

技术[商务别名]评分明细（焦素红）

项目名称：2023年全国“行走大运河”全民健身健步走暨临平大运河文化周系列活动（YHZFCG2023-035）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 杭州匠拍 文化创意 有限公司 | 杭州蛙力 体育文化 策划有限 公司 | 杭州临平 文化传媒 集团有限 公司、杭 州临平文 化传媒集 团有限公 司、杭州 网络广播 电视有限 公司、杭 州中协体 育文化产 业有限公 司（联合 体） |
|----|------|---|------|----------------------|----------------------------|--|
| 1 | 技术 | 项目调研与分析：进行本项目分析与需求的调研，对项目分析的完整性和需求调研的针对性进行打分。内容分析到位、调研具有针对性的得4分；内容分析缺乏相关数据或调研有一定的偏离得2分；内容完全偏离实际情况或未提供内容的不得分。 | 0-4 | 2 | 2 | 3 |
| 2 | 技术 | 总体思路策划方案：总体思路策划方案包括：充分展现体育运动的特点、特色，0-2分；充分展现古镇文化的特点、特色，0-2分；充分展现大运河文化品味、特色，0-2分；策划方案易于传播，0-2分；注：完全符合的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。 | 0-8 | 4 | 5 | 7 |
| 3 | 技术 | 开幕式策划及执行方案：根据投标单位提供“行走大运河”全民健身健走主会场活动开幕式策划及执行方案（包括但不限于主视觉及相关物料设计、策划执行、嘉宾邀请、志愿者招募、后勤保障等内容）由评委综合打分。注：上述每项内容契合度好的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。最多得10分。 | 0-10 | 5 | 6 | 8 |
| 4 | 技术 | 活动方案：（1）根据投标人提供的2023年全国“行走大运河”d全民健身健步走活动方案进行打分（包括具体路线图、体育活动方案、现场效果图）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 技术 | 活动方案：（2）根据投标人提供的第二届中国大运河古镇发展研讨会方案进行打分。（包括研讨会方案、可邀请专家名单、现场布置效果图）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 2 | 3 | 4 |
| 6 | 技术 | 活动方案：（3）根据投标人提供的运河好物共富集市活动方案进行打分（包括临平展示区、文创非遗展示区方案、现场效果图、沿线参与古镇要求6个以上）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 4 |
| 7 | 技术 | 活动方案：（4）根据投标人提供的“爱上大运河千年古镇行”行动方案进行打分。（包括：千年古镇行、大型融媒体行动活动方案、参与古镇名单4个或以上）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |

| | | | | | | |
|----|------|---|------|----|----|----|
| 8 | 技术 | 活动方案：（5）宣传推广工作方案：宣传推广工作方案是否明确、合理可行、针对性强。方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 2 | 3 | 4 |
| 9 | 技术 | 活动方案：（6）活动的整体宣传方案： 根据相关宣传方案是否满足要求、宣传计划的完善性及准确度、全媒体矩阵投放分配合理性、传播影响力等情况综合评定，要求市级及以上主流媒体有一定的露出和曝光，综合评分，1-3分。 在满足招标人要求活动策划、执行和宣传的前提下，供应商能够提供其他的增值服务（例如额外的媒体宣传服务等），具体情况综合打分，1-3分。 开幕式及主要活动在省级或以上提供平台直播方案的，综合评分，1-2分。 | 0-8 | 5 | 5 | 7 |
| 10 | 技术 | 活动方案：（7）新媒体宣传：投标人具有拥有粉丝量达70万级以上的自主的新媒体宣传平台，如微信公众号、视频号、抖音号、app、网站等，每个得2分，最多得6分；有粉丝量达万级以上的自媒体宣传平台及具有运营经验的另加2分。 提供证明材料，无证明材料或证明材料不充分的不得分。 | 0-8 | 0 | 0 | 8 |
| 11 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（1）各岗位所配人员专业，符合本次活动要求，提供主要人员学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富，根据人员配备情况进行打分。 注：提供人员证明材料，每一人符合上述内容的得1分，最多得4分。人员须提供学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富的证明材料。 | 0-4 | 0 | 2 | 4 |
| 12 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（2）拟派项目组成员中具备播音员主持人资格证书的每人得2分，具有高级或以上职称的每人得2分，本项最高得6分。（提供资格证书、职称证书复印件加盖公章。） | 0-6 | 0 | 0 | 6 |
| 13 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（3）项目团队成员中具有国家一级社会体育指导员1人得2分，最多得4分。（提供人员证书复印件加盖公章。） | 0-4 | 0 | 0 | 4 |
| 14 | 技术 | 进度安排：根据投标人对本项目进度安排总体满足招标文件要求，内容完整、合理的得3分，内容基本完整、合理性欠缺的得1分，其他不得分。 | 0-3 | 1 | 2 | 3 |
| 15 | 技术 | 实施重点、难点对策：针对项目实际情况，对可能出现的实施重点、难点的环节提出的相应对策详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 16 | 技术 | 应急方案：投标人针对大型活动中可能出现的各种情况的预判及解决方案评价。对可能出现的各种情况的预判及解决方案详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 3 | 3 | 3 |
| 17 | 技术 | 特色服务与合理化建议：投标人对本项目的提供合理化建议和增值（特色）服务方案，引入更多资源、体现较高创意，根据内容进行打分。 注：方案针对性强、合理可行的，得3分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得2分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-3 | 1 | 2 | 3 |
| 18 | 商务资信 | 类似业绩：投标人自2019年1月1日以来（时间以合同签订时间为准）投标人具有类似活动承接或宣传策划活动项目业绩，每提供一个有效合同得0.5分，最高得1分。（提供合同复印件并加盖公章。） | 0-1 | 0 | 0 | 1 |
| 合计 | | | 0-90 | 36 | 44 | 81 |

