

招 标 文 件

(货物类)

采购项目名称: 乡村振兴(数字乡村)产业学院建设(一期)项目

采购项目编号: **ZJZBSX-251203-0003**

杨凌职业技术学院

陕西中经招标有限公司共同编制

2025年12月04日

第一章 投标邀请

陕西中经招标有限公司（以下简称“代理机构”）受杨凌职业技术学院委托，拟对乡村振兴(数字乡村)产业学院建设(一期)项目进行国内公开招标，兹邀请符合本次招标要求的供应商参加投标。

一、采购项目编号：**ZJZBSX-251203-0003**

二、采购项目名称：**乡村振兴(数字乡村)产业学院建设(一期)项目**

三、招标项目简介

乡村振兴(数字乡村)产业学院建设(一期)项目

四、供应商参加本次政府采购活动应具备的条件

（一）满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

（二）落实政府采购政策需满足的资格要求：

1.执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

无

（三）本项目的特定资格要求：

采购包1：

1、主体资格：供应商为响应招标并参加投标的合法注册的企业法人、事业法人或其他组织。企业法人应提供合法有效的标识有统一社会信用代码的营业执照；事业法人应提供事业单位法人证书；其他组织应提供合法登记证明文件。

2、授权委托：供应商应授权合法的人员参加投标全过程，其中法定代表人/负责人直接投标，须提交法定代表人/负责人身份证明书和身份证；法定代表人/负责人授权代表参加投标的，须出具法定代表人/负责人授权书及授权代表身份证；投标文件中凡是需要法定代表人签字或盖章之处，非法人单位的负责人均参照执行。

3、财务状况报告：供应商提供2024年度经审计的完整财务审计报告（审计报告应当包含报告正文、资产负债表、利润表、现金流量表、附注和会计师事务所营业执照，报告正文应当有会计师事务所公章，2个注册会计师的证书、签字和盖章）或开标前三个月内银行出具的资信证明，或财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函（以上三种形式的资料提供任何一种即可）。

4、社会保障资金缴纳证明：供应商提供投标文件递交截止日前一年内的任意一个月的社会保障资金缴存单据或社保机构开具的社会保险参保缴费情况证明，依法不需要缴纳社会保障资金的单位应提供相关证明材料。

5、税收缴纳证明：供应商提供投标文件递交截止日前一年内已缴存的任意一个月的纳税证明或完税证明，纳税证明或完税证明上应有代收机构或税务机关的公章，依法免税的单位应提供相关证明材料。

6、书面声明（信用记录）：参加本次采购活动前3年内在经营活动中没有重大违纪，以及未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的书面声明原件。

7、承诺函：提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺。

五、电子化采购相关事项

本项目实行电子化采购，使用的电子化交易系统为：陕西省政府采购综合管理平台的项目电子化交易系统（以下简称“项目电子化交易系统”），登录方式及地址：通过陕西省政府采购网（<http://www.ccgp-shaanxi.gov.cn/>）首页供应商用户登录陕西省政府采购综合管理平台（以下简称“政府采购平台”），进入项目电子化交易系统。供应商应当按照以下要求，参与本次电子化采购活动。

（一）供应商应当自行在陕西省政府采购网-办事指南查看相应的系统操作指南，并严格按照操作指南要求进行系统操作。

在登录、使用政府采购平台前，应当按照要求完成供应商注册和信息完善，加入政府采购平台供应商库。

(二)供应商应当使用纳入陕西省政府采购综合管理平台数字证书互认范围的数字证书及签章（以下简称“互认的证书及签章”）进行系统操作。供应商使用互认的证书及签章登录政府采购平台进行的一切操作和资料传递，以及加盖电子签章确认采购过程中制作、交换的电子数据，均属于供应商真实意思表示，由供应商对其系统操作行为和电子签章确认的事项承担法律责任。

已办理互认的证书及签章的供应商，校验互认的证书及签章有效性后，即可按照系统操作要求进行身份信息绑定、权限设置和系统操作；未办理互认的证书及签章的供应商，按要求办理互认的证书及签章并校验有效性后，按照系统操作要求进行身份信息绑定、权限设置和系统操作。互认的证书及签章的办理与校验，可查看陕西省政府采购网-办事指南-CA及签章服务。

供应商应当加强互认的证书及签章日常校验和妥善保管，确保在参加采购活动期间互认的证书及签章能够正常使用；供应商应当严格互认的证书及签章的内部授权管理，防止非授权操作。

(三) 供应商应当自行准备电子化采购所需的计算机终端、软硬件及网络环境，承担因准备不足产生的不利后果。

(四) 政府采购平台技术支持：

在线客服：通过陕西省政府采购网-在线客服进行咨询

技术服务电话：029-96702

CA及签章服务：通过陕西省政府采购网-办事指南-CA及签章服务进行查询

六、招标文件获取时间、方式及地址

(一) 招标文件获取时间：详见采购公告

(二) 在招标文件获取开始前，采购人或代理机构将本项目招标文件上传至项目电子化交易系统，向供应商提供。供应商通过项目电子化交易系统获取招标文件。成功获取招标文件的，供应商将收到已获取招标文件的回执函。未成功获取招标文件的供应商，不得参与本次采购活动，不得对招标文件提起质疑。

成功获取招标文件后，采购人或代理机构进行澄清或者修改的，澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或代理机构将通过项目电子化交易系统发布澄清或者修改后的招标文件，供应商应当重新获取招标文件；澄清或者修改后的招标文件发布日期距提交投标文件截止日期不足15日的，采购人或代理机构顺延提交投标文件的截止时间。供应商未重新获取招标文件或者未按照澄清或者修改后的招标文件编制投标文件进行投标的，自行承担不利后果。

注：获取的招标文件主体格式包括pdf、word两种格式版本，其中以pdf格式为准。

七、投标文件提交截止时间及开标时间、地点、方式

(一) 投标文件提交截止时间及开标时间：详见采购公告

(二) 投标文件提交方式、地点：供应商应当在投标文件提交截止时间前，通过项目电子化交易系统提交投标文件。成功提交的，供应商将收到已提交投标文件的回执函。

(三) 本项目采取网上开标，即采购人或代理机构通过项目电子化交易系统“开标/开启大厅”组织在线开标。

八、本投标邀请在陕西省政府采购网以公告形式发布

九、供应商信用融资

根据《陕西省财政厅关于加快推进我省中小企业政府采购信用融资工作的通知》（陕财办采〔2020〕15号）和《陕西省中小企业政府采购信用融资办法》（陕财办采〔2018〕23号）文件要求，为助力解决政府采购成交供应商资金不足、融资难、融资贵的困难，促进供应商依法诚信参加政府采购活动，有融资需求的供应商可登录陕西省政府采购网—陕西省政府采购金融服务平台（<http://www.ccgp-shaanxi.gov.cn/zcdservice/zcd/shanxi/>），选择符合自身情况的“政采贷”银行及其产品，凭项目中标（成交）结果、中标（成交）通知书等信息在线向银行提出贷款意向申请、查看贷款审批情况等。

十、联系方式

采购人：杨凌职业技术学院

地址：杨凌示范区渭惠路24号

邮编：712100

联系人：杨凌职业技术学院经办

联系电话：13609259636

代理机构：陕西中经招标有限公司

地址：陕西省西安市碑林区长安北路8B高速经纬大厦16层

邮编：710061

联系人：祝清江、王佼、马浩博

联系电话：029-87888601-8013

采购监督机构：财政厅政府采购管理处

联系人：柴老师、杨老师

联系电话：029-68936409、029-68936410

第二章 投标人须知

2.1 投标人须知前附表

序号	应知事项	说明和要求
1	采购预算（实质性要求）	<p>本项目各包采购预算金额如下：</p> <p>采购包1：2,042,500.00元</p> <p>投标人的采购包投标报价高于采购包采购预算的，其投标文件将按无效处理。</p>
2	最高限价（实质性要求）	<p>详见第三章。</p> <p>投标人的采购包投标报价高于最高限价的，其投标文件将按无效处理。</p>
3	评标方法	<p>采购包1：综合评分法</p> <p>（详见第五章）</p>
4	是否接受联合体	<p>采购包1：不接受</p> <p>如以联合体投标的，联合体各方均应当具备本招标文件要求的资格条件和能力。</p> <p>（1）联合体各方均应具有承担本项目必备的条件，如相应的人力、物力、资金等。</p> <p>（2）招标文件对投标人资格条件有特殊要求的，联合体各个成员都应当具备规定的相应资格条件。</p> <p>（3）同一专业的单位组成的联合体，应当按照资质等级较低的单位确定联合体的资质等级。如：某联合体由三个单位组成，其中两个单位资质等级为甲级，另一单位资质等级为较甲级更低的乙级，则该联合体资质等级为乙级。</p>
5	落实节能、环保产品政策	<p>1.根据《财政部发展改革委生态环境部市场监管总局关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）相关要求，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、生态环境部等部门确定实施政府优先采购和强制采购的产品类别，以品目清单的形式发布并适时调整。</p> <p>2.本项目采购的/产品属于节能产品政府采购品目清单中应强制采购的产品范围，供应商应当提供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，否则作无效投标处理。</p> <p>3.本项目采购的/产品属于节能产品政府采购品目清单中应优先采购的产品范围，本项目采购的/产品属于环境标志产品政府采购品目清单中应优先采购的产品范围，评审得分/响应报价相同的，按供应商提供的优先采购产品认证证书数量由多到少顺序排列。</p>
6	小微企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同小微企业）价格扣除（仅非预留份额采购项目或预留份额采购项目中的非预留部分采购包适用）	<p>关于本项目采购包中执行小微企业（监狱企业、残疾人福利性单位视同小微企业）价格扣除情况、具体扣除比例和规则详见第五章。</p>

7	充分、公平竞争保障措施（实质性要求）	<p>核心产品允许有多个，不同供应商提供了任意一个相同品牌的核心产品，即视为提供相同品牌的供应商。</p> <p>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采取随机抽取方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。</p> <p>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随机抽取方式确定一个参加评标的投标人，其他投标无效。</p> <p>核心产品清单详见第三章。</p> <p>在符合性审查环节提供核心产品品牌不足3个的，视为有效投标人不足3家。</p>
8	不正当竞争预防措施（实质性要求）	<p>在评标过程中，评标委员会认为投标人投标报价明显低于其他通过符合性审查投标人的投标报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，评标委员会应当要求其在合理的时间内通过项目电子化交易系统进行书面说明，必要时提交相关证明材料。投标人提交的书面说明，应当加盖投标人公章，在评标委员会要求的时间内通过项目电子化交易系统进行提交，否则视为不能证明其投标报价合理性。投标人不能证明其投标报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件作为无效投标处理。</p>
9	投标保证金	<p>采购包1保证金金额：40,000.00元</p> <p>缴交渠道：电子保函,转账、支票、汇票等（需通过实体账户、户名及开户行信息）</p> <p>开户名称：陕西中经招标有限公司</p> <p>开户银行：中国工商银行股份有限公司大雁塔支行</p> <p>银行账号：3700022319200103385</p>
10	标书费信息	免费获取
11	履约保证金（实质性要求）	采购包1：不缴纳
12	投标有效期（实质性要求）	提交投标文件的截止之日起不少于90天。
13	招标代理服务费（实质性要求）	<p>本项目收取代理服务费</p> <p>代理服务费用收取对象：中标/成交供应商</p> <p>代理服务费收费标准：招标代理服务费（即中标服务费）由中标单位支付，收费标准参照中华人民共和国国家计划委员会计价价格[2002]1980号文计的80%算收取，具体收费额以招标代理机构出具的发票为准。</p>
14	采购结果公告	采购结果将在陕西省政府采购网予以公告。
15	中标通知书	采购结果公告发布的同时，采购人或代理机构通过项目电子化交易系统向中标供应商发出中标通知书；中标供应商通过项目电子化交易系统获取中标通知书。
16	政府采购合同公告、备案	<p>政府采购合同签订之日起2个工作日内，采购人将政府采购合同在“陕西省政府采购网”予以公告；</p> <p>政府采购合同签订之日起7个工作日内，采购人将本项目采购合同通过政府采购平台进行备案。</p>
17	进口产品	不允许

18	是否组织潜在供应商现场考察	采购包1：组织现场踏勘：是 踏勘时间：2025-12-12 10:00:00 踏勘地点：陕西农林职业技术大学滨河校区 联系人：常老师 联系电话号码：15991721917
19	特殊情况	出现下列情形之一的，采购人或者采购代理机构应当中止电子化采购活动，并保留相关证明材料备查： （一）交易系统发生故障（包括感染病毒、应用或数据库出错）而无法正常使用的； （二）因组织场所停电、断网等原因，导致采购活动无法继续通过交易系统实施的； （三）其他无法保证电子化交易的公平、公正和安全的情况。 出现上述的情形，不影响采购公平、公正的，采购人或者代理机构可以待上述情形消除后继续组织采购活动；影响或者可能影响采购公平、公正的，采购人或者代理机构应当依法废标。

2.2总则

2.2.1适用范围

- 一、本招标文件仅适用于本次公开招标采购项目。
- 二、本招标文件的最终解释权由杨凌职业技术学院和陕西中经招标有限公司享有。对招标文件中供应商参加本次政府采购活动应当具备的条件，招标项目技术、服务、商务及其他要求，评标细则及标准由杨凌职业技术学院负责解释。除上述招标文件内容，其他内容由陕西中经招标有限公司负责解释。

2.2.2有关定义

- 一、“采购人”是指依法进行政府采购的各级国家机关、事业单位、团体组织。本次招标的采购人是杨凌职业技术学院。
- 二、“投标人”是指按照采购公告规定获取了招标文件，拟参加投标和向采购人提供货物、工程或服务的法人、其他组织或者自然人。
- 三、“代理机构”是指政府采购集中采购机构和从事政府采购代理业务的社会中介机构。本项目的代理机构是陕西中经招标有限公司。
- 四、“网上开标”是指代理机构通过项目电子化交易系统在线完成签到、开标、唱标和记录等活动，供应商通过项目电子化交易系统在线完成投标文件解密、参与开标活动。
- 五、“电子评标”是指通过项目电子化交易系统在线完成资格审查小组和评审小组组建，开展资格和符合性审查、比较与评价、出具评标报告、推荐中标候选供应商等活动。

2.3招标文件

2.3.1招标文件的构成

- 一、招标文件是投标人准备投标文件和参加投标的依据，同时也是资格审查、评标的重要依据。招标文件用以阐明招标项目所需的资质、技术、服务及报价等要求、招标投标程序、有关规定和注意事项以及合同主要条款等。本招标文件包括以下内容：
 - （一）投标邀请；
 - （二）投标人须知；
 - （三）招标项目技术、服务、商务及其他要求；
 - （四）资格审查；
 - （五）评标办法；
 - （六）投标文件格式；

（七）拟签订采购合同文本。

二、投标人应认真阅读和充分理解招标文件中所有的事项、格式条款和规范要求。投标人没有对招标文件全面做出实质性响应所产生的风险由投标人承担。

2.3.2 招标文件的澄清和修改

一、在投标文件提交截止时间前，采购人或者代理机构可以对已发出的招标文件进行必要的澄清或者修改。

二、澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分，采购人或者代理机构将在陕西省政府采购网发布更正公告，投标人应及时关注本项目更正公告信息，按更正后公告要求进行响应。更正内容可能影响投标文件编制的，采购人或者代理机构将通过项目电子化交易系统发布更正后的招标文件，投标人应依据更正后的招标文件编制投标文件。若投标人未按前述要求进行投标响应的，自行承担不利后果。

2.4 投标文件

2.4.1 投标文件的语言

一、投标人提交的投标文件以及投标人与采购人或代理机构就有关投标的所有来往书面文件均须使用中文。投标文件中如附有外文资料，主要部分要对应翻译成中文并附在相关外文资料后面。未翻译的外文资料，评标委员会将其视为无效材料。

二、翻译的中文资料与外文资料如果出现差异和矛盾时，以中文为准。涉嫌提供虚假材料的按照相关法律法规处理。

三、如因未翻译而造成对投标人的不利后果，由投标人承担。

2.4.2 计量单位

除招标文件中另有规定外，本项目均采用国家法定的计量单位。

2.4.3 投标货币

本次项目均以人民币报价。

2.4.4 知识产权

一、投标人应保证在本项目中使用的任何技术、产品和服务（包括部分使用），不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其它知识产权而引起的法律和经济纠纷，如因专利权、商标权或其它知识产权而引起法律和经济纠纷，由投标人承担所有相关责任。采购人享有本项目实施过程中产生的知识成果及知识产权。

二、投标人将在采购项目实施过程中采用自有或者第三方知识成果的，使用该知识成果后，投标人需提供开发接口和开发手册等技术资料，并承诺提供无限期支持，采购人享有使用权（含采购人委托第三方在该项目后续开发的使用权）。

三、如采用投标人所不拥有的知识产权，则在投标报价中必须包括合法使用该知识产权的相关费用。

2.4.5 投标文件的组成

投标人应当按照招标文件的要求编制投标文件。投标文件应当对招标文件提出的要求和条件作出明确响应。

投标文件具体内容详见第六章。

2.4.6 投标文件格式

一、投标人应按照招标文件第六章中提供的“投标文件格式”填写相关内容。

二、对于没有格式要求的投标文件由投标人自行编写。

2.4.7 投标报价（实质性要求）

一、投标人的报价是投标人响应招标项目要求的全部工作内容的价格体现，包括投标人完成本项目所需的一切费用。

二、投标人每种货物及服务内容只允许有一个报价，并且在合同履行过程中是固定不变的，任何有选择或可调整的报价将不予接受，并按无效投标处理。

三、投标文件报价出现前后不一致的，按照招标文件第五章评标办法规定予以修正，修正后的报价经投标人通过项目电子化交易系统进行确认，并加盖投标人（法定名称）电子签章，投标人未在规定时间内确认的，其投标无效。

