

# 杭州市政府采购项目 采购需求

采购单位：中共杭州市余杭区委宣传部

项目名称：杭州电视台全媒体传播服务

编制单位：中共杭州市余杭区委宣传部

编制单位：耀华建设管理有限公司

编制时间：2025年03月14日

## 一、需求调查情况

(一) 本项目是否需要开展需求调查：是 否

(二) 本项目是否属于可以不再重复开展需求调查情形：是 否

(三) 需求调查方式

咨询 论证 问卷调查 其他方式（市场调研）

(四) 需求调查对象

政采平台已招标完成项目服务进行市场调研。

(五) 需求调查结果

1. 相关产业发展情况

随着数字化和信息化的迅速发展，政府机关的宣传工作已经成为一种必不可少的手段。近年来，政府宣传传播发展模式持续优化，稳步推动高质量发展。传播手段主要充分利用传统媒体、新媒体、短视频等丰富的宣传资源，树立良好的宣传对象口碑和形象，提升和扩大宣传对象形象的知名度和美誉度。

2. 市场供给情况

当前，各区县均有类似项目采购，均有类似项目采购，根据相关法律、法规和部门规章及规范性文件，全省各地通过向社会购买服务，陆续开展宣传服务，市场竞争有序，供给充分。

3. 同类采购项目历史成交信息情况

(1) 中共杭州市委宣传部的杭州重大主题国际传播项目，中标价 995000 元；

(2) 中共杭州市委宣传部的“第三只看中国”国际短视频大赛，中标价 1990000 元；

(3) 宁波广播电视集团的 2024 年宁波城市形象推广“丝路笛声”企业对外传播主题系列活动服务项目，中标价 1978000 元；

(4) 中共杭州高新技术产业开发区工作委员会（中共杭州市滨江区委）宣传部杭州高新区形象外宣项目，中标价 2500000 元；

4. 可能涉及的运行维护、升级更新、备品备件、耗材等后续采购情况：无

5. 其他相关情况：无

## 二、采购需求内容

(一) 项目背景

为做好 2025 年余杭区“以杭州城市重要新中心的高质量发展，奋力扛起‘勇当先行者、谱写新篇章’的大区担当”各项宣传工作，更好地展示余杭经济社会各方面成绩亮点，拟与主流市级媒体开展宣传合作，充分利用传统媒体、新媒体、短视频等丰富的宣传资源，为余杭树立良好的口碑和形象，提升和扩大余杭城市形象的知名度和美誉度。

## （二）服务内容

### 1、组建余杭宣传站工作团队。

拟派专职服务人员，协助做好余杭区内外传播工作，专职为余杭区提供余杭区各类报道和活动的宣传、联络工作等相关辅助服务。

### 2、余杭宣传站业务上受第三方和余杭区委宣传部双重指导和协调。

3、策划拍摄精品短视频制作不少于 50 条（视频时长每条不少于 1 分钟），策划制作 AI 系列精品短视频不少于 25 条（视频时长每条不少于 20 秒），拍摄记录余杭重大项目素材（含航拍）。

4、采购人要求的日常发布相关渠道进行维护。此外，通过定时爬取媒体热词作为内容支撑，利用流量词汇、热点新闻，深度磨合个性化搜索，推动时下热点与良渚新城宣传方向深度融合，打造爆款标题及内容，达到宣传影响力的目的。

### 5、采购人其他交办的其他服务。

## （三）服务期

服务期自合同签订起至 2025 年 12 月，具体以合同签订为准。

## （四）其他相关要求

1、受托方应尽职尽责为采购人提供服务，按时、按质、按量完成采购人委托的业务。

2、中标单位需按照采购人的要求完成对项目的**策划、撰写、拍摄**等整个制作过程，采购人不承担其他任何费用。

3、本采购需求未明示的相关需求及服务，按采购人要求执行。

4、服务团队服务意识良好、分析能力强、分工清晰、从业经验丰富。团队人员了解国家的法律法规和浙江省地域、行业领域的基本状况。

## （五）保密要求

中标人须建立严格的保密制度，并加强对工作人员的保密管理及保密知识教育，须承担与此有关的技术情报和数据资料的保密责任。

## （六）知识产权

1、项目所产生的照片、视频、音频等一切相关资料的著作权与使用权归属采购人，未经采购人授权使用所产生的法律责任由成交供应商承担。

2、中标人须承诺在项目开展期间，未侵犯他人的商标权、专利权、肖像权、著作权等在先权利，否则因此产生的一切法律后果以及责任由中标人承担。

5、其他条款：以发布正式招标文件内容为准。

（二）**预算金额（元）**：1000000.00 元。

（三）**需满足的政府采购政策目标和具体支持对象**：

扶持中小企业 节能环保 其他（无）

（四）**拟采购标的的技术要求**

拟采购标的（1）

标的内容	杭州电视台全媒体传播服务		
数量	1	单位	项
功能和质量要求	为做好 2025 年余杭区“以杭州城市重要新中心的高质量发展，奋力扛起‘勇当先行者、谱写新篇章’的大区担当”各项宣传工作，更好地展示余杭经济社会各方面成绩亮点，拟与主流市级媒体开展宣传合作，充分利用传统媒体、新媒体、短视频等丰富的宣传资源，为余杭树立良好的口碑和形象，提升和扩大余杭城市形象的知名度和美誉度。 具体详见采购需求。		

