

招 标 文 件

(货物类)

采购项目名称：咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体建设项目

采购项目编号：CT-ZB00-208-2026

陕西财经职业技术学院

中昕国际项目管理有限公司共同编制

2026年09月16日

第一章 投标邀请

中昕国际项目管理有限公司（以下简称“代理机构”）受陕西财经职业技术学院委托，拟对咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体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：CT-ZB00-208-2026

二、采购项目名称：咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体建设项目

三、招标项目简介

咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体建设项目

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.落实政府采购促进中小企业发展的相关政策

采购包1（咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体建设项目）：属于专门面向中小企业采购。

（三）本项目的特定资格要求：

采购包1：

1、有效的主体资格证明：具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人，并出具合法有效的营业执照或事业单位法人证书等国家规定的相关证明，自然人参与的提供其身份证明；

2、合法授权人授权委托书：投标人应授权合法的人员参加开标全过程，其中法定代表人直接参加的，须出具法人身份证，并与营业执照上信息一致。法定代表人授权代表参加的，须出具法定代表人授权书及授权代表身份证，且提供授权代表近六个月内任意一个月在本单位缴纳社保证明材料；

3、财务状况：提供2024年度或2025年度经审计的财务报告（包括“四表一注”，即资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注，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），或其开标前六个月内银行出具的资信证明。（以上两种形式的资料提供任何一种即可）；

4、税收缴纳证明：提供投标人近一年内至少3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；其他组织和自然人提供投标一年内至少3个月缴纳税收的凭据；依法免税的投标人应提供相关文件证明；

5、社会保障资金缴存证明：提供投标人近一年内至少3个月的社保缴纳证明，其他组织形式供应商（如个体工商户、合作社、自然人等）可提供法人或负责人个人一年内至少3个月的社保资金缴纳证明材料；

6、无重大违法记录的声明：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、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力：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、信用查询：投标人不得为“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）中列入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被财政部门禁止参加政府采购活动；

9、本项目不接受联合体，单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同单位不得同时参加：投标人提供非联合体投标声明书

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 (<https://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在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：

在线服务：通过陕西省政府采购网-在线服务进行咨询。

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及签章服务查看CA办理流程。

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、融资贵的问题，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（<https://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：陕西财经职业技术学院

地址：咸阳市文林路1号

邮编：712000

联系人：陕西财经职业技术学院经办

联系电话：029-33732426

代理机构：中昕国际项目管理有限公司

地址：陕西省西安市未央区西安经济技术开发区凤城十二路首创禧悦里25幢A座16层

邮编：710018

联系人：谭晶晶、袁珍、王超、王涛、李博飞、秦瑶

联系电话：15209184728

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）	本项目各包采购预算金额如下： 采购包1：571,000.00元 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。
2	最高限价（实质性要求）	详见第三章。 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。
3	评标方法	采购包1：综合评分法 (详见第五章)
4	是否接受联合体	采购包1：不接受 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。 1.两个以上供应商可以组成一个联合体，以一个供应商的身份参加采购活动。以联合体形式参加政府采购活动的，联合体各方不得再单独参加或者与其他供应商另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。 2.参加联合体的供应商均应当具备本法第二十二条规定的条件，并应当向采购人提交联合协议，载明联合体各方承担的工作和义务。联合体中有同类资质的供应商按照联合体分工承担相同工作的，应当按照资质等级较低的供应商确定资质等级。 3.联合体各方应当共同与采购人签订采购合同，就采购合同约定的事项对采购人承担连带责任。
5	落实节能、环保产品政策	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。 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。 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。

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）	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。
7	本国产品价格扣除（若采购项目适用本国产品标准）	本项目应执行《国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知》（国办发〔2025〕34号）及《关于贯彻落实<国务院办公厅关于在政府采购中实施本国产品标准及相关政策的通知>的意见》（财库〔2025〕30号）的要求，本项目采购包中执行本国产品价格扣除情况，具体扣除比例及规则见采购文件第五章。
8	充分、公平竞争保障措施（实质性要求）	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。 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。 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。 核心产品清单详见第三章。 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。
9	不正当竞争预防措施（实质性要求）	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。
10	异常低价审查	本项目应执行财政部《关于推动解决政府采购异常低价问题的通知》（财库〔2026〕2号）的要求，具体内容见采购文件第五章。
11	投标保证金	采购包1保证金金额：5,000.00元 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） 开户名称：中昕国际项目管理有限公司 开户银行：平安银行西安经开区支行 银行账号：30201687008585 注：电子保函可通过陕西省政府采购金融服务平台申请办理。
12	标书费信息	免费获取

13	履约保证金（实质性要求）	采购包1：不缴纳
14	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。
15	招标代理服务费（实质性要求）	本项目收取代理服务费 代理服务费用收取对象：中标/成交供应商 代理服务费收费标准：参照国家发展计划委员会《招标代理服务收费管理暂行办法》（计价格[2002]1980号）文件和《国家发展改革委办公厅关于招标代理服务收费有关问题的通知》（发改办价格[2003]857号）文件规定标准收取，不足5000元按照5000元收取。
16	采购结果公告	采购结果将在陕西省政府采购网予以公告。
17	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。
18	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。
19	进口产品	不允许
20	是否组织潜在供应商现场考察	采购包1：组织现场踏勘：否
21	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； （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。
22	其他说明	本采购文件所称的“以上”、“以下”、“内”、“以内”、“不少于”包括本数；所称的“不足”、“低于”、“超过”不包括本数。

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财经职业技术学院和中昕国际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财经职业技术学院负责解释。除上述招标文件内容，其他内容由中昕国际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财经职业技术学院。

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中昕国际项目管理有限公司。

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、推荐中标候选人供应商等活动。

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、供应商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，采购项目涉及采购标的的知识产权相关事宜由采购人结合项目实际自主确认或协商约定，具体如下：

/

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。投标人未在规定的解密时间内完成解密的，按无效投标处理。

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、重大税收违法失信主体名单、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合同公告

采购人应当自政府采购合同签订（双方当事人均已完成盖章）之日起2个工作日内，在陕西省政府采购网公告本项目采购合同，但合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。

2.6.4合同备案

采购人自政府采购合同签订（双方当事人均已完成盖章）之日起7个工作日内，将本项目采购合同报同级财政部门备案。

2.6.5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。

2.6.6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。

2.6.7履约验收方案

采购包1：

依据招标文件、投标文件、合同约定及国家相关标准执行。

2.6.8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。

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。

2.7.3 采购人员及相关人员回避要求

政府采购活动中，采购人员及相关人员与投标人有下列利害关系之一的，应当回避：

- (1) 参加采购活动前3年内与投标人存在劳动关系；
- (2) 参加采购活动前3年内担任投标人的董事、监事；
- (3) 参加采购活动前3年内是投标人的控股股东或者实际控制人；
- (4) 与投标人的法定代表人或者负责人有夫妻、直系血亲、三代以内旁系血亲或者近姻亲关系；
- (5) 与投标人有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

投标人认为采购人员及相关人员与其他投标人有利害关系的，可以向代理机构书面提出回避申请，并说明理由。代理机构将及时询问被申请回避人员，有利害关系的被申请回避人员应当回避。

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 中昕国际项目管理有限公司 负责答复；供应商对除采购需求外的采购文件的询问、质疑由中昕国际项目管理有限公司 负责答复；供应商对采购过程、采购结果的询问、质疑由 中昕国际项目管理有限公司 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）；
- (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:谭晶晶、袁珍

联系电话:15209184728

地址:陕西省西安市未央区西安经济技术开发区凤城十二路首创禧悦里25幢A座16层

邮编:710018

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)。

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

咸阳市数字电商与现代服务业市域产教联合体建设项目

3.2采购内容

采购包1：

采购包预算金额（元）：571,000.00

采购包最高限价（元）：571,000.00

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	是否实施本国产品政策
1	货物	1.00	571,000.00	项	软件和信息技术服务业	否	否	否	否	否

3.3技术要求

采购包1：

标的名称：货物

序号	参数性质	技术参数与性能指标	
		名称	技术参数与性能指标
		数字电商与现代服务业市域产教联合体供需平台	产教融合管理系统 （一）门户网站 1. banner营销模块：展示平台近期活动、会议或其他营销内容，支持管理员自定义文案和图片。 2. 可通过图片或视频的形式展示活动具体信息；介绍标题、文字内容和图片、适配均支持自定义配置。 3. 核心特色与统计数据：展示联合体的核心特色标签，以及关键统计数据，标签和统计数值均支持自定义配置。 4. 服务项目展示：展示联合体的核心服务模块，详情区域展示服务信息：标题、描

述文字，支持自定义配置服务项目的信息。

5. 合作伙伴展示区域：展示合作院校和企业，支持展示合作方Logo图片或名称文字；合作伙伴列表支持自定义配置。

6. 新闻动态：展示联合体最新动态和新闻，可查看新闻或动态的详情信息；新闻、动态列表支持自定义配置。

（二）市域产教联合体模块

1. 首页

1.1 轮播横幅：首页顶部展示可配置的轮播图，支持多张图片自动轮播，可点击跳转至指定链接。

1.2 核心数据统计：首页展示核心运营数据卡片，支持管理员通过后台自定义统计卡片内容，可配置指标名称、数值、单位和图标。

1.3 工作动态：展示联合体内的公告通知列表，支持展示公告标题、发布日期和正文内容。

1.4 快速入口：提供快速访问模块，管理员自定义配置入口。

1.5 最新动态：展示各模块最近更新的数据记录，并可模块详情信息。

2. 校企资源库

2.1 学校资源：管理联合体内的院校资源信息，支持不同资源类型、所属院系、联系人、专业方向等信息录入、编辑、删除和查询操作，支持按资源类型筛选。

2.2 企业信息：管理合作企业的详细信息，包含企业名称、统一社会信用代码、企业规模、联系人、联系电话、邮箱、所属行业等基础信息；支持标记是否为走访企业、产教融合型企业、行业龙头企业、专精特新"小巨人"企业、省级产教融合型企业等资质标识；可录入企业投入金额和培训比例等经费数据。

2.3 合作意向：管理企业合作意向信息，记录潜在合作方向 and 对接情况，支持录入合作意向名称、类型、合作状态、合作介绍、合作院校、合作企业名称等，支持上传相关文件，并通过列表展示和详情查看。

