前提：本章采购需求中标注“\*”号的条款为本次磋商采购项目的实质性要求，供应商应全部满足。

## 一、项目概述、采购标的名称及所属行业

**（一）项目概述：**为进一步加强卫健系统对外宣传及新媒体融合发展的相关工作要求，围绕群众最现实、最关心、最直接的医疗行业话题，确立信息宣传工作靶向领域，依托主流媒体、新媒体、传统媒介等宣传阵地，整合升级现有微信、微博等新媒体平台，加载完善惠民政策、医疗服务，卫健系统微信矩阵等互动栏目，打通联系服务群众“最后一公里”，让群众享受到丰富便捷的医疗服务。在龙泉卫健系统唱响主旋律、发出好声音、凝聚正能量、营造好氛围，拟通过外包项目加强卫健局两微一抖宣传力量。

**（二）采购标的名称及所属行业：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 包号 | 品目号 | 采购标的 | 采购预算（万元/年） | 所属行业 |
| 01 | 01-01 | “健康龙泉驿”官方抖音运营服务 | 20 | 租赁和商务服务业 |
| 02 | 01-02 | “健康龙泉驿”官方微信微博运营服务 | 20 | 租赁和商务服务业 |

## \*二、商务要求

1、服务时间：2022年4月—2025年4月（以合同签订时间为准），合同一年一签，采购人根据考核及实际情况选择是否续签合同；服务期间内完成所有制作与推广服务。

2、服务地点：成都市龙泉驿区。

3、付款方式：合同签订后三个月内,采购人在收到成交供应商有效票据凭证资料后，按照财政性资金支付有关规定，向供应商支付合同金额的80%；当年服务合同期满后，采购人在收到供应商有效票据凭证资料后，按照财政性资金支付有关规定，向供应商支付合同金额的20%尾款，如未到达季度服务考核要求，将扣除相应尾款。

## 三、技术、服务要求：

### **01包“健康龙泉驿”官方抖音运营服务：**

1.运营 “健康龙泉驿”官方抖音及视频号，每天策划发布1-2次抖音；每月发布原创整合视频至少30条，对卫健系统相关活动进行现场素材采集，剪辑成相关视频进行发布，每年策划创意最少线下采集20次。

2.运营一年，视频总阅读量增加不低于1亿次，获赞不低于500万次，粉丝不低于10万。上健康成都官微抖音视频号20次及以上，每季度以电子邮件等方式提供抖音季度运营分析总结报告。

3.抖音团队至少6人，包含：文字策划编辑2人，设计2人，摄影1人，剪辑1人。

### **02包“健康龙泉驿”官方微信微博运营服务：**

1.对“健康龙泉驿”微信公众号、“健康龙泉驿”微博、“健康龙泉驿”相关新媒体宣传平台进行日常运营维护，维护内容包括：编辑、更新发布卫健系统工作动态及资讯（每日发布微信、微博）、更新发布卫健领域相关政策公告；及时贯彻上级要求，对需要通过新媒体开展宣传动员的工作及时进行宣传；接受网络咨询，实时解答群众网上政策咨询事项；对惠民服务板块进行优化、创新；微博微信后台管理及推送信息等相关数据统计。提高新媒体（政务微博微信、政务网站）的点击率与影响力，打造群众喜闻乐见的医疗服务相关网上平台。完成传统媒体、杂志、报刊等的外宣目标任务。组织专业新媒体宣传团队，结合时事热点进行选题策划、内容制作、视觉处理、创意宣传，提高新媒体平台关注度和吸引力，及时回复网友咨询、应对网络舆情，及时对粉丝的问题进行回复，涉及工作相关问题和舆情，及时报送对接人员并协助处理，针对较重大的网络舆情信息，形成舆情报告。在全市卫健系统政务微博排名保持在前3名; 负责传统媒体、杂志、报纸等发布，完成市卫健委、区委宣传部下达的外宣目标任务，并在全市各区市县外宣目标考核排名前三、区级民生保障部门中外宣考核排名前三。运营一年后，@健康龙泉驿 微博排名稳定在人民日报·微博榜单——力争进入全国卫健十大机构微博榜单并保持排名前五。

2.具体要求，微信周一至周五每天发布一次，每次发布精品内容1—2条，周六及周天每天发布一次，每次发布1条。围绕重点工作，制作一图读懂、漫画解读、H5动画等，一年作品不少于5个。每季度有精品原创作品不少于6个，一年合作到期后，微信粉丝增长不少于5万。每日原发微博不少于20条，转载微博不少于5条，节假日可根据实际情况增减发布微博的数量。每月微博阅读量不少于1200万次，转评赞不少于1500次，微博粉丝增长不少于3000个，结合微信每个季度至少策划一次线上活动，每季度以电子邮件等方式提供季度微博微信运营分析总结报告。

3.微信微博运营团队至少5人，包含：文字策划编辑2人，设计2人，摄影1人。