

许昌职业技术学院“许昌职业技术学院电商数
据化运营实战室项目(不见面开标)”

招 标 文 件

项目编号: ZECG-G2021127 号
采购单位: 许昌职业技术学院
代理机构: 许昌市政府采购服务中心

二〇二一年十一月

招标文件目录

第一章 投标邀请

第二章 项目需求

第三章 投标人须知前附表

第四章 投标人须知

一、概念释义

二、招标文件说明

三、投标文件的编制

四、投标文件的递交

五、开标和评标

六、定标和授予合同

第五章 政府采购政策功能

第六章 资格审查与评标

第七章 拟签订的合同文本

第八章 投标文件有关格式

第一章 投标邀请

许昌市政府采购服务中心（以下简称采购中心）受许昌职业技术学院的委托，对“许昌职业技术学院电商数据化运营实战室项目(不见面开标)”项目的相关货物和服务进行国内公开招标。现邀请合格投标人前来投标。

一、项目编号：ZFCG-G2021127 号

二、项目名称：许昌职业技术学院电商数据化运营实战室项目(不见面开标)

三、采购方式：公开招标

四、招标内容

1. 项目主要内容、数量及要求：电商数据化运营实战平台、声卡、麦克风、直播落地多功能支架、环形补光灯、移动录像运动相机、小型拍摄无人机、物流通关实训平台、保税进口实训平台、跨境电商综合实训平台、智慧新媒体实战平台、国际货代技能训练系统等一批。
2. 预算金额：132.09 万元。
3. 最高限价：132.09 万元。
4. 交付（实施）时间（期限）：自合同生效之日起 30 天。
5. 交付（实施）地点（范围）：许昌职业技术学院
6. 分包：不允许

五、投标人应具备的特殊要求：无特殊要求。

六、招标文件的获取

即日起至投标截止时间，登录《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》“投标人/供应商登录”入口（<http://ggzy.xuchang.gov.cn:8088/ggzy/>）自行免费下载招标文件。

七、投标文件的提交方式及注意事项

本项目为全流程电子化交易项目，投标人必须通过许昌公共资源交易系统下载“许昌投标文件制作系统 SEARUN 最新版本”制作并上传加密电子投标文件。截至投标截止时间，交易系统投标通道将关闭，投标人未完成电子投标文件上传的，投标将被拒绝。

八、投标截止时间、开标时间及地点

1. 投标截止及开标时间：2021 年 12 月 23 日 8 时 30 分（北京时间），逾期提交或不符合规定的投标文件不予接受。
2. 开标地点：许昌市公共资源交易中心三楼不见面开标二室。（本项目采用远程不见面开标方式，投标人无须到现场）。

九、开标注意事项

开标时间前，投标人使用 CA 数字证书登录全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）——进入公共资源交易系统（<http://ggzy.xuchang.gov.cn:8088/ggzy/>）——点击“项目信息——项目名称”——在系统操作导航栏点击“开标——不见面开标大厅”，在规定的开标时间内进行解密开标。

十、本次招标公告同时在《中国政府采购网》、《河南省政府采购网》、《许昌市政府采购网》、《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》、《中国·许昌 许昌市政府网》发布。

十一、联系方式

采购人名称：许昌职业技术学院

地址：许昌市新兴东路 4336 号

联系人：蒲斌 宋建业 **联系电话：**18637402226 15893737006

集中采购机构：许昌市政府采购服务中心

地址：许昌市龙兴路与竹林路交汇处创业服务中心 C 座

联系人：李女士 **联系电话：**0374-2968687

温馨提示：本项目为全流程电子化交易项目，请注意以下事项。

1. 供应商参加本项目投标，需提前自行联系 CA 服务机构办理数字认证证书并进行电子签章。
2. 招标文件下载、投标文件制作、提交、远程不见面开标（电子投标文件的解密）环节，投标人须使用同一个 CA 数字证书（证书须在有效期内并可正常使用）。
3. **电子投标文件的制作**

- 3.1 投标人登录《全国公共资源交易平台(河南省·许昌市)》公共资源交易系统(<http://ggzy.xuchang.gov.cn:8088/ggzy/>)下载“许昌投标文件制作系统 SEARUN 最新版本”,制作投标文件。
- 3.2 投标人对同一项目多个标段进行投标的,应分别下载所投标段的招标文件,按标段制作投标文件。一个标段对应生成一个文件夹(xxxx 项目 xx 标段),其中后缀名为“.file”的文件用于投标。
- 4. 加密电子投标文件的提交**
- 4.1 投标人对同一项目多个标段进行投标的,加密电子投标文件应按标段分别提交。
- 4.2 加密电子投标文件成功提交后,《全国公共资源交易平台(河南省·许昌市)》公共资源交易系统(<http://ggzy.xuchang.gov.cn:8088/ggzy/>)生成“投标文件提交回执单”。
- 5. 远程不见面开标(电子投标文件的解密)**
- 5.1 本项目采用远程“不见面”开标方式,投标前请详细阅读全国公共资源交易平台(河南省·许昌市)首页“资料下载”栏目的《许昌市不见面操作手册》。
- 5.2 投标人提前设置不见面开标浏览器,并于开标时间前登录本项目不见面开标大厅,按照规定的开标时间准时参加网上开标。
- 5.3 根据采购代理机构在“文字互动”对话框的通知,投标人选择功能栏“解密环节”按钮进行电子投标文件解密(投标人解密应自采购代理机构点击“开标开始”按钮后 120 分钟内完成)。投标人未解密或因投标人原因解密失败的,其投标将被拒绝。
- 5.4 开标活动结束后,投标人应在《开标记录表》上进行电子签章。投标人未签章的,视同认可开标结果。
- 5.5 投标人对开标过程和开标记录如有疑义,可在本项目不见面开标大厅“文字互动”对话框或“新增质疑”处在线提出询问。
- 6. 评标依据**
- 6.1 全流程电子化交易(不见面开标)项目,评标委员会以成功上传、解密的电子投标文件为依据评审。
- 6.2 评标期间,投标人应保持通讯手机畅通。评标委员会如要求投标人作出澄清、说明或者补正等,投标人应在评标委员会要求的评标期间合理的时间通过电子邮件形

式提供。

- 6.3 投标人通过电子邮件提供的书面说明或相关证明材料应加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。

第二章 项目需求

一、项目概况

电商数据化运营实战室项目围绕直播电商、短视频制作、视觉营销、新媒体、网络直播运营、商务数据分析、报关报检、物流通关等专业能力和工作岗位，以关务、货运代理等世界技能大赛为背景，学会支撑市场分析、竞争店铺分析、竞争商品分析、消费者舆情分析、数据化选品等一系列的数据化运营的全过程，提升企业经营与实战技能。采购内容包括：电商数据化运营实战平台、声卡、麦克风、直播落地多功能支架、环形补光灯、移动录像运动相机、小型拍摄无人机、物流通关实训平台、保税进口实训平台、跨境电商综合实训平台、智慧新媒体实战平台、国际货代技能训练系统等。

二、采购清单

序号	货物名称	技术规格及主要参数	单位	数量	是否核心产品
1	电商数据化运营实战平台	一、总体要求 1、软件需要B/S架构，基于SaaS部署，并提供免费升级。 2、平台分为教学管理系统和实训系统两个部分，其中教学管理系统具备权限分配和资源管理功能，实训系统提供开展电商数据化运营相关实验操作平台。 二、管理模块 1、教学管理系统后台 （1）管理员登录验证系统：具备验证码人机验证功能，用户通过账号与密码验证后进入系统。 （2）密码设置：支持通过用户原密码验证完成密码更换。 （3）教学管理系统后台主页面：支持选择班级查看对应班级的实训任务与课程题库完成情况，可通过柱状图与饼状图的可视化形式直观展现已完成实训任务与课程题库的人数与占比。 （4）教师管理：可通过教师名称或手机号码查询用户，支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选，查看教师姓名、用户名、联系电话、验证时间、学校、授权状态、管理班级、班级人数、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对教师账号进行信息修改或删除。系统支持以Excel表格形式批量导出用户信息，添加新用户信息并创建账号，对教师账号进行单个或批量删除。	套	1	是

		(5) 班级管理：可通过班级名称查询班级，查看班级名称、班级学生数、班级教师、学校名称、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对班级进行信息修改或删除，并在学生管理模块中对学生进行管理。系统支持添加新班级信息并创建班级，对班级进行单个或批量删除。 (6) 学生管理：可通过学生名称或手机号码查询用户，支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选，查看学生姓名、学校、班级、账号、手机号、创建人、授权到期时间、创建时间等信息，管理员可选择对学生账号进行信息修改或删除。系统支持以Excel表格形式批量导出用户信息，单个或通过模板批量添加新用户信息并创建账号，对学生账号进行单个或批量删除。 (7) 教学监控：可通过班级或学生姓名筛选、查询用户，查看班级、学号、姓名、学习积分、操作积分、答题积分、综合积分、已完成任务数、总任务数、已完成练习数、总练习数、答题次数等信息。系统支持以Excel表格形式批量导出用户信息。 (8) 交流中心：应具备管理帖子与回复的功能模块。在帖子管理模块中，可通过用户姓名或帖子标题查询帖子，支持通过帖子置顶或审核状态对帖子进行筛选，查看帖子的发布人、帖子标题、图片、置顶情况、学校、班级、审核状态等信息，管理员可添加帖子，或对帖子进行删除、审核等操作。在回复管理模块中，可通过用户姓查询回复，支持通过回复审核状态对回复进行筛选，查看评论人、回复内容、图片、审核状态、添加时间等信息，管理员可对帖子进行删除、审核等操作。 2、教学管理系统前台 (1) 用户登录验证系统，包括学生、教师、管理员账户登录验证，用户通过账号与密码验证后进入系统。 (2) 个人中心：可设置用户名字与头像信息，支持通过用户原密码验证完成密码更换。 (3) 教学管理系统前台主页面：主页面应支持链接至实训任务、实训平台、课程题库、交流中心、课程知识库、实训轨迹、实训排名、资料下载等功能模块。展示用户实训学习与答题完成情况，包括完成任务数、答题次数、我的积分、个人排名、我的话题、个人排名、我的话题等信息。实训任务进度模块支持显示设置的总任务数与完成任务数，并通过环状图以可视化的形式直观地展现用户已完成的任务占比。课程题库进度模块支持显示设置的总试卷数与完成试卷数，并通过环状图以可视化的形式直观地展现用户已完成的课程题库占比。每月练习数模块可展示月度练习完成情况的历史记录，显示的信息有月份、完成任务数与答题次数。实训排名模块可展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、积分、完成任务数与答题次数等信息。 (4) 实训任务：展示用户实训任务完成情况，展示的信息包括实训积分、任务完成进度、已完成任务数量、未完成任务数量、班级排名。可根据实训任务的完成情况以全部任务、已完成任务、任务失败三种状况对实训任务进行筛选分组显示。可按章节分组展示实训项目目录，并显示任务完成情况，包括实训任务类型、任务满分、已作答次数、共可答次数、当前任务得分、		
--	--	--	--	--

	获得积分、任务当前状态、任务详情。用户可通过链接进入对应课程知识库学习相关理论知识，进入实训平台进行实操练习，进入课程题库完成对应项目的试题库并答题。 (5) 课程题库：可分组展示课程试题组，显示试题组满分、作答次数、最近一次测试得分等信息。通过链接可进入试题组进行做题，试题形式包括单选题、多选题、判断题。完成答题后显示考试结果，提供答题得分、错题数量、正确答案与学生答案等信息。 (6) 交流中心：提供热门话题、我的话题、我的回复分组，发表的话题支持配插图。 (7) 课程知识库：可按章节分组展示课程知识库目录，课程知识库提供的文字、图片、视频等多种形式的课程资源，视频内容支持静音、全屏播放、下载与画中画形式播放。 (8) 实训轨迹：生成月度实训轨迹图，可按年查看每月完成任务数量。 (9) 实训排名：可展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、积分、完成任务数与答题次数等信息。 (10) 资料下载：可分组展示课程资料，显示资料组浏览次数，支持通过关键字搜索资料组。可上传、下载PDF、doc文档、视频、图片、zip与rar格式的压缩包等多种形式的课程资料。 三、功能模块 ▲1、行业数据：提供淘宝网和天猫网的至少3年（2017到2019年）的行业数据，行业数据应至少包含60个类目，各类目下的二级类目可按照交易金额和高质量由大到小排列，通过词云图的方式呈现，并可通过柱状图及折线图的组合图形的方式按照年度、季度和月份浏览不同行业数据的变化情况，可拖动横条选择时间范围，且提供分析结果图片下载功能。 ▲2、店铺经营分析：根据淘宝网或天猫网任意链接，实时采集店铺数据，可查看店铺基本信息、店铺健康指数、店铺详细经营报表、店铺热销TOP5宝贝，提供数据下载功能；店铺基本信息包括店铺类型、信用等级、掌柜旺旺、DSR、店铺粉丝数、好评率、开店时间、经营资质、所在地区、店铺宝贝数、客服电话、主营类目；店铺健康指数包括宝贝与描述相符、卖家的服务态度、物流服务的质量三个维度的当前评分、与同行相比幅度、评分总人数、1-5分各分值评分人数/占比；店铺热销TOP5宝贝包括序号、主图、宝贝标题、原价、销售价、总销量、库存，可按照序号、原价、销售价、总销量、库存排序，可查看宝贝详情信息，可查看全店宝贝数据；店铺详细经营报表包括经营分析、下架分析、类目分析和品牌分析等，经营分析包括店铺经营分析、不同价格范围的宝贝数据、不同销量范围的宝贝数据、销量分布图，下架时间分析包括按星期和按小时的全店宝贝下架时间分析，类目分析包括一级类目、二级类目及子类目分布，品牌分析包括品牌名称、宝贝数量、占总宝贝数比例、品牌销量、占总销量比例、品牌销售额、价格区间等信息，支持数据下载。 3、全店宝贝：通过输入淘宝店铺掌柜旺旺进行查询，实时采集店铺宝贝			
--	--	--	--	--

	数据，展示店铺基本信息及全店宝贝数据，店铺基本信息包括店铺类型、信用等级、掌柜旺旺、DSR、店铺粉丝数、好评率、创店时间、经营资质、所在地区、店铺宝贝数、客服电话、主营类目；全店宝贝数据包括序号、店铺内上架宝贝的主图、标题、货号、价格、SKU、库存、邮费、下架剩余、创建时间、月销量、月销售额、总销量、总销售额、收藏量、评价数、类目等信息，可按照价格、SKU、库存等进行排序，提供宝贝图片和视频下载功能。 4、上新查询：通过输入淘宝店铺掌柜旺旺进行查询，实时采集店铺上新信息，展示店铺基本信息及上新宝贝数据，可查看上新宝贝的上架日期、图、宝贝标题、原价、折扣价、宝贝创建时间、宝贝开售时间、销量、库存、收藏、类目和详情分析等，支持数据下载。 5、DSR计算：通过输入淘宝店铺掌柜旺旺进行查询，实时采集店铺动态评分信息，展示店铺基本信息及店铺动态评分计算，可查看宝贝与描述相符、卖家的服务态度、物流服务的质量三个维度的当前评分、评分人数、与同行相比数、同行平均值、达到同行平均值所需单数，可分别设置宝贝与描述相符、卖家的服务态度、物流服务的质量三个维度的目标值，计算店铺动态评分达到目标值所需“5分单”数，最终输出结果，数据支持下载。 6、降权查询：通过输入淘宝店铺掌柜旺旺进行查询，实时采集店铺降权信息，展示店铺基本信息及店铺宝贝降权情况，可按照全部、异常宝贝、正常宝贝进行查询，可查看宝贝图片、标题、总销量、原价、销售价格、库存量、权重差值、降权说明、详情说明，可按照总销量、价格、权重差值等进行排序，支持数据下载及下载所有降权数据。 7、店铺搜索分析：通过输入关键词进行相关店铺搜索，实时采集店铺信息，包括店标、店铺名称、商家旺旺、信用等级、好评率、DSR评分、所在地、商品数、月销笔数、店铺经营详情。 8、相似店铺经营分析：通过输入淘宝店铺掌柜旺旺进行查询，实时采集淘宝网或天猫网店铺的相似店铺信息，展示店铺基本信息及相似店铺情况，包括店标、店铺名称、淘宝商家、信用等级、好评率、DSR评分、商品数、月销笔数、所在地、店铺经营详情。 9、多店铺对比分析：通过输入店铺旺旺，对多个淘宝网或天猫网店铺经营指数进行实时对比分析，包括店铺信息、经营分析、类目分析、品牌分析等方面的对比，其中店铺分析包括客服电话、创店时间、信用等级、所在地、主营类目、粉丝数、好评率、店铺宝贝数、店铺动态评分，经营分析包括近30天销量、近30天销售额、平均日销量、平均日销售额、平均成交价、近30天滞销宝贝、动销率，类目分析包括一级类目宝贝占比，品牌分析包括宝贝品牌占比。 10、店铺类目对比：通过输入店铺旺旺，对多个淘宝网或天猫网店铺类目进行实时对比分析，包括一级类目分布、二级类目分布、子类目分布，分析维度包括类目、旺旺、有无此类目、宝贝数量、占总宝贝数、类目销量、占总销量、类目销售额、占总销售额、最低价格、最高价格、平均价格、最低销量、最高销量、平均销量、最低销售额、最高销售额、平均销售额、宝			
--	---	--	--	--

