

采购需求

一、服务品类：广告投放服务。

二、服务内容及服务数量：

序号	媒体类别	媒体名称	广告规格	单位	数量	拟宣传业务
1	中央媒体	新华社江苏金融频道	江苏金融频道信息流报道共 7 篇；新华社客户端江苏频道第一横屏大图共 14 天	元/套	1	压岁钱
2	中央媒体	中国经济信息社江苏分中心	新华财经官网，首屏顶部通栏，尺寸:1200*80（〈30Kswf,gif,jpg），共 6 天	元/套	1	压岁钱
3	中央媒体	人民网江苏分社	人民网江苏频道首页图片广告	元/天	40	压岁钱
4	中央媒体	央视网	财经频道，频道级别（A），首页，焦点图，尺寸（830*450），jpg	元/轮/天	3	压岁钱
5	中央媒体	新华网江苏	三屏分栏广告位，195*90	元/月	2	压岁钱
6	中央媒体	中国新闻网江苏	中新网江苏网站首页通栏广告,15 天，规格 1100x90px。	元/套	1	压岁钱
7	全国性媒体	搜狐新闻客户端	通发频道信息流	元/天	6	压岁钱、主会场财富会员活动
			搜狐江苏资讯 官方稿件发布	元/篇	20	压岁钱
						消保工作宣传
8	全国性媒体	新浪江苏	微博客户端开机页报头广告-定向南京	元/套	1	压岁钱
			微博首页品牌速递-定向江苏	元/CPM	2920	个人住房贷款、转押贷、找房节
			新浪/微博官方账号直发	元/套	1	压岁钱
9	全国性媒体	网易江苏	1. 新闻客户端(本地栏目)首页信息流(图文/三图/大图/视频)第 5-11 条(大图尺寸:1080*540:字数要求:标题:5-25 字:k 数:<70k;素材规格:ipg)投放 8 天。2. 南京金融频道软文转发 10 篇. 3. 根据行内需求重点策划一个专题活动及开设一个网易专栏，发布图文稿件以及 3-4 条系列视频等。（附赠全年舆情监控）	元/套	1.00	压岁钱
						消保工作宣传
10	全国性媒体	环球 time	长三角频道横栏一广告位（三图），天，需提供媒体方相关播出证明或第三方监测报告	元/天	5	压岁钱

11	全国性媒体	中国网江苏	信息流图文，网页，整版	元/套	60	压岁钱
12	全国性媒体	《中国金融家》杂志	刊发宣传稿件信息，每篇字数 2000 字左右。	元/篇	2	压岁钱
						消保工作宣传
13	全国性媒体	凤凰网江苏	凤凰江苏首页，江苏要闻-商讯，文字链接	元/天	4	压岁钱
14	全国性媒体	国际在线	国际在线江苏频道首页第一屏半通栏广告 11 天，点击跳转建行官网；	元/套	1	压岁钱
15	全国性媒体	澎湃新闻 APP	时事/财经/思想/生活横栏二，规格 690*388 像素	元/天	1	压岁钱
16	全国性媒体	中宏网	通栏广告位 1200*100；中宏网地方发展江苏专题；配送 30 篇资讯稿件	元/套	1	压岁钱
17	地方媒体（省广电集团）	江苏新闻频道	《评新而论》片前 15 秒广告，75 次；《政风热线》《法制在线》片后 15 秒广告，75 次	元/套	1	压岁钱
18	地方媒体（省广电集团）	江苏新闻广播	一、40 天，全天 8 次 15 秒品牌硬广宣传发声，具体点位：7:30*2、11:15*2、18:55*2、20:15*2。 二、30 天，19:00-19:30《新闻夜分享》节目中每天主持人口播融入式宣传，建行产品、行内活动等重要信息共 30 次，每次不少于 30 秒。 三、2 条资讯报道，总时长 2-3 分钟。 四、2 次图文推送，江苏新闻广播微信公众号（100 万+粉丝）。	元/套	1	压岁钱
19	地方媒体（省广电集团）	江苏交通广播	一、60 天，全天 12 次，15 秒品牌硬广强力发声，提升品牌商业价值。具体点位：6:55 7:55 9:55 10:55 11:55 12:55 13:55 14:55 15:55 17:55 19:55 20:55（覆盖全天优质时段） 二、2 条新闻资讯报道，总时长 2-3 分钟。 三、龙江地铁站口大屏 15 秒广告 120 次/天滚动播出 1 个月。	元/套	1.00	压岁钱
						消费贷款
20	地方媒体（省广电集团）	荔枝新闻	开机画面（1 天开机大图轮播）；头条（3 天焦点图第三轮）；头条（4 天按钮广告），套	元/套	1	压岁钱
21	地方媒体（省广电集团）	江苏财经广播	“您身边的理财师”评选基金模拟投资大赛活动宣传	元/套	1.00	压岁钱
22	地方媒体	紫牛新闻	信息流图文，次	元/次	30	压岁钱

