

河南省经济管理学校电子商务产教融合实 践基地项目

竞争性磋商文件

项目编号：豫财磋商采购-2026-750

采购人：河南省经济管理学校

采购代理机构：河南省盛鸿工程管理咨询有限公司

二〇二六年七月

目 录

第一章 竞争性磋商公告	1
第二章 响应人须知	5
第三章 评审办法	20
第四章 合同条款及格式	29
第五章 采购需求	33
第六章 磋商响应文件格式	54
一、 报价函及报价函附录	57
二、 法定代表人身份证明	60
三、 响应承诺函	62
四、 响应人资格证明文件	63
五、 商务技术偏离表	68
六、 安装调试方案	70
七、 供货方案	71
八、 售后服务方案	72
九、 质量保证措施	73
十、 培训方案	74
十一、 反商业贿赂承诺书	75
十二、 其他资料	76

第一章 竞争性磋商公告

河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目-竞争性磋商公告

项目概况

河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目招标项目的潜在投标人应在登录河南省公共资源交易中心（<http://hnsggzyjy.henan.gov.cn>）获取招标文件，并于 2026 年 08 月 11 日 09 时 00 分（北京时间）前递交响应文件。

一、项目基本情况

- 1、项目编号：豫财磋商采购-2026-750
- 2、项目名称：河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目
- 3、采购方式：竞争性磋商
- 4、预算金额：1244000.00 元

最高限价：1244000.00 元

序号	包号	包名称	包预算（元）	包最高限价（元）
1	豫政采(2)20261280-1	河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目	1244000.00	1244000.00

5、采购需求（包括但不限于标的的名称、数量、简要技术需求或服务要求等）

5.1 项目地点：河南省经济管理学校指定地点。

5.2 采购范围：河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目，所采购货物的供货、运输、保险、装卸、安装、检测、调试、试运行、验收交付、培训、技术支持、软件升级、售后保修及相关伴随服务等（详见竞争性磋商文件）。

5.3 交货期：自合同签订生效之日起 60 日历天

5.4 质量标准：符合国家相关行业合格标准且满足采购人需求

5.5 质保期：一年

6、合同履行期限：自合同生效至质保期结束

7、本项目是否接受联合体投标：否

8、是否接受进口产品：否

9、是否专门面向中小企业：否

二、申请人资格要求：

1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2、落实政府采购政策满足的资格要求：无

3、本项目的特定资格要求

3.1 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一合同项下的政府采购活动【提供在“国家企业信用信息公示系统”中查询打印的相关材料并加盖公章，包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息（如有）等】。

3.2 无失信违法记录：被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“失信被执行人”-（此项查询以信用中国网站自动链接至中国执行信息公开网的查询结果为准）、“重大税收违法失信主体”和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为记录名单”栏目中有失信等负面信息的潜在供应商，将拒绝其参加本项目；注：（采购人、代理机构在开标后对所有投标供应商信用记录进行查询，并将查询结果网页打印存档，投标供应商信用记录以代理机构开标后查询结果为准）；

3.3 符合相关法律法规规定的其他条件。

三、获取采购文件

1. 时间：2026 年 07 月 31 日至 2026 年 08 月 06 日，每天上午 00:00 至 12:00，下午 12:00 至 23:59（北京时间，法定节假日除外。）

2. 地点：登录河南省公共资源交易中心（<http://hnszgzyjy.henan.gov.cn>）

3. 方式：供应商使用 CA 数字证书登录“河南省公共资源交易中心（<http://hnszgzyjy.henan.gov.cn>）”，并按网上提示下载投标项目所含格式（.hznzf）的招标文件及资料。注册、登录、下载等具体事宜请查阅河南省公共资源交易中心网站“公共服务”→“办事指南”。

4. 售价：0 元

四、响应文件提交

1. 截止时间：2026 年 08 月 11 日 09 时 00 分（北京时间）

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室(六)-6（郑州市经二路 12 号）。加密电子投标文件须在投标截止时间前上传至河南省公共资源交易中心交易系统指定位置；加密投标文件逾期上传，采购人不予受理。

五、响应文件开启

1. 时间：2026 年 08 月 11 日 09 时 00 分（北京时间）

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室(六)-6（郑州市经二路 12 号）。本项目采用远程磋商方式，供应商无需到河南省公共资源交易中心现场参加磋商会议，磋商采用“远程不见面”磋商方

式。供应商须在竞争性磋商文件确定的响应文件提交截止时间前,登录不见面开标大厅,并在规定的时间内进行响应文件解密、答疑澄清、最终报价等。

六、发布公告的媒介及招标公告期限

本次招标公告在《河南省政府采购网》《河南省公共资源交易中心网站》上发布,招标公告期限为三个工作日。

七、其他补充事宜

本项目需要落实的政府采购政策:

1. 关于印发节能产品政府采购品目清单的通知(财库〔2019〕19号);
2. 关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知(财库〔2019〕18号);
3. 政府采购促进中小企业发展管理办法;(财库〔2020〕46号);
4. 执行《河南省财政厅关于进一步做好政府采购支持中小企业发展有关事项的通知》(豫财购〔2022〕5号);
5. 执行《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》(财库〔2022〕19号);
6. 《财政部、司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》(财库〔2014〕68号);
7. 《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库〔2017〕141号);
8. 代理服务费收取标准:参照《河南省招标代理服务收费指导意见》(豫招协【2023】002号)文收费标准向成交供应商收取代理服务费。

八、凡对本次招标提出询问,请按照以下方式联系

1. 采购人信息

名称:河南省经济管理学校

地址:南阳市卧龙区信臣路

联系人:贾超杰

联系方式:0377-60867038

2. 采购代理机构信息(如有)

名称:河南省盛鸿工程管理咨询有限公司

地址:郑州市东风南路创业路西南角绿地中心(双子塔)北塔3609室

联系人:范志刚

联系方式:18860382950

3. 项目联系方式

项目联系人:范志刚

联系方式：18860382950

第二章 响应人须知

响应人须知前附表

序号	条款名称	编 列 内 容
1.1.2	采购人	采购人：河南省经济管理学校 地址：南阳市卧龙区信臣路 联系人：贾超杰 电话：0377-60867038
1.1.3	采购代理机构	采购代理机构：河南省盛鸿工程管理咨询有限公司 地址：郑州市东风南路创业路西南角绿地中心（双子塔）北塔3609室 联系人：范志刚 电话：18860382950 电子邮箱：hnshgcglzx@163.com
1.1.4	采购方式	竞争性磋商
1.1.5	项目名称及项目编号	项目名称：河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目 项目编号：豫财磋商采购-2026-750
1.1.6	项目地点	河南省经济管理学校
1.2.1	资金来源	财政资金
1.2.2	最高限价	本项目最高限价为 1244000.00 元
1.2.4	资金落实情况	已落实
1.3.1	采购范围	河南省经济管理学校电子商务产教融合实践基地项目，所采购货物的供货、运输、保险、装卸、安装、检测、调试、试运行、验收交付、培训、技术支持、软件升级、售后保修及相关伴随服务等（详见竞争性磋商文件）
1.3.2	交货期	自合同签订生效之日起 60 日历天

1.3.3	质量标准	符合国家相关行业合格标准且满足采购人需求
1.3.4	质保期	一年
1.4.1	响应人资质条件	详见“第一章 竞争性磋商公告”中“二、申请人资格要求”项规定。
1.4.2	是否接受联合体参加磋商	√不接受
1.9.1	现场考察	√不组织
1.9.5	答疑会	√不召开
1.10	分包	√不允许
1.11.1	实质性偏差	√不允许
1.12	是否接受选择性报价方案	不接受：首次响应文件只允许一个报价方案
2.1	构成竞争性磋商文件的其他材料	无
2.2.1	响应人要求澄清竞争性磋商文件	提交首次响应文件截止时间前__5__日
2.2.2	竞争性磋商文件澄清发出的形式	在河南省公共资源交易中心电子交易平台上传，响应人自行下载，同时在原公告发布媒介上发布。
2.2.3	响应人确认收到竞争性磋商文件澄清	磋商文件澄清一经发出即视为响应人已确认收到，请响应人关注河南省公共资源交易中心电子交易平台。
2.3.2	竞争性磋商文件修改发出的形式	在河南省公共资源交易中心电子交易平台上传，响应人自行下载，同时在原公告发布媒介上发布。
2.3.3	响应人确认收到竞争性磋商文件修改	磋商文件修改一经发出即视为响应人已确认收到，请响应人关注河南省公共资源交易中心电子交易平台。
3.2.3	报价方式	总价报价
3.3.1	磋商有效期	响应文件递交截止之日起__60__日历天
3.4.1	磋商保证金	无
3.5.3	响应文件签字盖章要	按竞争性磋商文件格式执行。

	求	
4.1.1	提交首次响应文件截止时间	2026 年 08 月 11 日 09 时 00 分（北京时间）
4.1.2	提交首次响应文件地点	加密电子磋商响应文件须在磋商截止时间前通过“河南省公共资源交易中心（ http://hnsggzyjy.henan.gov.cn ）”电子交易平台加密上传
4.1.3	是否退还磋商响应文件	否
5.1	开启时间和地点	开启时间：提交首次响应文件截止时间 开启地点：同提交首次响应文件地点
5.3.1	磋商小组的组建	磋商小组构成：3 人，其中采购人代表 1 人，评审专家 2 人组成， 评审专家确定方式：评审专家应在开标前从河南省政府采购专家库中随机抽取确定。
5.3.3	是否授权磋商小组确定成交人	否。推荐成交候选人数量：3 名。
5.9	履约保证金	履约保证金：成交供应商应在领取成交通知书后 5 个工作日内（合同签订前）向采购人支付合同价款的 5%作为履约保证金。
10.1	代理费用收取方式及标准	代理费用收取方式及标准：在成交供应商领取成交通知书时，采购代理机构按招标预算价参照《河南省招标代理服务收费指导意见》（豫招协【2023】002 号）文收费标准向成交供应商收取代理服务费。 代理机构开户账号： 开户名称：河南省盛鸿工程管理咨询有限公司 开户银行：中国建设银行股份有限公司郑州心怡路支行 银行账号：41050180380600001544
10.2	采购程序	1. 成立磋商小组 2. 制定或确认竞争性磋商文件 3. 确定不少于 3 家的响应人参加磋商 4. 磋商

		5. 确定响应人 6. 在指定媒体公布结果
10.3	付款方式	乙方按交货期向甲方供货，等货物验收合格后，乙方向甲方提供正规发票，甲方于 20 日内支付给乙方合同总价 100% 的款额。 成交供应商应在领取成交通知书后 5 个工作日内（合同签订前）向采购人支付合同价款的 5% 作为履约保证金。该履约保证金在履行完交货义务后，履约保证金转为质量保证金，在项目完成验收质保期结束后全额无息退还。
10.4	需要补充的其他内容	1. 投标人认为采购文件、采购过程和中标结果使自己的权益受到损害的，可以在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，按照政府采购质疑和投诉办法（中华人民共和国财政部令 94 号）以书面形式向采购人或采购代理机构提出质疑（邮寄件、传真件不予受理），逾期不再接收。 在法定质疑期内投标人针对同一采购程序环节的质疑应当一次性提出。 接收质疑函的方式：接收加盖单位公章、法定代表人签字（或加盖个人印章）的书面质疑函。 名 称：河南省盛鸿工程管理咨询有限公司 地址：郑州市东风南路创业路西南角绿地中心（双子塔）北塔 3609 室 联系人：范志刚 联系方式：18860382950 2. 响应单位编制响应文件时，涉及营业执照、资质、业绩、获奖、人员、财务、社保、纳税、各类证书等内容，必须在市场主体信息库中已登记的信息中选取。未在市场主体信息库中登记的上述内容，不作为评标依据。投标人应及时对市场主体信息库的相关内容进行补充、更新。 3. 本项目实行不见面电子评标，二轮报价函需在“河南省公共资源交易中心（http://hnsaggzyjy.henan.gov.cn）”电子交易平台系统

		中提交，提交时间为专家发起二轮报价后 30 分钟内，开标后请随时关注“河南省公共资源交易中心（http://hnsaggzyjy.henan.gov.cn）”电子交易平台系统中提示。 4. 供应商需独立制作、修改和上传响应文件，若因“响应文件制作机器码一致”与其他供应商一致，机器码一致的所有响应文件按无效文件处理，所造成的不良后果由供应商自行承担 5. 本次采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：工业。
--	--	--

1. 总则

1.1 项目概况

1.1.1 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》等有关法律法规和规章的规定，本采购项目已具备竞争性磋商条件，现对本项目进行竞争性磋商。

1.1.2 采购人：响应人须知前附表中所述的，依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。

1.1.3 采购代理机构：受采购人委托组织采购活动，在采购过程中负有相应责任的社会中介组织。

1.1.4 采购方式：见响应人须知前附表。

1.1.5 项目名称及项目编号：见响应人须知前附表。

1.1.6 项目地点：见响应人须知前附表。

1.2 资金来源和落实情况

1.2.1 资金来源：见响应人须知前附表。

1.2.2 采购预算金额：见响应人须知前附表。

1.2.3 采购项目性质：见响应人须知前附表。

1.2.4 资金落实情况：见响应人须知前附表。

1.3 采购范围、交货期、质量标准和质保期

1.3.1 采购范围：见响应人须知前附表。

1.3.2 交货期：见响应人须知前附表。

1.3.3 质量标准：见响应人须知前附表。

1.3.4 质保期：见响应人须知前附表。

1.4 响应人资格要求

1.4.1 响应人应具备的资格条件：详见响应人须知前附表。

1.4.2 响应人须知前附表规定接受联合体参与竞争性磋商的，联合体除应符合本章第 1.4.1 项和响应人须知前附表的要求外，还应遵守以下规定：

(1) 联合体各方均应符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的条件。

(2) 采购人根据采购项目对响应人的特殊要求，联合体中至少应当有一方符合相关规定。

(3) 联合体各方应签订联合体协议书，明确约定联合体各方承担的工作和相应的责任，并将联合体协议书作为响应文件的一部分内容提交。

(4) 大中型企业、其他自然人、法人或者非法人组织与小型、微型企业组成联合体共同参加竞争性磋商的，联合体协议书中应明确小型、微型企业在联合体磋商中所占合同总金额的比例。

(5) 联合体中有同类资质的响应人按照联合体分工承担相同工作的，按照较低的资质等级确定联合体的资质等级。

(6) 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响应人另外组成联合体参加本项目磋商，否则相关投标将被认定为无效。

1.4.3 响应人不得存在下列情形之一：

- (1) 与采购人存在利害关系且可能影响磋商公正性；
- (2) 与本磋商项目的其他响应人为同一个单位负责人；
- (3) 与本磋商项目的其他响应人存在控股、管理关系；
- (4) 为本磋商项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务；
- (5) 为本项目的监理人；
- (6) 为本项目的代建人；
- (7) 与本项目的监理人或代建人或采购代理机构同为一个法定代表人；
- (8) 与本项目的监理人或代建人或采购代理机构存在控股或参股关系；
- (9) 为本磋商项目的采购代理机构；
- (10) 响应人以他人名义投标、串通投标、以行贿手段牟取中标，或在投标中弄虚作假的；
- (11) 法律法规规定的其他情形。

