

伽师县中等职业技术学校电子商务
数字运营实训基地建设项目（二次）
公开招标

招标文件

（第一册）

项目编号：KSJSX(GK)2024-48

采购单位：伽师县中等职业技术学校

采购代理机构：伽师县政府采购中心

发出日期：2024年9月



目 录

第一章 投标人须知	1
一 总 则	1
1. 采购人、采购代理机构及投标人	1
2. 资金来源	2
3. 投标费用	2
4. 适用法律	2
二 招标文件	2
5. 招标文件构成	2
6. 招标文件的澄清与修改	2
7. 投标截止时间的顺延	3
三 投标文件的编制	3
8. 投标范围及投标文件中标准和计量单位的使用	3
9. 投标文件构成	3
10. 证明投标标的的合格性和符合招标文件规定的技术文件	3
11. 投标报价	4
12. 投标保证金	4
13. 投标有效期	5
四 投标文件的递交	5
15. 投标文件的密封和标记	5
16. 投标截止	5
17. 投标文件的接收、修改与撤回	6
五 开标及评标	6
18. 开标	6
19. 资格审查及组建评标委员会	6
20. 投标文件符合性审查与澄清	7
21. 投标偏离	8
22. 投标无效	8
24. 废标	9
25. 保密原则	9
六 确定中标	9
26. 中标候选人的确定原则及标准	9
27. 确定中标候选人和中标人	9
28. 采购任务取消	9
29. 中标通知书	9
30. 签订合同	10
31. 履约保证金	10
32. 中标服务费	10
33. 政府采购信用担保	10
34. 廉洁自律规定	10
35. 人员回避	10
36. 质疑与接收	10
第二章 投标文件格式	17
第一部分 开标一览表及资格证明文件	17
1 开标一览表	18

2	法人或者非法人组织的营业执照等证明文件	19
3	法定代表人身份证明	19
4	法定代表人授权委托书	20
5	投标保证金缴纳凭证复印件	21
6	社会保障资金的缴纳记录	23
7	良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料	23
8	依法缴纳税收的证明	23
9	参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明及反商业受贿承诺	23
10	投标人须知资料表要求的其他资格证明文件	23
第二部分 商务及技术文件		24
1	投标书	25
2	投标分项报价表	26
3	货物说明一览表	27
4	技术规格偏离表	28
5	商务条款偏离表	29
6-1	中小企业声明函（货物）	30
6-2	残疾人福利性单位声明函	34
6-3	监狱企业声明函	34
7	投标文件还应包括第五章、综合评分表的所有技术文件	35
8	投标人关联单位的说明	35
9	其他有利于投标人的文件或证明材料	35
10	对本项目投标文件（响应文件）中资料真实性的承诺	36
第三章	投标邀请	38
第四章	投标人须知资料表	41
第五章	货物需求一览表及技术规格	44
第六章	评标方法和标准	44
第七章	政府采购合同	75

第一章 投标人须知

一 总 则

1. 采购人、采购代理机构及投标人

- 1.1 采购人：是指依法开展政府采购活动的国家机关、事业单位、团体组织。
本项目的采购人见投标人须知资料表。
- 1.2 采购代理机构：是指在集中采购机构或从事采购代理业务的社会中介机构。本项目的采购代理机构见投标人须知资料表。
- 1.3 投标人：是指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、非法人组织或者自然人。本项目的投标人及其投标货物须满足以下条件：
 - 1.3.1 在中华人民共和国境内注册，能够独立承担民事责任，有生产或供应能力的本国供应商。
 - 1.3.2 具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条关于供应商条件的规定，遵守本项目采购人本级和上级财政部门政府采购的有关规定。
 - 1.3.3 以采购代理机构认可的方式获得了本项目的招标文件。
 - 1.3.4 提供符合投标人须知资料表中规定的资格证明文件。
 - 1.3.5 若投标人须知资料表中写明允许采购进口产品，投标人应保证所投产品可履行合法报通关手续进入中国关境内。
若投标人须知资料表中未写明允许采购进口产品，如投标人所投产品为进口产品，其投标将被认定为**投标无效**。
 - 1.3.6 若投标人须知资料表中写明专门面向中小企业采购的，如投标人为非中小企业且所投产品为非中小企业产品，其投标将被认定为**投标无效**。
- 1.4 如投标人须知资料表中允许联合体投标，对联合体规定如下：
 - 1.4.1 两个以上供应商可以组成一个投标联合体，以一个投标人的身份投标。
 - 1.4.2 联合体各方均应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。
 - 1.4.3 采购人根据采购项目对投标人的特殊要求，联合体中至少应当有一方符合相关规定。
 - 1.4.4 联合体各方应签订共同投标协议，明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任，并将共同投标协议连同作为投标文件第一部分的内容提交。
 - 1.4.5 大中型企业、其他自然人、法人或者非法人组织与小型、微型企业组成联合体共同参加投标，共同投标协议中应写明小型、微型企业的协议合同金额占到共同投标协议投标总金额的比例。
 - 1.4.6 联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，按照较低的资质等级确定联合体的资质等级。
 - 1.4.7 以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加本项目投标，否则相关投标将被认定为**投标无效**。
 - 1.4.8 对联合体投标的其他资格要求见投标人须知资料表。
- 1.5 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，其相关投标将被认定为**投标无效**。

- 1.6 为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加本项目上述服务以外的其他采购活动。否则其投标将被认定为**投标无效**。
- 1.7 投标人在投标过程中不得向采购人提供、给予任何有价值的物品，影响其正常决策行为。一经发现，其将被认定为**投标无效**。

2. 资金来源

- 2.1 本项目的采购人已获得足以支付本次招标后所签订的合同项下的资金（包括财政性资金和本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金）。
- 2.2 项目预算金额和分项或分包最高限价见**投标人须知资料表**。
- 2.3 投标人报价超过招标文件规定的预算金额或者分项、分包最高限价的，其投标将被认定为**投标无效**。

3. 投标费用

不论投标的结果如何，投标人应承担所有与准备和参加投标有关的费用。

4. 适用法律

本项目采购人、采购代理机构、投标人、评标委员会的相关行为均受《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及本项目本级和上级财政部门政府采购有关规定的约束，其权利受到上述法律法规的保护。

二 招标文件

5. 招标文件构成

- 5.1 招标文件分为三册共 7 章，内容如下：

第一册

第1章 投标人须知

第2章 投标文件格式

第二册

第3章 投标邀请

第4章 投标人须知资料表

第5章 货物需求一览表及技术规格

第6章 评标方法和标准

第三册

第7章 政府采购合同格式

- 5.2 如本文件的前后内容不一致，以最后描述为准。
- 5.3 投标人应认真阅读招标文件所有的事项、格式、条款和技术规范等。如投标人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在各方面都做出实质性响应，可能导致其投标将被认定为**投标无效**。

6. 招标文件的澄清与修改

- 6.1 为了保证对招标文件的澄清和修改满足法律的时限要求，任何要求对招标文件进行澄清的投标人，均应在投标截止期十五日前，以书面形式将澄清要求通知采购人或采购代理机构。

- 6.2 采购人可主动地或在解答投标人提出的澄清问题时对招标文件进行澄清或修改。采购代理机构将以发布澄清（更正）公告的方式，澄清或修改招标文件，澄清或修改内容作为招标文件的组成部分。
- 6.3 澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购代理机构将以书面形式通知所有购买招标文件的潜在投标人，并对其具有约束力。投标人在收到上述通知后，应及时向采购代理机构回函确认。

7. 投标截止时间的顺延

为使投标人准备投标时有足够的时间对招标文件的澄清或者修改部分进行研究，采购人将依法决定是否顺延投标截止时间。

三 投标文件的编制

8. 投标范围及投标文件中标准和计量单位的使用

- 8.1 项目有分包的，投标人可对招标文件其中某一个或几个分包货物进行投标，除非在投标人须知资料表中另有规定。
- 8.2 投标人应当对所投分包招标文件中“服务需求”所列的所有内容进行投标，如仅响应某一包中的部分内容，其该包投标将被认定为**投标无效**。
- 8.3 无论招标文件第5章货物需求一览表及技术规格中是否要求，投标人所投货物均应符合国家强制性标准。
- 8.4 除招标文件中有特殊要求外，投标文件中所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

9. 投标文件构成

- 9.1 投标单位应完整地按招标文件提供的响应文件格式及要求编写响应文件，投标单位须在投标截止时间前完成在系统上递交电子响应文件。投标单位的电子响应文件是经过 CA 证书加密后上传提交的，任何单位或个人均无法在投标截止时间（即投标时间）之前查看或篡改，不存在泄密风险。（严格按照政采云电子投标流程制作并上传电子响应文件）
- 9.2 上述文件应按照招标文件规定的格式填写、签署和盖章招标文件中的格式供参考，投标文件中的内容可自行调整但应包括格式内的所有内容。

10. 证明投标标的的合格性和符合招标文件规定的技术文件

- 10.1 投标人应提交证明文件，证明其投标内容符合招标文件规定。该证明文件是投标文件的一部分。
- 10.2 上款所述的证明文件，可以是文字资料、图纸和数据，它包括：
- 10.2.1 货物主要技术指标和性能的详细说明；
- 10.2.2 货物从买方开始使用至招标文件规定的保质期内正常、连续地使用所必须的备件和专用工具清单，包括备件和专用工具的货源及现行价格；
- 10.2.3 对照招标文件技术规格，逐条说明所提供货物及伴随的工程和服务已对招标文件的技术规格做出了实质性的响应，或申明与技术规格条文的偏差和例外。
- 10.3 投标人应注意采购人在技术规格中指出的工艺、材料和设备的参照品牌型号或分类号仅起说明作用，并没有任何限制性。投标人在投标中可以选用替代牌号或分类号，但

这些替代要实质上相当于技术规格的要求。采购人、采购代理机构承诺不以上述参照品牌型号或分类号作为评标时判定其投标是否有效的标准。

11. 投标报价

- 11.1 所有投标均以人民币报价。投标人的投标报价应遵守《中华人民共和国价格法》。同时，根据《中华人民共和国政府采购法》第二条的规定，为保证公平竞争，如有货物主体部分的赠与行为，其投标将被认定为**投标无效**。
- 11.2 投标人应在投标分项报价表上标明投标货物及相关服务的单价（如适用）和总价，并由法定代表人或其授权代表签署。
- 11.3 投标分项报价表上的价格应按下列方式填写：
 - 11.3.1 投标货物（包括备品备件、专用工具等）的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价），投标货物安装、调试、检验、技术服务和培训等费用；
 - 11.3.2 货物运至最终目的地的运输费和保险费用。
- 11.4 投标人所报的各分项投标单价在合同履行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。任何包含价格调整要求的投标，其投标将被认定为**投标无效**。
- 11.5 每种货物只能有一个投标报价。采购人不接受具有附加条件的报价。
- 11.6 投标文件中应写明投标产品的产地、数量/面积、养护服务期、供货期，未明确写明的其投标将被认定为**投标无效**。

12. 投标保证金

- 12.1 投标人应提交**投标人须知资料表**中规定的投标保证金，并作为其投标的一部分。
- 12.2 投标人存在下列情形的，投标保证金不予退还：
 - （1）在投标有效期内，撤销投标的；
 - （2）中标后不按本须知第 30 条的规定与采购人签订合同的；
 - （3）中标后不按本须知第 31 条的规定提交履约保证金的；
 - （4）中标后不按本须知第 32 条的规定缴纳中标服务费的；
 - （5）存在其他违法违规行为的。
- 12.3 政府采购信用担保试点范围内的项目，接受符合财政部门规定的政府采购投标担保函原件。
- 12.4 投标人未按本须知规定提交投标保证金的，其投标将被认定为**投标无效**。
 - 12.4.1 采用电汇形式的，一般可以实时入账。
 - 12.4.2 采用支票形式的，投标人则应充分考虑支票入账时间，以确保投标保证金能按时进入指定账户。根据银行信息交换和付款时间，支票从递交至实际入账一般需要 4-5 个工作日。如投标人未及时提交支票或支票不符合银行委托收款要求（如污损、折叠、胶装等），导致投标保证金不能按时进入指定账户的，将按照招标文件的相关规定处理。
- 12.5 联合体投标的，可以由联合体中的一方或者共同提交投标保证金。以一方名义提交投标保证金的，对联合体各方均具有约束力。
- 12.6 投标保证金的退还

- 12.6.1 中标人应在与采购人签订合同之日起5个工作日内，及时联系保证金收受机构办理投标保证金无息退还手续。
- 12.6.2 未中标投标人的投标保证金将在中标通知书发出之日暨中标结果公告公布之日起5个工作日内无息退还。投标人应及时联系保证金收受机构办理退还投标保证金手续。
- 12.6.3 政府采购投标担保函不予退回。
- 12.7 因投标人自身原因导致无法及时退还的，采购人或采购代理机构将不承担相应责任。

13. 投标有效期

- 13.1 投标应在**投标人须知资料表**中规定时间内保持有效。投标有效期不满足要求的投标，其投标将被认定为**投标无效**。
- 13.2 为保证有充分时间签订合同，采购人或采购代理机构可根据实际情况，在原投标有效期截止之前，要求投标人延长投标文件的有效期。接受该要求的投标人将不会被要求和允许修正其投标，且本须知中有关投标保证金的要求须在延长的有效期内继续有效。投标人可以拒绝延长投标有效期的要求，其投标保证金将及时无息退还。上述要求和答复都应以书面形式提交。

14. 响应文件的签署及规定

- 14.1 供应商应按**供应商须知资料表**中的规定，准备和递交（加密上传）电子响应文件。
- 14.2 所有响应文件应按照招标文件规定的格式填写、签署和盖章。
- 14.3 响应文件因字迹潦草、表达不清所引起的后果由供应商负责。

四 投标文件的递交

15. 投标文件的密封和标记

- 15.1 供应商应完整地按招标文件提供的投标文件格式及要求编写投标文件，供应商须在**投标截止时间前**完成在新疆政采云平台 <https://www.zcygov.cn> 系统上递交电子投标文件。供应商的电子投标文件是经过CA证书加密后上传提交的，任何单位或个人均无法在**投标截止时间之前**查看或篡改，不存在泄密风险。（严格按照政采云电子投标流程制作并上传电子响应文件）
- 15.2 供应商因自身原因导致电子投标文件无法导入电子评标系统的，该响应文件视为**无效文件**。
- 15.3 电子投标文件具有法律效力，与其他形式的响应文件在内容和格式上等同，若投标文件与招标文件要求不一致，其内容影响成交结果时，责任由供应商自行承担。

16. 投标截止

- 16.1 投标人应在**投标人须知资料表**中规定的截止时间前，将投标文件递交到招标公告中规定的地点。**解密时间30分钟，逾期未解密的视为投标无效。**
- 16.2 采购人和采购代理机构有权按本须知的规定，延迟投标截止时间。在此情况下，采购人、采购代理机构和投标人受投标截止时间制约的所有权利和义务均应延长至新的截止时间。
- 16.3 采购人和采购代理机构将拒绝接收在投标截止时间后上传的投标文件

17. 投标文件的接收、修改与撤回

- 17.1 在投标截止时间后上传投标文件的，采购人和采购代理机构将**拒绝接收**。
- 17.2 采购人或者采购代理机构收到投标文件后，应当如实记载投标文件的送达时间和密封情况。

