

南京大学商学院 2026-2028 年图文设计服务分散采购要求

一、本次采购拟实现的功能和目标

MBA 教育中心、EMBA、国际 EMBA 教育中心：

为南京大学商学院 EMBA、国际 EMBA 教育中心、MBA 教育中心提供图文设计服务；

EDP 中心：

1. 提升 EDP 中心品牌形象，增强市场竞争力；
2. 支持课程推广、活动宣传及招生需求；
3. 提供专业化、个性化的视觉设计，适配线上线下多场景应用；
4. 确保设计成果版权归属清晰，符合学校知识产权管理要求。

二、产品清单

MBA 教育中心需求一览（预算：70850 元/年）：

序号	设计类别	事项	计划数量(年)
1	主视觉设计	讲座海报的封面及内页风格设计	30
2		招生简章、创业大赛、科创训练营、联合会等活动手册的封面封底设计	9
3		招生论坛公开课活动的主视觉设计	10
4		校友通讯录、毕业纪念册封面封底底图风格的设计	2
5		新生拓展和开学典礼、案例大赛、魅力班级大赛、校友返校的主视觉设计	4
6	主视觉延展	招生公开课活动单页设计、海报、易拉宝页面、PPT 设计	65
7		新生拓展和开学典礼、案例大赛、魅力班级大赛、创业大赛、科创训练营、毕业典礼、行动学习、行业导师聘任、非常道、校友返校、新生韶光本、苏州招生展板画面等活动的背景板、PPT 等物料的延展	25
8	页面排版	招生简章、校友通讯录、毕业纪念册照片处理排版（页）	70
9		招生笔记本设计页面修改延展及日历更新排版（页）	20
10		校友通讯录、毕业纪念册内页文字内容排版（页）	95

EMBA、国际 EMBA 教育中心需求一览（预算：86200 元/年）：

序号	设计类别	事项	备注	计划数量(年)
1	主视觉设计	EMBA、国际 EMBA 项目招生简章封面封底	招生简章封面每年更新一次，EMBA、国际 EMBA 两个项目，尺寸约 A4 大小	2
2		国际 EMBA 招生指南长图	项目申请流程介绍指南 长度需根据采购人提供的内容或有变动	3
3		EMBA 招生海报	招生宣讲、学长学姐分享会及电梯广告、微信公众号、朋友圈广告宣传等，尺寸同日常海报，基本统一为 9:16	19
4		EMBA 院士讲堂/赋能讲座/名师讲坛海报	尺寸基本统一 9:16	22
5		EMBA 重大活动主 KV	520 校庆、案例大赛 1 次、行业导师聘任、新生报到拓展、新生见面会、开学&毕业典礼 3 次、班级风采 show、迎新晚会等活动宣传海报，尺寸基本统一为 16:9	12
6		EMBA、国际 EMBA 新生数据分析长图	微信公众号宣传 长度根据采购人提供的内容或有变动	3
7		EMBA 行业导师通讯录	封面主视觉设计，单页尺寸约为 A4 大小	2P
8		EMBA 节日主题海报	包含元旦、春节、元宵节、国际妇女节、母亲节、端午节、教师节、中秋节、国庆节等节日，尺寸基本统一 9:16	18
9		其他临时机动新增活动	活动主 KV 图文设计，尺寸基本统一为 16:9	2
1	主视觉延展	EMBA 招生海报及说明会等物料延展	微信公众号宣传尾图（16:9）、首图（2.35:1）、线下招生说明会背景板（具体根据会场尺寸调整）、指引展架（一般为 80*200cm，个别情况微调）、手卡（A5）等	10
2		招生宣讲说明会相关物料延展	背景板（需根据会场尺寸调整）、指引展架（一般为 80*200cm，个别情况微调）、手卡（A5 大小）、流程图、感谢信（A4 大小）等	27
3		录取推荐人感谢信	通常为 A4 大小	2
4		EMBA&国际 EMBA 活动主画面视觉延展 1	活动指引展架约 37 次、主持手卡画面约 12 次、微信公众号画面尺寸修改约 7 次（指引展架尺寸一般 80*200cm，个别情况微调，主持手卡为 A5 大小，微信公众号画面基本为 2.35:1,16:9,9:16，个别特殊情况根据实际情况修改）	56
5		EMBA&国际 EMBA 活动主画面视觉延展 2	重大活动流程图约 10 次、邀请函、致辞信、微信公告信、明信片等活动相关物料画面设计合计约 23 次（基本为 A4 大小，个别尺寸微调）	33
1	页面排版	EMBA 招生简章内页排版	EMBA&国际 EMBA 内页排版设计（单页 A4 大小左右）	40P
2		EMBA&国际 EMBA 新生通讯录排版设计	EMBA、国际 EMBA 新生通讯录排版设计、年级通讯录设计排版（单页约 15*11cm）	245P
3		EMBA 行业导师通讯录	四折页排版（单页 A4 大小左右）	8P