	贝详情数据。 11、指数还原分析：包括指数转化和指数还原，指数转化支持流量指数、支付转化指数、交易指数、关键词交易指数、加购人气、搜索人气、客群指数转成真实值，分别为访客数、支付转化率、成交金额、成交金额、加购数、搜索人数、支付买家数；指数还原可通过输入流量指数、交易指数、转化指数、客群指数计算还原为实际访客数、实际交易额、实际转化率、实际买家数。 12、单品分析：通过输入宝贝链接或id查询，实时采集宝贝详情信息，展示店铺基本信息、宝贝详情信息、宝贝调价信息、宝贝评价信息，宝贝详情信息包括宝贝标题、库存、所属类目、宝贝价格、宝贝属性、评价标签等；宝贝调价信息以表格和图形的形式呈现，表格包括现价、历史最低价、历史最高价、收录时间，图形呈现宝贝各时刻的调价信息；宝贝评价信息包括买家、买家信用、规格、评价内容、评价时间。 13、评价采集：通过输入宝贝链接或id查询，实时采集宝贝评价，可勾选有内容的评价，展示宝贝基本信息和评价信息，可选择出现频率高的短语或全部、视频、图片、追评进行查看，评价信息包括买家、SKU、评价内容、评价图片、评价视频、追评、回评、评价时间等信息。 14、相似宝贝分析：通过输入宝贝链接或id查询，根据淘宝网或天猫网任意链接，实时采集相似宝贝对应信息，展示宝贝基本信息和相似宝贝信息，包括图、宝贝名称、价格、月销量、总销量、淘宝商家、店铺信誉、所在地、收藏、评论数、下架剩余、店铺及宝贝分析，表格可按照价格、销量等进行排序，数据支持下载。 15、同款宝贝分析：通过输入宝贝链接或id查询，根据淘宝网或天猫网任意链接，实时采集同款宝贝对应信息，展示宝贝基本信息和同款宝贝信息，包括图、宝贝名称、价格、月销量、总销量、淘宝商家、店铺信誉、所在地、收藏、评论数、下架剩余、店铺及宝贝分析，表格可按照价格、销量等进行排序，数据支持下载。 16、手淘预览：通过输入宝贝链接或id查询，根据淘宝网或天猫网任意链接，实时采集同款宝贝对应信息，展示宝贝基本信息和手机端商品详情界面预览效果。 17、问大家：通过输入宝贝链接或id查询，根据淘宝网或天猫网任意链接，实时采集手机淘宝问大家查询信息，可选择出现频率高的短语进行查看，信息包括问题、回答、总回答数、恢复状态、提问时间，支持当前页数据下载和最近200条问题下载。 18、多宝贝对比分析：通过输入宝贝链接或id查询（最多可输入5个），实时采集宝贝数据，对多个宝贝的基本信息进行对比，对比维度包括宝贝标题、宝贝主图 / 视频、所属类目、卖点、库存、宝贝价格、月销量、月成交额、总销量、创建时间、宝贝收藏数、浏览量PV、上架时间、下架时间、服务承诺、评价人数、评价标签。 19、宝贝SKU分析：通过输入宝贝链接或id查询，实时采集宝贝数据，并			
--	--	--	--	--

	对宝贝的SKU ID、SKU名称、SKU销售价、SKU库存等信息进行分析，且可按照这些信息进行排序，支持数据下载。 ▲20、搜索分析：提供手淘APP、直通车、直通车无线端推广和直通车网络端段的数据查询功能，通过查询关键词，实时采集手机淘宝宝贝数据，可选择默认、按销量查询、信用排序、价格从高到低、价格从低到高等排序方式，能够抓取前1页到前80页，可根据价格范围、指定宝贝、天猫店或C店、卖家旺旺名称、标题关键词、宝贝ID进行显示；查询结果包括平均价、最低价、最高价、月付款人数、月销量等数据，宝贝信息包括图、标题、价格、付款、销量、掌柜旺旺、DSR、信用、发货地、创建时间、下架剩余、收藏、浏览量、评价、店铺分析及宝贝分析；提供统计分析、下架分析、卖家分析（基于地图做卖家发货地的可视化）、付款分析、价格分析，并提供数据下载功能，统计分析包括统计汇总、其他统计信息，下架时间分析包括下架时间分布、黄金下架时间分析，卖家分析包括卖家发货地分布、卖家等级分布、卖家开店时长、DSR动态评分分布，付款分析包括宝贝付款分布、价格区间包括价格分布。 21、下拉框选词：通过淘宝搜索下拉框获取到适合淘宝搜索高流量、高转化率、高性价比的优质相关关键词，输入关键词，选择挖掘深度及淘宝、天猫、手机淘宝搜索下拉词进行查询，可查看关键词、热度、最佳类目、淘宝搜索推荐属性词、关键词排名查询等。 22、组词工具：淘宝精准长尾关键字词组合工具，将需要组合关键词输入到各个响应的输入框内中，通过设置主词和不同的属性或者品牌词通过组合，可以组合出来多个精准长尾关键词。 23、标题打分：通过宝贝链接或ID搜索，查询宝贝标题综合得分，通过分析标题长度、特殊字符、营销词、重复词、标题拆字进行宝贝标题优化，提供营销词推荐，可修改标题查看新标题得分。 24、词根分析：通过练习标题选择、词根选择，查看词根各指标表现趋势、词根表格数据，词根各指标表现趋势以柱状图与折线图的组合图形式呈现，可保存为图片，指标包括访客数、浏览量、人均浏览量、支付金额、支付买家数、支付商品件数、支付转化率；词根表格数据包括词根、覆盖关键词数、访客数、支付买家数、支付金额、平均转化率。 25、TOP20W分析：提供2015年到2019年五年的淘宝官方直通车TOP20W关键词表，每年的TOP20W关键词表至少包含20个以上的更新版本，每个版本包含当期全淘宝网搜索量最大的前20万个关键词，并提供数据下载功能。 26、店铺排行榜：关键词或类目查询，实现店铺排行榜数据采集功能，查询结果包括店标、店铺名称、淘宝商家、信用、好评率、DSR、所在地、商品数、月销量、店铺分析，支持数据下载。 27、店铺企划：提供成本计算、目标拆解、沙盘推演以及盈亏预测分析等功能。 28、数据可视化：根据数据分析结果，提供折线图、柱状图、饼图、点图、词云图、统计表格等多种形式的可视化图形，并可按照不同时间维度、			
--	--	--	--	--

		不同关键词等指标切换呈现区间。 四、其他要求 1、除行业数据外和TOP20W词等需要历史数据支撑的情况，其他标明实时采集的部分应提供实时真实淘宝网和天猫网数据，并提供数据下载功能。 2、实验指导：提供完整的配套实验教程，至少包含25个实训任务，包括数据采集、市场分析、竞争店铺分析、竞争商品分析、消费者舆情分析、数据化选品、关键词分析、营销规划分析等内容，且每个实训任务提供完整实验指导（包括实验目的、实验知识准备、实验内容与步骤、分析结论与决策和练习几部分）和试题库（提供在线答题和评分功能）。 3、课程资源：提供电商数据化运营实训实战平台配套的完整课程体系，以及在线学习资源，包括教学大纲、视频、试题、PPT课件等。			
2	声卡	用于网络直播、主播，需要与其他相关设备调试，保证网络直播、主播顺畅完成 基本功能 台式电脑、笔记本电脑、平板、手机通用，兼容 windows 系统和 Mac OS 苹果系统，支持主流直播、主播平台软件； 双工作业：实现外放内录双工作业，能对麦克风、音乐进行单独分别的放音、录音控制 自带可以开关的 48V 幻象电源，支持 direct sound ，WDM，ASIO 2.0 提升音质，可自由添加音效； 多接口，一口多用：一个双重功能的前置放大输入的 COMBO 多兼容接口；一口多用， 分别可以连接麦克风或者吉他、贝斯、电子琴等乐器输入； Usb2.0 连接，高速传输，低延迟 主要参数 数据传输：USB2.0 采样率：48KHz/16bit 频率响应：20Hz-20KHz（±3dB） 总谐波失真：THD<0.5% 1KHz 耳机输出功率：167.7mW/32Ω 耳机信噪比：88dB（A-Weighted） 主芯片：DSP 混响模式：Reverb 电音基调：24 种基调 Autotune 数字均衡：EQ 调节 产品尺寸：≤长 142 mm；宽 98 mm；高 22mm 电池参数 电池类型：锂离子电池 电池容量： 2700mAh 充电方式：USB 5V/1.5A 使用时间：约 10 小时（48V 关闭时）；约 8 小时（48V 开启时）	个	5	否

		接口详情 音频接口：手机接口（3.5mm）、伴奏接口（3.5mm）；话筒接口 1（Mini XLR）、话筒接口 2（3.5mm）；耳机接口（3.5mm）、耳麦接口（3.5mm） 电源接口：Micro USB 充电接口			
3	麦克风	用于网络直播、主播，需要与其他相关设备调试，保证网络直播、主播顺畅完成。 基本功能 专业电容麦克风，能应用于多种使用场合，胜任演出现场、录音室录音，广播或家庭录音，高质量完成人声音、乐器声音的录音，语音的直播； 心形拾音模式，动态范围广，低自噪水平 高度兼容：兼容各种电脑声卡、手机声卡、硬件设备及软件 APP，支持手机直播、电脑直播 主要参数 产品类型：有线 频率范围：20-20000Hz 产品声压：120dB 产品阻抗：16 欧姆 信噪比：100 产品接口：USB 接口 产品特点：三振膜舱阵列，Gain 增益，即插即用，广泛兼容，内置声卡，四种拾音	个	5	否
4	直播落地多功能支架	室内、户外都可用，适用于线上直播无卖货，讲师直播授课，纹绣美甲直播，视频拍摄/直播，才艺舞蹈直播，专业 K 歌直播； 多功能金属三位夹子：可同时放三个手机，或者分别放置手机、平板电脑、微单卡片相机；带金属话筒杆，多功能声卡托盘； 可折叠使用，升降高度在 40cm--180cm 间，三维 360 旋转多功能云台。	个	5	否
5	环形补光灯	19 寸冷光美白：主要强调“冷光美白”，亮度、白光、暖光可自由调节，适于常见的主播直播，自拍美颜，化妆造型等补光场景 基本功能 配套手机架，适用多种机型，方便自拍与视频拍摄；电池转 DC 座，单反相机支架；3.5 米高粗灯架； 主要参数： 功率：45W 显色指示：≥95（RA） 色温：3300K-5600K（可调） 亮度调节：20%-100%（可调） 亮度：3400LM 光照亮度：2500Lux/0.5m 灯珠数量：196 颗（3300K）+196 颗（5600K） 分组：6 组（ABCDEF）	个	5	否

6	LED 直播 摄影 常亮 补光 灯	与环形补光灯组合使用，适于常见的主播直播，自拍美颜，化妆造型等补光场景。带加厚加粗摄影灯架 可调整使用高度范围 0.95M-2.8M，适用于各类闪光灯、聚光灯、LED 灯，柔光箱、背景架等 主要参数 输出功率：200W 色温范围：3000-8000K 调光等级：100 级 色显示指数：CRI 96/TLCI 97 照度：0.5m/140000lux 1m/242000lux 2m/5290lux 控制方式：触摸屏，机械旋钮 电压：AC 100-240V	个	5	否
7	外拍 LED 影视 摄影 常亮 补光 灯	主要为应用于室外，便携，适于常见的主播直播，摄影、微电影等补光场景。带加厚加粗摄影灯架 可调整使用高度范围 0.95M-2.8M，适用于各类闪光灯、聚光灯、LED 灯，柔光箱、背景架等 主要参数 灯头尺寸：≥长 260mm，宽 260mm，厚 60mm 光照范围 5M，可手持，带滤色片 3 片（白色，乳白色，黄色） 冷暖双色温调控，3200K--5600K 间双色温可调节，0-100% 无级调光 功率：白光 35W，亮度达到 4410LM，光照度：1M--5440 LUX 2M-1373LUX 3M-598LUX，显色指数：Ra:95	个	5	否
8	直播 语音 监听 耳机	防水等级：IPX4 防尘性能：IP3X 阻抗：32 Ω 频响范围：20-20000Hz 音频接口：USB 接口 接口：直型 线控功能：有线控	个	20	否
9	直播 背景 布	主播背景布 3d 立体高清，≥ 3M 高，2.5M 宽，包括以下 5 种场景：农特产品、百货、服装、文创、办公室 背景布，每种场景一张。	张	5	否
10	摄像 头	即插即用 免驱动 分辨率：1080P/30fps-720P/30fps 对焦类型：自动对焦 麦克风：立体声 镜头：全高清玻璃 视野：78° 可连接三角架通用安装夹 适用于笔记本电脑、LCD 或显示器	个	10	否

11	移动录像运动相机	4K 高清，防抖、防水，主要用于移动、运动中拍摄视频与照片。 主要参数 直播：1080P 高清直播，能得到 hyper Smooth 稳定视频； 视频：4K 高清，60 帧 增强防抖动功能 2.0，双重防抖； 录音：高保真录音，具有降低风噪功能； 照片：12MP 智能照片+强化 HDR 功能，智能优化照片； 导入、编辑、分享一站式后期处理软件	个	2	否
12	小型拍摄无人机	便携可折叠无人机 4K 高清航拍无人机航拍器，主要用于从空中拍摄视频与照片 主要参数 产品类型：四轴飞行器 产品定位：专业级 旋转角速度：250° /s 升降速度：上升速度：4m/s 下降速度：3m/s 飞行速度：运动档：19m/s 普通档：12m/s 三脚架模式：5m/s 飞行高度：5000m 轴距：302mm 螺旋桨：静音快拆折叠桨 云台：三轴 可控转动范围：俯仰：-90° 至 0°（默认设置），-90° 至 24°（扩展） 控制转速：100° /s	个	2	否
13	物流实训平台	一、平台总体要求 1. 平台内容要求：平台以海关“9610”通关模式为蓝本，通过再现跨境电商企业仓储、跨境物流场所、跨境监管场所及离境口岸4大场景，用户从获取海外订单信息开始，借助实验平台依次开展订单申报、运单申报以及支付单等申报工作，让学生以第一视角熟悉跨境电商物流通关业务流程。 2. 功能模块：平台分为实验介绍、实验流程、实验报告、课后习题、实验帮助、实验平台等六个模块。 3. 部署形式：软件需要B/S架构，基于SaaS部署。 4. 多语言支持：平台支持英语和汉语两种语言。 二、功能模块要求 1. 实验简介模块：简介应包括实验背景、实验目的、实验内容、实验知识点信息。 2. 实验流程：平台包括12个实验流程，依次为平台收到用户订单、仓库排拣货、订单数据申报、运单数据申报、清单数据申报、物流分包、清单申报、支付单申报、运抵申报、跨境监管场所、离境口岸查验、放行、汇总申	套	1	否

	报等。展示从平台受到用户订单到汇总报关业务的跨境电商物流通关业务运作流程图。 3. 实验报告： （1）若在实验尚未开始的情况下，查看实验报告，得分将为零分，给予用户提示以确认操作。 （2）能够根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。 （3）实验结果与分析应包含仓库安排拣货、订单数据申报、运单数据申报、收款单数据申报、清单数据申报、物流仓库货物分包、清单总单数据申报、运抵申报、跨境监管场所货物分包、离境口岸查验、汇总申报在内各项的得分情况。 4. 课后习题：提供跨境电商物流通关相关课程试题，在学生完成试题并提交给，展示学生选择答案与正确答案。 5. 实验帮助：提供平台操作帮助示意图。 三、实验平台要求 1. 跨境电商平台商户平台：模拟跨境电商平台商户后台页面收到用户订单后的情景，展示待完成订单、已完成订单数量数据。待完成订单模块提供待发货订单数量、订单日期、订单ID、履行天数、产品主图、产品（SKU）、货币代码、价格、配送费、数量、总成本等信息，用户可进入查看订单详情，包括订单概览（订单状态、订单ID、交易ID、交易日期、收货地址）与产品详情（产品详情、产品ID、SKU、颜色、货币代码、数量、总价）信息，或选择订单进行发送。已完成订单模块提供日期、订单ID、履行条数、产品（SKU）、货币代码、价格、配送费、数量、总成本等信息，用户可进入查看订单详情，包括订单概览（订单状态、订单ID、交易ID、交易日期、收货地址）与产品详情（产品详情、产品ID、SKU、颜色、货币代码、数量、总价）信息。 ▲2. 3D仓库分拣：模拟仓库安排拣货流程，在此过程中用户将体验按订单合成拣货单、按拣货单完成拣货、检查产品与订单是否一致、打包、打印并张贴物流面单、重量检验、物流揽件的业务流程，涉及热敏打印机、分拣车、扫码枪等硬件设备的认知和使用。仓库包含货架区、复检区、打包区等多个分区，设有小地图以便用户了解仓库布局。最终通过拣货顺序考核。 3. 出口业务/订单导出：模拟订单数据申报流程中的订单导出流程。可设置导入文件、物流信息、币制、任务备注、等信息，其他展示的信息包括日期、物流企业、申报地海关、运输方式、报关企业、电商企业等。支持下载订单模板、导入订单等操作。 4. 出口业务/订单匹配：模拟订单数据申报流程中的订单匹配流程。查看未匹配任务列表中任务的编号、出口日期、电商企业、运输方式、物流企业、订单数量、状态、备注信息，支持自动匹配或删除任务等操作。可查看根据匹配状态筛选的任务的商品名称、单位、箱数、总重量、数量、单价、总金额、体积、匹配状态、校验信息、运单号、订单号信息，支持删除订单操作。 5. 出口业务/任务分配：模拟订单数据申报流程中的任务分配流程。可查看提运单号、船公司、集装箱号、集装箱型号、航班航次等信息。查看得分			
--	--	--	--	--

	配任务列表中任务的任务编号、出口日期、电商企业、运输方式、总体积、订单数量、备注信息，支持退单、导出、删除、确认分配等操作。查看待提交任务列表中任务的提运单号、出口日期、电商企业、运输方式、总体积、总重量、总金额、订单数量、集装箱型号、航班航次信息，支持解除绑定、任务提交操作。 6. 出口业务/订单申报：模拟订单数据申报流程中的订单申报流程。可查看任务列表中任务的订单编号、电商平台代码、电商平台名称、电商企业代码、电商企业名称、日期、送报类型、业务状态信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报等操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示已申报订单、已申报运单、已申报清单、已申报清单总单、已申报汇总单的运单号、订单号、电商企业、重量、清单编号、订单状态、运单状态、收款单状态、清单状态信息，并可查看包含订单号、电商平台、货款金额、币制、申报类型、备注、回执描述、订单类型、电商企业、运费、业务状态、日期、回执状态等信息的表单详情。 7. 3D物流分包：模拟物流仓库货物分包流程。通过观看动画与查看文字介绍，了解认知安检机及危险品基础知识、红外扫码仪工作流程、包裹人工翻面流程、分拣机工作流程认知、物流大包打包流程、物流分拣全流程并完成物流顺序考核。 8. 清单申报：模拟清单总单申报流程。可查看任务列表中任务的预录入编号、企业唯一编号、物流企业名称、申报企业名称、运输方式、航班航次号、提运单号、日期信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报等操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示预录入编号、企业唯一编号、订单编号、运单编号、电商平台名称、生产销售企业名称、申报企业名称、日期信息，并可查看包含申报地海关、电商平台、运单号、电子口岸编号、进出口标记、出口日期、申报企业名称、生产销售企业代码、贸易方式、运输工具、运单号、指运港、币制、毛重、包装种类代码、业务状态、日期、回执状态、订单号、物流企业、企业唯一编号、清单编号、出口口岸代码、申报业务类型、收发货人名称、生产销售企业名称、运输方式、航班航次、地区、费用、运费标志、净重、数量、申报类型、备注、状态时间等信息的表单详情。 9. 3D跨境监管场所：观看动画，了解跨境监管场所基础知识。在跨境监管场所中，用户将体验按总包安检、全方位智能扫描器读取大包单信息、拆包、全方位智能扫描器读取面单信息、信息匹配、货物按路向格口分拣入格、扎袋、打印总包袋牌并张贴、发往离境口岸的业务流程。通过观看动画与查看文字介绍，了解认知运抵申报、海关办公室、六面扫描仪、ADV叉车、跨境监管场所分拣全流程，并完成违禁品认知考核。 10. 3D离境口岸：模拟离境口岸场景。在离境口岸中，用户将体验按核对转关单信息、核对海关关封、放行、发往海外的业务流程。 11. 汇总申报：模拟汇总申报流程。可查看任务列表中任务的统一编号、			
--	--	--	--	--

