**采购需求**

**第1包：新媒体运营服务**

**一、项目需求**

北京市民政局已经建立了“北京民政”官方微信公众号、新浪微博、今日头条号、北京号等新媒体平台。近年来，通过委托专业机构运用图文并茂的新媒体手段，有力宣传了民政工作，扩大了百姓对政策的知晓度。现亟需进一步推动和加强新媒体平台建设，突出做好民政民生领域的信息公开工作，切实增强传播效果。

**二、运维内容**

辅助采购人运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”，辅助的内容包括平台内容策划、采写、编辑、排版、更新及后台信息汇总。在重点辅助建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博（北京民政）、今日头条号（北京民政）和北京号（北京民政）的信息发布辅助任务。同时，需要提供新媒体产品形态，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

**1、平台运维内容**

合同期内，供应商负责辅助微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，同时保证每个工作日更新 2-3 条信息；官方微博每个工作日发布 2-3 条信息；头条号每个工作日发布 1 条信息；北京号每个工作日发布 1 条信息。

供应商应严格遵守发布流程，日常稿件于收到采购人指示和素材3个小时内，新媒体产品策划于收到采购人指示和素材2日内交由采购人审定；根据采购人具体要求，辅助采购人具体完成采访任务；按采购人要求推送新媒体平台的内容。同时，辅助做好本协议中指明的“北京民政”一系列新媒体平台（包括微信、微博、今日头条号、北京号）发布内容基础语法和文字的校对。

**2、重大主题/活动策划**

围绕残疾人福利、儿童福利和保护、见义勇为、婚姻登记、慈善公益、养老服务、社会组织、社会救助、“北京榜样·最美民政人”主题活动、年度工作总结、重阳节等民政年度重点工作及重大节点完成12次策划，以通俗易懂、群众喜闻乐见的方式，对相关工作内容主进行主题鲜明、形式多样的宣传。

**3、新媒体产品**

合同期内，供应商须借助一图看懂、宣传片、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，合同期内生产制作新媒体产品不少于 30 个。具体新媒体产品内容如下：

（1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作（一图看懂文件不小于3MB，PNG或JPG格式）。包括且不限于养老服务、新型丧葬、社会救助等，合同期内制作12个。

（2）宣传片

围绕北京市民政局整体形象、重点工作内容、工作成果、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4或mov格式，1920p\*1080p，时长1-5分钟，合同期内推出12部）。

（3）海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报不少于6幅（电子版，PNG或JPG格式，每幅不小于900px\*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，由采购人结合民政节点书面指定供应商予以制作，合同期内制作6张）。包括且不限于元旦海报、春节海报、五四青年节海报、国庆节海报、重阳节海报、养老服务类海报、入冬社会福利救助海报等。

**三、人员保障**

供应商以自身名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

供应商需承担采编人员相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与采购人无关。

**四、验收要求**

完成合同项下所有工作后10个工作日内，供应商申请验收，需求方组织验收。验收时，供应商应对应合同提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，共2份。

**第2包：新媒体视频宣传推广服务**

**一、项目概述**

为了配合做好市民政局宣传工作，根据市民政局重点工作内容，结合相关社会资源，融合新媒体传播优势，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，策划、制作短视频项目，深入宣传北京民政民生政策、人物，树立良好形象，使“民政为民、民政爱民”的理念深入民心。

项目周期：自合同生效之日起至2025年12月10日。

**二、短视频宣传内容**

宣传首都民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

**三、短视频新媒体传播平台**

辅助采购人以北京民政的名义在新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国等新媒体平台发布。

**四、短视频制作规格及标准**

短视频规格：4K，1920x1080P（高清），25帧，16:9

短视频总时长：不低于80分钟

短视频制作数量：不少于10个

**五、服务要求**

1.本项目团队成员不少于22人，其中监制1人；制片1人；主编2人；导演2人；摄像师4人；灯光、录音师2人、后期采编人员6人；后勤管理（包括场记、司机等）4人。工作团队需导演、表演、编辑、剪辑等专业毕业，有较高的从业水平，具备专业资质，并在广播电视台、媒体等相关单位有丰富的从业经验。

2.摄制工作要求：

1）每个视频拍摄时应按采购人提供的策划方案，联系对接好场地及参加视频拍摄的人员。

2）接受采购人交付策划方案后，供应商加急进行项目摄制，按照采购人规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作。

