

温宿县职业技术学校直播电商 实训设备项目二次 公 开 招 标 文 件

采 购 人：温宿县职业技术学校

招标编号：WS-ZFCG（GK）-2025-02-2 号

采购代理机构：温宿县政务服务和公共资源交易中心

二〇二五年六月

目录

第一章 招标公告	1
第二章 投标人须知	4
第三章 合同条款	31
第四章 采购需求	39
第五章 投标文件格式	40

第一章 招标公告

项目概况

温宿县职业技术学校直播电商实训设备项目二次 的潜在投标人应在新疆政府采购网（政采云）获取招标文件，并于 2025 年 07 月 14 日 16 点 00 分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

项目编号： WS-ZFCG（GK）-2025-02-2 号

项目名称：温宿县职业技术学校直播电商实训设备项目二次

招标方式：公开招标

预算金额：3000000 元

最高限价：3000000 元

采购需求：直播电商实训设备一批

简要规格描述或项目基本概况介绍、用途：直播电商实训设备，含专业直播桌椅、卷轴式绿幕等（详见采购清单）

备注：无

合同履行期限：甲乙双方合同约定执行

本项目（否）接受联合体投标

二、申请人的资格要求：

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2. 落实政府采购政策需满足的资格要求：

（1）财政部、国家发展改革委、生态环境部、市场监管总局《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库[2019]9 号文）；

（2）财政部、生态环境部《关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知》（财库[2019]18 号文）；

（3）财政部、发展改革委《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库[2019]19 号文）；

（4）市场监管总局《市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告》（2019 年第 16 号）；

（5）财政部、工业和信息化部《关于印发《政府采购促进中小企业发展管理办法》的通知》（财库[2020]46 号文）；

（6）财政部、民政部、中国残疾人联合会《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库[2017]141 号）；

（7）财政部、司法部《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库[2014]68 号文）。

（8）《新疆维吾尔自治区政府采购促进中小企业发展管理实施办法》（新财规〔2021〕6号）

3. 本项目的特定资格要求：无

三、获取招标文件

时间：2025年6月24日至2025年7月1日，每天上午10:00至14:00，下午16:00至20:00（北京时间，法定节假日除外）

地点：政采云平台线上获取

方式：供应商登录政采云平台 <https://www.zcygov.cn/> 在线申请获取采购文件（进入“项目采购”应用，在获取采购文件菜单中选择项目，申请获取采购文件）

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

时间：2025年07月14日16点00分（北京时间）

地点：政采云一站式政府采购云平台

五、公告期限

自本公告发布之日起5个工作日。

六、其他补充事宜

获取招标文件时上传以下资料清晰原件扫描件（PDF），否则不予认可。1、营业执照；2、法定代表人身份证明、授权委托书及委托人身份证明；3、近三年任意一年的审计报告或财务报表、本年度任意一个月的社保证明和完税证明（或提供《政府采购诚信承诺函》）。以上材料均需投标人加盖投标单位公章。

特别提示：

1、超过200万元的货物和服务采购项目、超过400万元的工程采购项目中适宜由中小企业提供的，预留该部分采购项目预算总额的30%以上专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业的比例不低于60%。

2、对于未预留份额专门面向中小企业的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，采购人、采购代理机构应当对符合规定的小微企业报价给予10%~20%（工程项目为6%~10%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的6%~10%作为其价格分。

3、接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额30%以上的，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予4%~6%（工程项目为2%~4%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的2%~4%作为其价格分。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1. 采购人信息

名 称：温宿县职业技术学校

地 址：温宿县

项目联系方式（询问）：18893493093

2. 采购代理机构信息

名 称：温宿县政务服务和公共资源交易中心

地 址：阿克苏地区温宿县复兴大道 670 号

项目联系方式（询问）：0997-4028097

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

序号	内 容
1	项目名称：温宿县职业技术学校直播电商实训设备项目二次 招标文件编号： WS-ZFCG（GK）-2025-02-2 号
2	采购代理机构：温宿县政务服务和公共资源交易中心
3	最高限价：3000000 元 招标内容：温宿县职业技术学校直播电商实训设备项目二次 （详见采购清单）
4	服务期限：合同签订后 30 日历天。 质量要求：符合清单标准，产品合格。 供货地点：温宿县（采购人指定地点）
5	投标人资格条件、能力和信誉： 资格条件： （一）符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，具备相应资质的投标人：1. 具有独立承担民事责任的能力；2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；3. 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；4. 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；5. 参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录；6. 法律、行政法规规定的其他条件。 （二）具有有效的营业执照； （三）近三年任意一年的审计报告或财务报表、本年度任意一个月的社保证明和完税证明（或提供《政府采购诚信承诺函》）法定代表人身份证明、授权委托书及委托人身份证明。 （四）投标人未被列入中国政府采购网、“信用中国”（www.creditchina.gov.cn）国家企业信用信息公示系统记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单或政府采购严重违法失信行为”记录名单；（投标截止日前查询结果为准，如相关失信记录已失效，投标人需提供相关证明资料） （五）为保证政府采购活动公平、公正、诚实信用，投标人提供的材料及技术参数应真实有效，投标文件内提供书面诚信投标承诺书。为保证本次招标活动公平竞争，杜绝任

	何形式的商业贿赂行为，投标文件内必须提供反商业贿赂承诺书。 本项目不接受联合体投标。 财务要求：财务状况良好。 信誉要求：良好，无不良行为记录。 其他要求：无
6	投标保证金：本项目不做要求 投标保证金提交方式：投标保证金应当以支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交；投标人未按照招标文件要求提交投标保证金的，投标无效。 开户名称：温宿县政务服务和公共资源交易中心 开户行：中国邮政储蓄银行股份有限公司温宿县支行 账号：965007010000446695
7	履约保证金：签订合同时约定
8	投标文件有效期：60 天（投标截止之日算起）
9	投标截止时间：2025 年 07 月 14 日 16:00 时（北京时间）
10	投标文件递交地点：政采云一站式政府采购云平台
11	开标日期：2025 年 07 月 14 日 16:00 时（北京时间） 开标地点：政采云一站式政府采购云平台 备注：供应商需要使用 CA 锁，登录政府采购云平台电子投标客户端制作投标文件，将生成的“JMBS 格式电子加密投标文件”上传递交至“政府采购云平台”
12	投标文件的要求： 1、本项目实行电子招投标，供应商须登录政府采购云平台申请获取采购文件，并需要使用 CA 锁，在新疆政府采购网--下载专区下载--供应商客户端制作投标文件，并生成 JMBS 格式加密文件，在投标截止前上传至政府采购云平台。若供应商参与投标,自行承担与投标有关的一切费用。 2、各供应商应在开标前确保是新疆维吾尔自治区政府采购网正式注册入库的供应商，并完成 CA 数字证书申领。因未注册入库、未办理 CA 数字证书等原因造成无法投标或投标失败等后果的由供应商自行承担。 3、供应商可前往新疆政府采购网（http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn/）下载专区，下载政

	府采购云平台电子投标客户端，安装完成后，可通过账号密码或 CA 登录客户端进行投标文件制作。在使用政府采购云平台电子投标客户端时，建议使用 WIN7 及以上操作系统。如有问题可拨打政府采购云平台客户服务热线 400-881-7190 进行咨询。 4、供应商在开标时须携带制作加密电子投标文件所使用的 CA 锁，电脑须提前配置好浏览器（建议使用 360 浏览器或谷歌浏览器），以便开标时在线解密。 5、投标供应商应当在投标截止时间前，将生成的“JMBS 格式电子加密投标文件”上传递交至“政府采购云平台”，投标截止时间以后上传递交的投标文件将被“政府采购云平台”拒收。 6、评标结束后，各投标单位须在一周内按招标文件要求将纸质版投标文件递交至招标代理处（所产生的费用投标单位自理）。纸质版投标文件可通过加密电子版投标文件打印生成，应当与电子版投标文件一致。【1、份数要求：正本壹份、副本贰份，电子标壹份（U 盘）。2、装订要求：投标文件商务技术部分装订成一册，投标文件的装订必须采用死页胶粘本。】
13	数量调整：/
14	踏勘现场：不组织。
15	评标委员会的组建： 评标委员会由 5 人，构成其中招标人代表 0 人（应当具备评标专家相应的或者类似的条件），专家 5 人； 评标专家确定方式：从政府采购专家库随机抽取
16	评标委员会推荐中标候选人的人数：3 人
17	是否授权评标委员会确定中标人：否
18	中标公示及中标公告媒介：新疆政府采购网、温宿县人民政府网
19	构成招标文件的其他资料：答疑、澄清、修改、补充文件
20	评标办法：综合评分法
21	投标人信用信息查询： （1）查询渠道： 国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html） 信用中国（www.creditchina.gov.cn）

	中国政府采购网 (http://www.ccgp.gov.cn/) (2) 信用信息查询记录和证据留存的方式: 网页截图 (3) 信用信息的使用规则: 经核查投标企业被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单、经营异常名录等黑名单的将拒绝其投标。(以评标委员会开标当日在评标系统查询为准, 如相关失信记录已失效, 评标委员会对投标人发起征询函, 投标人需提供相关证明资料)。
22	政府采购强制采购: (1) 标记*符号的节能产品; (2) 其他。 采购《节能产品政府采购清单》内的产品。 政府采购优先采购: (1) 非标记*符号的节能产品; (2) 环境标志产品; 采购产品为《节能产品政府采购清单》内非标记*符号的节能产品及《环境标志产品政府采购清单》内的产品: 投标文件中所投产品为节能、环境标志产品清单中的产品, 在投标报价时必须对此类产品单独分项报价, 计算出小计及占合同包总金额的百分比, 并提供属于清单内产品的证明资料(从发布以上清单目录的权威媒体网站上下载的网页公告、目录清单、证书等), 未单独分项报价且未提供属于清单内产品的证明资料的不给予加分。
23	根据中华人民共和国财政部、中华人民共和国工业和信息化部《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)文件的规定, 属于中小企业评审优惠内容及幅度如下: (一) 中小企业(含中型、小型、微型企业)应当同时符合以下条件: ①符合中小企业划分标准(按《关于印发中小企业划型标准规定的通知》(工信部联企业〔2011〕300号)执行); ②提供本企业制造的货物、承担的项目或者服务, 或者提供其他中小企业制造的货物。本项所称货物不包括使用大型企业注册商标的货物; ③小型、微型企业提供中型企业制造的货物的, 视同为中型企业。 (二) 价格扣除办法: 1、超过 200 万元的货物和服务采购项目、超过 400 万元的工程采购项目中适宜由中小企业提供的, 预留该部分采购项目预算总额的 30%以上专门面向中小企业采购, 其中预留给小微企业的比例不低于 60%。 2、对于未预留份额专门面向中小企业的采购项目, 以及预留份额项目中的非预留部分

	采购包，采购人、采购代理机构应当对符合规定的小微企业报价给予 10%~20%（工程项目为 6%~10%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 6%~10%作为其价格分。 3、接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予 4%~6%（工程项目为 2%~4%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 2%~4%作为其价格分。 本项目非专门面向中小微企业，项目所属行业为工业，给予小微企业的价格扣除为 10% （三）小型和微型企业适用价格扣除办法时应提供的相关资料：《中小企业声明函》
24	政府采购支持中小企业融资：有融资需求的，可查询相关业务。 政府采购信用担保：有担保需求的，可查询相关业务。
25	1.4.3 投标人不得存在下列情形之一： （1）与招标人存在利害关系且可能影响招标公正性； （2）与本招标项目的其他投标人为同一个单位负责人； （3）与本招标项目的其他投标人存在控股、管理关系； （4）被依法暂停或者取消投标资格； （5）被责令停产停业、暂扣或者吊销许可证、暂扣或者吊销执照； （6）进入清算程序，或被宣告破产，或其他丧失履约能力的情形； （7）被工商行政管理机关在全国企业信用信息公示系统中列入严重违法失信企业名单； （8）被最高人民法院在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）或各级信用信息共享平台中列入失信被执行人名单； （9）法律法规或投标人须知前附表规定的其他情形。
26	低于成本价不正当竞争预防措施： 根据“财政部 87 号令《政府采购货物服务招标投标管理办法》”第六十条之规定：评标委员会认为投标人报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效

	投标处理。 评标委员会应当要求其在评标现场合理的时间内提供成本构成书面说明，并提交相关证明材料。供应商书面说明应当按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就供应商提供的货物、工程和服务的主营业务成本（应根据供应商企业类型予以区别）、税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用等成本构成事项详细陈述。 供应商书面说明应当签字确认或者加盖公章，否则无效。书面说明的签字确认，供应商为法人的，由其法定代表人或者代理人签字确认；供应商为其他组织的，由其主要负责人或者代理人签字确认；供应商为自然人的，由其本人或者代理人签字确认。 供应商提供书面说明后，评标委员会应当结合采购项目采购需求、专业实际情况、供应商财务状况报告、与其他供应商比较情况等就供应商书面说明进行审查评价。供应商拒绝或者变相拒绝提供有效书面说明或者书面说明不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件作为无效处理。 供应商应当在投标截止前提前准备好上述审查资料以备评标委员会审查，提供书面说明的有效时间为 30 分钟，逾期提供或者未提供的，评标委员会将其投标文件作为无效处理。
27	<u>招标文件的澄清和质疑：</u> 1、综合说明 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可以向被质疑人提出询问，被质疑人应当及时予以答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。投标人询问和质疑实行实名制。投标人询问和质疑应当有事实根据，不得进行虚假、恶意询问或质疑，干扰政府采购正常的工作秩序。投标人提起质疑应当符合下列条件：必须是参与被质疑项目的投标人；必须在规定的质疑有效期内提起质疑；政府采购监督管理部门规定的其他条件。质疑人提出质疑时，应当提交书面质疑书，质疑书应当包括下列主要内容：被质疑人的名称、地址、电话；采购项目名称、项目编号；具体事项、请求和主张；提起质疑的投标人名称、地址及联系方式；质疑日期。质疑书的递交应当采取当面递交的形式。 2、对招标文件的澄清和质疑 投标人应尽早领取招标文件，若对招标文件有疑问需要澄清或质疑，须在开标 7 日前由澄清或质疑方的法定代表人或授权投标人（必须为法定代表人授权进行该项目投标的被授权人）以书面形式向招标人递交澄清或质疑函(原件)，并登记备案。澄清或质疑

