采购需求

1.项目说明

1.1 本章内容是根据采购项目的实际需求制定的。

1.2 供应商所报价格应为含税全包价，包含提供相关服务的所有费用，合同存续期间采购人不额外支付任何费用。

1.3 属于信息网络开发服务的，供应商成交后应向采购人提供源代码以及文档等技术资料。

2.服务要求

一、项目背景

为加快建设开放、现代、活力、时尚国际大都市，推动商务领域新旧动能转换，推动消费升级，创建国际消费中心城市，打造“青岛购物”品牌，构建城市核心消费 IP，拟对“青岛购物”品牌策划推介宣传进行招标。

二、项目目标

借助第三方专业化团队力量，优化传播理念，提升传播设计水平，形成适应发展的传播思维，迅速提升“青岛购物”品牌的国际影响力。

三、项目内容

（一）品牌形象设计

1.品牌 LOGO 设计

为“青岛购物”设计品牌 LOGO，提升“青岛购物”品牌形象，强化消费者品牌认知。

要求 LOGO 设计不仅要突出青岛独具特色的自然景观、现代化国际大都市的城市气质、积极向上的城市时代精神；也要向消费者传达“青岛购物”所倡导的健康积极的消费理念。

在 LOGO 设计中应采用彩色设计，图案简洁、富有个性、创意新颖、寓意贴切，富有艺术感染力和视觉冲击力。符合国家法律、法规要求，不得与其他城市形象标识雷同或相似，且 Logo 尚未被注册。

2.形象宣传语

为“青岛购物”制定贴合品牌特性的品牌推广语，实现“青岛购物”在传播过程中与消费者的有效沟通，提升品牌认知度。

弘扬时代精神，注重城市内涵，格调健康，积极向上，准确反映“青岛购物”形象，凸显健康积极的消费理念。

高度概括品牌气质，凝练通俗，内涵丰富，朗朗上口，让人一句话就能记住“青岛购物”。

字数限定在 20 字以内，作品应附简要的创意说明。

（二）品牌推广服务

以“e 购青岛”自媒体平台为依托，借助线上线下媒体，通过网络、活动等多种形式，实现“e 购青岛”品牌与目标消费者的沟通，从而打造“青岛购物”城市 IP 形象。并在机场、车站、码头及主要大型商场设置不少于 10 块显示屏滚动播放，购物节期间，每块显示屏每天播放时间不少于 30 分钟。

（三）编制“2019 青岛购物”宣传专刊不少于 200 份（245mm*350mm，骑马钉，28P，四色印刷）。印刷购物节海报 10000 份，570mm*840mm，彩色单面。

（四）开幕式筹办及制作开幕式视频宣传片，不少于 30 秒。

（五）媒体宣传“双百”促销活动，在青岛日报第 6 版整版刊出。

四、项目要求

（一）服务标准要求

成交人在合作期间需要确定 24 小时联络人员，需配备 24 小时开机的移动电话。如有变更，应及时书面通知采购人。成交供应商应承诺严格履行合作协议范围内的工作项目。由于成交供应商的失误造成错误的，成交供应商应承诺根据合作协议的相关条款承担相应责任；成交供应商除负责采取补救措施，还应免收因采取补救而发生的费用，并根据损失程度向采购人支付赔偿金。

（二）团队人员

项目内容	团队人数	团队架构	人员要求
业务品牌传播设计	项目组不少于 3	创意总监 1 人、文	1.创意总监须有三年以上任职总监经历（包括现任职企业或其他企业），须有两年（24 个月）以上服务于商贸旅游文创相关行业经历。(开标时

	人	案创作1人、资深设计1人	需提供相关证明材料原件或复印件加盖公章） 2.其它人员须有1年以上服务于商贸旅游文创相关行业的经历。且担任现职级时间不得少于1年（12个月）。（开标时需提供相关证明材料原件或复印件加盖公章） 3.参与文创人员应具有丰富的传播和设计经验和良好的沟通能力。

（三）工作输出：

平面创意文件、传播策略类稿件、创意执行效果等。

（四）其它工作要求：

1.及时响应采购人提出的临时性人员增加需求，并提供支撑。

2.品牌策划。

3.2019年青岛购物节活动策划、组织、推介及效果评估。

3.商务条件

3.1服务期限

签订合同之日起至2019年11月24日。

3.2服务地点

采购人指定地点

3.3付款方式

签订合同后5个工作日内支付成交金额的30%，服务项目验收合格后支付成交金额的65%，剩余5%待本项目策划、组织、推介及效果评估完成后无服务问题的情况下付清。

3.4服务成果验收

服务期满或完成服务成果后，采购人应对服务的成果进行详细而全面的检验。采购人有权限根据检验结果要求中标人立即更换或者提出索赔要求。检验合格后，由采购人组成的验收小组签署验收报告，作为付款凭据之一。

注:上述要求以及标注中：

带“★”条款为实质性条款，供应商必须按照磋商文件的要求做出实质性响应。