专家（签名）：

技术[商务别名]评分明细（钟燕）

项目名称：2023年全国“行走大运河”全民健身健步走暨临平大运河文化周系列活动（YHZFCG2023-035）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 杭州匠拍 文化创意 有限公司 | 杭州蛙力 体育文化 策划有限 公司 | 杭州临平 文化传媒 集团有限 公司、杭 州临平文 化传媒集 团有限公 司、杭州 网络广播 电视有限 公司、杭 州中协体 育文化产 业有限公 司（联合 体） |
|----|------|--|------|----------------------|----------------------------|--|
| 1 | 技术 | 项目调研与分析：进行本项目分析与需求的调研，对项目分析的完整性和需求调研的针对性进行打分。内容分析到位、调研具有针对性的得4分；内容分析缺乏相关数据或调研有一定的偏离得2分；内容完全偏离实际情况或未提供内容的不得分。 | 0-4 | 2 | 2 | 4 |
| 2 | 技术 | 总体思路策划方案：总体思路策划方案包括：充分展现体育运动的特点、特色，0-2分；充分展现古镇文化的特点、特色，0-2分；充分展现大运河文化品味、特色，0-2分；策划方案易于传播，0-2分；注：完全符合的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。 | 0-8 | 4 | 6 | 7 |
| 3 | 技术 | 开幕式策划及执行方案：根据投标单位提供“行走大运河”全民健身健步走主会场活动开幕式策划及执行方案（包括但不限于主视觉及相关物料设计、策划执行、嘉宾邀请、志愿者招募、后勤保障等内容）由评委综合打分。注：上述每项内容契合度好的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。最多得10分。 | 0-10 | 6 | 6 | 8 |
| 4 | 技术 | 活动方案：（1）根据投标人提供的2023年全国“行走大运河”d全民健身健步走活动方案进行打分（包括具体路线图、体育活动方案、现场效果图）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 2 | 3 | 3 |
| 5 | 技术 | 活动方案：（2）根据投标人提供的第二届中国大运河古镇发展研讨会方案进行打分。（包括研讨会方案、可邀请专家名单、现场布置效果图）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 3 |
| 6 | 技术 | 活动方案：（3）根据投标人提供的运河好物共富集市活动方案进行打分（包括临平展示区、文创非遗展示区方案、现场效果图、沿线参与古镇要求6个以上）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 7 | 技术 | 活动方案：（4）根据投标人提供的“爱上大运河 千年古镇行”行动方案进行打分。（包括：千年古镇行、大型融媒体行动活动方案、参与古镇名单4个或以上）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | |
|----|------|---|------|----|----|----|
| 8 | 技术 | 活动方案：（5）宣传推广工作方案：宣传推广工作方案是否明确、合理可行、针对性强。方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 3 |
| 9 | 技术 | 活动方案：（6）活动的整体宣传方案： 根据相关宣传方案是否满足要求、宣传计划的完善性及准确度、全媒体矩阵投放分配合理性、传播影响力等情况综合评定，要求市级及以上主流媒体有一定的露出和曝光，综合评分，1-3分。 在满足招标人要求活动策划、执行和宣传的前提下，供应商能够提供其他的增值服务（例如额外的媒体宣传服务等），具体情况综合打分，1-3分。 开幕式及主要活动在省级或以上提供平台直播方案的，综合评分，1-2分。 | 0-8 | 5 | 5 | 5 |
| 10 | 技术 | 活动方案：（7）新媒体宣传：投标人具有拥有粉丝量达70万级以上的自主的新媒体宣传平台，如微信公众号、视频号、抖音号、app、网站等，每个得2分，最多得6分；有粉丝量达万级以上的自媒体宣传平台及具有运营经验的另加2分。 提供证明材料，无证明材料或证明材料不充分的不得分。 | 0-8 | 0 | 0 | 8 |
| 11 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（1）各岗位所配人员专业，符合本次活动要求，提供主要人员学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富，根据人员配备情况进行打分。 注：提供人员证明材料，每一人符合上述内容的得1分，最多得4分。人员须提供学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富的证明材料。 | 0-4 | 0 | 2 | 4 |
| 12 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（2）拟派项目组成员中具备播音员主持人资格证书的每人得2分，具有高级或以上职称的每人得2分，本项最高得6分。（提供资格证书、职称证书复印件加盖公章。） | 0-6 | 0 | 0 | 6 |
| 13 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（3）项目团队成员中具有国家一级社会体育指导员1人得2分，最多得4分。（提供人员证书复印件加盖公章。） | 0-4 | 0 | 0 | 4 |
| 14 | 技术 | 进度安排：根据投标人对本项目进度安排总体满足招标文件要求，内容完整、合理的得3分，内容基本完整、合理性欠缺的得1分，其他不得分。 | 0-3 | 1 | 1 | 3 |
| 15 | 技术 | 实施重点、难点对策：针对项目实际情况，对可能出现的实施重点、难点的环节提出的相应对策详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 2 |
| 16 | 技术 | 应急方案：投标人针对大型活动中可能出现的各种情况的预判及解决方案评价。对可能出现的各种情况的预判及解决方案详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 2 |
| 17 | 技术 | 特色服务与合理化建议：投标人对本项目的提供合理化建议和增值（特色）服务方案，引入更多资源、体现较高创意，根据内容进行打分。 注：方案针对性强、合理可行的，得3分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得2分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-3 | 1 | 1 | 3 |
| 18 | 商务资信 | 类似业绩：投标人自2019年1月1日以来（时间以合同签订时间为准）投标人具有类似活动承接或宣传策划活动项目业绩，每提供一个有效合同得0.5分，最高得1分。（提供合同复印件并加盖公章。） | 0-1 | 0 | 0 | 1 |
| 合计 | | | 0-90 | 37 | 42 | 74 |

