

技术商务评分明细（专家1）

项目名称： 福彩暖万家——“创新发展·浙里康养”主题公益宣传活动项目（ZJXL-FCZX-202402）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江洁盟广告展览有限公司	浙江老年报报业有 限公司、 浙江浙商 传媒有限公司（联 合体）	杭州梵菩 创意有限 公司
1	商务	供应商自2021年3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），时间以合同签订时间为准。）	0-1	1.0	1.0	0.5
2	技术	针对本项目的整体服务方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	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： 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析合理，解决方案有针对性、可实施性强得5分， 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析基本合理，解决方案具有一定的针对性、可实施性得3分， 投标人针对本项目提出的工作的重点、难点分析不够合理，解决方案存在不足得1分， 未提供方案不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 浙江（国际）康养产业博览会活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
4.2.1	技术	2.1针对活动邀请参加的企业数量和知名度（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.2.2	技术	2.2针对活动邀请参加专家的经验和专业（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
4.4	技术	4. 投标人承诺2024浙江（国际）康养产业博览会宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于30篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）在新媒体端所投放的宣传内容，整体曝光量不少于500万；（4）制作活动宣传视频不少于5个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
5.1	技术	1. 第十三届“浙江孝贤”选树活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
5.2	技术	2. 投标人针对活动邀请参加专家的经验和专业。（0-3分） 专家的专业性强，经验丰富得3分； 专家的专业性一般，经验一般得2分； 专家的专业性弱，经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	1.0	2.0	1.0

5.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构, 工作经验, 专业性等情况。(投入人员提供近3个月的社保缴纳证明, 未提供不得分)(0-3分) 人员力量及架构科学、合理、专业, 人员分工科学有效、符合实际情况, 经验丰富得3分; 人员力量及架构基本合理, 人员分工明确, 基本符合实际情况, 经验一般得2分; 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确, 经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	1.0	2.0	1.0
5.4	技术	4. 投标人承诺第十三届“浙江孝贤”选树活动宣传量化达到以下要求((1) 浙江省级主流媒体不少于5家, 总篇数不少于60篇; (2) 国家级主流媒体不少于3家, 总篇数不少于3篇; (3) 所有网络媒体平台发布总曝光量不低于500万; (4) 制作新闻宣传视频不少于20个。) 的得1分, 提供承诺函, 否则不得分。(0-1分)	0-1	1.0	1.0	1.0
6.1	技术	1. 投标人针对2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动方案(0-5分) 整体宣传方案内容阐述详尽合理、针对性强, 评估方案明确可行性强得5分; 整体宣传方案内容阐述合理性一般、详尽程度一般、针对性一般, 评估方案可行性一般得3分; 整体宣传方案及评估方案内容阐述有明显缺陷或阐述粗糙简略得1分; 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
6.2	技术	2. 投标人承诺2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动宣传量化达到以下要求((1) 浙江省级主流媒体不少于3家, 总篇数不少于15篇; (2) 国家级主流媒体不少于1家, 总篇数不少于1篇; (3) 制作活动新闻视频不少于2个。) 的得1分, 提供承诺函, 否则不得分。(0-1分)	0-1	1.0	1.0	1.0
7.1	技术	1. 提供的整体宣传策划方案(内容包括但不限于“福彩暖万家”元素、设计“福彩暖万家”Logo、设计“福彩暖万家”形象展板等)创新性、可操作性和详细的计划安排;(0-5分) 方案内容详实, 逻辑缜密, 具有针对性, 可实施性强的得5分; 方案内容较详实, 基本能符合采购需要, 针对性, 可实施性一般的得3分; 方案存在不足的得1分; 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.2	技术	2. 投标人提供的宣传媒体平台名单以及提供宣传平台的宣传能力。(0-5分) 宣传媒体平台名单资源丰富, 宣传能力强得5分; 宣传媒体平台名单资源一般, 宣传能力一般得3分; 宣传媒体平台名单资源及宣传能力不足得1分; 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.3	技术	3. 投标人宣传报道形式(包括但不限于新闻视频、图文、长图、宣传的总篇数等)。(0-4分) 宣传报道形式多样、新颖得4分; 宣传报道形式一般得2分; 宣传报道形式单一得1分; 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	4.0	2.0
7.4	技术	4. 拟投入的宣传团队中, 有宣传相关职称的, 中级职称每位得2分, 副高及以上职称每位得3分, 同一人不重复计分, 本项最高12分;(提供以上人员近3个月的社保缴纳证明和职称证明, 未提供不得分)(0-12分)	0-12	0.0	12.0	0.0
8	技术	活动顺利实施保障措施 方案内容详实, 逻辑缜密, 具有针对性, 可实施性强的得5分; 方案内容较详实, 基本能符合采购需要, 针对性, 可实施性一般的得3分; 方案存在不足的得1分; 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
9	技术	活动期间应急处理方案 方案内容详实, 逻辑缜密, 具有针对性, 可实施性强的得5分; 方案内容较详实, 基本能符合采购需要, 针对性, 可实施性一般的得3分; 方案存在不足的得1分; 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0

