

技术商务资信评分明细（专家1）

项目名称：“瓯越鲜风”品牌运营管理服务(重)（WZHX2022-06-146）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 温州瓯惠商业服务有限公司 | 温州莱篮子集团有限公司 | 浙江广印展文化有限公司 |
|-------|------|--|------|--------------|-------------|-------------|
| 1.1 | 商务资信 | 评委对投标人的实力综合评价评价；（与项目相关的企业资质、质量认证、获奖荣誉等情况） | 0-3 | 1 | 3 | 2 |
| 1.2 | 商务资信 | 销售渠道 1、农贸市场（3年及以上）经营家数3家得4分，多一家加1分，最高得8分。提供证明材料。 2、为中石油连锁便利店渠道供应商得3分，为中石化连锁便利店渠道供应商得3分。（提供证明材料或承诺函） 3、其他有利于项目的销售渠道（提供证明材料）0-5分 | 0-19 | 6 | 19 | 5 |
| 2.1 | 商务资信 | 现状分析：评委根据投标人针对本项目实施区域的熟悉程度及针对该项目的难点、服务实施建议进行横向比较打分。 | 0-3 | 1 | 2.5 | 1 |
| 2.2.1 | 商务资信 | 实施进度表各项工作安排合理性 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 2.2.2 | 商务资信 | 总体阐述思路清晰，对招标文件中的绩效目标有针对性举措及具体工作计划 1、线上平台设立及销售：（1）主流线上平台设立情况0-2分；（2）承诺销售额满足或超采购要求0-2分； 2、线下详细安排： （1）产品培育流程0-3分； （2）线下门店服务、活动：进市机关单位、进景区、进社区及企事业单位、大型展会的安排情况，每项0-3分； （3）宣传工作0-7分（其中承诺该品牌产品进入省、市级会议宣传，得5分；其他宣传0-2分）。 | 0-26 | 11 | 21 | 10 |
| 2.3.1 | 商务资信 | 1、与项目相关科研机构或高等院校研究合作的得5分。提供证明材料。 2、与农产品基地达成农产品供应合作（半年以上）得5分。提供证明材料 | 0-10 | 0 | 10 | 0 |
| 2.3.2 | 商务资信 | 配套设施：1、就近地区1000平方米仓储得2分，加500平方米加1分，最高得5分；就近地区冷库面积1000平方米得2分，加500平方米加1分，最高5分；就近地区500平方米及以上展示展销及办公场所得2分，加100平方米加1分，最高5分。（提供证明材料或承诺函） 2、（1）具备物流及冷链配送能力得4分（提供自有证明材料或与第三方配送公司合作协议）（2）车辆、驾驶员配备情况0-3分 | 0-22 | 6 | 21 | 6 |
| 2.4 | 商务资信 | 投标人常驻本地项目服务的人员配备情况 供应商拥有相关专业资质证书人员数及经验。提供证明资料 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 商务资信 | 品牌运营经验表 投标供应商提供2019年1月1日起签订品牌运营的经验、（提供1个业绩得1分）。须提供合同复印件，否则不得分。 | 0-1 | 0 | 1 | 0 |
| 合计 | | | 0-90 | 27 | 81.5 | 26 |

