



公开招标文件

项目名称：智慧商贸类专业实训室升级改造

采购编号：BJGY-2026-07011

采 购 人：北京农业职业学院

采购代理机构：北京国裕招标有限公司

目 录

第一章	投标邀请.....	2
第二章	投标人须知.....	7
第三章	资格审查.....	22
第四章	评标程序、评标方法和评标标准.....	24
第五章	采购需求.....	32
第六章	拟签订的合同文本.....	87
第七章	投标文件格式.....	100

第一章 投标邀请

一、项目基本情况

1.采购编号：BJGY-2026-07011

2.项目名称：智慧商贸类专业实训室升级改造

3.项目预算金额：109.5025 万元、项目最高限价：109.5025 万元。

4.采购需求：

序号	标的名称	数量	单位	简要技术要求
1	课堂管理系统软件	2	套	支持教师通过共享白板与选定的学生共同完成相同的学习任务或绘画作品，并提供多种不同的工具，包括插入图片、插入截图、设置背景颜色、设置背景图片等，还可选择画笔、图形、颜色、文本、填充、橡皮擦等功能，供教师和学生绘制时使用。支持查看历史记录，调阅过往绘制的白板，支持批量导入和导出白板记录。
2	桌面云（信创）管理系统	82	点	软件为 B/S 架构，基于中文图形化管理界面，支持现有网络环境下的跨网段、跨路由管理，在跨网段、跨路由的环境中，无需调整网络设置和增加任何硬件设备。
3	双绞线缆	900	米	六类非屏蔽双绞线。
4	跳线	82	米	六类 1.5-3M 根据现场实际使用配置。
5	水晶头	165	个	六类非屏蔽水晶头。
6	电源线	240	米	规格要求：BV4mm ² 国标线缆，用于机房内计算机供电。
7	桥架	60	米	100*100 金属桥架槽含配件，用于机柜到防静电地板下网络布线。
8	镀锌管	80	米	25 镀锌管用于防静电地板下及电源总线布线。
9	分线盒	45	个	86 分线盒用于电源插座安装。
10	插座	45	个	电源插座国标。
11	接线板	45	个	3 孔 6 位国标。
12	新增防静电地板	8	平米	每平方米承重：不低于 1000KG，陶瓷面加重。
13	防静电地板拆除搬运	90	平米	地板拆除搬运至采购人本校区库房。
14	设备拆除搬运	70	套	教室原有电脑设备，桌椅，网线，电源线等整体拆除，搬运至采购人本校区库房。
15	地板安装	82	平米	安装铺设。
16	辅材	82	点	模块、空开、螺栓、胶带、焊锡、标签色带、接

				地端子等安装材料。
17	综合布线	82	点	含有线网络、电源、线槽、配管、布线，原有机柜设备整理，调试等。
18	电脑桌（电商实训室）	2	张	桌面板材：E1 级三聚氰胺防火板。
19	圆凳（电商实训室）	4	把	凳面：实木多层板。
20	电脑桌（国贸实训室）	4	张	桌面板材：E1 级三聚氰胺防火板。
21	靠背椅（国贸实训室）	8	把	镂空 PP 注塑。
22	跨境电商 B2B 综合实训平台	1	套	软件需要 B/S 架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。
23	跨境电商大数据分析 与可视化平台	1	套	软件需要 B/S 架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。
24	物流大数据分析 与可视化平台	1	套	软件需要 B/S 架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。
25	数字商务技能综合实训平台	1	套	学生端具有练习、考试功能。

5.合同履行期限：合同签订后 30 天内完成。

6.本项目是否接受联合体投标：☐是 ☒否。

二、申请人的资格要求（须同时满足）

1.满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2.落实政府采购政策需满足的资格要求：

2.1 中小企业政策

☐本项目不专门面向中小企业预留采购份额。

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

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

2.2 其它落实政府采购政策的资格要求（如有）：/。

3.本项目的特定资格要求：

3.1 本项目是否属于政府购买服务：

☒否

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

3.2 其他特定资格要求：/。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 7 月 10 日至 2026 年 7 月 17 日，每天上午 9:00 至 12:00，下午 12:00 至 17:00（北京时间，法定节假日除外）。

2.地点：北京市政府采购电子交易平台。

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

4.售价：0 元。

四、提交投标文件截止时间、开标时间和地点

投标截止时间、开标时间：2026 年 7 月 31 日 13 点 30 分（北京时间）。

地点：北京市政府采购电子交易平台（采用远程电子开标方式，投标人使用 CA 认证证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台参与电子开标。投标人自行对电子投标文件进行解密，不接受纸质文件，无须投标人到达现场）。

五、公告期限

自本公告发布之日起 5 个工作日。

六、其他补充事宜

1.本项目需要落实的政府采购政策：支持中小企业、监狱企业、残疾人福利性单位发展，支持乡村产业振兴，支持节能环保，支持科技创新，支持绿色低碳可持续发展，支持本国产品等。

2.本项目采用全流程电子化采购方式，请供应商认真学习北京市政府采购电子交易平台发布的相关操作手册（供应商可在交易平台下载相关手册），办理 CA 数字证书或电子营业执照、进行北京市政府采购电子交易平台注册绑定，并认真核实 CA 数字证书或电子营业执照情况确认是否符合本项目电子化采购流程要求。

CA 数字证书服务热线 010-58511086

电子营业执照服务热线 400-699-7000

技术支持服务热线 010-86483801

2.1 办理 CA 数字证书或电子营业执照

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

2.2 注册

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

2.3 驱动、客户端下载

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

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

2.4 获取电子招标文件

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

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

2.5 编制电子投标文件

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

2.6 提交电子投标文件

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

2.7 电子开标

供应商在开标地点使用 CA 数字证书或电子营业执照登录北京市政府采购电子交易平台进行电子开标。

七、对本次招标提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名 称：北京农业职业学院

地 址：北京市房山区长阳镇稻田南里 5 号

联系方式：胡老师 010-89909177

2.采购代理机构信息

名 称：北京国裕招标有限公司

地 址：北京市西城区广安门外大街 248 号机械大厦 1401 室

联系方式：010-83509321

3.项目联系方式

项目联系人：李美琪、毛宇鹏、刘文颖

电 话：010-83509321

第二章 投标人须知

投标人须知资料表

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

条款号	条目	内容																		
2.2	项目属性	项目属性： ☐ 服务 ☒ 货物																		
2.3	科研仪器设备	是否属于科研仪器设备采购项目： ☐ 是 ☒ 否																		
2.4	核心产品	☐ 关于核心产品本项目不适用。 ☐ 本项目为单一产品采购项目。 ☒ 本项目为非单一产品采购项目，核心产品为： <u>跨境电商大数据分析可视化平台</u> 。																		
3.1	现场考察	☒ 不组织 ☐ 组织																		
	开标前答疑会	☒ 不召开 ☐ 召开，召开时间：__年__月__日__点__分 召开地点：_____。																		
4.1	样品	投标样品递交： ☒ 不需要 ☐ 需要，具体要求如下： （1）样品制作的标准和要求：_____； （2）是否需要随样品提交相关检测报告： ☐ 不需要 ☐ 需要 （3）样品递交要求：_____； （4）未中标人样品退还：_____； （5）中标人样品保管、封存及退还：_____； （6）其他要求（如有）：_____。																		
5.3.5	标的所属行业	本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：																		
		<table><tr><td>序号</td><td>标的名称</td><td>中小企业划分标准所属行业</td></tr><tr><td>1</td><td>课堂管理系统软件</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr><tr><td>2</td><td>桌面云（信创）管理系统</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr><tr><td>3</td><td>双绞线缆</td><td>工业</td></tr><tr><td>4</td><td>跳线</td><td>工业</td></tr><tr><td>5</td><td>水晶头</td><td>工业</td></tr></table>	序号	标的名称	中小企业划分标准所属行业	1	课堂管理系统软件	软件和信息技术服务业	2	桌面云（信创）管理系统	软件和信息技术服务业	3	双绞线缆	工业	4	跳线	工业	5	水晶头	工业
		序号	标的名称	中小企业划分标准所属行业																
		1	课堂管理系统软件	软件和信息技术服务业																
		2	桌面云（信创）管理系统	软件和信息技术服务业																
		3	双绞线缆	工业																
		4	跳线	工业																
5	水晶头	工业																		

条款号	条目	内容																																																												
		<table border="1"> <tr><td>6</td><td>电源线</td><td>工业</td></tr> <tr><td>7</td><td>桥架</td><td>工业</td></tr> <tr><td>8</td><td>镀锌管</td><td>工业</td></tr> <tr><td>9</td><td>分线盒</td><td>工业</td></tr> <tr><td>10</td><td>插座</td><td>工业</td></tr> <tr><td>11</td><td>接线板</td><td>工业</td></tr> <tr><td>12</td><td>新增防静电地板</td><td>工业</td></tr> <tr><td>13</td><td>防静电地板拆除搬运</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr><td>14</td><td>设备拆除搬运</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr><td>15</td><td>地板安装</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr><td>16</td><td>辅材</td><td>工业</td></tr> <tr><td>17</td><td>综合布线</td><td>其他未列明行业</td></tr> <tr><td>18</td><td>电脑桌（电商实训室）</td><td>工业</td></tr> <tr><td>19</td><td>圆凳（电商实训室）</td><td>工业</td></tr> <tr><td>20</td><td>电脑桌（国贸实训室）</td><td>工业</td></tr> <tr><td>21</td><td>靠背椅（国贸实训室）</td><td>工业</td></tr> <tr><td>22</td><td>跨境电商 B2B 综合实训平台</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> <tr><td>23</td><td>跨境电商大数据分析可视化平台</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> <tr><td>24</td><td>物流大数据分析可视化平台</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> <tr><td>25</td><td>数字商务技能综合实训平台</td><td>软件和信息技术服务业</td></tr> </table>	6	电源线	工业	7	桥架	工业	8	镀锌管	工业	9	分线盒	工业	10	插座	工业	11	接线板	工业	12	新增防静电地板	工业	13	防静电地板拆除搬运	其他未列明行业	14	设备拆除搬运	其他未列明行业	15	地板安装	其他未列明行业	16	辅材	工业	17	综合布线	其他未列明行业	18	电脑桌（电商实训室）	工业	19	圆凳（电商实训室）	工业	20	电脑桌（国贸实训室）	工业	21	靠背椅（国贸实训室）	工业	22	跨境电商 B2B 综合实训平台	软件和信息技术服务业	23	跨境电商大数据分析可视化平台	软件和信息技术服务业	24	物流大数据分析可视化平台	软件和信息技术服务业	25	数字商务技能综合实训平台	软件和信息技术服务业
6	电源线	工业																																																												
7	桥架	工业																																																												
8	镀锌管	工业																																																												
9	分线盒	工业																																																												
10	插座	工业																																																												
11	接线板	工业																																																												
12	新增防静电地板	工业																																																												
13	防静电地板拆除搬运	其他未列明行业																																																												
14	设备拆除搬运	其他未列明行业																																																												
15	地板安装	其他未列明行业																																																												
16	辅材	工业																																																												
17	综合布线	其他未列明行业																																																												
18	电脑桌（电商实训室）	工业																																																												
19	圆凳（电商实训室）	工业																																																												
20	电脑桌（国贸实训室）	工业																																																												
21	靠背椅（国贸实训室）	工业																																																												
22	跨境电商 B2B 综合实训平台	软件和信息技术服务业																																																												
23	跨境电商大数据分析可视化平台	软件和信息技术服务业																																																												
24	物流大数据分析可视化平台	软件和信息技术服务业																																																												
25	数字商务技能综合实训平台	软件和信息技术服务业																																																												
11.2	投标报价	投标报价的特殊规定： ☒ 无 ☐ 有，具体情形：_____。																																																												
12.1		投标保证金金额： <u>19500 元。</u> 投标保证金收受人信息： <u>北京国裕招标有限公司；</u> <u>北京银行股份有限公司马连道支行；</u> <u>20000037041400021544258。</u>																																																												
12.8.2	投标保证金	投标保证金可以不予退还的其他情形： ☐ 无 ☒ 有，具体情形： （1） <u>投标人在投标文件中提供虚假材料的；</u> （2） <u>除因不可抗力或招标文件认可的情形以外，中标人放弃中标或者不按本须知的规定与采购人签订合同的；</u>																																																												

条款号	条目	内容
		(3) 投标人与采购人或其他投标人恶意串通的。
13.1	投标有效期	自提交投标文件的截止之日起算 <u>90</u> 日历天。
18.2	解密时间	解密时间：30 分钟。
22.1	确定中标人	中标候选人并列的，采购人是否委托评标委员会确定中标人： ☒ 否 ☐ 是 中标候选人并列的，按照以下方式确定中标人： ☐ 得分且投标报价均相同的，以___得分高者为中标人 ☒ 随机抽取
25.5	分包	本项目的非主体、非关键性工作是否允许分包： ☒ 不允许 ☐ 允许，具体要求： (1) 可以分包履行的具体内容：____； (2) 允许分包的金额或者比例：____； (3) 其他要求：____。
25.6	政采贷	为更大力度激发市场活力和社会创造力，增强发展动力，按照《北京市全面优化营商环境助力企业高质量发展实施方案》（京政办发〔2023〕8 号）部署，进一步加强政府采购合同线上融资“一站式”服务（以下简称“政采贷”），北京市财政局、中国人民银行营业管理部联合发布《关于推进政府采购合同线上融资有关工作的通知》（京财采购〔2023〕637 号）。有需求的供应商，可按上述通知要求办理“政采贷”。
26.1.1	询问	询问提出形式： <u>办公电话或电子邮件</u> 。
26.3	联系方式	接收询问和质疑的联系方式 联系部门： <u>法务部</u> ； 联系电话： <u>010-83509321</u> ； 通讯地址： <u>北京市西城区广安门外大街 248 号机械大厦 1401 室</u> 。
27	代理费	收费对象： ☐ 采购人 ☒ 中标人 收费标准： <u>参照原 1980 号文标准</u> ； 缴纳时间： <u>收到中标通知书后五个工作日</u> 。

投标人须知

一 说 明

1 采购人、采购代理机构、投标人、联合体

- 1.1 采购人、采购代理机构：指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织，及其委托的采购代理机构。本项目采购人、采购代理机构见第一章《投标邀请》。
- 1.2 投标人（也称“供应商”、“申请人”）：指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。
- 1.3 联合体：指两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购。

2 资金来源、项目属性、科研仪器设备采购、核心产品

- 2.1 资金来源为财政性资金和/或本项目采购中无法与财政性资金分割的非财政性资金。
- 2.2 项目属性见《投标人须知资料表》。
- 2.3 是否属于科研仪器设备采购见《投标人须知资料表》。
- 2.4 核心产品见《投标人须知资料表》。

3 现场考察、开标前答疑会

- 3.1 若《投标人须知资料表》中规定了组织现场考察、召开开标前答疑会，则投标人应按要求在规定的的时间和地点参加。
- 3.2 由于未参加现场考察或开标前答疑会而导致对项目实际情况不了解，影响投标文件编制、投标报价准确性、综合因素响应不全面等问题的，由投标人自行承担不利评审后果。

4 样品

- 4.1 本项目是否要求投标人提供样品，以及样品制作的标准和要求、是否需要随样品提交相关检测报告、样品的递交与退还等要求见《投标人须知资料表》。
- 4.2 样品的评审方法以及评审标准等内容见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5 政府采购政策（包括但不限于下列具体政策要求）

5.1 采购本国货物、工程和服务

- 5.1.1 政府采购应当采购本国货物、工程和服务。但有《中华人民共和国政府采购法》第十条规定情形的除外。
- 5.1.2 本项目如接受非本国货物、工程、服务参与投标，则具体要求见第五章《采

购需求》。

- 5.1.3 进口产品指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品，包括已经进入中国境内的进口产品。关于进口产品的相关规定依据《政府采购进口产品管理办法》（财库〔2007〕119号文）、《关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库〔2008〕248号文）。

5.2 本国产品

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

5.3 中小企业、监狱企业及残疾人福利性单位

5.3.1 中小企业定义：

5.3.1.1 中小企业是指在中华人民共和国境内依法设立，依据国务院批准的中小企业划分标准确定的中型企业、小型企业和微型企业，但与大企业的负责人为同一人，或者与大企业存在直接控股、管理关系的除外。符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业。关于中小企业的判定依据《中华人民共和国中小企业促进法》、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）、《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）、《金融业企业划型标准规定》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

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

（1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

（2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

（3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳

动合同的从业人员。

5.3.1.3 在货物采购项目中，供应商提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。

5.3.1.4 以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

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

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

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

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

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

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

5.3.3.5 提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）；

5.3.3.6 前款所称残疾人是指法定劳动年龄内，持有《中华人民共和国残疾人证》或者《中华人民共和国残疾军人证（1 至 8 级）》的自

然人，包括具有劳动条件和劳动意愿的精神残疾人。在职职工人数是指与残疾人福利性单位建立劳动关系并依法签订劳动合同或服务协议的雇员人数。

5.3.4 本项目是否专门面向中小企业预留采购份额见第一章《投标邀请》。

5.3.5 采购标的对应的中小企业划分标准所属行业见《投标人须知资料表》。

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

5.4 政府采购节能产品、环境标志产品

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

5.4.2 采购人拟采购的产品属于品目清单范围的，采购人及其委托的采购代理机构依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。关于政府采购节能产品、环境标志产品的相关规定依据《关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）。

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

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

5.5 正版软件

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

预〔2010〕536号）。

5.6 网络安全专用产品

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

5.7 推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）

5.7.1 为全面推进本市挥发性有机物（VOCs）治理，贯彻落实挥发性有机物污染治理专项行动有关要求，相关规定依据《北京市财政局北京市生态环境局关于政府采购推广使用低挥发性有机化合物（VOCs）有关事项的通知》（京财采购〔2020〕2381号）。本项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品的，属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的VOCs含量限制标准（具体标准见第五章《采购需求》），否则**投标无效**；属于推荐性标准的，优先采购，具体见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

5.8 采购需求标准

5.8.1 商品包装、快递包装政府采购需求标准（试行）

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

5.8.2 其他政府采购需求标准

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

6 投标费用

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

二 招标文件

7 招标文件构成

7.1 招标文件包括以下部分：

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

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

8 对招标文件的澄清或修改

- 8.1 采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要澄清或者修改的，将在原公告发布媒体上发布更正公告，并以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人。
- 8.2 上述书面通知，按照获取招标文件的潜在投标人提供的联系方式发出，因提供的信息有误导致通知延迟或无法通知的，采购人或采购代理机构不承担责任。
- 8.3 澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，并对所有获取招标文件的潜在投标人具有约束力。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，将在投标截止时间至少 15 日前，以书面形式通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，将顺延提交投标文件的截止时间和开标时间。

三 投标文件的编制

9 投标范围、投标文件中计量单位的使用及投标语言

- 9.1 本项目如划分采购包，投标人可以对本项目的其中一个采购包进行投标，也可同时对多个采购包进行投标。投标人应当对所投采购包对应第五章《采购需求》所列的全部内容进行投标，不得将一个采购包中的内容拆分投标，否则其对该采购包的投标将被认定为**无效投标**。
- 9.2 除招标文件有特殊要求外，本项目投标所使用的计量单位，应采用中华人民共和国法定计量单位。
- 9.3 除专用术语外，投标文件及来往函电均应使用中文书写。必要时专用术语应附有中文解释。投标人提交的支持资料和已印制的文献可以用外文，但相应内容应附有中

文翻译本，在解释投标文件时以中文翻译本为准。未附中文翻译本或翻译本中文内容明显与外文内容不一致的，其不利后果由投标人自行承担。

10 投标文件构成

- 10.1 投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应由《资格证明文件》、《商务技术文件》两部分构成。投标文件的部分格式要求，见第七章《投标文件格式》。
- 10.2 对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 10.3 第四章《评标程序、评标方法和评标标准》中涉及的证明文件。
- 10.4 对照第五章《采购需求》，说明所提供货物和服务已对第五章《采购需求》做出了响应，或申明与第五章《采购需求》的偏差和例外。如第五章《采购需求》中要求提供证明文件的，投标人应当按具体要求提供证明文件。
- 10.5 投标人认为应附的其他材料。

11 投标报价

- 11.1 所有投标均以人民币为计价货币。
- 11.2 投标人的报价应包括为完成本项目所发生的一切费用和税费，采购人将不再支付报价以外的任何费用。投标人的报价应包括但不限于以下内容，《投标人须知资料表》中有特殊规定的，从其规定。
 - 11.2.1 投标货物及标准附件、备品备件、专用工具等的出厂价（包括已在中国国内的进口货物完税后的仓库交货价、展室交货价或货架交货价）和运至最终目的地的运输费和保险费，安装调试、检验、技术服务、培训、质量保证、售后服务、税费等；
 - 11.2.2 按照招标文件要求完成本项目的全部相关费用。
- 11.3 采购人不得向供应商索要或者接受其给予的赠品、回扣或者与采购无关的其他商品、服务。
- 11.4 投标人不能提供任何有选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外），否则其**投标无效**。

12 投标保证金

- 12.1 投标人应按《投标人须知资料表》中规定的金额及要求交纳投标保证金。投标人自

愿超额缴纳投标保证金的，投标文件不做无效处理。

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

12.3 投标保证金到账（保函提交）截止时间同投标截止时间。以支票、汇票、本票、网上银行支付等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前到账；以金融机构、担保机构出具的纸质保函等形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前将原件提交至采购代理机构；以电子保函形式提交投标保证金的，应在投标截止时间前通过北京市政府采购电子交易平台完成电子保函在线办理。未按上述要求缴纳投标保证金的，其**投标无效**。

12.4 投标人除需在投标文件中提供“投标保证金凭证/交款单据电子件”，还需在投标截止时间前，通过电子交易平台上传“投标保证金凭证/交款单据电子件”。

12.5 投标保证金有效期同投标有效期。

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

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

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

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

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

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

12.8 有下列情形之一的，采购人或采购代理机构可以不予退还投标保证金：

12.8.1 投标有效期内投标人撤销投标文件的；

12.8.2 《投标人须知资料表》中规定的其他情形。

13 投标有效期

13.1 投标文件应在本招标文件《投标人须知资料表》中规定的投标有效期内保持有效，投标有效期少于招标文件规定期限的，其**投标无效**。

14 投标文件的签署、盖章

- 14.1 招标文件要求签字的内容（如授权委托书等），可以使用电子签章或使用原件的电子件（电子件指扫描件、照片等形式电子文件）；要求第三方出具的盖章件原件（如联合协议、分包意向协议、制造商授权书等），投标文件中应使用原件的电子件。
- 14.2 招标文件要求盖章的内容，一般通过投标文件编制工具加盖电子签章。

