**附件1**

**番禺区妇幼保健院视频类新媒体运维服务项目需求书**

广州市番禺区妇幼保健院（以下简称“我院”），对我院视频类新媒体（抖音号、微信视频号、小红书）运维服务项目进行采购，邀请供应商参与市场调查。

1. 项目名称：番禺区妇幼保健院视频类新媒体运维服务项目。
2. 项目预算限额：18万元
3. 采购内容：

新媒体制作清单：

|  |  |
| --- | --- |
| 视频类型 | 单价  （元） |
| 业务或专家介绍片2-3分钟 |  |
| 口播类（2分钟以内，定镜拍摄） |  |
| 情景类（2分钟以内，含素材美化） |  |
| 剧情短片（2分钟以内，含素材美化） |  |
| 定点直播（2小时以上直播，含直播设备推流+前期海报设计+内容设计+现场字幕包装+画面合成等） |  |
| 移动直播（2小时以上直播，含直播设备推流+前期海报设计+内容设计+现场字幕包装+画面合成等） |  |
| MG动画类（3分钟以内，含素材美化） |  |
| 2分钟内视频纯后期 |  |
| 1分钟内短视频剪辑 |  |

四、报价要求：

包干服务，单价限价包括但不限于提供技术服务、人力、设备、材料、交通运输、合理利润、税费以及合同中要求提供的所有服务内容所产生的一切费用。

五、服务期限：

自签订合同之日起1年，服务期满或者达到采购限额则合同终止。

1. 具体服务要求：
2. **内容制作要求**
3. 根据采购人医院特色和重点科室特色，策划符合新媒体平台调性且满足用户需求的医疗宣传或科普内容，内容形式包括但不限于口播类、情景类、剧情视频、业务介绍视频等。
4. 拍摄内容策划。围绕采购人官方新媒体账号定位及采购人宣传方向，创作、拍摄、剪辑短视频内容（含特效、字幕、配音等）；视频总数不少于120条，需向采购人提报《拍摄规划表》，包括制作总数、发布频次、视频类型，具体实施按拍摄规划表进行执行；拍摄相关需符合国家法律法规。要求非口播类视频占比大于10%。供应商撰写拍摄脚本，由采购人审核，成交供应商根据采购人修改意见，并确定最终稿。

3、视频成品以MP4格式交付（含有字幕版和无字幕、无logo、无配乐版）。

**（二）拍摄要求**

1、拍摄器材（包括但不限于高清摄影机、5000万像素支持4K以上拍摄、航拍设备、稳定器、脚架、灯光、录音设备等）由服务商提供。

2、视频画质达到1080\*1920或1920\*1080。

3、视频格式：支持 mp4、mov、flv、f4v。

4、视频尺寸：横、竖屏多种尺寸支持

5、根据需求，灵活运用多机位拍摄（包括地面拍摄、航拍），严禁出现“越轴”或“跳轴”现象，镜头要有起幅、落幅，保证拍摄过程中镜头的“平、稳、匀、准”。

6、视频内容符合我国法律法规，知识产权不存在争议。视频中如需出现字幕，字幕应清晰美观，能正确有效地传达信息要使用符合国家标准的规范字，不出现繁体字、异体字(国家规定的除外)、错别字，字幕的字体、大小、色彩搭配、摆放位置、停留时间、出入屏方式力求与其他要素(画面、解说词、音乐)配合适当，不能破坏原有画面。

7、视频中如需音频，则音频部分应符合音频素材的质量要求:声音和画面同步，无交流声或其他杂音等缺陷。伴音清晰、饱满圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象。解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。

**(三)内容运营服务**

1、内容推广平台至少包括抖音号、微信视频号、小红书；

2、协助采购人完成各平台账号的申请、认证及年审工作；

3、支持账号主页、视频封面等相关图片设计制作。

4、能够提供发布文案并协助发布；能够提供发布建议，并按照需求调整发布策略；能够根据发布内容添加高热词、参与平台活动；

5、能够提供内引流相关的策略及方案；能够根据各内容平台生态提供平台矩阵号间内容生态联动操作支持；具备结合院内就医场景提供内容展现的方法和工具；能够对账号发布、运维、数据分析、账号曝光推广等提供运营方案建议及技术指导咨询服务。能够定期出具数据分析报告。