	(新华报业集团)		开机画面，次	元/次	35	压岁钱
23	地方媒体 (新华报业集团)	江苏经济报	半版（33.4*24），前8版，彩色，天	元/次	2	压岁钱
						农产品套期保值 助力乡村振兴
24	地方媒体 (新华报业集团)	新华日报	扁通报眼	元/次	1	“健养安”养老 金融品牌
			半版（33.4*24），前8版，彩色，天（硬广）	元/次	2	压岁钱
25	地方媒体 (新华报业集团)	新华智库	《问政江苏》贴片广告	元/天	60	压岁钱
26	地方媒体 (新华报业集团)	交汇点	2个硬广开机(赠送品牌稿件发布10篇)	元/天	1.00	压岁钱
27	地方媒体 (新华报业集团)	江苏法制报	新闻客户端	元/次	12.00	压岁钱
28	地方媒体 (新华报业集团)	《银潮》杂志	封面整版	元/次	3.00	“健养安”养老 金融品牌
29	地方媒体 (新华报业集团)	江南时报网	横幅：网站首页顶部	元/天	20	压岁钱
30	地方媒体 (其他)	我苏网	我苏网财经频道；通栏：频道首屏	元/天	14	压岁钱
			我苏网财经频道；对联：金融频道	元/天	12	压岁钱
			我苏网APP；财经频道；焦点图独占；频道头区	元/天	15	压岁钱
			我苏网APP；财经频道；页尾按钮广告；文章内容页	元/天	14	压岁钱
31	地方媒体 (其他)	现代快报 (原鼓楼led大屏)	现代快报纸媒省版彩色整版 24.2*34（宽*高 厘米）	元/套	2	压岁钱
32	地方媒体 (其他)	江苏有线	贴片广告（全省）	元/CPM	6000	压岁钱
33	地方媒体 (其他)	搜众财经	微信公众号，头条	元/条	10	压岁钱
34	地方媒体 (其他)	江苏消费网	金融房产频道，顶部通栏，规格 1200*90，5天	元/天	5	压岁钱

			金融房产频道，品牌展示 logo 广告图，规格 351*261，5 天	元/天	5	压岁钱
35	移动流量媒体	腾讯广告（微信朋友圈等）	微信朋友圈定向江苏信息流广告，曝光量 cpm，竞价	元/cpm	29100	压岁钱、主会场财富会员活动、理财产品、定期存款、“建行严选”宣传推广
						对公账户拓展
						对公黄金积存业务推广、智联交易平台
						消费贷款、信用卡消费类特惠活动
						月月立减金 我要领福袋
36	移动流量媒体	今日头条	开屏 CPM，启动画面；静态/动态/视频，普通城市	元/CPM	9680	压岁钱、主会场财富会员活动
						个人住房贷款、转押贷、找房节
		抖音	开屏 CPM，启动画面；静态/动态/视频，普通城市	元/CPM	939	跨境人民币业务
						消费贷款
37	移动流量媒体	知乎 APP	知达/知文/知答/知问/知专题：开屏，启动页，静态/静态全屏	元/CPM	2475	压岁钱、主会场财富会员活动
						对公黄金积存、智联交易平台、农产品套保
						我要领福袋
38	移动流量媒体	12306 微信公众号	到达站：南京南 常州 常州北 淮安东 连云港 宿迁 无锡 无锡东 徐州东 盐城 扬州东 镇江 泰州 南通 南通西 年龄：18-40 岁共 120000 人次	元/套	1	压岁钱
						压岁钱
39	户外媒体	院线映前广	选取全省各城市排名靠前的影院投放	元/周/	1.00	压岁钱

		告		套		个人住房贷款、 转押贷、找房节
40	户外媒体	禄口机场安 检通道刷屏 机	T1+T2 安检口刷屏；84 寸；10 秒；270 次 /天；27 台；15 天	元/套	1	压岁钱、主会场 财富会员活动、 “建行严选”宣 传推广
						数字函证
						“健养安”养老 金融品牌
						找房节
						企业汇率避险视 频宣传、关银速 汇产品
41	户外媒体	荔枝广场商 圈	一、荔枝广场大屏（1、4 号线鼓楼站附 近）15 秒广告 240 次/天滚动播出 2 个月； 二、江东北路大屏（4 号线龙江站出口） 15 秒广告 240 次/天滚动播出 2 个月； 三、2F 室内墙体灯箱广告两块，2 个月； （赠荔枝广场室外三棱柱灯箱广告一块， 面向市中心鼓楼广场及地铁口；） 四、1F-4F 电梯厅墙面电视机 4 台，15 秒 广告每天共 400 次，2 个月。（该项附赠 B1-B3 层电梯厅墙面电视机 3 台，15 秒广 告每天共 300 次，2 个月）； 五、1F-4F 电梯厅落地电子屏 6 台，每天 600 次，2 个月。（该项附赠 B1-B2 层电 梯厅落地电子屏 2 台，每天每台 100 次， 每天共赠送 200 次，2 个月）； 六、1 号-3 号客梯内框架广告，3 块，2 个月。	元/套	1	压岁钱
						找房节
						消费贷款
42	户外媒体	高铁贵宾厅 媒体	8 个城市，13 个商务座贵宾厅，立式广告 牌，高 180cm*宽 80cm，立式台牌，A5	元/套 /2 周	1	压岁钱、“建行 严选”宣传推广、 主会场财富会员

