



**国金招标**  
CHINA FINANCE TENDERING

**双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-消费品数字化运营实践中心建设**

# **招标文件**

**项目名称：双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-消费品数字化运营实践中心建设**

**项目编号/包号：CFTC-BJ01-25011068**

**采购人：北京财贸职业学院**

**采购代理机构：国金招标有限公司**

**2025年11月**

## 温馨提示：投标人投标特别注意事项

**一、** 请投标人特别留意招标文件上注明的投标截止和开标时间，逾期送达的投标文件，采购人或采购代理机构恕不接收。因此，请投标人适当提前到达开标会议室。**提交投标文件开始时间为投标截止时间前半小时。**

**二、** 投标保证金用于保护本次招标免受投标人的行为而引起的风险，为本次投标的必要组成部分，建议投标人仔细阅读招标文件中关于投标保证金的描述。以银行转账方式交纳投标保证金的，必须于**投标截止时间前到达指定账户**，以到达指定账户的时间为准。因转账当天不一定能够到达指定账户，为避免因投标保证金未到达指定账户而导致投标被拒，建议**至少提前 2 个工作日转账**。以银行保函形式交纳投标保证金的，《银行保函》复印件（加盖公章）放入投标文件的商务部分中，原件放入“**投标保证金**”信封中。

**三、** 招标文件中标有“**★**”的条款，投标人必须一一响应。若有一项带“**★**”的指标要求未响应或不满足，其投标将按无效投标处理。

**四、** 请正确填写《开标一览表》，如含有包组的投标项目建议分开报价，报价要求详见招标文件《开标一览表》。

**五、** 请仔细检查《资格声明函》、《投标函》、《开标一览表》、《分项报价表》、《法定代表人证明书》、《法定代表人授权委托书》等重要格式文件是否有按要求盖章、签字（或盖印鉴）。

**六、** 建议将投标文件按目录格式顺序编制页码。

**七、** 分公司作为投标人的，须提供具有法人资格的总公司的营业执照副本复印件及授权书。总公司可就本项目或此类项目在一定范围或时间内出具唯一的投标授权书。法律法规或者行业另有规定的除外。

**八、** 已缴纳投标保证金但决定不参加投标的潜在投标人请于**投标截止时间前两个工作日**以书面形式通知采购代理机构，以便及时退还投标保证金。

**九、** 投标人请注意区分**投标保证金及招标代理服务费收款账号**的区别，务必将保证金按招标文件的要求存入指定的保证金专用账户（北京银行），招标代理服务费存入中标通知书中指定的服务费账户（民生银行）。切勿将款项转错账户，以免影响保证金缴纳、退还的时效。

（本提示内容非招标文件的组成部分，仅为善意提醒。如有不一致，以招标文件为准。）

我公司地址：

导航搜索：北京市朝阳区东三环南路甲 52 号顺迈金钻国际商务中心 9 层 9C 国金招标

## 目 录

<b>第一章</b>	<b>投标邀请</b>	1
<b>第二章</b>	<b>投标人须知</b>	6
<b>第三章</b>	<b>资格审查</b>	20
<b>第四章</b>	<b>评标程序、评标方法和评标标准</b>	22
<b>第五章</b>	<b>采购需求</b>	30
<b>第六章</b>	<b>拟签订的合同文本</b>	84
<b>第七章</b>	<b>投标文件格式</b>	94

# 第一章 投标邀请

## 一、项目基本情况

1. 项目编号: 11000025210200147952-XM002
2. 项目名称: 双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-消费品数字化运营实践中心建设

3. 项目预算金额: 502 万元、 项目最高限价(如有):502 万元

4. 采购需求:

包号	标的名称	简要技术需求或服务要求
01	视觉营销AI设计实训平台等, 详见招标文件第五章	视觉营销AI设计实训平台总体要求: 要求系统架构按照大型分布式架构设计, 支持高并发, 高可用的业务需求。使用微服务框架, 实现系统模块灵活配置, 数据动静分离等, 详见招标文件第五章。

5. 合同履行期限: 签订合同之日起至双方权利义务履行完毕止

6. 本项目是否接受联合体投标: 是 否。

## 二、申请人的资格要求(须同时满足)

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:

2.1 中小企业政策

本项目专门面向中小企业预留采购份额;

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求(如有): 无

3. 本项目的特定资格要求:

1) 供应商不得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。

2) 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, 不得

同时参加本项目同一分包的政府采购活动。

3) 为本项目提供整体设计或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得参加本次政府采购活动。

4) 本项目是否接受分支机构参与响应：否；

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

否

是， 公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织，不得作为承接主体；

3.2 其他特定资格要求：无。

### 三、获取招标文件

1. 时间：2025年11月18日至2025年11月25日，每天上午9:00至12:00，下午12:00至17:00(北京时间，法定节假日除外)。

2. 地点：北京市政府采购电子交易平台

3. 方式：投标人使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台（<http://zbcg-bjzc.zhongcy.com/bjczj-portal-site/index.html#/home>）获取电子版招标文件。

4. 售价：0元。

### 四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2025年12月9日9点30分(北京时间)。

地点：北京市朝阳区东三环南路甲52号顺迈金钻国际商务中心9层9C会议室。

### 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. 本项目需要落实的政府采购政策：

《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）；  
《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号）；  
《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）；  
《在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125号）；  
《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19号）；  
《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）；  
《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）。

## 2. 本项目注意事项：

本项目采用电子化与线下流程结合采购方式（线上获取电子招标文件，线下递交纸质投标文件），请投标人认真学习北京市政府采购电子交易平台发布的相关操作手册（投标人可在交易平台下载相关手册），办理CA数字证书或电子营业执照、进行北京市政府采购电子交易平台注册绑定，并认真核实CA数字证书或电子营业执照情况确认是否符合本项目采购流程要求。

CA数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

### 2.1 办理CA数字证书或电子营业执照

投标人登录北京市政府采购电子交易平台查阅“用户指南”——“操作指南”——“市场主体CA办理操作流程指引”/“电子营业执照使用指南”，按照程序要求办理。

### 2.2 注册

投标人登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”一“操作指南”一“市场主体注册入库操作流程指引”进行自助注册绑定。

#### 2.3 驱动下载

投标人登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”一“工具下载”一“招标采购系统文件驱动安装包”下载相关驱动。

#### 2.4 获取电子招标文件

投标人使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台获取电子招标文件。

3. 公告发布媒体：中国政府采购网、北京市政府采购网。

4. 项目编号：CFTC-BJ01-25011068（编制投标文件时使用此编号）

5. 关于本项目如有澄清或更正，请关注下载招标文件时投标单位所填写的邮箱。

6. 评分方法和标准：综合评分法。

7. 投标人须于开标当日的投标截止时间前递交投标文件。

### **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：北京财贸职业学院

地址：北京市通州区北关大街88号

联系电话：刘老师 010-89532092

#### 2. 采购代理机构信息

名称：国金招标有限公司

地址：北京市朝阳区东三环南路甲52号顺迈金钻国际商务中心9层9C

联系方式：王佳乐、杨振豪、孙涛、王树凡、刘晓红、刘思雨、张含勇

电话：010-53681306/1309、010-52133055、13552541378

### 3. 项目联系方式

项目联系人：王佳乐、杨振豪

联系电话：010-53681306/1309、010-52133055、13552541378

## 第二章 投标人须知

### 投标人须知资料表

本表是对投标人须知的具体补充和修改，如有矛盾，均以本资料表为准。标记“”的选项意为适用于本项目，标记“”的选项意为不适用于本项目。

条款号	条目	内容				
2.2	项目属性	项目属性: <input type="checkbox"/> 服务 <input checked="" type="checkbox"/> 货物				
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否				
2.4	核心产品	<input type="checkbox"/> 关于核心产品本项目_包不适用。 <input type="checkbox"/> 本项目_包为单一产品采购项目。 <input checked="" type="checkbox"/> 本项目为非单一产品采购项目，核心产品为：视觉营销AI设计实训平台。				
3.1	现场考察	<input checked="" type="checkbox"/> 不组织 <input type="checkbox"/> 组织，考察时间：____年____月____日____点____分 考察地点：_____。				
	开标前答疑会	<input checked="" type="checkbox"/> 不召开 <input type="checkbox"/> 召开，召开时间：____年____月____日____点____分 召开地点：_____。				
4.1	样品	投标样品递交： <input checked="" type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 需要，具体要求如下： (1) 样品制作的标准和要求：_____； (2) 是否需要随样品提交相关检测报告： <input type="checkbox"/> 不需要 <input type="checkbox"/> 需要 (3) 样品递交要求：_____； (4) 未中标人样品退还：_____； (5) 中标人样品保管、封存及退还：_____； (6) 其他要求(如有)：_____。				
5.2.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业： <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">包号</td> <td style="width: 50%;">标的名称</td> <td style="width: 25%;">中小企业划分标准所属行业</td> </tr> </table>		包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业				

		01 视觉营销AI设计实训平台等 , 详见招标文件第五章	工业
11.2	投标报价	<p>投标报价的特殊规定:</p> <p><input type="checkbox"/> 无</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 有, 具体情形:</p> <p>(1) 投标人的报价不得超过采购项目预算金额, 否则将被作为无效投标处理。</p> <p>(2) 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, 将被作为无效投标处理。</p>	
12.1	投标保证金	<p>投标保证金金额: 50,000.00元 (伍万元整) ;</p> <p>投标保证金收受人信息: 公司名称: 国金招标有限公司 账 号: 20000034139900038022284 开 户 行: 北京银行九龙山支行营业部。 <b>转账时请备注“财贸消费品保证金”</b></p> <p>投标保证金形式: <u>支票、汇票、本票、网上银行支付、金融机构或担保机构出具的保函等非现金形式</u></p> <p>投标保证金提交截止时间: <u>投标人应在投标截止时间前按招标文件规定的金额、形式等, 将投标保证金交到国金招标有限公司 (采用电汇或网上银行支付的, 须在投标截止时间前到账)</u></p>	
12.7.2		<p>投标保证金可以不予退还的其他情形:</p> <p><input type="checkbox"/> 无</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 有, 具体情形:</p> <p>(1) 在投标有效期内, 供应商擅自撤销投标的;</p> <p>(2) 中标人不按规定与采购人签订合同的;</p> <p>(3) 中标人不按规定提交履约保证金的;</p> <p>(4) 中标人擅自放弃中标的。</p>	
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算90日历天。	
	投标文件份数 (各包分别提供)	<p>开标一览表一份、投标保证金缴纳凭证一份、投标人资格证明文件 (一正五副)、商务技术文件 (一正五副)、电子版文件一份。</p> <p>(投标人递交的电子版文件必须为签字盖章后的正本扫描件+可编辑版word文档, 包含纸质投标文件全部内容, 存储载体为U盘, 不退。 (为了方便区分各投标人, 请在U盘表面粘贴单位标识, 如: 项目编号后三位+包号+投标人简称)</p> <p>为了方便评标委员会评审, 投标人需在投标文件书脊位置写明: 项目名</p>	

		称、投标人名称（资格证明文件页数过少的，可不制作书脊）。
22.1	确定中标人	<p>中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>否</p> <p><input type="checkbox"/>是</p> <p>中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者为中标人</p> <p><input type="checkbox"/>随机抽取</p>
25.5	分包	<p>本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>不允许</p> <p><input type="checkbox"/>允许，具体要求：</p> <p>(1) 可以分包履行的具体内容：</p> <p>(2) 允许分包的金额或者比例：</p> <p>(3) 其他要求：</p>
26.1.1	询问	询问送达形式： <u>以书面形式送至我司地址。</u>
26.3	联系方式	<p>接收询问和质疑的联系方式</p> <p>联系部门：国金招标有限公司招标部；</p> <p>联系电话：010-53681306；</p> <p>通讯地址：北京市朝阳区东三环南路甲52号顺迈金钻国际商务中心9层9C。</p>
27	代理费	<p>收费对象：</p> <p><input type="checkbox"/>采购人</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>中标人</p> <p>收费标准：参考《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格〔2002〕1980号）文中的“差额定率累进”计费方式收取，并依据《政府采购代理机构管理暂行办法》（财库〔2018〕2号）的相关规定向中标人收取；</p> <p>缴纳时间： <u>领取中标通知书时</u>。</p>

## 投标人须知

### 一 说明

#### 1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。

1.2 投标人（也称“供应商”“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。

1.3 联合体：指两个以上的自然人、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。

#### 2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

2.1 资金来源为财政性资金和/或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 项目属性见《投标人须知资料表》。

2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。

2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

#### 3 现场考察、开标前答疑会

3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的时间和地点参加。

3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

#### 4 样品

4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。

4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

#### 5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

##### 5.1 采购本国货物、工程和服务

5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》第十条规定情形的除外。

5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采购需求》。

5.1.3 进口产品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，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

##### 5.2 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

### 5.2.1 中小企业定义：

5.2.1.1 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。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》《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）、《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）、《金融业企业划型标准规定》（〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

### 5.2.1.2 供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受中小企业扶持政策：

- (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；
- (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；
- (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。

5.2.1.3 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，不享受中小企业扶持政策。

5.2.1.4 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。

5.2.2 在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。监狱企业定义：是指由司法部认定的为罪犯、戒毒人员提供生产项目和劳动对象，且全部产权属于司法部监狱管理局、戒毒管理局、直属煤矿管理局，各省、自治区、直辖市监狱管理局、戒毒管理局，各地（设区的市）监狱、强制隔离戒毒所、戒毒康复所，以及新疆生产建设兵团监狱管理局、戒毒管理局的企业。

5.2.3 在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。残疾人福利性单位定义：享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

5.2.3.1 安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；

5.2.3.2 依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

5.2.3.3 为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

5.2.3.4 通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

5.2.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利

性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；

5.2.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1至8级）》的自然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.2.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.2.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

5.2.6 小微企业价格评审优惠的政策调整：见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.3 政府采购节能产品、环境标志产品

5.3.1 政府采购节能产品、环境标志产品实施品目清单管理。财政部、发展改革委、生态环境部等部门根据产品节能环保性能、技术水平和市场成熟程度等因素，确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别及所依据的相关标准规范，以品目清单的形式发布并适时调整。依据品目清单和认证证书实施政府优先采购和强制采购。

5.3.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《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）。

5.3.3 如本项目采购产品属于实施政府强制采购品目清单范围的节能产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则投标无效；

5.3.4 非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》（如涉及）。

5.4 正版软件

5.4.1 各级政府部门在购置计算机办公设备时，必须采购预装正版操作系统软件的计算机产品，相关规定依据《国家版权局、信息产业部、财政部、国务院机关事务管理局关于政府部门购置计算机办公设备必须采购已预装正版操作系统软件产品的通知》（国权联〔2006〕1号）、《国务院办公厅关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（国办发〔2010〕47号）、《财政部关于进一步做好政府机关使用正版软件工作的通知》（财预〔2010〕536号）。

5.5 网络安全专用产品

5.5.1 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》（2023年第1号），所提供的产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求。

5.6 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.6.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市

生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准（具体标准见第五章《采购需求》），否则投标无效；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

### 5.7 采购需求标准

#### 5.7.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，根据财政部关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知（财办库〔2020〕123号），本项目如涉及商品包装和快递包装的，则其具体要求见第五章《采购需求》。

#### 5.7.2 其他政府采购需求标准

为贯彻落实《深化政府采购制度改革方案》有关要求，推动政府采购需求标准建设，财政部门会同有关部门制定发布的其他政府采购需求标准，本项目如涉及，则具体要求见第五章《采购需求》。

## 6 投标费用

6.1 投标人应自行承担所有与准备和参加投标有关的费用，无论投标的结果如何，采购人或采购代理机构在任何情况下均无承担这些费用的义务和责任。

## 二 招标文件

### 7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 资格审查

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

第五章 采购需求

第六章 拟签订的合同文本

第七章 投标文件格式

7.2 投标人应认真阅读招标文件的全部内容。投标人应按照招标文件要求提交投标文件并保证所提供的全部资料的真实性，并对招标文件做出实质性响应，否则投标无效。

### 8 对招标文件的澄清或修改

8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。

8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。

8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

### 三 投标文件的编制

#### 9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为无效投标。

9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。

9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

#### 10 投标文件构成

10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。注：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》的相关规定，资格性审查由采购人或者采购代理机构负责。《资格证明文件》仅在资格审查中使用，不作为符合性检查和综合评审的依据。投标人因任何原因将有利于评审的资料（包括但不限于符合性审查时需要提供的材料、公司简介、技术方案、产品说明、业绩证明材料、售后服务方案等）装订到《资格证明文件》，导致投标被拒绝或评审内容未被认可等一切后果由投标人自行承担。

10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则投标无效。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。

10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。

10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。

10.5 投标人认为应附的其他材料。

#### 11 投标报价

11.1 所有投标均以人民币为计价货币。

11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于下列内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。

11.2.1 投标货物及标准附件、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）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；

11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。

11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。

11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

## 12 投标保证金

12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求缴纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不作无效处理。

12.2 交纳投标保证金可采用的形式：政府采购法律法规接受的支票、汇票、本票、网上银行支付或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式。

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构；由于到账时间晚于投标截止时间的，或者票据错误、印鉴不清等原因导致不能到账的，其**投标无效**。

12.4 投标保证金有效期同投标有效期。

12.5 投标人为联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同交纳投标保证金，其交纳的投标保证金对联合体各方均具有约束力。

12.6 采购人、采购代理机构将及时退还投标人的投标保证金，采用银行保函、担保机构担保函等形式递交的投标保证金，经投标人同意后采购人、采购代理机构可以不再退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外：

12.6.1 投标人在投标截止时间前撤回已提交的投标文件的，自收到投标人书面撤回通知之日起 5 个工作日内退还已收取的投标保证金；

12.6.2 中标人的投标保证金，自采购合同签订之日起 5 个工作日内退还中标人；

12.6.3 未中标投标人的投标保证金，自中标通知书发出之日起 5 个工作日内退还未中标人；

12.6.4 终止招标项目已经收取投标保证金的，自终止采购活动后 5 个工作日内退还已收取的投标保证金及其在银行产生的孳息。

12.7 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.7.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.7.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

## 13 投标有效期

13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少

---

于招标文件规定期限的，其投标无效。

## 14 投标文件的签署、盖章

### 14.1 投标文件的签署、盖章要求

14.1.1 投标人应完整地按招标文件提供的投标文件格式填写投标文件，投标文件按 A4 幅面装订（须以左侧形式装订，封面装订材料不限，但必须装订紧密，不得松动、散落），须编写方便查阅的文件目录，并逐页标明页码。

14.1.2 投标人应按分包准备投标文件（包括《资格证明文件》和《商务及技术文件》）正本 1 份和副本 5 份，《开标一览表》 1 份，投标文件正本电子版 1 份【U 盘 1 份】，每份投标文件须清楚地标明“正本”“副本”“开标一览表”“电子版”字样。若正本和副本、电子版不符，以纸质正本为准。

14.1.3 《开标一览表》及《投标文件》的正本需打印或用不褪色墨水书写，并在《开标一览表》及《投标文件》加盖单位公章。

14.1.4 授权代表须有书面的“法定代表人授权书”，并将其附在投标文件中。投标文件的副本可采用正本的复印件。

14.1.5 任何行间插字、涂改和增删等修改，必须由投标人的法定代表人或其授权代表签字并加盖投标单位公章，否则作为无效修改。

14.1.6 投标文件因字迹潦草或表达不清所引起的后果由投标人负责。

14.1.7 投标人公章是指与投标人名称全称相一致的“行政公章”，不得加盖其他“合同专用章、投标专用章、财务专用章”等非行政公章；签字接受手签字或签名章或红色方章。不符合本条规定的投标作无效投标处理。

### 14.2 投标文件的密封和标记

14.2.1 投标时，投标人应按分包将投标文件（包括《资格证明文件》和《商务及技术文件》）正本、所有的副本、电子版分开单独密封装在单独的密封袋（箱）中，且在密封袋（箱）正面标明“正本”“副本”“电子版”字样。未按要求提交投标文件的，其投标将被拒绝或作无效标处理。

14.2.2 为方便开标唱标，投标人应将“开标一览表”单独密封，并在密封袋（箱）上标明“开标一览表”字样，在投标时单独递交。未提交单独密封的《开标一览表》，其投标将被拒绝或作无效标处理。

14.2.3 所有密封袋（箱）上均应：

- (1) 清楚标明递交至招标公告或投标邀请书中指明的投标地址。
- (2) 注明招标公告或投标邀请书中指明的项目名称、分包号、招标文件编号和“在\_\_\_\_（开标日期、时间）之前不得启封”的字样。
- (3) 在密封袋（箱）的封装处加盖投标人公章或法定代表人签字或其授权代表签字。

14.2.4 所有密封袋（箱）上还应写明投标人名称和地址，以便若其投标被宣布为“迟到”投标时，能原封退回。

14.2.5 包装文件袋和密封的封面参考格式如下：

参考格式	项目名称
	投标文件
	招标文件编号:
	分包号:
	投标地址: _____
	在____年____月____日____时____分前不得启封
	投标人名称: _____ (公章)
投标人地址: _____	

14.2.6 如采用支票、汇票、本票、保函等形式提交保证金的，应单独密封在包装袋中，注明《投标保证金》字样，与投标文件同时递交。

14.2.7 如果投标人未按上述要求包装密封及加写标记，采购人或采购代理机构对投标保证金的误投或过早启封概不负责。

14.2.8 未密封的投标保证金，采购人、采购代理机构予以拒收。

#### 四 投标文件的提交

##### 15 投标文件的提交

15.1 投标人应在招标公告或投标邀请书中规定的截止日期和时间内，将投标文件递交采购人或采购代理机构，递交地点应是招标公告或投标邀请书中规定的投标地址，并在现场登记。

15.2 采购人或采购代理机构将拒绝接收并原封退回在本须知规定的投标截止期后收到的任何投标文件。

##### 16 投标截止时间

16.1 采购人或采购代理机构有权按本须知的规定，通过修改招标文件延长投标截止期。在此情况下，采购人或采购代理机构和投标人受投标截止期制约的所有权利和义务均应延长至新的截止期。

##### 17 投标文件的修改与撤回

17.1 投标人在投标截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人或者采购代理机构。

17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

17.3 投标截止时间之后，投标人不得对其投标文件做任何修改。

17.4 投标有效期内，投标人不得撤销投标文件。

#### 五 开标、资格审查及评标

##### 18 开标

18.1 采购人或采购代理机构应当按照招标公告或投标邀请书的规定，在投标截止时间的同一时间和招

---

标公告或投标邀请书投标邀请预先确定的地点组织公开开标。开标时邀请所有投标人代表、采购人和有关方面代表参加。

- (1) 参加开标的代表应签名报到以证明其出席。
- (2) 投标人因故不能派代表出席开标活动，视同认可开标结果。

18.2 开标时，由投标人或其推选的代表检查投标文件的密封情况，经确认无误后，由采购代理机构工作人员当众拆封，宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容。

18.3 未宣读的投标价格、价格折扣等实质内容，评标时不予承认。

18.4 除了按照本须知的规定原封退回迟到的投标文件之外，开标时将不得拒绝任何投标。

18.5 采购人或采购代理机构将对唱标内容做开标记录，由投标人代表签字确认。

18.6 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。采购人、采购代理机构对投标人代表提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.7 投标人不足 3 家的，不予开标。

## 19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

## 20 评标委员会

20.1 评标委员会根据政府采购有关规定和本次采购项目的特点进行组建，并负责具体评标事务，独立履行职责。

20.2 评审专家须符合《财政部关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库〔2016〕125 号）的规定。依法自行选定评审专家的，采购人和采购代理机构将查询有关信用记录，对具有行贿、受贿、欺诈等不良信用记录的人员，拒绝其参与政府采购活动。

## 21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

## 六 确定中标

### 22 确定中标人

22.1 采购人将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。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定中标人。

### 23 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在发布招标公告的同一媒体发布中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

23.2 中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。中标通知书发出后，采购人改变中标结果的，或者中标供应商放弃中标项目的，应当依法承担法律责任。

## 24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

24.1.1 符合专业条件的供应商或者对招标文件做实质响应的供应商不足三家的；

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由书面通知所有投标人。

## 25 签订合同

25.1 中标人、采购人应当自中标通知书发出之日起 30 日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定签订书面合同。所签订的合同不得对招标文件确定的事项和中标人投标文件作实质性修改。