6、应急响应服务：如发生紧急任务或者舆情等特殊情况，成交供应商须有提供协助应急响应服务的预案。

**(四）运营能力要求**

1、服务团队需有至少四人团队服务。含项目管理1名、编导1名、拍摄1名等人员构成。

（1）服务团队总人数4人以上，且核心服务成员不更换。

（2）投入的团队人员中具有导演或编导或摄影摄像或动画或美术设计等与视频制作、视觉设计相关专业。

（3）提供相关资质能力证明。

2、具有三级以上公立医疗机构（医院/科室）新媒体运营成功案例，且拥有2年以上的运营经验。有效运行短视频内容的运营，提升用户粘性。提供过往类似项目业绩证明材料，如中标通知书或合同复印件。所摄制创作的视频类型作为视频样板，不低于2种类型，并提供账号视频截图证明。

**七、商务要求：**

（1）采购人提出服务需求，成交供应商需48小时内响应，并按照项目进度、采购人要求作出相应的服务及成果提供，原则上7个工作日内交付成品，如有特殊情况成交供应商应配合采购人加快工作进度，当季度响应或成品交付滞后次数达30%，将扣罚该季度服务金额的5%。

（2）服务期限内所有原创视频全平台累计获赞总数不少于20万；运营1年后粉丝抖音号、视频号、小红书总数增加数量不低于3万，累计播放量不低于1000万。未能满足指标的扣罚最后一季度服务金额5%。

2、保密条款：

（1）服务期限内生成的视频内容和版权归采购人所有。成交供应商必须严守商业道德，做好保密工作，不得将合同约定的工作成果向第三方复制或转让。

（2）成交供应商提交给采购人的工作成果侵犯第三人著作权或者其他权利的，由成交供应商承担侵权责任并承担因此给采购人造成的损失。

（3）服务双方承诺对对方提供的所有资料、信息及履行合同过程中知晓的所有对方的信息负有保密义务，未经对方书面同意，不得向任何除对方以外的其他第三方泄露。

八、验收要求：

1、验收时间：采购人在收到供应商项目验收申请后5个工作日内进行验收。

2、中标供应商须根据以下内容编制《验收报告》供双方在验收时签字确认：

（1）是否48小时内响应；

（2）是否7个工作日内交付产品；

（3）成品质量（分辨率、文件大小）是否达标；

（4）是否按时交付；

（5）是否提供成品及无字幕等资料。

3、验收要求和标准：

（1）采购人按要求对宣传视频进行验收，成交供应商应在视频制作完成的5个工作日内提交验收申请，须目录清晰，文档齐全。

（2）采购人根据成交供应商所提交的验收资料，开展验收工作。

（3）成品内容主题明确、逻辑清晰、结构合理、情节丰富、叙事完整。配音、配乐、字幕：字体工整明晰，字幕与语音完全吻合，配乐符合主题、无杂乱。片长达到要求长度。视频整体无乱码、无错版。

（4）拍摄制作方案科学合理、切实可行，符合采购人对本项目的期待和传播对象的实际情况。

（5）按照项目既定时间要求和推进计划完成相应交付产品，成品符合采购人各层面的要求，对采购人提出的整改意见，成交供应商应无条件整改完善。

4、交付成果须符合国家相关法律法规及行业现行规范、标准，根据成交供应商响应文件的响应及承诺，完成《采购人需求》中的要求的工作内容，通过技术服务审查并经采购人确认后予以验收。

5、全部宣传内容须经过采购人审核通过方可播出。

九、付款方式：

本项目每季度结束后次月按实结算，供应商开具当季度已通过验收的清单、验收报告【含是否48小时内响应、是否7个工作日内交付产品、成品质量（分辨率、文件大小）是否达标、是否按时交付、是否提供成品及无字幕等资料】等额合规发票，采购人收齐以上资料，结合扣罚费用，两周内办理付款。