函须有法定代表人亲笔签字。澄清函应说明需要澄清的内容，质疑函除应说明需要质疑的内容外，还应提供能够证明质疑内容的相关书面证据。澄清或质疑函应内容真实，证据充分，不得进行恶意质疑。由法定代表人递交澄清或质疑函时，提供法定代表人身份证复印件；由授权投标人递交澄清或质疑函时，还须提供法人投标授权函和质疑授权函（均为原件）及被授权投标人的身份证复印件。身份证复印件须正反面清晰、有效，并要求由该身份证持有人在复印件正反面非空白位置注明“该复印件用于在（项目名称）澄清或质疑使用”字样，并由身份证持有人签字确认。上述资料均须加盖公章。

招标人在投标截止日 3 天前根据澄清或质疑函的具体内容相应作出答复或不予答复，答复内容不得涉及商业秘密。作出答复的将以书面形式通知提出澄清或质疑的投标人和其他有关投标人，或在新疆政府采购网上予以公布。递交质疑的投标人和其他有关投标人在被告知、收到上述公告、通知或答疑书后，应立即向招标人回函确认。未确认情况应当视为对质疑答复的知晓，也将视为对质疑答复内容接受的默认。对于未在投标文件中对修改内容做实质性响应的，对其产生的不利因素由未确认者自行承担。同时招标人可以酌情延长投标截止时间。

3、对招标过程和拟中标结果的质疑

投标人认为招标过程和拟中标结果使自己的权益受到损害的，可以在投标人于新疆政府采购网发布拟中标结果之日起 3 个工作日内，由质疑方的法定代表人或授权投标人以书面形式向投标人递交质疑函（原件），并登记备案。质疑函须有法定代表人亲笔签字，除应说明需要质疑的内容外，还应提供能够证明质疑内容的相关书面证据。质疑函应内容真实，证据充分，不得进行恶意质疑。由法定代表人递交质疑函时，提供法定代表人身份证复印件；由授权投标人递交质疑函时，还须提供法人投标授权函和质疑授权函（均为原件）及被授权投标人的身份证复印件。身份证复印件须正反面清晰、有效，并要求由该身份证持有人在复印件正反面非空白位置注明“该复印件用于在（项目名称）”字样，并由身份证持有人签字确认。上述资料均须加盖公章。

招标人应在受理投标人的书面质疑后，根据质疑函的具体内容及时向递交质疑函的投标人作出答复或不予答复，答复内容不得涉及商业秘密。作出答复的以书面形式通知递交质疑的投标人和其他有关投标人。递交质疑的投标人和其他有关投标人在被告知、收到上述公告、通知或答疑书后，应立即向招标人回函确认。未确认情况应当视为对质疑答复的知晓，也将视为对质疑答复内容接受的默认。

4、澄清或质疑不予受理的情况，有下列情形之一的，属于无效质疑，被质疑人不予受理，由此产生的影响由投标人自行承担：

- （一）不是参与该政府采购项目活动供应商的；
- （二）被质疑人为采购人或政府采购代理机构之外的；
- （三）所有质疑事项超过质疑有效期的；
- （四）以具有法律效力的文书送达之外方式提出的；
- （五）未按上述规定递交澄清或质疑函的；
- （六）其它不符合受理条件的情形。

5、其他

澄清或质疑函递交地点：温宿县政务服务和公共资源交易中心

联系电话：0997-4028097

投标人须知正文部分

一、总则

1. 合格的投标人

1.1 符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，具备独立承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的，有承担本次招标采购项目货物或服务能力的及符合条件的法人或其他组织。

1.2 有效的营业执照；

1.3 投标人在本次招标活动中，必须遵循《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部87号令）等相关法律法规的规定。

1.4 投标人参加政府采购活动近三年内无违法违规记录和法律诉讼纠纷，投标文件中提供书面声明。

1.5 为保证政府采购活动公平、公正、诚实信用，投标人提供的材料及技术参数应真实有效，投标文件内提供书面诚信投标承诺书。

1.6 为保证本次招标活动公平竞争，杜绝任何形式的商业贿赂行为，投标文件内必须提供反商业贿赂承诺书。

1.7 不符合以上条款规定的投标人，其投标无效。

2. 定义

2.1 “采购代理机构”系指温宿县政务服务和公共资源交易中心。

2.2 “供应商”系指向采购代理机构提交响应文件的货物制造商或代理商。

2.3 “货物”系指卖方按合同要求，须向买方提供的设计文件、货物、机械、材料、备品、手册及其他技术资料 and 材料。详见《政府采购品目分类目录》（财库[2013]189号）。

2.4 “服务”系指按合同规定卖方须承担的运输、装卸、安装调试、技术协助、培训和交付使用后保修期内应履行的义务及售后服务等其他类似的义务。

2.5 “卖方”系指提供合同货物和服务的经济实体。本次招标指中标人。

2.6 “买方”系指购买货物和服务的单位，即为本次招标的采购人。

2.7 “节能产品”或者“环保产品”是指财政部发布最新一期的《节能产品政府采购清单》或者《环境标志产品政府采购清单》的产品，可在中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询。

2.8 “进口产品”是指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，详见《关于政

府采购进口产品管理有关问题的通知》(财库[2007]119号)及《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》(财办库(2008)248号)。

2.9 “语言文字”招标响应文件使用的语言文字为中文。专用术语使用外文的,应附有中文注释。

2.10 “签章”系法定代表人或授权委托人签字(签字和盖章具备同等法律效益)及加盖单位公章。

2.11 “计量单位”所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

3. 其他要求

3.1 投标费用

供应商应自行承担所有与本次招标投标有关费用,而不论投标的结果如何。

3.2 采购进口产品

3.2.1 除供应商须知前附表另有规定外,本项目拒绝进口产品参加招标采购活动。

3.2.2 本章第4.1款规定同意购买进口产品的,本项目采购活动不限制满足询价文件要求的国内产品参与招标。

3.3 政府采购政策支持

3.3.1 产品符合政府采购强制采购政策的,实行强制采购;符合政府采购优先采购政策的,产品享受节能产品、环境标志产品优惠(由供应商在报价文件中选择并填报,评审时进行价格优惠);供应商享受支持中小企业发展政策优惠的,可以与同时享受节能产品、环境标志产品产品优惠累加优惠。财政部门关于政府采购强制采购、优先采购的政策规定可在中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询。本项目价格扣除比例见供应商须知前附表。

3.3.2 同一项目中部分产品属于优先采购政策的,评审时只对该部分产品的报价实行价格优惠。

3.3.3 为推进政府采购诚信体系建设,供应商在签署相关承诺,提供相关信息前,应认真阅读财政部门相关政策规定。

二、招标文件

4. 招标文件

4.1 招标文件用以阐明所需货物和服务、招标投标程序和合同条款。包括:

4.1.1 招标公告

4.1.2 投标人须知

4.1.3 合同条款及格式

4.1.4 采购需求

4.1.5 投标文件格式

4.1.6 其他资料

4.2 投标人应认真阅读招标文件中所有的事项、格式、条款和规范等要求。如果没有按照招标文件要求提交全部资料或者投标文件没有对招标文件做出实质性响应，其投标将被拒绝。

5. 招标文件的澄清和修改

5.1 招标人如需对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，招标代理机构将在招标文件要求提交投标文件截止时间15日前，以书面形式通知所有获取招标文件的投标人。该澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。

6. 延长开标时间

招标人视采购具体情况如需延长投标截止时间和开标时间，招标代理机构将在招标文件要求提交投标文件的截止时间3日前，将变更时间书面通知所有获取招标文件的投标人。

三、投标文件的编制

7. 投标文件的编写

7.1 投标人应仔细阅读招标文件，了解招标文件的要求，并在充分理解招标文件提出的货物技术规范、服务和商务条款后的基础上制作投标文件。

8. 投标的语言及计量单位

8.1 投标人的投标文件以及投标人与采购代理机构就有关招标活动的所有来往函电均应使用中文。如果投标文件或与投标有关的其它文件、信件及来往函电以其它语言书写的，投标人应将其译成中文。

8.2 投标文件中所使用的计量单位除招标文件中有特殊规定外，一律使用法定计量单位。

9. 投标文件构成

9.1 投标人编写的投标文件应包含以下内容：

9.1.1 资格、资信证明文件(以下文件必须在有效期内)

(1) 企业营业执照

(2) 法定代表人身份证明、授权委托人身份证明及授权委托书

(3) 投标人认为有必要提供的声明及文件资料（近三年任意一年的审计报告或财务报表、本年度任意一个月的社保证明和完税证明（或提供《政府采购诚信承诺函》））；

9.1.2 商务文件

(1) 投标函

- (2) 开标一览表
- (3) 合同条款偏离表
- (4) 供应商信用中国”网站和国家企业信用公示报告及中国政府采购网截图
- (5) 投标人认为有必要提供的声明及文件资料

9.1.3 技术文件

- (1) 实施方案
- (2) 安装调试方案
- (3) 人员配置及零配件的供应方案
- (4) 应急预案及突发事件的处理措施
- (5) 服务方案
- (6) 投标人认为有必要提供的声明及文件资料

9.1.4 电子标书

本项目实行电子招投标，供应商需要使用CA锁，在新疆政府采购网—下载专区下载—供应商客户端制作投标文件，并生成JMBS格式加密文件，在投标截止前上传至政府采购云平台。

注：以上提供资料均因为原件的影印件。

9.2 第 9.1.1 条 中 第 (1) (2) (3) 项、第 9.1.2 条 中 第 (1) (2) (3) (4) 项、第 9.1.3 条 中 第 (1) (2) (3) (4) (5) 项为必备项，投标人在投标文件中必须提供有关材料，如果缺项，将导致投标失败。

9.3 投标人在投标中违反国家有关法律法规的强制性规定的，其投标按未满足招标文件实质性要求处理。

10. 投标书格式

10.1 投标人应按招标文件提供的格式完整地填写所提供的货物、服务、数量及价格。

11. 投标报价

11.1 投标人应按招标文件所附的《开标一览表》和《投标产品名称、数量、规格及报价明细表》中的项目，标明拟提供货物或服务的单价和总价。如单价和总价不符，以单价累计为准。

11.2 本标针对每种货物或服务只接受一个报价，不接受备选方案，但不拒绝优惠声明。

11.3 投标人应按招标文件的要求对有关设计文件、货物及其配套服务的全部内容进行报价。投标报价应包括：

11.3.1 外购、外协、配套件、原材料及功能设计生产制造、检验、油漆、包装、保险、利税、管理、运杂、安装调试、人员培训等费用。

11.3.2 招标文件中特别要求的零件、备品备件等费用。

11.3.3 分项报价明细表中特别要求的安装、调试、运输及培训等费用。

12. 投标货币

12.1 本次投标货币为人民币。

13. 证明投标人合格和资格的文件

13.1 投标人应提交证明其有资格参加投标和一旦其投标被接受则有能力履行合同的文件，并作为其投标文件的一部分。

13.2 投标人应填写并提交招标文件所要求的资格证明类文件。

14. 证明货物或服务的合格性和符合招标文件规定的文件

14.1 投标人应提交招标文件要求货物和服务的合格性及符合招标文件规定的证明文件。证明文件可以是手册、图纸和资料等，并作为投标文件的一部分。

14.2 投标人应逐条阅读招标文件要求的技术规格条款要求，指出自己提供的货物和服务是否对招标文件做出实质性的响应，并将不能响应之处在招标文件所附的“技术规格偏离表”和“合同条款偏离表”中一一列出。否则，将视为投标人同意、确认或接受招标文件的全部或相应部分的要求。

14.3 证明货物或服务的合格性和符合招标文件规定的文件应包括但不限于下列内容：

14.3.1 有关的产品样本、手册、图纸和资料；

14.3.2 投标人认为有必要提供的其它证明文件(如荣获国优、部优、省优荣誉证书等其他资料)；

15. 投标文件的有效期

15.1 投标文件从实际开标之日起 60 天内有效。

15.2 在特殊情况下，在原投标有效期届满之前，采购代理机构可与投标单位协商延长投标文件的有效期，并经投标方确认。

15.3 投标人在投标有效期内撤销投标文件的，采购代理机构可以不退还投标保证金。

16. 投标文件的书写要求、标记要求、签署及份数

16.1 投标文件须用不褪色的墨水笔书写或打印。

16.2 投标文件的书写应清楚工整，修改处应由法定代表人或投标人授权代表签字或盖章。

16.3 未实质性响应招标文件、或者关键字迹潦草、关键内容表达不清、或者未按要求填写、或者可能导致非唯一理解的投标文件将不能通过符合性检查，按重大偏离处理。

16.4 为了保证投标文件的合法性、安全性和完整性，投标文件应由企业法人或法人授权代表逐页签章。（签字和盖章都具有法律效益）

16.5 投标文件的份数：详见《投标人须知前附表》。

16.6 投标人可根据投标货物或服务的具体需要自行编制其它文件纳入投标书中。

16.7 投标文件的装订必须采用死页胶粘本，不允许活页形式装订（非胶粘方式装订的投标书一律视同活页装订），活页方式装订视为投标无效。

17. 投标保证金

17.1 投标保证金金额：详见投标人须知前附表规定。

17.2 投标保证金用于保护本次招标免受投标人的违规、违约行为而引起的风险。

17.3 投标保证金应用人民币，由投标人按第二章《投标人须知》中明确的银行、帐号等信息，于开标前缴纳。对未按要求提交投标保证金的投标书，采购代理机构将视为不响应投标而予以拒绝。

