# 附件2

三亚国际游艇中心试运营展示季

媒体推广方案项目评分说明

本项目的评标办法采用综合评分法。满分为100分，其中报价部分得分20分，商务部分20，技术部分60分。综合得分最高者为第一成交候选人。

一、报价部分（20分）

价格得分计算公式：

价格分统一采用低价优先法计算，将通过初步筛选的所有投标人的投标价格，即满足招标文件要求且价格最低的投标报价为基准价，其价格分为满分（20分）。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

评标基准值=有效投标人的最低投标报价

报价得分=评标基准值/投标报价×20%×100。

注：价格得分取小数点后两位，四舍五入。

二、商务部分（20分）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审内容 | 评分标准 | 最高得分 |
| 1 | 企业资质 | 投标人获得文化传播、媒体、广告、行业类奖项；政府授予奖项；公益类奖项；创新类奖项。提供一个奖2分，不提供不得分。 | 4分 |
| 2 | 人员实力 | 需配备资深专业的自媒体团队，保证有专人与甲方进行对接。配备项目总负责人1名。公众号运营人员需配备：1位对接主管，1位主编写手；视频团队需配备摄像师2名，后期制作1名。满足人员配备齐全得6分，无任何材料提供不得分。注：提供身份证、毕业证及人员2023年近一个月社保复印件加盖公章。 | 6分 |
| 3 | 公司业绩 | 投标人自2020年至今（以合同签订时间为准）承担过类似项目的业绩。每提供一个项目得5分，本项满分10分，需提供类似的项目合同复印件并加盖公章。 | 10分 |

三、技术部分（60分）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评审内容 | 评分标准 | 最高得分 |
| 1 | 传播方案图文内容：需包含传播总策略，宣传节奏，月度宣传主题与简要内容（以排期的形式呈现） | A.传播总策略实用性强，与三亚国际游艇中心现阶段痛点相符。宣传节奏紧凑，月度宣传主题与简要内容明晰。（11分-15分）B.传播总策略实用性较一般，与三亚国际游艇中心现阶段痛点基本相符。宣传节奏尚可，月度宣传主题与简要内容基本清晰。（6分-10分）C.传播总策略实用性不强，与三亚国际游艇中心现阶段痛点不相符。宣传节奏不佳，月度宣传主题与简要内容不清晰。（1分-5分）D.不提供者得0分 | 15分 |
| 2 | 传播方案视频内容：基于与图文内容板块一样的传播总策略下的视频主题及简要脚本（以排期的形式呈现） | A.与图文板块内容较紧密贴合，与三亚国际游艇中心现阶段痛点较为相符。宣传节奏较为紧凑，视频宣传主题与简要脚本内容较为明晰。（11分-15分）B.与图文板块内容基本贴合，与三亚国际游艇中心现阶段痛点基本相符。宣传节奏尚可，视频宣传主题与简要脚本内容尚清晰。（6分-10分）C.与图文板块内容不太贴合，与三亚国际游艇中心现阶段痛点不太相符。宣传节奏不紧凑，视频宣传主题与简要脚本内不太清晰。（0分-5分）D.不提供者得0分 | 15分 |
| 3 | 媒体矩阵（旗下可作为游艇展示季主要发声渠道的媒体平台） | A.第三方媒体是垂直媒体领域的强势媒体，此项由后台粉丝量或后台浏览量比较决定；发布频率一个月超过4次；且旗下媒体平台超过3个（11分-15分） B.第三方媒体是垂直媒体领域的较强势媒体，此项由后台粉丝量或后台浏览量比较决定。发布频率一个月2-3次；且旗下媒体平台超过1-3个（5分-10分） C.第三方媒体是垂直媒体领域的普通媒体，此项由后台粉丝量或后台浏览量比较决定。发布频率一个月2-3次；且旗下媒体平台低于1个（1分-4分） D.不提供者得0分 | 15分 |
| 4 | 媒体价值：设定合理可量化媒体传播效果，媒体曝光量指标。 | A.对图文浏览量，视频播放量有明确设定，对吸引人流量有明确初步预估（6-10分）B.对图文浏览量，视频播放量设定较为明确，对吸引人流量初步预估较为明确（1-5分）D.不提供者得0分 | 10分 |
| 5 | 媒体虚拟平台：在电子屏幕进行线上虚拟船艇展示 | 1. 在馆内电子屏幕，连线自身平台直播船艇展示与售卖（可以提供得5分）

B.不提供者得0分 | 5分 |