

2026年“乐游上海”政务新媒体运营项目

竞争性磋商补充文件

一、 凡原竞争性磋商文件与本文件不同之处，以本补充文件的内容为准。

二、 采购人对竞争性磋商条款作以下澄清

1、本项目竞争性磋商 第二章 磋商须知

“15.1.2 技术部分

- (1)技术响应与偏离表；
- (2)对项目需求的理解与分析；
- (3)“乐游上海”微信公众号运营方案；
- (4)“乐游上海”微博号运营方案；
- (5)“乐游上海”百家号运营方案；
- (6)局政务网运维方案；
- (7)服务承诺与保障措施（包括但不限于服务响应时间、应急处理能力、服务保障能力等）；
- (8)拟派入本项目人员配置情况；
- (9)2023年01月01日以来类似业绩证明；
- (10)相关资料。” 现更正为

“15.1.2 技术部分

- (1)技术响应与偏离表；
- (2)对项目需求的理解与分析；
- (3)“乐游上海”微信公众号运营方案；
- (4)“乐游上海”微博号运营方案；
- (5)局政务网运维方案；
- (6)服务承诺与保障措施（包括但不限于服务响应时间、应急处理能力、服务保障能力等）；
- (7)拟派入本项目人员配置情况；
- (8)2023年01月01日以来类似业绩证明；
- (9)相关资料。”

2、本项目磋商文件 第三章 评审方法及标准

“2. 评分标准

（一）技术标评分：（90分）

序号	评审内容	分值	评审标准
1	对项目需求的理解与分析	0-10	<ul style="list-style-type: none">● 对项目背景、目标理解深刻，分析透彻、准确识别项目难点，提出有效解决方案的，合理化建议准确、到位的，得10分；● 项目背景、目标理解基本准确，能识别主要难点，

			<p>解决方案基本可行的，合理化建议基本可以应用在项目上的，得 7 分；</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 对项目背景、目标理解存在偏差，未分析项目难点或分析严重不足的，合理化建议模糊或未提供合理化建议的，得 4 分； ● 未提供以上内容不得分。
2	“乐游上海”微信公众号运营方案	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 创意新颖独特，主题鲜明，策略清晰，内容完整，具有高度的吸引力和传播力，框架清晰、策略得当，得 10 分； ● 创意较好，主题明确，策略基本可行，内容较为完整的，得 7 分； ● 创意普通，主题与策略较为常规，内容完整性一般的，得 4 分； ● 创意平庸或缺乏创意，方案空洞，逻辑混乱的，得 2 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
3	“乐游上海”微博号运营方案	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 创意新颖独特，主题鲜明，策略清晰，内容完整，具有高度的吸引力和传播力，每个话题明确发起背景、目标受众、内容、互动玩法、推广节奏及预期目标，得 10 分； ● 创意较好，主题明确，策略基本可行，内容较为完整的，得 7 分； ● 创意普通，主题与策略较为常规，内容完整性一般的，得 4 分； ● 创意平庸或缺乏创意，方案空洞，逻辑混乱的，得 2 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
4	“乐游上海”百家号运营方案	0-5	<ul style="list-style-type: none"> ● 创意新颖独特，主题鲜明，策略清晰，内容完整，具有高度的吸引力和传播力的，得 5 分； ● 创意较好，主题明确，策略基本可行，内容较为完整的，得 3 分； ● 创意普通，主题与策略较为常规，内容完整性一般的，得 1 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
5	局政务网运维方案	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 流程完整、时限明确、责任到岗，有详细的栏目更

