统建设过程中，通过严格系统测试手段，将系统问题降到最低，同时需要充分考虑软硬件的容错容灾，保障系统在出现问题和故障时能够及时实现系统和数据恢复。  （六）整体性与渐进性  在系统建设过程中要根据现有的条件，按照统筹规划、分步实施原则，有计划有步骤地进行。按照系统的主要工作内容，先作好总体规划和设计，搭建好整体框架，然后有计划进行分期建设，逐步进行扩展，最终搭建形成平台。 |
| **商务条款** | | | | |
| **一、合同履约期限：**合同签订之日起90个日历日全部完成本项目所有工作。  **二、服务地点：**采购人指定地点  **三、合同签订时间：**自中标通知书发出之日起25个自然日内  **四、付款方式：**  1、合同签订之日起十个工作日内，采购人在收到供应商提供的正规发票后向供应商支付合同总额的50％首付款。  2、完成该项目进度建设50%且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额的30％。  3、完成整个项目建设，验收合格且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额剩余20％。  **五、报价要求：**  投标报价为采购人指定地点的服务，包括（但不限于）：  1、服务的价格；  2、服务所需货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；  3、运输、装卸、调试、技术支持、售后服务、涉及安装的器材设备，所有安装的材料、配件、人工费、到现场验收等费用；必要的保险费用和各项税费。  **六、项目验收要求：**  1、项目验收要求：供应商须配合采购人进行用户组阶段性验收和整体验收工作。整个项目完成后，供应商应向采购人提供完整有效的《系统开发及实施总结报告》《用户需求说明书》《用户手册》以及为本项目新开发部分的《接口设计说明书》《软件详细设计说明书》《数据库设计说明书》、源代码及说明文档，电子档以光盘介质提交，同时提供除源代码外文件纸质文档至少1套。  2、平台工作运行稳定后，5个工作日之内由供应商提供终验方案及相关标准经采购人讨论同意之后，双方按照终验收内容逐项进行验收。最终验收在采购人现场进行。验收的依据为采购文件、双方签订的合同、承诺、双方确认的其它技术资料。 | | | | |

**分标3：看直播-品牌群众文化活动直录播采购项目**

**采购预算：**45.00万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 单位 | 服务需求、技术需求 |
| 1 | 看直播-品牌群众文化活动直录播采购项目 | 1 | 项 | 一、建设内容  围绕广西本地特色品牌资源活动，推送竞赛性、展演性、惠民性群众文化活动以及专题讲座、艺术普及分享、展览带看、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，集中展示各地群众文化活动风采。依“国家公共文化云”、“广西数字文化馆”平台，联合广西各级文化馆，举办以群众合唱、广场舞、“乡村村晚”等为主题、入选全国公共文化发展中心“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动、以及其他动静态优质群众文化品牌活动开展直播（包括区域联动直播）、录播、展播；活动类型包括省、市、县级演出、赛事、优质展览讲解带看、文旅融合综艺活动，形成群众文化数字化建设资源；对资源进行拆条、精剪、宣传片制作，全年计划开展直录播活动, 包括比赛类、演出类（如广西广场舞展演）、惠民类（如乡村村晚系列活动）、艺术普及分享类（如美术欣赏、茶艺活动）、展览带看类（如“决胜小康”展览带看）、走播类（以广西特色文化为主题）活动等。  二、建设要求  （一）直播前  1.直播策划  根据每场直播活动的主题进行策划。策划方案包含但不限于：活动时间、活动范围、活动方式、参与人群、活动流程、实施方案以及推广方案等。  2.直录播申请审批  为了确保直录播活动顺利进行，在直录播活动开始前，提前做好直录播活动申请审批，如需在国家公共文化云上进行同步直播，需要想全国公共文化发展中心提交直录播审批申请表，通过审批流程后，方能在国家公共文化云平台进行直播。  3.