

数字商业产业学院配套实训项目

公开招标文件

采购单位名称：内蒙古商贸职业学院

采购代理机构名称：内蒙古自治区公共资源交易中心

项目编号：**NMGZC-G-H-240157**

2024年05月27日

目 录

第一章 投标邀请

第二章 投标人须知

第三章 招标内容与技术要求

第四章 投标人应当提交的资格、资信证明文件

第五章 评标

第六章 合同与验收

第七章 投标文件格式与要求

第一章 投标邀请

内蒙古自治区公共资源交易中心受内蒙古商贸职业学院委托，采用公开招标方式组织采购数字商业产业学院配套实训项目。欢迎符合资格条件的投标人参加投标。

一.项目概述

1.名称与编号

项目名称：数字商业产业学院配套实训项目

项目编号：NMGZC-G-H-240157

采购计划备案号：项目流水号[2024]09789号

2.内容及划分采购包情况

包号	货物、服务和工程名称	数量	采购需求	预算金额（元）
1	数字商业产业学院配套实训	1	详见招标文件	2,850,000.00

二.投标人的资格要求

1.投标人应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

2.开标后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单，相关信用情况通过“信用中国”网站、中国政府采购网等渠道查询。

3.落实政府采购政策需满足的资格要求：（如属于专门面向中小企业采购的项目,投标人应为中小微企业、监狱企业、残疾人福利性单位）。

4.本项目的特定资格要求：

合同包1（数字商业产业学院配套实训）：无

三.获取招标文件的时间、地点、方式

详见招标公告

其他要求：

本项目采用“不见面开标”模式进行开标（投标人无需到达开标现场，开标当日在投标截止时间前登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”参加远程开标）。请投标人使用投标客户端严格按照招标文件的相关要求制作和上传电子投标文件，并按照相关要求参加开标。

四.招标文件售价

本次招标文件的售价为0元人民币。

五.提交投标文件截止时间、开标时间和地点

详见招标公告

六.联系方式

采购代理机构名称：内蒙古自治区公共资源交易中心

地址：内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区敕勒川大街6号政务服务大楼

联系人：张雪梅

联系电话：5617242；质疑受理联系电话：0471-5332613，联系人：阮佳

采购单位名称：内蒙古商贸职业学院

地址：内蒙古自治区呼和浩特市赛罕区罗家营高职园区内蒙古商贸职业学院

联系人：孙鹏飞

联系电话：18686022243

第二章 投标人须知

一.前附表

序号	条款名称	内容及要求
1	划分采购包情况	共 1 包
2	采购方式	公开招标
3	开标方式	不见面开标
4	评标方式	现场网上评标
5	评标方法	包 1 （数字商业产业学院配套实训）：综合评分法
6	获取招标文件时间	详见招标公告
7	保证金缴纳截止时间 （同投标文件提交截止时间）	详见招标公告
8	电子投标文件递交	加密的电子投标文件 1 份，电子投标文件在投标截止时间前上传至内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台。技术支持电话： 400-0471-010 转 2 键
9	投标文件数量	（ 1 ）加密的电子投标文件 1 份（需在投标截止时间前上传至“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”） （ 2 ）若现场无法使用系统进行电子开评标的，投标人须开标现场递交非加密电子版投标文件 U 盘（或光盘） 0 份。 （ 3 ）纸质投标文件（正本） 0 份；纸质投标文件（副本） 0 份。
10	中标人确定	采购人授权评标委员会按照评审原则直接确定中标（成交）人。
11	联合体投标	包 1 ： 不接受
12	采购代理机构代理费用	无
13	代理费用收取方式	不收取
14	代理费用收取标准	不收取。
15	投标保证金	数字商业产业学院配套实训：保证金人民币： 0.00 元整。
16	电子投标文件 签字、盖章要求	应按照第七章“投标文件格式与要求”，使用单位电子签章（ CA ）进行签字、加盖公章。 说明：若涉及到授权代表签字的可将文件签字页先进行签字、扫描后导入加密电子投标文件。

17	投标客户端	投标客户端需要投标人登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”自行下载。 下载地址： https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn/gp-auth-center/login?systemRegion=150001&systemRegion=150001
18	是否专门面向中小企业采购	采购包1：非专门面向中小企业
19	有效投标人家数	符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质性响应的投标人不足三家的，应予废标；投标人不足三家的，不得开标；合格投标人不足三家的，不得评标。
20	报价形式	合同包1（数字商业产业学院配套实训）:总价
21	现场踏勘	否
22	其他	兼投兼中： - 现场演示，投标供应商到内蒙古自治区公共资源交易中心9楼进行现场演示，演示时间不超过15分钟，演示内容及要求详见技术标准与要求和评分标准，投标供应商自备所需设备进行演示。

二.投标须知

1.投标方式采用网上投标，流程如下：

投标人应当在内蒙古自治区政府采购云平台申请或注册账号，完善信息后，才可进行网上投标操作，办理流程请登录内蒙古自治区政府采购网（<https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn>）进行查询。

投标人登录内蒙古自治区政府采购网页面，点击“政府采购云平台”，输入用户名、密码、验证码完成登录后，点击左侧“交易执行—应标—项目应标”，在未参与项目列表中选择要投标的项目，点击项目的“未参与项目”按钮，进入项目投标信息页面，在右侧选择要投标的采购包，填写“联系人姓名”、“联系人手机号”、“联系人邮箱”等信息点击“确认参与”按钮后，获取所投项目招标文件，并按照招标文件的要求制作、上传电子投标文件。

2.投标保证金

2.1投标保证金缴纳（如需缴纳保证金）

本采购项目支持“电子保函”和“虚拟子账户”两种方式收取投标保证金，同时允许投标人按照相关法律法规自主选择以支票、汇票、本票、保函等非现金形式缴纳保证金。

2.1.1投标人选择“电子保函”方式缴纳保证金的，在所投项目下采购包选择电子保函模式，跳转到内蒙古自治区金融服务平台开具电子保函，投标人需要确保在开标之前完成电子保函的开具。

2.1.2投标人选择“虚拟子账户”方式缴纳保证金的，在进行投标信息确认后，应通过“交易执行—应标—项目应标—已参与项目”，选择缴纳银行并获取对应不同采购包的缴纳金额以及虚拟子账号信息，并在开标时间前，缴纳至上述账号中。付款人名称必须为投标单位全称，且与其投标信息一致。

若出现账号缴纳不一致、缴纳金额与投标人须知前附表规定的金额不一致或缴纳时间超过开标时间，将导致保证金缴纳失败。投标人应认真核对账户信息，将投标保证金足额汇入以上账户，并自行承担因汇错投标保证金而产生的一切后果。投标人在转账或电汇的凭证上应按照“项目编号：***、采购包：***的投标保证金”格式注明，以便核对。

2.1.3投标人选择以支票、汇票、本票、保函等非现金形式缴纳保证金的，投标人将相关证明材料原件扫描添加至投标文件中，同时现场提供证明材料。

2.1.4缴纳保证金时间以保证金到账时间为准，由于投标保证金到账需要一定时间，请投标人在投标截止前及早缴纳。

2.2投标保证金的退还

投标人在投标截止时间前放弃投标的，自所投采购包结果公告发出后5个工作日内退还，但因投标人自身原因导致无法及时退还的除外。

未中标人投标保证金，自中标通知书发出之日起5个工作日内退还；中标人投标保证金，自政府采购合同签订之日起5个工作日内退还。

2.3有下列情形之一的，投标保证金将不予退还：

- (1) 中标后，无正当理由放弃中标资格的；
- (2) 中标后，无正当理由不与采购人签订合同的；
- (3) 在签订合同时，向采购人提出附加条件的；
- (4) 不按照招标文件要求提交履约保证金的；
- (5) 在签订合同时，投标人要求修改、补充和撤销投标文件的实质性内容的；
- (6) 投标文件中提供虚假材料的；
- (7) 与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通的；
- (8) 投标人在提交投标文件截止时间后，撤回投标文件的；
- (9) 法律法规和招标文件规定的其他情形。

3.全流程电子化交易

各投标人应当在内蒙古自治区政府采购云平台开展与本项目有关的政府采购活动。

各投标人应当在响应文件开启时间前上传加密的最终版电子响应文件至“内蒙古自治区政府采购网”，未在响应文件开启时间前上传电子响应文件的，视为自动放弃。投标人因系统问题无法上传电子响应文件时，请在工作时间及时拨打联系电话400-0471-010。

各投标人应当使用数字证书或者政府采购云平台生成的账号密码登录电子交易系统进行系统操作，并对其操作行为和电子签名、电子印章确认的事项承担法律责任。

3.1远程不见面方式（投标人无需到现场）

投标人使用“投标客户端”编制、签章、生成加密投标文件，同时生成“备用标书”，投标人自行留存，涉及“加盖公章”的内容应使用单位电子公章完成。

投标人的法定代表人或其授权代表应当按照本项目招标公告载明的时间等要求参加开标，在开标时间前30分钟，应当提前登录电子交易系统确认联系人姓名与联系电话。

开标时，投标人应当使用 CA 证书在开始解密后30分钟内完成全部已投标采购包的投标文件在线解密，若出现系统异常情况，工作人员可适当延长解密时长。如在开标过程中出现意外情况导致无法继续进行，由代理机构会同采购人决定是否允许投标人导入“备用标书”继续开标。本项目采用电子评标，只对开标环节验证通过的电子投标文件进行评审。投标人在参加开标以前自行对使用电脑的网络环境、驱动安装、客户端安装以及CA证书的有效性等进行检测，保证可以正常使用。具体要求请通过“内蒙古自治区政府采购网-政采业务指南”查询相关操作手册。

开标时出现下列情况的，采购人、采购代理机构应当视为投标人不再参与政府采购活动。

- (1) 投标人未在规定时间内完成电子投标文件在线解密的；
- (2) CA证书无法解密投标文件的；
- (3) 投标人自身原因造成电子投标文件未能解密的。

3.2现场网上方式（投标人需到现场）

投标人使用“投标客户端”编制、签章、生成加密投标文件，同时生成“备用标书”，由投标人自行刻录、存储，涉及“加盖公章”的内容应使用单位电子公章完成。投标人必须保证电子存储设备能够正常读取“备用标书”，电子存储设备（U盘或光盘）表面、外包装上应简要载明项目编号、项目名称、投标单位名称等信息。

投标人的法定代表人或其授权代表应当按照本项目招标公告载明的时间和地点参加开标。开标时，投标人应当使用 CA 证书完成全部已投标采购包的投标文件在线解密。如在开标过程中出现意外情况导致无法继续进行，由代理机构会同采购人决定是否允许投标人导入“备用标书”继续进行。本项目采用电子评标，只对开标环节验证通过的电子投标文件进行评审。

开标时出现下列情况的，采购人、采购代理机构应当视为投标人不再参与政府采购活动。

- (1) CA证书无法解密投标文件的；
- (2) 投标人未按招标文件要求提供“备用标书”的；
- (3) 投标人自身原因造成电子投标文件未能解密的。

4.投标人可以通过“交易执行-应标-项目应标-已参与项目”查看有无本项目信息。

三.说明

1.总则

本招标文件依据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》和《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（财政部令第87号）及国家和自治区有关法律、法规、规章制度编制。

投标人应仔细阅读本项目信息公告及招标文件的所有内容（包括澄清或者修改），按照招标文件要求以及格式编制投标文件，并保证其真实性，否则一切后果自负。

本次公开招标项目，是以招标公告的方式邀请非特定的投标人参加投标。

2.适用范围

本招标文件仅适用于本次招标公告中所涉及的项目和内容。

3.相关费用

投标人应自行承担所有与准备、参加投标有关的费用。不论投标结果如何，采购人或采购代理机构均无义务和责任承担相关费用。

4.各参与方

4.1“采购人”是指依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。本招标文件的采购人特指内蒙古商贸职业学院。

4.2“采购代理机构”是指集中采购机构和集中采购机构以外的采购代理机构。本招标文件的采购代理机构特指内蒙古自治区公共资源交易中心。

4.3“投标人”是指向采购人提供货物、工程或者服务的法人、其他组织或者自然人。

4.4“评标委员会”由采购人代表和评审专家组成。

4.5“中标人”是指取得与采购人签订合同资格的投标人。

5.合格的投标人

5.1符合本招标文件规定的资格要求，并按照要求提供相关证明材料。

5.2单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动。

5.3为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的投标人，不得再参加该采购项目的其他采购活动。

6.以联合体形式进行政府采购的，应符合以下规定：

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

6.2联合体各方均应当具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件，并在投标文件中提供联合体各方的相关证明材料。

6.3联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。

6.4联合体中有同类资质的投标人按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的投标人确定资质等级。

6.5以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他投标人另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

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

6.7如要求缴纳保证金，以联合体牵头人名义缴纳，对联合体各方均具有约束力。。

7.语言文字以及计量单位

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

7.2所有计量均采用中华人民共和国法定的计量单位。

7.3所有报价一律使用人民币，货币单位：元。

8. 现场踏勘

8.1招标文件规定组织踏勘现场的，采购人或者采购代理机构按招标文件规定的时间、地点组织潜在投标人踏勘项目现场。

8.2投标人自行承担踏勘现场发生的责任、风险和自身费用。

8.3采购人在踏勘现场中介绍的资料和数据等，不构成对招标文件的修改或不作为投标人编制投标文件的依据。

9.其他条款

无论中标与否，投标人递交的投标文件均不予退还。

四.招标文件的澄清或者修改

采购人或采购代理机构对已发出的招标文件进行必要的澄清或修改的，澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或者采购代理机构应当在投标截止时间至少**15**日前，在“内蒙古自治区政府采购网”上发布更正公告进行通知；不足**15**日的，采购人或者采购代理机构应当顺延提交投标文件截止时间，更正公告的内容为招标文件的组成部分，投标人应自行上网查询，采购人或采购代理机构不承担投标人未及时关注相关信息的责任。

五.投标文件

1.投标文件的构成

投标文件应按照招标文件第七章“投标文件格式与要求”进行编写，可以增加附页，并作为投标文件的组成部分。

2.投标报价

2.1 投标人应按照第三章“招标内容与技术要求”进行报价。投标总价中不得包含招标文件要求以外的内容，否则，在评审时不予核减。

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

2.3 投标报价不得有选择性报价和附加条件的报价。

2.4 投标文件报价出现前后不一致的，按下列规定修正：

- （1）投标文件中开标一览表（报价表）内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表（报价表）为准；
- （2）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；
- （3）单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表（报价表）的总价为准，并修改单价。
- （4）总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

