|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评审因素** | **评分细则** | **权重** | **分值** |
| **一** | **质量部分（45分）** | | | |
|  | 产品设计  合理性 | 评审委员会根据产品设计的合理性情况进行打分。  依据：评审专家以临床使用经验为依据。  A、好 ；得9分；  B、较好；得6分；  C、一般；得2分； | 9% | 9分 |
|  | 产品对比  情况 | 产品临床性能、材质及质量、临床经验及比对结果情况。  依据：评审专家根据样品比对结果来评价。  A、好 ；得20分；  B、较好；得13分；  C、一般；得5分；. | 20% | 20分 |
|  | 产品规格  情况 | 申报产品的规格齐全情况。  依据：以采购人提供的使用规格和评审专家以临床使用经验为依据。  A、齐全 ；得8分；  B、较齐全；得5分；  C、不齐全；得2分； | 8% | 8分 |
|  | 产品品牌  知名度 | 产品品牌知名度。  依据：评审专家以临床使用经验和投标产品在其他“三甲”医院使用情况为依据评价。  （1）满足五家以上三甲医院使用； 8分  （2）满足三家三甲医院使用； 5分  （3）满足三家以下三甲医院使用； 2分  满足第一项要求得8分，满足第二项要求得5分，满足第三项要求得2分，其它情况不得分。 | 8% | 8分 |
| **二** | **服务部分（15分）** | | | |
|  | 配送服务能力 | 对以往配送服务能力及伴随服务评价。  依据：以医院供应商评价结果、近效期产品退换等伴随服务项目的情况为依据进行评价（没有配送过的以承诺书为准）。   1. 好： 6分 2. 较好：4分 3. 一般：2分   没有配送过的以承诺书为准。有承诺的得6分，无承诺的得2分 | 6% | 6分 |
|  | 服务承诺 | 投标、供货、质量保证及伴随服务承诺。  （包括定期随访承诺、破损退换、近效期退换、发票提供及时等）  A、服务好或三项承诺： 6分；  B、服务较好或两项承诺：4分；  C、服务一般或一项承诺：2分；  D、服务差或无承诺： 0分  没有配送过的以供应商递交的申报承诺函为依据。（每项承诺为2分，最高6分，最低0分） | 6% | 6分 |
| 2 | 服务方案 | 针对本项目的需求制定服务方案。  评分标准：  （1）服务方案内容全面；  （2）服务方案内容具体，表达清晰、完整、严谨；  （3）服务方案内容针对性强；  （4）服务方案内容先进，科学合理；  满足以上四项要求得3分，满足以上三项要求得2分，满足以上两项要求得1分，满足以上一项要求得0.5分，其它情况不得分。 | 3% | 3分 |
| **三** | **信誉部分（10分）** | | | |
| 1 | 诚信情况 | 评审标准：  （1）投标人不存在不诚信情况且按照要求提供承诺函的，得6分。  （2）投标人存在不诚信情况或未按规定提供承诺函的，得0分。 | 6% | 6分 |
| 2. | 履约承诺 | 配送商履约能力。  依据：评审专家以配送商以往履约能力为依据进行评分。  （1）提供履约承诺函并在我院有配送的供货商履约评价良好以上，（无配送的供货商只需提供履约承诺函）： 4分；  （2）提供履约承诺函并在我院有配送的供货商履约评价良好以下：1分；  （3）无履约函：0分； | 4% | 4分 |
| **四** | **价格部分（30分）** | | | |
| 1 | 投标报价 | 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：  投标报价得分=(评标基准价／投标报价)×权重  备注：1、评审专家组根据入围企业的报价采用综合评审的办法确定成交候选产品，评审专家组专家以记名的方式打分，依据得分高低确定成交候选产品和候选供应商。  加权平均数：（数量1\*单价1+数量2\*单价2+数量3\*单价3+数量n\*单价n)/(数量1+数量2+数量3+数量n) | 30% | 30分 |
| 合计 | | | 100% | 100分 |

备注：招标文件要求提交的与评价指标体系相关的各类有效资料，投标人如未按要求提交的，该项评分为零分。