

郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目

采购文件



民诚 咨询

项目编号：郑财招标采购-2025-145

采购人：郑州市经济贸易学校

代理机构：河南省中安民诚工程咨询有限公司

日期：二〇二五年九月

目录

第一章 采购公告	2
第二章 供应商须知	7
第三章 评审办法（综合评分法）	26
第四章 合同文本	32
第五章 技术规格要求	37
第六章 响应文件格式	54

第一章 采购公告

郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目

采购公告

项目概况

郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目的潜在供应商应在郑州市公共资源交易中心网（<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn>）获取采购文件，并于 2025 年 10 月 20 日 10 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：郑财招标采购-2025-145

2、项目名称：郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目

3、采购方式：公开招标

4、预算金额：2320000.00 元，

最高限价：2320000.00 元。

序号	包号	包名称	包预算（元）	包最高限价（元）
1	郑财招标采购-2025-145	郑州市经济贸易学校京东产业学院 建设项目	2320000.00	2320000.00

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. 采购内容：郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目所需的采购、安装、调试、验收、培训、质保期内外服务、与货物有关的运输和保险及其他伴随服务等。

5.2. 交货期：自签订合同之日起 30 日历天内完成设备的供货、安装、调试并验收合格；

5.3. 质量要求：合格，符合国家、行业现行规范标准，满足采购人要求。

5.4. 质保期：自验收合格之日起 1 年。

6、合同履行期限：以实际合同签订为准

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：是

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：

本项目执行促进中小型企业政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。

3、本项目的特定资格要求

3.1 具有独立承担民事责任的能力(具有有效的营业执照或事业单位法人证书等有效证件)；

3.2 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，提供 2023 年度或 2024 年度经审验的财务年审报告，成立时间较短不能提供的，应提交开户银行出具的资信证明；

3.3 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力(提供承诺书，格式自拟加盖公章)；

3.4 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录，提供 2025 年度任意三个月缴纳税收和社会保险的证明材料，如有供应商成立时限不足要求时限的，由供应商根据自身成立时间提供证明材料。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；

3.6. 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(提供承诺书，格式自拟加盖公章)；

3.7 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、重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单）、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：“中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn）”查询：失信被执行人名单；“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）查询：重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单），“中国政府采购网”（www.cccgp.gov.cn）查询：政府采购严重违法失信行为记录名单）；注：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、重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单）、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。

3.8 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，全部或者部分股东（基金公司或者专业投资公司作为股东的除外）为同一法人、其他组织或者自然人的不同供应商，同一自然人在两个以上供应商任职的不同供应商，不得参加同一合同项下的投标。【提供在“全国企业信用信息公示系统”中查询打印的相关材料（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）】。

3.9 本项目不接受联合体投标。

三、获取采购文件:

3.1 凡有意参加的供应商,请完善市场主体库相关信息,请于 2025 年 9 月 30 日至 2025 年 10 月 13 日,登录“郑州市公共资源交易中心网站 (<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/TPBidder/>)”,凭企业 CA 锁直接下载采购文件。尚未办理企业 CA 数字证书的,请登录郑州市公共资源交易中心网站 (<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/>),查阅网站首页“通知公告”或“CA 及签章办理流程”中《关于数字证书(CA)互认功能上线试运行的通知》(<http://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/tzgg/20200612/9db87633-2aec-4d6f-b692-a167ec8c11d6.html>),及时办理 CA 数字证书及电子签章,并完成市场主体库相关信息。

3.2 采购文件售价:0 元。

四、响应文件的递交

4.1 电子响应文件递交截止时间和开标时间为: 2025 年 10 月 20 日 10 时 00 分。

4.2 电子响应文件上传递交地点 / 开标地点: 郑州市公共资源交易中心 (<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/>) 电子交易平台。

4.3 电子响应文件的递交方式: 加密响应文件 (.ZZTF 格式) 应于响应文件递交截止时间前上传到郑州市公共资源交易中心电子交易平台 (<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/>) 上传响应文件菜单中。

4.4 供应商须使用电子交易系统提供的响应文件制作工具进行电子响应文件的制作,并按要求上传经 CA 锁签章和加密的电子响应文件 (.ZZTF 格式),加密电子响应文件逾期上传、采购人不予受理。

4.5 供应商编辑电子响应文件时,须用法人代表 CA 密钥和企业 CA 密钥进行签章制作;最后一步生成电子响应文件 (.ZZTF 格式和 .nZZTF 格式) 时,只能用本单位的企业 CA 密钥;未加密电子响应文件应与加密电子响应文件为同时生成的版本。

4.6 本项目采用远程开标,远程开标大厅的网址 (<https://122.112.246.33/BidOpening/bidopeninghallaction/hall/login>)。供应商应登陆远程开标大厅远程解密,无需到开标现场。不见面服务的具体事宜请查阅郑州市公共资源交易中心网站“办事指南”专区的《郑州市公共资源交易中心不见面开标大厅操作手册》,根据手册要求做好不见面开标的准备工作。

注: (1) 由于本项目为不见面开标,供应商无需到开标现场参与投标准到,无需递交任何纸质资料或证明,无需交纳原件(响应文件中应附清晰的复印件或扫描件,由于模糊不清导致

评标委员会无法辨别的，后果由供应商自行承担）；

（2）请供应商务必按照《不见面开标大厅操作手册（供应商）V1.0》的要求设置参与不见面开标的电脑环境，否则由此可能引起的签到失败、解密失败或无法解密等问题由供应商自行承担；

（3）供应商应在开标前一小时通过不见面开标系统中进行电子签到，开标时间到了之后就不能签到；供应商可在开标时间之后系统内观看开标过程；

（4）供应商应在解密时间内插入 CA 锁，输入密码，进行解密；解密时间已到不可解密；如果在解密时间内解密失败，可再次解密。

（5）供应商应在开标当天及时关注本单位的情况，如遇问题，请拨打技术服务单位（国泰新点）电话：4009980000

4.7 逾期上传/送达的或者未上传/未送达指定地点的响应文件，采购人不予受理。

五、响应文件开启

1. 时间：2025 年 10 月 20 日 10 时 00 分（北京时间）

2. 地 点： 郑 州 市 公 共 资 源 交 易 中 心 远 程 开 标 大 厅 的 网 址
(<https://122.112.246.33/BidOpening/bidopeninghallaction/hall/login>)

六、发布公告的媒介及采购公告期限

本次采购公告在《河南省政府采购网》、《郑州市公共资源交易中心》、《中国招标投标公共服务平台》上发布。公告期限为五个工作日。

七、其他补充事宜

1、根据“郑州市公共资源交易中心关于推行不见面开标服务的通知”(<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/tzgg/20200219/7716d6a8-4a44-4583-9ff3-123667607ef5.html>)”第（一）条供应商无需到交易中心现场参加开标会议，本项目采购文件中所要求证件、证明等，响应文件中应附相应资料清晰的扫描件，由于模糊不清导致评委无法辨别的，后果由供应商自行承担。

2. 所有供应商应提前 30 分钟，登录“郑州市公共资源交易中心门户网站远程开标大厅”(<https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/BidOpening>)”进行远程开标准备工作。

3. 所有供应商登录“郑州市公共资源交易中心门户网站远程开标大厅”后须先进行签到，其后应一直保持在线状态，保证能准时参加开标大会、投标文件的解密、现场答疑澄清等活动。

4. 不见面开标操作说明详见郑州市公共资源交易中心网站办事指南栏目下政府采购专区中

的《郑州市公共资源交易中心不见面开标大厅操作手册（供应商）V1.0》
(<http://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/bszn/009003/subpage.html>)。

5. 本项目为只面向中小（微）企业采购项目，不接受大型企业参与本项目投标。
6. 本项目招标代理服务费按照河南省招标投标协会关于印发的《河南省招标代理服务收费指导意见》的通知（豫招协〔2023〕002号）规定的收费标准收取，由成交供应商支付。

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

采购人：郑州市经济贸易学校

联系地址：郑州市红旗路1号

联系人：贾老师

联系方式：0371-63948279

2. 代理机构信息

代理机构：河南省中安民诚工程咨询有限公司

地址：郑州市郑东新区平安大道与东风渠交叉口西北角商业区1101号（魏庄党群服务中心隔壁）

联系人：孙敏，马斌，王建辉，郭炎从

联系方式：0371-67175903、13633829702、18768873367

项目联系方式：

项目联系人：孙敏，马斌，王建辉，郭炎从

联系方式：0371-67175903、13633829702、18768873367

第二章 供应商须知

供应商须知前附表

条款号	条款名称	编列内容
1.1.2	采购人	采购人：郑州市经济贸易学校 联系地址：郑州市红旗路 1 号 联系人：贾老师 联系方式：0371-63948279
1.1.3	采购代理机构	代理机构：河南省中安民诚工程咨询有限公司 地址：郑州市郑东新区平安大道与东风渠交叉口西北角商业区 1101 号（魏庄党群服务中心隔壁） 联系人：孙敏，马斌，王建辉，郭炎从 联系方式：0371-67175903、13633829702、18768873367
1.1.4	项目名称	郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目
1.2.4	采购编号	郑财招标采购-2025-145
1.1.5	采购内容	郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目所需的采购、安装、调试、验收、培训、质保期内外服务、与货物有关的运输和保险及其他伴随服务等
1.1.6	标包划分	共划分为 1 个标包
1.2.1	资金来源及比例	财政资金，100%
1.2.2	预算金额	2320000.00 元
1.2.3	最高限价	小写：2320000.00 元 大写：贰佰叁拾贰万元整
1.3.1	交货期	自签订合同之日起 30 日历天内完成设备的供货、安装、调试并验收合格
1.3.2	交货地点	采购人指定地点

1. 3. 3	质量标准	合格，符合国家、行业现行规范标准，满足采购人要求。
1. 3. 4	质保期限	自验收合格之日起 1 年
1. 4. 1	供应商资格 要求	<p>1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；</p> <p>2、落实政府采购政策满足的资格要求：</p> <p style="margin-left: 2em;">本项目执行促进中小型企业政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。</p> <p>3、本项目的特定资格要求</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 1 具有独立承担民事责任的能力(具有有效的营业执照或事业单位法人证书等有效证件)；</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 2 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度，提供2023年度或2024年度经审验的财务年审报告，成立时间较短不能提供的，应提交开户银行出具的资信证明；</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 3 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力(提供承诺书，格式自拟加盖公章)；</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 4 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录，提供2025年度任意三个月缴纳税收和社会保险的证明材料，如有供应商成立时限不足要求时限的，由供应商根据自身成立时间提供证明材料。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；</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 6. 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(提供承诺书，格式自拟加盖公章)；</p> <p style="margin-left: 2em;">3. 7 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、重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单）、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：“中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn）”查询：失信被执行人名单；“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）</p>

