

服务要求

1、活动方案

结合常州文旅发展方向、思路及定位，以文化旅游节为媒，整合线上线下活动和宣传资源，重点宣传和推广“龙城夜未央”夜生活品牌。根据项目要求提供主场活动的创意策划方案和氛围布置方案，现场连线互动不少于6个区市，并负责方案的组织实施。

2、人员配备

根据活动要求配备不少于20人的活动策划组织执行团队，明确分工，项目团队成员需含有策划、设计、摄影、编辑、美编、施工、后勤保障、演艺人员等配备。

3、活动组织

负责活动策划、组织和全案执行，包括但不限于：舞美设计，舞台搭建、大屏搭建，灯光、音响、观众席布置，环艺布置等活动现场搭建工程，以及歌舞等演出、整场活动执行、活动议程视觉、视频设计制作、启动仪式物料制作等相关。（注：后期根据疫情防控的情况进行优化调整）

4、活动宣传

为更好的做好活动的宣传工作，中标单位要做好以下几个方面的工作：

1. 活动前期：

- ①创立本次活动微博超级话题，为期一个月持续营销（不少于5000万阅读量）。
- ②设计并发布关于本次活动的倒计时预热15秒视频不少于3条。
- ③设计并发布关于本次活动的倒计时预热海报不少于9张。

2. 活动期间：

①活动现场根据采购方的要求提供现场微信互动游戏等功能供现场嘉宾参与互动，并提供全程线上直播用于线上宣传，提供图片直播作为后期宣传素材。

②直播要求：活动现场要求不少于3个机位的现场直播、图片直播，要求不少于8个的主流直播平台进行矩阵直播互动传播，全网直播不低于500万观看。

③媒体宣传：活动期间在不少于20家的江苏省内主流媒体平台（包括传统媒体和网络新媒体）的专题报道策划及发布。（其中主流纸媒、电视媒体中选择至少3家发布活动内容；主流门户网站中选择至少3家发布活动内容。）

3. 活动后期：

- ①在全国性知名移动新闻客户端上进行本次活动专题报道，不少于500万曝光量；
- ②在社交媒体上开展本次活动系列内容宣传，不少于100万曝光量；

③剪辑活动快剪视频，并在不少于 5 个媒体平台进行宣传推广。

5、项目总结

活动结束后，对活动的宣传报道、活动举办、参与人数数据、活动照片、取得的活动成果进行汇编成书，制作成册，递交给采购人。

6、技术方案：

1. 技术方案：系统规范、重点突出、详尽、科学严谨、具有针对性、可操作性等。

2. 售后服务方案包括但不限于售后服务响应时间、响应态度、应急保障、人员安排、技术力量等。

7、其他要求

1. 按照《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的相关要求，采购人应当面向中小企业预留采购份额，本项目专门面向中小企业。

2. 针对采购人需求，负责活动其他各类相关工作。包括但不限于：制定会务行程或活动方案、全程执行、会场布置、用餐安排、物料购买、预订预约等。

3. 由于疫情存在不确定性，相关条款内容成交人要配合采购人的要求调整，以采购人最终确认要求为准。