

第五部分 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的响应都被视为无效投标。

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）
2025年度新媒体宣传运营服务项目	1	项	450,000.00	450,000.00

二、具体技术要求

1. 服务内容和要求

1.1 协助学校统筹新媒体宣传运营工作。

围绕学校开学季、招生季、毕业季，全体教职工会议、校企签约仪式、上级领导调研等重要会议和政务活动，技能节、文体节、军训等大型活动以及全年重要宣传事件，加派力量全力以赴参与，协助做好全年、每月、每周宣传计划和重要活动宣传策划。

1.2 学校官方微信公众号运营服务。

协助做好学校官方微信公众号的日常运营和维护工作，推文内容的策划、撰写、审核、编辑、发布、维护、互动，提高影响力和关注度。包括：

1) 微信公众号推文的选题策划、素材收集整理、稿件采写、图文设计和编辑、发布、追评及后续技术服务等全过程宣传服务。原则上平均每周发布推文不少于3条，全年制作220条推送以上，其中原创推文不少于120条；

2) 每日跟踪微信公众号整体情况，包括菜单功能是否可用，链接能否打开，全年365天监测。在推文内容发布后，做好内容跟进，整理留言情况，精选留言，做好台账并请示学校后予以回应，全年365天跟进整理；

3) 策划制作原创微信推文精品和爆款，如长图、手绘、条漫等，阅读量均达到5000以上，全年不少于10次；

4) 策划微信公众号宣传推广活动,提高品牌知名度,做好粉丝群维护,加强与主流媒体互动交流。全年组织推广活动不少于10次,全年微信平台粉丝增长量不少于5000人,媒体线下互动交流不少于10批次。

5) 按季度以ppt形式输出监测报告,对发布数量、阅读数量、粉丝增长数量等运营数据进行分析,提出优化方向及建议。

1.3 短视频平台运营服务。

协助做好学校视频号、抖音号、学校电梯广告机等短视频平台的技术更新及日常运营服务,按学校实际需求更新视频,并及时跟进视频号、抖音号的留言情况、做好台账并请示学校后予以回应。原则上需更新的视频由学校提供,项目团队对每个平台做好内容规划,提出专业运营建议供学校参考。结合学校特色进行话题创作,从用户角度出发提供视频创作建议,参与学校重要视频前期创意、策划和讨论。每日跟踪抖音号、视频号整体情况,包括菜单功能是否可用、链接能否正常打开,全年365天监测;活跃账户,增加与粉丝、同类院校及其他相关话题的互动,全年不间断。按季度以ppt形式输出监测报告,对发布数量、阅读数量、粉丝增长数量等运营数据进行分析,提出优化方向及建议。

1.4 校园网信息发布技术支持。

协助做好学校官方网站相关信息展示窗口的日常维护,banner图设计制作、上线更新、新闻稿内容编辑和发布等技术服务工作。按学校实际需要更新。

1.5 校园宣传设备内容更新、技术支持工作。

协助做好两校区公共区域4台LED电子屏、5台电梯广告机的日常技术更新和后台信息编辑发布,关键时期提供校园宣传设备运行技术支持。按学校实际需要更新。

1.6 相关平面设计服务工作。

提供重要活动或传统节日庆典等的电梯海报设计服务、电梯广告机和公共区域电子屏的内容设计并上线更新,学校重要会议、活动的PPT制作、H5页面设计等服务。全年不少于20次。

1.7 新媒体平台账号年审服务和资源。

1.协助做好学校微信公众号、服务号、视频号、抖音号、百度账号等的年审服务工作(含年审服务费用)。

2.供应商拟投入的所有服务资源(包括新媒体产品制作和运营所需要的会员费用(含定制)、素材购买、硬件设备以及其他费用)、来回交通餐饮费用等均由供应商提供。

1.8 加强日常运维支持。

在日常工作中,项目负责人直接与学校对接,统筹安排项目团队工作,保障学校日常基本宣传运营工作,推进日常事务处理。同时对现有的栏目进行优化,不断策划更多优质栏目。为更好的构建项目系统整体性,能对学校提供svg交互设计推送技术支

