

附件：

## 技术、服务及其他商务要求

### 一、项目概述

根据医院宣传工作需要，遂宁市中医院拟实施遂宁市中医院自媒体“两微一报”购买服务项目，项目通过将医院微信公众号（订阅号和服务号）、微博、院报等交由专业团队统一运维，借助专业运维提升医院宣传能动力，扩大医院品牌影响力。

### 二、服务内容

#### （一）遂宁市中医院微信公众号

负责医院微信公众号的运营维护，组织新闻报道的策划及采写、推文的美编、后台的维护等。发布内容应坚持正确的舆论导向，结合时事热点、主题卫生日、中医院文化等内容，通过创新融合的宣传方式，设置重要新闻、中医文化、特色技术、人才展示、健康宣教、医患故事等栏目，全方位宣传医院人文建设、医疗服务、优势学科、中医药文化等品牌内涵。

#### （二）遂宁市中医院微博

负责医院官方微博的运营维护，发布内容根据微信公众号选择内容发布，也可转发认证官方微博的信息，如人民日报、健康中国、四川中医药等，转发内容须与行业相关，发布次数与时间机动。

#### （三）遂宁市中医院院报

负责院报采写、编辑、排版、校对、印刷、邮寄工作。

### 三、服务要求

#### （一）更新频率/条数：

1. 微信公众号：每周发布3次（其中服务号1次、订阅号2次），平

均每次 3 条以上，每月 40 条以上，原创率不低于 75%。根据采购人要求优化微信公众号界面，提供必要技术支持。内容先由成交供应人提出宣传建议，后以采购人要求为准，其中策划性报道每年不少于 12 次，小视频 16 条。如遇突发宣传任务或医院要求临时紧急发布的内容当日采写、编辑、发布。

2. 官方微博：可根据微信公众号选择内容发布，也可转发认证官方微博的信息，如人民日报、健康中国、四川中医药等，但转发内容必须与行业相关，发布次数与时间机动，每周保证至少发布原创 7 条。

3. 院报：双月刊，每期 4 个版面，全年共 6 期。内容按照要闻版、专题版、技术版、文化版进行采写、排版，如有国家政策、重大活动要大力宣传。每期印刷 500 份，其中 100 份左右邮寄（按照采购人提供的邮寄名单），印刷纸张为 50 克新闻纸，尺寸 535X385mm，双面彩色印刷。

注：以上数据，根据信息源情况而定，数据有所浮动。

## （二）栏目设置

1. 微信微博：重要新闻（常规） 中医文化（常规）

特色技术（常规） 人才展示（常规）

健康宣教（常规） 医患故事（常规）

2. 院报：要闻版 专题版 技术版 文化版（根据内容可适当调整版面）

注：如有国家政策、重大活动要大力宣传，需根据采购人要求实时增加特色专栏、专题、专刊。

## （三）运营团队配置要求

1. 运营团队梯队合理，积极做好运营工作，并需派驻一名专职记者在采购人处驻点工作。

2. 运营团队全面负责自媒体整体运营、策划选题、稿件排期，把控所

有稿件的方向和质量，如期完成采、编、写、排、审、发任务；跟踪微信、微博内容发布效果，了解用户需求，收集用户反馈，分析用户行为及需求；将分析数据及建议反馈给采购人。

3. 运营团队工作人员具有2年以上市级及以上媒体学习或工作经历，常驻采购人处的记者需提供全国广播电视编辑记者从业资格证或相关职业资格证，需熟悉微信、微博、网站运营工作，熟练掌握视频采编、图片拍摄、文稿采编等，在完成本职工作的前提下，协助遂宁市中医院宣传统战科完成相关新闻素材收集、照相等工作。

#### （四）其他要求

1. 双方每月末召开一次碰头会，共同探讨次月宣传重点和策划主题。积极挖掘医院品牌优势和社会效益，创新宣传方式，提升宣传实效。

2. 一切图文以季度为单位，分类、归纳后将文字、图片（1M以上）整理打包发给采购人，撰写年终总结。

3. 所有原创信息要求自行策划、采集、编写、校对、发布等，所有图文信息要按采购人相关程序审核后方可发布。

4. 帮助医院外宣提供相应辅助，医院政策、重大活动、人文服务的资讯或专题报道提供更多外宣渠道，稿件被中央媒体、“学习强国”等主流中、省级媒体采用的，采购人可额外给予相应奖励，具体方式另行协定。

