

招 标 文 件

(货物类)

采购项目名称: 数字直播产业学院实验实训室(基地)建设项目

采购项目编号: **ZMZB2025GFGY-255**

陕西国防工业职业技术学院

陕西卓佑项目管理有限公司共同编制

2025年08月11日

第一章 投标邀请

陕西卓佑项目管理有限公司（以下简称“代理机构”）受陕西国防工业职业技术学院委托，拟对数字直播产业学院实验实训室(基地)建设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：ZMZB2025GFGY-255

二、采购项目名称：数字直播产业学院实验实训室(基地)建设项目

三、招标项目简介

数字直播产业学院实验实训室(基地)建设项目

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、具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人：提供合法有效的统一社会信用代码营业执照(事业单位提供事业单位法人证书，自然人应提供身份证)

2、财务状况证明：供应商提供2023年度或2024年度经审计完整的财务审计报告(成立时间至提交投标文件截止时间不足一年的可提供成立后任意时段的资产负债表)，或其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

3、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：具有履行合同所必需的设备和专业技术能力

4、税收缴纳证明：提供2024年6月以来任意一个月的依法缴纳税收的相关凭据（时间以税款所属时期为准），凭据应有税务机关或代收机关的公章或业务专用章。依法免税或无须缴纳税收的供应商应提供相应证明文件

5、社会保障资金缴纳证明：提供2024年6月以来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供应商应提供相关文件证明

6、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：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

7、法定代表人委托授权书：非法定代表人参加投标的，须提供法定代表人委托授权书，法定代表人参加投标时,只须提供法定代表人证明书

8、本项目不接受联合体投标：非联合体投标声明

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时间前，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：陕西国防工业职业技术学院

地址： 西安市鄠邑区人民路八号

邮编： 710300

联系人： 赵老师

联系电话： 029-81480108

代理机构：陕西卓佑项目管理有限公司

地址： 西安市雁塔区科技路30号合力紫郡大厦B座21层

邮编： 710065

联系人： 米文佳 吴救

联系电话： 17778966062

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1：1,730,000.00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.本项目采购的无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.本项目采购的无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，本项目采购的无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：30,000.00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：陕西卓佑项目管理有限公司</p> <p>开户银行：中国民生银行股份有限公司西安高新开发区支行</p> <p>银行账号：647840417</p>
10	标书费信息	免费获取
11	履约保证金（实质性要求）	<p>采购包1：缴纳</p> <p>本采购包履约保证金为合同金额的5%</p> <p>说明：签订合同前供应商向采购单位缴纳5%履约保证金，项目完工经采购单位验收合格后，无息退还该保证金。</p>
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：参照国家计委颁布的《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980号）和发改办价格[2003]857号文件等法律法规规定的计价标准收取（含税），按照中标金额差额定率累进法计算，由中标/成交单位一次性支付给乙方。 供应商将招标代理服务费计入响应报价但不单独列明，中标单位在领取中标通知书前，须向采购代理机构一次性支付招标代理服务费；代理服务费以转账、电汇或现金等形式交纳。</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	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；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。
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：否
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陕西国防工业职业技术学院和陕西卓恪项目管理有限公司享有。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，评标细则及标准由陕西国防工业职业技术学院负责解释。除上述招标文件内容，其他内容由陕西卓恪项目管理有限公司负责解释。

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陕西国防工业职业技术学院。

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卓恪项目管理有限公司。

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:

按照国家标准、招标文件、投标文件和合同要求执行。

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 陕西卓恪项目管理有限公司 负责答复；供应商对除采购需求外的采购文件的询问、质疑由陕西卓恪项目管理有限公司 负责答复；供应商对采购过程、采购结果的询问、质疑由 陕西卓恪项目管理有限公司 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（包括但不限于文字错误、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：米文佳

联系电话：029-81875979

地址：西安市雁塔区科技路30号合力紫郡大厦B座21层

邮编：710065

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

数字直播产业学院实验实训室(基地)建设项目

3.2采购内容

采购包1：

采购包预算金额（元）：1,730,000.00

采购包最高限价（元）：1,730,000.00

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	教学设备及课程资源	1.00	1,730,000.00	项	工业	否	否	否	否

3.3技术要求

采购包1：

标的名称：教学设备及课程资源

序号	参数性质	技术参数与性能指标
		<p>AI智能创作云门户（1套）（核心产品）</p> <p>1.要求系统采用 B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</p> <p>2.要求系统满足不少于 100 名学生同时使用需求。</p> <p>▲3.系统需满足稳定运行标准，在平台功能测试检测环节中，未发生严重死机、数据丢失、系统异常等状况，且能够持续无故障运行不少于 2 小时。投标人需提供由国家认可的具备专业资质的第三方权威检测机构出具的测评报告（报告需加盖检测机构公章），并在复印件上加盖投标人公章，以此佐证上述要求的真实性。</p> <p>▲4.系统需符合网络安全等级保护第三级标准，在软件平台安全层面，针对个人信息保护、数据完整性、身份鉴别、访问控制、入侵防范、数据保密性、数据备份与恢复、安全审计等安全控制点开展测评。需由第三方信息安全评测机构出具等级测评报告复印件，加盖原厂公章，以佐证上述要求的真实性。</p> <p>5.支持在门户后台管理页面提供包括平台实况、访问统计、访客统计、访问设备统计、应用/卡片/主题统计等内容。包括浏览量、访客数、活跃率、点击量等折线图，并且能以同时段数据作双折线对比，对比方式至少包括今日对比昨日、本周对比上周、本月对比上月、本年对比上一年等。</p>

1		<p>6.支持接入卡片管理，用于管理接入的服务卡片，可对单个卡片进行查询、添加、编辑、预览、卡片配置、删除。支持对卡片进行新增、修改、删除、查询的操作，支持卡片图表展示的配置，至少包括x轴数据、y轴数据、图例数据等，并且支持对接口的直接引用。</p> <p>7.能提供教师、学生两种角色不同的主题主页。管理人员能对门户主配色进行灵活调整，能对平台主页的主题色全局置灰。（提供系统功能点演示）</p> <p>8.用户门户首页能通过可视化拖拽的方式对门户首页的展示卡片进行顺序及内容上的调整，可以自定义增删页面卡片，卡片类型包含内置业务卡片、内容服务展示、应用服务展示卡片、数据图表展示卡片等。（提供系统功能点演示）</p> <p>9.提供个人日程信息展示，个人可以自定义添加日程，以及融合课表信息。提供开放便捷的日程管理模块，便于用户规划日程安排和组内协同工作，并对日程进行集中统一的管理。平台对接接收每日日程通知，以日历的形式清晰对用户展现出每日事件。</p> <p>10.提供图文转视频应用功能。用户可以自定义上传图片，输入标题、文本内容，选取模板、声音、背景音乐；支持调整为9：16与16：9共两种视频尺寸；可查看成片，支持下载、管理与编辑。</p> <p>11.提供视频素材编辑应用功能。用户可本地批量上传视频素材；支持替换/裁剪/删除素材；支持裁剪视频尺寸和时长；支持添加/修改视频文字内容；支持调整素材音量。</p> <p>12.提供视频剪辑应用功能。用户可以创建剪辑任务，也可以从脚本模板直接创建；支持按照不同镜头组分类视频素材；支持通过字幕与配音、文字两种模式编辑视频内容；提供多种类型花字、特效、特效、滤镜、贴纸、转场；支持点击每个镜头组下面的设置，设置剪辑顺序、时长设置；支持视频音乐的剪辑和匹配；支持对剪辑好的视频进行预览、保存草稿、查看和下载。</p> <p>13.提供短视频模拟发布应用功能。用户可以模拟绑定抖音渠道、快手渠道账号；用户可新建发布，依次添加视频、编辑标题话题，填写完毕后，点击提交，生成发布计划；支持选择发布的行业、地点、话题等。</p> <p>14.提供短视频模拟运营应用功能。用户可以查看效果数据，查看核心新增数据、内容数据维度、账号维度数据等。</p> <p>15.提供团队创建应用功能。用户可以创建团队，添加成员，形成团队空间；支持团队素材、团队模板、团队作品的管理。</p>
		<p>AI商业大数据智能分析实训平台（1套）</p> <p>1.要求系统采用 B/S 架构，支持主题建模、数据分析、数据挖掘、数据展示在 web 页面进行操作。</p> <p>▲2.系统需满足稳定运行标准，在平台功能测试检测环节中，未发生严重死机、数据丢失、系统异常等状况，且能够持续无故障运行不少于 2 小时。投标人需提供由国家认可的具备专业资质的第三方权威检测机构出具的测评报告（报告需加盖检测机构公章），并在复印件上加盖投标人公章，以此佐证上述要求的真实性。</p> <p>3.数据报表</p> <p>支持基于Web可视化建模工具绘制数据报表。支持数据报表的新增、修改、删除、复制及打包下载、导入、预览功能。</p> <p>（1）要求表单建模完全基于Web方式设计即见即所得，无需安装任何客户端软件和插件。</p> <p>（2）设计人员无需关心数据库结构，支持绑定变量、函数、数据源主题表等方式将数据呈现在报表上。</p> <p>（3）支持excel常用功能：自定义字体、背景颜色，自定义字体类型、大小，字体格式定制（加粗、倾斜</p>

