

## 技术商务资信评分明细（专家1）

项目名称：南浔城市形象高铁列车冠名宣传项目（ZJMY(采)2022017）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	上海文爵文化传播有限公司	华铁传媒集团有限公司	成都伟翼文化传媒有限公司
1.1	技术	项目实施方案：根据供应商针对本项目的广告投放方案进行评分：充分了解“水晶晶南浔”旅游品牌现状，设计方案符合对外宣传定位和思考，主体设计明确、构思理念新颖，主题特色鲜明、展示内容把握到位、表现充分、重点突出、方案紧扣“水晶晶南浔”旅游品牌特点。阐述分析细致全面的得4-5分；对项目方案主题需求有一定把握，各项方案设计配置较为合理的得2-3分；对项目需求把握一般，方案设计不完整，配置不合理得0-1分。（0-5分）	0-5	3	4	3
1.2	技术	项目实施方案：项目内容效果图：至少出三张景观效果图。是否符合项目需求，突出主题，构思新颖，造型合理，以及是否具有落地实施性、合理性、可行性进行综合评分。效果图展示符合项目需求、科学可行、落地实施性强的得4-5分；效果图展示基本符合项目需求但实际落地性实施条件一般的得2-3分；效果图存在明显缺陷或不合理的得0-1分。（0-5分）	0-5	3	4	3
1.3	技术	项目质量保证措施：根据供应商提供的针对本项目情况采取质量控制方法及措施的有效性、合理性、科学性进行综合打分。方案安排主次分明、措施全面的得4-5分；方案和措施结合本项目的招标需求切实可行的得2-3分；方案和措施存在明显的漏洞的得0-1分，不提供不得分。（0-5分）	0-5	3	3.5	2.5
1.4	技术	项目进度控制措施：根据供应商针对本项目实际需要的项目服务节点进度和周期计划、提供准确的进度分析报告、进度控制建议和分项进度计划表及网络图等综合打分。进度措施安排主次分明、合理，措施全面、严密、符合项目实际要求、有计划图且能直观体现项目工序安排的得4-5分；进度安排不清晰，措施不全面、不合理处每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	3	4	3
1.5	技术	内部规章制度：供应商内部规章制度（包括但不限于内部管理制度、质量监督管理制度、内部岗位责任制度、管理运作制度、人员管理、考核制度等）要求符合规范，体现高标准、科学合理、详细完善等情况综合考虑，酌情打分。规章制度科学、合理、具有操作性的得4-5分，欠缺或不合理的，每处扣1-2分，扣完为止。不提供不得分。（0-5分）	0-5	3	2	2.5
1.6	技术	关键点的特殊控制方案：根据供应商提供的针对本项目情况找准关键点、并提出切实可行的特殊控制措施的科学性、有效性、可行性、合理性综合评分。提出的技术难点及解决方案贴近于本项目的得4-5分、提出难点但解决方案无法满足要求的得扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	3	4	3
1.7	技术	体现专业化程度：根据投标人提供的专业化程度进行综合打分：方案实施过程有很高的专业性体现，能体现专业能力、关键技术和创新性，能有效回应国家、省、市、区有关规范性文件的要求，使用相关专业技术力量提供有效服务；方案欠缺专业性或不符合项目需求的每项扣0.5-1分。（0-5分）	0-5	3	3.5	2
1.8	技术	应急预案：供应商具有明确的应急预案，合理规范针对性强，有切实可行的应措施的得4-5分，包含但不限于突发事件、后勤保障、宣传推广、设计制作等工作中可能遇到的突发性情况所制定的应急预案，应急预案有缺陷或表述与本项目需求不符的每项扣0.5-1分。扣完为止。（0-5分）	0-5	3	3.5	3
1.9	技术	合理化建议：根据供应商提供的针对本项目的理解，结合自身专业优势，提出针对本项目的开展实施过程中的合理化建议，根据其提出的建议的可行性、有效性等方面进行综合打分，贴近采购人需求，有利于项目进展的得4-5分，合理化建议存在明显缺陷或漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止，不提供不得分。（0-5分）	0-5	2	3.5	3
1.10	技术	与采购单位的配合：针对本项目与采购单位有完整科学合理有效的配合方案。欠缺或不合理的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分）	0-4	2	3	2
2.1	商务资信	投标人业绩：投标人提供自2019年1月1日（以签订时间为准）至今同类项目业绩（高铁列车广告），每提供一个得0.5分，最高得1分。 注：提供合同原件扫描件加盖公章，不提供不得分。	0-1	1	1	1

