**“2024年度民政工作融媒体发布服务项目”采购需求和评审标准**

**公开征求意见公示**

为方便供应商及时了解政府采购信息，我单位受北京市民政局委托，现将“2024年度民政工作融媒体发布服务项目”的采购需求和评审标准公示如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 采购单位名称 | 项目名称 | 采购需求和评审标准内容 | 预算金额  （万元） |
| 1 | 北京市民政局 | 2024年度民政工作融媒体发布服务项目 | 第一包：新媒体运营服务，采购包预算金额：97.2万元  第二包：新媒体视频宣传推广服务，采购包预算金额：85.6万元  第三包：慈善北京文化建设服务，采购包预算金额：27.375万元  采购需求和评审标准内容详见附件 | 210.175 |

1、本公示在北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司网站（http://www.hcjq.net/）发布，有关单位和个人如对公示内容有异议，请在2024年4月7日17:00（北京时间）之前以实名书面（包括联系人、地址、联系电话）形式向采购代理机构反馈。

2、采购代理机构联系方式：

名 称：北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

地　址：北京市东城区朝内大街南竹杆胡同6号北京INN 3号楼9层

联系方式：王秋凌、李辰，010-65173825、65699122

北京汇诚金桥国际招标咨询有限公司

2024年4月1日

**附件:**

**采购需求**

**第一包 新媒体运营服务**

**一、项目需求**

北京市民政局已经建立了“北京民政”官方微信公众号、新浪微博、今日头条号、北京号等新媒体平台。近年来，通过委托专业机构运用图文并茂的新媒体手段，有力宣传了民政工作，扩大了百姓对政策的知晓度。现亟需进一步推动和加强新媒体平台建设，突出做好民政民生领域的信息公开工作，切实增强传播效果。

**二、运维内容**

运行维护北京市民政局官方微信公众号“北京民政”。在重点建设和运营微信公众号的同时，承接北京市民政局官方微博、今日头条号、北京号的信息发布任务。

同时，需要提供新媒体产品形态，在“北京民政”微信公众号上，宣传展示北京市民政局形象、工作进展、服务事项等。

具体内容如下：

**1、平台运维内容**

合同期内，供应商负责微信公众号策划采写、编辑、排版等环节，保证内容积极健康、图文并茂、美观简洁，配合全年重要节点及热点，如清明、劳动节、儿童节、七夕节、重阳节等定期进行新闻策划和活动策划，保证每个工作日更新 2-3 条信息；官方微博每个工作日发布 2-3 条信息；头条号每个工作日发布 1 条信息；北京号每个工作日发布 1 条信息。

供应商应严格遵守发布流程，日常稿件于3个小时内，新媒体产品策划于2日内交由采购人审定；按时完成采购人指定的采访任务；按时推送新媒体平台的内容。同时，供应商还需负责新媒体平台的内容基础语法和文字的校对。

**2、新媒体产品**

合同期内，供应商须借助一图看懂、H5、海报等新媒体产品形式和短视频剪辑的工作方式，增强微信公众号“北京民政”推送内容的吸引力，全年生产制作新媒体产品不少于 29 个。具体新媒体产品内容如下：

（1）一图看懂

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作。包括且不限于养老助残卡及津贴申请、新型丧葬、社会救助、市属养老机构优待服务等，本合同期限内推出21个。

（2）H5

围绕北京市民政局重点工作及宣传重点制作。包括且不限于宣传贯彻党的二十大精神、五四青年评选、清明节等主题，本合同期限内制作2个。

1. 宣传片

围绕北京市民政局整体形象、重点工作内容、工作成果、典型人物事迹等制作宣传片，可通过视频或动漫形式表现（mp4或mov格式，1920p\*1080p,时长1-5分钟，本合同期限内推出6部）。

1. 海报

围绕重点传统节日及民政系统相关活动制作海报（电子版，每幅不小于900px\*500px，色彩搭配合理，突出民政元素，数量不少于1张）。包括且不限于元旦海报、情人节宣传海报、春节海报亮点、民政“五月的鲜花”系列活动、五四青年节海报、国庆节海报、记者节宣传、入冬社会福利救助海报等。

