附件1

2021年广州市会展业公共服务平台

业务运营项目采购需求

一、项目背景

广州市会展业公共服务平台（以下简称平台）为广州市政府投资的信息化项目，是一个官方的、专业的广州市会展业公益性综合服务平台，旨在推动广州市会展业发展，提供覆盖会展全产业链的综合性服务。该平台是广州市实现智慧会展的一个重要载体，涵盖人才服务、统计调研、会展信用等功能，实现会展公共服务信息化，帮助企业节约办事成本，为政府主管部门提供决策依据。

平台栏目信息内容的保障工作意义重大。实现对内促进信息资源整合共享，对外提供统一的内容保障、增强信息发布的及时性和有效性，提高该平台的知名度和影响力，为实现会展行业各类信息资源的整合分享、为涉展企业提供方便快捷的参展办展渠道、以及为政府提供科学的决策提供了重要支撑，同时也促进了广州市会展业的信息化发展。

二、项目目标

广州市会展业公共服务平台是广州会展行业一个官方的、专业的服务平台，其网站内容的保障工作一直以来都是网站建设的重点工作之一，主要达成以下目标：

1．确保网站及其微信公众号、视频号内容发布的真实性、权威性、时效性。

2．确保网站及其微信公众号实用性高，用户体验好。

3．确保网站及其微信公众号宣传推广活动切实有效，扩大影响力。

三、项目采购金额

项目采购金额为47万元，具体项目所需服务及财政预算如下：（注：凡超出最高限价的，均视为无效报价。）

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **服务类清单** | **序号** | **需求内容** | **数量** | **单位** | **预算金额（万元）** |
| 1 | 优化平台微网站风格及展示 | 1 | 项 | 6 |
| 2 | 平台中文版资讯内容采编发布 | 1 | 项 | 8.5 |
| 3 | 平台英文版资讯内容采编发布 | 1 | 项 | 6.5 |
| 4 | 平台微信公众号运营服务 | 1 | 项 | 10 |
| 5 | 中英文会展专题设计 | 1 | 项 | 5 |
| 6 | 平台线上线下品牌推广活动 | 1 | 项 | 11 |
| 7 | 共计 | 6 | 项 | 47 |

四、工作内容

成交供应商需完成2021年度广州市会展业公共服务平台及其微信公众号的运营保障工作，主要包括：

1．保障平台中英文版内容发布的时效性、准确性。

2．保障微信公众号的运营内容发布及时、准确；后台回复及时；功能全面。

3．平台中英文会展专题设计达到版式新颖、主题突出。

4．举办平台的线下线上宣传推广活动。

1. 对平台微网站风格及展示效果进行优化。

具体要求如下：

**（一）优化平台微网站风格及展示**

在采购方的指导下，做好与原微网站开发运维团队的沟通衔接，对广州市会展业公共服务平台微网站风格及展示效果提供优化设计方案，增强微网站的实用性，提高传播效率，优化版面和功能，为扩大广州会展影响力及活动宣传提供更强大的平台支撑。工作内容主要包括：

1. 按要求完成微网站风格设计，以及展示效果的优化工作，最终的微网站风格及展示形式由双方协商后确定。

（2）成交供应商应提供2套优化方案供采购方选择。

（3）成交供应商需在项目验收时提供微网站转载、浏览量等相关数据。

**（二）中英文网站内容采编**

（1）成交供应商需安排专职人员负责策划、运营、采编、排版、版块维护；运营人员需具备较好的信息搜集、信息分辨能力：能自主搜集信息，能根据采购方提供的途径搜集会展业相关资讯。

（2）负责内容维护工作人员，中文采编需具备一定的文字功底，具有相关工作经验两年以上，能撰写现场活动报道，确保平台内容具有吸引力；英文采编需负责英文版网站内容的翻译，收集，整理等工作，英文采编人员应具备英语专业四级及以上水平，熟悉会展行业相关专业术语的英文表述。

