

技术商务评分明细（专家1）

项目名称： 2024年浙江福彩户外LED大屏品牌形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202408）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州火舞艳阳广告有限公司	浙江新盟传媒有限公司	杭州丽通广告有限公司
1	商务	投标人自2021年5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	0.5	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体组织实施方案 项目总体实施方案能完全满足采购人的专业需求，内容详细完整，具有可行性的，有利于采购标的实现、实施风险保障充足的得5分； 项目总体实施方案略有欠缺，不能完全满足采购人的专业需求，内容细节不完整，可行性略有欠缺，能实现采购标的实现、实施风险保障略有欠缺的得3分； 项目总体实施方案一般，不能满足采购人的专业需求，内容细节不完整或不到位，实施风险保障可行的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目工作的重点、难点提出具体解决方案 方案内容详实，科学合理，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容基本合理，针对性、可实施性一般的得3分； 方案不够科学合理，针对性或可实施性差得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	1.0	1.0
4.1	技术	1. 整体设计思路、主题与采购需求的符合程度 设计思路清晰，主题鲜明，具有独特创作性，完全符合采购需求得5分 设计思路基本清晰，主题基本明确，基本符合项目需求得3分 设计思路不够清晰，主题不够明确，与项目需求不够符合得1分。 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	1.0	1.0
4.2	技术	2. 根据本项目广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图或视频样稿）。 方案设计创新，布局合理，能够突出表现本项目主题，具有视觉表现力、色彩协调得5分 方案设计布局基本合理，主题基本鲜明，视觉表现力、色彩协调一般得3分 方案设计不足，主题不突出，视觉表现力、色彩协调不足得1分 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	1、投放区域选择方案（0-5分） 区域选择科学合理，人流密集、商业繁华、户外广告资源质优的得5分； 区域选择基本合理，人流一般、商业繁华度一般、户外广告资源一般的得3分； 区域选择存在不足的得1分； 未提供相关内容不得分。	0-5	5.0	5.0	5.0
5.2.1	技术	2.1 屏幕搭配方案（注明每处点位LED大屏尺寸） 按所选屏幕搭配方案LED屏幕尺寸超1000㎡的数量在满足招标文件要求（不少于2处点位）的基础上，每增加1处屏幕尺寸超1000㎡点位的得1分，最高得3分。（0-3分）	0-3	0.0	0.0	0.0
5.2.2	技术	2.2 所处位置、视野效果 所选屏幕所处位置佳、视野效果好，得2分； 所选屏幕所处位置一般、视野效果一般，得1分； 所选屏幕所处位置、视野效果存在不足，得0.5分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	1、广告投放频次方案（分别注明每处点位屏幕的投放频次）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每个点位的投放频次不少于180次/天）的基础上，承诺投放广告频次不低于210次/天的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放广告频次不低于240次/天的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
7	技术	2、广告投放时长方案（分别注明每处点位屏幕的投放时长）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放时长不少于15s/次）的基础上，承诺投放时长不少于20s/次的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放时长不少于30s/次的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分；	0-4	4.0	0.0	0.0
8	技术	3、广告投放周期方案（分别注明每处点位屏幕的投放周期）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放周期连续不间断不少于4周）的基础上，承诺投放周期连续不间断不少于5周的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放周期连续不间断不少于6周的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
9	技术	4、广告投放时间段选择方案（0-3分） 投放时间段收视率高达得3分； 投放时间段收视率一般得2分； 投放时间段收视率低得1分； 未提供相关内容不得分。	0-3	3.0	3.0	3.0
10	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	5.0	3.0	3.0
11	技术	广告制作方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等） 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	4.0	4.0	2.0

