2020年深圳线上游客中心（深圳旅游网）运营维护及内容建设项目

政府招标文件

（通用服务类）

中国·深圳

深圳市华昊信息技术有限公司

2020年版

警示条款

一、《深圳经济特区政府采购条例》第五十七条 供应商在政府采购中，有下列行为之一的，一至三年内禁止其参与本市政府采购，并由主管部门记入供应商诚信档案，处以采购金额千分之十以上千分之二十以下的罚款；情节严重的，取消其参与本市政府采购资格，处以采购金额千分之二十以上千分之三十以下的罚款，并由市场监管部门依法吊销其营业执照；给他人造成损失的，依法承担赔偿责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）在采购活动中应当回避而未回避的；

（二）未按本条例规定签订、履行采购合同，造成严重后果的；

（三）隐瞒真实情况，提供虚假资料的；

（四）以非法手段排斥其他供应商参与竞争的；

（五）与其他采购参加人串通投标的；

（六）恶意投诉的；

（七）向采购项目相关人行贿或者提供其他不当利益的；

（八）阻碍、抗拒主管部门监督检查的；

（九）其他违反本条例规定的行为。

二、根据《深圳市财政局关于明确政府采购保证金管理工作的通知》（深财购[2019]42 号）的要求，供应商在政府采购活动中出现《深圳经济特区政府采购条例实施细则》以下情形的，采购人或招标机构可将有关情况报同级财政部门，由财政部门根据实际情况记入供应商诚信档案，予以通报：

（一）投标截止后，撤销投标的；

（二）中标后无正当理由未在规定期限内签订合同的；

（三）将中标项目转让给他人、或者在投标文件中未说明且未经采购人、采购招标机构同意，将中标项目分包给他人的；

（四）拒绝履行合同义务的。

招标文件信息

项目编号： SZDL2020335239
项目名称：2020 年深圳线上游客中心（深圳旅游网）运营维护及内容建设项目
项目类型：服务类
采购方式：公开招标
货币类型：人民币

资格性审查表

序号	内容
1	投标人不具备招标文件所列的资格要求，或未提交相应的资格证明资料（详见招标公告投标人资格要求）。

符合性审查表

序号	内容
1	将一个包或一个标段的内容拆开投标；
2	对同一项目投标时，提供两套以上的投标方案（招标文件另有规定的除外）；
3	分项报价或投标总价高于预算金额（最高投标限价）的；
4	同一项目出现两个及以上报价，且按规定无法确定哪个是有效报价；
5	评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，投标人不能在合理的时间内提供书面说明，或无法提交相关证明材料，投标人不能证明其报价合理性的；
6	所投产品、工程、服务在商务、技术等方面没有实质性满足招标文件要求的（是否实质性满足招标文件要求，由评标委员会根据《实质性条款响应情况表》做出评判）；
7	未按招标文件所提供的样式填写《投标函》；未按招标文件所提供的《政府采购投标及履约承诺函》进行承诺；未按招标文件对投标文件组成的要求提供投标文件的（投标文件组成不完整）；
8	投标报价有严重缺漏项目或对招标文件规定的服务清单项目及数量进行修改；
9	投标文件存在规避信息公开情形的；
10	投标文件电子文档带病毒；
11	投标文件用不属于本公司的电子密钥进行加密的；
12	误选了非本项目的最新加密规则文件，导致投标文件不能在开标时解密；
13	法律、法规规定的其他情形。

《资格性审查表》和《符合性审查表》初审不通过，按投标无效处理。

综合评分法评标信息

一、评标方法：综合评分法（新价格分算法）

综合评分法，是指投标文件满足招标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。

价格分计算方法：

采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

投标报价得分=(评标基准价 / 投标报价)×100

评标总得分＝F1×A1＋F2×A2＋……＋Fn×An

F1、F2……Fn 分别为各项评审因素的得分；

A1、A2、……An 分别为各项评审因素所占的权重(A1＋A2＋……＋An＝1)。

评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

此方法适用于货物类、服务类、工程类项目。

<table>
<tr><td>序号</td><td colspan="3">评分项</td><td>权重（100%）</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="3">价格</td><td>30</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="3">技术</td><td>40</td></tr>
<tr><td rowspan="5"></td><td>行号</td><td>内容</td><td>权重</td><td>评分准则</td></tr>
<tr><td>1</td><td>实施方案</td><td>15</td><td>评审内容：
能够提供完整和合理项目技术服务方案。
根据投标文件项目方案的可行性和专业性进行横向比较：
评价为优得 100 分；评价为良得 80 分；评价为中得 60 分；评价为差不得分。专家按百分制打分。</td></tr>
<tr><td>2</td><td>项目重点难点分析、应对措施及相关的合理化建议</td><td>10</td><td>评审内容：
1.项目的重点难点分析准确到位；
2.应对措施及建议合理、可执行。
根据招标文件的需求和投标文件响应情况进行横向比较，分档评分：
评价为优得 100 分；评价为良得 80 分；评价为中得 60 分；评价为差不得分。专家按百分制打分。</td></tr>
<tr><td>3</td><td>质量（完成时间、安全、环保）保障措施及方案</td><td>10</td><td>评审内容：
能够提供项目实施计划及管理方案，项目实施计划及管理安排符合项目要求。
根据招标文件的需求和投标文件响应情况进行横向比较项目实施计划及管理方案的完整性、合理性、可行性，分档评分：
评价为优得 100 分；评价为良得 80 分；评价为中得 60 分；评价为差不得分。专家按百分制打分。</td></tr>
<tr><td>4</td><td>违约承诺</td><td>5</td><td>评审内容：
能够提供违约承诺函。
根据内容横向比较，分档评分：
评价为优得 100 分；评价为良得 80 分；评价为中得 60 分；评价为差不得分。专家按百分制打分。</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="3">综合实力</td><td>18</td></tr>
</table>

	行号	内容	权重	评分准则
	1	投标人通过相关认证情况	3	（一）评分内容： 1、投标人具有工信部计算机信息系统集成资质证书得50分数，没有不得分； 2、投标人具有《软件企业认定证书》或《软件企业证书》或《软件企业证明函》的得50分。 （二）评分依据： 1.要求提供有效的认证证书作为得分依据。 2.以上资料均要求提供扫描件（或官方网站截图），原件备查。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况，一律作不得分处理。
	2	投标人同类项目业绩情况	2	（一）评分内容： 投标人自2019年1月1日起至招标公告发出之日，承担过旅游部门网站或微信项目的成功案例：提供3个及以上的得100分；2个得50分； 1个得30分；未提供不得分。 （二）评分依据： 1.要求同时提供合同关键信息和项目履约（验收）合格评价证明文件作为得分依据。 2.通过合同关键信息无法判断是否得分的，还须同时提供能证明得分的其它证明资料，如项目报告或合同甲方出具的证明文件等。 3.以上资料均要求提供扫描件，原件备查。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况，一律作不得分处理。
	4	拟安排的项目负责人情况（仅限一人）	5	（一）评分内容： 要求拟安排1名项目负责人常驻用户现场工作： 1、 项目负责人具有本科及以上学历得40分，没有不得分； 2、 项目负责人具有具有信息系统项目管理师资格证书得40分，没有不得分； 3、 项目负责人参加过旅游部门信息化项目工作经验，得20分；未提供不得分。 （二）评分依据： 1.要求提供投标人相关证明资料作为得分依据。 2.以上资料均要求提供扫描件（或官方网站截图），原件备查。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况，一律作不得分处理。 3.如涉及考察人员工作经验，要求提供项目合同关键信息作为得分依据，通过合同关键信息无法判断是否得分的，还须同时提供合同甲方出具的证明文件。
	5	拟安排的项目主要团队成员	8	（一）评分内容： 要求拟安排8名项目团队人员（项目负责人除外）常驻用

		（主要技术人员）情况（项目负责人除外）		户现场工作。 1、投标人拟派本项目团队成员（项目负责人除外）中具备计算机专业本科学历的，每人得 12.5 分；以此类推，最高得 50 分。 2、投标人拟派本项目团队成员（项目负责人除外）中具有旅游部门信息化项目工作经验：每人得 12.5 分；以此类推，最高得 50 分。 （二）评分依据： 1.要求提供投标人相关证明资料作为得分依据。 2.以上资料均要求提供扫描件（或官方网站截图），原件备查。评分中出现无证明资料或专家无法凭所提供资料判断是否得分的情况，一律作不得分处理。 3.如涉及考察人员工作经验，要求提供项目合同关键信息作为得分依据，通过合同关键信息无法判断是否得分的，还须同时提供合同甲方出具的证明文件。
4	疫情防控			5
	序号	评分因素	权重	评分准则
	1	疫情防控重点保障企业	3	纳入全国性名单或地方性名单的疫情防控重点保障企业（以下简称“重点保障企业”），直接参与我市政府采购投标的，提供至少一项自身属于重点保障企业的证明材料（名单查询网页链接、名单网页截图、政府部门出具的文件或者企业享受重点保障企业优惠政策的其他证明文件均可），即可获得评审得分。
	2	稳岗企业	2	未裁员或裁员率低于 20%的企业，即投标前一个月实际参加社会保险（至少包括养老保险）的员工人数（含免缴或延期缴纳社会保险人数）不低于 2019 年 12 月同口径人数 80%（含）的企业，视为稳岗企业，提供自身符合稳岗企业条件的承诺函即可获得评审得分。 投标人提供虚假承诺的，将做无效投标处理，涉嫌存在违法违规行为的，依法报主管部门处理处罚。
5	诚信情况			7
	序号	评分因素	权重	评分准则
	1	市财政局诚信管理情况	5	根据《深圳市财政委员会关于印发〈深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法操作细则〉的通知》（深财购[2017]42 号）的要求，投标人在参与政府采购活动中存在诚信相关问题且在主管部门相关处理措施实施期限内的，本项不得分，否则得满分。投标人无需提供任何证明材料，由工作人员向评审委员会提供相关信息。
	2	市政府采购中心履约评价情况	2	近三年（以投标截止日期为准）在市政府采购中心有履约评价为差的记录，本项不得分，否则，得满分。投标人无需提供任何证明材料，由采购中心工作人员向评委会提供相关信息。

其它关键信息

一、评标定标信息

（一）非评定分离项目

评标方法	综合评分法
中标供应商家数	1

二、关于享受优惠政策的主体及价格扣除比例

1.根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库[2011]181 号）、《财政部 司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68 号）和《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号）的规定，对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《投标人企业类型声明函》、《残疾人福利性单位声明函》或省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的投标人，**其投标报价扣除 10%后参与评审**。对于同时属于**小微企业**、监狱企业或残疾人福利性单位的，不重复进行投标报价扣除。如有其它政策支持因素（如鼓励创新等）需一并列出。

三、关于失信供应商的价格上浮

根据《深圳市财政委员会关于印发〈深圳市政府采购供应商诚信管理暂行办法操作细则〉的通知》（深财购〔2017〕42 号）的规定，采取价格评比法（比如最低价法）的项目，因违法违规行为被记入诚信档案的失信供应商最终报价在该企业最后一轮报价的基础上上浮 10%。失信供应商符合优惠主体资格的，价格扣除和价格上浮一并执行。

四、其他说明

根据《深圳市财政局 深圳市政府采购中心关于印发<深圳市政府采购落实支持企业复工复产政策的实施细则>的通知》（深府购〔2020〕24 号），**1.**取消社保证明。对于评审时需考察人员情况的政府采购项目，投标人无需提供人员社保证明。该标准执行至 2020 年 12 月 31 日；2.顺延既有认证证书有效期。对于评审时需考察投标人资质、认证等情况的政府采购项目，投标人提供的证书已到期的（到期时间为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日），视同在有效期范围内；3.鼓励采购人积极运用公共信用信息，明确对信用记录良好的投标人（特别是中小微企业）免收履约保证金，确需收取履约保证金的，列明通过保函等非现金方式收取；4.在采购合同中明确对上述企业加大首付款或预付款比例，具体由采购人根据项目实际情况确定。

目　录

第一册　专用条款

关键信息

第一章　招标公告

第二章　招标项目需求

第三章　投标文件格式、附件

第四章　政府采购合同的签订、履行及验收

第二册　通用条款

通用条款内容可在深圳市华昊信息技术有限公司网站（http://cgzx.sz.gov.cn/）以下栏目中查看（两处均可）：

①“业务服务”—“面向供应商”—“采购文件模板”；

②“业务服务”—“面向采购人”—“采购文件模板”。

备注：

1.本招标文件分为第一册“专用条款”和第二册“通用条款”。

2.“专用条款”是对本次采购项目的具体要求，包含招标公告、招标项目需求、投标文件格式、合同条款及格式、附件等内容。

3.“通用条款”是通用于政府采购项目的基础性条款，具有普遍性和通用性。

4.当出现“专用条款”和“通用条款”表述不一致或有冲突时，以“专用条款”为准。

第一册　专用条款

第一章　招标公告

投标人资格要求：

（1）具有独立法人资格或具有独立承担民事责任的能力的其它组织（提供营业执照或事业单位法人证等法人证明扫描件，原件备查）。

（2）本项目不接受联合体投标，不接受投标人选用进口产品参与投标。

（3）参与本项目投标前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明）。

（4）参与本项目政府采购活动时不存在被有关部门禁止参与政府采购活动且在有效期内的情况（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明）。

