

北京市政府采购项目 公开招标文件示范文本 (2026 年版)

项目名称：数字化电商实践教学中心项目设备采购

项目编号/包号：0686-2611BD035150Z

采 购 人：北京商贸学校(北京市 SPF 技术与推广中心)

采购代理机构：北京国际贸易有限公司

使用说明

为促进政府采购活动的公开、公平和公正进行，进一步优化我市政府采购营商环境，提高招标文件编制质量和采购工作效率，根据政府采购有关法律法规及政策要求，会同有关单位研究制定了《北京市政府采购项目公开招标文件示范文本》（以下简称《示范文本》），并在我市政府采购项目中推广使用。

现根据使用情况及政府采购有关新政策要求，就《示范文本》进行更新。为提升政府采购透明度和效率，采用公开招标方式的项目应使用全流程电子化采购方式，采用其它方式的项目鼓励使用全流程电子化采购方式。

一、适用范围

《示范文本》适用于我市采用公开招标方式采购的政府采购货物和服务项目。

二、填写规则

条款中以空格和下划横线“__”形式标记的部分，为采购人或采购代理机构需要填写的内容。采购人或采购代理机构应根据采购项目具体特点和实际需要进行具体化填写，确实没有需要填写的，在空格或下划横线“__”中用“/”标记。

条款中以“□”形式标记的内容，为采购人或采购代理机构需要确定的选项。编制招标文件时，适用于本项目的选项标记为

“■”，不适用于本项目的选项标记为“□”。

三、提示条款

《示范文本》中“（）”形式标记的红色斜体内容，属于提示编制招标文件的注意事项，招标文件发出前，有关提示内容应予以删除。

四、资料表的运用

为了便于供应商高效阅览、避免遗漏重点内容，《示范文本》对第二章“投标人须知”设置了资料表形式。“投标人须知资料表”用于进一步明确“投标人须知”正文中的未尽事宜，采购人或采购代理机构在编制招标文件时，应根据采购项目实际需要，对于需要修改和补充的内容在资料表中选择和补充列明。“投标人须知资料表”与“投标人须知”正文内容不一致的，以“投标人须知资料表”为准。

为避免招标文件编制过程中出现的相同内容在文件中前后不一致等错误，招标文件尽量做到相同内容只出现一次，其他章节涉及有关内容的，以标明条款号引用的方式体现。

五、采购需求与合同文本

《示范文本》在第五章“采购需求”部分列出了需求大纲供采购人或采购代理机构参考。

采购人或采购代理机构应当依据《中华人民共和国民法典》等有关法律法规和政策要求，结合采购项目合同类型和特点，规范拟定和签署项目采购合同。在拟定合同文本时，应优先选择国

家或行业制定推荐的有关标准或示范合同文本。

六、投标文件格式的统一与简化

为便于供应商制作投标文件，便于评标委员会评审时统一标准，《示范文本》对适宜的内容提供了统一的投标文件参考格式，尽可能对格式中需要填列的内容进行了简化，尽可能减少了格式中需要签字、盖章的要求。

七、实施及修改

请北京市各级预算单位、采购代理机构认真组织好《示范文本》的推广使用，使用中有任何意见建议，请及时与北京市财政局政府采购管理处联系。我们将及时总结经验，以进一步修订完善《示范文本》并协同推进其规范运用。

采购人或采购代理机构可根据法律法规、政府采购政策文件等更新情况或项目具体特点，对示范文本适当进行更新或调整。

目 录

第一章 投标邀请1

第二章 投标人须知5

第三章 资格审查21

第四章 评标程序、评标方法和评标标准25

第五章 采购需求34

第六章 拟签订的合同文本63

第七章 投标文件格式75

注：采购文件条款中以“■”形式标记的内容适用于本项目，以“□”形式标记的内容不适用于本项目。

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

- 1.项目编号：0686-2611BD035150Z
- 2.项目名称：数字化电商实践教学中心项目设备采购
- 3.项目预算金额：318.773735 万元、项目最高限价（如有）：318.773735 万元
- 4.采购需求：

包号	标的名称	采购包 预算金额 (万元)	数量	简要技术需求或服务要求
01	数字化电商实践教学中心项目设备采购	318.773735	1	数字化电商实践教学中心项目设备采购

- 5.合同履行期限：2026 年 9 月 1 日前完成调试安装调试完毕。
- 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

☒本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

☐本项目专门面向 ☐中小 ☐小微企业 采购。即：提供的货物全部由符合政策要求的中小/小微企业制造、服务全部由符合政策要求的中小/小微企业承接。

☐本项目预留部分采购项目预算专门面向中小企业采购。对于预留份额，提供的货物由符合政策要求的中小企业制造、服务由符合政策要求的中小企业承接。预留份额通过以下措施进行：_____ / _____。

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：

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：

(1) 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，不得参加同一合同项下的政府采购活动；为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

(2) 在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)信用报告中，中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)查询信用记录，未列入失信被执行人、重大税收违法失信主体名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商。

三、获取招标文件

1.时间：2026年06月09日至2026年06月16日，每天上午08:30至12:00，下午12:00至16:30（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：供应商使用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06月30日09点50分（北京时间）。

地点：北京国际贸易有限公司第九评标室。

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：《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）、关于印发《政府采购促进中小企业发展管理办法》的通知（财库〔2020〕46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）、《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141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）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）、《关于开展政府采购信用担保试点工作的通知》（财库[2011]124 号）、《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（国发〔2009〕36 号）、《财政部办公厅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）、《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119 号）、《关于推动解决政府采购异常低价问题的通知》（财库〔2026〕2 号）、《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34 号）和《关于贯彻落实<国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知>的意见》（财库〔2025〕30 号）等。

2.本项目采用全流程电子化采购方式，请供应商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（供应商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电子化采购流程要求。

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

供应商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

供应商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、客户端下载

供应商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。

供应商登录北京市政府采购电子交易平台“用户指南”——“工具下载”——“投标文件编制工具”下载相关客户端。

2.4 获取电子招标文件

供应商使用 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。

供应商如计划参与多个采购包的投标，应在登录北京市政府采购电子交易平台后，在【我的项目】栏目依次选择对应采购包，进入项目工作台招标/采购文件环节分别按采购包下载招标文件电子版。未在规定时间内按上述操作获取文件的采购包，供应商无法提交相应包的电子投标文件。

2.5 编制电子投标文件

供应商应使用电子投标客户端编制电子投标文件并进行线上投标，供应商电子投标文件需要加密并加盖电子签章，如无法按照要求在电子投标文件中加盖电子签章和加密，请及时通过技术支持服务热线联系技术人员。

2.6 提交电子投标文件

供应商应于投标截止时间前在北京市政府采购电子交易平台提交电子投标文件，上传电子投标文件过程中请保持与互联网的连接畅通。

2.7 电子开标

供应商在开标地点使用 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进行电子开标。

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：北京商贸学校（北京市 SPF 技术与推广中心）

地址：大兴区南西路 14 号北京商贸学校

联系方式：60223907

2.采购代理机构信息

名称：北京国际贸易有限公司

地址：北京市朝阳区建国门外大街甲 3 号

联系方式：010-85343406、85343361

3.项目联系方式

项目联系人：郭晓寒、马惟肖、田田

电话：010-85343406、85343361

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。

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不适用。 ☐ 本项目为单一产品采购项目。 ☒ 本项目非单一产品采购项目，核心产品为： <u>AIGC 电商数字人应用平台</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）：_____。						
5.3.5	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"> <tr> <td>包号</td><td>标的名称</td><td>中小企业划分标准所属行业</td></tr> <tr> <td>1</td><td>数字化电商实践教学中心项目设备采购</td><td>工业</td></tr> </table>	包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	1	数字化电商实践教学中心项目设备采购	工业
包号	标的名称	中小企业划分标准所属行业						
1	数字化电商实践教学中心项目设备采购	工业						
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。						

条款号	条目	内容
12.1	投标保证金	投标保证金金额： 01 包：<u>6.36 万元</u>。 投标保证金收受人信息： （1）支票 （2）汇票 （3）本票 （4）金融机构、担保机构出具的保函 （5）汇款 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招标代理机构。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。 建议投标人采用汇款形式递交投标保证金。 投标人须使用投标人单位账户在投标截止时间前汇入招标代理机构指定的账户。招标代理机构指定的保证金收款账户信息如下： 开户名（全称）：北京国际贸易有限公司 开户银行：北京农商银行总行营业部 银行账号：2000000311990 特别提示：请在交易附言或备注栏中注明本项目的项目编号。
12.8.2		投标保证金可以不予退还的其他情形： ☐无 ☒有，具体情形： （1）在投标有效期内，投标人擅自撤销投标的； （2）中标人不按规定与招标人签订合同的； （3）中标人不按规定提交履约保证金的； （4）中标人擅自放弃中标的。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。
18.2	解密时间	解密时间： <u>30</u> 分钟
22.1	确定中标人	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： ☒否 ☐是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☒评审得分相同的，以投标报价低者获得中标人推荐资格；得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者获得中标人推荐资格。 ☐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： ☒不允许 ☐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：_____。
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发

条款号	条目	内容
		(2023) 8 号) 部署, 进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务 (以下简称“政采贷”), 北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》(京财采购〔2023〕637 号)。有需求的供应商, 可按上述通知要求办理“政采贷”。
26.1.1	询问	询问提出形式: 书面形式
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门: <u>北京国际贸易有限公司</u> ; 联系电话: <u>010-85343406、85343361</u> ; 通讯地址: <u>北京市朝阳区建国门外大街甲 3 号</u> 。
27	代理费	收费对象: ☐ 采购人 ☒ 中标人 收费标准: 依据原《国家计委关于印发招标代理服务收费管理暂行办法的通知》(计价格〔2002〕1980 号)、《国家发展改革委办公厅关于招标代理服务收费有关问题的通知》(发改办价格〔2003〕857 号)、《国家发展改革委关于降低部分建设项目收费标准规范收费行为等有关问题的通知》(发改价格〔2011〕534 号) 等有关文件的精神, 采用差额定率累进计费方式, 按中标金额为取费基数计算招标代理服务费, 下浮率为 32%, 向中标人收取, 招标代理服务费最低按人民币 5000 元计取; 缴纳时间: 领取中标通知书时。

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 本国产品

本项目按照《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）和《关于贯彻落实<国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知>的意见》（财库〔2025〕30号）有关要求，落实本国产品标准。

5.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.3.1 中小企业定义：

5.3.1.1 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》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

5.3.1.2 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。

5.3.1.3 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。

5.3.1.4 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。

5.3.2 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。

5.3.3 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：

5.3.3.1 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）；

5.3.3.2 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；

5.3.3.3 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；

5.3.3.4 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；

5.3.3.5 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）；

5.3.3.6 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。

5.3.4 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》。

5.3.5 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》。

5.3.6 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》。

5.4 政府采购节能产品、环境标志产品

5.4.1 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。

5.4.2 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）。

5.4.3 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**；

5.4.4 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）。

5.5 正版软件

5.5.1 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）。

5.6 网络安全专用产品

5.6.1 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。

5.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.7.1 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》。