专家（签名）：

技术[商务别名]评分明细（杨莉）

项目名称：2023年全国“行走大运河”全民健身健步走暨临平大运河文化周系列活动（YHZFCG2023-035）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 杭州匠拍 文化创意 有限公司 | 杭州蛙力 体育文化 策划有限 公司 | 杭州临平 文化传媒 集团有限 公司、杭 州临平文 化传媒集 团有限公 司、杭州 网络广播 电视有限 公司、杭 州中协体 育文化产 业有限公 司（联合 体） |
|----|------|--|------|----------------------|----------------------------|--|
| 1 | 技术 | 项目调研与分析：进行本项目分析与需求的调研，对项目分析的完整性和需求调研的针对性进行打分。内容分析到位、调研具有针对性的得4分；内容分析缺乏相关数据或调研有一定的偏离得2分；内容完全偏离实际情况或未提供内容的不得分。 | 0-4 | 3.1 | 3.2 | 3.8 |
| 2 | 技术 | 总体思路策划方案：总体思路策划方案包括：充分展现体育运动的特点、特色，0-2分；充分展现古镇文化的特点、特色，0-2分；充分展现大运河文化品味、特色，0-2分；策划方案易于传播，0-2分；注：完全符合的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。 | 0-8 | 7 | 7 | 7.9 |
| 3 | 技术 | 开幕式策划及执行方案：根据投标单位提供“行走大运河”全民健身健步走主会场活动开幕式策划及执行方案（包括但不限于主视觉及相关物料设计、策划执行、嘉宾邀请、志愿者招募、后勤保障等内容）由评委综合打分。注：上述每项内容契合度好的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。最多得10分。 | 0-10 | 7.8 | 8.2 | 9 |
| 4 | 技术 | 活动方案：（1）根据投标人提供的2023年全国“行走大运河”d全民健身健步走活动方案进行打分（包括具体路线图、体育活动方案、现场效果图）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 4 | 4.3 | 4.8 |
| 5 | 技术 | 活动方案：（2）根据投标人提供的第二届中国大运河古镇发展研讨会方案进行打分。（包括研讨会方案、可邀请专家名单、现场布置效果图）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 4.3 | 4 | 4.8 |
| 6 | 技术 | 活动方案：（3）根据投标人提供的运河好物共富集市活动方案进行打分（包括临平展示区、文创非遗展示区方案、现场效果图、沿线参与古镇要求6个以上）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 4 | 3 | 4.6 |
| 7 | 技术 | 活动方案：（4）根据投标人提供的“爱上大运河 千年古镇行”行动方案进行打分。（包括：千年古镇行、大型融媒体行动活动方案、参与古镇名单4个或以上）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 4 | 3 | 4.6 |

| | | | | | | |
|----|------|---|------|-----|------|------|
| 8 | 技术 | 活动方案：（5）宣传推广工作方案：宣传推广工作方案是否明确、合理可行、针对性强。方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 4 | 3 | 4.8 |
