**0306创维汽车安全碰撞测试项目报价公告**

**社会各优秀单位：**

江苏开沃汽车有限公司拟于近期对**创维汽车安全碰撞测试项目**进行公开招标，欢迎行业优秀单位报名参加资格预审。具体事宜如下：

1. **项目名称：**创维汽车安全碰撞测试项目

**二、项目概况和内容要求：**

1. 项目概况：

在全国范围内招募符合要求的媒体执行创维汽车品牌旗下车型安全碰撞测试项目的线下执行与线上传播。

（2）服务范围：线下碰撞事件策划+线上传播。

（3）执行周期：启动日期根据实际执行开展。

**三、投标人资格要求**：

**1、投标案例要求：（A/B需同时满足）**

**A-项目（含策略+创意）案例**

拥有主流汽车品牌/主流新势力品牌汽车事件营销项目经验≥3个；且拥有汽车极限安全测试项目执行经验≥1个；（以上案例可灵活组合，总案例数量≥3个）。过往服务范围包括但不限于车型/品牌项目策略、广告（市场）营销创意、广告咨询与策略建议、项目传播规划等。

**B-平台资源能力**

拥有公众号或抖音、微博等自媒体平台主运营媒体账号≥2个，且具备全网分发能力包含但不限于视频号、微信公众号、微博、抖音、小红书、汽车之家、懂车帝、今日头条、百家号、B站、知乎等头部垂直媒体；

**2、投标方须成立于2021年1月1日之前，经营相关业务时间须在三年以上（含三年），具必须是在中国境内注册的具有独立法人资格的单位，拥有固定办公场所的合法经营企业。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；**

**3.参标单位性质**：汽车类媒体或者自媒体单位

**4.2024.03.06.9:00，各单位提案时间为10分钟，答疑时间十分钟。**

**5.从基本户电汇（备注碰撞tb2万元）投标保证金2万元，2024.03.05.12:00前到达如下账户：开户名称：江苏开沃汽车有限公司，开户银行：江苏银行股份有限公司徐州经济开发区支行，银行账户：60110188000159376。**

**四、投票规则：**

1、团队人员开标时须参与讲标，且在投标时即提报团队人选，明确团队架构、人员编制。

2、本次招标不接受联合体投标。

3、本次招标不接受分包。

**五、报名方式：**

1、凡有意参加报名的投标人，请直接递交资料到南京溧水新能源大道369#招标中心204会议室张辉19951653258。未按照此方式报名的，视作无效报名。

2、报名截止时间：**2024年03月05日。**

**六、报名资料：**

以下报名资料递交资料到招标中心后,我司会在报名结束后统一进行审查，包含以下但不限于：

**a、三证合一的营业执照副本（组织机构代码副本、税务登记证副本、如有上传）；**

**b、类似项目业绩证明及证明材料（三.1中提及的相关材料）**

注：请用文件夹形式提供对应的业绩及证明材料。

1. 项目合同提交要求：需提供与品牌方直签合同的扫描件，完整合同请扫描成一份PDF文件，严禁将合同分成单张图片上传；完整合同扫描件需体现合作对象、合作时间、服务内容等信息（价格等涉密部分可隐藏）；合同扫描件请命名：xxxx媒体+与xxxx品牌方合作合同；

②执行项目展示提交要求：需提供与品牌方直签合同的扫描件，请提供PPT或PDF版本；需体现传播策略、成果、节奏、平台、效果等。案例简介或结案报告请命名：xxxx媒体+与xxxx品牌方xx服务案例。