		贸易方式、预录入编号、进出口岸、生产销售企业代码、运输方式、日期信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报等操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示已申报订单、已申报运单、已申报清单、已申报清单总单、已申报汇总单的预录入编号、企业唯一编号、物流企业名称、申报企业名称、运输方式、航班航次好、提运单号、日期信息，并可查看包含申报地海关、电子口岸编号、运输方式、运单号、物流企业、报文序号、申报类型、备注、企业唯一编号、申报企业名称、运输工具、毛重、报文总数、业务状态、日期等信息的表单详情。 12. 商企退税与报关单：展示商企退税流程与报关单案例。 四、其他要求 1、提供完整的实验指导手册及实训指导视频。 2、课程资源：提供平台配套的完整课程体系，包括教学大纲、试题、PPT课件等。			
14	保 税 进 口 实 训 平台	一、平台总体要求 1、系统以模拟成立一家新的跨境贸易电子商务公司为前提，该公司需要采用保税备货的模式从事跨境贸易电子商务业务，用户在该模式下完成任务全流程。 2、系统构建了一座分别包含外经贸、电商企业、海关办事处、跨境电商保税仓库及物流企业地级城区。该城区包含电商企业、外经贸对外办事处、海关办事处、物流企业、保税区仓库及买家居家场景为主的 6 大三维实验场景。 3、系统涵盖备案登记、海关注册编码、电子口岸 IC 卡、单一窗口注册备案、电子口岸数据中心企业注册、商品备案、账册申请、申报、货物运抵、报关、报检预录入、过卡进区、查验、报关、表单申报、商品出库拣货、尾程派送等 14 个关键节点。 4、系统包含的任务数据资料分别有对外贸易经营者登记申请表、电商企业营业执照、法人身份证复印件、电子口岸 2 号表、经办人身份证、操作员身份证、企业简介、经营主体备案信息、质量诚信经营承诺书、企业税款证明、注册登记证书等 20 多项实验材料。 5、系统涉及包含跨境电商公共服务平台、商务委平台、电商平台、海关 H2018 通关管理平台、海关金关二期等 6 个公共服务平台的知识点交互。 6、系统制定每一阶段详尽的评分标准，构建虚-实结合、考-练结合的保税进口实验教学评价体系，了解用户知识掌握情况、实验过程任务和实验结果全面考核，增加评价综合性。 7、系统包含个人登录和专家入口，各自拥有不同的权限。 8、系统提供中英文切换功能，可一键切换到全英文界面，既可以支持中英文双语教学，也可以为英语语言用户提供顺畅的英文语言使用环境。 9、系统提供回退功能，用户可通过回退返回到之前的操作界面，回退后此前所有操作的数据将被清空。	套	1	否

	10、实验分三种类型进行综合考核，分别为基础知识点认知，实验任务，以及实践基础考核。同时考核模块系统设定了一定的时间，如果在限时内没有正确完成考核，或中途退出考核模块，学生在该考核模块的评分将为 0。 11、系统基于 VR 或 AR 技术，通过对场景进行三维建模，用户能在系统中进行 360° 三维交互，并搭配二维的平台申报等模拟环节，以及结合图文及三维动画等多手段展示方法，让学生完成跨境电商保税进口模式下全流程的认知和知识点的掌握。 二、平台实验流程模块 1、平台包括：实验简介、实验流程、实验报告、课后习题和实验帮助等功能。 2、实验简介：包括实验背景、实验目的、实验内容和实验知识点等。 3、实验流程：实验包含前期准备、入区准备、入区通关、出区通关、尾程派送全流程。 3.1 前期准备 本环节真实模拟电商企业前期注册及备案工作，系统模拟的备案工作主要包括企业备案和商品备案。完成对外贸易经营者备案登记工作、单一窗口线上注册工作、线上电子口岸的企业注册任务的全流程练习。此外，系统会同步提醒各流程应该提交的相关材料和信息。 (1) 对外贸易经营者备案登记 进入前期准备环节，系统将出现任务提示，引导用户进入各个任务场景，首先需要完成的实验任务是完成对外贸易经营者备案登记。 1) 用户进入电商企业场景，依照任务需求，前往国家商务网站完成线上对外贸易经营者备案登记申请表的填报工作，同时根据线上填报的需求，用户还需提交企业营业执照及法人身份证复印件，填报成功获得对外贸易经营者备案登记申请表；电子口岸 2 号表该公章。 2) 完成了线上的填报工作，用户需要前往外经贸对外办事处，提交纸质版材料。到达任务点，找到对外经贸办事处对外窗口的工作人员，完成对话任务后，根据对话内容提交相对应的任务材料：对外贸易经营者备案登记申请表，营业执照（盖公章），法人身份证。填报成功获得加盖备案登记印章的对外贸易经营者备案登记表（有效期 30 天）。如若材料多次提交不正确，用户也可点开实验提示，查看当前环节需要提交的正确材料。工作人员（指系统内的工作人员）将为您提交的申请表进行盖章。 (2) 海关注册编码 进入海关办事处，先进行各窗口的认知，此场景分别包含了海关备案窗口、海关数据中心对外窗口、海关对外办事处窗口、海关国检人员窗口。用户找到海关对外办事处后，先完成对话任务，同时提交已盖公章的对外贸易经营者备案登记表，随后用户将成功获取海关 10 位注册编码。 (3) 电子口岸 IC 卡 找到海关数据中心窗口，完成对话任务，同时根据对话内容，依次提交经办人身份证、法人持卡人身份证、操作员身份证、营业执照（盖公章）以及			
--	--	--	--	--

	对外贸易经营者备案登记表（已盖章）、电子口岸 2 号表盖公章、报关单位海关注册登记证等材料，填报成功获取电子口岸 IC 卡、法人 IC 卡、操作员 IC 卡、读卡器等材料。 （4）单一窗口注册备案 返回电商企业场景，用户在打开电脑后，先进行操作平台的选择，在线上完成单一窗口线上注册工作，同时完成多项材料的提交，随后用户将携带相关人物材料前往海关办事处，进行线下提交流程。 （5）电子口岸数据中心企业注册 返回企业场景，用户需打开电子口岸数据分中心的网站，完成现场注册任务，该任务环节，用户需提交的任务材料包含营业执照、操作员身份证、电子口岸业务办理申请单等等，在顺利完成上述任务环节后，系统将弹出信息提示，您已成功完成前期准备工作。 3.2 入区准备 本环节真实模拟在将货物运送至特殊监管区之前，需要完成的入区准备工作。该模块主要模拟商品备案；账册申请、申报；货物运抵及报关、报检预录入等工作流程。 （1）商品备案 物流企业在收到电商企业提供的国检商品备案明细表后，进行审核，在审核无误后，整理并制作国检备案申报表。进入知识点考核，用户在查看完国检商品备案明细表样例后，进行多选题的考核。随后再完成海关商品备案明细表的制作。 （2）账册申请、申报 考核交互：打开账册申请页面，当前您需要申请的账册类型为：委内加工、跨电账册还是物流账册。在完成商品备案表的线上提交任务后，电商企业负责人可通知国外供应商进行发货处理。 （3）货物运抵 货物运抵至口岸的同事，供应商还会将寄来包含商业发票、装箱单、提单及货物明细单等单据，用户可点击相关单据查看其式样。 （4）报关、报检预录入 进入海关办事处场景，用户需提交包含报关单、报检单、明细单、装箱单、发票、提单及查验记录单等相关单据，完成预录入工作。完成上述任务，系统将提示，您已完成当前环节任务，您可进入入区通关环节，完成后续通关任务。 3.3 入区通关 本环节真实模拟系统载入保税区过关卡口场景，在完成关卡关联后，车辆可进入保税区，将货物运载至保税区仓库站前，等待国检、海关办理查验手续通过后进行入库。 （1）过卡进区 系统载入保税区过关卡口场景，在过卡口环节，用户需将核放单、IC 卡提交给场站工作人员，待完成关卡关联后，车子放可进入保税区内。			
--	--	--	--	--

	(2) 查验、报关 车辆将入保税区后，将货物运载至保税区仓库站前，等待国检、海关办理查验手续后，货物方可办理放行手续，可入库。进入海关办事处，找到海关报关窗口，将报关单、报关委托书、发票及装箱单等单据提交给窗口工作人员，即完成入区通关环节的任务。 3.4 出区通关 本环节真实模拟备货在保税仓库的货物经电商平台销售后，办理二线出区的通关手续，然后进行零售物品打包装车活动，最后通过国内物流企业派送到消费者手中等流程。该环节通过练习订单、运单、支付单、清单以及核注单和核放单的申报工作，货物的分拣、复检及打包活动，模拟出区通关环节涵盖的业务过程。 (1) 表单申报 进入电商企业办公室，用户按照顺序依次完成订单、支付单、运单、清单等单据的申报工作，同时在申报前期，用户需进行操作平台的选择，以上表单需在跨境电商公共服务平台上完成申报工作。在完成核注单及核放单的申报工作后，即可前往海外仓仓库，完成拣货任务。 ▲ (2) 仓储拣货 前往订单处理区打印订单，取手推车，准备拣货，根据引导提示，完成货物的拣选，行走至复检区，完成商品的复检工作，打包商品，完成商品出库流程。完成上述流程，用户即完成出区通关的任务。 3.5 尾程派送 本环节模拟电商平台销售的物品通过国内物流企业运送到消费者手中后，消费者签收后可以通过手机扫描商品的二维码进行商品溯源，了解商品的详细信息。 (1) 商品签收 尾程派送阶段，用户将以买家的身份体验商品签收等环节。系统提示，您的商品已经送达，请开门并完成商品的签收。 (2) 商品信息溯源 完成商品的签收后，用户可点击拾取自己的手机完成商品信息追溯功能，追溯的信息可包含商品原产地、商品名称、生产日期、代理商、报关日期、进口口岸等信息。 4、实验报告模块 完成所有流程后，即可查看详细的实验报告。平台能够根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。 5、课后习题模块 提供课后习题库，并进行自动评分。 三、其他要求 1、提供完整的实验指导手册及实训指导视频。 2、课程资源：提供平台配套的完整课程体系，包括教学大纲、试题、PPT课件等。			
--	--	--	--	--

15	跨境 电商 综合 实训 平台	一、总体要求 1. 软件需要 B/S 架构，基于 SaaS 部署，并提供免费升级及维护服务； 2. 电商综合技能平台由电商平台沙盒、电商 ERP 沙盒、电商物流系统沙盒通过 API 应用程序接口实现对接，共同完成从电商平台注册、商品刊登与管理、订单处理与发货、采购、仓库等全流程综合技能的练习，并通过教学管理系统自动监测和评价学生（含自动评分功能）技能练习情况； 3. 平台分为电商 ERP 沙盒、电商物流系统沙盒、电商平台沙盒、在线帮助系统、教学管理系统，并能够对接 Aliexpress 仿真、Amazon 仿真等仿真平台，Aliexpress、Amazon、Shopee、Shopify、Lazada、DHgate、Alibaba、Vova、Ali1688 等至少 20 个真实电商平台； 4. 能够对接中国邮政小包、Aliexpress 无忧物流、Shopee 线上物流、E 邮宝、燕文物流、4PX 海外仓配送、万色速递、云途物流、顺丰海外仓等至少 200 种电商物流系统。 二、电商 ERP 沙盒系统 电商 ERP 沙盒系统支持多平台、多店铺全渠道商品、订单、客服、采购、库存统一管理，一键商品刊登，多物流渠道管理等功能，具体如下： 1. 多平台多店铺管理 ▲1.1：实训实战相统一：能够通过 API 应用程序接口对接 Aliexpress 仿真平台、Amazon 仿真平台等实训平台，以及 Aliexpress、Amazon、Paypal、DHgate、日本乐天、Ueeshop、Lazada、Shopee、CDiscunt、Alibaba、Shopify 等至少 20 家主流电商实战平台，全渠道数据统一管理，提升管理效率。 2. 产品管理 2.1 本地产品管理：包含本地产品添加与管理、物流报关、产品属性标记、产品目录添加与管理、序列号管理、图片银行管理等功能； 2.2 商品映射管理：包含电商平台线上商品与本地产品自动映射、手动添加映射及映射编辑、更改映射等功能； 2.3 包材分类管理：包含创建包材、包材目录管理、包材出库入库管理、包材盘点等功能。 3. 商品刊登管理 3.1 商品采集管理：支持从 Aliexpress、Amazon、淘宝、天猫、Cases、Dhgate、Alibaba 等网站上一键采集商品信息并认领到电商平台店铺； 3.2 一键刊登商品：可将商品一键刊登到 Aliexpress 仿真平台、Amazon 仿真平台等实训平台，也可以刊登到 Aliexpress、Amazon、Dhgate、Alibaba、Lazada、Shopee 等至少 20 家真实电商平台店铺当中；	套	1	否
----	----------------------------	--	---	---	---

		3.3 商品日常优化与维护：商品刊登功能真实还原电商平台后台刊登功能，可根据经营情况进行编辑优化及维护。 4. 自动处化订单处理 4.1 订单管理：提供高效自动化订单同步、个性化订单筛选、批量处理订单发货信息，报关信息、支持自动订单合并、订单拆分、虚拟发货、移动手持终端扫描发货、手动分配及自动分配物流、同步库存数据等功能。 5. 多库存统一管理 5.1 多平台多店铺库存统一管理：多平台库存自动同步，线上线下库存同步，库存数据自动更新； 6. 多物流渠道管理 ▲6.1 电商物流多渠道覆盖：除能够对接电商物流沙盒（仿真物流平台）外，还支持中国邮政小包、Aliexpress 无忧物流、Shopee 线上物流、E 邮宝、燕文物流、4PX 海外仓配送、万色速递、云途物流、顺丰海外仓等至少 200 种电商物流方式，实现绝大多数主流电商物流渠道全面覆盖； 6.2 提供智能物流解决方案：可根据订单所属店铺、订单金额、买家支付运费、订单收件人国家、产品数量等订单属性设定智能物流方解决方案； 6.3 报关信息设置：可查看并编辑通关申报需要的申报商品、申报价值、申报国家、申报重量等信息。 6.4 自定义面单：可进行订单面单的新增及编辑； 6.5 揽件地址设置：可查看并编辑中文揽件地址、中文寄件地址、英文寄件地址等功能。 7. 客服管理 7.1 自动同步 Aliexpress 仿真平台、Amazon 仿真平台等仿真平台、Aliexpress、Amazon、Dhgate、Alibaba、Lazada、Shopee 等真实电商平台店铺客服问题； 7.2 客户管理：可根据客户成交情况，对客户进行优质客户、普通客户、黑名单等分类及管理。 7.3 客服信息模板：结合电商平台售前、售中、售后客户常见问题，可设置客服信息模板，快速进行客户维护。 8. 仓库管理 8.1 仓库设置：可进行仓库基础信息设置、库存管理功能启用与关闭、货架位设置、地址设置、仓库启用、分配权限等功能； 8.2 入库管理：入库管理包括入库状态筛选、新增入库单、入库单导入与导出、批量入库、批量打印等功能； 8.3 出库管理：出库管理包括新增出库单、出库仓库、出库类型、出库日			
--	--	---	--	--	--

	期、出库数量等功能； 8.4 库存相关操作功能：可进行库存调拨、库存盘点、退换货处理、仓库清单、库存流水等功能的练习。 9. 采购管理 9.1 采购管理功能：包括采购建议、采购建议方案、采购计划、采购单、等待到货、扫描到货、缺货订单采购、缺货商品采购等功能； 9.2 供应商管理：包括供应商目录管理、供货信息管理、供应商添加、SKU 报价等功能。 10. 财务管理 10.1 财务结算：包括账期管理、结算设置、账期流水、财务账号管理、记账单等功能； 10.2 财务报表：包括订单利润统计、本地产品利润统计、线上产品利润统计、店铺利润统计、收支汇总、月收支报表等功能。 11. 多维度报表 11.1 按产品统计报表：包括本地产品销量统计、线上产品首次出单统计、线上产品销量统计、产品分类销量统计、销售汇总、销售毛利对比、销售毛利统计、产品广告情况统计、销售产品明细统计、产品进出口税额等功能； 11.2 按店铺统计报表：包括店铺订单统计、店铺订单对比、月收支报表、日订单统计、日物流报表等功能； 11.3 库存分析统计报表：包括进销存汇总、库存金额统计、存货库龄分析、物流发出汇总、商品成本明细等功能； 11.4 采购分析统计报表：包括采购单汇总、采购入库汇总、供应商购料对比分析、供应商对账单、采购退货统计等功能； 11.5：利润分析统计报表：包括订单利润统计 销售利润统计 店铺利润统计等功能； 11.6：业务提成统计报表：包括业务员月销售统计、业务员月提成统计、开发/业务销量统计等功能。 12. 多语言支持：电商 ERP 沙盒系统支持英语和汉语等多种语言。 三、电商平台沙盒 电商综合技能平台对接 Aliexpress 仿真平台、Amazon 仿真平台等仿真平台，Aliexpress、Amazon、Shopee、Shopify、Lazada、DHgate、Alibaba、Vova、Ali1688 等至少 20 个真实电商平台，达到实训和实战的统一，其中功能如下： 1. 快速注册：注册成为 Wish 仿真等实训平台的商户；			
--	--	--	--	--