25.2 中标人拒绝与采购人签订合同的，采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人名单排序，确定下一候选人为中标人，也可以重新开展政府采购活动。

25.3 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项向采购人承担连带责任。

25.4 政府采购合同不能转包。

25.5 采购人允许采用分包方式履行合同的，中标人可以依法在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作采取分包方式履行合同。本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包，见《投标人须知资料表》。政府采购合同分包履行的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包，否则**投标无效**。中标人就采购项目和分包项目向采购人负责，分包供应商就分包项目承担责任。

## 26 询问与质疑

### 26.1 询问

26.1.1 投标人对政府采购活动事项有疑问的，可依法向采购人或采购代理机构提出询问，提出形式见《投标人须知资料表》。

26.1.2 采购人或采购代理机构对供应商依法提出的询问，在 3 个工作日内作出答复，但答复的内容不得涉及商业秘密。

### 26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标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，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公

章。

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当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。投标人自然人的，应当由本人签字；投标人法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.4 投标人应在法定质疑期内一次性提出针对同一采购程序环节的质疑，法定质疑期内针对同一采购程序环节再次提出的质疑，采购人、采购代理机构有权不予答复。

26.3 接收询问和质疑的联系部门、联系电话和通讯地址见《投标人须知资料表》。

## 27 代理费

27.1 收费对象、收费标准及缴纳时间见《投标人须知资料表》。由中标人支付的，中标人须一次性向采购代理机构缴纳代理费，投标报价应包含代理费用。

## 第三章 资格审查

### 一、资格审查程序

- 1 开标结束后，采购人或者采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。
- 3 资格审查合格的投标人不足3家的，不进行评标。

### 二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定及法律法规的其他规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	1. 投标人为企业(包括合伙企业)的，应提供有效的“营业执照”； 2. 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 3. 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 4. 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 5. 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明； 6. 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书(格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章)； 7. 对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。	提供证明文件的复印件并加盖公章
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
1-3	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（ <a href="http://www.creditchina.gov.cn">www.creditchina.gov.cn</a> 、 <a href="http://www.ccgp.gov.cn">www.ccgp.gov.cn</a> ）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或者采购代理机构的实际查询时间； 信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的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的投标人，其 <b>投标无效</b> 。联合体形式投标	无须投标人提供，由采购人或者采购代理机构查询。

序号	审查因素	审查内容	格式要求
		的, 联合体成员存在不良信用记录, 视同联合体存在不良信用记录。	
1-4	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	/
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	/
2-1	中小企业政策	具体要求见第一章《投标邀请》	/
2-1-1	中小企业证明文件	<p>当本项目(包)涉及预留份额专门面向中小企业采购, 此时建议在《资格证明文件》中提供。</p> <p>1. 投标人单独投标的, 应提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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。</p> <p>2. 如招标文件要求以联合体形式参加或者要求合同分包的, 且投标人为联合体或拟进行合同分包的, 则联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业具体情况须在《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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中如实填报, 且满足招标文件关于预留份额的要求。</p>	格式见《投标文件格式》
2-2	其它落实政府采购政策的资格要求	如有, 见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
3	本项目的特定资格要求	如有, 见第一章《投标邀请》	提供证明文件的复印件
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	提供证明文件的复印件
5	获取招标文件	<p>在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与包的招标文件。</p> <p>注: 如本项目接受联合体, 且供应商为联合体时, 联合体中任一成员获取文件即视为满足要求。</p>	

## 第四章 评标程序、评标方法和评标标准

### 一、评标方法

#### 1 投标文件的符合性审查

- 1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。
- 1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《投标文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

### 二、符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
5	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
6	签署、盖章	按照招标文件要求签署、盖章的
7	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
8	★号条款响应	投标文件满足招标文件中★号条款要求的；
9	分包其他要求 (如有)	分包履行的内容、金额或者比例未超出《投标人须知资料表》中的规定； 分包承担主体具备《投标人须知资料表》载明的资质条件且提供了资质证书复印件（如有）；
10	报价的修正 (如有)	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
11	进口产品	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；

	(如有)	
12	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	<p>国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件复印件：</p> <p>1) 采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书；</p> <p>2) 所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求）。</p>
13	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；
14	不存在串通投标	<p>不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：</p> <p>(一) 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；</p> <p>(二) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；</p> <p>(三) 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；</p> <p>(四) 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；</p> <p>(五) 不同投标人的投标文件相互混装；</p> <p>(六) 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。</p>
15	无附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
16	不存在其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

## 2投标文件有关事项的澄清或者说明

2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其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，作出必要的澄清、说明或者补正。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（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）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。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。

2.2 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，有权要求该投标人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；若投标人不能证明其报价合理性，评标委员会将其作为无效投标处理。

2.3 投标报价须包含招标文件全部内容，如分项报价表有缺漏视为已含在其他各项报价中，将不对投标总价进行调整。评标委员会有权要求投标人在评标现场合理的时间内对此进行书面确认，投标人不确认的，视为将一个采购包中的内容拆分投标，其投标无效。

### 2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

#### 2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

有, 具体规定为: \_\_\_\_\_

无, 按下述 2.4.2-2.4.8 项规定修正。

2.4.2单独递交的开标一览表（报价表）与投标文件中开标一览表（报价表）内容不一致的, 以单独递交的开标一览表（报价表）为准;

2.4.3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;

2.4.4大写金额和小写金额不一致的, 以大写金额为准;

2.4.5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;

2.4.6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。

2.4.7同时出现两种以上不一致的, 按照前款规定的顺序修正。

2.4.8修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力, 投标人不确认的, 其投标无效。

2.5落实政府采购政策的价格调整: 只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的, 可以享受中小企业扶持政策, 用扣除后的价格参加评审; 否则, 评标时价格不予以扣除。

2.5.1对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目, 以及预留份额项目中的非预留部分采购包, 对小微企业报价给予10%的扣除, 用扣除后的价格参加评审。

2.5.2对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目, 以及预留份额项目中的非预留部分采购包, 且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%以上的联合体或者大中型企业的报价给予4%的扣除, 用扣除后的价格参加评审。

2.5.3组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的, 不享受价格扣除优惠政策。

2.5.4价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待, 不作区分。

2.5.5中小企业参加政府采购活动, 应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》, 否则不得享受相关中小企业扶持政策。

2.5.6监狱企业提供了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的, 视同小微企业。

2.5.7残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的, 视同小微企业。

2.5.8若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上, 将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。

### 3投标文件的比较和评价

3.1评标委员会将按照招标文件中规定的评标方法和标准, 对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估, 综合比较与评价; 未通过符合性审查的投标文件不得进入比较与评价。

#### 3.2评标方法和评标标准

3.2.1本项目采用的评标方法为:

综合评分法，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，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

最低评标价法，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。

3.2.2采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不同投标人参加同一合同项下投标的，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下述方法确定一个参加评标的投标人，其他**投标无效**。

随机抽取

其他方式，具体要求：\_\_\_\_\_

3.2.3非政府强制采购的节能产品或环境标志产品，依据品目清单和认证证书实施政府优先采购。优先采购的具体规定（如涉及）政策性加分。

4确定中标候选人名单

4.1采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，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，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

随机抽取

其他方式，具体要求：推荐投标报价最低者为中标候选人

4.2采用综合评分法时，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。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的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。

4.4评标委员会要对评分汇总情况进行复核，特别是对排名第一的、报价最低的、投标或响应文件被认定为无效的情形进行重点复核。

4.5评标委员会将根据各投标人的评标排序，依次推荐本项目（各采购包）的中标候选人，起草并签署评标报告。本项目（各采购包）评标委员会共（各）推荐3名中标候选人。

5报告违法行为

5.1评标委员会在评标过程中发现投标人有行贿、提供虚假材料或者串通等违法行为时，应当及时向财政部门报告。

## 二、评标标准

评审条款	评审内容	分值	评审细则
价格部分 (30分)	报价	30	满足招标文件要求且报价最低的为评审基准价, 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: 报价得分= (评审基准价 / 投标报价) × 30% × 100
商务部分 (6分)	类似业绩	5	投标人提供 2022年11月1日至开标日的类似项目业绩(以合同签订日期为准), 每提供一个有效的业绩证明得1分, 最高得5分。(需提供合同关键页: 首页、合同金额、合同签字盖章页、采购清单页复印件并加盖投标人公章, 否则不予认可)
	政策性得分	1	投标产品中有节能产品政府采购品目清单范围内属于优先采购节能产品的(须提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书复印件)得 0.5 分, 否则不得分(提供复印件并加盖投标人公章, 未提供不得分)(强制节能产品除外) 投标产品中有环境标志产品政府采购品目清单范围内属于优先采购环境标志产品的(须提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书复印件)得 0.5 分, 否则不得分。(提供复印件并加盖投标人公章, 未提供不得分)
技术部分 (64分)	技术指标响应	40.85	<p>对于第五章采购需求技术参数(共23项标的物, 其中“#”号指标37条, “▲”条款17条)的响应程度:</p> <p>每有一项“#”指标满足得0.75分, 完全响应无负偏离得27.75分;</p> <p>每有一项“▲”条款满足得0.5分, 完全响应无负偏离得8.5分;</p> <p>每有一项标的物的全部一般指标(未标注任何符号)满足的得0.2分, 完全响应无负偏离得4.6分;</p> <p>技术响应满分40.85分。</p> <p>注:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>所有要求提供证明材料的参数(如有), 均需逐项一一提供, 并且所有证明材料均需在《技术规格偏离表》中标明页码, 未要求证明材料的, 仅需在《技术规格偏离表》中作出应答即可;</li> <li>证明文件与《技术规格偏离表》不一致以证明文件为准;</li> </ol>

		<p>3. 漏报技术条款视为负偏离，该条款不得分。</p> <p>4. 缺漏采购数量视为未实质性响应招标文件，投标将被拒绝。</p>
实施及安装 调试方案	8	<p>整体技术方案评审（含项目实施进度安排、调试方案、应急处置措施）</p> <p>整体技术方案全面、合理、完善，项目实施进度安排合理，安装调试方案全流程叙述完整，包含但不限于安装流程、应急处置措施、调试具体流程等方面全面、合理，完全满足项目需要，得8分；</p> <p>整体技术方案比较全面、比较合理、较完善，项目实施进度安排较合理，安装调试方案全流程叙述较完整，包含但不限于安装流程、应急处置措施、调试具体流程等方面较全面、较合理，满足项目需要，得6分；</p> <p>整体技术方案基本全面、基本合理、基本完善，项目实施进度安排一般，有安装流程、安装计划时间表、应急处置措施、调试具体流程等，但不够全面、合理，基本满足项目需求，得4分；</p> <p>整体技术方案不够全面，项目实施进度安排不够合理，应急处置措施全流程叙述不完整，描述欠缺多，满足项目需求有一定难度，得2分；</p> <p>整体技术方案不全面、不合理，针对性差，项目实施进度安排混乱，应急处置措施不充分，满足项目需求难度大，得1分；</p> <p>未提供方案不得分。</p>
培训方案	4	<p>根据供应商提供的培训方案综合评价。</p> <p>提供详细的培训方案（内含培训计划、培训教材、培训人员名单、培训年限与频次）等，为本项目提供中专业的培训人员，培训人员须提供证明其培训能力的佐证材料。</p> <p>提供专业培训人员，培训目标明确；培训内容全面；培训方法合理得4分。</p> <p>提供专业培训人员，培训目标基本明确；培训内容比较全面；培训方法基本满足项目需求得3分。</p> <p>提供专业培训人员，培训目标不明确；培训内容不全面；培训方法片面不能满足项目基本需求得1分。</p> <p>未提供培训方案得0分。</p>

<b>售后服务方案</b>	8. 15	<p>一、承诺书（1分）</p> <p>1) 24小时服务支持电话；</p> <p>2) 提供7*24小时服务响应；</p> <p>3) 并对提供的服务请求在2小时内给出实质性的答复；</p> <p>4) 24小时备件服务；</p> <p>以上每有一条可满足并提供承诺书得0.25分，满分1分。</p> <p>三、提供详细售后服务方案（7.15分）</p> <p>提出详细完整的“三包”措施及售后服务措施和方案（包括：服务措施、产品质量保证、回访、定期巡检及技术支持等）</p> <p>具有完善的响应支持，售后服务方案可以解决用户问题，售后服务方案考虑全面、完整，方案具有针对性，售后制度合理明确，满足或优于采购人需求，得7.15分；</p> <p>响应支持比较完善，可以解决用户问题，售后服务方案考虑一般，不够完整，针对性一般，售后制度比较完善，基本可以满足采购人需求，得5分；</p> <p>响应支持不够完善，解决用户问题有一定难度，售后服务方案考虑不全面，不完整，针对性欠缺，售后制度缺漏大，较难满足采购人需求，得3分；</p> <p>响应支持欠缺，无法解决用户问题，售后服务方案混乱，无针对性，售后制度混乱，满足采购人需求难度大，得1分；</p> <p>本项未提供，得0分。</p>
<b>拟派人员配置方案</b>	3	<p>拟投入本项目的团队成员组织机构配置合理、清晰，人员具有丰富的同类项目方面的实施经验的得3分；</p> <p>拟投入本项目团队成员组织机构配置较合理、较清晰，人员具有较丰富的同类项目方面的实施经验的得2分；</p> <p>拟投入本项目团队成员组织机构配置有欠缺，同类项目方面的实施经验一般，但不影响本项目实施的得1分；</p> <p>未提供不得分。</p>

---

---

## 注：1、中小企业政策

（1）本项目专门面向中小企业预留采购份额；

（2）中小企业划分标准，是指国务院有关部门根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标制定的中小企业划型标准。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。小型、微型企业提供大型企业制造的货物的，视同为大型企业。

参与本项目中小（含微型）企业提供本办法规定的《中小企业声明函》，如未提供或提供的声明函不被认定的，其投标将被拒绝。

（3）监狱企业视同小型、微型企业，监狱企业应当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。北京市监狱企业应当提供市监狱管理局、市教育矫治局出具的监狱企业的证明文件。

（4）残疾人福利性单位视同小型、微型企业，残疾人福利性单位应根据财库〔2017〕141号提供证明文件。

2、计算机设备（台式计算机、便携式计算机和平板式微型计算机）、输入输出设备（激光打印机、针式打印机、液晶显示器）、制冷空调设备（制冷压缩机、空调机组、专用制冷、空调设备）、镇流器、生活用电器（空调机、电热水器）、照明设备（普通照明用双端荧光灯）、电视设备、视频设备、便器、水嘴等为政府强制采购节能产品。强制节能产品不予加分；如不符合强制节能产品，响应将被拒绝。

## 第五章 采购需求

### 一、技术参数：

序号	采购标的名称	技术参数	单位	数量	单价最高限价（元）
1	敏捷建模与岗位胜任力测评平台	<p>一、技术部分</p> <p>B/S 架构，基于 JAVA 开发，无点数限制。</p> <p>二、功能部分</p> <p>(一) 敏捷建模</p> <p>1. 维度管理：系统能够管理不同的测评维度，通过测评维度全面的评价企业员工及学生的综合素质；</p> <p>2. 指标管理：包含测评的指标、题库、常模，管理不同的测评指标，包含定义、高低分解释、区间解释语、对应套题、发展建议、面谈建议、评价要点，通过集成方式，统一在指标管理下。问卷管理：系统能够从相关维度和题库中组合成为相应的调查问卷，并可对不同专业学生匹配使用不同的问卷。</p> <p>3. 匹配模型：系统内置一系列匹配模型，能够根据测评的结果匹配出不同的测评模型；</p> <p>4. 模型库：可查阅、使用、编辑、更新、下载系统内置模型库，内置模型超 50 个常见岗位的胜任力模型。</p> <p>5. 敏捷建模：建模分为个人建模、团队建模两种方式。</p> <p>▲ 6. 个人建模：以个人建模，通过自上而下的方式，先定结构，再把指标放入结构中。</p> <p>7. 模型参考：可模糊匹配出系统内置的若干类似参照模型，建模人员可收藏使用。</p> <p>▲ 8. 确定模型结构环节，可使用“团队角色、能力素质”等不同的模型结构命名。</p> <p>9. 一级及二级模型指标，均可在指标库内拖拽完成，生成新的模型结构。</p> <p>10. 指标库之外的新指标，可添加新的指标结构。</p> <p>▲ 11. 团队建模：建模群体进行共创建模，自下而上的方式建模，通过先定指标，在定结构的方式。</p> <p>12. 系统内置“价值引领、战略规划、知行合一”等 105</p>	套	1	940000

	<p>条常用指标。</p> <p><b>(二) 素质测评</b></p> <p>1. 经典测评量表工具库</p> <p>涵盖 16PF、MBTI、CPI、DISC 等不低于 15 种经典心理测评量表，同时支持开源量表的导入。该工具库，可应用于人才测评教学课堂和简易测评服务。</p> <p>2. 岗位胜任力指标库</p> <p>▲平台内置 105 项胜任力指标，比如领导力、沟通力、洞察力、成就动机、数字化素养等。每个胜任力指标配置 1-3 套经信效度验证的标准化套题，每套套题 5-10 个测评题目。</p> <p>3. 岗位胜任力模型库</p> <p>▲平台内置 80 余个岗位胜任力模型，涵盖财经商贸常见岗位模型，如财务从业者岗位模型、人力资源管理从业者岗位模型、运营管理岗位模型等；同时，涵盖管理培训生、中层管理、技术研发等其他常见岗位模型，可即可开展各种测评服务。</p> <p>4. 通过多种形式的测评方式实现测评，支持手机、电脑、iPad 等设备测评，支持有账号密码测评、无账号密码测评，支持手机扫描二维码测评，支持与微信公众号、APP 等做无缝对接。学生测试完成之后，电脑端、手机端均可直接查看测评报告；</p> <p>5. 支持对全校在校生进行测评，给出每个学生评价性指标、发展性指标和职业、就业倾向；测评报告内容应包含以下内容：测评综合得分、整体胜任度、测评结果有效性分析。测评结果概况须包含一级和二级测评指标、指标详细解释、劣势指标培训发展建议；</p> <p>6. 系统能为学校企业到校招聘时，提供参考依据，为学生和企业提供合适的双选依据；</p> <p>7. 学生管理：系统能够为不同的学生提供基础数据管理及测评数据管理功能；</p> <p>8. 维度管理：系统能够管理不同的测评维度，通过测评维度全面的评价学生的综合素质；</p> <p>9. 指标管理：包含测评的指标、题库、常模，管理不同的测评指标，包含定义、高低分解释、区间解释语、对应套</p>		
--	---	--	--

	<p>题、发展建议、面谈建议、评价要点，通过集成方式，统一在指标管理下。问卷管理：系统能够从相关维度和题库中组合成为相应的调查问卷，并可对不同专业学生匹配使用不同的问卷。</p> <p>10. 匹配模型：系统内置一系列匹配模型，能够根据测评的结果匹配出不同的测评模型；</p> <p>▲11. 活动管理：系统支持不同的人才测评活动设置，设置的相关活动为人才测评的入口。根据测评需求新建不同活动，设置活动的开放时间，控制测评的进度。活动管理中包含子模块（如活动详情、信息设置、账号管理、数据管理、报告管理等）；</p> <p>▲12. 报告模板：系统支持设置不同的测评报告模板，学生测试完成之后，可以根据不同的模板出具测评分析报告；</p> <p>13. 测评结果管理：系统支持对于每位学生的测评结果进行保存、管理。</p> <p>（三）人才盘点方法之 360 度评估</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 系统支持上级、平级、下级 360 度评价评估。</li> <li>2. 支持评价指标、题目、标准的创建和导入。</li> <li>3. 系统支持不同的 360 度评估活动设置，设置的相关活动为 360 度评估的入口。根据需求新建不同活动，设置活动的开放时间，控制评估的进度。</li> <li>4. 可一键生成 360 度评估结果，形成完整的评估报告。</li> <li>5. 支持导出评估细项数据结果。</li> <li>6. 配套至少 10 套 360 度评估套表，涵盖常见管理层评估需求。</li> <li>7. 可根据社会服务具体需求，设置新的评估套表。</li> <li>8. 360 度评估结果，数据无缝流转至“人才驾驶舱”，与人才测评结果，共同支撑生成数字孪生人才画像。</li> </ol> <p>（四）人才盘点之结果应用</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 按照绩效“低、高、中”三类，潜力“低、高、中”三类，在系统中绘制生成九宫格模型。</li> <li>2. 依照九宫格模型，分为“问题员工、差距员工、基本胜任、中坚力量、熟练员工、待发展者、绩效之星、潜力之星、超级明星”九类人员。</li> </ol>		
--	---	--	--

	<p>3. 在人才测评、360度评估、线下面试评估等方法的基础上，可以在系统中梳理不同人才“对号入座”。</p> <p>4. 人才盘点结果与数字孪生人才画像无缝对接，生成更加完善的人才梯队画像。</p> <p>（五）组织诊断</p> <p>1. 组织氛围诊断，在对组织的文化、结构以及环境等进行综合分析与评估的基础上，对心理满足感和行为倾向进行问卷调查，确定是否需要变革的活动，即管理者对于是否应该变革、哪些地方应该变革、是否具备变革条件等问题，逐一做出明确回答的调查分析活动。</p> <p>2. 组织健康度诊断，从使命方向、组织氛围、领导力、文化和氛围、责任、协调与管控、能力、动力、创新与学习等维度，展开对组织健康度的诊断。</p> <p>3. 敬业度诊断，从工作稳定感、投入奋斗感、企业归属感、协同责任感四个维度，对组织敬业度进行问卷调查。</p> <p>4. 满意度诊断，组织层面，从认同、自豪、憧憬、赋能、动力、成长等维度，进行满意度调查；群体层面，从信任、归属、参与、尊重、支持、包容等维度展开满足度调查。</p> <p>5. 组织幸福指数诊断，从获得感、清晰感、新鲜感、安全感、成就感、保障感等维度进行组织幸福指数调查。</p> <p>6. 文化价值观诊断，以丹尼森组织文化模型为基础，从适应性、使命、参与性、一致性四大维度，对组织价值观进行诊断。</p> <p>7. 自定义组织诊断，系统支持根据学校校企合作案例和社会需求，自定义组织诊断方案和量表。</p> <p>三、软件特色功能</p> <p>1、提供岗位方向的一级维度和二级维度的自定义；</p> <p>2、提供岗位方向的一级维度权重和二级维度权重的自定义；</p> <p>3、支持测评量表的自定义导入。</p>			
2	<p><b>品牌策划与推广理实一体化软件</b></p> <p>一、内容要求</p> <p>系统面向品牌策划、品牌推广、营销策划、新媒体营销等典型工作任务，从品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、品牌策划与推广实战六个模块入手，训练学生完成品牌调查与分析、市场分析与选择、品牌定位、品牌策划、品牌设</p>	套	1	360000

	<p>计、品牌营销规划、创意策划、内容制作与分发、品牌活动策划、活动管控、品牌策划方案撰写、商业汇报等技能，以及培养学生的团队合作、沟通表达、商业礼仪等职业素养。</p> <p><b>二、技术要求</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、系统采用 B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>4、系统前端采用流行的 Html5 框架 layUI、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。</li> <li>5、系统支持主流数据库，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。</li> <li>6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理。</li> </ol> <p><b>三、功能要求</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、平台包含预习、测验、作业、实训等教学内容。</li> <li>2、平台支持查看导学功能，方便教师和学生把握课程整体情况、教学内容、课程目标等内容。</li> <li>3、学生账号展示预习、实训任务、单元测试等学习资源，针对实训任务和单元测试，依据学生操作反馈任务记录或测试记录。</li> <li>★4、课件类学习资源可以在线进行评价、问答、笔记、纠错等功能。</li> <li>★5、系统学生端应包含品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、品牌策划与推广实战、综合实训至少 20 个实训任务。</li> <li>★6、品牌分析与定位模块，包含市场分析、品牌资产分析、品牌定位等任务，实现应用品牌五星模型进行品牌资产分析，实现应用品牌知觉图模型开展品牌定位。</li> <li>★7、品牌策划与设计模块，主要包含品牌个性定位等任务，并实现应用品牌个性量表对品牌个性进行分析与优化定位。</li> <li>★8、品牌营销规划模块，包含品牌营销目标制定、市场拓展规划、品牌传播规划、品牌产品定价等任务，实现运用基于 OKR 模型品牌目标地图开展品牌营销目标制定的任务、实现运用品牌媒体矩阵模型进行品牌传播规划任务。</li> <li>★9、品牌推广内容策划模块，包含推广海报策划与制作、推广软文策划与制作、推广视频策划与制作、内容投放策划等任务，提供在线图片编辑工具以支持必要的图文素材处理等任务操作，提供在线新媒体图文编辑工具实现软文策划与制作任务的操作，提供在线视频编辑工具支持推广视频策划与制作任务操作。</li> <li>★10、品牌推广活动策划模块，包含品牌活动内容策划、品牌活动宣传策划、品牌活动预算控制、品牌活动实施管控、品牌活动目标管理等任务，且系统依据活动路线图（</li> </ol>		
--	--	--	--