3. 供需智能决策

3.1 产业数据分析：呈现人才需求/专业分布报告份数；管理区域产业数据，数据类型包括产业节点、企业分布、岗位数据、产业园区四类；可按产业分类和区域进行筛选。当数据类型选择"产业园区"时，支持录入园区相关数据，包括：产业园区等级（国家级/省级）、园区主导产业类型、主导产业具体名称、园区是否列入市域重点产业目录、园区年度总产值、园区总产值省内同类型园区排名、主导产业产值占全市对应产业总产值比重、园区年度生产总值增速、全市年度生产总值平均增速、园区主导产业与牵头学校高水平专业群匹配度、园区产业与联合体内所有学校专业整体匹配度等指标，支持录入详细说明和管理发布状态。

3.2 供需报告：呈现平台用户/企业数、需求清单发布次数、就业岗位数；管理人才供需对接分析报告，报告类型分为年度报告、季度报告、专项报告三类；可录入报告名称、统计地区、分析专业、相关产业等基础信息，支持编辑报告内容和上传报告文件附件；报告具有草稿和已发布两种状态，支持按报告类型和状态筛选，列表支持按生成时间排序。

3.3. 专业群组群分析：根据地区、产业和多个专业，结合课程标准和人才培养方案，生成专业群对接产业的分析报告。可录入分析名称、地区、产业、专业列表等信息，

支持上传课程标准文件和人才培养方案文件作为分析依据；支持按状态筛选，列表支持按创建时间排序。

3.4 人培方案论证：选择专业和专家发起论证会，可录入论证名称、院校、专业、专家人数、参与专家名单、面向岗位、论证类型等信息，支持编辑论证内容和上传附件；论证状态分为进行中和已完成，支持按状态筛选。

4.人才培养

4.1 学生档案：统计学生的能力数据，包含技能证书、省级以上技能大赛获奖人次等；管理学生的综合档案信息，包含姓名、性别、学号、民族、出生日期、联系方式等个人信息，和学校类型、院系、专业、专业方向、入学年份、班级等学籍信息，培养类型（普通培养/订单培养/现代学徒制/企业新型学徒制/其他等）培养信息；以及所属联合体归属和关联项目字段。

4.2 实习就业：统计就业质量数据，包含就业率、对口率、本地就业率；管理学生实习和就业信息，记录实习企业、岗位、时间周期及就业去向等数据。

4.3 班级培养方案：制定和管理班级层面的人才培养方案，通过班级名称、班级类型（订单班/实验班/普通班）、专业、学生人数、培养方案等信息，可通过班级类型筛选。

4.4 校企联合招生：管理校企联合招生项目，记录项目名称、招生年度、合作企业、招生人数、培养模式等信息。

4.5 贯通培养：管理中高本贯通培养项目信息，记录贯通类型、专业、合作院校、培养人数等。

4.6 企业培训：统计技能鉴定、大师工作室、企业/社会培训人次数据；管理企业面向联合体的培训项目，记录数据包含培训类型、培训内容、培训参与人数、企业名称。

5.五金建设

5.1 专业建设：管理专业相关信息，包含专业规划联动、共制培养方案、共建专业数、特有专业方向数

5.2 课程建设：管理联合体内共享的课程教材资源，支持课程类型、版本号、关联企业、上传资源文件，管理资源。

5.3 队伍建设：管理联合体内教师的档案信息，建立师资库，包含企业/校际兼职教师、教师企业实践、国家级奖励、校企互聘等相关信息记录。

5.4 基地建设：管理联合体内的校外实训基地信息，记录基地名称、类型、承载能力共建基地数/工位数/利用率/覆盖学生数、覆盖生产流程、共享细则等。

5.5 教材建设：联合编写教材、企业培训教材转化、国家规划教材数

6.产学研合作

6.1 科研服务：管理联合体内的科研服务项目，记录技术研发、成果转化、发明专利/其他专利/软著等信息。

6.2 竞赛孵化：管理技能竞赛和创新创业孵化项目，通过类型、主办方、活动说明等信息记录参赛情况和孵化成果。

6.3 项目管理：管理产学研合作项目的全生命周期信息，包含项目名称、项目类型（多种项目类型）、牵头单位类型（高校/企业/行业协会/科研院所/政府部门/其他）、合作单位、产业园区、所属联合体、产业领域、需求类型、是否纳入园区/地区考核、项目状态（立项/执行/中期检查/结项）等。

6.4 经费管理：管理产学研合作项目的经费信息，记录经费来源、编号、经费类型、申报金额、批复金额、是否纳入三年投入规划、使用情况和结算状态等信息，支持按经费类型、状态筛选数据。

7.任务管理

7.1 任务模板管理：创建和管理建设任务模板，便于标准化任务下发。

7.2 任务规划：对联合体建设任务进行规划和填报，明确任务名称、学校、任务年度、填报年度、任务周期与编号。

7.3 任务建设：管理具体建设任务，支持设置任务名称、任务类型（常规任务/专项任务/紧急任务）、是否需要审批、任务描述、附件上传等。

7.4 任务审批：对需审批的建设任务进行审批流转，记录审批意见和审批状态。

8.质量评价

8.1 评价模型：构建联合体质量评价的指标模型，通过记录名称、评价模型、指标层级、指标类型、自定义说明等信息。

8.2 诊断改进：基于评价结果提出诊断分析和改进建议，形成质量提升闭环。

9.数据中心

9.1 数据大屏：以可视化形式呈现各数据分析，包括：合作企业数、合作意向数、院校资源数、订单培养人数、贯通培养数、企业培训人次、核心课程数、实践教学项目数等，另外核心重点数据可通过可视化饼状图、柱状图、折线图等进行呈现。

（三）产教融合共同体模块

1. 首页

1.1 Banner轮播：首页顶部展示可配置的Banner轮播图，支持上传多张图片、填写标题、配置跳转链接和启用状态。

1.2 核心数据统计：首页展示共同体核心运营数据卡片，当前统计项包括：参与单位数、合作合同数、联合培养学生数、重点项目数、师资互聘数、企业培训人次、核心课程数、项目成果数等，数据随各业务模块录入情况自动汇总展示。

1.3 快捷入口：首页提供快捷入口卡片，当前可直达平台各个核心功能模块。

1.4 参与单位分布：展示参与单位类型分布情况，按不同单位类型进行统计展示。

2.组织管理

2.1 参与单位：管理共同体参与单位信息，支持录入、编辑、删除和查询组织名称、组织地址、统一社会信用代码、组织类型、行业职工规模、附件文件等内容；支持按组织类型筛选。

2.2 申请单位信息：管理申请加入共同体的单位信息，支持录入、编辑、删除和查询组织名称、组织类型、机构代码/统一社会信用代码、加入共同体/联合体名称、法定代表人、邮箱、单位联系人、联系电话、申请材料数量、审批状态等信息；支持按组织类型筛选，审批状态支持待审批、审批中、已通过、已拒绝等状态管理。

3.政策支持

3.1 制定专项政策：管理共同体专项政策信息，支持录入、编辑、删除和查询政策名称、政策类型、制定单位、编号、颁布日期、政策目标、支持对象、支持范围、支持措施、申请条件及附件等内容；支持按政策类型、颁布日期进行筛选。政策类型当前包

括：牵头企业制定专项政策、牵头高水平高等学校制定专项政策、牵头职业学校制定专项政策、参与单位制定专项政策。

4.产教供需对接

4.1. 产教供需对接：围绕共同体内企业、学校和管理部门之间的人才与技术供需协同，建设行业人才需求清单、行业人才供给清单、行业技术需求清单、行业技术供给清单及产教合作合同管理等功能。企业可在线发布行业人才需求和技术需求信息，学校可发布本校人才供给和技术供给情况。

4.2 行业人才需求清单：支持企业发布行业人才需求信息，内容可涵盖岗位方向、需求人数、专业要求、能力要求、工作地点等；支持管理端审核，审核通过后面向门户展示。

4.3 行业人才供给清单：支持学校发布行业人才供给信息，内容可涵盖专业方向、学生规模、培养层次、技能特长、就业意向等；支持与企业人才需求进行对接展示，提升供需匹配效率。

4.4 行业技术需求清单：支持企业发布技术攻关、工艺改进、产品研发、成果转化等技术需求信息；支持管理端审核发布。

4.5. 行业技术供给清单：支持学校或科研团队发布可供转化或合作的技术成果、服务能力和专家资源等信息，促进与企业技术需求精准匹配。

4.6 产教合作合同管理：支持对供需对接过程中形成的合作协议或合同进行统一管理，记录合同名称、编号、签订时间、生效时间、履约状态、附件材料等信息，实现合作过程留痕和成果归档。

5.联合人才培养

5.1 综合数据分析：提供联合人才培养专题分析，集中展示联合培养项目数、培养学生总数、师资互聘数、共同体就业人数、贯通培养项目数、企业培训项目数、企业培训人数等核心指标；同时支持查看联合培养类型分布、师资互聘类型分布、就业状态分布、就业企业TOP10、就业院校TOP10、培训对象分布、培训方向分布、贯通培养阶段分布及数据录入月度趋势等图表。

5.2 校企联合招生培养：管理校企联合招生和联合培养项目信息，支持录入、编辑、删除和查询联合培养名称、联合培养类型、院校方、企业方、学生人数、开始时间、结束时间、需求清单名称及附件等内容；支持按联合培养类型筛选。联合培养类型当前包括：委托培养、学徒制培养、订单培养、现场工程师专项培养。

5.3 校企师资互聘：管理共同体校企师资互聘信息，支持录入、编辑、删除和查询互聘协议名称、互聘类型、师资姓名、互聘岗位、开始时间、结束时间、核心职责及附件等内容；支持按互聘类型筛选。互聘类型当前包括：院校教师到企业实践、企业导师进校园授课。

5.4 学生共同体内就业：管理学生在共同体内企业的就业信息，支持录入、编辑、删除和查询学生姓名、身份证号、所属院校、专业、联合培养项目名称、共同体企业名称、就业岗位名称、岗位所属行业/领域、入职时间、岗位薪资、就业状态、离职时间、离职原因及附件等内容；支持按就业状态、入职时间筛选。就业状态当前包括：在岗、试用期、离职、其他。

