

江门市文化广电旅游体育局文件

江文广旅体公共〔2020〕8号

转发广东省文化和旅游厅关于组织文旅企业和机构参加 2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会的通知

各市（区）文广旅体局，市文化馆、市博物馆、市图书馆、市美术馆、市粤剧传习所：

省文化和旅游厅将联合全国公共文化发展中心、东莞市人民政府及相关行业协会学会，于 2020 年 8 月 10 日到 12 月，在线上举办全国文采会。其中特别开设广东专区，展示我省文化和旅游发展成果，在全国平台上免费推介广东文旅企业。现将《广东省文化和旅游厅关于组织文旅企业和机构参加 2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会的通知》（粤文旅公〔2020〕51 号）转发给你们，请积极发动各文旅企业和机构筹办参展。

联系人：梁文杰，联系电话：07503551823。



江门市文化广电旅游体育局

2020年7月29日

公开方式：主动公开

江门市文化广电旅游体育局办公室

2020年7月29日印发

校对：李颖仪

(共印 15 份)

广东省文化和旅游厅

粤文旅公〔2020〕51号

广东省文化和旅游厅关于组织 文旅企业和机构参加2020年全国 公共文化和旅游产品云上采购大会的通知

各地级以上市文化广电旅游体育局，厅属各单位：

为贯彻实施《中华人民共和国公共文化服务保障法》，积极推进公共文化产品供给侧改革，优化配置公共文化资源，丰富公共文化产品供给，文化和旅游部全国公共文化发展中心联合我厅、东莞市人民政府、北京师范大学国家公共文化发展研究中心以及相关行业协会、学会等单位，于今年8月10日起至12月举办首届全国公共文化和旅游产品采购大会（以下简称“文采会”）。文采会将依托国家公共文化云（<http://www.culturedc.cn>）线上举办。

文采会是深化公共文化服务供给侧结构性改革，推动社会力量参与公共文化产品供给和服务的全国性平台。本届文采会由全国公共文化发展中心与我省共同举办，将开设广东专区暨粤港澳大湾区文采会专区，设置“大厅”“展会”“演讲

厅”“好艺”“好物”“城市会客厅”等专栏，以视频、动画、图片和文字说明等形式，打造广东文化和旅游产品展示、交流、采购专区，推动公共文化和旅游产品的供需对接，展现广东省公共文化和旅游发展成果，推动粤港澳大湾区的文化和旅游产品服务交流。

为做好文采会广东专区暨粤港澳大湾区文采会的招展工作，推动我省文化和旅游产业复苏发展，请各市局积极发动本地区文旅企业和机构参加首届全国文采会。请通知相关企业和机构按照附件2的要求提前准备有关展示材料和信息，包括：参会文旅企业和机构的简介、产品及服务种类（图片、视频、动画）、联系人及联系方式等。国家公共文化云平台于7月30日前后开放端口供参会单位注册，请通知参会企业和机构关注并及时上传资料。8月10日文采会启动后，注册端口保持开放，可继续发动企业和机构持续参会。

广东专区除重点对我省文化和旅游行业机构、企业等进行产品、服务展示外，还设置演讲厅、城市会客厅等专栏，用于我省专项文化、旅游活动的宣传推介。各地市可将本地区计划组织开展的文旅专题活动，联系我厅在广东专区开辟专栏，丰富文采会活动内容，通过文采会平台提升宣传力度，打造广东文化旅游活动品牌。

专此通知。

- 附件: 1. 2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会
执行策划方案 (草案)
2. 2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会
招展方案 (草案)
3. 2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会
广东专区暨粤港澳大湾区文采会展示方案



(联系人及联系电话: 李卓鸿, 020-37803372)

