

(教育教学改善) --合同

项目编号: 0686-2611QF034289Z

合同编号: _____

项目名称: (教育教学改善) 电子商务专业数字化推广与运营
实训资源建设项目

货物名称: 网络推广实践教学软件等

买 方: 北京市工贸技师学院

卖 方: 北京青云佳业科技有限公司

签署日期: 2026 年 05 月 24 日



合 同 书

(教育教学改善) 电子商务专业数字化推广与运营实训资源建设项目中所需 网络推广实践教学软件等 经 北京国际贸易有限公司组织的《招标文件》在国内进行公开招标。

经招标小组评定 北京青云佳业科技有限公司 (卖方) 为中标供应商。买、卖双方依据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》，在平等自愿的基础上，同意按照下面的条款和条件，签署本合同。

1. 合同文件

下列文件构成本合同的组成部分，应该认为是一个整体，彼此相互解释，相互补充。组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下：

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 协议
- d. 投标文件 (含澄清文件)
- e. 招标文件 (含文件补充通知)

2. 货物和数量

本合同货物： 网络推广实践教学软件、网店运营实践教学软件、资源包。

数量： 1 批。

3. 合同总价

本合同总价为 622600 元。

分项价格：

序号	分项名称	制造商	产地/国别	品牌	型号	单价(元)	数量	合价(元)
1	网络推广实践教学软件	北京鸿科经纬科技有限公司	北京/中国	鸿科经纬	型号:[网络推广理实一体化软件](软件版本号:[V1.0], 登记号:[2023SR0972081])	236000.00	1 套	236000.00
2	网店运营实践教学	中教畅享科技	北京/中国	中教畅享	型号:[网店运营实训系	299600.00	1 套	299600.00

	软件	股份有限公司			统](软件版本号:[V1.0], 登记号 [2019SR1228 477])			
3	软件资源包	中教畅享科技股份有限公司	北京/中国	中教畅享	型号: 中教畅享定制开发	87000.00	1套	87000.00
	总价							622600.00

上述总价包含设备、材料成品及配件等（详见附件清单），供货期间市场价格变动不作调整，风险由乙方自行负责。

乙方按本合同约定已包税金、包供货、包加工安装、调试、包设备使用培训，包运输（含一次搬运），包售后服务等方式向甲方提供产品。本合同价格为前述内容的包干价格。

4. 付款方式

本合同的付款方式为：合同签订后 7 个工作日，买方向卖方支付合同金额的 50%即人民币 311300 元大写叁拾壹万壹仟叁佰元整，同时卖方提供等额发票。项目验收合格后 7 个工作日，买方向卖方支付合同金额的 40%即人民币 249040 元大写贰拾肆万玖仟零肆拾元整，同时卖方提供等额发票。验收通过满一年时，买方向卖方支付合同金额的 10%即人民币 62260 元大写陆万贰仟贰佰陆拾元整。同时卖方提供等额发票。

5. 本合同货物的交货时间及交货地点

交货时间： 合同签订后 20 个日历天

交货地点： 北京市工贸技师学院沙河校区

6. 质量标准

1. 卖方按照买方提供的供应计划（包括调整计划）及要求的品种、型号和数量向买方提供满足本合同技术规定要求的质量合格全新的货物。

2. 卖方保证所提供的技术设备软硬件的完整性、实用性。若出现因卖方提供的技术设备不满足要求，而导致系统目标无法实现或不能完全实现，卖方负全责。

3. 在质保期内，卖方将不定期地抽测各种测试项目，检查系统的可靠性和稳定性。

4. 在质保期内，由于卖方责任，设备安装调试三次以上不能达到合同规定要求，卖方

免费负责更换；对故障设备或材料，卖方免费负责修理好后送达用户。

5. 对于采购急需的货物卖方承诺采取其他有力措施以保证供货的及时性，因此所发生的所有费用由卖方自己承担。

7. 合同的生效

本合同经双方全权代表签署、加盖单位公章后生效。

(以下无正文)

买 方 (盖章):



2026 年 05 月 25 日

法定代表人或

授权代表(签字):

地 址: _____

电 话: _____

开户银行: _____

账 号: _____

卖 方 (盖章):



2026 年 05 月 25 日

法定代表人或

授权代表(签字):