12	技术	后期维护方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
13	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效、对突发事件的应急预案 应急响应时效及时且突发事件的应急预案完善，实施风险保障措施充足的得5分； 应急响应时效一般且突发事件的应急预案、实施风险保障措施一般，基本满足采购需求的得3分； 应急响应时效慢且突发事件的应急预案、实施风险保障措施略有欠缺或不到位的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
14	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	5.0	3.0	3.0
15	技术	投标人针对本项目保障措施 保障措施完全满足需求且合理性及可行性高得5分； 保障措施基本满足需求且合理性及可行性一般得3分； 保障措施部分满足需求且可行性存在欠缺及不合理得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
16.1	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（0-5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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	0.0	0.0	0.0
16.2	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
17	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。） 项目负责人具有充足的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力强的得3分。 项目负责人具有较少的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力一般的得2分。 项目负责人未有类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力差的得1分。 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-3	3.0	2.0	2.0
18	技术	拟投入本项目的视频制作团队、美工、文案、新媒体广告投放等专业人员（除项目负责人）的数量及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员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。） 投入人员数量充足、分工配备完善、类似项目经验丰富得4分； 投入人员数量基本满足、分工配备一般、类似经验较少得2分； 投入人员数量较少、分工配备一般、未有类似项目经验得1分； 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-4	4.0	2.0	2.0
合计			0-90	68.0	44.5	43.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家2）

项目名称： 2024年浙江福彩户外LED大屏品牌形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202408）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州火舞艳阳广告有限公司	浙江新盟传媒有限公司	杭州丽通广告有限公司
1	商务	投标人自2021年5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	0.5	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体组织实施方案 项目总体实施方案能完全满足采购人的专业需求，内容详细完整，具有可行性的，有利于采购标的实现、实施风险保障充足的得5分； 项目总体实施方案略有欠缺，不能完全满足采购人的专业需求，内容细节不完整，可行性略有欠缺，能实现采购标的实现、实施风险保障略有欠缺的得3分； 项目总体实施方案一般，不能满足采购人的专业需求，内容细节不完整或不到位，实施风险保障可行的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目工作的重点、难点提出具体解决方案 方案内容详实，科学合理，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容基本合理，针对性、可实施性一般的得3分； 方案不够科学合理，针对性或可实施性差得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 整体设计思路、主题与采购需求的符合程度 设计思路清晰，主题鲜明，具有独特创作性，完全符合采购需求得5分 设计思路基本清晰，主题基本明确，基本符合项目需求得3分 设计思路不够清晰，主题不够明确，与项目需求不够符合得1分。 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.2	技术	2. 根据本项目广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图或视频样稿）。 方案设计创新，布局合理，能够突出表现本项目主题，具有视觉表现力、色彩协调得5分 区域选择布局基本合理，主题基本鲜明，视觉表现力、色彩协调一般得3分 方案设计不足，主题不突出，视觉表现力、色彩协调不足得1分 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	1、投放区域选择方案（0-5分） 区域选择科学合理，人流密集、商业繁华、户外广告资源质优的得5分； 区域选择基本合理，人流一般、商业繁华度一般、户外广告资源一般的得3分； 区域选择存在不足的得1分； 未提供相关内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.2.1	技术	2.1屏幕搭配方案（注明每处点位LED大屏尺寸） 按所选屏幕搭配方案LED屏幕尺寸超1000㎡的数量在满足招标文件要求（不少于2处点位）的基础上，每增加1处屏幕尺寸超1000㎡点位的得1分，最高得3分。（0-3分）	0-3	0.0	0.0	0.0
5.2.2	技术	2.2所处位置、视野效果 所选屏幕所处位置佳、视野效果好，得2分； 所选屏幕所处位置一般、视野效果一般，得1分； 所选屏幕所处位置、视野效果存在不足，得0.5分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-2	2.0	1.0	1.0
6	技术	1、广告投放频次方案（分别注明每处点位屏幕的投放频次）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每个点位的投放频次不少于180次/天）的基础上，承诺投放广告频次不低于210次/天的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放广告频次不低于240次/天的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
7	技术	2、广告投放时长方案（分别注明每处点位屏幕的投放时长）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放时长不少于15s/次）的基础上，承诺投放时长不少于20s/次的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放时长不少于30s/次的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分；	0-4	4.0	0.0	0.0
8	技术	3、广告投放周期方案（分别注明每处点位屏幕的投放周期）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放周期连续不间断不少于4周）的基础上，承诺投放周期连续不间断不少于5周的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放周期连续不间断不少于6周的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
9	技术	4、广告投放时间段选择方案（0-3分） 投放时间段收视率高达3分； 投放时间段收视率一般得2分； 投放时间段收视率低得1分； 未提供相关内容不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
10	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
11	技术	广告制作方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等） 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0

