

合同编号：\_\_\_\_\_

## “新疆科技学院数智化经济与管理实验教学中心营销与品牌管理模拟平台服务采购项目”合同

甲方（需方）：新疆科技学院

乙方（供方）：西安知格信息技术有限公司

依据《中华人民共和国民法典》的规定，经双方协商同意，签订本合同并信守下列条款，共同严格履行。

### 一、项目信息

1. 采购项目名称：新疆科技学院数智化经济与管理实验教学中心营销与品牌管理模拟平台服务采购项目

2. 采购项目编号：XJHY-XJKJXY2025-013

3. 采购内容及金额：

| 项目名称                         | 规格型号            | 单位 | 数量 | 金额<br>(人民币：元) |
|------------------------------|-----------------|----|----|---------------|
| 营销与品牌管理模拟平台服务                | Cesim Marketing | 项  | 1  | 260000        |
| 合同总金额：人民币（大写）贰拾陆万圆整（¥260000） |                 |    |    |               |

4. 供货期：自合同签订日起 15 日内供货并验收完毕

5. 供货地点：新疆科技学院指定地点

6. 服务期：三年，自验收合格并正常使用之日起算。

### 二、验收

1. 乙方完成交付培训后，由采购单位组建验收小组，验收小组由采购单位三人以上组成，按磋商文件、磋商响应文件、采购合同等约定的内容组织验收。

2. 乙方完成服务交付培训后的 7 个工作日内，由甲方通知乙方进行验收。

3. 如因甲方原因导致未能在上述时间内完成验收的，乙方应提前与甲方协商，双方可根据实际情况延长验收时间，但最长不超过 30 个工作日。

4. 因乙方提供平台质量等原因而导致甲方验收不合格，乙方负责继续完善，并承担所产生的费用，如乙方拒绝完善或完善后仍不符合标准的，甲方有权解除合同，乙方按



合同总额的 20%的标准向甲方支付违约金。

### 三、付款

1. 付款方式: 合同签订后 10 个工作日内, 甲方支付合同总额的 50%费用, 即人民币(大写)壹拾叁万圆整(¥130000 元)。完成项目交付并验收合格, 支付合同总额的 50%, 即人民币(大写)壹拾叁万圆整(¥130000 元)。乙方应当在申请付款前, 开具符合甲方要求的足额发票, 否则甲方有权延期付款且不承担逾期付款的违约责任。

2. 履约保证金: 合同金额的 5%, 人民币(大写)壹万叁仟圆整(小写: ¥13000 元)即以支票、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。在合同签订七日内由乙方提交至甲方财务处, 在验收合格后无息退还。

#### 3. 甲方发票信息:

单位名称: 新疆科技学院

地址: 巴音郭楞蒙古自治州库尔勒市北京路 89 号

纳税人识别号: 126500007922743754

联系电话: 0996-8871814

开户行: 中国建设银行巴州分行营业部

银行账号: 65050170608600000124

银行行号: 105888000217

#### 4. 乙方指定的付款信息:

账户名: 西安知格信息技术有限公司

开户行: 中国民生银行西安高新开发区支行

账 号: 691507991

### 四、甲方的责任与义务

1. 平台服务对象必须是新疆科技学院工商管理学院正式注册的教师和学生;
2. 甲方有权要求乙方按照合同约定提供高质量的服务, 并对服务过程进行监督。
3. 甲方应按照合同约定及时支付服务费用。
4. 甲方应提供必要的配合和支持, 包括但不限于提供相关资料、设备和人员协助等。
5. 甲方应确保其使用软件平台的行为符合国家法律法规和相关政策规定。
6. 甲方不得将软件平台用于非法或未经授权的目的, 不得对软件平台进行反向工程、破解或传播。

### 五、乙方的责任与义务



1. 按照采购需求约定为工商管理学院提供 CesimMarketing 营销管理模拟累计 13 个班次的平台服务，每个班次人数不超过 55 人。并保证平台的稳定性和可靠性。