		2. 产品管理：快速编辑店铺产品，掌握各个平台上传产品的步骤，产品政策，产品审核规则，品牌资质申请流程；可添加新产品、更新现有产品、更新现有库存、向现有产品添加尺寸/颜色、为现有产品编辑运费、产品 CSV 文件状态、可查看现有产品； 3. 物流和运费管理：包括熟悉国际物流业务，掌握如何设置运费模板，海外仓发货流程； 4. 订单管理：创建订单、处理订单，在线发货流程，并可根据需求自动产生模拟订单； 5. 营销推广：产品标题设置、产品定价技巧、营销文案设计、平台营销推广策略； 6. 售后管理：交易退款，政策警告，纠纷流程，售后服务，以及风险控制。 四、物流沙盒系统 电商物流沙盒平台运营稳定安全，操作简单方便，系统以物流订单、创建订单、订单统计、物流追踪以及系统管理作为物流沙盒系统的主要功能，从而做到一体化的管理。 1. 订单管理：创建物流订单、对接电商 ERP 沙盒、快速分发物流跟踪号，处理物流订单； 2. 渠道管理：管理物流发货渠道，根据收件人地址和用户选择，分配发货方式； 3. 订单跟踪：根据邮寄信息，自动进行包裹物流跟踪； 4. 订单报表：多维度统计物流订单，快速分析物流订单趋势； 5. 自定义面单：内含海量地址和报关单标签，并支持自定义标签和面单。 五、电商教学管理系统 1. 用户管理 1.1 密码设置：支持通过用户原密码验证完成密码更换。 1.2 教师管理：可查看教师姓名、用户名、联系电话、学校、授权状态、管理班级、班级人数、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对教师账号进行信息修改或删除。系统支持以 Excel 表格形式批量导出用户信息，添加新用户信息并创建账号，对教师账号进行单个或批量删除。 1.3 班级管理：可通过班级名称查询班级，查看班级名称、班级学生数、班级教师、学校名称、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对班级进行信息修改或删除，并在学生管理模块中对学生进行管理。系统支持添加新班级信息并创建班级，对班级进行单个或批量删除。			
--	--	--	--	--	--

		1.4 学生管理：可通过学生名称查询用户，查看学生姓名、学校、班级、账号、手机号码、创建人、授权到期时间、创建时间等信息，管理员可选择对学生账号进行信息修改或删除。系统支持以 Excel 表格形式批量导出用户信息，单个或通过模板批量添加新用户信息并创建账号，对学生账号进行单个或批量删除，学生实训账号批量创建：可单个或批量创建学生电商 ERP 沙盒和物流沙盒账号； 2. 教学监控：支持教师查看整个班级或单个学生电商平台沙盒与电商 ERP 沙盒绑定情况、刊登产品、处理单品订单情况、物流订单情况等情况； 2.1 沙盒账号报表：具有查看班级数量、ERP 沙盒和物流沙盒平台数量、账号数量等功能； 2.2 平台账号报表：具有查看班级数量、绑定实训电商平台和实战电商平台数量、账号数量等功能； 2.3 订单量报表：具有查看在使用 ERP 的订单处理情况的功能。 2.4 刊登产品报表：具有查看刊登的产品数量、刊登产品的质量、和产品前端展示的页面，并给刊登产品进行打分的功能。 2.5 物流订单报表：具有查看通过 ERP 处理的订单获取了物流跟踪单号有物流订单的数量和物流订单的物流状态。 2.6 学生得分报表：具有查看系统自动评分和人工手动评分的分数统计并且可以查看具体得分点的得分情况。 ▲3. 教学评估：支持教师设置各项操作（刊登产品、处理物流订单、绑定电商平台、订单发货、是否设置 SKU 映射、是否设置物流方案、是否完成采购入库、是否设置采购建议和刊登产品质量）权重，系统可自动根据学生实训情况和教师所设权重导出分数。 六、其它要求 1. 配套课程资源：提供详细的在线帮助文档和配套教材资料，包括常见问题，教学系统、电商平台沙盒、电商 ERP 沙盒、物流沙盒、以及平台操作手册下载以及相关操作和讲解视频在线播放功能； 2. 开发单位提供电商综合技能平台基于 SaaS 模式提供服务，由软件提供商搭建软件服务器运行所有网络基础设施及软件、硬件运作平台，并负责所有前期的实施、后期的维护以及免费升级等一系列服务，学校只需要通过能够上网的电脑直接使用软件服务，无需另行提供服务器； 3. 需提供与该平台配套的课程资源包，包括提供平台相应功能的在线帮助文档、在线帮助视频、操作手册、和对应的 PPT 课件。			
16	智慧新媒	一、总体要求 1、软件需要 B/S 架构，基于 SaaS 部署，并提供免费升级。	套	1	否

体 实 战 平 台	2、平台分为教学管理系统和实训系统两个部分，其中教学管理系统具备权限分配和资源管理功能，实训系统提供开展智慧新媒体营销相关实验操作平台。 二、教学管理系统模块 1、教学管理系统后台 （1）教学管理系统后台主页面：支持选择班级查看对应班级的实训任务与课程题库完成情况，可通过柱状图与饼状图的可视化形式直观展现已完成实训任务与课程题库的人数与占比。 （2）教师管理：可通过教师名称或手机号码查询用户，支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选，查看教师姓名、用户名、联系电话、学校、管理班级、班级人数、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对教师账号进行信息修改或删除。系统支持批量导出用户信息，添加新用户信息并创建账号，对教师账号进行单个或批量删除。 （3）班级管理：可通过班级名称查询班级，查看班级名称、班级学生数、班级教师、学校名称、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间等信息，管理员可选择对班级进行信息修改或删除，并在学生管理模块中对学生进行管理。系统支持添加新班级信息并创建班级，对班级进行单个或批量删除。 （4）学生管理：可通过学生名称或手机号码查询用户，支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选，查看学生姓名、学校、班级、账号、手机号、创建时间等信息，管理员可选择对学生账号进行信息修改或删除。系统支持批量导出用户信息，单个或通过模板批量添加新用户信息并创建账号，对学生账号进行单个或批量删除。 （5）教学监控：可通过班级或学生姓名筛选、查询用户，查看班级、学号、姓名、积分、已完成任务数、总任务数、已完成练习数、总练习数、答题次数等信息。系统支持批量导出用户信息。 （6）交流中心：应具备管理帖子与回复的功能模块。在帖子管理模块中，可通过用户姓名或帖子标题查询帖子，支持通过帖子置顶或审核状态对帖子进行筛选，查看帖子的发布人、帖子标题、图片、置顶情况、学校、班级、审核状态等信息，管理员可添加帖子，或对帖子进行删除、审核等操作。在回复管理模块中，可通过用户姓查询回复，支持通过回复审核状态对回复进行筛选，查看评论人、回复内容、图片、审核状态、添加时间等信息，管理员可对帖子进行删除、审核等操作。 2、教学管理系统前台 （1）教学管理系统前台主页面：应支持链接至实训任务、实训平台、课程题库、交流中心、课程知识库、实训轨迹、实训排名、资料下载等功能模块。展示用户实训学习与答题完成情况，包括完成任务数、答题次数、积分、排名信息。实训任务进度模块支持显示设置的总任务数与完成任务数，以可视化的形式展现用户已完成的任务占比。课程题库进度模块支持显示设置的总试卷数与完成试卷数，并以可视化的形式展现用户已完成的课程题库占比。每月练习数模块可展示月度练习完成情况的历史记录，显示的信息有月份、			
-----------------------	---	--	--	--

	完成任务数与答题次数。实训排名模块可展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、积分、完成任务数与答题次数等信息。 (2) 实训任务：展示用户实训任务完成情况，展示的信息包括实训积分、任务完成进度、已完成任务数量、未完成任务数量、班级排名。可根据实训任务的完成情况以全部任务、已完成任务、任务失败三种状况对实训任务进行筛选分组显示。可按章节分组展示实训项目目录，并显示任务完成情况，包括实训任务类型、任务满分、已作答次数、共可答次数、当前任务得分、获得积分、任务当前状态、任务详情。用户可通过链接进入对应课程知识库学习相关理论知识，进入实训平台进行实操练习，进入课程题库完成对应项目的试题库并答题。 (3) 课程题库：可分组展示课程试题组，显示试题组满分、作答次数等信息。通过链接可进入试题组进行做题，试题形式包括单选题、多选题、判断题。完成答题后显示考试结果，提供答题得分、错题数量、正确答案与学生答案等信息。 (4) 交流中心：提供热门话题、我的话题、我的回复分组，发表的话题支持配插图。 (5) 课程知识库：可按章节分组展示课程知识库目录，课程知识库提供的文字、图片、视频等多种形式的课程资源，视频内容支持静音、全屏播放、下载与画中画形式播放。 (6) 实训轨迹：生成月度实训轨迹图，可按年查看每月完成任务数量。 (7) 实训排名：可展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、积分、完成任务数与答题次数等信息。 (8) 资料下载：可分组展示课程资料，显示资料组浏览次数，支持通过关键字搜索资料组。可下载 PDF、doc 文档、视频、图片等多种形式的课程资料。 三、实训系统功能模块 1、直播电商 (1) 直播榜：直播榜数据包含：在线总人数、获得音浪、正在直播人数、总点赞数、商品总数销量及销售额；且提供榜单快照及对应榜单达人排行情况，榜单快照可通过点击不同时刻查看 24 小时的对应榜单数据；榜单包括达人、开播时间、观看人数、音浪收入、获得点赞数、累计销售量、累计销售额（预估）等信息，且可查看直播详情信息，数据包括直播信息、作者信息，提供对应的数据分析及观众分析，其中直播信息包括本场观看人数、本场点赞数、音浪总收入、本场音浪收入、本场涨粉数；作者信息包括点赞数、评论数以及分享数；数据分析包括观看人数趋势、音浪收入趋势、粉丝变化趋势、打赏人数趋势等数据，皆以曲线图的形式呈现；观众分析包括星座分布、音浪贡献榜 TOP5，分别以柱状图和表格的形式呈现。 ▲ (2) 直播流量大盘：可查看直播实时流量情况，数据包含：直播人数、观看人数、打赏人数、打赏音浪、点赞数、带货直播人数、带货商品数、购买人数、销量、销售额以及其环比上刻；基于当前直播数据，提供分布及趋			
--	---	--	--	--

	势；分布包括达人性别分布、粉丝量分布、年龄分布和带货经历分布，以饼状图形式呈现；趋势包括达人性别趋势图、粉丝量趋势图、年龄趋势图、带货趋势图，以曲线图形式呈现。 （3）直播观众喜好：可查看直播观众喜好数据，数据包含：观众用户特点、观众画像、观众在线分布；观众用户特点可查看男性观众及女性观众最突出的特点，包括年龄、星座、地域、喜爱的主播性别、喜爱的主播类型、喜爱的直播类型、喜爱的带货品类、打赏可能性、打赏音浪、购买可能性、经常购买的品类、客单价；观众画像包括粉丝量分布、性别分布、年龄分布、地域分布，以饼图和柱状图的形式呈现；观众在线时间分布展示的数据包括：直播场次、观看人数、场均观看人数，以柱状图和曲线图的组合图形式呈现。 （4）爆款直播间：提供官方爆款直播间信息，数据包含：直播时间、直播达人、直播简介，以及结束直播可以查看直播的详细信息，数据包括直播信息、作者信息，提供对应的数据分析及观众分析，其中直播信息包括本场观看人数、本场点赞数、音浪总收入、本场音浪收入、本场涨粉数；作者信息包括点赞数、评论数以及分享数；数据分析包括观看人数趋势、音浪收入趋势、粉丝变化趋势、打赏人数趋势等数据，皆以曲线图的形式呈现；观众分析包括星座分布、音浪贡献榜 TOP5，分别以柱状图和表格的形式呈现。 （5）直播带货榜：可查看日榜、周榜、月榜，分类目查询直播带货排行榜，数据包含：排名、直播时长、最高观看人数、粉丝变化、直播销量、直播销售额，且提供具体的直播数据变化情况。 （6）音浪榜：提供旅行、时尚等多个类目的音浪榜单数据，数据包含：排名、达人昵称、粉丝数、音浪收入等，且可点击查看达人详情数据。 （7）直播监测：可对直播进行监测，提供音浪收入、在线人数等直播相关数据，掌握抖音号直播热度数据，可在监控历史中查看。 （8）直播搜索：通过输入直播名称、直播达人昵称或者抖音号进行直播搜索，搜索结果包括直播、达人、开播时间、直播时长、最高观看人数、本场音浪，且可查看直播详情信息。 2、创意洞察 （1）视频飙升榜：可以查看包括美食、美妆、情感等 20 几个类目中飙升视频的榜单，最近可以精确到 24 小时以内，最远可以查看近 7 天的飙升视频榜单；可查看视频详细信息，包括视频信息、作者信息、数据详情、评论详情、观众分析；视频信息包括视频标题、视频时长、发布时间、视频点赞数、评论数、分享数，可以关注、播放视频；作者信息包括作者昵称、粉丝数、点赞数、评论数、分享数；数据详情包括点赞趋势、评论趋势、分享趋势，描述增量及总量，以曲线图形式呈现；评论详情展示全部评论及点赞数；观众分析包括性别分布、年龄分布，以饼图形式呈现，还包括城市热度和星座分布，以柱状图形式呈现。 （2）热门视频：从点赞最多、综合排行、评论最多、分享最多等维度展示美食、美妆、情感等 20 几个类目中最热门的视频，可自行选择 24 小时、48 小时、近三天等时间段进行筛选查看，且可查看视频详细信息。			
--	---	--	--	--

		(3) 热门音乐：可输入歌曲名称进行搜索，展示最受欢迎的音乐，提供该音乐的用户、使用人数以及搭配该音乐的热门视频；提供音乐详情查看、关注和播放音乐功能；音乐详情包括音乐名称、当前使用人数、音乐时长、人数趋势图、音乐热门视频；音乐热门视频可查看视频详细信息。 (4) 热门话题：从参与人数、总播放量、参与人数趋势等维度展示热门的话题，同时可以查看该话题下的热门视频，提供查看话题详情和关注该话题功能；话题详情包括参与人数、播放量、每日使用人数趋势、话题热门视频，每日使用人数趋势以曲线图形式呈现，话题热门视频可查看视频详细信息。 (5) 我关注的素材：展示用户所关注的用户、视频、音乐、话题等素材； (6) 打卡地点榜：展示各城市的打卡人数及浏览次数，以及各城市的相关打卡视频列表。 3、达人分析 ▲(1) 粉丝榜：根据达人的粉丝降序排序，数据包含：排名、博主昵称、涨粉数、粉丝总数等，且可以选择查看日榜、周榜和月榜，涨粉榜、掉粉榜和粉丝总榜以及根据类目进行筛选；可查看达人详情数据，包括达人昵称、性别、年龄、简介、数据概况、数据分析、达人视频、粉丝画像；数据概况包括粉丝总数、作品数、点赞总数、赞粉比、平均点赞、评论总数、分享总数；数据分析包括新增数据、粉丝趋势、点赞趋势、评论趋势、评论词云，粉丝、点赞、评论趋势以曲线图形式呈现，评论词云以词云图形式呈现；达人视频提供该达人拍摄视频，可查看视频详细信息；粉丝画像包括性别分布、年龄分布，以饼图形式呈现，还包括城市热度和星座分布，以柱状图形式呈现。 (2) MCN 机构：展示北京、上海、深圳等 30 多个城市的热门 MCN 机构，数据包含：机构名称、覆盖粉丝数、签约达人数、签约达人排名；可查看机构详情，包括公司名称及简介、签约达人、MCN 分析；MCN 包括粉丝量分布、达人年龄分布，以饼图形式呈现，还包括达人城市分布，以柱状图形式呈现。 (3) 蓝 V 榜：根据粉丝总数降序排序，数据包含：排名、粉丝总数、点赞数、作品数，且可以根据类目进行筛选，可查看达人详细信息。 (4) 达人搜索：通过输入关键词、播主名称和抖音号抖索达人，搜索结果展示达人及其粉丝数、作品数，可查看达人详细信息。 4、电商分析 (1) 热门商品榜：可以查看抖音销量日榜、周榜和月榜的热门商品，包括 3C 数码、美妆个护、家居家装等 10 多个类目的热门商品；商品榜信息包括排行、商品、价格、佣金比例、商品佣金、销量、销售额；可以查看商品详情，包括商品标题、全网总销量、抖音总销量、转化率、数据概况、商品热度分析、带货达人、商品观众画像；数据概况包括浏览总量、热推达人、佣金比例、预估佣金；商品热度分析包括全网日销量数据、抖音日销量数据、商品浏览量趋势，均以曲线图形式呈现；带货达人列表包括达人、粉丝量、分类、作品数、点赞数，可查看达人详情；商品观众画像包括活跃观众性别		
--	--	---	--	--

		分布、年龄分布，以饼图形式呈现，还包括活跃观众地域分布和星座分布，以柱状图形式呈现。 （2）带货视频榜：带货视频榜包括日榜、周榜和月榜，分别展示近一天、一周及一个月内的热门带货视频，包括 3C 数码、美妆个护、家居家装等 10 多个类目的热门带货视频，展示达人、视频标题及视频点赞量，可查看视频详细信息； （3）电商达人销量榜：电商达人销量榜包括日榜、周榜和月榜数据；各榜单中可查看达人对应的达人类型、作品数、粉丝数、点赞总数、上榜次数等基本信息，并可点击查看达人详情。 （4）淘客推广排行：可根据日期、类目分类筛选，查询 7 天内淘客推广排行上排名、商品、淘客推广增量、券后价、预计佣金，可查看商品详细信息。 （5）商品搜索：通过输入关键词来查询想要了解的商品数据，查询结果包括排行、商品、销售量、售价、预估佣金，可查看商品详细信息。 5、品牌推广 提供品牌排行榜，展示奢侈品、手机、日化、服饰鞋帽、母婴、汽车、美妆、食品饮料等多个类目的热销品牌，数据包括排名、品牌名、热度、热度涨幅、排名变化。 6、数据监测 （1）监测抖音号：监测抖音号通过添加抖音号对用户想要监测的抖音号进行数据监测，展示达人头像、昵称、抖音号、简介、粉丝总数、点赞总数、评论总数，可取消监测抖音号。 （2）对比抖音号：输入抖音昵称、抖音号、主页链接进行搜索对比，在对比列表中可以查看对比完成的详细数据，包括基础数据对比、账号运营分析对比、粉丝画像对比；基础数据对比包括抖音号、抖音号 ID、性别、年龄、所在地区、分类标签、粉丝数、点赞数、作品数；账号运营分析对比包括集均点赞、集均评论、集均分享、30 天内粉丝总量、30 天内点赞总量，粉丝趋势图、点赞趋势图均以曲线图形式呈现；粉丝画像对比包括粉丝主要性别、粉丝主要年龄、粉丝主要地域、评论热词。 四、其他要求 提供完整的配套实验教程和试题库，实验教程至少包含 20 个实训任务，包括新媒体营销与运营常用技能、用户画像数据分析、行业分析、商品分析、品牌推广分析、直播电商分析、新媒体营销数据综合分析等方面内容，且每个实训任务提供完整实验指导（包括实验目的、实验知识准备、实验内容与步骤、分析结论与决策和练习几部分）。			
17	国际货代技能训练	一、系统概述： 该技能训练系统培养国际货运代理工作整体开展和执行、异常处理、持续改进、逻辑思考、综合分析问题、解决问题等能力，考核内容要包含：客户获取、海运/空运报价计算、运输组织、费用计算、海运/空运操作、投诉	套	1	否

