

招标项目技术、服务、商务及其他要求

(注：当采购包的评标方法为综合评分法时带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。带“▲”号条款为允许负偏离的参数需求，若未响应或者不满足，将在综合评审中予以扣分处理。)

(注：当采购包的评标方法为最低评标价法时带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。)

3.1 采购项目概况

围绕新形势下全市生态环境保护中心工作，了解民众所思所盼，遵循传播规律、创新传播手段，强化深度主题策划、专题内容包装、热点产品开发、传播渠道建设。

3.2 服务内容及服务要求

3.2.1 服务内容

采购包 1:

采购包预算金额(元): 1,000,000.00

采购包最高限价(元): 1,000,000.00

序号	标的名称	数量	标的金额(元)	计量单位	所属行业	是否涉及核心产品	是否涉及采购进口产品	是否涉及采购节能产品	是否涉及采购环境标志产品
1	2024年成都生态环境保护融媒体品牌赋能传播	1.00	1,000,000.00	项	其他未列明行业	否	否	否	否

3.2.2 服务要求

采购包 1:

标的名称: 2024年成都生态环境保护融媒体品牌赋能传播

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	<p>一、项目概况</p> <p>围绕新形势下全市生态环境保护中心工作，了解民众所思所盼，遵循传播规律、创新传播手段，强化深度主题策划、专题内容包装、热点产品开发、传播渠道建设。</p> <p>(一)项目背景及目标</p> <p>本项目围绕全市生态环境保护中心工作，进行创意策划、资源挖掘、产品聚合、落地实施，形成集深度、创意、聚合、输出等传播新要素为一体，具有行业影响力、地域传播力、自我造血力的项目品牌输出，以作为适应新形势新场景下生态环境工作成果对外展示、信息公开、氛围建设、舆论引导和教育交流等工作的牢固舆论抓手和新动能引擎。通过夯实品牌建设，建立健全工作机制，对标先进城市，加强政企校企合作以及国际交流，持续引导全社会牢固树立生态文明价值理念，推动构建生态环境治理全民行动体系。</p> <p>(二)整体策划方案</p> <p>供应商需根据下述服务内容及要求（包括：深化品牌建设组建专业执行团队、品牌内容提升强化亮点打造、宣传渠道整合强化生态融媒品牌优质输出、开发形成融媒体品牌周边产品），围绕项目目标策划具体工作</p>

		<p>内容、方向，成交后按照采购需求和供应商响应文件及承诺的要求实施。</p> <p>二、服务内容及要求</p> <p>(一)深化品牌建设 组建专业执行团队。组建10人以上专业执行团队，在现有工作成效基础上，进一步夯实品牌基础，深挖亮点特色，注重生态环境保护宣传教育融媒体枢纽品牌“一心多轴”模式体系的渠道建设、拓展以及团队保障，完善生态环境保护宣传教育融媒体枢纽品牌建设与营销工作，制定品牌发展规划建议及可实施执行方案。</p> <p>(二)品牌内容提升 强化亮点打造。全年进行不少于6个大主题宣传活动策划，每个大主题策划宣传形成不少于3个小主题策划，共计完成18个小主题策划，同时形成18期传播效果评估报告（每期字数不少于800字）。全年共计完成不少于18个原创作品（新闻报道、深度评论、专题专版、新媒体作品、SVG技术运用、海报设计、交互式H5或其他创意类宣传作品）。全年需产生至少1个阅读量达100万+、4个10万+新媒体爆款传播。</p> <p>(三)宣传渠道整合 强化生态融媒品牌优质输出。宣传渠道由2023年的中央+省级+市级传播矩阵，调整为中央+省级+市级+国际媒体传播矩阵。全面开启成都生态</p>
--	--	---

