

采购需求

项目名称：2022 年海南省公共文化云建设项目

项目编号：HNZS2022-008

预算金额：¥2780000.00 元

一、项目概述

中央财政下达了 2022 年中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金，其中公共文化云建设项目继 2021 年度，2022 年经费支持总体方向保持不变：一是支持地市级以上文化馆（含地市级）开展全民艺术普及核心功能服务及建设全民艺术普及资源库。二是统筹支持脱贫县（团场）推动基层全民艺术普及服务高质量发展。

二、技术（服务）要求

2022 年海南省公共文化云建设项目建设内容主要包含：全民艺术普及核心功能服务、建设全民艺术普及资源总库、基层全民艺术普及服务提质增效三个方面，具体如下：

★2.1、全民艺术普及核心功能服务

★2.1.1、全民艺术普及相关直录播

以音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等门类为主，推送竞赛性、展演性、惠民性群众文化活动以及专题讲座、艺术普及分享、展览带看、馆藏讲解展示、非遗讲解展示等内容，全国推出艺术普及相关直录播，并在国家公共文化云平台同步播出。

（一）建设范围

重点支持各地市级（含）以上文化馆在国家公共文化云“看直播”板块及地方公共文化云或数字文化馆平台开展“村晚”、广场舞、大家唱群众歌咏、“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动、“乡村网红”培育计划及其他地方性和跨区域品牌活动、国家公共文化服务体系示范区活动的网络直录播。直播类型包括演出类、比赛类、展览讲解带看类、非遗讲解展示类、综艺类等。具体包括：海南省群众艺术馆开展直录播 1 场、海口市群众艺术馆开展直录播 1 场、三亚市群众艺术馆开展直录播 1 场。

（二）建设标准：

支持开展网络直播所需的现场拍摄、平台对接、内容审验、宣传推广、后期加工、数据统计、人才培养等。

(1) 现场拍摄包括使用 4K 高清摄像机位 4 台及高清导播台，进行直播监控、技术保障、应急处置等。

(2) 平台对接包括与地方公共文化云或数字文化馆平台及国家公共文化云进行技术对接，办理国家公共文化云直播申请、测试及推流等。

(3) 内容审验包括对直播内容、宣传素材的审核。重点审核意识形态、政治导向、价值导向，声音、画面、字幕等技术质量，出镜人员及其言论等，确保直播内容安全。

(4) 宣传推广包括在直播前进行预热宣传，在直播过程中及直播结束后对内容特色亮点、幕后故事、活动花絮、创作及表演团队的人物故事、群众参与活动的故事、播出效果等进行宣传，在 pc、app、h5、微信公众号及新媒体矩阵发布海报、推文、照片、宣传短片、短视频等，在相关媒体编发新闻，提高群众知晓率、参与率和满意率。在线下布置直播海报、易拉宝、小礼品等宣传品。

(5) 后期加工包括后期整体设计、整场直播包装、精编节目包装，视频拆条，宣传片、采访包装，花絮等制作。

(6) 数据统计包括对直播相关数据进行多维度的统计，如总点击量，实时观看量，分时完播率，用户评论、转发、点赞量，用户地域分布等。

(7) 人才培养包括摄像、导播、录音、编辑、新媒体宣传等直播专业人员培训及人员差旅。

(三) 成果提交

按季度参加发展中心组织的国家公共文化云网络直播遴选，入选直播可在国家公共文化云首页及“看直播”板块推出，入选直播按照《国家公共文化云直播管理办法》（文全公基发〔2020〕21 号）执行，提交直播申请、推文、观看数据、视频。

未入选的直播可在地方公共文化云或数字文化馆平台播出，并按照国家公共文化云地方专区管理办法，在国家公共文化云地方专区播出。

可通过公共文化云项目跟踪管理系统或以硬盘、网盘方式提交成果。

★2.1.2、学才艺培训

推出音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等艺术门类课程，提供在线培训、课程点播、在线直播、作品上传、互动交流等服务。以地市级以上（含地市级）为重点，建立以文化馆（站）业务干部、文化志愿者、艺术专业人才组成的以普及、提升群众艺术素养为目的的地方师资库。

