

# 用户需求书

## 一、项目背景

按照《海南省“十四五”残疾人保障和发展规划》部署要求，海南残联精心打造了残疾人创业就业示范街（春天事业一条街）（以下简称“示范街”）。示范街的主要目标包括，通过开展残疾人职业技能培训工作，最大限度实现残疾人创业就业；促进残疾人产品市场化转变，创建与孵化残疾人产品与企业品牌，把残疾人产品变为商品，从而提升残疾人生活品质，促进残疾人共同富裕，加快打造海南省残疾人事业高质量发展的样本，营造全社会关心关爱残疾人创业就业的良好氛围。为做好示范街融媒体服务工作，加大宣传推广力度，特开展本项目。

## 二、项目概况

项目名称：残疾人创业就业示范街（春天事业一条街）融媒体服务项目

合同履行期限：合同签订之日起2年。

预算金额：¥2487000.00元

最高限价：¥2487000.00元

用途：项目需要。

实施地点：采购人指定地点，含线上及线下。

项目主要内容概述：示范街位于文兴路与兴丹路交叉处的省物价局下洋宿舍区临街商铺，建筑面积885.64平方米，其中一层658.98平方米，二层226.66平方米。为更好地服务残疾人创业就业，将示范街打造成省级标杆项目，委托运营单位对示范街进行专业化运营管理。计划在合作运营期内，每年应保证至少有50名残疾人在示范街实现稳定就业，拟规划一层：1. 便利店、2. 服装缝补、展示及黎锦、3. 药食同源饮食及植物香化DIY馆、4. 海南残联城市会客厅、5. 小海螺供应链、6. 海南残疾人就业基地展厅、7. 头疗、8. 盲人按摩；二层：1. 爱众阳光工场、2. 爱众运营中心办公区兼就业评估部、岗位开发部、企业政策宣讲部及残疾人就业管理部、3. 盲人按摩VIP室共11种经营业态。

## 三、项目服务内容

### 工作目标：

发挥新媒体平台及传统媒体优势，通过持续推出精品图文视频内容，以生动有趣的形式，实现快速、高效传播，迅速提升示范街知名度和影响力，助力更多优质项目在示范街落地、壮大。

（一）目标一：做优创业就业服务阵地。进一步明确示范街发展方向，及时将国家和海南省残联创业就业的相关政策传达给有创业就业需求的残疾人，实现对残疾人的快速、精准帮扶，推动创业就业政策落地落实，取得扎实成效。同时，也为示范街申请系列政策实现高质量发展支持提供助力，推动示范街品牌建设。

（二）目标二：建强产品与企业品牌宣传阵地。第一时间传播示范街的好声

音，打造典型案例对上和对外推介宣传，展示示范街发展成果，大力提升示范街品牌知名度和影响力，争取上级领导和社会各界的关注与认可。同时，面向全省18市/县及企业，加大示范街残疾人有关产品与企业品牌的推介力度，谋求更多合作，拓展市场，提升效益。

### **服务内容：**

（一）第一阶段：启动残疾人创业就业技能培训与提升工作，拓宽残疾人创业就业渠道。第一，融媒体平台提供了在线学习和培训机会的信息。通过融媒体平台，启动残疾人创业就业技能培训与提升工作，拓宽融媒体类似服务案例残疾人创业就业渠道。第一，融媒体平台提供了在线学习和培训机会的信息。残疾人通过融媒体平台可以更便捷地获取丰富的在线学习资源的信息，信息资源包括视频教程、网络课程、电子书籍等。这些资源可以帮助他们学习创业运营知识、市场营销策略、数字化技能等，提升自身的就业技能。第二，残疾人通过关注融媒体平台上的创业就业资讯，可以及时了解创业就业动态，调整和优化自己的创业就业策略。第三，残疾人可以在融媒体平台上与其他创业者、专业人士以及投资者进行交流和互动，分享经验、互相学习。这种交流和合作的平台对于残疾人创业者来说，是宝贵的机会，能够扩大人脉和资源网络，促进创业就业的发展。