2.2	商务资信	企业综合实力：供应商具有有效期内铁路局授权的京沪杭高速铁路沿线及长三角地区高铁列车平面广告媒体资源的，每提供一个得1分，最高得6分。 注：提供相关证明文件或广告代理证明（证明中需包含但不限于代理范围、代理有效期等信息，授权时间须能覆盖项目执行时间），不提供不得分。	0-6	0	6	0
2.3	商务资信	人员配备：1、供应商承诺拟投入本项目广告设计师人员至少达到2人，且具有本科及以上学历，每提供1人得2分，最高得6分。 2、根据采购人对人员的需求，对供应商拟投入本项目人员的人力资源安排、职责岗位分工进行评审：团队架构完善、安排合理、职责分工明确的得3-5分；缺项或者内容表述不清楚得1-2分。（0-5分） 注：提供人员配备表、相关证书及三个月中任意一个月社保证明并加盖公章，不提供不得分。	0-11	0	10	0
2.4	商务资信	资源情况：1、响应招标文件要求广告资源的单列车A、B运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）得12分； 2、低于招标文件要求广告资源的单列车A、B运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）的给予逐项适当减分，每少于一项扣1分；扣完为止。 注：提供的单列车广告媒体资源需要在同一动车所内，并提供单列车的所有运行车次及经停站点证明材料扫描件，具体以12306查询车次截图为准，不提供不得分。	0-12	3	12	2
2.5	商务资信	售后服务承诺：1、针对本项目的售后服务方案（包括但不限于服务内容、服务人员安排、服务响应方式、其他承诺等）：根据供应商提供的方案能否满足采购需求，由评审小组综合评分，方案存在明显漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分） 2、响应时间：接到采购人故障通知（电话、电传等）后响应招标文件2小时到达现场的不得分，每减少0.5小时加1分，最高得2分。（0-2分） 注：提供承诺书加盖公章，不提供不得分。	0-6	6	6	6
合计			0-85	38	70	36

