

附件 2

项目技术、服务及其他商务要求

一、项目概述

为贯彻“建设负责的、可信赖的、健康持续发展的国家公益彩票”的发展目标，提升以公益公信为核心的体育彩票品牌形象，进一步促进我市体彩品牌知名度与美誉度，结合 2021 年各项营销宣传工作需求，采购 2021 年度新媒体广告宣传服务。

二、项目技术（服务）及需求：

（一）根据采购人营销需要，供应商完成的项目为：

项目 1：泸州本地主流新媒体广告发布：

序号	媒体类型	媒体需求	报价说明
1	本地主流微信公众号头条	粉丝数≥25 万	按不同平台，单条报价
2	本地主流微信公众号次头条	粉丝数≥25 万	按不同平台，单条报价
3	泸州本地主流抖音号发布	粉丝数≥25 万	按不同平台，单条报价

注：1. 次头条为第二条；
2. 供应商按单条报价，采购人按实际使用数量进行结算；
3. 供应商必须提供本地媒体发布平台（各 3 个），并附媒体平台的粉丝数量证明材料，否则视为无效。

项目 2：微信朋友圈广告发布：供应商按照采购人发布需求，精准投放，含发布内容（通稿、图文、视频等形式）制作和投放，按 1 万次曝光报价（10 万次曝光起投）。

项目 3：新媒体中奖宣传包：采购人根据中奖区间进行单次宣传区间定价，由供应商根据采购人宣传区间定价开展新媒体中奖宣传活动，涉及活动宣传策划、宣传素材采集制作、宣传落地执行等，供应商承诺单次中奖宣传本地曝光量（**单次中奖宣传不得低于 3 种宣传形式**，包括但不限于本地主流微信公众号头条宣传、本次主流媒体抖音号视频宣传、微信朋友圈广告、其他线上新媒体宣传形式），由供应商制定中奖宣传方案报采购人审批通过后执行。

序号	中奖宣传区间	区间定价	中奖宣传本地曝光量
1	100 万以下	5000 元/次	不低于 10 万/次
2	100 万（含）-1000 万（不含）	15000 元/次	不低于 30 万/次

3	1000 万及以上	30000 元/次	不低于 60 万/次
---	-----------	-----------	------------

注：供应商须在响应文件里明确承诺单次中奖宣传曝光指标（不得低于最低曝光量），提供书面承诺并加盖公章。

项目 4：视频制作：

序号	视频时长	有/无素材	后期制作	报价说明
1	60s（含）以下	有素材（照片/视频）	后期制作全包	按单条报价
2	60s（含）以下	无素材	后期制作全包	按单条报价
3	60-180s（含）	有素材（照片/视频）	后期制作全包	按单条报价
4	60-180s（含）	无素材	后期制作全包	按单条报价
5	180s 以上	有素材（照片/视频）	后期制作全包	按单条报价
6	180s 以上	无素材	后期制作全包	按单条报价

注：供应商根据有素材（采购人提供照片或视频）、无素材、视频时长按单条报价，采购人按实际使用数量进行结算。

（二）供应商需具备完成本次采购服务的能力与水平，须拥有良好的形象，其风格及调性须符合体育彩票行业的公益特性和玩法品牌属性，即口碑良好、健康向上、客观公正。

（三）供应商知晓并遵守服务本项目需要遵守的法律法规、产品特点和市场规律，所提供的产品和服务必须坚持弘扬社会正能量、积极开展正面宣传，实现体育彩票宣传的专业性、实用性，并具有合法性。

（四）采购费用包含广告发布费、营销策划、制作费、人工费、维护费、税金等费用，采购人不再支付超出报价的任何费用。

（五）供应商所提报的广告资源，由采购人提前 1 个工作日提交排期，供应商协助制订排期表，且必须严格按照采购人要求投放广告，不得私自调整或改变采购人确认的媒体投放策略和排期。

（六）投放中进行实时监测，加强时效性和准确性。

（七）交付成果：提供广告投放数据等结项报告。

三、其他商务需求

★1. 中选供应商在 1 个工作日内响应，并有专人负责与采购人对接。

★2. 团队配置：供应商具备与项目对应并结合中国体育彩票营销特点的服务团队。比选文件必须指定项目负责人并说明项目团队人员名单并附人员角色分配，以年为单位项目服务人员更换不超过 2 次。

★3. 本地化服务：供应商具备与项目对应并结合中国体育彩票营销特点的本地化服务团队。

★4. 供应商须完全满足采购人项目技术需求。

★5. 供应商提供的宣传文案、美工设计、视频制作不得侵害第三方知识产权，否则自行承担相关责任。

★6. 项目所有宣传作品（包括但不限于文案、通稿、视频）所有权归采购人所有，供应商不得擅自使用或对外发布，否则自行承担相关责任。

四、服务要求

★1. 合同执行完毕后供应商配合采购人进行履约验收，验收通过后支付合同款项，若验收未通过，则扣除 10%合同款项。

★2. 服务期、付款方式：

服务周期为 1 年，采购人按实际使用数量进行结算，供应商提供结项报告并完成履约验收后，提供正规有效的增值税普通发票送至采购方，采购方在收到发票后 14 个工作日内完成付款。

注：以上“★”为实质性要求，若未响应视为无效。

五、比选方式

1. 本项目比选方式为：综合评分法。

2. 采购人对供应商进行资格和符合性审查，合格供应商达到 3 家及以上，进入正式比选环节。比选结果按评审后综合得分由高到低顺序排列；得分相同的，由采购人自主采取公平择优的方式选择成交供应商。

3. 评选细则及标准，详见综合评分明细表（满分 100 分）：

序号	评分项目	分值	评分标准	说明
一	项目 1 报价	60 分	在完全满足采购人技术需求的前提下，按发布平台单个粉丝价格（计算方式：有效报价/粉丝数量）进行排名，价格最低者排名第 1 得单项分值*100%，依次递减 20%	1. 各媒体平台提供不足 3 个作无效处理； 2. 单项报价超过限价不得分 3. 粉丝数量低于 25 万不得分，提供书面证明材料并加盖公章，未提供不得分； 4. 单个粉丝价格保留小数点后 6 位。

二	项目 2 报价	7 分	按有效报价最低者排名第 1 得单项 分值*100%，依次递减 20%	超过单项限价不得分
三	项目 3 单次中奖 宣传本地 曝光量	12 分	在完全满足采购人技术需求的前提 下，按供应商承诺单次中奖宣传本 地曝光量最高者排名第 1 得单项分 值*100%，依次递减 20%	低于最低曝光量不得分，提供 书面承诺并加盖公章，未提供 不得分
四	项目 4 报价	16 分	按有效报价最低者排名第 1 得单项 分值*100%，依次递减 20%	
五	比选文件 规范性	2 分	比选文件制作规范，统一装订无漏 页	
六	履约能力	3 分	提供类似项目执行案例，每提供 1 个得 1 分，最多得 3 分。	附类似案例合同关键页，未提 供不得分