四 投标文件的提交

15 投标文件的提交

- 15.1 本项目使用北京市政府采购电子交易平台。投标人根据招标文件及电子交易平台供应商操作手册要求编制、生成并提交电子投标文件。
- 15.2 采购人及采购代理机构拒绝接受通过电子交易平台以外任何形式提交的投标文件，投标保证金除外。

16 投标截止时间

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

17 投标文件的修改与撤回

- 17.1 投标截止时间前，投标人可以通过电子交易平台对所提交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标保证金的补充、修改或者撤回无需通过电子交易平台，但应就其补充、修改或者撤回通知采购人或采购代理机构。
- 17.2 投标人对投标文件的补充、修改的内容应当按照招标文件要求签署、盖章，作为投标文件的组成部分。

五 开标、资格审查及评标

18 开标

- 18.1 采购人或采购代理机构将按招标文件的规定，在投标截止时间的同一时间和招标文件预先确定的地点组织开标。
- 18.2 本项目开标使用北京市政府采购电子交易平台。投标人应在《投标人须知资料表》规定的时间内对投标文件进行解密，因非系统原因导致的解密失败，视为**投标无效**。
- 18.3 开标过程将使用电子交易平台宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定的需要宣布的其他内容并进行记录，并由参加开标的各投标人确认。投标人未在规定时间内提出疑义或确认一览表的，视同认可开标结果。
- 18.4 投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人

员有需要回避的情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人提出的询问或者回避申请将及时处理。

18.5 投标人不足 3 家的，不予开标。

19 资格审查

19.1 见第三章《资格审查》。

20 评标委员会

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

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

21 评标程序、评标方法和评标标准

21.1 见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》。

六 确定中标

22 确定中标人

22.1 采购人将在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人，中标候选人并列的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定中标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。采购人是否委托评标委员会直接确定中标人，见《投标人须知资料表》。中标候选人并列的，按照《投标人须知资料表》要求确定中标人。

23 中标公告与中标通知书

23.1 采购人或采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在北京市政府采购网公告中标结果，同时向中标人发出中标通知书，中标公告期限为 1 个工作日。

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

24 废标

24.1 在招标采购中，出现下列情形之一的，应予废标：

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

24.1.2 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.1.3 投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；

24.1.4 因重大变故，采购任务取消的。

24.2 废标后，采购人将废标理由通知所有投标人。

25 签订合同

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

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

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

25.4 政府采购合同不能转包。

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

25.6 “政采贷”融资指引：详见《投标人须知资料表》。

26 询问与质疑

26.1 询问

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

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

26.2 质疑

26.2.1 投标人认为采购文件、采购过程、中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起 7 个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。采购人、采购代理机构在收到质疑函后 7 个工作日内作出答复。

26.2.2 质疑函须使用财政部制定的范本文件。投标人为自然人的，质疑函应当由

本人签字；投标人为法人或者其他组织的，质疑函应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

26.2.3 投标人委托代理人进行质疑的，应当随质疑函同时提交投标人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。投标人为自然人的，应当由本人签字；投标人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人签字或者盖章，并加盖公章。

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

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

27 代理费

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

第三章 资格审查

一、资格审查程序

- 1 开标结束后，采购人或采购代理机构将根据《资格审查要求》中的规定，对投标人进行资格审查，并形成资格审查结果。
- 2 《资格审查要求》中对格式有要求的，除招标文件另有规定外，均为“实质性格式”文件。
- 3 投标人《资格证明文件》有任何一项不符合《资格审查要求》的，资格审查不合格，其**投标无效**。
- 4 资格审查合格的投标人不足 3 家的，不进行评标。

二、资格审查要求

序号	审查因素	审查内容	格式要求
1	满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定	具体规定见第一章《投标邀请》	
1-1	营业执照等证明文件	投标人为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”； 投标人为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”； 投标人是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件； 投标人是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”； 投标人是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。 分支机构参加投标的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料。	提供证明文件的电子件或电子证照
1-2	投标人资格声明书	提供了符合招标文件要求的《投标人资格声明书》。	格式见《投标文件格式》
1-3	投标人信用记录	查询渠道：信用中国网站和中国政府采购网（ www.creditchina.gov.cn 、 www.ccgp.gov.cn ）； 截止时点：投标截止时间以后、资格审查阶段采购人或采购代理机构的实际查询时间；	无须投标人提供，由采购人或采购代理机构查询。

		信用信息查询记录和证据留存具体方式：查询结果网页打印页作为查询记录和证据，与其他采购文件一并保存； 信用信息的使用原则：经认定的被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人，其投标无效。联合体形式投标的，联合体成员存在不良信用记录，视同联合体存在不良信用记录。	
1-4	法律、行政法规规定的其他条件	法律、行政法规规定的其他条件	/
2	落实政府采购政策需满足的资格要求	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1	中小企业政策证明文件	具体要求见第一章《投标邀请》	
2-1-1	中小企业证明文件	本项目专门面向 中小企业 采购，应在《资格证明文件》中提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。	格式见《投标文件格式》
3	投标保证金	按照招标文件的规定提交投标保证金。	
4	获取招标文件	在规定期限内通过北京市政府采购电子交易平台获取所参与项目的招标文件。	

第四章 评标程序、评标方法和评标标准

一、评标程序、评标方法

1 投标文件的符合性审查

1.1 评标委员会对资格审查合格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

1.2 评标委员会根据《符合性审查要求》中规定的审查因素和审查内容，对投标人的投标文件是否实质上响应招标文件进行符合性审查，并形成符合性审查评审结果。投标人《商务技术文件》有任何一项不符合《符合性审查要求》要求的，**投标无效**。

符合性审查要求

序号	审查因素	审查内容
1	授权委托书	按招标文件要求提供授权委托书；
2	投标完整性	未将一个采购包中的内容拆分投标；
3	投标报价	投标报价未超过招标文件中规定的项目/采购包预算金额或者项目/采购包最高限价；
4	分项控制金额	投标分项报价未超过招标文件中规定的分项控制金额；
5	报价唯一性	投标文件未出现可选择性或可调整的报价（招标文件另有规定的除外）；
6	投标有效期	投标文件中承诺的投标有效期满足招标文件中载明的投标有效期的；
7	实质性格式	标记为“实质性格式”的文件均按招标文件要求提供且签署、盖章的；
8	报价的修正（如有）	不涉及报价修正，或投标文件报价出现前后不一致时，投标人对修正后的报价予以确认；（如有）
9	进口产品（如有）	招标文件不接受进口产品投标的内容时，投标人所投产品不含进口产品；
10	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的	国家有关部门对投标人的投标产品有强制性规定或要求的（如相应技术、安全、节能和环保等），投标人的投标产品应符合相应规定或要求，并提供证明文件电子件： 1) 采购的产品若属于《节能产品政府采购品目清单》范围中政府强制采购产品，则投标人所报产品必须获得国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书； 2) 所投产品属于列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品时，应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求；（如该产品已经获得公安部颁发的计算机信息系统安全专用产品销售许可证，且在有效期内，亦视为符合要求） 3) 项目中涉及涂料、胶黏剂、油墨、清洗剂等挥发性有机物产品，

序号	审查因素	审查内容
		且属于强制性标准的，供应商应执行符合本市和国家的 VOCs 含量限制标准。
11	公平竞争	投标人遵循公平竞争的原则，不存在恶意串通，妨碍其他投标人的竞争行为，不存在损害采购人或者其他投标人的合法权益情形的；
12	串通投标	不存在《政府采购货物和服务招标投标管理办法》视为投标人串通投标的情形：（一）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制；（二）不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；（三）不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；（四）不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；（五）不同投标人的投标文件相互混装；（六）不同投标人的投标保证金从同一单位或者个人的账户转出；
13	附加条件	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的；
14	其他无效情形	投标人、投标文件不存在不符合法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

2 投标文件有关事项的澄清或者说明

2.1 评标过程中，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，作出必要的澄清、说明或者补正。投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人（若投标人为事业单位或其他组织或分支机构，可为单位负责人）或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。澄清文件将作为投标文件内容的一部分。

2.2 异常低价处理

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

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

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

（3）投标（响应）报价低于采购项目最高限价 45%的，即投标（响应）报价 $<$ 采购项目最高限价 $\times$ 45%；未设定最高限价的采购项目，以采购项目预

算金额作为最高限价；

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

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

2.2.3 评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为**无效投标（响应）**处理。

2.2.4 上述投标（响应）报价指按照本章 2.4 修正后的报价。

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

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

2.4.1 招标文件对于报价修正是否另有规定：

☐有，具体规定为：_____

☒无，按下述 2.4.2-2.4.7 项规定修正。

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

2.4.3 投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；

2.4.4 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

2.4.5 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

- 2.4.6 总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。
- 2.4.7 同时出现两种以上不一致的，按照前款规定的顺序修正。
- 2.4.8 修正后的报价经投标人书面确认后产生约束力，投标人不确认的，其**投标无效**。
- 2.5 支持中小企业政府采购政策的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.3 条规定情形的，可以享受中小企业扶持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。
- 2.5.1 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，对小微企业报价给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.2 对于未预留份额专门面向中小企业采购的采购项目，以及预留份额项目中的非预留部分采购包，且接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的联合体或者大中型企业的报价给予 4% 的扣除，用扣除后的价格参加评审。
- 2.5.3 组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策。
- 2.5.4 价格扣除比例对小型企业和微型企业同等对待，不作区分。
- 2.5.5 中小企业参加政府采购活动，应当按照招标文件给定的格式出具《中小企业声明函》，否则不得享受相关中小企业扶持政策。
- 2.5.6 监狱企业提供了由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的，视同小微企业。
- 2.5.7 残疾人福利性单位按招标文件要求提供了《残疾人福利性单位声明函》的，视同小微企业。
- 2.5.8 若投标人同时属于小型或微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位中的两种及以上，将不重复享受小微企业价格扣减的优惠政策。
- 2.6 支持本国产品政府采购的价格调整：只有符合第二章《投标人须知》5.2 条规定情形的，可以享受本国产品支持政策，用扣除后的价格参加评审；否则，评标时价格不予扣除。
- 2.6.1 本项目既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价

格参与评审。

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

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

3 投标文件的比较和评价

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

3.2 评标方法和评标标准

3.2.1 本项目采用的评标方法为：

■综合评分法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法，见《评标标准》，招标文件中没有规定的评标标准不得作为评审的依据。

□最低评标价法，指投标文件满足招标文件全部实质性要求，且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。

3.2.2 采用最低评标价法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照下述方法确定一个参加评标的投标人，其他**投标无效**。

■随机抽取

□其他方式，具体要求：_____

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

4 确定中标候选人名单

4.1 采用综合评分法时，提供相同品牌产品（单一产品或核心产品品牌相同）且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，

评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，评标委员会按照下述规定确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

■随机抽取 □其他方式，具体要求：1。

4.2 采用综合评分法时，评标结果按评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列。得分且投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为排名第一的中标候选人。评分分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

4.3 采用最低评标价法时，评标结果按本章 2.4、2.5 调整后的投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

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

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

5 报告违法行为

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

二、评标标准

序号	评审条款	分值	评审细则	评分标准	单项分值
1	价格	30	最低报价为基准价	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。投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×30。 此处投标报价指经过报价修正，及因落实政府采购政策进行价格调整后的报价，详见第四章《评标程序、评标方法和评标标准》2.4、2.5及2.6。	30
2	技术性能指标及投标方案	49	主要技术参数	完全响应招标文件 30 分，普通项每出现 1 项负偏离扣 1 分，# 号项每出现一项负偏离扣 3 分，扣完为止。 注：以采购需求偏离表响应内容为准，未招标文件要求提供证明材料的视为负偏离。	30
			项目实施方案	1、实施方案 项目实施方案内容详实、全面，进度计划合理，安全措施完备，具有针对性和可行性，得 9 分； 项目实施方案内容基本详实基本全面性，进度计划基本合理，安全措施基本完备，具有一定的针对性和可行性，得 6 分； 项目实施方案内容不详细，进度计划不合理，针对性和可行性有欠缺，得 3 分； 不提供方案不得分。 2、实施人员 实施人员配备 5 人及以上，得 2 分； 实施人员配备 1-4 人，得 1 分； 未提供实施人员配置的不得分。	11
			培训方案	培训方案内容详实、全面，培训计划合理，具有针对性和可行性，得 8 分； 培训方案内容基本全面基本详实，培训计划基本合理、具有一定的针对性和可行性，得 5 分； 培训方案内容宽泛，培训计划不合理、缺乏针对性和可行性，得 2 分； 不提供方案不得分。	8
3	售后服务	14	质保期	所投产品质保期在完全响应招标文件要求三年基础上，每增加一年得 3 分，满分 6 分。	6
			售后服务	售后服务内容全面细致、体系完善、服务能力强、技术支持保障措施到位，需明确联系人、电话及职位，得 8 分； 售后服务内容基本全面、服务体系基本完善、服务能力一般、技术支持保障措施一般，需明确联系人、电话及职位，得 5 分； 售后服务内容不全面、服务体系不完善、服务能力不足、技术支持保障到位措施不足，得 2 分； 不提供方案不得分。	8
4	投标人业绩	6	同类业绩	提供 2023 年 7 月 1 日至今同类业绩的相关合同（以合同签订日期为准），每提供 1 份得 2 分，最多得 6 分。需提供合同首页、合同金额关键页、合同盖章页、合同清单页复印件并加盖投标人公章。	6
5	政策性得	1	节能环保	投标人所投产品属于节能产品或环境标志产品的，每提供一项可得 0.5 分，最多得 1 分。	1

	分			注：属于政府采购品目清单的内容，须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，属于国家强制采购节能产品的不予加分（复印件并加盖公章）。	
--	---	--	--	--	--

第五章 采购需求

一、清单及技术要求

序号	标的名称	技术参数	数量	单位
1	课堂管理系统软件	1. 共享白板：支持教师通过共享白板与选定的学生共同完成相同的学习任务或绘画作品，并提供多种不同的工具，包括插入图片、插入截图、设置背景颜色、设置背景图片等，还可选择画笔、图形、颜色、文本、填充、橡皮擦等功能，供教师和学生绘制时使用。支持查看历史记录，调阅过往绘制的白板，支持批量导入和导出白板记录。 2. 多系统兼容支持：全面兼容 Windows 10、Windows 11 操作系统，以及银河麒麟、统信、中科方德、鸿蒙等国产桌面操作系统，支持 Windows 操作系统和国产桌面操作系统的混合使用。 3. 屏幕广播：学生在接收屏幕广播时可进行拍照保存、自主更改显示模式包括自动对焦、平移、缩放显示三种。支持主控端选定一台学生机来远程控制主控机，代替主控端来完成相关教学操作。支持 4K 画质的屏幕广播，支持屏幕广播时硬件编解码，支持设置广播帧率和码率。支持教师机有双屏时，可选择广播主屏或副屏内容。 4. 屏幕录制：支持教师直接或在屏幕广播时开启屏幕录制，支持设置屏幕广播后自动开启屏幕录制，录制时可通过屏幕笔进行批注，支持选择录制音频的输入设备，录制过程支持暂停，录制的格式为 MP4，支持设置录制文件的默认文件夹位置。 5. 学生演示：可以选择一名或多名学生，让其向主讲屏、分组屏和其他学生机演示其桌面上的操作。 6. 文件收集：支持预定义多个文件收集任务，并支持教师预设学生文件收集类型、收集路径、收集后保存路径，从而实现对学生文件的批量收集，支持收集完成后直接打开文件夹。 7. 文件共享：支持通过课件点播实现教师上传文件供学生查看和下载，支持教师对已上传的文件进行删除或重命名；支持通过共享中心实现教师和学生上传文件，支持教师对已上传的文件进行删除或重命名，供全体师生查看和下载。 8. 学生举手：支持学生发起举手寻求主控端的帮助，主控端端可远程遥控帮助学生解决问题。 9. 互动：支持教师实时通过截屏、添加本地图片、手动输入问题三种方式发起互动答题，答题类型支持单选、多选、判断、算数、简答、投票、演	2	套

	示等，答题模式支持全体作答、挑人、抢答。 10. 答题统计：支持主控端对客观题预设答案，学生作答完成后即时接收反馈，全体学生作答完成后，主控端将会收到学生的作答详情及答题数据统计。 11. 课堂报告：支持主控端查看正在进行课堂和已结束课堂的参与人数、发起答题数、答题正确率、答题详情、答案分布等信息。 12. 答题卡编辑工具：支持导入 word、excel、ppt、pdf、txt 等文档类型作为试题，支持选择、判断、填空、简答和手写题，支持设置试卷名称、教师名称、班级、考试时间和总分。 13. 考试：支持对全体学生发起统一的考试，支持添加 ABCD 卷对不同组别的学生发送不同试卷。支持主控端实时查看学生答题进度。 14. 阅卷评分：支持客观题自动评分，主观题教师手动打分并支持将考试结果发送给学生和导出。 15. 快速考试：主控端可使用快速答题卡用于学生作答，输入考试名称、考试时间、试题类型、试题数量和试题分数即可快速发起考试，试题类型包含选择题、判断题、填空题、论述题和手写题。 16. 网络影院：采用流媒体技术，可实现教师机播放的视频同步无延时广播到学生机，学生无需下载该文件，教师也无需共享该文件。支持 MP4、DAT、MP3、VOB、WMV、MOV、MPG、MPEG、AVI 等主流文件格式，支持 720p、1080p、4K 高清视频。 17. 签到：提供学生名单管理工具，为软件和考试模块提供实名验证。提供点名功能，支持保留学生多次登录记录、考勤统计、签到信息的导出与对比，支持 csv 格式的导出。 18. 分组讨论：支持教师按随机、配对、按行分组、按列分组、固定分组等方式将学生分成若干组，同组的组员之间可以相互讨论，教师可以参加任意组的讨论。在讨论对话框，支持教师发送文字、画布、图片、文件、截屏等与学生进行讨论，教师与学生均可以查看共享的文件和历史记录。 19. 主题讨论：支持教师建立若干个主题，学生选择自己感兴趣的主题开展讨论。 20. 文件提交：支持学生把做好的作业主动提交到教师电脑，教师可以选择接收和拒绝学生提交的文件；支持教师预设学生提交的文件的存储路径并限制学生提交文件的数目和大小。 21. 自动锁屏：独有的断线保护自动锁屏技术，		
--	---	--	--

		通过网卡的是否激活来锁定屏幕，避免学生拔掉网线违反纪律。 22. 班级模型：支持创建和编辑不同班级的学生名单列表，并支持将学生名单导入和导出。 23. 防杀进程：为安全起见，学生端程序运行后，防止学生通过任务管理器结束学生端程序进程来逃脱主控端控制。 24. 请求帮助：学生端遇到问题可请求帮助，主控端端可远程遥控帮助学生解决问题。 25. 黑屏肃静：主控端可以对单一、部分、全体学生执行或解除黑屏操作，主控端可自定义黑屏的内容与图片。 26. 键鼠禁用：主控端可以对单一、部分、全体学生禁用键鼠操作，禁用时学生端鼠标和键盘被锁定，学生无法进行任何操作。 27. 网页限制：支持对学生访问网站权限的设定（全部开放、黑名单、白名单、完全阻止四种策略），对学生可以访问的 Internet 站点进行管理，并支持多浏览器限制。 28. 学生属性：支持主控端远程查看学生机登录名、IP 地址、系统类型、MAC 地址、磁盘空间、进程、CPU 使用情况、内存使用情况、网络利用率等信息。 29. 控制中心：支持通过单独的控制中心界面，快速开启或关闭面向学生机的行为控制，包括自动连接、黑屏安静、联网权限、举手权限、发送消息权限、发送文件权限、键鼠权限、U 盘权限等。 30. 含 50 终端授权。		
2	桌面云（信创）管理系统	1、 软件为 B/S 架构，基于中文图形化管理界面，支持现有网络环境下的跨网段、跨路由管理，在跨网段、跨路由的环境中，无需调整网络设置和增加任何硬件设备。 2、 采用中央服务器管理模式，服务端支持主流的国产硬件平台（龙芯、飞腾等）和国产操作系统（Kylin、UOS 等），通过一台服务器管理不同品牌、不同 CPU 架构的终端。 3、 软件负载要求，单台入门级服务器（或主流 PC）可管理客户端≥ 360 台。 #4、系统主页可以统计终端用户数量、虚拟磁盘数量、镜像数量终端数量等信息，同时可以查看服务器信息、CPU、内存及硬盘的使用率等信息。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #5、服务端集成不同硬件架构的底层系统、客户端程序及数据库导入导出工具，可以直接从服务端进行下载，无需找原始安装文件光盘，多种方式，灵活便捷。	82	点

		6、USB 管理策略：在一些特殊的环境中，需要对各种 USB 设备进行禁用管理，比如对大容量存储、打印机、音频设备，图像设备、视频设备、通信设备、内容安全设备、智能卡、非标准设备等的禁用管理，以满足特殊环境的需要。 #7、系统采用自主可控的底层维护通道技术，部署时不受网络架构及网络环境的限制，支持无线、4G、5G、有线等多种部署方式（提供无线部署功能截图并加盖投标人公章）。 #8、终端操作系统的网络地址支持指定 IP、自动获取 IP、用户自定义 IP 等灵活多样的 IP 使用环境，满足不同的实验教学需求。（提供自动、指定、自定义 IP 功能截图并加盖投标人公章） #9、提供原厂售后服务承诺函，加盖投标人公章。		
3	双绞线缆	六类非屏蔽双绞线	900	米
4	跳线	六类 1.5-3M 根据现场实际使用配置	82	米
5	水晶头	六类非屏蔽水晶头	165	个
6	电源线	规格要求:BV4mm ² 国标线缆，用于机房内计算机供电	240	米
7	桥架	100*100 金属桥架槽含配件，用于机柜到防静电地板下网络布线	60	米
8	镀锌管	25 镀锌管用于防静电地板下及电源总线布线	80	米
9	分线盒	86 分线盒用于电源插座安装	45	个
10	插座	电源插座国标	45	个
11	接线板	3 孔 6 位国标	45	个
12	新增防静电地板	每平米承重：不低于 1000KG 陶瓷面加重	8	平米
13	防静电地板拆除搬运	地板拆除搬运至采购人本校区库房。	90	平米
14	设备拆除搬运	教室原有电脑设备，桌椅，网线，电源线等整体拆除，搬运至采购人本校区库房。	70	套
15	地板安装	安装铺设	82	平米
16	辅材	模块、空开、螺栓、胶带、焊锡、标签色带、接地端子等安装材料	82	点
17	综合布线	含有线网络、电源、线槽、配管、布线，原有机柜设备整理，调试等	82	点
18	电脑桌（电商实训室）	1、外形尺寸：1200mm×600mm×750mm（长×深×高）。 2、桌面板材：E1 级三聚氰胺防火板，厚度≥18mm，四周 PVC 封边≥1mm，带 Φ60mm 穿线孔。 3、钢架：40×20mm 方管，壁厚≥1.2mm，酸洗磷化静电喷塑，全封闭焊接无毛刺。	2	张