地 址: 北京市昌平区崔村镇工业
园 99 号

电 话: 010-69806821

开户银行: 建行北京龙锦支行

账 号: 11050181810009000239

合同一般条款

1 定义

本合同中的下列术语应解释为：

- 1.1 “合同”系指买卖双方签署的、合同格式中载明的买卖双方所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成合同的其它文件。
- 1.2 “合同价”系指根据合同约定，卖方在完全履行合同义务后买方应付给卖方的价格。
- 1.3 “货物”系指卖方根据合同约定须向买方提供的一切设备、机械、仪表、备件，包括工具、手册等其它相关资料。“服务”系指根据合同约定卖方承担与供货有关的辅助服务，如运输、保险及安装、调试、提供技术援助、培训和其他类似的服务。
- 1.5 “买方”系指与成交供应商签属供货合同的单位（含最终用户）。具体在“合同特殊条款”中规定。
- 1.6 “卖方”系指根据合同约定提供货物及相关服务的成交供应商。具体在“合同特殊条款”中规定。
- 1.7 “现场”系指合同约定货物将要运至和安装的地点。具体在“合同特殊条款”中规定。
- 1.8 “验收”系指合同双方依据强制性的国家技术质量规范和合同约定，确认合同项下的货物符合合同规定的活动。

2 技术规范

- 2.1 提交货物的技术规范应与招标文件规定的技术规范和技术规范附件（如果有的话）及其报价文件的技术规范偏差表（如果被买方接受的话）相一致。若技术规范中无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

3 知识产权

- 3.1 卖方应保证买方在使用该货物或其任何一部分时不受第三方提出的侵犯专利权、著作权、商标权和工业设计权等的起诉。如果任何第三方提出侵权指控，卖方须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

4 包装要求

- 4.1 除合同另有约定外，卖方提供的全部货物，均采用本行业通用的方式进行包装，且该包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。包装应适应于远距离运输、防潮、防震、防锈和防粗暴装卸，确保货物安全无损，运抵现场。由于包装不善所引起的货物锈蚀、损坏和损失均由卖方承担。
- 4.2 每件包装箱内应附一份详细装箱单和质量合格证。

5 装运标志

5.1 卖方应在每一包装箱的四侧用不褪色的油漆以醒目的中文字样做出下列标记：

收货人：

合同号：

装运标志：

收货人代号：

目的地：

货物名称、品目号和箱号：

毛重 / 净重：

尺寸(长×宽×高以厘米计)：

5.2 如果货物单件重量在 2 吨或 2 吨以上，卖方应在每件包装箱的两侧用中文和适当的运输标记，标明“重心”和“吊装点”，以便装卸和搬运。根据货物的特点和运输的不同要求，卖方应在包装箱上清楚地标有“小心轻放”、“防潮”“勿倒置”等字样和其他适当的标志。

6 交货方式

6.1 交货方式一般为下列其中一种，具体在合同特殊条款中规定。

6.1.1 现场交货：卖方负责办理运输和保险，将货物运抵现场。有关运输和保险的一切费用由卖方承担。所有货物运抵现场的日期为交货日期。

6.1.2 工厂交货：由卖方负责代办运输和保险事宜。运输费和保险费由买方承担。运输部门出具收据的日期为交货日期。

6.1.3 买方自提货物：由买方在合同规定地点自行办理提货。提单日期为交货日期。

6.2 卖方应在合同规定的交货期天以前以电报或传真形式将合同号、货物名称、数量、包装箱件数、总毛重、总体积(立方米)和备妥交货日期通知买方。同时卖方应用挂号信将详细交货清单一式 6 份包括合同号、货物名称、规格、数量、总毛重、总体积(立方米)、包装箱件数和每个包装箱的尺寸(长×宽×高)、货物总价和备妥待交日期以及对货物在运输和仓储的特殊要求和注意事项通知买方。

6.3 在现场交货和工厂交货条件下，卖方装运的货物不应超过合同规定的数量或重量。否则，卖方应对超运部分引起的一切后果负责。

7 装运通知

7.1 在现场交货和工厂交货条件下的货物，卖方通知买方货物已备妥待运输后 24 小时之内，应将合同号、货名、数量、毛重、总体积(立方米)、发票金额、运输工具名称及装运日期，以电报或传真通知买方。

7.2 如因卖方延误将上述内容用电报或传真通知买方,由此引起的一切后果损失应由卖方负责。

8 保险

8.1 如果货物是按现场交货方式或工厂交货方式报价的,由卖方按照发票金额的 110% 办理“一切险”;如果货物是按买方自提货物方式报价的,其保险由买方办理。

9 付款条件

9.1 具体见“合同特殊条款”。

10 技术资料

10.1 合同项下技术资料(除合同特殊条款规定外)将以下列方式交付:

合同生效后天之内,卖方应将每台设备和仪器的中文技术资料一套,如目录索引、图纸、操作手册、使用指南、维修指南和 / 或服务手册和示意图寄给买方。

10.2 另外一套完整的上述资料应包装好随同每批货物一起发运。

10.3 如果买方确认卖方提供的技术资料不完整或在运输过程中丢失,卖方将在收到买方通知后的天内将这些资料免费寄给买方。

11 质量保证

11.1 卖方须保证货物是全新、未使用过的,并完全符合强制性的国家技术质量规范和合同规定的质量、规格、性能和技术规范等的要求。

11.2 卖方须保证所提供的货物经正确安装、正常运转和保养,在其使用寿命期内须具有符合质量要求和产品说明书的性能。在货物质量保证期之内,卖方须对由于设计、工艺或材料的缺陷而发生的任何不足或故障负责。

11.3 根据买方按检验标准自己检验结果或委托有资质的相关质检机构的检验结果,发现货物的数量、质量、规格与合同不符;或者在质量保证期内,证实货物存在缺陷,包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等,买方应尽快以书面形式通知卖方。卖方在收到通知后天内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。

11.4 如果卖方在收到通知后天内没有弥补缺陷,买方可采取必要的补救措施,但由此引发的风险和费用将由卖方承担。

11.5 除“合同特殊条款”规定外,合同项下货物的质量保证期为自货物通过最终验收起 12 个月。

12 检验和验收

12.1 在交货前,成交供应商应对货物的质量、规格、性能、数量和重量等进行详细而全面的检验,并出具证明货物符合合同规定的文件。该文件将作为申请付款单据的一部分,但

有关质量、规格、性能、数量或重量的检验不应视为最终检验。

12.2 货物运抵现场后,买方应在日内组织专家进行验收,并制作验收备忘录,签署验收意见并报同级政府采购监督管理部门备案。

12.3 买方在货物生产制造过程中将派专家进行监造,卖方有义务为买方监造人员行使监造权利提供方便。

12.4 对所供货物进行机械运转试验和性能试验时,成交供应商必须提前通知买方。

13 索赔

13.1 如果货物的质量、规格、数量、重量等与合同不符,或在第 11.5 规定的质量保证期内证实货物存有缺陷,包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等,买方有权根据有资质的权威质检机构的检验结果向卖方提出索赔(但责任应由保险公司或运输部门承担的除外)。

13.2 在根据合同第 11 条和第 12 条规定的检验期和质量保证期内,如果卖方对买方提出的索赔负有责任,卖方应按照买方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜:

13.2.1 在法定的退货期内,卖方应按合同规定将货款退还给买方,并承担由此发生的一切损失和费用,包括利息、银行手续费、运费、保险费、检验费、仓储费、装卸费以及为保护退回货物所需的其它必要费用。如已超过退货期,但卖方同意退货,可比照上述办法办理,或由双方协商处理。

13.2.2 根据货物低劣程度、损坏程度以及买方所遭受损失的数额,经买卖双方商定降低货物的价格,或由有权的部门评估,以降低后的价格或评估价格为准。

13.2.3 用符合规格、质量和性能要求的新零件、部件或货物来更换有缺陷的部分或 / 和修补缺陷部分,卖方应承担一切费用和 risk 并负担买方所发生的一切直接费用。同时,卖方应按合同第 11 条规定,相应延长修补或更换件的质量保证期。

13.3 如果在买方发出索赔通知后天内,卖方未作答复,上述索赔应视为已被卖方接受。如卖方未能在买方提出索赔通知后天内或买方同意的更长时间内,按照本合同第 13.2 条规定的任何一种方法解决索赔事宜,买方将从合同款或从卖方开具的履约保证金保函中扣回索赔金额。如果这些金额不足以补偿索赔金额,买方有权向卖方提出不足部分的补偿。

14 迟延交货

14.1 卖方应按照“本合同后附表格”中买方规定的时间表交货和提供服务。

14.2 如果卖方无正当理由迟延交货,买方有权提出违约损失赔偿或解除合同。

14.3 在履行合同过程中,如果卖方遇到不能按时交货和提供服务的情况,应及时以书面形式将不能按时交货的理由、预期延误时间通知买方。买方收到卖方通知后,认为其理由正当的,可酌情延长交货时间。

