**采购需求**

说明：

1. 本招标文件所称中小企业必须符合《政府采购促进中小企业发展暂行办法》第二条规定。

2. 小型和微型企业产品的价格给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审，具体扣除比例以第四章《评标办法及评标标准》的规定为准。

3. 小型、微型企业提供中型企业制造的货物的，视同为中型企业。

4. 小型、微型企业提供大型企业制造的货物的，视同为大型企业。

**5. 根据财库〔2019〕9号及财库〔2019〕19号文件规定，台式计算机，便携式计算机、平板式微型计算机，激光打印机，针式打印机，液晶显示器，制冷压缩机（冷水机组、水源热泵机组、溴化锂吸收式冷水机组），空调机组[多联式空调（热泵）机组（制冷量＞14000W），单元式空气调节机（制冷量＞14000W）]，专用制冷、空调设备（机房空调），镇流器（管型荧光灯镇流器），空调机[房间空气调节器、多联式空调（热泵）机组（制冷量≤14000W）、单元式空气调节机（制冷量≤14000W）]，电热水器，普通照明用双端荧光灯，电视设备[普通电视设备（电视机）]，视频设备（视频监控设备、监视器），便器（坐便器、蹲便器、小便器），水嘴均为节能产品政府采购品目清单内标注“**★**”的品目，属于政府强制采购节能产品。若采购货物属于以上品目清单的产品时，投标人的投标货物必须使用政府强制采购的节能产品（专业定制除外），投标人必须在投标文件中提供所投产品的节能产品认证证书复印件（加盖投标人公章），否则作无效投标处理。**

6.招标文件中所要求提供的证明材料，如为外文文本的请提供中文翻译文本。

**7.评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。**

8.本采购需求中技术要求所使用的标准或应用标准如与投标人所执行的标准不一致时，按最新标准或较高标准执行。

**9.招标文件中标注“**▲**”号的条款为实质性条款，必须满足，否则投标无效。**

**广西农产品区域公用品牌央视宣传项目**

**（▲本项目为服务类项目，投标人在投标文件中必须满足或优于招标文件中的技术、服务及商务要求，否则按照无效投标处理）**。

**A分标：**

采购人将于2021年 1月-2021年12月（在合同排期约定的播出总次数不变的情况下，对具体播出日期及频次安排可酌情调整，最终以监播报告统计的总次数相符合为准。）在央视一套和新闻频道黄金时段投放广西农业区域公用品牌在中央电视台宣传广告，广告片15秒长度，方案如下（广告片拍摄制作之前可能还会有调整, 中标人须在采购人最终确定方案后开始拍摄制作）：

**一、采购清单**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **媒体** | **项目** | **播出时间** | **播出方式** | **天数** | **频次** | **版本** |
| 1 | CCTV-1/新闻 并机播出 | 《新闻联播》 提示收看 | 18:58 | 5个月隔日 （单日） | **78** | 156 | 各15秒 |
| 2 | CCTV-1/新闻 并机播出 | 《朝闻天下》 | 约06:30、07:30 | 半年隔日 （单日） | **92** | 368 |
| 3 | CCTV-1 | 《新闻30分》后 | 12:30—12:31 | 全年隔日 （单日） | **186** | 186 |
| **广告投放时间：**  序号1：2021年2月、3月、5月、8月、10月（单日）  序号2：2021年2-7月（单日）  序号3：2021年1-12月（单日）  具体播出日期及频次安排可根据需求进行调整。 | | | | | | | |

**二、项目概述及简介**

1.为进一步展示推介广西农产品区域公用品牌，扩大“桂系”农产品的知名度、美誉度和影响力，拟利用中央电视台宣传高地，投放广西区域公用品牌农产品宣传片。至少10个品牌分5轮投放广告，每轮2—3个品牌，每次广告时长15秒。

**2.本次采购的服务内容和基本要求**

（1）本次在中央电视台进行广西区域公用品牌广告宣传，采取政府购买服务方式，将所需所有服务（包括但不限于广告宣传文案策划、广告宣传片拍摄制作、指定的中央电视台广告时间段购买并播出、增值服务等）整体打包，采用公开招标方式确定服务供应商。采购人向服务供应商提供财政资金和其他资金不超过4800万元，**本项目采购数量为暂估数量，以实际的服务数量（天数）为准结算，供应商按需提供服务，因不可抗力或其他政策调整导致采购数量减少所造成的损失由服务供应商自行承担。**采购人以商定的付款方式支付给服务供应商。在广告片制作过程中，采购人（广西壮族自治区农业农村厅）将予以一定的协助。

