郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目

招标文件

项目编号：豫财招标采购-2026-1285

采购人：郑州电力高等专科学校

采购代理机构：河南省机电设备国际招标有限公司

日期：二〇二六年九月

目　录

特别提示 1
第一章 招标公告 1
第二章 投标人须知 4
投标人须知前附表 4
投标人须知 11
1. 总则 11
2. 招标文件 12
3. 投标文件 13
4. 投标 14
5. 开标 15
6. 评标 16
7. 合同授予 17
8. 纪律和监督 19
9. 是否采用电子招标投标 20
10. 需要补充的其他内容 20
附件：河南省政府采购合同融资政策告知函 21
第三章 评标方法和标准 22
评标方法前附表 22
（一）资格审查表 22
（二）形式评审表 22
（三）符合性评审表 23
（四）综合评分办法细则 23
第四章 合同 28
第五章 采购需求 40
一、 项目概况 40
二、 项目实施内容和范围 40
三、报价说明与合同结算 53
四、项目组织机构和人员要求 53
五、项目实施要求及工期 54
六、项目实施结果 54
七、质保要求 55

八、后续服务要求及其他.....55
第六章 投标文件格式.....56
第一部分资格证明文件.....57
一、法定代表人授权委托书.....58
二、具有独立承担民事责任的能力.....59
三、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度.....60
四、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力.....61
五、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录.....62
六、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.....63
七、无关联关系声明.....64
八、不参与围标串标承诺书.....65
第二部分商务、技术文件.....66
一、投标函.....67
二、投标报价表格.....68
三、投标人承诺函.....70
四、采购需求偏离表.....73
五、近年类似业绩.....75
六、项目实施方案.....77
七、售后服务方案.....78
八、培训方案.....79
九、投标人简介.....80
十、政府采购执行政策相关证明材料.....81
十一、投标人认为需要提供的其他资料.....88

特别提示

1、供应商注册

供应商首先通过“河南省公共资源交易中心（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）”网站进行注册，然后按网站公共服务（办事指南及下载专区）公共资源项目CA办理流程准备齐注册资料，最后到CA公司办理 CA密钥，完成注册。

2、投标文件制作

2.1 供应商通过“河南省公共资源交易中心（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）”网站公共服务（办事指南及下载专区）：下载“投标文件制作工具安装包压缩文件下载”等。

2.2 供应商凭CA密钥，并按网上提示自行下载每个项目所含格式（.hnzf）的招标文件。

2.3 投标人须在投标文件递交截止时间前制作并提交：

加密的电子投标文件（*.hntf格式），应在投标文件截止时间前通过“河南省公共资源交易中心（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）”电子交易平台内上传；

2.4 加密的电子投标文件为“河南省公共资源交易中心（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）”网站提供的“投标文件制作工具”软件制作生成的加密版投标文件。

2.5 投标人在制作电子投标文件时，除文件中特殊说明外，需要盖单位章的均指单位电子CA锁印章，个人签字或盖章的可以盖个人的电子CA锁印章或签字扫描件或物理印章扫描件。

2.6 招标文件格式所要求包含的全部资料制作在电子投标文件内，严格按照本项目招标文件所有格式如实填写（不涉及的内容除外），不应存在漏项或缺项，否则将存在投标文件被拒绝的风险。投标函及开标一览表，须严格按照格式编辑，并作为电子开评标系统上传的依据。

2.7 本项目采用远程不见面开标，不提交任何原件等其他资料，无原件核验内容，投标文件以外的任何资料采购人和采购代理机构将拒收。

2.8 投标人编辑电子投标文件时，根据招标文件要求用法定代表人CA密钥和企业CA密钥进行签章制作；最后一步生成电子投标文件（*.hntf格式和*.nhntf格式）时，只能用本单位的企业CA密钥。

3、评标前的澄清与变更

采购人、采购代理机构对已发出的招标文件进行的澄清、更正或更改，澄清、更正或更改的内容将作为招标文件的组成部分。采购代理机构将通过网站“变更公告”和系统内部“答疑文件”告知投标人，对于各项目中已经成功下载招标文件的投标人，系统可能通过第三方短信群发方式提醒投标人进行查询。各投标人须重新下载最新的招标文件和答疑文件，以此编制投标文件。投标人注册时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，将会造成收不到短信。此短信仅系友情提示，并不具有任何约束性和必要性，采购代理机构不承担供应商或投

标人未收到短信而引起的一切后果和法律责任。

4、评标过程的澄清

评标委员会在评审的过程中已发出的澄清作为评审过程的组成部分。投标人应当在评标结束前时刻关注系统内部发出的“答疑”，系统也可能通过第三方短信群发方式提醒供应商或投标人。投标人须在规定的时间内进行回复。投标人注册时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，将会造成收不到短信。此短信仅系友情提示，并不具有任何约束性和必要性，采购代理机构和采购人不承担供应商或投标人未收到短信而引起的一切后果和法律责任。

5、投标人须自行查看项目进展、变更通知、澄清及回复、群发的消息通知等，投标人未及时查看而造成的后果自负。

6、因本项目为远程不见面电子开评标，所以招标文件中如果有原件或复印件的要求均指其扫描件，书面形式或文件均指正确程序下有效的电子文件或指令。

第一章 招标公告

郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目-公开招标公告

项目概况

郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目招标项目的潜在投标人应在河南省公共资源交易中心网站（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）获取招标文件，并于 2026 年 10 月 22 日 09 时 00 分（北京时间）前递交投标文件。

一、项目基本情况

1、项目编号：豫财招标采购-2026-1285

2、项目名称：郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目

3、采购方式：公开招标

4、预算金额：1980000.00 元

最高限价：1980000.00 元

序号	包号	包名称	包预算（元）	包最高限价（元）
1	豫政采(2)20261736-1	郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目	1980000.00	1980000.00

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 采购范围：

本项目为郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目，具体内容详见招标文件。

5.2 资金来源及落实情况：财政专项,已落实。

5.3 服务期限：自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 20 日。

5.4 服务地点：郑州市郑东新区凤栖街 296 号郑州电力高等专科学校经济管理学院实训楼 II415。

5.5 质量要求：合格，符合国家现行有关标准、技术标准规范。

6、合同履行期限：同服务期限。

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、落实政府采购政策需满足的资格要求：无

3、本项目的特定资格要求：

3.1 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投标人，拒绝参与本项目政府采购活动。查询渠道：失信被执行人通过“中国执行信息公开网”网站查询，重大税收违法失信主体通过“信用中国”网站查询，政府采购严重违法失信行为通过“中国政府采购网”查询；

3.2 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采购活动。

三、获取招标文件

1.时间：2026 年 10 月 01 日至 2026 年 10 月 13 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：河南省公共资源交易中心网站（https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/）

3.方式：凭 CA 密钥市场主体登录并在规定时间内按网上提示下载招标文件及资料；投标人需要完成信息登记及 CA 数字证书办理，才能通过省公共资源交易平台参与交易活动，具体办理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”专区的《新交易平台使用手册》。

4.售价：0 元

四、投标截止时间及地点

1.时间：2026 年 10 月 22 日 09 时 00 分（北京时间）

2.地点：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。逾期上传的投标文件，采购人不予受理。

五、开标时间及地点

1.时间：2026 年 10 月 22 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(二)-6（郑州市经二路 12 号（经二路与纬四路向南 50 米路西）

注意事项：（1）本项目采用不见面开标，投标人可不到开标现场解密。不见面服务的具体事宜请查阅河南省公共资源交易中心网站。（2）投标人未在规定时间解密的，其投标文件采购人将拒绝接收。

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》《国家电网新一代电子商务平台》上发布，招标公告期限为五个工作日。

七、其他补充事宜：

1.本项目需要落实的政府采购政策：

1.1 关于印发节能产品政府采购品目清单的通知（财库〔2019〕19 号）、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）；

1.2 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）；

1.3 政府采购促进中小企业发展管理办法（财库〔2020〕46 号）；

1.4 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）；

1.5 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）；

1.6《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）；

1.7《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）。

1.8《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）；

1.9 执行《关于推动解决政府采购异常低价问题的通知》（财库〔2026〕2 号）；

2.中标服务费：参照《河南省招标代理服务收费指导意见》(豫招协【2023】002 号)文规定的收费标准向成交供应商收取。

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：郑州电力高等专科学校

地址：郑州市郑东新区凤栖街 296 号

联系人：李慧丽

联系方式：0371-62275054

2.采购代理机构信息

名称：河南省机电设备国际招标有限公司

地址：郑州市黄河南路商都路交汇处西南角财信大厦 14-15 层

联系人：张照明、马燕、刘增南、王恺、候凯歌

联系方式：0371-65949196

3.项目联系方式

联系人：张照明、马燕、刘增南、王恺、候凯歌

联系方式：0371-65949196

第二章 投标人须知

投标人须知前附表

条款号	条款名称	编列内容
1.1.2	采购人	名称：郑州电力高等专科学校 地址：郑州市郑东新区凤栖街 296 号 联系人：李慧丽 联系方式：0371-62275054
1.1.3	采购代理机构	名称：河南省机电设备国际招标有限公司 地址：郑州市黄河南路商都路交汇处西南角财信大厦 14-15 层 联系人：张照明、马燕、刘增南、王恺、候凯歌 联系方式：0371-65949196
1.1.4	项目名称	郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目
1.2.1	项目预算金额	1980000.00 元
1.2.2	资金来源和落实情况	财政专项，已落实
1.3.1	采购范围	本项目为郑州电力高等专科学校新质营销创新工作坊实践项目，具体内容详见招标文件。
1.3.2	服务期限	自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 20 日。
1.3.3	服务地点	郑州市郑东新区凤栖街 296 号郑州电力高等专科学校经济管理学院实训楼 II415
1.3.4	质量要求	合格，符合国家现行有关标准、技术标准规范
1.3.6	合同履行期限	同服务期限
1.4.1	投标人资格要求	1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定； 2、落实政府采购政策需满足的资格要求：无 3、本项目的特定资格要求： 3.1 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投标人，拒绝参与本项目政府采购活动。查询渠道：失信被执行人通过“中国执行信息公开网”网站查询，重大税收违法失信主体通过“信用中国”网站查询，政府采购严重违法失信行为通过“中国政府采购网”查询； 3.2 单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，不得参加同一合同项下的政府采

		购活动。
1.4.2	是否接受联合体投标	不接受
1.9	现场踏勘	踏勘现场： ☑不组织 □组织，踏勘时间： / 踏勘集中地点： /
1.10	分包	不允许
1.11.1	实质性要求和条件	见招标文件第三章资格审查表、形式评审表和符合性评审表
2.2.1	投标人要求澄清或修改招标文件	时间：收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起七个工作日内 形式：在河南省公共资源交易平台上提出
2.2.4	招标文件澄清或修改发出的形式	形式：在河南省公共资源交易平台上发出
3.2.4	最高投标限价	项目最高限价为：1980000.00 元
3.2.6	投标报价的其他要求	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，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。
3.3.1	投标有效期	自投标截止之日起 90 日历天
3.4.1	投标保证金	不要求，根据《河南省财政厅关于优化政府采购营商环境有关问题的通知》豫财购（2019）4 号要求，本项目不再收取投标保证金，需提供投标承诺函，具体格式详见第六章投标文件格式，未按招标文件规定提交投标承诺函的均视为无效投标。
3.5	资格审查资料的特殊要求	无
3.6	是否允许递交备选投标方案	不允许
3.7.3（1）	投标文件所附证书证件要求	复印件或扫描件

3.7.3（2）	投标文件签字或盖章要求	投标人必须按照招标文件的要求签字、盖章或加盖电子章。
4.2	投标文件递交	1、各投标人应在投标截止时间前上传加密的电子投标文件（*.hntf）到会员系统的指定位置。上传时必须得到电脑“上传成功”的确认回复。请投标人在上传时认真检查上传投标文件是否完整、正确。 2、投标人因交易中心投标系统问题无法上传电子投标文件时，请在工作时间与河南省公共资源交易中心联系。
4.2.1	投标截止时间	2026 年 10 月 22 日 09 时 00 分
5.1	开标时间和地点	开标时间：2026 年 10 月 22 日 09 时 00 分 开标地点：本项目采用“远程不见面”开标方式，投标人无需到河南省公共资源交易中心现场参加开标会议，无需到达现场提交原件资料。投标人应在投标截止时间前，登录远程开标大厅，在线准时参加开标活动并进行文件解密等。
6.1.1	评标委员会的组建	评标委员会由采购人代表和评审专家组成，成员人数应当为 5 人以上单数，其中不得少于成员总数的三分之二。 评审专家确定方式：从省级以上财政部门设立的政府采购评审专家库中，通过随机方式抽取。
6.3.4	核心产品	无
6.3.6	评标委员会推荐中标候选人数量	3 家
7.1	中标公告媒介及期限	公告媒介：《河南省政府采购网》《河南省公共资源交易中心网》《国家电网新一代电子商务平台》 公告期限：1 个工作日
7.2.3	针对同一采购程序环节的质疑次数	一次性提出

7.2.5	质疑函接收部门、联系电话和通讯地址	投标人认为采购文件、采购过程和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。 接收质疑函联系部门：河南省机电设备国际招标有限公司 联系电话：0371-65949196 通讯地址：郑州市管城区黄河南路与商都路交汇处西南角财信大厦 14 楼 1409 室
7.5.1	履约保证金	本项目不收取履约保证金
10	需要补充的其他内容	
10.1	政府采购相关政策信息 A、为贯彻落实《财政部 工业和信息化部关于印发《政府采购促进中小企业发展管理办法》的通知》（财库〔2020〕46 号）、财库[2022]19 号财政部关于进一步加大政府采购支持中小企业力度的通知，本项目鼓励中小企业参与，制造商若是中小企业，应提交信息完整的《中小企业声明函》。若不能提供，则视为非中小微型企业，价格不予扣除；（声明函格式详见第六章）。 B.中小企业划型标准以《工业和信息化部国家统计局国家发展和改革委财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）为依据。 C.根据《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）规定，本项目支持监狱企业参与政府采购活动。监狱企业参加本项目投标时，须提供由省级以上监狱管理局、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，视同小型、微型企业，享受评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。 D.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）规定，本项目支持残疾人福利性单位参与政府采购活动。在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政府采购政策。 E.根据《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》财库〔2019〕19 号文件的要求，本次采购有在通知附件：节能产品政府采购品目清单中标记“★”	