前期对接  直录播申请批准后，建立微信工作群，对接确定后续工作安排，具体包括活动基本情况、场地情况、直录播拍摄需求、宣传素材收集等工作。  4.预热宣传  直录播播出前，发布预告推文,联动全区各级群众艺术（文化）馆开展预热宣传。直录播团队设计活动海报、开通直播间、编写预告新闻稿或推文、H5互动游戏、线下活动、制作预告短片、在活动场地布置活动主题背景板、易拉宝等宣传品。在现在广西壮族自治区群众艺术馆微信公众号、广西数字文化馆平台以及官方抖音平台进行推广。  为每场直录播活动剪辑一个1-3分钟的宣传短视频，短视频内容紧扣活动主题，展现活动特色，画面流畅，有很好的节奏感，同时充分使用艺术表现手法，宣传片基调符合活动整体要求，选择适配的、带情感的、有特色的背景音乐，配合画面节奏转换，视频剪辑手法与背景音乐节奏保持一致，以达到最好的宣传效果。  根据活动现场情况，设计并制作相关的线下所需物料，包括在活动现场需要摆放的易拉宝、宣传海报、宣传册等物料。要求海报、画册设计新颖、表现独到，其内容能够鲜明直观地展示活动的主题，同时通过组织精炼易懂的话术对过往的群众进行活动主题和活动内容的介绍，同时根据活动现场需求，准备一些互动小礼物，最大化提升活动宣传推广效果。  （二）直播中  直录播团队提前赴活动现场堪景踩点，开展设备调试、预演拍摄、幕后采访等直录播前期工作，并于活动举办当日进行正式拍摄。  1.现场推广  每场直录播活动将根据现场实际情况在活动现场布置活动海报门型展架、活动背景板、引导群众参与互动并开展线上与现场互动活动，为平台吸引用户关注，同时根据现场需要组织微现场签到、留言上墙等互动活动，调动观众积极性，烘托气氛。  2.活动采访  每场直录播活动将在活动现场布置相关的采访专区，并邀请相关人员表进行现场采访，采访对象包括活动组织者、工作人员、表演嘉宾、参与活动群众等，采访内容主要涉及对本次活动的现场感受、内容评价以及对活动的一些建设性意见，采访专区配置1台摄像机对采访现场进行视频录制，为渠道达到更好的呈现效果，采访时会采用指向性收声音话筒收录对采访声音进行收录，确保声音质量。  3.现场拍摄  （1）直播机位  每场直录播活动配置4个摄像机位(其中固定高清机位3台，摇臂机位1台，如活动现场无法使用摇臂，则以固定机位代替）和一台高清导播台，确保对活动现场的全程、全景、多角度的拍摄，机位拍摄包括全景、中景、演员特写、观众特写、观众镜头等，同时对活动全程声音进行收录。  摄像机位人员配备：  现场导播1名：把控直播输出画面。  固定机位摄像3名：有效的控制摄像机根据现场的形态调整景别、光圈。  摇臂摄像1名：控制摇臂摄像机。  活动执行人员1名：负责活动现场的调度，人员的采访，现场图片的拍摄与平台直播方的联络。  （2）拍摄方式  直录播以高清多机位方式进行切换拍摄，从勘察场地、设备安装、布置电缆、操控台搭建、摇臂架设、机位信号调试、调白平衡、调摄像机、景别切换等，安排专业的导播和摄像团队执行，从音视频信号测试、网络环境测试到正式直播多讯道画面切换进行严格把控，注意镜头切换节奏，对镜头切换的队列、定时和切换手段做到平稳、有节奏，注意镜头语言表达，立求把最完美的直播画面呈现给观众。  （3）技术保障  确保直播技术人员在直播活动现场提供专业化的技术支持，解决直播过程中出现的突发性技术故障情况，及时提出解决方案，并以最快的速度解决问题，确保高质量完成直播活动。  ①网络保障  网络直播的顺利开展需要强大的网络环境做支撑，直播活动开始前需做好现场网络环境测试、互联网传输、CDN分发等工作，确保直播视频质量清晰，传输信道畅通稳定。在直播开始前进行网络分发能力测试、网络带宽测试等，确保直播网络正常。  ②直播质量  防止直播过程中出现黑场、静帧、彩条、无伴音、无载波、图像马赛克劣化、台标异常等问题，确保直播画面质量。  ③CDN加速  采用CDN加速解决因分布、带宽、服务器性能带来的访问延迟问题。  ④推流服务  直播流采用多种格式（如rtmp、flv、hls）等，支持10分钟延时功能，码流4M，分辨率1080p以上，同时采用VBR动态编码，保证直播画面高清稳定。  ⑤电话客服  配置线上客服人员，在网络直播过程中为线上观众提供相关的咨询服务，如直播入口咨询、直播主题简介、直播注意事项等。客服人员采用统一的标准话术，语气温和，言辞得体，为观众提供良好的咨询体验。  