EDP 中心需求一览（预算：37700 元/年）：

序号	分类	设计类别	事项	计划数量（年） / 个	页数/页
1	招生	主视觉设计	公开课招生简章	1	6
2			公开课“国际信托”简章	1	6
3			公开课“企业出海”简章	1	6
4			公开课“AI”简章	1	6
5			内训银行系列宣传册	1	30
6			内训国企系列宣传册	1	30
7			内训政府系列宣传册	1	30
8			苏州校区宣传册	1	20
9		主视觉延展	公开课招生长图	1	1
10			公开课“国际信托”长图	1	1
11			公开课“企业出海”长图	1	1
12			公开课“AI”长图	1	1
13			内训宣传长图	1	1
14			苏州校区宣传长图	1	1
15		页面排版	内训方案模板	1	20
16	活动	主视觉设计	公开课开班/结业典礼主图	1	1
17			长期内训开班/结业典礼主图	5	1
18			短期内训开班/结业仪式主图	3	1
19			近思堂沙龙/名家大讲堂海报	5	1
20			移动课堂/校友活动海报	8	1
21		主视觉延展	欢迎展架	9	1
22			席卡	9	1
23			横幅	9	1
24			微信头图	5	1
25		页面排版	议程	6	1
26	学员	页面排版	通讯录	5	30
27			学习简报/回顾	5	60
28	节日	主视觉设计	节日海报	5	1

注：

1. 以上各中心的年需求数量是根据往年数量预估，仅供参考，每年实际发生数量可能根据实际情况有增减，最终按照成交单价和实际发生数量结算，供应商不得因为实际数量与预估数量有出入而改变单价或单方面终止合同。
2. 供应商在响应报价时均不可超以上各分预算，否则视作无效响应。

三、产品需满足的功能和质量要求，包括性能、材料、结构、外观、安全或服务内容和标准等 MBA 教育中心：

（一）核心设计规范

1. 主视觉设计：

- 1) 主题契合：需结合 MBA 教育中心特色及活动主题，展现 MBA 项目的品牌形象；

- 2) 文件格式: 提供分层可编辑的 PSD/AI/CDR 格式, 兼容 Adobe CC 2023 及以上版本;
- 3) 输出文件: JPG/PNG (分辨率 $\geq 300\text{dpi}$, CMYK/RGB 双模式)、PDF (矢量版本)。
- 4) 适配性: 根据活动画面的不同需求, 提供适配尺寸的横版/竖版画面, 支持不同场景的宣发。

2. 主视觉延展应用设计

★1) 指引展架/X 型展架: 适配 80cm*200cm (易拉宝)、120cm*240cm (X 展架) 等标准尺寸 (特殊尺寸要求在设计前提前与采购人对接适当调整), 标准出血线 (3mm) 及安全距离。

2) 其余延展物料需提前与采购人沟通对接好具体要求, 根据不同活动及时调整。

3. 页面排版

★根据不同物料在开始设计前提前与采购人对接具体要求, 排版完成需保证内容与与采购人提供的原始文件一致, 具备自查自纠的主动意识, 并与与采购人保持沟通, 定稿后提供标准印刷稿与 PDF 文件。

