

视觉形象体系设计项目

招标技术询价文件

海油富岛（上海）化学有限公司

2024 年 4 月

张聪聪

目录

一、 重要说明.....	2
二、 项目背景.....	2
三、 投标人资质、业绩要求★.....	3
四、 投标人人力资源要求.....	3
五、 项目技术要求★.....	4
六、 项目工期及安排.....	10
七、 其它服务要求★.....	10
八、 增值服务.....	11
九、 项目验收方式★.....	12



一、 重要说明

1. 项目名：视觉形象体系设计项目
2. 为保证项目质量，技术需求书中所有标“★”条款均为关键条款，投标人必须应答并说明满足情况。对于某个单独必需项功能不满足时，其投标文件将会被拒绝。

二、 项目背景

为深入学习贯彻习近平总书记关于加快建设世界一流企业的重要指示精神，全面贯彻落实党的二十大精神、中央经济工作会议部署以及国务院国资委《关于开展中央企业品牌引领行动的通知》（国资发社责〔2022〕74号）要求，集团公司研究制订了《中国海油品牌引领行动实施方案》。

中海油化学作为中国海油文化软实力和品牌形象在乡村沃野的最佳传播者、最佳展示者，积极响应集团“品牌引领行动”的号召，与外部咨询公司合作，开展品牌战略咨询全案项目。现已完成项目主体部分方案搭建，形成品牌调研与诊断报告、品牌战略体系、品牌整合营销体系以及品牌管理体系。

品牌战略咨询项目推进过程中，项目组采取定性、定量的调研方式，为中海油化学旗下品牌现况做出诊断，并选取优秀竞对展开对比分析。调研发现，中海油化学存在企业品牌标识设计缺失，母子品牌和产品系列关联性弱，产品品牌标识设计理念老旧，品牌辨识度弱，未能体现品牌价值主张，溢价感知不强，产品包装设计不利于消费者记忆、理解等系列问题，亟需聘请专业机构，从设计层面为中海油化学进行系统化、专业化的品牌焕新，为将中海油化学创建成为管理科学、贡献突出、价值领先的卓著品牌打下基础，为中海油化学实现全面品牌管理广泛实施，基本建成现代化品牌治理体系做出贡献。

三、 投标人资质、业绩要求★

1. 投标人应提供有效的企业法人营业执照并且注册资金为人民币 100 万元及以上（或等值外币）。

2. 业绩要求：

2.1 近四年（自 2020 年 1 月 1 日起）以来，投标人具有服务集团化企业的视觉形象体系设计全案项目的经验；

2.2 近四年（自 2020 年 1 月 1 日起）以来，曾完成涉及商标标识设计、视觉应用体系设计规范、宣传手册设计及空间设计项目 1 个或以上（可一个合同针对上述内容进行全覆盖，或多个合同分别涉及上述不同项目）；

2.3 以上项目应提供项目合同及双方签署的验收报告，或与合同金额相符的转账回执单进行佐证，其中合同需提供合同首页、标的及合同金额所在页、签字盖章页的复印件；

3. 本项目不接受联合体投标，中标人不得以任何方式转包项目。

四、 投标人人力资源要求

1. 投标方需根据招标方需求组建专业适配的项目团队，能够认可招标人的工作指令，包括必要时节、假日能正常工作等要求；在工作中具有主动工作、积极沟通的工作态度，能对其职责范围内遇到的问题提出完整的解决思路和解决方案。在启动项目工作前，中标方组建的项目团队名单须经招标方按要求审核确认后执行。

2. 投标人针对本项目组建的实施团队中，所有团队成员均需参与过类似设计项目，应为专业的设计和管理人员，具备专业服务能力，具有良好的风险应对能力，具有较丰富的经验，包括业务能力、组织能力和沟通

