



国金招标
CHINA FINANCE TENDERING

双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-中
欧商贸物流合作园区国际化合作项目

招标文件

项目名称：双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-中欧
商贸物流合作园区国际化合作项目

项目编号/包号：CFTC-BJ01-2512032

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12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

第一章	投标邀请	1
第二章	投标人须知	6
第三章	资格审查	20
第四章	评标程序、评标方法和评标标准	22
第五章	采购需求	30
第六章	拟签订的合同文本	49
第七章	投标文件格式	59

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1. 项目编号：11000025210200153644-XM002

2. 项目名称：双高计划-北京财贸-供应链运营专业群-中欧商贸物流合作园区国际化合作项目

3. 项目预算金额：352.80 万元、项目最高限价(如有):352.80 万元

4. 采购需求：

包号	标的名称	技术需求或服务要求
01	双语社会培训平台、供应链成本管理双语实训平台、供应链智慧配送管理双语实训平台、智慧供应链运营双语实训平台、直播电商运营双语实训平台等，详见招标文件第五章。	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

本项目是否专门面向中小企业预留采购份额：是

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

3.2 其他特定资格要求：无。

三、获取招标文件

1. 时间：2025年12月25日至2026年1月4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：2026年1月15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”—“操作指南”—“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”—“工具下载”—“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-BJ01-2512032（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、侯志峰、崔连源

电话：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：010-52133055、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： ☐ 服务 ☑ 货物		
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： ☐ 是 ☑ 否		
2.4	核心产品	☐ 关于核心产品本项目__包不适用。 ☐ 本项目__包为单一产品采购项目。 ☑ 本项目为非单一产品采购项目，核心产品为： <u>双语社会培训平台</u> 。		
3.1	现场考察	☑ 不组织 ☐ 组织，考察时间：____年____月____日____点____分 考察地点：_____。		
	开标前答疑会	☑ 不召开 ☐ 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： ☑ 不需要 ☐ 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： ☐ 不需要 ☐ 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：		
		包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业
		01	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：</p> <p>70,000.00元（柒万元整）；</p> <p>投标保证金收受人信息：</p> <p>公司名称：国金招标有限公司</p> <p>账 号：20000034139900038022284</p> <p>开 户 行：北京银行九龙山支行营业部。</p> <p>转账时请备注“财贸中欧商贸物流保证金”</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：项目名称、投标人名称（资格证明文件页数过少的，可不制作书脊）。</p>
		<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>

22.1	确定中标人	<input type="checkbox"/> 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： <input checked="" type="checkbox"/> 得分且投标报价均相同的，以 <u>技术部分</u> 得分高者为中标人 <input type="checkbox"/> 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： <input checked="" type="checkbox"/> 不允许 <input type="checkbox"/> 允许，具体要求： (1) 可以分包履行的具体内容： (2) 允许分包的金额或者比例： (3) 其他要求：
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	接收询问和质疑的联系方式 联系部门：国金招标有限公司招标部； 联系电话：同第一章； 通讯地址：北京市朝阳区东三环南路甲52号 <u>顺迈金钻国际商务中心9层9C。</u>
27	代理费	收费对象： <input type="checkbox"/> 采购人 <input checked="" type="checkbox"/> 中标人 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； 缴纳时间： <u>领取中标通知书时</u> 。

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。

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》，导致的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。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为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（www.creditchina.gov.cn、www.ccgp.gov.cn）； 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 投标无效 。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	<p>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；</p>
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	<p>投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；</p>
16	不存在其他无效情形	<p>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。</p>

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	<p>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。</p> <p>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</p>
商务部分 (6分)	类似业绩	3	<p>投标人提供 2022年12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3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）</p>
	投标人实力	2	<p>提供核心产品双语社会培训平台软件著作权登记证书得2分，未提供或提供的无效，不得分。</p>
	政策性得分	1	<p>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）</p> <p>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）</p>
技术部分 (64分)	技术指标响应	37	<p>对于第五章采购需求技术参数（共9项标的物，其中“#”号指标14条）的响应程度：</p> <p>每有一项“#”条款满足得2分，完全响应无负偏离得28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1分，完全响应无负偏离得9分；</p> <p>技术响应满分37分。</p> <p>注：</p> <p>1. 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；</p>

			<p>2. 证明文件与《技术规格偏离表》不一致以证明文件为准；</p> <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	5	<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5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>

	售后服务方案	9	<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>以上全部可满足并提供承诺书得1分，不满足或未提供承诺书不得分。</p> <p>二、提供详细售后服务方案（8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8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6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>
	拟派人员配置方案	5	<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5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3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

★ 供应商投标单价不得超出单价最高限价，如果超出限价投标将被拒绝。

一、技术参数：

序号	采购标的名称	技术要求	单位	数量	单价最高限价（单位元）
1	供应链成本管理双语实训平台	中英双语版本。 一、产业链大数据平台 1. 数据采集 1.1 原始数据采集 支持从各种来源获取和收集海量数据，支持上传用户自己的数据。包括但不限于Excel、csv、图片、word、pdf、txt等结构化、非结构化的数据采集。 1.2 数据库连接 支持多种数据库接入，关系型数据库类型 Oracle、SQL Server、MySQL、Postgres、SQLite等；程序数据源 JSON、Odata；NoSQL 数据源 MongoDB；以及提供 ODBC 连接的数据源类型。 1.3 编程采集 支持新建代码块，可应用Python爬虫库完成数据采集。 2. 数据预处理 2.1 数据抽取 支持按文件类型、按模板组2种或以上数据抽取方式。数据抽取时可进行数据即席分析，支持数据透视表、分析表达式、数据分组、数据筛选、聚合运算等。 2.2 数据清洗 支持低代码工具及代码模式进行数据清洗，包括数据加工、数据筛选、数据转置、数据联合、数据连接、代码编辑等清洗方式。 支持绿色通道快速完成数据清洗。 2.3 数据集制作 支持缓存数据集、直连数据集、SQL原生数据集3种或以上模式。 支持以可视化的方式创建数据集，可将数据源添加到数据集设计器中，设计器至少具有四大区域，分别为菜单栏、数据源列表区、数据集编辑区以及预览区域。 2.3.1多表关联 支持将多个数据表拼接成一张表使用的情况。可实现数据表的左右拼接和上下拼接。 2.3.2分组视图 可对原数据进行分组、聚合处理。可通过字段拖拽的方式操作字段分组。可通过字段拖拽的方式对字段进行聚合运算。对于数值型的字段支持的聚合运算至少有Sum、Average、Max、Min；对于非数值型字段运算至少有Count和Distinct Count。 2.3.3添加自定义字段 添加自定义字段可以在不影响原数据的情况下通过对现有数据	套	1	398000

