

# 政府采购项目采购需求

采购单位：中国共产党绵阳市委员会宣传部

所属年度：2023年

编制单位：中国共产党绵阳市委员会宣传部

编制时间：2023年06月15日

## 一、项目总体情况

(一) 项目名称： 绵阳自然人文地理图文视频制作及宣传推广项目

(二) 项目所属年度： 2023年

(三) 项目所属分类： 服务

(四) 预算金额 (元) : 2,000,000.00元 , 大写 (人民币) : 贰佰万元整

(五) 项目概况：为深化绵阳市“中国科技城，成渝副中心”战略定位，进一步展现绵阳“科技之城、产业之城、开放之城、魅力之城”的城市风采，强化绵阳“富乐之乡，西部硅谷”城市形象，中共市委宣传部计划开展绵阳自然人文地理图文和视频制作及宣传推广，讲述绵阳作为中国唯一科技城的硬核发展历程，凸显绵阳悠久深厚的文化软实力，解读城市自然人文地理风光。通过视频+图文创作的方式，整合新媒体资源，构建全媒体推广矩阵，拓宽绵阳网络知名度及影响力，展现绵阳作为区域发展中心城市的重要性，助推绵阳文旅高质量发展。

(六) 本项目是否有为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商： 否

## 二、项目需求调查情况

依据《政府采购需求管理办法》的规定，本项目需要需求调查，具体情况如下：

· 本项目属于以下应当展开需求的情形

主管预算单位或者采购人认为需要开展需求调查的其他采购项目。

· 本项目属于以下可以不再重复开展需求调查的情形

(一) 需求调查方式

论证

(二) 需求调查对象

/

(三) 需求调查结果

1. 相关产业发展情况

优秀。

2. 市场供给情况

充足。

3. 同类采购项目历史成交信息情况

序号 项目名称: 成交金额: (元) 采购单位 1.项目名称:中共成都市新津区委宣传部2023年《遇见新津》城市形象推广系列短视频制作项目 成交金额:1460000.00元 采购单位:中共成都市新津区委宣传部 2.项目名称:中国共产党大邑县委员会宣传部视频制作 成交金额:387000.00元 采购单位:中国共产党大邑县委员会宣传部 3.项目名称:四川省建设科技发展与信息中心2022年度视频制作服务采购项目 成交金额:888400.00元 采购单位:四川省建设科技发展与信息中心 4.项目名称:成都市青白江区人民法院法治文化体验空间视频制作服务采购项目 成交金额:874000.00元 采购单位:成都市青白江区人民法院

4. 可能涉及的运行维护、升级更新、备品备件、耗材等后续采购情况

本项目不涉及。

## 5.其他相关情况

无

## 三、项目采购实施计划

(一) 采购组织形式：分散采购

(二) 预算采购方式：公开招标

采购方式：公开招标

(三) 本项目是否单位自行组织采购：否

(四) 采购包划分：不分包采购

(五) 执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

本项目专门面向中小企业采购。面向中小企业采购金额为2000000.000000元,总体预留比例为100.0000%,其中,面向小微企业采购金额为0元,占0%。

*注：监狱企业和残疾人福利单位视同小微企业。*

(六) 是否采购环境标识产品：否

(七) 是否采购节能产品：否

(八) 项目的采购标的是否包含进口产品：否

(九) 采购标的是否属于政府购买服务：否

(十) 是否属于政务信息系统项目：否

(十一) 是否省属高校、科研院所科研设备采购：否

(十二) 是否属于PPP项目：否

(十三) 是否属于一签多年项目：否

## 四、项目需求及分包情况、采购标的

(一) 分包名称：合同包一

1、执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

1) 专门面向中小企业采购

2)面向的企业规模： 中小企业

3)预留形式： 设置专门采购包

4)预留比例： 100.0%

2、预算金额（元）：2,000,000.00，大写（人民币）： 贰佰万元整

最高限价（元）： 2,000,000.00，大写（人民币）： 贰佰万元整

3、评审方法：综合评分法

4、定价方式：固定总价

5、是否支持联合体投标：否

6、是否允许合同分包选项：否

7、拟采购标的的技术要求

1	采购品目	广告宣传服务	标的名称	绵阳自然人文地理图文视频制作及宣传推广项目
	数量	1.00	单位	项
	合计金额（元）	2,000,000.00	单价（元）	2,000,000.00
	是否采购节能产品	否	未采购节能产品原因	无
	是否采购环保产品	否	未采购环保产品原因	无
	是否采购进口产品	否	标的物所属行业	其他未列明行业

