

2.1. 项目概况：

青岛综合展区以“人文青岛 艺术城市”为主题，突出展览和交易特征，重点展示近年来青岛文化建设新成就、艺术城市建设新成果、高品质湾区城市新形象、“山东手造”新业态等，综合运用文字、图片、视频、实物、互动体验、沉浸式体验等多种展陈形式，全方位推介青岛优质文化旅游资源、项目、园区、企业和产品，为参展企业搭建交流合作平台，弘扬青岛人文艺术魅力，彰显青岛文化软实力。

2.2. 展区位置：山东国际会展中心 3 号馆 1C2 展位。

2.3. 展区面积：403 平方米。

2.4. 展览目标：

青岛综合展区以“人文青岛 艺术城市”为主题，突出展览和交易特征，重点展示近年来青岛文化建设新成就、艺术城市建设新成果、高品质湾区城市新形象、“山东手造”新业态等，综合运用文字、图片、视频、实物、互动体验、沉浸式体验等多种展陈形式，全方位推介青岛优质文化旅游资源、项目、园区、企业和产品，为参展企业搭建交流合作平台，弘扬青岛人文艺术魅力，彰显青岛文化软实力。

2.5. 规划设计要求：

(1) 要紧紧围绕展览目标，主题鲜明，内容明确，板块清晰，布局合理，充分体现开放式、可视化、互动性、体验式、强参与，做到绿色、环保，突出观众与展览和谐互动。

(2) 要注重展览的实际效果，强化展览展示和产品交易，便于开展项目发布、招商引资、现场展演等活动。

(3) 要扩大市民参与互动，增加群众互动、体验环节，积极借助高科技手段，设计体验式、互动性、参与性强的展示内容，采取实物陈列、视频呈现、互动体验、沉浸体验、文艺表演等多种展陈形式。

(4) 展台整体设计要通透，以不遮挡相邻展位为原则。

2.6. 展示内容要求：

(1) 线下部分：围绕展览目标，搭建展示场景，参展企业和项目不少于 50 个，以我市文化和旅游领域的优秀企业、新项目、新产品和旅游线路等为主，设

计现场互动活动不少于8场,提供发放文创宣传品或纪念品,营造展区浓厚氛围。

(2) 线上部分:指定专人对接博览会线上平台,筹备落实线上展示内容素材,对接落实线上直播、销售等服务,落实《线上文旅博览会展商入驻手册》。

(3) 组织现场表演,包括但不限于:原创音乐、歌舞、流行音乐、戏曲、电竞、电音等项目,组织原创音乐获奖人员、音乐酒吧驻唱人员、歌舞剧院演艺人员等定时段进行现场表演,增强青岛展区的吸引力和人气。

(4) 借助文字、图片、音频、视频、影像等多种形式,展示青岛开放、现代、活力、时尚的城市形象。

2.7. 搭建布展要求:

(1) 展区搭建要符合展区规划设计要求,相邻展位之间不遮挡、不交错、不叠加,所用搭建材料原则上要做到可重复使用。

(2) 配备基础展墙、展区异形造型、大型LED显示屏、展带、展台、展柜、展板、地台、玻璃幕墙、照明设备、灯箱、桌椅等。

(3) 配备多媒体演示设备、触摸联屏设备、影像融合技术设备、影像互动捕捉设备、虚拟现实体验设备等。

(4) 展示新型移动终端、虚拟现实、增强现实、全息成像、可穿戴智能设备、沉浸式体验平台、裸眼3D、智能家具、智能硬件等数字文化装备产品和新型数字文化消费品。

(5) 采用多种展览展示技术,通过视频、照片、文字、雕塑、灯箱、图板、最新文化科技技术及其他多媒体形式,实现动静相结合、实物与虚拟相结合、立体与平面相结合、光影音相结合。

2.8. 重点工作:

(1) 负责策划、设计、撰写整体展览设计方案和展览效果图,方案和效果图须经采购人最终确认并通过。做好展览所使用的文档、图片、影像等数据资料的收集整理和筛选工作,并确保真实可靠。

(2) 负责完成线下和线上的招商招展工作,做好参展单位的确认邀请、组织调度等事宜,所有参展单位须经采购人最终确认并通过。

(3) 负责制作反映青岛城市文化形象的宣传短片,在青岛综合展区现场循环播放。

(4) 负责做好展览前、展览期间、展览后的媒体宣传报道工作，并承担相关费用。

(5) 负责做好参展项目的实物展品和各类电子科技设备的整体收集、包装、运输及签订保险协议等事宜，做好相关人员的食宿差旅安排及费用办理事宜。

(6) 负责展前实地勘景，做好展区的整体设计、布局与搭建，了解对接并最大程度满足参展企业项目展示需求，做好各项科技产品、互动设备、影音设备等的安装、调试、播放等事宜。做好展会期间有关数据的统计工作。

(7) 负责邀请原创音乐获奖人员、音乐酒吧驻唱人员、歌舞剧院演艺人员、讲解人员等，做好现场组织，做好相关人员的食宿差旅安排、有关费用办理等事宜。做好展览期间的现场讲解工作。做好展览期间现场互动活动的组织工作。

(8) 负责与山东国际会展中心沟通协调，做好场地测量、进场事宜、加班事宜、相关证件办理、相关费用办理等事宜。

(9) 设计制作青岛综合展区宣传海报（3000份）、手提袋（3000个）、文创宣传品或纪念品（3000套）、参展企业荣誉证书（以实际发生数据为准），各类样本须经采购人审核通过，并按照采购人要求将印刷品运送到指定地点。

(10) 展会期间保障一台工作人员用车。

(11) 负责制定新冠疫情防控及应急处置方案，严格落实新冠肺炎疫情防控各项措施，做好所有参展商和人员的健康状况摸排、疫苗接种等工作，确保疫情防控措施落实到位和防控安全。

(12) 其它由采购人安排的重点工作任务。

2.9. 投标人投标时须提供规划设计方案、展览效果图、现场互动活动方案，宣传海报、手提袋、文创宣传品或纪念品、参展企业荣誉证书等设计样式。

成交后，采购人有权力对中标人所提供的设计方案及效果图等提出修改意见，中标人须在采购人规定的时间内根据采购人意见对设计方案及效果图等进行修改，并提供最终方案进行审查。