**采购需求**

**第1包：新闻视频制作服务**

一、项目背景：

北京是首善之区，民政事业是首善之事，是民生保障的重要组成部分，承担着兜底保障的重要职责。民政宣传工作是党和政府宣传工作的一个组成部分，是推动和促进民政工作深入改革和发展的有力武器。为深入学习贯彻习近平总书记关于民政工作的重要论述，通过新闻宣传工作加强与其他省市民政部门的交流，扩大北京民政在全国民政系统的影响力，北京市民政局确立了以中央、市属主流媒体为基础，新媒体为重点，构建北京民政新媒体平台矩阵，助推北京民政新闻宣传工作。

二、项目目标：

宣传北京民政各项政策、各项工作的进程、成果、先进事迹的表彰等，促进民政民生政策落地。扩大民生政策社会知晓度，促进惠民政策深入人心，保证民政事业长久持续发展。

三、服务期限：

时间：自合同生效之日起至2025年12月10日。

四、项目具体需求：

充分发挥视频新闻优势，报道政策解读、人物事迹、成果展示、未来规划、群众呼声、百姓答疑等内容，全面宣传报道我市民政系统的主要工作。具体需求如下：

根据北京市民政局全年养老、社会救助、殡葬等工作及政策发布情况，围绕相关内容，辅助采编、制作40期总时长不少于400分钟的视音频类《北京民政新闻》及宣传视频，宣传惠民政策，反映社情民意。经采购人同意后，在北京市民政局官方微信公众号、新浪微博等新媒体平台做好播出工作。

《北京民政新闻》或宣传视频要求：

视频尺寸：1920\*1080

视频码率：不低于10Mbps

每期时长：大于等于10分钟

声音：双声道

包装：片头、台标、片尾、字幕

提供高效优质的服务，包括至少1名总策划，负责协同和管理项目进度；至少3名采访及拍摄的服务，视频剪辑及包装不少于1人的服务，确保高质量的宣传；至少1名文字统筹的服务，确保内容的准确性和专业性；以及至少1名主持或配音的服务，确保全面而专业的支持。

**第2包：新闻媒体宣传服务**

一、项目目标

以学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神为主线，认真贯彻落实市委、市政府安排部署，践行社会主义核心价值观，以群众满意为核心，以深化改革为牵引，以高质量落地见效为标准，通过报纸刊物专版的形式宣传报道北京民政系统重点工作、先进典型和特色活动。具体需求如下：

二、项目及实施时间

时间：自合同生效之日起至2025年12月10日。

三、项目实施内容

1、为落实市委市政府要求，结合我局重点任务和工作安排，计划对养老服务领域中围绕出行、餐饮、养老机构等多个养老相关细分话题进行深度报道，针对养老政策解读、养老服务人才供给、殡葬政策与人文关怀、殡葬便民服务信息，社会组织创新服务等开展宣传，合同期内在供应商报纸刊物及新媒体客户端上，策划采编完成不少于31个报纸专版报道、两期视频类报道、12期图文类报道（2025年10月31日前完成70%），采用深度报道的方式对局全年重点业务工作进行宣传报道。于2025年12月10日前向采购人递交一式两份年终书面结项报告（包含不少于31个报纸专版宣传、两期视频类宣传、12期图文类宣传的电子版或纸质版等相关内容）。

2、要求提供一套完整的服务方案，包括至少1名统筹服务，负责协同和管理项目进度；至少8名持有专业证件的工作人员服务，确保高质量的宣传；至少4名编辑服务，确保素有内容的准确性和专业性；以及至少2名摄影师的服务，提供高质量的视觉内容。所有服务均由具备2年以上工作经验的专业人员提供，确保全面而专业的支持。

