**附件1：采购项目概况**

**采购项目概况**

1.采购项目名称： “让托育被看见”羊城托育宣传行动项目

2.采购人名称：广州医科大学附属妇女儿童医疗中心

3.采购项目概况：

**项目背景：**为更好地实现广州医科大学附属妇女儿童医疗中心作为广州市3岁以下婴幼儿照护服务指导中心对托育服务资讯、托育重要事项、科学育儿科普知识的宣传职能，为广泛开展多种形式的托育宣传活动，打造托育宣传矩阵，开展科学育儿知识普及，制作并投放一系列宣教素材，宣传“羊城托育”品牌，让群众了解托育、认知托育、认可托育，增强送托意识，本单位计划开展“让托育被看见”羊城托育宣传行动项目，进一步扩大广州医科大学附属妇女儿童医疗中心托育相关资讯和科学育儿内容的覆盖度。

**实现功能要求：**项目要求成交供应商需提供专门负责“羊城托育”品牌建设，视频号、抖音号、小红书号的日常内容策划支持的技术服务工作和平台维护。主要包括：视频创意策划、内容制作、推广投放，大型竞赛等宣传活动举办，新媒体账号运营、社会调研开展等技术支持。

**采购目标：**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 项目 | 内容 | 数量 |
| 托育主题歌曲及MV制作发布 | 制作3D版动画MV：包含歌曲词曲创作、歌曲录制、3D建模、创意脚本撰写、动画制作出镜人员妆容、实景部分拍摄及后期制作（剪辑、特效、包装、设计、调色），在主流视频平台、社媒平台进行内容分发；视频画质达到1080\*1920或1920\*1080。视频格式支持mp4、mov。拍摄方案和视频脚本需经采购人审核同意。 | 1首 |
| 开展短视频大赛 | 举办托育服务短视频大赛征集评选活动，包含全周期赛程策划，如征集阶段、评选阶段活动规则、评选规则、征集内容等，及线上活动平台产品统筹+技术开发+页面设计，线下获奖作品展播及颁奖典礼策划执行。线上赛事包含赛事宣传海报、活动通稿、赛事前中后期新媒体宣传稿件；央级、省市级媒体渠道推广；单项参赛人数保障（最少100项参赛作品投递）；活动证书、奖杯、参赛奖金等奖励设置。活动实施方案需经采购人审核同意。 | 1次 |
| 开展托育园所体验招募活动 | 围绕广州市区级的示范托育机构体验为核心进行营销推广，在抖音、小红书、微博等主流社媒平台开展托育园所体验招募活动，含活动创意策划、物料设计、宣传规划、内容发布，并邀请小红书平台母婴类别25位KOL（万粉以上）进行指定内容投放。 | 1次 |
| 举办健康传播论坛 | 策划一场广州托育特色成果展示、行业交流、大咖分享的健康传播高质量发展论坛，包含不少于100人规模的活动创意策划及全案的活动执行；含论坛场景搭建（签到区、留影区、展示区、品牌区、洽谈区、主会场、分会场、接待区）及活动物料（会务手册、参会须知、嘉宾证、工作证、资料袋、流程道具）、专业人员（速记、摇臂、摄影录像、主持人、礼仪、专业会务督导等），结合实际情况对现场直播及直播引流。活动策划方案及实施方案需经采购人审核同意。同时负责活动的微信、微博、新闻媒介等日常运营服务及内容的编写发布；搭建线上云平台，含资讯展播、图文回顾、交流互动等形式，自云平台推出一年内保证持续运营，维护平台活跃度。 | 1次 |
| 运营托育宣传矩阵“羊城托育” | 托育宣传内容于微信视频号、微博、抖音、小红书等平台发布，需要1年的具体内容规划及内容制作。定制“羊城托育”专属的VIS视觉识别系统、IP定制设计及表情包1套（3D版）、文创周边一套、《太难啦，养娃第一年》书籍可视化制作，全方位、多角度宣传推广。 | 1年 |
| 开展社会调研 | 面向社会群众尤其是婴幼儿家长开展调研，了解社会对托育服务的知晓度和认可度。具体以线上调查问卷页面，在2024年底前结合各项渠道分发覆盖至广州市内各年龄段、区域的50万人次，并汇总问卷数据进行分析整合，提供最终的托育社会调研数据总结报告。 | 1次 |

**基本预算：**人民币2,300,000.00元