

# 节约用水宣传与节水展馆运维

## —青年团员节水宣传活动及社会团体节水能力建设

### 采购需求

说明：采购需求中标注★号指标为实质性要求，实质性要求任一项不满足的将被作为无效投标否决。★号标注在序号前，指本序号所有内容均为实质性要求；★号标注在段落前，指仅本段落内容为实质性要求。

#### 一、采购标的

##### ★（一）标的名称

节约用水宣传与节水展馆运维—青年团员节水宣传活动及社会团体节水能力建设

##### ★（二）标的内容

1、2022 年度青年团员节水宣传活动：完成青年团员节水宣传活动策划方案编制；组织青年团员节水宣传活动；做好媒体宣传报道。

2、社会团体节水能力建设：培训课程录制；开展节水科普网络知识答题；媒体宣传；出版节水科普读物。

##### （三）采购标的预算

本项目采购标的预算总额为 363750.00 元。

##### （四）标的所属行业

采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：租赁和商务服务业。

#### 二、落实政府采购政策需满足的要求

★（一）本项目专门面向小微企业采购；

（二）根据《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号），残疾人福利性单位视同小微企业；

（三）根据《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68 号），监狱企业视同小微企业；

★（四）本项目采购产品必须为国产，不接受进口产品。

### 三、技术要求

#### ★（一）项目执行的标准和规范

《“十四五”全国水情教育规划》；

《北京市节约用水办法》。

#### ★（二）项目目标

##### 1、2022 年度青年团员节水宣传活动

在北京市大中专院校组织举办节水视频征集活动、节水书画作品征集活动两场节水主题征集活动，征集对象为全体高校学生，由专家评选出优秀作品，登载活动总结专刊上，向全市各学校及企事业单位免费赠阅。通过该活动，展现北京高校青年团员的节水风采，激发学生自主参与节水的积极性，引导广大青年团员做文明节水的参与者、实践者、传播者。

##### 2、社会团体节水能力建设

深入贯彻习近平总书记“要深入开展节水型城市建设，使节约用水成为每个单位、每个家庭、每个人的自觉行动”的讲话精神，实施国家节水行动，围绕全面推进节水型社会建设，加大节水宣传力度，积极组织开展形式多样的节水主题宣传，向广大市民普及节水知识，营造全民节水的社会氛围，提高全市市民节水意识，养成合理用水、科学用水的习惯。

#### ★（三）服务内容及要求

##### 1、2022 年度青年团员节水宣传活动

###### （1）青年团员节水宣传活动策划方案编制

组织有关专家编写《青年团员节水宣传活动总体策划方案》并形成具体工作方案，包含媒体宣传总策划、节水系列活动总结专刊总策划等内容，经采购人确认后按计划分时段逐项组织实施。

###### （2）青年团员节水宣传活动

###### 1) 节水视频征集活动

①微博大 V 发布：10 个百万及以上粉丝大 V 发布征集活动。

②稿件撰写：根据采购人确认的活动方案，并按照采购人提供和自采内容，安排专业人员撰写稿件，稿件不少于 2 篇。

③评选专家：供应商邀请专家对提交的作品进行评审，邀请的专家不少于 5 人。

④证书制作及优秀视频集制作：优秀作品剪辑、配音、字幕、动画效果，用于外出宣传讲课、公众号宣传及展馆播放，不少于 4 分钟。

⑤总结编写：不少于 2500 字。

## 2) 节水书画作品征集活动

①微博大 V 发布：10 个百万及以上粉丝大 V 发布征集活动。

②稿件撰写：根据采购人确认的活动方案，并按照采购人提供和自采内容，安排专业人员撰写稿件，稿件不少于 1 篇。

③评选专家：供应商邀请专家对提交的作品进行评审，邀请的专家不少于 5 人。

④证书制作及优秀视频集制作：优秀作品剪辑、配音、字幕、动画效果，用于外出宣传讲课、公众号宣传及展馆播放，不少于 4 分钟。

⑤总结编写：不少于 2500 字。

## (3) 媒体宣传报道

### 1) 媒体发稿

遴选中央、北京市和水利行业主流网络媒体平台对青年团员节水宣传活动进行宣传报道不少于 30 次，具体时间及内容需根据采购人要求进行安排，并经采购人同意后方可实施。

### 2) 新闻稿撰写

根据采购人确认的活动方案，并按照采购人提供和自采内容，安排专业人员撰写不少于 5 篇节水活动宣传报道，其中包括：活动前不少于 1 篇，活动中不少于 3 篇，活动总结不少于 1 篇。

### 3) 青年文摘微信公众号

在受众群体为青年、影响力较大的微信公众号《青年文摘》，刊发活动报道不少于 1 次。

## 2、社会团体节水能力建设

### (1) 培训课程录制

针对北京高校、机关、社区录制适合北京节水线上直播视频 10 课时，具体

要求包括：

1) 授课内容：《北京节水基本情况》《高校节水工作重点》《机关节水工作重点》《社区节水工作重点》等，每堂课 2 课时，合计 10 课时，具体培训内容可根据采购人要求进行调整。