12	技术	后期维护方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
13	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效、对突发事件的应急预案 应急响应时效及时且突发事件的应急预案完善，实施风险保障措施充足的得5分； 应急响应时效一般且突发事件的应急预案、实施风险保障措施一般，基本满足采购需求的得3分； 应急响应时效慢且突发事件的应急预案、实施风险保障措施略有欠缺或不到位的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
14	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
15	技术	投标人针对本项目保障措施 保障措施完全满足需求且合理性及可行性高得5分； 保障措施基本满足需求且合理性及可行性一般得3分； 保障措施部分满足需求且可行性存在欠缺及不合理得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
16.1	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（0-5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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	0.0	0.0	0.0
16.2	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
17	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。） 项目负责人具有充足的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力强的得3分。 项目负责人具有较少的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力一般的得2分。 项目负责人未有类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力差的得1分。 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
18	技术	拟投入本项目的视频制作团队、美工、文案、新媒体广告投放等专业技术人员（除项目负责人）的数量及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员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。） 投入人员数量充足、分工配备完善、类似项目经验丰富得4分； 投入人员数量基本满足、分工配备一般、类似经验较少得2分； 投入人员数量较少、分工配备一般、未有类似项目经验得1分； 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0
合计			0-90	55.0	41.5	42.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家3）

项目名称： 2024年浙江福彩户外LED大屏品牌形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202408）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州火舞艳阳广告有限公司	浙江新盟传媒有限公司	杭州丽通广告有限公司
1	商务	投标人自2021年5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	0.5	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体组织实施方案 项目总体实施方案能完全满足采购人的专业需求，内容详细完整，具有可行性的，有利于采购标的实现、实施风险保障充足的得5分； 项目总体实施方案略有欠缺，不能完全满足采购人的专业需求，内容细节不完整，可行性略有欠缺，能实现采购标的实现、实施风险保障略有欠缺的得3分； 项目总体实施方案一般，不能满足采购人的专业需求，内容细节不完整或不到位，实施风险保障可行的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	5.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目工作的重点、难点提出具体解决方案 方案内容详实，科学合理，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容基本合理，针对性、可实施性一般的得3分； 方案不够科学合理，针对性或可实施性差得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	5.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 整体设计思路、主题与采购需求的符合程度 设计思路清晰，主题鲜明，具有独特创作性，完全符合采购需求得5分 设计思路基本清晰，主题基本明确，基本符合项目需求得3分 设计思路不够清晰，主题不够明确，与项目需求不够符合得1分。 未提供任何内容不得分。	0-5	5.0	3.0	3.0
4.2	技术	2. 根据本项目广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图或视频样稿）。 方案设计创新，布局合理，能够突出表现本项目主题，具有视觉表现力、色彩协调得5分 方案设计布局基本合理，主题基本鲜明，视觉表现力、色彩协调一般得3分 方案设计不足，主题不突出，视觉表现力、色彩协调不足得1分 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	1、投放区域选择方案（0-5分） 区域选择科学合理，人流密集、商业繁华、户外广告资源质优的得5分； 区域选择基本合理，人流一般、商业繁华度一般、户外广告资源一般的得3分； 区域选择存在不足的得1分； 未提供相关内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.2.1	技术	2.1屏幕搭配方案（注明每处点位LED大屏尺寸） 按所选屏幕搭配方案LED屏幕尺寸超1000㎡的数量在满足招标文件要求（不少于2处点位）的基础上，每增加1处屏幕尺寸超1000㎡点位的得1分，最高得3分。（0-3分）	0-3	0.0	0.0	0.0
5.2.2	技术	2.2所处位置、视野效果 所选屏幕所处位置佳、视野效果好，得2分； 所选屏幕所处位置一般、视野效果一般，得1分； 所选屏幕所处位置、视野效果存在不足，得0.5分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-2	2.0	1.0	1.0
6	技术	1、广告投放频次方案（分别注明每处点位屏幕的投放频次）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每个点位的投放频次不少于180次/天）的基础上，承诺投放广告频次不低于210次/天的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放广告频次不低于240次/天的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
7	技术	2、广告投放时长方案（分别注明每处点位屏幕的投放时长）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放时长不少于15s/次）的基础上，承诺投放时长不少于20s/次的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放时长不少于30s/次的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分；	0-4	4.0	0.0	0.0
8	技术	3、广告投放周期方案（分别注明每处点位屏幕的投放周期）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放周期连续不间断不少于4周）的基础上，承诺投放周期连续不间断不少于5周的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放周期连续不间断不少于6周的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
9	技术	4、广告投放时间段选择方案（0-3分） 投放时间段收视率高达3分； 投放时间段收视率一般得2分； 投放时间段收视率低得1分； 未提供相关内容不得分。	0-3	3.0	2.0	2.0
10	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
11	技术	广告制作方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等） 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	4.0	2.0	2.0

