# 南通市商务局南通市2024“约惠暖冬”购物季暨老字号·非遗嘉年华活动服务采购项目需求

**一、项目概况**

为持续擦亮“惠聚南通·美好生活”消费促进品牌，全力打造“南通好玩”城市名片，根据冬季消费特点和热点，举办南通市2024“约惠暖冬”购物季暨南通老字号·非遗嘉年华等系列活动，以精彩活动吸引消费者、用促销让利普惠消费者，提升消费品牌聚集度、商业活跃度、消费便利度，为我市经济高质量发展提供有力支撑。

**二、服务需求**

（一）二场市级主体活动

1.“鎏金老字号 精彩新消费”2024南通老字号·非遗嘉年华（2024年12月13日-15日）

举办老字号·非遗嘉年华活动，为市民提供一场“视、听、味”的三重盛宴，进一步宣传老字号品牌、非遗、名特优产品，弘扬优秀传统文化，提升品牌影响力，以消费促发展，推动老字号创新发展，让“老字号”品牌在南通烟火味中焕发新活力。

展会内容：

（1）现场需分布老字号摊位、非遗摊位、名特优摊位三大类别，集中展示市内外老字号、南通非遗项目、名特优产品，类别包括纺织品、手工艺品、日用品、食品等，突出体现“文化传承、创造价值”，旨在展现南通独特的江海文化。

（2）达人直播、知名主持人直播，利用主流媒体直播活动盛况，线上推介展示老字号和非遗产品。

（3）设置现场互动，品味老字号、聆听老字号、体验老字号，增加与市民互动环节，邀请老字号传承人介绍老字号企业、产品、文化历史，邀请市民参与制作“老字号”、“非遗”产品，在深度参与中体验和传承非遗文化。

2. 2024“苏新消费 一站焕新”专项系列活动（2024年12月13日-15日）

活动需在汽车、家电、家装、家居、家纺、电动车等品类中挑选优质品牌企业参展，开展一站焕新专项系列活动，大力推动消费政策，让优惠再度加码，让消费者切实享受福利。

（1）“燃情暖冬 驾享未来”2024南通精品车展

举办精品车展，邀请知名汽车品牌集中展销，涵盖传统燃油车、热门新能源车等多个类别。除现场品牌展销外，需与南通各品牌4S店同步互动，将一系列优惠活动在展销现场进行集中宣传释放，从而全面促进汽车消费。

（2）2024“苏新消费 绿色节能家电以旧换新”专区。

需联合至少三家家电商场以及相关家电品牌，旨在大力推动家电以旧换新，切实降低消费者购买绿色节能家电的成本，进一步推动新技术、新功能和新体验的智能绿色家电走入寻常百姓家。

（3）“苏新消费 家装/家居/家纺购置补贴”专区

进一步促进家装/家居/家纺产品消费，满足广大居民美好生活需要，切实提升居民生活品质，大力推进实施家装/家居/家纺领域产品购置补贴政策，以降低消费者购买成本，激发市场活力和消费潜力。

（4）“苏新消费 电动车展销”专区

需邀请主流热销电动车品牌参展，推广电动车以旧换新补贴政策，鼓励消费者将老旧、可能存在安全隐患的电动自行车进行换购，刺激电动车市场消费，推进电动车产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。

活动内容：

（1）体验升级

汇集当下热销品牌，为消费者提供一站式选择购车便利；精心打造精智家居体验场景，消费者能够身临其境地感受最新家电、家装家居、家纺产品所具备的各项功能。无论是智能家电的便捷操作，还是家装家居的先进功能体验，或是家纺的舒适感，都在场景中得到完美呈现。

（2）优惠力度空前

通过此次专项活动，将进一步激活消费市场，满足消费者对各类生活居家消费品的需求。

（二）特色活动

举办至少两场潮玩造趣系列活动，满足消费者对潮流文化和时尚圈子的需求，也为他们提供了一个新颖、有趣、放松的娱乐和消费方式。

（三）全媒体宣传：

发挥全媒体平台矩阵优势，通过短视频、抖音、直播、微信等传播手段，对活动进行高频的活动宣传，保障活动信息的精准输出和流量覆盖。

1. 活动合同签订之日起至活动开始前，在相关媒体上开展活动造势宣传至少10次，开展老字号探店活动至少8次；
2. 活动期间，利用媒体直播活动盛况，推介展示老字号和非遗产品，并进行活动报道至少3次；
3. 活动结束后，就活动举办情况开展总结性报道至少1次。

