

政府采购项目采购需求

采购单位：西北工业学校

所属年度：2025年

编制单位：西北工业学校

编制时间：2025年10月21日

一、项目总体情况

(一) 项目名称： 电子商务专业实训平台开发与系统集成平台建设

(二) 项目所属年度： 2025年

(三) 项目所属分类： 货物

(四) 预算金额(元)： 700,000.00元 ， 大写(人民币)： 柒拾万元整

(五) 项目概况：

本项目为西北工业学校电子商务专业实训平台开发与系统集成平台建设项目，具体采购内容包含：视觉设计与制作理实一体化软件、网络推广理实一体化软件、客户服务理实一体化软件、电子商务直播运营理实一体化软件、网店基础运营实训系统、补光灯、服务器等供货及安装调试。

(六) 本项目是否有为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商： 否

二、项目需求调查情况

依据《政府采购需求管理办法》的规定，本项目不需要需求调查，具体情况如下：

(一) 需求调查方式

(二) 需求调查对象

(三) 需求调查结果

1.相关产业发展情况

2.市场供给情况

3.同类采购项目历史成交信息情况

4.可能涉及的运行维护、升级更新、备品备件、耗材等后续采购情况

5.其他相关情况

三、项目采购实施计划

(一) 采购组织形式： 部门集中采购

(二) 采购方式： 公开招标

(三) 本项目是否单位自行组织采购： 否

(四) 采购包划分： 不分包采购

(五) 执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

1. 不专门面向中小企业采购

2.不专门面向的原因： 按照本办法规定预留采购份额无法确保充分供应、充分竞争，或者存在可能影响政府采购目标实现的情形

注：监狱企业和残疾人福利单位视同小微企业。

(六) 是否采购环境标识产品： 是

(七) 是否采购节能产品： 否

(八) 项目的采购标的是否包含进口产品： 否

(九) 采购标的是否属于政府购买服务： 否

(十) 是否属于政务信息系统项目： 否

(十一) 是否属于高校、科研院所的科研仪器设备采购： 否

(十二) 是否属于一签多年项目： 否

四、项目需求及分包情况、采购标的

(一) 分包名称： 电子商务专业实训平台开发与系统集成平台建设

1、执行政府采购促进中小企业发展的相关政策

1) 不专门面向中小企业采购

2、预算金额（元）：700,000.00，大写（人民币）：柒拾万元整

最高限价（元）：700,000.00，大写（人民币）：柒拾万元整

3、评审方法：综合评分法

4、是否支持联合体投标：否

5、是否允许合同分包选项：否

6、拟采购标的的技术要求

1	采购品目	应用软件	标的名称	电子商务专业实训平台开发与系统集成平台
	数量	1.00	单位	项
	合计金额（元）	700,000.00	单价（元）	700,000.00
	是否采购节能产品	否	未采购节能产品原因	无
	是否采购环保产品	是	未采购环保产品原因	无
	是否采购进口产品	否	标的物所属行业	软件和信息技术服务业

标的名称：电子商务专业实训平台开发与系统集成平台

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	以下5种软件共同须满足要求： 1、采用B/S架构设计，不需要安装客户端即可通过浏览器进行访问，支持基于校园网的应用。 2、须同时可支持学生、教师不同身份登录，不同的身份具有不同的操作权限。 3、对教师账号保留与使用权限进行分开管理，允许教师分班管理。 4、具备安全处理机制，防止恶意代码干涉，防止xss攻击和SQL注入。
		一、视觉设计与制作理实一体化软件1套（采购标的所属行业：软件和信息技术服务业） 用于视觉设计与制作课程的理实一体化教学要求： 1、须包含学习资源、考试、作业等与教学相关内容，并可进行成绩查询。 ▲2、须基于视觉设计教学内容关键技能点配有相关的教学课件不少于16个（包括但不限于目标消费者分析、视觉设计风格选择、图片素材处理、网店首页布局、商品详情页内容规划、活动图设计与制作）、微课不少于10个（包括但不限于店铺风格定位、移动端首页图片处理与发布、详情页的组成）等学习资源，教学课件类学习资源须可以在线进行评价、问答、笔记、纠错。 3、学生端具有预习、训练、拓展、单元测试等内容。 ▲4、学生端须包含视觉设计风格定位、视觉设计素材处理、首页视觉设计与制作、商品详情页视觉设计与制作、广告图视觉设计与制作、综合实训六个模块。 5、学生端六个模块总计需包含至少20个任务 （1）视觉设计风格定位（至少2种实训任务）： ①目标消费者分析；②视觉设计风格选择。 （2）视觉设计素材处理（至少3种实训任务）：

①文案素材制作：应提供文案创作方法。

②图片素材处理：提供能够实现色调、特效、滤镜、裁剪、大小重置、形状添加、调整方向、添加文案等操作的提供在线图片制作工具。

③视频素材剪辑：能够实现视频、图片、文字、音频等素材的剪辑功能在线视频处理工具。

（3）首页视觉设计与制作（至少4种实训任务）：

①网店首页布局：提供包括但不限于图片轮播、客服中心、商品推荐、商品排行、商品搜索以上10种类型的设计模块，并满足至少三种不同尺寸的布局模块自由组合搭配，且具有布局效果实时预览功能；