（5）具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款的条件（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明）。

（6）未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单（由供应商在《政府采购投标及履约承诺函》中作出声明）。

注：“信用中国”、“中国政府采购网”以及“深圳市政府采购监管网”为供应商信用信息的查询渠道，相关信息以中标通知书发出前的查询结果为准。

完整公告内容详见：http://cgzx.sz.gov.cn/

第二章　招标项目需求

一、对通用条款的补充内容

序号	内　　容	规　　定
1	联合体投标	见《招标公告》中“投标人资格要求”部分的相关内容
2	投标有效期	120 日历天（从投标截止之日算起）
3	投标人的替代方案	不允许
4	投标文件的投递	本项目实行网上投标，投标人必须在招标文件规定的投标截止时间前登录“深圳市政府采购网”，使用“应标管理->上传投标文件”功能点，将编制好的电子投标文件上传，投标文件大小不得超过 100MB
5	履约保证金	合同金额的 /%

备注：本表为通用条款相关内容的补充和明确，如与通用条款相冲突的以本表为准。

二、实质性条款

序号	具体内容
1	完全满足本项目服务期限的要求。

注：上表所列内容为不可负偏离条款

三、项目概况

（一）预算金额：1300000 元，最高投标限价：1300000 元

（二）项目概况：

为深入贯彻深圳市委、市政府大力建设“数字政府”和“智慧城市”的工作部署，落实《关于应对新冠肺炎疫情影响支持文化企业健康平稳发展的若干措施》文件精神，在做好疫情防控前提下，统筹推进常态化疫情防控和经济社会发展，支持我市各旅游企业有序复工复产，帮助涉旅企业纾困解难，打造全域旅游深圳模式，提升滨海旅游项目品质，提升旅游公共服务水平，提升城市旅游品牌形象，加强景区质量安全管理，加强东部旅游协同发展，积极宣传推广深圳建设国家全域旅游示范区和世界级滨海生态旅游度假区工作，探索 5G 技术下新型旅游资源传播方式和手段，实现我市旅游业的提档升级和提质增效。现我局计划启动建设“2020 年深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站运营维护及内容建设项目”；并保障疫情期间 2020 年我局旅游行业日常信息化办公和推进我局旅游行业信息化，保障旅游监管服务、旅游政务服务、旅游团队管理、旅游网安全服务等旅游业务应用系统的正常运行。

四、项目技术要求

（一）、项目建设目标

项目建设目标是，按照《关于应对新冠肺炎疫情影响支持文化企业健康平稳发展的若干措施》文件要求，整合、展示、传播深圳旅游信息资源，打造线上游客中心，拓展服务内容，推动我市旅游公共服务全面复工复产，继续满足游客及游客个性化、多样化的旅游需求，在做好防控措施的基础上，为游客朋友提供优质的旅游服务，积极宣传我市文化、旅游、体育行业主题促消费活动，增加民众的购买力与消费欲望，以提振游客消费信心，促进经济消费稳定增长。着力提升我市旅游业的全球影响力和吸引力，加快构建覆盖全域旅游、可提供个性化服务的线上游客中心体系，丰富全域旅游深圳模式，助力推进全域旅游示范区宣传工作，努力开创大旅游发展新格局；提升滨海旅游项目传播品质，促进旅游业与其他产业融合发展；提升“旅游+文化”融合发展旅游公共服务效益，助力打造“深圳文体旅游智慧服务平台”，以及努力从多层次、多渠道、多方面发挥社会力量参于深圳旅游目的地宣传、推广传播公共服务建设,提高旅游公共服务水平，积极推进深圳线上游客中心公共服务的提升和完善；提升城市旅游品牌形象，促进构建鹏城宾主相洽、旅居相宜、产城相融的旅游发展新格局。

（二）、项目建设内容

深圳线上游客中心侧重解决海内外游客来深出游前、中、后基本公共服务问题，主要是面向游客出游前、出游中、出游后线上提供一些基本公共服务，该线上中心提供各方面便利服务：旅游资讯、线路、搜索、指南、攻略、导航、导游、导览、导购、娱玩等旅游六要素（吃、住、行、游、购、娱）相关信息。重点应用新一代互联网技术、移动网络技术，维护好深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站，线上游客中心移动端平台资源数据库，深圳线上游客中心手机版、深圳线上游客中心微信公众号以及微信小程序，创新游客中心线上推广方式，通过网络进行有效的宣传和展示深圳旅游资源风采，提供权威、全面、及时、准确的旅游信息和相关服务，加深公众对深圳旅游的了解和认识，提高深圳知名度。重点宣传旅游节庆活动，继续宣传金沙湾国际乐园、小梅沙片区、融创冰雪世界等重大旅游项目，持续宣传“海上看深圳”项目，积极探索 5G 技术下高清全景视频宣传景点景区的手段，做好文明旅游宣传，宣传景点景区“厕所革命”及“智慧厕所”，着重宣传“信易游”工作以及旅游行业培训项目，加强文明餐桌宣传，助力推进全域旅游，助力旅游产业发展，吸收、发挥社会力量参于深圳旅游目的地宣传、推广传播公共服务建设。

为了达到上述目标，拟对服务外包，为了保证服务的效率和质量，按照相关要求和流程，需要对外公开招标。本次维护服务所涉及的软件系统包括市文化广电旅游体育局旅游行业管理处室所使用的计算机设备、对外服务网站和系统等，投标人需确保在维护的同时，严格遵守采购人的规章制度和保密制度，严格执行采购人内得外网安全管理办法，保证采购人信息

安全。

（三）、项目具体服务要求

3.1、深圳线上游客中心移动端平台运行维护服务要求

3.1.1 深圳线上游客中心移动端内容维护

深圳线上游客中心移动端包括手机版、微信公众号和微信小程序,移动端运行维护应以内容建设及内容更新为主，运营维护的核心工作应是信息的及时更新、维护；风格应体现深圳文体旅游整体形象，内容应与我市最新的旅游宣传资料进行同步更新。深圳线上游客中心移动版内容维护的总体要求：

1、以宣传推广深圳旅游目的地为核心

深圳线上游客中心移动端必须以深圳旅游目的地为核心的原则进行信息组织。信息内容的组织、界面的交互设计、信息的表现形式等都以宣传深圳旅游目的地为核心。传播旅游公共服务正能量，吸引来深海内外游客观赏深圳旅游资源，让游客更好地体验我们这座海滨城市所具有国际大都市现代气质。

2、以服务游客为中心

深圳线上游客中心移动端必须遵循以服务游客为中心的原则建设，信息的提供根据游客的需求制定。把游客放在服务对象的第一位，从原来的“我要给游客提供什么信息”变为“游客需要什么信息给游客提供什么信息”；所有信息内容都以游客的需求为第一需要。内容方面主要侧重于宣传类信息和指南性信息等有针对性及个性化的信息为主。

3、更好应用移动互联网信息实现方式

充分发挥移动互联网传播优势，让游客一机在手，便可获得政府提供的公共旅游信息服务，要求做到满足游客的公共旅游服务信息基本需求，有效服务信息的快捷性、便利性,要做到条理清晰、简单易懂、能够让游客快速查找到需要的信息。通过深圳线上游客中心移动端，能够让广大来深游客在手机端掌握深圳各种旅游资源信息，了解深圳本地游线路，随时随地的了解当前实时交通路况、天气等信息，能够第一时间查找附近的景点景区，酒店、餐饮、购物等信息，方便快捷查找正规旅行社资质信息，了解各种攻略及旅游提示信息；同时融合“旅游+文化”、“旅游+体育”功能，在手机端及时了解深圳文体资源信息等；让游客获得“一机在手，游遍深圳”的旅游新体验。同时深圳线上游客中心移动服务终端屏幕设计，要美观、简洁、大气、生动、活泼，并富有现代感、吸引力、亲和力。让海内外访客有好的体验感。

4、打造旅游公共服务有效供给侧公共信息产品

深圳线上游客中心移动端的主要服务对象为旅游者，因此移动端所提供的信息必须有公信力的好品质，要求提供的信息内容具有政府权威性的良好品质。核心要求是围绕游客的需求而制定，提供的信息及时、丰富、真实、准确，为游客的出游提供方便。具体要求是，在2019 年深圳特线上游客中心原有信息数据库基础上，采集更多、更丰富的公共旅游服务信

息，更加突出“旅游+文化”融合发展，更加突出展示粤港澳大湾区旅游发展机会，在网站和移动端同步发布传播，多功能、多渠道地散发鹏城旅游目的地吸引力，以彰显深圳这座魅力之城，活力之城，时尚之城，创新力之城。

5、信息的动态更新机制

通过深圳旅游信息采集平台，建立动态信息更新机制，针对旅游目的地各要素的基础信息和指南类信息，要根据情况变化，动态更新，及时做出反应和调整，增强信息的准确度和时效性。

6、强化搜索引擎功能

为游客提供翔实、全面的信息离不开搜索服务。必须为游客设计各种不同形式的搜索服务，如全文搜索，多关键字搜索，分类搜索，按时间搜索等。

7、增强互动性

根据游客的需求，提供人性化专业化的在线咨询、留言板、在线投诉等线上服务，并做到及时解决、及时反馈。

深圳线上游客中心移动端具体栏目内容维护要求如下：

栏目名称	二级栏目	内容信息	栏目类型	更新周期
走进深圳	旅游宣传视频	深圳旅游宣传片视频	动态更新	采用旅游推广处宣传视频
	深圳概貌	展示深圳旅游资源的特点，特区创新、文化、国际、时尚、创意、高科技等	静态	同步深圳政府在线内容
	主要景点			
	休闲旅游			
	文化创意			
	体育健身			
	海上看深圳			
	高新科技			
	时尚先锋			
旅游惠民	景区优惠信息	展示深圳景点景区、酒店以及美食购物的惠民信息。	动态更新	每周更新二次
	酒店优惠信息			
	美食购物优惠信息			
鹏城好玩	滨海浪漫	介绍沿海特色旅游景点、游记等	动态更新	每月更新一次
	主题公园	介绍深圳特色主题公园旅游、游记等		
	都市风情	介绍深圳都市特色的文化景点和旅游场所		
	文化创意	介绍深圳文化创意园区		
	运动休闲	介绍深圳各类体育馆等运动休闲场所		
	美食购物	介绍具有深圳特色的美食及购物场所		
	娱乐休闲	介绍深圳的娱乐休闲场所，包括酒吧、KTV 等		

旅游线路	深圳自助游	介绍深圳一日游经典线路	动态更新	每周更新一次
	特色自助游	介绍有特色的深圳自助游线路	动态更新	每周更新一次
	邮轮游	介绍深圳邮轮路线	动态更新	每周更新一次
	海上看深圳	介绍航线“蛇口邮轮母港-SCT 码头-深圳湾大桥-蛇口邮轮母港”	静态	根据旅游推广处提供材料更新
达人推荐	景点游记推荐	旅游达人介绍深圳各处的旅游资讯、旅游景点图赏、旅游、交通、美食购物攻略。想你所想，替游客解决旅游困惑。	动态更新	每周更新一次
	美食购物推荐			
	交通攻略			
温馨提示	文明旅游	提供给游客相关文明旅游和消费警示的信息以及音视频资料。	动态更新	采用旅游监管处宣传材料
	消费警示			
旅游指南	交通	列举各种方便游客所需要的天气、交通、咨询投诉电话、微信、找厕所、景区景点官方网上购票等功能	对接交委交通信息	实时更新
	地铁线路图		根据深圳地铁网站（http://www.szmc.net/）信息实时更新	同步深圳地铁网站
	天气		根据接深圳气象局（http://www.szmb.gov.cn/）信息动态更新	实时更新
	旅游小贴士		动态	每周更新一次
	旅游咨询点		静态	根据旅游推广处提供材料更新
	12345 投诉		静态	按需更新
	旅游微信		静态	
	景区景点购票		静态	同步景区景点网站
	找厕所		对接百度地图	实时更新
	旅游机器人	在线智能解答旅游常见问题	动态	每周更新业务内容
	正规旅行社二维码查询	通过扫描、识别二维码查询正规旅行社	静态	同步旅游监管处数据
	其他指南	包括救援电话、医院、租车、派出所。	静态	按需更新
	景点语音导航	根据手机定位当前地理位置显示周围景区景点以及语音介绍。	动态	根据供应商提供资料更新
本周精彩	本周活动预告	本周即将举办的文体旅	动态更新	每周更新一

