

# 内蒙古国诏招标代理有限公司

## 竞争性磋商文件

项目名称：内蒙古机电职业技术学院采购电子商务实训室项目

项目编号：NMGZCS-C-H-210790

**2021年11月**

## 第一章 磋商邀请

内蒙古国诏招标代理有限公司受内蒙古机电职业技术学院委托，采用竞争性磋商方式组织采购电子商务实训室项目。欢迎符合资格条件的供应商前来投标参加。

### 一.项目概述

#### 1.名称与编号

项目名称：电子商务实训室项目

批准文件编号：项目流水号[2021]12754号

采购文件编号：NMGZCS-C-H-210790

#### 2.内容及分包情况（技术规格、参数及要求）

包号	货物、服务和工程名称	采购要求	预算金额（元）
1	电子商务实训中心专用设备	详见磋商文件	1,506,800.00

### 二.供应商的资格要求

1. 供应商应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

2. 到提交响应文件的截止时间，供应商未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。（以通过查询“信用中国”网站和“中国政府采购网”网站的信用记录内容为准。）

#### 3. 其他资质要求：

合同包1（电子商务实训中心专用设备）：无

### 三.获取磋商文件的时间、地点、方式

获取磋商文件的期限：详见竞争性磋商公告；

获取磋商文件的地点：详见竞争性磋商公告；

获取磋商文件的方式：供应商可从内蒙古自治区政府采购网查阅采购信息、预览磋商文件。登录内蒙古自治区政府采购网获取磋商文件。

### 其他要求：

本采购项目采用电子开标（网上开标）、电子评标（网上评标）。请使用投标客户端按照磋商文件的相关要求制作和上传电子响应文件。

### 四.采购文件售价

本次采购文件的售价为无元人民币。

### 五.递交投标（响应）文件截止时间、开标时间及地点

递交投标（响应）文件截止时间：详见竞争性磋商公告

投标地点：详见竞争性磋商公告

开标时间：详见竞争性磋商公告

开标地点：详见竞争性磋商公告

### 六.联系方式

采购代理机构名称：内蒙古国诏招标代理有限公司

地址：呼和浩特市赛罕区国际会展中心对面万正尚都北门西侧6号

联系人：王女士、段女士

联系电话：6383616-8001、5614667

账户名称：系统自动生成的缴交账户名称

开户行：详见供应商须知

账号：详见供应商须知

采购单位名称：内蒙古机电职业技术学院

地址：呼和浩特市赛罕区巴彦镇高职园区

联系人：张老师

联系电话：0471- 4596609

内蒙古国诏招标代理有限公司

## 第二章 供应商须知

### 一.前附表

序号	条款名称	内容及要求
1	分包情况	共1包
2	采购方式	竞争性磋商
3	开标方式	现场网上开标
4	评标方式	现场网上评标
5	评标办法	综合评分法
6	获取磋商文件时间（同磋商文件提供期限）	详见磋商公告
7	保证金缴纳截止时间（同递交响应文件截止时间）	详见磋商公告
8	电子响应文件递交	电子响应文件在投标截止时间前递交至内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台
9	响应文件数量	(1) 加密的电子投标文件1份（需在投标截止时间前上传至“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”） (2) 非加密的电子版投标文件U盘（或光盘）1份（开标现场递交） (3) 纸质投标文件正本1份，副本2份，副本可以是正本签字盖章后的复印件(开标现场递交)。
10	供应商确定	采购人授权磋商小组按照评审原则直接确定中标（成交）人。
11	备选方案	不允许
12	联合体投标	包1: 不接受
13	采购机构代理费用	收取
14	代理费用收取方式	向中标/成交供应商收取

15	投标保证金	<p>本采购项目采用“虚拟子账户”方式收退投标保证金，请供应商按照本磋商文件的相关要求进行缴纳。</p> <p>同时，本项目允许供应商按照相关法律法规自主选择以支票、汇票、本票、保函等非现金形式缴纳保证金。选择非“虚拟子账户”进行保证金缴纳的，供应商应当在响应文件中附相关证明材料，同时在开标现场提供证明材料原件。</p> <p>备注：若本项目采用远程不见面开标，请将相关证明材料原件扫描添加至响应文件中。</p> <p>电子商务实训中心专用设备：保证金人民币：30,130.00元整。</p> <p>开户单位：系统自动生成的缴交账户名称。</p> <p>开户银行：供应商在内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台获取磋商文件后，根据其提示自行选择要缴纳的投标保证金银行。</p> <p>银行账号：内蒙古自治区政府采购网根据供应商选择的投标保证金银行，以合同包为单位，自动生成供应商所投合同包的缴纳银行账号（即多个合同包将对应生成多个缴纳账号）。供应商应按照所投合同包的投标保证金要求，缴纳相应的投标保证金。</p> <p>特别提示：</p> <p>1、供应商应认真核对账户信息，将投标保证金足额汇入以上账户，并自行承担因汇错投标保证金而产生的一切后果。</p> <p>2、供应商在转账或电汇的凭证上应按照以下格式注明，以便核对：“（招标编号：***、合同包：***）的投标保证金”。</p>
----	-------	--

16	电子招投标	<p>各供应商应当在投标截止时间前上传加密的电子响应文件至“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”，未在投标截止时间前上传电子响应文件的，视为自动放弃投标。供应商因系统或网络问题无法上传电子响应文件时，请在工作时间及时拨打联系电话<b>400-0471-010</b>。</p> <p><b>网上开标（供应商需到开标现场）：</b></p> <p>1、本项目采用电子开标（网上开标），如在开标过程中出现意外情况导致无法继续进行电子开标时，改为非加密电子响应文件开标。本项目采用电子评审（网上评审），只对加密电子响应文件进行评审，如在评审过程中出现意外情况导致无法继续进行电子评审时，改为非加密电子响应文件评审。</p> <p>2、电子响应文件是指通过投标客户端编制，在电子响应文件中，涉及“加盖公章”的内容应使用单位电子公章完成。加密后，成功上传至内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台的最终版指定格式电子响应文件。</p> <p>3、使用投标客户端，经过编制、签章，在生成加密响应文件时，会同时生成非加密响应文件，供应商刻录使用。U盘（或光盘）由供应商自行刻录、存储，供应商必须保证电子存储设备能够正常读取。U盘（或光盘）表面、外包装上应简要载明项目编号、项目名称、投标单位名称等信息。</p> <p>4、供应商的法定代表人或其授权代表应当按照本竞争性磋商公告载明的时间和地点参加开标。开标时，供应商应当使用CA锁在磋商文件规定的时间内完成响应文件在线解密。</p> <p>5、开标时出现下列情况的，将视为逾期送达或者未按照磋商文件要求密封的响应文件，采购人、采购代理机构应当拒收。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 供应商代表未按磋商文件要求参加开标会的或开标现场未携带CA锁的。</li> <li>(2) 供应商未在规定时间内完成电子响应文件在线解密；</li> <li>(3) 经检查数字证书无效的响应文件；</li> <li>(4) 供应商自身原因造成电子响应文件未能解密的；</li> <li>(5) 开标现场无法使用系统进行电子开评审时，供应商未按磋商文件要求提供非加密电子版响应文件的。</li> </ul> <p>6、本项目的供应商必须在开标时间开始后完成所投全部标段的电子响应文件在线解密。供应商必须保证在规定时间内完成全部标段的电子响应文件解密。</p>
17	电子响应文件签字、盖章要求	<p>应按照第七章“响应文件格式”要求，使用单位电子签章（CA）进行签字、加盖公章。</p> <p>说明：若涉及到授权代表签字的可将文件签章页先进行签字、扫描后导入加密电子响应文件。</p>
18	投标客户端	投标客户端需要自行登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”下载。
19	是否专门面向中小企业采购	合同包1（电子商务实训中心专用设备）：否
20	有效供应商家数	<p>包1：3</p> <p>此数约定了开标与评标过程中的最低有效供应商家数，当家数不足时项目将不得开标、评标或直接废标；文件中其他描述若与此规定矛盾以此为准。</p>
21	报价形式	合同包1（电子商务实训中心专用设备）：总价
22	项目兼投兼中规则	兼投兼中：本项目兼投兼中。
23	其他	其他，中标人向代理机构缴纳本项目的论证费用，计人民币叁仟元整。

## 二.投标须知

### 1.投标方式

1.1 投标方式采用网上投标，流程如下：

供应商须在内蒙古自治区政府采购网（<http://www.ccgp-neimenggu.gov.cn>）供应商库填写相关信息后才可进行网上投标操作。所需资料及办理流程请登录“内蒙古自治区政府采购网”进行查询。

登录内蒙古自治区政府采购网门户网站（<http://www.ccgp-neimenggu.gov.cn>）页面，点击“政府采购云平台”，输入登录“账号”、“密码”、“验证码”；登录完成点击右边“执行交易”进入网上投标页面，点击“应标”二级菜单“项目投标”从待投标列表中选择投标项目，点击“获取采购文件”按钮进入获取采购文件页面，要进行投标的包号填写“联系人”、“联系人联系号码”等信息点击“确认投标”按钮。

通过内蒙古自治区政府采购网（<http://www.ccgp-neimenggu.gov.cn>）获取所投项目磋商文件，并按照本磋商文件的要求制作、上传电子响应文件。

同时，满足本磋商文件关于投标的其他要求后，方可完成投标。

1.2 缴纳投标保证金（如有）。本采购项目采用“虚拟子账号”形式收退投标保证金，每一个供应商在所投的每一项目下合同包会对应每一家银行自动生成一个账号，称为“虚拟子账号”。在进行投标信息确认后，应通过应标管理-已投标的项目，选择缴纳银行并获取对应不同包的缴纳金额以及虚拟子账号信息，并在开标时间前，通过转账至上述账号中，付款人名称必须为投标单位全称且与投标信息一致。

若出现账号缴纳不一致、缴纳金额与供应商须知前附表规定的金额不一致或缴纳时间超过开标时间，将导致保证金缴纳失败。

1.3 查看投标状况。通过应标管理-已投标的项目可查看已投标项目信息。

### 2.特别提示：

2.1 由于投标保证金到账需要一定时间，请供应商在投标截止前及早缴纳。

## 三.说明

### 1.总则

本磋商文件依据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国政府采购法实施条例》和《政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法》（财库〔2014〕214号）及国家和自治区有关法律、法规、规章制度编制。

供应商应仔细阅读本项目信息公告及磋商文件的所有内容（包括变更、补充、澄清以及修改等，且均为磋商文件的组成部分），按照磋商文件要求以及格式编制响应文件，并保证其真实性，否则一切后果自负。

本次竞争性磋商项目，是以磋商公告的方式邀请非特定的供应商参加投标。

### 2.适用范围

本磋商文件仅适用于本次竞争性磋商公告中所涉及的项目和内容。

### 3.投标费用

供应商应承担所有与准备和参加投标有关的费用。不论投标结果如何，采购代理机构和采购人均无义务和责任承担相关费用。

### 4.当事人

4.1 “采购人”是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。本磋商文件的采购人特指（采购单位名称）。

4.2 “采购代理机构”是指本次招标采购项目活动组织方。本采购文件的采购代理机构特指本项目采购单位。

4.3 “供应商”是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。

4.4 “磋商小组”是指根据《中华人民共和国政府采购法》等法律法规规定，由采购人代表和有关专家组成以确定成交供应商或者推荐成交候选人的临时组织。

4.5 “供应商”是指经磋商小组评审确定的对磋商文件做出实质性响应，取得与采购人签订合同资格的供应商。

### 5.合格的供应商

5.1 符合本磋商文件规定的资格要求，并按照要求提供相关证明材料。

5.2 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，不得参加同一合同项下的政府采购活动。

5.3 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。

### 6.以联合体形式投标的，应符合以下规定：

6.1 联合体各方应签订联合体协议书，明确联合体牵头人和各方权利义务，并作为响应文件组成部分部分。

6.2 联合体各方均应当具备政府采购法第二十二条规定的条件，并在响应文件中提供联合体各方的相关证明材料。

6.3 联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。

6.4 联合体各方中至少应当有一方符合采购人规定的资格要求。由同一资质条件的供应商组成的联合体，应当按照资质等级较低的供应商确定联合体资质等级。

6.5 联合体各方不得再以自己名义单独在同一项目中投标，也不得组成新的联合体参加同一项目投标。

6.6 联合体各方应当共同与采购人签订采购合同，就合同约定的事项对采购人承担连带责任。

6.7 投标时，应以联合体协议中确定的主体方名义投标，以主体方名义缴纳投标保证金，对联合体各方均具有约束力。

### 7.语言文字以及度量衡单位

7.1 所有文件使用的语言文字为简体中文。专用术语使用外文的，应附有简体中文注释，否则视为无效。

7.2 所有计量均采用中国法定的计量单位。

7.3 所有报价一律使用人民币，货币单位：元。

## 8.现场踏勘

8.1 磋商文件规定组织踏勘现场的，采购人按磋商文件规定的时间、地点组织供应商踏勘项目现场。

8.2 供应商自行承担踏勘现场发生的责任、风险和自身费用。

8.3 采购人在踏勘现场中介绍的资料和数据等，不构成对磋商文件的修改或不作为供应商编制响应文件的依据。

## 9.其他条款

无论中标与否供应商递交的响应文件均不予退还。

## 四.磋商文件的澄清或者修改

提交首次响应文件截止之日前，采购人、采购代理机构或者磋商小组可以对已发出的磋商文件进行必要的澄清或者修改，澄清或者修改的内容作为磋商文件的组成部分。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，采购人、采购代理机构应当在提交首次响应文件截止时间至少5日前；不足5日的，采购人、采购代理机构应当顺延提交首次响应文件截止时间。在“内蒙古自治区政府采购网”上发布澄清或者变更公告进行通知。澄清或者变更公告的内容为磋商文件的组成部分，供应商应自行上网查询，采购人或采购代理机构不承担供应商未及时关注相关信息的责任。

## 五.响应文件

### 1.响应文件的构成

响应文件应按照磋商文件第七章“响应文件格式”进行编写（可以增加附页），作为响应文件的组成部分。

### 2.投标报价

2.1 供应商应按照“第四章采购内容与要求”的需求内容、责任范围以及合同条款进行报价。并按“开标一览表”和“分项报价明细表”规定的格式报出总价和分项价格。投标总价中不得包含磋商文件要求以外的内容，否则，在评审时不予核减。

2.2 投标报价包括本项目采购需求和投入使用的所有费用，如主件、标准附件、备品备件、施工、服务、专用工具、安装、调试、检验、培训、运输、保险、税款等。

2.3 投标报价不得有选择性报价和附有条件的报价。

2.4 对报价的计算错误按以下原则修正：

(1) 响应文件中开标一览表（报价表）内容与响应文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

(2) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

(3) 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。

注：修正后的报价供应商应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字确认后产生约束力，但不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容，供应商不确认的，其投标无效。

### 4.投标保证金

#### 4.1 投标保证金的缴纳

供应商在提交响应文件的同时，应按供应商须知前附表规定的金额、开户银行、行号、开户单位、账号和磋商文件本章“投标须知”规定的投标保证金缴纳要求递交投标保证金，并作为其响应文件的组成部分。

