附件

省地方志办2023年方志广东品牌打造服务项目需求

一、项目背景

为贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，根据《广东省地方志工作条例》，省委办公厅、省政府办公厅关于《进一步加强新时代地方志工作的通知》，及省地方志办《关于加快推进全省地方志数字化工作的通知》要求，繁荣我省地方志文化事业，通过“互联网+”数字化变革激发地方志的创新创造活力，提升全省的地方志文化产业竞争力，深入挖掘地方文化和地情资源，采用文字、声音、影像、动画、网页等多种媒体表现手段（多媒体），利用新媒体平台充分发挥展示地方志推介作用，以人民群众喜闻乐见的方式进行地方文化传播，切实讲好广东故事，让世界更好了解广东、读懂广东、认识广东。

二、项目需求

**（一）主要内容**

**1.方志广东系列专题全年常规性宣传：按照政务新媒体建设规范，讲好广东故事，提升影响力**

（1）推送计划：制定传播计划，包括季度、月度传播规划。

（2）推送频率：每周推送不少于4次，如有突发情况或重要活动，需要积极主动配合。

（3）推送内容：建立图文素材库，建设适合网站和新媒体推出的专题栏目3个，结合时下热点话题及应季时节，原创或组稿形式策划接地气的广东地方志图文内容不少于40篇。

（4）内容要求：文风契合互联网阅读习惯和新媒体传播特性，重点推荐文章配合设计原创海报。

**2.创新专题：数字化创新产品，增强传播力**

宣传性视频、互动宣传H5、海报、长图等创新产品不少于5个。

**（1）“方志广东”系列vlog**

结合广东省乡村旅游精品线路，以小编探馆的形式，拍摄不少于2分钟的vlog视频，接地气地介绍广东村情馆、地道风物等内容。挖掘具有吸引力的广东方志内容，向各地观众宣传推介广东省情。

计划半年创作1期，全年共计2期。

**（2）广东省情互动问答类H5**

以互动问答类H5，宣传推介广东省情。题库可涵盖岭南文化、风俗习惯、地理建筑等领域，H5开辟得分榜，榜首用户可获得荣誉或者相应奖励，以轻竞争形式激发大众的挑战欲。

**（3）重点节点宣传海报或SVG图文不少于2个**

**（二）宣传推广规划**

建立“方志广东”新媒体发布生态圈。以“方志广东”微信公众号为基础，借助互联网平台流量优势，布局新媒体生态圈。推广好学习强国广东学习平台【方志广东】专栏，通过南方+、腾讯新闻、今日头条等媒体平台，充分利用互联网平台流量优势，以微信公众号为内容生产基地，根据各平台新闻推荐特征以及用户阅读习惯，分发至各平台，打造“方志广东”新媒体矩阵式发布渠道。

**（三）团队要求**

由1名核心负责人、1名经验丰富的驻点专职新媒体编辑及后方技术支持人员组成的成熟政务支持团队。重点宣传内容经团队内审后，聘请1位文史专家审核，费用由服务提供方负责，预算费用约为项目总费用的9%。

提供以微信公众号为主的新媒体平台技术支持，包括但不限于微信公众号UI类设计、首页banner图设计、公众号内icon设计、文章内顶部和底部贴片设计等；线上活动等技术支持保障。

项目主要内容

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项目** | **服务内容** | **次数/时间** |
| 方志广东系列专题全年常规性宣传 | 投入1名核心负责人、1名经验丰富的驻点专职新媒体编辑、1个成熟政务支持团队，主要负责：  1.政务新媒体规范建设；  2.“方志广东”微信内容编辑美化以及推送，新增原创专题栏目3个；原创文章不少于40篇；  3.包含活动预热、主题宣传、活动总结等微信软文，日常评论回复互动等;  4.新媒体生态圈内容分发，将内容分发到企鹅号、头条号、南方号等新媒体渠道;  5.学习强国广东学习平台【方志广东】专栏日常发布;  6.其他新媒体平台打造;  7.配合业主活动互动。如遇突发事件，团队需无条件随时协助配合。 | 每周推送不少于4次，根据实际情况调整。 |
| 专题策划 | 根据省地方志重点活动内容制作5期创新策划（含1个互动问答类H5、2期vlog、重点节点宣传海报或SVG图文不少于2个。 | 5个 |
| 技术支持 | 1. 开发设计微信菜单栏，包括但不限于微信公众号UI类设计、首页banner图设计、公众号内icon设计、文章内顶部和底部贴片设计等； 2. 对开展的线上活动提供技术支持保障，以保障活动顺利开展。 | 12个月 |
| 宣传推广 | 1. 根据重点策划内容投放微信朋友圈广告（20万曝光）。 2. 根据省地方志提供的新闻素材稿件，推荐至主流新媒体平台。 | 12个月 |