		游类活动预告。		次
	热点景点推荐	本周或近期将举办各类活动的旅游景点推荐。		
旅游查询	景点查询	查询景点、酒店、线路、旅行社等详细信息。	动态更新	同步线上游客中心网站数据，数据由旅游推广处和监管处提供更新
	酒店查询			
	线路查询			
	旅行社查询			

深圳线上游客中心微信小程序主要为“游深圳语音导览”和“游深圳帮你找厕所”。主要为广大游客提供深圳景点景区的语音导览以及附近厕所定位导航功能。

3.1.2、“景点景区 VR 全景视频”移动端维护建设要求

3.1.2.1、“景点景区 VR 全景视频”推广需求

一是游客对于景点景区虚拟体验提升的需求。随着新技术的日益普及，旅游需求的也有了更大的需求。“世界那么大，我想去看看”，反映出人们了解世界的愿望变的愈加强烈，在出发之前预先了解的景点的情况，是必做的功课，可以增加丰富旅游体验内容维度，避免对陌生地的迷茫和恐惧。VR 全景就是让人们可以预先在网上仿佛就在现场地体验和了解景点信息，这种预先现场感可以让人们在实际旅游时感觉到故地重游。

二是景点景区展示升级到 VR 互动的需求。深圳是信息科技高度发达的城市。科技推动深圳的旅游产业发展， VR 全景视频在深圳应运而生。VR 全景视频可以互动且直观地将景点景区展现在人们面前。VR 全景视频相比文字和图片，可以承载的内容更加丰富。对于旅游爱好者来说，判断一个目的地是否值得前往的时候，1000 张 PS 的图片，也不如一段 10 秒的 VR 全景视频。

在移动终端非常普及的今天，虚拟体验已经成为了最具互动性的网络内容，人们已经越来越习惯通过虚拟体验来了解旅游相关资源信息，线上体验已逐渐融入了我们的生活、学习、工作的方方面面。与此同时，在现在 5G 技术日益成熟的背景下，VR 全景旅游视频也越来越成为推广目的地旅游的一种新型的传播方式，因体验度极高，旅行概念的内容输出和 VR 全景视频的结合相得益彰。

三是科技发展的需求。近年来，随着 5G 技术的迅猛发展，5G 环境下的高速率、低延时、大容量等特点使得旅游资源的传播方式和手段发生了质的飞跃。未来，虚拟沉浸式体验已成为广大游客了解旅游资源主要的信息来源。在这种背景和形势下，传统媒体的新闻宣传报道和传统媒体的方式、方法及手段，已无法满足深圳游客中心推广要求，为不断扩大深圳旅游的社会影响力，提振旅游产业消费能力，创新旅游资源传播手段，打开我市全域旅游服务工作的新局面，深圳线上游客中心挑选全市之中具有代表性的景点景区来进行 VR 全景视频拍摄宣传，创新旅游资源传播手段，提高广大游客的体验感，丰富线上游客中心传播方式，打造 5G 技术下新型旅游资源宣传新平台。

3.1.2.2、“景点景区 VR 全景视频”移动端技术需求

一是对用户移动端的运算能力配置要求低。VR 全景视频是在三维的虚拟现实技术 VR 基础上建立起来的，保持 VR 的立体互动性，增加了现场真实感，降低了 VR 场景制作费用，且有效降低了对用户手机端的高运算能力配置要求。它采用专业 3D 摄像机进行全方位（4 л 球度--360 度）进行拍摄的视频，用户在观看视频的时候，可以在拍摄者角度上下左右任意角度的观看动态视频，让用户有一种真正意义上身临其境的感觉，而它不受时间、空间和地域的限制。特别适合无线带宽快速增加的 5G 时代。

二是现场感沉浸感互动性增强。VR 全景视频它不再是单一的静态全景图片形式或被动播放的一段视频，而是具有可选择的视窗景深的动态图像和声音等包罗万象的流动多媒体，同时还可以与游客互动。VR 全景视频表现出让传统的视频和图片望尘莫及的奇特效果，VR 全景视频比起传统的宣传传播方式来可以说是有了质、量、形式和内容的巨大飞跃，极大的提高了用户的现场体验感和沉浸感。

深圳线上游客中心重点为了助力建设全域旅游、提供个性化线上服务，构建信息化智能化旅游服务网络，切实为游客提供各种便捷服务，进一步推广深圳旅游品牌，宣传深圳旅游目的地形象，不断扩大深圳旅游资源影响力，迫切要求采用当下最流行的传播方式——全景视频，在原创内容的带动下，一边旅游一边分享视频成为旅游新常态，通过介绍深圳本地具有代表性的的景点景区等内容，相当于为用户提供一个视频版的鹏城旅游攻略，展示目的地不同角度的情景。

3.1.2.3、“景点景区 VR 全景视频”移动端建设内容

在深圳线上游客中心手机版、微信公众号 “景点景区 VR 全景视频”栏目---“智享美景”，选取十个深圳本地具有较高知名度的景点景区，通过专业全景摄像机、无人机航拍等高科技手段，配上专业主持人声情并茂的详细讲解，录制几分钟的全景视频，在游客中心手机版、微信公众号、PC 端前台向广大游客展示，宣传深圳本地景点景区资源，扩大深圳旅游目的地的影响力。

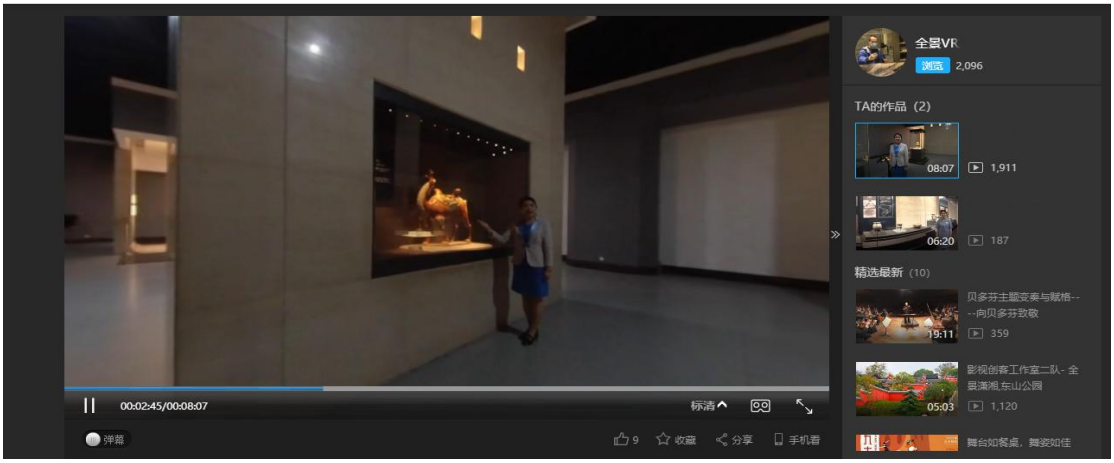
3.1.2.4、栏目设计

栏目名称	二级栏目	内容信息	内容来源	更新周期
智享美景	景点详情	展示深圳具有知名度景点景区的基本信息，全面宣传深圳景点景区的特色。	各景点景区官方介绍	不定期更新
	景点全景	展示深圳具有知名度景点景区 360 度全景图片，通过全局或者具体局部的 360 度图片来宣传经典给景区的特色。	技术团队专门拍摄、制作	不定期更新

	VR 全景视频	展示深圳具有知名度景点景区 VR 全景视频，通过全局或者具体局部的全景视频来宣传经典给景区的特色。	技术团队专门拍摄、制作	不定期更新

3.1.2.5、页面设计





3.1.3、深圳线上游客中心移动端平台界面维护需求

为保持深圳线上游客中心移动端平台的鲜活性、特色性，移动端平台首页和二级页面可在原有的基础上进行新的优化、美化，给网友耳目一新的感觉。页面优化分为以几方面内容，并按照以下分类进行内容的维护和丰富

首页：首页页面可根据一年四季深圳典型的气候以及旅游风景自动切换整体首页页面风格，且符合移动端游客点击使用习惯。

景区景点：大量的图文，有详细的组图从各方面展示。

旅游线路：文字说明线路顺序，并利用丰富的图片和游记攻略进行直观的推介。

美食：食街分布图，大量的图文，丰富资源。

民俗：传统节庆图文介绍，图片增加。

购物：商圈信息，图文并茂。

酒店：图文介绍。

攻略：图文介绍。

旅游视频：视频文件如旅游宣传片。

旅游指南：游客来深旅游相关各方面便民服务介绍。

3.1.4、其他重点内容维护

3.1.4.1、深圳绿道、栈道宣传专题

通过图文宣传深圳绿道、栈道信息，展示我市绿道和栈道建设情况，为游客朋友提供休闲绿道、栈道游玩服务，体现我市“体育+旅游”的建设成果，提升我市“体育+旅游 ”融合发展旅游公共服务效益。

3.1.4.2、文明旅游相关内容维护

重点宣传文明旅游，包括景点景区“厕所革命”以及“智慧厕所”建设的报道；旅游行业“信易游”工作的宣传报道；着重宣传“信易游”工作以及旅游行业培训项目，加强文明餐桌宣传等。

3.1.4.3、智能问答行业管理功能

在深圳游客中心移动端“旅游机器人”智能问答增加我市旅游行业管理方面的功能，增加旅游行业管理业务知识库。通过市民提出的问题或者关键字，能够自动给出相应的旅游行业管理方面的回答。

3.1.4.4、其他我市重点旅游项目内容维护

重点宣传中国首个旗舰版乐高主题乐园以及深圳规模最大的滨海旅游度假综合体——金沙湾国际乐园等重大旅游项目；宣传改造后的小梅沙片区，小梅沙片区更新项目位于盐田区梅沙街道，是齐头山以东，盐坝高速公路以南，背仔角以西，小梅沙湾海域以北围合区域，更新后的小梅沙片区将定位为集旅、居、业一体的滨海活力小镇以及世界级都市型滨海旅游度假区；积极宣传融创冰雪世界，未来将打造集世界最大室内雪世界、冰雪主题酒店、冰雪主题商街等设施于一体的世界级文旅项目。

3.1.5、深圳线上游客中心移动端平台数据库维护

3.1.5.1、深圳线上游客中心移动端平台数据运行维护需求

深圳线上游客中心移动端主要为广大来深游客提供旅游惠民信息、旅游景点线路信息、旅游指南以及旅游查询等全方位旅行服务的数据内容。线上游客中心移动版以“服务游客”思想为指导，突出展示“吃住行游购娱”、安全及便民等旅游要素。主要包括：

行：进入我市及景区的道路状况、里程数、沿途加油站、城市内交通（公交、出租车）情况等；

吃：我市各类餐饮介绍及主要食街和经营单位名称、地址、联系电话；

住：宾馆酒店名称、地址、特色简介、联系电话等；

游：景点景区名称、地理位置、类别、特色介绍、游记攻略以及旅游线路行程景点介绍、交通图、线路亮点介绍等；

购：当地主要大型购物场所地址、电话和主要入驻品牌介绍；

娱：代表性的节庆活动、娱乐项目，主要娱乐场所地址、电话；

图片：各类要素信息的相关图片。

3.1.5.2、移动端平台数据与第三方交通数据的共享融合

为了方便广大来深游客合理规划自己的行程路线，深圳线上游客中心移动端平台将与第三方交通数据进行共享融合，在深圳线上游客中心移动端平台旅游指南频道下设立交通栏目，基于游客用户的不同使用场景，可以为广大游客提供更加精准、详细的深圳每条道路的路况信息，以简单、清晰的图形提供城际高速、城市快速、城市交通要道的实时交通流、限行和事件信息，同时提供文字和语音形式的路况播报，为广大游客规划行程路线提供及时准确的交通出行参考。

3.1.5.3、移动端平台数据与气象数据的共享融合

为了方便广大游客根据天气安排自己的出行计划，深圳线上游客中心移动端平台将与深圳气象局进行深度的数据共享融合，在深圳线上游客中心移动端平台旅游指南频道下设立气象栏目，能够在移动端实时展示深圳气象信息以及未来数小时、数日的深圳天气变化情况以及其他气象指数，为广大游客出游提供准确的出行参考。

3.1.5.4、移动端平台数据与线下游客咨询点的数据互通互联

深圳线上游客中心移动端平台的数据可与线下游客咨询点进行数据共享，互通互联，通过在线下游客咨询点部署智能云屏，以互联网为媒介，结合线下游客咨询点互动体验系统与全新服务模式，为咨询点提供全方位咨询与公益服务。游客在线下游客咨询点通过点击智能云屏直接体验深圳线上游客中心手机版，获得移动版提供的各项旅游服务。这更有利于向广大游客传播展示深圳丰富的旅游资源以及最新的旅游资讯。

3.1.6、深圳线上游客中心智能云屏维护

深圳线上游客中心以智能云屏为载体，互联网为媒介，结合线下游客咨询点互动体验系统与全新服务模式，为咨询点提供全方位咨询与公益服务。现在蛇口邮轮母港线下游客中心部署有一套智能触摸屏，未来在深圳北站线下游客中心也将部署一台智能触摸屏，作为中心线上线下服务资源优势、服务模式结合，扩展有效公共服务示范点。