**c、媒体概况-详细的媒体介绍，需含团队规模、运营范围、案例集锦等（ppt或pdf版本）**；

**d、2021年-2023年财务报表资料及纳税证明；**

**e、其他能力证明材料。**

**注：以上资料请按要求顺序提交盖章扫描件至招标人邮箱（必须），或用A4纸张按顺序装订后密封，密封条加盖公司公章后递交（快递请备注媒体名称）（非必须）。对未通过资格预审的报名单位，招标人不做解释。**

**五、递交地址及联系方式：**

 递交地址：南京市溧水区滨淮大道369号

联系人：张工 电话：19951653258（加微信，接收信息推送）

 邮箱：zhanghui@skywellcorp.com

 技术对接联系人：郭耀 电话：13153322053

投标须知表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **条款号** | **条款名称** | **编列内容** |
| **1** | **★报名时间** | **报名截止时间：2024年3月5日13:30；（参与本项目报价的单位，请于开标日前三天与招标联系人取得联系，进行登记报名，同时领取相关资料）** |
| **2** | **投标截止(开标)时间** | **2024年03月06日9:00 (开标)，标书（纸质版）邮寄至交至开沃集团总经办招标中心张辉19951653258，逾期无效。** |
| **3** | **报价有效性** | **最终报价请投标方结合自身实力慎重考虑，拿出最大的诚意，开标会议结束后招标方不接受任何形式的报价。** |
| **4** | **投标有效期** | **投标截止日后90日内有效。** |
| **5** | **开标地点** | **南京市溧水区滨淮大道369号南京金龙客车制造有限公司行政楼二楼204会议室** |
| **6** | **投标保证金** | **2024年03月05日前把投标保证金2万元电汇至我司账户。****1）投标保证金缴纳账户：**从基本户电汇（备注碰撞tb2万元）投标保证金2万元，开标前一天到达如下账户：开户名称：江苏开沃汽车有限公司，开户银行：江苏银行股份有限公司徐州经济开发区支行，银行账户：60110188000159376**，不接受现金或承兑汇票。****2）投标保证金退还****（1）未中标的投标人的投标保证金，在招标方开标后15个工作日内予以退还。****（2）中标人的投标保证金，在中标人签订合同并缴纳履约保证金后15个工作日内予以退还。****（3）投标人采用银行保函形式递交的，招标方将原额退还。****（4）投标保证金不计利息。** |
| **7** | **履约保证金** | **履约担保的金额：履约保证金为合同额的5%，担保方式为电汇。中标单位的投标保证金全额转为履约保证金，不足的部分由中标单位以现金补缴。履约保证金在项目整体验收合格并移交完成之日后10日内无息返还。** |
| **8** | **投标文件份数** | **投标文件分技术标和商务标，一式叁份，正本壹份，副本贰份。****投标人应提供投标文件全部内容的电子文档壹份，并密封在投标文件的正本内。** |
| **9** | **装订和密封要求** | **1）投标人应将投标文件的商务标、技术标分别装订成册，并分别在封面上标明“商务标”或“技术标”，并分开密封。****2）投标人应将所有投标文件(包括技术标及商务标的所有正本、副本及电子文档)密封成套，档案袋上下两端贴封条并在密封外层加盖企业公章，并注明“于（开标时间）之前不准启封”字样。****3）其中商务标部分的报价表中：表单格式均不得修改，若有让利部分表格需说明。****4）电子版投标文件应随同投标文件正本密封提交或者单独封装提交。** |
| **10** | **开标程序及定标** | 1. **密封情况检查：原则上要求投标文件密封完好，否则，开标前递交的投标文件将作废标处理，不得参与后续开标流程；开标现场递交的投标文件，可以参与后续开标流程，但投标方自行承担文件不密封造成的后果；**
2. **现场评标顺序：技术标评审和交流→商务标评审和交流→二次报价→现场评标结束。**
 |

附件1：报价单

|  |
| --- |
| **创维汽车碰撞事件营销项目-报价单** |
| **序号** | **活动类别** | **内容** | **金额（含媒体合作）** |
| 1  | 事件策划 | 项目执行费用、包含策划、场地、搭建、运输等 | **¥0.00** |
| 2  | 执行团队 | 摄影摄像、导演、碰撞、爆破、安全团队、执行团队等 | **¥0.00** |
| 3  | 人员差旅 | 执行期差旅 | **¥0.00** |
| 4  | 传播扩散 | 整体传播前中后期策划 | **¥0.00** |
| 5  | 其他资源 | 其他相关合作资源 | **¥0.00** |
| 合计 | **¥0.00** |
| 税费6% | **¥0.00** |
| 总计 | **¥0.00** |
| 付款:分为两次，首付款为30%，尾款等验收合格后付70%，付款方式为电汇。发票统一开具6%的专用发票。 |

报价单位全称（盖章）：

联系人及手机：

2024.3.6

附件2：明细报价单

创维汽车碰撞事件营销项目-报价明细

| **序号** |  **环节**  |  **项目**  |  **规格、尺寸（内容）**  | **使用方式**  |  **单位**  | **单价** | **数量** | **频次** |  **费用**  |  **备注**  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  **事件策划**  |
| 1  |  场地、搭建及运输  |  测试项目一  |  项目执行费用、包含策划、场地、搭建、运输等  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 2  |  测试项目二  |  项目执行费用、包含策划、场地、搭建、运输等  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 3  |  测试项目三  |  项目执行费用、包含策划、场地、搭建、运输等  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 4  |  ……  |  ……  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  根据不同的创意测试数量进行扩展  |
|  **小计1**  | **¥0.00** | 　 |
|  **执行团队**  |
| 5  |  三方人员  |  测试项目一  |  摄影摄像、导演、碰撞、爆破、安全团队、执行团队等  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 6  |  测试项目二  |  摄影摄像、导演、碰撞、爆破、安全团队、执行团队等  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 7  |  测试项目三  |  摄影摄像、导演、碰撞、爆破、安全团队、执行团队等  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 | 　 |
| 8  |  ……  |  ……  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  根据不同的创意测试数量进行扩展  |
|  **小计2**  | **¥0.00** | 　 |
|  **工作人员差旅**  |
| 9  |  执行期差旅  |  执行人员机票/高铁  |  执行人员高铁及机票  |  -  |  人/次  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  据实结算  |
| 10  |  执行人员住宿费  |  住宿标准  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  据实结算  |
| 11  |  工作餐  |  2荤2素  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  据实结算  |
| 12  |  交通/通讯补助  |  城市内移动交通、通讯  |  -  |  人/天  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  据实结算  |
|  **小计3**  | **¥0.00** | 　 |
|  **传播费用**  |
| 13  |  传播费用  |  预热期  |  前期传播相关物料等费用、话题策划等  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | **¥0.00** | 　 |
| 14  |  爆发期  |  视频等素材传播重点点位，话题策划等  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | **¥0.00** | 　 |
| 15  |  延续期  |  延续期视频二次剪辑及，话题策划等  | 　 |  项  | 　 | 　 | 　 | **¥0.00** | 　 |
| 16  |  传播扩散  |  全平台扩散  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | **¥0.00** | 　 |
|  **小计4**  | **¥0.00** | 　 |
|  **资源合作**  |
| 17  |  其他资源  |  合作资源  |  其他合作资源  |  -  |  项  | 　 | 　 | 　 | ¥0.00 |  如无可不进行报价  |
|  **小计5**  | **¥0.00** | 　 |
|  **总计**  | **¥0.00** | 　 |

