

一、项目说明

1.1 本章内容是根据采购项目的实际需求制定的。

1.2 本项目共分为1个包进行采购。供应商所报价格应为含税全包价，包含提供相关服务的所有费用，合同存续期间采购人不额外支付任何费用。

1.3 供应商应对本文件内容进行严格地保密，未经采购人授权不得将此文件泄漏给第三方，否则采购人有权追究其责任。

二、服务要求

1. 项目概况

为进一步丰富我市农村文化生活，更好的满足基层群众文化需求，健全市公共文化服务体系，贯彻落实市政府开展送戏下乡工程的实施意见，决定在我市实施送戏下乡（社区）工程，激励文艺演出团体深入农村（社区），开展内容精美、形式多样的文艺演出，建立和完善繁荣农村文化演出活动的长效机制，有效地实现让广大农民群众共享文化发展成果的目标，推动农村精神文明建设，促进我市经济、社会健康发展。

2. 总体要求

2.1 目标任务

丰富农村文化生活，培育送戏下乡（社区）演出主体，建立公益演出补贴制度。

2.2 活动原则

（1）坚持社会效益第一的原则。弘扬社会主义先进文化，推进社会主义核心价值观体系建设，坚持“三贴近”和“思想性、艺术性、观赏性”相统一的原则，以健康的精神文化产品占领农村文化阵地。

（2）坚持公益性原则。此次送戏工程是保障农村群众文化权益、加强农村公共文化服务体系建设的公益性活动，实行“政府购买、院团演出、农民看戏”。演出团体在政府补贴外，不收取任何费用，不增加当地负担，切实把党和政府的关怀送到农民心坎上。

（3）坚持广覆盖原则。以科学合理的组织形式，把最受群众欢迎的文艺演出送到全市广大农村（社区），不得只集中于少数区域。

（4）坚持高质量服务原则。演出内容是人们喜闻乐见的戏曲节目。要确保演出质量，不断创新演出形式。加强对基层文艺人才辅导，培训农村文艺骨干，增强基层文化造血功能。

2.3 实施办法

(1) 建立活动管理机构。成立由文旅、财政部门共同参与的协调管理机构，落实工作经费。文旅部门负责制定演出计划、演出协调安排、跟踪检查督导、演出情况统计等工作；财政部门负责按核定演出场次划拨补贴经费。

(2) 建立演出预告制度。通过报纸、广播电视、网络等媒体，多形式、多渠道发布演出信息，对演出的安排和实施情况进行预告，加强对全市送戏下乡公益演出的宣传。

(3) 实行“菜单式”服务。各镇（街）在对所属行政村（社区）文化需求情况进行普查、统计的基础上，向主管部门报送送戏下乡演出的需求“菜单”（包括地点、时间、演出内容等）。主管部门对各镇（街）提报的需求“菜单”进行统筹安排。

(4) 因地制宜，采取联村演出方式。为减轻负担，降低演出成本，村落密集地区可以采取“联村演出”方式。由镇街文化站协调，将演出安排在一个中心村，一个台口、不同剧目、连演数场，周边村可集中观看演出，形成一个文化“圈”。

(5) 根据季节，合理安排演出时间。演出安排要充分考虑到农村农业生产的季节性特点和农民群众的观赏习惯。合理调配农忙、闲、节日、近郊农村和偏远农村的演出。

★演出场次不得低于 120 场，每场演出时间不得少于 90 分钟。

(6) 规范流程，加强监督管理。演出团体在演出后，要如实填写《演出反馈表》，经演出所在地的镇村核实并签字盖章后，连同演出一段视频、观众观看演出图片一张、舞台演员演出照片一张、演出现场全景照片一张等现场信息，报市文化和旅游局备案。每季度向文旅、财政部门报告一次活动进展情况，认真总结经验，深入分析问题，提出工作建议。

2.4 送戏下乡服务要求

(1) #供应商具有演出流动舞台车（自有）（符合交通法规），响应文件须提供行车证或车辆保险。

(2) #供应商拟派本项目的服务人员应具有艺术类专业技术职称人员，且不低于 10 人，响应文件须提供相关人员职称证书及证明其就职于供应商的社保证明材料。

(3) 供应商应具备专业的灯光音响、服装、道具、化妆等相关设备并配备专业专职管理人员，以保证演出电路、人员、财产的安全。

三、商务条件

★1. 服务期限：合同签订之日起 1 年。

★2. 服务地点：采购人指定地点。

★3. 付款方式：供应商按照合同完成全年演出场次后，经专家验收无误后一次性付款，最高支付金额不超过本项目预算金额（人民币捌拾万元整）。

4. 验收：采购人组织相关部门对服务和质量进行验收，未达到服务要求的，由中标单位承担全部责任。

注：上述要求以及标注中

带“★”条款为实质性条款，供应商必须按照采购文件的要求做出实质性响应，否则响应无效。