

京客隆品牌战略升级项目竞争性磋商文件

第一部分 邀请函/竞争性磋商公告

致：_____

有关：京客隆品牌战略升级项目，现我司诚意邀请贵司参加本次竞争性磋商。

序号	内容	说明及要求	备注
1	项目名称	京客隆品牌战略升级项目	
2	采购人	采购人：北京京客隆商业集团股份有限公司 采购人地址：北京市朝阳区新源街 45 号楼 采购联系人及电话： 樊利梅 010-84185700	
3	项目概况	本项目为 2025-2027 年京客隆品牌战略升级项目，主要负责京客隆品牌战略升级、企业 VI 手册等相关事项。最终提升品牌形象，增加品牌美誉度，提高品牌价值。	
4	采购方式	竞争性磋商	
5	采购文件获取方式	1. 发布时间：2025 年 2 月 11 日上午 2. 发布地址：北京京客隆商业集团股份有限公司官网（ https://www.jkl.com.cn/ ） 3. 报名方式：线上报名 报名邮箱：ecc@jkl.com.cn 报名材料： 企业营业执照副本复印件，法定代表人及被授权人的身份证复印件，针对本项目的法定代表人授权书（均需加盖公章）， 相关介绍： 公司介绍、相关合作企业的介绍以及证明材料、具体京客隆品牌战略升级方案及相关事项、专业证书、行业证书等	
6	控制价	95 万元	
7	投递文件递交	1. 投递文件开始接收时间：2025 年 2 月 11 日 2. 投递文件递交截止时间：2025 年 2 月 20 日 3. 投递文件有效期：60 天（从递交截止之日起算） 5. 递交邮箱：ecc@jkl.com.cn	

8	投递文件要求	1. 投递文件均为 pdf, 电子版所有内容加盖公章 2. 所有投递文件合法有效 3. 投递文件包含: 1. 报价承诺函 2. 报价单 (现场汇报前递交密封报价单, 密封袋封口处加盖公章, 报价单应涵盖本标段价格总计及具体提交物内容明细并加盖公章, 汇报后现场拆封) 3. 公司资质证明 (营业执照、法人授权委托书) 4. 法人或委托人身份证复印件 5. 相关介绍: 公司介绍、相关合作企业的介绍、具体京客隆品牌战略升级方案及相关事项、专业证书、行业证书等	
9	评审程序	发布公告/邀请—初次响应—磋商—最终报价—评审—确定成交合作商	
10	评审方法	采用综合评分+截尾平均法, 采购人将从价格、技术、商务、服务等方面对响应文件进行综合评审, 其中价格权重 20%, 资质及技术权重 10%, 商务及方案权重 50%, 服务及承诺权重 20%。	
11	合作商资质要求	1. 企业法人或者其他组织的营业执照、自然人的身份证明, 开户许可证等; 2. 企业需为一般纳税人; 3. 具备履行合同所必需的专业资质; 是经销商或者代理商的, 应提供制造商的授权书或者代理证; 4. 参加采购活动前三年内, 在经营活动中没有重大违法记录。	