#### 4.2 投标保证金的退还：

(1) 供应商在投标截止时间前放弃投标的，自所投合同包结果公告发出后5个工作日内退还，但因供应商自身原因导致无法及时退还的除外；

(2) 未成交供应商投标保证金，自成交通知书发出之日起5个工作日内退还；

(3) 成交供应商投标保证金，自政府采购合同签订之日起5个工作日内退还。

#### 4.3 有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

(1) 中标后，无正当理由放弃中标资格；

(2) 中标后，无正当理由不与磋商人签订合同；

(3) 在签订合同时，向磋商人提出附加条件；

(4) 不按照磋商文件要求提交履约保证金；

(5) 要求修改、补充和撤销响应文件的实质性内容；

(6) 要求更改磋商文件和成交结果公告的实质性内容；

(7) 法律法规和磋商文件规定的其他情形。

### 5.响应文件的修改和撤回

供应商在提交响应截止时间前，可以对所递交的响应文件进行补充、修改或者撤回。补充、修改的内容旁签署（法人或授权委托人签署）、盖章、密封和上传至系统后生效，并作为响应文件的组成部分。

在提交响应文件截止时间后到磋商文件规定的投标有效期终止之前，供应商不得补充、修改、替代或者撤回其响应文件。

### 6.响应文件的递交

在磋商文件要求提交响应文件的截止时间之后送达或上传的响应文件，为无效响应文件，采购单位或采购代理机构拒收。采购人、采购代理机构对误投或未按规定时间、地点进行投标的概不负责。

### 7.样品（演示）

7.1 磋商文件规定供应商提交样品的，样品属于响应文件的组成部分。样品的生产、运输、安装、保全等一切费用由供应商自理。

7.2 开标前，供应商应将样品送达至指定地点，并按要求摆放并做好展示。若需要现场演示的，供应商应提前做好演示准备（包括演示设备）。

7.3 评审结束后，供应商与采购人共同清点、检查和密封样品，由供应商送至采购人指定地点封存。未成交供应商将样品自行带回。

## 六.开标、评审、结果公告、成交通知书发放

### 1.开标程序

### 1.1 主持人按下列程序进行开标:

- (1) 宣布开标纪律;
- (2) 宣布开标会议相关人员姓名;
- (3) 供应商对已提交的加密文件进行解密,由采购人或者采购代理机构工作人员当众宣布供应商名称和磋商文件规定的需要宣布的其他内容(以开标一览表要求为准);
- (4) 参加开标会议人员对开标情况确认;
- (5) 开标结束,响应文件移交磋商小组。

### 1.2 开标异议

供应商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,应当当场提出询问或者回避申请,开标会议结束后不再接受相关询问、质疑或者回避申请。

### 1.3 备注说明:

1.3.1若本项目采用不见面开标,开标时供应商使用 CA证书参与远程响应文件解密。供应商用于解密的 CA证书应为该响应文件生成加密、上传的同一把 CA证书。

1.3.2若本项目采用不见面开标,供应商在开标时间前30分钟,应当提前登录开标系统进行签到,填写联系人姓名与联系号码;在系统约定时间内使用 CA证书签到以及解密,未成功签到或未成功解密的视为其无效投标。

1.3.3供应商对不见面开标过程和开标记录有疑义,应在开标系统规定时间内在不见面开标室提出异议,采购代理机构在网上开标系统中进行查看及回复。开标会议结束后不再接受相关询问、质疑或者回避申请。

## 2. 评审(详见第六章)

### 3. 结果公告

供应商确定后,采购代理机构将在内蒙古自治区政府采购网上发布成交结果公告,同时将成交结果以公告形式通知成交的供应商,成交结果公告期为1个工作日。

项目废标后,采购代理机构将在内蒙古自治区政府采购网上发布废标公告,废标结果公告期为1个工作日。

### 4. 成交通知书发放

发布成交结果的同时,供应商可自行登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”打印成交通知书,成交通知书是合同的组成部分,成交通知书对采购人和成交供应商具有同等法律效力。

成交通知书发出后,采购人不得违法改变成交结果,供应商无正当理由不得放弃成交。

## 七. 询问、质疑与投诉

### 1. 询问

供应商对政府采购活动事项有疑义的,可以向采购人或采购代理机构提出询问,采购人或采购代理机构应当在3个工作日内做出答复,但答复的内容不得涉及商业秘密。供应商提出的询问超出采购人对采购代理机构委托授权范围的,采购代理机构应当告知其向采购人提出。

为了使提出的询问事项在规定时间内得到有效回复,询问采用实名制,询问内容以书面材料的形式亲自递交到采购代理机构,正式受理后方可生效,否则,为无效询问。

### 2. 质疑

2.1 供应商认为采购文件、采购过程和成交、成交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七个工作日内,以书面形式向采购人提出质疑。

供应商在法定质疑期间内应当一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。

提出质疑的供应商应当是参与所质疑项目采购活动的供应商。

潜在供应商已依法获取其可质疑的采购文件的,可以对该文件提出质疑。对采购文件提出质疑的,应当在获取采购文件或者采购文件公告期限届满之日起7个工作日内提出。

2.2 采购人应当在收到供应商的书面质疑后七个工作日内作出答复,并以书面形式通知质疑供应商和其他有关供应商,但答复的内容不得涉及商业秘密。

2.3 询问或者质疑事项可能影响成交结果的,采购人应当暂停签订合同,已经签订合同的,应当中止履行合同。

2.4 供应商提出质疑应当提交质疑函和必要的证明材料。质疑函应当包括下列内容:

- (一) 供应商的姓名或者名称、地址、邮编、联系人及联系电话;
- (二) 质疑项目的名称、编号;
- (三) 具体、明确的质疑事项和与质疑事项相关的请求;
- (四) 事实依据;
- (五) 必要的法律依据;
- (六) 提出质疑的日期。

注:对磋商文件质疑的,还需提供已依法获取其可质疑的采购文件的证明材料(在供应商系统中自行截图)。

供应商为自然人的,应当由本人签字;供应商为法人或者其他组织的,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。

供应商可以授权代表进行质疑,且应当提交供应商签署的授权委托书。其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。

2.5 供应商在提出质疑时,请严格按照相关法律法规及质疑函范本要求提出和制作,否则,自行承担相关不利后果。

对捏造事实,提供虚假材料或者以非法手段取得证明材料进行恶意质疑的,一经查实,将上报监督部门,并给予相应处罚。

2.6 接收质疑函的方式:为了使提出的质疑事项在规定时间内得到有效答复、处理,质疑采用实名制,且由法定代表人或授权代表亲自递交至采购人或采购代理机构,正式受理后方可生效。

联系部门:采购人、采购代理机构(详见第一章 磋商邀请)。

联系电话：采购人、采购代理机构（详见第一章 磋商邀请）。

通讯地址：采购人、采购代理机构（详见第一章 磋商邀请）。

### 3.投诉

质疑人对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内做出书面答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向监督部门进行投诉。投诉程序按《政府采购法》及相关规定执行。

供应商投诉的事项不得超出已质疑事项的范围。

### 第三章 合同与验收

#### 一.合同要求修改

##### 1.一般要求

1.1采购人应当自中标通知书发出之日起30日内，按照磋商文件和成交供应商响应文件的规定，与成交供应商签订书面合同。所签订的合同不得对磋商文件确定的事项和成交供应商响应文件作实质性修改。

合同签订双方不得提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

1.2政府采购合同应当包括采购人与成交供应商的名称和住所、标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限及地点和方式、验收要求、违约责任、解决争议的方法等内容。

1.3采购人与成交供应商应当根据合同的约定依法履行合同义务。

政府采购合同的履行、违约责任和解决争议的方法等适用《中华人民共和国民法典》。

政府采购合同的双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同。

1.4拒绝签订采购合同的按照相关规定处理，并承担相应法律责任。

1.5采购人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。

#### 2. 合同格式及内容

2.1具体格式见本磋商文件后附拟签订的《合同文本》（部分合同条款），响应文件中可以不提供《合同文本》。

2.2《合同文本》的内容可以根据《民法典》和合同签订双方的实际要求进行修改，但不得改变范本中的实质性内容。

#### 二.验收

成交供应商在供货、工程竣工或服务结束后，采购人应及时组织验收，并按照磋商文件、响应文件及合同约定填写验收单。

## 政府采购合同（合同文本）

甲方：\*\*\*（填写采购单位）

地址（详细地址）：

乙方：\*\*\*（填写成交供应商）

地址（详细地址）：

合同号：（填写签订合同一次性告知书中合同号）

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等相关法律法规，甲、乙双方就（填写项目名称）（政府采购项目编号、备案编号：），经平等自愿协商一致达成合同如下：

### 一、合同文件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的部分：

- 1、合同格式以及合同条款
- 2、成交结果公告及成交通知书
- 3、磋商文件
- 4、响应文件
- 5、变更合同

二、本合同所提供的标的物、数量及规格等详见成交结果公告及后附清单。

### 三、合同金额

合同金额为人民币 万元，大写：

### 四、付款方式及时间

\*\*\*（见磋商文件第四章）

### 五、交货安装

交货时间：

交货地点：

### 六、质量

乙方提供的标的物应符合国家相关质量验收标准，且能够提供相关权威部门出具的产品质量检测报告；提供的相关服务符合国家（或行业）规定标准。

### 七、包装

标的物的包装应按照国家或者行业主管部门的技术规定执行，国家或业务主管部门无技术规定的，应当按双方约定采取足以保护标的物安全、完好的包装方式。

### 八、运输要求

（一）运输方式及线路：

（二）运输及相关费用由乙方承担。

### 九、知识产权

乙方应保证甲方在中国境内使用标的物或标的物的任何一部分时，免受第三方提出的侵犯其知识产权的诉讼。

### 十、验收

（一）乙方将标的物送达至甲方指定的地点后，由甲乙双方及第三方（如有）一同验收并签字确认。

（二）对标的物的质量问题，甲方应在发现后向乙方提出书面异议，乙方在接到书面异议后，应当在 日内负责处理。甲方逾期提出的，对所交标的物视为符合合同的规定。如果乙方在响应文件及谈判过程中做出的书面说明及承诺中，有明确质量保证期的，适用质量保证期。

（三）经双方共同验收，标的物达不到质量或规格要求的，甲方可以拒收，并可解除合同且不承担任何法律责任，

### 十一、售后服务

（一）乙方应按磋商文件、响应文件及乙方在谈判过程中做出的书面说明或承诺提供及时、快速、优质的售后服务。

（二）其他售后服务内容：（响应文件售后承诺等）

### 十二、违约条款

（一）乙方逾期交付标的物、甲方逾期付款，按日承担违约部分合同金额的违约金。

（二）其他违约责任以相关法律法规规定为准，无相关规定的，双方协商解决。

### 十三、不可抗力条款

因不可抗力致使一方不能及时或完全履行合同的，应及时通知另一方，双方互不承担责任，并在 天内提供有关不可抗力的相关证明。合同未履行部分是否继续履行、如何履行等问题，双方协商解决。

### 十四、争议的解决方式

合同发生纠纷时，双方应协商解决，协商不成可以采用下列方式解决：

（一）提交仲裁委员会仲裁。

（二）向人民法院起诉。

### 十五、合同保存

合同文本一式五份，采购单位、供应商、政府采购监管部门、采购代理机构、国库支付执行机构各一份，自双方签订之日起生效。

十六、合同未尽事宜，双方另行签订补充协议，补充协议是合同的组成部分。

甲方：（章）

采购方法人代表：（签字）

开户银行：

帐号：

联系电话：

乙方：（章）

供应商法人代表：（签字）

开户银行：

帐号：

联系电话：

签订时间 年 月 日

附表：标的物清单（主要技术指标需与响应文件相一致）（工程类的附工程量清单等）

名称	品牌、规格、标准/主要服务内容	产地	数量	单位	单价 (元)	金额 (元)
**	**	**	**	**	**	**
合计：人民币大写：**元整						¥： **

## 第四章 采购内容与技术要求

### 一. 项目概况 :

内蒙古机电职业技术学院电子商务实训室项目

合同包1 (电子商务实训中心专用设备)

#### 1. 主要商务要求

标的提供的时间	自合同签订之日起30日内
标的提供的地点	内蒙古机电职业技术学院指定地点
投标有效期	从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天
付款方式	1期：支付比例100%，货到验收合格后采购人向中标供应商一次性支付100%货款
验收要求	1期：按国家标准或企业标准执行
履约保证金	收取比例：10%，说明：中标供应商应在中标通知书发出之日起3日内，向采购人指定账户交纳中标金额的10%作为履约保证金。质保期满后30日内，无任何质量及使用问题，采购人向中标供应商无息原额退还。
其他	

#### 2. 技术标准与要求

序号	核心产品（“△”）	品目名称	标的名称	单位	数量	分项预算单价（元）	分项预算总价（元）	面向对象情况	所属行业	招标技术要求
1		其他计算机设备及软件	其他计算机设备及软件	项	1.00	1,506,800.00	1,506,800.00	否	-	详见附表一

附表一：其他计算机设备及软件

参数性质	序号	具体技术(参数)要求						
	序号	产品名称		参数		数量	单位	备注
	1	服务器		技术参数详见附表1		1	台	三年质保
	2	监控摄像头		技术参数详见附表2		2	台	三年质保
	3	录像机		技术参数详见附表3		1	台	三年质保
	4	硬盘		技术参数详见附表4		1	块	三年质保
	5	有源数字音频处理器		技术参数详见附表5		1	台	三年质保
	6	专业双5寸全频扬声器		技术参数详见附表6		2	只	三年质保
	7	无线话筒		技术参数详见附表7		2	台	三年质保
	8	立式空调		技术参数详见附表8		1	台	三年质保
	9	壁挂式空调		技术参数详见附表9		1	台	三年质保
	10	24口千兆交换机		技术参数详见附表10		1	台	三年质保
	11	48口千兆交换机		技术参数详见附表11		1	台	三年质保
	12	直播产品展示柜		技术参数详见附表12		1	个	三年质保
	13	高清摄像头		技术参数详见附表13		1	个	三年质保
	14	直播专业声卡加直播麦克风		技术参数详见附表14		1	套	三年质保
	15	直播间附件		技术参数详见附表15		1	批	三年质保
	16	柔光箱		技术参数详见附表16		2	个	三年质保
	17	实训四人位学生桌		技术参数详见附表17		10	张	三年质保
	18	实训六人位学生桌		技术参数详见附表18		2	张	三年质保
	19	学生椅		技术参数详见附表19		50	把	三年质保

