

技术商务评分明细（专家1）

项目名称：2023年官微、小红书宣传建设项目（TLTPZFCG2023-CS-003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州十指文化创意有限公司	浙江研几网络科技有限公司	杭州云茧文化创意有限公司
1	商务	类似业绩：2020年1月1日以来，供应商具有类似微信或微博或小红书推广管理经验。提供相关账号的历史运营记录或案例，每提供1项有效案例的得0.5分，最高2分。 【证明材料：（1）须提供相关账号的历史运营记录或案例并加盖供应商公章；（2）不提供或无法提供有效证明材料的不得分。】	0-2	0.0	2.0	0.0
2	商务	投标人具有较强的专业技术队伍（不少于6（含6人）人的专业技术人员），能提供快速的售后服务响应，投标人服务团队人员有较为丰富的开发运维推广经验，配置全面，分工合理，有及时响应工作方案；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.5	5.5	3.0
3.1	技术	熟悉微信运营，有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可以制造热帖。展示一条爆款微信推文制作和推广方案；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	4.0	7.0	3.5
3.2	技术	根据官方微信编发特点，提出可优化的内容、版面美工设计等方面的执行方案；要求方案创新性、合理性、可操作性强。响应文件中需提供一套至少包含朋友圈海报一张、H5页面一个、文旅推介会现场推介活动使用PPT首页图一张；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.0	5.5	3.0
3.3	技术	宣传主题明确，根据我县文旅的重要时间节点，提供全年月度宣传主题示例和宣传节点安排。可操作性强、切合桐庐县文旅全年阶段性宣传重点、内容生动、适合传播；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	2.5	4.8	2.5
3.4	技术	提出微信年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；提供贯穿全年的粉丝留言互动小活动思路及示例。合理可操作、传播度广、线上线下结合有创意、每日粉丝留言互动活动有吸引力；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。 标书中提供不少于2次（含2次）微信线上线下主题活动方案及安排等内容示例，其中一次活动需围绕线上线下打卡活动开展；优于项目需求的得4.0-3.1分，符合项目需求的得3.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-9	5.0	8.0	4.0
3.5	技术	展示有能力联动县政企、新媒体集群、处室（单位）活动（会议）开展资源整合、协同营销的工作方案；符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-2	0.5	1.0	0.5
4.1	技术	熟悉微博运营，围绕桐庐文旅资源有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可制造热帖；根据以往运维类似项目经验，围绕桐庐文旅资源，对官方微博的话题分类，要求选题角度独特，有新意，利于网友互动。要求标书中提供一期话题策划和以往原创话题策划案例效果；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	4.5	6.5	4.0
4.2	技术	提供2份官方微博主页视觉设计方案示例，要求主题突出，美工能力强，有针对性地对重要时间节点；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.0	4.5	3.0

4.3	技术	提出合理可操作的微博年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；标书中提供2期微博线上线下主题活动方案及奖品安排等内容示例。示例方案结合县文广旅游局微博特点，选题角度独特、有新意、利于网友互动和增加粉丝活跃度；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	4.0	7.5	3.5
5	技术	小红书运营、维护和推广：结合桐庐文旅特色，提供小红书整体运营方案，有明确的运营思路，标书中提供含2个小红书发布主题示例，内容贴近桐庐旅游热点，版式新颖，内容丰富，层次分明，美工功底强；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	4.0	7.0	4.0
6.1	技术	提供通过一期采风软文创作活动策划、推广方案；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	3.0	4.5	3.5
6.2	技术	展示协同资源（市场）助力文旅新媒体传播和推广的能力；优于项目需求的得3.0-2.1分，符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-3	1.5	2.5	1.0
7	商务	传播（意见、投诉处理、危机公关）应急预案，包括各平台网友咨询、负面舆情、投诉建议等处理方案；符合项目需求的得4.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-4	1.5	3.5	2.0
合计			0-80	40.0	69.8	37.5

