

技术商务评分明细（葛诚）

项目名称：“婚恋旅游目的地”打造（ZW-2025SWG07）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江新华广告有限公司	杭州东骏广告有限公司	杭州休闲文化传媒有限公司、浙江都市快报控股有限公司（联合体）
1	商务	业绩：自2022年1月1日以来（时间以合同或委托协议签订时间为准）投标人承担过类似政府项目的成功案例，提供合同或委托协议复印件（合同或委托协议复印件中需包括项目内容，合同双方的盖章，两项内容，缺一不可得分。）每1个得1分，最高得2分。	0-2	0.0	0.0	2.0
2	技术	整体方案：投标的整体方案与采购需求的吻合程度，应答详尽、明晰，满足采购文件要求；内容完整齐全、表述准确、条理清晰，内容无前后矛盾，符合采购文件要求。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	4.0	5.0
3.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	4.0
3.2	技术	承诺：首批联盟成员不少于50家并参与婚恋旅游主题宣传推广活动。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
4	技术	培育发布一批婚恋旅游特色体验场景：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	1.0	2.0	3.0
5.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
5.2	技术	承诺：首批推出10条左右线路并在婚恋旅游主题宣传推广活动上发布。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	推出“爱的礼遇”杭州特色婚恋主题旅游伴手礼：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
7.2	技术	场地设置创意新颖、安全可靠、切实可行。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
7.3	技术	承诺：邀请不少于120名代表参加。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	发布仪式满足采购需求，思路新颖，方案完整，贴合主题。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
7.5	技术	拟邀的演出团体名单（2分，不提供不得分）；承诺：演奏不少于20分钟的音乐。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-4	4.0	4.0	4.0
7.6	技术	宣传推广：媒体渠道广泛、多样，推广形式丰富，做好媒体报道的组织、协调、接待等具体工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.7	技术	配合做好活动现场的秩序维护、管理、消防安全等工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0

技术商务资信评分明细表

8.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
8.2	技术	承诺：活动主话题在不少于5000万的播放量。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.3	技术	承诺：活动各阶段所邀请达人、营销号的个数、粉丝量符合采购需求。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.4	技术	所邀请达人是否具备良好口碑和创作能力，信息流推广是否选择合适的平台和渠道进行投放。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
9	技术	应急预案：对各种突发情况有相应的应急预案，应急预案科学、合理、完整。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	2.0	3.0	4.0
10.1	技术	①团队人员构成合理；②职责分明；③经验丰富。（提供团队成员名单及职责分工表）。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-6	2.0	3.0	4.0
10.2	技术	①项目经理有专业素质、类似项目经验；②具有调动各项资源的能力。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-4	2.0	2.0	3.0
合计			0-80	44.0	54.0	66.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（王翠翠）

项目名称：“婚恋旅游目的地”打造（ZW-2025SWG07）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江新华广告有限公司	杭州东骏广告有限公司	杭州休闲文化传媒有限公司、浙江都市快报控股有限公司（联合体）
1	商务	业绩：自2022年1月1日以来（时间以合同或委托协议签订时间为准）投标人承担过类似政府项目的成功案例，提供合同或委托协议复印件（合同或委托协议复印件中需包括项目内容，合同双方的盖章，两项内容，缺一不可得分。）每1个得1分，最高得2分。	0-2	0.0	0.0	2.0
2	技术	整体方案：投标的整体方案与采购需求的吻合程度，应答详尽、明晰，满足采购文件要求；内容完整齐全、表述准确、条理清晰，内容无前后矛盾，符合采购文件要求。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	4.0	4.0
3.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
3.2	技术	承诺：首批联盟成员不少于50家并参与婚恋旅游主题宣传推广活动。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
4	技术	培育发布一批婚恋旅游特色体验场景：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	2.0
5.2	技术	承诺：首批推出10条左右线路并在婚恋旅游主题宣传推广活动上发布。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	推出“爱的礼遇”杭州特色婚恋主题旅游伴手礼：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	1.0	3.0
7.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	1.0	3.0
7.2	技术	场地设置创意新颖、安全可靠、切实可行。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.3	技术	承诺：邀请不少于120名代表参加。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	发布仪式满足采购需求，思路新颖，方案完整，贴合主题。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.5	技术	拟邀的演出团体名单（2分，不提供不得分）；承诺：演奏不少于20分钟的音乐。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-4	4.0	4.0	4.0
7.6	技术	宣传推广：媒体渠道广泛、多样，推广形式丰富，做好媒体报道的组织、协调、接待等具体工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.7	技术	配合做好活动现场的秩序维护、管理、消防安全等工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0

