

技术商务资信评分明细（专家1）

项目名称：2022年媒体评估服务项目（HX-202200001-032（2））

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	陕西时代调查有限公司	慧泽市场咨询有限公司	杭州网络广播电视有限公司	立信（重庆）市场研究有限公司	重数数据有限公司	中科网联科技有限公司
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）承揽类似的媒体评估项目业绩情况，每个业绩得0.5分，最高得1分。（需提供合同扫描件，至少包括首页、内容页、盖章页等，并能体现相关评审内容，加盖本单位公章，否则不得分）	0-1	0	1	1	1	1	
2	技术	根据投标人对本项目需求理解进行评价打分：理解全面、详细、透彻的得5分，内容较为详细的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5	5	
3	技术	根据投标人对“电视台”刊发监测方案进行评价打分，监测范围、监测指标能够满足采购需求，且监测维度广得5分，监测范围不能完全涵盖采购需求范围得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5	5	
4	技术	根据投标人对“平面媒体广告”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对平面媒体广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	3	5	5	
5	技术	根据投标人对“新媒体内容”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对新媒体内容监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5	5	
6	技术	根据投标人对“自媒体”宣发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对自媒体监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	3	3	3	
7	技术	根据投标人对“华数数字电视互动广告”监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对华数数字电视互动广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5	5	
8	技术	投标人网络舆情监测范围广、能够全部涵盖采购需求范围得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	3	3	
9	技术	投标人专项分析报告内容详细、全面得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	3	3	
10	技术	投标人应急处理响应机制科学、有专项团队负责处理得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	3	3	
11	技术	根据投标人保障质量的措施和方案进行评价打分，内容全面详细、针对性强的得5分，内容基本全面、具有针对性的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	3	3	
12	技术	投标人提供以往关于媒体内容监测与执行效果评估的分析报告案例，案例分析报告内容的全面性、内容检测的有效性、分析的透彻性得5分，案例分析报告内容针对性、全面性有所欠缺得3分，案例分析报告内容模板化重得1分。（需提供投标人以往的媒体检测与执行效果的分析报告作为评审依据。）	0-5	3	5	5	5	5	
13	技术	根据在项目实施期间，投标人针对本项目的服务响应方式、服务响应距离、服务响应时间等方面进行评价打分，内容全面、详细、针对性强的得5分，内容较为全面详细、针对性较强的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5	5	

14	技术	投标人拟投入的项目组人员的数量充足、工作经验丰富、岗位职责清晰得5分，项目组人员工作经验、岗位职责分配略有缺陷得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5
15	技术	针对“第三章 采购需求书”内容，每负偏离一项扣2分，扣完为止。	0-24	24	24	22	24
合计			0-90	59	82	76	80

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家2）

项目名称：2022年媒体评估服务项目（HX-202200001-032（2））

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	陕西慧泽时代市场调查有限公司	杭州网络广播电视台有限公司	立信（重庆）市场研究股份有限公司	中科网联数据科技有限公司
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）承揽类似的媒体评估项目业绩情况，每个业绩得0.5分，最高得1分。（需提供合同扫描件，至少包括首页、内容页、盖章页等，并能体现相关评审内容，加盖本单位公章，否则不得分）	0-1	0	1	1	1
2	技术	根据投标人对本项目需求理解进行评价打分：理解全面、详细、透彻的得5分，内容较为详细的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	3	5
3	技术	根据投标人对“电视台”刊发监测方案进行评价打分，监测范围、监测指标能够满足采购需求，且监测维度广得5分，监测范围不能完全涵盖采购需求范围得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5
4	技术	根据投标人对“平面媒体广告”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对平面媒体广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
5	技术	根据投标人对“新媒体内容”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对新媒体内容监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
6	技术	根据投标人对“自媒体”宣发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对自媒体监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
7	技术	根据投标人对“华数数字电视互动广告”监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对华数数字电视互动广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
8	技术	投标人网络舆情监测范围广、能够全部涵盖采购需求范围得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
9	技术	投标人专项分析报告内容详细、全面得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	5	3
10	技术	投标人应急处理响应机制科学、有专项团队负责处理得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5
11	技术	根据投标人保障质量的措施和方案进行评价打分，内容全面详细、针对性强的得5分，内容基本全面、具有针对性的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	3	3
12	技术	投标人提供以往关于媒体内容监测与执行效果评估的分析报告案例，案例分析报告内容的全面性、内容检测的有效性、分析的透彻性得5分，案例分析报告内容针对性、全面性有所欠缺得3分，案例分析报告内容模板化重得1分。（需提供投标人以往的媒体检测与执行效果的分析报告作为评审依据。）	0-5	1	3	3	3

