

采购需求

第一包（会议、活动、手术的直播、转播服务项目）

一、项目需求

医院（即采购人，下同）在学术交流、医学教育、远程医疗等方面对手术直播、转播服务的需求日益增长。手术直播、转播能够打破时间和空间限制，让医疗专家的手术经验得以共享，助力年轻医生快速成长，同时也能为远程医疗会诊提供直观的病例资料，提升医疗服务质量和效率

二、项目预算：每年人民币 70 万元。

三、服务内容

1. 实现学术交流、手术过程等高清、稳定、流畅的直播与转播，保障画面和声音的完整性与真实性。

2. 支持多场景应用，包括但不限于医学学术会议、临床教学培训、远程医疗会诊、医院内部病例研讨等。

3. 确保直播、转播内容的安全性和保密性，符合医疗行业相关法规和标准。

4. 提供便捷的操作界面和完善的技术支持，方便医院工作人员使用和管理。

四、服务要求

1. 有自建的直播平台，且直播平台用户不低于 100 万人（提供平台的后台数据截图或平台用户统计信息等证明材料）；

2. 直播业务广泛且熟练，开展过各类直播业务（提供 2022 年以来签订的会议直播或手术直播或手术转播的合同案例）；

3. 会议类直播能满足三机位高清直播；手术类直播能满足双机位高清直播；拥有成熟的直播团队，团队人员需包含总监、项目负责人、摄影摄像师、剪辑师、美工设计、导播等各关键岗位人才，且每个岗位的工作人员工作年限应不低于 3 年，均为全日制毕业的本科及以上学历（时间以该毕业证时间），进行直播服务时，每项工作不低于两名工作人员。

4. 有完善的直播设备，如摇臂、轨道、可支持 1080 超清及以上超清清晰度画质的摄像机和单反、三脚架、补光灯、提词器、导播切换台、备用网络信号器、

无线耳麦、各种信号转换器、i5 及以上办公电脑等；

5. 直播画面清晰、流畅，能够熟悉医疗活动的流程，做到及时准确的切换；

6. 拥有 ZOOM、腾讯会议等配套的线上虚拟会议室；

7. 出现直播事故时，保证能够 1 分钟内迅速解决；

8. 能提供客观真实的**数据统计与分析**，包含但不限于统计直播、转播的观看人数、观看时长、互动数据等，生成详细的数据分析报告，为医院评估服务效果和优化服务提供依据；

9. 具有成熟的应急处理能力，直播进行期间，有团队进行全程监控，并解决突发事件。

10. 全年预估采购数量，会议直播:24 次、手术直播:6 次、手术转播:30 次。

11. 年度考核材料：中标人为采购人提供数据分析报告。

第二包（媒体宣传服务项目）

一、项目需求

通过媒体平台进行健康信息传播，旨在提升医院品牌区域知名度，触达更多本地常住人口。

二、项目预算：每年人民币 12 万元。

三、宣发内容

新技术新业务宣传，典型人物专访，实效短新闻、资讯，新媒体图文、视频，大型活动新闻报道、主题报道等。

四、宣发渠道：省级媒体、新媒体等平台。

五、宣发形式

1. 传统媒体

根据医院发展，能提出选题方向，优化需求配合采访报道，在省级媒体电视端主流栏目播出，每季度一期。电视端午间黄金时间段 12:30-12:40 时长：不少于 1 分钟。