3）每个视频完成后期剪辑阶段所有工作后（包括调色、剪辑、声音合成、配音、包装等），同时在新浪微博、微信公众号等平台推广宣传。

4）供应商要在不晚于2025年12月10日，向采购人递交两份年终书面项目结项报告及所有短视频成片资料。

5）所有视频短片的制作与推广宣传，必须在自本合同生效之日起至2025年12月10日内陆续完成。

3.履约验收要求：供应商需提供播出证明（包括播出栏目、播出日期及视频文件）。

**六、验收标准**

1、内容方面：必须以北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

3、短视频规格及标准

短视频规格：4K，1920x1080P（高清），25帧，16:9

短视频总时长：不低于80分钟

短视频制作数量：不少于10个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，供应商需向采购人以U盘邮寄方式邮寄短视频成片资料，同时向采购人递交两份年终书面项目结项报告。

**评分标准**

**第1包：新媒体运营服务**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **评价指标和分值** | | |
| 1 | 商务  （10分） | 业绩及经验 | 10分 | 综合考虑供应商自2022年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似新媒体运营项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得10分（须提供**完整**合同复印件并加盖供应商公章）。 |
| 2 | 项目方案  （80分） | 项目分析 | 5分 | 综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。  项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分；  项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分；  项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 平台运维方案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的**各平台日常信息的采写、编辑、排版方案**。  方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、内容丰富、撰写手法多样、排版紧凑充实、受众适用性强，完全满足或优于采购需求：7分；  方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、内容较多、撰写手法较多、排版较紧凑、受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、内容一般、撰写手法一般、排版充实度一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：3分；  方案完整度差、信息采集覆盖范围局限、内容极少、撰写手法单一、排版松散、不具备受众适用性，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**平台运维方案**。  方案完整度高、宣传内容策划新颖、主题丰富、形式多样、宣传频次较多、受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高、宣传内容策划较新颖、主题内容较多、形式较多、宣传频次较多、受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般、宣传内容策划能力一般、主题内容一般、形式多样性一般、宣传频次一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差、宣传内容策划能力缺失、主题内容极少、形式单调、宣传频次缺失、不具有受众适用性，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 重大主题/活动策划方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**重大主题/活动策划方案**。  方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、活动形式丰富内容多样、主题鲜明、受众适用性强，完全满足或优于采购需求：8分；  方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、活动形式较丰富内容较多、主题明确、受众适用性较强，可以满足采购需求：6分；  方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、活动形式及内容一般、有一定的主题体现、受众适用性一般，基本满足采购需求：4分；  方案完整度较低、信息采集覆盖范围局限、活动形式及内容较单一、主题不明确、受众适用性较差，勉强满足采购需求：2分；  方案无法满足采购需求或未提供任何方案：0分。 |
| 新媒体产品方案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的**一图看懂运营方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**宣传片拍摄方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**海报策划方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，但描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 运营安全及保密方案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的**运营安全及保密方案**。  方案完整度高、具有完备安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设完备、响应时效性强、处突能力强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高、具有一定的安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设较齐全、响应时效性较强、处突能力较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般、安全保障预案及健全的保密制度一般、应急体系建设一般、响应时效性一般、处突能力一般，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差、安全保障预案及健全的保密制度缺失或应急体系缺失、响应时效性滞后、不具备处突能力，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 运营质量保证方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**运营质量保证方案**。  方案完整度高、保障措施较多、具有完善的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，可以满足采购需求：6分；  方案完整度一般、保障措施一般、信息内容与投放频次监管体系及保障方案一般，基本满足采购需求：4分；  方案有缺失、保障措施少、不完全具备信息内容与投放频次监管体系及保障方案，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 时间进度安排 | 5分 | 综合考虑供应商提供的本项目**时间进度安排**对采购需求的响应程度。  时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；  时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；  时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 项目团队安排 | 12分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的人员团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。  团队组成人员安排合理、专业性强、分工明确，且人员经验丰富，完全满足采购需求：12分；  团队组成人员安排较为合理、专业性较强、分工较为明确，且人员具有一定的经验，能够满足采购需求：9分；  团队组成人员安排一般、具有一定的专业性、人员数量不少于14人，分工不够明确，但人员具有一定的经验，基本满足采购需求：6分；  团队组成人员安排较差、具有一定的专业性、分工未明确，人员经验较差或未提供，不满足采购需求：3分；  未提供任何材料或人员数量不足14人的：0分。 |
| 3 | 报价  （10分） | 满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，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：磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10  注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3 | | |
| 合计100分 | | | | |