专家（签名）：

## 技术商务资信评分明细（专家2）

项目名称：南浔城市形象高铁列车冠名宣传项目（ZJMY(采)2022017）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	上海文爵文化传播有限公司	华铁传媒集团有限公司	成都伟翼文化传播有限公司
1.1	技术	项目实施方案：根据供应商针对本项目的广告投放方案进行评分：充分了解“水晶晶南浔”旅游品牌现状，设计方案符合对外宣传定位和思考，主体设计明确、构思理念新颖，主题特色鲜明、展示内容把握到位、表现充分、重点突出、方案紧扣“水晶晶南浔”旅游品牌特点。阐述分析细致全面的得4-5分；对项目方案主题需求有一定把握，各项方案设计配置较为合理的得2-3分；对项目需求把握一般，方案设计不完整，配置不合理得0-1分。（0-5分）	0-5	3	5	3
1.2	技术	项目实施方案：项目内容效果图：至少出三张景观效果图。是否符合项目需求，突出主题，构思新颖，造型合理，以及是否具有落地实施性、合理性、可行性进行综合评分。效果图展示符合项目需求、科学可行、落地实施性强的得4-5分；效果图展示基本符合项目需求但实际落地性实施条件一般的得2-3分；效果图存在明显缺陷或不合理的得0-1分。（0-5分）	0-5	3.5	4.5	4
1.3	技术	项目质量保证措施：根据供应商提供的针对本项目情况采取质量控制方法及措施的有效性、合理性、科学性进行综合打分。方案安排主次分明、措施全面的得4-5分；方案和措施结合本项目的招标需求切实可行的得2-3分；方案和措施存在明显的漏洞的得0-1分，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	5	5
1.4	技术	项目进度控制措施：根据供应商针对本项目实际需要的项目服务节点进度和周期计划、提供准确的进度分析报告、进度控制建议和分项进度计划表及网络图等综合打分。进度措施安排主次分明、合理，措施全面、严密、符合项目实际要求、有计划图且能直观体现项目工序安排的得4-5分；进度安排不清晰，措施不全面、不合理处每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4	4.5	4
1.5	技术	内部规章制度：供应商内部规章制度（包括但不限于内部管理制度、质量监督管理制度、内部岗位责任制度、管理运作制度、人员管理、考核制度等）要求符合规范，体现高标准、科学合理、详细完善等情况综合考虑，酌情打分。规章制度科学、合理、具有操作性的得4-5分，欠缺或不合理的，每处扣1-2分，扣完为止。不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	3	4
1.6	技术	关键点的特殊控制方案：根据供应商提供的针对本项目情况找准关键点、并提出切实可行的特殊控制措施的科学性、有效性、可行性、合理性综合评分。提出的技术难点及解决方案贴近于本项目的得4-5分、提出难点但解决方案无法满足要求的得扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	3.5	4.5	4
1.7	技术	体现专业化程度：根据投标人提供的专业化程度进行综合打分：方案实施过程有很高的专业性体现，能体现专业能力、关键技术和创新性，能有效回应国家、省、市、区有关规范性文件的要求，使用相关专业技术力量提供有效服务；方案欠缺专业性或不符项目需求的每项扣0.5-1分。（0-5分）	0-5	4	5	3.5
1.8	技术	应急预案：供应商具有明确的应急预案，合理规范针对性强，有切实可行的应措施的得4-5分，包含但不限于突发事件、后勤保障、宣传推广、设计制作等工作中可能遇到的突发性情况所制定的应急预案，应急预案有缺陷或表述与本项目需求不符的每项扣0.5-1分。扣完为止。（0-5分）	0-5	4	4.5	4
1.9	技术	合理化建议：根据供应商提供的对本项目的理解，结合自身专业优势，提出针对本项目的开展实施过程中的合理化建议，根据其提出的建议的可行性、有效性等方面进行综合打分，贴近采购人需求，有利于项目进展的得4-5分，合理化建议存在明显缺陷或漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	4	4
1.10	技术	与采购单位的配合：针对本项目与采购单位有完整科学合理有效的配合方案。欠缺或不合理的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分）	0-4	4	4	4

2.1	商务 资信	投标人业绩：投标人提供自 <b>2019年1月1日</b> （以签订时间为准）至今同类项目业绩（高铁列车广告），每提供一个得 <b>0.5分</b> ，最高得 <b>1分</b> 。 注：提供合同原件扫描件加盖公章，不提供不得分。	0-1	1	1	1
2.2	商务 资信	企业综合实力：供应商具有有效期内铁路局授权的京沪杭高速铁路沿线及长三角地区高铁列车平面广告媒体资源的，每提供一个得 <b>1分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 注：提供相关证明文件或广告代理证明（证明中需包含但不限于代理范围、代理有效期等信息，授权时间须能覆盖项目执行时间），不提供不得分。	0-6	0	6	0
2.3	商务 资信	人员配备： <b>1</b> 、供应商承诺拟投入本项目广告设计师人员至少达到 <b>2人</b> ，且具有本科及以上学历，每提供 <b>1人</b> 得 <b>2分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 <b>2</b> 、根据采购人对人员的需求，对供应商拟投入本项目人员的人力资源安排、职责岗位分工进行评审：团队架构完善、安排合理、职责分工明确的得 <b>3-5分</b> ；缺项或者内容表述不清楚得 <b>1-2分</b> 。（ <b>0-5分</b> ） 注：提供人员配备表、相关证书及三个月中任意一个月社保证明并加盖公章，不提供不得分。	0-11	0	10	0
2.4	商务 资信	资源情况： <b>1</b> 、响应招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）得 <b>12分</b> ； <b>2</b> 、低于招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）的给予逐项适当减分，每少于一项扣 <b>1分</b> ；扣完为止。 注：提供的单列车广告媒体资源需要在同一动车所内，并提供单列车的所有运行车次及经停站点证明材料扫描件，具体以 <b>12306</b> 查询车次截图为准，不提供不得分。	0-12	3	12	2
2.5	商务 资信	售后服务承诺： <b>1</b> 、针对本项目的售后服务方案（包括但不限于服务内容、服务人员安排、服务响应方式、其他承诺等）：根据供应商提供的方案能否满足采购需求，由评审小组综合评分，方案存在明显漏洞的每项扣 <b>0.5-1分</b> ，扣完为止。（ <b>0-4分</b> ） <b>2</b> 、响应时间：接到采购人故障通知（电话、电传等）后响应招标文件 <b>2小时</b> 到达现场的不得分，每减少 <b>0.5小时</b> 加 <b>1分</b> ，最高得 <b>2分</b> 。（ <b>0-2分</b> ） 注：提供承诺书加盖公章，不提供不得分。	0-6	6	6	6
合计			0-85	48	79	48.5