5.8 采购需求标准

5.8.1 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》。

5.8.2 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》。
- 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以下内容，《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交纳投标保证金。投标人自愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。
- 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；以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。
- 12.4 投标人除需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据电子件”，还需在投标截止时间前，通过电子交易平台上传“投标保证金凭证/交款单据电子件”。
- 12.5 投标保证金有效期同投标有效期。
- 12.6 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。
- 12.7 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：

12.7.1 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；

12.7.2 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；

12.7.3 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；

12.7.4 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。

12.8 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：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《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 招标文件要求签字的内容（如授权委托书等），可以使用电子签章或使用原件的电子件（电子件指扫描件、照片等形式电子文件）；要求第三方出具的盖章件原件（如联合协议、分包意向协议、制造商授权书等），投标文件中应使用原件的电子件。

14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

15.1 本项目使用北京市政府采购电子交易平台。投标人根据招标文件及电子交易平台供应商操作手册要求编制、生成并提交电子投标文件。

15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标文件，投标保证金除外。

16 投标截止时间

- 16.1 投标人应在招标文件要求提交投标文件截止时间前，将电子投标文件提交至电子交易平台。

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以通过电子交易平台对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 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。

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将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。
- 18.2 本项目开标使用北京市政府采购电子交易平台。投标人应在《投标人须知资料表》规定的时间内对投标文件进行解密，因非系统原因导致的解密失败，视为**投标无效**。
- 18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。
- 18.4 投标人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提出的询问或者回避申请将及时处理。
- 18.5 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,在北京市政府采购网公告中标结果,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作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。

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

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 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 3 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**。
- 4 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	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 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； 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”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 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）；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。	提供证明文件的电子件或电子证照
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》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
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。	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。
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	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1-1	中小企业证明文件	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。 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。 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。	格式见《投标文件格式》

序号	审查因素	审查内容	格式要求
2-1-2	拟分包情况说明及分包意向协议	如本项目（包）要求通过分包措施预留部分采购份额面向中小企业采购、且投标人因落实政府采购政策拟进行分包的，必须提供；否则无须提供。 对于预留份额专门面向中小企业采购的项目（包），组成联合体或者接受分包合同的中小企业与联合体内其他企业、分包企业之间不得存在直接控股、管理关系。	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》	提供证明文件的电子件或电子证照
3	本项目的特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》	
3-1	本项目对于联合体的要求	1、如本项目接受联合体投标，且投标人为联合体时必须提供《联合协议》，明确各方拟承担的工作和责任，并指定联合体牵头人，授权其代表所有联合体成员负责本项目投标和合同实施阶段的牵头、协调工作。该联合协议应当作为投标文件的组成部分，与投标文件其他内容同时递交。 2、联合体各成员单位均须提供本表中序号1-1、1-2的证明文件。联合体各成员单位均应满足本表3-2项规定。 3、本表序号3-3项规定的其他特定资格要求中的每一小项要求，联合体各方中至少应当有一方符合本表中其他资格要求并提供证明文件。 4、联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。 5、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。 6、若联合体中任一成员单位中途退出，则该联合体的 投标无效 。 7、本项目不接受联合体投标时，投标人不得为联合体。	提供《联合协议》原件的电子件 格式见《投标文件格式》
3-2	政府购买服务承接主体的要求	如本项目属于政府购买服务，投标人不属于公益一类事业单位、使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织。	格式见《投标文件格式》“1-2 投标人资格声明书”

序号	审查因素	审查内容	格式要求
3-3	其他特定资格要求	如有，见第一章《投标邀请》 注：如联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，均应当提供资质证书电子件或电子证照。	提供证明文件的电子件或电子证照
4	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	
5	获取招标文件	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。 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。	

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标程序、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《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

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	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；
7	★号条款响应	投标文件满足招标文件第五章《采购需求》中★号条款要求的；
8	拟分包情况说明（如有）	如本项目（包）非因“落实政府采购政策”亦允许分包，且供应商拟进行分包时，必须提供；否则无须提供；
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电子件（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（如有）	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；

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	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，并提供证明文件电子件： 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； 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） 3）项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准。
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	串通投标	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：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（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；（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；（五）不同投标人的投标文件相互混装；（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；
15	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	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 异常低价处理

2.2.1 政府采购评审中出现下列情形之一的，评审委员会应当启动异常低价投标（响应）审查程序：

（1）投标（响应）报价低于全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值 50% 的，即 $\text{投标（响应）报价} < \text{全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值} \times \underline{50\%}$ ；

（2）投标（响应）报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价 50% 的，即 $\text{投标（响应）报价} < \text{通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价} \times \underline{50\%}$ ；

（3）投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45% 的，即 $\text{投标（响应）报价} < \text{采购项目最高限价} \times \underline{45\%}$ ；未设定最高限价的采购项目，以采购项目预算金额作为最高限价；

（4）评审委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。

2.2.2 评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第（1）项至第（4）项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第（3）项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。

2.2.3 评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布

的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为**无效投标（响应）**处理。

2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章 2.4 修正后的报价。

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 2.4.2-2.4.7 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 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3 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。

2.6 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。

2.6.1 本项目既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.2 当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到 80%以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2.6.3 供应商提供本国产品参加政府采购活动的，应当按照招标文件给定的格式出具《关于符合本国产品标准的声明函》或提供财政部会同有关部门规定的有关证明文件，否则视为非本国产品。

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）\。

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：评审得分相同的，以投标报价低者获得中标人推荐资格；得分且投标报价均相同的，以技术部分得分高者获得中标人推荐资格。

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

序号	评分因素	分值	评分标准
1	报价得分	30	报价得分 = (评审基准价/投标人最终报价) × 30。 满足招标文件要求且最终报价最低的价格为评审基准价
2	相关业绩	6	2023 年至今投标人签订的类似项目合同, 需提供合同关键页复印件, 每提供一份得 2 分, 最多得 6 分。合同复印件中必须至少包含合同首页、货物清单页及双方签字盖章页。
3	技术指标	24	指标全部满足得 24 分, 每有一项#指标不满足扣 4 分, 每有一项一般指标不满足扣 2 分, 扣完为止。 注: 1. 对于所有条款技术指标的响应: 投标人须在采购需求偏离表中进行逐项响应, 如采购需求中另有要求的, 投标人须按照要求提供相应证明材料, 否则不予认可。(如采购需求偏离表响应内容与相应证明材料不一致的, 以相应证明材料为准) 2. 采购需求中涉及多级编号的, 以最低级别编号的条款为“一项”。 3. 对于同一指标项中的多条(行)描述, 有一条(行)描述不满足, 该项为不满足。
4	实施方案	28	针对第五章采购需求提供完整详细的项目实施方案, 内容包括①质量标准和质量流程②项目管理组织③项目管理制度④时间进度及实施安排⑤项目人员配置⑥安装调试方案⑦应急预案。 每有 1 项内容进行了阐述且满足采购需求, 得 4 分; 每有 1 项内容虽阐述但并未贴合项目实际情况进行论述, 或内容中未包括具体实施细节及措施, 得 2 分; 每有 1 项内容未进行阐述或不满足采购需求, 得 0 分。
5	售后服务和培训方案	9	针对第五章采购需求提供完整详细的售后服务及培训方案, 方案包括①质保期、服务承诺、故障响应方式及周期②备品备件供应和售后服务人员配置③培训计划、培训方式、培训内容、培训课时及技术资料。 每有 1 项内容进行了阐述且满足采购需求, 得 3 分; 每有 1 项内容虽阐述但并未贴合项目实际情况进行论述, 或内容中未包括具体实施细节及措施, 得 1.5 分; 每有 1 项内容未进行阐述或不满足采购需求, 得 0 分。
		3	投标人承诺所有产品质保期在基础(三年)以上, 每额外提供 1 年质保, 得 1 分, 最高得 3 分。注: 售后服务质保期基础为 3 年, 不满足视为未实质性响应招标文件。

合计	100
----	-----

第五章 采购需求

序号	项目明细名称	规格	计量单位	数量
1	工作站	1. 处理器：配置 2 颗国产 C86 架构 CPU，每颗 CPU 物理核心数 ≥ 8 核，每颗 CPU 主频 $\geq 3.0\text{GHz}$ ，支持超线程技术； 2. 内存规格：内存配置容量 $\geq 64\text{G}$ ；内存类型：支持 DDR4 及以上内存类型，主板支持内存数量 ≥ 8 个内存插槽；单条内存最大支持 64GB，满配可达 512GB 内存容量； 3. 存储设备规格：固态存储容量 $\geq 2\text{T}$ SSD M.2，最大支持 4 个 3.5 寸 SAS/SATA/SSD 硬盘；支持 SAS/RAID 卡 4. #主板内置 PCIe 插槽数量，支持 PCIe 插槽数量不少于 6 个；包含 2 个 PCI-E 3.0*16, 1 个 PCI-E 3.0*8, 1 个 PCI-E 3.0*8, 2 个 PCI-E 3.0*4（提供证明文件） 5. 显卡规格：显卡类型：配置独立显卡，显存容量 $\geq 8\text{GB}$ ；最大支持 2 片全长、全高、双宽专业图形卡或 GPU 卡，支持全系列显卡； 6. 网卡接口：有线网卡数量： ≥ 1 ；双口千兆网卡，支持 NCSI、网络唤醒，网络冗余，负载均衡等网络高级特性；支持千兆/万兆网卡，支持 RJ45/SFP+” 7. 电源要求：电源： $\geq 600\text{W}$ 电源 8. 操作系统要求：支持银河麒麟、UOS、中科方德等国产桌面操作系统，Linux64KOS-CHN SC TRL、Centos、Ubuntu 等主流操作系统，支持安装双系统； 9. #安全要求：所投计算机整机产品 BIOS 密码模块使用商密算法，并通过专业机构的商密认证，提供证明文件 10. 其他外接配置： ≥ 23.8 英寸 电脑显示器 75Hz；USB 键鼠；Slim DVD Rambo	个	37
2	网络中央控制器	#1、视音频接口要求： ≥ 3 路 HDMI 输出， ≥ 2 路 RCA 音频输出， ≥ 3 路 HDMI 输入内置 EDID， ≥ 4 路 RCA 音频输入， ≥ 2 路麦克输入，台式机和笔记本 HDMI 输入需支持 HDCP，笔记本 HDMI 信号输入支持自动识别并切换功能，接入笔记本 HDMI 信号源即可自动切换到笔记本通道，无需额外手动切换操作。要求 HDMI 输入输出为矩阵控制，非切换器；（提供证明文件） 2、控制接口要求： ≥ 7 路 RS232 通讯接口，用于控制面板，计算机、功放、读卡器、投影机等常用设备的控制，支持物联网相关设备连接与控制； 3、具有 ≥ 6 路 I/O 输入接口，满足门磁检测、话筒在位监测、设备环路检测、呼叫按钮等功能扩展， ≥ 2 路 12VDC 输出接口，满足讲台电锁，门禁电锁等联动控制需求，每路 I/O 接口均有对应的状态指示灯，根据指示灯可以方便判断 I/O 接口状态； #4、USB 接口要求： ≥ 4 路 USB 信号输入， ≥ 2 路 USB 信号输出，支持台式机、笔记本等设备 USB 线连接触摸大屏时，USB 触控线通道与显示信号同步切换，触控大屏可反控台式机、笔记本设备；（提供证明文件） 5、具有 ≥ 2 路 AC220V 独立电源控制接口，用于计算机、功放设备的电源控制，每一路电源控制均有状态指示灯，支持每路时序供电、延时断电，延时参数支持修改并与按键功能联动； 6、具有 ≥ 1 路 AC220V 投影机电源控制接口， ≥ 1 路 AC220V 电动幕布控制接口， ≥ 1 路黑板灯控制接口； #7、具备通过控制面板和网络管理平台控制多媒体教室端设备的上课、下课、控制面板解锁、锁定、设备开关、信号切换等功能，支持远程设置面板解锁密码，最长解锁密码位数不少于 8 位；（证明文件） 8、支持设备联动控制设置，可设置联动执行的动作、执行动作的顺序和间隔时间，可联动的功能包括但不限于投影机电源开关，幕布升降，开关电脑，信	个	1

