**招标项目技术、服务、政府采购合同内容条款及其他商务要求**

前提：本章中标注“\*”的条款为本项目的实质性条款，投标人不满足的，将按照无效投标处理。

**一、项目概述**

第八届中国成都国际非物质文化遗产节（以下简称非遗节）将于2021年9月10日至14日在四川成都举行。为深入贯彻习近平总书记关于共同构建人类命运共同体理念和推进中华优秀传统文化创造性转化创新性发展、促进乡村振兴、推进文化旅游融合发展、深化文明交流互鉴等重要论述，认真落实文化和旅游部、四川省委省政府的重大决策部署，全面展现中国和国际社会履约实践及成果，充分彰显“各美其美、美人之美、美美与共”的多样性文化，既能满足人民文化需求，又能增强人民精神力量，提升民众的参与感和获得感，让民众真正成为非遗的创造者与享用者，共创人类美好生活，共促人类健康福祉，共筑人类命运共同体，本届非遗节将联合新媒体、头部电商、社交电商全力出击抢占媒体及社交声量，首次重拳打造线上非遗节，并与线下场景有机联动，通过网络传播在全球为非遗节吸粉。

标的名称：第八届中国成都国际非物质文化遗产节云上非遗服务

所属行业：其他未列明行业

**\*二、商务要求**

（一）服务时间：合同签订之日起至2021年9月30日。

（二）服务地点：以四川省成都市为主，少量活动需到其他省市或省内其他市州进行。

（三）支付方式：采购人在合同签订后收到成交人税务发票后15个工作日内，采购人支付成交人合同总金额的60%；本项目成果通过采购人组织第三方验收后10个工作日内，成交人向采购人提供税务发票，采购人在15个工作日内向成交人支付合同总金额的40%。

**\*三、技术、服务要求**

（一）服务内容

（1）协助采购人完成第八届非遗节宣传片的制作；

（2）协助采购人完成云游非遗、云购非遗、云学非遗、云玩非遗活动的组织实施。

（二）服务要求

1、第八届非遗节宣传片制作要求

（1）数量2部，一部以李子柒为主角，一部以丁真为主角。

（2）每部正片片长4分钟左右，同时剪辑出相应的30秒版、1分钟版、2分钟版的版本。

（3）宣传片推出时间为8月底，投放时间为8月底至9月14日。

（4）投放渠道包括但不限于第八届非遗节官方网站、微信公众号、微博、抖音等。

2、“云游非遗”组织实施要求

2.1直播非遗节

（1）非遗节期间（9月10日—14日），主会场（成都市域内）进行45场直播，四川省内各市州进行5场直播，每场直播时长1小时左右，每场直播配备1个主持人。

（2）对参展的非遗传承人、游客、观众进行现场采访，采访内容包括访谈、趣味街采和现场提问等。采访活动通过摄像机进行视频采访，产出传承人访谈视频10条，游客、观众采访视频合集2条。

（3）直播平台可从抖音直播、微博直播、一直播等平台中选取一个。

（4）每场直播同时进行1个照片直播，共计50场；每场直播制作1张创意海报，共计50张。

2.2非遗工坊探秘

（1）邀请一批人文类大V用直播形式带领观众探访非遗工坊，工坊共计10个（预计四川省外4个，四川省除成都市外4个，成都市内2个，如遇变更，以实际情况为准），每个工坊至少安排1位大V探秘。

（2）每场非遗工坊探秘进行1场不少于20分钟的直播（共10场），制作1个中长视频（10分钟）、2个短视频（1分钟以内）、1张创意海报。

（3）直播平台可从抖音直播、微博直播、一直播等平台中选取一个。视频投放平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微信、微博、抖音等。

（4）活动时间：2021年8月-9月初。

2.3非遗之旅体验

（1）组织10条非遗之旅线路体验活动（预计四川省外4条，四川省除成都市外4条，成都市内2条，如遇变更，以实际情况为准），每条线路至少1位领队达人、6个体验官。

（2）每条非遗之旅线路体验活动进行1场不少于20分钟的直播（共10场），制作1个中长视频（10分钟）、2个短视频（1分钟以内）、1张创意海报。

（3）直播平台可从抖音直播、微博直播、一直播等平台中选取一个。视频投放平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微信、微博、抖音等。

