

广东医科大学顺德妇女儿童医院

(佛山市顺德区妇幼保健院)

项目需求书

项目名称：医院网站国产化改造及升级改版项目

2026 年 4 月

一、采购项目情况概述

为响应国家信息技术应用创新（XC）战略要求，提升医院品牌形象，优化患者及家属信息获取、就医咨询等服务体验，规范官网信息发布与管理，现启动广东医科大学顺德妇女儿童医院官网（<https://www.sdfybj.com/>）改版工作，委托第三方开发公司完成定制化设计、开发及XC化适配，打造符合广东医科大学顺德妇女儿童医院医院特色、XC合规、功能实用的官方门户网站。

二、项目采购内容

1、项目清单

序号	项目名称	预算总金额（元）	服务期限，请注明起始日
1	医院网站国产化改造及升级改版项目	100000	自合同签订之日起
备注：			

三、项目实施地点：根据本院提供的生产环境实施

四、项目预算金额

合计不超过 100000 元人民币。预算中包括但不限于网站涉及的国产化适配、页面设计、数据迁移、管理系统开发及完成本项目内容所需的一切费用等。

五、项目要求

（一）资质要求

1. 具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。
2. 必须是在中华人民共和国境内注册的具有独立承担民事责任能力的法人或其它组织。
3. 营业执照经营范围：本项目相关的内容。具有项目服务的能力，保证能及时对服务项目提供实施服务与建议。
4. 在近三年的商业活动中无违法、违规、违纪、违约行为；
5. 本项目不接受联合体参与，不接受转包、分包；
6. 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一项目报价，一经发现按废标处理并标记为不诚信供应商。

(二) 核心功能需求

序号	功能项	需求项	需求说明
1	视觉设计	风格定位	<p>(1) 设计基调：以“专业权威 + 温馨亲和”为核心，兼顾公立三甲医院的严谨性与妇幼专科医院的温度感。整体风格简洁、明快、现代，避免传统医院网站常见的冷硬、拥挤或过度花哨的视觉表现。</p> <p>(2) 品牌融合：紧扣“广东医科大学顺德妇女儿童医院”定位，凸显“妇儿健康守护”专科特色。可参考马冈新院区“莲花全生命周期”人文设计理念，适度融入顺德本土文化元素（如莲花、莲子）作为辅助图形或装饰符号，传递“生生不息”的美好寓意，形成独特的品牌识别度。</p> <p>(3) 配色方案：主色调须基于医院最新 VI 体系中的品牌色（建议以蓝、绿或粉为主色，分别代表信任/专业、健康/生命、温馨/亲和），搭配大面积白色或浅灰背景，确保页面干净、冷静、舒适。辅助色用于按钮、高亮提示等，需与主色协调。禁止使用高饱和度、刺眼或易引起视觉疲劳的色彩组合。</p>
		元素融入	<p>(1) 图标与插画：采用统一的圆润、柔和风格。可设计妇幼主题 IP 形象或卡通元素（如拟人化的小动物、花朵等）用于引导、空状态、科普模块等场景，增强亲和力。但须控制使用频率，避免过度娱乐化。</p> <p>(2) 细节处理：大量使用圆角卡片、柔和边框、大留白等 UI 手法，信息区块之间呼吸感充足，降低用户认知负担。</p>

			所有装饰性元素不得干扰核心信息的阅读。
			(3) 字体体系：正文采用无衬线字体，标题可适当采用稍具特色的字体，但须保证清晰度与可读性。全局至少设定三级字号层级（标题/小标题/正文），并支持浏览器字体缩放。关键信息（如预约入口、重要公告）需通过字号、颜色或位置强化层级。
			(4) 影像质量：使用医院真实环境、医护人员工作场景、患者暖心瞬间等高质量实拍照片，杜绝低质或与医院无关的库存图片。所有图片须添加描述性 alt 属性，符合无障碍及 SEO 要求。
		页面布局	(5) 品牌标识：首页、页脚及关键页面显著展示医院全称、院徽、资质认证（如三甲、附属医院等）、荣誉奖项等品牌标识。
			(1) 布局原则：采用模块化、轻量化、卡片式布局，减少非必要的视觉元素和装饰性模块，严格控制首页长度。
			(2) 首屏设计：坚持“首屏即服务”，在无需滚动的情况下，用户即可看到并点击预约挂号、就医指南、科室导航、专家查询等高频功能。建议采用粘性导航栏，滚动后仍可快速定位。
			(3) 模块分类：参照“场景化”设计，将功能模块按“门诊服务”“住院服务”“便民服务”“体检服务”“母婴专属服务”等场景分组，便于不同需求的患者快速找到对应入口。
			(4) 加载性能：采用网格化布局、懒加载技术，图片需压缩至合理大小，减少 HTTP 请求数。确保在主流宽带及 4G/5G 网络下，首屏加载时间不超过 3 秒。
			(5) 响应式预留：所有布局须考虑 PC、平板、手机三端自适应展示，不得出现横向滚动条、内容错位或触控失效。
			2
操作体验	所有功能操作步骤简化，按钮、链接样式统一，点击反馈明确；		
搜索功能	搭建全站搜索系统，支持关键词模糊搜索，可按内容类型（新闻、科室、专家、科普）筛选搜索结果，输入关键词时，自动展示热门搜索词或相关建议词，提升搜索效率。无结果时给出友好提示，并推荐热门搜索词或返回首页链接。		
响应式适配	实现 PC 端、移动端、平板端自适应布局，移动端保留核心功能，优化页面滑动及点击体验，适配不同屏幕尺寸。		
3	内容架构	医院概况	医院简介：医院发展历程、规模、资质、核心荣誉等； 领导团队：医院领导姓名、职务、分管工作等；