1.5 费用承担

响应人准备和参加竞争性磋商活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与竞争性磋商活动的各方应对竞争性磋商文件和响应文件中的商业和技术等秘密保密，否则应承担相应的法律责任。

1.7 语言文字

竞争性磋商文件及响应文件使用语言文字应为中文。专用术语使用外文的，应附有中文注释。

1.8 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量标准单位。

1.9 现场考察或答疑会

1.9.1 现场考察：响应人须知前附表规定组织现场考察的，采购人按响应人须知前附表规定的时间、地点组织响应人考察项目现场。部分响应人未按时参加现场考察的，不影响现场考察的正常

进行。

1.9.2 响应人现场考察发生的费用自理。

1.9.3 除采购人的原因外，响应人自行负责在现场考察中所发生的人员伤亡和财产损失。

1.9.4 采购人在现场考察中介绍的项目场地和相关的周边环境情况，供响应人在编制响应文件时参考，采购人不对响应人据此作出的判断和决策负责。

1.9.5 答疑会：见响应人须知前附表。

1.10 分包

1.10.1 响应人拟在成交后将成交项目的非主体、非关键性工作进行分包的，应符合响应人须知前附表规定的分包内容、分包金额和资质要求等限制性条件，除响应人须知前附表规定的非主体、非关键性工作外，其他工作不得分包。

1.10.2 成交人不得向他人转让成交项目，接受分包的人不得再次分包。成交人应当就分包项目向采购人负责，接受分包的人就分包项目承担连带责任。

1.11 响应和偏差

1.11.1 响应文件应当对竞争性磋商文件的实质性要求和条件作出满足性或更有利于采购人的响应，否则，响应人的响应文件将被否决。实质性要求和条件见响应人须知前附表。

1.11.2 允许响应文件偏离竞争性磋商文件某些要求的，偏差应当符合竞争性磋商文件规定的偏差范围和幅度。

1.11.3 响应文件对竞争性磋商文件的全部偏差，均应在响应文件的商务和技术偏差表中列明，除列明的内容外，视为响应人响应竞争性磋商文件的全部要求。

1.12 选择性报价方案

选择性报价方案：见响应人须知前附表。

2. 竞争性磋商文件

2.1 竞争性磋商文件的组成

本竞争性磋商文件包括：

- (1) 竞争性磋商公告
- (2) 响应人须知
- (3) 评审办法
- (4) 合同条款及格式
- (5) 采购需求
- (6) 磋商响应文件格式

根据本章第1.9款、第2.2款和第2.3款对竞争性磋商文件所作的澄清、修改，构成竞争性磋商文件的组成部分。

2.2 竞争性磋商文件的澄清

2.2.1 响应人应仔细阅读和检查竞争性磋商文件的全部内容。如发现缺页或附件不全，应及时向采购人提出，以便补齐。如有疑问，应按响应人须知前附表规定的时间和形式将提出的问题送达采购人，要求采购人对竞争性磋商文件予以澄清。

2.2.2 竞争性磋商文件的澄清以响应人须知前附表规定的形式发给所有购买竞争性磋商文件的响应人，但不指明澄清问题的来源。澄清发出的时间距本章第4.2.1项规定的提交首次响应文件截止时间不足5日的，并且澄清内容可能影响响应文件编制的，将相应延长提交首次响应文件截止时间。

2.2.3 响应人在收到澄清后，应按响应人须知前附表规定的时间和形式通知采购人，确认已收到该澄清。

2.2.4 除非采购人认为确有必要答复，否则，采购人有权拒绝回复响应人在本章第2.2.1项规定的时间后的任何澄清要求。在规定的时间内未提出疑问的，将被视为对竞争性磋商文件完全认可。

2.3 竞争性磋商文件的修改

2.3.1 采购人或者采购代理机构可以对已发出的竞争性磋商文件进行必要的修改，但不得改变采购标的和资格条件，修改的内容为竞争性磋商文件的组成部分。

2.3.2 采购人或采购代理机构以响应人须知前附表规定的形式修改竞争性磋商文件，并通知所有已购买竞争性磋商文件的响应人。修改竞争性磋商文件的时间距本章第4.2.1项规定的提交首次响应文件截止时间不足5日的，并且修改内容可能影响响应文件编制的，将相应延长提交首次响应文件截止时间。

2.3.3 响应人收到修改内容后，应按响应人须知前附表规定的时间和形式通知采购人，确认已收到该修改。

3. 磋商响应文件编写

3.1 磋商响应文件的组成

磋商响应文件应包括下列内容：

- (1) 报价函及报价函附录
- (2) 法定代表人身份证明（适用于无委托代理人的情况）
- (2) 法定代表人授权委托书（适用于有委托代理人的情况）
- (3) 响应承诺函

- (4) 响应人资格证明文件
- (5) 商务技术偏离表
- (6) 安装调试方案
- (7) 供货方案
- (8) 售后服务方案
- (9) 质量保证措施
- (10) 培训方案
- (11) 反商业贿赂承诺书
- (12) 其他资料

3.2 磋商价格构成及报价要求

3.2.1 响应人应按“磋商响应文件格式”的要求在报价函中进行报价。

3.2.2 响应人应充分了解该项目的总体情况以及影响磋商报价的其他要素。

3.2.3 本项目的报价方式见响应人须知前附表。响应人在投标截止时间前修改报价函中的磋商报价总额。此修改须符合本章第 4.3 款的有关要求。

3.2.4 采购人设有最高限价（采购预算金额）的，响应人的磋商报价不得超过最高限价（采购预算金额）。

3.3 磋商有效期

3.3.1 磋商有效期见响应人须知前附表，从提交首次响应文件的截止之日起算。

3.3.2 在磋商有效期内，响应人撤销响应文件的，应承担竞争性磋商文件和法律规定的责任。

3.3.3 出现特殊情况需要延长磋商有效期的，采购人以书面形式通知所有响应人延长磋商有效期。响应人应予以书面答复，同意延长的，但不得要求或被允许修改其响应文件；响应人拒绝延长的，其磋商失效。

3.4 磋商保证金（无）

3.5 磋商响应文件的编制

3.5.1 磋商响应文件应按第六章磋商响应文件格式进行编写，如有必要，可以增加附页，作为磋商响应文件的组成部分。其中，报价函附录在满足竞争性磋商文件实质性要求的基础上，可以提出比竞争性磋商文件要求更有利于采购人的承诺。

3.5.2 磋商响应文件应当对竞争性磋商文件有关磋商报价、交货期及工期、磋商有效期、质量标准等实质性内容作出响应。

3.5.3 磋商响应文件全部采用电子文档，除供应商须知前附表另有规定外，按竞争性磋商文件

要求在相应位置加盖电子印章。由供应商的法定代表人签字或加盖电子印章的，应附法定代表人身份证明，由代理人签字或加盖电子印章的，应附由法定代表人签署的授权委托书。签字或盖章的具体要求见供应商须知前附表。

4. 响应文件的递交

4.1 磋商响应文件的递交

4.1.1 供应商应在供应商须知前附表规定的提交首次响应文件截止时间前递交响应文件。

4.1.2 供应商通过下载竞争性磋商文件的电子招标投标交易平台递交电子响应文件。

4.1.3 除供应商须知前附表另有规定外供应商所递交的响应文件不予退还。

4.1.4 供应商完成电子响应文件上传后，电子招标投标交易平台即时向供应商发出递交回执通知。

递交时间以递交回执通知载明的传输完成时间为准。

4.1.5 逾期送达的响应文件，电子招标投标交易平台将予以拒收。

4.2 磋商响应文件的补充、修改与撤回

4.2.1 在本章第 4.1.1 项规定的递交首次磋商截止时间前，供应商可以补充、修改或撤回已递交的磋商响应文件，但应以书面形式通知采购人、采购代理机构。

4.2.2 供应商补充、修改或撤回已递交响应文件的通知，应按照本章第 3.5.3 项的要求加盖电子印章。电子招标投标交易平台收到通知后，即时向供应商发出确认回执通知。

5. 竞争性磋商

5.1 开启时间和地点

采购人在本章第4.2.1项规定的提交首次响应文件截止时间（开启时间）和响应人须知前附表规定的地点进行竞争性磋商，并邀请所有响应人的法定代表人或其委托代理人准时参加。

5.2 磋商程序

5.2.1 提交首次响应文件截止，宣布磋商会议开始；

5.2.2 宣布磋商会议纪律；

5.2.3 供应商通过电子招标投标交易平台对已递交的电子响应文件进行解密；

5.2.4 磋商（采购人将对磋商过程进行记录，以存档备查）。

5.3 磋商

5.3.1 磋商小组

（1）磋商工作由磋商小组独立进行，磋商小组由采购人代表和评审专家共 3 人以上单数组成，其中评审专家人数不得少于磋商小组成员总数的 2/3。采购人代表不得以评审专家身份参加本部门或本单位采购项目的评审。采购代理机构人员不得参加本机构代理的采购项目的评审。

（2）采用竞争性磋商方式的政府采购项目，评审专家应当从政府采购评审专家库内相关专业的

专家名单中随机抽取。市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目，以及情况特殊、通过随机方式难以确定合适的评审专家的项目，经主管预算单位同意，可以自行选定评审专家。技术复杂、专业性强的采购项目，评审专家中应当包含 1 名法律专家。

5.3.2 磋商

(1) 磋商小组成员应当按照客观、公正、审慎的原则，根据竞争性磋商文件第三章规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审。未实质性响应磋商文件的响应文件按无效响应处理，磋商小组应当告知提交响应文件的响应人。

(2) 竞争性磋商文件内容违反国家有关强制性规定的，磋商小组应当停止评审并向采购人或者采购代理机构说明情况。

5.3.3 评审报告

磋商小组应当根据评审记录和评审结果编写评审报告，其主要内容包括：

- (1) 邀请响应人参加采购活动的具体方式和相关情况；
- (2) 响应文件开启日期和地点；
- (3) 获取竞争性磋商文件的响应人名单和磋商小组成员名单；
- (4) 评审情况记录和说明，包括对响应人的资格审查情况、响应人响应文件评审情况、磋商情况、报价情况等；
- (5) 提出的成交候选人的排序名单及理由。

评审报告应当由磋商小组全体人员签字认可。磋商小组成员对评审报告有异议的，磋商小组按照少数服从多数的原则推荐成交候选人，采购程序继续进行。对评审报告有异议的磋商小组成员，应当在报告上签署不同意见并说明理由，由磋商小组书面记录相关情况。磋商小组成员拒绝在报告上签字又不书面说明其不同意见和理由的，视为同意评审报告。

评审完成后，磋商小组应当向采购人提交书面评审报告和成交候选人名单。磋商小组推荐成交候选人的人数见响应人须知前附表。

5.4 磋商过程的保密性

5.4.1 磋商期间，直到授予成交人合同止，凡是与磋商响应文件审查、澄清、评价、比较以及推荐成交人等方面的情况，均不得向响应人或其他无关的人员透露。

5.4.2 在磋商过程中，响应人如向磋商小组成员施加任何影响，都将会导致其磋商被拒绝，政府采购监管部门将记录其不良行为。

5.5 终止竞争性磋商采购活动

出现下列情形之一的，采购人或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动：

- (1) 因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；
- (2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的；

(3) 在采购过程中符合要求的响应人或者报价未超过采购预算的响应人不足 3 家的。

5.6 确定成交人

5.6.1 采购代理机构应当自评审结束之日起 2 个工作日内将评审报告送交采购人。采购人应当自收到评审报告之日起 5 个工作日内在评审报告推荐的成交候选人中按顺序确定成交人。成交候选人并列的，由采购人采取随机抽取的方式确定成交人。

5.6.2 采购人也可以书面授权磋商小组直接确定成交人。磋商小组直接确定成交人的应在竞争性磋商文件中写明。

5.7 成交结果公告

5.7.1 采购人或者采购代理机构自成交人确定之日起 2 个工作日内，在公告发布的同一媒介上公告成交结果，同时向成交人发出成交通知书，并将竞争性磋商文件随成交结果同时公告，公告期限 1 个工作日。

5.7.2 成交结果公告内容包括采购人和采购代理机构的名称、地址和联系方式、项目名称和项目编号、成交人名称、地址和成交金额、主要成交标的的名称、规格型号、数量、单价、服务要求、磋商小组成员名单。

5.8 成交通知书

在公告成交结果的同时，采购人或者采购代理机构向成交人发出成交通知书，成交通知书将作为进行合同磋商和签订合同的依据。

5.9 履约保证金：见响应人须知前附表。

6. 授予合同

6.1 采购人自成交通知书发出之日起15日内，按照竞争性磋商文件和成交人响应文件的规定，与成交人签订书面合同。所签订的合同不得对竞争性磋商文件确定的事项和成交人响应文件作实质性修改。

6.2 竞争性磋商文件、成交人的响应文件和澄清文件等，均应作为签约的合同文本的基础。

6.3 政府采购合同包括采购人与成交人的名称和住所、标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限及地点和方式、验收要求、违约责任、解决争议的方法等内容。

6.4 如成交人不按本章第6.1项约定签订合同，采购人将报请取消其成交决定。采购人可按照磋商小组推荐的成交候选人名单排序，确定下一候选人为成交人或者重新采购。

7. 纪律和监督

7.1 对采购人的纪律要求

采购人不得泄露竞争性磋商中应当保密的情况和资料，不得与响应人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

7.2 对响应人的纪律要求

响应人不得相互串通或者与采购人串通，不得向采购人或者磋商小组成员行贿谋取成交，不得以他人名义磋商或者以其他方式弄虚作假骗取成交；响应人不得以任何方式干扰、影响磋商工作。

7.3 对磋商小组成员的纪律要求

磋商小组成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对磋商响应文件的评审和比较、成交候选人的推荐情况以及与磋商有关的其他情况。在磋商活动中，磋商小组成员不得擅离职守，影响磋商程序正常进行。

7.4 对与磋商活动有关的工作人员的纪律要求

与磋商活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对磋商响应文件的评审和比较、成交候选人的推荐情况以及与磋商有关的其他情况。在磋商活动中，与磋商活动有关的工作人员不得擅离职守，影响磋商程序正常进行。

7.5 询问、质疑和投诉

7.5.1 响应人或有关当事人对磋商过程、成交结果有异议的，可以向采购人或者采购代理机构提出询问。

7.5.2 采购人或者采购代理机构应当在三个工作日内对响应人依法提出的询问作出答复。

7.5.3 响应人认为竞争性磋商文件、采购过程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七个工作日内，以书面形式向采购人提出质疑。