能力，以及对重大事项的判断和决定能力等。

其中，项目总监（或其他称谓）即项目第一负责人需拥有品牌战略及设计相关从业经验 5 年及以上，需拥有 5 年内为大型集团化企业进行视觉形象体系设计项目经验，曾为企业完成品牌标识设计、品牌标识应用体系规范设计、空间设计等工作，并曾担任该项目的第一负责人，且具备战略项目以及从品牌战略指引视觉形象设计相关经验，并提供相关证明材料。

每位项目核心人员曾参与涉及如下需求的项目一个或多个，即品牌标识设计、品牌标识应用体系规范设计、宣传手册设计、空间设计，且具备 3 年以上从业经验。同时，项目核心人员中至少一人参与过品牌战略相关项目或具备将战略理念转化为设计成果的从业经验。

3. 投标方应在投标书中具体阐述项目团队人员组成及投入计划，明确参与此次项目的人员名单、联系方式及岗位分工，估算每个成员在项目中预计投入的天数，并提供相关背景材料文件（包括不限于学历、行业经验、专长领域、项目经验等）。

4. ★中标后，中标方应严格按照标书承诺开展工作，实时监管保证服务质量。在项目实施过程中，经招标方确认的中标方项目人员名单原则上不得产生变动。若中标方原定服务人员因重大疾病等不可抗力无法正常提供服务的，由中标方在 3 个工作日内指明工作替代人，并得到招标方的认可。替代人必须承接并继续履行该岗位人员所有工作，替代人的工作能力应不低于原工作人员。

五、 项目技术要求★

1. 关于设计理念的技术要求

投标方应充分考虑项目的复杂性，及设计工作与实际业务开展的契合度，认真研读中海油化学现有品牌战略方案（品牌调研与诊断报告、品牌

战略体系、品牌整合营销体系以及品牌管理体系）及公司未来发展规划，将其纳入设计理念；同时应熟悉、了解行业整体、领先企业与竞争企业的设计风格及趋势，形成相关建议。上述内容应在工作开展前与招标方及时沟通并达成一致意见，确保设计工作开展方向的准确性和设计理念的整体契合度。

2. 产品标识基础设计

产品 logo 名称为“富岛”，需在现有 logo 的基础上进行更新，参考产品品牌现有目标人群画像、品牌愿景、品牌使命、品牌价值、品牌口号，承接企业品牌特征及规划远景，考虑化肥向、用户向传播需求，兼顾值得信赖、专业精准、绿色洁净三大核心传播主题，形成产品品牌视觉识别基础系统设计，并出具富岛视觉识别系统管理手册，包含但不限于以下内容：

（投标方需根据设计行业服务范围、自身的理论体系以及招标方实际要求，完成本部分成果输出，具体工作方法及逻辑以投标方为准，招标方对产出结果把关。另，投标方应根据项目开展实际情况，对下述需求细则中的具体内容做出合理的调整，例如，根据实际情况，就已被纳入下述 5 项规范中的内容进行替换；或在完成现有规范内容的基础上，增加 3 项以内被规范内容。其中，上述替换及增补内容层级为 2.1 项下细则内容及其他相同层级内容。）

2.1. 产品品牌标志规范：包含标志设计及释义、标志反白稿及墨稿、标志最小使用规范、标志净空范围、标志网格制图、产品品牌标志与企业品牌标志的组合规范、标志与标语组合规范、标志明度应用范围、标志使用场景、标志禁用示例等。

2.2. 产品品牌（含品牌口号）标准字体：包含产品品牌全称中英文字体、方格坐标制图、字体版式规则规范、字体系统应用示例、字体系统禁用示例等。

2.3. 产品品牌（含品牌口号）标准色规范：包含标准色定义、辅助色定

义、特殊印刷工艺色、色彩使用比例、标准色彩应用示例、色彩组合使用规范、色彩明度应用规范等。

2.4. 产品品牌辅助图形：包含辅助图形单元稿、辅助图形延展效果稿及创意说明、色彩规范、辅助图形应用示例、辅助图形排版规则、辅助图形底纹设计规范、辅助图形禁用示例等。