		<p>ROADMAP) 工具进行活动宣传策划任务操作, 依据活动营销漏斗并采用平均分析、趋势分析等方法进行活动目标管理任务操作, 运用甘特图等工具进行活动实施管控等任务操作。</p> <p>★11、品牌营销实战模块, 包含品牌战略规划实战、新媒体海报营销实战、品牌活动策划实战、新媒体图文营销实战、品牌策划汇报实战等任务, 其中新媒体海报营销及图文营销实战任务应提供新媒体图文线上编辑工具、H5 海报线上编辑工具。</p> <p>★12、系统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, (标题、分割、正文、图文、引导) 图文排版元素不少于 200 个。</p> <p>★13、综合实训应针对高职市场营销赛项方案策划模块设置模拟实训任务, 包括品牌战略规划实战、品牌活动策划实战、新媒体图文营销实战、品牌策划汇报实战。综合实训部分能满足 10 套题的训练。</p> <p>★14、每个实训任务都要具有清晰的任务说明, 包括任务目标、任务背景、任务分析、任务操作等内容。</p> <p>★15、系统应提供品牌信息、产品信息等企业资料, 市场环境信息、竞争对手信息等市场资料, 消费者洞察数据、市场需求及价格预测数据、问卷调研数据、媒体数据、营销活动数据等必要数据资料, 为品牌决策的制定做支撑。</p> <p>16、学生账号具有学情分析功能, 可以分析具体学习进度、学习成绩等信息。</p> <p>17、教师账号可以对课程教学资源设置公开与非公开两种状态。</p> <p>18、教师账号可以新增作业、新增考试, 并查看待批考试与待批作业。</p> <p>19、教师账号可以查看班级实训情况分析、学生实训情况分析、实训情况对比。</p> <p>20、教师账号支持查看整体进度、参与人数、实训个数、作业个数等数据。</p>			
3	数据化运营实训平台	<p>(一) 平台技术要求</p> <p>1、要求系统架构按照大型分布式架构设计, 支持高并发, 高可用的业务需求。使用微服务框架, 实现系统模块灵活配置, 数据动静分离; 支撑大范围专业建设开课要求: Windows7 32位/64位, Windows8 32位/64位, Windows10 32位/64位, Mac OS 10.10, Mac OS 10.11, Mac OS 10.12。</p> <p>2、要求系统采用B/S架构, 无需安装客户端, 使用时只要打开IE、chrome、火狐、360等任意一款浏览器即可轻松实现所有操作。</p> <p>3、要求使用mysql开源数据库, 可通过水平扩展来达到高可用性和高性能。</p> <p>4、要求采用当前流行的SpringBoot, SpringCloud, Mybatis技术框架, 展现层需要通过vue和相关标签实现, 实现前后端分离; 模型层通过Java接口及实现类来实现; 与数据库的接口采用轻量级封装Mybatis提供的接口; 系统所有操作都具备系统日志与业务日志级别。</p> <p>5、要求系统可以抵御常用攻击手段, 如sql注入, CSRF、XSS等。</p>	套	1	398000



	<p>6、要求使用redis缓存数据库来进行用户数据的缓存，增加系统响应速度并优化用户的体验。</p> <p>7、要求使用多用户的统一登录口，系统管理员、教师、学生统一登陆口，只需输入各自的用户名及密码即可登录。</p> <p>8、系统可在线升级，在联网情况下支持系统功能远程升级。</p> <p>9、系统采用混合云服务器部署。</p> <p>（二）教学平台</p> <p>1、教务管理</p> <p>1.1、教师管理</p> <p>系统管理员可创建管理教师账号，可进行查询、添加、批量导入、批量删除等操作。系统可记录教师姓名、身份证号、手机号等信息，便于管理员进行教师信息管理。</p> <p>1.2、学生管理</p> <p>系统管理员可创建管理学生账号，可进行查询、添加、批量导入、批量导出、批量删除等操作。系统可记录学生姓名、身份证号、入学年份、手机号、班级等信息，便于管理员进行学生管理。</p> <p>1.3、组织管理</p> <p>（1）组织机构。可以在组织机构内创建一级和二级组织，可以设置每个组织开通哪些产品。</p> <p>（2）班级管理。可以创建管理行政班，并可以进行班级内学生的创建管理。支持学生账号的批量导入和导出等操作。</p> <p>（3）角色权限。可以创建编辑管理员角色，每个角色的权限可以不同。</p> <p>（4）设置管理员。可以进行管理员账号的创建、编辑、重置密码等操作。</p> <p>#1.4、整体数据（提供教学平台软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>（1）运营数据：机构开通天数、教学班、行政班、管理员、教师、学生数量以及按时间查看新增注册用户数；</p> <p>（2）专业人数统计：查看课程未学人数、在学人数和已学人数，也可查看学生选课量排行和教师授课学员数排行；</p> <p>（3）学习时长统计：查看课程的学习时长趋势，教学班平均学习时长排行和学生学习时长排行；</p> <p>（4）测验统计：可查看历次测验平均分，以及班级最低分、最高分、平均分。</p> <p>1.5、资源统计：</p> <p>（1）产品统计：开通产品数，课程资源数，试卷资源数；</p> <p>（2）素材统计：素材总数、总量、视频总时长、媒体类型分类及活跃资源占比；</p> <p>（3）题目统计：题库总量及分类（按主观、题型、难度）。</p> <p>2、课程管理</p>		
--	--	--	--

	<p>2.1、备课          教师可在课程目录中上传自己的课件素材，可创建作业任务。添加的素材可设置是否允许下载，创建的作业支持上传附件。</p> <p>2.2、开课管理          老师可用编辑好的课程进行开班课操作。开班后可以把学生添加到班课中，支持直接在系统中导入学生。</p> <p>2.3、班级设置          (1) 导航设置。可以设置教师端和学生端开启的功能栏目，并可以拖动进行排序。          (2) 助教设置。可以在班级里添加多个助教，可以设置助教的权限范围。</p> <p>3、教学工具</p> <p>3.1、讨论答疑          话题讨论功能模块，让老师与学生频繁互动，项目进行过程中遇到问题、难点及时交流、反馈，让问题落地解决。</p> <p>3.2、课程笔记          学生在学习过程中随时可以记录想法、问题等，可根据章节目录进行查询。老师可以查看学生笔记，学生之间、师生之间可以互评笔记。</p> <p>3.3、班课通知          教师在课程教学当中可以向所教班级发布课程通知，学生可查看课程通知，达到师生之间信息互通的目的。</p> <p>3.4、课后作业          教师可以下发作业给学生，并可以对上交的作业进行批阅打分。学生可在线提交作业，作业支持在线书写并可上传附件。</p> <p>3.5、板书记录          老师在上课模式保存的板书，会以目录分类的方式进行存储，在板书记录中可以进行查看、添加、删除、修改等操作，学生可以在板书记录中进行查看。</p> <p>4、实训</p> <p>4.1、实训          教师可使用实训课程进行学生培训，通过实训课程可进入业务实操系统进行实操训练。</p> <p>4.2、答案对比          支持学生端答案显示与否的教学控制，配合老师对于课堂的教学管理。学生完成任务后可查看任务答案，和自己操作的数据进行对比。</p> <p>5、数据统计</p> <p>5.1、基础统计          (1) 可查看班级人数、在学人数、未学人数。          (2) 可查看最近学习人数统计图，可按照周、月两个维度进行展示。          (3) 讨论统计，包含班课内讨论总条数、主题数、回复和评论数，以及本人发布的讨论统计。          (4) 学生公开笔记条数统计。</p> <p>▲5.2、课程进度统计          (1) 任务统计。可查看班级整体进度、任务总数。可</p>		
--	---	--	--

	<p>查询每个学生的学习进度，并可查看详情，查看每个任务的完成情况。任务统计支持导出记录。</p> <p>(2) 实操练习统计。可按学员维度和试题维度查询学生的学习情况。学员维度可查看每个学生的完成数量、完成率、正确率。试题维度可查看每个学员的提交数量、提交率、正确率。</p> <p>(3) 章节测验统计。可按照学员维度及测验维度进行统计查询。学员维度可以查询每个学员的完成数量、完成率、平均分，并可查看每个学生每一个测验的作答详情及得分。测验维度可查询每个章节测验提交数量、提交率、平均分。</p> <p><b>(三) 数据化运营系统</b></p> <p>1. 行业数据运营模块</p> <p>(1) 市场数据运营</p> <p>系统内置市场大盘数据和市场排行数据，市场大盘数据包括访客数、浏览量、收藏人数、收藏次数、加购人数、加购次数等数据，市场排行数据包括店铺、交易指数、交易增长幅度、交易转化指数、流量指数、搜索人气等数据。</p> <p>可根据交易日期对数据进行查询，也可应用平台在线进行数据处理，完成市场数据运营。</p> <p># (2) 竞争对手数据运营（提供数据化运营系统软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>系统内置竞店数据和竞品数据，竞店数据包括排名、店铺、交易指数、交易增长幅度、交易转化指数、流量指数、搜索人气等数据，竞品数据包括竞品名称、搜索人气、交易指数、单价、销售量、销售额等数据。</p> <p>可通过交易指数、交易增长幅度、支付转化指数、流量指数、搜索人气等关键指标对比，进行竞店识别，也可以应用平台在线进行数据处理，进行竞品识别，从而实现竞争对手数据运营。</p> <p>2. 客户数据运营模块</p> <p>▲ (1) 客户画像运营</p> <p>系统内置用户信息数据，包含性别、年龄、学历、婚姻状况、有无子女、工作领域、工作机构、消费人群特征、囤货偏好、消费水平、价格敏感度、访问时间偏好、地域、数量、消费金额、购买状态、购买行为等数据。可通过使用客户画像分析工具，为客户数据新建标签以及进行数据标记等操作后，完成客户分群，得出客户群体人数以完成客户画像运营。</p> <p>(2) 客户数据管理</p> <p>系统内置客户数据，包括用户编号、产品编号、会员创建日期、销售日期、销售金额、流水号等数据，可查看附件中的RFM模型说明针对用户数据进行分层得出用户类型层级、用户数量、累计占比以完成客户数据管理。</p> <p>(3) 客服数据运营</p> <p>系统内置客服数据，包括客服ID、转化率、接待数量、响应时间、支持率、客单价、退货率、客户满意率等数据，可基于客服数据完成客服转化分析、客服绩效分析</p>		
--	--	--	--

	<p>，从而实现客服数据运营。</p> <p><b>3. 推广数据运营模块</b></p> <p><b>(1) 流量数据运营</b></p> <p>系统内置流量看板和店铺来源数据，流量看板展示了访问店铺、访问商品、转化、访客数、浏览量、人均浏览量、关注店铺人数等数据；店铺来源包含了终端类型、流量来源、来源明细、访客数、下单买家数等数据。</p> <p>可通过时间、终端类型、以及流量来源等唯独进行筛选、也可以通过来源明细、访客数、下单买家数等关键指标进行对比，使用平台在线进行处理得出付费流量、其他来源、淘内免费、淘外网站、自主访问几个指标的访客数和占比，以完成访客分析；同理通过上述指标的下单买家数和下单转化率以完成下单分析；通过超级推荐、红包省钱卡、淘宝客、直通车等来源明细指标的访客数、下单买家数、下单转化率几个数值的填写选出引流效果最好的一个以完成付费流量；同理通过购物车、我的淘宝、直接访问等来源明细指标的关键数值填写选出引流效果最佳的，以实现流量数据运营。</p> <p><b>(2) 营销活动数据运营</b></p> <p>系统内置直推创意运营、直推关键词运营以及直推人群运营的数据，其中直推创意运营包括运营环节和用户数；直推关键词运营包括关键词、宝贝名称、商品状态、展示量、点击量、加购物车数、成交笔数、点击单价、直推人群运营包括人群标签名称、展现量、点击量、加购物车数、人群溢价等数据。</p> <p>可通过使用平台数据处理填写商品点击、加购转化、订单转化、购买转化、整体转化等几个核心指标的计算结果；也可以使用平台在线数据处理筛选出用户放弃购买以及流失较高的环节；最后在给出的选项中找出最具推广效果最好和推广效果不好的关键词和值得关键词溢价的人群，最终完成营销活动数据运营。</p> <p><b>(3) 渠道推广运营</b></p> <p>系统内置某大促活动中的销售数据，包括商品标题、流量渠道、展示量、展示单价、实际推广费、点击率、转化率、付费率等数据。</p> <p>可通过使用平台在线数据处理预测下一个大促活动的销售量以及访客提升数量以完成目标确定；计算不同渠道的计划量展示、计划引入的访客数、推广费预测以及预测销量以完成指标分解；使用数据处理得出预计平均日访客数和引入访客数，最终完成渠道推广运营。</p> <p><b># (4) 内容数据运营（提供数据化运营实训平台软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</b></p> <p>系统内置了短视频内容相关数据，其中短视频观看数据包括播放量、完播率、均播时长、点赞量、评论量、分享量、新增粉丝量，以播放量和时间双纬度展示了数据折线图；短视频推广成交数据包括消耗、投放时长、展示量、观看人次、查看购物车次数、商品点击次数、新增粉丝次数、评论次数、分享次数以及成交订单、成交订单金额、成交 ROI 等数据。</p> <p>可通过上述核心数据展示完成短视频单条播放及吸粉数</p>		
--	---	--	--

	<p>据采集的核心数据指标采集；完成短视频单条互动数据采集；完成短视频单条转化数据采集，以实现内容数据运营。</p> <p><b>4. 销售数据运营模块</b></p> <p>（1）商品结构数据运营</p> <p>系统内置商品数据信息，包含：商品编码、商品名称、商品类目、售价（元）、其他渠道售价（元）、进货价（元）、月销量（件）、库存（件）、商品状态等信息，可应用平台在线进行数据处理，识别引流款、利润款、形象款，完成商品结构数据运营。</p> <p>（2）商品关联销售运营</p> <p>系统内置商品销售数据信息，包含：订单编号、下单日期、订单年度、订单季度、订单月份、商品名称、客户ID等数据，可应用平台在线进行数据处理，完成商品关联销售数据运营。</p> <p>（3）商品销售数据运营</p> <p>系统内置商品销售汇总信息，包括排名、商品名称、访客数、支付买家数、支付转化率、单价、数量、收货人、订单状态等数据，可根据交易日期对销售数据进行查询，完成商品销售数据运营。</p> <p><b>5. 供应链数据运营模块</b></p> <p>（1）采购数据运营</p> <p>系统内置供应商信息、供应商报价、采购中标信息等数据，其中供应商信息数据包括商品类目、供应商编号、供应商名称、成立时间、注册资金、公司所在地、供应商评级等数据；供应商报价数据包括供应商编号、报价商编号、商品名称、商品类别、指导价、报价（元）等数据；采购中标信息数据包括采购城市、批次、采购编号、采购日期、供应商编号、商品编号、商品名称、采购价（元）、指导价（元）、采购数量、金额（元）等数据。</p> <p>可应用在线Excel 使用相关函数进行计算得出市场参考均价、采购价、采购数量、金额、价格偏离度以及采购成本降低率，使用插入图标等功能针对商品采购成本降低率数据进行展示，以完成采购数据运营。</p> <p>（2）采购管理</p> <p>系统内置供应商信息、供应商报价、采购中标信息、交货信息、以及部分质量数据分析数据，供应商信息数据包含商品类目、供应商编号、供应商名称、成立时间、注册资金、公司所在地、供应商评级；供应商报价数据包含供应商编号、报价商品编号、商品名称、商品类别、指导价、报价（元）；采购中标信息数据包含年、季、采购城市、批次、采购序列号、采购日期、供应商编号、商品编号、商品名称、采购价（元）、指导价（元）、采购数量、金额（元）；交货信息数据包含年、季、采购城市、批次、采购序列号、采购日期、供应商编号、商品编号、商品名称、采购数量、业务类型、交易流水号、交易数量；质量数据分析数据包含年度、季度、采购城市、批次、采购序列号、采购日期、供应商编号、商品编号、商品名称、采购数量。</p>		
--	--	--	--



	<p>可使用在线Excel中SUMIFS、COUNTIFS函数针对交货数据、交货次数、不合格量、退货次数、质量合格率、交货率进行计算，并将结果按要求填写，再使用XLOOKUP函数针对两个批次的质量合格率和交货率进行查询并填写，使用插入图标就商品采购质量变化率进行展示，最终以完成采购管理。</p> <p>（3）库存管理</p> <p>系统内置供应商信息、供应商报价、采购订单信息、库存信息、销售订单信息以及部分采购数据统计等数据，供应商信息数据包含商品类目、供应商编号、供应商名称、成立时间、注册资金、公司所在地、供应商评级；供应商报价数据包含供应商编号、报价商品编号、商品名称、商品类别、指导价、报价（元）；采购订单信息数据包含年、季、采购城市、批次、采购序列号、采购日期、供应商编号、商品编号、商品名称、采购价（元）、指导价（元）、采购数量、金额（元）；库存信息包含年度、季度、运营城市、商品编号、商品名称、库存数量；销售订单信息包含序号、订单编号、下单日期、年、季度、商品编号、品名、商品类别、营销类型、数量（件）、单价（元）、优惠金额（元）、优惠、金额（元）、客户类型、消费能力、年龄、性别、省份、区域分布、销售员编号、客户变化；采购数据统计包含年度、季度、运营城市、采购批次、采购订单号、商品编号、商品名称。</p> <p>可应用在线Excel使用SUMIFS函数计算所有产品的订单数量、库存数量、采购数量，更进一步计算仓库缺货率，在采购数据分析页中分别计算两个批次的采购数量和仓库缺货率，使用插入图表针对采购数量变化率、仓库缺货率变化率进行展示，完成库存管理。</p> <p>（四）数据化运营训练包</p> <p>1. 训练包概述</p> <p>通过技能训练帮助学生建立数据运营的思维体系，掌握电商企业数据化运营的一般流程和主流方法，培养电商领域相关运营目标确定、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪的动手操作能力。</p> <p>2. 训练项目</p> <p>（1）行业数据运营</p> <p>1.1 市场数据运营</p> <p>1.2 竞争数据运营</p> <p>（2）客户数据运营</p> <p>2.1 客户画像运营</p> <p>2.2 客户数据管理</p> <p>2.3 客服数据运营</p> <p>（3）推广数据运营</p> <p>3.1 流量数据运营</p> <p>3.2 营销活动运营</p> <p>3.3 渠道推广运营</p> <p>3.4 内容数据运营</p> <p>（4）销售数据运营</p> <p>4.1 商品结构数据运营</p>	
--	---	--



	<p>4.2商品关联销售数据运营 4.3商品销售数据运营 (5) 供应链数据运营 5.1采购数据运营 5.2采购管理 5.3库存管理 3.训练包数量 提供一整套基于企业真实案例贯穿始终，包含5个单元不少于15项技能训练题。 (五) 数据化运营试题包 1. 试题包概述 试题包与业务平台深度集成，满足理论题与实训题无缝衔接。 2. 试题包数量 提供 3 套在线测评试题包，供在线考试测评使用。每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，每套试题题量大约在90-120分钟之间。</p>			
4	<p>(一) 技术要求 1. 要求系统架构按照大型分布式架构设计，支持高并发，高可用的业务需求。使用微服务框架，实现系统模块灵活配置，数据动静分离；支撑大范围专业建设开课要求，支持的操作系统包括但不限于：Windows7 32位/64位，Windows8 32位/64位，Windows10 32位/64位，Mac OS 10.10，Mac OS 10.11，Mac OS 10.12，国产操作系统等。 2. 要求系统采用B/S架构。 3. 要求使用安全可靠的数据库，可通过水平扩展来达到高可用性和高性能。 4. 要求采用SpringBoot，SpringCloud，Mybatis技术框架，展现层需要通过vue和相关标签实现，实现前后端分离；模型层通过Java接口及实现类来实现；与数据库的接口采用轻量级封装Mybatis提供的接口；系统所有操作都具备系统日志与业务日志级别。 5. 要求系统可以抵御常用攻击手段，如sql注入，CSRF、XSS等。 6. 要求使用redis缓存数据库来进行用户数据的缓存，增加系统响应速度并优化用户的体验。 7. 要求使用多用户的统一登录口，系统管理员、教师、学生统一登陆口，只需输入各自的用户名及密码即可登录。 8. 系统可在线升级，在联网情况下支持系统功能远程升级。 9. 系统采用混合云服务器部署。 (二) 商家中心（店铺） 1. 商品管理 (1) 商品列表 可进行商品二次编辑、设置商品标题、主图、规格、价格、库存、详情页等内容，完成商品发布，对所经营商品进行商品管理。 (2) 分组管理</p>	套	1	398000



	<p>可以对经营店铺中的商品进行分组管理，更清晰的管理店内商品。</p> <p>2. 选品大厅</p> <p># (1) 供应商品库（提供数字化选品实训平台软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>平台提供不少于10万条SKU商品库，包含商品名称、供应商名称、类目、品牌、活动标签、库存、在售店铺数量、已售数量、销售价、成本价等数据。</p> <p>可根据商品分类、活动标签进行商品筛选，也可通过输入商品名称、货号、SKU进行筛选，还可根据品牌、已售数量、库存等信息进行高级搜索。</p> <p>可一键导入自己店铺中进行编辑、上架和销售。</p> <p>(2) 明星供应商</p> <p>平台智能推荐明星供应商，提供供应商名称、推荐爆品等信息。通过选品按钮可快速完成明星供应商商品选品。</p> <p>3. 订单管理</p> <p>(1) 订单列表</p> <p>订单列表提供订单号、订单类型、订单状态、收货人、供方名称、销方名称、商品名称、商品类别、商品数量、销售单价/总金额、订单金额、支付类型、支付方式、订单来源、下单时间等信息。可通过订单号、子订单ID、订单类型、订单状态、异常状态等进行订单查询。</p> <p>(2) 售后列表</p> <p>售后列表提供申请时间、售后服务单号、订单编号、售后服务类型、状态等信息，可查看售后详情，并支持导出Excel。</p> <p>(3) 交易投诉</p> <p>交易投诉列表提供投诉商品、投诉主题、投诉时间、投诉状态等信息。</p> <p>(3) 物流管理</p> <p>可设置计费方式、计费区域、免运费区域等新增模版，并可自主设置物流公司进行订单配送。</p> <p>(4) 评价管理</p> <p>提供评论日期、商品名称、评论人、评论等级、评论类型、回复状态等信息。可针对评论进行回复，以及查看评论详情。</p> <p>(三) 智能选品平台</p> <p>1. 商机中心</p> <p>(1) 订单数据概览</p> <p>提供店铺商品总数、近30天销售数据、近30天浏览用户数、近30天订单数据、近30天下单用户数据等数据。该模块数据通过后台智能抓取，每日自动更新。</p> <p>(2) 热卖榜</p> <p>提供热卖商品排名、商品名称、分类、成交量、单价、购买人数、销售额、标签等信息，可点击“选品车”直接将商品加入个人选品车；</p> <p>可通过商品名称、价格、品类进行商品筛选，支持查看昨日、近一周、近30天的热卖榜单。</p> <p>(3) 热搜榜</p>		
--	--	--	--

