# 政府采购项目采购需求

### 采购单位：陕西省市场监督管理局

### 所属年度：1年

### 编制单位：陕西省市场监督管理局

### 编制时间：2025年06月24日

### 一、项目总体情况

（一）项目名称： 凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动

（二）项目所属年度：1年

（三）项目所属分类： 服务

（四）预算金额（元）：210,000.00元 ，大写（人民币）：贰拾壹万元整

（五）项目概况：陕西省凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动项目应运而生，旨在通过广告的力量，推动乡村经济、文化和社会的发展，助力乡村振兴战略的实施。

（六）本项目是否有为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商：否

### 二、项目需求调查情况

### 依据《政府采购需求管理办法》的规定，本项目需求调查，具体情况如下：否

（一）需求调查方式

（二）需求调查对象

（三）需求调查结果

1.相关产业发展情况

2.市场供给情况

3.同类采购项目历史成交信息情况

4.可能涉及的运行维护、升级更新、备品备件、耗材等后续采购情况

5.其他相关情况

### 三、项目采购实施计划

（一）采购组织形式：部门集中采购

（二）采购方式：竞争性磋商

（三）本项目是否单位自行组织采购：否

（四）采购包划分：不分包采购

（五）执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

1. 不专门面向中小企业采购

*注：监狱企业和残疾人福利单位视同小微企业。*

（六）是否采购环境标识产品：否

（七）是否采购节能产品：否

（八）项目的采购标的是否包含进口产品：否

（九）采购标的是否属于政府购买服务：否

（十）是否属于政务信息系统项目：否

# （十一）是否属于高校、科研院所的科研仪器设备采购：否

（十二）是否属于一签多年项目：否

### 四、项目需求及分包情况、采购标的

（一）分包名称：凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动项目

1、执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

不专门面向中小企业采购

2、预算金额（元）：210,000.00 ，大写（人民币）： 贰拾壹万元整

最高限价（元）： 210,000.00 ，大写（人民币）： 贰拾壹万元整

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **采购品目** | 其他专业技术服务 | **标的名称** | 凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动 |
| **数量** | 1.00 | **单位** | 项 |
| **合计金额（元）** | 210,000.00 | **单价（元）** | 210,000.00 |
| **是否采购节能产品** | 否 | **未采购节能产品原因** | 无 |
| **是否采购环保产品** | 否 | **未采购环保产品原因** | 无 |
| **是否采购进口产品** | 否 | **标的物所属行业** | 其他未列明行业 |

3、评审方法：综合评分法

4、是否支持联合体投标：{否}

# 5、是否允许合同分包选项：{{否}}

6、拟采购标的的技术要求

标的名称：凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **参数性质** | **序号** | **技术要求名称** | **技术参数与性能指标** |
| 暂无数据 | **一、建设背景**陕西省作为中国西部地区的重要省份，拥有丰富的自然资源和深厚的文化底蕴，但部分乡村地区仍面临经济发展滞后、基础设施薄弱、信息不对称等问题。乡村振兴战略是国家的重要战略部署，旨在通过产业、人才、文化、生态和组织振兴，推动乡村全面发展。广告作为信息传播的重要工具，具有强大的影响力和广泛的覆盖面，能够有效提升乡村品牌形象、推广特色产品、吸引投资和人才。因此，陕西省凝聚广告力量、助力乡村振兴公益行动项目应运而生，旨在通过广告的力量，推动乡村经济、文化和社会的发展，助力乡村振兴战略的实施。**二、建设依据**国家颁布的《乡村振兴战略规划（2018-2022年）》文件明确提出，要充分发挥市场机制作用，引导社会力量参与乡村振兴。广告作为市场机制的重要组成部分，能够有效推动乡村资源的市场化配置。**三、建设目标**通过广告创意和传播，塑造乡村地区的独特品牌形象，提升乡村旅游和乡村产业在省内外的知名度和美誉度；帮助乡村地区的特色农产品、手工艺品等通过广告渠道走向更广阔的市场，增加农民收入，推动乡村经济发展；通过广告的形式进行传播乡村历史文化、民俗风情等，增强乡村文化的吸引力和影响力，促进乡村旅游和文化产业的发展；通过广告宣传，吸引更多的投资者、企业和人才关注乡村，推动乡村产业升级和人才回流。**四、服务要求**根据乡村地区的特色和需求，提供定制化的广告创意和设计方案，确保广告内容具有吸引力和传播力；利用电视、广播、互联网、社交媒体等多种传播渠道，确保广告信息能够覆盖更广泛的受众群体；为乡村地区的特色产品、旅游景点、文化资源等提供品牌推广服务，帮助其建立市场认知度和美誉度；通过广告传播乡村的历史文化、民俗风情等，增强乡村文化的吸引力和影响力，促进乡村旅游和文化产业的发展；在项目的实施过程中确保项目的公益性和社会效益，服务期限为1年。（一）广告的创意和设计要求依据企业的实际需求，对企业进行整体的形象进行视觉化设计，对企业产品进行包装设计；广告设计应注重情感表达，通过讲述乡村故事、展现农民生活、传递乡土情怀等方式，引发受众的情感共鸣。在设计的过程中保证色彩、构图的可识别性；与企业的产品和文化深度融合，凸显企业在推广和宣传中的视觉优势，广告创意应具有创新性，避免千篇一律的表达方式。可以通过新颖的视角、独特的叙事手法或互动性强的设计，吸引受众的注意力。例如，利用人工智能技术，让消费者通过手机扫描广告，直观感受乡村产品的生产过程或文化背景。 （二）新媒体品牌传播要求依据企业提出的实际需求进行新媒运营策划，对品牌的传播进行平台选择。利用大数据和人工智能技术，分析受众的兴趣和行为特征，实现广告内容的精准投放。例如，针对城市消费者，可以推送乡村优质农产品的广告；针对旅游爱好者，可以推送乡村文化旅游的广告，提高传播的针对性和转化率。制定宣传的时间节点方法，通过短视频和直播的形式对企业的品牌进行有效宣传，通过直播的形式进行产品销售，其中部分产品可以以出海的实行进行有效的传播。新媒体传播需建立完善的数据监测和效果评估机制，通过点击量、转发量、评论量、转化率等指标，实时跟踪广告传播效果，及时调整传播策略，确保传播效果的最大化。 |