（一）建设范围：

以地市级（含）以上文化馆为重点，推出适用于线上学习的音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影、非遗、国学、新媒体应用等门类的普及、提升教学课程视频，建立由文化馆（站）业务干部、文化志愿者、艺术专业人才等组成的全民艺术普及师资库，并对师资和课程动态信息进行更新维护。

（二）建设标准

支持举办“学才艺”培训，每场包含 8 门直录播课程及其授课教师的个人简介、特色教学信息等。课程及师资建设要统一标准，严格落实意识形态安全责任制并妥善解决资源版权，确保成果通过国家及地方公共文化云“学才艺”板块提供服务时，无需再向其他单位获取版权。

1. 课程标准

（1）内容要求

导向正确，符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点，力求高质量、有新意、有趣味、有互动；不得建设任何有违国家法律法规、内容低俗、有色情诱导性内容的视频，不得含有涉及版权问题的影视片段，不得在视频中添加制作公司宣传 logo 及文字等。

（2）制作标准

①每场 8 门课程可从音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影、非遗、国学、新媒体应用等门类中，选择全部或部分门类进行制作。允许 2-3 门课程为同一门类，允许同一位教师录制 2-3 门课程，允许多位教师参与同一门课程中不同课时的录制。

②每门课程不少于 6 个章节；每个章节时长在 8-10 分钟之间为宜；每门课程总时长不少于 45 分钟。

③每门课程制作 1-2 分钟介绍短片。

④课程要求画质高清、声音清楚。

(3) 拍摄建议

①整体建议

- 背景不要过于杂乱或喧宾夺主；
- 场地无噪音（如风声、无关人员说话声、手机铃声等）干扰，保证人或乐器的声音清晰；
- 声音要求与画面同步，声音无明显失真，避免过高或者过低；
- 拍摄构图，人物比例位置参考黄金比例，避免出现人物过小或充满整个画面；
- 拍摄时注意亮度、色调以及镜头的稳定性。

②镜头/机位建议

- 音乐类：主讲人应有一个镜头至少保持半身像，以看清整体状态，同时讲解细节时，需搭配特写镜头，可分别看出左右手或其他细节；
- 美术类：主讲人应有一个镜头至少保持半身像，以看清整体状态，同时不同种类搭配不同的细节特写镜头（如画板的特写、笔触的特写、调色板的特写等）；
- 舞蹈类：大景别镜头，保证大动作或移动时能够保全整体的状态，同时不同种类搭配不同的细节特写镜头（如头部特写、手部特写、脚部特写等）。

(4) 课程信息

课程信息包含：课程名称、授课教师、课程简介、课程门类、课程专业（如音乐分类中的器乐）、教学大纲、教学对象、课程海报、直播/录播（直播课程排期播出）、课程梯度、版权方、版权有效期、建设单位、经费来源等信息。

课程梯度分为：①初级课程（以知识普及、入门内容为主；课程内容兼具基本理论与基础技术的学习，目的在于提高艺术初学者、爱好者的学习兴趣，提升大众艺术审美，并为日后艺术进阶学习打下坚实的基础）。②中级课程（以巩固基础、强化提升内容为主；课程内容进一步讲解专业理论与进阶技术的综合应用，包含专业教师示范讲解、作品分析等，适合有一定基础的艺术学习者，有效提升学员的艺术综合能力）。③高级课程（以深度强化、综合训练内容为主。课程内容包含经典难度作品讲解示范、不同艺术风格作品赏析、艺术家创

作思路分享等。课程针对的人群包含艺考生、专业艺术院校学生、基层教师等，有助于学员提高技巧与作品赏析能力、拓展个人作品风格）。

2. 师资标准

（1）个人师资信息

个人师资信息包含：教师姓名、性别、民族、身份证件号、头像照片、教师类型、推荐单位、工作单位、单位地址、联系电话、工作职责、教学门类、教学专业、职称等级（无职称、助理馆员/初级、馆员/中级、副研究馆员/副高级/、研究馆员/高级）、专业等级（编剧、导演、演员、演奏员、指挥、作曲、舞台美术设计等对应等级）、教学经历、教学成果、资格证书、教学照片等。

