

Kính gửi: Quý nhà cung cấp

Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh kính mời các đơn vị có đủ năng lực và kinh nghiệm cung cấp dịch vụ thực hiện chương trình “ Nhịp cầu y tế” năm 2025 theo yêu cầu dưới đây vui lòng gửi hồ sơ chào giá cho Bệnh viện theo nội dung cụ thể như sau:

1. Tên dự toán: Cung cấp dịch vụ thực hiện chương trình “ Nhịp cầu y tế” năm 2025;

2. Phạm vi cung cấp: Chi tiết theo phụ lục đính kèm;

3. Thời gian cung cấp dịch vụ: 05 tháng;

4. Loại hợp đồng: Hợp đồng theo đơn giá cố định;

5. Địa điểm thực hiện: Bệnh viện Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh – Cơ sở 1, số 215 Hồng Bàng, Phường Chợ Lớn, Thành phố Hồ Chí Minh;

6. Hiệu lực của hồ sơ chào giá: tối thiểu 06 tháng;

7. Yêu cầu về giá chào: giá chào đã bao gồm các loại thuế, phí, lệ phí theo luật định, chi phí vận chuyển, giao hàng và các yêu cầu khác của Chủ đầu tư;

8. Thời gian nhận hồ sơ chào giá: trước 16 giờ, ngày 09./10./2025;

9. Quy định về tiếp nhận hồ sơ chào giá:

- Gửi báo giá online qua website: <https://bvdaihoc.com.vn/Home/ViewList/31>;

- Gửi bản giấy có ký tên, đóng dấu về địa chỉ sau đây: Phòng Vật tư thiết bị Tầng 4, Khu A, Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh – Cơ sở 1, số 215 Hồng Bàng, Phường Chợ Lớn, Thành phố Hồ Chí Minh.

Người liên hệ: Bà Lê Thị Hằng Số điện thoại: 028 39525247

10. Yêu cầu khác: Hồ sơ chào giá của nhà thầu bao gồm các tài liệu sau: Thư chào giá, bảng báo giá của nhà thầu (có ký tên, đóng dấu);

Trân trọng./. 

Nơi nhận:

- Như trên;
- Giám đốc (để báo cáo);
- Đơn vị Quản lý Đầu thầu (để đăng tin);
- Lưu: VT, VTTB (M97-005-lthang)(02).

**TUQ. GIÁM ĐỐC
TRƯỞNG PHÒNG VẬT TƯ THIẾT BỊ**



Nguyễn Hữu Thịnh



PHỤ LỤC . PHẠM VI CUNG CẤP VÀ YÊU CẦU KỸ THUẬT
(Đính kèm Công văn số 4427.../BVĐHYD-VTTB ngày 29 tháng 9 năm 2025)

I. PHẠM VI CUNG CẤP

TT	Danh mục	Yêu cầu kỹ thuật	Đơn vị tính	Số lượng
1	Chương trình “ Nhịp cầu y tế” năm 2025	Chi tiết theo mục II. Yêu cầu kỹ thuật	Chương trình	01

II. YÊU CẦU KỸ THUẬT

A. Yêu cầu chung

- Các công việc cần thực hiện trong chương trình:
 1. Quay video phóng sự
 2. Dựng video phóng sự, thiết kế đồ họa
 3. Kịch bản, biên tập nội dung truyền thông
 4. Người dẫn chương trình (MC), Lồng tiếng/ Thu voice
 5. Thiết kế bộ nhận diện chương trình, backdrop;
 6. Quảng cáo thương hiệu trước, trong và sau chương trình.
- Hình thức tổ chức chương trình: thực hiện chương trình trực tiếp tại phim trường
- Cấu trúc 01 chương trình với thời lượng 60 phút, gồm:
 - + Giới thiệu chương trình;
 - + MC giới thiệu về báo cáo viên và chủ đề của chương trình tư vấn;
 - + Phóng sự phỏng vấn người bệnh, các vấn đề sức khỏe liên quan đến chủ đề;
 - + Bác sĩ chia sẻ kiến thức y khoa thường thức, tổng quan về bệnh lý;
 - + Bác sĩ trả lời câu hỏi thường gặp của người bệnh;
- Tiến độ thực hiện 1 chương trình: Từ 10 – 20 ngày làm việc
 - + Thời gian từ lúc tiếp nhận thông tin chương trình đến khi hoàn thành kịch bản, nội dung truyền thông, bộ nhận diện chương trình: 05 ngày làm việc.
 - + Thời gian ghi hình cho video phóng sự phát sóng trong chương trình: 01 ngày, ghi hình tại Bệnh viện Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh – 215 Hồng Bàng, phường Chợ Lớn, TP. Hồ Chí Minh
 - + Thời gian tổ chức chương trình giao lưu trực tiếp: 01 ngày, ghi hình tại Phim trường của Nhà thầu.
- Số lượng khán giả tham gia chương trình giao lưu trực tiếp: khoảng 20 – 50 người, do Nhà thầu mời.