		<p>新频率与质量标准表，巡检制度具体且有记录模板。方案包含 7×24 小时监控、每日定时巡检、安全扫描及完整日志模板，得 10 分；</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 流程较完整，但时限或责任规定较模糊，有栏目更新要求，但不够具体；有巡检概念但无具体模板，方案包含日常巡检和安全扫描，但监控或日志记录描述不完整，得 7 分； ● 仅描述概念，无具体流程或模板，笼统承诺，无具体量化标准或检查手段，仅有口头承诺，无具体监控、巡检措施描述，得 4 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
6	服务承诺与保障措施	<p>服务响应时间</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 承诺 2 小时内响应：5 分； ● 承诺 4 小时内响应：3 分； ● 承诺 8 小时内响应：1 分； ● 响应时间超过 8 小时：0 分。
		<p>应急处理能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 应急预案完善，处理能力强，提供针对本项目的专项应急预案，内容全面，措施具体可行，处置方案细化到具体步骤、责任人、所需物资的，得 10 分； ● 有基本应急方案，但针对性稍弱。措施较为具体，提到了主要事故的处置方法，但不够细致的，得 7 分； ● 应急方案不完善，预案内容空洞，多为原则性条款，缺乏可操作性。措施不清晰，无具体流程的，得 4 分； ● 未提供任何应急处理方案或相关内容的得 0 分。
		<p>服务保障能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 服务保障方案完善，制度与流程保障措施完整，提供完整的服务保障能力证明文件并且提供的证明文件完全满足或优于本项目采购需求的，得 10 分； ● 服务保障方案基本完整，制度与流程保障措施基本可行，服务保障能力证明文件基本满足本项目采购需求的，得 7 分； ● 服务保障方案不完善，有缺漏内容，且提供的服务保障能力证明文件不能满足本项目采购需求的，得 4 分； ● 无明确的服务保障方案及相关内容的得 0 分。

7	拟派入本项目人员 配备情况	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 项目负责人类似项目经验丰富（5年及以上），人员配备专业齐全，提供完整的人员资格证明，人员数量以及项目组人员能力能完全满足本项目采购需求或优于本项目采购要求的，得10分； ● 项目负责人有一定项目经验（3-5年），人员配备专业较齐全，人员资格证明提供基本完整，团队结构基本合理，人员数量以及项目组人员能力能基本满足本项目采购需求的，得7分； ● 项目负责人项目经验少（1-3年）或没有项目经验，人员配备专业不齐全，团队配置存在不足，人员数量以及项目组人员能力不能满足本项目采购需求的，得4分； ● 未提供人员配置情况不得分。
8	供应商类似业绩	0-10	<p>供应商类似业绩指：供应商近3年以来承接的有效的类似项目业绩（以提供合同为准，合同签订日为2023年01月01日以后的。有一个有效业绩得2分，最多得分为10分，没有有效的类似项目业绩的得0分。须有合同佐证（合同关键页复印件），需提供相关业绩的合同扫描件，扫描件中需体现合同的签约主体、签署日期、等合同要素的相关内容，否则将不予认可。</p>

” 现更正为

序号	评审内容	分值	评审标准
1	对项目需求的理解 与分析	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 对项目背景、目标理解深刻，分析透彻、准确识别项目难点，提出有效解决方案的，合理化建议准确、到位的，得10分； ● 项目背景、目标理解基本准确，能识别主要难点，解决方案基本可行的，合理化建议基本可以应用在项目上的，得7分； ● 对项目背景、目标理解存在偏差，未分析项目难点或分析严重不足的，合理化建议模糊或未提供合理化建议的，得4分； ● 未提供以上内容不得分。
2	“乐游上海”微信 公众号运营方案	0-13	<ul style="list-style-type: none"> ● 创意新颖独特，主题鲜明，策略清晰，内容完整，具有高度的吸引力和传播力，框架清晰、策略得当，得13分； ● 创意较好，主题明确，策略基本可行，内容较为完

			<p>整的，得 10 分；</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 创意普通，主题与策略较为常规，内容完整性一般的，得 7 分； ● 创意平庸或缺乏创意，方案空洞，逻辑混乱的，得 4 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
3	“乐游上海”微博号运营方案	0-12	<ul style="list-style-type: none"> ● 创意新颖独特，主题鲜明，策略清晰，内容完整，具有高度的吸引力和传播力，每个话题明确发起背景、目标受众、内容、互动玩法、推广节奏及预期目标，得 12 分； ● 创意较好，主题明确，策略基本可行，内容较为完整的，得 9 分； ● 创意普通，主题与策略较为常规，内容完整性一般的，得 6 分； ● 创意平庸或缺乏创意，方案空洞，逻辑混乱的，得 3 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
4	局政务网运维方案	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 流程完整、时限明确、责任到岗，有详细的栏目更新频率与质量标准表，巡检制度具体且有记录模板。方案包含 7×24 小时监控、每日定时巡检、安全扫描及完整日志模板，得 10 分； ● 流程较完整，但时限或责任规定较模糊，有栏目更新要求，但不够具体；有巡检概念但无具体模板，方案包含日常巡检和安全扫描，但监控或日志记录描述不完整，得 7 分； ● 仅描述概念，无具体流程或模板，笼统承诺，无具体量化标准或检查手段，仅有口头承诺，无具体监控、巡检措施描述，得 4 分； ● 未提供或方案严重不符合要求的得 0 分。
5	服务承诺与保障措施	0-5	<p>服务响应时间</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 承诺 2 小时内响应：5 分； ● 承诺 4 小时内响应：3 分； ● 承诺 8 小时内响应：1 分； ● 响应时间超过 8 小时：0 分。
		0-10	<p>应急处理能力</p>

