**采购需求**

**一、采购标的需实现的功能或者目标，以及为落实政府采购政策需满足的要求：**

**（一）采购标的需实现的功能或者目标**

北京市卫生健康委员会以无烟环境建设为主题，以贯彻落实《北京市控制吸烟条例》为契机，拟利用5-11月份广告宣传季面向全市大规模开展主题宣传活动，力争通过宣传提升市民控烟意识，减少吸烟的危害。

**（二）为落实政府采购政策需满足的要求**

1. 促进中小企业发展政策：根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定，本项目采购服务由小型或微型企业承接的，投标人应出具招标文件要求的《中小企业声明函》给予证明，否则评标时不予认可。投标人应对提交的中小企业声明函的真实性负责，提交的中小企业声明函不真实的，应承担相应的法律责任。（注：依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定享受扶持政策获得政府采购合同的小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。）
2. 监狱企业扶持政策：投标人如为监狱企业将视同为小型或微型企业，应提供由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。投标人应对提交的属于监狱企业的证明文件的真实性负责，提交的监狱企业的证明文件不真实的，应承担相应的法律责任。
3. 促进残疾人就业政府采购政策：根据《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加本项目政府采购活动时，投标人应出具招标文件要求的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性承担法律责任。中标、成交供应商为残疾人福利性单位的，采购代理机构将随中标结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。残疾人福利性单位视同小型、微型企业。不重复享受政策。
4. 鼓励节能政策：投标人的投标产品属于财政部、发展改革委公布的“节能产品政府采购品目清单”范围的，投标人需提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书。国家确定的认证机构和节能产品获证产品信息可从市场监管总局组建的节能产品、环境标志产品认证结果信息发布平台或中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）建立的认证结果信息发布平台链接中查询下载。
5. 鼓励环保政策：投标人的投标产品属于财政部、生态环境部公布的“环境标志产品政府采购品目清单”范围的，投标人需提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书。国家确定的认证机构和环境标志产品获证产品信息可从市场监管总局组建的节能产品、环境标志产品认证结果信息发布平台或中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）建立的认证结果信息发布平台链接中查询下载。

**二、采购标的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：**

《北京市控制吸烟条例》

**三、采购标的的数量、采购项目交付或者实施的时间和地点：**

**（一）采购标的的数量 ：**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **包号** | **品目号** | **标的名称** | **数量** | **是否接受进口产品** |
| 1 | 1-1 | 地铁媒体公益宣传 | 1项 | 否 |
| 2 | 2-1 | 公交候车亭公益宣传 | 1项 | 否 |
| 3 | 3-1 | 终端设备公益宣传 | 1项 | 否 |
| 4 | 4-1 | 高校及商圈电子屏公益宣传 | 1项 | 否 |

**（二）采购项目交付或者实施的时间和地点**

1、服务时间：本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

2、服务地点：北京市卫生健康委员会指定地点。

**四、采购招标的需满足的服务标准、期限、效率等要求**

**（一）采购标的需满足的服务期限要求**

本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

**（二）采购标的需满足的服务标准、效率要求及其他技术、服务等要求**

投标人须提供包括但不限于项目需求理解及工作思路、广告设计方案、广告制作方案及质量、广告安装方案、安全播出保障方案、广告维护方案、广告投放方案、工作报告承诺函和团队人员方案等。

**五、采购标的的验收标准**

中标方须在广告发布周期结束后1个月内，提供监测及评估报告，评估报告包括但不限于广告发布监测、在刊情况，受众到达率、受众印象、到达范围、发布后的美誉度等。

**六、采购标的的其他技术、服务等要求**

详见“七、采购标的需满足的质量、安全、技术规格、物理特性等要求”

**七、采购标的需满足的质量、安全、技术规格、物理特性等要求**

**第一包：**

**一、项目概况**

北京市卫生健康委员会以无烟环境建设为主题，以贯彻落实《北京市控制吸烟条例》为契机，拟利用5-7月份广告宣传季面向全市大规模开展主题宣传活动，力争通过宣传提升市民控烟意识，减少吸烟的危害。

**二、服务需求：**

投标人需提供以下服务：

（一）宣传方案的组织：通过地铁媒体宣传控烟公益广告内容，包括广告的标语、设计、制作及布置，根据宣传需求制定合理投放方案,广告内容需符合《北京市控制吸烟条例》的规定。