10.1	技术	1. 研究方案（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性、创新性、规范且可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性、创新性一般，基本规范，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
10.2	技术	2. 投标人参加研究的专家经验（0-3分） 专家的经验丰富得3分； 专家的经验一般得2分； 专家的经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
11	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施： 对项目实施关键节点把握准确，能够完全掌控进度，计划详细完整，可操作性强得5分； 对项目实施关键节点把握基本准确，基本能够掌控进度，计划基本完整，具备可操作性得3分； 对项目实施关键节点把握不够准确，无法掌控进度，计划简单，可操作性不强得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0
12	技术	针对本项目的其它服务承诺及响应时间	0-1	1.0	1.0	1.0
合计			0-90	44.0	68.0	43.5

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家2）

项目名称： 福彩暖万家——“创新发展·浙里康养”主题公益宣传活动项目（ZJXL-FCZX-202402）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江洁盟广告展览有限公司	浙江老年报报业有 限公司、 浙江浙商 传媒有限公司（联 合体）	杭州梵菩 谷文化有 限公司
1	商务	供应商自2021年3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），时间以合同签订时间为准。）	0-1	1.0	1.0	0.5
2	技术	针对本项目的整体服务方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	5.0	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： 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析合理，解决方案有针对性、可实施性强得5分， 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析基本合理，解决方案具有一定的针对性、可实施性得3分， 投标人针对本项目提出的工作的重点、难点分析不够合理，解决方案存在不足得1分， 未提供方案不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0
4.1	技术	1. 浙江（国际）康养产业博览会活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	4.0	2.0
4.2.1	技术	2.1 针对活动邀请参加的企业数量和知名度（0-2分）	0-2	2.0	2.0	2.0
4.2.2	技术	2.2 针对活动邀请参加专家的经验和专业（0-2分）	0-2	2.0	2.0	2.0
4.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
4.4	技术	4. 投标人承诺2024浙江（国际）康养产业博览会宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于30篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）在新媒体端所投放的宣传内容，整体曝光量不少于500万；（4）制作活动宣传视频不少于5个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
5.1	技术	1. 第十三届“浙江孝贤”选树活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	4.0	2.0