2.4.8 投标有效期（实质性要求）

投标有效期详见第二章“投标人须知前附表”，投标文件未明确投标有效期或者投标有效期小于“投标人须知前附表”中投标

有效期要求的，其投标文件按无效处理。

2.4.9投标文件的制作、签章和加密（实质性要求）

一、投标文件应当根据招标文件进行编制，投标人应通过陕西省政府采购网-办事指南-CA及签章服务下载投标（响应）客户端，使用客户端编制投标文件。

二、投标人应按照客户端操作要求，对应招标文件的每项实质性要求，逐一如实响应；未如实响应或者响应内容不符合招标文件对应项的要求的，其投标文件作无效处理。

三、投标人完成投标文件编制后，应按照招标文件第一章明确的签章要求，使用互认的证书及签章对投标文件进行电子签章和加密。

四、招标文件澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，代理机构将重新发布澄清或者修改后的招标文件，投标人应重新获取澄清或者修改后的招标文件，按照澄清或者修改后的招标文件进行投标文件编制、签章和加密。

2.4.10投标文件的提交

一、（实质性要求）投标人应当在投标文件提交截止时间前，通过项目电子化交易系统完成投标文件提交。

二、在投标文件提交截止时间后，采购人或者代理机构不再接受投标人提交投标文件。投标人应充分考虑影响投标文件提交的各种因素，确保在投标文件提交截止时间前完成提交。

2.4.11投标文件的补充、修改、撤回（实质性要求）

投标文件提交截止时间前，投标人可以补充、修改或者撤回已成功提交的投标文件；对投标文件进行补充、修改的，应当先行撤回已提交的投标文件，补充、修改后重新提交。

供应商投标文件撤回后，视为未提交过投标文件。

2.5开标、资格审查、评标和中标

2.5.1开标及开标程序

一、本项目为网上开标项目。网上开标的开始时间为投标文件提交截止时间。成功提交或解密电子投标文件的投标人不足3家的，不予开标，采购人或代理机构将作废标处理。

二、开标准备工作

开标/开启前30分钟内，供应商需登录项目电子化交易系统-“供应商开标大厅”-进入开标选择对应项目包组操作签到，签到完成后等待代理机构开标/开启。

三、解密投标文件（实质性要求）

投标文件提交截止时间后，成功提交投标文件的投标人符合招标文件规定数量的，代理机构将启动投标文件解密程序，解密时间为30分钟；投标人应在规定的解密时间内，使用互认的证书及签章通过项目电子化采购系统进行投标文件解密。

四、开标

解密时间截止或者所有投标人投标文件均完成解密后（以发生在先的时间为准），由代理机构通过项目电子化交易系统对投标人名称、投标文件解密情况、投标报价进行展示。

开标过程中，各方主体均应遵守互联网有关规定，不得发表与采购活动无关的言论。投标人对开标过程和开标记录有疑义，以及认为采购人或代理机构相关工作人员有需要回避的情形的，及时向工作人员提出询问或者回避申请。采购人或代理机构对投标人提出的询问或者回避申请应当及时处理。

投标人完成投标文件解密后，自主决定是否参加网上在线开标，未参加的，视同认可开标结果。

2.5.2查询及使用信用记录

开标结束后，采购人或代理机构根据《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）的要求，通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）等渠道，查询投标人在投标文件提交截止时间前的信用记录并保存信用记录结果网页截图，拒绝列入失信被执行人名单、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中的供应商参加本项目的采购活动。

两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个投标人的身份共同参加政府采购活动的，将对所有联合体成员进行信用记录查询，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。

2.5.3资格审查

详见招标文件第四章。

2.5.4评标

详见招标文件第五章。

2.5.5中标通知书

一、采购人或者评标委员会确认中标供应商后，代理机构在陕西省政府采购网发布中标结果公告、通过项目电子化交易系统发出中标通知书，中标供应商通过项目电子化交易系统获取中标通知书。

二、中标通知书是采购人和中标供应商签订政府采购合同的依据，是合同的有效组成部分。如果出现政府采购法律法规、规章制度规定的中标无效情形的，将以公告形式宣布发出的中标通知书无效，中标通知书将自动失效，并依法重新确定中标供应商或者重新开展采购活动。

三、中标通知书对采购人和中标供应商均具有法律效力。

2.6签订及履行合同和验收

2.6.1签订合同

一、采购人应在中标通知书发出之日起三十日内与中标人签订采购合同。

二、采购人和中标人签订的采购合同不得对招标文件确定的事项以及中标人的投标文件作实质性修改。

2.6.2合同分包和转包（实质性要求）

2.6.2.1合同分包

一、投标人根据招标文件的规定和采购项目的实际情况，拟在中标后将中标项目的非主体、非关键性工作分包的，应当在投标文件中载明分包承担主体，分包承担主体应当具备相应资质条件且不得再次分包。分包供应商履行的分包项目的品牌、规格型号及技术要求等，必须与中标的品牌、规格型号及技术要求一致。

二、分包履行合同的部分应当为采购项目的非主体、非关键性工作，不属于中标人的主要合同义务。

三、采购合同实行分包履行的，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。

四、中小企业依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的政策获取政府采购合同后，小型、微型企业不得将合同分包或转包给大型、中型企业，中型企业不得将合同分包或转包给大型企业。

采购包1：不允许合同分包。

2.6.2.2合同转包

一、严禁中标人将本项目转包。本项目所称转包，是指将本项目转给他人或者将本项目全部肢解以后以分包的名义分别转给他人的行为。

二、中标人转包的，视同拒绝履行政府采购合同，将依法追究法律责任。

2.6.3采购人增加合同标的的权利

采购合同履行过程中，采购人需要追加与合同标的相同的货物或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与中标人协商签订补充合同，但所有补充合同的采购金额不得超过原合同采购金额的百分之十。

2.6.4履行合同

一、合同一经签订，双方应严格履行合同规定的义务。

二、在合同履行过程中，如发生合同纠纷，合同双方应按照《中华人民共和国民法典》规定及合同条款约定进行处理。

2.6.5履约验收方案

采购包1：

按照采购人要求执行。

2.6.6资金支付

采购人按财政部门的相关规定及采购合同的约定进行支付。

2.7纪律要求

2.7.1评标活动纪律要求

采购人、代理机构应保证评标活动在严格保密的情况下进行，采购人、代理机构、投标人和评标委员会成员应当严格遵守政府采购法律法规规章制度和本项目招标文件以及代理机构现场管理规定，接受采购人委派的监督人员的监督，任何单位和个人不得非法干预和影响评标过程和结果。对各投标人的商业秘密，评标委员会成员应予以保密，不得泄露给其他投标人。

对各投标人的商业秘密，评标委员会成员应予以保密，不得泄露给其他投标人。

2.7.2投标人不得具有的情形（实质性要求）

一、有下列情形之一的，视为投标人串通投标：

- （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。

二、提供虚假材料谋取中标；

三、采取不正当手段诋毁、排挤其他投标人；

四、与采购人或代理机构、其他投标人恶意串通；

五、向采购人或代理机构、评标委员会成员行贿或者提供其他不正当利益；

六、在招标过程中与采购人或代理机构进行协商谈判；

七、中标后无正当理由拒不与采购人签订政府采购合同；

八、未按照采购文件确定的事项签订政府采购合同；

九、将政府采购合同转包或者违规分包；

十、提供假冒伪劣产品；

十一、擅自变更、中止或者终止政府采购合同；

十二、拒绝有关部门的监督检查或者向监督检查部门提供虚假情况；

十三、法律法规规定的其他禁止情形。

投标人有上述情形的，按照规定追究法律责任，具备一至十一条情形之一的，其投标文件无效，或取消被确认为中标供应商的资格或认定中标无效。

2.8询问、质疑和投诉

一、询问、质疑、投诉的接收和处理严格按照《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《政府采购质疑和投诉办法》等规定办理。

二、供应商询问、质疑的答复主体：

根据委托代理协议约定，供应商对招标文件中采购需求的询问、质疑由 陕西中经招标有限公司 负责答复；供应商对除采购需求外的采购文件的询问、质疑由陕西中经招标有限公司 负责答复；供应商对采购过程、采购结果的询问、质疑由 陕西中经招标有限公司 负责答复。

三、供应商提出的询问，应当明确询问事项，如以书面形式提出的，应由供应商签字并加盖公章。

为提高采购效率，降低社会成本，鼓励询问主体对于不损害国家及社会利益或自身合法权益的问题或情形采用询问方式处理解决（包含但不限于文字错误、标点符号、不影响投标文件的编制的情形）。

四、供应商认为采购文件、采购过程、中标或者成交结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害

之日起7个工作日内，以书面形式向采购人、代理机构提出质疑。供应商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。供应商应知其权益受到损害之日，是指：

- （一）对可以质疑的采购文件提出质疑的，为收到采购文件之日或者采购文件公告期限届满之日
- （二）对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；
- （三）对中标或者成交结果提出质疑的，为中标或者成交结果公告期限届满之日。

五、本项目不接受在线提交质疑，供应商通过书面形式线下向采购人或代理机构提交质疑资料。

六、供应商提出质疑时应当准备的资料

- （一）质疑书正本1份；（政府采购供应商质疑函范本详见附件一）
- （二）法定代表人或主要负责人授权委托书1份（委托代理人办理质疑事宜的需提供）；
- （三）法定代表人或主要负责人身份证复印件1份；
- （四）委托代理人身份证复印件1份（委托代理人办理质疑事宜的需提供）；
- （五）针对质疑事项必要的证明材料（针对招标文件提出的质疑，需提交从项目电子化交易系统获取的招标文件回执单）。

答复主体：代理机构

联系人：祝清江

联系电话：029-87888601-8013

地址：陕西省西安市碑林区长安北路8B高速经纬大厦16层

邮编：710061

注：根据《中华人民共和国政府采购法》的规定，供应商质疑不得超出采购文件、采购过程、采购结果的范围。

七、供应商对采购人或代理机构的质疑答复不满意，或者采购人或代理机构未在规定期限内作出答复的，供应商可以在答复期满后15个工作日内向同级财政部门提起投诉。

投诉受理单位：本采购项目同级财政部门。（政府采购供应商投诉书范本详见附件二）

第三章 招标项目技术、服务、商务及其他要求

（注：当采购包的评标方法为综合评分法时带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。带“▲”号条款为允许负偏离的参数需求，若未响应或者不满足，将在综合评审中予以扣分处理。）

（注：当采购包的评标方法为最低评标价法时带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。）

3.1采购项目概况

乡村振兴(数字乡村)产业学院建设(一期)项目

3.2采购内容

采购包1：

采购包预算金额（元）：2,042,500.00

采购包最高限价（元）：2,042,500.00

供应商报价不允许超过标的金额

（招单价的）供应商报价不允许超过标的单价

序号	标的名称	数量	标的金额 （元）	计量 单位	所属 行业	是否核心 产品	是否允许进 口产品	是否属于节 能产品	是否属于环境标 志产品
1	教学仪器	1.00	2,042,500.00	项	工业	否	否	否	否

3.3技术要求

采购包1：

标的名称：教学仪器

序号	参数性质	技术参数与性能指标
----	------	-----------

1		一、采购清单			
		序号	名称	数量/单位	备注
		1	数智化直播间套装	1套	
		2	标准直播间套装	3套	
		3	拍摄区套装	1套	
		4	数字化教学平台-标准版	1套	
		5	直播实战运营及课程系统	1套	
		6	好主播网红打造课程	1套	
		7	多媒体讲台	2套	
		8	波浪形电脑桌	4组	
		9	轮式电脑椅	74套	
		10	交换机-48口	2台	
		11	网络机柜	2套	
		12	课堂管理软件	2套	
		13	综合布线	2项	
		14	电商校园供应链生态平台	1套	(核心产品)
		15	电子商务综合实训平台	1套	
		16	电商运营岗位课程	1套	
		17	电商数据分析岗位课程	1套	
		18	电商客服岗位课程	1套	
		19	电商美工岗位课程	1套	
		20	六人位电脑桌	6组	
		21	电商双创中心办公桌	4套	
		22	电商双创中心办公椅	4套	
		23	产业学院办公室办公桌	2套	
		24	产业学院办公室办公椅	2套	
		25	文件柜	2套	
		26	产业学院文化装饰	1项	
		27	智慧黑板	2套	
		二、数智化直播间套装			

1、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。1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1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。

2、相机套机，1套。机身半画幅，是用1块3250万像素的影像传感器、DIGIC8图像处理器。

- (1) 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)。
- (2) 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。
- (3) 取景器类型：电子取景器。
- (4) 液晶屏类型：触摸屏。
- (5) 液晶屏尺寸： ≥ 3 英寸。
- (6) 最高分辨率： $\geq 6960 \times 4640$ 。
- (7) 焦距范围 24-105mm 等效焦距24-105mm。
- (8) 光圈叶片数：10片。
- (9) 最大光圈F4 最小光圈F22.
- (10) 最大放大倍率 0.24X。
- (11) 支持4挡镜头防抖。
- (12) 环形USM超声波马达。

3、数控阵组，1套。

基于modbus控制模块8-32路模块。

- (1) 箱体钢板厚度： $\geq 2\text{mm}$ 。
- (2) 开启方式：机械密码、电子、钥匙。
- (3) 箱体门板厚度： $\geq 5\text{mm}$ 。

4、收音设备，1个。

- (1) 频率响应： $\geq 30\text{Hz}-18\text{KHz}$ 。
- (2) 灵敏度：优于-40dB
- (3) 信噪比： $\geq 90\text{dB}$ 。
- (4) 插头直径： $\geq 3.5\text{mm}$ 。

5、柔光箱，3个。

- (1) 尺寸： $\geq 70 \times 100\text{cm}$ 。
- (2) 安装方式：制式卡口。

6、八角柔光箱，2个。

- (1) 尺寸： $\geq 80\text{cm}$ 。
- (2) 安装方式：制式卡口。

7、绿幕，1套。便携式可升降绿幕加厚不漏光，尺寸： $\geq 2.6\text{m} \times 3\text{m}$ 。

8、200WLED灯，4个。

- (1) 功率： $\geq 200\text{W}$ 。

		<p>(2) 摄像视频类类别：常亮补光灯。</p> <p>(3) 色温： 3200±5%K</p> <p>9、100WLED灯，2个。</p> <p>(1) 功率： ≥100W。</p> <p>(2) 摄像视频类类别：常亮补光灯。</p> <p>(3) 色温： 3200±5%K</p> <p>10、视频采集卡，1个。</p> <p>11、三脚架，1个。</p> <p>(1) 脚管锁类型：旋钮式。</p> <p>(2) 管径： ≥25.2mm。</p> <p>(3) 工作高度调节范围： 350mm-1500mm。</p> <p>12、承载平台，1套。</p> <p>(1) 采用1.1mm镀锌钢板经过数控机床冲孔折弯。</p> <p>(2) 25*25*1.2mm镀锌方钢经2保焊。</p> <p>(3) 采用1.1mm镀锌钢板剪切。</p> <p>(4) 采用Ø20 45#圆钢。</p> <p>(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。</p> <p>(6) 尺寸： ≥长6*宽4*高3m（可根据实际场地调整）；</p> <p>(7) 材质： 镀锌钢板；</p> <p>(8) 颜色： 黑色。</p>
		<p>三、标准直播间套装</p> <p>1、直播智能终端，1套</p> <p>直播主机：</p> <p>(1) 一体化双高清屏操作，支持主播及运营同时使用，支持双摄像机配置，支持主播实训练习及产品特写同时直播。</p> <p>(2) 采用PC运行架构设计，配置显卡， ≥4G显存。</p> <p>(3) 双屏显示可以让主播在一个屏幕上直播自己的形象和声音，另一个屏幕上显示直播的内容和互动，双屏显示还可以让主播根据需要调整屏幕的高度、角度和方向，以适应不同的直播场景和需求。</p> <p>(4) 配置双DDR4高速内存和M.2 SSD固态硬盘，存储空间为≥16G+512G。</p> <p>(5) 扩展接口： 具备≥4个USB数据传输接口,≥2*USB3.0 ≥2*USB2.0 ；音视频接口，包括≥2个HDMI视频输出,≥1个DP视频输出。</p> <p>(6) 双高清屏配置： ≥23.8寸防蓝光专业护眼模式，可升降旋转，刷新率为75Hz IPS屏，具备178°广视角，分辨率为1920*1080，屏幕比例 16:9（宽屏），高清标准1080p（全高清）。</p> <p>(7) 配套： 配套导播切控器、无线键鼠各一套。</p> <p>数字化导播系统：</p> <p>(1) 数字导播： 可通过一键操作，实现场景切换、直播贴片、多机位特写、产品信息展示、画中画等功能。</p> <p>(2) 自定义对话框&提词器： 可灵活调整对话框、提词器在直播屏的显示大小。</p>

(3) 自定义导播切控器热键：可以通过对导播切控器自主设置，灵活定义不同热键，直达直播场景。

▲(4) 具备手机切控功能，支持局域网内通过手机实时控制导播软件中素材场景及多机位切换，并支持上传素材到直播主机端。（需提供功能截图等证明材料复印件并）

(5) 具备绿幕抠像+沉浸式体验：专业绿幕实时抠像：可充分利用图片、视频、三维、VR等方式，实现虚拟场景的自由切换。

▲(6) 场控后台+主播直播一体化：一套设备同时满足主播和场控同时使用，即可实现主屏主播实时直播，副屏后台直播数据实时监控、产品卖点上链接、引流投放、与主播互动等功能。（需提供功能截图等证明材料复印件并）

(7) 多平台直播：兼容多平台直播，同步推流，无缝对接公域和私域直播渠道，借助视频云服务器，通过线下云展示终端，实现同步直播展现。

(8) 支持适用于单张图像直播，也可支持图像幻灯片放映，循环或者顺序多张播放图片，适用于会议、教育类课件直播；支持实时动态捕捉摄像设备，可将摄像后的画面进行直播。

(9) 支持进行纯音频直播，支持实时动态捕捉电脑桌面的操作，电脑桌面中所有的操作均执行直播。

(10) 支持上传本地视频，并本地点播视频文件进行直播化处理；支持实时添加文字在直播窗口中。

(11) 支持添加多条点播视频文件进行直播，可设置视频顺序及播放行为；支持PPT、视频、图片任意添加。

(12) 实时的抠像技术：实时抠像，色键效果，可对蓝色和绿色背景进行实时抠像，并且可以根据灯光进行容差高低值的微调。可针对4路实时信号同时进行抠像；且可以根据蓝箱的大小，进行裁切以实现无限蓝箱的效果。