(二) 质量要求

原创性: 设计方案需为供应商原创, 禁止使用未授权素材。

精度标准:

矢量图形: 线条平滑无锯齿;

位图文件: 分辨率 $\geq 300\text{dpi}$, 色彩模式正确 (印刷用途为 PSD/AI/CDR 格式, 电子屏为 RGB/PNG 格式)。

EMBA、国际 EMBA 教育中心:

1. 主视觉设计:

1) 主题契合: 需结合 EMBA、国际 EMBA 教育中心特色及活动主题, 展现 EMBA、国际 EMBA 项目的品牌形象;

2) 文件格式: 提供分层可编辑的 PSD/AI/CDR 格式, 兼容 Adobe CC 2023 及以上版本;

3) 输出文件: JPG/PNG (分辨率 $\geq 300\text{dpi}$, CMYK/RGB 双模式)、PDF (矢量版本)。

4) 适配性: 根据活动画面的不同需求, 提供适配尺寸的横版/竖版画面, 支持不同场景的宣发。

2. 主视觉延展应用设计

★1) 指引展架/X 型展架: 适配 80cm*200cm (易拉宝)、120cm*240cm (X 展架) 等标准尺寸 (特殊尺寸要求在设计前提前与采购人确认适当调整), 标准出血线 (3mm) 及安全距离。

2) 其余延展物料需提前与采购人沟通对接好具体要求, 根据不同活动及时调整。

3. 页面排版

★根据不同物料在开始设计前与采购人对接具体要求, 排版完成需保证内容与采购人提供的原始文件一致, 具备自查自纠的主动意识, 并与采购人保持沟通, 定稿后提供标准印刷稿与 PDF 文件。

(二) 质量要求

原创性: 设计方案需为供应商原创, 禁止使用未授权素材。

精度标准:

矢量图形: 线条平滑无锯齿;

位图文件: 分辨率 $\geq 300\text{dpi}$, 色彩模式正确 (印刷用途为 PSD/AI/CDR 格式, 电子屏为 RGB/PNG 格式)。

EDP 中心:

▲文件格式: 源文件 (AI/PSD)、印刷用 PDF (CMYK, 300dpi);

▲色彩标准: 使用南京大学标准色、辅助色 (由采购人提供), 视觉符合南京大学及中心的品牌定位;

★语言要求: 注意语言的准确性和规范性, 设计成品供应商须提供文案校对服务, 要求成品无错

别字、语义不通等问题；

- ★设计成品：适配印刷、PC 端及移动端展示；
- ▲设计版权：图文均为原创，符合版权使用规范；
- ▲版权归属：所有设计成果知识产权归南京大学独家所有。

四、产品需执行的国家相关标准、行业标准、地方标准或者其他标准、规范

1. 设计标准

- 1)《GB/T 29187-2012 品牌评价 品牌价值评价要求》：符合南京大学商学院品牌形象；
- 2)《GB/T 18974-2014 企业品牌与企业文化术语》：设计语言与 MBA 项目、EMBA/国际 EMBA 项目、EDP 中心文化一致。

2. 版权与法律

- 1) 遵循《中华人民共和国著作权法》，交付成果知识产权归属南京大学 EMBA、国际 EMBA 教育中心；
- 2) 通讯录排版设计所涉及所有信息需符合《个人信息保护法》，不得外泄。

3. 行业规范

广告设计行业通用标准（如 AIAGP-2020《平面设计交付规范》）；

五、供应商特殊资质要求

- 1、供应商需要提供近三年同类产品代表设计作品≥3 个（附合同复印件），以备采购资质评估；
- 2、供应商应具有较强的专业能力，能在规定工作时间内调配较强工作力量，供应商需要提供为本项目配备的专职平面设计团队，配备专职项目负责人，及时与采购人实时对接，确保需求精准传达；项目专职核心成员不少于 8 人，其中至少 3 人需具备 3 年以上品牌视觉设计经验（附团队人员简历、资质证明及作品）；
- 3、供应商需要提供团队成员：含插画师（附人员简历、资质证明及作品）；
- 4、供应商需要提供团队成员：含品牌设计师（附人员简历、资质证明及作品）；