	强制采购产品的，需提供《市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告》2019 年第 16 号文件中指定的认证机构出具的节能产品认证证书。 F.为落实河南省财政厅关于印发深入推进政府采购合同融资工作实施方案的通知（豫财办〔2020〕33 号），中标供应商可以持政府采购合同向融资机构申请贷款，具体详见附件。 G.招标文件的最终解释权归采购人，其它未尽事宜，按国家有关法律、法规执行。
10.2	A.中标人享受中小企业扶持政策的，采购人、采购代理机构将随成交结果公开中标人的《中小企业声明函》，接受社会监督。 B.中标人享受扶持政策的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。 C.本项目的采购标的属于《工业和信息化部国家统计局国家发展和改革委财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300 号）中**软件和信息技术服务业**。 D.供应商提供的货物既有中小企业制造的货物，也有大型企业制造货物的，不享受中小企业扶持政策。
10.3	是否接受进口产品：否。
10.4	是否为专门面向中小企业采购：否
10.5	付款方式：服务项目经甲方验收通过，乙方向甲方提供符合要求的发票后 60 日内，甲方一次性支付全部服务费用。
10.6	知识产权：供应商须保证采购人在中华人民共和国境内使用投标货物、资料、技术、服务或其任何一部分时，享有不受限制的无偿使用权，不会产生因第三方提出侵犯其专利权、商标权或其他知识产权而引起的法律或经济纠纷。如供应商不拥有相应的知识产权，则在投标总价中必须包括合法获取该知识产权的一切相关费用，如因此导致采购人损失的，供应商须承担全部赔偿责任。 供应商如欲在项目实施过程中采用自有知识成果，须在投标文件中声明，并提供相关知识产权证明文件。
10.7	在合同履行中，需追加与合同标的相同的货物、工程或者服务的，在不改变合同其他条款的前提下，可以与中标（成交）供应商签订补充合同，补充合同的采购金额不超过原合同采购金额的百分之十。
10.8	代理服务费：参照《河南省招标代理服务收费指导意见》(豫招协【2023】002

	号)文规定的收费标准向成交供应商收取。 招标代理服务费的交纳方式：按招标文件的要求以银行转账或现金的形式一次性向采购代理机构缴纳招标代理服务费。 单位名称：河南省机电设备国际招标有限公司 开户银行：中原银行郑州花园路支行 银行帐号：410126010100072801 行号：313491099267 电子邮箱：zhaobiao04@163.com
10.9	特别提醒： 1.采购人和采购代理机构对已发出的招标文件进行的澄清、更正或更改，澄清、更正或更改的内容将作为招标文件组成部分。采购代理机构将通过网站“变更公告”和系统内部“答疑文件”告知投标人，对于各项目中已经成功报名并下载招标文件的项目投标人，系统将通过第三方短信群发方式提醒投标人进行查询。各投标人须重新下载最新的招标文件及答疑文件，以此编制投标文件。投标人注册时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，将会造成收不到短信。此短信仅系友情提示，并具有任何约束性和必要性，采购人和采购代理机构不承担投标人未收到短信而引起的一切后果和法律责任。 2.因河南省公共资源交易中心平台在开标前具有保密性，投标人在投标文件递交截止时间前须自行查看项目进展、变更通知、澄清及回复，因投标人未及时查看而造成的后果自负。 3.本项目采用“远程不见面”开标方式，远程开标大厅网址为https://hnsggzyjy.henan.gov.cn/BidOpening/bidopeninghallaction/hall/login，投标人无需到河南省公共资源交易中心现场参加开标会议，无需到达现场提交原件资料。投标人应当在投标截止时间前，登录远程开标大厅，在线准时参加开标活动并进行投标文件解密等。
10.10	异常低价投标（响应）审查： （一）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65%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×65%； 2.投标（响应）报价低于通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）报价65%的，即投标（响应）报价<通过符合性审查的次低报价供应商投标（响应）

	报价×65%； 3.投标（响应）报价低于采购项目最高限价 60%的，即投标（响应）报价<采购项目最高限价×60%； 4.评审委员会基于专业判断，认为供应商报价过低，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的其他情形。 相关法律法规对供应商报价有规定的，从其规定。 （二）评审委员会启动异常低价投标（响应）审查后，属于前述第 1 项至第 4 项情形的，应当要求相关供应商在评审现场合理的时间内对投标（响应）价格作出解释，提供项目具体成本测算等与报价合理性相关的书面说明及必要的证明材料，包括但不限于原材料成本、人工成本、制造费用等，给予相关供应商的合理时间一般不少于 30 分钟。其中，属于第 3 项情形，供应商已随投标（响应）文件一并提交相关书面说明及必要的证明材料的，在评审现场可不再重复提交。 评审委员会依据专业经验，参考同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等情况，对报价合理性进行判断。投标（响应）供应商不能提供书面说明、证明材料，或者提供的书面说明、证明材料不能证明其报价合理性的，评审委员会应当将其作为无效投标（响应）处理。 采购人、采购代理机构应当为评审委员会在评审现场及时获取同类项目中标（成交）价格、类似产品市场价格水平、行业人工费用标准、国家有关部门指导行业协会发布的行业平均成本等相关信息资料提供便利。评审委员会借助互联网等渠道查询相关信息的，应当严格遵守评审工作纪律，不得实施影响评审公正的行为。 异常低价投标（响应）审查的启动原因、审查意见和审查结果应当在评审报告中记录，并随供应商提供的相关书面说明及证明材料，以及评审委员会有关互联网浏览、查询历史一并归档。
10.11	是否需要提供演示：是。 投标人应按照“第五章　采购需求”要求提供视频演示文件供评标委员会评审。 ①视频演示上传地点：河南省公共资源交易中心交易系统。 ②上传方式：以响应文件大附件形式上传。 ③提醒：视频格式自行选择，但必须保证使用电脑 Windows 系统自带基础播放软件可以正常播放，否则投标人将承担一切不利后果。

投标人须知

1. 总则

1.1 招标项目概况

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，本招标项目已具备招标条件，现进行公开招标。

1.1.2 采购人：见投标人须知前附表。

1.1.3 采购代理机构：见投标人须知前附表。

1.1.4 项目名称：见投标人须知前附表。

1.2 招标项目的预算金额和落实情况

1.2.1 项目预算金额：见投标人须知前附表。

1.2.2 资金来源和落实情况：见投标人须知前附表。

1.3 采购范围、服务期限、服务地点、质量要求、质保期、合同履行期限

1.3.1 采购范围：见投标人须知前附表。

1.3.2 服务期限：见投标人须知前附表。

1.3.3 服务地点：见投标人须知前附表。

1.3.4 质量要求：见投标人须知前附表。

1.3.6 合同履行期限：见投标人须知前附表

1.4 投标人资格要求

1.4.1 投标人应具备的资格要求见投标人须知前附表：需要提交的相关证明材料见本章初步评审表的规定。

1.4.2 投标人须知前附表规定接受联合体投标的，联合体除应符合本章第 1.4.1 项和投标人须知前附表的要求外，还应遵守以下规定：

（1）联合体各方应按招标文件提供的格式签订联合体协议书，明确联合体牵头人和各方权 利义务，并承诺就中标项目向采购人承担连带责任；

（2）联合体中有同类资质的投标人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投标人确定资质等级

（3）联合体各方不得再单独参加或者与其他投标人另外组成联合体参加同一合同项下的政府采购活动。

1.5 费用承担

投标人准备和参加投标活动发生的费用自理。

1.6 保密

参与招标投标活动的各方应对招标文件和投标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

招标投标文件使用的语言文字为中文。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单位。

1.9 现场踏勘

投标人须知前附表规定潜在投标人现场踏勘的，采购人或者采购代理机构人按“投标人须知前附表”规定的时间、地点组织投标人踏勘项目现场。

1.10 分包

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及对分包项目承担责任。

1.11 响应和偏差

1.11.1 投标文件应当对招标文件的实质性要求和条件做出满足性或更有利于采购人的响应，否则，投标人的投标将被否决。实质性要求和条件见投标人须知前附表。

1.11.2 投标人应根据招标文件的要求提供商务、技术等内容以对招标文件作出响应。

1.11.3 投标文件中应针对招标文件采购需求提供技术支持资料。技术支持资料以制造商公开发布的印刷资料，或检测机构出具的检测报告或其他形式为准。

2. 招标文件

2.1 招标文件的组成

本招标文件包括：

（1）招标公告；

（2）投标人须知；

（3）评标方法和标准；

（4）合同；

（5）采购需求；

（6）投标文件格式；

根据本章第 2.2 款和第 2.3 款对招标文件所做的澄清、修改，构成招标文件的组成部分。

2.2 招标文件的澄清或者修改

2.2.1 投标人应仔细阅读和检查招标文件的全部内容。如有疑问，应当在收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日起七个工作日内，在河南省公共资源交易中心平台上提出。采购人和采购代理机构对潜在投标人在规定期限内提交的疑问予以答复。在规定的时间内未提出疑问的，将被视为完全理解并接受招标文件的全部内容。

2.2.2 除非采购人认为确有必要答复，否则，采购人有权拒绝回复投标人在本章第 2.2.1 项规定的时间后的任何澄清要求。

2.2.3 采购人或者采购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，但不得改变采购标的和资格条件。澄清或者修改的内容为招标文件的组成部分。澄清或者修改的内容可能影响投标文件编制的，采购人或者采购代理机构在投标截止时间至少 15 日前，通知所有获取招标文件的潜在投标人；不足 15 日的，顺延提交投标文件的截止时间。

2.2.4 招标文件的澄清或者修改将通过交易平台系统内部“答疑文件”告知投标人，发布给所有下载招标文件的投标人，并在原公告发布媒体上发布澄清公告，但不指明澄清问题的来源。对于项目中已经下载招标文件的投标人，系统将通过第三方短信群发方式提醒投标人进行查询。各投标人须重新下载最新的答疑文件，以此编制投标文件。

2.2.5 投标人市场主体信息登记时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，将会造成收不到短信。此短信仅系友情提示，并不具有任何约束性和必要性，采购人和采购代理机构不承担投标人未收到短信而引起的一切后果和法律责任。

2.2.6 因交易中心平台在开标前具有保密性，投标人在投标截止时间前须自行查看项目进展、变更通知、澄清及回复，因投标人未及时查看而造成的后果自行承担。

3. 投标文件

3.1 投标文件的组成

3.1.1 投标文件应包括下列内容：

（1）资格审查证明材料；

（2）商务、技术文件；

（3）投标人在评标过程中作出的符合法律法规和招标文件规定的澄清确认，构成投标文件的组成部分。

3.2 投标报价

3.2.1 投标总报价应是包括交货前发生的各种税费、运费及保险费、运杂费、以及伴随的其他服务费总报价。总报价分解为：设备和附属装置、备品备件和专用工具、卖方技术服务（安装、调试、运行）报价、采购人派员参加技术联络和工厂监造、检验、技术培训费用、运保费、各类税费及验收检测费。

3.2.2 投标人应充分了解该项目的总体情况以及影响投标报价的其他要素。

3.2.3 投标人应按照招标文件提供的投标报价表格式填写投标报价。

3.2.4 采购人设有最高投标限价的，投标人的投标报价不得超过最高投标限价，最高投标限价在投标人须知前附表中载明。

3.2.5 投标人不得以任何理由在开标后对投标报价予以修改，报价在投标有效期内是固定的，不因任何原因而改变。任何包含价格调整要求和条件的投标，将被视为非实质性响应投标而予以拒绝。最低投标报价并不意味着一定中标。

3.2.6 投标报价的其他要求见投标人须知前附表。

3.3 投标有效期

3.3.1 投标有效期要求见投标人须知前附表。

3.3.2 投标有效期从提交投标文件的截止之日起算。投标文件中承诺的投标有效期应当不少于招标文件中载明的投标有效期。投标有效期内投标人撤销投标文件的，投标文件无效。

3.4 投标保证金

3.4.1 根据《河南省财政厅关于优化政府采购营商环境有关问题的通知》（豫财购[2019]4 号）文件之规定，本项目不再要求投标人提交投标保证金。

3.5 资格审查资料

3.5.1 除投标人须知前附表另有规定外，投标人应按规定提供资格审查资料，以证明其满足本章第 1.4.1 款要求。

3.6 备选投标方案

除投标人须知前附表规定允许外，投标人不得递交备选投标方案，否则其投标将被否决。

3.7 投标文件的编制

3.7.1 投标文件应按第六章“投标文件格式”使用河南省公共资源交易系统投标文件制作专用工具软件编制。

3.7.2 投标文件应当对招标文件有关服务期限、投标有效期等实质性内容作出响应。投标文件在满足招标文件实质性要求的基础上，可以提出比招标文件要求更有利于采购人的承诺。

3.7.3 投标文件全部采用电子文档，除投标人须知前附表另有规定外，投标文件所附证书证件均为原件扫描件，并采用单位和个人数字证书，按招标文件要求在相应位置加盖电子印章。由投标人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投标人须知前附表。

