**招标文件**

项目名称：厦门国贸物业管理有限公司

企业品牌策划服务项目

项目编号：GMWY-2019-06

招标人：厦门国贸物业管理有限公司

厦门国贸物业管理有限公司

2019年4月

目录

[第一章 招标公告 4](#_Toc507685614)

[附：招标项目一览表 4](#_Toc507685615)

[第二章 综合说明 4](#_Toc507685616)

[第一节投标人须知 5](#_Toc507685617)

[第二节项目概况 6](#_Toc507685618)

[第三节投标文件的组成及要求 8](#_Toc507685619)

[第四节开标与评标 1](#_Toc507685620)0

[第五节定标与签订合同 13](#_Toc507685621)

[第三章 项目需求及招标报价要求 15](#_Toc507685622)

[一、项目需求 16](#_Toc507685623)

[二、招标要求 17](#_Toc507685624)

[三、报价要求 1](#_Toc507685625)9

[附件： 16](#_Toc507685626)

第一章 招标公告

我司将对厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目进行招标，欢迎符合资格、专业的公司参加投标。

若有意参加此次招标，请自行在本网站下载招标文件，此次招标的截标时间为2019年4月11日17：30时，投标人需在2019年4月11日17：30时前将投标材料一式两份（其中正本一份，副本一份）提交到招标人处，在此时点之后送达的投标文件恕不接受。

招标人：厦门国贸物业管理有限公司

联系地址：厦门市思明区体育路41号顺承大厦6楼

联系人：王女士

联系电话：0592-2990809

厦门国贸物业管理有限公司

2019年4月4日

# 附：招标项目一览表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目名称** | **服务内容及要求** | **服务周期** | **控制价** |
| 1 | 厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目 | 详见第三章 | 2019年4月—2019年10月 | **★**68万元 |

**备注：**投标人的投标报价不得超过本项目的控制价，否则将被视为无效投标响应。

第二章综合说明

第一节 投标人须知

1. 投标人领取本招标文件时，投标人应该认真检查招标文件是否完整，若发现缺页或附件不全时，应及时向招标人提出，以便补齐，否则，责任由投标人承担。
2. 投标人在收到招标文件之后，希望了解的问题必须在招标文件规定的截标时间前提出，逾期不予答复。招标人在提交投标文件截止时间之前，以书面形式发出的对招标文件的澄清或修改内容，均为招标文件的组成部分，对招标人和投标人起约束作用。
3. 投标人对招标人所提供的资料负有保密的义务。
4. 投标人递交的标书与本招标文件规定不符的，其投标书无效。若本次招标设最高限价的，投标报价高于最高限价的，其所投标书无效。若投标人未在规定时间内提供投标文件，视为投标人自动放弃本次参与投标的权利，对招标人的本次招标工作不产生任何影响。
5. 无论中标与否，各投标人的投标文件恕不退回，招标人将对投标人资料予以保密并拥有自由处分权。
6. 投标人应严格保证业务质量，一旦发现中标人或出具的实施方案的有关人员的情况和专业水平与标书所述不符，或不能按本招标文件的要求提供服务的，招标人有权中途解聘并要求赔偿。
7. 投标人承诺自愿遵守本招标文件及附件之内容。
8. 投标人应自行承担与参加投标有关的全部费用，招标人在任何情况下无义务和责任承担因本次招标而产生的各种费用。
9. 中标人不得转包他人，若发现转包，招标人有权终止协议。
10. 在招投标过程中，如出现废标情形的，则予以废标。投标文件如存在无效投标行为的，则投标无效。
11. 投标单位可以就本投标招标文件及招标文件中任何违法及不公平内容向本次招标的招标监督机构署名投诉。（监督机构联系人：张培红，联系电话：2990806）
12. 本次招投标的最终解释权归招标人所有。

第二节 项目概况

**一、招标人概况**

招标人厦门国贸物业管理有限公司（以下简称“公司”）系厦门国贸资产运营集团有限公司的全资子公司，注册资本3600万元，是一家综合性物业服务企业。公司主营物业管理服务，兼营咨询顾问、房产中介、销售代理、工程维保、绿化养护以及物业管理相关的多种经营等辅业。近五年来，公司通过兼并、合资等方式，在业务范围和业务规模上迅速扩张，目前拥有四家全资子公司、五家合资子公司，并设立多家分公司。现有员工近4000多人，在管项目100多个，管理面积近2000万平方米，管理物业类型多样，涵盖住宅小区、高档别墅区、写字楼、综合性行政办公楼、标准工业厂房、学校、场馆、市政项目及大型工业园区等。其中，以物业为主业实际经营的分（子）公司有：厦禾物业、都市景象、国贸大管家、第一分公司、商务楼宇分公司、福州分公司、龙岩分公司、漳州分公司、丹阳分公司等，其中商务楼宇分公司主要管理项目为高端商务楼宇、高校、场馆；以多种经营业务为主的分（子）公司有：怡祥置业、国璟园林、国贸园林、国贸闽光等，系以在管物业服务项目为载体，开展多种经营服务。