教师类型分为：①艺术教育工作者（艺术院校、机构教师或专业社会团体成员；文化馆干部或学术研究专业人员；拥有教师资格证，具备相关教学经验）。②艺术表演工作者（国家级演员；非物质文化遗产传承人；艺术领域社会知名人士；毕业于艺术院校并从事相关工作；获艺术相关领域证书，如社会艺术水平等级考试证书、权威机构举办的艺术比赛获奖证书等）。③文化志愿者（具有权威机构颁发的志愿者证、聘书、服务奖状；具有相关领域艺术文化服务经验；具备一定的文化专业知识或文艺专长）。

（2）团队师资信息

团队师资信息包含：团队名称（机构或企业全称，机构全称需与事业单位法人证明/组织机构代码证一致，企业全称需与营业执照上一致）、团队类型（与营业执照上主营范围一致的行业）、所在地址、联系电话、艺术门类、艺术专业、形象照片、教学照片、团队资质（统一社会信用代码、事业单位证明/营业执照证明、企业规模及注册资金）等。

团队类型分为：①公共文化机构（文化馆、图书馆、博物馆、美术馆等）。②社会艺术教育机构（依法取得工商营业执照及办学资质的艺术教育机构；从事艺术教育、学术等有关事业单位或相关专业社会团体）。③艺术文化类公益性组织（合法注册登记的艺术文化公益组织；曾组织艺术文化领域公益活动的组织）。

（3）师资教学动态信息

整合发布个人及团队师资开展的线上、线下教学实时信息，包括教学的起止时间、时长、地点、内容、照片、链接等，通过国家及地方公共文化云的“学才艺”板块发布，提供报名学习、与学员互动交流等服务，并进行持续更新。

（三）成果提交

按照边建设、边服务的原则，建设成果经评审后，实时提交国家及地方公共文化云“学才艺”板块开展服务。提交方式如下：

1. 手工录入

组织建设单位，通过国家公共文化云录入数据，动态更新师资、课程及教学信息等。

2. 数据导入

国家公共文化云提供数据导入接口，支持以数据文件形式导入相关信息和动态内容。

3. 系统对接

通过地方平台与国家公共文化云技术对接的方式，将数据对接到国家公共文化云平台。

提交成果的同时，要在公共文化云项目跟踪管理系统上及时同步相关工作进度。

加强成果的服务推广，积极依托国家及地方公共文化云的新媒体传播，通过推文等形式，开展师资和课程的宣传、推送，重视点击率、点赞率、评论率、转发率、关注率、完播率等观看情况，提升实际服务成效。

★2.1.3、采集场馆及其活动信息

采集、发布文化馆（站）、图书馆、博物馆、美术馆、旅游景区、游客中心等文化和旅游相关机构、场馆信息，开通地图定位功能，用户可查询场馆信息、预订场馆、预约服务、预订门票等，突出文化与科技融合服务功能，倡导推出 AR、VR 在线看馆、看展览服务。采集场馆及其活动信息，并在国家公共文化云平台同步发布。

（一）建设范围

重点支持各地市级（含）以上文化和旅游行政主管部门或文化馆采集、发布本区域内的各级、各类文化馆（站）、图书馆、博物馆、美术馆、文化驿站（文化馆分馆）、书吧（图书馆分馆）、旅游景区、游客中心等文化和旅游机构场馆基本信息以及场馆服务信息，并在国家公共文化云“订场馆”板块发布。

（二）建设标准

“订场馆”栏目建设应落实意识形态安全责任制，加强场馆服务信息采集、审核、发布、维护等全流程管理，确保数据安全性、准确性、完整性、时效性。应优先采集场馆基本信息，并依托相关场馆采集、发布服务信息，开展场馆查询（含 AR/VR 在线看馆）、场馆预约（含到馆预约、活动室预约）、门票预订（含门票购买）、活动预约（含活动报名）、活动动态、线上活动、在线看展等服务。

1. 场馆基本信息

用户可通过场馆查询服务获取场馆基本信息，包括：场馆名称、场馆类型、所在地址、场馆图片、地图定位、联系人、联系电话、开放时间、场馆简介、门票信息、场馆视频、AR/VR 链接等。场馆基本信息发布后，若有变动应及时更新。

