

技术商务评分明细（朱鼎臣）

项目名称：2025-2026年度“5000年中国看杭州”入境游专项产品推广（ZW-2025SWG14）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	中旅途易旅游有限公司	北京骐骥国际旅行社有限公司	杭州梵客国际旅行社有限公司
1	商务	相关案例：2023年1月1日以来（以合同签订时间为准），投标人承担过的同类项目成功案例，提供合同、委托协议复印件（合同复印件中需包括合同签订时间，项目内容，合同双方的盖章，三项内容，缺一不可得分。）每提供1个得1分，最高得2分。	0-2	2.0	0.0	0.0
2	技术	整体方案：方案条理清晰，行程方案安排合理，具有很强的可操作性0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	2.0	3.0
3.1	技术	打造完善不少于3条在杭停留2晚以上的入境旅游产品，0-6分。 量化分值分别为：6/5/4/3/2/1/0。	0-6	4.0	2.0	2.0
3.2	技术	按要求设计线路，主题突出，0-3分；行程合理，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	2.0	2.0
3.3	技术	依托自身优势在欧洲客源国实现有效销售。需提供能够实现有效销售上架链接或证明，0-6分，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
4.1	技术	联系邀请国际旅行商不少于2批次，总计不少于40名（输送来华游客旅行商），需提供拟定名单0-5分；来杭考察旅行商质量优质，符合杭州所需境外游客招揽目标，0-5分。 针对以上每项量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-10	8.0	4.0	4.0
4.2	技术	按照行程要求提供接待保障服务，包括用车、外语导游、住宿、餐饮、踩线游览等，需提供拟定考察方案，行程合理0-3分，考察内容主题突出0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	6.0	4.0	4.0
4.3	技术	外语导游熟悉了解杭州，能向外宾介绍杭州文化旅游相关情况，具有较好的外籍游客接待经验，0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
5.1	技术	托其自身优势及其重点合作伙伴主要营销渠道，以线上渠道为主，形式包括但不限于网站、社交媒体平台、订阅邮件等，持续推广杭州文旅形象及“5000年中国看杭州”主题系列产品。0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	3.0	2.0	2.0
5.2	技术	通过在欧洲市场主流渠道网站开设杭州产品专题页面，0-3分；预计线上总曝光量不低于80万次，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	2.0	2.0
5.3	技术	充分利用重点客源国具有组团实力的旅行商渠道，覆盖线下门店或销售点进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广，0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	2.0	3.0
5.4	技术	精选欧洲不少于20家门店或销售点，进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广（含资料），0-6分。需提供拟定门店或销售点名单，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
5.5	技术	积极参与具有全球影响力的旅业活动，并在活动中推广“五千年中国看杭州”主题资源及产品，0-3分。 量化分值分别为：3/2/1/0。	0-3	2.0	1.0	1.0
5.6	技术	由全球旅行大社代表进行现场推宣，曝光量不少于20万人次，0-3分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.7	技术	此次活动通过营销推广实现3000人次以上国际游客赴杭旅游，0-5分。	0-5	5.0	5.0	5.0
6.1	技术	整体执行进度科学合理0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0

技术商务资信评分明细表

6.2	技术	团队人员构成合理、策划能力强、经验丰富0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
合计			0-80	67.0	44.0	46.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（王飞）

