中国第一历史档案馆

新馆形象设计与宣传

**项目需 求 文 本**

**目录**

项目需求内容 2

一、项目设计指导思想 2

二、项目需求及说明 2

三、法律和技术标准及服务规范要求 12

**项目需求内容**

一、项目设计指导思想

实施原则：设计和实施风格应基于首都核心区的规划定位，匹配新馆建筑外观，作为展示中国历史文化的名片，突出呈现文化传承、历史底蕴、民族瑰宝等方面的内涵，融入明清历史档案独特性、注目性、通俗性、文化性，兼备信息性、艺术性、通用性、时代性。

主要目的是：服务于新馆更好展示其形象，加深公众对明清档案的文化认知，系统建立明清历史档案品牌价值，强化新馆的宣教展示功能。

二、项目需求及说明

本项目设计类服务以品牌构建的功能基础为制定标准，实施服务以满足新馆开办使用需求为基本标准，导示实施以同类文博单位执行情况作为参考标准，根据市场行情确定价格上限，按照节约的原则配置。项目为设计实施一体化打包定价，中标方需要为甲方提供所有项目中列明的服务内容，项目总预算704万元。

**（一）标志设计及商标注册**

标志应代表本馆的工作理念、文化特色、服务的内容和特点，是本馆文化精神的视觉表达。本项目标志设计需要投标人通过科学的市场分析及文化挖掘，设计出代表本馆文化内涵，具备为视觉识别系统的构建打造稳定的传播核心。设计成果须达到商标注册标准及市场推广要求，并进行商标注册（图形和文字分别注册全类别45个类项）。投标人需充分考虑人员投入和执行效率，保证工作的畅通与及时，积极配合馆方在创作设计中的合理需求。工作内容包括但不限于：核心访谈、资料研读、自身视觉表现评估、同业视觉表现评估、品牌设计导向分析、标志设计、成果文件输出、商标的申报注册、周期（10年）内维护（包括：识别侵犯商标权行为、制定商标侵权的危机管理方法、应对商标侵权仲裁和诉讼等工作内容）。

**（二）VI系统设计**

**1. VI基础部分。**通过制定品牌各视觉要素（标志、标准字、色彩、辅助图形、组合、字体）的规范和标准，保证品牌在不同应用环境下识别一致、体验一致。以标志为核心展开完整、系统的视觉识别体系，将本馆理念、文化、服务、规范等抽象概念转换为具体的视觉符号，塑造专业的形象体系。包含一次VI系统导入规划和培训服务，针对性规划具体执行的VI导入步骤、方式和内容。VI基础部分设计内容应包括但不限于下表所示：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **分类** | **数量** | **单位** | **内容** |
| 标识形态规范 | 10 | 项 | 标准彩色标志、标志释义、标志制图、标志墨稿、标志反白稿、标志视觉修正稿、标志彩色平面稿、标志灰度稿、标志最小使用规范、标志的安全空间等 |
| 色彩系统规范 | 8 | 项 | 色彩专业术语、标准色规范（含色阶）、辅助色规范（含色阶）、辅助色色值规范、特殊工艺印刷色、品牌标志明度应用规范、品牌标志的色彩搭配专用表、色彩配比及品牌色彩占位等 |
| 辅助图形规范 | 7 | 项 | 包含辅助图形释义、辅助图形基本使用形式、辅助图形使用规范、辅助图形的应用延展、辅助底纹制作、辅助底纹应用延展等 |
| 标准组合规范 | 10 | 项 | 包含标准组合集合列表、标准组合集合墨稿、标准组合集合列表反白稿、标识与中英文简称首选组合、标识与中英文简称可选组合、标识与英文简称首选组合、标识与英文简称可选组合、标识与中英文全称首选组合、标识与中英文全称可选组合、标识最小使用规范（印刷和像素）等 |
| 文字规范 | 5 | 项 | 包含专用办公字体规范、专用印刷字体规范等 |
| 图片规范 | 5 | 项 | 包含图片系统集合展示、图片风格选取原则、图片风格处理原则、图片中标识使用形式等 |
| 常见错误预演 | 5 | 项 | 包含标识的错误应用、品牌标识的错误应用等 |

