

技术商务资信评分明细（专家1）

项目名称：灵溪镇浦南、苍溪共富示范单元方案设计项目（CN DL2023003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州迅美广告有限公司	浙江乡立方乡村发展集团有限公司	温州中森建设工程有限公司
1	商务资信	项目团队情况：项目团队人员中具有承担过类似乡村振兴品牌打造、农产品品牌策划、相关产业业态设计及运营等项目的，每提供一人得0.5分，最高得3分。 注： 1、投标文件中须提供合同扫描件并加盖投标人公章。 2、如合同中不能体现“人员信息”的，需提供业主证明材料。 3、上述人员需提供在本单位缴纳的近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），未按上述规定提供社保资料的不得分。	0-3	0	3	0
2	商务资信	团队人员资历：团队人员情况：根据投标人拟派的人员专业进行打分，核心专业：艺术设计专业、电子商务专业、汉语言文学专业、工业设计专业、广告学专业、视觉传达设计专业、旅游管理专业、广告设计与制作专业等。团队人员中核心专业数量每提供一个得1分，最高得8分。未提供者不得分。 注：须提供技术人员的相关专业毕业证书及近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），否则不得分。	0-8	1	8	1
3	商务资信	业绩：供应商2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）相关类似项目业绩的，每提供一个得0.5分，最高得2分。 注：提供合同扫描件加盖单位公章，未提供不得分。	0-2	0.5	2	0
4	商务资信	荣誉：1）2018年1月1日起至今投标人获得省级及以上品牌设计类相关奖项或顾问单位的，每提供一项得1.5分，最高得3分。 2）拟派项目组成员被政府机构组织等聘请为专家顾问等相关荣誉的，省级的提供一项得2分，市级的每提供一项得1分，最高得4分。一人有多个奖项的按照一项计。 注：以上内容需提供有效的证明图文或证书扫描件，并加盖单位公章，否则不得分。	0-7	0	3	0
5.1	技术	一、项目基本情况调研（4分） （1）村庄基本情况调研：详细了解村庄的布局情况、梳理已收储的可打造产业的空间等情况。根据准确和详细程度进行打分（0-2分） （2）村庄人口情况调研：调研了解常驻人口数量、外出务工人员数量、年龄结构、性别比例等。根据准确和详细程度进行打分（0-2分） 二、项目产业情况调研（4分） （1）主要产业情况：大棚蔬菜、脐橙及红美人产业种植面积、种植点分布、对应的品种、目前发展状况和提升价值的方向等。根据准确、详细和合理程度进行打分（0-2分） （2）其他产业情况：调研村庄的辅助性农业产业的种类、对应的面积等。根据详细、准确和合理程度进行打分（0-2分） 三、村庄文化及调研（4分） （1）村庄文化节日、习俗情况调研：村庄的节日、习俗、特产小吃等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分） （2）村庄文化历史情况调研：详细了解村庄的文化历史、景点分布，分析重点打造的旅游观光打卡点等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分）	0-12	7	11	8

5.2	技术	<p>一、整体品牌策划方案(两个村的范围) (43分)</p> <p>(1) 项目定位：项目针对的人群定位、人群分析、人群消费习惯等。根据定位分析准确、符合实际情况进行打分 (0-6分)</p> <p>(2) 品牌策划：项目的主题概念策划、项目的创意名称、项目广告语，以上内容有创意、有延续性，需要考虑方案的高度性和系统性，能指导后续工作，并在后续的项目策划、产业设计、营销设计中体现品牌内涵等。根据项目的高度性、创新性、样板性进行打分 (0-6分)</p> <p>(3) 品牌设计：主题形象标识设计、主题色、标准色、辅助图形，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-6分)</p> <p>(4) 品牌的应用：品牌形象体现在办公室应用中，如名片、信纸、纸巾盒、档案袋、工作证等一系列应用中，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(5) 文创产品的应用：品牌的形象体现在用于活动的一系列文创产品中，如手机壳、折叠伞、扇子、抱枕等，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(6) 指示系统：品牌视觉及品牌元素能合理的，且有美感的应用在指示系统，例如欢迎标语、公共服务导视、公共设施标识、公告栏、信息栏等。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(7) 特色小品系统：品牌的核心概念，项目名称、广告语能以小品或雕塑的形式体现在入口、小品、沿线节点上，较好的展现主题和风貌。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-2分)</p> <p>(8) 环境提升：结合项目整体品牌策划，梳理村庄主要环境提升点位，提供不少于两张重点打造点位效果图。根据项目独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(9) 村庄主入口景观形象效果图，结合项目整体品牌策划，提供不少于一张村庄主入口景观形象效果图。根据项目的独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(10) 景点及乡村主题游线规划：景点及乡村主题游线线路规划、消费业态规划。根据合理程度、丰富程度、创新程度等进行打分 (0-3分)</p> <p>(11) 农耕产业区块规划：农耕产业区块主题概念功能规划，并提供对应项目所在场地的航拍图或平面图体现位置，根据合理程度等进行打分 (0-4分)</p>	0-43	37	40	38
6	商务资信	设计的完善性：根据相关设计技术指标是否满足要求、设计内容的完善性及准确度合理性等情况进行打分 (0-3分)。	0-3	2	2.5	2
7	商务资信	工作进度：工作进度计划安排：根据对项目的工作进度计划安排是否合理进行打分 (0-2分)。	0-2	1	1.5	1
合计			0-80	48.5	71	50