修正后的报价投标人应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字确认后产生约束力，但不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容，投标人不确认的，其投标无效。

2.5投标人应在“投标客户端”对【报价部分】进行填写，“投标客户端”软件将自动根据投标人填写信息在线生成“开标一

览表（报价表）”、“分项报价表”，若在响应文件中出现非系统生成的“开标一览表（报价表）”、“分项报价表”，且与“投标客户端”生成的“开标一览表（报价表）”、“分项报价表”信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

3. 投标有效期

3.1 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。

3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，采购人以书面形式通知所有投标人延长投标有效期。同意延长投标有效期的投标人少于3个的，招标人应当重新招标。投标人同意延长的，应相应延长其投标保证金的有效期，但不得要求或被允许修改或撤销其投标文件；投标人拒绝延长的，其投标失效，但投标人有权收回其投标保证金。

4. 投标文件的递交

投标人应当在投标截止时间前递交投标文件，否则视为自动放弃投标。

5. 投标文件的修改和撤回

投标人在投标截止时间前，可以对所递交的投标文件进行补充、修改或者撤回。投标人应当在投标截止时间前上传加密的最终版电子投标文件至“内蒙古自治区政府采购网-政府采购云平台”。

在提交投标截止时间后，投标人不得补充、修改、替代或者撤回其投标文件。

6. 样品

采购人、采购代理机构一般不得要求投标人提供样品，仅凭书面方式不能准确描述采购需求或者需要对样品进行主观判断以确认是否满足采购需求等特殊情况除外。

6.1 招标文件规定投标人提交样品的，样品属于投标文件的组成部分。样品的生产、运输、安装、保全等一切费用由投标人自理。

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

6.3 采购活动结束后，对于未中标投标人提供的样品，应当及时退还或者经未中标投标人同意后自行处理；对于中标投标人提供的样品，应当按照招标文件的规定进行保管、封存，并作为履约验收的参考。

六. 开标、评标、中标公告、中标通知书

1. 开标

1.1 程序

- （1）宣布纪律；
- （2）宣布相关人员；
- （3）投标人对已提交的加密文件进行解密，由采购人或者采购代理机构工作人员宣布投标人名称、投标价格和招标文件规定需要宣布的其他内容（以开标一览表要求为准）；
- （4）参加人员对开标结果进行确认；
- （5）开标结束。

1.2 疑义

投标人代表对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人、采购代理机构相关工作人员有需要回避情形的，应当场提出询问或者回避申请。采购人、采购代理机构对投标人代表提出的询问或者回避申请应当及时处理。

投标人对远程不见面方式过程和开标记录有疑义，应在“政府采购云平台-远程开标大厅”中提出，采购代理机构应及时查看、回复。

1.3 备注说明

- 1.3.1 投标人不足3家的，不得开标。
- 1.3.2 开标时,投标人使用 CA证书参与投标文件解密，投标人用于解密的 CA证书应为生成、加密、上传投标文件的同一CA证书。

2.资格审查

- 2.1 公开招标采购项目开标结束后，采购人或者采购代理机构应当依法对投标人的资格进行审查，以确定投标人是否具备投标资格。
- 2.2 资格审查中有任意一项未通过的，审查结果为未通过，未通过资格审查的投标人按无效投标处理。
- 2.3 信用记录查询
- 查询渠道：通过“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)和“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）进行查询；
- 查询截止时点：本项目资格审查时查询；
- 查询记录：对列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单、信用报告进行查询；
- 采购人或采购代理机构应当按照查询渠道、查询时间节点、查询记录内容进行查询，并存档。对信用记录查询结果中显示被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的投标人作无效投标处理。

资格审查表

数字商业产业学院配套实训

具有独立承担民事责任的能力	审查投标人营业执照等证明文件或者身份证明。
具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	审查投标人提供的2022或2023年度经会计师事务所出具的财务审计报告或其基本开户银行出具的近一年内的银行资信证明
有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	审查投标人提供的依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料，具体内容如下。 1.提供递交投标文件截止之日前一年内（至少三个月）的良好缴纳税收的相关凭据。（以税务机关提供的纳税凭据或银行入账单为准） 2.提供递交投标文件截止之日前一年内（至少三个月）缴纳社会保险的凭证。（以专用收据或社会保险缴纳清单为准） 注：其他组织和自然人也需要提供缴纳税收的凭据和缴纳社保的凭据。依法免税或不需要缴纳社会保障资金的投标人，应提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金
具有履行合同所必须的设备和专业技术能力	审查投标人提供的具有履行合同所必须的设备和专业技术能力的声明函（格式自拟）。
参加采购活动前3年内，在经营活动中没有重大违法记录	审查投标人参加本次投标活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。
信用记录	开标结束后资格审查时，投标人未被列入失信被执行人、税收违法黑名单、政府采购严重违法失信行为记录名单。

- 3.评标
- 详见第五章

- 4.中标公告
- 中标人确定后，采购代理机构在内蒙古自治区政府采购网上发布中标结果公告，同时将中标结果以公告形式通知未中标的投标人，中标结果公告期为1个工作日。

5.中标通知书

发布中标结果的同时，中标人可自行登录“内蒙古自治区政府采购网--政府采购云平台”打印中标通知书，中标通知书是合同的组成部分，中标通知书对采购人和中标人具有同等法律效力。

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

七.询问、质疑与投诉

1.询问

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

2.质疑

2.1 投标人认为招标文件、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。

投标人在法定质疑期内应当一次性提出针对同一采购程序环节的质疑。

提出质疑的投标人应当是参与所质疑项目采购活动的投标人。

潜在投标人已依法获取其可质疑的招标文件的，可以对该文件提出质疑。对招标文件提出质疑的，应当在获取招标文件或者招标文件公告期限届满之日起7个工作日内提出。

2.2 采购人、采购代理机构应当在收到投标人的书面质疑后7个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑投标人和其他有关投标人，但答复的内容不得涉及商业秘密。

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

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

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

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，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

投标人可以委托代理人进行质疑，代理人提出质疑时应当提交投标人签署的授权委托书。其授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。

2.5 投标人提交的质疑函，应按照内蒙古自治区政府采购网中的“质疑函范本”制作。

2.6 接收质疑函的方式。为了使提出的质疑事项在规定时间内得到有效答复、处理，质疑可以由法定代表人或授权代表亲自将质疑函递交至采购人或采购代理机构，也可以通过邮寄、快递等方式提交。质疑函以邮寄、快递方式递交的，以邮寄件上的戳记日期、邮政快递件上的戳记日期和非邮政快递件上的签注日期为质疑提起日期。

接收质疑函的联系部门、联系电话、通讯地址（详见第一章 投标邀请）。

3.投诉

3.1 质疑人对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出书面答复的，可以在答复期满后15个工作日内向财政部门提起投诉。

投标人投诉的事项不得超出已质疑事项的范围，但基于质疑答复内容提出的投诉事项除外。

3.2 投诉人投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉采购人、采购代理机构（以下简称被投诉人）和与

投诉事项有关的投标人数量提供投诉书的副本。投诉书应当包括下列内容：

- （一）投诉人和被投诉人的姓名或者名称、通讯地址、邮编、联系人及联系电话；
- （二）质疑和质疑答复情况说明及相关证明材料；
- （三）具体、明确的投诉事项和与投诉事项相关的投诉请求；
- （四）事实依据；
- （五）法律依据；
- （六）提起投诉的日期。

投诉人为自然人的，应当由本人签字；投诉人为法人或者其他组织的，应当由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。

3.3投诉人提交的投诉书，应严格按照内蒙古自治区政府采购网中的“投诉书范本”制作。

第三章 招标内容与技术要求

一. 项目概况

具体要采购的内容包括：电商校园供应链生态平台、电子商务综合实训平台、直播实战运营及课程系统、电子商务数据分析应用实训系统、新媒体营销实训平台、电商运营实战课程、市场营销综合实训与竞赛系统、新媒体营销课程、好主播网红打造项目和配套信息化建设等。服务商贸流通系市场营销专业群所涵盖的专业市场营销专业（网络营销、商务数据分析与应用等课程）、电子商务专业（电子商务基础、电子商务与物流、移动商务、跨境网商创业、企业电子商务运营数据分析、数据分析报告写作技巧、网络营销与策划、网店运营与推广实务、创新思维与创业实践等课程）、连锁经营与管理专业（品类管理、连锁企业仓储管理等课程）、现代物流管理专业（物流技术与装备、仓储管理、采购与供应管理、供应链管理等课程）。

二.主要商务要求、技术要求

合同包1（数字商业产业学院配套实训）

1.主要商务要求

标的提供的时间	自合同签订日起120天
标的提供的地点	采购人指定地点
投标有效期	从提交投标（响应）文件的截止之日起90日历天
付款方式	1期：支付比例100%，验收合格后，65天内付款100%
验收要求	1期：按照合同约定履行 按照工作内容全部完成，并符合约定的商务技术标准。首次验收时若不符合要求的，甲方有权要求乙方返工，直至质量达到验收标准
履约保证金	不收取
其他	售后服务要求： 1.质量保证：质保期3年，中标人保证所提供货物(设备)是全新的、未使用过的全新产品，且所有的配件均符合国家质量检测标准。 2.安装调试：在货物(设备)到达指定地点7日前，中标人需派专业人员到安装现场进行详细的考察。货物(设备)到达指定地点后，派专业技术人员和厂家的工程师共同对所有设备进行免费的安装、调试，直至设备正常运行。 3.响应时间：中标人接到使用单位报修通知后，4小时响应，8小时内电话做出维修方案，如8个小时内无法通过电话解决问题，中标人需派维修人员在接到报修报告后24个小时到达用户现场予以维修，直到解除故障为止。

2.技术标准与要求

序号	核心产品 （“△”）	品目名称	标的名称	单位	数量	分项预算单价（元）	分项预算总价（元）	面向对象情况	所属行业	招标技术要求
1		其他计算机软件	数字商业产业学院 配套实训项目	批	1.00	2,850,000.00	2,850,000.00	否	软件和信息 技术服务业	详见附件一

附表一：数字商业产业学院配套实训项目 是否允许进口：否

参数性质	序号	具体技术(参数)要求								
		序号	任务 明细	设备规格型号/工程规模（结构类型）					单位	数量

电商校园供应链生态平台是一个融合电商和物流全流程的平台，与商城前端、商家后台、仓储管理流程和功能模块一致，帮助学生熟悉真实电商和物流流程操作，让学生在走向相关企业岗位时能够快速上手。该平台可以满足电子商务专业和物流管理专业核心课程日程实训教学，可以实现电商运营、电商营销、客服售后、出入库管理、库存盘点等基本流程操作实训，实现真实的电商平台化销售实践。

功能清单：

一、 学校管理端功能要求

（1）权限管理

▲1.组织架构管理：设置不同的人员对于后台的操作权限，支持功能（菜单+各页面操作）权限，数据权限；支持权限的重新设置、编辑、停用和启用；设置操作权限的子账号登录后，仅可以管理该账号权限所具备的菜单和功能操作；

▲2.系统支持开设2个店铺，1个店铺支持真实电商实战业务，提供20个账号（分组教学）；一个店铺支持虚拟实训业务的分离，提供60个账号（分组教学），含5年升级运维服务。

二、 学生端功能要求

（1）店铺开设模块

1.系统提供店铺设置模块，学生可以自定义店铺经营类目、经营品类、店铺logo、店铺简介、店铺运费模板等；

2.系统提供自定义商品属性，学生可以自定义设置商品的属性描述；

●3.系统提供客服设置模块，学生可以在线接待店铺访客，并可以使用管理后台，可查看实时监控、历史数据、会话记录；设置接待组、访客端、客服端。

4.系统提供物流设置，学生可以设置多个退货地址和发货地址，并对地址进行管理；

●5.系统提供配送设置，学生可以设置店铺发货常用物流快递商、运费计算方式及运费模板，也可以通过配置商品编码，实现与物流管理系统对接；系统提供单品运费模板。

（2）商品管理模块

1.提供多个一级类目、二级类目，让学生根据实训要求选择合适的类目进行新商品的添加；

2.提供完善的商品标题、商品规格参数（产地、尺寸、重量等）、商品属性（属性可自定义）、商品展示图片、商品详细介绍、商品发布至移动端、售后物流（运费）库存、价格、销售方式、售后说明、是否可使用优惠券等内容设置功能，能够全面展示商品信息；

3.提供在售商品查询功能，学生可以通过商品名称、商品编码、SKU编码、商品货号、店铺分类、库存区间进行快速查询商品；

4.提供在售商品管理功能，支持批量下架商品。修改能够实现对在售商品的管理，包括商品信息修改、商品上架、库存维护等操作；

▲5.提供商品发布功能，系统会校验设置的商品内容，校验成功会同步平台，待平台审核完成后可上架；

（3）评价管理模块

1.提供商品评价查询功能，学生可以通过商品名称、SKU编码、评价时间、评价等级、订单编号等信息进行精确搜索，以便于快速定位商品评价范围；

1	电商校园供应链生态平台（核心产品） 2.提供商品评价回复功能，学生可以针对每条商品评价，对当前评价进行回复，可多次回复； （4）订单管理模块 提供订单查询功能，学生可以从订单号、下单时间、订单状态等信息精准查询店铺订单； ▲3.系统提供订单导出功能，可将选中订单批量导出，支持批量订单导出； （5）促销管理模块 1.提供优惠券管理功能，学生可以新建管理店铺优惠券，可以通过优惠券名称进行筛选和查询。 2.提供多种促销活动，包括优惠券、满减满折、限时折扣、裂变券、新人价、新人券管理等； 3.提供优惠促销管理功能，学生可以根据促销类型、活动时间、sku编码、促销状态等维度进行搜索和筛选，可以针对不同状态活动，可以执行查看、暂停和重启等不同操作； （6）会员管理模块 1. 提供会员信息查询功能，学生可以通过用户名、手机号等进行快速筛选搜索； 2. 提供管理会员功能，学生可以进行管理会员； （7）物流管理模块 1.提供发货地址和退货地址设置功能，学生可以新建和编辑地址信息； ●2.提供配送设置功能，学生可以设置店铺发货常用物流快递商、运费计算方式及运费模板；与众多快递公司合作，并完成订单履约； 3.提供配置不同运费模板功能，学生可以设置店铺运费模板，可以为特定区域添加对应区域的运费模板，如设置区域运费模板、同城配送模板； ●4.系统可以与物流仓库系统数据对接，实现订单全流程信息化，实现电商物流全流程的场景体验。 （8）售后管理模块 1.系统提供售后查询功能，学生可以通过退款/售后单号、申请时间、订单编号、退款/售后类型、退款/售后状态等快速查询售后信息； 2.系统提供售后申请详细信息查看，学生可以查看用户申请售后的详细信息； 3.系统提供售后管理操作功能，学生可以对用户的售后申请执行相关的审核操作（同意、拒绝）； （9）店铺管理模块 1.可支持PC端店铺首页、商品详情页、活动页的装修功能，并支持从支持PC端店铺首页到商品详情页、活动页之间的跳转； ▲2.提供PC端装修的基础组件包含轮播图、等分图片、图片组合、商品、楼层标题、热词，可单击或拖拽添加； ▲3.系统店铺装修提供页面装修过程中的实时预览，帮助学生更好的查看店铺装修效果和调整当前的装修设计； 三、技术要求： 1. 采用spring cloud微服务架构，基于DDD领域模型将复杂的商城业务拆分成多个单一职责的微服务，而后根据具体的业务场景选择该微服务适合的开发语言及存储。	套1
---	--	----