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家2）

项目名称：“瓯越鲜风”品牌运营管理服务(重)（WZHX2022-06-146）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 温州瓯惠商业服务有限公司 | 温州菜篮子集团有限公司 | 浙江广印展文化发展有限公司 |
|-------|------|--|------|--------------|-------------|---------------|
| 1.1 | 商务资信 | 评委对投标人的实力综合评价评价；（与项目相关的企业资质、质量认证、获奖荣誉等情况） | 0-3 | 1 | 2.8 | 1.5 |
| 1.2 | 商务资信 | 销售渠道 1、农贸市场（3年及以上）经营家数3家得4分，多一家加1分，最高得8分。提供证明材料。 2、为中石油连锁便利店渠道供应商得3分，为中石化连锁便利店渠道供应商得3分。（提供证明材料或承诺函） 3、其他有利于项目的销售渠道（提供证明材料）0-5分 | 0-19 | 6 | 19 | 5 |
| 2.1 | 商务资信 | 现状分析：评委根据投标人针对本项目实施区域的熟悉程度及针对该项目的难点、服务实施建议进行横向比较打分。 | 0-3 | 1 | 2.5 | 1 |
| 2.2.1 | 商务资信 | 实施进度表各项工作安排合理性 | 0-3 | 0.5 | 2.5 | 0.5 |
| 2.2.2 | 商务资信 | 总体阐述思路清晰，对招标文件中的绩效目标有针对性举措及具体工作计划 1、线上平台设立及销售：（1）主流线上平台设立情况0-2分；（2）承诺销售额满足或超采购要求0-2分； 2、线下详细安排： （1）产品培育流程0-3分； （2）线下门店服务、活动：进市机关单位、进景区、进社区及企事业单位、大型展会的安排情况，每项0-3分； （3）宣传工作0-7分（其中承诺该品牌产品进入省、市级会议宣传，得5分；其他宣传0-2分）。 | 0-26 | 11 | 22 | 12 |
| 2.3.1 | 商务资信 | 1、与项目相关科研机构或高等院校研究合作的得5分。提供证明材料。 2、与农产品基地达成农产品供应合作（半年以上）得5分。提供证明材料 | 0-10 | 0 | 10 | 0 |
| 2.3.2 | 商务资信 | 配套设施：1、就近地区1000平方米仓储得2分，加500平方米加1分，最高得5分；就近地区冷库面积1000平方米得2分，加500平方米加1分，最高5分；就近地区500平方米及以上展示展销及办公场所得2分，加100平方米加1分，最高5分。（提供证明材料或承诺函） 2、（1）具备物流及冷链配送能力得4分（提供自有证明材料或与第三方配送公司合作协议）（2）车辆、驾驶员配备情况0-3分 | 0-22 | 6 | 21 | 6 |
| 2.4 | 商务资信 | 投标人常驻本地项目服务的人员配备情况 供应商拥有相关专业技术资格证书人员数及经验。提供证明资料 | 0-3 | 1 | 2.5 | 1 |
| 3 | 商务资信 | 品牌运营经验表 投标供应商提供2019年1月1日起签订品牌运营的经验、（提供1个业绩得1分）。须提供合同复印件，否则不得分。 | 0-1 | 0 | 1 | 0 |
| 合计 | | | 0-90 | 26.5 | 83.3 | 27 |