**3、对服务方案的要求**

**(1) 为达到广告宣传片制作精良，宣传效果清晰，广告制作及拍摄必须深入广西各地实地进行拍摄，且需提供拍摄脚本。**

（2）服务方案中必须包括中央电视台（《新闻联播》前《提示收看》广告、《朝闻天下》及《新闻 30 分》栏目后广告）资源购买方案、广告制作及拍摄方案、增值服务方案、漏播错播补偿方案、监播方案、投放保证措施及应急预案，所有方案详细且好，并且必须能够按照采购人意见进行修改。其中，广告制作及拍摄方案中必须针对本项目中的至少10个产品品牌（武鸣沃柑、三江茶、阳朔金桔、梧州六堡茶、钦州大蚝、上思香糯、容县沙田柚、百色芒果、河池寿乡牛、七百弄鸡等，具体以实际需求为准）能够举例更多广西区域公用品牌方案更佳,提出初步的广告片策划脚本。

（3）服务方案中必须包含对广告策划、制作、拍摄、投放广告制作及拍摄方案、增值服务方案、漏播错播补偿方案、监播方案、投放保证措施及应急预案等各环节的工作人员的安排。

（4）服务方案中必须包括本项目广告宣传筹备工作的进度安排。

**三、国家相关行政主管部门颁布的强制标准、规范**

采购内容需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **名称** | **标号或文号** |
|  | 《中华人民共和国广告法》(2015年修订) | 中华人民共和国主席令第22号 |
|  | 《中央电视台广告审查暂行标准》 | / |

**四、技术、服务详细要求**

**说明：**1）投标人在投标文件《服务偏离表》中未对以下技术、服务要求逐条说明响应或偏离情况的，其投标按照**无效投标处理**。

2）下表中标注有“**△**”号的条款，为**第四章“评审因素及评分标准”**中的评分内容。

| **序号** | **名称** | **技术参数** | **评审点**  **△** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 总体方案 | 总体方案能响应本次招标需求及方案的完整性、可行性、合理性。 | △ |
|  | 技术支持及服务保障 | 2.1 为采购人提供广告宣传文案策划、广告宣传片拍摄、制作等方案。 | △ |
| 2.2 为采购人投放的至少10个品牌广告宣传片进行策划、拍摄、剪辑、后期制作及报审等工作。确保在规定播出时间前完成广告的整体工作并达到播出要求。1个月内完成整体工作，并保证按时播放。 |  |
| 2.3 提供的广告宣传片画面质量为高清，蓝光素材格式要求为MPEG2 longgop50M,分辨率达到1920×1080；广告宣传片须经广西壮族自治区农业农村厅及相关方审定后才能公开播出；中标人要保证对广告宣传文案策划及广告宣传片制作为原创，不存在任何侵权行为，若有侵权行为，采购人可终止合同，中标人退还所收费用并承担侵权造成的所有损失；广告宣传片的著作权及其他知识产权归广西壮族自治区农业农村厅所有。 |  |
| 2.4 在广告播出期间按月提供第三方（索福瑞 CTR）监播报告。 | △ |
| 2.5采购清单中“序号1”、“序号2”、“序号3”提供月度效果评估报告。  “序号3”按照季度提供效果评估报告(在下个季度的30个工作日内提交上个季度的效果评估报告)，并在播出完成后30个工作日内提供年度效果总结报告。 | △ |
|  | 提前告知机制及优惠补偿 | 3.1在广告执行过程中因**特殊原因**导致广告临时调整或漏播的有提前告知机制，且按照央视规定进行补播。 | △ |
| 3.2在广告执行过程中因**特殊原因**导致广告临时调整或漏播的有提前告知机制。如遇特殊原因央视对漏播不予补偿的，如不能补播，投标人须提供对应漏播广告的补偿。 | △ |
|  | 增值服务 | 4.1能配合本次投放广告播出，承诺能为采购人提供包括央视、户外和互联网等相关媒体栏目资源辅助宣传服务 | △ |
| 4.2为配合本次投放广告播出，**承诺能为采购人提供在境外有落地的媒体或者在海外有频道播出的媒体辅助宣传服务。** | △ |