**第2包：新媒体视频宣传推广服务**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **评价指标和分值** | | |
| 1 | 商务  （10分） | 业绩及经验 | 10分 | 综合考虑供应商自2022年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似短视频宣传项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得10分（须提供**完整**合同复印件并加盖供应商公章）。 |
| 2 | 项目方案  （80分） | 项目分析 | 5分 | 综合考虑供应商针对采购需求所提供的**项目分析**，项目分析包括但不限于**项目背景**及**相关政策主题、项目重难点**等。  项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分；  项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分；  项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 短视频制作播出方案 | 8分 | **结合项目背景及采购需求，综合考虑供应商提供的项目拍摄内容定位：**  内容定位精准、专业、科学，高度契合项目背景及采购需求，能够深入宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：8分；  内容定位较为准确和专业，能够宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：6分；  内容定位不存在明显偏差，对本项目的针对性一般：4分；  内容定位存在明显偏差，未完全体现本项目的政策导向：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**视频策划方案**。  方案完整度高，策划新颖独特，主题内容鲜明（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性强，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高，策划较为新颖，主题内容突出（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性较强，基本满足采购需求：6分；  方案完整度一般，策划方案通用，主题内容策划不明显，有一定的受众适用性：4分；  方案完整度较差，策划方案简单，内容缺失较多，主题内容策划不明显，受众适用性较差：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**视频拍摄方案**。  方案完整度高、拍摄工作流程及思路清晰、拍摄方式多样，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高、拍摄工作流程及思路较为清晰、拍摄方式较多，满足采购需求：6分；  方案完整度一般、拍摄工作流程及思路简单、拍摄方式简单，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度较差、拍摄工作流程及思路混乱、拍摄方式较少、方案有较多缺失，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 6分 | 综合考虑供应商提供的**后期制作方案**。  方案完整度高、制作流程明确、手法多样、能够保证视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：6分；  方案基本完整、制作流程及手法普通、符合项目主题需要，基本满足采购需求：4分；  方案不完整、制作流程混乱、手法缺失，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 6分 | **结合采购需求的播出要求，综合考虑供应商提供的播出方案：**  方案完善、科学，可行性强，播放进度计划及投放媒体较多，包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国新媒体平台等，完全满足或优于采购需求中的播出要求：6分；  方案较为完整、可行，播放进度计划及投放媒体包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国媒体平台等，满足采购需求中的播出要求：4分；  方案描述简单，播放进度计划及投放媒体能够满足采购需求中的播出要求：2分；  方案不合理，播放进度计划及投放媒体不满足采购需求中的播出要求或未提供该方案：0分。 |
| 3分 | 综合考虑供应商针对本项目可提供的**实施设备投入情况**。  实施设备种类众多、技术先进：3分；  实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：2分；  实施设备种类较少、技术条件较差：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 质量保证方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**质量保证方案**。  方案完整度高、保障措施较多、具有完善的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性强，完全满足或优于采购需求：8分；  方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较强，能够满足采购需求：6分；  方案完整度一般、保障措施一般、节目内容与画面质量监管体系一般、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：4分；  方案完整度较差、保障措施较少、不具备节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 加急摄制承诺 | 5分 | 供应商承诺“能够在交付策划方案后，加急进行项目摄制，按照采购人规定的时间要求完成拍摄阶段的所有工作”的，得5分，未承诺不得分。  **供应商需在响应文件目录中注明承诺所在页数以便于磋商小组评审，未按要求标注的不得分。** |
| 推广宣传方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的宣传推广方案，对采购需求的响应程度。  方案完整度高、专业性强、可执行性强，完全契合采购需求，宣传推广渠道广泛、宣传方式丰富：8分；  方案完整度较高、专业性较强、可行性较强，契合采购需求程度较高，宣传推广渠道较广泛：6分；  方案完整度一般、有一定专业性及可行性，宣传推广渠道普通，基本契合采购需求：4分；  方案完整度较低、专业性较弱、可行性较弱，推广渠道较贫乏，契合采购需求程度较低：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 时间进度安排 | 5分 | 综合考虑供应商提供的本项目**时间进度安排**对采购需求的响应程度。  时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；  时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；  时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；  时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；  时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 项目团队安排 | 5分 | **综合考虑供应商为本项目拟组建的项目策划团队情况。**  团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；  团队组成人员一般、分工较明确、具有一定的经验：3分；  团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；  （须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分） |
| 5分 | **综合考虑供应商为本项目拟组建的项目拍摄、制作团队情况。**  团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；  团队组成人员安排较合理、分工较明确、经验较丰富：3分；  团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；  （须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分） |
| 3 | 报价  （10分） | 满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，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：磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10  注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3 | | |
| 合计100分 | | | | |