			<ul style="list-style-type: none"> ● 应急预案完善，处理能力强，提供针对本项目的专项应急预案，内容全面，措施具体可行，处置方案细化到具体步骤、责任人、所需物资的，得 10 分； ● 有基本应急方案，但针对性稍弱。措施较为具体，提到了主要事故的处置方法，但不够细致的，得 7 分； ● 应急方案不完善，预案内容空洞，多为原则性条款，缺乏可操作性。措施不清晰，无具体流程的，得 4 分； ● 未提供任何应急处理方案或相关内容的得 0 分。
		0-10	服务保障能力 <ul style="list-style-type: none"> ● 服务保障方案完善，制度与流程保障措施完整，提供完整的服务保障能力证明文件并且提供的证明文件完全满足或优于本项目采购需求的，得 10 分； ● 服务保障方案基本完整，制度与流程保障措施基本可行，服务保障能力证明文件基本满足本项目采购需求的，得 7 分； ● 服务保障方案不完善，有缺漏内容，且提供的服务保障能力证明文件不能满足本项目采购需求的，得 4 分； ● 无明确的服务保障方案及相关内容的得 0 分。
6	拟派入本项目人员配备情况	0-10	<ul style="list-style-type: none"> ● 项目负责人类似项目经验丰富（5 年及以上），人员配备专业齐全，提供完整的人员资格证明，人员数量以及项目组人员能力能完全满足本项目采购需求或优于本项目采购要求的，得 10 分； ● 项目负责人有一定项目经验（3-5 年），人员配备专业较齐全，人员资格证明提供基本完整，团队结构基本合理，人员数量以及项目组人员能力能基本满足本项目采购需求的，得 7 分； ● 项目负责人项目经验少（1-3 年）或没有项目经验，人员配备专业不齐全，团队配置存在不足，人员数量以及项目组人员能力不能满足本项目采购需求的，得 4 分； ● 未提供人员配置情况不得分。
7	供应商类似业绩	0-10	供应商类似业绩指：供应商近 3 年以来承接的有效的类似项目业绩（以提供合同为准，合同签订日为 2023 年 01 月 01 日以后的。有一个有效业绩得 2 分，最多得分为 10 分，没有有效的类似项目业绩的得 0 分。须有合同佐证（合同关键页复印件），需提供相关业绩的合同扫描件，

			扫描件中需体现合同的签约主体、签署日期、等合同要素的相关内容，否则将不予认可。
--	--	--	---

3、本项目磋商文件 第五章 响应文件组成

“第二部分 技术部分

- 一、技术响应与偏离表
- 二、对项目需求的理解与分析
- 三、“乐游上海”微信公众号运营方案
- 四、“乐游上海”微博号运营方案
- 五、“乐游上海”百家号运营方案
- 六、局政务网运维方案
- 七、服务承诺与保障措施（包括但不限于服务响应时间、应急处理能力、服务保障能力等）
- 八、拟派入本项目人员配置情况
- 九、2023年01月01日以来类似业绩证明
- 十、其他资料” 现更正为

“第二部分 技术部分

- 一、技术响应与偏离表
- 二、对项目需求的理解与分析
- 三、“乐游上海”微信公众号运营方案
- 四、“乐游上海”微博号运营方案
- 五、局政务网运维方案
- 六、服务承诺与保障措施（包括但不限于服务响应时间、应急处理能力、服务保障能力等）
- 七、拟派入本项目人员配置情况
- 八、2023年01月01日以来类似业绩证明
- 九、其他资料”