		4、配套结构：抽拉式键盘托（滚珠滑轨）、一体式主机托、桌底横向加固拉筋。 5、承重：台面均布承重$\geq 80\text{kg}$，整体无晃动。		
19	圆凳（电商实训室）	1、整体尺寸：凳面直径$\Phi 320\text{mm}$，坐高$420\text{mm}\sim 440\text{mm}$。 2、凳面：实木多层板，厚度$\geq 15\text{mm}$，边缘倒圆角。 3、凳腿：$\Phi 22\text{mm}$圆钢管，壁厚$\geq 1.0\text{mm}$，四条腿底部十字拉筋加固。 4、脚垫：全包塑料防滑静音脚套，防刮地板。	4	把
20	电脑桌（国贸实训室）	1、外形尺寸：$1200\text{mm}\times 600\text{mm}\times 750\text{mm}$（长$\times$深$\times$高）。 2、桌面板材：E1级三聚氰胺防火板，厚度$\geq 18\text{mm}$，四周PVC封边$\geq 1\text{mm}$，带$\Phi 60\text{mm}$穿线孔。 3、钢架：$40\times 20\text{mm}$方管，壁厚$\geq 1.2\text{mm}$，酸洗磷化静电喷塑，全封闭焊接无毛刺。 4、配套结构：抽拉式键盘托（滚珠滑轨）、一体式主机托、桌底横向加固拉筋。 5、承重：台面均布承重$\geq 80\text{kg}$，整体无晃动。	4	张
21	靠背椅（国贸实训室）	1、整体：390mm（座宽）$\times 380\text{mm}$（座深）$\times 780\text{mm}$（总高），坐高$420\pm 10\text{mm}$。 2、座板：$390\text{mm}\times 375\text{mm}$，厚度$\geq 5\text{mm}$镂空PP注塑，臀窝弧形设计。 3、靠背：$390\text{mm}\times 190\text{mm}$，弧形腰托，倾斜$105^\circ$人体工学角度。	8	把
22	跨境电商B2B综合实训平台	一、总体要求 1. 软件需要B/S架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。 2. 平台分为教学管理系统、实训系统、学习平台和后台管理系统四个部分，其中教学管理系统应具备权限分配和资源管理功能，实训系统应支持学生完成阿里巴巴国际站仿真实训，学习平台支持学生考试和练习，后台管理系统应支持各种系统参数的设置。 二、教学管理系统模块 1. 教学管理系统后台 （1）教学管理系统后台应包含以下页面及功能：主页面、教师管理、班级管理、学生管理、课程列表、教学监控、交流中心、学情概览页面、班级学情分析页面、实训任务学情页面、课程题库学情页面、学生行为分析页面、学生学情报告页面、作业管理。 （2）作业管理：应支持进行作业管理，支持查看作业列表并按照课程、发布状态、作业标题进行查询，可对已有作业进行编辑、删除等操作。应支持教师或管理员自行添加作业，可设置作业名称、学校、课程、班级、发布时间、截止时间、	1	套

	封面图片、作业描述、作业填写说明等基本信息，并支持选择是否设置前置作业、是否立即发布及是否允许学生下载作业报告等。应支持教师或管理员对学生提交的作业进行查看和批改，支持根据作业完成状态、评语状态、完成时间等条件进行筛选查看；批改时应支持对学生填写内容进行修改，支持设置审核结果及编辑评语，应支持自动生成并可手动修改评语；并支持链接至学生实训平台查看学生实训情况，批改完成后可查看审核日志。同时应支持批量导出作业报告，可通过选择班级、作业根据条件导出，或者根据 Excel 模板上传名单进行批量导出，导出作业报告支持选择 PNG 或 PDF 格式。 2. 教学管理系统前台 (1) 平台前台主页面可跳转实训任务、实训平台、课程题库、交流中心、课程知识库、实训轨迹、作业提交、资料下载、AI 助手等功能模块，展示用户任务完成数、答题次数、积分、排名等学习数据，可视化呈现实训任务与课程题库完成占比，支持查看月度练习历史及含名次、头像、姓名、积分在内的实训排名信息；实训任务模块可展示用户实训积分、任务进度、完成任务数量及班级排名，支持按任务状态筛选、按章节展示实训目录，单任务可展示类型、各类积分及状态详情，支持跳转对应模块完成理论学习、实操练习与在线答题；课程题库可分组展示试题组，显示作答次数与测试得分，支持关联理论学习与答题训练，包含单选、多选、判断三类题型，答题结束后可展示得分、错题数、标准答案及个人作答结果，需配套提供软件功能演示视频；交流中心分热门话题、我的话题、我的回复展示内容，支持用户配图发布话题；课程知识库按章节展示课程目录，提供文字、图片、视频等教学资源，视频具备静音、调速、全屏、画中画播放功能；实训轨迹可生成月度轨迹图，支持按年份查询月度任务完成数据，实训排名可展示名次、头像、姓名、完成任务数、综合积分及综合成绩；作业提交模块可展示作业封面、标题、批改结果、截止时间等列表信息，支持按模板编辑内容、上传附件提交作业，可撤回重改，作业批改后支持下载 PNG、PDF 格式作业报告；资料下载模块可分组展示课程资料、显示浏览次数，支持关键词检索，可下载 PDF、DOC、视频、图片等多格式课程资料。 # (2) AI 助手：包含 AI 伴学、智能出题、数据分析、竞赛选题、报告评测功能。AI 伴学：应支持智能对话，24 小时智能答疑，可实时解答实训	
--	--	--

	操作问题，支持消息回复、新建对话、查看历史记录。智能出题：应支持设置出题领域、主题、难度、题目数量，实现智能出题，支持查看生成结果与历史记录。数据分析：应支持上传数据文件智能分析，自动识别数据摘要、数据结构并生成分析方案，支持新建对话、查看历史记录。竞赛选题：应支持设置竞赛领域、选题要求、竞赛背景进行智能选题。报告评测：应支持对数据分析报告智能评测，支持文本输入或上传文件导入报告、重置重导，评测完成后可查看评测结果。 (提供相关功能截图并加盖投标人公章) 3. 教学管理系统自动评分模块 (1) 教学管理系统自动评分模块应包含以下页面及功能：运行报表、数据源管理、规则管理、任务管理、系统管理、辅助功能。 (2) 规则管理：应支持按规则组名称、备注、默认完成动作、创建用户查询，查看规则数量、默认数据源、创建时间；应支持编辑、复制、导出、删除、查看规则组详情，应支持新增/导入规则组，配置组名称、默认数据源、备注、后置动作、自定义执行动作。 (3) 任务管理：应支持进行评分任务管理，支持按照任务描述、规则组名称、任务类型、任务状态、创建用户等条件进行查询，可查看集合 SQL 数据源、任务状态、任务状态描述、是否回写总成绩、创建时间等信息，支持对评分任务进行编辑、执行、导出、删除及查看任务详情、评卷记录、执行记录等操作。应支持新增或导入任务，新增任务支持设置任务描述、规则组、试卷集合 SQL、试题集合 SQL、集合 SQL 数据源、是否回写总成绩及任务类型等，并支持查看示例数据。应支持用户引用某个评分规则组模型来创建动态评分任务，并可自定义任务执行方式，包括但不限于：手动执行、定时执行、轮询执行。并支持通过图形可视化展示各个评分任务的执行情况。 三、实训系统功能模块（一） 1. 平台应支持用户浏览阿里巴巴国际站仿真平台首页，并支持用户进行产品或供应商的搜索。搜索产品（关键词）时，搜索结果页面应显示本次搜索的相关类目，搜索供应商时应显示供应商的名称、主营类目及供应商产品等相关信息。用户查看某款产品时，页面应显示商品的图片、价格、发货期、物流运输信息、供应商信息、产品属性、产品详情等。 2. 系统应支持“体验国际站开通流程”与“国际站开通状态”两种模式的切换。支持用户进行国	
--	--	--

	际站开通流程的体验，包括提交认证信息、提交公司信息、发布产品信息等。在体验国际站开通流程中设置的信息可进行保存，或可清空重新体验国际站开通流程。 3. 店铺装修：PC 端店铺装修：应支持用户进行页面背景装修，可设置页面主题色、背景主题色、背景图片。店招模块中，应支持用户自行上传店招图片。店铺装修有多种装修模块可供选用，包括产品模块（包括双排产品、橱窗产品、类目带产品、重点推荐、爆品专区、主营类目、类目模块、主营认证产品、图型化类目导购、样品专区、RTS 现货品带区、新品专区、图片类目带品导购和一件代发专区）、图文模块（包括行业化海报、全屏通栏横幅、横幅、热区切图和自定义内容）、视频模块（包括视频模块和视频带货）、营销模块（包括店铺优惠券、限时折扣和 3D 家具场景购）、公司模块（包括公司介绍、多语言站点、询盘直通车、公司名片和证书导购），用户可对装修店铺效果进行预览和发布。无线旺铺装修：至少有 4 种装修模块可供选用，包括产品模块（包括双排产品、橱窗产品、类目带产品、重点推荐、爆品专区、主营类目、智能产品推荐、图型化类目导购、样品专区、RTS 现货品带区、新品专区、图片类目带品导购和一件代发专区）、图文模块（包括横幅、无线热区切图和标题模块）、视频模块（包括视频模块、视频带货和视频导购）、营销模块（包括店铺优惠券、限时折扣、无线单列图片和 3D 家具场景购）和公司模块（包括证书导购），用户可对装修店铺效果进行预览和发布。 4. 商品管理应包括商品发布、商品管理、产品分组和排序、回收站、管理图片银行、管理视频银行、编辑导航模板、搜索诊断和产品诊断优化等模块。 5. 数据参谋：包括数据概览、视频分析、店铺分析、交易分析、履约分析、员工分析、流量来源、引流关键词、访客画像、访客详情、产品参谋、关键词指数、行业报告等功能模块。数据概览应提供数据看板、经营数据、流量分析、产品分析、市场分析等数据模块；视频分析、店铺分析、交易分析、履约分析、员工分析则需提供对应的数据信息；流量来源分不同类型展示流量来源数据，并提供趋势相关分析；访客画像需提供客户构成分析、进店关键词、本店访问产品等数据；产品参谋包含我的产品和零效果产品模块。其中我的产品，支持产品数据的分析和查看。可以搜索店铺的商品，并且可以查看店铺单品的数据信息。	
--	--	--

		零效果产品，可以通过产品名称、型号、无效时长、负责人、产品分组等信息筛选查看店铺的零效果产品。可对店铺零效果产品进行优化编辑和下架、删除等操作；关键词指数需内置关键词类目搜索指数、搜索涨幅、点击率和买家规模指数；行业报告需内置电器、机械、运动娱乐、包装印刷等行业的报告。 6. 客户管理应包括客户概览、粉丝列表、客户列表、公海客户、客群管理、客户分析、回收站、客户营销、营销活动、模板管理、EDM 设置、自定义品类等功能。 7. 营销中心包括直通车、顶级展位、橱窗等。 8. 活动中心需包含官方活动报名、已报名活动、折扣营销、优惠券和场景搭配等。 9. 交易管理应包括起草信用保障订单、所有订单、起草 e 收汇订单、运费模板、退款管理、订单回收站等功能模块。 10. 出口服务应包括立即下单、出口服务订单、出口工作台、品牌管理、商品管理、开票人管理、服务售卖订单、快速出口订单、盖章服务、报关单证制作、报关单证管理、财务服务、退税款查询等功能模块。支持开通一达通代理服务。 11. 物流服务应包括查询报价并下单等功能模块。在查询报价并下单模块中，可查询物流方案，包括海运整柜、快递&多式联运等。 12. 资金管理应包括资金总览、结汇等功能模块。资金总览中支持查看资金账号详情；结汇中支持发起变更结汇方式。 13. 账户应包括管理个人信息、头像上传、商业信息、添加和管理子账号。 14. 智能 AI 模块应包括生意助手、极简发品（商品词发品和图片发品）、智能标题优化、关键词优化、商品详情页 AI 编辑、AI 沟通润色、RFQ 辅助报价和商品诊断等模块。生意助手：应支持 AI 智能对话，可通过推荐工具模块中的标题优化、扩充关键词、文本翻译和商品诊断对对应商品信息进行优化，并能够对商品运营助手、接待助手和风险顾问等模块进行操作。极简发品应包含商品词发品和图片发品模块。其中商品词发品应支持通过输入商品的关键词智能生成商品信息，包含商品类目、基本信息、交易信息、物流信息、商品服务和产品详情信息，并能够对生成的商品信息进行编辑和优化的操作；图片发品模块应可通过上传发布商品的图片智能生成相关商品的基本信息，包含商品类目、基本信息、交易信息、物流信息、商品服务和产品详情信息，并能够对	
--	--	--	--

		生成的商品信息进行编辑和优化的操作。 15. 提供中英双语版本。 四、实训系统功能模块（二） 1. 产品模块：产品应包含查看所有产品、添加新产品、使用 CSV 添加/编辑产品、品牌授权等功能模块。 （1）应支持通过手动添加产品或使用 CSV 文件批量添加/编辑产品、支持查看上传的产品 CSV 的状态、可使用 CSV 文件批量编辑运费、向现有产品添加变体。 （2）添加产品应包含产品品类、产品详情（名称、父 SKU、状态）、产品图片、变体、价格、库存、分类（品牌或品牌 ID、标签）、最大数量、自定义目的国/地区的运费、海关和物流（申报名称、申报的本地语言名称、海关申报价值、海关 HS 编码、是否含有粉末、液体、电池、金属）、单价、合规等功能模块。（3）查看所有产品模块：应支持通过产品状态（待审核、审核通过、已拒绝）、状态（已启用、已禁用、已移除）、徽章等条件对产品进行筛选，可通过产品名称、产品 SKU、产品 ID、父 SKU、标签等条件搜索指定产品。应支持查看产品图片、产品名称、品类、销售、父 SKU、价格、已启用、主仓库库存、国家/地区运费、最近更新、状态等信息。并支持设置每页显示的产品数量。支持对产品进行编辑、禁用并删除产品和创建 ProductBoost 活动等操作。 （4）品牌授权模块：应支持查看品牌名称、状态、更新时间、操作，可通过筛选栏（已授权、需要修订、待审批）进行筛选。支持新建添加品牌授权，上传知识产权文件、完善知识产权文件信息、上传销售授权书、完善销售授权书信息、添加品牌授权。 2. 订单管理：应包含未履行订单、历史订单、使用 CSV 履行订单和赔款等功能模块。查看未履行的订单信息时，可通过订单 ID 搜索指定订单，支持通过筛选栏进行筛选。用户可查看订单日期、订单 ID、剩余可履行天数、仓库、目的国、配送地址、产品、总成本、操作信息。可对订单进行履行和查看详情等操作。系统支持通过生产订单产生模拟订单。 3. 用户问题：用户问题应包含采取措施、正在进行、已关闭等功能模块。采取措施模块中，应支持通过客户问题标签（包括：Apply for refund、Size/Color Preferences 标签）对显示结果进行筛选，可通过用户问题或订单 ID 查询搜索指定的客户问题。支持用户查看开启日期、用户问题 ID、		
--	--	--	--	--

	最近更新时间、回复剩余时间、用户、问题类型等信息。卖家可回复客户问题，系统应预设有缺货、无法发货、订单已妥投、延迟配送致歉、物流跟踪信息、等待产品等场景的信息模板。 4. 广告 (1) 广告应包含查看所有活动、创建活动、通过 CSV 创建活动、活动业绩和钱包等功能模块。 (2) 查看所有活动模块：可按名称搜索活动，查看活动名称、状态、持续时间、预算、花费、PB 曝光量、PB 点击次数、PB GMV、广告投入产出比、自动续期和操作等信息。可对已创建的活动进行编辑和取消的操作 (3) 创建活动模块：支持完善活动基本信息（活动名称、开始日期、结束日期、自动续期、IntenseBoost）、添加产品，可通过查看所有产品信息（产品名称、产品 ID、产品 SKU、父 SKU 进行筛选）选择活动推广产品、关键词（可选）、设置预算（预算金额、定期追加预算、最高可用预算）。 (4) 支持手动创建活动或通过上传 CSV 文件批量创建 ProductBoost 活动。 (5) 钱包模块：应支持查看可用余额和可用抵用金，支持充值余额。ProductBoost 钱包历史记录支持查看日期、收据、说明、活动 ID、金额等信息。 5. 促销模块：应支持商户促销创建新的促销活动，支持查看活跃促销、待处理促销、已取消的促销和历史记录等信息。创建促销模块：支持选择促销类型（特价、秒杀）、输入促销活动详情（促销名称、开始日期、结束日期、国家/地区）、选择符合条件的产品（产品 ID、产品名称、产品价格、库存、数量）、设置折扣信息。 #6. 账户管理：在账户设置中，卖家可查看账户登录和安全、账户的基本信息、显示设置、邮箱偏好设置等基本信息。在账户 API 设置中，用户可自定义设置应用名称，并可通过重定向 URI 完成与外部 ERP 工具进行对接。（提供相关功能截图并加盖投标人公章）。 7. 提供中英双语版本。 五、实训系统功能模块（三） 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。 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。 多语言支持：平台支持英语和汉语两种语言。 2. 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。 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、汇总申报等。展示从平台收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。 6. 实验平台要求 （1）实验平台要求：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，设有小地图以使用户了解仓库布局。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。查看待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。 六、学习平台功能模块 1. 教学与题库管理：展示的数据包括学生数量、考试数量、练习数量等；通过折线图以可视化的形式直观展现学习活跃情况；最新资料模块展示平台最新上传的 10 套资料，显示资料名称与上传日期信息；最新考试和练习模块展示平台最新的 10 场考试，显示考试名称与考试日期。 #2. 试卷管理：教师可对试卷进行复制组卷、取消组卷、试卷信息编辑或删除等操作；添加试卷时，教师需设置试卷名称、题目类型（固定题目/随机题目，其中固定题目支持手动或自动选题）、题型分数等信息并添加出题策略（包含题库、题型名称、试题难度）；试卷可由题库随机取题生成试卷，可以自定义出题策略：按题型、知识点、难度自定义出题数量，由系统自动生成试卷，不满意还可以进行自动换题或手工换题。题目支持随机和固定两种模式。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 3. 考试管理：添加考试时，教师可选择全班或班内部分学生参加考试，可自行设置是否启用交卷后“显示得分”或“查看答卷”的功能。考试支持设置考试时间，考试时长以及随到随考模式；支持考试过程中显示离开试卷提示的功能。 #4. 考试成绩：教师可进行查看考试完成详情，客观题目支持系统自动评分，主观实训题目支持教师后台手动评分，教师可以在评分页面直接点击后自动登录该考生的实训平台，并可查看到该考生的实训平台实操情况。 5. 练习管理：添加练习时，教师可以设置练习名称、选择试卷、选择班级。教师可选择自定义班级的学生参加练习，并可以设置最大练习次数。 #6. 试题管理：教师可以设置题目类型（至少支持 6 种基本类型：单选题、多选题、判断题、填空题、简答题、实训任务），选择题目难易程度（简单、普通和困难）、支持上传试题附件、支持答题区域按钮的自动配置（添加文本、添加图片和本地附件等）、实训题目支持配置实训平台链接、支持试题解析的录入。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 7. 提供至少 200 道阿里巴巴国际站实操试题以及	
--	--	--

	每个实操试题对应的讲解视频，和 2000 道阿里巴巴国际站理论试题，并支持教师自由添加题目，添加方式可以是单个添加或通过 Excel 表格模板批量导入。可查看试题分布详情，包括题型分布与难度分布。 七、后台管理系统模块 1. 后台管理系统应包括首页、RFQ 管理、客户管理、店铺管理、证书管理、订单管理、商品管理、基础管理、系统管理等部分。后台管理系统首页提供总店铺数量、总商品数量、七日店铺注册统计等功能。店铺列表支持查看系统中的店铺信息。客户管理支持内置客户的新增、编辑和删除操作；公海客户可手工新增，也可以根据填写的客户数量随机生成。 2. 证书管理应具备证书类型和具体类型下证书列表的管理功能。订单管理提供订单列表、海路订单、空快订单和快递的管理功能。商品管理提供商品列表、商品评价、商品分类、属性管理、规格管理功能。基础管理提供首页轮播图和国家地区管理功能。系统管理提供系统登录日志和操作日志、用户管理、角色管理和菜单管理功能。 八、其他要求 1. 提供质保期内免费更新服务。 2. 应提供完整的配套实验教程，应包含国际站规则认知、国际站平台开通、公司信息管理等、证书上传与管理、图片制作与管理、Tips 视频发布与管理、PC 端旺铺装修、无线端旺铺装修、商品发布、产品详情页普通编辑、产品详情页智能编辑、产品分组与排序、产品管理、视频投稿、官方活动报名、折扣营销、优惠券营销、场景搭配管理、橱窗管理、外贸直通车商品成长、外贸直通车手动投放、采购需求提交与编辑、RFQ 商机获取、外贸邮设置、客户 EDM 营销、询盘分析与回复、客户列表与分类管理、公海客户管理、客群管理、客户分析、邮件模板管理、运费模板管理、起草信用保障订单、起草 e 收汇订单、交易订单发货、订单回收站管理、数据分析基础、店铺数据分析与优化、产品数据分析与优化、零效果产品处理、代理出口服务申请、物流服务查询、报关单证制作与管理、出口服务订单下单准备、认识国际支付方式、变更结汇方式、AI 智能助手、AI 接待助手、AI 风险与店铺诊断、AI 以词发品、AI 以图发品、智能 URL 发品、AI 图片翻译、AI 商品诊断、AI 询盘润色和 AI 辅助报价等至少 56 个跨境电商 B2B 实训任务 ppt，且每个实训任务提供对应的完整的配套资料（包括：实验目的、实验知识准备、	
--	---	--

