

福建中烟活动宣传-现场宣传推广活动服务询价函

(招标编号：询FZX-CG招(2024)008号)

项目所在地区：福建省,厦门市

一、招标条件

本福建中烟活动宣传-

现场宣传推广活动服务已由项目审批/核准/备案机关批准，项目资金来源为其他资金0，招标人为福建中烟工业有限责任公司。本项目已具备招标条件，现招标方式为公开招标，特邀请有兴趣的潜在投标人提出资格预审申请。

二、项目概况和招标范围

规模：/

范围：本招标项目划分为1个标段，本次招标为其中的：

(001)活动宣传-现场宣传推广活动服务；

三、投标人资格要求

(001活动宣传-现场宣传推广活动服务)的投标人资格能力要求：/；

本项目不允许联合体投标。

四、资格预审文件的获取

获取时间：从2024年04月02日 09时00分到2024年04月09日 17时59分

获取方式：/

五、资格预审申请文件的递交

递交截止时间：2024年04月09日 18时00分

递交方式：将报价文件(附件一)加盖报价供应商公章后，于2024年4月9日18:00前扫描成PDF格式并发送邮件至我司联系人电子邮箱/

六、资格预审开始时间及地点

资格预审开始时间：

资格预审地点：

评审办法：/

七、其他

详见附件

八、监督部门



本招标项目的监督部门为/。

九、联系方式

招 标 人：福建中烟工业有限责任公司

地 址：福建省厦门市莲岳路118号

联 系 人：/

电 话：/

电子邮件：/

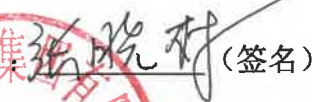
招标代理机构：法正项目管理集团有限公司

地 址：厦门市湖里区岐山路1号亿华中心215室

联 系 人：张晓林

电 话：0592-5063087

电子邮件：fzxmgs_2017@163.com

招标人或其招标代理机构主要负责人（项目负责人）（签名）

招标人或其招标代理机构：（盖章）

询价函

各报价供应商：

受采购人**福建中烟工业有限责任公司**委托，我司进行**活动宣传-现场宣传推广活动服务(询价编号:询FZXM-CG招(2024)008号)**项目的询价工作，请各报价供应商按照附件一、附件二所列内容，进行投入估算、报价(本询价函并非采购邀约，报价仅供参考)，并将报价文件(附件一)加盖报价供应商公章后，于2024年4月9日18:00前**扫描成PDF格式并发送邮件**至我司联系人电子邮箱。感谢贵方的参与！

顺祝商祺！

附件一：报价函

附件二：服务内容及要求

询价单位：**法正项目管理集团有限公司**

联系人：**张晓林**

电话：**0592-5063087**

电子邮箱：**fzxmgs_2017@163.com**

联系地址：**厦门市湖里区岐山路1号亿华中心215室**

日期：**2024年04月02日**

附件一：

报价函

项目名称：活动宣传-现场宣传推广活动服务

询价编号：询FZXM-CG招(2024)008号

说明	<p>1、报价包括但不限于：为完成本项目以及为完成约定事项而发生的成本、利润及其他费用【包括策划费、设计费、版权费、打样费、物料采购费、人员差旅费(含特别嘉宾邀请)、租用图库图片、人物肖像权、使用字库的版权字体费用、知识产权等伴随服务的无形成本、场景搭建和需配套的器材设备使用或租赁费、原材料、加工费、人工费、包装费、运杂费、装卸费、检验费、执行费、服务费、维护费、管理费、保质期内售后服务费、保险费等】等一切费用(税金除外)。</p> <p>2、报价不含活动场地租用费用，活动场地最终以采购人确认的活动方案为准，费用据实结算，场地由供应商提供的须出具费用证明材料(如发票、付款单据、协议价格合同(如有)等)，活动场地由采购人提供或第三方免费提供的，该项费用不予结算。</p> <p>3、本询价函非采购邀约。</p>		
品目号	品名	服务期限	报价(元/场, 不含税)
1-1	现场宣传推广活动(A类)	两年	
1-2	现场宣传推广活动(B类)	两年	
1-3	现场宣传推广活动(C类)	两年	
1-4	现场宣传推广活动(D类)	两年	
1-5	现场宣传推广活动(E类)	两年	
1-6	现场宣传推广活动(F类)	两年	
报价有效期	自报价之日起至2024年08月31日		
发票税率及种类	____% 增值税专用发票		
报价供应商信息	供应商全称(加盖公章): 地址: 联系人: 电话: 电子邮箱: 报价日期:		