		号切换, 开关灯光、窗帘、空调等; #9、具备跨网段控制管理功能, 具备≥ 6路 10/100/1000M 网络接口, 满足台式机、笔记本、IP 读卡器、IP 摄像机、IP 对讲及中控自身接入网络等接入需求; (提供证明文件) 10、支持在幕布下降或上升到位时自动停止升降, 防止因幕布限位开关失灵而造成幕布损坏; 11、具备投影用时检测功能, 可检测所有支持串行检测的各品牌投影灯泡用时并进行投影灯泡用时数据采集, 上传至网络管理平台; 12、具备权限控制管理功能, 支持通过二维码扫码进行设备管控, 支持 IC 卡刷卡/插卡管理模式, 支持不低于 10000 个 IC 卡用户白名单和 10000 条使用记录存储; 插卡管理模式, 课间拔卡具备拔卡倒计时显示, 插卡后即可恢复至正常上课状态, 避免课间拔卡导致设备关闭的问题; 13、具备教室权限锁定功能, 锁定后教室本地控制使用权限失效, 仅网络管理平台可远程操作控制教室端设备, 直到解除锁定; 14、具备投影显示遮蔽功能, 在不关闭投影机状态下, 可使投影机不显示任何画面, 在需要投影机显示的情况下可以一键恢复正常使用状态; 15、具备≥ 1路监听输入接口, ≥ 1路监听输出接口, 支持监听模式和听课模式转换, 用于非上课状态采用监听模式获取教室内拾音器声音, 上课时采用听课模式获取无线麦克或者吊麦声音, 让远程听到与教室本地相同的高保真声音信号; 16、支持设备固件网络远程升级, 支持设备运行参数网络远程一键读取; 17. 配置要求: CPU 数量 1 颗, 主频不低于 1GHz, 内存类型 DDRM; 内存容量不低于 2GB; 内存支持扩展; 硬盘类型 FLASH/SSD ; 单硬盘容量 不低于 1GB ; 网卡类型 千兆百兆自适应; 网卡数量 1 ; 电源功率 45W ; 电源冗余 15W ; 操作系统 Linux ; 外观尺寸 长 430/485(耳朵)mm$\times$宽 280mm$\times$高 89mm (19 寸标准 2U 机箱)		
3	控制面板	1、要求控制面板为电容触摸屏, 显示尺寸≥ 8英寸, 分辨率$\geq 800*600$; 屏幕可实现 0°、90°、180°、270° 旋转; 2、要求显示背景、操作界面、使用模式、控制功能可根据学校要求进行编程配置; 3、需支持日期及时间显示, 可通过网络管理平台进行远程校时; 4、需支持通过网络管理平台进行屏幕亮度调整、锁定、解锁操作, 支持屏幕保护; (提供证明文件) 5、要求上电后即可正常启动, 启动时间不超过 5ms; (提供证明文件) 6、支持倒计时提示功能, 操作过程中显示等待剩余时间; 7、设备需采用工业级标准, 屏幕正面支持 IP65 级防护;	个	1
4	教学专用功放	1、具有≥ 3路麦克风输入接口, 支持幻象电源供电; 2、具有≥ 4路立体声混音输入; 3、具有≥ 2路线路音频输出接口, 支持输出到录播或电脑; 4、具备蓝牙接收功能; 5、具有≥ 2路 USB 接口, 用于连接电脑和笔记本, 可配合无线麦克风实现 PPT 翻页和聚光灯功能; 6、具有≥ 1路 RS232 串口, 用于连接中控系统, 实现设备控制管理; 7、具有≥ 2组功率输出接口, 额定功率: $\geq 200W \times 2 (8\Omega)$, 8、频率响应范围: 不窄于 50 Hz$\sim$20 KHz; 信噪比: $\geq 90dB$; 9、支持音量、音效调节, 具备液晶屏, 可清晰显示调节数值; 10、具备音量初始值设定, 每次开机可自动恢复到初始音量; 具备最大音量限定功能, 有效防止啸叫;	个	1
5	蓝牙麦克风	1、采用全球通用的蓝牙技术, 麦克与接收端无需任何设置, 在装有接收端的任意教室全部匹配、通用。 2、麦克具有内置指向性咪头, 具备音频输入接口, 需要配备一套外置领夹咪头; 3、使用范围≥ 15米; 4、具有充电锂电池, 一次充满可连续使用≥ 12小时;	个	1

		5、具备无线麦克风、翻页器、激光教鞭功能； 6、具备麦克工作状态、剩余电量显示功能； #7、支持将使用中的麦克静音，可通过平放等操作实现麦克静音功能：（提供证明文件） 8、设备具有音量调节按钮，老师可自行调整音量大小； 9、支持手持、颈挂、领夹等方式使用； 10、具备 USB 口充电和磁吸接口充电两种充电方式；		
6	无源音箱	1、喇叭单元：8"×1(BASS)，3"×2(TREBLE)； 2、频率响应：45Hz~18KHz； 3、灵敏度：≥89dB 1W1M； 4、阻抗：4~16Ω； 5、功率：≥160W； 6、频率回应：45Hz—18kHz； 7、接口类型：螺丝压接/专用接头插接； 8、外形尺寸：长 455mm×宽 260mm×高 270mm。 9、其他标准木质结构，钢网装饰罩，易于清洁	个	1
7	云终端授权点位升级	1、软件要求为 C/S 架构，支持现有网络环境下的跨网段、跨路由管理；服务端软件支持一键简易升级功能，原有客户端软件无需升级，即可实现不同软件版本的客户端统一管理； 2、软件负载要求，单台入门级服务器（或主流 PC）可管理客户端数量≥350 台； 3、#软件交互界面需采用统一的控制台，管理界面简单易懂，控制台中至少包含镜像、磁盘、分组三个功能模块，支持主流的信创操作系统，支持多系统：（提供至少包含镜像、磁盘、分组三个功能模块的证明文件） 4、软件支持磁盘虚拟化技术，实现不同品牌、不同模式（Legacy、UEFI）的计算机终端集中统一管理，实现新计算机和旧计算机统一管理； 5、#支持卸载管理软件后，可以完全清除磁盘数据，也可以保留原操作系统及软件并正常使用，灵活的转变终端使用场景和管理需求；（提供证明文件） 6、批量终端在无操作系统的裸机状态下，开机设置网络启动后，连上服务端即可使用，无须提前网络部署或对终端硬盘进行任何的操作； 7、支持课表管理功能，可按照预先设定的课表，定时启动和关闭相应的系统桌面环境，实现无人值守、自动切换等。 8、数据传输支持 P2P 和广播两种部署模式进行后台部署，以在多种网络环境中进行部署和维护等； 9、支持软件批量预注册功能，支持常用的办公软件和 3DMAX、PhotoShop、AutoCAD、MAYA 等应用软件的统一注册下发，无需手动逐台激活； 10、在考试或特定需求等环境下，可以对 USB 存储设备及光驱的开启/禁用，支持远程开关机，远程监控； 11、支持桌面还原属性修改，桌面创建完成后，可随时在管理平台根据教学需求修改教学桌面还原属性，可单独分别为系统盘和数据盘设置每次还原，每天还原，每周还原、每月还原或不还原，也可对场景中的任意数量的桌面实现立即还原，满足教学桌面还原和考试环境数据保存需求；	个	37
8	课堂管理系统软件升级	1. 共享白板：支持主控端通过共享白板与选定的学生端共同完成学习任务，并提供多种工具，包括插入图片、插入实时截图、设置背景颜色、图片等，还可选择画笔、图形、颜色、文本、填充、橡皮擦等功能，主控端和学生端可同时绘画。支持查看历史记录，白板历史内容记录，支持批量导入和导出白板记录文件。 2. #多系统兼容支持：支持主流的信创操作系统，支持多系统。（提供证明文件） 3. 屏幕广播：学生在接收屏幕广播时可进行拍照保存、自主更改显示模式包括自动对焦、平移、缩放显示三种。支持主控端选定一台学生机来远程控制主控机，代替主控端来完成相关教学操作。支持 4K 画质的屏幕广播和多种画面质量的调节。支持扩展屏广播模式，教师机连接两个显示器，可在广播时选择将任意一个显示器的内容广播到学生机。 4. 学生演示：可以选择一名或多名学生，让其向主讲屏、分组屏和其他学生机	个	37

演示其桌面上的操作。

5. #文件收集：可预定义多个文件收集任务，预设文件收集类型、收集路径、收集后保存路径，从而实现对学生的批量收集，支持收集前清空主控端文件夹或收集后删除学生端文件。（提供证明文件）

6. 文件共享：支持通过课件点播实现主控端上传文件供学生查看和下载；支持通过共享中心实现主控端和学生上传文件，供全体师生查看和下载。

7. 讨论：支持主控端发起分组讨论或主题讨论，分组支持按随机、配对等方式将学生分成若干组，同组的组员之间可以相互讨论，主控端可以参加任意组的讨论；主题讨论支持主控端建立若干个主题，学生选择自己感兴趣的主题开展讨论。在讨论对话框，支持发送文字、画布、图片、文件等与学生进行讨论。

8. 学生举手：支持学生发起举手寻求主控端的帮助，主控端可远程遥控帮助学生解决问题。

9. #互动：可以通过截屏图片、自定义图片、自定义问题发起互动，题型包括单选题、多选题、判断题、算术题、简答题、投票、演示，答题模式包括全体作答、挑人、抢答。（提供证明文件）