3、要求自身或合作媒体具有权威性和公信力，能够在中央、市属或行业媒体报刊刊登新闻，新闻内容有深度有品质。

4、版面宣传内容体现工作成果或政策发布意义，每个整版字数不少于2000字、根据报道内容需要配图。

四、项目要求

1、运用自身及合作媒体优势，做好宣传的采编、印刷、发行工作。

2、完成采购人根据不同阶段或宣传内容需要，提出的版面设计需要，包括：专栏篇幅、文字数量、图片数量等。

五、人员要求

为本项目成立专门的项目团队，明确项目负责人，项目负责人需具有新闻采编从业资格证。项目团队成员应专业配置合理，职责清晰、具有相关工作经验。

**第3包：民政榜样宣传教育活动**

一、项目背景

为充分展示北京民政发展成就、宣传北京民政政策、推树北京民政先进典型，组织举办第七届“北京榜样·最美民政人”宣传教育活动，做好北京民政领域政策、典型事迹、先进人物等宣传报道。策划组织礼遇探访系列活动，感受北京非遗文化，多维度感悟新时代文明实践中心的建设成果，对举办的活动进行多媒体宣传。

二、服务主要内容

辅助开展第七届“北京榜样·最美民政人”宣传教育活动的策划执行。制作大型宣传活动——《第七届“民政榜样·最美民政人”宣传教育活动》：对2025年度民政系统出台的惠民政策进行精准解读，同时重点宣传先进典型、感人事迹，树立行业先进榜样，形成具有民政特点的年度品牌活动。

（一）筹备评选。配合采购人做好初评、复评工作，含策划总体方案、相关会议筹备、新媒体推广等。初评复评阶段，协助对候选人材料事迹进行梳理汇总，邀请民政领域内有关专家、从业人员和媒体人士（9人，须副高或副处以上职称、职级）进行评选。根据初评复评有关要求，供应商按照工作进度以H5或SVG等形式搭建网络点赞系统，通过网络点赞系统宣传榜样人物（集体）事迹，开展为期不少于7天的社会化评选，并对网络点赞情况进行统计汇总。同期，通过市属新媒体或行业新媒体平台向社会发布活动介绍、候选人情况等，形式包括且不限于图文、海报等。

（二）宣传片拍摄制作。根据复评结果，拍摄制作榜样人物宣传片10部（每部成片时长不少于3分钟，高清画质1920\*1080,mov格式）、活动介绍片1部（成片时长不少于3分钟，高清画质1920\*1080,mov格式）。供应商要综合考量动态主视觉制作、培训指导、脚本设计及文案、拍摄人员安排、主拍摄设备和拍摄辅助设备使用租赁、视频剪辑配乐和精修、特效制作等。

（三）现场活动。供应商根据活动进度安排，设计场地使用方案（设主持人1-2人，参加现场活动观众规模在100人至150人），开展舞台搭建、舞美设计，并就现场活动做好人员力量组织、音视频素材制作、摄影摄像及直播服务、物料制作、后勤保障等工作，现场活动节目录制视频不少于45分钟。

（四）宣传推广。活动期间，邀请不少于7家中央、市属、行业媒体或其网络平台对活动进行宣推，包括但不限于北京日报、北京广播电视台、新京报、北京青年报等平台。

（五）组织新时代文明实践活动。组织“琉璃厂古韵之旅”、“槐房再生水厂”、“非遗北京-走进北京珐琅厂”3场新时代文明实践活动。每场活动为不超过50人的参观人员提供通州区留庄路4号院至活动场所的车辆接送服务。每场活动由专业拍摄团队进行活动的全程跟拍，活动结束后进行剪辑包装，十五日内提供5分钟集锦短片，可采用光盘或U盘等电子存储介质提交。系列活动举办期间，通过线上宣传平台以图文或视频形式发布活动回顾内容；在每一场活动结束后，将新闻稿投放至千龙网、百度百家等新闻客户端，并进行首页智能推荐，3场探访活动推广次数不少于20次；系列活动举办期间，邀请北京广播电视台、新京报等主流媒体、爱奇艺、北京时间等新媒体记者现场报道系列活动，3场探访活动推广次数不少于6次。

三、服务要求

1.按照采购人的要求进行报道。

2.保证宣传的风格和表现方式多样化。

3.履约验收成果要求：供应商需提供宣传片10部、活动介绍片1部、现场活动节目1部，提供视频文件及发布情况。

四、服务期限

自合同生效之日起至2025年12月10日。

五、项目成果内容

（一）第七届“北京榜样·最美民政人”宣传教育活动（现场活动），对2025年度民政系统出台的惠民政策进行精准解读，同时重点宣传先进典型、感人事迹，树立行业先进榜样，形成具有民政特点的年度品牌活动并在有关平台发布，相关报道不少于7次。

