**大隐原乡内部场馆深化设计制作及场馆运营服务**

**采购需求**

**一、项目概况**

拟对大隐原乡内部场馆基础设施、教学设备等进行提升，大隐原乡周边区域进行视觉引导提升、科普研学基地打造及基地整体运营服务等。

**二、大隐原乡内部场馆功能规划**

**1、主题设计理念**

**空间——**结合现有建筑的特点，充分、合理地布局功能区域，为多个室内空间拟定适合的定位与主题；

**展项——**展示装置与展示空间有机结合，凸显出装置的丰富科学技术价值，使整体环境达到形式、体验、功能上的整体化；

**内容——**聚焦大科学装置，提炼完整的科普知识链，将展示内容以具体活动和课程体系等方式立体化呈现，使参与者更容易理解。

**2、主题设计思路**

大隐原乡项目围绕全超导托卡马克、合肥同步辐射光源、稳态强磁场等大科学装置，服务全市青少年素质教育，拟打造“科普合肥”名片，形成具有全国影响力的科普产业新样态。同时因地制宜，在具备科普资源的区域发展科普产业，将科普产业落地化、实境化，促进合肥科普产业发展。

大隐原乡项目总占地面积积约8.5亩，共有10处建筑楼栋，总建筑面积约2111㎡。可划分为装置展演区、科普教室区、手作工坊区、多功能区、户外活动区等功能区域。

**装置展演区：**以多媒体联动大科学装置光电模型，播放基础科普媒体短片，展示大科学装置的名称、用途等。

**科普教室区：**结合课件阐述大科学装置背后的科学原理和关键技术，并用相关基础实验装置让观众动手实验体验。

**手作工坊区：**提取大科学装置模型以及相关主题，设置手工制作课程。将科普知识与艺术创作深度结合，寓教于乐。

**多功能区：**通过现有的相关纪录片，传递大科学装置的发展历程和幕后故事等。同时兼具售卖、休憩等服务功能。

**户外活动区：**设置户外装置装置若干，打造以科学、艺术、生态为主的自室外空间。

**三、投标要求**

1、投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应当对招标文件提出的实质性要求和条件作出响应。 2、投标人或其合作单位须具备深化设计能力、展品展项加工制造能力和及时交付能力。

3、投标人应当按照招标文件的要求编制技术方案。技术方案应包括：

**（1）科普基地整体方案设计：**展示基地主题、脉络、展示内容、展厅布局以及展示环境，具体要求参照评分办法；

**（2）展品展项深化设计：**根据招标文件展品描述，对清单中指定展品、展项及设备进行深化设计。

①展品名称、目的、原理、展示方式、操作方法、展品彩色三维效果图、标有尺寸的三视图、机械总成图、电气图、主要设备配置与材料，如有多媒体类展品（或展品中的多媒体部分）还需提供软件逻辑框图、脚本大纲、人机界面、分镜头设计等；

②展项对建筑系统的要求，包括：强电、弱电、智能化、供气、供水、空气湿度、温度、亮度、荷载以及空间要求等各方面的技术参数要求。

**（3）展品展项配套环境设计：**在满足设计的理念与要求基础上，完善、细化内容逻辑结构，最大限度体现展项与建筑结构的适应性、展项表现形式与展厅环境艺术的整体协调性、布局合理性、安全可靠性、先进性和延伸性。

①设计说明。包括：文字描述和三维效果图、系统设备总体用电量要求、选用材料及设备清单等；

②环境布展设计总体方案；

③展厅效果图。包括：重点区域的展厅整体效果图、分区效果图、展品的3D效果图等；

④结构设计图纸。包括：平面布置图、参观路线图、安全疏散图等。

**（4）基地运营服务方案：**供应商须派遣专业运营管理人员进行运营服务，经营范围包括不限于场馆管理、科普研学、活动策划、媒体宣传、文创开发、餐饮服务等。根据项目及其所在地的实际需求，运营团队进驻该项目2周内，须完成年度运营规划，明确双休日、节假日相应运营计划，包括但不限于：课程安排、产品设计等，报采购方审核。

