

泰康保险集团  
新三年日常视频渠道供应商  
采购需求说明书

二〇二五年六月

## 目录

一、 项目概况 .....	3
二、 服务内容、范围及合作方式 .....	7
三、 资质要求 .....	8
四、 付款阶段及交付方式 .....	9
五、 服务交付清单及服务周期 .....	9
六、 验收标准 .....	10
七、 报价清单 .....	10
八、 知识产权相关要求 .....	15

## 一、项目概况

### （一）集团简介

#### 1.基本情况

泰康保险集团股份有限公司成立于 1996 年，总部位于北京，至今已发展成为一家涵盖保险、资管、医养三大核心业务的大健康产业头部企业。自 2018 年始，泰康保险集团连续七年荣登《财富》世界 500 强榜单，2024 年位列第 381 位。

泰康保险集团旗下拥有泰康人寿、泰康养老、泰康在线、泰康资产、泰康之家、泰康医疗、泰康口腔等公司。业务范围全面涵盖人身保险、互联网财险、资产管理、企业年金、职业年金、医疗养老、健康管理、商业不动产等多个领域。

截至 2024 年底，泰康管理资产规模超 42000 亿元，累计服务个人客户 6500 万人，服务企业客户超 49 万家。自成立以来，泰康累计理赔金额超 1900 亿元，累计纳税超 938.4 亿元。

初心不改，创新永续，商业向善。长寿时代百岁人生，健康和养老成为最大的民生，泰康致力成为国家大民生工程核心骨干企业，服务国家战略、服务实体经济、服务民生福祉。在传统寿险的“支付端”和“投资端”二维结构中，加入医养康宁的“服务端”，开创“支付+服务+投资”三端协同的“新寿险”模式，打造最佳最优筹资模式，建设高品质无缝衔接的全生命周期医养康宁服务体系。

当前，泰康之家、幸福有约、健康财富规划师 HWP 已经成为新

寿险的代表性名片。泰康管理养老金规模超 10000 亿元，泰康之家养老社区布局全国 36 城 43 个项目，实现 22 城 25 社区连锁运营，泰康居民超 16000 人；泰康医疗完成东西南北 5 大医学中心布局，泰康口腔旗下“泰康拜博口腔”“泰康口腔”两大品牌超 130 家门店连锁经营，泰康“健保通”网络医院已达 3200 余家，覆盖全国 31 个省份 300 余地市。

依托运营大规模高品质连锁医养融合养老社区的经验和专业能力，泰康探索以机构养老为核心，借助网络化的社区康养中心，赋能居家养老，打造机构养老、社区养老和居家养老三位一体的“养联体”，满足人们多层次的养老服务需求。同时，泰康溢彩公益基金会聚焦普惠养老，通过溢彩千家、溢彩培训和溢彩星光等公益助老项目，赋能养老机构、养老从业人员和养老社会组织，构建“公益养联体”，助力中国养老生态建设和行业创新。

成立近 30 年，泰康始终践行“分享成功、奉献社会”的理念，积极履行企业社会责任，形成溢彩助老、乡村振兴、公共卫生、艺术公益、教育公益、大事件公益等公益板块。截至 2024 年底，泰康企业及泰康人累计用于公益事业款项超 21.4 亿元。

## **2.泰康战略与企业文化**

**定位：**为日益增长的中产人群及其家庭打造长寿、健康、财富的服务平台。

**战略：**构建全生命周期的大健康产业生态体系。

使命：让保险安心、便捷、实惠，让人们长寿、健康、富足。

愿景：让泰康成为人们幸福生活的一部分。

价值观：尊重生命、关爱生命、礼赞生命

## （二）项目背景

为满足集团和各子公司日常类中小型视频创作生产需求（预算 10 万元以内为小型，10—30 万为中型），集团品牌部于 2022 年牵头，与各子公司共同完成泛视频供应商采购，并签订框架合同供集团各部门和子公司使用。复盘过往三年，该渠道框架供应商体系为集团各部门和各子公司的视频内容生产发挥了积极作用，因此启动 2025-2028 年度泛视频服务商集采，继续满足泰康体系日常类中小型视频制作需求，并计划于今年 11 月完成供应商入库及合同签署工作。

## （三）招采目标：

在视频制作服务环节，选择背景与能力优质、有行业竞争力、具备性价比、合规高效的长期战略级供应商合作，完成各项中小型视频项目的策划、制作和交付，对该类型供应商能力的关键词描述如下：

