附件1.

体彩竞彩购彩者行为调研及微视频制作项目相关要求

疫情过后，世界各国联赛陆续回归，沉寂了几个月的竞彩也陆续开出比赛。为了解疫情过后购彩者的购彩行为、购彩心理变化及消费能力变化，需对目前的市场情况进行充分调研，摸清情况，对症下药。在此基础上，为唤醒购彩者热情，提升体彩竞彩品牌的认知度，拓宽购彩者群体，稳住老购彩者，吸引新购彩者，市体彩中心特开展体彩竞彩微视频拉新营销推广活动。具体要求如下：

1. 调研服务

供应商应熟悉体彩竞彩玩法属性，了解竞彩玩法规则及市场规律，为采购人提供一份详实准确的调研分析报告，报告应包括但不限于：购彩者购彩动机、购彩者消费行为、购彩者媒触行为、购彩者基本信息等方面，并得出疫情过后购彩者行为画像。该报告要求中标后10日内完成。

二、微视频制作宣传服务

（一）脚本要求

供应商应策划撰写视频脚本，围绕“竞彩，看球好伴侣”主题，创意拍摄一系列活泼新颖，搞笑，能反映竞彩快乐、刺激、娱乐，公益，融入百姓生活的微视频，脚本创意微视频以宣传片、海报视频、街访、MG动漫、脱口秀、花式活动、中奖、情景剧等形式展现，脚本要有创意，突出娱乐性、趣味性、责任彩票元素等。禁止出现如大额投注、非理性购彩、诱导性宣传等有违责任彩票规定的元素。

（二）视频要求

1、数量：12条（每条时长在15秒—2分钟），每条视频都要有不同的主题，且每条视频都要体现竞彩玩法特点，娱乐性、趣味性、责任彩票要重点突出。

2、微视频画面清晰、音质流畅、品质优良，同期声普通话、方言皆可，支持MP4、MOV等各种视频播放工具，可在微视频平台及微信进行传播。

3、播放时间：6月——8月（若有调整，以采购人通知为准）。

（三）发布要求

1、投标供应商需要有自己的抖音企业号平台发布（粉丝4万以上，提供证明材料，若未提供，失去成交资格）。

2、所有视频必须在西瓜视频、今日头条、爱奇艺、哔哩哔哩等不低于4个视频平台上播放。

3、所有微视频播放总量需达到100万次以上。

三、付款方式

中标人按时提交调研报告，并经采购人职能部门审核通过，则付款中标价格的50%作为调研费用结算及微视频拍摄费用预付款，项目完成后支付余款。如果中标人未按时提交调研报告，或提交的调研报告经采购人集体评估认为严重脱离实际、未达到相关要求的，则直接解除合同，另行选择供应商。