（二）第二阶段：启动招商+引才工作，对接就业岗位的供需双方，形成闭环。围绕海南企业、海南残疾人在发展过程中遇到的瓶颈、问题，进行全方位赋能。通过宣传把企业商户、供应链和残疾人吸引到现场，洽谈招商、对接创业就业服务。通过宣传相关政策和扶持措施，帮助残疾人获取的各种支持和资源，提高他们的创业成功率。第一，通过宣传活动强调残疾人与其他人一样具备创业能力，拥有追求成功和贡献社会的渴望，倡导社会对残疾人创业者的平等对待，并鼓励社会各界为残疾人提供更多机会和支持。第二，引导正面报道：利用媒体和社交媒体平台发布正面的残疾人创业故事，展示他们的成功经验和突出成就。同

时，组织行业内的专家和成功残疾人创业者，给予他们更多的曝光机会，让公众更多地了解到残疾人创业的潜力和价值。第三，帮助残疾人了解到他们也可以通过自主创业来获得就业机会，充分发挥自身才能和潜能，实现自我价值。政府通常推出相应创业扶持政策，如提供资金支持、减免税收等。第四，建立残疾人创业示范项目和孵化基地，为残疾人提供专业的创业培训、投资和咨询支持，帮助他们实现创业梦想。通过这些实际案例的积累，向社会展示残疾人创业的可行性和成功率，促进大众对残疾人创业的认同和关注。第五，营造一个包容和友好的创业环境，让残疾人创业者能够享受公平的竞争机会。这包括宣传相关法律法规，保障残疾人创业者的权益，防止歧视行为的发生，以及提供无障碍设施和服务等。

（三）第三阶段：推进残疾人企业与产品信息发布互通，创建孵化残疾人产品与企业品牌。第一，残疾人企业通过融媒体平台展示自己的项目、产品或服务，并进行推广。融媒体平台可以帮助残疾人提升曝光度，可以将信息传递给更广泛的目标用户，从而吸引更多合作伙伴或潜在用户的关注。第二，残疾人企业可以通过融媒体平台丰富的的信息发布方式，更加生动地展示产品特点和优势，增强产品的吸引力和竞争力。第三，残疾人企业可以通过融媒体平台与用户进行实时的互动和沟通，了解用户对产品的需求和反馈。第四，残疾人企业通过融媒体平台可以获得精确的数据分析和市场信息，在此基础上进行深入分析和研究，有利于残疾人企业更好地根据市场需求进行产品调整和创新。

（四）第四阶段：面向社会宣传公益助残理念和残疾人产品，筛选出有购买需求的人，通过突出性价比，引流到示范街融媒体平台来消费，打造成为全省助残标杆。提以此明确示范街融媒体服务项目的工作目标、服务内容、服务频次、服务考核、服务要求、融媒体服务单位采购方式及采购预算等内容倡公益助残理念，在海南省内打造标杆项目，实现主流媒体对全省社会助残浓厚氛围进行矩阵报道，当项目在全省树立标杆后，争取获得上级政策支持。通过宣传成功案例，

可以激励残疾人群体中那些有创业意向和潜力的人们，鼓励他们积极投身创业，拓展就业机会，实现自我价值。第一，通过展示残疾人创业者的成功经历和取得的成就，可以激发其他残疾人创业者的信心和勇气，让他们相信自己也能够成功创业并取得好的成绩。第二，通过宣传成功案例，可以改变社会对残疾人的刻板印象和偏见，树立残疾人群体的积极形象，让社会更多地了解和认同残疾人的能力和价值。第三，宣传成功案例不仅可以展示残疾人创业者的成功，还可以分享他们的经验和教训。这样可以帮助其他残疾人创业者更好地了解和应对创业过程中可能遇到的挑战和困难，提供有效的指导和借鉴，提高他们的创业成功率。第四，通过宣传残疾人创业成功案例，可以吸引更多的社会关注和支持。公众可以对残疾人创业者给予赞赏和鼓励，提供资源、机会和网络等方面的支持，为他们创造更加有利的创业环境。

**服务频次：**

宣传频次		活动频次	
线上宣传	线下宣传	线上活动	线下活动
1. 微信公众号等文案类新媒体平台：围绕包括但不限于残疾人利好政策、优秀残疾人案例、线上线下平台的最新运营进展、街区与平台营销活动、呼吁社会助残、街区门店产品推广与品牌知名度宣传、街区举办的公益活动、残联最新政策、残疾人岗位发布资讯等内容撰写原创不少于9篇/月，同时提供至少20家以上主流媒体进行发稿，发稿链接不少于20条/月（240条/年）。 2. 在抖音、微信视频号等短视频类新媒体平		1. 微信公众号等文案类新媒体平台：开展4场/年的线上营销宣传活动； 2. 在抖音、微信视	在街区开展不少于8场/年的线下包括且不限于节庆主题、街区营

