2026–2027 年度智慧工会平台运营项目
采购需求书

一、采购项目概况

（一）项目名称：2026-2027 年度智慧工会平台运营项目

（二）采购人：深圳市罗湖区总工会

（三）项目背景

按照深圳市总工会关于智慧工会建设“市级统筹搭台、区级落地唱戏、基层广泛参与”的分级运营部署，罗湖区总工会在“深 i 工”智慧工会服务平台开设区级专属频道，与“罗湖工会”微信公众号共同构成面向全区职工群众的新媒体宣传阵地和线上服务入口。为持续提升两个平台的内容供给质量、服务响应效率和活动运营水平，现通过采购专业服务的方式，引入具备政务新媒体和群团宣传运营能力的服务机构，承担本项目为期一年的运营服务。

（四）服务对象与范围

本项目服务对象为“罗湖工会”微信公众号和“深 i 工”罗湖区级频道。服务内容包括内容生产与发布、栏目维护、活动策划执行、普惠服务上下架、视觉设计与素材制作、数据统计与运营分析、舆情监测与留言互动管理、账号与权限维护等。

（五）项目目标

1. 内容供给稳定。确保公众号平台每周工作日更新 2 至 5 次，全年推送图文不少于 300 条，“深 i 工”罗湖区级频道保

持14天内至少更新一次；相关栏目保持常态更新，不出现空栏和过期信息。

2.服务入口畅通。会员入会、活动报名、普惠服务、维权咨询等线上入口配置准确、链接有效，职工通过两个平台可便捷获取工会服务。

3.品牌形象统一。形成风格统一、辨识度较高的新媒体视觉形象，重要节点宣传形成声势。

4.运营管理规范。建立内容审核、数据统计、舆情处置、账号管理等工作机制，形成完整的运营台账和成果档案。

二、项目管理和服务要求

（一）总体要求

1.一体化运营。两个平台统一策划、统一采编、统一审核、统一发布，建立“一次采集、多元生成、多端发布”的工作机制；同一主题宣传在微信公众号和区级频道同步呈现，形成相互引流、互为支撑的传播格局。

2.导向管理。严格落实意识形态工作责任制，坚持正确政治方向和舆论导向，准确宣传党的工运事业方针政策和工会工作部署；不得发布与党和国家方针政策相违背的内容，不得涉及敏感话题，不得传播未经核实的信息。

3.合规运营。遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《互联网信息服务管理办法》《互联网用户公众账号信息服务管理规定》等法律法规，以及市总工会关于智慧工会平台运营管理的有关规定。

4.口径统一。涉及区总工会重大部署、重要数据、典型案例等内容，以采购人审定口径为准；引用数据须注明来源，不得夸大、虚构或断章取义。

5.形象统一。以“罗湖工会”现有标识和视觉规范为基础，建立统一的排版模板，保持两个平台在色彩、字体、版式、栏目图标上的一致性。

（二）微信公众号运营要求

1.发布频次。服务期内每周工作日推送更新2至5次，全年推送图文不少于300条；重大节点、重要活动期间可加密推送。

2.选题策划。围绕区总工会年度重点工作编制月度选题计划，明确主题、栏目、稿件数量、视觉呈现和推送节奏。

3.采编规范。标题准确简明，不使用夸张、诱导性表述；正文事实清楚、数据准确、来源可查；配图、视频、字体、音乐等素材须取得合法授权，不使用来源不明素材；转载须获授权并注明出处。

4.排版呈现。统一使用规范排版模板，封面图、摘要、正文配图齐全，适配手机端阅读。

6.互动管理。留言、私信在工作日4小时内响应，非工作日24小时内响应；咨询类留言转交采购人相关部室并跟踪答复；投诉、举报类留言即时报告，不得自行回应、删改或屏蔽。

7.审核发布。实行“三审三校”“先审后发”，稿件经编辑初审、项目负责人复审、采购人终审后发布；建立发布台账，记录标题、发布时间、审核人，按月报采购人备查。

（三）“深 i 工”区级频道运营要求

1.频道维护。区级频道资讯、活动、服务、阵地、组织等栏目内容及时更新，保持 14 天内至少更新一次，重要信息当日发布，一般信息不超过 2 个工作日；页面版块、图片、文案按平台规范维护，不得出现空栏、错链和过期信息。