7.5.4 响应人认为成交结果使自己的权益受到损害的，可以在成交结果公告期限届满之日起七个工作日内，以书面形式向采购人提出质疑，接收质疑函的联系部门、电话及地址详见竞争性磋商公告。在法定质疑期内响应人针对同一采购程序环节的质疑应当一次性提出。

7.5.5 采购人或者采购代理机构应当在收到响应人的书面质疑后七个工作日内作出答复，并以书面形式通知质疑响应人和其他有关响应人，但答复的内容不得涉及商业秘密。

7.5.6 质疑单位对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，可以在答复期满后十五个工作日内向同级政府采购监督管理部门投诉。

7.5.7 响应人质疑、投诉应当有明确的请求和必要的证明材料。响应人投诉的事项不得超出已质疑事项的范围。

8. 政府采购政策

本项目执行本项目有助于实现国家的经济和社会发展政策目标，包括优先采购节能环保、环境标志性产品、优先采购自主创新产品，扶持不发达地区和少数民族地区，促进中小企业、监狱企业、残疾人福利性企业发展等。

9. 信用记录

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）和豫财购〔2016〕15 号的规定，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，拒绝参与本项目采购活动，【查询渠道：“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）】

10. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见响应人须知前附表。

第三章 评审办法

评标办法前附表

条款		评审因素	评审标准
2.1.1	形式评审标准	响应文件签署、盖章	响应文件按竞争性磋商文件要求签署、盖章的
		响应文件格式	符合竞争性磋商文件中提供的响应文件格式
		响应人名称	与营业执照一致
		报价唯一	只能有一个有效报价
2.1.2	资格评审标准	标书雷同性分析	响应文件制作机器码不一致
		独立承担民事责任的能力	供应商是企业（包括合伙企业），应要求其提供在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”的扫描件；供应商是事业单位，应要求其提供有效的“事业单位法人证书”的扫描件；供应商是非企业专业服务机构的，应要求其提供执业许可证等证明文件的扫描件；供应商是个体工商户，应要求其提供有效的“个体工商户营业执照”的扫描件；供应商是自然人，应要求其提供有效的自然人身份证明的扫描件。
		商业信誉和财务会计制度	提供 2024 年度或 2025 年度经审计的财务报告或其基本开户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的扫描件。如供应商提供财务报告的，财务报告应包括“三表一注”，即资产负债表、利润表、现金流量表及其附注，供应商的成立时间少于供应商须知前附表规定年份的，应提供成立以来的财务报告。
		履约能力	附具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料或具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函（格式自拟）。
		依法缴纳税收和社会保障资金	提供 2025 年 1 月 1 日以来至少一个月的依法缴纳税收和社会保障资金记录证明文件的扫描件。依法免税或不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金。
		无重大违法记录	响应文件中附供应商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（格式自拟）

		供应商不得存在的情形	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
		信用记录	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）和豫财购[2016]15号的规定，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的企业，拒绝参与本项目政府采购活动（查询渠道：信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）查询：失信被执行人、重大税收违法失信主体；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）。 采购代理机构在开标当天将对所有参与本项目投标的供应商的信用情况（失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单）进行查询、打印留存。若在开标当天查询到供应商有相关负面信息的，则该供应商为无效供应商。
2.1.3	响应性评审标准	响应承诺函	按照竞争性磋商文件的规定提交响应承诺函
		磋商报价	报价未超过竞争性磋商文件中规定的最高限价
		采购范围	符合竞争性磋商文件的规定
		交货期	符合竞争性磋商文件的规定
		质量标准	符合竞争性磋商文件的规定
		质保期	符合竞争性磋商文件的规定
		磋商有效期	符合竞争性磋商文件的规定
		其他	响应文件未有采购人不能接受的条件
详细磋商		1. 响应人对所参加磋商项目根据市场行情自主报价，分二次报价（情况特殊，经磋商小组根据磋商现场情况，可以要求响应人适当进行多轮报价），第一次报价须按照磋商文件的报价格式填报，第二次报价在磋商中填报（注：报价明显低于成本价的，响应人需做出合理说明，否则将承担不被接受的风险）。	

		2. 经磋商确定最终采购需求和提交最后报价的响应人后，由磋商小组采用综合评分法对提交最后报价的响应人的响应文件和最后报价按照本章第2.2款内容进行详细性评审。	
条款号		条款内容	编列内容
2.2.1		分值构成(总分100分)	报价得分：35分 技术部分：51分 综合实力：14分
条款号		评分因素	评分标准
2.2.2 (1)	报价得分 (35分)	磋商报价评分标准	价格分采用低价优先法计算，即满足竞争性磋商文件要求且评审报价最低的为评审基准价，其价格分为满分。其他响应人的价格分统一按照下列公式计算： $\text{报价得分} = (\text{评审基准价} / \text{评审报价}) \times 35$ 1. 根据《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库[2022]19号）的规定，对符合规定的小型 and 微型企业产品的价格给予 10% 的扣除，用扣除后的价格参与评审。小微企业必须提供《中小企业声明函》，否则评审时不予认可。（监狱、残疾人福利性企业视同小微企业，价格扣除优惠只享受一次，不得重复享受。） 2. 政府采购活动中既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。 3. 当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到 80% 以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评

			审。 注：评标委员会认为供应商的报价明显低于其他通过符合性审查供应商的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在合理的时间内提供说明，必要时提交相关证明材料；供应商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。
2.2.2 (2)	技术部分 (51分)	技术参数(30分)	根据投标人所投产品的技术参数、性能指标,对照招标文件各项技术参数、性能指标逐项响应情况,由评委进行评议并打分。投标人所投产品完全满足磋商文件技术要求的,得30分。其中加★技术指标为关键技术指标共计15分,每有一项不满足磋商文件技术要求的扣1.5分;非加★技术指标共计15分,每有一项不满足磋商文件技术要求的扣0.5分,超过30项(含30项)不满足磋商文件技术要求的,此项得分为0分(即为基本功能不能满足采购人基本要求)。 注:需提供佐证材料的技术指标必须按照磋商文件中技术指标要求提供佐证资料作为评审依据,不提供或者提供的佐证资料与条款无关的均视为不满足。
		安装调试方案(7分)	投标人根据采购需求,制定完整的安装调试方案。方案须完整、清晰、逻辑清楚。 方案完整,可行,完全满足得7分; 方案基本完整,基本可行,基本满足得4分; 方案基本不完整,不太可行,不能满足得1分; 未提供不得分。
		供货方案(7分)	投标人根据采购需求,制定完整的供货方案,包括但不限于合同及相关标准,按时、保质、保量提供所需设备。方案须完整、清晰、逻辑清楚。 方案完整,可行,完全满足得7分; 方案基本完整,基本可行,基本满足得4分; 方案基本不完整,不太可行,不能满足得1分; 未提供不得分。

		质量保证措施(7分)	根据供应商提供的质量保证措施进行评审。 质量保证措施详细完整、可实施性、针对性强，能高质量的确保项目服务质量，得 7 分； 质量保障措施基本完整、可实施，得 4 分； 质量保障措施简单、合理性、可行性有待考究，得 1 分； 未提供不得分。
2.2.2 (3)	综合实力 (14 分)	培训方案（5分）	根据投标人针对本项目的人员培训方案进行评审，方案内容应至少包括培训目标、培训计划、培训方式、培训内容、培训时间、培训团队人员配置、培训效果验收方法、特殊情况下培训应急方案。 方案完整，可行，完全满足得 5 分； 方案基本完整，基本可行，基本满足得 3 分； 方案基本不完整，不太可行，不能满足得 1 分； 未提供不得分。
		企业业绩 (4分)	供应商需提供 2023 年 1 月 1 日以来的类似项目业绩，以合同签订日期为准,应提供中标（成交）结果公告网页截图、中标（成交）通知书原件、合同原件的扫描件（清晰且完整），每提供一份完整的业绩得 2 分，最多得 4 分；未提供或提供不全的不得分。
		售后服务方案(5分)	根据供应商提供的售后服务方案进行评审。方案内容至少包括：售后服务人员配备、联系方式；操作问题的响应时间、形式；备品备件；质保期内的服务内容；质保期后维护费用及方式；应急措施；现场服务支持能力等。 方案完整，可行，完全满足得 5 分； 方案基本完整，基本可行，基本满足得 3 分； 方案基本不完整，不太可行，不能满足得 1 分； 未提供不得分。
本办法计算过程中分值按四舍五入保留两位小数，最终结果为评标委员会所有成员计算出的各供应商综合评估得分的算术平均值，按四舍五入保留两位小数。			
注：根据中华人民共和国财政部令第 87 号--政府采购货物和服务招标投标管理办法第三十一条规定： 1. 本项目采用综合评分法，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			

包下投标的，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，以投标报价低者获得中标人推荐资格；报价相同的，以技术评分高者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。

2. 本项目属于非单一产品采购项目，采购人根据采购项目技术构成、产品价格比重等合理确定**核心产品**为“农产品产业 AI 电商全链路运营平台”。多家投标人提供的核心产品品牌相同的，按前款规定处理。

1. 评审办法

本次竞争性磋商采用综合评分法评审，磋商小组对满足竞争性磋商文件实质性要求且最终确定采购需求和在规定时间内提交最后报价的响应文件，且按照评审因素的量化指标评审得分最高的响应人为成交候选人的评审方法。

2. 评审标准

2.1 初步评审标准

- 2.1.1 形式评审标准：见评审办法前附表。
- 2.1.2 资格评审标准：见评审办法前附表。
- 2.1.3 响应性评审标准：见评审办法前附表。

2.2 分值构成与评分标准

2.2.1 分值构成

- (1) 报价得分：见评审办法前附表；
- (2) 技术部分：见评审办法前附表；
- (3) 综合实力部分：见评审办法前附表；

2.2.2 评分标准

- (1) 报价得分标准：见评审办法前附表；
- (2) 技术部分标准：见评审办法前附表；
- (3) 综合实力标准：见评审办法前附表；

3. 评审程序

3.1 初步评审

3.1.1 磋商小组依据本章评审办法前附表规定的标准，对响应人的响应文件进行初步评审，以确定其是否满足竞争性磋商文件的实质性要求，有一项不符合评审标准的，磋商小组应当认定其响应文件无效。

3.1.2 磋商报价有算术错误及其他错误的，磋商小组按以下原则要求响应人对磋商报价进行修正

(1) 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准，但大写金额文字存在错误的，应当先对大写金额的文字错误进行澄清、说明或者更正，再行修正。

(2) 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，但单价或者单价汇总金额存在数字或者文字错误的，应当先对数字或者文字错误进行澄清、说明或者更正，再行修正。

(3) 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以总价为准，修正单价。

(4) 同时出现两种以上不一致的,按照上述规定的顺序修正。修正后的报价应当采用书面形式,并加盖公章或者由法定代表人或其授权的代表签字,响应人不确认的,其投标无效。

3.2 详细磋商

3.2.1 磋商小组集中与单一响应人分别进行磋商。磋商顺序为签到逆顺序,在磋商中,磋商双方可以就磋商项目所涉及的价格、技术、服务、合同草案条款等进行实质性磋商,但磋商的任何一方不得透露与磋商有关的其他响应人的商业秘密、技术资料、价格和其他信息。

3.2.2 在磋商过程中,磋商小组可以根据竞争性磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款,但不得变动竞争性磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容,须经采购人代表确认。

3.2.3 对竞争性磋商文件作出的实质性变动是竞争性磋商文件的有效组成部分,磋商小组应当以书面形式同时通知所有参加磋商的响应人。

3.2.4 竞争性磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求,需经磋商由响应人提供最终设计方案或解决方案的,磋商结束后,磋商小组应当按照少数服从多数的原则投票推荐3家以上响应人的设计方案或者解决方案,并要求其在规定时间内提交最后报价。

3.2.5 竞争性磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的,磋商结束后,磋商小组应当要求所有实质性响应的响应人在规定时间内提交最后报价,提交最后报价的响应人不得少于3家。

3.2.6 最后报价(二轮报价)是响应人响应文件的有效组成部分【注:报价明显低于成本价的,响应人需做出合理说明,否则将承担不被接受的风险】。

3.2.7 情况特殊,经磋商小组根据磋商现场情况,可以要求响应人适当进行多轮报价。

3.2.8 经磋商确定最终采购需求和提交最后报价的响应人后,由磋商小组采用综合评分法对提交最后报价的响应人的响应文件和最后报价进行综合评分。

3.3 详细评审

3.3.1 磋商小组按本章评审方法规定的量化因素和分值进行打分,并计算出综合得分。

(1) 按本章第2.2.2(1)目规定的评审因素和分值对报价得分计算出得分A;

(2) 按本章第2.2.2(2)目规定的评审因素和分值对技术部分计算出得分B;

(3) 按本章第2.2.2(3)目规定的评审因素和分值对综合实力计算出得分C。

3.3.2 评分分值计算保留小数点后两位,小数点后第三位“四舍五入”。

3.3.3 响应人得分=A+B+C。

3.3.4 磋商小组认为响应人的最后报价明显低于成本价的,有可能影响产品质量或者不能诚信

履约的，应当要求其在评审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；响应人不能证明其报价合理性的，磋商小组应当将其作为无效投标处理。

3.4 响应文件的澄清

3.4.1 在评审过程中，磋商小组可以书面形式要求响应人对响应文件中含义不明确、对同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容做必要的澄清、说明或补正。澄清、说明或补正应以书面方式进行，并加盖公章，或者由法定代表人或其授权的代表签字。磋商小组不接受响应人主动提出的澄清、说明或补正。

3.4.2 澄清、说明或补正不得超出响应文件的范围且不得改变响应文件的实质性内容，并构成响应文件的组成部分。

3.4.3 磋商小组对响应人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求响应人进一步澄清、说明或补正，直至满足磋商小组的要求。

3.5 评审结果

3.5.1 除采购人授权直接确定成交人外，按照评审得分由高到低顺序推荐3名以上成交候选人，评审得分相同的，按照最后报价由低到高的顺序推荐。评审得分且最后报价相同的并列。

3.5.2 磋商小组完成评审后，应当向采购人提交书面评审报告和成交候选人名单并编写评审报告。

第四章 合同条款及格式

(合同条款仅供参考，最终以实际签订合同为准)

项目名称:

甲方：

乙方：

签订地:

签订日期： 年 月 日

年 月 日，（采购人名称）以（政府采购方式）对（同前页项目名称）项目进行了采购。经（相关评定主体名称）评定，（中标供应商（中标人）名称）为该项目中标供应商（中标人）。现于中标通知书发出之日起三十日内，按照招标文件确定的事项签订本合同。

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规之规定，按照平等、自愿、公平和诚实信用的原则，经（采购单位名称）（以下简称：甲方）和（中标供应商（中标人）名称）（以下简称：乙方）协商一致，约定以下合同条款，以兹共同遵守、全面履行。

1.1 合同组成部分

下列文件为本合同的组成部分，并构成一个整体，需综合解释、相互补充。如果下列文件与招投标文件内容出现不一致的情形，按照招投标文件约定执行。组成本合同的多个文件的优先适用顺序如下：

