# 用户需求书

**说 明**

1、供应商应对本项目采购内容进行整体报价，不得只对采购内容的其中一部分进行报价。

2、供应商须承诺：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，不再同时参加本采购项目（包组）报价。

3、供应商须承诺：没有为本采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务。

4、报价中不得包含磋商文件要求以外的内容，否则，在评审时不予核减。若报价有缺漏项的，缺漏项部分的价格视为已包含在报价中，成交后不作任何调整。

**一、概述**

1.本次采购项目为：中山市医疗保障事业管理中心宣传服务项目。

2.采购人有权在项目开始后，根据实际工作需要，对项目方案内容作适当修改调整。

3.除在响应文件中明确并获得采购人书面同意以外，成交供应商不得再以任何方式转包或分包本项目。

4.服务期限：自签订本合同之日起一年内。

5.成交供应商承担磋商文件对成交供应商要求的一切事宜及责任，并对提供服务过程中知悉的内部信息负有保密义务和责任。

**二、项目内容**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 项目类别 | 具体内容 | 数量 | 单位 |
| 1 | 宣传策  划服务 | 提供宣传活动策划、宣传资料设计编辑等服务，包括但不限于线上线下宣传活动策划与实施，宣传信息、宣传资料、业务宣传信息表格等创作、设计、编辑。要求安排专人负责此项工作，对采购人的宣传工作进行全程对接，根据采购人要求开展相关工作，负责人员要具有较高的宣传策划、设计和信息创作等专业能力，主动学习熟悉医保政策业务，对宣传对象、宣传渠道和宣传方式等进行调查研究，确保宣传的专业性、针对性、准确性和通俗易懂。 | 1 | 项 |
| 2 | 宣传制作（含设计） | 公众号互动服务，需拟写活动策划文案（经采购人同意后执行），形式采取有奖问答等。包括系统运营和服务，后台数据整理，每次活动奖金或奖品价值不低于3000元（奖金或奖品价值已经包含在成交价内）。 | 7 | 次 |
| 3 | 宣传视频，根据业务需要提供真人或动画视频，每个1分钟左右，完成视频构思、文案拟写、制作等，经采购人同意后执行。 | 6 | 个 |
| 备注：未尽事宜，双方协商解决。在预算范围内，项目可根据甲方需要调整。 | | | | |

**三、报价方式**

项目预算（元）：￥270,000.00

投标报价为全包价，报价不得高于项目预算，否则将视为无效报价；报价应包括但不限于人员、物料、交通、制作、编辑、拍摄、奖金、奖品、税费等合同项下的所有费用；货币为人民币。

**四、项目验收**

1、验收应在采购人与成交供应商双方共同参加下进行，依据磋商文件及合同的有关规定制定的方案进行验收，并按国家有关规定、规范进行。

2、采购人组织项目验收小组按国家有关规定、规范进行验收，必要时邀请相关专业人员或机构参与验收。

3、对验收不合格的部分，成交供应商应在采购人规定时间内及时重做、更换、整改完善直至合格。

**五、知识产权归属**

1、成交供应商向采购人交付的项目相关宣传物品及相关知识产权成果，不能侵犯他人肖像权、著作权、商标权、外观专利、企业名称（含企业字号、商号、标示）等合法的知识产权以及其他民事权利。

2、成交供应商应保证采购人不受到第三方关于知识产权或其他合法权益侵权的指控，任何第三方如果提出侵权指控，成交供应商应与第三方交涉并承担可能发生的一切法律责任，并应赔偿采购人由此而产生一切的相关经济损失（包括但不限于第三方索赔、采取补救措施、律师费等）。

3、成交供应商履行本合同期间所产生的知识产权成果及其权利归属仅归采购人一方所有，采购人有权通过任何媒体永久性免费使用。成交供应商不享有上述任何知识产权权利，不得自行实施或者使用，也不得将本合同项下的上述相关知识产权泄露、转让或者许可给第三方，不得对外披露或者公布。

**六、付款方式**

1、除宣传策划服务外，成交供应商每完成项目内容中的一项内容并经采购人验收确认后，采购人于每次收到成交供应商开具的等额税务发票之日起20个工作日内结清。宣传策划服务费用分2次结算，第一次结算为合同签订起6个月且经阶段性验收合格后，支付本项服务金额的50%；第二次结算于服务期结束成交供应商提交本项服务总结报告并经采购人验收确认后，支付本项服务金额的50%。

2、因采购人使用的是财政资金，在采购人按约定限期向相关部门提交请款申请后即视为采购人已履行付款义务。

**七、采购人配合条件**

供应商在响应文件中要列明在项目实施过程中要求采购人提供的配合条件。