

采购需求

前注：

1.本采购需求中提出的服务方案仅为参考，如无明确限制，供应商可以进行优化，提供满足采购人实际需要的更优（或者性能实质上不低于的）服务方案，且此方案须经磋商小组评审认可。

2.下列采购需求中（包括但不限于下列具体政策要求）：

（1）如属于《节能产品政府采购品目清单》中政府强制采购的节能产品，则供应商所投产品须具有市场监管总局公布的《参与实施政府采购节能产品认证机构目录》中的认证机构出具的、处于有效期内的节能产品认证证书。

（2）如涉及商品包装和快递包装，供应商应当执行《关于印发〈商品包装政府采购需求标准（试行）〉、〈快递包装政府采购需求标准（试行）〉的通知》（财办库〔2020〕123号）、《安徽省财政厅关于贯彻落实政府绿色采购有关政策的通知》（皖财购〔2023〕853号）的要求，提供符合需求标准的绿色包装、绿色运输，同时，采购人将对包装材料和运输环节作为履约验收条款进行验收。

3.如采购人允许采用分包方式履行合同的，应当明确可以分包履行的相关内容。

一、采购需求前附表

序号	条款名称	内容、说明与要求
1	付款方式	合同签订后，采购人支付合同价款的 60% 作为预付款。项目完成通过验收后，采购人一次性付清合同余款。
2	服务地点	安徽省，具体按采购人指定地点
3	服务期限	自合同签订之日起计算，一年。
4	本项目采购标	标的名称：2025 年安徽文旅新媒体推广项

	的名称及所属 行业	目 所属行业：租赁和商务服务业
--	--------------	--------------------

二、服务需求

第 1 包 “中央厨房” 内容生产项目

（一）服务要求

供应商应紧跟文旅消费新趋势和社交新趋向，聚焦在地文化和背后故事，组织编辑、摄像等开展实地走访、实拍街采，采编富有烟火气、本土化的素材。充分挖掘安徽文旅资源，以小切口诠释大主题，加工有温度的集约式专题产品，以沉浸式视角和用户逻辑，记录故事与体验，促进传播推广。运用新媒体传播形式和技术手段，搭建沟通情感的平台和桥梁，加强信息传播和互动交流能力，提升融媒体策划、创新创作水平，不断提升安徽文旅传播力、引导力和影响力。

1.深度原创内容生产

供应商应安排专职团队负责安徽文旅相关深度原创内容生产工作，积极主动策划，根据需要随时发布作品信息。全年计划围绕不少于 4 专题（如宝藏小城、皖美主理人等，具体专题名称待定），制作发布深度稿件 40 期，包含图片、文字、视频。

2.服务保障

供应商需指定专人和专职团队专门负责“中央厨房”内容生产工作。安排技术、编辑、美工、摄像等专业人员保障新媒体产品、内容策划和视频拍摄剪辑服务等工作。

3.内容推广

供应商建立“供稿+审稿+传稿”闭环，支撑创意专题良性运转。生产内容适配安徽文旅各账号平台特性，发布个性化稿件，利用自身和合作平台资源，将优质信息同步推广至中国新闻网、人民网、新华网等中央重点新闻网站，精选 10 篇优秀作品在泰国《星暹日报》、印

尼《千岛日报》、美国《亚省时报》、日本《东方新报》、英国《华商报》、缅甸《金凤凰报》等海外华文媒体刊发。

4.定期复盘

服务期内定期提供内容传播数据(如阅读量、点赞量、转载量等),召开工作调度会,由采购人和成交供应商相关负责人及服务人员参加,对内容生产传播情况进行复盘,提供上一阶段总结报告和下一阶段工作规划。

5.目标绩效

服务期内,供应商需围绕采购人主要工作,策划制作高质量内容,通过安徽文旅新媒体账号发布相关图文推送,10万+阅读量不少于3条,5万+不少于8条,相关央媒网站和海外新媒体平台传播量不少于5000万,进一步扩大安徽文旅新媒体账号的知名度和影响力。

(二) 报价要求

1.报价必须包含和本项目相关的所有费用,分项报价表中提供详实的费用预算清单,注明单价,并严格按照预算清单执行。报价需包含税金。

2.本项目合同签订后,采购人不再追加任何和本项目相关费用。

(三) 其他要求

1.成交供应商应对服务方案不断完善,并根据采购人具体要求进行修改,直至采购人确认方可进行实施。

2.成交供应商必须接受采购人对项目执行情况、服务质量等的监督、检查和验收,并有权查看与项目直接相关的凭证和资料,成交供应商应予以配合。

3.如因国家相关政策、自然灾害或意外事件等不可抗力因素的影响项目正常执行的,成交供应商应及时以书面形式说明情况,并商采

购单位研究提出解决方案。

4.采风视频画面清晰，需达到 4K 标准，时长不得低于 30 秒。

5.成交供应商保证所制作的视频产品、图文笔记不得存在抄袭，不得侵犯任何第三方的合法权益，否则，由成交供应商自行承担由此产生的一切责任及后果；造成损失的，成交供应商应向采购人承担相应责任（包括但不限于赔偿损失、公开澄清道歉等）。

6.成交供应商须全面配合采购人各项活动宣传事宜，不得以任何理由拒绝。

7.成交供应商应保证传播正能量，发布内容画面符合我国相关法律、法规要求，不存在内容失实或侵犯任何第三方合法权益，包括但不限于著作权、商标权、肖像权、姓名权、商业机密等情形。

8.本项目实施中产生的图文、音频、视频及融媒传播资料、素材等相关知识产权所有权归安徽省文化和旅游厅所有。成交供应商需确认项目执行过程及成果不涉及任何知识产权纠纷，并对之负完全责任。

9.本采购需求由安徽省文化和旅游厅负责解释。

10.本项目相关配套设施及服务均由成交供应商负责。责任范围以采购人确认的相应的文件中相关实施方案为准。