②店标设计与制作：提供在线图片制作工具；

③店招设计与制作：提供在线图片制作工具；

④轮播海报设计与制作：提供在线图片制作工具。

（4）商品详情页视觉设计与制作（至少4种实训任务）：

①商品详情页内容规划：包括但不限于产品基本信息、销售信息、物流信息、支付信息、图文描述、售后服务；

②商品主图设计与制作：提供在线图片制作工具；

③商品描述设计与制作：提供在线图片制作工具；

④商品视频设计与制作：提供在线视频制作工具。

（5）广告图视觉设计与制作（至少3种实训任务）：

①活动图设计与制作：提供在线图片制作工具且内含活动图示例，包括商品优惠券、店铺优惠券、会员营销等；

②推广图设计与制作：提供在线图片制作工具且内含推广图示例，包括搜索引擎付费推广图、推荐引擎付费推广图等；

③直播图设计与制作：提供在线图片制作工具且内含直播图版式示例，内含横版直播图、竖版直播图、直播封面图等。

▲（6）综合实训（至少4种操作任务，涉及包括但不限于办公用品、家居日用、美妆护肤等类目不少于10套题目）：

①网店规划与注册。

②网店首页设计与制作：提供不少于10种设计模块和20种配色方案，支持通过多尺寸模块组合进行首页布局，布局效果可直接应用于页面编辑。

③商品主图视频设计与制作：配备视频剪辑模板，提供不少于30种音频素材、50种片头片尾转场等媒体素材及3种字体，支持图片、文字、视频、音频添加与剪辑，可生成1:1和16:9两种规格的主图视频。

④商品详情页设计与制作：支持完整的产品信息设置和5张主图上传，提供图文编辑、源码编辑、模板编辑三种以上内容制作方式，并配备实时预览功能，可直观查看详情页整体效果。

6、教师端具备完整的教学管理功能，包括教学中心和学习中心。

教学中心支持资源库建设和管理、支持题库建设和管理、支持添加作业、具有学情分析管理功能、支持虚拟课堂、支持进行课程安排、支持查看学生实训情况分析、支持通过课程设计添加新课程。

学习中心支持通过教学日历进入已开课的课程、支持查看学情分析、支持查看我的课程、支持查看作业、支持查看成绩。

(1) 教学中心

- ①支持资源库建设和管理：支持图片、视频、文件、富文本等类型资源上传、预览；
- ②支持题库建设和管理：支持单选、多选、判断等理论题型的题库添加、编辑、删除。
- ③支持添加作业：支持随机出题和手动出题两种模式，可进行预览、编辑单选、多选、判断和实训等客观判分的题型。
- ④具有学情分析管理功能：支持班级实训情况分析、学生实训情况分析和各班级的实训情况对比分析，通过监测学生的实训数据，以图表的形式直观地反应出学生的活跃度。
- ⑤支持虚拟课堂：支持Web端访问和数据同步，支持教师查看自己的虚拟形象和自己创建的正在进行的课堂。支持教师进行课堂控制，包括：
 - a查看班级学生信息；
 - b查看导学
 - c教学管理：可以设置项目任务是否公开、可以查看学习情况、评价、问答、比较、纠错信息；
 - d作业；
 - e考试；
 - f成绩；
 - g线上互动。
- ⑥支持进行课程安排：通过教学日历添加每节课的相应课程，支持选择已排的课程进行上课，添加课件、提问、测验和实训等活动，添加教学活动后，学生端可同步收到相应活动，支持对课件、提问、测验、实训及学生进行统计，支持展示签到学生，满足有组织的在线教学。
- ⑦支持查看学生实训情况分析：支持按课程、班级、学生统计实训成绩、实训次数、作业完成数计正确率、实训进度、考试完成数计正确率、最高TOP10任务、最低TOP10任务相关数据，并通过折线图、饼图多种可视化图形展示统计数据。
- ▲⑧支持通过课程设计添加新课程：
 - a基本信息可设置课程所属专业、课程名称、课程简介、课程封面；
 - b可添加导学；
 - c可进行课程设计，添加至少两级目录，每一级目录下可添加任务、预习、拓展、课件；
 - d可添加学习资源、实训任务、单元测试，其中学习资源支持添加视频、文件、图片、PPT多种素材，添加实训任务的同时可添加课件、微课、实操视频，实训任务预览支持显示实训任务目标、背景信息以及看微课、看实操。