2、新媒体平台（新媒体平台，包括但不限于微信、微博、抖音、快手、小红书、

百家号等，时长：1分钟-2分钟，宣发平台不少于三种）

2.1 能策划契合医院发展的新闻选题，在微信/抖音等平台宣发，每季度最少1条。

2.2 能到院策划、采访并在新闻新媒体平台上及时发布新闻稿件与视觉内容，每季度至少一期。

七、服务要求

1. 投标人应具备行政主管部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》；

2. 专业拍摄团队：需安排策划、记者、摄像、后期剪辑、包装、配音等人员为相关新闻采访拍摄制作提供全程专业服务；

3. 执行管理制度：要有固定项目负责人，负责统筹协调，确保每次采访或报道安全顺利推进，主要技术人员应为在职记者/摄像/编导等，确保新闻报道质量安全；

4. 应急方案：需有严格的三审三校制度保证新闻安全播出，如遇突发事件，保证第一时间协调，能够迅速处理问题；

5. 服务承诺：保持良好沟通，较强的执行能力，遇到突发问题等不可预估等情况时，能及时响应；

6. 设备水平：包含但不限于摄像机、单反相机、三脚架、无人机、无线麦克、外拍闪光灯等拍摄所需全系专业设备。

7. 能提供客观真实的**数据统计与分析**，包含但不限于以下内容，生成详细的数据分析报告，为医院评估服务效果和优化服务提供依据。

7.1 新闻播出后，媒体端提供收视率数据，包括但不限于地区、年龄比例等。

7.2 新闻宣发后，新媒体端提供发布平台阅读量，转发量等数据。

8. 拥有主流媒体资源及新媒体矩阵运营案例。

9. 年度考核材料：中标人为采购人提供数据分析报告。

第三包（视频拍摄制作服务项目）

一、项目需求

提升医院品牌形象、传播医疗健康知识、加强医患沟通并配合重大活动宣传等。

二、项目预算：每年人民币 40 万元。

三、服务内容

宣传片、形象片、人物特写、短视频拍摄与制作、纪实片、微电影等，年度预估采购数量如下：

- (1) 医院主题资讯视频 13 个，
- (2) 科室/技术综合专题视频 6 个，
- (3) 名医名家专访视频 6 个，
- (4) 医院文化形象 MV 视频 2 个
- (5) 特殊病例短视频 6 个
- (6) 科室文化会议宣传片 4 个

四、服务要求

(一) 人员资质与团队规模

- 1、专业制作团队，包括项目总监、导演、摄影、剪辑、运营保障等人员不少于 15 人；
- 2、项目组成员配备齐全，岗位职责明确，成员中需至少一位副高级及以上职称、搭配合理，经验丰富，导演、编剧、摄影师、后期特效师等核心成员须具备 3 年及以上行业经验（提供拟派人员工作简历）；
- 3、投标人应具备行政主管部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》。

(二) 设备与技术要求

- 1、有完善的摄制设备，摄、录、编硬件优质齐全，完全满足项目需要。
- 2、有完整的拍摄团队、制作团队（包含但不限于策划、制片、导演、摄影、灯光等）和配套摄影摄像设备（包含但不限于不低于 4k 的电影级摄像机、摇臂、轨道、无人机、录音器材、影视灯光等），能够完全满足所有视频的拍摄制作需求。
- 3、音频采集设备需包含专业麦克风（如枪式麦克风、领夹麦克风）、混音器等，

确保音频清晰、无杂音，满足医院专家访谈、会议录制等场景的音频采集要求。

4、具备 4K 及以上分辨率视频剪辑、特效制作能力，支持多轨道剪辑、绿幕抠像、三维动画制作、粒子特效等技术，能够制作高质量的医院形象宣传片等视频。

5、提供专业的配音服务，拥有丰富的配音员资源库，涵盖多种音色、语言类型（如普通话、英语等），配音质量需达到广播级标准，声音清晰、情感饱满。

（三）视频质量要求

1、视频内容需紧扣医院宣传主题，符合医院品牌定位与文化内涵，真实、准确地展现医院医疗技术、专家团队、服务特色等内容，避免夸大、虚假宣传。

2、视频策划方案需具有创新性与吸引力，能够通过独特的视角、叙事方式和表现手法，提升视频的传播力与感染力，吸引目标受众关注。

（四）项目管理要求

1、制定详细的各项目执行计划，包括前期策划、拍摄筹备、现场拍摄、后期制作、审核修改等各阶段的时间节点、工作内容及责任人，确保项目按时交付。

2、建立完善的沟通机制，在项目各阶段及时与医院进行沟通，提交策划方案、拍摄脚本、粗剪版、精剪版等成果，根据医院反馈意见进行修改完善，不限制修改次数。

▲3、项目交付后，提供至少 1 年的免费售后服务，包括视频格式转换、简单内容修改、技术支持等，保障视频在使用过程中正常运行。

4、服务成果版权归采购人所有。

5、提供高清完整版视频文件、备用视频文件、现场播放技术指导及支持服务。

6、向医院交付成片的版权，用于医院日后的宣传推广和资料存档。

7、随时为医院提供必要的技术咨询、修改调整和应急服务支持，确保视频使用过程顺畅无忧。

8、其他

8.1 遵守版权法：策划与撰稿遵守版权法和合法使用的规定，不侵犯他人的版权。

8.2 尊重他人权益：策划与撰稿尊重他人的名誉权和隐私权，不进行诽谤、低俗和恶意侵害行为。

8.3 服务成果交付后，对于采购人提出的视频修改意见，投标人应在接到采购人通知后七个工作日内提交修改完毕。

8.4 年度考核材料：中标人为采购人提供服务清单。

注：标注“▲”项为实质性要求，如不满足该项要求的，其投标文件按无效处理。