**采购文件**

**一、项目名称**：深圳艺术学校2025年新媒体策划与采编服务项目

**二、预算金额**：人民币壹拾叁万贰仟元整（¥132000.00）

**三、评审办法**：询价采购

**四、定标方式：**按照最低价原则确定成交供应商

**五、供应商资格要求：**

1.具有独立法人资格或是具有独立承担民事责任能力的其它组织（提供营业执照或事业单位法人证书等证明资料扫描件加盖投标人公章，原件备查）；

2.以下部分提供**承诺函**，格式自拟，加盖投标人单位公章：

（1）参与本项目政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；

（2）参与本项目政府采购活动时不存在被有关部门禁止参与政府采购活动且在有效期内的情况；

（3）供应商未被列入失信被执行人、重大税收违法案件失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单；

（4）为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，不得再参加该采购项目的其他采购活动；

（5）参与本项目政府采购活动时不存在与其他参加本项目的供应商相互串通报价的行为。

3. 以下部分需填写**《附件1》、《附件2》**，加盖投标人单位公章：

不同供应商的法定代表人、投标授权代表人、投标编制人员、项目负责人（如有）、主要技术人员（如有）不得为同一人或在同一单位缴纳社会保险，或者是否存在直接控股、管理关系；是否因违法行为而被禁止参加政府采购活动等情形【如不提供《附件2》，或者如发现上述情形的，供应商资格审查不通过，不得参与本次自行采购活动】

4.本项目不接受联合体投标，不允许分包、转包。

**六、需求内容**：

（一）服务要求

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **服务名称及规格** | **数量** |
| 1 | 组建专职队伍，为采购人提供新媒体策划与技术支持服务，服务内容包括微信公众号栏目的设置、文章定期更新发布、与读者粉丝的沟通互动以及让微信公众号增加粉丝量等。 | 1年 |
| 2 | 每10个工作日至少发布1篇。日常所发布的内容由学校提供稿件，供应商负责润色、编辑整合、排版发布。 | 70条 |
| 3 | 短视频拍摄与剪辑。根据学校需要，由供应商的专业团队在学校正常工作期间（除去寒暑假），拍摄并剪辑宣传短视频，每条短视频作品时长在一分钟以内。 | 2条 |
| 4 | 原创采访报道及重大节庆日原创海报。供应商根据采购人要求，安排专人到学校就学校重大活动进行现场采访，并撰写新闻报道。原创报道每月1-2篇，每篇文字在1000字左右。 | 16篇 |
| 5 | 版权及素材归档。为方便学校素材储存归档，供应商收集、整理、采写的所有涉及学校的素材，将按照专业规范做好归档，以利于学校日常宣传文件制作和报告总结。 | 4次 |

（二）其他要求

1.本项目根据服务内容、发布稿件质量，达到采购人验收要求。

2.供应商需要具有教育系统或学校官方微信公众号新媒体策划与技术支持或代运营项目经验，或拟投入的项目团队需要具有相关工作经验。

3.为充分扩大学校影响力、知名度，供应商需拥有或中标后设立宣传平台及社群（含知名自媒体平台），在学校重大活动或招生期间，能助力学校招生。

4.为切实保障采购人原创采访报道的撰写质量，负责本项目的供应商可提供类似成功案例。

5.采购人发布的所有稿件，供应商须按新闻出版流程实行“三审三校”，避免政治差错、文字疏漏。除利用人工审核外，利用大数据技术，通过内容机器人对出品文章进行再次复核，避免出现严重差错。

6.供应商在采购人提供文章图片素材定稿后，将于2小时内编辑完成，稿件链接发送到采购人指定工作群里。终审定稿时间为当天19点前编发。如修改时间超过19点将于次日编发。

7.供应商在撰写完成稿件和其他履行本合同工作中，不得侵害第三方的知识产权及其他合法权益，否则应自行承担责任。

8.舆情危机应对：在采购人（深圳艺术学校）发生负面舆情，或重大舆情危机时，供应商需协助采购人进行有效应对，并提供必要的支持和服务，双方共同把可能产生的负面影响控制到最低程度。

**七、服务时间/供货时间**

合同签订之日起至2025年12月31日。

**八、支付方式**：

本项目按季度性结算支付款项。

**九、报价要求**：

（一）报价形式：总价包干，应包括服务成本、法定税费和利润等等一切费用。由供应商根据采购文件所提供的资料自行测算投标报价；供应商一旦报价，在执行合同期间不得再以任何理由要求采购人支付任何其他费用；一经中标，投标报价总价作为中标单位与采购单位签订的合同金额，合同期限内不做调整。

（二）供应商在报价时应提供超出本项目发布稿件、原创采访报道、短视频拍摄及制作等服务项数量的《优惠价表》。

**十、编制说明**：

1.供应商应严格按照采购文件及附件的格式要求编制《报价文件》，并加盖供应商公章。

2.《报价文件》一正一副（纸质版+电子版U盘），封于同一密封袋（加盖供应商公章），现场一并提交。

**十一、其他补充事宜**

1.提交投标文件截止时间：2025年2月28日10:30-11:30（北京时间）。所有《报价文件》（密封，封装处盖公司公章）应于投标截止时间之前递交至深圳艺术学校北门保安室，迟交的《报价文件》将拒绝接收。

2.供应商有义务在采购活动期间浏览深圳艺术学校网站（https://www.szas.com/index.aspx），我校在以上网站上公布的与本次项目采购有关的信息视为已送达各供应商。我校不再电话通知各供应商。

