

## 采购内容及需求

### 一、总体要求

2019年，杭州市投资促进局微信运营工作，结合2019年投资促进局中心工作，进一步明确微信定位，做好日常更新，加强原创力度，提升内容深度，推动传播广度。

### 二、精准定位

**定位：**2019年，杭州市招商引资工作从过去的1.0版本、2.0版本升级到了3.0版本，产业规划着重前瞻化、要素统筹着重市域化、产业培育着重生态化。杭州市投资促进局的重心工作随之升级与创新，作为窗口与平台的微信公众号必须紧跟该局中心工作，精准定位，打造成符合杭州招商引资3.0版本“形象”的重要窗口与平台。

**作用：**1、对外展示杭州落实产业投资布局引导的“一张图”思路；2、对外展示杭州布局新兴产业的信息发布窗口及思考阵地；3、对外展示杭州的产业生态和营商环境；4、对内成为杭州投促人的学习平台；5、对内成为杭州市投促局全年工作亮点的集合地。

**投资促进信息包含：**重点项目信息、产业信息、产业平台信息、产业链信息、政策信息、社会各界（专家、学者、媒体等）推介杭州的信息、省市中央涉及到杭州经济发展的信息、产业经济的分析研究、本单位重要公告信息及其他原创或综合整理的有利于推进杭州投资促进工作、展示杭州产业投资机会和发展成果的相关信息等。

**明确受众——**有意来杭州投资创业发展的企业家或者个人、杭州市投资促进局工作人员及其他相关工作人员（包含省市区相关各级领导、各个产业平台工作人员等）、杭州现有的企业家（包含内外资）、协会商会、媒体界等一切关心关注杭州投资促进事业发展的人。

### 三、人员配置

专职小编 1 名

专职服务记者 1—2 名

如有重要活动宣传或重要外采任务，积极响应，并调动其他采编力量配合，包括摄影、摄像等的配合。

### 四、推送计划

**1、日计划：**发布频率为周一至周五每日推送 1-2 条，周六、周日不推送，如遇重大活动，周末加推。重要内容通过 H5 专题页面、电子刊、微视频等，丰富的呈现形式，使其更具观赏性、趣味性、参与性，提升转发率、用户数和传播价值。每个工作日上午提交第三天推送的内容，下午五小时前完成第三天推送内容的审核、修改、排版。每个工作日下午提交第四天微信推送的选题，下午五小时前完成选题的审核、修改。

**2、周计划：**每周收集全市投资促进系统重要信息，根据下周投促局的重点工作安排和近期热点，提前确定下周可以宣传的主题，拟定下周选题大纲。每周不少于 4 篇围绕杭州市产业投资促进工作的原创稿件，每周五完成下周选题报送，安排下周外采计划；其他稿件由小编组稿，所有稿件由投促局审核确定后发布。

**3、月计划：**每月提前策划，并结合国家和省内层面重点工作，每月 28 日前完成下月选题报送，并根据选题提前做好外采计划，重要稿件，同时在合作媒体刊发。

## 五、内容要求

对全年的微信内容进行系统地策划与发布，同时加强原创性、及时性，让该微信公众号成为杭州产业信息的权威发布平台。

1、做好杭州产业生态、营商环境方面的宣传，宣传内容加强原创性，展示的内容更有广度和温度，从小切口入手，将“硬邦邦”的数据、产业，写成有温度的故事，根据贴近性，增强可读性，增加阅读量。

2、加强专业报道，结合热点，围绕 2019 年杭州重点的未来产业和新兴产业进行更有深度和高度的宣传，让微信公众号内容更具专业性。除去记者编辑撰稿外，还要向专家教授、企业家约稿，让内容更加丰富。

