

餐饮消费券申报平台企业打分表

评分内容	评分标准	分值	得分
平台综合实力 (20分)	1. 天津地区用户规模 用户数量≥400万，得7分；400万>用户数量≥200万，得4分；用户数量<200万，得0分。	7	
	2. 和平区餐饮商户覆盖数量 本次活动拟发放到店和外卖两类餐饮消费券，对申报平台分别排名。 覆盖（到店/外卖）商户数量排名第一，得8分；覆盖（到店/外卖）商户数量排名第二，得4分，覆盖（到店/外卖）商户数量排名第三及以下，得0分。	8	
	3. 承接天津市内类似项目经验情况 具备自2020年1月1日以来承接市、区两级政府餐饮消费券活动经验，可提供合同（协议）关键页复印件（时间以签订日期为准）。 每提供一份合同（协议）得1分，最高5分。	5	
平台团队服务能力 (8分)	1. 平台项目负责人能力 平台项目负责人具备参与政府消费券活动经验，可提供合同（协议）关键页复印件或项目报告署名页。 可提供得2分，无法提供0分。	2	
	2. 工作团队配备情况 平台配备职责明确、架构合理的工作团队，具备技术研发、数据工程、财务、法务、商户服务、消费者服务、风险处置等专项业务小组；具备完善的内部协调机制，能够高效统筹推进工作。 配备工作团队及专项业务小组完备且能迅速协调响应得3分；专项业务小组不完备或不能及时协调响应得1分；无法配备工作团队得0分。	3	
	3. 投诉处理能力 (1) 拥有投诉处理专业服务团队，具备较强的投诉处理能力。(2) 能够通过人工客服7*24小时全天及时响应受理消费券相关的咨询、投诉等问题。 满足两项得3分，满足一项得2分，无法满足得0分。	3	
消费券技术支持能力及领用方案情况 (21分)	1. 技术开发能力 具备在指定时间内完成技术对接和联调测试，实现活动上线的能力。 可在7个工作日内实现得5分；可在10个工作日内实现得3分；可在14个工作日内实现得1分；在15个及以上工作日内实现得0分。	5	
	2. 消费券发放和领取方案情况 (1) 具备针对本项目政府资金预算及券额，科学设定消费券发放数量、有效期及节奏，提高资金使用效率的能力。(2) 消费券领用页面通俗易懂，在活动主页面最显著位置清晰展示消费券面额、适用范围等信息。(3) 在消费券领取页面展示详尽、准确的活动细则。(4) 消费券领用流程便捷，已登录用户领券时无需再次授权手机号或身份信息。 以上每满足一项得2分。	8	
	3. 消费券使用和核销方案情况 (1) 具备合理的合作商户入驻审核标准和流程。(2) 具备详尽的消费券使用和核销流程。(3) 消费券核销环节便捷，无广告推送。(4) 对持有即将到期消费券的用户，可通过平台提示或发送短信等方式进行提醒。 以上每满足一项得2分。	8	
消费券活动宣传推广能力 (10分)	可通过APP开屏广告、首页广告、搜索广告、侧边栏广告、banner展示、顶通、弹窗等核心广告资源位进行站内宣传推广，以及通过官方微博、公众号等站外传播资源矩阵开展宣传推广。 每开展一项宣传推广得2分，最高10分。	10	

评分内容	评分标准	分值	得分
消费券风险防范及应急处置能力 (16分)	1. 防范抢券作弊行为的技术支持 (1) 可提供具体的防范抢券作弊行为的技术手段清单。(2) 可提供清晰完整的应急响应及处置流程。(3) 平台可自行处置解决抢券作弊行为,并能够及时反馈至相关部门。(4) 可提供过往处置抢券作弊行为的数据报告。 以上每满足一项得2分。	8	
	2. 防范资金套现行为的技术支持 (1) 可提供具体的防范资金套现行为的技术手段清单。(2) 可提供清晰完整的应急响应及处置流程。(3) 平台可自行处置解决资金套现行为,并能够及时反馈至相关部门。(4) 可提供过往处置资金套现行为的数据报告。 以上每满足一项得2分。	8	
消费券数据反馈能力 (10分)	1. 活动期间反馈消费券核销数据能力 活动期间,可在“T+1”日提供T日消费券使用核销等相关监测数据。 在12:00前提供得5分;在17:00前提供得4分;在24:00前提供得2分;无法提供得0分。	5	
	2. 活动结束后反馈消费券使用分析报告能力 活动结束后,可及时整理反馈包括但不限于消费券核销金额、消费券核销订单金额、商户名称、用户ID等相关信息,以及消费券发放期间拉动区域消费、拉动商户销售额(营业额)增长等情况的分析报告。 在7个工作日内提供得5分;在10个工作日内提供得4分;在15个工作日内提供得2分;在16个以上工作日提供得0分。	5	
资源匹配措施 (15分)	1. 平台服务提供情况 (1) 平台向消费券主办单位提供免费使用服务。(2) 平台向商户提供免费参与本次活动服务。(3) 平台向消费者提供免费参与本次活动服务。 以上每满足一项得1分。	3	
	2. 配套投入资金补充消费券 平台可配套投入资金与财政资金共同按照设定面额转化为消费券,依据活动规则供消费者领取和使用,不得额外设定限制条件。 平台资金投入:财政资金投入 $\geq 1:1$,得4分; 1:1>平台资金投入:财政资金投入 $\geq 1:2$,得3分; 1:2>平台资金投入:财政资金投入 $\geq 1:5$,得2分; 平台资金投入:财政资金投入 $< 1:5$,得1分; 平台无资金投入,得0分。	4	
	3. 配套投入叠加优惠 平台可配套投入满减、赠券等形式的叠加优惠活动,叠加优惠应明确单独适用于本次消费券活动,叠加规则应简洁易懂,不得额外设定限制条件。 叠加优惠活动投入资金:财政资金投入 $\geq 1:1$,得4分; 1:1>叠加优惠活动投入资金:财政资金投入 $\geq 1:2$,得3分; 1:2>叠加优惠活动投入资金:财政资金投入 $\geq 1:5$,得2分; 叠加优惠活动投入资金:财政资金投入 $< 1:5$,得1分; 平台无叠加优惠活动投入,得0分。	4	
	4. 配套投入宣传推广资源 平台可配套投入一定价值的商业广告资源用于此次活动的宣传推广。 宣传推广资源价值:财政资金投入 $\geq 1:1$,得4分; 1:1>宣传推广资源价值:财政资金投入 $\geq 1:2$,得3分; 1:2>宣传推广资源价值:财政资金投入 $\geq 1:5$,得2分; 宣传推广资源价值:财政资金投入 $< 1:5$,得1分; 平台无宣传推广资源投入,得0分。	4	
总 分		100	