**二、招标程序说明**

1、招标人通过公司外部网站发出本招标文件及所有附件。

2、投标：有意向的投标人应在2019年4月11日17：30前将符合本招标书规定的投标文件送交至厦门市思明区体育路41号6楼厦门国贸物业管理有限公司，逾期递交投标文件的恕不接受。

若有需要，招标人可在中标结果公布前完成对投标人的考察。

3、开标：投标人暂定于2019年4月开标。

4、评标：招标人的评标工作小组根据招标文件确定的标准进行评标，确定中标候选人，招标人的监察人员进行监督。

5、发中标通知书：评标结束后，评标结果经招标人确认后，招标人将于公司网站上公示中标结果并向中标人发出中标通知书。中标通知书对招标人和中标人具有同等法律效力。中标通知书发出后，中标人放弃中标，应承担相应的法律责任。招标人将《中标通知书》发出给中标单位，没有中标的其它投标人不另行通知。

6、签订合同：中标人在《中标通知书》发出之日起30日内，根据招标文件确定的事项和中标人的投标文件，与招标人签订采购合同。

**三、招标活动说明表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **工作内容** | **说 明** |
| 1 | 招标方式 | 公开招标 |
| 2 | 评标办法 | 综合评分法 |
| 3 | 招标服务内容 | 厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目 |
| 4 | 服务内容及要求 | 详见招标文件第三章 |
| 5 | 投标文件份数 | 正本壹份，副本壹份 |
| 6 | 投标有效期 | 投标有效期：投标截止期结束后90日历日。有效期不足将导致其投标文件被拒绝。 |
| 7 | 投标文件递交地点及递交起止时间 | 地点：厦门市思明区体育路41号顺承大厦6楼  联 系 人：王小姐  联系电话：0592-2990809 |
| 时间：2019年4月11日17：30止。（投标文件递交截止时间即为投标截止） |
| 方式：现场递交 |
| 8 | 投标提醒 | 1、为确保在投标截止时间前递交投标文件，请务必考虑交通拥挤及路上不可预见的其他因素。  2、本文件的投标文件格式中要求投标人盖章、投标代表签字的均应按要求盖章、签字。 |

第三节 投标文件的组成及要求

**一、投标文件的组成**

本次投标文件由技术标和商务标两部分组成。具体包含以下内容：

1. 目录
2. 投标函
3. 开标一览表
4. 项目总报价和分项报价表
5. 投标人的资格证明文件
6. 关于投标文件真实性的声明函
7. 法人营业执照（影印件）
8. 其他资格证明文件
9. 投标人概况
10. 业绩文件
    1. 投标人业绩汇总表
    2. 业绩情况表
    3. 业绩证明文件
11. 咨询服务响应项目建议书(含项目成果建议清单、验收方式)
12. 项目组人员配备情况表
13. 项目的实施方案
14. 项目预期实施成果
15. 《供应商廉洁诚信承诺书》
16. 投标人提交的其它资料
17. **投标文件的要求**

1、投标人在编制投标文件前，务必仔细阅读招标文件的所有内容，按招

标文件的要求编制、提供投标文件，并保证所提供的全部资料的真实性。招标文件中提供了格式的内容，应按规定格式填写。

2、投标人根据本招标书的要求提供文件资料，所提供的文件均须加盖单位公章。其中投标文件（含技术标、商务标）封面、投标函均应加盖投标人公章，并经法定代表人或委托代理人签字或盖章，如由后者签字，应提供“法定代表人授权委托书”。

3、全套投标文件应无涂改和行间插字，除非这些改动是根据招标人的指示进行的，或者是为改正投标人造成的必须修改的错误而进行的。有改动时，修改处应由法定代表人或授权代表签字证明或加盖校正章。

