厦门市苏颂医院网络舆情服务磋商评分标准

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1、技术因素（满分65分）** | | |
| **序号** | **评分界定** | **满分分值** |
|  | 供应商应承诺将涉及采购单位的主要关键词（包含主要领导关键字、业务内容、敏感词汇等)纳入舆情监测工作平台，7×24小时实时全方位监测国内新闻网站、论坛、微博、微信公众号、小红书、抖音等互联网开放平台，监测内容涵盖纯文字、短视频、图片等，实时监测涉及采购单位的网络舆情。  有提供承诺函的得5分，否则不得分。 | 5 |
|  | 供应商应承诺安排人员对舆情监测信息进行研判、筛查，剔除重复、垃圾信息后，将采购单位需要的舆情信息第一时间报送到相关工作平台，并根据舆情内容的敏感度和传播情况，对舆情进行分级，对重点、敏感的舆情通过电话或短信进行预警，提醒采购单位相关负责人重视舆情应对处置工作。  有提供承诺函的得5分，否则不得分。 | 5 |
|  | 供应商应承诺对于重点、敏感舆情，将积极协助采购单位开展应对处置工作，包括分析、研判舆情热度和走势，以及可能造成的负面影响。还将提供舆情应对、处置参考，并积极配合采购单位开展相关工作，化解舆情热点。  有提供承诺函的得5分，否则不得分。 | 5 |
|  | 供应商应承诺每月汇总、整理监测到的网络舆情信息，对当月重点舆情发展情况和舆论观点进行梳理和分析，对阶段性舆情进行预警、预判，形成《舆情月报》，为采购做好舆情管控和处置工作提供参考。  有提供承诺函的得5分，否则不得分。 | 5 |
|  | 供应商应承诺根据采购单位实际工作需要，汇集季度周期内各主要敏感舆情概要，分析舆情走势，回顾主要舆情和网民观点，提出下一阶段舆情工作要点，形成《舆情季报》，为采购单位相关领导的决策提供参考。  有提供承诺函的得5分，否则不得分。 | 5 |
|  | 根据供应商对舆情事件，提供舆情应对、处置建议，必要时派出舆情应对专家参加舆情研判、会商，参与拟定舆情回应内容等，处置建议的团队和承诺进行评价：  ①提供处置建议方案的得2分；  ②在满足①的基础上，处置建议具体，能够满足项目整体实施，并承诺“必要时派出舆情应对专家参加舆情研判、会商，参与拟定舆情回应内容”的得3分；  ③在满足②的基础上处置建议内容详实，流程完整，能结合项目上的重点难点，提出有效和针对性处置建议方案的得5分；  ④未提供或不符合上述要求的不得分。 | 5 |
|  | 根据供应商针对舆情实际情况，进行舆情风险评估，必要时配合开展网评工作，在网上进行舆论引导，积极做好化解和引导工作提供的方案和承诺评价：  ①提供舆论引导方案的得2分；  ②在满足①的基础上，舆论引导方案相对详细完整，具备基本思路，符合项目情况，且承诺必要时开展网评工作的得3分；  ③在满足②的基础上，专舆论引导方案详细完整，总结全面具体，思路清晰，有利于项目整体实施的得5分；  ④未提供或不符合上述要求的不得分。 | 5 |
|  | 根据供应商提供的网络舆情应对处置预案（包括但不限于：应对、处置流程和方式等）进行评价：  ①提供处置预案，方案覆盖上述内容的得3分；  ②在满足①的基础上，对项目了解透彻，方案内容详实、思路清晰合理，流程完整，有利于项目整体实施的得5分；  ③未提供或不符合上述要求的不得分。 | 5 |
|  | 根据供应商提供的人工值班制度进行评价：  ①提供基础的人工值班制度得1分；  ②在满足①的基础上，有完整的人工值班制度，能较合理安排值班人员对接，能够全天候实时响应工作要求和指令，并保质保量完成指令的得3分；  ③在满足②的基础上，有完善的人工值班制度，能合理安排值班人员对接，能够全天候（7\*24小时）实时响应工作要求和指令，且在重要节假日有安排人员值班，且提供值班表，并保质保量完成指令的得5分；  ④未提供或不符合上述要求的不得分。 | 5 |
|  | 根据供应商提供的报送内容进行评价，报送内容要求简单明了，包括标题、正文、发布时间及评论的内容、作者和来源等，并根据需要对信息的重要性、敏感性进行标注：  ①提供报送内容的得2分；  ②在满足①的基础上，报送内容相对详细完整，具备基本思路，符合项目情况的得3分；  ③在满足②的基础上，报送内容详细完整，描述全面具体，思路清晰，有利于项目整体实施的得5分；  ④未提供或不符合上述要求的不得分。 | 5 |