- 17.3 递交投标文件以后，如果投标人要进行修改或撤回投标，须提出书面申请并在投标截止时间前上传至新疆政采云平台 <https://www.zcygov.cn>，投标人对投标文件的修改或撤回通知应按本须知规定编制、密封、标记。采购人和采购代理机构将予以接收，并视为投标文件的组成部分。
- 17.4 在投标截止期之后，采购人和采购代理机构不接受投标人主动对其投标文件做任何修改。
- 17.5 采购人和采购代理机构对所接收投标文件概不退回。

五 开标及评标

18. 开标

- 18.1 采购人和采购代理机构将按投标人须知资料表中规定的开标时间和地点组织公开开标并邀请所有投标人代表参加。
投标人不足3家的，不得开标。
- 18.2 开标时，由代理机构工作人员点击响应文件解密流程，解密时间为30分钟。解密时间截止后经记录，由采购人或采购代理机构开启开标一览表，宣读投标人名称、投标价格及招标文件规定的内容。对于投标人在投标截止期前递交的投标声明，在开标时当众宣读，评标时有效。未宣读投标价格、价格折扣等实质内容，评标时不予承认。逾期未解密的视为投标无效。
- 18.3 采购人或采购代理机构将对开标过程进行记录，由参加开标的各投标人代表和相关工作人员签字确认，并存档备查。
- 18.4 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。

19. 资格审查及组建评标委员会

- 19.1 采购人或采购代理机构依据法律法规和招标文件中规定的内容，对投标人及其货物的资格进行审查，未通过资格审查的投标人不进入评标；通过资格审查的投标人少于不足三家的，不得评标。
- 19.2 采购人或采购代理机构将在开标前1个工作日至投标截止后1小时的期间内查询投标人的信用记录。投标人存在不良信用记录的，其投标将被认定为**投标无效**。
- 19.2.1 不良信用记录指：投标人在中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）被列入政府采购严重违法失信行为记录名单，或在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单，以及存在《中华人民共和国政府采购法实施条例》第十九条规定的行政处罚记录。
以联合体形式参加投标的，联合体任何成员存在以上不良信用记录的，联合体投标将被认定为**投标无效**。
- 19.2.2 查询及记录方式：采购人或采购代理机构经办人将查询网页打印、签字并存档备查。投标人不良信用记录以采购人或采购代理机构查询结果为准。
在本招标文件规定的查询时间之后，网站信息发生的任何变更均不再作为评标依据。投标人自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为资格审查依据。
- 19.3 按照《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》及本项目本级和上级财政部门的有关规定依法组建的评标委员会，负责评标工作。**本项**

目评标委员会由 5 人单数组成，其中：业主代表 1 人，评委 4 人（政采云专家库随机抽取）。

20. 投标文件符合性审查与澄清

20.1 符合性审查是指依据招标文件的规定，从投标文件的有效性和完整性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做出响应。

20.2 投标文件的澄清

20.2.1 在评标期间，评标委员会将以书面方式要求投标人对其投标文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，以及评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性检查投标人的报价，有可能影响履约的情况作必要的澄清、说明或补正。投标人的澄清、说明或补正应在评标委员会规定的时间内以书面方式进行，并不得超出投标文件范围或者改变投标文件的实质性内容。

20.2.2 投标人的澄清、说明或补正将作为投标文件的一部分。

20.3 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

（一）投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

（二）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

（三）单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

（四）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。

同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按照第 20.2 条的规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标将被认定为**投标无效**。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。

20.4 如一个分包内只有一种产品，不同投标人所投产品为同一品牌的，按如下方式处理：

20.4.1 如本项目使用最低评标价法，提供相同品牌产品的不同投标人以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件第六章中评标办法规定的方式确定一个参加评标的投标人；未规定的采取随机抽取方式确定，其他投标将被认定为**投标无效**。

20.4.2 如本项目使用综合评分法，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件第六章中评标办法规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格；未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

20.5 如一个分包内包含多种产品的，采购人或采购代理机构将在投标人须知资料表中载明核心产品，多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按第 20.4 条规定处理。

20.6 投标人所投产品如被列入财政部与国家主管部门颁发的节能产品目录或环境标志产品目录，应提供相关证明，在评标时予以优先采购，具体优先采购办法见第六章评标方法和标准。

如采购人所采购产品为政府强制采购的节能产品，投标人所投产品的品牌及型号必须为清单中有效期内产品并提供证明文件，否则其投标将被认定为**投标无效**。

21. 投标偏离

评标委员会可以接受投标文件中不构成实质性偏离的不正规或不一致。

22. 投标无效

22.1 在比较与评价之前，根据本须知的规定，评标委员会要审查每份投标文件是否实质上响应了招标文件的要求。实质上响应的投标应该是与招标文件要求的全部条款、条件和规格相符，没有重大偏离的投标。对关键条款的偏离，将被认定为**投标无效**。投标人不得通过修正或撤销不符合要求的偏离，从而使其投标成为实质上响应的投标。评标委员会决定投标的响应性只根据招标文件要求、投标文件内容及财政主管部门指定相关信息发布媒体。

22.2 **如发现下列情况之一的，其投标将被认定为投标无效：（以下情形应当在招标文件中规定，并以醒目的方式标明）**

- (1) 未按招标文件规定的形式和金额提交投标保证金的；
- (2) 未按照招标文件规定要求签署、盖章的；
- (3) 未满足招标文件中技术条款的实质性要求；
- (4) 与其他投标人串通投标，或者与招标人串通投标；
- (5) 属于招标文件规定的其他**投标无效**情形；
- (6) 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性检查投标人的报价，有可能影响履约的，且投标人未按照规定证明其报价合理性的；
- (7) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- (8) 不符合法规和招标文件中规定的其他实质性要求的。

23. 比较与评价

23.1 经符合性审查合格的投标文件，评标委员会将根据招标文件确定的评标方法和标准，对其投标文件作进一步的比较和评价。

23.2 评标严格按照招标文件的要求和条件进行。根据实际情况，在**投标人须知资料表**中规定采用下列一种评标方法，详细评标标准见招标文件第六章：

- (1) 最低评标价法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。
- (2) 综合评分法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法。

23.3 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）《关于落实好政府采购支持中小企业发展的通知》（新财购〔2022〕22号）、《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）和《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定。对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《投标人企业类型声明函》或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的投标人，其投标报价扣除 10-20%后参与评审。具体办法详见招标文件第 6 章。

24. 废标

出现下列情形之一，将导致项目废标：

- (1) 符合专业条件的供应商或者对招标文件做实质性响应的供应商不足三家；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的。

25. 保密原则

25.1 评标将在严格保密的情况下进行。

25.2 政府采购评审专家应当遵守评审工作纪律，不得泄露评审文件、评审情况和评审中获悉的商业秘密。

六 确定中标

26. 中标候选人的确定原则及标准

除第 28 条规定外，对实质上响应招标文件的投标人按下列方法进行排序，确定中标候选人：

(1) 采用最低评标价法的，除了算术修正和落实政府采购政策需进行的价格扣除外，不对投标人的投标价格进行任何调整。评标结果按修正和扣除后的投标报价由低到高顺序排列。报价相同的处理方式详见招标文件第 6 章。

(2) 采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按修正和扣除后的投标报价由低到高顺序排列。得分与投标报价均相同的处理方式详见招标文件第 6 章。

27. 确定中标候选人和中标人

评标委员会将根据评标标准，按投标人须知资料表中规定数量推荐中标候选人；或根据采购人的委托，直接确定中标人。

28. 采购任务取消

因重大变故采购任务取消时，采购人有权拒绝任何投标人中标，且对受影响的投标人不承担任何责任。

29. 中标通知书

29.1 在投标有效期内，中标人确定后，采购人或者采购代理机构发布中标公告，公示期后以书面形式向中标人发出中标通知书。

29.2 中标通知书是合同的组成部分。

30. 签订合同

30.1 中标人应当自发出中标通知书之日起 30 日内，与采购人签订合同。

30.2 招标文件、中标人的投标文件及其澄清文件等，均为签订合同的依据。

- 30.3 中标人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候选人名单排序，确定下一中标候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。
- 30.4 当出现法规规定的中标无效或中标结果无效情形时，采购人可与排名下一位的中标候选人另行签订合同，或依法重新开展采购活动。

31. 履约保证金

- 31.1 中标人应按照投标人须知资料表规定向采购人缴纳履约保证金。
- 31.2 如果中标人没有按照上述履约保证金的规定执行，将视为放弃中标资格，中标人的投标保证金将不予退还。在此情况下，采购人可确定下一候选人为中标人，也可以重新开展采购活动。

32. 中标服务费

中标人须按照投标须知资料表规定，向采购代理机构支付中标服务费。

33. 政府采购信用担保

- 33.1 本项目是否属于信用担保试点范围见投标人须知资料表。
- 33.2 如属于政府采购信用担保试点范围内，中小型企业投标人可以自由按照财政部门的规定，采用投标担保、履约担保和融资担保。
- 33.2.1 投标人递交的投标担保函和履约担保函应符合本招标文件的规定。
- 33.2.2 中标人可以采取融资担保的形式为政府采购项目履约进行融资。
- 33.2.3 合格的政府采购专业信用担保机构名单见投标人须知资料表。

34. 廉洁自律规定

- 34.1 采购代理机构工作人员不得以不正当手段获取政府采购代理业务，不得与采购人、供应商恶意串通操纵政府采购活动。
- 34.2 采购代理机构工作人员不得接受采购人或者供应商组织的宴请、旅游、娱乐，不得收受礼品、现金、有价证券等，不得向采购人或者供应商报销应当由个人承担的费用。
- 34.3 为强化采购代理机构内部监督机制，供应商可按投标人须知资料表中的监督电话和邮箱，反映采购代理机构的廉洁自律等问题。

35. 人员回避

投标人认为采购人员及其相关人员有法律法规所列与其他供应商有利害关系的，可以向采购人或采购代理机构书面提出回避申请，并说明理由。

36. 质疑与接收

- 36.1 供应商认为招标文件、招标过程和成交结果使自己的权益受到损害的，可以根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》和《政府采购质疑和投诉办法》的有关规定，依法向采购人或其委托的采购代理机构提出质疑。
- 36.2 质疑供应商应按照财政部制定的《政府采购质疑函范本》格式（可从财政部官方网站下载）和《政府采购质疑和投诉办法》的要求，在法定质疑期内以纸质形式提出质疑，针对同一采购程序环节的质疑应一次性提出。

超出法定质疑期的、重复提出的、分次提出的或内容、形式不符合《政府采购质疑和投诉办法》的，质疑供应商将依法承担不利后果。

- 36.3 采购代理机构质疑函接收部门、联系电话和通讯地址，见供应商须知资料表。

36.4、质疑的提出

36.5 本采购文件中所称质疑及答复，是指参加本次采购活动的供应商对政府采购活动中的采购文件、采购过程和成交结果向采购方提出质疑，采购方答复质疑的行为。

36.6 供应商认为采购文件、采购过程和成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起7个工作日内，以书面形式向采购方提出质疑。供应商应知其权益受到损害之日，是指：

（一）对可以质疑的采购文件提出质疑的，为收到采购文件之日或者采购文件公告期限届满之日；

（二）对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；

（三）对成交结果提出质疑的，为成交结果公告期限届满之日。

36.7 对可以质疑的采购文件提出质疑的，质疑人为参与本项目的报价方或潜在报价方。可质疑的文件为采购公告以及采购文件（包括属于其组成部分的澄清、修改、补充文件和评审标准、合同文本等）。

36.8 对采购过程和成交结果提出质疑的，质疑人为直接参与本项目的报价方。采购过程，即从采购项目信息公告发布起到成交结果公告止，包括采购文件的发出、提交响应文件、响应文件开启、评审等各个采购程序环节。

36.9 提出质疑应当符合下列条件：

（一）质疑主体应当符合有关规定；

（二）在质疑法定期限内提出；

（三）属于可以提出质疑的政府采购事项受理范围和本项目采购人的管辖权范围；

（四）政府采购法律、法规、规章规定的其他条件。

40. 提出质疑应当具有明确的请求和提供必要的证明材料。明确的请求，即质疑人在质疑函中提出的，要求采购方对其予以支持的主张。必要的证明材料，即能够证明质疑人的质疑请求成立的必要材料，包括相关证据、依据和其他有关材料。

40.1 质疑人所提供的证明材料应当具有真实性、合法性以及与质疑事项的关联性和证明力，否则不能作为认定该质疑事项成立的依据。

40.2 质疑人提出质疑时应当提交质疑函。质疑函包括下列内容：

（一）提出质疑的质疑人的名称、地址、邮编、联系人及联系电话等；

（二）质疑项目的名称、编号；

（三）质疑事项；

（四）事实依据和证明材料；

（五）法律依据；

（六）提出质疑的日期。

质疑函采用实名制。质疑人为自然人的应当由本人签字，并附有效身份证明文件；质疑人为法人或者非法人组织的应当由法定代表人或者负责人签字并加盖公章，并附有效身份证明文件。

40.3 质疑人可以委托代理人进行质疑。代理人应当提交授权委托书。授权委托书应当载明委托代理的具体权限、期限和相关事项。

40.4、质疑的审查和受理

采购方在收到质疑函后应当及时审查是否符合质疑受理条件，对符合质疑受理条件的，及时予以受理。

40.5 对不符合质疑受理条件的，分别按照下列不同情形予以处理：

（一）质疑函内容不符合规定的，告知质疑人进行修改并重新提出质疑。修改后质疑事项仍

不具体、不明确或者最终递交质疑函的时间超过质疑法定期限的，不予受理；

- (二) 质疑主体不符合有关规定的，告知质疑人不予受理；
- (三) 超过质疑法定期限提出质疑的，告知质疑人不予受理；
- (四) 对不属于可以提出质疑的政府采购事项提出质疑的，告知质疑人不予受理；
- (五) 质疑不属于本项目采购方管辖的，告知质疑人向有管辖权的采购人提出质疑；
- (六) 质疑不符合其他条件的，告知质疑人不予受理。

40.6、质疑的处理和答复

40.7 采购方受理质疑后，将及时把质疑函发送给被质疑人，并要求其在一定期限内提交书面答复，同时提供有关证据、依据和相关材料。

40.8 对于质疑事项中涉及的问题较多、情况比较复杂的，为了全面查清事实、取得充分的证据，采购方认为有必要时，可以进行调查取证或者组织质证。

40.9 对评审过程、成交结果提出质疑的，采购方可以组织原评审委员会协助答复质疑。

41. 质疑处理过程中，质疑人书面申请撤回质疑的，将终止质疑处理程序。

41.1 质疑人拒绝配合采购方依法对质疑进行调查处理的，采购方将按质疑人自动撤回质疑处理；被质疑人拒绝配合采购方依法对质疑进行调查处理的，采购方将视同其认可质疑事项。

41.1 质疑人拒绝配合采购方依法对质疑进行调查处理的，采购方将按质疑人自动撤回质疑处理；被质疑人拒绝配合采购方依法对质疑进行调查处理的，采购方将视同其认可质疑事项。

41.2 采购方将在正式受理质疑后 7 个工作日内作出答复。

41.3 质疑答复应当包括下列内容：

- (一) 质疑人的姓名或者名称；
- (二) 收到质疑函的日期、质疑项目名称及编号；
- (三) 质疑事项、质疑答复的具体内容、事实依据和法律依据；
- (四) 告知质疑供应商依法投诉的权利；
- (五) 质疑答复人名称；
- (六) 答复质疑的日期。

质疑函范本

一、质疑供应商基本信息

质疑供应商：

地址：邮编：

联系人：联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址：邮编：

二、质疑项目基本情况

质疑项目的名称：

质疑项目的编号：包号：

采购人名称：

采购文件获取日期：

三、质疑事项具体内容

质疑事项 1:

事实依据:

法律依据:

质疑事项 2

.....