	<p>提供热搜关键词、搜索量，可查看匹配商品的名称、分类、成交量、单价、购买人数、销售额等详细信息。支持查看昨日、近一周、近30天的热搜榜单。</p> <p>(4) 类目榜</p> <p>提供热卖类目名称、子类目，可查看匹配商品的名称、分类、成交量、单价、购买人数、销售额等详细信息。支持查看昨日、近一周、近30天的热卖类目。</p> <p><b>▲2. 选品大厅</b></p> <p>(1) 商品列表</p> <p>系统自动同步真实电商平台不少于10万条SKU商品库；提供不少于30条常见商品类目，可点击相应类目完成商品筛选；商品实时展示图片、名称、售价、月销量、佣金等信息。</p> <p>(2) 商品详情及带货灵感</p> <p>点击商品查看商品详情，包括供应商名、商品品牌、商品类目、商品编号、活动标签、权益标签、商品售价、商品月销、规格、价格、库存等信息；系统调用生成式AI自动为当前商品生成不少于3条带货灵感。</p> <p>商品列表及详情页均可通过点击选品车按钮将商品加入个人选品车。</p> <p>3. 选品车</p> <p>汇总已加入选品车的全部商品，展示商品图片、名称、带货灵感、供应商、佣金率、售价、月销量、好评/分值等信息。</p> <p>可针对商品进行“移除”，也支持商品批量“移除”。</p> <p>(四) 数字课程</p> <p>1. 选品工作准备</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 商品的基本认知</li> <li>(2) 商品质量与包装</li> <li>(3) 电子商务选品</li> <li>(4) 选品的工具准备</li> </ul> <p>2. 产品信息收集</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 产品信息采集</li> <li>(2) 产品信息管理</li> <li>(3) 产品信息分析</li> </ul> <p>3. 产品定位与规划</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 产品类型分析</li> <li>(2) 产品受众分析</li> <li>(3) 产品竞品分析</li> <li>(4) 产品组合分析</li> <li>(5) 营销策略制定</li> </ul> <p>4. 数据分析与决策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 营销效果跟踪与评估</li> <li>(2) 风险预判与应对</li> <li>(3) 选品策略优化与调整</li> </ul> <p>5. 选品实战</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 网店选品实战</li> <li>(2) 短视频选品实战</li> <li>(3) 直播选品实战</li> </ul>		
--	--	--	--

	<p>(4) 跨境选品实战</p> <p>(五) 训练包</p> <p>提供在线训练项目，供学生实务训练使用，采用一整套企业真实案例贯穿始终，包含全部章节核心技能点的在线训练项目，学生采用个人实战训练方式，采用任务驱动的形式，以企业真实选品业务为基础，通过选品准备、产品信息收集、产品定位与规划、数据分析与决策、选品实战相关训练，帮助学生掌握数据化选品的方法、技巧并应用到实践中，适应岗位工作要求。</p> <p>1. 训练内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 选品工作准备</li> <li>(2) 产品信息收集</li> <li>(3) 产品定位与规划</li> <li>(4) 数据分析与决策</li> <li>(5) 选品实战</li> </ul> <p>2. 训练包数量</p> <p>提供一整套基于企业真实案例贯穿始终，包含全部单元不少于15项技能训练题。</p> <p>(六) 试题包</p> <p>试题包满足理论题与实训题无缝衔接。3套题目紧密结合教学内容，涵盖选品准备、产品信息收集、产品定位与规划、数据分析与决策、选品实战等技能应用。通过训练测评，提高学生数据化选品综合能力，灵活运用新工具、新方法，适应新技术、新业态背景下的岗位工作内容。</p> <p>1. 试题包内容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 选品工作准备</li> <li>(2) 产品信息收集</li> <li>(3) 产品定位与规划</li> <li>(4) 数据分析与决策</li> <li>(5) 选品实战</li> </ul> <p>2. 试题包数量</p> <p>提供 3 套在线测评试题包，供在线考试测评使用。每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，每套试题题量大约在90-120分钟之间。</p>			
5	<p>视觉营销</p> <p>AI设计实</p> <p>训平台（</p> <p><b>核心产品</b></p> <p>）</p> <p>总体要求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 要求系统架构按照大型分布式架构设计，支持高并发，高可用的业务需求。使用微服务框架，实现系统模块灵活配置，数据动静分离；支撑大范围专业建设开课要求：Windows7 32位/64位，Windows8 32位/64位，Windows10 32位/64位，Mac OS 10.10，Mac OS 10.11，Mac OS 10.12。</li> <li>2. 要求系统采用B/S架构，无需安装客户端，使用时只要打开IE、chrome、火狐、360等任意一款浏览器即可轻松实现所有操作。</li> <li>3. 要求使用MySQL开源数据库，可通过水平扩展来达到高可用性和高性能。</li> <li>4. 要求采用当前流行的Spring Boot，Spring Cloud，MyBatis技术框架，展现层需要通过Vue和相关标签实现，实现前后端分离；模型层通过Java接口及实现类来实</li> </ol>	套	1	398000

	<p>现；与数据库的接口采用轻量级封装MyBatis提供的接口；系统所有操作都具备系统日志与业务日志级别。</p> <p>5. 要求系统可以抵御常用攻击手段，如SQL注入，CSRF、XSS等。</p> <p>6. 要求使用Redis缓存数据库来进行用户数据的缓存，增加系统响应速度并优化用户的体验。</p> <p>7. 要求使用多用户的统一登录口，系统管理员、教师、学生统一登陆口，只需输入各自的用户名及密码即可登录。</p> <p>8. 系统可在线升级，在联网情况下支持系统功能远程升级。</p> <p>9. 系统采用混合云服务器部署。</p> <p>一、元宇宙教学平台</p> <p>（一）教务管理</p> <p>1. 学生管理</p> <p>系统管理员可创建管理学生账号，可进行查询、添加、批量导入、批量导出、批量删除等操作。系统可记录学生姓名、学号、手机号、班级等信息，便于管理员对学生管理。</p> <p>2. 教师管理</p> <p>系统管理员可管理教师账号，可进行查询、添加、批量导入、批量删除等操作。系统可记录教师姓名、手机号等信息。</p> <p>（二）课程管理</p> <p>1. 教学班管理。</p> <p>教师可以选择课程来开设教学班，可通过系统内导入或者班级邀请码的方式把学生加入到教学班中。</p> <p>2. 系统提供智能助教功能，学生可随时向智能助教提问进行互动。</p> <p>（三）教学工具</p> <p>1. 板书工具</p> <p>包括画笔、橡皮、图形、黑白背景色等功能，辅助授课过程中进行板书书写。</p> <p>2. 班课直播</p> <p>教师可以在教学班中开启班课程直播，可以设置直播标题、直播时间。可设置是否允许聊天，是否可以观看回放，可以查看直播的考勤情况。</p> <p>3. 课后作业</p> <p>教师创建作业，设置作答时长，发布作业，批阅作业。作业内容可以是自定义模式和在线试题模式。</p> <p>（四）实训</p> <p>支持在课程的实操任务重直接跳转到实训业务平台进行任务操作。</p> <p>（五）数据统计</p> <p>1. 基础统计</p> <p>（1）可查看班级人数、在学人数、未学人数。</p> <p>（2）可查看最近学习人数统计图，可按照周、月两个维度进行展示。</p> <p>（3）讨论统计，包含讨论参与度、主题数、回复和评论数。</p>		
--	---	--	--



	<p>2. 课程进度统计</p> <p>(1) 任务统计。可查看班级整体进度、任务总数。可查询每个学生的学习进度，并可查看详情，查看每个任务的完成情况。任务统计支持导出记录。</p> <p>(2) 实操练习统计。可按学员维度和试题维度查询学生的学习情况。学员维度可查看每个学生的任务完成数量、完成率、正确率，可进行排序。试题维度可查看每个学员的提交数量、提交率、正确率，可进行排序。</p> <p>(3) 章节测验统计。可按照学员维度及测验维度进行统计查询。学员维度可以查询每个学员的完成数量、完成率、平均分，并可查看每个学生每一个测验的作答详情。测验维度可查询每个章节测验提交数量、提交率、总分、平均分。</p> <p>二、视觉营销AI设计实训平台</p> <p>(一) AI生图</p> <p>系统支持基于文本提示词和参考图像的图像生成功能。用户可自定义输入图像主题、主体元素、环境设定、风格类型及其他关键视觉参数，系统通过智能算法解析输入内容，实现对设计意图的精准理解，并输出与设定要求高度匹配的图像内容，满足多样化的视觉创作需求。</p> <p>▲1. 文生图</p> <p>系统支持中英文正向提示词与负向提示词的输入，用户可通过关键词方式精准描述图像的主题、主体、环境、风格及其他关键视觉元素，提升图像生成内容的精确性与定制化程度。</p> <p>平台支持图像尺寸的灵活配置。用户可选择系统预设尺寸，或在范围[512px, 1440px]内自定义图像的宽高比；同时支持设置单次生成图像数量，以满足多场景、多终端的视觉输出需求。</p> <p>2. 图生图</p> <p>平台支持用户上传参考图像，应用于图像生成过程中的内容迁移或风格迁移。系统可结合用户输入的中英文提示词与参考图像，实现图像主题、风格、流派等多维度的生成控制，提升视觉创作的多样性与准确性。</p> <p>在引用参考图像时，支持用户通过参数控制引用参考图的内容或风格，并可控制输出图像与垫图（参考图）的相似度。</p> <p>用户可根据实际应用需求，选择平台预设图像尺寸，并支持配置单次生成图像数量，适配多终端、多场景的视觉输出要求。</p> <p>#3. 局部重绘（提供视觉营销AI设计实训平台 软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>平台支持图像局部编辑与重绘功能。用户可对生成图像任意区域进行涂抹操作，并结合修改后的提示词输入，实现语义驱动下的局部图像内容再生成。系统可根据用户指定的区域与文本语义进行内容填充与风格重构，输出风格多样、语义一致、细节丰富的图像重绘结果。</p> <p>4. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，下载内容不含水印。</p>	
--	--	--

	<p>（二）AI视频</p> <p>平台支持图生视频、文生视频、视频特效等功能。用户可通过图片、提示词、特效模板等内容，生成5秒无声视频。</p> <p>#1. 图生视频（提供视觉营销AI设计实训平台软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>用户可通过上传图片与撰写中英文提示词的方式，生成视频。图生视频应支持设置设视频片头与视频片尾。</p> <p>2. 文生视频</p> <p>用户可通过直接撰写中英文提示词生成视频内容。文生视频应支持模型选择、支持设置16: 9、9: 16、1: 1、4: 3、3: 4等多个图片规格。</p> <p>3. 视频特效</p> <p>用户上传图片与选择特效模板的方式生成视频内容。视频特效的模型包括但不限于转圈圈、戳戳乐、魔法漂浮等。</p> <p>（二）创意海报</p> <p>平台提供智能海报生成功能，支持用户通过【有素材】和【没有素材】模式的自动生成海报及文字排版。</p> <p>1. 我有素材</p> <p>支持用户根据创作需求输入文本提示词、设置引导图相关参数、上传海报主图、前景元素及背景原素，自动生成海报。</p> <p>▲2. 没有素材</p> <p>支持用户根据创作需求输入中英文提示词，描述创作场景、产品特点、目标受众、热点关键词、活动名称、时间、地点及主题色彩等关键信息，用于驱动背景图像的生成。支持用户输入主标题、副标题及正文内容，系统自动完成文字排版与图文融合，生成语义一致、构图合理的海报内容。</p> <p>系统内置18种创意风格模板，包括“剪纸工艺”“折纸工艺”“中国水墨”“中国刺绣”“真实场景”“2D卡通”“儿童水彩”“赛博背景”等，用户可根据设计需求灵活选择。支持设置风格参考系数，并提供留白效果权重及留白步数比例调节选项，实现更具审美控制力的视觉输出。</p> <p>系统支持横版与竖版海报格式选择，满足不同展示载体需求。支持设置单次生成图像数量，便于多版本创意输出与内容选优。</p> <p>3. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，下载内容不含水印。</p> <p>（三）人像重绘</p> <p>平台支持智能人像风格生成功能，用户可上传人像图片，并通过选择系统预设风格或上传参考图像，实现人像图像的风格化重绘，生成符合视觉审美需求的高质量图像作品。</p> <p>1. 图片上传</p> <p>系统支持上传清晰人像图片，图像格式包括：JPEG、JPG、PNG、WEBP。</p>	
--	--	--



	<p>2. 风格参数配置</p> <p>系统内置10种风格模板，包括：“漫画复古”“3D童话”“二次元”“小清新”“未来科技”“国画古风”“将军百战”“炫彩卡通”“清雅国风”“喜迎新年”等，用户可根据设计需求灵活选择。</p> <p>支持用户上传参考图像，系统根据参考图进行风格迁移，生成与参考风格一致的个性化人像图像。</p> <p>3. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，下载内容不含水印。</p> <p><b>(四) 创意文字</b></p> <p>平台提供艺术字体智能生成功能，用户可通过输入关键词并配置风格参数，生成具有创意视觉效果的艺术字图像。</p> <p>1. 文生图</p> <p>用户可输入不超过6个汉字或字母作为生成内容，系统将基于输入内容自动进行艺术字体的图像生成。</p> <p>2. 风格参数配置</p> <p>系统内置20种风格模板，用于快速生成标准化艺术字体图像。</p> <p>系统支持自定义风格配置：支持用户以“类型 + 创意效果 + 字体”的组合方式自定义生成风格。</p> <p>    类型支持：“立体材质”“场景融合”“光影特效”等3种；</p> <p>    创意效果支持输入200字以内的文本提示词，辅助风格细化生成；</p> <p>    字体支持在12种可选字体中进行选择，</p> <p>    系统支持上传图像作为风格参考，系统可基于参考图进行风格提取与应用</p> <p>3. 生图参数配置</p> <p>用户可根据实际应用需求，选择平台预设图像尺寸，并支持配置单次生成图像数量，适配多终端、多场景的视觉输出要求。</p> <p>4. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，下载内容不含水印。</p> <p><b>(五) 一键抠图</b></p> <p>平台提供高精度一键抠图功能，支持自动识别图像中的前景主体并实现背景分离，简化图像处理流程，提升用户工作效率。</p> <p>1. 原图上传与抠图处理</p> <p>支持上传任意图像，格式包括JPEG、JPG、PNG、WEBP。系统可自动识别并抠取前景人物、物体等主体，实现高精度背景去除。</p> <p>2. 图片编辑</p> <p>抠图完成后，支持对图像进行快速编辑操作，包括裁剪、背景重置等，便于适配不同平台与场景需求。</p> <p>3. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，可自主定义下载内容是否包含含水印。</p>	
--	--	--

	<p><b>(六) 虚拟模特</b></p> <p>平台支持将上传的真人或人台商品展示图通过智能替换生成虚拟模特形象，实现商品在不同模特与背景下的多样化展示，提升产品表现力，广泛适用于服饰、珠宝、鞋靴等类目的创意展示</p> <p>1. 图片上传与区域标注</p> <p>支持上传真人或人台实拍图，图像格式包括JPEG、JPG、PNG、WEBP。</p> <p>支持用户对图像中希望保留的区域进行标注，确保商品完整保留。</p> <p>支持上传背景参考图，并可设置背景替换权重参数，实现个性化背景融合。</p> <p>2. 虚拟模特参数配置</p> <p>系统支持用户通过中英文提示词输入模特的全身特征与面部描述信息。支持在保持原有人物姿态不变的前提下，生成符合提示要求的新模特形象。</p> <p>支持选择系统预设模特形象模板，或上传参考图以实现模特个性化定制。</p> <p>3. 生图参数配置</p> <p>用户可根据实际应用需求，选择平台预设图像尺寸，以适配多终端、多场景的视觉输出要求。</p> <p>4. 下载与输出</p> <p>平台支持用户下载所生成的高清图像文件，下载内容不含水印。</p> <p>▲ <b>(七) 灵感集</b></p> <p>1. 作品浏览与类比生成</p> <p>用户可浏览平台内其他创作者公开发布的创意作品。</p> <p>2. 个人作品发布与交流</p> <p>用户可以通过【我的灵感集】查找已制作内容，并将自己的创作发布至灵感集。</p> <p><b>(八) 在线图库</b></p> <p>1. 在线图库</p> <p>用户可以访问和使用“我的图片”“系统图片”和“我的设计图”三个分类，图库与其他子系统集成，支持跨系统调用图片资源。</p> <p>2. 批量图片上传</p> <p>支持用户批量上传本地图片到在线图库，便于管理和使用个人图像资源。</p> <p><b>(九) 图片制作</b></p> <p>1. 创建画布</p> <p>用户可以选择多种预设的画布尺寸快速创建画布，或自定义画布的像素尺寸以满足特定的设计需求。</p> <p>2. 图片编辑</p> <p>在创建的画布中，用户可以插入图片、素材和文字等内容，并可设置背景颜色，以制作符合个人或商业需求的图像作品。</p> <p><b>(十) 店铺装修</b></p> <p>用户可以装修店铺首页，包括配置商品模块、标题文本、图片广告和店铺信息等多个板块，以优化店铺的用户体验和销售效果。</p>	
--	---	--



	<p>(十一) 商品管理</p> <p>1. 商品列表</p> <p>用户可以在平台上上架商品，设计商品的主图、主视频和详情页，同时进行商品的综合管理。</p> <p>2. 待审核商品</p> <p>展示正在等待审核的商品列表，便于用户跟踪商品审核状态。</p> <p>3. 分组管理</p> <p>支持商品的分组管理，用户可以根据分类对商品进行分组和管理，以提高管理效率和促进商品展示。</p> <p>三、测评系统</p> <p>测评系统包含随堂测验、课程考试两个模块，可以全方位检测学生学习效果，并及时查漏补缺。</p> <p>(一) 随堂测验</p> <p>完成每一个课程单元的学习后，学生可进行随堂测验，支持练习模式，每次提交后都显示答题正误和答题总分。随堂测验支持重复作答，不限次数。</p> <p>(二) 课程考试</p> <p>教师可对所教班级设置课程考试，可单独或批量进行设置。可手动触发公布答案，也可以在考试时间结束后自动公布答案。教师发布考试信息后，学生即可在规定的考试时间内完成作答。教师公布答案后，学生可查看个人得分以及每一题的正误情况。</p> <p>教师可看到学生考试提交情况，包括班级交卷人数、班级最高分、平均分，每一位学生的答题得分、正误情况以及每一题的班级整体正误情况。</p> <p>四、数字课程</p> <p>(一) 课程简介</p> <p>《视觉营销AI设计》是电子商务、网络营销与直播电商等专业的专业课程，是依照高等职业教育培养目标与行业企业实际需求设置的专业必修课，共64课时，本课程提供课程简介、课程标准、考核大纲等，方便院校一体化教学使用。</p> <p>本课程将理论知识、专业技能、职业能力和职业素养贯穿在一起，覆盖电商店铺视觉营销、品牌传播视觉营销两大产业场景等，旨在提升学习者视觉设计能力、内容创意设计能力、跨媒介协作能力、人机共创能力等核心技能，使其能够胜任未来在电商企业视觉设计、电商设计等岗位。</p> <p>(二) 课程内容</p> <p>《视觉营销AI设计》课程主要包括七个项目，共十余个任务，具体如下：</p> <p>项目一 初识视觉营销AI设计</p> <p>(1) 理解视觉营销设计</p> <p>理解视觉营销在品牌传播与产品销售中的作用，建立视觉营销设计的基本认知框架。</p> <p>(2) 理解视觉营销AI设计</p> <p>了解AI技术在视觉营销中的应用趋势，初步认识AI辅助设计的核心理念与优势。</p> <p>(3) 认识视觉设计工具</p>	
--	--	--

	<p>熟悉主流视觉设计工具的功能与适用场景，为后续实操打下工具基础。</p> <p>(4) 掌握视觉设计语言 掌握基本的视觉设计语言，包括色彩、字体、构图、风格等核心要素，具备基础的设计审美与表达能力</p> <p>(5) 掌握AI视觉设计工具 能初步使用AI视觉设计工具，进行简单的图像生成与编辑操作，激发学习兴趣与创造力</p> <p><b>项目二 AI设计初体验</b></p> <p>(1) AI 摄影初体验 初步了解AI摄影的工作原理与操作方式，能通过AI工具生成具有构图美感的商品或场景照片。</p> <p>(2) AI 绘画初体验 初步体验AI绘画工具的基本流程与风格控制，了解文本生成图像的核心逻辑与创意空间。</p> <p>(3) AI 3D初体验 初步接触AI 3D建模或生成技术，了解其在产品展示、视觉营销中的应用潜力，激发三维设计兴趣。</p> <p><b>项目三 品牌店铺首页设计</b></p> <p>(1) 任务1：店铺品牌视觉AI设计 理解品牌视觉识别体系的基本构成，掌握品牌店铺LOGO的设计原则与表达技法，能够独立完成符合品牌调性的LOGO设计。</p> <p>(2) 店铺首页设计 掌握电商平台首页设计的布局逻辑与用户浏览动线，能够设计具有引导性和转化力的首页整体视觉方案。</p> <p>(3) 店铺轮播图设计 熟练制作店铺轮播图，理解主视觉与促销信息的组合技巧，提升页面视觉焦点与用户停留时间。</p> <p>(4) 店铺装修实战 能独立完成品牌店铺首页装修实战，掌握从设计到平台上线的操作流程，实现品牌形象的完整呈现。</p> <p><b>项目四 商品主图AI设计</b></p> <p>(1) AI商品摄影 掌握AI辅助商品摄影的基础技能，理解智能拍摄在电商场景中的应用价值。</p> <p>(2) 商品主图制作 能独立完成电商商品主图的构图、设计与优化，提升商品展示力与点击率。</p> <p>(3) AI商品主视频制作 学会利用AI工具制作短视频主图，增强视觉吸引力与转化效率。</p> <p>(4) 商品上架与装修 熟悉商品上架流程及店铺首页装修技巧，实现商品视觉与页面风格的统一。</p> <p><b>项目五 商品详情页设计</b></p> <p>(1) 商品详情页物料准备 能根据产品卖点与用户痛点，系统准备商品详情页所需素材与内容。</p> <p>(2) 商品详情页制作</p>	
--	--	--

	<p>掌握商品详情页的版式设计逻辑，能高效运用AI工具辅助制作图文内容。</p> <p><b>(3) 商品详情页装修实战</b>        具备完成整套详情页并参与上线前装修实战的能力，提升页面营销力。</p> <p><b>项目六 品牌营销图文设计</b></p> <p><b>(1) 品牌视觉传播方案策划</b>        掌握品牌视觉传播的基本思路与策划方法，能够形成完整的传播方案。</p> <p><b>(2) 品牌社媒主视觉设计</b>        熟练设计品牌在社交媒体平台的主视觉，体现品牌视觉一致性与传播力。</p> <p><b>(3) 品牌社媒传播物料制作</b>        运用AI与图像编辑工具，高效完成多种传播场景下的图文设计输出。</p> <p><b>项目七 品牌文创AI设计</b></p> <p><b>(1) 品牌文创策划方案制作</b>        能独立策划符合品牌调性的文创产品方案，结合文化洞察与市场需求。</p> <p><b>(2) 品牌文创效果图AI设计</b>        掌握AI在文创效果图设计中的实际应用，提升产品创意视觉表达力。</p> <p><b>(3) 品牌文创推广物料制作</b>        熟悉品牌文创推广物料的制作流程，实现概念落地到传播实施的闭环。</p> <p><b>(三) 课程资源</b>        商务数据分析课程资源丰富，包含PPT、动画、视频等课程资源：        电子教案PPT数量不少于50个；        视频微课数量不少于50个，每个微课时长5-15分钟；        富媒体、PDF、EXCEL等文件资源数量若干；        随堂练习客观题数量不少于150道；        提供课程简介、课程大纲、课时安排等教学文件及参考资料。</p> <p><b>五、训练包</b></p> <p><b>(一) 训练内容</b></p> <p>(1) 初识视觉营销AI设计 (2) AI设计初体验 (3) 品牌店铺首页AI设计 (4) 商品主图及视频AI设计 (5) 商品详情页AI设计 (6) 品牌视觉传播AI设计 (7) 品牌文创AI设计</p> <p><b>(二) 训练包数量</b>        提供覆盖品牌传播方案策划、店铺首页设计、商品主图设计、商品详情页设计、营销主视觉设计等任务，不少于15项技能训练题。</p> <p><b>六、试题包</b></p> <p>提供3套在线测评试题包，供在线考试测评使用。每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，每套试题题量大约在90-120分钟之间。</p> <p><b>(一) 试题包内容</b>        试题包内容覆盖视觉营销及AI技术发展相关认知、AI视</p>		
--	--	--	--