2. 场馆服务信息

提供场馆预约（含到馆预约、活动室预约）、门票预订（含门票购买）、活动预约（含活动报名）、活动动态、线上活动、在线看展等服务。该板块活动预约、活动动态、线上活动、在线看展等为场馆日常服务活动信息，不得与“享活动”板块的品牌活动信息重复填报。应优先采集场馆基本信息，并依托已采集基本信息的场馆采集、发布场馆服务信息。

（1）场馆预约

含到馆预约及活动室预约。

到馆预约指不需购买门票的场馆预约服务。用户可通过预约服务获取进馆门票或二维码等预约到馆凭证。字段包括：场馆名称、预约人姓名、预约人联系电话、预约人数、预约时间、温馨提示等。

活动室预约指场馆提供的可供团体或个人使用的舞蹈室、音乐室等空间的预约服务。字段包括：活动室名称、所属场馆、活动室房间号、活动室图片、地图定位、联系人、联系电话、活动室详情、预约类型（个人预约或团队预约）、团队名称、预约人姓名、预约人联系电话、预约人数、预约时间、温馨提示等。

（2）门票预订

门票预订指需购买门票的场馆预订服务，字段包括：场馆名称、门票价格、购票人姓名、购票人联系电话、购票人数、购票时间、温馨提示、购票地址（通过第三方购票时提供）等。

（3）活动预约

活动预约指活动举办前发布预告信息，对于不需预约的活动，通过活动公告进行发布；对于需要预约的活动，用户可通过预约服务获取二维码等凭证参与活动。字段包括：活动名称、活动类型、所属场馆、活动时间、地点、活动图片、地图定位、联系人、联系电话、温馨提示、预约人姓名、预约人联系电话、预约地址（通过第三方预订时提供）等。

活动预约信息应至少于活动举办前 3 天发布。

（4）活动动态

活动动态指活动开展中的即时动态信息或开展后的汇总信息。字段包括：活动名称、所属场馆、活动阶段、活动报道、活动图片、活动视频、参与人数、活动状态等。

（5）线上活动

线上活动指依托场馆开展的线上答题、竞猜、投票、征文、满意度评价等活动。字段包括：活动名称、所属场馆、活动简介、活动图片、活动状态、链接地址等。

（6）在线看展

在线看展指依托场馆开展的线上展览服务。字段包括：展览名称、所属场馆、展览简介、展览图片、展览视频、线下展览地址、展览状态、链接地址等。

（三）成果提交

1. 手工录入

注册并认证成为国家公共文化云的机构用户，通过机构账号进行成果的录入上传。

2. 系统对接

通过地方平台与国家公共文化云技术对接的方式，将数据对接到国家公共文化云平台。

★2.1.4、赶大集服务（含云上文采会和文创在线）

一、文采会

举办区域性及地方性文采会活动，并同步到全国公共文化和旅游产品交易平台（即国家公共文化云“汇文采”板块）。

（一）支持范围

以促进各地公共文化产品和服务供需有效对接为目标，支持各省遴选本省公共文化产品和服务优质资源（包括供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等），并汇总到国家公共文化云“汇文采”板块。举办线上线下相结合的区域性及地方性文采会活动。

（二）建设标准

省级文化和旅游行政主管部门对本省遴选的公共文化产品和服务资源进行审核把关后，纳入全国公共文化产品和服务资源库。

1. 遴选产品和服务，采集供需信息。

遴选本省公共文化产品和服务优质资源，对供需双方机构信息、产品及服务信息、供需交易信息等，进行采集、加工、审核、更新、维护。

（1）品类

公共文化产品和服务资源所涵盖行业及产品品类包括文化内容、科技融合、设施运营等7类。

（2）机构信息

①供应方：不少于50家。机构基本信息，包括：机构名称、地址、机构标识、联系人和联系方式等，业务简介等；参展信息，包括：线上展区、服务对象、展示方案等。

②需求方：不少于50家。机构基本信息，包括：机构名称、地址、机构标识、联系人和联系方式等，业务简介等；参展信息，包括：采购意向、机构展示视频等。

（3）产品信息

产品不少于150个。产品基本信息，包括产品或服务名称、展示图片、宣传视频、文字介绍，以及销售信息等，包括：联系方式、报价、支付方式等。

2. 日常维护“汇文采”专区。

通过国家公共文化云“汇文采”版块（简称“汇文采”）进行汇集，对发布信息进行动态更新。在全国性、区域性、地方性文采会举办期间，推出举办供应方机构及产品路演活动，拍摄制作对有关活动、供需机构以及产品服务的宣传视频、产品推荐海报等。其中拍摄产品海报不少于100张。