		<p>查询：重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单）、“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）查询：政府采购严重违法失信行为记录名单；注：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、重大税收违法案件当事人名单（税收违法黑名单）、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。</p> <p>3.8 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，全部或者部分股东（基金公司或者专业投资公司作为股东的除外）为同一法人、其他组织或者自然人的不同供应商，同一自然人在两个以上供应商任职的不同供应商，不得参加同一合同项下的投标。【提供在“全国企业信用信息公示系统”中查询打印的相关材料（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）】。</p>
1.4.2	是否接受联合体投标	不接受
1.9.1	分包	不允许
1.10.1	实质性要求和条件	见采购文件第三章初步评审表
1.10.3	偏差	实质性要求和条件不允许偏差
2.1	构成采购文件的其他资料	补充文件、答疑文件等
2.2.2	采购文件澄清或者修改发出的形式	递交响应文件的截止之日 15 日前，通过郑州市公共资源交易中心等官方网站发放（提醒：各供应商应在下载采购文件后及时关注郑州市公共资源交易中心交易系统中是否刊登本项目招标文件补充文件等资料，并自行下载，如由于供应商未看到并及时下载文件资料而带来的风险，采购人不承担任何责任）
2.3.2	供应商质疑采购文件	潜在供应商已依法获取采购文件的，可以对该文件提出

		质疑。对采购文件提出质疑的，应当在获取采购文件或者采购文件公告期限（同采购公告期限）届满之日起 7 个工作日内提出；潜在供应商在规定的时间内未提质疑的，采购人和采购代理机构将视其为无异议，开标后，采购人和采购代理机构不接受其对采购文件内容的质疑。
3.2.5	报价的其他要求	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；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。
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
3.5	资格审查资料的特殊要求	无
3.6.1	是否允许递交备选投标方案	不允许
3.7.3	响应文件所附证书证件要求	复印件或扫描件
3.7.4	响应文件签字或盖章要求	所有要求供应商盖章的地方都应加盖单位电子签章；所有要求法定代表人或其委托代理人签字或盖章的地方都应用法定代表人或其委托代理人的 CA 数字证书盖电子签章，如供应商的法定代表人或委托代理人未办理 CA 数字证书的，供应商应将要求法定代表人或其委托代理人签字或盖章的地方用法定代表人或委托代理人签字或盖章后的扫描件替换到相应格式中。
4.2.1	响应文件递交截止时间	2025 年 10 月 20 日 10 时 00 分（北京时间）
4.2.2	递交响应文件地点	1. 加密的电子响应文件（*.ZZTF 格式），应在投标截止时间前上传至郑州市公共资源交易中心系统。

		2. 本项目采用远程不见面开标方式，远程开标大厅的网址（ https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/BidOpening ）。供应商远程解密，无需到达开标现场，所有供应商登录“郑州市公共资源交易中心门户网站远程开标大厅”后，须先进行签到，其后应一直保持在线状态，保证能准时参加开标大会、响应文件的解密、现场答疑澄清等活动。未按时签到视为放弃投标，其响应文件将被退回。不见面开标操作手册详见郑州市公共资源交易中心网站“通知公告”栏目中的“郑州市公共资源交易中心关于不见面开标大厅系统升级的通知”附件（ https://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/tzgg/20220311/cfa4db9c-75b0-493b-9f21-be25cf2c6a8d.html ）。
4.2.3	响应文件是否退还	否
5.2	开标程序	按《郑州市公共资源交易中心不见面开标大厅操作手册》开标程序执行。
7.1.1	评标委员会的组建	评标委员会由采购人代表和评标专家共同组成。评标委员人数5人及以上，其中评标专家人数不少于2/3 评审专家确定方式：从政府采购评审专家库中随机抽取。
7.3.2	评标委员会推荐中标候选人的人数	1-3人
8.1	是否授权评标委员会确定中标人	否
8.2	中标、成交结果公告媒介及期限	公告媒介：原采购公告发布媒体 公告期限：一个工作日
8.4.1	履约保证金	不要求
10		需要补充的其他内容
10.1	政府采购相关政策信息	1. 为贯彻落实财库[2020]46号《财政部、工信部关于印发<政府采购促进中小企业发展管理办法>的通知》、豫财购

	<p>[2013]14号《河南省财政厅、河南省工业和信息化厅关于政府采购促进小型微型企业发展实施意见》、郑财购[2019]9号《郑州市财政局关于充分发挥政府采购政策功能促进中小企业发展有关问题的通知》、郑财购〔2021〕12号《郑州市财政局关于进一步提高政府采购效率优化营商环境有关事项的通知》、郑财购〔2022〕5号《郑州市财政局关于政府采购支持稳经济促增长的通知》，中小企业划型标准以工信部联企业〔2011〕300号《工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部关于印发中小企业划型标准规定的通知》为依据，国家统计局关于印发《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》的通知为依据，统计上大中小微型企业划分标准详见附件。</p> <p>2. 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，监狱企业属于小型、微型企业的，不重复享受政策。</p> <p>3. 根据《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）文件规定，本项目支持残疾人福利性单位参与政府采购活动。符合条件的残疾人福利性单位参加本项目投标时，应当提供本通知规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责，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，残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。</p> <p>4. 根据财库〔2019〕9号《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〕18号《财政部、生态环境部关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知》、财库〔2019〕19号《财政部、发展改革委关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》文件规定，本项目如涉及到节能产品、环境标志产品政府采购品目清单内的产品，将依据国家确定</p>
--	--

	<p>的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书，对获得证书的产品实施优先采购或强制采购；节能产品、环境标志产品认证证书无需附在响应文件中，须在向采购人交货时予以查验，如不满足相关要求，采购人有权解除合同。</p> <p>5. 根据《政府采购进口产品管理办法》（财库[2007]119号）规定，政府采购应当采购本国产品，不允许采购进口产品，确需采购进口产品的，实行审核管理。本办法所称进口产品是指通过中国海关报关验放进入中国境内且产自关境外的产品。根据《财政部办公厅关于政府采购进口产品管理有关问题的通知》（财办库[2008]248号）规定，凡在海关特殊监管区域内企业生产或加工（包括从境外进口料件）销往境内其他地区的产品，不作为政府采购项下进口产品。对从境外进入海关特殊监管区域，再经办理报关手续后从海关特殊监管区进入境内其他地区的产品，应当设定为进口产品。</p> <p>6. 根据《郑州市财政局关于限制高挥发性有机物含量产品参与政府采购活动的通知》（郑财购[2019]8号）规定，本项目如涉及到含挥发性有机物产品，应当采购使用低挥发性有机物含量的产品，相关产品必须符合低挥发性有机物含量限值技术规范，供应商需提供其所投产品符合技术规范的产品质量检测报告或其他证明材料，在项目合同签订后将中标供应商提供的产品质量检测报告或其他证明材料随采购合同一并进行备案。</p> <p>7. 根据政府采购政策，本项目如涉及到自主创新首购产品，应当采购由财政部会同科技部等部门制定的《政府采购自主创新产品目录》内的产品。</p> <p>8. 根据政府采购政策，本项目如涉及到无线局域网产品，应当优先采购《无线局域网认证产品政府采购清单》内的产品，如涉及到信息安全产品，应当采购经国家认证的信息安全产品。</p> <p>9. 根据政府采购政策，本项目如涉及到计算机办公设备产品，供应商所投产品必须是预装正版操作系统软件的计算机产品。</p> <p>10. 如涉及国家强制性认证产品、信息网络安全产品、正版软</p>
--	--

		<p>件，所投产品必须满足相关规定，产品证书无需附在响应文件中，须在向采购人交货时予以查验，如不满足相关要求，采购人有权解除合同。</p> <p>11. 根据政府采购政策，本项目政府采购活动中支持绿色发展、支持创新。</p> <p>12. 根据“财办库〔2020〕123号—财政部办公厅、生态环境部办公厅、国家邮政局办公室关于印发《商品包装政府采购需求标准（试行）》、《快递包装政府采购需求标准（试行）》的通知”，为助力打好污染防治攻坚战，推广使用绿色包装，本项目如涉及到的产品及相关快递服务的具体包装要求，供应商需执行本政策要求。</p> <p>13. 其它未尽事宜，按国家有关法律、法规执行。</p>
10.2	本项目对应的中小企业划分标准所属行业	本次采购所属行业类别属于：软件和信息技术服务业。
10.3	核心产品	<p>1. 如果为单一产品采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同供应商参加同一合同项下投标的，按一家供应商计算，评审后得分最高的同品牌供应商获得中标人推荐资格；评审得分相同的，报价得分最高的获得中标人推荐资格，其他同品牌供应商不作为中标候选人。</p> <p>2. 非单一产品采购项目，将在采购文件中载明核心产品。多家供应商提供的核心产品品牌相同的，按“1. 单一产品采购项目”规定处理。</p> <p>核心产品：电商一体化虚拟仿真实训系统平台</p>
10.4	代理服务费	<p>按照豫招协[2023]002号《河南省招标代理服务收费指导意见》中的标准计取，由成交单位向采购代理机构支付。</p> <p>采购代理服务费的交纳方式：成交单位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。</p>
10.5	付款方式	1、合同签订后，货到完成安装调试，正式验收合格 7 日内付合同总金额的 97%，余款 3%作为质保金在质保期满后无任何质量问题一次性无息付清。

		2、付款前中标人应按照采购人的要求提供相应的发票并自行承担相应的税费。
10.6	其他	<p>1. 采购文件内容前后不一致的以供应商须知前附表为准，供应商须知前附表没有的以最后内容为准。供应商认为采购文件、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。</p> <p>2. 采购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。</p>
10.7	投标承诺函	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】文件的要求，本项目不收取投标保证金。供应商须在响应文件中以“投标承诺函”的形式替代投标保证金。对于未能提供“投标承诺函”的响应文件，将视为不响应采购文件而予以拒绝，“投标承诺函”的格式详见采购文件第六章。
10.8	是否为只面向中小企业采购	是

1. 总则

1. 1 适用范围

1. 1. 1 根据《中华人民共和国政府采购法》等有关法律、法规和规章的规定，编制本项目采购文件。

1. 2 采购项目说明

1. 2. 1 本项目采购人：见供应商须知前附表。

1. 2. 2 本项目代理机构：见供应商须知前附表。

1. 2. 3 本项目名称：见供应商须知前附表。

1. 2. 4 本采购编号：见供应商须知前附表。

1. 3 定义及解释

1. 3. 1 采购人：依法进行政府采购的国家机关、事业单位、团体组织。

1. 3. 2 代理机构：取得政府采购招标代理资质，受采购人委托组织招标活动的社会中介组织。

1. 3. 3 服务：按照代理机构编制的采购文件规定，供应商向采购人提供服务。

1. 3. 4 供应商：供应商是响应采购文件、参加竞争的中华人民共和国境内的法人、其它组织。

1. 3. 5 响应文件：指供应商根据采购文件提交的所有文件。

1. 3. 6 评标委员会：依据《中华人民共和国政府采购法》及有关法律、法规的规定依法组建的专门负责本次评标工作的临时机构。

1. 3. 7 偏离：响应文件的响应相对于采购文件要求的偏差，该偏差优于采购文件要求的为正偏离；劣于的，为负偏离。

1. 3. 8 “日期”或“天”：指日历天。

1. 3. 9 合同：指依据本次工程采购招标结果签订的协议或合约文件。

1. 3. 10 采购文件中的标题或题名仅起引导作用，而不应视为对采购文件内容的理解和解释。

1. 4 招标内容、交货期、质量要求和质保期

1. 4. 1 本次招标内容：见供应商须知前附表。

1. 4. 2 本项目的交货期：见供应商须知前附表。

1. 4. 3 本项目的质量要求：见供应商须知前附表。

1. 4. 4 本项目的质保期：见供应商须知前附表。

1.5 供应商资质条件和能力

1.5.1 供应商资质及能力要求：见供应商须知前附表。

1.5.2 是否接受联合体：见供应商须知前附表。

1.5.3 供应商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招标公正性；

(2)与本招标项目的其他供应商为同一个单位负责人；

(3)与本招标项目的其他供应商存在控股、管理关系；

(4)为本招标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)为本招标项目的代理机构；

(6)供应商以他人名义投标、串通投标、以行贿手段牟取成交，或在招标投标中弄虚作假的；

(7)法律法规规定的其他情形。

1.6 费用承担

供应商准备和参加招标活动发生的费用自理，不论结果如何，采购人和代理机构在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