		视觉设计思维训练、品牌电商店铺视觉设计、品牌传播视觉设计、品牌IP视觉设计等模块。 <b>(二) 试题包数量 (3套)</b> 提供 3 套在线测评试题包，每套试题题量在90-120分钟之间，在线考试测评使用。 每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，客观题包含单选、多选、判断三种题型，单选题30道、多选题10道、判断题10道；业务操作题不少于3道。			
6	AIGC电商 数字人训练与应用 平台	1. 要求系统架构按照大型分布式架构设计，支持高并发，高可用的业务需求。使用微服务框架，实现系统模块灵活配置，数据动静分离；支撑大范围专业建设开课要求：Windows7 32位/64位，Windows8 32位/64位，Windows10 32位/64位，Mac OS 10.10，Mac OS 10.11，Mac OS 10.12。 2. 要求系统采用B/S架构，无需安装客户端，使用时只要打开IE、chrome、火狐、360等任意一款浏览器即可轻松实现所有操作。 3. 要求使用MySQL开源数据库，可通过水平扩展来达到高可用性和高性能。 4. 要求采用当前流行的Spring Boot，Spring Cloud，MyBatis技术框架，展现层需要通过Vue和相关标签实现，实现前后端分离；模型层通过Java接口及实现类来实现；与数据库的接口采用轻量级封装MyBatis提供的接口；系统所有操作都具备系统日志与业务日志级别。 5. 要求系统可以抵御常用攻击手段，如SQL注入，CSRF、XSS等。 6. 要求使用Redis缓存数据库来进行用户数据的缓存，增加系统响应速度并优化用户的体验。 7. 要求使用多用户的统一登录口，系统管理员、教师、学生统一登陆口，只需输入各自的用户名及密码即可登录。 8. 系统可在线升级，在联网情况下支持系统功能远程升级。 9. 系统采用混合云服务器部署。 <b>一、元宇宙教学平台</b> <b>(一) 教务管理</b> 1. 学生管理 系统管理员可创建管理学生账号，可进行查询、添加、批量导入、批量导出、批量删除等操作。系统可记录学生姓名、学号、手机号、班级等信息，便于管理员进行学生管理。 2. 教师管理 系统管理员可管理教师账号，可进行查询、添加、批量导入、批量删除等操作。系统可记录教师姓名、手机号等信息。 <b>(二) 课程管理</b> 1. 教学班管理。 教师可以选择课程来开设教学班，可通过系统内导入或者班级邀请码的方式把学生加入到教学班中。 2. 系统提供智能助教功能，学生可随时向智能助教提问	套	1	1090000



	<p>进行互动。</p> <p><b>(三) 教学工具</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. 板书工具</b> 包括画笔、橡皮、图形、黑白背景色等功能，辅助授课过程中进行板书书写。</li><li><b>2. 班课直播</b> 教师可以在教学班中开启班课程直播，可以设置直播标题、直播时间。可设置是否允许聊天，是否可以观看回放，可以查看直播的考勤情况。</li><li><b>3. 课后作业</b> 教师创建作业，设置作答时长，发布作业，批阅作业。作业内容可以是自定义模式和在线试题模式。</li></ol> <p><b>(四) 实训</b></p> <p>支持在课程的实操任务重直接跳转到实训业务平台进行任务操作。</p> <p><b>(五) 数据统计</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. 基础统计</b><ol style="list-style-type: none"><li>(1) 可查看班级人数、在学人数、未学人数。</li><li>(2) 可查看最近学习人数统计图，可按照周、月两个维度进行展示。</li><li>(3) 讨论统计，包含讨论参与度、主题数、回复和评论数。</li></ol></li><li><b>2. 课程进度统计</b><ol style="list-style-type: none"><li>(1) 任务统计。可查看班级整体进度、任务总数。可查询每个学生的学习进度，并可查看详情，查看每个任务的完成情况。任务统计支持导出记录。</li><li>(2) 实操练习统计。可按学员维度和试题维度查询学生的学习情况。学员维度可查看每个学生的任务完成数量、完成率、正确率，可进行排序。试题维度可查看每个学员的提交数量、提交率、正确率，可进行排序。</li><li>(3) 章节测验统计。可按照学员维度及测验维度进行统计查询。学员维度可以查询每个学员的完成数量、完成率、平均分，并可查看每个学生每一个测验的作答详情。测验维度可查询每个章节测验提交数量、提交率、总分、平均分。</li></ol></li></ol>		
--	---	--	--

	<p>系统配备语音合成技术，支持中英文混合语音合成，提供多种的预设音色库以满足各类应用场景需求。</p> <p><b>2. 语音克隆</b>            开放个性化音色定制功能，用户上传自定义语音素材，通过智能分析并提取独特声音特征，还原用户专属音色，实现个性化的数字人语音克隆。</p> <p><b>(三) 配音制作</b></p> <p><b>1. 制作声音</b>            用户可任意录入文案内容或选择AI帮写，播报内容完成后，可任意选择音色，其中包括包括用户前面制作的个人音色以及平台提供的默认音色。</p> <p><b>2. 声音列表</b>            用户可在列表中针对任意声音进行播放，或删除。</p> <p><b>(四) 数字素材库</b></p> <p><b>1. 形象库</b></p> <p><b>1.1 制作数字人形象</b>            2D数字人：用户可上传已有数字人形象视频，也可以当即在线拍摄，根据操作指引完成训练；            3D数字人：用户根据平台提供的两个分别为男生和女生的数字人模型进行个性化配置，包括服饰、姿态、音色。</p> <p><b>1.2 数字人列表</b>            用户创建的所有数字人均保存在本列表内，供用户在不同场景适用，用户可再次进行编辑，也可删除。</p> <p><b>▲2. 智能体</b></p> <p><b>2.1 智能体创建</b>            支持基础对话型智能体、基于角色设定的智能体、基于工作流设定的智能体创建。</p> <p><b>2.2 智能体编辑</b>            可以添加LLM、知识检索、直接回复、问题理解、逻辑、转换等各种节点组成工作流。系统集成了搜索、知识库、json处理、时间、图表生成、网页抓取等100余种第三方工具，可实现轻松调用。</p> <p><b>3. 音色库</b></p> <p><b>3.1 制作音色</b>            用户根据操作提示打开电脑相关麦克风权限后，根据提示朗读屏幕上的提示文案，即可现场录制自己的声音作为独有音色，也可上传本地录制好的音色文件，后续可用于专属数字人音色进行语音播报类工作使用。</p> <p><b>4. 岗位库</b></p> <p><b>4.1 岗位创建</b>            根据专业所需用户自主创建岗位，并为岗位选择对应的能力。</p> <p><b>5. 能力库</b></p> <p><b>5.1 新增能力类型</b>            平台提供几个默认能力类型，用户可直接使用；同时用户也可根据需要新增自己的能力标签类型。</p> <p><b>5.2 新增能力标签</b>            用户可根据需求在对应的能力分类下直接新建能力标签，能力标签是在能力类型内更加细化专业、能力、技能</p>		
--	--	--	--



	<p>、职能等更加详细的描述。</p> <p><b>6. 语料库</b></p> <p><b>6.1 上传语料</b></p> <p>用户可根据岗位特性进行语料上传，将准备好的本地语料文件点击上传，上传中需要用户选择语料的用途，上传完成后可随时预览和删除。</p> <p><b>7. 视频库</b></p> <p><b>7.1 视频创作</b></p> <p>选择视频的尺寸，选择画布，平台支持多种格式主要分为 PDF/PPT 或多种格式的图片，此时也可以应用平台生成 PPT；</p> <p>选择数字人，用于配合画布内容；</p> <p>包括用户过往制作的各类资源；</p> <p>正式进入视频制作页面，调整数字人位置和人形大小，在右侧文本框输入数字人播报文案，可选择AI辅助编写，可选择播报音色，此时可选择用户自主制作的音色或平台提供的音色库，在下方的编辑轨道可调整语音与画布的播放位置，切入时间点等，一切准备完成后分别点击保存并生成语音，合成，以及最终的保存。</p> <p><b>7.2 视频列表</b></p> <p>创作完成的视频可以再次编辑、重命名、删除。</p> <p><b>8. 声音库</b></p> <p><b>8.1 制作声音</b></p> <p>用户可任意录入文案内容或选择AI帮写，播报内容完成后，可任意选择音色，其中包括包括用户前面制作的个人音色以及平台提供的默认音色。</p> <p><b>8.2 声音列表</b></p> <p>用户可在列表中针对任意声音进行播放，或删除。</p> <p><b>(五) 数字人营销</b></p> <p><b>1. 我的数字人</b></p> <p>前序数字人制作步骤中用户制作的数字人会同步此处，注意数字人均携带个性化智能体，因此数字人不仅外貌形象有所区别，重点在于数字人被赋予的智能体带有不同的工作能力。</p> <p><b>2. 虚拟手机操作区</b></p> <p>中间主操作区为模拟营销工作场景——移动端媒体运营，提供小红书、抖音等多个主流媒体模拟应用。用户可任意点击屏幕上的主流媒体平台App图标，点击后根据提示进行内容录入和模拟发布，营销内容用户可直接通过右侧的智能体工作区进行对话创作。</p> <p><b>3. 真实智能体对话区</b></p> <p>用户通过对话进行营销内容获取，对话反馈能力来自左侧数字人携带的智能体，即前序工作中用户自主设计了智能体，又将智能体分配给数字人，此时该数字人即拥有此智能体全部智慧功能，即协作用户进行所需要的营销工作。</p> <p><b>(六) 数字人客服</b></p> <p><b>1. 我的数字人</b></p> <p>前序数字人制作步骤中用户制作的数字人会同步此处，注意数字人均携带个性化智能体，因此数字人不仅外貌</p>		
--	--	--	--

	<p>形象有所区别，重点在于数字人被赋予的智能体带有不同的工作能力。</p> <p>2. 仿真客服交流区</p> <p>用户可模拟用户与数字人进行对话交流，验证数字人客服能力，并根据验证结果发现数字人客服的不足。</p> <p>根据验证结果在智能体制作模块中，对该客服数字人配备的智能体进行优化与完善，补充各类知识库内容等。</p> <p>(七) 数字人短视频制作</p> <p>1. 视频背景配置</p> <p>用户可以上传多种格式的文件作为视频背景，系统支持图片、PPT、视频等格式。</p> <p>2. 数字人视频可视化编辑</p> <p>系统提供预制数字人模型，用户可以选择、编辑、预览数字人模型。支持对数字人进行定位、比例缩放以及颜色进行选择。</p> <p>3. 合成控制</p> <p>读音纠正：系统允许用户纠正文本输入中的多音字，确保语音输出的准确性。</p> <p>语速控制：用户可以调整语音合成的速度，以匹配不同的听众和场合。</p> <p>数字读音控制：系统支持对数字的发音方式进行定制，确保语音输出的专业性。</p> <p>4. 素材轨道编辑</p> <p>用户可以将不同的素材，如数字人、视频片段、图片和音频文件插入到视频编辑轨道中，进行直观的时间线编辑。</p> <p>5. 视频转场特效</p> <p>用户可以选择多个视频拼接时的转场的特效，系统提供50多种特效。</p> <p>6. 人工智能辅助生成脚本</p> <p>支持用户输入主题、关键词或简短描述，系统利用AI技术自动构建初始脚本草案。用户可以对AI生成的脚本进行编辑，也可应用AI进一步迭代和优化。</p> <p>7. 视频合成和预览</p> <p>用户完成编辑后，可以点击合成，系统将所有元素和效果整合生成最终视频。合成后的视频可以直接在系统中预览，确保满足用户的期望和需求。</p> <p>8. 语音播报视频生成</p> <p>用户可以上传包含人物形象的视频文件，系统将基于上传的视频生成语音播报视频，结合所选数字人的音色。</p> <p>(八) 数字人直播</p> <p>1. 创建数字人直播</p> <p>首页点击数字人直播直接进入选品，平台提供每日更</p>		
--	--	--	--

	<p>新的商品素材库供用户选择，完成商品选择后点击生成直播间，进入直播间配置。</p> <p><b>2. 直播间配置</b></p> <p>#2.1 直播商品清单（提供AIGC电商数字人训练与应用平台软著、以下功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>用户可点击本区域右上角的“+”查看直播商品，提供商品图片、名称、分类、成交量、单价、购买人数、销售额、标签等信息。点击“添加”按钮可将商品加入直播列表。</p> <p><b>▲2.2 脚本与话术</b></p> <p>用户可选择当前直播的主播声音，系统内置不少于30种主播声音；</p> <p>点击本区域右上角的“+”可添加脚本话术模块，包括开场、自我介绍、讲品、寒暄、互动、总结、下场预告等多种模块；</p> <p>针对每个模块可完成脚本内容撰写；</p> <p>添加的模块可进行再次编辑、调整顺序和删除，可以针对当前模块内容使用所选音色直接生成口播音频进行试听。</p> <p><b>2.3 直播屏幕预览</b></p> <p>用户在左侧所选择的直播背景和数字人合成的直播画面预览。</p> <p><b>2.4 数字人与背景选择</b></p> <p>用户可选择本场直播的数字人和直播间背景，可选择平台提供的默认素材也可以自主上传。</p> <p><b>3. 准备直播</b></p> <p>用户完成商品清单、脚本话术撰写、口播音色选择、数字人主播和直播间背景的全部配置后点击准备直播，平台将自动合成上述内容为一个独立直播内容。</p> <p><b>4. 开始直播</b></p> <p>完成直播内容的生成后，用户可随时开始直播。</p> <p><b>5. 直播数据</b></p> <p>平台虚拟访客数字人采用智能轮巡的机制，扮演观众访客到访于所有用户的直播间，而产生一系列仿真数据所形成的直播数据看板。</p> <p><b>(九) 数字知识库</b></p> <p>支持 Word、PDF、Excel 等格式资料导入，支持在线编辑与审核，支持知识点关联标注，支持知识实时应用，提供答案准确度提升，支持上下文理解增强。</p> <p><b>(十) 数字人对话系统</b></p> <p>支持多轮对话历史追踪，支持意图理解，支持话题转换识别，支持多轮对话状态追踪，支持对话策略动态调整，支持多模态交互，支持个性化回复生成，支持多样性回复策略，支持情感识别与回应。</p>		
--	---	--	--

	<p><b>三、测评系统</b></p> <p>测评系统包含随堂测验、课程考试两个模块，可以全方位检测学生学习效果，并及时查漏补缺。</p> <p>(一) 随堂测验</p> <p>完成每一个课程单元的学习后，学生可进行随堂测验，支持练习模式，每次提交后都显示答题正误和答题总分。随堂测验支持重复作答，不限次数。</p> <p>(二) 课程考试</p> <p>教师可对所教班级设置课程考试，可单独或批量进行设置。可手动触发公布答案，也可以在考试时间结束后自动公布答案。教师发布考试信息后，学生即可在规定的考试时间内完成作答。教师公布答案后，学生可查看个人得分以及每一题的正误情况。</p> <p>教师可看到学生考试提交情况，包括班级交卷人数、班级最高分、平均分，每一位学生的答题得分、正误情况以及每一题的班级整体正误情况。</p> <p><b>四、数字课程</b></p> <p>(一) 课程简介</p> <p>《电商数字人训练与应用》引导学生了解数字人技术的基础知识，培养学生数字人应用能力。课程共32课时。</p> <p>本课程致力于为学员搭建从理论到实践的桥梁，帮助学员全面掌握生成式AI技术在电商数字人训练与应用中的核心知识与技能。通过系统性学习，学员将能够独立运用AI工具进行电商数字人的定制化训练，打造贴合不同电商场景需求的数字人形象，并熟练应用于营销推广、客服接待、短视频制作、直播带货等实际业务环节，提升电商运营效率与用户体验。</p> <p>(二) 课程内容</p> <p>《电商数字人训练与应用》课程主要包括5个项目，共十余个任务，具体如下：</p> <p>项目一 数字人技术与应用认知</p> <p>(1) 数字人概念与发展</p> <p>数字人的定义和类型，数字人技术的发展历程。</p> <p>(2) 数字人技术构成与工具</p> <p>了解建模、渲染、动画、交互等核心技术原理。</p> <p>了解实现数字人技术所需的硬件设备、软件工具。</p> <p>(3) 数字人应用与展示</p> <p>数字人在多领域的多元应用案例，着重介绍数字人在电商领域营销、客服、内容创作等环节的独特价值与应用现状。</p> <p>项目二 打造电商数字人角色</p> <p>(1) 数字人形象设计</p> <p>依据不同的营销服务场景与岗位角色，录制个人专属</p>		
--	--	--	--



	<p>的数字人形象完成数字人形象设计。选择预置数字人模型，通过选择不同的服装、音色等，完成数字人个性化制作。</p> <p>(2) 数字人语音设计</p> <p>依据不同的营销服务场景与岗位角色，选择合适的角色语音和音色，以及构建个性化音色模型。</p> <p><b>项目三 构建电商数字人素材库</b></p> <p>(1) 数字人素材管理</p> <p>结合品牌调性与目标受众，构建不同的数字人模型，搭建数字人素材库。</p> <p>(2) 对话系统搭建</p> <p>基于电商业务需求，构建面向营销、客户服务、直播等不同场景的语料库，搭建实用的直播话术、智能回复、客户引导等数字人对话系统。</p> <p><b>项目四 数字人营销与客服应用实践</b></p> <p>(1) 电商营销应用实战</p> <p>针对电商活动，策划数字人营销方案，涵盖品牌推广、活动策划。</p> <p>运用数字人制作营销素材，借助社交媒体开展营销活动。</p> <p>(2) 电商客服应用实战</p> <p>搭建模拟电商客服场景，部署数字人客服系统，实现智能问答、客户引导服务。收集客户反馈，优化数字人客服知识库与对话策略，提升服务满意度。</p> <p><b>项目五 数字人短视频与直播应用实践</b></p> <p>(1) 短视频应用创作</p> <p>构思以数字人为核心的电商短视频脚本，并完成短视频制作。</p> <p>(2) 数字人直播实战</p> <p>组织数字人直播带货活动，从商品选品、脚本撰写到流程把控全程实践。</p> <p>(三) 课程资源</p> <p>课程资源丰富，包含PPT、视频微课等课程资源：</p> <p>电子教案PPT数量不少于50个；</p> <p>视频微课数量不少于50个，每个微课时长5-15分钟；</p> <p>随堂练习客观题数量不少于150道；</p> <p>提供课程简介、课程大纲、课程标准等教学文件及参考资料。</p> <p><b>五、训练包</b></p> <p>提供在线训练包，供学生实务训练使用。训练包旨在培养学生掌握人工智能生成内容技术在电商领域的应用，通过训练数字人实现电商业务的创新与发展。学生将了解数字人在电商场景中的应用原理、掌握相关</p>		
--	---	--	--

		<p>技术，并能够掌握数字人应用场景、数字人形象设计、数字人视频制作、数字人直播等训练项目，全面掌握本课程的主要知识和技能。</p> <p>(一) 训练内容</p> <p>(1) 数字人形象设计 (2) 数字人语音设计 (3) 数字人素材管理 (4) 对话系统搭建 (5) 电商营销应用实战 (6) 电商客服应用实战 (7) 短视频应用创作 (8) 数字人直播实战</p> <p>(二) 训练包数量</p> <p>提供一整套基于企业真实案例贯穿始终，包含核心学习单元不少于15项技能训练题。</p> <p>六、试题包</p> <p>提供 3 套在线测评试题包，供在线考试测评使用。每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，每套试题题量大约在90-120分钟之间。通过技能测评，提高学生掌握电商数字人训练与应用的综合能力，灵活运用新工具、新方法，适应新技术、新业态背景下的岗位工作内容。</p> <p>(一) 试题包内容</p> <p>试题包内容覆盖数字人技术与应用认知、打造电商数字人角色、构建电商数字人素材库、数字人营销与客服应用实践、数字人短视频与直播应用实践等模块。</p> <p>(二) 试题包数量 (3套)</p> <p>提供 3 套在线测评试题包，每套试题题量在90-120分钟之间，在线考试测评使用。</p> <p>每套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，单选题30道、多选题10道、判断题10道；业务操作题不少于3道。</p>			
7	直播电商运营实训平台	<p>(一) 平台技术要求</p> <p>1、要求系统架构按照大型分布式架构设计，支持高并发，高可用的业务需求。使用微服务框架，实现系统模块灵活配置，数据动静分离；支撑大范围专业建设开课要求：Windows7 32位/64位，Windows8 32位/64位，Windows10 32位/64位，Mac OS 10.10，Mac OS 10.11，Mac OS 10.12。</p> <p>2、要求系统采用B/S架构，无需安装客户端，使用时只要打开IE、chrome、火狐、360等任意一款浏览器即可轻松实现所有操作。</p> <p>3、要求使用mysql开源数据库，可通过水平扩展来达到高可用性和高性能。</p> <p>4、要求采用当前流行的SpringBoot，SpringCloud，Mybatis技术框架，展现层需要通过vue和相关标签实现，实现前后端分离；模型层通过Java接口及实现类来实现；与数据库的接口采用轻量级封装Mybatis提供的接口；系统所有操作都具备系统日志与业务日志级别。</p> <p>5、要求系统可以抵御常用攻击手段，如sql注入，CSRF、XSS等。</p>	套	1	629528

	<p>6、要求使用redis缓存数据库来进行用户数据的缓存，增加系统响应速度并优化用户的体验。</p> <p>7、要求使用多用户的统一登录口，系统管理员、教师、学生统一登陆口，只需输入各自的用户名及密码即可登录。</p> <p>8、系统可在线升级，在联网情况下支持系统功能远程升级。</p> <p>9、系统采用混合云服务器部署。</p> <p><b>(二) 直播电商运营实训系统</b></p> <p><b>1. 直播策划模块</b></p> <p><b>(1) 直播选品</b></p> <p>根据提供的商品库选择符合本次直播任务的商品；为选择的商品定位引流款、利润款、形象款，给直播商品打标；进一步维护商品的促销信息，包括直播价格、促销形式、利益点等。</p> <p><b>(2) 直播方案</b></p> <p>预填写本次直播的主题信息包括主题类型和直播时间安排；准备直播互动脚本，包括互动类型、发生时段以及互动奖品等；确定直播各项指标，观看/关注人数、下单人数、营业额、总单量等。</p> <p><b>(3) 直播脚本</b></p> <p>区分整场脚本和单品脚本；整场脚本适用全程总流程走势，跨越每一个直播环节；单品脚本适用具体商品，细节落实商品卖点/优势，特殊购买权益服务，专享价格等。</p> <p><b>2. 直播装修模块</b></p> <p><b>(1) 欢迎语、屏蔽词、快捷语</b></p> <p>预录入本场直播适用的欢迎语；根据直播间规范针对一些敏感违规词语进行开播前屏蔽；开播时直播间公屏会随即进入虚拟粉丝，主播可预录入针对不同粉丝的短语。</p> <p><b>(2) 信息卡</b></p> <p>维护主播、店铺、镇店之宝商品、明星加入等信息。</p> <p><b>3. 直播管理模块</b></p> <p><b>(1) 新建直播间</b></p> <p>依次录入直播名称、直播时间、直播间背景图、分享封面图、直播简介，主播信息、主播头像，如有提前维护好的脚本可选择，并确认是否禁言。</p> <p><b>(2) 直播商品</b></p> <p>在商品列表中再次确认商品价格、直播间可售库存、直播间排序，以及上架下操作；被选中的商品将在模拟直播中出现在直播操作台左侧，主播可点击任何一个商品进行讲解，该商品即可以卡片形式出现在直播屏幕上。</p> <p><b>(3) 营销互动</b></p> <p>设置抽奖、红包，稍后互动内容将会出现在直播操作台，主播可随时进行点击，并随即进行开奖；</p>		
--	--	--	--