5.2	技术	2. 投标人针对活动邀请参加专家的经验和专业。（0-3分） 专家的专业性强，经验丰富得3分； 专家的专业性一般，经验一般得2分； 专家的专业性弱，经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	3.0	3.0	3.0
5.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	3.0	3.0	2.0
5.4	技术	4. 投标人承诺第十三届“浙江孝贤”选树活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于5家，总篇数不少于60篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）所有网络媒体平台发布总曝光量不低于500万；（4）制作新闻宣传视频不少于20个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
6.1	技术	1. 投标人针对2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动方案（0-5分） 整体宣传方案内容阐述详尽合理、针对性强，评估方案明确可行性强得5分； 整体宣传方案内容阐述合理性一般、详尽程度一般、针对性一般，评估方案可行性一般得3分； 整体宣传方案及评估方案内容阐述有明显缺陷或阐述粗糙简略得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
6.2	技术	2. 投标人承诺2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于15篇；（2）国家级主流媒体不少于1家，总篇数不少于1篇；（3）制作活动新闻视频不少于2个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
7.1	技术	1. 提供的整体宣传策划方案（内容包括但不限于“福彩暖万家”元素、设计“福彩暖万家”Logo、设计“福彩暖万家”形象展板等）创新性、可操作性和详细的计划安排；（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.2	技术	2. 投标人提供的宣传媒体平台名单以及提供宣传平台的宣传能力。（0-5分） 宣传媒体平台名单资源丰富，宣传能力强得5分； 宣传媒体平台名单资源一般，宣传能力一般得3分； 宣传媒体平台名单资源及宣传能力不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.3	技术	3. 投标人宣传报道形式（包括但不限于新闻视频、图文、长图、宣传的总篇数等）。（0-4分） 宣传报道形式多样、新颖得4分； 宣传报道形式一般得2分； 宣传报道形式单一得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	1.0
7.4	技术	4. 拟投入的宣传团队中，有宣传相关职称的，中级职称每位得2分，副高及以上职称每位得3分，同一人不重复计分，本项最高12分；（提供以上人员近3个月的社保缴纳证明和职称证明，未提供不得分）（0-12分）	0-12	0.0	12.0	0.0
8	技术	活动顺利实施保障措施 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	1.0
9	技术	活动期间应急处理方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0

10.1	技术	1. 研究方案（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性、创新性、规范且可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性、创新性一般，基本规范，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
10.2	技术	2. 投标人参加研究的专家经验（0-3分） 专家的经验丰富得3分； 专家的经验一般得2分； 专家的经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	3.0	3.0	2.0
11	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施： 对项目实施关键节点把握准确，能够完全掌控进度，计划详细完整，可操作性强得5分； 对项目实施关键节点把握基本准确，基本能够掌控进度，计划基本完整，具备可操作性得3分； 对项目实施关键节点把握不够准确，无法掌控进度，计划简单，可操作性不强得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	1.0
12	技术	针对本项目的其它服务承诺及响应时间	0-1	1.0	1.0	1.0
合计			0-90	53.0	74.0	45.5

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家3）

项目名称： 福彩暖万家——“创新发展·浙里康养”主题公益宣传活动项目（ZJXL-FCZX-202402）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江洁盟广告展览有限公司	浙江老年报报业集团、浙江浙商传媒有限公司（联合体）	杭州梵菩文化创意有限公司
1	商务	供应商自2021年3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），时间以合同签订时间为准。）	0-1	1.0	1.0	0.5
2	技术	针对本项目的整体服务方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
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： 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析合理，解决方案有针对性、可实施性强得5分， 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析基本合理，解决方案具有一定的针对性、可实施性得3分， 投标人针对本项目提出的工作的重点、难点分析不够合理，解决方案存在不足得1分， 未提供方案不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
4.1	技术	1. 浙江（国际）康养产业博览会活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	1.0	2.0	1.0
4.2.1	技术	2.1 针对活动邀请参加的企业数量和知名度（0-2分）	0-2	2.0	2.0	2.0
4.2.2	技术	2.2 针对活动邀请参加专家的经验和专业（0-2分）	0-2	2.0	2.0	1.0
4.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	1.0	2.0	1.0
4.4	技术	4. 投标人承诺2024浙江（国际）康养产业博览会宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于30篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）在新媒体端所投放的宣传内容，整体曝光量不少于500万；（4）制作活动宣传视频不少于5个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
5.1	技术	1. 第十三届“浙江孝贤”选树活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	1.0	2.0	1.0