（二）新时代文明实践活动，附与活动相关的照片，活动≥20张照片；活动拍摄剪辑后的成片视频，每部时长不少于5分钟，MOV格式，画面分辨率≥1080p。成片中提及的照片和视频，需反映参观主要过程和参与者积极昂扬的精神风貌，可采用光盘或U盘等电子存储介质提交。

**第4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2025年12月10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并进行推广、投放，具体要求如下：

1.分别设计“中华慈善日”、“慈善北京”等不少于2个主视觉宣传海报，要求全面体现首都慈善特色，能够充分激发社会公众参与慈善的热情。

2.印刷主视觉成品870\*570MM的海报，200克铜版纸，4色饱和印刷。印刷数量不少于1650套，并负责配发至十六区民政局及经开区社会工作部，使其在各区、街道、社区等广泛张贴。

3.全部主视觉宣传海报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。一是在本市人流量较高的商场内进行投放（不少于2处）；二是在北京地铁或机场等客流量较大的公共区域，例如通道/车厢/候车室/候机楼等地进行投放（不少于3处）；三是在北京地区的户外大型广告牌进行投放（不少于1处）；四是在北京地区其公交车身张贴（不少于5条线路，10辆），具体以沟通确认车辆路线为准；五是在北京地区公交站牌（不少于5处）广告栏进行投放，具体以沟通确认公交站牌为准。