	同时每个服务具备高扩展性，高稳定性； 2. 前端商城采用 Taro 框架，实现 H5 和小程序一套代码提高开发效率，前端组件化方便满足商城部分的高度定制。前端运营后台部分采用微前端架构，解耦前端子模块框架的使用方便子模块的接入，主框架采用 Vue、Vuex、Vue-router，整体采用组件模块化的思想，方便以后的扩展和修改以及定制化开发。 3. 每个微服务部署在独立容器中，根据业务场景确定微服务的部署规模；每个微服务对外提供rest api。服务间通过http进行通讯。前后端数据分离，可适配PC终端。 4. 系统采用SAAS化部署，减少服务器等硬件基础设备采购成本，同时能够同步使用最新升级版软件。	
	一、智能摄影系统，1套 （1）用户管理系统模块：根据不同的客户建立专用自主账号用于控制整个系统 （2）场景管理系统模块：（应用系统）软件，直播室灯光控制软件，通过云服务器配置场景参数。支持多个场景及每个场景光效 ≥8端口控制。一键完成场景灯光配置。 （3）设备管理模块、相机配置模块、数控灯光系统模块：客户端能够根据服务器的数据，完成某一场景的相机控制，快门速度，白平衡，光圈大小，感光度白平衡及对灯光的开启 关闭 亮度流明 色温的控制。配置了绿幕，实现虚拟场景直播。 （4）平台控制系统模块：提供RESTFUL的访问接口，提供WEB接入界面供不同形式的管理者进行套系，场景，用户，设备参数的录入及配置。 二、相机套机，1套 机身半画幅，是用一块3250万像素的APS-C影像传感器、DIGIC8图像处理。 1、产品尺寸（mm）：约长140.7mm*宽104.8mm*高76.8mm； 2、产品净重（g）：约619 g(仅机身)； 3、对焦系统：快速型混合自动对焦(相位检测自动对焦+对比度检测自动对焦)； 4、对焦方式：单次自动对焦，人工智能伺服自动对焦，人工智能自动对焦，手动对焦； 5、取景器类型：电子取景器； 6、液晶屏类型：触摸屏； 7、液晶屏尺寸：≥3英寸； 8、最高分辨率：≥6960×4640； 9、镜头：24-105全幅头（红圈）； 10、焦距范围 24-105mm 等效焦距24-105mm； 11、光圈叶片数：10片； 12、最大光圈F4 最小光圈F22； 13、最大放大倍率 0.24X； 14、支持4挡镜头防抖； 15、环形USM超声波马达 对焦 三、数控阵组，1套 基于modbus控制模块8-32路模块。 1、外箱尺寸：约40*12.7*35cm； 2、箱体钢板厚度：≥2mm；	

2	智能摄影系统	3、开启方式：机械密码、电子、钥匙； 4、箱体门板厚度：≥5mm； 5、箱子里是模块、中控等； 四、收音设备，1个 1、频率响应：≥30Hz-18KHz； 2、灵敏度：高灵敏； 3、麦克风直径：≥1cm； 4、信噪比：≥90dB； 5、插头直径：≥3.5mm； 五、柔光箱，3个 灯光柔光质感。 1、尺寸：≥70*100cm； 2、安装方式：制式卡口； 六、八角柔光箱，2个 灯光柔光质感。 1、尺寸：≥80cm； 2、安装方式：制式卡口； 七、绿幕，1套 便携式可升降绿幕加厚不漏光，尺寸：2.6m*3M； 八、200WLED灯，4个 定制功率强，色温稳定。 1、功率：≥200W； 2、摄像视频类类别：常亮补光灯； 九、100WLED灯，2个 定制功率强，色温稳定。 1、功率：≥100W； 2、摄像视频类类别：常亮补光灯； 十、视频采集卡，1个 采集降噪处理。 1、类别：视频采集卡 USB3.0 4K环出 十一、三脚架，1个 1、脚管锁类型：旋钮式； 2、管径：≥25.2mm； 3、最高工作高度：≥1470mm； 4、最低工作高度：≥350mm； 十二、承载平台，1套 1、采用1.1mm镀锌钢板经过数控机床冲孔折弯； 2、25*25*1.2mm镀锌方钢经二保焊； 3、采用1.1mm镀锌钢板剪切； 4、采用Ø20 45#圆钢；	套	1
---	--------	---	---	---

5、经车床加工，配40*200*4mm、4*4*200*4mm钢板焊接，表面采用黑色亮光烤漆，经过高温炉烤制而成；

十三、服务费（采购、安装），1次

2人上门安装及差旅费，安装时间一周。

十四、培训（现场），1次

1人现场操作培训1-2天（设备安装时间内），后期远程答疑指导。

十五、培训（远程），1年

后期远程答疑指导

一、课程要求

（一）线上课程资源

1.直播电商课程：课程应讲解如何通过直播与短视频来为电商引流的要点知识和干货技巧，可帮助学者建立品牌和粉丝效应。课程资源要求：

1) ▲交付物：PDF课件≥54个，页数≥1000页，课时合计≥54课时；课程视频数量≥54个；

2) 交付形式：线上平台交付

3) 课程大纲应包含：

直播版块

电商直播市场分析与直播卖货玩法

直播账号运营

直播基础操作解析

主播选拔管理及自我修养

直播前准备

直播电商团队搭建

▲OBS推流工具使用

直播方案设计及规划

直播脚本撰写

直播控场技巧

粉丝/客户运营

▲直播间数据分析技巧及流量闭环设计

直播实操（线下演练）：可根据以上所学内容，进行一场真实带货直播

短视频版块

基础运营

短视频算法

内容创作

粉丝运营

吸引客户资源

职业素养版块

职业素养培养

▲直播带货实操演练，在主流电商平台进行实操带货

2. 项目运营实践课程：为帮助院校学生更加轻松、充分的对接直播电商相关的竞赛，为学生提供直播运营实践的专项课程。课程资源要求：

1) 交付物：课程视频数量≥5个

2) 交付形式：线上平台交付

3) 课程应包括直播运营实战课程、项目运营实践赛事入门三部曲，可协助学生直播实践运营的学习。

（二）线下培训课程

课程应讲解如何通过直播与短视频来为电商引流的要点知识和干货技巧，帮助学者建立品牌和粉丝效应。培训内容要求：

1. 交付形式：线下交付

2. 课时≥40课时

3. 课程大纲应包含：

直播团队搭建

主播素养

如何创建直播

直播间优惠券使用

直播间工具使用

粉丝互动方法

产品讲解思路解析

产品策划方案编辑

脚本撰写

直播实施

策划案撰写

直播活动整体营销思路解析

直播活动的策划与筹备方案撰写

直播活动的实施与执行策略

脚本撰写

用户购物路径及产品讲解模型介绍

单场脚本制作9步法

单场脚本制作流程

单场脚本排品设计

直播案例分析

直播案例分析

家电类双十一直播案例分析

农产品及其他特殊类目直播案例分析

4. 支持在真实直播平台，进行真实直播带货实操演练

5. 可提供100张结业证书

二、平台要求

（一）提供真实直播平台，应支持如下内容：

1. 直播平台应支持正式及测试直播，直播过程中产生的订单应为真实销售订单；

2. 支持实时战绩大屏显示

1) 显示信息要求

a) ▲直播场次信息：应包含直播间ID、直播标题、开始时间、直播时长、数据更新时

		间、数据更新倒计时等基础信息； b) ●核心数据概览：应包含直播中引导的预估成交金额、成交单量等核心跟单数据，以及直播间访问人次、新增粉丝数等互动流量数据； c) 核心数据分钟走势：应可展示直播中的成交金额、成交件数及访问人数累计数据实时趋势图，可通过鼠标点击进行指标切换； d) 主播信息：应包含主播名称、主播头像等个人信息，分享直播战绩的同时进行个人宣传推广。		
3	直播实战运营及课程系统	3. 智能直播功能 1) ▲支持智能助理功能：智能助理可以在直播间协助主播为用户解决一些商品基础问题，支持主播主动开启/关闭智能助理开关； 2) 支持问题管理功能 （1）支持自主创建问题： a) 支持新增问答：创建问题不限个数； b) ●支持输入相似提问：同一个问题支持录入多个相似提问； c) ●支持智能生成提问：根据输入的问题名称，可自动生成多个相似提问； d) 支持针对问题输入答案。 （2）支持编辑问题：支持对已添加的问题和答案进行编辑操作。 （3）支持删除问题： a) 针对添加的问题和答案，支持手动逐个删除； b) 相似提问支持全部删除； （4）支持推荐问题： a) 手动选择推荐后，支持用户在直播间提问时，自动将该问题默认推荐出来； b) 支持取消推荐：取消推荐后，用户在直播间提问时，则该问题不会推荐出来。 4. 支持查看数据中心-内容分析 1) 数据概览功能要求 a) ▲指标应包括：曝光人数、点击人数、曝光点击率、浏览人数、引商人数、引商率、日成交父单量、日成交金额等指标； b) ▲时间可选择范围：自定义时间段 2) 直播间详情功能要求 a) 可展示内容：直播间id、直播标题、直播时间、统计日期、流量数据、互动数据、转化数据、成交数据； b) 支持查看订单明细：可显示订单的商品名称、商品id、子订单号、下单用户名、下单时间、下单金额等信息。 5. 支持查看数据中心-商品分析 1) 商品分析功能要求 a) 次日更新：每天更新前一天数据，满足全面复盘使用； b) 多维度数据展示：支持主播筛选日期范围，统计数据覆盖购物袋及通过直播引导的商品，支持按商品汇总排行及分直播间查询商品热销情况； c) ▲指标卡与趋势图指标：应包括日引导成交商品件数、日引导成交金额、引导成交商品件数、引导成交金额；	套	1

- d) ▲指标卡数据应为所选时间段内的对应指标累计数据，趋势图随指标卡切换；
- 2) 表格区域功能要求
- a) 热销商品数据-按商品：可以按统计时间段汇总商品销售数据，应包括日、引导成交商品件数、成交子单量、成交金额、成交人数、引导商详、引导加购等相关数据；
- b) ●热销商品数据-按直播间：可以按统计时间段汇总每场直播引导带来的商品销售数据，应包括日、引导成交商品件数、成交子单量、成交金额、成交人数、引导商详、引导加购等相关数据；
6. 支持查看数据中心-人群分析
- 1) 用户分析功能要求
- a) ●筛选器：应包括用户行为类型、用户类型、直播间id，默认直播间id为空，查询为主播视角数据，根据用户行为进行计算，若输入直播间id则自动切换为直播间视角分析，根据开播日期开始 用户行为计算；
- 2) 图表区域功能要求
- a) ●基础特征：应包括性别、年龄、学历、职业等；
- b) ▲地域区域：可根据用户常用收货地区进行统计，地域包括常用收货省份、常用收货城市；
- c) 消费力区域：用户的购物特征，可根据消费力可辅助制定营销策略与选品，展示消费力情况，包括促销敏感度、购买力、购买偏好；
7. 平台部署及账号要求
- 1) 直播平台应支持SaaS化部署；
- 2) 5年升级运维服务
- 3) 可提供有直播权限账号数量≥10个。
- （二）提供数字化教学平台，应支持如下内容：
1. 学习中心功能要求
- 1) 账号登录（可凭手机号和密码登录）
- 2) 账号登录后拥有独立的个人中心，可以在个人中心选择课程学习
- 3) 支持在线学习视频课、文档课
- 4) 支持在线找回密码
- 5) 支持在线补充/修改个人信息：证件类型、证件号码、学历、出生年月日、所在地区等。
2. 后台管理功能要求
- 1) 支持管理员后台进行课程管理，包括添加课程、内容信息配置、课程资源上传，便于授课使用；
- 2) 支持管理员后台进行考务管理，包括新增题库、考试管理、考试统计等功能。
3. 技术参数要求
- 1) 应系统采用B/S架构，易于升级和维护，便于数据的管理并能充分保证数据的安全，数据敏感信息加密存储，应用脚本注入及数据库SQL注入等安全问题；
- 2) 应采用java/J2EE标准技术，三层架构，可靠的业务模块和组装等技术手段，充分保证系统的运行稳定、可靠、高效性；
- 3) 应在界面展示、网络传输、业务逻辑处理等多个层面保证系统的效率；；
- 4) 在系统交互上，界面应采用简单明了的表达方式，菜单树型结构、弹出式窗口、关