1.1.1 招标文件（含澄清或者修改文件）；

1.1.2 投标文件（含澄清或者说明文件）

1.1.3 中标通知书

1.1.4 合同及其附件

1.1.5 其他相关招标文件。

1.2 货物

1.2.1 货物名称:

1.2.2 货物数量：_____；

1.2.3 货物质量：_____。

1.3 价款

本合同总价为：¥ _____ 元（大写：_____ 元人民币）。

分项价格：

序号	分项名称	分项价格
总价		

1.4 付款方式和发票开具方式

1.4.1 付款方式：乙方按交货期向甲方供货，等货物验收合格后，乙方向甲方提供正规发票，甲方于 20 日内支付给乙方合同总价 100% 的款额。

成交供应商应在领取成交通知书后 5 个工作日内（合同签订前）向采购人支付合同价款的 5% 作为履约保证金。该履约保证金在履行完交货义务后，履约保证金转为质量保证金，在项目完成验收质保期结束后全额无息退还。

1.4.2 发票开具方式：_____。

1.5 货物交付期限、地点和方式及验收

1.5.1 交付期限：合同签订后 _____ 日历天内。即：

1.5.2 交付地点：河南省经济管理学校校内指定地点。

1.5.3 初步验收：甲方按合同所列质量标准、规格型号、技术参数以及数量等在现场验收，并填写初步验收单。验收时，甲方有权提出采用技术和破坏相结合的方法进行验收。乙方应向甲方移交所供设备完整的使用说明书、合格证及相关资料。乙方在所有设备（工程）安装调试、软件安装完毕后，开展现场培训，使用户能够独立熟练操作使用仪器或设备，而后由供需双方共同初步验收；甲乙双方如产生异议，由第三方重新进行验收。如果乙方提供的货物与合同不符，甲方有权拒绝验收，由此所产生的一切费用由乙方承担。

1.5.4 最终验收：由使用单位初验合格后，向学校国有资产管理处提出验收申请，使用

部门牵头，会同财务采购、监察、实训处、资产管理及专家成立验收专家组进行正式验收。学校验收通过后，才能支付合同款项。

1.6 甲乙双方责任

1.6.1 乙方须按合同要求提供全新设备（包括零部件、附件、备品备件），设备的质量标准、规格型号、具体配置、数量须符合招标标书要求，其产品为原厂生产，且应达到乙方投标文件及澄清文件中明确的技术标准。

1.6.2 乙方应在本合同生效后 7 个工作日内向甲方提供安装计划及质量控制规范；并于 ____月____日前进驻安装现场；设备运送到甲方指定地点后，双方在 三 日内共同验收并签署验收意见。甲方无正当理由，不得拒绝接收；在安装调试过程中，甲方有权采取适当的方式对乙方产品的质量标准、规格型号、具体配置、数量以及安装质量和进度等进行检查。甲方如果发现乙方所供设备不符合合同约定，甲方有权单方解除合同，由此产生的一切费用乙方承担。

1.6.3 设备交付使用前发生的所有与设备相关的运输、安装及安全保障事项等均由乙方负责；设备包装应符合抗震、防潮、防冻、防锈以及长途运输等要求，由于包装不当或防护措施不力而导致的商品损坏、损失、腐蚀等损失均由乙方承担；设备交付使用前所发生的所有与设备相关的经济纠纷及法律责任均与甲方无关。

1.7 售后服务及培训

合同质保期内出现质量问题，乙方免费更换新设备。设备终身保修。详细见附件

1.8 违约责任

1.8.1 除不可抗力外，如果乙方没有按照本合同约定的期限、地点和方式交付货物，那么甲方可要求乙方支付违约金，违约金按每迟延交付货物一日的应交付而未交付货物价格的 1% 计算，最高限额为本合同总价的 5%；迟延交付货物的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，甲方有权在要求乙方支付违约金的同时，书面通知乙方解除本合同；

1.8.2 除不可抗力外，如果甲方没有按照本合同约定的付款方式付款，那么乙方可要求甲方支付违约金，违约金按每迟延付款一日的应付而未付款的 1% 计算，最高限额为本合同总价的 5%；迟延付款的违约金计算数额达到前述最高限额之日起，乙方有权在要求甲方支付违约金的同时，书面通知甲方解除本合同；

1.8.3 除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的其他主要义务，经催告后在合理期限内仍未履行的，或者任何一方有其他违约行为致使不能实现合同目的的，或者任何

一方有腐败行为（即：提供或给予或接受或索取任何财物或其他好处或者采取其他不正当手段影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）或者欺诈行为（即：以谎报事实或者隐瞒真相的方法来影响对方当事人在合同签订、履行过程中的行为）的，对方当事人可以书面通知违约方解除本合同；

1.8.4 任何一方按照前述约定要求违约方支付违约金的同时，仍有权要求违约方继续履行合同、采取补救措施，并有权按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；任何一方按照前述约定要求解除本合同的同时，仍有权要求违约方支付违约金和按照己方实际损失情况要求违约方赔偿损失；且守约方行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.8.5 除前述约定外，除不可抗力外，任何一方未能履行本合同约定的义务，对方当事人均有权要求继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等，且对方当事人行使的任何权利救济方式均不视为其放弃了其他法定或者约定的权利救济方式；

1.8.6 如果出现政府采购监督管理部门在处理投诉事项期间，书面通知甲方暂停采购活动的情形，或者询问或质疑事项可能影响中标结果的，导致甲方中止履行合同的情形，均不视为甲方违约。

1.9 合同争议的解决

本合同履行过程中发生的任何争议，双方当事人均可通过和解或者调解解决；不愿和解、调解或者和解、调解不成的，向标的物所在地的人民法院起诉。

2.0 合同生效：本合同一式六份，甲方四份，乙方二份，经双方当事人盖章及签字生效。

甲方：

乙方：

统一社会信用代码：

统一社会信用代码或身份证号码：

住所：

住所：

法定代表人或

法定代表人

授权代表（签字）：

或授权代表（签字）：

联系人：

联系人：

电话：

电话：

开户银行：

开户银行：

开户名称：

开户名称：

开户账号：

开户账号：

第五章 采购需求

一、总则：

1. 供应商必须负责所投设备的安装、调试，并保证系统安全稳定地运行，所需配件，费用包含在投标总报价中，并报出单项价格。

2. 在完成安装、调试、检测后，须向用户提供检测报告、技术文档，验收的技术标准应达到制造(生产)厂商标明的技术指标，个别不能测试的指标另作详细的文字说明。检测的标准依据国家有关规定执行。

3. 本次采购设备/系统中如果某些技术标准与国家所要求的标准不统一或有不兼容的地方，均以国家强制性标准或最新出台的标准为准。

4. 如果未在竞争性磋商文件中要求提供其相关行业标准或国家强制性标准的，则供应商有责任给予补充说明。

5. 竞争性磋商文件中为简述货物的品质、基本性能而标示的品牌型号或指标与某产品相同的仅供供应商选择货物时在质量水平上的参考，不具有限制性，评标以功能和性能为主，供应商可提供品质相同的或优于同类产品的货物。

6. 除竞争性磋商文件要求提供的备件、专用工具和消耗品外，对于竞争性磋商文件中没有列出，而对系统、设备的质量保证期内正常运行和维护必不可少的备件、专用工具和消耗品，供应商应列出详细清单，并报出单项价格。

7. 采购人使用成交人成交的货物、技术、资料、服务或其他任何一部分时，享有无偿使用权。免受第三方提出的侵犯其专利权、著作权、商标权或其它知识产权的起诉。如果第三方提出侵权指控，成交人应承担由此而引起的一切法律责任和费用。

8. 投标产品若属于应满足政府采购有关政策规定的，应当满足其规定：

1) 属于国家《节能产品政府采购品目清单》中标注为★号的强制采购产品的，投标文件应注明投标产品的“节字标志认证证书号”。

2) 属于国家《信息安全产品强制性认证目录》的产品，应已通过国家信息安全认证中心认证，计算机产品应预装正版操作系统软件。

3) 属于无线局域网的产品，应为《无线局域网认证产品政府采购清单》中的产品。

4) 属于国家及地方相关强制许可、认证等的产品，应符合相关要求。

除非本竞争性磋商文件明示，不接受进口产品的投标。

详细技术参数

序号	设备名称	数量	主要技术参数
1	农产品产业数据化运营平台	1 套	一、功能参数 1. 运行操作系统:平台可以在国产操作系统欧拉、统信、方德高可信运行,兼容 windows、linux 操作系统,确保信息安全。 2. B/S 架构:平台采用 B/S 架构,用户通过浏览器访问平台,无需安装任何插件,方便安装和维护。 3. 基础开发技术都是开源:平台使用的 python、vue3+elementui、mysql、mongodb、loki、Redis 均为开源,避免被人为技术控制导致平台信息泄漏与崩溃。 4. web 安全:遵守信息技术安全规范,防弱口令、SQL 注入等攻击。 5. 数据保护:采用数据签名技术,确保数据传输过程中的安全,防止篡改。 6. 异步数据交互:通过 JSON 与 AJAX 技术实现高效数据交换,网页能在无需刷新的情况下动态加载、发送与接收数据,满足实时性需求。 7. 实时保存学生数据,最大限度降低数据丢失的风险。 8. 多层架构:平台采用多层架构,各层职责分明,减少耦合,提升可扩展、可维护性。 9. 弹性数据库管理:数据库设计支持读写分离,可弹性伸缩数据库实例,集成 Redis 缓存数据库,显著增强并发处理能力,确保在高流量下也能提供流畅体验。 10. 提供内嵌可视化工具、BI 互动决策、BI 作品上传等考核工具,满足不同考核内容设置需求。内嵌可视化工具可设置详细的步骤指引和教师答案,侧重可视化图形制作;BI 互动决策满足上传数据看板或决策看板,侧重分析决策考核;BI 作品上传学生自行设计可视化驾驶舱或可视化分析,侧重综合 BI 工具应用,支持预置参考答案。 11. 自主研发防作弊服务,支持在考试时候,实时监控学生的行为并进行分析,防止出现替考行为,确保考试的公平性。 12. 系统中数据恢复与备份功能。系统可根据用户需求进行自动备份,包括系统的操作信息及数据信息。在出现误操作或非不可抗力情况导致丢失数据,用户可使用该功能进行数据恢复,用户还可根据更加细致的需求,单独恢复系统中的某个产品的数据。 13. 平台接入 JupyterHub 服务器,动态管理和分配多个单用户的 Jupyter Notebook 服务器,用户在平台内部就可以使用 Jupyter notebook 编程环境进行实验。 二、业务参数 1. 软件需提供至少一个课程教学综合案例,教学项目包括数

		据化运营概述、市场数据分析、短视频数据分析、直播数据分析、店铺运营数据分析、产品数据分析、用户数据分析、产品供应链数据分析八大模块，实训任务不少于 40 个，知识准备学习资料课件不少于 50 个。 2. 市场情况分析：需能够收集新媒体平台报告与行业报告，深入剖析平台用户画像、兴趣偏好及行业趋势，识别营销节点，为内容策划与后续营销活动提供精准的数据支持与战略指导。 3. 对标账号分析：需通过关键词关联分析，精准定位行业内的对标账号，结合对标账号的详细信息与用户画像进行深度比对，科学筛选并最终确定对标账号；运用 Python 技术工具采集对标账号的作品数据，并通过构建可视化图表，直观展示作品的运营策略；深入剖析对标视频的内容创意与拍摄策略，提炼其标题与文案设计的技巧以及拍摄手法。 4. 作品效果分析：需能够获取作品的关键数据，计算各作品的互动指标，以精准评估短视频的受众欢迎程度；利用 Excel 工具中的 VLOOKUP 函数高效整合不同数据源，实现数据的无缝合并，结合作品的时长数据及行业内的及格线，综合判断作品的内容质量与吸引力。 ★5. 评论数据挖掘分析：在内容运营效果评估阶段，应用大数据分析与自然语言处理技术辅助完成用户评论的深度挖掘。通过任务目标与知识准备，通过任务情景，引导学生基于用户反馈目标，进行业务需求（用户关注焦点、情感倾向）与技术需求（数据清洗、词云构建、情感建模）的梳理，设计模块执行方案，运用大数据技术得出分析结果。应用 Python 数据分析工具对采集的评论数据进行清洗，剔除无关及冗余信息；构建词云图直观呈现高频词汇分布；构建情感分析模型量化评估用户情绪倾向，精准捕捉用户关注焦点及产品接纳程度（需提供功能截图作为佐证材料）。 6. 变现能力分析：需能够收集并分析粉丝画像数据，构建粉丝重合度对比的可视化图表，以精准判断账号的变现能力现状，进一步计算粉丝粘度指标，全面诊断账号的运营状况，及时调整运营策略，以优化账号的变现潜能。 7. 投放作品评估：在短视频投放决策阶段，应用机器学习与数据建模技术辅助完成投放作品的效果评估与筛选。通过任务目标与知识准备，通过任务情景，引导学生基于投放优化目标，进行业务需求（关键影响因素识别、最优标准界定、复投潜力判断）与技术需求（决策树建模、可视化输出、复投指标分析）的梳理，运用大数据技术得出分析结果。应用 Python 数据分析工具构建决策树模型，通过分支结构找到影响短视频投放效果的关键因素，生成可视化决策树图表，明确投放最优标准；基于模型预测并筛选最适宜投放的作品；获取投放后数据，分析复投关键指标，评估作品复投潜力，选定最优复投时间段。
--	--	---