						活动
						惠市宝、数字函证
						“健养安”养老金融品牌
						关银速汇产品、跨境人民币业务
43	户外媒体	鼓楼大牌	21.2m()x8.65m(H)=183.38m2(底部往上2米不要放重要信息), 喷绘, 分辨率 30	元/月	1.00	压岁钱
44	户外媒体	人民日报电子阅报栏	LED 滚动字幕	元/台/月	200	压岁钱
			10 秒图片 (建行省分行相关)	元/台/月	205	压岁钱

注：以上为预估数量，以实际投放数量为准。

三、服务团队：

项目至少配备 1 名项目负责人，项目负责人应具备 5 年及以上大型商业银行或金融企业广告投放服务的从业经验，对银行客户需求有着较为深入的理解。除项目负责人外，项目团队至少配备 3 名成员，其中 1 名媒体购买从业经验需满 5 年、其余 2 名成员银行业服务从业经验需满 2 年。

四、服务质量要求：

1. 本次采购与供应商签署框架协议，即约定执行单价但不约定投放数量。在发布广告时须符合有关法律、法规要求并已经取得有关行政审批、许可，保证广告的载体不会发生造成他人人身、财产损害，不侵害第三人的合法权益，满足招标人提出的投放、运营及维护的专业广告工作人员。

2. 供应商均应按照招标人指定的时间和频次发布相应的广告，不得擅自修改招标人广告样稿，不得擅自变更双方约定的发布时间、规格、频次等内容。如广告播出与样稿不符，供应商无条件重新投放正确的广告内容等。如因非供应商原因致使广告未能按约定时间发布，经招标人同意后供应商应将广告发布期限相应顺延。如广告发布需办理审批等相关手续的，供应商应负责办理并承担相关费用。供应商应于投放前一天制作完毕，投放后两个工作日内通知招标人验收。

3. 央视媒体、全国性媒体、地方媒体。

（一）中央级、全国级媒体

在新华社金融频道、中国经济信息社、人民网、央视网、新华网、中国新闻网、搜狐、新浪、网易、环球 Time、中国网、《中国金融家》、凤凰网、国际在线、澎湃新闻、中宏网等中央级、全国级媒体江苏地方分支单位以专题调研、宣传报道和硬广等形式合作。

拟宣传推广内容：金融服务科创企业、金融服务乡村振兴、个人住房贷款、转押贷、找房节、压岁钱、主会场财富会员活动、消费者权益保护活动等。

（二）地方媒体

在江苏省广播电视集团旗下的江苏新闻频道、江苏新闻广播、江苏交通广播、荔枝新闻、江苏财经广播和新华报业集团旗下的紫牛新闻、江苏经济报、新华日报、新华智库、交

汇点、江苏法制报、《银潮》杂志、江南时报网以及我苏网、现代快报、江苏有限、搜众财经、江苏消费网等地方媒体发布广告。

拟宣传推广内容：农产品套期保值、个人消费贷款、“健养安”养老金融品牌、压岁钱、主会场财富会员活动、消费者权益保护活动等。

（三）移动流量媒体

在微信朋友圈、今日头条（包含抖音）、知乎、12306 微信公众号等媒体发布广告。

拟宣传推广内容：对公账户拓展、对公黄金积存业务推广、智联交易平台、消费贷款、信用卡消费类特惠活动、压岁钱、主会场财富会员活动、理财产品、定期存款、“建行严选”宣传推广、个人住房贷款、转押贷、找房节、跨境人民币业务等。

（四）户外媒体

在院线映前、禄口机场 T1、T2 航站楼安检口刷屏机、荔枝广场商圈、地级市高铁站 VIP 商务座贵宾厅、鼓楼户外大牌、人民日报电子阅报栏等媒体发布广告。

拟宣传推广内容：个人住房贷款、转押贷、找房节、压岁钱、主会场财富会员活动、“建行严选”宣传推广、“健养安”养老金融品牌、企业汇率避险视频宣传、关银速汇产品、消费贷款、惠市宝、数字函证、关银速汇产品、跨境人民币业务等。

五、服务供应安排：按招标人规定时间和内容要求提供广告投放服务。

六、报价要求、结算方式及款项支付要求

1、报价要求

按照服务内容要求逐条单价的形式进行含税金额报价，所报价格应包括设计、制作、刊发、播放、审批、税收等所有费用。报价不完整或选择性报价将视为无效投标。本次投标按照预估项目数量报投标总价，投标总价仅做评审使用。

2、结算方式：

以报价明细表中的中标单价为基础按照实际投放数量进行结算。

3、款项支付要求：

本项目款项原则上通过建行数字人民币账户结算。中标人须根据招标人投放要求向广告媒体垫付投放广告的全部款项，广告投放结束后中标人向招标人提供广告投放证明，招标人分批次向中标人支付已投放广告费用，即合同签订后次月开始分批付款，按月结算。