

广西政府采购云平台合同编号：11NMB161713320241

南宁市政府采购

南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动 抖音平台广告投放合同

采购项目编号： NNZC2024-C3-030166-GXHJ

采购计划编号： QXZC2024-C3-00091

采购人： 南宁市青秀区经济贸易和信息化局

成交供应商： 广西讯迈科技有限公司

签订时间： 2024 年 5 月 10 日

目录

第一部分 合同书	1
第二部分 合同一般条款	5
第三部分 合同专用条款	10
第四部分 合同附件	13
4.1 采购文件货物需求一览表	13
4.2 响应函	16
4.3 响应报价表	18
4.4 资格声明函	19
4.5 中小企业声明函	21
4.6 服务需求偏离表	22
4.7 商务条款偏离表	25
4.8 项目服务方案	27
4.9 售后服务承诺	57
4.10 成交通知书	59

第一部分 合同书

2024 年 4 月 22 日，南宁市青秀区经济贸易和信息化局 以竞争性磋商方式 对 南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放项目进行了采购。经 磋商小组 评定，广西讯迈科技有限公司为该项目成交供应商。现于成交通知书发出之日起 25 日内，按照采购文件确定的事项签订本合同。

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规之规定，按照平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经 南宁市青秀区经济贸易和信息化局（以下简称：甲方）和 广西讯迈科技有限公司（以下简称：乙方）协商一致，约定以下合同条款，以兹共同遵守、全面履行。

1.1 合同组成部分

下列文件为本合同的组成部分，并构成一个整体，需综合解释、相互补充。如果下列文件内容出现不一致的情形，在保证按照采购文件确定的事项的前提下，组成本合同的多个文件的优先适用顺序如下：

- 1.1.1 本合同及其补充合同、变更协议；
- 1.1.2 成交通知书；
- 1.1.3 竞标文件及“响应报价”（含澄清或者说明文件）；
- 1.1.4 采购文件（含澄清或者修改文件）；
- 1.1.5 其他相关采购文件。

1.2 标的物

1.2.1 标的物 1 信息

1.2.1.1 名称： 南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放 ；

1.2.1.2 数量： 1 项 ；

1.2.1.3 质量： 合格 。

1.3 价款

本合同总价为：人民币 600000.00 元（大写： 陆拾万元整 元人民币，含税）。

分项价格：

序号	分项名称	分项价格
1	信息流广告	180,000.00
2	开屏广告	120,000.00

3	品牌专区广告	120,000.00
4	贴纸广告	90,000.00
5	个性化推荐广告	90,000.00
总价		600,000.00

1.4 付款方式和发票开具方式

1.4.1 付款方式：本项目无预付款，服务成果经甲方验收合格后10日内乙方向甲方开具正规发票，甲方在收到发票后10日内一次性支付全部合同款。_____；

1.4.2 发票开具方式：增值税普通发票_____。

1.5 标的物交付期限、地点、方式和服务期限

1.5.1 交付期限：90日历天，具体开始时间以甲方通知为准_____；

1.5.2 交付地点：广西南宁市采购人指定地点_____；

1.5.3 交付方式：现场交付_____；

1.5.4 服务及质保期限：服务期内_____。

1.6 违约责任

1.6.1 除不可抗力外，如果乙方没有按照本合同约定的期限、地点和方式交付标的物，甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延交付标的物一日的应交付而未交付标的物价格的万分之五计算，最高限额为本合同总价的20%；迟延超过【七】日的，甲方有权在要求乙方支付违约金的同时，书面通知乙方解除本合同，乙方应退回全部已收取的合同价款并按合同总金额的20%向甲方支付违约金；

1.6.2 除不可抗力外，如果甲方没有按照本合同约定的付款方式付款，乙方可要求甲方支付违约金，违约金按每迟延付款一日的应付而未付款的万分之五计算，最高限额为欠付金额的20%；迟延付款的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，乙方有权在要求甲方支付违约金的同时，书面通知甲方解除本合同；

1.6.3 除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的其他主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行的，或者任何一方有其他违约行为致使不能实现合同目的的，或者任何一方有腐败行为（即：提供或给予或接受或索取任何财物或其他好处或者采取其他不正当手段影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）或者欺诈行为（即：以谎报事实或者隐瞒真相的方法来影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）的，对方当事人可以书面通知违约方解除本合同；

1.6.4 乙方在质保期内未按承诺提供售后等服务的,每发生一次向甲方支付 2000 元的违约金。

1.6.5 任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时,仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施,并有权按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失;任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时,仍有权要求违约方支付违约金和按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失;且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式;

1.6.6 除前述约定外,除不可抗力外,任何一方未能履行本合同约定的义务,对方当事人均有权要求继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等,且对方当事人行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式;

1.6.7 如果出现政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间,书面通知甲方暂停采购活动的情形,或者询问或质疑事项可能影响中标结果,导致甲方中止履行合同的情形,均不视为甲方违约。

1.7 合同争议的解决

本合同履行过程中发生的任何争议,双方当事人均可通过和解或者调解解决;不愿和解、调解或者和解、调解不成的,可以选择下列第 1.7.2 种方式解决:

1.7.1 将争议提交南宁仲裁委员会依申请仲裁时其现行有效的仲裁规则裁决;

1.7.2 向甲方所在地人民法院起诉。

1.8 合同生效

本合同自双方当事人加盖有效电子公章时生效。(如甲方未办理电子公章,则采用线下签订合同)

甲方:南宁市青秀区经济贸易和信息化局

统一社会信用代码:

11450103MB16171333

住所:广西南宁市悦宾路1号

乙方:广西讯达科技有限公司

统一社会信用代码:

91450103MACB7W2B7A

住所:南宁市青秀区中柬路8号龙光世纪1号楼3601号

华朗

法定代表人或授权代表(签字或盖章)

联系人: 温翠月

约定送达地址: 广西南宁市青秀区悦宾
路 1 号

邮政编码:

电话:0771-5826332

传真:

电子邮箱:

开户银行:

开户名称:

开户账号:



法定代表人或授权代表(签字或盖章):

联系人: 何秋

约定送达地址: 广西南宁市青秀区中柬
路 8 号龙光世纪 A 座 36 层

邮政编码: 530000

电话:0771-5522886

传真:

电子邮箱: quanxinkejijituan@163.
com

开户银行:

广西北部湾银行南宁市南湖支行

开户名称: 广西讯迈科技有限公司

开户账号: 805163401200001

第二部分 合同一般条款

2.1 定义

本合同中的下列词语应按以下内容进行解释：

2.1.1 “合同”系指采购人和成交供应商签订的载明双方当事人所达成的协议，并包括所有的附件、附录和构成合同的其他文件。

2.1.2 “合同价”系指根据合同约定，成交供应商在完全履行合同义务后，采购人应支付给成交供应商的价格。

2.1.3 “标的物”系指成交供应商根据合同约定应向采购人交付的一切各种形态和种类的货物、服务和工程，包括但不限于原材料、燃料、设备、机械、仪表、备件、计算机软件、信息化系统、信息化维保、物业服务、产品等，并包括工具、手册等其他相关资料。

2.1.4 “甲方”系指与成交供应商签署合同的采购人；采购人委托采购机构代表其与乙方签订合同的，采购人的授权委托书作为合同附件。

2.1.5 “乙方”系指根据合同约定交付标的物的成交供应商；两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购的，联合体各方均应为乙方或者与乙方相同地位的合同当事人，并就合同约定的事项对甲方承担连带责任。

2.1.6 “现场”系指合同约定标的物将要运至或者实施或者安装的地点。

2.2 技术规范

标的物所应遵守的技术规范应与采购文件规定的技术规范和技术规范附件(如果有的话)及其技术规范偏差表(如果被甲方接受的话)相一致；如果采购文件中没有技术规范的相应说明，应以国家有关部门最新颁布的相应标准和规范为准。

2.3 知识产权

2.3.1 乙方应保证甲方在使用该标的物或其任何一部分时不受任何第三方提出的侵犯其著作权、商标权、专利权等知识产权方面的起诉；如果任何第三方提出侵权指控，乙方须与该第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和赔偿；

2.3.2 具有知识产权的计算机软件等标的物的知识产权归属，详见合同专用条款。

2.4 包装和装运

2.4.1 除合同专用条款另有约定外，乙方交付的全部标的物，均应采用本行业通用的方式进行包装，没有通用方式的，应当采取足以保护标的物的包装方式，且该

包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。如有必要，包装应适用于远距离运输、防潮、防震、防锈和防粗暴装卸，确保标的物安全无损地运抵现场。由于包装不善所引起的标的物锈蚀、损坏和损失等一切风险均由乙方承担。

2.4.2 装运标的物的要求和通知，详见合同专用条款。

2.5 履约检查和问题反馈

2.5.1 甲方有权在其认为必要时，对乙方是否能够按照合同约定交付标的物进行履约检查，以确保乙方所交付的标的物能够依约满足甲方之项目需求，但不得因履约检查妨碍乙方的正常工作，乙方应予积极配合；