4.监播服务  提供监播平台为网络直播提供实时监播，保障网络直播的安全、平稳开展。根据直播活动的活动主题和直播内容配置对应监播人员对活动直播的播出情况进行监播，确保直播内容的正确性。即内容需要表达活动的主体，是否能对活动主题进行诠释，是否完整地表达活动主题宣传和推广的意义，以及政治敏感性，即内容不得有色情、迷信、恐怖、暴力、丑恶、反动、赌博的内容，不得含有民族，种族，宗教，性别歧视的内容。  组织直录播团队运营编辑和第三方内容审核专家，在直播的全过程进行实时内容审核，重点审核意识形态、价值导向等。  5.上线播出  直录播过程中全程提供技术保障、进行内容监控，处理应急问题，确保直录播安全、有序进行。  （1）应急处理机制  ①直播延时播出措施  为确保直播能够顺利开展，异常情况能够得到有效解决，在网络直播过程中，采用直播延时技术，在特殊情况下，直录播导播设备具备随时中断网络直播的功能，能够及时阻断网络直播。  ②活动冷场应急措施  安排相关的工作人员在活动现场进行展位布置，并组织相关人员派发活动宣传彩页，引导群众入场参与活动。  ③设备应急预案  直录播所需设备需在开播前运抵活动现场，并提前安装、调试。在直录播活动前，完成所有布置，保证直录播正常进行。现场的设备，派专人进行看护，同时配置一定数量的应急设备，确保在设备出现问题时能第一时间对设备进行维修和更换。  ④人员应急预案  每场直播活动都成立活动应急组织机构，落实人员分工，明确职责要求，同时建立机动小组机构，机动小组随时准备人员的顶替。确保现场时刻有经验丰富人员在场，能够在突发状况时第一时间采取有效措施。  （三）直播后  1.后期宣传  直播结束后，制作相关的精彩活动回顾推文，同时结合之前的宣传短视频、相关花絮制作回顾短视频，在国家公共文化云、广西数字文化馆平台、广西壮族自治区群众艺术馆微信以及官方抖音等新媒体矩阵进行二次宣推。  2.资源制作  每场直录播结束后，对采集的数据资源进行视频剪辑、包装、编转码、遮幅、策划、编排等服务，运用多种信息技术手段进行创新制作，最终视频成品支持移动端和新媒体的传播，为群众提供更具趣味性、更有吸引力的文化视频资源。资源建设加工包括后期整体设计、整场直播包装、精编节目包装、采访剪辑、视频拆条、花絮制作。  （四）直播总结  1.数据统计  直播活动结束后，提供真实有效的数据分析总结报告，包括在线观看人数数据、推文阅读转发数据、用户互动数据等，同时收集、汇总活动主/承办单位统计的线下观看数据，最终形成直录播活动总结报告。  2.成果提交  直播结束后，将资源素材制作成资源成品，并上线至各终端进行展播。活动资源成片、活动花絮存入移动硬盘进行备份存档（配套提供海报、照片、精编视频、拆条视频、宣传短视频、采访、花絮等）。  3.版权解决  该项目所有涉及到视频、图片、文件等数字资源，版权归文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅、广西壮族自治区群众艺术馆、全区各级文化馆（活动相关单位）共有。版权归属单位可将数字资源在全国范围内进行宣传和推广，亦可使用拍摄的内容、整合的资源素材进行再编辑，无需向其他单位获取版权。  （五）平台对接及节目发布  直录播活动与国家公共文化云、广西数字文化馆进行有效对接，实现活动在国家公共文化云“看直播”版块、“广西数字文化馆”平台进行同步直播，拍摄的数字资源均上传至平台长期展播。   1. 数字资源存储服务   提供NAS网络存储服务，存储容量不少于50T，确保数字资源能够做到本地存储，同时满足本单位人员对视频、图片数字资源的便捷读取访问。 |
| **商务条款** | | | | |
| **一、合同履约期限：**自合同签订之日起90个日历日内完成所有工作。  **二、服务地点：**采购人指定地点  **三、合同签订时间：**自中标通知书发出之日起25个自然日内  **四、付款方式：**  1、合同签订之日起十个工作日内，采购人在收到供应商提供的正规发票后向供应商支付合同总额的50％首付款。  2、完成该项目进度建设50%且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额的30％。  3、完成整个项目建设，验收合格且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额剩余20％。  **五、报价要求：**  投标报价为采购人指定地点的服务，包括（但不限于）：  1、服务的价格；  2、服务所需货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；  3、运输、装卸、调试、技术支持、售后服务、涉及安装的器材设备，所有安装的材料、配件、人工费、到现场验收等费用；必要的保险费用和各项税费。  **六、版权要求：**  版权要求：所有视频以及与之相关的音乐、包装、字幕、图片等须有完全的知识产权、或有使用版权的授权许可，并以文字形式确认（单位盖章）。所有素材和最终成品版权均为采购人所有。  **七、验收要求：**  项目完成后，由成交供应商提交验收报告，同时提交直录播活动的相关数字资源，包括活动成片、活动照片、素材、花絮等，由采购人组织相关人员进行第一次验收。 | | | | |

**分标4：全民艺术普及数字资源库建设采购项目**

**采购预算：**34.00万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 单位 | 服务需求、技术需求 |
| 1 | 全民艺术普及数字资源库建设采购项目 | 1 | 项 | 一、建设内容  （一）桂北地区芦笙文化艺术普及资源建设  建设包括桂北传统民族乐器芦笙吹奏和芦笙舞纪录片、芦笙文化专家访谈以及芦笙吹奏和芦笙舞文化艺术普及课程三个板块，深入记录了广西桂北传统民族乐器芦笙文化的传承创新与普及。成片结构：传统民族乐器芦笙吹奏和芦笙舞纪录片（约5分钟）、芦笙文化专家访谈（约25分钟）以及芦笙吹奏和芦笙舞文化艺术普及课程（约220分钟左右）三个板块，纪录片素材50分钟,每部成片含片头、片尾，成片和素材总时长300分钟，合计约5个小时。  （二）天峨县壮族山歌文化艺术普及资源建设  建设内容包括天峨壮族山歌专家访谈（30分钟）、天峨壮族送背带山歌记录片（约30分钟）、天峨壮族山歌教学课程（约360分钟），每部成片含片头、片尾，合计时长约420分钟；记录片视频素材300分钟，成片和素材总时长约720分钟，合计约12小时。  二、项目定位  （一）可学。通过对桂北地区芦笙文化和天峨壮族山歌艺术的采集，做成教学视频，让热爱吹芦笙的人们会吹芦笙，爱唱壮族山歌的人们可以学会唱壮族山歌。  （二）可赏。吹起动听的芦笙曲，和着芦笙跳起舞蹈；男女老少欢聚一堂，唱起壮族山歌，敬亲朋好友喝美酒。这是桂北地区逢年过节的娱乐节目，通过录制吹芦笙跳舞蹈和《送背带歌》，让人们体会和欣赏到桂北地区民风民俗的特色文化艺术。  三、制作要求  （一）记录民族特色  桂北地区芦笙文化与天峨县壮族山歌文化都具有很强的地域民族特色，表现民族方言和服饰，记录民风民俗，更接地气，突现中华民族的丰富多样性。  （二）具有传承性  桂北地区芦笙文化和天峨县壮族山歌文化都面临失传的现状，建设数字资源目的是为了传承和发展，这个项目不是做表面文章，点到为止，而是要深入挖掘，精心制作，把传统文化传承下来。比如壮族山歌全民艺术普及资源制作，因曲调各异，规则不同，词谱也不相同，每一种曲调体现某一区域壮族的山歌，每种曲调的词谱是这类文化艺术要传承的重要内容，所以要深入采集词谱，而不是仅仅停留在会唱一两首那么浅显。  （三）体现时代感  吹芦笙和唱壮族山歌之所以能流传至今，一方面是传承优秀的文化传统，另一方面是因为在演艺和歌词的创新方面，体现时代的优越性，讴歌时代精神。在演艺的表现形式上，与时俱进，力求雅俗共享，吸引观众，在表现传统文化的同时，也体现时代的流行风格。  （四）讲究可赏性  视频后期剪辑要讲究视频语言的表达，即使你听不懂歌词或曲调，通过画面也能体会到歌词所要表达的含义，让观众体会到桂北文化艺术的美感。  （五）具备可学性  芦笙是一种民族乐器，而壮族山歌是一种语言艺术，  两者都具有可学性，采集时首先要考虑如何教学的问题，教学要通俗易懂，理论和现场表演相结合，能用汉字表述的就不用民族语言表述，不能用汉字表述的尽量写出民族语言所要表达的大意。特别是壮族山歌，教学难度更大，教学形式和方法要讲究“易”字，让人容易听懂歌词，让人容易跟唱曲调，后期制作难度很大。所以壮族山歌的可学性，更重要的是教歌词，曲调基本上是固定的，学会歌词就会演唱。  