

# 项目需求书

## 一、项目名称

2025 年“横琴湿地”微信公众号运维推广服务项目

## 二、项目概况

为满足国家湿地公园的验收标准，计划按照《国家湿地公园评估评分标准》系统开展“横琴湿地”微信公众号运维推广服务，增强公众号内容科学性和趣味性，将湿地公园的保护意义、管理成就对公众开展有效宣传。2024 年期间，横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局委托第三方单位运维推广“横琴湿地”公众号，运营期间，通过加强内容策划、提升内容质量，带动公众号阅读量和影响力显著增长。在 2025 年运营周期中，将加大对公众号内容品质、形式多样化的提升，内容包括公众号形象升级、原创优质内容制作推广、特色视频和海报制作等。

## 三、服务范围

横琴粤澳深度合作区

## 四、服务期限

2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日

## 五、服务内容及服务要求

### (一) 微信公众号“横琴湿地”运维服务

1. 根据年度和月度的自然生态节日制定关于合作期内公众号宣传内容工作计划，中标单位需要在签订合同之日起 30 个工作日内提交年度工作计划（其中涵盖月度及季度公众号内容推送发布、4 条科普视频、2 场线上直播、海报等项目条款），确保在相关日期前后推送相关科普知识推文，公众号粉丝量在服务期增长 50%。

## 2. 人员安排

中标单位指派 1 名资深编辑作为项目负责人，负责策划安排、团队协调，另派驻点人员，做好日常内容宣传制作、编辑制作、运维发布等工作。

## 3. 推送周期及数量

每周发布不少于 3 篇内容；如有重大节点宣传需求，将根据要求，及时进行推送，发布内容至少提前三天发至横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局对接人进行审核。全年推文合计不少于 170 篇。

## 4. 编审流程

中标单位组织审稿团队，在编辑完成内容排版后，把推文预览发至审稿团队进行内部审核，内部审核通过后再将预览发至横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局对接人进行审核，审核完毕后，由值班编辑发布。

## 5. 中标单位配备项目团队，提供微信服务号正常运维支持工作，

随时应对各种微信服务号实际运营中出现的问题。对于微信发

布的内容、网民留言，每日进行 1 次后台内容安全巡检，对微信报错信息的维护，及时响应。

6. 中标单位负责官方微信新媒体资源推广，渠道运营及管理；跟踪官方微信推广效果，每个月结合后台相关运营数据，跟进媒体对横琴湿地相关活动的采访和宣传，做内容宣传、新媒体数据分析研究，为横琴湿地的宣传工作提供数据支持。
7. 协助完成横琴湿地的其他宣传工作。做好舆情监测，如发现舆情信息，可协同应对，积极引导正面舆论。

## （二）其他服务：

### 1. 专题策划

通过文章和图文并茂的方式，介绍相关知识，让读者了解湿地的重要性，鼓励他们参与生态保护，并提供环境教育的内容。

### 2. 创意科普动画制作

中标单位负责策划、制作 4 条 30 秒科普动画视频，视频制作脚本至少提前一个月发至横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局对接人进行审核，通过动画形式，将抽象的科普知识以形象生动的方式展现，迅速吸引观众的注意力，提高科普内容的传播效果，增强观众对科普内容的印象，提高宣传效果。

### 3. 海报策划

中标单位根据节点安排，围绕生态保护与环境教育科普、二十四节气等内容，共策划不少于 39 张专题海报，海报初稿至少提前一周发至横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局对接人进行审

阅。

#### 4. 开展线上直播

对线下活动进行线上直播 2 场，直播内容由横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局指定，中标单位提供直播方案、脚本、直播人员、设备、平台等，直播方案至少提前一个月发至横琴粤澳深度合作区城市规划和建设局对接人进行审阅。

#### **（三）推广服务：**

1. 将“横琴湿地”公众号相关重要内容在中标单位自有渠道发布外，按需求推荐到其他省级以上平台发布。
2. 结合横琴湿地相关的线上或线下活动，以抽奖或奖品的方式，吸引用户参与活动并关注微信公众号。

#### **（四）组织专家评审会：**

应项目验收需要，在提交年度总结报告后 20 个工作日内，中标单位需要协助采购人组织验收和考核工作，由中标单位组织 3 名外部专家对项目成果进行专家评审，承担会场布置相关事宜以及组织专家评审会所需的专家邀请费，专家交通餐饮住宿补贴。

### **六、服务成果**

1 份中期报告、1 份年度验收报告，4 个科普视频、2 个直播视频、所有海报的电子版本。

### **七、考核标准**

按照国家、广东省、横琴粤澳深度合作区及采购需求文件和《国家湿地公园管理办法(林湿发〔2017〕150号)》《湿地公园总

体规划导则(林湿综字〔2018〕1号)》《国家湿地公园评估评分标准(林湿综字〔2018〕2号)》《中国生物多样性保护战略与行动计划(2011-2030年)》《推进生态文明建设规划纲要(2013-2020年)》关于保护宣传教育有关考核要求执行。

## **八、档案管理**

为了完善项目的后续管理，成交供应商应将项目建设过程中的各类文件归档，建立项目管理的文件档案。包括：

1. 会议及活动策划文件、宣传设计文件、课程及培训资料、使用设备清单、项目各阶段的文件、活动过程照片等。
2. 建设资金投入、支出等财务档案。
3. 建设管理附件，如采购需求文件、合同等。
4. 项目各项活动情况报告。

## **九、采购预算及响应报价要求**

本项目为项目总价包干，响应人的报价应包括（但不限于）：人工费、设备费、运输费、保险费、技术服务费（含联络费、培训费、调试费、保修费、专家费）、管理费、税费、不可预见费等完成本采购内容所需的一切费用，以及采购需求文件及合同约定应当由成交供应商承担的风险因素等费用。响应人应当根据采购需求文件等材料自行考虑风险因素进行响应报价。否则，一旦成交，采购人将不予支付除了采购需求文件及合同约定的由采购人承担的风险因素之外的任何补偿。响应人漏报或不报，采购人将视为该漏报或不报部分的费用已包括在响应报价中，合同金额

不予调整。

## 十、付款方式

1 期：成交供应商与采购人签订合同 10 个工作日内，采购人向成交供应商支付合同总价款的 40%。

2 期：成交供应商完成项目中期汇报并提交中期报告的 10 个工作日内，采购人向成交供应商支付合同总价款的 40%。

3 期：所有项目内容实施完毕且成交供应商提交所有服务成果之日起 20 个工作日内，由采购人组织验收和考核工作，服务成果经采购人考核验收合格后，成交供应商按照采购人要求申请付款，采购人向成交供应商支付合同总价款的剩余款项，即合同总价款的 20%。

注：每次支付款时，成交供应商向采购人提供相应金额的正式发票。因采购人使用的是财政资金，采购人在前款规定的付款时间为向政府采购支付部门提出办理财政支付申请手续的时间（不含政府财政支付部门审核的时间），在规定时间内提出支付申请手续后即视为采购人已经按期支付。