**附件1 采购内容及需求**

**一、项目概况**

为拓展我院宣传渠道，创新宣传形式，进一步扩大医院品牌的社会影响力，浙江中医药大学附属第二医院拟采购融媒体传播宣传服务项目。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目名称** | **服务期** | **预算** | **入围** |
| 1 | 融媒体传播宣传服务项目 | 12个月 | 3万元 | 1家 |

**二、服务要求**

1、供应商应具有丰富的融媒体传播策划经验和高质量的内容制作能力，能够提供专业的图文、短视频、直播等多媒体内容；具有丰富的媒体渠道资源，省委省政府指定重要信息发布平台之一，省级融媒广播主频率优先考虑。

2、供应商应具有丰富的医疗卫生系统的服务经验，有一定的医学常识，熟悉医院的宣传需求。与长三角地区公立三甲医院有长期稳定合作，与省级广播电视媒体有医疗健康栏目合作的供应商优先考虑。

3、供应商能够紧密围绕特定活动或事件（如新院区开业、暖医故事等），提供融媒体传播宣传服务，服务内容包括但不限于：

（1）传播策划：深度挖掘采购人需求与市场热点，量身定制一套既具创意又高度契合目标受众的传播策划方案；能够准确把握新闻传播的节奏和力度，确保医院时事策划能够达到预期的宣传效果。

（2）移动直播：2场次，时长约60分钟。供应商负责直播工作人员、直播设备、直播脚本等全案策划、执行；直播平台为供应商自有新媒体平台，并同步支持向采购人平台拉流直播，实现多渠道覆盖，扩大传播范围与影响力。

（3）移动直播配套宣传：在移动直播前后及过程中，供应商设计并实施一系列配套宣传活动，以最大化直播效果并延长宣传周期。具体举措包括但不限于社交媒体预热、直播推送直播回放等内容。

（4）直播剪辑二次传播：对直播内容进行精心剪辑，制作至少2条短视频供采购人刊发，并通过供应商自有短视频平台、社交媒体等渠道二次传播，进一步扩大宣传覆盖面。

（5）融媒体端宣传：邀请专家走进演播室进行健康科普访谈，至少录制2期。

（6）短视频制作：至少提供8条短视频制作服务，每条限于2分钟内，主题待议。

3、供应商对医院其他重要活动、重大事件应积极给予推广支持。

4、供应商需有专业的运营团队，服务期内有专人负责对接沟通，能及时响应并按采购人的要求提供服务。

5、如采购人对服务质量有异议，供应商应耐心查实后说明，并按采购人要求整改，期间所涉及费用含在投标报价中，采购人不额外支付。

6、供应商投标时，需针对本项目采购内容提供一份详细的服务方案。

**三、商务要求**

1、服务期：合同签订生效后6个月。

2、付款方式：合同付款方式为按进度付款。合同签订生效后，供应商完成撰写策划方案、直播准备工作后，采购人向供应商支付合同总价的50%。项目验收合格并交付后，采购人向供应商支付至合同总价的100%。每次结算前供应商开具符合要求的发票，采购人自收到发票之日起15个工作日内付款。

3、报价方式：本次报价方式为总价包干。报价应包括本项目整个服务期所需的人工费、住宿费、餐旅费、设备费、编剧费、制作费、保险费、交通费、利润、税金（包含须由供应商承担的各种税费）及潜在可能涉及的一切费用。