

# 银行宣传活动执行及广告设计 制作服务投标方案

(技术方案)

招标编号：

## 投标方案

投标人名称：\*\*\*\*有限责任公司  
地 址：\*\*\*\*号二楼

联系人: \*\*\*\*

投标日期: \*\*\*\*

## 报告说明

声明：本文内容信息来源于公开渠道，对文中内容的准确性、完整性、及时性或可靠性不作任何保证。本文内容仅供参考与学习交流使用，不构成相关领域的建议和依据。

# 目录

<b>第一章 评标索引表</b>	<b>4</b>
<b>1.1. 活动策划及执行方案</b>	<b>4</b>
1.1.1. 活动策划执行流程图	4
1.1.2. 活动策划方案	6
1.1.3. 策划实施活动	11
1.1.4. 策划实施	26
1.1.5. 视频质量保证措施	27
1.1.6. 我们将可能遇到的问题	28
<b>第二章 广告设计及制作方案</b>	<b>30</b>
<b>2.1. 实施方案</b>	<b>30</b>
2.1.1. 制定详细的供货计划	30
2.1.2. 物料检验	32
2.1.3. 作业流程	34
2.1.4. 印刷程序	35
2.1.5. 胶订和精装	37
2.1.6. 制作标准	38
<b>2.2. 运输方案</b>	<b>41</b>
2.2.1. 退换货维保方案	41
2.2.2. 印刷质量管理	42
2.2.3. 我方在有效期内对各类印刷质量郑重承诺	44

2.2.4.	装订质量管理 .....	45
2.2.5.	我方在协议采购有效期内对装订质量郑重 承诺 .....	46
<b>2.3.</b>	<b>印刷品管理制度 .....</b>	<b>48</b>
2.3.1.	管理制度 .....	48
2.3.2.	印刷品定义 .....	48
2.3.3.	各部门职责与控制方法 .....	48
2.3.4.	生产 .....	51
2.3.5.	印刷品工作失职处罚标准 .....	51
2.3.6.	服务意识 .....	54
2.3.7.	项目选材方案 .....	56
2.3.8.	物料配送流程 .....	56
<b>第三章</b>	<b>服务方案 .....</b>	<b>60</b>
<b>3.1.</b>	<b>投标响应偏离情况 .....</b>	<b>60</b>
3.1.1.	对投标人提供的服务质量保证措施 .....	60
3.1.2.	项目质量保证体系 .....	61
3.1.3.	质量职责和分配 .....	62
3.1.4.	质量职责分配表 .....	62
3.1.5.	活动质量保证措施 .....	63
<b>3.2.</b>	<b>对投标人提供的应急预案 .....</b>	<b>66</b>
3.2.1.	活动应急协调中心及办公室 .....	67
3.2.2.	应急响应 .....	68
3.2.3.	后期处置 .....	69
3.2.4.	应急处置保障 .....	69