2. 乙方以登录密码的方式向甲方提供 Cesim 软件服务。并保证所提供的登录密码能有效登录并进入平台；

3. 乙方应根据甲方的需求，及时提供技术支持和维护服务。

4. 乙方应保证所提供的软件平台服务不侵犯他人的知识产权。

5. 乙方应对甲方提供的资料和信息进行保密，未经甲方书面同意，不得向第三方披露。

## 六、违约责任

1. 合同双方任何一方违反合同任何一条即视违约，违约方负责承担由此给另一方造成的相应损失。

2. 若乙方未按照合同约定时间提供服务的，每逾期一日，承担合同总额千分之五的违约金；逾期超过 20 天的，甲方有权单方解除合同，乙方除退还货款外还应当另行承担合同总额 30% 的违约金。

3. 若甲方未按照合同约定支付服务费用，甲方应赔偿乙方因此遭受的直接损失。

4. 乙方应严格按甲方规定的产品规格、型号名称、数量和质量提供相应的产品及服务。乙方提供的产品或服务不符合合同约定的，甲方有权选择要求乙方重新供货或单方解除合同。甲方选择要求重新供货的，乙方逾期送达的，按照逾期交付承担违约责任；甲方选择单方解除合同的，乙方除退还货款外还应当另行承担合同总额 30% 的违约金。合同生效后，乙方中途废止合同（不可抗力原因除外），应按给甲方造成的损失向甲方支付赔偿金，并向甲方支付合同总金额 30% 的违约金。

5. 如因不可抗力导致一方无法履行合同义务，应及时通知对方，并提供相关证明文件，双方互不承担违约责任。

## 七、知识产权保护

1. 乙方对其所提供的平台应当享有知识产权或经权利人合法授权，保证没有侵犯任何第三方的知识产权等权利。因违反前述约定对第三方构成侵权的，应当由乙方方向第三方承担法律责任。甲方有其他损失的，乙方应当赔偿。

2. 甲方在使用软件平台过程中，应尊重乙方的知识产权，不得进行任何侵犯乙方知识产权的行为。

## 八、保密条款



1. 双方应对在本合同履行过程中知悉的对方的商业秘密、技术秘密及其他保密信息予以保密。

2. 如一方违反保密义务，应承担违约责任，并赔偿对方因此遭受的全部损失。

### 九、纠纷处理

双方友好协商，如经协商后仍不能达成协议时，任何一方可以向甲方所在地法院提出诉讼。由此产生的包括但不限于律师费、诉讼费均由违约方承担。

### 十、其他事宜

本合同一式六份，甲方四份，乙方两份，双方签字盖章后生效，具有同等法律效力。合同未尽事宜双方可协商解决或另立补充协议。

甲方：新疆科技学院

(盖章)

乙方：西安知格信息技术有限公司 (盖章)

统一社会信用代码：916101313978507071

地址：新疆巴音郭楞蒙古自治州库尔勒市  
北京路 89 号

地址：陕西省西安市高新区科技路 48 号创  
业广场 1 幢 C0101 号房 1F199 室

法人代表/委托代理人 (私章)：王海燕 法人代表人 (签字或盖本人印章)：

子项目负责人 (签字或盖本人印章)： 联系人：付珍珍

联系电话： \_\_\_\_\_

联系电话：18602919523

合同签订时间：2025 年 7 月 9 日

合同附件：

营销与品牌管理模拟平台技术参数

#### 一、平台整体技术要求

1. 集教学与科研于一体，后台的案例参数完全开放。允许指导教师修改案例背景、参数、增减模块，设置和开发学院专属的案例库。指导教师可灵活选择不同的模板以适



合不同年级和知识结构的学生使用。结果数据永久保存，方便学院教学管理和进行教学研究。

2. 采用先进的现代模拟技术，以计算机为操作平台，不需要下载或安装应用程序或客户端类型的模型。支持 Android、IOS、Windows 等各种操作系统，可以在电脑、iPad 和各类平板电脑以及智能手机上操作使用。不受时间空间的限制，真正实现互联网化教学。教师可以修改部分实训参数、教学资源，灵活调整教学内容；系统升级可直接在云端操作，无需在客户端进行。

