# 东莞市总工会广场系列活动项目用户需求书

**一、项目概况**

为了将文化宫广场打造成为东莞市工人文化宫服务广大职工的重要阵地，进一步提升广场的人气与氛围，充分利用艺术团的文艺人才资源，调动工人艺术团成员的积极性，东莞市总工会计划每周六在文化宫开展一系列丰富的主题艺术活动。

**二、活动内容**

1、流行音乐类。

2、器乐演奏类。

3、行为艺术类。

4、即兴喜剧类。

5、杂技魔术类。

6、综合艺术类。

**注：以上活动采购人有权根据实际情况进行调整。**

**三、服务内容**

**（一） 活动内容要求**

1、流行音乐类。本类别活动应聚焦当下流行音乐，包括流行歌曲演唱、音乐剧片段表演、乐队现场演出等。通过流行音乐的感染力，拉近观众与舞台的距离，传递时尚的音乐潮流，激发职工的音乐热情。

2、器乐演奏类。此类别应涵盖各种器乐独奏、合奏表演，包括古典乐器、民族乐器以及现代电子乐器等。器乐演奏类活动不仅展示乐器演奏的魅力，也传承和推广器乐文化，为职工带来高雅的艺术享受。

3、行为艺术类。行为艺术类活动需做到探索和展示艺术与行为的关系，包括街头表演艺术、身体语言表达、互动装置艺术等。这些活动以其独特的形式和内容，挑战传统艺术界限，引发观众对艺术的新思考。

4、即兴喜剧类。此类活动以即兴表演为核心，通过喜剧演员的现场即兴创作，带给观众欢笑和惊喜。即兴喜剧类活动对演员的反应能力和创造力要求较高，为职工提供一个释放压力、开怀大笑的平台。

5、杂技魔术类。活动将展示惊险刺激的杂技表演和神秘奇幻的魔术表演。展现出艺术家的高超技艺，同时也为职工带来视觉上的震撼。

6、综合艺术类。综合艺术类活动需融合多种艺术形式，如舞蹈、戏剧、杂技、魔术等，旨在打造多元化的艺术盛宴。这类活动不仅要展示艺术的多样性，更重要是为职工提供全方位的艺术体验，增强文化活动的吸引力。

**（二）活动服务要求**

1.要求承接商根据活动内容完成活动现场（工人文化宫广场景观舞台）舞台、灯光、音响等相关设备的调试及操作工作。

2.承接商配备齐全每场活动所需的所有演职人员。

3.承接商须策划好每场演出节目，安排好每一次演出的具体事项和提供流程表，负责好全部活动现场流程的管控及执行工作等。

**四、整体实施要求**

1.承接商要熟悉每个活动的流程和节目表演的详细信息，对接好演出的舞台舞美、等工作。

**2. ★承接商在项目实施过程中（包括但不限于活动执行过程中、舞台灯光音响的布置过程中等）发生意外事故，由承接商承担一切责任。**

**3.** **★由承接商负责制作的每个活动现场背景及横幅须由采购人审核确认方可实施，设计成果应在演出前 10天提交采购人，采购人有权提出意见，承接商应尊重并及时修改。设计成果著作权归采购人所有。**

**4.★因不可控因素需要临时调整每个活动的执行时间，须征得采购人同意后方可调整；如相关活动准备已经就绪，因天气原因导致无法进行，承接商上报采购人征得同意后方可改期，事后承接商须向采购人提供本次活动改期的情况说明。**

**5.** **★承接商违反合同的约定或在项目实施过程中存在处理不当或者遇到投诉情况，经采购人两次或以上书面要求整改，承接商拒不整改或不能按采购人的要求进行整改的，视为严重违约。**

**五、其他要求**

1. 承接商须有独立团队，能够制定详细的项目推进计划，负责全部活动相关工作。

2. 团队有固定的项目负责人和联系人，负责专项方案的策划、制定及组织实施工作，保证活动的顺利开展。

3. 确保高效推进各项工作，达到预期效果， 11月中旬提供详细的整体策划方案，确保稳步推进各项工作。

6.承接商在服务过程中，必须在采购人的指导下，不断完善和细化工作方案以符合活动目标，并且需充分考虑经费预算、场地条件等方面。

7.承接商须承诺不将该活动中的文字和图像用于任何营利用途，确保演出活动计符合相关法律规定。

**六、报价要求**

本项目以人民币为结算单位，实行合同总价包干方式，承接商须对采购范围的全部内容进行报价。报价包括人工、技术交通等服务费及所有直接、间接费、税金等所有费用。

**七、服务期**

服务期：合同签订之日起至服务完成且验收合格。

**八、付款方式**

合同签订后，采购人以月付款的方式进行支付，在完成本月所有服务内容并验收合格后，承接商向采购人开具等额有效的发票，采购人向承接商一次性付清所完成场次费用。

**注：★如因疫情原因，导致活动取消，扣除执行活动项目已使用的费用后，其余费用承接商须无条件退还采购人，由此造成的损失由承接商自行承担。**

**九、服务质量考核**

1. 采购人对承接商每个活动项目执行情况进行验收，验收内容如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **考核内容** | **考核要求** | **分值** | **评分标准** |
| 1 | 每个活动实施情况 | **每个活动实施情况**具有项目内部管理流程，定期对项目的实施情况及实施质量进行内部监测 | 10分 | 项目内部管理、人员安排、活动具体流程及过程记录。组织工作流程细则是否清晰、有条理。 |
| 2 | 项目团队管理 | **项目团队资质及专业支持**项目团队成员的资质及数量要求与方案一致，至少一名团队成员具有与项目服务相关专业经验 | 20分 | 查阅项目管理组织及其资质认证、项目管理体系及过程、团队成员名单及相关资质材料。 |
| 3 | 活动完成情况 | **每个活动指标达成**按照活动计划及方案有序推进，活动指标完成量100%不扣分；80%至100%之间的，扣5分；60%至80%之间的，扣10分；低于60%的，扣50分。 | 50分 | 根据职工参与度、影响力制定项目实施进度表及量化指标等相关材料。 |
| **每个活动创新性**每个活动实施理念、内容、性质的形式、手段、方法等具有创新性，不扣分；项目形式、内容等单一，缺乏多样性和创新性，每项不达标扣3分。 | 20分 | 项目策划内容、氛围营造、方法机制等相关执行方案。 |

2.服务违约及处置

（1）项目按照百分制进行打分，考核分值90分或以上为合格，采购人全额支付活动费用；80分至89分的，则扣除活动费用的20%；70分至79分的，则扣除活动费用的30%；低于70分（不含）的为不合格，采购人有权拒绝支付活动费用。

（2）服务期内，若用户需求中列明有需承接商履行职责的任何一项没有按要求进行服务的，在采购人通知承接商后，其仍未进行处理的，采购人有权拒绝支付活动费用。

（3）服务期内，承接商累计有2个以上活动项目考核不合格的，采购人有权单方面终止采购合同。