5. 辅助做好微信公众号平台后台维护，如有舆情苗头性问题发生，应及时与医院联系，在微信端做好引导、回复及相关服务工作，及时控制舆情事态，必要时提供技术服务、顾问咨询等。

6. 考核评分。合同执行结束，采购人组织对供应商全年运维情况进行考核评分及满意度调查，并根据考核评分及满意度调查结果情况，支付相

应尾款，具体事宜另行协定。

7. 如在运维过程中，宣发内容取得较好宣传效应，如阅读量达到10万+、新闻获得市级及以上官方奖励，被中央媒体、“学习强国”国家平台等主流媒体采用的，采购人可额外给予相应奖励，具体方式另行协定。

#### 四、商务要求

1. 服务期限：一年。

2. 服务地点：采购人指定地点。

3. 验收要求：参照政府采购相关法律法规、《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）的要求、磋商文件要求、响应文件响应内容和行业相关标准验收。

4. 付款方式：采购人与成交供应商签订合同后10个工作日内，采购人向成交供应商支付合同金额的30%，半年后支付合同金额的40%，余款30%经采购人考核，根据考核评分情况支付，考核结果 $\geq 95$ 分支付尾款的100%， $< 95$ 分支付尾款的90%。且尾款在合同执行完成后10个工作日支付给成交供应商，同时成交供应商必须提供正规发票给采购人。

## 附件 2:

## 评分细则

序号	评分因素及权重		分值	评分办法	说明
1	报价 10%		10分	以本次有效的最低磋商报价为基准价。磋商报价得分=(基准价/磋商报价)×0.10×100	
2	服务方案 58%	需求分析 9%	9分	根据供应商针对本项目提供的需求分析进行综合评审,内容包含但不限于:①对项目基本情况的理解和分析;②本项目微信、微博、院报及其运营维护工作中目前存在的问题分析;③针对存在问题的应对解决措施。各项内容完整且符合项目实际情况的得9分,每有一项内容缺失或存在重大缺陷或内容与本项目无关的扣3分,每有一项表述不够完整或不够合理的扣1.5分,本项分值扣完为止。	
		项目实施 方案 24%	24分	根据供应商针对本项目提供的项目实施方案进行综合评审,内容包含但不限于:①项目总体实施计划及沟通调协措施;②医院宣传策划方案;③文案的编辑思路;④微信、微博平台的推广方式;⑤宣传效果反馈方案;⑥项目团队配置及分工。各项内容完整且符合项目实际情况的24分,每有一项内容缺失或存在重大缺陷或内容与本项目无关的扣4分,每有一项表述不够完整或不够合理的扣2分,本项分值扣完为止。	
		质量及进度保障 方案 9%	9分	根据供应商针对本项目提供的质量及进度保障方案进行综合评审,内容包含但不限于:①图文及视频稿件质量保障措施;②微信、微博后台运维质量保障措施;③稿件内容采写、排版、推广等进度保障措施。各项内容完整且符合项目实际情况的9分,每有一项内容缺失或存在重大缺陷或内容与本项目无关的扣3分,每有一项表述不够完整或不够合理的扣1.5分,本项分值扣完为止。	
		应急	16分	根据供应商针对本项目提供的应急管理方案进行综合评	

	管理方案 16%	分	审，内容包含但不限于：①风险评估方案；②舆情控制措施；③出现紧急情况的应急处理措施；④应急响应时间。各项内容完整、且符合项目实际情况的16分，每有一项内容缺失或存在重大缺陷或内容与本项目无关的扣4分，每有一项表述不够完整或不够合理的扣2分，本项分值扣完为止。	
3	履约能力 30%	30分	1. 供应商具有新媒体运维类似项目案例的，每提供1个得4分，本项最多得12分。（提供合同复印件加盖供应商鲜章） 2. 供应商独立承担策划、运营案例获得奖励或被上级媒体刊登，每有一个获得奖励的得3分（提供获奖证书复印件或表彰文件复印件加盖供应商鲜章），每有一个被上级媒体刊登的得3分（提供刊登的图文凭证或网页截图加盖供应商鲜章），本项最高得18分。	
4	响应文件规范性 2%	2分	响应文件制作规范，没有细微偏差情形的得2分；有一项细微偏差扣0.5分，直至该项分值扣完为止。	

注：评分的取值按四舍五入法，保留小数点后两位。