2) 授课专家：供应商聘请专家授课。授课专家要求具有水利系统高级职称及以上（主任编辑、高级编辑、高级工程师、教授级高级工程师等），熟悉水情教育、北京节水等工作，发表过高水平著作，有丰富授课经验，参与同类项目优先考虑。（投标阶段不要求提供具体人员名单）

3) 视频制作：提供专业的视频制作团队和录制设备，在录音棚录制，确保视频课程的结构完整、逻辑通顺、声音清楚、画面清晰、效果美观。

4) 课程直播：在政府网站等直播平台播出，并组织前期活动预热。

## **（2）开展节水科普网络知识答题**

节水科普培训讲座直播授课结束后，开展网络知识答题，具体要求包括：

1) 答题界面设计：开发微信 H5, 在水利系统权威政府媒体启动网络答题活动。

2) 题库制作：围绕授课内容，供应商邀请水利系统高级职称及以上专家制作完成节水答题题库，不少于 50 道。题库需经国家级水利宣传教育单位认可，题目符合当前节水政策、常识等。（投标阶段不要求提供具体人员名单）

3) 奖励机制：活动结束后，供应商需要对答题排名前 100 名的参与者进行信息统计。采购人获取信息后，统一组织发放节水宣传品。

## **（3）媒体宣传**

利用部级、市级等主流媒体和水利行业官方媒体对节水科普培训讲座直播及中小学生节水视频课程和网络知识答题活动进行宣传推广，撰写宣传活动稿件不少于 2 篇，每篇字数不少于 800 字，媒体平台发布媒体报道不少于 10 篇。

## **（4）出版节水科普读物《北京节水在行动》（名字暂定）**

以公民节水行为规范为重点内容，编辑正式出版。大 16K 读本，不少于 3 万字，不少于 200 页，彩色印刷，铜版纸胶装，封面覆膜，印刷不少于 1000 册。

## **★（四）成果要求**

### **1、成果文件**

### **(1) 2022 年度青年团员节水宣传活动**

- 1) 媒体素材：撰写的活动新闻稿件。
- 2) 媒体宣传刊发记录证明材料。
- 3) 各项活动照片视频等影像资料。
- 4) 项目总结报告。

### **(2) 社会团体节水能力建设**

- 1) 所有课程成品课件及成品视频。
- 2) 课程直播播放记录证明，及播放的原视频录像。
- 3) 节水答题题库及答题活动情况总结。
- 4) 媒体素材：撰写的新闻稿件。
- 5) 媒体刊发记录证明材料。
- 6) 《北京节水在行动》（名字暂定）。
- 7) 项目总结报告。

## **2、成果形式**

成果形式：包括纸质文件和电子文件；视频、音频、图片资料提供电子文件。  
电子文件应包括所有成果内容，电子文件载体为移动硬盘。

## **3、成果数量**

纸质文件：3 份；电子文件：3 份。

## **(五) 组织方案或解决方案**

供应商应针对本项目服务内容和要求提出具体实施组织方案或解决方案。

### **1、2022 年度青年团员节水宣传活动**

#### **(1) 青年团员节水宣传活动策划方案**

第一等次：方案内容完整，包括策划方案、编制策划方案的时间安排、人员安排等；策划方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括策划方案、编制策划方案的时间安排、人员安排等；策划方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括策划方案、编制策划方案的时间安排、人员安排等；策划方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括策划方案、编制策划方案的时间安排、人员安排等；但策划方案阐述简单，关键点、重点不明确，不利于项目实施保障。

第五等次：方案内容不完整，策划方案、编制策划方案的时间安排、人员安排等主要内容有缺失。

## **(2) 青年团员节水宣传活动组织方案**

第一等次：方案内容完整，包括宣传活动方案、宣传活动时间安排、人员安排等；宣传活动方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，计划发布征集活动的微博大 V 名单明确；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括宣传活动方案、宣传活动时间安排、人员安排等；宣传活动方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，计划发布征集活动的微博大 V 名单明确；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括宣传活动方案、宣传活动时间安排、人员安排等；宣传活动方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，计划发布征集活动的微博大 V 名单明确；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括宣传活动方案、宣传活动时间安排、人员安排等；但宣传活动方案阐述简单，关键点、重点不明确，或未明确具体计划发布征集活动的微博大 V 名单。

第五等次：方案内容不完整，宣传活动方案、宣传活动时间安排、人员安排等主要内容有缺失。

## **(3) 媒体宣传组织方案**

第一等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；但媒体宣传方案阐述简单，关键点、重点不明确，不利于项目实施保障。