## 六、有关推广

**2019 年底微信粉丝数突破 6 万，平均单篇阅读量 3000 次以上。**

### （一）结合活动推广

1. 结合市投促局主办的综合性投资促进活动、系统会议、产业专题招商活动等各类会议和活动进行现场推广。

2. 结合市级或各区县（市）举办的经济类活动进行现场推广，尤其是企业家参与较多的活动现场。

### （二）原创内容推广

1. 因宣传需要，部分原创内容要求同步在新华网等媒体渠道发布。

2. 市投促局官网、微博等其他新媒体平台同步推广微信内容，并植入微信 ID。

### （三）广告推广

1. 在市投促局官网首页设置微信二维码扫码关注的信息。

2. 在新华网浙江频道等媒体上进行广告推广。

### （四）其他推广

1. 区县（平台）推广：引导区县（市）关注微信公众号，并加强与各区县（市）、产业平台互动，有针对性地为其创作原创内容，利用相关性，进行转发推广。

2. KOL（意见领袖）推广：发动企业号尤其是有影响力的企业家、商会、协会等自媒体平台，转载或转发相关稿件。

3. 互动推广：策划项目类、产业平台类、摄影摄像类等活动，进行投票吸粉；设置互动小游戏，包括转发抽奖、小测试、有奖问答、分享大比拼等活动；制作印有投促局微信公众号推广信息的文创纪念品，在活动现场开展关注赠礼活动。

## 七、其他要求

1、**日常工作**：完成政务直通车日常信息报送、市投促局头条号和微博日常信息发布及杭州发布微博转发任务、市投促局门户网站政务动态信息发布任务。

2、**月度/半年度/年度分析报告**：结合微信管理平台所产生的数据，同时结合其他大数据分析平台，对运营数据进行分析总结，为下一步更好的开展工作提供依据。

3、**研究性文章**：完成 2 篇研究性文章。

## 八、服务标准

项目需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或其他标准、规范。

## 九、验收

项目结束后，将由采购人根据招标要求进行验收。

## 十、商务要求

1、**报价要求**：有关本项目所需的一切费用均计入报价。《开标一览表》是报价的唯一载体。招标代理机构将不接受有选择的报价。本次投标报价为人民币价。

2、本项目合同甲方为采购人，乙方为中标\成交供应商，合同款支付给乙方。

3、**履约保证金**：在合同签订后3个工作日内，成交人向采购人支付合同总金额5%的履约保证金。待项目验收后3个月内，无质量、服务问题，由采购人向供应商退还。

4、**合同款支付**：签订合同后支付50%合同款预付款，合同执行完毕无质量和服务问题，十五个工作日内支付50%合同款。

5、质量保证金：签订合同前中标人应向招标人交纳 5%的履约保证金，合同签订后，自动转为质量保证金，如中标人不按合同履行，则没收其全部质量保证金。质量保证金不足以赔偿实际损失的，按实际损失赔偿。项目结束后，该款由招标人退还。

6、采购人拟定了采购合同，见采购文件的“第四章 采购合同”，供应商应对合同内容进行审核，如有偏离，请在响应文件的“偏离表”中反映。

### 十一、落实政府采购政策

1、本项目对符合财政扶持政策的中小企业（小型、微型）、监狱企业、残疾人福利性单位给予价格优惠扶持，价格优惠扶持见《第三章 评分办法》。

2、满足转发财政部 工业和信息化部关于印发《政府采购促进中小企业发展暂行办法》的通知（浙财采监[2012]11 号）的规定的中小企业可享受优惠扶持。

满足关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知（财库[2014]68 号）的规定的供应商可享受优惠扶持。

满足关于促进残疾人就业政府采购政策的通知（财库[2017]141 号）的规定的供应商可享受优惠扶持。

3、节能产品、环境标志产品的强制采购政策

▲根据财政部、国家发展和改革委员会、生态环境部等部门公布的政府采购节能产品、环境标志产品品目清单的规定，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。采购人拟采购的产品属于品目清单范围内的强制采购品目的，供应商提供的产品应具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，并在响应文件中提供该产品节能产品、环境标志产品认证证书，否则无效。（注：本项目执行最新政府采购节能产品、环境标志产品品目清单。）

4、节能产品、环境标志产品的优先采购政策

根据财政部、国家发展和改革委员会、生态环境部等部门公布的政府采购节能产品、环境标志产品品目清单的规定、依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。采购人拟采购的产品属于品目清单范围内的优先采购品目的，供应商提供的产品应具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，并在响应文件中提供该产品节能产品、环境标志产品认证证书。（注：本项目执行最新政府采购节能产品、环境标志产品品目清单。）

采购文件中所有带▲的内容是采购人提出的实质性条款，响应文件若出现负偏差，将被评审小组认定为无效。