**三、人员保障**

供应商以供应商名义对本项目采编人员进行录用和管理（人员有互联网、新媒体或新闻出版从业经验）。人员配备不少于14人，其中项目经理不少于1人，微信运维团队不少于3人，设计制作团队不少于3人，技术团队不少于1人，视频团队不少于5人，宣传推广人员不少于1人。

供应商需承担采编人员相应的社会保险等费用，任何劳动或劳务等纠纷与采购人无关。

**四、验收要求**

完成合同项下所有工作后10个工作日内，供应商申请验收，需求方组织验收。验收时，供应商应对应合同提供相应产品内容或发布链接，并提交年终书面项目结项报告，共2份。

**第二包 新媒体视频宣传推广服务**

**一、项目概述**

为了配合做好市民政局宣传工作，根据市民政局重点工作内容，结合相关社会资源，融合新媒体传播优势，以习近平新时代中国特色社会主义思想为根本遵循，策划、制作短视频项目，深入宣传北京民政民生政策、人物，树立良好形象，使“民政为民、民政爱民”的理念深入民心。

项目周期：自合同生效之日起至2024年11月30日。

**二、短视频宣传内容**

宣传北京民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广北京民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等，提升政策的知晓度，让人民群众更有获得感、幸福感，展现北京民政系统昂扬向上、一心为民的精神风貌。

**三、短视频新媒体传播平台**

新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社新媒体平台等。

**四、短视频制作规格及标准**

短视频规格：4K，1920x1080P(高清)，25帧，16:9

短视频总时长：不低于80分钟

短视频制作数量：不少于10个

**五、服务要求**

1.本项目团队成员不少于22人，其中监制1人；制片1人；主编2人；导演2人；摄像师4人；灯光、录音师2人、后期采编人员6人；后勤管理（包括场记、司机等）4人。艺术创作团队以成片质量为准，工作团队需导演、表演等专业毕业并在电视台、媒体等相关单位有丰富从业经验。

2.履约验收要求：供应商需提供播出证明（包括播出栏目、播出日期及视频文件）。

**六、验收标准**

1、内容方面：必须以北京民政系统养老助老服务、社会福利社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度及先进经验和先进典型、发展成就为主要内容。

2、质量方面：视频画面高清画质，采取对话、旁白、探访等手段，短视频的制作，符合约定规格标准，包括视频画面标准、音频标准、包装，字幕风格等。

3、短视频规格及标准

规格：4K，1920x1080P(高清)，25帧，16:9

总时长：不低于80分钟

短视频制作数量：不少于10个

4、短视频项目通过新媒体平台进行传播。短视频发布完成后，提供播出链接或播出画面截图。

**第三包 慈善北京文化建设服务**

一、项目背景

为深入贯彻习近平总书记关于民政工作和慈善事业的重要指示精神，全面落实党中央国务院关于慈善事业的重要决策部署和市委市政府相关工作要求，近年来，我市持续深入贯彻落实《中华人民共和国慈善法》，紧紧围绕“慈善北京”建设，深入开展慈善北京文化建设，以“首善标准”为指导精神，大力营造慈善氛围，广泛弘扬慈善理念，提高公众对慈善的认识，提升慈善社会影响力，持续推进首都慈善事业高质量发展。

为深入贯彻党的二十大精神，推进“慈善北京”建设，开展“慈善北京”文化建设项目，通过制作优秀慈善产品，培育优秀慈善品牌，打造慈善宣传平台，展现首都慈善文化影响力，以首都慈善事业高质量发展助力新时代首都发展。

二、服务内容

**（一）项目周期**

自合同签订生效之日起至2024年11月30日

**（二）服务内容及质量要求**

围绕“中华慈善日”、“慈善北京”为主题，分别设计主视觉宣传海报，要求能够全面体现首都慈善特色，充分激发社会公众参与慈善的热情。印刷成品870\*570MM的海报不少于1650套，配发至十六区，在各区、街道、社区等广泛张贴。同时在本市部分公交站亭、公交车身张贴，并在相关地铁沿线、火车候车站、机场、户外广告大屏等进行大屏投放。投放周期3周，具体投放时间以采购人实际工作要求为准。