3. 举办区域性及地方性文采会。

支持举办区域性及地方性文采会，参加全国性文采会展览展示和“云上文采会”，注册参会、发布产品和服务信息、需求信息、登记采购意向，开展文采会相关专题研究、人员培训。

（三）成果提交

通过国家公共文化云“汇文采”板块完成数据录入和日常维护。日常及时更新、维护。将开展专题研究和人员培训情况提交到公共文化云项目跟踪管理系统。

1. 手工录入

组织供应方、需求方，按照工商或法人登记属地，通过国家公共文化云录入数据，动态更新产品信息、采购需求和交易信息、活动宣传等。

2. 数据导入

国家公共文化云提供数据导入接口，支持供应方和需求方以数据文件形式导入相关信息和动态内容。

3. 系统对接

通过地方平台与国家公共文化云技术对接的方式，将数据对接到国家公共文化云平台。

二、文创在线

开展本地赶大集专区建设与运营，重点推介文创产品，促进艺术普及文创消费。

（一）建设范围

重点支持各地资源突出、条件成熟的文化馆、各类文化机构及个人在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺并运营，包括平台入驻、文创产品开发、人才培养培训等。

（二）建设标准

支持在国家公共文化云“赶大集”板块开设店铺，在店铺内加载各类文创产品。支持文化馆、各类文化机构及个人根据自身文化资源的特点，挖掘文创要素，开展艺术普及文创开发，主要包括依托数字资源和实体馆藏开发的文创产品；利用非物质文化遗产资源开发的文创产品；艺术普及培训的文创产品。文创产品开发单位在文创产品开发中应做好文创资源的确权工作。文化馆及各类文化机构可根据“赶大集”相关工作需要，开展人才培养及参加“赶大集”相关培训。

在“赶大集”板块开设店铺不少于 10 个（每个机构可开设店铺数量不限），至 2022 年底，共加载文创产品不少于 100 种（已有产品或新开发产品均可），从业人员参与文创培训不少于 50 人天。

（三）成果提交

开设店铺：在国家公共文化云注册机构用户，经省级文化和旅游行政主管部门同意，并提交资质认证文件，填报开设店铺相关字段，完成线上店铺开设。

文创产品：填报文创产品相关字段，完成不少于 100 种产品加载。每种产品提交 1 份创意设计方案、1 套产品图册及 1 份版权文件。

人员培训：提交培训场次名称、参加培训人员名单、课时及课程内容、培训证书。

通过公共文化云项目跟踪管理系统或以网盘方式提交成果电子版，方案、版权文件、培训证明材料须提交盖章扫描件。

★2.2、建设或优化全民艺术普及资源总库

按照统一的建设标准和总目录，建设全民艺术普及资源总库，包括群众文化活动、群众文艺作品、艺术普及直播、艺术普及课程、艺术普及电子书、全民艺术普及师资库、文化馆（站）行业信息等资源。地市级以上文化馆（含地市级）建设具有地方特色的艺术普及资源，全国原创定制建设微视频、慕课、动画等资源。

（一）建设范围

支持各地市级（含）以上文化馆结合群众文化活动、辅导培训、艺术创作、民族民间文化保护等职能业务，原创建设具有本地特色的群众文化活动、群众文艺创作、艺术普及课程、传统文化、文旅融合、乡村振兴等类型的短视频、慕课资源。可涉及音乐、舞蹈、戏剧、曲艺、文学、美术、书法、摄影等艺术门类。

由“看直播”或“享活动”资金支持产生的资源，不重复获得“资源总库建设”资金的支持。

（二）建设标准

支持各地建设全民艺术普及数字资源。资源应是新建或已建的原创资源，且文化馆拥有资源的完全版权。时长为成果和素材的总时长，经费可用于内容策划、拍摄制作、版权解决、内容验收、资源发布等。

