

采购需求

一、采购标的

（一）采购标的

标的名称	数量	简要技术需求或服务要求
北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）宣传教育传播（自媒体平台运营部分）-微信视频号运营服务及视频制作	1 项服务	北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营项目，包含视频号运维和制作 72 部视频。配合博物馆进行微信视频号全年运营，包括但不限于平台运营、留言回复、选题制定、脚本撰写、拍摄执行、后期剪辑、特效包装、配音配乐、字幕处理以及微信视频号数据分析总结等；制作 72 部视频，视频需涵盖文物故事、运河文化、展览解读、活动记录等内容。

（二）项目概述

北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营项目，以“科技赋能文化传承”为核向导向，依托微信视频号平台，为博物馆搭建专属的文化传播新载体。项目聚焦三大核心方向推进：一是提升博物馆文化品牌影响力，进一步强化其在文化领域的独特话语权；二是拓展精准文化受众群体，深化公众与运河文化间的互动体验；三是通过多元内容矩阵传递大运河文化内涵，并以专业保障机制筑牢传播质量根基。最终，项目致力于将该视频号打造为兼具文化深度与传播活力的“流动文化传播站”，使其成为连接古今运河文化与公众的重要桥梁，以及生动展现运河文化独特魅力的窗口。

服务期限：自 2026 年 1 月 1 日起至 2026 年 12 月 31 日止；

项目范围：北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营项目，包含视频号运维和制作 72 部视频。配合博物馆进行微信视频号全年运营，包括但不限于平台运营、留言回复、选题制定、脚本撰写、拍摄执行、后期剪辑、特效包装、配音配乐、字幕处理以及微信视频号数据分析总结等；制作 72 部视频，视频需涵盖文物故事、运河文化、展览解读、活动记录等内容。

北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）宣传主要包括微信视频号的视频内容摄制及运营工作，具体内容如下：

1. 配合博物馆进行微信视频号全年运营，包括但不限于平台运营、留言回复、选题制定、脚本撰写、拍摄执行、后期剪辑、特效包装、配音配乐、字幕处理以

及微信视频号数据分析总结等。

2. 全年制作不少于 72 期视频，原创视频不少于 72 部，其中重点专题视频不少于 12 部、短视频不少于 60 部，（不含转载、二次剪辑内容）每部视频需通过首博审稿流程，同时按照实际需求进行视频号内容宣发工作。

3. 针对展览、活动等进行视频录制或直播。录制视频可用于制作短视频

4. 针对重点活动、重点工作进行短视频或 AI 视频制作，数量不限，单个视频时长根据博物馆需求确定，最终成片合计时长不少于 30 分钟。

5. 微信视频号运营及视频制作中，涉及第三方版权的内容，投标人需承担相应版权费用，另有商定的除外。第三方版权包括但不限于图片、音频、视频等资源。

6. 配合博物馆对每月微信视频号运营数据情况开展分析，包括但不限于纵向分析及同行业横向分析等，并结合数据分析撰写月度报告约 3000-5000 字，并于年底完成 2026 年度微信公众号运营项目总报告。

7. 制作视频需符合博物馆的文化定位与传播调性，史实、展品信息、学术概念准确率 100%，无错别字、无信息偏差。

8. 全部视频采用 4K 分辨率（3840×2160）拍摄制作，帧率 $\geq 25\text{fps}$ ，画面无抖动、无噪点。

二、商务要求

（一）实施的期限和范围

实施的期限：自 2026 年 1 月日起至 2026 年 12 月 31 日止；

实施的范围：北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营及制作 72 部视频。微信视频号需全年运营，包括但不限于平台运营、留言回复、选题制定、脚本撰写、拍摄执行、后期剪辑、特效包装、配音配乐、字幕处理以及微信视频号数据分析总结等；制作 72 部视频，视频需涵盖文物故事、运河文化、展览解读、活动记录等内容。

