

# 安徽江淮汽车集团股份有限公司

项目名称：安徽江淮汽车集团股份有限公司商务车营销公司  
2018 年度品牌全案供应商招标项目

# 招 标 文 件

安徽江淮汽车集团股份有限公司

2018 年 5 月 15 日

## 目 录

- 一、招标单位简介
- 二、招标背景
- 三、招标信息
- 四、招标内容
- 五、招标要求
- 六、报价说明及排除条款
- 七、投标要求
- 八、投标文件递交
- 九、评议标说明
- 十、招标单位联系方式
- 十一、附件

## 一、 招标单位简介

安徽江淮汽车集团股份有限公司（简称江淮汽车或 JAC），是一家集商用车、乘用车及动力总成研发、制造、销售、服务及相关多元业务于一体的“先进节能汽车与新能源汽车并举的综合型汽车企业集团”。是国家火炬计划重点高新技术企业、国家级创新型企业。位居中国企业 500 强、中国百强工业企业。

目前，包含江淮和安凯两大整车品牌。现有主导产品包括：重、中、轻、微型卡车、多功能商用车、MPV、SUV、轿车、客车、专用底盘及变速箱、发动机、车桥等。累计用户超 510 万，现有国内 2000 多家一级经销商、1600 多家服务站、1000 多家备件供应商；国外拥有近千家销售网点及 700 余家服务网点。

作为中国汽车品牌中积极进军海外的代表，江淮汽车建立了覆盖非洲、中东、南美洲和东欧国家或地区的 130 多个营销网点，并在伊朗、哈萨克斯坦、委内瑞拉等 19 个国家设立了 KD 组装厂，2017 年全年累计出口超出 6.5 万辆，同比增长 15%，海外出口位列行业前四。

江淮汽车始终坚持“做强做大商用车、做精做优乘用车、大力发展新能源车”的战略定位，秉承“敬客经营、质量为本、求真务实”的核心价值观，以“品牌向上化、技术领先化、产品平台化、开发迭代化、制造精益化、市场国际化”为总遵循，立足于消费者的利益需求，不断完善产品的研发、制造和服务体系，为全球消费者提供更优质的产品和服务。

## 二、 招标背景

2018 年江淮汽车将以“品牌向上化、技术领先化、产品平台化、开发迭代化、制造精益化、市场国际化”为总遵循，以客户为中心，以战略为导向，深入推进“质量变革、效率变革、动力变革”，为人民日益增长的美好生活需求提供更多、更好的高质量汽车产品。江淮商务车营销公司以“品

牌向上”战略为指引，围绕现有产品序列(瑞风 MPV、星锐欧系轻客)开展一系列品牌行动。

### 三、招标信息

代理模式：月费制

1. 产品品牌规划（年度、季度规划，月度计划等）
2. 标识及 VI 设计应用
3. 产品品牌策略（消费者画像研究，竞争优劣势分析，品牌定位，传播 slogan 等）
4. 新品上市及品牌专项传播方案策划（包括公关、广告、活动、终端落地等）
5. 创意策划与内容开发（文章、文案、画面、视频创意、专题页创意制作、微信小程序等与受众互动的相关内容。其中专题页制作不少于 10 个）
6. 终端执行支持（包括终端落地方案及落地执行手册）
7. 媒体关系维护及舆情管理（建立媒体沟通机制、分层级维护）
8. 关键窗口的日常监测与维护（搜索引擎、浏览器、垂直网站、聚合平台、文章评论区、论坛、互动问答等包括百度、今日头条、一点资讯、汽车之家、易车、悟空问答等平台）
9. 百度系、搜狗系、360 系产品维护与 SEO 优化
10. 媒介传播策略和公关媒体发布服务
11. 品牌研究及培训
12. 竞品传播监测与定期报告
13. 论坛的内容开发、舆情监测、口碑维护
14. 服务团队

月费制：

- a) 在月费标准内，提供企业产品品牌策略方案、渠道规划、内容开发、发布执行、媒体关系维护、负面信息处理等服务；
- b) 在月费标准内，按照月度既定方案与媒介策略完成相应品牌传播的发布数量；
- c) 年度月费合同中明确常用媒体库与资源报价；
- d) 根据月度传播内容的需要在媒体库中选择相应媒介范围，需要逐月确认后执行；
- e) 认同月度考评制度，根据月度考评得分支付月费；