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家2）

项目名称：2023年官微、小红书宣传建设项目（TLTPZFCG2023-CS-003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州十指文化创意有限公司	浙江研几网络科技有限公司	杭州云茧文化创意科技有限公司
1	商务	类似业绩：2020年1月1日以来，供应商具有类似微信或微博或小红书推广管理经验。提供相关账号的历史运营记录或案例，每提供1项有效案例的得0.5分，最高2分。 【证明材料：（1）须提供相关账号的历史运营记录或案例并加盖供应商公章；（2）不提供或无法提供有效证明材料的不得分。】	0-2	0.0	2.0	0.0
2	商务	投标人具有较强的专业技术队伍（不少于6（含6人）人的专业技术人员），能提供快速的售后服务响应，投标人服务团队人员有较为丰富的开发运维推广经验，配置全面，分工合理，有及时响应工作方案；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.5	5.0	1.5
3.1	技术	熟悉微信运营，有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可以制造热帖。展示一条爆款微信推文制作和推广方案；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.5	7.0	1.5
3.2	技术	根据官方微信编发特点，提出可优化的内容、版面美工设计等方面的执行方案；要求方案创新性、合理性、可操作性强。响应文件中需提供一套至少包含朋友圈海报一张、H5页面一个、文旅推介会现场推介活动使用PPT首页图一张；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.5	5.5	2.5
3.3	技术	宣传主题明确，根据我县文旅的重要时间节点，提供全年月度宣传主题示例和宣传节点安排。可操作性强、切合桐庐县文旅全年阶段性宣传重点、内容生动、适合传播；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	3.5	4.5	2.5
3.4	技术	提出微信年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；提供贯穿全年的粉丝留言互动小活动思路及示例。合理可操作、传播度广、线上线下结合有创意、每日粉丝留言互动活动有吸引力；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。 标书中提供不少于2次（含2次）微信线上线下主题活动方案及安排等内容示例，其中一次活动需围绕线上线下打卡活动开展；优于项目需求的得4.0-3.1分，符合项目需求的得3.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-9	6.5	8.5	4.0
3.5	技术	展示有能力联动县政企、新媒体集群、处室（单位）活动（会议）开展资源整合、协同营销的工作方案；符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-2	1.5	1.8	1.0
4.1	技术	熟悉微博运营，围绕桐庐文旅资源有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可制造热帖；根据以往运维类似项目经验，围绕桐庐文旅资源，对官方微博的话题分类，要求选题角度独特，有新意，利于网友互动。要求标书中提供一期话题策划和以往原创话题策划案例效果；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.5	7.5	2.0
4.2	技术	提供2份官方微博主页视觉设计方案示例，要求主题突出，美工能力强，有针对性地对重要时间节点；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.5	5.5	1.5

4.3	技术	提出合理可操作的微博年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；标书中提供2期微博线上线下主题活动方案及奖品安排等内容示例。示例方案结合县文广旅游局微博特点，选题角度独特、有新意、利于网友互动和增加粉丝活跃度；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.5	7.5	3.0
5	技术	小红书运营、维护和推广：结合桐庐文旅特色，提供小红书整体运营方案，有明确的运营思路，标书中提供含2个小红书发布主题示例，内容贴近桐庐旅游热点，版式新颖，内容丰富，层次分明，美工功底强；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.9	7.5	2.9
6.1	技术	提供通过一期采风软文创作活动策划、推广方案；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	3.5	4.5	1.9
6.2	技术	展示协同资源（市场）助力文旅新媒体传播和推广的能力；优于项目需求的得3.0-2.1分，符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-3	1.5	2.5	1.5
7	商务	传播（意见、投诉处理、危机公关）应急预案，包括各平台网友咨询、负面舆情、投诉建议等处理方案；符合项目需求的得4.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-4	2.0	3.8	2.5
合计			0-80	51.4	73.1	28.3