| 9 | 技术 | 活动方案：（6）活动的整体宣传方案： 根据相关宣传方案是否满足要求、宣传计划的完善性及准确度、全媒体矩阵投放分配合理性、传播影响力等情况综合评定，要求市级及以上主流媒体有一定的露出和曝光，综合评分，1-3分。 在满足招标人要求活动策划、执行和宣传的前提下，供应商能够提供其他的增值服务（例如额外的媒体宣传服务等），具体情况综合打分，1-3分。 开幕式及主要活动在省级或以上提供平台直播方案的，综合评分，1-2分。 | 0-8 | 6.8 | 6 | 7.5 |
| 10 | 技术 | 活动方案：（7）新媒体宣传：投标人具有拥有粉丝量达70万级以上的自主的新媒体宣传平台，如微信公众号、视频号、抖音号、app、网站等，每个得2分，最多得6分；有粉丝量达万级以上的自媒体宣传平台及具有运营经验的另加2分。 提供证明材料，无证明材料或证明材料不充分的不得分。 | 0-8 | 0 | 0 | 8 |
| 11 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（1）各岗位所配人员专业，符合本次活动要求，提供主要人员学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富，根据人员配备情况进行打分。 注：提供人员证明材料，每一人符合上述内容的得1分，最多得4分。人员须提供学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富的证明材料。 | 0-4 | 0 | 2 | 4 |
| 12 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（2）拟派项目组成员中具备播音员主持人资格证书的每人得2分，具有高级或以上职称的每人得2分，本项最高得6分。（提供资格证书、职称证书复印件加盖公章。） | 0-6 | 0 | 0 | 6 |
| 13 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（3）项目团队成员中具有国家一级社会体育指导员1人得2分，最多得4分。（提供人员证书复印件加盖公章。） | 0-4 | 0 | 0 | 4 |
| 14 | 技术 | 进度安排：根据投标人对本项目进度安排总体满足招标文件要求，内容完整、合理的得3分，内容基本完整、合理性欠缺的得1分，其他不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 15 | 技术 | 实施重点、难点对策：针对项目实际情况，对可能出现的实施重点、难点的环节提出的相应对策详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 16 | 技术 | 应急方案：投标人针对大型活动中可能出现的各种情况的预判及解决方案评价。对可能出现的各种情况的预判及解决方案详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 17 | 技术 | 特色服务与合理化建议：投标人对本项目的提供合理化建议和增值（特色）服务方案，引入更多资源、体现较高创意，根据内容进行打分。 注：方案针对性强、合理可行的，得3分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得2分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 18 | 商务资信 | 类似业绩：投标人自2019年1月1日以来（时间以合同签订时间为准）投标人具有类似活动承接或宣传策划活动项目业绩，每提供一个有效合同得0.5分，最高得1分。 （提供合同复印件并加盖公章。） | 0-1 | 0 | 0 | 1 |
| 合计 | | | 0-90 | 53 | 51.7 | 86.8 |

