**第三章 采购需求**

**一、项目概况：**

通过培育和打造临高农特产品网络销售品牌，通过农产品品牌地理标识管理体系建设，围绕全县开展电商工作，为农村地区提供产品宣传和品牌营销的一个便捷通道，根据临高优势农产品，打造临高10大农业品牌（具有扶贫优势的产品）、品牌包装、线上、线下宣传活动以及使用规范体系，做到产品上线，品牌先行，为扶贫工作打下坚实的基础。

**二、招标要求：**

项目内容包括品牌名称策划、品牌标识（logo）设计，品牌整体包装设计以及品牌宣传落地推广实施。

（一）项目目标

立足临高县特色产业的现状和实际需求，挖掘临高特色产业资源和地理文脉，结合临高发展的目标，结合农村电商发展的需求，根据市场需求，明确临高10大区域品牌的定位，进行线上、线下宣传及落地推广活动。

（二）项目内容

1、市场调研部分

（1）针对临高县的特色产业和特色农产品进行市场调研；

（2）研究临高区域产业特征，明确品牌定位和品牌命名；

（3）理清临高产业、产品市场发展现状，为产品规划、品牌定位、推广策略、市场运作提供科学依据；

（4）明确临高农村电商当前发展的实际、存在的问题及需要改进的方向；

（5）针对临高的企业实际进行调研，分析当前企业产品的现状、存在的问题及改进的方向；

（6）针对临高县当前的物流情况进行实地调研；

2、品牌规划部分

可利用现有区域公用品牌进行升级，新注册品牌主体应为临高县农村电子商务工作主管单位或临高县电子商务工作领导小组授权单位。

（1）临高县域公用品牌命名和定位：立足临高产业现状，挖掘特色产品资源和地理文脉，确定临高10大县域公用品牌命名和定位；

（2）提炼临高产业、产品的价值，创意品牌形象；

（3）临高县域公用品牌slogan体系：针对临高特色农产品定制品牌发展模式，提炼品牌核心价值和传播诉求；

（4）临高县域公用品牌全套VI设计，统一的品牌形象传播；

（5）临高县域公用品牌的管理体系和运营体系制定；

（6）临高县域公用品牌的使用规范、产品进入机制和标准体系；

（7）临高县域公用品牌产品的渠道规划方案。

（8）每个单品品牌不少于以下具体内容

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 内容 | 展现形式 | 备注 |
| 1 | 品牌商标注册 | 国家商标注册受理书 |  |
| 2 | 品牌VI体系 | 标准名称 |  |
| 标准标志 |  |
| 标准字 |  |
| 标准色彩 |  |
| 象征图案 |  |
| 标准标语口号 |  |
| 标准吉祥物 |  |
| 3 | 短视频 | 3分钟短视频 |  |
| 60秒抖音视频 |  |
| 10秒微信朋友圈视频 |  |
| 4 | 图片宣传 | 产品网店主图 |  |
| 产品网店详情页 |  |
| 产品朋友圈海报 |  |
| 产品9宫格 |  |
| 产品分销招募 |  |

3、营销推广方案

（1）制定10大品牌推广和营销策略及相应宣传材料，包括微信类、网店类、活动类等；

（2）每个品牌开展相应产品落地活动或品牌发布会，要求不少于50经销商，活动或品牌发布会至少按以下安排，包括差旅、产品、损耗、场地、装修等所有内容。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 时间 | 举办场地 | 主推产品 |
| 2019年 | | | |
| 1 | 8月 | 临高县 | 当季主推 |
| 2 | 10月 | 海口市 | 综合类 |
| 3 | 11月 | 上海市 | 综合类 |
| 4 | 12月 | 海南冬交会 | 综合类 |
| 2020年 | | | |
| 5 | 1月 | 北京市 | 综合类 |
| 6 | 3月 | 广东市 | 综合类 |
| 7 | 4月 | 临高县 | 临高荔枝 |
| 8 | 6月 | 海口市 | 综合类 |
| 9 | 7月 | 青岛市 | 综合类 |
| 10 | 9月 | 三亚市 | 综合类 |
| 11 | 12月 | 海南冬交会 | 综合类 |