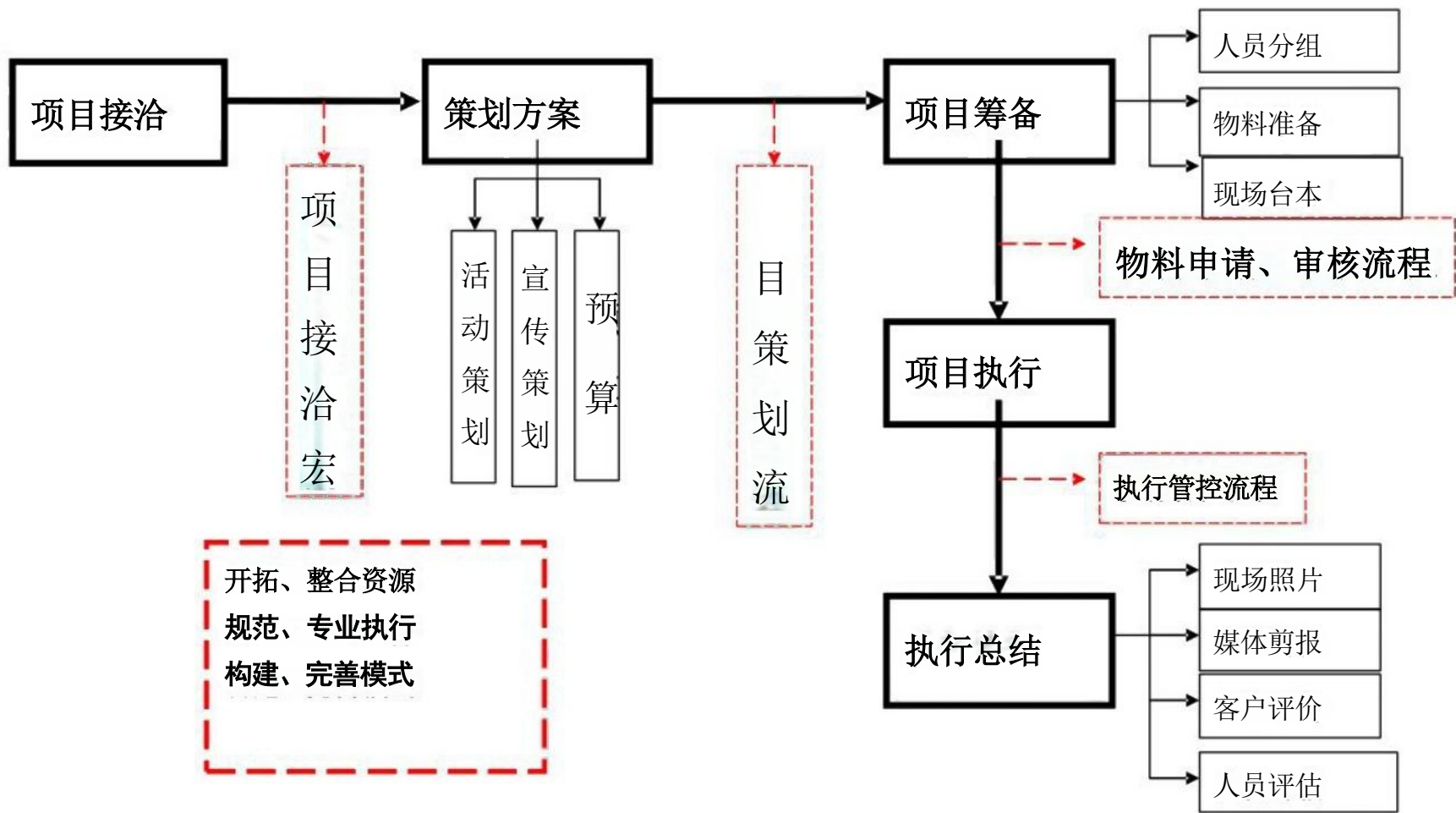
3.2.5.	组织指挥体系及职责 .....	71
<b>3.3.</b>	<b>活动协调(场地) .....</b>	<b>75</b>
3.3.1.	活动协调 .....	75
3.3.2.	设计阶段 .....	75
3.3.3.	售后服务时间 .....	76
3.3.4..	其他未列明情况 .....	78
3.3.5.	人员备用物料管理 .....	79
3.3.6.	技术(服务)规范书应答偏离表 .....	79
<b>3.4.</b>	<b>服务建议书 .....</b>	<b>80</b>
3.4.1.	建议一派专人检查潜在缺陷 .....	80
3.4.2.	候选供应商廉洁自律承诺函 .....	81
3.4.3.	承诺函 .....	82

## 第一章评标索引表

### 1.1. 活动策划及执行方案

#### 1.1.1. 活动策划执行流程图

详见下页



## 1.1.2. 活动策划方案

(一) 接洽流程						
任务分工	准备工作	主要工作要求及内容说明、洽谈重点	参与人员	联系方式	完成时间	备注
初步接触:	<ul style="list-style-type: none"> <li>★公司宣传册及相关资料</li> <li>★本公司自有优势资源、活动经验；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★了解项目规模、场地及其可操作性；</li> <li>★了解合作方关键人物、组织机构，合作意向，资金条件；</li> <li>★了解对方的想法和建议；</li> </ul>				
1、细节洽谈(多	★自有资源、案例介绍PPT	★讨论策划案，获取客户				

次 )	<p>文档</p> <p>★项目初步策划案框架(包括:活动主题、形式、主要内容建议; 执行流程安排; 大体预算)</p>	<p>对活动的具体要求及意见 ;</p> <p>★获知项目的着重点及难点 ;</p> <p>★客户的倾向性。</p>				
2、项目汇报	<p>★根据客户意见修改后的策划案(包含策划执行方案、宣传策划案; 详细预算)</p> <p>★准备汇报用投影仪、手提电脑、方案PPT文档;</p> <p>★策划文案打印、装订成册;</p> <p>★汇报流程安排: 开场人员, 主要讲述人员, 答疑人员。</p>	<p>★项目汇报;</p> <p>★合同条款认定</p>				

(二) 策划流程				
任务分工	参与部门	讨论重点	会后工作	备注
初次策划活动	联络人、活动策划、执行统筹、活动部负责人	<ul style="list-style-type: none"> <li>★项目背景、需求；</li> <li>★是否值得继续跟进；</li> <li>★活动概念和形式。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★撰写初步策划案；</li> <li>★报策划总监与分管副总。</li> </ul>	
谈判后协调活动	联络人、活动策划、执行统筹、活动部负责人；制作统筹、设计师、信息专员、媒介负责人	<ul style="list-style-type: none"> <li>★客户意见；</li> <li>★策划案大体框架；</li> <li>★形式和内容设计；</li> <li>★项目基本成本；</li> <li>★宣传炒作重点；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★撰写策划执行方案初稿(含策划方案、宣传方案、预算方案)</li> <li>★方案由设计师进行精包装；</li> </ul>	
细节谈判后协调活动	联络人、活动策划、执行统筹、活动部负责人；制作统筹、设计师、信息专员、媒介负责人、	<ul style="list-style-type: none"> <li>★客户意见；</li> <li>★内容、执行细节确定；</li> <li>★现场效果图；</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★撰写策划执行方案定稿(包括活动内容、执行流程、人员分工、</li> </ul>	