3.1.7、深圳线上游客中心系列小程序建设维护

3.1.7.1、海上看深圳小程序建设维护

为了宣传深圳首条航线“海上看深圳”游船航线，通过小程序介绍“蛇口邮轮母港-SCT码头-深圳湾大桥-蛇口邮轮母港”以深圳新名片——太子湾邮轮母港作为“海上看深圳”游船航线的起止点，覆盖 SCT 码头、太子湾邮轮母港、深圳湾大桥等片区。海上看深圳小程

序主要内容有海上看深圳概况，海上看深圳-线路介绍、海上看深圳-景点介绍等。

景点介绍内容包括：

1、深圳蛇口邮轮母港

2、深圳湾大桥

3、招商局广场

4、深圳湾体育中心（春茧）

5、海上世界·双玺

6、蛇口集装箱码头（SCT 码头）

3.1.7.2、旅行社查询小程序建设维护

通过旅行社查询小程序查询深圳约 1000 家左右正规旅行社信息、旅行分社信息、旅行社营业部信息、联系人、联系电话等，并可在地图上展示旅行社地址。

3.1.7.3、深圳旅游景点高清虚拟导览小程序建设维护

通过深圳旅游景点高清虚拟导览小程序展示深圳上百个旅游景点的真实景况，旅游景点可在地图落点展示地理位置信息。

旅游景点包括：

东部华侨城

深圳欢乐谷

观澜山水田园旅游文化园

新安故城

地王观光

甘坑客家小镇

深圳国际园林花卉博览园

光明农场大观园

仙湖植物园

深圳野生动物园

世界之窗

羊台山

弘法寺

锦绣中华民俗村

青青世界

平安云际观光层

大鹏所城

深圳海上田园

深圳金沙湾海滨度假区

大梅沙海滨公园

3.1.7.4、深圳旅游宣传视频小程序建设维护

通过深圳旅游宣传视频小程序宣传深圳旅游景点景区。

视频包括：

滨海篇、文旅篇、夜色篇、大鹏所城、东部华侨城、FreeSky 参观引导、佳兆业金沙湾国际乐园、蓝盐田呼吸海、莲花山公园、山海美城·精彩盐田、时尚商圈++魅力东门等。

3.2、深圳线上游客中心网站运行维护服务技术要求

3.2.1、深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站运行维护和推广需求

3.2.1.1、深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站运行维护要求

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站简介

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站是我局对外宣传和发布我市旅游信息的官方旅游服务门户，担负网上推广、宣传、展示深圳旅游资源风采的任务，具有促进我市旅游市场推广、旅游产业影响力，提升我市旅游竞争力，打造深圳旅游目的地的项目建设目标是，整合、展示、传播旅游信息资源，打造线上线下游客中心，拓展服务内容，形成旅游咨询服务新模式，更好地为游客和来深游客、旅客服务。推广促进我市旅游事业发展，促进增强深圳旅游营销力度，提升深圳旅游目的地竞争力，促进我市旅游产业健康发展，促进打造国际知名旅游目的地、出入境游集散地、世界级滨海旅游度假区建设， 促进提升我市旅游产业营商环境、旅游接待体系、旅游公共服务和管理现代化水平。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站维护建设原则

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站维护建设必须围绕并服务于我局旅游行业中心工作目标，加快推进旅游业转型升级，着力打造国际知名旅游目的地,促进贯彻《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》的实施意见，促进旅游投资和消费，促进加强旅游质量监管和创新旅游宣传与推广。在具体维护建设过程中需要遵循以下原则：

（1）加强旅游宣传推广，促进旅游消费。宣传报道深圳本地旅游资源，重点宣传推广邮轮旅游以及“中国旅游日”系列活动, 宣传推广全域旅游示范区大鹏新区、粤港澳大湾区和海上看深圳旅游景点线路资源；落实东进战略，加大东部地区旅游资源的宣传推广。

（2）传播品牌旅游产品体系。包括主题公园、滨海浪漫、都市风情、运动休闲和文化创意，及时更新采编、丰富旅游资源信息，突出宣传五大旅游资源，向海内外传播富有深圳本土旅游特色的旅游资源信息，是网上塑造深圳旅游目的地竞争优势，增加深圳旅游吸引力重要任务，也是塑造"创意深圳、时尚之都"城市旅游整体形象的主打旅游产品。

（3）创新旅游宣传推广方式。在线上线下同步推广深圳本地旅游资源，利用城市重要会展、文化活动和体育赛事、国际会议和国际新航线等平台，构建旅游推广的组合模式。引导企业开拓国际会展等高端旅游市场和国内主要客源市场。推进智慧旅游营销，加大旅游产

品的线上推广力度。宣传报道各类旅游节庆活动，营造良好的旅游氛围。

（4）加强旅游促销与区域合作，。制定“丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路”旅游合作发展规划，围绕“一带一路”战略开展国际旅游合作，主动服务“一带一路”战略，以共建粤港澳大湾区构建开放发展新格局，拓展深港澳紧密合作新空间。组织好海外参展促销和国内重点区域旅游推广活动，加大旅游新产品、港澳台联游及中转旅游品牌的推广力度。创新区域旅游合作机制，推动设立区域旅游市场开发和投资建设联盟，打造旅游区域合作重点品牌和线路。深化与港澳台的旅游合作。加强与澳门在文化创意、特色金融、旅游等领域合作，联手开拓葡语国家市场。

（5）完善旅游公共服务。实施旅游厕所建设管理行动，宣传旅游厕所革命，开展旅游惠民活动，鼓励旅游企业推出惠民举措，支持“深圳礼物”等旅游商品纪念品的设计和推广，挖掘旅游购物潜力，带动旅游消费。丰富12345专线服务和旅游咨询点的服务内容和手段，提升旅游咨询服务信息化、智慧化水平。

（6）促进旅游投资和消费，促进加强旅游市场管理。促进贯彻《国务院办公厅关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》的实施意见，通过改革创新促进旅游投资和消费，建立旅游管理信息化技术系统，应用智慧监管，创新旅游监管方式 。

（7）维护建设好深圳旅游公共服务平台。深圳线上游客中心（深圳旅游网）是深圳旅游产业的公共服务平台，不断建设、丰富、完善深圳旅游信息公共服务资源，不断丰富提高网站的公共服务功能，开发各项便民服务栏目，开展便民服务宣传报导，要大力促进深圳旅游产业的发展。建立信息员队伍，设立图片资源库、查询服务、信息服务和技术支持，通过平台整合资源，为旅游产业服务。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站主要目标

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站维护建设目标，项目建设目标是，整合、展示、传播旅游信息资源，打造线上线下游客中心，拓展服务内容，形成旅游咨询服务新模式，更好地为游客和来深游客、旅客服务。推广促进我市旅游事业发展，促进增强深圳旅游营销力度，提升深圳旅游目的地竞争力，促进我市旅游产业健康发展，促进打造国际知名旅游目的地、出入境游集散地、世界级滨海旅游度假区建设，促进提升我市旅游产业营商环境、旅游接待体系、旅游公共服务和管理现代化水平。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站主要建设目标如下：

1、公益性旅游服务门户

根据《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》中提到的“旅游是发展经济、增加就业和满足人民日益增长的美好生活需要的有效手段，旅游业是提高人民生活水平的重要产业。发展全域旅游，将一定区域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局、优化公共服务、推进产业融合、加强综合管理、实施系统营销，有利于不断提升旅游业现代化、集约化、品质化、国际化水平，更好满足旅游消费需求。”以及完成市委、市政

府2018年下达给我局“关于建设覆盖全域旅游、可提供个性化服务的线上线下游客中心”中心任务的要求，深圳线上游客中心（深圳旅游网）作为公益性服务广大游客和来深游客的旅游网站门户，需积极传播、扩大我市旅游资源和旅游目的地的影响力、幅射力，网站公共服务信息立足以宣传本地旅游资源为本，依托政府的信息资源、服务、信誉和公信力等优势，同时整合大量的社会信息服务资源，为公众全面提供吃住行游购娱等6大旅游元素综合服务信息，努力成为促进我市旅游事业发展，增强深圳旅游营销力度，提升深圳旅游目的地竞争力的公益性旅游门户网站。

2、高效的城市旅游便民服务门户

通过建好深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站，努力解决海内外游客来深出游前、中、后基本公共便民服务问题，主要是面向游客出游前、出游中、出游后线上提供一些基本公共便民服务需求，不仅提供包括旅游资讯、线路、搜索、指南、攻略、导航、导游、导览、导购、娱玩等旅游六要素（吃、住、行、游、购、娱）相关信息，同时与诸如深圳交委和深圳气象局等政府相关部门进行数据融合和共享，在各个方面为广大来深游客提供全方位的便民服务功能，使之成为促进提升我市旅游接待体系、旅游公共服务和管理现代化水平的便民服务门户。

3、有公信力的城市文体旅游营销门户

提升深圳线上游客中心（深圳旅游网）旅游资源信息服务能力，加大深圳旅游目的地信息资源集成度，加快信息更新频率和公共服务效能，进一步丰富深圳旅游目的地资讯，创造条件与网民互动采集共建深圳旅游公共服务资源中心，提供基于网络的旅游服务热线、网上旅游咨询中心，打造宣传由深圳市文化广电旅游体育局主管行业内包含文化、体育、旅游元素示范性活动信息集成网上展示门户，为广大来深游客提供全市文化、体育、旅游一站式的服务信息，给游客带来完美的来深游玩体验，从而促进增强深圳旅游营销力度，提升深圳旅游目的地竞争力。

4、有国际影响力的城市旅游宣传门户

深圳作为现代化的国际性都市，每年国际大型活动、展览、会议不计其数，面向海内外商务人士的商务游已经成为深圳旅游产业链的重要组成部分，因此需要树立深圳高端休闲旅游的品牌形象，深圳线上游客中心网站为提升深圳旅游目的地国际影响力，将打造建立旅游门户国际版网站标准，推出不同语种的外文版本（包括英文版、日文版、韩文版）网站门户，提升我市旅游目的地的形象，体现深圳国际化旅游城市的风采，努力使之成为有国际影响力和幅射全球范围的城市旅游宣传门户。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护要求

深圳线上游客中心（深圳旅游网）已建设运营多年，网站框架已比较成熟，年度维护应以内容建设及内容更新为主，运营维护的核心工作应是信息的及时更新、维护；网站内容、风格应体现深圳文体旅游整体形象，网站内容应与旅游宣传资料进行同步更新。深圳线上游

客中心（深圳旅游网）内容维护的总体要求：

1、以宣传推广深圳旅游目的地为核心

深圳线上游客中心移动端必须以深圳旅游目的地为核心的原则进行信息组织。信息内容的组织、界面的交互设计、信息的表现形式等都以宣传深圳旅游目的地为核心。传播旅游公共服务正能量，吸引来深海内外游客观赏深圳旅游资源，让游客更好地体验我们这座海滨城市所具有国际大都市现代气质。

2、以服务游客为中心

深圳线上游客中心移动端必须遵循以服务游客为中心的原则建设，信息的提供根据游客的需求制定。把游客放在服务对象的第一位，从原来的“我要给游客提供什么信息”变为“游客需要什么信息给游客提供什么信息”；所有信息内容都以游客的需求为第一需要。内容方面主要侧重于宣传类信息和指南性信息等有针对性及个性化的信息为主。

3、更好应用移动互联网信息实现方式

充分发挥移动互联网传播优势，让游客一机在手，便可获得政府提供的公共旅游信息服务，要求做到满足游客的公共旅游服务信息基本需求，有效服务信息的快捷性、便利性,要做到条理清晰、简单易懂、能够让游客快速查找到需要的信息。深圳线上游客中心移动服务终端屏幕设计，要美观、简洁、大气、生动、活泼，并富有现代感、吸引力、亲和力。让海内外访客有好的体验感。

4、打造旅游公共服务有效供给侧公共信息产品

深圳线上游客中心移动端的主要服务对象为旅游者，因此移动端所提供的信息必须有公信力的好品质，要求提供的信息内容具有政府权威性的良好品质。核心要求是围绕游客的需求而制定，提供的信息及时、丰富、真实、准确，为游客的出游提供方便。具体要求是，在2018年深圳特线上游客中心原有信息数据库基础上，采集更多、更丰富的公共旅游服务信息，在网站和移动端同步发布传播，多功能、多渠道地散发鹏城旅游目的地吸引力，以彰显深圳这座魅力之城，活力之城，时尚之城，创新力之城。

5、信息的动态更新机制

通过深圳旅游信息采集平台，建立动态信息更新机制，针对旅游目的地各要素的基础信息和指南类信息，要根据情况变化，动态更新，及时做出反应和调整，增强信息的准确度和时效性。