|  | 供应商提供的服务团队支撑人员持有内容编辑或新闻专业相关职称证书的，每提供一名得1分，满分3分。注：须提供证书复印件加盖供应商公章，否则不得分。 | 3 |
|  | 供应商提供的服务团队支撑人员具有专业的信息采集能力，能够介入线下舆情信息采集，持有《新闻记者证》的，每提供一名得1分，满分3分。注：需提供记者证复印件加盖供应商公章，否则不得分。 | 3 |
|  | 供应商的服务团队主要人员具有专业的网络舆情分析能力，持有岗位能力认证证书或资格证书，每提供一份得1分，满分4分。注：须提供证书复印件加盖供应商公章，否则不得分。 | 4 |
|  | 供应商的服务团队主要人员经过市级及以上宣传、网信部门组织的专业培训（舆情监测、互联网新闻信息内容管理等），并取得结业（合格）证书或继续教育登记证的。每提供一份得1分，满分5分。注：须提供证书复印件加盖供应商公章，否则不得分。 | 5 |
| **2、商务因素（满分25分）** | | |
| **序号** | **评分界定** | **满分分值** |
|  | 信息平台：根据供应商提供的信息发布平台进行评价：  供应商拥有市级以上（含）的传统媒体资源（如报纸、电视、广播、新闻网站等），能够提供舆情回应信息平台，发布回应信息，增强舆情回应处置效果的，每提供1个平台证明得2分，满分4分。注：须提供供应商与信息发布平台的有效关系证明加盖供应商公章，否则不得分。 | 4 |
|  | 供应商具备舆情数字化多媒体展示能力，能够为采购单位来访提供可视化舆情演示服务的得3分。注：须提供多媒体场所照片，并书面承诺照片真实性并加盖供应商公章，否则不得分。 | 3 |
|  | 供应商拥有自主研发的舆论引导实战对抗平台等相关软件，能够配合采购人提供网络舆情模拟实战演练服务的得5分。注：须提供相关软件著作权登记证书复印件并加盖供应商盖章，否则不得分。 | 5 |
|  | 供应商具有“专家智库团队”支持，提供专家服务，专家需为高校专家或资深媒体人（副高及以上职称），并承诺成交后参与本地化服务支撑的，每提供一名得1分，满分3分。  注：须提供承诺函及专家职称证明复印件加盖供应商公章，否则不得分。 | 3 |
|  | 根据供应商承诺的应急服务响应时间进行评价：承诺如遇到突发敏感舆情事件，供应商在接到采购人紧急通知后，能够在1小时内到达采购人办公地点协助处置舆情的得2分。注：须提供承诺函及能够证明在承诺时效内到达现场的相关证明材料，否则不得分。 | 2 |
|  | 根据供应商自2021年1月1日以来（以合同签订日期为准）承接的医疗单位网络舆情监测服务项目业绩（限三甲医院）情况进行评价。供应商每提供1份合同复印件得1分，最高4分，未提供或提供的材料不符要求的不得分。  注：与同一业主单位签约的最多按1份计。 | 4 |
|  | 根据供应商提供2021年1月1日以来(以满意度证明材料载明的时间为准)承担过与本项目同类业务的业主满意度调查或评价表情况进行评价，所获评价为“优”或者“非常满意”的每提供1个得1分，满分4分。须提供业主满意度调查或评价表并加盖公章，未按上述要求提供或不满足不得分。  注：①同一业主单位出具的多份满意度调查表按1份计。②商务评分项2-5与商务评分项2-6同一业绩（业主）不重复得分。 | 4 |
| **3、价格因素（满分10分）** | | |
| 价格分统一采用低价优先法，即满足磋商文件要求且最后报价最低的供应商的价格作为磋商基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按下列公式计算：  磋商报价得分 = 10×（磋商基准价÷最后磋商报价）  说明：最后磋商报价还需进行算术错误修正、漏（缺）项修正、中小企业政策优惠扣除、“后一次的报价高于前一次报价的，后一次的报价无效，以前一次的报价为准”的报价认定。 | | |
| 各有效供应商的最后综合得分＝技术因素＋商务因素＋价格因素 | | |