2.5. 产品品牌影像风格规范：包含影像风格定义、人物影像风格规范、产品影像风格规范、环境影像风格规范、影像风格禁用示例等，投标方需从拍摄角度、景别选择、光线及色彩使用等角度入手，完成满足招标方使用需求的规范工作。

3. 标识应用体系规范设计

从企业品牌、产品品牌角度出发，完成下述物品的文字、图像及文字图像组合设计，且分系统形成设计使用标准规范，包括但不限于该系统下标志规范、标准字体规范、标准色规范、辅助图形规范、展示规范、一般信息展示规范、印刷物料材质及工艺建议，并形成标识应用体系管理手册（应用体系中涉及到的具体物品类，不涉及对物品形状等进行创意设计）。投标方需根据设计行业服务范围、自身的理论体系以及招标方实际要求完成本部分成果输出。其中，因企业品牌应用体系需待海油集团完成二级公司品牌标识设计后进行，此部分设计的开展时间由招标方确定，具体工作方法及逻辑以投标方为准，招标方对产出结果把关。

另，投标方应根据项目开展实际情况，对下述需求细则中的具体内容做出合理的调整，例如，根据实际情况就已被纳入下述规范中的内容进行替换，其中上述替换内容层级为 3.1.1 项下细则内容及其他相同层级内容。

3.1. 企业标识应用体系设计

3.1.1. 办公公关事务系统规范：包含名片、工作证、手提袋、PPT 版式、WORD 文件题头等（最终需求数量增幅不超过 3 项）。



- 3.1.2.生产基地“装置外观标志印刷”、“内部标语及展示栏”规范：“装置外观标志印刷规范”包含三大生产基地厂房及高塔设备外观标志印刷规范，“内部标语及展示栏”包含基地内标语及展示栏统一规范（其中，标语及展示栏规范分别不超过 3 个）。
- 3.1.3.服装系统及规范：冬装规范（冲锋衣、西装），夏装规范（衬衫、T 恤）。
- 3.1.4.企业品牌海报及规范：横板、竖版两个规格。
- 3.1.5.企业品牌易拉宝、宣传单页、车体广告、条幅设计规范：具体样式各一个规格即可（最终需求数量增幅不超过 3 项）。
- 3.1.6.门店店招设计及规范：一个横牌匾，两个竖围版。
- 3.1.7.电视台及新媒体平台视频设计及规范：首图元素规范（字体、文字字数等）、主要要素（文字、标志、产品等）展示规范等（最终需求数量增幅不超过 3 项）。
- 3.1.8.各线上营销和电商触点，包括 APP、小程序、公众号等展示及规范等（最终需求数量增幅不超过 3 项）。
- 3.1.9.企业品牌影像风格规范：包含影像风格定义、人物影像风格规范、环境影像风格规范、影像风格禁用示例等，投标方需从拍摄角度、景别选择、光线及色彩使用等角度完成满足招标方使用需求的规范工作。
- 3.2. 产品标识应用体系设计
- 3.2.1.产品品牌海报及规范：横板、竖版两个规格。
- 3.2.2.产品易拉宝、宣传单页、车体广告、条幅等宣传物料及规范：具体样式各一个规格即可（最终需求数量增幅不超过 3 项）。
- 3.2.3.化肥包装袋设计优化及规范：

因此部分内容需由中海油化学相关部门、战略咨询项目组与设计项目组共同商讨形成设计规划方案，故下述描述仅为中海油化学从业务角度出

发的初步规划, 最终设计优化方案以项目推进过程中的商讨结论为准。(下述产品架构已包含此次项目将会涉及的所有产品)