顺颂

商祺

采购人: 北京京客隆商业集团股份有限公司

日期: 2025 年 2 月 11 日

第二部分 投标人须知

1. 适用范围：本磋商文件仅适用于京客隆品牌战略升级。
2. 本竞争性磋商文件包括：投标人须知、评审方法、项目需求、报价承诺函和报价单六个部分。
3. 合作商应当按照竞争性磋商文件的要求编制竞争性磋商响应文件（以下简称投递文件）。投递文件应当对竞争性磋商文件提出的实质性要求和条件作出响应。
4. 合格合作商：见投标人须知前附表第 11 条合作商资质要求。
5. 合作商最终报价在服务没有重大提高的情况下，一般不允许高于第一次报价，否则，采评小组有权拒绝该报价并不再给予报价补救机会。
6. 采购人将根据本次竞谈项目的特点，组建成立评审小组、监督小组及初审小组。
7. 投递报价按照国家及北京市现行相关法律、法规及工程造价计价办法和规定，结合合作商自身情况作出报价。
8. 本项目的合同应在磋商成交通知书发出后 30 日内签订。成交合作商非因不可抗力因素未能按本文件谈判结果及其响应文件要求与采购人签订合同的，作自动放弃成交资格处理。放弃资格合作商将从京客隆集团合作商管理平台永久删除。
9. 评标方法：成立评审小组、监督小组及初审小组将对有效的投递文件采用综合评分+截尾平均法进行评审和比较。
10. 成立评审小组、监督小组及初审小组将遵循公开、公平、公正和择优的原则，严格按照有关法律规定的有关评审要求，以及竞争性磋商文件的要求和条件进行评审。对所有合作商的投递文件采用相同的标准进行评审，综合评审得分第一名为成交合作商。
11. 无论本次磋商过程和磋商结果如何，合作商须自行承担与竞争性磋商有关的一切费用。
12. 有效投递文件少于三家的，废标，重新开始竞争性磋商。
13. 出现下列情况，视同无效投递文件，不进入评标：
 - (1) 投递文件未按照要求发送至指定邮箱的；
 - (2) 投递文件中的投递函未加盖投递单位企业印章的，或者其委托代理人没有合法、有效的委托书（原件）及委托代理人印章的；
 - (3) 投递文件的关键内容字迹模糊、无法辨认的；
 - (4) 投递文件逾期送达的。
14. 投递文件组成：
 - (1) 投标人资质证明文件，报价承诺函，密封报价文件；
 - (2) 法人授权书；
 - (3) 相关细节介绍文件。

京客隆品牌战略升级项目综合评分表

本次采用综合+截尾平均法进行评定

评审人（签字）：

类别	评审因素	分值	评分标准	得分			备注
				投递单位 1	投递单位 2	投递单位 3	
价格 20分	投递 报价	20	满足磋商文件要求且最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分20分。其他供应商的价格分按照下列公式计算：磋商报价得分=(磋商基准价 / 最后磋商报价)×20分。				
技术 10分	合作 案例及 资质	10	1. 企业资质（5分）：具备相关行业资质认证，如品牌策划、市场营销等领域的专业资质证书等，每提供一项得1-2分。 2. 业绩经验（5分）：近3年类似品牌战略升级项目业绩，提供合同证明，单个项目金额100万以上得3分，50-100万得2分，50万以下得1分，满分5分。				投递文件缺失关键材料（如合同复印件、资质证书）的，此项直接评为最低档。
商务 50分	项目 方案、 项目 进度 规划	50	1. 品牌战略前策方案思路（25分）：思路的前瞻性、创新性、针对性、科学性，契合京客隆现状与发展思路，优秀18-25分，良好10-17分，一般5-9分，不好0-4分。 2. 品牌营销前策方案思路（15分）：如何构建多维度用户画像，挖掘京客隆超市线上线下用户的购物需求、体验痛点与期望，为优化服务和商品品类提供依据。如何升级服务体验，塑造关键场景体验功能，强化品牌价值感知，依据品类机会				

			洞察或引入潜力新品类并给出建议。 ，优秀 12-15 分，良好 8-11 分，一般 4-7 分，不好 0 - 3 分。				
			3.品牌视觉系统方案思路（10 分） 视觉识别系统升级思路。优秀 8-10 分，良好 5-7 分，一般 2-4 分，不好 0-1 分。				
服务及承诺 20 分	服务能力 应急处理 服务承诺	20	1. 服务承诺（5 分）：对项目实施过程中的服务保障、响应时间、售后服务等承诺，优秀 4-5 分，良好 3 分，一般 2 分，不好 0-1 分。 2. 服务响应能力（5 分）：根据供应商对服务响应机制的阐述，应急处理方案的合理性，优秀 4-5 分，良好 3 分，一般 2 分，不好 0-1 分。 3.项目团队（10 分）：团队成员（含人员数量、专业构成、经验、资质，负责人行业影响力），优秀 8-10 分，良好 5-7 分，一般 2-4 分，不好 0-1 分。				

