用户需求书

（B包需求书）

一、项目名称

快手短视频宣传推广合作

二、采购内容

供应商结合包括但不限于医疗保障相关政策知识、法律法规等专业市场推广及用户运营技术，对营销宣传科普类内容把控、市场互动与推广逻辑做出准确策略定位并实施。费用 42 万元（固定总价和预算一致不变）。

（一）主要服务类别：一是营销宣传科普类视频内容把控；二是通过快手信息流平台本地（海南）推广；

（二）目标人群：18 周岁及以上海南居民；

（三）曝光量：不低于 600 万次；

三、服务要求

（一）★供应商应针对本项目配备专业服务团队，团队成员应能熟练操作快手后台程序，熟悉本地各区域用户画像与用户数量，有丰富的投放与运营经验，具备专业市场营销策划、文案、新闻传媒类技能，有对营销宣传科普类视频内容把控力，有拍摄或剪辑相关宣传内容经验等。

（二）★供应商应具有保护参与活动人员隐私及数据安全能力，并保证用户数据不会泄露给第三方机构或个人。

（三）★供应商应定向曝光质量把控，真实展示实际曝光次数及点击率，抵制虚假作弊流量。同时具有对人群、地域、时段多维定向分析，及时优化分配投放资源。

（四）★供应商应提供效果监测服务。主要包括，实施监测营销效果，并通过效果转化及时调整投放策略；基于快手大数据平台，从曝光、点击、评论等效果监测指标中了解账号的数据变化；从性别、年龄、地域等多个维度了解用户画像情况，实现全方位效果监测。

（五）★供应商应根据本项目对推广阶段的要求提供可行性服务方案，内容体现规划、整合和实施体系。

（六）★供应商应保证提供合法服务，服务成果拥有自主知识产权，确保不会侵犯第三方的专利权和设计权。若任何第三方提出侵权指控或赔偿要求，供应商必须与第三方交涉，并承担发生和可能发生的一切损失、费用和法律责任。项目完成后，所有成果的知识产权归采购人所有。

（七）★所有广告内容必须经过采购人的审核方可发布。供应商不得随意撤换采购人的广告内容。如发现广告漏发或发布周期不足等现象，应以“少一罚三”的原则进行补发。

（八）★项目结束后，供应商应积极配合采购方做好所有项目验收工作。

四、其它要求

（一）服务期：1 个月。

（二）成交人要保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时报告和反馈信息，尊重项目业主方的意见，接受项目业主方的提议、监督和指导。

（三）报价人必须根据所投产品的技术参数、资质资料编写响应文件。在成交结果公示期间，采购人有权对成交候选人所投产品的资质证书等进行核查，如发现与其响应文件中的描述不一，代理机构将报政府采购主管部门严肃处理。

（四）采购资金的支付方式、时间、条件，由成交供应商与采购人签订合同时具体约定。

（五）按标书服务要求和国家行业标准进行验收。

（六）★报价人应对如下实施过程中的相关要求内容提交承诺书，否则按废标处理：中标供应商必须按照项目实际需要，策划广告内容（所有内容不得有侵权情形，否则相关法律责任由供应商负责）及指定广告宣传具体方案，交由采购人审核通过后方可实施。采购人确认最终广告设计成果及宣传方案后，供应商应在 20 个工作日内开始启动投放宣传。

（七）★为保证项目的正常有序进行，需投标单位承诺能在确认中标后一个月内取得对应的广告发布资质（或相关授权），并不晚于 2021 年 11 月 30 日确保

宣传广告开始投放。

注：★为实质性条款，供应商必须满足。对于上述标注★要求，供应商应在响应文件中进行回应，作出承诺或说明，否则将视为无效效应处理。

（C包需求书）

一、项目名称

微信朋友圈 H5 宣传推广合作

二、采购内容

供应商应结合包括但不限于医疗保障政策相关基础知识、专业成效开发技术、专业市场推广及用户运营技术，对 HTML5 开发、市场互动与推广逻辑做出准确策略定位并实施。费用 39 万元（固定总价和预算一致不变）。

（一）目标人群：18 周岁及以上海南居民。

（二）曝光量：不低于 600 万次。

（三）主要服务：答题、展示及互动类型 HTML5 设计、开发与推广 3 个。采用 pr（Adobe Premiere）软件。利用 filmimpact 插件实现 H5 页面视频衔接转场；利用 shadeshape 插件实现 H5 页面三维立体文字制作；利用 magic bullet 插件对 H5 页面视频进行滤镜处理。