附件 1

2020 年全国公共文化和旅游产品 云上采购大会执行策划方案（草案）

为深入推动公共文化和旅游产品供给侧改革，强化促进采购和交易的便捷化、高效化运作，供需有效对接，通过公共文化和旅游领域复产复工拉动相关产业复苏，丰富广大基层群众多元化、多层次、高质量精神文化需求，文化和旅游部全国公共文化发展中心（简称“发展中心”）拟联合广东省文化和旅游厅、东莞市人民政府、北京师范大学国家公共文化发展研究中心（简称“北师大”）以及相关行业协会、学会等单位，以“互联网+展会”形式，举办“2020 年全国公共文化和旅游产品云上 采购大会”（简称“云上文采会”）。具体方案如下：

一、组织机构

指导单位：文化和旅游部公共服务司

主办单位：文化和旅游部全国公共文化发展中心

承办单位：广东省文化和旅游厅、东莞市政府、北京师范大学国家公共文化发展研究中心

协办单位：中国文化馆协会、中国图书馆学会、国家文化和旅游研究东莞市文化馆基地

二、活动内容

本届云上文采会由中国文化馆协会依托国家公共文化云（以下简称国家云）作为的网络传播渠道，通过直录播方式，面向全国各级文化（群艺）馆、乡镇文化站进行公共文化服务产品推介，按照服务商“星级”评定机制，组织全国全行业企业服务商进行遴选，并根据评级进行展示区分，形成推荐清单。

（一）在国家公共文化云平台上开设“2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会”专栏。设置特色栏目，以文字、图片、音频、视频（含直播、录播、短视频、长视频）等多种形式呈现。采取以活动带项目的核心思路。在国家公共文化云开展针对活动不同时期的不同主题的，具有行业垂直品类深度挖掘意义的专项活动。

（二）招募全国范围内优质文旅服务和产品资源。在国家公共文化云推出“2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会”预热招展，同时和汇文采双平台联动，聚焦公共数字文化产品与服务，包括信息平台、数字资源、服务创新项目等，遴选明星服务和产品。

（三）组织联动宣传。联合各地文化云平台及合作单位，借助“互联网+”传播优势，充分整合传统媒体、新媒体等，协同纸媒、短视频平台、门户网站、内容分发平台等多渠道

打造媒体矩阵，开展网络联动，在全国范围内开展本主题活动的整合宣传推广，形成社会舆论高地和宣传整体声势。

三、时间安排

（一）活动筹备期（7月20日前）

发展中心牵头，合作方共同讨论拟定云上文采会工作方案，组织云上文采会的组织发动。

国家云按照云上文采会需求，制定专题开发方案和工作时间计划表，完成线上专题开发，同时国家公共文化云平台推出云上文采会前期预热活动，完成前期招展工作，服务以及产品发布。

（二）活动实施期（8月10日—11月）

8月10日，2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会正式开幕，拟采取线上开幕式形式。同时，2020年全国公共文化和旅游产品云上采购大会专题正式上线国家云。

专题几大版块推出首批展示内容，通过各级公共文化平台联动，充分利用媒体和网络开展宣传。

后续，通过分阶段的活动设置，针对不同受众，推出系列主题活动。

（三）活动总结期（2020年11月）

由云上文采会主承办单位共同实施、开展云上文采会总结工作，充分利用互联网和新媒体，组织一批行业专家学者、

行业大咖，依托国家公共文化云开展一系列开放式讨论，以行业讨论沙龙形式对文采会进行总结，并结合 2020 中国文化馆年会活动（暂定以线上线下相结合的形式呈现，具体视疫情及有关情况另行决定）为本次云上文采会收尾。

四、分工实施

本届云上文采会由公共服务司统筹指导；发展中心负责牵头总体策划、行政协调，发动全国性线上展会；北京师范大学国家公共文化发展研究中心具体组织实施和线上平台运营，配合发展中心与新媒体平台和网络电商搭建宣传和合作渠道；广东省文化和旅游厅、东莞市人民政府、国家文化和旅游研究东莞市文化馆基地运营区域专题和总结活动；中国文化馆协会、中国图书馆学会等社会对内外供需双方的广泛发动。