	<p>选择抽奖所送出的奖品、奖品数量、开奖条件；确认红包类型随即还是固定金额，红包个数、总金额、开奖时间。</p> <p>(4) 开播</p> <p>主播创建好直播间后，进行直播；在主播界面可以观看直播数据，包括时间、观看人数等；直播结束后，直播全程视频可自动进行记录并上传。</p> <p>4. 直播运营分析模块</p> <p>(1) 直播复盘</p> <p>根据系统提供的直播下播数据、直播次日数据进行直播流量数据采集、直播互动数据采集、直播转化数据采集、直播粉丝数据采集、直播推广数据采集；</p> <p>(2) 直播数据分析</p> <p>根据系统提供的直播销售数额、场观次数、UV价值、评论次数、平均观看时长、直播转化率进行数据变化情况分析和改进建议。</p> <p>5. 真实直播实战系统</p> <p>(1) 新增直播间</p> <p>商家端可录入直播信息创建直播间，包括直播间封面图、直播标题、直播时间、直播公告等信息；</p> <p>(2) 直播间管理</p> <p>基本信息模块，主播可通过二维码和观看链接进行预热分享；</p> <p>营销管理模块，主播设置直播过程中上架商品，并可实时调整商品上架、下架操作。</p> <p>(3) 正式开播与观看</p> <p>主播通过App进入直播频道选择场次进行直播；观众通过小程序/App均可进入直播间进行观看，并与主播进行真实互动。</p> <p># (4) 直播监控与页面管理（提供直播电商运营实训平台软著、功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>直播监控模块，主播直播过程中可查看观看人次、在线人数、观看人数等信息；可实时查看互动聊天信息与在线列表；</p> <p>页面管理模块，可设置讨论与回访的关闭和开启；</p> <p>观众可直接选择上屏商品或小黄车内商品直接进行购买，达成交易，并通过小程序/App实时跟踪订单状态以及物流信息。</p> <p># (5) 直播统计（提供直播电商运营实训平台软著、功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>统计单场直播的下单金额、平均客单价、有效订单金额、观看人数、观看次数、关注人数、分享人数、点赞人数、评论人数等信息；</p> <p>统计观看详情，包括昵称、观看时长、进入时间、退出时间、观看终端等。</p> <p>(三) 数字课程</p> <p>1. 教材规划设计</p> <p>结合岗位工作技能及典型工作任务进行教材规划，梳理课程大纲。</p> <p>输出内容：《直播电商运营》教学大纲一份</p>		
--	--	--	--

	<p>2. 课程标准      依据典型工作任务描述制定课程目标和内容，完成《直播电商运营》课程课程标准编写，指导课程建设及教学实施的规范性文件，一般包括课程概述（性质、定位、设计思路等）、课程特点、教学目标、与前后课程的联系、教学内容与学时分配、模块教学设计、教学形式、考核标准与方式、教材与资源的选用、师资要求、教学环境要求等内容。      输出内容：      《直播电商运营》课程标准一份      《直播电商运营》教学策划表一份</p> <p>3. 电子课件（PPT）      根据《直播电商运营》课程重点、难点、关键点内容制作课件。      输出内容：      《直播电商运营》电子课件一套，不少于50个</p> <p>▲4. 教学视频      根据电子课件编写讲解脚本，完成教学视频录制，以工作岗位实践要求拍摄教学视频。《直播电商运营》教学视频50个，每个视频10-15分钟。      输出内容：      《直播电商运营》教学视频一套，不少于50个</p> <p>5. 习题库      用于课内练习的习题或课后布置给学生完成的作业；为评价考核学生的学习成果而编制的试题，同时提供参考答案。根据《直播电商运营》课程内容制作试题及对应答案，课程至少包含5套习题，每套习题不少于10道题，总计不少于50道题。题型可包括单选题、多选题、判断题、填空题、简答题、计算题等。      输出内容：      《直播电商运营》考核大纲一份      《直播电商运营》习题库一套</p> <p>（四）直播电商运营训练包</p> <p>1. 训练包概述      提供在线训练包，供学生实务训练使用。提供1套基于企业真实案例的在线训练题，学生采用个人测评训练方式，采用任务驱动的方式，以企业真实直播销售与运营需求为基础，通过直播选品与规划、直播营销方案策划、直播人员配置、直播间搭建与开播准备、直播话术设计、直播引流互动、直播运营分析相关训练，帮助学生掌握直播营销的方法、技巧并应用到实践中，适应岗位工作要求。</p> <p>▲2. 训练项目</p> <p>（1）直播策划      任务一 直播选品      任务二 内容策划      任务三 脚本策划</p> <p>（2）直播团队打造      任务一 团队架构      任务二 主播人设打造</p>		
--	---	--	--

	<p>任务三 主播助理培养</p> <p>(3) 直播间设计与搭建</p> <p>任务一 线下直播间搭建</p> <p>任务二 线上直播间搭建</p> <p>任务三 直播间物料准备</p> <p>(4) 直播话术设计</p> <p>任务一 直播营销话术设计</p> <p>任务二 直播商品讲解要点</p> <p>(5) 直播带货</p> <p>任务一 直播流程控制</p> <p>任务二 直播控场与异常应对</p> <p>任务三 粉丝运营与维护</p> <p>(6) 直播电商运营分析</p> <p>任务一 直播运营推广</p> <p>任务二 直播数据分析</p> <p>任务三 直播效果分析</p> <p>(7) 悅尚直播实战</p> <p>任务一 悅尚开店</p> <p>任务二 选品装修</p> <p>任务三 直播间搭建</p> <p>任务四 直播实施</p> <p>任务五 直播复盘</p> <p>3. 训练包数量</p> <p>提供一整套基于企业真实案例贯穿始终，包含7个单元不少于20项技能训练题。</p> <p>(五) 直播电商运营试题包</p> <p>1. 试题包概述</p> <p>试题包与直播电商实训系统深度集成，满足理论题与实训题无缝衔接。题目紧密结合教学内容，提供不少于15套满足各任务测评的测验，以及3套综合考试卷。</p> <p>2. 测验内容</p> <p>1-1 直播选品</p> <p>1-2 内容策划</p> <p>1-3 脚本策划</p> <p>2-1 团队架构</p> <p>2-2 主播人设打造</p> <p>2-3 主播助理培养</p> <p>3-1 线下直播间搭建</p> <p>3-2 线上直播间搭建</p> <p>3-3 直播间物料准备</p> <p>4-1 直播营销话术设计</p> <p>4-2 直播商品讲解要点</p> <p>5-1 直播流程控制</p> <p>5-2 直播控场与异常应对</p> <p>5-3 粉丝运营与维护</p> <p>6-1 直播数据分析</p> <p>6-2 直播运营推广</p> <p>6-3 直播效果分析</p> <p>3. 考试内容</p> <p>提供 3 套在线测评试题包，供在线考试测评使用。每</p>		
--	---	--	--

		套试题包含单选、多选、判断和业务操作四种题型，每套试题题量大约在90-120分钟之间。			
8	数字化课程资源	<p>数据化运营课程资源开发：</p> <p>开发PPT、动画、视频等课程资源，其中电子教案PPT数量不少于30个，情景动画数量不少于10个，视频微课数量不少于25个，每个微课时长5-15分钟，富媒体、PDF、EXCEL等文件资源数量若干，随堂练习客观题数量不少于200道，期末测评试题3套，提供课程简介、课程标准、教学设计等文件及参考资料。</p> <p>数字化选品课程资源开发：</p> <p>开发PPT、动画、视频等课程资源，其中电子教案PPT数量不少于30个，情景动画数量不少于10个，视频微课数量不少于25个，每个微课时长5-15分钟，富媒体、PDF、EXCEL等文件资源数量若干；随堂练习客观题数量不少于200道；期末测评试题3套；提供课程简介、课程标准、教学设计等文件及参考资料。</p> <p>AIGC电商数字人训练与应用平台课程资源开发：</p> <p>开发PPT、动画、视频、教案等课程资源：电子教案PPT数量不少于30个；情景动画数量不少于10个；视频微课数量不少于25个，每个微课时长5-15分钟；富媒体、PDF、EXCEL等文件资源数量若干；随堂练习客观题数量不少于200道，期末测评试题3套，提供课程简介、课程标准、教学设计等文件及参考资料。</p>	套	3	100000
9	交互显示终端	<p>1. #屏体的屏幕采用<math>\geq 23.8</math>英寸电容触摸屏（简称：屏幕）且采用防眩光钢化玻璃面板，厚度<math>\geq 2</math>mm；支持<math>\geq 10</math>点触控；支持屏幕手动角度调节，可实现与桌面形成<math>20^{\circ}</math>至<math>80^{\circ}</math>角度调节；（须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>2. #屏体侧面具有物理实体快捷按键<math>\geq 6</math>个，按键功能包括对屏幕一键开/关屏幕、对匹配的大屏（如智慧黑板，简称：大屏）进行一键熄屏以及一键音量加、一键音量减。（须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>3. #屏体侧边具有<math>\geq 2</math>路USB数据口，可接入U盘等设备，且可被匹配的大屏识别和通讯；<math>\geq 1</math>路Type-C和HDMI IN接口，均可单路将连接外界笔记本电脑画面显示在屏幕及匹配的大屏上，其中Type-C还可连接外接移动桌面系统终端（如PAD、笔记本、手机等）即可将移动桌面系统终端画面显示在主屏幕及匹配的大屏上并可用于充电；具有<math>\geq 1</math>个220V国标五插电源接口，支持对外供电。（须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>4. #屏体底座内置接口：HDMI IN<math>\geq 2</math>个；HDMI OUT<math>\geq 1</math>个；USB<math>\geq 4</math>个；RJ45<math>\geq 1</math>个；AUDIO OUT<math>\geq 1</math>个；RS232<math>\geq 1</math>个。（须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>5. 屏体侧边内置NFC模块；讲台屏至少支持NFC刷卡、二维码2种方式实现设备使用前的用户身份认证。（须提</p>	个	1	5500

		供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章) 6. #讲台屏自带定制化独立操作系统, 基于Android 11及以上版本, 可在任意通道下唤出多功能中控菜单并实现相关操作。 (须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的功能检测报告复印件并加盖投标人公章)			
10	智能中控	<p>中控:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 机身高度不超过1U。</li> <li>2. 支持HDMI矩阵功能, HDMI视频输入接口<math>\geq 3</math>个, HDMI输出接口<math>\geq 4</math>个, HDMI输入输出分辨率均不低于4K@30Hz。</li> <li>3. HDMI支持音视频分离能力, 支持HDMI信号内的音频, 自动分离到音频模块, 方便连接外置功放音箱设备。</li> <li>4. 具备3.5mm音频线性输入接口<math>\geq 2</math>个, 3.5mm音频线性输出接口<math>\geq 2</math>个。</li> <li>5. 支持音频输入和HDMI音频混音后输出, 支持在本地及平台对输出总音量进行调节。</li> <li>6. 具备USB2.0 TYPE-A类型输入接口<math>\geq 2</math>个, 支持扩展RS232/RS485及红外遥控功能。</li> <li>7. 具备220V幕布升降电源输出接口<math>\geq 1</math>路, 可直接控制幕布升降, 并采用防脱落电源插口。</li> <li>8. #整机CPU<math>\geq 4</math>核, 最高主频<math>\geq 2.0</math>G。 (须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的权威检测报告复印件并加盖投标人公章)</li> <li>9. 具备220V国标受控电源输出接口<math>\geq 2</math>路, 每路电源具备时序供电、断电管理。可分别设置受控电源接口的供电、断电顺序及延迟时间, 实现投影机、计算机等设备系统正常关机后才切断设备电源, 避免强制断电对设备造成损害。</li> <li>10. 具备RS232接口<math>\geq 4</math>个, RS485接口<math>\geq 2</math>个;</li> <li>11. 每个接口均独立逻辑可编程, 支持延时发码、组合串口控制指令下发, 支持波特率、校验位自定义。</li> <li>12. #支持仅通过1路POE网络接口, 实现主机与面板的通讯与供电。 (须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的权威检测报告复印件并加盖投标人公章)</li> <li>13. #主机正面面板具备<math>\geq 4</math>颗指示灯, 可实时查看主机的状态, 包括: 网络、串口通讯、时序电源, 总电源; <math>\geq 1</math>路type-c接口, 可实现通过电脑对中控主机的快捷调试。 (须提供国家认可的具有检测资质的第三方检测机构出具的权威检测报告复印件并加盖投标人公章)</li> </ol> <p>中控面板:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 整机一体化斜角设计, 支持全触控操作;</li> <li>2. 内置IC卡刷卡器, 支持通过IC卡刷卡方式实现设备管控权限;</li> <li>3. 内置高灵敏度全向麦克风, 拾音半径不小于1米, 用于报修语音通话功能; 内置双喇叭设计, 支持语音播报</li> </ol>	个	1	8000



		<p>及报修语音通话；</p> <p>4. 可拍摄不低于192W像素的照片，支持人脸识别方式实现设备管控权限。</p> <p>5. 采用≥10.1英寸电容显示屏，支持10点触控，屏幕分辨率≥1920*1200；整机表面覆盖钢化玻璃，硬度9H，具备防眩光效果；</p> <p>6. 整机CPU4核，最高主频2.0G，系统运行内存≥4GB，存储容量≥16GB，操作系统版本不低于Android 11.0；</p> <p>7. 整机接口：RS2322，RJ121，DC2.01，Type-C1，RJ451，3.5mm音频1。</p>			
11	音箱	<p>1. 采用功放与有源音箱一体化设计，内置麦克风无线接收模块，帮助教师实现多媒体扩音以及本地扩声功能。</p> <p>2. 输出额定功率≥2×40W。</p> <p>3. 音箱灵敏度≥85dB，1W/1M。</p> <p>4. 信噪比≥83dB@额定功率、A计权。</p> <p>5. 全频喇叭单元尺寸≥6.5英寸；高音喇叭单元尺寸≥3英寸。</p> <p>6. THD+N≤1%。声频响70Hz-18kHz。</p> <p>7. 距离音箱10米处声压级≥75dB。具备≥1路电源开关、1路Audio in、1路Audio out、1路Mic in、1路USB接口。USB接口可外接U盘设备对音箱固件进行升级。</p> <p>8. #支持无线麦克风扩音接收，采用Wi-Fi射频2.4GHz与5GHz双频段传输，有效避免环境中运营商U段（700MHz）的信号干扰。（提供国家认可的权威第三方检测机构所出具的检测报告复印件）</p> <p>9. #采用红外对码方式，避免连接到其他教室音箱。可快速完成与教学扩声麦克风对码，无需繁琐操作。（提供国家认可的权威第三方检测机构所出具的检测报告复印件）</p> <p>10. 配置独立音频数字信号处理芯片，支持啸叫抑制功能。</p> <p>11. 支持蓝牙无线接收，可分享移动设备上的音频。支持密码模式，防止学生连接。</p> <p>12. #支持安卓手机通过蓝牙无线连接音箱，实现控制有源音箱的音量、设置蓝牙名称、设置蓝牙密码等功能，方便教师对音箱的管控。（提供国家认可的权威第三方检测机构所出具的检测报告复印件）</p> <p>13. #支持交互智能平板显示设备通过蓝牙无线连接音箱，实现控制有源音箱的音量的功能（提供国家认可的权威第三方检测机构所出具的检测报告复印件）</p> <p>14. #支持扩音和输入音源叠加输出，方便与录播等系统结合，或者通过串联功放支持更大环境扩音。（提供国家认可的权威第三方检测机构所出具的检测报告复印件）</p>	个	1	2000

12	交换机	1. 产品类型 千兆以太网交换机 2. 传输速率 10/100/1000Mbps 3. 交换方式 存储-转发 4. 背板带宽 432Gbps 5. 包转发率 166Mpps 6. MAC地址表 支持32kMAC地址 7. 端口数量 48个 8. 端口描述 48个10/100/1000Base-T自适应以太网端	个	1	3600
13	AI无蓝绿全场景智能直播系统	<p>提供AI无蓝绿全场景智能直播系统，同时采用AI无蓝绿智能抠像及蓝绿背景抠像两种虚拟化合成技术，实现虚拟场景直播；支持各种主流直播平台对接、产品预设、在线素材资源库、在线图文包装、特效处理、字幕叠加、在线直播、互动交流、数据采集、本地录制、快速编辑、直播通告制作等应用功能于一体，是一个可广泛应用于视频的录制、直播、教学、导流、推广等应用的实时在线视频包装直播系统。</p> <p>1. 系统提供所见即所得操作界面设计方式，软件操作界面集成最终合成预览画面，可在预览画面实时通过鼠标拖拽调整所有素材的位置及大小等。</p> <p>2. #系统提供产品预设功能，可根据产品的类型，提前预设各个产品模板，可预设的内容包括背景、前景、特效、产品资料、视频信号等，预设完成后，可保存为产品模板，后期使用时快速调用，模板内容可修改另存。需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>3. 每个产品模板均可进行新建或修改，模板可设置为播放列表，通过鼠标右键即可对每个模板进行重命名或删除，上下调整模板顺序。</p> <p>4. 系统支持对多个产品模板进行编组，根据产品类型，设定分组，并对分组统一进行排序、重命名等管理。</p> <p>5. 系统支持场景自由组合搭建功能，可添加背景、前景、特效、图片、视频、PPT等各种素材，支持多层素材同时添加，并在预览窗中通过鼠标拖拽及鼠标滚轮调整每个素材大小及位置；</p> <p>6. 系统内置丰富的素材库，提供本地素材及在线资源库下载两种应用方式。所有素材按照背景、前景、特效、素材等分目录分类别展示，并提供预览图片窗口，双击预览图即可实时加载；</p> <p>7. #系统提供在线资源库的下载窗口；窗口中按照场景分类目录，分类显示可供下载的场景；提供场景下载状态提示。支持素材在线下载和应用服务，提供的场景素材包括背景视图及前景动态特效等。背景视图包含体育秀场、三维仿真、教育直播、虚拟演播、活动直播等；前景特效包含现场气氛、图文标题、前景字幕、产品展示等动态模板供下载应用，可进行灵活组合包装，生成绚丽节目模板；素材下载后可直接存储到本地素材库对应目录文件夹，方便调用。需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数</p>	个	1	368000

	<p>功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>8. 系统支持多层媒体素材之间的自由叠加，并可通过鼠标拖拽或者移动鼠标滚轮的方式实现对合成预览画面中媒体层素材的大小进行缩放；可通过鼠标拖动每个素材实现素材摆放位置任意的调整；可叠加的媒体素材数量不受限制；</p> <p>9. 系统提供商品展示功能，提供各种类型商品展示模板，包含美妆、3C、包等品类，模板提供动画入场动画特效，可替换模板中的产品图、背景、价格、卖点等内容。</p> <p>10. 支持在合成预览画面中，鼠标双击指定的图层素材后，即可出现对该素材进行红框提示，并在右侧编辑区自动切换至该图层素材编辑界面，并快速对素材内容进行修改调整。</p> <p>11. 支持对所有图层素材设置边缘限制，可设置素材的移动范围，避免出屏；提供素材位置快捷设定功能，可通过预置位快速调整素材在屏幕中的显示位置。</p> <p>12. 系统支持通过调整不同媒体素材显示的优先级位置进行不同的组合显示，可设置媒体层文件为显示或隐藏；支持通过操作鼠标中键滚轮实现对预览框中的指定媒体层素材进行实时放大和缩小。支持对每一个媒体层文件进行复位操作。</p> <p>13. 系统支持第三方应用程序捕捉功能，可加载各种第三方应用程序（如PPT、WORD、EXCEL、3DMAX、浏览器等），并作为媒体层素材，与输入信号实现实时同屏呈现，满足操作培训类应用需要。应用程序捕捉的信号窗口，可通过鼠标调整在屏幕上的显示位置和显示窗口大小。</p> <p>14. 每个媒体层素材均提供显示开启/关闭显示功能，可通过鼠标一键开启或者关闭显示某一个素材。</p> <p>15. #系统提供AI无蓝绿智能抠像系统，在没有蓝/绿纯色背景的自然环境中，可实现人物前景和背景图像的运算分离，实时提取移动的人物图像，并将其叠加到任意的虚拟背景上；</p> <p>16. 系统提供两种AI无蓝绿抠像模式进行切换，实时自动分析处理模式及手动预置处理模式，满足不同应用的需求，支持高清1920*1080信号接入并进行实时无蓝绿抠像处理；</p> <p>17. #AI无蓝绿智能抠像系统可实现在各种复杂背景环境下的实时抠像，比如书架、墙面、窗帘、走廊、户外花草、玻璃等各种背景下的实时AI智能运算抠像；抠像过程中不需要用到纯蓝/绿以及其他纯色背景；人物背景变化后，可实时自动识别，并快速处理，移除人物后面的背景，并替换为虚拟的三维/二维背景，并合成输出。需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>18. 拍摄人物进入不同的实景背景环境时，AI无蓝绿智能抠像可以实现快速识别分析处理，在2-3秒内即可将人物背后的实景背景去除，并实时叠加虚拟场景，可叠</p>	
--	--	--

	<p>加的虚拟背景包括但不仅限于图片、视频、PPT等；</p> <p>19. 人物及环境中所需的各种布景道具经AI抠像后可同时保留在虚拟场景中，道具遮盖到人物脸部时，无抠透等现象。</p> <p>20. 人物在实景环境中进行左右前后不停的走动、挥手等操作时不影响AI抠像效果，人物始终处于虚拟环境中，且边缘、周围不会出现噪点、杂质等运算分析处理不彻底的现象。</p> <p>21. 提供区域范围背景移除功能，可提供背景移除区域实时设定，通过左、右、上、下 四个方向，实时处理人物主体周围的信号处理区域，提高抠像性能和效果。</p> <p>22. AI无蓝绿抠像对拍摄人物景别距离无限制，人物在离摄像机5米以上距离亦可实现无蓝绿抠像效果。</p> <p>23. AI抠像不影响拍摄人物的肤体颜色。在系统中可对人物主体设定其亮度、对比度等，提高成像后的效果。</p> <p>24. 系统支持蓝/绿背景一键抠像功能，支持不少于2路信号接入并同时进行实时抠像处理，支持1920*1080全高清视频信号接入系统进行合成处理，支持通过鼠标屏幕取色自动抠像方式。</p> <p>25. 系统提供输入裁切功能，可实时调整输入信号的显示范围，去除蓝/绿背景以外的区域，提供美颜、镜像翻转功能；支持磨皮度调整、瘦身值调整、亮度调整等美颜设置。</p> <p>26. 系统支持对输入信号进行顺时针、逆时针90度旋转设置；支持对输入信号进行显示/隐藏、锁定、位置重置、满屏等设置。</p> <p>27. 系统可以指定视频码率、帧率、音频码率等进行录制；录制格式支持MP4、MKV、FLV、AVI、MOV等格式选择，可设置音频延迟时间。支持截屏拍照功能，可将每帧实时画面拍照后保存。</p> <p>28. 系统支持画笔功能，无需借助其他设备，通过操作鼠标即可在合成预览画面进行实时标注，写字等；提供画笔的颜色及粗细可选。通过画笔功能绘画的内容，可通过本地录制功能录制到最终合成画面。画笔内容可撤销及清除。</p> <p>29. 系统提供提词功能，可在系统软件界面中直接打开提词软件，并加载本地硬盘中的.txt文稿内容，根据排版顺序逐条显示于合成画面前。支持在使用过程中根据需要通过鼠标实时调整字幕条在屏幕所处位置，并通过鼠标实现字幕放大/缩小，以及前后条切换操作。提词功能所加载的字幕不显示在最终录制下来的视频画面中。</p> <p>30. 系统内置快速编辑软件快速编辑软件，可对录制在本地硬盘上的多媒体素材进行剪辑、特效化处理等操作；支持文本、旋转、晕影、模糊、裁剪等至少5种特效方式；支持创建至少3个视频和音频轨道；支持在快速编辑模块中实时添加及编辑文本内容。</p> <p>31. 系统提供电子观影券功能，不需要通过任何本地资源服务器，即可将每个制作完成的视频作品均可一键上传到互联网公有云平台（联网条件下），并自动生成1</p>	
--	---	--