四、制作思路  本项目涉及桂北地区芦笙文化和天峨县壮族山歌文化，及相关文化艺术教学等内容的拍摄与制作，工作量大任务重。为保质保量完成本项目，就要统筹安排好各项工作，包括：前期摸底调查、洽谈拍摄事项、撰写拍摄方案、合理安排拍摄流程和后期制作流程等。  先对桂北地区各相关文旅部门和宣传部门进行摸底调查，深入获取相关文化艺术的情况，争取得到相关部门的支持与帮助；洽谈落实好相关拍摄景区和场地；确定拍摄采访对象，安排好拍摄时间、地点、内容；整理出文案，为后期制作打好基础；进行后期制作，包括配音、剪辑、特效、片头、片尾、标题、字幕等。  五、项目团队要求  （一）总负责人：1人，负责整体项目的统筹和管理工作；  （二）导演：1人，负责编写每个项目（名录）的拍摄大纲或脚本，并负责对项目（名录）拍摄与制作进行组织和运作；  （三）摄像：4人，在导演的指挥下，根据分镜头脚本对需要拍摄的场景、人物、外景进行拍摄，对需要补充拍摄的内容进行补拍；  （四）撰稿：2人，负责对歌词大意的翻译，对相关画面撰写关键词；  （五）片头制作：1人，根据项目内容和编导要求，负责对整个项目的片头和片尾进行统一设计和制作；  （六）剪辑：2人，根据分镜头脚本，对整体项目进行编辑和剪接（软件：广播级非线性编辑系统）；  （七）配音：1人，对整体项目解说配音；  （八）灯光师：1人，负责对现场灯光的调配工作。  六、拍摄设备要求  根据本项目的情况，需要配备满足项目质量要求的摄像机、无线领夹式话筒、单反照相机、无人机航拍器、视频剪辑计算机、图片处理计算机、补光灯等外围设备以及剪辑软件premiere pro cc 2017及其他应用软件若干。上述摄像设备、无人机航拍设备均能满足高清及以上的超高清格式的拍摄。  七、项目实施  （一）前期工作  1.先派人到桂北地区及天峨县政府相关文旅单位或宣传部等部门联络，争取得到政府相关部门的支持和帮助，这有利于组织当地民族文化专家及歌王和相关的旅游景区配合拍摄制作项目视频，有利于发挥双方优势，形成合力，使项目开展得更加顺利、深入。  2.组建精通业务、执行力强的项目组  根据本项目的工作内容和特点，本项目组人员包括：桂北地区芦笙文化专家、天峨当地山歌专家和歌王、新闻媒体记者、导演、现场统筹、摄像、剪辑、计算机等领域的专家和人才，这样才能很好地完成本项目的任务。  3.统筹规划，做好顶层设计  4.本项目任务重时间紧，要统筹规划做好顶层设计，安排好资金预算，做好工作流程表，合理安排人员工作。项目不同部分并发行进，责任到人，齐头并进，这样可以保证按工期完成任务。加强过程质量管控，随时解决出现的质量问题。  （二）中期工作  1.选定拍摄场地、确定拍摄人员和被访人员，并写好采访相关人员的提纲。  2.确定拍摄和采访时间， 尽量做到一次性拍摄采访完毕。  3.补充拍摄，对没能做到一次拍摄完毕的任务，要进行补充拍摄，次数控制在两次之内。  （三）后期制作  根据分镜头脚本对视频进行粗剪、精剪和修改，把视频壮话部分翻译成汉字，对歌曲的歌词大意用汉字加以说明，适当应用背景音乐，视频画面衔接要自然，适合视觉规律，可以根据剪辑需要，运用多种不同的过渡方法，保证视频节奏流畅。  八、质量标准  专题片在画面选取及立意上符合社会主义核心价值观的要求，以弘扬优秀民族传统文化为根本，通过拍摄成片，系统反映广西桂北地区独特的风光和旅游资源，推动以旅游景点为载体传播山歌文化，使观众既能领略桂北的美景、民风民俗，又能饱享传统优秀的桂北芦笙文化及天峨县山歌文化艺术，从而彰显广西文化魅力，提升公共文化服务品质。  该项目视频资源符合《公共文化云建设项目“十四五”建设指南》格式规范。  （一）视频参数：  单个视频大小：500MB≤视频大小≤5GB;  视频编码：H264；  输出格式：MP4;  码率：不小于2048Kbps;  码率控制：CBR;  档次/级别：High profile/Level 4.0;  分辨率：1920\*1080（1080P）或4096\*2160（4k）;  帧率：25fps;  宽高比：16:9  （二）音频参数：  音频格式：AAC；  音频质量：高等质量；  音频编码码率：128Kbps;  音频采样率：48kHz;  音频声道：双声道  九、版权归属及成果提交  版权归文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅以及广西壮族自治区群众艺术馆共有。  项目建设完成后除提交最终版高清成片之外，还需要提交一套高清无字幕版本视频以及相关素材。 |