(2) 学习中心

- ①支持通过教学日历进入已开课的课程里，可以实时看到教师发起的活动，支持查看课件、提问、测验、实训的总数统计数据。
- ②支持查看学情分析，支持按本人和班级对比统计实训进度占比、实训任务训练次数、最高TOP任务及人数、学习时长、学习进度占比相关数据。
- ③支持查看我的课程，支持查看所属学期、课程进度、参与人数、实训个数、作业个数。
- ④支持查看作业，支持显示未开始、进行中、已结束三种状态，并能显示相应得分，能按状态和名称进行快速筛选。
- ⑤支持查看成绩，支持统计课件学习进度、课堂活动、作业、考试相关数据进涵盖学习行为和学习结果统计。

注：此产品为核心产品。

二、网络推广理实一体化软件1套（采购标的所属行业：软件和信息技术服务业）

用于《网络推广》课程的理实一体化教学要求：

1、具有搜索引擎推广、推荐引擎推广、搜索引擎优化3个任务。

2、情境创设提供店铺简介和商品信息（情境创设包括但不限于零食旗舰店、家居日用旗舰店、美妆旗舰店等店铺，商品信息不少于6个）。

▲3、系统具有闭环考核系统：

反馈搜索引擎推广计划的平均点击花费、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；反馈推荐引擎推广计划的花费，展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；

反馈搜索引擎优化搜索排名结果查询。

4、系统支持多周期推广：不少于3个推广周期。

▲5、系统支持不少于10套的技能题库（包括但不限于玩具、日用品、服饰、箱包等类目）。

6、系统提供推广中心功能：展示学生总预算、已消费金额、预算余额和搜索引擎推广/推荐引擎推广的总消费、总点击量、总转化量、总转化率、当期消费、当期点击量、当期转化量、当期转化率以及搜索引擎优化的总搜索引擎优化值、当期搜索引擎优化值。

7、系统提供数据分析功能：提供推广所需要的店铺宝贝、关键词分析、时间流量解析、地域流量解析、推荐引擎推广出价分析的分析数据。

（1）店铺宝贝：提供商品的标题、属性、描述、所属类目、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率。

（2）关键词分析：提供全部行业关键词的搜索词以及搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。

（3）时间流量解析：可以查看一周内各时间段的潜在买家指数与质量指数。

（4）地域流量解析：可以查看各类目的地区潜在买家指数与质量指数，包括地图样式与文字样式两种。

（5）推荐引擎推广出价分析：可以按照CPC和CPM两种扣费方式，来查看不同展位的推荐引擎推广最低出价、平均出价、建议出价，同时展示往期推荐引擎推广数据，包括平均点击率和平均转化率。

8、系统需提供搜索引擎推广功能：

（1）搜索引擎推广计划：包括标准计划和智能计划两种，每个推广计划下可以新建多个推广单元，推广计划下还可以进行投放时间、投放地域、计划消耗限额的设置。

其中标准推广计划下每个推广单元最多可以添加200个关键词，智能推广计划最多可以添加100个关键词。

（2）系统提供推荐关键词，可以通过推荐关键词添加关键词，提供关键词的相关性、展现量、点击率、转化率、市场平均价，也可以通过全站搜索添加关键词，还可以通过加词清单手动添加关键词。

（4）添加关键词后可以按默认出价、自定义出价和市场平均价出价进行批量出价。

▲（5）关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变动态的反馈关键词排名。

（6）在关键词列表中，关键词的质量分会根据创意质量的变化而动态变化。

（7）可以设置关键词的匹配方式为精准匹配和广泛匹配。

（8）标准推广和智能推广计划下每个推广单元均可以添加4个推广创意，要提供系统根据产品信息自动生成的创意，创意的流量分配方式分为优选和轮播两种。

（9）标准推广计划下可以进行人群溢价，精选人群包括：淘宝优质人群、店铺定制人群。

（10）搜索引擎推广结束后，需要提供每个推广计划、单元、关键词、创意、人群的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费、平均点击花费。

9、系统需提供推荐引擎推广功能：

（1）推荐引擎推广可以新建4个推广计划组，每个推广计划组包括2个推广计划，推广计划下可以进

	行营销目标、投放时间、投放地域、限额的设置。 (2) 推广计划下的定向人群分为产品相关、兴趣意图、店铺相关，还需要提供定向人群的潜在买家数指数、质量指数、预估人数。 (3) 推荐引擎推广的资源位要提供站内资源位—无线焦点图、站内资源位—PC焦点图、站内资源位—PC首页通栏、站内资源位—PC精选、站外资源位—手机浏览器类、站外资源位无线新闻阅读类、站外资源位—微博等不少于7个资源位。 (4) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划组的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。 (5) 推荐引擎推广结束后，需要提供每个推广计划组、每个推广计划、每种定向、每种资源位的展现量、点击量、点击率、成交量、转化率、花费。 10、搜索引擎推广和推荐引擎推广后，在搜索引擎优化时可以看到每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率，其中，曝光量、点击量、成交量要是推广前的数据与搜索引擎推广、推荐引擎推广的数据的和。 11、系统需提供搜索引擎优化功能：学生能够借助产品说明查看商品的标题、属性、描述。 ▲12、系统需提供搜索排名查询功能：能够通过搜索关键词的形式直观地查看商品排名情况，并可以明显地识别出本店铺宝贝。
--	--