投放地点、范围及要求：

1、在本市人流量较高的商场内进行投放；

2、在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/候车室/候机楼等地进行投放；标准参考每天60次\*15秒/次。

3、在北京地区的2个户外大型广告牌进行投放；

4、在北京地区其公交车身张贴（2条线路，10辆），具体以沟通确认车辆路线为准；

5、在北京地区公交站牌（5个）广告栏进行投放，具体以沟通确认公交站牌为准。

三、服务要求

（一）对慈善事业有较为全面的了解；

（二）供应商无不良及违法违规记录；该项目实施团队人员不少于3人。

四、项目成果

“中华慈善日”、“慈善北京”宣传主视觉，并在户外公共设施广泛推广。

**第1包评审标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **评价指标和分值** | | |
| 1 | 商务  （10分） | 业绩及经验 | 10分 | 综合考虑供应商自2021年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似新媒体运营项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得10分（须提供**完整**合同复印件并加盖供应商公章）。 |
| 2 | 项目方案  （80分） | 项目  分析 | 5分 | 综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。  项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分；  项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分；  项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 平台运营及信息更新维护方案（15分） | 7分 | 综合考虑供应商提供的**平台运营信息采写、编辑、排版方案**。  方案完整度高、信息采集覆盖范围广泛、内容丰富、撰写手法多样、排版紧凑充实、受众适用性强，完全满足或优于采购需求：7分；  方案完整度较高、信息采集覆盖范围较广、内容较多、撰写手法较多、排版较紧凑、受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般、信息采集覆盖范围一般、内容一般、撰写手法一般、排版充实度一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：3分；  方案完整度差、信息采集覆盖范围局限、内容极少、撰写手法单一、排版松散、不具备受众适用性，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**平台运营方案**。  方案完整度高、宣传内容策划新颖、主题丰富、形式多样、宣传频次较多、受众适用性强，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高、宣传内容策划较新颖、主题内容较多、形式较多、宣传频次较多、受众适用性较强，可以满足采购需求：6分；  方案完整度一般、宣传内容策划能力一般、主题内容一般、形式多样性一般、宣传频次一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：4分；  方案完整度较差、宣传内容策划能力缺失、主题内容极少、形式单调、宣传频次缺失、不具有受众适用性，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 新媒体  方案  （28分） | 7分 | 综合考虑供应商提供的**一图看懂运营方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**H5运营方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**宣传片拍摄方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**海报策划方案**。  方案完整度高，宣传内容策划新颖，主题丰富，涉及范围全面，受众适用性强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高，宣传内容策划较新颖，主题内容较多，涉及范围较全面，受众适用性较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般，宣传内容策划能力一般，主题涉及范围一般，但描述简略，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差，宣传内容策划能力缺失，主题内容有缺失，受众适用性较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 运营安全及保密方案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的**运营安全及保密方案**。  方案完整度高、具有完备安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设完备、响应时效性强、处突能力强，完全满足采购需求：7分；  方案完整度较高、具有一定的安全保障预案及健全的保密制度、应急体系建设较齐全、响应时效性较强、处突能力较强，可以满足采购需求：5分；  方案完整度一般、安全保障预案及健全的保密制度一般、应急体系建设一般、响应时效性一般、处突能力一般，基本满足采购需求：3分；  方案完整度较差、安全保障预案及健全的保密制度缺失或应急体系缺失、响应时效性滞后、不具备处突能力，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 运营质量保证方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**运营质量保证方案**。  方案完整度高、保障措施较多、具有完善的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的信息内容与投放频次监管体系及保障方案，可以满足采购需求：6分；  方案完整度一般、保障措施一般、信息内容与投放频次监管体系及保障方案一般，基本满足采购需求：4分；  方案有缺失、保障措施少、不完全具备信息内容与投放频次监管体系及保障方案，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 时间进度安排 | 5分 | 综合考虑供应商提供的本项目**时间进度安排**对采购需求的响应程度。  时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；  时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；  时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 项目团队安排 | 12分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的人员团队情况（需附人员组成名单及资历证明等材料）。  团队组成人员安排合理、专业性强、分工明确，且人员经验丰富，完全满足采购需求：12分；  团队组成人员安排较为合理、专业性较强、分工较为明确，且人员具有一定的经验，能够满足采购需求：9分；  团队组成人员安排一般、具有一定的专业性、人员数量不少于14人，分工不够明确，但人员具有一定的经验，基本满足采购需求：6分；  团队组成人员安排较差、具有一定的专业性、分工未明确，人员经验较差或未提供，不满足采购需求：3分；  未提供任何材料或人员数量不足14人的：0分。 |
| 3 | 报价（10分） | 满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：  磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10  注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3 | | |
| 合计100分 | | | | |