15 违约赔偿

15.1 除合同第 16 条规定外，如果卖方没有按照合同规定的时间交货和提供服务，买方可要求卖方支付违约金。违约金按每周迟交货物或未提供服务交货价的 0.5% 计收。但违约金的最高限额为迟交货物或没有提供服务的合同价的 5%。一周按 7 天计算，不足 7 天按一周计算。如果达到最高限额，买方有权解除合同。

16 不可抗力

16.1 如果双方中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。

16.2 受事故影响的一方应在不可抗力的事故发生后尽快书面形式通知另一方，并在事故发生后的 5 天内，将有关部门出具的证明文件送达另一方。

16.3 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商在日内达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

17 税费

17.1 与本合同有关的一切税费均适用中华人民共和国法律的相关规定。

18 合同争议的解决

18.1 因合同履行中发生的争议，可通过合同当事人双方友好协商解决。如自协商开始之日起 15 日内得不到解决，双方应将争议提交同级政府采购办公室调解。调解不成的，可申请北京仲裁委员会进行仲裁或向人民法院提起诉讼。

18.2 仲裁裁决为最终裁决，当事人一方在规定时间内不履行仲裁机构裁决的，另一方可以申请人民法院强制执行。

18.3 仲裁费用和诉讼费用除仲裁机构或法院另有裁决外，应由败诉方负担。

19 违约解除合同

19.1 在卖方违约的情况下，买方经同级政府采购监督管理机关审批后，可向卖方发出书面通知，部分或全部终止合同。同时保留向卖方追诉的权利。

19.1.1 卖方未能在合同规定的限期或买方同意延长的限期内，提供全部或部分货物的；

19.1.2 卖方未能履行合同规定的其它主要义务的；

19.1.3 买方认为卖方在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为的。

19.1.3.1 “腐败行为”和“欺诈行为”定义如下：

19.1.3.1.1 “腐败行为”是指提供/给予/接受或索取任何有价值的东西来影响买方在合同签订、履行过程中的行为。

19.1.3.1.2 “欺诈行为”是指为了影响合同签订、履行过程，以谎报事实的方法，损害

买方的利益的行为。

19.2 在买方根据上述第 19.1 条规定，全部或部分解除合同之后，应当遵循诚实信用原则，以政府采购监督管理部门同意的方式，购买与未交付的货物类似的货物或服务，卖方应承担买方购买类似货物或服务而产生的额外支出。部分解除合同的，卖方应继续履行合同中未解除的部分。

20 破产终止合同

20.1 如果卖方破产或无清偿能力时，买方经报同级政府采购监督管理部门审批后，可在任何时候以书面通知卖方，提出终止合同而不给卖方补偿。该合同的终止将不损害或不影响买方已经采取或将要采取任何行动或补救措施的权利。

21 转让和分包

21.1 政府采购合同不能转让。

21.2 经买方和同级政府采购监督管理部门事先书面同意卖方可以将合同项下非主体、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。分包后不能解除卖方履行本合同的责任和义务，接受分包的人与卖方共同对买方连带承担合同的责任和义务。

22 合同修改

22.1 买方和卖方都不得擅自变更本合同，但合同继续履行将损害国家和社会公共利益的除外。如必须对合同条款进行改动时，当事人双方须共同签署书面文件，做为合同的补充，并报同级政府采购监督管理部门备案。

23 通知

23.1 本合同任何一方给另一方的通知，都应以书面形式发送，而另一方也应以书面形式确认并发送到对方明确的地址。

24 计量单位

24.1 除技术规范中另有规定外，计量单位均使用国家法定计量单位。

25 适用法律

25.1 本合同应按照中华人民共和国的法律进行解释。

26 履约保证金：

26.1 无

27 合同生效和其它

27.1 政府采购项目的采购合同内容的确定应以招标文件和投标文件为基础，不得违背其实质性内容。政府采购项目的采购合同自签订之日起 2 个工作日内，采购人将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。合同将在双方签字盖章并由卖方递交履约保证金后开始生效。

27.2 本合同一式6份，具同等法律效力。买方执 4 份，卖方执 2 份。

合同特殊条款

合同特殊条款是合同一般条款的补充和修改。如果两者之间有抵触，应以特殊条款为准。
合同特殊条款的序号将与合同一般条款序号相对应。

1 定义

- 1.1 买方：本合同买方系指：北京市工贸技师学院。
- 1.2 卖方：本合同卖方系指 北京青云佳业科技有限公司。
- 1.3 现场：本合同项下的货物安装和运行地点买方指定地点：北京市工贸技师学院沙河校区。