项目名称：2025-2026年度“5000年中国看杭州”入境游专项产品推广（ZW-2025SWG14）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	中旅途易旅游有限公司	北京骐骥国际旅行社有限公司	杭州梵客国际旅行社有限公司
1	商务	相关案例：2023年1月1日以来（以合同签订时间为准），投标人承担过的同类项目成功案例，提供合同、委托协议复印件（合同复印件中需包括合同签订时间，项目内容，合同双方的盖章，三项内容，缺一不可得分。）每提供1个得1分，最高得2分。	0-2	2.0	0.0	0.0
2	技术	整体方案：方案条理清晰，行程方案安排合理，具有很强的可操作性0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	2.0
3.1	技术	打造完善不少于3条在杭停留2晚以上的入境旅游产品，0-6分。 量化分值分别为：6/5/4/3/2/1/0。	0-6	5.0	3.0	3.0
3.2	技术	按要求设计线路，主题突出，0-3分；行程合理，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	2.0	3.0
3.3	技术	依托自身优势在欧洲客源国实现有效销售。需提供能够实现有效销售上架链接或证明，0-6分，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
4.1	技术	联系邀请国际旅行商不少于2批次，总计不少于40名（输送来华游客旅行商），需提供拟定名单0-5分；来杭考察旅行商质量优质，符合杭州所需境外游客招揽目标，0-5分。 针对以上每项量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-10	10.0	7.0	7.0
4.2	技术	按照行程要求提供接待保障服务，包括用车、外语导游、住宿、餐饮、踩线游览等，需提供拟定考察方案，行程合理0-3分，考察内容主题突出0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	5.0	3.0	3.0
4.3	技术	外语导游熟悉了解杭州，能向外宾介绍杭州文化旅游相关情况，具有较好的外籍游客接待经验，0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
5.1	技术	托其自身优势及其重点合作伙伴主要营销渠道，以线上渠道为主，形式包括但不限于网站、社交媒体平台、订阅邮件等，持续推广杭州文旅形象及“5000年中国看杭州”主题系列产品。0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	2.0
5.2	技术	通过在欧洲市场主流渠道网站开设杭州产品专题页面，0-3分；预计线上总曝光量不低于80万次，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	5.0	3.0	3.0
5.3	技术	充分利用重点客源国具有组团实力的旅行商渠道，覆盖线下门店或销售点进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广，0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	2.0	3.0
5.4	技术	精选欧洲不少于20家门店或销售点，进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广（含资料），0-6分。需提供拟定门店或销售点名单，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
5.5	技术	积极参与具有全球影响力的旅业活动，并在活动中推广“五千年中国看杭州”主题资源及产品，0-3分。 量化分值分别为：3/2/1/0。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.6	技术	由全球旅行大社代表进行现场推宣，曝光量不少于20万人次，0-3分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.7	技术	此次活动通过营销推广实现3000人次以上国际游客赴杭旅游，0-5分。	0-5	5.0	5.0	5.0
6.1	技术	整体执行进度科学合理0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0

技术商务资信评分明细表

6.2	技术	团队人员构成合理、策划能力强、经验丰富0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
合计			0-80	71.0	51.0	51.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（徐静霞）

项目名称：2025-2026年度“5000年中国看杭州”入境游专项产品推广（ZW-2025SWG14）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	中旅途易旅游有限公司	北京骐骥国际旅行社有限公司	杭州梵客国际旅行社有限公司
1	商务	相关案例：2023年1月1日以来（以合同签订时间为准），投标人承担过的同类项目成功案例，提供合同、委托协议复印件（合同复印件中需包括合同签订时间，项目内容，合同双方的盖章，三项内容，缺一不可得分。）每提供1个得1分，最高得2分。	0-2	2.0	0.0	0.0
2	技术	整体方案：方案条理清晰，行程方案安排合理，具有很强的可操作性0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	3.0
3.1	技术	打造完善不少于3条在杭停留2晚以上的入境旅游产品，0-6分。 量化分值分别为：6/5/4/3/2/1/0。	0-6	4.0	4.0	4.0
3.2	技术	按要求设计线路，主题突出，0-3分；行程合理，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	2.0	2.0	2.0
3.3	技术	依托自身优势在欧洲客源国实现有效销售。需提供能够实现有效销售上架链接或证明，0-6分，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
4.1	技术	联系邀请国际旅行商不少于2批次，总计不少于40名（输送来华游客旅行商），需提供拟定名单0-5分；来杭考察旅行商质量优质，符合杭州所需境外游客招揽目标，0-5分。 针对以上每项量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-10	8.0	6.0	6.0
4.2	技术	按照行程要求提供接待保障服务，包括用车、外语导游、住宿、餐饮、踩线游览等，需提供拟定考察方案，行程合理0-3分，考察内容主题突出0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	4.0	4.0
4.3	技术	外语导游熟悉了解杭州，能向外宾介绍杭州文化旅游相关情况，具有较好的外籍游客接待经验，0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	2.0	2.0
5.1	技术	托其自身优势及其重点合作伙伴主要营销渠道，以线上渠道为主，形式包括但不限于网站、社交媒体平台、订阅邮件等，持续推广杭州文旅形象及“5000年中国看杭州”主题系列产品。0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	3.0
5.2	技术	通过在欧洲市场主流渠道网站开设杭州产品专题页面，0-3分；预计线上总曝光量不低于80万次，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	2.0	1.0	1.0
5.3	技术	充分利用重点客源国具有组团实力的旅行商渠道，覆盖线下门店或销售点进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广，0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	3.0
5.4	技术	精选欧洲不少于20家门店或销售点，进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广（含资料），0-6分。需提供拟定门店或销售点名单，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
5.5	技术	积极参与具有全球影响力的旅业活动，并在活动中推广“五千年中国看杭州”主题资源及产品，0-3分。 量化分值分别为：3/2/1/0。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.6	技术	由全球旅行大社代表进行现场推宣，曝光量不少于20万人次，0-3分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.7	技术	此次活动通过营销推广实现3000人次以上国际游客赴杭旅游，0-5分。	0-5	5.0	5.0	5.0
6.1	技术	整体执行进度科学合理0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	2.0	2.0