在国家公共文化云开通并运营“2020 年全国公共文化和旅游产品云上采购大会”专题。专题上线（拟定 8 月 10 日）前两周，全国公共文化云推出云上文采会预热，招募展商参加，由中心发出招募通知，推动云上文采会筹备工作。活动持续至云上文采会专题上线。

五、宣传推广

（一）国家公共文化云与汇文采联动宣推

在国家云以及汇文采的 PC、手机 APP、微信、H5 移动端

等进行专题上线和推荐，全方位展示平台内容。紧贴大会主题，利用社交媒体传播，多渠道推广。

（二）多地文化云及合作单位联合推广

以国家公共文化云为主平台，联合全国各地各级公共数字文化服务平台，以及网络新媒体平台进行联动宣传，充分整合传统媒体、新媒体等，协同纸媒、网络短视频平台、门户网站、内容分发平台等多渠道打造媒体矩阵，实现传播联动，在全国范围内开展融合宣传推广，形成社会舆论高地和宣传整体声势，进一步扩大云上文采会的覆盖面和影响力。

附件 2

2020 年全国公共文化和旅游产品云上 采购大会招展方案（草案）

一、招募产品及服务分类

（一）公共文化服务项目：文艺演出、艺术导赏、展览展示、特色活动、志愿服务、基层活动、文化交流、内部培训、文艺创作、文化传承、文化扶贫、公益活动

（二）文化与科技融合产品：平台软件、智能硬件、新媒体应用

（三）公共文化和旅游决策咨询：政策咨询、课题研究、项目指导、活动策划、文旅培训、旅游服务产品

（四）公共文化设施运营和管理：空间设计、项目运营、设施管理、服务监督

（五）传统文化保护与传承：非物质文化遗产保护、项目展示及推广服务、活动策划及推广服务、文创产品设计与开发

（六）公共文化机构防疫安全：消毒杀菌类产品、防护类产品、监测监控设备

（七）旅游厕所以及相关品类

二、招募流程及要求

（一）活动申报范围

需求征集：统筹文化和旅游部国家公共文化服务示范区、示范项目以及发展中心、各级文化馆公共数字文化产品与服务机构通过全国公共文化云以及汇文采平台进行注册，并发布需求在平台进行展示。

服务征集：通过汇文采平台，面向有关企业、机构公开招展，企业自主申报，选择线上展示形式，对通过遴选审核的产品进行展示推介。

（二）活动申报流程

1. 参展报名

（1）参展商报名可打开国家公共文化云网站（www.culturedc.cn），点击主页报名入口，进入展会报名系统，按照系统要求进行参展报名。

（2）主办方将对报名参展单位进行资质认证审核，审核结果将于1-3个工作日内进行反馈。

2. 填写、上传参展资料

（1）报名审核结果通过的参展商，需在国家公共文化云网站（www.culturedc.cn）的交易中心入口，进入交易中心并登录，登录后进入个人中心-快速发布入口，选择相应的参展资源类型，填写和上传相关参展资料。

（注：参展商需同意并履行《线上参展合作保证书》《产

品质量保证书》等，承诺其展示资料合规、产品质量合格并承担因产品质量所衍生的相关责任）

（2）参展商根据自身需要选择展示形式，每种展示形式不少于3款产品（或服务项目），产品或项目资料需按照对应展示形式的规格上传，特别推介展示的视频内容不得超出范围。

3. 特别说明：本届文采会将在平台设立专题、专栏、频道等，开展非遗助力精准扶贫的主题传播。积极借助各种媒体资源，搭建传播平台，加强优秀案例、代表人物和生动实践的宣传报道，营造关注、支持和参与文化精准扶贫。对于有意向参与扶贫专场的企业和服务商，除常规征集材料外，可提供针对于扶贫专场的其它资料，如扶贫专项服务，扶贫专项价目表等。