持，提供专题宣传片的剧本、脚本创作支持、学校 ip 设计升级支持等服务；项目团队服务人员对学生宣传团队的沟通和培养工作有较深了解，在服务期内，带领学生团队学习成长，对学生供稿予以专业指导，如录用学生供稿可适当给与奖励。

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）

★（一）服务期限

合同签订之日起一年，本项目为长期服务，合同期限可以延长，但最长不超过 3 年，具体期限由采购人根据中标人履约情况考核确定。合同每年签订一次，中标人履约情况经考核符合合同续期标准的，可申请第二年和第三年逐年签订续期合同。

（二）项目进度安排：

第一阶段：供应商实施项目前 6 个月，根据学校工作需要开展新媒体运营服务，做好服务成果台账，形成服务工作报告（含运营数据监测情况）。

第二阶段：供应商实施项目第 7-11 个月，根据学校工作需要开展新媒体运营服务，做好服务成果台账，形成服务工作报告（含运营数据监测情况）。

第三阶段：供应商实施项目第 12 个月，完成本项目服务内容，形成履约报告。

★（三）付款方式

第一期：合同生效后，由供应商提供符合规定的发票后，采购人向供应商支付合同总额的 20%；

第二期：供应商实施项目第 6 个月后、完成第一阶段服务成果，并通过采购人验收和项目服务整体评价等级为合格及以上，由供应商提供符合规定的发票后，采购人向供应商支付合同总额的 30%。

第三期：供应商实施项目第 11 个月后、完成第二阶段服务成果，通过采购人验收和项目服务整体评价等级为合格及以上，由供应商提供符合规定的发票后，采购人向供应商支付合同总额的 40%。

第四期：供应商实施项目第 12 个月后、完成第三阶段服务成果，通过采购人验收和项目服务整体评价等级为合格及以上，由供应商提供符合规定的发票后，采购人向供应商支付合同总额的 10%。

（四）验收要求：

1. 服务项目完成后，供应商应向采购人出具履约报告，服务周期的服务工作总结；
2. 由采购人组织项目服务的满意度或验收情况调查，评估供应商的服务质量和履约情况，评估结果将作为后续合作和付款的重要依据；
3. 在采购人与供应商达成一致的前提下，采购人建立供应商服务质量“负面清单”，列明负面清单事项，如供应商提供的服务质量不符合合同要求或采购人满意度调查结果低于

约定标准，采购人有权要求供应商进行整改或重新提供服务，并有权根据实际情况追究违约责任；

4. 根据项目需求和供应商的履约情况，采购人有权决定是否延长合同期限。

（五）培训要求：

1. 供应商应对项目团队服务人员定期提供业务培训，以满足服务质量要求；
2. 供应商应积极与采购人沟通，参加采购人组织的业务培训会议；
3. 供应商可根据实际情况，组织采购人进行相关业务培训。

（六）服务要求：

1. 供应商应承诺中标后提供本地经营（服务）网点且 3 小时内能响应采购人要求。
2. 本项目服务费采用包干制，应包括服务成本、法定税费和合理利润，报价由响应供应商根据询价公告自行测算；项目团队人员在服务期间发生人身意外事故所致伤、残或死亡等，均由供应商自行承担全部责任；

3. 供应商项目团队人员要遵循采购人的各项规章制度和保密措施，对于泄露采购人机密而导致严重后果的将承担因此造成全部责任，供应商在更换项目团队人员时，需提前 15 个工作日书面告知采购人，并征得采购人同意后方可调换人员；

4. 采购人有权随时更换不满意的项目团队人员；

5. 签约双方在履约中发生争执和分歧，双方应通过友好协商解决，若经协商不能达成协议时，则向福田区人民法院提起诉讼。受理期间，双方应继续执行合同其余部分，不得单方面中止合同。

