# 南昌市全球环境基金可持续城市发展综合方式项目

# 南昌TOD理念宣传及知识普及项目任务大纲

# 一、项目背景

可持续城市发展综合方式试点项目是全球环境基金会实施的全球性创新型项目，全球环境基金会在全球范围内以提供赠款的方式，资助试点国家（地区）开展可持续城市发展综合方式研究，旨在通过采取综合管理措施缓解全球城镇化过程中出现的各类环境问题。该项目覆盖了包含中国在内的11个国家的27个城市，围绕不同主题，开展专题研究工作。全球环境基金委托世界银行管理中国项目，推进项目研究。

2017年9月，中国财政部与世界银行正式签署《全球环境基金赠款协议》《全球环境基金项目协议》，南昌成为全球环境基金赠款中国可持续城市综合方式七个试点城市之一，获得500万美元赠款用于推动开展以公共交通为导向的城市发展战略研究、公众宣传、能力建设等活动。

# 二、总体目标

执行期内，项目开展了城市、廊道、站点三个层面的战略研究，并召开了系列专题会议，形成了一系列专业研究成果。为全面系统总结项目不同层面开展的研究成果、总结项目执行管理经验、向社会公众宣传城市TOD发展理念，项目办拟组织开展以下项目成果宣传工作：（1）制作项目成果宣传片、项目推进纪录片；（2）制作以公共交通出行体验南昌生活为主题的系列短片；（3）打造官方发声重要窗口，全年不间断输出创意传播内容；（4）打造南昌TOD项目形象IP；（5）结合南昌现有公众平台，开展一系列线下宣传活动；（6）开展多渠道全媒体TOD理念宣传，线上线下精准投放

项目办拟通过上述各项活动，从不同维度、向不同人群展现项目执行期间取得的进展和成效，通过有计划、按节点开展的宣传工作，进一步提升政府部门、利益相关方、以及社会公众对TOD理念的了解和认识，为项目深入实施营造良好氛围，为今后类似理念的项目在南昌落地筑牢基础。

# 三、工作任务

## （一）工作范围

工作范围：立足项目推进以及实际研究成果，结合城市公共交通实际情况，向政府部门推广以城市公共交通为导向的城市开发理念，改变城市无序扩张开发模式；向公众传递以公共交通为主的出行理念，实现城市绿色低碳可持续发展，寻找豫章生活新张力。

## （二）工作任务

**任务1:**制作项目成果宣传片以及项目推进纪录片

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括编写脚本、收集素材、3D建模、采访行业专家和利益相关方，从不同层面反应南昌TOD项目实施以来取得的成绩，以及在大力实施TOD理念背景下可能对南昌发展带来的改变，营造TOD发展的良好氛围。宣传片要对项目进行正面宣传，让不同群体受众通过宣传片直观了解项目情况，并知悉项目办为推动TOD在南昌发展所作的努力。制作内容体现以下要素：

（1）通过项目实施，为南昌市制定TOD发展战略提供了不同层面符合实际、切实可行的前期研究成果；

（2）通过项目实施，为南昌轨道未建段提供了规划思路、为在建段建设提供改进方向、为已建段优化提供方案，为南昌快速公交开发建设提供技术支持；

（3）通过项目实施，为南昌轨道交通集团提供了破解运营亏损难题的思路和新的融资模式；

（4）项目在加强国际合作同时，提升了工作人员管理水平，开展了系列行业能力建设活动，促进了TOD发展良好氛围，进一步提升政府形象。

（5）量化要求：成果宣传片1个，时长暂拟定为8—15分钟，项目推进总纪录片1个，时长暂拟定为20分钟。

**任务2：**制作以公共交通出行体验南昌生活为主题的系列短片

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括系列主题、编写脚本、拍摄地点选取、人员选定等，用生动、趣味的展现手法来宣传南昌TOD的发展理念，以及未来TOD可能对南昌发展带来的改变。通过生活系列短片对南昌公共交通进行正面宣传，让各个年龄层群体了解南昌公共交通建设情况，并在一定程度上了解实施TOD发展，未来将对公众生活带来的影响，为后期项目开展奠定基础。制作内容体现以下要素：

1. 展示南昌公共交通核心站点、地标建筑等，呈现南昌TOD美好生活的核心理念；
2. 向公众传递以公共交通为主的出行理念，倡导公众低碳环保出行，实现城市绿色低碳可持续发展；
3. 向公众宣传TOD发展理念、发展前景，以及未来对公众生活带来的积极影响，从而改变城市无序扩张开发模式。
4. 量化要求：系列短片暂拟定制作12条，时长根据创作内容而定。

**任务3：**打造官方发声重要窗口，全年不间断输出创意传播内容

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括官方新媒体平台搭建及运维、宣传创意构思、收集素材、设计海报/漫画、宣传文稿等。通过全年持续不间断地宣传南昌TOD的发展理念、取得的成绩、未来的前景潜力，营造南昌TOD发展的良好氛围，让不同群体都能实时了解南昌TOD项目情况。任务内容包括但不限于以下几个方面：

1. 打造一套官方的新媒体平台账号，作为南昌TOD项目的主要发声窗口，为城市形象赋能；
2. 持续不断地输出TOD创意传播物料，向公众宣传TOD发展理念、未来发展潜力等；
3. 传播宣传南昌TOD项目实施以来取得的良好成绩。
4. 量化要求：搭建一套官方新媒体平台账号，服务期限内，在相关新媒体平台上输出至少一套或更多相关创意内容。

**任务4：**打造南昌TOD项目形象IP

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括形象创意设计、人格化定位、应用场景，融入南昌专属地标、语言及文化等，打造南昌TOD专属IP形象。同时设计集科普、趣味、互动于一体的衍生内容，吸引公众自发参与并主动了解TOD项目背后的故事，更具亲近感，更利于传播互动。任务内容包括但不限于以下几个方面：