（3）专职人员需保证网站上发布的内容，排版规整（可参考同类型网站，权威网站，用户体验感高的网站示例），版面清晰，重点突出，图文并茂（利用图片、视频吸引用户），内容引人入胜。所有栏目发布的信息需注明文章来源、时间等关键信息。同时成交供应商需拍摄广州会展相关视频或图片并发布，全年不少于4 次。

（4）中文版网站每周信息更新不少于30条，英文版网站每周信息更新不少于15条，可根据采购方要求进行采编报道，并及时更新。

（5）中英文采编需对每周的信息更新工作做好记录并存档，每个月按时提交网站发稿数据统计（主要汇报发稿时间、发稿栏目、发稿题目）。

**（三）平台微信公众号运营服务**

对“广州市会展业公共服务平台”微信公众号内容进行更新，以最新的会展资讯、政策解读为主要内容，推文风格需具备能吸引粉丝阅读的“网络化语言”、“可视化”等特点。同时对微信公众号内容进行整体规划建设、对日常内容进行采集制作与发布、对平台动态进行常态监测并及时回复。粉丝数量需增加6500人以上。

（1）做好与原微信建设运营团队的沟通衔接，定期按时更新微信公众号各栏目内容，更新频率每周1次，每次不少于4篇内容，发布关于广州会展的权威信息。

（2）结合社会热点、展会热点及广州会展活动，制定微信公众号的宣传推广方案。根据采购方的会展活动主题，定期推出与网友互动活动，打造平台微信公众号的品牌形象，保持有效粉丝增长，提高粉丝活跃度及微信公众号影响力。要求策划举办线下整体宣传活动不少于4次。

（3）对平台线上推广活动的成效进行数据提取和分析，对粉丝增长数量、文章阅读量及转发分享次数、活跃时间节点、关注标签和微信的动态、传播成效等方面进行分析，并提出优化方案与改进措施。微信公众号平台运行的工作内容需按月总结整理存档，其内容作为每月工作汇报的内容之一提交采购方。

（4）拍摄制作不少于6条重点展会及活动宣传视频，每条视频时长不低于30秒。

**（四）会展专题设计**

根据采购方要求，成交供应商应围绕重大展会活动以及会展业的重要细分行业主题，做好平台中英文会展专题设计。会展专题的设计需做到版式新颖，图文并茂，专题页面交互感强，主题突出。会展专题活动应具备时效性、针对性及吸引力，起到宣传广州会展的作用。

1. 中文专题。成交供应商需根据广州会展发展趋势结合社会热点、行业热点策划专题。举办前期，根据采购方需求，策划符合会展主题的专题活动。待专题活动方案通过采购方审核后，成交供应商需根据专题活动方案，设计网站专题页面，能广泛而全面的展现广州会展营商环境、重大品牌展会情况，广州展览行业风貌等。并将设计方案及时提交采购方审核，待采购方审核通过后，在广州市会展业公共服务平台上发布。中文专题设计，合同期内不少于3次。考虑到实际工作的进度，成交供应商需提前一个月策划专题活动。

（2）英文专题。结合广州营商环境，国际会展发展趋势，策划专题。专题报道的内容要求能够反映国际会展行业最新动态，起到宣传广州营商环境及会展行业的作用。成交供应商需根据专题报道方案设计专题网页。英文专题设计，合同期内不少于2次。英文专题设计活动需要在此次活动举办前一个月启动。

**（五）宣传推广**

成交供应商需根据采购方的要求，通过官网、微信公众号等途径，采用包括但不限于软文推广、网站合作、媒体合作等方式,对广州市会展业公共服务平台进行宣传推广。将传统媒体和新媒体的集合优势充分发挥出来，全方位覆盖不同的受众群体。成交供应商需负责组织和配合采购方进行线下的宣传推广工作。采购方的线下宣传推广工作，成交供应商应无条件现场提供支持。

