

附件

## 广西民歌作品创编活动项目采购文件

广西民歌作品创编活动项目采购有关情况和要求如下。

### 一、采购项目基本情况

- 1.项目名称：广西民歌作品创编活动项目。
- 2.采购标的类型：租赁和商务服务业。
- 3.预算金额：80 万元（人民币）。

### 二、采购内容及要求

序号	服务名称	服务内容及要求
1	广西民歌作品创编活动	<p>策划设计方案要求清晰完整、富有新意、科学合理、目标明确、内容具体、可操作性强，充分满足本项目需要，能达到预期效果。</p> <p><b>一、目的要求</b></p> <p>以铸牢中华民族共同体意识为主线，在增进中华文化认同的基础上，推动各民族优秀文化保护、传承、创新。通过举办广西民歌作品创编活动，发动全区乃至全国各地的音乐爱好者参与其中，提高广西民歌的知晓率、传唱度和影响力，力争产生若干个传播量大、深受各族群众喜爱的广西民歌“出圈”作品，推动各民族优秀传统文化创造性转化、</p>

创新性发展，增强中华文化认同，构筑中华民族共有精神家园，铸牢中华民族共同体意识。

**二、服务时间：**2025年8月—12月（具体以采购人指定时间为准）

**三、服务地点：**广西南宁市（采购人指定地点）

#### **四、项目实施内容及要求**

本次活动主要目标是提高广西民歌的知晓率、传唱度和影响力，力争产生若干个传播量大、深受各族群众喜爱的广西民歌“出圈”作品，主要通过线上作品征集，线下作品展示的形式开展。实施内容包括线上征集、宣传推广、作品评选、优秀作品制作及发行和推广、优秀作品补助发放、线下展示等系列事项。具体如下：

**1.线上征集。**在至少1个国内影响力较大的社交媒体平台上（如B站、抖音等）设立“广西民歌作品创编活动”话题，吸引参赛者根据广西各民族原生态民歌曲调素材或现有广西经典创作民歌（由供应商提出，要求符合相关法律规定，曲调素材或现有民歌代表性强、艺术性好、可创作价值高，至少有5个民族的曲调素材）进行创编投稿。

**2.宣传推广。**多形式、多平台开展宣传推广，确保创编活动参与人气高、报送作品多。活动期间网络总曝光量不低于300万人次，收到的作品不低于100个。

**3.作品评选。**科学设置评选办法，邀请不少于

		<p>5名专业音乐人或业内专家（其中，正高级职称不少于2名）组成评审团，对参赛作品进行评分，同时还可以开展网上评分。合理确定专家人选、评分维度、评选角度，确保评选出的优秀作品质量高、业界和群众认可。设立一、二、三等奖（或类似奖项）若干名。</p> <p><b>4.优秀作品制作及发行和推广。</b>对获奖的优秀作品进行质量提升（包括对作品进行打磨，提升作品录制效果等），编入电子专辑并在多个有影响力的数字音乐平台及其他相关平台进行发行和推广。</p> <p><b>5.优秀作品补助发放。</b>补助金额不低于7万元人民币，用于对获奖的优秀作品进行现金奖励。</p> <p><b>6.线下展示。</b>协助主办方进行线下展示，包括联系入选作品作者参加活动、开展彩排以及其他必要的服务保障工作。</p> <p><b>7.其他事项。</b>除上述事项外，供应商认为有必要创新开展的、更有助于实现活动目标的其他事项，以及为办好活动需要开展的其他必要相关工作。</p>
<p><b>▲ 商务条款</b></p>		
<p>一、规范标准：采购需执行国家标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。</p> <p>二、服务时间及地点</p> <p>1.服务时间：2025年8月—12月期间（具体以采购人指定时间为准）</p>		

2.服务地点：广西南宁市（采购人指定地点）。

三、付款条件：在签订合同之日起 10 个工作日内采购人向成交人支付合同总金额的 50%作为预付款；其余款项在项目完成、提供总结报告及相关材料并经采购人验收合格后的 10 个工作日内一次性结清。成交人未在规定时间内完成任务，或经检查发现服务质量不符合要求的，对于承诺完成但实际没有完成本项目核心指标的情形（核心指标共 6 个，即在至少 1 个国内影响力较大的社交媒体平台上设立话题、至少有 5 个民族的曲调素材、活动期间网络总曝光量不低于 300 万人次、收到的作品不低于 100 个、邀请不少于 5 名专业音乐人或业内专家组成评审团、评审团中不少于 2 人有正高级职称，供应商可选择承诺完成其中若干个或者全部指标，或者承诺超额完成指标，不同的选择获得的评分不同），只要有 1 个核心指标未完成即视为违约，采购人可解除合同，无需支付剩余款项，同时成交人还须退还采购人已支付的 50%的预付款，并承担其他相应违约责任；对于其他情形，按照合同约定扣减相应费用。