**五、商务要求**

**说明：**1.投标人在投标文件《商务条款偏离表》中未对以下商务要求逐条说明响应或偏离情况的，其投标按照**无效投标处理**。

2.下表中标注有“△”号的条款，为**第四章“评审因素及评分标准”**中的评分内容。

| **序号** | **商务条款** | **内 容** | **评审点**  **△** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **时间要求** | 广告投放时间：  1.1 CCTV-1/新闻并机播出的《新闻联播》提示收看18:58；时间：5个月隔日（单日）  1.2 CCTV-1/新闻并机播出的《朝闻天下》约06:30、07:30；时间：半年隔日（单日）  1.3 CCTV-1《新闻30分》后12:30—12:31内；时间：全年隔日（单日）  （因采购人不可抗力因素导致时间延后的，服务时间以采购人通知为准）  1.4 服务期限：自合同签订之日起至广告宣传片在中央电视台播放完成之日止。 |  |
|  | **报价要求** | 2.1投标人的报价应包含为完成本招标文件提出的服务等全部相关工作所有可能发生的费用（包括但不限于广告宣传文案策划、广告宣传片拍摄制作、指定的中央电视台广告时间段购买并播出、增量服务、采购代理服务费、第三方监播等所有费用），各投标人应认真考虑其各种风险。即投标总报价为“交钥匙”价。对在合同实施过程中可能发生的其他费用，采购人概不负责。 |  |
| 2.2对本文件未列明，而投标人认为必需的费用也需列入投标总报价。在合同实施时，采购人将不予支付中标人没有列入的项目费用，并认为此项目的费用已包含在投标总报价中。 |  |
|  | **付款方式** | 3.1合同款支付方式在合同中约定，由中标人与广西壮族自治区农业农村厅签订合同。 |  |
| 3.2在合同执行过程中，若财政资金没有及时到位或有特殊情况采购人无法及时付款的，中标人能为采购人垫款投放广告，确保广告按时播出和广告不间断，采购人无需额外支付逾期违约金。**投标文件中提供加盖公章的承诺函。**（格式自拟） |  |
| 3.3本项目款项支付方式按广西壮族自治区财政厅相关规定直接从国库支付，中标人认可采购人按约定的付款时间向广西壮族自治区财政厅提出了资金支付申请，则视同采购人已履行了合同付款义务。 |  |
| 3.4中标人必须按国家有关财税规定开具发票给采购人。 |  |
|  | **合同条款** | 4.1中标人违约承担违约责任。所有中标服务均需按照招标文件指标要求进行检查核对后方可进行报验，不满足招标文件指标和投标承诺的，采购人有权不对其进行验收；同时中标人对不满足要求的服务承担违约责任。 |  |
| 4.2若非采购人原因，中标人逾期提供服务的，中标人向采购人支付逾期违约金，逾期违约金为每延误一天的赔偿费按总价款用的百分之零点二(0.2％)计收，直至提供服务为止。误期赔偿费的最高限额为合同价格的百分之二十 (20％)。一旦达到误期赔偿最高限额且仍无法按期提供服务的，采购人有权终止合同。 |  |
| 4.3若非央视原因漏播广告的：**中标人应按漏播1次补1次，错播1次补1次进行补播。** |  |
|  | **验收要求** | 5.1 质量要求：达到国家行业现行技术标准。  5.2验收标准：采用国家行业现行验收标准。  5.3中标人完成工作内容后向采购人提验收申请，验收费用由中标人支付，经采购人组织评审通过视为验收合格。 |  |
|  | **综合**  **要求** | 6.1在中国广告协会认证的 | △ |
| 6.2具有电视台广告代理的经验 | △ |
| 6.3具有电视台广告投放经验 | △ |
| 6.4具有类似项目的广告策划、拍摄、制作等服务经验 | △ |
| 6.5针对本项目，组建执行团队 | △ |
| 6.6参与同类项目履约过程中有良好记录 | △ |
|  | **其他要求** | 7.1中标人应保证采购人及相关方在使用服务或服务的任何部分不受任何关于侵犯所有权和工业产权、著作权（版权）等知识产权的指控。  7.2 中标人保证本项目的广告宣传各个环节的顺利进行，并做好沟通、协调工作。  7.3 中标人负责工作人员的管理工作，保证所有工作人员按照工作流程及各项管理标准工作。  7.4中标后中标人必须在南宁至少安排一名驻点专员负责本项目的广告宣传各个环节的顺利进行。 |  |
|  | **核心产品** | 本分标为服务类项目，无核心产品。 |  |

