

## **Phần 2. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT**

### **Chương V. YÊU CẦU VỀ KỸ THUẬT**

#### **1. Giới thiệu chung về dự án/dự toán mua sắm, gói thầu:**

- **Tên dự toán mua sắm:** “Quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh trên các kênh truyền thông của hãng hàng không Việt Nam”

- **Quyết định phân bổ kinh phí:**

Căn cứ Quyết định số 4869/QĐ-UBND ngày 22/12/2025 của UBND tỉnh Quảng Ninh về việc giao dự toán thu ngân sách nhà nước, chi ngân sách địa phương, phân bổ dự toán chi ngân sách cấp tỉnh năm 2026; Tờ trình số 1129/TTr-STC ngày 03/02/2026 của Sở Tài chính về việc giao bổ sung dự toán NSNN năm 2026 cho Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thực hiện nhiệm vụ được UBND tỉnh giao;

Căn cứ Văn bản số 4629/UBND-VHXXH ngày 02/12/2025 của UBND tỉnh về việc Quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh trên các kênh truyền thông của hãng hàng không Việt Nam; Kế hoạch số 23/KH-UBND ngày 26/01/2026 của UBND tỉnh về việc phát triển du lịch tỉnh Quảng Ninh năm 2026; Quyết định số 183/QĐ-SVHTTDL ngày 02/02/2026 của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh về việc ban hành Chương trình công tác năm 2026 của phòng Quản lý Lễ hành

- **Quyết định phê duyệt mua sắm hàng hóa, dịch vụ:**

Căn cứ Quyết định số 192/QĐ- SVHTTDL ngày 03/02/2026 của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh về việc phê duyệt dự toán Quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh trên các kênh truyền thông của hãng hàng không Việt Nam.

- **Quyết định phê duyệt Kế hoạch lựa chọn nhà thầu:**

Căn cứ Quyết định số 194/QĐ-SVHTTDL ngày 04/02/2026 của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh về việc phê duyệt kế hoạch lựa chọn nhà thầu dự toán nhiệm vụ: Quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh trên các kênh truyền thông của hãng hàng không Việt Nam.

**Giới thiệu về gói thầu**

- **Chủ đầu tư:** Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Ninh.

- **Tên gói thầu:** Gói thầu số 01: Quảng bá hình ảnh du lịch Quảng Ninh trên các kênh truyền thông của hãng hàng không Việt Nam.

- **Hình thức lựa chọn nhà thầu:** Đấu thầu rộng rãi trong nước, qua mạng.

- **Phương thức lựa chọn nhà thầu:** Một giai đoạn, một túi hồ sơ.

- **Nguồn vốn:** Nguồn kinh phí không tự chủ, dự toán ngân sách tỉnh năm 2026

- **Thời gian thực hiện hợp đồng:** 10 tháng

- **Loại hợp đồng:** Trọn gói.
- **Nội dung công việc gói thầu:**
  - Quảng bá trên ấn phẩm chuyên biệt của Vietnam Airlines:
    - + Thực hiện 03 bài viết dưới 5 trang trên Tạp chí Heritage;
    - + Phát hành 01 tháng ấn phẩm Heritage Guide khoảng 50 trang – chủ đề nội dung Yên Tử và các điểm du lịch khác (khoảng 40.000 – 50.000 ấn bản);
    - + Phát hành 01 tháng ấn phẩm Heritage Guide khoảng 50 trang – chủ đề nội dung Hạ Long, Quảng Ninh (khoảng 40.000 – 50.000 ấn bản).
  - Quảng bá trên hệ thống màn hình của máy bay Vietnam Airlines:
    - + Sản xuất phim quảng bá với thời lượng 180 giây (3 phút) quảng bá về điểm đến Quảng Ninh: đáp ứng tiêu chuẩn về format và chất lượng để phát chiếu tại khung Landing video trên máy bay Vietnam Airlines.
    - + Phát chiếu phim quảng bá 180 giây (3 phút) tại khung Landing video - trên hệ thống màn hình tất cả các chuyến bay của Vietnam Airlines trong 03 tháng.

## 2. Mục tiêu công việc:

Phim quảng bá du lịch Quảng Ninh năm 2026 được xây dựng với mục tiêu tái định vị hình ảnh điểm đến theo chiều sâu trải nghiệm và giá trị cảm xúc, khẳng định Quảng Ninh không chỉ là nơi hội tụ các di sản thiên nhiên và văn hóa tầm vóc thế giới, mà còn là một hệ sinh thái du lịch đa dạng, hiện đại và giàu bản sắc. Thông qua ngôn ngữ hình ảnh mang tính điện ảnh và cách kể chuyện từ góc nhìn con người, video làm nổi bật Quảng Ninh như một điểm đến có khả năng đáp ứng nhiều nhu cầu du lịch khác nhau – từ khám phá, chiêm nghiệm, nghỉ dưỡng đến giải trí – nơi mỗi hành trình đều tìm thấy điểm chạm riêng.

