|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评分大类 | 具体项目 | 评分标准 |
| 营销指标80分 | 网络及新媒体营销团队规模（提供必要证明如社保缴纳证明等）（10分） | 团队人员组成：20人以上，得10分；11-19人，得6分；6-10人得3分，3-5人得1分；2人以下得0分。 |
| 直播间及主播数量；网络店铺数量；（二选一）（10分） | 有自己的直播间和固定主播。直播间数量、主播数量均在5个以上，得10分；直播间数量、固定主播数量在2-4个，得5分；直播间数量和主播数量小于2个，得1分。自营网络店铺在5间以上，得10分；自营网络店铺在2-4间，得5分；店铺数量小于2间，得1分。 |
| 近5年网络平台获奖情况（10分） | 近5年来，在网络新媒体领域获得各类奖项：获奖数在5个以上，得10分；获奖数在2-4个得5分；获奖数小于2个，得1分；未获得过奖项，得0分； |
| 近3年成功营销案例及数量（15分） | 近3年来成功的合作营销案例：有成功案例3个以上，并对公司具有很好借鉴意义，得15分；有成功案例1-2个，并具有一定借鉴意义，得10分；无成功案例，得0分。 |
| 关于游轮行业在网络新媒体领域的营销分析及推广计划（15分） | 关于游轮行业在新媒体领域（不限于抖音、视频号、OTA平台、携程、去哪儿、天猫、小红书等）是否有良好的营销分析及推广计划（不限于三峡游轮）。对游轮行业有较好了解、优劣势分析得当、有相应的营销推广计划、破圈途径、营销手段、有一定的游轮行业推广和销售经验，得15分；对游轮行业有一定了解，有初步营销推广计划，有一定可操作性和参考价值，得10分；未涉及游轮行业分析，但有其他领域营销推广计划，且具有一定的参考价值，得5分；未涉及到行业分析和推广计划，得0分。 |
| 新媒体销售情况（提供清晰的销售证明）（15分） | 近一年来新媒体领域（不限于抖音、视频号、OTA平台、携程、去哪儿、天猫、小红书等店铺）的销售情况证明。以投标单位销售业绩排名，投标单位在意向单位排名中，位居第一、第二名，得15分；位居第三、第四、第五名，得10分；位居第六、第七、第八名，得6分；第九、第十名，得3分；排名第十名以后，得0分。 |
| 计划完成目标任务（5分） | 网络代理根据公司发布的目标任务，承诺业绩完成目标。承诺目标任务不低于公司目标任务的，得5分；低于目标任务，则不得分。 |
| 资质指标20分 | 资料整体情况（5分） | 投标文件思路清晰、版面整洁、资料齐全得5分；文件较为完整、资料较为齐全得2分；投标文件资料缺项过多、思路混乱得0分。 |
| 企业综合实力（5分） | 企业证照资质齐全、财务状况及综合信誉良好、组织架构完善且为当地企业得5分；证照资料较齐全、财务及状况信誉较好、组织架构较完善得2分；无证照资料、财务亏损、信誉较差、无固定办公场，所得0分。 |
| 近3年业内口碑情况（可提供网络平台各类排名）（10分） | 近3年在互联网各类排名中，多次上榜前10，业内口碑教好，得10分；在互联网平台各类排名中，曾有上榜，口碑良好，得5分；未有排名，但业内口碑良好，得2分；业内口碑一般或较差，得0分。 |
| 备注：评委在评分过程中可结合参评资料实际，在单项评分标准内酌情评定分值。 |