**附件1：采购需求**

**一、项目概况**

1.项目名称：新媒体平台运营服务项目

2.项目位置：四川省妇幼保健院

**二、采购****项目资格要求、技术要求和商务要求**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | ★资格要求 | 技术要求 （功能和质量要求） | ★商务要求 |
| 1 | 1.特殊资格要求：供应商应提供有效的《中华人民共和国互联网新闻信息服务许可证》证书复印件并加盖供应商公章）。  2.具有独立承担民事责任的能力；3.具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；4.具有履行合同所必需的设备和专业技术能力并提供相应的承诺函；5.有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；6.参加本采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。 | ★1.常态化内容运营、粉丝运营及活动策划：负责建立专业化采编、运营团队，设有不少于3名具有三年以上相关工作经验（从业经验的证明材料以提供的从业经验承诺以及历年社保予以佐证，社保证明上缴纳单位名称不能直接体现传媒类公司/单位的，则还需提供相关说明函）  专业编辑承担日常沟通工作及提供信息采编服务，针对不同新媒体平台特点，对微信订阅号、服务号、微博日常推送稿件内容和形式进行针对性设计与加工，视频号制作发布；团队配备专业人员且分工明确，不少于1名工作人员进行驻点（驻点时间按照采购人要求时间为准），且提供驻点人员清单及具体信息，如：姓名、身份证件、毕业证书、新闻采编资格证书、合同等相关资料；团队成员（含驻点人员）持有《新闻采编人员资格培训合格证书》等相关专业技能证书。  2.采编要求：包括但不限于主题策划、新闻现场采访、专访、创意海报设计、原创H5制作、视频拍摄等；供应商需具备创意策划能力，新闻采、写、拍、摄能力，内容运维及渠道推广能力、粉丝运营能力、画面设计能力、及时响应能力。  3.宣传要求：常态宣传，针对医院日常的活动、事件等动态信息进行编辑发布；原创深度报道，按照年度工作重点，策划宣传亮点，选取报道角度，采写深度科普。  4.内容推送频率和频次。为确保微信服务号、订阅号、和视频号内容呈现良好的阅读效果，参考受众阅读习惯，推送频次及时间如下：  ★（1）服务号每周发布一次，每次至少3-4篇；订阅号工作日至少每天2-3篇，如遇特殊或加急情况，则需周末发布；微博工作日每天发布至少3条。  ★（2）选题会机制：每季度来院召开一次重点宣传选题会，确定下月重要选题内容。结合工作重点，如开展主题活动策划，以线上活动或内容策划为主，并通过四川观察、健康四川官微和其他新媒体渠道执行。  （3）呈现形式：运营内容形式多样化，包括但不限于图文、海报、gif动图、小游戏、H5、视频等。头尾图、分割线、栏目图设计并半年度进行更新优化；宣传及节气海报制作，全年至少20幅；长图制作，全年不少于6张。  （4）★（视频运营：全年直播至少10场，每场不少于一个小时；视频号视频制作运营全年至少10条。）  ★（5）科普文章运营目标全年发布阅读量10万及以上推文不少于15篇、8万及以上推文不少于12篇、5万及以上推文不少于20篇，服务号头条确保阅读量上万。  5.新媒体传播：通过微博、小红书、抖音以及主流媒体等多媒体平台矩阵进行传播报道。  ★6.网络信息安全：正面宣传，围绕医院中心工作，注重运用生动活泼、通俗易懂的语言及图片、音频视频等大众喜闻乐见的形式提升效果，确保信息内容及时、准确，严禁出现严重表述错误、泄露国家秘密，严禁发布或链接反动、暴力等内容，不得出现负面舆情。 | 1.审稿制度：为了确保我院新媒体平台内容的准确性、权威性、安全性，在审稿上，执行三审制度，一审为内容编辑，二审为涉及内容相关部门科室，三审为宣传统战部。运营团队应把握信息的安全性、政治性、舆论导向性。所有内容均应由四川省妇幼保健院审核完成后才进行发布，未经审核的信息一律不得发布。  2.付款方式：签订合同后，供应商开具全额发票，采购人在收到发票后30个工作日内支付合同金额的70％，合同到期后，采购人根据合作内容进行考核，考核达标后30个工作日内支付尾款。若运营成果未达标将按照考核机制进行相应处罚，处罚金额从尾款中直接进行扣除。  3.考核机制：每半年考核一次（考核表详见附件）。  4.服务期限：一年。  5.其他服务：新闻宣传专题培训，协助危机公关处理等服务。内容可涵盖新闻写作、新闻摄影、短视频制作、医院新媒体运营技巧等专业培训不少于2次。 |