1.7 保密

参与招标活动的各方应对采购文件和响应文件中的商业和技术等秘密保密，违者应对由此造成的后果承担法律责任。

1.8 语言文字

除专用术语外，与招标有关的语言均使用中文。必要时专用术语应附有中文注释，对不同文字文本响应文件的解释发生异议的，以中文文本为准。

1.9 计量单位

所有计量均采用中华人民共和国法定计量单位。

1.10 招标预备会

不召开预备会。

1.11 分包

不允许分包。

1.12 政府采购政策

(1) 本项目执行最新政府采购相关政策。在政府采购活动中，供应商提供的货物、工程或者服务符合下列情形的，可享受中小企业扶持政策：

在货物采购项目中，货物由中小企业制造，即货物由中小企业生产且使用该中小企业商号或者注册商标；

在工程采购项目中，工程由中小企业承建，即工程施工单位为中小企业；

在服务采购项目中，服务由中小企业承接，即提供服务的人员为中小企业依照《中华人民共和国民法典》订立劳动合同的从业人员。

在货物采购项目中，供应商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，不享受本办法规定的中小企业扶持政策。

以联合体形式参加政府采购活动，联合体各方均为中小企业的，联合体视同中小企业。其中，联合体各方均为小微企业的，联合体视同小微企业。

(2) 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库〔2020〕46号)和《郑州市财政局关于进一步提高政府采购效率优化营商环境有关事项的通知》(郑财购〔2021〕12号)，中小企业应当提供《中小企业声明函》，否则不予认可。

(3) 根据《政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》(财库〔2014〕68号)的规定，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，否则不予认可。

(4) 根据《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，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当按照(财库〔2017〕141号)的规定提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责，否则不予认可。

(5) 政府采购属于“节能产品政府采购品目清单”中的产品时，供应商应当列明本项目中所投的“节能产品清单”并提供所投产品当前页截图等有效证明材料，否则不予认可。评标时涉及节能产品的将按《节能产品政府采购实施意见》(财库[2004]185号)的规定执行。

(6) 政府采购属于“环境标志产品政府采购品目采购清单”中的产品时，供应商应当列明本项目中所投的“环境标志产品清单”并提供所投产品当前页截图等有效证明材料，否则不予认可。评标时涉及环境标志产品的将按《环境标志产品政府采购实施意见》(财库[2006]90号)的规定执行。

2. 采购文件

2.1 采购文件的组成

本采购文件包括：

(1) 采购公告；

- (2) 供应商须知;
- (3) 评审办法;
- (4) 合同文本;
- (5) 技术规格要求;
- (6) 响应文件格式。

根据本章第 1.10 款、第 2.2 款和第 2.3 款对采购文件所作的澄清、修改，构成采购文件的组成部分。

2.2 采购文件的澄清

2.2.1 供应商应仔细阅读和检查采购文件的全部内容。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，应在供应商须知前附表规定的时间前以书面形式（包括信函、电报、传真、电子邮件等可以有形地表现所载内容的形式，下同），要求采购人对采购文件予以澄清，否则由此引起的任何后果均由供应商自己承担，采购人与代理机构均不承担任何责任。

2.2.2 采购文件的澄清将在供应商须知前附表规定的投标截止时间 15 天前以书面形式发给所有购买采购文件的供应商，但不指明澄清问题的来源。如果澄清发出的时间距投标截止时间不足 15 天，相应延长投标截止时间。

2.2.3 供应商在收到澄清后，应在供应商须知前附表规定的时间内以书面形式通知采购人，确认已收到该澄清。

2.3 采购文件的修改

2.3.1 在投标截止时间 15 天前，采购人可以书面形式修改采购文件，并通知所有已购买采购文件的供应商。如果修改采购文件的时间距投标截止时间不足 15 天，相应延长投标截止时间。

2.3.2 供应商收到修改内容后，应在供应商须知前附表规定的时间内以书面形式通知采购人，确认已收到该修改。

2.3.3 当采购文件补充（答疑）文件内容相矛盾时，以最后发出的文件为准。

2.3.4 招标过程中产生的修改文件或补充文件与原采购文件一样均具有同等的法律效力。

3. 响应文件

3.1 响应文件的组成

详见第六章“响应文件格式”

3.2 报价

- 3.2.1 报价应为完成本项目的所有费用。
- 3.2.2 中标人的报价均包括完成该项目的成本、利润、税金、风险等所有伴随的其他费用。
- 3.2.3 中标人不得以任何理由在投标截止后对报价予以修改，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而予与拒绝。
- 3.2.4 供应商不得以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取成交；
- 3.2.5 响应文件应对采购文件中各项做出实质性响应，否则该投标将可能被拒绝。

3.3 投标有效期

- 3.3.1 在供应商须知前附表规定的投标有效期内，供应商不得要求撤销或修改其响应文件。
- 3.3.2 出现特殊情况需要延长投标有效期的，采购人以书面形式通知所有供应商延长投标有效期。供应商同意延长的，不得要求或被允许修改或撤销其响应文件；供应商拒绝延长的，其响应文件失效。

3.4 投标承诺函

- 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】文件的要求，本项目不收取投标保证金。供应商须在响应文件中以“投标承诺函”的形式替代投标保证金。对于未能提供“投标承诺函”的响应文件，将视为不响应采购文件而予以拒绝，“投标承诺函”的格式详见采购文件第六章。

3.5 资格审查资料

见供应商须知前附表。

3.6 备选方案

除供应商须知前附表另有规定外，供应商不得递交备选方案。

3.7 响应文件的编制

- 3.7.1 响应文件应按第六章“响应文件格式”进行编写，如有必要，可以增加附页，作为响应文件的组成部分。其中，投标函附录在满足采购文件实质性要求的基础上，可以提出比采购文件要求更有利于采购人的承诺。
- 3.7.2 响应文件应当对采购文件有关交货及安装期、投标有效期、质量要求、招标内容等实质性内容作出响应。

4. 投标

4. 1 响应文件的密封和标记

4. 1. 1 网上上传的电子响应文件应使用数字证书认证并加密。

4. 2 响应文件的递交

加密响应文件（.ZZTF 格式）应于响应文件递交截止时间前上传到郑州市公共资源交易中心电子交易平台（<http://zzggzy.zhengzhou.gov.cn/>）上传响应文件菜单。

5. 开标

5. 1 开标时间和地点

5. 1. 1 采购人在供应商须知前附表第 2.2.2 项规定的投标截止时间（开标时间）和供应商须知前附表规定的地点进行公开开标。

5. 1. 2 供应商须在投标须知前附表规定的时间内完成解密。由供应商自身原因，在规定时间内解密不成功的，作废标处理。

5. 2 开标程序

5. 2. 1 本工程采用远程电子开标。到投标截止时间止，各供应商按电子响应文件递交的顺序对电子响应文件进行解密。解密完成后各供应商的电子响应文件的实质内容将自动显示在网页中。供应商在投标截止时间前未上传电子响应文件的视为放弃投标。

主持人按下列程序进行开标：

- (1) 宣布投标截止时间已到，不再接收响应文件；
- (2) 宣布开标纪律；
- (3) 电子响应文件解密；
- (4) 电子唱标；
- (5) 采购人代表、监标人、记录人等有关人员在开标记录上签字确认；
- (6) 开标结束。

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或其委托的代理机构熟悉相关业务的代表，以及有关技术、经济等方面专家组成。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供应商须知前附表。

6. 1. 2 评标委员会成员有下列情形之一的，应当回避：

- (1) 采购人或供应商的主要负责人的近亲属；
- (2) 项目主管部门或者行政监督部门的人员；

- (3) 与供应商有经济利益关系，可能影响对投标公正评审的；
- (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。

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

评标委员会按照第三章“评标办法”规定的方法、评审因素、标准和程序对响应文件进行评审。第三章“评标办法”没有规定的方法、评审因素和标准，不作为评标依据。

6.4 评标过程的保密性

6.4.1 评标期间，直到授予中标人合同止，凡是与响应文件审查、澄清、评价、比较以及推荐中标人等方面的情况，均不得向供应商或其他无关的人员透露。

6.4.2 在评标过程中，供应商如向评标委员会成员施加任何影响，都将会导致其投标被拒绝，招标监管部门将记录其不良行为。

6.5 评定标准

6.5.1 依据相关法律法规的要求，根据符合项目需求、质量和服务的前提，评标委员会按照综合得分由高到低的顺序推荐3名中标候选人。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，按照技术指标优劣顺序推荐。采购人根据评标委员会的推荐意见，最终确定中标候选人。

7. 合同授予

7.1 定标方式

除供应商须知前附表规定评标委员会直接确定中标人外，采购人依据评标委员会推荐的中标候选人确定中标人，评标委员会推荐中标候选人的人数见供应商须知前附表。

7.2 中标通知

在本章第3.3款规定的投标有效期内，采购人以书面形式向中标人发出中标通知书。

7.3 履约担保

7.3.1 在签订合同前，中标人应按供应商须知前附表规定的金额、形式向采购人提交履约担保。

7.3.2 中标人不能按本章第7.3.1项要求提交履约担保的，视为放弃中标，其投标保证金不予退还，给采购人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4 签订合同

7.4.1 采购人和中标人应当自中标通知书发出之日起 30 天内，根据采购文件和中标人的响应文件订立书面合同。中标人无正当理由拒签合同的，采购人取消其中标资格，其投标保证金不予退还；给采购人造成的损失超过投标保证金数额的，中标人还应当对超过部分予以赔偿。

7.4.2 发出中标通知书后，采购人无正当理由拒签合同的，采购人向中标人退还投标保证金；给中标人造成损失的，还应当赔偿损失。

8. 重新招标

8.1 重新招标

有下列情形之一的，采购人将重新招标：

- (1) 投标截止时间止，供应商少于 3 个的；
- (2) 在评审过程中符合要求的供应商或者报价未超过最高限价的供应商不足 3 家的；
- (3) 法律法规规定的其他情形。

