一、资格要求

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的具体要求：

①法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明；②财务状况报告（经合法审计机构出具的2023或2024年度财务审计报告，对于新成立不满一年的公司，提供银行出具的有效的资信证明）；③依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料【2024年至今任意3个月的纳税证明和社保缴纳证明；依法免税或不需要缴纳社保的，须提供有效的证明材料】；④具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；⑤参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。

根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125号）规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。供应商须承诺：在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询中未被列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单中，如被列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的供应商将被取消投标资格，并承担由此造成的一切法律责任及后果。

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：本项目专门面向中小企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同中小企业）采购，非中小企业投标将被拒绝；

二、谈判验证及谈判内容

(一) 验证内容

1. 谈判时，谈判小组审验投标供应商的资质和谈判代表的资格。

2. 资格证明文件

序号	资格审查内容	供应商名称			
		A-1	A-2	A-3	...
1	法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明； (复印件或扫描件加盖投标单位公章)				...
2	财务状况报告（经合法审计机构出具的 2023 或 2024 年度财务审计报告，对于新成立不满一年的公司，提供银行出具的有效资信证明）；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）				
3	依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料【2024 年至今任意 3 个月的纳税证明和社保缴纳证明；依法免税或不需要缴纳社保的，须提供有效的证明材料】；（复印件或扫描件加盖投标单位公章）				
4	具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料；（自行承担，加盖公章）				
5	参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；（自行声明，加盖公章）				
6	根据《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）规定，供应商的信用记录作为本项目资格审查的重要依据。供应商须承诺：在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询中未被列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单中，如被列入失信被执行人名单、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的供应商				

	将被取消投标资格，并承担由此造成的一切法律责任及后果。 (自行承诺，加盖公章)				
7	本项目专门面向中小企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同中小企业）采购，非中小企业投标将被拒绝。【提供中小企业声明函，或残疾人福利性单位声明函，或省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件】(自行声明，加盖公章)				
8	符合法律法规及谈判文件规定的其他要求。				
9	结 论				

3. 有关资料及说明：

- (1) 公司资质证明资料
- (2) 技术规格、要求偏离表
- (3) 商务条件、要求偏离表
- (4) 服务承诺
- (5) 其他

(二) 符合性审查

序号	符合性审查内容	供应商名称	供应 商 1	供应 商 2	供应 商 3	...
1	技术符合性	完全满足谈判文件“八、技术要求”的所有条款				
2	商务符合性	完全满足谈判文件“七、商务要求”的所有条款				
3	无效标审查	按本项目谈判文件无效标条款规定，审查是否通过。				
审查结论（通过或不通过）						

(三) 谈判主要内容：

投标货物质量、投标价格、付款条件、服务时间、售后服务及本次采购所涉及的其他内容。

（四）评定成交原则及标准：

谈判小组根据以下标准对供应商所提供的货物和服务进行评审，并根据响应文件能够满足谈判文件技术要求、商务要求及谈判文件其它要求，且最后报价最低的原则推荐或确定成交供应商。

一、谈判时除考虑供应商的报价和服务以外，还将考虑以下因素：

1. 所投产品技术参数是否完全响应谈判文件；
2. 服务时间及实施地点是否完全响应谈判文件；
3. 质保期及售后服务承诺；
4. 供应商的资信情况；
5. 供应商的责任承诺；
6. 其他要求因素。

二、谈判结束后，采购人在谈判小组推荐的成交候选人中，确定最终成交供应商。

三、确定供应商后，采购代理机构将以书面形式向供应商发出成交通知书，成交通知书一经发出即发生法律效力。

四、谈判文件、谈判文件澄清文件、响应文件、响应文件澄清文件、供应商承诺书和成交通知书将作为签订合同的依据。

注：在合同签订前采购人有权核查成交供应商的响应文件中所提供资料的原件，如有虚假应标，将取消成交供应商的成交资格，其投标保证金将不予退还。

三、商务要求

一、服务时间及地点：

（一）服务时间：自合同签订之日起至本项目全部结束。

（二）实施地点：采购人指定地点。

二、验收标准、规范：

符合谈判文件中的相关规定、国家或行业相关质量标准。由采购人组织验收。

三、履约保证金：

成交供应商在签订合同前，须向采购人交纳成交金额 10%的履约保证金；签订合同后，若成交供应商不按双方签订合同规定履约，则无权要求退回履约保证金。履约保证金不足以赔偿损失的，按实际损失赔偿；履约保证金在项目全部实施完毕且验收合格后无息退还。