（4）活动时间：2021年8月-9月初。

3、“云购非遗”组织实施要求

3.1非遗好物星推官

（1）精选30个非遗项目或传承人，根据其特色属性和价值，为其匹配相应的30位非遗推广达人，通过创意海报、短视频或直播向网友推广宣传非遗好物。

（2）为每位星推官及其代言项目或传承人制作1张创意海报。

（3）海报投放平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微信、微博，以及星推官个人的自媒体平台。

（4）在第八届非遗节期间（9月10日-14日），组织1场“非遗好物星推官”授牌仪式。

3.2非遗线上购物节

（1）推出100件全国各地非遗好物，制作相应网络推广物料。

（2）制作1个H5，集合100件非遗好物进行网络推广。

（3）H5推出时间为9月初。

（4）H5推广平台为第八届非遗节官方网站、微信、微博等。

（5）在第八届非遗节主会场（非遗博览园）搭建一个玻璃直播间，面积为15-20平米。

（6）非遗节期间（9月10日-14日），现场直播间每天直播2场，每场1小时左右，每场配备至少1个主播，每场带货不少于6种产品。

（7）直播平台可从抖音直播、微博直播、一直播等平台中选取一个。

3.3李子柒东方美食频道

（1）邀请成都非遗推广大使李子柒为第八届非遗节拍摄1部专题vlog（时长为10分钟左右）。

（2）视频投放平台为微博、微信、抖音、快手等。

4、“云学非遗”组织实施要求

4.1非遗大讲堂

（1）活动时间为9月初—9月14日。

（2）精选10个非遗项目，邀请非遗传承人通过vlog的形式，讲述自己的非遗故事，分享非遗知识技艺，传递非遗精神，拍摄系列短视频在网络媒体平台进行宣传。

（3）每个vlog不少于3分钟，每个vlog制作1张宣传海报。

（4）举办5场线下非遗公开课，每场至少邀请1位非遗传承人（或非遗领域专家学者、资深非遗从业者等）授课，以讲座、交流分享会或体验课等形式，邀请市民参与，增强市民与非遗的互动。每场参与人数不少于30人，每场时长不少于1小时，每场活动制作1张海报、录制1个全程视频。

（5）视频投放平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微博、微信、抖音等。

5、“云玩非遗”组织实施要求

5.1非遗有掰头（battle）

（1）开发1个非遗知识闯关H5游戏。（需先提供游戏策划方案，待采购人同意后方可实施）。

（2）小游戏上线时间为9月初，维护时间为合同签订之日起一年。

（3）制作5张小游戏宣传海报。

（4）小游戏上线平台包括但不限于微信，宣传推广平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微博、微信等。

5.2非遗有“锦”礼

（1）9月1日—14日，持续开展线上嗨玩非遗节活动，联合微博、微信、抖音、快手等新媒体发起非遗节相关互动征集话题，鼓励网友以图文、短视频和直播等形式展示他们眼中的非遗风采。每日从话题参与者中抽取5-10名非遗锦鲤，送出“非遗大礼包”。

（2）至少制作10张活动宣传海报。

（3）宣传推广平台包括但不限于第八届非遗节官方网站、微博、微信、抖音、快手等。

6、其他要求

（1）专业质量要求

服务供应商需针对本项目组建专项工作小组，指定1名专项小组负责人与采购方保持联络。成果需由采购方组织第三方验收通过方可交付。

（2）服务承诺

在合同履行过程中，服务供应商按照采购方需求提供必要的配合辅助工作，对于采购方提出的合理的需求变更，服务供应商予以积极配合。所有活动的实施均需由服务供应商向采购人提供相应的策划方案，待方案通过采购人审核，方可执行。（需提供承诺函）

（3）知识产权要求

服务供应商设计制作的视频、图片、文稿等不得侵犯任何第三方的知识产权和其他权利，否则造成任何法律纠纷，责任由服务供应商承担。

（4）保密要求

对于采购方提供的资料严格保密，不得向任何第三方透露。