	部门总监	<ul style="list-style-type: none"> <li>★宣传方案确定；</li> <li>★物料方案</li> <li>★预算方案（成本/报价）。</li> </ul>	宣传计划及预算)； <ul style="list-style-type: none"> <li>★拟定合作协议；</li> <li>★确定需外包工作并开始联络(演艺、制作、场地等)</li> <li>★确定执行工作组。</li> </ul>			
合同签订后 协调活动	执行工作组成员	<ul style="list-style-type: none"> <li>★项目分解及完成时间图表(甘特图)；</li> <li>★安排各项工作。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★项目正式立项</li> <li>★落实各项资源、外包</li> <li>★执行管控</li> </ul>			
(三) 管控流程						
管控环节	主要工作要求及内容说明、洽谈重点		参与人	联系方式	完成时间	备注

时间管控	时间安排表和节点控制。活动进行的时间是不可更改的，时间管理必须根据活动进行的时间来倒推。				
供应管控	要是指对活动的服务、设备及物质资料的供应的管理。对外包服务的管理。比如在活动执行过程中会涉及到食宿、交通、灯光、音响、舞台、服装、道具、特技、录制等，这些对专业活动运营公司大都采取外包的模式，那就需要对外包的供应商进行有效管理。				
人力管控	活动现场负责人，团队的人员配置和管理，甚至包括现场志愿者的管理。				

#### (四) 标准管控工具：甘特图表

任务：	把活动管理各个区域的工作分解成为一个个易于管理的任务或活动。
时间段：	对每一个任务设置一个时间段(需要考虑的因素是开始和结束的时间)。
优先顺序：	设定任务的优先顺序。

节点:	因为此表是用来监控活动的进展情况的，所以对于那些特别重要的任务要指定为节点，并在图表中标记出来。
分工:	每一个任务对应参与的人员，节点处找第一负责人。

### 1.1.3. 策划实施活动

#### (1) 策划

一、前期准备					
任务分工	主要工作要求及内容说明	负责人	联系方式	完成时间	备注
(一)前期准备的宣传类					
1、活动策划书	要筹备一次活动我们都会先有初步的计划，这样我们就需要先做一份比较完整的活动策划书，这样比较方便接				

	下来活动的开展。更重要的是要让上级认可这份策划书，策划书最主要的是目的意义、活动内容方式及经费预算等。				
2、正式发文	一次活动能否成功的完成还需要得到更多单位的支持和配合，这样就少不了一份正式的发文，这也是一个很好的宣传方式。发文要规范，如文号、主题词、抄送单位等。				
3、悬挂条幅、张贴海报、设置气拱门、电子屏	要完成以上这些宣传形式还是有一定的程序的，首先这些宣传形式的文字内容都要由上级确认，并通过相关部门的审查，然后宣传。				
4、幕布	目前的活动一般都有背景幕布，我们需要事先量好尺寸大小在经过设计，最后悬挂。				
5、借用展板	展板是用于活动的宣传，张贴海报等。				

6、制作邀请函和节目单	一场活动我们为了扩大宣传都会邀请领导和嘉宾莅临现场，这样我们先制作好要邀请函并进行派发。				
7、演示文稿(PPT)	现在越来越多的活动需要用到多媒体，PPT就是其中一项，例如座谈会、讲座等之类的这些活动都会经常用上，所以演示文稿我们要事先准备好，当然还有投影仪和电脑。这点要注意的一是要有组织的标志；二是要考虑到现场播放出来的效果，就是说背景颜色与文字的对比要比较明显；三是内容的规范。				
8、联系媒体	要做到三化：联系常规化：经过多次与一个记者联系，就会建立感情，以后报道就容易了；接待程序化：如要到宣传部审批手续，由专门的工作人员进行接待、准备相关材料；				
9、领导及嘉宾发	一般活动的开场或是总结我们还会邀请主要的领导嘉				

言稿	宾发言，有些领导和嘉宾对我们的具体活动还不是十分了解，所以我们最好先准备好一份领导及嘉宾的发言稿，以备不时之需。				
10、主持稿	为了使主持人能够对节目进行顺利的衔接，为了让所有工作人员对整个活动具体流程都了解，提前把主持稿写出来是很必要的。				
11、准备拍摄相机、摄影机	这个环节每个组织都会强调，但我有几个建议：一是如果很重要的活动，最好邀请专业的人士；二是如果场面很大，最好准备广角照像机；三是要同时准备多台。				
12、奖状设计及制作	要注意规范、美观和时尚。				
13、热气球、彩旗	有些活动需要营造出热烈、喜庆的气氛，这样热气球与彩旗就是最好的选择，不但可以营造气氛还可以扩大宣				