三、技术要求

（一）基本要求

1. 采购标的需实现的功能或者目标

北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营项目，以“科技赋能文化传承”为核心导向，依托微信视频号平台，为博物馆搭建专属的文化传播新载体。项目聚焦三大核心方向推进：一是提升博物馆文化品牌影响力，进一步强化其在文化领域的独特话语权；二是拓展精准文化受众群体，深化公众与运河文化间的互动体验；三是通过多元内容矩阵传递大运河文化内涵，并以专业保障机制筑牢传播质量根基。最终，项目致力于将该视频号打造为兼具文化深度与传播活力的“流动文化传播站”，使其成为连接古今运河文化与公众的重要桥梁，以及生动展现运河文化独特魅力的窗口。

2.需执行国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。

（二）服务内容及要求/货物技术要求

1.采购标的需满足的服务标准、期限、效率等要求

（三）北京大运河博物馆（首都博物馆东馆）微信视频号运营具体要求：

对微信视频号使用的视频、文案资源进行集中处理，满足微信视频号平台发布所需格式要求，包括：文字处理、视频处理、平台推流、资源校验处理在内的工作，需配合微信视频号运行持续一整年。另外，相关内容可根据需要在采购方其他自媒体平台同步发布。服务商对微信视频号的运营服务需满足以下要求：

1. 全年制作不少于 72 期视频，原创视频不少于 72 部，其中重点专题视频不少于 12 部、短视频不少于 60 部，（不含转载、二次剪辑内容）每部视频需通过首博审稿流程，同时按照实际需求进行视频号内容宣发工作。

2. 配合博物馆完成微信视频号所需的文案撰写，每篇文案需通过采购方审稿。包括资料搜集、处理、撰写编辑、格式调整、审校、修改等文字处理工作。人员要求为网站编辑、运营运维、产品售后等专业从业人员。

3. 配合博物馆方完成微信视频号所需的图片设计工作。人员要求为艺术设计、平面设计、UI 设计、动画设计等专业从业人员，需熟练掌握制图工具的人员，并具有单独处理复杂图像的能力，并熟练掌握各类制图工具（PS、AI），同时须具备手绘能力。

4. 重点展品进行现场拍摄和后期修片，要求服务商自带拍摄及灯光设备，保证现场拍摄的效果，拍摄设备至少不低于以下要求：600 万像素（含）以上数码单反机身、具有可以移动和俯仰镜头光轴的中焦距镜头、电池、闪光灯/三脚架

(含云台)、影室灯一套(不少于三盏,每盏输出功率>500WS,造型灯功率150W;调光范围<全光 s 1/4 级>;有同步触发和闪光触发;含柔光箱),对于需要多段拼合的影像拍摄,采用重复性能好,色温稳定的数码闪灯系统。

5. 配合博物馆对每月微信运营数据情况开展分析,包括但不限于纵向分析及同行业横向分析等,并结合数据分析撰写月度报告约3000-5000字,并于年底完成2026年度微信公众号运营项目总报告。

6. 投标人用于本项目的内容制作与运营相关工具须为正版或自有知识产权或具有合法使用权。

7. 项目中所产生的所有拍摄素材、制作素材、成品素材及过程性工程文件。均由采购方所有。

(四) 团队主要人员要求

人员架构需包含项目负责人、编导/导演、摄影摄像、后期剪辑、特效制作、动画师、设计师、账号运营专员、文化审核员、责编等人员。

1. 项目负责人: 硕士研究生及以上学历,传媒相关专业,10年以上相关工作经验、3个及以上项目负责人岗位经验,熟悉内容创作全流程,能快速响应需求变更,擅长策略制定与团队管理,协调内外部资源,对接甲方需求并反馈进度;把控项目质量、风险及交付成果,对项目最终效果负责。

2. 编导/导演: 本科及以上学历5年以上编导/导演工作经验;具备扎实的脚本创作、镜头语言运用能力;熟悉拍摄设备与流程,负责内容选题策划、脚本撰写及分镜头设计;主导拍摄现场调度,指导演员/出镜人员表现,把控拍摄节奏与画面呈现;对接摄影、后期团队,确保内容符合策划初衷。有成功内容案例者优先。

★3. 摄影摄像: 专科及以上学历,摄影、媒体、视觉等相关专业,5年以上相关工作经验、3个及以上项目摄影/摄像岗位经验,熟练使用专业相机,掌握光影、构图技巧,擅长静物摄影、场景摄影、活动纪实摄影等。需驻场,工作地点在北京大运河博物馆(首都博物馆东馆),工作时间每周驻场3-5天。投标人应提供:简历表、毕业证书(或其他学历证明)、现场摄影/摄像承诺函(承诺函格式自拟)。