5.5 贯通培养信息：管理共同体贯通培养项目信息，支持录入、编辑、删除和查询

贯通培养项目名称、培养阶段、院校方、企业方、贯通专业/方向、学生人数、起始时间、结束时间、核心成果、课程体系名称、师资团队构成、阶段考核标准及附件等内容；支持按培养阶段、院校方、企业方、专业方向、培养周期等条件筛选。培养阶段当前包括：中职段、高职段、本科段、企业实践段。

5.6 企业培训信息：管理共同体企业培训项目，支持录入、编辑、删除和查询培训项目名称、培训主办企业、培训对象、培训内容/方向、起始时间、结束时间、培训人数、培训考核结果、培训地点、培训师资、培训形式、培训经费来源及附件等内容；支持按培训对象、培训方向、培训周期等条件筛选。培训对象当前包括：院校学生、企业员工、院校教师、其他；培训方向当前包括：岗位技能、职业素养、新技术应用、其他。

6.协同技术攻关

6.1 协同技术攻关平台经费投入：管理共同体协同技术攻关平台的经费投入信息，支持录入、编辑、删除和查询协同技术攻关平台名称、平台成立时间、平台类型、参与学校、参与企业、经费投入年份、投入经费、需求清单名称及附件等内容；支持按平台名称、参与学校、参与企业、需求清单名称、经费投入年份等条件筛选。

7.教学资源开发

7.1 综合数据分析：提供教学资源开发专题分析页面，集中展示核心课程总数、实践教学项目数、实践参与学生数等核心指标；同时支持查看课程类型分布、经费来源分布、院校参与TOP10、企业参与TOP10、实践方向分布以及数据录入月度趋势等图表。

7.2 专业核心课程开发：管理共同体专业核心课程开发信息，支持录入、编辑、删除和查询课程名称、院校方、企业方、课程定位/方向、开发起始时间、开发结束时间、适用专业/学生人数、核心成果、课程类型、开发团队、考核方式、经费来源及附件等内容；支持按课程名称、院校方、企业方、课程定位/方向、课程类型、经费来源等条件筛选。课程类型当前包括：理论课、实训课、理实一体化课、其他；经费来源当前包括：企业投入、院校经费、专项课题、其他。

7.3 实践教学项目：管理共同体实践教学项目信息，支持录入、编辑、删除和查询实践教学项目名称、院校方、企业方、实践内容/方向、起始时间、结束时间、参与学生人数、实践成果、实践地点、指导师资、考核方式、经费来源及附件等内容；支持按项目名称、院校方、企业方、实践内容/方向、实践周期等条件筛选。

8.项目管理

8.1 综合数据分析：提供重点项目管理专题分析页面，集中展示重点项目总数、项目成果总数、牵头单位数等核心指标；同时支持查看项目类别分布、资金来源分布、成果类型分布、牵头单位TOP10、成果完成单位TOP10、成果产出月度趋势和数据录入月度趋势等图表。

8.2 重点项目信息：管理共同体重点项目基础信息，支持录入、编辑、删除和查询项目编号、项目名称、项目类别、牵头单位、参与院校、参与企业、建设开始时间、建设结束时间、建设地点、项目总投入、资金来源、建设内容、预期目标、项目成果及附件等内容；支持按项目编号、项目名称、牵头单位、参与院校、参与企业、项目类别、建设周期等条件筛选。项目类别当前包括：产业学院、实训基地、课程、师资、技术攻关、其他；资金来源当前包括：企业、院校、财政、自筹。

8.3 项目成果及产出：管理重点项目成果和产出信息，支持录入、编辑、删除和查询成果名称、所属项目、成果类型、完成单位、完成人、产出时间、应用情况、成果价

值/效益及附件等内容；支持按成果名称、完成单位、成果类型、产出时间等条件筛选。成果类型当前包括：专利、软件著作权、论文/著作、标准/规范、技术报告、产品/原型、其他。

9.数据大屏

提供共同体可视化数据大屏呈现，数据呈现包含参与单位、联合培养学生、重点项目、协同投入、培训人次等关键指标，通过各类图表展示课程类型分布、经费投入趋势、合同状态、培训类型分布、项目类别分布、成果类型分布等数据，大屏数据满足实时更新。

（四）系统管理

1.系统架构

1.1 多产品架构：平台采用模板+产品的多级架构，同一套模板可生成多个独立的联合体产品实例，各产品数据相互隔离；

●1.2 菜单自定义：管理员可对各模块的菜单名称进行自定义修改，满足不同联合体的个性化命名需求，模板层级和产品层级均支持独立配置。（提供产品功能演示）

1.3 权限管理：系统区分超级管理员和普通用户权限，超级管理员具备数据的增删改查全部权限，普通用户通过门户端以只读方式查看数据。

1.4 支持自定义品牌logo。

2. 系统支持数据导入与导出功能：可基于标准模板进行批量数据导入，并支持对业务数据按条件筛选后导出，或者按学校要求设置报表模板导出，满足日常填报、统计汇总、留档备查和成果上报等应用需求。

（五）技术要求

1.系统应用层采用Go 语言开发、B/S架构，基于Gin框架提供HTTP接口服务，支持前端静态资源内嵌或独立部署。

2.系统前端采用React 19、TypeScript及Rsbuild框架进行构建，PC端采用单页应用模式，面向现代HTML5浏览器运行。

3.数据库采用MYSQL引擎，后端通过GORM框架及MySQL驱动进行数据读写，支持索引、分页、关联及条件查询。

4.系统接入统一用户认证中心，支持超级管理员、机构管理员、教师和普通用户等多级角色权限，并支持按组织进行用户及数据管理。

5.系统支持SAAS化部署或本地服务器部署两种形式。

产教融合运营模块

（一）人才中心模块

前端功能

1.平台首页

1.1快捷跳转：能够通过首页快捷跳转到“市场行情”和“职业测评”界面；

1.2热门推荐

1.2.1热门职业：首页能够推荐平台热门测评职业，附带职业介绍，热门职业右侧推荐该职业下所附带的4个职业技能测评模块。能够点击查看更多职业，查看所有平台上的职业。

1.2.2 热门岗位：首页能够推荐平台热门测评岗位，每个岗位下都包含若干个岗位技能测评，点击岗位即可跳转到技能测评界面，选择技能开展测评。热门岗位推荐4个

岗位测评，能够点击查看更多岗位，查看所有平台上的岗位。

2.职业测评

2.1查看市场行情：点击可跳转到市场行情页面，查看个岗位市场行情数据。

2.2职位/技能搜索：系统支持对职位、技能进行搜索，还会根据热门关键词搜索智能推荐搜索。

2.3岗位测评筛选：能够根据不同的行业类别筛选各行业下所包含的岗位群的测评，点击“去测评”即可跳转到岗位技能测评界面，选择技能开展测评。

3.职业提升

3.1职业技能分类：职业提升模块根据行业-职业-岗位-技能的逻辑进行分类，点击职业可查看该职业下所包含的所有岗位及岗位技能测评；点击岗位可查看该岗位下所包含的所有岗位技能测评；点击技能可跳转到该岗位技能的测评介绍页面。

3.2技能站：从职业提升模块下技能栏目的“查看更多”，可进入技能站。技能站根据不同行业类别对技能进行分类，点击“去测评”即可开始技能测评。

▲3.3技能测评：能够选择不同行业、职业、岗位所包含的各种技能进行测评，每次测评都需要完成10道测评题，题型包括选择题、判断题，测评后系统自动完成批阅并呈现测评成绩。技能测评呈现人才对技能的掌握程度，分为新人（0-50分）、精通（51-80）、专家（81-100），技能测评可重复进行。查看解析：能够查看技能测评的解析结果，技能测评结果以技能点的形式分布在技能图谱上。点击每个技能点，能够查看该技能点中所涉及的所有测评题的答案解析。（提供系统相关功能的截图证明）

3.3.2技能图谱：每一个技能测评完成后都能查看技能图谱，技能图谱的横轴为技能进程，表示该技能在整个职位发展进程中的什么阶段；纵轴表示难易程度，越往上则难度越大。

3.3.3推荐活动：技能测评结果页面呈现该技能相关联的教学活动资源，根据不同行业、职业类别下的岗位技能，系统会自动推荐相关教学活动资源，用户能够点击教学活动资源跳转进行学习。

3.4生成报表：选中一个岗位，能够查看该岗位的数据报表，数据报表为人才构建能力模型和任务模型，用于测评、衡量人才和企业岗位要求的差距。

●3.4.1能力模型：根据岗位对人才职业能力的要求生成能力模型，每个能力都成为模型上的一个维度。能力模型根据岗位发展阶段划分为三个不同等级，用户完成测评后会生成个人模型数据，来和岗位的不同级别进行对比，了解自身的能力层次。任务模型：根据岗位典型工作任务生成任务模型，每个典型工作任务都成为模型上的一个维度。任务模型考察人才对岗位典型工作任务的胜任程度，划分为三个不同等级，用户完成测评后会生成个人模型数据，来和任务模型的不同层次做对比，了解自身是否胜任岗位典型工作任务。（提供产品功能演示）

3.4.3诊断报告：根据岗位的整体测评结果能够生成诊断报告，诊断报告会根据结果对人才的岗位胜任度进行分析，提供优化提升的建议。

▲3.4.4系统必须包含数字营销专员、数字创意设计师、IP 设计师、跨境电商全域运营专员、跨境 AI 产品经理、跨境 AI 训练师、跨境电商主播、供应链管理专员、直播运营专员、跨境全媒体运营、跨境 B2B 运营、数智供应链管理专员、智能仓储运营、智慧物流管理专员、跨境物流专员、O2O运营、品牌运营经理、门店运营专员等18个关键岗位的能力模型、任务模型。（提供系统相关功能的截图证明）