（五）**拟采购标的的商务要求**

1. 交付（实施）的时间（期限）：服务期自合同签订起至 2025 年 12 月，具体以合同签订为准。

2. 交付（实施）的地点（范围）：采购人指定地址。

3. 付款条件（进度和方式）：签订合同后并待财政款项到位后，在采购人在具备支付条件 5 个工作日支付合同总价 50%的预付款，合同完成后并经采购人验收合格后，再支付合同金额的 50%。

4. 售后服务要求：详见采购需求。

5. 其他商务要求（包装和运输、保险等）：详见采购需求。

三、**合同订立安排**

(一) 采购项目预(概)算(元)：1000000元，最高限价(元)：1000000元

(二) 开展采购活动的时间安排：2025年03月

(三) 采购组织形式：集中采购 分散采购

(四) 委托代理安排

集中采购机构 部门集中采购机构

采购代理机构 自行采购(含电子卖场)

(五) 采购包划分：分标项 不分标项

(六) 合同分包：允许分包 不允许分包

(七) 供应商资格条件

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；未被“信用中国”(www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单；

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：无；

3. 本项目的特定资格要求：无；

4. 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的政府采购活动。

(八) 采购方式

公开招标 邀请招标 竞争性谈判

竞争性磋商 询价 单一来源采购

电子卖场 其他采购方式(\_\_\_\_\_)

(九) 选择采购方式的理由

公开招标作为主要的采购方式。本项目符合公开招标要求。

(十) 竞争范围：公开发布 电子卖场

(十一) 评审规则：综合评分 最低价中标 其他(\_\_\_\_\_)

四、合同管理安排

(一) 合同类型

货物合同 服务合同

建设工程合同 其他(\_\_\_\_\_)

(二) 定价方式

固定总价            固定单价

成本补偿            绩效激励

### (三) 合同文本的主要条款

1. 合同主要标的：杭州电视台全媒体传播服务
2. 履行时间（期限）：服务期自合同签订起至 2025 年 12 月，具体以合同签订为准。
3. 履约地点和方式：采购人指定地址进行合同履约服务；
4. 价款或者报酬：以实际中标价为准；
5. 考核要求和付款进度安排：详见采购需求；
6. 验收、交付标准和方法：按《杭州市政府采购履约验收暂行办法》执行，符合相关技术规范及文件精神要求。
7. 质量保修范围和保修期：详见采购需求。
8. 知识产权归属、处理方式：1、项目所产生的照片、视频、音频等一切相关资料的著作权与使用权归属采购人，未经采购人授权使用所产生的法律责任由成交供应商承担。2、中标人须承诺在项目开展期间，未侵犯他人的商标权、专利权、肖像权、著作权等在先权利，否则因此产生的一切法律后果以及责任由中标人承担。
9. 成本补偿、风险分担约定：无。
10. 违约责任与解决争议的方法：双方在执行合同中所发生的一切争议，应通过协商解决。
11. 其他条款：以发布正式招标文件内容为准。

## 五、履约验收方案

### (一) 履约验收主体

1. 采购单位：中共杭州市余杭区委宣传部
2. 是否选择代理机构：是    否
3. 是否邀请本项目的其他供应商：是    否
4. 是否邀请专家：是    否
5. 是否邀请服务对象：是    否
6. 其他：无。

### (二) 履约验收时间：服务成果提交后进行验收。

### (三) 履约验收方式：简易程序    一般程序

(四) 履约验收程序：一次性验收 分段验收 分期验收

(五) 履约验收内容

1. 技术履约内容

详见采购需求。

2. 商务履约内容

详见采购需求。

(六) 履约验收标准

详见采购需求。

(七) 履约验收其他事项

详见采购需求。

## 六、风险控制措施和替代方案

该采购项目按照《政府采购需求管理办法》第二十五条规定，是否需要组织风险判断、提出处置措施和替代方案：是 否

(一) 国家政策变化应对措施

调整相应技术要求后继续采购。如政策变化后本项目不再适合采购的，终止采购。合同的规定如与今后国家颁布新的法律或规定相矛盾，以新法律规定为准，甲乙双方由此所受到的损失由双方各自承担。

(二) 实施环境变化应对措施

调整相应技术要求后继续采购。如环境变化后本项目不再适合采购的，终止采购。

(三) 重大技术变化应对措施

调整技术要求后继续采购。如重大技术变化影响主要标的或资格条件，调整后重新采购。

(四) 预算项目调整应对措施

调整预算后项目重新采购。

(五) 因质疑投诉影响采购进度应对措施

采购前预留足够采购时间，重新采购。

(六) 采购失败应对措施

根据实际情况按相关法律法规执行。

(七) 不按规定签订或者履行合同应对措施

重新采购。

(八) 出现损害国家利益和社会公共利益情形应对措施

根据实际情况按相关法律法规执行。

(九) 其他采购和合同履行过程的风险及应对措施

根据实际情况按相关法律法规执行。