(13) 系统提供横屏/竖屏两种合成方式切换，横屏方式采用 16:9画幅比例。

(14) 系统提供产品预设功能，可根据产品的类型，提前预设各个产品模板，可预设的内容包括背景、前景、特效、产品资料、视频信号等，预设完成后，可保存为产品模板，后期使用时快速调用，模板内容可修改另存。

(15) 每个产品模板均可进行新建或修改，上下调整模板顺序。系统支持对多个产品模板进行编组，根据产品类型，设定分组，并对分组统一进行排序、重命名等管理。

2、高清摄像机，1套

(1) ≥500万传感器。

(2) 内置ISP3.0 3D降噪高性能的影像处理器，集成最新ISP影像处理算法，具备影像3A处理（自动曝光、自动白平衡和自动聚焦）性能；3D降噪等级可设置为自动和1-5等级。

(3) 不低于10倍光学变焦直播专业镜头组：具备10x光学放大镜头，67.5度无畸变 F1.76~F3.0。

(4) 搭配多点动态TOF激光对焦辅助传感器。（需提供功能截图等证明材料复印件）

(5) 支持UVC1.0标准协议，视频信号输出支持USB2.0: MJPG/YUY2格式，可输出9: 16的竖屏分辨率，包括1080x1920、720x1280，HDMI: 1080P及720P。

(6) 内置多功能菜单调节，具备红外遥控或手动设置功能。

3、有线话筒，1套

(1) 驻极体电容心形指向性话筒，频率响应：20Hz-20KHz

(2) 电脑录音采样/比特率：最大48kHz/24 位，灵敏度：-2dBFS(1kHz时为1V/Pa)

		<p>(3) 噪声 (RMS): -59dB</p> <p>(4) 最大声压级: 97dB</p> <p>(5) 信噪比 (耳机3.5/32欧) 61dB</p> <p>(6) 具备静音, 控制, 麦克风增益调节, 耳机监听、耳机音量调节等功能</p> <p>(7) LED灯光: 8色可调 (单色+RGB)</p> <p>(8) 具备Windows/mac PC端可编程软件, USB/Type-c双接口连接线, 使用控制软件进行麦克风音频设置等调节, 实时调整麦克风各种功能和状态</p> <p>(9) 三合一多功能旋钮一键解决静音增益监听调节</p> <p>(10) 麦克风配备控制声音动态范围的压缩技术。</p> <p>(11) 搭载专业收音限制器技术, 智能调控信号强度, 自动调节音量过大导致的声音失真爆音。</p> <p>4、直播补光灯, 1套</p> <p>(1) 桌面式增亮式补光灯, 双灯套装, 色温: 3000K-7000K可选, 冷光-冷暖光-暖光3种光效随意调。</p> <p>(2) 9档亮度, 一键切换。</p> <p>(3) 显指Ra>95。</p> <p>(4) 90°可调, 前后拉伸远近可调。</p> <p>5、抠像绿幕, 1套</p> <p>(1) 抠像绿幕, 2M*2M 折叠式抠像绿幕, 可调高度。</p> <p>(2) 铝合金轻薄外壳, 防损设计, 使幕布升降稳定可在任意高度停留, 随意调整可视面积。</p> <p>6、直播专用桌椅, 1套 (一桌两椅)</p> <p>桌子:</p> <p>(1) 采用25mm厚E1级环保实木颗粒板制作, 桌面边缘采用1.0mm环保胶水PVC同色封边。桌面配有1000*80mm铝合金穿线盖配有8口接线板。</p> <p>(2) 桌架: 材质为优质冷轧钢, 截面尺寸为30*60mm矩形底部安装有塑胶可调节脚。</p> <p>(3) 整体尺寸为1600*800*750mm</p> <p>椅子:</p> <p>(1) 椅子外层主面料为环保透气网布, 坐垫为透气海绵。</p> <p>(2) 靠背由abs环保工程塑料制作。</p> <p>(3) 五金部分为加厚钢管 (厚度0.8mm, 直径4×4cm) 数控弯制而成, 外表采用水洗除锈, 磷化, 数控喷涂高温烤漆等工艺制作。</p>
		<p>四、拍摄区套装</p> <p>1、单反相机, 1套</p> <p>要求: 传感器类型 CMOS</p> <p>传感器尺寸: ≥22×14mm</p> <p>有效像素: ≥2400万</p> <p>影像处理器: 不低于DIGIC 8</p> <p>最高分辨率: 6000×4000</p> <p>高清摄像: 4K (3840×2160)</p> <p>镜头实际焦距: f=18-55mm</p> <p>对焦区域: ≥140区</p>

对焦点数：45点

显示屏类型：触摸屏

显示屏尺寸：≥3英寸

显示屏像素：≥100万像素液晶屏

快门类型：电子快门

快门速度：1/4000至30秒

存储卡：SD卡 1张；SDXC 128G-读速95M/s写速90M/s

相机包：原装相机包

滤镜：镜头保护UV镜

电池：2块2550毫安

2、柔光灯，1套

光源：一颗COB灯珠

输出功率：恒功率200W色温变化，功率不变)

卡口：保荣卡口

亮度：36500lux(1米距离/5600K色温/搭配标准罩)

色温：单色温版本:5600K；双色温版本:2700K-6500K

APP蓝牙遥控距离：≥40m

2.4G无线控制距离≥80m

外接电池供电：V扣电池供电、户外电池供电

3、云台，1套

产品类型：相机稳定器

使用方式：手持

拍摄功能：动态定焦

云台类型：三轴云台

电池容量：≥2500mAh

电池类型：可拆卸锂离子电池

电池续航时间：≥10小时

充电时间：≤2小时

补光灯：内置3W补光灯

屏幕：≥0.9英寸功能屏（中英文）

4、静物架，1套

半透明PVC塑料板1个

折叠拍摄台1个

胶夹子1个

便携包1个

5、影像处理终端套装，1套

CPU：Intel i7 12700及以上

内存：≥32GB

SSD硬盘：≥1TB

网络：千兆以太网卡

显示器：≥27寸

		<p>键鼠：一套</p> <p>工作台：桌面尺寸1400W*700D*750Hmm；颜色可选；基材选用E1级环保颗粒板,板材厚度≥20mm。</p> <p>桌面使用的实木颗粒板三聚氰胺饰面木纹色，桌腿使用钢结构材料。桌面和中侧板开孔过线。锁、导轨、门铰、拉手、脚轮均采用金属配件。</p> <p>椅子：阻燃网孔面料。采用PU泡棉表面涂防老化变形保护膜。采用热压成型多层弯曲木胶合板，厚度≥10mm，工程尼龙五星脚，工程尼龙万向轮。</p>
		<p>五、数字化教学平台-标准版</p> <p>1、整体要求</p> <p>数字化教学平台应集管理端和学员端于一体，其中管理端需具备对学员、课程、考试及教学活动的全方位的管理能力，包括但不限于学员信息维护、课程资源组织、考试安排与成绩分析等；学员端则应提供便捷的学习与考试功能，支持学员进行课程学习、在线测试，同时确保能够进行学习进程跟踪。</p> <p>2、系统功能要求</p> <p>2.1管理端</p> <p>管理端需具备对用户、课程、考试及教学活动的全方位的管理能力。</p> <p>2.1.1用户管理</p> <p>用户管理应可支持对用户进行注册、报名课程等操作，具体功能应包含如下：</p> <p>（1）添加用户：支持管理员在后台对新用户进行注册，且能支持对已报名学员信息的维护，可维护的信息包括用户类型、专业、有效期等。</p> <p>（2）批量导入：支持使用Excel填写相关信息，将其导入到平台中，实现对用户的批量添加。</p> <p>（3）批量报名：支持单独和批量给已添加的用户报名相关课程。</p> <p>（4）操作：支持管理员可控制用户的使用状态，能够对不再具备使用资格的用户执行停用操作；对于已被停用的用户也可执行一键启用以及对用户信息的编辑操作。</p> <p>（5）查询：支持管理员使用手机号或姓名对已报名用户进行检索。</p> <p>2.1.2课程管理</p> <p>（1）添加课程：支持管理员可创建课程。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（2）课程基本信息：支持管理员对所创建的课程进行信息配置，可配置的信息包括课程名称、课程分类、设置课程封面、主讲老师、课程说明等。</p> <p>（3）课程内容信息：在添加课程时，支持对在课程资源组织时可创建不限于三级的多级目录，并能够根据实际情况选择是否需要绑定资源或随堂练习。</p> <p>（4）上架：管理员可控制课程在前端的展示情况，支持对课程执行上下架操作。</p> <p>（5）查看：支持管理员查看某一课程下所有学员的学习情况，包括学习进度、完课状态等。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（6）生成二维码：支持一键生成课程二维码，便于通过微信扫码直接登录学习平台，在H5移动端实现便捷学习。</p> <p>2.1.3资源中心</p> <p>需具备专属的资源中心，并支持对资源的管理。</p> <p>（1）新增资源：支持将资源上传至资源中心，资源类型包括但不限于视频、PDF、PPT、Word、Excel、音频。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（2）批量禁用：支持对已上传资源的可进行批量选择并禁用。</p>

- (3) 批量启用：支持对已被禁用的资源可进行批量选择并启用。
- (4) 查看：支持对已上传的资源进行查看。
- (5) 编辑：支持对已上传的资源进行再编辑操作。
- (6) 禁用：支持对已上传的资源执行禁用操作。
- (7) 删除：支持对已上传的资源执行删除操作。
- (8) 生成链接：支持将已上传的资源生成单独的链接，并设置有效期。

2.1.4 考务管理

考务管理应支持创建题库、创建考试及对考试进行管理。

2.1.4.1 试题管理

- (1) 新增题库：支持创建题库及对题库信息进行编辑。
- (2) 导入试题：支持将试题批量导入题库，试题类型应包括单选题、多选题、判断题等题型。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.1.4.2 考试管理

- (1) 新增考试：支持对考试进行创建及对考试信息进行编辑，包括考试名称、考试类型、关联课程、考试日期和作答时长等。
- ▲ (2) 抽题规则：支持对考试规则进行设置，包括抽题规则和试题数量等，可以从不限于1个的题库中进行随机抽题；可通过新增题型，对题型进行选择；并设置各题型的分值和数量。题型包括单选题、多选题和判断题等。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）
- ▲ (3) 统计试卷：支持对考试情况进行信息统计，包括但不限于考试通过率、参考人数、通过人数、未通过人数、平均分、最高分、最低分等核心数据以及对于每个参考人员的分数、考试时间、交卷时间和考试情况的统计。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.1.5 教学管理

- (1) 问答管理：支持查看用户提出的问题并进行回答及对无效问题进行删除操作。
- (2) 消息通知：支持管理员创建消息通知并发送至用户，且支持管理员查看通知的打开人数，并对通知进行删除。
- (3) 作业管理：支持给学员新增作业，且作业可关联至课程的一级目录；并支持管理员查看待批阅作业数量及对学员的作业作答情况进行查看与批阅。

2.1.6 系统设置

- (1) 资料设置：支持配置学校名称、学校LOGO等信息。
- (2) Banner设置：支持给教学平台首页添加活动图，并可对图片跳转链接、序号、显示状态、显示有效期和显示位置进行配置。
- (3) 首页栏目设置：支持新增栏目，对学员端首页进行配置。

2.2 学员端

- (1) 登录：支持学员使用手机号和密码进行登录。
- (2) 个人中心：具有学员专属的个人中心，支持可在个人中心查看其账号下的课程、考试、作业、问答等学习资源。
- (3) 涉及到的实训系统：支持对于与实训系统耦合紧密的课程，能够从学习界面直接跳转到对应的实训系统中进行操作练习。（需现场演示）
- (4) 添加问答：支持学员在学习课程中进行提问并应支持查看教师的回答。
- (5) 我的考试：学员进行在线考试时，支持在考试过程中显示答题剩余时间、当前进度、已答数量和未答数量。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

		<p>(6) 我的作业：支持学员对老师布置的作业进行作答。</p> <p>(7) 错题本：学员在线考试时，根据其作答结果，支持自动记录错题，并将其归集到错题本。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>(8) 收藏夹：支持显示学员在考试时收藏起来的试题。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>(9) 作答明细：在考试结束后，支持显示具体作答情况，包括正确题目数量、错误题目数量、总得分和用时。</p> <p>(10) 历史记录：支持对学员的历史学习课程进行记录。</p> <p>(11) 消息：支持学员可收到管理员发布的通知。</p> <p>(12) 我的资料：支持在线补充或修改个人信息，包括姓名、证件号码、学历、职业等基本信息。</p> <p>3、系统规格要求</p> <p>支持SaaS部署，含100个学员账号、3个管理员账号，5年升级运维服务。</p> <p>▲4、其他要求</p> <p>提供计算机软件著作权登记证书复印件。</p> <p>备注：提供数字化教学平台-标准版和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
		<p>六、直播实战运营及课程系统</p> <p>1、整体要求</p> <p>直播实战运营平台及课程系统应是一款应用于院校开展直播电商实战运营及直播电商相关竞赛服务的产品，主要面向电子商务、市场营销等财经商贸类专业。该系统需要依托真实直播电商实战运营实践案例，解决目前高校在直播电商、短视频制作，全媒体运营及制作等人才培养过程中遇的一系列问题，包括标准化的课程体系缺失、实战经验讲师缺乏以及直播电商实战基础薄弱等问题。</p> <p>2、课程体系</p> <p>2.1线上课程资源</p> <p>2.1.1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。</p> <p>▲2.1.1.1交付物：PDF课件≥50个，页数≥1000页，课时合计≥50课时，课程视频数量≥50个，课程时间≥1600分钟。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>2.1.1.2交付形式：线上平台交付</p> <p>2.1.1.3课程大纲应包含：</p> <p>2.1.1.3.1直播版块</p> <p>(1) 电商直播市场分析与直播卖货玩法</p> <p>(2) 直播账号运营</p> <p>(3) 直播基础操作解析</p> <p>(4) 主播选拔管理及自我修养</p> <p>(5) 直播前准备</p> <p>(6) 直播电商团队搭建</p> <p>(7) OBS推流工具使用（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>(8) 直播方案设计规划</p> <p>(9) 直播脚本撰写</p> <p>(10) 直播控场技巧</p> <p>(11) 粉丝/客户运营</p>

(12) 直播间数据分析技巧及流量闭环设计 (需提供平台功能截图等证明材料复印件)

▲ (13) 直播带货实操演练, 在主流电商平台进行实操展示带货数据 (需提供平台功能截图等证明材料复印件)

2.1.1.3.2短视频版块

- (1) 基础运营
- (2) 短视频算法
- (3) 内容创作
- (4) 粉丝运营
- (5) 吸引客户资源

2.1.1.3.3职业素养版块

职业素养培养

2.1.2直播电商策划案撰写课程: 本课程通过讲解策划案撰写要点、直播脚本撰写要点、真实直播案例解析来为学者深入剖析直播策划案的撰写思路与技巧, 让学者在真实直播中做到有备而无患。

2.1.2.1交付物: PDF课件 ≥ 10 个, 页数 ≥ 200 页, 课时合计 ≥ 20 课时, 课程视频数量 ≥ 20 个, 课时 ≥ 600 分钟。

2.1.2.2交付形式: 线上平台交付。

2.1.2.3课程大纲应包含:

2.1.2.3.1策划案撰写

- (1) 直播活动整体营销思路解析
- (2) 直播活动的策划与筹备方案撰写
- (3) 直播活动的实施与执行策略

2.1.2.3.2脚本撰写

- (1) 用户购物路径及产品讲解模型介绍
- (2) 单场脚本制作9步法
- (3) 单场脚本制作流程
- (4) 单场脚本排品设计

2.1.2.3.3直播案例分析

- (1) 直播案例分析
- (2) 家电类双十一直播案例分析
- (3) 农产品及其他特殊类目直播案例分析

2.1.3项目运营实践课程: 课程应包括直播运营实战课程、项目运营实践赛事三部分, 可协助学生直播实践运营的学习。

2.1.3.1课程概述

课程应包括直播运营实战课程、项目运营实践赛事三部分, 可协助学生直播实践运营的学习。

2.1.3.2课程资源要求

交付物: 课程视频数量 ≥ 5 个, 课程时间 ≥ 140 分钟。

2.1.3.3交付形式: 线上平台交付

2.1.3.4 课程大纲

- (1) 账户注册与管理
- (2) 直播账号申请及账号开播流程
- (3) 项目运营实践赛事说明

- (4) 直播平台移动端操作指导
- (5) 优秀直播间标准及流程规范

2.2 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。

2.2.1 培训内容要求：

2.2.1.1 交付形式：线下交付

2.2.1.2 课时≥70课时

2.2.1.3 课程大纲应包含：

- (1) 直播电商市场分析
- (2) 直播卖货玩法
- (3) 直播业务介绍
- (4) 账号注册及管理
- (5) 直播权限申请详解
- (6) 直播规则详解
- (7) 直播创建规范详解
- (8) 如何创建一场直播
- (9) 直播后台详解
- (10) 主播讲解及粉丝热爱值介绍
- (11) 直播间抽奖及优惠券工具使用
- (12) 主播选拔及自我修养
- (13) 如何制作高点击直播封面图
- (14) 主播包装及场景布置
- (15) 直播间选品策略
- (16) 直播电商团队搭建
- (17) 带货直播间人员配置和布景方案
- (18) OBS推流工具使用介绍
- (19) 直播间信息板制作及使用
- (20) 直播方案设计及规划
- (21) 如何让你的直播间人气爆棚
- (22) 直播脚本撰写
- (23) 直播控场技巧
- (24) 粉丝及客户运营
- (25) 直播推广形式及技巧
- (26) 直播平台数据使用详解
- (27) 直播间数据提升及流量闭环设计
- (28) 短视频三部曲
- (29) 短视频创作硬件器材选择
- (30) 短视频标记提升技巧
- (31) 短视频系列内容生产技能提升
- (32) 短视频制作前的思考