17.4 投标保证金可以支票、汇票、本票、或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交，（打款须标注项目名称）

17.5 中标人的投标保证金自采购合同签订之日起5个工作日内不计利息予以退还。

17.6 未中标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起5个工作日内不计利息予以退还。

17.7 发生以下情况中标人的投标保证金可能被没收：

17.7.1 未按 28 条规定签订合同；

17.7.2 未按第 31 条有关缴纳中标服务费的规定；

17.7.3 未按招标文件要求提交合同履行保证金的。

四、投标文件的递交

18. 响应文件递交的格式

18.1 投标供应商应当在投标截止时间前，将生成的“JMBS格式电子加密响应文件”上传递交至“政府采购云平台”，投标截止时间以后上传递交的响应文件将被“政府采购云平台”拒收。

18.2 未按本须知要求投递响应文件，造成无法投标或投标失败等后果的由供应商自行承担。

19. 响应文件递交的截止日期

19.1 投标人必须在《投标人须知前附表》中规定的时间之前将响应文件送达到规定的地点。

19.2 超过招标文件规定的投标截止时间送达的响应文件将不予接受。

20. 响应文件的修改和撤销

20.1 投标人对其响应文件进行的修改或撤销应以书面形式并在招标文件规定的投标截止时间前送达招标人、采购代理机构手中。

20.2 投标人对响应文件的修改或撤销应按招标文件规定进行准备、标注和递交。

20.3 投标截止时间以后，不允许对响应文件进行修改。

20.4 投标人不得在投标截止时间起至响应文件有效期满前撤销响应文件。

五、开标

21. 开标

21.1 除非采购代理机构另外书面通知，本标将按本招标文件《投标人须知前附表》中规定的时间和地点开标。

21.2 开标时，招标人、监督部门、公证部门的工作人员将对开标会议到场监督。

21.3 开标时，投标单位完成在线解密后，由工作人员开始唱标。

21.4 唱标完毕后，如果投标人对所唱内容有异议，应当场立即提出。经现场监标人员确认，认为有必要重新唱标的，由唱标员重新唱标。

21.5 所有唱标均记录在案，并经监标人员或公证人员的签字，作为各投标人响应文件的组成部分。

21.6 投标人代表对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。

21.7 投标人未参加开标的，视同认可开标结果。

六、评标和定标

22. 评标原则

22.1 本标的评标遵循公平、公正、科学、择优的原则。

22.2 评标委员会将严格按照《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部87号令）的规定及相关法律法规的规定依法评标，维护招标投标各方当事人的合法权益。法律、法规、规章和省级以上财政部门涉及政府采购政策功能及其他规定，评标委员会应根据招标文件规定，优先推荐节能、环保产品，优先考虑中小企业。投标人符合规定，获得相应政府采购政策优惠的，应提供相关证明材料。

22.3 不徇私情，不明招暗定。

22.4 资格审查合格的投标人，均有同等机会参加竞争。

22.5 评标人员不得私自泄露评标内容，不得进行旨在影响评标结果公正、公平的任何活动。

22.6 对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

23. 评标方法

23.1 采购代理机构将根据有关法律法规的规定组建本次招标的评标委员会。评标委员会成员由本行业相关技术、经济等方面的专家组成。其中，技术、经济等方面的专家不少于成员总人数的三分

之二。

23.2 评标的依据为招标文件和投标文件。根据相关法律法规的规定，评标委员会不以任何外部证据作为其评标的依据或标准。

23.3 评标过程将严格保密。开标后直到授予中标人合同止，凡是属于审查、澄清、评价和比较的有关评标资料以及授标建议等均不得向投标人或其他无关的人员透露。

23.4 在评标的整个过程中，投标人所进行的旨在影响评标结果的活动，可能导致其投标被拒绝，或者被取消中标资格。

23.5 本次招标采用综合评分法进行评标。评标分初步评审和详细评审两个阶段。

23.5.1 初步评审分为资格性检查和符合性检查，只有通过初步评审的投标文件才可进入详细评审阶段。

23.5.2 详细评审分为经济报价部分和技术标评审两个部分。

23.6 初步评审

A. 资格性检查：依据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明、投标保证金等进行审查，以确定投标人是否具备投标资格。

B. 符合性检查：依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否对招标文件的实质性要求作出响应，判定其内容是否真实可靠，是否满足招标文件的最基本的实质性要求，是否存在重大偏离。重大偏离系指投标文件的有效性、真实性、合同的供货范围、质量、性能和规格等内容在实质上与招标文件形成了重大的不一致，而这种不一致可能限制了买方的权力和投标人的义务，纠正或承认这些偏离将会对该投标人和其它投标人合理的竞争地位产生不公正的影响。与招标文件有重大偏离的投标文件将被拒绝。

具体评审内容系指：

23.6.1 投标人是否满足本招标文件关于对合格投标人资格要求的规定；

23.6.2 投标文件组成是否完整，主要内容是否能按招标文件规定的内容、格式填写；

23.6.3 投标文件的有效期是否满足招标文件的规定；

23.6.4 投标文件是否按照规定签章的；

23.6.5 投标代表授权书是否由法定代表人签署；

23.6.6 投标文件针对每一种货物是否出现了两个报价；

23.6.7 投标报价是否超过最高限价；

23.6.8 是否符合招标文件关于对招标货物技术规格和标准的要求；未按招标文件规定的格式填写，内容不全或关键字迹模糊、无法辨认的；（包括采购清单数量的改动）；

23.6.9 是否按照招标文件的要求提供投标保证金，或者所提供的投标保证金有瑕疵；

23.6.10 投标文件载明的招标项目供货期是否超过招标文件规定的期限；

23.6.11 投标文件是否附有采购人不能接受的其他条件；

23.6.12 是否符合招标文件中规定的其他实质性要求；

23.7 对通过初步评审的投标文件，评标委员会将对其进行算术性修正。算术性修正是指对投标文件的报价明细进行校核，并对其算术上和运算上的差错给予修正。修正的原则如下：

23.7.1 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

23.7.2 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，并修改单价；

23.7.3 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

23.7.4 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价需经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

23.7.5 投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

23.7.6 对不同文字文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

23.7.7 评标委员会将拒绝被定为实质上非响应性的投标，投标人不能通过修正或撤销不符之处而使其投标成为响应性投标。

23.7.8 评标委员会将允许投标中有微小的不正规、不一致或不规则，而该微小之处不构成重大偏离。

23.8 通过初步评审及算术性修正的投标文件将进入详细评审阶段。

23.8.1 详细评审中，评标委员会将采用综合评估法中的打分法，以投标文件能最大限度地满足招标文件中规定的各项评价标准为依据，独立地对各投标文件进行评审和打分。

23.8.2 评标委员会将对下述评审因素进行量化，并根据评委会每个成员对投标文件的评审和理解进行打分。经济报价权重占 30%，技术标权重占 70%。投标人两部分的分值相加，即为该投标人的评标总得分。

初步评审标准

初步 评审	评审内容	
	1	投标人是否满足本招标文件关于对合格投标人资格要求的规定
	2	投标文件组成是否完整，主要内容是否能按招标文件规定的内容、格式填写；
	3	投标文件的有效期是否满足招标文件的规定；
	4	投标文件是否按照规定签章的；
	5	投标代表授权书是否由法定代表人签署；
	6	投标文件针对每一种货物是否出现了两个报价；
	7	投标报价是否超过最高限价；
	8	是否符合招标文件关于对招标货物技术规格和标准的要求；未按招标文件规定的格式填写，内容不全或关键字迹模糊、无法辨认的；（包括采购清单数量的改动）；
	9	是否按照招标文件的要求提供投标保证金，或者所提供的投标保证金有瑕疵；
	10	投标文件载明的招标项目供货期是否超过招标文件规定的期限；
	11	投标文件是否附有采购人不能接受的其他条件；
	12	是否符合招标文件中规定的其他实质性要求；
初步评审合格后方可进入详细评审阶段		

经济报价评分标准

经 济 报 价 K1 (30 %)	经济报价得分计算： (1) 对于经济报价的评分，按以下方法进行：价格分采用低价优先法计算，即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，因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。 投标报价得分=(评标基准价/投标报价)×30%×100 (2) 若投标人的小微企业产品制造商符合小微企业条件，并且提供了《中小企业声明函》，则其评标价格=投标人报价中属于小型和微型企业产品的价格部分×(100%-6%)+投标人报价中不属于小型和微型企业产品的价格部分；否则，其评标价=投标报价。 (3) 在价格评审中，若评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。 (4) 在技术评审中，应当考虑设备的技术参数响应情况、设备技术水平、工艺水平等因素，以及设备的功能性、整体配套性、经济性、先进性、稳定性等因素；设备故障率情况及故障响应时间等因素；售后服务应当考虑其服务的承诺内容、具体措施及其可行性等因素等。 节能、环境标志产品优惠内容及加分幅度： 价格项加分： 1、(节能清单部分产品的价格/投标报价)×3%×价格项满分值 2、(环境清单部分产品的价格/投标报价)×3%×价格项满分值 技术项加分： 1、(节能清单部分产品的价格/投标报价)×3%×技术项满分值 2、(环境清单部分产品的价格/投标报价)×3%×技术项满分值 注：投标文件中对所投标产品为节能、环境标志产品的，在投标报价时必须对此类产品单独分项报价，计算出小计及占合同包总金额的百分比，并提供证明资料（中国政府采购网上下下载的品目清单、认证证书），未按要求提供证明资料的不给予加分。 中小企业评审优惠内容及价格扣除幅度： 根据中华人民共和国财政部、中华人民共和国工业和信息化部《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46号）文件的规定，属于中小企业评审优惠内容及幅度如下： ①符合中小企业划分标准（按《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）执行）； ②提供《中小企业声明函》（须说明投标产品制造商的从业人员、营业收入、资产总额等相关情况）； 1、超过 200 万元的货物和服务采购项目、超过 400 万元的工程采购项目中适宜
---	---

由中小企业提供的，预留该部分采购项目预算总额的 30%以上专门面向中小企业采购，其中预留给小微企业的比例不低于 60%。

2、对于未预留份额专门面向中小企业的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，采购人、采购代理机构应当对符合规定的小微企业报价给予 10%~20%（工程项目为 6%~10%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 6%~10%作为其价格分。

3、接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30%以上的，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予 4%~6%（工程项目为 2%~4%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 2%~4%作为其价格分。

残疾人福利性单位价格扣除

（1）本项目对残疾人福利性单位视同小型、微型企业，给予 6% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

（2）残疾人福利性单位需按照采购文件的要求提供《残疾人福利性单位声明函》。

（3）残疾人福利性单位标准请参照《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141 号）。

3、监狱和戒毒企业价格扣除

（1）本项目对监狱和戒毒企业（简称监狱企业）视同小型、微型企业，给予 6% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

（2）监狱企业参加政府采购活动时，需提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件。供应商如不提供上述证明文件，价格将不做相应扣除。

（3）监狱企业标准请参照《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库[2014]68 号）。

4、残疾人福利单位、监狱企业属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

5、不具备企业属性的供应商，如民办非企业组织、个体工商户等不适用《政府采购促进中小企业发展管理办法》对中小企业的优惠政策。

注：经济报价、商务技术标权重取值范围： $K_1=30\%$, $K_2=70\%$ 且 $K_1+K_2=1$

评分标准（K1=30%, K2=70%（K2 即技术、商务报价）且 K1+K2=1）

评分范围	评分项	分值	评审标准
报价评审 (30%)	投 标 报 价	30 分	采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且价格最低的 报价为基准价，其价格分为满分。超财政预算的投标报价 为无效投标报价。其他报价人的价格分统一按照下列公式 计算： 报价得分=（基准价/投标报价）×30 分。 上述计算结果得分四舍五入，小数点后保留 2 位小数。
技术评审 (50%)	技 术 参 数 的 响 应 程 度	50 分	投标人所投设备中标“▲”符号的为本次采购设备的重要 参数，要求提供相关检测报告等技术资料，每有一项不符 合要求或不提供的扣 5 分；非“▲”符号的为采购设备的一 般参数，一项不满足扣 1 分，扣完为止，完全满足要求得 50 分。 （须投标人按招标文件中“▲”符号的重要参数逐条提供 相关技术证明材料包括但不限于加盖原厂鲜章的：检测报 告、软件著作权登记证书、产品彩页、技术白皮书、产品 截屏等）。
商务评审 (20%)	企 业 实 力	5 分	1. 近三年（2022 年 1 月 1 日至开标截止之日前一日）有实 施中高职同类项目成功案例，每增加一项加 1 分，最高 3 分，需提供印证材料。 2.为贯彻落实教育部等四部门印发《关于在院校实施“学历 证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》，投标人或 核心软件生产厂家为国家职业技能等级认定官网 （ http://pjtg.osta.org.cn ）备案的电子商务类证书评价机构或 本项目所需电子商务客户服务职业技能等级证书颁证机构 的得 2 分，提供官网截图等证明文件；
	项 目 实 施 方 案	10 分	投标人需提供实施方案，内容包括但不限于： 1.安装调试方案； 2.进度安排方案； 3.人员保障实施方案； 4.质量保障实施方案； 5.培训方案； 逐项编制对应方案，满足本项目采购需求且符合本项目实 际情况的，每提供一项方案得 2 分，满分 10 分；每项内容 中每有一处内容缺陷扣 1 分(缺陷是指存在不适用项目实

