

采购需求

1. 项目说明

1.1 本章内容是根据采购项目的实际需求制定的。

1.2 供应商所报价格应为含税全包价，包含提供相关服务的所有费用，合同存续期间采购人不额外支付任何费用。

2. 采购项目的技术规格、要求和数量

一、项目概况

品牌是竞争力的综合体现。市委、市政府始终把品牌农业作为引领现代农业的重要抓手，紧紧围绕中央和省、市关于高质量发展的决策部署，以质量兴农、品牌强农为主线，以“青岛农产品——绿色品质、世界共享”为主题，按照“有声、有色、有效”工作基调，综合运用现代传播手段，创新拓展立体化传播方式，集聚资源宣传推介“青岛农产品”系列品牌，讲好品牌故事，打造“城市名片”，擦亮“金字招牌”，全面提升“青岛农产品”品牌知名度、美誉度和市场竞争力，为乡村振兴和农业农村现代化提供新动力。

二、具体需求

(一) 第一包（预算 92 万元）：“丰收耀品牌”系列活动，内容要求如下：

2.1.1 举办别具特色的青岛品牌日庆典（展览面积不少于 200 m²，参展企业不少于 20 家）和 3 场农产品产销对接活动（每场展览面积不少于 200 m²，参展企业不少于 20 家）。

★2.1.2 持续打造“青岛农产品”品牌 IP，制作“青岛农产品”24 节气海报 10 期、融媒体节目 6 期，开展全媒体系列宣传；制作市知名农产品品牌奖牌和证书各 30 个左右。

2.1.3 围绕青岛农产品、中国农民丰收节、数字农业和现代设施农业等重点工作，在《农民日报》出彩色专版 1 个、在《人民日报》出黑白版 1/8 版。

★2.1.4 开设 2 个青岛农产品“AI 数字人直播间”，对 20 个青岛农产品进行直播带

货，设置 20 个短视频账号宣传推介，直播时长合计不低于 500 小时，打造“AI 数字人+短视频矩阵”。

2.1.5 提供推广投放规划表，要注明投放类别、媒体、栏目、节目、内容、篇数等内容。投标时需提供承诺书扫描件并加盖公章。

2.1.6 提出合理运行机制，有详尽的工作计划和落地执行能力。具备自有传统媒体，能够合理的利用自有媒体及外部媒体进行推广发布。投标时需提供承诺书扫描件并加盖公章。

2.1.7 建立专业团队，供应商拟投入项目的服务团队人员须不少于 5 人。投标方案中需提供服务团队人员的姓名、联系方式、身份证号码、毕业证复印件。供应商工作人员履行合同的应急安全由供应商负责。

2.1.8 提供“青岛农品”热点事件应对服务。根据“青岛农品”热点事件关注情况，进行应对处理服务，进行有效控制。自合同签订之日起一年内，若因供应商引发有关采购人负面影响及不良反映，扣除成交金额的 20%。项目验收时，供应商须提供验收申报书。投标时需提供承诺书并加盖公章的扫描件。

2.1.9 供应商在投标服务方案中须包含以下内容，但不限于以下内容：

2.1.9.1 提供详细的投放规划表。

2.1.9.2 提供“青岛农品”热点事件应对服务方案。

2.1.9.3 拥有影响力大的自主网络发布平台和自有融媒体矩阵情况介绍。

2.1.9.4 提供安全承诺，若在活动中发生产品质量安全事故，由供应商自行负责。

3. 商务条件

3.1 服务期限：

自合同签之日起至2024年11月30日。

3.2服务地点：

青岛市，采购人指定地点。

3.3付款方式：

合同签订后支付50%，项目完成并验收后支付剩余资金。

3.4服务成果验收

服务期满或完成服务成果后，采购人应对服务的成果和资金使用情况进行详细而全面的检验。采购人有权根据检验结果要求成交供应商立即更换或者提出索赔要求。检验合格后，由采购人组成的验收小组签署验收报告，作为付款凭据之一。

3.5服务质量保证期

3.5.1成交供应商应按磋商文件规定向采购人提供服务。

3.5.2在服务期限内，成交供应商应对出现的质量及安全问题负责处理解决并承担一切费用。

3.6服务保障

成交供应商应提供及时周到的售后服务。

3.7服务响应时间

成交供应商在接采购人通知后立即做出响应，2小时内到达现场，4小时内解决完毕。

注：上述要求以及标注中：

带“★”条款为实质性条款，供应商必须按照磋商文件的要求做出实质性响应。

带“※”标注的产品为供应商开标时需提供的样品，中标后供应商送至采购人指定地点封存。供应商提交的样品与响应文件不一致的，由供应商承担相关法律责任。

带“◆”条款为可能实质性变动的技术、服务要求以及合同草案条款内容。