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家2）

项目名称：灵溪镇浦南、苍溪共富示范单元方案设计项目（CN DL2023003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州迅美广告有限公司	浙江乡立方乡村发展集团有限公司	温州中森建设工程有限公司
1	商务资信	<p>项目团队情况：项目团队人员中具有承担过类似乡村振兴品牌打造、农产品品牌策划、相关产业业态设计及运营等项目的，每提供一人得0.5分，最高得3分。</p> <p>注： 1、投标文件中须提供合同扫描件并加盖投标人公章。 2、如合同中不能体现“人员信息”的，需提供业主证明材料。 3、上述人员需提供在本单位缴纳的近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），未按上述规定提供社保资料的不得分。</p>	0-3	0	3	0
2	商务资信	<p>团队人员资历：团队人员情况:根据投标人拟派的人员专业进行打分，核心专业：艺术设计专业、电子商务专业、汉语言文学专业、工业设计专业、广告学专业、视觉传达设计专业、旅游管理专业、广告设计与制作专业等。团队人员中核心专业数量每提供一个得1分，最高得8分。未提供者不得分。</p> <p>注：须提供技术人员的相关专业毕业证书及近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），否则不得分。</p>	0-8	1	8	1
3	商务资信	<p>业绩：供应商2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）相关类似项目业绩的，每提供一个得0.5分，最高得2分。</p> <p>注：提供合同扫描件加盖单位公章，未提供不得分。</p>	0-2	0.5	2	0
4	商务资信	<p>荣誉：1）2018年1月1日起至今投标人获得省级及以上品牌设计类相关奖项或顾问单位的，每提供一项得1.5分，最高得3分。</p> <p>2）拟派项目组成员被政府机构组织等聘请为专家顾问等相关荣誉的，省级的提供一项得2分，市级的每提供一项得1分，最高得4分。一人有多个奖项的按照一项计。</p> <p>注：以上内容需提供有效的证明图文或证书扫描件，并加盖单位公章，否则不得分。</p>	0-7	0	3	0
5.1	技术	<p>一、项目基本情况调研（4分）</p> <p>（1）村庄基本情况调研：详细了解村庄的布局情况、梳理已收储的可打造产业的空间等情况。根据准确和详细程度进行打分（0-2分）</p> <p>（2）村庄人口情况调研：调研了解常驻人口数量、外出务工人员数量、年龄结构、性别比例等。根据准确和详细程度进行打分（0-2分）</p> <p>二、项目产业情况调研（4分）</p> <p>（1）主要产业情况：大棚蔬菜、脐橙及红美人产业种植面积、种植点位分布、对应的品种、目前发展状况和提升价值的方向等。根据准确、详细和合理程度进行打分（0-2分）</p> <p>（2）其他产业情况：调研村庄的辅助性农业产业的种类、对应的面积等。根据详细、准确和合理程度进行打分（0-2分）</p> <p>三、村庄文化及调研（4分）</p> <p>（1）村庄文化节日、习俗情况调研：村庄的节日、习俗、特产小吃等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分）</p> <p>（2）村庄文化历史情况调研：详细了解村庄的文化历史、景点分布，分析重点打造的旅游观光打卡点等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分）</p>	0-12	8	9	8