1. 供应商一般资格要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 资格要求名称 | 资格要求详细说明 |
| 1 | 供应商应具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件 | 供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标函》完成承诺并进行电子签章。 |
| 2 | 供应商应提供健全的财务会计制度的证明材料； | 提供经审计的2023年度的财务报告或提交磋商响应文件截止时间前六个月银行资信证明；或政府采购信用担保机构出具的投标担保函；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 3 | 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商不得参加同一合同项下的政府采购活动； 为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。 | 供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标函》完成承诺并进行电子签章。 |

1. 供应商特殊资格要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 资格要求名称 | 资格要求详细说明 |
| 1 | 具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人 | 具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人，提供营业执照/事业单位法人证书/非企业专业服务机构执业许可证/自然人身份证；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 2 | 法定代表人参加投标时，提供本人身份证；授权代表参加投标时，提供法定代表人授权书和被授权人身份证；非法人单位参照执行 | 法定代表人参加投标时，提供本人身份证；授权代表参加投标时，提供法定代表人授权书和被授权人身份证；非法人单位参照执行；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 3 | 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的书面声明 | 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的书面声明；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 4 | 供应商提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺 | 供应商提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺，供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 5 | 税收证明 | 提供磋商响应文件递交截止时间近六个月内至少一个月已缴纳的纳税凭据或完税证明；依法免税的供应商应提供相关文件证明；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 6 | 社会保障资金缴纳证明 | 提供磋商响应文件截止时间前六个月内已缴存的至少一个月的社会保障资金缴存单据或社保机构开具的社会保险参保缴费情况证明，依法不需要缴纳社会保障资金的单位应提供相关证明材料；供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 7 | 信用查询 | 供应商不得为“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）或“中国执信公开网”中被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）被列入政府采购严重违法失信行为记录名单的单位。供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |
| 8 | 本项目不接受联合体投标 | 本项目不接受联合体投标，供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。 |