技术商务资信评分明细表

6.2	技术	团队人员构成合理、策划能力强、经验丰富0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	1.0	1.0	1.0
合计			0-80	61.0	53.0	53.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（边东升）

项目名称：2025-2026年度“5000年中国看杭州”入境游专项产品推广（ZW-2025SWG14）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	中旅途易旅游有限公司	北京骐骥国际旅行社有限公司	杭州梵客国际旅行社有限公司
1	商务	相关案例：2023年1月1日以来（以合同签订时间为准），投标人承担过的同类项目成功案例，提供合同、委托协议复印件（合同复印件中需包括合同签订时间，项目内容，合同双方的盖章，三项内容，缺一不可得分。）每提供1个得1分，最高得2分。	0-2	2.0	0.0	0.0
2	技术	整体方案：方案条理清晰，行程方案安排合理，具有很强的可操作性0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	2.0
3.1	技术	打造完善不少于3条在杭停留2晚以上的入境旅游产品，0-6分。 量化分值分别为：6/5/4/3/2/1/0。	0-6	5.0	4.0	4.0
3.2	技术	按要求设计线路，主题突出，0-3分；行程合理，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	3.0	1.0	1.0
3.3	技术	依托自身优势在欧洲客源国实现有效销售。需提供能够实现有效销售上架链接或证明，0-6分，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
4.1	技术	联系邀请国际旅行商不少于2批次，总计不少于40名（输送来华游客旅行商），需提供拟定名单0-5分；来杭考察旅行商质量优质，符合杭州所需境外游客招揽目标，0-5分。 针对以上每项量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-10	9.0	6.0	5.0
4.2	技术	按照行程要求提供接待保障服务，包括用车、外语导游、住宿、餐饮、踩线游览等，需提供拟定考察方案，行程合理0-3分，考察内容主题突出0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	2.0	1.0	1.0
4.3	技术	外语导游熟悉了解杭州，能向外宾介绍杭州文化旅游相关情况，具有较好的外籍游客接待经验，0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	2.0	2.0
5.1	技术	托其自身优势及其重点合作伙伴主要营销渠道，以线上渠道为主，形式包括但不限于网站、社交媒体平台、订阅邮件等，持续推广杭州文旅形象及“5000年中国看杭州”主题系列产品。0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	2.0	2.0
5.2	技术	通过在欧洲市场主流渠道网站开设杭州产品专题页面，0-3分；预计线上总曝光量不低于80万次，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	2.0	1.0	1.0
5.3	技术	充分利用重点客源国具有组团实力的旅行商渠道，覆盖线下门店或销售点进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广，0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	2.0	2.0
5.4	技术	精选欧洲不少于20家门店或销售点，进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广（含资料），0-6分。需提供拟定门店或销售点名单，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
5.5	技术	积极参与具有全球影响力的旅业活动，并在活动中推广“五千年中国看杭州”主题资源及产品，0-3分。 量化分值分别为：3/2/1/0。	0-3	2.0	1.0	1.0
5.6	技术	由全球旅行大社代表进行现场推宣，曝光量不少于20万人次，0-3分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.7	技术	此次活动通过营销推广实现3000人次以上国际游客赴杭旅游，0-5分。	0-5	5.0	5.0	5.0
6.1	技术	整体执行进度科学合理0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0