3.5推荐课程：选中一个职业或岗位，平台会根据该职业/岗位的类型，推荐相关联的课程资源。

4.市场行情

4.1 市场行情筛选：能够通过行业 - 职业 - 岗位三级职业维度及“全国 - 省份 - 城市”三级地域维度进行筛选，明确岗位在不同城市的市场行情数据。

4.1.1岗位需求量：以曲线图进行呈现，展现岗位在全国或某城市一年内的市场需求量变化，随着岗位和区域的切换实时展现不同岗位在不同城市的市场需求量。

4.1.2岗位收入占比分布：以环形图进行呈现，展示岗位的不同收入层次的人数占比，分为3k以下、3-4.5k、4.5-6k、6-8k、8-10k、10-15k、15-20k、20-30k。

4.1.3岗位经验要求：以柱状图进行呈现，展示岗位的经验要求占比，分为高中、中专、中技、大专、本科、硕士、博士、不限。

4.1.4岗位就业前景：可以查看当前筛选区域的岗位需求量，以柱状图呈现。

4.1.5全国岗位分布情况：以热力图进行呈现，展示全国各个省份的岗位需求量，并列排名，及涨跌幅变化。

4.2技能推荐：根据选中的岗位智能推荐该岗位相关联的技能测评，点击即可跳转技能测评界面。

管理后台

1.技能库管理

1.1技能管理：能够创建岗位技能测评。能够进行封面、名称、标签、所属岗位、关联技能组、技能类型分类、推荐课程、技能描述等基本信息设置。完成基本信息设置后，下一步能够在技能图谱上创建技能点，填写技能点名称，并创建测评题，测评题分为选择题和判断题，能够添加题目解析，选择能够新增或减少选项。

1.2技能组管理：能够创建技能组，技能组能够关联多个技能，并能够进行封面、名称、标签、技能类型分类、所属岗位等设置。

1.3技能分类管理：能够创建技能分类，并添加子分类。

1.4标签管理：能够创建标签，创建的标签能够在创建技能组、技能的时候被选择。

职业库管理：

能够逐级创建行业、职业、岗位，并在岗位下添加技能。

2.1职业建模：能够创建能力模型与任务模型，创建的模型将在系统前台的生成报表中呈现。

●2.1.1创建能力模型：能够添加岗位能力维度，设置维度名称、能力介绍，并为每个维度添加关联的技能，为每个被添加的技能设置权重。能够设置能力模型三个不同等级所对应的分数。创建任务模型：能够选择不同的岗位，为其添加关联的技能，每个技能都能设置三个不同等级所需要达到的分数比，并设置技能权重。（提供产品功能演示）

2.2行业建模

能够选择职业、岗位，并根据岗位下的技能在行业星图上进行定位。

3.职业技能测评体系

系统应提供数字营销专员、数字创意设计师、IP 设计师、跨境电商全域运营专员、跨境 AI 产品经理、跨境 AI 训练师、跨境电商主播、供应链管理专员、直播运营专员、

跨境全媒体运营、跨境 B2B 运营、数智供应链管理专员、智能仓储运营、智慧物流管理专员、跨境物流专员、O2O运营、品牌运营经理、门店运营专员等18个关键岗位的职业测评体系，应包含以下内容：

3.1.数字营销专员岗位应包含以下技能测评：AI 用户画像精准定位、智能内容自动生成、社媒互动 AI 预测、流量转化 AI 路径优化、AI 广告素材自动生成、智能出价策略动态调整、跨文化广告 AI 合规校验、投放 ROI AI 测算、全渠道数据 AI 整合分析、营销效果 AI 归因建模、策略迭代 AI 自动推荐；

3.2.数字创意设计岗位应包含以下技能测评：AI 文化偏好智能分析、LOGO/VI AI 生成迭代、视觉风格 AI 迁移适配、多语言素材 AI 自动排版、营销场景 AI 创意生成、视觉效果 AI 实时优化、包装结构 AI 模拟测试、文化符号 AI 融合推荐、成本 AI 智能测算；

3.3.IP 设计师岗位应包含以下技能测评：产业 IP 原型 AI 生成、IP 人设 AI 文化适配、视觉风格 AI 快速迭代、IP 表情包 AI 批量生成、联名产品 AI 概念设计、IP 传播 AI 效果预测、社媒 IP 矩阵 AI 运营、传播风险 AI 实时预警、文化适配 AI 动态调整；

3.4.跨境电商全域运营专员岗位应包含以下技能测评：AI 智能选品推荐、多语言店铺 AI 自动搭建、商品信息 AI 智能优化、异常订单 AI 自动预警、物流路径 AI 智能规划、清关风险 AI 预判、海外仓库存 AI 动态调配、全流程数据 AI 可视化、运营问题 AI 自动诊断、策略优化 AI 智能推荐；

3.5.跨境 AI 产品经理岗位应包含以下技能测评：AI 健康需求图谱生成、产品功能 AI 规划、合规节点 AI 嵌入、定价策略 AI 模拟、Listing AI A/B 测试、转化漏斗 AI 优化、跨团队 AI 任务拆解、开发进度 AI 追踪、上线风险 AI 预警；

3.6.跨境 AI 训练师岗位应包含以下技能测评：健康文本 AI 情感标注、样本质量 AI 审核、合规数据 AI 结构化、多语言客服模型训练、健康设备预测模型调优、移动端模型轻量化、模型准确率 AI 监测、误诊案例 AI 溯源、优化方案 AI 生成；

3.7.跨境电商主播岗位应包含以下技能测评：直播脚本 AI 智能生成、多语言话术 AI 实时翻译、互动话题 AI 热门推荐、实时流量 AI 监控预警、观众情绪 AI 动态分析、智能字幕 AI 自动生成、转化数据 AI 深度拆解、用户反馈 AI 情感分析、直播策略 AI 迭代推荐；

3.8.供应链管理专员岗位应包含以下技能测评：供应商 AI 动态评级、采购需求 AI 精准预测、成本 AI 智能谈判辅助、多仓库存 AI 智能调配、滞销库存 AI 自动清仓、安全库存 AI 实时预警、物流渠道 AI 智能选型、路径 AI 最优规划、异常物流 AI 自动溯源

3.9.直播运营专员岗位应包含以下技能测评：直播主题 AI 智能选题、排期 AI 优化调度、多平台直播 AI 协同推流、流量来源 AI 精准分析、互动话术 AI 实时推荐、转化路径 AI 智能优化、多维数据 AI 自动汇总、爆款因素 AI 深度拆解、运营策略 AI 迭代生成；

3.10.跨境全媒体运营岗位应包含以下技能测评：内容 AI 智能分发、跨文化素材 AI 适配、社媒AI 监测、多语言内容 AI 生成、视觉风格 AI 迁移、创意效果 AI 预测、全渠道数据 AI 整合、转化归因 AI 建模、策略迭代 AI 推荐；

3.11.跨境 B2B 运营岗位应包含以下技能测评：企业客户 AI 智能挖掘、需求 AI 精准匹配、订单履约 AI 追踪、供应商 AI 动态评级、库存 AI 智能调配、物流风险 AI 预警、定向广告 AI 投放、白皮书 AI 生成、高意向客户 AI 培育

3.12.数智供应链管理专员岗位应包含以下技能测评：供应链需求计划制定、供应链数据分析、供应链客户管理、生产流程制定与优化、物料计划制订与实施、供应商选择与管理、采购谈判与合同管理、BOM采购执行、数智系统运维、跨系统数据协同、供应链风险识别与评估、供应链风险方案制定。

3.13.智能仓储运营岗位应包含以下技能测评：仓储收货作业、仓储上架作业、仓储拣选作业、仓储发货与盘点、仓储作业计划、智能设备操作、设备日常维护、设备智能化应用、WMS系统操作、WMS系统优化、库存数据维护、库存数据分析、仓储成本分析

3.14智慧物流管理专员岗位应包含以下技能测评：智能运输调度管理、无人配送运营管理、末端智能设施运营、物流数据分析与应用、客户服务与体验管理、供应链协同管理、智能设备运维管理、物流系统集成与开发、绿色物流与可持续发展

3.15跨境物流专员岗位应包含以下技能测评：贸易单证制作、关税申报资料准备、关税筹划与优化、贸易合规审核、跨境风险预警、国际物流信息跟踪、国际物流方案设计、多式联运协调、海外仓出入库管理、海外仓库存管理、海外仓运营优化、海外仓智能化应用

3.16 O2O运营岗位应包含以下技能测评：线上客流AI智能分析、用户需求AI智能画像、线下门店单量AI智能预测、线上订单AI智能分流、配送时效AI智能监控、库存同步AI智能校准、O2O活动AI智能策划、运营转化AI数据可视化、流量流失AI智能预警、O2O运营策略AI智能优化推荐

3.17品牌运营经理岗位应包含以下技能测评：品牌AI智能监测、市场趋势AI智能研判、用户口碑AI智能分析、品牌流量AI智能盘活、营销活动AI智能策划、竞品动态AI智能对标、品牌数据AI可视化复盘、品牌风险AI智能预警、传播内容AI智能优化、品牌增长策略AI智能智能推荐

3.18门店运营专员岗位应包含以下技能测评：门店客流AI智能统计、商品销量AI智能预测、货品陈列AI智能优化、门店库存AI智能预警、会员用户AI智能管理、门店损耗AI智能监测、门店业绩AI数据可视化、门店运营异常AI自动诊断、门店排班AI智能规划、门店增收策略AI智能推荐

数据看板

提供在线数据治理呈现服务可通过数据看板反馈学校各届专业整体数据，需包含学生基础信息（各专业学生数量）、教学概况（互动率、完课率）、学分获得情况、入驻企业数量、企业工单数量、学生服务企业收益情况（可查看每个月的学生完成工单数量和训练数量）、企业满意度评、学生职业能力等级统计、教学成果展示等，并可查看各专业下不同岗位方向的具体数据（课程核心模块数、考证数、孵化团队数、工单收益、企业导师数等）。

技术要求：

1.人才中心模块的系统应用层采用PHP语言开发、B/S架构，支持主流HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。

2.系统前端采用Nuxt/UniApp框架进行构建，PC端支持主流HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。