- (33) 短视频广告后期剪辑技巧
- (34) 好脚本创造好视频
- (35) 短视频创意与制作
- (36) 短视频数据优化
- (37) 短视频吸引力法则
- (38) 短视频题材优选技巧
- (39) 好视频这样拍
- (40) 职业素养培养
- (41) 直播活动整体营销思路解析
- (42) 直播活动的策划与筹备方案撰写
- (43) 直播活动的实施与执行策略
- (44) 用户购物路径及产品讲解模型介绍
- (45) 单场脚本制作9步法
- (46) 单场脚本制作流程
- (47) 单场脚本排品设计
- (48) 直播案例分析
- (49) 家电类双十一直播案例分析
- (50) 农产品及其他特殊类目直播案例分析

3、认证体系

为院校学生提供直播电商实训认证及直播运营实战能力认证体系，认证内容融入常规教学课程和实践操作中。

(1) 直播电商实训结业认证

学生通过直播电商课程学习和结果考核，以直播电商业务运营和岗位标准为基础，获得结业考试认证。

(2) 直播运营实战能力认证

学生通过学习“无界零售直播电商”课程，进行线下直播运营实战，将等级运营至相应级别后，院校可向为运营账号的同学颁发直播运营实战能力证书。认证体系包含初、中、高、专家四级证书，分别对应大型电商平台直播体系LV2（初级）、LV3（中级）、LV4（高级）、LV5（专家级）。

4、直播电商实战运营保障体系

为院校直播电商实训、实战环节提供运营服务保障支持，服务含以下内容：

(1) 电商行业知名导师面授指导

为购买产品的院校提供线下导师入校交付服务，可入校实施课程培训、人才培养、实战辅导及备赛支持，线下服务时间视购买产品种类不同而变化，讲师从事电商行业均在8年及以上，从事直播电商行业5年及以上，为主流电商平台认证讲师。

5、软件平台

5.1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。

5.2支持实时战绩大屏显示

5.2.1显示信息要求

(1) 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。（需现场演示）

(2) 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。（需现场演示）

(3) 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。

(4) 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。（需现场演示）

5.3智能直播功能

▲5.3.1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。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

5.3.2支持问题管理功能

(1) 支持自主创建问题。

(2) 支持新增问答：创建问题不限个数。

(3) 支持输入相似提问：同一个问题支持录入多个相似提问。（需现场演示）

(4) 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。（需现场演示）

(5) 支持针对问题输入答案。

(6) 支持编辑问题：支持对已添加的问题和答案进行编辑操作。

(7) 支持删除问题：针对添加的问题和答案，支持手动逐个删除，相似提问支持全部删除；

(8) 支持推荐问题：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；

(9) 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。

5.4支持查看数据中心-内容分析

5.4.1数据概览功能要求

▲(1) 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、日成交单量、日成交金额等指标。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(2) 时间可选择范围：自定义时间段。

(3) 直播间详情功能：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；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。

5.5支持查看数据中心-商品分析

5.5.1商品分析功能要求

(1) 次日更新：每天更新前一天数据，满足全面复盘使用；

(2) 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；

(3) 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。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(4) 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。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

5.5.2表格区域功能要求

(1) 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、商卡点击率、引导加购等相关数据；

(2) 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、商卡点击率、引导加购等相关数据；

		<p>5.6支持查看数据中心-人群分析</p> <p>5.6.1用户分析功能要求</p> <p>5.6.1.1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。（需现场演示）</p> <p>5.6.1.2图表区域功能要求</p> <p>（1）基础特征：应包括性别、年龄、学历、职业等。</p> <p>（2）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。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（3）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；</p> <p>5.7数字化教学平台</p> <p>5.7.1学习中心功能要求</p> <p>（1）账号登录（可凭手机号和密码登录）</p> <p>（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</p> <p>（3）支持在线学习视频课、文档课</p> <p>（4）支持在线找回密码</p> <p>（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。</p> <p>6、平台部署及账号要求</p> <p>6.1直播平台</p> <p>（1）支持SaaS化部署</p> <p>（2）五年升级运维服务</p> <p>（3）可提供有直播权限账号数量≥10个</p> <p>6.2数字化教学平台</p> <p>（1）教学平台应支持SaaS化部署</p> <p>（2）五年升级运维服务</p> <p>（3）可提供学习账号数量≥50个</p> <p>▲7、其他要求</p> <p>该系统软件需为成熟产品，投标人需提供计算机软件著作权登记证书复印件。</p> <p>备注：提供直播实战运营及课程系统与电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
		<p>七、好主播网红打造课程</p> <p>（一）好主播网红打造</p> <p>1、课程介绍</p> <p>本课程以理论结合实践的方式，深入剖析直播及短视频在电子商务运营中的应用与策略，旨在培养学生掌握电商环境下电商从业者如何通过直播以及短视频助力电子商务的发展，同时通过本课程的学习能够使从业者能够真正掌握直播及短视频的应用方法，帮助从业者不但能够通过直播提升销售业绩，还能打造具有人设属性的自媒体账号。课程将涉及直播平台选择及模式解析、直播间数据化运营、直播控场技巧、主播话术及专业能力提升、短视频账号搭建、短视频爆款打造、剪辑技术提升、短视频变现玩法等内容，并结合真实案例及平台进行实操演练。</p> <p>2、课时要求</p>

2.1课时：课时≥220，

2.2交付方式：线下现场交付导师入校，可分学期、分年级交付。

▲2.3交付物（电子版）：讲师手册≥8套，280页；学生工作页≥8套，250页；题库≥8套，50页。
。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.4实战商品：可提供供应链选品及大型电商平台商家商品资源，引入≥30款商家商品（可更新）。

2.5课程大纲

2.5.1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

2.5.2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

2.5.3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

2.5.4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

2.5.5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

2.5.6千万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

2.5.7从0到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

2.5.8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

2.5.9“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
- (5) VLong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

2.5.10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

(二)《生鲜农产品供应链》课程资源包

主要介绍生鲜农产品供应链投入、毛利和效率三者之间的关系，说明我国生鲜农产品的范围市场和行业特点，总结我国生鲜电商的规模和服务模式，系统分析我国生鲜农产品供应链的模式，从而提示此模式的痛点与机遇；介绍生鲜农产品供应链新模式，包括社区团购、前置仓新模式，以及这两种新模式比较的差异化，介绍集约化、集成化和智能化的新趋势；从生鲜农产品供应链质量溯源所面临的问题，讲解国内外生鲜农产品溯源的方法，包括管理模式、技术方法及其应用案例；并就农产品供应链探索的目标、待解决问题，介绍溯源平台研究焦点和探索模式。

(1) 生鲜电商与生鲜供应链，介绍投入、毛利和效率三者之间的关系，说明我国生鲜农产品的范围市场和行业特点，总结我国生鲜电商的规模和服务模式，系统分析我国生鲜农产品供应链的模式，揭示模式痛点与机遇。

(2) 生鲜农产品质量溯源源于服务创新，介绍生鲜农产品供应链质量溯源所面临的问题，讲解国外与国内生鲜农产品溯源的方法，包含管理模式、技术方法及其应用案例。

▲(3) 生鲜农产品供应链新模式与新趋势，介绍生产农产品新式，包括社区团购、前置仓新模式，

以及这两种新模式比较的差异化，介绍集约化、集成化和智能化的新趋势。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（4）生鲜农产品供应链的探索，介绍农产品供应链探索的目标、待解决问题，介绍溯源平台研究焦点和探索模式等。

教学课件≥112页；视频微课≥4个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥103分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头显示制作单位。

（三）《水果冷链物流关键技术及产业化实践》课程资源包

主要介绍冷链物流的概念、标准和发展现状，以及预冷环节、贮藏环节、流通环节、配送销售环节所遇到的问题，讲解水果冷链的概念和特点；讲解冷链核心技术构成、包含预冷贮藏、运输配送的技术、特点与装备；介绍芒果、猕猴桃、黄桃、苹果等大宗水果产业的贮藏特点和问题，以及这类问题的技术解决方案。

（1）水果冷链物流概述，介绍冷链物流的概念、标准和发展现状，以及预冷环节、贮藏环节、流通环节、配送销售环节所遇到的问题，再讲解水果冷链的概念和特点。

▲（2）水果冷链物流关键技术与装备，介绍冷链物流核心技术构成、包含预冷贮藏、运输配送的技术、特点与装备。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（3）大宗水果产业化储藏实践，介绍大宗水果产业的贮藏特点和问题，以及这类问题的技术解决方案。

视频微课≥3个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥57分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头显示制作单位。

（四）《冷链物流的科技探索与实践》课程资源包

基于冷链物流科技与实际场景的应用，从冷链科技开始探索，结合龙头企业冷链物流的实例，系统讲解IoT技术、无人化、数据+AI及SAAS平台等在冷链物流中的实际应用，课程深入布局、加工、仓储、运输等各个环节，揭秘龙头企业冷链物流体系建设。通过学习本课程，加深对冷链物流各领域专业知识的认知和理解，完善相关知识体系，提升业务水平，扩展物流技术在特定领域的视野！

（1）冷链行业现状，介绍冷链行业的情况，包含行业特点、数据、行业发展和行业需求等。

（2）冷链技术案例，介绍冷链科技的主要业务，包含IOT温控平台、冷链无人设备、AI和SaaS技术的应用。

▲（3）冷链技术解析，介绍冷链供应链模式升级方向，一体化、智能化，包括上游、RFC、DC、前置仓、门店和消费者等。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

教学课件≥16页；视频微课≥3个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥57分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头显示制作单位。

（五）《现代农业应用探索》课程资源包

基于农业市场的政策，从农业物流技术开始探索，分析农业物流的需求和特点，结合农场的实例，深入布局、加工、仓储、运输和销售等各个环节，探讨农业物联网物流体系建设。通过学习本次课程，可加深对农业物流各领域专业知识的认知和理解，完善相关知识体系，提升业务水平，扩展物流技术在特定行业的视野。

（1）数字农业大环境，介绍农产品物流的政策支持、我国农产品的概况及其电商行业的发展情况。

（2）农产品物流介绍，介绍农产品物流的概念、发展和组成，系统介绍农产品物流特征、现存问题和农产品行业的发展策略。

（3）基于物联网的农产品物流应用，介绍基于互联网的农产品物流建设的必要性、可行性和建设原

		<p>则，系统讲解物联网下农产品物流组织结构、流程和方法。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（4）农场案例，介绍农场项目模式、供销一体化解决方案、智能管控系统、仓储服务、溯源服务和包装加工服务。</p> <p>视频微课≥4个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥44分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片显示制作单位。</p> <p>备注：提供好主播网红打造课程与电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
8		<p>八、多媒体讲台</p> <p>1、材质：钢制讲台，木制面；</p> <p>2、尺寸：长1100mm*宽780mm*高1000mm。</p>
9		<p>九、波浪形电脑桌</p> <p>1、规格：根据实际环境尺寸定制</p> <p>2、颜色：白色钢架加暖白台面</p> <p>3、基材：选用E1级优质环保颗粒板,板材厚度≥20mm。</p> <p>4、桌面使用的实木颗粒板三聚氰胺饰面木纹色，桌腿使用钢结构材料。桌面和中侧板开孔过线。</p> <p>5、金属配件：锁、导轨、门铰、拉手、脚轮均采用金属配件。</p> <p>6、预留电脑主机位置。</p>
10		<p>十、轮式电脑椅</p> <p>1、面料：阻燃网孔面料。</p> <p>2、海绵：采用PU泡棉表面涂防老化变形保护膜。</p> <p>3、曲木板：采用热压成型多层弯曲木胶合板，厚度≥10mm。</p> <p>4、工程尼龙五星脚，工程尼龙万向轮。</p>
11		<p>十一、机架式交换机-48口</p> <p>固定端口：48个10/100/1000Base-T电口</p> <p>交换容量：≥96Gbps</p> <p>转发能力：≥70Mpps</p> <p>模式切换：标准交换 网络克隆 汇聚上联 端口隔离</p> <p>MAC表:16K</p> <p>交换模式:存储转发</p> <p>电源:100~240V AC</p> <p>散热方式:风扇散热</p>
12		<p>十二、网络机柜</p> <p>1、容量：22U</p> <p>2、材料：使用优质冷扎钢板制作，方孔条厚度1.5mm，安装梁厚度1.0mm，其它厚度0.8mm；</p> <p>3、外观：颜色为黑色，表面具备脱脂、酸洗、磷化、静电喷塑处理，防护等级IP20；</p> <p>4、门体：前门玻璃后门网孔</p> <p>5、承载：静载最大承重可150KG；</p> <p>6、配件：固定板部件1个、静音散热风扇1套、8位10A PDU一个，螺丝一包，底脚四个。</p>
		<p>十三、课堂管理软件</p> <p>1、七种显示视图，支持监控视图、报告视图、策略视图、文件提交视图、答题卡视图、抢答竞赛视图、共享白板视图等，在对应视图中能直观的操作相关功能；监控视图页面提供客户端画面监控缩</p>

略图，能够显示整个班级学生，并支持缩略图多级放大缩小。

2、软件提供标准安装方式以外，支持免显卡驱动下的无感安装方式，能够提供无感安装文件；

3、全面支持Windows系列操作系统，包括Windows 11（32位、64位）操作系统、支持MAC系统及众多Linux发行版本，兼容虚拟机。

4、支持多达24种语言界面版本，满足不同外语教师灵活使用软件。

5、软件的加密方式支持：加密狗加密、服务器端授权、在线序列号加密、离线文件加密、自定义短码激活、mac地址预置激活等多种方式的激活方式。

6、屏幕广播：将教师机屏幕和教师讲话实时广播给单一、部分或全体学生，可选择全屏或窗口方式。窗口模式下或教师机与学生机分辨率不同情况下，学生机可以以“缩放模式”、“平移”或者“智能滚动”的窗口方式接收广播，广播窗口所在的屏幕位置有“居中”、“偏右”、“偏左”三种方式选择，此时学生可跟着教师操作，边看边练，以增加教学的直观性；支持教师根据需要选择屏幕的某个部分广播给学生，给教师留有一定的私人空间；屏幕广播的同时，支持教师指定学生演示教师机屏幕；广播多媒体课件，可使用屏幕笔添加批注，广播同时可进行屏幕录制。

7、网络影院：实现教师机播放的视频同步广播到学生机，支持几乎所有常见的媒体音视频格式，Windows Media文件，VCD文件，DVD文件，Real文件，AVI文件，MP3等主流文件格式，支持720p、1080p的高清视频。

8、视频直播：通过USB摄像头将教师的画面实时广播到学生机，达到更形象的教学效果，具有引导客户选择视频设备的提示画面，以便客户快速完成摄像头设备的设置。

9、学生演示：教师选定一台学生机作为示范，由此学生代替教师进行示范教学。

10、分组教学：通过分组教学，将学生分成几个组进行合作学习。小组长可使用多种功能来辅导同伴，例如：广播教学、监视、文件分发和网络影院。

11、讨论：教师可能组织学生使用文字、图片、手写板等多种方式开展讨论，可进行分组讨论或主题讨论，分组讨论允许教师将学生分成若干组，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；主题讨论是由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。

12、支持文件分发和文件收集功能；支持拖拽添加文件，可限制学生提交文件的数目和大小。

13、屏幕监视：教师机可以监视单一、部分、全体学生机的屏幕，教师机每屏可监视多个学生屏幕。可以控制教师机监控的同屏幕各窗口间、屏幕与屏幕间的切换速度。可手动或自动循环监视。

14、课堂策略控制：在课堂上，教师可以设置上网策略、应用程序策略、USB、CD使用、打印限制策略，对不同学生设置不同策略，查看当前的学生策略，上网限制支持多浏览器，IE、Chrome、QQ、Firefox、360等都可以限制。

15、网络白板：教师通过导入图片、文档或截图创建白板，将白板内容共享给学生，学生和教师可以共享在白板上通过绘图工具和文本书写完成学习任务或绘画作品，提高学生团队合作的兴趣。教师也可以允许学生自己独立完成学习任务，教师可以在教师机上监看所有学生的完成情况。

16、抢答和竞赛：作答正确给予“星星”奖励，星星奖励不设上限。答题方式有：口头回答、文字输入作答、学生桌面演示作答。

17、随堂小考：教师启动快速的单选题考试（可在试题中添加图片）或随堂调查，限定考试时间，学生答题后立即给出结果，结果显示学生答案柱状图分析和答题时间，可作为抢答依据。

18、标准化考试：教师将试卷分发给学生即可开始考试，教师导入word、ppt、excel、pdf等文档类型的考试内容共享给学生，直接生成答题卡用于学生作答，包含多种不同的题型：多选题，判断题，填空题和论述题等。考试过程中，可以看到学生答题的进度，答题情况。考试过程中可以教师如有问题补充，可暂停考试，在特殊情况下，可以暂挂考试，下次启动系统后可继续考试；考试过