4	三、客户服务理实一体化软件1套（采购标的所属行业：软件和信息技术服务业） 用于《电子商务客服服务》课程的理实一体化教学要求： 1、系统需涵盖售前交易促成、售中订单处理、售后服务管理等主要工作领域，设置了客户接待沟通、客户订单处理、售后问题处理等典型工作任务。 ▲2、系统实训任务间的设计按照业务活动，采用并联或串联相结合的方式。每个实训任务设置对接岗位的任务描述、完成任务所需的支撑理论、具体的任务实施、任务评价。其中任务实施采用任务背景（情境创设）—任务要求（任务设计）—任务分析（逻辑分析）—任务操作（实施引导）的结构呈现，将典型工作任务融入教学支架。 3、系统需内置办公用品、家居日用、乳品饮料、数码配件、运动户外等不少于5个类目且不少于10套的技能题库。 4、学生端基于真实的交易场景，内置智能化买家，学生可立足买家角度提问问题，立足卖家角度完成问题作答，系统对配置的内容进行智能化判断。 5、学生端可针对虚拟买家提出的问题，系统需提供响应时间判断，学生需在规定时间内快速识别问题并完成应答。 6、学生端可立足买卖双方，完成客户接待、交易促成等多个互动场景的知识库配置，买家问题和回复内容支持多条数据添加。 ▲7、学生端根据买卖双方互动场景，模拟虚拟买家进行相关问题的提问。系统可自动调用已经配置的知识库中的正确答案进行自动回复；无法自动回复时默认转人工接待，学生可手动输入回复内容。系统根据回复内容从语义、语境两个角度，给出应答测试部分的智能判断。 8、学生端针对不同场景的综合实训结果，系统需支持从新增问题的问答配置、缺少答案的问答配置、修改不准确的问答配置等角度进行结果诊断，并提供优化功能。 9、教师端支持资源库建设和管理，支持图片、视频、文件、富文本等多种类型资源上传、预览；支持题库建设和管理，支持单选、多选、判断等理论题型的题库添加、编辑、删除。 10、教师端课程设计支持目录结构调整，添加预习、拓展和课件，可关联多种类型学习资源、实训任务、富文本和单元测试。 11、教师端支持添加作业，可进行随机出题和手动出题，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑、删除。 12、教师端支持添加考试，支持状态、时间、答案公开时间设置，支持随机出题和手动出题两种模式，支持单选、多选、判断和实训题，均采用客观判分，可进行预览、编辑。
	四、电子商务直播运营理实一体化软件1套（采购标的所属行业：软件和信息技术服务业） 用于电子商务专业《直播运营实务》课程的理实一体化教学要求： 1、教师端应具备个人中心、任务管理、作业评价、学情分析、竞赛管理、试题创建等功能。 （1）个人中心：以图表或者排行的形式展现学生的实训成绩与完成数的分布、各任务完成的进度、不同任务成绩分析等。有明确的批阅指引，方便老师对学生提交的任务及时进行查看批阅。 （2）任务管理：可查看参考答案和任务详情。 （3）作业评价：可对学生作业进行评价，并可分类已评审和未评审。 （4）学情分析：有任务分析和学生分析，任务分析可查看应完成人数、已完成人数、完成度，成绩分析可以查看任务完成数、任务完成明细等。 （5）竞赛管理：分为纯APP竞赛和APP+PC竞赛两种模式。 （6）试题创建：可创建试题，人物设定通过word文档导入。

