

招标项目需求

说明：

- 1、投标人须对同一采购项目为单位的服务进行整体响应，任何只对其中一部分内容进行响应的都被视为无效投标。
- 2、招标项目需求中打“★”号条款为实质性条款，投标人如有任何一条负偏离则导致投标无效。
- 3、招标项目需求中打“▲”号条款为重要技术条款，负偏离不作为无效投标条款。

一、采购标的

（一）采购内容

需求内容	数量	单位	财政预算限额(元)	最高限价（元）
深圳鹏城技师学院 2025-2026 学年第三方 心理健康教育服务项目	1	项	192,680.00	192,680.00

（二）项目背景

根据《健康中国行动（2019-2030 年）》、《广东省中小学心理健康教育行动计划》、《深圳市学生心理健康教育与服务体系建设方案（2022-2025）》等文件要求，坚持四位一体，全员育人。完善学校、家庭、社区、社会“四位一体”心理健康教育协作机制，形成全社会全员育人的良好氛围。

二、具体技术要求

（一）服务总体要求

供应商需在服务期内提供学生趣味心理活动、家长心理讲座和沙龙和教职工心理健康专题培训。

1. 学生趣味心理活动

1）学生心理健康主题游园会

供应商在服务时间内为采购方开展 2 场学生心理健康主题游园会（两校区各 1 场），每场 4 课时，每场服务开始前需提供开展方案，单场游园会规模为 15 个摊位，每场服务人数不少于 500 人，服务需包含游园会活动物料（每场包括签到卡 500 张、印章 15 个、OH 卡牌套装 5 套、手工材料包 100 份、Stroop 游戏题卡 20 套、心理健康灯谜题卡 50 张、非洲鼓 5 个、解压工具套装 10 套、地面飞行棋地贴 1 张、猜词题板 50 张）、活动背景墙、场地氛围

布置和宣传海报【主背景墙 1 块（4m×3m，桁架+喷绘），摊位背景墙 15 块（2m×1.5m，KT 板+展架），拍照背景板 1 块（2.5m×2m，立体趣味设计），指引海报 10 张（A2 尺寸），包含主料、辅料、设计费、桁架进场、退场装拆费用和运费】、游园手册设计及制作（每场 500 份），每个摊位需配备 2 名助教。

2）心理委员赋能系列培训

（1）专题培训

供应商在服务时间内为采购方的在校心理委员提供专项培训服务 6 场，其中“心理学基础知识”专题讲座 2 场（两校区各 1 场），每场 4 课时，每场培训人数不少于 60 人；“心理朋辈辅导”实操培训 4 场，每场 4 课时，每场培训人数不少于 30 人。合计需开展专题培训 6 场，总培训时长 24 课时。开始前需提供课程设计，结束后提供课堂小结（包含签到情况、照片、反馈意见等）。

（2）户外拓展

供应商在服务时间内为采购方的在校心理委员提供户外拓展 2 场，每场 6 课时。组织在校心理委员外出开展以“珍惜生命、自我关爱”为主题的户外探索活动，活动地点为深圳市内专业户外拓展基地（要求室内场地室内场地面积 300-600 平方米，室外场地不少于 900 平方米），活动需设计生存技能课程、团体游戏，午餐等环节，单场服务人数不少于 60 人，服务需包含课程设计、讲师费用、场地费用、教具【每场包括协作型沙具套装 12 套（含沙滩桶、沙铲、模具等）；大型拼图 12 件（每件 1000-2000 片，尺寸达 50×75cm），需搭配防水防风的塑料或吹塑材质；曼陀罗绘画套装 12 套（每套含 2 米直径的圆形防水帆布、颜料工具如水溶性彩笔、丙烯颜料（8 色），搭配笔刷、海绵等辅助工具）、出行车辆、出行保险、物资（包含定制环保袋 120 个、定制太阳帽 120 顶、一次性雨衣 120 套、驱蚊喷雾 10 瓶、救生哨 120 个、创可贴 300 片、弹性绷带/纱布共 12 卷、无菌纱布包 12 包、碘伏/酒精棉片各准备 200 片、藿香正气水 120 支、抗过敏药 4 盒、清凉油 12 瓶、饮用水 500 毫升装 600 瓶、纯牛奶 250 毫升 120 瓶，面包 120 个）及午餐（两荤两素）安排，单场服务需提供不少于 5 名助教；在培训结束后一周内向采购人提供活动照片及满意度调查问卷结果。