系统	处理和索赔处理等任务。 （1）满足大赛考核的实训要求 货运代理仿真实训系统完全按照大赛考核的大纲进行案例开发，训练的内容符合世界技能大赛的选拔要求，可以支持大赛的学习以及训练。训练任务60个。 （2）满足学校对于企业实习的需求 实现企业实习的需求，作为进入真正实操环境下实践的过渡。 二、内容参数： 该系统以货运代理日常业务操作的货品、进出口常规业务以及货运代理在国际货运终端的业务延伸为练习内容，涉及货品包括普通货物、特种货物、危险货物、散杂货等。系统对货代在各业务环节的操作要点、操作方法、信息系统使用、工具软件使用等方面进行练习，例如客户分类、邮件撰写、境内外运输路线设计、报价计算、报价表制作、运输计划制定与执行、异常事件处理等，重点练习货运代理业务环节的认知熟悉程度与工作技能的掌握应用能力，客户获取的方式方法、邮件系统的使用、运输路线设计优化、业务报价、单证处理等等。模拟试题内容包含中文和英文两种，共包含10套考核试题： 第1套：至少包含客户获取、报价计算、集港运输、费用计算、海运操作、投诉处理、索赔处理7个模块内容，主要训练客户的分类与拜访、集装箱数量的计算、海运费用的计算、船期的选择、集港运输计划的编制与执行、陆运费用的计算、单证的缮制、投诉索赔的处理。满足10课时训练。 第2套：至少包含客户获取、报价计算、集港运输、费用计算、海运操作、投诉处理、索赔处理7个模块内容，主要训练公司业务介绍、海运报价、海运单证缮制、客户投诉处理、客户索赔处理。满足10课时训练。 第3套：英文的试题，至少包含客户获取、报价计算、海运操作3个模块的业务处理内容，主要训练客户ABC分类、选择最优路线和运输方式、确定集装箱的类型和数量、选择船公司、制作报价表、填写海运单证。满足8课时训练。 第4套：试题内容还原第44届世界技能大赛货运代理赛项的考核内容和考核形式，试题包括7个模块，内容涵盖客户咨询、运费计算、海运业务处理、空运业务处理、投诉、索赔、保险等。满足20课时训练。 第5套：英文的试题，至少包括客户获取、报价计算、海运操作3个模块的业务处理内容，主要训练客户分类、计算集装箱数量、海运路线的选择、船公司的选择、报价表的计算、海运提单的缮制。满足8课时训练。 第6套：英文的试题，试题内容还原第44届世界技能大赛货运代理赛项的			
----	--	--	--	--

	考核内容和考核形式，试题包括7个模块，内容涵盖客户咨询、运费计算、海运业务处理、空运业务处理、投诉、索赔、保险等，主要训练客户关于信用证、贸易术语、港口航线、原产地证书、保险等问题的咨询，海运、陆运、空运业务的费用计算与报价，海运、空运单据的缮制，运输的组织，客户索赔的处理等。满足20课时训练。 第7套：英文的试题，至少包括客户获取、报价计算、海运操作3个模块的业务处理内容，主要训练客户分类、制作PPT介绍公司获取客户、集装箱箱型的确定、集装箱数量的计算、运输方式的选择、报价单的制作、单证的缮制以及异常情况的处理。满足8课时训练。 第8套：英文的试题，至少包括客户咨询与投诉处理、海运业务处理2个模块的业务处理内容，主要训练海运提单的审核、设计国际运输路线、客户投诉处理、海运业务咨询、海运报价单的制作、海运提单的签发。满足8课时训练。 第9套：英文的试题，至少包括海运业务、空运业务2个模块的业务处理内容，主要训练设计运输路线、确定集装箱的数量、制定海运计划、审核空运相关文件、计算基于货物的空运费用、安排空运进出口业务、安排空运进口业务。满足8课时训练。 第10套：英文的试题，试题内容还原第44届世界技能大赛货运代理赛项的考核内容和考核形式，包括8个模块，内容涵盖客户咨询、运费计算、海运业务处理、空运业务处理、投诉与索赔处理、单证等，主要训练回复客户关于海运、空运业务的咨询，海运、陆运、空运业务的费用计算与报价，海运、陆运、空运运输的组织，海运、空运单据的缮制，客户索赔的处理等。满足20课时训练。 三、技术参数 系统核心框架主要使用Spring Framework，安全框架主要使用Apache Shiro实现数据权限拦截，用户密码进行SHA1散列加密，此加密方法是不可逆的，保证密文泄露后的安全问题。模块化设计完全遵循MVC开发模式。存储层使用mysql数据库，持久层框架采用mybatis中间件进行数据处理并采用非关系型数据库redis缓存对数据进行存储，提高数据读入速度。 四、功能参数： 产品包含教师平台和学生平台。教师端有5大功能模块；学生端有3大核心功能模块。 1. 教师平台： 1.1 学生管理 1.1.1 教师可以为班级分配一套或分配多套案例进行学习。			
--	---	--	--	--

		1.1.2教师可以对学生的学习或考核模块内容进行调整：教师可对学生进行新增、批量新增、手动为学生分配题目案例、随机为学生分配题目案例、清除学生当前学习案例。 1.1.3教师可以对学生的学习或考核模块内容进行随机分配：教师可随意选择学生，对学生组题信息进行随机抽题。 1.1.4教师可以对学生当前的组题信息进行清除：教师可对任意学生的组题信息进行清除。 1.1.5教师可以对学生信息进行增加、修改和删除操作。 1.1.6教师可以通过学生姓名或学生登录账号对学生信息进行精确匹配。 1.1.7教师可以批量导入学生信息，对学生账号进行管理。 1.2成绩查询 1.2.1教师可以选择案例对该案例下学生考题进行下载。 1.2.2教师可以选择案例编码对该案例下学生提交的答题结果进行查看和下载。 1.2.3教师可以输入班级名称对该班级下学生提交的答题结果进行查看和下载。 1.2.4教师可以输入学生账号对该学生提交的答题结果进行查看和下载。 1.3统计查询 1.3.1教师可以直接下载各题目所有学生的答题结果统计，可针对每道题进行分析，了解学生掌握的知识点。 1.4案例管理 1.4.1教师可根据案例编码精确查找案例信息。 1.4.2教师可修改案例下试卷编码的启用、停用状态，可以将每个模块再进行切分，方便老师对每个案例进行分模块学习。 1.5答案解析 1.5.1教师可根据案例编码查询需要答题的案例。 1.5.2教师可查看每个案例下试卷的答案，方便老师针对每个案例下模块题目对学生进行讲解。 2. 学生平台 2.1试题答题 2.1.1学生可自行选择教师分配的案例模块进行学习。 2.1.2试题内容包含中文和英文两种题型。 2.1.3学生可选择案例下不同关卡进行学习。 2.1.4学生可以浏览案例下相关模块，也可以批量打开素材。 2.1.5学生可下载考试使用的试题模板和试题素材。			
--	--	--	--	--	--

		2.1.6支持将答案结果上传至系统服务器。 2.2自动测评判分 2.2.1系统自动将学生上传的答题结果进行评分。 2.2.2系统支持模块判分结果显示给学生。 2.3判分结果反馈 2.3.1学生可以下载已判分的答题结果。 2.3.2答题结果可以明细显示试题模板中每个单元格的得分情况，方便学生有针对性的对题目进行重复练习。 3.业务场景 3.1系统10套学习案例。 3.2系统47个训练关卡。 3.3系统自动判分关卡20个。 3.4训练内容至少包含：客户获取、客户咨询、报价计算、海运业务处理、空运业务处理、投诉处理、索赔处理、保险、单证的缮制。 3.5能够支持报关、国际物流、国际货运代理等国际方向物流专业的考核。 自动测评判分：系统自动将学生上传的答题结果进行评分，并将评分结果显示给学生。 判分结果反馈：学生可以下载已判分的答题结果，答题结果可以明细显示试题模板中每个单元格的得分情况。 4.能够支持报关、国际物流、国际货运代理等国际方向物流专业的考核。 5.10套试题，50个训练模块。训练内容至少包含：客户获取、客户咨询、报价计算、海运业务处理、空运业务处理、投诉处理、索赔处理、保险、单证的缮制。			
--	--	--	--	--	--

本采购清单中所列技术规格或主要参数为最低要求，不允许负偏离，否则将承担其投标被视为非实质性响应投标的风险。

三、商务要求

- 1、交付（实施）时间（期限）：自合同生效之日起 30 天。
- 2、交付（实施）地点（范围）：许昌职业技术学院
- 3、付款条件：
 - （1）支付方式：银行转账
 - （2）支付进度：

经验收合格采购人收到发票后 5 个工作日内支付合同总价款的 90%，剩余 10%满 12 个月无质量问题 5 个工作日内一次付清。

4、包装和运输

涉及商品包装和快递包装的项目，投标人提供产品及相关快递服务的具体包装要求和履约验收相关条款应符合财政部办公厅生态环境部办公厅国家邮政局办公室关于印发《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）的规定。

5、售后服务（投标文件中除投标人自行编制的售后服务方案外，应对以下要求做出响应）

本项目投标人所投产品至少提供三年免费质保。

6、其他服务要求（投标文件中应对以下要求做出响应）

（1）专利权：投标人应保证用户在使用该货物或其任何一部分时不受第三方提出侵犯其专利权、商标权和工业设计权等的起诉。

（2）驻校服务：在项目建设期间，中标人至少派 1 名工作人员提供驻校服务，便于与专业教师沟通交流，领会教师资源开发意图，与教师面对面进行沟通、制作、修改。在项目完工后的一星期内，中标人应提供免费驻校培训服务 3-5 天，安排工作人员向采购人提供全面的培训，确保用户能够对本次采购有足够的了解，能够独立进行日常操作、管理和维护，保障项目能正常使用。

四、验收标准

1、由采购人成立验收小组：采购人在收到供应商项目验收建议之日起 7 个工作日内，由采购人成立验收小组，按照采购合同的约定对中标人履约情况进行实质性验收。验收时，按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认。验收结束后，出具验收书，列明各项标准的验收情况及项目总体评价，由验收双方共同签署。

2、按照招标文件要求、投标文件响应和承诺验收。

五、采购标的的其他技术、服务等要求

1、投标人须明确投标产品的厂家、品牌、型号、参数，否则为无效投标。

2、投标人应就本项目（每包或者标段）完整投标，否则为无效投标。

3、所投产品应为符合本招标文件规定标准的全新正品现货。

4、本项目为交钥匙工程。

5、本项目执行《许昌市市级行政事业单位国有资产配置管理办法的通知》（许政文[2017]15号）的相关规定。

六、本项目预算金额 132.09 万元。最高限价 132.09 万元。超出最高限价的投标无效。

第三章 投标人须知前附表

招标文件中凡标有★条款均为实质性要求条款，投标文件须完全响应，未实质响应的，按照无效投标处理。

序号	条款名称	说明和要求
1	采购项目	项目名称：许昌职业技术学院电商数据化运营实战室项目(不见面开标) 项目编号：ZFCG-G2021127号 项目内容：电商数据化运营实战平台、声卡、麦克风、直播落地多功能支架、环形补光灯、移动录像运动相机、小型拍摄无人机、物流通关实训平台、保税进口实训平台、跨境电商综合实训平台、智慧新媒体实战平台、国际货代技能训练系统等一批。 项目地址：许昌职业技术学院
2	采购人	名称：许昌职业技术学院 地址：许昌市新兴东路 4336 号 联系人：蒲斌 宋建业 电话：18637402226 15893737006
3	代理机构	名称：许昌市政府采购服务中心 地址：许昌市龙兴路与竹林路交汇处公创业服务中心C座 联系人：李女士 电话：0374-2968687
4	★投标人资格	一、中小企业或者残疾人福利性单位声明函 1、中小企业出具《中小企业声明函》 2、残疾人福利性单位出具《残疾人福利企业声明函》 二、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 1、企业法人营业执照或营业执照。（企业投标提供） 2、事业单位法人证书。（事业单位投标提供） 3、执业许可证。（非企业专业服务机构投标提供） 4、个体工商户营业执照。（个体工商户投标提供） 5、自然人身份证明。（自然人投标提供）

		6、民办非企业单位登记证书。（民办非企业单位投标提供） 三、财务状况报告相关材料 1、投标人是法人（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），提供本单位： ①2020 年度经审计的财务报告，包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注； ②基本开户银行出具的资信证明； ③财政部门认可的政府采购专业担保机构的证明文件和担保机构出具的投标担保函。 注：仅需提供序号①～③其中之一即可。 2、投标人（其他组织和自然人）提供本单位： ①2020 年度经审计的财务报告，包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注； ②银行出具的资信证明； ③财政部门认可的政府采购专业担保机构的证明文件和担保机构出具的投标担保函。 注：仅需提供序号①～③其中之一即可。 四、依法缴纳税收相关材料 参加本次政府采购项目投标截止时间前一年内任意一个月缴纳税收凭据。（依法免税的投标人，应提供相应文件证明依法免税） 五、依法缴纳社会保障资金的证明材料 参加本次政府采购项目投标截止时间前一年内任意一个月缴纳社会保险凭据。（依法不需要缴纳社会保障资金的投标人，应提供相应文件证明依法不需要缴纳社会保障资金） 六、履行合同所必须的设备和专业技术能力的证明材料 1、相关设备的购置发票、专业技术人员职称证书、用工合同等； 2、投标人具备履行合同所必须的设备和专业技术能力承诺函或声明（承
--	--	---

	诺函或声明格式自拟)。 注：仅提供序号1~2其中之一即可。 七、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的声明 投标人“参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明”。重大违法记录，是指投标人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。 八、未被列入“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单的投标人；“中国政府采购网”(www.ccgp.gov.cn)政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人；“中国社会组织政务服务平台”网站(www.chinanpo.gov.cn)严重违法失信社会组织（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）。 1、查询渠道： ① “信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn） ② “中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn） ③ “中国社会组织政务服务平台”网站（www.chinanpo.gov.cn）（仅查询社会组织）； 2、截止时间：同投标截止时间； 3、信用信息查询记录和证据留存具体方式：经采购人确认的查询结果网页截图作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 4、信用信息的使用原则：经采购人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、严重违法失信社会组织，将拒绝其参与本次政府采购活动。 5、投标人无须提供信用记录查询结果网页截屏。投标人不良信用记录以采购人查询结果为准，采购人查询之后，网站信息发生的任何变更不再作为评审依据，投标人自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。
--	---

5	★联合体投标	本项目 ☒ 不接受 ☐ 接受联合体投标
6	★最高限价	132.09万元，超出最高限价的投标无效
7	现场考察	☒ 不组织 ☐ 组织，时间： 地点：
8	开标前答疑会	☒ 不召开 ☐ 召开，时间： 地点：
9	进口产品参与	☒ 不允许 ☐ 允许
10	★投标有效期	90天（自提交投标文件的截止之日起算） 中标人投标有效期延至合同验收之日，中标人全部合同义务履行完毕为止。
11	中标人将本项目非主体、非关键性工作分包	☒ 不允许 ☐ 允许
12	投标截止及开标时间	2021年12月23日8时30分（北京时间）
13	开标地点	开标地点：许昌市公共资源交易中心不见面开标二室（ 本项目采用远程不见面开标，投标人无须到交易中心现场 ）。
14	投标保证金	本项目不收取。 投标人应提供投标承诺函。
15	公告发布	招标公告、中标公告、变更（更正）公告、现场勘察答复等相关信息同时在以下网站发布：《中国政府采购网》、《河南省政府采购网》、《许昌市政府采购网》、《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》、《中国·许昌许昌市政府网》
16	采购人澄清或修改招标文件时间	投标截止时间15日前（澄清内容可能影响投标文件编制的）
17	投标人对采购文件质疑截止时间	招标公告期满之日起七个工作日
18	投标文件份数	☒ 电子投标文件：成功上传至《全国公共资源交易平台（河南省·许昌

		市)》公共资源交易系统加密电子投标文件1份(文件格式为: XXX公司XXX项目编号.file)。 ☐纸质投标文件: 正本一份, 副本<u>一</u>份。使用格式为“投标文件(供打印).PDF”的文件。 电子投标文件和纸质投标文件的内容、格式、水印码、签章应一致。
19	投标文件的 签署盖章	☒电子投标文件: 按招标文件要求加盖投标人电子印章和法人电子印章。 ☐纸质投标文件: 投标文件封面加盖投标人公章(投标文件是指投标人电子投标文件制作完成后生成的后缀名为“.PDF”的文件打印的纸质投标文件)。
20	评标委员会组建	☒由采购人代表和评审专家组成, 其中评审专家的人数不少于评标委员会成员总数的三分之二。评审专家从政府采购评审专家库中随机抽取。 ☐由评审专家组成。评审专家从政府采购评审专家库中随机抽取。
21	评标方法	☒ 综合评分法 ☐ 最低评标价法
22	中小企业有关政策	1、本项目属于专门面向中小企业采购的项目; 本次采购标的对应的中小企业划分标准所属行业: 其他未列明行业 2、根据工信部等部委发布的《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), 按照本次采购标的所属行业的划型标准, 符合条件的中小企业应按照招标文件格式要求提供《中小企业声明函》, 否则不得享受相关中小企业扶持政策。 3、提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业证明文件的, 视同为小型和微型企业。 4、符合享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位条件且提供《残疾人福利性单位声明函》的, 视同为小型和微型企业。
23	节能环保要求	执行《财政部 发展改革委 生态环境部 市场监管总局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)、关于印发节能产品政府采购品目清单的通知(财库〔2019〕19号)、关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知(财库〔2019〕18号)、市场监

		管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告（2019年第16号），本次投标产品类别属于政府强制采购产品类别的，须按照要求提供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，否则投标无效；属于政府优先采购产品类别的，须按照要求提供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，否则不予认定。
24	信息安全要求	按照《关于信息安全产品实施政府采购的通知》（财库【2010】48号）要求：信息安全产品，需提供由中国信息安全认证中心按国家标准认证颁发的有效认证证书。
25	履约保证金	☒ 无要求 ☐ 要求提交。履约保证金的数额为合同金额的%（不超过政府采购合同金额的10%）。中标人以支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式向采购人提交。
26	代理服务费	☒ 不收取
27	授权函	采购单位委派代表参加资格审查、评审委员会的，须向采购代理机构出具授权函。除授权代表外，采购单位委派纪检监察人员对评标过程实施监督的须进入许昌市公共资源交易中心五楼电子监督室，并向采购代理机构出具授权函，且不得超过2人。
28	电子化采购模式	☒ 是。投标人投标时须成功上传、解密电子投标文件。投标人资质、业绩、荣誉及相关人员证明材料等资料原件不再提交（本招标文件第六章另有要求提供原件的除外）。 ☐ 否。投标人投标时须提供纸质投标文件。投标人资质、业绩、荣誉及相关人员证明材料等资料原件根据招标文件要求提供。
29	特别提示	按照《关于推进全流程电子化交易和在线监管工作有关问题的通知》（许公管办[2019]3号）规定： 不同供应商电子投标文件制作硬件特征码（网卡MAC地址、CPU序号、