		<p>进行计算而得到一个新的数据字段。</p> <p>2.4数据准备模型 支持添加列、快速创建汇总列、区间列、子日期列，可通过分析表达式添加度量值、计算列，可删除表。支持应用SQL查询语句新建表，支持1对1、1对N、N对1等关系添加。支持数据预览、模型验证等。</p> <p>3. 数据分析与挖掘</p> <p>3.1报表编制 设计器具有表格、矩表、图表、文本框、图片、带状列表、子列表、迷你图、数据条、条形码、富文本等报表元素。</p> <p>#3.1.1矩表功能 支持分组的展开/折叠、表格排序、树形表格布局、冻结行列等结构设置，支持行列转置，支持数据过滤。支持钻取操作，可实现跳转至报表、跳转至书签、跳转至URL，支持报表下钻/上卷、图表联动、回退等。（提供供应链成本管理双语实训平台软著、系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>3.1.2图表功能 图表可进行数据绑定。可进行颜色、形状和大小调整，并提供切换坐标系、旋转角度等样式选项。</p> <p>3.1.3数据查询面板 可自定义查询面板，无需任何编码便可创建复杂的查询条件。内置提供文本框、数字、数字范围、日期时间、日期范围、下拉框、列表框、树形列表、标题、标签等控件。</p> <p>3.1.4内置报表主题和样式 内置的报表主题可以控制整个报表中图表和表格元素的配色风格，还能针对单个元素设置不同的外观样式。</p> <p>3.1.5报表分层设计 可对每个报表层单独设置是否显示和透明度属性，以及是否需要在预览、打印、导出时显示。</p> <p>3.2 BI可视化 可通过拖拽方式快速设计仪表盘，支持多页面仪表盘，可以在一个仪表板中分别展示不同的数据页面。</p> <p>3.2.1计算图表 支持将Excel的数据分析方式和计算公式完整的集成到仪表盘设计器中，为BI仪表盘提供增强型计算分析能力。</p> <p>#3.2.2丰富的数据可视化效果 仪表板内置数据可视化效果不低于30种，至少包括：条形图、柱状图、折线图、面积图、饼图、玫瑰图、旭日图、雷达图、散点图、气泡图、树形图、组合图、KPI指标卡、2D地图、3D地图、表格、透视表、迷你图等。（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>3.2.3全程自动化 在仪表板设计阶段，可以配置仪表板的自动换页周期、自动刷新时间等。</p> <p>3.2.4 3D动画特效 具有3D旋转KPI、3D旋转图片、动画数字、3D地图等可视化效果，能集成视频/摄像头、3D模型等。</p> <p>3.2.5数据切片、联动分析与钻取分析 在仪表板中，可以添加多种数据切片器，包括：日期范围、相对日期、列表、树形列表、文本标签等。在使用仪表板时，支</p>			
--	--	---	--	--	--

	<p>持通过切片器筛选数据，支持联动分析，支持钻取分析。</p> <p>3.2.6运行时数据探索分析 仪表盘具有运行时的高级数据探索分析功能。可以对数据进行过滤、排序、排名、条件格式化，可以切换统计维度和指标、切换行/列切面，可以按分析需要选择图表类型，可以将数据在图表和表格之间任意切换。</p> <p>3.2.7多屏适配可视化方案 具有原始大小、符合页面、符合宽度和全屏等多种屏幕自适应方式。可在移动端运行，能自适应移动设备。</p> <p>3.3 挖掘算法 至少具有数据源、数据集两种数据挖掘方式。 支持应用系统内置业务模型，可通过数据映射、参数配置完成数据挖掘分析。</p> <p>4. 大数据存储系统</p> <p>4.1原始数据 具有存放原始数据的数据仓库。</p> <p>4.2数据源 可对原始数据进行清洗和一致性处理，存为事实数据表。</p> <p>4.3数据集 可通过宽表化手段连接数据表。</p> <p>4.4数据应用模型 可根据业务需要生成个性化的报表数据。</p> <p>二、供应链大模型 具有供应链大数据模型，可快速体验不同大数据分析模型应用及可视化设计，并根据项目分析需要，编辑、导出数据分析结果。至少包括：供应商评估与选择模型、供应链供给效率分析模型、供应链成本优化模型，模型均可进行二次开发。</p> <p>#1、供应商评估与选择模型（提供系统截图并加盖投标人公章） 具有用于系统评估和筛选供应商的供应商评估与选择模型，可基于质量、成本、交付及时性、服务水平和创新能力等多维度的指标对供应商进行综合打分或排序。</p> <p>2、供应链供给效率分析模型 具有分析和优化供应链各环节（如采购、生产、库存、运输、分销等）的供应链优化模型，支持采用数据分析、数学优化、机器学习等方法，基于预测需求、库存水平、生产能力、物流网络、交付时间等关键因素，来优化资源配置、提升供应链弹性、减少库存成本、缩短交付周期。常用的优化方法包括但不限于线性规划、模拟优化、多目标优化等。</p> <p>#3、供应链成本优化模型（提供系统截图并加盖投标人公章） 具有用于分析和优化供应链中从原材料采购、生产、仓储、运输到最终产品交付给客户的全过程各个环节所产生的成本的供应链成本优化模型。模型可通过综合考虑供应链中的各种成本因素，寻找最优的决策方案，以实现供应链总成本的最小化。</p> <p>#三、供应链大数据 可基于真实企业脱敏数据构建供应链大数据，至少可包括供应商数据、采购订单数据、物流运输数据、配件批次数据、库存数据、物料管理数据、合规与风险管理数据等。（提供系统截图并加盖投标人公章）</p>			
--	--	--	--	--