六、商务要求

MBA 教育中心：

- 1、质保期：设计定稿及源文件自交付之日起，享有一年的质量保证期，需要供应商妥善归类存储，保证在一年内采购人随时可调取再次使用，且不可外传及私自发布。
- 2、交货时间：在 5 日内提供不少于 3 件设计样稿供采购人选择，定稿后，设计方需提供材料的源文件。
- 3、交货地点：线上不影响分辨率的传送方式
- 4、服务响应：需提供 7×24 小时应急响应服务，接受节假日、工作日非工作时间及紧急情况下设计需求；
- 5、售后服务响应要求：
 - ①使用素材合理合法，按要求修改完善定稿；
 - ②合同服务期内，供应商需对每项设计提供免费微调服务，每项设计的微调次数在 10 次以内（如文字调换、尺寸调整），响应时间不超过 24 小时。
 - ③如遇紧急情况，需要调整，供应商需要按照采购人要求及时调配人员完成设计及调整需求。
- 6、付款方式：公对公，按照季度支付。供应商需要及时根据采购人需求提供活动清单，确认后及时开具发票。
- 7、知识产权的归属：交付的文件知识产权声明归南京大学商学院 MBA 教育中心所有，未经允许不可外传。
- ★8、如在合作期间，供应商不能履行或按要求完成采购人提出的工作需求，经友好协商超过三

次沟通磨合无果，采购人可根据实际情况，提出终止合作要求。（最终解释权归采购人所有）

EMBA、国际 EMBA 教育中心：

1、质保期：设计定稿及源文件自交付之日起，享有一年的质量保证期，需要供应商妥善归类存储，保证在一年内采购人随时可调取再次使用，且不可外传及私自发布。

2、交货时间：活动主画面采购人一般至少提前一周提出设计需求，供应商接收需求并对接好具体要求后，应在当天第一时间协调设计师开始工作，并在两天内提供不少于 2 件设计样稿供需求中心选择，收到修改意见，应在一天内完善定稿，定稿后，设计方需提供材料的源文件。

3、交货地点：线上不影响分辨率的传送方式。

4、服务响应：需提供 7×24 小时应急响应服务，接受节假日、工作日非工作时间及紧急情况下的设计需求；

5、售后服务响应要求：

①使用素材合理合法，按要求修改完善定稿；

②合同服务期内，供应商需对每项设计提供免费微调服务，每项设计的微调次数为三次（如文字调换、尺寸调整），响应时间不超过 24 小时，且在 24 小时内交稿。

③如遇紧急情况，需要调整，供应商需要按照采购人要求及时调配人员完成设计及调整需求。

6、付款方式：公对公，供应商需要及时根据采购人需求提供活动清单，确认后及时开具发票，一事一报，采购人集齐此活动所有票据后，在 1-3 个月内完成支付，非主题活动类费用按季度支付。

7、知识产权的归属：交付的文件知识产权声明归南京大学商学院 EMBA、国际 EMBA 教育中心所有，未经允许不可外传。

★8、如在合作期间，供应商不能履行或按要求完成采购人提出的工作需求，经友好协商超过三次沟通磨合无果，采购人可根据实际情况，提出终止合作要求。（最终解释权归采购人所有）

EDP 中心：

★1、质保期：定稿后 6 个月内每个作品免费提供不超过 3 次修改；

★2、供货周期/工期：采购人通常提前 3-7 天提出设计需求，供应商应于 48 小时内微信/QQ/电话响应并提供不少于 2 件设计样稿供采购人选择（初稿交付时间≤2 天）；待样稿定稿后，供应商需提供材料的源文件；