<p>台：制作视频不少于3期/月，并将公众号、抖音号发布内容同步同频转发至今日头条、微博、小红书及其他新媒体平台。</p> <p>3. 邀约海南达人探店及带货：1次/季。</p> <p>4. 邀约主流媒体进行残疾人访谈、街区亮点成果宣传片：6期/年，具体排期根据实际最新运营成果，确保一年度内完成6期内容。</p>	<p>配合示范街线下活动，撰写原创不少于8篇/年的现场活动稿件。</p>	<p>视频号等短视频类新媒体平台：开展4场/年线上宣传活动。</p>	<p>销、产品营销、公益活动、政策宣导等活动。</p>
---	--------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------

## 服务要求

### （一）实施科学有效的传播策略

通过数据监测和分析工具，对示范街及有关项目在各新媒体平台的曝光量、参与度、转化率、关注度、互动率、用户行为等进行定期数据监测，评估传播效果，分析传播维度和用户反馈，根据推广效果和用户需求进行优化调整。定期进行意见建议收集，开展用户满意度调查，收集用户对活动的反馈和建议，进一步优化活动内容和方式。

### （二）制定规范高效的审核流程

为坚持正确的舆论导向，进一步加强对示范街新媒体账号的管理，建立和规范新媒体账号发布流程。

#### 1. 账号搭建服务情况

建设新媒体平台“海南残联示范街”，搭建新媒体账号矩阵，其中微信公众号、微信视频号、抖音号、今日头条号、小红书号、微博号各1个。

#### 2. 内容选取

（1）所有新媒体账号发布的内容均经海南省残联、示范街运营团队审核确认过，以及各大党政机关、央媒的官方媒体发布的不涉及知识产权纠纷的内容；

(2) 所有新媒体账号发布的内容必须严格遵守《广播电视管理条例》、《广播电视广告播出管理办法》《中华人民共和国网络安全法》《互联网信息服务管理办法》等相关法律法规。

### (三) 建立完善的内容发布制度

#### 1. 建立三级审查制度

一级审查：融媒体管理后台的文案人员作为发布内容的第一责任人，负责发布内容的初审，审查内容包括：做好内容审查与来源审查，并在《审查单》上签名、作出审查意见后交由海南省残联工作人员、示范街运营团队审核；

二级审查：海南省残联工作人员、示范街运营团队对内容进行复审，审核内容包括：发布内容与来源。海南省残联、示范街运营团队审核完成后，作出审核意见。

三级审查：海南省残联分管领导、示范街运营团队负责人对发布的内容进行终审，并作出终审意见。审批签字同意后方可安排发布。

#### 2. 建立健全发布流程

融媒体服务工作人员负责精选信息并加以整理，以报题单的形式报送选题，待报题审定后将稿件进行编排校对、送审、发布。

建立审核小组群，新媒体平台“海南残联示范街”文稿审核人员以海南省残联有关人员为主，编辑内容完成后，按照三审三校的审核要求，到运营单位责任编辑→一审主编→海南省残联分管领导审核进行发布，依照最终发布人指令进行推送发布。

融媒体管理系统后台做好信息发布、审核、维护及对不良信息的监测、处理等安全保护管理。

### (四) 档案管理

融媒体管理后台建立健全审查档案管理制度。《审查单》上的各级审查责任

人作出的审查意见和签名应为实际责任人亲笔签名，不得代签、冒签、不得空白不签。相关审查材料收集存档,以备查验。

#### （五）违法违规内容处理

发布的内容若出现相关管理部门要求整改的，需第一时间删除稿件。

#### （六）业务学习

融媒体服务团队应主动学习新媒体业务、相关法律知识，提高政治觉悟和法律意识，严格审查新媒体账号发布内容,确保符合公序良俗，舆论导向正确。

#### （七）责任追究

相关人员对新媒体发布内容审查不认真、不仔细，导致出现错误造成不良影响的，追究相关人员责任。

#### （八）服务管理

1. 明确目标设定与绩效评估。制定明确的运营服务目标和关键绩效指标，并定期评估团队成员的工作表现，激励团队成员积极努力，提高工作效率和质量。

2. 加强沟通与协作。建立良好的沟通渠道，鼓励团队成员分享经验和互相学习，促进信息流通和团队合作，提升整体运营服务效果。新媒体发布内容审查工作实行缺位递补制度，审查责任人因出差、公休、病假等不在岗位时递补人员承担审查责任。