	传。当然，这个视活动的经费而定了				
(二) 前期准备的物品类					
1、水	无论是活动前期的筹备还是活动的现场我们都要准备好足够的水给工作人员及领导与嘉宾。				
2、地毯	无论是活动舞台上的还是活动道路门口上的，现在很多的活动我们都需要铺上地毯。				
3、灯光、音响等设备	现在的活动特别是室外的活动我们都要用到灯光和音响，而这些设备通常我们都没有，所以要先去租借，一个原则，够用就可以了，不要增加一些花样，没有什么大作用。				
4、准备签到本、中性笔、毛笔	现在的许多活动都有签到这一环节，特别是活动这种类型的，所以我们事先要准备好签到表和签到笔，如果是				

	画展则需要准备好签到本与毛笔。				
5、花	许多活动的场景布置都需要用到鲜花， ;例如：活动桌上、致词台上、茶几上，还有就是上台献的花环或是花束。这些花都要按照不同场合提前做好。				
6、礼花炮	很多活动等类型的活动在开场或是结束的时候都会放礼花炮，所以在举办这些活动时我们要准备好，同时要安排好放礼花炮的人员。当然了，这个也是能省则省。				
7、水果盘、水果	现在的社会越来越人性化，所以许多活动的桌上我们都会摆放水果，不一定要贵，但一定要对，如新鲜、易食用等。这个环节也要注意摆放抽式纸巾。				
8、桌椅	许多的活动都需要用到桌椅，特别是室外的一些活动，这些桌椅我们都要事先借好摆放好。条件允许还要增加桌布，感觉更正式。				

9、观众座位安排表制作及张贴	事先就要划分好区域，在座位贴上座位表。				
10、领导座位签(牌)	正式活动的桌前，活动的领导以及嘉宾席等都需要事先摆放好座位签(牌)。				
11、帐篷	一些在室外的活动我们要考虑到天气变化的问题提前做好帐篷，主要用于音响、灯光和工作人员的避雨。				
12、预定工作餐	重大活动和长时间的活动要提供工作餐，因为实在是太辛苦了。当然，这只是组织的一种心意，不用吃得好，但要吃得饱。				
13、观众服装	有部分的活动需要观众的服装的统一的，我们要按照活动的需求事前制作或是租借。				
14、哨子、荧光棒	如果是活动这一类型的活动我们为了活跃现场的气氛可以事先准备好哨子和荧光棒，活动之前分发给观众。				

	小商品批发市场可以用很便宜的价钱买到。				
15、小礼品	如果是游园活动或是活动一般会有互动环节，我们自然还要准备些小礼品送给积极参与的观众。				
16、提示板	若是访谈这一类型的活动，我们为了保持随时和主持人的联系还应该准备好提示板。				
17、借用礼仪服、鞋子、礼仪盘	许多的活动现场都需要用到礼仪，比如座谈会或是颁奖典礼等活动，我们则需要联系好礼仪队，并事先要准备好礼仪服、鞋子、礼仪盘等。				
(三)前期准备的其他					
1、确定到场的领导及嘉宾	活动之前要确定好会到场的领导及嘉宾，这样我们方能准确的做好座位签(牌),安排好座位。				
2、邀请评委	如果是活动性质的活动我们还要提前预约好评委。				

3、确定主持人	所有的活动在开始之前我们都要先与主持人沟通，商量好一些细节的东西。主持人的选择要很慎重，性质不同的活动就要选择风格不同的主持人。				
4、活动场地借用	无论是室内还是室外的活动，都需要活动场地，为了保证活动能够如期开展我们一定要之前就审批好场地。				
5、管弦乐队、背景音乐	活动、座谈会、颁奖仪式、讲座之类的我们一般要先准备好管弦乐队和背景音乐，以营造现场气氛。				
6、特殊用电	活动基本都需要用电，特别是室外的活动，我们都要事前提出申请，审批好电。如果需要电缆，则要提前联系好。				
7、摆放节目单、矿泉水等	在许多时候，领导会要求我们把节目单与矿泉水摆放规范，如横竖都成一条线等。				
8、活动前现场卫	活动开始之前要把卫生清扫一遍，重点包括洗手间、抽				

生清扫	屈等。				
9、确定礼仪及颁奖顺序	如果活动包含颁奖仪式我们则需要提前确定礼仪的颁奖顺序，这样方能更好的保证活动的顺利进行。对于这一点，只有经过彩排才能保证质量，在许多时候，彩排了还是不能很好的完成，因为变数实在太多了，如领导、临时调整等因素。				
10、安排基本观众	许多的活动到场的观众是不能保证人数的，为了活动的需要有时我们需安排基本观众。要强调的一点是最好能找到喜欢这种活动的人来参加，否则他们出去就会四处进行活动的负面宣传。				
11、更衣间、化妆间、化妆人员、化妆物品	如果是室外的活动，例如活动、游园会这些类型的在租借活动场地之时我们要一起准备好更衣室与化妆间，当然化妆人员和化妆物品也自然不可少。听说这点有许多				