4. 投标

4.1 投标文件的加密

4.1.1 网上上传的电子投标文件应使用数字证书认证并加密。

4.2 投标文件的递交

4.2.1 投标人应在第二章《投标人须知前附表》中第 4.2.1 项规定的投标截止时间前上传加密的电子投标文件（*.hntf）到会员系统的指定位置。上传时必须得到电脑“上传成功”的确认。请投标人在上传时认真检查上传投标文件是否完整、正确。投标人因交易中心投标系统问题无法上传电子投标文件时，请在工作时间与河南省公共资源交易中心联系。

4.2.2 除投标人须知前附表另有规定外，投标人所递交的投标文件不予退还。

4.3 投标文件的修改与撤回

4.3.1 在第二章《投标人须知前附表》中第 4.2.1 项规定的投标截止时间前，投标人可以多次修改或撤回已递交的投标文件，最终投标文件以投标截止时间前完成上传至河南省公共资源交易中心交易系统最后一份投标文件为准。

4.3.2 修改的投标文件应按照本章第 3 条、第 4 条规定进行编制和递交。

5. 开标

5.1 开标时间和地点

5.1.1 采购人在第二章《投标人须知前附表》中第 5.1 项规定的开标时间和投标人须知前附表规定的地点通过远程开标大厅进行公开开标。投标人不需要到开标现场，只需根据要求进行远程解密。河南省公共资源交易中心现采用“远程不见面”开标方式，投标人须提前进入远程开标大厅进行开标操作和投标文件的解密。具体操作流程及程序，请投标人查阅河南省公共资源交易平台“办事指南”专区的《河南省公共资源交易平台不见面服务系统使用指南》。

5.1.2 所有投标人的法定代表人（单位负责人）或其委托代理人应当准时参加开标。

5.2 开标程序

（1）公布投标单位；

（2）投标人远程解密投标文件；

（3）投标文件导入；

（4）电子唱标；

（5）异议与回复；

（6）开标结束。

5.3 开标时出现下列情况的，采购人将拒绝其投标

（1）经检查数字证书无效的投标文件；

（2）加密的电子投标文件逾期上传的，或加密的电子投标文件从投标截止时间开始 30 分钟内未解密的，其投标文件不予接收。

5.4 开标异议

投标人对开标有异议的，在交易中心系统规定质疑时间内将异议签章提交后推送至招标代理机构页面，异议回复完成之后方可结束开标程序。异议及回复内容会保存至评标报告打印中的扫描件“其他”类别中。

5.5 资格审查

5.5.1 开标结束后，采购人或采购代理机构将依法对投标人的资格进行审查。

5.5.2 资格审查内容及标准

（1）资格性检查指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材料进行审查，以确定投标人是否具备投标资格。

（2）投标人须在投标文件中按招标文件要求提供资格证明材料，投标人若没有提供资格证明材料或资格证明材料不全的，其投标将被拒绝，不能进入评标。

5.5.3 采购人或采购代理机构对投标人的资格进行审查后，将资格审查结果提交给评标委员会，未通过资格审查的投标人，不进入评标程序。合格投标人不足 3 家的，不得评标。

6. 评标

6.1 评标委员会

6.1.1 评标由采购人依法组建的评标委员会负责。评标委员会由采购人，以及有关技术、经济等方面的专家组成。评标委员会成员人数以及技术、经济等方面专家的确定方式见投标人须知前附表。

6.1.2 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

（1）参加采购活动前三年内，与供应商存在劳动关系，或者担任过供应商的董事、监事，或者是供应商的控股股东或实际控制人；

（2）与供应商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；

（3）项目主管部门或者行政监督部门的人员；

（4）曾因在招标、评标以及其他与招标投标有关活动中从事违法行为而受过行政处罚或刑事处罚的。评标委员会成员有前款规定情形之一的，应当主动提出回避；

（5）与供应商有其他可能影响政府采购活动公平、公正进行的关系。

6.1.3 评标过程中，评标委员会成员有回避事由、擅离职守或者因健康等原因不能继续评标的，采购人有权更换。被更换的评标委员会成员作出的评审结论无效，由更换后的评标委员会成员重新进行评审。

6.2 评标原则

评标活动遵循公平、公正、科学和择优的原则。

6.3 评标

6.3.1 评标方法

综合评分法，详见第三章。

6.3.2 形式评审和符合性评审

评标委员会应当对投标人的投标文件进行形式评审和符合性评审，以确定其是否满足招标文件的实质性要求。

6.3.3 投标文件的澄清

在评标期间，评标委员会将以书面形式要求投标人对其投标文件中含义不明确、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，以及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，有可能影响履约的情况做必要的澄清、说明或补正。投标人的澄清、说明或补正应在评标委员会规定的时间内以书面方式进行，并不得超出投标文件范围或者改变投标文件的实质性内容。投标人的澄清、说明或补正将作为投标文件的一部分。

6.3.4 一个分包（标段）内包含多种产品的，采购人或采购代理机构将在投标须知前附表中载明核心产品。投标人提供的核心产品中若有一个核心产品的品牌相同，相关投标人将被认定为属于提供相同品牌产品。

提供相同品牌产品且通过初步评审的不同投标人，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投标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件中评标办法规定的方式确定一个投标人获得中标投标人推荐资格；未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

6.3.5 投标人所投产品如被列入财政部与国家主管部门颁发的节能产品或环境标志产品品目清单，应提供处于有效期之内认证证书等相关证明，在评标时予以优先采购。

如采购人所采购产品为政府强制采购的产品，投标人所投产品应属于品目清单的强制采购部分。投标人应提供有效期内的认证证书，否则其投标将被认定为无效投标。

6.3.6 评标完成后，评标委员会应当向采购人提交书面评标报告和中标候选人名单。评标委员会推荐中标候选人数量见投标人须知前附表。

6.4 投标无效

如发现下列情况之一的，其投标将被认定为投标无效：

（1）投标文件未按照招标文件规定要求签署、盖章的；

（2）不具备招标文件中规定的资格要求的；

（3）报价超过招标文件中规定的预算金额或者最高限价的；

（4）投标文件含有采购人不能接受的附加条件的；

（5）属于串通投标，或者依法被视为串通投标；

（6）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，有可能影响履约的，且投标人未按照规定证明其报价合理性的；

（7）标文件制作机器码与其他投标人的投标文件制作机器码一致；

（8）法律、法规和招标文件规定的其他无效情形。

7. 合同授予

7.1 中标公告

7.1.1 采购人应当自收到评标报告之日起 5 个工作日内，在评标报告确定的中标候选人名单中，选定第一中标候选人为中标人；中标候选人并列的，由采购人按照招标文件规定的方式确定中

标人；招标文件未规定的，采取随机抽取的方式确定。第一中标候选人被确定为中标人后，如不能按招标文件及合同约定履约、放弃中标或者拒绝签订合同的，视为自动放弃中标资格，采购人可按照评标报告推荐的候选人排序，顺延确定第二中标候选人为中标人。

采购人在收到评标报告 5 个工作日内未按评标报告推荐的中标候选人顺序确定中标人，又不能说明合法理由的，视同按评标报告推荐的顺序确定排名第一的中标候选人为中标人。

7.1.1 采购代理机构自中标人确定之日起 2 个工作日内，在《河南省政府采购网》《河南省公共资源交易中心网》《国家电网新一代电子商务平台》公告中标结果，招标文件随中标结果同时公告。中标公告期限为 1 个工作日。

7.2 质疑与投诉

7.2.1 投标人认为招标文件、采购过程和中标、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七个工作日内，以书面形式向采购代理机构提出质疑。

7.2.2 投标人应知其权益受到损害之日，是指：

（1）对可以质疑的招标文件提出质疑的，为收到招标文件之日或者招标文件公告期限届满之日；

（2）对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；

（3）对中标或者中标结果提出质疑的，为中标或者中标结果公告期限届满之日。

7.2.3 质疑投标人应按照财政部制定的《政府采购质疑函范本》格式（可从财政部官方网站下载）及《政府采购质疑和投诉办法》的要求，在本章 7.2.1、7.2.2 款要求时间内以书面形式提出质疑，针对同一采购程序环节的质疑次数应符合投标须知前附表的规定。

7.2.4 超出法定质疑期提交的质疑将被拒绝。重复或分次提出的、内容或形式不符合《政府采购质疑和投诉办法》的，质疑投标人将依法承担不利后果。

7.2.5 质疑函接收部门、联系电话和通讯地址， 见投标须知前附表。

7.2.6 采购人或采购代理机构在收到投标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投标人和其他有关投标人，答复内容不涉及商业秘密。

7.2.7 质疑供应商对采购人、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时间内作出答复的，可以在答复期满后 15 个工作日内向上级主管部门提起投诉。

7.3 中标通知书

中标通知书发出后，采购人不得违法改变中标结果，中标人无正当理由不得放弃中标。

7.4 签订合同

7.4.1 采购人和中标人应当在中标通知书发出之日后，应在规定的时间内，根据招标文件和中标人的投标文件订立书面合同。

7.4.2 中标人无正当理由拒签合同、在签订合同时向采购人提出附加条件，或者不按照招标文件要求提交履约保证金的，采购人有权取消其中标资格，中标投标人须按投标保证承诺书内容向采购人和采购代理机构支付赔偿；采购人可以按照评标报告推荐的中标候选人排序，确定排名下一位

的中标候选人为中标投标人，也可以重新开展采购活动。当出现法规规定的中标无效或中标结果无效情形时，采购人可与排名下一位的中标候选人另行签订合同，或依法重新开展采购活动。

7.4.3 采购人不得向中标人提出任何不合理的要求作为签订合同的条件。

7.4.4 联合体中标的，联合体各方应当共同与采购人签订合同，就中标项目向采购人承担连带责任。

7.5 履约保证金

7.5.1 履约保证金要求见投标人须知前附表。

7.5.2 如果中标人没有按照上述履约保证金的规定执行，将被视为放弃中标资格，中标人须按投标保证承诺书的承诺向采购人和采购代理机构支付赔偿。在此情况下，采购人可确定下一候选人为中标人，也可以重新开展采购活动。

7.6 预付款

7.6.1 预付款是在指政府采购合同签订后、履行前，采购人向中标人预先支付部分合同款项。

7.6.2 如采购人要求，中标人在收到预付款前，需向采购人提供预付款保函。预付款保函是指中标投标人向银行或者有资质的专业的担保机构申请，由其向采购人出具的确保预付款直接或者间接用于政府采购合同履约或者保障政府采购履约质量的银行保函或者担保保函等。

8. 纪律和监督

8.1 对采购人的纪律要求

采购人不得泄露招标投标活动中应当保密的情况和资料，不得与投标人串通损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。

8.2 对投标人的纪律要求

投标人不得相互串通投标或者与采购人串通投标，不得向采购人或者评标委员会成员行贿谋取中标，不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假骗取中标；投标人不得以任何方式干扰、影响评标工作。

8.2.1 有下列情形之一的，属于投标人相互串通投标：

（一）投标人之间协商投标报价等投标文件的实质性内容；

（二）投标人之间约定中标人；

（三）投标人之间约定部分投标人放弃投标或者中标；

（四）属于同一集团、协会、商会等组织成员的投标人按照该组织要求协同投标；

（五）投标人之间为谋取中标或者排斥特定投标人而采取的其他联合行动。

8.2.2 有下列情形之一的，视为投标人相互串通投标：

（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制作机器码一致视为串通投标行为；

8.2.3 有下列情形之一的，属于以他人名义投标：

（一）使用通过受让或者租借等方式获取的资格、资质证书投标的。

8.2.4 有下列情形之一的，属于以其他方式弄虚作假的行为：

（一）使用伪造、变造的许可证件；

（二）提供虚假的财务状况或者业绩；

（三）提供虚假的项目负责人或者主要技术人员简历、劳动关系证明；

（四）提供虚假的信用状况；

（五）其他弄虚作假的行为。

8.3 对评标委员会成员的纪律要求

评标委员会成员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文件的评审和 比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，评标委员会成员应当 客观、公正地履行职责，遵守职业道德，不得擅离职守，影响评标程序正常进行，不得使用第三章“评标方法和标准”没有规定的评审因素和标准进行评标。

8.4 对与评标活动有关的工作人员的纪律要求

与评标活动有关的工作人员不得收受他人的财物或者其他好处，不得向他人透露对投标文 件的评审和比较、中标候选人的推荐情况以及评标有关的其他情况。在评标活动中，与评标活动有关的工作人员不得擅离职守，影响评标程序正常进行。

9. 是否采用电子招标投标

是。本项目采用电子招标投标方式

10. 需要补充的其他内容

需要补充的其他内容：见投标人须知前附表。

附件：河南省政府采购合同融资政策告知函

河南省政府采购合同融资政策告知函

各投标人：

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投标人融资难、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。

第三章 评标方法和标准

评标方法前附表

（一）资格审查表

序号	评审因素	评审标准
1	具有独立承担民事责任的能力	提供法人或者其他组织的营业执照等证明文件
2	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	2024 年度或 2025 年度经会计师事务所或者审计机构审计的财务报告或基本开户银行出具的有效资信证明
3	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺书
4	有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	2025 年 7 月至今任意一个月的缴纳税收的凭据及缴纳社会保险的凭据注：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。
5	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	提供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声明函
6	信用记录	“信用中国”网站和“中国政府采购网”和“中国执行信息公开网”查询记录，投标人提供查询记录网页（采购代理机构开标后对所有投标人信用记录进行查询，并将查询结果网页打印并存档。投标人不良信用记录以开标后查询结果为准的，投标人无需提供自行查询的证明材料。开标当日查询之后，网站信息发生的任何变更均不再作为评审依据，投标人自行提供的与采购人查询信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。）
7	无关联关系声明	针对不存在“单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同投标人，同时参加本项目同一合同项下的政府采购活动”情形的声明函同时提供不参与围标串标承诺书

