

采购需求

一、项目概述

围绕 2024 年全市发展和改革工作，拟整合央级、省市级主流媒体和具有一定影响力的新媒体平台，多渠道、多形式、多样化开展 2024 年重点工作宣传，为全面推进成都发展改革工作营造良好氛围。

二、服务内容及服务要求

（一）省市官方媒体推广（推广平台覆盖省市级官方主流媒体，包含报纸、电视、新媒体等类型。）

1. 在省级及以上主流纸媒版面开展 1 期深度专题推广，推广位置为要闻版，规模为 1/2 版面；在其新媒体平台开设 1 期专栏，发布新媒体信息流，展示时间为一周；日常信息推广覆盖省级主流纸媒的报纸、APP、微信公众号等矩阵平台。

2. 在市级及以上主流纸媒版面开展 3 期深度专题报道，推广位置为要闻版，规模为 1/2 版面，并在其新媒体平台同步推广；日常信息推广覆盖市级主流纸媒的报纸、新媒体等矩阵平台。

3. 在市级及以上主流新媒体平台推出 3 期深度专题报道，并在微信公众号头条位置呈现 2 次，微信公众号二条位置呈现 1 次；在市级及以上主流媒体平台开设成都发改工作专题（专题名称报采购人审定），推广重点原创信息 10 次。

4. 围绕重点工作，采取案例挖掘、经验做法展示、专家点评等方式，制作 2 集专题片（时长 2 分钟），在省级卫视频道、省级卫视新媒体平台推广呈现；制作创意视频 1 个（时长 1 分半），在省级卫视相关 APP、视频号等新媒体矩阵上推广；在省级卫视相关 APP 推广重点视频、资讯 10 次。

5. 制作 24 期短视频（每期 3 分钟）；聚焦重点工作策划 4 期主题视频（时长 1 分半）、1 期精品视频（时长 3 分钟），在市级及以上主流新媒体平台推广。

（二）网络主流媒体推广

6. 设计制作图文海报 4 张，在四川地区户外电子阅报栏上投放，每张海报投放一周，每天循环展示频率 60 次；在四川地区户外电子阅报栏投放宣传视频 2 个（时长 15 秒），每个视频投放 1 周，投放范围覆盖党政机关、企事业单位、高校等，投放屏幕数量不少于 300 台。

7. 策划制作 1 期 MG 动画（时长 3 分钟），拍摄制作 1 期小视频（时长 3 分钟），在网络媒体首页投放焦点图广告位 5 条，信息流广告位 10 条；客户端四川地区页面投放焦点图广告位 5 条，信息流广告位 10 条。

8. 策划制作微信精品内容 2 期，每期阅读量不低于 3 万人次，并进行朋友圈精准投放，两期内容总曝光量不少于 15 万人次；针对采购人指定的重要活动或信息，在微信朋友圈进行精准推广，累计总曝光量不低于 50 万人次。

（三）行业主流媒体推广

9. 在行业主流纸媒平台开展 1 期重点内容推广，推广位置为第 3 版，规模为 1/2 彩色版；全年在行业主流纸媒的微信公众号等新媒体矩阵平台推广不少于 6 次。

（四）网络态势监测

10. 提供网络态势采集支撑服务，含信息监测采集、数据结构化、研判报送分析报告、应急支撑服务等内容，定期形成周报(52 期)、月报(12 期)、季报(2 期)、半年报(1 期)、年报(1 期)和专报等参阅资料；在重大突发事件发生期间，按需提供应急支撑服务，根据网络态势最小间隔 6 小时提供 1 次报告。

三、其他要求

（一）项目实施方案

为更好的保障项目后续履约，供应商应提供项目实施方案，方案内容包括：

①项目需求分析；②项目实施目标；③产品策划制作；④网络态势监测；⑤项目沟通机制方面的内容。以上内容充分结合项目和对应需求实际情况，描述分析准确，有具体实施计划。

（二）媒体推广方案

为更好的保障项目后续履约，供应商应提供媒体推广方案，方案内容包括：

①平台优势；②推广思路；③推广渠道；④内容审核机制；⑤应急预案。以上内容充分结合项目和对应需求实际情况，描述分析准确，有具体实施计划。

四、商务要求（实质性要求）

（一）服务时间和地点

1. 服务时间：自合同签订之日起至 2024 年 12 月 31 日。

2. 服务地点：采购人指定地点。

(二) 履约验收

1. 验收主体：采购人。
2. 验收时间：在成交供应商申请进行履约验收后 10 日内进行验收。
3. 验收组织方式：自行验收。
4. 验收程序：一次性验收。

5. 内容和验收标准：严格按照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205 号）及政府采购相关法律法规的要求进行验收。存在国家强制规定或行业标准的遵照相关规定执行。

(三) 其他要求

成交供应商须与采购人签订保密协议，承诺对项目实施过程中的数据保密，且制定针对本项目的保密制度，加强对实施人员的管理和培训。

(四) 付款方式

合同签订后 15 日内，支付合同金额的 80%；项目完成并通过验收后 15 日内，支付合同金额的 20%。成交供应商须向采购人出具合法有效完整的完税发票及凭证资料后进行支付结算，付款方式均采用公对公的银行转账，成交供应商接受转账的开户信息以采购合同载明的为准。

(五) 知识产权归属和处理方式：

1. 供应商应保证在本项目中使用的任何产品和服务（包括部分使用），不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由供应商承担所有相关责任。

2. 除非磋商文件特别规定，采购人享有本项目实施过程中产生的知识成果及知识产权。

3. 供应商将在采购项目实施过程中采用自有或者第三方知识成果的，应当在响应文件中载明，并提供相关知识产权证明文件。

4. 如采用供应商所不拥有的知识产权，则在报价中必须包括合法获取该知识产权的相关费用。

(六) 成本补偿和风险分担约定：

成交供应商应承担参加采购活动、成交的全部费用

(七)违约责任与解决争议的方法:

1. 在执行本合同中发生的或与本合同有关的争端,双方应通过友好协商解决,经协商在 60 天内不能达成协议时,应提交项目所在地仲裁委员会仲裁。
2. 仲裁裁决应为最终决定,并对双方具有约束力。
3. 除另有裁决外,仲裁费应由败诉方负担。
4. 在仲裁期间,除正在进行仲裁部分外,合同其他部分继续执行。