报价单位全称（盖章）：

联系人及手机：

2024.3.6

附件3：创维汽车安全碰撞测试项目技术要求

一、**项目概况描述**

为更好的进行创维汽车品牌旗下的产品推广，建立良好的创维汽车对外宣传形象。为做好创维汽车产品声量、销量的双提升，创维汽车计划于2024年第一季度进行汽车安全碰撞测试。要求内容震撼、切实，全方位展示创维汽车旗下产品的安全性能，提振终端消费信心，拉升创维汽车产品在市场的关注度，提升国内外产品的销量。

**二、项目概述**

**2.1项目主题：**提案时进行包装。

**2.2项目时间：**启动日期根据实际执行开展。

**2.3项目形式：**线下碰撞事件策划+线上传播。

**2.4测试车辆：**创维EV6 / 创维HT-i 一台，备用车辆一台(根据具体策划方案提供，PS：车型特殊需求可在方案内体现)

**三、费用及团队要求**

 **3.1 代理费用**

本次项目费用（包含所有费用，包括测试场地、整体传播费用等，创维汽车除提供一辆测试车辆及一辆备用车辆外不再额外支付任何费用）。付款分为两次，首付款为30%，尾款等验收合格后付70%，付款方式为电汇。发票统一开具6%的专用发票。

签订碰撞测试项目服务合同，活动项目执行、创意内容制作按单项报价，根据实际发生情况据实结算。服务期间可根据创维汽车品牌产品活动规划提案创意服务单项，或针对品牌方提出单项进行落地执行。

**3.2 服务团队**

 根据单项服务需求进行团队组建，与品牌方组建项目作战室。

**四、技术方案要求**

**4.1 活动方案主题：**提案时进行包装；

**4.2 活动方案方向：**

**4.2.1 事件创意：至**少包含主题、碰撞事件创意策划、配套落地执行方案（事件需从媒体或其他专业平台机构角度策划）

**4.2.2 整体节奏：**除创意事件规划本身方案之外，需提报创意项目对应的传播思路，方案逻辑与整体项目方案互相配合。

**4.3 活动创意：**至少.包含主题、话题包装、传播包装、推广创意、创意话题或有其他创意表现。

1. **KPI**

5.1事件产出视频不少于3支

5.2产出内容需要发布在其公众号头条及官方抖音、微博主号

5.3全平台总评论量不低于2万条，点赞≥50万

5.4负面管控不低于95%

5.5全媒体平台发布（包含但不限于视频号、微信公众号、微博、抖音、小红书、汽车之家、懂车帝、今日头条、百家号、B站、知乎等头部垂直媒体）

**六、评分细则**

**6.1参与对象：**

6.1.1参与单位：符合创维汽车安全碰撞测试参标资质且应标的单位

**6.2评比标准**

6.2.1方案撰写：参与评比单位，根据创意方案需求撰写创意事件方案，

6.2.2提案时间：3月6日

6.2.3评分标准：根据行业及竞品分析、策略表现、整体节奏、创意表现、可执行性等几个维度进行评分，满分100分，技术评比第一名的单位，享受技术方案分2分。商务分=(限价/实际报价）\*8，综合得分=技术分+商务分，总分第一名单位执行此项目。



**七、知识产权**

7.1 本项目所有技术资料所有权归属甲方，任何时候都不产生所有权的转移。

7.2乙方保证委托业务不以重制、改制或任何侵犯甲方或第三方知识产权的方式履行，由此而造成的一切后果由乙方负责。

7.3.业务的结果（包含发明创意、造型、著作权和知识产权）归甲方单独所有，乙方不得将其用作它用或提供他人使用，甲方或其指定人可以公开并以任何方式利用。

7.4 如合同提前终止，本章规定仍然有效。

**八、保密**

8.1.未经对方书面同意，合同双方或其员工、其它参与本项目工作人员均不得将对方业务相关的各种口头、书面、有体、无体、标示有『机密』或其它同义字或类似文字或虽未标示，但依一般商业观念应被视为机密之物品、文件、信息，以任何方式泄漏给第三方，也不得自己或令第三人违反本协议。

8.2 如合同提前终止，本章规定仍然有效。