初步计划示意: 如图 1、2 所示, 现中海油化学拟完成两个系列的包装袋设计优化。其中, 两个系列(单质肥及复/混合肥)的包装袋设计彼此独立。同时, 每个系列下的第一层级产品要承接该系列特点, 但彼此间做出差异化设计。第二层级包装袋承接第一层级设计特点, 同时进行差异化设计。(每个层级的差异化设计强度依后期三方商讨结论为准)

第一系列	单质肥		
第一层级	磷铵		尿素
第二层级	常规二铵	磷酸一铵颗粒	富岛大颗粒尿素
	锌腐酸二铵	水溶一铵	富岛中颗粒尿素
	聚氨锌二铵		富岛聚氨锌尿素(中颗粒)
			富岛锌腐酸尿素(中颗粒)
			富岛多肽尿素(中颗粒)

图 1

	复合肥			
第一系列	复(混)合肥			
第一层级	复合肥	水溶肥	掺混肥	高塔复合肥
第二层级	硝硫基复合肥	I 型(高端)	常规掺混肥	增值复合肥
	氯基复合肥	II 型(中端)	专用掺混肥	普通复合肥
	专用复合肥			

图 2

投标人需完成系列包装更新优化, 提出工艺及物料建议, 形成图案组合规范、色彩组合规范、设计元素规范、一般信息展示规范等(例如: 生产许可标志、警示标志等)。同时, 出具报告, 包含但不限于市场现状分析、包装形象定位及风格说明、核心价值形象展示说明、包装元素说明、包装形象应用性说明及包装形象与市场需求适配度分析。

3.2.4. 促销品系统设计及规范: 毛巾、杯子、帽子、手提袋、雨伞、塑料桶等(最终需求数量增幅不超过 3 项)。

3.2.5. 服装系统设计及规范: 广告衫、农化服务马甲等(最终需求数量增幅不超过 3 项)。



4. 宣传手册及规范

投标人需完成下述物品的设计工作，并产出完整设计文件。同时完成下述物品的设计规范，为后续设计迭代奠定基础。

同时，手册的图片部分，需投标方依据“2. 企业及产品标识基础设计”中关于影像风格规范相关需求，提交规范文件，并从工作经验出发，明确手册图片需求，由招标方完成图片更新工作。

手册文字部分，企业宣传手册及产品宣传手册已有基本框架及文案，需投标方与招标方就手册设计风格及总体规划进行充分讨论，并结合讨论结果，给出文案风格（科普、通俗等）及文字字数等建议；品牌推广手册已有准确文案，需设计公司根据文案进行设计工作。（以下三本宣传手册页数依项目发生实际需求而定，每本增幅不超过 4 页）

4.1. 企业宣传手册：涉及企业介绍、经营范围等内容，预估 15 页。

4.2. 产品宣传手册：涉及产品工艺、技术优势及不同型号化肥适用范围等，预估 20 页。

4.3. 品牌推广手册：已有确定的框架及文案，需在此基础上完成版面设计工作，预估 20 页。

5. 空间设计

对下述两种店面进行空间设计，包含但不限于标志展示规范、宣传语展示规范、产品展示规范、墙面设计规范、家具摆放设计规范、空间隔断设计、材质建议、灯光方案等，并形成的设计规范文件。此项目设计工作仅限于在兼顾用户功能性体验及已确定的平面图的基础上进行空间物品摆放设计规范，装修图纸及具体施工由后续建设相关供应商完成。

5.1. 品牌旗舰店

为已规划好的七大区域（即广告大片展示/示范田展示、产品体验中心、品牌故事/品牌大事记展示、品牌价值展示、系列产品展示、最新产

品展示、前台迎宾）进行创意设计，店铺预估 100 m²，已确定平面图及基础布局。以上设计内容同时涉及企业品牌及产品品牌，依不同区域具体功能及宣传需求而定。需要有基础店型和适当数量不同面积形状延展设计。