5、强化搜索引擎功能

为游客提供翔实、全面的信息离不开搜索服务。必须为游客设计各种不同形式的搜索服务，如全文搜索，多关键字搜索，分类搜索，按时间搜索等。

6、增强互动性

根据游客的需求，提供人性化专业化的在线咨询、留言板、在线投诉等线上服务，并做到及时解决、及时反馈。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）主要频道

深圳线上游客中心（深圳旅游网）（网址：www.shenzhentour.com）是我局对外宣传的官方门户网站，面向游客和旅游企业的网站，语言版本包括简体中文、英文、日文、韩文。通过网络进行有效的宣传和展示深圳旅游资源风采，提供权威、全面、及时、准确的旅游信息和相关服务，加深公众对深圳旅游的了解和认识，提高深圳知名度，方便企业对外宣传的网络平台。包含的内容有旅游六要素的信息（吃、住、行、游、购、娱）等的相关信息，主要频道有：走进深圳、玩转深圳、鹏城风光、酒店住宿、美食购物、文体娱乐、创意深圳。项目服务的内容主要包括：网站的日常技术维护、安全维护、网站建设等内容。

1、深圳线上游客中心（深圳旅游网）中文版

栏目	二级栏目	三级栏目	备注
首页栏目	旅游资讯	图片新闻	
		今日热点	
		文化旅游	
	行业监管	旅游团队系统	链接我局旅游行业监管各类系统
		旅游监管系统	
		旅游统计直报	
		黄金周统计系统	
	达人推荐	经典游记攻略	
		美食购物攻略	
		交通攻略	
	本周精彩	每周文化活动预告	包括活动、演出、展览、影视、阅读、旅游、体育等信息预告
	美丽大家拍	美丽大家拍	
走进深圳	深圳概况	深圳概况	
	一带一路桥头堡	一带一路桥头堡	
	粤港澳大湾区	粤港澳大湾区	
	大潮起珠江	大潮起珠江	
线路	深圳游	深圳一日游	
		深圳二日游	
	鹏城主题游	主题公园之旅	
		滨海休闲之旅	
		都市风情之旅	
		创意文化之旅	
		绿色生态之旅	
		文物古迹之旅	
		鹏城地铁之旅	
		高尔夫之旅	
	港澳游	港澳游	
	周边游	周边游	
	邮轮游	邮轮游	
	海上看深圳	海上看深圳	
景点	主题公园	主题公园	
	滨海浪漫	滨海浪漫	
	都市风情	都市风情	

	运动休闲	运动休闲	
	文化创意	文化创意	
酒店	五星级酒店	五星级酒店	
	四星级酒店	四星级酒店	
	三星级酒店	三星级酒店	
	绿色酒店	绿色酒店	
	经济创意型酒店	经济创意型酒店	
美食购物	深圳美食	深圳美食	
	购物商圈	购物商圈	
视觉	精彩视频	精彩视频	
	虚拟展示	虚拟展示	深圳著名旅游景点全景图片和 VR 虚拟体验
	一图展示	深圳旅游景点高清虚拟导览	以地图形式展示深圳著名旅游景点全景图片和 VR 虚拟体验
文体	文化活动预告	文化活动预告	包括活动、演出、展览、影视、阅读、旅游、体育等信息预告
	传统节庆	传统节庆	
	文化设施	文化设施	
	体育设施	体育设施	
	旅游节庆	旅游节庆	
专题	全域旅游	概念政策	
		信息动态	
		大鹏示范区	
		影音赏析	
	东进战略	概念政策	
		信息动态	
		沿途地区	
		美丽东进	
	文明旅游	活动资讯	
		活动掠影	
		文明旅游宣传片	
	海上丝绸之路	一带一路简介	
		一带一路线路图	
		海上丝绸之路桥头堡—深圳	
		新闻动态	
		沿途地区和地市	
		一带一路相关问题	
	体育+旅游	深圳绿道	
		CBA	
		深圳马拉松	
		ATP 深圳网球赛	
		中国帆船赛	
旅游指南	天气	天气	
	火车站	火车站	
	机场	机场	

	口岸码头	口岸码头	
	公交巴士	公交巴士	
	地铁线路图	地铁线路图	
	旅拍	旅拍	
	旅游小贴士	旅游小贴士	
	线下游客中心	线下游客中心	
	景点购票	景点购票	
	美丽城市	美丽城市	
	国际航线	国际航线	宣传宝安国际机场通航城市
	外国人 144 小时过境免签	外国人 144 小时过境免签	宣传外国人 144 小时过境免签政策
	离境退税	离境退税	宣传境外旅客购物离境退税政策

2、深圳线上游客中心（深圳旅游网）英文版

类别	栏目	任务
深圳线上游客中心（深圳旅游网）英文版	首页	图片、Flash、栏目、内容更新
	网站内容	网站内容翻译维护更新
	数据查询检索	数据翻译维护更新

3、深圳线上游客中心（深圳旅游网）日文版

类别	栏目	任务
深圳线上游客中心（深圳旅游网）日文版	首页	图片、Flash、栏目、内容更新
	网站内容	网站内容翻译维护更新
	数据查询检索	数据翻译维护更新

4、深圳线上游客中心（深圳旅游网）韩文版

类别	栏目	任务
深圳线上游客中心（深圳旅游网）韩文版	首页	图片、Flash、栏目、内容更新
	网站内容	网站内容翻译维护更新
	数据查询检索	网站翻译维护更新

深圳线上游客中心（深圳旅游网）相关频道维护要求

1、主频道要求

深圳线上游客中心（深圳旅游网）“滨海深圳、玩转深圳、酒店住宿、文化+旅游、专题专栏”等主频道维护要求：要求在现有素材的基础上，进行再丰富，内容扩展，资源整合，力求全面实现深圳线上游客中心（深圳旅游网）定位的上述建设原则，“四大门户建设”建设目标，对内容进行更新和丰富，美工需要对内容进行图片化和动画制作，进一步加强视觉效果。

2、展示要求

深圳线上游客中心（深圳旅游网）主要以旅游资源信息和资讯展示为主，辅助于部分便民信息和旅游查询等在线服务功能。

根据实际需求使用文体、图片、视频、音频、电子地图、全景技术、电子刊物等多种表现形式。

3、其它维护需求

网站导航要求

网站导航应符合以下基本要求：

1. 有详尽的网站地图可供查询。
2. 在各页面固定位置设置风格统一的导航栏。
3. 各层级及同级间的网页导航便捷。
4. 导航文字准确、直观、易识别。

网站建设规范要求

网站必须建设成带后台管理程序、能够加载旅游信息的动态网站。后台程序和展示网页必须有信息发布的时间（年、月、日）。

网站技术架构要求

基于局基础框架平台建设，数据库采用 oracle 系统，web 服务器采用 weblogic，网站采用 jsp 动态网站开发语言。

页面布局要求

页面布局是指网页内容在页面上所处位置的设计。页面布局有下列基本要求：

1. 各层级页面布局风格协调统一。
2. 各层级页面中，应当包含相应的功能设置，便于使用。
3. 各层级页面附加功能区的布局相对固定。

网页效果要求

1. 网站首页显要位置必须设置深圳旅游形象标识；
2. 有统一的色彩风格和主色调。
3. 各层级页面均包含一致的网站标志（LOGO）图案及文字。
4. 网页字体应使用标准字体，可向用户提供字号选择功能。
5. 网页整齐，不变形，不出现表格错位、文字错行的情况。
6. 网页文件不宜过大。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）相关旅游线路栏目维护需求

旅游线路栏目是深圳线上游客中心（深圳旅游网）为旅行者提供旅游资讯、旅游服务、旅游指南等全方位旅行服务的线路指南。旅游线路栏目以“线路统筹”思想为指导，突出展示“吃住行游购娱”、安全及氛围等旅游要素。每条线路包括线路名称、线路图、线路特色、行程安排、景区资源、旅游要素、特别提示和咨询电话（网址）等八个方面。

包含主要景区的六要素信息，主要包括：

行：进入城镇及景区的道路状况、里程数、沿途加油站、修理厂、医疗急救站、客运站车次、票价、发（收）车时间、城市内交通（公交、出租车）情况等；

吃：当地特色风味（餐饮、小吃）介绍及主要经营单位名称、地址、联系电话；

住：宾馆酒店名称、地址、客房价目表、联系电话；

游：旅游线路图、景点概要、景点医疗服务机构、安全保卫机构；

购：当地特色商品名称，主要购物场所地址、电话；

娱：代表性的节庆活动、娱乐项目，主要娱乐场所地址、电话；图片：各类要素信息的相关图片。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）景点展示栏目维护需求

展示要求

方式一：通过网站访问丰富的图片、文字、音视频等方式进行景点景区展示

方式二：通过手机扫描二维码打开景点景区的图片、文字、音视频等展示信息

景点展示功能

图片：在 Web 页面以及 APP、微信平台上发布景点景区的景点景区图片，提供基本的放大、缩小、漫游、鹰眼操作。

景区介绍：在 Web 页面以及 APP、微信平台上发布景区详细内容信息。

景区音视频：在 Web 页面以及 APP、微信平台上发布景区详细内容信息

景区查询：查询景区具体地址方位以及交通路线；

景点媒资收纳：景点相关说明文本、照片、图表、声音、动画、视频等多媒体数据的收集管理。

3.2.2、“景点景区 VR 全景视频”PC 端模块维护建设要求

3.2.2.1、“景点景区 VR 全景视频”PC 端推广需求

一是游客对于景点景区虚拟体验提升的需求。随着新技术的日益普及，旅游需求的也有了更大的需求。“世界那么大，我想去看看”，反映出人们了解世界的愿望变的愈加强烈，在出发之前预先了解的景点的情况，是必做的功课，可以增加丰富旅游体验内容维度，避免对陌生地的迷茫和恐惧。VR 全景就是让人们可以预先在网上仿佛就在现场地体验和了解景点信息，这种预先现场感可以让人们在实际旅游时感觉到故地重游。

二是景点景区展示升级到 VR 互动的需求。深圳是信息科技高度发达的城市。科技推动深圳的旅游产业发展， VR 全景视频在深圳应运而生。VR 全景视频可以互动且直观地将深圳文化展现在人们面前。VR 全景视频相比文字和图片，可以承载的内容更加丰富。对于旅游爱好者来说，判断一个目的地是否值得前往的时候，1000 张 PS 的图片，也不如一段 10 秒的 VR 全景视频。

在网络非常普及的今天，虚拟体验已经成为了最具互动性的网络内容，人们已经越来越习惯通过虚拟体验来了解旅游相关资源信息，线上体验已逐渐融入了我们的生活、学习、工作的方方面面。与此同时，在现在 5G 技术日益成熟的背景下，VR 全景旅游视频也越来越成为推广目的地旅游的一种新型的传播方式，因体验度极高，旅行概念的内容输出和 VR 全景视频的结合相得益彰。

三是科技发展的需求。近年来，虚拟沉浸式体验已成为广大游客了解旅游资源主要的信息来源。在这种背景和形势下，传统媒体的新闻宣传报道和传统媒体的方式、方法及手段，已无法满足深圳游客中心推广要求，为不断扩大深圳旅游的社会影响力，提振旅游产业消费能力，创新旅游资源传播手段，打开我市全域旅游服务工作的新局面，深圳线上游客中心挑选全市之中具有代表性的景点景区来进行 VR 全景视频拍摄宣传，创新旅游资源传播手段，提高广大游客的体验感，丰富线上游客中心传播方式，打造新技术下新型旅游资源宣传新平台。

3.2.2.2、“景点景区 VR 全景视频”PC 端技术需求

一是对用户 PC 端的配置要求低。VR 全景视频是在三维的虚拟现实技术 VR 基础上建立起来的，保持 VR 的立体互动性，增加了现场真实感，降低了 VR 场景制作费用，且有效降低了对用户手机端的高运算能力配置要求。它采用专业 3D 摄像机进行全方位（4 л 球度--360 度）进行拍摄的视频，用户在观看视频的时候，可以在拍摄者角度上下左右任意角度的观看动态视频，让用户有一种真正意义上身临其境的感觉，而它不受时间、空间和地域的限制。

二是现场感沉浸感互动性增强。VR 全景视频它不再是单一的静态全景图片形式或被动播放的一段视频，而是具有可选择的视窗景深的动态图像和声音等包罗万象的流动多媒体，同时还可以与游客互动。VR 全景视频表现出让传统的视频和图片望尘莫及的奇特效果，VR 全景视频比起传统的宣传传播方式来可以说是有了质、量、形式和内容的巨大飞跃，极大的提高了用户的现场体验感和沉浸感。

深圳线上游客中心重点为了助力建设全域旅游、提供个性化线上服务，构建信息化智能化旅游服务网络，切实为游客提供各种便捷服务，进一步推广深圳旅游品牌，宣传深圳旅游目的地形象，不断扩大深圳旅游资源影响力，迫切要求采用当下最流行的传播方式——全景视频，在原创内容的带动下，一边旅游一边分享视频成为旅游新常态，通过介绍深圳本地具有代表性的的景点景区等内容，相当于为用户提供一个视频版的鹏城旅游攻略，展示目的地不同角度的情景。

