2025年江门市住房保障宣传采购方案

2025年是“十四五”规划收官之年，更是为“十五五”规划开好局打下基础的关键之年。为确保住房保障工作顺利推进，做好保障性住房建设和供给，提升住房保障工作质量，切实解决工薪收入住房困难，稳定工薪收入群体住房问题。市住房城乡建设局制定以下宣传采购方案，旨在通过多种渠道和形式，广泛宣传住房保障相关政策及信息，提升居民知晓率和满意度。具体如下：

一、采购内容

根据《广东省城镇住房保障办法》《关于推进住房保障领域政府信息公开的工作方案》等相关要求，围绕2025年及“十四五”期间江门市住房保障工作成效，做好住房保障政策普及和江门市保障房宣传采购工作，需要拍摄制作宣传视频4条，宣传手册设计成品1份、政策解读长图2幅、海报或宣传栏成品4幅（含平面设计与物料制作）等内容，并多渠道开展宣传推广。

二、具体要求

（一）视频策划

围绕主题以创意创新手法，拍摄制作短、平、快宣传科普类视频，视频主题内容如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 视频名称 | 视频类型 | 时长 | 数量 |
| 1 | 住房保障工作成效宣传视频 | 汇报宣传类 | 3分钟 | 1条 |
| 2 | 住房保障政策宣传视频 | 政策科普类 | 每条2分钟 | 2条 |
| 3 | 住房保障日常宣传视频 | 宣传推广类 | 2分钟 | 1条 |

（二）平面宣传策划

根据市住房城乡建设局提供的宣传主题内容，安排专业设计师进行平面设计，设计内容包括宣传手册设计排版（不少于20页）、政策解读长图2幅、海报或宣传栏成品4幅（含平面设计和物料制作，海报需提供支架、宣传栏需提供张贴服务）。设计风格要求简洁明了，信息传达直接有效；要富有创意，融入江门的地域特色、文化元素，展现江门的城市魅力。

（三）拍摄制作

采用专业级高清设备，观感清晰流畅，后期成片输出为1080P高清格式的MP4播放格式文件。后期制作包含：影视剪辑、包装特效、后期调色、后期编曲混音；原素材交付和管理。

（四）成品要求

签订合同后，供应商需在2025年10月31日前完成全部采购内容制作，向采购人交付高清视频（4条宣传视频）、宣传手册设计成品1份、政策解读长图2幅、海报或宣传栏成品4幅（含平面设计与物料制作）。视频及政策解读长图、海报或宣传栏电子版通过客户提供的邮箱或刻录光盘交付成品，海报或宣传栏实体成品根据采购人需要张贴在指定保障房小区或送至市住房城乡建设局。

三、服务费用

服务费用为完成服务内容及要求的全包价，采取总价包干方式，所有价格变动的风险均由供应商承担。本项目采购资金概算为人民币：壹拾万元整（￥100,000.00元）（含税），价格明细详见附表1。

四、项目付款方式

合同签订并生效后，支付合同总价款的60%；项目全部完成移交成果资料并通过验收后，支付剩余的合同价款。

因采购人使用的是财政资金，在前款规定的付款时间为采购经办人发起支付申请手续的时间（不含相关手续审核时间），在规定时间内发起支付申请手续后即视为采购人已经按期支付。因资金审批、财政拨款延迟等原因导致未能按时付款，采购人不构成违约。

供应商向采购人申请付款时，需先提供相当于采购人付款金额的发票，且收款方、出具发票方、均必须与供应商合同名称一致，否则采购人有权拒绝付款。

采购人因资金审批、政策变动等原因，需要取消本次采购或解除合同的，采购人不承担违约责任。

五、采购方式

本次采购项目不在《广东省政府集中采购目录及标准（2020年版）》目录内，按照《江门市住房和城乡建设局自行采购管理办法》规定，将通过江门市住房和城乡建设局门户网站发出采购公告，对三家及以上服务供应机构开展综合评定（采购人将根据《江门市住房保障宣传采购评分标准》），以综合评定得分最高者为中选机构，对采购报名的机构不足三家或符合资格要求机构不足三家的，终止采购并经调整方案后重新采购。

供应商响应文件需包含以下内容：

1.项目响应文件书

2.项目响应价格表

3.项目服务总体计划和项目实施方案（人员配备、工作设备等）

4.项目实施具体工作流程

5.供应商经营业务、业绩情况

6.供应商人员安排信息情况（含购买社保信息）

7.项目售后服务内容

8.供应商资质资料

六、供应商资质要求

1.供应商应具有影视拍摄制作资质，国家颁发互联网新闻信息服务许可证、网媒体宣传广告资质。

2.供应商应成立项目组，派5名或以上具有相关项目执行经验人员和专业技术人员（含项目负责人）专责开展视频拍摄宣传工作。

3.供应商应当具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

4.供应商应当是具有合法经营资格的法人或其他组织，提供有效的企业法人营业执照（或事业法人登记证）或者其他组织的营业执照复印件。

5.供应商未被列入“信用中国”网站“失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”记录名单；不处于中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为信息记录”中的禁止参加政府采购活动期间。