		<p>环境保护融媒体品牌的输出之路。此外，灵活运筹中央、省级和市级媒体、国际媒体传播矩阵进行对外宣传，联动人民网、国际在线、四川日报、川观新闻、华西都市报、封面新闻、四川广播电视台、四川观察、四川新闻网、首屏新闻、成都日报、锦观新闻、成都商报、红星新闻、每日经济新闻、成都电视台、神鸟知讯、看度新闻等主流媒体；联合三联生活周刊、南方周末等生活类、观察类媒体；利用“四川发布”“成都发布”“微成都”等政务新媒体；强化《先锋》《天府文化》等杂志以及《Go Chengdu》《每经英文网》《HELLO Chengdu》等国际传播媒体矩阵，集中展示成都生态环保融媒体品牌建设工作成果，塑造更具国际视野的成都生态文明城市新形象。全年预计共组织各类宣传作品（含新闻报道、深度评论、专题专版、评论文章、新媒体作品等）不低于1.5万条，发布、转发次数不低于45万条（次），全网累计阅读量不低于30亿次，互动数（转评赞等）不低于15万次。</p> <p>（四）开发形成融媒体品牌周边产品。整理在国内外新闻媒体官网、官微或其他新媒体渠道上发布的优秀作品，编辑成册，形成1部电子版生态环境保护融媒体品牌</p>
--	--	--

		<p>成果年度合集，合集不少于 2.5 万字，成果图片不少于 100 张。</p> <p>三、项目成果要求</p> <p>(一) 完成不少于 6 个大主题宣传活动策划，每个大主题策划宣传形成不少于 3 个小主题策划，共计完成 18 个小主题策划。</p> <p>(二) 完成 18 期传播效果评估报告(每期字数不少于 800 字)。</p> <p>(三) 完成不少于 18 个原创作品(新闻报道、深度评论、专题专版、新媒体作品、SVG 技术运用、海报设计、交互式 H5 或其他创意类宣传作品)。</p> <p>(四) 策划 1 个阅读量达 100 万+、4 个 10 万+新媒体爆款传播。</p> <p>(五) 预计共组织各类宣传作品(含新闻报道、深度评论、专题专版、评论文章、新媒体作品等)不低于 1.5 万条，发布、转发次数不低于 45 万条(次)，全网累计阅读量不低于 30 亿次，互动数(转评赞等)不低于 15 万次。</p> <p>(六) 整理优秀作品并进行深度加工，形成 1 部电子版生态环境保护融媒体品牌成果年度合集，合集不少于 2.5 万字，成果图片不少于 100 张。</p> <p>(七) 策划 1 个阅读量达 100 万+、4 个 10 万+新媒体爆款传播。</p> <p>四、进度安排</p>
--	--	--

		<p>计划在 2024 年 6 月初至 2025 年 5 月期间内完成整体项目</p> <p>2024 年 6 月初至 8 月 15 日 成都世园会主题</p> <p>2024 年 8 月 16 日至 9 月 15 日 生态环境联防联控主题</p> <p>2024 年 9 月 16 日至 10 月 15 日 建国 75 周年主题</p> <p>2024 年 10 月 16 日至 12 月 15 日 大气污染防治主题</p> <p>2024 年 12 月 16 日至 2025 年 3 月 10 日岁末年初主题</p> <p>根据实际情况执行中央生态环保督察迎检主题</p> <p>五、服务保障方案</p> <p>(一) 供应商提供人员定岗及分工方案(包含人员岗位设置、职责分工)。</p> <p>(二) 后期服务及服务响应时效: 供应商应有专人负责与采购人联系售后服务事宜, 专机售后服务电话, 配置项目负责人及服务人员。提供 7×24 小时的售后服务。接到采购人紧急情况应 30 分钟内响应, 2 小时内到达现场, 保证采购人正常使用。</p> <p>(三) 供应商提供项目资金管理措施: 设立专项资金管理, 包含: 专款专用, 专帐核算, 严格监管; 项目实施过程中, 发现供应商及其人员未按规定管理和使用专项资</p>
--	--	---