### 1.洞察与创意能力：

（1）对目标受众喜好、市场趋势和热点话题有敏锐洞察，能结合企业核心需求和品牌形象，制定出具有创新性和吸引力的视频策划方案。

(2) 针对不同类型的视频项目（如宣传视频、产品演示视频、活动记录视频等），能快速理解项目目标和重点，提供独特的创意视角和叙事方式。

## **2.制作与执行能力:**

(1) 拥有专业的视频制作团队，涵盖导演、摄像、剪辑、后期特效等岗位，确保视频制作的各个环节都能高质量完成。

(2) 严格按照策划方案和时间节点进行拍摄和制作，保证视频内容的按时交付，并且在制作过程中能够有效应对各种突发情况和问题。

## **3.内容输出能力:**

(1) 具备丰富的内容创作经验，能够提供符合企业品牌调性和风格的视频内容，画面清晰、剪辑流畅、音效适宜，具有较强的视觉冲击力和感染力。

(2) 不仅局限于传统的视频形式，还能根据需求尝试新的视频技术和表现手法，为企业提供更多样化的视频解决方案。

## **4.资源整合能力:**

(1) 所在公司拥有一定的行业资源和人脉，能够整合拍摄场地、设备租赁等上下游资源，为企业提供更一站式的视频制作服务，降低制作成本。

(2) 在版权素材方面有稳定的渠道和丰富的资源库，确保视频中使用的音乐、图片等素材合法合规，避免版权纠纷。

(3) 具备良好的工作及归档习惯，可以根据流程，协助项目方完成素材归档工作。

#### **5.其他核心基础能力:**

(1) 从供应商公司战略、文化、能力发展等长期要素看，对企业有保持长期投入的意愿和可能，愿意与企业共同成长和发展。

(2) 能够快速适应企业的工作节奏和要求，在较短的时间内上手并提供有效产出，减少项目的磨合期。

(3) 具有良好的公司治理和文化，能够严格遵守企业的信息保密制度，保证企业的商业机密和敏感信息不被泄露。

(4) 能帮助企业在视频传播方面达到行业较先进水平，提升企业的品牌形象和市场影响力。

## **二、服务内容、范围及合作方式**

**1. 服务内容及范围:**为满足泰康保险集团及各子公司重要宣传节点及日常传播的需要，提供基于不同平台、不同场景，提供包括但不限于日常广告宣传片、产品演示视频、培训教学视频、活动纪实视频、社交媒体短视频、动画/MG 视频、专题汇报片、人物专访等泛视频内容生产制作服务，完成创意策划、文案撰写、拍摄、后期制作，以及物料交付等工作。

2. **服务主体：**泰康保险集团及子公司总部。各子公司可使用本合同的最终采购标准及约定作为依据，与供应商进行合作，合作方式包括但不限于使用泰 e 购系统等。

3. **服务起始日期：**比选入库后签署 3 年框架服务协议。

**4. 合作方式：**

(1) 年度框架合作拟选定 7 家：依据综合排名的顺序，顺位择优签订框架合同作为双方基本合作依据，并约定标准执行价格。

(2) 后续项目分配原则：1) 30 万元以内（含）的中小型项目，由业务部门，根据实际需求综合评估后分派；2) 30 万元以上项目，如需使用本渠道供应商进行服务，则由业务部门自行发起需求及立项程序，邀请全部框架渠道供应商，通过比选或竞价等竞争方式，择优确定项目分配。

### **三、资质要求**

**(一) 必要条件（及考察方式）：**

**1、资质及团队证明**

(1) 公司资质

- 注册成立 $\geq$ 5 年，注册资本 $\geq$ 100 万元。

(2) 行业适配性

- 近 3 年服务过至少 1 家金融/保险行业客户或 3 家 500 强企业(不限行业)或有高端品牌、生活方式品牌、头部互联网品牌服务经验(项目负责人个人经验为主、公司经验为辅)需提供合同关键页证明。

### (3) 团队稳定性

- 项目负责人需公司连续任职 $\geq 2$ 年,且近 5 年主导过 $\geq 3$ 个项目(提供案例证明),执行成员行业经验 5 年及以上(需附团队架构及履历)。

-参保人数/合同员工,原则上 $\geq 10$ 人,提供社保局下载的社保证明文件。

-供应商需提供固定的工作场所证明和设备使用证明(购买或租赁)

## 四、付款阶段及交付方式

双方确定项目订单,服务完成经甲方确认验收乙方交付成果后,甲方应在收到乙方之对应金额发票后 30 日内向乙方支付价款。上述所有款项支付均以合同签订并生效为前提,合同价款包括乙方完成本合同项下义务所应向甲方收取的一切费用。除本合同明确约定由甲方承担的费用外,其他费用均由乙方承担。