## 2、合作周期：

月费制服务周期为：2018 年 6 月 15 日-2019 年 6 月 14 日（合作期一年，具体以合同签署日期为准）

## 四、招标内容

### 1、项目名称

安徽江淮汽车集团股份有限公司商务车营销公司 2018 年度品牌全案供应商招标项目

### 2、项目范围

安徽江淮汽车集团股份有限公司商务车营销公司全年产品品牌规划、品牌策略、公关传播及品牌研究等

### 3、招标内容：

3.1、江淮汽车商务车营销公司 2018 年度品牌规划及整合传播推广策略；

## 五、招标要求

### 1、资质要求

1.1、三年及以上合资及自主汽车品牌策略及创意服务经验；

1.2、注册资金 200 万元以上，近三年营业额在 500 万元以上。

### 2、人员要求

- 2.1、江淮专职服务团队：具备专业、高效的服务团队且人员充足，执行力强；服务团队主要负责人拥有 5 年或以上汽车公关策略传播从业经验；
- 2.2、驻场人员构成：包括但不限于客服，产品策略、公关策略、创意设计、论坛驻点专员、家用 MPV 公关传播驻点专员等，不少于 6 人团队；
- 2.3、团队成员对汽车行业有较为全面的了解，对汽车类产品较为熟悉，有较强内容开发能力，并具备丰富的品牌策略研究、媒体公关经验；
- 3.4、团队媒介执行团队熟悉汽车行业媒体环境，并拥有较紧密的行业主流媒体关系及丰富行业 KOL 资源；
- 3.5、团队成员要具备良好的精神面貌及沟通应变能力和较强的组织协调能力，团队核心人员要稳定，核心人员年流动率不超过 10%；
- 3.6、讲标人员需为后期服务团队核心人员。

## 六、报价说明及排除条款

### 1、报价说明

1.1、本次招标报价为年度月费制服务报价，包含但不限于公关活动执行人力投入。

1.2、月费制服务内容包括：

交付物		说明	交付物数量
年度规划（策划）方案		<ul style="list-style-type: none"> <li>制定产品品牌策略、产品定位和公关策略、执行方案及实施计划；</li> <li>为实现整合营销目标，实施有效的公关事件策划。</li> </ul>	1 份/年
季度规划（策划）方案			1 份/3 月
月度规划（策划）方案			1 份/月
变型变动新品上市方案			按需
文案物料方案	文案稿件	新闻稿 A 类	按需
		邀请函	
		领导发言稿	
		媒体 Q&A	
	活动串词	围绕品牌、产品、技术、营销、服务等角度，开发各类新闻稿、测评稿、专访稿及各类营销活动所需的发言稿、串词等	
创意设计	活动物料	围绕活动内容，从品牌、产品、技术、营销、服务等角度，开发活动所需的主视觉、视频等	
品牌视觉识别	品牌标识	品牌形象设计及应用方案	按需
	形象设计		
日常发布	月度日常发布媒介计划	在双方约定的目标媒体范围内进行月度常规信	1 份/月

