

深圳精品（汕尾）展销中心项目评分细则

序号	评分指标	分数 (总分100)	评分内容
1	项目报价情况	10	1. 参选单位根据遴选公告要求，提供项目预算及预算明细，根据预算及预算明细的详细程度、性价比、可操作性等进行打分。综合评价“好”得10分；“较好”得8分；“一般”得6分；“较差”得2分；“差”不得分。 2. 项目报价不作为后续签订合同的价格依据，仅作为遴选的一项评分依据。 3. 报价总额上限为100万元，其中核心展厅的设计装修费用报价上限 35万元，核心展厅租赁费用上限 25万元，一年期的日常运营工作(包括核心展厅的日常展览、陈设管理、水电费等日常运维费用)上限20万元，品牌参展补贴、其他场地费用上限20万元。
2	参选单位基本情况	10	提供公司经营领域（提供营业执照等佐证材料）、业务规模、员工数量、营业收入、物流、仓储情况等材料，提供运营公司与商场产权单位的运营委托合同文件（从公告发布之日起算，委托时间不得少于2年），提供业绩文件（例如自行举办或承办的商场展销运营活动证明材料）。视提供材料内容打分，综合评价“好”得10分；“较好”得8分；“一般”得6分；“较差”得2分；“差”不得分。
3	参选项目区位优势	15	依据参选项目在汕尾市的位置、精品展在商场内布局位置情况、公共交通状况、周边高档住宅小区情况、客流量、停车位充裕程度等方面指标进行评价，请提供相关资料。视提供材料内容打分，综合评价“好”得15分；“较好”得12分；“一般”得8分；“较差”得4分；“差”不得分。
4	精品展预期目标承诺	20	1. 参选单位承诺深圳精品（汕尾）展销中心的深圳品牌经营面积合计 500平方米以上。（4分）未承诺此量化指标要求不得分。 2. 参选单位承诺运营期间展销的深圳工业新产品和新潮时尚消费品种类达 30种以上。（8分）未承诺此量化指标要求不得分。 3. 参选单位承诺展销中心建成运营后年度总销售额（含批发和零售）不少于1000万元。（8分）未承诺此量化指标要求不得分。

5	核心展厅的设计装修、日常运维	15	设计、装修建设并自主运维一个核心展厅（含展厅LED大屏），面积不少于100平米。在核心展厅内设置品牌墙，对深圳入驻展销品牌进行介绍，可通过扫描品牌墙二维码获取产品信息并进行线上购买，在厅内陈设各类深圳产品进行集中展示。通过大屏幕循环播放宣传视频、智能终端现场体验等多种形式进行展示。主要采取人工运营讲解形式，委托专门人员日常运营（包括核心展厅的日常展览、陈设管理、水电等日常运维，以及线上平台、精品展展销活动、品牌引进、招商的统一管理）。 参选单位需承诺后续将按指挥部要求完成核心展厅设计及装修建设工作，通过日常运维使精品展取得良好运营效果。（15分）按要求承诺得15分，未承诺此项不得分。
6	参选商圈（商场）现有深圳品牌情况及后续招商运营思路	25	1. 已出租面积占总可租面积比例越高，得分越高。（5分）结合材料内容按5-4-3-2-1-0进行对比评分。 2. 已入驻商圈（商场）的深圳品牌数量越多，得分越高。（10分）0-5个品牌得3分，5-10个品牌得5分，10-20个品牌得8分，20个品牌以上得10分。 3. 承诺后续能在商业综合体（商场、商圈）内招引新入驻的深圳品牌数量越多，得分越高。（5分）结合承诺情况按5-4-3-2-1-0进行对比评分。 4. 参选单位提供深圳品牌后续招商运营思路，可从深圳品牌招引的具体举措方面展开。（5分）结合材料内容按5-4-3-2-1-0进行对比评分。
7	配合开展宣传工作	5	按照指挥部要求，配合开展以下多种形式的宣传活动： （1）在电视台、报纸、公众号等媒体上进行多层次、全方位、持续性的宣传报道，提高精品展知名度和影响力。 （2）重点打造核心展厅，对核心展厅品牌墙、展示的品牌内容进行宣传。 （3）对促销快闪活动、集市、车展等活动，开展提前预热起势期、爆发期、持续发酵期等三阶段的宣传工作。 （4）如有直播条件，利用直播平台进行相关宣传。 （5分）承诺配合指挥部开展宣传工作得5分；未承诺不得分。