序号	子主项	技术参数详见附表	数量	单位	二年质保
20	讨论桌	技术参数详见附表20	1	组	三年质保
21	讨论椅	技术参数详见附表21	8	把	三年质保
22	播音桌	技术参数详见附表22	1	张	三年质保
23	播音椅	技术参数详见附表23	2	把	三年质保
24	讲台	技术参数详见附表24	1	张	三年质保
25	教师椅	技术参数详见附表25	1	把	三年质保
26	交互式平板	技术参数详见附表26	1	台	三年质保
27	打印复印扫描一体机	技术参数详见附表27	1	台	三年质保
28	在线学习平台系统	技术参数详见附表28	1	套	三年质保
29	电商系统	技术参数详见附表29	1	套	三年质保
30	云铺解析课程	技术参数详见附表30	1	套	三年质保
31	商品主图课程	技术参数详见附表31	1	套	三年质保
32	商品详情页课程	技术参数详见附表32	1	套	三年质保
33	商品图片拍摄课程	技术参数详见附表33	1	套	三年质保
34	商品上架课程	技术参数详见附表34	1	套	三年质保
35	商品标题撰写课程	技术参数详见附表35	1	套	三年质保
36	店铺装修（PC端+移动端）课程	技术参数详见附表36	1	套	三年质保
37	营销推广课程	技术参数详见附表37	1	套	三年质保
38	店铺数据分析课程	技术参数详见附表38	1	套	三年质保
39	店铺活动策划课程	技术参数详见附表39	1	套	三年质保
40	内容开放平台营销课程	技术参数详见附表40	1	套	三年质保
41	平台商家客服技能课程	技术参数详见附表41	1	套	三年质保
42	无界零售直播电商课程	技术参数详见附表42	1	套	三年质保
43	直播平台	技术参数详见附表43	1	套	三年质保
44	学生手册	技术参数详见附表44	50	套	三年质保
45	讲师手册	技术参数详见附表45	3	套	三年质保
46	电子商务数据分析应用实训系统	技术参数详见附表46	1	套	三年质保

备注：供应商的投标报价需包含项目所需的辅料设备，并且根据采购人要求在不改变现有网络架构的基础上，在规定时间内完成设备的安装调试。

附表1. 服务器

指标项	参数要求
配置要求	国产知名品牌, 标准2U机架式服务器
	★≥2颗英特尔® 至强® 处理器, , 主频≥1.9GHz, 每颗处理器不少于6核心;
	★≥64GB/DDR4内存, 最大支持1024GB
	★≥3块热插拔 1.2TB/SAS/10000RPM/2.5寸; 支持8个3.5"/2.5" SATA/SAS/SSD硬盘, 可内置两个2.5"SATA/SAS/SSD硬盘;
	≥2千兆网卡具有负载均衡、链路汇聚及冗余特性, 可有效减少网络延迟; 支持1个100M IPMI专用远程管理网口, 可实现KVM OVER IP带外管理;
	独立RAID卡1GB缓存/支持RAID 0,1,5,6,10,50,60,JBOD等級別;
	支持前置LCD液晶屏, 动态显示固定资产号、序列号、IP、MAC地址、电源功率、系统温度、RAID级别等硬件配置及运行状态信息, 便于管理和维护。
	支持内置嵌入式生物指纹识别模块、RSA公钥/私钥、开机密码保护、多重安全机制和策略保障, 保证等级保护要求的应用系统安全性保障, 系统数据安全性保障;
	支持应用数据容灾模块, 含数据CDP功能, 可以实现关键数据的实时保护及还原, 支持多种设备如服务器、磁盘阵列、PC机、手机等, 无客户端数量和CDP容量限制许可;
	支持虚拟化功能; 在虚拟化层实现防DDOS攻击保护, 提高虚拟化平台内部安全性; 提供平台资源池、物理机、虚拟机、存储池资源报表以及操作日志报表功能, 支持Excel格式的导出, 根据甲方所提供的图形定制开机logo。

附表2. 监控摄像头

指标项	参数要求
配置要求	最大图像尺寸: 1920 × 1080
	主码流帧率分辨率: 50 Hz: 25 fps (1920 × 1080, 1280 × 720)
	子码流帧率分辨率: 50 Hz: 25 fps (640 × 480, 640 × 360)
	视频压缩标准: 主码流: H.265/H.264 子码流: H.265/H.264/MJPEG
	视频压缩码率: 32 Kbps~8 Mbps
	H.264编码类型: BaseLine Profile/Main Profile/High Profile
	H.265编码类型: Main Profile
	音频压缩标准: G.711ulaw/G.711alaw/G.722.1/G.726/MP2L2/PCM/AAC
	音频压缩码率: 64 Kbps (G.711 ulaw/G.711 alaw) /16 Kbps (G.722.1) /16 Kbps (G.726) /32~160 Kbps (MP2L2) /16~64 Kbps (AAC)
	网络协议: TCP/IP, ICMP, HTTP, FTP, DHCP, DNS, RTP, RTSP, RTCP, NTP, SMTP, IGMP, QoS, UDP, Bonjour, SSL/TLS, HTTPS, DDNS, UPnP, 802.1x, IPv6
	日夜转换模式: 白天, 夜晚, 自动, 定时切换
	图像增强: 背光补偿, 强光抑制, 3D数字降噪
	图像设置: 饱和度, 亮度, 对比度, 锐度, AGC, 白平衡通过客户端或者浏览器可调
	接口网络: 1个RJ45 10 M/100 M自适应以太网口
	传感器类型: 1/2.7" Progressive Scan CMOS
	调节角度: 水平: 0°~360°, 垂直: 0°~75°, 旋转: 0°~360°
	最低照度: 彩色: 0.01 Lux @ (F1.2, AGC ON), 0 Lux with IR
	宽动态: 数字宽动态
	焦距&视场角: 2.8 mm, 水平视场角: 104.9°, 垂直视场角: 58.2°, 对角视场角: 123.2° 4 mm, 水平视场角: 81.3°, 垂直视场角: 43.6°, 对角视场角: 96.9° 6 mm, 水平视场角: 50.9°, 垂直视场角: 29.3°, 对角视场角: 58.1° 8 mm, 水平视场角: 39.4°, 垂直视场角: 21.7°, 对角视场角: 45.6°
	镜头尺寸接口: M12 ; 最大光圈数: F2.0
	不支持变倍变焦;
	补光距离: 最远可达30 m; 补光灯类型: 红外灯
	启动和工作温湿度: -30 °C~60 °C, 湿度小于95% (无凝结)
	供电方式: DC: 12 V ± 25%, 支持防反接保护 PoE: 802.3af, Class 3 (PoE型号支持)

附表3. 录像机

指标项	参数要求
配置要求	•1U 260系列机箱
	•最大支持4路1080P解码
	•支持PoE即插即用, 可接入4路/8路PoE IPC
	•推荐满接200W及以下相机, 最大支持400W相机接入
	•单百兆网口+4/8个PoE口
	•2个USB2.0接口
	•支持1个HDMI 口+1个VGA口 高清1080P输出
	•1盘位, 最大支持6TB硬盘
	支持通过互联APP实现远程预览回放
	存储方式: 硬盘

**附表4. 硬盘**

指标项	参数要求
配置要求	接口: SATA接口;
	界面: SATA 6Gb/秒
	缓存: 64MB
	硬盘尺寸: 3.5英寸
	容量: 4TB
	转数: 5900rpm

**附表5. 有源数字音频处理器**

指标项	参数要求
配置要求	集无线话筒、效果器、蓝牙、功放为一体;
	一键式操作, KTV模式, 影院模式, 讲解模式, 静音模式调用;
	采用真分集成极IC话筒方案, 工作频率700MHZ-900MHZ之间, 频道数≥200个, 采用红外对频方式; 手持具有静止自动开、关机功能; 话筒自动导频后认证的频率, 保留了记忆功能, 并可手动更改频率;
	针对每个输出声道具有独立的≥10段参数均衡, 压限, 延时, 增益, 低通, 高通, 低架, 高架等音频处理;
	针对话筒具有三种效果可选, 每个效果里都具有独立的≥15段参数均衡, 混响, 回声, 移频反馈抑制, 低通, 高通, 低架, 高架等音频处理;
	具有蓝牙4.0功能;
	type-c接口, 即插即用, 无需驱动

**附表6. 专业双5寸全频扬声器**

指标项	参数要求
配置要求	5英寸低频单元×2+1英寸高音号角;
	扬声器覆盖角度: 水平120°×垂直90°;
	频率响应: ≥100Hz-16000Hz ± 3dB;
	扬声器功率(持续/节目/峰值): 100/200/400W;
	灵敏度: ≥96 dB;
	最大声压级: ≥115dB;
	额定阻抗: 8Ω;
	分频点: ≥2.7KHz;
	输入接口: 1×NEUTRIK NL4MP四芯插座, 1+1-;

**附表7. 无线话筒**

指标项	参数要求
配置要求	手持发射器技术参数:
	载波频段: UHF610 ~ 920MHz
	振荡方式: PLL相位锁定频率合成
	谐波辐射: <-65dBm
	最大偏移度: ±45KHz
	频率响应: ≥45Hz ~ 18KHz ±3dB
	频带宽度: ≥120 Mhz
	拾音头: 动圈式
	RF功率输出: 10MW
	电池: AA x 2
	电流消耗: <100mA
	连续工作时间: >10小时

附表8 立式空调

指标项	参数要求
配置要求	制冷量 ≥7200W、制热量 ≥7700W;
	能效等级 3级; 匹数: 5批; 内机尺寸: 1882*587*394mm; 外机尺寸: 1032*1250*412mm
	支持上下扫风和除湿功能;
	制冷剂: R32

附表9. 壁挂式空调

指标项	参数要求
配置要求	制冷功率: ≥730W;
	扫风方式: 上下扫风
	制冷剂: R32;
	能效比: ≥4.21;
	匹数: ≥一匹;
	类型: 壁挂式;
	能效等级: 三级能效;

附表10. 24口千兆交换机

指标项	参数要求
配置要求	交换容量≥335Gbps 、转发性能≥50Mpps;
	固化10/100/1000M以太网端口; 固化1G SFP光接口≥4个;
	要求所投设备MAC地址≥16K
	★支持静态路由、RIP/RIPng、OSPFv2/OSPFv3等三层路由协议。
	★要求所投产品端口浪涌抗扰度≥10KV (即具备10KV的防雷能力)

附表11. 48口千兆交换机

指标项	参数要求
配置要求	交换容量 $\geq 430\text{Gbps}$ 、转发性能 $\geq 85\text{Mpps}$
	固化10/100/1000M以太网端口=48, 固化1G SFP光接口 $\geq 4$ 个;
	MAC地址 $\geq 16\text{K}$ 、支持静态路由、RIP/RIPng、OSPFv2/OSPFv3等三层路由协议
	要求所投设备支持1对1、1对多、多对1和基于流的镜像; 且支持RSPAN和ERSPAN
	★要求所投产品端口浪涌抗扰度 $\geq 10\text{KV}$ (即具备10KV的防雷能力)
	★支持静态路由、RIP/RIPng、OSPFv2/OSPFv3等三层路由协议

附表12. 直播产品展示柜

指标项	参数要求
配置要求	产品规格 $\geq 400\text{mm宽} \times 300\text{mm深} \times 2400\text{mm高}$
	主要施工材质: 生态板
	成品生态板加工 $\geq 400 \times 300$ 规格
	安装T5装饰灯管
	局部安装套色装饰板

附表13. 高清摄像头

指标项	参数要求
配置要求	分辨率: $\geq 1080\text{p}/60\text{fps}$ , MJPEG
	对焦类型: 自动对焦
	内置麦克风: 全项麦克风, 带降噪滤波器
	可连接三角架通用安装夹, 适用于笔记本电脑、LCD 或显示器
	线缆长度: $\geq 1.5$ 米 Type-c线缆
	适用于: Windows 10 和macOS 10.14及更高版本

附表14. 直播专业声卡加直播麦克风

指标项	参数要求
配置要求	连接主体: 手机, 台式电脑, 笔记本
	使用方式: 桌面式
	伴奏输入: 蓝牙
	扬声方式: 耳机
	传输方式: 有线
	电池续航: 4-6小时
	旋钮: 6个均衡旋钮
	音效: 20种主持音效
	支持12种电音基调
	麦克风: 手持动圈麦

配件: 麦夹头、USB充电线、话筒线、话筒支架

灵敏度:  $-52\text{dB}\pm 2\text{dB}$

输出阻抗:  $600\Omega\pm 15\%$

附表15. 直播间附件

指标项	参数要求
配置要求	大号悬臂支架、防震架、卡农线、USB连接线、监听耳机、手机转换器

**附表16. 柔光箱**

指标项	参数要求
配置要求	环形灯LED摄影灯美颜灯拍照灯直播补光灯网红化妆柔光灯主播美颜嫩肤室内拍摄手机

**附表17. 实训四人位学生桌**

指标项	参数要求
配置要求	钢木结构, 规格: 四人位 $\geq 1600\text{mm} \times 1200\text{mm} \times 750\text{mm}$ 。 台面采用E1级25mm厚免漆颗粒密度板, 表面光滑、平整, 整体美观大方, 耐酸碱、耐高温、耐腐蚀、不吸水、抗老化, 无毒不褪色, 材质坚硬, 牢固可靠。 桌架主管采用 $\geq 1.2\text{mm}$ 厚 $\geq 20\text{mm} \times 60\text{mm}$ 优质方管一次压制而成, 全部钢件采用纳米陶瓷镀膜防锈处理。 桌腿两侧和台面下设置走线钢槽, 以方便走线, 使用安全且整洁美观。台面上方加专用木制挡板连接件为专用金属连接件, 结实耐用 (台面、钢架颜色可选)

**附表18. 实训六人位学生桌**

指标项	参数要求
配置要求	钢木结构, 规格: 六人位规格: $\geq 2400 \times 1200 \times 750\text{mm}$ 。 台面采用E1级25mm厚免漆颗粒密度板, 表面光滑、平整, 整体美观大方, 耐酸碱、耐高温、耐腐蚀、不吸水、抗老化, 无毒不褪色, 材质坚硬, 牢固可靠。 桌架主管采用 $\geq 1.2\text{mm}$ 厚 $\geq 20\text{mm} \times 60\text{mm}$ 优质方管一次压制而成, 全部钢件采用纳米陶瓷镀膜防锈处理。 桌腿两侧和台面下设置走线钢槽, 以方便走线, 使用安全且整洁美观。台面上方加专用木制挡板连接件为专用金属连接件, 结实耐用 (台面、钢架颜色可选)。

**附表19. 学生椅**

指标项	参数要求
配置要求	座椅钢架采用 $\geq 25\text{mm}$ 圆管焊接而成, 钢管壁厚 $\geq 2.0\text{mm}$ 。 材质:所有板均为SPCC一级优质冷轧钢管, 厚度不小于 $2.0\text{mm}$ 。 生椅为钢架网布弓形椅, 靠背为尼伦加玻纤背架, 座、背面材料为进口尼伦网阻燃面料, 表面平整处理、耐磨, 经防污、防尘、抗菌、抗静电、抗摩擦等特殊处理, 产品经过燃烧性能测试。 海绵: 回弹率 $\geq 48\%$ , 拉伸强度 $\geq 100\text{KPa}$ , 撕裂强度 $\geq 2.0\text{N/cm}$ , 75%压缩永久变形 $\leq 7\%$ , 25%压陷硬度 $120 \pm 10\text{N}$ , 表面有防腐和防变形保护膜, 软硬适中, 回弹性好, 不变形, 符合GB/T 10802-2006标准。3、座板内部: 优质环保E1级多层板, 含水率达7~10%, 胶合强度 $\geq 0.75\%$ , 甲醛释放量 $\leq 0.6\text{mg/L}$ , 符合GB/T 9846-2015和GB 18580-2001标准