		8. 投放价值分析：需能够获取作品投放效果数据，借助 Python 数据分析工具，构建基于四象限理论的矩阵分析模型，利用可视化库 Matplotlib 生成高度直观的四象限图表，剖析每个作品的投放价值与市场潜力，针对位于不同象限的作品，采取相应的调整与优化策略。 9. KOL 选择：需能够获取 KOL 信息数据，通过可视化图表，判断 KOL 所处流量时期，借助层次分析法，构建 KOL 评估模型，通过指标之间的两两比较，确定各指标权重，利用加权平均计算星图指数总得分，针对各 KOL 的综合表现，筛选出最适宜做为合作伙伴的 KOL。 10. KOL 组合策略：需能够获取 KOL 报价数据，借助 Python 大数据分析工具，使用排列组合算法对指定数量和层级 KOL 进行组合排序，利用金字塔原理，在不超过企业投放预算且综合指数得分最高条件下，筛选出最优的 KOL 组策策略。 11. KOL 合作效果评估：需能够获取 KOL 合作效果数据，运用 TOPSIS 综合评价模型，确定各指标权值和综合得分指数，依据综合指标值大小对 KOL 优劣程度进行排序，分析合作效果，根据结果调整和优化后续合作计划。 ★12. 直播数字化选品：在直播选品规划阶段，应用无监督机器学习技术辅助完成直播带货商品的智能化筛选。通过任务目标与知识准备，通过任务情景，引导学生基于选品优化目标，进行业务需求（商品特征划分、热卖款匹配）与技术需求（K-means 聚类、3D 可视化输出、特征提取、商品分类）的梳理，运用大数据技术得出分析结果。获取商品数据，应用 Python 大数据分析工具构建模型，运用 K-means 聚类算法按照特征标准将商品划分为 K 类，并输出 3D 可视化 HTML（如三维聚类散点图），直观呈现商品分布与聚类结果；结合直播间推广的商品款特征，从聚类结果中科学选择合适的售卖商品（需提供功能截图作为佐证材料）。 13. 直播商品关联：需能够获取店铺订单数据，借助 Python 工具，使用 Apriori 关联规则算法实现购物篮分析，发现店铺不同商品之间的关联关系，将关联度高的商品放入直播间进行打包销售。 14. 直播选品优化：需能够获取直播间带货商品数据，借助 Python 工具，从四象限分析理论出发，构建矩阵模型，输出可视化图表，对处于不同象限的产品采取对应的优化策略，同时，基于直播商品的表现，选择合适的产品作为利润款。 15. 直播数据分析：需能够获取直播间数据，构建人气权重和电商权重指标，分析直播间目前所处流量层级，判断直播间的吸引力和销售力，借助 Python 工具，使用漏斗分析模型，构建可视化图表，分析直播间各阶段的转化情况，对不合格的指标进行优化，获得更多优质自然流量。 16. 直播观众分析：需能够获取直播间用户观看和行为数据，构建可视化图表，分析直播间的留存趋势及留存能力，借助
--	--	--

			Python 工具，使用相关性分析模型，分析影响直播间留存的关键行为。 17. 店铺销售数据分析：需基于店铺的销售数据，利用可视化的分析手段，了解店铺商品销售情况。运用时间序列模型 ARIMA 模型，依据近期的销售数据预测下一周期的销售情况，预测结果设定销售目标。 18. 客服数据分析：基于 KPI 绩效考核法，结合不同指标的不同评分标准，对各个指标进行打分，针对指标打分结果，量化评估每一个客服人员的 KPI 成绩，对客服人员进行考核。 19. 店铺商品管理：需能够采集关键词数据，运用四象限分析法，高度直观展现不同的产品的在不同维度上的表现，并针对输出的四象限分析图，筛选出合适的产品在店铺进行售卖。 20. 商品标题与详情页分析：需能够收集行业的商品搜索的榜单数据，加载停用词，生成词云图，找出行业标题出现频次最高的词语。分析商品详情页的指标数据，构建四象限散点图，找出点击率和转化率都较低的产品，进行商品详情页的优化。 21. 商品销售分析：需能够收集商品数据和竞店数据，基于不同的可视化图表，精准捕捉不同品类商品的销售状况，同时依据品类的销售趋势和竞店对比情况，调整店铺产品销售策略。 22. 客户生命周期分析：需能够收集客户数据，从用户的角度，运用可视化分析的数据分析手段，分析会员来源。利用 Python 工具，借助 BG/NBD 模型和 Gamma-Gamma 模型，预测客户未来一年的生命周期价值 CLV，并根据不同的生命周期价值，对客户实施管理。 23. 客户满意度与忠诚度分析：需基于客户满意度调查数据，结合因子分析模型，构建 CCSI 满意度模型，量化评估每个指标的得分，精确捕捉客户对店铺的不满意点并进行优化，提高客户的购买意愿。 24. 供应商评估：需能够收集供应商的各项数据，运用层次分析法，从准则层和方案层两个维度深入剖析，精心构建两两对比的判断矩阵，通过量化评估确定指标权重，实现对供应商的表现的全面诊断，从而科学筛选出最合适的供应商。 25. 采购计划制定：需能够收集出库数据，基于对订货模型的深入剖析，运用 STDEV 函数和 AVERAGE 函数计算安全库存和再订货点，旨在全面诊断库存状态，明确界定库存下降到何种临界值时，需立即发出补货申请，确保库存水平能够及时满足日常销售需求。 26. 库存管理：需能够收集商品的库存数据，从库存指标出发，计算各指标数据，量化评估库存表现，基于可视化分析手段，高效利用多种图表，全面诊断库存情况，分析库存结构。
2	农产品产业电子商务运	1 套	一、教师端功能 1. 教务管理：教务管理主要是对教师账号、行政班级和教学

	营平台	班级进行设置和管理。提供账号角色授权管理功能，根据不同教师账号设置功能授权和任教课程，规范账号管理，提高系统运行效率。 2. 成绩管理：成绩管理提供按用户实验、自主测试和考试进行成绩分类管理，帮助教师对学生实训情况、实训内容、考试成果进行全方位的实时监控，可针对不同班级学生的学习报告和成绩单分批导出。 3. 考试管理：考试管理主要是对自主测试和考试进行设置和管理，包括选择试卷、发卷方式、参考人员、设置考试时间、考试说明等。其中试卷管理支持手动选题和自动组卷，手动选题可从题库中进行查询和筛选，手动添加试题；自动组卷可以按照用户需求设置题型的数量，系统根据用户设置随机抽取题目，设置题目分值完成组卷。 4. 实验管理：实验管理主要是对学生学习课程、实训案例、实操案例进行设置和管理，设置课程及各案例分值、绑定实验班级用户；对实验进行控制，控制是否开启提供给学生进行实验。 5. 课程管理：课程管理可对课程计划、课程资源、练习题库进行设置和管理。 课件计划中资源的选择可通过标签分类、输入关键字搜索进行查询，理论试题可通过一级目录筛选和题型选择（单选题、多选题、判断题、排序题）进行查询，试卷管理提供自动出卷和手动出卷两种方式。 课程资源支持多内容类型上传，软件内置了丰富的内容类型，能够支持绝大部分常见内容格式的课件添加，包括 word 文档、PDF 文档、图片、视频等，迅速解决用户对信息多层次需求。 练习题库可随时进行更新，可直接从试题手动输入添加，也可以通过 Excel 的固定格式批量导入试题。 6. 情景管理：情景管理功能，支持增加、修改、删除情景；设置业务的情景，包括考核点设置、预置参数、答案设置、材料导入、案例资源包上传；对情景清单进行控制，控制是否开启供实训或实操选择。 7. 实训管理：实训管理功能，支持增加、修改、删除实训案例；设置案例的业务，包括电商平台业务选择、任务步骤设置、情景绑定、考核点反馈设置、实训目标导入；设置实训案例的实习指导书；设置案例的分值。 8. 实操管理：实操管理功能，支持增加、修改、删除实操案例；设置案例的业务，包括电商平台业务选择、任务步骤设置、情景绑定、答案和解析设置、实操目标导入；设置案例的分值。 二、学生端功能 1. 软件包含：一个理论学习层面：课程学习模块；两个学生实训层面：实训教学、实操演练模块；两个考试层面：自主
--	-----	--

			测试、统一考试模块，实现教-学-练-测-考一体化。 2. 课程学习模块内置教学课件资源，包括文档、图片和视频等，通过提供的课程章节完成课件的学习和试题的练习，了解实际电商平台准入规则和操作流程。 3. 软件提供两种实训模式，一种是实训教学模式，通过实习指导书操作流程完成实习，一种是实操演练模式，用户根据案例资料自主完成实训。 4. 软件支持多案例实训，通过切换案例进入对应的实训业务列表界面，通过任务引导完成任务实训。 5. 软件提供丰富的实训业务，涵盖店铺入驻、店铺管理、店铺装修设计、宝贝管理、交易管理、物流管理、网店营销推广、客户接待等业务的实训内容。 6. 考试模块提供自主测试和统一考试两种模式，自主测试模块主要用于学生自我考核，测试结束后提供考试成绩单和答案反馈，统计正确的数量和自动计算测试得分，便于学生自我检测知识的掌握程度；统一考试模块用于实训完毕教师对学生的考核，退出考试界面时自动评分，出示考试最终成绩，鉴定学生理论知识水平和专业技能。 7. 软件提供学习记录功能，课程学习模块会及时记录当前学习位置，当退出后再次进入时通过上次学习知识点回顾窗口可选择是否继续上一次学习。 8. 软件提供状态标识功能，软件自动识别学生的完成状态，对未开始、进行中和已完成状态的模块用不同的图标进行状态标识。 9. 软件提供学习报告实时记录功能，根据学生实训过程实时更新，包括课程学习、实训教学、实操演练、考试模块的学习进度和成绩，帮助学生总结所学理论知识与实践、考试相互验证过程。
3	农产品产业直播运营平台	1 套	一、功能参数 1. 软件为 B/S 架构，学生电脑直接通过网页访问使用，可 24 小时使用。 2. 使用主流数据库：MySQL，按业务需要支持横向扩展，支持读写分离等。 3. 支持主流操作系统，可支持本地部署和云端部署两种部署方式。 4. 软件后端基于 ASP.NET WebAPI 技术开发，三层式架构，实现高可用性、安全性、可扩展性和可靠性。 5. 软件兼容基于 Chromium 内核的主流浏览器，无需安装任何客户端或插件； 6. 使用缓存数据库增加并发读写能力，使用 vue 来提高页面渲染速度。 7. 软件提供丰富的教学功能，并提供 3 种角色登录：管理员、教师、学生。 8. 班级管理功能：软件需支持通过新增班级的方式，设置班

		级名称，对班级进行排序和删除。 9. 学生管理功能：软件需支持通过新增的方式，添加学生账号，同时提供便捷的批量创建学生账号功能。 10. 学生分组功能：软件需支持系统分组与人工分组，充分满足不同教学场景下的多样化分组需求。当面临班级人数较多的复杂情况时，教师可通过软件简洁直观的操作界面，准确填写相应的分组人数等核心参数。软件随即依据预设的分组规则与算法逻辑，自动实现班级学生的精准分组以及岗位的合理分配。 11. 灵活的训练模式：软件需提供个人模式和团队模式两种训练方式，教师可以灵活选择模式进行学生训练，通过个人模式了解学习直播全过程需要的工作技能，通过团队模式锻炼学生配合直播的能力。 12. 团队角色设置功能：软件需提供灵活的角色定制功能，在软件的使用中，教师可以根据实际情况，在团队模式中自定义团队岗位角色，并根据岗位职责，分配对应的技能考核任务。 13. 案例设计功能：软件需提供案例设计功能，教师可根据教学需要自主新建并设计案例内容，包括案例背景与案例数据，满足教师教学演示与学生课后实训需求。 14. 实验安排功能：软件需提供实验安排模块，高效组织课堂教学实验与案例练习。教师可根据教学进度及课堂需求，灵活分模块向学生开放课程内容和实训模块，确保实验内容与讲授知识点紧密同步。此外，教师还具备暂停和重新启动的权限，以适应不同教学场景需求。 15. 系统评分功能：软件需提供三种评分方式，包括系统评分，学生组队互评以及教师评分三种评分方式。其中系统评分基于预设的评价指标实时计算得分，大幅减少教师重复阅卷的工作量，确保评分标准的统一执行。 16. 学生互评功能：软件需支持以学习小组为单位，让各学生队伍依据软件提供的标准化互评量表，对其他队伍的整体表现进行匿名打分，通过对比，发现自身成果的优势与不足，培养其客观分析、批判性思考的能力。 17. 教师评分功能：软件需支持教师快速查阅学生实验成绩与考试成绩，并增设人工评分功能。通过此功能，教师能便捷地对学生的答卷进行打分与详细文字标注，为学生提供更针对性的反馈与指导。 18. 实验资料设置功能：软件需设有实验资料，为教师提供了功能强大且操作简便的资料上传模块，支持教师依据实验教学目标 and 产业对接需求，有序上传多个关键知识点以及与之密切相关的产业实验资料，为实验提供支持。 19. 团队进度查看功能：实训平台需提供团队进度查看的功能，在团队模式下，学生可以查看团队成员正在进行的任务，已完成的任务数量，总任务数等，一方面学生可以实时了解
--	--	--

		团队成员的进程，另一方面，学生通过知晓其他团队成员所在岗位角色需要完成的具体任务来增加自己对其他岗位的认知。 20. 在团队模式下，软件需提供团队内容互相查看的功能，团队所有成员可实时查看队友的操作记录、选品内容及脚本设计等关键数据，学生可以通过查看队友的决策来辅助自己做决策，有效提升学员的团队默契度、决策互补性和协同作战能力。 21. 软件需提供多维度的竞技排名功能，包含“直播之星”个人榜与“直播达人团”团队榜两大核心模块。个人榜单实时展示实验班级 TOP10 学生的成绩，团队榜单则动态呈现 TOP10 战队成绩及本队排名变化。系统通过数据对比功能，帮助学员精准定位能力差距。 22. 提供直播商品管理功能，教师可根据需要，对直播的商品进行增加与删除操作，对直播商品进行管理，提高直播实训的灵活性。 二、业务参数 1. 软件需提供一套综合教学课程案例，教学项目包括直播前的准备阶段、直播技能的专项训练、直播带货的具体执行，以及直播活动后的复盘分析四大模块。 2. 选品和排品：需对商品的信息进行分析，对直播间商品进行选择，从直播商品的性质出发，确定商品类别，并根据爆品、利润品、福利品的特性，进行排名，助力直播的顺利进行。 3. 单品脚本设计：需结合对优秀单品脚本文案的拆解，通过对这些文案的细致分析，了解直播单品脚本的架构，在此基础上，进一步结合了企业提供的产品详细资料，设计直播单品脚本，充分展现产品的独特魅力，精准触达目标受众的需求与痛点。 4. 线下直播间的搭建：需根据具体的直播情境需求，进行了全面而细致的灯光设备选择等，通过科学的配置，从而确保直播画面的清晰度的同时，也充分展现了直播内容的科学性与专业性。 5. 评论设置：在开始直播之前，需观察总结以往直播间或同类型直播间问的较多的问题，基于这些问题在直播中控台精准配置自动回复和快捷回复内容，聚焦“重复性高、答案固定”的问题设置自动回复，确保用户即时获取答案；针对需灵活补充的问题设置快捷回复，提前编辑好话术模板，方便直播中快速调用，减少用户等待时间。 6. 直播预热视频制作：需根据软件提示锁定适配的对标视频，从多维度进行拆解学习，分析其背后的设计逻辑，提炼可复用的优质经验，结合自身预热目标，策划视频脚本，细化每一个镜头的“景别、画面内容、台词 / 字幕、时长、音效”等核心要素，最终对照完整的预热视频脚本，完成预热视频
--	--	--