**①展厅运营管理**

a.人员配置

配备项目主管1人，讲解人员2名（含接待），项目运营2名，员工统一着装，佩戴工作证。运营人员具有本科及以上学历，普通话二级甲等（含）以上水平，具有良好的沟通协调、活动策划能力。

b.开馆时间

场馆需每日正常开放，特殊情况提前与采购方以工作联系函的形式提前确认。大隐原乡科普馆展厅周三至周日免费对社会公众开放，周一周二闭馆（周一周二统一休息期间安排人员值班），国家法定节假日期间正常开馆。每日开馆时间为9：00-17：00（寒暑假和研学季根据实际情况调整开馆时间）。

c.场馆检查和维护

开馆、闭馆前检查展品开启、关闭情况；保持责任区内所有展品的每日清洁卫生；按照公示的时间开放或演示相关项目；巡视检查展品的运行状态，及时报修和采取保护措施。正常情况下所有展品需对观众开放，定时演示项目不得擅自减少次数和时间，不得出现异常情况未及时发现现象。对故障展品必须及时报修。

d.客户服务

及时为观众答疑解惑，提供参观咨询服务；做好团体参观预约与接待工作；参与展厅值班工作，及时反馈出现的问题，公众满意度达到98％以上。

e.秩序维护

组织观众有序参观，维护展厅秩序，引导观众正确操作展品；及时处置突发事件。加强展厅巡视，及时发现并制止不文明行为；积极预防意外伤害事件发生，排查消防隐患；发生突发事件时应急处理、及时报告。中标人因工作疏忽、过失造成人身伤害和财产损失的，须承担相应的法律责任。

**②展厅讲解辅导**

a.展品辅导

开展展品讲解辅导，及时为观察答疑解惑，示范展品操作方法，解释展品原理及应用。了解展品原理，熟练操作规程，讲解质量较高，能及时为观众答疑释惑，保证有效沟通时长。

b.主题讲解服务

开发主题讲解线路，撰写讲解词，根据展厅工作需要开展主题线路讲解辅导，参与周末及节假日主题线路辅导，示范展品操作方法，解释展品原理及应用。

全程讲解词的内容、路线编排、讲解质量等要符合采购人的要求，每场次原则上不少于40分钟。熟练进行全馆讲解人员不少于2人。讲解词的内容、路线编排、讲解质量等要符合采购人的要求。

**③展教活动开发**

a.科学课程开发

开发课程内容，联动庐阳区科普资源进行线路开发，面向市场。根据大隐原乡展厅内容，全年开发不低于15组课程体系，其中包含不低于3组PBL（项目制课程），并报采购方审核完毕推向市场，按照月度进行内容考核。方案包括课程目标、目标受众、实施地点、课程器材、服务类学习过程等内容。

b.寒暑假课程

开发夏令营和冬令营课程体系，以实际为基础，根据庐阳区现有科普资料及可利用资源，开发不低于3条不同主题，并面向市场进行生源招生。

c.大科学装置系列课程

紧密联动大科学装置中心，进行课程内容开发，并面向市场，开发独立课程内容不低于20个。

d.科普活动实施

面向市场开展研学科普活动及公益类课程。

全年不低于100场研学活动，研学人次不低于4000人次；根据项目需求及特定的时间点开展公益类课程，如：暑期科普嘉年华活动；节庆主题类活动；利用对接企事业资源举办艺术策展类、行业沙龙、大咖讲坛等活动、多渠道多元化增加项目曝光度。

**④科普基地公众形象建立与品牌打造**

a.搭建新媒体平台

建立大隐原乡科普官方公众号、抖音、小红书帐号，进行活动预告、科普宣传，场地宣传、资源宣传、市场开发，保持月更新不少于3次。

充分考虑大隐实际情况合理安排教育活动，及时编制活动月历、活动预告并由庐阳文旅官方平台发布，每月1篇活动月历；根据活动开展情况进行活动预告。

b.展教资源信息化

开发融媒体数字资源，协助拍摄展品讲解辅导视频、展教活动视频、科普短视频、音频等。按照采购人的要求安排人员协助做好录制解说工作，确保每个展品展项均有知识拓展内容。全年制作科普短视频不少于50个。

