

技术商务资信评分明细（专家1）

项目名称：浙江福彩平面媒体信息发布（QSZB-Z(F)-E22432(GK)）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江到们互动传媒有限公司	浙江《江南游报》社有限责任公司	杭州邦尼广告策划有限公司	浙江小时传媒有限公司
1	商务资信	投标人自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）同类合同业绩（以提供的合同扫描件为准）：每提供1份合同业绩得1分，最高得2分。 【客观分】	0-2	1	1	1	2
2.1	商务资信	投标人微博号拥有500万粉丝、媒体认证的，每增加50万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
2.2	商务资信	投标人微信公众号平台拥有80万订阅量的，每增加10万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
3	技术	不符合（负偏离）服务及技术要求中标注“▲”条款（不可偏离）的投标无效； 满足招标文件明确的全部技术条款要求的该项得满分； 技术条款低于服务及技术要求（负偏离）的每项扣1.5分； 负偏离5项及以上的投标无效。 【客观分】	0-7	7	5.5	2.5	7
4.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
4.2	技术	投标人拟制定的符合浙江福彩公益品牌展示、提升美誉度的大型活动计划情况 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
4.3	技术	客户端（APP）的宣传力度以及推送方案。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
4.4	技术	宣传内容撰写及审核流程情况 【主观分】	0-4	3	2.5	2	3.5
5.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-4	3	2.5	2	3.5
5.2	技术	刊登浙江福彩公益活动、新闻动态、中奖信息、活动信息等新闻热点拟发布版面形式，包括但不限于标题、排版、文字。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
5.3	技术	拟投入本项目团队人员情况，包括但不限于编辑、记者。（需提供人员简历） 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
5.4	技术	新媒体平台的宣传力度及推送方案，包括但不限于媒体渠道、媒体形式、宣传计划。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4.5
5.5	技术	宣传内容撰写及审核流程情况。 【主观分】	0-4	3	2.5	2.5	3.5
5.6	技术	拟在省级媒体新闻网站首页横幅区域呈现浙江福彩硬广位情况，需提供设计效果图。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4
5.7	技术	拟重大活动在省级新闻类客户端、网站开设专题页面情况，互动报名通道流程情况，报名信息管理及反馈等内容。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4

5.8	技术	针对浙江省福彩中心的品牌形象拟制定主题H5情况，需提供1个H5设计方案，以平面图文形式展示。 【主观分】	0-5	4	3.5	3	4
6	技术	服务期间应急处理方案，包括但不限于文字内容错误、宣传信息错误等。 【主观分】	0-3	2	2	2	2
7	技术	服务期间针对社会舆情检测及反馈、处理方案，包括但不限于反馈时间、响应时间、处理方案。 【主观分】	0-3	2	2	2	2
合计			0-80	57	49.5	41	70.5

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家2）

项目名称：浙江福彩平面媒体信息发布（QSZB-Z(F)-E22432(GK)）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江到们互动传媒有限公司	浙江《江南游报》社有限责任公司	杭州邦尼广告策划有限公司	浙江小时传媒有限公司
1	商务资信	投标人自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）同类合同业绩（以提供的合同扫描件为准）：每提供1份合同业绩得1分，最高得2分。 【客观分】	0-2	1	1	1	2
2.1	商务资信	投标人微博号拥有500万粉丝、媒体认证的，每增加50万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
2.2	商务资信	投标人微信公众号平台拥有80万订阅量的，每增加10万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
3	技术	不符合（负偏离）服务及技术要求中标注“▲”条款（不可偏离）的投标无效； 满足招标文件明确的全部技术条款要求的该项得满分； 技术条款低于服务及技术要求（负偏离）的每项扣1.5分； 负偏离5项及以上的投标无效。 【客观分】	0-7	7	5.5	2.5	7
4.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-5	4	3	3	4
4.2	技术	投标人拟制定的符合浙江福彩公益品牌展示、提升美誉度的大型活动计划情况 【主观分】	0-5	3	3	3	4
4.3	技术	客户端（APP）的宣传力度以及推送方案。 【主观分】	0-5	3	3	3	4
4.4	技术	宣传内容撰写及审核流程情况 【主观分】	0-4	2	2	2	3
5.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-4	2	2	3	3
5.2	技术	刊登浙江福彩公益活动、新闻动态、中奖信息、活动信息等新闻热点拟发布版面形式，包括但不限于标题、排版、文字。 【主观分】	0-5	2	3	3	4
5.3	技术	拟投入本项目团队人员情况，包括但不限于编辑、记者。（需提供个人简历） 【主观分】	0-5	3	2	3	4
5.4	技术	新媒体平台的宣传力度及推送方案，包括但不限于媒体渠道、媒体形式、宣传计划。 【主观分】	0-5	3	3	2	5
5.5	技术	宣传内容撰写及审核流程情况。 【主观分】	0-4	4	4	4	3
5.6	技术	拟在省级媒体新闻网站首页横幅区域呈现浙江福彩硬广位情况，需提供设计效果图。 【主观分】	0-5	3	3	3	4

