

2026年北京瑞京抖音平台整合营销与品牌升级项目招标书

项目基本信息

- 项目名称：2026年北京瑞京抖音平台整合营销与品牌升级项目
- 招标方：北京瑞京
- 项目目标：实现抖音平台年度销售额 2200 万元人民币（GMV）
- 利润预期：440 万元人民币，净利润率目标达 20%
- 项目周期：2026 年 1 月 1 日至 2026 年 12 月 31 日
- 投标截止时间：2026 年 1 月 12 日
- 项目联络人：杜啸、王雅娴

一、项目背景与战略目标

1.1 项目背景

基于北京瑞京 2025 年度电商运营数据，品牌认知度不高、内容缺乏差异化、用户客单价偏低等核心挑战。为突破增长瓶颈，2026 年将全面启动品牌战略升级与营销资源整合，聚焦“手部健康”赛道，打造差异化品牌护城河，推动业绩跨越式跃升。

1.2 核心目标

- 销售目标：抖音平台全年销售额突破 2200 万元
- 利润目标：实现净利润 440 万元，确保净利润率稳定在 20%
- 品牌建设：将“雪莲手套”账号塑造为抖音平台手套类目标杆品牌，提升用户价值感知，实现客单价同比增长 30%
- 运营优化：构建可持续、可复制的盈利运营模型，优化现金流结构，提升资金使用效率

二、项目服务范围与执行要求

2.1 服务内容

投标方须提供全流程、一体化的整合营销服务，具体包括：

1. 品牌定位重塑与视觉识别体系升级

2. 抖音账号内容策划、脚本撰写、视频拍摄与日常运营
3. 直播间策划、搭建、直播执行与持续优化
4. 广告投放策略制定与流量精细化管理
5. 数据监测体系搭建与效果归因分析
6. 月度复盘会议及策略动态调整

2.2 核心执行标准

- 品牌定位：由传统“手套销售商”转型为“手部健康与管理整体解决方案提供者”
- 内容策略：构建“专业科普+用户痛点共鸣+产品解决方案”三位一体的内容矩阵
- 直播形式：采用“专业课堂”式直播风格，强化专业形象，提升用户信任与转化
- 投流效能：确保广告投放 ROI 不低于 2.5，投流费用控制在总销售额的 12%以内
- 供应链协同：优化库存管理机制，实现年库存周转率提升至 4 次

三、项目执行策略框架

3.1 品牌升级策略

- 品牌新定位：“手部健康与管理专家”
- 品牌口号：“雪莲手套，守护您的第二张脸”
- 视觉升级：打造专业、洁净、科学感的视觉风格体系，统一品牌调性

3.2 内容营销规划

- 内容结构：实施金字塔式内容布局——泛流量内容占比 40%，垂直场景内容占比 40%，专业深度内容占比 20%
- 更新频率：每周稳定发布 10 条高质量短视频
- 内容系列：重点打造“专业科普”“痛点共鸣”“解决方案”三大内容主线

3.3 直播运营方案

- 直播频次：启动阶段每周 2-3 场，进入稳定期后实现每日直播
- 直播类型：涵盖主题知识讲座、场景化解决方案、用户口碑见证等多元形式
- 单场时长：每场直播控制在 60 至 90 分钟，保障内容深度与互动质量

3.4 投放策略

- 主投平台：以抖音千川为核心投放工具

- 人群定向：聚焦 24-45 岁中高端女性用户群体
- 成本控制：单条视频投放成本不高于 30 元，确保 ROI 稳定在 2.5 以上

四、财务目标与考核机制

4.1 关键财务参数

项目	数值	说明
目标 GMV	2200 万元	抖音平台全年销售目标
产品单价	9.9 元/副（活动价）	日常标价为 12.9 元/副
物流费用	2.2 元/副	含运输与损耗
达人佣金	15%-20%	按实际销售额计提
投流费用	$RO \geq 2.5$	占销售额比例，需严格控制

4.2 利润考核标准

- 净利润目标：440 万元
- 净利润率要求：20%
- 考核机制：实行“月度监测+年度总评”双轨制
- 达标线：净利润完成率不低于 90% 视为合格

4.3 分阶段目标

阶段	时间	销售目标	利润目标
启动期	1-2 月	110 万元	22 万元
增长期	3-6 月	765 万元	153 万元
稳定期	7-12 月	1325 万元	265 万元

五、投标方资质要求

5.1 基本资格

1. 具备抖音平台整合营销成功案例，能提供完整数据佐证
2. 拥有手套、个护或健康品类运营经验者优先
3. 配备专业的短视频制作与直播执行团队
4. 具备数据驱动运营分析与优化能力

5.2 团队配置标准

- 项目经理：
- 内容团队：
- 直播团队：

六、投标文件提交要求

6.1 文件内容

1. 公司简介：含资质证明与代表性成功案例
2. 项目理解：对本项目核心需求的深度解读
3. 执行方案：涵盖内容、直播、投流等模块的详细计划
4. 团队介绍：核心成员简历及职责分工说明
5. 财务报价：服务费用明细及分阶段支付方案
6. 风险预案：针对运营风险的应对策略与保障机制

6.2 报价模式

- 采用“基础服务费+业绩提成”复合计费模式
- 明确各项费用构成及支付节点
- 提供不少于一套备选方案及对应报价

七、评标标准与权重

7.1 评分维度

评分项	权重	评估重点
方案可行性	30%	策略逻辑、创新性与落地执行可能性
团队实力	25%	成员经验、专业能力与协同效率
成功案例	20%	相关类目运营成果与数据表现
价格合理性	15%	性价比与成本控制能力
服务承诺	10%	售后支持、响应机制与风险应对能力

7.2 特别说明

- 净利润达成情况为项目核心考核指标
- 优先考虑具备数据驱动运营能力的团队
- 强调品牌长期价值建设，重视品牌资产积累

八、联系方式

招标方：北京瑞京

项目负责人：杜啸 13701200746；王雅娴：13032601995

备注：本招标书最终解释权归北京瑞京所有。所有投标文件须于 2026 年 1 月 12 日前提交，逾期将不予受理。