10. 答题统计：支持主控端对客观题预设答案，学生作答完成后即时接收反馈，全体学生作答完成后，主控端将会收到学生的作答详情及答题数据统计。

11. 课堂报告：支持主控端查看正在进行课堂和已结束课堂的参与人数、发起答题数、答题正确率、答题详情、答案分布等信息。

12. #考试：支持对全体学生发起统一的考试，支持添加 ABCD 卷对不同组别的学生发送不同试卷。支持主控端实时查看学生答题进度。（提供证明文件）

13. 试卷编辑：主控端可通过答题卡编辑器插入图片，直接生成答题卡用于学生作答，试题类型包含选择题、判断题、填空题、论述题和手写题。主控端可在答题卡中为客观题设置正确答案，为主观题设置参考答案。

14. 快速考试：主控端可使用快速答题卡用于学生作答，输入考试名称、考试时间、试题类型、试题数量和试题分数即可快速发起考试，试题类型包含选择题、判断题、填空题、论述题和手写题。

15. 网络影院：采用流媒体技术，可实现教师机播放的视频同步无延时广播到学生机，学生无需下载该文件，教师也无需共享该文件。支持 VCD、DVD、AVI 等主流文件格式，支持 720p、1080p、4K 高清视频。

16. 签到：提供学生名单管理工具，为软件和考试模块提供实名认证。提供点名功能，支持保留学生多次登录记录、考勤统计、签到信息的导出与对比，支持 csv 格式的导出。

17. 分组讨论：可以进行主控端将学生分组，同组的组员可以相互讨论，主控端可以参加任意组的讨论。

18. 主题讨论：可以进行主控端建立主题，学生选择主题进行讨论。

19. 文件收集：可以选择接收和拒绝学生提交的文件，并可限制学生提交文件的数目和大小。

20. 自动锁屏：独有的断线保护自动锁屏技术，通过网卡的是否激活来锁定屏幕，避免学生拔掉网线违反纪律。

21. 班级模型：支持创建和编辑不同班级的学生名单列表，并支持将学生名单导入和导出。

22. 防杀进程：为安全起见，学生端程序运行后，防止学生通过任务管理器结束学生端程序进程来逃脱主控端控制。

23. 请求帮助：学生端遇到问题可请求帮助，主控端可远程遥控帮助学生解决问题。

24. 黑屏肃静：主控端可以对单一、部分、全体学生执行或解除黑屏操作，主控端可自定义黑屏的内容与图片。

25. 键鼠禁用：主控端可以对单一、部分、全体学生禁用键鼠操作，禁用时学生端鼠标和键盘被锁定，学生无法进行任何操作。

26. 网页限制：支持对学生访问网站权限的设定（全部开放、黑名单、白名单、完全阻止四种策略），对学生可以访问的 Internet 站点进行管理，并支持多浏览器限制。

27. 学生属性：支持主控端远程查看学生机登录名、IP 地址、系统类型、MAC 地址、磁盘空间、进程、CPU 使用情况、内存使用情况、网络利用率等信息。

		28. 控制中心：支持通过单独的控制中心界面，快速开启或关闭面向学生机的行为控制，包括自动连接、黑屏安静、联网权限、举手权限、发送消息权限、发送文件权限、键鼠权限、U 盘权限等。 29. 远程设置：支持选择学生机连接主控端机的登录方式包括选择主控端登录、自动登录、IP 段登录；支持调节音量、设置学生端密码、学生机是否自动登录计算机、学生恶意离线时是否锁定学生机屏幕、是否隐藏设置名称按钮、是否显示学生端浮动工具栏等高级设置。 30. 远程消息：支持主控端与学生使用远程消息进行交流，并支持设置消息在学生机显示时长、消息提示音等。 31. 远程命令：可以远程启动、关闭、重启、注销学生电脑；可以远程关闭学生电脑上的应用程序；可以远程执行自定义命令；可以远程打开学生电脑上的网页。 32. 图标监看：可以显示学生机桌面的缩图，并可控制缩图的大小。 33. 另具备屏幕广播、学生演示、网络影院、远程开关机、远程命令、屏幕监看、举手、发言、防杀进程、黑屏肃静、文件分发、文件收集、屏幕录制、屏幕笔等功能。 34. #加密方式：服务器端授权、在线序列号加密、离线文件加密、自定义短码激活、mac 地址预置激活等多种方式的激活方式。（提供证明文件） 35. 学生限制：可以对学生机设置 U 盘、网页、应用程序的使用限制。 36. 集控管理：支持本地服务器通过主控端对多个教室的电脑进行远程管控、合班授课、分发文件、监控、广播等功能，实现和机房教学同样的管理。 37. 弹幕消息：支持开启消息弹幕，教师和学生发送的消息都以弹幕的形式在教师机和学生机屏幕上进行滚动播放，支持弹幕循环显示，设置弹幕的显示区域大小、文字大小、文字颜色、背景色，并对弹幕效果进行预览。 38. 多视图模式：提供学生列表视图、文件分发视图、文件提交视图、文件共享视图、策略管理视图、课程报告视图、考试视图、共享白板视图等。		
9	多媒体中控桌	1. 采用优质冷轧钢板经剪切、冲压、折弯、焊接、装配而成。 2. 柜面：柜面采用先进的喷涂生产，高温塑化而成，防腐性好、环保耐用； 3. 格板：文件柜格板为可调式，经过加强处理，坚固耐用，秉承性能好； 4. 锁具：优质锁具，开启灵活，互开率极低，安全系数保障良好； 5. 新型合页，柜门开启轻便；扣手新颖个性，ABS 不易破碎； 6. 定制钢制家具喷塑前需经磷化处理，符合 GB6807-86 国家标准。	个	1
10	教师椅	覆面：椅座、背选用优质环保一级 PU 革覆面，皮革厚$\geq 1.2\text{mm}$，经液氨多道浸色及防潮、防腐等工艺处理； 海绵：内衬优质环保高回弹一次成型 PU 泡绵，不含氟氨化合物等有害物质，泡绵密度座面$\geq 40\text{kg/m}^3$，背$\geq 30\text{kg/m}^3$，表面涂有防止老化变形的保护膜； 衬板：座、背衬板采用优质环保弯曲木胶合板，依据人体工程学原理设计，采用模具多层高频热压成型，经防潮、防腐、防蛀等环保处理，各项理化性能指标符合 E1 级标准； 椅架：中背，采用优质硬杂木实木椅架，榫卯结构，木材经烘干处理，四面刨光，光滑无毛刺，木材含水率 8%-12%。椅架有起线，底部配脚垫。油漆不含苯，隐孔亚光效果； 工艺：所有人造板部件全部双饰面，封四边，隐蔽部位全部封边处理。	个	1
11	学生实训桌	基材：桌面基材采用 E1 级优质三聚氰胺饰面人造板，优质五金配件； 产品规格：桌长$\geq 80\text{cm}$，桌宽$\geq 60\text{cm}$，桌高 75cm； 依据教学环境定制，环保无污染。	个	36
12	学生实训椅	金属骨架，座面为高强度网布，内部填充物为环保高弹泡沫海绵，椅背为嵌有高弹优质双层网布，透气、耐脏易于清洁。两侧无扶手。	个	36
13	交换机	传输速率：$\geq 10/100/1000\text{Mbps}$； 交换方式：存储-转发； 交换容量 $\geq 366\text{Gbps}$； 包转发率 $\geq 144\text{Mpps}$； MAC 地址表 支持 32kMAC 地址 端口数量：≥ 48 个； 端口描述：≥ 48 个 10/100/1000Base-T 自适应以太网端，4 个千兆 SFP。	个	1

1 4	直播实训 一体化终 端	1. 提供 15.6 寸便携一体化终端，实现模拟实训及实战直播二合一应用，模拟实训应用模式可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；实战直播应用模式可接入抖音、快手等直播平台进行实战带货直播。 2. 模拟实训应用模式下，支持账号密码登录后，实时同步虚拟仿真实训平台直播间，实时获取直播间数据并显示，可查看实时在线观看人数及浏览人次等信息。 3. 提供美颜、美白等功能设置。 4. 支持横屏、竖屏直播设置，支持噪音抑制功能。 5. 支持清晰度设置，可设置不少于标清、高清、超清三种类型。 6. 支持进入直播任务实训模式，并在仿真直播实训过程中，实时显示实训开始时间、结束时间、阶段任务要求等；需提供功能截图，并加盖投标人公章 7. 从试题列表中选择实训或竞赛题后，提供 5 秒倒计时提示；直播过程中，提供上播、商品陈述、互动、下播 4 个环节，每个环节都会跳出字幕板提示要求完成的具体内容；字幕板上包含环节用时、倒计时；每个环节结束后，APP 画面中自动跳出下一环节实训提示内容字幕板。 8. 支持直播间模拟弹幕实时滚动显示，可同时模拟显示在线人数变化数据。 9. 模拟直播过程，APP 画面中同步显示当前所处直播环节，已开考时间及当前直播环节倒计时等内容。需提供功能截图，并加盖投标人公章 10. 实战直播应用模式下，支持多平台 APP 同时开播、支持提词板功能、绿幕直播。 11. 内置调音台，可对声音进行变声处理，气氛效果调节。 12. 可进行提词管理，可调整文字大小、设置播放速度等，台词可自动滚动播放。 13. 支持外接 USB 摄像头、HDMI 相机。 14. 提供素材库管理，提供前景、背景、特效等直播背景，支持本地视频、图片、贴图等文件加载作为直播背景，支持自主添加背景音乐、音效等。 15. 提供素材编辑功能，支持添加视频源、前景、背景、特效、跑马灯等素材，可对每个图层素材进行编辑，提供可视化编辑操作，可通过触控，在预览画面对每个图层素材进行大小、位置调整等。 16. 支持对机位、图片等内容进行参数设置，支持自定义机位布局。直播过程中，前景素材支持单播、轮播两种模式设置，支持多个背景图片轮播。 17. 提供横竖屏切换功能，满足不同场景直播。 18. 提供产品布局预设功能，可根据产品的类型，提前预设各个产品直播模板，可预设的内容包括背景、前景、特效、视频信号等，提供触控切换功能，可通过触控切换机位、拖拽组合布局。预设完成后，可保存为产品模板，后期使用时快速调用。 19. 数据接口：可支持≥1 路 HDMI IN，≥1 路 HDMI OUT；提供≥3 路 USB2.0 标准接口，≥1 路 USB3.0 标准接口；提供≥1 路 TYPE-C 接口。 20. 网络类型：支持 WIFI6，支持 2.5Gbps 有线网、无线 WIFI 接入。 21. 音频接口：支持≥2 路输入，2 路输出。 22. 操作方式：可触控，支持≥10 点触摸。 23. 内置高清摄像头自动对焦，支持双机位。	个	2