3）供应商在服务时间内为采购方的在校心理委员提供 120 份系列课程学成证书及纪念品，证书带硬壳封皮，每份纪念品包含一把雨伞和一个笔记本。

2. 家长心理讲座和沙龙

1）家长线上讲座

供应商在服务时间内为采购方的学生家长提供 4 场线上讲座，每次时长为 4 课时，每场

培训人数不少于 1000 人，开始前需提供课程主题和课程设计，结束后提供课堂小结（包含签到情况、照片、反馈意见等）。

2) 家长心理沙龙

供应商在服务时间内为采购方的学生家长提供 2 场主题为“以爱为桥，共话成长”家庭沟通沙龙（两校区各 1 场），每次时长为 4 课时，每场培训人数不少于 20 人次。

3. 教职工心理健康专题培训

1) 困难个案督导

供应商在服务时间内为采购方的心理老师提供 12 次心理个案团体督导服务，每次督导时长为 4 课时，每次培训不少于 5 人，开始前需提供个案督导模板，结束后提供当次督导总结报告。

2) 班主任心理讲座

供应商在服务时间内为采购方的班主任提供 2 场心理专业能力讲座，每次时长为 4 课时，培训人数不少于 100 人，开始前需提供课程主题和课程设计，结束后提供课堂小结（包含签到情况、现场照片、反馈意见等）。

3) 心理危机应急演练

供应商在服务时间内为采购方的教职工群体开展 2 场心理危机应急演练（两校区各一场），包括流程设计、脚本制作、现场演练和技巧培训等环节。每场时长为 4 课时，每场参培人数不少于 20 人。

★三、商务要求（标注★条款为实质性条款，不允许负偏离，否则按无效投标处理）

1、关于报价

报价分为固定部分和浮动部分。固定部分：140,200.00 元，浮动部分：52,480.00 元。投标人仅对固定部分进行报价。

1) 固定部分

固定部分应包括完成项目所需要的助教服务、宣传物料、活动物料、车辆等费用，中标人投标报价即为合同价。评分项中的“价格”以此项费用为准。

2) 浮动部分

浮动部分为完成项目所需的讲师费用。该部分费用为非竞争费用，投标人须按 52480 元报价，不得调整，否则投标无效。该部分费用据实结算，费用标准参考《深圳市市级机关培训费管理办法》第三章第十条中的“中级技术职称及以下专业人员每学时最高不超过 400 元”师资费标准，线下培训讲师费用为每学时 400 元，线上培训讲师费按照该标准相应级别

的 70%，即每学时 280 元。

★2、项目服务期限（完成期限）

本项目服务期为 2025 年 8 月 31 日至 2026 年 8 月 30 日。合同期满前一个月供应商出具履约报告，采购方进行履约评价。采购方可根据实际情况及供应商履约情况确定合同期限是否续签，第一年为首次招标的中标服务期限，合同一年一签，合同最多续签 2 次，续签合同价格、服务内容保持不变。

3、项目进度安排

项目需在上述服务期限内按质按量完成。

2026 年 3 月 20 日前需完成“心理学基础知识”专题讲座 2 场，心理委员户外拓展 2 场，家长线上讲座 2 场，家长线下沙龙 2 场，困难个案督导 6 次，班主任心理讲座 1 场，心理危机应急演练 2 场。

2026 年 3 月 21 日至 8 月 30 日需完成“心理朋辈辅导”实操培训 4 场，家长线上讲座 2 场、困难个案督导 6 次、心理游园会 2 场，班主任心理讲座 1 场。

