附件1：

**评选评分表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **供应商单位** | | **单位1** | **单位2** | **单位3** | **单位4** |
| **评分项目** | **评分内容及分值** |  |  |  |  |
| 商务评分（权重20%） | 【经营业绩】(40分)考查、对比供应商承担过相关项目的情况。能提供服务案例,以实际签订合同复印件和同类型作品为准。每一案例8分，得分上限40分。 |  |  |  |  |
| 【财务状况】 (10分)考查、对比供应商的财务状况。优（10-8分），中（7-5分），差（4-0分） |  |  |  |  |
| 【资信情况与履约能力】（30分） 考查、对比供应商的资信情况是否良好与是否具有较好的履约能力。优（30-24分），中（23-15分），差（14-0分）“信用中国”“中国采购网”信用记录情况，如有不良记录，本项不得分） |  |  |  |  |
| 【规章管理制度】（20分）考查、对比供应商的各项规章管理制度是否详细、合理，优（20-16分），中（15-10 分），差（9-0 分） |  |  |  |  |
| 技术评分（权重40%） | 【项目理解程度】（20分）须承诺产品符合宣传标准和要求。拍摄图片、视频符合各类新闻媒体、抖音、微信等传播媒体介质的使用标准和要求。考查、对比供应商对项目理解程度，包括对项目的理解是否全面、合理、深刻，以及对项目现状调研是否深入等。优（20-16分），中（15-10分），差（9-0分） |  |  |  |  |
| 【按要求和相关说明制作合作方案】（50分）方案须含括安排落实好采购方的宣传采写需求，并提出宣传建议。结合提供以往工作成果。考查、对比项目组织实施方案是否科学、可行、合理；是否根据项目实际情况制订合理且针对性强的组织实施方案；以往工作成果效果。优（50-40分），中（39-25分），差（24-0分） |  |  |  |  |
| 【信息发布平台】（30分）考查、对比供应商信息发布平台情况，是否能够满足宣传权威性、影响性需求。优（30-24分），中（23-15分），差（14-0分） |  |  |  |  |
| 价格评分（权重40%） | (评选基准价／报价)×100（100分） |  |  |  |  |
| 得分 | |  |  |  |  |

评分人： 日期：

评分说明：

（1）综合得分=商务得分×20%+技术得分×40%+报价得分×40%；

（2）在评选过程中所有计算结果均精确到小数点后四位，第五位小数四舍五入；

（3）价格评分以报价最低价为评选基准价。

（4）将综合得分从高到低排出名次，总分第一名为第一成交供应商，第二名为第二成交供应商，以此类推（综合得分相同的，按报价得分由高到低排列；综合得分相同且报价得分相同的，按技术得分顺序排列）。

（5）采购方通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询供应商信用记录（信用信息查询记录和证据以网页打印方式与其他采购文件一并保存）。