2.5.2 合同履行期间，甲方有权将履行过程中出现的问题反馈给乙方，双方当事人应以书面形式约定需要完善和改进的内容。

2.6 结算方式和付款条件

详见合同专用条款。

2.7 技术资料 and 保密义务

2.7.1 乙方有权依据合同约定和项目需要，向甲方了解有关情况，调阅有关资料等，甲方应予积极配合；

2.7.2 乙方有义务妥善保管和保护由甲方提供的前款信息和资料等；

2.7.3 除非依照法律规定或者对方当事人的书面同意，任何一方均应保证不向任何第三方提供或披露有关合同的或者履行合同过程中知悉的对方当事人任何未公开的信息和资料，包括但不限于技术情报、技术资料、商业秘密和商业信息等，并采取一切合理和必要措施及方式防止任何第三方接触到对方当事人的上述保密信息和资料。

2.8 质量保证

2.8.1 乙方应建立和完善履行合同的内部质量保证体系，并提供相关内部规章制度给甲方，以便甲方进行监督检查；

2.8.2 乙方应保证履行合同的人员数量和素质、软件和硬件设备的配置、场地、环境和设施等满足全面履行合同的要求，并应接受甲方的监督检查。

2.8.3 乙方应确保项目技术人员的数量和水平与响应文件一致。未经甲方书面同意，乙方不得擅自更换响应文件中注明的项目经理和技术负责人。否则甲方有权放弃或终止合同。

2.8.4 因乙方原因造成甲方其他系统不能正常运行，酿成重大事故（工作日系统中断一天以上）的，乙方应承担全部法律责任，并赔偿经济损失，赔偿金额为项目

总价的 30%。

2.9 标的物的风险负担

标的物或者在途标的物或者交付给第一承运人后的标的物毁损、灭失的风险负担详见合同专用条款。

2.10 延迟交货/交付

在合同履行过程中，如果乙方遇到不能按时交付标的物的情况，应及时以书面形式将不能按时交付标的物的理由、预期延误时间通知甲方；甲方收到乙方通知后，认为其理由正当的，可以书面形式酌情同意乙方可以延长交货的具体时间。

2.11 合同变更

2.11.1 双方当事人协商一致，可以签订书面补充合同的形式变更合同，但不得违背采购文件确定的事项。如果系追加与合同标的相同的标的物的，那么需经采购监督管理部门同意，且所有补充合同的采购金额不得超过原合同价的 10%；

2.11.2 合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当以书面形式变更合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方当事人都有过错的，各自承担相应的责任。

2.12 合同转让和分包

合同的权利义务依法不得转让，但经甲方书面同意，乙方可以依法采取分包方式履行合同，即：依法可以将合同项下的部分非主体、非关键性工作分包给他人完成，接受分包的供应商应当具备相应的资格条件，并不得再次分包，且乙方应就分包项目向甲方负责，并与分包供应商就分包项目向甲方承担连带责任。

2.13 不可抗力

2.13.1 如果任何一方遭遇法律规定的不可抗力，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于不可抗力所影响的时间；

2.13.2 受不可抗力影响的一方在不可抗力发生后，应在合同专用条款约定时间内以书面形式通知对方当事人，并在合同专用条款约定时间内，将有关部门出具的证明文件送达对方当事人。

2.13.3 因不可抗力致使不能实现合同目的的，当事人可以解除合同；

2.13.4 因不可抗力致使合同有变更必要的，双方当事人应在合同专用条款约定时间内以书面形式变更合同；

2.14 税费

与合同有关的一切税费，均按照中华人民共和国法律的相关规定执行。

2.15 乙方破产

如果乙方破产导致合同无法履行时，甲方可以书面形式通知乙方终止合同且不予乙方任何补偿和赔偿，但合同的终止不损害或不影响甲方已经采取或将要采取的任何要求乙方支付违约金、赔偿损失等的行动或补救措施的权利。

2.16 合同中止、终止

2.16.1 双方当事人不得擅自中止或者终止合同；

2.16.2 合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当中止或者终止合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方当事人都有过错的，各自承担相应的责任。

2.17 检验和验收

2.17.1 标的物交付前，乙方应对标的物的质量、数量等方面进行详细、全面的检验，并向甲方出具证明标的物符合合同约定的文件；标的物交付时，乙方在合同专用条款约定时间内组织验收，并可依法邀请相关方参加，验收应出具验收书。

2.17.2 合同期满或者履行完毕后，甲方有权组织（包括依法邀请国家认可的质量检测机构参加）对乙方履约的验收，即：按照合同约定的技术、服务、安全标准，组织对每一项技术、服务、安全标准的履约情况的验收，并出具验收书。

2.17.3 检验和验收标准、程序等具体内容以及前述验收书的效力详见合同专用条款。

2.18 通知和送达

2.18.1 任何一方因履行合同而以合同第一部分尾部所列明的“约定送达地址”为收件地址的所有通知、文件、材料，均视为已向对方当事人送达；任何一方变更上述送达方式或者地址的，应于5个工作日内书面通知对方当事人，在对方当事人收到有关变更通知之前，变更前的约定送达方式或者地址仍视为有效。

2.18.2 以当面交付方式送达的，交付之时视为送达；以电子邮件方式送达的，发出电子邮件之时视为送达；以传真方式送达的，发出传真之时视为送达；以邮寄方式送达的，邮件挂号寄出或者交邮之日之次日视为送达。

2.19 计量单位

除技术规范中另有规定外，合同的计量单位均使用国家法定计量单位。

2.20 合同使用的文字和适用的法律

2.20.1 合同使用汉语书就、变更和解释；

2.20.2 合同适用中华人民共和国法律。

2.21 履约保证金

本项目不收取履约保证金

2.22 中小企业政策

2.22.1 本合同 (是 否) 为中小企业“政采贷”可融资合同, 关于中小企业信用融资事项见采购文件“供应商须知正文”。

2.22.2 本合同 (是 否) 为中小企业预留合同。

2.23 合同份数

本合同壹式 四 份, 甲方执 贰 份, 乙方执 贰 份。每份均具有同等法律效力。

第三部分 合同专用条款

本部分是对前两部分的补充和修改，如果前两部分和本部分的约定不一致，应以本部分的约定为准。本部分的条款号应与前两部分的条款号保持对应；与前两部分无对应关系的内容可另行编制条款号。

2.3.2 具有知识产权的标的物知识产权归属：

甲方

2.4.1 包装和装运专用条款（如果有）：

乙方负责

2.4.2 装运标的物的要求和通知：

按甲方要求

2.6 结算方式和付款条件

本次项目合同总价为大写人民币陆拾万元整（¥600,000.00 元）。本项目采用以下勾选结算方式进行支付：

采用一次性支付方式，付款条件为：本项目无预付款，服务成果经甲方验收合格后 10 日内乙方向甲方开具正规发票，甲方在收到发票后 10 日内一次性支付全部合同款。

采用分期付款方式，付款条件为：

第一期付款：_____

第二期付款：_____

甲方无故逾期支付服务费用的，按照每逾期一日支付欠付服务费额度的万分之五承担违约责任，违约金上限按照《合同书》约定执行。

（温馨提示：根据《广西壮族自治区财政厅关于进一步发挥政府采购政策功能促进企业发展的通知》（桂财采〔2022〕30 号）及《2023 年广西优化营商环境行动方案》等规定，政府采购货物和服务的采购人在政府采购合同中约定预付款比例的，采购合同履行期超过 30 天，对中小企业合同预付款比例应不低于合同金额的 30%，不高于合同金额的 50%；项目分年度安排预算的，每年预付款比例不低于项目年度计划支付金额的 30%；采购项目以人工投入为主的，可降低预付款比例，但不得低于 10%。采购文件和采购合同没有约定预付款的，经供应商申请采购人可支付预付款。对于未实行预付款的政府采购项目，鼓励采购人在合同中明确首付款支付比例。）

2.9 标的物的风险负担

标的物或者在途标的物或者交付给第一承运人后的标的物毁损、灭失的风险负担：

乙方

2.13.2 受不可抗力影响的一方在不可抗力发生后，应在7日内以书面形式通知对方当事人，并在7日内，将有关部门出具的证明文件送达对方当事人。

2.13.4 因不可抗力致使合同有变更必要的，双方当事人应在7日内以书面形式变更合同；

2.17.1 标的物交付前，乙方应对标的物的质量、数量等方面进行详细、全面的检验，并向甲方出具证明标的物符合合同约定的文件；标的物交付时，乙方在7日内发起验收，并可依法邀请相关方参加，验收应出具验收书。

2.17.3 检验和验收标准、程序等具体内容以及前述验收书的效力：

质量保证期结束前一直有效。

3.1 其他：

项目验收：

1、甲方参照《南宁市政府采购供应商履约验收评价管理办法》（南财采[2019]217号）规定组织对乙方履约的验收。验收方成员应当在验收书上签字，并承担相应的法律责任。如果发现与合同中要求不符，乙方须承担由此发生的一切损失和费用，并接受相应的处理。

2、严格按照采购合同开展履约验收。甲方成立验收小组，按照采购合同的约定对供应商履约情况进行验收，验收时，按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认，出具验收报告并经验收小组全体成员签字。甲方根据验收报告形成验收意见并经甲方与乙方签字盖章生效。验收结果与采购合同约定的资金支付条件挂钩。履约验收的各项资料应当存档备查。

3、验收合格的项目，甲方将根据采购合同的约定及时向供应商支付采购资金。验收不合格的项目，甲方将依法及时处理。采购合同的履行、违约责任和解决争议的方式等适用《中华人民共和国民法典》，并按照《合同书》约定执行。