（七）违约责任：

★1. 供应商必须承诺在履行本项目过程中对采购方提供的所有业务信息保密；如因供应商原因导致信息泄露或滥用，供应商应承担相应的法律责任，并赔偿由此造成的所有损失；

2. 供应商无正当理由不按本项目服务内容提供服务的，采购人有权作出以下处理：

（1）首次违约：提出警告并要求立即纠正违约行为，对于未能按时完成的服务内容，供应商需在接到警告后的 2 个工作日内完成，并补全相应的服务内容。

（2）第二次违约：除提出警告和立即纠正外，采购人有权要求供应商支付不低于总服务费 5% 的违约金。供应商需提交详细的服务改进计划，经采购人审核同意后实施，并补全未完成的服务内容。

（3）后续违约：供应商在一年内累计违约超过三次以上，采购人有权要求供应商支付不低于总服务费 15% 的违约金，并赔偿采购人因此造成的全部直接及间接损失，采购人保留单方面解除服务合同和采取进一步法律措施的权利。

（4）采购人有权视供应商违反服务合同情况，要求供应商退还部分或者全部已付的服务费，决定是否立即解除合同，同时要求供应商支付不低于总服务费 20% 的违约金，

并保留追究法律责任的权利。

1. 因供应商工作延误、失职等故意或重大过失导致采购人蒙受损失的，供应商应当承担赔偿责任，采购人有权据此解除服务合同。

（八）服务要求

1. 供应商组建专业服务学校新媒体宣传运营工作的项目团队，且项目团队成员均为供应商自有员工。

（1）供应商所组建团队需具备优良的创意策划能力，包括但不限于主题策划、新闻现场采访、专访、撰稿、创意海报设计、原创 H5 制作、摄影摄像等要求，项目团队成员需在各自领域内拥有丰富的实践经验和专业知识，团队数量要求不少于 5 人（项目负责人、内容策划与编辑、平面及视觉设计、摄影摄像等关键岗）。

（2）具有中华人民共和国新闻采编从业资格培训合格证书，或互联网新闻信息服务单位从业人员培训证书，或网络文化内容审核人员证书等。

（3）项目负责人：策划能力强、富有创意；具备较强的统筹管理、沟通协调能力；可统筹好整个项目运营情况，可提供 svg 交互推文，在新媒体运营工作上能提供专业性、技术支持；对外宣传方面能链接丰富的媒体资源；共产党员优先。

（4）新媒体编辑：执行能力强；具备较强的公众号图文采写、排版编辑、摄影摄像、视频剪辑等能力；了解校园工作共同性，能提供网络运营专项技术支持；具备一定的平面设计能力，能胜任活动海报设计、简单课件制作等工作；工作态度端正，吃苦耐劳，具有奉献精神；共产党员优先。

（5）项目团队人员需具备如下技能知识：熟练微信公众号后台的编辑功能，熟练使用 Photoshop、illustrator、CorelDRAW 等设计软件，熟练使用 135 编辑器、秀米编辑器、小蚂蚁编辑器、易点编辑器、i 排版、365 编辑器等各类微信公众号编辑器，具备较高的设计审美能力，可以在规定的时间独立完成微信推文的文案策划、编辑推送；具备专业照相机、专业摄像机的熟练操作能力，具备较强的 Photoshop/Lightroom 后期修图、Premiere 后期剪辑、After Effects 特效包装、DaVinci Resolve 二级调色的熟练软件操作技能；具备丰富的活动策划执行经验、文字功底扎实，可以在规定的时间独立撰写活动新闻稿、并熟悉社群运营，了解运维服务的规范流程。

2. 供应商每个阶段须向学校提交服务工作总结报告，包括已完成的工作内容、取得的成果、存在的问题以及改进建议等；报告应客观真实，能够全面反映服务情况；供应商须定期与采购人沟通，了解服务效果和存在的问题，并根据采购人的反馈和建议进行持续改进。

3. 供应商保证提供的产品内容免受第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权的起诉；如发生此类纠纷，由供应商承担一切责任；

4. 供应商投标时提供的项目团队成员应与实际服务本项目的人员一致，服务期间如需更换，需经采购人同意。

5. 供应商应对项目团队工作人员遵纪守法、保守采购人信息资料秘密及廉政要求等负完全责任，承担因代运营造成的行政损失和法律责任。

6. 具备同行业运营服务项目案例优先考虑。

(九) 其它

投标人工作人员发生人身意外事故所致伤、残或死亡均由投标人自行承担全部责任。