2.活动运营。区总工会及基层工会的会员活动、文体赛事等在频道上线，完成活动发布、报名审核、数据回收等全流程操作。

3.会员服务。协助做好会员实名认证、入会转会、组织关系等线上业务的引导和答疑，梳理高频问题形成问答手册；系统操作异常及时反馈平台技术支持并跟踪处理结果。

5.数据报送。按市总工会统一的数据口径和统计周期报送频道访问量、活动参与人次、服务使用量等运营数据，确保与平台后台数据一致，不得手工估算。

6.应急处置。发现内容差错、链接失效、页面异常、数据泄露等情况，30 分钟内报告采购人，2 小时内进行整改；重大网络安全事件按采购人应急预案执行。

（四）活动策划与执行要求

1.活动策划执行。全年策划开展线上主题活动不少于 4 场；活动方案提前 10 个工作日报审，内容包括目标、形式、流程、预算、宣传节奏和风险预案。

2.线上线下联动。配合区总工会职工服务中心、工会驿站、职工书屋等阵地，策划“线上报名+线下参与”“线上打卡+线下兑换”等联动活动，提升阵地使用率和会员黏性。

3.活动复盘。每场活动结束后形成复盘报告，内容包括参与数据、传播数据、职工反馈及改进建议。

（五）视觉设计与素材制作要求

1.素材交付。常规推文配图、封面图随稿交付；专题海报、长图等按重要节点交付。

2.版权与源文件。设计成果须交付可编辑源文件和成片，所用字体、图片、音乐等素材提供授权凭证；成果知识产权归采购人所有。

（六）数据统计与运营分析要求

1.运营台账。按月记录推送、阅读、转发、点赞、涨粉、留言等数据；按季度形成运营分析报告，服务期满提交年度运营总结报告。

2.指标监测。重点监测粉丝净增、篇均阅读量、原创占比、活动参与人次、服务使用量等指标，并提出改进措施。

3.舆情监测。工作时段内对两个平台的留言、评论进行巡查，发现涉工会、涉职工权益、涉劳资纠纷等敏感信息30分钟内报告；重要节点和重大活动期间实行专人值守。

4.数据安全。运营数据仅用于本项目服务，不得复制、外传、商用或用于其他项目；服务期满按要求移交或销毁并出具书面确认。

（七）团队与人员要求

1.项目团队不少于5人，其中项目负责人1名，内容编辑1名，视觉设计、专职审校各不少于1名，并配备技术运维和数据分析支持人员。

2.项目负责人具有3年以上新媒体或政务、群团宣传运营经验，为投标时承诺人员，服务期内不得随意更换；确需更换的，提前10个工作日书面报采购人同意，继任人员资历不低于原人员。

3.建立AB岗和值班制度，保障节假日和重大活动期间的内容发布与应急响应；重要活动须派员现场支持。

4.参与本项目的人员须签署保密承诺。

（八）其他要求

1.成果归属与移交。服务期内形成的图文、视频、设计源文件、运营台账和账号资料等成果归采购人所有；合同终止或期满后10个工作日内完成成果、素材和账号权限移交，并配合做好衔接。

4.禁止转包。不得将本项目主体服务内容转包或分包；确需委托第三方承担其他辅助工作的，须事先书面报采购人同意，并由中标供应商对成果质量和合规性承担全部责任。

三、供应商资格要求

（一）基本资格条件

1.具有独立承担民事责任的能力，在中华人民共和国境内依法注册的法人或其他组织，提供营业执照（或事业单位法人证书、社会团体法人登记证书）复印件。

2.具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，提供2025年度经审计的财务报告（成立不足一年的提供成立以来的财务报表）或银行资信证明。

3.具有履行合同所必需的设备和专业技术能力，提供相关说明及证明材料。

4.有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录，提供投标截止日前6个月内任意1个月的缴纳凭证。

5.参加本次采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录，提供书面声明。

（二）信用要求

1.未被列入“信用中国”网站失信被执行人、重大税收违法失信主体名单，未被列入中国政府采购网政府采购严重违法失信行为记录名单，以投标截止日当天查询结果为准。

2.未被采购人列入供应商不良行为记录名单。

（三）专业能力要求

1.经营范围涵盖新媒体运营、广告设计制作、文化传播、信息技术服务等相关内容之一。

2.近3年（2023年1月1日至投标截止日）具有群团组织新媒体代运营、宣传服务或智慧平台运营服务业绩不少于3项，提供合同关键页（含合同双方、服务内容、签订时间）或中标（成交）通知书复印件。

3.拟投入本项目的项目负责人具有3年以上政务新媒体、群团宣传运营经验，提供类似项目任职证明。

4.具备内容采编、视觉设计、视频制作和数据分析能力，提供团队配置说明和代表性作品案例。

（四）其他要求

1.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，不得同时参加本项目。

2.本项目不接受联合体投标，不接受挂靠、借用资质投标。

3.供应商须承诺遵守网络安全、数据安全和个人信息保护有关规定，中标后与采购人签署保密协议。

（五）说明

本项目资格要求依据项目实际需要设定，不以所有制形式、组织形式、股权结构、注册地、注册资本、从业人员规模等不合理条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇。

四、评标定标方法

本项目采用综合评分法。评标委员会对通过资格审查和符合性审查的投标文件，按本文件规定的评分因素和分值进行评审，总分为100分，按总得分由高到低排序。总得分相同的，按投标报价由低到高排序；总得分和投标报价均相同的，按“采购方案整体评价”得分由高到低排序，推荐排名第一的投标人为中标候选人。