5.2	技术	2. 投标人针对活动邀请参加专家的经验和专业。（0-3分） 专家的专业性强，经验丰富得3分； 专家的专业性一般，经验一般得2分； 专家的专业性弱，经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	1.0	2.0	1.0
5.4	技术	4. 投标人承诺第十三届“浙江孝贤”选树活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于5家，总篇数不少于60篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）所有网络媒体平台发布总曝光量不低于500万；（4）制作新闻宣传视频不少于20个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
6.1	技术	1. 投标人针对2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动方案（0-5分） 整体宣传方案内容阐述详尽合理、针对性强，评估方案明确可行性强得5分； 整体宣传方案内容阐述合理性一般、详尽程度一般、针对性一般，评估方案可行性一般得3分； 整体宣传方案及评估方案内容阐述有明显缺陷或阐述粗糙简略得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
6.2	技术	2. 投标人承诺2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于15篇；（2）国家级主流媒体不少于1家，总篇数不少于1篇；（3）制作活动新闻视频不少于2个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
7.1	技术	1. 提供的整体宣传策划方案（内容包括但不限于“福彩暖万家”元素、设计“福彩暖万家”Logo、设计“福彩暖万家”形象展板等）创新性、可操作性和详细的计划安排；（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
7.2	技术	2. 投标人提供的宣传媒体平台名单以及提供宣传平台的宣传能力。（0-5分） 宣传媒体平台名单资源丰富，宣传能力强得5分； 宣传媒体平台名单资源一般，宣传能力一般得3分； 宣传媒体平台名单资源及宣传能力不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.3	技术	3. 投标人宣传报道形式（包括但不限于新闻视频、图文、长图、宣传的总篇数等）。（0-4分） 宣传报道形式多样、新颖得4分； 宣传报道形式一般得2分； 宣传报道形式单一得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	1.0	2.0	1.0
7.4	技术	4. 拟投入的宣传团队中，有宣传相关职称的，中级职称每位得2分，副高及以上职称每位得3分，同一人不重复计分，本项最高12分；（提供以上人员近3个月的社保缴纳证明和职称证明，未提供不得分）（0-12分）	0-12	0.0	12.0	0.0
8	技术	活动顺利实施保障措施 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
9	技术	活动期间应急处理方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0

10.1	技术	1. 研究方案（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性、创新性、规范且可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性、创新性一般，基本规范，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
10.2	技术	2. 投标人参加研究的专家经验（0-3分） 专家的经验丰富得3分； 专家的经验一般得2分； 专家的经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
11	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施： 对项目实施关键节点把握准确，能够完全掌控进度，计划详细完整，可操作性强得5分； 对项目实施关键节点把握基本准确，基本能够掌控进度，计划基本完整，具备可操作性得3分； 对项目实施关键节点把握不够准确，无法掌控进度，计划简单，可操作性不强得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
12	技术	针对本项目的其它服务承诺及响应时间	0-1	0.5	0.5	0.5
合计			0-90	38.5	61.5	37.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家4）

项目名称： 福彩暖万家——“创新发展·浙里康养”主题公益宣传活动项目（ZJXL-FCZX-202402）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江洁盟广告展览有限公司	浙江老年报报业集团、浙江浙商传媒有限公司（联合体）	杭州梵菩文化创意有限公司
1	商务	供应商自2021年3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），时间以合同签订时间为准。）	0-1	1.0	1.0	0.5
2	技术	针对本项目的整体服务方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	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： 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析合理，解决方案有针对性、可实施性强得5分， 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析基本合理，解决方案具有一定的针对性、可实施性得3分， 投标人针对本项目提出的工作的重点、难点分析不够合理，解决方案存在不足得1分， 未提供方案不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
4.1	技术	1. 浙江（国际）康养产业博览会活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
4.2.1	技术	2.1 针对活动邀请参加的企业数量和知名度（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.2.2	技术	2.2 针对活动邀请参加专家的经验和专业（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
4.4	技术	4. 投标人承诺2024浙江（国际）康养产业博览会宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于30篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）在新媒体端所投放的宣传内容，整体曝光量不少于500万；（4）制作活动宣传视频不少于5个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
5.1	技术	1. 第十三届“浙江孝贤”选树活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	4.0	2.0