9、分包的评审条款

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 评审项编号 | 一级评审项 | 二级评审项 | 详细要求 | 分值 | 客观评审项 |
| 1 | 详细评审 | 类似业绩 | 供应商自2022年1月1日至今承担过类似项目业绩。需提供签订的合同或协议的首页、盖章页及关键信息页的复印件加盖公章（日期以合同签订时间为准）。每提供1份有效合同得2分，最多得10分。 | 10 | 是 |
| 2 | 详细评审 | 项目实施方案 | 供应商根据磋商文件的采购服务内容进行理解分析，项目方案包括但不限于： 项目工作计划、预期成果简述、项目负责人情况及团队成员。方案合理、清晰、可行，针对性强，能完全满足采购需求得14.1-20分；方案基本合理、清晰、可行，针对性一般，基本满足采购需求得6.1-14分；方案基本合理、可行、但不清晰，无针对性，不能满足采购需求得0-6分。 | 20 | 否 |
| 3 | 详细评审 | 服务周期安排 | 针对本项目工作有具体合理、详细明确的服务周期安排计划，且计划保证措施得当，得10.1-15分；服务周期安排计划完整，计划保障措施能基本满足项目需求，得5.1-10分；无服务周期安排计划或服务周期安排计划简单粗略，计划保障措施有明显缺陷无法保障服务进度，得0-5分。 | 15 | 否 |
| 4 | 详细评审 | 人员配备 | 拟投入本项目的专业服务团队组织结构合理，人员分工明确，得10.1-15分；服务团队组织结构简单、人员分工模糊，得5.1-10分；服务团队组织结构简单、无人员分工，得5-0分 | 15 | 否 |
| 5 | 详细评审 | 服务质量保障措施 | 根据供应商提供的服务质量保证措施，内容全面详细、阐述条理清晰详尽、符合本项目采购需求，得7.1-10分；方案各部分内容比较详细，可行性较高，得4.1-7分；方案各部分内容一般，可行性不高，得0-4分。 | 10 | 否 |
| 6 | 详细评审 | 服务承诺 | 根据供应商提供的服务质量保证措施，内容全面详细、阐述条理清晰详尽、符合本项目采购需求，得7.1-10分；方案各部分内容比较详细，可行性较高，得4.1-7分；方案各部分内容一般，可行性不高，得0-4分。 | 10 | 否 |
| 7 | 详细评审 | 合理化建议 | 针对本项目提出的合理化建议，内容科学、合理，符合本项目特征，得5.1-10分；针对本项目提出的合理化建议，粗略、简单，不符合本项目特征，得0-5分。 | 10 | 否 |
| 1 | 价格分 |  | 1.经初审合格的磋商响应文件，其磋商报价为有效磋商报价。2.满足竞争性磋商文件实质性要求且最终报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分10分。3.磋商报价得分=（磋商基准价/最终磋商报价）×10。4.磋商报价不完整的，不进入磋商基准价的计算，本项得0分。注：本次采购执行财库〔2020〕46号文件、财库〔2014〕68号文件、财库﹝2017）141号文件规定，对于按规定提供证明或真实声明的供应商，在价格评审时统一给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。 | 10 | 是 |

10、合同管理安排

1）合同类型：总价合同

2）合同履行期限： 1年

3）合同履约地点：采购人指定地点

4）支付方式：供应商与采购人签订合同后，采购人向供应商转账支付80%项目费用。成交供应商完成本项目要求的所有成果并通过采购人验收后15个工作日内，采购人向供应商转账支付余下20%费用。

5）履约保证金及缴纳形式：不要求

6）质量保证金及缴纳形式：中标/成交供应商是否需要缴纳质量保证金：否

7）合同支付约定：（1）合同总价包括为完成本项目要求的全部服务内容的所有费用，招标人不再另行支付合同价以外的其他任何费用。（2）合同总价一次性包死，不受市场价格变化因素的影响。

8）验收交付标准和方法：所提供的培训服务及相关资料必须保证符合国家相关程序和相关规定。

9）质量保修范围和保修期：{{否}}

10）知识产权归属和处理方式：（1）乙方保证所提供的技术服务没有侵犯第三方专利权、专有技术、商业秘密及其他知识产权，若甲方使用乙方提供的技术服务成果受到第三方追究责任，由乙方负责妥善解决，并赔偿由此给甲方造成的所有损失（包括不限于对第三方权益的侵害和守约方维权所产生的律师费等费用）。

（2）甲方本项目相关的所有政策文件、用户信息，供应商不得以任何形式向第三方透露。否则，甲方有权要求终止涉及到该中标知识产权的任何使用活动并保留追究卖方相应的法律责任的权利。

（3）乙方为执行本合同而提供的技术资料使用权归甲方所有。

（4）供应商实施本项目所获得的所有原始文件等，应提交采购人留底。

11）成本补偿和风险分担约定：甲乙双方签订合同时具体约定

12）违约责任与解决争议的方法：本合同在履行过程中发生的争议，由甲、乙双方当事人协商解决，协商不成的按下列第（二）种方式解决：

（一）提交西安仲裁委员会仲裁；

（二）依法向甲方所在地法院起诉。

13）合同其他条款：（1）乙方不得转让、分包给其它单位或个人。

（2）乙方的投标文件和承诺等内容将列入合同。

11、履约验收方案

1）验收组织方式：（1）供应商按照采购内容要求完成服务，采购人即对项目进行验收。

（2）验收依据：

1) 合同文本；

2) 国家有关的验收标准及规范；

3) 竞争性磋商文件；

4) 磋商响应文件。

2）是否邀请本项目的其他供应商：{否}}

3）是否邀请专家：{{否}}

4）是否邀请服务对象：{{否}}

5）是否邀请第三方检测机构：{{否}}

6）履约验收程序：{{否}}

7）履约验收时间：根据项目实际情况

8）验收组织的其他事项：{{否}}

9）技术履约验收内容：{{否}}

10）商务履约验收内容：{{否}}

11）履约验收标准：{{根据合同约定}}

12）履约验收其他事项：{{否}}

### 五、风险控制措施和替代方案

该采购项目按照《政府采购需求管理办法》第二十五条规定，本项目是否需要组织风险判断、提出处置措施和替代方案：否