		<p>程中如有断电、关机等意外情况学生机可断线重连，考试结束后学生可提交或时间到自动提交。自动评分，柱状图分析统计结果，将评分结果发送给学生，考试结果统一导出 为.html/xml 形式，方便数据后期的整合利用。</p> <p>19、学生端属性查看：教师可以获取学生端计算机的名称、登录名和其它常用信息，并可以列出学生端的应用程序、进程和进程 ID，教师还可以远程终止学生端的进程。</p> <p>20、班级模型：有单独的管理界面，实现对班级模型的统一管理，并能够导入、导出，调用不同网络教室中的班级模型。</p> <p>21、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。</p> <p>22、具备语音广播、语音对讲、电子点名、远程开关机、远程命令、远程设置、远程登录、支持远程为学生端安装/卸载应用程序、登录windows前接受广播、请求帮助、举手、发言、自动锁屏、防杀进程、黑屏肃静等功能。</p>
14		<p>十四、综合布线</p> <p>1、强电布线</p> <p>电压等级：电控柜220V；</p> <p>电缆规格：照明电线不低于1.5mm²，普通插座电线不低于2.5mm²，动力电缆不低于6mm²；</p> <p>敷设方式：穿管、桥架、埋地等，根据现场确定；</p> <p>接地系统：接地电阻≤4Ω；</p> <p>进线：由甲方引入场地内；</p> <p>其他：不含基建改造、装修。</p> <p>2、弱电布线</p> <p>网络布线：六类非屏蔽双绞线；</p> <p>敷设方式：穿管、桥架、埋地等，根据现场确定；</p> <p>进线：由甲方引入场地内；</p> <p>其他：不含基建改造、装修。</p> <p>3、其他</p> <p>含设备包装、运输、人工、差旅、安装和调试；</p> <p>含线缆和耗材。</p>
		<p>十五、电商校园供应链生态平台</p> <p>1、整体要求</p> <p>电商校园供应链生态平台是一个支持电商实训教学与电商实战的平台，需支持实现电商运营、电商营销、客服售后等基本流程操作实训。系统支持与WMS系统、各主流物流快递商等端口打通。具备完整的电商线上销售、支付、订单流转、快递信息同步、库存信息同步功能，支持真实的线上交易。系统支持对微信小程序授权。</p> <p>2、微商城功能要求</p> <p>2.1系统首页要求</p> <p>2.1.1商城概况</p> <p>（1）实时概况展示，支持展示日常运营数据：今日新增用户数、累计用户、累计支付人数、客单价（元）、今日支付金额（元）、今日订单数、累计支付金额（元）、累计订单数。</p> <p>（2）按周期统计商家的销量和销售额的前三款产品：商品名称、浏览量、购买量。</p> <p>2.2店铺管理模块要求</p>

2.2.1 店铺总览页

2.2.1.1 我的店铺

(1) 我的店铺：设置店铺权限给到该成员后管理的店铺，该成员只能看到该店铺；可以展示归属于自己管理店铺的店铺logo、店铺名称、店铺二维码、开票申请、简易支付、店铺域名、店铺状态、创建人、创建时间、小程序二维码、操作设置、删除。

(2) 店铺操作设置：可修改设置店铺基本信息，店铺名称、店铺logo、店铺状态，H5端和小程序端可开启或关闭、开票申请不支持或支持按钮、店铺的用户的注册权限、收货时间设置。

(3) 小程序配置：绑定小程序ID和小程序密钥。

(4) 支付配置：在系统设置申请创建收款账号,然后在此处进行绑定操作，支持拉卡拉绑定、银联支付绑定、微信商户绑定、支付宝商户绑定、银行对公账户绑定。

(5) 店铺客服：支持设置内置客服，选择相应的人员子账户作为店铺客服，进行客户接待。支持绑定企业微信ID、绑定企业微信客服接入链接。

(6) 设置发货信息：支持添加联系人、联系方式、联系地址、详细地址、可选择增值服务电子面单打印机绑定。

(7) 设置店铺面单：支持使用增值服务电子面单。

2.2.1.2 全部店铺

(1) 可以查看所有店铺，可以设置店铺基本信息，收款信息，发货信息，客服设置，小程序配置，可以生成店铺二维码，店铺网址，店铺小程序码。

2.2.1.3 店铺权限

(1) 可以设置店铺权限，不同的员工可以有不同的权限。

2.2.2 店铺装修

(1) 支持自定义店铺背景颜色、主题颜色、辅助颜色。

(2) 支持店铺自建页面，可以通过拖拽组件对页面进行装修。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(3) 店铺菜单设置，可以设置前端小程序和h5端页面的底部菜单。

2.3 商品管理模块要求

2.3.1 商品管理

(1) 商品查询：支持按商品名、商品类目、上下架状态等字段查询商品。

(2) 商品列表：支持展示全部商品列表，列表含商品信息、价格、库存、销量，支持对已创建商品可进行修改、上架、下架、推广、删除操作。

(3) 商品列表推广，支持生成分享链接。

(4) 商品分类：可以设置产品类目，排序，图标等。

(5) 我的商品：只能查看自己上传的产品，支持展示全部商品列表，列表含商品信息、商品封面、名称、售价、划线价格、分类、销量、库存、运费、排序、在售店铺、展示状态、操作编辑、删除、生成推广链接。

(6) 全部商品：能查看所有产品，支持展示全部商品列表，列表含商品信息、商品封面、名称、售价、划线价格、分类、销量、库存、运费、排序、在售店铺、展示状态、操作编辑、删除、推广。

(7) 服务分类：可以设置服务所属分类。

(8) 我的服务：支持查看自己上传的服务，支持展示全部商品列表，列表含商品信息、商品封面、名称、售价、划线价格、分类、销量、库存、运费、排序、在售店铺、展示状态、操作编辑、删除、推广。

(9) 所有服务：支持查看所有上传的服务，支持展示全部商品列表，列表含商品信息、商品封面、名称、售价、划线价格、分类、销量、库存、运费、排序、在售店铺、展示状态、操作编辑、删除、推广。

(10) 套餐分类：可以设置套餐分类。

(11) 创建套餐：可以将不同的产品组合成一个套餐进行销售。（需现场演示）

(12) 管理套餐：对创建的套餐进行管理。

(13) 资讯内容：可以发布新闻资讯。

2.3.2 商品批量任务

(1) 支持用模板表格下载和批量上传发布商品，并支持查看导入任务结果，查看上传错误原因。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.4 订单管理模块要求

2.4.1 订单查询

(1) 代客下单，可以在后台帮助客户生成订单。

(2) 订单管理，提供订单查询功能、支持选择订单所属店铺、订单号、买家手机号、交易状态、进行查询店铺订单。

2.4.2 订单处理

▲ (1) 订单管理，提供订单查询功能、支持选择订单所属店铺、订单号、买家账号、交易状态、支付开始时间、支付结束时间、分销员姓名进行查询店铺订单。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(2) 支持批量发货，下载批量发货excel模板，上传需要批量发货的订单文件校验、执行。

(3) 系统提供订单导出功能，可将查询订单导出，支持批量订单导出。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(4) 批量发货，下载批量发货excel模板，上传需要批量发货的订单文件校验、执行。

(5) 系统提供订单导出功能，可将选中订单导出，支持批量订单导出。

▲ (6) 订单评价，提供商品评价查询功能，支持选择店铺进行查询该店铺下的所有订单评价。提供商品评价回复功能，支持针对每条商品评价，对当前评价进行回复，可多次回复。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(7) 服务核销，如果是虚拟产品销售，可以进行服务核销。

2.4.3 售后管理

(1) 售后管理，支持选择所属店铺、订单号、售后订单类型进行筛选查询；售后订单，列表展示客户提交的售后订单的订单编号、所属店铺、买家账号、订单状态、售后类型、售后状态、申请时间、操作查看订单详情、审核客户提交的售后订单、为客户提供退货地址、修改退款金额、确认收到客户的退货。

(2) 发票管理，可以支持在线开发票。

2.5 营销管理模块要求

2.5.1 优惠券

(1) 支持按优惠券名称、优惠券类型、领取状态及店铺查询优惠券。

(2) 支持展示优惠券所属店铺、券类型、名称、有效期、使用门槛、优惠活动、券库存、限领、已领、使用说明、状态、创建人、创建时间、操作编辑说明、启用、停用、删除。

2.5.2 满减满折

(1) 支持创建维护满减满折券的基本信息及适用范围。

2.5.3 限时折扣

(1) 支持创建维护限时折扣券的基本信息及适用范围。

2.5.4 购物卡

(1) 支持创建购物卡，然后将购物卡发送给会员，会员可以使用购物卡购物。

2.5.5 满减邮

(1) 支持创建各种种样的满减邮活动。

2.5.6 大转盘

(1) 支持创建大转盘游戏活动。

2.5.7 会员储值

(1) 支持创建储值卡，用户可以在线充值。

2.5.8 弹屏广告

(1) 可以创建各种弹屏广告。

2.6 客户管理模块

2.6.1 客户列表

(1) 支持展示全部的客户列表及信息、头像、名称、手机号码（隐藏中间四位数字）、性别、会员等级、积分、标签、生日、注册时间、是否实名、所属店铺、操作详情查看用户信息、订单明细、用户卡券、收货地址。

(2) 用户标签，可以为创建标签，并为客户打标签。

(3) 会员成长值设置，可以设置会员成长值。

(4) 会员等级，可以设置会员等级，不同的成长值，会有不同的折扣。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(5) 会员积分，可以设置会员获得积分规则，前端页面展示积分商城。客户可以用积分兑换产品，后台可以对积分订单进行管理。

2.6.2 客户查询

(1) 支持导入客户数据、支持从用户名称或手机号码，所在店铺进行筛选查询该客户。

2.7 数据管理模块要求

2.7.1 用户

(1) 支持自由时间段搜索展现流量趋势和核心指标（访客总数、新访客数、老访客数、会员总数）。

2.7.2 商品

(1) 商品统计，商品名称，商品分类，访客数，浏览量，销量，销售额。

2.7.3 交易

(1) 交易统计，每日或筛选日期或店铺查询订单数、付款订单数、交易额、GMV、退款数、退款金额。

(2) 潜在交易，商品名称，价格，数量，总额，用户。

2.7.4 报表

(1) 我的报表，支持根据不同统计指标，个性化的定制自己的统计报表，支持导出。

2.8 设置模块要求

(1) 设置店铺注册协议：自定义输入注册协议，并保存协议。

(2) 设置店铺隐私协议：自定义输入隐私协议，并保存协议。

- (3) 设置店铺商家协议：自定义输入商家协议，并保存协议。
- (4) 设置短信模板：系统支持默认短信模板，可新增创建短信模板，输入模板名称、选择短信类型、选择当前应用、选择短信功能、短信内容插入模板变量、输入申请说明，保存递交短信内容模板审核。列表可输入模板名称、选择短信类型、选择短信区域进行查询已新增的短信模板。列表展示已新增短信模板的模板名称、模板内容、短信类型、短信区域、审核状态、创建人、创建时间。（需现场演示）
- (5) 设置退货原因：新建创建退货理由，输入退货理由、数字排序后保存。列表展示已新建的退货理由、排序、创建人、创建时间、操作编辑、操作删除。
- ▲(6) 设置运费模板：新建创建运费模板，输入模板名称、选择模板类型是买家承担运费还是卖家包邮、选择计价方式为按件数或按重量或按体积、设置配送区域及运费，设置好点击保存。列表展示已新建创建运费模板的模板名称、模板类型、运费规则、创建人、创建时间、操作编辑、操作删除。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.9 客服管理模块要求

2.9.1 客服工作台

- (1) 展示客服聊天窗口，支持与用户实时聊天，支持在线/离线状态切换、搜索联系人、消息列表展示；支持设置短语。

2.9.2 客服管理

- (1) 客服设置，可以为每个店铺设置不同的客服接待组。
- (2) 咨询记录，可按不同的时间点查询每一个客户咨询记录，以及客户对客服的评分。
- (3) 客服数据，可以查看每一个客服的实时状态，总接待量，今日接待量，评分等。

3、流量池要求

3.1 主页概况

- (1) 应用说明介绍流量池功能。
- (2) 总用户数量合计、统计每个功能应用用户数量。

3.2 用户

- (1) 展示总流量池全部用户的姓名、手机/微信号、公司名称、职位、所在地区、来源应用、用户动态、注册时间；可按条件筛选查询；可新增用户信息或下面模板批量导入用户信息。
- (2) 展示免打扰用户和黑名单用户。

3.3 资产

- (1) 可为用户微商城的账户充值账户余额，或减少账户余额。
- (2) 可为用户微商城的账户充值积分或减少该用户的微商城积分；可导出本页表格数据：序号、用户姓名、打码手机号码、用户积分、注册时间、来源应用。

3.4 档案

- (1) 可新增设置档案模板、表单设计、编辑、删除、下载模板。
- (2) 为用户新增档案或用已下载的档案模板进行批量导入档案信息。

4、MicroERP

4.1 产品

- (1) 创建产品分类：选择创建为产品分类或服务分类，进行创建分类；创建后的分类支持修改编辑、新增子分类、删除。
- (2) 产品发布：选择实物产品、服务产品、虚拟产品后进行创建产品；创建产品名称、产品标题、产品封面、轮播图、产品视频、选择产品分类、添加产品规格、产品售价、划线价格、产品货号、

重量、体积、产品描述、售后服务、其它信息；创建好选择同步微商城点击保存，代表产品创建成功。

（3）产品导入：模板下载，根据已下载的表格模板提示创建产品，再把模板表格点击批量上传产品。

（4）服务导入：模板下载，根据已下载的表格模板提示创建服务产品，再把模板表格点击批量上传服务产品。

（5）管理我的产品：可管理本登录账号创建的实物产品、服务产品、虚拟产品；可输入产品名称、选择分类查询该产品；列表展示已创建产品的产品封面、产品名称、产品售价、划线价格、产品分类、产品来源、创建时间、创建人、操作编辑、操作删除；可选择本页产品或单选产品进行推送至微商城。

（6）管理全部产品：可管理本系统下所有子账号创建的实物产品、服务产品、虚拟产品；可输入产品名称、选择分类查询该产品；列表展示本系统下所有子账号已创建产品的产品封面、产品名称、产品售价、划线价格、产品分类、产品来源、创建时间、创建人、操作编辑、操作删除；可选择本页产品或单选产品进行推送至微商城。

4.2 OMS

▲（1）订单管理：同步云仓订单、审核云仓订单、筛选云仓订单。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（2）售后管理：云仓售后管理，展示订单编号、所属仓库、买家账号、订单状态、售后类型、售后状态、申请时间、操作审核售后订单、选择或新增用户售后回寄地址。

4.3 WMS

（1）新增自有仓库：新增选择自有仓库、填写仓库名称、联系人、联系方式、联系地址、详情地址，选择仓库管理员；新增好后，点击保存。新增好的仓库可修改编辑、删除。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

▲（2）新增外仓仓库：云仓名称+云仓Key+云仓secret，填写仓库名称、联系人、联系方式、联系地址、详情地址、选择仓库管理员；新增好后，点击保存。新增好的仓库可修改编辑、删除、库存同步。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（3）发货设置：新增选择已创建的仓库，选择自行对接的快递公司、填写客户编码和秘钥、选择上门揽件通知或不通知、选择上门时间、排序、是否显示、新增好后，点击保存。页面展示已创建的发货设置，可操作修改编辑。

（4）出入库设置：新增选择出入库类型、出入库原因，选择好后点击保存；展示已新增的出入库原因、出入库类别、状态、创建人、创建时间、操作编辑修改、操作禁用。

（5）库存查询：展示所属仓库、产品货号、产品主图、产品名称、产品规格、划线价格、产品售价、库存、产品分类、操作库存记录（点击查看库存记录，产品在发货或退货的时候，自动记录变动数量）、操作删除；也可筛选查询仓库库存。

（6）临期产品：展示临期产品的入库单号、产品货号、所属仓库、产品图片、产品名称、产品规格、入库数量、产品有效期；也可筛选查询临期产品。

（7）入库管理：新增产品入库、选择已创建仓库、选择入库日期、选择入库原因、备注信息、选择产品后列表展示产品图片、产品名称、产品货号、产品规格、可修改入库数量、可设置产品有效期、如不需要本产品入库，可操作移除；确定好入库产品，点击提交入库，创建完成；表可选择仓库，进行筛选查询已入库信息。

（8）出库管理：新增选择出库仓库、出库日期、选择出库原因、备注信息、选择产品、可修改出库数量、如不需要本产品出库，可操作移除；确定好出库产品，点击提交出库；可选择仓库，进行查询出库记录。

（9）库存盘点：新增选择库存盘点仓库、盘点日期、备注信息、选择产品、可修改实盘库存、如不需要本产品进行盘点，可操作移除；确定好盘点产品，点击提交盘点；列表可选择仓库，进行查询。

（10）发货管理：自有仓库的发货管理，列表输入发货单号、订单号、选择仓库、选择交易状态，可进行查询；展示发货单号、所属仓库、订单编号（点击订单编号，可进入查看订单详情，进行发货，单号可复制）、订单金额、订单积分、交易状态、买家账号、下单时间、操作详情订单（点击进入查看订单详情，进行发货）。

5、内容工厂

5.1主页介绍，介绍内容工厂的功能信息。

5.2文案

（1）我的文章：新增创建文章、上传文章主图、新闻/文章标题、新闻分类、新闻来源、新闻副标题，新增好后选择同步推送的版块，单击保存并提交；可单选或全选文章推送至微商城。（**需现场演示**）

（2）所有文章：所有文章即本系统下所有子账号新增的文章，新增创建文章、上传文章主图、新闻/文章标题、新闻分类、发布时间、新闻来源、新闻副标题、新闻简述、新闻详情，新增好后选择同步推送的版块，单击保存并提交；列表可单选或全选文章推送至微商城。

（3）文章分类：新增创建文章分类，输入分类名称、设置展示状态、排序，创建好后点击保存；展示已创建文章分类的分类名称、排序、状态、操作新增（新增下级分类）、编辑修改、删除。

5.3图片

（1）我的相册：新增创建相册，相当于图片的分类，输入相册名称、相册描述、排序，创建好点击保存；展示已新增相册的相册封面、相册信息、占用空间大小、图片量、排序、创建人、创建时间、操作编辑修改、删除、查看（查看相册中的照片/图片，可删除）。

（2）全部相册：全部相册即本系统下所有子账号新增的相册；新增创建相册，相当于图片的分类，输入相册名称、相册描述、排序，创建好点击保存；展示已新增相册的相册封面、相册信息、占用空间大小、图片量、排序、创建人、创建时间、操作编辑修改、删除、查看（查看相册中的照片/图片，可删除）。

（3）我的照片：新增选择已创建相册分类，可选择多张照片，可批量上传；可输入图片名称、选择相册进行查询；展示总存储空间；展示已新增照片的所属相册、图片、图片大小、创建人、创建时间、操作删除；可单选、全选本页删除图片。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（4）全部照片：全部照片即本系统下所有子账号新增的照片；新增选择已创建相册分类，点可选择多张照片照片，可批量上传；可输入图片名称、选择相册进行查询；展示总存储空间；展示已新增照片的所属相册、图片、图片大小、创建人、创建时间、操作删除；可单选、全选本页删除图片。