4、本项目磋商文件 第五章 响应文件组成

“技术响应与偏离表

技术响应与偏离表

项目名称：2026年“乐游上海”政务新媒体运营项目

项目编号：310000000250930140049-00303984

序号	技术要求	响应情况	偏离	说明
1	项目实施内容 （一）“乐游上海”微信公众号 1. 每周发布微信不少于 30 条。结合			

<p>全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。</p> <p>2. 内容制作上，对内积极联动各业务处室及下属单位，聚焦文旅热点，及时制作政务类推文；对外联络媒体记者、各区文旅局及协会，挖掘热门线索，专业采编团队实地采编，打造市民游客关注的内容，踩准文旅热点，捕捉城市亮点，把握推送节奏。</p> <p>3. 围绕局重点工作及重要节展活动精心策划开展专题栏口宣传。具体选题方向包括“沪小游”一周文旅指南、旅超、银发旅游、文旅产品营销、文旅商体展联动、周末指南等。</p> <p>4. 与上海发布、文旅之声等部门保持良好沟通联系，尤其是与上海发布建立良好的内容联动转发机制，主动策划可同步发布的选题、栏目等。</p> <p>5. 平均每月策划一次网友互动内容的发布，增强粉丝黏性。</p> <p>(二)“乐游上海”微博号</p> <p>1. 每天发布微博数量不少于 12 篇。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。</p> <p>2. 结合“沪小游”一周文旅指南、周末指南等内容，全年自创至少五个时效性动态话题，如#上海古镇焕新计划##跟着美展看上海#等，吸引关注。根据微博算法调整推送内容，加大视频推送力度。</p>			
---	--	--	--

	<p>3. 结合时令节庆及城市活动，推出“文旅新场景推介”“赏花旅游指南”“入境游便利提示”及“赛事出行攻略”等应景内容。</p> <p>4. 在主题宣推中，联动各地文旅官微形成传播矩阵。与微博政务保持沟通，同步策划热点推送。</p> <p>5. 与上海发布、文旅之声等部门账号保持良好沟通，尤其与上海发布建立联动转发机制，主动策划跨区域文旅话题等可同步发布内容。</p> <p>（三）“乐游上海”百家号</p> <p>1. 每周固定上传数量 18 条，涵盖一周精选图文、视频等，一年不低于 900 条。</p> <p>（四）局政务网</p> <p>1. 做好重点工作的专题策划和宣传推广。</p> <p>2. 根据国办和市政府办公厅有关要求对政务网进行更新维护，定期查找问题并及时解决，确保国办普查和市政府办公厅政府网站测评结果合格。</p> <p>3. 每天向中国上海门户网站报送稿件，并根据市政府办公厅要求，维护局长信箱、咨询投诉等政民互动栏目的来信来稿。</p> <p>4. 与政务网相关技术公司、人员做好沟通接洽工作，安排技术人员每天定时检查网站，确保政务网运行安全平稳。</p> <p>5. 做好节假日网站维护工作。</p>			
2	<p>人员要求</p> <p>1. 配备 2 名编辑，负责日常推文的编辑排版工作。</p>			

	<p>2. 配备 1 名责任编辑，负责日常推文的审核校对工作。</p> <p>3. 配备 1 名摄影师，负责局主办重点活动的照片拍摄工作。</p> <p>4. 以上人员需具备 2 年以上新媒体工作经验，熟悉微信公众号和微博内容制作和传播。</p>			
3	<p>采购标的的验收标准</p> <p>1. 微信的粉丝数，在 2025 年基础上增加 3 万，微博粉丝数保持稳定。</p> <p>2. “乐游上海”微信公众号阅读量 ≥ 500 万人次。</p> <p>3. “乐游上海”微博阅读量 ≥ 5000 万人次。</p> <p>4. 局政务网页面浏览量 ≥ 100 万人次。</p> <p>5. “乐游上海”百家号浏览量 ≥ 900 万人次</p>			
4	...			
5				

”现更正为“

序号	技术要求	响应情况	偏离	说明
1	<p>项目实施内容</p> <p>(一)“乐游上海”微信公众号</p> <p>1. 每周发布微信不少于 30 条。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。</p> <p>2. 内容制作上，对内积极联动各业务处室及下属单位，聚焦文旅热点，及时制作政务类推文；对外联络媒体记者、各区文旅局及协会，挖掘热门线索，专业采编团队实地采编，</p>			