**2. VI应用部分。**通过创意设计，将品牌以不同表现形式延展至不同材质规格物料，使品牌的整体视觉形象完整、统一、识别准确。同时通过对尺寸、制作工艺等环节的规范及标准化，使品牌在最终落地执行时准确还原品牌设计意图。包含一次VI系统导入规划和培训服务，针对性规划具体执行的VI导入步骤、方式和内容。VI应用部分设计内容应包括但不限于下表所示：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **分类** | **数量** | **单位** | **内容** |
| 行政办公事务系统规范 | 30 | 项 | 包括名片、信封（大中小）、工牌、纸杯、便笺、信纸、文件封套、笔记本、公文袋、职位牌、手提袋、徽章、参观证、挂钟、荣誉证书、聘书、文件题头、光盘封面标贴、意见箱、警示牌、档案柜标识卡、档案柜标签、贴签等规范 |
| 多媒体办公系统规范 | 5 | 项 | 包括WORD、Excel、PPT模板、邮件格式等规范 |
| 会务系统规范 | 20 | 项 | 包括邀请函标准样式（含电子邀请函、印刷邀请函及封套）、席牌标准样式、水牌标准样式（含电子、纸质版）、桌旗标准样式、会议室形象墙标准样式、会议证件（会议证、来宾证）、停车证、谈判旗、易拉宝 / X展架、演讲台前挡等规范 |
| 媒体宣传系统规范 | 20 | 项 | 包括电视广告标识定格、报纸广告版式规范、 海报版式规范、单位简介版式规范、展品简介版式规范、路牌广告版式规范、墙体广告规范、楼顶广告规范、灯箱广告规范、户外标识夜间效果、展板陈列规范、POP规范、DM版式规范、一级网页页面设计、二级网页页面设计、网络传播图片水印LOGO标准样式、官微（微博/微信）标识规范、二维码样式等规范 |
| 产品包装应用系统规范 | 25 | 项 | 包括大件商品运输包装、包装箱、包装盒、包装纸、包装袋、产品系列包装、专用包装、容器包装、手提袋（大\中\小）、胶带（宽\窄）、包装贴纸、包装封缄、包装用绳、产品外观、产品铭牌、产品标识卡、保修卡、说明书等规范 |
| 公共关系赠品应用规范 | 15 | 项 | 包括贺卡、U盘、鼠标垫、挂历版式、台历版式、明信片版式、小型礼品盒、标识伞、纸张、笔等规范 |
| 服装服饰应用规范 | 15 | 项 | 行政职员制服（男\女）、店面职员制服（男\女）、展示职员制服（男\女）、服务职员制服（男\女）、警卫职员制服（男\女）、保洁职员制服（男\女）、厨师职员制服（男\女）、冬季防寒工作服（男、女）、文化衫（T恤）等规范 |

**（三）IP形象设计**

IP形象是品牌拟人化处理，丰富品牌识别的表现手段，可以增加品牌输出的价值。为强化品牌个性，突出本馆特质，提高宣传亲和力，创作IP形象，须满足商标注册的规范要求并对商标注册提供必要的技术支持。同时通过对IP主形象的设计，进行系列化的延伸设计，将动作表情着装进行调整，除主形象外延伸不少于20个形象动态，适用于宣传终端不同风格内容要求。并且以IP形象为核心，开发周边产品、延伸品牌与用户的陪伴粘性。IP形象设计的工作内容包括但不限于：同类领域设计现状分析、创意点推导、形象解读、形象设计、命名、形态渲染、造型应用规范、周边设计（玩偶、钥匙链、抱枕、手办、明信片、文件包、台座、贴纸、桌签、MARK杯、文具袋、手机壳、鼠标垫、U盘、T恤衫、帽子、胶带、围巾、充电宝、书签等20项内容）。