	<p>张电子观影券（二维码），用户通过扫描电子观影券即可在移动端设备（如手机、PAD等）观看每个作品，并对作品进行点评、分享等。</p> <p>32. 系统内置直播通告功能，可在系统中直接调用通告模块，并进行各种产品类型的直播通告设计，提供包括并不限于食品、箱包、食品、数码、服饰等通告模板供选择应用。</p> <p>33. #提供直播通告模板库，模板库分类显示，内容可进行可视化编辑；选择调用产品模板库，通过鼠标点击预览区域模板内容，可自动跳转到该内容编辑区进行编辑，可编辑内容包括模板图片、模板上的文字、图标、位置等；模板中自动集成该直播间账号观看二维码不同账号登录直播间的二维码内容不同；通告模板修改完成后，可一键生成分享。需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>34. 系统提供分屏提词页功能，可设置分屏显示模式，支持左右双提词文档和合成视频三分屏显示模式，可同时监看合成效果及不同内容的提词内容；可提示内容包含共享文档、图片等。</p> <p>35. 系统提供横屏/竖屏两种合成方式切换，横屏方式采用16:9画幅比例，支持电脑及手机横屏直播；竖屏方式采用9:16画幅比例，直播输出后，支持手机端竖屏全屏观看。</p> <p>36. 系统支持通过账号密码一键登录云互动直播管理平台，可在后台设置直播间，并自动进行对接，对接后，可获取平台直播间数据，并在系统软件界面进行同步显示及操控。</p> <p>37. 系统支持账号登录后，在系统软件界面实时显示直播账号名称、直播头像、直播间名称、直播间实时观看人数等数据内容。直播数据内容与平台直播间后台数据同步显示。</p> <p>38. 系统软件主界面上，即可对直播间状态进行控制，包括倒计时、开始直播、停止直播等状态的实时控制。</p> <p>39. #系统支持直播仓功能设置，开启直播仓后，可打开可视化直播间实时数据内容，包含直播设备状态、直播间观看数据、互动弹幕等图表内容；需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>40. 直播过程中，系统界面中可实时显示直播间观看人次，实时在线人数等；可在系统软件界面一键生成分享直播二维码及直播观看地址。</p> <p>41. #直播过程中，可在系统界面参与直播间的实时文字互动，实时查看直播间在线观众的情况等。（需提供功能截图，并加盖投标人公章）</p> <p>42. 支持在虚拟合成中画面中同步显示互动弹幕，可设置弹幕开启或关闭，直播及录制中是否同步显示弹幕信息、弹幕互动人员头像等，可调整弹幕滚动速度、显示大小等。</p> <p>43. 直播管理系统后台支持直播间设置（包括：设置直</p>		
--	---	--	--

	<p>播时间、直播模板、观看权限、直播回放、水印管理、问答投票、点名签到、互动抽奖、随堂测验、课件管理、直播互动管理、直播分享等）、点播管理、资料库（包括：视频库、音频库、图片库、文档等）、点播管理、数据统计、资源包购买、互动敏感词设置等。</p> <p>44. 系统提供平台实训及云直播两种操作功能区切换；实训模式通过接入系统仿真实训平台，模拟直播全流程进行上播技能实训；云直播模式可接入云互动直播管理平台或各种商业直播平台进行互联网直播应用。</p> <p>45. 仿真实训模式中，系统中提供实训列表实训人员选择，选择实训试题后，系统可提供10秒倒计时准备时间；上播技能实训过程中，系统软件界面自动切换成实训状态，并同步显示上播实训总时长及倒计时时间。</p> <p>46. 配套直播营销、运营实战、直播销售资料一套三册丛书，详解直播营销的基础理论知识，直播运营指导，直播间销售技巧等直播相关的资料。丛书需由虚拟直播系统生产厂家编撰，并由国家正规出版社出版发行。</p> <p>47. 配套易直播主机服务器，硬件配置(不低于)：</p> <p>CPU:8核16线程，基础频率2.5 GHz，最高睿频4.9 GHz</p> <p>内存：≥16G DDR4 内存</p> <p>系统硬盘：≥256GB 固态硬盘</p> <p>素材硬盘：≥2TB素材硬盘</p> <p>显卡：≥8G 显存；独立显卡</p> <p>采集卡：2路硬压HDMI</p> <p>光电键鼠套装</p> <p>二、提供移动式带摇臂多屏幕一体化直播操作台，多功能一体化推车结构，配置五摇臂，可前后左右、上下灵活调整摄像机位置及显示屏位置，实现移动式多工位配合操作。</p> <p>1. 一体化操作台可灵活移动，操作台上集成操作显示屏、监看显示屏、摄像机、笔记本电脑、美容补光灯。</p> <p>2. 配专用主机柜箱体，采用钣金材料，箱体设计散热孔及前后带锁双开门、预留五孔插座。</p> <p>3. 机柜内部采用多层设计，每层设备层板高度可调，方便放置直播场控的多台设备，活动层板承重不小于15Kg。</p> <p>4. 内置电源线，并配备一个五位国标机柜排插，安全方便各层设备仪器供电；</p> <p>5. #工作台提供一键开关电源按钮，带防护盖，可控制整个工作台电源开关。</p> <p>6. 工作台面离地高度：≥900mm，采用ABS工程塑料材料，台面配置双槽扶手，方便手扶操作。</p> <p>7. 键/鼠托盘尺寸：配置隐藏式键鼠抽拉托盘。鼠标托盘可实现左右抽拉功能，解决不同人群的左右手使用习惯。</p> <p>8. 显示导轨立柱：采用铝合金材料，配套悬挂不低于27寸高清显示屏，可根据使用角度进行前后俯仰调整，立柱内部可过线。</p> <p>9. #操作台一体化集成五个摇臂，每个摇臂均可前后、左右、上下调整角度和位置；具有调节及锁定按钮设置</p>		
--	---	--	--

	<p>；五个摇臂移动过程中均可在任意位置悬停；第一个摇臂作为主持人监看屏悬挂，第二个摇臂作为提词字幕监看屏，第三个摇臂作为产品经理操作区及场控监控屏，第四个摇臂作为摄像机支撑，第五个摇臂用于美容补光灯。（需提供移动式多工位协同一体化直播操作台的整体外观图片并加盖供应商公章，图片上需标注5根独立的摇臂、4个显示屏、1台摄像机、1个美容补光灯、1台产品经理操作用的笔记本电脑等在操作台上的位置及每个显示屏的功能。）</p> <p>10. 监视屏挂架摇臂：高质量高强度铝合金材质，表面烤漆工艺，内置理线槽，挂架符合标准75mm /100mm VESA孔位安装，挂架上下倾斜角度<math>\geq 150^\circ</math>，向上<math>\geq +90^\circ</math>，向下<math>\geq -60^\circ</math>，带倾斜锁定旋钮，挂架可水平方向旋转<math>\geq 270^\circ</math>，气弹簧悬臂可<math>360^\circ</math>水平旋转，带旋转锁定旋钮，上下垂直升降<math>\geq \pm 30^\circ</math>，带升降位置锁定旋钮。</p> <p>11. 摄像机悬挂式悬臂支架：挂架上下倾斜角度<math>\geq 150^\circ</math>，向上<math>\geq +90^\circ</math>，向下<math>\geq -60^\circ</math>，带倾斜锁定旋钮。挂架可水平方向旋转<math>\geq 270^\circ</math>，带旋转锁定旋钮，支臂上配置专业摄像机托板及螺丝。</p> <p>12. 笔记本电脑支臂：高质量高强度铝合金材质，两用型支臂；支臂上同时提供笔记本电脑工作托盘及显示屏挂架；电脑托盘可放置<math>\geq 14</math>寸大小笔记本电脑及鼠标操作位，提供提词操作，可进行字幕、文档、图片等内容输出作为提示；显示屏挂架可悬挂<math>\geq 27</math>寸液晶显示屏；电脑托盘及显示屏挂架两个角度可调；挂架上下倾斜角度<math>\geq 150^\circ</math>，向上<math>\geq +90^\circ</math>，向下<math>\geq -60^\circ</math>，带倾斜锁定旋钮。</p> <p>13. 美容补光灯支臂：支臂采用铝合金材质，固定在操作台立柱；可左/右/上/下调整支臂灯光角度，灯光移动可悬停。</p> <p>14. 活动长支臂：整体长度<math>\geq 1750</math>mm；显示器挂架标准VESA孔（75/100mm）；人体工学设计的手柄，可拆卸；显示屏可旋转、倾斜、水平调节；支臂可折叠形成一个内缩的位置，节省空间；支臂上配置螺纹连接固定的束线卡扣。</p> <p>15. 美容补光灯：外环内圆形设计，发光面包括外圈的圆环及内圈的实心圆面。采用LED贴片灯珠，提供按钮开关，5500K色温；亚克力柔光面罩。</p> <p>16. 脚轮：提供4个万向脚轮，其中至少双轮带全制动，轮径<math>\geq 120</math>mm；螺杆固定主轴上配有对锁螺母；脚轮支架和轮芯采用强承载能力的尼龙（PA6）材质。</p> <p>17. 配套悬挂高清监看设备*4台，尺寸<math>\geq 24</math>寸，分辨率<math>\geq 1920 \times 1080</math>，含HDMI接口。</p> <p>18. 配套工作台内定制USB 3.0线缆、HDMI线、支臂连接配件、灯具连接件、安装工具、线套等。</p> <p>三、提供AI全场景直播数字化智能评测系统，包含直播前的商品提炼、脚本策划及直播销售技能三个实训任务，配套移动式多工位协同一体化直播操作台直播实训应用。系统可通过AI智能评价的方式，让直播团队成员在</p>	
--	--	--

	<p>一体化直播操作台上协同配合，模拟直播过程，共同完成直播的技能实训，并由系统自动给出优化反馈。</p> <p>1. 系统可通过账号密码方式登录云实训平台，并在平台中提供商品提炼、脚本策划及直播售卖技能（上播模拟实操）3个实训环节内容。</p> <p>2. 直播售卖技能实训环节，可模拟直播销售的整个流程，提供直播开场、商品卖点陈述、直播互动、下播4个阶段的关键内容、以及每个阶段的时长等。</p> <p>3. 可在系统中选择任务进行直播。直播时，系统界面及网页界面均提供字幕板，提示该阶段需要完成的内容、阶段时长、阶段倒计时、整场直播倒计时等；阶段时间一到，自动跳出下一阶段的提示内容字幕板。</p> <p>4. #直播后，可生成视频回放复盘视频，自动对照直播中开播、商品自由陈述、直播互动、下播4个环节设定的关键内容进行评分，每个环节均可进行语音识别评判，同时提供实训人员全部的语音及文字内容，对关键内容重点标示后进行比对；提供图像识别、表情识别评分，对商品展示效果及选手表情进行自动评分。需提供具有CMA认可的检验机构出具的检测报告为佐证，报告中需呈现相应的参数功能（提供报告复印件并加盖投标人公章）</p> <p>5. #系统提供图像识别功能，对直播过程中的商品展示效果进行自动评分，展示合格得分，不合格不得分。（需提供功能截图，并加盖投标人公章）</p> <p>6. #系统提供表情识别功能，对直播过程中实训人员的表情管理进行自动评分，可自动识别包含微笑、愤怒等各种表情，整个过程提供不少于10张比对图，达到标准得满分，不达标不得分。（需提供功能截图，并加盖投标人公章）</p> <p>7. #系统提供违禁词评判功能，可对直播过程中的违禁词进行检测扣分，提供违禁词库进行比对，命中违禁词自动标示并扣分。（需提供功能截图，并加盖投标人公章）</p> <p>8. #系统提供话术节奏把控评判功能，可对直播过程中的主播语速节奏进行自动评分，可设置语速标准范围，超出标准语速或者低于标准语速均会进行扣分。（需提供功能截图，并加盖投标人公章）</p> <p>9. 整个直播实训的视频画面，均可在系统后台进行监看，并进行录制和打点。打点按照每个直播阶段的时间设置自动生成。</p> <p>10. 商品提炼实训环节，提供不同主题的商品背景资料，进行不同类别商品关键信息提炼，并在直播过程中展示在网页上进行提示。提炼的信息点包括商品价格、产地、工艺等。</p> <p>11. 提供销售流程和脚本策划制作实训，通过系统提供的信息进行选择，并在直播过程中展示在网页上进行提示。</p> <p>12. 提供30套仿真直播实训试题，每套试题均包括背景资料、商品卖点、话术脚本及直播售卖模拟实训内容。</p> <p>四、提供智能反看提示操控系统，可通过图文弹幕与实</p>	
--	---	--



	<p>训平台智能联动，让直播团队成员在一体化直播操作台上协同配合，并在操作台上的主播效果监看工位大屏上进行展示，实现直播及实训过程中产品的实时内容播报提示及操控，把控直播过程中的话述节奏，模拟整个直播过程，共同完成直播的技能实训。</p> <p>1. 系统提供平台联动实训及直播反看提示两种模式，平台联动实训模式可对接实训平台进行数据同步及内容提示；直播反看提示模式可自定义文稿内容并进行节奏把控操作。</p> <p>2. 平台联动实训模式下，通过账号密码方式登录后，自动对接实训平台，可选择平台中的实训任务，并提取任务中的商品背景资料信息，以及已完成的商品卖点提炼表、话述脚本内容。</p> <p>3. 提供平台联动选择，启用后，可对接平台任务进度，在直播开始后，自动按照阶段时间计划，在分屏输出显示每个阶段的话述脚本内容。提供插播提示功能，可在操作界面实时输入文字后，在分屏提示页上以醒目字体提示该文字内容。</p> <p>4. 直播反看提示模式下，系统可提供当前时间、已播时间、剩余时间、剩余百分比等显示，方便制作人员控制节奏把控进度。可根据主持人数量设置字幕的颜色，方便主持人快速识别自己内容。最多支持八个角色八个颜色。</p> <p>五、提供直播实时数据监测展示系统，可实时监测直播以及实训整个过程中的各种行为、语言等数据，并进行可视化展示呈现，从多个维度对直播实训过程进行数据提取和分析，并在移动式多工位协同一体化直播操作台上的场控运营工位大屏上实时展示，辅助直播应用。</p> <p>1. 提供直播过程主播话术内容的高频词柱状图展示，根据实时语音识别情况，柱状图实时变化，并自动统计每个高频词出现次数。可对直播过程中的重点关键词提及频次进行实时监测展示，包括关注、点赞、转发、分享、评论等。可对直播过程中的违禁词情况进行统计分析，对违禁词单个词汇出现次数进行实时统计展现。提供对直播过程中的语音数据进行实时监测展示，包括实时音量、整体音量、实时语速、整体语速等。可对直播过程中的姿态进行分析，对直播人员的手势情况进行综合分析，并反馈结果展示。可对直播过程中的眼动情况进行分析，对直播人员的眼神聚焦情况等进行综合分析，并通过折线图反馈周期性实时变化结果。</p> <p>2. 系统可对重点行为语言，按照一定时间周期，按照直播过程时间轴顺序，进行折线图展示。可根据实时及整体直播情况，按照直播间行为综合分析，反馈直播间属性类型，包括讲解型、平和型、普通型、表演型、快节奏型、气氛型等。</p> <p>3. 系统的直播间实时及整体属性，将按照信息采集频率及算法分析效率进行周期实时变化，并在大屏中予以展现，直播间实时属性，将会提供相应解析说明。</p> <p>4. 系统对直播过程音量数据进行记录时，根据记录数据，将会按照低音量、中等音量、高音量、超高音量四级</p>	
--	--	--

		<p>维度, 进行提示展现。当数据出现变化, 将同时出现提示变化图标, 予以提醒。</p> <p>5. 系统可对整个直播过程中的语速数据可进行实时和整体记录, 并通过字/秒单位进行展现。根据记录数据, 将会按照慢速、中速、快速、超快速四级维度, 进行提示展现, 当数据出现变化, 将同时出现提示变化图标, 予以提醒。</p> <p>6. 系统可对直播过程中人员的表情进行分析, 并分析展现包括生气、厌恶、恐惧、开心、伤心、惊讶、自然七种效果。</p> <p>7. 系统可对直播过程中人员的情绪进行分析, 包括正向、中性、反向等情绪状况进行反馈展示, 并以折线图方式进行实时记录展现。</p>		
14	直播麦克	<p>发射端</p> <p>1、频率范围 730~830MHz    2、可调信道数 138+138    3、频率稳定性 <math>\pm 10\text{ppm}</math>    4、调制方式 FM    5、射频功率 <math>\leq 10\text{mW}</math>    6、音频频响 40~18000Hz    7、失真度 <math>\leq 0.5\%</math>    8、电池规格 2×1.5V AA Size    9、续用时间 6~10小时</p> <p>接收机</p> <p>1、频率范围 730~830 MHz    2、可调信道数 138+138    3、振荡方式 锁相环 (PLL) 频率合成    4、频率稳定性 <math>\pm 10\text{ppm}</math>    5、接收方式 超外差二次变频    6、接收灵敏度 <math>-95\sim-75\text{dBm}</math>    7、音频频响 40~18000Hz    8、失真度 <math>\leq 0.5\%</math>    9、信噪比 <math>\geq 110\text{dB}</math>    10、音频输出 (XLR) 卡侬座独立平衡输出和Φ6.35插座混合不平衡输出    11、电源规格 100V~240V/50~60Hz; 消耗功率 <math>\leq 8\text{W}</math></p>	个	4 1535
15	高清微距直播摄像机	<p>高清微距摄像机, 支持横屏、竖屏拨码切换, 可清晰拍摄直播特写、商品特写</p> <p>1. 采用1/2.8英寸207万像素高品质图像传感器, 最大分辨率可达1920×1080, 输出帧率高达30帧/秒, 呈现清晰逼真的高清视频, 生动地展现人物的表情和动作。    2. 采用10倍光学变焦, 68.8° 广角镜头    3. 支持HDMI、USB 3.0音视频输出, 可同时输出音视频信号    4. 支持以拨码开关切换横屏、竖屏输出    5. 支持美颜、珠宝风格模式    6. 内置2个MIC拾音器, 可全向拾音6米 (最佳拾音距离3米)    7. 有效像素: 200万、16: 9    8. 视角: 8.8° ~ 68.8°</p>	个	4 3450



16	三脚架	1. 产品类型 专业脚架+云台 2. 云台类型：液压阻尼云台 3. 产品材质：铝合金 4. 最大管径(mm) 最大：17mm, 最小：14mm 5. 最高工作高度(mm) 1600mm 6. 最低工作高度(mm) 780mm 7. 角架节数 3节 8. 最大负荷(kg) 8kg 9. 收缩高度(mm) 810mm 10. 脚管锁类型：旋钮式 11. 含脚架软包	个	4	1500
17	移动补光灯套装	1. 半身直播摄影灯、补光灯套装，包含：LED常亮灯（亮度≥160W，显色指数97，光照角度120度，调光5-100%，旋钮调节方式）*2、柔光箱*1、柔光球*1、轻便灯架*2	套	4	2800
18	商品展示架	直播演示商品摆放，根据现场环境定制 1、基材：采用环保ENF级中密度纤维板，经高温防潮、防腐、防虫处理； 2、饰面：采用实木木皮贴面，厚度≥0.6mm，经过7-9道涂研工艺处理； 3、涂饰：采用环保水性漆，须符合GB 18581-2020标准的要求，有害物质限量：总铅(Pb)含量未检出，可溶性重金属（镉、铬、汞）含量未检出。	个	4	2000
19	AI数字人智慧实训智能设备	1. 86寸，外观尺寸≥2100*1160*650（高*宽*厚）mm 2. 显卡类型：8 核图形处理器 3. CPU 类型：四核处理器 4. 内存容量：4GB 5. 显存容量：512MB 6. 触控单机版外接 HDMI 输入，触控内置系统 7. 麦克风阵列：全方位拾音系统，搭载8个高灵敏度麦克风，拾音范围覆盖 6 米半径。 8. 高清摄像头：采用Depth & RGB 双摄方案，RGB视场角达到 H80° /V51°，动态范围 81.1dB，深度精度优化至max<4 像素，mean<2 像素。	套	1	37432
20	教学讲台	1. 讲桌为钢木结合设计,采用冷轧钢板桌体,钢版厚度≥1.0mm; 讲桌采用双层木质桌面设计,上下层桌体木板厚度≥18mm。 2. 讲桌最大承重为≥120kg, 讲桌具备垂直平面水平位置≥110N推力位移仍不超过5mm的移动; 3. 讲桌尺寸设计为长×宽×高≥1200mm×670mm×980mm, 环抱老师式设计, 根据人体力学设计, 讲台桌面高度合适老师放置教学用品。 4. 底部机柜尺寸设计为长×宽×高≥1100mm×540mm×520mm, 机柜容量≥10U, 可适装标准19英寸系列网络、通讯类产品, 机柜内部带有标准机架和标准电脑主机空间, 主机柜门带有磁吸式小门, 无需打开柜门即可开关电脑。机柜门采用大面积散热孔设计, 易于柜内设备的通风散热, 避免设备损坏。前后门都可以打开, 方便设备安装及维护, 前后门只需要一把钥匙管理;	台	1	5000

21	学生实训桌	1. 桌面：基材采用E1级三聚氰胺饰面人造板，厚度25mm 2. 脚管：采用25*50mm方型冷轧钢管（壁厚1.2mm） 3. 书网：采用冷轧钢管经焊接冲压而成（壁厚1.0mm） 4. 上托：采用1.2mm壁厚冷轧钢板经冲压折弯焊接工艺而成 5. 台架整体表面采用高温静电喷涂处理 脚轮：采用Φ50mmPVC材质，万向带刹车轮 6. 尺寸（mm）≥800*600*750	套	20	1000
22	椅子	1、椅架：16管*1.5圆管钢架，厚足1.5mm；220度高温静电喷涂，采用特殊工艺经过除锈、酸洗、磷化等防锈处理制成冷轧无缝钢管；管材表面精细光滑、无脱焊无飞渣、牢固抗冲击不变形，可承重≥150kg。 2、胶壳：材质采用全新PP工程一体成型，环保不褪色，质地轻、抗裂性强。 3、椅背由：靠背、椅座、内座、3件套组成，内座可选：ABS彩色胶板、布垫座板 4、脚塞：防滑塑料胶塞，保护地板不受伤害，移动时不会发出噪音	把	20	350
23	直播桌	1. 桌面：基材采用E1级三聚氰胺饰面人造板，厚度25mm 立脚全部采用铝合金压铸脚，下配调脚，梁用55mm*55mm*1.5mm的五角管，全部拆装结构，表面采用静电粉末喷涂技术，喷50-60 μm保护粉漆。 2. 产品规格（mm）：≥1000*600*750	台	4	1200

## 二、产品技术培训与售后服务要求：

### 1、知识产权

1.1 卖方应保证买方在使用该数字资源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经济责任，如果出现诉讼，卖方承担包括但不限于因诉讼发生的诉讼、律师费用和经济赔偿。

1.2 本合同所有内容的数字资源，买方享有全部知识产权。

### 2、交货方式

2.1 完成全部软件后，保存在存储介质（光盘）上，现场查验后交货（附资源清单）。

2.2 必须对所提供的软件在校内指定的服务器上进行安装，其中包括：安装、测试和联网调试。在系统开始投入正式使用时进行验收，按设计要求试运行正常后交付；

2.3 提交本合同所列内容功能的可编译开发源代码及相关软件开发素材等，存放在存储介质中（附资源清单）。

2.4 加密数据文件应交付解密工具（软件狗），或永久序列号，或使用授权书和绑定硬件设备序列号生成服务承诺书。

### 3、技术资料

3.1 软件到达时，卖方向买方提交下列文件和资料：

- (1) 软件全部使用说明书；
- (2) 软件源发运和装箱的详细资料、产品合格证明书等；
- (3) 本合同指定开发的软件项目，应提交全部可编译源程序代码。

### 4、检验和验收：

4.1 由卖方完成项目全部内容的交付，并派专业人员到现场进行安装、调试，直至能够按设计要求正常运行。

4.2 加密数据应提供解密工具（软件狗）或永久序列号，或绑定硬件设备序列号。

4.3 软件被检验或测试不符合规格要求，买方可以拒绝接受该软件，卖方应更换被拒绝的软件。

4.4 本合同最终要通过买方组织的信息化专家组验收。

### 5、质量保证要求：

5.1 所投产品实行“三包”，质量保证期为三年，三年内卖方全部免费更新补丁及版本升级，提供三年免费上门服务。并同时享有原厂商的所有保修承诺。

5.2 保修期内所有产品发生故障时，2小时响应，接到故障电话4小时到达现场，24小时内解决问题，提供24小时热线电话及在线技术解答。每个月电话回访一次，客户指定专门联系人。如果卖方在收到通知后7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。