		<p>组织架构：医院行政、临床、医技科室组织架构图；</p> <p>荣誉资质：医院获得的国家级、省级、市级荣誉证书、奖牌等图片及介绍。</p> <p>医院文化：展示医院愿景、使命、价值观、院训、院徽释义、院歌等，支持图文及视频形式。</p>
	科室专家打造精细化的科室及专家展示体系	<p>科室导航：按“临床科室、医技科室、保健科室”分类，展示所有科室（产科、妇科、新生儿科、儿内一科、儿内二科、儿童保健科、中医妇科、生殖医学中心等），每个科室包含科室简介、诊疗范围、专家团队、门诊时间、科室地址、联系电话；</p> <p>专家介绍：展示全院专家信息，包含姓名、职称、专业特长、出诊时间、出诊地点、个人简介、学术成果等，支持按科室、职称、姓名筛选，可查看专家详细介绍页面；</p> <p>专科特色：突出展示医院特色专科（如儿科省级临床重点专科）的核心技术、诊疗优势、专家团队等。</p>
	就医指南	<p>就医指南：门诊流程、住院流程、预约挂号流程、医保政策、异地就医指引、交通指南（含地图导航）；</p> <p>预约挂号：支持跳转至医院官方现有的预约挂号系统，展示预约方式（线上、线下）、挂号须知、放号时间；</p> <p>科室门诊：展示各科室门诊时间、出诊专家、挂号费用，支持门诊信息查询；</p> <p>检查检验：展示常见检查检验项目指引、报告查询方式、取报告时间；</p> <p>母婴服务：针对顺德区妇幼保健院特色，提供产后母婴保健、新生儿疾病筛查、儿童预防接种等专属服务指引；</p> <p>投诉建议：提供在线投诉建议表单，支持用户提交问题，表单信息同步至后台管理系统。</p>
	新闻动态	<p>医院公告：发布医院重要通知、招标采购、人才招聘、停诊信息等，置顶展示紧急公告；</p> <p>新闻动态：发布医院日常工作、重大活动、学科建设、专家风采等新闻；</p> <p>媒体报道：展示各级媒体对医院的相关报道；</p> <p>党建工作：发布医院党建动态、党风廉政建设等内容；</p> <p>所有新闻支持按时间、分类、关键词筛选，支持图文、视频形式发布，支持分享至微信、微博等平台。</p>
	健康科普	<p>科普分类：按“孕期保健、分娩指导、产后恢复、新生儿护理、儿童健康、妇科疾病、更年期保健”等分类展示科普内容；</p> <p>科普资讯：以图文、视频、漫画等形式发布顺德区妇幼保健院健康科普知识，内容通俗易懂；</p> <p>科普活动：发布医院线下科普讲座、义诊活动等信息；</p> <p>科普问答：整理顺德区妇幼保健院常见健康问题及解答。</p>
	党群建设	<p>党团工作：发布党委、团委的组织建设、党员/团员发展、主题党日/团日活动、志愿者服务、青年文明号等内容。</p>