第三部分 项目需求

一、项目概况

本项目为 2025-2027 年京客隆品牌战略升级。项目组将深入调研品牌现状，精准把握市场与消费者需求，从战略锚定、品牌定位、核心价值以及品牌标识等维度入手，通过全方位重新梳理，深入挖掘品牌潜力，提炼出契合当今市场与消费者喜好的品牌价值主张，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出，为京客隆的长远发展筑牢根基，实现品牌影响力与市场份额的双增长。。

二、具体要求

（一）报价要求

投标人报价要符合市场行价，以保证代理服务的品质。投递报价包含完成本项目范围内所有工作内容的完税总价（报价以现场开标形式展开，以确保本项目的公平、公正原则）。

（二）代理与服务要求

1、专业团队组建要求

（1）核心人员构成：投标人需为京客隆品牌战略升级精心组建专业团队，成员应包括但不限于品牌策略师、资深设计师、市场营销专家、用户体验研究员以及数据分析专员。各成员需在对应领域拥有深厚的专业知识与丰富经验。

（2）团队资质与经验：团队整体需具备成功的品牌升级项目经验，尤其在零售行业有突出表现。品牌策略师应擅长制定符合市场趋势与企业发展的长期品牌战略；设计师需精通品牌视觉形象设计全流程，涵盖标识、包装、店铺陈列等；市场营销专家要熟悉线上线下整合营销传播，能精准定位目标客户群体并制定有效推广策略；用户体验研究员需深入了解消费者行为，通过调研为品牌优化提供数据支持；数据分析专员应能熟练运用数据分析工具，从海量数据中提取有价值信息，为决策提供依据。

2、品牌诊断与策略规划要求

（1）战略锚定

①统一品牌战略思想

通过调研、探查与访谈，明晰品牌战略与品牌升级方向，梳理企业优势价值；全面分析自身所处行业现状，判断市场机会，剖析竞争对手，为自身发展找准定

位。

②精准把握用户需求

构建多维度用户画像，深入挖掘（线上、线下）用户在京客隆超市的购物顾客需求、体验痛点与期望，为优化服务和商品品类提供依据。

③升级服务体验

提出创新的超市体验概念，设计全新的服务体验历程，塑造独特的关键场景体验功能，强化品牌价值感知，提升用户忠诚度。

（2）商品品类优化

①依据品类机会洞察：引入或洞察 3 个具有市场潜力的新品类同时提供深化建议，满足不同顾客对品质和多样化的需求。

②更新产品线建议：根据竞争对手动态和顾客反馈，及时调整商品种类，淘汰滞销品，保持商品的新鲜感和吸引力。

③京客隆自有品牌爆款产品：明确核心用户群体，整理核心用户需求，以用户采购诉求第一逻辑作为产品套装规划维度。根据上述竞争区位与用户调研结果，输出产品套装定位，最终形成京客隆自有品牌商品产品套装规划如：输出产品用户人群定位、提出产品的核心价值(独特价值与区隔),并通过核心价值定义产品卖点、产品价格区间定位。

（3）品牌视觉重塑

重新设计京客隆的品牌标识，在保留品牌核心元素的基础上，融入现代时尚的设计理念，使其更具辨识度和时代感；重新规范品牌色彩体系。

（三）应急处理突发情况的要求

1、全面风险预判与预案制定：在品牌升级项目执行进程中，对可能遭遇的各类突发状况进行精准预判，并拟定详尽的应对预案。每份预案均明确具体的应急措施。清晰界定责任人员，如设计方案变更由设计团队负责人牵头协调；规划严谨的处理流程，从问题发现、上报到解决方案实施的每一步骤都有章可循；并设定严格的时间节点，确保在规定时间内恢复项目正常推进节奏。