	实验内容与步骤、实验要求和思考题)和试题库。 (1) 国际站规则认知: 帮助学生全面了解阿里巴巴国际站的运营规则、政策要求及平台特色。课程将涵盖平台基本规则、违规行为处理、信用评价体系等内容。 (2) 国际站平台开通: 引导学生完成阿里巴巴国际站账号的注册与开通流程, 包括资料准备、账户验证、店铺设置等关键步骤。 (3) 公司信息管理: 介绍如何在国际站后台完善公司信息, 包括企业简介、联系方式、公司资质等, 提升店铺可信度和吸引力。 (4) 证书上传与管理: 指导学生上传各类认证证书, 并管理这些证书的有效期, 确保店铺资质信息的及时更新和维护。 (5) 图片制作与管理: 讲述高质量产品图片的拍摄、编辑及上传技巧, 以及图片分类管理与优化策略。 (6) Tips 视频发布与管理: 介绍如何制作并发布 Tips 视频, 以视频形式展示产品特点、使用方法或行业知识, 增强客户互动。 (7) PC 端旺铺装修: 详细讲解 PC 端旺铺的页面布局、色彩搭配、模块添加与编辑等装修技巧, 打造专业且具有吸引力的线上店铺。 (8) 无线端旺铺装修: 针对移动端用户习惯, 介绍无线端旺铺的装修原则和技巧, 确保店铺在手机和平板等设备上也能提供良好的用户体验。 (9) 商品发布: 指导学生如何正确、高效地发布商品信息, 包括标题撰写、关键词设置、属性填写等, 提升商品搜索排名和曝光率。 (10) 产品详情页普通编辑: 讲述基础的产品详情页编辑技巧, 包括文字描述、图片插入、表格制作等, 确保产品信息全面、准确、吸引人。 (11) 产品详情页智能编辑: 介绍国际站提供的智能编辑工具, 如模板套用、动态效果添加等, 快速提升详情页设计效率和专业度。 (12) 产品分组与排序: 讲解如何根据产品特性进行分组管理, 以及设置产品展示顺序, 优化客户浏览体验, 提高产品管理效率。 (13) 产品管理: 全面介绍产品管理功能, 包括上下架管理、库存同步、价格调整等, 确保产品信息及时更新, 满足市场需求。 (14) 视频投稿: 介绍如何向国际站投稿宣传视频, 提升品牌知名度和产品曝光度。 (15) 官方活动报名: 介绍国际站定期举办的各类促销活动报名流程, 包括活动类型、报名条件、报名材料准备等, 帮助学生把握营销机会。	
--	---	--

	(16) 折扣营销：讲解如何设置商品折扣、优惠券等促销活动，吸引客户购买，提升销售额。 (17) 优惠券营销：详细介绍优惠券的创建和管理过程。 (18) 场景搭配管理：讲述如何根据客户需求，创建并管理产品搭配方案，提升客户购买意愿和订单价值。 (19) 橱窗管理：介绍橱窗推荐位的设置与管理。 (20) 外贸直通车商品成长：分析外贸直通车(P4P)如何帮助商品快速成长，包括关键词竞价、广告创意设计等。 (21) 外贸直通车手动投放：深入讲解外贸直通车手动投放策略，包括关键词选择、出价调整、广告时段设置等，提高广告投入产出比。 (22) 采购需求提交与编辑：指导学生如何提交和编辑采购需求，以便更好地匹配供应商资源。 (23) RFQ 商机获取：介绍 RFQ (Request For Quotation) 商机的获取与响应流程，教授如何高效捕捉客户需求，提升报价成功率。 (24) 外贸邮设置：教授如何设置外贸邮，实现邮件营销自动化。 (25) 客户 EDM 营销：详细介绍 EDM (Email Direct Marketing) 营销策略，包括客户细分、邮件内容策划、发送频率管理等，增强客户粘性。 (26) 询盘分析与回复：讲述如何有效分析询盘质量、快速精准回复，提升客户满意度和转化率。 (27) 客户列表与分类管理：介绍如何建立并维护客户列表，根据客户属性进行分类管理，便于后续营销和服务。 (28) 公海客户管理：讲解公海客户的管理机制，包括客户分配、跟进记录、回收规则等，确保客户资源高效利用。 (29) 客群管理：介绍如何根据客户需求和行为特征，创建并管理不同的客群，实现精准营销。 (30) 客户分析：深入分析客户数据，包括购买历史、行为偏好、价值评估等，为个性化营销和服务提供依据。 (31) 邮件模板管理：介绍邮件模板的设计与管理，确保邮件内容专业、统一且具有吸引力。 (32) 运费模板管理：讲述如何设置和管理运费模板，包括运费规则制定、区域划分、费用计算等。 (33) 起草信用保障订单：详细介绍信用保障订单的起草流程，包括订单信息填写、条款协商、支付与物流安排等，增强交易安全性。 (34) 起草 e 收汇订单：讲解 e 收汇订单的起草	
--	---	--

		步骤，包括汇率选择、收款账户设置、订单确认等，简化跨境支付流程。 （35）交易订单发货：介绍交易订单的发货流程，包括包装要求、物流选择、发货跟踪等。 （36）订单回收站管理：教授如何管理订单回收站，恢复误删订单或处理异常订单。 （37）数据分析基础：介绍数据分析的基本概念、方法和工具，为后续店铺和产品数据分析打下基础。 （38）店铺数据分析与优化：深入分析店铺流量、转化率、客户行为等数据，提出优化建议，提升店铺整体表现。 （39）产品数据分析与优化：针对具体产品，分析其市场表现、竞争态势及客户需求，制定优化方案。 （40）零效果产品处理：识别并分析店铺中零效果产品，提出改善措施，如优化标题、调整价格、改进详情页等。 （41）代理出口服务申请：讲解如何申请代理出口服务，包括服务流程、所需材料、费用计算等。 （42）物流服务查询：介绍如何查询和选择合适的物流服务，包括物流渠道比较、成本效益分析、跟踪查询方法等。 （43）报关单证制作与管理：介绍报关单证的种类、制作要求及管理流程。 （44）出口服务订单下单准备：介绍出口服务订单的下单准备流程。 （45）认识国际支付方式：帮助学生全面了解国际支付方式及其在实际贸易中的应用。 （46）变更结汇方式：专注于变更结汇方式的相关知识和操作。 （47）AI 智能助手：介绍 AI 智能助手的发展历程和发展现状 （48）AI 以词发品：帮助学生了解 AI 辅助操作的基本逻辑，并熟悉 AI 以词发品的操作流程。 （49）AI 以图发品：帮助学生了解 AI 辅助操作的基本逻辑，并熟悉 AI 以图发品的操作流程。 （50）AI 商品诊断：介绍 AI 商品诊断的基本策略和操作步骤。 （51）AI 询盘润色：帮助学生了解 AI 询盘润色的基本内容，并熟悉 AI 询盘润色的操作步骤。 （52）AI 辅助报价：介绍 AI 辅助报价提升 AI 辅助报价的工作效率。 （53）AI 接待助手：介绍 AI 接待助手配置内容。 （54）AI 风险与店铺诊断：帮助学生了解店铺风险及诊断要点。		
--	--	---	--	--

		(55) 智能 URL 发品：帮助学生熟悉 AI 智能 URL 发品的操作流程 (56) AI 图片翻译：通过智能 AI 协助进行图片多语言翻译。 #3. 投标人需要提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告。（投标人需提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告封面页） #4. 投标人提供原厂售后服务承诺函, 加盖投标人公章。		
23	跨境电商大数据分析平台	一、总体要求 1. 软件需要 B/S 架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。 2. 平台分为教学管理系统和实训系统两个部分，其中教学管理系统应具备权限分配和资源管理功能，实训系统应支持学生完成跨境电商数据分析、数据挖掘与数据可视化实训。 二、教学管理系统模块 1. 教学管理系统后台 (1) 教学管理系统后台应包含主页面、教师管理、班级管理、学生管理、课程列表、教学监控、交流中心、学情概览、班级学情分析、实训任务学情、课程题库学情、学生行为分析、学生学情报告、作业管理页面及对应功能。 (2) 交流中心：具备帖子与回复管理功能。帖子管理应支持通过用户姓名、帖子标题查询帖子，应支持按帖子置顶状态、审核状态筛选，查看发布人、标题、图片、置顶情况、学校、班级、审核状态等信息，管理员应支持新增、删除、审核帖子。回复管理：应支持通过用户姓名查询回复，应支持按回复审核状态筛选，查看评论人、回复内容、图片、审核状态、添加时间等信息，管理员应支持删除、审核回复。 (3) 实训任务学情页面：应支持选择班级、课程、实训任务标题进行查询，应支持查看实训任务标题、所属章节、已完成人数、平均综合计分、活跃时长等内容。点击操作详情，应支持查看对应实训任务学习情况，可通过学生姓名、学号查询，应支持查看用户信息、活跃时长等内容，支持数据一键下载导出。(4) 作业管理：应支持作业管理，应支持按课程、发布状态、作业标题查询作业列表，可编辑、删除已有作业。应支持教师或管理员新增作业，可设置作业各项基础参数及前置作业、发布方式、报告下载权限。应支持教师或管理员查看、批改学生作业，可按多项条件筛选作业；批改时应支持修改学生作答内容、设置审核结果、编辑或自动生成评语并手动修改。应	1	套

	支持跳转学生实训平台查看实训情况，支持查看审核日志。应支持按条件或 Excel 模板批量导出作业报告，导出格式支持 PNG、PDF。 2. 教学管理系统前台 （1）教学管理系统前台应包含以下页面及功能：主页面、实训任务、课程题库、交流中心、课程知识库、实训轨迹、作业提交、资料下载、AI 助手。 #（2）交流中心：应支持热门话题、我的话题、我的回复分组展示，用户发布话题应支持搭配插图。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #（3）资料下载：应支持分组展示课程资料，展示资料组浏览次数，应支持关键字检索资料组。应支持下载 PDF、DOC、视频、图片等多种格式课程资料。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 3. 教学管理系统自动评分模块 （1）教学管理系统自动评分模块应包含以下页面及功能：运行报表、数据源管理、规则管理、任务管理、系统管理、辅助功能。 #（2）运行报表：应支持查看自动评分系统整体运行概况，展示任务、规则、规则组、数据源、运行成功/失败次数、评卷总量、评卷成功数量，应支持曲线图展示运行、评卷数据的成功与失败数量。应支持展示近期执行任务详情，包含任务描述、动态更新的评卷进度、评卷成功数、任务状态、触发方式、操作用户、操作时间、结束时间。应支持按不同时长、自定义区间筛选数据，应支持查询近 1 年及以上运行数据。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #（3）任务管理：应支持评分任务管理，按任务描述、规则组、类型、状态、创建用户筛选查询，查看 SQL 数据源、任务状态、是否回写总分、创建时间；应支持编辑、执行、导出、删除任务，查看任务详情、评卷及执行记录。应支持新增、导入任务，配置任务描述、规则组、试卷与试题 SQL、数据源、总分回写开关、任务类型，支持预览示例数据。应支持引用规则组搭建动态评分任务，可选手动、定时、轮询执行方式，应支持可视化图表展示各任务执行状态。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #（4）辅助功能：评分任务、规则组应支持数据包导入导出，导入时自动创建关联数据源与规则，实现数据迁移。规则脚本内置余弦、Jaccard 相似度计算、Redis 远程读取及数组、日期、字符串通用处理函数，供评分逻辑编写调用。（提供相关功能截图并加盖投标人公章）	
--	---	--

	三、实训系统功能模块（一） #模块一：数据门户。该模块应包含以下功能：案例效果、我的空间。案例效果应内置不少于 15 个经典项目案例，涵盖企业设备管理、电商、金融、旅游、电信、零售等领域。内置案例中各模型的数据来源是平台中内置的示例数据源，每个案例应支持元数据分析，包括影响性分析和血统分析。功能演示应包含自助仪表盘、探索分析、即席查询、电子表格、数据采集、数据挖掘、DEMO 数据七大模块，以及每个模块下各个二级资源。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #模块二：数据连接。该模块应包含以下功能：数据连接、公共空间。基中数据连接功能应支持本地数据库、关系数据库、多维数据库、NoSQL 数据库链接。应支持本地数据库包含本地文件（Excel、CSV、TXT、JSON 等文件格式）、Java 数据源：关系数据库包含 Oracle、MySQL、星环、IMPALA、DB2、PostgreSQL、MS SQL Server、HANA、Spark SQL 、 aliyun MaxCompute 、 Huawei FusionInsight HD 等至少 30 种数据库；多维数据库包含 SAP、Mondrian、IBM Cubing Services、Jedox Palo、Kyligence 等至少 6 种数据库；NoSQL 包含 MongoDB 和 Tinysoft。支持新建数据源以及从各数据库中读取数据。（此项参数需提供对应的软件功能截图） 模块三：数据准备。数据准备阶段包含从原始数据到形成最终数据集的所有操作，包括：表、数据清洗和转换、语义层定义以及数据集定义。应支持在本模块快速查找用户所需资源，并进行数据权限申请。该模块应包含以下功能：自助 ETL、业务主题、数据集、抽取监控。 #模块四：数据挖掘。该模块应包含以下功能：实验管理、实验界面、服务管理、模型自主学习和模型批量预测。其中实验管理功能应可实现机器学习，可视化、零编程的挖掘建模。应提供不少于 10 个数据挖掘案例，应涵盖金融、零售、房价预测、城市管理、航空、医疗等领域，在机器学习管理项目列表中，用户可以对任意一个项目进行编辑，也可重新创建新的机器学习案例。平台以项目为管理单位，每个项目下可以有一个或者多个工作流/实验案例，一个工作流对应一个实验建模流程。而每个工作流的构建基本包含了数据源、数据预处理操作、算法等组件，组件可以从组件区域拖拽到工作流画布区域，构成工作流/实验建模流程。（提供相关功能截图并加盖投标人公章）		
--	---	--	--

	模块五：分析展现。该模块应包含以下功能：自助仪表盘、透视分析、即席查询、WEB 链接。 模块六：资源发布。目录及其资源发布到各种设备的浏览界面中，应实现各级别的用户登录系统看到不同的浏览界面展现。完整的资源发布包含四部分的内容：（1）新建发布主题：新建发布主题，确定主题的类型和主题的名称。（2）选择主题资源：选择发布的资源，确定主题的内容。（3）设置主题用户：选择主题针对的用户，确定主题开放的对象。（4）设置主题显示终端：选择主题显示的终端，即电脑、平板、手机。 #模块七：公共设置。该模块应包含以下功能：参数定义、图形主题、用户属性、宏代码库、函数列表。图形主题功能应支持通过 JSON 格式代码对系统内置一些图形主题进行设置，用户可自定义图形主题并应用于图形之中。地图配色：应支持自定义一套地图的颜色序列，应用于地图设置中。使用地图配色方案，实现一键设置地图配色。地图区域：应支持设置地图区域的区域编号、名称、地图文件读取路径等。告警设置应支持用于实现分析资源数据告警而设置格式方案，可选择告警方式、字体颜色、背景颜色、字体格式、格式预览。转换规则应支持在查询时把数据库中各字段的内容按需要转换为熟悉的业务术语。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 模块八：系统运维。该模块应包含以下功能：计划任务、会话管理、操作日志、导出资源、导入资源、用户管理、缓存清理、系统选项、界面设置、移动设备管理、备份知识库、重建索引、地图编辑器、调试工具集、查看发布资源、新建流程。 模块九：系统监控。该模块应包含以下页面及功能：概述、监视、性能、会话、缓存、垃圾回收活动、堆打印、对象池、类查找、扩展包、所有字体、wsdl 地址、SQL 监控、系统补丁。 #监视功能应支持以图形方式列出系统服务 JVM 的 CPU、内存以及会话数，页面实现每 2 秒更新一次数据。在监视页面上，应支持进行“停止监控”、“清空”、“导出”、“导入”、“执行垃圾回收”等操作。应支持进行停止监控操作，系统默认启动后自动进行监控，通过点击按钮停止监控。应支持进行清空监控过程中保存的信息操作。应支持以压缩包的形式导出监控过程中保存的信息。应支持上传导出的监控文件。应支持手动执行 JVM 垃圾回收。线程：线程页面实现定时将 JVM 所有的线程堆栈打印到临时目录中，方便定位服	
--	--	--

		务器运行缓慢、假死等情况。系统在启动时实现自动打印线程堆栈，默认打印间隔为 10 分钟，每隔 10 分钟就会在线程打印目录下生成一个线程信息文件。也可在需要时手动执行打印线程堆栈。 (提供相关功能截图并加盖投标人公章) 四、实训系统功能模块(二) 1. 平台内容要求：平台需以海关“9810”通关模式为蓝本，再现跨境电商企业、跨境电商平台企业、跨境物流企业、海关、跨境电商综合服务企业五大场景。应还原“9810”监管流程及海外仓内作业设施、作业环境，使学生能身临其境体验“跨境电商出口海外仓”的全流程。 #2. 系统需构建一座分别包含电商企业、海关监管作业场所、海关以及海外仓库地级城区。该城区需包含电商企业、海关监管作业场所、海关办事处、海外仓库及买家居家场景为主的 5 大三维实验场景。(提供相关功能截图并加盖投标人公章) 3. 功能模块：平台分为实验流程、仿真实验、实验报告、实验目的、实验原理等五个模块。 #4. 实验流程：平台应包括 6 个实验流程，依次为前期准备、出口申报、查验放行、目的国入境清关、境外配送、退税申报等。展示企业从海关企业资质备案到退税流程申报的跨境电商出口海外仓通关业务运作流程图。提供跨境电商出口海外仓通关相关课程试题，在学生完成试题并提交后，展示学生选择答案与正确答案。(提供相关功能截图并加盖投标人公章) 5. 实验报告： (1) 若在实验尚未开始的情况下，查看实验报告，得分为零分。 (2) 系统应支持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前期准备、出口申报、查验放行、目的国入境清关、境外配送、退税申报在内各项的得分情况。 6. 实验目的：介绍跨境电商出口海外仓模拟实验的知识、能力、情感三个维度的目标。 7. 实验原理：展示介绍跨境电商海外仓仿真实验的原理。 8. 提示帮助：提供平台操作帮助示意图。 9. 前期准备 本环节应真实模拟海外仓业务资质前期备案工作，系统模拟的备案工作主要包括海关企业资质备案、电商企业资质备案及海外仓业务模式备案等。支持完成对海关企业资质备案工作、IC 卡办	
--	--	--	--

		理工作、电商企业资质备案工作、传输 ID 申请和海外仓业务模式备案任务的全流程练习。此外，系统需同步提醒各流程应该提交的相关材料和信息。 （1）海关企业资质备案 进入前期准备工作环节，系统需出现任务提示，引导用户进入各个任务场景，首先需要完成的实验任务是进行海关企业资质备案。 用户进入电商企业场景，完成线上对海关企业资质的填报工作，同时根据线上填报的需求，用户还需提交报关单位备案信息表（已盖章），提交成功即可完成海关企业资质备案工作。 （2）IC 卡申请 用户在电商企业场景中，依照任务要求，前往中国电子口岸数据中心杭州分中心平台办理 IC 卡。用户需要先在中国电子口岸数据中心杭州分中心平台的电子口岸入网模块中进行新企业申请入网操作，根据要求提交营业执照、操作员身份证原件、海关签发的《报关人员备案证明》《对外贸易经营者备案登记表》原件和海关进出口货物收发货人备案回执等文件，完成 IC 卡的申请办理。 （3）电商企业资质备案 用户在电商企业场景中，完成线上对电商企业资质备案的填报工作。 #（4）传输 ID 申请 用户在电商企业场景中，再次前往中国电子口岸数据中心杭州分中心平台办理传输 ID 申请。用户在中国电子口岸数据中心杭州分中心平台的传输 ID 申请模块中应支持通过选择申请报关单模式或申请清单模式进行传输 ID 申请的填报工作，同时需要提交营业执照扫描件，完成传输 ID 申请办理以及企业数据的对接。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） （5）海外仓业务模式备案 用户需前往海关场景进行海外仓业务模式备案，该任务环节的主要办理流程包括提交资料、海关审核和结果反馈。用户需在海关场景找到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：《跨境电商海外仓出口企业备案登记表》《跨境电商海外仓信息登记表》、海外仓所有权文件（租赁协议）、企业营业执照以及海关所需要的其他信息等，在顺利完成上述任务环节后，系统将弹出信息框提示审核成功，即为完成海外仓业务模式备案。 通过该任务环节的题目测试，完成前期的准备工作，返回电商企业，进行下一步出口申报工作。	
--	--	--	--

		10. 出口申报 本环节真实模拟货物进港，将货物运送至海关监管作业场所，完成货物运抵申报的场景。完成货物运抵申报后，用户可以分别选择报关单模式和清单模式进行出口申报学习。 （1）以报关单模式申报 完成货物运抵申报后，用户在电商企业场景中点击电脑选择以报关单模式申报，进行订仓单推送和单一窗口报关单推送流程的操作。选择跨境电商综合服务平台，推送订仓单数据，用户需要在跨境电商综合服务平台中将基础数据导入，包括下载报关单模式模板和创建申报任务，生成申报数据后，在数据申报管理模块中，进行数据的推送。订仓单数据推送成功后，下一步选择跨境电商出口统一版系统进行报关单的推送，用户需要根据要求填写货物申报信息，单一窗口报关单推送成功之后，等待海关进行逻辑校验，在海关系统审核无误后，申报企业可以在中国国际单一窗口查询申报结果。 （2）以清单模式申报 完成货物运抵申报后，用户在电商企业场景中点击电脑选择以清单模式申报，系统提示清单模式申报流程包含推送订仓单数据、推送物流单数据和推送清单数据。选择跨境电商综合服务平台推送订仓单数据，需要进行订仓单数据的导入，包括下载模板和导入订仓单，生成数据后将订仓单数据推送至海关跨境电商出口统一版管理系统。之后在跨境电商综合服务平台分别将物流单数据和清单数据推送至海关跨境电商出口统一版管理系统，完成清单数据的推送后，需要等待海关进行逻辑检验，在海关系统审核无误后，申报企业可以在中国国际单一窗口查询申报结果。 通过该任务环节的题目测试，完成出口申报工作，将进入下一流程，查验放行步骤。 #11. 查验放行 本环节应真实模拟系统载入海关监管作业场所场景，货物进港之后，在报关时海关系统布控查验，海关开具查验通知书，告知货主是否查验，手续通过后进行放行。应支持通过跨境监管作业场所平面图认知，了解跨境监管作业场所的人工查验区、机查区域、海关办公室、货物出入口布局。查验分为人工查验、机查，也可以无需查验，支持用户分别选择以上三个流程进行学习。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） （1）人工查验 用户选择人工查验时，海关开具查验通知书，告		
--	--	---	--	--