	化妆公司都喜欢帮忙。				
12、后勤人员安排、现场秩序维护人员、催场人员	活动、游园会等这些活动的现场一般会比较的混乱，所以在之前我们要先安排好后勤人员、现场秩序维护人员和催场人员。				
13、互动环节发问的问题及发问人员的准备	在讲座、访谈和座谈活动上一般会有互动提问环节，我们为了确保场面不冷场还应该提前做好相关的问题，如果实在是没有人提问，那就由我们安排好的人来提问。				
14、路标制作及摆放	如果我们活动的现场比较不容易找到或是有邀请嘉宾我们还需要事先做好路标，方便大家到场的的时间。如果是重大活动，就需要一些有明显服装标志的志愿者站在重要地点				

二、活动现场					
1、现场停车位安排	如若活动是比较大型的，我们还要与保卫处取得联系，准备好停车场地，安排好停车引导人员。				
2、贵宾室					
3、现场全程拍摄	为了做好后期工作的宣传和总结我们要安排人员全程拍摄。				
4、签到、礼仪迎接领导嘉宾及合影	当领导和嘉宾到来时我们要让礼仪进行迎接、献花，如果有需要我们还要合影留作纪念。然后礼仪引导领导及嘉宾入席。				
5、司掌员	为了保证现场的气氛我们最好先前安排好司掌员。				
6、维持现场秩序(安全员)	为了保持整场活动的秩序，我们要让负责安全人员在现场维持秩序，最主要的是确保在突发情况下，现场不慌乱。一般情况下，安全员主要负责不要让观众在领导前				

	面不停的走动。所有人员均从后排走动，包括拍照、摄像，要适可而止。				
7、现场话筒传递	当到了互动环节需要观众发言时，我们要事先安排好礼仪专门传递话筒。				
8、观众的调整	如果活动开始前观众还没坐满，就要迅速将后面几排的观众调整至前面，保证活动场面。				
9、记者接待	要保证记者的座位、行动的自由等。				
10、活动的开始	一定要由总负责人说的算，不是一定要按照原计划的时间开始的，可能会根据现场的实际情况提前或者推后。				
11、领导介绍	许多领导不是提前可以确定的，经常是直到活动开始前几分钟才到来，出于尊重，我们一定要介绍他，所以这个环节也比较紧张。				
12、场内纪律	有几种情况要制止，如吃东西、大声聊天，随意出入等。				

13、标明洗手间的位置	许多来宾是第一次来，这点很细节。				
三、后期工作(总结)					
1、整理会场和物料	一场活动结束了，但是我们的工作并还没有真正完成，首先整理余剩的水和节目单；拆卸幕布、条幅等物料；其次整理归还租借的物品；最后还要清理现场的卫生等。				
2、财务结算：	1、尾款催收。 2、演员劳务结算。 3、制作尾款结算。4、项目费用结算。				
3、整理文件材料，存档	1、合同。 2、方案策划、执行台本。 3、宣传(网络、电视、报媒、杂志等)资料收集 4、现场照片、录像。 5、物料设计稿、照片 最后我们要将所有的活动材料进行整理、存档，便于以				

	后的工作和学习。				
4、和媒体沟通确认是否报导	现场整理完了我们回头还要立刻和媒体沟通确认我们的活动是否被报导。				
5、整理照片、录像、新闻报道	为了加大活动的宣传我们还要进行活动照片的整理，做好公司刊物的报道。摄影的录像还应当及时刻成光盘，视屏上传到公司网络，这样方能更大力度的宣传我们的活动。				
67、汇报工作	活动结束后我们应该及时的向相关老师和领导汇报我们活动的工作情况，请上级指出我们的不足之处。				
7、工作总结：召开总结大会	同时我们要及时的召开活动总结大会，点明不足的地方，讨论如何改进，这样才能取得今后更大的进步。 1、对内、对外等总结报告      2、参与人员评估与奖惩				

#### 1.1.4. 策划实施

##### 1) 服务周期的跟踪配合措施

针对本项目内容范围比较广，工作量比较大，技术规范要求高的特点，实行整体过程的跟踪配合服务。从要求的投标开始，直至具体实施拍摄视频录制等策划、创意、拍摄、制作的具体制作过程，全过程及以后具体阶段的筹备，从设计到实施中切实做好各阶段的质量管理，包括到各阶段的工作内容、质量规范标准、执行人和检查人、质量控制点、阶段性成果等。