（四）图片制作需求：采用 PS（Photoshop）软件，对项目所需的图片进行美化和分辨率缩放（适配手机端）。

（五）动画制作需求：采用 AE（After Effect）软件，对项目 H5 页面所需动画进行制作。利用 Beauty Box 模块实现人物动作和图像的美化。

（六）H5 制作需求：利用 Bootstrap 前段框架（或者 Groundwork、Base 等），实现响应式布局支持移动端多浏览器（Firefox、Safari、Chrome 及各个手机厂商自带浏览器）访问。利用 Swiper 插件实现 H5 页面图片的轮播；利用 H5 Canvas 进行小游戏的制作。

三、服务要求

（一）★网络推广服务：供应商在项目执行前期需出具与本项目指定媒体签署的代理授权证明文件以及投放协议等供审核。

（二）★服务团队要求：供应商应针对本项目配备专业服务团队，团队成员应具备丰富的技术研发、线上活动策划、制作、用户运营、推广、设计等方面的专业知识及经营，并确保服务团队人员的稳定性。

按照《个人信息保护法草案》要求，服务团队应具有保护参与活动人员隐私及数据安全的能力，包括但不限于用户数据安全传输能力（包括安全的 tls 加密），用户数据存储加密能力，并保证用户数据不会泄露给第三方机构或个人。

（三）★产品服务能力：按项目要求，定向曝光质量把控，真实展示实际曝光次数及点击率，抵制虚假作弊流量。同时具有对人群、地域、时段多维定向分析，及时优化分配投放资源。

（四）★效果监测服务：H5 程序设计应具备前段插桩，后端日志收集等功能，将准确的项目进展数据通过 ELK 等工具作出分析，并在执行期间，至少每三天提供一次项目的执行进展曝光，内容包括但不限于 H5 程序总访问量、已投放微信朋友圈广告统计信息、投放效果和投放策略调整建议等。

（五）★供应商应保证提供合法服务，服务成果拥有自主知识产权，确保不会侵犯第三方的专利权和设计权。若任何第三方提出侵权指控或赔偿要求，供应商必须与第三方交涉，并承担发生和可能发生的一切损失、费用和法律责任。项目完成后，所有成果的知识产权归采购人所有。

（六）★所有广告内容必须经过采购人的审核方可发布。供应商不得随意撤换采购人的广告内容。如发现广告漏发或发布周期不足等现象，应以“少一罚三”的原则进行补发。

（七）★项目结束后，供应商应积极配合采购方做好所有项目验收工作。

四、其它要求

（一）服务期：1 个月。

（二）成交人要保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时报告和反馈信息，尊重项目业主方的意见，接受项目业主方的提议、监督和指导。

（三）报价人必须根据所投产品的技术参数、资质资料编写响应文件。在成交结果公示期间，采购人有权对成交候选人所投产品的资质证书等进行核查，如发现与其响应文件中的描述不一，代理机构将报政府采购主管部门严肃处理。

（四）采购资金的支付方式、时间、条件，由成交供应商与采购人签订合同时具体约定。

（五）按标书服务要求和国家行业标准进行验收。

（六）★报价人应对如下实施过程中的相关要求内容提交承诺书，否则按废标处理：中标供应商必须按照项目实际需要，策划广告内容（所有内容不得有侵权情形，否则相关法律责任由供应商负责）及指定广告宣传具体方案，交由采购人审核通过后方可实施。采购人确认最终广告设计成果及宣传方案后，供应商应在 20 个工作日内开始启动投放宣传。

（七）★为保证项目的正常有序进行，需投标单位承诺能在确认中标后一个月内取得对应的广告发布资质（或相关授权），并不晚于 2021 年 11 月 30 日确保宣传广告开始投放。

注：★为实质性条款，供应商必须满足。对于上述标注★要求，供应商应在响应文件中进行回应，作出承诺或说明，否则将视为无效效应处理。

（E包需求书）

一、项目名称

乡村宣传栏宣传推广合作

二、采购内容

为更深度更广度宣传医保政策，吸引更多基层群众关注了解医保待遇等相关政策，更好享受医保改革发展带来的红利，充分利用全省各市县乡村宣传栏和宣传墙，通过精选优质政策内容、直观易懂的形式、贴近群众生活需求，输出医保待遇、医疗救助、村医通以及电子医保凭证等相关政策，进一步提升医保相关政策的认知度。预算 40 万元（固定总价和预算一致不变）。