**⑤物业服务**

a.物业管理：保障园区安全和卫生管理，配置不低于2个保安和1个保洁（其中1名保安可以进行简单水电维修）。

b.水电维护:大隐原乡水电日常维护和安全检查，日常运营故障及时处理。

c.安全管理:园区正常安全维护，确保无安全隐患点，保证园区正常运营，无意外事故发生。

d.消防安全:园区正常消防安全问题排查，按消防要求配备相应的消防器材，如灭火器等。

e.设备管理及维护：园区设备和资产的保管和维护，大隐原乡标识标牌日常更新和维护。

**⑥其它相关活动**

a.文创产品开发

根据项目特色及采购方服务需求，全年开发不低于10款文创产品面向市场（文创产品量产和收益遵循投入与收益归一方所有，园区其他商业行为也遵循此原则）

b.积极申报国家级、省级、市级荣誉称号

根据申报的级别和内容，每申报成功，参照采购人标准给予一定补贴。

c.开发省内外专业机构场所开展活动

积极对接科研院所、大专院校，拓展科普资源，联合开展相关主题活动。

d.科普讲座

根据采购方及项目需求，开展主题科普讲座，结合讲座主题策划、实施延展性活动，帮助听众深入理解讲座的内容，领会科学精神。

e.科普临展活动

结合科普临展主题策划、实施延展性活动，帮助公众深入理解临展的教育意义，丰富临展的知识内容、拓宽临展的知识界面。

**四、中标后的设计工作内容**

1、展品展项深化设计：展品展项须具安全性、可靠性、易维护性及技术可行性，确保正常使用状态下能稳定地长期运行；展示形式要体现新颖性、环境协调性；设计要符合国家相关通用标准和行业规范性。

2、科普基地配套环境设计：展区环境施工（包含地面、地台、护栏、墙面、隔板、隔墙、背景墙、天花、顶部造型、展厅出入口等），要充分合理利用空间，色彩灯光互为融合，给公众创造一个良好的视觉环境，并重点突出展厅主题。

**五、设计要求**

设计是安全、可行、实用、经济、美观的，深化设计文件是完整、正确、清晰的，深化设计成果达到能直接用于制作、安装、调试的深度，并能顺利通过甲方组织的深化设计成果验收。

（1）“完整”是指每次交付的设计文件是符合合同及附件的规定、符合相关工程设计规范要求的、满足行业及国家标准的全部设计文件；

（2）“正确”是指每次交付的设计文件均符合法律、法规、政策、标准、规范及各阶段设计要求的规定；同时保证设计的科学原理、基础资料完整、正确，设计方法、计算方法与结果、技术参数的选用正确，构造合理，各专业设计协调统一；

（3）“清晰”是指每次交付的设计文件中的图样、线条、术语、符号、尺寸标准、文字说明等清楚准确。

①展项的设计方案应具有一定的科学内涵；

②展项的设计方案应有效的将科普与运营相结合；

③展项设计应遵循初步设计方案、国家相关通用标准和行业规范；遵循防火、环保的原则；

④展项的主体造型设计应具有一定的艺术美感；

⑥技术设计方案应具备安全性、合理性、可行性，整体设计应考虑人员疏散的情况，符合消防规范要求。

**六、设备及材料要求**

1.设备和材料选用应采用招标人推荐的品牌或不低于推荐品牌质量标准的其它品牌，采用其它品牌的应在投标文件中提供相关技术参数、业绩等供评委会评审，未提供相关技术参数、业绩，或经评委会评 审未通过的，其投标将被否决；投标人如采用的推荐品牌以外的材料，在实际施工过 程中如不能满足施工质量要求，招标人有权要求承包人从推荐品牌中进行选择，价格不予调整。