## 五、服务交付清单及服务周期

(一) 交付内容包括但不限于:视频成片,无字幕工作版,全部素材(含拍摄和购买)及工程文件,并提供完整的验收交付清单。

(二) 服务周期:合同有效期内。

## 六、验收标准

1. 符合项目需求，并通过项目方审看，依据框架协议提供报价单作为书面验收报告；
2. 按照交付清单完整交接素材及相关视频文件后，可进行付款。

## 七、报价清单

### 小型项目报价单

**小型项目：10 万元以内**

**具体项目金额以需求方实际预算为准**

前期筹备费							
创意费		套					
前期制作费							
职位	价格	计价单位	人员 级别资质	设备	价格	计价单位	常用设备 型号
总导演		天*人	5 年工作经验及 以上	摄像机(单反 标准：A7S3、 5D4 等)		天*套	
现场导演		天*人	5 年工作经验及 以上	镜头组(单反 标准：A7S3、 5D4 等)		天*套	
摄影师		天*人	5 年工作经验及 以上	无线麦		天*套	
灯光师		天*位	5 年工作经验及	有线录音器		天*套	

			以上				
录音师		天	5年工作经验及以上	灯光器材(日常标准: LED灯组等)		天*套	
化妆师		天*位	5年工作经验及以上	航拍		天	
服装师		天*位	5年工作经验及以上	文案		千字	
道具师		天*位	5年工作经验及以上				
制片(制作统筹)		位	5年工作经验及以上				
助理		天*位	2年工作经验及以上				
<b>后期制作费</b>							
<b>项目</b>	<b>价格</b>	<b>计价单位</b>	<b>人员级别资质</b>	<b>设备及软件</b>			
粗剪		小时(工作时间)					
精剪		小时(工作时间)					
二维制作		秒(成片时间)					
三维制作		秒(成片时间)					
调色		小时(工作时间)					
精细调色		小时(工作时间)					
MG动画		秒(成片时间)					
Flash动画		秒(成片时间)					
作曲费 (有版权)		30秒标准					
		条/歌曲标准					
音效		条					
旁白配音		1分钟标准					
唱词整理		小时(录音文件时长)					
<b>其他制作费</b>							

项目	价格	计价单位	标准		
主要演员		天	有获奖\社会化传播有影响力的代表作品, 含1年肖像授权		
群众演员		天	具备3部广告\影视作品以上表演经验, 含1年肖像授权		
影棚租用小型		天	影棚小于100平米, 含置景及项目需要的设备道具		
外景小型		天	外景露天餐厅/街道(不封路)/办公室/家/酒店房间/餐厅		
服装购买及租赁		天	基本保证拍摄所需		
道具购买及租赁		天	基本保证拍摄场景所需		

## 中型项目报价单

**中型项目说明: 10-30 万元**

**具体项目金额以需求方实际预算为准**

前期筹备费							
创意费		套					
前期制作费							
职位	价格	计价单位	人员级别资质	设备	价格	计价单位	常用设备型号
总导演		天*人	5年工作经验及以上	摄像机(单反标准: A7S3、5D4 等)		天*套	

现场导演		天*人	5年工作经验及以上	镜头组(单反标准: A7S3、5D4 等)		天*套	
摄影师		天*人	5年工作经验及以上	摄像机(影视标准: RED、ARRI 等)		天*套	
灯光师		天*位	5年工作经验及以上	镜头组(影视标准: RED、ARRI 等)		天*套	
录音师		天	5年工作经验及以上	无线麦		天*套	
化妆师		天*位	5年工作经验及以上	有线录音器		天*套	
服装师		天*位	5年工作经验及以上	灯光器材(日常标准: LED灯组等)		天*套	
道具师		天*位	5年工作经验及以上	灯光器材(影视标准: 高功率 COB 灯、镝灯等)		天*套	
制片(制作统筹)		位	5年工作经验及以上	航拍		天	
助理		天*位	2年工作经验及以上	文案		千字	
<b>后期制作费</b>							
<b>项目</b>	<b>价格</b>	<b>计价单位</b>	<b>人员级别资质</b>	<b>设备及软件</b>			
粗剪		小时(工作时间)					
精剪		小时(工作时间)					
二维制作		秒(成片时间)					
三维制作		秒(成片时间)					
调色		小时(工作时间)					
精细调色		小时(工作时间)					
MG 动画		秒(成片时间)					
Flash 动画		秒(成片时间)					