四、与质疑事项相关的质疑请求

请求:

签字(签章): 公章:

日期:

质疑函制作说明:

1. 供应商提出质疑时, 应提交质疑函和必要的证明材料。
2. 质疑供应商若委托代理人进行质疑的, 质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容, 并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。
3. 质疑供应商若对项目的某一分包进行质疑, 质疑函中应列明具体分包号。
4. 质疑函的质疑事项应具体、明确, 并有必要的事实依据和法律依据。
5. 质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。
6. 质疑供应商为自然人的, 质疑函应由本人签字; 质疑供应商为法人或者其他组织的, 质疑函应由法定代表人、主要负责人, 或者其授权代表签字或者盖章, 并加盖公章。

附件 1: 履约保证金保函 (格式)

(中标后开具)

致: (买方名称)

号合同履行保函

本保函作为贵方与(卖方名称) (以下简称卖方) 于年月日就项目(以下简称项目) 项下提供(货物名称) (以下简称货物) 签订的(合同号) 号合同的履约保函。

(出具保函的银行名称) (以下简称银行) 无条件地、不可撤销地具结保证本行、其继承人和受让人无追索地向贵方以(货币名称) 支付总额不超过(货币数量), 即相当于合同价格的%, 并以此约定如下:

1. 只要贵方确定卖方未能忠实地履行所有合同文件的规定和双方此后一致同意的修改、补充和变动, 包括更改和/或修补贵方认为有缺陷的货物(以下简称违约), 无论卖方有任何反对, 本行将凭贵方关于卖方违约说明的书面通知, 立即按贵方提出的累计总额不超过上述金额的款项和按贵方通知规定的方式付给贵方。
2. 本保函项下的任何支付应为免税和净值。对于现有或将来的税收、关税、收费、费用扣减或预提税款, 不论这些款项是何种性质和由谁征收, 都不应从本保函项下的支付中扣除。
3. 本保函的条款构成本行无条件的、不可撤销的直接责任。对即将履行的合同条款的任何变更、贵方在时间上的宽限、或由贵方采取的如果没有本款可能免除本行责任的任何其它行为, 均不能解除或免除本行在本保函项下的责任。
4. 本保函在本合同规定的保证期期满前完全有效。

谨启

出具保函银行名称:

签字人姓名和职务:

签字人签名:

公章:

附件 2：履约担保函格式
(采用政府采购信用担保形式时使用)

政府采购履约担保函 (项目用)
编号：

(采购人)：

鉴于你方与 (以下简称供应商) 于年月日签定编号为 的《政府采购合同》(以下简称主合同)，且依据该合同的约定，供应商应在年月日前向你方交纳履约保证金，且可以履约担保函的形式交纳履约保证金。应供应商的申请，我方以保证的方式向你方提供如下履约保证金担保：

一、保证责任的情形及保证金额

(一) 在供应商出现下列情形之一时，我方承担保证责任：

1. 将中标项目转让给他人，或者在投标文件中未说明，且未经采购招标人同意，将中标项目分包给他人的；

2. 主合同约定的应当缴纳履约保证金的情形：

(1) 未按主合同约定的质量、数量和期限供应货物/提供服务/完成工程的；

(2) 。

(二) 我方的保证范围是主合同约定的合同价款总额的%数额为元 (大写)，币种为。
(即主合同履约保证金金额)

二、保证的方式及保证期间

我方保证的方式为：连带责任保证。

我方保证的期间为：自本合同生效之日起至供应商按照主合同约定的供货/完工期限届满后日内。

如果供应商未按主合同约定向贵方供应货物/提供服务/完成工程的，由我方在保证金额内向你方支付上述款项。

三、承担保证责任的程序

1. 你方要求我方承担保证责任的，应在本保函保证期间内向我方发出书面索赔通知。索赔通知应写明要求索赔的金额，支付款项应到达的帐号。并附有证明供应商违约事实的证明材料。

如果你方与供应商因货物质量问题产生争议，你方还需同时提供部门出具的质量检测报告，或经诉讼 (仲裁) 程序裁决后的判决书、调解书，本保证人即按照检测结果或判决书、调解书决定是否承担保证责任。

2. 我方收到你方的书面索赔通知及相应证明材料，在工作日内进行核定后按照本保函的承诺承担保证责任。

四、保证责任的终止

1. 保证期间届满你方未向我方书面主张保证责任的，自保证期间届满次日起，我方保证责任自动终止。保证期间届满前，主合同约定的货物\工程\服务全部验收合格的，自验收合格日起，我方保证责任自动终止。

2. 我方按照本保函向你方履行了保证责任后，自我方向你方支付款项 (支付款项从我方账户划出) 之日起，保证责任即终止。

3. 按照法律法规的规定或出现应终止我方保证责任的其它情形的，我方在本保函项下的保证责任亦终止。

4. 你方与供应商修改主合同，加重我方保证责任的，我方对加重部分不承担保证责任，

但该等修改事先经我方书面同意的除外；你方与供应商修改主合同履行期限，我方保证期间仍依修改前的履行期限计算，但该等修改事先经我方书面同意的除外。

五、免责条款

1. 因你方违反主合同约定致使供应商不能履行义务的，我方不承担保证责任。

2. 依照法律法规的规定或你方与供应商的另行约定，全部或者部分免除供应商应缴纳的保证金义务的，我方亦免除相应的保证责任。

3. 因不可抗力造成供应商不能履行供货义务的，我方不承担保证责任。

六、争议的解决

因本保函发生的纠纷，由你我双方协商解决，协商不成的，通过诉讼程序解决，诉讼管辖地法院为法院。

七、保函的生效

本保函自我方加盖公章之日起生效。

保证人：（公章）

年 月 日

第二章 投标文件格式

第一部分 开标一览表及资格证明文件

- 1、开标一览表
- 2、法人或者非法人组织的营业执照等证明文件
- 3、法定代表人身份证明
- 4、法定代表人授权委托书
- 5、投标保证金缴纳凭证复印件或银行保函复印件
- 6、社会保障资金的缴纳记录
- 7、良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料
- 8、依法缴纳税收的证明
- 9、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明及反商业受贿承诺
- 10、投标人须知资料表要求的其他资格证明文件

1 开标一览表

项目名称：

项目编号：

单位：人民币元

序号	货物名称	品牌 型号	数量	单位	单价 (元)	总价 (元)	供货时 间	投标有 效期	是否进 口产品
金额合计：小写（元）： 大写（元）：									

注：

1. “开标一览表”中的报价包含招标文件中规定的所有采购货物且数量一致，报价应是最终用户验收合格后的总价，包括货物运输、保险、代理、安装调试、培训、税费及提供服务产生的一切费用等与本项目有关的一切费用。

2. “开标一览表”为多页的，每页均需加盖投标人公章。

供应商名称（公章）：

法定代表人或其授权代表（签字或盖章）：

日期：_____年____月____日

4 法定代表人授权委托书

本授权书声明：注册于（国家或地区的名称）的（供应商）的在下面签字的（法人代表姓名、职务）代表我单位授权（单位名称）的在下面签字的（被授权人的姓名、职务）为我单位的合法代理人，就项目名称项目编号（编号名称）公开招标，以我单位名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于 年 月 日签字生效,特此声明。

授权委托人身份证复印件正面

授权委托人身份证复印件反面

法人身份证复印件正面

法人身份证复印件反面

供应商（盖单位章）；

法定代表人（签字或签章）：

身份证号码：-----

委托代理人：（签字或签章）

身份证号码：-----

详细通讯地址：

邮 政 编 码：

传 真：

电 话：

5 投标保证金缴纳凭证复印件

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。投标人可将本项目保证金凭证的复印件作为缴纳凭证体现在本部分中，复印件上应加盖本单位章；使用银行保函等其他投标担保函的，应将担保函复印件，体现在本部分中；如采用政府采购信用担保形式的，应使用以下模板，将复印件体现在本部分中。

政府采购投标担保函（项目用）

编号：

（采购人或采购代理机构）：

鉴于（以下简称“投标人”）拟参加编号为的
项目（以下简称“本项目”）投标，根据本项目招标文件，供应商参加投标时应向你方交纳投标保证金，
且可以投标担保函的形式交纳投标保证金。应供应商的申请，我方以保证的方式向你方提供如下投标保证金担保：

一、保证责任的情形及保证金额

（一）在投标人出现下列情形之一时，我方承担保证责任：

1. 中标后投标人无正当理由不与采购人或者采购代理机构签订《政府采购合同》；
2. 招标文件规定的投标人应当缴纳保证金的其他情形。

（二）我方承担保证责任的最高金额为人民币元（大写），即本项目的投标保证金金额。

二、保证的方式及保证期间

我方保证的方式为：连带责任保证。

我方的保证期间为：自本保函生效之日起_____个月止。

三、承担保证责任的程序

1. 你方要求我方承担保证责任的，应在本保函保证期间内向我方发出书面索赔通知。索赔通知应写明要求索赔的金额，支付款项应到达的账号，并附有证明投标人发生我方应承担保证责任情形的事实材料。

2. 我方在收到索赔通知及相关证明材料后，在_____个工作日内进行审查，符合应承担保证责任情形的，我方应按照你方的要求代投标人向你方支付投标保证金。

四、保证责任的终止

1. 保证期间届满你方未向我方书面主张保证责任的，自保证期间届满次日起，我方保证责任自动终止。

2. 我方按照本保函向你贵方履行了保证责任后，自我方向你贵方支付款项（支付款项从我方账户划出）之日起，保证责任终止。

3. 按照法律法规的规定或出现我方保证责任终止的其它情形的，我方在本保函项下的保证责任亦终止。

五、免责条款

1. 依照法律规定或你方与投标人的另行约定，全部或者部分免除投标人投标保证金义务时，我方亦免除相应的保证责任。

2. 因你方原因致使投标人发生本保函第一条第（一）款约定情形的，我方不承担保证责任。

3. 因不可抗力造成投标人发生本保函第一条约定情形的，我方不承担保证责任。

4. 你方或其他有权机关对招标文件进行任何澄清或修改，加重我方保证责任的，我方对加重部分不承担保证责任，但该澄清或修改经我方事先书面同意的除外。

六、争议的解决

因本保函发生的纠纷，由你我双方协商解决，协商不成的，通过诉讼程序解决，诉讼管辖地法院为法院。

七、保函的生效

本保函自我方加盖公章之日起生效。

保证人：（公章）年 月 日

6 社会保障资金的缴纳记录

- 说明：说明：1. 按照投标人须知资料表中的规定提供复印件。
2. 复印件上应加盖本单位章。
3. 如果是联合体投标，联合体各方均需提供上述证明。

7 良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料

说明：

- 1、如提供本单位上年度经会计师事务所出具的审计报告复印件须加盖本单位章。
- 2、如提供银行出具的证明文件。银行证明文件可提供原件，也可提供银行在开标日前三个月内开具证明文件的复印件。若提供的是复印件，招标采购单位保留审核原件的权利。银行出具的证明文件应能说明该投标人与银行之间业务往来正常，企业信誉良好等。
- 3、如果是联合体投标，联合体各方均需提供上述证明。

8 依法缴纳税收的证明

- 说明：1. 按照投标人须知资料表中的规定提供复印件。
2. 复印件上应加盖本单位章。
3. 如果是联合体投标，联合体各方均需提供上述证明。

9 参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明及反商业受贿承诺

10 投标人须知资料表要求的其他资格证明文件

- 说明：1. 应提供投标人须知资料表要求的其他资格证明文件。
2. 复印件上应加盖本单位章（自然人投标的无需盖章，需要签字）。
3. 如果是联合体投标，联合体各方需提供的满足招标文件要求的其他资格证明文件。

第二部分 商务及技术文件

- 1、投标书
- 2、投标分项报价表
- 3、货物说明一览表
- 4、技术规格偏离表
- 5、商务条款偏离表
- 6-1《中小企业声明函（货物）》
- 6-2《残疾人福利性单位声明函》
- 6-3《监狱企业适用》
- 7、投标文件还应包括第五章、综合评分表的所有技术文件
- 8、投标人关联单位的说明（格式自拟）
- 9、其他有利于投标人的文件或证明材料
- 10、对本项目投标文件（响应文件）中资料真实性的承诺

1 投标书

致： (采购人名称)

根据贵方(项目名称)项目的投标邀请(招标编号), 签字代表(姓名、职务)经正式授权并代表投标人(名称、地址)上传响应文件, 并以形式出具的金额为人民币 元的投标保证金。

据此, 签字代表宣布同意如下:

- (1) 附投标价格表中规定的应提供货物的投标总价详见开标一览表, 其中由小型和微型企业制造产品的价格为 (用文字和数字表示), 占投标总价 %。
- (2) 本投标有效期为自投标截止之日起个 日历日。
- (3) 联合体中的大中型企业和其他自然人、法人或者非法人组织, 与联合体中的小型、微型企业之间 (存在、不存在)投资关系(如果是联合体的话)。
- (4) 已详细审查全部招标文件, 包括所有补充通知(如果有的话), 完全理解并同意放弃对这方面有不明、误解和质疑的权力。
- (5) 在规定的开标时间后, 遵守招标文件中有关保证金的规定。
- (6) 我方不是为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商, 我方不是采购代理机构的附属机构。
- (7) 在领取中标通知书的同时按招标文件规定的形式, 向贵方一次性支付中标服务费。
- (8) 按照贵方可能要求, 提供与其投标有关的一切数据或资料, 完全理解贵方不一定接受最低价的投标或收到的任何投标。
- (9) 在中标公示期过后7个工作日内领取中标通知书, 不领取中标通知书视为自动放弃中标资格, 采购人可依法进行相应处罚。
- (10) 按照招标文件的规定履行合同责任和义务。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄:

地址 传真
电话 电子函件

法定代表人(或企业负责人)或其委托代理人签字(章) -----

投标人名称(全称) -----

投标人开户银行(全称) -----

投标人银行帐号

投标人单位章 -----

日期 -----

2 投标分项报价表

项目名称:
标 段:

招标编号:
报价单位: 人民币元

序号	货物名称	品牌型号	投标规格	数量	单位	生产厂家	单价	总价	备注
1	货物名称								
2									
3									
4									
5									
6								

法定代表人（或企业负责人）或其委托代理人签字（章）： ____

投标人(盖单位章): _____

- 注：1. 如果投标人认为需要，每种服务、货物填写一份该表。
 2. 如果按单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修正总价。
 3. 如果不提供详细分项报价将视为没有实质性响应招标文件。
 4. 上述各项的详细分项报价，应另页描述。
 5. 如果开标一览表（报价表）内容与投标文件中明细表内容不一致的，以开标一览表（报价表）内容为准。
 6. 投标人可根据需要自行增减表格行数。
 7. 投标人对所报相关内容的真实性负责，采购代理机构有权将相关内容进行公示，因弄虚作假导致的后果由投标人自行承担。
 8. 以上报价的货物、技术服务，包装、仓储、运输、装卸、保险、安装、税金（规费、税金）等的一切费用。

