

市场营销类项目采购需求

第 1 包：乐透型体育彩票营销活动

一、项目需求一览表

序号	服务内容	服务要求	预算金额
1	乐透型体育彩票营销活动	策划和实施不少于 4 次乐透型游戏营销活动（超级大乐透不少于 2 次、排列 3 不少于 1 次、7 星彩不少于 1 次）	750 万元

二、项目需求

1、根据中心 2024 年全年工作计划，做好本市乐透型体育彩票营销管理工作，促进销量稳步提升；

2、为有效提高乐透型游戏的销量及品牌形象，进一步扩大影响力，增加新的购彩者群体，实施具有针对性的营销活动，达到宣传责任彩票，积极引导北京市体育彩票市场的健康发展。

三、项目目标

1、确保活动期间超级大乐透游戏的日均销量较本次活动开始前 30 天日均销量增长超过 6%；

2、确保活动期间排列 3 游戏的日均销量较本次活动开始前 30 天日均销量增长超过 15%；

3、开展 7 星彩星期五购彩日营销活动，不少于连续 8 周（8 个星期五）；

4、开展不少于 1 次有关乐透型游戏品种的特定投注方式或投注金额的推介活动，确保活动期间该游戏品种特定投注方式或投注金额的彩票票数较上月同期增长超过 10%；

5、策划实施的营销活动，销售实体店（全市 20%以上）及店内参与活动的购彩人员（店均不少于 2 人）的满意度要达到 90%以上；

6、合理安排活动前针对相关人员的辅导工作。

7、可积极采取制作电子海报、宣传长图、专题视频、户外广告等形式开展宣传推广工作，每次活动期间累计触达人群超过 200 万人次，并在每次活动开始前 7 天及活动期间分别进行。

四、项目内容

1、本次招标的项目要求投标人至少完成以下几个方面的工作：营销活动的策划和实施、体彩推广品采购与发放、营销活动宣传推广、客户服务支撑、营销活动风险预案等。

2、活动时间：合同签订之日起至 2024 年 11 月 30 日前，完成本项目全部工作内容。

3、活动范围：北京地区体育彩票销售实体店。

4、活动目标群体：代销者、销售人员、购彩人员及潜在购彩人员等。

5、活动形式及数量要求：针对北京地区销售实体店，策划和实施不少于 4 次乐透型游戏的营销活动，其中超级大乐透开展不少于 2 次活动、排列 3 开展不少于 1 次活动、7 星彩开展不少于 1 次活动，

活动形式包括但不限于体彩推广品、赠送彩票等。

6、活动方案设计要求：针对北京地区购彩人员、销售实体店开展乐透型游戏的营销推广活动，要求方案设计简便易行，可操作性强。降低参与门槛，让尽可能多的潜在购彩人员参与，能够有效吸引新购彩人员加入，同时回馈固有购彩人员。调动实体店销售的积极性，提高乐透型游戏的销量和品牌形象，进一步扩大的游戏的影响力。

7、如果涉及到技术研发，投标方要制定完备的技术解决方案、项目开发计划、故障处理预案与流程等相关技术研发方案。如若中标须保证在活动开始前 15 天完成所有技术研发及测试工作。

8、投标方要在投标方案中对所涉及的各项费用予以明确说明，详细列出各项费用的单价、数量、总价以及项目的总价。如涉及到体彩推广品，采购的体彩推广品不得以次充好，要符合国家质量体系的要求，采购单价不得高于市场价格，要求提供询价相关资料。

9、关于营销活动的宣传工作，投标方需结合活动形式及游戏特点制定合理方案，通过多种形式为活动提供有效助力，提升活动效果和品牌知名度。宣传形式包括但不限于传统媒体宣传、新媒体宣传（线上直播平台、微信小程序等等）、线下宣传、销售实体店宣传等。其中线下宣传部分，需结合“公益体彩，乐善人生”的体彩理念，以“责任体彩”，“公益体彩”或“体彩品牌”为主题开展。实体店宣传部分，包括但不限于宣传海报、DM 单等物品的印制。

五、活动预算

1、本次活动总预算为 750 万元，其中用于营销（回馈销售人员及购彩人员）的金额不低于 562.5 万元，由中标供应商进行结算支付。

2、中标供应商在开展每次营销活动前，须将方案提交采购人进行审核，审核通过才能实施。在实施过程中，采购人有权随时审查活动的进程及营销资金的使用情况。

3、约定的营销活动结束后，经采购人审查（或者审计），发现用于营销的金额（反馈给彩票销售人员及购彩人员）低于 562.5 万元，中标供应商须将差额部分在 10 日内双倍返还采购人。

4、因国家或上级主管部门要求变更、政策调整、预算调整或其他客观原因，对项目的执行造成影响，导致项目在合同期限内仅能部分开展或项目终止无法继续执行的，采购人有权终止合同，中标供应商应按照采购人要求在 2024 年 11 月 30 日前退回未执行部分对应的项目金额，采购人不再支付剩余费用，且不承担因此给中标供应方造成的损失（包括但不限于预期利益损失、已支出成本损失、已支出招标费用损失等），双方互不承担违约责任。