		知货主需要查验，查验无误后放行。之后通过文字学习放行指令，并支持查看报关单样例。 (2) 机查 用户选择机查时，应支持查看文字介绍，对包含安检机、六面扫描仪、分拣机、AGV 叉车和海关办公室的监管作业场所认知设施设备进行认知学习。观看动画完成货物流转认知和违禁品考核后放行，完成机查认知学习。 (3) 无需查验 用户选择无需查验时，应支持通过文字学习放行指令，并可查看报关单样例。通过该任务环节的题目测试，可获得船舶信息和即将离港信息，观看动画了解船舶走向后，完成查验放行，进入目的地国入境清关流程。 12. 目的国入境清关 本环节应真实模拟目的国入境清关流程。应支持通过查看文字介绍，了解进口清关准备以及美国、欧盟、日本等进口清关政策，进行认知学习。通过该任务环节的题目测试后，完成目的国入境清关流程，进入境外配送流程。 13. 境外配送 本环节应真实模拟海外仓入库上架之后，仓库拣货、货物复检、打包并装车的活动，最后通过境外物流企业派送到消费者手中，消费者进行签收等流程。该环节应支持练习货物的分拣、复检及打包活动，模拟境外配送环节涵盖的业务过程。 (1) 仓库拣货：进入海外仓库，应支持观看动画了解海外仓货物入库上架的流程，之后进行海外仓常用设施设备的认知学习，包括托盘货架、移动式货架、堆垛机、手持数据采集器、手动托盘叉车、条码仓库管理系统等。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，之后移动至复检区，完成商品的复检工作，移动至打包区打包商品，货物打包完成后，运送到快递车上进行配送。完成上述流程，用户即完成仓库拣货的任务。 (2) 商品签收：支持通过系统向买家发送包裹送达通知，用户以买家的身份体验商品签收等环节。系统提示包裹已送达，请开门并完成商品的签收。 14. 退税申报 本环节应真实模拟境外配送完成后，需要在线上完成退税申报的工作。该模块主要模拟国家税务总局申报、中国电子口岸申报等工作流程。 (1) 国家税务总局申报 用户在电商企业场景中，依照任务需求，登录至国家税务总局下载并安装便捷退税助手，之后再	
--	--	---	--

		次进入网站填写外贸企业退税申报所属期进行申报。 (2) 中国电子口岸申报 用户在电商企业场景中，应支持登录至中国电子口岸，依照任务需求，填写登录信息，进入出口退税联网稽查业务系统下载解密软件，完成安装并开始解密。从文件导入报关单并提交，之后进行增值税专用发票管理。然后进行智能配单、采集外贸企业出口退税出口明细信息以及外贸企业出口退税进货明细信息、数据校验、数据自检、正式申报、加签申报、税务 ukey 输入等环节，完成企业退税流程。 五、实训系统功能模块（三） 1. 实验简介：简介应包括实验目的、实验准备、实验内容描述。以多维度的数据分析展示，实现跨境电商数据多维度分析、可视化呈现。包括国家分析、行业分析、选品分析等多种不同主题的数据分析功能，分析图表可下载导出。各主题的分析模块均应包括实验简介、实验流程、实验报告、交流中心等四个功能模块。 2. 实验流程：平台包括 3 个分析主题的共 12 个实验模块，依次为国家分析主题，提供国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析模块；行业分析主题，提供行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析模块；选品分析主题，提供行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析模块。各分析环节包括图表形成及分析结论的填写，并可将图表下载导出，且各分析环节均配有答题基础测试。 3. 根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。实验报告应包含各分析环节对应的分析操作分值及基础测试分值。实验报告应包含各分析环节对应的分析操作分值及基础测试分值。国家分析实验报告应包括国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析得分，以及国家市场分析基础测试、商品数量分析基础测试、店铺与商品分析基础测试、物流分析基础测试得分。行业分析实验报告应包括行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析得分，以及行业趋势基础测试、价格带分析基础测试、店铺及商品分析基础测试、物流分析基础测试得分。选品分析实验报告应包括行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析得分，以及行业规模及趋势基础测试、行业竞争分析基础测试、热销店铺分析基础测试、热销商品分析基础测试得分等。	
--	--	---	--

	4. 国家分析主题提供国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析等分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。 （1）国家市场分析 国家市场分析模块包括国家订单量分析、类目成交额分析，提供分析图表及表格。国家订单量分析环节提供订单量分布、订单量环比增幅分析；类目成交额分析环节提供一级类目成交额环比增幅、一级类目成交额分布分析，支持一键导出图表及分析内容。 （2）商品数量分析 商品数量分析模块包括订单数量区间分析、价格区间商品数量分析、价格区间订单量分析，提供分析图表及表格。订单数量区间分析环节提供订单数量区间商品数量占比、订单数量区间商品数量分布分析；价格区间商品数量分析环节主要呈现各价格区间内的商品数量分布情况；价格区间订单量分析主要呈现各价格区间内的商品订单量分布结果，支持一键导出图表及分析内容。 #（3）店铺与商品分析 店铺与商品分析模块包括 Top10 热卖店铺分析、热卖 Top1 店铺分析、Top10 热卖商品分析。Top10 热卖店铺分析主要呈现所分析月份的订单数量排名前十的店铺及其对应的成交额数量；热卖 Top1 店铺分析主要呈现订单数量 Top1 店铺内商品各价格区间对应的销售额、商品数量分布情况；Top10 热卖商品分析主要呈现销量排名前十的商品情况，支持一键导出图表及分析内容。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） （4）物流分析 物流分析模块包括物流渠道占比、TOP5 物流渠道分析，主要是对所选国家各物流渠道占比及 Top5 物流渠道各月份订单量变化趋势的分析，支持一键导出图表及分析内容。 5. 行业分析主题提供行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析等分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。 （1）行业趋势 行业趋势分析模块提供不少于 50 个可选二级类目，包括趋势分析、国家市场分析、行业订单发货地分析等。趋势分析部分可得到销量或销售额	
--	--	--

	的趋势及环比增幅；国家市场分析呈现 Top20 国家消费者数量分布图；行业订单发货地呈现卖家发货地情况，支持一键导出图表及分析内容。 （2）价格带分析 价格带分析模块包括行业客单价趋势分析、价格带商品数量分析、行业商品订单数量分析。客单价趋势分析部分可得到该时段内的客单价趋势与环比增幅；价格带商品数量分析呈现商品不同的价格带及各价格带对应的商品数量趋势与占比；行业商品订单数量分析呈现商品订单数量区间分布，以及各区间所对应的该区间内商品的总数量，支持一键导出图表及分析内容。 （3）店铺及商品分析 店铺及商品分析模块包括 Top10 热卖店铺分析、Top10 商品分析。Top10 热卖店铺分析主要呈现所分析月份的订单数量排名前十的店铺信息，以及各店铺对应的销售金额与增幅；Top10 商品分析主要呈现销量排名前十的商品情况。完成以上各分析步骤及答题测试后方可结束该模块的分析，支持一键导出图表及分析内容。 #（4）物流分析 物流分析模块包括物流渠道分析、物流订单数量分析、物流数据分析。物流渠道分析呈现行业销量 Top10 的各国家 Top3 物流渠道情况；物流订单数量分析呈现 Top3 国家各月份物流订单量趋势；物流数据主要对使用某物流的 Top3 国家及类目进行分析，支持一键导出图表及分析内容。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 6. 选品分析主题提供行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析等分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。 （1）行业规模及趋势 行业规模及趋势分析模块包括规模及趋势分析、行业趋势分析、行业订单发货地分析等。规模与趋势分析部分可分析所选行业的规模、趋势及占比；行业趋势分析呈现所选行业交易金额趋势，支持一键导出图表及分析内容。 （2）行业竞争分析 行业竞争分析模块支持对所选一级类目下几个热门二级类目的 Top100 店铺集中度进行分析，支持一键导出图表及分析内容。 （3）热销店铺分析 热销店铺分析模块呈现所选行业某月份的热卖店	
--	---	--

		铺情况，包括店铺名称、店铺销售金额、所选国家销售额金额等字段，支持一键导出图表及分析内容。 #（4）热销商品分析 热销商品分析模块包括 Top100 热卖产品价格带分析、热销商品物流退货渠道分析等。Top100 热销商品价格带分析呈现热销排名前 100 的商品价格带分布，以及各价格带对应的商品销量；热销商品物流发货渠道分析呈现所选国家及行业中常用的物流发货渠道，支持一键导出图表及分析内容。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） #7. 该实训系统功能模块（三）验收时需要提供系统源代码。（投标人提供承诺函，加盖公章，格式自拟） 六、课程模块 1、应提供跨境电商数据分析与可视化相关在线学习资源，应提供系统的 ppt 课件至少 200 页和至少 300 分钟的教学视频，应提供完整的课程体系以供教学参考。 应提供完整的配套实验教程，包含数据连接、数据准备、数据挖掘、分析展现、资源发布、跨境电商行业数据采集与预处理、跨境电商行业规模与趋势、海外数据化选品、海外客户画像分析、跨境电商消费者舆情分析、跨境电商关联营销、跨境电商精准营销、供应商评估与选择、库存预测与动态管理、跨境电商物流管理、跨境电商数据分析报告、FBA 补货分析、TikTok 广告优化、用户生命周期分析、爆款产品挖掘、退款分析、产品定价模型、细分类目市场分析、店铺销售分析、亚马逊搜索优化、用户留存分析等至少 20 个跨境电商行业数据挖掘建模及可视化案例，并应提供对应数据源，且每个实训任务应提供对应的完整的配套资料（包括：实验目的、实验知识准备、实验内容与步骤、实验要求和思考题）和试题库。具体课程包含如下： （1）课程包括 5 个实训导论，包括数据连接、数据准备、数据挖掘、分析展现、资源发布。 （2）跨境电商玩具行业数据采集与预处理：通过软件采集跨境电商玩具行业数据不少于 1500 条，包含关键词、标题、新用户活动、价格、已售数量、星级以及配送方式等至少 10 个字段。数据预处理方式包括增加序列号、分列、筛选、空值处理、排序等。 （3）跨境电商行业规模与趋势：应提供某跨境平台护肤品行业市场数据不少于 15 条，字段包含 ID、Date、Payment，案例从市场规模、增长趋势等方	
--	--	--	--

	面对护肤品行业进行考察分析，以此协助公司管理层做出相应的运营决策。 (4) 海外数据化选品：应提供某跨境平台女装行业 Top 商品排行榜单信息至少 100 条，主要包含了 Trade name、Price、Sales volume、Transaction amount 等字段的内容，案例通过数据化选品方法，利用仪表盘进行可视化分析。 (5) 海外客户画像分析：应提供某跨境卖家采集的近 180 天的客户消费记录数据，不少于 600 条数据，共包含 28 个字段，OrderNumber、OrderAmount、Ordertime、Paymenttime、EndTime、BuyerName、Buyer country 等等。利用 RFM 模型对客户进行分类，区分无价值客户、高价值客户。 (6) 跨境电商消费者舆情分析：应提供某款口腔冲洗器评价数据不少于 2000 条，包含评论 ID、产品 id、购买者国家、评论时间、星级等至少 10 个字段。通过对文本数据进行挖掘从而获取文本的隐含信息。案例先通过数据的采集、数据预处理、建立特征词库以及情感词库数据集，最后通过词云图来进行消费者舆情可视化分析。 (7) 跨境电商关联营销：应提供某商超订单数据不少于 7500 条，包含 Name、Product 两个字段，利用关联规则中的 FP-growth 算法从大规模订单数据集中寻找商品之间的关联，以此帮助商家做商品推荐。 (8) 跨境电商精准营销：应提供某卖家的历史顾客的人群特征订单数据，字段包含 Date、Age、Total_pageviews、Edu_ages、Income、User_level、Value_level、Act_level、Sex、Response 共计 9 个字段。案例通过决策数算法来分析电商过去的的数据，主要了解总体的销售情况，用户消费现状、产品销售现状、流量现状、风控现状、市场竞争现状，由会员部门在做会员营销时，希望通过数据预测下一次营销活动时，响应活动会员的具体名单和响应概率，以此来制定针对性的营销策略。 (9) 供应商评估与选择：应提供某公司物料属性数据，包含 Supplier leve、Model grade、Credit rating 等至少 6 个字段，案例通过决策树算法对供货商的能力进行预测，从而直接判断满足哪些条件的供应商可以优先选择合作，和哪些供应商合作有风险，从而提高企业生产过程原材料采购的质量，优化成本投入。 (10) 库存预测与动态管理：应提供某卖家近期至少连续 10 个月的店铺销量数据，字段包含 Date、sales 等至少 5 个字段，案例利用线性回归算法，	
--	--	--

	根据商品近期的销售情况、自身的经营经验预测下一时期的商品销量，再根据预测结果对仓库的商品数量进行控制，这样能够避免出现仓库货物不足或货物堆积的情况，能够减少店铺损失。 (11) 跨境电商物流管理：应提供至少连续 3 年每个月的跨境电商物流订单数据，字段包含 Invoice_Date、Invoice_No、Total_Price、county、quantity 等至少 6 个字段，案例利用时间序列算法对跨境电商物流订单趋势进行预测。 (12) 跨境电商数据分析报告：应提供跨境电商女鞋类目商品数据和跨境电商女鞋类目客户评论数据不少于 20000 条，通过自助仪表盘功能进行可视化分析，包括热销商品、店铺 Top 分析、客户国别、物流数据分析、热销颜色尺码、价格以及热销商品评价可视化分析。 (13) FBA 补货分析：应提供亚马逊订单数据表和产品库存表，不少于 900 条数据，字段包含 purchase-date、last-updated-date、order-status、item-status 等至少 18 个字段，案例基于 FBA 补货分析的主要流程，利用平台数据挖掘模块进行分析，预测商家的安全库存量以及是否需要补货。 (14) TikTok 广告优化：应提供某产品的投放数据，包含花费、单次成效费用展现点击、成效率、成效、单次转化费用、转化率转化、总覆盖人数、覆盖千人成本、频次等至少 10 个字段，案例提供 TikTok & TikTok Ads 相关知识的讲解，分别从点击、转化两个方面，计算标准差和平均值、计算变异系数、计算综合点击率，通过计算综合点击率、综合转化率，对比标准指标，评估转化率，并对其给出优化建议。 (15) 用户生命周期分析：应利用亚马逊订单数据进行分析用户生命周期，提供至少 10 个月的订单数据，不少于 50000 条。包含订单数、最近一次购买日期、第一次订单日期、订单金额等至少 10 个字段，案例提供用户生命周期的相关知识点，通过对数据筛选、修改字段格式、汇总买家订单数和购买日期、计算生命周期天数、判断用户生命周期等分析思路，基于订单数和用户生命周期长度，将用户划分 5 个阶段，通过分析商家可以针对不同阶段的用户来制定运营策略。 (16) 爆款产品挖掘：应提供速卖通平台男帽相关搜索词搜索产品数据作为数据源，不少于 80000 条，包含关键词、标题、销量、最低售价、折扣率、星级评分、宝贝总库存、采集日期、直通车 ID、上架时间、等至少 10 个字段。利用描述性统	
--	---	--

		计分析以及 Python 等方法对数据进行了多次采集，每个采集日期作为不同期数，观察指标的增幅情况作为爆款潜力值之一，再结合其他指标进行计算爆款潜力值。 (17) 退款分析：应提供亚马逊全年不少于 50000 条的销售订单数据和不少于 1000 条的退款订单数据，包括单价、订单金额、SKU、销售数量、退货数量、发货仓编号、退货时间等至少 25 个字段，分析产品退款情况，并根据退款原因字段进行聚合、排序等操作分析产品主要退款原因。 (18) 产品定价模型：应提供某平台上不少于 1500 条关于复印纸的关键词搜索数据，数据集包含宝贝 ID、售价、订单量区间、订单量、colour、Paper Size 共计 6 个字段，结合数据利用随机森林算法为卖家建立合理的产品定价模型。 (19) 细分类目市场分析：应提供某电子产品市场数据中至少 15 个二级类目销售金额的相关数据，共计不少于 400 条，包含二级名称、日期、预估大盘销售额（美元）3 个字段，通过对年份进行提取、计算相对份额与增长率得出可视化数据集，然后进行各类目的市场分析与可视化，在品牌集中度、价格带分布、地域分布等方面得出结论并提出指导意见。 (20) 店铺销售分析：应提供某跨境店铺的销售数据不少于 500 条，包括 SKU、单价、销售数量、订单金额、商品名称、商品类目等至少 10 个字段，对店铺销售趋势、类目结构、价格带等指标进行可视化并进行分析。 (21) 亚马逊搜索优化：应提供耳机相关的搜索词数据不少于 6000 条，包含关键词、月搜索量、购买率等十几个字段的 6000 条数据，包含关键词、关键词翻译、月搜索量、月购买量、购买率、商品数、供需比、广告竞品数、PPC 竞价、建议竞价范围、均价共计 11 个字段。案例提供关键词分析的全部 Python 代码，通过拆分需要优化的产品标题：判断搜索词数据中的“关键词”字段；是否包含拆分后的词根；汇总每个词根的表现数据，如搜索量、购买人数等；观察词根表现数据，剔除表现较差的词，还可以选取表现较好的词根用于替换之前表现较差的词，组合成新的标题等 4 步骤进行词根优化，以达到搜索优化提高店铺和宝贝的曝光率、点击率和销量的目的。 (22) 用户留存分析：应提供跨境店铺销售数据不少于 53000 条，包含订单日期、SKU、ASIN、单价、订单金额、订单币种至少 10 个字段。案例提供用户留存分析的全部 Python 代码，分析步骤包		
--	--	---	--	--

		括过滤无效数据、获取每个用户的首单付款时间、用户留存人数统计、计算留存率、制定用户留存表，通过分析，企业可以知道客户的留存和流失情况，进而优化客户关系管理。 七、数据资源模块 1. 购物节数据集：提供电商平台双十一和双十二期间的活动记录数据，不少于 80 万条，包含商品、促销，价格等信息。 2. 人才需求数据集：提供网络招聘发布的实际招聘信息数据，时间跨度为 4 个月，包括结构化和非结构化文本数据，不少于 50 万条数据。包含城市、岗位名称、工作经验和学历要求等信息。 3. 电商平台售后服务数据集：提供电商平台售后服务数据，不少于 30 万条，包含订单编号、支付金额、货物状态和售后原因等信息。 4. 软件销售数据集：提供软件商品销售的时序数据，不少于 300 万条，包含商品、门店和客户等信息。 5. 天气数据集：提供 300 个城市，不少于 2 个月每小时记录一次的天气数据，不少于 500 万条，包含风向、风力等信息。 6. 销售数据集：提供电商企业一段时间在多个市场上产生的订单信息数据，时间约 3 年，订单信息数据不少于 10 万条，记录总数不少于 100 万条；包含订单、订单评论、客户、付款、卖家等信息。 7. 4S 店汽车售后业务数据：提供 4S 店市场汽车维修数据，不少于 15 万条，包含车型、销量、价格和排量等信息。 8. 冷链数据集：提供某省农产品冷链信息数据，不少于 300 万条，包含农产品价格、产量、冷库租金、运输方式统计等相关信息，以及相关人口、经济、天气等宏观信息。 9. 运输企业运营数据集：提供运输企业运营数据，不少于 10 万条，包含地址、体积、线路、费用等信息。 10. 电商平台用户行为表：提供国内某大型电商平台的交易数据，订单数据不少于 60 万条、用户行为记录数据不少于 600 万条，包含订单、商品、金额、用户等信息。 11. 提供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。 12. 提供美妆护肤、运动户外、母婴用品、医药保健、3C 数码、厨卫家电、家具建材、珠宝首饰、礼品文创、生鲜蔬果等不少于 10 个品类近 1 年抖	
--	--	--	--

		音商品榜单数据，包括日榜、周榜、月榜、季榜、半年榜单、年榜、大促等榜单类型，每个榜单不少于 1500 条商品，每个商品包含商品昨日销量、直播销量、视频销量、商品卡销量等数据，并且提供每款商品近 30 天趋势数据。 八、其他要求 #1. 竞赛支持：应标平台应支持全国或国际大赛，验收时提供具有政府教育部门发布的大赛正式文件。（投标人提供承诺函，加盖公章，格式自拟） #2. 投标人需要提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告。（投标人需提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告封面页）。 #3. 承诺系统具备二级及以上信息系统安全等级保护备案证明，验收时提供信息系统安全等级保护备案证明原件。（投标人提供承诺函，加盖公章，格式自拟） #4. 投标人需提供原厂售后服务承诺函，加盖投标人公章。		
24	物流大数据分析可视化平台	一、总体要求 1. 软件需要 B/S 架构，只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。 2. 平台分为教学管理系统和实训系统两个部分，其中教学管理系统应具备权限分配和资源管理功能，实训系统应支持学生完成物流数据分析、数据挖掘与数据可视化实训。 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：应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，支持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：应支持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、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。系统应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：应支持在选择启用或禁用的班级状态下，通过班级名称查询班级，查看班级名称、班级学生人数、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、启用状态等信息，管理员可选择对班级进行信息修改或禁用（启用），并在学生管理模块中对学生进行管理。系统应支持添加新班级信息并创建班级，对	1	套

