

技术商务评分明细（专家1）

项目名称：2025年浙江福彩品牌公益形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202504）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	华语之声影视制作（杭州）有限公司	浙江华数文化产业发展有限公司	杭州初彩文化传媒有限公司
1	商务	投标人自2022年4月份以来承接过同类项目业绩，每个得0.5分，最高得1分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），否则不得分，时间以合同签订时间为准。）	0-1	0.5	1.0	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体实施方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	4.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目的工作重点、难点分析及相对应的解决方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	3.0	3.0
4	技术	以“公益福彩”为主题，提供视觉广告初步设计方案，根据本项目视觉广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图）。（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
5.1	技术	1、杭州地铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
5.2.1	技术	2.1地铁车厢语音报站选择线路的客流量情况（2024年全年日均客流量）：一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于205万，得5分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于200万，得3分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于150万，得1分；其余情况不得分。评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据）（0-5分）	0-5	1.0	5.0	5.0
5.2.2	技术	2.2地铁其他媒体选择线路的客流量情况，评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据。（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
6.1	技术	1、高铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
6.2	技术	2、杭州东站到达层中心区域广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
7.1	技术	1、公交车身广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	3.0	3.0
7.2	技术	2、各市公交线路选择（注明各线路等级，按S级、A级、B级、C级四个等级进行划分），根据各市公交线路等级选择搭配方案评分（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0） 公交线路等级划分依据如下： S级线路：市区内的主要干线，客流量大，途经商业中心、交通枢纽等重要区域。 A级线路：市区内的重要线路，客流量大，途经重要的商业区域和居民区。 B级线路：线路较小，客流量较少，途经次要的商业区域和居民区。 C级线路：偏远地区的支线，客流量小，途经区域偏远。	0-5	3.0	3.0	3.0
8.1	技术	1、户外广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	3.0	3.0
8.2	技术	2、户外广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	3.0	3.0
9	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
10	技术	广告制作及上刊方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	3.0	4.0	3.0
11	技术	后期维护方案（评分范围：2,1,0.5,0）	0-2	1.0	1.0	1.0
12	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	2.0	2.0
13	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	4.0	4.0	4.0
14.1	技术	1、投标人自有或可利用的优势广告资源，其他宣传推广服务方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	3.0	4.0	3.0
14.2	技术	2、服务响应时间及及时性保障措施（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	2.0	2.0
15	技术	拟投入本项目的项目负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，否则此项不得分。）（评分范围：2,1,0.5,0）	0-2	1.0	2.0	1.0
16	技术	拟投入本项目的项目服务团队成员（除项目负责人）的数量、专业、职能分配、类似经验等内容。（提供项目服务团队成员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保此项不得分。）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	1.0	2.0	1.0
合计			0-90	55.5	68.0	59.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家2）

项目名称：2025年浙江福彩品牌公益形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202504）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	华语之声影视制作（杭州）有限公司	浙江华数文化产业发展有限公司	杭州初彩文化传媒有限公司
1	商务	投标人自2022年4月份以来承接过同类项目业绩，每个得0.5分，最高得1分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），否则不得分，时间以合同签订时间为准。）	0-1	0.5	1.0	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体实施方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
3	技术	针对本项目的工作重点、难点分析及相对应的解决方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	2.0
4	技术	以“公益福彩”为主题，提供视觉广告初步设计方案，根据本项目视觉广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图）。（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	2.0
5.1	技术	1、杭州地铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	2.0
5.2.1	技术	2.1地铁车厢语音播报站选择线路的客流量情况（2024年全年日均客流量）：一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于205万，得5分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于200万，得3分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于150万，得1分；其余情况不得分。评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据）（0-5分）	0-5	1.0	5.0	5.0
5.2.2	技术	2.2地铁其他媒体选择线路的客流量情况，评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据。（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
6.1	技术	1、高铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
6.2	技术	2、杭州东站到达层中心区域广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	5.0	3.0
7.1	技术	1、公交车身广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
7.2	技术	2、各市公交线路选择（注明各线路等级，按S级、A级、B级、C级四个等级进行划分），根据各市公交线路等级选择搭配方案评定（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0） 公交线路等级划分依据如下： S级线路：市区内的主要干线，客流量大，途经商业中心、交通枢纽等重要区域。 A级线路：市区内的重要线路，客流量大，途经重要的商业区域和居民区。 B级线路：线路较小，客流量较少，途经次要的商业区域和居民区。 C级线路：偏远地区的支线，客流量小，途经区域偏远	0-5	3.0	5.0	3.0
8.1	技术	1、户外广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	5.0	3.0
8.2	技术	2、户外广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	4.0	4.0	3.0
9	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
10	技术	广告制作及上刊方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	3.0	2.0
11	技术	后期维护方案（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	1.0	2.0	1.0
12	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	3.0	2.0
13	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	4.0	5.0	3.0
14.1	技术	1、投标人自有或可利用的优势广告资源，其他宣传推广服务方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	3.0	2.0
14.2	技术	2、服务响应时间及及时性保障措施（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	3.0	2.0
15	技术	拟投入本项目的项目负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，否则此项不得分。）（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	2.0	2.0	2.0
16	技术	拟投入本项目的项目服务团队成员（除项目负责人）的数量、专业、职能分配、类似经验等内容。（提供项目服务团队成员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保证明不得分。）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
合计			0-90	56.5	80.0	56.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家3）

