

第二部分 技术要求

（一）项目目标

立足产业现状，挖掘地理文脉，确立品牌定位，提炼品牌口号，创意品牌形象，规划产品体系（含包装规范）与品牌传播体系（品牌符号及应用规范），构建品牌管理机制，完善助推甘谷辣椒品牌发展和企业品牌培育的机制，规划集产品战略、产业战略和区域经济战略为一体的甘谷辣椒产业品牌建设体系，为甘谷辣椒品牌化发展提供行动纲领与指南。

（二）内容要求

规划应涵盖以下相关内容：

1、品牌研究

（1）产业研究；（2）产品研究；（3）市场研究。

2、品牌规划

（1）设计品牌模式

设计品牌化模式，明确发展方向，确立品牌建设核心思路。

（2）提炼品牌价值

确立品牌定位，构建品牌价值体系，提炼区域公用品牌广告语和品牌价值支撑。

（3）设计品牌传播体系

创意设计品牌标志，设计区域公用品牌形象的基础规范体系，设计品牌形象的应用规范体系，共同构成品牌传播应用手册主要内容。

（4）规划产品、规范包装

规划产品体系，规范品牌形象应用，设计产品包装规范体系。

（5）构建品牌管理组织体系

基于战略目标，结合实际，构建公用品牌品牌管理组织体系。

（6）完善品牌管理规范体系

综合已有相关管理规范，完善区域公用品牌管理规范体系，促进品牌健康有序发展。

3、推广策略

制定品牌宣传推广策略，策划确立品牌阶段性宣传推广目标与推广内容；设计推广所需的宣传物料应用制作规范等。

4、项目建议

依据战略目标，结合实际，规划区域公用品牌战略实施工程。

5、顾问咨询

开展战略宣讲；提供品牌形象应用培训指导；合作当年，提供品牌上市宣传推广指导；积极引荐品牌建设所需的资源与平台。

（三）项目成果

1、《甘谷辣椒区域公用品牌战略规划》（印制五套）。

2、《甘谷辣椒区域公用品牌手册》（印制五套）。

3、同时提供相应的电子稿各五套。相关电子稿以优盘为存储介质；文件格式须满足采购方的使用要求，其中文本电子稿须提供常用的格式，设计手册电子稿须提供相应的矢量文件格式和图片文件格式。

4、项目完成后规划设计的知识产权归采购人所有，如有任何侵害第三方知识产权或其它合法权益的问题，由中标人承担相关法律法规责任。