作曲费 (有版权)		30 秒标准			
		条/歌曲标准			
音效		条			
旁白配音		1 分钟标准			
唱词整理		小时 (录音文件时长)			
<b>其他制作费</b>					
<b>项目</b>	<b>价格</b>	<b>计价单位</b>	<b>标准</b>		
主要演员		天	有获奖\社会化传播有影响力的代表作品, 含 1 年肖像授权		
群众演员		天	具备 3 部广告\影视作品以上表演经验, 含 1 年肖像授权		
影棚租用小型		天	影棚小于 100 平方米, 含置景及项目需要的设备道具		
影棚租用中型		天	影棚大于 100 平方米小于 500 平方米, 含置景及项目需要的设备道具		
外景小型		天	外景露天餐厅/街道(不封路)/办公室/家/酒店房间/餐厅		
服装购买及租赁		天	基本保证拍摄所需		
道具购买及租赁		天	基本保证拍摄场景所需		

### 报价说明:

1. 报价明细应全面, 且简单易懂。
2. 以上价格为均为含税包干价格, 请综合考虑进行报价。

3. 设备规格需参考价格区间范围，选择最优性价比设备进行填报。
4. 项目如不提供可不填写。

## 八、知识产权相关要求

1. 该项目产生的作品所有知识产权（包括初次提交、后续深化修改等任何情形、任何时段提交的任何成果，包括但不限于设计方案、创作说明、所有素材、工作版和完成片以及最终成果的任何元素或组成部分等）归邀请人所有。
2. 邀请人享有该作品的所有权，以及包括署名权、修改权、发表权、保护作品完整权和复制权、发行权、出租权、展览权、广播权、信息网络传播权、改编权、翻译权、汇编权、邻接权等的全部著作权。邀请人有权自行或授权第三方以营利、非营利之任何方式使用上述作品。
3. 若受邀人“中选”本项目，受邀人拥有的知识产权被纳入本项目的交付品中，受邀人授予邀请人及其关联公司在全球范围内、永久且不可撤销的、无偿的许可使用权，包括允许邀请人及其关联公司为本项目目的对受邀人拥有的知识产权进行必要的使用、复制和修改。
4. 若受邀人提交的工作成果和作品中涉及任何第三方知识产权或人物肖像的，受邀人保证已获得第三方的知识产权授权，保证已获得涉及人物的肖像权授权，以确保邀请人具有实现本项目目的的合法使用权。

5. 受邀人保证为本项目目的交付的作品（包括文字、图片、照片、署名等所有内容）不含有以下内容：侵犯他人著作权、商标权、专利权等知识产权的；侵犯他人名誉权、肖像权、姓名权等人身权利的；诽谤、侮辱他人的；虚假信息；侵犯他人其它权利的。
6. 受邀人不得将在本项目招采及实施过程中所获得的任何邀请人享有知识产权的资料的全部或部分自行使用或许可他人使用。受邀人进一步保证不得就该内容资料的全部或部分在任何时间或任何法域向有关知识产权部门主张任何权利。
7. 受邀人使用邀请人提供资料的知识产权，应当完全单独为本项目的内容服务，不得夹带受邀人其他经营目的；受邀人在其自身宣传资料、名片、市场宣传、网站建设、参与第三方招投标以及其他任何方面使用邀请人知识产权及邀请人商号名称等非知识产权信息的，必须获得邀请人的书面许可后方可进行。受邀人若将本项目服务事实作为公司服务业绩对外署名宣传使用的，不得侵犯邀请人的署名权，即受邀人不得以自己是著作权人的身份署名，只能以自己是受托设计人的身份在对外宣传时予以说明，并注明该作品归属于邀请人所有。
8. 邀请人可自行或委托他人对本项目的交付品进行二次创作、衍生品开发或用于其他用途，由此产生的知识产权及产品收益，由邀请人享有，受邀人对此不得提出任何权利主张。
9. 受邀人若后续基于本项目工作成果和知识产权进行后续开发和改

进，需书面征求邀请人同意，由此产生的知识产权归属邀请人，受邀人具有优先受让权和使用权。

10. 受邀人若后续要利用邀请人在本项目中的工作成果和知识产权向他人提供作品、服务或者许可他人使用的，应征求邀请人书面同意，并与邀请人达成知识产权许可协议，包括：许可方式（普通实施许可/排他实施许可/独占实施许可）、许可期限、许可区域、许可费用（固定许可费用/提成许可费用/固定+提成许可费用）等。

11. 受邀人需提供知识产权证书、授权书、合同书等证明材料，以证明其对实现本项目目的提交的成果均享有自主知识产权或已获得第三方合法授权。