四、未经采购人允许，不得使用或以其它方式给任何第三方提供本项目的相关信息或数据。

五、成交人不得将项目非法分包或转包给任何单位和个人，否则采购人有权即刻终止合同，并要求成交人赔偿相应损失。如需分包项目须提前告知采购人且经采购人同意后方可进行。本项目不接受联合体投标。

六、采购人与创作者共同享有本项目作品版权、使用权、延伸使用及改编创作的权利。

七、处理问题响应时间：接到采购人处理问题通知后能在 8 小时内响应处理。

八、竞标总报价以人民币报价，因供应商自身原因造成漏报、少报皆由供应商自行承担责任，采购人不再补偿。除政策性文件规定以外，供应商所报价格在合同实施期间不因市场变化因素而变动。报价必须包括但不限于以下内容：

1.服务项目的价格；

2.项目的组织协调费用，包括图文、媒体运营、宣传推广、劳务、杂项等费用；

3.必要的保险费用和各项税金；

4.其他（如技术支持、售后服务、验收等）费用。

九、验收要求及标准：根据采购需求的要求进行验收；如有必要由甲乙双方负责共同聘请第三方出具验收意见，验收费用由成交方负责。

### 三、评标方法及标准

本次采购采取综合评分法。对有资质的、符合本项目要求的投标公司进行评标。评标结果按评审得分从高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价从低到高顺序排列，得分相同且投标报价相同的，按策划实施方案得分高低顺序排序。具体评分标准如下。

（一）对进入详评的，采用百分制综合评分法。

（二）计分办法：按四舍五入取至百分位。

#### 1.价格分：15分。

①以进入评审的最低的评标价为15分。

②某竞标人竞标报价分

响应供应商最终报价最低评标价金额（元）

某响应供应商价格分=  $\frac{\text{响应供应商最终报价最低评标价金额（元）}}{\text{某响应供应商最终报价评标价金额（元）}} \times 15$  分

某响应供应商最终报价评标价金额（元）

## 2.策划实施方案分：45分。

根据竞标人提供的策划设计方案，对方案的科学性、合理性、新颖性、可行性、可操作性等方面进行打分，不提供或者不满足一档要求不得分。

一档 10-18分：对项目的定位理解较差，思路欠清晰，但整体的方案设计构思表达基本完整，“项目实施内容及要求”中明确的线上征集、宣传推广、作品评选环节中的量化指标（6个指标，即在至少1个国内影响力较大的社交媒体平台上设立话题、至少有5个民族的曲调素材、活动期间网络总曝光量不低于300万人次、收到的作品不低于100个、邀请不少于5名专业音乐人或业内专家组成评审团、评审团中不少于2人有正高级职称，下同）实现率达30%（即实现2个指标，算法下同）。

二档 19-27分：对项目的定位理解适中，思路基本清晰，策划设计基本符合要求，实施内容较详细，有基本的分工，“项目实施内容及要求”中明确的线上征集、宣传推广、作品评选环节中的量化指标实现率达80%（实现5个指标）。

三档 28-36分：对项目的定位理解较准确，思路较清晰，策划设计较新颖，实施内容可行，有细化分工，可操作性较好，“项

目实施内容及要求”中明确的线上征集、宣传推广、作品评选环节中的量化指标实现率达 100%。

四档 37-45 分：高度响应项目需求，对项目的定位理解准确，思路清晰，策划设计新颖、科学、有特色，实施内容详细具体，分工明确，可行性和可操作性强，“项目实施内容及要求”中明确的线上征集、宣传推广、作品评选环节中的量化指标实现率达 100%，且活动期间网络总曝光量超过 400 万人次，收到的作品超过 150 个。

### **3.活动创新分（8 分）**

在达到策划实施方案分三档要求的基础上，还创新实施更有利于实现目标的，除线上征集、宣传推广、作品评选、优秀作品制作及发行和推广、优秀作品补助发放、线下展示等 6 项基本活动以外的其他活动内容。每个创新点得 2 分，最高得 8 分。

### **4.组织实施分（满分 10 分）**

根据竞标人提供的策划实施方案，对项目时间进度安排、机具人员配备等方面进行打分，不提供或不满足一档要求不得分；

一档（3 分）：项目实施流程合理性一般、时间安排基本符合采购需求要求，机具人员配备基本齐全，拟投入实施人员少于或等于 4 人（需提供响应文件提交截止时间前半年内任意 3 个月供应商为项目实施人员依法缴纳的有效社保证明，并加盖供应商公章，下同）。