5.2	技术	2. 投标人针对活动邀请参加专家的经验和专业。（0-3分） 专家的专业性强，经验丰富得3分； 专家的专业性一般，经验一般得2分； 专家的专业性弱，经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
5.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	3.0	2.0
5.4	技术	4. 投标人承诺第十三届“浙江孝贤”选树活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于5家，总篇数不少于60篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）所有网络媒体平台发布总曝光量不低于500万；（4）制作新闻宣传视频不少于20个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
6.1	技术	1. 投标人针对2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动方案（0-5分） 整体宣传方案内容阐述详尽合理、针对性强，评估方案明确可行性强得5分； 整体宣传方案内容阐述合理性一般、详尽程度一般、针对性一般，评估方案可行性一般得3分； 整体宣传方案及评估方案内容阐述有明显缺陷或阐述粗糙简略得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0
6.2	技术	2. 投标人承诺2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于15篇；（2）国家级主流媒体不少于1家，总篇数不少于1篇；（3）制作活动新闻视频不少于2个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
7.1	技术	1. 提供的整体宣传策划方案（内容包括但不限于“福彩暖万家”元素、设计“福彩暖万家”Logo、设计“福彩暖万家”形象展板等）创新性、可操作性和详细的计划安排；（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0
7.2	技术	2. 投标人提供的宣传媒体平台名单以及提供宣传平台的宣传能力。（0-5分） 宣传媒体平台名单资源丰富，宣传能力强得5分； 宣传媒体平台名单资源一般，宣传能力一般得3分； 宣传媒体平台名单资源及宣传能力不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	1.0	3.0	1.0
7.3	技术	3. 投标人宣传报道形式（包括但不限于新闻视频、图文、长图、宣传的总篇数等）。（0-4分） 宣传报道形式多样、新颖得4分； 宣传报道形式一般得2分； 宣传报道形式单一得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	4. 拟投入的宣传团队中，有宣传相关职称的，中级职称每位得2分，副高及以上职称每位得3分，同一人不重复计分，本项最高12分；（提供以上人员近3个月的社保缴纳证明和职称证明，未提供不得分）（0-12分）	0-12	0.0	12.0	0.0
8	技术	活动顺利实施保障措施 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0
9	技术	活动期间应急处理方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	5.0	3.0

10.1	技术	1. 研究方案（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性、创新性、规范且可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性、创新性一般，基本规范，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
10.2	技术	2. 投标人参加研究的专家经验（0-3分） 专家的经验丰富得3分； 专家的经验一般得2分； 专家的经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
11	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施： 对项目实施关键节点把握准确，能够完全掌控进度，计划详细完整，可操作性强得5分； 对项目实施关键节点把握基本准确，基本能够掌控进度，计划基本完整，具备可操作性得3分； 对项目实施关键节点把握不够准确，无法掌控进度，计划简单，可操作性不强得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
12	技术	针对本项目的其它服务承诺及响应时间	0-1	1.0	1.0	1.0
合计			0-90	44.0	75.0	43.5

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家5）

项目名称： 福彩暖万家——“创新发展·浙里康养”主题公益宣传活动项目（ZJXL-FCZX-202402）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	浙江洁盟广告展览有限公司	浙江老年报报业有 限公司、 浙江浙商 传媒有限公司（联 合体）	杭州梵菩 创意有限 公司
1	商务	供应商自2021年3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），时间以合同签订时间为准。）	0-1	1.0	1.0	0.5
2	技术	针对本项目的整体服务方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	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： 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析合理，解决方案有针对性、可实施性强得5分， 投标人针对本项目提出的工作重点、难点分析基本合理，解决方案具有一定的针对性、可实施性得3分， 投标人针对本项目提出的工作的重点、难点分析不够合理，解决方案存在不足得1分， 未提供方案不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 浙江（国际）康养产业博览会活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
4.2.1	技术	2.1 针对活动邀请参加的企业数量和知名度（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.2.2	技术	2.2 针对活动邀请参加专家的经验和专业（0-2分）	0-2	1.0	2.0	1.0
4.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	3.0	1.0
4.4	技术	4. 投标人承诺2024浙江（国际）康养产业博览会宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于30篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）在新媒体端所投放的宣传内容，整体曝光量不少于500万；（4）制作活动宣传视频不少于5个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
5.1	技术	1. 第十三届“浙江孝贤”选树活动方案和详细流程方案（0-4分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得4分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得2分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	4.0	4.0	4.0