项目名称：2025年浙江福彩品牌公益形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202504）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	华语之声影视制作（杭州）有限公司	浙江华数文化产业发展有限公司	杭州初彩文化传媒有限公司
1	商务	投标人自2022年4月份以来承接过同类项目业绩，每个得0.5分，最高得1分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），否则不得分，时间以合同签订时间为准。）	0-1	0.5	1.0	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体实施方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
3	技术	针对本项目的工作重点、难点分析及相对应的解决方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
4	技术	以“公益福彩”为主题，提供视觉广告初步设计方案，根据本项目视觉广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图）。（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
5.1	技术	1、杭州地铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
5.2.1	技术	2.1地铁车厢语音播报站选择线路的客流量情况（2024年全年日均客流量）：一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于205万，得5分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于200万，得3分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于150万，得1分；其余情况不得分。评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据）（0-5分）	0-5	1.0	5.0	5.0
5.2.2	技术	2.2地铁其他媒体选择线路的客流量情况，评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据。（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
6.1	技术	1、高铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
6.2	技术	2、杭州东站到达层中心区域广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	3.0	3.0
7.1	技术	1、公交车身广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
7.2	技术	2、各公交线路选择（注明各线路等级，按S级、A级、B级、C级四个等级进行划分），根据各公交线路等级选择搭配方案评定（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0） 公交线路等级划分依据如下： S级线路：市区内的主要干线，客流量大，途经商业中心、交通枢纽等重要区域。 A级线路：市区内的重要线路，客流量大，途经重要的商业区域和居民区。 B级线路：线路较小，客流量较少，途经次要的商业区域和居民区。 C级线路：偏远地区的支线，客流量小，途经区域偏远	0-5	3.0	4.0	3.0
8.1	技术	1、户外广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
8.2	技术	2、户外广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
9	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
10	技术	广告制作及上刊方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	4.0	3.0
11	技术	后期维护方案（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	1.0	2.0	1.0
12	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	3.0	2.0
13	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
14.1	技术	1、投标人自有或可利用的优势广告资源，其他宣传推广服务方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	3.0	2.0
14.2	技术	2、服务响应时间及及时性保障措施（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	1.0	2.0	1.0
15	技术	拟投入本项目的项目负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，否则此项不得分。）（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	1.0	2.0	1.0
16	技术	拟投入本项目的项目服务团队成员（除项目负责人）的数量、专业、职能分配、类似经验等内容。（提供项目服务团队成员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保证明不得分。）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	1.0	3.0	2.0
合计			0-90	45.5	75.0	57.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家4）

项目名称：2025年浙江福彩品牌公益形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202504）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	华语之声影视制作（杭州）有限公司	浙江华数文化产业发展有限公司	杭州初彩文化传媒有限公司
1	商务	投标人自2022年4月份以来承接过同类项目业绩，每个得0.5分，最高得1分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），否则不得分，时间以合同签订时间为准。）	0-1	0.5	1.0	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体实施方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目的工作重点、难点分析及相对应的解决方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
4	技术	以“公益福彩”为主题，提供视觉广告初步设计方案，根据本项目视觉广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图）。（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	3.0	2.0
5.1	技术	1、杭州地铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	3.0	3.0
5.2.1	技术	2.1地铁车厢语音播报站选择线路的客流量情况（2024年全年日均客流量）：一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于205万，得5分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于200万，得3分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于150万，得1分；其余情况不得分。评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据）（0-5分）	0-5	1.0	5.0	5.0
5.2.2	技术	2.2地铁其他媒体选择线路的客流量情况，评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据。（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
6.1	技术	1、高铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
6.2	技术	2、杭州东站到达层中心区域广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
7.1	技术	1、公交车身广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
7.2	技术	2、各市公交线路选择（注明各线路等级，按S级、A级、B级、C级四个等级进行划分），根据各市公交线路等级选择搭配方案评定（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0） 公交线路等级划分依据如下： S级线路：市区内的主要干线，客流量大，途经商业中心、交通枢纽等重要区域。 A级线路：市区内的重要线路，客流量大，途经重要的商业区域和居民区。 B级线路：线路较小，客流量较少，途经次要的商业区域和居民区。 C级线路：偏远地区的支线，客流量小，途经区域偏远	0-5	3.0	5.0	3.0
8.1	技术	1、户外广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
8.2	技术	2、户外广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
9	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	3.0	3.0
10	技术	广告制作及上刊方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	3.0	2.0
11	技术	后期维护方案（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	1.0	1.0	1.0
12	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	2.0	2.0
13	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
14.1	技术	1、投标人自有或可利用的优势广告资源，其他宣传推广服务方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	3.0	2.0
14.2	技术	2、服务响应时间及及时性保障措施（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	2.0	2.0
15	技术	拟投入本项目的项目负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，否则此项不得分。）（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	1.0	1.0	1.0
16	技术	拟投入本项目的项目服务团队成员（除项目负责人）的数量、专业、职能分配、类似经验等内容。（提供项目服务团队成员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保证明不得分。）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	1.0	3.0	1.0
合计			0-90	40.5	69.0	55.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家5）