			际情况的情形、凭空编造、内容前后不一致、前后逻辑错误、涉及的规范及标准错误、地点区域错误、内容遗漏、不符合采购需求的不得分）扣完为止；
	售 后 服 务 方 案	5 分	根据投标人针对本项目制定的售后服务方案进行综合评分，售后服务方案包含： 1.服务响应方式及时间； 2.售后服务质量保障措施； 3.售后服务人员配置、售后维修方案； 4.产品调换货方案； 5.应急预案； 方案包含以上全部内容且有具体详细的阐述，阐述逻辑严谨，符合项目实际的得 5 分，每缺少一项内容的扣 1 分，方案中每有一处内容不符合本项目特点和实际需求的扣 1 分，扣完为止。 注：内容不符合本项目特点和实际需求是指内容不满足项目要求或与项目无关的或与项目不匹配或项目名称、实施地点、涉及的规范、技术服务标准要求与本项目不一致等情形。

注：中标公示后三个工作日内到甲方指定地点，对招标文件中电子商务教学软件类产品按照招标参数要求进行逐条演示，若不符合招标参数要求，按照虚假应标处理，并上报至主管财政部门。

23.8.3 各评标委员会成员对每个投标人的经济报价和技术标的打分合计即为该投标人的评标总得分。

计算公式为：总评标得分=K1+K2

其中：K1、K2 分别为经济报价、技术、商务标得分

23.8.4 评标报告签署前，经复核发现存在以下情形之一的：分值汇总计算错误的；分项评分超出评分标准范围的；评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的；经评标委员会认定评分畸高、畸低的。评标委员会应当当场修改评标结果，并在评标报告中记载：评标报告签署后，采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的，应当组织原评标委员会进行重新评审，重新评审改变评标结果的，书面报告本级财政部门。

23.8.5 评标委员会将按投标人得分顺序由高到低依次排名，得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分及报价相同的，按技术指标优劣顺序排列。得分最高的前一名至前三名投标人将成为中标候选人。

23.8.6 评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的

原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。

24. 投标文件的澄清

24.1 评标委员会在评标过程中有权随时请投标人就投标文件中含混之处加以澄清或答疑。

24.2 投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。

24.3 投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

24.4 投标人的澄清文件是投标文件的组成部分，并取代投标文件中被澄清的部分。

25. 中标人的确定

25.1 采购人应当自收到评标报告之日起5个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。

25.2 采购人在收到评标报告5个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

25.3 评标委员会按照招标文件的评标办法负责向采购人推荐中标候选人。评标委员会有权推荐一家或一至三家投标人为中标候选人、或者拒绝所有的投标人的投标。评标委员会成员无义务向投标人做出有关对评标的任何解释工作。

25.4 中标供应商拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评审报告推荐的中标人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

26. 中标通知

26.1 在公告中标结果的同时，采购人或者采购代理机构向中标人发出中标通知书。

26.2 对于所有投标人的投标文件均不予以退还，但对其承担保密责任。

27. 拒绝某些或所有投标的权力。

27.1 采购人或采购代理机构有权在《中标通知书》发放之前的任何时候拒绝任何有不正当行为或扰乱正常招标工作的投标人，由此对相关投标人造成的损失不负责任。

七、授予合同

28. 签订合同

28.1 中标人收到《中标通知书》后，须按有关规定与采购人签定经济合同。合同的签订一般在《中标通知书》发出后30天内进行，但采购人事先约定的情况除外。

28.2 合同签订后，中标人应按合同的规定履行合同，未按规定履约的，采购人有权取消合同，并且不退还中标人的投标保证金。

28.3 中标合同不得转让或分包。如需对合同的非主体部分进行转让或分包，投标人必须在投标文件中予以说明，并需经采购人同意。否则，采购人有权取消中标人的中标资格。

28.4 如中标人未按有关规定与采购人签订合同或提交合同履行保证金的，采购人可以选择其他中标候选人为中标人，并组织中标人和采购人签订经济合同。

28.5 合同履行保证金的形式为银行保函，另有约定的，按照约定条件执行。

29. 合同的组成

29.1 下列文件均为经济合同不可分割的组成部分：

29.1.1 招标文件及其附件、澄清文件；

29.1.2 中标的投标文件及其他附件；

29.1.3 经确认的答疑记录；

29.1.4 中标通知书。

八、买方授标时更改采购货物数量的权利

30. 买方在授予合同时有权按“投标人须知前附表”第12项约定的内容对“货物需求表”中规定的货物数量和服务予以局部增加或减少，但不得对单价或其它实质性内容做任何改变，对增减的数量按同类型中标产品价结算货款。

九、其他事项

31. 参与本次招标的投标企业必须有商务、技术人员对评标委员会提出的商务、技术问题答疑。

32. 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

32.1 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

32.2 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

32.3 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

- 32.4 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；
- 32.5 不同投标人的投标文件相互混装；
- 32.6 不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出。

第三章 合同条款

(本合同为合同样稿，最终稿由双方协商后确定)

合同编号：

政府采购合同参考范本
(货物类)

第一部分 合同书

项目名称：

甲方：

乙方：

签订地：

签订日期： 年 月 日

_____年____月____日，____（采购人名称）以____（政府采购方式）对____（同前页项目名称）项目进行了采购。经____（相关评定主体名称）评定，____（成交供应商名称）为该项目成交供应商。现于成交通知书发出之日起三十日内，按照采购文件确定的事项签订本合同。

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规之规定，按照平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经____（采购人名称）（以下简称：甲方）和____（成交供应商名称）（以下简称：乙方）协商一致，约定以下合同条款，以兹共同遵守、全面履行。

1.1 合同组成部分

下列文件为本合同的组成部分，并构成一个整体，需综合解释、相互补充。如果下列文件内容出现不一致的情形，那么在保证按照采购文件确定的事项的前提下，组成本合同的多个文件的优先适用顺序如下：

- 1.1.1 本合同及其补充合同、变更协议；
- 1.1.2 成交通知书；
- 1.1.3 响应文件（含澄清或者说明文件）；
- 1.1.4 招标文件（含澄清或者修改文件）；
- 1.1.5 其他相关采购文件。

1.2 货物

- 1.2.1 货物名称：_____；
- 1.2.2 数量：_____；
- 1.2.3 质量：_____。

1.3 价款

本合同总价为：¥_____元（大写：_____元人民币）。

分项价格：

序号	分项名称	分项价格
总价		

1.4 付款方式和发票开具方式

1.4.1 付款方式：_____；

1.4.2 发票开具方式：_____。

1.5 货物交付期限、地点和方式

1.5.1 交付期限：_____；

1.5.2 交付地点：_____；

1.5.3 交付方式：_____。

1.6 违约责任

1.6.1 除不可抗力外，如果乙方没有按照本合同约定的期限、地点和方式交付服务，那么甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延交付服务一日的应交付而未交付服务价格的_____%计算，最高限额为本合同总价的_____%；迟延交付服务的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，甲方有权在要求乙方支付违约金的同时，书面通知乙方解除本合同；

1.6.2 除不可抗力外，如果甲方没有按照本合同约定的付款方式付款，那么乙方可要求甲方支付违约金，违约金按每迟延付款一日的应付而未付款的_____%计算，最高限额为本合同总价的_____%；迟延付款的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，乙方有权在要求甲方支付违约金的同时，书面通知甲方解除本合同；

1.6.3 除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的其他主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行的，或者任何一方有其他违约行为致使不能实现合同目的的，或者任何一方有腐败行为（即：提供或给予或接受或索取任何财物或其他好处或者采取其他不正当手段影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）或者欺诈行为（即：以谎报事实或者隐瞒真相的方法来影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）的，对方当事人可以书面通知违约方解除本合同；

1.6.4 任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时，仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施，并有权按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时，仍有权要求违约方支付违约金和按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.6.5 除前述约定外，除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的义务，对方当事人都均有权要求继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等，且对方当事人行使的任何权利

救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.6.6 如果出现政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间，书面通知甲方暂停采购活动的情形，或者询问或质疑事项可能影响成交结果的，导致甲方中止履行合同的情形，均不视为甲方违约。

1.7 合同争议的解决

本合同履行过程中发生的任何争议，双方当事人均可通过和解或者调解解决；不愿和解、调解或者和解、调解不成的，可以选择下列第____种方式解决：

1.7.1 将争议提交_____仲裁委员会依申请仲裁时其现行有效的仲裁规则裁决；

1.7.2 向____（被告住所地、合同履行地、合同签订地、原告住所地、标的物所在地等与争议有实际联系的地点中选出的人民法院名称）_____人民法院起诉。

1.8 合同生效

本合同自双方当事人盖章或者签字时生效。

甲方：

乙方：

统一社会信用代码：

统一社会信用代码或身份证号码：

住所：

住所：

法定代表人或

法定代表人

授权代表（签字）：

或授权代表（签字）：

联系人：

联系人：

约定送达地址：

约定送达地址：

邮政编码：

邮政编码：

电话：

电话：

传真：

传真：

电子邮箱：

电子邮箱：

开户银行：

开户银行：

开户名称：

开户名称：

开户账号：

开户账号：

直播电商服务实训设备清单

序号	（主要设备 仪器名称）	规格	单位	单价	数量	总价
一、策划实训室						
1	会议桌椅	桌子：长方形，尺寸≥3.5 米×1.4 米，暖白色。台面采用 E1 级高密度刨花板，厚度 ≥25mm，PVC 热熔近色封边，边缘倒圆角。隐藏走线，可安装排孔插座。 椅子 12 把：网布拱形靠背，坐感舒适。架子采用≥ 1.5mm 厚度管壁做电镀/喷涂工艺，座包采用高密度海绵+10mm 厚度新板+优质弹力网布，坐感舒适，软硬度适中。底部座壳 PP+纤材质。	套		1	
2	电子白板	1. 整机采用全金属外壳，三拼接平面一体化设计。无推拉式结构，外部无任何可见内部功能模块连接线。主副屏过渡平滑，中间无单独边框阻隔。外观尺寸：宽≥4200mm，高≥1200mm，厚≤120mm。 2. 整机屏幕采用 86 英寸液晶显示器。采用超高清 LED 液晶显示屏，显示比例 16:9，分辨率 3840×2160。 3. 侧置输入接口具备 2 路 HDMI、1 路 RS232、1 路 USB 接口；输出接口具备 1 路音频输出、1 路触控 USB 输出；前置输入接口具备 3 路 USB 接口（包含 1 路 Type-C、2 路 USB）。 4. 采用红外触控技术，支持整机设备系统中进行 20 点或以上触控 5. 整机内置 2.2 声道扬声器，额定总功率 60W。 6. 整机内置非独立外扩展的 8 阵列麦克风，拾音角度≥180°，可用于对教室环境音频进行采集，拾音距离≥12m。 7. 支持标准、听力、观影和 AI 空间感知音效模式，AI 空间感知音效模式可通过内置麦克风采集教室物理环境声音，自动生成符合当前教室物理环境的频段、音量、音效。 8. 整机背光系统支持 DC 调光方式，多级亮度调节，支持白颜色背景下最暗亮度≤100nit，用于提升显示对比度。 9. 整机支持色彩空间可选，包含标准模式和 sRGB 模式，在 sRGB 模式下可做到高色准△E≤1 10. 整机采用硬件低蓝光背光技术，在源头减少有害蓝光波段能量，蓝光占比（有害蓝光 415～455nm 能量综合）/（整体蓝光 400～500 能量综合）<50%，低蓝光保护显示不偏色、不泛黄。 11. 支持标准、多媒体和节能三种图像模式调节。 12. 整机全通道支持纸质护眼模式，可实现画面纹理的实时调整；支持纸质纹理：牛皮纸、素描纸、宣纸、水彩纸、水纹纸；支持透明度调节；支持色温调节。 13. 整机具备至少 6 个前置按键，可实现开关机、调出中	台		1	

		控菜单、音量+/-、护眼、录屏操作。支持 5 个自定义前置按键，“设置”、“音量-”，“音量+”，“录屏”，“护眼”按键，可通过自定义设置实现前置面板功能按键一键启用任一全局小工具 14. 整机支持蓝牙 Bluetooth 5.4 标准。Wi-Fi 制式支持 IEEE 802.11 a/b/g/n/ac/ax；支持版本 Wi-Fi6。 15. 整机上边框内置非独立式摄像头可拍摄≥1600 万像素的照片，支持画面畸变矫正功能。 17. 整机具备前置 Type-C 接口，通过 Type-C 接口实现音视频输入，外接电脑设备经双头 Type-C 线连接至整机，即可把外接电脑设备画面投到整机上，同时在整机上操作画面，可实现触摸电脑的操作，无需再连接触控 USB 线。 18. 支持通道自动跳转功能，如整机处于正常使用状态，HDMI 信号接入时，能自动识别并切换到对应的 HDMI 信号源通道，且断开后能回到上一通道。 19. 整机设备和全部外接通道（HDMI、Type-c）下侧边栏支持通过扫描二维码加入班级，老师设置题型，学生回答后提交，教师查看正确率比例及详细讲解；支持随机抽选、实时弹幕；支持管理当前班级成员；支持导出学生报告。全通道下可支持通过自定义按键调出该功能。 二、OPS 模块 1. CPU 采用国产自主可控芯片，处理器核数≥8 核，主频≥2.7GHz。 2. 内存：8GB 或以上配置。硬盘：256GB 或以上固态硬盘 3. PC 模块可抽拉式插入整机，可实现无单独接线的插拔。采用按压式卡扣，无需工具就可快速拆卸电脑模块。 4. 具有独立非外扩展接口：≥1 路 HDMI，≥3 路 USB。 5. 为保证设备使用稳定性及兼容性，要求班班通与 OPS 模块必须为同一品牌。				
二、直播销售实训室						0
1	手机拍摄稳定器	云台类型：三轴云台 使用方式：手持式 稳定器尺寸：展开≥276*111.5*99mm、 稳定器重量：云台≥309g、磁吸手机夹≥31g 云台充电接口：Type-C 支持机型宽度：≥67mm-84mm 支持机型厚度：≥6.9mm-10mm 适用手机重量：≥170-290g 电池容量：≥1000mAh 能量：≥ 7.74Wh 充电环境温度：≥5℃-40℃	台		6	