★3、修改服务：定稿后 6 个月内免费提供不超过 3 次修改；

▲4、交货地点：南京大学商学院 EDP 中心指定云端或线下平台；

▲5、服务响应：需提供 7×24 小时应急响应服务，接受节假日、工作日非工作时间及紧急情况下的设计需求；

★6、售后服务响应要求：采购人提出修改需求后，须在 2 小时内微信/QQ/电话响应，24 小时内解决；

★7、付款方式：对公转账，按照季度支付（供应商应主动提供设计清单，含项目、设计图、金额、定稿时间等）；

★8、知识产权的归属和处理方式：所有成果版权归南京大学所有，未经采购人书面同意，不得将采购人提供的任何图文材料转至第三方。如遇版权纠纷，供应商承担全部法律责任，并赔偿采购人损失；

★9、如在合作期间，供应商不能履行或按要求完成采购人提出的工作需求，经友好协商超过三次沟通磨合无果，采购人可根据实际情况，提出终止合作要求。（最终解释权归采购人所有）

七、履约验收方案

1、验收内容（包括每项技术和商务要求）：

MBA 教育中心：

主视觉设计的画面、元素使用符合采购人目标要求，能体现南京大学商学院 MBA 的项目品牌形象，并有一定创意性，如有需要修改，需 1 小时内响应并在当次与采购人协定的时间内修改完善，定稿后提交所有文件（包含电子宣发的 JPG/PNG 高清文件便于印刷及线上宣发、PSD/AI/CDR 格式源文件用于备份保存）。

EMBA、国际 EMBA 教育中心：

主视觉设计的画面、元素使用符合采购人目标要求，能体现南京大学商学院 EMBA、国际 EMBA 的项目品牌形象，并有一定创意性，如有需要修改，需在 1 小时内响应并在当次与采购人协定的时间内修改完善，定稿后提交所有文件（包含电子宣发的 JPG/PNG 高清文件便于印刷及线上宣发、PSD/AI/CDR 格式源文件用于备份保存）。

EDP 中心：

- ★初稿审核（设计方向符合性）；
- ★终稿验收（技术参数齐全性）；
- ★修改服务响应效率。

★2、验收标准（包括所有客观、量化指标）：

MBA 教育中心：

主视觉设计：主题画面与活动匹配度、使用的元素是否符合规范，以及画面设计的创意性与项目品牌的匹配度；

文件格式：源文件分层可编辑，输出文件分辨率 $\geq 300\text{dpi}$ ，PDF 文件兼容 Adobe CC 2023 及以上版本；

延展适配：不同尺寸文件适配性（如背景板、展架、手卡等），尺寸请与采购人确认。

EMBA、国际 EMBA 教育中心：

主视觉设计：主题画面与活动匹配度、使用的元素是否符合规范，以及画面设计的创意性与项目品牌的匹配度；

文件格式：源文件分层可编辑，输出文件分辨率 $\geq 300\text{dpi}$ ，PDF 文件兼容 Adobe CC 2023 及以上版本；

延展适配：不同尺寸文件适配性（如背景板、展架、手卡等），尤其背景板需要根据场地需求及时调整尺寸，展架一般为 $80*200\text{cm}$ ，个别情况需要根据实际场地要求调整，其他手卡等物料等也需要在设计前与采购人提前对接尺寸及画面需求，确保画面的匹配。

EDP 中心：

- ★设计风格 100%符合前期沟通要求；
- ★文案校对错误率 $\leq 0.1\%$ 。

★3、沟通流程及问题处理机制：

1) 开始设计前，须与采购人提前沟通好要求及预期效果，尽量准确抓取采购人需求，并提前确认交稿时间；

2) 所有设计须在规定时间内提供不少于两版设计样稿，待与采购人沟通并确认进一步修改方案后，须在 24 小时内修正并重新提交。如遇紧急情况需配合采购人需求，协商缩短修正交付时间，以保证采购人及时使用；

3) 设计排版过程中供应商须主动自查自纠，核查排版内容与采购人提供原始素材的准确性，减

少不必要的磨合时间；

4) 如遇版权纠纷，供应商承担全部法律责任，并赔偿采购人损失。