**B分标：**

**“广西好嘢”新媒体矩阵宣传推广服务内容及要求**

**一、项目背景**

为更广泛宣传“广西好嘢”农业品牌，向全国乃至海外市场传递广西“生态、长寿、富硒”农业品牌价值，使“广西好嘢”农业品牌形象的影响力和知晓度不断扩大。运用官方微信微博、全国主流媒体、其他新媒体矩阵等媒体资源，通过推文、长图、插画、漫画、视频等表现方式，以全新的视角剖析和呈现广西农业资源产品，助力广西农业农村厅提升“广西好嘢”品牌形象。

**二、内容运营及推广规划**

**1、中央级主流媒体宣传推广**

在这两个中央级主流媒体平台运营“广西好嘢”内容，增加宣传力度，并且在人民网广西频道一年专题推广，集中展示“广西好嘢”品牌目录，让各大品牌得到充分展示。通过权威渠道宣传“广西好嘢”品牌价值，获得高端人士的认可。

**2、头部平台新媒体运营**

头部平台新媒体包括：微信公众号、微博、今日头条、抖音、快手等，“广西好嘢”新媒体运营应当围绕这部分的兴趣爱好、生活习惯展开宣传。

**3、其它新闻媒体内容运营**

除了头部平台新媒体运营外，“广西好嘢”应整合搜狐新闻、百度新闻、腾讯新闻、凤凰新闻、网易新闻等覆盖国内主流新闻的公众平台资源，作为新媒体矩阵的重要补充，既能满足用户碎片化时间利用的需求，也能向用户传递 “广西好嘢”品牌信息，通过用户阅读习惯与兴趣标签的识别，让用户喜好与推广信息匹配，实现有效曝光。

**4、媒体采风活动**

每个品牌的推广都离不开媒体的传播，尤其是在举办活动时。为进一步扩大“广西好嘢”品牌影响力，选择定期举办媒体采风活动，每年不少于3场。

进行活动推广时，让更多的媒体都实地参与进来，拍摄更多的素材，后续发布更多与活动有关的稿件。让“广西好嘢”实现一个集中且全面的曝光，吸引大众来关注，对推广活动起到很好的宣传作用。

**5、百科词条创建**

通过百科词条的创建可以更加丰富、立体的展示内容，对品牌有更强信任感。在百度百科、搜狗百科等百科平台创建“广西好嘢”词条，引用权威、可信的报道，增加“广西好嘢”百科词条的权威性和可信度。

**6、数据监测**

为方便了解关键词指数，可以输入收录“广西好嘢”，知道“广西好嘢”的推广指数和宣传热度的变化。微信公众号、抖音、快手等平台运营的数据变化可以通过**新榜**进行监测，了解粉丝关注变化、评论回复情况、搜索变化等。通过清博大数据对舆情进行监测，并及时提出相应的解决方案。

**三、直播矩阵**

**现场云直播平台**

“现场云（现场新闻全国服务平台）”将新华社客户端现有的现场新闻系统封装成便捷接入的功能模块，向全国主流媒体、党政机关提供免费技术服务。通过移动端采即拍即传，提升报道时效；快速实现移动端新闻直播，有效提升图片、短视频等热媒介形态生产力；进一步促进机制流程创新，推动采编策划、组织、编辑、审发流程面向移动互联网场景转型；进一步促进媒体融合，推动记者和编辑的全媒体化。对广西农业农村的品牌推展全国市场提供权威、精准平台。每年直播次数不少于20次。曝光不少于2000万。

**四、广告矩阵**

**1、吴圩机场大屏广告（到达口）**

新华屏媒联播网以文字、图片、视频等多媒体形式，运用先进的媒介展示、互动技术手段，向受众提供新闻信息资讯服务，向用户提供形象推广、广告投放服务。南宁吴圩国际机场新航站楼就建设有一块面积达22.8平方米的新华屏媒联播网LED大屏，位置正对国内到达港口，每年旅客突破1500万人次。在新华屏媒联播网南宁机场大屏投放为期1个月的推广服务。