附件二：服务内容及要求

1.1 目标与任务

福建中烟工业有限责任公司(以下简称福建中烟)拟在全国市场开展形式多样的现场宣传推广活动,包括但不限于各种类型规模的企业文化发布、品牌形象展示展览、新品发布、产品展示推荐、客户座谈等。

1.2 活动内容

1.2.1 活动类型分类及基本要求

活动类型	活动策划	活动执行	活动宣传	资料整理
现场宣传推广活动 (A类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 活动物料; 现场服务。	设计制作活动图片(视频)。	资料整理; 活动评估。
现场宣传推广活动 (B类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 节目策划; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 视频制作; 活动物料; 现场服务。	设计制作活动图片(视频); 活动后开展宣传。	资料整理; 活动评估。
现场宣传推广活动 (C类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 品牌演绎; 节目策划; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 视频制作; 节目编排演绎; 活动物料; 现场服务。	设计制作活动图片(视频); 活动后开展宣传。	资料整理; 活动评估。

现场宣传 推广活动 (D类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 品牌演绎; 节目策划; 活动讲话; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 视频制作; 节目编排演绎; 活动物料; 现场服务; 座谈及研讨。	撰写活动推文; 设计制作活动图 片(视频); 活动后开展宣 传。	资料整理; 活动评估。
现场宣传 推广活动 (E类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 品牌演绎; 节目策划; 活动讲话; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 视频制作; 节目编排演绎; 活动物料; 现场服务; 座谈及研讨。	撰写活动推文; 设计制作活动图 片(视频); 开展活动前、后 期宣传。	资料整理; 活动评估。
现场宣传 推广活动 (F类)	方案策划; 设计画面; 文案撰写; 品牌演绎; 节目策划; 活动讲话; 执行计划等。	场地租赁; 现场搭建; 人员服务; 现场设备; 现场摄像; 动态视频; 节目编排演绎; 线上活动技术开发; 活动物料; 现场服务; 座谈及研讨。	撰写活动推文; 设计制作活动图 片(视频); 开展活动前、后 期宣传。	资料整理; 活动评估。

1.2.2活动执行标准化具体明细要求

活动类型	标准化内容	备注
现场宣传	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于酒店、展览馆、艺术馆、

推广活动 (A类)		商业公司场地等,最终以采购人确认的活动方案为准。
	现场搭建	常规背景板、现场展示架、现场装饰品
	人员服务	2名礼仪、主持人妆服等
	现场设备	普通大屏、桁架、音响等
	现场摄像	现场照相、录像
	活动物料	资料袋、笔记本、笔、台卡等
	现场服务	现场茶水、现场过程服务等
现场宣传 推广活动 (B类)	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于酒店、展览馆、艺术馆、商业公司场地等,最终以采购人确认的活动方案为准。
	现场搭建	常规背景板、现场展示架、现场装饰品
	人员服务	4名礼仪(模特)迎宾、主持人妆服等
	现场设备	普通大屏、桁架、音响等
	现场摄像	现场照相、录像
	视频制作	品牌(产品)2D宣传视频剪辑
	节目编排演绎	根据品牌(产品)调性编排演绎文艺节目1个,含节目背景图片视频等
	活动物料	陈列摆件、资料袋、笔记本、笔、台卡、小纪念品等
	现场服务	现场茶歇、现场过程服务等
现场宣传 推广活动 (C类)	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于酒店、展览馆、艺术馆、商业公司场地等,最终以采购人确认的活动方案为准。(需含休息室)
	现场搭建	异形背景板、现场展示架、现场装饰品
	人员服务	6名礼仪(模特)迎宾、产品展示走秀、主持人及妆服等
	现场设备	普通大屏、桁架、灯光、操作台、音响等
	现场摄像	现场专人照相、全程录像
	视频制作	品牌(产品)2D或3D宣传视频剪辑
	节目编排演绎	根据品牌(产品)调性编排演绎文艺节目1-2个,含节目背景图片视频等
	活动物料	陈列摆件、资料袋、笔记本、笔、邀请函、台卡、小纪念品等
	现场服务	现场茶歇、现场过程服务等
现场宣传 推广活动	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于高端酒店、展览馆、艺术馆、高端会所等,最终以采购人确认的活动方案为