		<p>四、实训课程</p> <p>(一) 课程目的</p> <p>聚焦供应商评估与选择、供应链供给效率分析、供应链成本优化三大核心模块，构建供应链全链路成本管控场景，面向具备全球视野与精细化成本管控能力的供应链人才培养。课程提供中英文双版本的案例素材与实训工具，全面支撑国际化教学与跨国企业供应链成本管理实践需求，践行“做中学、学中做”的教育理念，让学习者在解决真实供应链成本难题的过程中，同步深化成本管理理论认知与行业实战应用能力。</p> <p>(二) 课程内容</p> <p>至少包括供应商评估与选择、供应链供给效率分析、供应链成本优化三大实践项目。</p> <p>每个项目包括任务目标、任务要求、知识准备、项目实践、操作指导等模块内容。其中，知识准备提供课件、文档等多种资源，项目实践有明确项目要求并能跳转实操平台，操作指导提供任务实现文档。</p> <p>具体如下：</p> <p>项目一 供应商评估与选择</p> <p>根据供应商信息，包括供应商资质、质量、品牌知名度等相关数据，构建供应商综合评估模型，实施供应商绩效评估与排名，提出供应商优化建议与策略，从而实现供应商评估与选择。</p> <p>项目二 供应链供给效率分析</p> <p>根据配送站点信息，客户基本信息等相关数据，通过路径优化来规划配送路线，实现供应链供给效率分析，从而提高配送效率，降低配送成本。</p> <p>项目三 供应链成本优化</p> <p>根据成本动因数量、成本池和成本总量表等相关数据，分析总成本占比、成本明细分析，深入分析供应链中的各项活动，找出成本驱动因素，并优化资源配置，完成供应链成本优化。</p> <p>(三) 课程资源</p> <p>课程资源丰富，包含PPT、文档等课程资源，总资源数量不少于30个。</p> <p>提供案例背景、教学大纲、教学设计等配套素材。</p>			
2	供应链智慧配送管理双语实训平台	<p>中英双语版本。</p> <p>一、配送大模型</p> <p>具有配送大数据模型，可快速体验不同大数据分析模型应用及可视化设计，并可根据项目分析需要，编辑、导出数据分析结果。至少包括：配送中心订单分析模型、配送效率分析模型、城市末端配送优化模型，模型均可进行二次开发。</p> <p>#1、配送中心订单分析模型</p> <p>具有用于对配送中心接收的订单信息进行综合分析的配送中心订单分析模型。模型可通过挖掘订单数据中的规律、特征和趋势，帮助配送中心管理者更好地了解客户需求、优化配送流程、合理安排资源，从而提高配送效率和服务质量。</p> <p>(提供供应链智慧配送管理双语实训平台软著、系统截图并加盖投标人公章)</p> <p>2、配送效率分析模型</p> <p>可通过综合考虑地理位置、运输成本、客户需求分布、供应链效率、基础设施、以及运营成本等因素，评估和优化配送中心的地理位置、物流网络等，帮助企业找到最具成本效益和服务</p>	套	1	398000

		<p>响应速度的中心位置，以提升配送效率、降低运输成本并满足客户的时效性要求。</p> <p>#3、城市末端配送优化模型</p> <p>可专注于解决城市最后一公里配送问题，聚焦于将商品从配送中心或中转点运输到城市中最终消费者手中的环节。模型可通过对配送路径、配送时间、配送车辆安排等多种因素进行综合优化，提高配送效率、降低配送成本、减少交通拥堵，并提升客户服务水平。</p> <p>（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>二、配送大数据</p> <p>可基于真实企业脱敏数据构建配送大数据，数据至少包括配送中心订单数据、配送道路里程数据、快递车辆数据、快递员配送数据、物流配送点数据、无人机配送数据、配送状态跟踪数据等不低于20张数据表。总字段不少于100条，总数据量不少于15万条。单表最大数据量不低于1万条。</p> <p>三、实训课程</p> <p>（一）课程目的</p> <p>聚焦配送中心订单分析、配送效率分析、城市末端配送优化三大核心模块，构建真实生产性业务场景，面向具备全球视野的供应链人才培养，全面支撑国际化教学与跨境物流业务实践需求，使学生能够亲身体会数据采集、数据清洗、数据分析、数据挖掘以及数据治理等全过程。</p> <p>（二）课程内容</p> <p>至少包括配送中心订单分析、配送效率分析、城市末端配送优化三大实践项目。</p> <p>每个项目包括任务目标、任务要求、知识准备、项目实践、操作指导等模块内容。其中，知识准备提供课件、文档等多种资源，项目实践有明确项目要求并能跳转实操平台，操作指导提供任务实现文档。具体如下：</p> <p>项目一 配送中心订单分析</p> <p>可根据配送中心配送订单数据，从多个角度（如配送服务、销售数量、商品质量等）分析订单数据，找出影响配送效率的关键因素，并提出优化建议，以提高配送中心的运营效率。</p> <p>项目二 配送效率分析</p> <p>可根据客户的地理坐标、车辆信息等相关数据，通过合理规划配送路线和设置配送站，以最小化总的配送成本或时间，提高配送效率。</p> <p>项目三 城市末端配送优化</p> <p>可根据城市区域配送网络、路程、配送订单等相关数据，设计最优的配送路线和车辆调度方案，以减少配送时间和成本，提高配送效率。</p> <p>（三）课程资源</p> <p>课程资源丰富，包含PPT、文档等课程资源，总资源数量不少于30个。</p> <p>提供案例背景、教学大纲、教学设计等配套素材。</p>			
3	智慧供应链运营双语实训平台	<p>中英双语版本。</p> <p>一、仓储大模型</p> <p>具有仓储大数据模型，可快速体验不同大数据分析模型应用及可视化设计，并可根据项目分析需要，编辑、导出数据分析结果。至少包括库存需求预测模型、库存控制策略模型，模型均</p>	套	1	398000