##### 2) 视频制作过程中服务的承诺

从制作和收集资料起，我司人员全心投入项目视频录制等策划、创意、拍摄、制作工作，及时与发标方沟通，咨询有关领导及专家意见，听取好的建议和意见，落实到现在和以后的实际工作中。在日后视频录制、广告片、项目视频录制、纪录片、产品及业务推广片、视频录制等策划、创意、拍摄、制作过程中，从实际出发，多以发标方及以后使用管理着想，吸收以往多方经验，为发标方做好后续的参谋。

##### 3) 现场配合服务

在项目实施过程中，严格遵守使用方指导意图，并解决在设计过程中发生的与设计有关的一切技术问题，并积极做好和使用方及有关主管职能单位的参谋，确保企业视频录制、广告片、项目视频录制、纪录片、产品及业务推广片、展会

视频录制等策划、创意、拍摄、制作成果质量和工作的顺利进行。利用我方的整体综合优势，为现场创造良好的后勤技术服务，并大力满足保障条件。如需要，我方有关技术设计人员，做到现场有技术问题时随叫随到，并在一定限时内赴现场解决问题。项目设计主管负责人做到经常转现场，了解现场人员的工作情况，对不合格的问题立即提出修改意见和措施保障方案。并经常与使用方保持沟通，了解

使用方的需求，及时快捷地解决各项问题。从思想上根本解决现场设计者服务态度，倡导从领导要我做，到我要争取去现场进行配合的观念。工作的全过程服务派出专业人员全面的进行现状的调查，准确地掌握第一手资料。提出概念思路和制作基础路线，报使用者审查。

提出设计和制作视频录制等策划、创意、拍摄、制作的目标，报使用者批准，并在项目进行之前对相关人员进行系统、专业的培训，保证能够达到招标人的要求。配合招标人做好本次上报审批的各项准备资料的编写工作。

### **1.1.5. 视频质量保证措施**

#### 4.1 了解视频制作的本质作用

我们需要了解客户制作视频的用途以及目的。同时需要了解市场状况，消费者的状况，竞争对手的状况。充分了解视频制作的本质作用是保障视频质量的前提。

#### 4.2 高质量的视频制作脚本

视频制作脚本就如同建设一栋高层建筑的图纸。脚本的好坏直接决定了视频的质量，一个好的文案脚本，好的文案脚本会让客户满意，合同自然会解决，价格也易于谈判；除此之外，对视频制作团队来说，脚本是提高效率，保证主题，节省沟通成本的重要工具。一部好的文案脚本会大大提高制作人员的信心。

#### 4.3专业的设备以及团队

一个好的拍摄团队肩负策划的布局和为后期剪辑铺路，可以说是责任重大，一个专业的团队需要过硬的拍摄技术，对设备的熟练操作。各种镜头实现都手到擒来，某一场景，会合理的安排实现镜头。同时，从广告片的整体布景、打光、人员到位等等一系列广告片拍摄所需要的条件都一一安排到位，熟练操作，了然于心。

### 1.1.6. 我们将可能遇到的问题

#### 5.1 前期沟通

我司将会以通告的方式，提前2天时间预约所要采访，及资料整理。

#### 5.2 恶劣天气

拍摄期间，偶遇恶劣天气在所难免。为杜绝天气因素所导致周期延误，我司将会在拍摄期间做好两手准备，一手外景，一手内景，随时应对突发天气。

#### 5.4 秩序管理

为避免拍摄所引起的系列秩序问题，我司将会在拍摄期间，时刻配备至少两名现场管理人员，负责人员疏导，秩序管理以及环境维护。

#### 5.5 项目进度

为确保项目每一个环节都能顺利落实到位，我司在项目启动之初将会以确认书的形式，在每一个进度节点，对项目细节进行确认与推进。

#### 5.6 项目对接

所有拍摄场地，置景，人员，机器设备等，我司将会根据既定脚本，提前两天通知贵方进行协商入场。

## 第二章广告设计及制作方案

### 2.1. 实施方案

对于本项目，我司目前已经积累了丰富的实施经验，为大量用户提供及时、满意的供货和服务，我司承诺，接到采购方供货通知后，我方将严格按照采购方的要求，在规定的时间内，将所需物料运达采购方指定地点，并在物料装运发车当日将发货情况向采购方报告，并且承诺将按照采购方要求的交货期，按时交货和提供服务。

#### (1) 组织精干高效的项目管理班子

为确保按时供货，我公司选派年富力强的技术管理人员组成项目实施小组，项目实施小组的主要管理者均为我司骨干，他们经验丰富，管理有方，其所承担的项目均被评为优秀项目，在项目管理上制定详细的交货进度计划，并将责任落实到人，通过严格科学的管理，确保计划得到落实。