<p>打造市民游客关注的内容，踩准文旅热点，捕捉城市亮点，把握推送节奏。</p> <p>3. 围绕局重点工作及重要节展活动精心策划开展专题栏口宣传。具体选题方向包括“沪小游”一周文旅指南、旅超、银发旅游、文旅产品营销、文旅商体展联动、周末指南等。</p> <p>4. 与上海发布、文旅之声等部门保持良好沟通联系，尤其是与上海发布建立良好的内容联动转发机制，主动策划可同步发布的选题、栏目等。</p> <p>5. 平均每月策划一次网友互动内容的发布，增强粉丝黏性。</p> <p>(二)“乐游上海”微博号</p> <p>1. 每天发布微博数量不少于 12 篇。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。</p> <p>2. 结合“沪小游”一周文旅指南、周末指南等内容，全年自创至少五个时效性动态话题，如#上海古镇焕新计划##跟着美展看上海#等，吸引关注。根据微博算法调整推送内容，加大视频推送力度。</p> <p>3. 结合时令节庆及城市活动，推出“文旅新场景推介”“赏花旅游指南”“入境游便利提示”及“赛事出行攻略”等应景内容。</p> <p>4. 在主题宣推中，联动各地文旅官微形成传播矩阵。与微博政务保持沟通，同步策划热点推送。</p> <p>5. 与上海发布、文旅之声等部门账</p>			
---	--	--	--

	<p>号保持良好沟通，尤其与上海发布建立联动转发机制，主动策划跨区域文旅话题等可同步发布内容。</p> <p>(三) 局政务网</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 做好重点工作的专题策划和宣传推广。 2. 根据国办和市政府办公厅有关要求对政务网进行更新维护，定期查找问题并及时解决，确保国办普查和市政府办公厅政府网站测评结果合格。 3. 每天向中国上海门户网站报送稿件，并根据市政府办公厅要求，维护局长信箱、咨询投诉等政民互动栏目的来信来稿。 4. 与政务网相关技术公司、人员做好沟通接洽工作，安排技术人员每天定时检查网站，确保政务网运行安全平稳。 5. 做好节假日网站维护工作。 			
2	<p>人员要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 配备 2 名编辑，负责日常推文的编辑排版工作。 2. 配备 1 名责任编辑，负责日常推文的审核校对工作。 3. 配备 1 名摄影师，负责局主办重点活动的照片拍摄工作。 4. 以上人员需具备 2 年以上新媒体工作经验，熟悉微信公众号和微博内容制作和传播。 			
3	<p>采购标的的验收标准</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 微信的粉丝数，在 2025 年基础上增加 3 万，微博粉丝数保持稳定。 2. “乐游上海”微信公众号阅读量 ≥ 500 万人次。 			

	3. “乐游上海”微博阅读量≥5000 万人次。 4. 局政务网页面浏览量≥100 万人 次。			
4	...			
5				

”

5、本项目磋商文件 第六章 项目采购需求

“一、项目背景

2025 年全年，上海市文化和旅游局官方微信公众号发布推文 2040 条，总阅读数 1213.3 万，粉丝数 109.2 万；微博发布各类博文 4387 条，总阅读量 6264.6 万人次，粉丝数 402.2 万人；百家号发布推文 820 条，粉丝数 2 万，浏览量 900 万；网站更新各类信息内容 2139 条，全网浏览量 347.9 万。

官方微信、微博、网站(简称“两微一网”)在推广上海城市形象和文旅资源方面发挥着重要作用。鉴于此，上海市文化和旅游局拟继续开展 2026 年“乐游上海”政务新媒体运营锦江国际(集团)有限公司项目，通过加强原创内容采编、增强信息供给数量、策划热点话题提高网络传播力，不断提升“乐游上海”政务新媒体矩阵的影响力。

二、项目实施内容

(一) “乐游上海”微信公众号

1. 每周发布微信不少于 30 条。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。

2. 内容制作上，对内积极联动各业务处室及下属单位，聚焦文旅热点，及时制作政务类推文；对外联络媒体记者、各区文旅局及协会，挖掘热门线索，专业采编团队实地采编，打造市民游客关注的内容，踩准文旅热点，捕捉城市亮点，把握推送节奏。