1. 内容策划包括策划选题、内容大纲、样片脚本、分集脚本等。
2. 拍摄制作包括样片及素材的拍摄制作，后期编辑，输出成果等。

3. 版权解决包括聘请师资、获取拍摄对象授权、购买素材使用权等，资源版权须由建设单位与发展中心共同享有。

4. 内容验收包括聘请专家对选题策划、内容大纲、样片进行评审，对资源成果进行验收等。

5. 资源发布包括将资源发布至地方公共文化云或数字文化馆平台及国家公共文化云“看直播”板块或地方专区等。

（三）成果提交

资源建设完成并通过省内验收后，以硬盘或网盘的方式向发展中心提交全部资源成果、素材及版权文件。

★2.3、基层全民艺术普及服务提质增效

依托海南省数字文化馆平台，对接国家公共文化云，发布、更新当地动态、直播、活动、培训、场馆等全民艺术普及资源与服务，开展基层人员服务培训，提升基层服务人员专业技能，促进文化馆（站）公共文化服务人员交流。对海南省 5 个脱贫县（即五指山市、临高县、白沙黎族自治县、保亭黎族苗族自治县、琼中黎族苗族自治县）开展基层全民艺术普及服务。

以海南省数字文化馆平台为基础，开设贫困县的平台服务专区，对专区的文化动态、文化直播、文化活动、线上培训、场馆预订等功能模块的信息进行发布、更新等运营服务，更新与推送在线场馆及活动信息采集不少于 600 条，线上展示基层文创、非遗产品不少于 300 条，线上全民艺术普及课程资源不少于 60 部，直录播活动不少于 15 场，开展不少于 5 场新媒体宣传与服务推广活动。各县完成指标如下：

- （1）直录播活动 3 场；
- （2）全民艺术普及课程线上服务及预订课程 12 节；
- （3）线上展示基层文创、非遗产品 60 条；
- （4）更新与推送在线场馆及活动信息采集 120 条；
- （5）新媒体宣传与服务推广活动 1 场；
- （6）培训人次：30 人次。

（一）建设标准

1. 基层直录播活动

重点支持脱贫县（团场）文化馆开展“村晚”、广场舞、大家唱群众歌咏、“百姓大舞台”网络群众文化品牌活动、“乡村网红”培育计划及当地群众性文化品牌活动的直录播。

基层直录播活动的内容应符合社会主义核心价值观，以全民艺术普及和优秀传统文化传承为重点，内容积极健康向上，突出群众参与性，贴近生活，贴近实际，力求高质量。不得有任何违反国家法律法规的内容，不得含有内容低俗、格调低下、色情诱导等内容。

基层直录播活动的内容审核以活动主办方为责任主体，直播前，安排专人对节目单等相关文本、脚本内容进行预审，发现问题及时调整；直播中，安排专人对播出现场、出镜人员及其言论，声音、画面、字幕等进行实时监审，及时处理应急状况；播出后，制作的成片也应进行内容审核。录播视频应与直播成片视频按相同标准进行内容审核。

直录播活动需脱贫县（团场）组织力量拍摄，直播需提供推流地址，录播需提供成片视频文件。基层直录播的拍摄应符合直录播资源格式要求，画面清晰、图像稳定、声音清楚。直播活动应具备实时推流和延时 10 分钟推流功能，网络上行带宽不低于 20M，速率稳定。直录播工作需配备相应的设备，进行技术测试，制定应急预案。播前应进行宣传，播后提供回看视频。

2. 新媒体宣传与服务推广活动

重点支持脱贫县（团场）文化馆围绕地方性全民艺术普及品牌活动开展综合性、系列性、多渠道的新媒体宣传与服务推广活动。包括：系列品牌活动的介绍、推荐、预览以及台前幕后的动人故事、活动花絮、VLOG、活动照片等。

应注重活动前、活动中、活动后的宣传推广，活动宣传推文、海报、宣传片、短视频等在基层智能服务端发布，可与其他新媒体渠道同步发布。

3. 全民艺术普及线上课程服务

重点支持脱贫县（团场）文化馆整合发布当地群众喜闻乐见的全民艺术普及线上课程，并利用相关课程开展面向本区域人群的艺术普及培训。鼓励有条件的文化馆开展原创制作，不具备条件的文化馆可整合其他平台资源，在基层智能服务端和本地平台发布。