9. 纪律和监督

9.1 对采购人的纪律要求

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

9.2 对供应商的纪律要求

供应商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；供应商不得以任何方式干扰、影响评标工作。

9.3 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，不得向他人透漏对响应文件的评审和比较、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“评标办法”没有规定的评审因素和标准进行评标。

9.4 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，不得向他人透漏对响应文件的评审和比较、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。

9.5 投诉

供应商和其他利害关系人认为本次招标活动违反法律、法规和规章规定的，有权向有关行政监督部门投诉。

10. 需要补充的其他内容

10.1 中标候选人（中标人）确定后，若第一中标候选人（中标人）放弃其候选人（中标人）资格，采购人可根据中标候选人结果向下依次顺延或重新招标。

10.2 需要补充的其他内容：见供应商须知前附表。

10.3 响应文件中所附资料需清晰可辨。

10.4 本采购文件若供应商须知前附表中内容与其他内容不一致以供应商须知前附表中内容为准。

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成交供应商，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 201710 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。

第三章评审办法（综合评分法）

评审办法前附表

条款号	评审因素	评审标准
2.1.1	供应商名称	与营业执照一致
	签字盖章	符合第二章“供应商须知”规定
	响应文件格式	符合第六章“响应文件格式”的要求
	报价唯一	只能有一个有效报价
2.1.2	营业执照	具备有效的营业执照
	资格要求	符合第二章“供应商须知”规定
	财务状况	符合第二章“供应商须知”规定
	纳税要求	符合第二章“供应商须知”规定
	社会保险要求	符合第二章“供应商须知”规定
	信用记录查询	符合第二章“供应商须知”规定
	其他要求	符合第二章“供应商须知”规定
2.1.3	采购内容	符合第二章“供应商须知”规定
	交货期	符合第二章“供应商须知”规定
	质量要求	符合第二章“供应商须知”规定
	质保期	符合第二章“供应商须知”规定
	投标有效期	符合第二章“供应商须知”规定
	投标承诺函	符合第二章“供应商须知”规定
	报价	报价在规定的报价要求范围之内，未超出最高限价

采购人或采购代理机构按资格审查办法前附表规定的资格审查标准对供应商的资格进行审查，有一项不符合审查标准的，则资格审查不合格，其投标将被否决。通过资格审查的供应商不足3家的，不得评标，应予废标。

在评审过程中，凡遇到采购文件中无界定或界定不清、前后不一致使评标委员会意见有分歧且又难于协商一致的问题，均由评标委员会予以表决，获半数以上同意的即为通过，未获半数同意的即为否决。

序号	评价内容及分项分值		
2.2.1	分值构成 (总分 100 分)	报价部分: 30 分 技术部分: 40 分 商务部分: 30 分	
2.2.2(1) 报价部分 30 分	报价得分	<p>本项目以满足采购文件要求且报价最低的投标报价为评标基准价，其价格分为满分。</p> <p>其他供应商的价格分统一按照下列公式计算：</p> <p>报价得分=(评标基准价 / 有效投标评标价)×30分。</p> <p>注：1、当投标报价明显低于招标预算价，或在评标过程中评标委员会发现供应商的投标报价明显低于其他投标报价，使其报价可能低于其个别成本的，评标委员会可对其质询，并要求该供应商做出书面说明和提供相关的证明材料，该供应商不能合理说明或提供证明材料的，评标委员会应按无效标处理；</p> <p>2、计算结果按四舍五入法则，保留小数点后两位；</p>	30 分
2.2.2(2) 技术部分 40 分	技术指标响应 (40 分)	<p>技术指标响应 (40 分)</p> <p>(1) 投标产品技术参数完全满足或优于采购文件要求的，得 40 分。</p> <p>(2) 供应商需对采购需求中产品技术参数及要求逐条响应，其中采购文件中货物技术要求中带▲的条款，投标响应人需提供相应▲条款的证明材料，其中要求提供功能截图未能提供的，每项扣除 1 分；要求提供真实操作演示视频未能提供的每项扣除 3 分，扣完为止；</p> <p>(3) 其他非特定要求的参数，每有一项未响应，扣除 0.5 分，扣完为止。</p> <p>(4) 本项最多得分 40 分，最低得分 0 分。</p> <p>注：供应商根据参数要求自主录制提供视频，且供应商自己承担因视频无法播放所带来的后果。</p>	40 分
2.2.2(3) 商务部分 30 分	整体项目实施方案 (10 分)	<p>供应商结合采购需求，针对本项目的实际情况，提供整体项目实施方案，包含不限于产业学院整体规划设计、建成后运营方案等。评标委员会根据供应商提供项目实施方案内容的完整性、科学合理性及可实施性等进行综合评价：</p> <p>(1) 综合考虑各方面需求，方案完整、科学、合理、详细，可实施</p>	10 分

	<p>性高，完全满足或优于本项目质量要求，得 10 分；</p> <p>(2) 综合考虑各方面需求，实施方案较完整，较为科学、合理，具有可实施性，满足本项目质量要求，得 6 分；</p> <p>(3) 实施方案不够完整，科学合理性和可实施性一般，基本能满足本项目质量要求，得 3 分；</p> <p>(4) 未提供的，得 0 分。</p>	
售后服务方案 (8 分)	<p>供应商有合理可行的售后技术培训计划和完整的售后培训方案，有完善稳定的工作团队、良好的售后服务信誉，评标委员会根据供应商提供售后服务方案的完整性、科学合理性及可实施性等进行综合评价：</p> <p>(1) 详细具体、合理的得 8 分；</p> <p>(2) 基本合理可行的得 5 分；</p> <p>(3) 方案一般的得 2 分；</p> <p>(4) 缺项不得分。</p>	8 分
质量和进度保障措施 (6 分)	<p>供应商针对本项目实际情况提供质量和进度保障措施，包含但不限于以下几点：提供质量保证承诺、质量保障措施、进度计划保障承诺与实施进度计划。</p> <p>评审考核标准：</p> <p>(1) 详细具体、合理的得 6 分；</p> <p>(2) 基本合理可行的得 4 分；</p> <p>(3) 方案一般的得 2 分；</p> <p>(4) 缺项不得分。</p>	
项目服务人员 (6 分)	<p>针对电子商务教学，提供企业教师入校培训，企业教师具有电子商务师（中级或以上）职称或网络营销师（中级或以上）技能职称的，每提供一人得 2 分，最多得 6 分。</p> <p>评审依据：提供相关证书扫描件、人社部技能鉴定中心证书查询截图（技能人才评价证书全国联网查询系统 http://jndj.osta.org.cn）</p>	6 分

		及项目服务人员投入承诺函并均加盖供应商公章共同进行佐证，未提供或提供不全或不满足不得分。	
--	--	--	--

注：1、以上评标细则如缺项，则此项为 0 分

2、根据郑州市公共资源交易中心系统要求上传演示视频附件仅支持压缩包(rar、zip 格式)，大小限定 500M 以内。

1. 评审方法

本次评审采用综合评分法。评标委员会对满足采购文件实质性要求的响应文件，按照本章规定的评分标准进行打分，并按得分由高到低顺序推荐中标候选人，综合评分相等时，以报价得分高的优先；报价得分也相等的，由采购人自行确定。

2. 评审标准

2.1 初步评审标准

见评审办法前附表。

2.2 分值构成与评分标准

- (1) 报价部分：见评审办法前附表
- (2) 技术部分：见评审办法前附表；
- (3) 商务部分：见评审办法前附表；

3. 评审程序

3.1 初步评审

3.1.1 评标委员会依据本章第 2.1 款规定的标准对响应文件进行初步评审。有一项不符合评审标准的，作废标处理。

3.1.2 供应商有以下情形之一的，其响应文件作无效处理：

- (1) 串通或弄虚作假或其他违法行为的；
- (2) 不按评标委员会要求澄清、说明或补正的；
- (3) 未按规定格式填写、内容不全或关键字迹模糊、无法辨认的；
- (4) 响应文件附有采购人不能接受的条件；
- (5) 不符合采购文件规定的其他实质性要求。

3.2 详细评审

3.2.1 评标委员会按本章第 2.2 款规定的量化因素和分值进行打分，并计算出综合评分得分。

3.2.2 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”。

3.2.3 供应商的最终得分以全部小组成员打分的算术平均值为准，作为该供应商的最终得分。

3.2.4 在评审过程中，凡遇到采购文件中无界定或界定不清、前后不一致使评标委员会意见有分歧且又难以协商一致的问题，均由评标委员会予以表决，获半数以上同意的即为通过，未获半数同意的即为否决。

3.3响应文件的澄清和补正

3.3.1 在评审过程中，评标委员会可以要求供应商对所提交的响应文件中不明确的内容进行澄清或说明，或者对细微偏离进行补正。评标委员会不接受供应商主动提出的澄清、说明或补正。

3.3.2 澄清、说明和补正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容（算术性错误修正的除外）。供应商的书面澄清、说明和补正属于响应文件的组成部分。

3.3.3 评标委员会对供应商提交的澄清、说明或补正有疑问的，可以要求供应商进一步澄清、说明或补正，直至满足评标委员会的要求。

3.4评审结果

3.4.1 除第二章“供应商须知”前附表授权直接确定中标人外，评标委员会按照得分由高到低的顺序推荐中标候选人。

3.4.2 评标委员会完成评审后，应当向采购人提交书面评审报告。

第四章 合同文本

郑州市经济贸易学校京东产业学院建设项目

合同书

合同编号:

甲方:

乙方:

签订日期:

合同条款

甲方：（需方）_____

乙方：（供方）_____

甲、乙双方根据采购文件、投标文件的内容，并经双方协商一致，达成以下合同条款：

一、本合同所指货物为此次招标采购的货物，包括（详细注明：品名、规格、型号、数量、单价、产地及技术要求），合同总价款为：（大写：）。本合同为固定总价合同，不因人工、材料和设备等价格的波动而影响。

二、货物质量要求及乙方对质量负责条件和期限：

1、乙方提供的货物是全新的货物，符合国家强制标准、检测标准以及该产品的出厂标准，符合采购文件及其修改、补充、澄清要求且达到乙方投标文件及澄清中的技术标准。

三、交货时间、地点、方式：

合同生效，乙方应于前将货物带包装送达甲方指定地点，并安装调试完毕，具备正常使用及验收条件。货物运送产生的费用由乙方负责。乙方在交付货物时应向甲方提供货物的使用说明书、合格证书及其他相关的资料。