、下划线、删除线），自定义表格字体的对齐方式（居左、居中、居右），格式刷，撤回、恢复上一步，超出表格字体展示（溢出、换行、截断），自定义绘制表格样式、表格合并，插入公式、图表、图片，表格筛选、冻结，页边距调整等功能。

（4）支持表格数据的横向、纵向、交叉报表等排列方式，并支持循环块显示、分栏显示、排序、汇总平均值等计算。

（5）支持插入模板套用功能（资源管理的固化组件处管理模板）。

（6）支持数据级别的权限控制，不同角色或用户在报表设计时只能使用权限下的数据。

4.图形报表

支持基于**Web**可视化建模工具绘制图形报表，并支持预览。支持图形报表的新增、修改、删除、复制及打包下载、导入。

（1）支持自定义图形报表的字体、背景颜色和字体类型、大小，自定义字体格式定制（加粗、倾斜、下划线、删除线），自定义表格字体的对齐方式（居左、居中、居右），撤回、恢复上一步等功能。

（2）提供布局类组件：**Flex**布局、行内布局、栅格布局、容器、标签页、卡片、分割线、基础表格、折叠面板等。

（3）提供过滤类组件：文字输入框、数字输入框、日期时间、开关、树选择、按钮、单选框、复选框、下拉列表、省市区等，也可以自定义选择器。

（4）提供展示类组件：图表、文字、数字展示、标签、当前日期、图片、图片轮播、滚动列表、分页列表篇、定位、计算域、附件模板下载、二维码、条形码、步骤条等。

（5）支持插入图表功能，分类展示各种图表控件，内置不少于百种常用的图表控件。

5.支持对应用下的资源进行管理，包含应用的应用页面、导航树、应用表单、应用报表、数据源、视图、事件、应用业务流程、业务规则、Rest接口、数据库表、角色、资源和版本。（提供系统功能点演示）

6.支持查看当前应用下的所有页面信息，支持对应用页面进行新增、删除、拷贝、权限管理、打包下载和导入操作。

7.支持查看当前应用下的所有导航树信息，支持对导航树进行配置，包含导航下文件夹新增、删除，文件夹属性维护（名称、计算总数sql、url地址、url打开方式、图标等），同时支持对导航树样式进行预览；支持导航树新增、删除、拷贝、打包下载和导入功能。（提供系统功能点演示）

8.支持对应用下的角色进行管理，通过创建角色，在角色里配置成员对应用里的权限进行设置。列表中的角色拥有该应用的权限，支持对角色进行新增、删除操作。

9.不同应用和不同分类下的模板组件，支持对固化组件进行管理（新增、编辑和删除）。固化组件包含表单组件、报表组件和页面组件，按照分类可用于表单设计、报表设计和应用页面设计中，便于便准组件的复用和快速开发。

10.通过数据源指定的表中获取的数据集合，支持用户在设计器中直接使用数据集的数据。数据集按照类型有主题表和代码表两种分类，支持数据集的新增、修改、移动、删除及导入/导出和刷新等功能。

3	<p>AI数字人平台（1套）</p> <p>1.具有小样本数智人形象库，可生成与真人近似的虚拟分身，智能模仿其五官特征、动作习惯及细腻表情。</p> <p>2.支持对虚拟形象进行姿态调整和服装造型选择，部分形象更可自定义语速与音色。</p> <p>3.按照学校要求，定制3套个性化数智人，用于多场景需求。</p> <p>4.支持摄影棚专业录制训练、3分钟短视频快速训练模型，以及高精度的AI换脸定制功能，满足不同场景下的形象需求。</p> <p>5.支持文本驱动与语音驱动两种交互模式，实现虚拟形象的唇形、表情、动作与语音实时精准同步。</p> <p>6.具备多轮对话、上下文理解及用户意图识别能力，可结合实时联网数据（如路线推荐、数据同步）生成智能且精准的回复。</p> <p>7.整合多源信息，为特定场景（如产品介绍、在线客服）生成个性化互动内容。</p> <p>8.支持在播报文本中灵活插入预设或自定义动作指令，提升内容表现力。</p> <p>9.内置丰富的手势动作库，支持自然口播文案生成（如广告营销脚本、直播互动话术），降低虚拟主播内容的制作门槛与周期。</p> <p>10.提供API、SDK及iPaaS集成服务，支持跨应用、跨平台嵌入及便捷的主题色/Logo等品牌定制。</p> <p>11.支持云端渲染与边缘端渲染双模式，并可通过命令行参数对渲染行为进行精细化控制（如离屏渲染、日志输出管理）。</p>
	<p>AI直播实训教学智能体（1套）、</p> <p>1.操作功能与主屏软件教学界面融合在一起，不接受矩阵、信号传输器等硬件方式实现。</p> <p>▲2.教学平台软件呈现界面可最小化至一侧，课程过程中，相关功能以窗口界面呈现，并支持一同展示教师课件中的内容与软件平台界面。（提供真实系统功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>3.支持教师即时创建课堂进行授课，并支持关联至所授课程教学班，教学班成员可即时收到上课提示并快速连接课堂；</p> <p>4.实训课堂实时互动功能：</p> <p>（1）支持在web端直接加入实训课堂完成在线实时音视频教学功能，不接受采用跳转至第三方软件/应用方式实现；</p> <p>（2）软件能在线实时展示主讲人画面、屏幕画面、主讲人语音，线上其他成员可以观看；（提供系统功能点演示）</p> <p>（3）支持教师邀请学生作为主讲人，被邀请上台的学生将通过开启麦克风、摄像头设备直接与老师进行音视频互动，并且全班同学可见；</p> <p>5.小组多屏实训教学功能：</p> <p>（1）实现教师教学主屏内容广播至小组屏幕显示，包括保留原有资源的特效、动画、版式不变，并支持多个小组接收广播，画面显示流畅；</p> <p>▲（2）支持小组屏、教师屏实现连接，通过对信号的查找，支持小组屏与教师屏进行关联，支持手动解除；（提供真实系统功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>（3）支持教师屏和小组屏联动教学，学生可通过小组屏参与互动教学、直播模拟训练；</p>

