附件

省地方志办2025年方志广东品牌打造服务需求

一、项目背景

为助力国家文化强国战略，深入贯彻落实习近平文化思想和习近平总书记对广东系列重要讲话、重要指示精神，依据《广东省地方志工作条例》以及省委办公厅、省政府办公厅《关于进一步加强新时代地方志工作的通知》要求，结合省地方志办《关于加快推进全省地方志数字化工作的通知》部署，我办计划于2025年全面启动“方志广东”品牌打造工程。旨在通过数字化、现代化的手段，进一步繁荣和发展我省地方志事业，激发其创新活力，提升广东地方志产业的国际影响力和竞争力。

本项目旨在深入挖掘和整合广东省丰富的地方文化和地情资源，运用图文、声音、影像、动画等多媒体表现形式，以及新媒体平台的广泛传播力，打造具有广东特色的地方志文化品牌。通过创新性的传播方式和手段，以人民群众喜闻乐见的形式，生动展现广东的历史文化底蕴、发展成就和独特魅力，切实讲好广东故事，传播广东声音，让世界更加了解广东、读懂广东、认识广东。

二、项目需求

**（一）主要内容**

**项目内容主要为2025年4-12月方志广东品牌打造及内容采编和发布工作，具体要求如下：**

1）确保方志广东微信公众号符合国务院办公厅关于政务新媒体建设规范的相关要求。

2）方志广东系列专题（9个月常规性宣传）。适合网站和新媒体推出的产业类深度专题栏目累计3个，累计约30篇原创文章。

3）方志广东宣传性视频、H5互动、长图等累计4个产品，方向：特色产业、特色物产、特色村落、特色文化、节庆系列等。

4）宣传推广学习强国、主流媒体网站、新媒体等大平台全渠道宣传推广。

5）其他内容采编和驻点发布服务，后方技术支撑团队等。

**（二）宣传推广规划**

建立“方志广东”新媒体发布生态圈。以“方志广东”微信公众号为基础，借助互联网平台流量优势，布局新媒体生态圈，充分利用互联网平台流量优势，以微信公众号为内容生产基地，根据各平台新闻推荐特征以及用户阅读习惯，分发至学习强国广东学习平台等各媒体平台，打造“方志广东”新媒体矩阵式发布渠道。

提高“方志广东”品牌影响力。建立省、市、县方志系统联合发布机制，打通政务媒体跨界合作渠道，推动方志广东品牌影响力向广向深提升，拓展大众认识度，使方志文化、方志品牌深入人心。

**（三）团队要求**

由1名核心负责人、1名经验丰富的驻点专职新媒体编辑（两年以上在该公司工作经验）及后方技术支持人员组成的成熟政务支持团队。切实落实网络安全保障机制，派出人员需为团队技术骨干，扎实做好人员网络安全培训，重点宣传内容经团队内审后，聘请1位文史专家审核，费用由服务提供方负责，预算费用约为项目总费用的9%。

提供以微信公众号为主的新媒体平台技术支持，包括但不限于微信公众号UI类设计、首页banner图设计、公众号内icon设计、文章内顶部和底部贴片设计等；线上活动等技术支持保障。

项目主要内容

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **项目** | **服务内容** | **次数/时间** |
| 方志广东系列专题全年常规性宣传 | 投入1名核心负责人、1名经验丰富的驻点专职新媒体编辑、1个成熟政务支持团队，主要负责：1.政务新媒体规范建设；2.“方志广东”微信内容编辑美化以及推送，新增原创专题栏目3个；原创文章不少于30篇；3.包含活动预热、主题宣传、活动总结等微信软文，日常评论回复互动等;4.新媒体生态圈内容分发，将内容分发到相关新媒体渠道;5.学习强国广东学习平台【方志广东】专栏日常发布;6.其他新媒体平台打造;7.配合业主活动互动。如遇突发事件，团队需无条件随时协助配合。 | 每周推送不少于4次，根据实际情况调整。 |
| 专题策划 | 根据省地方志重点活动内容制作4期创新策划（含1个互动类H5、2期vlog、重点节点宣传海报或SVG图文不少于1个）。 | 4个 |
| 宣传推广 | 1.根据重点策划内容投放微信朋友圈广告等（15万曝光）。2.根据省地方志提供的新闻素材稿件，推荐至主流新媒体平台。 3.与相关省直单位新媒体开展互动合作。  | 9个月 |