4、验收产生的费用：首次验收费用由乙方承担，如首次验收不合格，后续验收费用由乙方支付。

5、验收内容及资料要求：

根据采购文件确定的技术指标或者服务要求确定验收指标和标准。未进行相应约定的，应当符合国家强制性规定、政策要求、安全标准、行业或企业有关标准

等。

5.1 验收内容

序号	验收内容	验收标准
1	按时策划制作广告投放活动方案,提交活动方案	验收标准应符合中国有关的国家、地方、行业标准。乙方将所有与验收内容有关材料装订成册,一式五份提交给甲方进行验收。
2	按时策划广告投放计划,提交投放计划	
3	按计划开展广告投放,提交广告投放证明材料	
4	对广告投放活动进行总结,配合甲方对活动进行验收,提交工作总结及验收相关材料	

5.2 验收资料要求

验收资料要求包括(不限于)以下内容:

- (1) 采购文件;
- (2) 响应文件;
- (3) 采购合同;
- (4) 其他需提供的相关材料:(由业主根据实际情况填写)。

第四部分 合同附件

4.1 采购文件货物需求一览表

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

第二章 采购需求

说明：

1. 为落实政府采购政策需满足的要求（根据项目实际情况填写内容）

（1）本竞争性磋商采购文件所称中小企业必须符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定。

（2）服务项目中包含货物的，根据《财政部 发展改革委 生态环境部 市场监管总局关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）和《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19号）的规定，采购需求中的产品属于节能产品政府采购品目清单内标注“★”的，供应商必须在响应文件中提供所竞标产品的节能产品认证证书复印件（加盖供应商公章），否则响应文件作无效处理。如本项目包含的配套货物属于品目清单内非标注“★”的产品时，应优先采购，具体详见“第四章 评审程序和评定成交的标准”。

（3）服务项目中包含货物的，根据《关于信息安全产品实施政府采购的通知》（财库〔2010〕48号）的规定，本项目采购范围包含信息安全产品的（信息安全产品包括：防火墙、网络安全隔离卡与线路选择器、安全隔离与信息交换产品、安全路由器、智能卡 COS、数据备份与恢复产品、安全操作系统、安全数据库系统、反垃圾邮件产品、入侵检测系统（IDS）、网络脆弱扫描产品、安全审计产品、网站恢复产品），供应商必须在响应文件中提供中国信息安全认证中心授予的有效的信息安全产品认证证书（加盖供应商公章），否则响应文件作无效处理。

.....

2. “实质性要求”是指采购需求中带“▲”的条款或者不能负偏离的条款或者已经指明不满足按响应文件作无效处理的条款。

3. 不需要供应商对采购需求响应为具体数值的，此采购需求的数值后将以◆号标注。

4. 如竞标人竞标产品存在侵犯他人的知识产权或者专利成果行为的，应承担相应法律责任。

一、服务需求一览表							
采购清单及服务参数	标项	采购服务名称	单位	数量	服务参数	分项预算合计（元）	中小企业划分标准所属行业名称
	1	南宁市青秀区2024年春	项	1	一、项目概况 1、青秀区作为南宁市的核心区域，拥有丰富的商业和文旅资源。本项目旨在通过抖音平台流量优势，全	606000.0	租赁和商

	<p>季商文旅活动抖音平台广告投放</p>	<p>面发挥媒体热点的作用，助力青秀区企业和产品品牌美誉和影响力提升，进一步塑造南宁市青秀区文旅城市名片。</p> <p>2、采购人将在抖音平台开展广告投放，运用抖音多样化的投放方式，包括全天投放、早中晚黄金时段推介广告等，实现广告的广泛传播。借助抖音平台的矩阵效应，将青秀区的丰富商业和优质文旅资源集中展示，提升青秀区在消费者心中的形象，增加青秀区企业及产品的知名度和美誉度，提高青秀区文旅宣传工作的传播效果。</p> <p>二、服务主要内容包括：</p> <table border="1" data-bbox="619 575 1128 1094"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>展示模式和位置</th> <th>要求</th> <th>投放时间</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>信息流广告</td> <td rowspan="5">按地域（省，市，区及商圈），年龄，性别，兴趣定向等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次</td> <td>全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>开屏广告</td> <td>节假日高峰时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>品牌专区广告</td> <td>全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>贴纸广告</td> <td>全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>个性化推荐广告</td> <td>全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。</td> </tr> </tbody> </table> <p>三、项目预期效果</p> <p>1、提升青秀区品牌美誉度：通过抖音平台广告投放，展示青秀区丰富的商业和优质的文旅资源，提升青秀区在消费者心中的形象。</p> <p>2、增强企业与产品品牌影响力：借助抖音等流量平台，提升青秀区企业及产品的知名度和美誉度。</p> <p>3、提高青秀区文旅宣传工作效果：通过媒体热点制造和流量话题推送，提高青秀区文旅宣传工作的传播效果。</p>	序号	展示模式和位置	要求	投放时间	1	信息流广告	按地域（省，市，区及商圈），年龄，性别，兴趣定向等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	2	开屏广告	节假日高峰时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	3	品牌专区广告	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	4	贴纸广告	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	5	个性化推荐广告	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	0	<p>务服 务业</p>
序号	展示模式和位置	要求	投放时间																					
1	信息流广告	按地域（省，市，区及商圈），年龄，性别，兴趣定向等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。																					
2	开屏广告		节假日高峰时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。																					
3	品牌专区广告		全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。																					
4	贴纸广告		全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。																					
5	个性化推荐广告		全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。																					
<p>二、商务条款</p>																								
<p>▲一、合同签订期：自成交通知书发出之日起 25 日内。</p> <p>▲二、服务期限：90 日历天，具体开始时间以采购人通知为准。</p> <p>三、提交服务地点：广西南宁市采购人指定地点。</p> <p>▲ 四、服务要求：</p>																								



<p>▲1、质量保证期：服务期内。</p> <p>▲2、处理问题响应时间：接到采购人处理问题通知后 1 小时内到达采购人指定现场。</p> <p>3、其他：根据实际具体情况提供相应的服务措施</p> <p>五、其他要求：</p> <p>▲1、报价必须含以下部分，包括：</p> <p>（1）服务的价格；</p> <p>（2）广告制作费及管理维护费；</p> <p>（2）人工工资及人员加班等费用；</p> <p>（3）必要的保险费用和各项税金；</p> <p>（4）其他如运输、装卸、安装、调试等费用；</p> <p>▲2、付款方式：本项目无预付款，服务成果经采购人验收合格后 10 日内成交人向采购人开具正规发票，采购人在收到发票后 10 日内一次性支付全部合同款。</p> <p>六、验收标准</p> <p>根据采购人单位内部政府采购履约管理相关规定进行验收，供应商按采购人要求提供相关验收材料以证明已按照该项目政府采购合同完成履约，所提供的验收材料包括但不限于履约时间、地点、服务内容、数量、用户使用报告等。</p>	
需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范	本项目如有国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范的，应执行相应的标准、规范。如具体采购需求与标准、规范不一致的，高于标准、规范的按具体采购需求执行，低于标准、规范的按标准、规范执行。
其他要求	<p>1. 竞标报价：本次报价须为人民币总价报价。竞标报价已包含完成本项目所有费用和各项税、费、劳务、设备、交通等所有费用的总和。</p> <p>2. 要求供应商提供与项目相关的所有行为活动、资料文件、成果不涉及任何法律纠纷，采购人在使用供应商提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或知识产权或其他相关的起诉。如果第三方提出侵权指控，成交供应商必须承担由此产生的一切法律责任和费用。</p>

4.2 响应函

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

一、响应函

响应函

致：南宁市青秀区经济贸易和信息化局

我方已仔细阅读了贵方组织的 南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放项目（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）的竞争性磋商采购文件的全部内容，现正式递交下述文件参加贵方组织的本次政府采购活动：

一、首次报价文件电子版 1 份（包含按“第三章 供应商须知”提交的全部文件）；

二、技术文件电子版 1 份（包含按“第三章 供应商须知”提交的全部文件）；商务文件电子版 1 份（包含按“第三章 供应商须知”提交的全部文件）；（商务技术文件已合并装订成册）；

三、资格证明文件电子版（包含按“第三章 供应商须知”提交的全部文件）；

据此函，签字人兹宣布：

1、我方愿意以（大写）人民币 陆拾万元整（¥ 600000.00 元）的竞标总报价，服务时间（无分标时填写）：90 日历天，提供本项目竞争性磋商采购文件第二章“服务需求一览表”中相应的采购内容。

其中（有分标时填写）：

 / 分标报价为（大写）人民币 / （¥ / 元），服务时间： ；

 / 分标报价为（大写）人民币 / （¥ / 元），服务时间： ；

.....