四、验收程序和要求：

1、验收时间：所供货物安装调试结束、具备正常使用及验收条件时，由采购人成立验收工作组负责验收。

2、验收工作组：合同履约验收工作应成立验收工作组专门负责，直接参与该项目政府采购活动的主要责任人不得作为验收工作的主要责任人。

3、验收报告：验收后，由验收工作组等出具验收报告。

五、付款方式：

1、合同签订后，货到完成安装调试，正式验收合格 7 日内付合同总金额的 97%，余款 3%作为质保金在质保期满后无任何质量问题一次性无息付清。

2、付款前中标人应按照采购人的要求提供相应的发票并自行承担相应的税费。

六、责任和义务

1、甲方的责任和义务

(1) 对乙方供货安装调试工作提供必要的场地、给予必要的协助。

(2) 按时验收、及时支付资金；

(3) 遵守国家法律法规，不得要求乙方虚开发票，不得要求乙方提供合同以外的其他物品或服务；

(4) 对乙方未按合同约定履约在验收报告中注明违约情形和事项，并应及时通知财政部门。属假冒伪劣产品的，同时向市场监督部门举报。

(5) 其他法律法规规定应尽的义务。

2、乙方的责任和义务

(1) 严格按采购文件要求与投标文件的质量及服务承诺执行，保质、按期履行。保证提供全新正规产品，不得以次充好；提供优质服务，出现故障及时响应、上门维修。

(2) 不得将合同权利义务全部或部分转让给第三人。

(3) 货物验收合格前，对货物和人员的安全负责，应采取安全措施，确保人员、材料、设备和设施的安全，防止货物验收合格前的人身伤害和财产损失。应对其履行合同所雇佣的全部人员的工伤事故承担责任。

(4) 遵守法律、依法纳税。

(5) 遵守职业道德和行业规范，坚决杜绝送礼、回扣、报销费用等一切不正当竞争行为和商业贿赂行为。

(6) 其他法律法规规定应尽的义务。

七、违约责任：

1、甲方无正当理由拒收货物、拒付货款的，向乙方偿付拒收拒付部分货款总额5%的违约金。

2、乙方所交货物的规格型号、技术要求、质量品质等不符合合同规定，甲方有权拒收货物，乙方应负责更换并承担因更换而支付的全部实际费用。因更换而造成逾期交货，则按逾期交货处理。

3、乙方不能交付货物的，乙方向甲方支付未交付部分货款总额5%的违约金。

4、乙方逾期交付货物，乙方向甲方每日偿付逾期交货部分货款总值5%赔偿费。

八、采购文件及其修改补充、投标文件及其修改补充澄清均为本合同的组成部分。

九、因货物质量问题发生争议，由项目所在地市级市场监督管理部门或双方认可的具备资质的第三方机构进行质量鉴定。

十、因履行本合同发生的争议，由双方当事人协商解决，协商不成的采用下列第（一）种方式解决：

（一）提交郑州市仲裁委员会仲裁；

（二）依法向人民法院起诉。

如双方同意通过诉讼解决，可选择（二）。

十一、合同生效及其它：

本合同经甲乙双方代表签字、加盖公章后生效。本合同一式肆份，甲乙双方各执贰份。

甲方：

乙方：

地址：

地址：

法定代表人或委托代理人：

法定代表人或委托代理人：

电话：

电话：

开户银行：

开户银行：

银行账号：

银行账号：

纳税人识别号：

统一社会信用代码：

2025年 月 日

2025年 月 日

第五章 技术规格要求

一、货物技术参数

产品名称	参数	数量	单位
电商一体化课程云平台系统	<p>管理员端</p> <p>1、素材管理：管理员可以进行教材资源管理，可批量上传课程资源到资源库中。课程资源分为（课件、教材、微课、配套材料）等类型。上传后可设置资源标题、简介、时长等资源信息。</p> <p>2、考核评价：管理员自定义添加试题、实训作业、沙龙讨论等模块，并根据教学情况快速组成一张试卷进行考核。</p> <p>3、课程创建：课程平台可创建精品课程、在线化、案例式，多种课程类型。</p> <p>4、目录编辑：课程组合页面具有课程目录编辑页面及课程资源选择界面。</p> <p>5、课程预览：课程资源选择界面中教师可使用筛选或搜索等功能快速查找所要使用的颗粒化教学资源，并且教师可快速预览资源内容。</p> <p>6、课程权限：管理员可对教师账号进行课程授权，并展示所有授权记录。</p> <p>7、账户创建：管理员可自定义创建教师账户，设置教师账户名称、登录账号、专业等信息。</p> <p>8、院校管理：管理员可以进行院校管理，新增/删除/展示院校信息。</p> <p>二、教师端</p> <p>1、教学操作：教师可通过课程目录选择所要教学的章节内容进行教学。</p> <p>2、课程呈现：课程内容呈现界面可选择侧栏显示，教师可通过侧栏预览该课程内容。</p> <p>3、浏览工具：教师在课堂教学时，可通过章节浏览工具快速通过跳转到所需要的章节进行教学。</p> <p>▲4、课堂讨论：教师可通过课堂讨论功能与学生进行课堂互动。 (提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>5、课堂实训：教师可通过实训栏发布实训作业。实训栏可上传实训文件并设置实训标题。</p> <p>▲6、课堂小测：教师可通过课堂小测栏选择实训并发布给学生进行完成。 (提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>▲7、课堂签到：教师可直接查看本节课总签到人数。 (提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>8、思维导图：教师可用来快速构建思维导图。</p> <p>▲9、白板工具：教师可创建线上白板。通过鼠标快速进行图形绘制与擦除，绘图后可下载图片发给学生进行课后学习。 (提供功能截图并加盖投标人公章)</p>	1	项

	<p>10、教务管理：教师可进行班级（创建、修改、删除）及学生（创建、修改、删除）等操作。</p> <p>11、班级管理：教师可查看所教授的班级的（班级成员数、小测数、实训数、讨论数）等信息。</p> <p>12、自定义课：教师可添加自有课程资源，并可与平台资源进行组合。</p> <p>13、讲稿功能：教师端开始上课后，教师端可展示教师讲稿与学生课件内容。</p> <p>14、实训系统：教师端可进入实训系统，进行课堂实训任务演示。</p> <p>三、学生端</p> <p>1、课程学习：学生可通过课程目录选择所要学习的章节内容进行学习。</p> <p>2、班级管理：学生可查看自己所在班级的课程内容及实训次数、小测次数、讨论次数。</p> <p>3、实训模块：学生可进入实训系统进行实训练习。</p> <p>▲4、学习数据：按班级展示学生的出勤率、学习进度、小测分数等数据。（提供演示视频）</p>		
电商一体化虚拟仿真实训系统平台	<p>前端及商家后台，帮助学生全方位掌握平台店铺运营实操技能，让学生在走向真实工作岗位时能够快速上手。系统使用 B/S 结构老师，学生通过提供的网站，账号，密码，登录即可进行操作。系统可满足电子商务专业核心课程日常实训教学的需要。能够根据商城规则制定实训考核方案和评分，提供高度仿真的商家后台运营实训内容。虚拟仿真系统可以划分为八大实训模块与课程资源的八门课无缝对接。</p> <p>(一) 数据查看模块</p> <p>1.系统提供店铺数据提醒功能，可对（订单、结算、活动、店铺营销、售后、违规）等店铺信息进行提醒。</p> <p>2.系统提供数据看板功能，可查看（浏览量、访客量、下单量、下单金额）等店铺核心数据。</p> <p>(二) 店铺开设模块</p> <p>▲1.系统提供店铺管理功能，可设置商家的税务信息(纳税人类型、纳税类型税码、企业类型及地址等信息) (提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>2.系统提供店铺设置模块，学生可自定义店铺 LOGO、店铺简介等信息。</p> <p>3.系统提供自定义商品分类功能，学生可自定义设置店铺分类内容。</p> <p>(三) 商品管理模块</p> <p>1.提供多种类目供学生选择，让学生根据实训要求选择正确的类目进行新品添加</p> <p>▲2.提供完善商品基本信息（名称、标语）、商品参数（编码货号）、商品属性（类别、规格）、销售属性（售价、市场价）、商品展示图、电脑端商品详情描述等内容的设置功能，能够全面展示商品信息(提</p>	1	项

	<p>供演示视频)</p> <p>3.提供在售商品查询功能，学生可通过商品名称、sku、商品分类、商品编号、价格区间、商品货号、商品库存、品牌快速查询商品。</p> <p>4.提供在售商品管理功能，支持批量下架商品。修改能够实现对在售商品的管理，包括商品信息修改、商品上架、库存维护等操作</p> <p>5.提供库存管理功能，可设置库安全库存预警规则及滞销预警规则。</p> <p>(四) 评价管理模块</p> <p>1.提供商品评价查询功能，可通过订单编号、sku、商品名称、关键字、评价时间、用户名称、评分等级、是否晒图、是否评价等信息，快速筛选商品评价。</p> <p>2.提供商品评价批量回复功能，可选择多个评价批量回复买家评价。</p> <p>3.提供投诉管理功能，可通过投诉单号、sku、订单编号、用户昵称等信息，筛选投诉信息。</p> <p>4.回复模板设置功能，可创建快速回复模板。帮助学生快速回复买家评级。</p> <p>(五) 订单管理模块</p> <p>▲1.提供订单查询功能，可通过订单编号、商品名称、下单时间、买家名称、下单账号、商品sku、支付方式、订单来源等信息筛选店铺订单。(提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>2.系统提供订单导出功能，可将选中订单批量导出。</p> <p>3.系统提供预售订单查询功能，具备全部订单、定金完成、尾款完成、用户违约、商家违约、已取消等六大预售订单分类。</p> <p>4.系统提供订单导出打印功能。</p> <p>(六) 促销管理模块</p> <p>1.系统提供多套营销工具（单品促销、店铺促销、套餐促销、优惠券、商品预售、商品预约）</p> <p>2.系统提供店铺模块内容，支持店铺首页配置（店铺导航、互动活动、店铺发现、搭配购）</p> <p>3.系统提供客户运营模块内容，支持用户管理与互动营销（签到有礼、店铺抽奖、店铺礼包、新人有礼、收藏有礼、评论有赏、购物车红包）</p> <p>4.系统支持链接到真实的达人平台、购物圈营销、直播平台进行互动。</p> <p>(七) 平台活动管理模块</p> <p>1.系统具备模拟官方活动让学生商家参加。</p> <p>2.系统具备模拟秒杀频道活动报名功能。</p> <p>(八) 配送管理模块</p> <p>1.系统提供物流公司管理功能。</p> <p>2.学生卖家可设置各家物流公司的快递单模板。</p> <p>3.系统具备发货地址管理功能，学生商家可创建多个发货地址。</p> <p>(九) 售后管理模块</p> <p>1.系统提供取消订单管理、自主售后管理、交易纠纷管理、400 热</p>	
--	--	--