## 3. Yêu cầu kỹ thuật của gói thầu:

### 3.1. Chi tiết công việc:

STT	HẠNG MỤC DỊCH VỤ	CHI TIẾT VỀ DỊCH VỤ	ĐVT	Khối lượng
<b>1</b>	<b>QUẢNG BÁ TRÊN ẤN PHẨM CHUYÊN BIỆT CỦA VIETNAM AIRLINES</b>			
1,1	ẤN PHẨM HERITAGE GUIDE - CHỦ ĐỀ NỘI DUNG: YÊN TỬ	Hình thức quảng cáo: Gói 100% nội dung Thời gian quảng cáo: Phát hành 01 tháng (khoảng 50 trang) Kênh phát hành: Theo quy định của Vietnam Airlines	Kỳ ( tháng )	1
1,2	ẤN PHẨM HERITAGE GUIDE - CHỦ ĐỀ NỘI DUNG:		Kỳ ( tháng )	1

	HA LONG, QUẢNG NINH			
1,3	TẠP CHÍ HERITAGE	Hình thức quảng cáo: bài viết theo chuyên mục/ chủ đề nội dung ấn phẩm: Bài viết dưới 5 trang	Bài viết	3
<b>2</b>	<b>QUẢNG BÁ TRÊN HỆ THỐNG MÀN HÌNH CỦA MÁY BAY VIETNAM AIRLINES</b>			
2,1	Phát chiếu phim quảng bá 180 giây (3 phút) tại khung Landing video - trên hệ thống màn hình tất cả các chuyến bay của Vietnam Airlines	Chi phí phát chiếu	Kỳ ( tháng )	3
2,2	Sản xuất phim quảng bá 180 giây (3 phút) về Quảng Ninh	Phim quảng bá với thời lượng 180 giây (3 phút) quảng bá về điểm đến Quảng Ninh: đáp ứng tiêu chuẩn về format và chất lượng để phát chiếu tại khung Landing video trên máy bay Vietnam Airlines.	Phim	1

### 3.2. Yêu cầu kỹ thuật:

Tổ chức chương quảng bá trên phương tiện của hãng hàng không Quốc gia Việt Nam, cụ thể:

#### 3.2.1. Trên ấn phẩm Heritage.

Thực hiện trên ấn phẩm Heritage gồm 3 bài; nội dung quảng bá giới thiệu các hình ảnh của Quảng Ninh, trong đó tập trung vào vịnh Hạ Long, khu danh thắng di tích Yên Tử (2 di sản) và một số điểm đến khác.

#### 3.2.2. Trên Heritage Guide.

Thực hiện quảng bá bằng hình thức xây dựng ấn phẩm/ cẩm nang chuyên biệt về du lịch để giới thiệu các hình ảnh của Quảng Ninh, trong đó tập trung vào vịnh Hạ Long, khu danh thắng di tích Yên Tử (2 di sản) và một số điểm đến khác, một số lễ hội tiêu biểu của Quảng Ninh.

- Thời gian phát hành dự kiến: tháng 4/2026 và tháng 9/2026.

- Số lượng phát hành trên tất cả các chuyến bay của Vietnam Airlines: khoảng 40.000 – 50.000 ấn bản/ tháng.

- Vị trí quảng bá bao gồm: trang bìa 1 và các trang nội dung quảng bá. Tổng khoảng 50 trang song ngữ Anh – Việt.

#### 3.2.3. Phim quảng bá trên khung giờ tàu bay chuẩn bị hạ cánh (Landing)

Xây dựng 01 clip có thời lượng khoảng 03 phút và phát chiếu trên các màn hình của các chuyến bay nội địa và quốc tế của hãng hàng không quốc gia Việt Nam trong 03 tháng; khung giờ thực hiện: giờ tàu bay chuẩn bị hạ cánh (Landing); nội dung: quảng bá giới thiệu các hình ảnh của Quảng Ninh, trong đó tập trung vào vịnh Hạ Long, khu danh thắng di tích Yên Tử (2 di sản) và một số điểm đến khác, một số lễ hội tiêu biểu của Quảng Ninh.

#### **4. Giải pháp và phương pháp luận:**

*Nhà thầu chuẩn bị đề xuất giải pháp, phương pháp luận tổng quát thực hiện dịch vụ theo các nội dung quy định tại Chương này, gồm các phần như sau:*

- 1. Giải pháp và phương pháp luận;*
- 2. Kế hoạch công tác.*

**5. Quy định về kiểm tra, nghiệm thu sản phẩm: Thực hiện theo quy định của pháp luật hiện hành**