**三、报价要求**

1.报价包括招标范围内所有费用。

**2.本项目最高限价：340000.00元**。

**四、评分标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **分值** | **评分标准** | **说明** |
| 1 | 响应报价 | 20 | 统一采用低价优先法计算，即满足磋商文件要求且最后最低的报价为基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：最后报价得分= 报价得分= (基准价／最后报价) ×分值（保留两位小数）。 |  |
| 2 | 服务及技术需求 | 30 | 1. 方案：根据投标人提供的方案进行综合比较评分：优得15-12分；良得11-9分；一般得8-5分；较差得5分以下。未提供具体实施方案的不得分。   2.需求：根据投标人针对本项目技术、服务要求，完全满足符合技术需求，得15分。  （1）“★”的条款为实质性参数，不允许负偏离，凡有一项不满足的作无效投标处理。  （2）未标识符号的参数为一般参数，每有一项偏离的扣3分，扣完为止。 |  |
| 3 | 相关业绩 | 10 | 供应商自提供2022年1月1日至今具有同类项目业绩（每一个有效业绩2分），最高10分，需提供合同复印件或中标通知书复印件，加盖投标人公章；提供的合同复印件中未有签署日期的不得分。）业绩时间以合同签订时间为准或中标/成交通知书发放时间为准。 |  |
| 4 | 综合实力 | 10 | 提供2022年1月1日至今运营的新媒体项目获得国家相关表彰省部级或中央主要新闻单位颁发的（如：中国新闻奖、长江韬奋奖等）每个得3分；获得省级（如：四川省新闻工作者协会颁发等）相关表彰（每个得2分；获得市级（如：市级融媒体中心等颁发的）相关表彰每个得1分，本项最高得分10分。 |  |
| 5 | 专业能力 | 10 | 提供近2022年1月1日至今医疗健康类新媒体项目（同级别医院或者政府）成功案例展示。（可提供相关成功案例的医疗机构在四川卫生健康系统微信影响力排名或在全国三级妇幼保健机构排名情况，如：可具体体现同一家机构排名增长情况等）提供一项案例得2分，本项最高得分10分。 |  |
| 6 | 运营维护 | 20 | 1.须具有完善的运营服务能力（机构、人员、制度）。本项最高得分3分，缺少一条扣1分，扣完为止。  2.运营服务方案包括：①安全及质量保证措施；②专业设备保障；③服务团队支持；④服务响应时间；⑤应急预案等五个方面，且均需描述详尽、条理清晰，与本项目关联性强。本项最高得分15分，每缺少一条扣3分，每有一处缺陷扣1.5分，扣完为止。  3.投标人承诺在项目运营中，可根据实际工作情况，开展新媒体专业培训及合理化意见和建议。本项最高得分2分，供应商单独提供此项书面承诺函原价，不承诺不得分。 |  |

**附件： 考核机制（考核表）**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **考评类别** | **考核标准** | **进度及考核要求** | | **扣款标准**  **（合同总金额）** | **甲方评分** |
| 服务号运营 | 能够按时按量完成平台发布内容，并能够达到一定的科普宣传效果 | 服务号每周发布一次，每次至少3-4篇；订阅号工作日至少每天2-3篇，如遇特殊或加急情况，则需周末发布；微博工作日每天发布至少3条。 | | 服务号每少一篇扣总金额的2%，订阅号，每少一篇扣总金额的1% |  |
| 视频号运营 | 能够按时按量完成发布内容，并按节点配合甲方完成相应的活动等 | 视频号视频制作运营全年至少10条。 | | 每少一条扣总金额的1% |  |
| 直播 | 能够配合甲方需求策划并执行 | 全年直播至少10场，每场不少于一个小时。 | | 每少一场扣总金额的1% |  |
| 创意能力 | 能够提出大众认可度高、对宣传效果起到好的影响及对重要工作进行宣传的创意 | 科普文章运营目标全年发布阅读量10万及以上推文不少于15篇、8万及以上推文不少于12篇、5万及以上推文不少于20篇，服务号头条确保上万。 | | 按照阅读量每少一篇扣总金额的2% |  |
| 工作质量及效率 | 能够对所有发布内容进行校对、审核 | 无违内容、无错别字等 | | 每出现一次扣总金额的1% |  |
| 加分情况 | 运营过程中科普爆款文章排名显著 | 阅读量为10万及以上，10分/次。 | | / |  |
| 网络舆情 | 出现严重的意识形态问题、负面舆情 | 甲方有权终止合同 | | | |
| 甲方评定 |  | 最终得分 |  | | |

