**诸暨市暨阳街道八一社区品牌形象提升及文化软装设计制作服务采购项目要素**

**一、项目名称：**诸暨市暨阳街道八一社区品牌形象提升及文化软装设计制作服务采购项目

**二、项目内容及规模：**诸暨市暨阳街道八一社区品牌形象提升及文化软装设计制作服务采购，预算金额为120万元，详见采购需求。

**三、投标人（供应商）资格要求：**

1.符合下列要求：

（1）具有独立承担民事责任的能力；

（2）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（3）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（4）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

（5）参加采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；

（6）法律、行政法规规定的其他条件。

2.未被“信用中国”（www.creditchina.gov.cn)、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。

3.本项目不接受联合体投标。

**四、评标办法：**综合评分法

 **五、评分标准：**

1.采用　综合评分法　。即在符合招标文件要求的前提下，择定最高得分者为第一中标候选人，即预中标人。

2.合格投标人的评标得分为各项目汇总得分，中标候选资格按评标得分由高到低顺序排列，得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列；得分且投标报价相同的，按技术指标由高到低顺序排列。排名第一的投标人为中标候选人。评分过程中采用四舍五入法，并保留小数2位。

3.评分办法

（1）满分为100分。总得分=技术得分+商务得分。

（2）技术得分=所有评委的有效评分的算术平均数。

（3）商务得分=（评标基准价/投标报价）×价格权值×100，评标基准价=有效投标人的最低投标报价，价格权值=20%；

（4）技术分评分细则（80分）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评分内容 | 评分标准 | 分值 |
| 1 | 项目业绩 | 供应商自2021年1月以来（以合同签订时间为准）具有同类或类似项目业绩的，每提供一个得1分，本项最高得2分。**注：须提供合同复印件并加盖供应商公章，不提供不得分。** | 0-2分 |
| 2 | 项目团队 | 项目负责人具有项目相关中级及以上工程师职称的得1分。**注：须提供相关证书复印件及供应商为其缴纳的近三个月社保证明材料并加盖供应商公章，不提供或缺一不得分。** | 0-1分 |
| 根据供应商拟派本项目团队人员（包括人员专业能力、资格水平、类似工作经验、分工情况等）进行打分。人员配置充足、经验丰富，专业度高的得4-5分；人员配置基本完备、经验相对丰富，专业基本相符的得2-4分；人员配置简单、经验短缺，专业适配度不高的得0-2分。**注：须提供人员名单、相关证明材料（经验履历、证书等）** | 0-5分 |
| 3 | 项目了解 | 根据供应商对本项目的项目了解、总体理解及分析进行打分。了解全面具体，分析具有针对性的得4-7分；了解基本全面，分析基本与项目相适应的得2-4分；了解简单片面，分析简单，与项目适配性不高的得0-2分；未提供不得分。 | 0-7分 |
| 4 | 社区文化理念系统创建方案 | 根据供应商提交的社区治理体系构建方案进行综合评审。治理体系要求构建社区党建品牌及社区治理创新服务体系，需与社区定位特色相匹配，充分体现社区特色及社区治理顶层设计思想。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 社区品牌形象策划与设计方案 | 挖掘社区文化内涵，构建社区品牌形象系统，内容包含但不限于logo设计、字体设计、色彩规范设计、辅助图形规范设计及应用延展设计，充分凸显社区品牌的辨识度。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 社区超级IP体系策划与设计方案 | 结合社区治理服务理念及文化内涵，系统打造社区超级IP，增强社区的凝聚力，促进社区治理和服务的创新，满足居民多元生活需求，提升社区的品牌形象。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 户外氛围营造设计方案 | 以原建筑立面为基础进行门头改造设计，风格简洁大方。内容包含但不限于党群服务中心的门头改造、户外小品设计。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 室内广告软装氛围营造设计方案 | 紧扣社区文化理念及品牌IP核心要素进行设计，保证视觉要素的的统一性，内容包含但不限于党群服务中心的室内广告软装设计方案，通过多种形式营造出强烈氛围感。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 5 | 室内装饰软装布展设计方案 | 对社区的党群服务中心的装饰软装布展设计方案，内容包含但不限于家具、展示道具、绿植造景等，营造出现代、简约、时尚的氛围感。方案完全符合需求，全面具体，分析具有针对性得5-8分；方案基本全面，基本与项目相适应得2-5分；基本符合得0-2分；不符合或无此项内容不得分。 | 0-8分 |
| 6 | 设计实施方案 | 根据供应商提供的设计实施方案（包括工作目标、质量保证措施、对接协调方案等）进行打分。内容全面完整、合理可行的得4-6分；内容相对完整、基本可行的得2-4分；内容简单、可行性不高的得0-2分；未提供不得分。 | 0-6分 |
| 7 | 进度保证方案 | 根据供应商提供的进度保证方案（包括进度计划、进度保证措施等）进行打分。内容全面完整、合理可行的得4-6分；内容相对完整、基本可行的得2-4分；内容简单、可行性不高的得0-2分；未提供不得分。 | 0-6分 |
| 8 | 质量管理体系及控制要点 | 质量管理体系及控制要点的完整性和合理性。内容全面完整、合理可行的得4-5分；内容相对完整、基本可行的得2-4分；内容简单、可行性不高的得0-2分；不提供不得分。 | 0-5分 |