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家3）

项目名称：“瓯越鲜风”品牌运营管理服务(重)（WZHX2022-06-146）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 温州瓯惠商业服务有限公司 | 温州菜篮子集团有限公司 | 浙江广印展文化发展有限公司 |
|-------|------|--|------|--------------|-------------|---------------|
| 1.1 | 商务资信 | 评委对投标人的实力综合评价评价；（与项目相关的企业资质、质量认证、获奖荣誉等情况） | 0-3 | 1 | 2.5 | 2 |
| 1.2 | 商务资信 | 销售渠道 1、农贸市场（3年及以上）经营家数3家得4分，多一家加1分，最高得8分。提供证明材料。 2、为中石油连锁便利店渠道供应商得3分，为中石化连锁便利店渠道供应商得3分。（提供证明材料或承诺函） 3、其他有利于项目的销售渠道（提供证明材料）0-5分 | 0-19 | 6 | 19 | 5 |
| 2.1 | 商务资信 | 现状分析：评委根据投标人针对本项目实施区域的熟悉程度及针对该项目的难点、服务实施建议进行横向比较打分。 | 0-3 | 2 | 2 | 2 |
| 2.2.1 | 商务资信 | 实施进度表各项工作安排合理性 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 2.2.2 | 商务资信 | 总体阐述思路清晰，对招标文件中的绩效目标有针对性举措及具体工作计划 1、线上平台设立及销售：（1）主流线上平台设立情况0-2分；（2）承诺销售额满足或超采购要求0-2分； 2、线下详细安排： （1）产品培育流程0-3分； （2）线下门店服务、活动：进市机关单位、进景区、进社区及企事业单位、大型展会的安排情况，每项0-3分； （3）宣传工作0-7分（其中承诺该品牌产品进入省、市级会议宣传，得5分；其他宣传0-2分）。 | 0-26 | 12 | 22 | 11 |
| 2.3.1 | 商务资信 | 1、与项目相关科研机构或高等院校研究合作的得5分。提供证明材料。 2、与农产品基地达成农产品供应合作（半年以上）得5分。提供证明材料 | 0-10 | 0 | 10 | 0 |
| 2.3.2 | 商务资信 | 配套设施：1、就近地区1000平方米仓储得2分，加500平方米加1分，最高得5分；就近地区冷库面积1000平方米得2分，加500平方米加1分，最高5分；就近地区500平方米及以上展示展销及办公场所得2分，加100平方米加1分，最高5分。（提供证明材料或承诺函） 2、（1）具备物流及冷链配送能力得4分（提供自有证明材料或与第三方配送公司合作协议）（2）车辆、驾驶员配备情况0-3分 | 0-22 | 9 | 21 | 8 |
| 2.4 | 商务资信 | 投标人常驻本地项目服务的人员配备情况 供应商拥有相关专业技术资格证书人员数及经验。提供证明资料 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 商务资信 | 品牌运营经验表 投标供应商提供2019年1月1日起签订品牌运营的经验、（提供1个业绩得1分）。须提供合同复印件，否则不得分。 | 0-1 | 0 | 1 | 0 |
| 合计 | | | 0-90 | 32 | 81.5 | 30 |

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家4）

项目名称：“瓯越鲜风”品牌运营管理服务(重)（WZHX2022-06-146）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 温州瓯惠商业服务有限公司 | 温州菜篮子集团有限公司 | 浙江广印展文化发展有限公司 |
|-------|------|--|------|--------------|-------------|---------------|
| 1.1 | 商务资信 | 评委对投标人的实力综合评价评价；（与项目相关的企业资质、质量认证、获奖荣誉等情况） | 0-3 | 1 | 2.5 | 2 |
| 1.2 | 商务资信 | 销售渠道 1、农贸市场（3年及以上）经营家数3家得4分，多一家加1分，最高得8分。提供证明材料。 2、为中石油连锁便利店渠道供应商得3分，为中石化连锁便利店渠道供应商得3分。（提供证明材料或承诺函） 3、其他有利于项目的销售渠道（提供证明材料）0-5分 | 0-19 | 6 | 19 | 5 |
| 2.1 | 商务资信 | 现状分析：评委根据投标人针对本项目实施区域的熟悉程度及针对该项目的难点、服务实施建议进行横向比较打分。 | 0-3 | 1.5 | 2.5 | 2 |
| 2.2.1 | 商务资信 | 实施进度表各项工作安排合理性 | 0-3 | 1.5 | 2.5 | 2 |
| 2.2.2 | 商务资信 | 总体阐述思路清晰，对招标文件中的绩效目标有针对性举措及具体工作计划 1、线上平台设立及销售：（1）主流线上平台设立情况0-2分；（2）承诺销售额满足或超采购要求0-2分； 2、线下详细安排： （1）产品培育流程0-3分； （2）线下门店服务、活动：进市机关单位、进景区、进社区及企事业单位、大型展会的安排情况，每项0-3分； （3）宣传工作0-7分（其中承诺该品牌产品进入省、市级会议宣传，得5分；其他宣传0-2分）。 | 0-26 | 10 | 19 | 12 |
| 2.3.1 | 商务资信 | 1、与项目相关科研机构或高等院校研究合作的得5分。提供证明材料。 2、与农产品基地达成农产品供应合作（半年以上）得5分。提供证明材料 | 0-10 | 0 | 10 | 0 |
| 2.3.2 | 商务资信 | 配套设施：1、就近地区1000平方米仓储得2分，加500平方米加1分，最高得5分；就近地区冷库面积1000平方米得2分，加500平方米加1分，最高5分；就近地区500平方米及以上展示展销及办公场所得2分，加100平方米加1分，最高5分。（提供证明材料或承诺函） 2、（1）具备物流及冷链配送能力得4分（提供自有证明材料或与第三方配送公司合作协议）（2）车辆、驾驶员配备情况0-3分 | 0-22 | 6 | 21 | 6 |
| 2.4 | 商务资信 | 投标人常驻本地项目服务的人员配备情况 供应商拥有相关专业资格证书人员数及经验。提供证明资料 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 商务资信 | 品牌运营经验表 投标供应商提供2019年1月1日起签订品牌运营的经验、（提供1个业绩得1分）。须提供合同复印件，否则不得分。 | 0-1 | 0 | 1 | 0 |
| 合计 | | | 0-90 | 27 | 79.5 | 30 |

