

采购需求

一、采购基本情况

1. 采购标的

项目名称：2026 年大兴区文旅资源推介活动

项目预算金额：206.9130 万元

2. 项目背景：2026 年是十五五开局之年，是大兴区文旅产业锚定“协同发展示范区、繁荣开放国门新城”定位的战略启跑年，是“6+5+3”产业布局与文旅深度融合的攻坚突破年，同时也是乡村旅游高质量发展提质升级年。为乘势而上激活全域文旅资源，放大“产业+文旅”融合效应，让“乐享生活·京彩大兴”品牌深入人心，大兴区文化和旅游局特策划 2026 年大兴区文旅资源推介活动，为十五五期间大兴区文旅高质量发展筑牢开局根基。

二、商务要求

1. 项目实施的时间：2026 年 4 月至 2026 年 11 月。
2. 付款条件：详见合同文本。

三、技术要求

1. 基本要求

1.1 采购标的需实现的目标：依托短视频推广、京津冀文旅达人互动、区内外大型活动等形式，充分推广大兴区文旅品牌，促进文旅产业的融合发展，吸引游客打卡大兴，带动文旅消费提升，促进全域旅游品质的全面提升。

1.2 需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范：
应符合现行的国家、地方、行业相关标准，构成合同文件的任何内容与国家、地方或行业标准之间如出现矛盾，供应商应当书面要求采购人予以澄清，除非采购人有特别指令，供应商应当按照其中要求最严格的标准执行。

2.服务内容：

1) 2026 年大兴区季节旅游资源宣传推介活动（春季、冬季）

推介会邀请北京地区旅游、亲子、研学等同业机构约 300 家参与，推出季节性旅游线路 40 条，每次活动 20 家以上旅游专业媒体对活动进行宣传报道，总计媒体阅读及播放量 200 万以上；

2) 2026 年大兴区京津冀旅游市场宣传推介活动

前期通过三地达人互动进行宣传，现场活动邀请北京、天津、河北的旅游主管部门和旅游、亲子、研学等中介机构约 200 家参加活动，大兴区 30 家文旅资源单位现场宣传，同时邀请旅游机构代表沉浸式参观体验大兴区文旅资源，推出 10 条京津冀三地旅游线路，同时 20 家以上主流及旅游专业媒体进行宣传报道。

3) 2026 年区内外重大活动期间宣传推介活动

借助区内外大型活动，如：“花绘北京·悦跑大兴”北京半程马拉松，第 38 届大兴西瓜节；5.19 国际旅游日、梨花节及各类旅游专业展会等；每年都吸引数以万计的跑步爱好者和广大市民参加；在以上活动中选取影响力大，传播范围广的活动或专业展会期间，组织区内文旅企业参加两次活动，在现场设置大兴文旅展台，通过企业展示、视频播放、发放企业宣传品等多种形式，面向广大活动参与人员进行深度宣传，不仅能通过大型活动媒体进行有效宣传，同时也能通过活动进行广泛传播，吸引更多的游客走进“国门新城”。

4) 2026 年大兴文旅宣传品制作

为长期有效的宣传推介大兴区文化和旅游资源，深化“乐享生活京彩大兴”“大兴文旅打卡地”等特色大兴文旅品牌，结合大兴特色文旅资源进行原创设计，制作具有大兴文旅特色的宣传品，如笔记本、签字笔、冰箱贴、鼠标垫、手提袋等，通过实体大兴文旅宣传品的使用，加深大兴文旅品牌印象，增加大兴文旅资源曝光量，激活文旅品牌价值，借助“大兴文旅打卡地”“大兴文旅特色精品线路”“大兴文旅体验官”等特色文旅品牌，全方位宣传大兴文化和旅游资源。

3.项目执行及要求

1) 时间安排：各阶段工作应按照合同约定的时间节点有序推进，提交相应的工作成果。

2) 人员配置：供应商应组建专业的项目团队，团队成员应具备丰富的文旅宣传推广经验，包括项目经理、策划人员、设计人员、视频制作人员、运营人员等，并提供人员名单及简历。

3) 质量控制：所有宣传、物料、视频、活动等应保证高质量完成，确保宣传内容准确、生动、富有吸引力，活动执行安全有序。

四、验收标准

1、根据项目目标及项目内容，每次活动结束后提供相应的结案报告，年终提供完

整的项目结案报告,根据项目指标进行评估,达到或超过预定目标视为验收合格。

2、对宣传物料、视频等制作成果进行质量评估,符合设计要求、质量标准、视频制作规范等视为合格。

3、对活动执行效果进行评估,包括活动现场秩序、参与人数、媒体报道情况、游客反馈等,综合评估达到预期效果视为合格。

五、报价要求

1、供应商应根据项目服务内容和要求,提供详细的报价清单,包括各项服务的费用明细、物料制作费用、宣传费用、活动执行费用等。

2、报价应包含项目执行过程中产生的所有费用,如人员费用、设备租赁费用、场地费、税费等一切项目相关费用,采购人不再另行支付其他费用。