**附表20. 讨论桌**

指标项	参数要求
配置要求	板材采用优质三聚氰胺饰面的刨花板基材, 基材经过防虫防潮防腐处理, 表面防刮耐磨, 面板厚度 $\geq 25\text{mm}$ , 2mm PVC封边, 挡板厚度 $\geq 15\text{mm}$
	侧脚: 冷轧钢, 厚度 $\geq 1.2\text{mm}$ , 高温静电喷粉
	横梁: 冷轧钢, 厚度 $\geq 1.2\text{-}1.8\text{mm}$ , 高温静电喷粉
	脚轮: $\geq 2.5\text{mm}$ 尼龙脚轮, 可换成底脚。
	规格: $\geq 1600\text{*}1600\text{*}750\text{mm}$

附表21. 讨论椅

指标项	参数要求
配置要求	采用优质网布面料, 防磨防污性好; 颜色可选
	辅料: 采用优于或等于45#高密度、高弹力海绵, 可防氧化、防碎, 软硬适中, 回弹性良好, 不易变形;
	架子: $\geq 1.4$ 厚钢制喷涂脚架。
	规格: $\geq 470\text{*}500\text{*}790\text{mm}$ 。
	功能: 座板可翻起。 黑色棉座包

附表22. 播音桌

指标项	参数要求
配置要求	钢木结构, 规格: 六人位规格: $\geq 1800\text{mm} \times 800\text{mm} \times 750\text{mm}$
	台面采用E1级 $\geq 25\text{mm}$ 厚免漆颗粒密度板, 表面光滑、平整, 整体美观大方, 耐酸碱、耐高温、耐腐蚀、不吸水、抗老化, 无毒不褪色, 材质坚硬, 牢固可靠。
	桌架主管采用厚 $\geq 1.2\text{mm}$ , $\geq 20\text{mm} \times 60\text{mm}$ 优质方管一次压制而成, 全部钢件采用纳米陶瓷镀膜防锈处理。
	桌腿两侧和台面下设置走线钢槽, 方便走线。台面上方加专用木制挡板连接件为专用金属连接件, 结实耐用(台面、钢架颜色可选)。

附表23. 播音椅

指标项	参数要求
配置要求	座椅钢架采用直径 $\geq 25\text{mm}$ 圆管焊接而成, 钢管壁厚 $\geq 2.0\text{mm}$ 。
	材质:所有板均为SPCC一级优质冷轧钢管, 厚度不小于2.0mm。
	生椅为钢架网布弓形椅, 靠背为尼伦加玻纤背架, 座、背面材料为进口尼伦网阻燃面料, 表面平整处理、耐磨, 经防污、防尘、抗菌、抗静电、抗摩擦等特殊处理, 产品经过燃烧性能测试。
	海绵: 回弹率 $\geq 48\%$ , 拉伸强度 $\geq 100\text{KPa}$ , 撕裂强度 $\geq 2.0\text{N/cm}$ , 75%压缩永久变形 $\leq 7\%$ , 25%压陷硬度 $120\pm 10\text{N}$ , 表面有防腐和防变形保护膜, 软硬适中, 回弹性好, 不变形, 符合GB/T 10802-2006标准。3、座板内部: 优质环保E1级多层板, 含水率达7~10%, 胶合强度 $\geq 0.75\%$ , 甲醛释放量 $\leq 0.6\text{mg/L}$ , 符合GB/T 9846-2015和GB 18580-2001标准。

附表24. 讲台

指标项	参数要求
配置要求	规格: $\geq 1150*780*1000$ (长宽高) mm。 讲桌主体材料采用 $\geq 1.5$ mm冷轧钢板。讲桌采用钢木结合构造, 桌体上部分采用圆弧设计。讲台整体设计符合人体力学原理, 提供实木扶手。
	工艺: 脱脂、磷化、静电喷塑、溜平固化, 重点部位须采用一次冲压成型技术; 所有钣金部分均采用激光切割加工, 所有尖角倒圆角不小于R3, 保证使用者和维护者不划伤。
	桌面由一把机械锁控制, 采用环环相扣设计, 显示器盖板、键盘打开, 展示台抽屉逐步打开。关闭时只要把显示器翻转锁住, 此时整个桌面成一个平面状态。可在讲台上设置输入电源控制总开关, 用IC卡的形式, 能防一定的技术性开启。桌面预留配有 $\geq 4$ 个USB接口, $\geq 1$ 个HDMI接口, $\geq 1$ 个网线接口, $\geq 1$ 个MIC, $\geq 1$ 个VGA, $\geq 2$ 个三孔电源预留接口孔。
	讲桌上下层采用分体式设计, 桌面部分和桌体部分自成一体。 显示器盖板和键盘、鼠标部分采用联动式设计。显示器盖板可装置23.5寸液晶宽屏显示器; 键盘前面放置一体中控或者分体中控系统。 右侧抽屉可放置实物展示台, 承重6公斤, 关闭后, 所有设备都隐藏在讲台内。 上柜尺寸 $\geq 1150*780*340$ mm, 下柜尺寸 $\geq 810*630*660$ mm, 桌面到地面尺寸为 $\geq 900$ mm高, 显示器开孔为 $\geq 570$ mm.

**附表25. 教师椅**

指标项	参数要求
配置要求	尼伦加纤靠背, 座面采用尼伦网布阻燃面料, 表面平整处理、耐磨, 经防污、防尘、抗菌、抗静电、抗摩擦等特殊处理, 产品经过燃烧性能测试(续燃时间、阴燃时间、损毁长度)合格, 符合GB/T 17591-2006阻燃织物标准。
	海绵: 采用优质20#海绵, 回弹率 $\geq 48\%$ , 拉伸强度 $\geq 100$ KPa, 撕裂强度 $\geq 2.0$ N/cm, 75%压缩永久变形 $\leq 7\%$ , 25%压陷硬度 $120 \pm 10$ N, 软硬适中, 回弹性好, 不变形, 符合GB/T 10802-2006标准。3、座板内部: 优质环保E1级多层板, 含水率达7~10%, 胶合强度 $\geq 0.75$ %, 甲醛释放量 $\leq 0.6$ mg/L, 符合GB/T 9846-2015和GB 18580-2001标准。
	PU扶手, SGS三级认证气压杆, 电镀钢脚, $\geq 50$ mmPU轮, 结实、耐压不变形。

**附表26. 交互式平板**

指标项	参数要求
配置要求	显示尺寸: $\geq 86$ 英寸; 显示比例 $16:9$ , 可视角度 $\geq 178^\circ$ , 具备防眩光效果。 ★ 物理解析度 $3840 \times 2160$ , 4K极清。 为保证显示效果, 屏幕显示部分的面积占比 $\geq 80\%$ 。 整机外壳采用金属材质, 抗撞抗划抗腐蚀, 同时防潮防湿, 提高产品可靠性。
	屏体类型: D-LED背光源, A规屏。 屏幕对比度 $\geq 1200: 1$ , 亮度: $\geq 400\text{cd}/\text{m}^2$ , 屏幕显示灰度分辨等级达256灰阶或以上。 整机厚度 $\leq 12\text{cm}$ ; 待机功耗 $\leq 0.5\text{W}$ 。 内置Android系统, 系统版本Android8.0或以上, 4核CPU, $\geq 8\text{G}$ 运行内存, $\geq 128\text{G}$ 系统存储空间。 ★任意通道下可以通过呼出侧边栏实现清除安卓系统应用缓存功能, 无需重启系统即可一键清理释放内存, 加速系统运行。 支持Windows、Android双系统教学, 可在Android系统上实现白板书写、网页浏览等功能。 自带扬声器 $\geq 2$ 个, 功率 $\geq 2*15\text{W}$ 。 大屏机身提供VGA输入口 $\geq 1$ 组 (带音频输入)。 大屏机身提供HDMI输入口 $\geq 2$ 组, 其中一组位于前面板。 大屏机身提供TOUCH OUT $\geq 2$ 组, 其中一组位于前面板。 触控技术: 支持20点红外触控; 触摸方式: 手指、笔或其他任何非透明物体。 大屏机身与插拔式电脑的接口为行业标准的80pin OPS-C接口, 不接受企业私有接口。 所投产品“静电放电抗扰度”、“浪涌（冲击）抗扰度”、“连续波传导骚扰抗扰度”、“连续波辐射骚扰抗扰度”, 符合GB/T17618-2015的相关要求且测试结果达到性能判据A的标准。 采用OPS-C模块化电脑方案 接口严格遵循Intel相关规范, 针脚数为标准80Pin 搭载Intel酷睿系列i5 八代CPU; 8G DDR4运行内存或以上; 256GSSD固态硬盘或以上 至少提供7个USB接口, 其中至少4个为USB3.0接口, 1个Type-C接口 视频输出接口: HDMI $\geq 1$ 个 支持2.4G/5G双频wifi 所投设备具备隐藏式Reset按钮, 可实现重启复位功能 具备防盗锁功能 为保证兼容性, OPS与大屏要求为同一品牌。 支持4k清晰度高清视频流畅解码播放, 支持显示信号输出到4K显示器上; USB外设全兼容, 如USB存储、Ukey、高拍仪、扫描仪等, 均可识别兼容; 为保障所投设备质量优异, 可靠性高, 要求所投设备平均故障间隔时间 (MTBF) $\geq 200000$ 小时。

附表27. 打印复印扫描一体机

指标项	参数要求
配置要求	打印机: 打印复印速度: $\geq 20$ 页/分钟; 打印纸张: A4; 黑白打印 打印复印分辨率 $\geq 600 \times 600\text{DPI}$ 扫描类型: 平板式
	扫描分辨率: $\geq 1200 \times 1200\text{DPI}$

附表28. 在线学习平台系统

指标项	参数要求
-----	------

功能说明	<p>支持线上直播和录播形式的人才培养，平台具备管理端和学员端，可为院校独立建一所线上分校，实施在线教学和学员管理。核心系统功能支持学员管理、课程管理，支持录播、直播、面授、混合等课程类型，作业管理，支持课程分析，学员分析等。</p> <p><b>≥100个账号，三年免费更新系统</b></p> <p>学员管理：针对学校的学员用户进行创建、管理，查看档案与学习情况。</p> <p>创建学员：支持学员的自主注册与后台录入（代创建），支持批量导入学员；</p> <p>查看学员：可查看学员的档案信息；</p> <p>学员信息修改：可修改学员的资料信息（除手机号和账号名）；</p> <p>学员账号禁用与启用：禁用后，学员不可以再登录系统，不可再学习课程。可根据具体情况随时禁用或者恢复学员账号；</p> <p>学员检索：可根据手机号、账号名、真实姓名搜索学员；</p> <p>查看学员学习情况：可查看到学员的课程、做题等学习情况明细；</p> <p>资源管理：教学学习平台拥有资源库管理系统，可在资源库里进行学科分类，教学资源内容上传等操作；</p> <p>资源上传：支持自行上传多种类教学资源：视频（3gp、ASF、avi、dat、dv、flv、f4v、m2t、m4v、mj2、mjpe、mkv、mov、mp4、mpe、mpg、mpeg、mts、ogg、ot、rm、rmvb、swf、ts、vob、wmv、webm）、PPT、PDF、音频。</p> <p>资源转码与存储：上传视频资源后，可直接在线转码并存储，最大单个视频资源文件支持2G</p> <p>资源预览：视频资源的在线预览与播放；</p> <p>资源共享：同一学校内所有账号可根据权限共享资源库中已上传资源</p> <p>学科创建：支持创建多专业学科，支持编辑已创建的学科名称。</p> <p>学科禁用与启用：可根据自身教学的发展情况随时禁用和开启学科信息</p> <p>校区创建：支持创建学校下的不同校区，支持校区编辑、校区停用和启用</p> <p>课程管理</p> <p>多类型课程选择：支持录播课、直播课、面授课、混合课等类型课程；</p> <p>课程创建：规定课程观看权限、有效期、配置课程的随堂练习、设置课程的体验权限、设置课程出售价格，设置课程内容、上课时间、课程目录展示顺序等功能；</p> <p>课程管理：查看课程内容信息，针对不同状态的课程进行上下架操作。可根据课程名称、课程分类（资源库学科）等筛选查找课程。随时编辑课程内容，删除课程和课程教学内容等操作</p> <p>课程学习：不同课程类型展示界面不同，支持文档课程、视频课程、音频课程、直播课程的在线学习。支持课程学习时在线记录笔记。支持课程学习时在线做题，即时评判结果。</p> <p>课程统计：可在课程内查看已经已报名学员的针对此课程的学习情况。包括报名时间、上课次数，完课状态等。</p> <p>课程资料：支持上传课程资料，支持多格式课程资料：PPT、word、excel、pdf等格式，支持课程资料下载。</p> <p>考试管理：支持题库创建与使用，考试的创建。满足学校针对学生的考试、以及学生平时的自我练习训练等功能。</p> <p>题库创建：支持自定义专业学科类型，支持多题库创建，题库的权限绑定，多类型试题创建与批量导入（单选、多选、判断、填空、简答、材料），支持对试题的编辑与审核操作</p> <p>试卷创建：支持多类型考试的应用（真题、模拟题、课后练习、随堂作业等），支持试卷的自创建试题和从题库中批量导入试题，设定答题时间和分数；</p> <p>科目与章节管理：题库专属的科目体系，可以与资源库相关联，也可以独立存在。支持三级创建，支持试题与最小级关联</p> <p>考试创建：支持固定考试与随机试题两种模式的考试，考试内容的审批；驳回与发布，支持考试内容的编辑，支持未发生和已发生考试的删除；</p> <p>题库的使用：支持PC端和移动页面的在线答题，支持错题自动记录，支持收藏试题；</p>

考试的使用: 支持PC端和移动页面的在线考试
考试统计: 支持考试统计, 包括参考人员, 考试得分, 参考时间, 交卷时间, 交卷情况, 自动批卷(不含主观题型)
课后管理: 支持老师向学生布置作业, 批量发布, 批改作业等功能
留作业: 可根据课程批量指定学生, 从题库中选择试卷批量发布给学生, 支持试卷类型的作业, 支持自定义作业, 支持作业带有附件, 附件支持视频文件和文档文件
查看作业: 预览作业详情;
批改作业: 针对学生提交的作业进行批改;
回复作业: 针对老师批改的作业进行回复, 参与讨论等。
学习中心: 学员拥有独立的学习中心, 可以在学习中心选择课程学习, 看到参加的考试试卷等功能。
课程学习、参加考试、完成作业、找回密码
系统设置: 拥有权限的管理员, 可根据学校自身情况进行相关系统设置
网校管理: 设计PC端展示模板
微网校管理: 设计H5-展示网校页面展示样式;
发布学员通知: 可针对学员批量发布通知(站内信息的形式, 不支持手机短信和邮件)
技术参数: 系统采用B/S架构, 易于升级和维护, 便于数据的管理并能充分保证数据的安全, 数据敏感信息加密存储。
采用Java/J2EE标准技术, 充分保证系统的架构开放性、稳定性
采用稳定的J2EE体系, 三层架构, 可靠的业务模块和组装等技术手段, 充分保证系统的运行稳定、可靠、高效性;
在界面展示、网络传输、业务逻辑处理等多个层面保证系统的效率;
简单易用性: 界面统一、整洁、操作灵活方便
系统具备完善的权限管理, 能进行数据权限、菜单权限等设置, 可从登录界面、登录网址等区分不同端口、各类角色的登录, 保障信息安全
要求投标时提供现场演示。