- 2、学生端个人中心界面，要直观体现任务完成的进度、个人成绩、待完成的任务、同班同学的任务进度排行、成绩排行等信息。对于不同的任务状态要明确标识出不同的标签，区分出已完成、未完成、已批阅，方便学生了解自己的实训完成情况。
- 3、对于系统客观评分的任务提交后支持多次修改、重新上传。对于需要教师主观评分的任务，需要教师批阅后，方可修改。学生端与实训任务配套的教学资源与实训任务之间可在同一界面自由切换，随时查看。
- 4、系统应涵盖直播销售主要工作领域，应包括直播市场分析、直播策划、直播团队组建、直播产品选择、直播场景打造、直播推广、直播实施、直播复盘、直播运营综合实训等不少于9个模块的典型工作任务。
- （1）直播市场分析模块应包含直播发展分析和直播平台选择等实训任务。直播市场分析可通过直播营销市场分析数据对直播营销市场进行评估，可通过SWOT模型、PEST模型、波特五力模型进行分析直播营销市场。直播平台选择可对不少于18家平台进行不同维度分类。
- （2）直播策划模块应包含直播流程策划和直播内容策划。直播流程策划应包含直播筹备、直播宣传、直播活动执行、二次传播、复盘总结等环节。直播内容策划应包含主题和排期策划、互动活动策划、直播商品结构策划等。其中互动活动策划应包含直播开场、商品促销、直播收尾等环节。
- （3）直播团队组建模块应包含直播人员配置、直播主播选择工作任务。直播人员配置可对直播团队岗位进行分析，并对团队人员做出选择，经分析，不同人员对应做客服、运营、拍摄剪辑、副播、助理、场控、策划等岗位。可根据直播需求，通过商品特征分析、粉丝画像分析等条件对直播主播进行选择。
- ▲（4）直播产品选择模块应包含直播商品选品、直播商品定价、直播商品详情页设置等任务。直播商品选品任务提供不少于15种商品信息，可根据商品的采购价格、市场价格、浏览量、成交量、转化率、成交金额、口碑评分、库存等数据进行分析，选出合适的商品。直播商品评估条件应包含商品选择原则、商品质量、日常价格区间、商品库存等维度，并对商品角色定位，包括引流款、利润款、形象款三种角色。
- （5）直播场景打造模块应包含线下直播间的配置、线上直播信息设置、直播拍摄角度选择等实训任务。线下直播间的配置可选择仓库直播场景、工厂直播场景、居家直播场景、门店直播场景、虚拟直播场景、原产地直播场景、商品陈列场景等不同场景。直播间背景布置可选择直播间纯色背景、商品陈列展示背景、LOGO墙展示背景、拐角背景等。
- （6）直播推广模块应包含推广策略制定、海报推广、软文推广、短视频推广（免费）、短视频推广（付费）、违法违规信息排查、直播预告引流、超级直播推广、推广效果分析等实训任务。视频推广（付费）任务应对已有短视频进行投放，预估投放效果，设置投放时长，分为智能推荐和自定义推荐两种，自定义推荐可选择性别、年龄、兴趣标签、达人相似粉丝等。
- ▲（7）直播实施模块应包含直播开场、商品促销、直播收尾、直播间管理、直播实施综合等实训任务。直播间综合实施应具有直播热点话题制造、通用话术提炼、整场脚本撰写、商品售卖整场讲解等环节，直播开场可选择开场寒暄、主题介绍、氛围营造、亮点预告等功能，直播互动可选择抽奖、投票、话题、提问、限时秒杀、才艺展示、点赞有礼、优惠券、红包等功能。
- （8）直播复盘模块应具备直播数据分析、直播策略优化等实训任务。直播策略优化可对主播妆容、直播画面清晰度、直播画面美观度、直播间装修陈列、语言逻辑、讲解节奏控制、卖点表达准确性、团队配合情况等维度进行优化。
- （9）直播运营综合实训模块包含直播营销策划和直播实施等。
- 5、可利用Andriod系统APP端进行直播任务，并支持直播实时录制。

	▲6、直播APP中进行直播时由智能机器人自动发出不同的问题和干扰弹幕，支持福利抽奖、优惠券、秒杀推送、关注卡片、公告、粉丝推送、裂变优惠券、倒计时红包、投票等直播互动。直播过程中，可以通过直播监控查看直播间的实时表现，同时可以根据直播需求实时调整互动方案。 7、实训任务应关联配套课程资源，每个实训任务都设置对应教学资源，一对一针对性引导实训，方便教师授课。内置办公用品、家居日用、乳品饮料、数码配件、运动户外等不少于5个类目且不少于10套的技能题库，能够满足课堂训练、课后巩固、实训评价、技能竞技的需要。 8、系统内置的实训任务有明确的引导以及丰富案例。包括任务目标、任务背景、任务分析等内容，将整体任务颗粒化，每个任务按照步骤进行拆分，引导学生循序渐进，完成任务。
6	五、网店基础运营实训系统1套（采购所属标的名称：软件和信息技术服务业） 用于电子商务专业《电子商务基础》、《网络营销》课程的理实一体化教学要求： 1、教师端应具备班级管理、学生管理、班级任务管理、学生任务初始化、主观得分、客观得分、任务时长、任务延时、学情分析等功能。 （1）班级管理：应有添加班级、初始化数据、初始化密码、批量删除等功能，可切换训练和考核两种模式，可切换选择不同的实训任务背景。 （2）学生管理：应有新增学生账号、批量生成学生账号、导入学生账号、初始化密码、初始化数据、批量删除、导出成绩等功能。 （3）班级任务管理：可批量分配任务、批量取消分配任务，也可以单独分配某一任务，并可以查看分配状态。 （4）学生任务初始化：可批量初始化数据、批量修改状态，批量修改班级所有学生状态。 （5）主观得分和客观得分：可以查看主观得分和客观得分，客观得分还可以查看详细实训得分。 （6）任务时长和任务延时：可以对任务自定义计时，任务延时有批量延时和一键延时。 （7）学情分析：有任务分析和成绩分析，任务分析可查看应完成人数、已完成人数、完成度，成绩分析可以查看学生成绩分布、排名等。 2、学生端实训任务可以模拟店铺卖家从入驻到正常运营的完整业务流程，每个实训任务都给定相关的案例背景资料，包括任务目标、任务背景资料，将整体任务颗粒化，能引导学生循序渐进完成任务。 3、系统需涵盖店铺注册及认证、店铺基本信息设置、店铺首页设计与制作、详情页设计与制作、自定义页设计与制作、商品上传与维护、营销活动设置、日常订单管理、聊天互动、客户问题处理、交易促成、售后问题处理、客户关系维护、智能客服机器人等14个模块，不少于40个实训任务。 （1）店铺注册及认证模块：应包含注册个人资金账号、注册个人卖家账号并绑定资金账号、注册个人卖家账号并认证、注册企业资金账号、注册企业卖家账号并绑定资金账号、注册企业卖家账号并认证等实训任务。 （2）店铺基本信息设置模块：应包含设置店铺基础信息、子账号管理等实训任务。设置店铺信息可以自定义店铺名称、上传店铺标志、选择经营地址、主要货源、店铺介绍等功能，子账号管理可以设置客服、运营、美工、财务、线下导购员等岗位。 ▲（3）店铺首页设计与制作模块：应包含PC端店铺首页设计与制作和移动端店铺首页设计与制作实训任务。 ①PC端店铺首页设计与制作任务应具有模块、配色、页头和页面等功能。模块可显示优惠券、商品排行，配色不少于6种颜色，页头可显示背景色并可更换背景图。支持上传5张Banner图，支持自定义店招和默认店招两种编辑方式，首页发布完成后可进行效果预览。

