**附件1：**

**技术服务要求**

**（一）内容板块设计**

微信订阅号、服务号和视频号栏目设计设置，结合四川省妇幼保健院的职能职责定位。

**（二）发布内容要求**

1.常态化内容运营、粉丝运营及活动策划：项目专人负责建立团队，派驻1-2名专业编辑承担日常沟通工作及提供驻点信息采编服务，开展内容运营、粉丝运营及活动策划，微信订阅号、服务号日常稿件采写与排版，视频号制作发布及社群运营维护。

2.采编要求：原创为主。包括但不限于主体策划、新闻现场采访、专访、创意海报设计、原创H5制作、视频拍摄等；供应商需具备优良的创意策划能力，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.内容推送频率和频次。为确保微信公众号、订阅号、服务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）订阅号工作日每天1-2篇，其中每周保证2-3篇原创；服务号每周发布一次，每次3条；微博工作日每天发布至少3条。

（2）主题活动策划：结合工作重点，开展主题活动策划，每季度至少一次，以线上活动或内容策划为主，并通过双微和其他新媒体渠道执行。

（3）选题会机制：每月召开一次重点宣传选题会，确定下月重要选题内容。

（4）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，全年不低于6幅；手绘长图制作，全年不低于3张；基础H5及小游戏开发制作，根据策划活动适宜性选择实施。

（5）视频/社群运营：全年直播至少2场；视频号视频制作运营运营全年至少6条；全年建立10-15个妇幼保健相关社群，并由驻场人员管理运维。

（6）运营目标全年发布10w+推文不少于4篇、5w+推文不少于10篇、2w+推文不少于20篇；微博粉丝上涨1至3万。

**（三）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。所有内容均等四川省妇幼保健院完成后才进行发布。

**（四）考核机制**

运营成果未达标将责令限期整改，并按照情节严重程度扣除总费用的1-10%。

**（五）其它**

1.服务地点：四川省妇幼保健院

2.服务时间：壹年，合同签订之日起开始计算。

**附件2：**

**法定代表人身份授权书**

                                （采购单位名称）：

   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：

授权代表签字：

投标人名称：    （加盖公章）

日期：

★ 说明：上述证明文件附有法定代表人、被授权代表身份证复印件（加盖公章）时才能生效。

 **附件3**

**采购文件书装订顺序**

1.封面（注明包号、品目、公司名称、联系人、联系电话、加盖公司印章）。

2.目录。

3.报价一览表（格式见附件6）。

4.企业营业执照（复印件）。

5.组织机构代码证、税务登记证（复印件）。

6.法定代表人授权书（原件，格式见附件2）暨经办人授权书，法人、经办人身份证（复印件）。

7.如有产品质量和企业管理体系认证（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.业绩证明材料（提供2018年-2020年新媒体服务合同复印件＜需有客户签名＞或银行进账联复印件）（见附件4）。

9.售后服务承诺书。

10.供应商符合《政府采购法》第二十二条规定条件的承诺函（附件5 ）。

11.技术服务方案。

12供应商认为需要提供的其他材料。

13. 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：**

**业绩证明材料**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 客户名称 | 项目名称 | 提供服务内容 | 合同签订日期 | 联系人及联系方式 |
| 1 |   |   |   |   |   |
| 2 |   |   |   |   |   |
| 3 |   |   |   |   |   |
| 4 |   |   |   |   |   |
| 5 |   |   |   |   |   |
| 6 |   |   |   |   |   |
| 7 |   |   |   |   |   |
| 8 |   |   |   |   |   |
| 9 |   |   |   |   |   |
| 10 |   |   |   |   |   |

说明：本表后应附合同协议书或者用户证明文件的复印件，我方保证上述信息的真实和准确，并愿意承担因我方就此弄虚作假所引起的一切法律后果。

**附件5：**

**供应商符合《政府采购法》第二十二条规定条件的承诺函**

致                 ：

本公司                   （公司名称）参加                 （项目名称）的竞争性谈判活动，现承诺：

我公司满足政府采购法第二十二条关于供应商的资格要求：

（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）参加政府采购活动前三年内，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。

同时也满足本项目法律法规规章规定关于供应商的其他资格性条件，未参与本采购项目前期咨询论证，不属于禁止参加竞争性谈判的供应商。

如违反以上承诺，本公司愿承担一切法律责任。

供 应 商：                      （盖单位公章）

法定代表人或其委托代理人：       （签字或盖章）

        年        月        日

**附件6：**

**新媒体平台账号运营服务项目报价一览表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目名称 | 金额（万元） | 备注 |
|   |   |   |   |
|   |   |   |   |
|   |   |   |   |
|   | **合计** |   |   |

**附件7：**

**招标评分法**

|  |  |
| --- | --- |
| 评比项目 | 评比内容 |
| 项目报价20分 | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，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：投标报价得分=(评标基准价／投标报价)×30。 |
| 服务方案30分 | 总体设计方案15分 | 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。 |
| 需求响应15分 | 根据投标人针对本项目技术、服务要求，满足采购人所提需求响应情况进行评分，完全满足得15分，每出现一项负偏离扣2分，扣完为止。 |
| 履约能力50分 | 新媒体运营经验5分 | 提供2018年-2020年承担新媒体平台运营、社群运营项目案例。根据各投标人提供的项目案例，每提供一个项目案例得1分，最高得5分。 |
| 专业能力匹配度15分 | 提供2018年-2020年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。根据供应商所提供案例的说服力、典型性、运营思路可借鉴性及匹配度进行综合横向比较得分：优得20-16分；良得15-11分；一般得10-1分；未提供不得分。 |
| 获奖情况10分 | 2018年-2020年运营的新媒体项目获得国家相关表彰每个得3分；获得省级相关表彰每个得2分；获得市级相关表彰每个得1分，满分10分。 |
| 稿件质量20分 | 1. 提供1-2篇2020年-至今运营项目发布的微信推文，根据推文策划角度、调性把控、原创性、采写水平、排版美化度及编辑水平进行综合横向比较评审：优得10分；良得7-5分；一般得5分以下；未提供不得分。2.提供内容与四川省妇幼保健院相关的新媒体海报或H5（二选一）一份，根据创意思路、设计理念、文案水平、相关性、美观度进行综合横向比较评审：优得10分；良得7-5分；一般得5分以下；未提供不得分。 |