二档（6分）：项目实施流程较合理、时间安排比较符合采购需求要求，机具人员配备比较齐全，拟投入实施人员有6人。

三档（10分）：项目实施流程合理、科学、可行，时间安排符合采购需求要求，机具人员配备齐全，拟投入实施人员有8人或以上。

### **5.服务质量承诺分：14分。**

对活动期间提供的服务内容及质量承诺方面进行打分，不提供或者不满足一档要求不得分。

一档6分：质量保证措施不完善，服务承诺不具体，响应时间不及时或较慢（承诺在8小时内进行处理并排除故障）。

二档10分：质量保证措施较完善，服务承诺较具体，响应程度良好（承诺在4小时内进行处理并排除故障）。

三档14分：质量保证措施完善，服务承诺详细具体，响应程度高（承诺在2小时内进行处理并排除故障），落实措施充分到位，准备有应急措施。

### **6.信誉业绩分：8分。**

①有同类业绩的提供近三年（2022年8月至今，下同）案例的合同复印件或成交通知书（中标通知书）复印件，每项得2分，满分4分。

②有同类业绩的且中标金额超100万元人民币的提供近三年案例的合同复印件或成交通知书（中标通知书）复印件，得2

分。

③近三年来获得一项或多项各类省级及以上荣(信)誉奖项,并提供相关荣(信)誉奖项等证明文件复印件的,得2分。

**综合得分=1+2+3+4+5+6**

采购小组根据以上评标办法评审出排名第一的成交候选人为成交人(候选供应商)。评审结果按程序审定同意后,与成交人签订采购合同,明确活动流程、工作进度、经费划拨、项目验收等具体事项。

#### **四、成交候选人推荐原则**

(一)根据得分由高到低排列次序(得分相同时,按投标报价由低到高顺序排列;得分相同且投标报价相同的,按策划实施方案得分高低顺序排序)并推荐成交候选供应商。得分排名第一的成交候选人为成交人。排名第一的成交候选人放弃成交或因不可抗力提出不能履行合同,采购人可以确定排名第二的成交候选人为成交人。排名第二的成交候选人因前款规定的同样原因不能签订合同的,采购单位可以确定排名第三的成交候选人为成交人。采购人也可以决定重新采购。

(二)采购小组认为供应商的报价明显低于其他供应商报价,有可能影响服务质量或者不能诚信履约的,应当要求其在评审现场合理的时间内提供书面说明,必要时提供相关证明材料;供应商不能证明其报价合理性的,采购小组将其作为无效竞标处

理。

## 五、验收成果

需提供项目实施阶段性进展情况报告以及项目实施完成后的验收总结报告（报告须包含文字材料、图片、视频等），报告需提供电子版本一份，打印纸质版本（加盖公章）两份备案。

## 六、项目预算及付款方式

（一）项目预算：80 万元。

（二）审核流程：采购人将根据提交的投标文件组织采购小组进行评标，按评标方法及标准选定成交公司作为本次项目的承办单位。

（三）付款方式：在签订合同之日起 10 个工作日内采购人向成交人支付合同总金额的 50%作为预付款；其余款项在项目完成，提供总结报告及相关材料并经采购人验收合格后的 10 个工作日内一次性结清。成交人须按要求开具发票，采购人予以转账拨付，具体付款方式以合同约定为准。

## 七、供应商需提交的材料

（一）有效的营业执照等证明文件复印件；

（二）法定代表人身份证正、反面复印件；

（三）法定代表人授权委托书原件和委托代理人身份证正、反面复印件（如有委托）；

（四）2024 年度财务报表；

(五) 报名材料递交截止之日前一年内连续三个月的依法缴纳税费或依法免缴税费的证明复印件和依法缴纳社保费的缴费凭证复印件;

(六) 参加政府采购活动前三年内, 在经营活动中没有重大违法记录;

(七) 近三年类似业绩;

(八) 报价表;

(九) 策划实施方案;

(十) 服务质量承诺;

(十一) 供应商认为应该提供的其他材料。

## 八、材料提交时间及地点

有意向单位请在 2025 年 8 月 26 日 18:00 前提交书面投标材料, 材料以文件袋 (一式 5 份, 加盖单位公章, 封面注明相应项目名称、联系人和联系电话) 密封, 交到广西南宁市青秀区星湖路北一里 1 号自治区民宗委 515 办公室, 联系电话: 0771-5873262。