（1）为南昌轨道交通集团打造年轻化的人设形象，设计独特IP形象，趣味宣传南昌TOD的理念；

（2）围绕IP设计集科普、趣味、互动于一体的TOD相关衍生内容，通过寓教于乐的方式，让公众自发参与南昌TOD的传播。

（3）量化要求：打造一套形象IP。

**任务5：**结合南昌现有公众平台，开展一系列线下宣传活动

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括公众平台选择、创意构思、策划方案撰写、活动频次周期等。针对不同年龄层、不同专业领域的群体，以不同的形式来开展线下宣传活动，让老中青少四代群体通过线下活动直观了解南昌TOD的发展理念、项目进展、前景潜力以及对公众生活带来的影响。任务内容包括但不限于以下几个方面：

（1）向公众宣传TOD发展理念，倡导公众选择以公共交通为主的出行方式，实现城市绿色低碳可持续发展；

（2）了解群众期盼的交通出行新需求，拉近TOD项目与公众之间的距离，增进群众对交通部门工作的知晓度和满意度；

（3）量化要求：每季度不少于1次，总频次不少于4次。

**任务6：**开展多渠道全媒体TOD理念宣传，线上线下精准投放

根据项目办要求，制定详细的工作方案，包括媒体渠道、传播策略布局、方案撰写、频次周期等。针对不同阶层、不同年龄层的群体，传统媒体与新媒体传播联动，进行多渠道全媒体投放宣传。本任务包括但不限于以下内容：

（1）TOD宣传覆盖南昌的核心公共交通站点；

（2）官方媒体为南昌TOD宣传助力；

（3）结合社交媒体平台开展创意传播互动，让年轻人参与到TOD理念的探索和传播。

（4）量化要求：线上不限于电台广播、微博、微信、抖音等平台；线下不限于机场、高铁、地铁等平台。

四、交付的成果

对于每项可交付成果，包括进展报告，咨询顾问将提交一份对各阶段成果进行总结的独立报告。以下是各项任务预期项目结果的清单（最低要求）。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **任务编号** | **主要交付成果** | **时间表** | **数量** |
| 1 | 南昌TOD项目宣传片 | 【2022年12月】 | 1个 |
| 项目年度纪录片 | 【2022年12月】 | 1个 |
| 2 | 以公共交通出行体验南昌生活系列视频 | 【2022年3月-2023年2月】 | 12个 |
| 3 | 官方新媒体平台搭建及运维 | 【2023年3月】  每月30日做出总结报告 | 1套 |
| TOD传播物料输出 | —— |
| 4 | TOD项目IP设计 | 【2022年12月】 | 1套 |
| 线下科普互动活动 | 【2022年3月-2023年2月】 | 不少于4次 |
| 5 | 线下峰会活动 | 【2022年11月】 | 1次 |
| 6 | 线下媒体投放 | 【2022年3月-2023年2月】  根据具体宣传内容来制定详细投放策略 | 1套 |
| 线上媒体投放 | 1套 |
| 7 | 项目进度报告 | 季度报告 | 4份 |
| 其他 | 项目完工验收报告 | 项目完成后 2 个月内 | 1份 |

# 五、服务期限及咨询顾问资质、人员资质要求

## 1.服务期限

本项目所需咨询服务的期限为 13个月，从 2022 年3月 1 日至 2023年 3月 31 日。

## 2.要求的专业知识

1. **咨询顾问资质要求**

咨询顾问应具有五年以上媒体行业经历，拥有较强的媒体宣发协调和执行能力，包括高质量的策略服务和报告制作能力，并能够提供相应的证明文件（合同或验收报告）；拥有足以开展本项目相关人员。联营体形式参与的咨询顾问，联营体各方必须满足以上公司资质要求。

1. **关键人员资质要求**

本项目任务大纲所预计专家的人月数为112人月。咨询顾问可以根据本项目的内容和特点并结合公司自身经验，提出调整建议。

关键人员一览表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **顾问职位与专业** | **经验要求** | **教育、行业经历** | **人月投入** |
| 1 | 制片人（项目经理） | 服务过大型企业或单位相关项目5个。 | 本科及以上，从事新闻媒体宣传相关工作6年以上。 | 13 |
| 2 | 商务策略（项目副经理） | 服务过大型企业或单位相关项目5个。 | 本科及以上，从事新闻媒体宣传相关工作5年以上。 | 13 |
| 3 | 导演（行业专家） | 服务过大型企业或单位相关项目4个。 | 本科及以上，从事新闻媒体宣传相关工作5年以上。 | 13 |
| 4 | 文案专家 | 服务过大型企业或单位相关项目4个。 | 本科及以上，从事新闻媒体宣传相关工作4年以上。 | 10 |
| 5 | 媒介专家 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事媒介宣传相关工作3年以上。 | 13 |
| 6 | 营销策划专家 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事策划相关工作3年以上。 | 13 |
| 7 | 后期剪辑专家 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事后期剪辑相关工作3年以上。 | 8 |
| 8 | 摄影专家1 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事摄影相关工作3年以上。 | 8 |
| 9 | 摄像专家2 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事摄像相关工作3年以上。 | 8 |
| 10 | 活动执行专家 | 服务过大型企业或单位相关项目3个。 | 本科及以上，从事活动执行相关3年以上。 | 13 |

六、项目办提供的支持

1. 为咨询顾问提供工作所必须的配合人员与宣传组人员共同开展相关实地推广工作；
2. 为咨询顾问收集资料、系列联合活动提供联络沟通方式，同时提供必要的联络协助；

## 为获得必要数据，包括文件、报告、地图等，提供进入办公室的许可。