4、未按本招标文件规定的格式填写投标文件或投标文件字迹模糊不清的投标可能导致不利于投标人的评标结果。

5、所有资格证明文件复印件，须注明“与原件一致”并加盖投标人公章。

6、投标人应将投标文件按顺序装订成册、打印页码，并编列目录、资料清单，由于装订不规范或编排顺序混乱而导致投标文件被误读或漏读，投标人自行承担后果。

7、投标单位应按投标文件顺序装订成册，自编封面并编制目录清单及相应的页码。加盖投标人公章骑缝，一式二份，其中正本一份、副本一份，并相应注明“正本”和“副本”字样。若正、副本不一致，应以正本为准，正副本均装入密封的文件袋内，投标人应在文件袋上加盖公章骑缝，并在文件袋上填写投标人名称、地址、联系人、联系方式等。

**三、投标文件的提交**

1、投标人应将投标文件按本招标说明书注明的地址和时间派专人送达接收人。

2、投标文件应在规定的截止时间前送达，迟到的投标文件为无效投标文件, 将被拒收。

3、投标人在投标截止时间之前，允许对所提交的投标文件进行修改或者撤回，并书面通知招标人。修改的内容和撤回通知应当按要求签署、盖章、密封，并作为投标文件的组成部分。

4、投标人在投标截止时间后不得修改、撤回投标文件。投标人在投标截止时间后修改投标文件的，其投标将被拒绝。

5、投标截止时间结束后，参加投标的投标人不足三家的，本次招标程序终止。除采购任务取消情形外，招标人将依法依规重新组织招标或者采取竞争性谈判等其他方式采购。

第四节开标与评标

**一、评标原则**

本次招标采用综合评分原则，得分最高者即为中标人。若出现得分相同的情形，则招标人可在得分相同者中自主选定中标人，其他竞标者不得提出任何异议。

**二、开标**

投标截止时间结束后，由招标人组织开标，评标小组人员参加，具体时间以招标人通知为准。

**三、评标程序**

1、投标文件初审（资格性检查和符合性检查）；

**2、述标：本次招标可选择进行述标，投标人代表针对本项目进行述标，述标时间最长不超过15分钟。各投标人述标顺序以招标人收到投标书的先后为序。**

3、比较与评价 （评审技术分、商务分、价格分）；

4、确定中标候选人。

**四、禁止行为**

1、在开标、评标期间，投标人不得向评标小组成员询问评标情况，不得进行旨在影响评标结果活动。

2、在评标过程中，评标成员不得与投标人进行信息沟通。在招标工作结束后，凡与评标工作相关的所有人员（评标小组成员、评标室内的其他工作人员）不得将评审、比较等相关情况扩散出评标成员之外。

3、开标前，由招标人代表查验投标文件密封情况。

4、在投标评标过程中，如有投标方联合故意抬高报价或其他不正当行为，招标人有权中止评标。

5、在评标期间，若出现符合本招标书规定的所有投标条件的投标人不足三家情形的，本次招标程序终止，除采购任务取消情形外，招标人将依法依规重新组织招标或者采取竞争性谈判等其他方式采购。