#### (2) 组织强有力的专业队伍，保证采购方的需求

我司将选派强有力高技术的专业队伍，在人员的需求上，我司将根据项目的特点以及供货时间要求配备足够的人员，同时建立奖惩制度，做好后勤保障，确保项目的顺利完成。

#### 2.1.1. 制定详细的供货计划

接到采购方供货通知后，项目实施小组将共同分析、探讨，制定详细的供货计划。必要时，我司指派专业技术人员

与采购方进行联系，解决技术问题。

#### (4) 以严格的质量控制，保证计划的执行

我司设有专门的品管部，把好质量关，抓好质量控制，把质量管理落实到事前控制，杜绝不合格物料印制的出现，把影响交货进度的不利因素减少的最低程度，保证计划按期执行。

#### (5) 加强与采购方的协调与沟通

我司一贯重视与采购方的协调与沟通，融洽相互之间的关系，对于项目方面的问题与矛盾，我司将从大局出发，从项目进度出发，积极主动加强相互沟通工作，为项目优质高速实施创造有力条件。

#### (6) 加强对节假日、恶劣天气的提前准备

如遇对节假日、暴风雨等特殊情况，在与采购方充分沟通的情况下，进行提前安排，尽量减少由于恶劣天气或特殊情况造成对交货进度的影响。如遇自然灾害、政府行为等不可抗力，与采购方协商解决。

#### (7) 加强对项目实施过程的监控

项目负责人与各具体实施人员加强联系，随时掌握项目进展情况，将所有可能影响交货进度的问题提前处理。确保按时供货。

#### (8) 加强资金管控

如我司有幸中标，我司将设立专项资金用于本项目的实

施，确保项目实施过程中资金充足，不影响供货日期。

(9) 严格按照规定进行包装运输、避免运输过程的破坏造成的延迟交货

以满足采购方供货时间为前提进行交货，承诺不影响采购方正常使用。

我司安排专职专人负责采购采购方的设备，负责送货上门服务。

我司交付的所有物料经我司检验，包装满足运输、能承受水平受力、垂直受力、多次搬运、装卸、防潮、防震等包装要求。保证在正常装卸运输条件下安全无损。

物料到达地点后，第一时间通知收货人带有效证件进行交货手续。

交货地点：采购方制定地点。

### **2.1.2. 物料检验**

在交货前，我司对于物料的质量、规格、数量进行精确和全面的检测，确保完全符合合同规定的质量、规格的要求，物料运抵采购方指定现场后，我司将与采购方共同验收，若开箱验收中发现诸如数量、质量和外观与合同不符，或密封包卷物本身的短少和损坏，我方将及时调配合格物料，确保不影响采购方的正常使用。

本次投标活动，我公司严格按照国家印刷标准实施。保证印刷品不得出现空胶，掉页，错代，错页，白纸，套装配

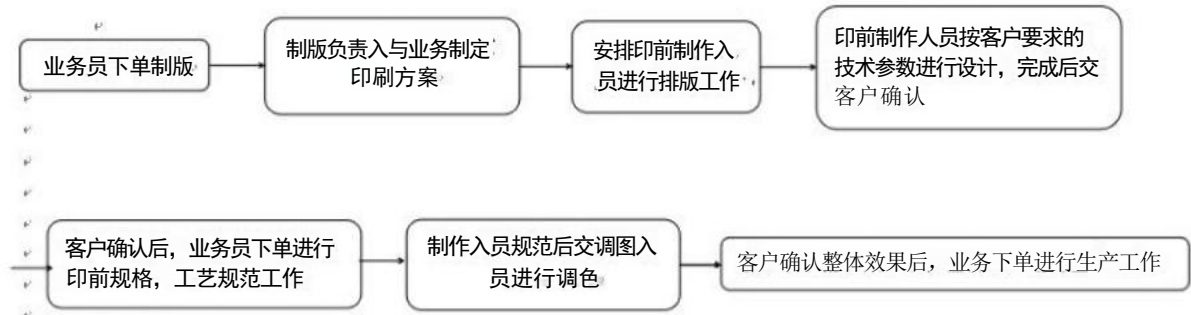
漏，配混。印刷颜色严格按照打印文件色值，颜色饱和。如出现无法实现贵行设计制作需求，我方提前沟通并及时调整。