（4）小组信号集中显示：可以实现教师教学辅屏实时显示所有小组。

6.企业导师远程课堂教学功能：

（1）支持企业导师远程通过屏幕共享的形式原生打开电脑中文件资源进行授课，屏幕共享状态下支持屏幕批注，可设置笔的颜色和粗细，支持部分擦除、整笔擦除和全屏擦除；

（2）授课企业导师能通过课堂学生的名单进行操作，对学生进行管理，包括：上下台、打开关闭视频、静音和解除静音、禁言、记分、移除学生；（提供系统功能点演示）

（3）举手：学生在听课时，随时可进行举手，举手后企业导师可收到举手提示，统计当前举手的学生人数，并在花名册内对学生进行音视频管理、记分等操作；

（4）截屏工具：企业导师能截取屏幕内任意区域内容并保存为图片，能在图片上进行批注，能将图片保存至本地，并且能把截图发送给其他成员。（提供系统功能点演示）

7.课程资源管理功能：

▲（1）支持在网页浏览器端将本地资源上传至资源库目录，支持上传各类资源（视频、音频、图片、文档）。支持上传后进行编辑，包括文件描述、标签、对应课程名称、教师、学院等信息，且支持对单个文件设置多个标签；（提供真实系统功能截图并加盖投标人公章）

（2）支持管理视频、音频、图片、文档等多种文件类型，采用多级目录树的多媒体教学资源管理机制，支持根据用户需要进行自主多级目录树的创建与删除。按照内容权限及资源类型不同，提供多种资源目录树管理，包括共享资源、录播资源、群组资源、个人资源等。支持关键字检索功能，支持检索资源名称、资源标签。

8.课程中心：

（1）支持课程按照分类展示，可以使用统一检索对课程进行检索；

（2）课程以列表形式展示，可以查看一门课程的教师、学期以及收藏人数等信息；

（3）进入一门课程后，可以按照课程的节次列表选择一节课程学习；

（4）支持倍速播放，包括0.75×、1.00×、1.25×、1.50×、2.00×，支持全屏观看；

（5）支持讲义截图，并下载到本地；

（6）支持记录视频笔记，并编辑笔记内容，形成带时码的笔记列表；

（7）支持按照专题将课程或资源进行汇聚，便于进行专题知识学习。

▲9.性能要求：

系统需满足稳定运行标准，在平台功能测试检测环节中，未发生严重死机、数据丢失、系统异常等状况，且能够持续无故障运行不少于 2 小时。投标人需提供由国家认可的具备专业资质的第三方权威检测机构出具的测评报告（报告需加盖检测机构公章），并在复印件上加盖投标人公章，以此佐证上述要求的真实性。

5		<p>直播实训互动仿真融合平台（1套）</p> <p>1.平台为B/S架构，支持多个课堂同时在线，虚拟环境隔离，无真实支付接口，操作记录全留存；</p> <p>2.平台支持模拟主流直播平台操作方式，采用全中文操作系统与简单易行的操作方式，减少老师及学生上手难度与培训时间。</p> <p>3.平台具备模拟商品创建模块，商品创建页面包含商品主图上传、商品标题编辑、商品类目选择；记录学生的操作情况，如有无遗漏步骤、信息录入是否合规、流程是否正确等；</p> <p>4.平台具备模拟商品发布模块，可对类目属性（品牌、材质等）、图文信息预览、主图视频上传、白底图扣相、商品详情页上传、发货模式、发货时间、价格与库存、sku、服务与履约设置、报关单等其他信息上传等；记录学生的操作情况，如有无遗漏步骤、信息录入是否合规、流程是否正确等；</p> <p>5.商品管理：可对对已发布的商品进行管理与编辑，已发布的商品信息可实时同步到中控台，方便实训流程的下一步展开；（提供系统功能点演示）</p> <p>6.平台具备模拟直播中控台模块，通过直播互动功能可预览直播画面、主播留言、功能切换等；也可通过直播商品管理功能管理商品上架、下架、直播讲解、商品链接等；（提供系统功能点演示）</p> <p>7.平台具备模拟直播助手模块，支持OBS推流与移动端原生APP推流双模式，操作界面高度还原主流直播软件直播间布局，兼容专业级麦克风、环形补光灯、云台等外设参数调节；</p> <p>8.提供虚拟观众互动功能（弹幕评论、点赞、礼物打赏），模拟真实流量波动；</p> <p>9.平台可显示实时观看人数、停留时长、转化率、GMV等核心指标；</p> <p>10.内置直播话术模板库，支持语音转文字实时监测违规词，触发预警提示；</p> <p>11.平台可对直播数据进行分析，并根据以上各项数据单独打分，对综合表现不合格的学生重点推送老师，建立视频库记录每次实训上播视频；</p> <p>12.老师可随时查看所有学生的在线实训情况并手动打分，也可在课后查看已完成的直播；</p> <p>13.提供详细学习数据记录图表，老师可快速掌握所有学生学习进展。</p>
---	--	---

6		<p>直播AI客服帮助台（1套）</p> <p>▲1、系统需采用 SpringCloud 微服务架构，依托容器技术实现开箱即用、开发自运维及全流程全视图的应用模式，同时具备极速升级与业务快速迭代的支持能力。在系统设计层面，通过容器管理软件对配置信息和密钥进行管理，以提升系统安全性，同时支持对服务数据存储状态的实时监控。需提供容器管理软件对应的自主知识产权证明文件。</p> <p>▲2、要求系统运行稳定，在软件功能抽查测试过程中未发现数据丢失、系统紊乱和致命死机现象，并可以连续无故障运行2小时以上。提供第三方检测机构出具的测评报告中关键页复印件并加盖原厂公章证明以上要求的真实性。</p> <p>1. AI 中台需预接入主流商用大模型和开源大模型的接口，并支持一键配置。</p> <p>2. AI 中台需具备智能负载均衡能力，支持智能分配请求和任务至多个大模型实例，确保资源的高效利用和服务的稳定性。</p> <p>3. 为保证高并发场景下保障每个模型的稳定性和性能，系统须支持限制每个应用接口调用并发数和每分钟 tokens 数，确保公平分配资源。</p> <p>4. 应支持查看各个模型的历史调用统计数据，至少包括调用总数、调用失败数、调用使用总tokens数、调用输入tokens数、调用输出tokens数等不同统计维度。（提供系统功能点演示）</p> <p>5. 应支持对各类 AI 模型的统一管理，包括基于 Transformer 架构的模型（如大语言模型 LLM、向量模型等）</p> <p>6.支持对分块后的文本片段进行可视化查看与编辑，灵活启用或禁用特定片段，并针对特定知识点进行优化调整。</p> <p>7.支持批量导入、删除自定义的敏感词，当用户咨询包含后台设置的敏感词时，系统会将敏感词以“*”进行替代并记录在问答日志中。</p> <p>8.支持更新已经导入的文档，以实现文档的长期维护。</p> <p>9.支持按业务、按场景创建意图类别。在后台，可统一维护不同场景下的意图及意图例句，确保意图体系的完整性和实用性。</p> <p>10.既支持手动添加意图例句，方便及时补充特殊或新出现的情况，也支持批量上传，提高例句录入效率。支持查看意图例句被命中的次数，为后续优化提供参考。（提供系统功能点演示）</p> <p>11.允许根据实际情况调整意图被命中的相似度阈值，有效应对各种复杂多样的表述方式，确保意图识别的精准度。</p> <p>12.支持对知识引擎匹配度管理，包括知识管理的精确匹配阈值、近似匹配阈值、近似匹配命中片段值进行动态调整，也支持对文档管理命中阈值、命中片段值进行动态调整，可以选择检索方式。（提供系统功能点演示）</p> <p>13.管理员可查看用户提问记录详情，包括提问内容、时间等信息，完整展现交互过程，支持搜索、筛选并导出记录，便于统计分析提问情况。</p> <p>14.支持自动记录机器人兜底回复或用户点击不满意的问题，管理员可在“问题优化”页面查看详情、添加答案，完善知识库以提升机器人回答准确率。</p>
		<p>直播电商AI智能体开发实训平台（1套）</p> <p>1.要求系统基于微服务架构体系设计，能够实现平台的开放式结构；能够基于容器管理软件展示不同角色的监控资源信息，可以自定义配置伸缩策略，实现系统的弹性伸缩。</p> <p>2.模型管理</p> <p>（1）应支持接入主流商用大语言模型和开源大模型的接口，至少包括腾讯Hunyuan、百度文心ERNIE、火</p>