**附表29. 电商系统**

指标项	参数要求
	<p>整体说明:</p> <p>电商物流一体化供应链生态平台是一个融合电商和物流全流程的平台, 与京东商城前端、商家后台、仓储管理流程和功能模块一致, 帮助学生熟悉真实电商和物流流程操作, 让学生在走向相关企业岗位时能够快速上手。该平台可以满足电子商务专业和物流管理专业核心课程日程实训教学, 可以实现电商运营、电商营销、客服售后、出入库管理、库存盘点等基本流程操作实训, 实现真实的电商平台化销售实践; 该平台支持系统支持开设<math>\geq 2</math>个店铺, 1个店铺支持真实电商实战业务, 一个店铺支持虚拟实训业务的分离, 满足多场景运营营销需求; 平台的功能模块包含但不限于以下内容:</p>
	商家中心: 店铺管理: 店铺信息、店铺客服、店铺装修等, 店铺装修支持使用模板进行页面布局;
	经营管理: 经营类目;
	物流管理: 地址管理、配送设置等;
	订单管理: 商品评价、我的订单, 支持订单信息的批量导出;
	商品管理: 类目管理、商品发布、店铺商品管理、店铺商品回收站、商品导入等;
	优惠促销: 优惠券、满减满折、限时折扣、裂变券、新人价、新人券管理等;
	客户管理: 客户查询、人群管理、消息群发管理等;
	商品评价管理: 可查看当前店铺内商品购买后的评价, 可针对每条商品评价进行回复, 支持多次回复; 评价信息支

功能说明	<p>持图片和文字描述;</p> <p>.退货售后管理: 退款售后管理、服务评价管理; 售后申请支持“退款”、“退款退货”、“换货”, 可以对申请售后的订单进行审核;</p>
	用户中心
	<p>用户注册/登录: 可使用手机号注册与登录;</p>
	购物流程: 查找商品、商品列表页、购物车、订单结算;
	账号管理: 账号信息、公司管理、账号安全;
	订单管理: 我的订单、已购商品列表、评价管理;
	退款/售后管理、服务评价管理;
	支付管理: 在线支付;
	虚拟资产: 我的优惠券;
	关注中心: 商品收藏、浏览历史;
特色: 体验: 完善的装修功能, 支持多样风格需求; 友好的页面风格, 精细化购物交互, 提升转化; 会员互动与服务支持;	
融合: 全渠道会员、商品、订单管理;	
功能: 支持店铺搭建、运营、仓储物流、客服售后、推广营销全流程;	
多组织权限: 结合组织价架构与岗位、系统角色, 进一步确定用户账户的数据权限和界面操作权限, 实现复杂的认证和授权需求;	
学校管理端	
权限管理	
<p>★组织架构管理: 设置不同的人员对于后台的操作权限, 支持功能(菜单+各页面操作)权限, 数据权限; 支持权限的重新设置、编辑、停用和启用; 设置操作权限的子账号登录后, 仅可以管理该账号权限所具备的菜单和功能操作;</p>	
可同时支持 $\geq 100$ 人在线学习实训(分组教学);	
★系统支持开设 $\geq 2$ 个店铺, 1个店铺支持真实电商实战业务, 一个店铺支持虚拟实训业务的分离;	
学生端: 店铺开设模块	
<p>.系统提供店铺设置模块, 学生可以自定义店铺经营类目、经营品类、店铺logo、店铺简介、店铺运费模板等;</p>	
系统提供自定义商品属性, 学生可以自定义设置商品的属性描述;	
★系统提供客服设置模块, 在线接待店铺访客, 并可以使用管理后台查看实时监控、历史数据、会话记录; 设置接待组、访客端、客服端。	
系统提供物流设置, 学生可以设置多个退货地址和发货地址, 并对地址进行管理;	
★系统提供配送设置, 学生可以设置店铺发货常用物流快递商、运费计算方式及运费模板, 也可以通过配置商品编码, 实现与物流管理系统对接; 系统提供单品运费模板。	
商品管理模块	
提供多个一级类目、二级类目供学生选择, 让学生根据实训要求选择合适的类目进行新商品的添加;	
提供完善商品标题、商品规格参数(产地、尺寸、重量等)、商品属性(属性可自定义)、商品展示图片、商品详细介绍、商品发布至移动端、售后物流(运费)库存、价格、销售方式、售后说明、是否可使用优惠券等内容设置功能, 能够全面展示商品信息;	
提供在售商品查询功能, 学生可以通过商品名称、商品编码、SKU编码、商品货号、店铺分类、库存区间、商品状态进行快速查询商品;	
提供在售商品管理功能, 支持批量下架商品。修改能够实现对在售商品的管理, 包括商品信息修改、商品上架、库	

1	存维护等操作； ★提供商品发布功能，系统会校验设置的商品内容，校验成功会同步平台，待平台审核完成后可上架；
	评价管理模块  提供商品评价查询功能，学生可以通过商品名称、商品编码、SKU编码、评价时间、评价等级、订单编号等信息进行精确搜索，以便于快速定位商品评价范围；
	提供商品评价回复功能，学生可以针对每条商品评价，对当前评价进行回复，可多次回复；
	订单管理模块  提供订单查询功能，学生可以从订单号、下单时间、订单状态、订单金额等信息精准查询店铺订单；
	提供修改价格功能，买家下单后，可以调整订单金额，输入实际调整金额，正数为增加订单相应金额，负数为降低订单相应金额；
	★系统提供订单导出功能，可将选中订单批量导出，支持批量订单导出；
	促销管理模块  提供优惠券管理功能，学生可以新建管理店铺优惠券，可以通过优惠券名称进行筛选和查询。
	提供多种促销活动，包括优惠券、满减满折、限时折扣、裂变券、新人价、新人券管理等；
	提供优惠促销管理功能，学生可以根据促销类型、活动时间、SKU编码、促销状态等维度进行搜索和筛选，可以针对不同状态活动，可以执行查看、暂停和重启等不同操作；
	★会员管理模块  提供会员信息查询功能，学生可以通过用户名、手机号等进行快速筛选搜索；提供管理会员功能，学生可以进行管理会员；
	物流管理模块  提供发货地址和退货地址设置功能，学生可以新建和编辑地址信息；
	★提供配送设置功能，学生可以设置店铺发货常用物流快递商、运费计算方式及运费模板；并完成订单履约；
	提供配置不同运费模板功能，学生可以设置店铺运费模板，可以为特定区域添加对应区域的运费模板，如设置区域运费模板、同城配送模板；系统可以与物流仓库系统数据对接，实现订单全流程信息化，实现电商物流全流程的场景体验。
	售后管理模块  系统提供售后查询功能，学生可以通过退款/售后单号、申请时间、订单编号、退款金额、退款/售后类型、退款/售后状态等快速查询售后信息；
	系统提供售后申请详细信息查看，学生可以查看用户申请售后的详细信息；
	系统提供售后管理操作功能，学生可以对用户的售后申请执行相关的审核操作（同意、拒绝）；
	店铺管理模块  可支持PC端店铺首页、商品详情页、活动页的装修功能，并支持从支持PC端店铺首页到商品详情页、活动页之间的跳转；
	★提供PC端装修的基础组件包含轮播图、等分图片、图片组合、商品、楼层标题、热词，可单击或拖拽添加；
	★系统店铺装修提供页面装修过程中的实时预览，帮助学生更好的查看店铺装修效果和调整当前的装修设计；
	暂不支持PC端交易流程，例如注册登陆、搜索、商品类表页、结算页、订单详情页、售后等其他页面，可通过移动端体验。
	技术参数：  采用微服务架构，基于DDD领域模型将复杂的商城业务拆分成多个单一职责的微服务，而后根据具体的业务场景选

支撑微服务适合的并发语言及组件。同时每个服务具备高扩展性，高稳定性；
前端商城采用 Taro 框架，实现 H5 和小程序一套代码提高开发效率，前端组件化方便满足商城部分的高度定制。
前端运营后台部分采用微前端架构，解耦前端子模块框架的使用方便子模块的接入，主框架采用 Vue、Vuex、Vue-router，整体采用组件模块化的思想，方便以后的扩展和修改以及定制化开发。
每个微服务部署在独立容器中，根据业务场景确定微服务的部署规模；每个微服务对外提供rest api。服务间通过http进行通讯。前后端数据分离，可适配PC终端。

**附表30. 云铺解析**

指标项	参数要求
课程简介	课程简介：本课程是对课教学并真实运营的电商系统平台的功能模块操作说明和关键流程说明，帮助学者快速学习和掌握电商系统平台的功能使用、云铺的功能使用，线上PDF形式。
云铺操作解析	
商家入驻及认证流程	
微信小程序开通及授权发布	
店铺装修与小程序装修	
商品选择与编辑	
订单处理	
系统化设置	
客户沟通与客户服务	
数据分析：运营数据 产品数据 客户数据	
资金筹集规划	
营销策划与推广	

**附表31. 商品主图**

指标项	参数要求
课程简介	课程简介：本课程将介绍商品拍摄主图视频和主图拍摄的要求与制作方法，帮助学者通过专业、风格化、迎合受众需求的视觉主图将商品传达给消费者。
PPT: ≥78页 视频≥4个 课时: ≥4课时	
课程大纲：	
1-商品拍摄主图视频上：了解商品主图视频，基本要求，制作方式	
2-商品拍摄主图视频下：视频制作方式，如何拍摄商品主图视频	
3-商品拍摄主图拍摄要求上：了解商品主图，清除主图基本规范，拍摄准备	
4-商品拍摄主图拍摄要求下：主图常见误区、拍摄要点、展示逻辑	

**附表32. 商品详情页**

指标项	参数要求
课程内容	课程简介: 本课程将介绍商品详情页的主图制作技巧、制作须知、排版布局、文案策划和优化要素。帮助学者将商品的信息清晰地传达给消费者, 从而能让消费者在更短的时间下单, 促成交易。
	PPT: $\geq 78$ 页 视频 $\geq 7$ 个 课时: $\geq 7$ 课时
	课程大纲:
	详情页之主图制作技巧
	详情页制作须知
	详情页之排版布局
	详情页之文案策划
	详情页优化三要素之快
	详情页优化三要素之准
	详情页优化三要素之满

**附表33. 商品拍摄**

指标项	参数要求
课程内容	课程简介: 一组好的图片是提高点击率、转化率的重要前提, 本课程将介绍商品拍摄创意拍摄、商品拍摄的方式和商品拍摄要点, 帮助学者把商品真实、清晰的呈现在客户面前。
	PPT: $\geq 119$ 页 视频: $\geq 6$ 个 课时: $\geq 6$ 课时
	课程大纲:
	1-商品拍摄创意拍摄上: 用户思维挖掘创意
	2-商品拍摄创意拍摄下: 产品思维卖点放大
	3-商品拍摄方式介绍上: 自己拍摄商品图片及商业摄影公司拍照
	4-商品拍摄方式介绍下: 认识常用拍摄器材, 拍摄计划撰写
	5-商品拍摄要点讲解上: 场景、外观、对比拍摄
	6-商品拍摄要点讲解下: 特征拍摄、卖点拍摄、基本构图

**附表34. 商品上架**

指标项	参数要求
课程内容	课程简介: 商品上架是商家向消费者展示所售商品的第一步, 本课程帮助电商运营的初学者了解上架商品后台一系列运营规则, 掌握多种常用工具, 了解行业和竞争对手的信息, 了解商品属性、关键词等设置, 这样才能更好地实现产品的销售与运营。
	PPT: $\geq 98$ 页 视频: $\geq 6$ 个 课时: $\geq 6$ 课时
	课程大纲:
	商品上架前类目销售概况简析
	商品上架前买家购买分析
	商品上架前商品属性分析
	商品上架前行业关键词分析上
	商品上架前准备行业关键词分析下
	上架前行业竞品分析

**附表35. 商品标题撰写**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍商品标题如何撰写、搜索流量剖析打造完美标题和单品数据分析商品标题分析, 帮助电商运营的初学者, 零基础学习、快速入门, 掌握商品标题撰写的要点知识和干货技巧。
	课程资源:
	PPT: $\geq 81$ 页 视频 $\geq 4$ 个 课时: $\geq 4$ 课时
课程内容	课程大纲:
	商品标题撰写
	搜索流量剖析-完美标题 (上): 标题制作、标题流量天花板
	搜索流量剖析-完美标题 (下): 副标题、标题优化
	单品数据分析商品标题分析

**附表36. 店铺装修 (PC端+移动端)**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍PC端和移动端的店铺首页装修、活动页装修和关联营销模块制作。帮助学者打造精美、高档的店铺装修, 提升店铺转化率。
	课程资源:
	PPT: $\geq 600$ 页 视频: $\geq 20$ 个 课时: $\geq 100$ 课时
课程内容	课程大纲:
	PC端首页制作
	PC端自定义页面制作
	PC端关联营销模块制作
	移动端首页制作
	移动端活动页面制作
	移动端关联营销制作

**附表37. 营销推广**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍京东店铺开设和类目商品推广的流程和技巧, 帮助学者通过营销推广活动提高商品转化率。
	课程资源:
	PPT: $\geq 200$ 页 视频: $\geq 10$ 个 课时: $\geq 72$ 课时
课程内容	课程大纲:
	店铺开设
	类目商品推广

**附表38. 店铺数据分析**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍商品行业数据分析、店铺流量分析、产品三维分析、产品推广分析、客户数据分析、客服数据分析和售后数据分析, 帮助学者通过数据分析, 提升店铺运营效率、降低运营成本、增强用户体验。
	课程资源: PPT: $\geq 250$ 页 视频: $\geq 25$ 个 课时: $\geq 79$ 课时
	课程大纲: 商品行业数据分析 商品店铺流量分析 商品产品三维分析 商品产品推广分析 店铺客户数据分析 店铺客服数据分析 店铺售后数据分析
课程内容	

**附表39. 店铺活动策划**

指标项	参数要求
	课程简介: 一场成功的店铺营销活动能够提升店铺的曝光度、顾客的购买热情和回购次数、增加店铺销量。本课程将介绍1-X店铺周年庆活动策划方案, 以案例方式教会学者如何进行店铺活动策划。
	课程资源: PPT: $\geq 30$ 页 视频: $\geq 4$ 个 课时: $\geq 30$ 课时
课程内容	课程大纲: 店铺年度活动策划方案

**附表40. 内容开放平台营销**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍京东内容开发平台营销、内容优化、购物圈推广和视频购, 帮助学者吸引客流量、增强店铺竞争力。
	课程资源: PPT: $\geq 100$ 页 视频: $\geq 8$ 个 课时: $\geq 40$ 课时
课程内容	课程大纲: 京东内容开发平台营销 内容优化 购物圈推广 视频购

