中山市医疗保障局2021年全面推广医保

电子凭证服务项目采购需求及评分细则

一、需求简介

我局的“加大医保惠民力度”已列入2021年市十件民生实事项目，其中的全面推广使用医保电子凭证，力争2021年底前全市医保电子凭证激活率60%以上，实现药店购药、就医缴费、大厅认证、异地就医备案的无卡便捷服务。截至2021年5月10日，中山市医保参保人为290万人，医保电子凭证激活103万人，激活率为35.6%。为全面推广医保电子凭证，确保2021年底前全市医保电子凭证激活率达到60%以上，特通过本次采购，确定中山市医疗保障局2021年全面推广医电子凭证服务项目的中标单位。

二、中标条件

本次采购按照综合评分法（评分细则详见附件），拟择优确定1家投标人作为中山市医疗保障局2021年全面推广医电子凭证服务项目的中标单位。

三、采购内容及服务要求

1.采购内容：中山市医疗保障局2021年全面推广医保电子凭证服务项目。

2.服务要求：

（1）投标人需提供详细的项目策划推广方案，方案应当包含线上线下推广和广告宣传等方式，以及与各大医院、药店、社区、企业、高校及各大银行等机构紧密合作，全面推广医保电子凭证，以高效引导我市参保人开通医保电子凭证，达成激活率目标。

（2）投标人必须制定周密可靠的实施方案。方案应至少包含但不限于以下内容：

①整体运作流程、时间节点安排；

②合理化建议、服务承诺以及其他相关的内容。

3.验收标准:

按照项目方案和我局需求组织全面验收：6月30日前进行2场以上进医院、药店、社区的宣传推广专场活动；2021年9月30日前中山市医保电子凭证激活率达到50%；2021年12月1日前中山市医保电子凭证激活率达到60%以上。

4.项目地点和周期：

项目服务地点覆盖中山市辖区，项目周期为合同签订之日至2021年12月1日。

5.采购人有权在签订合同时，对项目方案作适当修改或对内容进行调整。

四、中标单位的责任和义务

 1.合理制定服务可行工作方案，严格按照协议完成服务工作，按财务相关制度做好资金使用。

 2.主动接受购买主体在服务过程中的监管和考核，确保服务数量、质量和效能的统一。

3.结合采购方项目后台数据统计；根据采购人要求调整项目推广方案。

4.中标供应商除投标人在投标文件中明确以外，投标人不得再以任何方式转包或分包本项目。

五、资金预算

本服务项目费用共计人民币叁拾玖万元整（￥390000.00元）。

六、付款方式

（1）本协议签订且收到乙方开具的等额有效发票后15个工作日内，甲方向乙方支付服务费用总额的30%。

（2）中山市医保电子凭证激活率达到50%，且收到乙方开具的等额有效发票后15个工作日内，甲方向乙方支付服务费用总额的50%。

（2）项目服务完成经甲方验收通过，乙方开具等额有效发票后15个工作日内，甲方向乙方支付本次服务费用的20%。

### 附：中山市医疗保障局2021年全面推广医保电子凭证服务项目采购评分细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 评价指标 | 分值 | 评分细则 |
| 对项目的认识 | 10分 | 对投标人对本项目意义、工作重点和难点的理解和认识是否准确到位进行综合分析与评价：1、投标人对本项目意义、工作重点和难点的理解和认识准确到位，得8-10分。2、投标人对本项目意义、工作重点和难点的理解和认识基本到位，得5-7分。3、投标人对本项目意义、工作重点和难点的理解和认识不到位，得0-4分。 |
| 项目策划推广方案 | 30分 | 对投标人提供的项目推广方案进行评价：1、投标人提供的项目策划推广方案完整、合理、可操作性较高，完全符合本项目需求，得21-30分。2、投标人提供的项目策划推广方案较完整、合理、可操作性一般，基本符合本项目需求，得11-20分。3、投标人提供的项目策划推广方案不太完整、合理、可操作性较低，不符合本项目需求，得0-10分。 |
| 项目策划推广方案现场解说及答辩 | 15分 | 对投标人提供的方案现场解说及展示进行评价：1、项目策划推广方案的解说及答辩，思路清晰，逻辑合理，能充分体现方案的可操作性，得11-15分。2、项目策划推广方案的解说及答辩，思路清晰，逻辑合理，总体体现方案的可操作性，得6-10分。3、项目策划推广方案的解说及答辩，思路不清，逻辑不通，未能体现方案的可操作性，得1-5分。4、没有现场解说及答辩得0分。 |
| 同类项目经验（政企金融机构活动宣传推广） | 10分 | 投标人2016年至今承接的同类项目业绩评价，每提供一项业绩得1分，最高得10分（投标文件需提供合同复印件，业绩时间以签订时间为准）。 |
| 公司资质 | 10分 | 对投标人公司资质：1. 投标人具有公关活动策划及广告发布资质，公司购买社保人员达8名以上，有官网及公众号自媒体的得10分。
2. 投标人具有公关活动策划及广告发布资质，公司购买社保人员5名以上，有官网及公众号自媒体的得6分。
3. 投标人具有公关活动策划及广告发布资质，公司购买社保人员5名以下，有官网及公众号自媒体的得3分。
4. 不具有公关活动策划及广告发布资质或没有官网及公众号自媒体的得0分。
 |
| 诚信情况 | 10分 | 对投标人的诚信进行评分1. 投标人未被记入诚信“黑名单”的供应商，且连续3年被评为“广东省重合同守信用企业”的得10分。
2. 投标人未被记入诚信“黑名单”的供应商，且连续2年被评为“广东省重合同守信用企业”的得6分。
3. 投标人未被记入诚信“黑名单”的供应商，被评为“广东省重合同守信用企业”的得3分。

4、投标人被记入诚信“黑名单”的供应商，得0分。 |
| 服务项目便利性 | 15分 | 此服务项目跨越时间长，为确保后期便于分析数据、考核落实推广方案，根据投标人服务点到“中山市医疗保障局”的距离进行评分，5公里以内（含）得15分；5公里—10公里（含）得10分；10公里—20公里（含）得5分；超过20公里的得1分。注：1、请投标人使用网页版百度/高德地图进行距离查询，（打开网页版百度/高德地图-点击地图左上角搜索栏的箭头符号-选择“驾车”-起点处填“投标人服务点地址”，终点处填“中山市医疗保障局”-点击搜索），以投标人售后服务点地址（以投标人售后服务点营业执照所在地址为准）为起点至终点通过驾车方式所需的“最短路程”数作为距离证明，投标文件中提供前述距离查询结果网页截图（需能体现前述关于距离远近的相关因素）并加盖投标人公章，无则不予计分。2、投标人售后服务点可以为：投标人注册地址（提供营业执照复印件加盖公章）。 |