YÊU CẦU CỤ THỂ

1. QUAY VIDEO

1.1. Nội dung thực hiện:

- Ghi hình video phỏng sự phỏng vấn bác sĩ, chuyên gia y tế, tư liệu quá trình điều trị và phỏng vấn người bệnh (nếu có), giới thiệu đơn vị chuyên môn liên quan đến chủ đề, lồng ghép vào chương trình.
- Ghi hình video chương trình giao lưu giữa bác sĩ, chuyên gia y tế.

1.2. Yêu cầu về thiết bị

- Máy quay phim tối thiểu là Full HD: Máy quay có tính năng chống rung, quay nhiều góc độ, phù hợp với chương trình.
- Xe màu ghi truyền hình và xuất tín hiệu chuẩn Full HD.
- 06 camera chuẩn full HD ghi hình truyền tín hiệu về xe màu ghi truyền hình.
- Màn hình led trình chiếu chủ đề và hình ảnh minh họa cho chương trình.
- Bộ bàn ghế trên sân khấu phục vụ cho chương trình gồm 03 diễn giả (01 người của Chủ đầu tư, 02 người của Nhà thầu mời thuộc lĩnh vực y tế) + 01 người dẫn chương trình.
- Thiết bị trình chiếu hình ảnh minh họa khi chuyên gia trao đổi nội dung.

2. DỰNG VIDEO, THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

2.1. Nội dung thực hiện:

- Thực hiện chương trình truyền hình trực tiếp tại phim trường của Nhà thầu theo chủ đề đã được thống nhất.

2.2. Sản phẩm:

- Sản phẩm đạt chất lượng đầu ra Full HD, có độ phân giải 1.920×1.080 pixels (điểm ảnh) với tỷ lệ khung hình 16:9; định dạng MPEG-2 (.mpg); số frame hình 25 fps.
- Hiệu ứng chuyển cảnh mượt, kỹ xảo, hiện đại, phù hợp với sự chuẩn mực của Bệnh viện và thể hiện tốt chủ đề.
- Âm thanh: Không bị vang, rè, không lọt tạp âm, đúng theo tiêu chuẩn phát sóng.
- Hình ảnh:
 - + Đúng quy cách cân bằng trắng, da không bị bệch trắng/ ám xanh, đánh sáng mịn, da hồng hào;
 - + Sử dụng đúng màu sắc nhận diện thương hiệu của chương trình;
 - + Hình ảnh rõ nét, không bị mờ chủ thể (out nét), đúng bố cục/ trực hình.

3. KỊCH BẢN, BIÊN TẬP NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

- Dựa trên chủ đề thống nhất với Bệnh viện, nhà cung cấp dịch vụ phối hợp với Bệnh viện xây dựng kịch bản theo cấu trúc chương trình, tìm thêm tư liệu, câu hỏi của người

dân thường quan tâm đến chủ đề, phỏng vấn bác sĩ để xây dựng kịch bản chi tiết chương trình, làm slide minh họa nội dung đưa vào video. Mỗi video đảm bảo tính chuyên môn, khoa học, y học, sinh động, thu hút người xem.

- Biên tập bài kiến thức y khoa từ nội dung chính báo cáo viên chia sẻ trong chương trình và các nội dung truyền thông trên hệ thống truyền thông của Bệnh viện và trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

4. NGƯỜI DẪN CHƯƠNG TRÌNH (MC), LỒNG TIẾNG/ THU VOICE

- Người dẫn chương trình thực hiện dẫn chương trình về y tế, dẫn dắt, điều phối chương trình một cách hấp dẫn, lôi cuốn, thu hút người xem.

- Phát âm chuẩn, giọng nói truyền cảm.

5. THIẾT KẾ BỘ NHẬN DIỆN CHƯƠNG TRÌNH, BACKDROP

- Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu, backdrop đảm bảo truyền tải đầy đủ thông điệp nội dung chương trình, thể hiện được ý tưởng nội dung đã xây dựng, giúp thu hút sự quan tâm, theo dõi chương trình của người xem. Hình ảnh minh họa sinh động, màu sắc theo thỏa thuận của hai bên.

6. TRUYỀN THÔNG CHƯƠNG TRÌNH

- Nội dung tin/ bài đảm bảo:

- + Trước chương trình: Giới thiệu về chương trình, chủ đề, thời gian, lợi ích khi tham dự... Thời gian đăng: Tối thiểu trước 03 ngày tổ chức/ phát sóng chương trình

- + Sau chương trình: Thời gian đăng tối đa sau 02 ngày tổ chức/ phát sóng chương trình. Phát lại trên sóng phát thanh và đăng tải trên kênh Youtube của đài.