专家（签名）：

## 技术商务资信评分明细（专家3）

项目名称：南浔城市形象高铁列车冠名宣传项目（ZJMY(采)2022017）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	上海文爵文化传播有限公司	华铁传媒集团有限公司	成都伟翼文化传媒有限公司
1.1	技术	项目实施方案：根据供应商针对本项目的广告投放方案进行评分：充分了解“水晶晶南浔”旅游品牌现状，设计方案符合对外宣传定位和思考，主体设计明确、构思理念新颖，主题特色鲜明、展示内容把握到位、表现充分、重点突出、方案紧扣“水晶晶南浔”旅游品牌特点。阐述分析细致全面的得4-5分；对项目方案主题需求有一定把握，各项方案设计配置较为合理的得2-3分；对项目需求把握一般，方案设计不完整，配置不合理得0-1分。（0-5分）	0-5	3.8	4.8	3
1.2	技术	项目实施方案：项目内容效果图：至少出三张景观效果图。是否符合项目需求，突出主题，构思新颖，造型合理，以及是否具有落地实施性、合理性、可行性进行综合评分。效果图展示符合项目需求、科学可行、落地实施性强的得4-5分；效果图展示基本符合项目需求但实际落地性实施条件一般的得2-3分；效果图存在明显缺陷或不合理的得0-1分。（0-5分）	0-5	3.9	4.9	4
1.3	技术	项目质量保证措施：根据供应商提供的针对本项目情况采取质量控制方法及措施的有效性、合理性、科学性进行综合打分。方案安排主次分明、措施全面的得4-5分；方案和措施结合本项目的招标需求切实可行的得2-3分；方案和措施存在明显的漏洞的得0-1分，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	5	3.5
1.4	技术	项目进度控制措施：根据供应商针对本项目实际需要的项目服务节点进度和周期计划、提供准确的进度分析报告、进度控制建议和分项进度计划表及网络图等综合打分。进度措施安排主次分明、合理，措施全面、严密、符合项目实际要求、有计划图且能直观体现项目工序安排的得4-5分；进度安排不清晰，措施不全面、不合理处每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4	5	3.9
1.5	技术	内部规章制度：供应商内部规章制度（包括但不限于内部管理制度、质量监督管理制度、内部岗位责任制度、管理运作制度、人员管理、考核制度等）要求符合规范，体现高标准、科学合理、详细完善等情况综合考虑，酌情打分。规章制度科学、合理、具有操作性的得4-5分，欠缺或不合理的，每处扣1-2分，扣完为止。不提供不得分。（0-5分）	0-5	3.2	4.7	3.5
1.6	技术	关键点的特殊控制方案：根据供应商提供的针对本项目情况找准关键点、并提出切实可行的特殊控制措施的科学性、有效性、可行性、合理性综合评分。提出的技术难点及解决方案贴近于本项目的得4-5分、提出难点但解决方案无法满足要求的得扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4.2	4.7	3
1.7	技术	体现专业化程度：根据投标人提供的专业化程度进行综合打分：方案实施过程有很高的专业性体现，能体现专业能力、关键技术和创新性，能有效回应国家、省、市、区有关规范性文件的要求，使用相关专业技术力量提供有效服务；方案欠缺专业性或不符项目需求的每项扣0.5-1分。（0-5分）	0-5	3	5	3
1.8	技术	应急预案：供应商具有明确的应急预案，合理规范针对性强，有切实可行的应措施的得4-5分，包含但不限于突发事件、后勤保障、宣传推广、设计制作等工作中可能遇到的突发性情况所制定的应急预案，应急预案有缺陷或表述与本项目需求不符的每项扣0.5-1分。扣完为止。（0-5分）	0-5	3.5	5	3
1.9	技术	合理化建议：根据供应商提供的对本项目的理解，结合自身专业优势，提出针对本项目的开展实施过程中的合理化建议，根据其提出的建议的可行性、有效性等方面进行综合打分，贴近采购人需求，有利于项目进展的得4-5分，合理化建议存在明显缺陷或漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止，不提供不得分。（0-5分）	0-5	2.7	4.9	2.9
1.10	技术	与采购单位的配合：针对本项目与采购单位有完整科学合理有效的配合方案。欠缺或不合理的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分）	0-4	3	4	2.5