3. 平台稳定性高，操作实用简便。自身延迟（不包括不可控的外部网络状况）小于 1000 毫秒，平台年均可用性达到 99.9% 以上级别。所有的使用指南和案例内容设置在平台中，随时可以下载或网上阅读，方便学生和指导教师使用。

4. 平台设计符合 AACSB、EQUIS、AMBA 等国际认证标准。系统可以跟踪、测量和评估学生学习进程，学生的决策结果报告不但能够以数据和图表的形式在互联网上浏览，还可以选择“EXCE 版本”或者“可打印版本”进行保存。即使课程结束，教师和学生可随时进入平台进行决策查看和课程回顾。

5. 平台具备方便实用的教学管理功能。提供学生相互交流与学习的论坛，以方便教师与学生的交流与管理。同时具有可选的小测验、团队成员互评、结果分析等教学辅助工具，用于多样化客观评定学生的学习效果。符合各类国际性认证课程对于实践教学的要求。

6. 平台支持虚拟教学和远程合作交流。即使各小组在不同的时区也可以利用平台时间共同制定决策。支持正常教学活动外，平台可支持校内赛或者跨区域学生比赛、教学交流等大规模在线的需要。

7. 支持双语教学。平台提供中英文在内的 21 种语言版本选择，上课过程中学生可以在不同语言之间随时相互切换，方便各国学生的交流和理解，提高学生的跨文化交流与理解的水平。

8. 模拟平台可提供高科技企业、快消品等在内的多个案例模型可选。累计提供 13 个班次的课程教学服务。

9. AI+教师平台支持工具。协助指导老师优化教学方案，利用实时数据分析精准推送个性化反馈。并能通过动态提问引导学生深度思考，全面提升课堂互动与决策能力。

## 二、营销管理模拟课程平台功能要求

1. 营销管理模拟高度还原真实市场营销环境，深入了解市场营销要素及过程，提高



营销管理能力，为用户创造更大价值。平台聚焦：市场推广、产品核心竞争力、消费者行为、营销成本核算、品牌定位，以及营销资源整合等。帮助学生理解各项营销决策过程和其整体性。

2. 模拟市场由两个运营市场中的八个细分用户群构成。为了鼓励和激发参与者创造独特的战略并加以实施，该模拟让参与者开创全新的公司业务。决策制定工具可帮助参与者尝试和实践不同的方案，分析他们的决策和预测的结果。此外，模拟中多种报告可帮助各小组分析和评估他们自己和竞争对手的经营表现。

3. 主要功能模块：决策制定界面，结果查看界面，阅读材料界面，论坛。决策制定界面包括市场前景预测、产品参数设计、营销组合策略制定、研发投入决策以及决策列表汇总；结果查看界面包括市场调查报告查看，成熟和新兴市场上的产品销量、市场份额、价格和利润等信息，财务报表界面包括损益表和资产负债表。模拟参与者的任务是在分析市场环境信息、比较竞争对手营销决策的基础上，为成熟市场和新兴市场配备相应产品，实现一定销量和市场份额，达成收益最大化，确保股价指数不断提高。

4. 学生挑战决策制定的重点是让产品本身与细分用户群相匹配。在不同的企业背景案例中，学生通过对产品性能、特征和外观选择等来设计定位产品。持续关注产品的发展，适时的推广和成功的产品定位是获胜的关键。

5. 模拟中涉及多种营销概念及其应用，包括细分市场、产品定位、销售渠道投资、广告预算分配、售后服务、定价、销售预测、市场调查、竞争对手分析、研发和收益。通过模拟决策学习后，参与者将完全理解营销决策制定过程中的不同环节和相互之间的关联，以及对公司产生的影响作用。同时，参与者也将获得团队合作和解决问题的宝贵经验。

6. 营销管理模拟平台内嵌 ESG 模块，从环境（Environmental）、社会（Social）和公司治理（Governance）三个维度评估企业经营的可持续性和社会价值观。模块旨在帮助学生理解企业在营销决策中对环境、社会和治理的影响，培养可持续发展的全球视野。

7. ESG 决策方式：学生在“客户服务”“产品设计”“营销策略”和“R&D”模块中通过投资绿色技术、提升服务质量、优化定价和广告策略影响 ESG 得分。