| **商务条款** | | | | |
| **一、**交付使用时间：所有专题片作品自签订合同之日起 90 个日历日内制作完毕并交付使用。  **二、服务地点：**采购人指定地点  **三、合同签订时间：**自中标通知书发出之日起25个自然日内  **四、报价要求：**  投标报价包含以下内容：本合同作品制作费、版权费，在制作过程中产生的所有素材和源文件的版权费，必要的保险费用和各项税金，摄制人员和主创人员在摄制期间的所有费用，召开专家评审会所有费用以及其他（如运输、装卸、安装、调试、培训、技术支持、售后服务等费用）等与本合同有关的所有费用。  **五、付款方式：**  1、合同签订之日起十个工作日内，采购人在收到供应商提供的正规发票后向供应商支付合同总额的50％首付款。  2、完成该项目进度建设50%且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额的30％。  3、完成整个项目建设，验收合格且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额剩余20％。  **六、版权要求：**  本项目成果为全民艺术普及数字资源，版权归文化和旅游部全国公共文化发展中心、广西壮族自治区文化和旅游厅以及广西壮族自治区群众艺术馆共同拥有 | | | | |

**分标5："赶大集"和"享活动"专题建设采购项目**

**采购预算：**90.00万元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量 | 单位 | 服务需求、技术需求 |
| 1 | "赶大集"和"享活动"专题建设采购项目 | 1 | 项 | **一、赶大集项目**  依据文化和旅游部全国公共文化发展中心要求，“赶大集”项目重点为参与文采会本地产品库建设及区域性、全国性线上文采会活动，主要包含线上文采会与开展广西赶大集专区建设与运营。  （一）文采会部分  开展广西区域性及地方性线上文采会活动，并同步到国家公共文化云“汇文采”板块。  促进广西公共文化产品和服务供需有效对接为目标，支持广西遴选本省公共文化产品和服务优质资源（包括供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等），并汇总到国家公共文化云“汇文采”板块。  1.资源运营  （1）遴选产品和服务  遴选广西公共文化产品和服务优质资源，主要包括以下分类：文化内容、科技融合、设施运营、旅游服务（公共服务）、决策咨询、文创产品、其他。  （2）采集供需信息  采集供应方、需求方的机构基本信息，包括：机构名称、地址、机构标识、联系人和联系方式等，业务简介、参展信息等。其中参展信息包括：线上展区、服务对象、展示方案等。  （3）发布产品信息  包括产品或服务名称、展示图片、宣传视频、文字介绍、销售信息等，其中销售信息包括联系方式、报价、支付方式等。  2.汇文采专区日常维护  通过国家公共文化云“汇文采”版块进行汇集，对发布信息进行动态更新。在全国性、区域性、地方性文采会开展期间，推出供应方机构及产品路演活动，拍摄制作对有关活动、供需机构以及产品服务的宣传视频、产品推荐海报等。  3. 开展线上文采会  要求开展线上广西地方性文采会，参加文采会展览展示和“云上文采会”，注册参会、发布产品和服务信息、需求信息等。  线上文采会需包括(1)页面设计(2)供应方、需求方报名(3)今日文采(4)云上逛展(5)供应方/需求方单位推介展示(6)文采会数据统计等功能。  4.文采会数据统计  统计文采会相关数据并在线上专题展示。文采会统计数据维度主要包括：入驻单位数（供应方、需求方）、产品数量、产品海报数量、产品宣传片数量、点赞数、访问量等数据并在线上专题前端展示。  5.成果提交  广西数字文化馆平台与国家公共文化云进行技术对接，相关数据对接到国家公共文化云平台中,专题研究和人员培训情况提交到公共文化云项目跟踪管理系统。  （二）文创部分  开展广西赶大集专区建设与运营，重点推介文创产品，促进艺术普及文创消费。  1.