

项目需求书

（一）人员要求及岗位职责

岗位名称	岗位职责	人数
全媒体负责人	1、负责建立以支队为主的消防宣传体系，制定年度宣传计划； 2、负责文字审核 视频审核 图片审核； 3、负责挖掘符合消防宣传的行业理论及创新； 4、有较强创意能力，良好的团队精神，语言表达和交际沟通能力强； 5、媒资系统录入、社区推广发布等。	1人
新闻部负责人	1、配合支持其他宣传部门定期策划并执行活动； 2、负责捕捉热点，有较强的新闻敏感度； 3、能够快速响应社会、行业热点话题； 4、负责组织媒体采访； 5、负责策划组织社会化宣传教育活动。	1人
编辑部负责人	1、具有一定的文字功底和创意策划能力；有良好的新闻宣传敏感性和统筹、沟通能力。 2、负责新闻视频初审； 3、负责宣传视频的制作方向； 4、制作典型灭火救援视频素材。	1人
宣传专员	1、宣传物料单等各类宣传手册物料撰稿设计排版； 2、进园区、社区、企业派发宣传单，现场讲解； 3、能够快速响应社会、行业热点话题； 4、配合支持其他宣传部门定期策划并执行活动。	1人

（二）服务内容及要求

序号	项目	服务内容及要求	频次
1	微信公共号运营	（1）根据业务工作要求、热点节日、重大新闻进行发布，以及支队制定的消防宣传计划内容，完成稿件撰写、格式排版、后台推送、留言管理、用户互动等；	每天更新、每周原创不少于3条、每月向总队投稿不少于3条
		（2）官方微信账号每日更新、每周原创微信不少于3条；	
		（3）每月向总队投稿不少于4条；	
		（4）公司配置专业执行团队配合派驻人员完成工作。	
2	微博运营	（1）根据业务工作要求、热点节日、重大新闻进行发布，以及支队制定的消防宣传计划内容进行发布；	每日更新不少于5条、每周原创不少于4条、每周向总队投稿不少于4条
		（2）官方微博账号每日更新，每日更新不少于5条；	
		（3）官方微博每周原创微博（视频、海报、图文）不少于4条；	
		（4）每周向总队投稿不少于4条；	
		（5）公司配置专业执行团队配合派驻人员完成工作。	
3	抖音制作及运营	（1）内容策划、拍摄、制作、发布以及粉丝互动。每周最少原创3条，包含视频原创，字幕原创，效果原创。包含抖音推广；	每周原创3条、每周向总队投稿3条
		（2）官方抖音账号每周更新不少于2条；	

		(3) 每周投稿不少于3条；	
		(4) 公司配置专业执行团队配合派驻人员完成工作。	
4	消防119宣传活动	包括整体策划、节目编排、启动仪式策划、启动视频制作、现场暖场视频制作、现场垫片视频制作、现场舞台搭建、现场led大屏、现场音响设备、现场展示区域搭建、直播间搭建、现场主持人、直播间主持人、西青多点位直播连线、现场8机位拍摄导播、现场导演、现场多机位网络直播、人员执行，横幅、彩旗、飘空气球、海报等物料制作和后期制作等	每年1次
5	消防公益广告制作	消防知识和消防队伍形象宣传，30秒-2分钟，包括纯动画制作片、明星代言片等。包含摄影机、镜头组、摄影辅助器材、灯光器材等前期拍摄设备，含导演、摄像师、灯光师、化妆师、场记等工作人员以及后期制作。	每年12个
6	消防文创宣传品	为西青消防每年的宣传进行文创设计	每年10个种类
7	央视宣传	除央视新闻联播节目外，其他新闻类、专题类报道。	每年12次，每月1次
8	天津电视台宣传	天津电视台各频道新闻类及专题类宣传	每年12次，每月1次
9	新华网宣传	主流新华网新闻视频宣传	每年25次
10	天津市级纸媒宣传	每日新报，每次四分之一版面。	每年6次

11	西青火焰蓝节目直播	以消防宣传教育为主的火焰蓝节目直播。	每年4次
12	总队互评	管理10个微博和微信账号互动信息，微博每月不少于3000条信息，微信每月每个账号不少于60组。	全年
13	天津新媒体 app 推广发稿	奏耐天津（APP） （1）开机画面可链接宣传文章，文章点击量 20000+ （2）首页 banner 链接宣传文章，文章点击量 20000+ （3）定位链接宣传文章，文章点击量 50000+	12条
14	媒体培训	对消防救援队伍支队级专职新闻宣传岗位指战员，消防救援大队、站负责宣传工作的专（兼）职指战员，新闻宣传岗位消防文员和各级全媒体工作中心人员进行培训。每次4课时，每课时40分钟。	每年2次
		具体要求按《消防救援局关于印发2021年新闻宣传岗位大练兵活动实施方案的通知》实施。	
15	新闻采编培训	对消防救援大队、站负责宣传工作的专（兼）职指战员进行新闻采编培训。每次4课时，每课时40分钟。	每年2次
		具体要求按《消防救援局关于印发2021年新闻宣传岗位大练兵活动实施方案的通知》实施	