（二）形式评审表

序号	评审因素	评审标准

1	投标人名称	与营业执照（或其他组织证明文件）一致
2	签字盖章	符合招标文件要求

（三）符合性评审表

序号	评审因素	评审标准
1	标书雷同性分析	投标文件制作机器码不能一致
2	投标范围	符合第二章“投标人须知前附表”第 1.3.1 项规定
3	服务期限	符合第二章“投标人须知前附表”第 1.3.2 项规定
4	服务地点	符合第二章“投标人须知前附表”第 1.3.3 项规定
5	质量要求	符合第二章“投标人须知前附表”第 1.3.4 项规定
6	投标有效期	符合第二章“投标人须知前附表”第 3.3.1 项规定
7	合同履行期限	符合招标文件要求
8	投标报价	投标报价未超出最高限价且只有一个有效报价
9	投标保证金	符合第二章“投标人须知前附表”第 3.4.1 项规定
10	不能接受的其他条件	投标文件未含有采购人不能接受的其他条件的

（四）综合评分办法细则

评分内容		**评标标准**
报价部分（20 分）	投标报价（20 分）	价格分统一采用低价优先法计算，即评标基准价=有效供应商的最低报价，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： 投标报价得分=评标基准价/价格扣除后的投标报价×20×100% 小微或微型企业产品评审报价＝投标报价*（1-10%）。
商务部分（25 分）	类似业绩（5分）	投标人提供 2023 年 1 月 1 日以来类似行业项目业绩，每提供一份业绩得 1 分，最多得 5 分。 注：响应文件中须附完整清晰的合同，以合同签订时间为准。
	企业实力（20分）	根据投标人提供的企业实力相关证明情况： 中国软件行业协会（CSIA）颁发的《软件企业证书》，得 5 分，未提供，得 0 分； 具备能力成熟度模型集成（CMMI）资质，具备 CMMI3 级得 1 分，CMMI4 级得 3 分，CMMI5 级得 6 分；未提供有效资质证明材料或资质等级低于 CMMI3 级的，本项得 0 分。

		具有 ISO14001 认证证书、职业健康安全管理体系、ISO45001 认证证书、CCRC 信息安全服务安全风险评估资质三级及以上、质量管理体系认证，每提供一项得 1.8 分，最多得 9 分； 注：以上均需提供尚在有效期内的相关证书的扫描件，并加盖公章。
技术部分（55 分）	技术参数（10 分）	根据响应文件对招标要求的参数响应情况，判断响应参数指标是否满足文件的要求，全部满足的得满分 10 分。 1、响应的技术参数或功能每有一条“◆”号技术参数或功能负偏离（未提供相关证明材料的视为不满足），扣 0.5 分，扣完为止。 2、所投货物的技术参数或功能每有一条非“◆”号技术参数或功能负偏离，扣 0.1 分，扣完为止。 3、技术参数中标记▲的参数为功能演示参数，在技术参数打分项中不再进行评分。
	功能演示（35 分）	投标人根据响应参数中标记▲的参数进行视频演示，每演示成功一条得 1.75 分，最多得 35 分。未提供者或未按要求提供者不得分。 1、投标人演示内容需为真实软件，以 PPT、非操作真实软件录制的视频、图片等视同未演示。 2、投标人应按照要求制作成视频并于投标截止前以大附件的形式上传河南省公共资源交易中心系统中。
	项目实施及售后方案（5 分）	评标委员会根据投标人提供的项目实施方案、售后方案包括但不限于：岗位分工是否明确，实施进度安排是否清晰，安全保障措施是否完善，应急响应措施是否完善，应急响应是否及时、响应时间、技术人员到场时间，出现故障修复时间等进行综合评价。 1、方案科学、合理，方案内容全面、符合现场实际情况、具有很强的可操作性，得 5 分； 2、方案内容基本全面、基本符合现场实际情况、具有可操作性，得 3 分； 3、方案内容不够全面、不太符合实际情况、可操作性一般的，得 1 分； 4、未提供的得 0 分。
	培训方案（5分）	评标委员会根据投标人提供的培训方案，至少包含培训内容安排、培训计划、培训质量保证等内容，进行综合评价。 1、培训方案科学、合理，方案内容设计全面、阐述具体详细、切实可行的得 5 分；

		2、培训方案内容设计基本全面、基本符合现场实际情况、具有可操作性，得 3 分； 3、培训方案内容设计不够全面、不太符合实际情况、可操作性一般的，得 1 分； 4、未提供的得 0 分。

1.评标方法与标准

1.1 本次招标采用综合评分法。

评标委员会对符合资格的投标人的投标文件进行符合性审查，以确定其是否满足招标文件的实质性要求，并按照招标文件中规定的评标方法和标准，对符合性审查合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价。按照本章规定的评审因素和评分标准进行打分，并按得分由高到低顺序推荐 3 名中标候选人。如最后得分相同的，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。

1.2 评标委员会负责具体评标事务，并独立履行相关职责。

1.3 评标步骤

（一）资格审查

开标结束后采购人或采购代理机构依法对投标人的资格进行审查。合格投标人不足 3 家的，不再进行评标。

（二）形式评审

评标委员会对所有符合资格审查的投标人的投标文件进行形式评审，以确定是否满足招标文件的要求。

（三）符合性评审

评标委员会对所有符合资格审查和形式评审的投标人的投标文件进行符合性评审，以确定是否满足招标文件的要求。

（四）详细评审

评标委员会按照招标文件中规定的评标方法细则，对初步评审合格的投标文件进行商务和技术评估，综合比较与评价。

1、本次评标采用综合评分法。根据采购需要、商务、技术均能满足招标文件要求，按评标委员会评出的综合得分，由高到低顺序排列，推荐 3 名中标候选人。

评标委员会每位成员独立对每个有效投标人的投标文件进行评价、打分；然后汇总每个投标人的得分，计算得分平均值，以平均值由高到低进行排序，按排序顺序推荐中标候选人。分值计算保留小数点后两位，第三位四舍五入。

2、根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46 号）、《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）和《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）的规定，对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《投标人企业类型声明函》、《残疾人福利性单位声明函》或省级以上监狱管理局、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的投标人。对于同时属于小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，不重复进行投标报价扣除。

3、国家相关部委针对节能产品、环境标志产品出台了相关调整优化政府采购执行机制，并相继颁布《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）、《市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告》（市场监管总局 2019 年 4 月 3 日下发）（以下简称“机构名录”）、《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19 号）（以下简称“节能清单”）、《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）（以下简称“环保清单”）。

根据要求，投标产品中如有属于“节能产品政府采购品目清单”中标记“★”产品的，必须提供经过“机构名录”中的认证机构出具的“节能产品认证证书”，未提供的按无效投标处理。

对于投标产品属于“节能产品政府采购品目清单”中非标记“★”产品的以及属于 “环境标志产品政府采购品目清单”产品并经“机构名录”中的认证机构出具相应的产品认证证书的给予优先采购体现。采购人采购产品属于节能产品或环境标志产品品目清单范围内，且投标人所投产品具有有效期内的产品认证证书，在评标时予以优先采购，具体优惠措施为：对于同时获得节能产品（强制采购节能产品除外）和环境标志产品认证证书产品，按一种产品优先采购。优先采购指最终得分相等时，投标报价也相同时，按技术指标优劣顺序排序，技术指标优劣情况相同的优先选择所投优先采购节能产品和环境标志产品合计金额占自身投标报价比例大的投标人。

4、投标文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

4.1 开标一览表内容与投标文件中相应内容不一致的，以开标一览表为准；

4.2 大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

4.3 单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以开标一览表的总价为准，并修改单价；

4.4 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。

5、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，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。

6、投标文件的澄清

6.1 对于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，评标委员会应当以书面形式要求投标人作出必要的澄清、说明或者补正。

6.2 投标人的澄清、说明或者补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。

6.3 评标委员会对投标人提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求投标人进一步澄清、 说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

7、评标委员会成员对需要共同认定的事项存在争议的，应当按照少数服从多数的原则作出结论。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。

8、评标结果汇总完成后，除下列情形外，任何人不得修改评标结果：

8.1 分值汇总计算错误的；

8.2 分项评分超出评分标准范围的；

8.3 评标委员会成员对客观评审因素评分不一致的；

8.4 经评标委员会认定评分畸高、畸低的。

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

第四章 合同

(合同以实际签订为准)

技 术 服 务 合 同

合同编号（甲方）：

合同编号（乙方）：

项目名称：

委托方（甲方）：

受托方（乙方）：

签订时间 ：

签订地点：

有效期限：

目 录

1.技术服务项目概要 30

2.技术服务具体要求 30

3.甲方提供的工作条件及协作事项 30

4.组织与管理 31

5.技术服务报酬及支付方式 31

6.技术服务工作成果的验收 32

7.知识产权 32

8.保密义务 32

9.违约责任 33

10.合同变更和解除 34

11.争议解决 34

12.名词和技术术语的定义和解释 35

13.本合同的组成部分 35

14.其他 35

技术服务合同

委托方（甲方）：_____

受托方（乙方）：_____

鉴于本合同为甲方委托乙方就_____项目进行的专项技术服务，并支付相应的技术服务报酬。为明确各自的权利和义务，双方经过平等协商，根据《中华人民共和国民法典》等有关法律法规的规定，订立本合同。

1. 技术服务项目概要

1.1 技术服务的目标：_____。

1.2 技术服务的内容：_____。

1.3 技术服务的方式：_____。

2. 技术服务具体要求

2.1 技术服务地点：_____。

2.2 技术服务期限：_____。

2.3 技术服务进度：_____。

2.4 技术服务质量要求：_____。

详见附件二《技术服务承诺书》。

3. 甲方提供的工作条件及协作事项

3.1 提供的工作条件：

（1）_____；

（2）_____。

3.2 提供的技术资料：

（1）_____；

（2）_____。

3.3 其他：_____。

3.4 甲方提供上述工作条件和协作事项的时间及方式：

_____。

4. 组织与管理

4.1 在本合同有效期内，乙方应派出专业技术人员为甲方提供技术服务。技术服务人员名单见附件《技术服务人员表》。

4.2 本合同双方分别指定项目负责人如下：

（1）甲方负责人：_____，电话：_____；

（2）乙方负责人：_____，电话：_____。

项目负责人的主要职责为：

（1）牵头组织本方技术服务工作；

（2）负责组织协调合同的签订、履行；

（3）负责跟踪或报告技术服务工作进展和成果；

（4）负责与另一方的沟通协调、信息传递等工作，为技术服务工作提供便利条件。

4.3 人员更换

4.3.1 一方变更项目负责人的，应当及时以书面形式通知另一方。

4.3.2 乙方更换其项目负责人与其他技术服务人员，须征得甲方书面同意。

4.3.3 甲方认为乙方工作人员不能胜任项目工作或玩忽职守的，有权要求乙方立即更换。上述被更换的人员无甲方另行批准不得重新参加本项目技术服务工作。

5. 技术服务报酬及支付方式

5.1 技术服务报酬总额为：人民币（大写）_____（¥_____）（含税），其中，不含税价人民币_____（大写）（¥_____），增值税税率____%，增值税税额_____元。当合同约定的税率与国家税法规定及税务机关认定的税率不一致时，以国家税法规定及税务机关认定的税率为准进行调整，调整时以不含税价为基准，执行国家法规规定及税务机关规定的税率。

该报酬包含乙方履行本合同所需全部费用，包括但不限于员工工资、加班费、咨询费、资料费、交通费、食宿费以及税费等。

5.2 技术服务报酬由甲方_____（一次或分期）支付乙方。具体支付方式和时间如下：

（1）_____。

（2）_____。

（3）_____。

乙方应提供真实合法有效且符合甲方主管税务机关标准的等额增值税发票，乙方未按合同约定提供发票的，甲方有权相应延期付款且不视为违约。

6. 技术服务工作成果的验收

6.1 乙方完成技术服务工作的形式：_____。

6.2 技术服务工作成果的验收标准：_____。

6.3 技术服务工作成果的验收方法：_____。

6.4 验收的时间和地点：_____。

7. 知识产权

7.1 在本合同有效期内，甲方利用乙方提交的技术服务工作成果所完成的新的技术成果，归____（甲、乙、双）方所有。

7.2 在本合同有效期内，乙方利用甲方提供的技术资料和工作条件所完成的新的技术成果，归____（甲、乙、双）方所有。

8. 保密义务

8.1 一方及其工作人员应对技术服务合同签订、履行过程中了解到的涉及到另一方商业秘密的文件资料以及其他尚未公开的有关信息承担保密责任，并采取相应的保密措施。双方应承担的保密义务包括但不限于：

8.1.1 未经一方书面同意，另一方不得将上述保密信息披露给任何第三人；

8.1.2 不得将上述保密信息用于本合同以外的其他目的。

8.1.3 在技术服务项目通过评审后或按合同要求，及时将上述资料和信息返还对方或按对方要求作适当处理。

8.2 涉密人员范围

甲方涉密人员范围：_____。

乙方涉密人员范围：_____。

8.3上述保密义务的期限至保密信息正式向社会公开之日或一方书面解除另一方此合同项下保密义务之日止。

9.违约责任

9.1 乙方不履行本合同义务或履行义务不符合约定的，甲方有权要求乙方承担继续履行、赔偿损失或支付违约金等违约责任。

9.1.1 乙方未按期完成技术服务工作的，每逾期1天，应向甲方支付相当于技术服务报酬___%的违约金，逾期超过___日的，甲方有权单方解除合同。

9.1.2 乙方未按合同约定履行合同义务，经甲方催告仍未纠正的，甲方有权单方解除合同。由于整改纠正造成进度延期交付的视同逾期交付。

9.1.3 乙方提供的技术服务不符合本合同约定的验收标准，未通过甲方验收的，乙方应退还甲方已支付的全部款项，并向甲方支付相当于技术服务报酬 ___%的违约金。

9.1.4 乙方违反合同约定的保密义务，应承担一切法律责任并向甲方支付相当于技术服务报酬___%的违约金。

9.1.5 合同因乙方原因解除的，甲方有权停止支付并要求乙方退还甲方已支付的全部款项，且乙方应向甲方支付相当于技术服务报酬___%的违约金。

9.1.6 乙方因违约需要向甲方支付违约金或赔偿损失的，甲方有权从任何一期合同应付款项中予以扣除。

9.2 甲方不履行本合同义务或者履行义务不符合约定的，乙方有权要求甲方承担继续履行、支付违约金等违约责任。

9.2.1 甲方不提供工作条件或提供的工作条件不符合约定，影响工作进度和质量，承担由此造成的项目延期、费用增加的责任。

9.2.2 甲方逾期支付技术服务报酬的，应就逾期部分向乙方支付按照全国银行间同业拆借中心公布的同期贷款市场报价利率计算的逾期付款违约金。

9.2.3 甲方无正当理由不接受工作成果的，已支付的报酬不得追回，未支付的报酬应当支付，并向乙方支付相当于技术服务报酬___%的违约金；甲方无正当理由逾期接受工作成果的，每逾期 1 天， 应向乙方支付相当于技术服务报酬___%的违约金，逾期超过___日的，乙方有权单方解除合同。