（1）成交供应商需针对网站及其微信公众号全年宣传推广工作，制定推广计划书，推广计划需采购方确认后方可执行。

（2）举办平台网站及其微信公众号的线上线下品牌推广活动，线上推广活动不少于5场，线下推广活动不少于4场，成交供应商需提供现场活动摄像、活动策划等服务；推广活动结束后成交供应商需总结整理推广活动记录文档并存档，其内容可作为每月工作汇报的内容之一提交采购方。

（3）成交供应商需利用移动宣传载体，通过但不限于网络传播、活动推介、城市移动广告等方式大力宣传推广平台及其微信公众号，增加微信公众号的粉丝量和网站的浏览量。

（4）合同期内，成交供应商需保证网站PV（页面浏览量）增加8万人次以上，网站UV（访客数）增加2万人次以上；微信公众号有效粉丝量增加6500人以上；每月向广州商务会展促进服务中心汇总主网站访问量、版块关注度等信息分析统计，以及微信公众号的关注量及浏览量；其内容可作为每月工作汇报的内容之一提交采购方。

**（六）运营保障要求**

（1）成交供应商需在网站及其微信公众号上设置清晰的意见反馈方式，主要是内容采编人员的联系方式：联系电话、QQ等（方便用户在浏览网页时提出意见、纠错等）；

（2）成交供应商需对网站及其微信公众号上涉及互动交流、征集调查信息、以及用户提出的意见，建议，问题进行初步筛查、分类整理，并将相关文档存档，其内容作为每月工作汇报的内容之一提交采购方。

（3）为保障网站及微信公众号平台内容权威、准确、未被恶意篡改、未涉及违法违规内容，成交供应商需按周或按月（成交供应商自己决定）进行自检并接受采购方的监督。主要检查网站及微信公众号平台内容有无被恶意篡改、有无违规违法内容、有无错别字、语句是否通顺，统计信息是否有效等，确保网站与微信公众号运行安全高效；每次自检后，成交供应商需整理总结巡检改错报告存档，其内容作为每月工作汇报的内容之一提交采购方。

（4）成交供应商需详细说明各项经费使用分配情况。

（5）成交供应商对网站及其微信公众号的运营工作情况需接受采购方广州商务会展促进服务中）的指导、监督和认可。

（6）项目验收时，成交供应商需提供完整的网站与微信公众号运行工作记录，推广活动总结等文档。

五、服务要求

**1．运营团队人员要求**

（1）成交供应商需组建本项目专职运营团队。团队人员至少包括：项目经理1名、网站中英文内容采编各1名、网页设计师1名、网站前端工程师1名及摄影师1名，并安排该运营团队中至少1名工作人员到采购方指定的地点定时长期工作。成交供应商可提出更优化的人员配置方案。

（2）驻场工作人员需接受采购方的领导和管理考核，按时完成采购方交办的工作，定期汇报总结。

（3）成交供应商需在响应文件中列明运营团队人员的具体分工和联系方式，未经采购方允许，成交供应商不得对运营团队工作人员进行更换。

（4）成交供应商需在本项目运营团队中安排1名能胜任网站运营工作的人员驻场，且需经过采购方面试通过，方可成为本项目的驻场工作人员。若在项目运行过程中，驻场工作人员出现重大失误，对采购方造成重大损失，或未能胜任工作，采购方可提出更换驻场工作人员的要求，成交供应商需无条件进行人员更换。

（5）成交供应商负责对驻场人员进行业务素质及其它必备的技能培训，以保证服务质量和效率。驻场人员需根据采购方的工作安排，完成包括但不限于业务推广培训等工作。

（6）成交供应商保证：提供的产品和服务及在采购方范围内进行的生产、服务活动须符合采购方在环保及职业健康安全的管理规定，避免对环境及职业健康安全造成影响。

**2．保密要求**

本项目实施过程需遵守合同保密条款的要求，驻场人员须遵循采购方的各项规章制度。所接触的各应用系统相关信息仅限本人在本项目中使用，不得向他人泄露，更不得用于演示或宣传。