3.2.2.3、“景点景区 VR 全景视频”PC 端建设内容

在深圳游客中心（旅游网）PC 端建设“景点景区 VR 全景视频”栏目---“智享美景”，选取十个深圳本地具有较高知名度的景点景区，通过专业全景摄像机、无人机航拍等高科技手段，配上专业主持人声情并茂的详细讲解，录制几分钟的全景视频，在 PC 端前台向广大游客展示，宣传深圳本地景点景区资源，扩大深圳旅游目的地的影响力。

3.2.2.4、栏目设计

栏目名称	二级栏目	内容信息	内容来源	更新周期
智享美景	**景点详情**	展示深圳具有知名度景点景区的基本信息，全面宣传深圳景点景区的特	各景点景区官方介绍	不定期更新

		色。		
	景点全景	展示深圳具有知名度景点景区 360 度全景图片，通过全局或者具体局部的 360 度图片来宣传经典给景区的特色。	技术团队专门拍摄、制作	不定期更新
	VR 全景视频	展示深圳具有知名度景点景区 VR 全景视频，通过全局或者具体局部的全景视频来宣传经典给景区的特色。	技术团队专门拍摄、制作	不定期更新

3.2.2.5、页面设计



3.2.3、其他重点内容维护

3.2.3.1、深圳绿道、栈道宣传专题

通过图文宣传深圳绿道、栈道信息，展示我市绿道和栈道建设情况，为游客朋友提供休闲绿道、栈道游玩服务，体现我市“体育+旅游”的建设成果，提升我市“体育+旅游 ”融合发展旅游公共服务效益。

3.2.3.2、文明旅游相关内容维护

重点宣传文明旅游，包括景点景区“厕所革命”以及“智慧厕所”建设的报道；旅游行业“信易游”工作的宣传报道；着重宣传“信易游”工作以及旅游行业培训项目，加强文明餐桌宣传等。

3.2.3.3、其他我市重点旅游项目内容维护

重点宣传中国首个旗舰版乐高主题乐园以及深圳规模最大的滨海旅游度假综合体——金沙湾国际乐园等重大旅游项目；宣传改造后的小梅沙片区，小梅沙片区更新项目位于盐田

区梅沙街道，是齐头山以东，盐坝高速公路以南，背仔角以西，小梅沙湾海域以北围合区域，更新后的小梅沙片区将定位为集旅、居、业一体的滨海活力小镇以及世界级都市型滨海旅游度假区；积极宣传融创冰雪世界，未来将打造集世界最大室内雪世界、冰雪主题酒店、冰雪主题商街等设施于一体的世界级文旅项目。

3.2. 4、旅游网国际版内容更新维护需求

旅游门户网站建设是为了推进我市旅游目的地建设，深化创建我市优秀旅游城市工作，增强旅游综合服务功能，引导优秀旅游城市向个性化、特色化、国际化方向发展。开展创建中国最佳旅游城市，提升我市旅游目的地的形象，推动旅游产品升级换代。通过旅游门户网站，推出和宣传一批个性化的旅游景点、旅游古村落，形成特色鲜明、具有较强市场竞争能力的旅游目的地体系。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）是我市对外宣传深圳旅游的官方网站，语言版本包括简体中文、英文、日文、韩文。为了更好地服务海内外游客，需要对英文版、日文版、韩文版内容不断进行更新。在原有外文版本的基础上，一方面丰富，另一方面需要更新，要有重点对深圳城市富有特色旅游资源进行比较全面的外文版本宣传展示。

3.2.4.1、多语种网站页面更新维护

为保持外文版网站（英文版、日文版、韩文版）的鲜活性、特色性，外文版首页和二级页面可在原有的基础上进行新的优化、美化，给网友耳目一新的感觉。页面优化分为以几方面内容，并按照以下分类进行内容的维护和丰富

首页：首页页面可根据一年四季深圳典型的气候以及旅游风景自动切换整体首页页面风格，且符合国外游客点击使用习惯。

景区景点：大量的图文，有详细的组图从各方面展示。

旅游线路：文字说明线路顺序，并利用丰富的图片和游记攻略进行直观的推介。

文旅节庆：提供深圳重要文化旅游节庆活动信息，图文并茂。

旅游指南：外国游客来深旅游相关各方面便民服务介绍。

3.2.5、深圳线上游客中心（深圳旅游网）网页界面维护需求

为保持深圳线上游客中心（深圳旅游网）网站的鲜活性、特色性，深圳线上游客中心（深圳旅游网）首页和二级页面可在原有的基础上进行新的优化、美化，给网友耳目一新的感觉。网页优化分为以几方面内容，并按照以下分类进行内容的维护和丰富

首页：首页页面可根据一年四季深圳典型的气候以及旅游风景自动切换整体首页页面风格。

景区景点：大量的图文，有详细的组图从各方面展示。

旅游线路：文字说明线路顺序，并利用丰富的图片和游记攻略进行直观的推介。

美食：食街分布图，大量的图文，丰富资源。

民俗：传统节庆图文介绍，图片增加。

特产：土特产介绍，图文并茂。

购物：商圈信息，图文并茂。

酒店：图文介绍。

攻略：图文介绍。

旅游视频：视频文件如旅游宣传片。

我局旅游方面相关业务：相关系统链接。

3.2.6、深圳线上游客中心（深圳旅游网）与深圳市文化广电旅游体育局政务官网接口维护需求

通过深圳线上游客中心（深圳旅游网）与深圳市文化广电旅游体育局政务官网的数据交换和共享接口，实现了深圳线上游客中心（深圳旅游网）上相关旅游信息在深圳市文化广电旅游体育局政务官网上进行实时同步展示。

为了保障深圳线上游客中心（深圳旅游网）与深圳市文化广电旅游体育局政务官网的正常运行，保障深圳线上游客中心（深圳旅游网）与深圳市文化广电旅游体育局政务官网的相关旅游信息同步，需要对深圳线上游客中心（深圳旅游网）与深圳市文化广电旅游体育局政务官网接口进行 7X24 小时维护。

3.2.7、深圳线上游客中心（深圳旅游网）与《美丽城市》电子月刊接口维护需求，办好《美丽城市》电子月刊旅游栏目

1、通过深圳线上游客中心（深圳旅游网）与《美丽城市》电子月刊接口，实现了《美丽城市》电子月刊在深圳线上游客中心（深圳旅游网）的展示、浏览、下载等功能。为了保障《美丽城市》电子月刊接口在深圳线上游客中心（深圳旅游网）上的正常展示、浏览、下载等功能，需要对深圳线上游客中心（深圳旅游网）与《美丽城市》电子月刊接口进行维护。

2、办好《美丽城市》电子月刊旅游栏目，每月采编深圳本土重大旅游活动信息，活动预告资讯，及时在此电子月刊权威发布。

3.2.8、深圳线上游客中心（深圳旅游网）与“深圳政府在线”鹏程旅游栏目接口维护需求

通过深圳线上游客中心（深圳旅游网）与“深圳政府在线”的数据交换和共享接口，实现了“深圳政府在线”鹏程旅游栏目同步展示深圳线上游客中心（深圳旅游网）上的部分旅游信息的功能。

为了保障“深圳政府在线”鹏程旅游栏目的正常运行，保障“深圳政府在线”鹏程旅游栏目与深圳线上游客中心（深圳旅游网）上的部分旅游信息的同步，需要对深圳线上游客中心（深圳旅游网）与“深圳政府在线”鹏程旅游栏目接口进行 7X24 小时维护。

3.2.9、旅游行业管理电子政务维护任务

3.2.9.1、信息化设备维护要求

市文化广电旅游体育局旅游行业硬件设备或系统部署于游客中心局机关和文化大楼：

服务器 3 台、台式计算机 28 台、笔记本电脑 4 台、打印机 22 台、扫描仪 2 台。

信息化设备	1、服务器	三台 DELL 服务器 (团队系统及监管系统服务器)
	2、台式电脑	1、戴尔台式机（3 台） 2、惠普台式机（21 台） 3、联想台式机（4 台）
	3、笔记本	1、IBM（2 台） 2、戴尔（1 台） 3、明基（1 台）
	4、个人打印机	1、京瓷 FS1320D（4 台） 2、HPLASERJET1150（1 台） 3、HPLASERJET1200（5 台） 4、HPLASERJET2420D（1 台） 5、XEROR 3200MFP（4 台） 6、三星 SF-651（4 台传真机）
	5、工作组级打印机	1、HPLASERJET5000（1 台） 2、HPLASERJET5100（1 台） 3、利盟 C532（1 台）
	6、高速扫描仪	1、 佳能 DR2080C（2 台）
旅游信息化安全设备	7、硬件防火墙	启明星辰硬件防火墙
	8、应用防火墙	安恒明御 web 应用防火墙一套

3.2.9.2、信息系统维护要求

深圳市文化广电旅游体育局旅游服务维护要求

类别	任务
深圳市文化广电旅游体育局旅游服务	网站技术支持
	数据库技术支持

黄金周旅游统计直报系统改造升级

黄金周旅游统计直报系统已运行多年，现有技术框架和源程序已经远远落后，同时相应的安全漏洞日益增多且无法更新修复。现要求对黄金周旅游统计直报系统进行技术架构上的全面升级改造，修复安全漏洞，保证系统的安全运行。

其他政务系统维护要求

目前我局已经启用的旅游行业电子政务相关系统如下表：

1	旅游企业基本编码数据库
2	出境游管理系统
3	旅游监督管理系统
4	旅游公文传输管理系统

1、旅游企业基本编码数据库

对旅游企业编码库进维护。

2、出境游管理系统

对出境游管理系统进行维护，保障出境游管理系统 7X24 小时正常运行。

3、旅游监督管理系统

对旅游监督管理系统进行维护，保障旅游监督管理系统正常运行。

4、旅游公文传输管理系统

对旅游公文传输管理系统进行维护，保障旅游公文传输管理系统正常运行。

3.2.10、信息安全维护要求

3.2.10.1、信息系统安全要求

凡涉及国家及局机关机密的信息，要在指定的、独立的、不联接任何网络的计算机上进行处理；凡是接入外网的计算机，硬盘上不可存放任何与涉密工作有关的文件。

涉密计算机设置密码，口令长度不得少于 8 个字符,更换周期不得长于一个月,处理机密级信息,口令长度不得少于 10 个字符,更换周期不得长于一周；处理绝密级信息采用一次性口令或生理特征等强身份鉴别措施,口令长度不得少于 12 个字符,采用大小写英文字母、数字和字符中两者以上的组合。

3.2.10.2、网络信息安全要求

未办理入网手续，不得私自将计算机接入局域网；没有安装网络隔离系统的计算机，不得接入外网。计算机接入网络均需到办理有关入网登记手续。

严禁将上国际互联网的计算机（含笔记本电脑）接入机关党政内网；

未经许可不得随意在网上下载和安装未经防病毒检测的外来软件，安装外来软件须经防病毒检测后方可安装。如发现计算机有病毒感染迹象或遭黑客攻击，应及时报告。

3.2.10.3、深圳线上游客中心（深圳旅游网）信息安全要求

按照市政府办公厅《重要网站安全检查指南》要求，网站需要重点落实“五防”，即防注入、防攻击、防病毒、防篡改和防窃密等。

要求进行标准规范管理，建立健全网站信息安全、日常值班管理等制度。

要求保障网站服务器上运行的操作系统、数据库系统、防病毒系统、应用软件系统等系统的正常运行，维护、升级、更新、备份等。

要求进行网站信息安全维护和管理，风险评估和防御。

要求进行网站信息内容监控，发现问题及时处理，并报上级领导。

要求进行网站系统的日常备份，在紧急情况下及时恢复网站的数据和服务，备份间隔不超过 24 小时；

要求进行制订系统安全技术措施，使用漏洞扫描软件扫描系统漏洞，关闭不必要的服务端口。

要求进行制订口令管理制度，防止系统口令泄露和被暴力破解。

要求进行制定系统补丁的管理制度，确定系统补丁的更新、安装、发布措施，及时堵住系统漏洞。

因违反规定导致安全事故发生的，要追究有关人员的责任。对泄漏单位机密和对我局政

务形象造成不良影响的单位和个人，要视情节轻重按有关规定进行处理。

3.3、深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护考核

3.3.1、深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护的具体内容

深圳线上游客中心（深圳旅游网）以及移动版是我局对外宣传的官方门户，是面向游客和旅游企业的网络平台，语言版本包括简体中文、英文、日文、韩文。通过网络进行有效的宣传和展示深圳旅游资源风采，提供权威、全面、及时、准确的旅游信息和相关服务，加深公众对深圳旅游的了解和认识，提高深圳知名度，方便企业对外宣传的网络平台。包含的内容有旅游六要素的信息（吃、住、行、游、购、娱）等的相关信息，主要频道有：走进深圳、玩转深圳、鹏城风光、酒店住宿、美食购物、文体娱乐、异国他乡、创意深圳。