3. 围绕局重点工作及重要节展活动精心策划开展专题栏口宣传。具体选题方向包括“沪小游”一周文旅指南、旅超、银发旅游、文旅产品营销、文旅商体展联动、周末指南等。

4. 与上海发布、文旅之声等部门保持良好沟通联系，尤其是与上海发布建立良好的内容联动转发机制，主动策划可同步发布的选题、栏目等。

5. 平均每月策划一次网友互动内容的发布，增强粉丝黏性。

(二) “乐游上海”微博号

1. 每天发布微博数量不少于 12 篇。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。

2. 结合“沪小游”一周文旅指南、周末指南等内容，全年自创至少五个时效性动态话题，

如#上海古镇焕新计划##跟着美展看上海#等，吸引关注。根据微博算法调整推送内容，加大视频推送力度。

3. 结合时令节庆及城市活动，推出“文旅新场景推介”“赏花旅游指南”“入境游便利提示”及“赛事出行攻略”等应景内容。

4. 在主题宣推中，联动各地文旅官微形成传播矩阵。与微博政务保持沟通，同步策划热点推送。

5. 与上海发布、文旅之声等部门账号保持良好沟通，尤其与上海发布建立联动转发机制，主动策划跨区域文旅话题等可同步发布内容。

（三）“乐游上海”百家号

1. 每周固定上传数量 18 条，涵盖一周精选图文、视频等，一年不低于 900 条。

（四）局政务网

1. 做好重点工作的专题策划和宣传推广。

2. 根据国办和市政府办公厅有关要求对政务网进行更新维护，定期查找问题并及时解决，确保国办普查和市政府办公厅政府网站测评结果合格。

3. 每天向中国上海门户网站报送稿件，并根据市政府办公厅要求，维护局长信箱、咨询投诉等政民互动栏目的来信来稿。

4. 与政务网相关技术公司、人员做好沟通接洽工作，安排技术人员每天定时检查网站，确保政务网运行安全平稳。

5. 做好节假日网站维护工作。

三、服务期

2026 年度。本项目 2026 年 01 月起至采购阶段完成前的工作内容由原运营单位进行。采购阶段完成后的工作内容由本项目成交人进行，原运营单位的费用由成交人按照成交金额及已完成的工作内容折算后向原运营单位支付。

四、服务地点

采购人指定地点。

五、付款方式

1. 合同正式签订后，且采购人收到成交单位开具的等额发票后 10 个工作日内，采购人支付合同金额的 80%给到成交单位。

2. 本项目通过最终验收，依据服务质量的考核结果确认采购人最终需支付的价款，采购人收到成交单位开具的等额发票后 10 个工作日内，支付合同尾款。

六、人员要求

1. 配备 2 名编辑，负责日常推文的编辑排版工作。

2. 配备 1 名责任编辑，负责日常推文的审核校对工作。

3. 配备 1 名摄影师，负责局主办重点活动的照片拍摄工作。

4. 以上人员需具备 2 年以上新媒体工作经验，熟悉微信公众号和微博内容制作和传播。

七、采购标的的验收标准

1. 微信的粉丝数，在 2025 年基础上增加 3 万，微博粉丝数保持稳定。
2. “乐游上海”微信公众号阅读量 \geq 500 万人次。
3. “乐游上海”微博阅读量 \geq 5000 万人次。
4. 局政务网页面浏览量 \geq 100 万人次。
5. “乐游上海”百家号浏览量 \geq 900 万人次”

现更正为“一、项目背景

2025 年全年，上海市文化和旅游局官方微信公众号发布推文 2040 条，总阅读数 1213.3 万，粉丝数 109.2 万；微博发布各类博文 4387 条，总阅读量 6264.6 万人次，粉丝数 402.2 万人；网站更新各类信息内容 2139 条，全网浏览量 347.9 万。

官方微信、微博、网站(简称“两微一网”)在推广上海城市形象和文旅资源方面发挥着重要作用。鉴于此，上海市文化和旅游局拟继续开展 2026 年“乐游上海”政务新媒体运营锦江国际(集团)有限公司项目，通过加强原创内容采编、增强信息供给数量、策划热点话题提高网络传播力，不断提升“乐游上海”政务新媒体矩阵的影响力。