4.投放前要报经采购人审核同意，投放周期3周，具体投放时间以采购人实际工作要求为准。

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。

**评分标准**

**第1包：新闻视频制作服务**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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2022年1月1日起至今承担过的与本项目类似的项目业绩，每提供一个得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 | 10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主题、项目重难点等。项目分析具有针对性、熟悉项目主题、对项目主旨理解深入、重难点分析全面到位，了解民政工作、对民政工作有深入了解：10分；项目分析针对性较强、对项目主题了解较深入、对项目主旨理解较深入、重难点分析较全面，对民政工作有一定的了解：8分；项目分析针对性一般、对项目主题了解一般、对项目主旨理解一般、重难点分析一般，对民政工作有一般性了解：6分；项目分析针对性较差、对项目主题了解较少、对项目主旨理解较差、重难点分析较差，对民政工作的了解及认识有欠缺：4分；项目分析针对性差、未理解项目主题、无重难点分析：2分；未提供任何材料：0分。 |
| 《北京民政新闻》及宣传视频制作播出方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的**视频策划方案**。方案完整度高，内容定位精准、专业，策划新颖独特，主题内容鲜明（围绕基本民生保障、基本社会服务等相关内容），受众适用性强，完全满足采购需求：10分；方案完整度较高，内容定位较为准确，策划较为新颖，主题内容突出（围绕基本民生保障、基本社会服务等相关内容），受众适用性较强，基本满足采购需求：8分；方案完整度一般，内容定位基本准确，策划方案通用，主题内容策划基本符合采购需求，有一定的受众适用性：6分；方案较简单，内容定位不存在明显偏差，主题内容策划不明显，受众适用性较差：4分；方案完整度差，策划方案内容缺失较多，主题内容策划不明显，受众适用性差：2分；未提供任何材料：0分。 |
| 12分 | 综合考察供应商提供的《北京民政新闻》及宣传视频的**拍摄方案**。方案完整度高、拍摄工作流程极清晰、拍摄方式多样、拍摄思路清晰，完全满足采购需求：12分；方案完整、拍摄工作流程清晰、拍摄方式样式较多、具有拍摄思路，可以满足采购需求：10分；方案基本完整、具有拍摄工作流程但不清晰、拍摄方式及拍摄思路单调，基本满足采购需求：7分；方案完整度欠佳、拍摄工作流程及拍摄方式简单、拍摄思路不清晰，勉强满足采购需求：4分；方案不完整、拍摄工作流程混乱、拍摄方式少、拍摄思路混乱，难以完全满足采购需求：1分；未提供任何方案：0分。 |
| 8分 | 综合考虑供应商提供的**后期制作方案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、制作流程明确、手法多样、视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：8分；方案完整、制作流程基本清晰、手法较多、具有一定视觉观赏性，符合项目需要，可以满足采购需求：6分；方案基本完整、制作流程及手法普通、视觉观赏性欠佳，基本符合项目需要：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。 |
| 5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：5分；实施设备种类一般、技术条件一般、基本满足使用：3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。 |
| 8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，能对采购人各新官方媒体平台制定针对性的播出实施计划，完全满足或优于采购需求，能配合采购人做好播出工作：8分；方案较为完整、可行，有较好针对采购人各新官方媒体平台的播出实施计划，满足采购需求：6分；方案基本完整，可行性一般，有一定针对采购人各新官方媒体平台的播出实施计划，能基本满足采购需求：4分；方案描述简单，对采购人各新官方媒体平台的播出实施计划简略，勉强满足采购需求：2分；方案不合理，无法满足采购需求或未提供该方案：0分。 |
| 质量保证方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的**质量保证方案（包括但不限于质量监管方案、应急响应措施等）**。方案完整度高、保障措施丰富、具有成熟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：10分；方案完整度较高、保障措施较多、有较好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：8分；方案完整度一般、有一定的保障措施、有节目内容与画面质量监管体系、应急状况下响应时效性一般，基本满足采购需求：6分；方案较简单，节目内容与画面质量监管体系简略、应急状况下响应时效性有欠缺，勉强满足采购需求：4分；方案完整度较差、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。 |
| 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。 |
| 实施团队人员安排 | 12分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的**团队**情况（需附人员组成名单、资历证明等材料）。团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富，各岗位人员数量完全满足或高于需求，包含总策划、文字统筹、视频剪辑包装、主持或配音、采访及视频拍摄人员：12分；团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验，各岗位人员数量满足需求，能够包含总策划、文字统筹、视频剪辑包装、主持或配音、采访及视频拍摄人员：10分；团队组成人员一般、专业性一般、经验一般，各岗位人员数量基本满足需求，团队中包含总策划、文字统筹、视频剪辑包装、主持或配音、采访及视频拍摄人员：7分；团队组成人员较差、专业性较差、项目经验较少或分工不明确：4分；团队组成人员差、专业性差、分工不明确或无相关项目经验：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 3 | 投标报价（10分） | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。注：此处投标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，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4及2.5。 |
| 合计100分 |