2.1	商务 资信	投标人业绩：投标人提供自 <b>2019年1月1日</b> （以签订时间为准）至今同类项目业绩（高铁列车广告），每提供一个得 <b>0.5分</b> ，最高得 <b>1分</b> 。 注：提供合同原件扫描件加盖公章，不提供不得分。	0-1	1	1	1
2.2	商务 资信	企业综合实力：供应商具有有效期内铁路局授权的京沪杭高速铁路沿线及长三角地区高铁列车平面广告媒体资源的，每提供一个得 <b>1分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 注：提供相关证明文件或广告代理证明（证明中需包含但不限于代理范围、代理有效期等信息，授权时间须能覆盖项目执行时间），不提供不得分。	0-6	0	6	0
2.3	商务 资信	人员配备： <b>1</b> 、供应商承诺拟投入本项目广告设计师人员至少达到 <b>2人</b> ，且具有本科及以上学历，每提供 <b>1人</b> 得 <b>2分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 <b>2</b> 、根据采购人对人员的需求，对供应商拟投入本项目人员的人力资源安排、职责岗位分工进行评审：团队架构完善、安排合理、职责分工明确的得 <b>3-5分</b> ；缺项或者内容表述不清楚得 <b>1-2分</b> 。（ <b>0-5分</b> ） 注：提供人员配备表、相关证书及三个月中任意一个月社保证明并加盖公章，不提供不得分。	0-11	0	10	0
2.4	商务 资信	资源情况： <b>1</b> 、响应招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）得 <b>12分</b> ； <b>2</b> 、低于招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）的给予逐项适当减分，每少于一项扣 <b>1分</b> ；扣完为止。 注：提供的单列车广告媒体资源需要在同一动车所内，并提供单列车的所有运行车次及经停站点证明材料扫描件，具体以 <b>12306</b> 查询车次截图为准，不提供不得分。	0-12	3	12	2
2.5	商务 资信	售后服务承诺： <b>1</b> 、针对本项目的售后服务方案（包括但不限于服务内容、服务人员安排、服务响应方式、其他承诺等）：根据供应商提供的方案能否满足采购需求，由评审小组综合评分，方案存在明显漏洞的每项扣 <b>0.5-1分</b> ，扣完为止。（ <b>0-4分</b> ） <b>2</b> 、响应时间：接到采购人故障通知（电话、电传等）后响应招标文件 <b>2</b> 小时到达现场的不得分，每减少 <b>0.5</b> 小时加 <b>1分</b> ，最高得 <b>2分</b> 。（ <b>0-2分</b> ） 注：提供承诺书加盖公章，不提供不得分。	0-6	6	6	6
合计			0-85	45.3	83	41.3