		硬盘序列号)均一致时,视为‘不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制’或‘不同投标人委托同一单位或者个人办理响应事宜’,其投标无效。 评审专家应严格按照要求查看“硬件特征码”相关信息并进行评审,在评审报告中显示“不同投标人电子投标文件制作硬件特征码”是否雷同的分析及判定结果。
--	--	---

第四章 投标人须知

一、概念释义

1. 适用范围

- 1.1 本招标文件仅适用于本次“投标邀请”中所述采购项目。
- 1.2 本招标文件解释权属于“投标邀请”所述的采购人。

2. 定义

- 2.1 “采购项目”：“投标人须知前附表”中所述的采购项目。
- 2.2 “招标人”：“投标人须知前附表”中所述的组织本次招标的代理机构和采购人。
- 2.3 “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。采购人名称、地址、电话、联系人见“投标人须知前附表”。
- 2.4 “代理机构”：接受采购人委托，代理采购项目的采购代理机构。代理机构名称、地址、电话、联系人见“投标人须知前附表”。

采购代理机构及其分支机构不得在所代理的采购项目中投标或者代理投标，不得为所代理的采购项目的投标人参加本项目提供投标咨询。
- 2.5 “潜在投标人”指符合《中华人民共和国政府采购法》及相关法律法规和本招标文件的各项规定，且按照本项目招标公告及招标文件规定的方式获取招标文件的法人、其他组织或者自然人。
- 2.6 “投标人”：是指符合《中华人民共和国政府采购法》及相关法律法规和本招标文件的各项规定，响应招标、参加投标竞争，从招标人处按规定获取招标文件，并按照招标文件要求向招标人提交投标文件的法人、其他组织或者自然人。
- 2.7 “进口产品”：是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。详见《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财库[2007]119号）、《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)。

- 2.7.1 招标文件列明不允许或未列明允许进口产品参加投标的,均视为拒绝进口产品参加投标。
- 2.7.2 如招标文件中已说明,经财政部门审核同意,允许部分或全部产品采购进口产品,投标人既可提供本国产品,也可以提供进口产品。
- 2.8 招标文件中凡标有“★”的条款均系实质性要求条款。

3. 合格的投标人

- 3.1 在中华人民共和国境内注册,具有本项目生产、制造、供应或实施能力,符合、承认并承诺履行本招标文件各项规定的法人、其他组织或者自然人。
- 3.2 符合本项目“投标邀请”和“投标人须知前附表”中规定的合格投标人所必须具备的条件。
- 3.3 按照财政部《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)要求,政府采购活动中查询及使用投标人信用记录的具体要求为:投标人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、严重违法失信社会组织名单(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)。
 - 3.3.1 查询渠道:“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)、“中国政府采购网”(www.ccgp.gov.cn)、“中国社会组织政务服务平台”网站(www.chinanpo.gov.cn);
 - 3.3.2 截止时间:同投标截止时间;
 - 3.3.3 信用信息查询记录和证据留存具体方式:经采购人确认的查询结果网页截图作为查询记录和证据,与其他采购文件一并保存;
 - 3.3.4 信用信息的使用原则:经采购人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、严重违法失信社会组织名单的社会组织,将拒绝其参与本次政府采购活动;
 - 3.3.5 投标人无须提供信用记录查询结果网页截屏。投标人不良信用记录以采购人查询结果为准,采购人查询之后,网站信息发生的任何变更不再作为评审依据,投标人自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。

- 3.4 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得同时参加本项目投标。违反规定的，相关投标均无效。
- 3.5 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。
- 3.6 “投标邀请”和“投标人须知前附表”规定接受联合体投标的，除应符合本章第3.1项和3.2项要求外，还应遵守以下规定：
 - 3.6.1 在投标文件中向采购人提交联合体协议书，明确联合体各方承担的工作和义务；
 - 3.6.2 联合体中有同类资质的供应商按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；
 - 3.6.3 招标人根据采购项目的特殊要求规定投标人特定条件的，联合体各方中至少应当有一方符合采购规定的特定条件。
 - 3.6.4 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。
 - 3.6.5 联合体各方应当共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
- 3.7 法律、行政法规规定的其他条件。

4. 合格的货物和服务

- 4.1 投标人提供的货物应当符合招标文件的要求，并且其质量完全符合国家标准、行业标准或地方标准，均有标准的以高（严格）者为准。没有国家标准、行业标准和企业标准的，按照通常标准或者符合采购目的的特定标准确定。
- 4.2 投标人所提供的服务应当没有侵犯任何第三方的知识产权、技术秘密等合法权利。
- 4.3 根据《财政部、发展改革委、生态环境部、市场监管总局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）要求，采购属于政府强制采购产品类别的，该产品必须具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品或环境标志产品认证证书，否则其投标将被拒绝。
- 4.4 根据财政部、工业和信息化部、国家质检总局、国家认监委联合发布《关于信息安全产

品实施政府采购的通知》（财库[2010]48号）要求，投标人所投产品如被列入《信息安全产品强制性认证目录》，则该产品应具备中国信息安全认证中心颁发的《中国国家信息安全产品认证证书》。投标人不能提供超出此目录范畴外的替代品。

5. 投标费用

不论投标的结果如何，投标人均应自行承担所有与投标有关的全部费用，招标人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

6. 信息发布

本采购项目需要公开的有关信息，包括招标公告、招标文件澄清或修改公告、中标公告以及延长投标截止时间等与招标活动有关的通知，招标人均将通过在《中国政府采购网》、《河南省政府采购网》、《许昌市政府采购网》和《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》、《中国·许昌 许昌市政府网》公开发布。投标人在参与本采购项目招投标活动期间，请及时关注以上媒体上的相关信息，投标人因没有及时关注而未能如期获取相关信息，及因此所产生的一切后果和责任，由投标人自行承担，招标人在任何情况下均不对此承担任何责任。

7. 采购代理机构代理费用收取标准和方式

本项目不收取代理费用。详见投标人须知前附表。

8. 其他

本“投标人须知”的条款如与“投标邀请”、“项目需求”、“投标人须知前附表”和“资格审查与评标”就同一内容的表述不一致的，以“投标邀请”、“项目需求”、“投标人须知前附表”和“资格审查与评标”中规定的内容为准。

二、招标文件说明

9. 招标文件构成

9.1 招标文件由以下部分组成：

- (1) 投标邀请（招标公告）
- (2) 项目需求
- (3) 投标人须知前附表
- (4) 投标人须知
- (5) 政府采购政策功能
- (6) 资格审查与评标
- (7) 拟签订的合同文本
- (8) 投标文件有关格式
- (9) 本项目招标文件的澄清、答复、修改、补充内容（如有的话）

9.2 投标人应认真阅读、并充分理解招标文件的全部内容（包括所有的补充、修改内容、重要事项、格式、条款和技术规范、参数及要求等），按招标文件要求和规定编制投标文件，并保证所提供的全部资料的真实性，否则有可能导致投标被拒绝，其风险由投标人自行承担。

9.3 投标人应认真了解本次招标的具体工作要求、工作范围以及职责，了解一切可能影响投标报价的资料。一经中标，不得以不完全了解项目要求、项目情况等为借口而提出额外补偿等要求，否则，由此引起的一切后果由中标人负责。

10. 现场考察、开标前答疑会

10.1 招标人根据采购项目的具体情况，可以在招标文件公告期满后，组织已获取招标文件的潜在投标人现场考察或者召开开标前答疑会。

招标人组织现场考察或者召开开标前答疑会的，所有投标人应按“投标人须知前附表”规定的时间、地点前往参加现场考察或者开标前答疑会。投标人如不参加，其风险由投标人自行承担，招标人不承担任何责任。

10.2 招标人组织现场考察或者召开答疑会的，应当在招标文件中载明，或者在招标文件公告期满后在财政部门指定的政府采购信息发布媒体和《全国公共资源交易平台（河南省·许

昌市)》发布更正公告。

- 10.3 招标人在考察现场和开标前答疑会口头介绍的情况,除招标人事后形成书面记录、并以澄清或修改公告的形式发布、构成招标文件的组成部分以外,其他内容仅供投标人在编制投标文件时参考,招标人不对投标人据此作出的判断和决策负责。
- 10.4 现场考察及参加开标前答疑会所发生的费用及一切责任由投标人自行承担。

11. 招标文件的澄清或修改

- 11.1 在投标截止期前,无论出于何种原因,招标人可主动地或在解答潜在投标人提出的澄清问题时对招标文件进行修改。
- 11.2 招标人可以对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的,招标人将在投标截止时间15日前,在财政部门指定的政府采购信息发布媒体和《全国公共资源交易平台(河南省·许昌市)》发布更正公告。
- 11.3 澄清或修改公告的内容为招标文件的组成部分,并对投标人具有约束力。当招标文件与澄清或修改公告就同一内容的表述不一致时,以最后发出的文件内容为准。
- 11.4 如果澄清或者修改发出的时间距规定的投标截止时间不足15日,招标人将顺延提交投标文件的截止时间。

三、投标文件的编制

12. 投标的语言及计量单位

- 12.1 投标人提交的投标文件以及投标人与招标人就有关投标事宜的所有来往书面文件均应使用中文。除签名、盖章、专用名称等特殊情形外,以中文以外的文字表述的投标文件视同未提供。
- 12.2 投标计量单位,招标文件已有明确规定的,使用招标文件规定的计量单位;招标文件没有规定的,一律采用中华人民共和国法定计量单位。

13. 投标报价

- 13.1 本次招标项目的投标均以人民币为计算单位。
- 13.2 采购人不得向投标人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。
- 13.3 投标人应对项目要求的全部内容进行报价，少报漏报将导致其投标为非实质性响应予以拒绝。
- 13.4 投标人应当按照国家相关规定，结合自身服务水平和承受能力进行报价。投标报价应是履行合同的最终价格，除“项目需求”中另有说明外，投标报价应当是投标人为提供本项目所要求的全部服务所发生的一切成本、税费和利润，包括人工（含工资、社会统筹保险金、加班工资、工作餐、相关福利、关于人员聘用的费用等）、设备、国家规定检测、外发包、材料（含辅材）、管理、税费及利润等。
- 13.5 本项目所涉及的运输、施工、安装、集成、调试、验收、备品和工具等费用均包含在投标报价中。
- 13.6 本次招标不接受可选择或可调整的投标方案和报价，任何有选择的或可调整的投标方案和报价将被视为非实质性响应投标而作无效投标处理。
- 13.7 报价不得高于本项目最高限价，且不低于成本价。本次招标实行“最高限价（项目控制金额上限）”，投标人的投标报价高于最高限价（项目控制金额上限）的，该投标人的投标文件将被视为非实质性响应予以拒绝。
- 13.8 最低报价不能作为中标的保证。

14. 投标有效期

- 14.1 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。本项目投标有效期详见投标人须知前附表。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于“投标人须知前附表”载明的投标有效期。投标有效期比招标文件规定短的属于非实质性响应，将被认定为无效投标。
- 14.2 投标有效期内投标人撤销投标文件的，投标人将承担违背投标承诺函的责任追究。
- 14.3 特殊情况下，在原投标有效期截止之前，招标人可要求投标人延长投标有效期。这种要求与答复均应以书面形式提交。投标人可拒绝招标人的这种要求，但其投标在原投标有效期期满后不再有效。同意延长投标有效期的投标人将不会被要求和允许修正其投标，

而只会被要求相应地延长其投标承诺函的有效期。在这种情况下，有关投标人违背投标承诺的责任追究措施将在延长了的有效期内继续有效。同意延期的投标人在原投标有效期内应享之权利及应负之责任也相应延续。

- 14.4 中标人的投标文件作为项目合同的附件，其有效期至中标人全部合同义务履行完毕为止。

15. 投标文件构成

- 15.1 投标文件的构成应符合法律法规及招标文件的要求。
- 15.2 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应。
- 15.3 投标文件由资格证明材料、符合性证明材料、其它材料等组成。
- 15.4 投标人根据招标文件的规定和采购项目的实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作分包的，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。
- 15.5 投标人登录许昌公共资源交易系统下载“许昌投标文件制作系统SEARUN 最新版本”，按招标文件要求根据所投标段制作电子投标文件。一个标段对应生成一个文件夹(XXXX项目xx标段)，后缀名为“.file”的文件用于电子投标使用。
- 电子投标文件制作技术咨询：0374-2961598。

16. 投标文件格式

- 16.1 为便于评审及规范统一，建议投标文件参照招标文件第八部分（投标文件有关格式）的内容要求、编排顺序和格式要求，以A4幅面编上唯一的连贯页码，并在投标文件封面上注明：所投项目名称、项目编号、投标人名称、日期等字样。
- 16.2 招标文件未提供标准格式的投标人可自行拟定。

17. 投标保证金

- 17.1 本项目不收取投标保证金。
- 17.2 投标人应提供投标承诺函。

18. 投标文件的数量和签署盖章

- 18.1 投标人应提交投标文件份数见“投标人须知前附表”。
- 18.2 在招标文件中已明示需盖章及签名之处,电子投标文件应按招标文件要求加盖投标人电子印章和法人电子印章或授权代表电子印章。

四、投标文件的提交

19. 投标截止时间

- 19.1 投标人必须在“投标邀请”和“投标人须知前附表”中规定的投标截止时间前,将加密电子投标文件(.file格式)通过《全国公共资源交易平台(河南省·许昌市)》公共资源交易系统成功上传。
- 19.2 招标人可以按本须知第14条规定,通过修改招标文件自行决定酌情延长投标截止期。在此情况下,招标人和投标人受投标截止期制约的所有权利和义务均应延长至新的截止日期和时间。投标人按招标人修改通知规定的时间提交投标文件。

20. 迟交的投标文件

投标截止时间之后上传的投标文件,招标人将拒绝接收。

21. 投标文件的修改和撤回

- 21.1 投标人在投标截止时间前,对投标文件进行补充、修改或者撤回的,须书面通知招标人。
投标人应当在投标截止时间前完成电子投标文件的提交,可以补充、修改或撤回。投标截止时间前未完成电子投标文件提交的,视为撤回投标文件。
- 21.2 投标人补充、修改的内容并作为投标文件的组成部分。补充或修改应当按招标文件要求签署、盖章、提交,并应注明“修改”或“补充”字样。
- 21.3 投标人在提交投标文件后,可以撤回其投标,但投标人必须在规定的投标截止时间前以书面形式告知招标人。

- 21.4 投标人不得在投标有效期内撤销投标文件，否则投标人将承担违背投标承诺函的责任追究。

22. 除投标人须知前附表另有规定外，投标人所提交的电子投标文件不予退还。

五、开标和评标

23. 开标

- 23.1 招标人将按招标文件规定的时间和地点组织远程不见面开标。开标由代理机构主持，投标人无须到现场。评标委员会成员不得参加开标活动。
- 23.2 招标人应当对开标、评标现场活动进行全程录音录像。录音录像应当清晰可辨，音像资料作为采购文件一并存档。
- 23.3 开标时，由代理机构开通远程不见面开标大厅及开启“文字互动”等功能；投标人、代理机构进行电子投标文件的解密。解密后投标人选择功能栏“开标记录”按钮可查看投标人名称、投标价格、修改和撤回投标的通知（如有的话）和招标文件规定的需要宣布的其他内容。
- 23.3.1 电子投标文件的解密。全流程电子化交易项目电子投标文件采用双重加密。解密需分段进行两次解密。
- 23.3.1.1 投标人解密：投标人使用本单位CA数字证书远程进行解密。
- 23.3.1.2 代理机构解密：代理机构按电子投标文件到达交易系统的先后顺序，使用本单位CA数字证书进行再次解密。
- 23.3.1.3 因投标人原因电子投标文件解密失败的，其投标将被拒绝。
- 23.3.2 投标人不足3家的，不得开标。
- 23.3.3 开标过程由采购代理机构负责记录，《开标记录表》经投标人进行电子签章、由参加开标相关工作人员签字确认后随采购文件一并存档。投标人未电子签章的，视同认可开标结果。

- 23.3.4 投标人对开标过程和开标记录如有疑义，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，应在不见面开标大厅“文字互动”对话框或“新增质疑”处在线提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人代表提出的询问或者回避申请应当及时处理。
- 23.3.5 项目远程不见面开标活动结束后，投标人应在《开标记录表》上进行电子签章。投标人未签章的，视同认可开标结果。

24. 资格审查

开标结束后，采购人依法对投标人的资格进行审查。合格投标人不足3家的，不得评标。

25. 评标委员会的组成

- 25.1 招标人将依法组建评标委员会，评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为5人以上单数，其中评审专家的人数不少于评标委员会成员总数的三分之二。评审专家依法从政府采购评审专家库中随机抽取。
- 25.1.1 招标人将依法组建评标委员会，评标委员会由评审专家组成，成员人数应当为5人以上单数。评审专家依法从政府采购评审专家库中随机抽取。
- 25.1.2 采购项目符合下列情形之一的，评标委员会成员人数应当为7人以上单数：
- 25.1.2.1 采购预算金额在1000万元以上；
- 25.1.2.2 技术复杂；
- 25.1.2.3 社会影响较大。
- 25.1.3 评审专家对本单位的采购项目只能作为采购人代表参与评标。采购代理机构工作人员不得参加由本机构代理的政府采购项目的评标。
- 25.2 评审专家与投标人存在下列利害关系之一的,应当回避：
- 25.2.1 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；
- 25.2.2 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；

- 25.2.3 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。
- 25.3 评审专家发现本人与参加采购活动的供应商有利害关系的,应当主动提出回避。采购人或者代理机构发现评审专家与参加采购活动的供应商有利害关系的,应当要求其回避。
- 25.4 采购人不得担任评标小组长。
- 25.5 采购人可以在评标前说明项目背景和采购需求,说明内容不得含有歧视性、倾向性意见,不得超出招标文件所述范围。说明应当提交书面材料,并随采购文件一并存档。
- 25.6 评标委员会成员名单在评标结果公告前应当保密。

26. 符合性审查

- 26.1 评标委员会依据有关法律法规和招标文件的规定,对符合资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。
- 25.1 审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求。
- 25.2 可要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明。

27. 投标文件的澄清

- 27.1 对于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,评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。
- 27.2 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。
- 27.3 投标人的澄清文件是其投标文件的组成部分。

28. 投标文件报价出现前后不一致的修正

- 28.1 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;
- 28.2 大写金额和小写金额不一致的,以大写金额为准;
- 28.3 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;

28. 4 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。同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。修正后的报价按照“投标人须知”28.2规定经投标人确认后产生约束力，投标人不确认的，其投标无效。