标的名称：绵阳自然人文地理图文视频制作及宣传推广项目

参数性质	序号	技术参数与性能指标
------	----	-----------

1	<p><b>1.绵阳城市宣传视频制作</b></p> <p>(1) 视频从自然地理、历史文化、人文精神、生活美学、城市活力等多维度对绵阳进行创新性诠释，全面展现绵阳自然风貌和城市人文。</p> <p>(2) 视频要求以动画、实景拍摄、后期包装、配音配乐相结合的方式，采用电影级叙事与拍摄手法，以电影画面品质为标准，在景别和构图中充分考虑特写拍摄与美学设计，打造极致审美标准的影像作品。制作团队应有丰富的制作、创作经验。</p> <p>(3) 视频要求采用<b>16: 9</b>尺寸，高清输出<b>4K</b>分辨率，满足线上线下各类场景播放使用。提供脚本创作大纲。</p> <p><b>2.深度内容头条图文创作</b></p> <p>(1) 文章内容全面介绍绵阳的自然地理、城市人文、风光名胜、风土人情、产业发展等方面，重点展示绵阳硬核的科技产业及悠久的历史文化。</p> <p>(2) 文章由地理、历史、城市规划、建筑、环境等相关专业作者进行构思和撰写。专业创作团队要求有丰富的创作经验、传播推广经验。</p> <p>(3) 文章图文并茂。文字内容<b>5000</b>字左右，包含精美图片<b>45</b>余幅，专业地理信息制图<b>10</b>张左右。提供内容创作大纲。</p> <p><b>3.特定主题创意图文创作</b></p> <p>(1) 文章要求从绵阳某个特色的主题切入，从该角度创意解读绵阳的城市特征，打造城市别具一格的闪光点和记忆点，巧妙生动，聚焦主题。</p> <p>(2) 文章由地理、历史、城市规划、建筑、环境等相关专业作者进行构思和撰写。专业创作团队要求有丰富的创作经验、传播推广经验。</p> <p>(3) 文章图文并茂。文字内容<b>2500</b>字左右，包含精美图片<b>25</b>余幅，专业地理信息制图<b>5</b>张左右。提供内容创作大纲。</p> <p><b>4.制定传播策略开展传播推广</b></p> <p>(1) 根据创作内容，结合新媒体传播特点，制定传播策略与计划，广泛联动国内有较大影响力的新媒体平台（包括但不限于微信、微博、今日头条、抖音等）进行正向宣传推广。</p> <p>(2) 所选传播平台须是国内有较强影响力（全网关注用户不低于<b>100</b>万）的新媒体平台，且具有国内一线城市营销传播经验。宣传推广时间不少于<b>6</b>个月。</p> <p>(3) 创作的爆款文章、视频，应达到良好的传播效果，能有效提升绵阳对外的知名度、美誉度和影响力。</p>
---	---

序号	资格要求名称	资格要求详细说明
1	具有独立承担民事责任的能力。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
2	具有良好的商业信誉	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
3	具有健全的财务会计制度。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。{如需提供其他材料，需代理机构手动填写具体要求并关联相应格式要求，以下是样例：供应商财务状况证明材料包括采购代理机构在采购文件中明确需要供应商提供的财务状况证明材料。如XXXX或XXXX年度经审计的财务报告（包含审计报告和审计报告中所涉及的财务报表和报表附注）；XXX X或XXXX年度供应商完整的全套财务报表（应当包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表、附注）；截至采购文件（资格预审申请文件）提交截止之日前一年内银行出具的资信证明；供应商注册时间截至采购文件（资格预审申请文件）提交截止之日前不足一年的，也可提供在相关主管部门备案的公司章程等证明材料。供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。}
4	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
5	有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
6	参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
7	不存在与单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的其他供应商参与同一合同项下的政府采购活动的行为。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。
8	不属于为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标（响应）函》完成承诺并进行电子签章。