专家（签名）：

## 技术商务资信评分明细（专家4）

项目名称：南浔城市形象高铁列车冠名宣传项目（ZJMY(采)2022017）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	上海文爵文化传播有限公司	华铁传媒集团有限公司	成都伟翼文化传播有限公司
1.1	技术	项目实施方案：根据供应商针对本项目的广告投放方案进行评分：充分了解“水晶晶南浔”旅游品牌现状，设计方案符合对外宣传定位和思考，主体设计明确、构思理念新颖，主题特色鲜明、展示内容把握到位、表现充分、重点突出、方案紧扣“水晶晶南浔”旅游品牌特点。阐述分析细致全面的得4-5分；对项目方案主题需求有一定把握，各项方案设计配置较为合理的得2-3分；对项目需求把握一般，方案设计不完整，配置不合理得0-1分。（0-5分）	0-5	4	4.5	4
1.2	技术	项目实施方案：项目内容效果图：至少出三张景观效果图。是否符合项目需求，突出主题，构思新颖，造型合理，以及是否具有落地实施性、合理性、可行性进行综合评分。效果图展示符合项目需求、科学可行、落地实施性强的得4-5分；效果图展示基本符合项目需求但实际落地性实施条件一般的得2-3分；效果图存在明显缺陷或不合理的得0-1分。（0-5分）	0-5	4	5	4
1.3	技术	项目质量保证措施：根据供应商提供的针对本项目情况采取质量控制方法及措施的有效性、合理性、科学性进行综合打分。方案安排主次分明、措施全面的得4-5分；方案和措施结合本项目的招标需求切实可行的得2-3分；方案和措施存在明显的漏洞的得0-1分，不提供不得分。（0-5分）	0-5	3	5	3
1.4	技术	项目进度控制措施：根据供应商针对本项目实际需要的项目服务节点进度和周期计划、提供准确的进度分析报告、进度控制建议和分项进度计划表及网络图等综合打分。进度措施安排主次分明、合理，措施全面、严密、符合项目实际要求、有计划图且能直观体现项目工序安排的得4-5分；进度安排不清晰，措施不全面、不合理处每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4	5	4.5
1.5	技术	内部规章制度：供应商内部规章制度（包括但不限于内部管理制度、质量监督管理制度、内部岗位责任制度、管理运作制度、人员管理、考核制度等）要求符合规范，体现高标准、科学合理、详细完善等情况综合考虑，酌情打分。规章制度科学、合理、具有操作性的得4-5分，欠缺或不合理的，每处扣1-2分，扣完为止。不提供不得分。（0-5分）	0-5	5	4	5
1.6	技术	关键点的特殊控制方案：根据供应商提供的针对本项目情况找准关键点、并提出切实可行的特殊控制措施的科学性、有效性、可行性、合理性综合评分。提出的技术难点及解决方案贴近于本项目的得4-5分、提出难点但解决方案无法满足要求的得扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4	4	4
1.7	技术	体现专业化程度：根据投标人提供的专业化程度进行综合打分：方案实施过程有很高的专业性体现，能体现专业能力、关键技术和创新性，能有效回应国家、省、市、区有关规范性文件的要求，使用相关专业技术力量提供有效服务；方案欠缺专业性或不合项目需求的每项扣0.5-1分。（0-5分）	0-5	4	5	3
1.8	技术	应急预案：供应商具有明确的应急预案，合理规范针对性强，有切实可行的应措施的得4-5分，包含但不限于突发事件、后勤保障、宣传推广、设计制作等工作中可能遇到的突发性情况所制定的应急预案，应急预案有缺陷或表述与本项目需求不符的每项扣0.5-1分。扣完为止。（0-5分）	0-5	4	4	4
1.9	技术	合理化建议：根据供应商提供的对本项目的理解，结合自身专业优势，提出针对本项目的开展实施过程中的合理化建议，根据其提出的建议的可行性、有效性等方面进行综合打分，贴近采购人需求，有利于项目进展的得4-5分，合理化建议存在明显缺陷或漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	5	4
1.10	技术	与采购单位的配合：针对本项目与采购单位有完整科学合理有效的配合方案。欠缺或不合理的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分）	0-4	3	4	3