		<p>金,存在弄虚作假、截留、挪用、挤占专项资金违法行为的,一经查实采购人有权终止合同并将相应情况上报主管部门。</p> <p>(四) 供应商提供项目质量管理措施: 在项目实施过程中分析可能发生的突发事件导致影响进度安排的,包含工作人员发生意外、项目执行过程中发生变化、项目内容进行增减、项目时间提前或延后;在突出事故发生后 2 小时内通知应急保障小组负责人(即项目负责人),根据实际情况及现有条件进行事故处理,并在 24 小时内按照项目需求进行人员或工作内容变更,通知项目成员具体处理措施及解决方案,尽可能避免突发事件发生导致项目的停滞。</p> <p>(五) 履约经验: 供应商应具备类似项目的经验。</p> <p>(六) 团队要求</p> <ol style="list-style-type: none">1. 供应商需组建 10 人以上专业执行团队(其中包含项目负责人 1 人、责任编辑 1 人)。2. 项目负责人需具有实施本项目相关的专业技术能力。3. 责任编辑需具有新闻媒体发表新闻报道的经验。4. 供应商需提供活动整体策划方案、设计思路,派专人具体承担项目各项职责,责任编辑需对所有产品把关。本项目结束后,成交供应商须向采
--	--	--

		<p>购人提供总结报告,配合完成项目评估验收。</p> <p>六、其他要求</p> <p>(一)项目重点难点内容:如活动定位(活动的价值、特点和目标用户,以便更好地进行活动宣传和推广);形象塑造(各种品牌元素,包括标识、广告、口号);信息传播(同时根据目标服务对象的特点选择合适的传播渠道,确保传播效果);危机公关策略(针对突发事件,需要制定相关的危机公关策略,及时应对和处理,以避免负面影响产生)。重点难点需要成交供应商在规划和执行过程中高度关注和重视,不断优化和改进相关策略和措施,以提升本次活动的质量。</p> <p>(二)重点难点应对措施:供应商需梳理上述重点难点内容以及在执行过程中可能会遇到的其他重点难点工作,并提供相应的应对措施,以便高效推进项目工作。</p> <p>(三)项目资料收集措施:供应商负责项目实施过程中的资料收集工作,包括活动执行过程中和项目实施有关的所有图文、音频、视频资料。</p> <p>(四)方案要求</p> <p>1. 供应商需针对本项目需求内容提供项目需求分析,需求分析内容包含:项目背景及项目目标分析、服务内容及要求分析、重点难点分析;重点难点应对措施。</p>
--	--	---

		<p>2. 供应商需针对本项目需求内容提供项目实施方案，方案内容包括：项目资料收集措施、项目进度安排、整体策划方案、项目成果。</p> <p>3. 供应商需针对本项目需求内容提供服务保障方案，方案内容包括：项目资金管理措施、项目质量管理措施、人员定岗及分工方案、服务响应时效。</p> <p>七、商务要求</p> <p>（一）合同履行期限：自合同签订之日起365日</p> <p>（二）合同履行地点：采购人指定地点</p> <p>（三）支付方式：分期付款</p> <p>（四）履约保证金及缴纳形式： 中标/成交供应商是否需要缴纳履约保证金： 否</p> <p>（五）质量保证金及缴纳形式： 中标/成交供应商是否需要缴纳质量保证金： 否</p> <p>（六）合同支付约定：</p> <p>1、付款条件说明： 采购人与成交人签订服务合同后，采购人在收到供应商提供的真实有效、合法、等额的发票及相关凭证材料，达到付款条件起10个工作日内，支付合同总金额的80.00%；</p> <p>2、付款条件说明： 项目结束并验收合格后，采购人在收到供应商提</p>
--	--	---

		<p>供的真实有效、合法、等额的发票及相关凭证材料，达到付款条件起 10 个工作日内，支付合同总金额的 20.00%；</p> <p>(七)验收交付标准和方法：</p> <p>1、履约验收的主体：成都市生态环境宣传教育与对外交流合作中心</p> <p>2、邀请验收对象：专家</p> <p>3、履约验收的时间：供应商提出验收申请之日起 10 日内组织验收</p> <p>4、履约验收的方式：单位内部验收</p> <p>5、履约验收的程序：一次性验收</p> <p>6、履约验收内容及标准：①技术履约内容及标准：按采购文件、供应商投标/响应文件以及本合同约定的内容进行验收。</p> <p>②商务履约内容及标准：按采购文件、供应商投标/响应文件以及本合同约定的内容进行验收。</p> <p>7、履约验收其他事项：严格按照政府采购相关法律法规以及《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）、《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22号）、本项目采购文件、供应商的投标/响应文件及承诺、本合同约定进行验收。</p> <p>(八)质量保修范围</p>
--	--	--