5.7	技术	拟重大活动在省级新闻类客户端、网站开设专题页面情况，互动报名通道流程情况，报名信息管理及反馈等内容。 【主观分】	0-5	4	4	4	5
5.8	技术	针对浙江省福彩中心的品牌形象拟制定主题H5情况，需提供1个H5设计方案，以平面图文形式展示。 【主观分】	0-5	3	3	3	4
6	技术	服务期间应急处理方案，包括但不限于文字内容错误、宣传信息错误等。 【主观分】	0-3	2	2	2	3
7	技术	服务期间针对社会舆情检测及反馈、处理方案，包括但不限于反馈时间、响应时间、处理方案。 【主观分】	0-3	2	2	2	3
合计			0-80	48	45.5	43.5	70

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家3）

项目名称：浙江福彩平面媒体信息发布（QSZB-Z(F)-E22432(GK)）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江到们互动传媒有限公司	浙江《江南游报》社有限责任公司	杭州邦尼广告策划有限公司	浙江小时传媒有限公司
1	商务资信	投标人自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）同类合同业绩（以提供的合同扫描件为准）：每提供1份合同业绩得1分，最高得2分。 【客观分】	0-2	1	1	1	2
2.1	商务资信	投标人微博号拥有500万粉丝、媒体认证的，每增加50万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
2.2	商务资信	投标人微信公众号平台拥有80万订阅量的，每增加10万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
3	技术	不符合（负偏离）服务及技术要求中标注“▲”条款（不可偏离）的投标无效； 满足招标文件明确的全部技术条款要求的该项得满分； 技术条款低于服务及技术要求（负偏离）的每项扣1.5分； 负偏离5项及以上的投标无效。 【客观分】	0-7	7	5.5	2.5	7
4.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-5	3	3	3.5	4.5
4.2	技术	投标人拟制定的符合浙江福彩公益品牌展示、提升美誉度的大型活动计划情况 【主观分】	0-5	3	3	3	4.5
4.3	技术	客户端（APP）的宣传力度以及推送方案。 【主观分】	0-5	3	3.5	3	4
4.4	技术	宣传内容撰写及审核流程情况 【主观分】	0-4	3	3	3	4
5.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-4	3	3.5	3	3.5
5.2	技术	刊登浙江福彩公益活动、新闻动态、中奖信息、活动信息等新闻热点拟发布版面形式，包括但不限于标题、排版、文字。 【主观分】	0-5	3	3.5	3	4
5.3	技术	拟投入本项目团队人员情况，包括但不限于编辑、记者。（需提供个人简历） 【主观分】	0-5	4	3	3	4.5
5.4	技术	新媒体平台的宣传力度及推送方案，包括但不限于媒体渠道、媒体形式、宣传计划。 【主观分】	0-5	3	3	3	4
5.5	技术	宣传内容撰写及审核流程情况。 【主观分】	0-4	3	3	3	4
5.6	技术	拟在省级媒体新闻网站首页横幅区域呈现浙江福彩硬广位情况，需提供设计效果图。 【主观分】	0-5	3	3	4	4.5

5.7	技术	拟重大活动在省级新闻类客户端、网站开设专题页面情况，互动报名通道流程情况，报名信息管理及反馈等内容。 【主观分】	0-5	3	3.5	3	4.5
5.8	技术	针对浙江省福彩中心的品牌形象拟制定主题H5情况，需提供1个H5设计方案，以平面图文形式展示。 【主观分】	0-5	3	3	4.5	5
6	技术	服务期间应急处理方案，包括但不限于文字内容错误、宣传信息错误等。 【主观分】	0-3	2	2.5	2	3
7	技术	服务期间针对社会舆情检测及反馈、处理方案，包括但不限于反馈时间、响应时间、处理方案。 【主观分】	0-3	2	2	2	3
合计			0-80	49	49	46.5	74

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家4）

项目名称：浙江福彩平面媒体信息发布（QSZB-Z(F)-E22432(GK)）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江到们互动传媒有限公司	浙江《江南游报》社有限责任公司	杭州邦尼广告策划有限公司	浙江小时传媒有限公司
1	商务资信	投标人自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）同类合同业绩（以提供的合同扫描件为准）：每提供1份合同业绩得1分，最高得2分。 【客观分】	0-2	1	1	1	2
2.1	商务资信	投标人微博号拥有500万粉丝、媒体认证的，每增加50万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
2.2	商务资信	投标人微信公众号平台拥有80万订阅量的，每增加10万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
3	技术	不符合（负偏离）服务及技术要求中标注“▲”条款（不可偏离）的投标无效； 满足招标文件明确的全部技术条款要求的该项得满分； 技术条款低于服务及技术要求（负偏离）的每项扣1.5分； 负偏离5项及以上的投标无效。 【客观分】	0-7	7	5.5	2.5	7
4.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-5	3	3	3	4
4.2	技术	投标人拟制定的符合浙江福彩公益品牌展示、提升美誉度的大型活动计划情况 【主观分】	0-5	3	3	3	4.5
4.3	技术	客户端（APP）的宣传力度以及推送方案。 【主观分】	0-5	2	3	2	5
4.4	技术	宣传内容撰写及审核流程情况 【主观分】	0-4	2	3	2	3.5
5.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-4	3	2	3	4
5.2	技术	刊登浙江福彩公益活动、新闻动态、中奖信息、活动信息等新闻热点拟发布版面形式，包括但不限于标题、排版、文字。 【主观分】	0-5	3	3	3	4.5
5.3	技术	拟投入本项目团队人员情况，包括但不限于编辑、记者。（需提供个人简历） 【主观分】	0-5	2	3.5	2	4.5
5.4	技术	新媒体平台的宣传力度及推送方案，包括但不限于媒体渠道、媒体形式、宣传计划。 【主观分】	0-5	3	3	3	4
5.5	技术	宣传内容撰写及审核流程情况。 【主观分】	0-4	2.5	3	2.5	3.5
5.6	技术	拟在省级媒体新闻网站首页横幅区域呈现浙江福彩硬广位情况，需提供设计效果图。 【主观分】	0-5	3	3	3	4.5