1 5	导播操控 面板	1. 提供可移动式导播操控面板，配套直播实训一体化终端设备，实现远程交互式操作。 2. 导播操控设备可吸附于直播实训一体化终端进行操作，也可独立手持进行远程操作。 3. 直播时可一键切换机位、背景、特效、音效等，切换效果可实时同步显示于一体化终端设备界面。 4. 可通过无线配对方式实时抓取一体化终端设备配置的高清摄像头信号，在导播操控面板中作为视频源进行背景合成。 5. 支持导播面板中合成的素材信号，实时传输到一体化终端设备，进行多平台同步直播。 6. 操作方式：支持触控操作，支持 5 点触摸。 7. 尺寸分辨率：10.1’’，1200*1920（10:16） 8. 硬件配置：提供≥四核 64 位处理器，≥2G 内存，≥16G 存储 9. 网络类型：支持 2.4GHz/5GHz 双频 + 蓝牙 5.0。 10. 数据接口：提供≥1 路 HDMI IN，≥1 路 TYPE-C 接口。	个	2
1 6	AI 智评 系统	提供单用户版 AI 智评系统，提供直播销售技能模拟上播应用，配套虚拟直播系统进行直播实训应用。系统可通过 AI 智能评价方式，模拟直播全流程，训练直播各环节的技能（介绍商品、调动直播间气氛、引导用户下单、个人情绪管理、商品展示、话术节奏把控等），并实现对直播全流程实训效果的客观自动评分。 1. 系统可通过账号密码方式登录云实训平台，并在平台中提供直播销售技能（上播模拟实操）实训内容。 2. 直播销售技能实训环节，可模拟直播流程，预设开播、商品自由陈述、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。 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。 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。需提供具有国家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（提供证明文件） 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。 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 张对比图，达到标准得满分，不达标不得分。（提供证明文件） 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。 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。 9. 提供 20 套仿真直播实训试题，每套试题均包括背景资料及直播销售实训内容。	个	2
1 7	高清微距 直播摄像机	像素：≥1000 万； 传感器尺寸：全画幅； RAW 照片输出：10bit； 滤镜直径：77mm； 视频采样：4:2:2； 标准 ISO 感光度：ISO 80-102400； 电池类型：离子电池； 外接电源：支持外接电源； 存储介质：SDXC 卡；SDHC 卡；SD 卡；CFA 卡*2	个	2

		存储容量：不低于 128G 传感器类型：CMOS； 有效像素：≥1210 万； 高清摄像：支持 4K 视频； 接口：HDMI；Wi-Fi。		
1 8	三脚架	云台类型：液压阻尼云台； 产品材质：铝合金； 最大管径(mm) 最大：17mm，最小：14mm； 最高工作高度(mm)：≥1600mm； 最低工作高度(mm)：≤780mm； 角架节数：≥3 节； 最大负荷(kg)：≥8kg； 收缩高度(mm) 810mm； 含脚架软包； 脚管锁类型：旋钮式。	个	2
1 9	抠像背景 套装	便携式抠像背景套装，实现纯色背景抠像应用。 铝合金支架拼接，带连接件，尺寸：≥1.8 米（宽）*2.0 米（高），带弹性抠像幕布，需配手提收纳包	个	2
2 0	移动补光 灯套装	半身直播摄影灯、补光灯套装；标配：灯体*1 反光罩*1 保护罩*1 电源线*1。	个	2
2 1	落地直播 环形灯	DC 电源供电：24V/2A； USB 输出功率：5V/2A； 功率：≤38W； 色温：≥3000K-6000K； 调光范围：1%~100%； 直播美颜灯、亮肤柔光灯、LED 打光灯、户外网红主播设备 配套 2.2m 折叠灯架。	个	2
2 2	直播间桌椅	基材：桌面基材采用 E1 级优质三聚氰胺饰面人造板，优质五金配件； 产品规格：桌长≥100cm，桌宽≥60cm，桌高 75cm； 依据教学环境定制，环保无污染。	个	2
2 3	直播间展 柜	基材：桌面基材采用 E1 级优质三聚氰胺饰面人造板，优质五金配件； 依据教学环境定制，环保无污染。	个	4
2 4	机柜	尺寸：22U ≥1200*600*600mm； 散热设计：有散热风扇设计； 材质说明：全冷轧钢； 其它特性：优质冷轧钢板，6 口 PDU，耐酸碱，耐腐蚀，防静电，可拆卸侧门，承重不低于 1000 斤。	个	1
2 5	AI 数字 人智慧显 示设备	1. 尺寸：≥86 寸，2067*1238*500（高*宽*厚）mm； 2. 显卡类型：≥8 核图形处理器； 3. CPU 类型：≥四核； 4. 内存容量：≥4GB； 5. 显存容量：≥512MB； 6. 触控单机版外接 HDMI 输入； 7. 能效等级：一级 8. 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，并支持蓝牙 5.0、NFC 快速连接、USB Type-C 等多种无线及有线连接方式 9. 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	个	2
2 6	AI 数字 人智慧操 作设备	处理器：≥24 核，6.0Ghz； 内存：≥64G (32G*2) DDR5 5200； 显卡：≥12G； 硬盘容量：≥2T SSD； 电源功率：≥1250W。	个	2

27	数字化选品实训平台	(一) 平台技术要求 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； 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 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) 教学平台 1、教务管理 1.1、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。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。 1.2、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、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。 1.3、组织管理 (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。 (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。 (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。 (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。 #1.4、整体数据（提供包含此项功能或相关数字化选品实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件） (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； (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； (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； (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。 1.5、资源统计： (1) 产品统计：开通产品数，课程资源数，试卷资源数； (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； (3) 题目统计：题库总量及分类（按主客观、题型、难度）。 2、课程管理 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。 2.2、开课管理	个 1
----	-----------	---	-----

	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。 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。 3、教学工具 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。 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。 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。 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。 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。 4、实训 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。 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。 5、数据统计 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。 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。 (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。 (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。 (三) 数据化运营系统 1. 行业数据运营模块 (1) 市场数据运营 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。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。	
--	---	--

	#（2）竞争对手数据运营（提供包含此项功能或相关数字化选品实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件） 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。 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。 2. 客户数据运营模块 （1）客户画像运营 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。 （2）客户数据管理 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。 （3）客服数据运营 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，从而实现客服数据运营。 3. 推广数据运营模块 （1）流量数据运营 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。 可通过时间、终端类型、以及流量来源等维度进行筛选、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。 （2）营销活动数据运营 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。 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。 （3）渠道推广运营 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。 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。 #（4）内容数据运营（提供包含此项功能或相关数字化选品实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件）	
--	---	--

	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。 可通过上述核心数据展示完成短视频单条播放及吸粉数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。 4. 销售数据运营模块 （1）商品结构数据运营 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。 （2）商品关联销售运营 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。 （3）商品销售数据运营 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。 5. 供应链数据运营模块 （1）采购数据运营 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；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。 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。 （2）采购管理 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。 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，并讲结果按要求填写，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。 （3）库存管理 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。 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。 （四）数据化运营训练包 1. 训练包概述 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。 2. 训练项目 （1）行业数据运营 1.1 市场数据运营 1.2 竞争数据运营 （2）客户数据运营 2.1 客户画像运营 2.2 客户数据管理 2.3 客服数据运营 （3）推广数据运营 3.1 流量数据运营 3.2 营销活动运营 3.3 渠道推广运营 3.4 内容数据运营 （4）销售数据运营 4.1 商品结构数据运营 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。 注：包含 27 个真实任务训练项目，同时包含若干微课、PPT、等数字化教学资源以及考试测评系统等。平台融知识、能力、素质培养为一体，旨在使学生掌握电子商务市场环境下商品分类、产品运营规划、产品数据分析的方法和能力，较好地胜任电商选品员岗位。	
--	---	--

28	数据化运营实训平台	(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。 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 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。 2. 选品大厅 # (1) 供应商品库（提供包含此项功能或相关数据化运营实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件） 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。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。可一键导入自己店铺中进行编辑、上架和销售。 (2) 明星供应商 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。 3. 订单管理 (1) 订单列表 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。 (2) 售后列表 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。 (3) 交易投诉 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。 (3) 物流管理 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。 (4) 评价管理 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。 (三) 智能选品平台 1. 商机中心 (1) 订单数据概览	个 1
----	-----------	---	-----

	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。 (2) 热卖榜 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； 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。 (3) 热搜榜 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。 (4) 类目榜 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。 2. 选品大厅 (1) 商品列表 系统自动同步真实电商平台不少于 100 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。 (2) 商品详情及带货灵感 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。 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。 3. 选品车 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。 可针对商品进行“移除”，也支持商品批量“移除”。 (四) 数字课程 1. 选品工作准备 (1) 商品的基本认知 (2) 商品质量与包装 (3) 电子商务选品 (4) 选品的工具准备 2. 产品信息收集 (1) 产品信息采集 (2) 产品信息管理 (3) 产品信息分析 3. 产品定位与规划 (1) 产品类型分析 (2) 产品受众分析 (3) 产品竞品分析 (4) 产品组合分析 (5) 营销策略制定 4. 数据分析与决策 (1) 营销效果跟踪与评估 (2) 风险预判与应对 (3) 选品策略优化与调整 5. 选品实战 (1) 网店选品实战 (2) 短视频选品实战 (3) 直播选品实战 (4) 跨境选品实战 (五) 训练包	
--	--	--

		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。 1. 训练内容 (1) 选品工作准备 (2) 产品信息收集 (3) 产品定位与规划 (4) 数据分析与决策 (5) 选品实战 2. 训练包数量 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。 (六) 试题包 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。 1. 试题包内容 (1) 选品工作准备 (2) 产品信息收集 (3) 产品定位与规划 (4) 数据分析与决策 (5) 选品实战 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。 备注：本平台中包含 30 余项真实任务训练项目，同时包含若干微课、PPT、等数字化教学资源以及考试测评系统等。		
29	视觉营销 AI 设计 实训平台	总体要求 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。 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。	个	1

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。
10. 平台以真实电商采购系统和百万级 SKU 商品库为基础。

一、元宇宙教学平台

（一）教务管理

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。

（二）课程管理

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进行互动。

（三）教学工具

1. 板书工具

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。

2. 班课直播

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。

3. 课后作业

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。

（四）实训

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。

（五）数据统计

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，包含讨论参与度、主题数、回复和评论数。

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。

（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。

（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。

二、视觉营销 AI 设计实训平台

（一）AI 生图

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。

1. 文生图

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。

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。

2. 图生图

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。

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。

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。

#3. 局部重绘（提供包含此项功能或相关视觉营销 AI 设计实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件）

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。

4. 下载与输出

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。

（二）AI 视频

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。

#1. 图生视频（提供包含此项功能或相关视觉营销 AI 设计实训平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件）

