

招标项目采购需求

一、农产品电子商务供应链体系营销服务

（一）建设内容

开发“隆林黄牛肉”系列产品，比如各部位的鲜牛肉、牛肉丸、牛杂、牛骨头等，统一制作C端专用系列包装，冠用“隆林黄牛肉”县域地标品牌和“五月草农场”电商公共品牌。以“隆林黄牛肉”为主，结合扶贫产品“高山大米”、“山茶油”“百香果”等产品制作成隆林系列电商产品同步推广，提升隆林特色产品的知名度。

（二）服务要求

1、线下展会宣传。在目标市场南宁、深圳举行品牌发布会、新闻发布会等会议活动形式，提升我县企业融入市场的能力。参加不少于5场区内外农产品专业展销会，推荐不少于3家实体店、50个社区微信群，形成一批稳定的消费群体，并持续服务两年。

2、线上营销及销售对接。发展销售渠道和健全销售渠道，南宁重点发展社区团长，通过社群、拼团等营销活动。目标市场对接，南宁对口扶贫单位、深圳对口扶贫帮扶区域。

3、强化线上传播能力，利用短视频进行线上推广，大力宣传“南宁配送中心”，宣传“隆林黄牛肉”从养殖到生产、配送、吃法等过程，通过制作短视频直观的为消费者展示隆林牛肉的生产过程和食用方法。

4、线上平台对接。拓展销售渠道助民增收，推进全产业链集群化、集约化、高质量发展，满足广大消费者对隆林名优产品的正常需求，对接社区商城平台或搭建线上商城，为消费者提供更加便捷的购物体验。

（三）考核目标

1、社区营销考核目标，参加不少于5场区内外农产品专业展销会，至少与3个社区生鲜店建立供应关系并能提供运营期内每月交易台账，推荐不低于30个社区团购群，提供社区社团供货记录。权重占比40%。

2、产销对接，运营期内每季度至少召开一场社区产销对接会。权重占比20%。

3、视频宣传，至少设立一个直播账号（抖音、快手、QQ或者微信），运营期内每月视频播放量（以后台显示为主）平均不低于1万次。持续运营两年。权重占比10%。

4、销售目标，项目考核目标为销售隆林黄牛肉及相关隆林农副产品销售额不低于1000万元，提供销售台账及销售流水数据。权重占比30%。

二、农产品电子商务供应链体系建设

（一）建设内容

供应链体系建设是农产品上行的重要环节，要确保隆林黄牛肉新鲜度，就要缩短产品供应环节的流通时间，南宁是隆林黄牛肉的目标市场之一，消费能力强且是省内物流发达的集散地具备作为省内销售分拨中心的条件。在南宁设立“隆林黄牛肉、黑山羊、黑猪肉”分级加工分拨中心。

（二）服务要求

1、品牌基础建设。以“隆林黄牛肉”为主，结合扶贫产品“高山大米”、“山茶油”等产品制作成隆林系列电商产品目录同步推广，根据市场需求开发系列产品，比如各部位的鲜牛肉、牛肉丸、牛杂、牛骨头等，制作专用系列包装，统一形象，提升隆林特色产品的知名度。

2、上行农产品自治区省级分拨中心体系建设。在南宁市区设立 300 平方左右的“隆林上行农产品省级分拨中心”，其中 80 平为恒温车间、建设约 60 立方米的速冻库、100 平为分拣场地、80 平米的运输周转场地及库房。场地选在交通便利的市区范围，场地费用、水电网费、物业费等费用由运营商自筹。

3、电商扶贫分拣包装配套建设。充分整合社会资源，建立隆林电商农产品分拣包装处理中心，配置水果自动化分拣设备，配置称重、封装设备设置，提升我县农产品电商供应链前段效率，总体日均处理能力达到 10 吨以上。

4、生畜中转栏租用及管护，在屠宰场附近租用可同时存放 30 头牛的养育场地，可存放隆林黄牛、黑猪、黑山羊。

5、隆林牛肉定点体验。结合南宁市新竹路隆林各族自治县扶贫产品体验店作为体验中心和提货点，通过社区营销及直播带货形成线下体验+线上销售相结合，让南宁消费者体验到隆林黄牛肉原生态风味的同时便利其再次消费。

6、配送体系建设。配置 60 套配送保温设施，结合社区社群营销整合组建运营队伍，企业定员运营人员不少于 4 人，配送人员、社区社群团长等其他人员通过整合建立，制定完善的人员架构和管理制度。人员工资、社保由运营商自筹。

（三）考核目标

1、品牌建设，至少新增注册隆林扶贫产品品牌商标 2 个，商标所有权属于隆林县政府，企业有使用权。重占比 40%。

2、隆林上行农产品省级分拨中心，提供隆林农产品分拨配送完整链路，为社群提供分拣包装服务，服务对象满意度达 90%以上，产能内日均分拣包装订单完成率达 99%以上。权重占比 30%。

3、电商扶贫产品分拣包装配套建设，提供电商扶贫产品分拣包装服务完整链路，为隆林境内水果生产企业及电商企业提供服务，提供服务记录台账，产能内日均分拣包装订单完成率达 99%以上。权重占比 30%。