5.4音频

（1）我的音频：新增上传音频，选择所属分类、音频名称、上传或选择音频封面、音频上传，新增好后点击保存并提交；可输入音频名称、选择分类进行查询；展示总存储空间；展示已新增音频的音频播放预览、所属分类、音频名称、占用空间大小、上传时间、操作编辑修改、删除；可单选、全选本页进行删除视频。

（2）全部音频：全部音频即本登录账号所新增的音频；新增上传音频，选择所属分类、音频名称、

上传或选择音频封面、音频上传，新增好后点击保存并提交；可输入音频名称、选择分类进行查询；展示总存储空间；展示已新增音频的音频播放预览、所属分类、音频名称、占用空间大小、上传时间、操作编辑修改、删除；可单选、全选本页进行删除视频。

（3）音频分类：新增创建音频分类，创建好后点击保存；展示已创建音频分类的分类名称、占用空间大小、创建人、创建时间、操作编辑修改、删除。

5.5视频

（1）我的视频：新增创建视频，选择视频分类、自定义视频名称、上传视频、添加视频标签，创建完毕点击保存；可输入视频名称、选择分类进行查询该视频；展示总存储空间；展示已新增视频的视频预览、视频名称、所属分类、占用空间大小、播放量、时长、上传时间、操作编辑修改、操作删除；可单选、全选本页进行删除视频。（需现场演示）

（2）全部视频：全部视频即本系统下所有子账号新增的视频；新增创建视频，选择视频分类、自定义视频名称、上传视频、添加视频标签，创建完毕点击保存；可输入视频名称、选择分类进行查询该视频；展示总存储空间；展示已新增视频的视频预览、视频名称、所属分类、占用空间大小、播放量、时长、视频标签、上传时间、操作编辑修改、操作删除；可单选、全选本页进行删除视频。

（3）视频分类：新增创建视频分类，填写分类名称，点击保存；展示已创建视频分类的分类名称、分类下的视频占用空间大小、创建人、创建时间、操作编辑修改、操作删除。

6、系统设置

6.1主页：系统设置介绍内容。

6.2组织

（1）公司设置：新增创建公司信息，可选择已创建的上级公司、填写公司名称、公司地址、公司税号、组织代码；展示操作图标可编辑、删除；增加（新增子公司）、公司名称、公司地址、公司税号、组织代码。

（2）部门设置：新增部门，选择所属公司、上级部门、部门名称、部门主管、部门成员，编辑好后，点击保存。可编辑、删除；展示部门名称、部门主管、所属公司、部门成员、创建人、创建时间。

（3）角色设置：新增填写角色名称、角色描述、选择该角色可以看到和使用的功能，可全选全部功能或单选功能给到该角色；展示角色名称角色描述、创建人、创建时间、操作编辑、删除。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（4）成员设置：新增同事，上传头像、填写手机号、姓名、工号、担任职位、邮箱、角色功能、选择验证码登录、短信邀请，邀请同事成功激活账号后，激活状态会变成已激活。可输入用户名、选择在职状态进行查询该成员。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

（5）活跃成员：展示系统中子账户活跃成员的真实姓名、登录账号、工号、职位、登录次数、操作次数、最近登录时间。

（6）操作日志：可输入姓名、查询内容、选择日期进行查询该成员的操作日志。展示用户名称、行为操作、请求的参数、操作IP、IP归属地、操作时间，可以根据操作日志，可以查看成员登陆系统使用的时间。

（7）个性设置：可根据需求设置系统名称、公司网址、上传系统logo。

6.3收款

（1）支持线上收款方式，拉卡拉、通联支付、微信支付、支付宝支付。（需现场演示）

（2）可新增银行账号，作为系统支付标记。

6.4短信

(1) 账户概况：展示短信剩余条数；可购买短信，选择短信充值套餐确认信息并充值；展示充值记录：支付单号、充值金额、支付方式、支付人、支付时间。

(2) 签名设置：系统有默认短信签名，如不需要新申请签名，可默认使用短信签名，然后进行短信充值，即可使用；如果需要申请属于自己公司的短信签名，请联系工作人员，然后协助您申请实名认证+签名申请，然后再新增到系统里。

(3) 发送记录：展示系统中所有短信的发送记录，扫码手机号码、发送内容、发送时间、发送状态。

(4) 短信模板：根据所需可在线申请腾讯云的短信内容模板；可筛选查询已申请好的短信内容模板。

6.5 邮件

(1) 进行邮件的相关配置：SMTP服务器、SMTP端口、发信人邮件地址、SMTP身份验证用户名、SMTP身份验证密码、测试接收的邮件地址。

6.6 快递

(1) 可对接配置增值服务电子面单，展示可用面单数量。

6.7 算力

(1) 展示算力充值、子账户的算力分配、查看、禁用、新增按钮。

7、系统规格要求

系统SaaS化部署，支持开设不少于2类店铺，1类店铺支持真实电商实战业务；1类店铺支持虚拟实训教学；系统提供不少于5年升级运维服务。

8、其他要求

该系统软件需为成熟产品，投标人需提供计算机软件著作权登记证书及软件产品登记测试报告复印件。

9、《物流无人机的现状与未来发展趋势》课程资源包

从大型物流无人机的种类、作用和应用领域讲起，通过结合龙头企业在配送、应急等实际应用案例，揭示大型物流无人机关键技术，包含能源动力、复合材料、数据通信、自主控制和平台技术等内容。同时分析大型物流无人机未来发展趋势。通过学习本课程，可完善学知识体系，拓展行业视野！

(1) 大型物流无人机的种类和应用领域，介绍无人机的概念、分类、特点、应用领域、发展现状和意义。

(2) 无人机的关键技术，介绍大型物流无人机的技术现状，包含能源动力技术、复合材料技术、数据通信技术、平台技术、任务载荷一体化技术和自主控制技术，具体说明技术的发展瓶颈和难点。

(3) 物流无人机技术应用案例，介绍基于大型物流无人机发展趋势和相关技术，系统介绍无人机的规划。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(4) 物流行业现状，介绍物流行业的现状，介绍自动驾驶可以解决物流行业的痛点以及业务场景。

(5) 自动驾驶技术，介绍自动驾驶的技术历程和面临挑战、自动驾驶技术架构、包含核心的软硬件技术及其平台模式。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

(6) 自动驾驶业务，介绍室内、室外无人车技术的应用，以及业务布局。

视频微课≥6个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥104分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头显示制作单位。

10、《配送无人机的概念与系统组成》课程资源包

	<p>介绍无人机的定义，再以三轴共轴反桨结构物流无人机为例讲解多旋翼无人机的概念分类及其特点；介绍无人机的系统组成，机架材质和搭配的各类部件所实现的功能；介绍无人机螺旋桨的材质、型号和转向，为理解无人机原理做好铺垫；介绍电机和电调的分类、作用、机械组成、设备参数和工作原理；介绍无人机电池分类、特性和参数，基于不同地区的操作习惯，系统讲解遥控器起落、俯仰、横滚和航向等操作；介绍无人机的飞控、数传、抛投机构和载荷的概念、分类、作用、参数和特点。</p> <p>（1）三轴共轴反桨无人机定义，介绍多旋翼无人机的概念、分类以及其特点。</p> <p>（2）三轴共轴反桨无人机机架介绍，介绍无人机的系统组成、机架材质、各类部件所实现的功能。</p> <p>▲（3）三轴共轴反桨无人机螺旋桨介绍，介绍无人机螺旋桨的材质、型号和转向，为理解无人机原理做好铺垫。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（4）三轴共轴反桨无人机电机与电调介绍，介绍电机和电调的分类、作用、机械组成、设备参数和工作原理。</p> <p>（5）三轴共轴反桨无人机电池与遥控器介绍，介绍无人机的电池分类、特性和参数，基于不同地区的操作习惯，系统讲解遥控器起落、俯仰、横滚和航向等操作。</p> <p>（6）三轴共轴反桨无人机其他配件介绍，介绍无人机的飞控、数传、抛投机构和载荷的概念、分类、作用、参数和特点。</p> <p>视频微课≥6个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥57分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头显示制作单位。</p> <p>11、《配送无人机的原理与应用》课程资源包</p> <p>本课程主要介绍常见的X型、十字型、Y型、V型和H型多旋翼无人机的电机分布和飞控特点，提示起飞俯仰、横滚和航向飞行运输原理；基于模拟器的主要功能，通过现场模拟操作完成模拟场景中无人机的起飞、俯仰、横滚和航向操作；介绍无人机三级物流体系模式，再系统介绍三轴共轴反桨无人机应用场景、参数、工作流程、操作特点及具体应用案例</p> <p>（1）无人机的飞行原理，介绍常见的X型、十字型、Y型、V型和H型多旋翼无人机的电机分布、飞控特点，再揭示起飞人俯仰、横滚和航向飞行运动原理。</p> <p>（2）无人机的模拟操作，基于模拟器的主要功能，通过现场模拟操作完成模拟场景中无人机的起飞、俯仰、横滚和航向操作。（需提供平台功能截图等证明材料复印）</p> <p>（3）无人机的应用，介绍无人机三级物流体系模式，应用场景、参数、工作流程、操作特点及其应用案例。</p> <p>视频微课≥3个：授课式微课程，讲解课程中的知识点、技能点，总时间≥70分钟。图像清晰稳定、构图合理、声音清楚，视频片头应显示制作单位。</p>
	<p>十六、电子商务综合实训平台</p> <p>1、整体要求</p> <p>电子商务综合实训系统是目前职业本科教育电商专业必备的实训系统，具备实训、竞赛一体化功能，以岗课赛证为产品研发理念，结合产业资源转化的实训内容能够让实训更加多元、丰富。电子商务综合实训系统是满足传统电商岗位实训需求的综合性实训系统，满足网店开设、网店美工、网店运营、网络营销课堂教学使用。</p> <p>电子商务综合实训系统分管理端和学员端，通过管理端，客户可实施作业中心、应用管理、成员管理、设置、批阅、数据；通过学员端，学生可进行做作业和软件、训练营、任务应用。</p> <p>2、管理端</p> <p>2.1实训中心</p>

(1) 创建实训室：可添加各类实训室，设置实训室标题、添加训练营、任务、软件、到实训室。

2.2 教学计划

(1) 创建作业：可以设置作业名称、作业封面、作业可见范围、作业简介信息。

(2) 修改权重：所有项目都可设置权重，权重总和必须于100%，在计算成绩时会结合不同项目的权重占比进行计算。

(3) 作业管理：教师能够创建并管理作业，包括编辑基本信息、管理作业、结束作业、删除操作。

▲(4) 编辑作业项：作业布置，实训软件能够与实训任务结合、训练相结合，实训软件能够展示埋点的活动，老师可以选择埋点活动添加到实训任务，学生点击活动可以直接跳转到软件相应的功能模块完成操作，实现学生数据自动汇总到作业批阅界面。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.3 资源管理

▲(1) 能查看当前实训能够添加的软件、训练、任务并选择加入实训室，能够显示应用名称、加入时间、状态、操作者、并点击进入软件的管理后台，以及查看或移除任务、训练、软件。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）

2.4 成员管理

(1) 可以通过组织架构添加组织成员和审核申请加入实训室的用户。可以链接邀请成员、添加虚拟组，可以把成员设置为管理员、教师、移动到虚拟组。申请列表可以设批量同意批量拒绝。

2.5 设置

(1) 设置功能基本信息、头像、实训室名称、封面、简介、可见范围、实训室定位、归属组织、模板类型。

2.6 批阅中心

(1) 支持待批阅和已批阅，点击马上批阅，选择对应的实训作业，点击【去批阅】，可跳转批阅界面，教师根据任务的各项指标进行批阅打分。教师可以选择待批阅的学生作业，查看学生提交的作品附件，如果学生的作业是通过实训软件进行完成的，还可以点击学生提供的结果地址，跳转到学生的店铺去查看学生的作业完成结果，并对学生作业进行打分。

2.7 数据中心

(1) 数据总览支持实训室人数、未参与人数、完成人数、总完成率。

(2) 数据分析可以进行查看完成进度统计、作业进度总览、作业排行榜。

(3) 作业完成情况可以查看作业名称、活动数、完成人数、完成率、最高分、最低分、作业平均分。

(4) 作业完成情况还可以查看详情：成绩分布图、排行榜、完成情况统计还可以查看项目名称、活动名称、活动类型、完成人数、完成率、最高分、最低分、平均分。

(5) 成员完成情况可以查看用户名、完成作业数/作业总数、完成率。

2.8 竞赛实训室管理端

2.8.1 竞赛管理。

(1) 比赛管理：可以创建比赛设置竞赛内容、个人赛或团队赛、评分规则、及添加评委。

(2) 基本信息：单个竞赛呈现，包含比赛内容路径式呈现、详情介绍、附件资料下载。

(3) 竞赛内容：商家入驻、店铺信息设置、店铺提现账号配置、店铺运费模板设置、主图视觉营销设计、详情页视觉营销设计、主图短视频创作、PC端店铺视觉营销、移动端店铺首页装修、店铺首页视觉设计、短视频脚本创作、优化产品类目、商品发布、营销活动方案策划、优惠券设置、限时秒杀设置、拼团活动设置、砍价活动设置、快车推广方案策划、快车推广。

2.8.2比赛官网管理

- (1) 可以对官网首页、进行设置，包括：官网标题、官网logo、轮播图。
- (2) 可以撰写赛事介绍，包括：参赛事宜、竞赛内容、参赛流程、评分标准，以及对赛事动态、帮助&文件下载、关于我们进行编辑。

3、学生端

3.1首页

- (1) 基本数据汇总支持查看加入人数、资源个数、计划数。
- (2) 个人数据支持查看完成作业数量。
- (3) 关键入口支持计划中心、课程中心、软件中心。
- (4) 正在进行中的作业支持去完成作业。

3.2作业中心：

- (1) 支持查看作业列表，点击去完成作业。

3.3资源中心

3.3.1训练营包含18个实训任务工作页，以步骤式进行呈现。（需现场演示）

- (1) 商城账号注册及认证。
- (2) 商城店铺基本信息设置。
- (3) 商城支付与物流信息设置。
- (4) 商品拍摄。
- (5) 商品图片处理。
- (6) 短视频制作。
- (7) 详情页制作。
- (8) 商品上架。
- (9) 商场首页装修。
- (10) 商品详情页装修。
- (11) 移动端店铺装修。
- (12) 商品订单处理设置。
- (13) 店铺会员管理。
- (14) 评价管理。
- (15) 店铺营销活动实施。
- (16) 商品促销设置。
- (17) 快车推广。
- (18) 电商数据分析。

3.3.2任务

- (1) 18个电商视觉设计任务。

3.4物流线上商城学生端

- (1) 店铺首页呈现各类运营数据，包括每日成交订单、营业额、进店人数、商品浏览人数，销冠商品、人气商品、近 15 天营业额、近15天进店人数数据。
- (2) 店铺管理模块：系统提供店铺设置功能，可设置商家的基础信息、经营信息、资质信息，可自定义商家简介、配送方式系统信息。系统能够对店铺的整体框架进行管理操作，包括商家LOGO、商家背景图、PC端店铺封面、PC端店铺头图方面的设置，同时能够通过查看示例展示区域功能位置。

		<p>（3）店铺装修模块：系统店铺装修页面可拖拽式移动店铺装修，包含搜索框、标题、轮播图、菜单导航、图片魔方、视频、图文、商品组、选项卡、优惠券、限时秒杀、拼团活动功能，同时能够实现预览功能。移动端部分关键页面管理与预览，包括商品分类、商品详情页管理与预览。PC店铺可拖拽式装修，支持广告位、商品组自定义模块。（需现场演示）</p> <p>（4）商品管理模块：商品管理模块包含商品管理、商品分类管理、供应商、商品评价。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（5）交易管理模块订单管理：提供订单查询功能，可通过订单信息（订单编号、会员信息、收货人信息）、商品名称、订单来源、订单类型、付款方式、配送方式、下单时间信息筛选店铺订单。系统提供订单导出功能。</p> <p>▲（6）营销管理模块系统支持各类营销玩法，优惠券、限时秒杀、拼团、包邮营销玩法插件。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>▲（7）推广管理模块，快车：包含快车投放流程及竞价设置，通过对搜索关键词或广告出价及创意设置，将你需要推广的商品、活动或店铺进行推广设置。（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（8）数据查看模块：系统提供数据分析功能，包含交易分析、访问分析、商品分析（按销量排序、按销售金额排序）；（需提供平台功能截图等证明材料复印件）</p> <p>（9）财务管理模块：系统能够查看商家财务明细；包括账户明细、财务结算、财务中心。</p> <p>（10）会员管理模块，系统提供商家会员查询功能，可通过会员信息（会员编号、会员昵称）、注册来源、关注时间快速筛选店铺会员。可对会员批量发放店铺优惠券，可通过优惠券名称、使用场景来筛选店铺优惠券，发放给选中的会员。（需现场演示）</p> <p>4、系统规格要求</p> <p>（1）系统支持不少于SaaS化部署或本地服务器部署两种形式。</p> <p>（2）系统提供SaaS基础账号数量不少于200个，要求可永久免费使用。</p> <p>备注：提供电子商务综合实训平台和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
17		<p>十七、电商运营岗位课程</p> <p>16课时，线下导师入校交付</p> <p>课程章节：</p> <p>平台规则及场景运用</p> <p>店铺维护</p> <p>店铺基础设置</p> <p>常见订单处理场景</p> <p>店铺基础营销</p> <p>备注：提供电商运营岗位课程和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>

