

# 用户需求书

## (A包需求书)

### 一、项目名称

抖音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、法律法规等内容产出的精彩图文、抖音短视频等，通过今日头条&抖音精准推送，以开屏推广、信息流推广对相关信息进行强曝光宣传，增强宣传效果及影响力。抖音平台曝光量流量不低于 600 万次。费用 42 万元(固定总价和预算一致不变，即报价统一按 42 万元，以曝光量流量折算单价)。

### 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抖音后台程序，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；基于抖音大数据平台，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 and 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10月20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。

## (D包需求书)

### 一、项目名称

公交车车身广告宣传推广合作

### 二、采购内容

为加强医疗保障宣传，扩大宣传效果和范围，采购公交车车体广告，对人们日常看病报销遇到的相关问题等，通过政策解读等方式，大范围曝光利用画面和文案情感吸引用户关注，并附上省医保局公众号二维码供群众扫码深入了解相关政策。

投放计划：在万宁、儋州、乐东、澄迈、琼中 5 个市县各投放 4 辆公交车车身广告，每辆公交车车身广告画面的净尺寸应不少于 12 平方米。半年费用约 40 万元，含车身广告画面设计、制作、安装、车身广告费用等。

### 三、服务要求

(一) ★按照采购人要求和不同地区的公交车，设计制作车身广告内容，交由采购人审核。

(二) ★5 个市县，每个市县 4 辆，共计 20 辆公交车的车身广告服务，具体公交车线路由供应商提出详细计划，由采购人审核同意后投放。

(三) ★投放宣传广告的每辆公交车每天运营不少于 10 个小时。

(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) ★供应商必须提供详细的服务期内技术支持和服务方案，包括但不限于：(1) 拟投放的 5 个市县的运行方案；(2) 车身广告设计方案；(3) 广告制作安装方案；(4) 维护保障方案。

(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 and 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、其它要求

(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) ★对每辆车车体广告及车牌号进行拍照，作为验收条件。供应商必须保证车身广告宣传画面平整、清晰、悬挂稳固。

(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 10 月 20 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。

## (G 包需求书)

### 一、项目名称

海口市小区电梯平面广告宣传推广合作

### 二、采购内容

在海口市部分小区投放 500 面以上电梯轿厢内的平面广告，投放时间为 12 个周。**费用 33 万元**（固定总价和预算一致不变，即报价统一按 33 万元，以投放广告量折算单价）。

### 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。

（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 and 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：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 10 月 20 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。