		使用环境温度： $\geq 0^{\circ}\text{C}$ - 40°C 纠错 航向范围： $\geq 161.64^{\circ}$ - 173.79° 横滚范围： $\geq 120.30^{\circ}$ - 211.97° 俯仰范围： $\geq 101.64^{\circ}$ - 78.55° " 最大控制转速： $\geq 120^{\circ}/\text{s}$ 蓝牙：支持 5.1 跟随模式：支持磁吸快拆；支持手势控制；支持一键切换横竖拍。				
2	直播桌椅	直播桌参数： 1、面材选用优质环保生态板材，硬度高，不易磨花。强度高、不变形、承重性强，达到国家环保标准。所有材料均经过防虫、防腐等化学处理。 直播椅参数： 1、靠背选用优质网布，透气性强； 2、坐垫选用优质耐老化、高回弹加厚海绵， 3、选用优质气压棒，最大承重达 $\geq 75\text{KG}$ ；	套		6	
3	卷轴式绿幕	标准尺寸 2.5*2.5 米规格，根据实际情况可以定制，卷轴式专业抠像绿幕	副		6	
4	落地补光灯	支持 3 色灯 9 档亮度 全面屏 材质：铝合金+环保 ABS 补光灯尺寸：直径 $\geq 32\text{cm}$ 灯珠数量： ≥ 162 颗 电压：5V 功率：11W 色温： ≥ 3500 - 6000k 之间 高度调节： $\geq 140\text{cm}$ - 215cm 之间	个		6	
5	桌面补光灯	支持 3 色灯 9 档亮度 全面屏 材质：铝合金+环保 ABS 补光灯尺寸：直径 $\geq 26\text{cm}$ 灯珠数量： ≥ 120 颗 电压：5V 功率：9W 色温： ≥ 3500 - 6000k 之间 高度调节： $\geq 55\text{cm}$ - 75cm 之间	个		6	
6	麦克风	领夹式一拖二双麦克风，定向拾音，声音可调，实时监听，快速匹配，电量数显	个		6	
7	智能直播机	43 寸触控、键鼠无线操作、液晶电容屏、导播(≥ 2 路 HDMI 输入、 ≥ 1 路 USB 输入、 ≥ 1 路 HDMI 输出)、支持 SIM 卡、WiFi、以太网，直播主机	台		6	
8	智瞳摄像头	广角镜头视角 ≥ 72.5 度、支持 ≥ 12 倍光学变焦、 $\geq 1080\text{P}$	台		6	

		超高清画质、可达 30fps 或 60fps)、可预设≥3 机位、遥控远程专业摄像头				
9	特产展示柜	材质：刨花板/三聚氰胺板 环保标准：E1 级以上 整体尺寸：长≥120cm*宽≥30cm*高≥200cm ≥4 层，层高≥50mm 具体内部架构根据甲方要求进行定制	组		4	
10	直播间氛围打造耗材	六间直播间的声学环境布置、光学环境布置、直播文化氛围打造，定制灯光、隔音门、隔音棉、地毯等耗材及人工包含在内	批		6	
三、运营服务室						0
1	服务器	产品类别： 机架式 产品结构： 容积大于等于 2U 国产 CPU ： 标配 CPU 数量 ≥2 颗 最大国产 CPU 数量 ≥ 2 主板芯片组 国产芯片组 扩展槽： ≥5 个 内存类型： DDR4 内存容量： ≥512GB 内存插槽数量： ≥32 硬盘接口类型： SAS 硬盘容量： ≥30TB 硬盘描述： 2*2.5" 600GB SAS 和 24*2.5" 1200GB SAS 内部硬盘架数： 支持≥16 块 3.5 英寸或≥27 块 2.5 英寸硬盘 热插拔盘位 ： 支持热插拔功能 磁盘控制器 LSI3108 RAID 模式 支持 RAID 0，1，5，6，50，60 网络控制器： 2 个板载的 GE 网口，每个插口支持 4*GE 电口或 4*10GE 光口或 4*25GE 光口 散热系统： ≥ 4 个热插拔的风扇，支持 N+1 冗余 系统管理： 支持 UEFI 功能 系统支持： 国产 安全认证 CCC 质保时间 3 年	台		1	
2	教学工作站	CPU 型号： 国产处理器主频≥2.5HZ 核心数： ≥20 核心 28 线程 内存容量： ≥32GB 支持 IPv6： 支持 IPv6 硬盘容量： ≥512GB SSD+2TB HDD 显卡型号： 集成显卡	台		50	

		能效等级：一级能效 商品毛重：≥7.14kg 系统：国产 屏幕尺寸：≥23.8 英寸 睿频频率：最高可达 5.4GHz 支持 WiFi6、蓝牙 5.3，适配有限鼠标、有线键盘				
3	服务器机柜	网络机柜，支持壁挂和落地，网孔门，符合国家标准，提供 1 个 8 口专用 PDU。	个		1	
4	交换机	产品类型 千兆以太网交换机 应用层级 三层 传输速率 支持 10/100/1000Mbps 背板带宽 ≥ 336Gbps/3.36Tbps 包转发率 ≥51Mpps/126Mpps MAC 地址表 8K 端口结构 非模块化 端口数量 ≥24 个 端口描述 ≥24 个 10/100/1000Base-T 以太网端口 ≥4 个千兆 SFP 其它参数 电源电压 额定电压：100-240V AC，50/60Hz 最大电压：90-264V AC，47/63Hz 电源功率 ≥20.2W 产品尺寸 ≥ 442×220×43.6mm 环境标准 工作温度：0-45℃ 工作湿度：5%-95%RH（无凝露） 其它参数 散热方式：无风扇，自然散热	台		3	
5	多媒体讲台	材质：E1 级防火板桌面、高强度冷轧钢桌体、实木扶手 尺寸：长≥1140mm 宽：≥820mm 高：≥1000mm ≥24 寸液晶显示器，显示器和键盘可翻转设计 左侧磁吸式电脑主机小窗口、右侧具备不少于 19 英寸机架、托盘高度可调节	个		1	
6	双人桌椅	桌子：尺寸：≥1600*600*750 材质：优质冷轧钢板、高密度防火板 功能：可翻转，能同时隐藏显示器、鼠标、键盘等，含一键启动 椅子 2 把：透气舒适面料、加厚加粗钢管椅腿，防脱落扶手，3*2 加厚工程方钢，钢琴烤漆工艺，高密度原生海绵	套		24	
7	智慧黑板	1. 整机采用全金属外壳，三拼接平面一体化设计。无推拉式结构，外部无任何可见内部功能模块连接线。主副屏过渡平滑，中间无单独边框阻隔。外观尺寸：宽≥4200mm，高≥1200mm，厚≤120mm。 2. 整机屏幕采用 86 英寸液晶显示器。采用超高清 LED 液	台		1	

		晶显示屏，显示比例 16:9，分辨率 3840×2160。 3. 侧置输入接口具备 2 路 HDMI、1 路 RS232、1 路 USB 接口；输出接口具备 1 路音频输出、1 路触控 USB 输出；前置输入接口具备 3 路 USB 接口（包含 1 路 Type-C、2 路 USB）。 4. 采用红外触控技术，支持整机设备系统中进行 20 点或以上触控 5. 整机内置 2.2 声道扬声器，额定总功率 60W。 6. 整机内置非独立外扩展的 8 阵列麦克风，拾音角度$\geq 180^\circ$，可用于对教室环境音频进行采集，拾音距离$\geq 12m$。 7. 支持标准、听力、观影和 AI 空间感知音效模式，AI 空间感知音效模式可通过内置麦克风采集教室物理环境声音，自动生成符合当前教室物理环境的频段、音量、音效。 8. 整机背光系统支持 DC 调光方式，多级亮度调节，支持白颜色背景下最暗亮度$\leq 100nit$，用于提升显示对比度。 9. 整机支持色彩空间可选，包含标准模式和 sRGB 模式，在 sRGB 模式下可做到高色准$\Delta E \leq 1$ 10. 整机采用硬件低蓝光背光技术，在源头减少有害蓝光波段能量，蓝光占比（有害蓝光 415~455nm 能量综合）/（整体蓝光 400~500 能量综合）$< 50\%$，低蓝光保护显示不偏色、不泛黄。 11. 支持标准、多媒体和节能三种图像模式调节。 12. 整机全通道支持纸质护眼模式，可实现画面纹理的实时调整；支持纸质纹理：牛皮纸、素描纸、宣纸、水彩纸、水纹纸；支持透明度调节；支持色温调节。 13. 整机具备至少 6 个前置按键，可实现开关机、调出中控菜单、音量+/-、护眼、录屏操作。支持 5 个自定义前置按键，“设置”、“音量-”，“音量+”，“录屏”，“护眼”按键，可通过自定义设置实现前置面板功能按键一键启用任一全局小工具 14. 整机支持蓝牙 Bluetooth 5.4 标准。Wi-Fi 制式支持 IEEE 802.11 a/b/g/n/ac/ax；支持版本 Wi-Fi6。 15. 整机上边框内置非独立式摄像头可拍摄≥ 1600万像素的照片，支持画面畸变矫正功能。 17. 整机具备前置 Type-C 接口，通过 Type-C 接口实现音视频输入，外接电脑设备经双头 Type-C 线连接至整机，即可把外接电脑设备画面投到整机上，同时在整机上操作画面，可实现触摸电脑的操作，无需再连接触控 USB 线。 18. 支持通道自动跳转功能，如整机处于正常使用状态，HDMI 信号接入时，能自动识别并切换到对应的 HDMI 信号源通道，且断开后能回到上一通道。 19. 整机设备和全部外接通道（HDMI、Type-c）下侧边栏支持通过扫描二维码加入班级，老师设置题型，学生回答			
--	--	--	--	--	--

		后提交,教师查看正确率比例及详细讲解;支持随机抽选、实时弹幕;支持管理当前班级成员;支持导出学生报告。全通道下可支持通过自定义按键调出该功能。 二、OPS 模块 1. CPU 采用国产自主可控芯片,处理器核数≥ 8核,主频$\geq 2.7\text{GHz}$。 2. 内存: 8GB 或以上配置。硬盘: 256GB 或以上固态硬盘 3. PC 模块可抽拉式插入整机,可实现无单独接线的插拔。采用按压式卡扣,无需工具就可快速拆卸电脑模块。 4. 具有独立非外扩展接口: ≥ 1路 HDMI, ≥ 3路 USB。 5. 为保证设备使用稳定性及兼容性,要求班班通与 OPS 模块必须为同一品牌。				
8	立式空调	空调类型 立柜式(圆柱式设计) 冷暖类型 冷暖型 变频/定频 变频 空调匹数 3P 能效比 ≥ 4.42 (APF) 能效等级 新一级能效 控制方式 智能 制冷剂 R32 制冷量 $\geq 7210\text{W}$ 制冷功率 $\geq 2100\text{W}$ 制热量 $\geq 9700\text{W}$ 制热功率 $\geq 2900\text{W}$ 循环风量 $1310\text{m}^3/\text{h}$ 室内机噪音 $\leq 47\text{dB}$ 室外机噪音 $\leq 56\text{dB}$ 扫风方式 上下/左右扫风	台		2	
9	施工集成等技术服务	机房服务器、交换机、电脑、强弱电等布线,加装静电地板。含强弱电布线所需要的全部电线、网线、线槽、插线板、辅材等;提供实训室内全部仪器、设备的安装部署等;实训室走线工艺要求:暗线、暗槽,含线缆及管材(在消防允许的条件下,可对地面进行开槽走暗线);材质:综合采用优质环保的材质,符合 E0 级环保要求,安装牢固、结构坚固。室内装饰垃圾清运	套		1	
10	网络推广理实一体化软件	学生可以根据网店经营目标,在给定的推广资金及相同的竞争环境下,对网店相关数据进行分析,在人人对抗环境中,完成连续 3 个周期的搜索引擎推广、推荐引擎推广、搜索引擎优化,全面检验学生的网店运营推广方案制定、网店运营推广实施以及网店运营推广数据分析与应用等专业能力。 一、内容要求	套		1	

		1、系统支持的实训项目要包括搜索引擎推广、推荐引擎推广、搜索引擎优化。 2、每个店铺内的商品不能少于 6 个及以上。 3、系统要形成闭环考核系统，能够反馈搜索引擎推广计划的平均点击花费、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；推荐引擎推广计划的花费，展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；搜索引擎优化搜索排名结果查询。 4、系统能够支持多周期推广，不少于 3 个推广周期。 5、系统能够支持人人对抗，各账号之间的推广数据能够相互影响。 6、须内置多个类目不少于 10 套的技能题库，能够满足课堂训练、课后巩固、实训评价、技能竞技的需要，支持自定义题库建设。 二、功能要求 （一）学生端 1、情景创设。系统需提供情景创设功能，介绍所推广网店的背景资料及产品资料。 2、推广中心。系统需提供推广中心功能，展示学生总预算、已消费金额、预算余额和搜索引擎推广/推荐引擎推广的总消费、总点击量、总转化量、总转化率、当期消费、当期点击量、当期转化量、当期转化率以及搜索引擎优化的总搜索引擎优化值、当期搜索引擎优化值。 ▲3、数据分析功能。系统需提供数据分析功能，提供推广所需要的分析数据，包括店铺宝贝、关键词分析、时间流量解析、地域流量解析、推荐引擎推广出价分析。 （1）店铺宝贝要提供商品的标题、属性、描述、所属类目、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。 （2）关键词分析要提供全部行业关键词的搜索词以及搜索人气、点击率、转化率、竞争指数，通过搜索关键词，可以查看相关关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。 （3）时间流量解析可以查看一周内各时间段的潜在买家指数与质量指数。 （4）地域流量解析可以查看各类目的地区潜在买家指数与质量指数，包括地图样式与文字样式两种。 ▲（5）推荐引擎推广出价分析，可以按照 CPC 和 CPM 两种扣费方式，来查看不同展位的推荐引擎推广最低出价、平均出价、建议出价，同时展示往期推荐引擎推广数据，包括平均点击率和平均转化率。 4、系统需提供搜索引擎推广功能。 （1）搜索引擎推广计划要包括标准计划和智能计划两种，每个推广计划下可以新建多个推广单元，推广计划下还可以进行投放时间、投放地域、计划消耗限额的设置。			
--	--	--	--	--	--

