

河源市人民医院采购自媒体宣传服务项目

用 户 需 求 书

河源市人民医院

2024 年 6 月

一、项目编号：HYRY-2024-006

二、采购项目名称：河源市人民医院采购自媒体宣传服务项目

三、申请人的资格要求

1. 响应供应商应具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件：
 - a) 具有独立承担民事责任能力，且在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织；（提供有效的营业执照或事业法人登记证副本复印件证明文件）
 - b) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；（提供 2022 年或 2023 年的年度财务状况报表。若响应供应商新注册的，则提供成立至今的月或季度财务状况报表）
 - c) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；（提供具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函）
 - d) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；（提供投标截止日前 6 个月内任意一月依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，如依法免税或不需要缴纳社会保障资金的，应提供相应文件证明）
 - e) 参加采购活动前 3 年内，在经营活动中没有重大违法记录【注：重大违法记录，是指响应供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。根据财库〔2022〕3 号文，“较大数额罚款”认定为 200 万元以上的罚款，法律、行政法规以及国务院有关部门明确规定相关领域“较大数额罚款”标准高于 200

万元的，从其规定。】提供书面声明；若响应供应商自成立之日起不足3年的，则提供成立至今的书面声明；

f) 法律、行政法规规定的其他条件。（提供书面声明）

2. 为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本项目采购活动；（提供承诺函）

3. 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得同时参加本采购项目投标；（提供书面声明）

4. 响应供应商须未被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）以下记录名单：①失信被执行人（<http://zxgk.court.gov.cn>）；②重大税收违法失信主体；同时，不处于中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为记录名单”中的禁止参加政府采购活动期间（提供书面声明，信用信息查询记录截图盖章存档。）；

5. 本项目不接受联合体投标。

四、项目服务内容及服务范围

1. 服务内容：认真做好医院在医疗技术、服务质量和医院管理等方面的宣传推广；医院的新技术、新动向；医院的重大公益活动；专家或特色科室推介；其他有益于提升医院知名度、美誉度的内容。

2. 服务范围：原创稿件，转发稿件，视频拍摄制作等。

五、服务期限及预算金额和服务价格组成

1. 服务期：二年，自合同签订生效之日起两年或预算用完（以先到者

为准)。

2. 服务预算金额：30 万元，具体金额以采购人依据实际服务内容按成交单价进行结算。

注：本预算含预算审核评审费，参照有关标准由成交供应商支付。

造价公司信息：

造价公司名称：河源市振丰工程造价咨询有限公司

造价公司开户银行：中国农业银行股份有限公司河源中山支行

造价公司账号：44200801040000043

3. 服务价格组成：

(1) 短视频拍摄及拍摄“河医面对面”系列科普短视频，费用 3000 元/条，提供完整视频拍摄设计及视频脚本，视频同时在采购人微信视频号发送。

(2) 在自媒体平台发布通讯报道(图文或短视频)：

①原创稿件：

头条 1000 元起，300 阅读量=100 元，1854 元封顶；

②转发稿件：

阅读量 600 以下不收费，阅读量 600 以上的，300 阅读量=100 元，978.5 元封顶。

六、结算支付方式：

凭双方确认的发稿清单核算费用，每半年结算一次。采购人每次付款前，响应供应商应向采购人提供结算材料及有效发票，否则，采购人有权拒绝付款且不承担任何逾期付款的法律责任。

注：响应供应商应理解政府部门付款的相关程序，若采购人使用的是财政资金，采购人在前述规定的付款时间为向政府财政支付部门提出办理财政支付申请手续的时间，不含政府财政支付部门审核的时间。因政府财政支付审批流程及办理手续而造成项目支付进度有所推延，而导致采购人逾期付款的，采购人不承担逾期付款的违约责任。

七、服务要求：

自媒体行业内影响力较大、业务能力较强的自媒体公众号和配合度及能力较强的拍摄团队。

八、技术要求：

(1) 拍摄流程：响应供应商制作团队提前准备视频脚本，采购人宣传方面工作人员负责协调专家时间，双方需提前定好拍摄时间，视频拍摄后 2 天内给出原片审核并进行修改，视频双方确认后发布。