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视频片头与视频片尾。

2. 文生视频

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。

3. 视频特效

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。

（二）创意海报

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。

1. 我有素材

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。

2. 没有素材

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。

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。

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。

3. 下载与输出

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。

（三）人像重绘

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。 1. 图片上传 系统支持上传清晰人像图片，图像格式包括：JPEG、JPG、PNG、WEBP。 2. 风格参数配置 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。 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。 3. 下载与输出 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。 （四）创意文字 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。 1. 文生图 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。 2. 风格参数配置 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。 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。 ★ 类型支持：“立体材质”“场景融合”“光影特效”等 3 种； ★ 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； ★ 字体支持在 12 种可选字体中进行选择， 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 3. 生图参数配置 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。 4. 下载与输出 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。 （五）一键抠图 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。 1. 原图上传与抠图处理 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。 2. 图片编辑 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。 3. 下载与输出 平台支持用户下载所生成的高清图像文件，可自定义下载内容是否包含水印。 （六）虚拟模特 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 1. 图片上传与区域标注 支持上传真人或人台实拍图，图像格式包括 JPEG、JPG、PNG、WEBP。 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。 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。 2. 虚拟模特参数配置 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。 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。	
--	---	--

3. 生图参数配置

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。

4. 下载与输出

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。

（七）灵感集

1. 作品浏览与类比生成

用户可浏览平台内其他创作者公开发布的创意作品。

2. 个人作品发布与交流

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。

三、测评系统

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。

（一）随堂测验

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。

（二）课程考试

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。

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。

四、数字课程

（一）课程简介

《视觉营销 AI 设计》课程紧扣“实战优先”理念，将 AI 能力贯穿电商与品牌营销全链路，重塑视觉设计人才能力结构。

（二）课程内容

《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：

项目一 初识视觉营销 AI 设计

（1）理解视觉营销设计

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。

（2）理解视觉营销 AI 设计

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。

（3）认识视觉设计工具

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。

（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

（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

项目二 AI 设计初体验

（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。

（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。

（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。

	项目三 品牌店铺首页设计 (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。 (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。 (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。 (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。 项目四 商品主图 AI 设计 (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。 (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。 (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。 (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。 项目五 商品详情页设计 (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。 (2) 商品详情页制作 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。 (3) 商品详情页装修实战 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。 项目六 品牌营销图文设计 (1) 品牌视觉传播方案策划 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。 (2) 品牌社媒主视觉设计 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。 (3) 品牌社媒传播物料制作 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。 项目七 品牌文创 AI 设计 (1) 品牌文创策划方案制作 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。 (2) 品牌文创效果图 AI 设计 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。 (3) 品牌文创推广物料制作 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。 五、训练包 (一) 训练内容 (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 (二) 训练包数量 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。 六、试题包 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。 (一) 试题包内容	
--	--	--

		试题包内容覆盖视觉营销及 AI 技术发展相关认知、AI 视觉设计思维训练、品牌电店铺视觉设计、品牌传播视觉设计、品牌 IP 视觉设计等模块。 (二) 试题包数量 (3 套) 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。 备注: 本平台中包含 26 个真实任务训练项目, 同时包含若干微课、PPT、等数字化教学资源以及考试测评系统等。		
30	AIGC 电商数字人应用平台	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。 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。 一、元宇宙教学平台 (一) 教务管理 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。 (二) 课程管理 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进行互动。 (三) 教学工具 1. 板书工具 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。 2. 班课直播 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。 3. 课后作业 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。 (四) 实训 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。 (五) 数据统计 1. 基础统计 (1) 可查看班级人数、在学人数、未学人数。	个	1

	(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, 包含讨论参与度、主题数、回复和评论数。 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。 (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。 (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。 二、数字人技术与应用平台 (一) 数字人形象制作 #1. 2D 数字人形象设计 (提供包含此项功能或相关 AIGC 电商数字人应用平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件) 数字人形象制作支持在线录制和视频上传两种方式, 系统运用智能视觉技术辅助用户完成高质量录制, 精准提取个人特征元素, 自动生成 2D 数字化形象, 并支持预览。 2. 提供 3D 数字人模型 系统提供两种预置的 3D 数字人模型, 用户可以直接选择使用, 可以选择服装、姿态、音色的选择。 3. 支持 3D 数字人工单制作系统 系统支持专业团队进行模型优化和定制。 (二) 语音合成与克隆 1. 语音合成 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。 2. 语音克隆 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。 (三) 配音制作 1. 制作声音 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。 2. 声音列表 用户可在列表中针对任意声音进行播放, 或删除。 (四) 数字素材库 1. 形象库 1.1 制作数字人形象 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。 1.2 数字人列表 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。 2. 智能体 2.1 智能体创建 支持基础对话型智能体、基于角色设定的智能体、基于 workflow 设定的智能体创建。 2.2 智能体编辑 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 workflow。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。	
--	--	--

	3. 音色库 3.1 制作音色 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。 4. 岗位库 4.1 岗位创建 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。 5. 能力库 5.1 新增能力类型 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。 5.2 新增能力标签 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、职能等更加详细的描述。 6. 语料库 6.1 上传语料 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。 7. 视频库 7.1 视频创作 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； 选择数字人，用于配合画布内容； 包括用户过往制作的各类资源； 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。 7.2 视频列表 创作完成的视频可以再次编辑、重命名、删除。 8. 声音库 8.1 制作声音 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。 8.2 声音列表 用户可在列表中针对任意声音进行播放，或删除。 （五）数字人营销 1. 我的数字人 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。 2. 虚拟手机操作区 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。 3. 真实智能体对话区 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。 （六）数字人客服 1. 我的数字人 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。 2. 仿真客服交流区 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。 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。 （七）数字人短视频制作 1. 视频背景配置 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。 2. 数字人视频可视化编辑 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、比例缩放以及音色进行选择。 3. 合成控制 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。 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。 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。 4. 素材轨道编辑 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。 5. 视频转场特效 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。 6. 人工智能辅助生成脚本 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。 7. 视频合成和预览 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。 8. 语音播报视频生成 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。 （八）数字人直播 1. 创建数字人直播 首页点击数字人直播直接进入选品，平台提供每日更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。 2. 直播间配置 #2.1 直播商品清单（提供包含此项功能或相关 AIGC 电商数字人应用平台的软件著作权登记证书、以下功能截图证明文件） 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。 2.2 脚本与话术 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； 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； 针对每个模块可完成脚本内容撰写； 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。 2.3 直播屏幕预览 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。 2.4 数字人与背景选择 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。	
--	--	--

3. 准备直播

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。

4. 开始直播

完成直播内容的生成后，用户可随时开始直播。

5. 直播数据

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。

（九）数字知识库

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。

（十）数字人对话系统

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。

三、测评系统

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。

（一）随堂测验

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。

（二）课程考试

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。

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。

四、数字课程

（一）课程简介

《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。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。

（二）课程内容

《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：

项目一 数字人技术与应用认知

（1）数字人概念与发展

数字人的定义和类型，数字人技术的发展历程。

（2）数字人技术构成与工具

了解建模、渲染、动画、交互等核心技术原理。

了解实现数字人技术所需的硬件设备、软件工具。

（3）数字人应用与展示

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。

项目二 打造电商数字人角色

（1）数字人形象设计

依据不同的营销服务场景与岗位角色，录制个人专属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。

（2）数字人语音设计

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。

		项目三 构建电商数字人素材库 (1) 数字人素材管理 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。 (2) 对话系统搭建 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。 项目四 数字人营销与客服应用实践 (1) 电商营销应用实战 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。运用数字人制作营销素材，借助社交媒体开展营销活动。 (2) 电商客服应用实战 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。 项目五 数字人短视频与直播应用实践 (1) 短视频应用创作 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。 (2) 数字人直播实战 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。 五、训练包 提供在线训练包，供学生实务训练使用。 (一) 训练内容 (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 (二) 训练包数量 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。 六、试题包 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。 (一) 试题包内容 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。 (二) 试题包数量 (3 套) 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，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。 备注：本平台中包含 20 余项训练项目；同时包含微课、PPT、等数字化教学资源以及考试测评系统。		
3 1	实训平台 数字化教学资源	1. 数据化运营实训平台数字化教学资源 包含 PPT、视频等课程资源，其中电子教案 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。 2. 数字化选品实训平台数字化教学资源 包含 PPT、视频等课程资源，其中电子教案 PPT 数量不少于 40 个，视频微课数量不少于 40 个，每个微课时长 5-15 分钟。 3. 视觉营销 AI 设计实训平台数字化教学资源 包含 PPT 视频等课程资源，其中电子教案 PPT 数量不少于 40 个，视频微课数量不少于 40 个，每个微课时长 5-15 分钟。 4. AIGC 电商数字应用平台数字化教学资源	项	1

		包含 PPT、视频、教案等课程资源：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。		
3 2	电商数字化立体化资源库	微课 （一）课程设计 制作老字号文化案例微课，加强电子商务专业数字化资源建设，用于课程实训以及真实项目实战。 （二）数量时长要求 1. 微课数量 40 个； 2. 每节微课总时长不少于 10 分钟。 3. 总时长不少于 400 分钟。 （三）拍摄要求 1. 课程拍摄需组织具备丰富影视行业人员进行，聘请专业人员进行设计制作、整理脚本等完整内容制作，并根据知识点需求拍摄制作微课视频； 2. 视频要求画面美观、画质音质清晰、信号稳定，无扭曲、晃动、抖动、闪耀等现象等； 3. 稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL 同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定；要求声画同步； 4. 色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头，衔接处无明显色差； 5. 配置专业无线耳机，全程收集教师声音，保证无杂音、噪音等。 四、视频制作要求 1. 片头和片尾的总长控制在 10-15 秒； 2. 片头片尾可包括：学院 LOGO、案例名称、主讲教师姓名、单位等信息； 3. 字幕使用符合国家标准的规范字，不出现繁体字、异体字、错别字。 课件 一、设计要求 制作老字号文化案例的课件资源，用于电子商务专业课程资源建设，充实电子商务专业教学资源库，用于教学、实训以及真实项目实战。 二、数量时长要求 1. 数量 30 个； 2. 每个 PPT 不少于 15 页。 三、制作要求 1. PPT 配色合理美观，采用科学配色，保证幻灯质量； 2. 字数不宜太多，一目了然，图优于表，表优于文字； 3. 字体字号搭配合理，颜色协调； 4. 正文文字排列间距合理，段落之间间距恰当。 思政虚拟仿真场景 一、设计要求 对接红色革命根据地、企业实践阵地、工匠精神等真实根据地和真实场景，以虚拟仿真、元宇宙等形式呈现相关场景，通过情景再现弘扬传统文化，还原历史史实及相关历史故事，并植入名人、古代历史人物或是英雄人物数字人讲师，通过与名人对话等形式进行沉浸式体验学习。 二、数量要求 1. 形成虚拟仿真案例 3 个； 三、内容要求 1. 虚拟仿真案例内容以故事或史实或企业文化等形式进行内容设计，并融入思政教育内容，寓教于乐，符合学生学习特点，能激发学生自主学习兴趣； 2. 案例设计需要包含至少三种场景以及三个领域思政元素，充分体现传统文化、现代企业文化的同时，能用于教学设计，也可用于真实项目实践的素材。	个	1
3 3	系统集成	依据现场实施要求，对实训室软硬件产品进行安装、调试、系统联调、试运行等，包含系统集成对接所需的辅料、工具及配件等。	项	1