专家（签名）：

技术[商务别名]评分明细（周秀梅）

项目名称：2023年全国“行走大运河”全民健身健步走暨临平大运河文化周系列活动（YHZFCG2023-035）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 杭州匠拍 文化创 意有限 公司 | 杭州蛙力 体育文 化有限 公司 | 杭州临平 文化传媒 集团有 限公司、 杭州临 平文化 传媒集 团有限 公司、 杭州 网络广 播电视 有限公 司、杭 州中协 体育文 化产业 有限公 司（联 合体） |
|----|------|--|------|--------------------------|--------------------------|--|
| 1 | 技术 | 项目调研与分析：进行本项目分析与需求的调研，对项目分析的完整性和需求调研的针对性进行打分。内容分析到位、调研具有针对性的得4分；内容分析缺乏相关数据或调研有一定的偏离得2分；内容完全偏离实际情况或未提供内容的不得分。 | 0-4 | 2 | 2 | 4 |
| 2 | 技术 | 总体思路策划方案：总体思路策划方案包括：充分展现体育运动的特点、特色，0-2分；充分展现古镇文化的特点、特色，0-2分；充分展现大运河文化品味、特色，0-2分；策划方案易于传播，0-2分；注：完全符合的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。 | 0-8 | 6 | 6 | 6 |
| 3 | 技术 | 开幕式策划及执行方案：根据投标单位提供“行走大运河”全民健身健步走主会场活动开幕式策划及执行方案（包括但不限于主视觉及相关物料设计、策划执行、嘉宾邀请、志愿者招募、后勤保障等内容）由评委综合打分。注：上述每项内容契合度好的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。最多得10分。 | 0-10 | 6 | 6 | 8 |
| 4 | 技术 | 活动方案：（1）根据投标人提供的2023年全国“行走大运河”d全民健身健步走活动方案进行打分（包括具体路线图、体育活动方案、现场效果图）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 技术 | 活动方案：（2）根据投标人提供的第二届中国大运河古镇发展研讨会方案进行打分。（包括研讨会方案、可邀请专家名单、现场布置效果图）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 6 | 技术 | 活动方案：（3）根据投标人提供的运河好物共富集市活动方案进行打分（包括临平展示区、文创非遗展示区方案、现场效果图、沿线参与古镇要求6个以上）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 7 | 技术 | 活动方案：（4）根据投标人提供的“爱上大运河 千年古镇行”行动方案进行打分。（包括：千年古镇行、大型融媒体行动活动方案、参与古镇名单4个或以上）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | |
|----|------|---|------|----|----|----|
| 8 | 技术 | 活动方案：（5）宣传推广工作方案：宣传推广工作方案是否明确、合理可行、针对性强。方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 9 | 技术 | 活动方案：（6）活动的整体宣传方案： 根据相关宣传方案是否满足要求、宣传计划的完善性及准确度、全媒体矩阵投放分配合理性、传播影响力等情况综合评定，要求市级及以上主流媒体有一定的露出和曝光，综合评分，1-3分。 在满足招标人要求活动策划、执行和宣传的前提下，供应商能够提供其他的增值服务（例如额外的媒体宣传服务等），具体情况综合打分，1-3分。 开幕式及主要活动在省级或以上提供平台直播方案的，综合评分，1-2分。 | 0-8 | 6 | 6 | 6 |
| 10 | 技术 | 活动方案：（7）新媒体宣传：投标人具有拥有粉丝量达70万级以上的自主的新媒体宣传平台，如微信公众号、视频号、抖音号、app、网站等，每个得2分，最多得6分；有粉丝量达万级以上的自媒体宣传平台及具有运营经验的另加2分。 提供证明材料，无证明材料或证明材料不充分的不得分。 | 0-8 | 0 | 0 | 8 |
| 11 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（1）各岗位所配人员专业，符合本次活动要求，提供主要人员学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富，根据人员配备情况进行打分。 注：提供人员证明材料，每一人符合上述内容的得1分，最多得4分。人员须提供学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富的证明材料。 | 0-4 | 0 | 2 | 4 |
| 12 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（2）拟派项目组成员中具备播音员主持人资格证书的每人得2分，具有高级或以上职称的每人得2分，本项最高得6分。（提供资格证书、职称证书复印件加盖公章。） | 0-6 | 0 | 0 | 6 |
| 13 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（3）项目团队成员中具有国家一级社会体育指导员1人得2分，最多得4分。（提供人员证书复印件加盖公章。） | 0-4 | 0 | 0 | 4 |
| 14 | 技术 | 进度安排：根据投标人对本项目进度安排总体满足招标文件要求，内容完整、合理的得3分，内容基本完整、合理性欠缺的得1分，其他不得分。 | 0-3 | 3 | 1 | 3 |
| 15 | 技术 | 实施重点、难点对策：针对项目实际情况，对可能出现的实施重点、难点的环节提出的相应对策详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 3 | 2 | 3 |
| 16 | 技术 | 应急方案：投标人针对大型活动中可能出现的各种情况的预判及解决方案评价。对可能出现的各种情况的预判及解决方案详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 1 |
| 17 | 技术 | 特色服务与合理化建议：投标人对本项目的提供合理化建议和增值（特色）服务方案，引入更多资源、体现较高创意，根据内容进行打分。 注：方案针对性强、合理可行的，得3分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得2分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 18 | 商务资信 | 类似业绩：投标人自2019年1月1日以来（时间以合同签订时间为准）投标人具有类似活动承接或宣传策划活动项目业绩，每提供一个有效合同得0.5分，最高得1分。（提供合同复印件并加盖公章。） | 0-1 | 0 | 0 | 1 |
| 合计 | | | 0-90 | 45 | 44 | 80 |