18		<p>十八、电商数据分析岗位课程</p> <p>16课时，线下导师入校交付</p> <p>课程章节：</p> <p>电商基础数据分析：</p> <p>流量数据</p> <p>交易数据</p> <p>人群数据</p> <p>服务数据</p> <p>数据化选品：</p> <p>行业数据分析</p> <p>目标人群分析</p> <p>竞品分析</p> <p>产品布局</p> <p>店铺数据分析进阶：</p> <p>基于数据分析的店铺整体规划</p> <p>基于数据分析的店铺方案复盘</p> <p>月度店铺复盘规划</p> <p>备注：提供电商数据分析岗位课程和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
19		<p>十九、电商客服岗位课程</p> <p>16课时，线下导师入校交付</p> <p>课程章节：</p> <p>客服指标提升</p> <p>东客服工具应用</p> <p>售前服务技巧</p> <p>售后客服技巧</p> <p>备注：提供电商客服岗位课程和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>
20		<p>二十、电商美工岗位课程</p> <p>16课时，线下导师入校交付</p> <p>课程章节：</p> <p>产品视觉优化技巧</p> <p>店铺装修</p> <p>电商详情页制作</p> <p>电商视觉审美</p> <p>备注：提供电商美工岗位课程和电商校园供应链生态平台数据无缝对接承诺函。</p>

21		<p>二十一、六人位电脑桌</p> <p>1、规格：根据实际环境定制六边形电脑桌；</p> <p>2、颜色：白色钢架加暖白台面</p> <p>3、基材：选用E1级优质环保颗粒板,板材厚度$\geq 20\text{mm}$。</p> <p>4、桌面使用的实木颗粒板三聚氰胺饰面木纹色，桌腿使用钢结构材料。桌面和中侧板开孔过线。</p> <p>5、金属配件：锁、导轨、门铰、拉手、脚轮均采用金属配件。</p> <p>6、预留电脑主机位置。</p>
22		<p>二十二、电商双创中心办公桌</p> <p>1、规格：1200W*700D*750Hmm</p> <p>2、颜色：钢架加台面（颜色可选）</p> <p>3、基材：选用E1级优质环保颗粒板,板材厚度$\geq 20\text{mm}$</p> <p>4、桌面使用的实木颗粒板三聚氰胺饰面木纹色，桌腿使用钢结构材料。桌面和中侧板开孔过线。</p> <p>5、金属配件：锁、导轨、门铰、拉手、脚轮均采用金属配件。</p> <p>6、教室桌预留电脑主机位置。</p>
23		<p>二十三、电商双创中心办公椅</p> <p>1、面料：阻燃网孔面料。</p> <p>2、海绵：采用PU泡棉表面涂防老化变形保护膜。</p> <p>3、曲木板：采用热压成型多层弯曲木胶合板，厚度$\geq 10\text{mm}$。</p> <p>4、工程尼龙五星脚，工程尼龙万向轮。</p>
24		<p>二十四、产业学院办公室办公桌</p> <p>1、规格：1200W*700D*750Hmm</p> <p>2、颜色：钢架加台面（颜色可选）</p> <p>3、基材：选用E1级优质环保颗粒板,板材厚度$\geq 20\text{mm}$。</p> <p>4、桌面使用的实木颗粒板三聚氰胺饰面木纹色，桌腿使用钢结构材料。桌面和中侧板开孔过线。</p> <p>5、金属配件：锁、导轨、门铰、拉手、脚轮均采用金属配件。</p> <p>6、教室桌预留电脑主机位置。</p>
25		<p>二十五、产业学院办公室办公椅</p> <p>1、面料：阻燃网孔面料。</p> <p>2、海绵：采用PU泡棉表面涂防老化变形保护膜。</p> <p>3、曲木板：采用热压成型多层弯曲木胶合板，厚度$\geq 10\text{mm}$。</p> <p>4、工程尼龙五星脚，工程尼龙万向轮。</p>
26		<p>二十六、文件柜</p> <p>定制；</p> <p>尺寸：900W*390D*1800H；</p> <p>厚度：0.6mm；</p> <p>柜体材质：钢</p>

27		<p>二十七、产业学院文化装饰</p> <p>乡村振兴（数字乡村）产业学院定制VI标识1套，包含：</p> <p>1、数字乡村直播实战运营中心（拍摄区1个，标准直播间3个，智能直播间1个）文化展板1套（具体尺寸根据现场环境定制）；</p> <p>2、农村电商实训中心+数字乡村客服中心文化展板1套（具体尺寸根据现场环境定制）；</p> <p>3、数字乡村直播实战运营中心+共享培训中心文化展板1套（具体尺寸根据现场环境定制）；</p> <p>4、农产品创客孵化中心文化展板1套（具体尺寸根据现场环境定制）；</p> <p>5、产业学院制度展板1套（具体尺寸根据现场环境定制）；</p> <p>6、产业学院形象墙标识1套（亚克力材质，具体尺寸根据现场环境定制）。</p>
28		<p>二十八、智慧黑板</p> <p>1.整机采用全金属外壳，三拼接平面一体化设计，中间主屏尺寸不小于86英寸，屏幕边缘采用圆角包边防护，整机尺寸宽≥4200mm，高≥1200mm。</p> <p>2.整机嵌入式系统版本≥Android 14。</p> <p>3.采用红外触控方式，支持Windows系统以及安卓中进行40点或以上触控。</p> <p>4.整机支持色彩空间可选，包含标准模式和sRGB模式，在sRGB模式下可做到高色准$\Delta E \leq 1$。</p> <p>5.整机嵌入式芯片内置2TOPS AI算力，可用于AI图像、音频处理。</p> <p>6.整机全部扬声器均采用模块化设计。</p> <p>7.整机Windows通道支持文件传输应用，支持通过扫码、wifi直联、超声三种方式与手机进行握手连接，实现文件传输功能。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p> <p>8.整机支持实现用户使用红外笔书写时，无需点击任何功能按键，自动进入书写模式。</p> <p>9.整机支持用户在使用批注功能时，能够使用笔正常书写，同时也能够使用手指正常点击操作应用。</p> <p>10.整机内置2.2声道扬声器，具备多方向扬声器，额定总功率60W。</p> <p>11.支持标准、听力、观影和AI空间感知音效模式，AI空间感知音效模式可通过内置麦克风采集教室物理环境声音，自动生成符合当前教室物理环境的频段、音量、音效。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p> <p>12.整机内置非独立外扩展的8阵列麦克风。</p> <p>13.整机内置非独立摄像头，采用一体化集成设计，可拍摄≥1600万像素数的照片。</p> <p>14.整机内置双WiFi6无线网卡（不接受外接），在Android和Windows系统下。</p> <p>15.处理器：Intel Core i5 及以上，内存：≥8G，硬盘≥256G SSD 固态硬盘，采用内置式模块化电脑。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p> <p>16.AI智能纠错：软件内置的AI智能语义分析模块，可对输入的英文文本的拼写、句型、语法进行错误检查，并支持一键纠错。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p> <p>17.能够为教师提供不少于5T的云存储空间，教师可在个人云空间中上传存储互动课件、云教案和其他教学资源。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p> <p>▲18.党建微课视频：提供90节党建微课视频，包含革命篇、建设篇、改革篇、复兴篇4个篇章。微课内容可在线点播，下载至课件播放。微课视频支持视频关键帧打点标记，播放过程中可一键跳转至标记位置，同时支持一键对视频内容进行截图插入课件。（提供相关证明，包括但不限于检测报告、官网截图和功能截图）</p>

29		<p>二十九、其他要求</p> <p>1、系统安装、调试由供应商免费实施。</p> <p>2、系统培训由设备/软件原厂商直接负责并免费完成。</p>
----	--	--

3.4商务要求

3.4.1交货时间

采购包1:

自合同签订后30个日历日内完成交付、安装调试。

3.4.2交货地点

采购包1:

陕西农林职业技术大学（原杨凌职业技术学院）滨河校区。

3.4.3支付方式

采购包1:

一次付清

3.4.4支付约定

采购包1: 付款条件说明: 货物全部运到采购人指定地方, 交付完毕并经终验合格后, 卖方持《终验合格单》原件和全额增值税专用发票, 达到付款条件起 15 日内, 支付合同总金额的 100.00%。

3.4.5验收标准和方法

采购包1:

项目验收分初验和终验: 初验: 货物到达交货地点后, 由项目使用(实施)部门根据合同对货物的名称、品牌、规格、型号、产地、数量等进行检查。终验: 所有货物安装、调试完毕, 由资产设备处组织终验, 合格后签发《终验合格单》。

3.4.6包装方式及运输

采购包1:

涉及的商品包装和快递包装, 均应符合《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)》的要求, 包装应适应于远距离运输、防潮、防震、防锈和防野蛮装卸, 以确保货物安全无损运抵指定地点。

3.4.7质量保修范围和保修期

采购包1:

1.项目质保期: 自验收合格之日起硬件3年, 软件5年; 2.售后服务响应时间(质保期内): 在质保期内, 乙方在接到甲方对所购产品进行维修的要求后, 12小时内到甲方现场进行维修服务, 全部费用由乙方支付, 若需将产品送回生产厂维修, 由乙方支付维修产品所需的往返费用。

3.4.8违约责任与解决争议的方法

采购包1:

按照《中华人民共和国民法典》和《中华人民共和国政府采购法》中的相关条款执行。(2)未按合同要求的提供产品或质量不能满足技术要求, 甲方有权终止合同, 甚至对供方违约行为进行追究。

3.5其他要求

1、供应商若提供电子保函的, 开标前请将电子保函扫描件发送至邮箱877581736@qq.com。2、中标供应商与采购人签订合同后请及时将合同扫描件发送至邮箱877581736@qq.com, 以便及时办理保证金退还事宜。3、为顺利推进政府采购电子化交易平台应用工作, 供应商需要在线提交所有通过电子化交易平台实施的政府采购项目的投标文件, 同时, 线下提交叁份纸质投标文件建议A4纸双面打印, 分别装订成册并编制目录和页码, 单独密封并加盖公章。邮寄或现场提交均可。若电子投标文件与纸质投标文件不一致的, 以电子投标文件为准。4、因电子交易系统未能实现线上演示, 现需各供应商在开标

当天进行现场演示。

第四章 资格审查

资格审查由采购人或代理机构组建的资格审查小组依据法律法规和招标文件的规定，对投标文件中的资格证明等进行审查，以确定投标人是否具备投标资格，并出具资格审查报告。

资格审查标准及要求如下：

4.1一般资格审查

采购包1：

序号	审查内容	具体标准和要求	关联投标（响应）文件格式文件
1	供应商应具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标函》完成承诺并进行电子签章。	投标函 投标人应提交的相关资格证明材料
2	供应商应提供健全的财务会计制度的证明材料；	供应商需在项目电子化交易系统中按要求上传相应证明文件并进行电子签章。	投标人应提交的相关资格证明材料
3	单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商不得参加同一合同项下的政府采购活动； 为本项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加该采购项目的其他采购活动。	供应商需在项目电子化交易系统中按要求填写《投标函》完成承诺并进行电子签章。	投标函

4.2特殊资格审查

采购包1：

序号	审查内容	具体标准和要求	关联投标（响应）文件格式文件
1	主体资格	供应商为响应招标并参加投标的合法注册的企业法人、事业法人或其他组织。企业法人应提供合法有效的标识有统一社会信用代码的营业执照；事业法人应提供事业单位法人证书；其他组织应提供合法登记证明文件。	投标人应提交的相关资格证明材料 1资格证明文件.docx
2	授权委托	供应商应授权合法的人员参加投标全过程，其中法定代表人/负责人直接投标，须提交法定代表人/负责人身份证明书和身份证；法定代表人/负责人授权代表参加投标的，须出具法定代表人/负责人授权书及授权代表身份证；投标文件中凡是需要法定代表人签字或盖章之处，非法人单位的负责人均参照执行。	投标人应提交的相关资格证明材料 1资格证明文件.docx

3	财务状况报告	<p>供应商提供2024年度经审计的完整财务审计报告（审计报告应当包含报告正文、资产负债表、利润表、现金流量表、附注和会计师事务所营业执照，报告正文应当有会计师事务所公章，2个注册会计师的证书、签字和盖章）或开标前三个月内银行出具的资信证明，或财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函（以上三种形式的资料提供任何一种即可）。</p>	<p>投标人应提交的相关资格证明材料 1 资格证明文件.docx</p>
4	社会保障资金缴纳证明	<p>供应商提供投标文件递交截止日前一年内的任意一个月的社会保障资金缴存单据或社保机构开具的社会保险参保缴费情况证明，依法不需要缴纳社会保障资金的单位应提供相关证明材料。</p>	<p>投标人应提交的相关资格证明材料 1 资格证明文件.docx</p>
5	税收缴纳证明	<p>供应商提供投标文件递交截止日前一年内已缴存的任意一个月的纳税证明或完税证明，纳税证明或完税证明上应有代收机构或税务机关的公章，依法免税的单位应提供相关证明材料。</p>	<p>投标人应提交的相关资格证明材料 1 资格证明文件.docx</p>
6	书面声明（信用记录）	<p>参加本次采购活动前3年内在经营活动中没有重大违纪，以及未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单的书面声明原件。</p>	<p>投标人应提交的相关资格证明材料 1 资格证明文件.docx</p>
7	承诺函	<p>提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺。</p>	<p>投标人应提交的相关资格证明材料 1 资格证明文件.docx</p>

4.3落实政府采购政策资格审查

采购包1：

序号	审查内容	具体标准和要求	关联投标（响应）文件格式文件
无			

第五章 评标办法

5.1总则

一、根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国政府采购法实施条例》《政府采购货物和服务招标投标管理办法》《陕西省政府采购评审专家管理实施办法》等法律法规，结合采购项目特点制定本评标办法。

二、评标工作由代理机构负责组织，具体评标事务由采购人或代理机构依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人代表和评审专家组成。

三、评标工作应遵循公平、公正、科学及择优的原则，并以相同的评标程序和标准对待所有的投标人。

四、本项目采取电子评标，通过项目电子化交易系统完成评标工作。评标委员会成员、采购人、代理机构和投标人应当按照本招标文件规定和项目电子化交易系统操作要求开展或者参加评标活动。

五、评标过程中的书面材料往来均通过项目电子化交易系统传递，投标人通过互认的证书及签章加盖其电子印章后生效。出现无法在线签章的特殊情况，评标委员会成员可以线下签署评标报告，由代理机构对原件扫描后以附件形式上传。

六、评标过程应当独立、保密，任何单位和个人不得非法干预评标活动。投标人非法干预评标活动的，其投标文件将作无效处理；代理机构、采购人及其工作人员、采购人监督人员非法干预评标活动的，将依法追究其责任。

5.2评标委员会

一、评审专家是采取随机方式在政府采购平台的专家库系统（以下简称专家库系统）抽取/由采购人根据《陕西省政府采购评审专家管理实施办法》（陕财办采〔2018〕20号）的规定，报主管部门同意后自行选定。

二、评标委员会成员应当满足并适应电子化采购评审的工作需要，使用已身份认证并具备签章功能的证书，登录项目电子化交易系统进入项目评审功能模块确认身份、签到、推荐评标委员会组长。采购人代表可以使用采购人代表专用签章确认评审意见。

三、评标委员会成员获取解密后的投标文件，开展评标活动。出现应当回避的情形时，评标委员会成员应当主动回避；代理机构按规定申请补充抽取评审专家；无法及时补充抽取的，采购人或者代理机构应当封存供应商投标文件，按规定重新组建评标委员会，解封投标文件后，开展评标活动。

四、评标委员会按照招标文件规定的评标程序、评标方法和标准进行评标，并独立履行下列职责：

- （一）熟悉和理解招标文件；
- （二）审查供应商投标文件等是否满足招标文件要求，并作出评价；
- （三）根据需要要求采购组织单位对招标文件作出解释；根据需要要求供应商对投标文件有关事项作出澄清、说明或者更正；
- （四）推荐中标候选供应商，或者受采购人委托确定中标供应商；
- （五）起草评标报告并进行签署；
- （六）向采购组织单位、财政部门或者其他监督部门报告非法干预评审工作的行为
- （七）法律、法规和规章规定的其他职责。

5.3 评标方法

采购包1：综合评分法

5.4评标程序

5.4.1熟悉和理解招标文件和停止评标

一、评标委员会正式评审前，应当对招标文件进行熟悉和理解，内容主要包括招标文件中供应商资格资质性要求、采购项目技术、服务和商务要求、评审方法和标准以及可能涉及签订政府采购合同的内容等。

二、本招标文件有下列情形之一的，评标委员会应当停止评标：

- （一）招标文件的规定存在歧义、重大缺陷的；
- （二）招标文件明显以不合理条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇的；
- （三）采购项目属于国家规定的优先、强制采购范围，但是招标文件未依法体现优先、强制采购相关规定的；
- （四）采购项目属于政府采购促进中小企业发展的范围，但是招标文件未依法体现促进中小企业发展相关规定的；
- （五）招标文件规定的评标方法是综合评分法、最低评标价法之外的评标方法，或者虽然名称为综合评分法、最低评标价法，但实际上不符合国家规定；
- （六）招标文件将投标人的资格条件列为评分因素的；
- （七）招标文件有违反国家其他有关强制性规定的情形。

出现上述应当停止评标情形的，评标委员会应当通过项目电子化交易系统向采购组织单位提交相关说明材料，说明停止评审的情形和具体理由。除上述情形外，评标委员会不得以任何方式和理由停止评标。

出现上述应当停止评标情形的，采购组织单位应当通过项目电子化交易系统书面告知参加采购活动的供应商，并说明具体原因，同时在陕西省政府采购网公告。采购组织单位认为评标委员会不应当停止评标的，可以书面报告采购项目同级财政部门依法处理，并提供相关证明材料。

5.4.2 符合性审查

评标委员会依据本招标文件的实质性要求，对符合资格的投标文件进行审查，以确定其是否满足本招标文件的实质性要求。本项目符合性审查事项，必须以本招标文件的明确规定的实质性要求作为依据。