(D类)		准。(须含会场、休息室、品鉴室(区))
	现场搭建	异形背景板、现场展示架、现场装饰品
	人员服务	8名礼仪(模特)迎宾、产品展示走秀、2名主持人及妆服等
	现场设备	一定创新形式的大屏、桁架、灯光、操作台、音响等
	现场摄像	现场照相、全程录像、照片直播
	视频制作	品牌(产品)2D或3D宣传视频剪辑、拍摄
	节目编排演绎	根据品牌(产品)调性编排演绎文艺节目2个
	活动物料	陈列摆件、资料袋、笔记本、笔、议程单、台卡、邀请函(电子)、纪念品等
	现场服务	现场茶歇、现场过程服务等
	座谈及研讨	活动场地及服务
现场宣传推广活动 (E类)	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于高端酒店、展览馆、艺术馆、高端会所等,最终以采购人确认的活动方案为准。(须含会场、休息室、品鉴室(区))
	现场搭建	异形背景板、现场展示架、现场装饰品、启动仪式装备
	人员服务	8名礼仪(模特)迎宾、产品展示走秀、2名专业主持人及妆服等
	现场设备	创新形式的大屏、桁架、灯光、操作台、音响等专业设备
	现场摄像	现场照相、全程录像、照片直播
	视频制作	品牌(产品)2D或3D宣传视频剪辑、拍摄(不少于2个);会议回顾视频30-60秒1个
	节目编排演绎	根据品牌(产品)调性编排演绎文艺节目2-3个
	活动物料	创新陈列摆件、资料袋、笔记本、笔、议程单、台卡、邀请函(电子)、纪念品等
	现场服务	现场茶歇、现场过程服务等
	座谈及研讨	活动场地及服务
现场宣传推广活动 (F类)	场地租赁	活动场地要求:包括但不限于高端酒店、展览馆、艺术馆、高端会所等,最终以采购人确认的活动方案为准。(须含大会场、休息室、品鉴室(区))
	现场搭建	创新展示方式(科技感、声光电组合)、现场DIY台、场景化搭建、陈列展台或展柜、鲜花
	人员服务	10名礼仪(模特)迎宾、产品展示走秀、2名专业主持人及妆服、活动特别嘉宾(行业内有较大影响力的知名专家学者或相关专业人士)邀请等

现场设备	异型多组大屏、多组桁架、灯光、音响、操作台摇臂相机等
现场摄像	现场照相、全程录像、照片直播、无人机拍摄等
视频制作	品牌(产品)2D、3D、4D宣传视频剪辑、拍摄
节目编排演绎	根据品牌(产品)调性编排演绎文艺节目不少于3个
活动物料	创新陈列摆件、资料袋、笔记本、笔、议程单、台卡、邀请函(电子)、定制纪念品等
线上活动技术开发	开发及运维
现场服务	现场茶歇、现场过程服务等
座谈及研讨	活动场地及服务

说明:(1)以上为采购人对活动执行的初步设想安排,在实际执行过程中可能会根据活动需要适当调整。

(2)供应商应具有同一时间段内在不同城市开展多场次现场宣传推广活动的能力。

1.3活动要求

1.3.1活动策划

整体要求:整体策划活动方案,全面设计活动画面,统一制定执行计划。

1.3.1.1活动策划方案:立足品牌现状,深度结合品牌(产品)特色,进行活动总体策划。主要包括但不限于整体活动形式策划、活动整体流程策划、活动整体文案策划、现场整体展现策划等。