5.2	技术	<p>一、整体品牌策划方案(两个村的范围) (43分)</p> <p>(1) 项目定位：项目针对的人群定位、人群分析、人群消费习惯等。根据定位分析准确、符合实际情况进行打分 (0-6分)</p> <p>(2) 品牌策划：项目的主题概念策划、项目的创意名称、项目广告语，以上内容有创意、有延续性，需要考虑方案的高度性和系统性，能指导后续工作，并在后续的项目策划、产业设计、营销设计中体现品牌内涵等。根据项目的高度性、创新性、样板性进行打分 (0-6分)</p> <p>(3) 品牌设计：主题形象标识设计、主题色、标准色、辅助图形，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-6分)</p> <p>(4) 品牌的应用：品牌形象体现在办公室应用中，如名片、信纸、纸巾盒、档案袋、工作证等一系列应用中，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(5) 文创产品的应用：品牌的形象体现在用于活动的一系列文创产品中，如手机壳、折叠伞、扇子、抱枕等，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(6) 指示系统：品牌视觉及品牌元素能合理的，且有美感的应用在指示系统，例如欢迎标语、公共服务导视、公共设施标识、公告栏、信息栏等。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(7) 特色小品系统：品牌的核心概念，项目名称、广告语能以小品或雕塑的形式体现在入口、小品、沿线节点上，较好的展现主题和风貌。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-2分)</p> <p>(8) 环境提升：结合项目整体品牌策划，梳理村庄主要环境提升点位，提供不少于两张重点打造点位效果图。根据项目独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(9) 村庄主入口景观形象效果图，结合项目整体品牌策划，提供不少于一张村庄主入口景观形象效果图。根据项目的独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(10) 景点及乡村主题游线规划：景点及乡村主题游线线路规划、消费业态规划。根据合理程度、丰富程度、创新程度等进行打分 (0-3分)</p> <p>(11) 农耕产业区块规划：农耕产业区块主题概念功能规划，并提供对应项目所在场地的航拍图或平面图体现位置，根据合理程度等进行打分 (0-4分)</p>	0-43	28	33	30
6	商务资信	设计的完善性：根据相关设计技术指标是否满足要求、设计内容的完善性及准确度合理性等情况进行打分 (0-3分)。	0-3	2.1	2.3	2
7	商务资信	工作进度：工作进度计划安排：根据对项目的工作进度计划安排是否合理进行打分 (0-2分)。	0-2	1.6	1.8	1.5
合计			0-80	41.2	62.1	42.5

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家3）

项目名称：灵溪镇浦南、苍溪共富示范单元方案设计项目（CNLD2023003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州迅美广告有限公司	浙江乡立方乡村发展集团有限公司	温州中森建设工程有限公司
1	商务资信	项目团队情况：项目团队人员中具有承担过类似乡村振兴品牌打造、农产品品牌策划、相关产业业态设计及运营等项目的，每提供一人得0.5分，最高得3分。 注： 1、投标文件中须提供合同扫描件并加盖投标人公章。 2、如合同中不能体现“人员信息”的，需提供业主证明材料。 3、上述人员需提供在本单位缴纳的近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），未按上述规定提供社保资料的不得分。	0-3	0	3	0
2	商务资信	团队人员资历：团队人员情况:根据投标人拟派的人员专业进行打分，核心专业：艺术设计专业、电子商务专业、汉语言文学专业、工业设计专业、广告学专业、视觉传达设计专业、旅游管理专业、广告设计与制作专业等。团队人员中核心专业数量每提供一个得1分，最高得8分。未提供者不得分。 注：须提供技术人员的相关专业毕业证书及近3个月的社保缴纳证明材料（如社会保险机构盖章的网上打印件亦可，不含投标截止时间的当月），否则不得分。	0-8	1	8	1
3	商务资信	业绩：供应商2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）相关类似项目业绩的，每提供一个得0.5分，最高得2分。 注：提供合同扫描件加盖单位公章，未提供不得分。	0-2	0.5	2	0
4	商务资信	荣誉：1）2018年1月1日起至今投标人获得省级及以上品牌设计类相关奖项或顾问单位的，每提供一项得1.5分，最高得3分。 2）拟派项目组成员被政府机构组织等聘请为专家顾问等相关荣誉的，省级的提供一项得2分，市级的每提供一项得1分，最高得4分。一人有多个奖项的按照一项计。 注：以上内容需提供有效的证明图文或证书扫描件，并加盖单位公章，否则不得分。	0-7	0	3	0
5.1	技术	一、项目基本情况调研（4分） （1）村庄基本情况调研：详细了解村庄的布局情况、梳理已收储的可打造产业的空间等情况。根据准确和详细程度进行打分（0-2分） （2）村庄人口情况调研：调研了解常驻人口数量、外出务工人员数量、年龄结构、性别比例等。根据准确和详细程度进行打分（0-2分） 二、项目产业情况调研（4分） （1）主要产业情况：大棚蔬菜、脐橙及红美人产业种植面积、种植点位分布、对应的品种、目前发展状况和提升价值的方向等。根据准确、详细和合理程度进行打分（0-2分） （2）其他产业情况：调研村庄的辅助性农业产业的种类、对应的面积等。根据详细、准确和合理程度进行打分（0-2分） 三、村庄文化及调研（4分） （1）村庄文化节日、习俗情况调研：村庄的节日、习俗、特产小吃等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分） （2）村庄文化历史情况调研：详细了解村庄的文化历史、景点分布，分析重点打造的旅游观光打卡点等。根据调研的详细、准确程度进行打分（0-2分）	0-12	6	9	7.5

