

第三章 技术、服务及其他要求

(注：本章的技术、服务及其他要求中，带“★”的要求为实质性要求。采购人、代理机构应当根据项目实际要求合理设定，并在第五章符合性审查中明确响应要求。)

3.1.采购内容

采购包1：

采购包预算金额（元）：700,000.00

采购包最高限价（元）：700,000.00

序号	采购品目名称	标的名称	数量 (计量单位)	标的金额 (元)	所属行业	是否涉及 核心产品	是否涉及 采购进口 产品	是否涉及 强制采购 节能产品	是否涉 及优先 采购节 能产品	是否涉 及优先 采购环 境标志 产品
1	C23150 000 广告 宣传服务	2026公 园城市新 媒体账号 矩阵内容 制作及运 营维护	1.00 (项)	700,000. 00	租赁和商 务服务业	否	否	否	否	否

是否适用本国产品标准：

采购包1：否

报价要求

采购包1：

序号	报价内容	数量 (计量单位)	最高限价	价款形式	报价说明
1	2026公园城市新媒体 账号矩阵内容制作及运 营维护	1.00 (项)	700,000.00	总价	无

★注：本采购包涉及采购货物的，供应商响应产品应当明确品牌和规格型号并指向唯一产品，不能指向唯一产品的，应通过报价表唯一产品说明栏补充说明。

本项目涉及核心产品：

采购包1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：涉及核心产品的，具体评审规定见第五章。

本项目涉及采购进口产品：

采购包1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

★注：不涉及采购进口产品时，供应商不得提供进口产品进行响应；涉及采购进口产品时，如国产产品满足采购需求，也可提供国产产品进行响应。

本项目涉及强制采购节能产品：

采购包1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

★注：响应产品属于《节能产品政府采购品目清单》中政府强制采购的产品，供应商应当提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，否则作无效响应处理。具体要求详见第五章符合性审查表。

本项目涉及优先采购节能产品：

采购包1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：响应产品属于《节能产品政府采购品目清单》中优先采购的产品，供应商提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，可以享受优先采购政策。具体要求详见第五章规定。

本项目涉及优先采购环境标志产品：

采购包1：

序号	采购品目名称	标的名称	产品名称
不涉及			

注：响应产品属于《环境标志产品政府采购品目清单》中的产品，供应商提供由国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书的原件扫描件或“全国认证认可公共服务平台”（<http://cx.cnca.cn>）的认证信息截图，可以享受优先采购政策。具体要求详见第五章规定。

3.2.技术要求

采购包1：

标的名称：2026公园城市新媒体账号矩阵内容制作及运营维护

序号	符号标识	技术要求名称	技术参数与性能指标

1	★	技术要求	<p>(一) 服务内容及要求</p> <p>1. 成都公园城市微信公众号</p> <p>(1) 基础运营：公众号菜单栏维护更新、7*8小时在线客服、舆(yu)情诉求反馈、慢直播页面设置、技术维护等；时间频次：1年；平台正常运行，安播期及重要节日等进行巡检，无内容安全生产事故发生。</p> <p>(2) 内容制作：常规时段稿件和重点时段宣传稿件采编、制作等；工作日公众号每天至少发布2条推文，其他非工作时间视具体情况按需发布。采写编辑微信公众号原创推文不少于120条。</p> <p>(3) 平面视觉设计：常规节日、节庆海报，原创人物海报、微信svg交互呈现形式，常规宣传内容的美编协助等；服务期内，根据具体宣传需求进行相应支撑；所采用的设计素材、字体均有使用版权，所设计的相关产品由采购人享有所有权。</p> <p>2. 成都公园城市微信视频号原创短视频制作</p> <p>(1) 基础保障及视频内容制作、运营：包括但不限于非原创视频的上传发布、各业务处室或下属单位的活动直播/慢直播信号的接入运营、监播。拍摄制作原创短视频不少于50条，每周不少于1条，每条时长不少于30秒。</p> <p>(2) 整合公园城市行业领域自媒体或网络大V资源，微信公众号开设宣传专栏，征稿或获得授权使用原创稿件（小视频）不少于20篇（条）。</p> <p>3. 公园城市新浪微博、头条号、抖音号运营维护</p> <p>(1) 平台基础保障及内容运营：公园城市新浪微博运营维护，时间频次：1年；新浪微博发布信息不少于2000条，新浪微博原自设话题#在成都打卡公园城市#打造为成都同城千万级的阅读话题，并设立新的话题进行支持、维护。</p> <p>4. 临时性拍摄、摄像</p> <p>(1) 信息采集：满足采购人临时性拍摄、摄像要求。时间频次不少于10次/年。</p> <p>(二) 其他要求</p> <p>1. 围绕成都公园城市建设的特色亮点及重要事件，除在原有的新媒体矩阵上进行内容发布呈现外，能按需在自有媒体平台或在不少于2家市级媒体平台上进行宣传推广。</p> <p>2. 履约结束1个月内，制作完成年度优秀宣传案例汇编电子版和纸质版20套，提交给采购人。</p>
---	---	------	---

3.3.服务要求

3.3.1服务内容要求

采购包1:

序号	符号标识	服务要求名称	服务要求内容
无			

3.3.2.商务要求

采购包1:

序号	符号标识	商务要求名称	商务要求内容
1	★	服务期限	合同签订后一年
2	★	服务地点	成都市内，采购人指定的地点。
3	★	验收、交付标准和方法	<p>1.验收组织方式：自行验收 2.是否邀请本项目的其他供应商：否 3.是否邀请专家：否 4.是否邀请服务对象：否 5.是否邀请第三方检测机构：否 6.履约验收程序：一次性验收 7.履约验收时间：验收条件说明：成交供应商提交验收申请后，达到验收条件起 15 日内，验收合同总金额的 100%； 8.验收组织的其他事项：无 9.技术履约验收内容：按照采购需求确定的技术要求内容验收。 10.商务履约验收内容：按照采购需求确定的商务要求内容验收。 11.履约验收标准：（1）本项目严格按照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205号）、《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22号）的要求进行验收。（2）验收考评初始分值100分，按照以下情况进行加减分：①加分项：新媒体运维服务产品受到采购人肯定的，1次加0.5分；在合同约定的服务质量标准基础上，超额完成的，每项加2分。②扣分项：新媒体运维服务产品出现表述不准确、错字漏字的，1次扣5分；被上级通报或被采购人严肃指出存在问题的，1次扣10分；未达到合同约定服务要求指标的，1项扣10分。当考核得分大于或等于90分时，验收通过，全额支付尾款；当考核得分大于或等于80分且小于90分时，验收通过，扣减尾款的10%；当考核得分大于或等于70分且小于80分时，验收通过，扣减尾款的20%；当考核得分小于70分时，验收不通过，采购人不支付尾款。 12.履约验收其他事项：无。</p>
4	★	支付方式	分期付款
5	★	付款进度安排	<p>1、预付款，自本合同签订生效后，采购人收到成交供应商出具的合法有效完整发票后10个工作日内向成交供应商支付合同金额的60%；（后文内容为系统自动生成，以上内容为准），达到付款条件起10日内，支付合同总金额的60.00%</p> <p>2、尾款，经采购人验收合格后，收到成交供应商相应合法票据后10个工作日内，支付余下合同金额的40%。（后文内容为系统自动生成，以上内容为准），达到付款条件起10日内，支付合同总金额的40.00%</p>

6	★	违约责任与解决争议的方法	<p>(一) 采购人的违约责任: 1.成交供应商在服务期内无质量问题和违约行为的, 采购人须按时向成交供应商支付服务费。若逾期未支付, 采购人须每日按应付金额万分之三向成交供应商支付违约金, 违约金最高不超过应付金额的百分之一。 2.双方确认, 如采购人因资金调度、财政拨款等原因不能按时付款, 付款期限顺延, 不视为采购人违约。 (二) 成交供应商违约责任: 1.如因成交供应商工作人员在履行职务过程中的疏忽、失职、过错等故意或者过失原因给采购人造成损失或侵害, 包括但不限于采购人本身的财产损失, 及由此而导致的采购人对任何第三方的法律责任等, 成交供应商对此均应承担全部的赔偿责任。采购人因客观需要对外先行赔付的, 有权向成交供应商全额追偿。 2.成交供应商指派的服务人员不符合合同约定的数量和标准, 或擅自更换服务主要成员, 采购人有权要求成交供应商限期整改并要求成交供应商支付违约金。 3.成交供应商未按照采购人工作安排参加会议或准备阶段成果汇报材料的, 视为成交供应商违约。 4.成交供应商不能按时提交成果, 或提供的服务成果不满足约定的数量、标准等, 采购人有权要求成交供应商限期整改, 若成交供应商未按照采购人要求整改完成, 采购人有权要求成交供应商支付违约金。 5.合同解除: 合同履行中出现以下情形视为严重违约, 采购人有权单方解除本合同, 不再向成交供应商支付合同约定的剩余款项, 并赔偿采购人的全部损失。 (1) 未经采购人许可, 擅自将服务事项全部或部分分包或转包他人; (2) 成交供应商在合同有效期内累计出现多次违约行为; (3) 成交供应商因自身原因, 提交合同约定的各阶段服务工作逾期累计超过一定时间, 双方已协商的除外; (4) 成交供应商不按采购人要求或合同约定进行整改或连续多次整改后仍不合格的; (5) 成果验收不通过或服务考核不合格; (6) 成交供应商违反本合同关于知识产权、保密条款的约定, 造成采购人严重损失或影响。 (三) 解决争议的方法 1.因服务的质量问题发生争议, 由采购人或其指定的第三方机构进行质量鉴定。服务符合标准的, 鉴定费由采购人承担;服务不符合质量标准的, 鉴定费由供应商承担。 2.合同履行期间, 若双方发生争议, 可协商或由有关部门调解解决, 协商或调解不成的, 依法向采购人所在地人民法院提起诉讼。 3.仲裁裁决应为最终决定, 并对双方具有约束力。 4.除另有裁决外, 仲裁费应由败诉方负担。 5.在仲裁期间, 除正在进行仲裁部分外, 合同其他部分继续执行。</p>
---	---	--------------	---

3.4.其他要求

采购包1:

1.本章标注★的为实质性要求。实质性要求未明确证明材料的, 在商务应答表或服务应答表或技术参数与性能指标应答表中应答或响应。 2.供应商针对本项目拟提供服务方案, 内容包含: ①新媒体矩阵内容选题策划机制、内容规划及目标预设; ②微信微博内容规范化发布机制; ③内容原创计划; ④内容审核机制; ⑤短视频拍摄主题和视频拍摄计划; ⑥信息发布保障; ⑦服务进度保障措施; ⑧人员配备。 3.供应商针对本项目拟提供应急处置方案, 内容包含: ①应急处置措施; ②应急人员安排。 4.供应商拟投入本项目团队人员, 具备新闻学或汉语言文学或广播电视学类相关专业人员; 具有新闻从业人员相关资格证书的; 主要人员中, 有新闻采编类专业中级或以上职称。 5.供应商具有类似项目履约经验。