5.7	技术	拟重大活动在省级新闻类客户端、网站开设专题页面情况，互动报名通道流程情况，报名信息管理及反馈等内容。 【主观分】	0-5	3	3	2.5	4
5.8	技术	针对浙江省福彩中心的品牌形象拟制定主题H5情况，需提供1个H5设计方案，以平面图文形式展示。 【主观分】	0-5	2	3	2	4
6	技术	服务期间应急处理方案，包括但不限于文字内容错误、宣传信息错误等。 【主观分】	0-3	2	2	2	3
7	技术	服务期间针对社会舆情检测及反馈、处理方案，包括但不限于反馈时间、响应时间、处理方案。 【主观分】	0-3	2	2	2	2.5
合计			0-80	43.5	46	38.5	72.5

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家5）

项目名称：浙江福彩平面媒体信息发布（QSZB-Z(F)-E22432(GK)）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江到们互动传媒有限公司	浙江《江南游报》社有限责任公司	杭州邦尼广告策划有限公司	浙江小时传媒有限公司
1	商务资信	投标人自2019年1月1日以来（以合同签订时间为准）同类合同业绩（以提供的合同扫描件为准）：每提供1份合同业绩得1分，最高得2分。 【客观分】	0-2	1	1	1	2
2.1	商务资信	投标人微博号拥有500万粉丝、媒体认证的，每增加50万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
2.2	商务资信	投标人微信公众号平台拥有80万订阅量的，每增加10万得1分，最高得4分。 说明：提供响应的证明材料扫描件，未提供不得分。 【客观分】	0-4	0	0	0	4
3	技术	不符合（负偏离）服务及技术要求中标注“▲”条款（不可偏离）的投标无效； 满足招标文件明确的全部技术条款要求的该项得满分； 技术条款低于服务及技术要求（负偏离）的每项扣1.5分； 负偏离5项及以上的投标无效。 【客观分】	0-7	7	5.5	2.5	7
4.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-5	2	3	3	4
4.2	技术	投标人拟制定的符合浙江福彩公益品牌展示、提升美誉度的大型活动计划情况 【主观分】	0-5	3	3	3	4
4.3	技术	客户端（APP）的宣传力度以及推送方案。 【主观分】	0-5	2	2.5	2.5	4
4.4	技术	宣传内容撰写及审核流程情况 【主观分】	0-4	2	2	2	3
5.1	技术	平面媒体的影响力和目标受众与媒介受众的吻合程度。 【主观分】	0-4	1	2	2	3
5.2	技术	刊登浙江福彩公益活动、新闻动态、中奖信息、活动信息等新闻热点拟发布版面形式，包括但不限于标题、排版、文字。 【主观分】	0-5	2	2	3	4
5.3	技术	拟投入本项目团队人员情况，包括但不限于编辑、记者。（需提供个人简历） 【主观分】	0-5	2.5	3	3	4
5.4	技术	新媒体平台的宣传力度及推送方案，包括但不限于媒体渠道、媒体形式、宣传计划。 【主观分】	0-5	3	2.5	3	4.5
5.5	技术	宣传内容撰写及审核流程情况。 【主观分】	0-4	2	2	2	3
5.6	技术	拟在省级媒体新闻网站首页横幅区域呈现浙江福彩硬广位情况，需提供设计效果图。 【主观分】	0-5	2	2	3	4

5.7	技术	拟重大活动在省级新闻类客户端、网站开设专题页面情况，互动报名通道流程情况，报名信息管理及反馈等内容。 【主观分】	0-5	3	3	2.5	4
5.8	技术	针对浙江省福彩中心的品牌形象拟制定主题H5情况，需提供1个H5设计方案，以平面图文形式展示。 【主观分】	0-5	2.5	2.5	2	4
6	技术	服务期间应急处理方案，包括但不限于文字内容错误、宣传信息错误等。 【主观分】	0-3	2	1	1	2
7	技术	服务期间针对社会舆情检测及反馈、处理方案，包括但不限于反馈时间、响应时间、处理方案。 【主观分】	0-3	2	1	2	3
合计			0-80	39	38	37.5	67.5

专家（签名）：