	（2）标准推广计划下每个推广单元可以添加关键词，智能推广计划可以添加关键词。 （3）系统提供推荐关键词，可以通过推荐关键词添加关键词，提供关键词的相关性、展现量、点击率、转化率、市场平均价，也可以通过全站搜索添加关键词，还可以通过加词清单手动添加关键词。 （4）添加关键词后可以按默认出价、自定义出价和市场平均价进行出价批量出价。 5、系统需提供推荐引擎推广功能。 （1）推荐引擎推广可以新建推广计划组，推广计划下可以进行营销目标、投放时间、投放地域、限额的设置。 （2）推广计划下的定向人群分为产品相关、兴趣意图、店铺相关，还需要提供定向人群的潜在买家数指数、质量指数、预估人数。 ▲（3）推荐引擎推广的资源位要提供站内资源位—无线焦点图、站内资源位—PC 焦点图、站内资源位—PC 首页通栏、站内资源位—PC 精选、站外资源位—手机浏览器类、站外资源位无线新闻阅读类、站外资源位—微博等资源位。 6、搜索引擎推广和推荐引擎推广后，在标题优化时可以看到每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率，其中，曝光量、点击量、成交量要是推广前的数据与搜索引擎推广、推荐引擎推广的数据的和。 7、系统需提供标题优化功能，学生能够借助产品说明查看商品的标题、属性、描述。 8、系统需提供搜索排名查询功能，能够通过搜索关键词的形式直观地查看商品排名情况，并可以明显地识别出本店店铺宝贝。 （二）教师端 1、学生管理。对学生账号进行管理，可以添加学生账号、开放/关闭学生账号、初始化学生密码、修改学生密码，初始化整个班级数据、初始化选中学生搜索引擎优化的结束标志、初始化选中学生搜索引擎推广的结束标志、初始化选中学生推荐引擎推广的结束标志。 2、题库管理。可以以店铺的形式向学生开启推广任务。 ▲3、推广控制。能够设置推广现金、市场动态参数以及每个任务的推广时间，点击“开始‘比赛’”按钮。推广控制功能能够开启、暂停、继续、结束搜索引擎推广，开启、暂停、继续、结束推荐引擎推广，开启、暂停、继续、结束标题优化，并可以完成控制学生进入下一期操作以及刷新“倒计时”及“学生状态”的操作。 4、教师端含搜索引擎推广报告。 5、教师端含推荐引擎推广报告。				
--	--	--	--	--	--

		6、教师端含搜索引擎优化报告。 7、学生成绩。可以查看所有学生的排名、搜索引擎推广、推荐引擎推广点击量、成交量转化率与搜索引擎优化结果、总分，并能够导出分组成绩。 8、在线账号。可以查看在线的学生账号情况，并可以对学账号进行“踢出”和“清除缓存”操作。 签订合同前，预中标单位于开标结束后三 3-5 个工作日内甲方将组织预中标单位对投标所用软件进行演示，演示内容为对照上述招标参数要求进行逐条演示，演示若不符合上述参数要求，则视为虚假应标，甲方有权拒绝签订合同，并上报至主管财政部门。				
11	视觉设计与制作理实一体化系统	系统包含网店规划与注册、网店首页设计与制作、网店主图视频设计与制作、网店详情页设计与制作等典型工作任务。 一、内容要求 1、提供能够满足网店视觉设计所需要的素材，包括商品图片、商品视频及商品基本信息。 2、实训任务背景选取学生较为熟悉的商品类目，每个实训任务根据任务复杂程度提供相应的任务目标、任务背景、任务要求。 3、系统涵盖网店规划与注册、网店首页设计与制作、网店主图视频设计与制作、网店详情页设计与制作等典型工作任务。 4、内置多个类目不少于 10 套的技能题库，能够满足课堂训练、课后巩固、实训评价、技能竞技的需要。 5、实训任务背景选取学生较为熟悉的商品类目，每个实训任务根据任务复杂程度提供相应的任务目标、任务背景、任务要求。 二、功能要求 （一）教师端 1、具有班级管理、学生管理、任务管理、评分管理、学情分析等一系列与教学实施和教学管理相关的功能。 2、可创建多个班级，支持多班级管理。不同的班级可根据教学需求和进度分配不同的实训任务，并根据不同的班级进行学情分析。 3、提供主观评分、客观评分两种评分方式。对于客观评分任务，学生提交后，在教师端直接可以查看到学生每个实训任务对应的得分情况；对于主观评分任务，提供详细的评分标准，教师可依据评分标准进行评分。 4、可自由添加、删除、修改班级信息，初始化班级数据；支持学生账号单独、批量添加两种方式；支持学生数据的初始化。	套		1	

		5、学情分析提供任务分析、成绩分析两种分析维度。任务分析呈现每个任务应完成人数、已完成人数、完成度等数据；成绩分析呈现学生的成绩分布、排名、学生姓名、主观分、客观分、总分等数据。 (二) 学生端 1、学生端对于不同的任务状态明确标识出不同的标签，区分出已完成、未开始、进行中。 2、网店首页设计与制作提供不少于 10 种设计模块，能通过拖拽的方式，添加至少三种不同尺寸的模块进行首页布局，并能将布局效果应用于网店首页页面编辑中。 ▲3、商品主图视频设计与制作提供视频剪辑模板，包含音频素材，片头、片尾、转场等媒体素材，字体等；能在视频剪辑模板上进行图片、文字、视频、音频添加和剪辑。 ▲4、商品详情页可设置商品基本信息，上传 5 张商品主图，支持通过图文编辑、源码编辑、模板编辑等方式对商品详情描述进行设计与制作，并能在商品详情页中预览整体效果。 5、学生端的每个实训任务均可通过重置任务进行反复训练。				
12	直播岗课赛训融通系统 (核心产品)	系统包含直播市场分析、直播策划、直播团队组建、直播产品选择、直播场景打造、直播推广、直播实施、直播复盘等模块指导学生直播营销的技能实训，并对直播效果的数据进行分析，进而优化直播方案，提升学生直播营销综合能力。 1. 技术及功能要求 (1) 系统采用 B/S 架构设计，不需要安装客户端，通过浏览器访问，可支持基于校园网的应用。 (2) 系统首页支持学生、教师、系统管理员使用不同的身份登录软件，不同的身份具有不同的操作权限。 (3) 提供系统管理功能，教师用户采用实名制管理，教师账号保留与使用权限分开管理，允许多教师同时使用，班级管理。 (4) 支持完整的教学过程管理功能，包括个人信息管理、学生用户管理、教学任务管理、学生作业评价、实训结果分析等。 (5) 教师用户的个人中心界面，要以图表或者排行的形式展现学生的实训成绩与完成数的分布，各任务完成的进度、不同任务成绩分析等。有明确的批阅指引，方便老师对学生提交的任务及时进行查看批阅。 (6) 任务批阅界面支持分数、评语两种评价方式，支持重点查阅和详细查阅两种阅读形式，支持自定义评语，跳过步骤进行快捷批阅。	套		1	

		(7)教师端的学情分析提供按任务、学生两种形式的分析结果,采用图形和列表两种形式呈现。任务分析结果以进度和成绩的分析图为主,进度的主要分析要素是不同任务的完成率,成绩的分析图要体现出不同任务的成绩分布(最高分、最低分、平均分)。 (8)支持完整的实训学习管理以及模拟训练功能,包括个人信息管理、实训任务查看、提交、系统消息的接收等。 (9)学生端个人中心界面,要直观体现任务完成的进度、个人成绩、待完成的任务、成绩排行等信息。 (10)学生端对于不同的任务状态要明确标识出不同的标签,区分出已完成、未完成、已批阅,方便学生了解自己的实训完成情况。 (11)对于客观得分的任务,在学生完成提交后,系统可以自动判断给出得分,同时支持查看得分详情。 (12)学生端与实训任务配套的教学资源与实训任务之间可在同一界面自由切换,随时查看。 2. 内容要求 (1)系统首页包含任务进度、任务分析、得分排名、成绩分布等信息。 ▲(2)个人中心训的部分需要展示主播等级、带货金额、礼物总价值、粉丝数量、平台币数量浏览量、以及直播记录,包含每次直播的直播名称、浏览量、销售额、礼物等信息。 (3)系统应提供主播、副播、助理、策划、编导、场控、运营、客服、拍摄剪辑等直播相关岗位介绍,包含岗位职责、任职要求等相关信息。 ▲(4)系统内实训的类型要涉及直播市场分析、直播策划、直播团队组建、直播产品选择、直播场景打造、直播推广、直播实施、直播复盘内容。 (5)实训系统关联配套教学资源,每个实训任务都设置对应教学资源,一对一针对性引导实训,方便教师授课。 (6)系统内置的实训任务有明确的引导。包括任务目标、任务背景、任务分析、任务步骤等内容,将整体任务颗粒化,引导学生一步步克服困难,完成任务。 (7)系统模拟直播开始时间、直播标题、直播栏目、直播宝贝设置等功能。 (8)提供 Andriod 端 APP 支持,可利用 Andriod 手机 APP 端扫码直播进行直播任务,支持不超过 10 分钟的倒计时直播,并支持直播实时录制。 (9)直播 APP 中商品购买页设置所包括的商品主图设置、商品价格设置、商品标题设置、优惠内容设置以及详情页设置等内容。 ▲(10)综合实训中设置面板包含福利抽奖、优惠券、秒			
--	--	--	--	--	--

		杀推送、关注卡片、公告、粉丝推送、裂变优惠券、倒计时红包、投票等设置内容。 （11）直播 APP 中进行直播时由智能机器人自动发出不同的问题和干扰弹幕，支持福利抽奖、优惠券、秒杀推送、关注卡片、公告、粉丝推送、裂变优惠券、倒计时红包、投票等直播互动。 （12）直播结束后后台显示数据包括的观看人数、在线人数、观看时长、新增粉丝数等数据内容。 ▲（13）直播复盘提供每分钟的直播间数据汇总、用户占比、直播间权益、数据流转、超级直播报表、推广人群权益、产品信息、优惠券信息等内容。 ▲（14）系统支持由老师从系统商品库中自行选择商品进行组合，让学生训练，同时也支持老师自行出题，导入系统，用于学生实训。 （15）直播广场的直播列表中，需要全部的直播信息，对所有直播的状态进行标识，包含未开始、直播中、回访中，学生可以点击进入观看。 （16）学生在直播广场进入直播间观看直播时，可以购买直播间上架的商品，也可以刷送平台币、666、爱心、掌声、啤酒、风车、金砖火箭等礼物。 （17）在直播广场创建直播时，需要支持填写直播相关信息以及上传封面图和预告视频。 ▲（18）直播中控台需支持查看直播预览、实时表现、实时评论以及商品列表等信息。				
13	互联网营销综合实训与竞赛系统（核心产品）	（一）数字营销推广-图文视频推广 1、推广系统教师账号应至少具备账号管理、开启任务、评分管理等功能。 2、应提供竞赛企业的公司简介、商品信息、视频和图文等推广素材。 3、平台应提供虚拟资金，所有学员虚拟资金相同。 4、平台要提供数据分析功能，提供竞赛所需要的行业人群分析数据，包括地域、时间段、人群年龄及性别属性、兴趣行为分布、APP 行为分布等数据。 5、平台应提供图文推广和视频推广功能。 6、推广过程中要包含新建广告组、新建广告计划、新建创意等。 7、新建广告组要包括设置账户预算、设置广告组名称。 8、新建广告计划包括选择投放的视频或图文、设置广告受众、设置广告预算和出价、设置广告计划名称。 ▲9、设置广告受众要包括从地域、性别、年龄、兴趣分类、兴趣关键词、平台、APP 行为、手机品牌、网络、运营商等不同维度定位目标受众。	套		1	

	10、广告预算和出价包括设置广告预算、投放时段、投放目标、付费方式和出价，其中投放时段要具体到星期一到星期日每一天的具体 24 个时间点。 11、设置创意要包括投放位置设置、制作创意、设置创意分类和标签等。 12、推广结束后，平台能够自动计算广告组、广告计划的效果数据，包括花费、展示数和点击数据和无效展现、无效点击数据等，学员账户预算、广告受众、出价、创意设置不同，能够获得的展示数和点击数也不相同。 ▲13、推广结束后，平台要提供营销报表数据，平台需要根据学员的效果数据通过报表的形式提供不同广告组、广告计划的展示数和点击数的时间趋势、地域分布、人群属性分布、兴趣分布、兴趣关键词分布、目标受众 APP 行为分布等数据。 （二）数字营销推广-搜索引擎推广 1、账号控制。教师账号可以管理十个学员账号，包括开放与关闭学员账号，初始化数据等操作。 2、教师账号需具备推广控制、推广延时管理、登陆信息管理、清除经营数据等功能。 3、要提供企业背景信息，包括具体的品牌信息和产品信息。 ▲4、要满足数据分析功能，包括搜索词分析、热搜词分析、用户画像分析、用户地域时间分析、人群兴趣出价分析。 5、搜索词分析要提供关键词的展现、点击、点击率、推荐出价等数据。 6、用户画像分析要按照性别、年龄、婚姻状态、教育水平、人生阶段、长期兴趣等维度提供行业的展现指数和 TGI 分布数据。 ▲7、需提供搜索排名查询功能，输入关键词查询即可反馈在当前关键词下企业的搜索排名位数。 8、搜索竞价营销模块要具备推广地域和推广时段设置功能，推广时间要具体到星期下的时间点。 9、搜索竞价营销模块添加推广关键词时可以按照关键词查询方式查找关键词，提供关键词的搜索量、推荐价格等数据，关键词添加后提供预估排名、质量度。 10、搜索竞价营销模块添加后的关键词可进行修改出价。 11、搜索竞价营销模块结束后，可反馈展现、点击量、消费等营销数据。 12、搜索竞价营销模块结束后，需显示具体推广计划、推广单元、关键词的展现、点击、消费、平均点击价格等数据。 13、搜索排名优化模块提供首页与产品服务页的标题、关				
--	---	--	--	--	--

