中国医学科学院肿瘤医院深圳医院视频类

新媒体运营服务项目需求

一、项目概况

随着互联网的普及和移动设备的广泛使用，视频类新媒体平台已成为市民获取信息的主要途径之一。为了提高医院的知名度、为患者提供肿瘤防治健康科普及科学的就医知识，展示医院高精尖的医疗技术、人文关怀等内容，通过视频类新媒体平台塑造医院品牌形象，提升医院美誉度和知名度。

根据医院宣传工作计划，合力拓展医院视频类新媒体的传播渠道，运营医院相关新媒体账号，并根据推广节奏发布内容，建立良好的传播路径。视频类新媒体平台账户运营服务包含提供创意策划、画面拍摄、视频制作等一站式服务；对医院主推社交媒体平台账户进行运维，包括但不限于账号内留言回复、舆情管理、账号曝光推广等。现拟通过公开招标的方式采购具备视频类新媒体账号运营能力的供应商，为我院提供为期12个月的视频类新媒体运营服务，本项目总预算控制价80万元，服务周期自合同签订之日起计算。

1. 采购内容及技术要求

**（一）整体内容规划**

围绕医院视频类新媒体运营账号定位及宣传方向，创作、拍摄、剪辑视频内容。配合医院重大节日、重要会议、新技术新项目需要，策划拍摄录制，做好视频素材的收集积累，并进行宣发；结合医院工作重点，围绕学科建设、优势专科，名医名家、特色技术、优质服务、健康科普等重点内容，挖掘素材，发挥创意，创作具有可看性、高质量的原创类视频。具体服务内容如下：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 视频类型 | 数量要求 | 时长标准 | 内容方向 |
| 访谈直播/录播 | 4期 | 30分钟 | 医院文化相关内容访谈录播 |
| 20期 | 40分钟 | 医院品牌学科、疾病防治、优秀诊疗团队等直播或录播；直播前48小时发布预告海报（含平台引流链接）直播中实时监控弹幕并过滤敏感信息。 |
| 10期 | 3-5分钟 | 医生健康脱口秀或院内科普演讲比赛优秀作品录制 |
| 视频二创 | 每期内容分发3-5条 | 单条时长≤1分30秒 | 直播录播内容剪辑 |
| 短视频制作 | 40期 | 1-2分钟 | 围绕医院重大节日、重要会议、新技术新项目、健康科普等需要内容的视频制作 |
| 账号运营 | 发布、互动、数据总结等 |
| 提前规划每周账号推送的内容与对应的文案，制定推送计划表。 |

**（二）执行标准**

1.熟悉医疗行业社交媒体视频推广打法、具有爆款短视频内容策划能力、具有高质量短视频拍摄制作经验、医疗社交媒体账号运营经验，可提供同类业绩证明（医疗相关视频代摄制类、账号运营推广类、旗下优质达人账号或3家相关医疗单位运营证明等）。

2.须为本项目成立专门项目组，配备专业的制作团队（≥5人），项目成员包括但不限于项目负责人、项目专员、主持人、编导、摄像师、后期剪辑。其中，团队核心成员（项目负责人、主持人、编导）需具有服务同类项目的履历和经验。本项目要求派驻1名驻点视频拍摄剪辑人员。

3.配置高清拍摄影视器材及相关专业人员，包括但不限于拥有符合项目所需的摄像设备、拍摄灯光设备、收音设备等及其他专业辅助拍摄设备（三脚架，稳定器，提词器等），视频画质达到1080\*1920分辨率，视频格式支持 mp4、mov等常用视频格式。

**（三）推广平台**

1.推广平台：抖音、视频号等。

2.同步分发平台：今日头条、微博等。

3.通过运营，视频类新媒体账号发布内容在年度服务期内，在运营平台全年播放量不低于50万；如浏览量在6个月内不超过25万人次，则开会讨论，更改文案风格及封面；如全年播放量不足50万，则补更视频条数至达标为止。

三、供应商资格要求

（一）具有独立法人资格，提供营业执照及相关资质证明。

1. 供应商必须保证无行贿犯罪记录，三年内的经营活动中没有重大违法违规记录，无骗取中标、无严重违约及重大安全及质量问题，并在承诺函中有体现。同时就本项目资质条款要求提供真实有效的证明材料（原件）进行审查。否则，一经查实将有被取消本项目中标资格、列入不良行为记录名单、三年内禁止参与我院采购活动的风险。
2. 具备医疗健康领域服务案例（需提供3份同类项目合同复印件及作品样片）