	<p>可进行二次开发。</p> <p>1、库存需求预测模型 可通过分析历史数据和相关因素，对未来某一时期内库存商品的需求量进行预估。可用于库存管理，能够帮助企业合理规划库存水平、降低库存成本、提高客户服务水平，以应对市场需求的不确定性。</p> <p>#2、库存控制策略模型（提供系统截图并加盖投标人公章） 可通过综合考虑库存周转率、需求预测、采购成本、存储成本、安全库存量等因素，制定适应不同产品类型和市场波动的控制策略。可通过设定合理的库存量和补货策略，帮助企业在供应链中保持库存的合理性和高效性，确保在满足客户需求的同时，将库存成本降至最低。库存控制策略至少包括经济订购批量（EOQ）、再订货点（ROP）、ABC分类管理等。</p> <p>二、运输大模型 具有运输大数据模型，可快速体验不同大数据分析模型应用及可视化设计，并可根据项目分析需要，编辑、导出数据分析结果。包括：调度优化策略模型、区域物流量预测模型，模型均可进行二次开发。</p> <p>#1、调度优化策略模型（提供系统截图并加盖投标人公章） 基于一定的规则和目标，综合考虑各种约束条件，通过对决策变量的调整来寻找最优的调度方案。可用于对资源（如人力、设备、车辆等）的分配和任务（如生产任务、运输任务、服务任务等）的安排进行优化。</p> <p>2、区域物流量预测模型 基于历史数据、经济指标、社会因素、交通设施等多种变量，通过建立数学关系来推测未来某一时期区域内的物流量大小及变化趋势。可用于预估特定区域内的货物运输量。</p> <p>三、物流大数据 可基于真实企业脱敏数据构建覆盖仓储、运输领域的物流大数据。</p> <p>#1、仓储大数据 至少包括存货历史数据、库存需求数据、库存动态监控数据、库存物流追踪、出入库管理数据、智能补货数据、周转数据等不少于40张数据表。总字段不少于200条，总数据量不少于30万条。单表最大数据量不低于1万条。（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>2、运输大数据 至少包括区域物流需求数据、物流节点距离数据、货物运输状态数据、实施实时交通流量监测数据、货运实时追踪数据、车辆实时定位数据等不低于30张数据表。总字段不少于100条，总数据量不少于20万条。单表最大数据量不低于1万条。</p> <p>四、实训课程 （一）课程目的 聚焦库存需求预测、库存控制策略、调度优化策略、区域物流量预测四大核心模块，通过搭建贴合企业实际的业务场景，全面支撑国际化教学与跨国供应链运营实践需求，使学习者能够亲身体会数据采集整合、模型构建训练、策略模拟推演、效果评估优化的完整流程。</p> <p>（二）课程内容 至少包括库存需求预测、库存控制策略、调度优化策略、区域</p>			
--	--	--	--	--

		<p>物流预测四大实践项目。 每个项目包括任务目标、任务要求、知识准备、项目实践、操作指导等模块内容。其中，知识准备提供课件、文档等多种资源，项目实践有明确项目要求并能跳转实操平台，操作指导提供任务实现文档。具体如下： 项目一 库存需求预测 可根据历史销售数据等多源信息，构建库存需求预测模型，从而帮助企业优化库存水平，减少缺货率和库存积压。 项目二 库存控制策略 可根据历史库存数据、在库数据、需求数据等，为配件仓库制定库存策略，以确保能够快速响应市场需求，同时控制库存成本。 项目三 调度优化策略 可根据节点之间距离数据，节点需求量数据等相关数据，应用网络VRP算法模型，优化配送路线，制定最优的调度优化策略。 项目四 区域物流预测 可根据历史物流量时序数据，应用物流量预测模型，完成未来时间段内的物流量数据预测。 （三）课程资源 包含PPT、文档等类型的课程资源，总数量不少于30个。具有案例背景、教学大纲、教学设计等配套素材。</p>			
4	直播电商运营双语实训平台	<p>中英双语版本。 一、直播电商运营平台 1. 直播策划模块 （1）直播选品 可根据提供的商品库选择符合直播任务的商品； 可为选择的商品定位引流款、利润款、形象款，给直播商品打标； 可维护商品的促销信息，包括直播价格、促销形式、利益点等。 （2）直播方案 可预填写直播的主题信息，包括主题类型和直播时间安排； 可准备直播互动脚本，包括互动类型、发生时段以及互动奖品等； 可确定直播各项指标，例如观看/关注人数、下单人数、营业额、总单量等。 （3）直播脚本 支持整场脚本和单品脚本， 整场脚本适用于全程总流程走势，横跨每一个直播环节； 单品脚本适用于具体商品，可落实商品细节：卖点/优势，特殊购买权益服务，专享价格等。 2. 直播装修模块 （1）欢迎语、屏蔽词、快捷语 可预录入本场直播适用的欢迎语； 可根据直播间规范针对一些敏感违规词语进行开播前屏蔽； 可预录入针对不同粉丝的快捷语。 （2）信息卡 可维护主播、店铺、镇店之宝商品、明星来了等信息。 3. 直播管理模块 （1）新建直播间</p>	套	1	398000

	<p>可依次录入直播名称、直播时间、直播间背景图、分享封面图、直播简介，主播信息、主播头像等；可选择提前维护好的脚本，可确认是否禁言。</p> <p>(2) 直播商品 可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，以及进行商品上、下架操作；被选中的商品可在模拟直播中出现在直播操作台，主播可点击任何一个商品进行讲解，讲解的商品可以卡片形式出现在直播屏幕上。</p> <p>(3) 营销互动 可设置抽奖、红包，互动内容可在直播操作台出现，主播可随时进行点击、开奖； 可选择抽奖所送出的奖品、奖品数量、开奖条件； 可设置红包类型：金额随机、金额固定，红包个数、总金额、开奖时间。</p> <p>(4) 开播 主播创建好直播间后进行直播；可在主播界面观看直播数据，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（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>(1) 直播复盘 可根据系统提供的直播数据、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 可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，并生成改进建议。</p> <p>二、数字课程 课程紧密围绕直播电商领域核心岗位技能要求设计，包括直播选品与规划、直播营销方案策划、直播团队配置与分工、专业直播间搭建与开播准备、高效直播话术设计、直播引流与互动技巧、直播数据分析等内容。</p> <p>(一) 课程内容</p> <p>单元一 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>单元二 直播团队打造 任务一 组建直播团队 任务二 主播人设打造 任务三 主播助理培养</p> <p>单元三 直播间设计与搭建 任务一 线下直播间搭建 任务二 线上直播间搭建 任务三 直播间物料准备</p> <p>单元四 直播话术设计 任务一 直播营销话术设计 任务二 直播商品讲解要点</p> <p>单元五 直播带货 任务一 直播流程控制</p>			
--	--	--	--	--