2.1	商务 资信	投标人业绩：投标人提供自 <b>2019年1月1日</b> （以签订时间为准）至今同类项目业绩（高铁列车广告），每提供一个得 <b>0.5分</b> ，最高得 <b>1分</b> 。 注：提供合同原件扫描件加盖公章，不提供不得分。	0-1	1	1	1
2.2	商务 资信	企业综合实力：供应商具有有效期内铁路局授权的京沪杭高速铁路沿线及长三角地区高铁列车平面广告媒体资源的，每提供一个得 <b>1分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 注：提供相关证明文件或广告代理证明（证明中需包含但不限于代理范围、代理有效期等信息，授权时间须能覆盖项目执行时间），不提供不得分。	0-6	0	6	0
2.3	商务 资信	人员配备： <b>1</b> 、供应商承诺拟投入本项目广告设计师人员至少达到 <b>2人</b> ，且具有本科及以上学历，每提供 <b>1人</b> 得 <b>2分</b> ，最高得 <b>6分</b> 。 <b>2</b> 、根据采购人对人员的需求，对供应商拟投入本项目人员的人力资源安排、职责岗位分工进行评审：团队架构完善、安排合理、职责分工明确的得 <b>3-5分</b> ；缺项或者内容表述不清楚得 <b>1-2分</b> 。（ <b>0-5分</b> ） 注：提供人员配备表、相关证书及三个月中任意一个月社保证明并加盖公章，不提供不得分。	0-11	0	10	0
2.4	商务 资信	资源情况： <b>1</b> 、响应招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）得 <b>12分</b> ； <b>2</b> 、低于招标文件要求广告资源的单列车 <b>A、B</b> 运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）的给予逐项适当减分，每少于一项扣 <b>1分</b> ；扣完为止。 注：提供的单列车广告媒体资源需要在同一动车所内，并提供单列车的所有运行车次及经停站点证明材料扫描件，具体以 <b>12306</b> 查询车次截图为准，不提供不得分。	0-12	3	12	2
2.5	商务 资信	售后服务承诺： <b>1</b> 、针对本项目的售后服务方案（包括但不限于服务内容、服务人员安排、服务响应方式、其他承诺等）：根据供应商提供的方案能否满足采购需求，由评审小组综合评分，方案存在明显漏洞的每项扣 <b>0.5-1分</b> ，扣完为止。（ <b>0-4分</b> ） <b>2</b> 、响应时间：接到采购人故障通知（电话、电传等）后响应招标文件 <b>2</b> 小时到达现场的不得分，每减少 <b>0.5</b> 小时加 <b>1分</b> ，最高得 <b>2分</b> 。（ <b>0-2分</b> ） 注：提供承诺书加盖公章，不提供不得分。	0-6	6	6	6
合计			0-85	49	80.5	47.5

专家（签名）：

## 技术商务资信评分明细（专家5）

项目名称：南浔城市形象高铁列车冠名宣传项目（ZJMY(采)2022017）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	上海文爵文化传播有限公司	华铁传媒集团有限公司	成都伟翼文化传播有限公司
1.1	技术	项目实施方案：根据供应商针对本项目的广告投放方案进行评分：充分了解“水晶晶南浔”旅游品牌现状，设计方案符合对外宣传定位和思考，主体设计明确、构思理念新颖，主题特色鲜明、展示内容把握到位、表现充分、重点突出、方案紧扣“水晶晶南浔”旅游品牌特点。阐述分析细致全面的得4-5分；对项目方案主题需求有一定把握，各项方案设计配置较为合理的得2-3分；对项目需求把握一般，方案设计不完整，配置不合理得0-1分。（0-5分）	0-5	5	5	5
1.2	技术	项目实施方案：项目内容效果图：至少出三张景观效果图。是否符合项目需求，突出主题，构思新颖，造型合理，以及是否具有落地实施性、合理性、可行性进行综合评分。效果图展示符合项目需求、科学可行、落地实施性强的得4-5分；效果图展示基本符合项目需求但实际落地性实施条件一般的得2-3分；效果图存在明显缺陷或不合理的得0-1分。（0-5分）	0-5	4	4	3
1.3	技术	项目质量保证措施：根据供应商提供的针对本项目情况采取质量控制方法及措施的有效性、合理性、科学性进行综合打分。方案安排主次分明、措施全面的得4-5分；方案和措施结合本项目的招标需求切实可行的得2-3分；方案和措施存在明显的漏洞的得0-1分，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	5	3
1.4	技术	项目进度控制措施：根据供应商针对本项目实际需要的项目服务节点进度和周期计划、提供准确的进度分析报告、进度控制建议和分项进度计划表及网络图等综合打分。进度措施安排主次分明、合理，措施全面、严密、符合项目实际要求、有计划图且能直观体现项目工序安排的得4-5分；进度安排不清晰，措施不全面、不合理处每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	5	5	4
1.5	技术	内部规章制度：供应商内部规章制度（包括但不限于内部管理制度、质量监督管理制度、内部岗位责任制度、管理运作制度、人员管理、考核制度等）要求符合规范，体现高标准、科学合理、详细完善等情况综合考虑，酌情打分。规章制度科学、合理、具有操作性的得4-5分，欠缺或不合理的，每处扣1-2分，扣完为止。不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	4	4
1.6	技术	关键点的特殊控制方案：根据供应商提供的针对本项目情况找准关键点、并提出切实可行的特殊控制措施的科学性、有效性、可行性、合理性综合评分。提出的技术难点及解决方案贴近于本项目的得4-5分、提出难点但解决方案无法满足要求的得扣0.5-1分，扣完为止。（0-5分）	0-5	4	5	4
1.7	技术	体现专业化程度：根据投标人提供的专业化程度进行综合打分：方案实施过程有很高的专业性体现，能体现专业能力、关键技术和创新性，能有效回应国家、省、市、区有关规范性文件的要求，使用相关专业技术力量提供有效服务；方案欠缺专业性或不符项目需求的每项扣0.5-1分。（0-5分）	0-5	4	5	4
1.8	技术	应急预案：供应商具有明确的应急预案，合理规范针对性强，有切实可行的应措施的得4-5分，包含但不限于突发事件、后勤保障、宣传推广、设计制作等工作中可能遇到的突发性情况所制定的应急预案，应急预案有缺陷或表述与本项目需求不符的每项扣0.5-1分。扣完为止。（0-5分）	0-5	5	5	4
1.9	技术	合理化建议：根据供应商提供的对本项目的理解，结合自身专业优势，提出针对本项目的开展实施过程中的合理化建议，根据其提出的建议的可行性、有效性等方面进行综合打分，贴近采购人需求，有利于项目进展的得4-5分，合理化建议存在明显缺陷或漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止，不提供不得分。（0-5分）	0-5	4	5	4
1.10	技术	与采购单位的配合：针对本项目与采购单位有完整科学合理有效的配合方案。欠缺或不合理的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分）	0-4	4	4	4