**（四）空间及导示的设计与实施**

**1. 空间及导示系统的设计。**空间及导示设计是新馆展示其空间形象的重要一环，新馆承载着展览、利用、教育等公众体验功能，需要根据新馆建筑装修等特点风格，设计相关功能性质的导示系统，并对公共空间进行必要的美化提升及公共设施设置。导示设计需求针对办公环境、公共室内环境、户外环境进行分区块设计，凸显区域风格，建立整体环境风格的系统性，并对新馆对外服务区域进行人流导向分析和规划，实现“出色的功能性”与“品牌导入体验”。工作进度需要协调新馆的筹备情况进行，公司需充分考虑人员投入和执行效率，保证工作的畅通与及时，积极配合馆方在设计中的合理需求。导示设计的工作内容包括但不限于：同类项目资料收集与分析、定位理解、概念方案设计、观众流线设计、导示风格设计、导示布局、导示深化设计、空间提升设计、材质工艺设计、制作文件输出、实施系统导入。具体应当设计的空间导示内容包括但不限于下表所示：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **分类** | **数量** | **单位** | **内容** |
| 办公环境系统 | 10 | 项 | 包括会议室形象墙、装饰画、标识柱、标识铭牌、大堂目录索引牌、各楼层目录索引牌、各楼层信息索引牌、各部门标识牌、卫生间温馨提示牌、防地滑提示牌及应用材质等规范 |
| 公共室内环境系统 | 20 | 项 | 包括建筑大厅空间提升、休息区空间提升、利用区空间提升、图书阅览区空间提升、形象墙、标识柱、垃圾箱、休息座椅、接待台及背景板、大堂目录索引牌、标识引导牌、立柱式标识引导牌、悬挂式标识引导牌、移动标识引导牌、特殊标识引导牌移动临时信息牌、移动公告信息牌、移动小标牌、隔离带专用小标牌、玻璃警示贴及应用材质等规范 |
| 户外环境系统 | 30 | 项 | 楼座入口形象标识、建筑物楼体字形象标识、户外总平图标识、入口路铭牌标识、园区空间提升、园区平面图牌、园区户外信息牌、户外车辆分流标识、户外人行分流标识、建筑入口标识、机动车停车位标识、非机动车停车位标识、卸货区标识、地下室入口标识、景观介绍铭牌标识、可移动式标识、提示类标识、警示类标识、安全警示牌、公告牌、景观介绍铭牌标识等规范 |