	全国性网络媒体日常信息发布	息发布；网络发布需有重点效果呈现。（不含企业活动受邀媒体发稿）	重要呈现位置不少于 50 篇/月（限定媒体、呈现位置）
	区域网络媒体日常信息发布		重要呈现位置不少于 100 篇/月
	行业媒体约稿		5 篇/月（我方主导提供人员媒体）
	项目日报		1 份/天
媒体关系管理	媒体信息资料库建设	有效经营核心媒体、智囊团及其他媒体关系，形成媒体分级的维护及问候机制，即时更新媒体信息数据库。	1 份/年
	媒体库月度更新报告		1 份/月
	月度媒体维护计划		1 份/月
	媒体分级维护活动策划		1 份/年
	媒体季度维护执行	季度策划邀约媒体来访、试驾、交流	1 次/季
公关危机处理	日常负面新闻报道沟通	及时监控危机，参与事件沟通及处理	按需
	重大负面报道沟通		
品牌活动执行	活动执行方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>根据品牌活动执行方案拟定邀约媒体名单，并安排服务团队完成邀约及接待工作；</li> <li>根据品牌活动策略、活动定位、活动达成目标等，转化为公关新闻稿件等素材；</li> <li>活动执行后对邀约媒体传播情况及时监控，并对活动进行总结。</li> </ul>	按需
	媒体邀约及接待		
	新闻稿件素材准备		
	邀约媒体传播情况监控形成活动总结		
论坛	内容开发与传播	首页帖	5 个/月
		精选帖	10 个/月
		精华帖	100 个/月
		话题帖	50 个/月
	口碑提升	有效高分口碑发布	50 个/月
	舆情监测	重点车型论坛页前 30 条无负面实时监控舆情危机，参与事件沟通及处理	实时
	论坛活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>根据论坛活动执行方案拟定邀约名单，并安排服务团队完成邀约及接待工作；</li> <li>根据论坛活动策略、活动定位、活动达成目标等，转化为论坛新闻稿件等素材；</li> <li>活动执行后对论坛传播情况及时监控，并对活动进行总结。</li> </ul>	按需
信息监测分析	市场、品牌、产品及竞品公关信息监测月报	<ul style="list-style-type: none"> <li>包含江淮及主要竞品信息和舆论监测、分析；</li> <li>百度系、搜狗系、360 系产品维护与 SEO 优化；</li> <li>关键窗口的日常监测与维护。</li> </ul>	2 份/月
	市场、品牌、产品及竞品公关信息监测日报		1 份/天
增值服务	品牌培训	包括针对总部营销人员的培训、针对经销商市场经理的培训，培训可采用全国统一集中培训和分片区培训的方式。（分片区培训时培训讲师的差旅及讲课费用另外结算）品牌培训	按需
	品牌研究		

1.3、年度合作费用不低于 280 万，按打分制进行结算。其中基础合作费用、优秀交付物激励费用、以及销量挂钩费用分别占比 70%、20%、10%。

## 2、排除条款

2.1、所有投标纸质文件需加盖投标单位公章，否则视为无效投标。

## 七、投标要求

### 1、投标单位要求

1.1、投标单位应制作规范的投标文件，在开标前一小时向评标小组提交，投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出响应；

1.2、投标单位不得提供虚假材料骗取准入资格、谋取中标或成交；

1.3、投标单位不得相互串标、以他人名义投标或者实质上由一家分成多家供应商（承包商）同时对某一项目进行投标的；

1.4、在以往的履约过程中，有严重违背合同规定的质量、工期或其他条款，造成损失或不良影响的不得参与投标；

1.5、投标单位具备独立执行能力，禁止临时拼凑团队或者二次转包等行为，一经查实，取消竞标资格；

### 2、招标形式及要求

采取招标形式进行，通过两轮筛选确定最终合作方：

2.1 第一轮（资料评审）：应标公司按要求提交资质评审材料，招标评审小组根据材料内容，对应标公司作出评价，优选排名前 4-8 家进入第二轮提案环节。《资质评审材料》如下：

内容	基本要素
相关要素函	三年及以上乘用车品牌策略及创意服务经验说明函
公司资质材料	法人营业执照、税务登记证、组织机构代码证、投标人书面授权委托书
策略及创意能力	策略创意能力自述材料
曾服务汽车客户及案例	曾服务汽车客户服务案例
服务团队介绍	核心团队人员履历



(2) 第二轮（现场提案）：采取应标公司现场提案的形式，根据江淮商务车营销公司品牌规划需求进行提案，根据提案内容及创意表现选出此次江淮商务车营销公司策略创意合作公司。

### 3、投标声明

贵司若有意参加投标，请及时把第十部分附件一、附件二、附件三填写完整并扫描后，与《资质评审材料》于 2018 年 5 月 20 日 17:00 前发邮件至邮箱：ljj@jac.com.cn。我方将在 5 月 25 日前完成第一轮评审，并通知第二轮比标时间及相关要求