		的制作。 7. 直播模仿训练：需以软件提供的优质直播对标视频为核心学习载体，独立完成从语速、语气到神态的综合模仿，初步体验直播带货，增强初步直播带货的信心与方向感。 8. 直播单项训练：在主播话术技能提升阶段，应用环节化训练模式与音频智能分析技术辅助完成直播各环节的专项能力强化。通过案例背景，引导学生基于主播全流程表现目标，进行业务需求（开场、互动、讲解、促单及下播等环节话术）与技术需求（话术模板、音频上传与在线录制、语音识别、时长与语速分析、自动评分）的梳理，运用软件功能得出各环节训练结果。学生可通过平台上传已录制的训练音频或直接在线录制音频，系统自动对音频进行语音识别，准确提取语音内容的时长与语速，并依据预设的话术标准与评价指标，实时进行系统自动打分与反馈。 9. 违禁词识别训练：需深入了解直播间常见的违禁词，通过游戏化的方式，巧妙地将违禁词融入其中，通过不断挑战和练习，提高主播对违禁词的识别能力和敏感度避免直播间被封禁等严重后果。 10. 商品管理训练：需采用游戏化训练框架搭建商品运营专项练习场景，利用游戏化的方式，识别商品讲解顺序，考验学生对商品的熟悉程度以及在繁多商品中的上架手速，最终形成系统化的商品运营能力。 11. 直播互动训练：需采用游戏化训练模式构建用户评论处理专项练习场景，在规定的时间内对用户的评论信息进行辨别，重点训练“准确区分评论属性”，逐步提高“快速反应 + 精准响应”的评论处理能力。 12. 运营能力训练：需依托呈现的直播数据大屏核心指标，精准捕捉直播过程中的关键信号，根据直播数据大屏的反馈及时调整直播节奏，应对各种情况，实现运营应对能力的系统化提升。 ★13. 客户回复训练：在客服沟通能力提升阶段，应用游戏化交互与自动化模拟技术辅助完成客户回复的专项强化。通过案例背景，引导学生基于即时响应与精准答复目标，进行业务需求（产品知识熟悉度、回复速度、专业话术运用）与技术需求（倒计时机制、自动模拟客户询问、自动跳转下一问题、游戏开始后隐藏客服资料）的梳理，运用软件功能得出各轮回复的训练结果。训练过程中，系统自动模拟客户发送问题并开启倒计时，学生需在规定时间内完成回复；回复后系统自动推送下一条客户问题；游戏开始后客服资料自动隐藏，强化学生对产品知识的记忆与灵活运用能力（需提供功能截图作为佐证材料）。 ★14. 直播带货：在直播执行与数据决策阶段，应用直播控制台与数据参谋工具辅助完成带货全流程闭环。通过案例背景，引导学生基于真实直播场景目标，进行业务需求（直播间画
--	--	---

			面管理、弹幕互动、商品排序、实时数据监控)与技术需求(直播端口对接、数据大屏可视化、历史数据分析)的梳理,运用软件提供的直播端口得出实践结果。依托直播控制台模块,学生可查看直播画面与弹幕等实时数据,支持用户发言筛选、禁言、回复置顶操作,批量添加商品至直播间并进行商品排序与讲解;同时使用数据参谋模块查看开播情况与历史场次数据(流量、商品、互动等),支持历史直播视频回放查看及下载、评论数据查看及导出(需提供功能截图作为佐证材料)。 15. 直播工作复盘:需结合平台提供的复盘资料,从主播表现、运营策略、引流效果三个维度深度拆解,梳理问题、弥补短板,查漏补缺,为下一次的直播做足准备,最终通过持续复盘实现直播各项能力的稳步提升。 16. 直播数据分析:需通过分析直播后的数据,从商品角度和直播流量角度,计算变现指标和流量指标,从分析中发现直播中存在的问题,并给出优化策略,提升直播效果和销售业绩。
4	农产品产业AI电商全链路运营平台(核心产品)	1套	一、功能参数 1. 平台首页个性化仪表盘:支持教师根据使用习惯个性化配置快捷操作入口;集成实验看板可视化工具,实时监控与调控实验进程;提供灵活的开关控制,支持按需定制首页功能布局。 2. 教师管理:支持管理员创建并管理课程教师信息,对教师功能权限与课程授权进行精细化管理。 3. 行政班级管理:支持以行政班级为单位,快速新增或批量导入学生信息,实现学生基础数据的全面维护与管理;平台提供批量创建学生账号的功能,可通过指定学号区间和统一密码,快速新增账号。 4. 教学班级管理:支持按照课程创建教学班级;平台提供协同教学模式,支持多位教师共同参与教学班级的基本信息与任务管理。 5. 课程管理:平台支持课程个性化分类与精细化管理,教师可对课程进行分类和对课程内容进行管理;提供二次开发的功能,支持教师创建个人的课程资源。 (1)知识图谱:平台的知识图谱功能提供两种视图模式,在编辑模式下,它呈现为可自由扩展的树状结构,支持用户便捷地增删二级、三级知识节点;退出编辑后,系统自动将结构转化为可视化的知识图谱,所有节点以球形样式清晰布局于画布之上,并通过连线直观展示其逻辑关联,形成结构一目了然的知识网络。 (2)资源中心:资源中心深度整合多元化教学资源,涵盖课程教学、实践案例、产业前沿与拓展学习四大板块,精准对接教学需求。 ①课程教学:服务于日常教学配套教材技能点开设任务,提

		供任务选择、任务目标、知识准备、课堂实训、拓展实训、实验资料、数据中心、文件列表功能，支持自由选取单项或多项功能完成任务构建与设置。 ②实践案例：可服务于综合应用、课程考核及比赛。该模块涵盖案例背景、任务选择、任务实训、实验资料、数据中心、文件列表等功能，用户可根据需要自由选取单项或多项功能，快速完成内容的构建与设置。 ③产业案例：可服务于地区校企合作设立的特色案例资源，致力产业人才培养。该模块涵盖案例背景、任务选择、任务实训、实验资料、数据中心、文件列表等功能，用户可根据需要自由选取单项或多项功能，快速完成内容的构建与设置。 ④拓展学习：可服务于课程外关联拓展学习资源，该模块支持用户选取富文本模板、场景模板，自由完成内容拓展构建。 ★（3）平台具备案例设计模板库，涵盖至少七大精选模板类别，包括富文本模板、场景模板、客观题模板、泳道图模板、数据 3D 透视模板、多功能教学创作模板、数字化工具通用模板等。其中，富文本模板支持快速排版图文、课件、设置超链接；场景模板支持角色对话情景教学，支持自定义场景图片、职位、角色、角色发言；泳道图模板支持拖拽式流程设计，实现自定义任务流程；数据 3D 透视模板支持货位优化等多场景 3D 交互，支持设置任务描述图文上传附件、设置超链接，支持开启学生规划结果上传功能；多功能教学创作模板支持设置任务描述图文上传附件、支持开启学生图片结果上传、开启作品社区，同时还支持视觉子模板设计，涵盖图文设计、H5 设计、网店设计；数字化工具通用模板为综合工具集，涵盖内置数据可视化工具、BI 互动决策、BI 作品上传、Python 引导式编程、Python 自主编程、SQL 代码、Excel 下载答题、报告题，全面支撑实训任务（需提供功能截图作为佐证材料）。 （4）实验安排：平台支持为课程教学、实践案例、产业案例等不同实验分类创建实验安排。其中，基础设置支持配置实验名称、实验班级与实验时间；实验设置支持选取教学资源，并可分项目设置是否启用内容展示、答案展示及操作指引。教师可提前关闭或延期实验。平台支持设置自评与互评，可配置每组人数、自评/互评/教师评分的占比及起止时间。 （5）实验看板：平台提供班级选择、实验选择，通过可视化图像实时展现学生的实验情况，支持查看学生在线率、学生完成情况、子任务未答率、实验任务平均时间、实验任务争取率，并且支持查看各项指标详情，通过导出信息按钮导出详情表。 6. 试题中心：根据课程知识图谱知识点内置标准题作为教师用于课程知识考核的组卷资源；内置丰富多样的标准试题资源，涵盖单选、多选、不定项、判断、填空、问答和综合题等多种题型，同时支持上传包含图片信息的题干和选项；填
--	--	---

		空题支持多个空格位置互换识别判分。 7. 试卷管理：提供高度灵活的试卷创建与配置功能，支持技能题、理论题以及技能+理论三种多样化组卷方式，理论题组卷支持根据考核范围与题目数量智能筛选，人工选题支持系统内置资源选题，同时支持教师上传试题资源，方便教师快速导入自己命题的试卷，满足个性化命题需求。 8. 考试安排：用于课程考核和学科竞赛，考前支持详尽的考核信息与评分规则设置，包括但不限于考试内容、时长、漏选/答错扣分规则及人工评分隐私保护等，确保考试公平公正。考试过程中，提供灵活的考试管理功能，如禁考控制、考试时间调整等，以应对突发情况，保障考试顺利进行。 9. 课堂演示：平台提供课堂演示功能，支持教师以学生实训视角进入案例演示场景，同时提供教学白版和演示答案导入方便教师进行课程备课或课堂教学。 10. 课堂任务布置：平台支持从试题中心中随机抽取题目发布课堂任务，学生通过扫描二维码即可参与答题。系统自动统计并展示学生参与率与题目正确率，帮助教师即时掌握学情。 11. 成绩管理：可以查看学生实验和考试的成绩结果，并提供学习画像功能对考核结果进行深度可视化分析呈现，同时提供学习档案可以快速查找某个同学的学习成果。 （1）实验成绩及考试成绩：可以查看学生的实验、考试成绩同时提供人工评分入口，教师可以通过人工评分功能对学生答卷进行对错判断、文字标注及题目点评。 （2）学习画像：根据学生成绩对学生学习结果进行可视化分析，提供不同区间得分人数汇总、学生成绩分析、参与学生人数、最高分、最低分、学生平均分、学生平均完成进度、学生工具应用情况、正确率前5试题、错误率前5试题、学生实训时长分析、各任务学生答题情况。从班级整体得分情况、数字化工具应用情况、题目掌握程度等多个维度进行分析。 （3）一站式学习档案管理：支持快速查阅班级内任意课程学生的学习成果，同时支持下载备案，确保学习数据的完整性与安全性。 12. 数据中心：实施严格的数据备份与恢复策略，系统采用自动化机制定期执行全面数据备份，确保数据安全性与完整性。支持管理员对系统的某个课程或者整个系统进行数据还原，有效抵御外部因素导致的数据丢失风险。 13. 平台集“学、练、考、评”四大功能于一体，构建起一个全方位、立体化的学习生态体系。教师可依据课程进度灵活切换学习场景，确保教学活动的连贯性与针对性，为学生打造沉浸式学习体验。 14. 平台支持教师为小组主观题开启自评与互评。功能开启后，学生可在组内进行互评和自评打分。 15. 平台具备考试通知功能，可向学生推送完整的考试信息。
--	--	---

		包括考试的起止时间、时长、允许进入时间、参与的班级以及考试入口。 16. 采用项目导向型学习模式，将知识准备、知识考察、课堂实训、拓展实训等关键环节有机融合，形成理论与实践并重的教学闭环。加深学生对知识的理解，提升其在实际场景中的应用能力。 17. 集成了包括 Python 编程、可视化工具、Excel 应用、BI 数据分析在内的多种数据分析工具，并提供详尽的操作指南与参考答案，助力学生快速掌握数据分析技能。特别是 Excel 运用部分，支持上传作答文件并智能评分，学生可即时下载改卷结果，查看作答详情，系统还会高亮显示错误位置，帮助学生迅速定位知识盲点，加速学习进程。 18. Python 工具提供多种考核方式，分别有参数考核、排序考核、选项考核、挖空考核和模拟运行考核（对算力有高要求的题型）五种形式。教师可根据学生的编程基础灵活选择不同的考核方式，对教学质量进行检查。学生可根据编程需求，在 Python 工具的“技术需求转化”中按导向提示，完成内置脚本代码的补充，也可直接在“需求实现”模块，通过自主编写代码的模式，实现编程。执行完毕后，通过“执行并显示结果”模块，以图片、文档（包括但不限于 PDF、Word 等）等多元化、高清晰度的形式，直观呈现分析结果，并配有对应的下载功能。 ★19. 智能评分。利用 AI 技术，根据教师预设的参考答案与评分规则，对学生问答题进行精准、高效地评分，并详细展示评分过程与依据。 （1）AI 评分支持简单题型和复杂题型，简单题型为单一题干对应单一问题，复杂题型为单一题干对应多个子问题，对每个子问题进行独立评分，并汇总形成最终成绩，确保评分的全面性与准确性。 （2）Python 代码 AI 评分：结合题目信息及学生编写的 Python 代码，利用 AI 从基础语法、功能实现等角度，对学生编写的 Python 进行评分，并且给出优化建议及得分原因。 （3）SQL 代码 AI 评分：AI 对学生编写的 SQL 语句进行解析，并通过题目信息判断学生编写 SQL 代码是否符合题目需求，最终给出评分及优化建议（需提供功能截图作为佐证材料）。 ★20. 智能助学。提供基于大语言模型、知识库、智能体的多模式智能问答；提供问答收藏、分享、点赞功能；提供历史对话分析，生成词云图和词频统计数据；提供定制 AI 助学角色、性别、回答问题方式、个性；提供个人学情分析，通过分析学习数据，生成学习进度与知识点掌握情况，提出个性化建议；提供用户问题优化精灵，对用户输入的问题进行智能分析和优化，提供十个参考问题，从而提升 AI 助学的回答质量和交互体验（需提供功能截图作为佐证材料）。 21. 智能助管。AI 算力灵活调度，支持基于开源模型的本地
--	--	---

		化部署方案，无缝集成云算力服务。提供一站式智能应用搭建解决方案，教师可快速创建、配置专属知识库和智能体，为教学与学习提供定制化服务。提供学情分析查询，根据课程、班级查看某一学生的学习进度与知识点掌握情况以及个性化建议。 22. 智能代码辅助。支持自然语言的代码转化，学生可以在此功能中输入所需功能的逻辑信息，AI 将识别学生的需求并输出对应的 Python 代码。支持 Python 代码解析，学生可以将 Python 代码输入此功能中，AI 会对代码进行分析，为代码添加逻辑注释，分析代码可能存在的漏洞，引导学生理解并优化 Python 代码。 二、业务参数 1. 软件需至少提供一个教学课程综合案例，教学项目涵盖认识 AI 与 BI、AI 电商营销方案策划、AI 文案创作与生成、AI 电商图片制作、AI 视频制作、AI 数字人应用、AI 数据分析、AI 智能体创建八大模块，并提供不少于 30 项实训任务、不少于 60 个知识准备学习资料课件。 2. AI 与 BI 基础认知：深入探索 AI 的类型及其发展历程、BI 电商应用场景与影响，旨在发掘能够解决电商领域特定问题的 AI 和 BI 工具；全面了解当前主流的生成式 AI 工具，涵盖文本、图片、视频及 AI 数字人等多个方面，并深入理解这些工具如何在实际问题中发挥作用。 3. 设计提示词模型：需基于实训项目的具体背景，遵循文本提示词的基本框架进行创意撰写，同时重点关注绘画提示词的特殊性，从主题、氛围、风格等维度对提示词进行拆解与结构化设计，形成符合绘图需求的提示词；将设计好的提示词输入 AI 工具，输出对应的图像。 4. 电商市场分析：需能够利用 AI 工具快速且全面地捕捉电商市场的最新动态与概况，确保对市场变化保持高度敏感，借助 AI 强大的算法分析能力，对收集到的市场数据进行深度挖掘，提炼出有价值的信息，掌握利用 AI 技术撰写电商市场分析报告的方法。 5. 新媒体人设策划：需依托 AI 工具和实训背景资料，获取新媒体创意策划的灵感，形成独特策划思路；充分利用 AI 技术的强大功能，生成一系列账号包装素材，精准策划新媒体平台账号人设。 6. 电商营销方案制定：需结合市场趋势、目标用户群体特征及产品特点，运用 AI 工具，通过不断追问的方式，优化提示词，对营销方案的各个细节进行细致打磨和完善，制定一份全面、切实可行且充满创新性的电商营销方案。 7. 电商场景文案创作：需能够灵活运用 AI 文案生成工具，完成电商场景下各类文案的创作与优化工作，包括为上架产品打造吸引人的宝贝标题、设计引人注目的主图文案，以及撰写详情页文案等。
--	--	---