2、我方同意自本项目竞争性磋商采购文件采购公告规定的递交响应文件截止时间起遵循本响应函，并承诺在“第三章 供应商须知”规定的响应有效期内不修改、撤销响应文件。

3、我方在此声明，所递交的响应文件及有关资料内容完整、真实和准确。

4、如本项目采购内容涉及须符合国家强制规定的，我方承诺我方本次竞标均符合国家有关强制规定。

5、如我方成交，我方承诺在收到成交通知书后，在成交通知书规定的期限内，根据竞争性磋商采购文件、我方的响应文件及有关澄清承诺书的要求按第六章“合同文本”与采购人订立书面合同，并按照合同约定承担完成合同的责任和义务。

6、我方已详细审核竞争性磋商采购文件，我方知道必须放弃提出含糊不清或误解问题的权利。

7、我方承诺满足竞争性磋商采购文件第六章“合同文本”的条款，承担完成合同的责任和义务。

8、我方同意应贵方要求提供与本竞标有关的任何数据或资料。若贵方需要，我方愿意提供



我方作出的一切承诺的证明材料。

9、我方完全理解贵方不一定接受响应报价最低的竞标人为成交供应商的行为。

10、我方将严格遵守《中华人民共和国政府采购法》第七十七条的规定，即供应商有下列情形之一的，处以采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理部门吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

- (1) 提供虚假材料谋取中标、成交的；
- (2) 采取不正当手段诋毁、排挤其他供应商的；
- (3) 与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通的；
- (4) 向采购人、采购代理机构行贿或者提供其他不正当利益的；
- (5) 在采购过程中与采购人进行协商谈判的；
- (6) 拒绝有关部门监督检查或提供虚假情况的。

11. 与本磋商有关的一切正式往来信函请寄： _

地址： 南宁市青秀区中柬路8号龙光世纪A座36层3601

电话： 0771-5522886

传真： _____

邮政编码： 530000

开户名称： 广西讯迈科技有限公司

开户银行： 桂林银行股份有限公司南宁东葛路支行

银行账号： 660000019174000019

特此承诺。



供应商名称（电子签章）：

广西讯迈科技有限公司

日期：2024年12月22日

4.3 响应报价表

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

二、响应报价表

响应报价表

项目名称：南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放

项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ

供应商名称：广西讯迈科技有限公司

序号	服务名称	具体服务内容	数量①	单价(元)②	单项合价(元) ③=①×②	服务时间	备注
1	南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放	信息流广告	1	180,000.00	180,000.00	90 日历天	
2		开屏广告	1	120,000.00	120,000.00	90 日历天	
3		品牌专区广告	1	120,000.00	120,000.00	90 日历天	
4		贴纸广告	1	90,000.00	90,000.00	90 日历天	
5		个性化推荐广告	1	90,000.00	90,000.00	90 日历天	
合并					600,000.00		
报价合计（包含税费等所有费用）：陆拾万元整 人民币（¥ 600000.00 元）							
无分标（此处有分标时填写具体分标号，无分标时填写“无”）							
验收标准：根据采购人单位内部政府采购履约管理相关规定进行验收，供应商按采购人要求提供相关验收材料以证明已按照该项目政府采购合同完成履约，所提供的验收材料包括但不限于履约时间、地点、服务内容、数量、用户使用报告等。							
优惠及其它：							

注：

- 1、供应商需按本表格式填写，不得自行更改，也不得留空，如有多分标，按分标分别提供响应报价表。
- 2、如为联合体响应的，“供应商名称”处必须列明联合体各方名称，并标注联合体牵头人名称，且盖章处须加盖联合体各方公章，否则其响应作无效响应处理。
- 3、以上表格要求细分项目及报价，在“具体服务内容”一栏中，填写具体服务范围、服务标准。
- 4、特别提示：采购机构将对项目名称和项目编号，成交供应商名称、地址和成交金额，主要成交标的的名称、服务范围、服务要求、服务时间、服务标准等予以公示。
- 5、符合采购文件中列明的可享受中小企业扶持政策的供应商，请填写中小企业声明函。注：供应商提供的中小企业声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

供应商名称（电子签章）：

广西讯迈科技有限公司

日期：2024 年 4 月 22 日

4.4 资格声明函

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXJ1）

六、资格声明函

1. 资格声明函

致：南宁市青秀区经济贸易和信息化局：

广西讯迈科技有限公司系中华人民共和国合法供应商，经营地址 南宁市青秀区中柬路8号龙光世纪1号楼3601。

我方愿意参加贵方组织的 南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台广告投放 项目的竞标，为便于贵方公正、择优地确定成交供应商及其竞标产品和服务，我方就本次竞标有关事项郑重声明如下：

1. 我方向贵方提交的所有响应文件、资料都是准确的和真实的。

2. 我方不是采购人的附属机构；不是为本次采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商；在获知本项目采购信息后，与采购人聘请的为此项目提供咨询服务的公司及其附属机构没有任何联系。

3. 在此，我方宣布同意如下：

- (1) 将按磋商文件的约定履行合同责任和义务；
- (2) 已详细审查全部磋商文件，包括澄清或者更正公告（如有）；
- (3) 同意提供按照贵方可能要求的与谈判有关的一切数据或者资料；
- (4) 响应磋商文件规定的竞标有效期。

4. 我方承诺已经具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条中规定的参加政府采购活动的供应商应当具备的条件并按本项目响应文件“第三章”“第二节供应商须知前附表”中“资格证明文件组成”完整提供证明材料。

5. 我方在此声明，我方在参加本项目的政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单，完全符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的供应商资格条件，我方对此声明负全部法律责任。

6. 根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第五十条要求对政府采购合同进行公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。我方就对本次

响应文件进行注明如下：（两项内容中必须选择一项）

我方本次响应文件内容中未涉及商业秘密；

我方本次响应文件涉及商业秘密的内容有：_____；

7. 与本磋商有关的一切正式往来信函请寄：_____南宁市青秀区中柬路8号龙光世纪1号楼3601 邮政编号：_____ 530000

电话/传真：_____ 0771-5522886 电子邮箱：_____ quanxinkejijituan@163.com

开户银行：_____ 桂林银行股份有限公司南宁东葛路支行

帐号：_____ 660000019174000019

8. 以上事项如有虚假或者隐瞒，我方愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。

特此承诺。

注：如为联合体竞标，盖章处须加盖联合体各方公章并由联合体各方法定代表人签署，否则其响应文件按无效响应处理。



4.5 中 小 企 业 声 明 函

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

三、中小企业声明函或残疾人福利性单位声明函或属于监狱企业的证明文件

中小企业声明函（服务）

本公司郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司参加 南宁市青秀区经济贸易和信息化局的南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台广告投放 采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. 南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台广告投放项目，属于 租赁和商务服务业 行业；承建（承接）企业为 广西讯迈科技有限公司，从业人员 8 人，营业收入为 57032.28 万元，资产总额为 16119.97 万元¹，属于 微型企业；

2. / ，属于 / 行业；承建（承接）企业为 / ，从业人员 / 人，营业收入为 / 万元，资产总额为 / 万元，属于 / ；

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

1 从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。



注：享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的小微企业扶持政策的，采购人、采购代理机构应当随成交结果公开成交供应商的《小微企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

4.6 服务需求偏离表



南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXJH）

七、服务需求偏离表
竞标产品服务需求偏离表

所竞分标： 五

项号	竞争性磋商采购文件需求		响应文件承诺		偏离说明
	服务名称	数量	服务参数要求	服务参数要求	
—	南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台	1	<p>一、项目概况</p> <p>1、青秀区作为南宁市的核心区域，拥有丰富的商业和文旅资源。本项目旨在通过抖音平台流量优势，全面发挥媒体热点的作用，助力青秀区企业和产品品牌美誉度和影响力提升，进一步塑造南宁市青秀区文旅城市名片。</p> <p>2、采购人将在抖音平台开展广告投放，运用抖音多样化的投放方式，包括全天投放、早中晚黄金时段推介广告等，实现广告的广泛传播。借助抖音平台的矩阵效应，将青秀区的丰富商业和优质文旅资源集中展示，提升青秀区在消费者心中的形象，增加青秀区企业及产品的知名度和美誉度，提高青秀区文旅宣传工作的传播效果。</p> <p>二、服务主要内容包括： 序号 展示模式和位置 要求 投放时间</p>	<p>一、项目概况</p> <p>1、青秀区作为南宁市的核心区域，拥有丰富的商业和文旅资源。本项目旨在通过抖音平台流量优势，全面发挥媒体热点的作用，助力青秀区企业和产品品牌美誉度和影响力提升，进一步塑造南宁市青秀区文旅城市名片。</p> <p>2、采购人将在抖音平台开展广告投放，运用抖音多样化的投放方式，包括全天投放、早中晚黄金时段推介广告等，实现广告的广泛传播。借助抖音平台的矩阵效应，将青秀区的丰富商业和优质文旅资源集中展示，提升青秀区在消费者心中的形象，增加青秀区企业及产品的知名度和美誉度，提高青秀区文旅宣传工作的传播效果。</p> <p>二、服务主要内容包括： 序号 展示模式和位置 要求 投放时间</p>	无偏离



广告 投 放		广告 投 放		广告 投 放	
1	信息流广告	按地域（省、市、区及商圈），年龄、性别、兴趣爱好等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	1	信息流广告
2	开屏广告	按地域（省、市、区及商圈），年龄、性别、兴趣爱好等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	节假日高峰时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	2	开屏广告
3	品牌专区广告	按地域（省、市、区及商圈），年龄、性别、兴趣爱好等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	3	品牌专区广告
4	贴纸广告	按地域（省、市、区及商圈），年龄、性别、兴趣爱好等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	4	贴纸广告
5	个性化推荐广告	按地域（省、市、区及商圈），年龄、性别、兴趣爱好等标签进行投放；区域抖音曝光总计不低于100万次	全天，按时段投放，可随时调整投放时间及受众群体。	5	个性化推荐广告
广告 投 放		广告 投 放		三、项目预期效果 1、提升青秀区品牌美誉度；通过抖音平台广告投放，展示青秀区丰富的商业和优质的文旅资源，提升青秀区在消费者心中的形象。 2、增强企业与产品品牌影响力；借助抖音等流量平台，提升青秀区企业及产品的知名度和美誉度。 3、提高青秀区文旅宣传工作效果；通过媒体热点制造和流量话题推送，提高青秀区文旅宣传工作的传播效果。	