四、付款方式：

分 3 次支付。签订合同后，采购人预付合同总金额的 20%。在 2025 年 9 月底前完成“科普宣传活动策划服务”对应内容，采购人支付合同总金额的 60%。合同内容全部执行完毕并满足验收标准后，采购人支付合同总金额的 20%尾款。每次付款前，由成交供应商出具当次付款金额的发票，发票须正规有效完整。采购人收到发票后，20 个工作日内转账支付。

五、投标有效期：

投标截止时间起生效，有效期为 90 日历天。

六、知识产权及保密要求：

（一）服务期内所有创意设计成果的著作权及其他权益归属采购人所有。成交供应商在履行服务项目过程中专门为采购人或根据采购人提供的有关信息、资料而产生的服务成果，其知识产权和其他权益全部归采购人所有。未经采购人事先书面许可，成交供应商不得以任何形式自行使用、擅自许可任何第三方使用或向任何第三方提出有关意见和建议。

（二）采购人向成交供应商提供的图片、人物、静物、主题、描述文字、声音、配乐、技术性信息、商业性信息、文件、程序、计划、技术、图表、模型、参数、数据、标准、专有技术、业务或业务运作方法和其他专有信息等，其知识产权和其他权益全部归采购人所有。未经采购人事先书面许可，成交供应商不得

以任何形式自行使用或擅自许可任何第三方使用。

（三）成交供应商保证其提交的服务成果不侵犯任何第三方合法享有的知识产权和其他权益。若因上述原因引起的第三方责任追究，采购人概不负责。成交供应商承担由此引起的全部责任，并赔偿因此给采购人带来的全部损失。

（四）服务过程中成交供应商所使用的素材或字体，均应提供版权证明。

七、其他要求：

（一）供应商须承诺：与项目有关的所有方案及材料制作等须经采购人最终审核确认后方可实施，若在实施过程中采购人提出新的修改意见，供应商应无条件按采购人修改意见及时进行调整，直至达到采购人要求。（提供承诺函加盖投标单位公章）

（二）其他未尽事宜，采购人和成交供应商在合同条款中补充完善。

四、技术要求

一、项目背景：

为深入学习宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，全方位宣传我省“两品一械”监管工作新举措、新成效、新风采，不断增强药品监管部门与公众之间的良好互通，持续提高政府机构监管透明度、公众信任度和社会影响力，普及“两品一械”科普知识，向社会公众宣传药品法治理念，积极营造安全用药放心购药的社会氛围，增强人民群众安全用药用械用妆获得感。

二、采购内容：

（一）制作新媒体产品

工作内容包含视频策划、构思、创作、素材收集、拍摄制作等，主要包括制作3个创意短剧、6个微动画、24个微视频、3期动态长图、1个年度工作回顾视频。

1. 根据采购人需求制作质量较高的创意短剧，每个时长约3分钟，全年预计制作3个（需分别以药品、化妆品和医疗器械为主题）；

2. 根据采购人需求制作二维MG微动画，每个时长约3分钟，全年预计制作6个（需分别以药品、化妆品和医疗器械为主题，每系列2个）；

3. 聚焦“两品一械”法律法规、政策解读、科普知识，制作微视频，每个1分钟以内，全年预计24期（借鉴抖音短视频信息呈送模式，推出简洁直接、短小精悍的快传播微视频）；

4. 聚焦重点工作举措成效等制作动态长图，每期5页左右，全年预计3期。

5. 根据采购人需求制作年终回顾视频1个，时长8分钟。

（二）宣传推广服务

1. 利用公共交通工具等平台传递权威“两品一械”科学知识，提升公众科学认知水平：

媒体	覆盖范围	数量	规格	发布方式	刊发周期	曝光次数
贵阳公交视频	贵阳市	不低于40辆	1080×1920px	LCD电视 (视频或	12个月	视频30秒，频率： ≥40次/天/辆；

				图片)		海报 15 秒, 频率: ≥40 次/天/辆
贵阳公 交视频	贵阳市	1700 辆	1080× 1920px	LCD 电视 (视频或 图片)	1 个 月(药 品安 全宣 传周)	视频 15 秒, 频率: ≥30 次/天/辆; 海报 15 秒, 频率: ≥30 次/天/辆

2. 开展有奖问答活动, 供应商须提供线上问答小程序, 并能实行微信红包奖励 (100%中奖机制)。红包数量及金额如下:

序号	金额 (元)	数量 (份)	小计 (元)
1	5	1000	5000
2	3	2000	6000
3	2	5000	10000
4	1	10000	10000
合计		18000	31000

(三) 科普宣传活动策划服务

在贵阳市策划开展“全国药品安全宣传周”主题系列科普活动并提供相应的宣传物料保障:

1. 线上预热活动

时间为“全国药品安全宣传周”的前一周, 在贵州交通广播电台口播《药品管理法》《药品管理法实施条例》等相关法律法规。(单条 60 秒, 2 次/天, 共计 7 天)

2. 线下活动

(1) 线下启动仪式 1 次。搭建舞台 15×5m, 启动仪式装置 1 套、音响 1 套, 宣传展板区、活动咨询区, 现场氛围营造, 启动流程, 运输、人工、资料包等。

(2) 开展“开学第一课”药品安全宣传进校园活动。邀请相关专家赴贵阳市辖区内中小学开展现场宣传科普活动, 计划开展 2 场, 每场授课 1 学时; 针对高校学生, 开展 1 次药物滥用安全科普知识讲座。

(3) 开展社区游园会 1 次，场地对接、活动场地搭建，区域功能划分搭建，填词、拼图、图片猜谜、套圈等趣味游戏道具，填词板、图片模板、拼图板、套圈（圈、套取物品或者答题板）100 份制作。

3. 宣传物料保障

(1) 科普折页设计制作（原创，30000 册，A4 三折彩页；铜版纸 200-300g，横版设计，印刷成品展开尺寸：210mm×285mm，折叠后成品尺寸：210mm×95mm）、海报设计制作（原创设计制作，3000 张，竖版尺寸：高 78cm×宽 58cm；海报材质：PVC，背带胶），并负责邮寄至全省各市（州）。

(2) 以“药博士”IP 形象设计制作桌面小风扇、小药盒、定制笔、定制本子、定制手提帆布袋等文创产品，用于现场活动互动等，单价平均不高于 25 元，总量不少于 1000 件。

（四）协调重点媒体资源

对重点宣传内容进行深度策划，对重点宣传内容进行深度策划，全年在新华网、中国新闻网、中国医药报、医药经济报、中国食品药品网等媒体推出报道共计不少于 5 次，并协调动静新闻、天眼新闻、多彩贵州网等媒体扩大宣传。

三、项目要求：

（一）新媒体产品制作及技术要求

1. 创作或剪辑内容符合宣传调性，深挖内核，能充分表达宣传要素；对宣传素材内容尺度、宣传方式、规格等有深刻与熟悉认知，能制作合适并能使用最大化有利于素材展示方式。具备极强的个性化色彩，富有感染力和号召力，便于引起二次传播；

2. 创作或剪辑创意短剧、微动画、微视频、动态长图，按实际需求完成。

3. 创作或剪辑内容角度新颖，结合受众人群，满足受众对象的符合性；能选取合适的拍摄素材制作不同风格视频，例如诙谐幽默、专业科普等；能制作不同展示方式的视频，例如素人剧情演绎、原创动画动漫、视频混剪及活动跟踪等。能与平台用户产生共鸣以及共情。

4. 相关成品图像清晰、播放流畅、图像同步性能稳定，图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定，无明显杂波。

5. 供应商最终交付的视频格式应采用常用格式。

6. 作品中出现任务照片、特殊场景应审核是否涉密，对涉密内容进行二次加工或模糊技术处理。

7. 视频使用字体均为取得授权字体或已购买版权字体。

8. 使用音乐均为取得授权或免费商用音乐。

9. 供应商应将最终定稿的源文件交付采购人。

(二) 服务要求

1. 供应商应当按照采购人的要求，按时、保质、保量地完成相关内容，并做统计分析报告工作。

2. 供应商应配备专门服务团队，具有良好的服务业绩和客户服务经验；服务响应迅速，项目管理专业；保证服务团队人员的稳定性。

3. 服务过程中，采购人有权要求供应商更换更符合项目的服务团队；供应商在接到通知后 2 个工作日内完成项目服务团队成员更换，以及完成新项目组人员到岗。

4. 采购人有权对响应人的策划设计方案提出修改意见和建议，供应商需积极认真对待采购人修改意见，快速响应，并从专业角度进行修改、调整，直至策划设计方案符合采购人需求。

5. 供应商严格按照既定计划执行，确保各环节及时到位；制作的新媒体产品和所有完成宣传素材须经采购人确认。

6. 对新媒体产品制作过程中产生的相关策划文本、设计、照片、视频等资料提供 3 年存档服务。