副中心新媒体建设项目采购需求

一、采购标的

1. 采购标的

序号	标的名称	采购包预算金额（万元）	数量	简要技术需求或服务要求
1	副中心新媒体建设项目	308.654767	1 项	围绕北京城市副中心建设十周年核心节点，提供新媒体矩阵内容生产、国际传播短视频制作、精品内容策划拍摄、5G 云导播直播、人才培训、品牌推广与宠粉运营全链条服务，全面提升“北京通州发布”矩阵传播力、影响力，打造全市领先的政务新媒体标杆。

2. 项目背景

2026 年是北京城市副中心建设十周年，也是“北京通州发布”官方新媒体平台正式上线十周年。“北京通州发布”是通州区官方权威新媒体发布阵地，运营矩阵覆盖微信公众号、微信视频号、新浪微博、今日头条号、抖音号、快手号等多个新媒体平台，是城市副中心对外宣传、民生服务的核心窗口。

为进一步优化平台内容质量、用户体验与传播效果，提升副中心新媒体矩阵的品牌知名度、舆论引导力与公众影响力，本项目构建内容创新、技术赋能、用户运营三维升级体系，实现数据可量化、成果可展示、品牌可出圈，助力副中心宣传工作高质量发展。

二、商务要求

1. 服务期限：自合同签订之日起至 2026 年 12 月 31 日。

2. 服务地点：北京市通州区。

3. 付款条件（进度和方式）： 协议签订后【7】个工作日内，采购人应当向供应商支付合同费用总额的【50】%。协议签订后【30】日内，采购人应当向供应商支付合同费用总额的【30】%。协议签订后【60】日内，采购人应当向供应商

支付合同费用总额的【20】%。

三、技术要求

1.基本要求

1.1 采购标的需实现的功能或目标

1.1.1 粉丝规模目标：2026 年底实现微信公众号粉丝突破 70 万，全平台粉丝总量达 400 万+。

1.1.2 品牌 IP 目标：持续深耕“运河上的通州”文旅 IP，形成历史、生态、产业三大维度的长效内容产出机制，强化 IP 辨识度与传播度。

1.1.3 用户运营目标：建立宠粉运营、UGC 征集、达人孵化、特邀作者合作长效机制，全年开展宠粉活动不少于 8 场。

1.1.4 直播服务目标：全年完成重要活动现场直播不少于 21 场，实现 “5G + 云导播”技术常态化应用，构建直播全链条传播闭环。

1.1.5 人才建设目标：全年组织外出学习培训不少于 2 场，赋能区属新媒体矩阵人才队伍能力提升。

1.2 需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范

服务标准：必须达到现行中华人民共和国及北京市、行业的有关法规、规范的要求及相关文件要求的质量标准。

2. 服务内容及要求

2.1 矩阵内容运维提升

-微信公众号：全年产出图文内容 1600 条；原创版权图片、海报、图解、创新作品等视觉设计内容 850 条。

-短视频平台：分平台差异化运营，全流程应用 AIGC 技术提效扩产，配套采购 AIGC 创作平台年度会员及版权服务，实现热点、热梗快速响应产出。

2.2 国际传播短视频制作推广

依托国际传播工作室，构建 “专业制作 + 达人矩阵” 双语内容体系，拓展海外传播渠道。

- 全年完成原创双语短视频 120 条。
- 执行标准化生产流程与三审三校制度；搭建外籍达人合作库，打造沉浸式跨文化体验内容。

- 采用“双语字幕 + 文化注解” 制作标准，适配 TikTok、YouTube 等海外平台分发，优质内容同步反哺国内平台。

2.3 精品内容策划拍摄制作

围绕副中心建设十周年等重要节点，打造高品质精品内容。

-全年完成 40 期精品内容拍摄。

-按项目等级分级配置拍摄器材与专业人员，覆盖选题策划、现场拍摄、后期制作、特效包装全流程。

2.4 网络直播服务

以“5G + 云导播”技术为支撑，提供直播执行与内容二次运营全流程服务。

-全年完成重要活动现场直播不少于 21 场，覆盖政务活动、文体赛事、文旅探访等主题。

-支持多机位切换、跨地域联动直播，探索慢直播等新形态；每场直播后同步完成精彩内容拆条与二次分发。

-通过光纤专线保障直播传输稳定与网络信息安全。

2.5 人才实战培训

组织区属新媒体从业人员外出调研学习，提升队伍专业能力。

- 全年组织外出学习培训不少于 2 场，选取国内新媒体建设、国际传播标杆地区实地交流。

- 培训涵盖政务矩阵运营、国际传播、文旅融合、数据化运营等方向，培训后形成专项报告并提出落地优化措施。

2.6 品牌推广与宠粉运营

搭建用户运营体系，激活 UGC 内容生态，落地十周年品牌活动。

-全年开展宠粉活动不少于 8 场，举办十周年主题庆典 1 场；定制帆布袋、文创盲盒等周边不少于 3000 个。

-建立特邀作者长效合作机制，常态化开展 UGC 主题征集。

3.验收标准

项目全部服务内容完成并向采购人提供相应工作成果后，甲方对服务成果进行验收。