七、验收方式

供应商合同服务期内完成合同全部服务内容后，并由采购人按照程序对合同规定的具体服务内容事项组织验收。

八、争端解决

（一）宣传片、视频、海报中的画面、配乐、字幕等具有完整知识产权，防止出现知识产权纠纷。出现纠纷的，由供应商自负法律责任。

（二）凡与合同有关而引起的一切争议，双方当事人应当及时协商解决；协商不成时，向采购人所在地人民法院起诉。因履行本合同产生争议的，因此产生的相应费用（包括但不限于公证费、评估费、鉴定费、保全费、诉讼费、送达费、执行费、交通费、住宿费、律师费等全部费用）由违约方承担。

（三）在进行法院审理期间，除提交法院审理的事项外，合同其他部分仍应继续履行。

（四）合同按照中华人民共和国的法律进行解释。

附表1：2025年江门市住房保障宣传采购明细表

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **内容明细** | **数量** |
| 1 | 住房保障工作成效宣传视频 | 总结呈现江门市“十四五”期间及2025年住房保障工作内容及成效，并适度展望“十五五”期间江门市保障性住房发展规划。 | 1条 |
| 2 | 住房保障政策宣传视频 | 以创意创新手法，做好住房保障政策宣传解读。 | 2条 |
| 3 | 住房保障日常宣传视频 | 通过创意短视频，采用轻松、温馨的叙事风格，宣传保障房的新举措、新亮点以及居民生活改善成效。 | 1条 |
| 4 | 宣传手册设计排版 | 根据住房保障需要，进行宣传手册平面设计，宣传册子内容不少于20页。 | 1项 |
| 5 | 海报、宣传栏设计与物料制作 | 配合保租房宣传，设计政策解读长图2幅、制作海报或宣传栏成品4幅（含平面设计和物料制作，海报需提供支架、宣传栏需提供张贴服务）。 | 6幅 |
| 6 | 省媒级新闻客户端专题宣传支持 | 为江门住建住房保障项目搭建专题宣传页面并配合做好日常宣传运营工作，转发推广住房保障最新资讯（不少于4篇文章转发）。 | 1个端口 |
| 7 | 多渠道推广宣传支持 | 转发推广住房保障宣传内容；通过微信公众号、微信视频号、抖音号自有自营资源宣传；跨市联动发布资源宣传（不少于4篇文章转发）。 | 4项 |

附表2：2025年江门市住房保障宣传采购评分标准

| **序号** | **指标** | **评分标准** | **分值** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | 供应商资质 | （1）具有策划设计服务资质；得分：10分  （2）经营范围包含设计、制作、发布等服务，符合本服务项目要求；得分上限：5分  （3）提供同类工作项目业绩和案例材料，提供1个得5分；得分上限不超过10分。 | 25 |
| 2 | 供应商人员配备 | （1）从事参与本项目的工作人员具有策划设计经验，提供工作人员清单详细信息，具有专业中级职称证书的1个得3分；初级职称证书的1个得2分；从业人员资格证的1个得1分；得分上限不超过10分。  （2）根据本项目业务要求，提供充足的人员配备。按投标单位提供的人员数量排名，人员数量由高至低排名，第一名得10分，第二名得8分，第三名得6分，第四名得4分，第五名及其后的供应商不得分（如人数相同的得分相同）。 | 20 |
| 3 | 服务  方案 | （1）提供完整的创意方案，具体操作流程清晰，包括但不限于，列明各项工作内容如策划设计、流程节点、实施计划等；得分上限：15分  （2）根据方案要求期限列出项目实施计划，列明具体工作内容、所需工期、成果清单，作出工作承诺书；得分上限：10分。 | 25 |
| 4 | 售后承诺服务支持 | 提供完整售后服务保障清单并详细列明，如服务计划、实施承诺、服务规范、工作程序、服务内容等，提供1个得2分；得分上限不超过10分；  明确售后服务组织、具体的人员安排和服务时间；得分上限：10分。 | 20 |
| 5 | 报价  得分 | 按各响应报价（下浮率）的算术平均值为评分基准价，报价得分折算公式如下：  screen_shot_1746770897595S—报价得分；  B—响应人的报价（下浮率）；  A—评分基准价；  响应人报价得分最低分为0分，取值保留到小数点后四位。 | 10 |
| 合计 | | | 100 |