技术商务资信评分明细表

6.2	技术	团队人员构成合理、策划能力强、经验丰富0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
合计			0-80	63.0	45.0	43.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（董灵）

项目名称：2025-2026年度“5000年中国看杭州”入境游专项产品推广（ZW-2025SWG14）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	中旅途易旅游有限公司	北京骐骥国际旅行社有限公司	杭州梵客国际旅行社有限公司
1	商务	相关案例：2023年1月1日以来（以合同签订时间为准），投标人承担过的同类项目成功案例，提供合同、委托协议复印件（合同复印件中需包括合同签订时间，项目内容，合同双方的盖章，三项内容，缺一不可得分。）每提供1个得1分，最高得2分。	0-2	2.0	0.0	0.0
2	技术	整体方案：方案条理清晰，行程方案安排合理，具有很强的可操作性0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	4.0
3.1	技术	打造完善不少于3条在杭停留2晚以上的入境旅游产品，0-6分。 量化分值分别为：6/5/4/3/2/1/0。	0-6	5.0	4.0	4.0
3.2	技术	按要求设计线路，主题突出，0-3分；行程合理，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	4.0	4.0
3.3	技术	依托自身优势在欧洲客源国实现有效销售。需提供能够实现有效销售上架链接或证明，0-6分，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
4.1	技术	联系邀请国际旅行商不少于2批次，总计不少于40名（输送来华游客旅行商），需提供拟定名单0-5分；来杭考察旅行商质量优质，符合杭州所需境外游客招揽目标，0-5分。 针对以上每项量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-10	8.0	6.0	6.0
4.2	技术	按照行程要求提供接待保障服务，包括用车、外语导游、住宿、餐饮、踩线游览等，需提供拟定考察方案，行程合理0-3分，考察内容主题突出0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	5.0	4.0	4.0
4.3	技术	外语导游熟悉了解杭州，能向外宾介绍杭州文化旅游相关情况，具有较好的外籍游客接待经验，0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0
5.1	技术	托其自身优势及其重点合作伙伴主要营销渠道，以线上渠道为主，形式包括但不限于网站、社交媒体平台、订阅邮件等，持续推广杭州文旅形象及“5000年中国看杭州”主题系列产品。0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.2	技术	通过在欧洲市场主流渠道网站开设杭州产品专题页面，0-3分；预计线上总曝光量不低于80万次，0-3分。 针对以上每项量化分值分别为：3/2/1/0。	0-6	4.0	4.0	4.0
5.3	技术	充分利用重点客源国具有组团实力的旅行商渠道，覆盖线下门店或销售点进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广，0-5分。 量化分值分别为：5/4/3/2/1/0。	0-5	4.0	3.0	3.0
5.4	技术	精选欧洲不少于20家门店或销售点，进行“5000年中国看杭州”资源和产品推广（含资料），0-6分。需提供拟定门店或销售点名单，不提供不得分。	0-6	6.0	6.0	6.0
5.5	技术	积极参与具有全球影响力的旅业活动，并在活动中推广“五千年中国看杭州”主题资源及产品，0-3分。 量化分值分别为：3/2/1/0。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.6	技术	由全球旅行大社代表进行现场推宣，曝光量不少于20万人次，0-3分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.7	技术	此次活动通过营销推广实现3000人次以上国际游客赴杭旅游，0-5分。	0-5	5.0	5.0	5.0
6.1	技术	整体执行进度科学合理0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	1.0	1.0

技术商务资信评分明细表

6.2	技术	团队人员构成合理、策划能力强、经验丰富0-2分。 量化分值分别为：2/1/0。	0-2	2.0	2.0	1.0
合计			0-80	67.0	57.0	57.0

专家（签名）：