附件5：

评审办法

1. 本次公开谈判项目分为两轮评选。

**（1）第一轮评选：**

1）评审方式为**综合评估法**。

2）每家竞投单位需提报**不少于2款**产品的完整设计方案和产品样板。评审小组对所有竞投单位提出的产品品类设计方案及产品样板（方案需按照附件1采购需求书第二项：“**工作内容及要求**”制订）逐一进行综合评分（详见下表“综合评估法细则”）后，依照产品品类分数高低排出先后顺序，至少满足所提供的**2款产品综合评分均为60分及以上**的相应竞投单位进入第二轮评选，其余竞投单位淘汰。

**（2）第二轮评选**

1）根据采购人工作安排，本项目样板及响应文件的递交、项目的评审时间及方式可能发生调整，以邮件通知为准。

2）第二轮评选时间及评选地点会在第一轮评选结束后以邮件的形式另行通知第二轮入围候选人。评审小组对第二轮入围竞投单位提交的上述入围产品相应产品样板和报价清单（详见附件3报价文件格式）与其对相应产品的相关报价逐一进行谈判，确定相应产品的采购价格及产品相关信息，由采购人根据谈判结果进一步确定中选品类及中选候选人。

采购人将通过评选，确定第2025年度第二次广交会文创产品设计与开发服务商采购项目中选单位。

**综合评估法细则 满分100分**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 内容 |
| 1 | 产品开发及生产实力（10分） | 自2020年7月1日至今：1. 竞投人曾经负责生产的文创产品、定制礼品、纪念品等类似产品的生产类合同，每有一个合同金额为10万元及以上的，得0.2分；每有一个合同金额为50万元及以上的，得0.5分；本小项可累计得分，最高不超过5分。注：每份合同须提供合同关键页（首页、合同标的及盖章页）复印件并加盖公章，以合同签订日期为准，同一项目的业绩不重复计分；提供合同模糊，评审无法认定的不得分。2.有相应产品自有工厂，本小项可得5分。注：需提供产权证明及相关证明材料。本项累计得分，最高不超过10分。 |
| 2 | 产品设计水平（35分） | 竞投人需根据**附件1采购需求书**“二、工作内容及要求”**提报至少2款**产品的完整设计方案及产品样板。方案须包含产品设计图、效果图、外包装设计、详细的设计说明及功能、结构、材质、规格、工艺说明（材质需使用环保材料，需符合国家规定的环保标准）。由评审小组对每一品类的设计方案内容及产品样板进行综合打分：优得31-35分，良得21-30分，中得11-20分，差得1-10分；本项最高得分为35分。需提供产品方案及产品样板，产品样板提供任意以下类型：1.根据设计方案提交实际样板；2.同类型材质的其他设计样板；3.3D打印的设计样板。 |
| 3 | 产品规范性（10分） | 竞投人需在产品方案中标注产品采用的执行标准（适用国家、行业、地方或企业标准，当执行标准冲突时适用最高标准）质保方案。评审小组结合就产品采用的执行标准及质保方案进行综合打分：优得8-10分，良得5-7分，中得2-4分，差得0-1分；本项最高得分为10分。如经评审小组认定出现以下情况，该项得分为0分，并取消该品类衍生品方案中选资格：1.产品应符合国家强制标准而未符合的；2.产品未提供相关执行标准；3.其他不符合相关法律法规规定并会导致产品无法上市销售的情况。4.产品无质量保障方案。 |
| 4 | 价格合理性（25分） | 1.如若竞投人所提供的产品在**意向产品清单**范围内，则以清单内产品最高限价作为基准分；2.如若竞投人所提供产品报价=基准分，得0分。3.竞投人所提供产品报价在基准分的基础上，每低于基准分1%，得1分。报价精确到小数点后2位。4.意向产品清单及最高限价详见附件1采购需求书。5.如若竞投人所提供的产品不在意向产品清单范围内，则产品报价需对标同类型文创产品品类零售价的五折，由评审小组对其进行价格合理性分析。6.竞投人需对所设计的产品进行合理报价并提交建议零售价。涉及到成本限价的产品报价需在要求范围内。7.本项最高得分25分。【需提供产品报价】 |
| 5 | 产品宣传能力（20分） | 1.评审小组根据竞投人提供的宣传能力方案中的产品文案撰写能力（包括但不限于产品名称、产品设计内涵等相关宣传内容）进行综合比较：优得8-10分，良得5-7分，中得2-4分，差得0-1分，不提供则不得分。2.评审小组根据竞投人提供的宣传能力方案中的产品图拍摄及海报设计能力（竞投人可通过拍摄产品宣传图或短视频全方位展示产品，或过往设计宣传案例资料参考）进行综合比较：优得8-10分，良得5-7分，中得2-4分，差得0-1分，不提供则不得分。【需提供宣传能力方案】 |