

附件三：

商务评分表

被评单位：_____

日期：_____

评标内容及标准		所占分值	得分
由现场评审人员对参选单位进行 横向比较 ， 对供应商资质水平进行评审：			
企业综合 实力 (30分)	1. 对参选单位 横向对比 ，参选方资质、注册资本、项目团队人员数、相关设计服务经验最优的得9~11分，较好的得4~7分，一般的得3分。 2. 对我司修改要求 回应时间 ：1~3分（相差每2小时1分，最低1分）。	14分	
	3. 参选方近三年类似合作项目及案例。 （每份有效案例评1分，与医药企业合作案例评2分，6分上限）	6分	
	4. 参加设计类比赛获得奖项，获奖证书需有相关部门组织的盖章。 （普通奖项每份评1分，省级、国家级奖项每份评2分，10分上限）	10分	
方案评 估（60 分）	1. 原创元素占比（通过网络识图能否识别到相似的设计作品）： A档. 存在完全一致内容，得0分； B档. 存在部分相似内容，得4~8分； C档. 无明显相似内容，得10分。	10分	
	2. 节气海报设计方案整体联动性、衔接性： A档. 得1~3分； B档. 得5~7分； C档. 得8~10分。	10分	
	3. 节气海报动态效果、背景音效呈现： A档. 得1~2分； B档. 得4~5分。	5分	
	4. 色彩搭配自然美观、构图和谐新颖： A档. 得1~3分； B档. 得5~7分； C档. 得8~10分。	10分	
	5. 设计与品牌的结合： A档. 得1~3分； B档. 得5~7分； C档. 得8~10分。	10分	
	6. 与海报主题的贴合程度： A档. 得1~3分； B档. 得5~7分； C档. 得8~10分。	10分	
	7. 宣传文案与海报主题的贴合程度： A档. 文案缺漏、与海报主题无关联度的，得0分； B档. 得1分； C档. 得4~5分。	5分	
得分合计		90分	

评分人：_____

总分：_____

财务评分表

日期：_____

参选单位名称					
参选单位报价					
价格分 (0~10分)					

评分人：_____

价格分计算方式：

本次海报设计最高限价为：**30万元（含30万元）**，若报价超出此范围或低于50%，则该参选价格无效。

采用低价优先法评分，设有效参选价格中最低的参选报价为**评选基准价**，其价格分为满分10分。其他参选方的价格分统一按照下列公式计算：**参选人价格得分 = (评选基准价 / 参选报价) × 价格满分基数**（四舍五入，保留小数点后两位）。

备注：本评分表由两部分组成，财务部人员评审《评分表2》，其余部门人员评审《评分表1》，《评分表1》与《评分表2》各部门人员的平均分之和为相应中选方的最终得分。