2 交货方式

- 2.1 本合同项下的货物交货方式为：现场交货。

3 付款条件

- 3.1 货款支付：合同签订后 7 个工作日，买方向卖方支付合同金额的 50%，同时卖方提供等额发票。项目验收合格后 7 个工作日，买方向卖方支付合同金额的 40%，同时卖方提供等额发票。验收通过满一年时，买方向卖方支付合同金额的 10%同时卖方提供等额发票。
- 3.2 技术资料：卖方应提供买方所需的相关技术资料（图纸、点位图、系统图、说明书等）。

4、质量保证：

- 4.1 卖方在收到通知后3天内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。
- 4.2 如果卖方在收到通知后3天内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，但风险和费用将由卖方承担。
- 4.3 合同项下货物的质量保证期为自货物通过最终验收起60个月。

5、 检验和验收：根据相关的国家标准和买方的需求

6、 索赔：

- 6.1 索赔通知期限：15天。

7、 不可抗力：

- 7.1 不可抗力通知送达时间：事故发生后3天内。

8、 转让和分包

8.1 政府采购合同不能转让。

9、合同争议的解决：

因合同履行中发生的争议，可通过合同当事人双方友好协商解决。协商不成的，可向买方所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

产品规格

序号	货物名称	型号	规格
1	网络推广实践教学软件	[网络推广理实一体化软件](软件版本号:[V1.0], 登记号:[2023SR0972081])	网络推广实践教学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,同时在实训任务中配套微课、课件、实操视频等学习资源,辅助学生掌握网络推广技能,全面提高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。 一、技术要求 1、系统采用 asp.net 语言开发、B/S 架构,支持最新的 HTML5 标准,兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统采用前后端分离的架构模式,降低系统耦合度,减小服务器压力。 3、系统引入缓存机制,避免数据的重复创建、处理和传输,可有效提高性能。 4、系统前端采用流行的 Html5 框架 BootStrap、jquery 等,实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局,实现 B/S 平台多终端适应。 5、系统支持主流数据库,如: SQL Server。数据库使用索引,保证数据库数据的唯一性,提高数据的搜索及检索速度,提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制,如:防 SQL 注入、敏感数据加密处理。 二、内容要求 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。搜索引擎推广包含标准推广计划和智能推广计划。推广计划包含新建推广计划、建立推广单元、新建人群标签、管理关键词、添加创意和设置计划消耗上限6个方面。智能推广计划包含新建推广计划、管理关键词、管理商品、设置计划消耗上限4个方面。 资金是保证网络营销活动正常运行的前提,学生需要根据推广资金预算、店铺内商品的详细信息等为商品分配推广方式,即判定商品适合标准推广计划还是智能推广计划,初步制定推广计划后,要为推广计划设置日限额、投放时间、投放地域等。 2、每个店铺内的商品不能少于6个。

		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。 三、功能要求 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。包括设置推广计划组、设置推广计划、人群定向、资源位添加与出价等操作。 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。 （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) 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。 (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。 (7) 可以设置关键词的匹配方式为精准匹配和广泛匹配。 (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。 (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。 (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。 (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。 (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。 (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。 (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。 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 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。 (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—微博等不少于 7 个资源位。 (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。 (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。 (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。
--	--	--

		(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。 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铺宝贝。 9、系统采用临时保存机制, 避免学生在实训过程中因为失误造成的错误。 10、系统应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。 11、系统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。 12、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。 13、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。 14、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。 15、系统支持学情分析管理功能, 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。 16、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。
--	--	---