(2) 版权归属采购人享有，响应供应商享有署名权，响应供应商经采购人书面许可后可发布在指定平台。

(3) 响应供应商保证对于本合同项下所有短视频拍摄、制作所使用的素材，包括但不限于图片、短片、音频等不侵犯其他第三方的合法权益。

九、税费

在中国境内、外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方承担。

十、评审标准：

| 评审因素 | 评审标准 | |
|------|---|--|
| 分值构成 | 商务部分 30.0 分 技术部分 50.0 分 报价得分 20.0 分 | |
| 技术部分 | 总体宣传服务项目内容(15.0 分) | 1、针对自媒体宣传项目服务总体科学合理，对本项目媒体投放情况掌握程度充分、准确性强，分析紧密及深刻，得 15 分； 2、针对自媒体宣传项目服务总体比较科学合理，对本项目媒体投放情况掌握程度比较充分、准确性良好，分析程度比较深入，得 10 分； 3、针对自媒体宣传项目服务总体基本合理，对本项目媒体投放情况掌握程度基本充分、基本准确，分析程度基本深入，得 5 分； 4、针对自媒体宣传项目服务差，对本 |

| | | |
|--|--------------------------------|---|
| | | 项目媒体投放情况掌握程度不完全充分、准确性差，分析程度差，得 0 分。 注：不提供的不得分。 |
| | 对宣传媒体服务项目工作程序、流程清晰合理程度（15.0 分） | 1、供应商对媒体宣传工作的熟悉程度高，工作程序及流程清晰、全面合理，得 15 分； 2、供应商对媒体宣传工作的熟悉程度较高，工作程序及流程比较清晰、比较合理，得 10 分； 3、供应商对媒体宣传工作基本熟悉，工作程序及流程基本清晰、基本合理，得 5 分； 4、供应商对媒体宣传工作的不熟悉，工作程序及流程不清晰、不合理，得 0 分。 注：不提供的不得分。 |
| | 拟投入宣传媒体项目服务团队情况（10.0 分） | 1、拟投入宣传媒体服务项目团队，服务团队分工合理科学，且至少包含摄像师一名、后期编辑人员一名、文案一人的，得 10 分； |

| | | |
|--|-------------------------|---|
| | | <p>2、拟投入宣传媒体服务项目团队，服务团队分工较合理科学，且至少包含摄像师一名、后期编辑人员一名、文案一人的，得6分；</p> <p>3、拟投入本项目服务团队，服务团队分工基本合理，且至少包含摄像师一名、后期编辑人员一名、文案一人的，得2分；</p> <p>4、拟投入本项目服务团队，服务团队分工不合理、不科学性，且至少包含摄像师一名、后期编辑人员一名、文案一人的，得0分。</p> <p>注：提供以上人员工作履历、在本公司任职的证明材料（加盖公司印章）以及《社会保险参保人员证明》</p> <p>注：不提供的不得分。</p> |
| | <p>质量保证 (10.0分)</p> | <p>1、质量保证内容具体、可行，目标明确，得10分；</p> <p>2、质量保证内容比较具体、可行，目标比较明确，得6分；</p> |

| | | |
|------|--------------------|---|
| | | <p>3、质量保证内容基本可行，目标基本明确，得 2 分；</p> <p>4、质量保证内容不可行，目标不明确，得 0 分。</p> <p>注：不提供的不得分。</p> |
| 商务部分 | 同类项目业绩经验 (10.0 分) | <p>供应商自 2021 年至今（以合同签订时间为准）承接过的同类宣传项目业绩经验（不限于医疗系统），每提供一个得 5 分，最高得 10 分。</p> <p>注：须提供合同关键页（包括但不限于签订合同双方的单位名称、合同项目名称、项目总金额、签订合同双方的落款盖章、签订日期等）复印件加盖响应供应商公章，不提供证明材料或专家无法认定的不得分。</p> |
| | 同类项目满意度评价 (10.0 分) | <p>供应商上述提供的 2021 年至今同类宣传项目（不限于医疗系统）的用户单位出具的满意度评价为满意或类似好评，每提供一个得 5 分，最高得 10 分。</p> <p>注：①同一客户或同一项目提供多项</p> |

| | | |
|-------------|--------------------------|--|
| | | <p>用户满意度评价的，按一项计算； ② 用户满意度评价须经用户单位盖章，评价情况至少须为满意或类似好评的方可计分。③须与供应商上述提供的 2021 年以来同类宣传项目（不限于医疗系统）的用户单位一致。</p> |
| | <p>售后服务 (10.0 分)</p> | <p>根据各响应供应商提供的具体售后服务承诺等进行评审：</p> <p>1、服务承诺详细具体、响应时间快、售后方案、应急方案详细完善的，得 10 分。</p> <p>2、服务承诺较详细具体、响应时间较快、售后方案、应急方案较详细的，得 6 分。</p> <p>3、服务承诺一般、响应时间一般快、售后方案、应急方案一般的，得 2 分。</p> <p>4、服务承诺差、响应时间慢、售后方案、应急方案差的，得 0 分。</p> <p>注：不提供的不得分。</p> |
| <p>投标报价</p> | <p>投标报价得分</p> | <p>投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报</p> |

| | | |
|--|---------|---|
| | (20.0分) | 价) × 价格分值【注：满足采购文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。】最低报价不是中标的唯一依据。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。 |
|--|---------|---|