2、高效应急响应机制：调配专业团队，采取切实有效的应对手段，全力保障项目的顺利进行，最大程度降低突发状况对项目进度、成本和质量的不利影响。

3、资源整合与平台协作：与各领域优质合作商、合作伙伴以及行业平台建

立了长期稳定的良好沟通合作关系。能够及时获取行业动态、政策法规变化以及合作平台规则调整等关键信息，并迅速依据这些信息对项目策略和执行内容进行优化调整。确保品牌升级项目始终符合行业规范与平台要求，避免因违规操作而产生的项目受阻、声誉受损等风险。

4、紧急事项快速处理：针对京客隆提出的任何临时性紧急需求，在规定时间内完成新方案的策划、制定与执行部署，确保京客隆在市场竞争中占据主动地位。

5、服务优化：深度分析与总结，提炼共性问题与潜在风险点，将其转化为改进项目服务质量与优化品牌体验的重要依据，不断完善品牌升级项目的执行策略与服务细节。

三、工作流程要求

1、详细行事历规划与执行：按照项目要求，定期制定涵盖项目完整的行事历。行事历内容全面，针对各项工作，明确标注具体的时间节点，；确定每项任务的责任人，确保责任落实到个人；详细阐述工作内容，使团队成员清晰了解工作目标与重点；设定明确的预期目标，以便对工作成果进行有效评估。通过严谨的行事历规划，确保项目工作有条不紊地稳步推进，各环节紧密衔接，高效运转。

2、定期复盘与持续优化：按计划对品牌升级项目整体运营情况进行全面复盘，综合评估项目目标的完成进度与实际效果，对比项目计划与实际执行情况的差异，根据市场变化、客户需求调整以及项目执行过程中积累的经验教训，及时灵活地调整后续工作计划与策略，不断推动项目运营质量与效益的持续提升，确保品牌升级项目始终朝着预定目标高效迈进。

报 价 承 诺 函

致：北京京客隆商业集团股份有限公司

根据贵公司京客隆品牌战略升级项目的邀请，我方愿意响应。

为此，我方作如下郑重声明：

1. 我方愿意按照文件的所有要求，提供所需的项目方案和服务措施，响应文件中所有关于报价资格的文件、证明、陈述均是真实、准确、有效的。若有违背，我公司_____愿意承担由此而产生的一切后果。

2. 按照文件规定，本次提供产品的报价详见报价单。

3. 我方正式提交响应文件正本____份，副本____份。

4. 我方已详细审查全部竞争性磋商响应文件，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明误解的权利。

6. 我方同意提供按照贵方可能要求的与本次采购有关的一切数据或资料，理解贵方不一定要接受最低报价或收到的任何报价。

7. 我方的报价文件在正式报价后__天内有效。

8. 我方同意本文件合同条款及设定的付款及售后服务条件。

9. 我公司（单位）参加本次京客隆品牌战略升级项目前三年内，在经营活动中没有重大违法记录，在行业内从事相关工作未受到政府部门给予不良记录或行政处罚；没有处于被责令停业、投递资格被取消、财产被接管、冻结、破产状态及没有被暂停或者取消投递资格；近三年没有骗取中标和严重违约问题。

10. 我方承担编制响应文件与递交响应文件所涉及的一切费用，无论结果如何，采购人对上述费用不负任何责任与义务。

11. 与本次谈判有关的一切正式往来通信请寄：

响应单位全称：

地址：

联系人：

电话：

邮 箱：

法定代表人或法定代表人授权代表签字及盖公章：

年 月 日

报价单

投递单位现场汇报前递交密封报价单，密封袋封口处加盖公章，报价单应涵盖本标段价格总计及具体提交物内容明细并加盖公章，汇报后现场拆封

合作商名称（盖章）

年 月 日