**第2包：新闻媒体宣传服务**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **评分因素** | **评价指标和分值** |
| 1 | 商务（12分） | 业绩及经验 | 12分 | 综合考虑供应商自2022年1月1日起至今已刊发与本项目类似的内容，每提供一个得3分，本项最高得12分。**（供应商需提供刊发内容相关证明材料。）** |
| 2 | 项目方案（78分） | 项目分析 | 10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**相关主题、项目重难点**等。项目分析具有针对性、熟悉项目主题、对项目主旨理解深入、重难点分析全面到位，对民政工作有深入了解：10分；项目分析针对性较强、对项目主题了解较深入、重难点分析较全面，对民政工作有一定的了解：8分；项目分析针对性一般、对项目主题了解一般、重难点分析一般，对民政工作有一般性了解：6分；项目分析针对性较差、对项目主题了解较少、重难点分析较差，对民政工作的了解及认识有欠缺：4分；项目分析针对性差、未理解项目主题、无重难点分析：2分；未提供任何材料：0分。 |
| 版面宣传方案 | 10分 | 版面宣传内容能够充分体现民政工作成果或政策发布意义，承诺专版字数、图片数量、版面位置等优于采购需求，得10分；版面宣传内容基本能够体现民政工作成果或政策发布意义，承诺专版字数、图片数量、版面位置等满足采购需求，得8分；版面宣传内容对民政工作成果或政策发布意义体现不明显，但承诺专版字数、图片数量、版面位置等能够满足采购需求，得6分；版面宣传内容未体现对民政工作成果或政策发布意义，但承诺专版字数、图片数量、版面位置等能够满足采购需求，得4分；版面宣传内容有欠缺或专版字数、图片数量、版面位置等有部分欠缺，得2分；未提供，得0分。 |
| 版面设计、制作方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**版面设计、制作**方案，对采购需求的响应程度。方案完整度高、设计新颖、制作流程清晰，校对程序严谨、精确度高，完全满足采购需求的服务及质量要求：8分；方案较完整度、设计有一定创新性、制作流程明确，校对程序合理、精确度较高，可以满足采购需求的服务及质量要求：6分；方案基本完整、设计普通、制作流程描述一般，校对方式较简单、精确度一般，基本满足采购需求的服务及质量要求：4分；方案完整度较差、设计粗糙、制作流程描述有欠缺，校对简略，无法完全满足采购需求的服务及质量要求：2分；未提供任何方案：0分。 |
| 媒体发行要求 | 5分 | 选择的媒体发行量≥40万份，具有权威性和公信力，新闻内容有深度有品质，得5分；选择的媒体发行量≥30万份且＜40万份，得4分；选择的媒体发行量≥20万份且＜30万份，得2分；选择的媒体发行量≥10万份且＜20万份，得1分；选择的媒体发行量＜10万份，不得分。须提供相关证明材料并加盖供应商公章。 |
| 管理及质量保证方案 | 8分 | 综合考虑供应商提供的**管理及质量保证方案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、保障措施众多、具有完善的针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案、具备完善的内控制度，完全满足采购需求的服务及质量要求：8分；方案基本完整、具有一定的保障措施、针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案一般、具备一定的内控制度，基本满足采购需求的服务及质量要求：6分；方案完整度较差、保障措施较少、针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案较弱、内控制度建设较差，勉强满足采购需求的服务及质量要求：4分；方案完整度差、保障措施缺失、不具备针对纸媒印制与内容校对的监管体系及保障方案、不具备内控制度，无法完全满足采购需求的服务及质量要求：2分；未提供任何方案：0分。 |
| 宣传报道方案 | 12分 | 宣传报道方案全面且合理可行，宣传重点明确，完全满足采购需求。能够根据采购单位的工作内容和特点，对民政民生工作进行全方位宣传报道，得12分；宣传报道方案较为全面合理，能够明确宣传重点，基本满足采购需求，能够根据采购单位的工作内容和特点，对民政民生工作进行宣传报道，得9分；宣传报道方案描述合理性一般，宣传重点未突出，得6分；宣传报道方案描述简单，宣传重点不明确，得3分；未提供，得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。 |
| 实施团队人员安排 | 3分 | 项目负责人具有《新闻采编从业资格证》的得3分。注：需提供以上证明复印件作为证明，并加盖供应商公章。 |
| 7分 | 团队配置满足采购需求，岗位明确、职责清晰，岗位设置科学，各方衔接紧密，得7分；团队配置满足采购需求，岗位分工较为明确、职责较为清晰、岗位设置较为科学，得5分；团队配置满足采购需求，职责体系构建一般，的3分；团队成员数量不满足采购需求，或岗位分工不明确、职责混乱，得1分；未提供，得0分。 |
| 10分 | 团队成员专业性强、经验丰富，主要成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有2年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得10分；团队成员专业性较强、经验较丰富，主要成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有2年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得8分；团队成员专业性基本满足需求、经验一般，主要成员（统筹、文字记者、编辑、摄影）均具有2年及以上工作经历，文字记者均持有记者证，得6分；团队成员缺少专业性及相关经验，得4分；团队成员专业性差或无相关项目经验，得2分；未提供，得0分。注：提供项目团队人员简历、证书复印件、资历证明等材料。 |
| 3 | 投标报价（10分） | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。注：此处投标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，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4及2.5。 |
| 合计100分 |