店铺开设  在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺，在店铺内加载各类文创产品。支持广西文化馆、各类文化机构及个人根据自身文化资源的特点，发布相关文创产品，主要包括依托数字资源和实体馆藏开发的文创产品；利用非物质文化遗产资源开发的文创产品；艺术普及培训的文创产品。明确文创产品文创资源的确权工作。  2.店铺运营  对“赶大集”版块所开设店铺信息和产品进行动态更新和持续运营，在国家公共文化云平台和广西数字文化馆平台开展线上新媒体宣推，重点提高文创店铺的曝光度。  需要对店铺进行页面优化和推广运营相关工作。  要求在广西数字文化馆平台“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个，至 2022 年底，共加载文创产品不少于 100种（已有产品或新开发产品均可）。  提供店铺的(1)优选推荐(2)创意文创(3)企业名录(4)商品挖掘相关功能。  要求充分挖掘广西本地的艺术普及文创元素，并甄别优质的文创产品和优质文创商家，积极鼓励各商家入驻国家公共文化云“赶大集”。并指导其对商品进行相关的包装与推广。  3.培训服务  全年提供“赶大集”版块文创相关培训不少于一次。  （1）培训主题  结合实际情况制定各自的培训内容，开展文创产品相关培训。  （2）培训对象  广西全区各级数字文化馆建设从业人员，总培训人次不少于50人。  （3）培训方式  集中面授培训或远程线上培训。  （4）培训内容  可选主题如下  主题一：文创店铺开设培训  主题二：促进艺术普及文创消费  （5）工作内容  前期准备：方案策划、组织安排、人员配置等工作；宣传物料、培训内容、培训证书、纪念礼品等方面的设计、制作，邀请培训讲师、嘉宾，向各级单位下发培训通知。  培训现场布置：桌签、宣传物料、签到区等场地布置；  电源设备、摄影机位、网络环境、灯光设备、LED等播放设备调试。  录播及后期制作：制作培训视频，内容紧扣活动主题，呈现服务推广讲师背景、课程风格，展示课程主题的吸引力。  （6）数据总结  汇总培训活动数据并形成报告，包括真实有效的数据分析报告，包含培训人员数量、培训时长、培训满意度、现场服务情况数据、活动现场图片等内容。  4.平台对接  需实现赶大集资源与国家公共文化云赶大集专区、汇文采标准统一，资源共享。广西壮族自治区群众艺术馆提交的资源将按照赶大集专区具体要求提交，并最终在国家公共文化云赶大集专区、汇文采栏目上呈现。  **二、享活动项目**  （一）享活动  围绕品牌群众文化活动——四季合唱音乐会打造“享活动”专题，四季合唱音乐会以一年的四个季度为轴，分别由春之声、夏之旅、秋之韵、冬之约四场合唱音乐会组成。  （二）活动策划  活动开展前制定活动方案，方案包括主题、时间、内容、范围、参与人群、流程、方式、目标等，线上活动和线下活动分别制定活动实施方案。  （三）线上专题制作  活动方案确定后，制作与“国家公共文化云”适配的WEB（含H5）线上专题，并在“国家公共文化云”、“广西数字文化馆”平台呈现。包括栏目设置、专题设计、功能开发、专题开发与测试。专题代码框架、数据接口和国家公共文化云保持统一，便于后台汇总统计、统一活动品牌形象。  同时为全区各级群众艺术（文化）馆开放享活动专题版块的对接通道，可以根据需求上传下载享活动资源。  一、栏目功能设置  根据专题活动实际需求，以具体功能业务为栏目功能设置依据，栏目功能包含专题海报、资讯、直录播资源、数据采集。  （1）专题海报：设计专题海报，清晰，主题明确，用于进行宣传。  （2）资讯：专题相关资讯采集和发布展示。  （3）直录播资源：专题的主要展示区，包括歌咏、广场舞、综合等艺术门类，主要实现专题活动资源直播服务，用户可通过点播服务观看自己喜欢的节目和内容，并可对活动资源进行收藏、点赞等操作。  （4）数据采集：对专题资源的用户点击量、播放量、播放时长、收藏、评论、点赞等数据进行采集，并形成相应数据统计分析报告。  2.专题设计  活动专题方案确定后，进行专题设计。  先根据专题实际需求进行功能和交互设计，输出产品原型图，后根据原型图进行视觉设计，输出视觉设计稿。  （1）原型设计  根据活动专题方案中的实际需求进行功能拆分和梳理，搭建专题功能架构和信息架构，进行功能和交互设计，输出产品原型图及需求文档。  （2）视觉设计  产品原型确定后，进行视觉设计，包括：主视觉头图设计、色彩搭配设计、页面风格设计、图标设计等，输出视觉设计稿及设计说明。  （3）设计宗旨  专题设计紧扣主题思想，符合大众审美习惯，采用主流交互方式，功能操作简明扼要。  3.功能开发  （1）前端页面开发及渲染  静态页面开发：视觉设计稿确定后，进行WEB及H5前端页面的开发工作，实现专题页面特效、JS效果；维护及优化前端页面性能，优化交互体验。  页面渲染：实现前端页面的数据接口对接和渲染，保证页面呈现效果符合预期。  （2）后台接口和功能开发  接口开发：根据活动专题的功能需求，进行接口开发，并持续优化系统架构，提高系统在高并发、分布式环境下的容灾容错能力，保证系统的可运维、高可用性、高可靠性。  后台功能开发：后台管理功能的开发，包括编辑、审核、发布、上线、下线、推荐、视频、花絮、直播、评论审核、征集审核等功能模块。  4.专题测试  （1）测试验证  根据专题需求及设计文档来编写软件测试用例，使其具备可测试性，并且要求测试至少3轮。  （2）专题运维  为确保专题数据安全，要求对专题进行部署、监控、报警与故障应急处理等。  （四）活动拍摄与内容数字化加工  4.1.制作标准  “享活动”专题中的直播活动，要求参照“看直播”项目相关标准执行。对于已有活动视频资源，根据线上专题制作的要求，对相关活动视频资源按“看直播”项目相关标准进行加工处理，包括活动内容的采编，直录播成片的收集、花絮的梳理、拆条视频的加工、编辑、审核、发布，确保各类资源格式与国家公共文化云资源库格式保持一致。  （五）专题发布  “享活动”专题建设完成，并通过审核后，在国家公共文化云、广西数字文化馆平台上线并持续更新，并且在首页重点位置进行推荐；纳入“享活动”专题的活动，活动状态分为“未开始”、“进行中”、“已结束”，分别在专题页面的活动预告、各地活动、活动回顾版块进行呈现。  5.（六）专题运营  针对线上活动专题，制定适合各地的标准化运营机制，包括内容更新、媒体宣传推广规则。同时在活动结束后，将进行数据统计分析、活动总结与反馈。  6.1.专题日常维护  对“享活动”专题PC端、移动端首页及各功能版块内容发布、编辑，海报更新、推荐等工作，每日实时进行更新和推荐。  2.海报设计  网站端、移动端海报更新及制作工作，实行实时更新。  3.推文撰写和新媒体推广  针对“享活动”专题活动，及时撰写推文、并在新媒体平台进行发布，扩大活动影响力。  4.活动总结与反馈  “享活动”专题开展过程中，定期公布数据周报和数据月报，主要包括平台数据分析、访问用户分析、用户喜好分析、数据排行等分析内容。  （七）服务推广  通过微信公众号、官方抖音等网络新媒体进行线上直播，通过平台、微信公众号进行全方位推送，后期将制作完成的活动资源作为地方特色资源进行展示并可作为广西名片、文创产品进行发布。  （八）平台对接  专题活动将与“国家公共文化云”进行有效对接，实现与国家公共文化云的互联互通资源共享。让普通老百姓，可以通过国家公共文化云或本地文化馆平台实现对自治区以及全国的文化资源活动进行浏览、观看、预约等操作。 |
| **商务条款** | | | | |
| **一、合同履约期限：**自合同签订之日起90个日历日内完成所有工作。  **二、服务地点：**采购人指定地点  **三、合同签订时间：**自中标通知书发出之日起25个自然日内  **四、付款方式：**  1、合同签订之日起十个工作日内，采购人在收到供应商提供的正规发票后向供应商支付合同总额的50％首付款。  2、完成该项目进度建设50%且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额的30％。  3、完成整个项目建设，验收合格且采购人在收到供应商提供的正规发票后，向供应商支付合同总额剩余20％。  **五、报价要求：**  投标报价为采购人指定地点的服务，包括（但不限于）：  1、服务的价格；  2、服务所需货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；  3、运输、装卸、调试、技术支持、售后服务、涉及安装的器材设备，所有安装的材料、配件、人工费、到现场验收等费用；必要的保险费用和各项税费。 | | | | |