- + Nội dung chính xác, có giá trị giáo dục, đảm bảo tính khoa học và truyền tải đúng thông điệp sức khỏe. Có trích dẫn nguồn từ chuyên gia, bác sĩ tham gia chương trình; hình ảnh/ video sử dụng phải sắc nét, phù hợp nội dung tin/ bài.

7. QUẢNG BÁ THƯƠNG HIỆU CỦA CHƯƠNG TRÌNH

- Trước chương trình:

- + Bảng chữ tài trợ 05 giây với câu “Nhãn hàng/Công ty/Đơn vị.....hân hạnh đồng hành cùng chương trình này” sẽ được phát kèm Trailer chương trình 04 lần trên đài.

- + TVC 30 giây kèm bảng chữ tài trợ 05 giây giới thiệu đơn vị quảng bá thương hiệu “Nhãn hàng/Công ty/Đơn vị.....hân hạnh đồng hành cùng chương trình này” sẽ được phát kèm Trailer chương trình 02 lần sau trên đài.

- + Mẫu quảng cáo 30 giây kèm câu đọc 05 giây giới thiệu đơn vị quảng bá thương hiệu “Nhãn hàng/Công ty/Đơn vị.....hân hạnh đồng hành cùng chương trình này” sẽ được phát kèm Trailer chương trình 02 lần trong chương trình trên sóng phát thanh.

+ Bảng chữ tài trợ 05 giây với câu “Nhãn hàng/Công ty/Đơn vị.....hân hạnh cùng đồng hành chương trình này” kèm Trailer Chương trình sẽ được đăng tải trên fanpage của Báo.

+ Trailer giới thiệu Chương trình phát sóng được đăng trên Fanpage Facebook của Nhà thầu.

- Trong chương trình trực tiếp:

+ Logo được xuất hiện trên màn hình Led ở backdrop sân khấu trong khi truyền hình trực tiếp. Logo do Bệnh viện thiết kế và cung cấp để Nhà thầu thực hiện.

+ Dẫn chương trình cảm ơn ở đầu và cuối chương trình

+ TVC 30 giây sẽ được phát 04 lần: giữa và cuối Chương trình trong buổi truyền hình trực tiếp, kèm 02 lần bảng chữ tài trợ 05 giây giới thiệu đơn vị quảng bá thương hiệu: “Nhãn hàng/Công ty/Đơn vị...hân hạnh đồng hành cùng chương trình này”.

+ Nội dung quảng bá sản phẩm có thể lồng ghép ở trong các phóng sự của Chương trình theo đúng Format của Chương trình và đúng quy định của Báo, tổng thời lượng tối đa 10 phút.

- Sau chương trình:

+ Quyền lợi đơn vị quảng bá thương hiệu tương tự như trong Chương trình trực tiếp được giữ nguyên trong lần phát lại trên sóng phát thanh và đài truyền hình.

+ Quyền lợi quảng bá thương hiệu tương tự như trong Chương trình trực tiếp sẽ được đăng tải trên sóng phát thanh và đài truyền hình.

+ Clip phóng sự của chương trình có xuất hiện hình ảnh sản phẩm của đơn vị quảng bá thương hiệu được đăng trên Fanpage Facebook của đài (khung hiển thị có gắn hình ảnh thương hiệu của đơn vị quảng bá thương hiệu slogan kèm theo nếu có).

+ Sau khi thực hiện xong Chương trình, Nhà thầu gửi Bệnh viện đường dẫn (link) chương trình thành phẩm có logo của đài đã được đăng tải trên kênh truyền thông xã hội của đài.

CÔNG TY:

ĐỊA CHỈ:

SỐ ĐIỆN THOẠI:

BẢNG BÁO GIÁ

Kính gửi: Bệnh viện Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh

Địa chỉ: 215 Hồng Bàng, Phường 11, Quận 5, Thành phố Hồ Chí Minh

Theo công văn mời chào giá số/BVĐHYD-.... của Bệnh viện, Công ty chúng tôi báo giá như sau:

TT	Tên dịch vụ	ĐVT	Số lượng	Đơn giá (VND)	Ghi chú
1	Chương trình “ Nhịp cầu y tế” năm 2025	Chương trình	01		

❖ Yêu cầu báo giá:

- Báo giá này có hiệu lực⁽¹⁾ ngày kể từ ngày báo giá.
- Chúng tôi cam kết về đơn giá chào hàng bằng hoặc thấp hơn giá trên thị trường của cùng nhà cung ứng hoặc cùng chủng loại.
- Các yêu cầu khác:

Ngày ... tháng năm

ĐẠI DIỆN THEO PHÁP LUẬT

(Ký tên và đóng dấu)



¹: khuyến cáo tối thiểu 06 tháng kể từ ngày chào giá.