山Doubao、Qwen2.5、DeepseekV3、DeepseekR1、DeepSeek-R1-Distil-Qwen-32B、多模态模型 Doubao-vision 等，并支持一键配置，满足学校在多样化场景中的智能化需求。

（2）应支持对各类不同大模型的接口进行统一标准化封装，支持统一的调用方式，降低系统集成复杂性。同时支持由平台处更改调用方所使用的大模型，实现无感切换。

3.智能体中心

（1）智能体广场：支持用户在智能体广场中任意挑选智能体进行对话，具备中断对话并重新开始新一轮对话的功能，且能查看历史对话记录。

（2）智能体开发中心

①支持对智能体进行开发和编排，编排页面分为提示词区域、技能添加区域和调试与预览区域。

②提示词用于对AI的回复做出指令和约束，支持通过AI一键生成配置、自定义编辑或添加已创建的提示词模板进行编写，并可优化为结构化内容；技能添加区域可配置变量、插件、工作流、知识库、数据库、对话与安全等；支持在调试与预览区域选择大语言模型并修改参数，对召回内容进行点赞、踩、复制、重新生成、删除单论对话等操作，还支持调试和上传文件。

③支持选择插件中心或进入探索的插件中心，按插件分类、权限类别、关键词等筛选所需插件，支持查看插件详情、输入输出参数等信息。支持创建、导入、管理插件，包括填写插件基本信息、导入或创建工具、设置工具参数、进行代码编辑和测试等操作，还可对插件进行发布、编辑、删除、Debug等管理。

④支持创建工作流并设置相关信息。工作流由多个节点构成，包括Start节点、end节点、大模型、代码、知识库、选择器、插件、工作流等，支持通过链接线连接并关联节点，形成从开始到结束的流程，并对各节点进行相关配置。配置完成的工作流需进行试运行，支持复制工作流，隐藏/展示上一次运行结果。支持对工作流的编辑、删除、导出、导入等操作。

⑤支持创建知识库并填写相关信息，可选择标准或API接口类型，导入文件并进行分段设置。包括知识库列表页管理和知识库详情页管理，列表页可创建AI接口或标准类型的知识库，支持关键词搜索、编辑和删除；详情页管理包括标准知识库详情页管理（文件列表、命中测试、设置详情）和API接口知识库详情页管理（命中测试、设置详情）。

⑥支持创建数据库并填写表单，上传数据表（支持csv、xls、xlsx格式，设置数据表名称、描述和列相关信息）。

⑦支持智能体编排页面的右上角，填写表单后可发布智能体，支持查看更新记录，可发布到大模型应用开发平台智能体中心。

4.私有知识库

（1）应支持针对知识库内容进行分级权限设置，不同用户身份和角色可检索与其权限范围匹配的知识内容，确保知识数据的安全性。

（2）应支持从本地上传多种文件格式（至少包含 Word、TXT、Markdown、PDF）至知识库，便捷扩充知识资源。

（3）应支持通过 URL 爬取网络文本数据，根据网页结构采集内容，并可设置周期性更新，实现知识的自动化动态维护。

（4）应支持对上传的文本资源进行智能分块与向量化处理，其中智能分块方式至少应支持基于按字数分块、按语义分块、自定义分块规则等多种文档切片分块模式；向量化处理支持选择不同的向量模型。

（5）应提供专有词汇库维护功能，支持学校或特定行业的专业词汇管理，构建统一的术语参考体系，提升知识解析的专业性与一致性，助力实现更精确的知识检索与应用。

（6）应提供在线调试功能，支持基于检索阈值、文本片段数量及不同检索方式对知识库命中效果进行优化，确保检索结果更加契合用户需求。

		<p>（7）应支持对不同 embedding 模型的语句相似度进行评估和计算，帮助选择最适合的模型并调整参数，从而提升文档检索任务的处理效果与准确性。</p>
8		<p>动态教学数据可视化平台（1套）</p> <p>教学核心指标监测：可视化呈现产业学院教学全貌</p> <p>1.参与规模与活跃度，累计参训学生数、班级 / 专业分布；周 / 月活跃学生率；人均单日实训/实战使用时长、实训任务达成率</p> <p>2.能力提升量化指标，直播实操能力，平均直播时长、互动率（评论 / 点赞数 / 观看人数）、商品转化率（点击购买数 / 商品曝光数）；短视频创作力视频平均播放量、完播率、转发率、原创素材占比（AI 生成素材 / 实拍素材比例）</p> <p>3.实训表现与成果，优秀作品率（如直播脚本获评“优秀”比例）、创意抄袭率</p> <p>4.实训后对口就业率（如从事直播电商相关岗位学生占比）；创业学生数及创业项目存活率（如运营 3 个月以上的直播账号占比）</p> <p>5.师资结构与资质，专职教师数 / 企业兼职教师数、“双师型”教师占比（具备行业经验教师比例）</p> <p>6.教学任务，人均周课时量、实训指导时长（如直播复盘一对一指导次数）</p> <p>7.教师教学满意度评分（10 分制，含专业性、互动性、实操指导等维度）</p> <p>8.校企合作横向项目数（如为本地企业制定直播方案的项目量）</p> <p>9.教案 / 课件下载量、视频资源完播率（如实训操作视频完整观看率）</p> <p>10.校企共建课程数（如《本地产品直播运营》定制课）</p>
9		<p>实战运营数据可视化平台（1套）</p> <p>直播运营核心指标监测：实时呈现直播实训与实战效果</p> <p>1.教学型直播数据（模拟场景），GMV（虚拟销售额）、客单价、转化率（模拟购买点击数 / 观看人数）</p> <p>2.教学型直播数据，商品点击热力图（分析学生主推商品的受欢迎度）</p> <p>3.教学型直播数据，观众留存曲线（直播前 30 分钟留存率、1 小时留存率）</p> <p>4.实战型直播数据（真实场景），真实 GMV、利润额、ROI（投入产出比）</p> <p>5.复购率（同一用户在 30 天内再次购买的比例）</p> <p>6.分品类销售占比（如美妆 30%、农产品 25%、数码 35%）</p> <p>7.分渠道流量贡献（如自然流量 / 付费推广 / 私域引流的 GMV 占比）</p> <p>8.合作企业总数、新增合作企业数（按学期统计）</p> <p>9.企业产品曝光量（直播 / 短视频总播放量）、搜索量提升率（百度指数对比）</p> <p>10.企业满意度评分（10 分制，含方案专业性、执行效率、效果反馈）</p>
		<p>实战运营直播套装（2套）</p> <p>实战运营直播套装支持实战式直播教学开展，能够实现企业级直播效果，包含1台专业直播相机、1台便携式直播终端、1台收音麦、1张直播中控桌、1套屏风式绿幕、1套移动式直播终端。</p> <p>一、专业直播相机</p> <p>1.4K高清画质；</p> <p>2.有效像素：≥1200万；</p> <p>3.变焦：1X-6X(3倍光学*2倍数码)；</p> <p>4.焦距：等效24-70mm；</p> <p>5.光圈：可调光圈，等效F6.3-F10；</p> <p>6.包含触摸屏5寸LCD 1080x1920px；</p>