注：

1.说明：应对照磋商文件“第二章”中“服务需求一览表”的采购清单及技术参数条款逐条作出明确响应，并作出偏离说明。

2. 供应商应根据自身的承诺，对照磋商文件要求，在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。当响应文件的商务内容低于竞争性磋商采购文件要求时，竞标人应当如实写明“负偏离”，否则视为虚假应标
3. 表格内容均按要求填写并盖章，不得留空，否则按竞标无效处理。
4. 如果采购需求为小于、小于等于、大于或大于等于某个数值标准时，响应文件承诺不得直接复制采购需求，响应文件承诺内容应当写明竞标服务具体参数或商务响应承诺的具体数值，否则按竞标无效处理。如该采购需求属于不能明确具体数值的，采购人应在此采购需求的数值后标注◆号，对标注◆号的采购需求不适用上述“竞标无效”条款。
5. 如技术偏离表中的竞标响应与佐证材料不一致的，以佐证材料为准。



供应商名称（电子签章）：广西讯透科技有限公司

日期：2024年4月22日



4.7 商务条款偏离表

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

四、商务条款偏离表

商务条款偏离表

采购项目编号： NNZC2024-C3-030166-GXHJ

采购项目名称： 南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放

分标号（此处有分标时填写具体分标号，无分标时填写“无”）： 无

项号	竞争性磋商采购文件的商务需求	响应文件承诺的商务条款	偏离说明
	▲1、合同签订期：自成交通知书发出之日起 25 日内。	▲1、合同签订期：自成交通知书发出之日起 25 日内。	无偏离
	▲2、服务期限：90 日历天，具体开始时间以采购人通知为准。	▲2、我方承诺编制成果通过验收合格后，提供 90 日历天的项目跟进服务。	无偏离
	3、提交服务地点：广西南宁市采购人指定地点。	3、提交服务地点：广西南宁市采购人指定地点。	无偏离
	▲ 4、服务要求： ▲（1）质量保证期：服务期内。 ▲（2）处理问题响应时间：接到采购人处理问题通知后 1 小时内到达采购人指定现场。 （3）其他：根据实际具体情况提供相应的服务措施	▲4、服务要求： ▲（1）质量保证期：服务期内。 ▲（2）处理问题响应时间：接到采购人处理问题通知后半小时到达采购人指定现场。 （3）其他：根据实际具体情况提供相应的服务措施	正偏离
	5、其他要求： ▲（1）报价必须含以下部分，包括： ①服务的价格； ②广告制作费及管理维护费； ③人工工资及人员加班等费用； ④必要的保险费用和各项税金； ⑤其他如运输、装卸、安装、调试等费用； ▲（2）付款方式：本项目无预付款，服务成果经采购人验收合格后 10 日内成交人向采购人开具正规发票，采购人在收到发票后 10 日内一次性支付全部合同款。	5、其他要求： ▲（1）报价必须含以下部分，包括： ①服务的价格； ②广告制作费及管理维护费； ③人工工资及人员加班等费用； ④必要的保险费用和各项税金； ⑤其他如运输、装卸、安装、调试等费用； ▲（2）付款方式：本项目无预付款，服务成果经采购人验收合格后 10 日内成交人向采购人开具正规发票，采购人在收到发票后 10 日内一次性支付全部合同款。	无偏离
	6、验收标准 根据采购人单位内部政府采购履约管理相关规定进行验收，供应商按采购人要求提供相关验收材料以证明已按照该项目政府采购合同完成履约，所提供的验收材料包括但不限于履约时间、地点、服务内容、数量、	6、验收标准 根据采购人单位内部政府采购履约管理相关规定进行验收，供应商按采购人要求提供相关验收材料以证明已按照该项目政府采购合同完成履约，所提供的验收材料包括但不限于履约时间、地点、服务内容、数量、用户使	无偏离



	用户使用报告等。	用报告等。	
二	需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范； 本项目如有国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范的，应执行相应的标准、规范。如具体采购需求与标准、规范不一致的，高于标准、规范的按具体采购需求执行，低于标准、规范的按标准、规范执行。	需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范； 本项目如有国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范的，应执行相应的标准、规范。如具体采购需求与标准、规范不一致的，高于标准、规范的按具体采购需求执行，低于标准、规范的按标准、规范执行。	无偏离
三	其他要求： 1. 竞标报价：本次报价须为人民币总价报价。竞标报价已包含完成本项目所有费用和各项税、费、劳务、设备、交通等所有费用的总和。 2. 要求供应商提供与项目相关的所有行为活动、资料文件、成果不涉及任何法律纠纷，采购人在使用供应商提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或知识产权或其他相关的起诉。如果第三方提出侵权指控，成交供应商必须承担由此产生的一切法律责任和费用。	其他要求： 1. 竞标报价：本次报价须为人民币总价报价。竞标报价已包含完成本项目所有费用和各项税、费、劳务、设备、交通等所有费用的总和。 2. 要求供应商提供与项目相关的所有行为活动、资料文件、成果不涉及任何法律纠纷，采购人在使用供应商提供的服务时免受第三方提出的侵犯其专利权或知识产权或其他相关的起诉。如果第三方提出侵权指控，成交供应商必须承担由此产生的一切法律责任和费用。	无偏离

注：

1. 说明：应对照磋商文件“第二章 采购需求”中的商务条款逐条作出明确响应，并作出偏离说明。
2. 供应商应根据自身的承诺，对照磋商文件要求，在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。当响应文件的商务内容低于竞争性磋商采购文件要求时，竞标人应当如实写明“负偏离”，否则视为虚假应标。
3. 表格内容均需按要求填写，不得留空，否则按竞标无效处理。
4. 如果采购需求为小于、小于等于、大于或大于等于某个数值标准时，响应文件承诺不得直接复制采购需求，响应文件承诺内容应当写明竞标货物具体参数或商务响应承诺的具体数值，否则按竞标无效处理。如该采购需求属于不能明确具体数值的，采购人应在此采购需求的数值后标注◆号，对标注◆号的采购需求不适用上述“竞标无效”条款。

供应商名称（电子签章）：

广西讯迈科技有限公司

日期：2024年4月22日

4.8 项目服务方案

南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活 动抖音平台广告投放

项目 实施 方案



广西建迈科技有限公司

2024年4月20日

目录

第一章 项目背景与目标	1
1.1 项目背景.....	1
1.2 项目目标.....	1
1.3 项目意义.....	2
第二章 市场分析	3
2.1 目标市场概述.....	3
2.2 目标受众分析.....	3
2.3 竞争对手分析.....	4
2.4 市场趋势分析.....	7
2.5 市场机会与挑战.....	7
2.6 市场定位.....	7
第三章 抖音平台特性分析	9
3.1 用户画像.....	9
3.2 平台内容偏好.....	9
3.3 平台功能特性.....	10
3.4 用户行为分析.....	10
3.5 广告投放策略建议.....	10
第四章 项目实施方案	12
4.1 广告内容创意.....	12
4.2 广告展示形式.....	12
4.3 预算分配与优化.....	15
4.4 风险管理与应对.....	15
4.5 投放效果评估.....	15
第五章 组织服务方案	18
5.1 项目组织服务思想及流程.....	18
5.2 项目组织机构和人员配置.....	20
5.3 执行时间计划.....	21
第六章 风险管理	23
6.1 风险识别.....	23
6.2 应对措施.....	24
第七章 效果评估与优化	26

7.1 评估指标设定.....	26
7.2 数据收集.....	26
7.3 效果分析.....	26
7.4 优化策略.....	27



第一章 项目背景与目标

1.1 项目背景

1.1.1 青秀区概述

南宁市青秀区作为广西壮族自治区的首府南宁市的核心区域，以其丰富的自然景观、深厚的历史文化底蕴和活跃的商业氛围而闻名。青秀区拥有多个著名的旅游景点，如青秀山风景区、南宁国际会展中心等，同时也是南宁市的政治、经济和文化中心。

1.1.2 春季商文旅活动介绍

春季是青秀区旅游和商业活动的高峰期，气候宜人，百花盛开，吸引了大量游客。为了进一步促进当地经济和旅游业的发展，青秀区政府策划了一系列春季商文旅活动。依托抖音平台围绕青秀区人文、经济、科技、旅游、吃喝玩乐等方方面面的创意传播方案，通过创意短视频、创意长图、创意图文、话题加持等组合拳，打出“青秀潮玩，乐游青秀”概念。让市民朋友们能够真切地感受到青秀区的超强实力，体验这片热土的发展如何给大家的生活带来满满的幸福感和惊喜！