深圳线上游客中心（深圳旅游网）已建设运营多年，网站框架已比较成熟，年度维护应以内容建设及内容更新为主，运营维护的核心工作应是信息的及时更新、维护；同时深圳线上游客中心移动端的内容、风格应体现深圳文体旅游整体形象，网站内容应与旅游宣传资料进行同步更新。

3.3.2、深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护考核保障措施要求

为进一步促进深圳线上游客中心（深圳旅游网）运维工作，规范深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容保障考核，确保网站和移动端内容与服务的权威性、准确性和时效性，依据《中华人民共和国政府信息公开条例》及省市相关文件的要求，结合深圳线上游客中心（深圳旅游网）运营维护的实际情况，深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护工作需要满足以下考核保障措施的要求：

1、结合深圳线上游客中心（深圳旅游网）内容维护的具体内容和信息维护更新的量化指标进行考评。

2、由深圳市文化信息办公室负责对项目建设维护单位实施具体的考评工作。

3、考核的结果以百分制方式计算，分为优秀、良好、合格、不合格 4 个等级。

3.3.3、深圳线上游客中心（深圳旅游网）人员要求

要求 9 名成员项目现场常驻工作一年。

（1）本项目实施负责人 1 名，提供学历证书、资格证书及信息化建设与维护经验情况（提供工作经历、资质证书及相关文件）。

（2）投入本项目 4 名软件开发人员，提供学历证书、信息化建设与维护经验情况（提供学历证书及相关文件等材料）。

（3）投入本项目 3 名网站编辑人员，提供学历证书、信息化建设与维护经验情况（提供学历证书及相关文件等材料）。

（4）投入本项目 1 名美工人员，提供学历证书、信息化建设与维护经验情况（提供学历证书及相关文件等材料）。

五、项目商务要求

（一）服务期限：一年
（二）付款方式：按照市财委相关规定支付
（三）质量考核验收标准及违约金
1.质量考核验收标准：
（1）中标方必须建立专门的项目管理方案，必须具有科学的组织架构、合理的人力配置、明确的项目进度、严密的管理制度和严格的质量检验办法。
（2）中标方必须保证项目质量，对采购方查出的质量问题须无条件地一一整改，整改所需的人、财、物均由中标方负责。
（3）中标方必须保证在服务期限内完成所有任务。
2.违约金：合同总金额的 20%。

六、投标报价

1. 本项目服务费采用包干制，应包括服务成本、法定税费和企业的利润。由企业根据招标文件所提供的资料自行测算投标报价；一经中标，投标报价总价作为中标单位与采购人签定的合同金额，合同期限内不做调整。

2. 投标人应根据本企业的成本自行决定报价，但不得以低于其企业成本的报价投标；评标时，评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

3. 投标人的投标报价，应是本项目招标范围和招标文件及合同条款上所列的各项内容中所述的全部，不得以任何理由予以重复，并以投标人在投标文件中提出的综合单价或总价为依据。

4. 除非政府集中采购机构通过修改招标文件予以更正，否则，投标人应毫无例外地按招标文件所列的清单中项目和数量填报综合单价或总价。投标人未填综合单价或总价的项目，在实施后，将不得以支付，并视作该项费用已包括在其它有价款的综合单价或总价内。

5. 投标人应充分了解项目的位置、情况、道路及任何其它足以影响投标报价的情况，任何因忽视或误解项目情况而导致的索赔或服务期限延长申请将不获批准。

6. 投标人不得期望通过索赔等方式获取补偿，否则，除可能遭到拒绝外，还可能将被作为不良行为记录在案，并可能影响其以后参加政府采购的项目投标。各投标人在投标报价时，应充分考虑投标报价的风险。

七、招标代理服务费

中标服务费

根据原国家计委《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980 号）和国家发改委办公厅《关于招标代理服务收费有关问题的通知》（发改办价格[2003]857 号）文件相关规定，招标代理服务费以中标金额（本项目以年度支付上限预算为计算基数）为基数、按差额定率累进法计算。招标代理服务费具体计取费率标准如下表所示：

收费标准＝(中标金额×收费费率＋速算增加数)

中标金额 （万元）	服务招标 收费费率	速算增加数 （万元）
100 以下	1.5%	0
100-500	0.80%	0.7
500-1000	0.45%	2.45
1000-5000	0.25%	4.45
5000-10000	0.10%	11.95
10000-100000	0.05%	16.95

中标人须在中标公告公示期结束后，领取《中标通知书》前，向招标（采购）代理机构缴纳招标代理服务费（本项目招标代理服务费以中标总额为基数、按差额定率累进法计算）。

收 款 人：深圳市华昊信息技术有限公司深圳分公司

开户银行：中国光大银行深圳景田支行

帐　　号：39050188000127048（人民币）

收费标准按国家计委“计价格[2002]1980 号文规

第三章　投标文件格式、附件

特别提醒：

投标文件正文将对外公开，投标文件附件不公开。投标人在编辑投标文件时，在投标文件目录中属于本节点内容的必须在本节点中填写，填写到其他节点或附件的将可能导致投标无效，一切后果由供应商自行承担。

投标文件正文（信息公开部分）必须编制于“投标书目录”，投标文件附件（非信息公开部分）必须编制于“投标书附件”，如下图所示。



我中心公布投标文件正文（信息公开部分）时为计算机截取信息自动公布，如投标人误将涉及个人隐私的信息放入投标文件正文，相关后果由投标人自负；如投标人将必须放于投标文件正文(信息公开部分)的内容放入投标文件附件(非信息公开部分）以回避信息公开，将作投标无效处理。

各投标供应商：

根据《中华人民共和国政府采购法》及《深圳经济特区政府采购条例》有关规定，为增强各供应商诚信守法、公平竞争意识，规范各供应商投标行为，有效遏制投标供应商在政府采购活动中的串通投标、造假等不诚信行为，促进我市政府采购市场诚信体系建设，确保我市政府采购工作公开、公平和公正，深圳市华昊信息技术有限公司将依法依规对如下投标信息予以公示，望各投标供应商给予配合，履行好自身的权益和义务。

1．公示的内容。公示的内容为投标文件信息公开部分的内容，如营业执照、资质证书、项目业绩、履约验收报告及评价、社保证明、设备发票、职称、货物的规格型号及配置参数等。

2．公示时间。从 2014 年 9 月 10 日起，所有新公告的政府采购项目的投标供应商的投标文件都进行公示。公示时间有两次，具体是：

第一次公示时间：评标环节。当项目开标评审开始后，所有投标供应商的投标文件有关信息将随开标一览表向所有参与的投标供应商进行公开；

第二次公示时间：中标结果公布环节。当发布中标结果时，同时向社会公布参加该政府采购项目的投标供应商（包括中标和未中标供应商）的投标文件。

3．履行职责并及时指出有造假的行为。各投标人有权对公示内容进行监督，在第一次信息公开后的 90 分钟内，向中心反馈质疑和举报有造假行为的供应商，具体操作：

点击“我要举报”按键，系统即显示所有投标人相关内容，选择有造假的供应商，在公示内容上点击。该内容下框会有“√”显示，当选择完后，确认提交至市政府采购中心辅助评标系统。评标委员会将于开标后的 90 分钟后打开该系统，如显示有被举报的供应商，评标委员会即启动取证环节的相关工作，当取证完成，经确认该投标人有造假，则该供应商投标无效，同时将依规定予以处罚。反之，如该项目无任何举报信息，评标继续进行。

本项目各投标供应商，应在开标后始终保持本项目联系人手机畅通。当开标时间超过 90 分钟后，采购代理机构将视举报信息反馈情况会与您通话（所有通话内容将会录音），如有要求提交公示内容正本（原件）的，务必在通话后的 120 分钟内送达至采购代理机构，以便评委现场查验。如不按时送达或拒送原件的，您的投标将视为投标响应不足，评标委员会将终止对该企业的标书评审，投标文件将视为弃标，评标中止；如查验确为造假，则投标无效，并视情况再作进一步处理。

第二次中标供应商信息公示的质疑，按现规定和做法执行。

望各供应商要珍惜本次投标机会，诚实、守信、依法、依规投标。

投标文件组成：

1.投标文件正文**（信息公开部分）**，主要包括以下内容：：

（1）投标函

（2）政府采购投标及履约承诺函

（3）投标人通过相关认证情况

（4）投标人同类项目业绩情况（格式自定）

（5）拟安排的项目负责人情况（仅限一人）（格式自定）

（6）拟安排的项目主要团队成员（主要技术人员）情况（项目负责人除外）（格式自定）

（7）疫情防控重点企业（格式自定）

（8）稳岗企业（格式自定）

（9）其它招标文件要求的内容及投标人认为需要补充的内容（格式自定）

注：具体按评分信息设置标书节点

2.投标文件附件**（非信息公开部分）**，主要包括以下内容：

（1）法定代表人证明书

（2）投标文件签署授权委托书
（3）实质性条款响应情况表
（4）详细分项报价清单
（5）实施方案（工作措施、工作方法、工作手段、工作流程）（格式自定）
（6）项目重点难点分析、应对措施及相关的合理化建议（格式自定）
（7）质量（完成时间、安全）保障措施及方案（格式自定）
（8）违约承诺（格式自定）

备注：

1.本项目为网上电子投标项目，投标文件不需法人或授权委托人另行签字，无需加盖单位公章，招标文件专用条款另有规定的除外。

2.关于“开标一览表”的评标说明：“开标一览表”中除“投标总价”外，其他信息不作评审依据。

3.关于投标书编制软件中“开标一览表”的填写说明：“开标一览表”中“完工期”一栏的填写要求如下：

温馨提示

投标文件中存在以下情况的，将会导致投标无效：

1.未按投标人资格要求提供有效的营业执照或事业单位法人证扫描件、《政府采购投标及履约承诺函》声明等证明文件；

2. 投标报价不符合要求，包括但不限于：投标总价超过采购人的预算限额、投标文件报价出现前后不一致且按照法定程序进行修正后投标人不确认的；

3. 未对实质性条款响应情况表进行响应；

4. 投标文件正文（信息公开部分）内容缺漏，包括但不限于：《投标函》中未填写项目编号或名称、《政府采购投标及履约承诺函》未署名投标人名称；

5. 投标文件附件（信息不公开部分）内容缺漏，包括但不限于：未提供完整的法定代表人证明书（含法定代表人身份证正反两面扫描件）、投标文件签署授权委托书（含授权委托代理人身份证正反两面扫描件）；

6.投标文件正文（信息公开部分）内容未放置于投标文件信息公开部分。

投标文件正文（信息公开部分）：

一、投标函

致：深圳市政府采购中心

1.根据已收到贵方的项目编号为_____的_____项目的招标文件，遵照《深圳经济特区政府采购条例》和《深圳网上政府采购管理暂行办法》等有关规定，我单位经研

究上述招标文件的专用条款及通用条款后，我方愿以投标书编制软件中《开标一览表》中填写的投标报价并按招标文件要求承包上述项目并修补其任何缺陷。

2.我方已认真核实了投标文件的全部资料，所有资料均为真实资料。我方对投标文件中全部投标资料的真实性负责，如被证实我方的投标文件中存在虚假资料的，则视为我方隐瞒真实情况、提供虚假资料，我方愿意接受主管部门作出的行政处罚。

3.如果我方中标，我方将按照规定提交上述总价_____%（或___万元）作为履约担保（可提供保函或现金）。

4. 我方同意所递交的投标文件在“对通用条款的补充内容”中的投标有效期内有效，在此期间内我方的投标有可能中标，我方将受此约束。

5. 除非另外达成协议并生效，贵方的中标通知书和本投标文件将构成约束我们双方的合同。

6. 我方理解贵方将不受必须接受你们所收到的最低标价或其它任何投标文件的约束。

投标人：_____ 单位地址：_____

法定代表人或其委托代理人：_____

邮政编码：_____ 电话：_____ 传真：_____

开户银行名称：_____ 开户银行帐号：_____

开户银行地址：_____ 开户银行电话：_____

日期：_____年_____月____日

（备注：如联合体投标，投标人一栏仅需填写牵头人的名称）

二、政府采购投标及履约承诺函

致：深圳市政府采购中心

我公司承诺：

1. 我公司本招标项目所提供的货物或服务未侵犯知识产权。

2. 我公司参与本项目投标前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

3. 我公司参与本项目政府采购活动时不存在被有关部门禁止参与政府采购活动且在有效期内的情况。

4. 我公司具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款规定的六项条件。

5. 我公司未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。

6. 我公司参与该项目投标，严格遵循公平竞争的原则，不恶意串通，不妨碍其他投标人的竞争行为，不损害采购人或者其他投标人的合法权益。我公司已清楚，如违反上述要求，将作投标无效处理。