29. 投标无效情形

29. 1 投标文件属下列情况之一的，按照无效投标处理：
29. 1. 1 未按照招标文件的规定提交投标承诺函的；
29. 1. 2 投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；
29. 1. 3 不具备招标文件中规定的资格要求的；
29. 1. 4 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；
29. 1. 5 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的。
29. 1 有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：
29. 2. 1 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；
29. 2. 2 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
29. 2. 3 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；
29. 2. 4 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；
29. 2. 5 不同投标人的投标文件相互混装。
29. 3 投标人应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标人的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标人的合法权益。在评标过程中发现投标人有上述情形的，评标委员会应当认定其投标无效，并书面报告本级财政部门。
29. 4 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标期间合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。
29. 5 按照《关于推进全流程电子化交易和在线监管工作有关问题的通知》（许公管办[2019]3号）规定，不同投标人电子投标文件记录的网卡MAC地址、CPU序号、硬盘序列号等硬件特征码均相同时，视为‘不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制’或‘不

同投标人委托同一单位或者个人办理响应事宜’，其投标无效。

29.6 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

30. 相同品牌投标人的认定（服务类项目不适用本条款规定）

30.1 采用最低评标价法的采购项目，提供相同品牌产品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招标文件规定的方式确定一个参加评标的投标人，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他投标无效。

30.2 使用综合评分法的采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、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，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一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

31. 投标文件的比较与评价

评标委员会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。

32. 评标方法、评标标准

32.1 评标方法分为最低评标价法和综合评分法。

32.1.1 最低评标价法

32.1.1.1 最低评标价法，是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。

32.1.1.2 采用最低评标价法评标时，除了算术修正和落实政府采购政策需进行的价格扣除外，不能对投标人的投标价格进行任何调整。

32.1.2 综合评分法，是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。

32. 2 价格分

32. 2. 1 价格分采用低价优先法计算，即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，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算：

$$\text{投标报价得分} = (\text{评标基准价} / \text{投标报价}) \times 100$$

$$\text{评标总得分} = F_1 \times A_1 + F_2 \times A_2 + \dots + F_n \times A_n$$

F_1 、 F_2 …… F_n 分别为各项评审因素的得分；

A_1 、 A_2 、…… A_n 分别为各项评审因素所占的权重 ($A_1 + A_2 + \dots + A_n = 1$)。

32. 2. 2 评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

32. 2. 3 因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

32. 3 本次评标具体评标方法、评标标准见（第六章 资格审查与评标）。

33. 推荐中标候选人

33. 1 采用最低评标价法的，评标结果按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。

33. 2 采用综合评分法的，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。

34. 评审意见无效情形

34. 1 评标委员会及其成员有下列行为之一的，其评审意见无效：

34. 1. 1 确定参与评标至评标结束前私自接触投标人；

34. 1. 2 接受投标人提出的与投标文件不一致的澄清或者说明，《投标人须知》26条规定的情形除外；

34. 1. 3 违反评标纪律发表倾向性意见或者征询采购人的倾向性意见；

34. 1. 4 对需要专业判断的主观评审因素协商评分；

34.1.5 在评标过程中擅离职守，影响评标程序正常进行的；

34.1.6 记录、复制或者带走任何评标资料；

34.1.7 其他不遵守评标纪律的行为。

35. 保密

35.1 评审专家应当遵守评审工作纪律，不得泄露评审文件、评审情况和评审中获悉的商业秘密。

35.2 采购人、采购代理机构应当采取必要措施，保证评标在严格保密的情况下进行。有关人员对评标情况以及在评标过程中获悉的国家秘密、商业秘密负有保密责任。

六、定标和授予合同

36. 确定中标人

36.1 采购人应当自收到评标报告之日起1个工作日内，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，由采购人采取随机抽取的方式确定。

36.2 采购人在收到评标报告1个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

37. 中标公告、发出中标通知书

37.1 采购人确认中标人后，1个工作日公告中标结果的同时，向中标人发出中标通知书。

37.2 中标通知书发出后，采购人不得违法改变中标结果，中标人无正当理由不得放弃中标。

37.3 中标人在接到中标通知时，须向代理机构发送投标报价及分项报价一览表（包含主要中标标的的名称、规格型号、数量、单价、服务要求等）电子文档，并同时通知代理机构联系人。

38. 质疑提出与答复

- 38.1 供应商认为采购文件、采购过程和中标结果使自己的权益受到损害的，可以按照《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第94号）提出质疑。提出质疑的供应商应当是参与本项目采购活动的供应商。提出时应按照《政府采购质疑和投诉办法》（财政部令第94号）第十二条规定提交质疑函和必要的证明材料，质疑提出后潜在投标人应及时联系招标公告中集采机构联系人查看。如未提出视为全面接受。
- 38.1.1 对采购文件提出质疑的，潜在投标人应已依法获取采购文件，且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个工作日内通过《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》一次性提出；
- 38.1.2 对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日起七个工作日内，投标人通过《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》一次性提出；
- 38.1.3 对中标结果提出质疑的，为中标结果公告期限届满之日起七个工作日内，投标人通过《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》一次性提出。
- 38.2 采购人、采购代理机构认为供应商质疑不成立，或者成立但未对中标结果构成影响的，在收到质疑函7个工作日内通过《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》交易系统作出答复，并继续开展采购活动；认为供应商质疑成立且影响或者可能影响中标结果的，在收到质疑函7个工作日内通过《全国公共资源交易平台（河南省·许昌市）》交易系统作出答复，并按照下列情况处理：
- 38.2.1 对采购文件提出的质疑，依法通过澄清或者修改可以继续开展采购活动的，澄清或者修改采购文件后继续开展采购活动；否则应当修改采购文件后重新开展采购活动。
- 38.2.2 对采购过程、中标结果提出的质疑，合格供应商符合法定数量时，可以从合格的中标候选人中另行确定中标供应商的，应当依法另行确定中标供应商；否则应当重新开展采购活动。

38. 签订合同与备案

采购人应当自中标通知书发出之日起7日内，按照招标文件和中标人投标文件的规定，与中标人签订书面合同。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。

采购人自采购合同签订之日起，1个工作日内到许昌市政府采购监督管理委员会办公室进行合同备案，并登陆“许昌市政府采购网”进行网上备案。

39. 履约保证金

“投标人须知前附表”中规定中标人提交履约保证金的，中标人应当以支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式向采购人提交。履约保证金的数额不得超过政府采购合同金额的10%。

40. 政府采购合同融资

41.1 缓解中小企业融资难题

政府采购合同融资是支持中小微企业发展，针对参与政府采购活动的供应商融资难、融资贵问题推出的一项融资政策。根据河南省财政厅《关于印发深入推进政府采购合同融资工作实施方案的通知》精神，我市目前已与以下金融机构合作开展政府采购信用融资业务，中标供应商可持政府采购合同，通过“许昌市政府采购网”向所选的金融机构申请贷款，无需抵押、担保，融资机构将根据《河南省政府采购合同融资工作实施方案》（豫财购〔2017〕10号），按照双方自愿的原则提供便捷、优惠的贷款服务。

41.2 合作金融机构（排名不分先后）

合作金融机构名称：中原银行许昌分行（小微金融部）

联系人及电话：陈阳 13137407575 方金龙 15836539901

地址：许昌市建安大道与紫云路交汇处中原银行

合作金融机构名称：浦发银行许昌分行

联系人及电话：赵勇 0374-7313569、7313502 18937459920

地址：许昌市许继大道1163号许继花园

合作金融机构名称：交通银行许昌分行

联系人：宋纪刚 0374-2369912 13733951305

地址：许昌市莲城大道114号

合作金融机构名称：光大银行许昌分行

联系人：李东磊 0374-2928168 18569936868

地址：许昌市魏都区八一路文峰路交叉口西北角

合作金融机构名称：招商银行许昌分行

联系人及电话：崔星迪 0374-5376058 18839983051

地址：许昌市建安大道中段新天下AB座

合作金融机构名称：邮储银行许昌市分行

联系人及电话：张彦峰13839001972 武松涛18839902679

徐亚爽15038297574

地址：许昌市莲城大道邮储银行莲城支行二楼

合作金融机构名称：中国银行许昌分行

联系人及电话：白炜 13938772680 刘晓飞 0374-3338596

地址：许昌市魏都区建设路1488号

合作金融机构名称：中信银行郑州红专路支行

联系人：韩晨 13253490679

地址：郑州市金水区经三路北26号中信银行郑州红专路支行

41.3 “许昌市政府采购合同融资金融产品推介名录” 链接

<http://xuchang.hngp.gov.cn/xuchang/content?infoId=1606365368231095&channelCode=H711001>

第五章 政府采购政策功能

根据《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》、《政府采购货物和服务招标投标管理办法》等规定，本项目落实节约能源、保护环境、促进中小企业发展、支持监狱企业发展、促进残疾人就业等政府采购政策。

一、节能能源、保护环境

按照《财政部、发展改革委、生态环境部、市场监管总局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）和财政部、生态环境部《关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕18号）以及财政部、发展改革委《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19号），采购属于政府强制采购产品类别的，该产品必须具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品或环境标志产品认证证书；采购属于政府优先采购产品类别的，该产品具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品或环境标志产品认证证书，应当优先采购。

二、促进中小企业发展（不含民办非企业）

（一）专门面向中小企业预留采购份额

（二）非专门面向中小企业预留采购份额

1、根据财政部、工业和信息化部《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定，对符合该办法规定的小型 and 微型企业报价给予 6%-10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。

2、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》（财库〔2020〕46号）规定的中小企业扶持政策。

3、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。

4、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，对联合体或者大中型企业的报价给予 2-3%的扣除，用扣除后的价格参加评审。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。

5、按照本次采购标的所属行业的划型标准，符合条件的中小企业应按照招标文件格式要求提供《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

三、支持监狱企业发展

按照财政部、司法部发布的《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)规定，在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业，享受评审中价格扣除的政府采购政策，用扣除后的价格参与评审。监狱企业应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局(含新疆生产建设兵团)出具的属于监狱企业的证明文件。

四、促进残疾人就业

1、按照财政部、民政部、中国残疾人联合会和残疾人发布的《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库[2017]141号)规定，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受评审中价格扣除的政府采购政策。对残疾人福利性单位提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务，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)用扣除后的价格参与评审。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

2、符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。任何单位或者个人在政府采购活动中均不得要求残疾人福利性单位提供其他证明声明函内容的材料。

3、中标人为残疾人福利性单位的，招标人应当随中标结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

第六章 资格审查与评标

一、资格审查

（一）开标结束后，采购人（采购代理机构）依法对投标人资格进行审查。确定符合资格的投标人不少于 3 家的，将组织评标委员会进行评标。

（二）资格证明材料（本栏所列内容为本项目的资格审查条件，如有一项不符合要求，则不能进入下一步评审）。

（三）资格审查中所涉及到的证书及材料，均须在电子投标文件中提供原件扫描件（或图片）。

序号	资格审查因素	说明与要求
1	投标函	参考招标文件第八章 3.1 格式填写
2	中小企业	(1) 中小企业出具《中小企业声明函》 (2) 残疾人福利性单位出具《残疾人福利企业声明函》
3	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	(1) 企业法人营业执照或营业执照。（企业投标提供） (2) 事业单位法人证书。（事业单位投标提供） (3) 执业许可证。（非企业专业服务机构投标提供） (4) 个体工商户营业执照。（个体工商户投标提供） (5) 自然人身份证明。（自然人投标提供） (6) 民办非企业单位登记证书。（民办非企业单位投标提供）
4	财务状况报告相关材料	(1) 投标人是法人（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），提供本单位： ①2020 年度经审计的财务报告，包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注； ②基本开户银行出具的资信证明； ③财政部门认可的政府采购专业担保机构的证明文件和担保机构出具的投标担保函。

		注：仅需提供序号①～③其中之一即可。 (2) 投标人（其他组织和自然人）提供本单位： ①2020 年度经审计的财务报告，包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注； ②银行出具的资信证明； ③财政部门认可的政府采购专业担保机构的证明文件和担保机构出具的投标担保函。 注：仅需提供序号①～③其中之一即可。
5	依法缴纳税收相关材料	投标人提供参加本次政府采购项目投标截止时间前一年内任意一个月缴纳税收凭据。（依法免税的投标人，应提供相应文件证明依法免税）
6	依法缴纳社会保障资金的证明材料	投标人提供参加本次政府采购项目投标截止时间前一年内任意一个月缴纳社会保险凭据。（依法不需要缴纳社会保障资金的投标人，应提供相应文件证明依法不需要缴纳社会保障资金）
7	履行合同所必须的设备和专业技术能力的证明材料	①与本项目投标相关设备的购置发票、专业技术人员职称证书、用工合同等； ②投标人具备履行合同所必须的设备和专业技术能力承诺函或声明（承诺函或声明格式自拟）。 注：仅需提供序号①～②其中之一即可。
8	参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的声明	按照招标文件提供格式填写。投标人“参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明”。重大违法记录，是指投标人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。
9	信用记录查询及使用	政府采购活动中查询及使用投标人信用记录的具体要求为：投标人未被列入“信用中国”网站失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单的投标人、“中国政府采购网”政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人、“中国社会组织政务服务平台”

		网站（www.chinanpo.gov.cn）严重违法失信社会组织；（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）。 （1）查询渠道： ① “信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn） ② “中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn） ③ “中国社会组织政务服务平台”网站（www.chinanpo.gov.cn）（仅查询社会组织）； （2）截止时间：同投标截止时间； （3）信用信息查询记录和证据留存具体方式：经采购人确认的查询结果网页截图作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； （4）信用信息的使用原则：经采购人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、严重违法失信社会组织，将拒绝其参与本次政府采购活动。 （5）投标人无须提供信用记录查询结果网页截屏。投标人不良信用记录以采购人查询结果为准，采购人查询之后，网站信息发生的任何变更不再作为评审依据，投标人自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。
10	投标人应具备的特殊要求	无
11	投标报价	投标报价是否超出招标文件中规定的预算金额，超出预算金额的投标无效。如投标人须知前附表规定最高限价，则超出预算金额和最高限价的投标无效。
12	投标承诺函	投标人以投标承诺函的形式替代投标保证金。

13	联合体协议	招标文件接受联合体投标且投标人为联合体的，投标人应提供本协议；否则无须提供。
14	投标人身份证明及授权	(1) 法定代表人身份证明或提供法定代表人授权委托书及被授权人身份证明。(法人投标提供) (2) 单位负责人身份证明或提供单位负责人授权委托书及被授权人身份证明。(非法人投标提供) 注： ①企业（银行、保险、石油石化、电力、电信等行业除外）、事业单位和社会团体投标人以法人身份参加投标的，法定代表人应与实际提交的“营业执照等证明文件”载明的一致。 ②银行、保险、石油石化、电力、电信等行业：以法人身份参加投标的，法定代表人应与实际提交的“营业执照等证明文件”载明的一致；以非法人身份参加投标的，“单位负责人”指代表单位行使职权的主要负责人，应与实际提交的“营业执照等证明文件”载明的一致。 ③投标人为自然人的，无需填写法定代表人授权书。
15	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	投标人提供与参加本项目投标的其他供应商之间，单位负责人不为同一人并且不存在直接控股、管理关系承诺函（承诺函格式自拟）。
16	为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商不得参加本项目投标	投标人提供未为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务承诺函（承诺函格式自拟）。

二、评标

（一）评标方法

本项目采用综合评分法。总分为 100 分。

（二）评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责

1、审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；

评标委员会对符合资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商务、技术等实质性要求。

注：符合性审查中所涉及到的证书及材料，均应在电子投标文件中提供原件扫描件（或图片）。

2、要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；

对于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，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、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。

3、对投标文件进行比较和评价；

评标委员会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。评标时，评标委员会各成员应当独立对每个投标人的投标文件进行评价，并汇总每个投标人的得分。评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

注：评标标准中所涉及到的证书及材料，均应在电子投标文件中提供原件扫描件（或图片）。

（1）价格分计算

价格分采用低价优先法计算，即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，其价格分为满分。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

（2）关于相同品牌产品（服务类项目不适用本条款规定）

采用最低评标价法的，提供相同品牌产品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采取随机抽取方式确定一个参加评标的投标人，其他投标无效。

采用综合评分法的，提供相同品牌产品（非单一产品采购项目，多家投标人提供的核心产品品牌相同）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作为中标候选人推荐；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会采取随机抽取方式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。

（3）强制采购节能产品和优先采购节能产品、优先采购环保产品

1）对《节能产品政府采购品目清单》所列的政府强制采购节能产品，投标人投标文件中应提供具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品或环境标志产品认证证书，否则将承担其投标被视为非实质性响应投标的风险。

投标人所投其他产品若属于《节能产品政府采购品目清单》优先采购产品，投标文件中应提供具有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，评标委员会根据本项目评标标准予以判定并赋分。

2）投标人所投产品若属于《环境标志产品政府采购品目清单》内产品，投标文件中应提供具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书，评标委员会根据本项目评标标准予以判定并赋分。

（4）信息产品要求

1）投标人所投产品如被列入《信息安全产品强制性认证目录》，应提供由中国信息安全认证中心按国家标准认证颁发的有效认证证书。

（5）投标无效情形

1）投标人应当遵循公平竞争的原则，不得恶意串通，不得妨碍其他投标人的竞争行为，不得损害采购人或者其他投标人的合法权益。在评标过程中发现投标人有上述情形的，评标委员会应当认定其投标无效。

2）符合性审查资料未按招标文件要求签署、盖章的；

3）有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

a. 不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；

b. 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；

c. 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；

d. 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；

e. 不同投标人的投标文件相互混装；

4) 评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。

5) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

(6) 评标标准

分值构成 (总分 100 分)		价格分值：30 分 技术部分：40 分 商务部分：30 分
评审项	评分因素	评标标准
价格分 (30 分)	投标价格 (30 分)	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，其价格分为满分。其他合格投标人的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分 = (评标基准价 / 投标报价) × 30% × 100
技术部分 (40 分)	技术规格、参数与要求响应 (40 分)	投标人所投产品需提供招标文件采购需求中“序号 1、序号 13、序号 14、序号 15、序号 16”的设计开发方案和建设思路等，内容详细全面的每提供 1 项得 6 分，最多得 30 分； 仅简单描述，每项得 2 分；最多得 10 分。 不提供或与内容要求不一致的，不得分。
		招标文件采购清单中带“▲”的为重要技术要求，投标人所投产品需提供截图，每提供一项得 1 分，本项满分 10 分。
商务部分 (30 分)	业绩 (4 分)	投标人需提供 2021 年 1 月 1 日以来完成的同类型项目的案例，每个案例得 2 分，最高 4 分。(需提供完整合同、验收报告、如为政府采购项目还需提供网上查询中标公告网页截图及中标通知书)
	售后服务 (4 分)	免费维护并提供软件的免费升级和平台更新时间：以年为单位(四舍五入法，6 个月及以上按 1 年计算)，以 3 年为起点，每增加 1 年得 2 分，最高得 4