9.2.4 甲方违反合同约定的保密义务，应承担一切法律责任并向乙方支付相当于技术服务报酬___%的违约金。

10. 合同变更和解除

10.1 双方经协商一致可变更或解除合同，并以书面形式确定。

10.2 有下列情形之一的，一方可以向另一方提出变更或解除合同的书面请求，另一方应当在 10 日内予以书面答复；逾期未予书面答复的，视为同意：

（1）因对方违约使合同不能继续履行或没有必要继续履行；

（2）_____。

10.3 法律规定的合同解除情形出现时，一方主张解除合同的，应当书面通知对方。合同自通知到达对方时解除。

10.4 本合同中约定可单方解除合同的，单方解除合同的条件成就时，享有解除权的一方可单方解除合同，但应书面通知对方。合同自通知到达对方时解除。

11. 争议解决

11.1 因合同及合同有关事项发生的争议，双方应本着诚实信用原则，通过友好协商解决，经协商仍无法达成一致的，按以下第__种方式处理：

（1）仲裁：提交_____仲裁委员会，按照申请仲裁时该

仲裁机构有效的仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

（2）诉讼：向_____所在地人民法院提起诉讼。

11.2 在争议解决期间，合同中未涉及争议部分的条款仍须履行。

12. 名词和技术术语的定义和解释

12.1_____。

12.2_____。

13. 本合同的组成部分

与履行本合同有关的下列技术文件，经双方约定，作为本合同的组成部分。

13.1 技术背景资料：_____；

13.2 可行性论证报告：_____；

13.3 技术评价报告：_____；

13.4 技术标准和规范：_____；

13.5 原始设计和工艺文件：_____；

13.6 其他：_____。

14. 其他

14.1 本合同经双方法定代表人（负责人）或其授权代表签署并加盖双方公章或合同专用章之日起生效。合同签订日期以双方中最后一方签署并加盖公章或合同专用章的日期为准。

14.2 本合同一式___份，甲方执___份，乙方执___份，具有同等法律效力。

14.3 特别约定

本特别约定是合同各方经协商后对合同其他条款的修改或补充，如有不一致，以特别约定为准。

_____

_____

_____。

（以下无正文）

签 署 页

甲方：	乙方：
（盖章）	（盖章）
法定代表人(负责人)或	法定代表人（负责人）或
授权代表（签字）：	授权代表（签字）：
签订日期：	签订日期：
地址：	地址：
联系人：	联系人：
电话：	电话：
传真：	传真：
Email：	Email：
开户银行：	开户银行：
账号：	账号：
统一社会信用代码：	统一社会信用代码：

附件一：

技术服务人员表

姓 名		单 位	性 别	出生年月	职称或职务	专 业	承担的主要工作	投入时间
负责人								
主要技术服								

附件二

技术服务承诺书

第五章 采购需求

一、项目概况

本项目拟建设新质营销创新工作坊，服务专业群内涵建设，搭建多职业岗位、多角色协同的实践场景。学生们能够借助全方位真实场景技术平台，深入体验真实企业运营全流程，从而掌握产业链的运作机制，为产业数字化升级提供人才保障。工作坊依托院校 CDP 实训云平台、智慧零售系统等实战软件，既可以满足教学使用，同时也可以引入企业真实项目，服务区域经济。以产业端“数据分析-营销-成交运营”以及“分层实训+实战落地”为核心逻辑，构建“基础-技能-实践-实战”四级递进体系：院校 CDP 实训云平台为基础层，整合行业数据与教学案例，培养学生数据采集、建模及洞察能力，筑牢认知根基；智慧零售平台为技能层，还原门店运营、供应链管理等场景，强化跨岗位协同素养；电力营销管理实训系统、电力市场交易仿真平台为实践层，通过搭建电力场景市场环境，模拟精准获客、需求管理等场景，训练营销全流程操作能力，实现分析到执行的转化。

二、项目实施内容和范围

序号	名称	分项内容、规格型号、指标参数	单位	数量
1	院校 CDP 实训云平台	真实企业平台，功能需涵盖数据资产、标签体系、用户分群、用户洞察、高级分析、营销应用、行业模型、数据融合、项目中心等模块。依托平台，可以开展消费者行为分析等实训项目，满足《商务数据分析与应用》等课程教学。具体功能模块参数要求如下： 1、数据资产模块 （1）数据资产看板分为用户资产、标签资产、分群资产、标签和分群应用展示四大模块，可以通过选择截止日期，对整体各项看板的数据情况进行查看，当页面计算超时或数据不准时，可点击「刷新」按钮进行数据重算。用户资产部分，可以展示用户在截止时间 30 天内的变动趋势，指标维度可以查看用户总量、新增趋势；标签资产部分，展示当前项目下的标签总数及标签使用情况，包括标签应用、热门标签等；分群资产部分，展示当前项目下的分群包总数及分群使用情况，包括分群创建数、分群暂停数、分群应用、热门分群等。 （2）数据看板上需有添加图表和看板分组的功能，满足不同人对数据分析的不同需求。 2、标签体系模块 （1）可基于用户在什么时间什么场景下做了什么行为，将用户所有行为数据提炼出来形成支撑业务实现的可视化信息。 ▲（2）可围绕标签进行查询，新建，编辑，删除等操作，搭建	套	1

		层次分明的标签体系，让标签为业务目标服务。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （3）基于用户生命周期阶段分层运营，基于活动特征，定向选择用户群体，明确运营目标。 （4）可将用户标签应用至用户分群，分析用户的行为，再结合智能营销等工具实现增长、转化、留存的目的。 3、用户分群模块 ▲（1）围绕自定义创建（自定义创建、导入创建、Lookalike创建）与管理分群包，以及进行基于人群的更多操作。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）支持将分群推送其他产品（MA/BI/AB），洞察分群，了解分群在各个渠道的应用情况； （3）支持根据种子人群进行相似人群进行拓展，对未留资人群做一次触达，提升留资转化，降本增效，可选择一波留资人群，并根据留资人群找到有可能留资的用户，进行有效触达； （4）支持查看人群包的工作流应用详情，以人群包为中心展示与之相关的推送任务、广告投放任务、洞察任务，让数据的流动轨迹一目了然。 4、用户洞察模块 （1）通过建立用户群画像，进一步精准、快速的分析用户行为习惯、消费习惯等重要信息，帮助企业实现个性化推荐及精准营销。 （2）在精细化运营中，实现人群细分及对个性化运营策略的制定提供能力支撑；在进行数据分析时，更加便捷的获得人群的特征信息，从而更好的进行定量的分析。 （3）通过客户个人画像查看每个具体的客户的情况，了解客户所处的阶段和特点，帮助相关工作人员采用合适的方式及时跟进，促进客户的后续转化等。 （4）可在个体画像详情页面查看用户的详细行为路径，个体画像中应用的数据均为客户自身数据在合法合规场景下的使用。 （5）可以灵活创建生命周期标签，并基于模型标签对用户生命周期进行洞察，打造营销策略，提高用户对品牌的认知与兴趣。然后，按照用户阶段导出人群包进行精细化运营，促进用户购买决策，不断提升用户对品牌的忠诚度，也可基于模型与算法，来洞察人群的显性与隐性特征，并挖掘出最符合该人群的标签组合的一种分析方式。在本模块中，用户可以通过挖掘推荐出的标签组合快速了解这个人群的主要特征。 5、高级分析模块 （1）业务人员无需请求产品/数据工程师的支持，即可自主获取数据、分析解决问题。		

		（2）高级分析中事件、漏斗、留存、归因、分布、用户路径、属性、间隔、LTV、热力图分析等，可以把一些业务场景的分析添加到可视化分析自定义分组中，添加后在可视化分析页面直接查看、分析图表，也可以管理高级分析图表的场景分类、名称修改、删除等操作。 6、营销应用模块 （1）人群推送任务：支持输入任务名称进行搜索，同时支持筛选推送分群或者推送渠道，批量筛选并查看包含对应分群或对应渠道下的推送任务。展示已创建的推送任务详情，如推送渠道、状态、分群、主体、ID 类型等信息。 （2）支持查看当前推送任务详情，如推送账户、最近一次推送时间、推送方式、推送分群数量等；点击操作位置的刷新按钮，支持更新当前推送任务重新执行。 （3）广告账号授权，支持用户自助式的在 CDP 项目中心绑定广告账户，完成账号授权等操作。 （4）创建推送任务支持将人群包推送到巨量引擎、腾讯广点通、百度营销等渠道进行广告投放。 （5）支持从分群的维度了解历史所有分群在不同触达渠道、任务等转化情况，用户可以根据人群包及标签效果，改善圈人逻辑并优化运营路径，为后续的精细化运营提供数据与策略支持。 7、行业模型模块 ▲（1）模型训练：ETL 工程师在系统中配置训练数据，并进行模型训练。训练完成的模型，若符合预期，可以上线正式使用。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）预测：运营人员使用模型对人群包进行预测，可查看预测结果数据。可根据预测结果生成人群包，制定针对性的运营或营销策略。 8、数据融合模块 ▲（1）数据源连接：系统需提供 12+种数据连接方式，包括但不限于关系型数据库（如：MySql、Oracle、SQL Server 等），大数据平台（如：Hive，Impala、Clickhouse 等），MPP 数据库（Postgre 等）、文本数据（Excel、CSV）、API 接口等。不仅能够对接客户内部各业务公司客户数据和业务数据接入（如：会员系统、会员中台系统等），还可以对接官方网站、APP、公众号、小程序、服务号等数据源。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）数据集成：需支持抽取和直连两种模式的创建，直连支持单源单表的创建；抽取模式支持多源多表进行创建； （3）离线图谱构建：当用户实际业务中含有多个 ID 体系，希望通过将数据建立在不同 ID 类型上，在同一个实体上建立统一		

		的标签体系时，可利用此功能打破数据孤岛，完成多 ID 体系映射关系的定义与生成。通过离线图谱配置可对数据集结果数据进行 one id 的生成。并被后续的功能模块引用 one id 结果。 ▲（4）可视化建模：系统需内置轻量级数据清洗及可视化建模能力，通过拖拽形式添加数据处理节点，对数据进行筛选、去重、替换等清洗操作，数据清洗完成后，可以将处理完成的数据输出到目标源中，降低深度数据治理成本。同时消息平台集成模块数据集调度任务支持通过邮箱发送告警邮件。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （5）元数据管理：系统提供统一的元数据管理能力，包括数据源登记、行为事件、主体属性、明细数据、渠道数据的管理。这里登记完成的数据源，即后续建标签、圈人时可用的数据源。 9、项目中心模块 （1）权限控制：客户数据平台各功能涉及模块和资源权限，管理员可以轻松进行权限管理和授权管理，权限类型包括查看权限、编辑权限、管理权限，授权类型包括用户和角色，支持单个或批量授权； （2）功能管理：Lookalike 配置支持通过覆盖率或者自定义的方式，配置参与 lookalike 的标签范围，增强 lookalike 的可视化配置能力； （3）广告账户管理，用户可以在平台上圈出更加精准的目标用户，并轻松推送到巨量引擎、腾讯广告、百度营销等平台，通过精准营销不断提升转化效果，带来更高的业务价值，该模块主要进行广告账户的添加、授权、搜索等操作。 10、需提供至少 50 个实训账号，至少 3 年服务期限。 ▲11、基于以上功能模块，投标人需提供配套的实训任务指导书、教学课件、教案、操作视频等教学资源，保障学校教学工作顺利实施。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （1）实训任务指导书：配套不少于 30 个实训任务，具体需包括：消费者行为数据与数据整合（关联数据集构建、可视化建模）、消费者标签体系构建与管理（自定义标签、基础值标签、首次末次特征标签、事件偏好属性标、运算标签、排序标签、SQL 标签、5A 用户生命周期标签）、用户分群模块（规则创建用户分群、导入创建用户分群、Lookalike 创建用户分群）、消费者行为高级分析（事件分析、漏斗分析、留存分析、归因分析、用户路径分析）等模块。每个实训任务均需以企业业务场景为背景，配备完整的操作步骤、落地运营策略、实操注意事项等栏目，指导学生从会操作逐步提升到会分析、会应用。 （2）教学课件：配套不少于 5 个教学 PPT，具体包括：消费者行为分析基础（认识消费者与消费者行为、消费者行为分析概		