	班级进行单个或批量禁用（启用）。 （4）学生管理：应支持在选择启用或禁用的账号状态下，通过学生名称/账号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、验证时间、创建人、授权到期时间、启用状态、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禁用。系统应支持批量导出用户信息，单个添加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禁用（启用）。 （5）课程列表：应支持通过课程名称查询课程类型、课程明细、封面图片、创建人、所属学校、添加时间等信息，管理员可选择对课程信息进行修改。系统应支持添加新的课程信息并创建课程，并在课程明细中对课程明细信息进行管理。 （6）教学监控：应支持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、已完成实训任务、已完成课程题库、综合积分、综合成绩等信息。系统应支持批量导出用户信息。应支持教师查看学生每个实训任务的完成详情，并支持教师通过教学管理后台链接进入对应学生的实训后台，查看该学生的实训平台实操情况。 （7）交流中心：具备管理帖子与回复的功能模块。在帖子管理模块中，应支持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，可通过用户姓名查询回复，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。 （8）学情概览页面：应支持链接至班级学情分析、实训任务学情、课程题库学情、学生行为分析和学生学情报告页面。应支持选择学校和课程进行查询，应支持以柱图的形式查看不同班级的实训任务总进度百分比和以折线图的形式查看不同班级各实训任务具体进度百分比。 （9）班级学情分析页面：应支持选择班级、课程、实验等信息进行查询，应支持查看学习情况、实操情况、答题情况、任务已全部完成个数，并支持查看总体概览，包括学习进度、实操进度和答题进度。点击任务已全部完成个数按钮，应支持筛选用户、学习状态、实操状态、答题状态进行查询任务学习情况，包括实验名称、用户名、学		
--	---	--	--

		号、姓名、任务学习状态、学习状态、实操状态和答题状态，支持数据一键下载导出。 （10）实训任务学情页面：应支持选择班级、课程、实训任务标题等信息进行查询，应支持查看实训任务标题、所属章节、已完成人数、平均综合积分、活跃时长、操作等内容。点击操作详情，应支持查看对应实训任务的学习情况，通过输入学生姓名或学号进行查询，应支持查看用户名、学生姓名、学号、活跃时长等信息。应支持数据一键下载导出。 （11）课程题库学情页面：应支持选择班级、课程等信息进行查询，应支持查看综合训练完成情况柱形图以及详情表，详情表应包括综合训练名称、班级平均得分、作答人数、人均作答次数、正确率、操作等内容。点击操作详情，应支持查看对应综合训练的得分情况，支持输入题目内容进行查询，应支持查看题目、选项、正确答案、顺序、正确率、首次作答正确率等信息，支持切换为柱状图形式。 （12）学生行为分析页面：应支持选择班级、课程、学生姓名等信息进行查询，应支持查看序号、学生姓名、用户名、活跃时长、帖子发布数、实训任务点击次数、已完成实训任务、已完成课程题库、综合积分、综合成绩，点击详情，应支持查看学习详情、学习报告、实训报告，应支持数据一键下载导出；学习详情应支持查看用户名、姓名、学号，应支持根据实验名称和章节进行查询，应支持查看章节、实验序号、实验名称、学习次数、活跃时长，应支持数据一键下载导出；实训报告应支持查看报告时间、得分，应支持查看用户姓名、用户账号、实训任务模块、实训任务完成情况、课程题库模块、课程题库完成情况、学习积分、实操积分、答题积分、综合积分，应支持查看各实训任务得分明细。 （13）学生学情报告页面：应支持选择班级、学生、课程、实训任务标题等信息进行查询。以知识掌握、数据获取、数据挖掘、数据可视化、报告撰写等维度呈现学生学习能力和班级平均学习能力雷达图。应支持查看学生各个实训任务中学习、实操和答题情况。应支持查看学生的月度实训轨迹图，可按年份查看学生每月完成任务数量。 （14）作业管理：应支持进行作业管理，支持查看作业列表并按照课程、发布状态、作业标题进行查询，可对已有作业进行编辑、删除等操作。应支持教师或管理员自行添加作业，可设置作业名称、课程、班级、发布时间、截止时间、封面	
--	--	--	--

		图片、作业描述、作业填写说明等基本信息，并支持选择是否设置前置作业、是否立即发布及是否允许学生下载作业报告等。应支持教师或管理员对学生提交的作业进行查看和批改，支持根据作业完成状态、评语状态、完成时间等条件进行筛选查看；批改时应支持对学生填写内容进行修改，支持设置审核结果及编辑评语，应支持自动生成并可手动修改评语；并支持链接至学生实训平台查看学生实训情况，批改完成后可查看审核日志。同时应支持批量导出作业报告，可通过选择班级、作业根据条件导出，或者根据 Excel 模板上传名单进行批量导出，导出作业报告支持选择 PNG 或 PDF 格式。 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、作业提交、资料下载、AI 助手等功能模块。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，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，应提供名次、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：应支持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、未完成任务、已完成任务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。每个实训任务显示任务完成情况，包括实训任务类型，学习、实操、答题和综合积分的得分情况，任务当前状态、任务详情等信息。用户可通过学习、实操和答题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：应支持分组展示课程试题组，显示作答次数、测试得分等信息。通过学习链接可进入对应课程知识库进行相关理论知识的学习，通过答题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，应提供答题得分、错题数量、正确答案与学生答案等信息。 (4) 交流中心：应提供热门话题、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：应支持按章节分组展示课程知识库目录，课程知识库应提供文字、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、调整播放速度与画中画形式播放。 (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。实训排名：应支持展示用户实训得分排名，应提供名次、用户头像、姓名、完成任务数、综合积分与综合成绩等信息。 (7) 作业提交：应支持查看作业列表，展示作业封面、作业标题、批改结果、截止时间等基本信息。支持点击去完成按钮进行作业的提交，作业提交页面展示作业填写说明，可根据作业模板填写内容并上传附件，提交作业后允许撤回并修改后再次提交。作业批改完成后，应支持用户前台下载作业报告，作业报告支持选择 PNG 或 PDF 格式。 (8) 资料下载：应支持分组展示课程资料，显示资料组浏览次数，支持通过关键字搜索资料组。可根据资料情况下载 PDF、DOC 文档、视频、图片等多种形式的课程资料。 (9) AI 助手：包括 AI 伴学、智能出题、数据分析、编程助手、竞赛选题、报告评测功能。AI 伴学：应提供智能客服支持进行智能对话，提供 24 小时智能答疑，并能够实时解答实训操作问题。可对用户询问问题进行及时回复，并能够进行新建对话和查看历史记录。智能出题：应支持通过设置出题领域、题目主题等提示进行智能出题，支持设置出题难度及题目数量。支持查看当前新生成结果和历史生成记录。数据分析：应支持通过上传数据文件进行智能数据分析，支持上传数据后智能识别数据摘要、数据结构等内容并提供可供参考的分析计划。支持新建对话和查看历史记录。编程助手：应支持根据要求智能生成编程代码，应支持对包括 Python、C、C++、Java、JavaScript、C#、Go、Swift 等在内的 20 余种主流编程语言的代码智能生成与优化。并支持根据要求对自有代码进行智能优化。支持查看当前新生成结果和历史生成记录。竞赛选题：应支持通过设置竞赛领域、选题要求、竞赛背景等提示进行竞赛选题。支持查看当前新生成结果和历史生成记录。报告评测：应支持对数据分析报告进行智能评测，支持通过输入文本或上传文件的形式	
--	--	--	--

		导入报告内容，支持对导入内容进行重置后重新导入，评测完成后支持查看评测结果。 3. 教学管理系统自动评分模块 (1) 运行报表：应支持查看自动评分系统运行情况，展示任务、规则、规则组、数据源、成功/失败运行次数、评卷数量、评卷成功数量等整体概况，并支持展现运行数据、评卷数据曲线图，分别展示成功数与失败数。应支持展示最近执行任务的详细情况，展示任务描述、评卷进度、评卷成功数量、任务状态、触发方式、操作用户、操作时间、结束时间等数据。评卷进度随着执行进度动态更新。支持按照不同时间长度筛选查看数据，并支持自定义时间区间，应支持查询最近 1 年及以上的运行数据。 (2) 数据源管理：应支持查询并动态创建数据源，数据源类型至少应支持 MySQL, SQL Server, Oracle 三种及以上，支持按照数据源名称、数据库类型、创建用户、是否公开及是否启用等条件进行查询，可查看数据源 URL、数据库账号、创建时间等信息，支持对数据源进行编辑、测试及删除等操作。新增数据源支持编辑数据源名称、数据源 URL、数据库类型、数据库账号及密码等信息，应支持对数据源进行测试。 (3) 规则管理：规则组管理应支持按照规则组名称、规则组备注、是否有默认完成动作、创建用户等条件进行查询，可查看规则数量、默认数据源、创建时间等信息，支持对规则组进行编辑、复制、导出、删除以及查看详情等操作。应支持新增或导入规则组，新增规则组支持设置规则组名称、默认数据源、规则组备注、是否开启默认完成后动作以及添加动作等。规则组详情应支持展示规则列表，包含规则名称、规则描述、是否公开、评分完成后动作、命中条件表达式等信息，并支持对规则进行测试、查看、编辑、删除等操作。应支持用户自由组合多项评分规则为一个规则组模型，可自由设置评分后动作和执行优先级，可通过自行编写动态 SQL 脚本来控制评分结果回写操作。规则管理应支持按照规则名称、规则描述、是否有完成后动作、所属规则组、创建用户、是否公开等条件进行查询。可查看规则名称、规则描述、命中表达式、创建时间等信息，支持对规则进行编辑、复制、导出、删除、测试以及查看已分配的规则组等操作。应支持新增或导入规则，新增规则支持设置规则名称、规则描述、是否公开、是否有完成动作、命中表达式、规则脚本及添加数据集等。应支持基于选定的数据源创	
--	--	---	--

	建动态数据集作为评分规则的输入参数。应支持以动态脚本形式编写评分逻辑对输入的数据集进行评分，评分脚本语言采用高性能轻量化的脚本语言，例如：AviatorScript，且应支持用户自定义评分规则命中表达式。应提供版本控制功能，用户可自由选择回滚到任一历史版本。每个评分规则都应支持测试，并且提供获取测试数据功能，测试反馈内容包括但不限于：解析后的输入参数、控制台输出内容、脚本运行结果，便于用户根据测试反馈内容快速定位问题。 （4）任务管理：应支持进行评分任务管理，支持按照任务描述、规则组名称、任务类型、任务状态、创建用户等条件进行查询，可查看集合 SQL 数据源、任务状态、任务状态描述、是否回写总成绩、创建时间等信息，支持对评分任务进行编辑、执行、导出、删除及查看任务详情、评卷记录、执行记录等操作。应支持新增或导入任务，新增任务支持设置任务描述、规则组、试卷集合 SQL、试题集合 SQL、集合 SQL 数据源、是否回写总成绩及任务类型等，并支持查看示例数据。应支持用户引用某个评分规则组模型来创建动态评分任务，并可自定义任务执行方式，包括但不限于：手动执行、定时执行、轮询执行。并支持通过图形可视化展示各个评分任务的执行情况。 （5）系统管理：系统用户管理：应支持进行用户管理，支持按照条件查询用户信息并支持新增用户。代码参数类型列表：应支持进行参数类型管理，支持新增参数类型，可设置参数类型、类型说明、备注等信息。支持按照类型说明进行查询，并可查看各类型下参数列表。代码参数管理：应支持进行参数管理，支持查看参数类型、参数名、参数说明、参数状态等信息并可按照各以上条件进行查询。新增代码支持设置参数类型、参数名称、参数说明、参数值及备注与参数状态等。（此项参数需提供对应的软件功能截图） （6）辅助功能：评分任务和规则组都应支持以数据包的形式导出和导入，导入后可自动创建该规则组关联的数据源和规则，便于数据迁移。规则脚本应内置余弦函数、Jaccard 等相似度计算函数，并提供远程 Redis 读取函数以及常用的数组、日期、字符串等处理函数，供评分规则编写使用。 三、课程模块 1. 应提供物流大数据分析可视化相关在线学习资源，应提供系统的 ppt 课件至少 200 页和至少 300 分钟的教学视频，应提供完整的课程体系以供教学参考。	
--	---	--

	应提供完整的配套实验教程，包含数据连接、数据准备、数据挖掘、分析展现、资源发布、物流数据采集、物流数据预处理、车货匹配、物流配送路线优化、物料库存分析及预警、包装耗材智能匹配、物流设备运作分析、物料采购预测、生产订单交付预测、智能分单、快递网点布局预测、物流异常信息预警、物流订单数据可视化、工作满意度分析、货物运输价格预测、物流站点快递单量预测、货物运输时长预测、公路运输准时到达预测、货运公司订单分析、车辆维修预警分析、订单签收预测、供应商质量评级等至少 20 个物流行业数据挖掘建模及可视化案例，并应提供对应数据源，且每个实训任务应提供对应的完整的配套资料（包括：实验目的、实验知识准备、实验内容与步骤、实验要求和思考题）和试题库。具体课程包含如下： （1）课程包含 5 个实训导论，包括数据连接、数据准备、数据挖掘、分析展现、资源发布。 （2）物流数据采集：应搜集符合数据挖掘研究要求的原始数据，完整的采集数据流程可包括采集、存储和清洗三个环节。 （3）物流数据预处理：应提供车辆信息数据不少于 2000 条，包含重量、装货时间、车辆要求、地址等至少字 10 个段，利用平台提供的 ETL 工具对案例数据进行数据清洗。 （4）车货匹配：应分别提供不少于 1000 条的“车信息”数据和不少于 1000 条的“货信息”数据，其中包含发货地点、目的地、车辆长度、车型、商品名称、车的承载重量/需要运输的商品重量、车的容量/商品货量、司机信息、货主信息共 9 个字段。通过模糊匹配、精准匹配这两种不同的匹配方式将车信息和货信息进行匹配，得出各匹配结果。 （5）物流配送路线优化：应提供物流配送数据，字段包含发货地、收货地和运费。提供 NetworkX 作为解决方案，生成两个顶点之间的所有简单路径，从而获得所有简单路径的边的列表。利用简单路径算法，通过对约束条件的判断来求解带有顶点约束和边约束的最短路径问题。 （6）物料库存分析及预警：应提供物料数据、订单数据以及库存统计数据共计不少于 350 条，包括订单编号、价格、订单状态、购买数量、买家应付款金额、买家实际付款金额、订单数量、商家编码、总金额、库存、补货周期等至少 15 个字段，通过对平台中 Python 节点的编写，对物料进行库存分析，预估多少天进行补货，以及最小补	
--	---	--

		货量，根据分析结果可以看出商家编码的物料是否需要进行物料补充。通过库存分析进行物料库存预警，保证库存安全性。 （7）包装耗材智能匹配：应提供不少于 3000 条商品尺寸数据、快递袋尺寸数据及快递箱尺寸数据，包括包装方式、商品长宽高、商品体积、快递袋体积、快递箱体积等至少 15 个字段，通过“智能打包算法”技术对商品的属性、数量、重量、体积，甚至摆放的位置都综合进行计算实现包装耗材智能匹配。 （8）物流设备运作分析：应提供物流设备数据不少于 400 条，包括设备名称、生产厂家、生产日期、起始使用日期、已使用年份、当月计划运行时期、实际运行时间、记录日期、停机等待时间、维修时间、故障率、标准化故障率、保养周期、保养任务数、标准化及时率、保养及时率等 15 个字段。利用透视分析等自助 BI 工具对某分拣中心提供的部分分拣设备数据进行分析解读，以更好地了解设备的运作情况，为分拣中心的设备运作提出优化建议。 （9）物料采购预测：应提供物料数据不少于 20 条，包含 Cumu_Mon_pur_quantity、Cumu_Mon_real_quantity、Cumu_Mon_plan_quantity、Mon_pur_quantity、Monthly_inv_balance 等至少 5 个字段，利用线性回归，进行以时间为依据的定量预测分析。结合未来数字经济的发展趋势，从供应链管理应具备的思维，提出全链端的需求预测、计划、交付与库存管理方法及措施，保证企业生产计划能够顺利地进行下去，有效解决减少物料的浪费与过度采集现象。 （10）生产订单交付预测：应提供不少于 200 条的企业订单数据，包括订单的产品数量，产品质量要求，交货时间期间、是否按时交付共 4 个字段，根据该数据可使用回归算法对历史订单数据进行模型的建立，找到企业的订单交货期规律。 （11）智能分单：应分别提供订单坐标数据不少于 20 条和货车坐标数据不少于 8 条，字段分别包含商家订单、商家坐标 x、商家坐标 y、顾客坐标 x、顾客坐标 y 和派送司机、货车坐标 x、货车坐标 y。对订单中的顾客坐标进行聚类分析，计算每个司机与不同的类中心之间的距离，得出司机在对应类下的最优路径。 （12）快递网点布局预测：应提供居民区的地理位置经纬度数据不少于 10 条，字段包含 x(经度)、y(纬度)，通过选取各要素的中位数综合考虑选	
--	--	---	--

		址问题。 (13) 物流异常信息预警：应提供不少于 50000 条的物流异常信息订单数据，包含客户识别码、订单状态、交货日期是否异常等至少 9 个字段，建立决策树算法模型对企业未来的订单进行物流异常预测，降低因物流异常导致的订单流失。 (14) 物流订单数据可视化：应提供物流订单数据不少于 7500 条，包含订单号、订货量、产品集装方式、品名、产品子类别、销售额、运输模式共计 7 个字段，建立自助仪表盘以展现多个图表内容，制成各种可视化物流图表。 (15) 车辆维修预警分析：应提供发动机数据不少于 15000 条，包含 Engine rpm、Lub oil pressure 等至少 7 个字段，运用梯度提升决策树算法来引入模型自动学习和识别正常和异常的发动机运行模式，进而判断当前发动机的健康状况，帮助汽车制造商和车主实时监测和评估发动机的状态，提升车辆的可靠性和安全性，为汽车产业的发展和用户的出行带来更多的便利和保障。 (16) 订单签收预测：应提供某亚马逊店铺的后台历史订单数据不少于 150 条，包含 order_date、ship_city 等至少 12 个字段，运用随机森林模型帮助商家对未来订单的签收情况进行预测，从而帮助相关人员在售卖商品的过程中计算损失成本。 (17) 工作满意度分析：应提供员工满意度数据不少于 100 条，包含薪酬福利、工作环境等至少 7 个字段，对数据进行相关性分析，找出影响员工工作满意程度的影响因素，并运用 Python 筛选出不满意员工名单，对其进行深度调查，探究出不满意的具体的点，从而为企业改善员工工作环境、降低员工离职率、提高员工工作效率等方面提供帮助。 (18) 公路运输准时到达预测：应提供某物流公司的历史物流运输数据不少于 6000 条，包含 OriginLocation_Code 、 DestinationLocation_Code 等至少 10 个字段，运用梯度提升决策树算法创建模型用于预测物流是否能够准时到达，通过准确预测货物的到达时间，供应链中的各个环节可以更好地协调工作，避免过度储备和浪费资源，并更好地满足客户需求，提高产品和服务的质量，从而增强竞争力和市场份额。 (19) 供应链需求预测：应提供某公司的历史送餐数据不少于 400000 条，包含 id、num_orders 等至少 9 个字段；提供需要预测的数据不少于		
--	--	--	--	--

	30000 条，包含 id、week 等至少 8 个字段，运用梯度提升回归树算法来创建供应链需求预测模型，并运用模型预测出下一营销阶段每个运营中心的套餐需求量，为相关人员制定生产计划提供数据支撑。 （20）供应商质量评级：应提供供应商等级评定评分标准维度数据不少于 100 条，包含供应商、总评分、评级等至少 11 个字段，运用决策树算法对供应商质量进行评级，帮助企业选择高质量的供应商，从而降低企业潜在的风险和成本。 （21）货物运输价格预测：应提供货物运输价格数据不少于 5000 条，包含 source_country、shipment_cost 等至少 15 个字段，运用梯度提升回归树算法来建立模型，利用影响货物运输价格的因素指标作为特征，运输价格作为标签训练模型并进行预测评估，更准确地预测每个运输项目所需要的价格，帮助企业改善运输管理，制定战略规划。 （22）货物运输时长预测：应提供某物流公司的货物运输价格数据不少于 30 条，包含行驶里程、运输时长等至少 5 个字段，运用线性回归算法创建模型对货物的运输时长进行预测，并基于预测结果帮助物流公司及时调整运输计划，提高运输效率。 （23）货运公司订单分析：应提供某货运公司各种产品亚洲物流的供应链管理数据不少于 30000 条，包括 Order Region、Order Status 等至少 50 个字段，运用自助仪表盘将订单数据进行可视化展示，帮助货运公司了解不同地区、不同客户类型的市场需求状况，辅助管理亚洲的供应链。 （24）物流站点快递单量预测：应提供某物流站点 2020-2022 年每日的快递单量历史数据不少于 1000 条，包含日期、快递业务量共计 2 个字段，运用 ARIMA 模型来预测 2023 年一月内该物流站点每日的快递单量，帮助快递站点合理安排人力资源、车辆和设备。 四、数据资源模块 1. 提供美妆护肤、运动户外、母婴用品、医药保健、3C 数码、厨卫家电、家具建材、珠宝首饰、礼品文创、生鲜蔬果等不少于 10 个品类近 1 年抖音带货达人榜单数据，包括日榜、周榜、月榜、季榜、半年榜单、年榜、大促等榜单类型，每个榜单不少于 1500 个达人数据，每个达人数据包含达人粉丝数、新增粉丝、销售额、带货商品价格、视频销售额、直播销售额、直播销量等字段。 2. 提供美妆护肤、运动户外、母婴用品、医药保	
--	--	--