	关键词优化功能，可即时反馈 SEO 值。 （三）直播营销 1、直播系统内每个实训任务都有对应规则说明，对学员实训进行引导。 2、商品数据分析及选品中应包含商品名称、采购价、市场价、浏览量、成交量、转化率、成交金额等信息。 3、直播系统模拟直播开始时间、直播标题、直播栏目、直播宝贝设置等功能。 4、脚本策划应包含整体脚本策划和单品脚本策划两部分。 5、直播推广应包含付费推广和免费推广两种推广方式，可分别针对不同人群进行推广。 6、超级直播推广可根据需求对预算、优化目标、投放方式、侧重人群、人群出价等内容进行设置。 7、直播系统具有弹幕互动功能，直播过程中根据不同的商品自动推送相关问题、干扰弹幕，学员需在规定的时间内回答粉丝提出的有效问题。 8、直播系统智能模拟直播环境，可设置直播过程中进行红包、福利抽奖、投票、秒杀推送、关注卡片、公告、粉丝推送、商品优惠券、裂变优惠券等互动。 9、直播系统内置流量分配及订单转化模型，支持直播过程中根据学员直播策划、直播推广等操作，个性化分配流量及订单，实时显示直播间相关数据，包含商品销售数据、成交金额、观看人数、在线人数、粉丝数量、成交数据、流量数据等。 10、手机 APP 在直播过程中具有 10 分钟倒计时功能。 ▲11、直播系统内置一套评分标准，学员实训后裁判可依据评分标准进行评分。 12、直播系统包含班级管理、学员管理、得分管理等基础教学管理功能，教师可通过手动添加或批量导入的方式创建学员账号，并可以对已添加的学员进行编辑、初始化密码等操作。 13、直播系统支持教师查看学员实训成绩，并通过 excel 导出成绩。 （四）方案策划 1、要能够进行营销活动宣传文案制作、企业营销宣传海报制作两项任务。 2、实训任务应具有任务要求、任务操作，供学员建立任务整理思路。 3、实训任务应提供可下载的企业与产品资料，供学员了解企业背景与产品详情。 ▲4、任务应提供必要的新媒体图文在线编辑工具，包含新媒体图文编辑模板、新媒体海报编辑模板、图文排版元素（标题、分割、正文、图文、引导）。				
--	--	--	--	--	--

		其他要求： 签订合同前，预中标单位于开标结束后三 3-5 个工作日内甲方将组织预中标单位对投标所用软件进行演示，演示内容为对照上述招标参数要求进行逐条演示，演示若不符合上述参数要求，则视为虚假应标，甲方有权拒绝签订合同，并上报至主管财政部门。				
14	客户服务理 实一体化软 件	设置了客户接待沟通、客户订单处理、售后问题处理等典型工作任务。围绕典型工作任务和核心技能点，配有多种类型的相关教学资源，满足在线学习、课堂实训、技能测评等需求。 一、内容要求 1、本系统涵盖售前交易促成、售中订单处理、售后服务管理等主要工作领域，设置了客户接待沟通、客户订单处理、售后问题处理等典型工作任务。 ▲2、实训任务背景选取学生较为熟悉的商品类目，实训任务间的设计按照业务活动，采用并联或串联相结合的方式。每个实训任务设置对接岗位的任务描述、完成任务所需的支撑理论、具体的任务实施、任务评价。其中任务实施采用任务背景（情境创设）—任务要求（任务设计）—任务分析（逻辑分析）—任务操作（实施引导）的结构呈现，将典型工作任务融入教学支架。 3、本系统基于真实的交易场景，内置智能化买家，学生可立足买家角度提问问题，立足卖家角度完成问题作答，系统对配置的内容进行智能化判断。 4、内置多个类目不少于 10 套的技能题库，能够满足课堂训练、课后巩固、实训评价、技能竞技的需要。 二、功能要求 1、学生端对于不同的任务状态明确标识出不同的标签，区分出已完成、未开始、进行中。 2、针对虚拟买家提出的问题，系统提供响应时间判断，学生需在规定时间内快速识别问题并完成应答。 3、学生可立足买卖双方，完成客户接待、交易促成等多个互动场景的知识库配置，买家问题和回复内容支持多条数据添加。 ▲4、根据买卖双方互动场景，模拟虚拟买家进行相关问题的提问。系统可自动调用已经配置的知识库中的正确答案进行自动回复；无法自动回复时默认转人工接待，学生可手动输入回复内容。系统根据回复内容从语义、语境两个角度，给出应答测试部分的智能判断。 5、针对不同场景的综合实训结果，系统支持从新增问题的问答配置、缺少答案的问答配置、修改不准确的问答配置等角度进行结果诊断，并提供优化功能。	套		1	

		6、具备完整的教学管理功能，包括教学中心和学习中心，进行查看课程、开课申请、开课审批、课程统计分析、学生课程分析、课程对比分析。 7、支持资源库建设和管理，支持图片、视频、文件、富文本等多种类型资源上传、预览；支持题库建设和管理，支持单选、多选、判断等理论题型的题库添加、编辑、删除。 8、课程设计支持目录结构调整，添加预习、拓展和课件，可关联多种类型学习资源、实训任务、富文本和单元测试。 9、作业支持随机出题和手动出题两种模式，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑、删除。 10、考试支持状态、时间、答案公开时间设置，持随机出题和手动出题两种模式，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑、删除。 11、具有学情分析管理功能，可对课程统计分析、学生课程分析和课程对比分析，分别查看课程和学生以及不同课程之间的课程训练次数、课程进度、学生随堂检测、学生作业、学生考试、实训任务学习等情况，能通过监测学生的实训数据，以图表的形式直观地反应出学生的活跃度。 12、学习中心支持查看课程所属学期、整体进度、参与人数、实训个数、作业个数；支持查看导学，方便把握课程整体情况、教学内容、课程目标等内容。				
四、视频创推实训室						0
1	单反相机套机	传感器：采用 CCD 传感器，尺寸为 1/2.7 英寸 光学变焦：拥有 16-80mm 焦段变焦能力，光学变焦倍数为 5 倍 分辨率与拍摄能力：最大分辨率可达 5520×3680，支持 5K 高清拍照与视频拍摄，视频拍摄能力包括 5K 30P、4K 60P。 屏幕：3.2 英寸触摸屏，支持旋转屏功能，方便自拍与多种角度拍摄。 特殊功能： AI 功能：具备智能识别与追焦能力。 滤镜：自带多种滤镜模式，提升拍摄效果。 防抖：具备防抖性能，确保拍摄稳定。 微距：支持微距拍摄，可捕捉细节。 接口与存储：采用 USB3.0 数据接口，支持 SD 卡存储。 电源：使用专用锂电池供电。	台		2	
2	直播手机	运行内存：≥12GB 机身内存：≥512GB	台		6	

		电池额定容量 $\geq 4900\text{mAh}$ 后置摄像头： ≥ 5000 万像素超光变摄像头+ ≥ 1200 万像素超广角摄像头（支持自动对焦） 前置摄像头： ≥ 1300 万像素超广角摄像头（F2.4 光圈）+ 3D 深感摄像头 屏幕：显示屏采用圆角设计，按照标准矩形测量时，屏幕的对角线长度是 ≥ 6.82 英寸 操作系统：国产鸿蒙操作系统 4.0 及以上或其他国产操作系统 分辨率：FHD $\geq 2720 \times 1260$ 像素 数据线接口：支持 USB Type-C，支持 USB 3.1 GEN1，支持 DP1.2 人脸解锁：支持 3D 人脸解锁 支持卫星通话及卫星短信				
3	手机拍摄稳定器	云台类型：三轴云台 使用方式：手持式 稳定器尺寸：展开 $\geq 276 \times 111.5 \times 99\text{mm}$ 、 稳定器重量：云台 $\geq 309\text{g}$ 、磁吸手机夹 $\geq 31\text{g}$ 云台充电接口：Type-C 支持机型宽度： $\geq 67\text{mm}-84\text{mm}$ 支持机型厚度： $\geq 6.9\text{mm}-10\text{mm}$ 适用手机重量： $\geq 170-290\text{g}$ 电池容量： $\geq 1000\text{mAh}$ 能量： $\geq 7.74\text{Wh}$ 充电环境温度： $\geq 5^{\circ}\text{C}-40^{\circ}\text{C}$ 使用环境温度： $\geq 0^{\circ}\text{C}-40^{\circ}\text{C}$ 纠错 航向范围： $\geq 161.64^{\circ}-173.79^{\circ}$ 横滚范围： $\geq 120.30^{\circ}-211.97^{\circ}$ 俯仰范围： $\geq 101.64^{\circ}-78.55^{\circ}$ ” 最大控制转速： $\geq 120^{\circ}/\text{s}$ 蓝牙：支持 5.1 跟随模式：支持磁吸快拆；支持手势控制；支持一键切换横竖拍。	台		6	
4	4K 摄像机	图像传感器：1/2.3" 背照式 CMOS， ≥ 1240 万像素 同步系统：支持内部同步 稳定器：支持 O.I.S 光学防抖 快门：1/6 ~ 1/10000 变焦： ≥ 12 倍光学变焦， ≥ 24 倍动态变焦 光圈：F1.2 ~ 3.5 焦距：f=4.67 ~ 56.04mm（35mm 换算：29.6 ~ 355mm） Tele/Wide Macro 微距拍摄：支持，长焦端 $\geq 60\text{cm}$ 滤光镜直径： $\geq 62\text{mm}$	台		2	

		增益：0、3、6、9、12、15、18、21、24 dB，低照度（Lolux） 拍摄功能（30、36 dB）、（AGC） 自动增益控制 高亮显示优先模式：支持 ND 滤光镜：透明、1/4、1/16 液晶显示屏：≥3.5" ≥92 万像素，16:9 寻像器：≥0.24" ≥156 万像素，16:9 图像设置参数值自定义调用：支持 视频输出：支持 AV 输出（Φ3.5mm 迷你插孔 ≥x1），支持 3G/HD-SDI 输出（BNC≥ x1），支持 HDMI 输出≥ x1 视频输出：视频输出支持网络直播同时开启 SDI 输出或 HDMI 输出，或 SDI+HDMI 同时输出 音频输入：XLR ≥x2（麦克风，+48V/LINE），Φ3.5mm 迷你插孔≥ x1 音频输出：AV 输出（Φ3.5mm 迷你插孔 ≥x1） USB：主机接口 ≥x1（USB-4G 网络连接、USB-WIFI 网络连接、USB-RJ45 网络连接）、 设备接口≥ x1 耳机：Φ3.5mm 迷你插孔≥ x1 线控：Φ2.5mm 迷你插孔≥ x1" 摄像机附件：AC 适配器 x1/ 电池 x1/备用电池 x1/ 电池充电器 x1/ AC 适配器 x1/麦克风支架 x1/ 麦克风支架螺丝（12 毫米）x1/ AC 电缆 x2/ 眼罩 x1/ 镜头罩 x1/ 输入接口盖 x2/采访专业麦克风 x1/防风罩×1 应用软件（CD-ROM）[PMB] ×1 / 三脚架：-×1 / 记忆棒：SF-G128，读写速度：UHS-I，128 GB）×1 /专用包×1,全国联保，享受五年免费上门服务。				
5	三脚架	自重 支持 3.5-3.8kg；俯仰方向角度 +90° / -45° ；承重 支持 3-4kg ；反作用力承重 ≥ 3kg ；携带高度 ≤ 800mm ；工作高度支持 750-1500mm ；球碗直径 ≥ 75mm	个		8	
6	4K 演播室回看系统	4K 55 英寸演播室返看系统；实时监控演播室最终画面；用于提示主播	套		1	
7	电视支架	(32-75 英寸)通用落地电视挂架电视推车；一体加强底座承重稳固 32-75 英寸	个		1	
8	演播室专用 22 寸提词器	1、提词器达到演播室专业级标准，显示尺寸不小于 22 寸，提词器接口不少于 RCA 模拟接口、HDMI 接口、VGA 接口（需提供接口图片）提词器显示设备（提供能效标准证明）三脚架采用独立三脚架，三脚架可独立使用，架设摄像机。 2、软件支持汉、藏、蒙、傣、维、朝鲜等少数民族语言。而且还支持国外的一些语言英、日、韩、德、俄、法、阿拉伯文等国家语言。 3、采用多层宽带介质分光膜（硬膜）玻璃，厚度 ≤ 2mm，	个		1	