	<p>线管理、退货地址管理等功能。</p> <p>2.系统提供四种消费者保障服务,帮助学生更好地了解店铺售后知识。</p> <p>(十) 店铺装修模块</p> <p>1.系统店铺装修提供电脑端装修。</p> <p>2.系统页面装修页面支持页面布局功能。</p> <p>▲3.系统店铺装修提供店铺分类、销售排行、轮播图、图片热区等模块功能。(提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>4.系统店铺装修提供店招与店铺导航设置。</p> <p>(十一) 付费推广模块</p> <p>1.系统提供精准通付费推广模块功能,可以进行展位、快车、购物触点等模块功能设置,并在前台进行展示。</p> <p>2.系统其他付费功能模块介绍。</p> <p>(十二) 商智</p> <p>1.系统精选真实店铺数据进行展示,数据具有可研究性、可教学性,满足教师教学需求。</p> <p>2.系统展示商智付费功能介绍。</p>		
社群电商 营销实训 平台	<p>一、管理后台</p> <p>1、主页</p> <p>▲ (1) 默认展示近 7 天平台整体推广数据,含推广订单量,推广订单金额,完成订单量,完成订单金额,预估收益等信息,支持折线图方式展示每日推广情况,方便直观了解平台推广情况(提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>2、频道管理</p> <p>(1) 平台主推:查看当前平台主推频道商品列表,可以修改上下架状态,修改商品权重,修改推广时间,控制商品在小程序端的展示和顺序;</p> <p>▲ (2) 平台主推录品:可将当前在推广中的商品,录入 skuId,系统自动解析商品信息,包括商品名称,价格,图片,推广佣金等信息;有券品自动解析到券信息(含隐藏券),设置推广时间,控制商品在分销小程序的展示时间。(提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>(3) 平台快报:可自主设置通知快报信息,快报展示时间,支持多条快报轮播展示;</p> <p>3、推手管理</p> <p>▲ (1) 用户信息查看:按注册时间,展示当前平台推手基本信息&佣金余额,实时掌握平台用户情况;(提供功能截图并加盖投标人公章)</p> <p>(2) 用户关系查看:通过用户唯一标识 or 手机号查询单一用户信息,点击邀请人数,直接查看直邀用户,不断下钻,掌握用户邀</p>	1	项

	<p>请链路：</p> <p>4、推广管理</p> <p>▲ (1) 订单管理：实时拉取订单详情；通过下单时间（或完成时间），自定义查询时间段、订单状态等条件查询订单；订单展示商品信息，下单时间，完成时间，购买数量等核心信息。（提供演示视频）</p> <p>(2) 账单管理：每月定时生成推手账单，自动结算上月完成订单收益；可通过账期，推手唯一标识查看账单详情，账单含三级分佣收益明细，了解推手属性（自推型 or 团队型）；</p> <p>(3) 提现管理，可以处理推手端提现请求，通过推手唯一标识，提现处理状态等条件查询提现记录，将佣金以微信零钱方式发放，非法提现记录直接驳回；</p> <p>5、系统配置</p> <p>(1) 基本信息维护：系统设置可以设置分销端基本设置，前端页面广告位图片，更多功能等；</p> <p>(2) 推广设置：平台默认三级分佣，合理合规。设置订单直接推广者，推广者上级，推广者上上级三级分佣比例，推广成单之后，收益按设置比例自动计入相关人账号；</p> <p>二、小程序端</p> <p>1、首页</p> <p>(1) 搜索：直接搜索商品库，可以返回平台隐藏优惠券，支持综合排序，佣金比例排序，成单量排序；</p> <p>(2) 商品/分类：按主类目（食品、家居、美妆等），分类目展示商品库商品；支持综合排序，佣金比例排序，成单量排序；</p> <p>(3) 金刚区：展示自营热卖，秒杀，9.9 包邮，高收益榜，爆品等 5 个栏目，商品自动抓取，实时更新，满足不同推手推广需求；</p> <p>(4) 广告位：自营商品为您推荐频道，自动抓取并展示自己供应链商品，推广商品品质和物流可控；平台主推商品，专业运营人员为您选好品；平台验货频道，平台实际采购，专业验货，放心推广。</p> <p>(5) 为您推荐：系统抓取当前最好卖的商品；</p> <p>(6) 转链：上任意商品或其他平台看到的好品，都可以拿链接来平台转链，转链后推广，获取推广收益；</p> <p>(6) 商品推广：可以直接分享商品图片到社交平台，获取推广文案和下单链接，选取商品图片合成商品海报等形式对商品推广，获取收益；</p>	
--	--	--

	<p>2、商学院</p> <p>(1) 开店必学：带您了解社交电商，了解基础操作；</p> <p>(2) 店长进阶：教您爆单，社交引流技巧，带您收益快速提升；</p> <p>(3) 大咖分享：卖货达人，分享自己的经历，向牛人看齐。</p> <p>3、我的</p> <p>(1) 收益查看：今日推广订单数，今日推广收益，今日总收益汇总展示，一目了然；支持近7日，近30日汇总，自定义日期查询，了解您的近期自推收益和总收益变化；</p> <p>(2) 订单查询：查看您的推广订单详情，支持按订单状态筛选，待支付的订单赶紧去付款拿收益；计佣金额&推广赚一目了然；</p> <p>(3) 团队管理：一键邀请好友，锁定关系，带领好友一起赚钱；查看直邀会员，团队会员，了解我的团队组成，互相交流卖货心得；</p> <p>(4) 更多功能：联系客服，自定义联系人，做好推手支持；关于我们，支持自定义内容，更好地介绍我们；用户规范，遵守规范，让我们的社交生态更健康。</p>		
《店铺开设与入驻课程》	<p>(1) 课程内容：</p> <p>1.电商平台概况（平台发展历程）；</p> <p>2.电商平台入驻（了解招商信息、店铺合作模式、开店前的资质准备）；</p> <p>3.店铺入驻流程（店铺注册、钱包及账户）；</p> <p>4.店铺结算与续签（店铺结算介绍、店铺结算方式、店铺续签）；</p> <p>5.开放平台总则（开放平台总则）；</p> <p>6.电商团队搭建与职责（电商团队的岗位与职责）；</p> <p>7.店铺产品架构与分析（店铺产品架构与分析）；</p> <p>▲ (2) 课程介质：教学视频、教学课件（PPT:≥12个，练习题: ≥154个，微课: ≥12个）。（提供功能截图并加盖投标人公章）</p>	1	套
《店铺商品管理与销售课程》	<p>(1) 课程内容：</p> <p>1.商品的认识（商品的定义、选择商品）商品上架前准备（市场环境分析、行业数据分析、货源获取、商品分析与定价、商品的卖点与功能、商品详情页的制作逻辑、商品拍摄、多媒体素材拍摄、后期制作与美化、仓储与物流设置）；</p> <p>2.商品上架（选择类目、商品标题撰写、规格与定价设置、上传主图与视频、详情页上传、商品上架）；</p> <p>3.商品管理（商品优化、关联版式设置、库存管理、商品评价管理）；</p> <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件（PPT:≥22个，练习题: ≥121个，微课: ≥22个）</p>	1	套

《店铺装修与设计课程》	<p>(1) 课程内容:</p> <p>1.视觉营销（认识视觉营销、视觉规范）； 2.店铺装修意义及基本操作（店铺装修基本介绍、装修介绍及注意事项）； 3.PC 端店铺装修（商品类模块介绍、商品类模块介绍、创意代码类模块介绍）； 4.移动端店铺装修（无线端装修的后台、后台与操作说明）； 5.商详关联版式（商详关联版式功能、批量装修功能、数据表现、具体操作、重要必读规范）； 6.装吧介绍（装吧及商品介绍、装吧工作台基本操作介绍、装吧操作说明及模板功能说明）； 7.通天塔（通天塔基本操作模块（上）、通天塔基本操作模块（下）、模板详细说明一图文 1、模板详细说明一图文 2、模板详细说明一图文 3、模板详细说明一商品、模板详细说明一营销、模板详细说明-TAB 导航、PC 专属模板）； （2）课程介质：教学视频、教学课件。（PPT:≥ 17 个，练习题：≥ 287 个，微课：≥ 27 个）。</p>	1	套
《店铺营销与策划课程》	<p>(1) 课程内容</p> <p>1.营销中心（首页版块介绍）； 2.店铺运营（店铺入口配置、店铺首页配置、店铺营销活动）； 3.营销工具（营销工具策略、商品促销设置、优惠券设置、促销应用工具）； 4.客户营销（用户会员管理、微信公众号营销、互动营销）； 5.新品运营（新品营销操作指南、新品权益工具）； 6.联合营销（联合营销及推广模块介绍）； （2）课程介质：教学视频、教学课件（PPT:≥ 14 个，练习题：≥ 192 个，微课：≥ 15 个）。</p>	1	套
《店铺引流与推广课程》	<p>(1) 课程内容</p> <p>1.付费引流（京准通介绍、展示广告、搜索广告、购物触点、付佣广告、品牌广告、海投广告、联合活动）； 2.活动引流（活动引流的重要性、官方营销活动、频道活动、全站大促活动、活动引流实施）； 3.搜索引流（搜索的重要性、认识搜索、搜索的规则）； （2）课程介质：教学视频、教学课件（PPT:≥ 16 个，练习题：≥ 94 个，微课：≥ 17 个）。</p>	1	套

《产品创意创作课程》	(1) 课程内容 1.社交营销（联盟、京粉、芬香、京喜拼购）； 2.达人平台（达人入驻、达人成长、商品选择、达人内容创作）； 3.购物圈营销（购物圈介绍、购物圈入驻、购物圈内容创作）； 4.直播（直播业务介绍、直播平台政策、主播成长体系、直播平台的基础功能、直播营销产品）； (2) 课程介质：教学视频、教学课件。（PPT: ≥ 16 个，练习题： ≥ 69 个，微课： ≥ 16 个）	1	套
《数据分析与搜索引擎优化课程》	(1) 课程内容 1.数据分析的意义（数据分析对于运营的意义、数据分析对于店铺营销的意义、数据分析对于营运人员的意义）； 2.数据分析基础（关于商智、基础名词释义）； 3.数据整理与分析（运营数据整理、客户数据整理、活动分析、搜索分析、商品分析、交易分析、服务分析、营销分析、供应链分析、品牌分析、属性分析、产品分析、竞争分析）； (2) 课程介质：教学视频、教学课件。（PPT: ≥ 16 个，练习题： ≥ 84 个，微课： ≥ 8 个）。	1	套
《仓配客课程》	(1) 课程内容 1.订单管理（订单类型、订单处理规范）； 2.客服（客服工作的意义、客服常用工具、售后管理、交易纠纷及商品评价）； 3.店铺配送管理（物流公司管理、仓储管理、运费模板设置、无界电子面单、发票管理、延时发货报备）； 4.仓储（云仓、SOP 入仓基本介绍及操作规范、FBP 入仓基本介绍及操作规范）； 5.配送（物流、SOP 开通流程及操作规范）； (2) 课程介质：教学视频、教学课件。（PPT: ≥ 18 个，练习题： ≥ 123 个，微课： ≥ 19 个）	1	套
《短视频直播精细化运营》课程资源	《基础篇—直播生态商业底层逻辑》 (1) 课程主要内容： 1.账号如何做定位（账号定位、关系定位、价值定位、情感定位；内容定位、人设内容定位、品牌内容定位） 2.小店开通流程及小店后台操作（小店开通六步骤、商品如何创建、营销中心功能介绍、优惠券配置、营销工具使用） 3.如何做好商品标题头图（什么样的标题需要优化、好标题的组合形式、商品标题分类、商品标题诊断、优质主图需满足的条件） 4.开播前的基本流程（后台登录、设备检查、设备调试、样品检查、道具检查、人员到位、后台设置、问题预案、倒数开播） 5.判断账号流量是否正常（起号前期的三大注意事项、影响账号流	1	项