1.2 项目目标

1.2.1 提升知名度

通过抖音平台的广告投放，提高青秀区春季商文旅活动的知名度，使之成为南宁市乃至周边地区的热门话题。

1.2.2 吸引目标受众

吸引包括本地居民、周边城市游客以及国内外旅游爱好者在内的目标受众，增加活动的参与度和影响力。

1.2.3 促进经济发展

通过吸引游客和消费者，促进青秀区的商业发展，提升当地商家的营业额，带动经济增长。

1.2.4 增强文化体验

利用春季商文旅活动展示青秀区的文化特色，增强游客的文化体验，提升青秀区的文化软实力。

1.2.5 建立品牌形象

通过一系列创意广告和活动，建立青秀区春季商文旅活动的品牌形象，为未来的活动打下良好的基础。

1.3 项目意义

1.3.1 对青秀区的意义

- 增强青秀区的旅游吸引力，提升城市形象。
- 促进当地商业和文化的发展，提高居民生活质量。
- 通过活动展示青秀区的多元文化和现代化面貌。

1.3.2 对目标受众的意义

- 提供丰富多彩的春季活动，增加休闲娱乐选择。
- 通过参与活动，体验青秀区的文化和自然美景。
- 促进旅游消费，带动相关产业链的发展。

通过上述内容，我们为青秀区春季商文旅活动的抖音广告投放项目奠定了基础，明确了项目背景、目标和意义。接下来，可以依据这个框架进一步发展详细的市场分析、广告内容创意、投放策略等部分。

第二章 市场分析

2.1 目标市场概述

2.1.1 目标市场定义

青秀区春季商文旅活动的目标市场主要包括以下几个群体：

本地居民：南宁市及周边地区的居民，他们对本地文化和活动有较高的参与度。

周边城市游客：邻近省份和城市的居民，对短途旅行和周末休闲有兴趣。

国内外旅游爱好者：对广西民族文化和自然景观感兴趣的国内外游客。

2.1.2 市场规模预估

根据人口统计数据和旅游流量分析，预估目标市场规模，并确定潜在的参与人数。

2.2 目标受众分析

2.2.1 人口统计特征

年龄：覆盖各个年龄段，重点关注 18-45 岁的年轻人群，他们是社交媒体和网络活动的活跃用户。

性别：男性和女性均感兴趣，但可能需要针对性别特征设计不同的宣传策略。

收入水平：中等收入以上人群，具有旅游和消费能力。

2.2.2 心理特征

兴趣爱好：对旅游、美食、文化、购物有浓厚兴趣的受众。



消费习惯：倾向于体验型消费，愿意为独特的文化体验和高品质
的商品支付。

2.2.3 媒体使用习惯

社交媒体：频繁使用抖音、微博、微信等社交平台。

网络行为：喜欢在线观看视频、参与互动和分享内容。

2.3 竞争对手分析

2.3.1 竞争对手概况

分析其他同类活动或目的地在抖音平台的广告策略，包括：

广告内容：创意、主题、呈现方式。

投放时间：高峰时段、特殊日期。

互动策略：挑战、话题标签等。

2.3.2 竞争优势分析

优势：

① 文化特色

民族文化多样性：青秀区拥有丰富的民族文化，包括多样的民族
服饰、传统节日和民族音乐，为活动提供了独特的文化体验。

历史遗迹：该区域的历史遗迹为游客提供了深入了解当地历史和
文化的机会。

② 自然景观

青秀山风景区：作为青秀区的标志性自然景观，青秀山提供了优
美的自然风光和休闲旅游的绝佳场所。

气候宜人：春季的青秀区气候温和，适合户外活动，吸引游客前

来赏花和游览。

③ 地理位置

交通便利：青秀区作为南宁市的中心区域，交通网络发达，便于游客到达。

④ 商业潜力

商业资源丰富：区内商业设施完善，能够为游客提供多样化的购物和餐饮体验。

劣势：

① 知名度不足

市场认知度：相较于一些国内外知名旅游目的地，青秀区的知名度可能较低，需要通过广告和宣传提升市场认知度。

品牌形象：若青秀区的品牌形象不够鲜明，可能难以在竞争激烈的旅游市场中脱颖而出。

② 市场推广力度不够

宣传渠道：可能缺乏有效的宣传渠道，导致潜在游客对青秀区的了解不足。

营销策略：目前的市场推广策略可能未能充分吸引目标受众的注意力。

③ 竞争压力

同类活动竞争：其他地区可能在同一时期举办类似活动，造成市场竞争。

替代旅游目的地：游客可能会选择其他更为知名的旅游目的地。



④ 资源限制

资金预算：推广活动的预算可能有限，影响广告投放的规模和效果。

人力资源：活动策划和执行可能面临人手不足的问题。

应对策略：

为了克服上述劣势，可以采取以下策略：

① 加强品牌建设

通过创意广告和故事营销，强化青秀区的品牌形象，提升市场认知度。

② 拓宽宣传渠道

利用多渠道宣传，包括社交媒体、旅游展会、合作伙伴等，增加曝光度。

③ 创新营销策略

采用创新的营销手段，如用户互动挑战等，提高目标受众的参与度。

④ 突出差异化竞争

明确青秀区与其他旅游目的地的差异，突出其独特卖点。

⑤ 增加资源投入

争取更多的资金和人力支持，提升活动的推广效果。

通过这些策略，青秀区的春季商文旅活动可以在竞争激烈的市场中脱颖而出，吸引更多的游客，提升知名度和参与度。

2.4 市场趋势分析

2.4.1 旅游市场趋势

短途旅行：疫情后短途旅行需求增加。

文化体验：游客更加注重目的地的文化体验。

2.4.2 媒体消费趋势

短视频：抖音等短视频平台用户增长迅速。

个性化推荐：用户更偏好个性化的内容推荐。

2.5 市场机会与挑战

2.5.1 市场机会

- **疫情恢复：**随着疫情的缓解，旅游市场逐渐回暖。
- **平台优势：**抖音平台的高用户活跃度和内容传播力。

2.5.2 市场挑战

- **同质化竞争：**市场上类似活动较多，需要突出差异化。
- **用户注意力分散：**在信息爆炸的时代，吸引和维持用户注意力成为挑战。

2.6 市场定位

基于以上分析，青秀区春季商文旅活动的市场定位应聚焦于：

文化体验：强调青秀区的文化特色和民族风情。

品质旅游：提供高品质的旅游产品和服务。

互动参与：鼓励用户参与和分享，提高活动的互动性和参与度。

通过深入的市场分析，我们可以更好地理解目标受众的需求和偏

好，以及市场的竞争格局。这将为后续的广告内容创意、投放策略和预算规划提供有力的支持。



第三章 抖音平台特性分析

3.1 用户画像

3.1.1 年龄段分布

年轻用户群体：抖音的核心用户群体为年轻人，尤其是 18-35 岁之间的用户，他们对新鲜事物有较高的接受度，喜欢追求新奇体验。

3.1.2 性别比例

均衡性别分布：抖音用户性别比例相对均衡，男性和女性用户都活跃在平台上，这为广告的性别定向提供了灵活性。

3.1.3 地域分布

城市用户为主：抖音用户主要集中在一二线城市，这与青秀区春季商文旅活动的目标市场相契合。

3.1.4 兴趣偏好

多元化兴趣：用户兴趣广泛，包括旅游、美食、时尚、娱乐等，这为活动宣传提供了多样化的内容方向。



3.2 平台内容偏好

3.2.1 短视频内容

创意短视频：用户偏好观看有创意、制作精良的短视频，这要求广告内容具有吸引力和创新性。

3.2.2 互动性

挑战和话题标签：用户喜欢参与挑战和话题标签，这可以作为提高用户参与度的策略。

3.2.3 KOL 效应

意见领袖影响：KOL（关键意见领袖）在抖音上具有强大的影响力，合作 KOL 可以扩大广告的覆盖范围和影响力。

3.3 平台功能特性

3.3.1 算法推荐

个性化推荐：抖音的算法会根据用户行为推荐相关内容，这有助于精准触达目标受众。

3.3.2 广告产品

多样化的广告形式：抖音提供开屏广告、信息流广告、挑战赛等多种广告产品，可以根据活动特点选择合适的广告形式。

3.4 用户行为分析

3.4.1 活跃时间

高峰时段：分析用户活跃的高峰时段，如晚上和周末，以确定最佳的广告投放时间。

3.4.2 互动行为

点赞、评论、分享：用户喜欢对喜欢的内容进行点赞、评论和分享，这可以作为衡量广告效果的指标。

3.4.3 搜索习惯

标签和话题搜索：用户习惯通过标签和话题搜索感兴趣的内容，这为利用话题标签进行广告推广提供了机会。

3.5 广告投放策略建议

基于抖音平台的特性和用户行为，提出以下广告投放策略建议：

1. 创意内容制作：制作高质量的创意短视频，突出青秀区春季商文

旅活动的特色和亮点。

2. 利用挑战和话题标签：发起与活动相关的挑战和话题标签，鼓励用户参与和分享。
3. 精准定向：利用抖音的定向工具，针对目标受众进行精准广告投放。
4. 互动激励：设计互动环节，如抽奖、优惠券等，激励用户参与和分享。

通过深入分析抖音平台的特性和用户行为，我们可以制定出更加精准和有效的广告投放策略，提高广告的触达率和转化率，为青秀区春季商文旅活动的宣传推广提供有力支持。



第四章 项目实施方案

4.1 广告内容创意

4.1.1 主题构思：

以“青秀潮玩，乐游青秀”为核心主题，通过创意内容展示青秀区春季的自然美景、文化特色和商业活力。

4.1.2 创意方向从以下三个方面展示：

- ①自然美景：突出青秀山等自然景观的春季特色。
- ②文化特色：展示民族风情、历史遗迹和非物质文化遗产。
- ③商业活力：展现春季商文旅活动的购物优惠和美食体验。