			<p>主题教育：发布党内集中教育（如学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育）、专题学习、心得体会、调研成果等内容。</p> <p>廉政建设：发布党风廉政制度、警示教育案例、廉洁行医倡议、监督举报方式、廉政文化作品等。</p>
		科研教学	<p>科研管理：科研动态、科研平台、科研项目（按类别/负责人/年份筛选）、科研成果（附件下载）、伦理委员会</p> <p>教学管理：教学动态、导师风采、继续教育（项目通知+报名+学分查询）、进修申请（表格下载+在线提交）、技能培训</p> <p>学术交流：学术会议（在线注册）、国际合作、学术讲座（含回放视频）</p>
		招标采购	<p>分类展示：按“招标公告、采购公告、中标公告”三个子栏目分类展示。也可采用标签切换形式。</p> <p>公告内容：每个公告包含标题、发布日期、正文（或附件）、公告编号（如有）、代理机构（如有）。支持附件下载（PDF、Word、Excel 等常见格式），附件大小不限但需提示。</p> <p>检索功能：支持按公告标题、发布时间范围、分类进行检索。</p> <p>后台管理：支持公告的发布、编辑、删除、置顶、设置失效时间。发布时自动生成唯一编号。</p>
		人才招聘	<p>招聘公告：发布医院统一招聘简章、高层次人才引进公告等。支持置顶。</p> <p>岗位列表：按“临床、医技、行政”分类展示各招聘岗位。每个岗位包含：岗位名称、招聘人数、任职要求、岗位职责、报名方式、截止时间。</p> <p>在线投递：提供简历在线填写表单（含姓名、性别、出生年月、学历、专业、工作经历、联系方式等）及附件上传（个人简历 PDF、证书图片等）。提交后系统自动发送确认邮件/短信至用户邮箱/手机。后台管理系统支持简历列表查看、筛选（按岗位、投递时间）、导出 Excel、标记状态（已读/面试邀请/不合适）。</p> <p>可选集成：如院方已有第三方招聘系统，则提供跳转链接即可；否则须实现上述在线投递功能。</p>
		下载中心	<p>分类管理（就医相关、招标采购、人才招聘、科研教学、党群建设、医院宣传等，管理员可增删）</p> <p>每个下载项含名称、分类、格式、大小、上传时间、下载次数</p> <p>支持按分类筛选、关键词搜索，按时间/下载量排序</p> <p>直接下载，常见格式支持在线预览（可选）</p> <p>后台支持上传/编辑/删除/版本管理，记录下载量</p>

（三）服务要求

1. 开发语言：我院现有的国产化生产环境为操作系统：统信 V20 或银河麒麟 V10，数据库：金仓或达梦，中间件：东方通 V7.0，要求开发语言完全适配院方提供的国产化生产环境。

2. XC 适配：确保官网可在甲方提供的国产软硬件环境稳定运行，移除所有非国产、非开源组件，完成适配测试；

3. 网站管理系统需满足信息系统安全等级保护 2 级或以上要求，服务期间需配合完成等保测评相关整改工作，如遇到系统方面的漏洞、补丁，由投标人负责整改，需提供承诺函。

4. 为保证我院业务的正常运行，投标人需确保新网站数据能够从旧网站上完全迁移。

5. 网站上线后需保障在各大搜索引擎上方便搜索。

6. 技术团队：需配备专业的网站开发、UI 设计、XC 适配及测试团队，团队人员稳定，具备相关技术资质，能提供全程技术支撑；

7. 服务能力：具备完善的售前咨询、售中实施及售后技术支持体系，能配合甲方项目进度，及时响应需求调整及问题处理。

8. 提供防篡改、省平台及区平台错敏字监控服务；

9. 网站页面日常运维工作：包括站点管理，网站栏目管理，用户权限管理等。

（四）交付要求

1. 源代码交付：乙方需提供完整的源代码及数据库脚本，该源代码及数据库脚本所有权归属甲方所有，无加密、无权限限制，可独立

维护及二次开发；

2. 文档交付：交付全部源代码及配套文档、后台操作手册；

3. 培训与支持：提供后台操作及维护培训，上线后提供 1 年的技术运维支持及现场培训服务；

4. 签订合同后，60 个自然日内完成项目开发，2026 年 7 月 15 日前完成项目上线及试运行，2026 年 7 月 31 日前完成正式上线。如未合同约定时间内完成的，按每逾期一天扣合同金额 1%，直至扣完为止，并有权终止合同。

六、付款方式

签订后乙方出具有效发票，甲方在 30 个工作日内支付合同款 30% 的预付款；项目上线后进行初次验收，验收合格后，乙方应在 10 个自然日内按照最终采购款的 50% 金额开具发票交给甲方，甲方收到发票之日起 30 个工作日内支付发票款，自初次验收合同起 1 年后，乙方应在 10 个自然日内按最终采购款的 20% 金额开具发票交给甲方，甲方收到发票之日起 30 个自然日内支付发票款。因乙方原因逾期交发票的，甲方付款天数相应顺延。

七、验收标准

1. 甲方根据乙方服务情况对乙方进行评分，并根据评分标准表评分结果对本项目最终采购价进行调整：

评估维度	分值	评分标准说明	评分
国产化合规性	25	适配院方提供的国产化生产环境。	
系统性能	15	响应时间≤3 秒得满分；页面首屏加载≤3 秒；支持国产浏览器及主流终端适配。	