5.2. 服务中心

为已规划好的七大区域（专业知识培训区域、示范田展示区域、种植检测服务中心、服务方案定制区域、电商服务、服务方案展示墙、肥药种一体产品超市）进行创意设计，店铺预估 100–200 m²。以上设计内容同时涉及企业品牌及产品品牌，依不同区域具体功能及宣传需求而定。需要有基础店型和适当数量不同面积形状延展设计。

六、 项目工期及安排

项目实施阶段包括：产品标识基础设计、企业及产品标识应用体系规范设计、宣传物料、空间设计。其中，产品标识设计、产品标识应用体系设计、品牌推广手册、产品宣传手册、空间设计需在合同签订后 22 周内完成。因企业产品标识应用体系规范设计需待海油集团公司确定中海油化学企业产品标识后进行，企业标识应用体系设计、企业宣传手册设计需在企业标识设计确定后的 9 周内完成，单项完成优先级依据招标方要求而定，具体完成顺序由招标方更具实际情况作具体要求（不含因招标方原因造成的时间延迟）。

七、 其它服务要求★

1. 投标人应根据本项目招标文件，在投标书中提出完整的、合理的、周密的可行项目管理计划和初步方案（非细化的最终方案），全面对项目进度进行监管，保障服务质量，对与本项目相关的协调工作进行详细描述。
2. 投标人应充分考虑到项目的复杂性和可能出现的问题，在投标书

中提出切实可行的项目控制计划，并在中标后与招标人共同讨论确认。

3. 投标人在中标后，应在项目实施过程中按要求向招标人提交关于项目实施的工作周报、专题报告及其他项目执行过程文档。

4. 投标人在中标后，在本项目实施过程中，对可能影响项目质量、效果、进度的重大问题应及时向招标人汇报。

5. 投标方应配合招标方在参考“投标方工作方法”及“招标方需求”后制定的项目汇报方式、时间及地点。

6. 质量要求

6.1 投标人需在投标书中制定针对本项目的质量管理计划，实施严格的质量保证和质量控制，确保规划各个阶段工作满足公司对质量的要求，并在项目结束后一定时期内做好跟踪保障工作。

6.2 投标人在中标后应着重加强下面几方面工作：岗位责任制、复核与审查、文档管理与控制、分阶段实施及成果检查等。

6.风险管理要求

投标人应就可能出现的一些影响项目的意外事件进行风险评估，例如调研工作未能如期完成、需求不断变化、领导与项目人员沟通不足、项目人力资源估计不足、项目实施环境和条件不完全具备等，分析其影响并提出解决方案，保证各阶段性服务质量，保证整体工作顺利进行。

八、 增值服务

投标方应从项目的复杂性及提升竞争优势的角度出发，参考项目推进中的实际需求，将招标方认为有必要但未列入“五、项目技术要求★”中的相关需求作为增值服务提供给招标方，参照“《技术标评分标准》10 增值服务”，在投标书中明确提供增值服务的范围。

其中，因企业品牌标识设计由海油集团公司负责在完成品牌架构搭

建后完成, 招标方应充分考虑到企业标识设计及企业标识应用体系设计间应该具有的连贯性, 结合海油集团公司已形成的中文企业标识设计, 参考招标方要求, 为招标方提供技术复杂性适中的企业英文名称设计 (英文名称命名由招标方负责完成)。

8. 保密要求

中标人在签订采购合同时, 要与投标人签订保密协议, 中标人必须对合作过程中涉及的工作秘密、业务需求、协议、设计成果等内容和相关事务保密。

九、 项目验收方式★

1. 中标人按需求交付报告、方案等项目内容, 若招标人认为交付内容与前期约定不符, 可要求投标人返工, 验收方式以招标方是否对交付物满意为标准。

2. 中标人应负责在交付验收后, 将项目全部文档包括但不限于本项目的详细实施方案、验收报告及与项目有关的招标人认为必要的其他文档汇集成册交付招标人, 所有文档应具有可编辑性。

编制人: 吴健

审核人:

张聪聪

审批人:

李学强

张