12	技术	后期维护方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	1.0
13	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效、对突发事件的应急预案 应急响应时效及时且突发事件的应急预案完善，实施风险保障措施充足的得5分； 应急响应时效一般且突发事件的应急预案、实施风险保障措施一般，基本满足采购需求的得3分； 应急响应时效慢且突发事件的应急预案、实施风险保障措施略有欠缺或不到位的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
14	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	5.0	3.0	3.0
15	技术	投标人针对本项目保障措施 保障措施完全满足需求且合理性及可行性高得5分； 保障措施基本满足需求且合理性及可行性一般得3分； 保障措施部分满足需求且可行性存在欠缺及不合理得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
16.1	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（0-5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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	0.0	0.0	0.0
16.2	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
17	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。） 项目负责人具有充足的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力强的得3分。 项目负责人具有较少的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力一般的得2分。 项目负责人未有类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力差的得1分。 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-3	3.0	2.0	2.0
18	技术	拟投入本项目的视频制作团队、美工、文案、新媒体广告投放等专业人员（除项目负责人）的数量及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员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。） 投入人员数量充足、分工配备完善、类似项目经验丰富得4分； 投入人员数量基本满足、分工配备一般、类似经验较少得2分； 投入人员数量较少、分工配备一般、未有类似项目经验得1分； 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-4	4.0	2.0	2.0
合计			0-90	70.0	42.5	41.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家4）

项目名称： 2024年浙江福彩户外LED大屏品牌形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202408）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州火舞艳阳广告有限公司	浙江新盟传媒有限公司	杭州丽通广告有限公司
1	商务	投标人自2021年5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	0.5	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体组织实施方案 项目总体实施方案能完全满足采购人的专业需求，内容详细完整，具有可行性的，有利于采购标的实现、实施风险保障充足的得5分； 项目总体实施方案略有欠缺，不能完全满足采购人的专业需求，内容细节不完整，可行性略有欠缺，能实现采购标的实现、实施风险保障略有欠缺的得3分； 项目总体实施方案一般，不能满足采购人的专业需求，内容细节不完整或不到位，实施风险保障可行的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目工作的重点、难点提出具体解决方案 方案内容详实，科学合理，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容基本合理，针对性、可实施性一般的得3分； 方案不够科学合理，针对性或可实施性差得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 整体设计思路、主题与采购需求的符合程度 设计思路清晰，主题鲜明，具有独特创作性，完全符合采购需求得5分 设计思路基本清晰，主题基本明确，基本符合项目需求得3分 设计思路不够清晰，主题不够明确，与项目需求不够符合得1分。 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.2	技术	2. 根据本项目广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图或视频样稿）。 方案设计创新，布局合理，能够突出表现本项目主题，具有视觉表现力、色彩协调得5分 方案设计布局基本合理，主题基本鲜明，视觉表现力、色彩协调一般得3分 方案设计不足，主题不突出，视觉表现力、色彩协调不足得1分 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	1、投放区域选择方案（0-5分） 区域选择科学合理，人流密集、商业繁华、户外广告资源质优的得5分； 区域选择基本合理，人流一般、商业繁华度一般、户外广告资源一般的得3分； 区域选择存在不足的得1分； 未提供相关内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.2.1	技术	2.1 屏幕搭配方案（注明每处点位LED大屏尺寸） 按所选屏幕搭配方案LED屏幕尺寸超1000㎡的数量在满足招标文件要求（不少于2处点位）的基础上，每增加1处屏幕尺寸超1000㎡点位的得1分，最高得3分。（0-3分）	0-3	0.0	0.0	0.0
5.2.2	技术	2.2 所处位置、视野效果 所选屏幕所处位置佳、视野效果好，得2分； 所选屏幕所处位置一般、视野效果一般，得1分； 所选屏幕所处位置、视野效果存在不足，得0.5分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-2	2.0	1.0	1.0
6	技术	1、广告投放频次方案（分别注明每处点位屏幕的投放频次）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每个点位的投放频次不少于180次/天）的基础上，承诺投放广告频次不低于210次/天的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放广告频次不低于240次/天的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
7	技术	2、广告投放时长方案（分别注明每处点位屏幕的投放时长）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放时长不少于15s/次）的基础上，承诺投放时长不少于20s/次的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放时长不少于30s/次的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分；	0-4	4.0	0.0	0.0
8	技术	3、广告投放周期方案（分别注明每处点位屏幕的投放周期）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放周期连续不间断不少于4周）的基础上，承诺投放周期连续不间断不少于5周的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放周期连续不间断不少于6周的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
9	技术	4、广告投放时间段选择方案（0-3分） 投放时间段收视率高达3分； 投放时间段收视率一般得2分； 投放时间段收视率低得1分； 未提供相关内容不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
10	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
11	技术	广告制作方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等） 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	2.0	2.0	2.0