**五、评标方法、评标标准**

| **序号** | **评分界定** | **分值** |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1、技术因素（满分65分，以述标情况和投标文件综合打分）** | | |  |
| 1-1 | **述标表达：**  针对述标过程中的语言表达，PPT制作等进行评分。优5分、良3分、一般1分、不进行述标不得分。 | 5 |  |
| 1-2 | **厦门国贸物业管理有限公司品牌架构建议：**  投标人须针对项目具体要求提出解决方案，方案能体现针对性、创新性、适用性、合理性等。按以下项目内容逐一评价：   1. 基于企业战略规划，对国贸物业公司及上下级公司企业架构进行梳理； 2. 对国贸物业公司服务品牌体系规划思考，包括品牌层级策略及服务品牌与公司品牌关系梳理。   优5分、良3分、一般1分，每个子项满分5分。本项满分10分。 | 10 |  |
| 1-3 | **企业品牌的命名：**  针对国贸物业企业品牌进行命名，需要符合国贸物业行业属性、企业战略规划。优5分，良3分，一般1分。本项满分5分。 | 5 |  |
| 1-4 | **企业品牌LOGO设计：**  针对国贸物业企业品牌进行Logo设计，需使人印象深刻，直观形象地诠释国贸物业公司的相关理念及定位，具备广泛的传播力。优5分，良3分，一般1分。 | 5 |  |
| 1-5 | **企业品牌LOGO的视觉演绎：**  根据投标人示意性的平面表现对企业品牌Logo进行阐释，要求创意演绎生动形象，应用示意不少于3项。优5分，良3分，一般1分。 | 5 |  |
| 1-6 | **企业品牌定位：**  结合厦门国贸物业管理有限公司新品牌体系，提出明确而有创见的企业品牌定位。从厦门地域文化、国贸物业行业属性、下属业务版块、布局全国等方面进行评价。优5分，良3分，一般1分。 | 5 |  |
| 1-7 | **微信公众号“国贸管家”重命名：**  根据投标人提出对国贸物业公司微信公众号“国贸管家”命名建议。整体命名是否符合国贸物业的行业属性，同时起到弱化“国贸”，与“国贸大管家”明显差异特点且需投标人保证命名可注册，投标人需提供自查记录。优10分，良7分，一般4分。 | 10 |  |
| 1-8 | **物业行业知名企业分析：**  收集国内物业企业的企业品牌、服务特色、营销推广等进行分析，案例不少于3个。案例数量达到3个且分析细致为优5分，数量仅有2个或分析不足为良3分，数量仅有1个或分析较差1分。 | 5 |  |
| 1-9 | **项目进度表的合理性：**  根据投标人提出的项目需求清单提供合理的项目进度表，进度表要求各项工作时间分配合理、可执行、且存在。优5分，良3分，一般1分。 | 5 |  |
| 1-10 | **需国贸物业公司提供的资料清单:**  需要列举出合作后所需国贸物业公司提供的资料单，需体现因合作需要的针对性、系统性。优3分，良2分，一般1分。 | 3 |  |
| 1-11 | **根据投标人提供的服务团队综合实力进行综合评价：**  ①服务本项目的主创团队，由项目总负责人、创意/设计总监等及核心设计人员构成。总人数6人（含）以上，得2分；4-5人，得1分；3人以下，不得分。本项满分2分。  ②服务本项目的设计主创人员，必须具备相当的设计从业经验，从业经验（以团队领头人为准）7年及以上，得2分；从业经验5（含）-7年，得1分；3（含）-5年，得0.5分；3年以下，不得分。本项满分2分。  ③服务本项目的主创人员，需提供2016年1月1日至今，具有集团性质的国企、大型民企/私企、外企等提供包含品牌文化或企业文化在内的CIS、品牌推广项目服务的成功案例介绍。所介绍每个案例能体现策略解读能力、创意设计的得1.5分，反之不得分。本项满分3分。  备注：拟服务本项目的团队组成人员需提供本单位的社保证明，其中项目总负责人要求在本单位社保缴纳时间3年及以上，创意/设计总监要求2年及以上，项目经理要求1年及以上。须提供学历证明。复印件需加盖投标人公章。 | 7 |  |
| **2、商务因素（满分20分 ）** | | |  |
| 2-1 | **业绩评价**  根据投标人2016年1月1日至响应截止之日，为大型集团公司提供集团品牌体系视觉设计、或为国贸物业及相关行业佼佼者提供母子品牌体系设计的服务情况进行评分：  ①企业MIS(或企业文化、品牌文化)项目：投标人提供1份合同得1分，本项满分5分。  ②企业品牌形象推广或VIS项目：投标人提供1份合同得1分，本项满分5分。  ③有给大型国企、政府单位服务过MIS、品牌文化、VIS、大型活动等项目：投标人提供1份合同得1分，本项满分5分。  备注：以上均须提供：  1.能够体现项目具体内容的合同关键页，包括但不限于合同首尾页、盖章页；  2.所提交业绩的业主证明材料，包括但不限于有业主盖章的满意度证明或业主出具的实施证明。  3.以上三部分所提供的合同不能重复。 | 15 |  |
| 2-2 | **服务质量承诺及保障措施**  ①投标人承诺整体设计方案及项目成果可根据招标人要求进行修改，直至招标人满意、验收通过为止。提供承诺得2分，不提供不得分。  ②投标人承诺提供固定团队实施厦门驻地式服务（以便项目过程中当面沟通、及时修改），提供承诺得1分，不提供不得分。  ③投标人承诺在为招标人工作期间应保证人员的稳定性，如有变更应征得招标人同意。在服务过程中，招标人发现投标人工作人员有明显不合要求的，在提出申请后，投标人应在5个工作日内给予调换。提供承诺得2分，不提供不得分。  备注：以上均须提供承诺书，并加盖投标人公章，承诺书格式自拟。 | 5 |  |
| **3、价格因素（满分15分）** | | |  |
| 3-1 | 将按下列方法计算各合格投标人的报价部分得分（分数保留小数点后2位数）：  | Bn-C |  F＝15－ —————×15×Q  C  上式中：F为有效投标人的价格分；  Bn为有效投标人的报价评标价；  C（评标基准价）为各有效投标人报价评标价的算术平均值；  Q为扣分值，当Bn≥C时，Q＝1.0；Bn＜C时，Q＝0.5 | 15分 |  |
| **各有效投标人的综合得分＝技术因素＋商务因素＋价格因素** | | |  |