投标报价超过项目预算金额的，作无效投标处理。评分因素、分值和评分规则见下表。

评审评分规则

评分因素	评分规则	权重	评分
价格	满足采购文件要求且投标报价最低的报价为评标基准价，其价格分为满分；其他投标人的价格分=（评标基准价／投标报价）×10。	10%	10分
采购方案整体评价	从内容运营、活动策划、数据与舆情管理、团队配置与保障措施5个方面综合评价：方案完整、针对性和可操作性强得26—30分；方案较完整、基本可行得18—25分；内容简略、针对性一般得10—17分；方案缺失或明显不符合项目需求得0-15分。	30%	30分

项目团队综合能力	项目负责人和团队成员的学历、职称、荣誉证书及党群政务新媒体运营项目经验：项目负责人具有5年以上相关经验的得10分、3至5年的得5分；团队成员学历、职称结构与项目需求匹配的得6分；提供个人荣誉证书或获奖证明的，每项1分，最高4分。	25%	25分
公司实力	供应商荣誉情况：省级及以上荣誉每项2分，市级荣誉每项1.5分，区级荣誉每项1分，最高5分。 认证体系情况：具有ISO9001、ISO27001等管理体系认证的，每项1分，最高5分。同一荣誉不重复计分。	10%	10分
同类项目业绩	近3年内每提供1个同类项目业绩得4分，最高20分；须提供合同关键页或中标通知书扫描件，未提供的不计分。	20%	20分
公司诚信	投标截止日前3年内无不良行为记录、无失信被执行人信息、无重大税收违法记录的得5分；被列入失信名单或经查实存在弄虚作假的，作无效投标处理。	5%	5分

五、商务需求

（一）服务期: 2026年11月-2027年11月。

（二）服务地点: 深圳罗湖。

（三）报价要求

1.本项目预算金额:人民币35万元，投标供应商的报价不得超过项目预算金额。

2.本项目服务费采用包干制，应包括服务成本、法定税费和企业的利润。由投标供应商根据采购文件所提供的资料自行测算投标报价;一经中标，报价总价作为中标供应商与采购人签订的合同金额，合同期限内不做调整。

3.投标供应商应当根据本企业的成本自行决定报价，但不得以低于其企业成本的报价投标。

4.投标供应商的报价，应当是本项目采购范围和采购文件及合同条款上所列的各项内容中所述的全部，不得以任何理由予以重复。

5.除非采购人通过修改采购文件予以更正，否则，投标供应商应毫无例外地按响应文件所列的清单中项目和数量填报综合单价和合价。投标供应商未填综合单价或合价的项目，在实施后，将不得以支付，并视作该项费用已包括在其它有价款的综合单价或合价内。

6.投标供应商不得期望通过索赔等方式获取补偿,否则，除可能遭到拒绝外，还可能将被作为不良行为记录在案，并可能影响其以后参加政府采购的项目投标。各投标供应商在报价时，应充分考虑报价的风险。

（四）付款方式: 按照完成服务工作进度和工作量制定分期付款方式。

（五）违约责任

1.中标供应商未按约定时间完成内容发布、活动上线或成果交付的，每逾期1日按合同总金额的0.5‰支付违约金，累计不超过合同总金额的5%；逾期超过15日的，采购人有权解除合同。

2.因中标供应商原因出现政治性、导向性错误或重大事实错误，造成不良影响的，中标供应商应承担相应责任；采购人有权扣减当期服务费，情节严重的可解除合同，造成损失的应予赔偿。

3. 未经采购人同意擅自转包、分包或更换项目负责人的，每发现一次扣减合同总金额的 2%；累计两次以上的，采购人有权解除合同。

4. 泄露采购人工作信息、会员数据或未发布内容的，中标供应商应承担全部法律责任，并赔偿由此造成的损失。

5. 服务期内考核不合格且限期整改不到位的，采购人有权扣减相应服务费或终止合同。

6. 采购人未按约定支付服务费的，应按逾期金额和逾期天数支付违约金，违约金按同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率计算。

（六）其他

1. 成果及知识产权。本项目形成的图文、视频、设计方案、数据成果和账号运营资料，知识产权及所有权归采购人所有，中标供应商不得将成果用于其他项目或对外发布。

2. 保密要求。中标供应商及其人员须签署保密承诺书，服务期内及服务期满后 3 年内不得披露、使用采购人工作信息和会员数据。

3. 廉洁要求。中标供应商不得以任何形式向采购人工作人员输送利益，一经查实取消中标资格或解除合同。

4. 争议解决。因履行合同发生争议，双方协商解决；协商不成的，向项目所在地人民法院提起诉讼。

5. 其他未尽事宜由双方在合同中另行约定，采购文件、投标文件、澄清承诺及合同均为合同组成部分。