	②移动端店铺首页设计与制作任务应可选择不同模板，并可以模拟手机界面编辑移动端页面。 （4）详情页设计与制作模块：应包含PC端商品详情页设计与制作和移动端商品详情页设计与制作实训任务。 （5）自定义页设计与制作模块：可进行网页代码编辑，编辑框页面可选择字体、字号、颜色、粗体、斜体等功能。 （6）商品上传与维护模块：应包含设置运费模板和发布宝贝的实训任务，商品可包含拉杆箱、钱包、双肩包、单肩包、手提包等商品。 ①运费模板应包含模块名称、宝贝地址、发货时间、包邮方式、计价方式、运送方式等功能。 ②发布宝贝应包含服装鞋包、手机数码、家用电器、美妆饰品等类目，可填写宝贝标题、宝贝属性、宝贝图片等信息。 （7）营销活动设置模块：应包含店铺促销活动设置实训任务，可创建优惠券，选择推广渠道，设置优惠券面额等。 （8）日常订单管理模块：应包含对买家付款的订单发货处理和退货订单实训任务，在卖家管理后台，物流发货选择物流服务发货，在处理退货订单任务可选择同意退货或拒绝退货申请。 （9）聊天互动模块：应包含聊天互动场景训练和聊天互动场景测试，聊天互动场景根据任务背景设置常见问题，在测试环节对应回答相关问题。 （10）客户问题处理：应包含商品相关问题场景训练和商品相关问题应答测试任务。 （11）交易促成：应包含关联营销问题场景训练、关联营销问题应答测试、商品推荐问题场景训练、商品推荐问题应答测试、订单催付问题场景训练、订单催付问题应答测试。 （12）售后问题处理：应包含售后问题场景训练和售后问题应答测试。 （13）客户关系维护：能够通过单选和多选，达成能对客户信息进行收集分类等知识点掌握。 ▲（14）智能客服机器人综合实训：应模拟买卖双方交流的场景，系统可根据客服场景的不同，自动模拟虚拟买家进行相关问题的提问。系统可自动调用知识场景中的正确答案进行自动回复；无法自动回复时系统默认转人工，学生可手动输入回复内容。 4、客观部分任务完成后，学生端提供任务成绩展示和任务操作内容系统判断的对比结果，学生端的每个实训任务都可通过重置任务进行反复训练。学生端任务结束之后，系统根据案例背景资料自动判定客观实训任务，学生可查看具体得分要点。
7	5、与实训任务配套的资源支持多次下载。 六、补光灯46台（采购标的所属行业：工业） 1、类型：桌面用美颜补光灯； 2、支持三种色温调节； 3、可旋转角度； 4、支持多种供电方式，至少两种供电方式，包括： USB 供电（适配 5V/2A 电源适配器，需兼容主流品牌手机充电器）； 内置锂电池供电（满电状态下最高亮度可连续工作≥2 小时）。