专家（签名）：

技术[商务别名]评分明细（刘娇民）

项目名称：2023年全国“行走大运河”全民健身健步走暨临平大运河文化周系列活动（YHZFCG2023-035）

| 序号 | 评分类型 | 评分项目内容 | 分值范围 | 杭州匠拍 文化创意 有限公司 | 杭州蛙力 体育文化 策划有限 公司 | 杭州临平 文化传媒 集团有限 公司、杭 州临平文 化传媒集 团有限公 司、杭州 网络广播 电视有限 公司、杭 州中协体 育文化产 业有限公 司（联合 体） |
|----|------|--|------|----------------------|----------------------------|--|
| 1 | 技术 | 项目调研与分析：进行本项目分析与需求的调研，对项目分析的完整性和需求调研的针对性进行打分。内容分析到位、调研具有针对性的得4分；内容分析缺乏相关数据或调研有一定的偏离得2分；内容完全偏离实际情况或未提供内容的不得分。 | 0-4 | 1 | 3 | 4 |
| 2 | 技术 | 总体思路策划方案：总体思路策划方案包括：充分展现体育运动的特点、特色，0-2分；充分展现古镇文化的特点、特色，0-2分；充分展现大运河文化品味、特色，0-2分；策划方案易于传播，0-2分；注：完全符合的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。 | 0-8 | 4 | 4 | 6 |
| 3 | 技术 | 开幕式策划及执行方案：根据投标单位提供“行走大运河”全民健身健步走主会场活动开幕式策划及执行方案（包括但不限于主视觉及相关物料设计、策划执行、嘉宾邀请、志愿者招募、后勤保障等内容）由评委综合打分。注：上述每项内容契合度好的得2分，部分符合的得1分，不符或未提供的不得分。最多得10分。 | 0-10 | 4 | 5 | 7 |
| 4 | 技术 | 活动方案：（1）根据投标人提供的2023年全国“行走大运河”d全民健身健步走活动方案进行打分（包括具体路线图、体育活动方案、现场效果图）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 技术 | 活动方案：（2）根据投标人提供的第二届中国大运河古镇发展研讨会方案进行打分。（包括研讨会方案、可邀请专家名单、现场布置效果图）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 4 | 4 |
| 6 | 技术 | 活动方案：（3）根据投标人提供的运河好物共富集市活动方案进行打分（包括临平展示区、文创非遗展示区方案、现场效果图、沿线参与古镇要求6个以上）。注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 4 |
| 7 | 技术 | 活动方案：（4）根据投标人提供的“爱上大运河 千年古镇行”行动方案进行打分。（包括：千年古镇行、大型融媒体行动活动方案、参与古镇名单4个或以上）注：方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|------|---|------|----|----|----|
| 8 | 技术 | 活动方案：（5）宣传推广工作方案：宣传推广工作方案是否明确、合理可行、针对性强。方案针对性强、合理可行的，得5分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得3分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-5 | 3 | 3 | 4 |