4、付款方式

1) 首期：中标人与采购人签订合同后，采购人在 40 个工作日内向中标人支付首期费用，即项目固定部分的 30%。

2) 第二期：合同执行到以下阶段，即完成“心理学基础知识”专题讲座 2 场，心理委员户外拓展 2 场，家长线上讲座 2 场，家长线下沙龙 2 场，困难个案督导 6 次，班主任心理讲座 1 场，心理危机应急演练 2 场，采购人验收合格后向成交人支付第二期费用，即项目固定部分的 30%和 2025 年 8 月 31 日至 2026 年 3 月 20 日完成项目实际产生的讲师费。

3) 尾款：项目服务完成，采购人验收合格后支付尾款费用，即项目固定部分的 40%和 2026 年 3 月 21 日至 8 月 30 日完成项目实际产生的讲师费。

4) 中标人需开具正式发票给采购人。

★5、验收要求

第二期费用支付前的阶段验收，中标人需提供加盖公章的中期服务报告 1 份（纸质版）以及截至该阶段已完成服务的佐证材料（电子版）；尾款费用支付前的终验，中标人需提供加盖公章的服务总结报告 1 份（纸质版）以及全部服务的佐证材料（电子版）。佐证材料扫描后以压缩包方式提供给采购方审核，采购方审核无误后签署履约评价表给予中标人，该项目即视为结项。

佐证材料如下：

1) 学生趣味活动

(1) 校园心理健康主题游园会：每场海报设计原图及实物图、场地及氛围布置照片、游园会手册设计图及实物图、现场活动照，助教费用签收表。

(2) 心理委员赋能系列培训：每场主讲师资质、培训方案、课件内容、现场活动照、培训满意度调查问卷结果、户外拓展课程设计方案、出行物资领取签收表、午餐验收照片、讲师费用台账、讲师签到表、助教费用签收表。

2) 家长线上讲座和线下沙龙：每场主讲师资质、培训方案、课件内容、课堂小结（包含签到情况、现场照片、反馈意见等）、讲师费用台账、讲师签到表。

3) 教职工心理健康专题培训

(1) 困难个案督导：每次督导师资质证明、个案督导模板、督导总结报告、讲师费用台账、讲师签到表；

(2) 班主任心理讲座：每场主讲师资质、培训方案、课件内容、课堂小结（包含签到情况、现场照片、反馈意见等）、讲师费用台账、讲师签到表；

(3) 心理危机应急演练：每场主讲师资质、演练方案（含演练剧本）、现场活动照、培训满意度调查问卷结果、讲师费用台账、讲师签到表。

6、违约责任

1) 在项目履约期间，中标人应将按照投标文件，按时开展该合同服务。如因中标人责任导致活动未能开展，将视为根本违约，采购方有权立即解除与其签订的采购合同，且中标人还需向采购方支付项目总费用的 10%违约金并赔偿其他损失，包括但不限于因此产生的诉讼费、赔偿金、律师费、仲裁费、调查费以及为消除影响而产生的费用等。情节严重的，将追究其相应的法律责任。

2) 在项目履约期间，中标人应保质保量完成服务，如因中标人责任导致第二阶段验收或者终验结果不合格的，中标人应在需在 10 个工作日内免费整改；整改后仍不合格，采购方可扣除该阶段费用的 5%或解除合同。

2) 若因中标人策划、执行、宣传事宜侵害了第三人知识产权或商业秘密的，中标人应当承担赔偿责任，由此给采购人造成损失的，中标人还应当赔偿采购人的损失。

3) 中标人恶意散播或损害采购人的声誉及利益的，采购人有权单方解除协议，要求中标人返还所支付的价款并承担项目总费用的 10%违约金，如违约金不足以弥补采购人因此所遭受的损失，中标人还应当赔偿采购人的损失。

4) 若因中标人原因导致采购人及他人的人身、财产、知识产权等合法权益受损的，采

购人有权拒绝支付款项，且中标人应承担全部损失，若采购人承担连带责任的，采购人有权追偿。