

第五章 采购项目技术、服务、采购合同内容条款及其他商务要求

（一）项目概况

越西年猪品牌建设项目(第二次)。

（二）采购项目预（概）算

总 预 算：42.8 万元

最高限价：42.8 万元

（三）采购标的汇总表

序号	采购品目名称	标的名称	计量单位	数量	所属行业	是否允许联合体
1	C23150000 广告宣传服务	越西年猪品牌建设项目(第二次)	项	1	其他未列明行业	否

（四）技术服务要求（实质性要求）

第一部分：市场调研分析

市场调研诊断：通过全面、深入地了解区域产业现状、分析产业发展优势与短板，形成完整的区域特色产业诊断报告，为后续品牌战略规划落地提供支撑。

品牌定位分析：明确越西年猪在目标市场中的定位，结合越西年猪乌金猪品种优势、生态养殖优势与彝族民俗优势，制定差异化竞争策略，突出自身核心特色，实现“人无我有、人有我优”。

第二部分：品牌文化理念系统提炼

核心价值观：提炼幸福慢火车品牌的核心价值观，并进行深入解读，确保品牌文化内涵清晰明确，形成独特品牌记忆点，让消费者清晰感知IP的差异化优势。

品牌使命：明确幸福慢火车品牌的使命，并进行解读，激发团队和消费者的共鸣。

品牌愿景：设定幸福慢火车品牌的愿景，并进行解读，激发团队和消费者的共鸣。

品牌口号：创作简洁明了、易于传播的品牌口号，增强品牌记忆点，贴合品

牌核心价值与民俗、生态定位。

品牌故事：挖掘幸福慢火车和越西年猪的历史渊源、养殖传统和人文情怀，形成富有感染力的品牌故事，增强消费者的情感连接。

第三部分：品牌视觉识别系统设计（VIS）

根据越西年猪的产品线，设计合理的品牌架构，以满足不同消费者的需求，确保各品牌元素之间的协调性和一致性，增强品牌的整体识别度。

1、VIS基础部分设计

品牌图形标志设计：设计具有辨识度和美感的品牌图形标志，体现越西年猪的特色和定位。

品牌字体标志设计：选择与品牌风格相匹配的字体，设计品牌字体标志，增强品牌的统一性和专业性。

品牌色彩系统设计：制定品牌色彩系统，包括主色调、辅助色等，确保品牌视觉形象的一致性和吸引力。

品牌延展图形设计：设计品牌延展图形，如图案、纹理等，丰富品牌的视觉元素。

品牌各要素组合规范：制定品牌各要素的组合规范，确保品牌视觉形象的规范性和统一性。

2、VIS应用部分设计：在所有品牌触点（办公、多媒体、场地、运输、广告等）上统一使用品牌符号，确保品牌形象的一致性和传播力。

3、卡通IP设计

角色形象档案设定：设定卡通IP角色的形象档案，包括性格、背景故事等。

角色平面原型设计：设计卡通角色的平面原型，确保形象的美观和辨识度。

角色平面三视图设计：提供角色的平面三视图，方便后续的三维建模和动画制作。

角色3D建模设计：进行角色的3D建模设计，为品牌宣传提供立体的视觉元素。

卡通角色动作延伸：设计卡通角色的多种动作，增加角色的生动性和趣味性。

文创产品开发设计：基于卡通角色开发各类文创产品，拓展品牌的衍生品市场。

第四部分：产品包装体系设计（PIS）

1、产品分级规划

产品结构分层：根据越西年猪的品质等因素，设定不同的产品等级，制定差异化的价格策略，满足不同层次消费者的需求，贴合市场细分定位。

产品USP提炼：提炼各等级产品的独特卖点（USP），增强产品竞争力。

产品背书文案：强调产品的品质保证和地域特色，注重情感共鸣，传达品牌理念。

2、产品包装设计

（1）鲜肉包装设计：

礼品包装设计：适配节日礼品、商务馈赠，凸显高端品质与情感价值。

零售包装设计：针对零售线下线上的鲜肉产品，搭配保鲜简约品牌包装设计。

（2）加工类包装设计：

礼品包装设计：适配节日礼品、商务馈赠，凸显高端品质与情感价值。

零售包装设计：针对零售线下线上的加工类产品，搭配保鲜简约品牌包装设计。