（三）服务商资源遴选

对于报名参展企业，将在国家云等平台 PC 端、手机 APP 端、H5 移动端等进行相关上线和推荐，进行活动预热，服务商招募等相关工作，以及活动品牌露出，全方位展示活动内容。同时整合优质服务商、热门公共文化需求进行展示，并依托汇文采的全媒体推广矩阵多方位进行活动推广，对展商进行星级评定与综合业务评定，共设四级，即五星、四星、三星级、无星级。

根据星级评定机构意见与行业发展形势，企业服务案例，产品，服务水平，对企业资质进行评定，并各企业星级评定以半年为周期进行更新。

（四）服务商分级展示设置

针对受邀企业，分为平台已注册企业资源以及新注册企业。根据双评定体系，已注册企业达到三星级以上，均可参与企业推介资格筛选，对于新注册企业，可依据评星标准测评后确定参与资格。对于不同评级的企业，展示形式有所不同，所在板块也有所区别。

根据星级评定，展示分为以下四类：**特别推介、标准展示、会刊展示、专题展示**。分别以视频、图文等形式展示机构、产品与服务项目详情；并定期邀请专家对产品进行点评。

国家云平台每周定期推出网络电子会刊，推出的会刊内以图片、文字结合的形式展示单位、产品与服务项目的有关信息。

评定要求：活动期间，主办方将对报名参展单位进行等级评定，评定标准包括但不限于展商活跃度、展品受欢迎程度等。评定等级高的、疫情影响严重地区的和参与重点策划专题的将有机会参与专题展示，享受流量倾斜。

（五）服务商资源展示要求

为确保页面展示和专题视觉效果，建议按以下要求。

1. 图文资料格式要求

资料格式：图片+文字介绍

图片大小：低于 2M

文字内容需要包含产品（项目）名称，详情说明，价格或价格区间。

2. 视频展示资料要求

资料格式：视频

视频格式：MP4 文件

视频时长：一般企业介绍时长为 5 分钟

参与企业路演活动“产品说、用户说、专家说”活动的视频为 30 分钟

视频大小：限制 500M 以内

视频内容：包含企业形象案例介绍，产品介绍，企业介绍以及针对于参展相关的其它介绍内容

视频编码：（高清）

输出格式：MP4 文件

码率控制：CBR

视频码率：2980kbps

分辨率：1920×1080 PAL 制

宽高比：16:9

3. 会刊资料要求

电子会刊是以图文形式定期对文采会开展情况进行阶段性总结的报告文档，其中包括文采会最新讯息，展商展品信息，新推栏目介绍等。

提交资料格式：海报图片（展商宣传海报、展品海报等含企业信息）、介绍性文字

海报图片尺寸：1080*1920

公司及产品介绍 PPT

提供服务及产品价格体系

主办方将对栏目内容严格审查，请确认上传资料符合规格。

附件 3

2020 年全国公共文化和旅游产品云上 采购大会广东专区暨粤港澳大湾区 文采会展示方案

首届全国公共文化和旅游产品采购会（下简称“文采会”）将依托国家公共文化云线上举办，为弘扬岭南区域特色文化，展示广东省和粤港澳大湾区文化和旅游建设发展的成就，推动公共文化和旅游产品交流合作，现根据云上文采会组织工作要求，制定此方案。

一、主要思路

专区以做精做活为原则，通过动静结合、特色突出的方式在云上文采会平台上进行专业展示，为用户提供优质内容和互动界面。专区设首页轮播图，根据大会的安排将展示最新资讯、活动安排、特色企业等通过宣传图，让用户直播点击进入相关的主题页面。在专区设有“大厅”“展会”“演讲厅”“好艺”“好物”“城市会客厅”“@我”等栏目，