	<p>量的三个因素、账号基础检测的 5 步骤、账号没有极速流的原因及解决办法)</p> <p>6. 小店相关数据解读 (小店商品体验分的构成、各体验分的意义及影响因素、各行业分值占比)</p> <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件 (PPT:7 个，微课：7 个) 《货品篇—货品精选及营销策略》</p> <p>(1) 课程主要内容：</p> <p>1. 精选联盟如何选品 (开通带货权限的门槛与要求、开通带货权限流程、如何添加商品橱窗、橱窗商品上下架、直播间商品管理、)</p> <p>2. 小卖家如何选品 (小卖家如何确定货品数量、小卖家怎么做货盘结构、小卖家选品价格如何定位)</p> <p>3. 直播间如何排品 (多品牌品策略、什么是引流款、什么是爆款、什么是利润款、单品牌品策略、可拆分单品思路、不可拆分单品思路)</p> <p>4. 如何通过短视频有效测款 (抖音短视频测款的意义是什么、如何找到爆款短视频的素材呢、抖音直播间测款的操作路径)</p> <p>5. 高客单的过品节奏 (高客单和低客单的区别、为什么要控节奏、高客单货盘设置、高客单过品节奏)</p> <p>6. 低客单的过品节奏 (高客单和低客单的区别、低客单想撬动自然流靠什么、引流品开播多久放单、引流品如何做数据，如何转款不掉人)</p> <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件 (PPT:11 个，微课：11 个) 《场景篇-直播间搭建》</p> <p>(1) 课程主要内容：</p> <p>1. 直播间场景构图 (经典场景构图、服饰场景构图、美妆护肤场景构图、文玩珠宝场景构图)</p> <p>2. 直播间场景搭建策略 (上) 手机直播间搭建策略 (手机直播间搭建、巧用工具提升效果、手机直播间优缺点、专业级手机直播间设备参考)</p> <p>3. 直播间场景搭建策略 (中) 绿幕直播间搭建策略 (绿幕直播间搭建、直播伴侣调试、绿幕直播间优缺点、虚拟绿幕直播间设备参考)</p> <p>4. 直播间场景搭建策略 (下) 相机直播间搭建策略 (相机直播间搭建、相机直播间优缺点、相机高清直播间设备参考)</p> <p>5. 直播贴片设计及添加 (直播贴片的作用、直播贴片如何设计、直播贴片如何添加)</p> <p>6. 优质的货品陈列案例拆解 (单货品绿幕直播间、单货品实体直播</p>	
--	--	--

	<p>间、高客单价直播间、低客单价直播间)</p> <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件（PPT:9 个，微课：9 个） 《话术篇-主播话术宝典》</p> <p>(1) 课程主要内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.如何把握直播间节奏（连续过款、重复过款、抖音直播带货 7 个推进步骤） 2.如何产品引入及转款（痛点引入、背书引入、粉丝引入、展示引入） 3.如何突出产品卖点（卖点收集、痛点需求场景化、产品卖点利他化） 4.如何塑造产品价值（制作工艺、产品细节、赠品价值） 5.人设话术（表达对粉丝态度、表达销售的态度、表达对产品态度） 6.如何正确地拆话术(拆解话术核心链路、拆解话术分析部分示例) <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件（PPT:10 个，微课：10 个） 《数据篇-数据运营与分析》</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.直播间标准化流程全拆解（上播前中后全流程图谱、上播前中后关键点拆解、直播关键数据注意点、两个维度注意关键点） 2.直播间的流量来源（自然流量、推荐 feed 流、同城、短视频引流、关注、商城、付费流量、千川 PC、小店随心推） 3.如何分析直播间的流量曲线(如何拉高直播间的推流、开场分析、留人分析、成交转化分析、飞书妙记) 4.如何提高直播间互动率(口播引导互动、制造话题、直播间福袋、点对点互动、抽奖玩法、提问互动) 5.如何提高账号的转粉率（人设突出、专业分享、付费推广、主播专业度、粉丝归属感、利益驱动、荣誉驱动、价值驱动） 6.如何用红包福袋做数据（直播间福袋、直播间福袋作用、如何用红包福袋做数据、直播间福袋设置、福袋价值匹配时间合适、福袋玩法） <p>(2) 课程介质：教学视频、教学课件（PPT:14 个，微课：14 个）</p>	
--	--	--

《短视频剪辑基础与进阶技巧》课程资源	<p>(1) 课程内容:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 短视频运营 (短视频的概念、短视频的特点、短视频行业的发展历程、常见短视频类型、按表现形式分类、按视频内容分类、按生产方式分类) 2. 了解热门的短视频平台 (主流短视频平台介绍) 3. 短视频策划 (短视频团队的搭建、新人做短视频, 先找准定位、选择鲜明的短视频主题、短视频优质内容输出、短视频脚本策划) 4. 短视频拍摄 (拍摄前的准备、短视频画面的构图方法、短视频画面的拍摄技巧、常用短视频平台拍摄实战技巧) 5. 短视频后期制作 (短视频剪辑基础知识、短视频剪辑的手法与技巧、短视频剪辑的原则和注意事项、剪映的剪辑教程、VUEVlog的剪辑教程、短视频剪辑辅助工具、给短视频添加字幕与配乐、导入并整理短视频素材、短视频转场、调色、抠像、给短视频添加字幕与配乐、短视频片段剪辑与调整、导出短视频文件) 6. 短视频推广短视频运营 (短视频标题方案拟定技巧、短视频封面图制作技巧、短视频发布时间选择、短视频发布小技巧、短视频运营概述、短视频推广运营、短视频用户运营、短视频流量运营) 7. 短视频盈利 (广告变现、电商变现、直播变现、知识付费变现、IP 变现) <p>(2) 课程介质: 教学视频、教学课件 (PPT: 26 个, 教学手册: 7 个, 练习题: 280 个, 微课: 21 个)。</p>	1	项
--------------------	---	---	---

新媒体营销实训系统	<p>管理端</p> <p>1.工作台：任务列表展示已发布任务，添加快捷功能 ▲1.1 任务数据：选择机构查看对应学生，选择学生，按任务类型展示实训名称，实训评分，点击查看详情数据。（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>1.2 任务评分：按任务分类，状态，类型，筛选查询要评分的实训任务，查看任务，教师评分栏，输入评分。</p> <p>2.任务管理：发布任务 ▲2.1 普通任务：自主选择任务分类，添加标题，填写任务内容（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.2 数据分析：选择分类，添加任务，人群画像分析、账号分析、选品分析、视频分析等</p> <p>2.3 脚本任务：选择脚本任务分类，添加实训要求，上传脚本视频</p> <p>2.4 拍摄任务：选择拍摄脚本任务类型，添加实训简介，选择拍摄分类 ▲2.5 实训任务：选择系统任务，添加实训名称，选择任务类型，系统内置实训任务（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.6 企业任务：发布的赏金任务，悬赏金额</p> <p>3.系统任务：发布实训分类，编辑，删除</p> <p>4.任务中心：查看学生端任务大厅、我的任务的数据</p> <p>5.帮助中心：新建帮助分类，新建帮助文档</p> <p>6.自媒体库：热门话题、热点新闻、热门播主、带货视频</p> <p>7.电商分析：电商视频排行、抖音商品排行、抖音好物排行、电商达人销量排名、淘宝好物排行</p> <p>8.创作中心：数据分析、视频管理、视频剪辑、图文管理、脚本创作</p> <p>9.系统管理： 9.1 账号管理：选择机构-班级，添加角色账号 9.2 角色管理：添加系统角色，配置角色菜单权限 9.3 班级管理：选择学校，添加班级 9.4 职位管理：添加职位，编辑，删除职位 9.5 个人中心：上传签名、编辑基础信息、查看班级组织、修改密码 9.6 通知公告：添加通知公告，编辑，删除公告</p>	1	项
-----------	--	---	---

	<p>二. 学生端</p> <p>1.工作台：展示任务列表，包含普通任务、数据分析、脚本任务、拍摄任务、实训任务、企业任务</p> <p>2.任务中心</p> <p>▲2.1 任务大厅：按分类，任务类型展示已发布的任务，提交任务内容。（提供演示视频）</p> <p>2.2 商品大厅：按商品名称查询，展示商品列表</p> <p>2.3 我的任务：展示实训任务的评分，包含普通任务、实训任务、拍摄任务、企业任务、数据分析、脚本任务，查看任务详情</p> <p>3.自媒体库</p> <p>3.1 热门脚本：按分类，创建时间，展示热门脚本</p> <p>3.2 热门话题：按名称、播放量、新增人数、新增播放数，参与人数，热门视频，展示热门话题，对接第三方平台，可跳转查看热门视频</p> <p>3.3 热点新闻：按新闻分类，来源，展示热点新闻标题，对接第三方平台可跳转查看热点新闻</p> <p>3.4 热门播主：达人分类，包含影视娱乐、美食、美妆、文化、政务、音乐、舞蹈、游戏、萌宠等，展示分类下的主播信息：粉丝数、区域、城市、涨粉数、涨粉率</p> <p>3.5 带货视频：展示视频标题、视频时长、商品名称、销售额、销售单价、销量、销量范围、点赞数、粉丝数、评论总数，对接第三方平台，可跳转查看视频</p> <p>4.电商分析</p> <p>4.1 电商视频排行：展示视频标题、总销售额预估范围、销量、销量预估范围、千次观看成交金额、gpm 预估范围</p> <p>▲4.2 抖音商品排行：展示商品名称、主图、价格、直播情况等。（提供演示视频）</p> <p>4.3 抖音好物排行：展示好物名称、平均到手价、最低价、总销售额、商品卡占比、直播占比、关联达人、关联视频、昨日关联直播</p> <p>4.4 电商达人销量排名：达人昵称、总点赞数、总销售额、新增粉丝、平均点赞、直播场次、平均场规、日平均销售额、平均直播销售额，客单价、全平台粉丝数</p> <p>4.5 淘宝好物排行：好物名称、价格、佣金比例、佣金、销量</p> <p>5.创作中心</p> <p>5.1 数据分析：添加数据分析标题、人群画像分析、账号分析</p>	
--	--	--

	<p>5.2 视频管理：更新列表视频，信息包含标题、创建人、封面、审核状态、媒体类型、视频状态、评论数、点赞数、下载数、转发数、播放数</p> <p>5.3 视频剪辑：添加视频剪辑，输入项目标题、上传项目图片、选择项目状态</p> <p>5.4 脚本创作：添加拍摄任务、脚本分类、脚本镜头包含运镜、内容、音乐、字幕</p> <p>6. 系统管理</p> <p>6.1 个人中心：上传手写签名，编辑基础信息，查看班级组织，修改密码</p> <p>三. 教师端</p> <p>1. 工作台：任务列表展示已发布任务，添加快捷功能</p> <p>1.1 任务数据：选择机构查看对应学生，选择学生，按任务类型展示实训名称，实训评分，点击查看详情数据。</p> <p>1.2 任务评分：按任务分类，状态，类型，筛选查询要评分的实训任务，查看任务，教师评分栏，输入评分。</p> <p>2. 任务管理：发布任务</p> <p>2.1 普通任务：自主选择任务分类，添加标题，填写任务内容</p> <p>2.2 数据分析：选择分类，添加任务，人群画像分析、账号分析、选品分析、视频分析等</p> <p>2.3 脚本任务：选择脚本任务分类，添加实训要求，上传脚本视频</p> <p>2.4 拍摄任务：选择拍摄脚本任务类型，添加实训简介，选择拍摄分类</p> <p>2.5 实训任务：选择系统任务，添加实训名称，选择任务类型，系统内置实训任务</p> <p>2.6 企业任务：发布的赏金任务，悬赏金额</p> <p>3. 自媒体库</p> <p>3.1 热门脚本：按分类，创建时间，展示热门脚本</p> <p>3.2 热门话题：按名称、播放量、新增人数、新增播放数，参与人数，热门视频，展示热门话题，对接第三方平台，可跳转查看热门视频</p> <p>3.3 热点新闻：按新闻分类，来源，展示热点新闻标题，对接第三方平台可跳转查看热点新闻</p> <p>3.4 热门播主：达人分类，包含影视娱乐、美食、美妆、文化、政务、音乐、舞蹈、游戏、萌宠等，展示分类下的主播信息：粉丝数、区域、城市、涨粉数、涨粉率</p>	
--	---	--