（二）广告制作及上刊：投标人需根据合理的技术规范，进行本项目广告的制作并及时发布。投标公司根据需求，全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作；需在广告正式投放前，向采购人提供设计方案和设计稿，根据采购人的意见修改并经采购人确认后方能发布最终投放广告。质量好，耐用性及耐腐蚀性较强。

（三）广告设计：投标人需具备优秀的广告设计技术团队，能设计出具有独具创意、富有特色的广告宣传画面。所提供的设计文件包括但不限于海报、音视频内容应享有自主知识产权、不得侵犯第三方知识产权。

（四）安全保障：投标人需有明确的安全保障制度和措施，保障户外广告及服务团队的安全。

（五）广告安装方案安装工艺娴熟、更新周期紧凑、有充足的备品备件

（六）广告维护包括但不限于巡查巡视制度、调试及维护方案、突发紧急情况应对方案。

**三、具体要求**

（一）宣传期限：

2025年5月29日-2025年7月28日，2个月（以实际上刊时间为准）

（二）投放数量：

北京地铁广告：地铁站台灯箱发布总量不少于160块，地铁乘客导向屏广告发布总量不少于200块。（第一个月地铁广告投放总量应不少于180块，其中地铁站台灯箱不少于80块，地铁乘客导向屏不少于100块；第二个月地铁广告投放总量应不少于180块，其中地铁站台灯箱不少于80块，地铁乘客导向屏不少于100块。）

（三）媒体规格：

北京地铁广告：地铁站台灯箱尺寸300cm\*150cm，地铁乘客导向屏尺寸800mm\*1400mm。

（四）发布位置：

地铁广告发布需包括以下站点：西单、国贸、大望路、玉泉路、王府井、宣武门、人民大学、中关村、新街口、平安里、南锣鼓巷、呼家楼、金台路、花园桥、郝家府、东夏园、望京、奥林匹克公园站等根据采购方需求调整，重点选择覆盖全市地铁人流集中的繁华站点。

（五）项目团队人员：

项目团队人员数量充足并达10人以上（不含负责人），项目负责人应从事相关公益服务项目10年以上。

**四、验收标准**

中标方须在广告发布周期结束后1个月内，自行提供监测及评估报告，评估报告包括但不限于广告发布监测、在刊情况，受众到达率、受众印象、到达范围、发布后的美誉度等。

**五、项目服务期**

本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

**六、违约处罚**

投标人中标后未能按采购需求履行义务的，可能被列入不良记录名单，投标人今后参与同类政府采购项目的机会可能会受到影响。

**第二包：**

**一、项目概况**

北京市卫生健康委员会以无烟环境建设为主题，以贯彻落实《北京市控制吸烟条例》为契机，拟利用5-7月份广告宣传季面向全市大规模开展主题宣传活动，力争通过宣传提升市民控烟意识，减少吸烟的危害。

**二、服务需求：**

投标人需提供以下服务：

（一）宣传方案的组织：通过公交媒体宣传控烟公益广告内容，包括广告的标语、设计、制作及布置，根据宣传需求制定合理投放方案,广告内容需符合《北京市控制吸烟条例》的规定。

（二）广告制作及上刊：投标人需根据合理的技术规范，进行本项目广告的制作并及时发布。投标公司根据需求，全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作；需在广告正式投放前，向采购人提供设计方案和设计稿，根据采购人的意见修改并经采购人确认后方能发布最终投放广告。质量好，耐用性及耐腐蚀性较强。

（三）广告设计：投标人需具备优秀的广告设计技术团队，能设计出具有独具创意、富有特色的广告宣传画面。所提供的设计文件包括但不限于海报、音视频内容应享有自主知识产权、不得侵犯第三方知识产权。

（四）安全保障：投标人需有明确的安全保障制度和措施，保障户外广告及服务团队的安全。

（五）广告安装方案安装工艺娴熟、更新周期紧凑、有充足的备品备件

（六）广告维护包括但不限于巡查巡视制度、调试及维护方案、突发紧急情况应对方案。

**三、具体要求**

1. 宣传期限：

2025年5月29日-2025年7月28日，发布两个月（以实际上刊时间为准）

（二）投放数量：

公交候车亭灯箱：总量不少于480个公交车站站台，覆盖全市各城区平均发布。24小时展示，双面发布。（第一个月广告投放量应不少于240个，第二月不少于240个，共计投放量不少于480个。）