实现展会期间活动不断、非展会期间展示不停的常态。

二、专区主功能框架

专区的设置将根据云上文采会线上平台“汇文采”总体架构整合汇集，分别设置“大厅”“展会”“演讲厅”“好艺”“好物”“城市会客厅”“@我”“个人中

心”等栏目。具体内容如下：

大 湾 区 专 区	一级栏目	二级栏目或内容
	大厅	文采会概况、宣传片、活动安排、要闻资讯、供求信息发布等信息
	展会	1.文化类专业机构、业余团体等参展商及参展产品展示； 2.旅游类专业机构、业余团体等参展商及参展产品展示；
	演讲厅	参展商路演、短视频展示，以话题分类，进行直播或回放
	好艺	优质文艺培训课程、包括慕课课程栏目
	好物	展示非遗、民俗、文博、文创等公共文化产品
	城市会客厅	大湾区城市展示
	我	用户留言
	个人中心	个人、团体的用户界面大厅。

大厅：为资讯要闻类栏目。包括文采会概况、宣传片、活动安排、要闻资讯、供求信息发布、大数据展示等。其中，团体入驻数据、用户数据，以及平台交易情况，并根据运营需求可设置是否前端显示。该栏目可根据发布的内容再设二级栏目。

展会：供文化和旅游专业机构、业余团体等参展商展示产品，主要展示商家的店铺页面，有整体的介绍，最新资讯和产品的分类展示（产品的分类方法根据实际情况确定，对应归类到全国平台的哪个分类，由运营方划分）。其中，文化类产品包括文化活动、精品演出、艺术讲座及培训、优秀传统文化讲座及培训、文化空间设计及营造、展览策划与执行、图书音像出版物、印刷品设计及制作、文创产品开发与制作、影像策划与制作、非遗专区、演出策划、业务团队项

目采购等。**旅游类产品**包括景点景区、酒店民宿、餐饮美食、智慧旅游及大数据服务、旅游线路产品、在线 OTA、在线短租、项目托管运营、规划咨询及创意设计、研学旅游、旅游演艺、旅游金融服务、户外用品、旅游手信及特色商品等。各类产品的展示以图文、视频等形式为主，可以插入超链接实现跳转，可以后续增加发布视频、图片等，允许用户评论、点赞、给商家留言、转发、采购等操作。专区不设采购商栏目。

演讲厅：以短视频形式，由商家通过话题方式发起，主要用于对商品的展示和推介。平台审核后，进行直播或视频展示。其中，直播或图文直播要求可以生成直播页面，通过手机或推流设备等进行。用户可以转发、点赞、评论，视频播放参考学习强国“百灵”的模式，播完一个自动播下一个，用户可以转发、点赞、评论，并可进入到相对应的商家主页或产品主页。

好艺：功能同国家交易平台艺堂好课一致。

好物：介绍展示非遗、民族、民俗、文博等公共文化产品。

城市会客厅：大湾区城市介绍、展示。以及相关城市的线上平台或网站的跳转。

个人中心：账号与用户融合的模式设置，注册账户后如果认证为个人则为个人用户，认证为企业或团体用户，则为

团体用户。团体用户既可以是采购方也可以是供应方，作用供应方的信息可以对外展示，而作为个人用户，或采购方的信息，只允许账号登录后查看。

三、主要活动

（一）“每月热点”活动。在专区设置“大厅”栏目，用于发布产品介绍或政策解读等话题，通过视频或图文方式直播和网络互动，视频直播鼓励同步在抖音号上同步直播。该栏目对接云上文采会“主题日”网络沙龙，专区里也将每月组织1场主题讨论，以回应文旅领域热点问题，持续营造氛围，现初定8-11月分别组织东莞公共文化展示推介、大湾区城市文旅展示推介、广东“民间艺术之乡”展示推介、中国文化馆年会线上交流研讨等4场活动，最终以商家自觉发起各种如产品推介等话题直播为主，实现平台的可持续经营。

（二）产品评比活动。鼓励入选企业发挥创意，根据自身产品特色制作宣传短视频，依托平台“演讲厅”栏目里发布，并由国家文采会抖音号或话题里发布。根据用户浏览量、点赞数，以及成交情况进行综合评比，评选出网络推介人气奖。

（三）展位设计评比。专区商品展示页面设有点赞功能，将根据用户点赞数，并组织专家对商品发布的展示页面进行综合评比，评先出最佳展示奖若干个。