

用户需求书

一、项目背景

泰国是我省在东南亚市场中的主要客源输出国之一。目前我省共开通了六条直飞泰国的航线，直飞航班的开通及航线的加密，为我省开拓泰国旅游市场创造了良好的外部环境，进一步巩固并加密泰国航线，本着“航线开到哪，促销做到哪”的宣传理念，推动我省旅游企业继续深挖泰国旅游市场，拟于 2018 年继续在泰国投放海南旅游宣传广告。

二、项目预算：324.5 万元

三、项目内容及要求

项目内容	投放数量	投放周期	投放月份
苏梅岛户外广告牌	1	3 个月	8-10 月
普吉户外广告牌	1	6 个月	5-10 月
曼谷机场户外广告牌	1	6 个月	7-12 月
曼谷市区写字楼 LED 户外广告牌	1	6 个月	5-10 月份
曼谷地铁广告	1	3 个月	6-8 月份
泰文报纸：曼谷商报 BANGKOK BIZNEWS	1	24 次	4-12 月:平均每两周一次， 可根据出行淡旺季相应 调整
泰文杂志：VACATIONIST	1	6 次	6-11 月，每月 1 次

海南形象店-普吉店	1	6 个月	6-11 月
海南形象店-曼谷店	1	6 个月	7-12 月
第三方广告评估	3		针对全年投放的海南广告进行综合测评，分为投放前、投放中、投放后三次

四、商务要求

4.1 报价：以人民币填报货物的唯一单价，投标总价高于采购预算的供应商，其投标将被否绝；任何多方案的报价，将不予接受；供应商自行考虑市场风险，所报价格应包含本项目所产生的一切费用。

4.2 投放周期：2018 年 4 月-12 月

4.3 付款方式：由采购人和中标供应商在合同中约定

4.4 履约保证金：

1) 供应商在接到中标通知七日内，向采购人交付中标合同金额的 10%作为履约保证金，然后签订正式合同。

2) 履约保证金在本项目首次上刊验收合格后七个工作日内全额返还。

3) 如果中标供应商接到中标通知七日内未能交付中标合同金额的 10%作为履约保证金，不予签订正式合同，取消其中标资格，同时报主管部门处理并追究其法律责任。

4) 签订合同后，没有履行合同能力的或所提供的服务不符合合同

规定及招标文件规定的标准的,采购人有权拒绝合作,给采购人造成损失的,追究其法律责任。