**2. 空间及导示系统的实施。**空间及导示系统的实施应包含制作、安装、物流、质保等服务，导示实施需结合整体建筑观感，体现出项目的风格特点，对建筑与环境起到点睛的作用。应该尊重建筑的风格特点，并在标识中有所体现呼应。在材料选择、色彩搭配以及细节处理等方面均需考虑项目的特点风格以及市场的通用性。导示系统所用的材料应有足够的强度，达到导示实施的技术和行业标准；导示系统、固定件等外部不能有尖、锋边、毛刺等，避免对访客及操作员的伤害；导示系统安装后应满足不发生变形、倾斜、坠落等异常现象。导示系统应具有可靠性，保证导示系统能适应室内、室外的使用条件。导示系统实施所采用的工艺包括但不限于烤漆、打磨、抛光、水切割、折弯、焊接、拉丝、电镀、激光雕刻、3D打印等种类。工作进度需要与新馆开办时间协调推进，投标人需充分考虑本阶段的人员投入和执行效率，保证工作的畅通与及时，积极配合馆方的合理需求，充分实现整体空间及导示的功能需求，具体应当制作实施的导示标牌及空间提升内容包括但不限于下表所示（执行数量为投标参考数据，实际执行数由中标公司跟馆方共同完成前期设计部分规划确定）：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **户外空间及导示分类** | **数量** | **单位** | **包括但不限于此规格** | |
| 楼体名称标识 | 1 | 个 | | 附壁式铝合金/亚克力发光 |
| 楼座入口标识 | 2 | 个 | | 附壁式铝合金/亚克力发光 |
| 户外总平图标识 | 1 | 个 | | 立地式合金框+亚克力面板贴膜发光 |
| 户外宣传牌 | 2 | 个 | | 立地式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 车行指引标识 | 2 | 个 | | 立地式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 人行指引标识 | 8 | 个 | | 立地式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 机动车定位标识 | 1 | 个 | | 立地式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 卸货区标识 | 1 | 个 | | 吊挂/附壁式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 地库出入口标识 | 4 | 个 | | 附壁式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 地库车行导引标识 | 16 | 个 | | 吊挂式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 地库人行导引标识 | 10 | 个 | | 吊挂/附壁式铝合金框＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 地库编号、区域色彩粉刷、警示标贴 | 2 | 层 | | 专用标识涂料粉刷、警示标贴 |
| 中庭活动区域空间提升 | - | - | | 雕塑装饰（绿化带装饰） |
| 垃圾桶 | 6 | 套 | | 立地式合金 |
| 休闲座椅 | 6 | 套 | | 合金+实木 |
| 可移动式标识 | 5 | 个 | | 立地式铝合金 |
| 提示类标识 | 10 | 个 | | 立地式铝合金 |
| **室内空间及导示分类** | **数量** | **单位** | | **包括但不限于此规格** |
| 会议室空间提升 | 13 | 间 | | 墙面金属壳体字、装饰画、桌面摆设、附壁式紫铜标志 |
| 服务区空间提升（软装） | 8 | 间 | | 墙面金属壳体字、装饰画、摆设、挂件、附壁式紫铜标志 |
| 大堂总索引标识 | 2 | 个 | | 立地式紫铜＋铝板镂空+亚克力面板贴膜发光 |
| 大厅服务台 | 1 | 套 | | 实木立柜、服务台定制、主题墙定制 |
| 楼层分索引 | 55 | 个 | | 附壁式紫铜 |
| 电梯厅楼层标识 | 83 | 个 | | 附壁式紫铜 |
| 步梯间楼层标识 | 102 | 个 | | 附壁式铝合金 |
| 场馆区域标识 | 32 | 个 | | 附壁式紫铜 |
| 卫生间标识 | 142 | 个 | | 附壁式铝合金 |
| 办公门牌标识 | 184 | 个 | | 附壁式铝合金 |
| 展览门牌标识 | 20 | 个 | | 附壁式紫铜 |
| 设备间标识 | 356 | 个 | | 附壁式铝合金 |
| 疏散图标识 | 51 | 个 | | 附壁式铝合金框＋亚克力面板贴膜 |
| 垃圾桶 | 110 | 套 | | 立地式铝合金/不锈钢 |
| 休闲座椅 | 20 | 套 | | 铝合金/不锈钢+实木 |
| 可移动式标识 | 30 | 个 | | 立地式合金 |

**（五）活动与宣传物料的设计与实施**

**1. 活动与宣传物料的设计。**本项目活动与宣传物料的设计包括新馆开办对外发布活动主形象、活动物料（多媒体系统、会务系统、公共关系赠品应用等计20项）、宣传画册（40P）、折页（3折页4种）、明信片（20种）等。根据宣传物料的设计和展示，便于公众了解我馆最近的活动、服务内容、服务流程、场馆布局、馆藏珍品等信息，节省人力投入，提升服务体验。针对新馆开办的系列宣传会议和活动，设计品牌传播主视觉，并延伸出相关宣传会议物料等的设计，体现我馆对外宣传展示的专业性，提升我馆品牌传播效果。服务内容具备一定的灵活性，需要中标方紧密配合馆方实际需求，投入足够的专业人员设计实施，相关宣传物料的文案由馆方提供初稿，中标方结合馆方要求提炼细化，共同完成宣传文案的制定。