**第3包：民政榜样宣传教育活动**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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2022年1月1日（以合同生效时间为准）起至今完成的类似活动项目的业绩，每个业绩得2分，该项最高得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**相关主题、项目重难点**等。项目分析具有针对性、熟悉项目主题、对项目主旨理解深入、重难点分析全面到位，对民政工作有深入了解：5分；项目分析针对性较强、对项目主题了解较深入、重难点分析较全面，对民政工作有一定的了解：4分；项目分析针对性一般、对项目主题了解一般、重难点分析一般，对民政工作有一般性了解：3分；项目分析针对性较差、对项目主题了解较少、重难点分析较差，对民政工作的了解及认识有欠缺：2分；项目分析针对性差、未理解项目主题、无重难点分析：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 评选方案（10分） | 7分 | 综合考虑供应商提供的**评选方案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、活动策划新颖，会议筹备得当、经验丰富，媒体推广方案针对性强，完全满足采购需求：7分；方案完整度较高、活动策划较新颖，会议筹备方案合理、有一定针对性，媒体推广方案针对性较强，可以满足采购需求：5分；方案基本完整、活动策划方案普通，会议筹备能力一般，媒体推广方案思路平常、通用，基本满足采购需求：3分；方案完整度欠佳、活动策划能力较弱，会议筹备能力欠佳，媒体推广方式单调，勉强满足采购需求：1分；方案有严重缺漏或未提供任何方案：0分。 |
| 3分 | 考察供应商提供的嘉宾邀请方案对采购需求的响应程度。方案全面合理、描述详细，邀请人员完全满足采购要求，可执行性强：3分；方案描述较全面较合理，邀请人员能够满足采购要求，具有一定的可执行性：2分；方案不完整、内容缺失或邀请人员不能完全满足采购要求：1分；未提供该方案或邀请名单的：0分。 |
| 宣传片拍摄制作方案（14分） | 7分 | 综合考虑供应商提供的**宣传片拍摄**方案，对采购需求的响应程度。方案完整度高、活动策划新颖、拍摄工作流程极清晰、拍摄方式多样、拍摄思路清晰，完全满足采购需求：7分；方案完整度较高、活动策划有针对性、拍摄工作流程清晰、拍摄方式样式较多、具有拍摄思路，可以满足采购需求：5分；方案基本完整、活动策划能力一般、具有拍摄工作流程但不清晰、拍摄方式及拍摄思路单调，基本满足采购需求：3分；方案完整度欠佳、活动策划能力较弱、拍摄工作流程混乱、拍摄方式少、拍摄思路不清晰，勉强满足采购需求：1分；方案有严重缺漏或未提供任何方案：0分。 |
| 7分 | 综合考虑供应商提供的**宣传片制作**方案，对采购需求的响应程度。方案完整度高、制作流程明确、手法多样、视觉观赏性好，高度符合项目需要，完全满足采购需求：7分；方案完整、制作流程基本清晰、手法较多、具有一定视觉观赏性，符合项目需要，可以满足采购需求：5分；方案基本完整、制作流程及手法普通、视觉观赏性欠佳，基本符合项目需要，基本满足采购需求：3分；方案完整度欠佳、制作流程及手法不完善、缺少视觉观赏性，勉强符合项目需要，勉强满足采购需求：1分；方案有严重缺漏或未提供任何方案：0分。 |
| 现场活动方案（16分） | 9分 | 综合考虑供应商提供的**现场活动方案**，对采购需求的响应程度。提出的方案内容齐全、结构完整、表述准确、条理清晰，体现了丰富的同类活动组织经验，完全满足项目需要；同时具备前瞻性、科学性、合理性、可操作性，得9分；提出的方案内容齐全、结构合理、理解准确，经验较丰富，满足项目需要；同时具备较强的科学性、合理性、可操作性，得7分；提出的方案内容平常、通用，能体现一定经验，基本满足项目需要；具备一定的科学合理性及可操作性，得5分；提出的方案内容有遗漏或不完整、结构和条理不够清晰，经验不足，勉强满足项目需要；可操作性和合理性较弱，得3分；提出的方案与本项目实际需要偏差较大，缺乏可操作性和合理性，无法满足项目需要，得1分；方案有严重缺漏或未提供该项内容不得分。 |
| 5分 | 综合考虑供应商提供的**后勤保障方案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、保障措施众多且描述详细，沟通协调时效性强，完全满足采购需求：5分；方案完整度较高、保障措施较多、沟通协调时效性较强，满足采购需求：4分；方案完整度一般、保障措施一般、沟通协调时效性一般，可以满足采购需求：3分；方案完整度有欠缺、保障措施简单、沟通协调时效性较差：2分；方案完整度差、内容缺失较多、保障措施粗略、沟通协调时效性差，无法完全满足采购需求：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 3分 | 综合考虑供应商针对本项目宣传片拍摄制作、现场活动等可提供的**设备情况**。设备种类准备众多、技术水平先进：3分；设备种类准备较多、技术水平有限：2分；设备种类准备较少且技术水平不足：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 宣传推广方案 | 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。 |