		<p>和保修期：不涉及</p> <p>(九)★知识产权归属和处理方式：供应商应保证所提供的服务或其服务所涉任何一部分的权利无瑕疵，均不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、著作权或其他合法权益，否则视为供应商违约。若任何第三方经法院（或仲裁机构）裁决有权对上述服务或服务所涉产品等主张权利，由供应商承担经济责任的，供应商除应向采购人返还已收款项及利息外，还应另按合同总金额的10%向甲方支付违约金，并赔偿因此给采购人造成的一切损失，包括但不限于采购人因诉讼产生的律师费、诉讼费用、保全保险费、差旅费等费用。(供应商须在响应文件中提供承诺函，格式自拟)。</p> <p>(十)成本补偿和风险分担约定：无</p> <p>(十一)违约责任与解决争议的方法：</p> <p>1、违约责任。</p> <p>1.1 采购人、供应商双方必须遵守本合同并执行合同中的各项约定，保证本合同的合法正常履行。</p> <p>1.2 如因供应商工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给采购人造成损失或侵害，包括但不限于采购人本身的财产损失、由此而导致的采购人对任何第三方的法律责任等，供应商对</p>
--	--	--

		<p>此均应承担全部的赔偿责任。</p> <p>1.3 供应商提供的服务不符合本合同约定的，每出现一次违约（合同涉及“日期”和“天数”的，每逾期一天或少一天，视为一次违约），供应商须向采购人支付合同总金额 1%的违约金并且按采购人要求进行整改，出现违约 3 次及以上或未按采购人要求整改的，采购人有权无条件解除本合同并根据合同履行情况要求供应商退还已收取的费用及利息。</p> <p>1.4 采购人无正当理由逾期付款的，每逾期一日，须按应付而未付金额的 1%向供应商支付违约金，但累计违约金总额不超过应付而未付金额的 5%。</p> <p>1.5 供应商违反保密义务的，采购人有权解除本合同并要求供应商赔偿合同总金额 15%的违约金，且有权根据合同履行情况要求供应商退还采购人已支付的相应款项及利息，供应商及涉事人员还需承担相关的法律责任。</p> <p>1.6 供应商未经采购人书面同意，不得擅自分包、转包，否则采购人有权立即终止合同，并要求供应商停止分包、转包行为，同时有权要求供应商承担合同总金额 15%的违约金。</p> <p>1.7 未经双方协商一致，供应商不得单方面</p>
--	--	---

		<p>变更、中止、解除或终止本合同，否则，供应商应承担合同总金额15%的违约金，并赔偿由此给采购人造成的全部损失。</p> <p>1.8 合同签订生效后，若供应商存在违法违规行为的，采购人有权无条件解除本合同并根据合同履行情况要求供应商退还相应费用及利息。</p> <p>1.9 供应商违反本合同约定的，应当按照本合同约定支付违约金，并赔偿由此给采购人造成的全部损失，包括采购人因诉讼产生的律师费、诉讼费用、保全保险费、差旅费等费用。 1.10 以上所称“利息”按照中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的同期贷款市场报价利率（LPR）为标准从采购人支付之日起计算。</p> <p>2、解决争议的方法</p> <p>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，经协商不能达成一致时，应选择向采购人所在地有管辖权的法院提起诉讼，诉讼产生的一切费用应由败诉方负担。在法院审理期间，除有争议部分外，本合同其他可以履行的部分仍应按合同条款继续履行。（供应商须在响应文件中提供承诺函，格式自拟）。</p> <p>（十二）合同其他条款</p> <p>1、供应商定期及时向采购人通告本项目服</p>
--	--	---

		<p>务范围内有关服务的重大事项及其进度。</p> <p>2、接受项目行业管理部门及政府有关部门的指导,接受采购人的监督。</p> <p>注:1. 以上打★号的为本章的实质性要求,不允许有负偏离。2. 本章未明确证明材料的,在对应的商务应答表或服务偏离表中应答或响应即可。3. 若招标文件中其他地方内容存在与 3.2.2 服务要求内容不一致的,以 3.2.2 服务要求内容为准。</p>
--	--	---