12	技术	后期维护方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
13	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效、对突发事件的应急预案 应急响应时效及时且突发事件的应急预案完善，实施风险保障措施充足的得5分； 应急响应时效一般且突发事件的应急预案、实施风险保障措施一般，基本满足采购需求的得3分； 应急响应时效慢且突发事件的应急预案、实施风险保障措施略有欠缺或不到位的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
14	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
15	技术	投标人针对本项目保障措施 保障措施完全满足需求且合理性及可行性高得5分； 保障措施基本满足需求且合理性及可行性一般得3分； 保障措施部分满足需求且可行性存在欠缺及不合理得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
16.1	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（0-5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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	0.0	0.0	0.0
16.2	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
17	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。） 项目负责人具有充足的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力强的得3分。 项目负责人具有较少的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力一般的得2分。 项目负责人未有类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力差的得1分。 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-3	2.0	1.0	1.0
18	技术	拟投入本项目的视频制作团队、美工、文案、新媒体广告投放等专业人员（除项目负责人）的数量及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员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。） 投入人员数量充足、分工配备完善、类似项目经验丰富得4分； 投入人员数量基本满足、分工配备一般、类似经验较少得2分； 投入人员数量较少、分工配备一般、未有类似项目经验得1分； 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-4	4.0	2.0	2.0
合计			0-90	57.0	40.5	41.0