		联带出内容自动填充；具有缺省值、操作提示功能； 5) 软件功能应符合业务管理人员操作习惯，能灵活地定义参数和处理规则； 4. 平台部署及账号要求 1) 教学平台应支持SaaS化部署； 2) 可用时限≥5年 3) 可提供学员账号数量≥50个 4) 可提供管理员账号数量≥1个		
4	好主播网	直播运营提升项目（直播）不低于200课时导师入校，可分学期、分年级交付，课程大纲包含以下内容 一、直播平台选择及模式解析 1不同直播平台的特点及区别 2如何选择适合自己的直播平台 3纯佣金带货模式玩法 4服务费+佣金带货模式玩法 5短视频+直播带货模式玩法 6品牌如何玩转直播带货 二、直播间数据精细化运营 1直播间数据标准化流程全拆解 2数据驱动下的直播间流量获取策略 3直播间执行过程中的数据化管理 4用户数据化管理方法 5直播间流量获取渠道策略与计划管理 三、直播间销量提升秘籍 1直播间“人、货、场”布局策略 2直播间高效选品及竞品数据分析 3直播间商品结构排布策略 4直播间商品排序的黄金法则 5商品价格矩阵建设方法 四、主播专业能力修炼 1主播职业如何正确定位 2平台规则及极限词拆解分析 3教你如何选择适合自己的直播赛道 4主播素质提升 5表达状态提升三个维度解析 6产品核心卖点挖掘方法 7高级主播养成5个步骤及实施步骤 五、直播间控场技巧与策略 1直播间极致控场玩法 2优质场控话术引导策略 3千万级直播间控场玩法解析	套	1

红打造	六、千万及主播直播话术拆解		
	1优质开场话术塑造及实战演练		
	2直播话术结构拆解分析		
	3如何通过话术打爆直播间		
	4直播间高转化话术产出技巧		
	5主播如何玩转直播间自然流		
	6直播间高客单价精准狙击玩法		
	七、从0大1教你快速进行账号搭建		
	1自带流量的6种起名方式		
	2好简介让用户快速路转粉		
	3绝对吸睛的封面设计技巧		
	4账号快速定位让用户过目不忘		
	5超级人设快速打开顾客心智		
	6八维模型快速拆解对标账号		
	八、短视频爆款内容打造手段		
	1如何快速定位视频主题		
	2爆款视频具备的元素及选题策略		
	3短视频制作步骤及黄金公式		
	4短视频算法推荐逻辑		
	九、“硬核”技能提升短视频剪辑技术		
	1玩转手机视频拍摄功能		
	2视频拍摄必备的工具介绍		
	3简单易操作的手机拍摄技巧		
	4如何用手机轻松剪出视频大片		
	5VLong视频及微电影拍摄的镜头语言		
	6十种火爆的短视频后期思路		
	7短视频账号基础信息维护		
	十、短视频快速变现玩法		
	1短视频电商快速变现模式		
	2高效利用视频流量实现精准变现		
	3短视频私域流量打造策略		
	4平台高效变现案例拆解		
	可提供供应链选品及平台商家资源，引入不低于30款商家商品（可更新）		
	一、平台功能		
	支持供应链数据分析、运营数据分析、市场数据分析、电子商务数据分析、快速消费品数据分析、连锁经营数据分析等课程的教学与实训。		
	该训练模块主要以供应链数据分析专员、市场数据分析专员、运营数据分析专员等岗位的知识技能要求为导向，覆盖宏观数据分析方法论和微观数据分析方法，让学员从动手到动脑，从观察数据变化到分析数据变化，通过多场景、多情境，使学员更深入的洞察市场和行业发展趋势，了解品牌和产品在市场中的占比，熟悉数据分析在企业真实商业情境中如何预判和指导商业活动，如何精准有效的指导运营和产品定价，通		

过大量电子商务数据分析实操任务训练，使学生具备更专业的数据分析的能力，更高效更科学的解决问题的能力。

二、系统要求

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

▲2、系统实训任务包含电子商务数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写五大模块，任务数不少于20个。

其中市场数据分析包含行业数据分析、竞争数据分析；

运营数据分析包含客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析；

产品数据分析包含产品行业数据分析、产品能力数据分析

数据监控与报告撰写包含数据监控、数据分析报告撰写两大任务；

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

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

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

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

7、软件提供动态数据，支持数据实时监控和异常情况反馈。

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

9、自主研发在线表格处理工具，满足常用算数需求和表格处理；

10、采用微服务架构和实现多任务级负载需求，支持不同量级用户并发需求；

三、功能模块

（一）教师端：

1、班级管理

（1）查看班级：查看班级学生登录名、真实姓名、状态情况等；

（2）学生状态确定：对班级学生进行激活或冻结操作；

（3）编辑学生：对学生的基本信息进行修改，且可对学生密码进行重置；

1

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

4、案例库

案例库包含数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写五大领域案例。

5、常用工具

系统内置多种数据分析工具，包含生意参谋、百度指数、千牛卖家工作台等工具，内置丰富电子商务交易数据。

6、实训成绩：成绩汇总，实训成绩查看。

7、模拟考试：进入模拟考试，根据题意作答。

6

电商数据分析

共包括六个模块，即电子商务数据化运营概述、数据采集与处理方案的制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与数据分析报告撰写。通过学习，学员能够理解电子商务数据分析的内涵、意义、作用、思路、工具；认识电子商务数据化运营理念；掌握数据采集和处理方案撰写，通过数据分析目标，明确数据指标类型、数据获取渠道并对数据进行初步整理；掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下的数据分析目标，开展数据监控和分析，及时发现数据异常并进行运营优化，完成数据分析报告的撰写。线上交付

课程：135课时 作业：41个 测验：21个 资料：88页

套

1

一、内容要求

系统紧跟产业发展趋势和行业人才需求，将企业从事数字营销活动所需要的具体工作要求融入实训内容，面向搜索排名优化、搜索竞价营销、推荐引擎营销等关键工作领域，要求学生围绕某一细分行业下的一家销售型企业，结合给定的企业数据与市场数据，分析竞争对手、用户画像，确定市场定位、制定数字营销策略，并借助数字媒体平台进行品牌数字营销实施与优化，增加企业网站曝光度，提升品牌认知度。通过实训系统，考查学生的目标市场选择与定位、目标用户分析与定位、竞争策略分析、数字营销策划、数字营销实施、数字化品牌传播、数据分析和团队合作等方面的能力。系统需是一个兼具实训和教师在线教学双重功能的理实一体化综合性实训系统，让学生知道应该做什么、怎么做，从而为其就业打下坚实的基础，使得教学项目与工作任务并行，经过教、学、做、测、评、赛六大步骤来完成对学生的绩效考核和教学评价，致力于将学生打造成为掌握数字营销技能的复合型人才。

二、技术要求

1、系统采用B/S架构，支持最新的HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。

2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。

3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。

4、系统前端采用流行的Html5框架layui、jQuery等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现B/S平台多终端适应。

5、系统支持主流数据库，数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜

		索及检索速度，提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制，如：防SQL注入、敏感数据加密处理。 三、功能要求 1、账号控制。教师账号可以管理学生账号，包括开放与关闭学生账号，初始化数据等操作。 2、教师账号可以分配任务，以分配推广公司的形式分配营销任务，需至少包含10套练习题。 3、教师账号具备推广控制、时间控制、登陆信息管理、清除经营数据等功能。 4、可以查看该教师账号下学生的账户报告、计划报告、单元报告、关键词报告、SEO关键词报告、人群标签报告等。 5、学生账号要提供企业背景信息，包括具体的品牌信息和产品信息。 6、要提供数据分析，包括搜索词分析、热搜词分析、用户画像分析、用户地域时间分析、人群兴趣出价分析。 7、搜索词分析要提供关键词的展现、点击、点击率、推荐出价等数据。 8、用户画像分析要按照性别、年龄、婚姻状态、教育水平、人生阶段、长期兴趣等维度提供行业分布数据和TGI分布数据。 9、提供搜索排名查询功能，反馈企业搜索排名。 10、搜索竞价营销模块要具备推广地域和推广时段设置功能，推广时间要具体到星期下的时间点。 11、搜索竞价营销模块添加推广关键词时可以按照关键词查询方式查找关键词，提供关键词的搜索量、推荐价格等，关键词添加后提供预估排名、质量度。 12、搜索竞价营销模块添加后的关键词可进行修改出价。受修改后出价的影响，市场竞争环境应发生改变，对于质量分不为“0”的关键词，其预估排名会随之发生动态变化。 13、搜索竞价营销模块结束后，可反馈展现、点击量、消费等营销数据。 14、搜索竞价营销模块结束后，需显示具体推广计划、推广单元、关键词的展现、点击、消费、平均点击价格等数据。 15、推荐引擎营销提供按照投放区域、投放媒体、投放受众的方式进行精准、多方位的目标受众定向，力求在竞争中以最低的营销成本获取最优推广效果。 16、推荐引擎营销模块结束后，可反馈展现、点击量、消费等营销数据。 17、推荐引擎营销模块结束后，需显示具体推广计划、推广单元、人群的具体展现、点击、消费、平均点击价格等数据。 18、搜索排名优化模块提供首页与产品服务页的标题、关键词优化功能，可即时反馈SEO值。 19、系统需满足3个连续周期的数字营销推广工作，每个周期结束后，系统根据学生操作情况反馈营销效果数据。 20、系统需提供配套课程学习资源，包括PPT、教学仿真录屏等，满足理实一体化教学。		
7	数字营销 理实一体化系统		套	1
		一、内容要求 系统面向品牌策划、品牌推广、营销策划、新媒体营销等典型工作任务，从品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、		

8	品牌策划与推广理实一体化实训系统	品牌策划与推广实战六个模块入手，训练学生完成品牌调查与分析、市场分析与选择、品牌定位、品牌策划、品牌设计、品牌营销规划、创意策划、内容制作与分发、品牌活动策划、活动管控、品牌策划方案撰写、商业汇报等技能，以及培养学生的团队合作、沟通表达、商业礼仪等职业素养。 实训系统需是一个兼具实训和教师在线教学双重功能的理实一体化综合性实训系统，让学生知道应该做什么、怎么做。系统从岗位能力出发，通过对方案策划工作知识点及技能点的细化梳理，使学生能够循序渐进的掌握方案策划的思维逻辑，经过教、学、做、测、评五大步骤来完成对学生的绩效考核和教学评价，致力于将学生打造成为掌握品牌策划及推广技能的复合型人才。 二、技术要求 1、系统采用B/S架构，支持最新的HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。 2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。 3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。 4、系统前端采用流行的Html5框架layUI、jQuery等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现B/S平台多终端适应。 5、系统支持主流数据库，数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。 6、系统采用安全处理机制，如：防SQL注入、敏感数据加密处理。 三、功能要求 1、平台包含预习、测验、作业、实训等教学内容。 2、平台支持查看导学功能，方便教师和学生把握课程整体情况、教学内容、课程目标等内容。 3、学生账号展示预习、实训任务、单元测试等学习资源，针对实训任务和单元测试，依据学生操作反馈任务记录或测试记录。 4、课件类学习资源可以在线进行评价、问答、笔记、纠错等功能。 5、系统学生端应包含品牌分析与定位、品牌策划与设计、品牌营销规划、品牌推广内容策划、品牌推广活动策划、品牌策划与推广实战、综合实训至少20个实训任务。 6、品牌分析与定位模块，包含市场分析、品牌资产分析、品牌定位等任务，实现应用品牌五星模型进行品牌资产分析，实现应用品牌知觉图模型开展品牌定位。 7、品牌策划与设计模块，主要包含品牌个性定位等任务，并实现应用品牌个性量表对品牌个性进行分析与优化定位。 8、品牌营销规划模块，包含品牌营销目标制定、市场拓展规划、品牌传播规划、品牌产品定价等任务，实现运用基于OKR模型品牌目标地图开展品牌营销目标制定的任务、实现运用品牌媒体矩阵模型进行品牌传播规划任务。 9、品牌推广内容策划模块，包含推广海报策划与制作、推广软文策划与制作、推广视频策划与制作、内容投放策划等任务，提供在线图片编辑工具以支持必要的图文素材处理等任务操作，提供在线新媒体图文编辑工具实现软文策划与制作任务的操作，提供在线视频编辑工具支持推广视频策划与制作任务操作。 10、品牌推广活动策划模块，包含品牌活动内容策划、品牌活动宣传策划、品牌活动预算控制、品牌活动实施管控、品牌活动目标管理等任务，且系统依据活动路线图（ROADMAP）工具进行活动宣传策划任务操作，依据活动营销漏斗并采用平均分析、趋	套	1

	势分析等方法进行活动目标管理任务操作，运用甘特图等工具进行活动实施管控等任务操作。 11、品牌营销实战模块，包含品牌战略规划实战、新媒体海报营销实战、品牌活动策划实战、新媒体图文营销实战、品牌策划汇报实战等任务，其中新媒体海报营销及图文营销实战任务应提供新媒体图文线上编辑工具、H5海报线上编辑工具。 12、系统新媒体图文编辑模板不少于30套，应提供新媒体海报编辑模板不少于5套，（标题、分割、正文、图文、引导）图文排版元素不少于200个。 13、综合实训应针对高职市场营销赛项方案策划模块设置模拟实训任务，包括品牌战略规划实战、品牌活动策划实战、新媒体图文营销实战、品牌策划汇报实战。综合实训部分能满足10套题的训练。 14、每个实训任务都要具有清晰的任务说明，包括任务目标、任务背景、任务分析、任务操作等内容。 15、系统应提供品牌信息、产品信息等企业资料，市场环境信息、竞争对手信息等市场资料，消费者洞察数据、市场需求及价格预测数据、问卷调研数据、媒体数据、营销活动数据等必要数据资料，为品牌决策的制定做支撑。 16、学生账号具有学情分析功能，可以分析具体学习进度、学习成绩等信息。 17、教师账号可以对课程教学资源设置公开与非公开两种状态。 18、教师账号可以新增作业、新增考试，并查看待批考试与待批作业。 19、教师账号可以查看班级实训情况分析、学生实训情况分析、实训情况对比。 20、教师账号支持查看整体进度、参与人数、实训个数、作业个数等数据。 <u>21、系统需提供配套课程学习资源，包括PPT、教学仿真录屏等，满足教学需求。</u>	
	市场营销综合实训与竞赛系统采用国际先进的商业模拟训练模式，将学员分成若干小组模拟企业市场运作，每组学员分别模拟企业总裁、营销总监、大客户销售、渠道销售、终端销售、运营总监、财务总监7个角色组成企业核心团队，分别承担市场、直销、批发、零售、运营、财务等工作，进行市场调研与分析、制定营销计划，以项目式大客户直销、分销渠道批发和终端零售三种销售方式进行产品销售，并时刻分析市场变化、调整市场营销策略、分析企业盈亏等，提升专业技能。系统配套相关教学资源，既可以用于市场营销专业日常实训教学，亦可以作为市场营销技能大赛赛前强化训练，实现教赛结合、以赛促学、促教促改，有效提升教学效果。 一、技术要求 1、市场营销综合实训与竞赛系统应基于B/S架构设计，不需要安装客户端，通过浏览器访问，可支持基于校园网的应用。 2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力,引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。 3、系统支持主流数据库，如：SQL Server。数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。 4、系统采用安全处理机制，如：防SQL注入、敏感数据加密处理 5、系统的操作界面由经营状态和任务导航两部分组成。经营状态能够形象直观的显示企业的基本运营状态。采用典型工作任务驱动的方式开展教学，不能使用复杂的参数表、层层定义来实现各功能的模式。 6、系统需将规则嵌入到相应操作步骤中，针对每一步重要的操作采用确认提醒机制，	