- 7.支持UVC、HDMI、LAN、MIC 3.5、USB等多类型接口；
- 8.随机配备可拉伸的直播支架。
- 9.直播相机教学过程分析模块：具备采集老师教学、学生学习过程中的各项数据，包括设备使用次数、时长、拍摄场景、焦段记录、师生行为等；且为了保障教学效果，提供直播相机一学年线下授课，并以每天、每周、每季度、每学期为单位记录课程学习进度，根据学习过程数据与课程学习进度形成对应各师生的教师教学报告与学生学习报告。
- 二、便携式直播终端
- 1.屏幕尺寸：≥6.67英寸；
- 2.屏幕材质：OLED直屏；屏幕分辨率≥2k；
- 3.支持5G、4G网络；
- 4.支持移动式直播，且可无缝实时互动；
- 5.机身内存：≥512GB；运行内存：≥16GB；
- 6.电池容量：≥6550mAh；
- 7.充电功率：≥90W；充电接口：Type-C；
- 8.生物识别：人脸识别；屏幕指纹；
- 9.后摄主像素：≥5000万像素；前摄主像素：≥2000万像素；超广角镜头≥800万像素。
- 三、收音麦
- 1.一拖二无线领夹话筒（发射器×2，接收器×1，充电盒×1，收纳包×1）；
- 2.麦克风指向性：全指向；
- 3.最大声压级：120dB SPL；
- 4.音频频率响应：50HZ-20KHZ；
- 5.阻抗：800Ω；
- 6.等效噪声：21 dBA；
- 7.传输距离≥50米（开阔地）。
- 四、直播中控桌
- 1.定制，长110cm*宽55cm；
- 2.可调节升降，调节范围≥70cm-90cm，适用不同场景需求；
- 3.桌面采用E1级25mm厚三聚氰胺实木颗粒板，支撑不易弯曲，防水、耐磨；
- 4.桌脚采用钢架结构，支撑不易晃动、承重强，桌面和桌脚有三角支架进行加固。
- 五、屏风式绿幕
- 绿色抠像幕布240*400cm，附带屏风式多功能背景架，免安装打孔，高度可调节，加厚幕料，不反光不透光，颜色纯正。
- 六、移动式直播终端
- 1.显示面积≥27英寸；
- 2.CPU≥8核，独立NPU，AI引擎；
- 3.运行内存≥8GB，存储空间≥64GB；
- 4.电池容量≥6000mAh，熄屏待机时间≥100小时；
- 5.接口：HDMI3.1≥1个，USB2.0≥1个；

实训教学直播套装（3套）
实训教学直播套装支持实训直播教学开展，用于日常课堂使用，包含1台移动式直播终端、1台收音麦、1张直播中控桌、1套屏风式绿幕。
一、移动式直播终端
1.显示面积≥27英寸；
2.CPU≥8核，独立NPU，AI引擎；
3.运行内存≥8GB，存储空间≥64GB；
4.电池容量≥6000mAh，熄屏待机时间≥100小时；
5.接口：HDMI3.1≥1个，USB2.0≥1个；
二、收音麦
1.一拖二无线领夹话筒（发射器×2，接收器×1，充电盒×1，收纳包×1）；
2.麦克风指向性：全指向；
3.最大声压级：120dB SPL；
4.音频频率响应：50HZ-20KHZ；
5.阻抗：800Ω；
6.等效噪声：21 dBA；
7.传输距离≥50米（开阔地）。
三、直播中控桌
1.定制，长度≥110cm，宽度≥55cm；
2.可调节升降，调节范围≥70cm-90cm，适用不同场景需求；
3.桌面采用E1级25mm厚三聚氰胺实木颗粒板，支撑不易弯曲，防水、耐磨；
4.桌脚采用钢架结构，支撑不易晃动、承重强，桌面和桌脚有三角支架进行加固
四、屏风式绿幕
绿色抠像幕布240*400cm，附带屏风式多功能背景架，免安装打孔，高度可调节，加厚幕料，不反光不透光，颜色纯正。

实训教学直播练习套装（2套） 实训教学直播练习套装支持实训直播练习开展，用于学生练习使用，包含1套补光灯、1套屏风式绿幕、1套移动式直播终端 、1套直播台、1套屏风。 一、补光灯 1.双色温设计，可切换 2700K 至 6500K 的白光和黄光 2.光源功率 300W，具备 100% 光照度>100000lx 的亮度，支持无极调光 0-100%，3.拥有 Ra>97、TLCI>98 的显色指数 4.支持使用手机 APP 及 2.4GHz 智能调光 5.采用三灯套装 二、屏风式绿幕 绿色抠像幕布240*400cm，附带屏风式多功能背景架，免安装打孔，高度可调节，加厚幕料，不反光不透光，颜色纯正。 三、移动式直播终端 1.屏幕≥27英寸IPS广视角防眩类纸屏； 2.CPU≥8核，独立NPU，AI引擎； 3.运行内存≥8GB，存储空间≥64GB； 4.电池容量≥6000mAh，熄屏待机时间≥100小时； 5.接口：HDMI3.1≥1个，USB2.0≥1个； 四、直播台 1、尺寸：长800*宽600*高750，桌面材料：25MM三聚氰胺实木颗粒板。 2、框架为优质方管和冷轧钢板组成，表面处理经过酸洗、磷化、静电喷塑； 3.工艺：严格按照公司质量体系要求及完整的工艺流程，经过剪、冲、折、焊、磨、抛及酸洗、磷化、静电喷塑高温固化等工序制作 五、屏风 1.尺寸：长2500mm；宽500mm；高1800mm 2.框架材质：加厚方管 3.面料材质：尼龙防水布料 4.带万向轮
--

13		<p>直播间灯光套装（5套）</p> <p>一、200W恒定色温套装</p> <p>1.内含1个灯体；</p> <p>2.CCT: 5600K；</p> <p>3.CRI: ≥ 96；</p> <p>4.TLCI: ≥ 99；</p> <p>5.CQS: ≥ 95；</p> <p>6.光通量$\geq 20000\text{lm}$；</p> <p>7.输出功率$\geq 200\text{W}$；</p> <p>8.套装包含1个保荣卡口标准罩、1个电源线、1个电源适配器。</p> <p>二、200W可调色温灯光套装</p> <p>1.内含1个灯体；</p> <p>2.CCT: 2700-6500K；</p> <p>3.CRI: ≥ 95；</p> <p>4.TLCI: ≥ 96；</p> <p>5.CQS: ≥ 96；</p> <p>6.光通量$\geq 17000\text{lm}$；</p> <p>7.输出功率$\geq 200\text{W}$；</p> <p>8.套装包含1个保荣卡口标准罩、1个电源线、1个电源适配器。</p> <p>三、100W可调色温灯光套装</p> <p>1.内含1个灯体；</p> <p>2.CCT: 2700K-6500K；</p> <p>3.CRI: ≥ 95；</p> <p>4.TLCI: ≥ 99；</p> <p>5.CQS: ≥ 97；</p> <p>6.光通量$\geq 8778\text{lm}$；</p> <p>7.输出功率$\geq 100\text{W}$；</p> <p>8.套装包含1个保荣卡口标准罩、1个电源线、1个电源适配器。</p> <p>四、柔性折叠卷布灯光套装</p> <p>1.内含1个灯体，柔性可折叠；</p> <p>2.CCT: 2500K~7500K；</p> <p>3.CRI: ≥ 95；</p> <p>4.TLCI: ≥ 97；</p> <p>5.输出功率$\geq 200\text{W}$；</p> <p>6.套装包含1个套装包、1个柔光箱、1个45°格栅、1个电源适配器、1个支撑柱、2个柔光布、1个AC电源线、1个支撑架、1个控制盒、1根延长线。</p> <p>7.针对拍摄场地、设备使用时长、设备使用数量、教学关键知识点记录、实战表现等教学活动数据，提供教学活动分析模块进行采集和分析，并结合实训与实战结果形成教学质量报告与学习质量报告；提供教案与一学年线下授课。</p>
----	--	--