（3）活动及品牌发布会至少由15家省内媒体（报道）、15家省外媒体（报道）参加，报道中需明确标注有临高电商、产品品牌、上市时间等基本内容。

省内媒体要求从以下媒体中选择（每个类型必须具备）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 类型 |  | 海广网 |
| 1、 | 报纸媒体类 |  | 海口日报 |
|  | 海南日报 |
|  | 科技日报 |
|  | 海南特区报 |
|  | 中国经济导报 |
|  | 消费日报 |
|  | 南国都市报 |
|  | 国际旅游岛商报 |
| 2 | 电视媒体类 |  | 海南广播电视台 |
|  | 临高广播电视台 |
|  | 海口广播电视台 |
| 3 | 网络媒体类 |  | 海口网 |
|  | 中新社 |
|  | 凤凰网 |
|  | 海南网络广播电视台 |
|  | 南海网 |
|  | 新华网 |
|  | 最海口融媒体平台 |
|  | 香港商报 |
|  | 法制时报 |
|  | 海南日报新媒体 |

省内媒体要求从以下媒体中选择（每个媒体必须体现，可更换媒体但不可更改数量）

|  |  |
| --- | --- |
| 序号 | 名称 |
| 1 | 北国网 |
| 2 | 网易北京 |
| 3 | 凤凰网商业 |
| 4 | 中华网科技 |
| 5 | 中国农业网 |
| 6 | 中国农资网 |
| 7 | 新农网 |
| 8 | 创业邦 |
| 9 | 中国农业新闻网 |
| 10 | 第一农经网 |
| 11 | 农业之友 |
| 12 | 中国订单农业网 |
| 13 | 农村网 |
| 14 | 慧聪网农业 |
| 15 | 新农村商报 |
| 16 | 中国农产品网 |

（3）提供品牌推广后续策略顾问工作。

**三、制作要求：**

1、品牌名称字数控制在6个字以内，简洁明了，具有临高农业特色；

2、标识（logo）要有地域元素，体现临高地理特征、自然资源特色与临高农耕文化内涵，突出临高水果、茶叶、粮油、食用菌、瓜果蔬菜、中药材、水产、畜禽等特色产业；

3、标识(logo)造型要美观、精炼简洁，图形设计关系统一，色彩运用协调醒目，视觉冲击力足够强，易记忆，能够引发共鸣以及传播；

4、品牌名称、标识（logo）可运用于各类农副产品，以及各种包装、平面广告、视频广告中；

5、要针对临高水果、茶叶、粮油、食用菌、瓜果蔬菜、中药材、水产、畜禽等各类农副产品，分别设计不同规格的产品包装；

6、品牌宣传推广要切实可行，操作性强。

**四、成果要求**

成果的构成：

成果包括设计文本（含说明）、基础资料等附件。内容必须清晰完整，符合设计要求。成果文件及附件应完整、准确地阐述设计内容。

**五、其他要求**

1、本项目所需相关资料必要时可由采购人协助中标供应商获取。

2、成果在通过最终评审前，须按采购人要求修改(不限次数），确保通过最终评审。

**六、成果版权及使用**

本次成果所有权和使用权均属于招标单位所有。未经招标单位许可，中标人或其他人不得以任何借口持有和拷贝，否则承担由此产生的一切法律和经济责任。未经招标单位书面同意，任何单位和个人不得转让和使用本项目的成果。方案设计成果及其设计理念在本项目的所有权归采购人所有。

**七、服务要求**

1、未经采购人许可，本项目负责人及其他投入人员不得擅自更换，工作期间，保证随叫随到。要求在12小时内响应招标单位提出的疑问并进行答复，如有必要，应及时提交修改意见。

2、本项目所需相关资料视情况可由采购人协助中标服务商获取。

3、服务期一年