（一）全省各市县（含洋浦）社区/乡镇/自然村宣传栏或宣传墙政策宣传；

（二）服务范围：物料设计、内容策划、印刷、安装工程及成品推广等；

（三）★其他需求：产品数量不少于 800 幅；产品规格：广告画面的净尺寸应不少于 3 平方米；产品材质：户外彩色高清写真。

三、服务要求

（一）★本项目采购的物品，所有文字和图标样式必须经采购人审定后方可印刷、生产和安装。

（二）★所供产品要符合国家质量标准的合格产品，制造标准、安装标准及技术规范。

（三）★所有广告内容必须经过采购人的审核方可发布。供应商不得随意撤换采购人的广告内容。如发现广告漏发或发布周期不足等现象，应以“少一罚三”的原则进行补发。

（四）★供应商应保证提供合法服务，服务成果拥有自主知识产权，确保不会侵犯第三方的专利权和设计权。若任何第三方提出侵权指控或赔偿要求，供应商必须与第三方交涉，并承担发生和可能发生的一切损失、费用和法律责任。项目完成后，所有成果的知识产权归采购人所有。

（五）★供应商必须提供详细的服务期内技术支持和服务方案，包括却不限于：设计方案、运行方案、制作安装方案、维护保障方案。

（六）★服务期内，广告的日常维护工作应由供应商全权负责。

（七）★项目结束后，供应商应积极配合采购方做好所有项目验收工作。

四、其他要求

（一）服务期：3 个月。

（二）成交人要保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时报告和反馈信息，尊重项目业主方的意见，接受项目业主方的提议、监督和指导。

（三）报价人必须根据所投产品的技术参数、资质资料编写响应文件。在成交结果公示期间，采购人有权对成交候选人所投产品的资质证书等进行核查，如发现与其响应文件中的描述不一，代理机构将报政府采购主管部门严肃处理。

（四）采购资金的支付方式、时间、条件，由成交供应商与采购人签订合同时具体约定。

（五）★对每幅宣传广告上画进行拍照，作为验收条件。供应商必须保证广告宣传画面平整、清晰、张贴稳固。

（六）★报价人应对如下实施过程中的相关要求内容提交承诺书，否则按废标处理：中标供应商必须按照项目实际需要，策划广告内容（所有内容不得有侵权情形，否则相关法律责任由供应商负责）及指定广告宣传具体方案，交由采购人审核通过后方可实施。采购人确认最终广告设计成果及宣传方案后，供应商应在 20 个工作日内开始启动投放宣传。

（七）★为保证项目的正常有序进行，需投标单位承诺能在确认中标后一个月内取得对应的广告发布资质（或相关授权），并不晚于 2021 年 11 月 30 日确保宣传广告开始投放。

注：★为实质性条款，供应商必须满足。对于上述标注★要求，供应商应在响应文件中进行回应，作出承诺或说明，否则将视为无效效应处理。

（F包需求书）

一、项目名称

海口市小区户外灯箱媒体宣传推广合作

二、采购内容

在海口市投放 70 面以上户外灯箱广告（每个小区投放 1 面，可供挑选的小区数量应不少于 140 个），广告投放时间为 6 个月。灯箱位置应在小区的出入口或小区内道路的主干道处。灯箱需要夜间亮灯。灯箱广告画面的净尺寸应不少于 3 平方米。**费用 42 万元**（固定总价和预算一致不变）。

三、服务要求

（一）★供应商需提供详细的项目服务方案，方案需包含广告策划方案、宣传方案、服务保障方案、进度方案、应急方案等。广告策划方案需包含具体的广告软文方案；宣传方案需明确社区灯箱具体安排等；服务保障方案需体现服务体系、机构配置、人员安排、责任机制、工作流程等内容；进度方案需明确具体实施步骤、时间节点等；应急方案需体现故障类型、应急处置方式、故障处理流程等内容。

（二）★供应商应提供广告的制作和上刊、以及后期媒体的维护、清洁，保证媒体正常刊发和媒体的美观度。

（三）★在预算范围内，采购人可根据实际情况适当调整部分广告投放位置。

（四）★所有广告内容必须经过采购人的审核方可发布。供应商不得随意撤换采购人的广告内容。如发现广告漏发或发布周期不足等现象，应以“少一罚三”的原则进行补发。

（五）★供应商应做好整个活动资料的收集，项目开展的过程应有媒体宣传资料等，项目结束后应将所有资料设计排版制订成册，并移交采购人。

（六）★供应商应保证提供合法服务，服务成果拥有自主知识产权，确保不会侵犯第三方的专利权和设计权。若任何第三方提出侵权指控或赔偿要求，供应商必须与第三方交涉，并承担发生和可能发生的一切损失、费用和法律责任。项目完成后，所有成果的知识产权归采购人所有。