3.有关本次采购之事宜，按如下联系方式以书面或电话等形式进行查询（联系人：蔡老师，联系方式：0755-83265494。

4.学校拟对采购工作进行全过程监督。对采购过程中的违规违纪行为，一经发现，严肃追究相关责任人的责任；涉及违法犯罪的，依法移送司法机关处理 。同时，鼓励全体教职工对采购工作进行监督，设立专门的投诉举报渠道，确保采购工作在阳光下运行，举报电话：0755-83261870。

附件1

##### **询 价 函**

公司：

我单位需采购2025年新媒体策划与采编服务项目 ，现按规定进行询价采购，欢迎贵司参与报价投标，并请盖章回函确认。

特此函询

深圳艺术学校

年 月 日

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 服务名称及规格 | 数量 | 单价 | 小计 | 备注 |
| 1 | 组建专职队伍，为采购人提供新媒体策划与技术支持服务，服务内容包括微信公众号栏目的设置、文章定期更新发布、与读者粉丝的沟通互动以及让微信公众号增加粉丝量等。 | 1年 |  |  |  |
| 2 | 每10个工作日至少发布1篇。日常所发布的内容由学校提供稿件，供应商负责润色、编辑整合、排版发布。 | 70条 |  |  |  |
| 3 | 短视频拍摄与剪辑。根据学校需要，由供应商的专业团队在学校正常工作期间（除去寒暑假），拍摄并剪辑宣传短视频，每条短视频作品时长在一分钟以内。 | 2条 |  |  |  |
| 4 | 原创采访报道及重大节庆日原创海报。供应商根据采购人要求，安排专人到学校就学校重大活动进行现场采访，并撰写新闻报道。原创报道每月1-2篇，每篇文字在1000字左右。 | 16篇 |  |  |  |
| 5 | 版权及素材归档。为方便学校素材储存归档，供应商收集、整理、采写的所有涉及学校的素材，将按照专业规范做好归档，以利于学校日常宣传文件制作和报告总结。 | 4次 |  |  |  |
| 6 | 1. 服务期限自合同签约之日起至2025年12月31日止。 2. 本项目按季度性结算支付款项。 3. 本项目根据服务内容、发布稿件质量，达到采购人验收要求。 4. 供应商具有教育系统或学校官方微信公众号新媒体策划与技术支持或代运营项目经验，或拟投入的项目团队需要具有相关工作经验。 5. 为充分扩大学校影响力、知名度，供应商需拥有或中标后设立宣传平台及社群（含知名自媒体平台），在学校重大活动或招生期间，能助力学校招生**。** 6. 为切实保障采购人原创采访报道的撰写质量，负责本项目的供应商可提供类似成功案例**。** 7. 采购人发布的所有稿件，供应商须按新闻出版流程实行“三审三校”，避免政治差错、文字疏漏。除利用人工审核外，利用大数据技术，通过内容机器人对出品文章进行再次复核，避免出现严重差错。 8. 供应商在采购人提供文章图片素材定稿后，将于2小时内编辑完成，稿件链接发送到采购人指定工作群里。终审定稿时间为当天19点前编发。如修改时间超过19点将于次日编发。 9. 供应商在撰写完成稿件和其他履行本合同工作中，不得侵害第三方的知识产权及其他合法权益，否则应自行承担责任。 10. 舆情危机应对：在采购人（深圳艺术学校）发生负面舆情，或重大舆情危机时，供应商需协助采购人进行有效应对，并提供必要的支持和服务，双方共同把可能产生的负面影响控制到最低程度。 11. 供应商在报价时应提供超出本项目发布稿件、原创采访报道、短视频拍摄及制作等服务项数量的优惠价表。 | | | | |
| 合计： | | | |  | |

报价单位法人（签字）： 联系电话：

身份证号码：

附件：采购文件中“五、供应商资格要求”的资料和法人身份证复印件

公司（盖章）

年 月 日

**优惠价表**

此处编制“超出本项目发布稿件、原创采访报道、短视频拍摄及制作等服务项数量”的优惠价表，格式自拟。

报价单位法人（签字）： 联系电话：

身份证号码：

公司（盖章）

年 月 日

附件2

**供应商基本情况表**

填表单位：（加盖单位公章） 填表日期： 年 月 日

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 采购人 | |  | | 项目名称 | |  | |
| 投标（响应）供应商 | |  | | 供应商统一社会信用代码 | |  | |
| **投标（响应）供应商相关人员情况** | | | | | | | |
| 序号 | 职务 | | 姓名 | 身份证号码 | | 劳动合同  关系单位 | 缴纳社会  保险单位 |
| 1 | 法定代表人/单位负责人/主要经营负责人 | |  |  | |  |  |
| 2 | 项目投标授权代表人 | |  |  | |  |  |
| 3 | 项目负责人 | |  |  | |  |  |
| 4 | 主要技术人员 | |  |  | |  |  |
| 5 | 投标文件编制人员 | |  |  | |  |  |
| **说明：同一职务有多人担任（如主要技术人员），应分行填写。** | | | | | | | |
| **投标（响应）供应商关联关系情况** | | | | | | | |
| 序号 | 关联关系类型 | | 关联主体名称 | | 备注 | | |
| 1 | 控股股东 | |  | | 指出资额（或持有股份）占投标（响应）供应商资本总额（或股本总额）50%以上的股东，以及出资额（或持有股份）的比例虽然不足50%，但依其出资额（或持有股份）所享有的表决权已足以对投标（响应）供应商股东会（或股东大会）的决议产生重要影响的股东。 | | |
| 2 | 管理关系 | |  | | 指对投标（响应）供应商不具有出资持股关系，但对其存在管理关系的主体。 | | |
| **说明：同一关联关系类型有多个主体的，应分行填写。** | | | | | | | |