**2. 活动与宣传物料的实施。**活动与宣传物料的实施除上述设计部分涉及的宣传物料外，应当包含VI应用系统中的可执行项目，满足新馆开办的实际使用需求，服务内容具备一定的灵活性，需要中标方紧密配合馆方实际需求，投入足够的专业人员实施，承诺在与馆方约定的时间内实施完毕，具体的制作实施内容及规格参照，包括但不限于下表所示：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **细目** | **数量** | **单位** | **规格** | **尺寸** |
| **（1）** | **VI手册** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | VI手册 | 30 | 套 | 特种纸，四色加多色（专色）印刷，精装，高级封套，特殊工艺（例UV、击凸、压纹、烫金银、植绒）等 | 设计定制 |
| **（2）** | **行政办公物料** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | 名片 | 200 | 盒 | 特种纸，双面专色印刷，特殊工艺 | 90\*54mm |
| 2） | 信封（小、大） | 3000 | 个 | 胶版纸，单面四色印刷，模切粘 | 176\*125mm  324\*229mm |
| 3） | 工牌 | 200 | 个 | 外套：透明塑料兜；挂绳印刷LOGO或图形；PVC单面四色印刷 | 设计定制 |
| 4） | 便笺 | 1000 | 本 | 80克胶版，单面四色，50张/本 | 100\*140mm |
| 5） | 信纸 | 1000 | 本 | 80克胶版，单色印刷，50张/本，裱头 | 210\*297mm |
| 6） | 文件封套 | 1000 | 个 | 特种纸，双面四色印刷 | 220\*310mm |
| 7） | 笔记本 | 1000 | 本 | 特种纸面，图文压凹，油边，内页，100张，单色印刷80克道林纸，精装 | 90\*170mm |
| 8） | 文件袋 | 1000 | 个 | 特种纸，单面四色印刷，模切粘，拉线扣 | 330\*240mm |
| 9） | 职位牌 | 200 | 个 | 铝合金底座，推拉式滑动亚克力透明板，彩色插页 | 210\*100mm |
| 10） | 手提袋（小中大） | 3000 | 个 | 特种纸，四色加多色（专色）印刷，覆膜，双面烫金，模切粘，穿绳 | 设计定制 |
| 11） | 徽章 | 500 | 个 | 合金，正面立体,背景底放电+雾漆,背面放电, 平头卡帽，带包装 | 设计定制 |
| 12） | 挂钟 | 50 | 个 | 静音挂钟 | 12英寸 |
| 13） | 荣誉证书 | 300 | 个 | 内页220g刚古纸，单面4色印刷，封皮纸板外裱绸布，内衬海面，烫金银 | 210\*297mm |
| 14） | 意见箱 | 10 | 个 | 镀锌板焊接，表面汽车烤漆，丝网印刷或写真喷绘 | 260\*300\*200mm |
| 15） | 贴签 | 3000 | 个 | 不干胶，覆光膜，模切 | 设计定制 |
| 16） | 纸杯 | 10000 | 个 | 9盎司，4色印刷，250~300g纯木浆纸 | 75\*53\*90mm |
| **（3）** | **会务物料** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | 邀请函及封套 | 1000 | 套 | 特种纸，正背四色加专色印刷，过光油，模切，压线折。内页：特种纸，单面四色加专色印刷 | 190\*128mm |
| 2） | 水牌 | 20 | 个 | 亚克力面板，不锈钢支架（金色），可调节高度 | A3幅面 |
| 3） | 桌旗 | 200 | 个 | 双层贡缎，热转印，A色旗单色印，B色旗双色印，合金支架 | 设计定制 |
| 4） | 会议证 | 400 | 个 | 透明亚克力卡套，1.5cm挂绳，内插纸卡 | 设计定制 |
| 5） | 停车证 | 400 | 个 | 特种纸塑封，四色印刷 | 设计定制 |
| 6） | 演讲台前挡 | 3 | 个 | 不锈钢或紫铜刻字，防腐蚀，金属拉丝工艺，上漆，磨砂哑光，圆角处理 | 设计定制 |
| **（4）** | **宣传物料** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | 画册 | 2000 | 册 | 封面特种纸，正背四色加专色印刷，单面过油，烫金，内页特种纸，正背四色加专色印刷，锁线胶订 | 设计定制 |
| 2） | 宣传折页 | 20000 | 张 | 正背四色印刷，过光/哑油，压线折 | 设计定制 |
| 3） | 明信片 | 20000 | 张 | 正背四色，正面过油 | 148\*100mm |
| 4） | 宣传卡 | 20000 | 张 | 正背四色，正面过油 | 148\*100mm |
| 5） | 路牌广告 | 10 | 个 | 喷绘，定形，安装 | 设计定制 |
| **（5）** | **活动物料** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | U盘 | 300 | 个 | 128G高级芯片，印LOGO，独立外包装 | 设计定制 |
| 2） | 鼠标垫 | 500 | 个 | 天然橡胶 | 设计定制 |
| 3） | 明信片 | 1000 | 套 | 正背四色，正面过油，外套特种纸，单面四色，单面过油或覆膜，模切 | 148\*100mm |
| 4） | 标识伞 | 100 | 把 | 16骨长柄自动伞印logo | 设计定制 |
| 5） | 笔 | 200 | 支 | 商务签字笔，带包装印logo，独立外包装 | 设计定制 |
| **（6）** | **吉祥物周边** | **包括但不限于此规格** | | | |
| 1） | 钥匙链 | 200 | 个 | 金属，防腐蚀，烤漆电镀，带包装，拉环 | 设计定制 |
| 2） | 抱枕 | 20 | 个 | PP棉，四色数码印或线织图案，带绒 | 设计定制 |
| 3） | 台座 | 100 | 个 | 亚克力，四色印，异形模切，加固台座 | 设计定制 |
| 4） | 贴纸 | 2000 | 张 | n次贴，四色印刷，50张／本 | 设计定制 |
| 5） | MARK杯 | 400 | 个 | 强化瓷，带包装 | 83直径\*97mm |