3 货物说明一览表

项目名称:

招标编号:

包号:

序号	货物名称	品牌型号规格	数量	交货期	交货地点	其它

法定代表人或其委托代理人签字（章）：-----

投标人(盖单位章)：_____

6-1 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〕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）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¹，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）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¹，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：

注：

（1）从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

（2）潜在投标企业属于中小微企业的，请在响应文件中提供“中小企业声明函”，如果未提供或提供虚假的“中小企业声明函”，投标企业将承担由此造成的一切不利后果。注：对中小企业的认定，由货物制造商或者工程、服务供应商注册登记所在地的县级以上人民政府中小企业主管部门负责。如因供应商提供的《中小企业声明函》引起的质疑、投诉、信访或其他方式情况反映等，供应商须自行澄清，并提供由中小企业主管部门出具的企业划型证明。对于不能出具企业划型证明的供应商，自行承担由此产生的一切后果，包括声明内容视为无效、不享受相关政府采购优惠政策等。

（3）（本项目对应的中小企业划分标准所属行业为：[工业](#)）

附：

中小微企业划型标准

行业名称	指标名称	计量单位	中型	小型	微型
农、林、牧、渔	营业收入 (Y)	万元	$500 \leq Y < 20000$	$50 \leq Y < 500$	$Y < 50$
工业	从业人员 (X)	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$2000 \leq Y < 40000$	$300 \leq Y < 2000$	$Y < 300$
建筑业	营业收入 (Y)	万元	$6000 \leq Y < 80000$	$300 \leq Y < 6000$	$Y < 300$
	资产总额 (Z)	万元	$5000 \leq Z < 80000$	$300 \leq Z < 5000$	$Z < 300$
批发业	从业人员 (X)	人	$20 \leq X < 200$	$5 \leq X < 20$	$X < 5$
	营业收入 (Y)	万元	$5000 \leq Y < 40000$	$1000 \leq Y < 5000$	$Y < 1000$
零售业	从业人员 (X)	人	$50 \leq X < 300$	$10 \leq X < 50$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$500 \leq Y < 20000$	$100 \leq Y < 500$	$Y < 100$
交通运输业	从业人员 (X)	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$3000 \leq Y < 30000$	$200 \leq Y < 3000$	$Y < 200$
仓储业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 200$	$20 \leq X < 100$	$X < 20$
	营业收入 (Y)	万元	$1000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
邮政业	从业人员	人	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$

	(X)				
	营业收入 (Y)	万元	$2000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
住宿业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
餐饮业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
信息传输业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 2000$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$1000 \leq Y < 100000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
软件和信息技术服务业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入 (Y)	万元	$1000 \leq Y < 10000$	$50 \leq Y < 1000$	$Y < 50$
房地产开发经营	营业收入 (Y)	万元	$1000 \leq Y < 200000$	$100 \leq X < 1000$	$X < 100$
	资产总额 (Z)	万元	$5000 \leq Z < 10000$	$2000 \leq Y < 5000$	$Y < 2000$
物业管理	从业人员 (X)	人	$300 \leq X < 1000$	$100 \leq X < 300$	$X < 100$
	营业收入 (Y)	万元	$1000 \leq Y < 5000$	$500 \leq Y < 1000$	$Y < 500$
租赁和商务服务业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	资产总额 (Z)	万元	$8000 \leq Z < 120000$	$100 \leq Z < 8000$	$Y < 100$
其他未列明行业	从业人员 (X)	人	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$

说明：上述标准参照《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），大型、中型和小型企业须同时满足所列指标的下限，否则下划一档；微型企业只须满足所列指标中的一项即可。

本招标文件所称中小企业，是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的

中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。在政府采购活动中，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受本招标文件规定的中小企业扶持政策：

（1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标，不对其中涉及的工程承建商和服务的承接商作出要求；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业，不对其中涉及的货物的制造商和服务的承接商作出要求；

（3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员，不对其中涉及的货物的制造商和工程承建商作出要求。

在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受本招标文件规定的中小企业扶持政策。以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

依据本招标文件规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

6-2 残疾人福利性单位声明函

本投标人郑重声明，根据《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）的规定，本投标人参加（采购人名称）的（项目名称）采购活动，提供的货物全部由符合政策要求的残疾人福利性单位制造。相关残疾人福利性单位的具体情况如下：

1. （标的名称），制造商为（单位名称），属于残疾人福利性单位；
2. （标的名称），制造商为（单位名称），属于残疾人福利性单位。

.....

本投标人已知悉《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）的规定，承诺提供的声明函内容是真实的，如提供声明函内容不实，则依法追究相关法律责任。

投标人（投标单位）：

日期：

6-3 监狱企业声明函

本公司郑重声明，根据《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）的规定，本公司为监狱企业。

本公司参加_____单位的_____项目采购活动，采购活动提供本企业（填写制造的货物，由本企业承担工程、提供服务）。

本条所称货物不包括使用大型企业注册商标的货物和服务。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（加盖公章）：

法定代表人（负责人）或其授权代表（签字或章）：

日期：

7 投标文件还应包括第五章、综合评分表的所有技术文件

8 投标人关联单位的说明

说明：投标人应当如实披露与本单位存在下列关联关系的单位名称：

- (1) 与投标人单位负责人为同一人的其他单位；
- (2) 与投标人存在直接控股、管理关系的其他单位。

9 其他有利于投标人的文件或证明材料

注：参照“第六章评分方法和标准”，提供有利于投标人的其他证明文件或供货及实施方案、服务方案

10 对本项目投标文件（响应文件）中资料真实性的承诺

伽师县****项目评标委员会:

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》等有关法律、法规的规定和 ***项目项目编号***、第**标段 的招标文件（或竞争性谈判文件）的要求，我公司在参加 ***项目项目编号***、第**标段 投标文件（响应文件）中所提供资料真实性作如下承诺：

我公司将严格按招标文件（或竞争性谈判）要求，在编制本投标文件（响应文件）时，对投标文件中所提供的资料全部真实和正确，并对提供的所有资料（资格、其他材料等）的真实性负责！

对提供的全部资料中有存在不真实（伪造或租借等虚假资料）情形，将无条件接受任何处罚，自行承担由此引起的一切责任！

特此承诺

供应商名称（加盖公章）：

法定代表人（签字或章）：

联系方式：

年 月 日

货物类

政府采购公开招标文件

第二册

第三章 投标邀请

【县级】伽师县中等职业技术学校电子商务数字运营实训基地建设项目公开招标公告

项目概况

伽师县中等职业技术学校电子商务数字运营实训基地建设项目（二次）的潜在投标人应在 <http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn> 获取招标文件，并于 **2024年10月25日11点00分**（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

1. 项目编号：KSJSX(GK)2024-48
2. 项目名称：伽师县中等职业技术学校电子商务数字运营实训基地建设项目（二次）
3. 预算金额：3000000 元；最高限价：3000000 元。
4. 资金来源：现代职业质量提升专项资金
5. 采购需求：电子商务数字运营实训基地建设；（详细设备、数量、具体参数及要求见招标文件）；
6. 合同履行期限：根据采购人需求，以签订合同为准。
本项目不接受联合体投标。

二、申请人的资格要求：

1. 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条要求：
 - （1）具有独立承担民事责任的能力（营业执照及法定代表人证明或法定代表人授权委托书）；
 - （2）具有健全的财务会计制度（会计事务所出具的 2022 年或 2023 年的年度财务审计报告；注册成立未满一年新公司可提供近三个月内任意一个月的银行资信证明）；
 - （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（近三个月（任意一个月）社保证明及完税证明）；
 - （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；
2. 在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）被列入失信被执行人、重

大税收违法案件当事人名单(搜索栏输入单位全称-点击总公司-网页打印页)、中国政府采购网(<http://www.ccgp.gov.cn/search/cr/>)严重违法失信行为记录名单的(尚在处罚期内的),将拒绝其参加本次招标活动。

三、获取招标文件

获取时间: 2024年9月30日至2024年10月12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)。

获取地点: 新疆政府采购网

获取方式: 供应商登陆政采云平台 <http://www.zcygov.cn/>, 在线获取招标文件

(登录政府采购云平台→项目采购→获取招标文件, 通过后可下载招标文件, 如有操作性问题, 可与政采云在线客服进行咨询, 咨询电话: 95763)

售价: 0元

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

提交投标文件截止时间: 2024年10月25日11时00分(北京时间)

投标地点: 政采云平台 (<https://login.zcygov.cn/user-login/#/login>)

开标时间: 2024年10月25日11:00(北京时间)

开标地点: 政采云平台 (<https://login.zcygov.cn/user-login/#/login>)

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:

1、本项目公告期限为5个工作日, 供应商认为采购文件使自己的权益受到损害的, 可以自采购文件公告期限届满之日(公告发布后的第6个工作日)起7个工作日内, 以书面形式向采购人和采购代理机构提出质疑。质疑供应商对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的, 可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。具体开标时间以招标文件为准。

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: 伽师县中等职业技术学校

地址: 伽师县铁日木乡

联系人: 吾斯满江·塔依尔

联系方式: 15684875501

2. 采购代理机构信息

名称: 伽师县政府采购中心

地 址：伽师县行政审批局四楼（伽师县花园路 3 号）

项目联系人：陈雪、依明江

联系方式：0998-5713206

3. 同级政府采购监督管理部门名称：伽师县政府采购办

联系人：阿依努尔

监督投诉电话：15384946619

第四章 投标人须知资料表

本表是本招标项目的具体资料，是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，应以本资料表为准。

条款号	内 容
1.1	<p>采购人：伽师县中等职业技术学校 联系人：吾斯满江·塔依尔 联系电话：15684875501</p>
1.2	<p>采购代理机构：<u>伽师县政府采购中心</u> 地址：<u>伽师县行政审批局四楼（伽师县花园路3号）</u> 联系人：陈雪、依明江 电 话：0998-5713206</p>
1.3.	<p>合格投标人开标时需提供的资格证明文件： 1. 提供有效的营业执照； 2. 法定代表人证明或法定代表人授权委托书签字（章）并加盖公章； 3. 提供投标单位近三个月内（任意一个月）的社保证明； 4. 近三个月所属期限内（任意一个月）依法缴纳税收的证明（税务部门出具的完税凭证或缴税证明或银行出具的“银行电子缴税付款证”）； 5. 良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料（会计事务所出具的2022年或2023年的年度财务审计报告；注册成立未满一年新公司可提供近三个月内任意一个月的银行资信证明）；； 6. 提供投标单位按招标文件要求缴纳投标保证金的缴款凭证或金融机构、担保机构出具的保函； 7. 投标单位（供应商）其法人参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录的声明及对本次项目《反商业贿赂承诺书》； 8. 本项目不接受联合体投标。 对供应商的重大违法记录将在开标现场资格审验时在“信用中国”网站及中国政府采购网进行查询，被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单以及政府采购严重违法失信行为记录名单的投标单位，将拒绝其参加本次政府采购活动。（以开标现场招标代理或招标人查询为准）</p> <p>注：1、“提供税务部门出具的完税证明”：①若供应商某月税收为零申报，须提供当月加盖税务局公章的无欠税证明或“国家税务总局电子税务局 12366.chinatax.gov.cn/bsfw/onlinetaxation/main）”的申报结果查询截图 ②完税证明中“税种”非养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险。请各供应商注意！</p>
1.3.	<p>是否允许采购进口产品：<u>否</u></p>
1.3.	<p>是否为专门面向中小企业采购：<u>否</u></p>

1.4.	是否允许联合体投标： 否
1.4.	联合体的其他资格要求： 无
2.1	采购预算： 3000000 元；最高限价： 3000000 元 (超过最高限价的投标无效)；
2.2	注： 本项目不分标段。
12.1	投标保证金形式： <input checked="" type="checkbox"/> 电汇 <input checked="" type="checkbox"/> 支票 <input checked="" type="checkbox"/> 本票 <input checked="" type="checkbox"/> 保函 <input checked="" type="checkbox"/> 等非现金形式提交 投标保证金数额： 60000 元； 投标保证金缴纳账户： 伽师县中等职业技术学校 银行账号： 30522101040013414 开 户 行： 中国农业银行伽师县支行营业部 (根据中华人民共和国财政部令第 87 号《政府采购货物和服务招标投标管理办法》第 38 条： 投标保证金应当自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人的投标保证金， 采购人自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人的投标保证金。) 投标人未按招标文件规定缴纳投标保证金的， 投标文件将被拒绝评审。
13.1	投标有效期： 90 日历日
14.1	1. 本项目为电子招投标， 供应商需要使用 CA 加密设备， 凡参加本项目必须可自主通过新疆 CA 申领渠道“新疆政务通”申请政采云平台可使用的 CA 设备， 如原有兵团或公共资源使用的 CA， 可与新疆 CA 联系， 申请增加电子证书即可， 无需重复申领。 2. 本项目实行网上投标， 采用电子投标文件(供应商须使用 CA 加密设备通过政采云电子投标客户端制作投标文件)。若供应商参与投标， 自行承担投标一切费用。 3. 各供应商应在开标前应确保成为新疆政府采购网正式注册入库供应商， 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由供应商自行承担。 4. 供应商将政采云电子交易客户端下载、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。在使用政采云投标客户端时， 建议使用 WIN7 及以上操作系统。 客 户 端 请 至 新 疆 政 府 采 购 网 (http://www.ccgp-xinjiang.gov.cn/) 下载专区查看， 如有问题可拨打政采云客户服务热线 95763 进行咨询。 5. 供应商在开标时须使用制作加密电子投标文件所使用的 CA 锁及电脑， 电脑须提前配置好浏览器(建议使用谷歌浏览器)， 以便开标时解锁。为了保证开评标顺利进行， 政采云线上开标功能完全实现， 供应商开标所使用的电脑设备须具有视频及语音功能。 6. 投标保证金缴纳及确认时间： 凡拟参加本次招标项目的供应商， 必须在开标前将投标保证金汇入指定账户。投标保证金汇款凭证上用途栏应注明： 招标项目名称+标项号+投标保证金。否则， 届时其投标将被拒绝。 7. 供应商对不见面开评标系统的技术操作咨询， 可通过