		8. 短视频脚本智能生成：需针对企业特性和商品独特卖点，借助 AI 工具的智能分析能力，快速生成初步的短视频脚本框架，结合短视频创作的专业知识，通过不断调试提问策略，进一步优化脚本内容，加速商品销售转化。 9. 直播脚本智能定制：需以企业背景和商品特性为依据，借助 AI 的智能分析生成功能，自动产出初步的直播脚本内容；通过持续调整和优化提问方式，进一步优化互动话术与促单话术，使最终的脚本内容能够紧密贴合直播互动场景。 10. 客服话术的智能化设计：需基于产品信息，利用 AI 在处理大数据、理解复杂情境以及和模拟人类对话方面的能力，结合专家扮演法，精心设计 AI 提示词，并生成高效、专业的售后服务客服话术。 11. 主图设计和生成：需基于提供的商品信息，通过运用提问技巧来深入挖掘主图的设计思路。在此基础上，充分利用阿里妈妈创意中心这一强大的 AI 工具，凭借其强大的算法与生图能力，根据预设的创意与风格指南，快速生成多个高质量的主图设计方案，熟练掌握利用 AI 机器人进行批量商品主图设计的要点。 12. 商品详情页设计：需深入分析商品信息，规划详情页整体布局，以 AI 工具为辅助生成设计元素，确保清晰直观地呈现商品核心卖点与特色，以此提升工作效率与设计质量。 13. 创意海报设计：梳理活动海报需突出的核心信息，如活动标题、时间、二维码等，确定关键设计要点；选定匹配的 AI 设计工具，按工具要求输入海报主题、风格等提示词，生成初始海报；用图片处理 AI 工具去除海报多余文字部分，调整海报的清晰度、文字排版等细节。 14. 产品宣传视频制作：需根据给出的商品信息和企业背景，运用不同的提问方法，熟练掌握利用 AI 机器人进行商品宣传视频设计的要点整理，并通过 AI 视频工具，生成商品宣传视频。 15. 数字人播报内容制作：需通过使用先进的 AI 工具，塑造合适的数字人，并生成高清晰度的视频背景，并根据产品信息，将产品的详细内容转化为数字人的语音播报形式，全方位体验 AI 数字人在产品信息传播领域的创新应用。 16. AI 与 Excel 应用：需基于企业数字化实训场景的深度需求，收集市场上售卖商品数据，运用 AI 对话工具，自动生成 excel 分析公式，对商品的属性进行分析；同时进一步通过自然语言交互驱动 AI 生成标准化 VBA 宏模块，识别全年各月份销售数据中的时间序列特征，自动完成数据合并、维度归一化处理，输出 vba 宏代码，通过 AI 与 excel 工具的深度融合，将传统费时的月度经营分析流程压缩到极短的时间完成。 ★17. AI 进行数据分析：在电商数据深度挖掘阶段，应用 AI 辅助分析与 Python 代码自动生成技术完成多维度数据洞察与建模。通过任务目标与知识准备，通过案例情景，引导学
--	--	--

		生基于用户行为分析与渠道效果评估目标,进行业务需求(购买影响因素识别、渠道投入产出量化)与技术需求(AI 在线分析、相关系数计算、Python 代码生成与调试、线性回归建模)的梳理,运用 AI 工具与平台 Python 环境得出模块分析结果。获取用户行为多维度数据集(登录、页面浏览、观看时长、转发直播间等核心指标),通过 AI 在线分析工具快速计算各指标与购买行为的相关系数矩阵,量化用户购买的关键影响因素;进一步利用 AI 生成高质量 Python 代码,经平台部署的 Python 环境在线调试,自动执行数据分析任务,如收集各渠道费用与销售额,运用线性回归模型构建渠道投入-收益量化关系,输出费用分配优化参数(需提供功能截图作为佐证材料)。 ★18. AI 进行可视化绘制:在数据可视化呈现阶段,应用 AI 自动化绘图与 Python 可视化代码生成技术辅助完成多场景图表输出。通过任务目标与知识准备,通过案例情景,引导学生基于品类及用户反馈分析目标,进行业务需求(高贡献品类定位、产品属性优先级划分)与技术需求(AI 在线可视化引擎、Python 可视化代码生成与调试、卡诺模型构建)的梳理,运用 AI 工具与平台 Python 环境得出模块分析结果。利用 AI 在线数据分析工具对数据集进行自动化处理,如收集品类销售与利润数据后借助 PowerBI 生成柱形图,快速定位高贡献品类及潜在亏损点;同时利用 AI 技术自动生成高质量 Python 可视化代码,在平台 Python 环境中完成在线调试,结合生成式 AI 进行代码解答与分析,最终生成各类可视化图像,如基于 400 条消费者对产品不同属性的评价数据,通过“AI+Python”组合输出卡诺模型四象限分析图,明确产品属性的优先级(需提供功能截图作为佐证材料)。 19. 智能体建立与管理:需基于先进的 AI 大语音模型技术,创建高度智能化的智能体。确保智能体能够准确理解并响应各种复杂的客服问题,使智能客服能够根据提问,智能创作出客服回复方案。 20. 行业知识库设计与实施:需通过产品信息构建专业知识库,并将知识库上传,为客服智能体提供了信息支持。 ★21. 训练 AI 智能客服:在智能客服模型微调阶段,应用开源大模型与参数调优技术辅助完成电商客服专用模型的训练与评估。通过任务目标与知识准备,通过案例情景,引导学生基于智能客服服务目标,进行业务需求(记忆力、理解力、推理能力)与技术需求(语料库构建、参数设置、模型训练与评估)的梳理,运用模型训练技术得出模块分析结果。平台提供上千条电商客服分录语料库作为训练数据,基于开源大模型设置学习率、训练轮数、批处理大小、Lora 秩、Lora 缩放系数等参数;通过问答方式评估模型在记忆力、理解力、推理能力等方面的表现;针对模型的缺陷(如同义替换、情感理解、计算能力)进行新一轮训练,调整语料库与相关参
--	--	--

			数以优化模型表现（需提供功能截图作为佐证材料）。
5	基于农产品产业的典型生产实践项目案例开发	1 个	立足南阳特色农产品产业发展，结合重点企业行业背景、发展前景及经营状况，筛选至少 1 家本地特色企业作为产教融合合作单位。由企业提供信息资料，经数据脱敏处理后，形成至少 1 个典型生产实践案例。
6	直播屏幕	2 台	屏幕尺寸： ≥ 43 英寸 分辨率： $\geq 1920 \times 1080$ (FHD) 触摸类型：红外触摸 触摸点数： ≥ 20 点触控 亮度： $\geq 300 \text{cd/m}^2$ 内存： $\geq 8\text{G}+128\text{G}$
7	采集卡	2 个	采集接口：USB-C (4K/144Hz, 且向下兼容) 环出接口：HDMI OUT (4K/144Hz, 且向下兼容) 输入接口：HDMI IN (4K/144Hz, 且向下兼容) 采集格式：YUY2/NV12/1420/RGB24/MJPEG/P010 音频输出：3.5mm 音频输出 音频输入：3.5mm 麦克风输入 音频线路输入：3.5mm 调音台输入 驱动：免驱使用
8	监听耳机	2 个	类型：头戴式 阻抗：32 灵敏度：105 dB 频响范围：8~48500 (Hz) 插头规格：6.35/3.55mm
9	图文直播终端设备	2 套	1、感光元件：背照式 CMOS 传感器，尺寸 $\geq 22 \times 14 \text{mm}$ ，有效像素 ≥ 2000 万； 2、视频拍摄： （1）4K 30p：支持超采样录制，采样源分辨率不低于 4K； （2）4K 60p：支持录制，采用 APS-C 裁切模式； （3）1080P 120fps 升格慢动作视频录制； （4）机内直录支持 10bit 4:2:2 采样，内置专业 Log 调色曲线、电影质感直出彩预设； 3、对焦性能：高密度相位检测自动对焦，支持人眼、猫狗动物眼部识别对焦； 4、感光度：原生 ISO 范围 100 起步，原生最高感光度 ≥ 32000 ，支持感光度扩展； 5、屏幕：3 英寸侧翻式触控液晶屏，支持触控对焦、参数调节； 6、音频：机身集成指向型内置麦克风，适配短视频、直播收音； 7、续航：专用大容量锂电池，静态照片续航 ≥ 570 张，连续视频录制时长 ≥ 110 分钟； 8、机身重量：裸机重量 $\leq 420\text{g}$ ，轻量化设计，适配手持、稳定器拍摄。

			9 镜头：配套标准变焦镜头，等效 24-70mm 及以上区间，带光学防抖，最近对焦距离 $\leq 0.3\text{m}$ ，支持近距离特写拍摄。
10	电商直播终端设备	1 套	1、感光元件：全画幅 CMOS 传感器，有效像素≥ 2400 万，支持高画质细节输出。 2、机身防抖：内置防抖系统，机身防抖等级≥ 5 级，支持手持高清视频稳定拍摄。 3、高速连拍：机械快门最高连拍速度≥ 10 张/秒，满足高速抓拍需求。 4、感光度范围：原生 ISO 100 - 51200，支持扩展低感光度与高感光度，扩展范围覆盖 50 - 204800。 5、显示屏：配备 3 英寸侧翻式触控液晶屏，支持触控对焦、参数调节、自拍及直播取景。 6、电子取景器：内置 OLED 电子取景器，像素≥ 360 万点，强光环境可视清晰。 7、存储配置：配备双高速存储卡插槽，支持高速存储，满足高码流视频持续录制不卡顿。 8、续航性能：配备专用大容量锂电池，标准拍摄场景静态照片续航≥ 550 张。 9、镜头：适配通用卡口，全画幅 85mm 人像定焦，最大光圈$\geq F1.4$，最小光圈$\leq F16$。采用多组多片精密光学结构，配备低色散光学玻璃。
11	麦克风	2 个	1、麦克风指向性：全指向拾音模式，全方位均衡收录人声，适配直播、采访、视频录制场景。 2、麦克风灵敏度：麦克风单体规格 $-36 \pm 1 \text{ dBV}@1 \text{ kHz}$，94 dB SPL，人声拾音灵敏均衡，音量动态表现优异。 3、信噪比：$\geq 72 \text{ dB}$，有效抑制环境底噪，人声纯净无杂音。 4、采样频率：最高 48 kHz 专业音频采样，还原真实人声细节。 5、采样深度：支持 32-bit 浮点/24-bit 音频采样深度灵活切换，满足专业后期混音、无损录音需求。 6、等效噪声：$\leq 22 \text{ dBA}$，超低底噪，适配专业高清音频录制。 7、充电盒电池类型：内置 Li-ion 锂离子电池，安全稳定、循环寿命长。 8、电池容量：充电盒电池容量 1950 毫安时，续航持久，满足长时间户外、室内录制需求。 9、充电规格：支持最大 5V/3A 快充输入，充电高效稳定，兼容主流快充适配器。 10、充电时间：整机充满电时长约 1.5 小时，快速补能、随充随用。
12	专业直播摄影灯	2 套	显色指数：CRI≥ 96 色温：3200-5600k 功率：200w 调光范围：10%-100% 操控方式：遥控/机身

			产品净重：≥1.38kg
13	三脚架	2 个	1、产品型号：专业便携摄影三脚架，支持三脚架/独脚架两用模式，适配相机、补光灯、直播设备架设。 2、主体材质：航空级加厚铝合金材质，高强度抗形变，轻量化机身兼顾稳定性与耐用性。 3、整体承重：设备整体最大承重≥8KG，云台独立承重≥8KG，支持常规直播、摄影设备稳定承载。 4、结构规格：四节脚管扳扣式锁紧结构，收纳高度≤43cm，最大展开高度≥172cm，多档位高度可调，适配多场景拍摄。 5、云台配置：38mm 大球径阻尼球形云台，支持 360° 水平旋转、多角度俯仰调节，带实体握把，阻尼顺滑可控，取景构图灵活。 6、功能设计：支持中轴倒置微距拍摄、独脚架拆分使用，自带水平仪辅助校准，无需强制配置中轴承重挂钩，适配直播、外景拍摄、静物摄影等场景。 7、产品净重：整机净重≤1.5KG，便携易收纳，适合室内外移动拍摄作业。
14	提词器	2 个	屏幕尺寸：≥41.5*39*1.2cm 提词器尺寸：展开≥82*43cm，折叠≥44.5*37cm
15	商品展示架	2 个	直径：≥25cm；承重：≥10KG；转速：≥20s/圈；旋转角度：360°
16	电动绿幕	2 副	尺寸：≥2.8m 宽*2.5m 高；安装方式：壁挂或吊装；采用专业抠像幕布，达到专业演播室抠像效果，没有褶皱，便携折叠抠像绿幕（蓝幕）两色可选，适合直播演播室拍照，微课教学的抠图摄影
17	直播工作台	4 张	桌板材质：≥E0 级环保桌板 尺寸：≥1.4*0.7m 桌板颜色：白色 桌腿颜色：白色 电机数量：双电机 升降范围：700-1190mm（不含桌板） 酌加材质：优质冷轧钢 升降速度：≥25mm/s 安全承重：≥100KG
18	直播椅	4 把	面料材质：皮质；钢制脚：五金管铁质；不可折叠；可升降；可旋转；固定扶手。
19	无线路由器	1 个	LAN 接口：≥1 个 GE 口 LAN/WAN 接口：≥2 个 GE 口+1 个 2.5GE WAN 接口：≥1 个 GE 口 工作频段：2.4GHz，5GHz 无线速率：≥5400 Mbps 天线：外置≥6 根 5dBi 增益全向天线 功能：支持防火墙出入站策略，支持≥16 个 VLAN，支持多 WAN 口负责均衡，支持路由器 AC 功能，支持用户上网行为管