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家5）

项目名称：“瓯越鲜风”品牌运营管理服务(重)（WZHX2022-06-146）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 温州瓯惠商业服务有限公司 | 温州菜篮子集团有限公司 | 浙江广印展文化发展有限公司 |
|-------|------|--|------|--------------|-------------|---------------|
| 1.1 | 商务资信 | 评委对投标人的实力综合评价评价；（与项目相关的企业资质、质量认证、获奖荣誉等情况） | 0-3 | 1 | 2.5 | 2 |
| 1.2 | 商务资信 | 销售渠道 1、农贸市场（3年及以上）经营家数3家得4分，多一家加1分，最高得8分。提供证明材料。 2、为中石油连锁便利店渠道供应商得3分，为中石化连锁便利店渠道供应商得3分。（提供证明材料或承诺函） 3、其他有利于项目的销售渠道（提供证明材料）0-5分 | 0-19 | 6 | 16 | 5 |
| 2.1 | 商务资信 | 现状分析：评委根据投标人针对本项目实施区域的熟悉程度及针对该项目的难点、服务实施建议进行横向比较打分。 | 0-3 | 1.5 | 2.5 | 2 |
| 2.2.1 | 商务资信 | 实施进度表各项工作安排合理性 | 0-3 | 1.5 | 2.5 | 2 |
| 2.2.2 | 商务资信 | 总体阐述思路清晰，对招标文件中的绩效目标有针对性举措及具体工作计划 1、线上平台设立及销售：（1）主流线上平台设立情况0-2分；（2）承诺销售额满足或超采购要求0-2分； 2、线下详细安排： （1）产品培育流程0-3分； （2）线下门店服务、活动：进市机关单位、进景区、进社区及企事业单位、大型展会的安排情况，每项0-3分； （3）宣传工作0-7分（其中承诺该品牌产品进入省、市级会议宣传，得5分；其他宣传0-2分）。 | 0-26 | 10 | 22 | 11 |
| 2.3.1 | 商务资信 | 1、与项目相关科研机构或高等院校研究合作的得5分。提供证明材料。 2、与农产品基地达成农产品供应合作（半年以上）得5分。提供证明材料 | 0-10 | 0 | 10 | 0 |
| 2.3.2 | 商务资信 | 配套设施：1、就近地区1000平方米仓储得2分，加500平方米加1分，最高得5分；就近地区冷库面积1000平方米得2分，加500平方米加1分，最高5分；就近地区500平方米及以上展示展销及办公场所得2分，加100平方米加1分，最高5分。（提供证明材料或承诺函） 2、（1）具备物流及冷链配送能力得4分（提供自有证明材料或与第三方配送公司合作协议）（2）车辆、驾驶员配备情况0-3分 | 0-22 | 6 | 21 | 6 |
| 2.4 | 商务资信 | 投标人常驻本地项目服务的人员配备情况 供应商拥有相关专业技术资格证书人员数及经验。提供证明资料 | 0-3 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 商务资信 | 品牌运营经验表 投标供应商提供2019年1月1日起签订品牌运营的经验、（提供1个业绩得1分）。须提供合同复印件，否则不得分。 | 0-1 | 0 | 1 | 0 |
| 合计 | | | 0-90 | 27 | 79.5 | 29 |

专家（签名）：