5.2	技术	<p>一、整体品牌策划方案(两个村的范围) (43分)</p> <p>(1) 项目定位：项目针对的人群定位、人群分析、人群消费习惯等。根据定位分析准确、符合实际情况进行打分 (0-6分)</p> <p>(2) 品牌策划：项目的主题概念策划、项目的创意名称、项目广告语，以上内容有创意、有延续性，需要考虑方案的高度性和系统性，能指导后续工作，并在后续的项目策划、产业设计、营销设计中体现品牌内涵等。根据项目的高度性、创新性、样板性进行打分 (0-6分)</p> <p>(3) 品牌设计：主题形象标识设计、主题色、标准色、辅助图形，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-6分)</p> <p>(4) 品牌的应用：品牌形象体现在办公室应用中，如名片、信纸、纸巾盒、档案袋、工作证等一系列应用中，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(5) 文创产品的应用：品牌的形象体现在用于活动的一系列文创产品中，如手机壳、折叠伞、扇子、抱枕等，根据内容具备较好的美感程度、且有系列感、系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(6) 指示系统：品牌视觉及品牌元素能合理的，且有美感的应用在指示系统，例如欢迎标语、公共服务导视、公共设施标识、公告栏、信息栏等。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-4分)</p> <p>(7) 特色小品系统：品牌的核心概念，项目名称、广告语能以小品或雕塑的形式体现在入口、小品、沿线节点上，较好的展现主题和风貌。根据内容具备较好的美感程度、且有系统感、对品牌风格有延续等进行打分 (0-2分)</p> <p>(8) 环境提升：结合项目整体品牌策划，梳理村庄主要环境提升点位，提供不少于两张重点打造点位效果图。根据项目独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(9) 村庄主入口景观形象效果图，结合项目整体品牌策划，提供不少于一张村庄主入口景观形象效果图。根据项目的独特性、创意性等进行打分 (0-2分)</p> <p>(10) 景点及乡村主题游线规划：景点及乡村主题游线线路规划、消费业态规划。根据合理程度、丰富程度、创新程度等进行打分 (0-3分)</p> <p>(11) 农耕产业区块规划：农耕产业区块主题概念功能规划，并提供对应项目所在场地的航拍图或平面图体现位置，根据合理程度等进行打分 (0-4分)</p>	0-43	28	34	30
6	商务资信	设计的完善性：根据相关设计技术指标是否满足要求、设计内容的完善性及准确度合理性等情况进行打分 (0-3分)。	0-3	2	2.5	2
7	商务资信	工作进度：工作进度计划安排：根据对项目的工作进度计划安排是否合理进行打分 (0-2分)。	0-2	1.5	1.5	1.5
合计			0-80	39	63	42

专家（签名）：