技术商务资信评分明细表

8.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
8.2	技术	承诺：活动主话题在不少于5000万的播放量。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.3	技术	承诺：活动各阶段所邀请达人、营销号的个数、粉丝量符合采购需求。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.4	技术	所邀请达人是否具备良好口碑和创作能力，信息流推广是否选择合适的平台和渠道进行投放。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
9	技术	应急预案：对各种突发情况有相应的应急预案，应急预案科学、合理、完整。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	3.0	3.0
10.1	技术	①团队人员构成合理；②职责分明；③经验丰富。（提供团队成员名单及职责分工表）。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-6	4.0	4.0	5.0
10.2	技术	①项目经理有专业素质、类似项目经验；②具有调动各项资源的能力。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-4	2.0	2.0	3.0
合计			0-80	50.0	49.0	63.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（付兆勇）

项目名称：“婚恋旅游目的地”打造（ZW-2025SWG07）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江新华广告有限公司	杭州东骏广告有限公司	杭州休闲文化传媒有限公司、浙江都市快报控股有限公司（联合体）
1	商务	业绩：自2022年1月1日以来（时间以合同或委托协议签订时间为准）投标人承担过类似政府项目的成功案例，提供合同或委托协议复印件（合同或委托协议复印件中需包括项目内容，合同双方的盖章，两项内容，缺一不可得1分，最高得2分。	0-2	0.0	0.0	2.0
2	技术	整体方案：投标的整体方案与采购需求的吻合程度，应答详尽、明晰，满足采购文件要求；内容完整齐全、表述准确、条理清晰，内容无前后矛盾，符合采购文件要求。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	4.0	5.0
3.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
3.2	技术	承诺：首批联盟成员不少于50家并参与婚恋旅游主题宣传推广活动。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
4	技术	培育发布一批婚恋旅游特色体验场景：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
5.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
5.2	技术	承诺：首批推出10条左右线路并在婚恋旅游主题宣传推广活动上发布。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	推出“爱的礼遇”杭州特色婚恋主题旅游伴手礼：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
7.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.2	技术	场地设置创意新颖、安全可靠、切实可行。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.3	技术	承诺：邀请不少于120名代表参加。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	发布仪式满足采购需求，思路新颖，方案完整，贴合主题。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	2.0	3.0
7.5	技术	拟邀的演出团体名单（2分，不提供不得分）；承诺：演奏不少于20分钟的音乐。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-4	4.0	4.0	4.0
7.6	技术	宣传推广：媒体渠道广泛、多样，推广形式丰富，做好媒体报道的组织、协调、接待等具体工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.7	技术	配合做好活动现场的秩序维护、管理、消防安全等工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0

技术商务资信评分明细表

8.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	4.0
8.2	技术	承诺：活动主话题在不少于5000万的播放量。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.3	技术	承诺：活动各阶段所邀请达人、营销号的个数、粉丝量符合采购需求。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.4	技术	所邀请达人是否具备良好口碑和创作能力，信息流推广是否选择合适的平台和渠道进行投放。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
9	技术	应急预案：对各种突发情况有相应的应急预案，应急预案科学、合理、完整。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	2.0	3.0	4.0
10.1	技术	①团队人员构成合理；②职责分明；③经验丰富。（提供团队成员名单及职责分工表）。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-6	3.0	3.0	5.0
10.2	技术	①项目经理有专业素质、类似项目经验；②具有调动各项资源的能力。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-4	2.0	2.0	4.0
合计			0-80	49.0	51.0	69.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（王水军）

项目名称：“婚恋旅游目的地”打造（ZW-2025SWG07）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江新华广告有限公司	杭州东骏广告有限公司	杭州休闲文化传媒有限公司、浙江都市快报控股有限公司（联合体）
1	商务	业绩：自2022年1月1日以来（时间以合同或委托协议签订时间为准）投标人承担过类似政府项目的成功案例，提供合同或委托协议复印件（合同或委托协议复印件中需包括项目内容，合同双方的盖章，两项内容，缺一不可得分。）每1个得1分，最高得2分。	0-2	0.0	0.0	2.0
2	技术	整体方案：投标的整体方案与采购需求的吻合程度，应答详尽、明晰，满足采购文件要求；内容完整齐全、表述准确、条理清晰，内容无前后矛盾，符合采购文件要求。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	3.0	3.0
3.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
3.2	技术	承诺：首批联盟成员不少于50家并参与婚恋旅游主题宣传推广活动。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
4	技术	培育发布一批婚恋旅游特色体验场景：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
5.2	技术	承诺：首批推出10条左右线路并在婚恋旅游主题宣传推广活动上发布。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	推出“爱的礼遇”杭州特色婚恋主题旅游伴手礼：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	3.0	3.0
7.2	技术	场地设置创意新颖、安全可靠、切实可行。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
7.3	技术	承诺：邀请不少于120名代表参加。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	发布仪式满足采购需求，思路新颖，方案完整，贴合主题。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	3.0
7.5	技术	拟邀的演出团体名单（2分，不提供不得分）；承诺：演奏不少于20分钟的音乐。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-4	4.0	4.0	4.0
7.6	技术	宣传推广：媒体渠道广泛、多样，推广形式丰富，做好媒体报道的组织、协调、接待等具体工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
7.7	技术	配合做好活动现场的秩序维护、管理、消防安全等工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0