		分。
	管理体系 (6分)	1、投标人具有国家认证认可监督管理委员会认可的从业机构出具的有效期限内 ISO20000 信息技术服务管理体系认证证书得 3 分。(如认证证书注明应进行年度监审, 须附监审标识或年审报告等有关证明材料) 2、投标人具有国家认证认可监督管理委员会认可的从业机构出具的有效期限内 ISO27001 信息安全管理体系统认证证书得 3 分。(如认证证书注明应进行年度监审, 须附监审标识或年审报告等有关证明材料)
	所投产品技术认证 (12)	投标人所投产品需提供招标文件采购清单“序号 1、序号 13、序号 14、序号 15、序号 16、序号 17”的计算机软件著作权证书, 每提供一个得 2 分, 最多 12 分, 不提供或提供不符合不得分。
	节约能源、保护环境政策 加分 (4分)	1、除政府强制采购的节能产品外, 投标人所投产品属于“节能产品政府采购品目清单”优先采购产品, 投标文件中提供具有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。每项 1 分, 满分 2 分。 2、投标人所投产品属于“环境标志产品政府采购品目清单”内产品, 投标文件中提供具有国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的环境标志产品认证证书。每项 1 分, 满分 2 分。

(7) 评标结果汇总完成后, 除下列情形外, 任何人不得修改评标结果:

- 1) 分值汇总计算错误的;
- 2) 分项评分超出评分标准范围的;
- 3) 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的;
- 4) 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

评标报告签署前, 经复核发现存在以上情形之一的, 评标委员会应当当场修改评标结果, 并在评标报告中记载; 评标报告签署后, 采购人或者采购代理机构发现存在以上情形之一的, 应当组织原评标委员会进行重新评审, 重新评审改变评标结果的, 书面报告本级财政部门。

投标人对本条第一款情形提出质疑的, 采购人或者采购代理机构可以组织原评标委员会进行重新评审, 重新评审改变评标结果的, 应当书面报告本级财政部门。

（8）按照《关于推进全流程电子化交易和在线监管工作有关问题的通知》（许公管办[2019]3号）规定：评标专家应严格按照要求查看“硬件特征码”相关信息并进行评审，在评审报告中显示“不同投标人电子投标文件制作硬件特征码”是否雷同的分析及判定结果。

（9）评标委员会争议处理

评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的原则作出结论。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。

4、确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人。

第七章 拟签订的合同文本

(此合同仅供参考。以最终采购人与中标人签定的合同条款为准进行公示，
最终签定合同的主要条款不能与招标文件有冲突)

甲方：许昌职业技术

学院乙方：

根据招标编号为_____的许昌职业技术学院电商数据化运营实战室
项目（以下简称：“本项目”）的招标结果，乙方为中标人。现经甲乙双方友好协商，就以下事
项达成一致并签订本合同：

1、合同标的

名 称	规格型号	数量	单位	单价(元)	总价(元)	产地品牌

2、合同总金额

2.1合同总金额为人民币大写：_____元（¥_____）

3、合同标的交付时

3.1 交付时间：_____；

3.2 交付地点：许昌职业技术学院；

3.3 交付条件：乙方将货物，保证质量运到甲方指定地点并调试安装完毕，交付使用。运输、装卸、安装调试、现场培训费用由乙方承担。本项目为交钥匙工程（包括设备、材料、元件等购置、安装调试、验收、与其它施工单位协作所产生的费用等） 4、

合同标的应符合招标文件、乙方投标文件的规定或约定，具体如下：

4.1 技术服务：安装调试完毕后，乙方对甲方使用人员进行现场培训。

4.2 售后服务：

4.2.1 设备整机保修： 年,在保修期内设备发生所有故障均由乙方负责免费进行维修(包含更换零部件) 保修时间按甲方验收合格之日起计算。保修期内对设备进行维修的，保修日期按维修后验收时间往后顺延。

5、验收

5.1 验收应按照招标文件、乙方投标文件的规定或约定进行，具体如下：

投标人完成的项目应达到的质量标准应符合国家质量检测标准，验收条件应符合甲方招标文件、乙方投标文件的规定或约定，以有利于甲方为原则进行。设备安装调试及现场培训结束后，乙方及时通知甲方组织验收，甲方应在一周内组织相关人员进行验收。验收时乙方人员应同时在场。甲方原因造成验收逾期，视为验收合格；乙方原因造成验收逾期，乙方负责，视为逾期交付。

验收时乙方人员应提供公司资质、产品资质、产品使用说明等相关文件，进口产品必须提供报关单和商检证明及中文使用说明。乙方提供文件不全影响验收，由乙方负责。

6、合同款项的支付应按照招标文件的规定进行，具体如下：支付时间及条件：设备到货安装调试完毕后，经验收合格后五个工作日内付合同金额的 90%，剩余 10%满一年无质量问题五个工作日内一次付清。

7、合同有效期

自合同生效之日起至保修结束后双方义务履行完毕且无异议，合同自动终止。

8、违约责任

如果乙方不能按合同约定时间或交付货物存在质量问题且经维修仍不符合合同约定的，甲方有权终止合同，并由乙方应向甲方一次性赔付总货款的 5%作为赔偿；如果乙方不能按合同约定的时间供货，甲方要求乙方继续供货的，则乙方按每日总货款的 2%的标准自合同约定交货之日起直至货到并经验收合格之日为止向甲方支付违约金。如因甲方原因导致变更、中止或者终止政府采购合同的，应向乙方支付无正当理由拒收设备金额 5%的违约金。如甲方逾期付款，则乙方有权要求甲方从逾期之日按同期贷款市场报价利率承担未付款利息直至甲方付清拖欠货款时止。

9、知识产权

9.1 乙方提供的采购标的应符合国家知识产权法律、法规的规定且非假冒伪劣品的全新正品

现货；乙方还应保证甲方不受到第三方关于侵犯知识产权及专利权、商标权或工业设计权等知识产权方面的指控，若任何第三方提出此方面指控均与甲方无关，乙方应与第三方交涉，并承担可能发生的一切法律责任、费用和后果；若甲方因此而遭致损失，则乙方应赔偿该损失，该损失包括但不限于直接损失、间接损失、诉讼费用、保全保险费、保全费、律师费用、及其他与追溯违约方责任有关的所有费用。

9.2 若乙方提供的采购标的不符合国家知识产权法律、法规的规定或被有关主管机关认定为假冒伪劣品，则乙方中标资格将被取消；甲方还将按照有关法律、法规和规章的规定进行处理。

10、解决争议的方法

10.1 甲、乙双方协商解决。

10.2 若协商解决不成，则通过向人民法院提起诉讼解决，具体如下：

如协商不成，可向甲方所在地人民法院起诉。

11、不可抗力

11.1 因不可抗力造成违约的，遭受不可抗力一方应及时向对方通报不能履行或不能完全履行的理由，并在随后取得有关主管机关证明后的 15 日内向另一方提供不可抗力发生及持续期间的充分证据，逾期提供不适用该条款。基于以上行为，允许遭受不可抗力一方延期履行、部分履行或不履行合同，并根据情况可部分或全部免于承担违约责任。

11.2 本合同中的不可抗力指不能预见、不能避免、不能克服的客观情况，包括但不限于：自然灾害如地震、台风、洪水、火灾及政府行为、法律规定或其适用的变化或其他任何无法预见、避免或控制的事件。

12、合同条款

12.1: 质量鉴定：因质量问题发生争议，由许昌市质量技术监督局或其指定机构进行质量鉴

定,该鉴定结论是最终结论,双方均应接受此鉴定结论。

13、其他约定

13.1 合同文件与本合同具有同等法律效力。

13.2 本合同未尽事宜,双方可另行补充。

13.3 合同生效:自签订之日起生效。

13.4 本合同生效文本一式 5 份,经双方法定代表人或者委托代理人签字并盖章后生效。甲方、乙方各执 2 份,送许昌市财政局采购办备案 1 份,具有同等效力。

13.5 其他: 无。□(按照实际情况编制填写需要增加的内容)

甲方:

乙方:

地址:

地址:

法定代表人或委托代理人:

法定代表人或委托代理人:

联系方法:

联系方法:

开户银行:

开户银行:

账号:

账号:

签订地点：_____

签订日期：_____年_____月_____日

第八章 投标文件有关格式

一、投标人应答索引表

序号	项 目			投标人应答 (有/没有)	投标文件中所 在页码	备注说明
1	投标人应答索引表					
2	开标一览表					
3	投标函					
4	法定代表人（单位负责人）资格证明书					
5	法定代表人（单位负责人）授权书					
6	中小企业声明函					
7	残疾人福利企业声明函					
8	营业执照等证明					
9	依法纳税凭据					
10	财务 状况 报告	经 审 计 财 务 报 告	资产负债表			
			利润表			
			现金流量表			
			所有者权益变动表			
			附注			
		基本开户银行资信证明				
		银行资信证明				
		政府采购投标担保函				
		11	依法缴纳社会保险凭据			
12	履行 合同 能力	证明 材料	设备购置发票			
			技术人员职称证书			
			用工合同			
		投标人相关承诺函或声明				

13	没有重大违法记录的声明			
14	投标人应具备的特殊要求			
15	投标承诺函			
16	联合体协议			
17	投标人与参加本项目投标的其他供应商之间，单位负责人不为同一人并且不存在直接控股、管理关系承诺函			
18	投标人未为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务承诺函			
19	投标分项报价表			
20	技术规格偏离表			
21	技术方案（实施方案）			
22	售后服务方案			
23	业绩情况表			
24	政府强制采购节能产品品目清单情况			
25	优先采购节能产品政府采购品目清单情况			
26	优先采购环境标志产品政府采购品目清单情况			
27	监狱企业证明文件			
28	中国信息安全认证中心按国家标准认证颁发的信息安全产品有效认证证书			
29	其它资料			

注：①本表序号10请按照本招标文件“第六章资格审查与评标”资格审查表中序号3要求，根据所提供经审计财务报告、基本开户银行资信证明、银行资信证明、政府采购投标担保函情况填写其中一项即可。

②本表序号12请按照本招标文件“第六章资格审查与评标”资格审查表中序号6要求提供，根据所提供证明材料或承诺函（声明）情况填写其中一项即可。

二、开标一览表

项目编号：

项目名称：

单位：元（人民币）

标段	项目名称	投标报价	交付日期	备注
		大写：小写：		
...		大写：小写：		

投标人名称：_____（全称）_____（公章）：

日期：年月日

注：1、交付日期指完成该项目的最终时间（日历天）。

2、如招标公告明确项目交付日期以年为单位，本表应填写完成该项目的年限。

三、资格审查证明材料

3.1 投 标 函

致：许昌市政府采购服务中心

根据贵方_____（项目名称、招标编号）采购的招标公告及投标邀请，_____（姓名和职务）被正式授权并代表投标人（投标人名称、地址）提交。

我方确认收到贵方提供的（项目名称、招标编号）招标文件的全部内容。

我方在参与投标前已详细研究了《招标文件》的所有内容，包括澄清、修改文件（如果有）和所有已提供的参考资料以及有关附件，我方完全明白并认为此招标文件没有倾向性，也不存在排斥潜在投标供应商的内容，我方同意招标文件的相关条款和已完全理解并接受招标文件的各项规定和要求及资金支付规定，对招标文件的合理性、合法性不再有异议，并承诺在发生争议时不会对《招标文件》存在误解、不明白的条款为由，对贵中心行使任何法律上的抗辩权。

我方已完全明白招标文件的所有条款要求，并申明如下：

一、按招标文件提供的全部货物与相关服务的投标总价详见《开标一览表》。

二、我方同意在本项目招标文件中规定的开标日起 90 天内遵守本投标文件中的承诺且在此期限期满之前均具有约束力。我方同意并遵守本招标文件“投标人须知”中第十四条第三款关于延长投标有效期的规定。如中标，有效期将延至供货终止日为止。在此提交的资格证明文件均至投标截止日有效，如有在投标有效期内失效的，我方承诺在中标后补齐一切手续，保证所有资格证明文件能在签订采购合同时直至采购合同终止日有效。

三、我方明白并同意，在规定的开标日之后，投标有效期之内撤销投标的，则我方承担违背投标承诺的责任追究。

四、我方同意按照贵方可能提出的要求而提供与投标有关的任何其它数据、信息或资料。

五、我方理解贵方不一定接受最低投标价或任何贵方可能收到的投标。

六、我方如果中标，将保证履行招标文件及其澄清、修改文件（如果有）中的全部责任和义务，按质、按量、按期完成《项目需求》及《合同书》中的全部任务。

七、我方在此保证所提交的所有文件和全部说明是真实的和正确的。

八、我方投标报价已包含应向知识产权所有权人支付的所有相关税费，并保证采购人在中国使用我方提供的货物时，如有第三方提出侵犯其知识产权主张的，责任由我方承担。

九、我方具备《政府采购法》第二十二条规定的条件；承诺如下：

1. 具有独立承担民事责任能力的在中华人民共和国境内注册的法人或其他组织或自然人，有效的营业执照（或事业法人登记证或身份证等相关证明）。

2. 我方已依法缴纳了各项税费及社会保险费用，如有需要，可随时向采购人提供近三个月内的相关缴费证明，以便核查。

3. 我方已依法建立健全的财务会计制度，如有需要，可随时向采购人提供相关证明材料，以便核查。

4. 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。

5. 符合法律、行政法规规定的其他条件。

以上内容如有虚假或与事实不符的，评审委员会可将我方做无效投标处理，我方愿意承担相应的法律责任。

十、我方具备履行合同所必需的设备和专业技术能力。

十一、我方对在本函及投标文件中所作的所有承诺承担法律责任。

所有与本招标有关的一切正式往来请寄：

地 址：. 邮政编码：.

电 话：. 传 真：.

投标人代表姓名：. 职 务：.

投标人名称（并加盖公章）：

日期：年月 日

3.2 法定代表人（单位负责人）资格证明书

单位名称：

地址：

姓名： 性别： 年龄： 职务：

本人系投标人名称的法定代表人（单位负责人）。就参加贵方招标编号为项目编号的项目名称公开招标项目的投标报价，签署上述项目的投标文件及合同的执行、完成、服务和保修，签署合同和处理与之有关的一切事务。

特此证明。

法定代表人（单位负责人）联系电话（手机）：

【此处请粘贴法定代表人（单位负责人）身份证复印件，需清晰反映身份证有效期限】

投标人名称（并加盖公章）：

签署日期：年 月 日

说明：法定代表人（单位负责人）参加本招标项目投标的，仅须出具此证明书。

3.3 法定代表人（单位负责人）授权书

本人____法人姓名系____投标人名称____的法定代表人（单位负责人），现委托____姓名，职务____以我方的名义参加贵方____项目的投标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的投标、开标、投标文件澄清、签约等一切具体事务和签署相关文件。

我方对被授权人的签名事项负全部责任。

在贵方收到我方撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。被授权人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。除我方书面撤销授权外，本授权书自投标截止之日起直至我方的投标有效期结束前始终有效。

被授权人无转委托权，特此委托。

投标人名称：____（全称）____（盖单位公章）

法定代表人（单位负责人）：____（签名或加盖名章）

法定代表人（单位负责人）授权代表：____（签名或加盖名章）

法定代表人（单位负责人）授权代表联系电话（手机）：_____

法定代表人（单位负责人）身份证（正面）	法定代表人（单位负责人）身份证（反面）
法定代表人（单位负责人）授权代表身份证（正面）	法定代表人（单位负责人）授权代表身份证（反面）

3.4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：

说明：

- 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。
- 2、中小企业参加政府采购活动，应当出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。

3.5 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（盖章）：

日 期： 年 月 日

3.6 没有重大违法记录的声明

声 明

本公司参加本次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，是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。）

特此声明。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

投标人名称（并加盖公章）：

日期： 年 月 日

3.7 投标承诺函

许昌市政府采购服务中心：

经研究，我方自愿参与贵方____年____月____日_____(招标编号、项目名称)的投标，将严格遵守《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规规定，并无条件地遵守本次采购活动各项规定。我们郑重承诺：我方如果在本次投标活动中有下列情形之一的，愿接受政府采购监督管理部门给予相关处罚并承诺依法承担相关的经济赔偿责任和法律责任。

- 一、在投标有效期内撤销投标文件；
- 二、在投标文件中提供虚假材料；
- 三、除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标后不与采购人签订合同；
- 四、与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通；
- 五、法律法规及本招标文件规定的其他严重违法行为。

投标人名称（并加盖公章）：_____

日期：年月 日

3.8 投标人提供与参加本项目投标的其他供应商之间，单位负责人不为同一人并且不存在直接控股、管理关系承诺函

（承诺函格式自拟）

3.9 投标人提供未为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等

服务承诺函

（承诺函格式自拟）

3.10 其他资格证书或材料

四、符合性审查证明材料

4.1 投标分项报价表

项目编号：

项目名称：

序号	名称	品牌 规格型号	技术 参数	单位	数量	单价	总价	厂家
1								
2								
...								
合计		大写： 小写：						

投标人（并加盖公章）：

4.2 技术规格偏离表

项目编号：

项目名称：

序号	货物服务名称	规格型号	招标文件技术参数	投标技术参数	偏离 (无偏离/正 偏离/负偏离)	偏离内容 说明
1						
2						
...						

投标人（并加盖公章）：

4.3 技术方案（实施方案）

（投标人根据招标文件要求自行编制）

4.4 业绩情况表

项目编号：

项目名称：

序号	客户单位名称	项目名称及主要内容	合同金额 (万元)	联系人及电话
1				
2				
3				
4				
.....				

投标人名称（并加盖公章）：

4.5 售后服务方案

（投标人根据招标文件要求自行编制）

4.6 “节能产品政府采购品目清单” 强制节能产品情况

项目编号：

项目名称：

序号	产品名称	品牌	产品型号	认证证书编号	证书有效期	认证机构
1						
2						
...						

投标人（并加盖公章）：

说明：所投产品节能认证证书须附后。

4.7 “节能产品政府采购品目清单” 优先采购节能产品情况

项目编号：

项目名称：

序号	产品名称	品牌	产品型号	认证证书编号	证书有效期	认证机构
1						
2						
...						

投标人（并加盖公章）：

说明：所投产品节能认证证书须附后。

4.8 “环境标志产品政府采购品目清单” 优先采购产品情况

项目编号：

项目名称：

序号	产品名称	品牌	产品型号	认证证书编号	证书有效期	认证机构
1						
2						
...						

投标人（并加盖公章）：

说明：所投产品环境标志产品认证证书须附后。

五、其他资料（若有）

除招标文件另有规定外，投标人认为需要提交的其他证明材料或资料加盖投标人单位公章后应在此项下提交。