**附表41. 平台商家客服技能**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程将介绍客服软件使用、售前处理和售后处理的方法, 帮助学者提升店铺服务质量, 增强用户体验感和店铺品牌口碑。
课程内容	课程资源:  PPT: $\geq 200$ 页 视频: $\geq 15$ 个 课时: $\geq 92$ 课时
	课程大纲:  客服软件使用 售前处理 售后处理

**附表42. 无界零售直播电商**

指标项	参数要求
	课程简介: 本课程介绍通过直播与短视频来为电商引流的要点知识和干货技巧, 帮助学生建立品牌。
课程内容	课程资源:  PPT: $\geq 1270$ 页 视频: $\geq 54$ 个 课时: $\geq 54$ 课时
	课程大纲:  电商直播市场分析与直播卖货方法 京东直播账号运营 京东直播基础操作解析 主播选拔管理及自我修养 直播前准备 直播电商团队搭建 OBS推流工具使用 直播方案设计及规划 直播脚本撰写 直播控场技巧 客户运营 直播实操 直播间数据分析技巧及流量闭环设计 基础运营 抖音算法 内容创作 潜在客户运行 精准引流 职业素养培养

**附表43. 直播平台**

指标项	参数要求
	介绍直播后台显示功能  通过实时计算直播间的流量、跟单、互动等数据, 辅助主播在直播过程中进行直播间实时数据监控, 快速查看本场

	<p>次数据表现，赋能主播把控直播间整体营销节奏，调整内容运营策略。同时，大屏支持主播随时分享直播间带货成绩，无需等待隔日离线数据生成；</p> <p>战绩大屏特点如下：</p>
	<p>实时计算：直播状态下，场次数据每分钟自动更新，支持主播手动刷新。</p> <p>趋势监控：支持查看直播间在直播中的预估成交金额、预估成交单数及访问人次实时累计数据，便于主播监控趋势拐点，调整运营策略。</p>
	<p>直播实时战绩大屏操作</p> <p>页面入口</p> <p>直播列表：</p> <p>进入路径：直播平台-直播列表-实时战绩</p> <p>操控台：</p> <p>进入路径：直播平台-直播列表-进入操控台-查看实时战绩</p>
	<p>介绍模块功能</p> <p>直播场次信息：包含直播间ID、直播标题、开始时间、直播时长、数据更新时间、数据刷新频率、数据更新倒计时、直播间二维码等基础信息</p> <p>核心数据概览：包含直播中引导的成交金额、成交父单量等核心跟单数据，以及直播间访问人次、点赞数、评论数、新增粉丝数等互动流量数据</p> <p>核心数据分钟走势：直播中的成交金额、成交父单量及直播间访问人次累计数据实时趋势图，点击tab可进行指标切换，便于主播及时察觉直播间流量及交易拐点，调整内容运营策略</p> <p>主播信息：包含主播名称、主播头像等个人信息，分享直播战绩的同时进行个人宣传推广</p> <p>商品销售情况：包括“购物袋商品成交”、“全部商品成交TOP100”；</p>
	<p>数据中心</p> <p>核心总览</p> <p>核心总览功能介绍</p> <p>以内容引导统一逻辑数据为基础，次日更新汇总直播间流量、互动、跟单等核心数据，支持历史累计与按天查询模式，帮助主播获取直播整体效果，及时复盘直播情况；</p> <p>核心总览操作说明</p> <p>页面入口</p> <p>直播平台-数据中心-核心总览</p> <p>直播平台-直播列表-数据详情</p>
	<p>介绍模块功能</p> <p>筛选器：分渠道：分平台：APP端、M端、指定直播间id查询支持多场直播间查询用英文逗号隔开</p> <p>指标卡与趋势图：</p> <p>指标包括：直播观看人次、直播观看人数、引导成交订单数、引导成交订单金额 时间范围：近30天、近7日、昨日、自定义时间段（时间跨度≤35天） 注意：日期是统计日期，不具开播日期。数据为所选时间段内累计数据</p>

<p>表格区域：</p> <p>时间范围：历史累计、按天查看，历史累计是直播间创建开始至统计日期的累计数据，不受日期筛选限制，按天查看是按日期筛选所选择的统计日期来展示每天的数据，筛选条件一致的情况下按天统计的合计数据与上方指标卡汇总数据一致； 展示内容：直播间 id 、 直播标题 、 开播方式 、 直播时间 、 统计日期 、 流量数据 、 订单数据、互动数据； 支持下载功能：下载支持1000条记录；因为下载有条数限制，如果按天下载的统计结果和汇总指标卡数据不一致，可以先检查是否已达1000条记录，如果已达，可缩短查询时间范围；</p> <p>流量来源：</p> <p>为支持主播复盘流量来源数据，在“按天查看”区域中增加流量来源数据展示，数据第二天更新并统计全时段（包括回放等）内容，且采用独立统计口径，进行了风控过滤，数据更精准；</p> <p>a. 入口：表格区域——按天查看——表格操作区域“流量来源”</p> <p>b. 来源数据展示：包括渠道名称、观看人次占比、观看人数占比，支持下载数据。</p>
<p>商品分析</p> <p>介绍商品分析功能</p> <p>为更好支持主播选品及复盘，建设商品分析看板，支持主播按日、按周、按月查看热销商品及分直播间查询商品热销情况；</p> <p>特点：</p> <p>统一口径，次日更新：采用统一的数据逻辑，多平台口径一致，每天更新前一天数据，更适合全面复盘使用</p> <p>多维度数据：支持主播筛选按日、按周、按月的数据，覆盖购物袋及通过直播引导的商品，同时，根据所选时间段支持按商品汇总排行及分直播间查询商品热销情况；</p>
<p>商品分析操作</p> <p>页面入口</p> <p>直播平台-数据中心-商品分析</p> <p>直播平台-数据中心-核心总览-表格操作</p>
<p>介绍模块功能</p> <p>筛选器：包含日期类型（按日、按周、按月）、统计时间段、渠道、平台、商品类型（内嵌商品、引导商品）、直播间id、商品id等信息可筛选；</p> <p>内嵌商品与引导商品的含义：内嵌商品为直播间购物袋里的商品，引导商品为不在购物袋中但是通过直播引导用户浏览或下单的商品；</p> <p>指标卡：指标卡为按统计日期段累计当日及7日引导成交商品件数、引导成交金额，趋势图为时间周期内每日/周/月对应数据走势，趋势图随指标卡切换；</p>
<p>表格区域：</p> <p>热销商品数据-按商品：按统计时间段汇总商品销售数据，包括当日、7日引导成交商品件数、成交子单量、成交金额、成交人数、引导商详、引导加购等相关数据；</p>

	<p>热销商品数据-按直播间: 按统计时间段汇总每场直播引导带来的商品销售数据, 包括当日、7日引导成交商品件数、成交子单量、成交金额、成交人数、引导商详、引导加购等相关数据;</p>
	<p>用户分析</p> <p>用户分析功能介绍</p> <p>根据直播间访问、购买用户及主播粉丝的基础特征、消费能力、地域分布等画像信息进行设计, 为主播提供全面了解用户的途径, 辅助主播选品备货、定位目标用户</p> <p>特点:</p> <p>多视角分析: 支持按主播及区分单场直播两种视角分析用户群体特征, 其中主播视角为近30天内访问/购买用户的特征画像, 直播间视角为从直播开始日期起7天内访问/购买用户的画像;</p> <p>多维度分析: 支持获取访问用户、购买用户及粉丝的基础特征、地域特征、消费力、用户属性等内容的分析, 更多维度辅助主播全面了解用户群体, 为后续选品、圈人等营销工作提供支持;</p>
	<p>用户分析操作说明</p> <p>页面入口</p> <p>直播平台-数据中心-核心总览</p> <p>模块功能介绍</p> <p>筛选器: 包括用户行为类型、用户类型、直播间id, 默认直播间id为空, 查询为主播视角数据, 根据近30天用户行为进行计算, 若输入直播间id则自动切换为直播间视角分析, 根据开播日期开始7日用户行为计算;</p> <p>图表区域: 包括当前查询信息文案提示、基础特征区域、地域区域、消费力区域、更多区域;</p> <p>查询信息文案提示</p> <p>当查询为主播视角时, 查询的提示信息包括用户行为类型+用户类型, 根据近30天用户行为进行计算;</p> <p>当输入直播间id查询单场直播间内的用户特征时, 查询的提示信息包括用户行为类型+用户类型+直播间id, 根据开播日期开始7日用户行为计算;</p> <p>基础特征: 包括性别、年龄、婚姻、学历、职业;</p> <p>地域区域: 根据用户常用收货地区进行统计, 地域包括常用收货省份、常用收货城市;</p> <p>消费力区域: 用户的购物特征, 根据消费力可辅助制定营销策略与选品, 消费力包括京享值、促销敏感度、购买力、购买偏好品牌TOP10、购买偏好品类TOP10,</p> <p>更多区域: 包括PLUS会员占比、粉丝占比, 当筛选器中用户类型选择“粉丝”时, 粉丝占比项目隐藏;</p>
	<p>佣金收入</p> <p>佣金收入功能介绍</p> <p>以联盟CPS跟单数据为基础, 为已注册联盟的达人主播提供当天及历史直播渠道下的CPS订单量、金额及预估佣金信息, 支持单场及CPS订单明细粒度查看及下载, 为主播在直播后台提供效果、商品、收入等一站式查询与分析服务;</p> <p>说明: CPS佣金数据来源于联盟平台, 直播平台仅展示直播渠道相关内容, 实际结算收入及其他渠道等以联盟平台为准;</p>
	<p>佣金收入操作说明</p>

<p>页面入口</p> <p>直播平台-数据中心-佣金收入</p> <p>模块功能介绍</p> <p>筛选器：包括佣金类型、统计时间类型、日期筛选、直播间id等，默认展示当天实时数据，可通过切换“实时数据”与“历史数据”进行时间切换；同时，提供联盟平台入口，主播可通过该入口进入联盟平台进行结算及查看更多计佣信息；</p> <p>指标卡：指标卡为按统计日期段累计的有效引入订单量、有效引入订单金额、预估佣金；</p> <p>表格区域：按直播间展示有效引入订单量、有效引导订单金额、预估佣金，支持下载，点击“查看”可查看对应已付款或已下单的订单明细数据；</p>	
<p>数据口径与指标解释</p> <p>指标解释</p> <p>指标名称 指标解释</p> <p>直播观看人次 本场直播浏览次数</p> <p>直播观看人数 本场直播浏览去重人数</p> <p>点赞次数 本场直播点赞次数</p> <p>点赞人数 本场直播点赞去重人数</p> <p>评论次数 本场直播评论次数</p> <p>评论人数 本场直播评论去重人数</p> <p>分享次数 本场直播分享次数</p> <p>分享人数 本场直播分享去重人数</p> <p>关注主播人数 本场直播关注主播去重人数</p> <p>关注店铺人数 本场直播关注店铺去重人数</p> <p>引导进商详次数 本场直播引导至商品详情页浏览次数</p> <p>引导进商详人数 本场直播引导至商品详情页浏览去重人数</p> <p>引导进店人次 本场直播引导至店铺浏览次数</p> <p>引导进店人数 本场直播引导至店铺浏览去重人数</p> <p>引导加购次数 本场直播引导加购次数</p> <p>引导加购人数 本场直播引导加购去重人数</p>	
<p>维度</p> <p>平台</p> <p>目前操控台数据主要覆盖的平台包括APP与M（也称H5），APP即为客户端，M（H5）是指通过链接形式在手机上进行浏览的形式，比如通过手机浏览器观看直播、打开分享到微信的直播间等形式都是属于M（H5）的；</p>	

<p>流量来源渠道说明</p> <p>对直播间的访问来源进行拆分与识别统计，常见来源及说明如下：</p> <p>直播：指通过直播频道内访问到直播间，包括频道首页的资源位、直播间（或预告页）内的资源位、连麦</p> <p>活动：通天塔搭建活动页面</p> <p>店铺：通过店铺相关页面中资源位进入直播间</p> <p>商品详情页：通过商详页面中资源位进入直播间，包括主图、楼层等</p> <p>搜索：通过搜索结果中穿插的资源位进入直播间</p> <p>直播分享回流：分享到站外的直播间，打开后跳转至APP端观看</p> <p>广告：通过广告投放触达直播间</p> <p>主播操控台分享：主播通过分享操控台中二维码或链接到其他平台，用户通过H5的链接形式打开观看直播</p> <p>为你推荐-精选：APP端首页为你推荐的精选tab</p> <p>为你推荐-直播：APP端首页为你推荐的直播tab</p> <p>下拉二楼：APP端首页下拉二楼</p> <p>视频：通过视频详情页或视频说明页进入直播</p> <p>发现、发现好货、排行榜、超市等频道：通过上述频道进入直播间</p> <p>直播间滑动：APP端在直播间观看时上下滑动可进入其他直播间，通过观看其他直播，用户上下滑动进入本场直播</p> <p>消息PUSH：通过消息中心发送的消息触达进入直播间</p> <p>达人主页：通过达人主页露出的资源位进入直播间</p> <p>小程序（H5）：通过购物等小程序观看直播</p>	<p>口径说明</p> <p>直播观看：</p> <p>用户对直播预告页及直播间详情页的浏览及观看 引导商详浏览：</p> <p>在同一访次内用户通过直播内嵌商品进入商品或店铺，会记为直播为该商品产生引商，并且在同一访次内用户访问同店铺sku，也记为内容引导进商。 什么是内嵌商品？直播间购物袋包含的商品（不包含系统自动为用户推荐的商品，或用户经特殊路径访问的商品）；</p> <p>引导加购：</p> <p>用户通过直播在同一访次内浏览过的同店铺商品，在当天加购，记为直播的引导加购。或者用户在直播间（含预告页）直接加购，也计算在内。</p> <p>引导进店：</p> <p>用户通过直播进入sku A的商详后，同一访次内对sku A所属的店铺进行了访问；</p> <p>用户通过直播直接进入店铺页</p> <p>引导成交：</p>
---	---

	<p>用户通过浏览直播触发了跟单条件，包括从直播对SKU A进商、或直接加购、或进店，并在当日内对SKU A及其同店商品下单成交，记为直播的当日引导成交</p> <p>★平台需支持国家级赛项和省级赛项等锻炼师生能力的活动</p>
--	--

**附表44. 学生手册**

指标项	参数要求
课程内容	课程简介：学生手册为学生提供标准化的学习指导手册，帮助学生理解、掌握课程的关键内容。本手册内容包括商品拍照及详情页制作、商品上架与标题撰写、店铺装修、营销推广、店铺数据分析、店铺活动策划、京东开放平台营销和平台商家客服技能。
	课程资源：
	word: ≥610页 手册: ≥50个
	课程大纲：
	商品拍照及详情页制作
	商品上架与标题撰写
	店铺装修
	营销推广
	店铺数据分析
	店铺活动策划

