

岳阳楼区政府采购项目采购需求

项目名称：2026 年岳阳楼区金秋购物节消费促进活动

采购单位：岳阳市岳阳楼区商务局

主管单位：

编制单位：湖南泓盛项目管理有限公司

编制时间：2026 年 9 月 17 日

编制说明

一、适用范围

岳阳楼区各预算单位使用财政性资金采购货物、工程和服务的项目。

二、编制要求

1. 编制的项目采购需求，应当符合《财政部关于印发政府采购需求管理办法的通知》（财库〔2021〕22号）要求及政府采购的相关规定。

2. 采购单位对填报内容的真实性负责，可以自行组织编制，也可以委托采购代理机构或者其他第三方机构编制，委托编制的应当在委托协议中明确委托职责及要求，并对其委托编制的内容真实性负责。

3. 编制执行的有关标准应当在相关专业领域内具有权威性、通用性和对等性，应当为实现采购标的功能与目标的基本条件，不得设置歧视性、倾向性或者排他性标准和要求。

三、其他说明

1. 斜体字部分属于提醒内容，编制时应删除；对不适用的内容应删除，并调整相应序号。

2. 项目采购需求作为采购资料存档。

一、基本信息

项目名称	2026 年岳阳楼区金秋购物节消费促进活动		
采购单位	岳阳市岳阳楼区商务局		
□ 自行组织编制	负责人	联系方式	电子邮箱
	其它参与编制人员		
☑ 委托采购代理机构或者其他单位编制	机构名称	湖南泓盛项目管理有限公司	
	联系人	联系方式	电子邮箱
	张燕	0730-8280355	
采购项目类别	☐ 货物 ☒ 服务 ☐ 工程		

二、需求调查情况

属于《政府采购需求管理办法》第十一条规定情形的，应当填写本部分。

第十一条 对于下列采购项目，应当开展需求调查：

（一）1000 万元以上的货物、服务采购项目，3000 万元以上的工程采购项目；

（二）涉及公共利益、社会关注度较高的采购项目，包括政府向社会公众提供的公共服务项目等；

（三）技术复杂、专业性较强的项目，包括需定制开发的信息化建设项目、采购进口产品的项目等；

（四）主管预算单位或者采购人认为需要开展需求调查的其他采购项目。

对于应当开展需求调查的项目，但不开展需求调查的，应在此处写明不开展的具体原因。

编制采购需求前一年内，采购人已就相关采购标的开展过需求调查的可以不再重复开展。

按照法律法规的规定，对采购项目开展可行性研究等前期工作，已包含《政府采购需求管理办法》规定的需求调查内容的，可以不再重复调查；对在可行性研究等前期工作中未涉及的部分，应当按照《政府采购需求管理办法》的规定开展需求调查。

（一）是否开展需求调查

1. ☐ 是

2. ☒ 否，理由：本项目为服务类项目，不属于《政府采购需求管理办法》第十一条规定的应当开展需求调查情形

（二）需求调查具体内容

通过咨询、问卷调查、其它方式的需填写下表，通过论证方式的还需提供论证资料作附件。

调查组成员			
调查单位			
调查组负责人		联系电话	
调查组成员			
调查方式	☐ 咨询 ☐ 论证 ☐ 问卷 ☐ 其它方式		
具体调查情况： 一、相关产业发展情况（是否符合需要引用国家标准、行业标准、地方标准的情形）： 二、采购标的的市场技术或者服务水平： 三、市场供给情况及供应情况： 四、价格情况、同类采购项目历史成交用户信息及成交情况（如有）： 五、可能涉及的质保期限、售后服务（运行维护、升级更新、备品备件、耗材）等后续采购情况；一招多年或连续性项目的情形等： 六、其它相关情况：			
供应商情况 面向市场主体开展需求调查时，选择的调研品牌及调查对象不少于 3 个，并应当具有代表性。			
序号	调研品牌名称	供应商（代理商）名称	联系方式
1			
2			
3			
...			
调查小组成员名单			
序号	姓名	职务/职称	签名

1			
2			
3			
...			
备注： 1.市场调查、需求调查按照《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22号）规定组织实施，符合第十一条“可以不再重复调查”情形的，可不开展调查。 2.对于形式审查不符合要求时，须提供支撑材料作为补充，支持材料不受形式限制，但要能证明进行了认真的市场调研、需求调查，并确保其真实、准确。			