	<p>https://edu.zcygov.cn/luban/xinjiang-e-biding 自助查询,也可在政采云帮助中心常见问题解答和操作流程讲解视频中自助查询,网址为:https://service.zcygov.cn/#/help,“项目采购”—“操作流程-电子招投标”—“政府采购项目电子交易管理操作指南-供应商”版面获取操作指南,同时对自助查询无法解决的问题可通过钉钉群及政采云在线客服获取服务支持。</p> <p>8.各供应商须在投标截止时间前完成在系统上递交电子投标文件。供应商的电子投标文件是经过CA证书加密后上传提交的,任何单位或个人均无法在投标截止时间(即开标时间)之前查看或篡改,不存在泄密风险。(严格按照政采云电子投标流程制作并上传电子投标文件)</p> <p>9.解密时长为30分钟。</p>
16.1	投标截止时间:2024年10月25日11:00(北京时间)
18.1	<p>开标时间:2024年10月25日11:00(北京时间)</p> <p>开标地点:(https://login.zcygov.cn/user-login/#/login)</p>
20.1	核心产品:中职电子商务综合实训系统,跨境电子商务进出口实训系统,互联网营销综合实训系统。
23.2	本项目评标方法:适用综合评分法
27	招标人委托评标委员会直接确定推荐中标候选供应商的数量:3家
31.1	<p>履约保证金金额:不超过合同总价金额的10%</p> <p>履约保证金形式:公对公转账</p> <p>提交履约保证金的时间:中标、成交通知书发放后,政府采购合同签订前。</p>
32	中标服务费:本项目不收取中标服务费
33.1	本项目是否属于信用担保试点范围:否
33.2	<p>政府采购专业担保机构:无</p> <p>本项目采购人本级和上级财政部门政府采购有关规定增加的担保机构:无</p>
34.3	反腐倡廉监督电话/邮箱: 0998-6722230
36.3	<p>接收部门:伽师县政府采购管理办公室</p> <p>联系电话:15384946619</p> <p>通讯地址:伽师县行政审批局四楼</p>

第五章 货物需求一览表及技术规格

项目名称：伽师县中等职业技术学校电子商务数字运营实训基地建设项目（二次）

项目编号：KSJSX(GK)2024-48

一、**投标企业资格要求：**按照须知表内要求。

二、**投标产品要求：**

序号	设备名称	技术参数	数量	备注
一、电子商务数字运营综合实训区（实训区域）				
1	中职电子商务综合实训系统	<p>中职电子商务综合实训系统设置网店开设装修、网店推广、网店客户服务、网店直播四项典型工作任务，并以典型工作任务的完成质量以及学生的职业素养作为主要内容，全面考察学生的视觉营销能力、直播推广能力、客户服务能力、网店推广能力以及团队合作能力。</p> <p>一、网店开设与装修模块</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、系统涵盖网店首页设计与制作、商品详情页设计与制作等主要工作领域，设置了网店规划与注册、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。</p> <p>4、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。</p> <p>5、网店首页设计与制作提供不少于 20 种配色可供选择，可对页头和页面的背景进行编辑。支持通过自定义招牌和默认招牌两种编辑方式对店招进行设计，支持上传多张轮播图片。</p> <p>6、网店主图视频设计与制作提供视频剪辑模板，其中音频素材不少于 30 种，片头、片尾、转场等媒体素材不少于 50 种，字体不少于 3 种；能在视频剪辑模板上进行图片、文字、视频、音频添加和剪辑，合成 1:1 和 16:9 两种尺寸的主图视频。</p> <p>7、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、模板编辑等不少于 3 种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。</p>	1	

	<p>二、网店推广模块</p> <p>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。</p> <p>2、每个店铺内的商品不能少于6个。</p> <p>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。</p> <p>▲4、系统能够支持多周期推广，不少于3个推广周期，每一期结束后搜索引擎推广及推荐引擎推广均显示花费，展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>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。</p> <p>(一) 功能要求</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>4、系统需提供搜索引擎推广功能。</p> <p>(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。</p> <p>(2) 标准推广计划下每个推广单元最多可以添加200个关键词，智能推广计划最多可以添加100个关键词。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>▲(5) 关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变动态的反馈关键词排名。</p>		
--	---	--	--

	<p>(6) 在关键词列表中, 关键词的质量分会根据创意质量的变化而动态变化。</p> <p>(7) 可以设置关键词的匹配方式为精准匹配和广泛匹配。</p> <p>(8) 标准推广和智能推广计划下每个推广单元均可以添加4个推广创意, 要提供系统根据产品信息自动生成的创意, 创意的流量分配方式分为优选和轮播两种。</p> <p>(9) 标准推广计划下可以进行人群溢价, 精选人群包括: 淘宝优质人群、店铺定制人群。</p> <p>(10) 搜索引擎推广结束后, 需要提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(11) 搜索引擎推广结束后, 需要提供每个推广单元的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(12) 搜索引擎推广结束后, 需要提供每个关键词的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(13) 搜索引擎推广结束后, 需要提供每个创意的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(14) 搜索引擎推广结束后, 需要提供每个人群的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>5、系统需提供推荐引擎推广功能。</p> <p>(1) 推荐引擎推广可以新建4个推广计划组, 每个推广计划组包括2个推广计划, 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。</p> <p>(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。</p> <p>(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—微博等不少于7个资源位。</p> <p>(4) 推荐引擎推广结束后, 需要提供每个推广计划组的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>(5) 推荐引擎推广结束后, 需要提供每个推广计划的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>▲(6) 推荐引擎推广结束后, 需要提供每种定向的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>(7) 推荐引擎推广结束后, 需要提供每种资源位的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>4、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。</p> <p>5、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。</p> <p>6、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店铺宝贝。</p>		
--	--	--	--

		<p>三、网店客户服务模块</p> <p>网店客户服务模拟买家咨询，进行快捷回复设置、多窗口并行操作、规定话术软件自动评分，训练网店客服人员售前、售中、售后服务能力以及客户关系管理能力。</p> <p>1、系统提供实训背景，包括产品资料、产品参数、店铺服务、关于发票、关于快递等内容。</p> <p>2、系统支持快捷回复，学生可以将快捷消息内容提前进行编辑、保存、删除等操作。把买家常问问题的答案形成标准话术，设置到快捷回复中，提高响应速率。</p> <p>3、系统模拟买家提问，学生通过网店客服窗口快速回答，支持同时并发 15 个窗口，并自动判断背景企业规定的客服用语的正确性，自动生成成绩。</p> <p>4、学生在回答每一个问题后，系统会有相应的反馈，显示这道题是否回答正确、得分、耗时等信息。</p> <p>四、网店直播模块</p> <p>网店直播模块以直播活动的策划、筹备、实施为核心，借助系统内置的直播平台，学生可根据系统内置的背景资料进行商品购买页面的设置、直播营销策划、直播营销准备、直播营销实施等实训。</p> <p>▲1、系统涵盖直播销售主要工作领域，设置优惠券管理、直播策划、直播实施和直播监控四项工作任务。</p> <p>▲2、直播销售任务设有店铺装修和直播带货展示两类实训。店铺装修需完成商品主图、商品价格、商品标题、优惠内容以及详情页的设置；直播带货展示需完成 2 款商品不少于 10 分钟的直播。</p> <p>3、系统内置的实训任务有明确的引导。包括直播注意事项、直播商品顺序等内容，引导学生一步步克服困难，完成任务。</p> <p>4、提供 Andriod 端 APP 支持，可利用 Andriod 手机 APP 端进行直播任务，并支持直播实时录制。</p> <p>5、直播实施的实训任务中，根据不同的商品自动推送不同的问题、干扰弹幕，学生需在规定的时间内回答粉丝提出的有效问题。</p> <p>6、PC 端互动面板中可以设置不同的互动，可以选择是否在 APP 端进行互动效果的展示。</p> <p>7、直播过程中，可以通过直播监控查看直播间的实时表现，同时可以根据直播需求实时调整互动方案。</p>		
2	服务器	<p>1、2U 机架式服务器，配置导轨，自主研发，非 OEM 产品；</p> <p>2、CPU：配置 2 颗国产处理器（每颗 16 物理核心，主频 2.2GHz），兼容 LoongArch 自主指令系统，支持硬件加速国密 SM2/SM3/SM4 算法；</p> <p>3、内存：配置 2*16GBDDR4RDIMM3200MHZ 内存，提供 16 个内存插槽，最大容量 1T，支持内存纠错；</p> <p>5、硬盘：配置 1 块 4TSATA7.2Krpm 企业级硬盘；</p> <p>5、RAID：配置 1 块高性能 8 口 RAID 卡，支持 RAID0/1/5/6/10/50；</p> <p>6、网络：板载 2 个千兆以太网 RJ45 接口，且采用国产网络芯片，支持 NC-SI、网络唤醒、带外管理等功能；板载 1 个千兆管理专用以太网口</p> <p>7、扩展插槽：最大支持 6 个 PCIe3.0 插槽，提供证明；</p> <p>8、BMC 集成显卡，提供 64MB 显存，支持 1920*1080 像素；</p> <p>9、接口安全：支持 USB 开启和关闭功能，保证数据安全；</p>	1	

		10、固件安全：支持 BMC 镜像冗余； 11、电源：配置 2 个 800W 冗余白金高效电源，支持冗余 12、配置 23.8 寸显示器及键盘鼠标。		
3	自安全交换机	1. 交换容量（全双工）：≥336Gbps 2. 包转发率（整机）：≥108Mpps/126Mpps 3. 管理端口：≥1 个 Console 口 4. 业务端口：≥48 个 10/100/1000Base-T 以太网端口， ≥4 个 1000Base-X SFP 以太网端口 5. 工作环境温度：-5℃~45℃ 工作环境相对湿度（非凝露）：5%~95%RH	1	
4	机柜	1. 类型：网络服务器机柜 2. 容量：32U 3. 标准：19"国际标准 4. 门及门锁：前后高宽度网门 5. 材料及工：优质鞍钢冷轧钢板 6. 高度：约 1600mm 7. 宽度：约 600mm 8. 深度：约 800mm 附加功能：最大净载 800KG	1	
5	多媒体讲台	1. 多媒体讲台采用钢制全封闭结构，外形美观，工艺精湛，尺寸精密，结构紧凑，边角采用圆弧过渡。可安装标准 19 英寸标准设备。喷塑颜色选用流行的电脑灰色。板材厚度为 1.2mm 采用挂式隔板支架，层高可调节。具有良好的防尘、防鼠虫、防火、防盗等功能。 2. 尺寸：约 1100mm*780mm*1000mm。 3. 配套安装幕布控制按钮、无线麦克风（1 只）、功放（1 台）、音箱（1 对：2 个）。 1) 音响（1 对：2 个） 专业全频音箱；应用场所：会议厅、多功能厅、室内外小型演出宣传活动、辅助补声；带 506 标准挂件。 单元配置：10"低音×1，高音 2×3"；输出功率：250W；额定阻抗 8Ω；频率范围：45Hz~20KHz；灵敏度：90dB。 2) 专业功放设备 此扩声系统是专门为学校教室和会议室量身定制的扩声设备。采用顶级专业效果处理器，给合行业尖端线路优势精心设计而成，话筒具有独立的高音/中音/低音调节功能，本机独特话筒中音频率调节设计功能。三路话筒输入通道（其中两个带幻象供电），整体设计根据卡拉 OK 包房要求。带 U 盘和 SD 卡的 MP3 播放器，带蓝牙接收功能。开机自动检测信号输入功能。三路音乐辅助输入通道，一路录音电平输出接口。完善的短路、过载、高温、输入信号、扬声器保护措施。 规格参数：专业卡拉 OK 功率放大器；输出功率：8Ω/150W×2、4Ω/225W×2；频率响应：20Hz~20kHz（±0.5dB）；电源：220V（50Hz~60Hz）；阻尼系数：≥200@8Ω失真度：<0.05% Rated power@8Ω/1KHz；信噪比≥75dB（A 计权）；输入阻抗：线路：unbalance10K（不平衡）MIC 话筒：600Ω；转换速率：25V/US；输入灵敏度：线路 250Vrms，话筒 10Vrms。 3) 无线麦克 一拖二无线话筒，标配双手持发射器，可选择一手一佩带、双佩带配置；使用 UHF 740-790MHz 频段，采用锁相环	1	

		<p>频率稳定系统；先进的自动扫频红外红对频功能；独立的音量调节旋钮；两个独立的卡伦平衡输出口，一个 6.35mm 的混合输出插口；接收机和发射机 LCD 显示，信号强度、音频动态、工作频率等一目了然；金属手咪和接收机，耐用防摔；有效距离 100 米；DC12V 的供电适配器。</p> <p>载波频率：UHF 740~790MHz；频带宽度：50MHz；频道：2×100 channels；振荡方式：锁相环（PLL）频率合成；接收方式：超外差二次变频；接收灵敏度-98dBm；频率稳定性：±0.005%；动态范围：>105dB；最大调制度：±68KHz；谐波失真：≤0.5%；频率响应：40Hz-20KHz；假象干扰比：80dB；信噪比：>110 dB；有效距离：>100m。</p> <p>4. 弓形座椅 一体成型椅背，实心钢材椅架，优质塑胶椅脚垫，网布坐垫，颜色橙色。</p>		
6	电脑桌椅	<p>1. 材质：环保板材；</p> <p>2. 尺寸：约 1200*600*750MM；</p> <p>3. 配套座椅；</p>	50	
7	教学工作站	<p>1、CPU:主频：3.0GH，核数：8 核；</p> <p>2、内存：16GB3200MHzDDR4 内存，支持扩展到 64G 内存；</p> <p>3、硬盘：容量 256G，M.2 固态硬盘+2T 机械硬盘，支持 1TM.2 固态硬盘，可支持 2 块 3.5 寸机械硬盘扩展；</p> <p>4、光驱：DVD-RW 刻录光驱；</p> <p>5、标准接口：8*USB 接口，前置：4 个 USB3.0,1 对音频输入 输出 后置 2 个 USB3.0 和 2 个 USB2.0；1*Lineout,1*Linein,1*Micin；</p> <p>6、显卡：高性能集成显卡；</p> <p>7、键盘/鼠标：USB 有线键盘鼠标；</p> <p>8、显示器：23.8 英寸高清窄边框显示器，分辨率≥1920*1080,标配 VGA+HDMI 视频接口；</p> <p>9、操作系统同源兼容 ARM, LoOngArch, MIPS, SW64, X86 等平台架构的 CPU, 激活期限 3 年；</p>	50	
8	视觉设计与制作理实一体化软件	<p>一、内容要求</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>▲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。</p> <p>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。</p> <p>二、功能要求</p> <p>（一）教师端</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	1	

	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>（二）学生端</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、商品主图视频设计与制作提供视频剪辑模板，其中音频素材不少于 30 种，片头、片尾、转场等媒体素材不少于 50 种，字体不少于 3 种；能在视频剪辑模板上进行图片、文字、视频、音频添加和剪辑，合成 1:1 和 16:9 两种尺寸的主图视频。</p> <p>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、模板编辑等不少于 3 种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。</p> <p>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。</p>		
9	<p>网络推广理实一体化软件聚焦数字技术技能在网店运营推广领域的广泛应用，面向网络营销推广相关岗位（群），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，提升行业敏感度、运营意识、创新意识、团队协作等素养，促进复合型高质量电商技能人才的培养，助力我国电商行业高质量发展。</p> <p>一、内容要求</p> <p>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。</p> <p>2、每个店铺内的商品不能少于 6 个。</p> <p>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。</p> <p>4、系统能够支持多周期推广，不少于 3 个推广周期。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>二、功能要求</p>	1	

	<p>(一) 学生端</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>4、系统需提供搜索引擎推广功能。</p> <p>(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。</p> <p>(2) 标准推广计划下每个推广单元最多可以添加 200 个关键词，智能推广计划最多可以添加 100 个关键词。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(5) 关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变动态的反馈关键词排名。</p> <p>(6) 在关键词列表中，关键词的质量分会根据创意质量的变化而动态变化。</p> <p>(7) 可以设置关键词的匹配方式为精准匹配和广泛匹配。</p> <p>(8) 标准推广和智能推广计划下每个推广单元均可以添加 4 个推广创意，要提供系统根据产品信息自动生成的创意，创意的流量分配方式分为优选和轮播两种。</p> <p>(9) 标准推广计划下可以进行人群溢价，精选人群包括：淘宝优质人群、店铺定制人群。</p> <p>(10) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(11) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个推广单元的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点</p>		
--	--	--	--