			避免不必要失误。		
			7、系统需设计公司总裁、营销总监、直销经理、批发经理、零售经理、运营总监、财务总监7个角色；不同的身份具有不同的操作权限。		
			二、内容要求		
		市场营销综合实训与竞赛系统	1、支持并满足3年共12个季度模拟教学，能够模拟项目式大客户直销、分销渠道批发、终端零售三种销售方式； 2、系统针对直销的销售流程设计应包含但不限于：开发客户、投标报名、资格预审、购买标书、投标、中标公示等； 3、系统针对批发选单需自动判断在每个产品的每个市场各小组投入广告费用的多少，并按照由高到低的顺序进行排序，决定各小组选单顺序，并且可以允许多小组多市场同时进行订单选择； 4、系统需针对零售设计多类消费人群，包含但不限于：情感型、习惯型、理智型、冲动型、经济型、不定型，并针对不同消费人群设计不同的成交策略，提升学生在价格、促销、媒体广告等多方位策略组合的能力； 5、系统针对零售商应设定相应的参数，包括：市场覆盖率、市场敏感度、回款周期、管理费、进场费等； 6、系统需要针对特定的人群设计产品的流行功能和基本功能，且产品的流行功能应具有一定的流行周期； 7、系统可让学生针对不同的零售商和不同的产品自主设定多种促销活动，包含但不限于：满就送、多买折扣、买第几件折扣等。 8、系统需设计价格需求弹性系数等，锻炼学生针对价格和销售量进行分析和评估的能力； 9、系统需具有特殊任务功能，包括：产品型号管理、紧急采购、库存调拨等主要功能； 10、系统需设计多种数据分析模型，提升学生数据分析能力。包括:现金流量表、各组财务报表、市场占有率、直销中标公示、媒体中标信息、各组零售订单信息等； 11、系统教师端具有直销订单招标、批发订单竞标、媒体广告招标的控制功能； 12、系统教师端能够灵活进行系统期初设置；设置参数包括:市场需求倍率、购买标书费、贷款权益倍数、短贷还款期限(季度)、长贷还款期限(年)、生产线折旧率、变卖厂房收款帐期(季度)、客户开发费等。 13、系统有一个完整的闭环考核流程。 ▲14、系统需提供配套课程学习资源，包括PPT、教学仿真录屏等，满足理实一体化教学。	套	1
			一、课程简介： 课程包含了店铺设置、产品上架、选品、店铺装修、店铺运营、订单处理、店铺营销、客户接待、数据分析等模块，可根据学校具体教学实训需求适配，着重于提升学生电商职业素养，培养学生电商运营、客服等岗位能力，让学生初步具备真实电商项目运营能力。 二、课时：合计325课时 交付形式：线下导师入校		

		三、课程资源与交付形式： 课程325课时： 教师手册（按册单独付费）：包含商品拍照及详情页制作、商品上架与标题撰写、店铺装修、营销推广、数据分析、活动策划、平台营销技能、客服技能的相关老师讲义指导及教学教法指引。 学生工作页（按册单独付费）：包含商品拍照及详情页制作、商品上架与标题撰写、店铺装修、营销推广、店铺数据分析、活动策划、平台营销及客服技能的相关学生学习指引和例题案例。 课程大纲： 1）店铺基础信息设置-PDF:33页 课时：5 商家后台介绍 店铺申请流程及资料准备 店铺基础信息设置 2）微信小程序-PDF:57页 课时：40 微信小程序注册与认证 小程序授权与发布 小程序基础设置 视频号直播带货流程 微信搜一搜 3）店铺维护-PDF:65页 课时：30 商品管理 商品规格管理 类目参数使用及管理 图片空间管理 视频管理 一键搬家使用 商品回收站 4）店铺装修-PDF:101页 课时：50 全店装修 活动页装修 店铺分类 5）选品与策划-PDF:47页 课时：30 知己知彼百战百胜之行业产品查阅 出奇制胜之自身优势明确定位 百发百中之匹配产品选择 6）订单处理-PDF:34页 课时：20 订单查询 配送管理 订单处理 逆向处理 7）客户管理-PDF:60页 课时：40		
10	《电商运营实战课程（线下）》		套	1

		客服工作台使用详情介绍 客服管理功能介绍 效率翻倍之客户查询 复购神器-会员管理秘籍 推己及人之客户洞察 8）营销推广-PDF:99页 课时：40 转化必备之基础营销 百花齐放之互动营销 拉新神器之客户营销 锦上添花之广告投放 赚钱神器CPS-商品推广 超级裂变之分销员 搜索神器SEM使用 9）流量推广-PDF:48页 课时：30 付费流量的介绍与认知 私域流量搭建与获取 裂变流量获取 地推流量获取 10）店铺数据分析-PDF:54页 课时：40 随时掌握实时数据 引爆流量之奥秘解析 高转化商品之路解剖 通过交易选择爆品 营销思路破解之玩法 万里挑一之客户画像分析		
11	高保真音箱	了如指掌之数据报表 1、室内壁挂式安装，角度可调节； 2、高强度工程环保塑料一次注塑成形； 3、具备号角式结构设计，在同等声压下可输出更大动态范围； 4、内置4×6寸的专业定制低音单元，94mm球顶高音单元；功率：60W；阻抗：8 欧姆；谐波失真：低音喇叭<5% ，高音喇叭<3%；灵敏度：90±3dB；外观尺寸： 约440*175*216mm。	个	2

12	2.4G无线麦克风	1、采用音频实时编解码专利技术，在48K采样频率情况下，保证音质的高保真、外壳采用高强度工程环保塑料一次注塑成形； 2、内置充电电池，支持本地音量调节及音量记忆，无外露天线低功耗设计，电磁辐射密度小于30uw/cm2，工作在2.4GHz； 3、ISM频段，频率范围：2400 ~ 2483.5MHz.选取128个channel，每个channel的频带带宽为500KHZ，对应0~127个频点； 4、-85dBm的接收灵敏度，45dB的邻道抑制，30dB的镜像抑制； 5、有效接收距离不低于20米（开阔无障碍物，接收与发射处于静止状态下测试结果）背景噪音：无； 6、支持点对多点的动态接入方式。采用动态跳频和协议对码的方式，无线麦克风可接入到任何一个具有接收模块的设备中。对频后的依据自有协议双方采用动态协商及实时跳频方式进行通信，避免多个设备同时使用的相互串扰；	支	2
13	麦克风充电桩	1、需支持底部或者侧面固定安装方式。 2、支持2路无线麦克风同时充电，自带磁力吸附，即插即充。 3、支持远程后台管理，可检测充电、使用和归还状态。 4、需具备磁控锁管理功能，未授权时不可取出麦克风。 5、与智能融合终端无缝兼容。	套	1
14	智能云终端（教师端）	处理器 i7-12700 显卡：集成显卡 内存：8G内存 硬盘：1TB 操作系统：win10系统，预装正版简体中文操作系统；预装正版办公软件 网卡：集成千兆网卡 接口：1个麦克风接口、1个耳麦接口、2×USB 3.2 Gen1、2×USB 3.2 Gen2、1个USB 3.2 Gen1 Type-C、1个音频输出接口，1个音频输入接口、1个HDMI、1个DP、1个VGA、4×USB 2.0、1个RJ45、1个串口	台	1

15	多室合一 教学系统	1.支持屏幕广播暂停和播放，方便老师在广播教学的同时，回顾教案而不被学生知道； 2.支持屏幕广播标注，可以随时白板或黑板覆盖教学内容，进行专门的黑板教学讲解； 3.支持课堂练习，教师可以以当前屏幕内容为题，叠加进行课堂练习，课堂练习支持抢答、选择、判断、写作等方式，选择支持五选一，在回答结束后，教师能立即看到全班学生答题结果，并可进行即时讲评；(提供功能截图并加盖公章) 4.系统必须支持Windows 7和Windows 10操作系统，需提供操作系统厂家出具的多室合一产品对Windows操作系统兼容性的证明文件； 5.学生示范，学生可以遥控操作教师电脑，或者操作自己的电脑，进行全班演示和讲解，期间教师和其他学生可以看到该学生的操作画面，听到该学生的声音； 6.监视和辅导支持教师同时监视64个学生屏幕，具有暂停+自动轮循监视功能，有效掌握学生学习状况；(提供功能截图并加盖公章) 7.多频道教学支持16路数字频道教学；教师可以进行分组教学，任意调整各个频道的播放进度。教师可以指定学生学习指定频道，也可以让学生自主选择感兴趣的频道学习；(提供功能截图并加盖公章) 8.主要功能实现单键操作、单键恢复；功能操作反应迅速，稳定可靠；如遭遇计算机故障或网络中断等，计算机重新启动或网络修复后，自动恢复到当前教学状态。功能操作反应迅速，稳定可靠，对X86 CPU芯片兼容性高，优先运行多室合一软件，需提供主流X86 CPU芯片厂家出具的多室合一产品对芯片兼容性的证明文件；	套	1
----	--------------	---	---	---

16	智慧黑板	一、整机设计 1、 整机屏幕采用LED背光、A规屏，显示尺寸≥86英寸； 2、 屏幕图像物理分辨率≥3840×2160，显示比例：16：9，亮度≥350，可视角度≥178°，灰度分辨等级≥128灰阶。 3、 整机采用全金属外壳一体化设计，外部无任何可见内部功能模块连接线，不接受双边丝印功能图标设计，整体美观大方。 4、 显示区域采用防眩光钢化玻璃。表面至少可承受不小于 1.55 千克、高度不低于2m的自由下落钢球撞击后，设备无损伤、功能正常。 5、 整机采用红外触摸设计，书写高度≤2mm。 6、 任意信号通道下同时书写点数不低于20点，Windows系统下支持32点触控；且在红外接收器进行单点或多点（至少20点）遮挡后仍能正常书写，书写线体连贯、无断线。 7、 整机内置前朝向2×15W扬声器， 8、 整机提供前置按键：前面板具备不少于8个物理按键设计。 9、 整机提供前置接口：HDMI≥1，touch USB≥1，USB≥3，mic≥1。 10、 整机需配备Android和Windows双系统，可通过多种方式进行双系统的切换。 11、 整机侧置/下置接口（不包含前置接口）：HDMI输入≥3，VGA输入≥1，USB3.0输入≥1，TOUCH out USB3.0≥2，LAN≥1，RS232≥1，S/PDIF音频输出≥1，耳机≥1。 12、 内置Android系统，四核（A73*2+A53*2）处理器，主频≥1.5GHZ，内存≥3GB，存储空间≥16GB。 13、 采用OPS电脑方案，抽拉式且采用intel标准80pin接口，采用手转螺丝锁固定，无需工具即可快速拆卸OPS电脑模块；处理器：Intel Core 8代酷睿系列i5；内存：8G DDR4；硬盘：256G SSD；OPS电脑接口要求：USB3.0≥4，HDMI≥1。	台	1
17	交换机	产品类型 千兆以太网交换机 应用层级 二层；传输速率 10/100/1000Mbps； 交换方式 存储-转发；背板带宽≥240Gbps 包转发率≥78Mpps；端口参数：非模块化 端口：端口描述 48个10/100/1000Base-T以太网端口，≥4个1000Base-X以太网端口； 控制端口 ≥1个Console口；传输模式 全双工/半双工自适应	台	2

18	机柜	标准: 600*1000*1166 《22U》 符合ANSI/EIA RS-310-D、IEC297-2、DIN41494; PART1、DIN41494;PART7、GB/T3047.2-92; 兼容ETSI标准。 单开对称渐变条形通风孔白色钢化玻璃, 单开钣金后门, 前后门免焊加强筋结构, 美观牢固, 前后门配高级典雅锁; 静载800KG(带支架) 防护等级:IP20 主要材料:方孔条与安装梁: 耐指纹敷铝锌板; 其余: SPCC优质冷轧板; 镀铝锌板材质与安装梁, 设备安装时自动等电位; 方孔条安装圆孔, 消除调整误差, 大大提高设备安装面精度; 满足全尺寸PDU的竖装, 不占用设备安装空间; 上框处预留过线孔, 进出布线布线更方便自由, 强弱电布线分离; 过线孔可满足1000根6类线的过线需求 各主要部件预置有接地钉, 接地钉带护罩; 前后门配缓冲垫; 可同时安装脚轮和支脚; 厚度: 方孔条 2.0mm; 安装梁 1.5mm; 其余 1.2mm。 表面处理: 方孔条、安装横梁: 镀铝锌板 ; 其余: 脱脂、硅烷化处理 、静电喷塑 配置: 22U配1块、风扇4只、8位PDU电源一块、脚轮4只, 支只, 螺丝20套。	台	1
19	学生工位	颜色: 桌面材料为柚木色优质环保三聚氰胺板, 其基材为E1级、厚度为≥18mm优质环保的中密度纤维板, 前缘后成型包覆, 侧边优质环保≥2mm同色PVC封边, 桌基材为≥1.0MM一级冷轧钢板, 钢材均经酸洗、脱脂、表调、二度磷化、钝化等前处理, 表面静电喷涂优质热固性粉末涂料该涂料符合国家标准和GB/T13667.1-92规定 , 表面喷塑, 表面平整光滑, 无挂流、起料、皱皮、露底剥落、伤痕等影响表面的缺陷。钢架为模具冲压, 折弯点焊成型, 经酸洗、磷化等工艺处理, 选用优质粉末高压环保型静电喷涂, 经久耐用。	位	50
20	椅子	主要参数: 1、基材: 采用高回弹性PU不助燃泡棉, 软硬适中, 回弹性好, 不变形, 泡棉密度≥38。采用优质颐达网布饰面, 无瑕疵, 透气性强, 柔软富有韧性。2、根据人体工程学原理设计, 金属镀铬弯管椅脚, 钢管直径≥25MM, 钢管壁厚≥2.0MM, 椅脚底部为塑胶垫, 防滑防磨损。3、面料: 根据人体工程学原理设计, 采用优质环保≥12mm厚单板8层热压成型。	把	50
21	线缆购置	布线规范: 符合《中华人民共和国国家标准-综合布线系统工程设计规范》, 布设线槽须强弱电分离, 走线合理互不交叉; 线材及配件: 室内非屏蔽超五类 (CAT5e) 双绞线, 铜导直径0.5mm, 绝缘直径0.8mm, PVC护套厚度0.5mm, 护套直径5mm, 符合UL防火等级认证, 符合ANSI/TIA-568B标准; 同品牌非屏蔽六类 (CAT5e) 水晶头;	点	51
		1. 支持屏幕广播、学生发言、语音对讲、主题讨论、角色扮演等功能; 2. 处理器采用x86架构, 英特尔12代i7处理器, 不低于12核20线程, 最大睿频≥4.9GHz, 提供处理器原厂网页链接和截屏证明, 并提供芯片厂家出具的CPU为原厂全新		