全民艺术普及线上课程要确保意识形态安全并妥善解决版权，确保成果通过基层智能服务端和本地平台提供服务时，无需再向其他单位获取版权；整合制作的课程要契合当地群众

需求、贴近生活，不得有任何违反国家法律法规的内容，不得含有内容低俗、格调低下、色情诱导等内容。

4. 场馆服务活动

重点支持脱贫县（团场）发布文化馆（站）、图书馆、博物馆、美术馆、文化驿站（文化馆分馆）、书吧（图书馆分馆）、旅游景区、游客中心等场馆基本信息和服务信息，在基层智能服务端和本地平台发布。

应先采集场馆基本信息，并依托相关场馆采集、发布服务信息，开展场馆查询（含 AR/VR 在线看馆）、场馆预约（含到馆预约、活动室预约）、门票预订（含门票购买）、活动预约（含活动报名）、活动动态、线上活动、在线看展等服务。

5. 基层文创及非遗等产品推广

重点支持脱贫县（团场）发布本地文创、非遗及地方特色农产品等的产品信息和销售服务信息，在基层智能服务端和本地平台发布。

发布的基层文创、非遗及地方特色农产品，应具有完备的工商手续、良好的产品质量和完善的售后服务。脱贫县（团场）文化和旅游行政管理部门应会同有关部门对相关产品进行审核，并建立动态跟踪机制，对产品质量或服务不达标、存在较多负面评价的，需及时下架处理。

产品信息字段包括：产品名称、产品类型、产品简介、产品图片、产品视频、产品价格、产品详情、购买链接、联系人、联系电话等。

6. 人员培训

重点支持脱贫县（团场）文化馆面向从事基层全民艺术普及服务的工作人员、志愿者等开展相关内容培训。按照基层全民艺术普及服务提质增效的任务指标，原则上每个脱贫县（团场）全年培训不少于 30 人次，每次不少于 4 学时。培训方式可为线下集中学习或线上专题学习。应对培训计划、培训课程、培训人员做好规划组织并记录归档。

（二）成果提交

（1）基层直播活动、新媒体宣传与服务推广活动、全民艺术普及线上课程服务、场馆服务活动、基层文创及非遗等产品推广通过基层智能服务端和本地平台呈现。没有本地平台的通过基层智能服务录入上传，有本地平台的通过系统对接实现服务。

(2) 人员培训情况通过公共文化云项目跟踪管理系统提交培训记录。其他板块的项目执行情况通过公共文化云项目跟踪管理系统汇总报送。

★3、建设指标

公共文化云建设项目指标						
全民艺术普及及相关直播数量(场)	区域和地方性群众文化活动数量(场)	学才艺培训数量(场)	采集场馆及其活动信息数量(条)	赶大集专区建设数量(个)	建设或优化艺术普及数字资源时长(小时)	统筹推进脱贫县(团场)全民艺术普及高质量发展任务量(个)
3	0	1	595	1	43	5

统筹推进脱贫县(团场)全民艺术普及高质量发展指标					
活动直播场次(场)	在线场馆及活动更新与推送条数(条)	全民艺术普及课程线上服务及预订课程节数(节)	基层文创非遗等产品线上展示维护个数(个)	新媒体宣传与服务推广活动场次(场)	培训人次(人次)
15	600	60	300	5	150

三、商务要求

- ★1、合同履行期限：2022年11月30日前完成项目内容建设。
- ★2、服务地点：采购人指定地点。
- ★3、付款方式：具体以合同约定为准。
- ★4、验收方式及标准：2022年12月提交海南省群众艺术馆验收；2023年3月提交省文旅厅验收；2023年5月提交文化和旅游部验收。验收标准除了竞争性磋商文件的技术(服

务)要求、响应文件及承诺以及合同约定标准外,可溯源到国家、行业及地方现行相关规定、规范及技术标准。

注: 1、本章所有“★”条款为实质性要求,如不满足则认定其响应无效。