**评 分 标 准**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项目** | **分值** | **评价标准** |
| 技术部分（70分） | 对项目的分析及阐述对项目研究框架思路的理解（15分） | 15分 | 针对本项目的创意设计方案进行演示，产品设计系列解说，明确设计创意理念、对项目内容分析的准确程度、框架思路、目标定位理解的准确程度和对项目任务清晰把握的到位程度评分，优秀得（11-15分），良好得（6-10）分，一般得（0-5）分；可投影播放的整体策划方案需采用较为普及的软件制作，存储于U盘或者光盘介质中或电子邮件发送，播放格式为常用格式，格式问题造成的无法播放，由投标人自行负责。 |
| 设计成果展示（55分） | 25分 | 主IP产品应用设计，根据设计创意，结合背景需求、造型立意、艺术效果、销售思路等评判；优秀得（20-25分）、良好得（15-20分）、一般得（10-15分）。 |
| 30分 | 产品应用场景衍生设计：需要具有一定的市场前景，符合消费市场，评委根据商品创意、产品的材质、艺术表现美感、开发可行性、成本预估准确度及消费前景等方面综合评分，优秀得（25-30分）、良好得（20-25分）、一般得（15-20分）。 |
| 价格部分（30分） | 单价 | 10分 | 本项目无最高限价，但需考虑项目背景，结合成本及销售过程，在业主角度考虑销售方案后定制最高限价。1、评标基准价的确定=所有同类有效产品的最低报价；2、投标报价得分=评标基准价/投标报价×10分，评分过程中，数据的计算过程和计算结果均保留两位小数，小数点后第三位四舍五入。3、本项分值由评标委员会负责组织计算。 |
| 起订量 | 10分 | 本项目无最低及最高起订量要求，但需考虑项目背景，结合成本及销售过程，在业主角度考虑销售方案后定制单价对应的起订量。1、评标基准量的确定=所有同类有效产品的最高起订量；2、投标报价得分=投标起订量/评标基准量×10分，评分过程中，数据的计算过程和计算结果均保留两位小数，小数点后第三位四舍五入。3、本项分值由评标委员会负责组织计算。 |
| 订货周期 | 10分 | 本项目无订货周期要求，但需考虑项目背景，结合成本及销售过程，在业主角度考虑销售方案后定制产品订货周期。1、评标基准量的确定=所有同类有效产品的订货周期（单位统一为“天”）；2、投标报价得分=评标基准量/投标订货周期×10分，评分过程中，数据的计算过程和计算结果均保留两位小数，小数点后第三位四舍五入。3、本项分值由评标委员会负责组织计算。 |

**注：评标过程仅对包含完整方案、单价、起订量、产品材质、供货期的产品，其余产品由评标委员会定义无效产品，不参与价格部分的计算。**