**附件2 主要表格**

**2-1**

XXX采购项目

报价一览表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 服务内容 | 数量 | 报价（元） |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  | | | |

注：

**1.本次报价不得超过最高限价。**

2.“报价一览表”为多页的，每页均需由法定代表人或授权代表签字并盖投标人印章。

3.“报价一览表”需单独密封。

4.如无品牌，可以不提供。

供应商名称（盖章）：

法定代表人或授权代表（签字）：

日期：

**2-2**

## **法定代表人身份授权书**

四川省妇幼保健院 ：

本授权声明： （投标人名称）

（法定代表人姓名、职务）授权 （被授权人姓名、职务）为我方 “ ”项目投标活动的合法代表，以我方名义全权处理该项目有关投标、签订合同以及执行合同等一切事宜。

特此声明。

法定代表人签字或盖章：

授权代表人签字或盖章：

投标供应商名称： （加盖公章）

日期：

* 说明：上述证明文件须附法定代表人、被授权代表身份证复印件（加盖公章）时才能生效。

**2-3**

**无围标、串标行为承诺书**

本公司郑重承诺：我公司自觉遵守《中华人民共和国政府采购法》和《中华人民共和国政府采购法实施条例》的有关规定，我公司在参加本次项目（项目名称：XXXXXXX）采购活动中，无以下围标、串标行为：

1.不同供应商的投标文件由同一单位或者个人编制；

2.不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

3.不同供应商的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

4.不同供应商的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

5.不同供应商的投标文件相互混装；

6.不同供应商的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；

7.不同供应商的董事、监事、高管、单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位参加同一采购项目；

8.供应商之间事先约定由某一特定供应商中标、成交；

9.供应商之间商定部分供应商放弃参加采购活动或者放弃中标、成交；

10.法律法规界定的其他围标串标行为。

我公司承诺在本项目采购活动中，与采购人不存在关联关系，与其他投标单位不存在关联关系。如被查实在本项目采购活动中存在围标、串标的，本公司将承担法律责任，接受相应的法律法规处罚。

投标供应商法人代表或委托代理人（承诺人） ：

投标供应商：（公章）

日期： 年 月 日

**2-4** 承诺函

四川省妇幼保健院：

本供应商 （供应商全称）参加 （项目编号 ）的磋商活动，现郑重承诺：

一、具备本项目规定的条件：

（一）具有独立承担民事责任的能力；

（二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

（五）参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；

（六）法律、行政法规规定的其他条件；

二、完全接受和满足本项目磋商文件中规定的实质性要求，如对磋商文件有异议，已经在磋商截止时间届满前依法进行维权救济，不存在对磋商文件有异议的同时又参加磋商以求侥幸成交或者为实现其他非法目的的行为。承诺成交后签订合同前按采购人要求提交技术参数相关佐证材料。

三、参加本次磋商采购活动，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采购活动的行为。本单位未参与本采购项目前期咨询论证，不属于禁止参加本项目磋商的供应商。

四、参加本次磋商采购活动，不存在和其他供应商在同一合同项下的采购项目中，同时委托同一个自然人、同一家庭的人员、同一单位的人员作为代理人的行为。

五、本单位未被对列入按财库[2016]125号规定的失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商。

六、国家或行业主管部门对采购产品的技术标准、质量标准和资格资质条件等有强制性规定的，我方承诺符合其要求。

本公司对上述承诺的内容事项真实性负责。如经查实上述承诺的内容事项存在虚假，本单位愿意接受以提供虚假材料谋取成交追究法律责任。

供应商名称： （盖章）

法定代表人或授权代表（签字或盖章）：

日 期：

**附件3 采购投标文件装订顺序**

* 1.封面（公司、项目、联系人、联系方式）
* 2.目录
* 3.报价一览表
* 4.企业营业执照（复印件）
* 5.供应商资质
* 6.禁止围标、串标情况承诺函
* 7.如有企业管理体系认证（考核），请提供的有效证明文件的复印或扫描件，质量管理体系认证包括FDA、CE、ISO等认证（提供中文翻译复印件）
* 8.行业相关规范或标准（如有）
* 9.售后服务承诺
* 10.投标人认为需要提供的其它文件
* 11.封底

**注：请务必按以上顺序装订资料，如有非中文资料，请同时提供中文翻译件。**

**附件4**

反商业贿赂承诺书

为维护卫生行业的整体形象，保证药品、医疗器械、仪器设备、物资、基建工程招投标工作以及药品、试剂销售等工作的合法开展，维护贵院医疗、管理工作的正常秩序，保障广大患者的健康和利益，本厂家、商家、公司特郑重承诺如下：