**2、微信朋友圈推广**

结合全年重要节日或行业重要节点（如春节、五一、中国农民丰收节、国庆、农交会等），或广西地方特色节庆活动进行微信朋友圈推广，全年不少于2次，曝光度**1000万以上。**

**3、短视频推广**

结合全年重要节日或行业重要节点（如春节、五一、中国农民丰收节、国庆、农交会等），或广西地方特色节庆活动，根据广西农业产业及“广西好嘢”品牌宣传片素材进行短视频剪辑，并通过腾讯微视、微博、快手、抖音、一直播等视频平台进行发布，**全年发布视频数不少于6个**，每条短视频曝光度20万以上。

**4、全媒体平台报道**

联合国内具有影响力的中央级媒体及行业线上主流媒体，包括中国经济网、农村杂志社、农影、中国品牌农业网、《优质农产品》杂志等相关主流行业媒体的新媒体平台，针对广西特色产业及“广西好嘢”品牌进行相应宣传推介，全年“广西好嘢”品牌采访报道不少于10篇，品牌核心企业品牌采访报道不少于10篇，曝光度50万以上。联合具有影响力的大V开展宣传推广。

**五、活动推广**

在搭建了多方面的新媒体矩阵以后，定期以“广西好嘢”的名义开展一些相关的活动是很有必要的。一年内活动推广次数应不少于**5次**。

活动推广分为**线上**和**线下**两个部分，线上活动将利用互联网新兴渠道手段制定一些趣味活动，激活平台粉丝的活跃性，通过粉丝的参与和分享，形成裂变传播。从不同渠道入手展开线上互动，把宣传内容趣味化，增加互动性，将原本被动传播的宣传转化为互动传播和主动接收。

线下活动结合定期举办的一些展会活动，在现场开展活动，实现增粉。同时借助各地市县力量进一步宣传，促使“广西好嘢”品牌形象的影响力范围更广，互动性更强。

**六、农产品线上终端销售**

联合“学习强国”学习平台全国农产品产销对接服务平台、中国银联云闪付商城等平台开设产销对接专题页面，配合“广西好嘢”品牌开展相应促销活动，在“学习强国”学习平台农民丰收频道根据活动安排进行宣传，促进地方农产品线上销售。

七、通过上述“广西好嘢”新媒体矩阵宣传，一是增加“微信公众号、微博、今日头条、抖音、快手”等对外宣传号流量，单个账号粉丝关注量分别超过10万粉丝，粉丝活跃度在全国分类排行榜单能够保持相对靠前位置；年内重点针对1个农产品单品类，予以流量扶持，打造全国热销爆款单品；力争在全国各大排行榜打造广西农业品牌影响力。

|  |
| --- |
| **商务要求：**  1、合同签订时间：中标通知书发出后30日内。  2、服务时间：自签订合同之日起至达到采购人指定的宣传推广效果。  3、交付地点：采购人指定地点。  4、服务要求：  ①本项目报价采用包干价，供应商报价包含完成该项目所需的所有费用及相关税费。  ②供应商须承诺宣传推广期间，由供应商做好宣传推广的管理和监播工作，确保其完整和效果良好。  ③采购人在服务期间将不定期对宣传推广情况进行抽检，供应商须承诺予以全力配合。  5、付款方式：  （1）合同签订后5日内中标供应商向采购人开具合同款发票，采购人收到发票后10日内以转账形式向中标供应商支付20%合同款；  （2）签订合同项目实施3个月后，中标供应商向采购人提交付款申请并开具合同款发票，采购人收到发票后，采购人收到发票后15个工作日内以转账形式向成交供应商支付60%合同款；  （3）服务期满，并经采购人验收合格后，成交供应商向采购人提出付款申请并开具合同款发票，采购人收到发票后15个工作日内以转账形式向成交供应商支付20%合同款；  6、本分标为服务类项目，无核心产品。 |
| **注：各供应商所提供的技术需求及要求及商务响应条件应至少满足本项目采购文件的项目要求及技术需求，否则投标无效。** |