		供货证明； 3. 内存容量≥16GB，硬盘容量≥512GB（SSD）； 4. HDMI+DP输出； 5. 声卡信噪比≥80dB，需提供第三方权威信噪比检测报告； 6. 为保证语音教学声音质量，需提供RJ12数字耳麦接口，3.5mm音频接口≥2个；（投标现场提供样机确认耳机接口） 7. 提供USB接口≥7个，其中USB3.0接口≥4个，USB Type-C接口≥2个； 8. 提供千兆网络接口； 9. 为减少教学环境噪音，整机要求噪声≤30dB, 需提供第三方权威检测机构出具的噪声检测报告复印件，并加盖生产厂商公章； 10. 提供电源保护模块，遇到不稳定电压时，可自动断电保护，而不会对终端造成损坏，需提供第三方权威恶劣环境供电保护检测报告； 1. 基于VOI（Virtual OS Infrastructure）架构，充分利用终端硬件计算性能（CPU、GPU），服务器依赖低，网络占用小，支持服务器跨网段共享； 2. 系统支持终端独立运作，在服务器和网络发生故障时保证桌面不会中断工作，确保教学活动的正常进行，即关服务器也能上课，服务器出现故障不影响终端正常使用； 3. 支持增量存储技术。多个桌面可共享操作系统镜像，仅以快照形式保存差异化增量数据，大幅降低硬盘占用； 4. 支持增量传输技术。系统更新仅需分发增量数据，无需重新传输完整系统，大幅缩短运维时间； 5. 支持终端、PC、笔记本电脑等设备作为虚拟桌面终端，对X86 CPU芯片兼容性高，需提供主流X86 CPU芯片厂家出具的软件产品对芯片兼容性的证明文件； 6. 支持网络和硬盘双启动方式，终端自动通过网络启动；当网络中断时，终端可正常运行无需重启； 7. 同时本地硬盘操作系统和网络读取的操作系统是全自动实时同步的。不需要通过网络ghost等方式在本地硬盘安装操作系统或者断网断硬盘时需要手工切换或者重启。		
22	智能云终端及配套设备	终端自动更新时可以通过管理端查看更新状态； 8. 支持自动还原和更新，客户机只需要重启便能够恢复到初始的可靠状态，对于有多个镜像的管理员可以自己选择需要还原的镜像； 9. 支持对客户机进行统一远程开机、关机、重启、外网访问控制、修改终端信息和标记故障终端等操作； 10. 采用WEB管理界面管理方式，管理端界面中可以查看授权点位、终端开机数量、故障终端数、终端CPU使用率和服务器硬盘存储空间等信息； 11. 终端管理，可以查看终端的计算机名、MAC地址、IP地址、当前联机状态、硬盘存储空间和当前使用镜像等数据； 12. 采用P2P镜像更新技术，支持镜像更新限速功能； 13. 支持USB管理，可以对移动存储设备、软驱、打印机等接入设备控制，禁用移动存储设备时不影响USB接口鼠标键盘打印机的使用； 14. 支持集中管理。所有终端的系统安装、补丁升级、软件更新、环境设置、新机器部署，故障恢复，都由系统管理员通过操作服务器完成，除非终端硬件故障，不需要做终端维护管理工作；	台	50

		15. 为了提高传输效率，系统需支持多网卡分布式传输技术，管理员可以自行划分每块网卡所负责部署的终端； 16. 支持按需交付，可按照课程、教师、应用提供不同桌面。支持管理员统一选择桌面，也支持学生自行选择桌面； 17. 支持Windows7、Windows 10，需提供操作系统厂家出具的产品对Windows操作系统兼容性的证明文件； 18 支持不少于60座计算机教室的单教室并发部署，裸机部署双桌面（Windows+Office）时间不超过30分钟； 19. 支持不少于6个60座计算机教室的多教室跨路由并发部署，裸机部署双桌面（Windows+Office）时间不超过1小时； 20. 支持不少于3桌面（Windows+Office）的终端本地存储，存储空间占用不超过30GB； 教学显示器;LED显示器；屏幕尺寸：21.5英寸 最佳分辨率：1920x1080；屏幕比例：16:9（宽屏）；高清标准：1080p（全高清） 键盘鼠标套件，USB接口	
说明	打“★”号条款为实质性条款，若有任何一条负偏离或不满足则导致投标无效。		

第四章 投标人应当提交的资格、资信证明文件

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

一、法人或者其他组织的营业执照等证明文件，自然人的身份证明。

法人包括企业法人、机关法人、事业单位法人和社会团体法人；其他组织主要包括合伙企业、非企业专业服务机构、个体工商户、农村承包经营户；自然人是指具有完全民事行为能力、能够承担民事责任和义务的公民。如投标人是企业（包括合伙企业），要提供在市场监督管理部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”；如投标人是事业单位，要提供有效的“事业单位法人证书”；投标人是非企业专业服务机构，如律师事务所、会计师事务所，要提供有效的执业许可证等证明文件；如投标人是个体工商户，要提供有效的“个体工商户营业执照”；如投标人是自然人，要提供有效的自然人身份证明。

分公司不是独立法人，不具备政府采购法第二十二条规定的投标人应当具备独立承担民事责任能力的条件。分公司经总公司授权，可以以分公司的名义参加政府采购活动，但其民事责任由总公司承担。

二、财务状况报告，依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料（详见资格审查表）。

三、具备履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。

四、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。

五、按照招标文件要求，投标人应当提交的其他资格、资信证明文件。

第五章 评标

一、评标要求

1.评标方法

包1（数字商业产业学院配套实训）：综合评分法

最低评标价法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为中标候选人的评标方法。综合评分法，是指投标文件满足招标文件全部实质性要求且按照评审因素的量化指标评审得分最高的投标人为中标候选人的评标方法。

2.评标原则

2.1评标活动遵循客观、公正、审慎的原则，以招标文件和投标文件为评标的基本依据，并按照招标文件规定的评标方法和评标标准进行评标。

2.2具体评标事项由评标委员会负责，并按招标文件规定的办法进行评审。

2.3合格投标人不足三家的，不得评标。

3.评标委员会

3.1评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为5人及以上单数，其中评审专家不得少于成员总数的三分之二。

3.2评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

（1）参加采购活动前3年内,与投标人存在劳动关系,或者担任投标人的董事、监事,或者是投标人的控股股东或实际控制人；

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

（3）与投标人有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

3.3评标委员会负责具体评标事务，并独立履行下列职责：

（1）审查、评价投标文件是否符合招标文件的商务、技术等实质性要求；

（2）要求投标人对投标文件有关事项作出澄清或者说明；

（3）对投标文件进行比较和评价；

（4）确定中标候选人名单，以及根据采购人委托直接确定中标人；

（5）向采购人、采购代理机构或者有关部门报告评标中发现的违法行为；

（6）法律法规规定的其他职责。

4.澄清

对于投标文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

投标人的澄清、说明或者补正应当采用书面形式，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。投标人的澄清、说明或者补正不得超出投标文件的范围或者改变投标文件的实质性内容。

4.1评标委员会不接受投标人主动提出的澄清、说明或补正。

4.2评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、说明或补正。

5.有下列情形之一的，视为投标人串通投标，其投标无效：

（1）不同投标人的投标文件由同一单位或者个人编制，包括但不限于不同投标人上传的投标文件项目内部识别码一致的情形；

- (2) 不同投标人委托同一单位或者个人办理投标事宜；
- (3) 不同投标人的投标文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人；
- (4) 不同投标人的投标文件异常一致或者投标报价呈规律性差异；
- (5) 不同投标人的投标文件相互混装；
- (6) 不同投标人的投标保证金从同一单位或个人的账户转出；

6. 有下列情形之一的，属于恶意串通投标，其投标无效，并追究法律责任：

- (1) 投标人直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他投标人的相关情况并修改其投标文件；
- (2) 投标人按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改投标文件；
- (3) 投标人之间协商报价、技术方案等投标文件的实质性内容；
- (4) 属于同一集团、协会、商会等组织成员的投标人按照该组织要求协同参加政府采购活动；
- (5) 投标人之间事先约定由某一特定投标人中标、成交；
- (6) 投标人之间商定部分投标人放弃参加政府采购活动或者放弃中标、成交；
- (7) 投标人与采购人或者采购代理机构之间、投标人相互之间，为谋求特定投标人中标、成交或者排斥其他投标人的其他串通行为。

7. 投标无效的情形

投标人存在下列情况之一的，投标无效：

- (1) 未按照招标文件的规定提交投标保证金的；
- (2) 投标文件未按招标文件要求签署、盖章的；
- (3) 不具备招标文件中规定的资格要求的；
- (4) 报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；
- (5) 投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；
- (6) 法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

8. 废标的情形

出现下列情形之一的，应予以废标。

- (1) 符合专业条件的投标人或者对招标文件作实质响应的投标人不足3家；或参与竞争的核心产品品牌不足3个的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- (3) 投标人的报价均超过了采购预算的；
- (4) 因重大变故，采购任务取消的；

9. 定标

评标委员会按照招标文件确定的评标方法、步骤、标准，对投标文件进行评审。评标结束后，评标委员会根据采购人委托直接确定中标人或者由采购人在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定中标人。

二. 落实政府采购政策

1. 节约能源、保护环境

采购的产品属于品目清单范围的，将依据国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购，具体按照本招标文件相关要求执行。

2. 促进中小企业发展

2.1 采购人在政府采购活动中应当通过加强采购需求管理，落实预留采购份额、价格评审优惠、优先采购等措施，提高中小企业在政府采购中的份额，支持中小企业发展。

2.2《政府采购促进中小企业发展管理办法》所称中小企业，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。

2.3在政府采购活动中，投标人提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策：

- （1）在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；
- （2）在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；
- （3）在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国劳动合同法》订立劳动合同的从业人员。

在货物采购项目中，投标人提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策。

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

2.4依照《政府采购促进中小企业发展管理办法》《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》和《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》的规定，凡符合要求的小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位，按照以下比例给予相应的价格扣除：

合同包1（数字商业产业学院配套实训）

序号	情形	适用对象	价格扣除比例	计算公式
1	小型、微型企业，监狱企业，残疾人福利性单位	非联合体	10%	货物由小微企业制造，即货物由小微企业生产且使用该小微企业商号或者注册商标时，给予价格扣除C1，即：评标价=投标报价×（1-C1）;监狱企业与残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受同等价格扣除，当企业属性重复时，不重复价格扣除。

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

2.5投标人属于中小企业的，应提供《中小企业声明函》；属于监狱企业的，应提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件；属于残疾人福利性单位的，应提供《残疾人福利性单位声明函》。投标人应当按照《中小企业声明函》《残疾人福利性单位声明函》规定格式提供（格式附后，不可修改），未按规定提供的，不得享受相关中小企业扶持政策。

投标人应当对提供材料的真实性负责，若有虚假，将追究其法律责任。

三、评标程序

1.符合性审查

1.1依据招标文件的规定，从投标文件的有效性、完整性和对招标文件的响应程度进行审查，以确定是否满足招标文件的实质性要求。

1.2符合性审查中有任何一项未通过的，审查结果为未通过。投标人未通过符合性审查的，投标无效。

符合性审查表

数字商业产业学院配套实训

投标及保证金缴纳情况	按要求进行网上投标、进行保证金缴纳。（审查汇款凭证）
投标报价	投标报价（包括分项报价，投标总报价）只能有一个有效报价且不超过采购预算或最高限价，投标报价不得缺项、漏项。
投标文件规范性、符合性	投标文件的签署、盖章、涂改、删除、插字、公章使用等符合招标文件要求；投标文件文件的格式、文字、目录等符合招标文件要求或对投标无实质性影响。
主要商务条款	审查投标人出具的“满足主要商务条款的承诺书”，且进行盖章。
联合体投标	符合关于联合体投标的相关规定
技术部分实质性内容	1.明确所投标的的产品品牌、规格型号或服务内容或工程量； 2.投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应并满足招标文件全部实质性要求。
其他要求	招标文件要求的其他无效投标情形；围标、串标和法律法规规定的其它无效投标条款。

2.投标报价审查

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

3.政府采购政策功能落实

对于小型、微型企业、监狱企业或残疾人福利性单位给予价格扣除。

4.相同品牌审查

采用最低评标价法的采购项目，提供相同品牌产品的不同投标人参加同一合同项下投标的，以其中通过资格审查、符合性审查且报价最低的参加评标；报价相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个参加评标的投标人，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他投标无效。