3.2.3 人员配置要求

采购包 1:

详见 3.2.2 服务要求。

3.2.4 设施设备配置要求

采购包 1:

详见 3.2.2 服务要求。

3.2.5 其他要求

采购包 1:

详见 3.2.2 服务要求。

3.3 商务要求

3.3.1 服务期限

采购包 1:

自合同签订之日起 365 日

3.3.2 服务地点

采购包 1:

采购人指定地点

3.3.3 考核（验收）标准和方法

采购包 1:

严格按照政府采购相关法律法规以及《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）、《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22号）、本项目采购文件、投标人的投标文件及承诺、本合同约定进行验收。

3.3.4 支付方式

采购包 1:

分期付款

3.3.5.支付约定

采购包 1: 付款条件说明：采购人与成交人签订服务合同后，采购人在收到供应商提供的真实有效、合法、等额的发票及相关凭证材料，达到付款条件起 10 个工作日内，支付合同总金额的 80.00%；（此后为系统自动生成内容，以前面描述为准），达到付款条件起 10 日内，支付合同总金额的 80.00%。

采购包 1: 付款条件说明：项目结束并验收合格后，采购人在收到供应商提供的真实有效、合法、等额的发票及相关凭证材料，达到付款条件起 10 个工作日内，支付合同总金额的 20.00%；（此后为系统自动生成内容，以前面描述为准），达到付款条件起 10 日内，支付合同总金额的 20.00%。

3.3.6 违约责任与解决争议的方法

采购包 1:

1、违约责任。 1.1 采购人、供应商双方必须遵守本合同并执行合同中的各项约定，保证本合同的合法正常履行。 1.2 如因供应商工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给采购人造成损失或侵害，包括但不限于采购人本身的财产损失、由此而导致的采购人对任何第三方的法律责任等，供应商对此均应承担全部的赔偿责任。 1.3 供应商提供的服务不符合本合同约定的，每出现一次违约（合同涉及“日期”和“天数”的，每逾期一天或少一天，视为一次违约），供应商须向采购人支付合同总金额 1%的违约金并且按采购人要求进行整改，出现违约 3 次及以上或未按采购人要求整改的，采购人有权无条件解除本合同并根据合同履行情况要

求供应商退还已收取的费用及利息。 1.4 采购人无正当理由逾期付款的，每逾期一日，须按应付而未付金额的 1%向供应商支付违约金，但累计违约金总额不超过应付而未付金额的 5%。 1.5 供应商违反保密义务的，采购人有权解除本合同并要求供应商赔偿合同总金额 15%的违约金，且有权根据合同履行情况要求供应商退还采购人已支付的相应款项及利息，供应商及涉事人员还需承担相关的法律责任。 1.6 供应商未经采购人书面同意，不得擅自分包、转包，否则采购人有权立即终止合同，并要求供应商停止分包、转包行为，同时有权要求供应商承担合同总金额 15%的违约金。 1.7 未经双方协商一致，供应商不得单方面变更、中止、解除或终止本合同，否则，供应商应承担合同总金额 15%的违约金，并赔偿由此给采购人造成的全部损失。 1.8 合同签订生效后，若供应商存在违法违规行为的，采购人有权无条件解除本合同并根据合同履行情况要求供应商退还相应费用及利息。 1.9 供应商违反本合同约定的，应当按照本合同约定支付违约金，并赔偿由此给采购人造成的全部损失，包括采购人因诉讼产生的律师费、诉讼费用、保全保险费、差旅费等费用。 1.10 以上所称“利息”按照中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的同期贷款市场报价利率（LPR）为标准从采购人支付之日起计算。 2、解决争议的方法 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，经协商不能达成一致时，应选择向采购人所在地有管辖权的法院提起诉讼，诉讼产生的一切费用应由败诉方负担。在法院审理期间，除有争议部分外，本合同其他可以履行的部分仍应按合同条款继续履行。（供应商须在响应文件中提供承诺函，格式自拟）。

3.4 其他要求

履约要求 （一）人员要求 投标人拟投入本项目团队人员中：责任编辑应在新闻媒体上发表过新闻报道；项目负责人应具备新闻传媒类相关职称证书。