三、法律和技术标准及服务规范要求

**（一）法律和技术标准及规范要求**

1. 本项目的法律和技术标准及规范是指中华人民共和国公布的所有现行国家法律、国家标准、行业标准及地方政府有关的地方标准。中标人须按此技术标准要求执行。

2. 本项目的法律和技术标准及规范要求亦包括设计说明、施工说明及做法说明和要求等。中标人须按此要求规范执行，若出现标准要求不一致的，中标人须按较高的标准执行。

3. 本项目中的设计部分必须符合下列标准和规范要求（包括但不限于），该标准应是最新且已实施的版本：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **标准编号** | **标准名称** |
| 1 | 2013年修订 | 中华人民共和国商标法 |
| 2 | 2015年修订 | 中华人民共和国广告法 |
| 3 | 京管发[2017]140 | 北京市牌匾标识设置管理规范 |
| 4 | GB/T15566 155615566.1-2007 | 公共信息导向系统设置原则与要求 |
| 5 | GB\_T10001 10001.1-2012 | 公共信息图形符号 |
| 6 | GB 2893-2008 | 安全色 |
| 7 | GB13495-92 | 消防安全标识 |
| 8 | DB31T 485-2010 | 停车场（库）标识规范 |
| 9 | GB\_T191-2016 | 包装储运图示标志 |
| 10 | GB/T 9174-2008 | 一般货物包装通用技术条件 |
| 11 | DB11/T 334 -2006 | 公共场所双语标识英文译法 |

4. 本项目中的实施部分必须符合下列标准和规范要求（包括但不限于），该标准应是最新且已实施的版本：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **标准编号** | **标准名称** |
| 1 | 京管发[2017]140 | 北京市牌匾标识设置管理规范 |
| 2 | GB/T15566 15566.1-2007 | 公共信息导向系统设置原则与要求 |
| 3 | GB\_T10001 100011000110001.1-2012 | 公共信息图形符号 |
| 4 | GB 2893-2008 | 安全色 |
| 5 | GB13495-92 | 消防安全标识 |
| 6 | BS 5493 | 防止钢结构和铁锈蚀操作规范 |
| 7 | DB31T 485-2010 | 停车场（库）标识规范 |
| 8 | BS3900 | 涂层试验标准 |
| 9 | GB/T1720 | 漆膜附着力测定法 |
| 10 | GB 5768-2009 | 道路交通标志和标线 |
| 11 | GB/T 9174-2008 | 一般货物包装通用技术条件 |
| 12 | GB 50016-2014 | 建筑设计防火规范 |
| 13 | GB/T 50378-2014 | 绿色建筑评价标准 |
| 14 | GB50300-2017 | 建筑工程施工质量验收统一标准 |
| 15 | GB50210-2018 | 建筑装饰装修工程施工质量验收规范 |