越西年猪品牌建设项目(第二次)清单及费用

序号	项目	内容	数量	费用	备注
1	品牌文化理念	品牌使命、品牌愿景、品牌价值观、品牌故事、品牌口号	1套	42.8 万	幸福慢火车整体品牌
2	品牌商标命名	第29类、第30类、第31类、第35类、第43类	5类别		产品商标
3	品牌视觉符号	VIS基础部分、视觉识别系统设计、品牌标志符号设计、品牌字体标志设计、品牌色彩系统设计、品牌延展图形设计、品牌各要素组合规范	1套		幸福慢火车和越西年猪组合
		卡通IP设计、角色故事背景设定、角色平面原型设计、角色平面三视图设计、延展动作设计{3款}	1套		越西年猪卡通形象
4	产品价值策略	产品卖点提炼、产品品类定位、产品背书文案、产品价值图标、产品推广口号	1套	越西年猪产品卖点	

	产品包装设计	鲜肉礼盒包装设计	1款	越西年猪系列包装
		盒装产品包装设计	1款	
		系列产品风格规划	1款	
		腊肉礼盒包装设计	1款	
		袋装产品包装设计	1款	
		系列产品风格规划	1款	
		腊肠礼盒包装设计	1款	
		袋装产品包装设计	1款	
		系列产品风格规划	1款	
5	视频制作	《越西年猪》品牌发布宣传片1分钟的拍摄制作	1项	越西年猪视频拍摄

（五）项目实施保障要求（本项内容对应评审标准，不提供不影响投标响应文件的有效性）

序号	服务要求名称	服务要求内容
1	设计方案（包含但不限于）	<p>投标供应商须根据本项目实际情况以及技术服务指标要求为本项目专门制定以下设计方案：</p> <p>①品牌主视觉（LOGO）设计；</p> <p>②卡通 IP 设计理念；</p> <p>③产品包装风格示意；</p> <p>投标供应商根据自身情况进行分析及制作方案，详细评审规则见评分标准。</p>
2	后续服务方案（包含但不限于）	<p>投标供应商须根据本项目实际情况以及技术服务指标要求为本项目专门制定以下后续服务方案：</p> <p>①后续服务流程及组织结构图；</p> <p>②后续服务承诺；</p> <p>③保障措施；</p> <p>④响应时间；</p> <p>⑤后续服务反馈</p>

		投标供应商根据自身情况进行分析及制作方案,详细评审规则见评分标准。
3	人员保障方案 (包含但不限于)	<p>投标供应商须根据本项目实际情况以及技术服务指标要求为本项目专门制定以下人员保障方案:</p> <p>①团队及人员配置计划;</p> <p>②人员职责分工方案;</p> <p>③人员管理制度</p> <p>投标供应商根据自身情况进行分析及制作方案,详细评审规则见评分标准。</p>

(六) 商务要求 (实质性要求)

1. 报价要求:

(1) 本项目投标报价是履行合同的最终价格,应包括供应商完成本项目所需的一切费用采购人不再支付任何费用;投标报价估算错误等引起的风险由投标供应商自行承担。

(2) 预算控制价金额 42.8 万元,供应商报价需符合预算控制价要求,超出预算控制价的报价为无效投标。

(3) 本项目需要进行第二轮及以上报价,且每轮报价不得高于上一轮报价,高于上一轮报价的作无效投标处理。

2. 安全要求及劳务纠纷要求:

(1) 本项目自供应商签订合同之日起至合同服务期满,供应商将自行负责合同期间内的人身安全、财产安全、环境安全等一切安全责任。在履约过程中的任何安全事故均由投标供应商负责;同时因漏电、雷击、人为攀爬、民事纠纷等造成的后果也均由投标供应商自行承担负责。(提供格式自拟的承诺函原件并加盖投标供应商鲜章)

(2) 合同履行期间所发生的劳动关系由供应商负责,一切劳务或劳资纠纷由成交供应商全权负责处理,由此导致的不良影响及后果,由成交供应商承担,与采购人无关。若因纠纷给采购人带来的不利影响和经济损失,由采购人依法追偿。(提供格式自拟的承诺函原件并加盖供应商鲜章)

3. 履约期限及地点:

(1) 履约服务期限：自合同签订之日起 24 个月。

(2) 履约地点：采购人指定地点。

4. 验收方法和标准

(1) 履约验收主体：越西县农业和文化旅游投资有限责任公司。

(2) 验收组织方式：自行验收。

(3) 是否邀请本项目的其他供应商：否。

(4) 是否邀请专家：否。

(5) 是否邀请服务对象：否。

(6) 是否邀请第三方检测机构：否。

(7) 履约验收程序：一次性验收。

(8) 履约验收时间：供应商提出验收申请之日起 15 日内组织验收。

(9) 验收组织的其他事项：无。

(10) 技术履约验收内容：按照本项目采购文件中“技术服务要求”及供应商响应文件进行验收。

(11) 商务履约验收内容：按照本项目采购文件中“商务要求”及供应商响应文件进行验收。

(12) 履约验收标准：采购人与成交供应商应参照遵行《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》（财库〔2016〕205 号）《政府采购需求管理办法》（财库〔2021〕22 号）的要求、采购文件规定的要求和投标响应文件及合同承诺的内容进行验收。

(13) 履约验收其他事项：按国家有关规定以及采购人采购文件的服务质量要求和技术指标、供应商的响应文件及承诺与后续合同约定标准进行验收。

5. 资金结算：

(1) 采购人与成交供应商签订合同，成交供应商提供有关支付凭证后（供应商应当根据收取的金额提前提供等额的增值税发票给采购人，否则采购人有权拒绝支付货款），达到付款条件起 15 日内，支付合同总金额的 30.00%。

(2) 完成设计工作，提交所有设计资料采购人验收合格后，成交供应商提供有关支付凭证后（供应商应当根据收取的金额提前提供等额的增值税发票给采购人，否则采购人有权拒绝支付货款），达到付款条件起 10 日内，支付合同总金额的 67.00%；

(3) 结算尾款时预留支付合同总金额的 3% 作为质量保证金（质保金）。质保金在验收合格之日起 1 年后且无任何质量问题（供应商应当根据收取的金额提前提供等额的增值税发票给采购人，否则采购人有权拒绝支付质保金），达到付款条件起 15 日内，一次性无息支付给成交供应商。

6. 合同实质性条款：

甲乙双方应根据本采购项目的特点，在不违背采购文件要求、磋商承诺的原则下，就具体条款进行修改和增减。

7. 知识产权：

(1) 供应商应保证在本项目中使用的任何技术、产品和服务（包括部分使用），不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如存在前述情形，由供应商承担所有相关责任，并且赔偿由此给采购人带来的损失，采购人享有本项目实施过程中产生的知识成果及知识产权。

(2) 如使用供应商所不拥有的知识产权，则在投标报价中必须包括合法使用该知识产权的相关费用。

8. 违约责任与解决争议的方法：

(1) 甲方违约责任 1) 甲方不履行本合同义务或者履行义务不符合本合同约定的，应承担违约责任。双方可在专用条件中约定违约金的计算及支付方法。2) 甲方违反本合同约定造成乙方损失的，甲方应予以赔偿。双方可在专用条件中约定赔偿金额的确定及支付方法。

(2) 乙方的违约责任 1) 乙方不履行本合同义务或者履行义务不符合本合同约定的，应承担违约责任。双方可在专用条件中约定违约金的计算及支付方法。2) 因乙方违反本合同约定给甲方造成损失的，乙方应当赔偿甲方损失。双方可在专用条件中约定赔偿金额的确定及支付方法。

争议：(1) 协商：双方应本着诚实信用的原则协商解决本合同履行过程中发生的争议。

(2) 调解：如果双方不能在 14 日内或双方商定的其他时间内解决本合同争议，可以将其提交给专用条件约定的或事后达成协议的调解人进行调解。

(3) 仲裁或诉讼：双方均有权不经调解直接向专用条件约定的仲裁机构申请仲裁或向甲方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

9. 其他要求:

(1) 如成交, 不可因未了解项目现场情况而放弃成交不履行成交供应商义务。如因成交供应商不能正常履约, 给采购人造成任何损失的, 采购人将保留进一步追溯的权利, 并要求供应商赔偿由此带来的所有损失; 如放弃成交, 所产生的后果按照政府采购相关法律法规执行。

(2) 未尽事宜由采购人和成交供应商在采购合同中另行协商约定。