

第三章 采购需求

一、项目概况

- 1、项目编号：HNYF2023-182
- 2、项目名称：“海南鲜品”品牌运营形象提升项目采购
- 3、服务期限：自合同签订之日起 90 日历天完成
- 4、服务地点：采购人指定地点。
- 5、付款方式：具体以合同约定为准
- 6、验收方式：以国家和海南省现行规程规范标准及招标文件采购需求要求，采购人对服务成果进行详细而全面的检验。

二、项目背景

2023 年下半年，以粮油、果品、蔬菜、禽畜、水产、饮料作物、中药材等特色产业为重点，以区域公用品牌为导向，强化“海南鲜品”统领作用，打造“1+6+N”的公用品牌发展格局，推动形成品种优、品质高、品牌强的现代农业新格局。

三、服务内容

A 包：“海南鲜品”品牌运营策划

通过聘请国内、省内农业品牌专家，依托专业品牌建设团队对“海南鲜品”进行总体策划运营，包括品牌规划、形象设计、运营、培训等内容进行打造。

开展不少于 1000 人次、100 家企业、100 家基地的问卷调查，针对性梳理海南农业资源禀赋，围绕区域公用品牌、企业品牌、产品品牌，明晰各类资源定位与关系。

构建“海南鲜品”品牌形象体系：办公事务用品 100 套，包含但不限于笔记本、公文包、信封、名片、便签纸、纸杯、保温杯等；常规宣传物品 100 套，包含但不限于工作帽、工作牌、徽章、POLO 衫、伞、环保袋、行李箱等；传播应用系统设计 8 款（包含但不限于地铁灯箱、高速广告、公交车、公交站灯箱、机场灯箱、登机牌、航班客舱装饰、航班杂志等）；包装应用系统设计 20 款（包含但不限于常规产品包装、高端产品包装、电商产品包装、旅游产品包装）；终端

应用系统设计 10 款（包含但不限于推介会背景墙、推介会道旗、推介会海报、推介会易拉宝、推介会桌签、专卖店门头形象、专卖店柜台形象、网站首页形象等）

产品外包装、终端渠道形象、常规宣传物料、物料应用(宣传画册 100 本、文创产品 100 份)等。

开展“海南鲜品”战略定位研究，梳理品牌战略背景，明确战略定位，挖掘品牌价值，提炼核心价值体系，形成“海南鲜品”品牌发展战略研究报告。

提升“海南鲜品”公用品牌建设体系，明确组织架构，建立联动发展体系，强化品牌数字化体系，创意品牌口号，编制“海南鲜品”品牌运营指南。

为品牌主体及相关职能部门提供专业指导，开展不少于 2 天的集中培训。

版权承诺：投标单位承诺在项目实施中因版权（视频、图片、文字等）产生的法律问题，由投标单位负责。农业农村厅拥有图文及视频原创的版权，投标单位承诺应将所有原始高清素材交付农业农村厅，未经同意不得留作他用。

B 包：“海南鲜品”高质量宣传片制作

围绕茶叶、果品、水产等特色产业为优先宣传重点，聘请国内名导主创班底，院线电影级摄影、美术、后期团队或优秀团队制作高质量高水平的宣传片不少于 3 条，时长 6-8 分钟左右，套拍套剪 1 分钟左右、15 秒版本广告片。

C 包：“海南鲜品”自媒体建设

搭建“海南鲜品”官方微信公众号、视频号及抖音号，并进行基础建设、运营管理、数据监测等。发布但不限于海南农业品牌相关政策信息、品牌信息及相关推介活动等，其中，微信公众号发布原创文章不少于 50 篇，每篇文章不少于 500 字且每篇搭配原创插图不少于 2 张；视频号及抖音号发布原创视频不少于 100 条，原创视频每条时长 15 秒-3 分钟左右，其中农业品牌内容发布不少于 500 万次曝光率。