		述）、消费者行为数据与数据整合（消费者行为数据基础、CDP数据整合与合规、One-ID体系）等内容。 （3）教案：配套不少于30份教案，教案以职业教育课程标准为依据，采用统一的编写规范与格式，每份教案均包含课程基本信息（授课课程、授课课题、授课课时、授课形式、教学目标、教学重点、教学难点、教学资源）、教学活动安排（按教学环节细化教学内容、时间分配、教学方法与策略、教学资源）、课堂总结、布置作业、教学反思五大核心模块，确保教学过程可落地、可复制、可评估。 （4）操作视频：配套不少于20个视频，总容量不少于600MB。视频采用高清屏幕录制形式，配有专业语音讲解与操作标注，清晰展示每个功能模块的完整操作流程与关键步骤。视频内容涵盖：消费者行为数据与数据整合（关联数据集构建、可视化建模）、消费者标签体系构建与管理（自定义标签、基础值标签、首次末次特征标签、事件偏好属性标、运算标签、排序标签、SQL标签、5A用户生命周期标签）、用户分群模块（规则创建用户分群、导入创建用户分群、Lookalike创建用户分群）、消费者行为高级分析（事件分析、漏斗分析、留存分析、归因分析、用户路径分析）等模块。每个视频聚焦一个核心操作主题，时长控制在5-15分钟，便于学生按需观看、反复学习，支持课前预习与课后巩固。 以上教学资源，投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频。其中，实训任务指导书演示完整目录、页码及不少于3个实训任务；教学课件演示总数量及不少于3个不同章节的内容；教案演示总数量及不少于3个教案；操作视频演示总数量、视频大小及不少于3个视频的播放界面。 投标人为代理商的，需提供产品生产厂家提供的演示视频。同时，对教学资源的完整性、可用性及交付质量承担相应责任。		
2	智慧零售系统	真实企业系统，构建私域商城圈，创设真实的零售环境，包括企业官方商城搭建、会员体系搭建、营销活动、数据统计及分析、订单管理、店铺管理等模块；依托系统，开展商品管理、订单管理、分销管理、营销活动和数据管理等项目教学，满足《数字化零售运营》等课程教学。具体功能模块参数要求如下： 1、企业官方商城搭建模块 学生通过商品管理、订单管理、店铺管理等几个模块了解企业线上商城搭建的各个环节，学生可以学习并了解商城订单流转过程、店铺运营管理、物流配送方式、推荐商品配置及展示逻辑。 ▲（1）提供企业级商品库管理功能，让学生了解如何通过商品库管理及下发产品至不同销售渠道。（投标方须提供能够体现	套	1

		该参数要求的演示视频） ▲（2）提供企业级店铺装修功能，让学生了解私域小程序如何搭建、装修及管理。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） ▲（3）提供企业级订单管理功能，让学生在实践学习过程中学会如何在不同的订单节点，处理各类订单售前及售后问题。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） 2、会员体系搭建模块 ▲（1）会员收益体系搭建，通过会员收益体系模块学习不同电商模式下的会员收益体系搭建，学习如何通过会员等级进行收益分配。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）会员权益体系搭建，通过权益模块学习在电商体系下如何搭建健全的会员权益体系，了解会员成长值、积分任务、入会礼管理等会员管理和维客策略。 ▲（3）积分商城搭建，通过积分商城模块学习并掌握电商体系下如何消耗会员有效积分，如何选择积分商品来提高会员在积分商城的活跃度。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） 3、营销活动模块 ▲（1）基础维客营销活动，通过对优惠券、发券宝、券活动、满额返券等几个营销活动来学习和掌握基础的营销逻辑和维客方法。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）主流热门营销活动，通过对限时抢购、拼团、砍价、下单立减等主流热门活动来学习和掌握此类活动的营销逻辑、商品选择和搭配逻辑，快速掌握此类营销活动在实战中的运用场景和如何通过此类活动拉升平台用户活跃。 4、数据统计及分析模块 ▲（1）数据统计模块会针对交易数据、商品数据、用户数据、会员数据、售后数据、营销数据等几个维度分析平台运营状况，学生可通过此模块来进行学习和掌握如何通过运用数据分析来做销售决策、商品决策、营销决策。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）三方平台可以帮助学生掌握如何管理多商城体系，通过三方数据汇总学习多商城体系的商品分析、订单分析、会员分析、用户分析等。 5、订单管理模块 需包括订单概览、综合订单、发货管理、售后管理、订单记录。 6、店铺管理模块 需包括热搜词、推荐商品、物流配送、页面链接、公众号页面、视频链接。		

		7、需提供至少 50 个实训账号，至少 3 年服务期限。 ▲8、基于以上功能模块，投标人需提供配套的实训任务指导书、操作说明书、教学课件、教学视频等教学资源，保障学校教学工作顺利实施。 （1）实训任务指导书：内容需包括商品管理、订单管理、分销管理、营销活动和数据管理等内容。 （2）操作说明书：详细介绍软件功能应用的商业场景、操作步骤和操作细节。 （3）教学课件：不少于 60 个 PPT。 （4）操作视频（不少于 70 个，不少于 1000MB）：内容需涵盖商品管理部分（商品添加、商品组合上架、商品收益调整及广告分类调整）、订单管理部分（订单导出、搜索、发货和自提订单提货）、会员管理部分（会员等级设置、会员等级编辑等内容）、收益管理部分（团队收益、培养收益、辅导收益等内容）、权益配置部分（普通权益设置、成长值任务和积分任务设置等内容）、分销管理部分（区域合作人列表、股东列表、股东收益、积分结算等内容）、营销管理部分（优惠券、满减券、限时抢购、活动有礼和拉新竞赛等内容）、数据统计部分（交易统计、商品统计、售后统计和营销统计等内容）等。 以上教学资源投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频。其中，实训任务指导书演示完整目录、页码及不少于 3 个不同章节的内容；操作说明书需演示页码及不少于 3 个不同章节的内容；教学课件演示总数量及不少于 3 个不同章节的内容；操作视频演示总数量、视频大小及不少于 3 个视频的播放界面。 投标人为代理商的，需提供产品生产厂家提供的演示视频，对教学资源的完整性、可用性及交付质量承担相应责任。		
3	电力营销管理系统	该系统须具备账户和角色管理、日志及历史课程记录、课程相关指标参数化配置、用电需求管理、合同管理、客户代理关系管理、市场公告解读与边界数据分析、零售套餐设计教学模拟等功能。具体功能模块参数要求如下： 1、账户和角色管理功能 ▲（1）系统须具备灵活的学生账户管理和角色管理能力，支持快速批量创建学生组模拟操作账户及对应角色。支持单次可通过 Excel 模板一次性导入不少于 200 个账户；支持按班级、小组两级分组管理；账户创建支持批量初始化密码并支持用户登录自行修改，支持账户密码重置设置、停用与启用管理，陈旧账户信息支持教师端删除，便于教师开展多批次、多班级的模拟教学。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） ▲（2）系统须具备统一的管理员账号来管理系统功能菜单及授权给相应角色的能力，保障集中系统使用的集中管理。支持不	套	1

		少于 3 种角色类型（系统管理员、教师、学生），各角色功能权限清晰可辨；功能菜单授权粒度细化至按钮级，可授权功能节点不少于 60 个；权限配置支持按角色一键批量授权，支持权限模板复用与一键同步至其他账户，教师端可随时调整角色权限并即时生效，满足不同课程场景的权限控制需要。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） 2、日志及历史课程记录功能 ▲（1）系统须具备完善的用户登录日志记录，包含详细的登录用户名、时间、IP 地址等信息。日志记录字段不少于 7 项（姓名、登录时间、最后活动时间、客户端主机、客户端 IP 地址、服务器地址、操作内容），完整记录学生登录与操作行为；在线查询日志保留期不少于 1 年，支持按时间范围、账号、日志类型、事件类型、风险等级等多条件组合查询；能够按照时间范围、事件类型、账号进行统计与导出；支持登录异常（如 IP 地址异常访问）标记，便于教师掌握学生出勤与学习活跃情况。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）系统须具备历史课程信息和数据的归档记录功能，学生能够随时查看参与过的模拟课程细节数据。支持归档内容覆盖操作记录、交易数据、评价结果等全过程数据，保证教学留痕完整可追溯；学生可按时间范围、市场环境、课程状态、课程名称或者编码查询历史课程，查询响应时间不超过 3 秒，便于学生课后复盘与教学成果存档。 3、课程相关指标参数化配置功能 （1）系统须能够支持管理员对于特定模拟环境的相关参数的编码方式配置，每当需要进行参数修改调整时无需复杂化的代码修改或者数据库修改方式即可实现。可配置参数项不少于 9 项，覆盖交易品种、申报方式、出清方式数等类别，均通过界面化配置实现；支持市场环境的创建、编辑、发布，在发布前可进行编辑，发布之后不能进行编辑修改；参数修改即时生效，无需代码或数据库改动，降低课程场景搭建的技术门槛。 4、用电需求管理功能 ◆（1）系统须具备电力用户用电需求信息的录入与管理功能，支持按行业类别、用电性质、电压等级等维度对用户用电负荷、典型负荷曲线等数据进行分类维护和查询。 支持行业类别不少于 20 种（参照国民经济行业分类 GB/T 4754，覆盖制造业、批发和零售业、住宿和餐饮业、农林牧渔业、建筑业等）；用电性质覆盖工商业、大工业、农业、居民生活、公共事业等不少于 5 类；电压等级覆盖 0.4kV、10kV、35kV、110kV、220kV 等不少于 5 级；典型负荷曲线按 96 点/日（15 分钟间隔）粒度维护，支持工作日、休息日、节假日多套曲线；		

		单用户历史数据保存周期不少于 2 年，支持按行业、用电性质、电压等级等维度组合查询与导出，满足分类教学与多场景模拟需要。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） （2）系统须具备用户用电需求的预测分析功能，能够基于历史用电数据生成未来时段的用电需求预测，为零售套餐设计和市场申报提供数据支撑。 预测周期支持未来 1 天及多天，预测时间可粒度支持 15 分钟级别；支持按行业、区域维度分别预测，便于分场景教学讲解；预测结果支持曲线图等直观方式展示，支持与历史实际数据对比分析，辅助学生理解预测原理与误差来源。 5、合同管理功能 ◆（1）系统须具备零售市场购售电合同的编制、审批和归档管理功能，支持按合同周期、合同类型进行查询。 支持合同类型不少于 3 类（零售购电合同、零售售电合同、代理合同）；合同周期覆盖年度、月度；合同编号系统自动生成并具备唯一性校验，重复编号自动拦截；支持合同模板化起草、关键字段校验与审批流转；归档合同存储容量不少于 500 份，支持按合同周期、合同类型组合查询，满足教学场景合同全生命周期管理。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） （2）系统须具备合同执行情况的跟踪与查询功能，能够展示合同电量、电价的执行进度和结算信息。 支持展示合同电量执行进度、电量完成率、分时段电价执行情况与结算金额等关键指标，形成合同执行一览；支持按合同、按客户、按时间维度统计查询，帮助教师直观展示合同履约情况，引导学生分析偏差原因。 6、客户代理关系管理功能 （1）系统须具备售电公司与电力用户之间联动合同关系的代理关系的建立、变更和解除管理功能，支持记录代理关系的有效期、代理范围等信息。 支持同时维护代理客户不少于 500 户，满足模拟售电公司的客户规模需要；代理范围支持细分至用电单元（户号）粒度，实现精细化代理管理；代理关系状态不少于 3 种（正常、暂停、终止），状态变更全程留痕，可追溯操作人、操作时间；支持按生效日期区间查询代理关系，便于教学中演示代理关系全生命周期。 （2）系统须具备代理客户清单的导入功能，便于教师快速完成教学模拟场景中客户关系的初始化配置。 支持 Excel 模板批量导入，单次导入不少于 100 条，便于		

		教师快速完成教学模拟场景中客户关系的初始化配置；导入时自动校验客户号唯一性与必填项，错误数据逐条提示错误原因，支持修正后重新导入，避免无效数据影响课程开展。 7、市场公告解读与边界数据分析功能 （1）系统须具备电力市场交易公告的录入、展示功能，支持教师录入市场公告信息，引导学生分析公告中的关键信息。 支持公告类型不少于 3 类（交易公告、结算公告、信息披露），覆盖市场信息发布的主要场景；公告支持附件上传、按类型与时间检索、面向学生分组发布；教师可借助公告发布引导学生开展公告解读与市场信息分析教学。 ◆（2）系统须具备市场边界数据的展示和分析功能，包括全网负荷预测、新能源出力预测、竞价空间等数据，帮助学生理解市场边界条件对交易决策的影响。 支持数据指标不少于 5 类（全网负荷预测、新能源出力预测、竞价空间等），全面反映市场边界条件；数据更新频率不低于每日，保证教学场景数据时效性；（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） ◆（3）支持多日市场边界数据数据同屏对比与趋势图展示，帮助学生直观理解边界条件变化对交易决策的影响，支撑行情研判类教学环节。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） 8、零售套餐设计教学模拟功能 ◆（1）系统须具备零售市场套餐的设计与配置功能，支持设置分时段电价、阶梯电价等参数，供学生开展零售套餐设计教学模拟。 分时电价时段不少于 4 个（尖峰、峰、平、谷），各时段价格独立设置；阶梯电价支持不少于 3 档，满足不同套餐设计需要；可保存套餐方案不少于 10 套，支持方案复制、修改管理；套餐设计要素（购售价差、偏差考核、服务费）均可配置，支持教师结合真实售电业务开展套餐设计教学。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） （2）系统须具备不同零售套餐方案的对比分析，能够展示各套餐方案下的用电成本测算结果，帮助学生优化套餐设计策略。 支持不少于 2 个套餐方案同屏对比，直观展示各方案差异；测算指标不少于 5 项（月均电费、综合电价、峰谷价差、费用占比等），覆盖套餐评价的主要维度；对比结果支持图表与报表导出，便于学生分析，引导学生在方案对比中优化套餐设计策略。		