2.1	商务 资信	投标人业绩：投标人提供自2019年1月1日（以签订时间为准）至今同类项目业绩（高铁列车广告），每提供一个得0.5分，最高得1分。 注：提供合同原件扫描件加盖公章，不提供不得分。	0-1	1	1	1
2.2	商务 资信	企业综合实力：供应商具有有效期内铁路局授权的京沪杭高速铁路沿线及长三角地区高铁列车平面广告媒体资源的，每提供一个得1分，最高得6分。 注：提供相关证明文件或广告代理证明（证明中需包含但不限于代理范围、代理有效期等信息，授权时间须能覆盖项目执行时间），不提供不得分。	0-6	0	6	0
2.3	商务 资信	人员配备：1、供应商承诺拟投入本项目广告设计师人员至少达到2人，且具有本科及以上学历，每提供1人得2分，最高得6分。 2、根据采购人对人员的需求，对供应商拟投入本项目人员的人力资源安排、职责岗位分工进行评审：团队架构完善、安排合理、职责分工明确的得3-5分；缺项或者内容表述不清楚得1-2分。（0-5分） 注：提供人员配备表、相关证书及三个月中任意一个月社保证明并加盖公章，不提供不得分。	0-11	0	10	0
2.4	商务 资信	资源情况：1、响应招标文件要求广告资源的单列车A、B运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）得12分； 2、低于招标文件要求广告资源的单列车A、B运行车次、运行路线、运行路线经停地区（省份）的给予逐项适当减分，每少于一项扣1分；扣完为止。 注：提供的单列车广告媒体资源需要在同一动车所内，并提供单列车的所有运行车次及经停站点证明材料扫描件，具体以12306查询车次截图为准，不提供不得分。	0-12	3	12	2
2.5	商务 资信	售后服务承诺：1、针对本项目的售后服务方案（包括但不限于服务内容、服务人员安排、服务响应方式、其他承诺等）：根据供应商提供的方案能否满足采购需求，由评审小组综合评分，方案存在明显漏洞的每项扣0.5-1分，扣完为止。（0-4分） 2、响应时间：接到采购人故障通知（电话、电传等）后响应招标文件2小时到达现场的不得分，每减少0.5小时加1分，最高得2分。（0-2分） 注：提供承诺书加盖公章，不提供不得分。	0-6	6	6	6
合计			0-85	53	82	48

专家（签名）：