**北京三元食品股份有限公司**

**2020年度到户事业部产品、广告创意**

**代理服务公司招标项目招标文件**

**二〇一九年十二月**

**第一部分 邀请书**

尊敬的服务商：

2020年正值三元到户事业部成立15周年之际，三元到户事业部针对“三元及递”品牌进行全面升级。品牌方面：联合中国邮政，通过“及递”共鸣，提升到户品牌形象。产品方面：推出了具有功能性的“大健康”新品，精准定位目标人群，占领乳制品“大健康”、“功能类”空白市场。老品牌的升级与优化，通过新产品的补充，巩固并拓展目标消费人群。

三元及递核心使用人群为中老年及儿童人群，购买人群主要以家庭主力人群（老年及年轻人）为主。按照《北京三元食品股份有限公司招投标管理办法》，邀请您来参与本次招标。未来的服务内容拟包含以下内容：

1. **品牌方面**

通过相关市场洞察，分析现有“三元及递”品牌传播现状，抓住打造 “三元及递”优质服务品牌主线，提出三元及递品牌传播策略及可落地执行方案框架。

1. **新品方面**

1、产品定位：

三元及递依据消费者对“大健康”类产品的需求，精准推出功能明确新产品。

2、设计要求:

A.整体风格要求：

产品整体设计风格结合产品“大健康”的导向，锁定特定目标人群，突出产品的功能卖点，整体风格适宜饮用场景化和饮用效果化。

B.主KV及相关宣传物料延展设计

根据产品功能特点进行新品主KV设计。

根据市场宣传及推广活动需求，设计不同主题内容的平面宣传文件。

3、新品上市活动

按照新品上市节奏，依据三元及递渠道特点，提供具有创新性新品上市活动方案并提出落地执行方案。

1. **常规产品方面**
2. 包装设计：

根据三元及递渠道特点，结合特定时间，设计适合节日氛围的定制包装。

根据三元及递渠道特点，结合产品生命周期及市场需求，设计升级版本的包装。

1. 宣传推广设计：

根据时间及推广需求，提供相关文案及宣传物料（包括：海报，易拉宝等）。

1. 特定推广活动：

根据三元及递渠道特点及特定时间，结合主题产品特点，提供具有特色的市场活动方案，并提出落地执行方案。

1. **营销传播创意**

根据三元及递产品及渠道特点，结合品牌营销活动及全年节日、节气及热点话题提出有创意的相关主题文案及相关平面设计。每周1款活动海报，重要节日、节气或热点话题海报2张。

**服务商资格准入**

为保证本次月费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. 投标单位要求：
1. 提供符合国家法规要求的“营业执照”等相关证明，必须是合法经营企业；
2. 有乳品行业/食品/快销品经验优先；
3. 必须具有一定经营规模、运作能力，以及符合本次招标项目的成功案例；
4. 具有良好的企业信誉、服务态度极质量；
5. 有能力为本次招标项目成立专项工作组；
6. 在国内注册，拥有固定办公场所；

（7） 无利益冲突。

**特别提示：不具备以上条件的一律视为废标，不进入商务竞价。**

* 1. 本项目服务周期：：一年
	2. **时间与地点**

开标时间： 2019年 12月25日 上午9点开始（暂定）

开标地点： 北京市大兴区瀛海瀛昌街8号三元食品

联系电话： 010-56306187

招标报名截止时间为12月13日16：00点前

* 1. **2020年品牌策略及创意广告服务合作提案内容**
1. **品牌框架梳理：**通过相关市场洞察，分析现有“三元及递”品牌传播现状，抓住打造 “三元及递”优质服务品牌主线，推出品牌传播框架方案并可落地执行方案。
2. **自媒体传播推广：** 线上、线下整合传播策略和方案制定。
3. **新产品开发：**产品整体设计风格结合产品“大健康”的导向，锁定特定目标人群，突出产品的功能卖点，整体风格适宜饮用场景化和饮用效果化。
4. **基本情况介绍：**公司介绍、服务团队、成功案例，基于未来服务内容的报价（月费+服务框架）。

**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“服务”系指招标文件规定投标方须承担的策略、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、国内企业参加评审。

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 60分钟，答疑时间不得超过 10 分钟。

3.7投标方确认参标时，需提供公司简介、团队介绍、营业执照，以及以往快消品的成功案例，经我方审核通过后确认参标资格。

1. **评分标准**

**各投标人综合评分（100分为满分）：**

1. **品牌传播框架梳理（10%）**
2. **自媒体传播推广（30%）**
3. **新品开发（30%）**
4. **报价评分 (15%)**
5. **服务团队及行业经验（15%）**

**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

第四部分 投标申请

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，包括所有的补充、修改内容、重要事项、格式、条款。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《2020-2021三元到户事业部产品、品牌策略创意代理服务月费公司招标项目招标文件》（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，密封文件在招标当日前两个工作日内递交至三元低温市场部留存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）。**

投标人必须对投标文件所提供的全部资料的真实性承担法律责任并无条件接受招标单位对其中任何资料进行核实的要求。如果因为投标人投标文件填报的内容不详或没有提供招标文件中所要求的全部资料及数据，由此造成的后果及责任由投标人承担。

**11 投标报价**

11.1.投标价格以人民币填报。

11.2.投标人填写投标报价时,若出现漏报或不报。招标人将视为该漏报或不报部分的费用已包括在已报的分项报价中而不予另行支付。

11.3.对免费服务项目必须填“免费”，报价须为确定金额，任何选择性报价均属无效。

11.4.投标报价应明确列出各部分工作对应价格，分别列出。

**12 投标文件的数量和签署**

12.1. 投标人应编制投标文件一式叁份，其中正本一份、副本贰份，投标文件的副本可采用正本的复印件。每套投标文件须清楚地标明“正本”、“副本”。若副本与正本不符以正本为准。

12.2.投标文件的正本需打印或用不褪色墨水书写并由其正式授权的代表签字或加盖私章。授权代表须出具授权委托书以证明其代表资格，授权委托书应附在投标文件中。

12.3.投标文件中的任何重要的插字、涂改和增删，由其正式授权的代表在旁边签章或签字方为有效。电报、电话、传真形式的投标文件概不接受。

**13 投标文件的递交**

13.1.投标人应将投标文件正本和所有副本装入一个密封袋。密封袋应标明招标项目名称、招标人名称，并注明：“于投标截止时间之前不准启封”的字样。

13.2.投标文件未密封的或在递交截止时间后递交的，不予接收。

13.3.招标单位在《邀请书》中规定的地点之外和超过截止时点后接收投标文件的投标为无效投标。

13.4.投标人在投标截止时间前可以对所递交的投标文件进行书面补充、修改或者撤回并书面通知招标单位。

项目联系人：郭锐峰

电话：18910005260

Email: guoruifeng@sanyuan.com.cn

 北京三元食品股份有限公司到户事业部市场部

二〇一九年十二月