**2025年粤港澳大湾区灯会电商销售总包合作招商**

**综合评分明细表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **评审因素** | | **评审标准** | | |
| **序号** | **评审项及权重** | **详细描述** | **分值** | **评审依据** |
| 1 | 线上售票  佣金提成  35% | 满足招商公告要求的响应人提供的最低线上售票佣金提成比例作为评审基准比例，本小项得分=[（1+评审基准比例×100）/（1+响应人提报佣金提取比例×100）]×35%×100。 | 35分 | 客观。  以响应人提供的线上售票佣金提取比例为评审依据，佣金越低，分数越高。 |
| 2 | 票务  预付款10% | 满足招商公告要求的响应人的有效最高票务预付款金额（或可证明价值的广告流量赠送资源）作为评审基准价，本小项得分=（最终票务预付款金额或广告流量赠送资源价值/评审基准价）×10%×100。  **注：票务预付款按首笔一次性存入的金额为准，广告流量赠送资源价值按0.8系数计。** | 10分 | 客观。  以响应人提供的票务预付款金额或广告流量赠送资源价值为评审依据。 |
| 3 | 推广效能  8% | 以满足招商公告要求的响应人提供的曝光量与推广支持费用为依据，按推广支持费用/曝光量计算推广效能比例，以最高推广效能比例作为评审基准效能，本小项得分=（最终推广效能/评审基准效能）×8%×100。  **注：曝光量不低于2亿，推广支持费用不高于100万元。** | 8分 | 客观。  以响应人提供的推广支持费用和曝光量作为评审依据。 |
| 4 | 合作方案37% | **1、合作方案须有四个部分内容： （1）运营策划方案； （2）售后服务保障 （3）服务团员人员组织保障；**  **（4）增值服务**  **2、内容需求：**  **（1）运营策划方案**  围绕2025年粤港澳大湾区灯会实际情况制定运营策划方案，包括渠道部署、推广计划、创新营销、“票务+酒店”等组合、品牌传播等多重要素，线上与多业态进行合作，线下在户外广告、商场等异业渠道进行广告宣传，达到项目宣传与分销预期。评审小组进行评分： 优18＜得分≤26；  良10＜得分≤18；  差0≤得分≤10。 本小项最多得26分。 **（2）售后服务保障** 售后服务保障需有分销渠道管理、平台投诉处理、用户隐私安全保障、防黄牛等措施内容。评审小组进行评分： 优3＜得分≤5；  良2＜得分≤3；  差0≤得分≤2。 本小项最多得5分。 **（3）服务团员人员组织保障** 响应人针对本项目组建专项服务团队，人员配备具有健全的组织架构和职责分工，提供相关人员名单及项目经验介绍。评审小组进行评分： 优：得分≤3；  良：得分≤2；  差：得分≤1。 本小项最多得3分。 **（4）增值服务** 响应人能给业主单位提供其他实质性优惠举措或增值服务。评审小组进行评分： 优：得分≤3；  良：得分≤2；  差：得分≤1。 本小项最多得3分。 | 37分 | 主观。 以响应人提供的合作方案为评审依据。 |
| 5 | 业务覆盖类目5% | 响应人APP平台业务覆盖旅游六要素：**吃、住、行、游、购、娱**，覆盖以上六个方面的得5分,覆盖三个（含）至五个（含）方面的得3分,其它不得分。 注：供应商提供APP平台截图和单项业务频道页截图。 | 5分 | 客观。 以响应人提供的APP平台截图和单项业务频道页截图为评审依据。 |
| 6 | 票务代理业绩5% | 响应人自2020年1月1日（以签约日期为准）独立承接完成过类似灯会或大型活动售票总包业务，以总包合同数量作为评分依据：  每提供一个业绩得1分，本小项最多得5分，未提供的不得分。 **注：合同金额不低于3000万，**本小项最多得5分 | 5分 | 客观。 以响应人提供的有效合同或协议复印件为评审依据（需对合同真实性负责）。 |

注： 1.评分的取值按四舍五入法，保留小数点后两位。

2.各评审小组成员自行按以上评审因素分值评分。

3.针对客观分项，评审小组若有争议，由评审小组集体讨论，按照“少数服从多数”原则。