	健、3C 数码、厨卫家电、家具建材、珠宝饰品、礼品文创、生鲜蔬果等不少于 10 个品类近 1 年抖音直播带货每日榜单数据，每个直播间数据包括直播间名称、达人、开播时间、直播时长、人气峰值、观看人次、商品数、销售额、销量等字段。 3. 提供美妆护肤、运动户外、母婴用品、医药保健、3C 数码、厨卫家电、家具建材、珠宝饰品、礼品文创、生鲜蔬果等不少于 10 个品类近 1 年抖音带货视频榜单数据，包括日榜、周榜、月榜，每个榜单不少于 1500 个带货视频数据，每个视频数据包含视频名称、关联商品达人、粉丝数、发布日期、点赞数、转发数、评论数、销量、销量指数、销售额、销售额指数等字段。 4. 渠道商品数据：提供不少于 5 万条商品数据，包含类目（男装、女装、孕婴童、流行饰品、运动及娱乐、彩妆、护肤品、积木、童装、首饰、丝巾、鞋子、奶粉）、渠道来源（速卖通选品、亚马逊选品、国际站选品）、商品名称、商品价格等字段。 5. 用户画像数据：提供平台内不少于 5 万条商品的画像数据，包含产品名称、性别（男、女）、年龄（18-23 岁、24-30 岁、31-40 岁、41-50 岁、50 岁以上）、地区（北美洲、南美洲、欧洲、东南亚、日韩、中东、非洲、大洋洲）、兴趣（美容美妆、个护清洁、母婴用品、箱包皮具、零食饮品、数码、服饰），共计 23 个字段。 6. 选品市场数据：提供不少于 7 万条商品数据，包含类目（服饰配件/皮带/帽子/围巾、饰品/流行首饰/时尚饰品、箱包皮具/热销女包/男包、住宅家具、女装/女士精品、男装、音乐类）、价格、销量、起批量、颜色、尺码等字段。 7. 直通车关键词数据：提供关键词数据不少于 2 万个，包含关键词、搜索热度、购买竞争度、同行平均出价、点击率、转化率、我的出价等字段内容。 8. 搜索营销定向数据：提供不少于 80 万条关键词数据，包含关键词、特色、指导价、月均搜索量、竞争激烈程度等字段内容。 9. 短视频营销推广数据：提供不少于 100 万条关键词数据，包含关键词、指导价、月均搜索量、竞争激烈程度等字段内容。 10. 内容营销广告管理和投放工具数据：提供不少于 50 万条关键词数据，包含关键词、推荐理由、月搜索次数、竞争程度、推荐出价等字段内容。 五、其他要求 #1. 竞赛支持：应标平台应支持全国或国际大赛，	
--	--	--

		验收时提供具有政府教育部门发布的大赛正式文件。（投标人提供承诺函，加盖公章，格式自拟） #2. 投标人需要提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告。（投标人需提供此项产品具有 CMA 标识的软件测试报告封面页）。 #3. 投标人提供原厂售后服务承诺函, 加盖投标人公章。		
25	数字商务技能综合实训平台	一、学生端功能要求 （一）整体要求 1. 学生端具有练习、考试功能。 #2. 练习模块展示网店美工、营销推广、新媒体营销、电商客服与物流、网店运营等五大类岗位群，共 11 个模块的实训任务。这些实训包括商品描述模板设计、网店推广、网店营销方案策划、软文营销、短视频营销、直播营销、新媒体营销、客户服务与管理、电商物流、农产品电商运营、跨境电商运营。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 3. 练习模块具备多次练习功能，支持任务重置，显示操作详情，提供多次练习的成绩统计及成绩记录显示。 （二）网店美工类任务要求 商品描述模板设计 1. 商品描述模板设计需提供商品标题、商品描述模板设计等任务，提供商品素材，包含商品照片与说明文档（包含企业信息、商品信息、活动信息、物流信息及退换货说明等）。 2. 商品标题提供商品品牌、商品名称、净含量、产地等基本信息，支持用户根据信息撰写商品标题。 3. 商品描述模板设计包含商品促销模块、商品详情展示模块、商品细节展示模块、购物辅助模块等模块，每一模块均支持内容设置及展示图上传；其中商品细节展示模块要求用户提炼商品特色，设计 4-6 张细节展示图。 （三）网店推广类任务要求 网店推广 1. 商品标题与图片优化 1.1 商品标题与图片优化要求提供商品标题优化与商品图片优化任务。 1.2 商品标题优化中要求按照商品品牌、名称、属性提供 30 个与商品相关关键词，用户需对关键词进行分类；要求系统提供关键词表，用户需根据关键词表从对应类别的关键词中选取符合要求的关键词组合生成商品标题。 1.3 图片优化要求提供多张图片，用户需要选择出	1	套

	符合平台规则的商品主图。 2. 推广计划与推广单元设置 2.1 推广计划设置要求提供推广计划基础设置和推广单元设置任务。 2.2 推广计划基础设置要求提供设置计划名称、日限额、投放平台、投放时间与投放时间的功能。推广单元设置要求能够新建推广单元并能对推广单元的关键词、人群、创意进行管理。 2.3 关键词管理要求提供添加关键词、删除关键词、修改关键词出价、修改关键词匹配方式的功能，要求提供关键词的质量数据、推广数据与推荐出价，用户需要按照关键词质量数据添加关键词，按照推广数据进行删除关键词、修改关键词匹配方式，按照推广数据与推荐出价修改关键词出价。 2.4 精选人群管理要求提供添加人群、删除人群、修改人群溢价的功能，要求提供平台人群画像与推广数据，用户需要按照提供的平台人群画像添加访客人群，需要按照推广数据进行删除推广人群、修改人群溢价。 2.5 创意管理要求提供添加创意与修改创意展现方式的功能，要求提供创意的推广数据，需要根据推广数据进行创意展现方式的修改。 网店营销策划方案 1. 网店营销策划方案实训任务包括市场环境分析、商品分析与定位、促销与推广策划、营销方案撰写四个步骤。 2. 要求根据系统提供的任务材料，完成网店情况描述、市场 SWOT 分析、竞争对手分析、市场潜力分析等任务。 3. 要求围绕商品进行属性分析、卖点提炼，以及分析目标市场的用户定位；根据产品特征等，定位产品结构，设置商品价格。系统提供利润法、市场定价法、低价法等三种定价方法供选择。 #4. 要求根据营销节点分布，完成推广计划的节点选择；根据商品特点和商品定位，设置促销利益点；分析站内站外的各推广渠道特征，构建推广渠道矩阵，确定推广方式；根据电子商务相关法律法规和从业素养的要求，选择推广方案保障实施的要点。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 5. 提供营销策划方案撰写的功能，允许用户在可视化的编辑环境中发挥创意策划营销方案，支持文字、图片、表格等内容的输入。 （四）新媒体营销类任务要求 软文营销		
--	---	--	--

	1. 软文营销任务要求提供目标用户分析、软文策划、软文创作与发布三个步骤操作内容。 2. 目标用户分析提供搜索范围、人群属性描述、地域分布描述等，并要求用户完成相关内容填写。 3. 软文策划中要求用户设置内容要素，采用“商品链接”形式，设置商品标题、价格、商品图等相关要素。 4. 软文创作与发布中要求用户撰写标题内容，设置封面，制作并上传软文作品，为软文选择合适的发布时间、发布平台。 新媒体营销 1. 新媒体营销任务要求提供新媒体营销策划、内容制作与发布、新媒体推广三个步骤操作内容。 #2. 新媒体营销策划提供调研数据，支持用户完成营销方向确定、用户分析和内容策划。其中营销方向制定包括热点话题和行业标签，用户定位包括性别、年龄、消费能力、典型群体等属性，内容策划包括营销主题、目标、内容形式和方案执行流程等。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 3. 内容制作与发布提供企业商品信息，要求用户策划短视频内容要素，完成画面比例、视频时长等内容的设置，使用指定平台制作短视频并上传；支持用户选择发布平台，完成标题、视频简介、标签、发布时间等内容的设置。 4. 要求提供分批次设置推广节奏的功能，并支持不同新媒体平台的推广内容设置和管理。 直播营销 1. 直播营销策划需提供直播策划、直播执行、直播运维等任务，提供背景资料（含企业信息、商品信息、活动信息、物流信息及退换货说明等）。 2. 直播策划包括直播内容设计，提供直播流程表，要求用户根据直播流程策划直播内容；提供商品特点、功效、价格、物流及售后等信息，要求用户完成单品直播脚本的撰写。 3. 提供模拟直播功能，支持宝贝推送、多种互动活动推送、屏蔽管理等功能设置，能解答虚拟客户提出的问题；支持对直播中随机出现的异常事件进行应对。 4. 提供直播订单处理功能，以及弹幕数据分析功能，要求用户根据系统提供的弹幕数据，提炼关键信息。 短视频营销 1. 短视频营销需包含内容策划、短视频制作、短视频发布、效果分析等任务步骤。 2. 内容策划需提供选题策划、视频元素设置、脚	
--	---	--

	本构建等功能，选题策划支持设置视频类型及方向；视频元素包含视频背景、拍摄对象、对象特征、视频道具及视频人物设置。 3. 短视频制作支持用户设置制作工具、作品尺寸、作品时长、作品描述等内容，支持用户上传短视频作品。 #4. 短视频发布需提供视频封面、视频文案、发布时间及发布平台等维度的参考技巧或数据材料，用户可参考上述材料，完成短视频发布设置，具体操作包含文案内容、封面上传、发布时间及平台设置等。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 5. 效果分析需提供播放数据、流量数据、互动数据及转化数据，用户需根据任务提供数据完成效果分析。 （五）客服与物流类任务要求 客户服务与管理 1. 自动回复设置 1.1 自动回复设置要求提供场景自动回复与问题自动回复任务。 1.2 场景自动回复要求提供回复选择功能，用户根据场景选择对应的回复内容。 1.3 问题自动回复需要提供自动回复的内容展示与选择，用户根据自动回复问题选择对应的自动回复内容。 2. 客户咨询回复 2.1 客户咨询回复要求提供需要回复的客户列表，以及商品信息，包括商品基本信息、商品库存与促销活动。 2.2 要求提供待回复的问题内容，用户根据问题选择对应的回复内容进行回复。 3. 订单处理 3.1 订单处理要求提供需要处理订单的客户列表，要求以对话的形式提供客户诉求，要求提供订单处理的操作内容。 3.2 支持待付款、待发货、待收货与已评价订单的操作，具体操作功能包括添加备注、取消订单审核、修改地址、发货、开具发票等。 电子商务物流 1. 仓库管理系统支持设备管理、入库管理、仓储规划及库存预警功能，设备管理提供多种物流设备供用户选择，入库管理提供入库单及货物信息供用户审核，仓储规划提供库存商品分类管理及库位规划功能，库存预警提供多种预警状态的异常库存商品待用户处理。 2. 订单管理系统支持合作物流管理、发货物流管	
--	---	--

	理及逆向物流管理功能，合作物流管理提供多家物流公司的相关数据，支持选择其中 2 家合作，发货物流管理支持客户订单的拣货单打印、包装、运费估算及发货功能，逆向物流管理支持退换货商品审核及退换货订单处理。 （六）网店运营类任务要求 农产品电商运营 1. 农产品选品 1.1 农产品选品要求提供多维度选品数据，用户根据数据完成供应价格、销售时间、储存条件及选品结果的分析。 2. 农产品店铺运营 2.1 农产品店铺运营提供店铺开设、店铺装修、商品管理、营销管理、订单管理、数据中心六大任务，提供商品材料，包含商品照片与说明文档等。 2.2 提供店铺基础设置任务，用户根据任务要求完成店铺类型、名称、简介、主营类目及食品资质备案等内容。 2.3 提供店铺装修任务，支持设置店铺主页中的店铺 logo、店铺背景、头部组件及更多模块。 2.4 提供商品管理任务，用户根据任务要求完成商品分类及发布任务。 2.5 提供营销管理任务，支持用户完成基础促销、创意营销、直播推广等营销内容。其中基础促销包含店铺满减、优惠券、跨店满返及限时限量购等手段；创意营销包含拼团、预售、周期购及众筹等方式。 2.6 提供订单管理任务，要求提供待处理的发货订单及售后订单，用户根据订单信息完成操作。 2.7 提供数据中心任务，提供店铺数据、交易数据及服务数据，用户根据系统数据完成相关分析任务。 3. 农产品新媒体营销 3.1 农产品新媒体营销提供微博、微信、抖音、小红书、头条号等营销渠道，要求用户根据任务要求及各渠道特点，完成农产品推广。 跨境电商运营 1. 跨境店铺选品 商品搜索热度分析提供四个国家的商品搜索热度数据，用户根据数据识别目标国家热度商品；商品销售市场分析提供四个国家的商品销售市场数据，用户根据数据识别目标国家市场综合表现较好的商品；用户可以根据商品搜索热度分析及销售市场分析结果确定最终的选品内容。 2. 跨境店铺运营 2.1 店铺设置功能提供店铺基础设置功能（店铺名	
--	--	--

	称、店铺 LOGO 及店铺类目设置) 以及店铺首页装修功能(店招、导航及其他模块设置)。 2.2 商品管理功能提供商品发布及商品维护功能, 商品发布支持设置商品的基本信息、价格与库存、详细描述及物流, 商品维护支持对商品信息编辑、商品上下架、商品添加及商品删除。 2.3 营销管理功能提供平台活动、店铺活动及店铺营销功能, 平台活动支持店铺报名参与平台活动, 店铺活动支持店铺开展指定商品的促销活动(单品折扣、满立减及优惠券), 店铺营销支持店铺参与站内推广(付费广告营销、电子邮件营销)及站外推广(搜索引擎营销及社交媒体营销)。 2.4 订单管理功能提供不同状态的订单供用户处理, 用户需要对待发货订单进行发货, 对纠纷中订单进行联系买家并处理纠纷, 对待取消订单进行取消订单操作。 2.5 评价管理功能提供 Feedback 及 Reviews 两种评价的处理, 用户根据 Feedback 评价内容进行评论回复, 根据 Reviews 订单信息及评价内容进行分析形成商品反馈意见。 二、教师端功能要求 1. 提供班级管理功能, 包括班级的添加、编辑、删除, 及学生用户添加、删除、导入等。 2. 支持教师根据教学需要添加考试计划, 包括选择模块, 设置分值, 选择任务书和试题行业, 并设置系统评分权重和主观评分权重比例等功能。 3. 提供考试管理功能, 允许教师对考试计划进行查看、延长时间和考试监控等操作。其中延长时可针对单独考试延长, 也可选择某个学生延长时间。 4. 成绩管理显示考试状态和评分状态, 支持按考试计划显示考试成绩并提供成绩导出功能, 提供单个考生的具体模块成绩显示, 可以查看同一考生每次考试的成绩明细。 5. 成绩具有系统自动评分和人工评分两种评分方式。其中流程或步骤性内容由系统根据操作正确性、完成度和关键信息匹配自动评分, 考生的成果性内容由人工按照评分标准对质量、创意进行整体评价。 6. 提供成绩分析功能, 包括基本信息、成绩分布和成绩统计等。其中成绩分布展示各模块不同分值段的成绩占比; 成绩统计显示各模块的平均分、最低分、最高分。 三、管理员端功能要求 1. 提供用户管理的功能, 包括教师用户添加、删除、导入等, 支持班级管理及学生用户信息管理。	
--	--	--

		#2. 系统提供至少 6 个行业的基础数据，包括食品饮料、母婴用品、美妆、服装服饰、家居家纺、3C 数码等，每个行业至少 2 套试题。（提供相关功能截图并加盖投标人公章） 3. 提供系统设置功能，可对版权、页面标题和 logo 做个性化设置。 四、其他要求 #1. 投标人提供原厂售后服务承诺函，加盖投标人公章。		
--	--	---	--	--

三、商务要求

1、交货期：合同签订后 30 天内完成。

2、交货地点：采购人指定地点

3、培训要求：供应商项目部署完成后，根据学校时间进行线上和线下的师资培训，供应商分层次开展全覆盖实操培训，分为管理人员培训、专业教师培训、在校学生实训培训三类：面向学校信息化管理员、专业教师开展深度实操培训，覆盖系统后台管理、实训配置、数据导出、常见故障自主排查等内容；面向授课教师开展实训课程配套教学培训，讲解全流程实训教学使用方法；分班级组织学生入门实操培训，确保所有使用人员熟练掌握系统基础操作；同步提供全套图文、视频培训资料留存校方。

4、售后服务要求：提供三年质保、终身技术支持服务。提供技术援助电话，解答采购人在使用中遇到的问题，及时为采购人提出解决问题的建议。接到报修通知后，一般问题（如操作疑问、参数调整）：1 小时内响应，2 小时内解决；复杂问题（如系统卡顿、功能异常）：30 分钟内响应，4 小时内提供临时解决方案，24 小时内彻底解决；重大故障（如系统无法启动、数据异常）：15 分钟内响应，1 小时内派技术人员远程排查，若远程无法解决，24 小时内抵达采购人现场处理。质保期结束后会继续提供必要的支持，确保系统在无需升级的情况下仍能持续保持稳定、高效运行。

5、验收要求：（1）满足国家及行业相关标准及采购文件要求的技术标准。（2）由采购人组织专家和用户代表，或第三方机构，按照采购文件、合同条款和实际应用效果对项目进行验收。

四、分项控制金额

说明：投标人分项报价不得超过分项控制金额否则投标无效。

序号	标的名称	数量	单位	分项控制金额
1	课堂管理系统软件	2	套	103.67 万元
2	桌面云（信创）管理系统	82	点	

序号	标的名称	数量	单位	分项控制金额
22	跨境电商 B2B 综合实训平台	1	套	
23	跨境电商大数据分析与可视化平台	1	套	
24	物流大数据分析与可视化平台	1	套	
25	数字商务技能综合实训平台	1	套	
3	双绞线缆	900	米	4.6125 万元
4	跳线	82	米	
5	水晶头	165	个	
6	电源线	240	米	
7	桥架	60	米	
8	镀锌管	80	米	
9	分线盒	45	个	
10	插座	45	个	
11	接线板	45	个	
12	新增防静电地板	8	平米	
13	防静电地板拆除搬运	90	平米	
14	设备拆除搬运	70	套	
15	地板安装	82	平米	
16	辅材	82	点	
17	综合布线	82	点	
19	圆凳（电商实训室）	4	把	
21	靠背椅（国贸实训室）	8	把	
18	电脑桌（电商实训室）	2	张	1.22 万元
20	电脑桌（国贸实训室）	4	张	

第六章 拟签订的合同文本

合同编号：

项目名称：_____

甲 方：北京农业职业学院

乙 方：_____

签署日期：2026 年__月__日

合同类型：货物买卖合同

定价方式：固定总价

合同文本的主要条款：

（一）合同特殊条款

合同特殊条款是合同一般条款的补充和修改。如果两者之间有抵触，应以特殊条款为准。
合同特殊条款的序号将与合同一般条款序号相对应。

1. 定义

1.5 买方：本合同买方系指：_____。

1.6 卖方：本合同卖方系指：_____。

1.7 现场：本合同项下的货物安装和运行地点位于：北京农业职业学院。

6. 交货方式及交货期

6.1 本合同项下货物的交货期为：_____。

6.2 本合同项下货物的交货方式为：现场交货。

8. 付款条件

8.1 合同签订后 3 个工作日内，卖方向买方支付合同总价的 5%作为履约保证金，买方向卖方支付合同总价款的 43%作为首付款，产品到达安装现场，全部安装调试完成，经买方验收合格后，买方向卖方支付合同总价款的 57%，正常使用 12 个月后，复验合格，买方无息退还卖方履约保证金（合同总价款的 5%）。

说明：因本年度财政批复项目资金额度有限，本项目首付款按合同总额 43% 支付；剩余 57% 尾款计划于 2027 年 3 月拨付，实际付款时间以财政资金到位情况为准。

10. 质量保证

10.3 卖方在收到通知后 7 日内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。

10.4 如果卖方在收到通知后 7 日内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，但风险和费用将由卖方承担。

10.5 除“第四章货物需求一览表及技术规格”特殊规定外，合同项下货物的质量保证期为自货物通过最终验收起_____个月。（如果国家另有规定的按国家规定执行）。

11. 检验和验收

11.2 验收时间：货物运抵现场安装完毕后，买方应在 3 日内组织验收，并制作验收备忘录，签署验收意见。

验收方式：

验收组织形式：

验收方法：

验收费用负担：

12. 索赔

12.3 索赔通知答复期限：买方发出索赔通知后 7 日内。

卖方解决索赔事项期限：买方提出索赔通知后 7 日内或买方同意的更长时间内。

17. 争议解决方式

17.1 本合同的争议解决方式按照 17.1.1 的规定执行。

20. 转让和分包

20.2 依据规定享受中小企业扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

25. 履约保证金：本合同 适用 履约保证金。

25.1 合同签订后 3 个工作日内，卖方应向买方提供合同总价 5% 的履约保证金。

25.3 履约保证金形式：按照招标文件中的保函格式提交保函或买方接受的其他方式。

25.4 履约保证金退还：质量保证期结束后 30 日内无息退还。

26. 合同生效和其它

26.2 本合同经双方法定代表人/负责人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。

26.3 本合同一式 七 份，具有同等法律效力。买方 三 份，卖方 三 份，采购代理机构 一 份。

27. 其他约定

（二）合同一般条款

1. 定义

本合同中的下列术语应解释为：

- 1.1 “合同”系指买卖双方签署的、合同格式中载明的买卖双方所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成合同的其它文件。
- 1.2 “合同价”系指根据合同约定，卖方在完全履行合同义务后买方应付给卖方的价格。
- 1.3 “货物”系指卖方根据合同约定须向买方提供的一切设备、机械、仪表、备件，包括工具、手册等其它相关资料。
- 1.4 “服务”系指根据合同约定卖方承担与供货有关的辅助服务，如运输、保险及安装、调试、提供技术援助、培训和其他类似的服务。
- 1.5 “买方”系指与中标人签署供货合同的单位（含最终用户）。
- 1.6 “卖方”系指根据合同约定提供货物及相关服务的中标人。
- 1.7 “现场”系指合同约定货物将要运至和安装的地点。
- 1.8 “验收”系指合同双方依据强制性的国家技术质量规范和合同约定，确认合同项下的货物符合合同规定的活动。
- 1.9 “日”系指日历日。

2. 技术规范

- 2.1 提交货物的技术规范应与招标文件规定的技术规范和技术规范附件（如果有的话）及其投标文件的技术规范偏差表（如果被买方接受的话）相一致。若技术规范中无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

3. 知识产权及其他权利瑕疵担保

- 3.1 卖方应保证买方在使用该货物或其任何一部分时不受第三方提出的侵犯专利权、著作权、商标权和工业设计权等的起诉。
- 3.2 卖方应保证合同项下的货物不存在第三人可主张的任何权利。
- 3.3 如果任何第三方向买方提出侵权指控或权利请求，卖方须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