3.数据库采用MYSQL引擎。MySQL在数据读写方面的表现优秀，支持复杂查询场景性能表现优秀。

4.系统支持SAAS化部署或本地服务器部署两种形式。

人才需求分析智能体服务1套

▲1. 岗位能力智能分析：支持教师使用智能体进行岗位能力分析，教师输入岗位名称、区域等信息，智能体自动搜集对应的岗位招聘信息，并进行分析，最终生成岗位能力分析结果，核心内容要包括该岗位的典型工作任务、典型工作活动、要掌握的技能，以及不同职业发展阶段的职业能力、通用能力、社会能力、发展能力等不同能力，并通过量化的分数衡量不同阶段的要求程度。（提供系统相关功能的截图证明）

2.行业人才需求智能分析：支持教师使用智能体进行行业人才需求智能分析，根据用户的要求，智能体自动搜集对应的行业人才需求信息，并进行分析，最终生成行业人才需求分析结果，核心内容要包括岗位整体需求情况、所属企业分布情况、岗位需求情况、岗位要求情况、不同学历人才需求情况等数据。

▲3. 专业人才需求智能分析：支持教师使用智能体进行专业人才需求智能分析，根据岗位能力分析结果和行业人才需求分析结果，进行专业人才需求分析，核心内容包括专业人才需求情况、专业人才要求情况（岗位学历要求、工作年限要求、任职能力要求、专业知识要求、职业基本素质要求等）、专业建设和人才培养建议等内容。（提供系统相关功能的截图证明）

4 .生成调研报告：智能体能够结合岗位能力分析、行业人才需求分析、专业人才需求分析结果，智能生成专业化的调研报告。

5.技术要求：为确保人才需求分析智能体功能运行的稳定性及调研数据来源的及时性，人才需求分析智能体服务的全部功能，仅支持云端部署使用，不支持本地部署模式。

（二）产能中心模块

（1）平台首页

1.快捷入口：包含推荐企业、推荐专题、推荐课堂等入口。

▲1.1推荐企业：推荐企业呈现不同企业发布的品牌工单，可查看各企业发布的工单数量和参与用户数量，管理员或教师权限课选择作为管理者进入，能够创建工单团队，并将学生加入团队，教师可创建多个团队；可查看团队成功链接企业数、参与用户数、稿件质量打败其他团队的比例、提交稿件数、稿件合格率、获得积分、获得技能币数、近7天活跃量、成员动态等，还可以查看每个学生的详细数据，导出团队数据。学生只能作为接单者加入企业专项工单，进入后可查看工单详情和企业介绍，选择接取该企业发布的工单；可以进入工单学习中心，学习该工单关联的学习内容。学生可以查看自己的技能币、积分，以及自己的工单实战数据。（提供系统相关功能的截图证明）

1.2推荐专题：呈现不同的工单专题，可查看专题的入驻企业数、工单数、参与用户数，管理员或教师权限课选择作为管理者进入，能够创建工单团队，并将学生加入团队，可查看团队实战数据；学生只能作为接单者加入专题，可接取工单和查看个人数据。

1.3推荐课堂：呈现平台上创建的工单课堂，可查看课堂介绍和内容结构，包含教学模式和自学模式。

2.数据概览：展示工单平台模块介绍视频，以及平台已引入企业和累计发布工单的统计数量，实时更新企业发布的工单信息，涵盖企业名称、工单主题，点击可查看工单详情。

（2）我的空间

1.我的工单：可查看个人加入的工单专题和企业，专题与企业都会标注用户是以管

理者模式还是接单者模式加入的；个人已接取未完成的工单会呈现在“我的待办”，已完成的工单会出现在“我的工单”中。

2.我的课堂

▲2.1管理的课堂：呈现教师具备管理权限的课堂，也可以创建课堂；教师能够创建教学计划，添加自己的课程资源以及平台的工单资源进行组课和上课，资源类型包括但不限于测评、工作页、实训活动、课件、微课、教材内容、案例等，能够自主控制公开哪些资源给学生查看，可以自定义布置作业和发送班级公告。（提供系统相关功能的截图证明）

2.1.1成员管理：能够添加虚拟组来为班级成员进行分组，可查看并审核申请加入班级的成员，设置班级成员权限，设为普通成员或管理员；班级的创建者可以主动添加学生进入班级。

2.1.2批阅中心：可以对教学计划内的活动和教师发布的自定义作业进行批阅。教学计划内的测评、实训活动、工作页等活动，支持在联网状态下由AI进行自动批阅。

2.1.2落地页管理：可以设置课堂介绍和营销位图片或视频，用户预览课堂时可查看。

▲2.2数据中心：呈现课堂总完成率、课堂人数、教学计划数、活动总数、计划完成情况等课堂数据概览；能够以计划或成员为单位查看具体数据，可查看课堂中具体成员的工单完成数、提交稿件数、工单合格率、完成其他实训数、计划平均完成率、计划进度打败他人比例、掌握技能点统计、个人计划完成进度与平均进度对比等数据；可查看课堂中具体教学计划内各个活动的成绩分布数据以及学生的完成率排行榜，也可以筛选具体学生的计划完成数据并导出。（提供系统相关功能的截图证明）

2.3学生端课堂：学生可直接查看教师发布出来的课堂活动内容，并进行自学。

3.我的资源：呈现系统分配的或教师创建发布的课程资源，在创建课堂时可以关联课程资源内容。

(3) 工单中心

1.找专题：呈现当前组织内可查看的所有企业工单专题，可加入并接取专题内的企业工单。

2.找企业：呈现当前组织内可查看的所有企业发布的工单，可加入并接取企业发布的企业工单

3.找工单：呈现当前组织内可查看的所有企业工单，工单可根据行业分类、企业、等级进行筛选。

3.1工单详情：可查看工单具体内容，包括工单名称、等级要求、发布企业、发布时间、行业分类、单份稿件技能币、已发放技能币、工单要求、附件、全部投稿、我的稿件，学生可以接取并提交企业工单，在联网状态下AI能够自动根据企业工单的评分标准进行智能批阅，并反馈给用户评分依据。工单支持与产教虚拟教研室平台模块的实训软件关联，可以跳转实训软件进行相关操作，满足部分工单需要借助软件平台来完成的需求。

▲3.2工单内容：工单平台应至少包含新媒体运营、AIGC内容创作、直播营销、短视频营销、视觉设计、商品拍摄等类型的企业任务工单，应包括但不限于以下工单内容：（提供系统相关功能的截图证明）

3.2.1.新媒体运营：1)情感类微头条AI撰写；2)美食类微头条内容撰写；3)元气森林6月份内容发布排期表制作；4)上好佳品牌矩阵账号规划；5)饿了么社群搭建与策划；6)完美日记小红书笔记数据分析；7)元气森林抖音视频数据分析；8)元气森林气泡水图文制作与推广；9)小红书种草笔记创作；10)百雀羚小红书推广软文AI撰写；11)半亩花田公众号文章配图AI生成；12)半亩花田公众号文案AI撰写。

3.2.2.AIGC内容创作：1)今日头条“TCL小蓝翼空调”产品分享文章AI撰写；2)百家号“10万级智能纯电SUV”产品征文；3)爱奇艺《我是刑警》影剧微头条AI撰写；4)小红书“三亚四日游”图文攻略笔记AI制作；5)FLORTTE花洛莉亚唇彩类产品AI图像类型定位；6)弱水时砂北森电竞游戏头戴耳机AI图像创作提示词模板设计；7)AIGC短视频脚本策划；8)AIGC推荐标题生成；9)AIGC企业logo设计；10)AI文生视频创作旅行大片。

3.2.3.直播营销：1)代播-小口袋面包介绍；2)代播--水蜜桃；3)得力文具多品直播脚本撰写；4)JINS晴姿眼镜新品直播方案策划；5)晴姿AIR FRAME新款眼镜直播脚本撰写；6)晴姿AIR FRAME新款眼镜直播销售；7)安踏体育初夏大促直播方案策划；8)安踏体育初夏大促多品直播脚本撰写；9)安踏体育初夏大促直播话术撰写；10)安踏体育初夏大促直播销售。

3.2.4.短视频营销：1)礼物类-视频混剪；2)片图制作；3)文具混剪视频制作；4)青年礼物视频剪辑；5)满分作文素材书单视频制作；6)吐槽类短视频脚本创意创作；7)奇葩好物项目视频制作；8)宠物日常短视频制作；9)喵姐玩具盘点视频制作；10)国学动态书单视频制作。

3.2.5.视觉设计：1)元气森林气泡水产品展示图制作；2)得力省力订书机单品海报AI制作；3)爱诺德·非凡子品牌IP形象AI设计；4)百草味节日礼盒主图AI设计；5)娃哈哈AD钙奶产品主图AI设计；6)淘宝年终好价节宣传海报AI设计；7)京东618周年庆宣传海报AI设计；8)“欧莱雅茶树植萃洗发水”产品展示海报AI制作；9)“韩束绿胶囊爽肤水”产品展示海报AI；10)农夫山泉NFC橙汁主图AI设计；11)农夫山泉“水溶c100”饮料主图AI设计；12)天猫双11全球狂欢季宣传海报AI设计；13)京东618周年庆宣传海报AI设计；14)流浪地球IP联动PC端壁纸AI制作；15)“一岛一世界”千岛湖AI绘境壁纸套组；16)鹿客深处3D·IP形象三视图AI设计；17)小红书“三亚四日游”图文攻略笔记AI制作；18)猫和老鼠IP联动手机端壁纸AI制作；19)“国风山峦云海”主题壁纸套组AI制作；20)《世界博览》创刊40周年封面设计

3.2.6.商品拍摄：1)女包商品图片拍摄；2)情侣物品商品图片拍摄；3)毛绒玩具商品图片拍摄；4)波司登品牌商品图片拍摄；5)百雀羚品牌商品图片拍摄；6)百草味品牌商品图片拍摄；7)得力品牌商品图片拍摄；8)情侣好物分享视频拍摄；9)农产品当季时蔬视频拍摄；10)农产品当季时蔬视频拍摄；11)夏日网红水杯视频拍摄；12)创意礼品视频拍摄。

3.3添加备课夹：教师能够将工单添加到自己的备课夹，方便在组建课堂内容时快速调用。

(4)工单课堂：呈现平台上所有的企业工单课堂，可根据行业分类和发布组织进行筛选。

▲4.1平台应在线搭载以下三门企业工单课堂，每门课程的每个教学项目要以企业工单课堂为主导，每个工单任务下配套数字资源以满足工单课堂教学。（提供任意一门课程一个完整工单的配套数字资源包含工作页、实训、课件等的样章。）