		<p>任务二 直播控场与异常应对 单元六 直播电商运营分析 任务一 直播数据分析 任务二 直播效果分析</p> <p>(二) 课程资源 课程包含PPT、视频等课程资源。 电子课件PPT数量不少于200个； 视频微课数量不少于20个，每个微课时长5-15分钟。 具有课程简介、教学大纲、课程标准、考核大纲等教学资料。</p> <p>(三) 习题库 具有中英文双版本的习题库，至少包含15套任务测验习题，每套习题不少于10道题。提供不少于3套期末测验试卷，每套试卷包括单选题、多选题、判断题，以及不少于3道综合实操题。</p> <p>三、技能训练包</p> <p>(一) 训练项目 包括直播选品、内容策划、脚本策划、组建直播团队、主播人设打造、线下直播间搭建、线上直播间搭建、直播营销话术设计、直播商品讲解要点、直播流程控制、直播控场与异常应对、直播数据分析、直播效果分析等训练内容。</p> <p>(二) 训练包数量 提供中英文双版本的训练题目，不少于15道技能训练题。</p>			
5	新媒体营销 双语实训平台	<p>以下平台内容提供中英文双版本。</p> <p>一、新媒体营销平台</p> <p>1. 微信营销</p> <p>1.1 仿真微信</p> <p>(1) 消息模块 用户可通过对话列表进行正常的模拟对话、可发送文字信息、图片、红包、分享商品，与好友进行互动，可清空聊天记录。用户可发起群聊，在群聊中发送文字信息、图片、红包、分享商品，与群内人员进行互动。可设置群属性包括：群名称、群公告、置顶聊天、保存到通讯录、我在本群的昵称、显示成员昵称、删除群聊等。</p> <p>(2) 联系人/通讯录 用户可添加新的好友；可查看、删除好友。</p> <p>(3) 朋友圈 可看自己发布过的朋友圈历史记录；可通过朋友圈查看活动中分享出去的点赞及评论等信息；</p> <p>(4) 我的 可以修改昵称和头像；可以修改我的微信号；可以查看我的二维码。</p> <p>1.2 微信公众号 微信公众号注册，可注册订阅号、服务号； 微信公众号可自定义菜单，菜单跳转配置； 公众号自动回复配置，可配置关注回复，收到消息回复； 图文素材添加，图文素材可推送至仿真微信公众号。</p> <p>2. 微博营销</p> <p>2.1 发微博 可写微博或者写文章，微博内容可包含文字和图片；发微博时可以@我的好友；可把商品分享到微博中，可把微博分享到微信和朋友圈；</p>	套	1	398000



		<p>2.2我的 可以查看我关注的人和我的粉丝；可修改我的头像、昵称、签名、性别、生日等信息。</p> <p>3. 社群营销</p> <p>3.1客户管理模块 用户可以在客户管理模块中设计创建标签，并给设定的目标用户打标签；</p> <p>（1）客户列表 可查看、查询客户信息；可给客户打多个标签；</p> <p>（2）标签管理 可创建、编辑、查询、删除标签组、标签。</p> <p>#3.2电商营销工具（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>（1）优惠券：满减券、折扣券、随机金额券；创建活动后可设置参加活动的商品；</p> <p>（2）限时折扣：可新建、查询、编辑、删除限时折扣活动；限时折扣可设置活动名称、活动时间、限购设置、活动商品等；可单独或批量设置每种活动商品的折扣、减钱、促销价等；</p> <p>（3）秒杀：可新建、查询、编辑、删除秒杀活动；限时折扣可设置活动名称、活动时间、限购设置、活动商品等；可单独或批量设置每种活动商品的秒杀价、秒杀库存等；</p> <p>（4）拼团：可新建、查询、编辑、删除拼团活动；限时折扣可设置活动名称、活动时间、拼团有效期、参团人数、限购规则、凑团、模拟成团、活动商品等；可单独或批量设置每种活动商品的拼团价等；</p> <p>（5）签到打卡：可新建、查询、编辑、删除签到打卡活动；限时折扣可设置活动名称、活动时间、每日签到可获积分、练习签到奖励、活动说明、活动商品等；</p> <p>（6）微信社群搭建。</p> <p>4. 短视频营销</p> <p>4.1短视频制作</p> <p>（1）创建视频剪辑 可创建9:16或16:9的比例画布，插入多条视频进行剪辑拼接，进行视频剪辑；</p> <p>（2）剪辑功能 视频剪辑：根据选择视频选择时间点进行裁剪； 视频变速：可对某段视频进行加速播放或慢速播放；视频透明度：可改变视频的透明度； 视频原声：可修改音量大小、静音； 添加音频：可使用系统音频，或者自己上传音频，音频可试听，同一时间可同时播放多条音频； 音频剪辑：根据所选音频所选时间点进行裁剪； 文字：可选择字体、行间距、字间距、文字颜色、描边颜色、样式、对齐、不透明度、图层顺序； 图片：可使用系统图片或者上传本地图片。</p> <p>（2）设置封面 可选择视频其中一帧作为封面也可以自己选择图片作为封面。</p> <p>4.2短视频营销 可填写短视频标题，设置封面，进行短视频发布，短视频推广投放。</p> <p>二、数字化课程</p>			
--	--	--	--	--	--