在符合性审查过程中，如果出现评标委员会成员意见不一致的情况，按照少数服从多数的原则确定，但不得违背政府采购基本原则和招标文件规定。

符合性审查标准见下表（按以下顺序审查）：

采购包1：

序号	审查内容	具体标准和要求	关联投标（响应）文件格式文件
1	不正当竞争预防措施（实质性要求）	1.在评标过程中，评标委员会认为投标人报价明显低于其他实质性响应的投标人报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，评标委员会应当要求其在合理的时间内提供成本构成书面说明，并提交相关证明材料。书面说明应当按照国家财务会计制度的规定要求，逐项就投标人提供的货物、工程和服务的主营业务成本（应根据投标人企业类型予以区别）、税金及附加、销售费用、管理费用、财务费用等成本构成事项详细陈述。 2.投标人提交的相关说明和证明材料，应当加盖投标人（法定名称）电子印章，在评标委员会要求的时间内通过项目电子化交易系统进行提交，否则提交的相关证明材料无效。投标人不能证明其投标报价合理性的，评标委员会应当将其投标文件作为无效处理。	开标一览表 标的清单

2	企业名称	供应商名称与营业执照名称是否一致	开标一览表 中小企业 声明函 商务应答表 投 标人应提交的相关资 格证明材料 4评审细 则及标准相关对应内 容.docx 投标函 残疾 人福利性单位声明函 3技术响应表.docx 标 的清单 2分项报价表.d ocx 投标文件封面 监 狱企业的证明文件 1 资格证明文件.docx
3	签字盖章	投标文件的签字盖章是否按招标文件要求	开标一览表 中小企业 声明函 商务应答表 投 标人应提交的相关资 格证明材料 4评审细 则及标准相关对应内 容.docx 投标函 残疾 人福利性单位声明函 3技术响应表.docx 标 的清单 2分项报价表.d ocx 投标文件封面 监 狱企业的证明文件 1 资格证明文件.docx
4	投标有效期	投标有效期是否满足招标要求	投标函
5	报价唯一性	报价唯一性且是否超过采购预算	开标一览表 标的清单 2分项报价表.docx
6	实质性要求	技术及商务要求是否满足招标文件要求	3技术响应表.docx 商 务应答表

7	其他要求	其他不符合法律、规章、规范性文件和规定的	开标一览表 中小企业 声明函 商务应答表 投 标人应提交的相关资 格证明材料 4评审细 则及标准相关对应内 容.docx 投标函 残疾 人福利性单位声明函 3技术响应表.docx 标 的清单 2分项报价表.d ocx 投标文件封面 监 狱企业的证明文件 1 资格证明文件.docx
---	------	----------------------	---

以上实质性要求全部响应并满足采购需求的，则通过符合性审查；如有任意一项未响应或不满足采购需求的，则按无效投标文件处理。如果评标委员会认为投标人有任意一项不通过的，应在符合性审查表中载明不通过的具体原因。

5.4.3解释、澄清有关问题

一、评标过程中，评标委员会认为招标文件有关事项表述不明确或需要说明的，可以提请代理机构书面解释。代理机构的解释不得改变招标文件的原义或者影响公平、公正，解释事项如果涉及投标人权益的以有利于投标人的原则进行解释。

二、对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，评标委员会应当要求投标人作出必要的澄清、说明或更正，并给予投标人必要的反馈时间。投标人应当按评标委员会的要求进行澄清、说明或者更正。投标人的澄清、说明或者更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、说明或者更正不影响投标文件的效力，有效的澄清、说明或者更正材料是投标文件的组成部分。

三、投标人的澄清、说明或者更正需进行电子签章，应当不超出投标文件的范围、不实质性改变投标文件的内容、不影响投标人的公平竞争、不导致投标文件从不响应招标文件变为响应招标文件的条件。下列内容不得澄清：

- （一）投标人投标文件中不响应招标文件规定的技术参数指标和商务应答；
- （二）投标人投标文件中未提供的证明其是否符合招标文件资格、符合性规定要求的相关材料。
- （三）投标人投标文件中的材料因印刷、影印等不清晰而难以辨认的。

四、投标文件报价出现下列情况的，按以下原则处理：

- （一）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；
- （二）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准，但大写金额出现文字错误，导致金额无法判断的除外；
- （三）单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表总价为准，并修改单价；
- （四）总价金额与按单价汇总金额不一致的，以单价金额计算结果为准。

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

五、对不同语言文本投标文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

六、代理机构宣布评标结束前，投标人应通过项目电子化交易系统随时关注评标消息提示，及时响应评标委员会发出的澄清、说明或更正要求。投标人未能及时响应的，自行承担不利后果。

评标委员会应当积极履行澄清、说明或者更正的职责，不得滥用权力。

5.4.4比较与评价

评标委员会应当按照招标文件规定的评标细则及标准，对符合性检查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较和评价。

5.4.5复核

评分汇总结束后，评标委员会应当进行复核，对拟推荐为中标候选供应商、报价最低、投标文件被认定为无效等进行重点复核。

评标结果汇总完成后，评标委员会拟出具评标报告前，代理机构应当组织不少于2名工作人员，在采购监督人员的监督之下，依据有关的法律制度和招标文件对评标结果进行复核，出具复核报告。

评标结果汇总完成后，除下列情形外，任何人不得修改评标结果：

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

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

5.4.6确定中标候选人名单

采购包1：按投标人综合得分从高到低进行排序，确定3名中标候选人。综合得分相同的，按投标报价由低到高顺序排列；得分且投标报价相同的，按投标人提供的优先采购产品认证证书数量由多到少顺序排列；得分且投标报价且提供的优先采购产品认证证书数量相同的并列。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。

5.4.7编写评标报告

评标报告是评标委员会根据全体评标成员签字的评标记录和评标结果编写的报告，其主要内容包括：

- 一、招标公告刊登的媒体名称、开标日期和地点；
- 二、投标人名单和评标委员会成员名单；
- 三、评审方法和标准；
- 四、开标记录和评审情况及说明，包括投标无效供应商名单及原因；
- 五、评标结果，确定的中标候选人名单或者经采购人委托直接确定的中标人

六、其他需要说明的情况，包括评标过程中投标人根据评标委员会要求进行的澄清、说明或者补正，评标委员会成员的更换等；

七、报价最高的投标人为中标候选人的，评标委员会应当对其报价的合理性予以特别说明。

评标委员会成员应当在评标报告中签字或加盖电子签章确认，对评标过程和结果有不同意见的，应当在评标报告中写明并说明理由。签字但未写明不同意见或者未说明理由的，视同无意见。拒不签字或加盖电子签章又未另行说明其不同意见和理由的，视同同意评标结果。

5.5评标争议处理规则

评标委员会在评标过程中，对于符合性审查、对投标人文件作无效投标处理及其他需要共同认定的事项存在争议的，应当以少数服从多数的原则作出结论，但不得违背法律法规和招标文件规定。持不同意见的评标委员会成员应当在评标报告上签署不同意见及理由，否则视为同意评标报告。持不同意见的评标委员会成员认为认定过程和结果不符合法律法规或者招标文件规定的，应当及时向采购人或代理机构书面反映。采购人或代理机构收到书面反映后，应当书面报告采购项目同级财政部门依法处理

5.6评标细则及标准

一、评标委员会只对通过资格审查的投标文件，根据招标文件的要求采用相同的评标程序、评分办法及标准进行评价和比较。

二、评标委员会成员应依据招标文件规定的评分标准和方法独立评审。

5.6.1 评分办法

若采用综合评分法的，由评标委员会各成员对通过资格检查和符合性审查的投标人的投标文件进行独立评审。 投标报价得分=（评标基准价 / 投标报价）×100

评标总得分=F1×A1+F2×A2+.....+Fn×An

F1、F2.....Fn分别为各项评审因素的得分；

A1、A2、.....An 分别为各项评审因素所占的权重（A1+A2+.....+An=1）。

评标过程中，不得去掉报价中的最高报价和最低报价。

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。

5.6.2 评分标准

采购包1:

评审内容		评审标准			
分值构成		详细评审60.00分 报价得分40.00分			
评审因素分类	评审内容	具体标准和要求	分值	客观/主观	关联投标（响应）文件格式文件
	技术指标响应	投标产品技术参数完全符合招标文件要求，没有负偏离的得30分。参数中非加“▲”每有一条技术指标负偏离扣0.5分，其中加“▲”参数（25项）每有一条技术指标负偏离扣1分，扣完为止。注：加“▲”参数需提供佐证材料不限于：产品彩页、检测报告、官网截图等证明材料，佐证材料须包含产品的技术参数，并按要求放入投标文件中，予以证明其技术参数的响应性。供应商自行承担因证明材料不全而被视为技术参数偏离的风险。要求提供佐证材料，以佐证材料为准，不提供的按负偏离处理。	30.0000	客观	3技术响应表.docx

产品选型	<p>一、评审内容 内容包含设备选型</p> <p>二、评审标准 1、完整性：切合本项目实际情况，对所投产品中有详细描述及其他内容的补充； 2、科学性：切合本项目实际情况，叙述清楚，符合客观实际情况； 3、合理性：符合项目实际特点，合理、恰当； 4、可靠性：所选设备质量可靠。 三、赋分标准（满分2分）</p> <p>设备选型：每完全满足一个评审标准最多得0.5分，满分2分；</p>	2.0000	主观	4评审细则及标准相关对应内容.docx
实施计划和保证措施	<p>一、评审内容 供应商需提供科学、完整、合理、规范的实施方案及措施。内容包含：①实施方案计划②进度保证措施③人员配置方案④供货安装、调试方案⑤验收措施。 二、评审标准 1、完整性：方案须全面，对评审内容中的各项要求描述详细； 2、可实施性：切合本项目实际情况，实施步骤清晰、合理； 3、针对性：方案能够紧扣项目实际情况，内容科学合理。 三、赋分依据（满分3分） ①实施方案计划：每完全满足一个评审标准最高得0.2分，满分0.6分； ②进度保证措施:每完全满足一个评审标准最高得0.2分，满分0.6分； ③人员配置方案:每完全满足一个评审标准最高得0.2分，满分0.6分； ④供货安装、调试方案：每完全满足一个评审标准最高得0.2分，满分0.6分； ⑤验收措施：每完全满足一个评审标准最高得0.2分，满分0.6分；</p>	3.0000	主观	4评审细则及标准相关对应内容.docx

详细评审

演示	供应商根据采购文件要求进行演示，演示内容共计 15 大项演示内容。每一项演示内容完整、合理，可操作性强，功能完全满足采购要求得 1 分，满分 15 分；每有一项缺项扣 1 分，每一项中存在缺陷扣 0.5 分，扣完为止。备注:1、缺陷是指演示逻辑一般、业务需求符合度一般、与项目需求不匹配及其他不利于项目实施的等任意一种情形。2、现场演示时间不超过 20 分钟（不含现场提问及解答时间）；演示要求投标人自备笔记本电脑及相关设备，演示时网络连接由投标人自行解决。演示地点同线下递交文件地点，演示时间同开标时间。	15.0000	客观	4评审细则及标准相关对应内容.docx

<p>培训方案</p>	<p>一、评审内容 针对本项目提供培训方案，为采购人培训操作维护人员，以保障使用过程中能熟练操作、维护和正常使用，培训方案内容包括①培训内容②培训计划安排（包含不限于：对培训对象、培训时间做出计划，包括培训时间、地点、人次、方式、预计培训结果，保证采购人人员掌握仪器的基本操作和日常维护。） 二、评审标准 1、完整性：切合本项目实际情况，方案内容齐全，对招标文件中各项要求有详细描述及其他内容的补充； 2、科学性：切合本项目实际情况，叙述清楚，符合客观实际情况； 3、合理性：方案内容符合项目实际特点，合理、恰当。 三、赋分标准（满分1.5分） ①培训内容：每完全满足一个评审标准得0.25分，满分0.75分； ②培训计划安排（包含不限于：对培训对象、培训时间做出计划，包括培训时间、地点、人次、方式、预计培训结果，保证采购人人员掌握仪器的基本操作和日常维护。）：每完全满足一个评审标准得0.25分，满分0.75分。</p>	<p>1.5000</p>	<p>主观</p>	<p>4评审细则及标准相关对应内容.docx</p>
-------------	--	---------------	-----------	----------------------------

	售后服务方案	一、评审内容 根据项目实际需求提供售后服务方案。内容包含：①售后服务范围及保障措施②应急方案（包含不限于响应时间、故障处理、补救措施等相关内容） 一、评审标准 1.完整性：方案须全面，对评审内容中的各项要求有详细描述； 2.可实施性：切合本项目实际情况，提出步骤清晰、合理的方案； 3.针对性：方案能够紧扣项目实际情况，内容科学合理。 三、赋分依据（满分1.5分） ①售后服务范围及保障措施：完全满足一个评审标准最高得0.25分，满分0.75分。 ②应急方案（包含不限于响应时间、故障处理、补救措施等相关内容）：完全满足一个评审标准最高得0.25分，满分0.75分。	1.5000	主观	4评审细则及标准相关对应内容.docx
	质保期	1、硬件质保期3年为最低标准，每增加6个月得0.5分，最多得1分。 2、软件质保期5年为最低标准，每增加6个月得0.5分，最多得1分。	2.0000	客观	商务应答表 4评审细则及标准相关对应内容.docx
	业绩要求	投标人提供自2022年1月1日起（以合同签订日为准）至今实施的类似业绩，每提供1个完整业绩合同得1分，最高得5分。注：所提供的业绩证明材料不完整不得分。	5.0000	客观	4评审细则及标准相关对应内容.docx
价格分	价格分	以合格投标人有效投标总报价中的最低价为基准价，基准价为40分。 投标报价得分=（评标基准价/投标报价）×40%×100（小数点后保留2位小数）	40.0000	客观	开标一览表 标的清单

价格扣除

序号	价格扣除评审内容	适用情形	扣除比例（C1）	具体标准和要求	关联投标（响应）文件格式文件
----	----------	------	----------	---------	----------------

1	小型、微型企业，监狱企业，残疾人福利性单位	投标人或联合体成员均为小型、微型企业	10.00%	对于经主管预算单位统筹后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，对符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定的小微企业报价给予C1的扣除，用扣除后的价格参加评审。承接本项目的供应商符合相应条件时，给予C1的价格扣除，即：评标价=最后报价×（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	开标一览表 标的清单 中小企业声明函 残疾人福利性单位声明函 监狱企业的证明文件
---	-----------------------	--------------------	--------	--	--

说明：

- 1、评分的取值按四舍五入法，保留小数点后两位；
- 2、评分标准中要求提供复印件的证明材料须清晰可辨。

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

5.7 废标

本次政府采购活动中，出现下列情形之一的，予以废标：

- 一、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三家的；
- 二、出现影响采购公正的违法、违规行为的；
- 三、投标人的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的；
- 四、因重大变故，采购任务取消的；

废标后，代理机构将在“陕西省政府采购网”上公告。对于评标过程中废标的采购项目，评标委员会应当对招标文件是否存在不合理条款进行论证，并出具书面论证意见。

5.8 定标

5.8.1 定标原则

采购人在评标报告确定的中标候选人名单中按顺序确定1名中标人。中标候选人并列的，由采购人采取随机抽取的方式确

定中标人。

5.8.2定标程序

一、评标委员会在项目电子化交易系统中编制评标情况，生成评标报告。

二、代理机构在评标结束之日起2个工作日内将评标报告送采购人。

三、采购人在收到评标报告后5个工作日内，按照评标报告中推荐的中标候选人顺序确定中标供应商。逾期未确认的，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标供应商。

四、根据确定的中标供应商，代理机构在陕西省政府采购网上发布中标结果公告，通过项目电子化交易系统向中标供应商发出中标通知书。

5.9评审专家在政府采购活动中承担以下义务

（一）遵守评审工作纪律；

（二）按照客观、公正、审慎的原则，根据采购文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审；

（三）不得泄露评审文件、评审情况和在评审过程中获悉的商业秘密；

（四）及时向监督管理部门报告评审过程中的违法违规情况，包括采购组织单位向评审专家作出倾向性、误导性的解释或者说明情况，供应商行贿、提供虚假材料或者串通情况，其他非法干预评审情况等；

（五）发现采购文件内容违反国家有关强制性规定或者存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行时，停止评审并通过项目电子化交易系统向采购组织单位书面说明情况，说明停止评审的情形和具体理由；

（六）配合答复处理供应商的询问、质疑和投诉等事项；

（七）法律、法规和规章规定的其他义务。

5.10评审专家在政府采购活动中应当遵守以下工作纪律

（一）遵行《中华人民共和国政府采购法》第十二条和《中华人民共和国政府采购法实施条例》第九条及财政部关于回避的规定。

（二）评审前，应当将通讯工具或者相关电子设备交由采购组织单位统一保管。

（三）评审过程中，不得与外界联系，因发生不可预见情况，确实需要与外界联系的，应当在监督人员监督之下办理。

（四）评审过程中，不得干预或者影响正常评审工作，不得发表倾向性、引导性意见，不得修改或细化采购文件确定的评审程序、评审方法、评审因素和评审标准，不得接受供应商主动提出的澄清和解释，不得征询采购人代表的意见，不得协商评分，不得违反规定的评审格式评分和撰写评审意见，不得拒绝对自己的评审意见签字确认。

（五）在评审过程中和评审结束后，不得记录、复制或带走任何评审资料，除因配合答复处理供应商的询问、质疑和投诉等事项外，不得向外界透露评审内容。

（六）服从评审现场采购组织单位的现场秩序管理，接受评审现场监督人员的合法监督。

（七）遵守有关廉洁自律规定，不得私下接触供应商，不得收受供应商及有关业务单位和个人的财物或好处，不得接受采购组织单位的请托。

第六章 投标文件格式

采购包1:

分册名称: 投标响应文件分册

详见附件: 投标文件封面

详见附件: 投标函

详见附件: 中小企业声明函

详见附件: 残疾人福利性单位声明函

详见附件: 监狱企业的证明文件

详见附件: 投标人应提交的相关资格证明材料

详见附件: 商务应答表

详见附件: 开标一览表

详见附件: 标的清单

详见附件: 1资格证明文件.docx

详见附件: 2分项报价表.docx

详见附件: 3技术响应表.docx

详见附件: 4评审细则及标准相关对应内容.docx

第七章 拟签订合同文本

详见附件：合同模版.docx