			理功能，支持 Qos，支持流量监控
20	直播间隔断	1 项	防火、隔音棉石膏板隔断，含龙骨安装、封板、填充、板缝处理，符合国家防火标准，隔音达到国家标准。尺寸根据现场定制。面积 $\geq 15\text{m}^2$
21	教室隔断	1 项	3C 认证钢化有框玻璃，厚度 $\geq 5\text{MM}$ 含安装费，产品符合国家标准，尺寸根据现场定制。面积 $\geq 10\text{m}^2$
22	文化建设	1 项	PVC 打底，亚克力做表面，墙面做石膏板造型，中间凹槽部分藏灯带，含布线、开关、亚克力材质，含内容设计、制作及安装，尺寸及形状根据现场定制，文化展板数量 ≥ 8 块，总面积不少于 10m^2 。
23	综合布线	1 项	直播间布线，含光纤、插座、六类网线、铜芯线、直播间设备等线材、辅材以及施工，产品符合国家标准。面积 $\geq 50\text{m}^2$
24	墙面处理	1 项	清理墙面文化装饰；原墙面修补后，采用软胶漆重新粉刷 2 遍；其他区域墙面粉刷。面积 $\geq 80\text{m}^2$
25	直播间定制柜	2 组	厚度 $\geq 25\text{mm}$ 颗粒板、带灯带，尺寸 $\geq 2.7*3*0.4\text{M}$

第六章 磋商响应文件格式

_____项目竞争性磋商

响应文件

项目编号：

响 应 人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

日 期： 年 月 日

响应文件目录

- (1) 报价函及报价函附录
- (2) 法定代表人身份证明（适用于无委托代理人的情况）
- (2) 法定代表人授权委托书（适用于有委托代理人的情况）
- (3) 响应承诺函
- (4) 响应人资格证明文件
- (5) 商务技术偏离表
- (6) 安装调试方案
- (7) 供货方案
- (8) 售后服务方案
- (9) 质量保证措施
- (10) 培训方案
- (11) 反商业贿赂承诺书
- (12) 其他资料

一、 报价函及报价函附录

（一）报价函

致：（采购人或采购代理机构名称）

1. 我方已仔细研究了_____（项目名称）采购项目竞争性磋商文件的全部内容，愿意以人民币（大写）_____（¥_____）的磋商总报价，交货期_____，按合同约定完成全部工作。

2. 如果我方成交，我方将按竞争性磋商文件的规定签订并严格履行合同中的责任和义务，在签订合同时不向你方提出附加条件，按照竞争性磋商文件要求提交履约保证金，在合同约定的期限内完成合同规定的全部内容。

3. 我方已详细审查全部竞争性磋商文件，包括修改文件以及全部参考资料和有关附件。我方完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力。

4. 磋商有效期为提交首次响应文件的截止之日起__60__日历天。

5. 我方在此声明，所递交的响应文件及有关资料内容完整、真实和准确，且不存在第二章“响应人须知”第 1.4.3 项规定的任何一种情形。

6. 我方同意提供按照贵方可能要求的与其磋商有关的一切数据或资料，完全理解贵方不一定接受最低价的响应。

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

日期： 年 月 日

（二）1. 报价函附录（第一轮报价）

项目名称	
响应人	
采购范围	符合第二章“响应人须知前附表”第 1.3.1 项规定
项目编号	
磋商总报价	大写：_____ 小写：¥ _____ （响应人应在此填第一次报价，但以响应人最后一次的磋商报价为成交价）
交货期	自合同签订生效之日起 60 日历天
质量标准	
磋商有效期	响应文件递交截止之日起 60 日历天
质保期	一年
备 注	

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

2. 响应分项报价表

项目名称：

项目编号：

序号	设备名称	品牌	规格型号	单位	数量	单价	小计	备注
1								
2								
3								
4								
5								
.....								

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

注：

1. 上述产品（货物/服务）中的报价应包含竞争性磋商文件中规定的全部内容。
2. 上述各项的详细分项报价及用于本项目的备品备件、专用工具、伴随的技术服务等其他内容，供应商如果认为需要写明，可另页描述。
3. 如果报价一览表与本表合计金额不一致的，以报价一览表合计金额为准。

二、 1. 法定代表人身份证明

响应人名称：_____

姓名：_____性别：_____年龄：_____职务：_____

系_____（响应人名称）的法定代表人。

特此证明。

附：法定代表人身份证复印件。

响应人：_____（盖章）

_____年_____月_____日

2. 法定代表人授权委托书

本人_____（姓名）系_____（响应人名称）的法定代表人，
现委托_____（姓名、职务）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清
确认、递交、撤回、修改采购项目响应文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：_____

代理人无转委托权。

附：法定代表人身份证复印件及委托代理人身份证复印件

响应人：_____（盖章）

法定代表人：_____（签字或盖章）

身份证号：_____

委托代理人：_____（签字或盖章）

身份证号：_____

_____年_____月_____日

三、响应承诺函

_____（采购人或采购代理机构）：

我单位在此郑重承诺, 如有以下情形之一的：

- (1) 在竞争性磋商文件规定的响应有效期内撤回投标；
- (2) 在响应文件中提供虚假材料；
- (3) 成交后无正当理由不与采购人或者采购代理机构签订合同；
- (4) 未能按竞争性磋商文件规定提交履约保证金；
- (5) 将成交项目转让给他人，或者在响应文件中未说明，且未经采购人同意，将成交项目分包给他人的；
- (6) 拒绝履行合同义务；
- (7) 与采购人、其他供应商或者采购代理机构恶意串通；
- (8) 在履约过程中未按竞争性磋商文件、成交的响应文件、生效的政府采购合同等约定, 提供货物、工程和服务；
- (9) 未按竞争性磋商文件规定缴纳招标代理服务费；
- (10) 存在其他违法违规行为。

我单位自愿接受被处以成交无效，采购金额千分之五以上千分之十以下的罚款并赔偿采购人及采购代理机构的损失，列入不良行为记录名单，在一至三年内禁止参加政府采购活动，有违法所得的，并处没收违法所得，情节严重的，由工商行政管理机关吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

四、响应人资格证明文件

独立承担民事责任的能力

供应商是企业（包括合伙企业），应要求其提供在工商部门注册的有效“企业法人营业执照”或“营业执照”的扫描件；供应商是事业单位，应要求其提供有效的“事业单位法人证书”的扫描件；供应商是非企业专业服务机构的，应要求其提供执业许可证等证明文件的扫描件；供应商是个体工商户，应要求其提供有效的“个体工商户营业执照”的扫描件；供应商是自然人，应要求其提供有效的自然人身份证明的扫描件。

商业信誉和财务会计制度

提供 2024 年度或 2025 年度经审计的财务报告或其基本开户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的扫描件。如供应商提供财务报告的，财务报告应包括“三表一注”，即资产负债表、利润表、现金流量表及其附注，供应商的成立时间少于供应商须知前附表规定年份的，应提供成立以来的财务报告。

履约能力

附具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的证明材料或具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺函（格式自拟）。

依法缴纳税收和社会保障资金

提供 2025 年 1 月 1 日以来至少一个月的依法交纳税收和社会保障资金记录证明文件的扫描件。依法免税或不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应文件证明其依法免税或不需要缴纳社会保障资金。

无重大违法记录

响应文件中附供应商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（格式自拟）

供应商不得存在的情形

我单位承诺：

我单位不存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股关系、管理关系、参股关系的不同供应商，同时参加同一标段的投标”的情况。

我方保证上述信息的真实和准确，并愿意承担因我方就此弄虚作假所引起的一切法律后果。

特此承诺。

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

信用记录

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）和豫财购[2016]15号的规定，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的企业，拒绝参与本项目政府采购活动（查询渠道：信用中国网站（www.creditchina.gov.cn）查询：失信被执行人、重大税收违法失信主体；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）。

采购代理机构在开标当天将对所有参与本项目投标的供应商的信用情况（失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单）进行查询、打印留存。若在开标当天查询到供应商有相关负面信息的，则该供应商为无效供应商。

五、商务技术偏离表

技术要求偏离表

项目名称：

项目编号：

序号	竞争性磋商文件条款	竞争性磋商文件的条款要求	响应文件的条款响应情况	偏离情况	说明
1					
2					
3					
4					
5					
6	...				
7	其他				

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

备注：

1、“偏离情况”一栏根据“响应文件响应内容”与竞争性磋商文件逐项对照的结果填写。偏离必须用“正偏离、负偏离或无偏离”三个名称中的一种进行标注。

商务要求偏离表

项目名称：

项目编号：

序号	竞争性磋商文件 条款	竞争性磋商文件 的商务条款要求	响应文件的商务 条款响应情况	偏离情况	说明
1	交货期				
2	付款方式				
3	质保期				
4	响应文件有效期				
5	...				
6	其他				

响应人：_____（盖章）

法定代表人或其委托代理人：_____（签字或盖章）

_____年_____月_____日

备注：

1、“偏离情况”一栏根据“响应文件响应内容”与竞争性磋商文件逐项对照的结果填写。偏离必须用“正偏离、负偏离或无偏离”三个名称中的一种进行标注。

六、安装调试方案

七、供货方案

八、售后服务方案

九、质量保证措施

十、培训方案

十一、反商业贿赂承诺书

我公司承诺：

在（采购项目名称）采购活动中，我公司保证做到：

1. 公平竞争参加本次采购活动。
2. 杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、政府采购代理机构工作人员、评审专家及其亲属提供礼品礼金、有价证券、购物券、回扣、佣金、咨询费、劳务费、赞助费、宣传费、宴请等；不为其报销各种消费凭证，不支付其旅游、娱乐等费用。
3. 若出现上述行为，我公司及参与磋商的工作人员愿意接受按照国家法律法规等有关规定给予的处罚。

公司法人代表（签字或盖章）：

法人授权代表（签字或盖章）：

响应人（公章）：

年 月 日

十二、其他资料

- 1、供应商简介
- 2、评标办法和采购需求中所要求的内容。
- 3、响应人认为有必要提供的其他材料。

政府采购政策说明

监狱企业、残疾人福利性企业、小型和微型企业产品价格给予扣除标准：

1、根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）的规定，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，采购人、采购代理机构应当对符合本办法规定的小微企业报价给予 10%（工程项目为 3%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 3% 作为其价格分。接受大中型企业与小微企业组成联合体或者允许大中型企业向一家或者多家小微企业分包的采购项目，对于联合协议或者分包意向协议约定小微企业的合同份额占到合同总金额 30% 以上的，采购人、采购代理机构应当对联合体或者大中型企业的报价给予 2%（工程项目为 1%）的扣除，用扣除后的价格参加评审。适用招标投标法的政府采购工程建设项目，采用综合评估法但未采用低价优先法计算价格分的，评标时应当在采用原报价进行评分的基础上增加其价格得分的 1% 作为其价格分。组成联合体或者接受分包的小微企业与联合体内其他企业、分包企业之间存在直接控股、管理关系的，不享受价格扣除优惠政策（本项目为专门面向中小企业项目，不再进行价格扣除）。

2、中标、成交供应商享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》规定的中小企业扶持政策的，随中标、成交结果公开中标、成交供应商的《中小企业声明函》。供应商提供的声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标、成交，依照《中华人民共和国政府采购法》等国家有关规定追究相应责任。

3、监狱企业视同小型、微型企业，投标人应提供省级及以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

4、残疾人福利性单位视同小型、微型企业，残疾人福利性单位须符合《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）要求，提供《残疾人福利性单位声明函》，提供的《残疾人福利性单位声明函》与事实不符的，依照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。中标、成交供应商为残疾人福利性单位的，随中标、成交结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

（1）中小企业声明函（货物）

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

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；制造商为（企业名称），从业人员___人，营业收入为___万元（从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报），资产总额为___万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）；制造商为（企业名称），从业人员___人，营业收入为___万元（从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报），资产总额为___万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

.....

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

企业名称（公章）：

日 期：

备注：

- 1、从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新企业可不填报。
- 2、中标人如为小型和微型企业的，随中标结果公开中标人的《中小企业声明函》。投标人提供声明函内容不实的，属于提供虚假材料谋取中标。
- 3、本次采购标的对应的中小企业划分标准所属行业均为工业。
- 4、根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知》（财库〔2022〕19号）的规定，对符合本办法规定的小微企业报价给予10%的扣除，用扣除后的价格参与评审。

（2）残疾人福利性单位声明函

（属于残疾人福利性单位的填写，不属于的无需填写此项内容）

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

本单位对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

供应商（企业电子签章）：_____

日 期：

备注：

1、中标或成交供应商为残疾人福利性单位的，随中标或成交结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

2、投标人提供的《残疾人福利性单位声明函》与事实不符的，依照《中华人民共和国政府采购法》第七十七条第一款的规定追究法律责任。

(3) 关于符合本国产品标准的声明函

本公司（单位）郑重声明，根据《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）的规定，本公司（单位）提供的以下产品属于本国产品。具体情况如下：

1. （产品名称 1）¹，生产厂为（厂名）²，厂址为（生产厂址）。（产品名称 1）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）³。（产品名称 1）的（关键组件）⁴在中国境内生产。（产品名称 1）的（关键工序）⁵在中国境内完成。

2. （产品名称 2），生产厂为（厂名），厂址为（生产厂址）。（产品名称 2）的中国境内生产的组件成本占比 $\geq$ （规定比例）。（产品名称 2）的（关键组件）在中国境内生产。（产品名称 2）的（关键工序）在中国境内完成。

.....

本公司（单位）对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，愿承担相应法律责任。

公司（单位）名称（盖章）：

日期： 年 月 日

1. 根据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）要求，政府采购活动中既有本国产品又有非本国产品参与竞争的，依法对本国产品给予价格评审优惠，对本国产品的报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。当采购项目或者采购包中含有多种产品，供应商为该采购项目或者采购包提供的符合本国产品标准的产品成本之和占该供应商提供的全部产品成本之和的比例达到 80% 以上时，依法对该供应商提供的全部产品给予价格评审优惠，即对该供应商提供的全部产品的总报价给予 20% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。

2. 中国境内生产的组件成本核算基本规则见《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）。

3. 产品如有型号，请在“产品名称”栏一并填写。

4. 生产厂名与厂址应与生产厂营业执照载明的相关信息保持一致。

5. 该产品的中国境内生产的组件成本占比相关要求实施前，“规定比例”栏可不填。

6. 该产品的关键组件要求实施前，“关键组件”栏可不填。

7. 该产品的关键工序要求实施前，“关键工序”栏可不填。

附件：

河南省政府采购合同融资政策告知函

各供应商：

欢迎贵公司参与河南省政府采购活动！

政府采购合同融资是河南省财政厅支持中小微企业发展，针对参与政府采购活动的供应商融资难、融资贵问题推出的一项融资政策。贵公司若成为本次政府采购项目的中标供应商，可持政府采购合同向金融机构申请贷款，无需抵押、担保，融资机构将根据《河南省政府采购合同融资工作实施方案》（豫财购〔2017〕10号），按照双方自愿的原则提供便捷、优惠的贷款服务。

贷款渠道和提供贷款的金融机构，可在河南省政府采购网“河南省政府采购合同融资平台”查询联系。