第五节 定标与签订合同

**一、定标准则**

1、最低投标价不作为中标的保证。

2、投标人的投标文件符合招标文件要求，按招标文件确定评标标准、方法，经评委评审并确定中标候选人。

**二、中标通知**

1、评标结束后，评标结果经招标人确认后，招标人将向中标人发出中标通知书。中标通知书对招标人和中标人具有同等法律效力。中标通知书发出后，中标人放弃中标，应承担相应的法律责任。

2、《中标通知书》将作为签订合同的依据。合同签订后，《中标通知书》成为合同的一部分。

**三、签订合同**

1、中标人在《中标通知书》发出之日起30日内，根据招标文件确定的事项和中标人投标文件，与招标人签订合同。双方所签订的合同，不得对招标文件和中标人投标文件作实质性修改。逾期未签订合同，按照有关法律规定承担相应的法律责任；属于中标人责任的，招标人有权提起法律诉讼，追究由此产生的损失。

2、招标文件、招标文件的修改文件、中标人的投标文件、补充或修改的文件及澄清或承诺文件等，均为双方签订合同的组成部分，并与合同一并作为本招标文件所列项目的互补性法律文件，与合同具有同等法律效力。

3、中标人因不可抗力或者自身原因不能履行合同的，招标人将与排位在中标人之后第一位的中标候选人签订合同，以此类推。

第三章 项目需求及招标报价要求

一、项目需求

本次招标事项为厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目品牌策划是企业根据自身发展环境及外部发展情况，对企业品牌未来发展目标、宣传途径和手段的总体谋划；它是企业品牌思想的集中体现，是指导企业品牌发展的总纲领，是企业中长期、全局性的计划和策略。

1、项目成果

编制《国贸物业企业品牌策划服务书》，需双方多轮研讨、修订，直至形成正稿；实施过程进行辅导，确保能够落地实施。

2、框架内容及要求

企业品牌策划服务内容包含但不限于企业品牌相关命名与企业理念识别及服务品牌体系规划、品牌视觉提升、企业服务品牌形象识别系统、公司卡通形象设计与应用、公司高质量宣传图片等。

投标人必须先行进行外部调研、内部诊断，最大程度地确保所策划品牌内容更符合国贸物业的发展需要。品牌策划需求分为如下五个大项目：

**① 相关命名与企业理念识别及服务品牌体系规划**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 项目 | 具体内容要求 | 备注 |
| 1 | 命名及架构梳理 | 企业品牌命名 |  |  |
| 2 | 企业公众号命名 | “国贸管家”重命名 |  |
| 3 | 各子公司命名 | 包含合资公司、各子公司命名规范 |  |
| 4 | 各类智能系统命名 | 智能停车系统、“五二一”智能系统 |  |
| 5 | 公司服务体系命名 | 公司客服管家名称等服务系统名称 |  |
| 6 | 企业架构梳理 | 国贸物业公司及上下级公司企业架构梳理 |  |
| 7 | 国贸物业服务品牌体系规划 | 单一品牌/多品牌架构/品牌层级等梳理 |  |
| 8 | 理清服务品牌与公司品牌的关系梳理，运用主次及其运用场景 |  |
| 9 | 企业品牌及服务品牌规划及打造 | 企业品牌定位 | 国贸物业企业品牌定位 |  |
| 10 | 品牌故事 | 国贸物业企业品牌及服务品牌（包含国贸管家、智能停车系统、“五二一”智能系统、公司服务系统） |  |
| 11 | 品牌广告语 |  |
| 12 | 品牌简介 |  |
| 13 | 品牌主视觉设计 |  |
| 14 | 企业理念识别（MIS） | 企业核心价值观 | 针对企业层面的企业文化梳理 |  |
| 15 | 企业核心竞争力 |  |
| 16 | 企业经营理念 |  |
| 17 | 企业服务理念 |  |
| 18 | 企业行为规范 |  |
| 19 | 企业精神 |  |
| 20 | 企业愿景 |  |