因此招标单位提供的素材（包括短视频、海报、长图、文案）都围绕以上三个方面。

4.2 广告展示形式

根据招标单位提供的短视频、创意海报、创意长图、创意图文等广告素材，在抖音平台上通过信息流广告、开屏广告、品牌专区广告、贴纸广告、个性化推荐广告 5 种形式展示。

①开屏广告：

投放时间：工作日及周末的上午 10 点至晚上 10 点

展示位置：抖音 APP 启动后的全屏广告位

广告时长：3-5 秒静态或动态图片/短视频

广告频控：每周 2-3 条，同一用户每天展示 1 次

数量：5 张不同设计风格的海报，4 条精选视频，确保内容吸引人且与文旅活动紧密相关

定位人群：全体抖音

用户区域：南宁市青秀区及周边地区

性别、年龄：不限

②信息流广告：

投放时间：高峰时段（12:00-14:00, 18:00-22:00）集中投放

展示位置：抖音 APP 推荐页、关注页

广告时长：5-15 秒短视频

广告频控：同一用户每天最多展示 2 次

视频数量：6 条（包含不同场景、不同内容的视频）

定位人群：对旅游、文化、购物感兴趣的用戶

区域：南宁市青秀区及周边地区

性别：不限

年龄：18-50 岁

③贴纸广告

投放时间：全天投放，高峰时段增加曝光

展示位置：用户发布的视频中添加的贴纸位置

贴纸设计：设计具有活动特色的贴纸，吸引用户参与

贴纸数量：2 款（包含不同风格、不同主题的贴纸）

定位人群：对贴纸功能感兴趣的用戶

区域：南宁市青秀区及周边地区

性别、年龄：不限

④品牌专区广告

投放时间：全天投放

展示位置：抖音搜索页相关关键词搜索结果顶部

广告形式：品牌介绍、活动详情、视频展示等

广告内容：包含活动介绍、亮点、参与方式等

定位关键词：南宁市青秀区、春季商文旅、活动等

定位人群：对活动关键词感兴趣的用戶

区域：南宁市青秀区及周边地区

性别、年龄：不限

⑤个性化推荐广告

投放时间：全天投放，根据用户行为实时调整

展示位置：抖音 APP 根据用户兴趣推荐的视频流中

广告时长：5-15 秒短视频

广告频控：同一用户每天最多展示 2 次

视频数量：4 条（根据用户兴趣和行为数据动态生成）

定位人群：基于用户历史行为、兴趣等数据进行精准推荐

区域：南宁市青秀区及周边地区

性别、年龄：根据用户画像进行精准定位

持续优化

根据评估结果，持续优化创意内容，提高广告的吸引力和转化率。

通过紧扣“青秀潮玩，乐游青秀”的主题，结合抖音平台的特性和用户行为，我们制定了一系列的创意内容策略。这些策略旨在提高广告的吸引力、参与度和转化率，为青秀区春季商文旅活动的宣传推广

提供有力支持。

4.3 预算分配与优化

4.3.1 预算分配

信息流广告：30%

开屏广告：20%

品牌专区广告：20%

贴纸广告：15%

个性化推荐广告：15%

4.3.2 效果监控与优化

实时监控广告效果，具体预算分配将根据广告平台的实时报价和投放效果进行调整，确保总预算不超过60万人民币。

4.4 风险管理与应对

风险识别

识别可能影响广告效果的风险因素，如用户疲劳、负面反馈等。

应对策略

制定应对策略，如调整创意内容、增加互动环节、优化投放时间等。

4.5 投放效果评估

评估指标设定

设定清晰的评估指标，如观看次数、点赞数、转化率等。

数据分析

收集和分析广告投放数据，评估广告效果。

持续优化

根据评估结果，持续优化广告投放策略。



附表 1: 抖音投放内容计划表

抖音投放内容计划表																
投放期限: 90 个日历天																
序号	广告投放方式	投放时间	展示位置	广告时长	广告频次	数量		定位人群	性别	年龄	区域	投放计划	元	曝光次数 (万次)	合计 (元)	备注
						海报	视频									
1	开屏广告	工作日及周末的上午10点至晚上10点	抖音 App 启动后的全屏广告位	3-5 秒静态或动态图片/短视频	每周 2-3 条, 同一用户每天展示 1 次		5	全体抖音	不限	不限	南宁市青秀区及周边地区	节假日高峰时段投放	120,000.00	10		假设每次展示的成本 (CPM) 为 10 元
2	信息流广告	高峰时段 (12:00-14:00, 18:00-22:00) 集中投放	抖音 App 推荐页、关注页	5-15 秒短视频	同一用户每天最多展示 2 次		6	对旅游、文化、购物感兴趣的 用户	不限	18-50 岁	南宁市青秀区及周边地区	全天投放	180,000.00	3750		假设 CTR 为 2%, CPC 为 2 元
3	品牌专区广告	全天投放	抖音搜索页相关链接搜索结果顶部	/	/	/	/	对活动关键词感兴趣的 用户 (关键词: 南宁市青秀区、春季南文旅、活动等)	不限	不限	南宁市青秀区及周边地区	全天投放	120,000.00	/	600,000.00	由于品牌专区广告的计算方式较为复杂, 通常涉及多个因素 (如关键词竞价、展示位置等), 因此难以直接估算曝光次数, 但我们可以通过假设曝光次数与预算成正比
5	贴纸广告	全天投放, 高峰时段增加曝光	用户发布的视频中添加的贴纸位置	/	/	(2 款不同风格, 不同主题的贴纸)	2 款 (包含不同风格, 不同主题的贴纸)	对贴纸功能感兴趣的 用户	不限	不限	南宁市青秀区及周边地区	全天投放	90,000.00	/		贴纸广告的计算方式也较为复杂, 通常与用户的互动程度相关, 但我们可以通过假设曝光次数与预算成正比
9	个性化推荐广告	全天投放, 根据用户行为实时调整	抖音 App 根据用户兴趣推荐的视频中	5-15 秒短视频	同一用户每天最多展示 2 次		4	南宁市青秀区及周边地区	根据用户画像进行精准定位	根据用户画像进行精准定位	南宁市青秀区及周边地区	全天投放	90,000.00	3125		假设 CTR 和 CPC 与信息流广告相似
合计						7	14						600,000.00	6885	600,000.00	

注:
 1.广告中的视频、海报、图文等各项素材均由招标单位提供, 提供的素材需能吸引且与青秀区文旅活动紧密相关。
 2.具体预算分配将根据广告平台的实时报价和调整效果进行调整, 确保总预算不超过 60 万人民币。
 3.以上曝光次数为估算, 因收费标准受到多种因素的影响 (如广告质量、竞争情况、目标受众、投放形式改变等), 因此无法直接给出每种广告形式在给定预算下能达到的确切曝光次数, 但是, 我可以提供一个基于假设和一般经验的估算方法: 曝光次数 = 预算 / (CPC * CTR)

第五章 组织服务方案

5.1. 项目组织服务思想及流程

5.1.2 服务思想

本项目的服务思想是以客户需求为导向，以专业、高效、创新为服务宗旨。我们将通过科学的组织管理和精湛的技术服务，为青秀区春季商文旅活动抖音平台广告投放提供全方位的支持和保障。

5.1.2 服务流程

需求调研与分析：

- 与青秀区文旅部门深入沟通，了解活动特点、宣传需求和预期目标。
- 分析抖音平台的用户特点、行为习惯和内容偏好。
- 研究同类旅游宣传推广案例，总结成功经验与不足。

策略制定与执行：

- 根据调研结果，制定针对性的广告投放策略，包括广告创意设计、投放时间、目标受众等。
- 设计创意广告文案和视觉元素，确保广告内容新颖、有趣、吸引人。
- 确定广告投放的预算和投放周期，确保广告效果最大化。
- 广告制作与发布：
 - 委托专业团队进行广告视频的制作和剪辑，确保视频质量上乘。
 - 在抖音平台上发布广告，并实时监测广告效果。

数据监测与优化：

- 通过抖音平台提供的数据分析工具，实时监测广告投放效果。
- 根据数据反馈，及时调整投放策略，优化广告内容，提升广告效果。

售后服务与反馈：

- 提供全方位的售后服务，解答客户疑问，处理客户投诉。
- 定期与客户沟通，了解广告效果反馈，为下一次投放提供优化建议。



5.2 项目组织机构和人员配置

5.2.1 项目组织结构

本项目组织结构将分为三层：决策层、管理层和执行层。决策层负责制定项目战略和决策，管理层负责项目的日常管理和协调，执行层则负责具体的项目实施工作。项目管理结构采用矩阵式管理，既保留了职能部门的优势，又充分发挥了项目管理的灵活性。

5.2.2 人员配置及岗位职责

项目经理：

- 负责项目的全面管理，制定项目计划，协调各方资源。
- 确保项目按时按质完成，对项目的整体效果负责。

技术负责人：

- 负责项目的技术管理和指导，解决项目实施过程中的技术问题。
- 确保项目技术质量符合抖音平台的投放要求。

专项服务团队：

- 包括广告策划师、视频制作团队、广告投放专员、数据分析师等。
- 负责广告的创意策划、制作发布、数据分析和优化调整等工作。
- 管理团队：
 - 负责项目的日常管理和协调，包括进度管理、质量管理、风险管理等。
 - 确保项目各项工作有序进行，达到预期目标。