5.3 终身提供技术支持，计算机软件产品终身提供免费安装、升级及技术支持。保修期外提供维修并仅收取成本费（成本费只包括配件成本，但不包括人员工时、交通、住宿费等配件成本以外的费用）。

5.4 由于软件自身存在的技术问题导致无法正常使用，由卖方负责免费升级；

### 6、培训要求：

6.1 卖方应就项目等有关内容拟订出现场培训计划，并完成对买方5名人员的现场使用培训，培训发生的各种费用包括在合同报价中，具体培训时间由双方商定。

6.2 培训合格的标准为：能独立、正确地对软件进行安装、使用等。

### 7、其他要求：

7.1 为完成本合同，买方所提供的包括技术标准、各种原始资料均不能泄露给第三方。

## 总体要求

- 1、 投标人须仔细阅读招标文件的全部条款；投标人没有按照招标文件要求提交招标文件要求的文件是为投标人不响应招标文件。
- 2、 技术规格及要求中的技术指标及条款为招标人的要求，如投标人所投货物的性能及参数高于招标文件的规定，投标人应详细叙述。
- 3、 除了在技术规格中另有规定外，投标人提供的一切仪器、货物和系统，应符合下列要求：
  - 3.1 符合中国大陆所有地区使用环境的室内温度和湿度要求
  - 3.2 电源线符合中国制式，货物安全性符合中国国家安全标准
- 4、 如果仪器货物需特殊的工作条件（如：水、电、气、电源、磁场强度、特殊温度、湿度、震动强度等），投标人应在有关投标文件中加以说明。
- 5、 投标人所提供的标准配置的部件之间及货物之间的连线或连接插件均视为货物内部部件，应包含在响应的配置中。
- 6、 所投货物制造商在中国大陆境内必须设有备件库，并能提供本地化服务。
- 7、 从验收签字之日起进入保修服务期，保修范围应包括提供的所有货物和安装调试服务。在保修期内应提供维修和技术咨询服务，矫正和免费更换有缺陷的货物或部件、排除所完成系统出现的故障。凡制造厂商未提供满足招标文件要求的免费保修服务的货物，投标人应提供满足招标文件要求的质量保证期的服务报价，该报价计入投标总价中。
- 8、 投标人需保证所投标货物应符合现行我国有关部门的质量控制标准，需注明该标准证明文件的编号。
- 9、 所有投标货物必须符合中国相关法律及规定，必须具有合法性。

## 具体要求

### 1、安装和调试：

中标方负责派技术人员到现场免费进行安装调试，直至验收合格；中标方应在货物运抵现场一周前，向买方提供安装调试及运行的进度计划表。

### 2、技术培训：中标方应负责对买方人员进行不少于5员人员的专业培训，直至买方能独立、正确地对产品进行安装、使用等，提供详细培训计划。培训发生的各种费用包括在合同报价中，具体培训时间由双方商定。

### 3、售后服务承诺：

---

所投产品实行“三包”，质量保证期为三年，并同时享有原厂商的所有保修承诺。产品如有质量问题3个月内免费更换；质保期内免费上门服务。对投标产品负责终身维修。

保修期内所有产品发生故障时，2小时响应，接到故障电话4小时到达现场，24小时内解决问题，提供24小时热线电话及在线技术解答。每个月电话回访一次，客户指定专门联系人。如果卖方在收到通知后7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。

终身提供技术支持。保修期外提供维修并仅收取成本费（成本费只包括配件成本，但不包括人员工时、交通、住宿费等配件成本以外的费用）。

4、项目完成期：合同签订后60个日历日内完成送货、安装、调试。

## 第六章 拟签订的合同文本

### 政府采购合同

合同编号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

货物名称: \_\_\_\_\_

买 方: \_\_\_\_\_

卖 方: \_\_\_\_\_

签署日期: \_\_\_\_\_

## 合同特殊条款

合同特殊条款是合同一般条款的补充。如果两者之间有抵触，应以特殊条款为准。

### 1、定义

1. 1 买方：本合同买方系指：北京财贸职业学院。
1. 2 卖方：本合同卖方系指：中标人。
1. 3 现场：本合同项下的货物安装和运行地点位于：买方指定地点。

### 2、交货方式

2. 1 本合同项下的货物交货方式为：买方指定方式。
2. 2 本合同交货期规定为：\_\_\_\_\_。

### 3、付款方式

合同签订后10个工作日内，买方向卖方支付合同总额的60%，货物到达现场后，卖方向买方支付合同金额的5%作为履约保证金。安装、调试、实施完成，经用户验收合格后10个工作日内，买方向卖方付合同总价款40%，项目运行1年后无质量问题，向卖方返还5%的履约保证金。

### 4、售后服务及培训

(根据投标文件应答内容填写)

### 5、培训

(根据投标文件应答内容填写)

### 6、索赔

6. 1 索赔通知答复期限：买方发出索赔通知后日内。

卖方解决索赔事项期限：买方提出索赔通知后日内或买方同意的更长时间内。

### 7、争议解决方式

7. 1 本合同的争议解决方式按照的规定执行。

### 8、合同生效和其它

8. 1 本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。
8. 2 本合同一式七份，具有同等法律效力。买方四份，卖方一份，采购代理机构一份，采购监督管理部门一份。

### 9. 其他约定

# 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。
1. 4 “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”系指与中标人签署供货合同的单位（含最终用户）。
1. 6 “卖方”系指根据合同约定提供货物及相关服务的中标人。
1. 7 “现场”系指合同约定货物将要运至和安装的地点。
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。
1. 9 “日”系指日历日。

## 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木规范和技术规范附件(如果有的话)及其投标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. 知识产权及其他权利瑕疵担保

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。
3. 2 卖方应保证合同项下的货物不存在第三人可主张的任何权利。
3. 3 如果任何第三方向买方提出侵权指控或权利请求，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，均应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. 交货期和交货方式

6.1 本合同项下货物的交货期见合同特殊条款约定。

6.2 交货方式一般为下列其中一种:

6.2.1 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。

6.2.2 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。

6.2.3 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。

6.3 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, 买方有权拒绝接收超出部分的货物, 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日之内, 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. 付款条件

8.1 付款条件见“合同特殊条款”。

## 9. 技术资料

9.1 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:

9.1.1 合同生效后15日之内, 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。

9.1.2 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。

9.2 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, 卖方应在收到买方通知后3日内将这些资料免费寄给买方。

## 10. 质量保证

- 10.1 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。
- 10.2 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。
- 10.3 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。卖方在收到通知后日内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。
- 10.4 如果卖方在收到通知后日内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，由此引发的风险和费用将由卖方承担。
- 10.5 本合同项下货物的质量保证期见合同特殊条款约定。

## 11. 检验和验收

- 11.1 在交货前，卖方应对货物的质量、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。
- 11.2 货物运抵现场后，买方应在日内组织验收，并制作验收备忘录，签署验收意见。
- 11.3 买方有在货物制造过程中派员监造的权利，卖方有义务为买方监造人员行使该权利提供方便。
- 11.4 制造厂对所供货物进行机械运转试验和性能试验时，卖方必须提前通知买方。

## 12. 索赔

- 12.1 如果货物的质量、规格、数量、重量等与合同不符，或在第10.5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。
- 12.2 在根据合同第10条和第11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：
  - 12.2.1 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。
  - 12.2.2 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。
  - 12.2.3 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风险并负担买方所发生的一切直接费用。同时，卖方应按合同第10条规定，相应延长修补或更换件的质量保证期。

12.3 如果在买方发出索赔通知后日内，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日内或买方同意的更长时间内，按照本合同第12.2条规定的任何一种方法解决索赔事宜，买方将从合同款中扣回索赔金额。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。

### 13. 延迟交货

13.1 卖方应按照“招标文件第五章采购需求”中买方规定的时间表交货和提供服务。

13.2 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。

13.3 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。

### 14. 违约赔偿

14.1 除合同第15条规定外，除非拖延是根据合同一般条款13.3条的规定取得同意而不计取违约金之外，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日计算，不足7日按一周计算。如果达到最高限额，买方有权解除合同。

### 15. 不可抗力

15.1 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。

15.2 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7日内，将有关部门出具的证明文件送达另一方。

15.3 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商在未受事故影响一方收到书面通知后7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。

### 16. 税费

16.1 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。

### 17. 合同争议的解决

17.1 买卖双方在本合同履行过程中如有争议，应协商解决。如协商不成，可由相应主管部门调解。如协商或调解不成，可以按下列任一种方式解决争议：

17.1.1 向买方所在地人民法院提起诉讼；

17.1.2 提请北京仲裁委员会仲裁。

17.1.2.1 仲裁裁决应为最终裁决，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。

17.1.2.2 除仲裁另有裁决外，仲裁费用由败诉方承担。

17.2 在合同争议解决期间，除争议涉及内容外，合同其他部分应继续履行。

## 18. 违约解除合同

18.1 在卖方违约的情况下，买方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。

18.1.1 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，按合同第14.1的规定可以解除合同的；

18.1.2 卖方未能履行合同规定的其它主要义务的；

18.1.3 在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为的。

18.1.3.1 “腐败行为”和“欺诈行为”定义如下：

18.1.3.1.1 “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。

18.1.3.1.2 “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。

18.2 在买方根据上述第18.1条规定，全部或部分解除合同之后，应当遵循诚实信用原则，全部或部分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。

## 19. 破产终止合同

19.1 如果卖方破产导致合同无法履行时，买方可以书面形式通知卖方，单方终止合同而不给卖方补偿。但买方必须以书面形式告知同级政府采购监督管理部门。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的任何行动或补救措施的权利。

## 20. 转让和分包

20.1 政府采购合同不能转让。

20.2 经买方同意，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。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。但必须在投标文件中载明。

## 21. 合同修改

21.1 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，买卖双方须共同签署书面文件，作为合同的补充，并报同级政府采购监督管理部门备案。

## 22. 通知

22.1 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。

## 23. 计量单位

23.1 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。

## 24. 适用法律

24.1 本合同应按照中华人民共和国的法律进行解释。

## 25. 履约保证金

25.1 本合同卖方应按照合同特殊条款的约定向买方提交履约保证金。

25.2 履约保证金用于补偿买方因卖方不能履行其合同义务而蒙受的损失。

25.3 履约保证金应使用本合同货币，按下列方式之一提交：

1) 买方可接受的在中华人民共和国注册和营业的银行，按招标文件提供的保函格式，或其他买方可接受的格式。

2) 支票、汇票、本票、网上银行支付、金融机构或担保机构出具的保函等非现金形式。

25.4 如果卖方未能按合同规定履行其义务，买方有权从履约保证金中取得补偿。质量保证期结束后日内（详见特殊条款），如果卖方提供的货物、服务没有发生质量问题，或发生质量问题已经得到卖方妥善解决，满足合同要求的，买方将把履约保证金无息退还卖方。

## 26. 合同生效和其它

26.1 政府采购项目的采购合同内容的确定应以招标文件和中标人的投标文件为基础，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七个工作日内，应当将合同报同级政府采购监督管理部门和有关部门备案。

26.2 本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。

26.3 本合同一式七份，具有同等法律效力。买方四份，卖方一份，采购代理机构一份，采购监督管理部门一份。

26.4 下述合同附件为本合同不可分割的部分并与本合同具有同等法律效力：

1) 供货范围及分项价格表

2) 技术规格

3) 交货时间及交货批次

4) 服务承诺

## 27. 其他约定

# 合同书

\_\_\_\_\_ (买方) \_\_\_\_\_ (项目名称) 中所需 \_\_\_\_\_ (货物名称) 经 (招标机构) 以 \_\_\_\_\_ 号招标文件在国内 \_\_\_\_\_ (公开/邀请) 招标。经评标委员会评定, \_\_\_\_\_ (卖方) 为中标人。买、卖双方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。为便于解释, 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. 合同条款
- d. 投标文件 (含澄清文件)
- e. 招标文件 (含招标文件补充通知)

## 2. 货物和数量

本合同货物: \_\_\_\_\_

数量: \_\_\_\_\_

## 3. 合同总价

本合同总价为: \_\_\_\_\_ 元人民币。

分项价格: \_\_\_\_\_

## 4. 付款方式

## 5. 本合同货物的交货期及交货地点

交货期:

交货地点:

## 6. 合同的生效

本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。

买 方 (盖章) : 卖 方 (盖章) :

年 月 日

年 月 日

法定代表人或

法定代表人或

授权代表(签字):

授权代表(签字):

地    址: \_\_\_\_\_

地    址: \_\_\_\_\_

邮政编码: \_\_\_\_\_

邮政编码: \_\_\_\_\_

电    话: \_\_\_\_\_

电    话: \_\_\_\_\_

开户银行: \_\_\_\_\_

开户银行: \_\_\_\_\_

账    号: \_\_\_\_\_

账    号: \_\_\_\_\_

## 第七章 投标文件格式

### **投标人编制文件须知**

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件(资格证明文件)、投标文件(商务技术文件), 编制中涉及格式资料的, 应按照本部分提供的内容和格式(所有表格的格式可扩展)填写提交。
- 2、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

**一、资格证明文件格式**

**投标文件(资格证明文件)封面(非实质性格式)**

# **投 标 文 件**

## **(资格证明文件)**

**项目名称：**

**项目编号/包 号：**

**投标人名称：**

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件（加盖公章）

## 1-2 投标人资格声明书（实质性格式）

### 投标人资格声明书

致： 采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- (一) 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- (二) 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- (三) 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- (四) 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(重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形)；
- (五) 我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织(仅适用于政府购买服务项目)；
- (六) 我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形(单一来源采购项目除外)；
- (七) 与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下(如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写)：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称 (加盖公章)： \_\_\_\_\_

日期： \_\_\_\_ 年 \_\_\_\_ 月 \_\_\_\_ 日

说明： 供应商承诺不实的，依据《政府采购法》第七十七条“提供虚假材料谋取中标、成交的”有关规定予以处理。

## 2 落实政府采购政策需满足的资格要求(如有)

### 2-1 中小企业证明文件

说明:

(1) 如本项目(包)不专门面向中小企业预留采购份额, 资格证明文件部分无需提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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; 供应商如具有上述证明文件, 建议在商务技术文件中提供。

(2) 如本项目(包)专门面向中小企业采购, 投标文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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, 且建议在资格证明文件部分提供。

(3) 如本项目(包)预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购, 且要求获得采购合同的供应商将采购项目中的一定比例分包给一家或者多家中小企业的, 投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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, 还须同时提供《拟分包情况说明》及《分包意向协议》, 且建议在资格证明文件部分提供。

(4) 如本项目(包)预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购, 且要求供应商以联合体形式参加采购活动, 投标文件中除须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或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, 还须同时提供《联合协议》; 上述文件建议在资格证明文件部分提供。

#### (5) 中小企业声明函填写注意事项

1) 《中小企业声明函》由参加政府采购活动的投标人出具。联合体投标的, 《中小企业声明函》可由牵头人出具。

2) 对于联合体中由中小企业承担的部分, 或者分包给中小企业的部分, 必须全部由中小企业制造、承建或者承接。供应商应当在声明函“标的名称”部分标明联合体中小型企业承担的具体内容或者中小企业的具体分包内容。

3) 对于多标的采购项目, 投标人应充分、准确地了解所提供货物的制造企业、提供服务的承接企业信息。对相关情况了解不清楚的, 不建议填报本声明函。

(6) 温馨提示: 为方便广大中小企业识别企业规模类型, 工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序, 在国务院客户端和工业和信息化部网站上

均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《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)》及《金融业企业划型标准规定》(2015)309号等国务院批准的中小企业划分标准执行。

## 2-1-1 《中小企业声明函》及残疾人福利性单位声明函格式

### 中小企业声明函（货物）格式

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<sup>1</sup>，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<sup>1</sup>，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：\_\_\_\_\_

<sup>1</sup>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。

## 残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，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，本单位（请进行选择）：

**不属于符合条件的残疾人福利性单位。**

**属于符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加\_\_\_\_\_单位的\_\_\_\_\_项目**  
采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残  
疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

**本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。**

单位名称（盖章）：

日期：

## 2-2 其它落实政府采购政策的资格要求(如有)

### 3 本项目的特定资格要求(如有)

#### 3-1 联合协议(如有)

## 联合协议

\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_及\_\_\_\_\_就“\_\_\_\_\_（项目名称）”\_\_\_\_\_包招标项目的投标事宜，经各方充分协商一致，达成如下协议：

- 一、由\_\_\_\_\_牵头，\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_参加，组成联合体共同进行招标项目的投标工作。
- 二、联合体中标后，联合体各方共同与采购人签订合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
- 三、联合体各方均同意由牵头人代表其他联合体成员单位按招标文件要求出具《授权委托书》。
- 四、牵头人为项目的总负责单位；组织各参加方进行项目实施工作。
- 五、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 六、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_，具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 七、\_\_\_\_\_负责\_\_\_\_\_（如有），具体工作范围、内容以投标文件及合同为准。
- 八、本项目联合协议合同总额为\_\_\_\_\_元，联合体各成员按照如下比例分摊(按联合体成员分别列明)：
  - (1) \_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元；
  - (2) \_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元；
  - (...) \_\_\_\_\_为大型企业中型企业、小微企业(包含监狱企业、残疾人福利性单位)、其他，合同金额为\_\_\_\_\_元。
- 九、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同一合同项下的政府采购活动。
- 十、其他约定(如有)：\_\_\_\_\_。

本协议自各方盖章后生效，采购合同履行完毕后自动失效。如未中标，本协议自动终止。

联合体牵头人名称: \_\_\_\_\_

联合体成员名称: \_\_\_\_\_

盖章: \_\_\_\_\_

盖章: \_\_\_\_\_

联合体成员名称: \_\_\_\_\_

盖章: \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

注:

1. 如本项目(包)接受供应商以联合体形式参加采购活动,且供应商以联合体形式参与时,须提供《联合协议》,否则**投标无效**。
2. 联合体各方成员需在本协议上共同盖章。

### 3-2 其他特定资格要求

4 投标保证金凭证/交款单据复印件（加盖投标人公章）

## 二、商务技术文件格式

投标文件(商务技术文件)封面(非实质性格式)

# 投 标 文 件

## (商 务 技 术 文 件 )

项目名称：

项目编号/包 号：

投标 人 名 称：

1 投标书(实质性格式)

## 投标书

致: (采购人或采购代理机构)

我方参加你方就\_\_\_\_\_ (项目名称, 项目编号/包号) 组织的招标活动, 并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件, 自愿参与投标并承诺如下:

(1) 本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起 90 个日历日。

(2) 除采购需求偏离表列出的偏离外, 我方响应招标文件的全部要求。

(3) 我方已提供的全部文件资料是真实、准确的, 并对此承担一切法律后果。

(4) 如我方中标, 我方将在法律规定的期限内与你方签订合同, 按照招标文件要求提交履约保证金, 并在合同约定的期限内完成合同规定的全部义务。

2. 其他补充条款(如有): \_\_\_\_\_。

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\_\_\_\_\_

投标人名称(加盖公章) \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 2 授权委托书(实质性格式)

### 授权委托书

本人\_\_\_\_\_ (姓名) 系\_\_\_\_\_ (投标人名称) 的法定代表人(单位负责人), 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、澄清确认、提交、撤回、修改\_\_\_\_\_ (项目名称) 投标文件和处理有关事宜, 其法律后果由我方承担。

委托期限: 自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称(加盖公章): \_\_\_\_\_

法定代表人(单位负责人)(签字或签章): \_\_\_\_\_

委托代理人(签字或签章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

附: 法定代表人(或单位负责人)有效期内的身份证正反面复印件:

--	--

委托代理人有效期内的身份证正反面复印件:

--	--

说明:

- 1.若供应商为事业单位或其他组织或分支机构, 则法定代表人(单位负责人)处的签署人可为单位负责人。
- 2.若投标文件中签字之处均为法定代表人(单位负责人)本人签署, 则可不提供本《授权委托书》, 但须提供《法定代表人(单位负责人)身份证明》; 否则, 不需要提供《法定代表人(单位负责人)身份证明》。
- 3.供应商为自然人的情形, 可不提供本《授权委托书》。

4. 供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人(单位负责人)及委托代理人有效的身份证件、护照等身份证明文件复印件。提供身份证件的, 应同时提供身份证**双面**复印件。

## 法定代表人(单位负责人) 身份证明

致: (采购人或采购代理机构)

兹证明,

姓名:    性别:    年龄:    职务:   

系                            (投标人名称)的法定代表人(单位负责人)。

附:

法定代表人(单位负责人)有效期内的身份证件、护照(正反面)等身份证明文件:

<u>                          </u>	<u>                          </u>
-----------------------------------	-----------------------------------

投标人名称(加盖公章):                           

法定代表人(单位负责人)(签字或签章):                           

日期:            年            月            日

### 3 开标一览表(实质性格式)

## 开标一览表

(格式示例: 适用于投报总价的项目)

项目编号/包号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

包号	投标人名称	投标报价(元)		其他声明
		大写	小写	

- 注: 1.此表中, 每包的投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。  
2.本表必须按包分别填写。

投标人名称(加盖公章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

4 投标分项报价表(实质性格式)

## 投标分项报价表

项目编号/包号: \_\_\_\_\_ 项目名称: \_\_\_\_\_ 包号: \_\_\_\_\_ 报价单位: 人民币元

序号	货物名称	型号、规格	数量 (单位)	制造商名称	单价	小计	货物制造商属于(下边 表格中打“√”)			备注	投标人属于(下边 □中打“√”)	
							大型 企业	中型 企业	小微 企业			
1												
2												
...												
总价											<input type="checkbox"/> 大型企业 <input type="checkbox"/> 中型企业 <input type="checkbox"/> 小型企业 <input type="checkbox"/> 微型企业	
其中属于小微企业产品的合计:												
其中属于中型企业产品的合计:												
其中符合政府采购关于节能、环保、自主创新产品采购政策产品的合计:												
其中属于贫困地区农副产品的合计:												

注: 1.本表应按包分别填写。

2.如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3.上述各项的详细规格(如有),可另页描述。

4.货物/服务名称、数量须与采购需求中采购清单列明标的名称、数量一致。

5.分项报价中单价包含运至最终目的地的运输费和保险费,安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等所有费用。

投标人名称(加盖公章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日

## 5 合同条款偏离表(实质性格式)

### 合同条款偏离表

项目编号/包号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

序号	招标文件条目号(页码)	招标文件要求	投标文件内容	偏离情况	说明
<b>对本项目合同条款的偏离情况</b> (应进行选择, 未选择 <b>投标无效</b> ):					
<input type="checkbox"/> <b>无偏离</b> (如无偏离, 仅选择无偏离即可; 无偏离即为对合同条款中的所有要求, 均视作供应商已对之理解和响应。)					
<input type="checkbox"/> <b>有偏离</b> (如有偏离, 则应在本表中对偏离项逐一列明, 否则 <b>投标无效</b> ; 对合同条款中的所有要求, 除本表列明的偏离外, 均视作供应商已对之理解和响应。)					

注: ★对合同条款中的所有要求, 均不得有偏离, 否则将导致投标无效。

投标人名称(加盖公章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 6 采购需求偏离表(实质性格式)

### 采购需求偏离表

项目编号/包号: \_\_\_\_\_

项目名称: \_\_\_\_\_

序号	招标文件条目号(页码)	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

注:

1. 对招标文件中的所有商务、技术要求,除本表所列明的所有偏离外,均视作供应商已对之理解和响应。
2. “偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称(加盖公章): \_\_\_\_\_

日期: \_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

7 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

# 开票资料表

\*1、单位名称:

\*2、税号:

\*3、开户银行:

\*4、账号:

\*5、地址:

\*6、座机:

\*7、发票种类: 专票 普票

项目名称	项目编号	用途	服务费金额
		服务费	

\*发票为电子版, 请填写邮箱: \_\_\_\_\_

\*后期联系人: \_\_\_\_\_

\*联系方式: \_\_\_\_\_

注:

1. 以上信息缺一不可。信息错缺导致开错发票, 代理公司概不退换。

2. 本表填写完整后, 需打印并盖公章。

**招标服务费银行账号 (与保证金账户不一致) :**

收款单位 : 国金招标有限公司

开 户 行: 中国民生银行北京劲松支行

银行账号: 170149276