企业工单课堂1.电商AIGC通识课程
项目1：AIGC数字内容编辑
工单1.半亩花田公众号文案AI撰写
【工作页】公众号文章文案生产
【实训】公众号文章文案 AI 生成
【课件】公众号文章文案 AI 撰写
工单2.半亩花田公众号文章配图AI生成
【工作页】AI 生成公众号文章配图
【实训】AI 生成公众号文章配图
【课件】AI 生成公众号文章配图
项目2：AIGC平面视觉设计
工单1.特步跳绳产品图像处理
【工作页】AI 图片预处理
【实训】图像编辑与调色
【实训】AI 图片瑕疵处理与修复
【实训】AI 产品场景图制作
【课件】AI 图片预处理
【知识链接】AI 图片预处理
工单2.小米蓝牙耳机AI主图首图设计
【实训】原木床主图设计
【实训】婴儿车直通车主图设计
【实训】AI 产品主图首图制作
【课件】AI 主图设计
【微课】AI 主图设计
工单3.小米蓝牙耳机推广海报AI制作
【实训】制作美妆产品宣传海报
【实训】制作男装钻展海报
【实训】小米蓝牙耳机推广海报 AI 制作
【课件】AI 海报设计
【案例】AI 赋能创意海报设计
工单4.小米蓝牙耳机AI详情页设计
【实训】女装产品详情页模块设计
【实训】女装产品详情页文 案设计
【实训】制作女装产品详情页
【实训】AI 创作产品详情页
【课件】AI 详情页设计
【案例互动】详情页设计
项目3：AIGC短视频内容创作
工单1.元气森林推广短视频选题库搭建
【工作页】短视频选题策划
【实训】热点选题智能挖掘

				【实训】AI 生成短视频标题 【课件】内容选题策划 【知识链接】内容选题策划 【案例】短视频达人为何没有选题瓶颈 工单2.元气森林推广短视频脚本生成 【工作页】AI 脚本自动化生成 【实训】AI 生成短视频提纲脚本 【实训】AI 生成短视频分镜脚本 【课件】短视频内容策划 【知识链接】短视频脚本撰写 【微课】撰写短视频脚本 企业工单课堂2.跨境独立站运营 项目1：跨境独立站定位与策划 工单1.BUDDHA STONES品牌出海市场智能分析 【实训】AI智能分析行业市场 【实训】AI智能分析竞争对手 【工作页】市场数智化分析 【PPT】市场数智化分析 【案例】技术驱动品牌出海 【小测】市场数智化分析 【习题】市场数智化分析 工单2.BUDDHA STONES跨境独立站品牌AI策划 【工作页】品牌定位与策划 【实训】站点与品牌定位 【实训】品牌AI策划 【PPT】品牌定位与策划 【案例】东方文化叙事与可持续理念的视觉融合 【小测】品牌定位与策划 工单3.BUDDHA STONES跨境独立站产品规划 【工作页】独立站产品规划 【实训】实践活动 产品需求智能挖掘 【实训】实践活动 产品智能设计与打样 【实训】实践活动 确定产品销售策略 【PPT】独立站产品规划 【案例】基于发育阶段的订阅制产品线 项目2：跨境独立站搭建与配置 工单1.BUDDHA STONES跨境独立站建站准备 【实训】建站资料准备 【实训】平台选择与注册 【实训】合规性智能审查	
--	--	--	--	---	--

				【工作页】独立站建站准备 【案例】智能审查工具助力版权审查 【课件】独立站建站准备(1) 工单2.TeaVivre茶叶品牌跨境独立站搭建 【工作页】跨境独立站搭建 【实训】商店基础设置 【实训】跨境独立站站点首页AI设计 【实训】AI辅助站点底部装修 【案例】定制化界面，助力品牌增长 【小测】跨境独立站搭建 【课件】跨境独立站搭建 项目3：跨境商品数字化 工单1.跨境独立站TeaVivre茶叶品牌商品视觉优化 【工作页】独立站商品视觉优化 【实训】独立站商品图片AI设计 【实训】AI制作商品展示视频 【小测】独立站商品视觉优化 【案例】‘无印良品风’打造爆款居家美学 【PPT】独立站商品视觉优化(1) 工单2.跨境独立站TeaVivre茶叶品牌商品详情页装修 【工作页】独立站商品管理 【实训】AI辅助独立站商品上架 【实训】商品详情页装修 【小测】跨境独立站商品管理 【案例】Goodr如何用‘不正经’营销征服Z世代 【PPT】独立站商品管理 【微课】AI辅助独立站商品上架 项目4：搜索引擎智能营销 工单1.BUDDHA STONES网站搜索引擎智能优化 【工作页】搜索引擎智能优化 【实训】独立站SEO关键词智能分析 【实训】独立站SEO智能优化 【小测】跨境独立站搜索引擎优化 【案例】数据驱动SEO优化 流量实现4.5倍增长 【PPT】搜索引擎智能优化(1) 工单2.BUDDHA STONES跨境独立站谷歌广告投放 【工作页】付费广告投放 【实训】独立站谷歌搜索广告投放 【实训】独立站谷歌购物广告投放 【实训】独立站谷歌展示广告投放 【小测】跨境独立站搜索引擎付费推广	
--	--	--	--	--	--

				【案例】玩转数字营销，三个月600+询盘 【课件】付费广告投放 项目5：社媒运营与推广 工单1.Buddha Stones跨境社媒矩阵策划与活动运营 【实训】AI策划账号矩阵 【实训】内容发布排期智能制定 【实训】AI策划并执行社媒活动 【工作页】社交媒体运营 【PPT】社交媒体运营 【案例】快时尚品牌的精准社媒营销 工单2.BUDDHA STONES跨境独立站新品社媒推广 【实训】AI辅助撰写高质量内容 【工作页】社媒营销与KOL合作 【实训】对接KOL/网红进行产品推广 【实训】直播推广 【实训】FB广告投放推广 【PPT】社媒营销与KOL合作 【案例】多平台差异化内容传递技术价值 【小测】跨境独立站社媒营销 项目6：活动营销与推广 工单1.BUDDHA STONES跨境独立站黑五促销活动营销 【工作页】独立站促销活动营销 【实训】AI策划站点促销活动 【实训】促销活动执行 【PPT】独立站促销活动营销 【案例】黑五促销的“精密节奏大师” 【小测】跨境独立站促销活动营销 工单2.BUDDHA STONES跨境独立站EDM营销推广 【工作页】跨境EDM营销 【实训】EDM营销内容设计与发布 【实训】AI策划EDM营销方案 【小测】跨境独立站SDM营销推广 【案例】信息统一性，提升品牌认知度 【课件】独立站EDM营销 项目7：跨境独立站数据运营 工单1.BUDDHA STONES站点运营数据分析与优化 【工作页】站点运营数据分析与优化 【实训】站点运营数据分析与优化 【课件】站点运营数据分析与优化 【实训】运营数据智能诊断与优化 【案例】一家跨境电商的搜索流量增长与ROI提升之路 (2)	
--	--	--	--	--	--

工单2.BUDDHA STONES广告投放数据分析与优化

【工作页】广告投放数据分析与优化

【课件】广告投放数据分析与优化(1)

【实训】推广导流数据采集与处理

【实训】推广数据智能诊断与优化

【案例】AI+SEM广告智投系统提升外贸独立站转化率 (2)