**（二）项目团队**

1. 项目经理。具备5年及以上品牌服务经验（标志、VI、导示、画册、广告、宣传、吉祥物、空间改造等任一方面），近3年内独立承担过品牌全案（标志、VI、导示、画册、广告、宣传、吉祥物、空间改造等3个及以上综合项目）建设管理工作。需提供个人简历、荣誉奖项、公司社保证明及其他能够证明个人工作成果的材料。

2. 项目设计负责人。近5年内以项目设计负责人身份承担过品牌建设服务项目（标志、VI、导示、画册、广告、宣传、吉祥物、空间改造等任一方面）。需提供项目设计负责人的简历，主要包括个人信息（姓名、性别、学历、身份证号、联系方式）及工作经验证明等。

3. 项目设计团队。项目设计团队（不含项目经理、项目设计负责人）具备项目空间设计、平面设计、展示设计、媒体策划、视觉传达、动画、室内设计、工业设计、产品设计、包装设计等相关任一专业本科及以上相关教育背景或专业职称。需提供项目设计团队人员的简历，主要包括个人信息（姓名、性别、学历、身份证号、联系方式）、职称证书（提供原件扫描件）、项目经验等。

4. 项目实施团队。项目实施团队（不含项目经理、项目设计负责人）具备艺术设计、工业设计、产品设计、包装设计、室内装修、装饰装潢、建筑学等相关任一专业本科及以上教育背景或专业职称。需提供项目实施团队人员的简历，主要包括个人信息（姓名、性别、学历、身份证号、联系方式）、职称证书（提供原件扫描件）、工作经验等。

5. 人员稳定性。承诺项目经理、项目设计负责人专职服务于本项目；承诺项目设计团队、施工团队人员未经采购人同意不得更换。

**（三）产品的生产制作**

产品设计定稿后，应先制作样品送采购人核验，核验通过后交付生产制作，如产品由中标供应商委托其他企业生产，产品质量需通过采购人验收，产品（易耗类除外）质保期应不低于一年。

**（四）包装、装卸、运输、保管及保险**

1. 包装必须与运输方式相适应，包装方式的确定及包装费用均由中标人负责，由于不适当的包装而造成货物在运输过程中有任何损坏、丢失由中标人负责。
2. 包装应足以承受整个过程中的运输、转运、装卸、储存等，充分考虑到运输途中的各种情况，以及露天存放的需要。专用工具及备品备件应分别包装，并在包装箱外加以注明其用处。
3. 包装费、运费、已包含在投标总价内。
4. 货物在现场的保管由中标人负责，直至项目验收完毕。
5. 货物在安装调试验收合格前的保险由中标人负责，中标人负责其派出的现场服务人员人身意外保险。
6. 中标人应对导示标牌的货品和工程质量负责，由质量问题导致的意外伤害由中标人负责，工程质保期按装修工程标准不低于两年。
7. 项目中所列货品须提供出厂质量安全合格认证。

**（五）安装调试**

* + 1. 中标人负责到采购人指定的地点进行安装调试。
    2. 中标人应提交详细安装进度表。
    3. 中标人应设安装负责人，负责安装协调管理工作。
    4. 安装所需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。
    5. 设备安装过程中做好相应的安装区域安全保护措施。设备安装结束后撤消安装区域安全保护措施。
    6. 调试：按国家相关施工验收规范进行，分阶段进行调试。
    7. 货物的拆箱、安装、调试等项工作由中标人负责，但必须在采购人指定人员的参与下进行。调试的原始记录须经各方签字后作为验收的文件之一。
    8. 施工用电的接驳由中标人负责。