**第2包评审标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分**  **因素** | **评价指标和分值** | | |
| 1 | 商务  （10分） | 业绩及经验 | 10分 | 综合考虑供应商自2021年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似短视频宣传项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得10分（须提供**完整**合同复印件并加盖供应商公章）。 |
| 2 | 项目方案  （80分） | 项目  分析 | 5分 | 综合考虑供应商针对采购需求所提供的**项目分析**，项目分析包括但不限于**项目背景**及**相关政策主题、项目重难点**等。  项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分；  项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分；  项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 短视频制作播出方案  （39分） | 8分 | **结合项目背景及采购需求，综合考虑供应商提供的项目拍摄内容定位：**  内容定位精准、专业、科学，高度契合项目背景及采购需求，能够深入宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：8分；  内容定位较为准确和专业，能够宣传北京民政民生政策、人物、树立良好形象：6分；  内容定位不存在明显偏差，对本项目的针对性一般：4分；  内容定位存在明显偏差，未完全体现本项目的政策导向：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**视频策划方案**。  方案完整度高，策划新颖独特，主题内容鲜明（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性强，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高，策划较为新颖，主题内容突出（包括但不限于宣传民政系统养老助老服务、社会福利、社会事务、社会组织、社会救助、慈善捐赠、见义勇为等方面的政策制度，宣传推广民政方面的先进经验和先进典型、发展成就等），受众适用性较强，基本满足采购需求：6分；  方案完整度一般，策划方案通用，主题内容策划不明显，有一定的受众适用性：4分；  方案完整度较差，策划方案简单，内容缺失较多，主题内容策划不明显，受众适用性较差：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**视频拍摄方案**。  方案完整度高、拍摄工作流程及思路清晰、拍摄方式多样，完全满足采购需求：8分；  方案完整度较高、拍摄工作流程及思路较为清晰、拍摄方式较多，满足采购需求：6分；  方案完整度一般、拍摄工作流程及思路简单、拍摄方式简单，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度较差、拍摄工作流程及思路混乱、拍摄方式较少、方案有较多缺失，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 6分 | 综合考虑供应商提供的**后期制作方案**。  方案完整度高、制作流程明确、手法多样、能够保证视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：6分；  方案基本完整、制作流程及手法普通、符合项目主题需要，基本满足采购需求：4分；  方案不完整、制作流程混乱、手法缺失，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 6分 | **结合采购需求的播出要求，综合考虑供应商提供的播出方案：**  方案完善、科学，可行性强，播放进度计划及投放媒体较多，包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社新媒体平台等，完全满足或优于采购需求中的播出要求：6分；  方案较为完整、可行，播放进度计划及投放媒体包括但不限于新浪微博、微信公众号、今日头条号、北京号、学习强国、北京社区报社新媒体平台等，满足采购需求中的播出要求：4分；  方案描述简单，播放进度计划及投放媒体能够满足采购需求中的播出要求：2分；  方案不合理，播放进度计划及投放媒体不满足采购需求中的播出要求或未提供该方案：0分。 |
| 3分 | 综合考虑供应商针对本项目可提供的**实施设备投入情况**。  实施设备种类众多、技术先进：3分；  实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：2分；  实施设备种类较少、技术条件较差：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 质量保证方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**质量保证方案**。  方案完整度高、保障措施较多、具有完善的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性强，完全满足或优于采购需求：8分；  方案完整度较高、保障措施较多、具有一定的节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较强，能够满足采购需求：6分；  方案完整度一般、保障措施一般、节目内容与画面质量监管体系一般、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：4分；  方案完整度较差、保障措施较少、不具备节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 加急摄制承诺 | 5分 | 供应商能够承诺“交付策划方案后，加急进行项目摄制，尽快完成拍摄阶段的所有工作。”的，得5分，未承诺不得分。  **供应商需在响应文件目录中注明承诺所在页数以便于磋商小组评审，未按要求标注的不得分。** |
| 推广宣传方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的宣传推广方案，对采购需求的响应程度。  方案完整度高、专业性强、可执行性强，完全契合采购需求，宣传推广渠道广泛、宣传方式丰富：8分；  方案完整度较高、专业性较强、可行性较强，契合采购需求程度较高，宣传推广渠道较广泛：6分；  方案完整度一般、有一定专业性及可行性，宣传推广渠道普通，基本契合采购需求：4分；  方案完整度较低、专业性较弱、可行性较弱，推广渠道较贫乏，契合采购需求程度较低：2分；  未提供任何材料：0分。 |
| 时间进度安排 | 5分 | 综合考虑供应商提供的本项目**时间进度安排**对采购需求的响应程度。  时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；  时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；  时间安排较松散、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；  时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，无法完全满足采购需求：2分；  时间安排混乱无序、利用率低、响应时效性差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 项目团队安排 | 5分 | **综合考虑供应商为本项目拟组建的项目策划团队情况。**  团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；  团队组成人员一般、分工较明确、具有一定的经验：3分；  团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；  （须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分） |
| 5分 | **综合考虑供应商为本项目拟组建的项目拍摄、制作团队情况。**  团队组成人员安排合理、分工明确、经验丰富：5分；  团队组成人员安排较合理、分工较明确、经验较丰富：3分；  团队组成人员较差、分工不明确、经验不足：1分；  （须提供项目团队人员情况表、相关证明文件复印件，并加盖供应商公章，未提供的不得分） |
| 3 | 报价（10分） | 满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：  磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10  注：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3 | | |
| 合计100分 | | | | |