2	网店运营实践教学软件	[网店运营实训系统](软件版本号:[V1.0], 登记号[2019SR1228477])	网店运营实践教学软件是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, 全面考察学生的网络营销能力、网店运营能力以及团队合作能力。 二、功能要求 1、网店运营实训系统应基于 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、系统应设置店长、推广专员、运营主管和财务主管四个角色。 #3、系统应由系统担当买家, 形成基于购买行为的数据魔方, 包含市场需求数据和关键词数据, 避免人为的主观判定因素, 构建数据分析与运营推广的闭环。 #4、系统中市场需求数据应包括期初 4 类以及以后的十几类商品在至少 15 个城市中四种人群的需求数量和市场平均价格; 关键词数据应提供买家搜索的关键词展现量、点击量、点击率、转化量、转化率、平均点击单价、搜索相关性等信息。 #5、系统应根据网店运营的实际流程设计实训任务, 实训任务包括: 办公场所设立、配送中心设立、店铺开设、网店装修; 采购商品、商品入库; 商品发布后, 系统需设置搜索引擎优化 (SEO) 任务, 让卖家可以获取尽可能多的自然流量, 系统需设置关键词竞价 (SEM) 推广和 SEM 管理任务, 让卖家获取尽可能多的付费流量; 系统需设置团购、秒杀、套餐、促销、站外推广等典型任务, 提升转化率; 系统需设置订单分发、物流选择、货物出库和货物签收等实训任务, 以便卖家合理配送商品, 结算资金; 系统应设置财务相关实训任务, 以便让卖家合理规划资金需求, 控制成本, 分析财务指标, 调整经营策略, 创造最大利润。 其中: 采购实训根据相关岗位所需职业素质及核心职业能力, 分析职业岗位的工作过程, 归类整合职业行动能力, 提炼出采购投标和商品入库两个典型工作任务。在实训平台中, 学生可以根据数据魔方提供的数据, 制定采购投标方案; 根据采购中标的结果进行商品入库, 同时系统支持分仓入库以及不同仓库之间的调拨功能。推广实训的设计主要依据是网络营销的相关实战内容, 主要包括商品发布、SEO 优化、SEM 推广、SEM 管理、团购、秒杀、套餐、促销以及站外推广。运营操作主要包括订单的分发、物流选择、货物出库以及货物签收等功能。财务实训中学生可以进行的操作有: 应收/应付账款、短贷/还本付息、支付工资、支付相关费用、交税、长贷/还本付息、关账。 6、系统针对 SEO 应设置最多 7 个优化标题关键词与买家搜索的关键词进行匹配的方式。 7、系统可以针对每个商品设置多个推广组, 并能针对不同关键词设定不同的竞价价格以更好的达到 SEM 推广效果。
---	------------	--	---

			8、系统针对站外推广应设计通过央视、网络广告联盟、百度竞价排名等渠道来获取流量的实训任务。 #9、系统应设置相关的辅助工具,包括:店铺管理、员工管理、库存管理、媒体中标信息、采购中标信息、物流路线查询、物流折扣管理、排行榜、企业信息等。 #10、应设置相关的经营分析内容,包括:现金流量表、财务报表、市场占有率、订单汇总统计、进店关键词分析等。
3	软件资源包	中教畅享定制开发	网络推广实践教学拓展资源包根据店铺的经营目标和市场调研结果,明确网店活动的具体目标,如提高销售额、增加粉丝数量、提升品牌知名度等真实工作场景设计项目案例,不同于传统课堂枯燥的理论知识学习,每一个任务和案例都是丰富而有趣的:生动的任务背景,增强学生的任务代入感;明确的任务目标和任务要求,增强学生完成任务的驱动力;清晰的任务说明及步骤提示,为学生提供任务流程指导和进度提示;丰富的资源类型,为学生的实操演练提供资源;不同任务场景训练,培养学生善于思考、总结的学习习惯,进一步巩固学习成果,在训练中提升学生的网络推广的问题处理能力,直接对接企业人才技能要求。主要涉及的工作领域和具体技能教学目标,主要涉及的工作领域和具体技能教学目标如下: 1、项目一:情景创设,通过案例学习,学生能通过情景创设学生可以对整个网店运营推广任务有大体的了解,便于学生初步制定网店推广运营计划。 2、项目二:推广中心,通过案例学习,学生能针对上一周期的推广结果及时调整和优化当前推广策略。 3、项目三:数据分析,通过案例学习,学生能根据任务不同分别提供了店铺宝贝、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功能。 4、项目四:搜索引擎推广,通过案例学习,学生能根据要求完成标准推广计划和智能推广计划。 5、项目五:推荐引擎推广,通过案例学习,学生能为CPC、CPM两种付费方式,包括设置推广计划组、设置推广计划、人群定向、资源位添加与出价等操作。 6、项目六:搜索引擎优化,通过案例学习,学生能结合标题撰写原则进行标题关键词的添加、删除、组合,完成任务要求的商品标题优化。 7、课程资源包包含案例20个,教学视频17个,教学素材17个,动画10个,图片50张,题库200道。 网店运营实践教学拓展资源包以企业网上店铺的运营与推广为重点,以真实电子商务企业经营流程和业务场景为基础打造项目案例,利用案例传达实际工作场景、设施设备、工具材料、工作对象等要素,方便学生按照工作过程、操作标准进行更具体验感的学习,实现《网店运营数据化