| 9 | 技术 | 活动方案：（6）活动的整体宣传方案： 根据相关宣传方案是否满足要求、宣传计划的完善性及准确度、全媒体矩阵投放分配合理性、传播影响力等情况综合评定，要求市级及以上主流媒体有一定的露出和曝光，综合评分，1-3分。 在满足招标人要求活动策划、执行和宣传的前提下，供应商能够提供其他的增值服务（例如额外的媒体宣传服务等），具体情况综合打分，1-3分。 开幕式及主要活动在省级或以上提供平台直播方案的，综合评分，1-2分。 | 0-8 | 4 | 5 | 6 |
| 10 | 技术 | 活动方案：（7）新媒体宣传：投标人具有拥有粉丝量达70万级以上的自主的新媒体宣传平台，如微信公众号、视频号、抖音号、app、网站等，每个得2分，最多得6分；有粉丝量达万级以上的自媒体宣传平台及具有运营经验的另加2分。 提供证明材料，无证明材料或证明材料不充分的不得分。 | 0-8 | 0 | 0 | 8 |
| 11 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（1）各岗位所配人员专业，符合本次活动要求，提供主要人员学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富，根据人员配备情况进行打分。 注：提供人员证明材料，每一人符合上述内容的得1分，最多得4分。人员须提供学历、岗位配备、资格或经验情况，须专业领域相符、配岗得当、经验丰富的证明材料。 | 0-4 | 0 | 2 | 4 |
| 12 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（2）拟派项目组成员中具备播音员主持人资格证书的每人得2分，具有高级或以上职称的每人得2分，本项最高得6分。（提供资格证书、职称证书复印件加盖公章。） | 0-6 | 0 | 0 | 6 |
| 13 | 商务资信 | 团队成员综合能力：（3）项目团队成员中具有国家一级社会体育指导员1人得2分，最多得4分。（提供人员证书复印件加盖公章。） | 0-4 | 0 | 0 | 4 |
| 14 | 技术 | 进度安排：根据投标人对本项目进度安排总体满足招标文件要求，内容完整、合理的得3分，内容基本完整、合理性欠缺的得1分，其他不得分。 | 0-3 | 1 | 1 | 3 |
| 15 | 技术 | 实施重点、难点对策：针对项目实际情况，对可能出现的实施重点、难点的环节提出的相应对策详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 2 | 3 |
| 16 | 技术 | 应急方案：投标人针对大型活动中可能出现的各种情况的预判及解决方案评价。对可能出现的各种情况的预判及解决方案详尽、合理、可行的得3分，少部分内容缺失的得2分，所提供内容不完整或相应对策不可行的得1分，未提供不得分。 | 0-3 | 2 | 3 | 3 |
| 17 | 技术 | 特色服务与合理化建议：投标人对本项目的提供合理化建议和增值（特色）服务方案，引入更多资源、体现较高创意，根据内容进行打分。 注：方案针对性强、合理可行的，得3分；方案部分内容有欠缺、基本合理可行的，得2分；方案合理可行性欠缺的，得1分；完全不符或未提供的不得分。 | 0-3 | 1 | 1 | 2 |
| 18 | 商务资信 | 类似业绩：投标人自2019年1月1日以来（时间以合同签订时间为准）投标人具有类似活动承接或宣传策划活动项目业绩，每提供一个有效合同得0.5分，最高得1分。 （提供合同复印件并加盖公章。） | 0-1 | 0 | 0 | 1 |
| 合计 | | | 0-90 | 34 | 43 | 79 |

专家（签名）：