一、严格按照《招标投标法》、《药品管理法》、《反不正当竞争法》等有关法律、法规、规章、政策的规定，规范本厂家、商家、公司的药品、医疗器械、设备、物资、基建工程竞标工作以及药品准入贵院以后的销售等工作，保证做到合法竞标、正当竞争、廉洁经营。

二、本厂家、商家、公司保证在药品、医疗器械、设备、物资、基建工程竞标工作及药品、试剂销售等工作中承诺做到：

1.不与其他投标人相互串通投标报价，损害贵院的合法权益；

2.不与招标人串通投标，损害国家利益、社会公共利益或他人的合法权益；

3.不以向招标人或者评标委员会成员行贿的手段谋取中标；

4.竞标报价不违反相关法律的规定，也不以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取中标；

5.保证不以其他任何方式扰乱贵院的招标工作；

6.保证不在药品销售、医疗器械、设备、物资、基建工程竞标中采取账外暗中给予回扣的手段腐蚀、贿赂医护、药剂人员、干部等其他相关人员；

7.保证不以任何名义包括以宣传费、临床促销费、开单费、处方费、广告费、免费度假、考察旅游、房屋装修等任何名义给予贵院采购人员、药剂人员、医护人员、干部等有关人员以财物或者其他利益；

8.保证不让贵院临床科室、药剂部门以及有关人员登记、统计医生处方或为此提供方便，干扰贵院的正常工作秩序；

9.保证不以其他任何不正当竞争手段推销药品、医疗器械、设备、物资。

三、 本厂家、商家、公司保证竭力维护贵院的声誉，不做任何有损贵院形象的事情。

四、 本厂家、商家、公司保证加强对竞标、促销等工作的领导、监督和检查；加强对本厂家、商家、公司工作人员进行相关法律、法规、规章、政策等的教育工作，切实要求本厂家、商家、公司相关工作人员不得采取各类回扣手段腐蚀、贿赂采购、药剂、医护、干部等相关人员。

五、 对本厂家、商家、公司及本厂家、商家、公司工作人员采取以上手段竞标、促销等，干扰贵院正常工作秩序，损害贵院形象的，本厂家、商家、公司保证：

1.对尚处在竞标阶段的，贵院有权取消本厂家、商家、公司的竞标资格；已经中标的，贵院有权取消中标；对已经获得准入资格的，贵院有权随时取消本厂家、商家、公司的准入资格；

2.对本厂家、商家、公司相关工作人员作出严肃处理；

3.对由于本厂家、商家、公司或本厂家、商家、公司工作人员的上述行为给贵院造成经济或名誉损失的，由本厂家、商家、公司负责，并愿意承担全部民事赔偿责任。

六、 采购物资名称：

本《承诺书》一式二份（一份由承诺人自存；一份随竞价书传递）

承诺企业名称（公章）：

法人代表或委托代理人（承诺人）：

**附件5**

供应商遵守招标采购纪律承诺书

致四川省妇幼保健院：

我单位作为本次采购项目的供应商，根据响应文件要求，现郑重承诺如下：

一、参加本次采购活动，我单位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采购活动的行为。

二、参加本次采购活动，不得直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关情况并修改其投标文件或者响应文件。

三、参加本次采购活动，不得按照采购人的授意撤换、修改投标文件或者响应文件。

四、参加本次采购活动，不得和本次采购供应商之间协商报价、技术方案等投标文件或者响应文件的实质性内容。

五、本次采购活动中，不存在属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加本次采购活动。

六、参加本次采购活动，不存在与其他供应商之间事先约定由某一特定供应商中标、成交。

七、参加本次采购活动，不存在与其他供应商商定部分供应商放弃参加采购活动或者放弃中标、成交。

八、参加本次采购活动，不存在我单位的投标文件或者响应文件由其他参与本项目的单位或个人编制或委托办理投标事宜。

九、参加本次采购活动，不存在我单位与采购人之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商中标、成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

十、与我方存在直接控股关系的单位为：XXX；存在管理关系单位为：XXX。

我单位对上述承诺的内容事项真实性负责并接受评审小组对我单位投标文件或者响应文件关于串通投标的审查。如经查实上述承诺的内容事项存在虚假，我单位愿意接受以提供虚假材料谋取成交追究法律责任。

供应商名称（单位公章）：

法定代表人/单位负责人或授权代表（签字或加盖个人名章）：

年 月 日