

星湖国家湿地公园 2026 年世界湿地日暨 星湖观鸟季宣传活动服务采购公告

一、项目名称：星湖国家湿地公园 2026 年世界湿地日暨星湖观鸟季宣传活动服务采购。

二、预算金额：98095.37 元，包含全部费用（含税）

三、采购数量：1 项

四、项目实施时间：2026 年 2 月 1 日

五、项目内容及要求：

（一）服务核心目标

立足星湖国家湿地公园可近距离观赏丹顶鹤的独特优势，彰显其作为大湾区核心生态屏障、首屈一指的湿地观鸟与科普研学胜地的价值，以世界湿地日为契机，打造“生态示范+文化传播+湾区共鸣”的标杆活，以“鹤”为核心符号贯穿宣传全周期，衔接春节节点打造“鹤送好运”的情感共鸣点，实现活动热度从湿地日延续至春节的长效引流。

（二）具体服务内容

1.活动策划及服务

以观鸟为核心，以丹顶鹤为明星主角，聚焦亲子家庭与学生群体，将专业的观鸟体验、生动的鹤类科普与趣味的互动探索深度融合。通过舞台演艺、互动摊位与深度研学，引导参与者沉浸式观察、零距离感受，在“学中玩、玩中学”

中，深刻领悟丹顶鹤所代表的湿地生态价值，筑牢“守护生命摇篮”的共识。

2.活动宣传服务

（1）省级及以上媒体：邀请羊城晚报、广州日报、广东广播电视总台等媒体发布深度通稿，重点突出“星湖湿地观丹顶鹤”的差异化优势，强化“大湾区生态标杆”认知。

（2）市级媒体矩阵：以“星湖美美”为官方主阵地，联动市融媒体中心、肇庆文旅、肇庆发布、肇庆文旅集团等平台，实现活动全流程覆盖，从前期预热、现场直击到后续引流，形成区域传播闭环，激活本地用户参与度。

3.现场运营执行服务

所有平台统一使用核心话题“我和丹顶鹤有个约会”，联动媒体、达人发布短视频；活动现场安排专人抓拍实时画面，产出“即拍即发”短视频，抢占热度；制作15-30秒精华片段，突出“人鹤同框、湖光映桥”的出圈场景。

4.后期制作服务

（1）活动回顾，沉淀价值

①官方号发布回顾长文/视频，整合活动精彩瞬间、用户打卡美图、科普知识点；

②省级媒体发布通稿《星湖湿地打造生态标杆活动，“鹤舞星湖”成大湾区文旅新名片》，拔高活动价值。

（2）打卡引流，铺垫春节

官方公众号发布《春节首选！来星湖湿地，接鹤运过好

年，还能赢取好礼》，科普丹顶鹤“长寿、吉祥”的文化符号，结合春节气氛，引导参与“我和丹顶鹤有个合照”挑战赛，为景区春节引流。

5.活动相关的其他服务。

六、评标事项：

肇庆星湖国家湿地公园管理中心将组织询价评审，综合考量服务方案的性价比、报价合理性、投标单位宣传资质及响应文件的完整性，择优确定中标单位。

七、供应商要求：

1. 供应商必须符合《中华人民共和国政府采购法》规定的条件。

2. 未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“记录失信被执行人、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。

3. 不处于中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为信息记录”中的禁止参加政府采购活动期间。（以采购人于投标截止日当天在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）及中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询结果为准，如相关失信记录已失效，供应商需提供相关证明资料）；如“信用中国”网站查询结果显示“没有找到您搜索的企业”或“没有找到您搜索数据”，视为没有上述不良信用记录。

4. 本项目不接受联合体报名采购。

八、报名资料要求：

1. 资格证明文件：

法人身份证（正反面）复印件；营业执照复印件（需载明经营范围或业务范围）；“信用中国”网站下载的《信用信息报告》或“国家企业信用信息公示系统”中“严重违法失信名单（黑名单）信息”查询截图。

2. 报价清单等报价情况材料单独密封盖章。

九、报名时间及方式：

2026年1月27日—1月29日，报名截止时间为1月29日17:30时。有意者于1月29日17:30时前将报名材料（一式四份）送至肇庆星湖国家湿地公园管理中心，快递件（邮寄件）则以发件时间（寄出邮戳）为准。

联系人及电话：李先生，0758-2708268

地址：广东省肇庆市端州区星湖大道仙女湖东侧肇庆星湖国家湿地公园管理中心

肇庆星湖国家湿地公园管理中心

2026年1月27日