1.3.1.2活动执行方案:根据活动主题及具体活动安排,策划相应执行方案。主要包括但不限于整体执行方案(包括活动方式、活动时间、活动范围等方面)、物料准备计划、现场呈现执行、危机应急预防方案等。

1.3.1.3设计方案:根据活动方案,进行活动传播画面及相应物料设计,具体服务要求如下:

(1)根据活动主题及具体活动方案,设计相关宣传推广主画面。

(2)根据活动主题及具体活动安排,设计现场展示方案,主要包括但不限于活动现场外围情景展示设计、活动主场展示设计、产品展示设计等。要求主题突出、形式创新,具有新颖性和科技感。

(3)根据活动主题概念及具体活动安排,设计相关宣传物料。主要包括但不限于现场视觉引导系统设计(桌签、指示牌等)、活动宣传品设计(活动手册、议程表等)。

(4)如有需求根据活动主题概念及具体活动安排,设计品牌(产品)展现视频,主要展现品牌文化、产品包装、产品特点、产品文化等。

1.3.2活动执行

整体要求:具备举办大型现场宣传推广活动能力,能够系统、详细的开展活动规划及执行,并有效进行风险的预测和应急处理。

具体要求:

1.3.2.1活动整体安排

根据具体活动方案,汇总形成《现场宣传推广活动整体执行时间进度明细表》。明确整个活动期间各个环节的执行安排。

1.3.2.2活动执行安排

根据具体活动方案,汇总形成《现场议程进度表》,明确各个环节的时间进度要求,确保活动有序开展。

根据具体设计方案,明确现场各个场景的搭建安装及调试程序的时间节点,形成《现场呈现进度表》,根据《现场呈现进度表》完成相关执行工作。

1.3.2.3活动相关物料执行安排

根据具体设计方案,采购制作相关物料,明确各个环节的时间点,确保相关物料的使用到位。

1.3.2.4活动人员执行安排

根据具体活动方案,明确各个环节人员安排和具体工作内容,确保活动的开展。

说明:活动嘉宾原则上由采购人负责邀请。人数一般情况下30-150人左右。

1.3.3活动前、后期宣传

整体要求:具备二次多元化传播推广能力,撰写活动推文,设计制作活动宣传图片(视频),开展活动前、后期宣传。

具体要求:

1.3.3.1撰写活动推文

根据活动开展情况,配合品牌宣传,撰写相应活动宣传软文。

1.3.3.2设计制作活动图片(视频)

根据活动开展情况,配合品牌宣传,设计相应活动的H5、宣传图片(视频)等。

1.3.3.3开展活动前、后期宣传

借助各种自有平台(线上、线下),推送传播宣传活动相关文案或图片(视频)等。

1.3.4活动资料整理

整体要求:对整个活动进行资料留存、分类和归档,形成活动的效果评估报告,并提供电子版(刻录光盘或上传网盘)等留档材料。

具体要求:

1.3.4.1文字资料整理

整理活动中所有文字资料,包括活动方案、活动议程、活动发言等。

1.3.4.2影像资料整理

整理活动中所有影像资料,包括宣传视频、活动录音、活动视频等。

1.3.4.3设计资料整理

整理活动中所有设计资料,包括活动主画面、活动相关设计等。

1.3.4.4活动评估

整体从活动策划到活动完成进行全链条的评价,收集活动效果,分析活动的优劣,形成评估报告。

1.4工作模式

1.4.1品目号1-4现场宣传推广活动(D类)、品目号1-5现场宣传推广活动(E类)、品目号1-6现场宣传推广活动(F类)工作模式:

(1)在服务合作期内,有某项活动需求时,采购人向本项目所有供应商发出工作衔接函(任务邀约),各供应商根据自身能力在采购人发出工作衔接函(任务邀约)后3日内决定是否响应,若供应商逾期未做书面响应,视为供应商不响应本次工作衔接函(任务邀约)。若供应商书面同意接受任务邀约后,应当在任务邀约规定的时间节点提交策划方案初稿给采购人。供应商超过三次未响应任务邀约的,采购人在服务合作期限内有权不再对该供应商发出任何活动需求的任务邀约。