**附表45. 讲师手册**

指标项	参数要求
课程内容	课程简介：讲师手册为讲师提供标准化的授课指导手册，帮助讲师理解、掌握、传承课程的关键资料。本手册内容包括商品拍照及详情页制作、商品上架与标题撰写、店铺装修、营销推广、店铺数据分析、店铺活动策划、京东开放平台营销和平台商家客服技能。
	课程资源：word: ≥790页 手册: ≥8个
	课程大纲：1-商品拍照及详情页制作
	商品上架与标题撰写
	店铺装修
	营销推广
	店铺数据分析
	店铺活动策划
	京东开放平台营销
	平台商家客服技能

**附表46. 电子商务数据分析应用实训系统**

指标项	参数要求
	★系统自带店铺数据中心，提供市场、竞争、流量、品类、物流、服务、交易等电子商务数据，内置零食、水产肉类等一级行业类目，同时也包含各子类目如饼干/膨化、豆干制品/蔬菜干、糕点/点心、奶酪/乳制品、巧克力、生肉/肉制品、熟食/凉菜/私房菜、新鲜蔬菜/蔬菜制品、水果制品等行业数据。

★系统实训任务包含电子商务数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写五大模块。

其中市场数据分析包含行业数据分析、竞争数据分析；

运营数据分析包含客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析；

产品数据分析包含产品行业数据分析、产品能力数据分析

数据监控与报告撰写包含数据监控、数据分析报告撰写两大任务；

系统提供方案制作编写协助功能，提供多个数据采集与处理方案模板、数据分析报告模板，协助用户快速完成方案、报告撰写；

★全面的数据分析维度，电子商务数据分析系统涵盖电子商务数据资源库，包含客户数据库、推广数据库、销售数据库、供应链数据库、市场和竞争数据库。提供完整的数据指标分析维度。客户数据需包含客户增长率、复购率、满意度、客单价等；推广数据需包含访客数、浏览量、点击率、跳失率、收藏数、转化率、ROI等；销售数据需包含销售数量、销售金额、毛利额、毛利率等；供应链数据需包含采购单价、采购数量、采购成本、产品规格、产品库存数、存销比、SKU动销率、物流订单总数、发货订单数、揽收订单数、签收订单数、物流异常订单数、物流时效、物流好评量、物流差评量；市场竞争数据需包含市场容量、产品搜索指数、产品交易指数、目标客户群、行业发展趋势、产品销售额、转化率、客单价、营销活动、爆款产品、商品评价等；

系统同时提供电子商务订单中心、关键词推广、推广活动、仓储管理、客服中心等商务操作模拟界面，可供多维度查询数据、和报表生成，进行数据分析。

全面的数据分析情境，电子商务数据分析系统涵盖较全的数据分析应用情境，包含客户数据分析情境、推广数据分析情境、销售数据分析情境、供应链数据分析情境、市场和竞争数据分析情境。系统支持自定义情境添加；

软件提供动态数据，支持数据实时监控和异常情况反馈。

★数据分析报告撰写，提供富文本编辑器和在线表格处理工具，同时内置方案素材库，包含图表、数据表格、报告案例和模板等，可进行灵活操作和撰写。

产品采用B/S结构，在硬件能满足的条件下对客户端无限制；

产品采用python数据处理，满足数据多方面处理需求；

内部使用可视化插件满足日常所需的可视化需求；

自主研发在线表格处理工具，满足常用算数需求和表格处理；

采用微服务架构和实现多任务级负载需求，支持不同量级用户并发需求；

开发单位必须拥有软件企业认定证书、高新企业证书、ISO9001质量体系认定证书等企业资质；

软件必须有软件著作权证书；

★软件开发单位提供免费的教学资源网站(包括行业资讯、经典案例、精品课程、相关PPT、教学视频、教学大纲、人才培养计划、在线实训)；（须提供网站地址及网站截图）；

软件开发单位提供在线信息化教学平台使用。要求投标时提供现场演示。

平台包括首页、技能、班级、社区。

技能模块需要提供网络营销、职场工具、网店运营、前端/设计、电商概论、移动电商、跨境电商、市场营销、国际贸易课程训练模块。

班级模块中可以包括最新班级、最热班级、班级人数、已发布等功能模块，同时可以通过院校名称、班级名称、班级ID进行班级的搜索。

社区模块包括全部主题、最新、热门、热帖、精华、更多。另外可以查询到我的主题、我的回复、能量等信息。也看查询到今日贴数、昨日贴数、总贴数、用户数。

功能说明	<p>点评功能模块中可以看到已经点评和未点评的信息。</p> <p>商城中包括兑换商城、兑换记录、常见问题等</p> <p>功能模块</p> <p>教师端：</p> <p>班级管理</p> <p>查看班级：查看班级学生登录名、真实姓名、状态情况等；</p> <p>学生状态确定：对班级学生进行激活或冻结操作；</p> <p>编辑学生：对学生的基本信息进行修改，且可对学生密码进行重置；</p> <p>删除学生：对已有学生进行删除操作。</p> <p>实训管理</p> <p>创建实训</p> <p>编辑实训</p> <p>删除实训</p> <p>查看实训</p> <p>实训评价</p> <p>资源管理</p> <p>发布、查看、编辑、删除实训任务；</p> <p>试题配置、内容配置、资源配置；</p> <p>★增加、编辑、删除资源模板：采集数据方案模板资源、处理数据方案模板资源、数据分析报告模板资源、数据监控报告模板资源等。</p> <p>管理员端：</p> <p>系统管理：基础管理、数据备份和恢复等；</p> <p>教师管理：添加、删除、管理老师。</p> <p>学生端：</p> <p>数据采集与处理方案制定：通过提供的方案框架结构、模板及案例，撰写市场数据采集与处理方案、运营数据采集与处理方案、产品数据采集与处理方案；</p> <p>市场数据分析：通过对目标行业发展数据分析、市场需求数据分析、目标客户分析、竞争对手竞品和竞店数据的分析，撰写数据报告，发现问题并提出解决方案；</p> <p>运营数据分析：通过对客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析与供应链数据分析，撰写数据报告，发现问题并提出解决方案。客户数据分析包含客户分类、客户画像绘制、客户忠诚度分析、客户行为分析等任务。推广数据分析包含流量结构分析、关键词推广效果分析、活动推广效果分析等任务。销售数据分析包含交易数据分析和服务数据分析；供应链数据分析包含采购数据分析、物流数据分析和仓储数据分析。要求投标时提供现场演示。</p> <p>产品数据分析：结合任务情境及任务要求，进入生意参谋，针对产品搜索指数及产品交易指数进行分析。通过数据分析方法，对产品的获客能力及盈利能力进行分析，包含商品利润分析、商品SKU分析等任务，提出运营指导意见；要求投标时提供现场演示。</p>
------	---

数据监控与报告撰写：根据系统提供的数据监控中心，对运营、推广等不同类型数据进行监控，进行数据监控报表、数据跟踪报表制作并记录，鉴别数据异常并分析。根据数据分析结果，提出运营优化建议，撰写数据分析报告，包含店铺活动数据通报、市场环境分析报告、店铺运营整体分析报告等任务。要求投标时提供现场演示。

★软件开发单位需有校企合作的实践经验，需要有全国电子商务职业教育校企合作服务基地资质证明。并能提供至少五家电子商务公司合作声明及至少五家电子商务专业院校合作证明。

★软件开发单位有已经运营成熟的校企对接公共服务外包平台，该平台可为学生提供 $\geq 600$ 企业、 $\geq 120$ 真实企业任务、 $\geq 1000$ 岗位需求、 $\geq 16$ 种互联网电商相关岗位。提供证明文件以及网站截图。

## 第五章 供应商资格证明及相关文件要求

供应商应提交证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的相关文件，并作为其响应文件的一部分，所有文件必须真实可靠、不得伪造，否则将按相关规定予以处罚。

### 1. 法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明：

法人包括企业法人、机关法人、事业单位法人和社会团体法人；其他组织主要包括合伙企业、非企业专业服务机构、个体工商户、农村承包经营户；自然人是指《中华人民共和国民法通则》（以下简称《民法通则》）规定的具有完全民事行为能力、能够承担民事责任和义务的公民。如供应商是企业（包括合伙企业），要提供在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”；如供应商是事业单位，要提供有效的“事业单位法人证书”；供应商是非企业专业服务机构的，如律师事务所、会计师事务所要提供执业许可证等证明文件；如供应商是个体工商户，要提供有效的“个体工商户营业执照”；如供应商是自然人，要提供有效的自然人身份证明。

这里所指“其他组织”不包括法人的分支机构，由于法人分支机构不能独立承担民事责任，不能以分支机构的身份参加政府采购，只能以法人身份参加。“但由于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业具有其特殊性，如果能够提供其法人给予的相应授权证明材料，可以参加政府采购活动”。

### 2. 财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（详见资格性审查表要求）

### 3. 具有履行合同所必须的设备和专业技术能力的声明。

### 4. 供应商加政府采购前三年内在经营活动中没有重大违法记录书面声明函。

### 5. 信用记录查询

（1）查询渠道：通过“信用中国”网站([www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn))和“政府采购网”（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）进行查询；

（2）查询截止时点：本项目资格审查时查询；

（3）查询记录：对列入失信被执行人、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、信用报告进行查询；

采购人或采购代理机构应当按照查询渠道、查询时间节点、查询记录内容进行查询，并存档。对信用记录查询结果中显示供应商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供应商作无效投标处理。

### 6. 按照磋商文件要求，供应商应当提交的资格、资信证明文件。

## 第六章 评审

### 一、评审要求

#### 1.评标方法

综合评分法：是指响应文件满足磋商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。（最低报价不是中标的唯一依据。）

#### 2.评审原则

2.1 评审活动遵循公平、公正、科学和择优的原则，以磋商文件和响应文件为评审的基本依据，并按照磋商文件规定的评审方法和评审标准进行评审。

2.2 具体评审事项由磋商小组负责，并按磋商文件的规定办法进行评审。

#### 3.磋商小组

3.1 磋商小组由采购人代表和评审专家共3人以上单数组成，其中评审专家人数不得少于磋商小组成员总数的2/3。

3.2 磋商小组成员有下列情形之一的，应当回避：

(1) 参加采购活动前三年内，与供应商存在劳动关系，或者担任过供应商的董事、监事，或者是供应商的控股股东或实际控制人；

(2) 与供应商的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；

(3) 与供应商有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系；

3.3 磋商小组负责具体评审事务，并独立履行下列职责：

(1) 审查、评价响应文件是否符合磋商文件的商务、技术等实质性要求；

(2) 要求供应商对响应文件有关事项作出澄清或者说明，与供应商进行分别磋商；

(3) 对响应文件进行比较和评价；

(4) 确定成交候选人名单，以及根据采购人委托直接确定供应商；

(5) 向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评审中发现的违法行为；

(6) 法律法规规定的其他职责。

#### 4.澄清

磋商小组在对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。供应商的澄清、说明或者更正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。

4.1 磋商小组不接受供应商主动提出的澄清、说明或更正。

4.2 磋商小组对供应商提交的澄清、说明或更正有疑问的，可以要求供应商进一步澄清、说明或更正。

#### 5.有下列情形之一的，视为供应商串通投标：

(1) 不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；

(2) 不同供应商委托同一单位或者个人办理投标事宜；

(3) 不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；

(4) 不同供应商的响应文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；

(5) 不同供应商的响应文件相互混装；

(6) 不同供应商的投标保证金为从同一单位或个人的账户转出；

说明：在项目评审时被认定为串通投标的供应商不得参加该合同项下的采购活动

#### 6.有下列情形之一的，属于恶意串通投标：

(1) 供应商直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关情况并修改其投标文件或者响应文件；

(2) 供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改投标文件或者响应文件；

(3) 供应商之间协商报价、技术方案等投标文件或者响应文件的实质性内容；

(4) 属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加政府采购活动；

(5) 供应商之间事先约定由某一特定供应商成交、成交；

(6) 供应商之间商定部分供应商放弃参加政府采购活动或者放弃成交、成交；

(7) 供应商与采购人或者采购代理机构之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商成交、成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

#### 7.投标无效的情形

详见资格性审查、符合性审查和磋商文件其他投标无效条款。

#### 8.废标（终止）的情形

出现下列情形之一的，采购人或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

(1) 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

(2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

(3) 在采购过程中符合磋商要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足3家的，但经财政部门批准的情形除外；

(4) 法律、法规以及谈判文件规定其他情形。

#### 9.定标

磋商小组按照磋商文件确定的评审方法、步骤、标准，对响应文件进行评审。评审结束后，对供应商的评审名次进行排序，确定供应商或者推荐成交候选人。

## 二.政府采购政策落实:

### 1.节能、环保要求

采购的产品属于品目清单范围的，将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，具体按照本采购文件相关要求执行。

### 2.对小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位给予价格扣除

依照《政府采购促进中小企业发展管理办法》、《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》和《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》的规定，凡符合要求的小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位，按照以下比例给予相应的价格扣除：（监狱企业、残疾人福利性单位视同为小、微企业）

#### 合同包1（电子商务实训中心专用设备）

序号	情形	适用对象	价格扣除比例	计算公式
1	小型、微型企业，监狱企业，残疾人福利性单位	非联合体	6%	本项目对属于小型和微型企业的投标人的投标报价给予相应百分比的扣除，用扣除后的价格参与评审。残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受同等价格扣除，但同时属于残疾人福利性单位和小微企业的，不重复价格扣除。

注：（1）上述评标价仅用于计算价格评分，成交金额以实际投标价为准。（2）组成联合体的大中型企业和其他自然人、法人或者其他组织，与小型、微型企业之间不得存在投资关系。

### 3.价格扣除相关要求。

#### （1）所称小型和微型企业应当同时符合以下条件：

①符合中小企业划分标准；

②提供本企业制造的货物、承担的工程或者服务，或者提供其他中小企业制造的货物。本项所称货物不包括使用大型企业注册商标的货物。

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。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。

（2）在政府采购活动中，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策：

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法》订立劳动合同的从业人员。

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《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策。

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。

（3）投标人属于小微企业的应填写《中小企业声明函》；监狱企业须投标人提供由监狱管理局、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；残疾人福利性单位应填写《残疾人福利性单位声明函》，否则不认定价格扣除。

说明：投标人应当认真填写声明函，若有虚假将追究其责任。投标人可通过“国家企业信用信息公示系统”（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>），点击“小微企业名录”（<http://xwqy.gsxt.gov.cn/>）对投标人和核心设备制造商进行搜索、查询，自行核实是否属于小微企业。

（4）提供投标人的《中小企业声明函》、《残疾人福利性单位声明函》（格式后附，不可修改），未提供、未盖章或填写内容与相关材料不符的不予价格扣除。

## 三、评审程序

### 1.资格性审查和符合性审查

资格性审查。依据法律法规和磋商文件的规定，对响应文件中的资格证明文件等进行审查，以确定投标供应商是否具备投标资格。（详见后附表一资格性审查表）

符合性审查。依据磋商文件的规定，从响应文件的有效性、完整性和对磋商文件的响应程度进行审查，以确定是否对磋商文件的实质性要求作出响应。（详见后附表二符合性审查表）

资格性审查和符合性审查中凡有其中任意一项未通过的，评审结果为未通过，未通过资格性审查、符合性审查的投标单位按无效投标处理。

## 2. 磋商

（1）磋商小组所有成员应当集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。

（2）在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。

对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时、同时通知所有参加磋商的供应商。

供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求进行最终报价或重新提交响应文件，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附法定代表人授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