**3．验收要求**

（1）在完成合同规定的内容后，成交供应商在保证项目文档齐全，自检合格的基础上向采购方提出验收申请。

（2）采购方在成交供应商完成项目服务工作，并提交全部所需的项目文档后，通过由采购方人员组织的项目评审，并按采购方的要求完成项目档案归档工作后，方可视为完成项目，验收通过。

**4．差错惩罚机制**

如出现以下情况之一，采购方将每次扣除运营费用5000元：

（1）在未经采购方同意，擅自对网站平台上的内容进行非常规操作，包括但不限于增加、删除、修改、移动、发布网站信息。

（2）在未经采购方同意的前提下，擅自更换驻场工作人员。

（3）如出现以下情况之一，采购方有权提出终止服务合同：任何不遵守信息安全保密协议、泄露系统重要信息、泄漏源代码的行为；在采购方系统中隐藏后门、植入病毒、木马或其他恶意程序；出现网站不更新、栏目不更新、内容严重错误等单项否决情况。

**六、服务期限**

自合同签订后至2021年12月6日止。

**七、项目成果提交**

本项目完成后预期取得的成果以文档等形式表现，具体包括：

1.每月网站及其微信公众号运营工作总结。

2.宣传推广活动总结。

3.会展专题设计总结。

4.项目工作完成总结。

**八、合同签订**

待采购方确认成交供应商后，成交供应商应在成交后的30天内与采购方按以下依据签订本项目合同，否则，采购方有权取消其成交资格，合同签订依据如下：

1.《中华人民共和国民法典》。

2.国家或采购方相关标准合同。

3.其他相关内容以合同附件约定。

1. **付款方式**

按以下步骤付款：

1．合同签订后10个工作日内采购方向成交供应商支付技术服务费总金额的60%。

2．项目通过采购方的验收后，10个工作日内采购方向成交供应商支付技术服务费的40%。

因采购方使用的是财政资金，采购方在规定的付款时间内向相关财政部门申请支付手续，最终的款项支付时间以财政部门下达资金的时间为准，由此原因造成的延期付款免责。

**十、成果所有权**

1．项目的所有成果，知识产权归采购方所有。

2．成交供应商非经采购方书面同意，不得以任何方式向第三方披露、转让和许可本项目的技术成果、技术资料和文件。如成交供应商违反本条规定的，除立即停止违法行为外，还应赔偿采购方的损失。

3．成交供应商应保证提供的成果不侵犯任何第三方的知识产权。

**十一、成果安全与保密**

1．本项目涉及的保密数据和资料包括作业过程资料和采购方在项目过程中确认的需要保密的其他信息及资料。

2．本项目所涉及的保密数据和资料，仅限于成交供应商在本项目合同期内部使用，只能用于本项目，不得用于其它用途，不得向第三方提供。

3．成交供应商须按国家相关法律法规的要求，制定数据安全保密措施，严防泄密，并在项目结束后销毁所有相关数据，不得保留备份。

4．成交供应商不得将涉密数据在计算机互联网、政务网等非涉密网络上传输、登载。

5．成交供应商发生涉密数据外传、丢失、被盗或者造成泄密事故的，应采取有效措施，及时补救，并及时向采购方报告；造成的后果，由成交供应商承担所有责任。

**十二、违约责任**

1．服务期间，成交供应商未能按合同规定履行义务的，采购方有权通知成交供应商限期整改，成交供应商不整改或整改不符合采购方要求的，采购方有权解除委托服务合同，成交供应商应向采购方支付相当于服务费用全额的10%的违约金。

2.无论何种原因造成合同的终止、解除，成交供应商在接到采购方的书面通知后，应积极配合采购方完成交接工作，不得以任何理由拖延办理交接手续，不得以任何理由滞留服务场地，否则成交供应商应向采购方支付相当于服务费用全额10%的违约金。

**十三、解释权**

本采购需求解释权归广州商务会展促进服务中心所有。