项目名称：2025年浙江福彩品牌公益形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202504）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	华语之声影视制作（杭州）有限公司	浙江华数文化产业发展有限公司	杭州初彩文化传媒有限公司
1	商务	投标人自2022年4月份以来承接过同类项目业绩，每个得0.5分，最高得1分；（业绩必须提供相应的证明文件（合同复印件），否则不得分，时间以合同签订时间为准。）	0-1	0.5	1.0	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体实施方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	5.0	4.0
3	技术	针对本项目的工作重点、难点分析及相对应的解决方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
4	技术	以“公益福彩”为主题，提供视觉广告初步设计方案，根据本项目视觉广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图）。（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	5.0	3.0
5.1	技术	1、杭州地铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	5.0	4.0
5.2.1	技术	2.1地铁车厢语音播报站选择线路的客流量情况（2024年全年日均客流量）：一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于205万，得5分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于200万，得3分；一条线路全年日均客流量不低于250万、另一条线路全年日均客流量不低于150万，得1分；其余情况不得分。评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据）（0-5分）	0-5	1.0	5.0	5.0
5.2.2	技术	2.2地铁其他媒体选择线路的客流量情况，评标时以采购人向杭州地铁申请获取的各线路2024年全年日均客流量相关数据证明为评分依据。（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
6.1	技术	1、高铁广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
6.2	技术	2、杭州东站到达层中心区域广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	3.0
7.1	技术	1、公交车身广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
7.2	技术	2、各市公交线路选择（注明各线路等级，按S级、A级、B级、C级四个等级进行划分），根据各市公交线路等级选择搭配方案评定（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0） 公交线路等级划分依据如下： S级线路：市区内的主要干线，客流量大，途经商业中心、交通枢纽等重要区域。 A级线路：市区内的重要线路，客流量大，途经重要的商业区域和居民区。 B级线路：线路较小，客流量较少，途经次要的商业区域和居民区。 C级线路：偏远地区的支线，客流量小，途经区域偏远	0-5	2.0	5.0	3.0
8.1	技术	1、户外广告投放方案（包括但不限于投放策略、数量、时长、内容等）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
8.2	技术	2、户外广告位置及形式选择（根据所选位置、广告效果、视觉观感进行评分，提供投放位置平面图）（0-5分）（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	2.0
9	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	2.0	4.0	2.0
10	技术	广告制作及上刊方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	4.0	2.0
11	技术	后期维护方案（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	2.0	2.0	2.0
12	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效及对突发事件的应急预案（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	3.0	2.0
13	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施（评分范围：5,4,3,2,1,0）	0-5	3.0	4.0	3.0
14.1	技术	1、投标人自有或可利用的优势广告资源，其他宣传推广服务方案（0-4分）（评分范围：4,3,2,1,0）	0-4	2.0	4.0	2.0
14.2	技术	2、服务响应时间及及时性保障措施（0-3分）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	3.0	3.0	3.0
15	技术	拟投入本项目的负责人的类似项目经验（提供相应证明材料），资源调配能力、项目协调能力等。（提供项目负责人在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，否则此项不得分。）（评分范围：2,1,0,5,0）	0-2	2.0	2.0	2.0
16	技术	拟投入本项目的技术服务团队成员（除项目负责人）的数量、专业、职能分配、类似经验等内容。（提供项目技术服务团队成员在本单位缴纳的最近3个月中任意一个月的社保证明，无社保证明不得分。）（评分范围：3,2,1,0）	0-3	2.0	2.0	2.0
合计			0-90	51.5	81.0	60.0

专家（签名）：