一、服务要求及标准

（1）自最终采购人验收签字之日起提供至少 3 年免费质保服务，质保期内提供免费上

门服务。

- (2) 在免费质保期内，所有服务不能包含任何费用，包括备件费、差旅费等。
- (3) 必须保证提供的货物是全新的未经使用的产品。
- (4) 投标产品选用的软件必须是原装正版软件，在质保期内免费提供软件升级服务。
- (5) 投标人在中标后提供货物齐全的资料，对设备的完整性和配套性负责，保证设备的正常使用，提供设备的使用说明等资料。
- (6) 在质保期内更换的任何零配件，必须是其原产品厂家生产的或是经其认可的。
- (7) 故障处理：做到 1 小时电话响应，4 小时上门，7×24 小时服务，如 8 小时内无法解决问题，需提供备用设备，以保证正常使用。
- (8) 所有产品的配送、培训、安装、调试等费用均包含在中标价格中。
- (9) 投标人在中标后应负责对采购人的相关人员进行专业培训，直至采购人能完全操作（投标人应在投标文件中列明具体培训计划方案），提供详细培训计划。
- (10) 免费提供技术培训、咨询、现场指导。负责培训 2-3 名能对设备正常使用和维护的操作人员。

二、验收标准

1. 项目实施各环节验收标准

- (1) 设备到货：设备到货时需按采购人要求免费将设备在指定的时间运到指定位置，并由采购人指定人员当场进行开箱检查。
- (2) 设备安装：设备的安装，需要按照国家、行业标准，达到标准规范的要求。

2. 功能和性能验收

对照标书中硬件及软件功能和技术指标要求进行逐条检测验收，如发现无法达到招标规格的指标，将导致合同终止，采购人有权要求中标方赔偿由此带来的全部损失。

第六章 拟签订的合同文本

以实际签订为准

合 同 书

_____ (甲方)的_____ (项目名称)中所需_____ (货物名称)
经_____ 以_____ 号招标文件, 进行公开招标。经评标委员会评定
(公司名称)为中标人。甲方与乙方协商一致, 同意按照下列条款, 签订本合同。

1、合同文件

下列文件构成本合同的组成部分, 应当认为是一个整体, 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. 合同书条款
- d. 合同一般条款
- e. 投标文件(含澄清文件)
- f. 招标文件其他内容(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: 人民币(大写)_____元。(小写: ¥_____元, 该价格为
货物交付至约定地点的包含货物成本、运输、安装调试、税费、培训等全部费用的固定
包死价格, 合同履行过程中不因任何因素调整。)

分项价格人民币(大写)_____元。

4、付款方式

本合同的付款方式为：

4.1 合同签署生效后 15 天内，甲方向乙方支付合同首期款 2231416.14 元。乙方同时向甲方支付合同总金额 3%的履约保证金，自甲方验收合格之日起满两年无质量问题，甲方无息返还乙方履约保证金。

4.2 乙方完成供货、安装并经甲方验收后，甲方于 2026 年 12 月 31 日前向乙方支付 279835.45 元。若 2026 年未通过验收，甲方付款时间顺延。

4.3 2027 年 7 月 31 日前，甲方向乙方支付合同总金额剩余款项。

4.4 乙方实行先开票后付款，应于甲方每期付款前 5 个工作日内，开具对应金额、合法有效的增值税专用发票。乙方逾期开票或开具不合规发票的，甲方有权顺延付款且不承担逾期付款违约责任，由此产生的一切税务风险及损失由乙方承担。

5、本合同货物的交货时间及交货地点

交货方式：现场交货

交货地点：_____

交货时间：_____

6、合同的份数及生效

本合同一式____份，____和____各执____份，具有同等法律效力。

本合同经双方各自的授权代表签署、加盖单位公章或合同专用章并由乙方递交履约保证金（如有）之日起生效。

甲方：_____

乙方：_____

名称：（印章）_____

名称：（印章）_____

_____年_____月_____日

_____年_____月_____日

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： _____

合同一般条款

1 定义

本合同中的下列术语应当解释为：

- 1.1 “合同”系指甲方与乙方签订的、载明双方就本次政府采购的相关事项所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成合同的其他相关文件。
- 1.2 “合同价金”系指根据本合同约定，乙方在完全履行合同义务后甲方应当支付的价款。
- 1.3 “货物”系指乙方根据合同约定须向甲方提供的用品、设备、机械、仪表、备件等，包括相应的工具、使用说明、保修维修手册等其他相关资料。
- 1.4 “服务”系指根据合同约定乙方提供或承担的服务，如运输、保险及安装、调试、技术援助、培训或者其他与货物相关的服务。
- 1.5 “甲方”系指与乙方签署供货合同的单位（含最终用户）。
- 1.6 “乙方”系指根据合同约定提供货物及相关服务的中标人。
- 1.7 “合同履行地”系指合同约定将货物运至、安装或者提供服务的地点。
- 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。

2 .技术规范

- 2.1 乙方提交货物的技术规范应当与招标文件规定的技术规范或技术规范附件及其投标文件的技术规范偏差表相一致。若技术规范中无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

3 .知识产权

- 3.1 乙方应当保证甲方在使用该货物或其任何一部分时不受第三方侵犯专利权、著作权、商标权和工业设计权等知识产权的起诉。如果第三方向甲方（含最终用户）提出侵权诉讼，乙方须与该第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费

用和给甲方（含最终用户）造成的经济损失。

4. 包装要求

- 4.1 除合同另有约定外, 乙方提供的全部货物, 均应当采用本行业通用的方式进行包装, 且该包装应当符合国家有关包装的法律、法规的规定。货物包装应当适应远距运输并且防潮、防震、防锈、防粗暴装卸, 确保货物安全无损, 运抵合同约定地点。由于货物包装不善所引起的货物锈蚀、损坏等损失均由乙方承担。
- 4.2 每件货物包装箱内应当附一份详细装箱单和质量合格证。

5. 装运标志

- 5.1 乙方应当在每一货物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, 乙方应当在每件包装箱的两侧用中文和适当的运输标记, 为便装卸和搬运, 标明“重心”和“吊装点”。根据货物的特点和运输的不同要求, 乙方应当在包装箱上清楚地标有“小心轻放”、“防潮”、“勿倒置”等字样和其他适当的标志。

6. 交货方式

- 6.1 交货方式为下列其中一种，具体交货方式在合同书中约定。
- 6.1.1 现场交货：乙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乙方承担。全部货物运抵现场的日期为交货日期。
- 6.1.2 工厂交货：由乙方负责代办运输和保险事宜。运输费和保险费由甲方承担。运输部门出具收据的日期为交货日期。
- 6.1.3 甲方自提货物：由甲方在合同规定地点自行办理提货。提单日期为交货日期。
- 6.2 乙方应当在合同规定的交货期____天以前以邮件或传真形式将合同号、运输方式、货物名称、数量、包装箱件数、总毛重、总体积(立方米)和备妥交货日期通知甲方。同时乙方应当用挂号信将详细交货清单一式____份包括合同号、运输方式、货物名称、规格、数量、总毛重、总体积(立方米)、包装箱件数和每个包装箱的尺寸(长×宽×高)、货物总价和备妥待交日期以及对货物在运输和仓储的特殊要求和注意事项通知甲方。
- 6.3 在现场交货和工厂交货条件下，乙方装运的货物不应当超过合同规定的数量或重量。否则，乙方应当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，乙方通知甲方货物已备妥并准备运输的____小时内，应当将合同号、货物名称、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，以电报或传真通知甲方。
- 7.2 如因乙方延误将上述内容用电报或传真通知甲方的，由此引起的一切后果损失应当由乙方负责。

8. 付款条件

- 8.1 付款条件详见合同书中规定。

9. 技术资料

- 9.1 合同项下技术资料(除合同书中另有约定外)以下列方式交付：

本合同生效后____天之内，乙方应当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、维修指南或服务手册和示意图等相关资料寄给甲方。

9.2 另外一套完整的上述资料应当包装好随同货物一起发运。

9.3 如果甲方确认乙方提供的技术资料不完整或在运输过程中丢失的，乙方将在收到甲方通知后____天内将这些资料免费寄给甲方。

10 . 质量保证

10.1 乙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 乙方须保证所提供的货物正确安装、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，乙方须对由于设计、工艺或材料的缺陷而发生的任何不足或故障负责。

10.3 根据甲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，甲方应当尽快以书面形式通知乙方。乙方在收到通知后____天内应当免费修理、更换有缺陷的货物或部件。

10.4 如果乙方在收到通知后____天内没有弥补缺陷，甲方可以采取必要的补救措施，但由此引发的风险和费用将由乙方承担。

10.5 除“合同书”中另有约定外，合同项下货物的质量保证期为货物通过最终验收之日起24个月。

11 . 检验和验收

11.1 在交货前，乙方应当对货物的质量、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当视为最终检验。

- 11.2 货物运抵合同约定的履行地点后，甲方应当在____日内组织验收，并制作验收备忘录，签署验收意见。
- 11.3 甲方有在货物制造过程中派员监造的权利，乙方有义务为甲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，乙方必须提前通知甲方。

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 条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，甲方有权根据有资质的权威质检机构的检验结果向乙方提出索赔（责任应当由保险公司或运输部门承担的除外）。
- 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，如果乙方对甲方提出的索赔负有责任，乙方应当按照甲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，乙方应当按合同规定将货款退还给甲方，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他必要费用。如已超过退货期，但乙方同意退货，可以比照上述办法办理，或由双方协商处理。
 - 12.2.2 根据货物低劣程度、损坏程度以及甲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，货物价格以降低后的价格或评估价格为准。
 - 12.2.3 使用符合技术规格、质量和性能要求的新零件、部件或货物更换有缺陷的部分或修补缺陷部分的，乙方应当承担甲方（含最终用户）一切费用和 risk。同时，乙方应当按合同第 10 条规定，相应地延长修理或更换部件的质量保证期。
- 12.3 如果在甲方发出索赔通知后____天内，乙方未作答复，上述索赔应当视为已

被乙方接受。如乙方未能在甲方提出索赔通知后____天内或甲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，甲方将从合同款或从乙方支付的质量保证金中扣回索赔金额。如果这些金额不足以补偿索赔金额，甲方有权向乙方提出不足部分的补偿。

13 . 延迟交货

- 13.1 乙方应当按照“货物需求一览表及技术规格”中甲方规定的时间表交货和提供服务。
- 13.2 如果乙方无正当理由迟延交货，甲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，如果乙方遇到不能按时交货和提供服务的情况，应当及时以书面形式将不能按时交货的理由、预期延误时间通知甲方。甲方收到乙方通知后，认为其理由正当的，可以酌情延长交货时间。