**②品牌视觉提升**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 项目 | 具体内容要求 | 备注 |
| 1 | 宣传工具 | 企业品牌画册 | 包含内容规划、文案撰写、页面设计 |  |
| 2 | 线上线下宣传海报 | 体现企业品牌及服务品牌 |  |
| 3 | 新媒体宣讲工具策划 | 体现企业品牌及服务品牌 |  |
| 4 | 服务品牌宣传单页 | 包含文案撰写、页面设计 |  |

**③企业服务品牌形象识别系统**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 项目 | 具体内容要求 | 备注 |
| 1 | 企业服务品牌VI基础系统开发 | 标识设计 | 服务品牌标识设计 | 需包含标识设计及标识创意说明、且可注册 |
| 2 | 标识规范 | 标识基本使用规定 |  |
| 3 | 标识黑白稿 |  |
| 4 | 标识标准色反白效果稿 |  |
| 5 | 标识标准化制图 |  |
| 6 | 标识方格坐标制图 |  |
| 7 | 标志预留空间与最小比例限定 |  |
| 8 | 标准字体 | 中文标准字 |  |
| 9 | 中文标准字（竖式） |  |
| 10 | 英文标准字 |  |
| 11 | 色彩计划 | 标准色（印刷演色法） |  |
| 12 | 标准色色阶规范 |  |
| 13 | 标准色色阶规范 |  |
| 14 | 标准色色阶规范 |  |
| 15 | 标准色色阶规范 |  |
| 16 | 辅助色（印刷演色法） |  |
| 17 | 明度应用规范 |  |
| 18 | 色彩搭配专用表 |  |
| 19 | 辅助图形 | 辅助图形 |  |
| 20 | 辅助图形应用规范 |  |
| 21 | 企业服务品牌VI应用设计系统 | 公共关系礼品设计 | 广告伞 | 体现品牌特征及板块关系 |
| 22 | 小型礼品盒 |
| 23 | 手提袋 |
| 24 | 广告纸杯 |
| 25 | 办公区域导视系统 | 门牌 | 体现公司品牌及服务品牌 |
| 26 | 指引牌 |
| 27 | 文化展墙 |
| 28 | 官方网站设计规范 | 仅包含首页设计风格平面图、二级页面设计风格平面图； |  |
| 29 | 投标方案书封面、封底及内页版式规范 | 体现公司品牌及服务品牌 |  |
| 30 | 公司制服策划 | 包含各类层级与岗位 |  |
| 31 | 大型路牌版式规范 |  |  |
| 32 | 公交车体广告规范 |  |  |
| 33 | 灯箱广告规范 |  |  |
| 34 | 杂志广告规范 |  |  |
| 35 | 平面广告规范 |  |  |
| 36 | 海报版式规范 |  |  |

**④公司卡通形象设计与应用**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 项目 | 具体内容要求 | 备注 |
| 1 | 卡通形象设计及应用 | 卡通形象定位策略 | 包含形象定位 | 体现企业文化灵魂、且可注册 |
| 2 | 人格设定 |
| 3 | 价值观设定 |
| 4 | 人物背景故事 |  |
| 5 | 画风与语言风格 |  |
| 6 | 卡通主形象设计 | 卡通形象彩色稿及造型说明 |  |
| 7 | 卡通形象立体效果图 |  |
| 8 | 卡通形象造型单色印刷规范 |  |
| 9 | 三视图 | 正面、侧面、背面 |  |
| 10 | 主形象表情动作延展 | 15个不同卡通形象表情包设计(与物业服务工作相关) |  |
| 11 | 卡通形象设计应用 | 笔记本 |  |
| 12 | 便签本 |  |
| 13 | 屏保 |  |
| 14 | 水杯 |  |
| 15 | 扇子 |  |
| 16 | 雨伞 |  |
| 17 | 礼品袋 |  |

**⑤公司高质量宣传图片**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 项目 | 具体内容要求 | 备注 |
| 1 | 企业内部管理 | 日常办公 | 保安安保场景 | 每个场景 3-5 张高清图，服务包含修图，用于企业宣发使用 |
| 2 | 办公室办公场景 |
| 3 | 公司会议场景 |
| 4 | 礼仪接待 | 大堂大厅接待场景 |
| 5 | 公司前台接待场景 |
| 6 | 节日活动 | 公司内部员工节日活动场景 |
| 7 | 员工培训 | 企业内部员工培训现场场景 |
| 8 | 党政公务 | 公司内部党建工会会议、活动场景 |
| 9 | 园区服务场景 | 园区景观场景 |
| 10 | 园区游览场景 |
| 11 | 园区上下班场景 |
| 12 | 园区安保秩序维护等场景 |
| 13 | 客户关系维护 | 客户沟通 | 如与客户、业主等一对一或多人沟通访谈的亲和场景 |
| 14 | 公司对外宣传 | 社区物业主题活动 | 物业活动组织、筹备、执行场景 |
| 15 | 业主参与活动互动场景 |
| 16 | 与业主亲密交流场景 |
| 17 | 社区宣传服务 | 物业管理员上门提供服务场景 |
| 18 | 物业管理员入户拜访场景 |