	<p>课程可与企业新媒体营销业务相对接，根据企业开展新媒体营销业务的实际工作流程和工作场景进行设计，通过系统化项目设计帮助学生全面掌握各种媒体营销工具、搭建媒体矩阵、开展新媒体营销等知识和技能。</p> <p>（一）课程内容</p> <p>领域一 新媒体营销前期准备 任务一 新媒体营销认知与岗位调研 任务二 新媒体营销行业与竞争状况调研 任务三 新媒体营销用户调研</p> <p>领域二 微信营销 任务一 微信营销前期准备 任务二 微信个人号营销实施 任务三 微信公众号营销实施</p> <p>领域三 微博营销 任务一 微博营销前期准备 任务二 微博营销实施</p> <p>领域四 社群营销 任务一 社群营销前期准备 任务二 社群营销用户触达 任务三 粉丝管理与社群变现</p> <p>领域五 短视频营销 任务一 短视频营销前期准备 任务二 短视频营销实施</p> <p>领域六 图文内容平台营销 任务一 自媒体平台营销 任务二 知识问答类平台营销</p> <p>（二）课程资源</p> <p>新媒体营销课程资源丰富，包含PPT、动画、视频等课程资源。电子教案PPT数量不少于20个； 情境动画数量不少于10个； 视频微课数量不少于20个，每个微课时长5-15分钟。</p> <p>（三）习题库</p> <p>具有不少于3套期末测验试卷，每套试卷包括单选题、多选题、判断题，以及不少于3道综合实操题。</p> <p>三、训练包</p> <p>（一）训练包用途</p> <p>至少具有一套完整且覆盖全部技能点在线训练包，供学生实务训练使用。</p> <p>（二）训练项目</p> <p>训练项目1. 微信营销前期准备 训练项目2. 微信个人号营销 训练项目3. 微信公众号营销 训练项目4. 微博营销前期准备 训练项目5. 微博营销的实施 训练项目6. 社群营销前期准备 训练项目7. 社群营销用户触达 训练项目8. 粉丝管理与社群变现 训练项目9. 短视频营销准备 训练项目10. 短视频营销实施 训练项目11. 自媒体平台营销</p>			
--	--	--	--	--

		<p>训练项目12. 知识问答平台营销</p> <p>(三) 训练包训练题数量</p> <p>一套完整的案例背景贯穿始终，包含不少于15道训练试题。</p> <p>(提供系统截图并加盖投标人公章)</p>			
6	网店运营双语综合实训平台	<p>中英双语版本。</p> <p>一、网店运营平台</p> <p>1. 网店管理</p> <p>1.1 创建店铺</p> <p>1.1.1 商户注册</p> <p>用户可录入入驻信息，包括店铺名称、负责人姓名、客服电话、联系地址等。</p> <p>1.1.2 店铺创建</p> <p>用户可创建多个店铺并进行切换管理。</p> <p>1.2 店铺管理</p> <p>1.2.1 新建页面</p> <p>(1) 页面设置。可设置页面的基础信息，包括页面名称、页面描述、背景颜色等。</p> <p>(2) 组件管理。可浏览、调整页面组件的顺序。</p> <p>(3) 标题文本。可设置标题内容、描述内容、显示位置、标题大小、描述大小、标题粗细、描述粗细、标题颜色、描述颜色、背景颜色等。</p> <p>(4) 商品。商品组件包括按组或者按个添加商品，可设置列表样式、商品样式、商品倒角、图片比例、本文样式、页面边距、商品间距、商品名称是否显示、商品描述是否显示、商品价格是否显示、商品原价是否显示、购买按钮是否显示等。</p> <p>(5) 图片广告。可设置图片模板、添加图片、图片样式、图片倒角、页面边距、图片间距。</p> <p>(6) 图文导航。可最多添加8个图文导航、选择模板、图片样式、背景颜色、文字样式（颜色）。</p> <p>(7) 富文本。设置富文本内容并简单排版，插入图片及超链接。</p> <p>(8) 公告。可设置公告内容、背景颜色、文本样式（颜色）。</p> <p>(9) 辅助分割。可设置分割类型、空白高度等。</p> <p>(10) 商品搜索。可设置框体样式、文本位置、框体高度、背景颜色、框体颜色、文本颜色。</p> <p>(11) 店铺信息。可设置背景图片、显示样式。</p> <p>(12) 进入店铺。调整进入店铺文案。</p> <p>1.2.2 页面管理</p> <p>用户可查看、编辑、删除店铺页面。</p> <p>2. 商品管理</p> <p>2.1 商品管理</p> <p>(1) 用户可对商品进行新建、查询、上架、下架、编辑、删除等操作。</p> <p>(2) 可编辑商品基本信息，包括商品名、商品图、价格、库存、配送方式、邮费、商品状态等。</p> <p>(3) 可编辑商品详情。支持富文本编辑。</p> <p>2.2 商品分组</p> <p>可创建管理商品分组。</p> <p>#2.3 组合套装</p> <p>可设置多个商品为一个套装，可设置套装名称、套装内包含各</p>	套	1	398000

		<p>商品的数量、套装的价格、库存等。（提供系统截图并加盖投标人公章）</p> <p>3. 营销活动 可设置优惠券、限时折扣、秒杀、拼团、签到打卡等营销活动。</p> <p>3.1 优惠券 (1) 优惠券分为：满减券、折扣券、随机金额券。 (2) 创建活动后可设置参加活动的商品。</p> <p>3.2 限时折扣 (1) 可新建、查询、编辑、删除限时折扣活动。 (2) 可设置活动名称、活动时间、限购设置、活动商品等。 (3) 可单独或批量设置每种活动商品的折扣、减钱、促销价等。</p> <p>3.3 秒杀 (1) 可新建、查询、编辑、删除秒杀活动。 (2) 限时折扣可设置活动名称、活动时间、限购设置、活动商品等。 (3) 可设置每款商品的秒杀价、秒杀库存等。</p> <p>3.4 拼团 (1) 可新建、查询、编辑、删除拼团活动。 (2) 可设置活动名称、活动时间、拼团有效期、参团人数、限购规则、活动商品等。 (3) 可单独或批量设置每种活动商品的拼团价等。</p> <p>3.5 签到打卡 (1) 可新建、查询、编辑、删除签到打卡活动。 (2) 可设置活动名称、活动时间、每日签到可获积分、连续签到奖励、活动说明、活动商品等。</p> <p>4. 微信仿真模块</p> <p>4.1 消息模块 用户可通过对话列表中进行正常的模拟对话、可发送文字信息、图片、红包、分享商品，与好友进行互动，可清空聊天记录。</p> <p>用户可发起群聊，在群聊中发送文字信息、图片、红包、分享商品，与群内人员进行互动。 可设置群属性包括：群名称、群公告、置顶聊天、保存到通讯录、我在本群的昵称、显示成员昵称、删除群聊等。</p> <p>4.2 联系人/通讯录 用户可添加新的好友。 可查看、删除好友。 可设置备注标签。</p> <p>4.3 朋友圈 查看自己发布过的朋友圈历史记录。 可通过朋友圈查看点赞及评论等信息。</p> <p>4.4 我的 可以修改昵称和头像 可以修改我的微信号 可以查看我的二维码</p> <p>5. 微博仿真模块</p> <p>5.1 发微博 可写微博或者写文章，微博内容可包含文字和图片。</p>			
--	--	---	--	--	--