4	电力市场交易仿真平台（中长期交易）	该平台应具备市场环境配置、基础信息管理、课程教学管理、发电企业管理、用电企业管理、中长期合同管理、集中竞价交易申报教学模拟、挂牌交易与双边协商教学模拟等功能。具体功能模块参数要求如下： 1、市场环境配置功能 ▲（1）系统市场环境配置须包括对电力用户的负荷资源的模型管理，能够由授课教师去设定用户所具备的电力负荷资源的容量、电压等级、可调节容量等模拟参数，能够支持教师对参与教学的学生组资源池进行设定及初始化。负荷容量设置范围0.1MW～1000MW，覆盖不同规模的用户场景；电压等级覆盖0.4kV、10kV、35kV、110kV、220kV 等不少于 5 级；可调节容量支持任意数值设定；学生组资源池支持每组资源用户不少于 20 个，支持资源池资源的新增、编辑和删除操作，方便教师快速搭建课程模拟环境。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）系统须支持由教师对于本次课程所涉及电力市场场景所需的气象数据、电力用户预置历史样本数据的维护和管理功能，便于教师进行课程模拟的数据准备工作。气象数据支持小时粒度维护；支持不少于 3 项数据指标（温度、辐照、风速），支持预测数据和实际数据的图形化对比展示，为需求预测教学提供数据基础；支持 Excel/CSV 批量导入，导入过程支持模板下载、格式校验与错误定位。 2、基础信息管理功能 （1）系统须具备开展模拟电力市场交易课程的电力市场披露信息的管理和维护，能够进行批量的数据导入以实现快速的模拟电力市场环境市场层面数据的录入，包括：边界预测、边界运行、出清价格等数据的导入。支持数据类别不少于 3 类（边界预测、边界运行、出清价格），覆盖模拟市场环境构建的主要数据；支持模板下载、数据校验、错误提示，便于教师分批次完成市场层面数据准备。 ▲（2）系统须具备由教师端对于电力市场交易模拟中电力用户所应用的电量单价的管理和维护功能，要求能够设定不同时段的电费电价，并且能够分不同区域不同电压等级和用电性质进行分别维护和管理，保证在模拟授课过程中满足多类型场景模拟需求。分时电价时段不少于 4 个（尖峰、峰、平、谷），各时段价格独立设置；支持按区域（不少于 10 个）、电压等级（不少于 5 级）、用电性质（不少于 4 类）组合独立维护电价，满足多类型场景模拟需求；电价维护管理支持设定应用时段范围，可提前设定即将使用的时段电价信息，也可以存档已经过往的电价信息，便于追溯历史信息，方便教师按课程进度灵活调整。	套	1

		（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） 3、课程教学管理功能 ▲（1）系统须具备在教师端全局控制课程进度功能，按照电力市场交易业务流程节点可进行激活和置为不可操作状态，防止在模拟实操过程中学生随意操作，影响业务学习效果。业务流程节点不少于 6 个（代理资源管理、市场电价预测、资源运行预测、交易申报策略等），覆盖电力市场交易模拟的关键环节，每个节点支持独立激活和锁定；节点锁定后学生端不可操作，解锁即时生效，帮助教师按照业务流程节点掌控课程节奏，防止学生随意操作影响教学效果。（投标方须提供能够体现该参数要求的演示视频） （2）系统须能够支持课程按业务流程节点模拟实操后的各学生组评价功能，并且单组学生能够查看本组在总体模拟的评价水平，支持能够做横向对比，总结自身对知识的掌握情况。评价维度不少于 5 个（市场电价预测、资源运行预测、可调能力评估、交易申报策略），多角度反映学生学习效果；支持不少于 10 个学生组横向对比排名，单组学生可查看本组在总体模拟中的评价水平，支撑教师开展过程性评价与学情分析。 4、发电企业管理功能 （1）系统须具备发电企业基本信息的录入与管理功能，包括企业名称、装机容量、机组类型、接入电压等级等信息，支持按发电企业类型进行分类管理。 机组类型覆盖火电、水电、风电、光伏、储能等不少于 5 类，贴近实际电源结构；装机容量覆盖 1MW～1000MW；支持管理发电企业不少于 50 家，支持按企业类型、容量区间分类查询；发电企业信息支持　批量录入与模板导入，降低教师课前数据准备工作量。 （2）系统须具备发电企业机组的发电出力特性参数管理功能，能够维护机组的最小技术出力、最大技术出力、爬坡速率等运行参数，为交易申报提供基础数据。运行参数不少于 5 项（最小技术出力、最大技术出力、爬坡速率、启停时间、最小运行时间），完整刻画机组运行特性；爬坡速率支持按 MW/min 设置；参数修改即时生效，支持按机组批量复制，便于快速构建同类机组资源，为交易申报教学提供基础数据。 5、用电企业管理功能 ◆（1）系统须具备用电企业基本信息的录入与管理功能，包括企业名称、用电类别、电压等级等信息，支持按用电性质进行分类管理。 用电类别覆盖大工业、一般工商业、农业、居民生活等不少于 5 类；电压等级覆盖 0.4kV、10kV、35kV、110kV、220kV 等不少于 5 级；支持管理用电企业不少于 200 家，支持按用电性质、电压等级组合查询；企业信息支持批量导入，辅助教师		

		快速完成学生模拟操作对象配置。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） ◆（2）系统须具备用电企业典型负荷曲线的配置与管理功能，能够维护不同行业用户的典型日负荷曲线，为市场申报和结算提供数据支撑。 支持行业类别不少于 10 种，覆盖主要用电行业；每条典型曲线不少于 96 点（15 分钟间隔），精细刻画日内负荷变化；支持工作日、休息日、节假日多套曲线，贴合不同日型用电特征；支持曲线批量导入、按行业模板复制与个性化调整，方便教师结合行业案例开展负荷特性教学。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） 6、中长期合同管理功能 ◆（1）系统须具备中长期购售电合同的创建、编辑和审批管理功能，支持年度、月度、周度等不同合约周期的合同签订，能够设定合同电量、电价和分时段分解计划。 合约周期支持年度、月度，覆盖中长期交易的主要周期；合同电量支持按日自动分解，分解计划粒度至 96 点/日；每份合同支持修订记录可追溯；审批流程可配置且不少于 2 级，支持按课程需要灵活设定，帮助学生理解合同签订与履约流程。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） （2）系统须具备中长期合同执行情况的跟踪和统计分析功能，能够展示合同电量分解进度、实际完成率等指标，支持教师对教学模拟效果进行评估。跟踪指标不少于 4 项（合同电量分解进度、实际完成率、偏差电量、结算金额），全面反映合同执行情况；统计报表不少于 5 类（按合同、按主体、按月、按日），支持多维度教学分析，辅助教师评估教学模拟效果并开展复盘讲评。 7、集中竞价交易申报教学模拟功能 ◆（1）系统须具备集中竞价交易的申报教学模拟功能，支持发电企业和用电企业分角色进行电量电价申报，能够设置申报段数、申报价格和申报电量等参数。 申报段数支持不少于 5 段，满足教学场景分段申报演示需要；申报价格上下限由教师设置，可结合不同市场规则灵活调整；支持发电企业与用电企业双侧申报，参与主体不少于 50 个；申报截止后自动锁定，支持申报数据校验与异常拦截，保障模拟交易过程规范有序。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） ◆（2）系统须具备集中竞价出清结果的展示和分析功能，能够直观呈现出清价格、中标电量等结果，支持学生进行申报策略的复盘分析。出清结果覆盖日分时出清，呈现系统边际出清价		

		格与各主体中标电量，直观展示集中竞价机制；支持成交结果与申报策略联动复盘，复盘对比维度不少于 5 个（申报价格、申报电量、出清价格、中标电量、收益）；结果支持图表与明细查看，便于学生开展策略分析与教学讲评。（投标方须提供能够体现该参数要求的功能截图/证明文件） 8、挂牌交易与双边协商教学模拟功能 （1）系统须具备挂牌交易的教学模拟功能，支持发电企业或用电企业发起挂牌申报，包括挂牌电量、挂牌电价、交易周期等参数的设置。 挂牌要素不少于 4 项（挂牌电量、挂牌电价、交易周期、挂牌主体），完整描述一笔挂牌交易；交易周期支持周、月度挂牌，覆盖不同期限的挂牌场景；挂牌信息发布后支持撤牌、改挂，操作全程留痕，帮助学生理解挂牌交易的组织流程与市场规则。 （2）系统须具备双边协商交易的教学模拟功能，支持交易双方进行报价和还价，记录达成的交易结果，帮助学生理解双边协商的交易机制。 支持报价、还价协商轮次不少于 3 轮，完整呈现双边讨价还价过程；同时在线协商主体不少于 10 个，满足班级规模下的分组模拟需要；协商过程实时记录，成交结果自动生成并同步至合同管理模块，实现交易-合同业务贯通，帮助学生理解双边协商交易机制。		

三、报价说明与合同结算

（一）报价方式

报价采用总价报价。

（二）报价依据

供应商根据自身情况并结合市场价格自主进行报价。报价为目的交货价，无论报价的过程和结果如何，供应商自行承担所有与参加投标有关活动的全部费用。

（三）合同结算

服务项目经甲方验收通过，乙方向甲方提供符合要求的发票后 60 日内，甲方一次性支付全部服务费用。

四、项目组织机构和人员要求

在整个项目建设过程中，供应商必须安排实施团队，针对所有建设方向，开发全部建设内容，直至项目验收通过。

五、项目实施要求及工期

（一）总体要求

自合同签订生效之日起至 2026 年 12 月 20 日。

（二）具体要求

供应商应提供项目负责人（日常联系和沟通负责人，负责项目的跟进执行沟通等事宜。如出差或休假时应提前告知学校，并负责安排其他人员替代），中标后以上人员的变更须征得学校同意，否则可视为违规并提出警告。

（三）服务要求

1.投标人在中标公告发布后 3 个日历日内到采购方用真实软件平台演示所投产品的相关功能，并提供配套介绍文档。若投标人未能按期到场演示、无法展示所投产品功能、无法提供所投产品介绍文档，采购方有权按相关招投标规定追究其责任。

2..供应商应按招标文件规定的软件平台性能、技术要求、质量标准向采购人提供全部产品。

3..技术支持：供应商应及时免费提供合同软件平台的升级和应用的资料。

4..安装调试

（1）安装地点：采购人指定地点；郑州市郑东新区凤栖街 296 号郑州电力高等专科学校经济管理学院实训楼 II415。

（2）安装完成时间：接到采购人通知后在规定时间内完成安装和调试，如在规定的时间内由于供应商的原因不能完成安装和调试，供应商应承担由此给采购人造成的损失；

（3）安装标准：符合我国国家有关技术规范要求和技术标准，所有的软件平台必须保证同时安装到位；

（4）供应商免费提供合同货物的安装服务；

（5）供应商在投标文件中应提供安装调试计划、对安装场地和环境的要求。

5..供应商应提质保期满后维护费、软件升级及其相关服务内容；

6.供货时提供有关的全套技术文件。

7.供应商应保证所提供的软件平台或其中任何一部分均不会侵犯第三方的知识产权。

8.供应商应对采购人的操作人员、维修人员免费进行辅导；供应商应提供相应的辅导计划。

六、项目实施结果

（一）验收标准

本项目按与供应商签订的协议进行验收，符合本项目中所规定的具体服务项目的质量、数量等的要求。

（二）项目资料要求

乙方应给甲方提供完备的项目资料，具体项目需提交的资料包括：

1.软件安装压缩包 4 个；

2.院校 CDP 实训云平台及教学资源 1 套（含实训任务指导书、教学课件、教案、操作视频）；

3.智慧零售系统及教学资源 1 套（含实训任务指导书、操作说明书、教学课件、教学视频）；

4.电力营销管理系统及文档 1 套（含概要设计说明书、测试报告、部署安装说明书、操作说明书）；

5.电力市场交易仿真平台（中长期交易）及文档 1 套（含概要设计说明书、测试报告、部署安装说明书、操作说明书）。

七、质保要求

供应商为甲方提供 1 年质保期保障，质保期从后期验收完毕之日计起。

八、后续服务要求及其他

供应商接到故障电话 4 小时内派技术人员远程支持，远程支持无法解决的问题 24 小时内上门支持，在 48 小时内解决问题，紧急问题在 4-6 小时内解决，提供 24 小时服务热线电话。

第六章 投标文件格式

封面格式

（项目名称）

投 标 文 件

项目编号：

投标人：（加盖公章）

法定代表人或其委托代理人：（签字或盖章）

年 月

第一部分资格证明文件

一、法定代表人授权委托书

本人_____（姓名）系_____（投标人名称）的法定代表人，现委托（姓名）为我方代理人。代理人根据授权，以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改_____（项目名称）_____投标文件、签订合同和处理有关事宜，其法律后果由我方承担。

代理人无转委托权。

本授权书自签署之日生效至投标有效期到期之日结束。

法定代表人身份证复印件（正反面）

委托代理人身份证（正反面）

法定代表人（签字或盖章）：

委托代理人（签字）：

投标人（加盖公章）：

委托代理人联系方式：

_____年____月_____日

二、具有独立承担民事责任的能力

提供法人或者其他组织的营业执照等证明文件

三、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度

提供下列资料之一作为财务状况证明资料：

① 2024 年度或 2025 年度经会计师事务所或者审计机构审计的财务报告；

② 基本开户银行出具的有效资信证明；

四、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力

郑州电力高等专科学校：

我方在此声明，我单位具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。特此声明。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

五、有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录

1、附 2025 年 7 月至今任意一个月的缴纳税收的凭据；

1）纳税证明须提供缴费银行单据或税务机关出具的证明作为证明材料；

2）投标人近半年零缴税，须提供近半年税务系统中纳税申报截图信息作为证明材料，其中：成立时间不满半年的企业，零缴税仅须提供成立以来税务系统纳税申报截图；

3）成立时间未超过 1 个月的一般纳税人，或者未达到季报周期的小规模纳税人，提供合理说明；

4）投标人依法免税，应提供依法免税的相应证明文件。

2、附 2025 年 7 月至今任意一个月的缴纳社会保险的凭据；

投标人不需要缴纳社保的，需提供能够有效证明其属于国家允许不缴纳社保的相关证明文件。

六、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

郑州电力高等专科学校：

我方在此声明，在参加本次政府采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录。

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。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