售后服务团队：

- 负责处理广告投放过程中的各种问题与需求。

- 提供 24 小时在线客服支持，确保客户随时可以得到帮助。

5.2.3 人员管理方案

人员管理规范：

- 制定人员管理规范，明确各岗位的职责、权限和工作要求。
- 建立绩效考核制度，对人员的工作绩效进行定期评估和奖惩。

人员培训与发展：

- 定期组织人员进行抖音广告投放相关的专业培训，提升团队的专业素养和技能水平。
- 鼓励团队成员参加行业交流活动，拓宽视野，提升创新能力。

激励机制：

- 设立项目奖励机制，对表现优秀的团队成员给予物质和精神奖励。
- 提供晋升机会和职业发展通道，激发团队成员的工作热情和积极

5.3 执行时间计划

5.3.1 推广期

时间范围：活动期间

5.3.2 广告投放

推广阶段：推广阶段按主题划分在活动开始时加大广告投放力度，尤其是节假日高峰时段（活动开始至活动结束）

5.3.3 评估期

时间范围：活动期间

数据收集

广告数据：收集广告投放的相关数据，如观看次数、点赞数等

效果分析

分析收集到的数据，评估广告投放和活动的效果

策略调整

根据收集的数据以及效果分析得出评估结果后，优化未来的广告投放方式。



第六章 风险管理

6.1 风险识别

6.1.1 市场风险

用户参与度不足：目标受众对活动的兴趣不如预期，导致参与度低。

竞争对手活动：竞争对手同期推出类似活动，分散了潜在参与者的注意力。

6.1.2 技术风险

广告投放技术问题：抖音平台的系统故障或不兼容问题导致广告投放受阻。

数据跟踪失效：无法准确追踪广告效果，导致难以评估 ROI 和进行及时调整。

6.1.3 创意风险

内容创意不符合用户口味：广告内容未能引起目标受众的兴趣和共鸣。

文化敏感性问题：广告内容可能触及文化敏感点，引发负面影响。

6.1.4 法律与合规风险

广告法规变更：新的法律法规可能影响广告内容和投放方式。

知识产权侵权：使用的音乐、图片等可能涉及版权问题。

6.1.5 预算风险

成本超支：广告投放和活动策划的成本超出预算。

投资回报率(ROI)不达标：广告投放的收益未达到预期，导致 ROI

不达标。

6.2 应对措施

6.2.1 市场风险应对

用户调研：定期进行市场调研，了解目标受众的兴趣和偏好。

差异化策略：突出青秀区春季商文旅活动的独特卖点，与竞争对手区分开来。

6.2.2 技术风险应对

平台测试：提前进行广告投放的技术测试，确保无技术障碍。

数据备份：使用多个工具进行数据跟踪，确保数据的准确性和完整性。

6.2.3 创意风险应对

创意审核：建立创意内容的内部审核机制，确保内容质量和文化敏感性。

用户反馈：重视用户反馈，及时调整创意内容

6.2.4 法律与合规风险应对

法律顾问咨询：与法律顾问合作，确保所有广告内容符合法律法规。

版权审核：确保所有使用的素材均已获得合法授权。

6.2.5 预算风险应对

预算控制：建立严格的预算审批流程，避免不必要的开支。

ROI 监控：实时监控广告投放的 ROI，及时调整策略以提高收益。

6.2.6 应急预案

快速响应：建立快速响应机制，一旦发现风险迹象，立即采取措施。

备选方案：准备备选广告内容和投放计划，以应对突发情况。

通过以上风险管理和应对措施，我们可以最大限度地降低南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台广告投放项目的风险，确保项目的顺利进行和成功。



第七章 效果评估与优化

7.1 评估指标设定

7.1.1 定量指标

观看次数：广告视频被观看的总次数。

点击率(CTR)：广告点击次数与观看次数的比率。

转化率(CVR)：通过广告点击进入后产生目标行动的次数与点击次数的比率。

参与度：用户对广告的互动，包括点赞、评论和分享的总数。

7.1.2 定性指标

用户反馈：用户对广告内容的正面或负面评价。

品牌影响力：品牌在目标受众心中的形象和认知度变化。

7.2 数据收集

7.2.1 工具应用

抖音平台分析工具：利用抖音提供的数据分析工具跟踪广告表现。

第三方分析平台：使用 Google Analytics 等工具监测落地页流量和用户行为。

7.2.2 方法实施

实时监控：持续跟踪广告投放期间的实时数据。

抽样调研：通过问卷或访谈的方式，收集用户对广告内容和活动的看法。

7.3 效果分析

7.3.1 数据解读

数据分析：对收集到的数据分析，识别哪些广告形式和内容最有效。

用户行为分析：了解用户对不同广告内容的偏好和反应。

7.3.2 结果对比

目标对比：将实际结果与预定目标进行对比，评估达成程度。

成本效益分析：计算广告投放的 ROI，评估经济效益。

7.4 优化策略

7.4.1 内容优化

创意调整：根据用户反馈调整广告创意，提高吸引力。

信息强化：确保广告内容清晰传达活动信息和优惠细节。

7.4.2 投放优化

时段调整：根据用户活跃数据调整广告投放时间。

定向优化：细化目标受众的定向条件，提高广告的精准度。

7.4.3 技术优化

跟踪代码：确保所有广告和落地页都正确安装了跟踪代码。

用户体验：优化落地页设计，提升加载速度和导航便捷性。

7.4.3 预算优化

成本效益分析：基于 ROI 调整不同广告形式的预算分配。

预算重新分配：将预算从效果较差的广告形式转移到效果较好的形式。

4.9 售后服务承诺

南宁市政府采购竞争性磋商采购文件（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）

2、售后服务承诺

南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台宣传推广项目 售后承诺书

尊敬的南宁市青秀区经济贸易和信息化局：

感谢贵单位对我公司的信任与支持。为确保“南宁市青秀区 2024 年春季商文旅活动抖音平台宣传推广项目”的顺利进行，并保障项目的售后服务质量，我公司郑重承诺如下：

一、服务宗旨

我公司始终坚持“客户至上，服务第一”的原则，致力于为贵单位提供全方位、高效、专业的技术支持与售后服务。

二、服务团队与措施

1. 我公司将成立以项目负责人为首的售后服务小组，小组成员包含项目小组的所有成员，确保随时根据贵单位及项目实际需求提供全方位的技术服务。

2. 在投放工作的各个环节，我公司将积极与贵单位及相关主管部门沟通，对成果初稿、反馈修改成型等各个阶段进行汇报，并根据贵单位的书面反馈材料，积极响应相关的修改要求，力求满足贵单位的各方面需求。

3. 我公司将根据贵单位的要求，积极配合完成后续服务过程中其他各项工作，对在实施中遇到的技术性难题给予解释和指导，及时提供满意的服务。

4. 我公司位于南宁市青秀区中柬路 8 号龙光世纪 A 座 3601，保证参与项目的人员均长期在南宁市区内，项目小组成员保持手机 24 小时畅通，随时根据贵单位要求提供各种技术服务。在接到贵单位要求到现场处理问题后，我公司承诺当天半小时内到达贵单位指定现场并主动解决问题。

5. 我公司将根据审查会、工作对接会、协调会等意见及时修改完善成果内容，确保项目宣传推广效果达到最佳。

6. 我公司将按照贵单位指定的时间及地点，配合完成各项工作，确保项目按时、按质完成。

7. 项目的人员均常驻南宁开展工作，随时为项目实施提供各种服务，确保项目的顺利进行。

三、承诺保证

我公司郑重承诺，以上售后服务措施将严格执行，确保为贵单位提供高质量、高效率的售后服务。若因我公司原因导致售后服务不到位或影响项目进展，我公司愿承担相应的责任并接受处罚。

再次感谢贵单位对我公司的信任与支持，我们将全力以赴，确保项目的圆满成功！

此致

敬礼！

供应商名称（电子签章）：

广西讯迈科技有限公司

日期：2024年4月22日



附表A:售后服务机构情况表（按此格式自制）

序号	机构名称	机构性质	注册地址	服务技术人员数量	联系电话
1	广西讯迈科技有限公司	私营企业	南宁市青秀区中 东路8号龙光世纪 A座36层3601	6	15077170671

注：关于项目涉及的所有售后服务机构均在本表注明，包括供应商本单位和符合条件的第三方服务机构；

4.10 成交通知书

南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台广告投放

成交通知书

广西讯迈科技有限公司：

广西华进项目管理有限公司受采购人委托，就 南宁市青秀区2024年春季商文旅活动抖音平台广告投放（项目编号：NNZC2024-C3-030166-GXHJ）采用 竞争性磋商 方式进行采购，经评审，采购人确认，贵公司为本项目的成交供应商。

本项目为 专门面向中小企业采购

你公司 未享受中小企业价格评审优惠政策。

你公司政策评审后的价格为 600000 元。（注：符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46号）文规定的，服务和货物类的报价给予20%、工程类给予5%价格扣除；接受联合体或允许分包的，联合体协议或分包意向协议约定小微企业的合同份额占合同总金额30%以上的，服务和货物类的报价给予6%、工程类给与2%的价格扣除。）

成交金额：**600000元**

请贵公司接此通知后，按采购文件约定的日期凭本通知书与采购人签订合同，并按采购文件要求和相应文件的承诺履行合同。具体事项请及时与采购人联系。

特此通知

采购人联系人：南宁市青秀区经济贸易和信息化局 温翠月

联系电话：**0771-5826192**

