**北京三元食品股份有限公司**

**2019 年三元“衡安堂”品牌广告服务公司招标项目招标文件**

**二〇一九年二月**

**第一部分 邀请书**

尊敬的服务商：

三元食品作为中国乳品行业的龙头企业，具有较高的行业影响力及市场占有率。为更好的服务我公司健康子品牌“衡安堂”及旗下系列健康产品的线上宣传、公众号运营，市场活动策略与执行等服务，邀请您来参与本次招标。未来的服务内容拟包含以下内容：

**√**品牌策略与支持

1. 【三元及递品牌策略方案】三元及递品牌市场策略，通过相关市场洞察，分析现有“三元及递”品牌传播现状，提出1份可落地执行方案，以网络传播为主为“三元及递”微商城引流。
2. 【三元衡安堂品牌策略与规划】监测衡安堂品牌市场状态，根据市场舆情在合同范围内执行舆情监控及线上的衡安堂品牌形象建设工作，整理竞品的市场态势，对功能性乳品的市场趋势做出整体性分析和中期预判，新品发展建议及策略（品牌建设）。
3. 【策略支持】有深厚的媒体资源及线上流量储备，善于利用新媒体等方式制造关注点操控眼球，利用自身资源优势，在预算范围内完善和补充“衡安堂”品牌在线上和线下的宣传策略、引领舆论风向及监控品牌口碑（策略支持）。
4. 【日常内容】衡安堂品牌旗下产品相关的创意和延展设计工作，包含且不限于：产品延展类设计、文案撰稿等日常设计、创意、制作工作。
5. 【产品拍摄】166产品及产品延展包装的静物和人物的创意拍摄，包含模特费用（一男一女两老人一少年），摄影棚租金等相关费用。

6、【网络传播】协助进行产品相关内容在社群和线上传播，媒体库资质alexa三个月平均排名10万名以内;及泛健康或美食类KOL大号的协作推广。

**√**三元衡安堂线上公众号运营传播与技术服务

1、【运营内容】搭建“衡安堂”微信公众号，公众号的日常运营和维护以及数据分析工作，公众号和微博的用户留言和讨论区维护，以及服务器和带宽成本。

2、【技术内容】全年不少于六个非基础类的微信小程序或新功能加载至“衡安堂”公众号以用于服务和推广，以及相关费用。（公众号运营）

3、【传播内容】全年节假日海报创意与设计，每月一次营销活动创意及相关的素材制作及发布，每周推文的撰稿及推文所需图片素材，每月一期泛健康行业的公众号互换软性资源传播推广。

1. **服务商资格准入**

为保证本次品牌广告服务公司合作资格准入招标工作顺利完成，现对各服务商

配合事宜通知如下：

**1.1** **时间与地点**

报名截止日期：2019年3月1日 下午17:00

投标时间： 2019 年 3 月 7 日上午 9点 开始（暂定）

投标地点：北京市大兴区瀛海瀛昌街 8 号（三元食品公司瀛海工业园南区）

**1.2** **2019 年广告服务合作提案内容**

以下为此次招标的提案内容：

**三元“衡安堂”品牌，以衡安堂166优效复合益生菌风味发酵乳作为2019全年传播工作为重点，包含以下内容：**

**品牌策略与裂变**

1. 衡安堂品牌及166酸奶现阶段市场状态分析；
2. 设计最低预算范围内，整体传播及控盘策略方案，效果预测；
3. 竞标方优质资源范围；
4. 公司经典设计案例。

**线上公众号运营传播与技术服务**

1. 对衡安堂品牌公众号的运营策略及执行规划；
2. 已有的运营线上公众号的案例及线上运营优势项介绍；
3. 线上素材制作案例，包含且不限于H5，漫画，经典文案，web活动页等；
4. 可支持免费软资源项，含互@、友链、软文、权重类、偏泛健康方向。

**报价**

1. 月费；
2. 框架。

**第二部分 投标方须知**

**Ａ** **说** **明**

1. **适用范围**

本招标文件仅适用于邀请书中所叙述项目的广告公司服务。

1. **定义**

2.1“评审方”系指组织本次评审活动的组织机构,即北京三元食品股份有限公司。

2.2“投标方”系指向评审方提交投标文件的服务商。

2.3“标的”系指投标方按招标文件规定，须向评审方提供的一切物品及其他有关材料和服务等。

2.4“服务”系指招标文件规定投标方须承担的设计、策略、战略规划、创意以及其他类似的义务。

1. **投标方**

3.1投标方必须具备适合作为广告服务公司的相关营业执照、税务登记证、组织机构代码证等国家规定的相关资质文件。

3.2 允许在中国注册的外国独资或中外合资、合作企业参加评审。

3.3 投标方应遵守有关的中国法律和规章条例。

3.4 受邀投标方一旦承诺参与招标的，评审方则视同该投标相关承诺条款为有效条款。

3.5 投标方法定代表人不能亲自参加投标的，参加人须出具《法人代表授权书》。

3.6 投标方展示时间不得超过 50 分钟，答疑时间不得超过 10 分钟。

1. **评分标准**

各投标人综合评分(100分)= 衡安堂品牌策略（50分）+服务团队（10分）+公司资质（10分）+创新性（10分）+报价（20分）

**Ｂ 投标文件**

1. **投标文件的构成**

5.1 投标文件用以阐明所需货物及服务、评审程序，投标文件由下述部分组成：

第一部分 邀请书

第二部分 投标方须知

第三部分 方案及报价

5.2 投标文件以中文编印。

1. **文件的澄清**

投标方对招标文件如有疑点，可在评审过程中要求澄清，评审方将视情况

确定采用适当方式予以澄清或以书面形式予以答复，并在其认为必要时，将统

一答复给每一投标方。

1. **招标文件的修改**

7.1 在评审过程中，评审方可依据投标方要求澄清的问题而修改招标文件，并

通知每一投标方，投标方在收到该通知后应立即以响应并予以确认。

7.2 为使投标方在准备投标文件时有合理的时间考虑招标文件的修改，评审方

可酌情推迟评审截止时间，并及时通知每一投标方。

7.3 投标文件的修改将构成投标文件的一部分。对投标方有约束力。

7.4 所有问题均应在评审过程中澄清完毕，评审程序一旦终止，将不能更改。

**Ｃ 投标文件的编写**

1. **要求**

投标方应仔细阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求提供投标文件，并保证

所提供的全部资料的真实性，以使其投标对招标文件做出实质性响应，否则其投标

可能无效或被拒绝。

1. **投标文件语言**

投标文件及投标方和评审方就评审交换的文件应以中文书写。

1. **投标文件的组成**

**①《营业执照》《税务登记证》（复印纸质版）；**

**②《2019年三元衡安堂品牌服务投标文件》（电子版与纸质版）；**

**③《投标人近两年内在经营活动中没有重大违法记录声明》（纸质版）；**

**④《法定代表人授权书》；（纸质版）**

**⑤《被授权人身份证或法定代表人身份证》；（复印纸质版）**

**⑥ 投标方认为需要加以说明的其他内容；**

备注：以上文件除电子版外均需加盖投标方公章，并将文件密封储存现场开标（电子版以

U盘形式密封，一式三份）。

项目联系人：

品牌沟通：李松                             品牌沟通：杨希

电话：18910005358                      电话：18910005600

E-mail:[lisong@sanyuan.com.cn](mailto:lisong@sanyuan.com.cn)     Email: [yangxi@sanyuan.com.cn](mailto:yangxi@sanyuan.com.cn)

北京三元食品股份有限公司市场部

二〇一九年二月