2、展品展项设备必须是全新的、性能最优的，性能及指标符合国家及招标文件提出的有关技术、质量、安全标准；

3、材料选择要求具有环保性；

4、所选用的设备要求技术成熟及运行安全、稳定、可靠；

5、所选用的系统设备在国内目前同类展品展项中处于高端水平。

**七、展品展项制作、安装、调试要求**

**1、展品展项制作质量要求**

（1）符合国家、地方及相关行业质量技术及安全规范的要求；

（2）符合经项目管理单位和甲方审批通过的初步设计、深化设计图纸要求；

（3）符合展品展项功能需求和展示效果要求；

（4）符合制作阶段各项检验的质量标准。

**2、安装、调试要求**

中标人应派经招标人认可的有经验和能力、具有相应资质的技术人员，负责展品展项设备安装工作，在展品展项设备安装期间应充分了解工程进度要求，保证施工质量，解决施工中出现的技术问题。中标人进行展品展项系统的安装、调试、试运行、验收并配合布展的验收。

（1）中标人负责展品展项设备的安装；

（2）中标人现场服务人员要服从项目管理单位和招标人的进度安排；

（3）调试所需专用工具设施物料由中标人自备、自费运到现场，完工后自费搬走；

（4）调试：按国家相关施工验收规范进行，分阶段进行调试；

（5）展品展项设备的拆箱、通电、调试等项工作由中标人负责，但必须在招标人指定人员的参与下进行。在实际实施前必须先经招标人同意方可进行。调试的原始记录须经各方签字后作为验收的文件之一。

**八、配套环境布展施工要求**

（1）符合招标文件要求及国家有关装饰规范规定；

（2）环境布展使用的各种材料必须选用行业内知名品牌，并达到国家环保、质量等规定指标；

（3）提供环境布展所需的主要材料、设备等详细预算清单。

**九、验收**

验收包括预验收和竣工验收。

1、预验收：

在展品展项安装调试完成以后，在招标方、项目管理单位、中标方按照中标合同规定的技术指标初步确认合格后，中标方提交完整的初验收资料和初验收申请，中标方组织（费用由中标方承担）进行现场预验收，检测合格出具报告后，中标方与招标方共同签署初验收报告。

2、初验收合格后进入试运行阶段，试运行阶段为初验收合格后进行，时间为2个月。

3、竣工验收：在试运行期间，展品展项保持稳定运行并无大故障出现，中标方提交完整的竣工验收资料和竣工验收申请，招标方组织相关专家进行现场竣工验收，中标方与招标方共同签署竣工验收报告。

4、如未通过竣工验收，其风险责任由中标方承担。

5、检测达不到验收标准的，由投标人负责进行整改，直至达到检测合格为止。

**十、资料**

1、深化设计内容完成后，中标方提交深化设计所有资料供甲方评审，最终深化设计资料在深化设计评审通过后提交；

2、竣工资料包括：展项制作、安装调试过程中产生的变更（修改）的文件、图纸、造价、设备说明书、经济技术签证等资料。竣工资料在向招标方提交竣工申请时一起提交。

**十一、质保期服务**

1、投标人须提供经调试、试运行、竣工验收合格后至少12个月的质保期(投标人可根据自身实力作出更长时间的质保承诺)。在此期间，投标人应免费处理因质量发生的故障，并进行正常保养。

2、中标人必须有可靠的售后服务保障，能提供正常的技术、备品备件服务。

3、中标人保证在质保期内所供系统硬件、软件完全符合协议规定的要求，并没有任何缺陷。同时保修期内每半年到现场做一次巡检保养。

4、在质量保修期内，中标人须保证提供24小时热线服务电话，并在接到故障询问后4小时内响应，并提出处理意见和维修措施。合肥地区公司在12小时内到场维修，外地公司在24小时内到场维修。要求软件故障可远程异地处理，对有缺陷的展品展项设备及部件进行修理或更换，同时展品展项设备的保修期顺延。