第 2 包：竞猜型体育彩票营销活动

一、需求一览表

序号	服务内容	服务要求	预算金额
1	竞猜型体育彩票营销活动	策划和实施不少于 3 次竞猜型游戏营销活动（北京单场游戏不少于 1 次，传统足彩游戏不少于 2 次）	500 万元

二、项目需求

1、根据中心 2024 年全年工作计划，做好本市竞猜型体育彩票营销管理工作，完促进销量稳步提升；

2、为有效提高竞猜型游戏的销量及品牌形象，进一步扩大影响力，增加新的购彩者群体，实施具有针对性的营销活动，达到宣传责任彩票，积极引导北京市体育彩票市场的健康发展。

三、项目目标

1、确保活动期间北单游戏日均销量较本次活动开始前 30 天日均销量增长超过 20%；

2、确保传统足彩相关玩法营销活动期间，期均销量较本次活动

开始前 15 期期均销量增长超过 10%，期均票数增长超过 20%。

3、策划实施的营销活动，销售实体店（全市 20%以上）及店内参与活动的购彩人员（店均不少于 2 人）的满意度要达到 90%以上；

4、合理安排活动前针对相关人员的辅导工作；

5、可积极采取制作电子海报、宣传长图、专题视频、赛事速递、竞猜手册等形式开展宣传推广工作，每次活动期间累计触达人群超过 200 万人次。

四、项目内容

1、本次招标的项目要求投标人至少完成以下几个方面的工作：营销活动的策划和实施、体彩推广品采购与发放、营销活动宣传推广、客户服务支撑、营销活动风险预案等。

2、活动时间：合同签订之日起至 2024 年 11 月 30 日前，完成本项目全部工作内容。

3、活动范围：北京地区体育彩票销售实体店。

4、活动目标群体：代销者、销售员、购彩者及潜在购彩者等。

5、活动形式及数量要求：

针对北京地区销售实体店，策划和实施不少于 3 次竞猜型游戏

营销活动，北京单场游戏不少于 1 次，传统足彩游戏不少于 2 次，活动形式包括但不限于体彩推广品、阶梯奖励、赠送彩票等。

6、活动方案设计要求：

针对北京地区购彩人员、体育彩票销售实体店开展竞猜型体育彩票游戏的营销推广活动，要求方案设计简便易行，可操作性强。降低参与门槛，让尽可能多的潜在购彩人员参与，能够有效吸引新购彩人员进入，同时回馈固有购彩人员。调动实体店销售的积极性，提高竞猜型游戏的销量和品牌形象。

7、如果涉及到技术研发，投标方要制定完备的技术解决方案、项目开发计划、故障处理预案与流程等相关技术研发方案。如若中标须保证在活动开始前 10 天完成所有技术研发及测试工作。

8、投标方要在投标方案中对所涉及的各项费用予以明确说明，详细列出各项费用的单价、数量、总价以及项目的总价。如涉及到体彩推广品，采购的体彩推广品不得以次充好，要符合国家的质量体系的要求，采购单价不得高于市场价格，要求提供询价相关资料。

9、关于营销活动的宣传工作，投标方需结合活动形式、游戏特点等制定合理方案，通过多种形式为活动提供有效助力，提升活动效果和品牌知名度。宣传形式包括但不限于传统媒体宣传、新媒体宣传、线下宣传、销售实体店宣传等。其中销售实体店宣传部分，

包括但不限于宣传海报、DM 单等物品的印制。所有宣传形式，需结合“公益体彩，乐善人生”的体彩理念，以“责任体彩”，“公益体彩”或“体彩品牌”为主题开展。

五、活动预算

1、本次活动总预算为 500 万元，其中用于营销（回馈销售人员及购彩人员）的金额不低于 375 万元，由中标供应商进行结算支付。

2、中标供应商在开展每次促销活动前，须将方案提交采购人进行审核，审核通过才能实施。在实施过程中，采购人有权随时审查活动的进程及促销资金的使用情况。

3、约定的促销活动结束后，经采购人审查（或审计），发现用于营销的金额（反馈彩票销售人员及购彩人员）低于 375 万元，中标供应商须将差额部分在 10 日内双倍返还采购人。

4、因国家或上级主管部门要求变更、政策调整、预算调整或其他客观原因，对项目的执行造成影响，导致项目在合同期限内仅能部分开展或项目终止无法继续执行的，采购人有权终止合同，中标供应商应按照采购人要求在 2024 年 11 月 30 日前退回未执行部分对应的项目金额，采购人不再支付剩余费用，且不承担因此给中标供应方造成的损失（包括但不限于预期利益损失、已支出成本损失、已支出招标费用损失等），双方互不承担违约责任。