9、供应商特殊资格要求

序号	资格要求名称	资格要求详细说明
无		

10、分包的评审条款

评审项编号	一级评审项	二级评审项	详细要求	分值	客观评审项
1	详细评审	实施方案	根据供应商对本项目情况提供的项目实施方案进行综合评审，方案内容包括但不限于： <b>①项目实施计划；②创意策划；③宣传计划、手法、方案等；④服务人员管理及组织计划；⑤拍摄计划；⑥应急预案等6个方面进行综合分析评分，满足采购人要求的得42分，上述实施方案所包括的6项方案每有一项方案内容缺项的扣7分；上述实施方案所包括的6项方案对应的每小项方案不完整或不满足本项目需求的扣3.5分，扣完为止。未提供不得分。注：不完整或不满足本项目需求是指：对应小项方案描述过于简略、分析不全面、实施计划超期、策划宣传需多元化多方位展现宣传内容、应急预案涵盖不够全面、凭空编造、出现套用其他项目方案、内容出现前后不一致现象、前后描述逻辑错误、不符合本项目的采购需求、不可能实现的情形等任意一种情形。</b>	42.0	否
2	详细评审	传播能力	<b>1、微信公众号被关注人数高于50万但低于100万得2分；微信公众号被关注人数高于100万得5分；2、微信公众号单条图文阅读数超过50万，每有1条，得1分，最多得5分；3、微信视频号单条原创视频播放量超过100万，每有一条，得1分，最多得5分；4、微信视频号单条原创视频播放量超过300万，每有一条，得1分，最多得5分；5、微信视频号单条原创视频播放量超过3000万，每有一条，得3分，最多得9分。注：上述1-5项需提供截图佐证，未提供视为不满足。</b>	29.0	是
3	详细评审	人员配置	<b>1、供应商组建5人团队成立创作组得5分，在5人团队的基础上每增加1名创作人员加1分，本项最多得7分。2、项目创作团队成员应包含具有自然地理、城市规划、建筑等专业学科背景人士。具有专业博士学位参与本项目,每有1人得2分；硕士学位,每有1人得1分。本项最多得6分。3、项目拍摄团队成员应包含专业的导演、摄影、摄影指导、剪辑等专业影视制作人员，并能够提供以往作品证明。每提供一人的作品证明得1分，本项最多得6分。注：第1项需提供人员名单；第2项需提供证书扫描件；第3项需提供作品证明材料。未按要求提供证明材料的视为不满足。</b>	19.0	是
1	价格分	价格分	以满足招标文件要求且报价最低的有效报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算： <b>报价得分 = (评标基准价) / (投标报价) × 100 × 10%</b> （保留小数点后两位）。	10.0	是

11、合同管理安排

- 1) 合同类型：委托合同
- 2) 合同定价方式：固定总价
- 3) 合同履行期限：自合同签订之日起180日
- 4) 合同履约地点：采购人指定地点
- 5) 支付方式：分期付款
- 6) 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

7) 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

8) 合同支付约定:

1、 付款条件说明: 签订项目服务协议, 达到付款条件起 5 日, 支付合同总金额的 80.00 %;

2、 付款条件说明: 验收合格, 达到付款条件起 5 日, 支付合同总金额的 20.00 %;

9) 验收交付标准和方法: 采购人按照国家有关规定及招标文件要求、成交供应商响应文件、承诺函等进行验收。成交供应商与采购人应严格按照《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)的要求执行。

10) 质量保修范围和保修期: 本项目不涉及

11) 知识产权归属和处理方式: 1、供应商应保证在本项目使用的任何产品和服务(包括部分使用)时,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、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、供应商如欲在项目实施过程中采用自有知识成果,需在响应文件中声明,并提供相关知识产权证明文件。使用该知识成果后,供应商需提供开发接口和开发手册等技术文档,并承诺提供无限期技术支持,采购人享有永久使用权。 4、如采用供应商所不拥有的知识产权,则在投标报价中必须包括合法获取该知识产权的相关费用。

12) 成本补偿和风险分担约定: 具体以签订合同为准。

13) 违约责任与解决争议的方法: 具体以签订合同为准。

14) 合同其他条款: 具体以签订合同为准。

## 12、履约验收方案

1) 验收组织方式: 自行验收

2) 是否邀请本项目的其他供应商: 否

3) 是否邀请专家: 否

4) 是否邀请服务对象: 否

5) 是否邀请第三方检测机构: 否

6) 履约验收程序: 一次性验收

7) 履约验收时间:

供应商提出验收申请之日起5日内组织验收

8) 验收组织的其他事项: 无

9) 技术履约验收内容: 按照本项目招标文件、投标文件内容执行

10) 商务履约验收内容: 按照本项目招标文件、投标文件内容执行

11) 履约验收标准: 采购人按照国家有关规定及招标文件要求、成交供应商响应文件、承诺函等进行验收。成交供应商与采购人应严格按照《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)的要求



执行。

12) 履约验收其他事项: 无

## 五、风险控制措施和替代方案

该采购项目按照《政府采购需求管理办法》第二十五条规定, 本项目是否需要组织风险判断、提出处置措施和替代方案: 是

1) 国家政策变化风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动, 因重大变故, 采购任务取消的除外。。

2) 实施环境变化风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动, 因重大变故, 采购任务取消的除外。。

3) 重大技术变化风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动, 因重大变故, 采购任务取消的除外。。

4) 预算项目调整风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动, 因重大变故, 采购任务取消的除外。。

5) 因质疑投诉影响采购进度风险的应对措施: 按照《政府采购质疑投诉管理办法》94号令依法办理。。

6) 采购失败风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动。。

7) 不按规定签订或者履行合同风险的应对措施: 按照《中华人民共和国政府采购法》及其实施条例相关及其他规定处理或者按照《中华人民共和国民法典》依法追究相关责任人法律责任。。

8) 出现损害国家利益和社会公共利益情形风险的应对措施: 原则上重新开展采购活动或终止采购。。

9) 其他采购和合同履行过程的风险及应对措施: /。