14	<p>《电子商务基础》课程资源（1项）</p> <p>求明确课程的总体教学目标，并将其细化到每个教学模块的具体学习产出，确保与直播电商行业最新的职业能力标准高度契合。课程内容须紧跟行业发展前沿，融入最新平台规则、营销模式和技术应用，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为32学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：直播电商概论与行业趋势、主流直播电商平台分析与选择、直播间搭建与设备选择、直播内容策划与脚本撰写、直播互动与危机处理、直播数据分析与优化、直播电商营销与推广策略、直播电商法律法规与行业规范。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时，并采用统一、专业化的模板。</p> <p>4.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有核心知识点。</p> <p>5.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>6.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出境讲解视频，并确保内容精炼、深入浅出。</p> <p>7.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。</p> <p>8.每个教学模块应至少提供2个实训任务，且任务应涵盖直播电商全流程。</p> <p>9.提供教师用于指导学生完成任务的教师版实训指导手册。</p> <p>10.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	---

15	<p>《直播销售》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出直播沟通表达能力、营销话术设计能力、临场应变能力及销售转化能力。课程内容须紧密结合直播营销的实际流程，注重话术的实用性、有效性和创新性，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为42学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：直播营销话术基础与心理学原理、开场与引流话术设计、产品讲解与卖点提炼话术、互动控场与氛围营造话术、促单催单与成交话术、售后追单与复购话术、突发状况与危机公关话术、直播风格塑造与个性化话术</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有核心话术类型和表达技巧。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出境讲解视频，阐述核心话术技巧或表达原理并配以口头示范。</p> <p>8.针对不同直播营销流程，每个教学模块匹配一个10-20分钟的专业话术拆解分析，展示正确的话术应用和临场应变。</p> <p>9.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。</p> <p>10.每个教学模块应至少提供2个实训任务，任务应涵盖直播营销话术的各个环节。</p> <p>11.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	---

16	<p>《内容策划与编辑》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出直播脚本策划能力、平台后台操作能力、直播流程管理能力、数据分析应用能力及临场问题解决能力。课程内容须紧跟直播行业发展趋势，涵盖主流直播平台的最新功能与操作规范，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为48学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：直播脚本基础与构成、不同类型直播脚本设计、直播间后台功能概览与基础设置、直播商品管理与链接配置、直播数据监控与分析、用户互动工具与评论管理、直播技术调试与突发状况处理、直播复盘与后台优化策略。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有脚本撰写要点和后台操作功能。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出境讲解视频，阐述脚本逻辑和创意点。</p> <p>8. 每个教学模块匹配一个15-30分钟的专业话术拆解分析，并能够根据学校实际情况或模拟真实直播环境进行后台操作演示与脚本应用示范。</p> <p>9.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。</p> <p>10.每个教学模块应至少提供2个实训任务。任务设计应具备可定制性，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。</p> <p>11.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	---

17	<p>《短视频策划》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出创意发散能力、视觉表达能力、视频制作技能及审美鉴赏能力。课程内容须紧跟短视频平台最新趋势、算法机制和流行玩法，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为48学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：短视频行业概览与平台特性、灵感激发与创意方法论、短视频内容策划与脚本撰写、短视频拍摄技巧与基础设备、短视频剪辑与后期制作、短视频发布与运营推广、短视频数据分析与内容优化、短视频法律法规与职业道德。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有创作流程和核心知识点。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出境讲解视频，阐述核心创意方法、灵感来源和应用场景。</p> <p>8.选取不同类型的短视频爆款案例，每个教学模块匹配一个15-30分钟的深度分析，能够根据学校需求选择或制作具有本地特色或与学校专业方向相关的案例。</p> <p>9.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。</p> <p>10.每个教学模块应至少提供2个设计精巧、具有实战性的实训任务。任务应涵盖短视频创作的全流程，任务设计应具备可定制性，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。</p> <p>11.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	--

18		<p>《短视频运营》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出短视频运营策略规划能力、数据分析决策能力、用户增长与维护能力、商业变现拓展能力及风险应对能力。课程内容须紧跟短视频行业最前沿的运营理论与实践，涵盖主流平台最新的运营工具与算法机制，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.课程内容总设计应为48学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。 2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：短视频运营概论与行业生态、短视频账号定位与内容策略、用户增长与粉丝运营、短视频数据分析与精细化运营、短视频流量获取与付费推广、短视频商业变现模式与合作、短视频运营团队搭建与管理、短视频运营风险与合规管理。 3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。 4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。 5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有运营策略和数据分析要点。 6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。 7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出境讲解视频，阐述核心运营策略和分析。 8.针对短视频运营的实操，每个教学模块匹配一个15-30分钟的实操演示，能够根据学校需求融入特定平台或行业背景的运营操作示例。 9.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。 10.每个教学模块应至少提供2个实训任务。任务应涵盖短视频运营的全链条，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。 11.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。
----	--	---

19	<p>《新媒体运营》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出跨平台内容矩阵的搭建与运营能力、公域与私域流量的联动转化能力、以及整合营销活动的策划执行能力。课程内容需结合主流新媒体平台（如微信公众号、视频号、微博、小红书）的最新运营逻辑与商业模式，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.课程内容总设计应为48学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。 2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：新媒体运营概论与平台生态、跨平台账号定位与内容矩阵策略、公域私域联动与引流模型（含社媒粉丝向直播间引流）、微信生态（公众号/视频号）深度运营、内容型社媒（小红书/微博）运营技巧、整合营销活动策划与执行（如618/双11大促联动）、新媒体数据分析与效果评估、新媒体团队协作与危机管理。 3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。 4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。 5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有核心运营策略和平台玩法。 6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。 7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出镜讲解视频，阐述核心运营策略或平台机制。 8.针对跨平台内容策划、私域流量承接、整合营销活动等关键环节，每个教学模块匹配一个15-30分钟的专业演示视频，视频内容应根据学校实际软硬件环境和教学场景进行调整和录制。 9.每个教学模块应至少提供2个实训任务，任务设计应具备可定制性，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。 10.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。
----	--

20	<p>《选品与采购》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出数据驱动的选品能力、供应链的开发与谈判能力、以及产品成本与利润的精准核算能力。课程内容需对接行业主流电商数据分析平台，紧密结合直播电商的真实选品流程与盈利模式，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为32学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：直播电商选品概论与策略、市场趋势与用户需求洞察、主流选品数据平台应用实战、产品成本核算与利润测算、供应链开发与谈判技巧、不同品类（服饰/美妆/食品等）选品策略、爆款打造与产品生命周期管理、选品采购法律法规与风险规避。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有核心知识点。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出镜讲解视频，讲解核心选品方法论或成本核算原理。</p> <p>8.针对数据平台操作、供应链谈判、利润空间测算等关键实操环节，每个教学模块匹配一个15-30分钟的专业演示视频，视频内容应根据学校实际情况进行调整和录制。</p> <p>9.视频须经过专业剪辑、字幕、片头片尾、背景音乐（无版权争议）、动画效果等，提升视频质感和教学效果。</p> <p>10.每个教学模块应至少提供2个实训任务，任务设计应具备可定制性，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。</p> <p>11.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	---

21	<p>《AI直播》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出AI直播工具的应用能力、人机协同的直播运营效率、以及AI驱动的创新直播方案设计能力。课程内容需依托学校虚拟直播与数字人技术实训条件，紧跟AI技术在直播领域的最新应用，并须结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为32学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：AI与直播电商行业融合趋势、虚拟主播与数字人技术入门、数字人形象创建与驱动实操、AI直播中控系统操作指南（含自动讲解/智能场控）、AI赋能直播内容生产（脚本/数据大屏生成）、AI智能互动与弹幕管理策略、人机协同直播流程设计与优化、AI直播伦理规范与未来展望。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有核心技术点和应用场景。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出镜讲解视频，阐述核心AI概念或人机协同策略。</p> <p>8.针对数字人创建、AI中控系统操作、AI脚本生成等核心技能，每个教学模块匹配一个15-30分钟的专业操作指南视频，视频内容应根据学校实训软硬件环境进行定制化录制。</p> <p>9.每个教学模块应至少提供2个实训任务，任务设计应具备可定制性，能够结合学校的虚拟直播实训条件进行调整。</p> <p>10.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
----	---