3、项目周期:本项目实施时间预计6个月时间，2019年4月份启动，力争10月份完成初稿编制。

二、投标资格要求

★1.投标人应具备独立的法人资格，公司经营年限 3年及以上，经营范围包含咨询相关项，并提供合法有效的营业执照。

1. 2016年1月1日至竞标截止日期间，至少曾为1家企业提供包含品牌文化或企业文化在内的CIS或品牌推广项目服务，且至少曾为1家大型企业提供品牌体系（包含母子品牌，下同）VIS设计及推广的服务（均须提供合同等证明材料）。

3.没有处于被责令停业、财产被接管、冻结及破产状态。

4、投标人应自觉遵守国家法律法规，三年内无利用不正当竞争手段，骗

取中标，无重大经济刑事案件。

5、投标人必须提供法定代表人对投标人代表的授权书原件(投标人代表

不是法定代表人的)及投标人代表的身份证复印件。

6、本次招标不接受联合体投标。

7、投标人须提供项目后续辅导期，并提供项目负责人联系方式。

8、投标人应依据招标文件要求及投标文件所作承诺履行职责，如有违

约，招标人有权根据协议、合同采取措施保证本次维护项目的顺利进行，并相应追究违约方的违约责任。

9、投标人认为有利于招标人的其它优惠条款应单独列明。

10、以上证明文件均需加盖投标人公章。

**注：★号条款为投标人必须响应的实质性条款，若投标人不符合该条款内容，则将被视为无效投标响应。**

三、报价要求

本项目为包干价。投标报价为含税价，按人民币报价，包括但不限于人工费、交通费、差旅费、成果编制、培训费（含培训资料）、税费、采购代理服务费等为完成本项目的所有费用。凡漏报的费用均视为已包括在投标报价中。根据采购预算，★**本项目的投标报价最高限价为68万元，投标报价超过的属无效投标。**

附件：

1、《投标函》范本

2、《开标一览表》

3、《关于投标文件真实性的声明函》

4、《法定代表人资格证明书》

5、《法定代表人授权书》

6、《本项目配备人员情况》

7、《供应商廉洁诚信承诺书》

附件1：

投标函

致：厦门国贸物业管理有限公司

一、根据已收到的招标项目编号为GWWY-2019-06 的《厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目》招标文件，我单位\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（投标单位全称）经过了解和对招投标文件等所有文件进行研究后，我方愿意按文件中的规定成为定点协议供应商。

二、我方完全理解招标文件的要求并放弃因不明招标文件要求而主张其他任何权利，我方同意所递交的投标文件在投标有效期限内有效，在此期间内我方的投标有可能中标，我方将受此约束。

三、一旦我方中标，我方保证将根据招标人的需要，随时为招标人提供服务，如未按招标人的时间要求对所中标项目提供服务，每迟延一日，我方将按照500元/日支付违约金。

四、我方完全理解贵方不一定要接受最低报价的投标。

五、一旦我方中标，我方保证全面履行双方所签订的合同，并承担合同规定的责任义务。

六、我方同意提供贵方可能另外要求补充的与投标有关的任何数据、情况或材料。

七、与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_传真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标单位（盖章）：

投标人全权代表（签字）：

日期：\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附件2

**开标一览表**

投标人全称（加盖公章）：

招标项目：　　　　　　　　　　　　　　　招标编号：

货币单位：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目名称 | 报价 | 工作周期 | 备注 |
|  |  |  |  |

注：详细报价清单应另纸详列。

投标人（全称并加盖公章）：

投标人代表签字：

日 期：

**附件3：**

****关于投标文件真实性的声明函****

致：厦门国贸物业管理有限公司

为响应贵方发布的厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目的招标文件，本公司愿意参与投标，并郑重声明：我方提交的投标文件系我方真实意思表示。