注：评审结果按评审后总得分由高到低顺序排列。总得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的，按技术指标的优劣顺序排列确定；以上均相同的，由评审小组采取随机抽取方式确定。响应文件满足采购文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的供应商为排名第一的成交候选人，评审得分次高的供应商为排名第二的成交候选人。

十一、合同条款内容：

采购合同书

合同编号：

项目编号：HYRY-2024-006

项目名称：河源市人民医院采购自媒体宣传服务项目

甲方（采购人）：河源市人民医院

乙方（成交供应商）：

为了适应新媒体的传播需求，利用网络平台更好的宣传甲方各项工作，根据《河源市人民医院采购自媒体宣传服务项目》的采购结果，依据《中华人民共和国民法典》等相关法律法规及有关规定，甲、乙双方就媒体推广宣传服务项目相关事宜，经协商一致，达成以下协议，以资共同遵守。

一、服务内容及服务范围

1、服务内容：甲方在医疗技术、服务质量和甲方管理等方面的宣传推广；甲方的新技术、新动向、甲方的重大公益活动、专家或特色科室推介；其他有益于提升甲方知名度、美誉度的内容宣传。

2. 服务范围：原创稿件，转发稿件，视频拍摄制作等。

二、发布平台

自媒体行业内影响力较大、业务能力较强的自媒体公众号和配合度及能力较强的拍摄团队。

三、服务期限及预算金额

1. 服务期：二年，自合同签订生效之日起两年或预算用完（以先到者为准）。

2. 服务预算金额：30 万元，具体金额以甲方依据实际服务内容按成交单价进行结算。

四、成交单价

1. 短视频拍摄及拍摄“河医面对面”系列科普短视频，费用_____元/条，提供完整视频拍摄设计及视频脚本，视频同时在甲方微信视频号发送。

2. 在自媒体平台发布通讯报道(图文或短视频)：

①原创稿件：

头条_____元起，300 阅读量=_____元，_____元封顶；

②转发稿件：

阅读量 600 以下不收费，阅读量 600 以上的，

300 阅读量=_____元，_____元封顶。

五、技术要求：

(1) 拍摄流程：乙方制作团队提前准备视频脚本，甲方宣传方面工作人员负责协调专家时间，双方需提前定好拍摄时间，视频拍摄后 2 天内给出原片审核并进行修改，视频双方确认后发布。

(2) 版权归属甲方享有，乙方享有署名权，乙方经甲方书面许可后可发布在指定平台。

(3) 乙方保证对于本合同项下所有短视频拍摄、制作所使用的素材，包括但不限于图片、短片、音频等不侵犯其他第三方的合法权益。

六、支付方式

1. 凭甲乙双方确认的发稿清单核算费用及乙方提供足额有效发票，每半年结算一次。甲方每次付款前，乙方应向甲方提供结算材料及有效发票，否则，甲方有权拒绝付款且不承担任何逾期付款的法律责任。

2. 如乙方收款账户信息变动，需提前五个工作日书面通知甲方，否则由此造成的损失和责任均由乙方自行承担。因乙方账户信息错误导致甲方未能按时付款或无法付款的，甲方不承担延迟付款的责任。

注：乙方应理解政府部门付款的相关程序，若甲方使用的是财政资金，甲方在前述规定的付款时间为向政府财政支付部门提出办理财政支付申请手续的时间，不含政府财政支付部门审核的时间。因政府财政支付审批流程及办理手续而造成项目支付进度有所推延，而导致甲方逾期付款的，甲方不承担逾期付款违约责任。

七、甲乙双方责任及违约责任

1、甲方责任

(1) 甲方负责对宣传推广文案进行审核把关，确保乙方发布的内容准确无误。

(2) 甲方提供所需宣传推广费用。

2、乙方责任

(1) 乙方应按甲方要求时间转发甲方微信公众号上发布的相关推文，或在收到甲方提供的宣传推广内容（含线索）后，制作符合法律法规规定和具备良好宣传效果的产品，及时发布、推广。未经甲方同意，乙方不得擅自删改、解释、评价或进行任何影响甲方形象及名誉的行为。