三、项目评分

**（一）技术商务评分：**

**技术商务评分表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审分项 | 分值 | 评分标准 |
| 1 | 项目实施方案（包括总体方案及各阶段实施细则，从方案的合理性、整体性、可行性等方面比较） | 15 | 方案思路清晰，人员结构合理，工作内容切实可行，得15分；方案思路较清晰，人员结构较合理，工作内容可行性较好，得10分；方案思路不够清晰，人员结构较合理，工作内容可行性一般，得5分；方案思路混乱，人员结构不合理，工作内容可行性较差，得0分。 |
| 2 | 推广方案 | 15 | 根据各投标人提供的推广方案，具有可行性、针对性、全面性、覆盖面广，推广策划团队力量充足；推广思路清晰、推广策略最优。能最大效果对项目成果进行传播展示得15分；根据各投标人提供的推广方案，基本满足项目要求，推广方案基本可行、针对性一般、覆盖面一般，推广策划团队力量基本充足；推广思路基本清晰、推广策略基本可行得 10分；根据各投标人提供的推广方案，推广方案差、无针对性、无覆盖面，推广策划团队力量差；推广思路差、推广策略差得 5 分。 |
| 3 | 服务承诺及技术保证 | 10 | 对投标人的服务承诺及技术保障措施，满足专人负责、及时跟踪服务、及时有效沟通等要求进行综合评审：（1）服务承诺及技术保证全面，宣传覆盖面广，可行性强，满足各项要求，10分；（2）服务承诺及技术保证较全面，宣传覆盖面较广，可行性较强，较满足各项要求，6分；（3）服务承诺及技术保证一般，宣传覆盖面一般，可行性一般，基本满足各项要求，3分；（4）未提出服务承诺及技术保证，0分。 |
| 4 | 项目团队配备 | 10 | 根据投标人对本项目投入的技术人员职称、经验等进行综合评审，团队建设完备，有较强的专业技术力量合作支持：团队人员结构合理，专业性强，得10分；团队人员结构较合理，专业性较强，得6分；团队人员充足，有一定专业性，得3分；团队人员结构不合理，得0分；须提供服务人员名单，投标截止日前三个月的人员所在地缴纳社保证明及相关资质和能力证书复印件。 |
| 5 | 工作计划及进度安排 | 10 | （1）工作计划详实，可操作性强，工作时间与进度计划合理，满足项目要求得10分；（2）工作计划比较详实，可操作性比较强，工作时间与进度计划比较合理，比较满足项目要求得6分；（3）工作计划简单，工作时间与进度计划基本满足项目要求，得3分；（4）工作计划不合理，工作时间与进度计划不满足项目要求，得0分。 |
| 6 | 同类业绩 | 10 | 投标人2022年1月1日以来（以合同签订时间为准）完成与本项目同类业绩的，每个得2分。本项最高得10分。注：需提供合同或中标通知书复印件且加盖，否则不得分。 |
| 7 | 企业管理体系 | 6 | 投标人提供以下3个管理体系认证证书，每一个得2分，本评分项最多得6分。（1）质量管理体系认证证书；（2）职业健康管理体系认证证书；（3）环境管理体系认证证书；注：须同时提供有效认证证书复印件并加盖响应供应商公章及全国认证认可信息公共服务平台（http://cx.cnca.cn/）查询打印页并加盖响应供应商公章，不提供不得分。 |
| 8 | 投标人资质和信誉 | 5 | 投标人荣获第三方（政府部门或行业协会等）颁发的荣誉或嘉奖情况进行综合评审：获得省级荣誉或嘉奖的，每提供一项得2分；省级以下荣誉或嘉奖的，每提供一项得1分；总得分不超过5分。无：得0分。 |
| 9 | 企业信用等级证书 | 5 | 响应供应商获得企业信用评价AAA级证书得5分；AA级证书得3分；A级证书得1分；没有或其他不得分。备注：提供有效期内的证书复印件。 |
| 10 | 服务便利性 | 4 | 团队在接到采购人通知后能在1小时以内到达采购人地址的得4分，1.5小时以内的得2分，2小时以内的得1分，其他不得分。注：须提供供应商办公地址至采购人地址的百度地图所示的驾驶时间截图作为证明材料，否则不得分。 |
| 合计 | 90分 |

注：1.各评委按规定的范围内进行量化打分，并统计总分。

2.投标人能够在线提供的材料，投标人可不提供纸质材料，此类信息或材料，响应文件中应提供查询网址，为避免产生异议，除法律法规特别规定外，查询到的信息、材料真实性、有效性以投标人提供的网址为准。磋商文件要求提交的与评价指标体系相关的各类有效资料，投标人如未按要求提交的，该项评分为零分。

**（二）价格评分：**

各有效供应商的评审价中（以最终报价为依据），取最低价者作为基准价，各有效响应供应商的价格评分统一按照下列公式计算：价格得分＝（基准价÷评审价）×10