企业工单课堂3.直播运营

项目1：直播间开播准备

工单1.森马服饰直播账号开通与基础设置

【课件】直播后台设置与操作

【知识链接】直播后台设置与操作

【微课】3分钟带你认识网络直播运营

【实训】直播账号开通

【实训】直播间资料设置

【实训】直播道具使用

【实训】音效及BGM使用

【实训】产品链接发布

【实训】直播画面调节

【实训】增长工具设置

【小测】直播后台测试与操作

【案例互动】开播信息设置

【小测】直播后台设置与操作

工单2.森马服饰直播设备选购与调试

【课件】直播间设备配置

【知识链接】直播设备配置

【实训】直播设备选择

【微课】直播设备选择

【案例互动】直播间开播准备

【小测】直播间设备配置

工单3.森马服饰直播间场景搭建

【课件】直播间设备配置

【知识链接】直播设备配置

【实训】直播设备选择

【微课】直播设备选择

【案例互动】直播间开播准备

【小测】直播间设备配置

工单4.森马服饰直播脚本素材搜集与产品卖点提炼

【课件】直播脚本准备

【知识链接】直播脚本准备

【小测】直播脚本准备

项目2：宣传内容制作

工单1.良品铺子带货视频拍摄与剪辑

【课件】短视频制作

【知识链接】短视频制作

【小测】短视频制作

工单2.良品铺子直播视觉物料设计

【课件】宣传物料制作

【实训】制作预热素材

【知识链接】宣传物料制作

【微课】H5页面制作

【小测】宣传物料制作

项目3：直播预热

工单1.橘朵直播预热策划

【课件】直播预热策划

【知识链接】直播预热策划

【微课】制作预热素材

【小测】直播预热策划

工单2.橘朵站内预热引流

【课件】直播预热执行

【知识链接】直播预热执行

【案例互动】直播预热

【小测】直播预热执行

项目4：直播场控与促单

工单1.哈尔斯保温杯直播间互动管理

【课件】评论管理

【知识链接】评论管理

【实训】直播评论互动

【实训】直播弹幕管理

【微课】直播评论互动

【微课】直播弹幕管理

【小测】评论管理

工单2.哈尔斯保温杯直播物料准备及跟进

【课件】物料管理

【知识链接】物料管理

【实训】直播物料准备及跟进

【微课】直播物料准备及跟进

【案例互动】物料管理

【小测】物料管理

工单3.哈尔斯保温杯直播商品展示与下单引导

【课件】互动配合促单

【知识链接】互动配合促单

【小测】互动配合促单

项目5：社交媒体账号运营

工单1.安踏内容上线排期

【课件】社交媒体内容策划

【知识链接】社交媒体内容策划

【小测】内容策划

工单2.安踏品牌推广软文撰写

【课件】推广文案制作

【知识链接】推广文案制作

【实训】搭建选题库

【实训】撰写推广软文

【微课】搭建选题库

【微课】APP内容选题

【小测】推广文案制作

【工单】安踏社交媒体选题库搭建

工单3.安踏社交媒体内容数据跟踪与优化

【课件】内容分发与传播

【知识链接】内容分发与传播

【实训】内容上线排期

【实训】跟踪并优化内容数据

【微课】APP内容排期

【微课】跟踪并优化内容数据

【案例互动】内容分发与传播

【小测】内容分发与传播

【小测】内容分发与传播1

项目6：粉丝运营与维护

工单1.元气森林粉丝社群创建

【知识链接】粉丝社群运营

【课件】粉丝社群运营

【实训】创建母婴品牌粉丝社群

【实训】制定农产品社群规则

【微课】创建社群，引流用户

【小测】粉丝社群运营

工单2.元气森林粉丝活跃度提升

【课件】粉丝社群维护

【知识链接】粉丝社群维护

【实训】提升粉丝活跃度

【实训】粉丝群管理

【实训】粉丝分层运营

【微课】制定迎新话术

【微课】提升粉丝活跃度

【微课】粉丝分层运营

【小测】粉丝社群维护

项目7：直播数据采集分析

工单1.心相印直播流量与业绩数据统计

【课件】直播数据采集

【知识链接】直播数据采集

【实训】统计直播流量数据

【实训】统计直播间业绩数据

【微课】统计直播流量数据

【微课】统计直播间业绩数据

【微课】运营数据采集

【小测】直播数据采集

工单2.心相印直播产出数据计算

【课件】直播数据处理

【知识链接】直播数据处理

【案例互动】直播数据处理

【小测】直播数据处理

(5) 工单管理后台

1.组织管理

●1.1创建组织：管理员能够在组织下创建二级组织，为学校合作企业、合作院校创建二级组织。一级组织管理员可以设置二级组织的平台权限，选择分配不同的平台模块，并支持管理专题和工单课堂。添加创作者：可以将组织里的成员添加为创作者，创作者可以批阅工单平台用户在“找工单”列表下所产生的工单待批阅数据。内容管理：可以对组织内的专题、课堂、工单进行统一管理，审核组织内发布的专题、课堂、工单。营销管理：可以自定义设置首页顶部和首页右侧的推荐内容，以及首页推荐的专题，首页专题最多呈现4个，推荐内容都可以通过链接的形式进行跳转。（提供产品功能演示）

(6) 账号设置

1.账号设置：可以进行姓名、性别、地址、个人简介、密码、邮箱、手机号等信息的修改。

2.我的组织：平台必须为多分支架构，一级组织管理员可以单独管理二级组织logo、名称、访问网站、组织描述、所在省份、所在城市等基础信息；可以添加和管理组织成员；对二级组织的班级、职业路径、职位、应用、平台权限、专题、工单课堂进行管理。二级组织的管理员可以对组织logo、组织简称进行设置；添加和管理组织成员，查看组织内的公开资源；并能够在组织内进行真实的充值、提现操作，可以查看订单和资金流水。

▲3.我的积分：可以查看自己获得的工单积分，可前往网络版积分商城，用技能币兑换积分，并兑换积分商品，可查看兑换记录、积分明细，设置收货地址。（提供系统相关功能的截图证明）

产业中心模块的技术要求：

1.系统应用层采用PHP语言开发、B/S架构，支持主流HTML5标准，兼容火狐、谷歌

等主流浏览器。

2.系统前端采用Nuxt/UniApp框架进行构建，PC端支持主流HTML5标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。

3.数据库采用MYSQL引擎。MySQL在数据读写方面的表现优秀，支持复杂查询场景性能表现优秀。

4.系统支持SAAS化部署或本地服务器部署两种形式。

（三）资源中心模块

1.教材中心：联合体单位可上传共享教学资源，按行业分类/标签分类双轨索引，支持关键词检索，实现教学资源可流通、可复用；

2.课堂中心：集中展示已创建班级，支持新建云班级、云创业、云实习多种课堂形态，灵活组课适配不同培养场景；

●3.训练中心：聚合合作企业创建的视频化训练营资源，学员参与技能训练，显示参与人数与学习进度；比赛中心：支持校企联合开展多类型技能竞赛，联合体单位可创建工单赛，引入企业真实工单为比赛内容，赛教融合提升竞赛育人价值；课程中心：汇聚学习课程资源，按行业/标签双维度分类检索，学员可自主学习，教师可添加到备课夹组课引用；**（提供产品功能演示）**

6.多形态教学组织：支持制定教学计划，整合测评、工作页、实训活动、课件、微课、教材、案例等多类型资源进行组课授课；支持作业布置与班级公告发布。

7.技术要求：为确保功能运行的稳定性、安全性及资源更新的及时性，满足教学资源可流通、可复用、可多校共享的要求，资源中心模块的全部功能，仅支持云端部署使用，不支持本地部署模式。

（四）教师AI智能创作后台

1.AI助手对话：页面呈现AI助手对话交互页面，用户可输入问题与帮助内容与AI助手进行对话，需要AI助手回答更多内容时，可点击继续按钮让AI助手对回答进行补充，以及对回答进行复制和停止回答操作，AI助手功能仅支持网络版在线使用。

2.课程

2.1创建课程：能够设置课程名称、课程描述、课程封面，创建课程，系统具备AI生成课程描述的功能。课程下按照“子项目-任务-活动”的逻辑搭建框架，子项目描述和任务描述都可以用AI生成，AI生成内容的功能仅支持网络版在线使用。

2.2添加活动：任务下可以关联自己创建的各种活动，例如虚拟工单、实践活动、本地文件、在线文档、试卷等，同时在每个层级都可以添加辅助资源，包括文件夹和各种活动。

3.创建内容

▲3.1虚拟工单：能够设置虚拟工单名称、封面、虚拟工单要求，虚拟工单要求可以用AI生成；可以选择行业分类、岗位分类；设置不限等级、初级、中级、高级等不同的虚拟工单等级，每个等级能够设置不同的单份稿件技能币奖励；设置用户接单上限；上传附件材料，完成虚拟工单创建。可选择是否开启AI批阅，开启AI批阅后，AI会自动批阅该工单，为用户反馈批阅依据和修改建议。AI生成虚拟工单和AI批阅的功能仅支持网络版在线使用。**（提供系统相关功能的截图证明）**

3.2实践活动：能够设置实践活动名称、实践活动描述、实践活动背景、实践活动目标、实践活动成果、引导问题创建实践活动。可以灵活添加其他配置，例如附件资料、

		引导问题、自定义模块等，可以进行删除、改变排序操作。 3.3本地文件：可以上传本地文件到平台，支持包括但不限于ppt、xls、doc、pdf、pptx、xlsx、docx、zip、rar、mp4等格式的文件。 3.4在线文档：可以填写在线文档名称、在线文档描述创建在线文档。 3.5创建题库：可以创建题库，题库中可以创建单选题、多选题、判断题、填空题、简答题、录音题等不同类型的题目，支持批量导入题目；支持AI出题，出题方式可以选择输入关键词、描述来出题，或是上传文档，让AI根据文档内容出题；可以自定义设置各题型出题数量，也可以选择AI模型。AI生成内容的功能仅支持网络版在线使用。 3.6创建试卷：可以从题库中添加题目，组建试卷；可以手动设置每道题分值，也能批量设置同一题型的分值； 3.7创建考试：通过设置考试名称、答题时长、考试说明、添加试卷来创建考试，创建完成后还可以编辑、更换试卷。 ▲3.8创建测评：设置测评名称、测评描述、测评封面、测评类型、行业分类、岗位分类创建测评，可以通过添加标准点的方式来搭建技能图谱，标准点会根据各自的坐标自动置入技能图谱上的相应位置；每个标准点都可以添加题目和活动，题目来自于题库或试卷，可自定义设置题目分值，可以将虚拟工单、实践活动、本地文件、在线文档、试卷、考试添加为活动。（提供系统相关功能的截图证明） 4.技术要求 为确保功能运行的稳定性、安全性及资源更新的及时性，满足教学资源可流通、可复用、可多校共享的要求，教师AI智能创作后台的全部功能，仅支持云端部署使用，不支持本地部署模式。 数字电商与现代服务业市域产教联合体供需平台登录要求：为便于项目建成后统一运维管理、实现各业务模块数据互联互通，本项目所采购全部系统均须完整支持单点登录功能，各系统账号、权限统一打通，支持统一身份认证登录访问。 带“▲”和“●”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。
--	--	---

3.4商务要求

3.4.1交货时间

采购包1：
合同签订之日起15个日历日

3.4.2交货地点

采购包1：
采购人指定地点

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：
1、进度款，合同签订后，项目实施完成，验收合格后，达到付款条件起10个工作日内，支付合同总金额的100.0%

3.4.5验收标准和方法

采购包1:

依据招标文件、投标文件、合同约定及国家相关标准执行。

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:

依据招标文件、投标文件、合同约定及国家相关标准执行。

3.4.8违约责任与争议解决的方法

采购包1:

依据招标文件、投标文件、合同约定及国家相关标准执行。

3.5其他要求

（1）提供视频演示的各投标人将需演示的部分自行演示并录制成视频制作在 U 盘中，录制视频时长15分钟以内，录制的视频为MP4格式（若视频为其他格式导致评审中不能正常播放的，责任自负），U盘装入密封袋，在投标截止时间前用密封袋包装好，注明项目名称和投标人名称。递交时间同投标文件递交截止时间一致。递交地点：西安经济技术开发区凤城十二路首创禧悦里25幢A座7层709室（2）成交供应商须在中标后3个工作日内，就本次采购的需求产品向采购人组织的专家组进行现场功能演示。所演示的软件不满足招标文件要求，则按提供虚假材料谋取中标，进行废标处理，并报送上级监管部门。如第一名废标，仍有三家供应商满足的情况下，报备上级主管部门，经上级主管部门同意，由第二名延续。

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 资格证明材料 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。	资格证明材料 服务方案.docx 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 资格证明材料 其他.docx