（四）本项目不接受联合体投标，不允许转标和分标。

四、增值服务

**（一）创新技术应用**

1.将AI工具运用到视频类新媒体运营中，例如VR虚拟直播、AI智能剪辑、AI医生科普、AI医生形象IP等，提供相关创意内容。

2.设计医院专属健康IP形象（含3D模型及表情包套系等）

**（二）品牌联动**

接入省市级等媒体节目资源，拓宽传播渠道，增加医院曝光度。

五、其他服务

**（一）账号协助运营服务**

1.账号管理：协助管理视频类新媒体账号、视频内容发布、评论区维护及互动服务。

2.账号运营优化服务：指导新媒体账号定位优化、界面优化、平台流量扶持话题收集、账号内容选题优化，并根据平台审核标准对视频标题&敏感字句等优化服务。

**（二）视频内容制作服务**

1.账号策划服务：

（1）线下1对1与科室医生进行访谈，深度了解科室擅长方向与风格特征等；

（2）根据访谈收集的信息，对信息进行个性化的账号整体策划定位，包含账号调性、定位、内容风格、呈现方式等；

（3）账号整体风格背景图、后期制作风格结合元素进行设计和上传；

2.视频内容创作：

结合医院及科室专科内容、平台规则、用户观看喜好等多维度，撰写内容提纲、脚本等，形式根据当期内容而定。

（1）脚本内容沟通：编导于拍摄前一周与医生沟通、确认拍摄内容和形式、场景等。

（2）内容拍摄：根据已确定的脚本内容在指定场景进行内容拍摄，并提前准备相应的场景布置、道具等。

（3）视频剪辑：结合视频类新媒体运营规则及医生策划进行视频创意剪辑。

**（三）视频类新媒体运营服务要求**

1.投标人负责拟定选题、撰写拍摄脚本的定稿，提出拍摄需求，负责场地布景、现场引导拍摄等；采购人配合拍摄、提供视频内容素材、审核视频内容、沟通出镜专家、协调拍摄场地等；

2.按照计划初步确定视频拍摄内容选题后，投标人应尽快提交采购人进行审核及修改，采购人确认后需尽快出具脚本内容并提交采购人审核及修改，采购人审核通过后启动拍摄计划；

3.拍摄后五个工作日内，需将样片提供给采购人审核后方可以邮件、网盘等方式完成当期视频交付；

4.在视频制作过程中，采购人提出的合理要求，成交单位必须进行修改；

5.如因成交单位原因出现问题，成交单位需根据采购人反馈意见进行修片或重新拍摄制作，拍摄完成后当期视频需于五个工作日内交付；

**（四）售后服务要求**

（1）提供专职工作人员联系方式（手机或微信、邮箱等）；保证采购人在项目期内能及时联系到工作人员；如人员需要调整应取得采购人的同意；

（2）投标人需妥善管理采购人的所有图文影像资料，并保证采购人可以方便调用有关资料。

**（五）版权归属**

（1）视频版权归采购人所有；

（2）与视频相关的所有素材和资料需提供给采购人作其他宣传所用；

（3）成片后，成交单位需以硬盘或其他可存储设备方式将年度内所有高清无水印版本成片提供给采购人；

（4）确保项目运营过程中所使用到的图片、字体、视频等不存在侵权行为。同时应确保在项目执行过程中不违反有关法律法规，如广告法等。不侵害其他个人和组织的有关权益（包括但不限于知识产权、人身权利等）。由此造成的与其他个人和组织之间的法律纠纷，由受托方承担相应法律责任。委托方保留因此而造成的自身损失及实际代为赔偿的追偿权力。

（5）应按季及时完成视频类新媒体账号日常运维阶段性报告，包括宣传思路、运维基本情况、粉丝互动及福利活动等总结报告，存在的问题与困难、改进措施、下期工作计划等。如遇重大活动还应单独形成活动总结，用数据翔实评估活动的成果。

（6）维护期结束提交项目年度总结和评估报告，涵盖维护期内各项招标需求对应的工作完成情况和各项委托方需要提供的指标。

（7）受托方有义务遵守委托方内部关于本项目的各项规章制度，将项目执行期内的所有形式的工作成果无偿完整移交委托方，并应对有关信息进行保密。

**（六）保密**

未经采购人书面同意，不得以泄露、告知、公布、发布、出版、传授、转载、展示、转让或者其他任何方式使任何第三方知悉采购人的相关资料内容，也不得在合作过程中为非合作目的，或在合作过程之外，未经采购人书面同意使用采购人资料或许可、帮助他人使用采购人资料。采购人同意对成交单位的商业秘密或其他非公开信息采取同等保密义务。

**（七）意识形态要求**

坚持和巩固党对意识形态工作的领导，旗帜鲜明坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，不能有否定党的领导、攻击中国特色社会主义制度言论或其他因素出现，始终坚持围绕中心、服务大局，为推动高质量发展营造良好舆论氛围。

六、商务条款

1.服务期：本项目服务期限为一年。本项目为长期服务类项目，第一年为本次招标的中标服务期限，采购单位可根据项目需要和中标供应商的履约情况确定合同期限是否延长，但最长不超过三年。

2.报价要求

（1）投标人的投标总价不得超过项目控制金额，超过控制金额视为无效投标；

（2）本项目服务费采用包干制，包括服务成本、法定税费和企业利润。由投标人根据招标文件所提供的资料自行测算投标报价；一经中标，投标报价总价作为中标单位与采购单位签订的合同金额，合同期限内不做调整；

（3）投标人的投标报价，应是本项目招标范围和招标文件及合同条款上所列的各项内容中所述的全部，不得以任何理由予以重复，并以投标人在投标文件中提出的综合单价或总价为依据；

（4）投标人不得期望通过索赔等方式获取补偿，否则，除可能遭到拒绝外，还可能将被作为不良行为记录在案，并可能影响其以后参加政府采购的项目投标。各投标人在投标报价时，应充分考虑投标报价的风险。