	<p>发微博时可以@我的好友。 可把商品分享到微博中，可把微博分享到微信和朋友圈。</p> <p>5.2我的 可以查看我关注的人和我的粉丝。 可修改我的头像、昵称、签名、性别、生日等信息。</p> <p>6. 直播 直播主要包括直播间管理、直播列表、商品列表等。</p> <p>6.1直播间管理 直播间管理可以查看直播统计情况，包括直播名称等内容。</p> <p>6.2直播列表 (1) 可创建、查询直播间。 (2) 可设置直播名称、主播昵称、直播时间、主播头像、分享封面、直播间背景封面、选择店铺、选择商品、直播简介。 (3) 完成直播间创建后可在直播间控制台设置直播间禁言、直播回放等参数。 (4) 在直播控制台可把直播分享至微信、朋友圈、微博。</p> <p>6.2.1添加商品 (1) 可以在直播间添加商品列表中的商品。 (2) 主播在直播时可在商品列表中选择商品上屏，并对其进行讲解。</p> <p>6.2.2添加抽奖 (1) 在创建完成的直播间列表中可通过营销互动点击进入抽奖编辑。 (2) 可选择参与抽奖的商品。 (3) 可录入参与抽奖的商品数量。 (4) 可针对开奖条件进行“按照时间自动开奖”和“按照人数手动开奖”的选择。</p> <p>6.2.3添加红包 (1) 在创建完成的直播间列表中可通过营销互动点击进入创建红包。 (2) 可选择红包类型“随机金额”或“平均金额”。 (3) 可设置红包的数量、红包总金额。 (4) 可选择开奖时间。</p> <p>7. 海报制作</p> <p>7.1 图库 (1) 图库分为我的图片、系统图片、我的设计图。图片库与其他子系统打通，图片可以在其他系统内调用。 (2) 用户可本地批量上传图片。</p> <p>7.2 图片制作 (1) 创建画布。可选择多种尺寸的画布进行快速创建，也可以自定义画布像素进行创建。 (2) 图片编辑。在画布中可插入图片、素材、文字等内容。可设置背景颜色。 (3) 画布总插入的图片素材可设置更改大小、角度、图层顺序。</p> <p>7.3 H5页面制作模块</p> <p>7.3.1创建、新增页面 可创建多个页面。</p> <p>7.3.2页面编辑 图文：可添加多个图文组件。可修改图文组件的图片和文字。</p>			
--	---	--	--	--

	<p> 单页：可添加页面模版，可修改模板的图文和文字。 素材：可添加素材图片。 正文：可添加文字，选择字体、字号、行间距、字间距、文字颜色、字体样式、对齐、不透明度、图层顺序。 图片：可使用系统图片或者上传本地图片。 </p> <p> 7.4 二维码制作 (1) 可输入文字或网址生成二维码。 (2) 可更换二维码中的图片 (3) 可修改二维码颜色 (4) 可把二维码保存到在线图库或者直接保存到本地。 </p> <p> 8. 客户管理 8.1 客户列表 (1) 在系统当中已预制所需客户信息，可以对客户进行打标签处理。 </p> <p> 8.2 标签组管理 (1) 新建标签组，录入标签组名称。 (2) 多条标签组，组成标签组列表。 </p> <p> 8.3 标签管理 (1) 新建标签，选择标签组 (2) 定义标签名称。 (3) 多条标签组成标签列表。 </p> <p> 8.4 子标签管理 (1) 新建子标签，依次选择标签组、标签。 (2) 定义子标签名称。 (3) 多条子标签形成子标签列表。 </p> <p> 9. 话术 可创建、编辑、查询、删除话术，话术包含问题和答案。话术与微信仿真系统关联，在微信对话中可直接发送话术中的话术。 </p> <p> 二、数字化课程 课程与企业新媒体营销业务相对接，可根据企业开展新媒体营销业务的实际工作流程和工作场景进行设计，通过系统化项目设计帮助学生全面掌握各种媒体营销工具、搭建媒体矩阵、开展新媒体营销等知识和技能。 </p> <p> (一) 课程内容 至少包含店铺搭建与产品上架、营销页面设计与发布、营销内容制作与发布、网店用户触达与分类、社群粉丝互动与管理五个工作领域； 至少包含店铺搭建、选品与上架、营销首页设计与发布、产品页面设计制作与发布、推广页面设计与发布、图文内容制作与发布、直播内容准备与开播、触达计划编写与制定、平台用户触达与拉新、用户分类与建群、粉丝留存与活跃、社群维护与管理十二个工作任务。 </p> <p> (二) 课程资源 包含不少于30个电子课件资源。 </p> <p> (三) 习题库 #具有中英文双版本的习题库，至少包含15套任务测验习题，每套习题不少于10道题。提供不少于三套期末测验试卷，每套试卷包括单选题、多选题、判断题，以及不少于3道综合实操题。 (提供系统截图并加盖投标人公章) </p>			
--	--	--	--	--