| 新时代文明实践活动方案 | 10分 | 综合考虑供应商提供的**新时代文明实践系列活动组织、记录、推广方案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、活动策划新颖、有丰富的同类活动组织经验，后勤保障措施完善，成果照片及视频完全满足采购需求，推广方案内容丰富、充分：10分；方案完整度较高、活动策划较新颖、经验较丰富，后勤保障措施较充足，成果照片及视频满足采购需求，推广方案能较好契合项目需求：8分；方案完整度一般、活动策划能力一般、能体现一定经验，后勤保障措施普通，成果照片及视频可以满足采购需求，推广方案普通、基本契合项目需求：6分；方案完整度较差、活动策划能力较差、经验不足，后勤保障措施有欠缺，成果照片及视频勉强满足采购需求，推广方案较简略、与项目需求契合不足：4分；方案完整度差、内容缺失，成果照片及视频无法满足采购需求或推广方案存在较大缺漏：2分；方案有严重缺漏或未提供该项内容：0分。 |
| 安全及应急预案 | 7分 | 综合考虑供应商提供的**活动安全及应急预案**，对采购需求的响应程度。方案完整度高、安全预案众多、处突能力强、具有完善的应急管理体系，完全满足采购需求：7分；方案完整度较高、安全预案较多、处突能力较强、具有较完善的应急管理体系，满足采购需求：5分；方案完整度一般、安全预案一般、处突能力一般、具有一定的应急管理体系，可以满足采购需求：3分；方案完整度较差、安全预案较少、处突能力较差、应急管理体系建设较差，无法完全满足采购需求：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 实施团队人员安排 | 5分 | 综合考虑供应商针对本项目组建的**拍摄、制作团队**情况（需附人员组成名单、资历证明等材料）。**拍摄、制作团队**组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：5分；**拍摄、制作团队**组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：4分；**拍摄、制作团队**组成人员一般、专业性一般、经验一般：3分；**拍摄、制作团队**组成人员较差、专业性较差、项目经验较少：2分；**拍摄、制作团队**组成人员差、专业性差、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**活动及宣传推广团队**情况（需附人员组成名单、资历证明等材料）。活动及宣传团队组成人员安排合理、专业性强、经验丰富：5分；活动及宣传团队组成人员安排较好、专业性较强、具有一定经验：4分；活动及宣传团队组成人员一般、专业性一般、经验一般：3分；活动及宣传团队组成人员较差、专业性较差、项目经验较少：2分；活动及宣传团队组成人员差、专业性差、无相关项目经验：1分；未提供任何材料：0分。 |
| 3 | 投标报价（10分） | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。注：此处投标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，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4及2.5。 |
| 合计100分 |

**第4包：慈善北京文化建设服务**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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2022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（主视觉成品海报）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 | 根据供应商提供的广告投放资源、投放选址、覆盖范围等综合考察供应商的广告投放能力。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。 |
| 10分 | 综合考虑供应商提供的广告张贴、安装及投放方案。方案完整度高、操作工艺娴熟、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、操作工艺较成熟、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、操作工艺一般、更新频率一般，基本满足采购需求：6分；方案完整度较差、操作工艺简略、更新周期较长，勉强满足采购需求：4分；方案完整度差、操作工艺粗糙、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 | 投标报价（10分） | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：投标报价得分＝（评标基准价/投标报价）×10。注：此处投标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，详见第四章《评标方法和评标标准》2.4及2.5。 |
| 合计100分 |