二、项目实施内容

(一)“乐游上海”微信公众号

1. 每周发布微信不少于 30 条。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。
2. 内容制作上，对内积极联动各业务处室及下属单位，聚焦文旅热点，及时制作政务类推文；对外联络媒体记者、各区文旅局及协会，挖掘热门线索，专业采编团队实地采编，打造市民游客关注的内容，踩准文旅热点，捕捉城市亮点，把握推送节奏。
3. 围绕局重点工作及重要节展活动精心策划开展专题栏口宣传。具体选题方向包括“沪小游”一周文旅指南、旅超、银发旅游、文旅产品营销、文旅商体展联动、周末指南等。
4. 与上海发布、文旅之声等部门保持良好沟通联系，尤其是与上海发布建立良好的内容联动转发机制，主动策划可同步发布的选题、栏目等。
5. 平均每月策划一次网友互动内容的发布，增强粉丝黏性。

(二)“乐游上海”微博号

1. 每天发布微博数量不少于 12 篇。结合全市重大文旅节庆活动、重点文旅工作，精心策划选题，开展专题宣传。
2. 结合“沪小游”一周文旅指南、周末指南等内容，全年自创至少五个时效性动态话题，如#上海古镇焕新计划##跟着美展看上海#等，吸引关注。根据微博算法调整推送内容，加大视频推送力度。
3. 结合时令节庆及城市活动，推出“文旅新场景推介”“赏花旅游指南”“入境游便利提示”及“赛事出行攻略”等应景内容。
4. 在主题宣推中，联动各地文旅官微形成传播矩阵。与微博政务保持沟通，同步策划热点

推送。

5. 与上海发布、文旅之声等部门账号保持良好沟通，尤其与上海发布建立联动转发机制，主动策划跨区域文旅话题等可同步发布内容。

（三）局政务网

1. 做好重点工作的专题策划和宣传推广。

2. 根据国办和市政府办公厅有关要求对政务网进行更新维护，定期查找问题并及时解决，确保国办普查和市政府办公厅政府网站测评结果合格。

3. 每天向中国上海门户网站报送稿件，并根据市政府办公厅要求，维护局长信箱、咨询投诉等政民互动栏目的来信来稿。

4. 与政务网相关技术公司、人员做好沟通接洽工作，安排技术人员每天定时检查网站，确保政务网运行安全平稳。

5. 做好节假日网站维护工作。

三、服务期

2026 年度。本项目 2026 年 01 月起至采购阶段完成前的工作内容原由原运营单位进行。采购阶段完成后的工作内容由本项目成交人进行，原运营单位的费用由成交人按照成交金额及已完成的工作内容折算后向原运营单位支付。

四、服务地点

采购人指定地点。

五、付款方式

1. 合同正式签订后，且采购人收到成交单位开具的等额发票后 10 个工作日内，采购人支付合同金额的 80% 给到成交单位。

2. 本项目通过最终验收，依据服务质量的考核结果确认采购人最终需支付的价款，采购人收到成交单位开具的等额发票后 10 个工作日内，支付合同尾款。

六、人员要求

1. 配备 2 名编辑，负责日常推文的编辑排版工作。

2. 配备 1 名责任编辑，负责日常推文的审核校对工作。

3. 配备 1 名摄影师，负责局主办重点活动的照片拍摄工作。

4. 以上人员需具备 2 年以上新媒体工作经验，熟悉微信公众号和微博内容制作和传播。

七、采购标的的验收标准

1. 微信的粉丝数，在 2025 年基础上增加 3 万，微博粉丝数保持稳定。

2. “乐游上海”微信公众号阅读量≥500 万人次。

3. “乐游上海”微博阅读量≥5000 万人次。

4. 局政务网页面浏览量≥100 万人次。”

6、本项目响应文件提交截止时间、开启时间改为 2026-02-04 13:30:00（北京时间），地点不变。

7、首轮磋商时间改为 2026 年 02 月 04 日下午 14 时 30 分(北京时间)开始(如有更改以采购代理机构联系人电话通知为准),地点不变。

采购人: 上海市文化和旅游局
采购代理机构: 上海上咨建设工程咨询有限公司

2026 年 01 月 26 日