			决策》课程目标、课程内容、课程组织与实施的重构与升级。拓展资源包以冗余的颗粒化素材资源为基础，搭建标准化课程及相应的模块化课程，建成以软件为主要载体，以实训为主要活动的理实一体化课程体系。主要涉及的工作领域和具体技能教学目标如下： 工作领域 技能教学目标 1、模块一：开店 结合真实企业案例和数据，让学生掌握开店技能，包括办公场所的设立、配送中心的设立、C 店和 B 店的开设以及装修。 2、模块二：采购 案例提炼企业真实采购业务的场景，学生通过案例学习掌握制定采购投标方案、根据采购中标的结果进行商品入库以及不同仓库之间的调拨等技能。 3、模块三：推广 通过创设的业务背景和经营需求，结合提供的店铺、商品等数据，让学会通过案例学习，掌握针对某种商品的发布、SEO 优化、SEM 推广、SEM 管理、团购、秒杀、套餐、促销以及站外推广。 4、模块四：运营 运营操作主要通过真实案例教学，让学生掌握包括订单的分发、物流选择、货物出库以及货物签收等技能。 5、模块五：财务 通过学习案例中真实情境下的财务操作，让学生掌握应收/应付账款、短贷/还本付息、支付工资、支付相关费用、交税、长贷/还本付息、关账等财务技能。 6、课程资源包含课程案例 20 个，教学视频 19 个，动画 15 个，教学素材 10 个，图片 50 张，题库 200 道。
--	--	--	--

中标通知书

北京青云佳业科技有限公司：

在我公司组织的（教育教学改善）电子商务专业数据化推广与运营实训资源建设项目（项目编号：0686-2611QF034289Z）公开招标中，经评标委员会评审，采购人确定贵公司为中标单位，中标金额为人民币 622,600.00 元。

请贵公司接此中标通知后按规定与买方签订采购合同。

特此通知。

北京国际贸易有限公司
二〇二六年四月二十七日

91110114MA00EJGT4G

啡业执照

[illegible]

类型 有 限 责 任 公 司 (自 然 人 投 资 或 控 股)

法定代表人 戴永秀

經 理 范 國

注册资本 167 万元

成立日期 2017年05月15日

住所 北京市昌平区崔村镇工业路99号

霍昌科技(集团)有限公司院内(集团注册)

大机比算

2025年09月17日

区市场监督局

7101140393732

具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准) (不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

[illegible]