以下是我方遵守标准，可供查验。

CY/T 61-2009	纸质印刷品制盒过积控制及检测方法
CY/T 60-2009	纸质印刷品烫印与压凹凸过程控制及检测方法
CY/T 59-2009	纸质印刷品模切过程控制及检测方法
CY/T 49.4-2008	育业票据印制第4部分：本式票据
CY/T 49.3-2008	商业票据印制第3部分：卷式票据
CY/T 49.2-2008	商业票据印制第2部分：折叠式票据
CY/T 49.1-2008	商业票据印制第1部分：道用技术要求
CY/T 43-2007	纸质印刷品覆膜过程控制及检测方法第2部分：EVA型预涂覆膜
CY 42-2007	纸质印刷品覆膜过程控制及检测方法第1部分：基本方法
CY/T 40-2007	书刊装订用EVA型热熔胶使用要求及检测方法
CY/T 32-1999	再生阳图型PS版
CY/T31-1999	印刷技术四色印刷油墨颜色和透明度第1部分：单张纸和热固型卷筒纸胶印修改采用ISO2846-1:1997
CY/T 30-1999	印刷技术胶印印版制作修改采用ISO 12218
CY/T 29-1999	装订质量要求及检验方法——骑马订装
CY/T 28-1999	装订质量要求及检验方法——平装
CY/T 27-1999	装订质量要求及检验方法——精装
CY/T 25-1995	阳图型PS版感光液
CY/T 24-1995	彩色复制网线角度
CY/T 23-1995	印刷用原稿分类
CY/T 17-1995	印后加工纸基印刷品上光质量要求及检验方法
CY/T 12-1995	书刊印刷品检验拍样规则参考了相关的国际标准
CY/T 11-1994	凹印车间空气中甲苯和二甲苯允许浓度及检验方法
CY/T 10-1994	炭素纸凹版制版技术要求及检验方法
CY/T 9-1994	电子雕刻四版技术要求及检验方法
CY/T 6-1991	凹版印刷品质量要求及检测方法
CY/T 5-1999	平版印刷品质量要求及检测方法参考了相关国际标准
CY/T 4-1991	凸版印刷品质量要求及检测方法
CY/T 3-1999	色评价照明和观察条件参考了国际标准、美国标准及欧洲标准
CY/T 2-1999	印刷产品质量评价和分等导则
CY/T 1-1999	书刊印刷产品分类

## 2.1.3. 作业流程

### 印刷流程图



#### 印前工序

制版负责人分配给印前排版人员按照客户技术要求进行排版设计。此次项目是印刷品印刷，印刷品分为单四和四色，要求印刷颜色必须严格按照客户技术要求。

#### 工艺工序

确定后印刷内容，如有工艺，我方制版人员将文件分四色版和工艺版，按客户要求要求进行专色或者四色处理。

#### 出数码样

出数码样。我方出数码样具有严格的参考意义，后期印刷严格按照出数码样的颜色规格进行。出完的数码样要求客户进行确认签字。

#### 拼版

客户确认后，我方进行拼版工作，我方针对此项目特点，进行拼版的参数调整，与客户确认纸张规格，特性。最后进行出蓝纸样进行校对确认。出蓝纸要求颜色、规格与客户技

术要求完全一致，校对人员对蓝纸内容进行一一确认，保证客户图文清晰，不漏图，不掉字。如有事故发生，我方承担由此产生的一切责任。

### 出CTP版

制版部出CTP版，要求五年以上师傅进行操作，保证项目的正确性。严格控制出版的温度、湿度。以减少对印版的影响。出完后转交印刷部。

## 2.1.4. 印刷程序

印刷师傅接到任务及印版，首先要确认派单中印刷及与印刷相关的内容各工艺要求(纸张名称、种类、克数、规格尺寸、数量、有无正反印、专色、咬口、侧规、有何要求、有无页码、有无上光、覆膜、打孔、模切等要求)。

拿到印版后，准备辅料(酒精、油墨、喷粉、水斗液、洗车水、兰布、擦机布等)，对机器进行印前清洁，保证印刷中不出现糊张，缺图等情况。并查看交接记录有何留言。

核对并确认印版(四色或者单色)数码样张是否相符，确认版面标有规范的检测密度色块、规矩色块或刻度线、套印角线。

检查印刷机水箱的水位、酒精、水斗液的常备量，以及配比参数。检查室内温度是否在22℃—28℃之间，湿度是否在50%—65%之间。

将输纸部件、前规侧规叼口、收纸部件调校好，对印刷

机参数面板进行数值调控。根据派单要求确定并装好印版，将印版背面擦拭干净，按色序装版及上墨。上墨前要求墨斗干净无杂尘，确认环境温湿度，以减少环境对墨水的影响。

### 装版开机

印刷师傅进行上纸、码纸时抖开、码齐，检查纸张是否有残次品或者折角，剔除损坏或残次纸，纸内不得夹杂纸屑及任何杂物。

### 试印

印出第一张后，印刷师傅需要在标准日光灯下校对与数码样的颜色，版面，从而对墨色进行调整。校对正反印刷样十字线是否准确，当十字线相差0.5mm时，需要进行校准，保证正反面不跑位。

### 印刷

试印后，印刷负责人上前对印刷样与数码样进行确认，无误后签字，进行大批量印刷。

### 印后检查

印刷师傅及负责人对印后的大张进行抽检，每80张抽检一张，抽检内容为：颜色与原始签字样是否有偏差，套印是否准确，是否有粘脏，折角，等异常现象。无误后，将印刷后的产品用薄膜进行封装，减少环境对色彩影响，转交装订部，进行裁切、装订。

### 裁切

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。  
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/087035004155006151>