三、项目评分

**（一）技术商务评分：**

**技术商务评分表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审分项 | 分值 | 评分标准 |
| 1 | 项目实施方案（包括总体方案及各阶段实施细则，从方案的合理性、整体性、可行性等方面比较） | 15 | 方案思路清晰，人员结构合理，工作内容切实可行，得15分；  方案思路较清晰，人员结构较合理，工作内容可行性较好，得10分；  方案思路不够清晰，人员结构较合理，工作内容可行性一般，得5分；  方案思路混乱，人员结构不合理，工作内容可行性较差，得0分。 |
| 2 | 推广方案 | 15 | 根据各投标人提供的推广方案，具有可行性、针对性、全面性、覆盖面广，推广策划团队力量充足；推广思路清晰、推广策略最优。能最大效果对项目成果进行传播展示得15分；  根据各投标人提供的推广方案，基本满足项目要求，推广方案基本可行、针对性一般、覆盖面一般，推广策划团队力量基本充足；推广思路基本清晰、推广策略基本可行得 10分；  根据各投标人提供的推广方案，推广方案差、无针对性、无覆盖面，推广策划团队力量差；推广思路差、推广策略差得 5 分。 |
| 3 | 服务承诺及技术保证 | 10 | 对投标人的服务承诺及技术保障措施，满足专人负责、及时跟踪服务、及时有效沟通等要求进行综合评审：  （1）服务承诺及技术保证全面，宣传覆盖面广，可行性强，满足各项要求，10分；  （2）服务承诺及技术保证较全面，宣传覆盖面较广，可行性较强，较满足各项要求，6分；  （3）服务承诺及技术保证一般，宣传覆盖面一般，可行性一般，基本满足各项要求，3分；  （4）未提出服务承诺及技术保证，0分。 |
| 4 | 项目团队配备 | 10 | 根据投标人对本项目投入的技术人员职称、经验等进行综合评审，团队建设完备，有较强的专业技术力量合作支持：  团队人员结构合理，专业性强，得10分；  团队人员结构较合理，专业性较强，得6分；  团队人员充足，有一定专业性，得3分；  团队人员结构不合理，得0分；  须提供服务人员名单，投标截止日前三个月的人员所在地缴纳社保证明及相关资质和能力证书复印件。 |
| 5 | 工作计划及进度安排 | 10 | （1）工作计划详实，可操作性强，工作时间与进度计划合理，满足项目要求得10分；  （2）工作计划比较详实，可操作性比较强，工作时间与进度计划比较合理，比较满足项目要求得6分；  （3）工作计划简单，工作时间与进度计划基本满足项目要求，得3分；  （4）工作计划不合理，工作时间与进度计划不满足项目要求，得0分。 |
| 6 | 同类业绩 | 10 | 投标人2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）完成与本项目同类业绩的，每个得2分。本项最高得10分。  注：需提供合同或中标通知书复印件且加盖，否则不得分。 |
| 7 | 企业管理体系 | 6 | 投标人提供以下3个管理体系认证证书，每一个得2分，本评分项最多得6分。  （1）质量管理体系认证证书；  （2）职业健康管理体系认证证书：  （3）环境管理体系认证证书。  注：须同时提供有效认证证书复印件并加盖响应供应商公章及全国认证认可信息公共服务平台（http://cx.cnca.cn/）查询打印页并加盖响应供应商公章，不提供不得分。 |
| 8 | 投标人资质和信誉 | 5 | 投标人荣获第三方（政府部门或行业协会等）颁发的荣誉或嘉奖情况进行综合评审：获得省级荣誉或嘉奖的，每提供一项得2分；省级以下荣誉或嘉奖的，每提供一项得1分；总得分不超过4分。无：得0分。 |
| 9 | 企业信用等级证书 | 5 | 响应供应商获得企业信用评价AAA级证书得5分；AA级证书得3分；A级证书得1分；没有或其他不得分。  备注：提供有效期内的证书复印件。 |
| 10 | 服务便利性 | 4 | 团队在接到采购人通知后能在1小时以内到达采购人地址的得4分，1.5小时以内的得2分，2小时以内的得1分，其他不得分。  注：须提供供应商办公地址至采购人地址的百度地图所示的驾驶时间截图作为证明材料，否则不得分。 |
| 合计 | | | 90分 |

**（二）价格评分：**

各有效磋商供应商的评审价中（以最终报价为依据），取最低价者作为基准价，各有效响应供应商的价格评分统一按照下列公式计算：价格得分＝（基准价÷评审价）×10