	<p>击花费。</p> <p>(12) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个关键词的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(13) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个创意的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>(14) 搜索引擎推广结束后，需要提供每个人群的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。</p> <p>5、系统需提供推荐引擎推广功能。</p> <p>(1) 推荐引擎推广可以新建4个推广计划组，每个推广计划组包括2个推广计划，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。</p> <p>(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。</p> <p>(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—微博等不少于7个资源位。</p> <p>(4) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划组的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>(5) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>(6) 推荐引擎推广结束后，需要提供每种定向的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>(7) 推荐引擎推广结束后，需要提供每种资源位的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>4、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。</p> <p>5、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。</p> <p>6、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。</p> <p>(二) 教师端</p> <p>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。</p> <p>2、题库管理。可以以店铺的形式向学生开启推广任务。</p> <p>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。</p>		
--	---	--	--

		<p>4、搜索引擎推广报告可以查看每个学生每个推广计划、推广组的限额、花费、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；可以查看推广词、进店词的质量分、出价、排名、总花费、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率，查看进店词的搜索词，查看搜索词的搜索词展现量、搜索词点击率、搜索词转化率、进店词展现量、进店词点击量、进店词成交量与相关的进店词。</p> <p>5、推荐引擎推广报告可以查看每个学生每个推广计划组的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费；可以查看每个人群的潜在买家指数、质量指数、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；可以查看每个资源位的潜在买家指数、质量指数、出价、排名、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。</p> <p>6、搜索引擎优化报告可以查看每个学生每个产品新旧标题优化的 SEO 值以及关键词报告，关键词报告包括标题中每个关键词对应产品排名、产品标题重复率得分、产品推广前后的点击量和成交量、关键词的覆盖指数、基础得分、流量增量得分、覆盖得分以及总得分。</p> <p>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。</p> <p>8、在线账号。可以查看在线的学生账号情况，并可以对学生账号进行“踢出”和“清除缓存”操作。</p>		
10	直播运营一体化软件	<p>软件以直播活动的策划、推广、实施、复盘为核心，可对学生进行直播运营全过程的教学与实训。系统兼具仿真平台实训和教师在线教学双重功能，以直播市场分析、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、直播实施和直播复盘等模块指导学生直播营销的理论和技能实训。系统设计了直播效果标准评分表，辅助教师完成学生直播效果的评价。</p> <p>1. 技术及功能要求</p> <p>(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。</p> <p>(2) 系统首页支持学生、教师、校级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。</p> <p>(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，分班管理。</p> <p>(4) 支持完整的教学过程管理功能，包括个人中心、班级管理、任务管理、作业评价、统计分析、竞赛管理和试题创建。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 任务批阅界面支持分数、评语两种评价方式，支持自定义评语进行快捷批阅。</p> <p>(7) 教师端的统计分析提供按任务、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）。按学生进行分析的结果，以学</p>	1	

	<p>生为变量，完成率和实训成绩为因变量，用图表或列表的形式展现出变量与因变量之间的关系。</p> <p>(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、提交等。</p> <p>(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、同班同学的任务进度排行、成绩排行等信息。</p> <p>(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。</p> <p>(11)对于系统客观评分的任务提交后支持多次修改、重新上传。对于需要教师主观评分的任务，需要教师批阅后，方可修改。</p> <p>(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。</p> <p>2. 内容要求</p> <p>(1)系统涵盖直播销售主要工作领域，涵盖优惠券管理、直播策划、直播实施以及直播监控等典型工作任务。</p> <p>(2)实训系统关联配套课程资源，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。</p> <p>(3)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。</p> <p>(4)系统内置的实训任务有明确的引导以及丰富案例。包括任务目标、任务背景、任务分析等内容，将整体任务颗粒化，每个任务按照步骤进行拆分，引导学生一步步克服困难，完成任务。</p> <p>(5)提供Andriod端APP支持，可利用Andriod手机APP端进行直播任务，并支持直播实时录制。</p> <p>(6)直播实施的实训任务中根据不同的商品自动推送不同的问题、干扰弹幕，支持弹幕互动。</p> <p>(7)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。</p> <p>(8)直播过程中，可以通过直播监控查看直播间的实时表现，同时可以根据直播需求实时调整互动方案。</p> <p>(9)直播结束系统提供直播相关数据，可以进行直播数据分析，总结直播经验与教训。</p>		
11	<p>客户服务理实一体化系统依托于真实的交易场景，内置智能化买家，基于客服专员的岗位需求，立足买卖双方两个角度，提炼客户服务过程中的核心技能点。兼具教师在线教学与学生实训双重功能，立足课堂教学，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。以典型工作任务驱动的形式夯实岗位技能，着重强化职业判断，全面培养学生分析和解决问题的能力，提高服务意识。</p> <p>一、内容要求</p> <p>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。</p>	1	

	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>二、功能要求</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。其中，课件模块</p>	
--	--	--

		包含预习、测验、作业、实训等教学内容，显示任务记录和测试记录，满足学生自主学习；作业和考试模块显示未开始、进行中、已结束三种状态，并能显示相应得分，能按状态和名称进行快速筛选；成绩模块按课件学习、课堂活动、作业、考试进行统计汇总，涵盖学习行为和学习结果统计。		
12	速卖通平台实训系统	<p>系统以速卖通跨境电子商务平台为蓝本，具备仿真平台实训和教师在线教学双重功能。仿真模拟速卖通卖家中心主要功能，采用典型任务驱动的方式，创设任务场景、明确任务目标、提供任务资料、创建智能任务评分体系。学生通过实训系统可以掌握跨境店铺开设、跨境店铺装修、商品管理、营销推广、订单管理、客户服务、店铺数据分等跨境平台运营的全流程，提高学生跨境电商基础运营能力。</p> <p>一、功能要求</p> <p>（一）基本功能要求</p> <p>支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、技能评价、技能考核等；支持以班级为单位不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训练；支持实训任务自由组合，形成考核试卷；除网店装修部分采用主观判分以外，其余所有任务能基于一定的任务背景和操作流程下，针对填写的内容进行智能化客观判断，完成后即可查阅得分详情（分值、得分项、填写内容）。</p> <p>（二）教师端功能要求</p> <p>1、班级管理：教师可根据教学需要创建多个实训班级和考核班级。实训班级主要用于模拟操作，班级里的学生自己可以反复操作实训任务并可以查看得分详情；考核班级主要用于实训测评，该班级里的学生不可重置任务且无法查看得分，只能一次性完成所有任务的提交。</p> <p>2、学生管理：可以单个添加学生账号、批量生成或批量导入学生账号、初始化数据和密码、导出班级学生实训及考核成绩明细（包括主观成绩、客观成绩、总成绩）。</p> <p>3、任务管理：任务可以按照班级进行自由分配和取消分配，只有分配后的任务面向学生开放，未分配的任务学生无法查看。</p> <p>4、初始化数据：可以针对不同班级不同学生的实训数据，选择1个或多个任务进行单个或批量初始化。</p> <p>5、任务评价：系统提供主观和客观两种评价方式。主观评价针对网店装修部分，提供评分标准，可以定位到网店装修对应页面，参考评分标准进行评分，根据主观任务权重，以加权后成绩显示在导出的成绩表中；客观评价可以查看不同班级学生客观任务加权后的总成绩，并可以查看每个任务的具体得分明细。</p> <p>6、任务时间设置：对于考核班级可以设置考核时间，并能进行延时设置。</p> <p>7、学情分析：具备任务和成绩两个维度的分析功能。任务分析可以查看班级每个任务应完成人数、已完成人数、完成度等数据；成绩分析以可视化图表的形式，从主观成绩、客观成绩、总成绩3个维度查看学生成绩分布图，并以列表的形式展示班级学生成绩排名和主、客观得分情况。</p>	1	

	<p>(三) 学生端功能要求</p> <p>1、任务进度：学生端页面可以根据任务进度情况，显示未开始、进行中、已完成等真实任务状态。</p> <p>2、任务页面仿真速卖通跨境电商平台卖家中心真实操作界面。在任务实施页面，可以查看任务目标、任务背景、任务要求，下载完成任务所需的资源包。按照任务要求，通过页面操作功能完成相关实训任务。</p> <p>▲3、实训班级的学生完成任务提交后，可以查看除装修之外的所有任务的得分明细（总得分、得分项、填写内容、系统比对结果），学生可以自己初始化任务数据，反复进行训练。考核班级的学生完成任务提交后，不显示任务成绩且不允许再进行任务操作。</p> <p>4、系统内置不少于 1000 条客户数据，提供客户画像分析工具，能根据筛选条件，直观呈现客户分析结果。</p> <p>二、内容要求</p> <p>1、整个实训任务模拟速卖通卖家中心商品管理、交易沟通、店铺管理、营销推广、账号注册及认证、生意参谋等 6 大模块主要功能，能够完成从账号注册到正常运营的完整业务流程。系统至少内置 2 套不同类目的实训任务（其中至少有 1 套为服装类目）。每套实训任务至少涵盖账号注册及认证、店铺装修、商品管理、营销推广、客户服务 5 个模块，单套任务数量不少于 40 个，总任务数量不少于 90 个。实训任务包括理论测评、信息匹配、场景互动、业务操作等类型。</p> <p>2、每套实训任务的业务背景选取学生较为熟悉且平台热销的服装、家居等类目。每个实训任务都给定相关案例背景资料，包括任务目标、任务背景、任务要求及所需资源包。</p> <p>3、店铺装修环节，每套实训任务系统提供商品类目中至少 4 款商品的详细产品参数、不少于 100 张商品图片的资源包，为整个店铺提供装修素材。</p> <p>4、首页设计包含移动端和 PC 端店招和 banner 设计；商品详情页设计与制作涉及图片设计、整体规划与布局等内容；为配合店铺营销主题，系统需提供自定义页设计与制作实训任务。</p> <p>5、系统模拟跨境电商客户沟通的真实场景，提供售前商品与物流咨询、售后商品及物流问题处理、售前商品推荐、售前订单催付以及售后评价处理等高频沟通场景下，买卖双方交流的过程，训练学习者识别买家问题，处理买家问题的能力。每个场景每次买家数量不少于 5 个，问题数量不少于 10 个，并且支持买家问题的动态变化。</p> <p>6、系统内置开店考试模块，此模块内置理论题库，题型包括单选题、多选题、判断题，每次提交任务后，再重新开始，系统从题库随机分配差异化的考试内容。</p> <p>7、标题优化任务，提供详细的商品资料，按照标题优化的原则制定智能化评分标准，满足不同的优化方向，支持多个正确答案。</p> <p>8、运费模板设置任务，创设具体的任务场景，提供多种物流运输方案，完成最优运输方案的设置，并能根据设置的结果给出智能化客观评价。</p> <p>▲9、网店会话设置任务，包括网店快捷回复短语设置和网店自动回复设置两个任务类型，系统内置话术库，提供会</p>		
--	--	--	--

		话设置背景资料；自动回复设置，提供关键词、自动回复文本设置，并能够准确判断关键词及对应的匹配话术。 店铺营销活动包括满立减、优惠券、搭配、折扣等常见的店铺活动设置，还包括平台大促和频道活动。		
13	跨境电子商务进出口实训系统	<p>系统立足一般出口、特殊监管区域出口、直邮进口、保税进口四种业务模式，结合板材、橡胶、服装等不同行业的背景资料，以丰富有趣的游戏界面为依托设计任务场景，再现实际跨境电商业务操作的整体流程。</p> <p>一、技术及内容要求</p> <p>1. 平台采用 B/S 架构，以全新的 Cocos Creator 实现系统前端，J2EE 实现后台管理端，能运行于 Windows/Linux 的应用环境。</p> <p>2. 游戏操作：系统采用 RPG 角色扮演游戏模式，内置 3D 工作场景和人物，利用当前流行的 Cocos 游戏引擎开发，可实现玩家的人物走动、场景切换、NPC 对话、地图定位等功能。</p> <p>3. 仿真场景：根据跨境电子商务进出口企业实际工作场景，设置众多仿真场景，如海关、检验检疫局、商务局、政务大厅、税务大厅、保税仓库、国际货代、银行、第三方综合服务企业等。</p> <p>4. 系统至少包含前期备案业务、直购进口业务、网购保税进口业务、一般出口业务、特殊区域出口业务 5 个模块 18 个任务。</p> <p>5. 任务分类：根据海关总署对跨境电商进出口业务分类将系统任务分为一般出口、特殊区域出口、直购进口、网购保税进口四种业务类型。</p> <p>6. 监管方式：内置“9610”、“1210”两种监管方式代码。</p> <p>7. 税额计算：</p> <p>①根据不同商品内置不同税率。</p> <p>②新的税收政策下，限值内、外不同税额计算方法</p> <p>③高档化妆品税额计算</p> <p>8. 通关方式：内置“清单核放、汇总申报”通关方式。</p> <p>9. 多种岗位：系统内置业务主管、通关专员、税务专员、外汇专员、物流专员 5 类岗位，满足跨境电商进出口业务交付的各环节操作需求。</p> <p>二、功能要求</p> <p>(一) 学生端</p> <p>1. 系统支持多模式训练： 学生可根据老师要求或者自身需求选择不同训练模式。可选择单人单岗、单人混岗、多人协同三种训练模式。</p> <p>①单人单岗：不同业务类型下单一岗位单一技能的重复练习</p> <p>②单人混岗：不同业务类型下多个岗位多个技能的流程训练</p> <p>③多人协同：不同业务类型下不同岗位不同学生的合作训练</p> <p>2. 任务指引：系统提供任务跟踪窗口，每完成一步，相应的步骤后会变色，对本任务还有哪些步骤一目了然。</p> <p>▲3. 系统提供全面而丰富学习资源，与操作环节全面对</p>	1	

	<p>接，学生在进行操作时可获得一对一的知识支撑。</p> <p>4. 系统详细的企业资料，学生可以通过文件夹查看企业介绍、任务介绍、岗位介绍。</p> <p>5. 任务追踪：学生可以根据任务追踪的指引完成任务。</p> <p>6. 助手小会：学生可以点击查看相关操作技巧，如查看聊天记录、查看自己位置等。</p> <p>7. 在线交流：支持在线交流、在线聊天，系统内在线学习的同学之间可以相互交流。</p> <p>8. 系统具有实训结果智能分析功能，可以随时了解实训任务完成进度，包括单据拿取是否完整、单据传递是否正确、单据填写是否正确以及填写的得分情况等。</p> <p>9. 学生可以查看个人成绩，包含各任务完成情况、得分情况、总分，同时可以查看班级内学生的成绩排行榜。</p> <p>(二) 教师端</p> <p>1. 教师端内置学生管理页面，具有添加/删除单个学生账号、批量生成学生账号、初始化密码等功能。</p> <p>2. 教师端内置小组管理页面，教师可以单独或批量添加、删除小组账号，可以初始化指定账号的密码。</p> <p>3. 系统具有成绩管理功能，教师可以查看各实训模式下各学生的得分情况，包括查看单个学生单个任务的单据填写情况。</p> <p>▲4. 系统具有进度分析功能，教师可以查看各实训模式下各学生的任务进度情况，可以清空进度。</p>		
14	<p>互联网营销综合实训系统</p> <p>一、内容要求</p> <p>互联网营销综合实训系统依托互联网+，聚焦于互联网营销，根据推荐引擎营销理论，真实的还原企业进行互联网营销的全过程，学员通过虚拟仿真环境的学习和操作，理解推荐引擎广告排名的规则、宣传文案及海报的制作规则、电商直播业务流程规则，掌握推荐引擎推广技巧、宣传文案及海报制作技巧、电商直播的方法与技巧，提升行业数据分析能力、目标受众定位能力、内容创意设计能力、直播运营能力、营销推广能力及营销策划能力等，为步入企业进行互联网营销相关工作打下坚实的基础。</p> <p>二、功能要求</p> <p>(一) 数字营销推广-图文视频推广</p> <p>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。</p> <p>2、应提供企业的公司简介、商品信息、视频和图文等推广素材。</p> <p>3、平台应提供虚拟资金，所有学员虚拟资金相同。</p> <p>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。</p> <p>5、平台应提供图文推广和视频推广功能。</p> <p>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。</p> <p>7、新建广告组要包括设置账户预算、设置广告组名称。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	1	