（三）媒体规格：

北京公交候车亭灯箱：350cm\*150cm

（四）发布位置：

王府井、西单、东单、建国门、西直门、朝阳门、国贸、三里屯、大望路、副中心郝家府、东夏园以及二环、三环等覆盖市内人流集中主要繁华路段。

（五）项目团队人员：

项目团队人员数量充足并达10人以上（不含负责人），项目负责人应从事相关公益服务项目10年以上。

**四、验收标准**

中标方须在广告发布周期结束后1个月内，自行提供监测及评估报告，评估报告包括但不限于广告发布监测、在刊情况，受众到达率、受众印象、到达范围、发布后的美誉度等。

**五、项目服务期**

本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

**六、违约处罚**

投标人中标后未能按采购需求履行义务的，可能被列入不良记录名单，投标人今后参与同类政府采购项目的机会可能会受到影响。

**第三包：**

**一、项目概况**

北京市卫生健康委员会以无烟环境建设为主题，以贯彻落实《北京市控制吸烟条例》为契机，拟利用5-11月份广告宣传季面向全市大规模开展主题宣传活动，力争通过宣传提升市民控烟意识，减少吸烟的危害。

**二、服务需求：**

投标人需提供以下服务：

（一）宣传方案的组织：通过全市户外大屏、楼宇电视、公交移动电视、地铁电视等媒体宣传控烟公益广告内容，包括广告的标语、设计、制作及布置，根据宣传需求制定合理投放方案,广告内容需符合《北京市控制吸烟条例》的规定。

（二）广告制作及上刊：投标人需根据合理的技术规范，进行本项目广告的制作并及时发布。投标公司根据需求，全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作；需在广告正式投放前，向采购人提供设计方案和设计稿，根据采购人的意见修改并经采购人确认后方能发布最终投放广告。质量好，耐用性及耐腐蚀性较强。

（三）广告设计：投标人需具备优秀的广告设计技术团队，能设计出具有独具创意、富有特色的广告宣传画面。所提供的设计文件包括但不限于海报、音视频内容应享有自主知识产权、不得侵犯第三方知识产权。

（四）安全保障：投标人需有明确的安全播出保障、管理制度和措施，保障户外广告及服务团队的安全。

（五）广告安装方案安装工艺娴熟、更新周期紧凑、有充足的备品备件。

（六）广告维护包括但不限于巡查巡视制度、调试及维护方案、突发紧急情况应对方案。

**三、具体要求**

（1）宣传期限：2025年5月29日-2025年11月30日期间发布（以实际上刊时间为准）

（2）户外LED大屏：以北京市各类户外LED大屏作为重点宣传平台，面向北京市主要商圈、交通枢纽等人口密集型公共空间，要求重点商区包括世贸天阶、王府井工美大厦、来福士广场、富力广场、望京凯德等户外大屏资源不低于6块。

（3）楼宇电视：以政府机关、各事业单位、国有企业办公楼为主，以及银行、医院等室内公共场所作为主要宣传目标；面向公务员、干部、企业职员、办事民众等人群开展，要求北京市楼宇电视数量为5000台以上。

（4）移动电视：以北京市每日公交通勤人群开展宣传，覆盖1路、44路、300路等500条以上六环内主要公交线路，不低于8000辆公交车辆，终端不低于15000台，涵盖城区优质商圈、社区、校区、交通枢纽。

（5）地铁电视：渗透首都市民工作生活出行，依托北京市重要通勤工具及交通枢纽，覆盖1、2、5、8、10、13号线和八通线等线路，地铁内车厢或地铁站台电子显示屏为宣传载体，终端总数不低于8000台。