第五等次：方案内容不完整，媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等主要内容有缺失。

## **2、社会团体节水能力建设**

### **(1) 培训课程录制组织方案**

第一等次：方案内容完整，包括视频录制方案（含培训内容设计、授课专家选取计划、视频制作、课程直播各环节工作内容、方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；视频录制方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括视频录制方案（含培训内容设计、授课专家选取计划、视频制作、课程直播各环节工作内容、方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；视频录制方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括视频录制方案（含培训内容设计、授课专家选取计划、视频制作、课程直播各环节工作内容、方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；视频录制方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括视频录制方案（含培训内容设计、授课专家选取计划、视频制作、课程直播各环节工作内容、方法和流程）、设备配备、时

间安排、人员安排等；但视频录制方案阐述简单，关键点、重点不明确，不利于项目实施保障。

第五等次：方案内容不完整，视频录制方案（含培训内容设计、授课专家选取计划、视频制作、课程直播各环节工作内容、方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等主要内容（含视频录制方案的各环节）有缺失。

## **(2) 开展节水科普网络知识答题组织方案**

第一等次：方案内容完整，包括开展网络知识答题方案（含答题界面设计、题库制作、奖励机制各环节工作方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；开展网络知识答题方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括开展网络知识答题方案（含答题界面设计、题库制作、奖励机制各环节工作方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；开展网络知识答题方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括开展网络知识答题方案（含答题界面设计、题库制作、奖励机制各环节工作方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；开展网络知识答题方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括开展网络知识答题方案（含答题界面设计、题库制作、奖励机制各环节工作方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等；但开展网络知识答题方案阐述简单，关键点、重点不明确，不利于项目实施保障。

第五等次：方案内容不完整，开展网络知识答题方案（含答题界面设计、题库制作、奖励机制各环节工作方法和流程）、设备配备、时间安排、人员安排等主要内容（含开展网络知识答题方案的各环节）有缺失。

## **(3) 媒体宣传组织方案**

第一等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安



排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；人员安排明确到具体人员，并明确了人员分工职责。

第二等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；时间安排计划明确到具体时间；但人员安排未明确到具体人员或未明确人员分工职责。

第三等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；媒体宣传方案阐述系统详尽，关键点、重点突出，有利于项目实施保障；但时间安排计划未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等；但媒体宣传方案阐述简单，关键点、重点不明确，不利于项目实施保障。

第五等次：方案内容不完整，媒体宣传方案、媒体宣传时间安排、人员安排等主要内容有缺失。

### **3、成果文件编制计划**

第一等次：方案内容完整，包括成果文件编制思路、时间安排、人员安排、工作流程等；编制思路清晰，提出完整的成果文件纲要；编制时间安排明确到具体时间；编制人员安排明确到具体人员，人员分工职责明确，成果文件编制、审核、审定、批准工作流程清晰。

第二等次：方案内容完整，包括成果文件编制思路、时间安排、人员安排、工作流程等；编制思路清晰，提出完整的成果文件纲要；编制时间安排明确到具体时间；编制人员安排未明确到具体人员，或人员分工职责不明确，或成果文件编制、审核、审定、批准工作流程不清晰。

第三等次：方案内容完整，包括成果文件编制思路、时间安排、人员安排、工作流程等；但编制时间安排未明确到具体时间。

第四等次：方案内容完整，包括成果文件编制思路、时间安排、人员安排、工作流程等；但未提出完整的成果文件纲要。

第五等次：方案内容不完整，成果文件编制思路、时间安排、人员安排、工作流程等主要内容有缺失。

## 四、商务要求

### ★（一）项目实施期限

项目实施期限：合同签订之日起至 2022 年 12 月 10 日。

### ★（二）项目实施地点

项目实施地点：北京市。

### ★（三）合同价款支付

#### 1、付款进度

预付款：签订合同后 20 日内，采购人支付合同价款的 50%；

最终付款：项目验收合格后 20 个工作日内，采购人支付合同价款的 50%。

#### 2、付款方式

转账支票方式。

#### 3、支付时间

供应商按照采购人要求开具合法合规的商业发票，采购人收到上述发票后15日内将款项支付给供应商。

### ★（四）售后服务

项目完成后，供应商应免费提供后续项目绩效考核、相关检查配合工作。

## 五、项目验收

供应商按照合同约定，完成节约用水宣传与节水展馆运维—青年团员节水宣传活动及社会团体节水能力建设等工作，同时提交完整的验收资料。采购人组织验收小组对本项目技术和商务履约情况进行验收，验收合格后双方签署验收书，验收资料包括：（1）投标文件中提供的活动数据和承诺内容经核验证实；（2）所暴露的问题已获得令采购人满意的解决；（3）所要求的资料已按采购人要求移交完毕。验收不合格的，由供应商按要求弥补缺陷后再次组织验收，直至验收合格。

具体验收方案见合同履行验收方案。