## 3. 最后报价

磋商结束后，磋商小组应当要求所有实质性响应的供应商在规定时间内提交最后报价。最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。

已提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

## 4. 政府采购政策功能落实

对于小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位给予价格扣除。

## 5. 综合评分（详见后附表三详细表）

由磋商小组采用综合评分法对提交最后报价的供应商的响应文件和最后报价进行综合评分（得分四舍五入保留两位小数）。

## 6. 汇总、排序

评审结果按评审后总得分由高到低顺序排列。评审得分相同的，按照最后报价由低到高的顺序推荐。评审得分且最后报价相同的，按照技术指标优劣顺序推荐。上述相同的，按照提供优先采购产品证明材料的数量进行排序；以上均相同的属于保护环境、不发达地区和少数民族地区企业的优先。

表一资格性审查表：

合同包1（电子商务实训中心专用设备）

具有独立承担民事责任的能力	审查供应商有效的营业执照或事业单位法人证书或执业许可证或自然人的身份证明。
具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	审查投标人2019或2020年度经会计师事务所出具的财务审计报告或其基本开户银行出具的近一年内的银行资信证明。
有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	1. 提供递交投标文件截止之日前一年内（至少一个月）的良好缴纳税收的相关凭据。（以税务机关提供的纳税凭据或银行入账单为准）2. 提供递交响应文件截止之日前一年内（至少一个月）缴纳社会保险的凭证。（以专用收据或社会保险缴纳清单为准）注：其他组织和自然人也需要提供缴纳税收的凭据金额缴纳社保的凭据。依法免税或不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金。
具有履行合同所必须的设备和专业技术能力	审查供应商出具的“具有履行合同所必须的设备和专业技术能力”声明。
参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录	审查“参加本采购活动前3年内”供应商书面声明函；
信用记录	到提交响应文件的截止时间，供应商未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。
落实政府采购政策需满足的资格要求	无

表二符合性审查表：

合同包1（电子商务实训中心专用设备）

投标及保证金缴纳情况	按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证）
投标报价	投标报价（包括分项报价，投标总报价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。

投标文件规范性、符合性	响应文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合磋商文件要求；响应文件文件的格式、文字、目录等符合磋商文件要求或对投标无实质性影响。
主要商务条款	审查供应商出具的“满足主要商务条款的承诺书”，且进行签署、盖章。
联合体投标	符合关于联合体投标的相关规定
技术部分实质性内容	1.明确所投标的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.响应文件应当对磋商文件提出的要求和条件作出明确响应并满足磋商文件全部实质性要求。
其他要求	磋商文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。

表三详细评审表：

电子商务实训中心专用设备

评审因素	评审标准	
分值构成	满足招标文件要求通过初步评审的且投标报价最低的为评标基准价。符合小型、微型企业等规定进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。	
1、技术部分50.0分		
2、商务部分20.0分		
3、报价得分30.0分		
技术部分	技术需求的响应程度(20.0分)	供应商所投产品完全满足招标文件要求的得20分。重要技术指标★负偏离一项扣2分，一般技术指标负偏离一项扣1分，扣完为止。
	技术方案(10.0分)	方案设计完整，系统功能划分准确，有针对性的细化方案，可操作性强，具有针对性、延续性、扩展性得7-10分；较为全面得3-6分；一般得1-2分；提供的不得分。
	完成项目的能力情况(5.0分)	综合比较各投标供应商专业人员配备情况，项目组成员，配备充足，工作经验等方面，切合实际得3-5、一般得2-1分进行评价；未提供不得分。
	演示(10.0分)	本项目须提供现场演示，每满足1条得1分，最多得10分。注：供应商自备演示设备（电脑）和网络环境，演示时间不超过10分钟（不包括演示准备时间），演示顺序按顺序进行演示。
	产品性能(5.0分)	投标产品使用过程中的先进性、稳定性、操作性及维护性完全满足要求得3-5、一般得2-1分进行评价；未提供不得分。
商务部分	培训方案(5.0分)	培训方案全面、合理可行，培训人员、培训时间、培训项目清晰得4-5分；较为全面可行、清晰得2-3分；一般得1分；未提供的不得分。
	服务承诺及方案(5.0分)	投标供应商具有完整的售后服务方案和健全的服务体系，包括服务时间、响应时间、出现质量问题的应对措施、验收方案、售后服务承诺等内容的详细性及针对性得4-5分；较为全面，基本合理得2-3分；一般得1分；未提供服务方案的不得分。
	投标企业精准服务信息(2.0分)	企业列出详细的服务机构、地址、联系电话、联系人得2分，不完备的或不提供的不得分。
	同类项目业绩(8.0分)	提供2018年11月至今销售的同类产品业绩的采购合同和中标通知，每份加1分，最高得8分。

投标报价	投标报价得分 (30.0分)	投标报价得分= (评标基准价/投标报价) ×价格权值×100 (注: 满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。) 最低报价不是中标的唯一依据。
------	----------------	--

## 第七章 响应文件格式与要求

供应商提供响应文件应按照以下格式及要求进行编制，且不少于以下内容。

格式一：

### 响应文件封面

#### (项目名称) 响应文件

(正本/副本)

项目编号：

包号： 第包 (若项目分包时使用)

(供应商名称)

年 月 日

格式二：

响应文件目录

- 三、投标承诺书
- 四、首轮报价表
- 五、授权委托书
- 六、投标保证金
- 七、供应商基本情况表
- 八、提供具有独立承担民事责任的能力的证明材料
- 九、提供具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的证明材料
- 十、提供依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录
- 十一、具有履行合同所必须的设备和专业技术能力的声明
- 十二、参加政府采购前三年内在经营活动中无重大违法记录书面声明
- 十三、联合体协议书
- 十四、中小企业声明函
- 十五、监狱企业
- 十六、残疾人福利性单位声明函
- 十七、分项报价明细表分项报价明细表
- 十八、主要商务要求承诺书
- 十九、技术偏离表
- 二十、项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等
- 二十一、项目组成人员一览表
- 二十二、供应商业绩情况表
- 二十三、各类证明材料

格式三：

投标承诺书

采购单位、内蒙古国诏招标代理有限公司：

1.按照已收到的项目（项目编号：）磋商文件要求，经我方（供应商名称）认真研究投标须知、合同条款、技术规范、资质要求和其它有关要求后，我方愿按上述合同条款、技术规范、资质要求进行投标。我方完全接受本次磋商文件规定的所有要求，并承诺在成交后执行磋商文件、响应文件和合同的全部要求，并履行我方的全部义务。我方的最终报价为总承包价，保证不以任何理由增加报价。

2.我方同意磋商文件关于投标有效期的所有规定。

3.我方郑重声明：所提供的响应文件内容全部真实有效。如经查实提供的内容、进行承诺的事项存在虚假，我方自愿接受有关处罚，及由此带来的法律后果。

4.我方将严格遵守《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等有关法律、法规规定，如有违反，无条件接受相关部门的处罚。

5.我方同意提供贵方另外要求的与其投标有关的任何数据或资料。

6.我方将按照磋商文件、响应文件及相关要求、规定进行合同签订，并严格执行和承担协议和合同规定的责任和义务。

7.我单位如果存在下列情形的，愿意承担取消成交资格、投标保证金不予退还、赔偿超过投标保证金金额的损失部分、接受有关监督部门处罚等后果：

（1）成交后，无正当理由放弃成交资格；

（2）成交后，无正当理由不与招标人签订合同；

（3）在签订合同时，向招标人提出附加条件或不按照相关要求签订合同；

（4）不按照磋商文件要求提交履约保证金；

（5）要求修改、补充和撤销响应文件的实质性内容；

（6）要求更改磋商文件和成交结果公告的实质性内容；

（7）法律法规和磋商文件规定的其他情形。

详细地址：

邮政编码：

电 话：

电子函件：

供应商开户银行：

账号/行号：

法定代表人签字：（加盖公章）

年 月 日

格式四：

首轮报价表

供应商名称：

项目名称、包号：

项目编号：

投标总报价（元）
大写：
小写：

- 说明： 1. 所有价格均系用人民币表示，单位为元。  
2. 价格应按照“供应商须知”的要求报价。  
3. 格式、内容和签署、盖章必须完整。  
4. 《首轮报价表》中所填写内容与响应文件中内容不一致的，以开标一览表为准。

注：采用电子招投标的项目无需编制该表格，投标供应商应在投标客户端【报价部分】进行填写，投标客户端软件将自动根据供应商填写信息在线生成。

法定代表人或法人授权代表（签字）：

加盖公章：

年 月 日

格式五：

**授权委托书**

本人\_\_\_\_\_（姓名）系\_\_\_\_\_（供应商名称）的法定代表人，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、递交、撤回、修改招标项目响应文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。委托期限：\_\_\_\_\_。

代理人无转委托权。

注：本授权委托书需由供应商加盖单位公章并由其法定代表人和授权代表签字。

投标 人：\_\_\_\_\_（盖单位章）

法定代表人：\_\_\_\_\_（签字）

授权委托人：\_\_\_\_\_（签字）

法定代表人身份证件扫描件 正面	法定代表人身份证件扫描件 反面
授权委托人身份证件扫描件 正面	授权委托人身份证件扫描件 反面

\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

格式六：

**投标保证金**

供应商应在此提供缴纳保证金的凭证的复印件。

**格式七：**

供应商基本情况表

供应商名称			
所有制性质		注册资金	
注册地		注册时间	
法定代表人		员工总数	
联系人		联系电话	
开户银行			
开户银行账号			
主营范围：			
企业资质：			
注：投标单位须在该表后附法人或其他组织的营业执照副本、自然人的身份证明及招标公告中供应商资质要求的其他资质证明等。			

格式八：

提供具有独立承担民事责任的能力的证明材料

格式九：

提供具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的证明材料

格式十：

提供依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录

格式十一：

具有履行合同所必须的设备和专业技术能力的声明

我公司具备履行本次投标项目合同所必须的设备和专业技术能力。

特此声明。

供应商名称：（加盖公章）

年   月   日

格式十二：

参加政府采购前三年内在经营活动中无重大违法记录书面声明

内蒙古国诏招标代理有限公司：

我公司自愿参加本次政府采购活动（本次投标项目），严格遵守《中华人民共和国政府采购法》、《政府采购法实施条例》及所有相关法律、法规和规定，同时声明：在参加此次政府采购活动前三年内，本公司在经营活动中无重大违法记录。

特此声明。

供应商名称：（加盖公章）

年   月   日

格式十三：（不属于可不填写内容或不提供）

联合体协议书

（所有成员单位名称）自愿组成\_\_\_\_\_（联合体名称）联合体，共同参加

（项目名称）招标项目投标。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1. （某成员单位名称）为（联合体名称）牵头人。
2. 联合体各成员授权牵头人代表联合体参加投标活动，签署文件，提交和接收相关的资料、信息及指示，进行合同谈判活动，负责合同实施阶段的组织和协调工作，以及处理与本招标项目有关的一切事宜。
3. 联合体牵头人在本项目中签署的一切文件和处理的一切事宜，联合体各成员均予以承认。联合体各成员将严格按照招标文件、响应文件和合同的要求全面履行义务，并向招标人承担连带责任。
4. 联合体各成员单位内部的职责分工如下：\_\_\_\_\_。
5. 本协议书自所有成员单位法定代表人或其授权代表签字或盖单位章之日起生效，合同履行完毕后自动失效。
6. 本协议书一式\_\_\_\_\_份，联合体成员和招标人各执一份。

协议书由法定代表人签字的，应附法定代表人身份证明；由授权代表签字的，应附授权委托书。

联合体牵头人名称：\_\_\_\_\_（加盖公章）

法定代表人或其授权代表：\_\_\_\_\_（签字）

联合体成员名称：\_\_\_\_\_（加盖公章）

法定代表人或其授权代表：\_\_\_\_\_（签字）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

格式十四：（不属于可不填写内容或不提供）

### 中小企业声明函（货物）

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，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）

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，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

格式十五：（不属于可不填写内容或不提供）

**监狱企业**

提供由监狱管理局、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。

格式十六：（不属于可不填写内容或不提供）

**残疾人福利性单位声明函**

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，本单位为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（加盖公章）：

日期：

格式十七：

分项报价明细表

序号	标的名称	品牌、规格型号/主要服务内容	制造商名称	产地	数量	单位	单价 (元)	总价 (元)
1								
2								
3								
...								

说明：

- 1.“投标标的”为货物的：上述表格应全部填写。
- 2.“投标标的”为服务的：如服务内容涉及品牌、规格型号的，上述表格应全部填写；如不涉及品牌、规格型号的，“制造商名称和产地”部分可不填写内容。
- 3.“投标标的”为工程的：如不涉及品牌、规格型号的，“制造商名称和产地”部分可不填写内容。

注：采用电子招投标的项目无需编制该表格，投标供应商应在投标客户端【报价部分】进行填写，投标客户端软件将自动根据供应商填写信息在线生成。

格式十八：

### 主要商务要求承诺书

我公司承诺可以完全满足本次采购项目的所有主要商务条款要求（如标的提供的时间、标的提供的地点、投标有效期、采购资金支付、验收要求、履约保证金等）。若有不符合或未按承诺履行的，后果和责任自负。

如有优于磋商文件主要商务要求的请在此承诺书中说明。

具体优于内容（如标的提供的时间、地点，质保期等）。

特此承诺。

供应商名称：（加盖公章）

年 月 日

格式十九：

技术偏离表

序号	标的名称	招标技术要求		供应商提供响应内容	偏离程度	备注
1		★	1.1			
			1.2			
			.....			
2		★	2.1			
			2.2			
			.....			
.....						

说明：

1. 供应商应当如实填写上表“供应商提供响应内容”处内容，对磋商文件提出的要求和条件作出明确响应，并逐一列明具体响应数值或内容。只注明符合、满足等无具体内容表述的，将视为未实质性满足招标文件要求。
- 2.“偏离程度”处可填写满足、响应或正偏离、负偏离。
- 3.“备注”处可填写偏离情况的具体说明。
4. 上表中“招标技术要求”应详细填写招标要求。

格式二十：

项目组成员人员一览表

序号	姓名	本项目拟任职务	学历	职称或执业资格	身份证号	联系电话
1						
2						
3						
.....						

按磋商文件要求在本表后附相关人员证书。

注：

- 1.本项目拟任职务处应包括：项目负责人、项目联系人、项目服务人员或技术人员等。
- 2.如供应商中标，须按本表承诺人员操作，不得随意更换。

**格式二十一：**

项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等内容和格式自拟。

格式二十二：

供应商业绩情况表

序号	使用单位	业绩名称	合同总价	签订时间
1				
2				
3				
4				
...				

供应商根据上述业绩情况后附销售或服务合同复印件。

格式二十三：

各类证明材料

1. 磋商文件要求提供的其他资料。
2. 供应商认为需提供的其他资料。