国家市场监督管理总局

廉洁从业责任书

甲方：北京市工贸技师学院

乙方：北京青云佳业科技有限公司

为规范甲乙双方的交易行为，维护公平竞争，预防商业贿赂，根据国家有关法律法规，经双方协商一致，共同遵守如下约定：

第一条 甲方及其人员的责任

（一）不得索要或接受乙方及其相关单位、人员提供的折扣费、中介费、佣金、礼金、有价证券、支付凭证、贵重物品等利益。

（二）不得在乙方及其相关单位报销任何应由甲方或个人支付的费用。

（三）不得违反规定在乙方及其相关单位投资入股、合伙经营，不得向乙方单位及人员借款或委托买卖股票、债券等。

（四）不得要求、暗示和接受乙方及其相关单位和个人为其购买、租赁或装修住房、婚丧嫁娶、配偶和子女的工作安排或上学以及出国（境）、旅游等提供方便或利益。

（五）不得参加乙方及其相关单位、个人安排的可能影响公平交易的宴请、健身、娱乐等活动。

（六）不得接受、占用或以明显低于市场价格购买、租用乙方及其相关单位和个人提供的通讯设备、交通工具和高档办公用品。

（七）不得通过乙方及其相关单位、个人为其配偶、子女及其他特定关系人谋取不正当利益。

（八）不得违反规定在乙方或乙方相关单位兼职和领取兼职工资及报酬；不得利用甲方的商业秘密谋取个人私利，或将其提供泄露给乙方或其它企业和个人。

第二条 乙方及其人员的责任

（一）严格遵守甲方供应商管理有关规定，严格履行与甲方的合同（或协议）。

（二）不得向甲方及其人员提供折扣费、中介费、佣金、礼金、有价证券、支付凭证、贵重物品等利益。

（三）不得为甲方及其人员报销应由甲方或个人支付的费用。

（四）不得为甲方人员投资入股、个人借款或买卖股票、债券等提供方便或利益。

(五)不得为甲方人员购买、租赁或装修住房、婚丧嫁娶、配偶子女上学或工作安排以及出国(境)、旅游等提供方便或利益。

(六)不得为甲方人员安排有可能影响公平交易的宴请、健身、娱乐等活动。

(七)不得为甲方及其人员购买或以明显低于市场价值提供通讯工具、交通工具和高档办公用品。

(八)不得为甲方工作人员的配偶、子女及其他特定关系人谋取不正当利益提供方便。

(九)不得违反规定安排甲方人员在乙方或乙方相关企业兼职和领取兼职工资及报酬;不得向甲方人员打探涉及甲方的商业秘密。

(十)甲方对涉及不廉洁的商业行为进行调查时,乙方有配合甲方提供证据、作证的义务。

第三条 违约责任

(一)甲方及其人员有违反本责任书第一条规定的,依据有关法律法规和规定给予有关人员纪律处分或组织处理;涉嫌犯罪的,移交司法机关追究其刑事责任。

(二)乙方及其人员有违反本责任书第二条规定的,根据情节和后果,甲方除有权要求乙方赔偿由此造成的甲方损失外,还将在甲方供应商范围内给予通报,并做出限制或禁止与其交易的处理;涉嫌犯罪的,报请司法机关追究其刑事责任。

第四条 本责任书经双方签署加盖公章后生效,有效期与主合同一致。

甲乙双方签订交易合同(或协议)的,本责任书作为交易合同(或协议)附件,与交易合同(或协议)具有同等法律效力;未签订交易合同(或协议)的,本责任书独立有效。

第五条 甲乙双方及其人员在交易互动完成后,发生或发现违反本责任书规定行为的,按本责任书约定处理。

第六条 本责任书一式肆份,甲乙双方各执两份,具有同等法律效力。

甲方单位(盖章)

法定代表人或
或授权委托人:

乙方单位(盖章)

法定代表人或
授权委托人:

日期: 2016.5.25

日期: 2016.5.25

货物运送安全协议

甲 方： 北京市工贸技师学院

乙 方： 北京青云佳业科技有限公司

根据《中华人民共和国安全生产法》等有关安全工作的法律法规要求，在甲乙双方签订的购销合同基础上，经双方协商一致，签订以下安全协议：

一、甲方安全责任：

- 1、甲方负责制订学院安全生产规章制度和操作规程并告知乙方，负责对乙方相关资质进行审核并备案。
- 2、甲方负责对乙方进行安全教育，乙方负责自己内部安全教育，甲方有权要求乙方必须严格遵守安全生产法律、法规、标准、安全生产规章制度和操作规程，熟练掌握事故防范措施和事故应急处理预案。
- 3、甲方要对乙方的安全工作进行检查、监督。
- 4、甲方要对乙方人员不符合甲方工作要求的行为提出整改意见。

二、乙方安全责任

- 1、乙方工作人员进入甲方区域后，要严格遵守甲方各项安全管理制度。
- 2、乙方根据甲方指定的停车地点停放运输车辆，在物品装卸、搬运作业中，严格按操作规程执行。
- 3、乙方在使用电梯运送货物时，要严格电梯使用规范，严禁超重超载。
- 4、乙方进入到甲方校区，其运输车辆及人员需听从甲方管理人员指挥，要礼让行人。
- 5、乙方运输车辆作业完毕后须及时驶离甲方校区，禁止在校区长时

已审核

间停放。

6、乙方运输车辆的维修、保养、更换零部件、清洗等需到校区以外地方进行，严禁在校区内完成以上作业。

7、乙方人员严禁在校区内吸烟、饮酒、打闹等。

8、乙方进出甲方校区的运输车辆需匀速慢行，时速不得大于5公里/小时，并在校区大门口主动停车，接受检查。

9、乙方运输车辆进出校区时，必须接受门卫或相关负责人的检查，司机及押运员应主动出示派车单和相关证件，经门卫或相关负责人核实无误后放行。

10、乙方运输车辆必须配备随车消防器材，随车的消防设备设施应保持良好使用状态。

11、乙方应严格执行以上各项条款，因乙方未履行而造成各项损失，由乙方承担相应责任。

三、本协议书一式四份，甲乙双方各执两份。

四、本协议自甲乙双方签字盖章后生效，有效期与甲乙双方签订的购销合同有效期相同。



甲方（盖章）：

负责人（签字）：



乙方（盖章）：

负责人（签字）：



签约时间：2026年5月25日

签约时间：2026年5月25日

已审核