	8	七、服务器1台（采购标的所属行业：工业） 服务器 产品结构：2U 机架式； CPU类型：处理器≥ 2颗 单颗主频≥2.1GHz, 单颗≥12核≥24线程，≥18MB 三级缓存， 支持Turbo到3.3G，功率不超过120W； 风扇：标准风扇； 内存：≥32GB*4内存 RDIMM； 硬盘：≥480GB固态硬盘*2、≥机械硬盘1.2TB*4 10000 RPM SAS 12Gbps 512n 3.5英寸热插拔硬盘； 磁盘阵列卡：性能不低于9440-8I、RAID 控制器，可按需任选raid 0 1 5 10 网络控制器：两端口万兆含模块； 电源：2个， 热插拔, 冗余电源（1+1), ≥800W*2； 机架导轨：含滑动导轨。
	9	注意：1、“▲”为重要参数，若不符合评审要求，可能会被扣分； 2、除“▲”以外的参数，供应商须在投标文件中出具满足招标文件要求的承诺函（在技术响应偏离表后承诺，格式自拟），对于未提供或未按要求提供承诺函的，按照无效响应处理；对于虚假承诺的，按照政府采购相关法律法规中有关“提供虚假材料的规定”进行处罚；对于承诺后未按照承诺内容履约的，采购人依法追究其违约责任。

7、供应商一般资格要求

序号	资格要求名称	资格要求详细说明
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。
2	供应商应提供健全的财务会计制度的证明材料；	提供2024年度财务审计报告（至少包括资产负债表、利润表、现金流量表及财务报表附注，成立时间至提交响应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），或开标前3个月内其基本存款账户开户银行出具的资信证明及基本存款账户开户证明资料；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。
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。

8、供应商特殊资格要求

序号	资格要求名称	资格要求详细说明
1	主体经营资格	法人或者其他组织的营业执照等证明文件或者自然人身份证明。
2	社会保障资金缴纳证明	自2025年05月01日以来已缴存的至少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，单据或证明上应有社保机构或代收机构的公章或业务专用章。依法不需要缴纳社会保障资金的供应商应提供相关证明文件。

3	税收缴纳证明	自2025年05月01日以来已缴存的至少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或业务专用章。依法免税的供应商应提供相关文件证明。
4	信用查询	未被列入“信用中国”网站（ www.creditchina.gov.cn ）失信被执行人和重大税收违法案件当事人名单，不得为“中国政府采购网”(www.ccgp.gov.cn)政府采购严重违法失信行为记录名单中禁止参加政府采购活动的供应商。
5	法定代表人授权委托书	法定代表人参加投标的，须提供法定代表人身份证明书；法定代表人授权他人参加投标的，须提供法定代表人授权委托书。
6	无重大违法记录	参加政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明。
7	技术承诺函	提供具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函。
8	联合体不得参与	投标人应提供针对本项目投标的非联合体声明。

9、分包的评审条款

评审项编号	一级评审项	二级评审项	详细要求	分值	客观评审项
1	详细评审	产品重要参数	技术参数与性能指标中“▲”项为本项目重要参数（共15项），其完全满足招标文件参数要求得15分，每有一项不完全满足的扣1分，扣完为止。注：应提供相应的软件界面截图、文字图片展示及说明。未提供不予认可。	15.0000	是
2	详细评审	产品合法来源	1) 投标人若为供应商的：提供上述7个所投产品的合法来源渠道证明（包括但不限于合法有效的销售协议或代理协议或原厂授权等来源证明）；每个产品计1分，共计7分，未提供不得分。2) 投标人若为生产厂家的：提供上述7个所投产品相关说明；每个产品计1分，共计7分，未提供不得分。注：未提供合法来源渠道证明材料不得分。	7.0000	是
3	详细评审	供货实施方案	从①供货进度安排；②产品质量保障措施；③运输保障措施等方面进行评审：1) 供货进度安排合理、详细，产品质量保障措施和供货安全保障措施完善得(9-12]分；2) 供货进度安排较合理详细，产品质量保障措施和供货安全保障措施较完善得(6-9]分；3) 供货进度安排基本合理，产品质量保障措施和供货安全保障措施一般得(3-6]分；4) 供货进度安排不合理、不详细，产品质量保障措施和供货安全保障措施较差的得(0-3]分；5) 未提供供货进度安排及产品质量保障措施、安全保障措施的不得分。	12.0000	否