使用综合评分法的采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按上述规定处理。

5.详细评审

综合评分法：分为投标报价评审、商务部分评审、技术部分评审（得分四舍五入保留两位小数）。

数字商业产业学院配套实训

评审因素	评审标准
分值构成	技术部分 56.0 分 商务部分 14.0 分 报价得分 30.0 分

技术部分	技术响应 (32.0分)	标▲响应内容要求提供相应的证明材料，满足采购需求中对技术参数要求，每有一项满足要求得1分，满分32分；对于招标文件中“▲”号条款的响应，必须提供证明材料，证明材料是指采购技术需求中要求的证明材料、公开发布的印刷资料（彩页或产品宣传册）或检测报告或官方网站发布的技术资料截图并加盖投标人公章。技术参数中要求提供证明材料而未提供证明材料的或不能有效证明的或证明文件不清晰、无法判断的，一律按不得分处理。
	实施方案 (8.0分)	投标人须依据采购人所需实现的功能目标等情况，编写项目实施方案，方案应包含但不限于①实施管理流程0-2分、②进度计划，阶段任务0-2分、③项目执行过程保障措施0-2分、④质量保证措施0-2分。
	培训方案 (3.0分)	投标人应针对本项目制定培训方案，方案目标明确、内容针对性强，培训计划安排合理、且专业技术人员进行现场技术培训和指导，针对培训人员有分类、分岗的课程，能够保证后期的正确使用、跟踪指导、地点和人员的安排详细明了，培训前的准备工作充分具体、有培训资料和讲义等文件0-3分。
	运营方案 (3.0分)	投标人应针对本项目制定运营支持方案，方案应包含运营人员、时间、内容、投入和产出等内容，以保障项目建设完成后的日常教学运行0-3分。
	现场演示 (10.0分)	标记“●”条款进行现场演示，演示内容部分：演示完整一条内容得1分，满分10分，投标人不演示不得分。：（现场演示，需投标企业自备演示所需的设备，演示时间不超过15分钟，演示地点：内蒙古自治区公共资源交易中心9楼）
商务部分	项目业绩 (4.0分)	投标人提供近三年（2021年1月1日至本项目递交投标文件截止之日）与本项目相似的项目业绩（须提供相应的中标通知书或采购合同）。提供一份证明得1分，最多4分，未提供不得分。
	售后服务方案 (10.0分)	据投标人提供的售后服务方案。包括但不限于：①质保期及服务承诺、人员安排及能力0-2分、②售后服务响应时间、解决故障时间0-2分；③故障处理过程中的替代品措施0-2分；④售后维护0-2分；⑤应急保障0-2分。
投标报价	投标报价得分 (30.0分)	投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×价格分值【注：满足招标文件要求且投标价格最低的投标报价为评标基准价。】最低报价不是中标的唯一依据。因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算评标基准价和投标报价。

最低评标价法：无。

6.汇总、排序

最低评标价法：评标结果按投标报价由低到高顺序排列。投标报价相同的并列。投标文件满足招标文件全部实质性要求且投标报价最低的投标人为排名第一的中标候选人。

综合评分法：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。

7.确定中标人

采购人或者评标委员会按照中标候选人名单顺序确定中标人。中标候选人并列的，按 采购人授权评标委员会按照评审原则直接确定中标（成交）人。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。

第六章 合同与验收

一、合同

1、合同要求

1.1采购人应当自中标（成交）通知书发出之日起**30**日内，按照招标（磋商、谈判）文件或询价通知书和中标（成交）投标人投标（响应）文件的规定，与中标（成交）投标人签订书面合同。所签订的合同不得对招标（磋商、谈判）文件或询价通知书确定的事项作实质性修改。采购人、投标人不得提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

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

1.3采购人与中标（成交）投标人应当根据合同的约定依法履行合同义务。政府采购合同的履行、违约责任和解决争议的方法等适用《中华人民共和国民法典》。政府采购合同的双方当事人不得擅自变更、中止或者终止合同。

1.4采购人应当自政府采购合同签订之日起**2**个工作日内，将政府采购合同在内蒙古自治区政府采购网（<https://www.ccgp-neimenggu.gov.cn/>）公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

1.5 采购人应当自政府采购合同签订之日起**7**个工作日内，将合同副本向同级财政部门 and 有关部门备案。

2.合同格式及内容

政府采购合同

（货物类合同参考文本）

合同编号：

甲方：***（填写采购单位名称）

地址：***（填写详细地址）

乙方：***（填写中标、成交投标人名称）

地址：***（填写详细地址）

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规、规范性文件以及_____项目（填写项目名称）_____（填写政府采购项目编号）的中标（成交）结果、招标（磋商、谈判）文件或询价通知书、投标（响应）文件等文件的相关内容，甲乙双方经平等协商，就如下合同条款达成一致意见。

一、甲方向乙方采购的货物基本情况

（一）根据招标（磋商、谈判）文件或询价通知书及中标（成交）结果公告，甲方所采购的货物、服务（如有）基本情况如下：_____。

（二）货物名称、数量、规格型号、生产厂家、品牌、单价、与货物相关的服务等详细内容，见合同附件-货物清单。

二、乙方交付货物的时间及地点

（一）交付时间：_____

（二）交付地点：_____填写详细地址）

（三）交付货物的名称及数量：_____

（四）乙方交付货物代表及联系电话：_____（填写姓名和联系电话）

（五）甲方接收货物代表及联系电话：_____（填写姓名和联系电话）

注：货物为多批次交付的，应详细列明每批次交付的内容、数量、交付时间、交付地点等。

三、乙方交付货物的质量

（一）乙方交付的货物应同时满足：**1.**符合国家法律法规和规范性文件对货物的质量要求；**2.**符合甲方招标（磋商、谈判）文件或询价通知书对货物的质量要求；**3.**符合乙方在投标（响应）文件中或磋商、谈判过程中对货物质量作出的书面承诺、声明或保证。上述质量要求作为甲方对乙方货物质量的验收依据。

（二）乙方应根据国家法律法规和规范性文件的规定、招标（磋商、谈判）文件或询价通知书的相关要求、投标（响应）文件及乙方承诺、声明或保证，向甲方提供相应的货物质量证明文件。

四、乙方交付货物的包装及标识

（一）乙方交付货物的包装和标识应同时满足：**1.**符合国家法律法规和规范性文件对产品包装及标识的要求；**2.**符合甲方招标（磋商、谈判）文件或询价通知书对货物包装及标识的要求；**3.**符合乙方在投标（响应）文件中对货物包装及标识作出的承诺、声明或保证；**4.**符合绿色环保、运输及安全性等要求。

（二）货物的包装费用由乙方承担。

五、货物的运输要求

（一）运输方式及运输线路：_____。

（二）运输、保险及其他相关费用由乙方承担。

六、甲方对货物的验收

（一）乙方将货物送达至甲方指定的地点，应及时通知甲方。在甲方收到到货通知并在货物到达指定地点后_____日

内，由甲乙双方及第三方（如有）对货物的数量、规格型号、生产厂家、品牌、外观进行验收，在条件允许的情况下，可以同步对货物质量进行初步验收，甲乙双方应签署书面验收记录，作为本项目的履行文件留存。

（二）在甲方收到货物_____日内，如发现质量问题，甲方应在_____日内向乙方提出书面异议，甲方逾期提出的，视为乙方所交付的货物质量符合合同的约定。乙方在收到甲方关于质量问题的书面异议后，应当在_____日内负责解决处理。

（三）乙方提交的货物数量、规格型号及质量不符合本合同要求的，甲方应在验收记录中作出明确记载，保留相关的证据，并有权拒绝接受货物，解除合同且不承担任何法律责任。

七、合同金额

在乙方提供完全符合合同要求的货物的前提下，本合同总金额为_____元（小写）_____（大写）

八、付款时间、金额及条件

（一）付款时间及付款金额：_____

（二）付款条件：_____

（三）乙方账户信息

乙方名称：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

九、货物质量保证及售后服务

招标（磋商、谈判）文件或询价通知书对货物质量保证期及售后服务作出明确要求的，适用招标（磋商、谈判）文件或询价通知书对保证期和售后服务的规定，如乙方在投标（响应）文件及磋商、谈判过程中对货物质量保证期和售后服务作出更优的承诺、声明或保证的，适用乙方的承诺、声明或保证。

十、知识产权

乙方保证其提供的货物的全部及部分，均不存在任何侵犯第三方知识产权的情形。否则，乙方应向甲方承担违约责任及赔偿由此给甲方造成的名誉及经济损失。

十一、违约条款

（一）甲方没有正当理由逾期支付合同款项的，每延期一日，甲方应按照逾期支付金额_____的_____承担违约责任。延期达到_____日，乙方有权解除合同，并要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

（二）甲方存在其他违反本合同的行为，应承担相应的违约责任（注：可以根据情况进行细化）；违约金不足以赔偿乙方损失的，乙方有权要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

（三）乙方逾期交付货物的，每延期一日，乙方应按照合同总金额的_____承担违约责任。延期达到_____日，甲方有权解除合同，拒付延期部分货物的相应货款，并要求乙方赔偿甲方的经济损失。

（四）乙方交付的货物不符合质量约定或乙方未履行相应的质量保证责任及售后服务义务、或存在侵权行为的，甲方有权退货，并要求乙方支付合同总金额_____%的违约金，违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

（五）乙方在参与本项目采购活动过程中，如存在提供虚假承诺、证明、串通投标等违法违规行为，除承担相应的行政责任外，甲方有权解除合同，并要求乙方承担合同总金额_____%的违约金，违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

（六）乙方存在其他违反本合同的行为，应承担相应的违约责任（注：可以根据情况进行细化）；违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

十二、不可抗力

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

十三、争议的解决方式

合同发生纠纷时，双方应协商解决，协商不成，可以采用下列方式解决：

（一）提交_____仲裁委员会仲裁。

（二）向_____人民法院起诉。

十四、合同保存

合同文本一式_____份，采购单位、中标（成交）投标人、采购代理机构、_____各执一份。合同文本保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

十五、合同附件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的组成部分，其内容与本合同具有同等的法律效力：

- 1、货物清单（双方应盖章确认）
- 2、乙方出具的报价单（函）
- 3、中标（成交）结果公告及中标（成交）通知书
- 4、甲方招标（磋商、谈判）文件或询价通知书
- 5、乙方投标（响应）文件
- 6、甲乙双方商定的其他文件

十六、双方约定的其他条款

_____。

十七、本合同未尽事宜，由双方另行签订补充协议，补充协议是本合同的组成部分。

十八、本合同由甲乙双方盖章生效。

甲方名称：（章）

乙方名称：（章）

甲方法定代表人或负责人：（签字）

乙方法定代表人或负责人：（签字）

年 月 日

年 月 日

政府采购合同

（服务类合同参考文本）

合同编号：

甲方：***（填写采购单位名称）

地址：***（填写详细地址）

乙方：***（填写中标、成交投标人名称）

地址：***（填写详细地址）

甲乙双方根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《中华人民共和国民法典》等相关法律法规、规范性文件以及_____项目（填写项目名称）_____（填写政府采购项目编号）的中标（成交）结果、招标（磋商、谈判）文件、投标（响应）文件等文件的相关内容，经平等自愿协商一致，就如下合同条款达成一致意见。

一、乙方向甲方提供的服务内容

（一）根据招标（磋商、谈判）文件及中标（成交）结果公告，乙方向甲方提供的服务、货物（如有）内容如下：

_____。

（二）服务项目名称、服务具体内容、服务方式、服务要求、服务成果及与之相关的货物等详细内容，见合同附件—服务清单。

二、乙方服务成果的交付时间、地点

（一）服务期限：_____

（二）服务成果的交付时间和交付要求（如有）：_____

（三）服务地点：_____（填写详细地址）

（四）乙方代表及联系电话：_____（填写姓名和联系电话）

（五）甲方代表及联系电话：_____（填写姓名和联系电话）

注：服务成果分阶段交付的，应分别列明各阶段的交付时间、交付内容。

三、乙方提供服务成果的质量

（一）乙方提供的服务应同时满足：**1.**符合国家法律法规和规范性文件对服务质量的要求；**2.**符合甲方招标（磋商、谈判）文件对服务的质量要求；**3.**符合乙方在投标（响应）文件中或磋商、谈判过程中对服务质量作出的书面承诺、声明或保证。上述质量要求作为甲方对乙方服务质量的验收依据。

（二）乙方应根据国家法律法规和规范性文件的规定、招标（磋商、谈判）文件的相关要求、投标（响应）文件及乙方承诺、声明或保证，向甲方提供相应的服务质量证明文件。

四、乙方服务成果的交付方式及载体

乙方交付服务成果方式及载体应符合国家法律法规和规范性文件的要求，并符合甲方招标（磋商、谈判）文件的要求、乙方在投标（响应）文件中对服务成果交付方式及载体作出的承诺。

五、甲方对乙方服务的监督

甲方对乙方提供的服务有权进行监督，当乙方服务质量、服务内容不符合约定时，甲方有权要求乙方及时整改，对乙方拒不改正或整改不到位的，甲方有权随时解除合同，并根据具体情况扣除部分或全部服务费用。

六、合同金额

在乙方提供完全符合合同要求的 service 的前提下，本合同总金额为_____元（小写）_____（大写）。

七、付款时间及条件

（一）付款时间及付款金额：_____

（二）付款条件：_____

（三）乙方账户信息

乙方名称：_____

开户银行：_____

银行账号：_____

八、知识产权

乙方应保证其提供的服务及服务成果的全部及部分，均不存在侵犯第三方知识产权的情形，其服务成果的所有权由甲方享有。否则，乙方应向甲方承担违约责任及赔偿由此给甲方造成的名誉及经济损失。

九、违约条款

（一）甲方没有正当理由逾期支付合同款项的，每延期一日，甲方应按照逾期支付金额_____的_____承担违约责任。延期达到_____日，乙方有权解除合同，并要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

（二）甲方存在其他违反本合同的行为，应承担相应的违约责任（注：可以根据情况进行细化）；违约金不足以赔偿乙方损失的，乙方有权要求甲方赔偿由此造成的经济损失。

（三）乙方逾期提供服务成果的，每延期一日，乙方应按照合同总金额的_____承担违约责任。延期达到_____日，甲方有权解除合同，拒付延期部分的相应服务款项，并要求乙方赔偿甲方的经济损失。

（四）乙方交付的服务不符合质量要求，或其服务成果存在侵权行为的，甲方有权解除合同，并要求乙方支付合同总金额_____ %的违约金，违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

（五）乙方在参与本项目采购活动过程中，如存在提供虚假承诺、证明、串通投标等违法违规行为，除承担相应的行政责任外，甲方有权解除合同，并要求乙方承担合同总金额_____ %的违约金，违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