3. 推动资源管理与优化。合理配置和管理运营服务资源，包括时间、预算、工具和技术支持，确保团队能够充分发挥其潜力，实现最佳的运营服务效果。

4. 持续学习与创新。一是加强行业趋势追踪。紧盯融媒体行业发展前沿，了解最新的趋势和技术，及时调整运营服务策略和方法，保持团队的竞争力。二是加强培训与交流。定期组织培训活动，提升团队成员的专业知识和技能，同时鼓励团队成员参加行业会议和交流活动，与同行进行经验分享和学习。三是鼓励创新实践。鼓励团队成员进行创新实践，探索新的运营模式和策略，以提升示范街

的竞争力和创造力。

#### 四、商务及其他要求

##### 1. 服务考核

根据用户需求书要求的服务内容、质量要求及服务频次进行季度、年度考核及验收，供应商按照用户需求完整履行完毕并向甲方提交考核期间的相应履行证明文件，经甲方验收确认无误后视为考核合格并验收通过。

新媒体矩阵平台以抖音号、视频号和微信公众号为主要运维平台，其他平台同步同频转发，完成常规维护服务。

（一）示范街公众号发文频率为每月不低于 9 篇原创稿件；同时提供至少 20 家以上主流媒体进行发稿，发稿链接不少于 20 条/月（240 条/年），每篇稿件字数不少于 1500 字。

（二）示范街抖音号发布频率为每月不低于 3 次原创视频，同步更新至微信视频号，每期视频时间不少于 2 分钟；

（三）将公众号、抖音号发布内容进行同步同频转发至今日头条、微博、小红书及其他新媒体平台。

（四）邀约海南达人探店及带货：1 次/季。

（五）邀约主流媒体进行残疾人访谈、街区亮点成果宣传片：6 期/年，具体排期根据实际最新运营成果，确保一年度内完成 6 期内容，每期视频长度不少于 2 分钟。

（六）配合示范街线下活动，撰写原创不少于 8 篇/年的现场活动稿件，每篇稿件文字数不少于 2000 字。

（七）微信公众号等文案类新媒体平台：开展 4 场/年的线上营销宣传活动，每场活动文案字数不低于 1500 字；

（八）在抖音、微信视频号等短视频类新媒体平台：开展 4 场/年线上宣传活动，每场视频时间不少于 2 分钟。

（九）在街区开展不少于 8 场/年的线下包括且不限于节庆主题、街区营销、产品营销、公益活动、政策宣导等活动。

经甲方考核乙方服务不符合用户需求书以及服务考核内容的，甲方有权要求乙方即时进行整改，如经整改仍不符合要求的，甲方有权扣减不符合约定服务项目的相应款项（如服务项目单项价款没有约定的，按每次/项 2000 元扣减），并有权要求乙方按合同总价款的 10%向甲方支付违约金，如违约金不足以弥补因违

约行为给甲方造成的损失，甲方有权继续向乙方追偿；合同期内以上情形累计发生 3 次的，甲方有权解除本合同，乙方除承担上述违约责任外，还应退还甲方已经支付但尚未履行的服务期间的款项。

2. 付款方式：1) 预付款：合同金额的 30%，合同签订后，供应商提供等额有效发票后五个工作日内支付；

2) 后期款项：分两次支付，第一次在第一年度服务履行结束并经甲方考核合格后支付至合同金额的 70%，供应商提供等额有效发票后五个工作日内支付；第二次在 2025 年 11 月前成交供应商开具合法有效的发票后支付合同金额剩余的 30%，供应商提供等额有效发票后五个工作日内支付。

3. 报价要求：

为总包干封顶报价，报价应包含履行本项目所需的所有成本、费用、税费、利润、风险等，除双方另有约定外，采购人不再支付任何其他费用。中标人未全部履行或瑕疵履行本项目合同义务的，采购人有权核定减少对应合同义务应付中标人价款。

**注：本用户需求书内容不允许负偏离。**