

2025年贵州“和美乡村·数商兴农”

农村电商村播行动

一、资格要求

1. 一般资格要求：

①具有独立承担民事责任的能力：

提供法人证明或其他组织的营业执照等证明文件；

②具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：

提供2024年度第三方审计的财务审计报告（财务审计报告包含三表一注：资产负债表、利润表（或利润及分配表）、现金流量表及其附注，会计师事务所营业执照及执业资格证书），2025年1月以来成立的公司或其他组织不能提供财务报告的提供基本开户银行出具的2025年有效期内的资信证明。

③具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：

提供具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料(提供证明材料或自行承诺)；

④具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：

供应商提供2025年1月以来任意3个月依法缴纳税收的证明材料、2025年1月以来任意3个月依法缴纳社会保障资金的证明材料，提供真实有效的证明材料(复印件加盖供应商公章)；

⑤参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有违法违规记录：

提供参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明（格式文件详见响应文件范本）；

⑥法律、行政法规规定的其他条件：

(1) 供应商须承诺：在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)等渠道查询中未被列入失信被执行人名单、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单中，如被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单中的供应商取消其投标资格，并承担由此造成的一切法律责任及后果。

(2) 根据《省发展改革委省法院省公共资源交易中心关于推进全省公共资源交易领域对法院失信被执行人实施信用联合惩戒的通知》黔发改财金(2020)421号文件要求，采购人或代理机构在递交投标文件截止时间后现场根据贵州信用联合惩戒平台反馈信息，查询供应商是否属于法院失信被执行人，如被列入取消其投标资格。

⑦本项目是专门面对中小企业采购，所属行业为：租赁和商务服务业。供应商为小微企业或监狱企业或残疾人福利性单位的，提供采购文件对应要求的《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或《监狱企业声明函》。

二、服务要求

（一）2025 电商消费季暨资源对接会。

在贵阳市举办 2025 电商消费季暨资源对接会，组织头部电商平台、MCN 机构、主播达人与企业对接，以电商购物消费节点为契机，集中推介展销贵州网销优品，精准匹配产销资源，为全省村播行动提供坚实的选品与渠道支撑。活动现场设置产品展示推介、洽谈对接等多个区域。

1. 内容概要：

①发布 2025 年网销优品名录；②电子商务发展经验分享会；③主流平台政策发布；④大咖/村播达人演讲；⑤网销优品资源对接及现场直播。

2. 活动组织：

①平台组织：邀请京东、淘天、抖音、百度电商、唯品会等头部平台及一码贵州、一码游贵州等本土平台到场招商对接；②产品组织：组织市（州）动员优质电商企业携酒类、茶类及其他农特产品等多类目产品到场展示推介；③大咖组织：邀请省内外带货主播/达人团队到场演讲；④洽谈组织：组织现场电商平台、企业（团队）开展选品洽谈和沙龙活动。

3. 活动要求：

①会议约 1 天，会议厅预计容纳 ≤ 190 人（约 1000 m²），搭建舞台区约 120 m²（包含舞台灯光、LED 主屏、LED 副屏、雷亚架搭建等，主屏约 60-70 m²，副屏 2 块各约 10 m²，灯光、音响等设施设备以及氛围营造，能满足会议常规使用场景）。

②门头桁架及喷绘预计 200 m²：主会场入口处 1 个、9 市（州）展区各 1 个，共 10 个。每个市（州）展区占地面积约 15-20 平米，桁架背景喷绘 4×5=20 平米；舞台地毯铺设约 180 m²；市州企业展位区配置约 100 张桌子及桌布，约 200 张椅子；会议区配置约 20 张桌子及桌布，约 300 张椅子。

③会场现场物料：包含活动手册制作约 700 本；工作证、嘉宾证、媒体证、展商证件数量约 700 个；0.8m×2m 门型展架约 10 个（指示牌）、地贴约 20 个；会议区座位背贴约 300 个、展位区企业名称标识（KT 板制作）、会议区座签约 150 个。

④直播体验区 1 间搭建（约 10 m²），直播设备包含不限于柔光灯、直播支架、无线麦克风、收音器、转换器等共 1 套，直播桌椅 1 套、专线网络布置、直播间物料及氛围营造（手卡、活动海报、产品摆台、背景喷绘等）。

⑤组织多家省内外头部电商平台代表参加选品对接会，开展平台宣讲；组织 ≥ 0 家贵州本土优质企业携带农特产品、酒类、茶类等多个类目商家参与；邀请多个带货主播/达人团队、行业商协会、多家 MCN 机构参与选品；邀请头部电商平台开展 AI 电商沙龙会。

⑥资源对接会活动宣传拍摄，现场图片拍摄+网页实时分享，
现场活动全流程直播（双机位）。

（二）“村播贵州行”——9 个市（州）专场直播活动。聚焦各市（州）特色产业及文化，定位优势产业/产品，包含不限于如白酒、茶叶、辣椒、水果、刺梨、火腿、小黄姜、贵州黄牛、酸汤、腊肉、薏仁、竹笋、天麻、朱砂、银饰、苗绣等特色产品，将直播带货与特色产业/产品、乡村民俗文化、非遗文化、景区景点、产业基地、生产车间等

有机结合，开展系列村播活动：

1. 选品对接会。市（州）组织地方特色企业（每市、州组织不低于 30 家）携带样品供主播达人选品，提前与第三方执行机构及带货团队沟通对接，确定货盘，提前做好生产、备货、物流等供应链支撑。优先推荐当地适合网销渠道、质量达标、有一定供货能力、最具地方特色的农特产品、快消品、非遗文创、工艺品、家居用品等，力争通过选品引入主播货盘长期销售。组织不低于 4 个带货主播或达人团队。