**第3包评审标准**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **评价指标和分值** | | |
| 1 | 商务  （10分） | 业绩及经验 | 10分 | 综合考虑供应商自2021年1月1日起至今（以合同签订时间为准）完成同类的项目业绩，每个业绩得2分，本项最高得10分。  （须提供包含合同关键内容页、金额页、签字盖章页在内的合同复印件并加盖供应商公章。） |
| 2 | 项目方案  （80分） | 项目分析 | 5分 | 综合考虑供应商针对采购需求所提供的项目分析，项目分析包括但不限于项目背景及相关政策主题、项目重难点等。  项目分析具有针对性、熟悉活动主题、对政策主旨理解深入、重难点分析全面到位：5分；  项目分析针对性一般、对活动主题了解一般、对政策主旨理解一般、重难点分析一般：3分；  项目分析针对性差、未理解活动主题、无重难点分析：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 广告设计方案 | 13分 | 综合考虑供应商提供的广告（主视觉宣传海报）设计方案，对采购需求的响应程度。  方案完整度高、设计新颖富有创意、主题内容鲜明、针对性极强、受众适用性强，完全满足采购需求：13分；  方案完整度较高、设计较新颖、主题内容较鲜明、针对性较强、受众适用性较强，可以满足采购需求：10分；  方案完整度一般、设计能力一般、主题鲜明度一般、针对性一般、有一定的受众适用性，基本满足采购需求：7分；  方案完整度较差、设计能力较差、主题鲜明度较差、针对性较差、受众适用性较低，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度差、不具有设计能力、无主题、无针对性、不具有受众适用性，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 广告制作方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的广告制作方案。  方案完整度高、广告尺寸合理、耐用性及耐腐蚀性强、质量坚固，完全满足采购需求：10分；  方案完整度较高、广告尺寸合理性较好、耐用性及耐腐蚀性较强、质量较好，可以满足采购需求：8分；  方案完整度一般、广告尺寸合理性一般、耐用性及耐腐蚀性一般、质量一般，基本满足采购需求：6分；  方案完整度较差、广告尺寸合理性较差、耐用性及耐腐蚀性较差、质量较差，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度差、广告尺寸不合理、不具备耐用性及耐腐蚀性、质量粗糙，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 广告投放方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的广告投放方案。  方案完整度高、投放资源众多、选址针对性强、覆盖范围广泛、受众适用性强，完全满足采购需求：10分；  方案完整度较高、投放资源较多、选址针对性较强、覆盖范围较广、受众适用性较强，可以满足采购需求：8分；  方案完整度一般、投放资源一般、选址针对性一般、覆盖范围一般、受众适用性一般，基本满足采购需求：6分；  方案完整度较差、投放资源较少、选址针对性较差、覆盖范围较小、受众适用性较差，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度差、投放资源匮乏、选址无针对性、覆盖范围极小、不具备受众适用性，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 广告张贴及安装方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的广告张贴及安装方案。  方案完整度高、安装工艺娴熟、更新周期频繁且固定，完全满足采购需求：10分；  方案完整度较高、安装工艺较成熟、更新周期较频繁、较固定，可以满足采购需求：8分；  方案完整度一般、安装工艺一般、更新频率一般，基本满足采购需求：6分；  方案完整度较差、安装工艺简略、更新周期较长，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度差、安装工艺粗糙、更新周期松散不固定，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 售后维护方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的售后维护方案，对采购需求的响应程度。  