5.2	技术	2. 投标人针对活动邀请参加专家的经验和专业。（0-3分） 专家的专业性强，经验丰富得3分； 专家的专业性一般，经验一般得2分； 专家的专业性弱，经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.3	技术	3. 活动拟投入人员组织结构，工作经验，专业性等情况。（投入人员提供近3个月的社保缴纳证明，未提供不得分）（0-3分） 人员力量及架构科学、合理、专业，人员分工科学有效、符合实际情况，经验丰富得3分； 人员力量及架构基本合理，人员分工明确，基本符合实际情况，经验一般得2分； 人员力量薄弱、架构简单、人员分工不明确，经验不足得1分。 未提供任何内容不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
5.4	技术	4. 投标人承诺第十三届“浙江孝贤”选树活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于5家，总篇数不少于60篇；（2）国家级主流媒体不少于3家，总篇数不少于3篇；（3）所有网络媒体平台发布总曝光量不低于500万；（4）制作新闻宣传视频不少于20个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
6.1	技术	1. 投标人针对2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动方案（0-5分） 整体宣传方案内容阐述详尽合理、针对性强，评估方案明确可行性强得5分； 整体宣传方案内容阐述合理性一般、详尽程度一般、针对性一般，评估方案可行性一般得3分； 整体宣传方案及评估方案内容阐述有明显缺陷或阐述粗糙简略得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
6.2	技术	2. 投标人承诺2024年“讲家风故事·行重阳孝礼”主题创作征集活动宣传量化达到以下要求（（1）浙江省级主流媒体不少于3家，总篇数不少于15篇；（2）国家级主流媒体不少于1家，总篇数不少于1篇；（3）制作活动新闻视频不少于2个。）的得1分，提供承诺函，否则不得分。（0-1分）	0-1	1.0	1.0	1.0
7.1	技术	1. 提供的整体宣传策划方案（内容包括但不限于“福彩暖万家”元素、设计“福彩暖万家”Logo、设计“福彩暖万家”形象展板等）创新性、可操作性和详细的计划安排；（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.2	技术	2. 投标人提供的宣传媒体平台名单以及提供宣传平台的宣传能力。（0-5分） 宣传媒体平台名单资源丰富，宣传能力强得5分； 宣传媒体平台名单资源一般，宣传能力一般得3分； 宣传媒体平台名单资源及宣传能力不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
7.3	技术	3. 投标人宣传报道形式（包括但不限于新闻视频、图文、长图、宣传的总篇数等）。（0-4分） 宣传报道形式多样、新颖得4分； 宣传报道形式一般得2分； 宣传报道形式单一得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
7.4	技术	4. 拟投入的宣传团队中，有宣传相关职称的，中级职称每位得2分，副高及以上职称每位得3分，同一人不重复计分，本项最高12分；（提供以上人员近3个月的社保缴纳证明和职称证明，未提供不得分）（0-12分）	0-12	0.0	12.0	0.0
8	技术	活动顺利实施保障措施 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
9	技术	活动期间应急处理方案 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0

10.1	技术	1. 研究方案（0-5分） 方案内容详实，逻辑缜密，具有针对性、创新性、规范且可实施性强的得5分； 方案内容较详实，基本能符合采购需要，针对性、创新性一般，基本规范，可实施性一般的得3分； 方案存在不足的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
10.2	技术	2. 投标人参加研究的专家经验（0-3分） 专家的经验丰富得3分； 专家的经验一般得2分； 专家的经验不足得1分； 未提供相关描述不得分。	0-3	3.0	3.0	3.0
11	技术	项目实施进度计划、关键节点安排及进度保障措施： 对项目实施关键节点把握准确，能够完全掌控进度，计划详细完整，可操作性强得5分； 对项目实施关键节点把握基本准确，基本能够掌控进度，计划基本完整，具备可操作性得3分； 对项目实施关键节点把握不够准确，无法掌控进度，计划简单，可操作性不强得1分； 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
12	技术	针对本项目的其它服务承诺及响应时间	0-1	1.0	1.0	1.0
合计			0-90	51.0	66.0	49.5

专家（签名）：