13	技术	根据在项目实施期间，投标人针对本项目的服务响应方式、服务响应距离、服务响应时间等方面进行评价打分，内容全面、详细、针对性强的得5分，内容较为全面详细、针对性较强的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	3
14	技术	投标人拟投入的项目组人员的数量充足、工作经验丰富、岗位职责清晰得5分，项目组人员工作经验、岗位职责分配略有缺陷得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	5
15	技术	针对“第三章 采购需求书”内容，每负偏离一项扣2分，扣完为止。	0-24	24	24	22	24
合计			0-90	55	86	70	82

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家3）

项目名称：2022年媒体评估服务项目（HX-202200001-032（2））

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	陕西慧泽时代市场调查有限公司	杭州网络广播电视台有限公司	立信（重庆）市场研究股份有限公司	中科网联数据科技有限公司
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）承揽类似的媒体评估项目业绩情况，每个业绩得0.5分，最高得1分。（需提供合同扫描件，至少包括首页、内容页、盖章页等，并能体现相关评审内容，加盖本单位公章，否则不得分）	0-1	0	1	1	1
2	技术	根据投标人对本项目需求理解进行评价打分：理解全面、详细、透彻的得5分，内容较为详细的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	3	5
3	技术	根据投标人对“电视台”刊发监测方案进行评价打分，监测范围、监测指标能够满足采购需求，且监测维度广得5分，监测范围不能完全涵盖采购需求范围得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	1	5
4	技术	根据投标人对“平面媒体广告”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对平面媒体广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	1	5
5	技术	根据投标人对“新媒体内容”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对新媒体内容监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	3	5
6	技术	根据投标人对“自媒体”宣发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对自媒体监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
7	技术	根据投标人对“华数数字电视互动广告”监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对华数数字电视互动广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	1	5
8	技术	投标人网络舆情监测范围广、能够全部涵盖采购需求范围得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
9	技术	投标人专项分析报告内容详细、全面得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	3	3
10	技术	投标人应急处理响应机制科学、有专项团队负责处理得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	3	5
11	技术	根据投标人保障质量的措施和方案进行评价打分，内容全面详细、针对性强的得5分，内容基本全面、具有针对性的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	1	5	3	5
12	技术	投标人提供以往关于媒体内容监测与执行效果评估的分析报告案例，案例分析报告内容的全面性、内容检测的有效性、分析的透彻性得5分，案例分析报告内容针对性、全面性有所欠缺得3分，案例分析报告内容模板化重得1分。（需提供投标人以往的媒体检测与执行效果的分析报告作为评审依据。）	0-5	1	3	3	3

13	技术	根据在项目实施期间，投标人针对本项目的服务响应方式、服务响应距离、服务响应时间等方面进行评价打分，内容全面、详细、针对性强的得5分，内容较为全面详细、针对性较强的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	1	3
14	技术	投标人拟投入的项目组人员的数量充足、工作经验丰富、岗位职责清晰得5分，项目组人员工作经验、岗位职责分配略有缺陷得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	1	3	3	5
15	技术	针对“第三章 采购需求书”内容，每负偏离一项扣2分，扣完为止。	0-24	24	24	22	24
合计			0-90	43	74	54	84

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家4）

项目名称：2022年媒体评估服务项目（HX-202200001-032（2））

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	陕西慧泽时代市场调查有限公司	杭州网络广播电视台有限公司	立信（重庆）市场研究股份有限公司	中科网联数据科技有限公司
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）承揽类似的媒体评估项目业绩情况，每个业绩得0.5分，最高得1分。（需提供合同扫描件，至少包括首页、内容页、盖章页等，并能体现相关评审内容，加盖本单位公章，否则不得分）	0-1	0	1	1	1
2	技术	根据投标人对本项目需求理解进行评价打分：理解全面、详细、透彻的得5分，内容较为详细的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
3	技术	根据投标人对“电视台”刊发监测方案进行评价打分，监测范围、监测指标能够满足采购需求，且监测维度广得5分，监测范围不能完全涵盖采购需求范围得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
4	技术	根据投标人对“平面媒体广告”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对平面媒体广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
5	技术	根据投标人对“新媒体内容”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对新媒体内容监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
6	技术	根据投标人对“自媒体”宣发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对自媒体监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
7	技术	根据投标人对“华数数字电视互动广告”监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对华数数字电视互动广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	3
8	技术	投标人网络舆情监测范围广、能够全部涵盖采购需求范围得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	3
9	技术	投标人专项分析报告内容详细、全面得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
10	技术	投标人应急处理响应机制科学、有专项团队负责处理得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
11	技术	根据投标人保障质量的措施和方案进行评价打分，内容全面详细、针对性强的得5分，内容基本全面、具有针对性的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	5	3
12	技术	投标人提供以往关于媒体内容监测与执行效果评估的分析报告案例，案例分析报告内容的全面性、内容检测的有效性、分析的透彻性得5分，案例分析报告内容针对性、全面性有所欠缺得3分，案例分析报告内容模板化重得1分。（需提供投标人以往的媒体检测与执行效果的分析报告作为评审依据。）	0-5	3	3	3	3