5、展品展项设备在质量保修期内确因自身故障发生重大损坏并造成停顿事故，中标人应及时更换或维修，同时对该展品展项设备的质量保修期从修整后顺延。

6、在质量保修期满后，中标人应保证以合理的价格提供备件或易损零部件和保养维修服务。

7、保修期内,乙方应按保修约定对设备进行保养。

8、投标人应按照要求提供详细的保修期计划和售后服务承诺。

9、中标人服务维修人员均经过良好的技术培训，并有丰富的现场维修经验。

**十二、中标后服务期限要求**

**1、深化设计阶段**

（1）深化设计交底：合同签订后7个日历日内；

（2）完成深化设计成果并通过验收：合同签订后的30个日历日内。

**2、展品展项制作阶段**

（1）展品展项初期检查：深化设计完成后的30个日历日内；

（2）展品展项出厂检查：深化设计完成后的50个日历日内。

**3、配套环境布展施工阶段**

（1）布展施工进场：深化设计完成后的10个日历日内；

（2）布展施工完成：布展施工进场后的50个日历日内。

**4、现场安装调试阶段**

（1）展品展项进场：展品展项出厂检查后3个日历日内；

（2）安装调试完成：展品展项进场后7个日历日内；

（3）预验收及开始试运行：安装调试完成后7个日历日内。

实际施工中，城市供电、供水部门的正常停电、停水(24小时之内)影响工期时，采购人不作现场签证，投标人在自报工期时应考虑该因素。对一周内非投标人原因造成停工达到48小时、不可抗力、合同中约定或采购人现场确认同意顺延等原因造成竣工日期推迟的延误，经采购人现场代表或监理单位确认后，工期相应顺延。

**十三、付款方式**

**大隐原乡内部场馆深化设计制作费用：**（1）中标人完成展品展项深化设计，并经招标人审核确认后，招标人支付至展品展项合同价的30%；（2）展品展项安装调试完成并通过竣工验收，招标人支付至展品展项合同价的70%；（3）展品展项最终验收合格并经决算审定后，招标人支付至展品展项审定价的95%；（4）项目缺陷责任期结束之后，支付剩余5%。

**运营服务期限及费用：**本次招标包含第一年运营费用，运营服务期限为1年。运营费用按季度结算，如中标人履约良好，且年度预算能保证的前提下，甲乙双方无异议后可以续签下年度合同，续签累计不超过一年，合同总价不变。（注：为方便独立核算，投标人中标后，可就运营项目单独成立公司进行科普场馆运营。）

**十四、保密事项**

由招标人向投标人提供的图纸、样品、模型和其他项目相关所有资料，投标人获得后，应对其保密。除非招标人同意，投标人不得向第三方透露或将其用于本次采购以外的任何用途。应招标人的要求，投标人须归还招标人认为需保密的文件和资料，并销毁所有需保密的备份文件和资料。

**十五、知识产权**

1、中标单位应保证，其设计成果（深设成果，下同）不存在任何权利瑕疵，不对任何第三方的权利构成任何侵犯。中标单位应保证招标单位不致因采用中标单位的设计成果而引起知识产权方面发生针对招标单位的任何第三方的索赔。如有发生，由中标单位负责处理并承担由此引起的一切法律责任。如因此给招标单位造成损失，投标单位应据实赔偿；

2、所有描述本项目情况的文字、图形、图表、视频、数据等文件、资料，均属于招标单位的财产。中标单位未经授权，不得向任何第三方披露本项目的任何信息，不得在任何其他项目中利用上述文件、资料。否则，由此产生法律责任由中标单位承担。经招标单位书面同意，中标单位有权在其公司的宣传资料中和网站上使用其为本项目设计的图片和艺术介绍。中标单位的宣传资料中和网站上应不包括本项目机密的和招标单位保留所有权的信息；

3、报价应包含所有应向所有权人支付的专利权、商标权或其它知识产权的有关费用及税费。