方案完整度高、售后维护固定且响应时效性强、备品备件充足，完全满足采购需求：10分；  方案完整度较高、售后维护较固定且响应时效性较强、备品备件较充足，可以满足采购需求：8分；  方案完整度一般、售后维护响应时效性一般、备品备件基本充足，基本满足采购需求：6分；  方案完整度较差、售后维护响应时效性较差、备品备件数量较少，勉强满足采购需求：4分；  方案完整度差、较少维护、响应滞后、备品备件数量不足，无法完全满足采购需求：2分；  未提供任何方案：0分。 |
| 质量保障方案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的项目实施质量保障方案，对采购需求的响应程度。  方案完整详实、保障措施众多、具有完善的广告内容与宣传效果监管体系，完全满足采购需求：7分；  方案较详细、保障措施较多、具有完整的广告内容与宣传效果监管体系，可以满足采购需求：6分；  方案普通通用、保障措施一般、有一定的广告内容与宣传效果监管体系，基本满足采购需求：5分；  方案完整度一般、保障措施较少、广告内容与宣传效果监管体系一般，勉强满足采购需求：3分；  方案完整度较差、保障措施不足、广告内容与宣传效果监管体系较差，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 时间进度安排 | 5分 | 综合考虑供应商提供的时间进度安排对采购需求的响应程度。  时间安排科学合理、利用率高、响应时效性强，完全满足采购需求：5分；  时间安排较合理、利用率较高、响应时效性较强，可以满足采购需求：4分；  时间安排合理性一般、利用率一般、响应时效性一般，基本满足采购需求：3分；  时间安排较松散、利用率较低、响应时效性较差，勉强满足采购需求：2分；  时间安排混乱无序、利用率低下、响应时效性滞后，无法完全满足采购需求：1分；  未提供任何方案：0分。 |
| 项目团队情况 | 5分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的**设计、制作团队**情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。  设计、制作团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；  设计、制作团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；  设计、制作团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；  设计、制作团队组成人员配置较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：2分；  设计、制作团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 5分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的**投放、安装团队**情况（可提供团队人员名单、类似项目业绩经验证明等材料，复印件并加盖公章）。  投放、安装团队组成人员配置合理、岗位明确、职责清晰、专业性强、经验丰富：5分；  投放、安装团队组成人员安排较好、职责较清晰、专业性较强、具有一定经验：4分；  投放、安装团队组成人员安排基本满足需求、职责体系构建一般、专业性基本满足需求、经验一般：3分；  投放、安装团队组成人员较差、职责不够清晰、缺乏专业性及关项目经验：2分；  投放、安装团队人员不足、职责混乱、专业性差或无相关项目经验：1分；  未提供任何材料：0分。 |
| 3 | 报价（10分） | 满足磋商文件要求的最后报价最低的供应商的价格为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：  磋商报价得分=（磋商基准价/最后报价）×10  说明：此处最后报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第三章《评审方法和评审标准》3.2、3.3 | | |
| 合计100分 | | | | |