功能完整性	20	院方提出需求功能点实现情况；关键业务流程（如信息发布）闭环并通过场景测试。	
安全性	15	通过等保二级测评得满分。	
用户体验	15	导航清晰、移动端适配良好、无障碍访问支持（如图片 alt 标签、键盘操作）。	
文档与可维护性	10	提供完整技术文档（设计说明书、运维手册、测试报告）、操作培训记录。	
综合得分			

评分标准表

评分结果大于 90 分时，全额支付合同款，最终采购价为合同全款；

评分结果 $80 \leq \text{评分} < 90$ 时，本项目最终采购价为合同款 90%；

评分结果 $70 \leq \text{评分} < 80$ 时，本项目最终采购价为合同款 80%；

评分结果 $60 \leq \text{评分} < 70$ 时，本项目最终采购价为合同款 70%；

评分结果小于 60 分时，本项目最终采购价为合同款 60%；

2. 本合同服务期满后，甲方将对乙方的维护服务、响应服务进行评价，并将评价结果列入我院供应商信用目录内，信用目录将作为日后影响供应商选取的标准之一。

八、评选参考标准

本项目评标采用综合评分法，总分 100 分，由技术部分（60 分）、商务部分（30 分）、报价部分（10 分）三部分组成，各部分评分独立核算，合计得分最高者为中标候选人（最低报价并非中标的唯一依据）。

技术部分（60分）		
评标项目	评标分值	评标方法描述
项目理解与需求分析	15	1. 对项目理解深入透彻，需求分析清晰全面，阐述内容主次分明，贴合项目实际需求，可操作性、可行性强，得 12-15 分； 2. 对项目理解较为深入，需求分析较清晰，基本贴合项目实际需求，具有一定的可操作性、可行性，得 8-11 分； 3. 对项目基本理解，需求分析基本清晰，具备基础可操作性、可行性，得 4-7 分； 对项目理解偏差，需求分析混乱，主次不分，或无响应内容，得 0 分。
本项目组项目经理及技术人员资质情况	12	1. 具有工业和信息化部教育与考试中心签发的高级软件工程师证书 2. 具有网络与信息安全管理（互联网信息审核员）职业技能等级证书 3. 具有软件设计师中级及以上软考证书 以上每种证书 4 分，最高 12 分，一人具有多证不重复计算，须提供相关证明材料。
风险管理措施	10	根据投标人对项目风险管理及规避方案进行评审： 1. 风险管理措施完全科学可靠、完善，完全可行的，得 10 分； 2. 风险管理措施科学可靠、完善，可行的，得 5 分； 3. 风险管理措施基本科学可靠，基本可行的，得 3 分； 4. 风险管理措施欠科学、不完善或未提供方案的，得 0 分。
培训服务方案	8	根据投标人提供的培训服务方案进行评分： 1. 培训计划、培训内容贴合甲方实际运营需求，提供网站前后台的使用与维护全流程专业培训，配套完整可落地的操作手册，完全满足甲方培训需求，得 8 分； 2. 培训计划、培训内容基本贴合甲方需求，提供网站前台、后台核心操作与基础维护培训及完整技术文档，基本满足甲方培训需求，得 5 分； 3. 未提供培训服务方案，得 0 分。
售后服务方案	10	根据投标人提供的售后服务方案进行评分： 1. 响应内容完整、详细、表述清晰、科学合理，得 10 分； 2. 响应内容比较完整、详细、表述清晰、比较合理，得 5 分； 3. 响应内容基本完整、详细、表述基本清晰、合理，得 3 分；

		4. 其它或无响应内容，得 0 分。
增值服务方案	5	根据投标人提供的增值服务方案进行评分： 1. 增值服务方案内容完全贴合我院要求，能为我院提供相关赋能的，得 5 分； 2. 增值服务方案内容基本贴合我院要求，得 2 分； 3. 其它或无响应内容，得 0 分。
商务部分（30 分）		
评标项目	评标分值	评标方法描述
投标人资格实力	18 分	投标人具备以下资质： 1. 具有 ISO9001 质量管理体系认证； 2. 具有 ISO27001 信息安全管理体认证； 3. 投标人具有自主知识产权的内容管理系统、网站开发相关软件著作权证书，自主开发得 6 分，非自主开发得 2 分； 投标人具有上述 3 项材料，每项材料得 6 分，满分得 18 分； (注：1. 提供与投标人名称一致的有效的质量认证证明文件复印件，并加盖投标人公章；2. 上述证书的发证机构须为境内机构；否则不得分。)
项目业绩证明	12 分	提供 2023 年 1 月至今，政府或三甲医疗机构官网项目证明提供： 每提供一个项目业绩合同得 4 分；本项最高得 12 分 注：须提供合同首页、合同关键内容页、及双方签字盖章页、医疗机构等级截图的复印件，未提供不得分。
报价部分（10 分）		
投标报价	10 分	投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 价格分值【注：满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。】最低报价不是中标的唯一依据。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。