**三、付款方式**

活动结束后，由成交供应商提交整体活动资料，并经采购人验收合格后一次性支付全款；付款前供应商须出具同等金额的正规发票。

**四、相关要求**

1.本项目的现场布置搭建必须严格按照施工质量应符合现行国家技术、施工及验收规范规程，对施工工艺的特殊要求，按图纸及国家有关规定执行。

2.质量要求：按相关工程施工质量验收规范合格标准。制作安装等服务应响应迅速，施工及时并符合采购人及展馆要求。

3.安全要求：要求在开工前和布置、搭建实施期间做好安全文明标化管理，要求在磋商响应文件中阐述有关布置、搭建实施方案和管理措施，并作出相应承诺，确保场内外道路清洁畅通，确保来往车辆、人员、施工安全。涉及到电气布线、安装等应符合消防安全要求，确保安全可靠。在项目实施过程（包括搭建及活动期间等）期间以及一切由于供应商实施的工作问题导致的安全责任均由供应商承担，采购人概不负责。

4.技术规格：布置搭建物料制作工艺细致，整体外观与设计效果保持一致，现场安装施工严谨精细，标识、画面等内容无错误。

5.施工要求：

（1）搭建施工：依据磋商文件及设计方案，负责设备的租赁、安装、布置、活动期间的技术、人员及设备保障。施工时能较好理解设计意图，用材适当并与环境相协调，性价比高，多媒体设备选配科学、合理，保证活动期间设备的稳定耐用。

（2）工程组织周密。要科学制定合理的施工组织实施方案，统筹协调布展进度，使各分项组织实施的全过程及各个环节始终处于受控状态，施工工艺满足国家、省、市现行标准、规范的相关文件要求。

（3）坚持安全施工。要强化安全生产意识，建立规范化、标准化、制度化的管理体系，确保施工现场的结构安全、消防安全、电气安全，以及人身安全等，以达到优质的展示效果。

6.场地布置验收标准：满足采购人要求，包括规划、设计、施工与采购人需求一致，准确无误。制作工艺细致，符合消防标准。发光字、供电电源、照明灯管应质量优良，安装合理。画面色彩均匀、清晰、饱满，观感良好。灯箱透光性均匀，美观大方，胶接牢固等。

7.服务标准、效率：

（1）服务标准：满足采购人要求，符合我国相关技术规范和质量标准。

（2）服务效率：根据采购人要求及时修改方案、及时施工、及时响应。

**五、违约责任**

1.成交供应商执行活动不符合磋商文件要求及磋商响应文件承诺或采购人批准的活动方案的，如出现漏项或错项，每发生一次，应向采购人支付活动费用总额0.5%或成交供应商漏项错项对应活动费用金额3倍的违约金（以高者为准）；发生如下情况之一，视为成交供应商重大违约，采购人有权单方解除与成交供应商签订的合同：

(1)工作进度缓慢将会导致活动无法按期举办的：

(2)未按约定时间开始活动的；

(3)发生安全事故且成交供应商负有责任的：

(4)活动质量、效果明显不能达到采购人要求的：

(5)成交供应商以采购人或本活动相关单位名义对外从事与本合同履行无关的任何行为的；

(6)未按照采购人批准的策划及执行方案实施具体工作的。

2.如成交供应商在活动中无故泄露采购人提供的内部资料，或丑化采购人或本活动相关单位形象的，采购人有权单方解除与供应商签订的合同。

3.成交供应商违约导致与采购人签订的合同提前终止（包括采购人行使合同解除权的情况）的，采购人无需向成交供应商支付任何费用，且成交供应商应向采购人支付活动费用总额20%的违约金。

4.成交供应商应向采购人支付的违约金、赔偿金等任何费用，采购人可直接从应付活动费用中扣除，成交供应商不持异议。

5.本活动除因不可抗力的因素影响外，成交供应商必须按时保质保量完成活动全部工作，否则成交供应商应承担相应违约责任。

**六、其他约定**

1.任何一方由于不可抗力原因不能履行双方签订的合同时，应第一时间向对方通报，双方均应及时采取有效补救措施以减少损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并可根据具体情况部分或全部免于承担违约责任。

2.采购人由于订立合同所依据的客观情况发生重大或较大变化，以及由于政府政策等采购人不能预见且不可抗拒的原因致使合同无法履行或使合同履行变得不必要，采购人有权部分或全部解除、终止合同，并免于承担违约责任，对供应商实际合理支出作出合理补偿。