专家（签名）：

技术商务评分明细（专家5）

项目名称： 2024年浙江福彩户外LED大屏品牌形象宣传项目（ZJXL-FCZX-202408）

序号	评分类型	评分项目内容	分值范围	杭州火舞艳阳广告有限公司	浙江新盟传媒有限公司	杭州丽通广告有限公司
1	商务	投标人自2021年5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	0.5	1.0
2	技术	投标人提供的项目总体组织实施方案 项目总体实施方案能完全满足采购人的专业需求，内容详细完整，具有可行性的，有利于采购标的实现、实施风险保障充足的得5分； 项目总体实施方案略有欠缺，不能完全满足采购人的专业需求，内容细节不完整，可行性略有欠缺，能实现采购标的实现、实施风险保障略有欠缺的得3分； 项目总体实施方案一般，不能满足采购人的专业需求，内容细节不完整或不到位，实施风险保障可行的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
3	技术	针对本项目工作的重点、难点提出具体解决方案 方案内容详实，科学合理，具有针对性，可实施性强的得5分； 方案内容基本合理，针对性、可实施性一般的得3分； 方案不够科学合理，针对性或可实施性差得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.1	技术	1. 整体设计思路、主题与采购需求的符合程度 设计思路清晰，主题鲜明，具有独特创作性，完全符合采购需求得5分 设计思路基本清晰，主题基本明确，基本符合项目需求得3分 设计思路不够清晰，主题不够明确，与项目需求不够符合得1分。 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
4.2	技术	2. 根据本项目广告设计及展示效果图的独创性、视觉表现力进行评分（提供效果图或视频样稿）。 方案设计创新，布局合理，能够突出表现本项目主题，具有视觉表现力、色彩协调得5分 区域选择布局基本合理，主题基本鲜明，视觉表现力、色彩协调一般得3分 方案设计不足，主题不突出，视觉表现力、色彩协调不足得1分 未提供任何内容不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
5.1	技术	1、投放区域选择方案（0-5分） 区域选择科学合理，人流密集、商业繁华、户外广告资源质优的得5分； 区域选择基本合理，人流一般、商业繁华度一般、户外广告资源一般的得3分； 区域选择存在不足的得1分； 未提供相关内容不得分。	0-5	5.0	3.0	3.0
5.2.1	技术	2.1 屏幕搭配方案（注明每处点位LED大屏尺寸） 按所选屏幕搭配方案LED屏幕尺寸超1000㎡的数量在满足招标文件要求（不少于2处点位）的基础上，每增加1处屏幕尺寸超1000㎡点位的得1分，最高得3分。（0-3分）	0-3	0.0	0.0	0.0
5.2.2	技术	2.2 所处位置、视野效果 所选屏幕所处位置佳、视野效果好，得2分； 所选屏幕所处位置一般、视野效果一般，得1分； 所选屏幕所处位置、视野效果存在不足，得0.5分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-2	2.0	2.0	2.0
6	技术	1、广告投放频次方案（分别注明每处点位屏幕的投放频次）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每个点位的投放频次不少于180次/天）的基础上，承诺投放广告频次不低于210次/天的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放广告频次不低于240次/天的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
7	技术	2、广告投放时长方案（分别注明每处点位屏幕的投放时长）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放时长不少于15s/次）的基础上，承诺投放时长不少于20s/次的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放时长不少于30s/次的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分；	0-4	4.0	0.0	0.0
8	技术	3、广告投放周期方案（分别注明每处点位屏幕的投放周期）（0-4分） 在满足招标文件要求（不少于7个点位，每处点位投放周期连续不间断不少于4周）的基础上，承诺投放周期连续不间断不少于5周的，每承诺1个点位得0.5分，最高得2分；承诺投放周期连续不间断不少于6周的，每承诺1个点位得1分，最高得4分；本项评分最高得4分。	0-4	4.0	0.0	0.0
9	技术	4、广告投放时间段选择方案（0-3分） 投放时间段收视率高达3分； 投放时间段收视率一般得2分； 投放时间段收视率低得1分； 未提供相关内容不得分。	0-3	3.0	3.0	3.0
10	技术	广告投放效果监测、跟踪及优化的方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
11	技术	广告制作方案（包括但不限于制作流程、内审制度管理等） 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-4	4.0	4.0	4.0

12	技术	后期维护方案 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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
13	技术	投标人遇突发事件时应急响应时效、对突发事件的应急预案 应急响应时效及时且突发事件的应急预案完善，实施风险保障措施充足的得5分； 应急响应时效一般且突发事件的应急预案、实施风险保障措施一般，基本满足采购需求的得3分； 应急响应时效慢且突发事件的应急预案、实施风险保障措施略有欠缺或不到位的得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	3.0	3.0	3.0
14	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
15	技术	投标人针对本项目保障措施 保障措施完全满足需求且合理性及可行性高得5分； 保障措施基本满足需求且合理性及可行性一般得3分； 保障措施部分满足需求且可行性存在欠缺及不合理得1分； 未提供相关内容或不满足采购需求要求的不得分。	0-5	5.0	5.0	5.0
16.1	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（0-5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； 方案存在缺陷的得1分； 未提供相关描述不得分。	0-5	0.0	0.0	0.0
16.2	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
17	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。） 项目负责人具有充足的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力强的得3分。 项目负责人具有较少的类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力一般的得2分。 项目负责人未有类似项目经验、对项目的资源调配、项目协调等能力差的得1分。 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-3	2.0	2.0	2.0
18	技术	拟投入本项目的视频制作团队、美工、文案、新媒体广告投放等专业人员（除项目负责人）的数量及工作经验、职业能力等内容，须提供详细的人员分工表及专业的分布。（提供上述人员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。） 投入人员数量充足、分工配备完善、类似项目经验丰富得4分； 投入人员数量基本满足、分工配备一般、类似经验较少得2分； 投入人员数量较少、分工配备一般、未有类似项目经验得1分； 未提供社保证明或相关内容不得分。	0-4	4.0	4.0	4.0
合计			0-90	64.0	49.5	50.0

专家（签名）：