|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 附件2  **项目报价综合评分表** | | | | |
| 报价人： | | | |  |
| 评审项目 | | 分值(分) | 评审标准 | 得分 |
| 报价  （权重10%） | | 10 | 各合格报价人的报价按下列方法计算得分：以按招标文件规定的所有合格报价人的评标价的最低价作为评分基准价。报价人的价格分按下式计算：价格分=（评分基准价/评标价）×10 |  |
| 商务部分  （权重55%） | 企业综合实力 | 20 | 根据供应商的整体情况等进行评审：  1.整体企业介绍详细、完整，团队10人以上，配备1名或以上专职执行人员为本项目服务，得16分；  2.整体企业介绍较详细、完整，配备1名专职执行人员为本项目服务，得12分；  3.整体企业介绍简单，没有配备专职执行人员为本项目服务，得6分；  4.其他或不提供不得分。  若存在持有设计相关职称证书，且具备与项目执行环节相关专业能力的人员，可加分，每有1名，得2分。本小项最高得 4分。  （说明：须提供相关人员开标前三个月内任意一个月的社保证明，社保缴纳单位须与投标主体一致或属其子、母公司；获得相关专业资格证书的人员需提供对应证件的扫描件，没有提供或提供无效证明材料的不得分。） |  |
| 项目经验 | 15 | 根据供应商自2021年起至今完成的同类项目业绩进行评分：每个符合要求的业绩得3分，最高得15分。  注：以供应商提供的业绩证明【合同】复印件为评分依据，未能提供上述证明文件的，该项业绩不得分。 |
| 宣传渠道资源 | 15 | 1.渠道数量要素评价：能提供活动所需的宣传发布渠道资源（客户端、微信公众号或微博等），自有宣传渠道每个得2分，合作宣传渠道每个得1分。该要素评价项最高得分不超过6分。  2.渠道质量要素评价：提供的渠道粉丝量（或客户端下载量）累计超过10万的得3分，超过30万的得6分，超过50万的得8分，超过80万的得9分（此项数量为所有渠道的合计数，不针对单个渠道分别计分）。该要素评价项最高得9分。  （说明：本项总得分=渠道数量要素评价得分+渠道质量要素评价得分。自有渠道需提供相关认证截图或同一主体证明材料，合作宣传渠道需提供相关授权或合作证明材料。没有提供或提供无效证明材料，该项不得分。） |
| 后续服务 | 5 | 根据供应商针对本项目提供的后续服务措施进行评分：  1.后续服务措施详细可行，积极配合采购人验收和其他后续工作，得5分；  2.后续服务措施一般、能配合采购人验收和其他后续工作，得3分；  3.没有提供后续服务措施不得分。 |  |
| 技术部分  （权重35%） | 对本项目的工作内容的理解和分析 | 30 | 1.对活动总体认识十分全面，策划方案能充分贴合活动主题理念，对项目建设服务需求把握到位，提出的宣传推广形式富有创意，论述完整清晰，设计图符合需求的，得30分；  2.对活动总体认识较为全面，策划方案能贴合活动主题理念，提出的宣传推广形式较好，对项目建设服务需求把握较为到位，论述比较清晰，设计图基本符合需求的，得20分；  3.对活动总体认识一般，设计方案基本贴合活动主题理念，对项目建设服务需求把握一般，提供了宣传推广思路，但形式一般，设计图一般的，得10分；  4.对活动总体认识一般，策划方案基本贴合活动主题理念，对项目建设服务需求把握一般，没有提供宣传推广思路，得5分；  5.未提供策划方案的，该项不得分。 |  |
| 工作进度及质量保障措施 | 5 | 1.组织架构完善，针对活动实施各环节能够提供十分详细、及时有效的保障措施，对可预见的突发情况配套有应急措施，得5分；  2.组织架构完善，针对活动实施各环节能够提供较为详细的保障措施，对可预见的突发情况配套有应急预案，得3分；  3.配有相应的组织架构，有提供活动实施各环节相应的保障措施和应急预案，但描述较为简要，得1分；  4.未提供组织架构情况及服务保障措施的，该项不得分。 |  |
| 合 计 | | | |  |