（六）乙方存在其他违反本合同的行为，应承担相应的违约责任（注：可以根据情况进行细化）；违约金不足以赔偿甲方损失的，甲方有权要求乙方赔偿经济损失。

十、不可抗力

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

十一、争议的解决方式

合同发生纠纷时，双方应协商解决，协商不成，可以采用下列方式解决：

（一）提交_____仲裁委员会仲裁。

（二）向_____人民法院起诉。

十二、合同保存

合同文本一式_____份，采购单位、中标（成交）投标人、采购代理机构、_____各执一份。合同文本保存期限为从采购结束之日起至少保存十五年。

十三、合同附件

本合同所附下列文件是构成本合同不可分割的部分，与本合同具有同等法律效力：

- 1、服务清单（双方应盖章确认）
- 2、乙方出具的报价单（函）
- 3、中标（成交）结果公告及中标（成交）通知书
- 4、甲方招标（磋商、谈判）文件
- 5、乙方投标（响应）文件
- 6、甲乙双方商定的其他文件

十四、双方约定的其他事宜

_____。

十五、合同未尽事宜，双方另行签订补充协议，补充协议是合同的组成部分。

十六、本合同由甲乙双方盖章生效。

甲方名称：（章）

乙方名称：（章）

甲方法定代表人或负责人：（签字）

乙方法定代表人或负责人：（签字）

年 月 日

年 月 日

二.验收

严格按照采购合同开展履约验收。采购人或者采购代理机构应当成立验收小组,按照采购合同的约定对投标人履约情况进行验收。验收时,应当按照采购合同的约定对每一项技术、服务、安全标准的履约情况进行确认。验收结束后,应当出具验收书(参考格式附后),列明各项标准的验收情况及项目总体评价,由验收双方共同签署。验收结果应当与采购合同约定的资金支付及履约保证金返还条件挂钩。履约验收的各项资料应当存档备查。

政府采购货物履约验收书

(参考格式)

项目名称	
项目编号	
采购人	
使用人	
投标人	
验收依据	1.政府采购合同（合同名称及编号） 2.中标（成交）公告或中标（成交）通知书 3.招标（磋商、谈判）文件或询价通知书 4.投标（响应）文件 5.投标人的承诺、声明或保证（如有） 注：验收依据可根据项目具体情况适当增加
投标人对履约情况的总结及提供的相关证明材料	注：投标人根据采购合同的约定，对履约情况（包括但不限于采购合同中约定的货物数量、货物规格型号、生产厂家、交货时间、交货地点、验收情况、货物质量、售后服务等）进行总结，并提供相应的履约证明材料作为附件。
采购人（使用人）对履约情况的确认	注：采购人或使用人根据采购合同约定，对投标人履约情况进行逐一确认。
验收人员名单及组成	1. 采购人代表： 2. 采购代理机构代表： 3. 第三方专业机构代表及专家： 4. 其他投标人代表：
验收评价及结论	评价： 结论： ☐ 通过 ☐ 不通过，具体说明：
验收人员签字	年 月 日
采购人确认意见（注：采购人委托代理机构验收时适用）	☐ 同意验收结论。 ☐ 不同意验收结论。具体说明： 年 月 日
备注	

采购人代表签字：
年 月 日

投标人代表签字：
年 月 日

政府采购服务履约验收书

(参考格式)

项目名称	
项目编号	
采购人	
使用人	
投标人	
验收依据	1.政府采购合同（合同名称及编号） 2.中标（成交）公告或中标（成交）通知书 3.招标（磋商、谈判）文件或询价通知书 4.投标（响应）文件 5.投标人的承诺、声明或保证（如有） 注：验收依据可根据项目具体情况适当增加
投标人对履约情况的总结及提供的相关证明材料	注：投标人根据采购合同的约定，对履约情况（包括但不限于采购合同中约定的货物数量、货物规格型号、生产厂家、交货时间、交货地点、验收情况、货物质量、售后服务等）进行总结，并提供相应的履约证明材料作为附件。
采购人（使用人）对履约情况的确认	注：采购人或使用人根据采购合同约定，对投标人履约情况进行逐一确认。
验收人员名单及组成	1. 采购人代表： 2. 采购代理机构代表： 3. 第三方专业机构代表及专家： 4. 其他投标人代表：
验收评价及结论	评价： 结论： ☐ 通过 ☐ 不通过，具体说明：
验收人员签字	年 月 日
采购人确认意见（注：采购人委托代理机构验收时适用）	☐ 同意验收结论。 ☐ 不同意验收结论。具体说明： 年 月 日
备注	

采购人代表签字：
年 月 日

投标人代表签字：
年 月 日

第七章 投标文件格式与要求

投标人按照以下格式编制响应文件。

投标文件封面格式：

(项目名称)

投标文件

项目编号：

包 号： 第 包（项目划分采购包时使用）

(投标人名称) (盖章)

年 月 日

投标文件目录格式：

目 录

- 一、投标承诺书
- 二、开标一览表（报价表）
- 三、分项报价表
- 四、授权委托书
- 五、缴纳投标保证金证明材料
- 六、投标人基本情况表
- 七、具有独立承担民事责任的能力的证明材料
- 八、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料
- 九、依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的相关材料
- 十、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料
- 十一、参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明
- 十二、联合体协议书
- 十三、中小企业声明函
- 十四、监狱企业证明文件
- 十五、残疾人福利性单位声明函
- 十六、主要商务要求承诺书
- 十七、技术偏离表
- 十八、项目组成人员一览表
- 十九、项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等
- 二十、投标人业绩情况表
- 二十一、其他证明材料

投标文件正文格式：

一、投标承诺书

致：_____（采购单位名称和采购代理机构名称）

你方组织的_____（项目名称）的招标，项目编号：_____，我方自愿参与投标，并就有关事项郑重承诺如下：

一、我方完全理解并接受该项目招标文件的所有要求。

二、我方严格遵守《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》及相关法律、法规的规定，如有违反，承担相应的法律责任。

三、我方的最终报价为开标一览表（报价表）中的投标总报价，在投标有效期和合同有效期内，该报价固定不变。

四、我方同意招标文件关于投标有效期的规定。

五、我方同意提供贵方要求的与投标有关的任何数据和资料。

六、我方将按照招标文件、投标文件等要求，签订并严格执行政府采购合同。

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

八、我方承诺未为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务。

九、我方提供的投标文件内容全部真实有效，如有虚假或隐瞒，我方愿意承担一切法律责任。

十、若我方中标，愿意按有关规定及招标文件要求缴纳招标代理服务费。若采购人支付代理服务费，则此条不适用。

详细地址：

邮政编码：

电 话：

电子邮箱：

投标人开户银行：

账号/行号：

投标人名称（盖章）：

法定代表人或授权委托人（签字）：

年 月 日

二、开标一览表（报价表）

投标人应在“投标客户端”【报价部分】进行填写，“投标客户端”将自动根据投标人填写信息在线生成开标一览表，若在投标文件中出现非系统生成的开标一览表，且与“投标客户端”生成的开标一览表信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

（下列表样仅供参考，请选择下表之一填写）

开标一览表（报价表）

（总价、单价报价）

项目编号：

项目名称：

投标人名称：

序号	采购项目名称/包名称	投标总报价（元）	交货或服务期	交货或服务地点
1				
2				
...				

投标人（盖章）：

日期：

开标一览表（报价表）

（上浮/下浮率报价）

项目编号：

项目名称：

投标人名称：

序号	采购项目名称/包名称	上浮/下浮率（%）	交货或服务期	交货或服务地点
1				
2				
...				

投标人（盖章）：

日期：

三、分项报价表

投标人应在“投标客户端”【报价部分】进行填写，“投标客户端”将自动根据投标人填写信息在线生成分项报价表，若在投标文件中出现非系统生成的分项报价表，且与“投标客户端”生成的分项报价表信息内容不一致，以“投标客户端”在线填写报价并生成的内容为准。

（下列表样仅供参考）

（一）货物（请选择下表之一填写）

分项报价表

（总价、单价报价）

项目编号：

项目名称：

包号：

投标人名称：

货币及单位：人民币/元

品目号	序号	货物名称	规格型号	品牌	产地	制造商名称	单价	数量	总价
1-1	1								
1-2	2								
...	...								

投标人（盖章）：

日期：

分项报价表

（上浮/下浮率报价）

项目编号：

项目名称：

包号：

投标人名称：

货币及单位：人民币/元

品目号	序号	货物名称	规格型号	品牌	产地	制造商名称	单价	数量	上浮/下浮率（%）	总价
1-1	1									
1-2	2									
...	...									

投标人（盖章）：

日期：

（二）服务（请选择下表之一填写）

分项报价表

（总价、单价报价）

项目编号：

项目名称：

包号：

投标人名称：

货币及单位：人民币/元

品目号	序号	服务名称	服务范围	服务要求	服务期限	服务标准	单价	数量	总价
-----	----	------	------	------	------	------	----	----	----

1-1	1								
1-2	2								
...	...								

投标人（盖章）：

日期：

分项报价表

（上浮/下浮率报价）

项目编号：

项目名称：

包号：

投标人名称：

货币及单位：人民币/元

品目号	序号	服务名称	服务范围	服务要求	服务期限	服务标准	单价	数量	上浮/下浮率（%）	总价
1-1	1									
1-2	2									
...	...									

投标人（盖章）：

日期：

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

四、授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托_____（姓名）为我方代理人，参加_____（项目名称）的招标，项目编号：_____。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清确认、递交、撤回、修改招标项目投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。委托期限：_____。

代理人无转委托权。

投 标 人（盖章）：_____

法定代表人（签字）：_____

授权委托人（签字）：_____

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

_____年_____月_____日

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

五、缴纳投标保证金证明材料

投标人应提供缴纳保证金的证明材料原件扫描件。

六、投标人基本情况表

投标人名称		注册资金	
注册地		注册时间	
法定代表人		联系电话	
技术负责人		联系电话	
开户银行			
开户银行账号			
主营范围：			
企业资质：			

七、具有独立承担民事责任的能力的证明材料

投标人为法人或者其他组织的，提供营业执照等证明文件；投标人为自然人的，提供身份证明。

八、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料

投标人提供具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度的相关材料。

九、依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录的相关材料

投标人提供依法缴纳税收和社会保障资金的相关材料。

十、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料

投标人提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料。

十一、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的书面声明

本公司（单位）自愿参加本次政府采购活动，_____（项目名称），项目编号：_____，严格遵守《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》及相关法律、法规和规章制度，在参加此次政府采购活动前3年内，本公司在经营活动中无重大违法记录。

特此声明

投标人名称（盖章）：

法定代表人或授权委托人（签字）：

年 月 日

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十二、联合体协议书

_____（所有成员单位名称）自愿组成一个联合体，以一个投标人的身份共同参加_____（项目名称）的投标，项目编号：_____。联合体各方共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。现就联合体投标事宜订立如下协议。

1. _____（某成员单位名称）为联合体牵头人。

2. 联合体各成员单位授权牵头人代表联合体参加投标活动，提交和接收相关的资料，负责合同实施阶段的组织和协调工作，以及处理与本招标项目有关的事宜。

3. 联合体牵头人在本项目中签署的文件和处理的事宜，联合体各成员单位均予以承认。联合体各成员单位将严格按照招标文件、投标文件和合同的要求全面履行义务，并向招标人承担连带责任。

4. 联合体各成员单位内部的职责分工如下：_____。

5. 如要求缴纳保证金，以牵头人名义缴纳，对联合体各方均具有约束力。

6. 本协议书自签署之日起生效，合同履行完毕后自动失效。

7. 本协议书一式_____份，联合体各成员单位和采购人各执一份。

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

所有成员单位法定代表人或其授权代表（签字并盖章）：

年 月 日

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十三、中小企业声明函

中小企业声明函（货物）

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

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

本公司（联合体）郑重声明，根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，本公司（联合体）参加（单位名称）的（项目名称）采购活动，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。相关企业（含联合体中的中小企业、签订分包意向协议的中小企业）的具体情况如下：

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

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

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（盖章）：

日期：

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

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十四、监狱企业证明文件

提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十五、残疾人福利性单位声明函

本单位郑重声明，根据《财政部 民政部 中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，本单位为符合条件的残疾人福利性单位，且本单位参加_____单位的_____项目采购活动提供本单位制造的货物（由本单位承担工程/提供服务），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

单位名称（盖章）：

日 期：

十六、主要商务要求承诺书

我公司承诺可以完全满足_____ (项目名称)，项目编号：_____ 招标文件的所有主要商务条款要求，包括标的提供的时间、标的提供的地点、投标有效期、付款方式、验收要求、履约保证金等。若有不符合或未按承诺履行的，承担相应法律后果。

如有优于招标文件主要商务要求的请在此承诺书中说明。

具体优于内容（如标的提供的时间、地点，质保期等）。

特此承诺

投标人名称（盖章）：

年 月 日

十七、技术偏离表

序号	标的名称	招标技术要求		投标响应内容	偏离程度	备注
1		★	1.1...			
			1.2...			
			...			
2		★	2.1...			
			2.2...			
			...			

说明：

1.“招标技术要求”栏应详细列明招标文件中的技术要求。

2.“投标响应内容”栏填写投标人对招标文件提出的技术要求作出的明确响应，并列明具体响应数值或内容，只注明符合、满足等无具体内容表述的，将视为未实质性满足招标文件要求。

3.“偏离程度”栏填写满足、响应或正偏离、负偏离。

4.“备注”栏可填写偏离情况的具体说明。

5. 本表填写内容与分项报价明细表不一致的，以分项报价明细表内容为准。

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十八、项目组成人员一览表

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

按招标文件要求在本表后附相关人员证书。

说明：

- 1.“本项目拟任职务”栏应包括：项目负责人、项目联系人、项目服务人员或技术人员等。
- 2.如投标人中标，须按本表项目组成人员操作，不得随意更换。

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

十九、项目实施方案、质量保证及售后服务承诺等

（内容和格式自拟）

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

二十、投标人业绩情况表

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

投标人根据上述业绩情况后附销售或服务合同复印件。

（以下格式文件由投标人根据需要选用）

二十一、其他证明材料

- 1.招标文件要求提供的其他资料。
- 2.投标人认为需提供其他资料。