★4. 现场驻场: 专科及以上学历,相关专业,2年以上相关工作经验、3个及以上项目文案岗位经验,具备新闻采编、网站编辑、视频号后台运维、简单图

片处理等相关能力，文字功底扎实，擅长多风格文案创作。需驻场，工作地点在北京大运河博物馆（首都博物馆东馆），工作时间同博物馆工作人员。投标人应提供：简历表、毕业证书（或其他学历证明）、现场采编驻场承诺函（承诺函格式自拟）。

5. 后期剪辑：本科及以上学历，3年以上后期剪辑经验；熟练使用 PR、AE 等剪辑软件；具备良好的节奏感与叙事逻辑，能快速理解需求并落地。接收拍摄素材，进行筛选、粗剪、精剪及配乐、字幕添加；根据内容风格调整剪辑节奏，优化画面转场与衔接；对接编导确认剪辑效果，完成成片输出与修改。

6. 特效制作：本科及以上学历，2年以上特效制作经验；熟练使用 AE、C4D、Houdini 等特效软件；具备较强的视觉设计能力与创意落地能力，熟悉特效制作流程。根据脚本及成片需求，设计并制作视觉特效（含动态特效、场景合成、粒子效果等）；优化特效细节，确保与画面融合自然，提升内容视觉冲击力；配合后期团队完成特效合成与输出。

7. 动画师：本科及以上学历，3年以上动画制作经验；熟练使用 Animate、Maya、Blender 等动画软件；具备扎实的动画运动规律知识，创意与落地能力兼具。负责 2D/3D 动画内容设计与制作，包括角色动画、场景动画及动态元素设计；根据脚本节奏调整动画帧率与动作细节，确保动画流畅自然；对接编导、特效团队，完成动画与其他内容的融合。

8. 设计师：本科及以上学历，5年以上设计经验；熟练使用 PS、AI、Figma 等设计软件；具备良好的审美与创新能力，能快速响应设计需求并修改。负责项目视觉设计工作，包括封面、片头片尾视觉；根据项目风格制定视觉规范，确保设计统一；对接各环节团队，提供符合需求的设计素材。

9. 账号运营专员：大专及以上学历，1年以上账号运营经验；熟悉主流平台（抖音、视频号、B 站等）运营规则；具备数据分析、文案撰写及活动策划能力。负责项目相关账号的日常运营，包括内容发布、粉丝互动、评论回复；制定账号推广策略，提升账号曝光、粉丝量及活跃度；分析账号数据（播放量、点赞、转化率等），优化运营方案。

10. 文化审核员：本科及以上学历，2年以上文化审核或相关合规工作经验；熟悉文化领域相关法律法规及行业规范；具备敏锐的风险识别能力，原则性强。对项目全流程内容（脚本、素材、成片、设计等）进行文化合规审核；排查涉及

民族、宗教、历史、价值观等方面的风险点，确保内容符合国家文化政策及公序良俗；出具审核意见并跟踪整改。

12. 责编：本科及以上学历，2年以上内容编辑或责编经验；具备扎实的文字功底与内容判断力；熟悉内容创作全流程，严谨细致、责任心强。负责项目内容的整体质量把控，包括脚本审核、素材审核、成片终审；对接各创作环节，提出内容优化建议，确保内容符合甲方需求及传播标准；统筹内容校对、定稿及归档工作。

（五）验收的标准和方式

1. 每完成一项或多项合同约定的内容制作，将通知采购人进行验收。采购人对项目成果进行验收后，以书面形式将验收合格结果通知投标人。验收应符合并满足采购人的要求，并参照招标文件第五章采购需求。验收合格后，投标人将验收合格的成果物交付给采购人。

2. 应于 2026 年 11 月进行综合考评，对项目实际完成情况进行综合评估，按招标文件第五章“采购需求”“三、技术要求”约定的制作内容从服务数量、服务质量、问题响应和解决等方面进行评分。评分高于 90 分（包括 90 分）的，视为甲方服务验收合格，否则，视为不合格。