7. 我公司如果中标，做到守信，不偷工减料，依照本项目招标文件需求内容、签署的采购合同及本公司在投标中所作的一切承诺履约。

8. 我公司承诺本项目的报价不低于我公司的成本价，否则，我公司清楚将面临投标无效的风险；我公司承诺不恶意低价谋取中标；我公司对本项目的报价负责，中标后将严格按照本项目招标文件需求、签署的采购合同及我公司在投标中所作的全部承诺履行。我公司清楚，若我公司以“报价太低而无法履约”为理由放弃本项目中标资格时，愿意接受主管部门的处

理处罚。若我公司中标本项目，我公司的报价明显低于其他投标人的报价时，我公司清楚，本项目将成为重点监管、重点验收项目，我公司将按时保质保量完成，并全力配合有关监管、验收工作；若我公司未按上述要求履约，我公司愿意接受主管部门的处理处罚。

9. 我公司已认真核实了投标文件的全部内容，所有资料均为真实资料。我公司对投标文件中全部投标资料的真实性负责，如被证实我公司的投标文件中存在虚假资料的，则视为我公司隐瞒真实情况、提供虚假资料，我公司愿意接受主管部门作出的行政处罚。

10. 我公司承诺不非法转包、分包。

以上承诺，如有违反，愿依照国家相关法律处理，并承担由此给采购人带来的损失。

投标人：_____

日期：____年___月___日

（备注：如联合体投标，投标人一栏需填写联合体双方的名称）

三、投标人情况介绍及资格要求

1. 投标人情况介绍：

2.资格证明材料：

注意：资格证明材料必须至少包含招标公告中“投标人资格要求”中的相关证明材料（均要求提供证明材料扫描件，原件备查）。

3.如联合体投标，投标人还必须提供《联合体投标协议》（可选项）。

4、如投标人为中小微企业或残疾人福利性单位投标，投标人可提供中小企业声明函及残疾人福利性单位声明函（或省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件）（可选项）

备注：该部分内容由供应商根据自身情况填写相关声明，不符合要求的供应商可以不填写或删除相应的声明函。投标人对声明函的真实性负责。如提供虚假声明，将报送主管部门给予行政处罚。

（一）中小企业声明函

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展暂行办法》（财库〔2011〕181 号）的规定，本公司为_____（请填写：中型、小型、微型）企业。即，本公司同时满足以下条件：

1. 根据《工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）规定的划分标准，本公司为_____（请填写：中型、小型、微型）企业。

2. 本公司参加_____单位的_____项目采购活动提供本企业制造的货物，由本企业承担工程、提供服务，或者提供其他_____（请填写：中型、小型、微型）企业制造的货物。本条所称货物不包括使用大型企业注册商标的货物。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

（二）残疾人福利性单位声明函

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕 141 号）的规定，本单位为符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

（三）省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件（仅限监狱企业，格式自定）

其它内容格式自定

投标文件附件（非信息公开部分）：

一、法定代表人（负责人）资格证明书

_____同志，现任我单位_____职务，为法定代表人**（负责人）**，特此证明。

说明：1、法定代表人为企业事业单位、国家机关、社会团体的主要负责人。

2、内容必须填写真实、清楚，涂改无效，不得转让、买卖。

附：要求必须提供法定代表人（负责人）身份证（境外人员无法提供身份证的，可提供护照）扫描件（正反两面）。

二、投标文件签署授权委托书

本授权委托书声明：我_____（姓名）系_____（投标供应商名称）的法定代表人**（负责人）**，现授权委托_____（姓名）为我公司签署本项目已递交的投标文件的法定代表人**（负责人）**的授权委托代理人，代理人全权代表我所签署的本项目已递交的投标文件内容我均承认。

代理人无转委托权，特此委托。

代理人：_____

联系电话：_____ 手机：_____

身份证号码：_____职务：_____

授权委托日期：_____年_____月 _____日

附：要求必须提供代理人身份证（境外人员无法提供身份证的，可提供护照）扫描件（正反两面）。

三、实质性条款响应情况表

序号	采购人要求内容	投标人响应情况
1	完全满足本项目服务期限的要求。	

注：1. 上表所列内容为不可负偏离条款。

2.“投标人响应情况”一栏应如实填写“响应”或“不响应”。

3. “实质性响应条款响应情况”与投标文件其它内容冲突的，以“实质性响应条款响应情况”为准。

四、详细分项报价

其它内容格式自定

第四章　合同及履约情况反馈格式

合同条款
（仅供参考，项目具体要求以招标项目需求为准）

甲方：
乙方：

根据深圳市政府采购中心_____号招标项目的投标结果，由_____单位为中标方。按照《中华人民共和国经济合同法》和《深圳经济特区政府采购条例》，经深圳市（以下简称甲方）和_____单位（以下简称乙方）协商，就甲方委托乙方承担_____**服务项目**，达成以下合同条款：

第一条　项目概况

项目名称：

项目内容：

服务时间：

合同价款：合同总价为_____元，含一切税、费。本合同总价包括乙方为实施本项目荷载试验所需的设备仪器费、车辆租赁费、服务和技术费用等，为固定不变价格，且不随通货膨胀的影响而波动。合同总价包括乙方履行本合同义务所发生的一切费用和支出和以各种方式寄送技术资料到甲方办公室所发生的费用。如发生本合同规定的不可抗力，合同总价可经双方友好协商予以调整。

支付方式：分期支付。

第二条　服务范围

1、

2、

3、

4、 其他合同未明示的相关工作。

第三条　时间要求及阶段成果

1、合同签订___天内完成项目实施的准备工作，包括工作大纲和试验细则的编制；

2、

3、

4、

第四条　咨询服务资料归属

1、所有提交给甲方的咨询服务文件及相关的资料的最后文本，包括为履行技术咨询服务范围所编制的图纸、计划和证明资料等，都属于甲方的财产，乙方在提交给甲方之前应将上述资料进行整理归类和编制索引。

2、乙方未经甲方的书面同意，不得将上述资料用于与本咨询服务项目之外的任何项目。

3、合同履行完毕，未经甲方的书面同意，乙方不得保存在履行合同过程中所获得或接触到的任何内部数据资料。

第五条　甲方的义务

1、负责与本咨询服务项目有关的第三方的协调，提供开展咨询服务工作的外部条件。

2、向乙方提供与本项目咨询服务工作有关的资料。

3、负责组织有关专家对项目试验成果评估报告的评审。

第七条　乙方的义务

１、应按照_____号招标文件、乙方投标文件要求按期完成本项目咨询服务工作。

2、负责组织项目的实施，保证工程进度和成桥荷载试验工作质量，并满足交通部交工验收相关标准。

3、向甲方提交检测资料等各_____套，一套电子版文件。

4、在履行合同期间或合同规定期限内，不得泄露与本合同规定业务活动有关的保密资料。

第八条　甲方的权利

1、有权向乙方询问工作进展情况及相关的内容。

2、有权阐述对具体问题的意见和建议。

3、当甲方认定乙方人员不按合同履行其职责，或与第三人串通给甲方造成经济损失的，甲方有权要求更换人员，直至终止合同并要求乙方承担相应的赔偿责任。

第九条　乙方的权利

1、乙方在本项目服务过程中，如甲方提供的资料不明确时可向甲方提出书面报告。

2、乙方在本项目服务过程中，有权对第三方提出与本咨询服务业务有关的问题进行核对或查问。

3、乙方在本项目服务过程中，有到工程现场勘察的权利。

第十条　甲方的责任

1、应当履行本合同约定的义务，如有违反则应当承担违约责任，赔偿给乙方造成的损失。

2、甲方向乙方提出赔偿要求不能成立时，则应补偿由于该赔偿或其他要求所导致乙方的各种费用的支出。

第十一条　乙方的责任

1、乙方的责任期即本合同有效期。如因非乙方的责任造成进度的推迟或延误而超过约定的日期，双方应进一步约定相应延长合同有效期。

2、乙方的责任期内，应当履行本合同中约定的义务，因乙方的单方过失造成的经济损失，应当向甲方进行赔偿。

3、乙方对甲方或第三方所提出的问题不能及时核对或答复，导致合同不能全部或部分履行，乙方应承担责任。

4、乙方向甲方提出赔偿要求不能成立时，则应补偿由于该赔偿或其他要求所导致甲方的各种费用的支出。

第十二条　人员要求

1、参加本项目试验的人员必须具有国家和有关部门规定的相应资质。

2、参加本项目的试验人员的配置必须与投标文件中的服务承诺书和试验服务组织实施方案一致。

3、必须以直属试验人员参与本项目服务，不得使用挂靠队伍。

第十三条　乙方咨询服务工具要求

1、乙方应配备中标项目所需的足够数量的仪器、仪表以及工具等设备。用户不需向乙方提供施工工具和仪器、仪表。

2、乙方在提供服务过程中应自备车辆。

第十四条　保密要求

1、由甲方收集的、开发的、整理的、复制的、研究的和准备的与本合同项下工作有关的所有资料在提供给乙方时，均被视为保密的，不得泄漏给除甲方或其指定的代表之外的任何人、企业或公司，不管本合同因何种原因终止，本条款一直约束乙方。

2、乙方在履行合同过程中所获得或接触到的任何内部数据资料，未经甲方同意，不得向第三方透露。

3、乙方实施项目的一切程序都应符合国家安全、保密的有关规定和标准。

4、乙方参加项目的有关人员均需同甲方签订保密协议。

第十五条　验收

1、下列文件的验收分为_____三个阶段:

2、其余文件和工作由用户组织有关技术人员根据国家和行业有关规范、规程、标准和用户需求直接验收。

3、验收依据为_____号招标文件、乙方投标文件，国家和行业有关规范、规程和标准。

第十六条　付款方式

1、合同签订后_____天内，甲方向乙方支付合同总价____%的款项。

2、检测完成并提交评估报告后，甲方向乙方支付合同总价____%的款项。

3、报告通过专家评审后，甲方向乙方支付合同总价____%的款项。

第十七条　争议解决办法

执行本合同发生的争议，由甲乙双方协商解决。

第十八条　风险责任

１、乙方应完全地按照_____号招标文件的要求和乙方投标文件的承诺完成本项目，出于自身财务、技术、人力等原因导致项目失败的，应承担全部责任。

2、乙方在实施荷载试验过程中应对自身的安全生产负责，若由乙方原因发生的各种事故甲方不承担任何责任。

第十九条　违约责任

１、因乙方原因，未能按规定时间完成有关工作的，每延误一天，甲方可在支付合同余款中扣除合同价款千分之一。

2、由于乙方原因造成试验成果质量低劣，不能满足大纲要求时，应继续完善试验工作，其费用由乙方承担。

3、如乙方提供的咨询服务文件不符合质量要求，必须在甲方提出要求后 7 天内无条件修改，其费用由乙方承担。

4、若甲方发现乙方派出的试验服务人员或提供的试验仪器设备不符合合同要求，乙方应在 3 天之内按要求派出人员或提供满足投标文件承诺的仪器设备，否则甲方有权终止合同，并保留追究乙方责任及要求赔偿损失的权利。

第二十条　其他

1、本合同与_____号招标文件、乙方投标文件如有抵触之处，以本合同条款为准。

2、下列文件均为本合同的组成部分：

（1）_____号招标文件、答疑及补充通知；

（2）投标文件；

（3）本合同执行中共同签署的补充与修正文件。

本合同一式_____份，甲、乙方双方各执_____份，具有同等法律效力。本合同自双方法人代表签字（盖章）认可之日起生效。

本合同未尽事宜，双方友好协商，达成解决方案，经双方签字后，可作为本合同的有效附件。

甲方：_____　　乙方：_____

（签章）　　（签章）

地址：
法定代表人：（签章）
开户行：
人民币帐号：
联系人：
电话：
日期：

地址：
法定代表人：（签章）
开户行：
人民币帐号：
联系人：
电话：
日期：

二、政府采购履约情况反馈表

采购人名称：　　**联系人及电话：**

<table>
<tr><td colspan="3">采购项目名称</td><td></td><td>项目编号</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">中标供应商名称</td><td></td><td>供应商
联系人及电话</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">中标金额</td><td></td><td>合同履约时间</td><td>自　　至</td></tr>
<tr><td rowspan="7">履约情况评价</td><td colspan="2">总体评价</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td rowspan="6">分项评价</td><td>质量方面</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td>价格方面</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td>服务方面</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td>时间方面</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td>环境保护</td><td colspan="4">☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
<tr><td>其他</td><td colspan="4">评价内容为：_____
评价等级为：　☐ 优　☐ 良　☐ 中　☐ 差</td></tr>
</table>

具体情况说明	
采购人意见 （公章）	日期：　　年　　月　　日

说明：

1、本表为采购人向深圳市华昊信息技术有限公司反映政府采购项目履约情况时所用；

2、履约情况评价分为优、良、中、差四个等级，请在对应的框前打“√”，然后在“具体情况说明”一栏详细说明有关情况。