三、采购需求清单

（一）采购项目预算

项目总预算：800000.00 元

（二）采购标的汇总表

序号	标的（产品）品目	计量单位	数量	进口/国产	核心产品	备注
1	其他服务	项	1 项	/	/	

注：本表根据项目类型可调整，其中：

- 1.政府购买服务项目请在备注栏注明指导性目录编号。
- 2.服务类采购项目请提供服务内容或方案清单作附件。
- 3.工程类采购项目请提供工程量清单作附件。

（三）技术商务要求

一、采购标的需实现的功能或者目标

1、项目概况：为深入贯彻落实扩大内需、促进消费相关工作部署，充分把握 2026 年国庆及金秋消费黄金窗口期，延续岳阳楼区历年金秋购物节、洞庭渔火季成熟办节经验，立足岳阳楼区作为岳阳核心商贸文旅城区的区位优势，破解东茅岭步行街传统商圈转型升级难题，深挖《岳阳楼记》忧乐文化 IP 价值，推动商旅文深度融合发展岳阳网。本次活动立足 “政府搭台、企业唱戏、全民参与”，将传统金秋购物节与青年潮流消费相结合，兼顾国风古韵与年轻潮流，打通景区、商圈、街区流量，释放消费潜力，激活夜间经济，打造城市级消费节庆 IP，助力省域副中心城市消费中心建设湖南省商务。

2、活动主题：

巴陵秋市·登楼觅购——2026 岳阳楼区金秋购物节

青年子主题：岳阳 YES！城市青年消费季·洞庭潮购

活动 Slogan：岳阳 YES，花得漂亮！

3、活动时间：60 日历天

4、活动地点

主会场：东茅岭步行街商圈

分会场：洞庭南路历史文化街区、巴陵广场、汴河街、、洛王新天地、芒果时代广场、青年路沃尔玛等；联动全区重点商超、家电汽车、餐饮住宿商户，辐射岳阳三区六县市，面向长沙、武汉等周边城市引流。

5、主办及承办单位

主办：岳阳市岳阳楼区人民政府

承办：岳阳楼区商务局、区文旅广体局

成立活动组委会，由区政府分管领导牵头统筹，设置综合协调组、活动执行组、宣传推广组、安全保障组、商户联络组，压实各部门职责，保障活动安全有序落地。

6、总体目标

刺激消费增长：统筹投放 20 万元惠民消费券，联动不少于 150 家核心商贸企业参与，力争带动区域消费额增长 20%以上，整体带动消费超 2.5 亿元，商户平均营收增长 30%以上，落实家电以旧换新等省级促消费政策，激活大宗消费市场。

打造城市消费 IP：固化“金秋购物节”城市节庆品牌，叠加“岳阳 YES！青年消费季”子 IP，形成“国风 + 潮流”双主线，提升岳阳楼区消费品牌知名度。

深化商旅文融合：推动景区与商圈双向引流，吸引游客量增长 15%，打通吃住行游购娱全链条，实现“登楼观景、逛街消费”流量互导。

做强夜间经济：丰富夜间消费场景，推动夜间消费占比提升至 60%以上，将东茅岭步行街打造成为城市夜间消费新地标。

培育数字消费新模式：以抖音为核心阵地，发展直播带货、短视频种草、线上团购，构建线上线下一体化消费闭环。

7、预期实施成效

（一）经济效益

充分发挥消费券杠杆撬动作用，预计带动社会消费总额超 2.5 亿元，激活东茅岭核心商圈活力，拉动餐饮、零售、文旅多业态同步增长，繁荣夜间消费市场。

（二）社会效益

丰富市民精神文化生活，提升群众获得感幸福感；创造临时性就业岗位，带动本土商户、非遗从业者增收；探索形成可复制的商旅文融合发展模式，助力我区消费市场提质升级。

（三）品牌效益

沉淀“巴陵秋市·登楼觅购”金秋购物节城市消费 IP，为辖区商贸企业提供集中展示平台，进一步放大岳阳楼区文化商业影响力，积累城市文化资产。

二、活动内容：

本次活动设置宋韵巴陵秋市、青年潮玩集市、惠民消费券发放、沉浸式文化体验、线上全域传播、商旅双向联动六大板块，兼顾全年龄段市民以及青年游客群体。

板块一：宋韵巴陵秋市，复刻千年巴陵市井

以东茅岭步行街为主阵地，打造沉浸式宋风国风街区，实现一步一景，处处打卡。

场景氛围布置：搭建复刻岳阳楼飞檐斗拱仿古主题牌楼；街区悬挂洞庭渔火主题灯笼、印制《岳阳楼记》名句的古风旗幡；为参与商户提供国风软装、门头包装；铺设古巴陵城古水道地贴，打造古郡寻迹趣味导览路线；建筑外立面投放洞庭秋色、岳阳楼主题光影投影，打造夜间沉浸式画卷。