(2) 乙方需按甲方要求转发微信公众号上发布的相关推文，未经甲方同意，不得自行转发，若未征得甲方同意自行转发，甲方不支付任何推广

费用。如乙方接到有关甲方的投诉和舆情反映等，要第一时间通知甲方，并协助甲方化解可能遇到的舆论危机。

(3) 乙方承接甲方宣传服务，应委派专人与甲方保持紧密联系，经常与甲方交流、沟通，尽职尽责为甲方服务，按时、保质保量完成甲方委托的各项任务，并为甲方保密相关资料。

(4) 乙方应当保证为甲方提供的宣传服务或提供给甲方的任何宣传材料，不侵犯任何第三方的合法权益，否则一切责任由乙方自行负责。甲方因此承担责任的，有权向乙方追偿及赔偿甲方由此造成的一切损失。

(5) 本合同项下产生的作品的知识产权归甲方所有，未经甲方书面同意，乙方不得用于本合同以外的任何用途。

3、违约责任

(1) 乙方未能按本合同规定或甲方要求的时间提供服务的，从逾期之日起每日向甲方支付合同总价万分之三的违约金；逾期超过 3 日的，甲方有权单方解除本合同、拒付任何合同款项，乙方还应向甲方支付合同总价 20% 的违约金，该违约金不足以弥补甲方损失的，以甲方实际损失为赔偿标准。甲方选择继续履行合同的，逾期违约金累计计算。

(2) 乙方拒绝按照本合同或甲方要求的时间、频次、方式等提供服务的，甲方有权要求乙方整改，乙方不愿整改或整改后仍不能满足本合同及甲方要求的，甲方有权单方解除本合同、拒付任何合同款项，乙方还应向甲方支付合同总价 20% 的违约金，该违约金不足以弥补甲方损失的，以甲方

实际损失为赔偿标准。

(3) 未经甲方书面同意，乙方擅自将本合同项下的服务交由其他任何第三方完成的，甲方有权单方解除本合同、拒付任何合同款项，乙方还应向甲方支付合同总价 20%的违约金，该违约金不足以弥补甲方损失的，以甲方实际损失为赔偿标准。

(4) 本合同生效后，乙方无合理理由要求终止或解除合同，甲方有权拒付任何合同款项，乙方还应向甲方支付合同总价 20%的违约金，该违约金不足以弥补甲方损失的，以甲方实际损失为赔偿标准。

(5) 乙方在履行合同过程中造成己方或其他第三方人身、财产等损失，由乙方自行承担一切责任。甲方因此承担责任的，有权向乙方追偿和要求赔偿损失。

(6) 乙方应确保从事本合同宣传服务工作所需资质的合法性及有效性，否则，此合同视为无效，由此给甲方带来的损失由乙方负责赔偿。

(7) 乙方未按本合同约定履行其他义务给甲方造成损失的，应当承担甲方由此造成的一切损失。

(8) 乙方基于本合同的规定应向甲方支付的违约金及损害赔偿，甲方有权直接从未给付乙方的款项中抵扣，若不足以抵扣的，乙方应在接收到甲方通知后 10 天内向甲方付清。

(9) 因乙方违约，导致甲方通过诉讼途径解决纠纷的，乙方应承担甲方因此支付的一切费用，包括但不限于律师费、诉讼费、执行费、交通费

等。

(10) 其它违约责任按《中华人民共和国民法典》处理。

八、税费

在中国境内、外发生的与本合同执行有关的一切税费均由乙方承担。

九、争议解决

如因合作产生争议，双方首先应本着互谅互让的原则友好协商解决。如果协商解决不成的，任何一方均可向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

十、不可抗力

任何一方由于不可抗力原因不能履行合同时，应在不可抗力事件结束后 1 日内向对方通报，以减轻可能给对方造成的损失，在取得有关机构的不可抗力证明或双方谅解确认后，允许延期履行或修订合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

十一、合同生效

本合同一式六份，甲方执四份，乙方执二份，具有同等法律效力，双方签字并盖章后生效。

甲方（盖章）：

乙方（盖章）：

法定代表人（签字）：

法定代表人（签字）：

或授权代表（签字）：

或授权代表（签字）：

地址：

地址：

电话：

电话：

签订日期： 年 月 日

签订日期： 年 月 日

乙方名称：

开户行：

账 号：