七、无关联关系声明

郑州电力高等专科学校：

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、管理关系的不同投标人，参加同一合同项下的政府采购活动。”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。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

八、不参与围标串标承诺书

郑州电力高等专科学校：

我单位自愿参加____项目名称____投标活动，严格遵守相关法律法规，依法诚信经营。我单位郑重承诺:

（一）我单位及参与本项目的相关人员遵循诚实守信的原则，依法依规参加本项目投标活动;

（二）我单位不存在围标、串标、以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取中标的行为，否则，承担相应法律责任，接受相应行政处罚和失信惩戒。

投标人:_____(盖单位公章)

法定代表人或其委托代理人:_____(签字或盖章)

_____年_____月_____日

第二部分商务、技术文件

一、投标函

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）项目招标文件的全部内容，愿意以人民币（大写）（¥ 元）的投标总报价，服务期限：，按合同约定完成全部工作。

2. 如果我方中标，我方将按招标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，按照招标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招标文件，包括修改文件以及全部参考资料和有关附件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权力。

4. 投标有效期为提交投标文件的截止之日起 90 日历天。

5. 如果在规定的开标时间后，我方承诺在投标有效期内不撤回投标。

6. 我方在此声明，所递交的投标文件及有关资料内容完整、真实和准确。

7. 我方同意提供按照贵方可能要求的与其投标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投标或收到的任何投标。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

二、投标报价表格

1、报价一览表

金额单位：元

投标人名称	
投标总报价	**大写：**
	小写：
投标范围	
服务期限	
服务地点	
质量要求	
合同履行期限	
投标有效期	
其他声明	

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

2、分项报价明细表

序号	系统名称	数量	单位	分项报价（元）
1	院校 CDP 实训云平台	1	套	
2	智慧零售系统	1	套	
3	电力营销管理系统	1	套	
4	电力市场交易仿真平台（中长期交易）	1	套	
5	总报价（大写）：		（小写）：	

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

三、投标人承诺函

1、投标承诺函

致（采购代理机构）：

我公司作为本次采购项目的投标人，根据招标文件要求，现郑重承诺如下：

一、具备《中华人民共和国政府采购法》第二十二条第一款和本项目规定的条件：

（一）具有独立承担民事责任的能力；

（二）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（三）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（四）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

（五）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；

（六）法律、行政法规规定的其他条件；

（七）根据采购项目提出与项目相关的其他资格要求。

二、完全接受和满足本项目招标文件中规定的实质性要求，不存在对招标文件有异议的同时又参加投标以求侥幸中标或者为实现其他非法目的的行为。

三、参加本次招标采购活动，不存在为采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的行为。

四、参加本次招标采购活动，不存在和其他投标人在同一合同项下的采购项目中，同时委托同一个自然人、同一家庭的人员、同一单位的人员作为代理人的行为。

五、投标人参加本次政府采购活动要求在近三年内投标人和其法定代表人没有行贿犯罪行为。

六、参加本次招标采购活动，不存在联合体投标。

七、投标文件中提供的任何材料资料和技术、服务、商务等响应承诺情况都必须是真实的、有效的、合法的。

八、如本项目评标过程中需要提供样品，则我公司提供的样品即为中标后将要提供的中标产品，我公司对提供样品的性能和质量负责，因样品存在缺陷或者

不符合招标文件要求导致未能中标的，我公司愿意承担相应不利后果。（如提供样品）

九、存在以下行为之一的愿意接受相关部门的处理：

（一）投标有效期内撤销投标文件的；

（二）在采购人确定中标人以前放弃中标候选资格的；

（三）由于中标人的原因未能按照招标文件的规定与采购人签订合同；

（四）由于中标人的原因未能按照招标文件的规定缴纳履约保证金；

（五）在投标文件中提供虚假材料谋取中标；

（六）与采购人、其他投标人或者采购代理机构恶意串通的；

（七）投标有效期内，投标人在政府采购活动中有违法、违规、违纪行为。

由此产生的一切法律后果和责任由我公司承担。我公司声明放弃对此提出任何异议和追索的权利。

本公司对上述承诺的内容事项真实性负责。如经查实上述承诺的内容事项存在虚假，我公司愿意接受以提供虚假材料谋取中标追究法律责任。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

2、反商业贿赂承诺书

我公司承诺：

在本次采购活动中，我公司保证做到：

一、公平竞争参加本次采购活动。

二、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；不为其报销各种消费凭证，不支付其旅游、娱乐等费用。

三、若出现上述行为，我公司及参与采购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。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

四、采购需求偏离表

（一）服务响应偏离表

序号	招标文件中服务要求条款号	招标文件	投标文件	对招标文件偏离	描述	备注
1						
2						
3						
4						

注：

1、投标文件与招标文件有差异之处，无论多么微小，均应按偏离表的要求汇总说明，在“描述”中说明差异的原因，并在“对招标文件偏离”中标注出正偏离/负偏离/无偏离。如果投标文件与招标文件的差异之处没有填入“偏离表”中，不管供应商是否在投标文件的其他任何地方有其他描述，均不能免除供应商已经承诺响应招标文件要求的责任。

2、本“服务响应偏离表”中对应的采购需求“项目实施内容和范围”部分。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

（二）商务要求偏离表

序号	招标文件中商务条款	招标文件	投标文件	对招标文件偏离	备注
1	服务期限				
2	服务地点				
3	付款方式				
4					

注：

1、必须要按照招标文件中采购需求逐一填写，不得出现缺项。

2、采购需求为招标文件中的实质性要求，必须全部响应，若未全部响应则按照第三章“评标方法和标准”中“（三）符合性评审表”中第 10 条处理。

3、在“对招标文件偏离”中标注出正偏离/负偏离/无偏离。

投标人（加盖公章）：

法定代表人或其委托代理人（签字或盖章）：

日　　期：

五、近年类似业绩

序号	项目名称	合同签订时间	招标单位联系人及联系电话

附合同等相关证明材料

六、项目实施方案

七、售后服务方案

八、培训方案

九、投标人简介

十、政府采购执行政策相关证明材料

（若未涉及以下情形，相关内容无需填写，亦无需签字、盖章，无需删除此项内容，格式维持原样。）

（一）中小企业声明函（工程、服务）

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，工程的施工单位全部为符合政策要求的中小企业（或者：服务全部由符合政策要求的中小企业承接）。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）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员____人，营业收入为____万元，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）；承建（承接）企业为（企业名称），从业人员____人，营业收入为____万元，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、投标人提供的货物既有中小企业制造货物，也有大型企业制造货物的，不享受《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46 号）规定的中小企业扶持政策。依据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库[2020]46 号）规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。

4、本次采购标的对应的中小企业划分标准所属行业均为**软件和信息技术服务业。**

工信部联企业[2011]300 号　大中小微型企业划分标准

行业名称	指标名称	计量单位	大型	中型	小型	微型
农、林、牧、渔业	营业收入(Y)	万元	Y≥20000	500≤Y＜20000	50≤Y＜500	Y＜50
工业 *	从业人员(X)	人	X≥1000	300≤X＜1000	20≤X＜300	X＜20
	营业收入(Y)	万元	Y≥40000	2000≤Y＜40000	300≤Y＜2000	Y＜300
建筑业	营业收入(Y)	万元	Y≥80000	6000≤Y＜80000	300≤Y＜6000	Y＜300
	资产总额(Z)	万元	Z≥80000	5000≤Z＜80000	300≤Z＜5000	Z＜300
批发业	从业人员(X)	人	X≥200	20≤X＜200	5≤X＜20	X＜5
	营业收入(Y)	万元	Y≥40000	5000≤Y＜40000	1000≤Y＜5000	Y＜1000
零售业	从业人员(X)	人	X≥300	50≤X＜300	10≤X＜50	X＜10
	营业收入(Y)	万元	Y≥20000	500≤Y＜20000	100≤Y＜500	Y＜100
交通运输业 *	从业人员(X)	人	X≥1000	300≤X＜1000	20≤X＜300	X＜20
	营业收入(Y)	万元	Y≥30000	3000≤Y＜30000	200≤Y＜3000	Y＜200
仓储业*	从业人员(X)	人	X≥200	100≤X＜200	20≤X＜100	X＜20
	营业收入(Y)	万元	Y≥30000	1000≤Y＜30000	100≤Y＜1000	Y＜100
邮政业	从业人员(X)	人	X≥1000	300≤X＜1000	20≤X＜300	X＜20
	营业收入(Y)	万元	Y≥30000	2000≤Y＜30000	100≤Y＜2000	Y＜100
住宿业	从业人员(X)	人	X≥300	100≤X＜300	10≤X＜100	X＜10
	营业收入(Y)	万元	Y≥10000	2000≤Y＜10000	100≤Y＜2000	Y＜100
餐饮业	从业人员(X)	人	X≥300	100≤X＜300	10≤X＜100	X＜10
	营业收入(Y)	万元	Y≥10000	2000≤Y＜10000	100≤Y＜2000	Y＜100
信息传输业 *	从业人员(X)	人	X≥2000	100≤X＜2000	10≤X＜100	X＜10
	营业收入(Y)	万元	Y≥100000	1000≤Y＜100000	100≤Y＜1000	Y＜100
软件和信息技术服务业	从业人员(X)	人	X≥300	100≤X＜300	10≤X＜100	X＜10
	营业收入(Y)	万元	Y≥10000	1000≤Y＜10000	50≤Y＜1000	Y＜50

房地产开发经营	营业收入(Y)	万元	Y≥200000	1000≤Y＜200000	100≤Y＜1000	Y＜100
	资产总额(Z)	万元	Z≥10000	5000≤Z＜10000	2000≤Z＜5000	Z＜2000
物业管理	从业人员(X)	人	X≥1000	300≤X＜1000	100≤X＜300	X＜100
	营业收入(Y)	万元	Y≥5000	1000≤Y＜5000	500≤Y＜1000	Y＜500
租赁和商务服务业	从业人员(X)	人	X≥300	100≤X＜300	10≤X＜100	X＜10
	资产总额(Z)	万元	Z≥120000	8000≤Z＜120000	100≤Z＜8000	Z＜100
其他未列明行业 *	从业人员(X)	人	X≥300	100≤X＜300	10≤X＜100	X＜10

说明：1.大型、中型和小型企业须同时满足所列指标的下限，否则下划一档；微型企业只须满足所列指标中的一项即可。

2. 附表中各行业的范围以《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）为准。带*的项为行业组合类别，其中，工业包括采矿业，制造业，电力、热力、燃气及水生产和供应业；交通运输业包括道路运输业，水上运输业，航空运输业，管道运输业，多式联运和运输代理业、装卸搬运，不包括铁路运输业；仓储业包括通用仓储，低温仓储，危险品仓储，谷物、棉花等农产品仓储，中药材仓储和其他仓储业；信息传输业包括电信、广播电视和卫星传输服务，互联网和相关服务；其他未列明行业包括科学研究和技术服务业，水利、环境和公共设施管理业，居民服务、修理和其他服务业，社会工作，文化、体育和娱乐业，以及房地产中介服务，其他房地产业等，不包括自有房地产经营活动。

3. 企业划分指标以现行统计制度为准。

（1）从业人员，是指期末从业人员数，没有期末从业人员数的，采用全年平均人员数代替。

（2）营业收入，工业、建筑业、限额以上批发和零售业、限额以上住宿和餐饮业以及其他设置主营业务收入指标的行业，采用主营业务收入；限额以下批发与零售业企业采用商品销售额代替；限额以下住宿与餐饮业企业采用营业额代替；农、林、牧、渔业企业采用营业总收入代替；其他未设置主营业务收入的行业，采用营业收入指标。

（3）资产总额，采用资产总计代替。

（二）残疾人福利企业声明函

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。

单位名称（加盖公章）：

日　期：

《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：

1. 享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

（1）安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；

（2）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；

（3）为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；

（4）通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；

（5）提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），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）。

2. 中标人为残疾人福利性单位的，采购人或者其委托的采购代理机构应当随中标、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。

3、残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

4、残疾人福利性单位评审中享受 10%的价格扣除。

（三）监狱企业证明文件

监狱企业参加政府采购活动时，应当提供由省级以上监狱管理局、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，视同小型、微型企业，享受评审中价格扣除等政府采购促进中小企业发展的政府采购政策。

投标人（加盖公章）：

日　　期：

备注：

1、监狱企业属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

2、监狱企业评审中享受 10%的价格扣除。

（四）节能产品、环境标志产品明细表

节能产品明细表

序号	设备名称	品牌型号	制造商名称	节字标志认证证书号	国家节能产品认证证书有效截止日期	数量	单价	总价

法定代表人或被授权人（签字）：

投标人（加盖公章）：

日期：

环境标志产品明细表

序号	设备名称	品牌型号	制造商名称	中国环境标志认证证书编号	认证证书有效截止日期	数量	单价	总价

法定代表人或被授权人（签字）：

投标人（加盖公章）：

日期：

填报要求：

1. 本表的设备名称、品牌型号、金额应与货物分项报价一览表一致。

2. 投标人须在投标文件中附该产品经国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的《中国环境标志产品认证证书》复印件，否则评委委员会有权不予认可。

3. 若投标产品列入节能/环境标志品目清单，请投标人按要求填写产品信息并签字盖章，所填内容将作为评审的依据，其内容或数据应与对应的证明资料相符。

4.若投标产品未列入清单，投标人可删除表格，留下标题，正文处填写“本次投标产品不涉及此项内容”，并进行签字盖章。

十一、投标人认为需要提供的其他资料