打造智慧家居体验展厅，结合家电以旧换新、智能化适老产品以旧换新政策宣传，

依托华为、小米等职能生态平台，于步行街中心区域搭建智慧化家居体验馆，让市民游客近距离体验智慧家居给生活带来等便利。

欢乐闯关赢大奖：推出《金秋巴陵购游护照》，市民游客在 50 家联动商户打卡集章，根据集章数量兑换参与闯关挑战资格，赢取终极大奖，把逛街转化为趣味闯关。（内容待定）

古风 NPC 实景巡游演绎：演员扮演范仲淹、滕子京等历史人物以及宋代仕女、商贩，在街区巡游互动；设置投壶、诗词对答、猜灯谜等宋代市井游戏，参与游戏即可赢取小额消费券；定时上演巴陵历史实景短剧，演艺高潮时段派发大额消费券聚拢人气。

板块二：“有点急市” 青年潮玩集市

打造城市青年派对，紧贴年轻消费群体需求，把商圈打造为青年可逛、可拍、可晒、可消费的城市游乐场。

线下潮流集市：在步行街直播点位周边搭建 “有点急市” 潮流市集，汇集岳阳本土小吃、咖啡茶饮、文创手作、潮流好物，配套后备箱市集，车企开展现场展示、试驾送福利。集市重点傍晚至夜间开放，与洞庭渔火夜市业态呼应。

岳阳 YES 权益卡产品运营

在抖音团购上架 YES 基础卡、YES 锦鲤卡，限量发售，权益总价值为售价 10 倍以上，覆盖餐饮、商超、娱乐、文旅商户；支持 YES 卡在潮流集市指定摊位核销，凭卡享受专属折扣。设置早鸟价、限时抢购，POI 挂载购买链接，实现刷视频直接下单。卡券面额 99 元，共计发放 20000 张，预计带动消费 2500 万元以上。

国潮二次元巡游：组织汉服、二次元角色街区巡游，打造出片打卡点位，吸引年轻人拍照传播。

板块三：多维惠民补贴，释放消费红利

统筹 20 万消费券资金，结合省级家电以旧换新政策，分多轮次、多品类投放，兼顾线上核销、线下实体消费。

通用消费券：覆盖商超百货、餐饮住宿、批发零售；

专项消费券：家电家居、汽车消费专项券，衔接湖南省消费品以旧换新补贴政策，支持家电换新补贴落地；

核销规则：（具体核销规则待定）

板块四：商旅双向引流，打通景区商圈流量闭环

落实“景商互导”机制，破解“看完岳阳楼就走”的痛点，把景区客流转化为商圈消费客流：

持岳阳楼景区门票，可在东茅岭商圈合作商户享受消费折扣；

联动洞庭渔火季系列活动，共享宣传资源，实现街区、景区、商圈客流相互导流。

板块五：线上全域联动传播，构建传播闭环

以抖音为核心传播阵地，短视频、直播、达人矩阵协同发力，扩大活动影响力，吸引外地客源。

双话题挑战赛：发起“我拍洞庭金秋”“岳阳 YES”“在岳阳花得漂亮”抖音话题，鼓励市民、游客发布现场打卡短视频，挂载 POI 定位；按照点赞浏览量设置阶梯奖励，优质作品可兑换消费券、YES 卡等奖品，鼓励 UGC 裂变传播。多场次直播矩阵，主会场搭建直播专场，取消传统冗长开幕仪式，以直播开启活动；邀请本地、长沙汉服及生活类达人开展“云逛秋市”探店直播，现场发放直播专属消费券；开展 YES 卡带货直播，演示权益核销，带动线上购买转化。达人内容种草：提前向本地及长沙生活达人发放体验名额，围绕“一卡逛遍岳阳”“99 元解锁岳阳一天”“长沙（武汉、南昌）反向消费岳阳”等主题产出测评短视频，挂载 POI 以及购买链接。