	<p>不同维度定位目标受众。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>（二）数字营销推广-搜索引擎推广</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、要提供企业背景信息，包括具体的品牌信息和产品信息。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>▲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。</p> <p>▲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。</p> <p>10、搜索竞价营销模块添加后的关键词可进行修改出价。受修改后出价的影响，对于质量分不为“0”的关键词，其预估排名会随之发生动态变化。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>13、搜索排名优化模块提供首页与产品服务页的标题、关键词优化功能，可即时反馈 SEO 值。</p> <p>（三）直播营销</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>3、直播系统模拟直播开始时间、直播标题、直播栏目、直</p>		
--	---	--	--

		<p>播宝贝设置等功能。</p> <p>4、脚本策划应包含整体脚本策划和单品脚本策划两部分。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>10、手机 APP 在直播过程中具有 10 分钟倒计时功能。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>（四）方案策划</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>4、任务应提供必要的新媒体图文在线编辑工具，供学员进行新媒体图文策划与设计。其中，新媒体图文编辑模板不少于 30 套，应提供新媒体海报编辑模板不少于 5 套，图文排版元素（标题、分割、正文、图文、引导）不少于 200 个。</p>		
二、电子商务直播营销实训区（实训区域）				
1	直播模型	项链、钥匙、冰糖橙、草莓、胡萝卜、大蒜、猕猴桃、水果玉米、钢化膜、数据线、口红、精华、苹果、火龙果、杨桃、酸奶、气泡水、太阳镜	50	
2	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	6	
3	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	6	
4	智瞳摄像头	72.5 度广角镜头、12 倍光学变焦、1080P 超高清画质、1080P 超帧率（可达 60fps）、可预设多个机位、遥控远程专业摄像头	6	

5	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	6	
6	视频采集卡	HDMI to USB 接口视频采集卡	6	
7	提词器	1、提词器达到演播室专业级标准，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。	6	
8	提词器主机	系统配置：CPU：Intel Core I5 四核，内存：DDR4 8G，系统硬盘：SSD 250GB，显示器：24 寸液晶屏，操作系统：Windows10 64bit 机箱：提词器专用工控机箱。	6	
9	电子白板	屏幕尺寸：75 英寸 手写触摸：支持手写触摸 是否支持视频会议：支持视频会议 系统：Windows 和 Android OPS 电脑：I5/8G/256G 分辨率：4k 像素：4800 万 分屏模式：支持 广角：93° 超广角镜头 屏幕材质：AG 防眩光玻璃 配套推车	1	

注：供应商提供所有产品及零部件均为全新，若存在非全新产品、部件问题甲方将退货处理，供应商承担所造成的全部责任及损失。

一、交货期及交付地点付款方式

- 1、交货期：合同签订后 30 日内到送货至采购人指定地点，安装调试使用培训完毕。
- 2、交货地点：伽师县中等职业技术学校。
- 3、付款方式：以合同约定方式，分批次完成付款：预付合同总价款的 30%，供货完成 50%后，支付合同总价款的 50%，验收、安装调试设备合格后，支付合同总价款的 20%。
- 4、质保期：验收合格后，质保 2 年，终身维修。（保修期后配件损坏更换按优于市场价购买）。
- 5、（1）、投标人需提供所投软件产品完全满足招标文件要求的承诺函并加盖单位公章；（2）、要求预中标单位三个工作日内到校对所投软件按照招标参数进行逐条演示，证明所投软件均满足招标文件要求，若有不满足的功能项，则视为虚假应标，将被作为无效投标处理并承担相应责任。
- 6、售后服务：

设备出现故障，必须 1 小时有应答，24 小时到场处理，常年提供技术咨询，质保期内定期对设备进行维护，保养，保证运行状态稳定，整机质保 24 个月，质保期内工程师提供 24 小时维修服务，无间歇的现场服务支持，质保期内正常使用情况下，涉及零配件维修及更换的一切费用由供应商负担，终身提供设备的维修和配件。所有软件（包含机械设备使用软件）长期永久使用，不接受后期续费。

6、安装标准：符合我国国家有关技术规范和技术标准。（须向采购方提供设备的运行、安装、使用环境要求）

7、验收标准：按照招标文件的要求及国家相关技术质量标准验收；项目实施需保证我单位设备的顺利接入，并提供详细的安装方案，方案内容应满足设备调试、设备操作、设备安装使用人员培训。

第六章 评标方法和标准

1. 总则

1.1 根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法（财政部第 87 号令）》等法律制度，结合采购项目特点制定本评标办法。

1.2 评标工作由采购代理机构负责组织，具体评标事务由采购代理机构依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表和有关技术、经济、法律等方面的专家组成。

1.3 评标工作应遵循公平、公正、科学及择优的原则，并以相同的评标程序和标准对待所有的投标人。

1.4 评标委员会按照招标文件规定的评标方法和标准进行评标，并独立履行下列职责：

- （一）审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；
- （二）要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；
- （三）对投标文件进行比较和评价；
- （四）确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人；
- （五）向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为。
- （六）法律、法规和规章规定的其他职责。

1.5 评标过程独立、保密。投标人非法干预评标过程的行为将导致其投标文件作为无效处理。

1.6 评标委员会评价投标文件的响应性，对于投标人而言，除评标委员会要求其澄清、说明或者更正而提供的资料外，仅依据投标文件本身的内容，不寻求其他外部证据。

1.7 采购人或者采购代理机构负责组织评标工作，并履行下列职责：

（一）核对评审专家身份和采购人代表信息，对评审专家在政府采购活动中的职责履行情况予以记录，并及时将有关违法违规行为向财政部门报告；

（二）宣布评标纪律；

（三）公布投标人名单，告知评审专家应当回避的情形；

（四）组织评标委员会推选评标组长，采购人代表不得担任组长；

（五）在评标期间采取必要的通讯管理措施，保证评标活动不受外界干扰；

（六）根据评标委员会的要求介绍政府采购相关政策法规、招标文件；

（七）维护评标秩序，监督评标委员会依照招标文件规定的评标程序、方法和标准进行独立评审，及时制止和纠正采购人代表、评审专家的倾向性言论或者违法违规行为；

（八）核对评标结果，有财政部 87 号令第六十四条规定情形的，要求评标委员会复核或者书面说明理由，评标委员会拒绝的，应予记录并向本级财政部门报告；

（九）处理与评标有关的其他事项。

采购人可以在评标前说明项目背景和采购需求，说明内容不得含有歧视性、倾向性意见，不得超出招标文件所述范围。说明应当提交书面材料，并随采购文件一并存档。

2、评标方法

本项目评标方法为：综合评分法。

3、评标程序

3.1 熟悉和理解招标文件和停止评标。

3.1.1 评标委员会正式评标前，应当对招标文件进行熟悉和理解，内容主要包括招标文件中采购项目技术、服务和商务要求、评标方法和标准以及可能涉及签订政府采购合同的内容等。

评标委员会发现招标文件存在歧义、重大缺陷导致评标工作无法进行，或者招标文件内容违反国家有关强制性规定的，应当停止评标工作，与采购人或者采购代理机构沟通并作书面记录。采购人或者采购代理机构确认后，应当修改招标文件，重新组织采购活动。

4.1 根据《关于落实好政府采购支持中小企业发展的通知》（新财购〔2022〕22号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《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）和《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《投标人企业类型声明函》或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的投标人，其投标报价扣除10%后参与评审。具体办法详见招标文件第6章。

5.1 资格性检查

序号	投 标 单 位	提供有效的营业执照	法定代表人证明或法定代表人授权委托书签字（章）并加盖公章	提供投标单位近三个月内（任意一个月）的社保证明	近三个月所属期限内（任意一个月）依法缴纳税收的证明（税务部门出具的完税凭证或缴税证明或银行出具的“银行电子缴税付款凭证”）	良好的商业信誉和健全的财务会计制度证明材料（会计事务所出具的2022年或2023年的年度财务审计报告；注册成立未满一年新公司可提供近三个月内任意一个月的银行资信证明）；	投标单位（供应商）其法人参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录的声明及对本次项目《反商业贿赂承诺书》	提供投标单位按招标文件要求缴纳投标保证金的缴款凭证或金融机构、担保机构出具的保函；	是否通过审查
1									

注：按评审标准对上述内容评审，满足要求的在对应的框内打“√”，不满足要求的在对应的框内打“×”。对可以进入详评的投标人，在该投标人所对应的“是否通过评审”栏中打“√”。一项未提供，则不通过。

5.2 符合性审查

初步评审—符合性审查表		
评审内容		评审意见
序号		是否合格
1	投标报价高于预算金额；	
2	投标人之间或者投标人与采购人串通投标的；	

3	以行贿手段谋取中标或者以其他弄虚作假方式投标的；	
4	评标委员会共同确定有实质上不响应招标文件要求的；	
5	投标文件没有投标单位法定代表人或其授权代表签字（章）和加盖投标单位公章的；	
6	投标的政府采购项目完成期限超过招标文件规定期限的；	
7	投标文件载明的技术规格、技术标准、货物包装方式、检验标准和方法等，不符合招标文件要求的；	
8	投标文件附有采购人不能接受条件的；	
9	不满足招标文件实质性要求的其他情形。	
结论：通过评审打“√”，未通过评审打“×”		

说明：

- 1) 上述各项中用“√”表示通过，“×”表示不通过；
- 1) 上述各项中如有一项为“×”，则结论为“×”，表示该投标文件中存在重大偏差，不能通过初步评审；评委对某一分项评审认为不合格时，必须要写明原因。
- 1) 投标文件最终合格与否，以所有评委的评审意见中少数服从多数为原则定论。

注：如果投标文件中有一项未通过上述审查标准，评标委员会将认定整个投标文件未响应招标文件而予以废标处理。

一、商务符合性审查表

审查事项		投标人名称及审查情况		
招标文件条款	本项目要求			
中小企业投标要求 (1.3.6)	本项目适用			
联合体投标规定 (1.4)	本项目不接受联合体 投标			
投标人的关联性 (1.5)	在同一标包内，单位 负责人非同一人或者 不存在直接控股、管 理关系的不同供应 商。			
未发现影响采购人 决策行为 (1.7)	投标人在投标过程中 未向采购人提供、给 予任何有价值的物 品，影响其正常决策			

	行为。			
满足投标范围的完整性要求 (8.1)	投标人对所投分包招标文件中所列的所有服务内容进行投标。			
未包含价格调整要求 (11.4)	投标人所报的各分项投标报价在合同履行过程中是固定不变的，不得以任何理由予以变更。			
投标保证金 (12.1)	符合招标文件要求			
投标有效期满足要求 (13.1)	自提交投标文件截止之日起 <u>90</u> 日历日内			
投标文件的签署和盖章符合要求 (14.2、14.4)	按照招标文件规定要求签署、盖章。			
接受价格的算术修正 (20.2)	投标文件报价出现前后不一致的，应按照招标文件规定的顺序修正。			
符合强制采购节能产品要求 (20.6)	本项目 <u>不适用</u>			
未发现串通投标 (22.2)	未与其他投标人串通投标，或者与招标人串通投标。			
报价说明可以接受 (22.2)	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，有可能影响履约的，投标人能按照规定证明其报价合理性。			
无采购人不能接受的附加条件 (22.2)	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件。			
结论				

评委根据投标单位投标文件的符合性进行审查，符合要求的打“√”，不符合要求的打“×”，一项不符合要求，则评审结论为不通过。

3.3.2 本项目符合性审查事项仅限于本招标文件的明确规定。投标文件是否满足招标文件的实质性要求，必须以本招标文件的明确规定作为依据，否则，不能对投标文件作为无效处理，评标委员会不得臆测符合性审查事项。

3.3.3 投标文件正本、副本以骑缝章的形式代替投标文件内容逐页盖章的（但是骑缝章模糊不清，印章名称无法辨认的除外）本项目不作为实质性要求进行规定，即不作为符合性审查事项，不得作为无效投标处理：

3.3.4 投标人有下列情形之一的，评标委员会认定为投标人串通投标，其投标无效，书面报告财政部门：

- （1）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
- （2）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- （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；
- （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；
- （5）不同投标人的投标文件相互混装；

3.4 比较与评价。按招标文件中规定的评标方法和标准，对未作无效投标处理的投标文件进行技术、服务、商务等方面评估，综合比较与评价。

3.4.1 评标委员会首先按照招标文件要求对投标文件中的投标人资格、投标人资格证明文件、重要技术指标以及技术和商务上要求的其它重要内容进行审核，审核合格后即视为实质性响应的投标文件，除考虑投标价格外，还应考虑以下因素：投标文件中所报交货期及付款方式；货物的技术水平、性能和供货能力；货物的质量和适用性；配套产品的安全性、先进性；投标方为其所供货物提供零备件及售后服务的可能性；零备件、专用工具及相关服务的费用；招标文件中所要求的有关服务费用；发货到最终目的地的内陆运输、保险及其他费用；其他特殊要求因素（如节能、安全和环保等）。

详细评分表:

序号	分值	评分内容	评分标准
1	价格 35分	投标价格 35分	在所有的有效报价中,以最低报价为基准价,其价格分为满分。其他供应商的报价分统一按下列公式计算:报价得分=(评标基准价/有效报价)×价格权值(35%)×100(四舍五入后保留小数点后两位)。
2	商务部分 20分	产品质量管理 水平 6分	1、投标人能够给学生提供教学服务的1年得1分,2年得2分,3年得3分,不提供不得分,企业培训老师须提供电子商务师证书及劳动合同,未提供不得分; 2、投标人具有国内电子商务经验的得1分,具有跨境电子商务经验的得2分,具有国内及跨境电子商务经验的得3分;(国内电子商务提供国内网站或网店凭证及最近三个月任意一个月的流水证明,跨境电子商务的提供跨境店铺或者独立站的证明、进出口信用或报关单据、最近三个月任意一周的境外流水证明)。
		产品质量保障 6分	对所投产品的适用性,本产品培养出的学生的就业,发展前景做出分析: 完善、科学、合理、可行的,得5-6分, 基本完善、科学、合理、可行的,得3-4分, 不够完善、科学、合理、可行的,得1-2分;不提供不得分。
		售后服务方案 8分	1.依据投标人完全按照招标文件要求提出的具体详细的售后服务方案、应急维修方案、质保期内的售后服务内容(包括免费服务年限、技术支持范围、故障响应及修复时间、服务方式及保障措施等)是否完善合理进行综合评分, 售后服务方案完善、科学、合理、可行的,得5-6分; 售后服务方案基本完善、科学、合理、可行的,得3-4分; 售后服务方案不够完善、科学、合理、可行的,得1-2分; 无提供售后服务方案不得分。 2.售后服务期限在原有的基础上每增加1年得1分,最多得2分,原有服务期限不得分。
3	技术部分 45分	功能要求满足 情况 35分	投标产品技术参数满足招标文件要求的,得10分,投标人或软件生产厂家提供相关计算机软件著作权登记证书每提供1个得2分,总分不超过16分,投标产品具备技术参数中“▲”功能的,每具备一项加1分(最多加9分),满分35分:(“▲”项参数作为辅助功能项,提供相关软件功能截图)
		实施方案 5分	根据投标人针对本项目提供的实施方案(包括设计方案、施工组织、项目试运行、验收组织安排、培训计划等)进行评价: 实施方案完善、科学、合理、可行的,得4-5分; 实施方案基本完善、科学、合理、可行的,得2-3分; 实施方案不够完善、科学、合理、可行的,得1分; 无提供实施方案不得分。
		培训方案 5分	根据投标人为本项目提供的培训方案和培训计划进行评价: 方案内容详实、完整、可操作性强的得4-5分; 方案内容部分详实或部分内容可操作得2-3分; 方案内容阐述简短或无实质内容的得1分; 无提供培训方案和培训计划不得分。

评审完毕，评标委员会根据汇总各投标企业的综合得分，按照得分高低进行排序，取前三名作为中标候选人推荐给招标委员会。如果两投标人的得分相同，投标价格低者排在前。

3.5 复核。评分汇总结束后，评标委员会应当进行复核，特别要对拟推荐为中标候选供应商的、报价最低的、投标文件被认定为无效的的进行重点复核。

3.6 推荐中标候选供应商。中标候选供应商应当排序。

3.7 出具评标报告。评标委员会推荐中标候选供应商后，应当向招标采购单位出具评标报告。评标报告应当包括下列内容：

- (一) 招标公告刊登的媒体名称、开标日期和地点；
- (二) 评标委员会成员名单；
- (三) 评标方法和标准；
- (四) 开标记录和评标情况及说明，包括无效投标人名单及原因；
- (五) 评标结果，确定的中标候选人名单或者经采购人委托直接确定的中标人；
- (六) 其他需要说明的情况，包括评标过程中投标人根据评标委员会要求进行的澄清、说明或者补正，评标委员会成员的更换等。

评标委员会成员应当在评标报告中签字确认，对评标过程和结果有不同意见的，应当在评标报告中写明并说明理由。签字但未写明不同意见或者未说明理由的，视同无意见。拒不签字又未另行书面说明其不同意见和理由的，视同同意评标结果。

3.8 评标争议处理规则。评标委员会在评审过程中，对于符合性审查、对供应商投标文件做无效投标处理及其他需要共同认定的事项存在争议的，应当以少数服从多数的原则做出结论，但不得违背法律法规和招标文件规定。有不同意见的评标委员会成员认为认定过程和结果不符合法律法规或者招标文件规

定的，应当及时向招标采购单位书面反映。招标采购单位收到书面反映后，应当书面报告采购项目同级财政部门依法处理。

3.9 供应商应当书面澄清、说明或者更正。

3.9.1 在评标过程中，评标委员会对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，应当以书面形式（须由评标委员会全体成员签字）要求供应商作出必要的书面澄清、说明或者更正，并给予供应商必要的反馈时间。

3.9.2 供应商应当书面澄清、说明或者更正，并加盖公章或签字确认（供应商为法人的，应当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，应当由其主要负责人或者代理人签字确认；供应商为自然人的，应当由其本人或者代理人签字确认），否则无效。澄清、说明或者更正不影响投标文件的效力，有效的澄清、说明或者更正材料，是投标文件的组成部分。但投标人的澄清、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。

3.9.3 评标委员会要求供应商澄清、说明或者更正，不得超出投标文件的范围，不得以此让供应商实质改变投标文件的内容，不得影响供应商公平竞争。本项目下列内容不得澄清：

- （一）按财政部规定应当在评标时不予承认的投标文件内容事项；
- （二）投标文件中已经明确的内容事项；
- （三）投标文件未提供的材料。

3.10 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。

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。

3.11 招标采购单位现场复核评标结果。

3.11.1 评标结果汇总完成后，评标委员会拟出具评标报告前，招标采购单位应当组织本单位工作人员，在采购现场监督人员的监督之下，依据有关的法律制度和采购文件对评标结果进行复核，提出复核意见。

评标报告签署前，经复核发现存在实质性错误的，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。

5、 废 标

废标后，采购代理机构应在网上公告。投标人需要知晓导致废标情形的具体原因和理由的，可以通过书面形式询问招标采购单位。

对于评标过程中废标的采购项目，评标委员会应当对招标文件是否存在倾向性和歧视性、是否存在不合理条款进行论证，并出具书面论证意见。

6、定标

6.1. 定标原则：由采购人根据评标委员会的推荐意见确定中标供应商。

6.2. 定标程序

6.2.1 评标委员会将评标情况写出书面报告，推荐中标候选人。

6.2.2 采购代理机构在评标结束后 2 个工作日内将评标报告送采购人。

6.2.3 采购人在收到评标报告后 5 个工作日内，按照评标报告中推荐的中标候选人顺序确定中标供应商。

采用最低评标价法的，评标结果按投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

采用综合评分法的，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。

6.2.4 根据采购人确定的中标供应商，采购代理机构在新疆政府采购网上发布中标公告，并自采购人确定中标之日起3个工作日内向中标供应商发出中标通知书。

6.2.5 招标采购单位不退回投标人投标文件和其他投标资料。

货物类

政府采购公开招标文件

第三册

第七章 政府采购合同

合同编号：

政府采购合同草案

(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，____（采购单位名称）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，____（中标供应商名称）为该项目中标供应商。现于中标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《中华人民共和国合同法》、《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____（采购单位名称）（以下简称：甲方）和____（中标供应商名称）（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 中标通知书；
- 1.1.3 投标文件（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 货物称：；
- 1.2.2 货物量：；
- 1.2.3 货物量：_____。

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 交付限：；

1.5.2 交付点：；

1.5.3 交付式：_____。

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、地点和方式交付货物，那么甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延交付货物一日的应交付而未交付货物价格的%计算，最高限额为本合同总价的%；迟延交付货物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中标结果，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：
码：

统一社会信用代码或身份证号

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：

第二部分 合同一般条款

2.1 定义

本合同中的下列词语应按以下内容进行解释：

2.1.1 “合同”系指采购人和中标供应商签订的载明双方当事人所达成的协议，并包括所有的附件、附录和构成合同的其他文件。

2.1.2 “合同价”系指根据合同约定，中标供应商在完全履行合同义务后，采购人应支付给中标供应商的价格。

2.1.3 “货物”系指中标供应商根据合同约定应向采购人交付的一切各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、机械、仪表、备件、计算机软件、产品等，并包括工具、手册等其他相关资料。

2.1.4 “甲方”系指与中标供应商签署合同的采购人；采购人委托采购代理机构代表其与乙方签订合同的，采购人的授权委托书作为合同附件。

2.1.5 “乙方”系指根据合同约定交付货物的中标供应商；两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购的，联合体各方均应为乙方或者与乙方相同地位的合同当事人，并就合同约定的事项对甲方承担连带责任。

2.1.6 “现场”系指合同约定货物将要运至或者安装的地点。

2.2 技术规范

货物所应遵守的技术规范应与采购文件规定的技术规范和技术规范附件(如果有的话)及其技术规范偏差表(如果被甲方接受的话)相一致；如果采购文件中没有技术规范的相应说明，那么应以国家有关部门最新颁布的相应标准和规范为准。

2.3 知识产权

2.3.1 乙方应保证甲方在使用该货物或其任何一部分时不受任何第三方提出的侵犯其著作权、商标权、专利权等知识产权方面的起诉；如果任何第三方提出侵权指控，那么乙方须与该第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和赔偿；

2.3.2 具有知识产权的计算机软件等货物的知识产权归属，详见合同专用条款。

2.4 包装和装运

2.4.1 除合同专用条款另有约定外，乙方交付的全部货物，均应采用本行业通用的方式进行包装，没有通用方式的，应当采取足以保护货物的包装方式，且该包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。如有必要，包装应适用于远距离运输、防潮、防震、防锈和防粗暴装卸，确保货物安全无损地运抵现场。由于包装不善所引起的货物锈蚀、损坏和损失等一切风险均由乙方承担。

2.4.2 装运货物的要求和通知，详见合同专用条款。

2.5 履约检查和问题反馈

2.5.1 甲方有权在其认为必要时，对乙方是否能够按照合同约定交付货物进行履约检查，以确保乙方所交付的货物能够依约满足甲方之项目需求，但不得因履约检查妨碍乙方的正常工作，乙方应予积极配合；

2.5.2 合同履行期间，甲方有权将履行过程中出现的问题反馈给乙方，双方当事人应以书面形式约定需要完善和改进的内容。

2.6 结算方式和付款条件

详见合同专用条款。

2.7 技术资料 and 保密义务

2.7.1 乙方有权依据合同约定和项目需要，向甲方了解有关情况，调阅有关资料等，甲方应予积极配合；

2.7.2 乙方有义务妥善保管和保护由甲方提供的前款信息和资料等；

2.7.3 除非依照法律规定或者对方当事人的书面同意，任何一方均应保证不向任何第三方提供或披露有关合同的或者履行合同过程中知悉的对方当事人任何未公开的信息和资料，包括但不限于技术情报、技术资料、商业秘密和商业信息等，并采取一切合理和必要措施和方式防止任何第三方接触到对方当事人的上述保密信息和资料。

2.8 质量保证

2.8.1 乙方应建立和完善履行合同的内部质量保证体系，并提供相关内部规章制度给甲方，以便甲方进行监督检查；

2.8.2 乙方应保证履行合同的人员数量和素质、软件和硬件设备的配置、场地、环境和设施等满足全面履行合同的要求，并应接受甲方的监督检查。

2.9 货物的风险负担

货物或者在途货物或者交付给第一承运人后的货物毁损、灭失的风险负担详见合同专用条款。

2.10 延迟交货

在合同履行过程中，如果乙方遇到不能按时交付货物的情况，应及时以书面形式将不能按时交付货物的理由、预期延误时间通知甲方；甲方收到乙方通知后，认为其理由正当的，可以书面形式酌情同意乙方可以延长交货的具体时间。

2.11 合同变更

2.11.1 双方当事人协商一致，可以签订书面补充合同的形式变更合同，但不得违背采购文件确定的事项，且如果系追加与合同标的相同的货物的，那么所有补充合同的采购金额不得超过原合同价的10%；

2.11.2 合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当以书面形式变更合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方当事人都有过错的，各自承担相应的责任。

2.12 合同转让和分包

合同的权利义务依法不得转让，但经甲方同意，乙方可以依法采取分包方式履行合同，即：依法可以将合同项下的部分非主体、非关键性工作分包给他人完成，接受分包的人应当具备相应的资格条件，并不得再次分包，且乙方应就分包项目向甲方负责，并与分包供应商就分包项目向甲方承担连带责任。

2.13 不可抗力

2.13.1 如果任何一方遭遇法律规定的不可抗力，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于不可抗力所影响的时间；

2.13.2 因不可抗力致使不能实现合同目的的，当事人可以解除合同；

2.13.3 因不可抗力致使合同有变更必要的，双方当事人应在合同专用条款约定时间内以书面形式变更合同；

2.13.4 受不可抗力影响的一方在不可抗力发生后，应在合同专用条款约定时间内以书面形式通知对方当事人，并在合同专用条款约定时间内，将有关部门出具的证明文件送达对方当事人。

2.14 税费

与合同有关的一切税费，均按照中华人民共和国法律的相关规定。

2.15 乙方破产

如果乙方破产导致合同无法履行时，甲方可以书面形式通知乙方终止合同且不给予乙方任何补偿和赔偿，但合同的终止不损害或不影响甲方已经采取或将要采取的任何要求乙方支付违约金、赔偿损失等的行动或补救措施的权利。

2.16 合同中止、终止

2.16.1 双方当事人不得擅自中止或者终止合同；

2.16.2 合同继续履行将损害国家利益和社会公共利益的，双方当事人应当中止或者终止合同。有过错的一方应当承担赔偿责任，双方当事人都有过错的，各自承担相应的责任。

2.17 检验和验收

2.17.1 货物交付前，乙方应对货物的质量、数量等方面进行详细、全面的检验，并向甲方出具证明货物符合合同约定的文件；货物交付时，乙方在合同专用条款约定时间内组织验收，并可依法邀请相关方参加，验收应出具验收书。

2.17.2 合同期满或者履行完毕后，甲方有权组织（包括依法邀请国家认可的质量检测机构参加）对乙方履约的验收，即：按照合同约定的技术、服务、安全标准，组织对每一项技术、服务、安全标准的履约情况的验收，并出具验收书。

2.17.3 检验和验收标准、程序等具体内容以及前述验收书的效力详见合同专用条款。

2.18 通知和送达

2.18.1 任何一方因履行合同而以合同第一部分尾部所列明的发出的所有通知、文件、材料，均视为已向对方当事人送达；任何一方变更上述送达方式或者地址的，应于个工作日内书面通知对方当事人，在对方当事人收到有关变更通知之前，变更前的约定送达方式或者地址仍视为有效。

2.18.2 以当面交付方式送达的，交付之时视为送达；以电子邮件方式送达的，发出电子邮件之时视为送达；以传真方式送达的，发出传真之时视为送达；以邮寄方式送达的，邮件挂号寄出或者交邮之日之次日视为送达。

2.19 计量单位

除技术规范中另有规定外，合同的计量单位均使用国家法定计量单位。

2.20 合同使用的文字和适用的法律

2.20.1 合同使用汉语书就、变更和解释；

2.20.2 合同适用中华人民共和国法律。

2.21 履约保证金

2.21.1 采购文件要求乙方提交履约保证金的，乙方应按合同专用条款约定的方式，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，提交不超过合同价10%的履约保证金；

2.21.2 履约保证金在合同专用条款约定期间内或者货物质量保证期内不予退还或者应完全有效，前述约定期间届满或者货物质量保证期届满之日起个工作日内，甲方应将履约保证金退还乙方；

2.21.3 如果乙方不履行合同，履约保证金不予退还；如果乙方未能按合同约定全面履行义务，那么甲方有权从履约保证金中取得补偿或赔偿，同时不影响甲方要求乙方承担合同约定的超过履约保证金的违约责任的权利。

2.22 合同份数

合同份数按合同专用条款规定，每份均具有同等法律效力。

第三部分 合同专用条款

本部分是对前两部分的补充和修改，如果前两部分和本部分的约定不一致，应以本部分的约定为准。本部分的条款号应与前两部分的条款号保持对应；与前两部分无对应关系的内容可另行编制条款号。

条款号	约定内容