**（六）验收要求**

1. 验收交付前的保管安全责任由中标人负责。中标人须为验收提供必须的一切条件及承担相关费用。
2. 项目验收依次序对照执行标准为：符合中华人民共和国国家和履约地相关安全质量标准、行业技术规范标准、环保节能标准；符合招标文件和响应承诺中各方共同认可的参数规格及各项要求；符合货物来源国官方颁布的最新标准；双方约定的其他验收标准。
3. 中标人应根据国家、省级以及当地监管部门有关规定的要求，积极配合相关部门或单位的检查、检验、抽检工作。
4. 在发货前，中标人应对货物的质量、规格、性能和数量等进行准确而全面的检验。货物运抵目的地后，若经采购人检验发现货物的规格或数量与合同不符或有缺陷时，中标人应进行替换或重新更换，直到采购人验收合格为止，由此所产生的一切费用由中标人承担，采购人不另行支付。
5. 货物安装完成后，提请采购人进行验收，若发现未按要求安装或未达到招标文件要求和投标文件承诺时，中标人应进行重新安装或更换设备，直到采购人验收合格为止，由此所产生的一切费用由中标人承担，采购人不另行支付。
6. 安装数量以采购人现场确认为准。最终结算数量以审核审定数量为准。

**（七）项目管理及进度安排**

* + 1. 为了使项目按质、按量、按时及有序实施，投标人必须有详细项目管理组织架构、职员姓名、职务、职称、主要资历、经验及承担过的项目。
    2. 投标人应详细列出项目实施方案计划。

**（八）售后服务要求**

1. 质量保证期（简称“质保期”）从验收合格交付使用之日起，提供一年质保服务（当原厂标配质保期大于一年时，按原厂标配质保期服务条款执行，法定最低期限大于一年的，按法定最低期限执行）。
2. 质保期内中标人对所供货物实行免费包修、包换、包退、包维护保养，一切维修换件保养费用和备品备件、易耗设备、配备配件设备保证质保期内免费更换，质保期满后同时提供终身有偿维修保养服务，若发包人需更换同类货物，中标人须以不高于中标单价售卖给采购人。质保期内采购人对中标人享有追索权。
3. 质保期内，中标人必须配备一支稳定的专业技术服务队伍，并配备足够的交通工具、通信工具、检测仪器及维修设备，负责设备的一切维护工作。人员的名单及提供的配套设备必须在投标文件中详细列明。保修服务方式均为中标人上门保修，即由中标人派员到设备使用现场维修，由此产生的一切费用均由中标人承担。
4. 在质保期内，中标人应保证本工程所涉及的所有设备处于正常工作状态，对故障设备负责免费维修，对不能修复的设备负责免费更换。如果验收合格之日起计12个月内，设备因质量问题造成无法正常运行，故障率达到5%，必须全部更换相关设备，否则采购人有权以质保金购买相应设备或进行维护。
5. 中标人须提供常设7天×24小时热线服务和长期的免费技术支持，对采购人的服务通知，中标人在接报后1小时内响应，3小时内派工程师到达现场，8小时内处理完毕；如在检修8小时后仍无法排除故障，则中标人应在24小时内提供不低于故障设备规格、型号、性能的备用设备供采购人使用，直至故障设备修复。如因设备自身故障致停用时间累计超过20天时，则质保期在状态恢复正常时重新计算。
6. 质保期内须提供周期上门免费服务：周期为3个月一次；形式为预约上门，服务内容为周期保养检修、检测设备运行状况、处理使用过程中出现的问题等。
7. 质保期满后，如采购人需要，则中标人须继续提供维护服务，所需一切费用必须在投标报价中列明，其费用只作参考，不计入合同总价内。
8. 中标人负责向采购人提供现场安全操作及必要的维护保养培训。
9. 中标人必须根据采购人的实际使用需要，有针对性地提出详细的售后服务方案。

**（九）中标人应负职责**

1. 自行办理与本项目各个环节有关的一切手续并承担相应的费用。自行解决设备安装、调试过程中的用电、用水问题。
2. 在供货过程中与采购人相互配合、积极协调，并服从采购人的统一安排。
3. 自行解决供货过程中可能造成的对周边环境影响的问题。
4. 供货验收前，中标人应做好供货现场的保护工作。
5. 自行负责合同期内的工作人员人身安全及货物、设备安全。
6. 中标人运输及安装过程中不得破坏现场已施工部位，否则需按价赔偿。采购人不承担相应责任。
7. 安装的人员应具备相应的资质、上岗证等。