数据动态运营：实时监测团购订单、话题播放量、达人视频转化率，根据数据动态调整投放策略，优化权益核销引导。

板块六：周末主题特色活动，持续维持活动热度

活动周期内每个周末设置主题日，持续制造新热点：

第一周：宋韵国风主题周，国风巡游、非遗展演；

第二周：青年潮玩主题周，音乐演出、后备箱市集、潮流打卡。

第三周：“以旧换新”惠民补贴推广，结合智慧化家居体验展厅，让市民在体验智慧化设备给生活带来便捷的同时更能享受到政府补贴带来的实惠。

第四周：双话题挑战赛：发起“我拍洞庭金秋”“岳阳 YES”“在岳阳花得漂亮”抖音话题，鼓励市民、游客发布现场打卡短视频，挂载 POI 定位；按照点赞浏览量设置阶梯奖励，优质作品可兑换消费券、YES 卡等奖品，鼓励 UGC 裂变传播。

第五周：锦鲤开奖，发布活动战报，公布最终结果。

三、宣传推广分阶段实施

预热蓄力期：发布主视觉海报、宣传片；上线抖音话题；投放悬念海报；完成达人预拍；YES 卡开启预售，提前锁定客流。

引爆期：全媒体矩阵集中投放；新闻发布会；达人集中探店打卡；直播专场密集开播；释放首轮消费券，引爆全城热度。

持续升温期：持续推送现场实况，转发用户 UGC 短视频；开展周末主题活动，不断输出新传播素材。

收官沉淀期：锦鲤开奖，开展优秀短视频作品评选；发布活动战报，释放下一届金秋购物节的活动线索，沉淀城市 IP 资产。

四、报价要求

1、供应商应以磋商文件本章规定的服务内容、服务要求、责任范围和合同条件为基础进行报价。供应商的报价应包括为完成本项目所要求组织服务中开展相关工作所需经费和税费、保险费（如果有）等，采购人将不再支付报价以外的任何费用。

2、具体报价明细包括：

序号	报价项目	说明	数量	备注
1	场景装饰布置费用	含仿古牌楼搭建、街区灯笼旗幡布设、商户门头国风包装、光影装置、地面地贴等	1 项	
2	互动演艺及活动费用	用于 NPC 巡游、实景剧目演出、非遗展演、快闪活动、道具物料等	1 项	
3	宣传推广费用	包含全媒体投放、达人合作、宣传物料制作、短视频奖励等	1 项	
4	组织及后勤保障费用	用于组委会运转、安保、志愿者、现场医疗应急保障等	1 项	

注：本次活动惠民消费券支出固定为 20 万元，用于面向市民投放各类消费券；该部分金额未计入本次招标预算中，无需供应商报价。

五、服务相关要求

1、服务工作要求：

压实工作责任。各成员单位按照职责分工，压实工作链条，密切协同配合，高效推进各项筹备及现场保障工作，确保活动安全有序开展。

坚持惠民实效。以惠企利民为出发点，规范消费券发放、核销流程，加强商户监管，切实保障消费者权益，杜绝形式主义。

严守安全底线。落实安全生产、消防安全、人流管控等各项措施，完善应急预案，做好大客流应对处置，坚决防范各类安全事故。

做好总结复盘。活动结束后，全面梳理客流、销售、宣传传播等各项数据，开展成效评估，总结经验做法，为后续节庆消费活动提供参考。

2、合同期内，如遇政府政策性调整造成采购人不能继续履行合同的，采购人有权终止本合同。

3、付款方式：合同签订后7个工作日内，甲方向乙方支付合同总额的30%；活动结束后且乙方提交总结报告经甲方确认无误后7个工作日内，甲方向乙方支付剩余70%。

4、供应商在投标前，如需踏勘现场，有关费用自理，踏勘期间发生的意外自负。

5、验收要求：成交供应商按磋商文件要求提供相应的服务，并提供满足采购人验收要求的文档后，可申请启动验收，按服务承诺及评价方法、服务要求，进行验收合格后结算。

6、其他未尽事宜由采购人和成交人双方在采购合同中详细约定。

对于上述项目要求，投标人应在投标文件中进行回应，做出承诺及说明。