**（5）本次评审通过资格审查和符合性评审的单位全部入围进行报价评审。**

**六、采购需求**

**（一）项目概况**

1.项目概况：八一社区归于诸暨市暨阳街道管辖，现因社区文化建设需求，需对社区的党群服务中心社区整体品牌形象提升、社区文化软装布展、空间氛围营造等。不仅要通过对物理空间的软装装饰美化，更要通过社区整体品牌文化传播、情感连接空间氛围设计，使得社区公共空间能够发挥多重作用，增强邻里之间的联系和社区文化意识，提升社区的综合服务能力、提升社区形象、改善居民的生活质量，同时也能促进社会和谐与稳定。八一社区社区配套用房共计约1600㎡，投资估算约120万元。

**（二）设计范围**

对八一社区党群服务中心进行社区整体品牌形象提升、社区文化软装布展、空间氛围营造等。内容包含社区文化理念系统创建方案、社区品牌形象策划与设计方案、社区超级IP体系策划与设计方案、户外氛围营造设计方案、室内广告软装布展氛围营造设计方案、室内装饰软装布展氛围营造设计方案，面积共计约1600㎡。投标人需提出创新的设计理念和主题，结合社区整体品牌形象，对室内外的空间软装进行初步设计后再深化，细化空间软装氛围营造布局，选定软装设计材料、颜色、家具和装饰品等并落地制作，制定施工顺序和时间表建议。

八一社区总设计面积1600㎡。一层室内设计面积420㎡，二层设计面积390㎡，三层室内设计面积390㎡，四层室内设计面积390㎡，共计1600㎡。功能规划：便民服务中心、城市书房、幸福学堂、老年活动室、儿童成长驿站、社工办公室、党建会议室等多功能活动区域。

**（三）质量标准**

符合国家相关设计规范标准

**（四）设计要求**

供应商应对采购人的理念和构思有充分的理解，充分考虑安全性，符合场所安全、消防规范，充分体现“以人为本”的原则，考虑不同层次群体的要求。材料选择得当，色彩选配考究，氛围处理协调，并且符合国家规范要求。兼顾文化性、美观性、功能性和创新性。充分挖掘和展示社区的历史文化和地方特色。鼓励采用新颖的设计理念和技术手段。设计应符合美学标准，提升社区的整体视觉效果。

中标方案不作为最后实施方案，采购人有权要求中标人对设计方案进行修改，直至采购人满意。

**（五）工期要求**

1.项目现场具备进场条件，收到业主书面进场通知书后的30历日内完成。

2.中标人须如期完工，不得拖延，除非因不可抗力或采购人原因工期推迟，否则采购人将处以一定比例的违约金。

**（六）成果要求**

PPT电子方案及精装文本（2份）

**（七）履约保证金**

本项目免收履约保证金。

**（八）付款方式**

项目合同签订并经招标人确认后，预付中标价总额的40%，相关设备及材料完成安装调试并经招标人确认后支付至中标价总额的100%。中标人在结算合同价款时需提供正式的税务发票。

**（九）最高限价**

**本次采购最高限价为人民币壹佰贰拾万元整（小写：1200000.00元），任何超过最高限价的报价为无效报价（包含项目实施的一切费用）。**