## 八、投标文件递交

### 1、投递标文件内容

类别	具体文件内容	要求
技术商务文件	营业执照、税务登记证、组织机构代码证	复印件加盖公章，密封
	附件一、附件二、附件三	填写完整加盖公章，密封
	公司简介、优秀案例、获得荣誉情况	电子版
	2018 年度江淮商务车营销公司品牌全案供应商传播方案	电子版，打印版一式三份，密封
	报价清单	纸质版一式三份，密封

### 2、投标文件递交及封装要求

2.1、文件递交：投标文件在讲标时由投标单位随身携带，并在讲标开始前一小时将所有投标文件交给我公司监标小组（包含但不限于所有纸质文件及投标方案电子文档等）。

2.2、封装要求：封口处应盖有投标方公章。封皮上写明：招标项目名称、投标单位、投标方名称、全权代表及联系方式。并注明“投标文件”、“开标时启封”字样，否则视为无效。

## 九、评议标说明

1、讲标时间：2018 年 6 月 8 日，届时请投标代表出席讲解标书（每家代表讲标时间不超过 60 分钟）

2、地址：安徽省合肥市包河区东流路 176 号安徽江淮汽车集团股份有限公司  
品牌运营与公共关系部

### 3、评标标准

3.1、投标单位的资质和投标单位业绩符合或高于要求；

3.2、深入理解江淮品牌及产品，熟悉江淮品牌及产品特点；

3.3、方案风格突出、新颖，并贴合江淮汽车形象；

3.4、方案合理完善，团队建设充分；

3.5、报价合理，不得恶意低价。

### 十、 招标单位联系方式

联系人：李晶晶

联系电话：18010856875

邮箱：ljj@jac.com.cn

安徽江淮汽车集团股份有限公司

2018 年 5 月 15 日

## 十一、附件（格式）

附件一 项目回执（格式）

### 项目回执

致：安徽江淮汽车集团股份有限公司

今已收到贵公司关于商务车营销公司 2018 年度品牌全案供应商招标项目的邀请。经公司研究决定，（公司名称）\_\_\_\_\_ 参加贵公司该项目的投标活动。贵公司一切招标事宜请和我公司项目投标负责人联系。

姓 名：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_

手 机：\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_

邮 箱：\_\_\_\_\_

公司税号：\_\_\_\_\_

（公章）

年 月 日

附件二 投标函（格式）

## 投标函

致：安徽江淮汽车集团股份有限公司

\_\_\_\_\_（投标单位全称）法人代表人\_\_\_\_\_（姓名）授权\_\_\_\_\_（姓名）为全权代表，参加贵方组织的项目名称为\_\_\_\_\_（项目名称）招标的有关活动并投标。为此：

- 1、我们愿意遵照招标文件中的一切要求递交投标文件。投标文件中所有关于投标人资格的文件、证明、陈述均是真实、准确的。若有违背，我公司承担由此而产生的一切后果。
- 2、如果我们的投标文件被接受，我们将严格遵照招标文件中规定的各项要求，保质、保量的按期履行合同。
- 3、我们同意投标文件的有效期限为投标开始后 60 天的规定，如果我们中标，有效期将延至合同中止时。
- 4、我们愿意提供招标文件中要求的所有资料。
- 5、我们愿意按照经济合同法履行自己的全部责任。
- 6、所有有关本次谈判的函、电请寄下列地址。

投标方名称：\_\_\_\_\_（公章）

地 址：\_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_

传 真：\_\_\_\_\_

法定代表人：\_\_\_\_\_（签字）

年 月 日

附件三 法定代表人授权书（格式）

## 法人代表授权书

本授权书声明：注册地点于\_\_\_\_\_（国家和地区的名称）的  
（公司名称）的在下面签字的\_\_\_\_\_（法人代表姓名）代表本公司授  
权在下面签字的\_\_\_\_\_（被授权人的姓名、职务）  
为本公司的合法代理人，就安徽江淮汽车集团股份有限公司商务车营销公司  
2018 年度品牌全案供应商招标项目，以本公司的名义处理一切与之有关的事  
物。 本授权书于 \_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_ 日签字生效，特此声明。

授权代表签字、盖章： \_\_\_\_\_

代理人（被授权人）签字： \_\_\_\_\_

单位名称： \_\_\_\_\_

单位公章： \_\_\_\_\_