2. 搭建村播矩阵。发动当地知名主播+草根主播+当地村支书及村播达人代表组成直播矩阵，搭建多类型账号、差异化内容营销，多平台多渠道打造一批特色产品直播矩阵，采取“头部中部主播+草根主播”联动形式，提升农村电商直播专业水平和带货能力，推出一批“网红”特色产品，形成“电商+产业带”的直播带货格局。单场活动搭建不低于 10 个账号宣推，包括不限于在抖音、快手、视频号、小红书等平台发布。

3. 村播人才直播实操技能提升。组织返乡创业青年、退伍军人、大学生村官、驻村第一书记、农村致富带头人等参与农村电商专场直播活动，活动期间，每个市（州）各推荐 6-10 名村播参与活动，以带货主播联动属地村播达人同台同屏直播、助播等实操活动，带动本地村播人才直播实操技能提升。

4. 专场直播带货。以“节庆民俗、农时农事”为契机，每个市（州）开展一期“村播贵州行”直播活动（室内室外各两场直播带货），结合各地特色文旅资源，充分挖掘景区景点、车间、基地等场景元素，并结合其他民俗非遗活动、田间采收等契机组织开展村播活动，通过“主播走乡村”“主播走基地”等形式现场带入，打造沉浸式、体验式直播场景，提升直播带货的吸引力和转化率。

直播间应体现地方特色文化、产业及产品元素，村播主题突出，呈现样式新颖，色彩搭配协调，直播氛围和谐。活动邀请知名网红达人不低于 3 人（平台粉丝量 ≥ 50 万的 2 人，粉丝量 ≥ 100 万的 1 人）。

5. 短视频创作及宣推。结合各市（州）电商优势产业，以广阔的乡村田野、家庭农场、产业集聚坝区、老字号企业、产业车间、景区景点等为背景，组织发动主播达人、村播群体、MCN 机构等深入田间地头及工厂车间拍摄制作产业（产品）短视频，多平台多渠道发布。结合 9 个市（州）产业情况，为每个市（州）拍摄宣传视频 1 条（约 1 分钟），共 9 条，格式为 MP4，分辨率为 1920*1080，帧率 60fps 的短视频。组织村播群体（学员）开展短视频创作 PK，发布优秀作品打造热门话题、打造爆款单品，以优质内容

助力产品曝光及引流、变现。

第三方执行机构要结合各市（州）特色产业及产品，对应邀请带货主播团队（规范主播行为规范，直播内容及行为不违背公序良俗，坚决抵制虚假宣传、低俗营销等行为），提前做好直播间设计、搭建，直播流程设计等事项。第三方执行机构在每个市（州）开展村播活动的直播带货时长不低于 4 小时（9 场活动不低于 36 小时）。活动期间，9 场活动带货（贵州产品）总额不低于 500 万元。

三、服务具体要求

- 1、供应商须按照会议内容完成所有服务，并达到预期效果；
- 2、按照服务内容制作方案，按照方案完成会议服务；
- 3、保障会议前搭建、参会时人员及会议后拆除时会场所有安全，并承担所有由会议带来的安全赔偿责任；
- 4、服务供应商明确主要负责人（提供身份信息及公司为其缴纳的近三个月任意一月社保）；
- 5、会议结束后，将会议过程资料交予采购人。

四、其他说明

投标人承诺：参展活动企业将对服务商的服务进行问卷调查评价，问卷调查满意度须达到 90%以上，采购人向服务供应商付款时，同意将按照供应商提供的参展服务评价反馈表进行考核，评价不合格将扣除一定比例费用，具体标准在合同中约定。

三、商务要求

一、服务期及服务地点

1、服务期：

①2025 电商消费季暨资源对接会：9 月 30 日之前完成

②“村播贵州行”——9 个市（州）专场直播活动：11 月 10 日前全部完成

2、服务地点：

①2025 电商消费季暨资源对接会：贵阳市

②“村播贵州行”——9 个市（州）专场直播活动：贵州省内
9 个市（州）

二、项目须满足的规范、标准

验收标准、规范：服务中使用的物品及服务符合国家现行规范及合格标准。执行本项目所在国家和地区颁发的现行法律法规、规范、规定、规程、标准、规划和要求，并符合本项目采购文件的规定。服务期间颁发新的技术标准，则按新标准规定执行。

服务质量保证：承接本项目的服务单位应保证本次项目的顺利实施，完全符合采购人的要求和质量规格标准。不允许转包和分包，否则将追究其法律责任。

三、投标有效期

90 日历天，从递交响应文件截止之日起计算。

四、付款方式

成交供应商与采购人签订合同，向成交供应商支付至合同金额的 50%；完成资源对接会并完成 5 个市州专场村播活动后支付 30%，剩余费用在服务全部完成并验收通过后按程序支付。

五、其他要求

1、供应商应充分阅读本磋商文件，并在响应文件中对磋商文件进行响应。

2、采购人在中华人民共和国境内使用成交供应商提供的服务时免受第三方提出的侵犯指控或起诉。如果第三方提出侵权指控或起诉，与采购人无关，成交供应商须承担由此而引起的一切法律责任和费用，影响采购人名义或本项目的正常实施的，采购人将要求成交供应商赔偿损失。

3、供应商须承诺：在成交公告发布之日起 3 个工作日内，成交供应商向采购人提供

采购文件中要求提供的相关证书或资料原件：若提供材料不全或与响应文件中提供的不一致，成交供应商将被取消成交资格并上报相关部门，并承担相应责任。

四 、 评标办法

本项目采用综合评分法进行评审。

综合评分法，是指投标文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法。采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，按技术和商务优劣顺序排列。投标文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。