		<p>三、训练包</p> <p>(一) 训练项目 店铺搭建、选品与上架、营销首页设计与发布、产品页面设计制作与发布、推广页面设计与发布、图文内容制作与发布、直播内容准备与开播、触达计划编写与制定、平台用户触达与拉新、用户分类与建群、粉丝留存与活跃、社群维护与管理。</p> <p>(二) 训练包训练题数量 一套完整的案例背景贯穿始终，包含不少于15道训练试题。</p>			
7	双语社会培训平台（核心产品）	<p>一、管理端</p> <p>1. 学员管理 系统管理员可创建管理学员账号，可进行查询、添加、批量导入、批量导出、批量删除等操作。</p> <p>2. 教师管理 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。</p> <p>二、教师端</p> <p>1. 开课管理 教师可用编辑好的课程进行开班课操作，开班后可以把学员添加到班课中。支持直接在系统中导入学员。</p> <p>2. 讨论答疑 老师与学员可随时互动，及时交流、反馈课程进行过程中遇到问题、难点。</p> <p>3. 课程通知 教师在课程教学当中可以向所教班级发布课程通知，学员可查看课程通知。</p> <p>4. 学情统计 (1) 基础统计。可查看在学人数、未学人数。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。 (2) 任务统计。可查看整体进度、任务总数。可查询每个学员的学习进度，并可查看详情，查看每个任务的完成情况。</p> <p>三、学员端</p> <p>1. 课程学习 学员可在线学习课程中的视频和文档，可以进行章节测验，并查看测验分数。</p> <p>2. 语言模式 可以切换中文、英文模式。</p>	套	1	540000
8	跨境电商双语社会培训课程资源包	<p>跨境电商双语社会培训课程资源包具有中英文微课，个数不低于30，总时长300-400分钟；中英文PPT不少于30个；中英文二维动画不少于5个；中英文题库300-500道；中英文讨论思考题不少于20道；可与双语社会培训平台无缝对接。</p> <p>微课制作要求： 每个视频时长：8-15分钟。</p> <p>录制要求：画面中文字、图形照片、视频清晰、稳定，色彩均衡，构图合理，语言表达规范、语调节奏合适，有全程字幕。 时间分配：片头8-10秒钟，教师出镜不超过1/3时长，图形图像不少于3分钟，标准动画不少于2分钟，片尾5-8秒钟。输出格式采用MP4，分辨率不低于1920*1080。</p> <p>动画制作要求： 动画内容涉及到跨境电商相关知识讲解，动画演播过程要求流畅，静止画面时间不超过5秒钟，采用GIF、SWF(不低于</p>	套	1	300000

		<p>Flash6.0)存储格式。</p> <p>PPT制作要求：文件格式：PPTX（内嵌式音频、视频或动画）；模板应用：每门课程模板统一，标明课程名称，单元（章或节）名称；</p> <p>字体字号：正文字号一般不小于24磅字，一般使用Windows默认宋体，黑体等；</p> <p>文字颜色：各级标题采用不同的字体和颜色，一张幻灯片上文字颜色限定在4种以内，避免使用与背景色相近的字体颜色；不宜出现不必要的动画效果，不使用随机效果。</p> <p>题库要求：</p> <p>利用平台实现在线测试。</p> <p>题库或测验内容包含跨境电商相关知识技能等，并给出答案。题型包括客观题（判断、单选、多选等）、主观题、操作题或组合题等。</p>			
9	直播电商双语社会培训课程资源包	<p>直播电商双语社会培训课程资源包具有中英文微课，个数不少于30，总时长300-400分钟；中英文PPT不少于20个；中英文二维动画不少于5个；中英文案例不少于30个，中英文题库不少于80道，可与双语社会培训平台无缝对接。</p> <p>微课制作要求：</p> <p>每个视频时长：8-15分钟。</p> <p>录制要求：画面中文字、图形照片、视频清晰、稳定，色彩均衡，构图合理，口语表达规范、语调整合适，有全程字幕。</p> <p>时间分配：片头8-10秒钟，教师出镜不超过1/3时长，图形图像不少于3分钟，标准动画不少于2分钟，片尾5-8秒钟。输出格式采用MP4、分辨率不低于1920*1080；</p> <p>动画制作要求：</p> <p>动画内容涉及到跨境电商相关知识讲解，动画演播过程要求流畅，静止画面时间不超过5秒钟，采用GIF、SWF（不低于Flash6.0)存储格式。</p> <p>PPT制作要求：文件格式：PPTX（内嵌式音频、视频或动画）；模板应用：每门课程模板统一，标明课程名称，单元（章或节）名称；</p> <p>字体字号：正文字号一般不小于24磅字，一般使用Windows默认宋体，黑体等；</p> <p>文字颜色：各级标题采用不同的字体和颜色，一张幻灯片上文字颜色限定在4种以内，避免使用与背景色相近的字体颜色；不宜出现不必要的动画效果，不使用随机效果。</p> <p>案例及题库要求：</p> <p>利用平台实现在线测试。</p> <p>题库或测验内容包含跨境电商相关知识技能等，并给出答案。题型包括客观题（判断、单选、多选等）、主观题、操作题或组合题等。</p>	套	1	300000

二、对投标企业资质要求：

投标企业需具备独立法人资格，持有合法有效的营业执照，企业应具有完善的售后服务体系，并具备相关项目的成功实施经验，能够提供及时、高效的技术支持与维护服务，确保系统的稳定运行与持续优化。

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 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）软件全部操作手册；

（2）软件源发运和装箱的详细资料、产品合格证明书等。

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，但不包括人工工时、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 为完成本项目政府采购合同，采购人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。

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术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，但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 risk 并负担买方所发生的一切直接费用。同时，卖方应按合同第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延迟交货，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，按下述方式之一提交：

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部分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”部分标明联合体中中小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。

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： _____

盖章： _____

联合体成员名称： _____

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 (建议投标文件其他落款位置和此处统一)

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)及委托代理人的有效的身份证、护照等身份证明文件复印件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**复印件。

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	标的名称	品牌	型号	制造商名称	数量	单价最高 限价	投标单价	小计(数量* 投标单价)	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	供应链成本管理双 语实训平台					398000							<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
2	供应链智慧配送管 理双语实训平台					398000							
3	智慧供应链运营双 语实训平台					398000							
4	直播电商运营双语 实训平台					398000							
5	新媒体营销双语实 训平台					398000							
6	网店运营双语综合 实训平台					398000							
7	双语社会培训平台					540000							
8	跨境电商双语社会 培训课程资源包					300000							
9	直播电商双语社会 培训课程资源包					300000							

10	根据自身情况可以 添加行									
						总价				
						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，即使投标人未单独列出，采购人也不再另行支付。

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
<p>对本项目合同条款的偏离情况 (应进行选择, 未选择投标无效):</p> <p><input type="checkbox"/> 无偏离 (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。)</p> <p><input type="checkbox"/> 有偏离 (如有偏离, 则应在本表中对偏离项逐一系列明, 否则投标无效; 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。)</p>					

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