(2)策划方案由采购人组织评审后,若最终确定该项活动需求由其中一名供应商为采购人提供服务,采购人应向该供应商发出书面确认通知。同时,采购人有权对供应商的策划方案进行优化,具体执行价格根据采购人优化后的策划方案以在合同约定的各项价格执行。供应商充分认可采购人优化后的策划方案并意识到其中风险,同意无条件予以接受并按照合同约定的各项价格执行。

1.4.2品目号1-1现场宣传推广活动(A类)、品目号1-2现场宣传推广活动(B类)、品目号1-3现场宣传推广活动(C类)工作模式

(1)采购人不定期分批次分数量向供应商发出活动需求,具体需求、数量及完成时间以采购人发给供应商的工作衔接函为准。

(2)采购份额比例(按采购金额计取):第一供应商约55%±5%份额,第二供应商约45%±5%份额。

±5%份额。该比例为预分配比例，在实际执行中，采购人有权根据供应商的服务质量、经验能力等情况在上述区间范围内调整份额比例。

1.5 交付成果与要求

每次活动开展后供应商的交付成果包括但不限于以下内容：

品目号	品名	具体成果要求
1-1	现场宣传推广活动(A类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料)，活动费用的相关证明材料等。
1-2	现场宣传推广活动(B类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料)，活动费用的相关证明材料等。
1-3	现场宣传推广活动(C类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料、活动评估报告)，活动费用的相关证明材料等。
1-4	现场宣传推广活动(D类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料、活动前后期宣传资料、活动评估报告)，活动费用的相关证明材料等。
1-5	现场宣传推广活动(E类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料、活动前后期宣传资料、活动评估报告)，活动费用的相关证明材料等。
1-6	现场宣传推广活动(F类)	经采购人确认的活动策划方案、活动执行方案、设计方案，活动执行完成的相关证明材料(包括但不限于活动音像视频、文字资料、设计资料、活动前后期宣传资料、活动评估报告)，活动费用的相关证明材料等。

1.6 活动执行情况评价

1.6.1 每场活动执行完成后，由采购人代表(不少于2人)对活动执行情况进行评价，活动执行情况评价表如下：

时间	活动地点

序号	评价指标	评价办法	分数	得分(S)
1	活动策划	供应商在接到采购人通知后,按照时间要求提供单场的策划方案给采购人审核,得10分,每晚一天扣2分,扣完为止。	10	
2		根据供应商提交的策划方案与采购人活动需求的契合程度进行综合评价,按优(10-9分)、良(8-7分)、一般(6-4分)、差(3-1分)评分。	10	
3		根据供应商活动设计能力是否满足采购人需求进行综合评价,按优(10-9分)、良(8-7分)、一般(6-4分)、差(3-1分)评分。	10	
4	活动执行	活动执行时间整体安排合理得5分。	5	
5		活动各环节执行时间安排严谨得5分。	5	
6		按方案要求进行现场布置,得10分。	10	
7		按方案要求配备活动所需的设备、物料,得10分。	10	
8		根据活动执行人员配备的满足程度进行综合评价,按优(10-9分)、良(8-7分)、一般(6-4分)、差(3-1分)评分。	10	
9	活动宣传	按方案要求进行活动宣传得5分。	5	
10	活动资料整理	完整整理交付活动资料得5分。	5	
11	团队人员服务质量	根据团队人员服务态度、团队人员的专业性等进行综合评价,按优(10-9分)、良(8-7分)、一般(6-4分)、差(3-1分)评分。	10	
12	活动整体效果	根据活动整体效果的优劣程度进行综合评价,按优(10-9分)、良(8-7分)、一般(6-4分)、差(3-1分)评分。	10	
合 计			100	
评价人签字				

1.6.2 采购人根据供应商项目执行情况评价表得分(S)支付单场次费用,支付百分比如下:

得分(S)	支付单场次费用百分比
90≤S≤100	100%

$80 \leq S < 90$	90%
$70 \leq S < 80$	60%
$S < 70$	0