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	有效的主体资格证明	具有独立承担民事责任能力的法人、其他组织或自然人，并出具合法有效的营业执照或事业单位法人证书等国家规定的相关证明，自然人参与的提供其身份证明；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
2	合法授权人授权委托书	投标人应授权合法的人员参加开标全过程，其中法定代表人直接参加的，须出具法人身份证，并与营业执照上信息一致。法定代表人授权代表参加的，须出具法定代表人授权书及授权代表身份证，且提供授权代表近六个月内任意一个月在本单位缴纳社保证明材料；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料

3	财务状况	提供2024年度或2025年度经审计的财务报告（包括“四表一注”，即资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表及其附注，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），或其开标前六个月内银行出具的资信证明。（以上两种形式的资料提供任何一种即可）；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
4	税收缴纳证明	提供投标人近一年内至少3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；其他组织和自然人提供投标一年内至少3个月缴纳税收的凭据；依法免税的投标人应提供相关文件证明；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
5	社会保障资金缴存证明	提供投标人近一年内至少3个月的社保缴纳证明，其他组织形式供应商（如个体工商户、合作社、自然人等）可提供法人或负责人个人一年内至少3个月的社保资金缴纳证明材料；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
6	无重大违法记录的声明	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；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
7	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	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；	业绩.docx 资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
8	信用查询	投标人不得为“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）中列入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被财政部门禁止参加政府采购活动；	资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料
9	本项目不接受联合体，单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同单位不得同时参加	投标人提供非联合体投标声明书	分项报价表 资格证明材料 投标人应提交的相关资格证明材料

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
1	本采购包专门面向中小企业采购	参与的供应商（联合体）提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。	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

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。

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	投标文件是否按招标文件要求签署、盖章	投标文件按招标文件要求签署、盖章	投标文件封面

3	投标报价是否超过预算或最高限价	投标报价未超过预算或最高限价	投标文件封面
4	投标文件是否含有采购人不能接受的附加条件的或其他情形	投标文件未含有采购人不能接受的附加条件的或其他情形。	投标文件封面

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

评标结果汇总完成后、评审报告签署前，采购人及代理机构应严格依照《财政部关于印发<政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法>的通知》《政府采购货物和服务招标投标管理办法（财政部令第87号）》《政府采购非招标采购方式管理办法（财政部令第74号）》及《陕西省财政厅关于规范政府采购项目评审主观分赋分有关事项的通知》（陕财办函〔2026〕10号）等文件要求，对评审数据进行全面校对与核对，重点核查各评审专家主观分项评分与全体评委对应分项平均分的偏离情况，确保评审数据准确无误、流程合规。

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70.00分 报价得分30.00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
	技术参数响应	（1）标注▲技术参数为重要参数（12个），共24分。每负偏离一项扣2分，扣完为止；（2）未标注符号的技术参数为一般参数，全部响应、无负偏离的得6分，一般参数负偏离存在1-10条的扣2分，存在11-20条的扣3分，存在21-30条的扣5分，存在30条以上的得0分。注：投标人应对每个指标和要求项的偏离情况做应答，遗漏视为负偏离。如有偏离，必须在技术偏离表中进行详细对比说明并注明偏离情况。如招标文件中要求提供相关佐证材料而未提供的或者提供不全的视为负偏离。	30.0000	客观	服务方案.docx 产品技术参数表 商务应答表
	演示参数	标注●技术参数的为演示参数（共5项），满分15分。投标人根据参数要求逐条予以演示，须将演示内容录制成视频文件，以U盘形式提交。要求投标人演示的产品须是投标产品的真实环境演示，如只提供通过PPT、图片、WORD等方式演示的不得分。内容显示不能够满足技术功能参数要求的，每有一个扣3分，扣完为止。注：提供视频演示的各投标人将需演示的部分自行演示并录制成视频制作在U盘中，录制视频时长15分钟以内，录制的视频为MP4格式（若视频为其他格式导致评审中不能正常播放的，责任自负），U盘装入密封袋，在投标截止时间前用密封袋包装好注明项目名称和投标人名称。递交时间同投标文件递交截止时间一致。评审专家观看演示视频按招标文件评分项进行评分。	15.0000	客观	产品技术参数表 商务应答表 服务方案.docx

项目实施方案	根据投标人提供的项目实施方案进行评分，方案须包含以下内容：①项目针对性专业方案；②时间进度安排；③项目管理措施；④质量保障措施；⑤技术控制措施；⑥档案管理措施；⑦验收方案。评审专家根据方案整体质量进行综合评价： （1）方案完整包含上述全部7项内容，且每项内容均针对本项目实际进行详细描述，得5分；（2）方案包含上述5—6项内容，且各项内容均有具体描述，得3分；（3）方案包含上述3—4项内容，得1分；（4）方案包含上述内容不足3项或未提供，得0分。分，未提供不得分。	5.0000	主观	服务方案.docx 产品技术参数表 商务应答表
培训方案	根据投标人提供的培训方案进行评分，方案包含以下5项内容：①培训流程说明；②培训方式（须明确为现场培训或远程培训）；③培训对象及人数；④培训内容（须逐项列明与平台各功能模块的对应关系）；⑤培训日程安排（须具体到天）。（1）方案完整包含上述全部5项内容。其中，培训流程有清晰的阶段划分和步骤说明；培训方式明确为现场或远程；培训对象及人数具体明确；培训内容逐项列明了与各功能模块的对应关系，无遗漏；培训日程安排时间节点清晰，得3分；（2）方案包含上述5项内容中的3—4项，且所包含的各项内容均有具体描述，但部分内容描述不够详细或存在少量遗漏，得2分；（3）方案包含上述5项内容中的1—2项，或虽包含3项以上但内容过于简略无实质描述，得1分。（4）未提供培训方案得0分。	3.0000	主观	产品技术参数表 商务应答表 服务方案.docx

详细评审

产教融合服务能力	(1) 须提供企业实践基地，围绕教学组织、核心技能内容，选派中级及以上级别教师每年组织不少于 2 周的师资培训，每年安排至少 2 名教师进入企业实践基地进行“访企拓岗”实践体验活动，每年体验时间不少于 10 课时，师资培训持续服务期不少于3年。注：投标人需在投标文件中提供具有企业实践基地的相关证明材料，证明材料不仅限于承诺函或实践基地授权书或基地合作协议等。每提供一个企业实践基地的相关证明材料得1分，最高得3分。（2）每年实训周服务：通过企业工单课堂或工单比赛等形式，为学校策划实训周活动，帮助老师进行实训周组课、比赛内容准备、学生社群运营、企业导师指导、批阅等。实训周持续服务期不少于3年。注：投标文件中需提供通过本次项目采购的系统做过的同类服务的证明材料并加盖公章，证明材料不仅限于承诺函、工单比赛文件、现场照片等服务案例，每提供一份证明材料加1分，最高得3分。	6.0000	客观	产品技术参数表 商务应答表 服务方案.docx
----------	--	--------	----	-------------------------------

教研能力	（1）投标人或所投产品生产具有招标文件要求的电子商务类专业相关活页式教材开发经验的，每开发一本教材得1分，最高得3分。 注：每本教材必须提供活页式教材的样章截图<不少于8张>及印刷装订成册的教材样书实拍照片<不少于2张>，否则不得分。（2）招标文件要求的产品具有职业技能测评功能，因此投标人或所投产品生产需具备招标文件要求的职业技能等级证书标准起草经验，并可在教育部职业技能等级证书信息管理服务进行平台进行查询佐证，每提供1个证书标准截图证明得1分，最高得2分。	5.0000	客观	产品技术参数表 商务应答表 服务方案.docx
售后服务保障措施	根据投标人提供的售后服务与维保方案进行评分，方案须包含以下内容：①售后服务内容及范围是否明确；②售后人员配备是否充足、职责是否清晰；③故障响应机制是否合理、处理流程是否完善；④上门服务时限是否合理、实施计划是否可行；⑤数据安全保障措施是否到位；⑥质保期外运维方案是否完整、收费标准是否明确。（1）方案内容完整、各项措施具体可行、保障有力的，得3分；（2）方案内容基本完整、各项措施基本可行的，得2分；（3）方案内容不完整、措施不可行或未提供的，得0分。	3.0000	主观	服务方案.docx 产品技术参数表 商务应答表

类似业绩	投标人或所投产品制造商自2022年1月1日至今（以合同签订时间为准）完成过类似产教融合类项目业绩的，每有1个业绩得1分，最多得3分。注：提供合同复印件及中标公告网址截图（业绩合同复印件须加盖投标人公章，未按要求提供业绩证明材料或虽提供但无法证明其满足本招标文件要求的业绩证明材料且经评标委员会认定不能作为该业绩证明材料的均不得分。）	3.0000	客观	产品技术参数表 商务应答表 业绩.docx
------	--	--------	----	-----------------------------

异常低价 审查	异常低价审查	根据《关于推动解决政府采购异常低价问题的通知》（财库〔2026〕2号）等相关规定，政府采购评审中出现下列情形之一的，评审委员会应当启动异常低价投标（响应）审查程序：（1）投标（响应）报价低于全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值50%的，即投标（响应）报价<全部通过符合性审查供应商投标（响应）报价平均值×50%。（2）投标（响应）报价低于通过符合性审查且报价次低供应商投标（响应）报价50%的，即投标（响应）报价<通过符合性审查且报价次低供应商投标（响应）报价×50%。（3）投标（响应）报价低于最高限价45%的，即投标（响应）报价<最高限价×45%。（4）评标委员会认为投标人的报价明显低于其他通过符合性审查投标人的报价（数量报价下，投标人的报价明显高于其他通过符合性审查投标人的报价），有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内提供书面说明及必要的证明材料，对投标（响应）价格作出解释。	0.0000	客观	投标函 开标一览表 标的清单 分项报价表
价格评审	价格分	满足招标文件要求且投标报价最低的为评审基准价，其价格分为满分。其他投标人的价格分统一按照下列公式计算。 价格分=（评审基准价/投标报价）×30	30.0000	客观	开标一览表 标的清单 投标函 分项报价表

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 文件格式文件
无					

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，又不能说明合理理由的，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: 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: 资格证明材料

详见附件: 分项报价表

详见附件: 服务方案.docx

详见附件: 业绩.docx

详见附件: 其他.docx

第七章 拟签订采购合同文本

详见附件：合同.docx