		光损失率在 3%以下，反光度达到 50%及以下。				
9	提词器无线远程控制器	主播可采用远程控制方式，控制提词器暂停播放，调节文字滚动速度，插入翻页，设置书签	个		1	
10	提词器主机	具备至少两路输出，配备 24 寸液晶显示器，与提词器无缝连接，实现主持文稿的播放	套		1	
11	融合媒体制作系统	1、场景服务：免费提供不少于 200 套真三维场景库供使用单位挑选，场景库不少于 100 套，厂家必须提供场景在线资源库，便于虚拟场景的扩充和更新 2、全功能超级演播室软件 包含：资源管理模块、特技切换台模块、调音台模块、本地素材播放模块、云台控制模块、自动抠像模块、双路高精度抠像模块、局部抠像模块、虚拟机位模块、图文制作模块、播单控制模块、新闻播单模块、图文播出模块、拉流模块、推流模块、副屏输出模块等（提供软件截图） 3、真三维图文制作系统 包含：多视图预览模块、树形物件管理模块、物件属性调整模块、基本物件创建模块 4、为保证系统的兼容性和拓展性，要求主机必须采用 X86 架构设计，不接受嵌入式架构设计方式。主机采用便携式架构便于设备运行时有足够的散热空间，要求本系统为原厂一体机，设备接口须为广播级标准。 5、高清数字视音频信号由被测系统以“MP4-H. 264 20Mbps”方式采集、重放 HD SDI 接口特性及信号格式，信号幅度为 784mV，上升时间为 189ps，下降时间为 182ps，上升和下降时间的偏差为 7ps，CRC 误码秒数为 0 6、为保持设备的先进性和扩展性，融合媒体制作系统必须提供预留接口或端口，支持与本厂以及第三方点播直播系统进行无缝对接，实现后期直播点播的需求； 7、支持音频跟随功能，根据节目需要可以设置多路音频跟随一路视频信号，或者一路音频跟随多路视频信号；支持音频矩阵功能，每路音频、每个声道的调度，根据节目需求进行分组定义输出。内置多路调音台，可对每路音频分别进行音量、混音、独奏等调节。 8、支持操作自定义 DT 编组，可将单条或多条的命令，编组定义到键盘或控制面板上，在节目制作时，只需要一个按键开始，就能以编组的流程，自动完成复杂的导播切换操作，简化操作流程。 9、支持 PPT/PPTX 文件导入功能，导入后自动读取文件内容，生成播出单，并可作为独立信号源使用。支持 PageUP、PageDown 快捷操作。 10、高清视频通道特性输出幅度（100%彩条）700. 5mV 幅频特性 频率 1-30MHz 幅度-0. 4-0. 0dB	套		1	

		11、虚拟场景带有增强虚拟现实效果，支持真三维 VR 全景演播室效果，制作 VR 全景演播室。 12、要求支持≥4 路 DSK 下游键信号（LOGO，时钟、字幕、画中画等等），支持导入 TXT 文档且支持采用热键方式进行字幕拍唱词。 13、支持手机摄像头信号通过无线接入系统，作为系统的可切换信号源之一，延时小于 0.2 秒。支持笔记本电脑桌面信号通过无线接入系统，作为系统的可切换信号源之一，延时小于 0.1 秒。 14、嵌入音频特性 幅频特性频率 100-18Khz 幅度 0.00-0.05dB 谐波失真 0.01% 15、系统内置色键器，支持实时多路（≥7 路）同时抠像，支持预制抠像参数实现一键自动抠像。备商务条款要求：支持实时同色抠像，比如背景为绿色，人物身体上有绿色，可保留人物身体绿色。 16、每路信号源同时支持实时信号彩色校正、白平衡调整、四向裁切、长宽比调整，PTZ 云台摄像机控制。 17、要求支持 TS/MKV/FLV/MP4 等多格式本地视频录制，录制码流可选。 18、要求可推送 2 路 Rtmp 流，编码直播功能，内置 4K 流媒体编码器，根据网络环境可自定义分辨率/码流； 19、为了增加导播内容和素材的丰富性，满足多路资源模式的录制，要求系统必须具备不少于 20 路信号源，包含 4 路摄像机信号、4 路网络 IP 视频信号、多路 DDR 本地视频和图片信号、2 路虚拟 CG 信号，1 路字幕信号，1 路主背景音乐信号。 20、支持对于 VISCA 协议的电控云台的远程遥控，可通过软件远程控制摄像机的俯仰左右摇移，镜头的远近推拉效果,且每个信号源可设定预置位。 视音频素材：随机附带 1000G 视音频素材，160G 专业音频素材，附带虚拟演播室场景 21、要求 CPU 配置不低于 INTEL CORE I7 八核心十六线程，内存不低于 16GB，内存采用双通道内存，显卡配置不低于 4GB，显卡可指定信号通过软件进行输出到指定屏幕，素材硬盘不低于 4TB，系统固态硬盘不低于 240GB，电源功率不低于 500W。 22、整机接口不少于四路 HD/SD-SDI 或者 HDMI，支持高清、标清不同分辨率输入，支持 NDI 信号				
12	控制切换面板	完美兼容多功能切换虚拟主机，提供控制加载协议文件，与都功能切换虚拟主机为同厂商品牌，保证无缝对接； 绿色环保低功耗，性能稳定，免维护； 支持 MIDI 协议，VISCA 云台控制协议以及 JOYSTICK 协议；	台		1	

		支持 8 路 PVW、PGM 通道控制； 四维操纵杆，T 型推杆，采用广播级专业按键。				
13	专业无线领夹话筒（一拖二）	频率振荡方式：锁相环回路；频率范围：660-690MHz；频率回应：60Hz-17KHz+/-3dB 信噪比：≥105dB(-60dBm) 总谐波失真：<0.5% at 1KHz 动态范围：>100dB 接收灵敏度：-11dBm (sinad≥30dB) 输出方式：线路输出和耳机输出 对频方式：红外对频 天线：SMA 可拆卸式天线 电源：锂电池 供电电压：3.7V 持续使用时间：≥6 小时 材质：铝合金 尺寸：≥102*64*43mm	个		1	
14	10 路调音台	1、输入灵敏度 MIC:≥60dB LINE: ≥20dB Eff Ret : ≥-20dB Tape In : ≥-20dB 2、效果 : ECHO 12ms-200ms 3、编组数: ≥2 4、输出电压: 4V Max 5、信噪比: >85dB 6、失真度(THD): 0.03%(1KHz Full Power) 7、频率响应: 20Hz~20KHz ±3dB 8、耳机输出: 7V 220Ω 9、均衡参数: Hi:±15dB/10KHz Mid:±15dB/250Hz Low: ±15dB/80Hz 10、电源消耗: ≥50W"	个		1	
15	专业监听耳机	频响范围: 15 - 20,000 Hz, 阻抗: ≥40 ohms, 灵敏度: ≥96 dB, 最大承载功率: 700 mW at 1 kHz, 重量: ≥190g 驱动单元类型/直径: ≥40mm	副		1	
16	专业监听音箱（一对）	声道:2.0, 理论功率: ≥17W*2, 频响范围: ≥62Hz-20KHz, 防磁功能: 支持, 音箱控制: 旋钮, 扬声器单元: 4 英寸低音单元, 20mm 丝膜高音, 低音调节: 支持, 接口: RCA 电源: 220V, 尺寸: ≥145 x 210 x 205mm,	对		1	
17	视音频线缆	现场施工过程中所需视频、音频等各种线缆及辅料	批		1	
18	直播椅	滑轮黑框黑网加厚海绵座垫板	批		1	
19	安装调试培训及设备运输费用	设备整体联调, 测试, 组织人员培训, 熟悉相关操作流程	批		1	
20	便携式蓝幕	便携式蓝幕, 采用专业抠像幕布, 达到专业演播室抠像效果, 没有褶皱,	批		1	

合计				
----	--	--	--	--

注：1 、本项目的核心产品为直播岗课赛训融通系统及互联网营销综合实训与竞赛系统。

▲标识为核心参数不允许出现偏离，否则视为无效投标。

其他要求：

1. 质保期承诺

设备质保期至少三年。

第五章 投标文件格式

(项目名称)

投 标 文 件

投标人：_____（盖单位章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签章）

_____年_____月_____日

目录

注：格式顺序自拟

（一）、投标函

_____（招标人名称）：

我们收到你们_____（项目名称）_____ 招标文件，经认真研究，我们决定参加投标。

1.按照招标文件中的一切要求，提供招标货物或服务投标总价_____（人民币大写）¥：_____元（用阿拉伯数字书写）人民币，明细见投标产品名称数量报价表。

2.如果我们的投标书被接受，我们将履行招标文件中规定的每一项要求，按期、按质、按量完成交货和完工任务。

3.我们同意按招标文件的规定，本投标书的有效期为开标后 60 天。

4.我们愿意提供采购人在招标文件中要求的所有资料。

5.我们认为你们有选择或拒绝任何投标者中标的权力。我们理解，最低报价不是中标的唯一条件。

6.我们愿按合同法履行自己的全部责任。

7.我方愿意遵守国家有关规定及招标文件中规定的收费标准，承付中标服务费。

8.该项投标在开标后的全过程中保持有效，不作任何更改和变动。

9.我们同意按招标文件规定，交纳_____元的投标保证金。并同意在确定最终中标人、发出中标通知书之后 5 个工作日内退还我公司的投标保证金。（如因特殊原因，在投标有效期之后确定中标人，本承诺依然有效。）

10.综合说明：

（1）详细技术参数、技术条件、技术标准、拟达到的质量标准和保险期限。

（2）易损件、配件及供应方式。

（3）安装计划、组织机构及人员安排。

（5）技术服务。

（6）运输方式。

（7）要求项目单位提供的配合。

（8）对招标文件内容有不同意见的偏离说明。

（9）其它。

11.所有有关本标书的函电，请按下列地址联系：

单 位：

地 址：

电 话：

传 真：

邮 政 编 码：

联 系 人：

投标人：_____（公章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签章）

_____年_____月_____日

（二）、法定代表人身份证明

投标人名称：

单位性质：

地 址：

成立时间：_____ 年_____ 月_____ 日

经营期限：

姓 名：_____ 性别：

年 龄：_____ 职务：

系_____（投标人名称）的法定代表人。

特此证明。

注：后附法定代表人身份证复印件

投标人：_____（盖单位章）

法定代表或委托代理人：_____（签章）

_____年_____月_____日

（三）、法定代表人的授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改_____（项目名称）_____投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____。

代理人无转委托权。

附：法定代表人身份证明、委托代理人身份证复印件

投标人：_____（盖单位章）

法定代表人：_____（签字）

身份证号码：

委托代理人：_____（签字）

身份证号码：

_____年_____月_____日

(四)、开标一览表

项目名称		
项目编号		
供货期限		
投标有效期		
投标总价（人民币）	小写	
	大写	
备注：本次报价为人民币报价，投标报价应包括：货物或服务本身价格、保险费用、包装费、培训费、运输费用、安装调试费用、损耗、税金等费用。		

其他内容详见报价明细表

投标人：_____（盖单位章）

法定代表或委托代理人：_____（签章）

_____年_____月_____日

注：1. 在开标一览表中，按第二章投标人须知 11.2 条款的规定不允许出现两种报价，否则其投标将被拒绝。

分项报价表

项目名称：

项目编号：

备注：(表格格式中的内容请按照第四章——采购清单填写)

投标人：_____（盖单位章）

法定代表或委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

（五）、投标产品的详细说明

投标人根据所投产品进行详细说明，格式自拟

(六)、商务条款偏离表

项 目 编 号：

年 月 日

序号	条款序号	招标条款	投标条款	备 注

投标单位公章：

投标单位授权代表人签章：

年 月 日

（七）投标人基本情况表

投标人名称										
注册地址					邮政编码					
联系方式	联系人				电 话					
	传 真				网 址					
组织结构										
法定代表人	姓名			技术职称			电话			
技术负责人	姓名			技术职称			电话			
成立时间				员工总人数：						
企业资质等级				其中	项目负责人					
营业执照号					职称人员					
注册资金										
开户银行					其他人员					
账号										
经营范围										
备注										

备注：本表后应附企业法人营业执照的复印件。

（八）中小企业声明函（货物）

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕[2020]46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；制造商为（企业名称），从业人员__人，营业收入为__万元，资产总额为__万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；
2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；制造商为（企业名称），从业人员__人，营业收入为__万元，资产总额为__万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；
-

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

备注：1. 从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度的数据，无上一年度数据的新成立的企业可不填报。

2. 投标企业按照《中小企业划型标准规定》（新财购〔2022〕22号）文件规定，明确说明企业类型为中型企业、小型企业、微型企业，不得用中小微企业简单概括，否则，后果自负。

（九）、其他材料

企业认为有必要提供的其他材料

政府采购诚信承诺函格式

（九）、政府采购诚信承诺函

温宿县政务服务和公共资源交易中心：

我是_____公司的法定代表人_____，我
代表本公司郑重承诺：在温宿县_____项目实施中，近三年来的财务状况和本年度的缴纳税
收和社会保障金记录良好。如本承诺内容不真实，我公司愿承担由此产生的一切后果和法
律责任（被废标、被列入政府采购失信名单或承担由此造成利益相关方经济损失的赔偿责
任）。

法定代表人或委托全权代理人：（签字）

签署日期： 年 月 日

附件：

中小企业划型标准规定

一、根据《中华人民共和国中小企业促进法》和《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36号），制定本规定。

二、中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。

三、本规定适用的行业包括：农、林、牧、渔业，工业（包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业），建筑业，批发业，零售业，交通运输业（不含铁路运输业），仓储业，邮政业，住宿业，餐饮业，信息传输业（包括电信、互联网和相关服务），软件和信息技术服务业，房地产开发经营，物业管理，租赁和商务服务业，其他未列明行业（包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业等）。

四、各行业划型标准为：

（一）农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（二）工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。

（三）建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。

（四）批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000

万元以下的为微型企业。

（五）零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（六）交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。

（七）仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（八）邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（九）住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十）餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十一）信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业

人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

（十二）软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。

（十三）房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

（十四）物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。

（十五）租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。

（十六）其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。