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家3）

项目名称：2023年官微、小红书宣传建设项目（TLTPZFCG2023-CS-003）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州十指文化创意有限公司	浙江研几网络科技有限公司	杭州云茧文化创意科技有限公司
1	商务	类似业绩：2020年1月1日以来，供应商具有类似微信或微博或小红书推广管理经验。提供相关账号的历史运营记录或案例，每提供1项有效案例的得0.5分，最高2分。 【证明材料：（1）须提供相关账号的历史运营记录或案例并加盖供应商公章；（2）不提供或无法提供有效证明材料的不得分。】	0-2	0.0	2.0	0.0
2	商务	投标人具有较强的专业技术队伍（不少于6（含6人）人的专业技术人员），能提供快速的售后服务响应，投标人服务团队人员有较为丰富的开发运维推广经验，配置全面，分工合理，有及时响应工作方案；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.0	5.0	2.0
3.1	技术	熟悉微信运营，有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可以制造热帖。展示一条爆款微信推文制作和推广方案；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.0	7.0	2.0
3.2	技术	根据官方微信编发特点，提出可优化的内容、版面美工设计等方面的执行方案；要求方案创新性、合理性、可操作性强。响应文件中需提供一套至少包含朋友圈海报一张、H5页面一个、文旅推介会现场推介活动使用PPT首页图一张；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	4.5	5.0	2.0
3.3	技术	宣传主题明确，根据我县文旅的重要时间节点，提供全年月度宣传主题示例和宣传节点安排。可操作性强、切合桐庐县文旅全年阶段性宣传重点、内容生动、适合传播；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	3.5	4.5	2.0
3.4	技术	提出微信年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；提供贯穿全年的粉丝留言互动小活动思路及示例。合理可操作、传播度广、线上线下结合有创意、每日粉丝留言互动活动有吸引力；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。 标书中提供不少于2次（含2次）微信线上线下主题活动方案及安排等内容示例，其中一次活动需围绕线上线下打卡活动开展；优于项目需求的得4.0-3.1分，符合项目需求的得3.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-9	5.0	7.0	3.0
3.5	技术	展示有能力联动县政企、新媒体集群、处室（单位）活动（会议）开展资源整合、协同营销的工作方案；符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-2	1.0	1.5	0.5
4.1	技术	熟悉微博运营，围绕桐庐文旅资源有丰富的主题策划和信息采集、图文编辑能力，可制造热帖；根据以往运维类似项目经验，围绕桐庐文旅资源，对官方微博的话题分类，要求选题角度独特，有新意，利于网友互动。要求标书中提供一期话题策划和以往原创话题策划案例效果；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	5.0	7.0	3.0
4.2	技术	提供2份官方微博主页视觉设计方案示例，要求主题突出，美工能力强，有针对性地对重要时间节点；优于项目需求的得6.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-6	3.0	4.0	1.0

4.3	技术	提出合理可操作的微博年度推广方案，包含有针对性地对各线上媒体、线下用户的具体推广途径，策划、组织线上线下相结合的推广活动；标书中提供2期微博线上线下主题活动方案及奖品安排等内容示例。示例方案结合县文广旅游局微博特点，选题角度独特、有新意、利于网友互动和增加粉丝活跃度；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	4.0	6.5	3.0
5	技术	小红书运营、维护和推广：结合桐庐文旅特色，提供小红书整体运营方案，有明确的运营思路，标书中提供含2个小红书发布主题示例，内容贴近桐庐旅游热点，版式新颖，内容丰富，层次分明，美工功底强；优于项目需求的得8.0-6.0分，符合项目需求的得5.9-3.0分，部分符合项目需求的得2.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-8	3.0	6.0	2.0
6.1	技术	提供通过一期采风软文创作活动策划、推广方案；优于项目需求的得5.0-4.0分，符合项目需求的得3.9-2.0分，部分符合项目需求的得1.9-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-5	3.0	4.0	2.0
6.2	技术	展示协同资源（市场）助力文旅新媒体传播和推广的能力；优于项目需求的得3.0-2.1分，符合项目需求的得2.0-1.1分，部分符合项目需求的得1.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-3	1.0	2.0	1.0
7	商务	传播（意见、投诉处理、危机公关）应急预案，包括各平台网友咨询、负面舆情、投诉建议等处理方案；符合项目需求的得4.0-2.1分，部分符合项目需求的得2.0-0.1分，不符合或不提供不得分。	0-4	2.0	3.5	2.0
合计			0-80	43.0	65.0	25.5

专家（签名）：