13	技术	根据在项目实施期间，投标人对本项目的服务响应方式、服务响应距离、服务响应时间等方面进行评价打分，内容全面、详细、针对性强的得5分，内容较为全面详细、针对性较强的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	3
14	技术	投标人拟投入的项目组人员的数量充足、工作经验丰富、岗位职责清晰得5分，项目组人员工作经验、岗位职责分配略有缺陷得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	5	3
15	技术	针对“第三章 采购需求书”内容，每负偏离一项扣2分，扣完为止。	0-24	24	24	22	24
合计			0-90	63	84	78	66

专家（签名）：

技术商务资信评分明细（专家5）

项目名称：2022年媒体评估服务项目（HX-202200001-032（2））

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	陕西慧泽时代市场调查有限公司	杭州网络广播电视台有限公司	立信（重庆）市场研究股份有限公司	中科网联数据科技有限公司
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）承揽类似的媒体评估项目业绩情况，每个业绩得0.5分，最高得1分。（需提供合同扫描件，至少包括首页、内容页、盖章页等，并能体现相关评审内容，加盖本单位公章，否则不得分）	0-1	0	1	1	1
2	技术	根据投标人对本项目需求理解进行评价打分：理解全面、详细、透彻的得5分，内容较为详细的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	5	5	5	5
3	技术	根据投标人对“电视台”刊发监测方案进行评价打分，监测范围、监测指标能够满足采购需求，且监测维度广得5分，监测范围不能完全涵盖采购需求范围得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
4	技术	根据投标人对“平面媒体广告”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对平面媒体广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	1	3
5	技术	根据投标人对“新媒体内容”刊发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对新媒体内容监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	5
6	技术	根据投标人对“自媒体”宣发监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对自媒体监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	5
7	技术	根据投标人对“华数数字电视互动广告”监测方案进行评价打分，监测报告规范、针对华数数字电视互动广告监测手段科学、特点鲜明、监测维度广得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	5
8	技术	投标人网络舆情监测范围广、能够全部涵盖采购需求范围得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	3
9	技术	投标人专项分析报告内容详细、全面得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	5
10	技术	投标人应急处理响应机制科学、有专项团队负责处理得5分，不能完全涵盖采购需求得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	5	3	5
11	技术	根据投标人保障质量的措施和方案进行评价打分，内容全面详细、针对性强的得5分，内容基本全面、具有针对性的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	3
12	技术	投标人提供以往关于媒体内容监测与执行效果评估的分析报告案例，案例分析报告内容的全面性、内容检测的有效性、分析的透彻性得5分，案例分析报告内容针对性、全面性有所欠缺得3分，案例分析报告内容模板化重得1分。（需提供投标人以往的媒体检测与执行效果的分析报告作为评审依据。）	0-5	3	5	3	5

13	技术	根据在项目实施期间，投标人对本项目的服务响应方式、服务响应距离、服务响应时间等方面进行评价打分，内容全面、详细、针对性强的得5分，内容较为全面详细、针对性较强的得3分，内容、针对性一般的得1分，存在明显缺陷或未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	3	5
14	技术	投标人拟投入的项目组人员的数量充足、工作经验丰富、岗位职责清晰得5分，项目组人员工作经验、岗位职责分配略有缺陷得3分，与采购需求匹配程度较差得1分，未体现相关内容的不得分。	0-5	3	3	5	5
15	技术	针对“第三章 采购需求书”内容，每负偏离一项扣2分，扣完为止。	0-24	24	24	22	24
合计			0-90	65	74	64	84

专家（签名）：