22		<p>《商务数据分析》课程资源（1项）</p> <p>要求明确课程的总体教学目标，重点突出数据洞察能力、逻辑分析能力、复盘优化能力、数据报告撰写能力及数据驱动决策能力。课程内容须紧跟直播电商和短视频行业最新的数据分析工具、指标体系和复盘方法论，并结合学校实际情况与教学特点进行深度定制。</p> <p>1.课程内容总设计应为48学时（每学时按45分钟计），并提供详细的学时分配方案。</p> <p>2.课程内容应逻辑清晰，至少划分为8个核心教学模块。模块涵盖但不限于以下内容：数据分析基础与思维、直播电商/短视频核心数据指标、数据收集与平台数据后台、数据分析方法与模型、数据可视化与报告撰写、直播/短视频数据复盘流程与方法、A/B测试原理与实践、数据驱动运营优化与增长。</p> <p>3.提供符合高等职业教育标准的完整且详尽的教案，涵盖课程的每个教学模块及具体课时。</p> <p>4.提供一份《教师授课指导手册》，辅助教师高效授课。</p> <p>5.每个教学模块应至少配备2个PPT课件，并覆盖所有数据分析流程、指标、工具和复盘方法。</p> <p>6.必须提供所有PPT源文件，方便学校教师进行二次开发、调整和更新。</p> <p>7.每个教学模块匹配一个5-10分钟的真人出镜讲解视频，阐述核心数据指标、统计概念和分析方法。</p> <p>8.选取真实（可脱敏处理）的直播电商或短视频运营数据，每个教学模块匹配一个15-30分钟的深度分析视频，并能够结合学校需求提供特定行业或场景的数据案例进行演示。</p> <p>9.每个教学模块应至少提供2个实训任务。且任务设计应具备可定制性，能够结合学校所在地产业特点和学生实习需求进行调整。</p> <p>10.供应商承诺所提供所有课程资源拥有完全的、合法的知识产权，或已获得合法授权，不存在任何侵权行为。课程资源交付并验收合格后，其知识产权（包括但不限于著作权、使用权、修改权、传播权）归采购方所有，采购方有权对资源进行修改、复制、传播和教学使用，无需再次支付任何费用或取得供应商许可。</p>
23		<p>投标人应保证在本项目使用的任何产品和服务(包括部分使用)时，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;</p> <p>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;</p> <p>投标人所投软件产品必须经过有效登记备案，符合中国信息安全要求的软件产品,必须提供对应产品的软件著作权登记证;此外还需具备针对所投软件产品相关的服务能力。</p> <p>投标人所投软件产品非商品化软件(如操作系统、office、一切已定型的专业通用软件等)而为定制化软件时，投标人必须提供该软件著作权登记证、软件开发商授权。</p>

24	<p>陪跑服务具体要求:</p> <p>1、产业学院整体运营陪跑服务, 中标人需要指派直播电商领域资深专家或从业者, 负责协助、参与产业学院管理工作, 需要涵盖教科研规划与安排、场所及设备管理、实战项目协调、外部资源整合、校内外培训开展, 保障产业学院常态化流畅的运转。</p> <p>2、学生实践教学陪跑服务, 中标人需要指派直播电商领域资深专家或从业者, 负责主导、参与学生实践教学任务的实施, 需要涵盖技能演练、现场教学和案例分享等。</p> <p>3、实战项目运营陪跑服务, 中标人需要指派直播电商领域资深专家或从业者, 负责主导实战项目的企业化运作, 需要涵盖直播间场景搭建、选品策划、流量运营、数据分析等全流程。</p> <p>4、学校教师内训陪跑服务, 中标人需要指派直播电商领域资深专家或从业者, 负责完成对专任教师行业化培训, 需要涵盖直播电商平台规则、最新行业趋势、企业实战方法论等。</p>
----	---

3.4商务要求

3.4.1交货时间

采购包1:

合同签订之日起**90**日历日内完成交付、安装及调试。

3.4.2交货地点

采购包1:

交货具体地点(服务地点): 博远楼西侧七层

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: 中标供应商完成全部货物的供货、安装、调试、试运行合格后告知采购人, 采购人在**30**天内组织验收, 验收合格后中标供应商向采购人开具全额完税销售发票; 采购人在收到发票后, 达到付款条件起 **7** 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:

(1) 验收标准: 采购人与中标供应商应严格遵行《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》(财库【2016】205号)《政府采购需求管理办法》(财库〔2021〕22号)的要求、按照招标文件规定的要求和投标文件及合同承诺的内容进行验收。(2) 验收方法: 项目设备安装及调试完成后由中标供应商通知采购人按招标文件要求、中标供应商的投标文件及承诺、签订的合同、国家及行业相关质量标准进行初步验收; 采购人初步验收合格后立即进行试用, 试用时间为**7**个工作日; 试用期内运行正常, 没有出现故障, 双方按招标文件要求、中标供应商的投标文件及承诺、签订的合同、国家及行业相关质量标准进行最后验收。最后验收合格后, 采购人向中标供应商出具合格验收报告, 中标供应商凭此验收报告与采购人结算付款; 最后验收不合格, 中标供应商必须立即整改, 整改仍不合格, 采购人有权解除合同并追究中标供应商的违约责任。

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:

质保期: 验收合格通过之日起5年。 售后服务响应时间(质保期内): 7天内, 产品出现质量问题, 免费换新; 7天后, 产品出现质量问题, 应及时响应(包括电话、微信、QQ等); 及时响应无法解决时, 需24小时内到达现场, 72小时内修复; 如在72小时内无法修复, 则提供部件冗余服务或采取应急措施, 提供相同产品或不低于故障产品规格档次的备用产品供采购人使用, 以确保货物的正常使用。 培训内容及要求: 通过培训增加师生对相关系统相关知识的了解; 规范学校管理人员的行为方式并明确该系统项目后各个岗位的人员如何进行新的工作方式。

3.4.8违约责任与解决争议的方法

采购包1:

按照国家标准、招标文件、投标文件和合同要求执行。

3.5其他要求

1、本项目需要演示以下内容: (1) AI智能创作云门户平台: ①能提供教师、学生两种角色不同的主题主页。管理人员能对门户主配色进行灵活调整, 能对平台主页的主题色全局置灰。②用户门户首页能通过可视化拖拽的方式对门户首页的展示卡片进行顺序及内容上的调整, 可以自定义增删页面卡片, 卡片类型包含内置业务卡片、内容服务展示、应用服务展示卡片、数据图表展示卡片等。(2) AI商业大数据智能分析实训平台: ①支持对应用下的资源进行管理, 包含应用的应用页面、导航树、应用表单、应用报表、数据源、视图、事件、应用业务流程、业务规则、Rest接口、数据库表、角色、资源和版本。②支持查看当前应用下的所有导航树信息, 支持对导航树进行配置, 包含导航下文件夹新增、删除, 文件夹属性维护(名称、计算总数sql、url地址、url打开方式、图标等), 同时支持对导航树样式进行预览; 支持导航树新增、删除、拷贝、打包下载和导入功能。(3) AI直播实训教学智能体: ①软件能在线实时展示主讲人画面、屏幕画面、主讲人语音, 线上其他成员可以观看。②授课企业导师能通过课堂学生的名单进行操作, 对学生进行管理, 包括: 上下台、打开关闭视频、静音和解除静音、禁言、记分、移除学生。③截屏工具: 企业导师能截取屏幕内任意区域内容并保存为图片, 能在图片上进行批注, 能将图片保存至本地, 并且能把截图发送给其他成员。(4) 直播实训互动仿真融合平台: ①商品管理: 可对对已发布的商品进行管理与编辑, 已发布的商品信息可实时同步到中控台, 方便实训流程的下一步展开。②平台具备模拟直播中控台模块, 通过直播互动功能可预览直播画面、主播留言、功能切换等; 也可通过直播商品管理功能管理商品上架、下架、直播讲解、商品链接等。(5) 直播AI客服帮助台: ①应支持查看各个模型的历史调用统计数据, 至少包括调用总数、调用失败数、调用使用总tokens数、调用输入tokens数、调用输出tokens数等不同统计维度。②既支持手动添加意图例句, 方便及时补充特殊或新出现的情况, 也支持批量上传, 提高例句录入效率。支持查看意图例句被命中的次数, 为后续优化提供参考。③支持对知识引擎匹配度管理, 包括知识管理的精确匹配阈值、近似匹配阈值、近似匹配命中片段值进行动态调整, 也支持对文档管理命中阈值、命中片段值进行动态调整, 可以选择检索方式。2、其他要求: ①投标人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, 线下提交纸质投标文件正本壹份、副本贰份, 纸质投标文件正副本分别胶装, 标明投标人名称密封递交, 递交截止时间同在线递交电子投标文件截止时间一致, 线下递交文件地点: 西安市雁塔区科技路30号合力紫郡大厦B座21层, 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。②投标保证金以电子保函形式递交需在开标前给shanxizhuoming_zb@163.com发一份扫描件。

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	资格审查要求概况	评审点具体描述	关联格式
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
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。	资格证明文件.docx
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	资格审查要求概况	评审点具体描述	关联格式
1	具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人	提供合法有效的统一社会信用代码营业执照(事业单位提供事业单位法人证书，自然人应提供身份证)	资格证明文件.docx
2	财务状况证明	供应商提供2023年度或2024年度经审计完整的财务审计报告(成立时间至提交投标文件截止时间不足一年的可提供成立后任意时段的资产负债表)，或其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	资格证明文件.docx
3	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	资格证明文件.docx

4	税收缴纳证明	提供2024年6月以来任意一个月的依法缴纳税收的相关凭据（时间以税款所属时期为准），凭据应有税务机关或代收机关的公章或业务专用章。依法免税或无须缴纳税收的供应商应提供相应证明文件	资格证明文件.docx
5	社会保障资金缴纳证明	提供2024年6月以来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供应商应提供相关文件证明	资格证明文件.docx
6	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	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	资格证明文件.docx
7	法定代表人委托授权书	非法定代表人参加投标的，须提供法定代表人委托授权书，法定代表人参加投标时,只须提供法定代表人证明书	资格证明文件.docx
8	本项目不接受联合体投标	非联合体投标声明	资格证明文件.docx

4.3落实政府采购政策资格审查

采购包1：

序号	资格审查要求概况	评审点具体描述	关联格式
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	符合审查要求概况	评审点具体描述	关联格式
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 分项报价表.docx 标的清单

2	投标报价	投标报价未超过采购预算或最高限价(合格)，投标报价超过采购预算或最高限价(不合格)	开标一览表
3	交货时间	交货时间(期)满足招标文件要求(合格)，交货时间(期)不满足招标文件要求(不合格)	商务应答表
4	质保期	质保期满足招标文件要求(合格)，质保期不满足招标文件要求(不合格)	商务应答表
5	投标文件的签署、盖章	投标文件的签署、盖章满足招标文件要求(合格)，投标文件的签署、盖章不满足招标文件要求(不合格)	分项报价表.docx 投标函 投标文件封面 资格证明文件.docx
6	投标有效期	投标有效期满足招标文件要求(合格)，投标文件无投标有效期或有效期不满足招标文件要求(不合格)	投标函
7	法律、法规和招标文件规定的 其他无效情形	不存在法律、法规和招标文件规定的 其他无效情形(合格)，存在法律、法规和招标文件规定的 其他无效情形(不合格)	产品技术参数表 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人、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：

评审因素		评审标准			
分值构成		详细评审70.00分 报价得分30.00分			
评审因素分类	评审项	详细描述	分值	客观/主观	关联格式
	技术指标	根据供应商提供所投产品的技术偏离表及相应的证明材料，经评审专家审定得分。基本分（30分）： 完全符合、响应招标文件要求计30分，▲参数负偏离一项扣1分，未带标识参数每负偏离一项扣0.5分，扣完为止。备注：文件中要求提供证明材料而未提供或提供的证明材料不能证明的视为负偏离。	30.0000	客观	产品技术参数表
	实施方案	针对本项目有具体实施方案，内容包含：①项目总体实施方案；②项目团队方案；③项目实施时间安排方案；④系统安装调试方案；⑤项目验收方案。评审标准：方案各部分内容全面详细、阐述条例清晰详尽、符合本项目采购需求的，每项最高计1分，满分5分。	5.0000	主观	实施方案.docx

详细评审	质量保证	<p>1、所投软件产品（①AI智能创作云门户平台、②AI商业大数据智能分析实训平台、③AI直播实训教学智能体）满足国产化信创要求，需支持国产操作系统、国产数据库、国产中间件实现兼容性适配。要求提供相关兼容性适配证明材料并加盖投标人公章。每提供一个产品计1分，最多计3分，未提供不得分。</p> <p>2、提供质量保证方案。内容包含①整体配置具有合理性、一致性、兼容性②产品性能、使用寿命及效果③质量保证措施。评审标准：方案各部分内容全面详细、阐述条例清晰详尽、符合本项目采购需求的，完整合理得最高计3分，缺项少项计1分。</p>	6.0000	主观	质量保证.docx
	售后服务	<p>1、投标人提供不少于1年的驻场陪跑服务承诺（承诺函格式自拟），完全满足或优于文件要求得3分，未提供不得分。</p> <p>2、针对本项目的实际需求提供①总体售后服务方案、②售后人员安排、③售后服务响应时间。售后服务方案详尽、可行，响应等方面进行比较，每项最高计1分，满分3分。</p>	6.0000	主观	售后服务.docx
	培训方案	<p>针对本项目有具体的培训方案，该方案包含：①培训目标；②培训内容；③培训计划安排；④人员安排；</p> <p>评审标准：方案各部分内容全面详细、阐述条例清晰详尽、符合本项目采购需求的，每项最高计1.5分，满分6分。</p>	6.0000	主观	培训方案.docx
	现场演示	<p>现场演示内容：投标人需对第三章3.5“其他要求”中的演示内容进行功能演示，每演示一项最高计1分，满分12分。PPT、U盘镜像、DEMO等演示无效。演示时间不超过10分钟。</p>	12.0000	主观	现场演示.docx

	业绩	提供 2022年1月1日 至今（以合同签订时间为准）的类似业绩，以业绩合同复印件为依据，每提供一个得 1分 ，最高得 5分 。	5.0000	客观	业绩一览表.docx
价格分	价格分	价格分统一采用低价优先法计算，即满足招标文件要求且价格最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：价格分=(评标基准价 / 投标报价)×报价分值 注：计算分数时四舍五入取小数点后两位；	30.0000	客观	开标一览表 标的清单

价格扣除

序号	情形	适用对象	比例	说明	关联格式
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 中小企业声明函 残疾人福利性单位声明函 标的清单 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: 产品技术参数表

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: 资格证明文件.docx

详见附件: 实施方案.docx

详见附件: 售后服务.docx

详见附件: 培训方案.docx

详见附件: 质量保证.docx

详见附件: 业绩一览表.docx

详见附件: 分项报价表.docx

详见附件: 现场演示.docx

第七章 拟签订合同文本

详见附件：合同.docx