投标单位（盖章）：

投标人全权代表（签字）：

日 期：年月日

**附件4：**

****法定代表人资格证明书****

厦门国贸物业管理有限公司：

先生/女士，身份证号：是本公司的法定代表人，

特此证明。

投标单位（盖章）：

日期：年月日

**附件5：**

****法定代表人授权书****

厦门国贸物业管理有限公司：

（投标单位全称）法定代表人\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_现授权同志为我方授权代表，代表本公司，就厦门国贸物业管理有限公司企业品牌策划服务项目进行招投标，进行投标、洽谈、及签订合同的有关事宜，在上述授权的范围内依法签订并有我公司确认盖章的有关文件由我公司负责执行、并承担相应责任。

此授权书盖章后生效，有效期至年月日止。期满后自动失效。

法定代表人（签章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

投标单位全称（公章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

附：（身份证复印件）

全权代表姓名：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

职 务：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

详细通讯地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

附件6：

**本项目配备人员情况**

1、为了完成本项目拟委派的项目负责人简介。

2、为了完成本项目拟委派的主要项目组成员简介。

附表1 拟用于本项目的项目负责人简历表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 |  | 性别 |  | 年龄 |  |
| 职务 |  | 职称 |  | 学历 |  |
| 参加工作时间 | |  | 从事同类项目经理年限 | |  |
| 主要经历及承担过的类似项目 | |  | | | |
| 资格情况（附证书） | |  | | | |

注：若投标人获中标，上述项目负责人将代表中标人履行本项目职责。

附表2 拟用于本项目的项目组成员表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 名称 | 姓名 | 职务 | 职称 | 从事同类项目年限 | 主要经历及承担过的同类项目 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

注：若投标人获中标，上述人员将代表中标人负责本项目的实施。

投 标 人（全称并加盖公章）：

投标人代表签字：

日 期：

附件7：

**供应商廉洁诚信承诺书**

致厦门国贸物业管理有限公司：

承诺方系厦门国贸物业管理有限公司（以下简称国贸物业）的供应商、服务商或合作商，在相关业务活动(包括但不限于交易洽谈、供货、服务、承揽、技术合作交流、付款)中接触国贸物业相关人员和资讯，在廉洁义务和操守方面做出如下承诺：

一、自觉遵守国家法律、法规，按照《中国共产党纪律处分条例》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》、《中华人民共和国招投标法》以及有关要求进行各项业务活动。

二、不向国贸物业的工作人员及其亲属馈赠礼金、礼品（含有价证券）；不向国贸物业的工作人员提供任何应由其个人支付报酬的劳务和其它服务；不为国贸物业的工作人员安排可能影响公正执行公务的任何活动；不为国贸物业的工作人员支付应由其个人支付的任何赞助费、宣传费、咨询费、劳务费等；不为国贸物业工作人员报销任何名义的个人消费凭证。一经发现有上述行为，取消供应商资格。

三、不与其他经营者串通报价和投标，不排挤其他经营者的公平竞争，损害其他经营者的合法权益；不在工程建设的预决算编制工作中弄虚作假、高估冒算。

四、承诺方在与国贸物业达成和交易履行过程中，提供的资质证明、证照、企业及个人资料、住所、产品名称、规格、品质、服务标准、票据、权证、权利限制均为真实，不存在虚假、期满、伪造、变造行为，如上述情况发生变更，承诺方需在5个工作日内通知国贸物业备案存档。

五、承诺方禁止提供仿冒品（包括但不限于如贴牌、掺杂掺假，以次充好，以旧冒新、以不合格冒充合格）或不符合国贸物业所需规格之商品提供国贸物业使用。

六、承诺方同意国贸物业依其保密制度所划列的机密资料可包括一切关于国贸物业，无论是否有价值，被公开或正在采取保密措施的书面、口头或以其他形式呈现、保存之资讯、承诺方与接受机密资料五年内均有保密义务，未经国贸物业同意不得利用或向任何第三方泄露、交付。

七、为净化采购相关秩序及环境，可至国贸物业进行投诉或申报。

八、违约责任

承诺方承诺如违反本承诺书所述任何义务，无论是否给国贸物业造成损失，承诺方将承担一切责任，并就国贸物业实际造成的经济、名誉损失进行赔偿。国贸物业有权解除双方合同并不负任何违约责任，有权从应付承诺方账款中扣罚，并可采用法律手段索赔。

九、自觉接受监督。

特此承诺。

承诺人名称（盖章）：

法定代表人（或授权代表）：

联系电话：

日期：