技术商务资信评分明细表

8.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
8.2	技术	承诺：活动主话题在不少于5000万的播放量。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.3	技术	承诺：活动各阶段所邀请达人、营销号的个数、粉丝量符合采购需求。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.4	技术	所邀请达人是否具备良好口碑和创作能力，信息流推广是否选择合适的平台和渠道进行投放。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
9	技术	应急预案：对各种突发情况有相应的应急预案，应急预案科学、合理、完整。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	3.0	3.0	4.0
10.1	技术	①团队人员构成合理；②职责分明；③经验丰富。（提供团队成员名单及职责分工表）。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-6	4.0	4.0	5.0
10.2	技术	①项目经理有专业素质、类似项目经验；②具有调动各项资源的能力。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-4	2.0	2.0	4.0
合计			0-80	56.0	57.0	68.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（胡颖）

项目名称：“婚恋旅游目的地”打造（ZW-2025SWG07）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江新华广告有限公司	杭州东骏广告有限公司	杭州休闲文化传媒有限公司、浙江都市快报控股有限公司（联合体）
1	商务	业绩：自2022年1月1日以来（时间以合同或委托协议签订时间为准）投标人承担过类似政府项目的成功案例，提供合同或委托协议复印件（合同或委托协议复印件中需包括项目内容，合同双方的盖章，两项内容，缺一不可得分。）每1个得1分，最高得2分。	0-2	0.0	0.0	2.0
2	技术	整体方案：投标的整体方案与采购需求的吻合程度，应答详尽、明晰，满足采购文件要求；内容完整齐全、表述准确、条理清晰，内容无前后矛盾，符合采购文件要求。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	4.0	3.0	5.0
3.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
3.2	技术	承诺：首批联盟成员不少于50家并参与婚恋旅游主题宣传推广活动。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
4	技术	培育发布一批婚恋旅游特色体验场景：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	2.0	4.0
5.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	3.0
5.2	技术	承诺：首批推出10条左右线路并在婚恋旅游主题宣传推广活动上发布。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	推出“爱的礼遇”杭州特色婚恋主题旅游伴手礼：投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
7.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
7.2	技术	场地设置创意新颖、安全可靠、切实可行。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	2.0	4.0
7.3	技术	承诺：邀请不少于120名代表参加。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	发布仪式满足采购需求，思路新颖，方案完整，贴合主题。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	2.0	4.0
7.5	技术	拟邀的演出团体名单（2分，不提供不得分）；承诺：演奏不少于20分钟的音乐。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-4	4.0	4.0	4.0
7.6	技术	宣传推广：媒体渠道广泛、多样，推广形式丰富，做好媒体报道的组织、协调、接待等具体工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	3.0	4.0
7.7	技术	配合做好活动现场的秩序维护、管理、消防安全等工作。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	4.0	4.0	4.0

技术商务资信评分明细表

8.1	技术	投标的具体方案是否满足采购需求，方案的实施是否可行，安排是否合理。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	3.0	2.0	3.0
8.2	技术	承诺：活动主话题在不少于5000万的播放量。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.3	技术	承诺：活动各阶段所邀请达人、营销号的个数、粉丝量符合采购需求。提供承诺得2分，不提供不得分（格式自拟）。	0-2	2.0	2.0	2.0
8.4	技术	所邀请达人是否具备良好口碑和创作能力，信息流推广是否选择合适的平台和渠道进行投放。 量化分值分别为：0/1/2/3/4。	0-4	2.0	2.0	4.0
9	技术	应急预案：对各种突发情况有相应的应急预案，应急预案科学、合理、完整。 量化分值分别为：0/1/2/3/4/5。	0-5	5.0	4.0	5.0
10.1	技术	①团队人员构成合理；②职责分明；③经验丰富。（提供团队成员名单及职责分工表）。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-6	3.0	1.0	6.0
10.2	技术	①项目经理有专业素质、类似项目经验；②具有调动各项资源的能力。 量化分值分别为：每项分值均为0/1/2。	0-4	2.0	2.0	4.0
合计			0-80	61.0	53.0	78.0

专家（签名）：