（七）★服务期内，广告的日常维护工作应由供应商全权负责。

（八）★项目结束后，供应商应积极配合采购方做好所有项目验收工作。

四、其他要求

（一）服务期：6 个月。

（二）成交人要保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时报告和反馈信息，尊重项目业主方的意见，接受项目业主方的提议、监督和指导。

（三）报价人必须根据所投产品的技术参数、资质资料编写响应文件。在成交结果公示期间，采购人有权对成交候选人所投产品的资质证书等进行核查，如发现与其响应文件中的描述不一，代理机构将报政府采购主管部门严肃处理。

（四）采购资金的支付方式、时间、条件，由成交供应商与采购人签订合同时具体约定。

（五）★对每幅宣传广告上画进行拍照，作为验收条件。供应商必须保证广告宣传画面平整、清晰、张贴稳固。

（六）★报价人应对如下实施过程中的相关要求内容提交承诺书，否则按废标处理：中标供应商必须按照项目实际需要，策划广告内容（所有内容不得有侵权情形，否则相关法律责任由供应商负责）及指定广告宣传具体方案，交由采购人审核通过后方可实施。采购人确认最终广告设计成果及宣传方案后，供应商应在 20 个工作日内开始启动投放宣传。

（七）★为保证项目的正常有序进行，需投标单位承诺能在确认中标后一个月内取得对应的广告发布资质（或相关授权），并不晚于 2021 年 11 月 30 日确保宣传广告开始投放。

注：★为实质性条款，供应商必须满足。对于上述标注★要求，供应商应在响应文件中进行回应，作出承诺或说明，否则将视为无效效应处理。

（H包需求书）

一、项目名称

印制医疗保障宣传折页

二、采购内容

从医保工作、城乡居民医保待遇、职工医保待遇、医保基金监管等方面，分几个系列，印制宣传折页（5 折页）60 万份以上。费用 30 万元（固定总价和预算一致不变）。

三、服务要求

（一）★产品为五折页彩印宣传折页，材质为 157 克铜版纸，展开尺寸：21cm*9.5cm*5。

（二）★项目应包含设计、内容排版、文稿编辑、校对、图片采集、工艺制作、打样、印刷等。应采用环保型油墨印刷（印刷产品没有刺鼻异味），印刷图文清晰，色彩鲜亮。

（三）★本项目报价包含设计、印制费用，包装费用，运输交通费、突发性作业费、误餐费、不可预计费等项目实施过程中的全部费用。供应商报价中漏报、少报的费用视为已隐含在报价中，成交后不得再向采购人收取。供应商需根据项目情况斟酌报价。

（四）★供应商应保证提供合法服务，服务成果拥有自主知识产权，确保不会侵犯第三方的专利权和设计权。若任何第三方提出侵权指控或赔偿要求，供应商必须与第三方交涉，并承担发生和可能发生的一切损失、费用和法律责任。项目完成后，所有成果的知识产权归采购人所有。

（五）★货物送达完毕后，由采购方组织验收，双方在验收单上签字盖章，如果验收货物达不到招标的材料要求标准，甲方有权拒绝接受。

（六）★质量及运输要求：印刷清晰，不少页或缺页，装帧美观，装订牢固。本次采购的货物必须是全新的，所有货物运输到达现场时的包装必须是原厂完整的。所需工具设施物料由成交供应商自备、自费运到现场，完工后自费搬走。

（七）★项目结束后，供应商应积极配合采购方做好所有项目验收工作。

四、其他要求

（一）服务期：2 个月。

（二）成交人要保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时报告和反馈信息，尊重项目业主方的意见，接受项目业主方的提议、监督和指导。

（三）报价人必须根据所投产品的技术参数、资质资料编写响应文件。在成交结果公示期间，采购人有权对成交候选人所投产品的资质证书等进行核查，如发现与其响应文件中的描述不一，代理机构将报政府采购主管部门严肃处理。

（四）采购资金的支付方式、时间、条件，由成交供应商与采购人签订合同时具体约定。

（五）按标书服务要求和国家行业标准进行验收。

（六）★报价人应对如下实施过程中的相关要求内容提交承诺书，否则按废标处理：中标供应商必须按照项目实际需要，策划广告内容（所有内容不得有侵权情形，否则相关法律责任由供应商负责）及指定广告宣传具体方案，交由采购人审核通过后方可实施。采购人确认最终广告设计成果及宣传方案后，供应商应在 20 个工作日内开始启动投放宣传。

（七）★供应商应具有相关政府主管部门颁发的印刷经营许可证。

注：★为实质性条款，供应商必须满足。对于上述标注★要求，供应商应在响应文件中进行回应，作出承诺或说明，否则将视为无效效应处理。