4	详细评审	安装调试	从①安装调试方案；②安装调试进度安排；③安装调试质量保障措施；④安装调试过程中安全文明保障措施等方面进行评审：1）方案全面，进度安排合理、详细，质量保障措施和安全文明保障措施完善得(9-12]分；2）方案较全面，进度安排较合理详细，质量保障措施和安全文明保障措施较完善得(6-9]分；3）方案一般，进度安排基本合理，质量保障措施和安全文明保障措施一般得(3-6]分；4）方案较差，进度安排不合理详细，安质量保障措施和安全文明保障措施较差的得(0-3]分；5）未提供进度安排及安全保障措施的不得分。	1 2. 0 0 0 0	否
5	详细评审	人员配置	从①人员配置；②职责、分工；③管理制度等方面进行评审：1）人员配置齐全、合理，分工明确、职责清晰，管理制度完善得(4-5]分；2）服务团队人员配置基本齐全，分工基本明确、职责基本清晰，管理制度基本完善得(2-4]分；3）服务团队人员配置不齐全，分工不明确、职责不清晰，管理制度较差得(0-2]分；4）未提供服务团队中相关内容不得分。	5. 0 0 0 0	否
6	详细评审	培训方案	从①培训技术及方式；②培训内容；③培训考核等方面进行评审：1）培训技术及方式完善、全面，内容描述详细、针对性可行性强得(4-6]分；2）培训技术及方式较完善、全面，内容描述基本详细、针对性可行性一般得(2-4]分；3）培训技术及方式不完善，内容描述不详细、针对性可行性较差得(0-2]分。4）未提供使用培训的不得分。	6. 0 0 0 0	否
7	详细评审	售后服务方案	从①售后服务体系架构；②售后服务内容；③售后服务人员配置；④产品故障维修管理、响应时间、响应速度及方式等：1）售后服务内容全面、详细、针对性可行性强得(6-8]分；2）售后服务内容比较全面、比较详细、针对性可行性较强得(4-6]分；3）售后服务内容基本全面、基本详细、针对性可行性一般得(2-4]分。4）售后服务内容不全面、不详细、针对性可行性不强得(0-2]分。5）未提供售后服务不得分。	8. 0 0 0 0	否
8	详细评审	业绩	供应商需提供2022年1月1日以来独立承担过类似项目的业绩，每个业绩计1分，最高计5分。注：类似业绩证明文件以合同复印件为准（需包含合同首页、采购内容页以及盖章签字页等关键页），时间以合同签订时间为准，未提供或不清晰导致无法识别的不予认可。	5. 0 0 0 0	是
1	价格扣除	小型、微型企业，监狱企业，残疾人福利性单位	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	1 0. 0 0 0 0	是

1	价格分	价格分	价格分采用低价优先法计算，即满足采购文件要求且最终价格最低的最终报价为评审基准价，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：最终报价得分=（评审基准价/最终报价）×价格权值×100	30.0000	是
---	-----	-----	---	---------	---

10、合同管理安排

1) 合同类型：买卖合同

2) 合同履行期限：自合同签订之日起30日历日内交货、安装调试完成。

3) 合同履约地点：西北工业学校校内。

4) 支付方式：分期付款

5) 履约保证金及缴纳形式：

中标/成交供应商是否需要缴纳履约保证金：否

6) 质量保证金及缴纳形式：

中标/成交供应商是否需要缴纳质量保证金：否

7) 合同支付约定：

1、付款条件说明：合同签订后，达到付款条件起 20 日内，支付合同总金额的 40.00%。

2、付款条件说明：设备交货安装调试结束验收合格后，达到付款条件起 20 日内，支付合同总金额的 57.00%。

3、付款条件说明：设备正常运行1年后，达到付款条件起 20 日内，支付合同总金额的 3.00%。

8) 验收交付标准和方法：1、货物到达交货地点后，由采购方根据合同对货物（产品）的名称、品牌、规格、型号、产地、数量进行检查。所有货物(设备)安装、调试完毕，所有设备兼容性良好、性能稳定，正常使用10个日历日后，由采购人、使用单位进行最终验收，合格后签发《验收合格单》。2、验收不合格的中标单位，必须在接到通知后7个日历日内确保货物通过验收。若接到通知后7个日历日内验收仍不合格，采购人可提出索赔或取消其供货合同。3、验收依据（1）合同文本及合同补充文件（条款）。（2）招标文件。（3）中标人的投标文件。（4）合同货物清单。（5）其他证明资料。

9) 质量保修范围和保修期：1、质保期1年(从安装调试完成经采购人验收合格之日算起)，国家规定质保期超出本文件要求的按国家规定执行。中标人承诺的质保时间超过上述要求的，按其承诺时间质保。2、招标文件中技术参数中有规定的应以招标文件中技术参数要求为准，国家有规定的且优于招标文件的以国家规定为准。3、所有产品质量必须符合国家有关规范和相关政策，所有产品必须是未使用过的新产品，质量优良、渠道正当，配置合理。4、质保期出现的质量问题由中标人负责解决（调换）并承担所有费用。5、中标人需配合招标人安装指导到位。

10) 知识产权归属和处理方式：根据采购文件要求及合同约定执行。

11) 成本补偿和风险分担约定：根据采购文件要求及合同约定执行。

12) 违约责任与解决争议的方法：根据采购文件要求及合同约定执行。

13) 合同其他条款：详见采购合同。

11、履约验收方案

1) 验收组织方式：自行验收

2) 是否邀请本项目的其他供应商：否

3) 是否邀请专家：是

4) 是否邀请服务对象：是

5) 是否邀请第三方检测机构：否

6) 履约验收程序：一次性验收

7) 履约验收时间：

供应商提出验收申请之日起**15**日内组织验收

8) 验收组织的其他事项：无

9) 技术履约验收内容：招标文件及采购人相关要求。

10) 商务履约验收内容：招标文件及采购人相关要求。

11) 履约验收标准：招标文件及采购人相关要求。

12) 履约验收其他事项：无

五、风险控制措施和替代方案

该采购项目按照《政府采购需求管理办法》第二十五条规定，本项目是否需要组织风险判断、提出处置措施和替代方案：否