（6）项目团队人员：项目团队人员数量充足并达10人以上（不含负责人），项目负责人应从事相关公益服务项目10年以上。

**四、播出标准**

拟在户外大屏、楼宇电视、移动电视、地铁电视各平台投放15-30秒宣传海报或短视频，各平台每天播出合计不少于40次，宣传周期累计不低于60天。

播出数字视频介质为1920\*1080高清MPG格式(ibp帧编码、音频ac3编码、码率3000到9000左右) 或者DVCPR050数字带之一。

海报图片为JPG格式的电子文件，分辨率为1080\*810、1920\*1080、1080\*1920三种尺寸之一，色彩为RGB模式。

**五、验收标准**

中标方须在广告发布周期结束后1个月内，自行提供监测及评估报告，评估报告包括但不限于广告发布监测、在刊情况，受众到达率、受众印象、到达范围、发布后的美誉度等。

**六、项目服务期**

本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

**七、违约处罚**

投标人中标后未能按采购需求履行义务的，可能被列入不良记录名单，投标人今后参与同类政府采购项目的机会可能会受到影响。

**第四包：**

**一、项目概况**

北京市卫生健康委员会以无烟环境建设为主题，以贯彻落实《北京市控制吸烟条例》为契机，拟利用5-7月份广告宣传季面向全市大规模开展主题宣传，力争通过宣传提升市民控烟意识，减少吸烟的危害。

**二、服务需求：**

投标人需提供以下服务：

（一）宣传方案的组织：通过首都校园媒体和首都商圈媒体宣传控烟公益广告内容，包括广告的标语、设计、制作及布置，根据宣传需求制定合理投放方案,广告内容需符合《北京市控制吸烟条例》的规定。

（二）广告制作及上刊：投标人需根据合理的技术规范，进行本项目广告的制作并及时发布。投标公司根据需求，全面负责广告投放期间的创意设计及制作工作；需在广告正式投放前，向采购人提供设计方案和设计稿，根据采购人的意见修改并经采购人确认后方能发布最终投放广告。质量好，耐用性及耐腐蚀性较强。

（三）广告设计：投标人需具备优秀的广告设计技术团队，能设计出具有独具创意、富有特色的广告宣传画面。所提供的设计文件包括但不限于海报、音视频内容应享有自主知识产权、不得侵犯第三方知识产权。

（四）安全保障：投标人需有明确的安全保障制度和措施，保障户外广告及服务团队的安全。

（五）广告安装方案安装工艺娴熟、更新周期紧凑、有充足的备品备件

（六）广告维护包括但不限于巡查巡视制度、调试及维护方案、突发紧急情况应对方案。

**三、具体要求**

（一）宣传期限：

2024年5月29日-2024年7月28日，共计2个月（以实际上刊时间为准）

（二）投放数量：

首都校园媒体：首都校园灯箱和校园食堂电子屏发布总量不少于160块，（第1个月首都校园灯箱总量应不少于60块，校园食堂电子屏不少于30块，第2个月首都校园灯箱媒体投放总量应不少于40块，校园食堂电子屏不少于30块）

首都热门商圈媒体：LED大屏不少于20块。第1个月首都商圈LED大屏不少于12块，第2个月首都商圈LED大屏不少于8块。）

（三）媒体规格：

首都校园灯箱：灯箱尺寸261cm\*134cm，以海报形式全天24h展示；

首都校园滚动灯箱：200cm\*150cm，以海报形式滚动展示，频次15s/500次/天；

首都校园食堂电子屏：200cm\*93cm，以海报或视频形式进行展示，频次15S/500次/天；

首都商圈LED大屏：以海报或视频形式进行展示，频次15S/120次/天。

（四）发布位置：

首都校园灯箱需要涵盖985、211高校、普通高等院校以及专科高等院校，需要覆盖不少于50所首都高校。首都商圈LED大屏需要覆盖首都重点商圈，需要覆盖合生汇、大悦城、万达广场、天街、凯德MALL、荟聚等重点商圈，需要覆盖不少于12个重点商圈，需要根据采购方需求调整，重点选择覆盖全市人流集中的繁华商圈和学校。

（五）项目团队人员：

项目团队人员数量充足并达10人以上（不含负责人），项目负责人应从事相关公益服务项目10年以上。

**四、验收标准**

中标方须在广告发布周期结束后1个月内，自行提供监测及评估报告，评估报告包括但不限于广告发布监测、在刊情况，受众到达率、受众印象、到达范围、发布后的美誉度等。

**五、项目服务期**

本项目服务期为中标后与采购人签订合同，合同生效之日起直至本项目完成验收。

**六、违约处罚**

投标人中标后未能按采购需求履行义务的，可能被列入不良记录名单，投标人今后参与同类政府采购项目的机会可能会受到影响。