4. 包装要求

- 4.1 除合同另有约定外，卖方提供的全部货物，均应采用本行业通用的方式进行包装，且该包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。包装应适应于远距离运输、防潮、防震、防锈和防粗暴装卸，确保货物安全无损，运抵现场。由于包装不善所引起的货物锈蚀、损坏和损失均由卖方承担。

4.2 每件包装箱内应附一份详细装箱单和质量合格证。

5. 装运标志

5.1. 卖方应在每一包装箱的四侧用不褪色的油漆以醒目的中文字样做出下列标记：

收货人：_____

合同号：_____

装运标志：_____

收货人代号：_____

目的地：_____

货物名称、品目号和箱号：_____

毛重 / 净重：_____

尺寸（长×宽×高以厘米计）：_____

5.2 如果货物单件重量在 2 吨或 2 吨以上，卖方应在每件包装箱的两侧用中文和适当的运输标记，标明“重心”和“吊装点”，以便装卸和搬运。根据货物的特点和运输的不同要求，卖方应在包装箱上清楚地标有“小心轻放”、“防潮”、“勿倒置”等字样和其他适当的标志。

6. 交货期和交货方式

6.1 本合同项下货物的交货期见合同特殊条款约定。

6.2 交货方式一般为下列其中一种：

6.2.1 现场交货：卖方负责办理运输和保险，将货物运抵现场。有关运输和保险的一切费用由卖方承担。所有货物运抵现场的日期为交货日期。

6.2.2 工厂交货：由卖方负责代办运输和保险事宜。运输费和保险费由买方承担。运输部门出具收据的日期为交货日期。

6.2.3 买方自提货物：由买方在合同规定地点自行办理提货。提单日期为交货日期。

6.3 在现场交货和工厂交货条件下，卖方装运的货物不应超过合同规定的数量或重量。否则，买方有权拒绝接收超出部分的货物，卖方应对超运部分引起的一切后果负责。

7. 装运通知

7.1 在现场交货和工厂交货条件下的货物，卖方通知买方货物已备妥待运输后 7 日之内，应将合同号、货名、数量、毛重、总体积（立方米）、发票金额、运输工具名称及装运日期，以电报或传真通知买方。

7.2 如因卖方延误将上述内容用电报或传真通知买方，由此引起的一切后果损失应由卖方负责。

8. 付款条件

8.1 付款条件见“合同特殊条款”。

9. 技术资料

9.1 合同项下技术资料（除合同特殊条款规定外）将以下列方式交付：

9.1.1 合同生效后 15 日之内，卖方应将每台设备和仪器的中文技术资料一套，如目录索引、图纸、操作手册、使用指南、维修指南和 / 或服务手册和示意图寄给买方。

9.1.2 另外一套完整的上述资料应包装好随同每批货物一起发运。

9.2 如果买方确认卖方提供的技术资料不完整或在运输过程中丢失，卖方应在收到买方通知后 3 日内将这些资料免费寄给买方。

10. 质量保证

10.1 卖方须保证货物是全新、未使用过的，并完全符合强制性的国家技术质量规范和合同规定的质量、规格、性能和技术规范等的要求。

10.2 卖方须保证所提供的货物经正确安装、正常运转和保养，在其使用寿命期内须具有符合质量要求和产品说明书的性能。在货物质量保证期之内，卖方须对由于设计、工艺或材料的缺陷而发生的任何不足或故障负责。

10.3 根据买方按检验标准自己检验结果或委托有资质的相关质检机构的检验结果，发现货物的数量、质量、规格与合同不符；或者在质量保证期内，证实货物存在缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，买方应尽快以书面形式通知卖方。卖方在收到通知后 7 日内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。

10.4 如果卖方在收到通知后 7 日内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，但由此引发的风险和费用将由卖方承担。

10.5 本合同项下货物的质量保证期见合同特殊条款约定。

11. 检验和验收

11.1 在交货前，卖方应对货物的质量、规格、性能、数量和重量等进行详细而全面的检验，并出具证明货物符合合同规定的文件。该文件将作为申请付款单据的一部分，但有关质量、规格、性能、数量或重量的检验不应视为最终检验。

11.2 货物运抵现场后，买方应在 7 日内组织验收，并制作验收备忘录，签署验收意见。

11.3 买方有在货物制造过程中派员监造的权利，卖方有义务为买方监造人员行使该权利提供方便。

11.4 制造厂对所供货物进行机械运转试验和性能试验时，卖方必须提前通知买方。

12. 索赔

- 12.1 如果货物的质量、规格、数量、重量等与合同不符，或在第 10.5 规定的质量保证期内证实货物存有缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，买方有权根据有资质的权威质检机构的检验结果向卖方提出索赔。
- 12.2 在根据合同第 10 条和第 11 条规定的检验期和质量保证期内，如果卖方对买方提出的索赔负有责任，卖方应按照买方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜：
- 12.2.1 在法定的退货期内，卖方应按合同规定将货款退还给买方，并承担由此发生的一切损失和费用，包括利息、银行手续费、运费、保险费、检验费、仓储费、装卸费以及为保护退回货物所需的其它必要费用。如已超过退货期，但卖方同意退货，可比照上述办法办理，或由双方协商处理。
- 12.2.2 根据货物低劣程度、损坏程度以及买方所遭受损失的数额，经买卖双方商定降低货物的价格，或由有权的部门评估，以降低后的价格或评估价格为准。
- 12.2.3 用符合规格、质量和性能要求的新零件、部件或货物来更换有缺陷的部分或 / 和修补缺陷部分，卖方应承担一切费用和 risk 并负担买方所发生的一切直接费用。同时，卖方应按合同第 10 条规定，相应延长修补或更换件的质量保证期。
- 12.3 如果在买方发出索赔通知后 7 日内，卖方未作答复，上述索赔应视为已被卖方接受。如卖方未能在买方提出索赔通知后 7 日内或买方同意的更长时间内，按照本合同第 12.2 条规定的任何一种方法解决索赔事宜，买方将从合同款中扣回索赔金额。如果这些金额不足以补偿索赔金额，买方有权向卖方提出不足部分的补偿。

13. 延迟交货

- 13.1 卖方应按照“货物需求一览表及技术规格”中买方规定的时间表交货和提供服务。
- 13.2 如果卖方无正当理由延迟交货，买方有权提出违约损失赔偿或解除合同。
- 13.3 在履行合同过程中，如果卖方遇到不能按时交货和提供服务的情况，应及时以书面形式将不能按时交货的理由、预期延误时间通知买方。买方收到卖方通知后，认为其理由正当的，可酌情延长交货时间。

14. 违约赔偿

- 14.1 除合同第 15 条规定外，除非拖延是根据合同一般条款 13.3 条的规定取得同意而不计取违约金之外，如果卖方没有按照合同规定的时间交货和提供服务，买方可要求卖方支付违约金。违约金按每周迟交货物或未提供服务交货价的 0.5% 计收。但违约金的最高限额为迟交货物或没有提供服务的合同价的 5%。一周按 7 日计算，不足 7 日按一周计算。如果达到最高限额，买方有权解除合同。

15. 不可抗力

- 15.1 如果双方中任何一方遭遇法律规定的不可抗力，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于不可抗力所影响的时间。
- 15.2 受事故影响的一方应在不可抗力的事故发生后尽快书面形式通知另一方，并在事故发生后7日内，将有关部门出具的证明文件送达另一方。
- 15.3 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商在未受事故影响一方收到书面通知后7日内达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

16. 税费

- 16.1 与本合同有关的一切税费均适用中华人民共和国法律的相关规定。

17. 合同争议的解决

- 17.1 买卖双方在本合同履行过程中如有争议，应协商解决。如协商不成，可由相应主管部门调解。如协商或调解不成，可以按下列任一种方式解决争议：
- 17.1.1 向买方所在地人民法院提起诉讼；
- 17.1.2 提请北京仲裁委员会仲裁。
- 17.1.2.1 仲裁裁决应为最终裁决，当事人一方在规定时间内不履行仲裁机构裁决的，另一方可以申请人民法院强制执行。
- 17.1.2.2 除仲裁另有裁决外，仲裁费用由败诉方承担。
- 17.2 在合同争议解决期间，除争议涉及内容外，合同其他部分应继续履行。

18. 违约解除合同

- 18.1 在卖方违约的情况下，买方可向卖方发出书面通知，部分或全部终止合同。同时保留向卖方追诉的权利。
- 18.1.1 卖方未能在合同规定的限期或买方同意延长的限期内，提供全部或部分货物，按合同第 14.1 的规定可以解除合同的；
- 18.1.2 卖方未能履行合同规定的其它主要义务的；
- 18.1.3 在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为的。
- 18.1.3.1 “腐败行为”和“欺诈行为”定义如下：
- 18.1.3.1.1 “腐败行为”是指提供/给予/接受或索取任何有价值的东西来影响买方在合同签订、履行过程中的行为。
- 18.1.3.1.2 “欺诈行为”是指为了影响合同签订、履行过程，以谎报事实的方法，损害买方的利益的行为。
- 18.2 在买方根据上述第 18.1 条规定，全部或部分解除合同之后，应当遵循诚实信用原则，

全部或部分购买与未交付的货物类似的货物或服务，卖方应承担买方购买类似货物或服务而产生的额外支出。部分解除合同的，卖方应继续履行合同中未解除的部分。

19. 破产终止合同

- 19.1 如果卖方破产导致合同无法履行时，买方可以书面形式通知卖方，单方终止合同而不给卖方补偿。但买方必须以书面形式告知同级政府采购监督管理部门。该合同的终止将不损害或不影响买方已经采取或将要采取的任何行动或补救措施的权利。

20. 转让和分包

- 20.1 政府采购合同不能转让。
- 20.2 除卖方已在投标文件中载明分包及其相关内容外，卖方不得分包。
- 20.3 接受分包的人应当具备相应的资格条件，并不得再次分包。分包后不能解除卖方履行本合同的责任和义务，接受分包的人与卖方共同对买方连带承担合同的责任和义务。

21. 合同修改

- 21.1 买方和卖方都不得擅自变更本合同，但合同继续履行将损害国家和社会公共利益的除外。如必须对合同条款进行改动时，买卖双方须共同签署书面文件，作为合同的补充，并报同级政府采购监督管理部门备案。

22. 通知

- 22.1 本合同任何一方给另一方的通知，都应以书面形式发送，而另一方也应以书面形式确认并发送到对方明确的地址。

23. 计量单位

- 23.1 除技术规范中另有规定外，计量单位均使用国家法定计量单位。

24. 适用法律

- 24.1 本合同应按照中华人民共和国的法律进行解释。

25. 履约保证金

- 25.1 本合同卖方应按照合同特殊条款的约定向买方提交履约保证金。
- 25.2 履约保证金用于补偿买方因卖方不能履行其合同义务而蒙受的损失。
- 25.3 履约保证金应使用本合同货币，按下述方式之一提交：
- 1) 买方可接受的在中华人民共和国注册和营业的银行，按招标文件提供的保函格式，或其他买方可接受的格式。
 - 2) 支票、汇票、本票、网上银行支付、金融机构或担保机构出具的保函等非现金形式。

- 25.4 如果卖方未能按合同规定履行其义务，买方有权从履约保证金中取得补偿。质量保证期结束后 30 日内（详见特殊条款），如果卖方提供的货物、服务没有发生质量问题，或发生质量问题已经得到卖方妥善解决，满足合同要求的，买方将把履约保证金无息退还卖方。

26. 合同生效和其它

- 26.1 政府采购项目的采购合同内容的确定应以招标文件和中标人的投标文件为基础，不得违背其实质性内容。政府采购项目的采购合同自签订之日起七个工作日内，应当将合同报同级政府采购监督管理部门和有关部门备案。
- 26.2 本合同经双方法定代表人/负责人或授权代表签字并加盖公章之日起生效。
- 26.3 本合同一式 七 份，具有同等法律效力。买方 三 份，卖方 三 份，采购代理机构 一 份。
- 26.4 下述合同附件为本合同不可分割的部分并与本合同具有同等效力：
- 1) 供货范围及分项价格表
 - 2) 技术规格
 - 3) 交货时间及交货批次
 - 4) 服务承诺

27. 其他约定

(三) 合同书

_____ (买方) _____ (项目名称) 中所需 _____ (货物名称)
经 _____ (招标机构) 以 _____ 号招标文件在国内 _____ (公开/邀请) 招标。经评标委员会评定, _____ (卖方) 为中标人。买、卖双方同意按照下面的条款和条件, 签署本合同。

本合同是否为中小企业预留合同: ☐是/☐否

1. 合同文件

下列文件构成本合同的组成部分, 应该认为是一个整体, 彼此相互解释, 相互补充。为便于解释, 组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下:

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 合同条款
- d. 投标文件 (含澄清文件)
- e. 招标文件 (含招标文件补充通知)

2. 货物和数量

本合同货物: _____

数量: _____

3. 合同总价

本合同总价为: _____ 元人民币。

分项价格: _____

4. 付款方式

本合同的付款方式为: _____

5. 本合同货物的交货时间及交货地点

交货时间: _____

交货地点: _____

6. 合同的生效

本合同经双方法定代表人/负责人或授权代表签字并加盖公章后生效。

买 方 (盖章):

卖 方 (盖章):

年 月 日

年 月 日

法定代表人/负责人或

授权代表（签字）：_____

法定代表人/负责人或

授权代表（签字）：_____

地 址：_____

地 址：_____

邮政编码：_____

邮政编码：_____

电 话：_____

电 话：_____

开户银行：_____

开户银行：_____

账 号：_____

账 号：_____

履约验收方案：

1. 验收由需方（采购人）负责实施；

2. 验收依据：

2.1 合同、招标文件、投标文件；

2.2 供方提供的技术规格、经需方（采购人）认可的合同货物的有效检验文件；

2.3 供方投标文件中提供的经需方（采购人）认可的合同货物的验收标准（符合中国有关的国家、地方、行业标准）和检测办法及相应检测手段。

3. 供方应派员在所供货物到需方（采购人）处时进行到货验收，有需要时能联系产品制造商到场共同验收，若发现任何损坏及质量问题，供方负责妥善处理直至需方（采购人）满意，由此产生的费用由供方承担。

4. 验收费用：验收产生的费用，属于首次验收过程中产生的，由需方（采购人）承担；属于首次验收不合格，重新验收过程中产生的，由供方承担。

5. 验收合格的条件：

5.1 所供货物符合产品标准和及合同的要求；

5.2 在进行测试和验收过程中发现的问题已被解决并得到采购人的认可；

5.3 合同中规定的所有货物和材料均已交付；

5.4 所供货物已通过使用单位组织的验收；

5.5 所有相关的技术文件及资料均已提交并得到接受。

5.6 供方应派员在所供货物到需方（采购人）处时进行到货验收，有需要时能联系产品制造商到场共同验收，若发现任何损坏及质量问题，供方负责妥善处理直至需方（采购人）满意，由此产生的费用由供方承担。

风险管控措施：

在履行本合同的过程中，确因在现有水平和条件下难以克服的技术困难，导致研究开发部分或全部失败所造成的损失，风险责任由采购方承担 50%，供方承担 50%。

本项目风险责任确认的方式：双方协商。

第七章 投标文件格式

投标人编制文件须知

- 1、投标人按照本部分的顺序编制投标文件（资格证明文件）、投标文件（商务技术文件），编制中涉及格式资料的，应按照本部分提供的内容和格式（所有表格的格式可扩展）填写提交。
- 2、对于招标文件中标记了“实质性格式”文件的，投标人不得改变格式中给定的文字所表达的含义，不得删减格式中的实质性内容，不得自行添加与格式中给定的文字内容相矛盾的内容，不得对应当填写的空格不填写或不实质性响应，否则**投标无效**。未标记“实质性格式”的文件和招标文件未提供格式的内容，可由投标人自行编写。
- 3、全部声明和问题的回答及所附材料必须是真实的、准确的和完整的。

一、资格证明文件格式

投标文件（资格证明文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（ 资 格 证 明 文 件 ）

项目名称：

采购编号：

投标人名称：

1 满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定

1-1 营业执照等证明文件

投标人资格声明书

致：采购人或采购代理机构

在参与本次项目投标中，我单位承诺：

- （一）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；
- （二）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；
- （三）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；
- （四）参加政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录（重大违法记录指因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚，不包括因违法经营被禁止在一定期限内参加政府采购活动，但期限已经届满的情形）；
- （五）我单位不属于政府采购法律、行政法规规定的公益一类事业单位、或使用事业编制且由财政拨款保障的群团组织（仅适用于政府购买服务项目）；
- （六）我单位不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务后，再参加该采购项目的其他采购活动的情形（单一来源采购项目除外）；
- （七）与我单位存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系”的其他法人单位信息如下（如有，不论其是否参加同一合同项下的政府采购活动均须填写）：

序号	单位名称	相互关系
1		
2		
...		

上述声明真实有效，否则我方负全部责任。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年__月__日

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

2 落实政府采购政策需满足的资格要求

2-1 中小企业政策证明文件

说明：

（1）本项目（包）专门面向中小企业采购，投标文件中须提供《中小企业声明函》或《残疾人福利性单位声明函》或由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件，且建议在资格证明文件部分提供。

（2）温馨提示：为方便广大中小企业识别企业规模类型，工业和信息化部组织开发了中小企业规模类型自测小程序，在国务院客户端和工业和信息化部网站上均有链接，投标人填写所属的行业和指标数据可自动生成企业规模类型测试结果。本项目中小企业划分标准所属行业详见第二章《投标人须知资料表》，如在该程序中未找到本项目文件规定的中小企业划分标准所属行业，则按照《关于印发中小企业划型标准规定的通知（工信部联企业〔2011〕300号）》及《金融业企业划型标准规定》（银发〔2015〕309号）等国务院批准的中小企业划分标准执行。

中小企业声明函（货物）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；制造商为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

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

.....

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

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

中小企业声明函（工程、服务）格式

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（北京农业职业学院）的（智慧商贸类专业实训室升级改造）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.（防静电地板拆除搬运），属于（其他未列明行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2.（设备拆除搬运），属于（其他未列明行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

3.（地板安装），属于（其他未列明行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

4.（综合布线），属于（其他未列明行业）行业；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员_____人，营业收入为_____万元，资产总额为_____万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

以上企业，不属于大企业的分支机构，不存在控股股东为大企业的情形，也不存在与大企业的负责人为同一人的情形。

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：_____

日期：_____

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

残疾人福利性单位声明函格式

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位（**请选择**）：

☐ 不属于符合条件的残疾人福利性单位。

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：_____

日 期：_____

3 投标保证金凭证/交款单据电子件

二、商务技术文件格式

投标文件（商务技术文件）封面（非实质性格式）

投 标 文 件

（商务技术文件）

项目名称：

采购编号：

投标人名称：

1 投标书（实质性格式）

投标书

致：（采购人或采购代理机构）

我方参加你方就_____（项目名称，采购编号）组织的招标活动，并对此项目进行投标。

1. 我方已详细审查全部招标文件，自愿参与投标并承诺如下：

（1）本投标有效期为自提交投标文件的截止之日起___个日历日。

（2）除合同条款及采购需求偏离表列出的偏离外，我方响应招标文件的全部要求。

（3）我方已提供的全部文件资料是真实、准确的，并对此承担一切法律后果。

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

2. 其他补充条款（如有）：_____。

与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____

传真_____

电话_____

电子函件_____

投标人名称（加盖公章）_____

日期：____年__月__日

2 授权委托书（实质性格式）

授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人），现委托_____（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、提交、撤回、修改_____（项目名称）投标文件和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：自本授权委托书签署之日起至投标有效期届满之日止。

代理人无转委托权。

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

委托代理人（签字或签章）：_____

日期：____年____月____日

附：法定代表人（单位负责人）及委托代理人身份证明文件电子件：

说明：

1. 若供应商为事业单位或其他组织或分支机构，则法定代表人（单位负责人）处的签署人可为单位负责人。
2. 若投标文件中签字之处均为法定代表人（单位负责人）本人签署，则可不提供本《授权委托书》，但须提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》；否则，不需要提供《法定代表人（单位负责人）身份证明》。
3. 供应商为自然人的情形，可不提供本《授权委托书》。
4. 供应商应随本《授权委托书》同时提供法定代表人（单位负责人）及委托代理人的有效的身份证或护照等身份证明文件电子件。提供身份证的，应同时提供身份证**双面**电子件。

法定代表人（单位负责人）身份证明

致：（采购人或采购代理机构）

兹证明,

姓名: _____ 性别: _____ 年龄: _____ 职务: _____

系_____（投标人名称）的法定代表人（单位负责人）。

附：法定代表人（单位负责人）身份证或护照等身份证明文件电子件。

--

投标人名称（加盖公章）：_____

法定代表人（单位负责人）（签字或签章）：_____

日期: 年 月 日

3 开标一览表（实质性格式）

开标一览表

采购编号：_____ 项目名称：_____

序号	投标人名称	投标报价	
		大写	小写

注：此表中投标报价应和《投标分项报价表》中的总价相一致。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年____月____日

4 投标分项报价表（实质性格式）

投标分项报价表

采购编号：_____ 项目名称：_____

报价单位：人民币元

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

注：

1.如果不提供分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

2.上述各项的详细规格（如有），可另页描述。

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

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年__月__日

5 合同条款偏离表（实质性格式）

合同条款偏离表

采购编号：_____ 项目名称：_____

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

注：“偏离情况”列应据实填写“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年__月__日

6 采购需求偏离表（实质性格式）

采购需求偏离表

采购编号：_____ 项目名称：_____

序号	招标文件条 目号（页码）	招标文件要求	投标响应内容	偏离情况	说明

- 注：
- 1.对招标文件中的所有商务、技术要求，除本表所列明的所有偏离外，均视作供应商已对之理解和响应。此表中若无任何文字说明，内容为空白的，**投标无效**。
 - 2.未按招标文件提供证明材料的视为负偏离。
 - 3.“偏离情况”列应据实填写“无偏离”、“正偏离”或“负偏离”。

投标人名称（加盖公章）：_____

日期：____年__月__日

7 本国产品标准证明文件

关于符合本国产品标准的声明函

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

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

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

.....

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：1.产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

2.生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

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

4.该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

5.该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

产品成本占比承诺函

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

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

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

注：

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

8 招标文件要求提供或投标人认为应附的其他材料