14 . 违约赔偿

- 14.1 除合同第 15 条规定外，如果乙方没有按照合同规定的时间交货提供服务，甲方可以要求乙方支付违约金。违约金按每周迟交货物或未提供服务交货价的 0.5%计收。但违约金的最高限额为迟交货物或没有提供服务的合同价的 5%。一周按 7 天计算，不足 7 天按一周计算。如果达到最高限额，甲方有权解除合同。

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，履行合同的期限应当予以延长，延长的期限应当相当于不可抗力所影响的时间。
- 15.2 受事故影响的一方应当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____天内，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，双方应当通过协商在____日内达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

16 . 税费

- 16.1 本合同相关一切税费均适用中华人民共和国现行税收法律、法规及政策规定。
- 16.2 本合同价款为全包含税价，包含增值税及供货履约全过程所有税费，甲方无需额外承担任何税费。
- 16.3 全部税费由乙方自行缴纳、自行承担；乙方须按规定开具合规有效增值税发票。
- 16.4 若国家税率、税收政策调整，合同总价固定不变，相关损益由乙方自行承担。

17 . 合同争议的解决

- 17.1 因本合同发生的或与本合同有关的一切争议，甲、乙双方应当友好协商解决；未能通过友好协商解决的争议，甲、乙双方选择如下第（2）种争议解决方式：
- （1）将争议提交_____仲裁委员会按其届时有效的仲裁规则进行仲裁，仲裁裁决是终局的，对双方都有约束力。
- （2）向甲方所在地的人民法院提起诉讼。

18 . 因违约解除合同

- 18.1 在乙方违约或出现下列情形的情况下，甲方可以向乙方发出书面通知，部分或全部解除合同，乙方应向甲方支付合同全款或解除部分价款的 30%的违约金。
- 18.1.1 乙方未能在合同规定的限期或甲方同意延长的限期内提供全部或部分货物，按合同第 14.1 的规定甲方可以解除合同；
- 18.1.2 乙方未能履行合同约定的其他主要义务，甲方可以解除合同；
- 18.1.3 在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为，甲方可以解除合同。
- 18.2 在甲方根据上述第 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，乙方应当承担

甲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，乙方应当继续履行合同中未解除的部分。

19 . 破产终止合同

- 19.1 如果乙方破产导致合同无法履行时，甲方可以书面形式通知乙方，单方终止合同而不给乙方补偿。但甲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甲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 经甲方同意，乙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。接受分包的人应当具备相应的资格条件，并不得再次分包。分包后不能免除乙方履行本合同的责任和义务，接受分包的人与乙方共同对甲方连带承担合同的责任和义务。

21 . 合同修改

- 21.1 甲方和乙方都不得擅自变更本合同，但合同继续履行将损害国家和社会公共利益的除外。如必须对合同条款进行改动时，当事人双方须共同签署书面文件，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，都应当以书面形式发送，而另一方也应当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 本合同应当按照中华人民共和国的法律进行解释。

25 . 履约保证金

- 25.1 履约保证金应当使用本合同指定货币，具体规定详见合同书中规定。
- 25.2 履约保证金用于补偿甲方因乙方不能履行其合同义务而蒙受的损失。
- 25.3 履约保证金在法定的货物质量保证期期满前完全有效。
- 25.4 如果乙方未能按合同规定履行其义务，甲方有权从履约保证金中取得补偿。
质量保证期结束后 30 天内，甲方将把履约保证金的剩余部分退还乙方。

26 . 其他

- 26.1 政府采购项目的采购内容应当按照招标文件和投标文件确定，不得违背招标文件的实质性内容。甲方应当自政府采购合同签订之日起2个工作日内，将政府采购合同在省级以上人民政府财政部门指定的媒体上公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。
- 26.2 如需修改或补充合同内容，经协商，甲方与乙方应签署书面修改或补充合同该合同将作为本合同的一个组成部分。

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、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。
- 3、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

1-2 投标人资格声明书

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 中小企业政策证明文件

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，如供应商因落实政府采购政策拟进行分包的，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，如供应商为联合体的，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《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》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

2-1-1 中小企业证明文件

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¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；制造商为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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：_____

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

中小企业声明函（工程、服务）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，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。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；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.（标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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：_____

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

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：

2-1-2 拟分包情况说明及分包意向协议

拟分包情况说明

致：（采购人或采购代理机构）

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中__包（填写包号）的投标。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目中获得采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型（选择）	资质等级	拟分包合同内容	拟分包合同金额（人民币元）	占该采购包合同金额的比例（%）
1		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
2		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
...						
合计：						

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

如本招标文件《投标人须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则投标人须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书电子件，否则**投标无效**。

分包意向协议

甲方（投标人）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：_____）招标采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包给乙方：

1.分包内容：_____。

2.分包金额：_____，该金额占该采购包合同金额的比例为____%。

乙方承诺将在上述情况下与甲方签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）中标，本协议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

本协议仅在投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则**投标无效**；且投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文件中提交全部协议原件的电子件，否则**投标无效**。

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. 联合体各方成员须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/交款单据电子件

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_____个日历日。

（2）除合同条款及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（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：

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或护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**电子件。

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）身份证或护照等身份证明文件电子件：

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：_____ 项目名称：_____

包号	投标人名称	投标报价	
		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

（格式示例一，适用于设备采购）

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____ 报价单位：人民币元

序号	分项名称	制造商	产地/国别	制造商统一社会信用代码	制造商规模	制造商所属性别	外商投资类型	品牌	规格、型号	单价（元）	数量	合价（元）
1												
2												
3												
4												
...												
总价（元）												

说明：制造商规模请填写“大型”、“中型”、“小型”、“微型”或“其他”，中小企业的定义见第二章《投标人须知》。
制造商所属性别请填写“男”或“女”，指拥有制造商 51%以上绝对所有权的性别；绝对所有权拥有者可以是一个人，也可以是多人合计计算。
外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。

(格式示例二，适用于服务类项目)

项目编号/包号：_____ 项目名称：_____ 报价单位：人民币元

序号	分项名称	单价 (元)	数量	合价 (元)	备注/说明
1					
2					
3	...				
总价(元)					

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.制造商规模列应填写“大型”、“中型”、“小型”、“微型”或“其他”，且不应与《中小企业声明函》或《拟分包情况说明》中内容矛盾。制造商所属性别请填写“男”或“女”，指拥有制造商51%以上绝对所有权的性别；绝对所有权拥有者可以是一个人，也可以是多人合计计算。外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。

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
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 ）： ☐ 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。） ☐ 有偏离 （如有偏离，则应在本表中对负偏离项逐一系列明，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。）					

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

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。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**投标无效**。
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 本国产品标准证明文件

关于符合本国产品标准的声明函

本公司（单位）郑重声明，根据《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）的规定，本公司（单位）提供的以下产品属于本国产品。具体情况如下：

1. （产品名称1）¹，生产厂为（厂名）²，厂址为（生产厂址）。（产品名称1）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）³。（产品名称1）的（关键组件）⁴在中国境内生产。（产品名称1）的（关键工序）⁵在中国境内完成。

2. （产品名称2），生产厂为（厂名），厂址为（生产厂址）。（产品名称2）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）。（产品名称2）的（关键组件）在中国境内生产。（产品名称2）的（关键工序）在中国境内完成。

.....

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：1.产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

2.生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

3.该产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，“规定比例”栏可不填。

4.该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

5.该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

产品成本占比承诺函

我公司（单位）郑重承诺，我公司已阅读并理解《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）的规定。据此承诺如下：

为本采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占提供的全部产品成本之和的比例为_____ %。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：

1. 本承诺函应按包分别提供。
2. 单一产品采购无须提供本承诺函；供应商提供产品全部为本国产品，且提供了《关于符合本国产品标准的声明函》时，无须提供本承诺函。
3. 当采购项目或单个采购包中含有多种产品，且供应商提供的产品同时包含本国产品及非本国产品，则供应商除需提供《关于符合本国产品标准的声明函》外，还需提供本承诺函；否则，不享受价格评审优惠。

8 中小企业证明文件

说明：

- 1) 中小企业参加政府采购活动，应当出具《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，以证明中小企业身份。《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。
- 4) 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》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

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¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；制造商为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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：_____

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

中小企业声明函（工程、服务）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，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。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）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，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：_____

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

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：

9 拟分包情况说明

拟分包情况说明

致：（采购人或采购代理机构）

我单位参加贵单位组织采购的项目编号为_____的_____项目（填写采购项目名称）中___包（填写包号）的投标。拟签订分包合同的单位情况如下表所示，我单位承诺一旦在该项目中获得采购合同将按下表所列情况进行分包，同时承诺分包承担主体不再次分包。

序号	分包承担主体名称	分包承担主体类型（选择）	资质等级	拟分包合同内容	拟分包合同金额（人民币元）	占合同金额的比例（%）
1		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
2		☐ 中型企业 ☐ 小微企业 ☐ 其他				
...						
合计：						

注：

1. 如本项目（包）允许分包，且投标人拟进行分包时，必须提供；如未提供，或提供了但未填写分包承担主体名称、拟分包合同内容、拟分包合同金额，**投标无效**。
2. 如本招标文件《投标人须知资料表》载明本项目分包承担主体应具备的相应资质条件，则投标人须在本表中列明分包承担主体的资质等级，并后附资质证书电子件，否则**投标无效**。
3. 投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时请仔细阅读资格证明文件格式 2-1 中说明，并建议按要求在资格证明文件中提供相关全部文件；投标人非“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时，建议在本册提供。

投标人名称（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

分包意向协议

甲方（投标人）：_____

乙方（拟分包单位）：_____

甲方承诺，一旦在_____（采购项目名称）（项目编号/包号为：_____）招标采购项目中获得采购合同，将按照下述约定将合同项下部分内容分包给乙方：

1.分包内容：_____。

2.分包金额：_____，该金额占该采购包合同金额的比例为____%。

乙方承诺将在上述情况下与甲方签订分包合同。

本协议自各方盖章之日起生效，如甲方未在该项目（采购包）中标，本协议自动终止。

甲方（盖章）：_____

乙方（盖章）：_____

日期：_____年_____月_____日

注：

1. 投标人“为落实政府采购政策”而向中小企业分包时必须提供，否则**投标无效**；且建议按照采购文件要求在资格证明文件部分提供；
2. 投标人满足《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）第九条有关规定，拟享受中小企业政策优惠措施的，仍需提供本协议，否则不予认可；
3. 投标人须与所有拟分包单位分别签订《分包意向协议》，每单位签订一份，并在投标文件中提交全部协议原件的电子件，否则不予认可。

10 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料

10-1 供应商信息采集表

供应商名称	供应商所属性别	外商投资类型

注：1.供应商如为联合体，则应填写联合体各成员信息。

2.供应商所属性别请填写“男”或“女”，指拥有供应商 51%以上绝对所有权的性别；绝对所有权拥有者可以是一个人，也可以是多人合计计算。

3.外商投资类型请填写“外商单独投资”、“外商部分投资”或“内资”。