	<p>3.5 带货视频：展示视频标题、视频时长、商品名称、销售额、销售单价、销量、销量范围、点赞数、粉丝数、评论总数，对接第三方平台，可跳转查看视频</p> <p>4.电商分析</p> <p>4.1 电商视频排行：展示视频标题、总销售额预估范围、销量、销量预估范围、千次观看成交金额、gpm 预估范围</p> <p>4.2 抖音商品排行：展示商品名称、平均到手价、平面价、最低价、佣金比例、昨日转换率、昨日销量、昨日直播间销量、近 30 天销量、近 30 天直播销量、近 30 天视频销量，直播占比</p> <p>4.3 抖音好物排行：展示好物名称、平均到手价、最低价、总销售额、商品卡占比、直播占比、关联达人、关联视频、昨日关联直播</p> <p>4.4 电商达人销量排名：达人昵称、总点赞数、总销售额、新增粉丝、平均点赞、直播场次、平均场规、日平均销售额、平均直播销售额，客单价、全平台粉丝数</p> <p>4.5 淘宝好物排行：好物名称、价格、佣金比例、佣金、销量</p> <p>5.创作中心</p> <p>5.1 数据分析：添加数据分析标题、人群画像分析、账号分析</p> <p>5.2 视频管理：更新列表视频，信息包含标题、创建人、封面、审核状态、媒体类型、视频状态、评论数、点赞数、下载数、转发数、播放数</p> <p>5.3 视频剪辑：添加视频剪辑，输入项目标题、上传项目图片、选择项目状态</p> <p>5.4 图文管理：更新图文列表，信息包含标题、封面、审核状态、媒体类型、图文状态、评论数、点赞数、下载数、转发数、播放数</p> <p>▲5.5 脚本创作管理：添加实训任务、脚本创作管理等相关模块。（提供演示视频）</p> <p>6.系统管理</p> <p>6.1 账号管理：选择机构-班级，添加机构班级学生账号，重置密码，解除锁定</p> <p>6.2 个人中心：上传手写签名，编辑基础信息，查看班级组织，修改密码</p>		
	直播实训系统，将直播带货理论知识知识进行重复、加深和运用，用实践的形式来巩固知识、理解和综合运用知识。	1	项

直播实训 系统	<p>一、教师管理端</p> <p>1.实训管理</p> <p>1.1 用户管理：用户列表(新增、编辑、查看、修改密码、登录日志)</p> <p>1.2 角色管理：角色列表(新增、查看、编辑)，分配权限</p> <p>1.3 学生/班级管理：选择学校、班级(新增、编辑、查看)</p> <p>1.4 实训任务管理：添加实训任务、直播选品、直播脚本策划</p> <p>1.5 班级管理：添加班级、添加班级学员、学员选择实训任务、查看直播数据</p> <p>▲1.6 直播管理：直播礼物金币分配、直播间列表：直播间状态、直播数据（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>1.7 直播监控：禁播、恢复直播、断流</p> <p>▲1.8 违规管理：违规审核，举报人、举报类型、举报内容（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.商城模块</p> <p>2.1 店铺管理：店铺入驻审核、店员查看</p> <p>2.2 商城用户：商城用户充值金币、查看、编辑</p> <p>2.3 商品管理：商品类目、规格管理、上架商品审核</p> <p>2.4 营销活动：电子券制作：折扣券、满减券，领券记录</p> <p>▲2.5 订单管理：全部订单，待付款、待发货、待收货、已完成、待评价（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.6 运费模板：配置运费模板(查看、编辑)</p> <p>2.7 素材库：添加素材分类、点击上传素材</p> <p>二、学生管理端</p> <p>1.实训管理</p> <p>▲1.1 直播管理：查看实训任务、创建直播间、直播选品、添加直播脚本：开场热播、产品讲解、互动活动、结束预告；（提供演示视频）</p> <p>直播间装修：标题、头像；直播营销活动：指定商品优惠活动。</p> <p>开始直播：获取 OBS 推流、展示直播脚本、直播间交流互动、弹讲解商品、弹优惠券</p> <p>1.2 违规管理：违规记录，举报类型、举报内容、审核状态、审核说明</p> <p>2.商城模块</p> <p>▲2.1 商品管理：挑选货源、批量上架、下架，自主添加商品、商</p>	
------------	---	--

	<p>品类目、规格管理（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.2 营销活动：营销活动：电子券制作：折扣券、满减券</p> <p>2.3 订单管理：全部订单，待付款、待发货、待收货、已完成、待评价</p> <p>2.4 运费模板：配置运费模板(查看、编辑)</p> <p>2.5 素材库：添加素材分类、点击上传素材</p> <p>三. 用户商城端</p> <p>1.登录页：注册</p> <p>2.首页：</p> <p>2.1 商家服务：商家入驻，店铺信息，店长信息，提交审核</p> <p>▲2.2 直播间：观看直播，赠送礼物消耗金币、自由评论、点赞，显示礼物记录，购买商品，直播间举报，举报内容说明（提供功能截图并加盖投标人公章）</p> <p>2.3 我的订单：全部订单，待付款、待发货、待收货、待评价</p>		
--	---	--	--

二、其他要求：

- 1.采购人有权要求中标候选人在指定时间内到校进行相应产品现场演示，如达不到响应文件承诺的功能，将视为提供虚假材料谋取中标处理，采购人将上报财政部门进行处理，供应商需响应并提供承诺函。
- 2.需到校对所有采购产品进行使用培训，时长不得低于 80 小时，供应商需响应并提供承诺函。

第六章 响应文件格式

(项目名称)

响应文件

供应商名称（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日 期：

目录

(格式自拟 (建议编制页码, 方便评审)

一、 投标函

致：：

1. 我方在充分研究（项目名称）采购文件的全部内容，愿意以人民币，文字表述为元。交货期：，质量要求：，质保期：。
2. 据此函，经考察现场并认真研究采购文件后，我方同意：
 - 2.1 根据项目情况，自主报价参与商务报价并承担采购文件规定的任务（报价表附后）。
 - 2.2 接受采购人“技术规格要求”中条款的所有要求。
 - 2.3 一旦我方成交，保证按采购文件的规定和投标时的相关承诺提供货物及相关服务。
 - 2.4 按采购文件中的规定，认定本响应文件的投标有效期为响应文件递交截止日后60天。本响应文件在截止日起即对我方具有约束力。
 - 2.5 提供采购文件中要求的所有文件资料。
 - 2.6 承认报价是评标的重要因素，但不是唯一标准。
 - 2.7 已经详细审核了全部采购文件，包括修改、补充的文件（若有）和参考资料，我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
 - 2.8 按《中华人民共和国民法典》履行自己的全部责任。

地址： 邮政编码： 电话： 传真：

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

二、报价表

供应商名称	
采购内容	
报价	大写： 小写：
交货期	
质量要求	
质保期	
投标有效期	
其他声明	

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

三、分项报价表

报价单位：人民币元

序号	名称	规格 型号	品牌	单位	单价	数量	总价	备注
1.								
2.								
.....								
.....	至最终目的地运保费							
.....	税费							
.....	其他							
总价								

注：此表可拓展。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

四、主要货物规格一览表

序号	设备名称	品牌型号	规格及技术参数	生产商

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

注：设备规格参数可另作说明，可对货物的特性和优点作详细的文字说明

五、法定代表人身份证明

供应商名称：

单位性质：

地址：

成立时间： 年月日

经营期限：

姓名： 性别： 年龄： 职务：

系（供应商名称）的法定代表人。

特此证明。

供应商：（企业电子签章）

年月日

法定代表人身份证复印件

六、投标承诺函

致：河南省中安民诚工程咨询有限公司

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），自2019年8月1日起，在全省政府采购货物和服务招标投标活动中，不再向供应商收取投标保证金，非招标采购方式采购货物、工程和服务的，也不再向供应商收取投标保证金，供应商以投标承诺函的形式替代投标保证金。因此，在本次（项目名称）投标过程中，我公司郑重承诺：

- 1、我公司提供的所有文件材料，均是真实的。
- 2、在投标有效期内我公司保证不撤回投标。
- 3、如果我公司中标（成交），我公司承诺在中标（成交）通知书发出之日起7天内向河南省中安民诚工程咨询有限公司交纳足额的中标（成交）服务费。若没有按时足额缴纳中标（成交）服务费，每逾期一日，我方按照中标（成交）服务费的千分之一支付违约金；同时，承担河南省中安民诚工程咨询有限公司因追索中标（成交）服务费而支付的诉讼费、律师代理费、差旅费等一切费用；河南省中安民诚工程咨询有限公司有权利向代理公司所在地依法向有管辖权的人民法院提起诉讼。

- 4、如果我公司中标（成交），我公司将严格按照出采购文件的要求和响应文件（响应文件）的承诺，在规定时间内签订合同并履行合同。

如果违反上述承诺，代理机构有权在代理公司所在地向有管辖权的人民法院追究责任外，在3年内我公司自愿放弃参加河南省中安民诚工程咨询有限公司组织的政府采购活动。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

七、技术方案

八、售后服务计划及服务承诺

(供应商根据采购文件要求自行编制)

九、资格声明函

郑州市经济贸易学校：

我方接受贵方的响应文件要求，自愿参加投标，现递交下列文件并保证所有陈述是正确、有效的：

1. 法定代表人授权委托书；
2. 具有独立承担民事责任能力的证明材料扫描件（例：营业执照（副本）等）；
3. 供应商“全国企业信用信息公示系统”中查询打印的相关材料（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）；
4. 资格承诺声明函。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

地址：

邮政编码：

电话：

传真：

日期：

（以上要求的内容请附后）

9.1 法定代表人授权委托书

本授权书声明：注册于（注册地址）的公司的在下面签字的（法定代表人姓名、职务）代表本公司授权（单位）的在下面签字的（被授权人的姓名、职务）为本公司的合法代理人，就（项目名称）等设备的投标及合同的执行、完成和保修，以本公司名义处理一切与之有关的事务。

本授权书于年月日签字生效，特此声明。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

附：法定代表人和委托代理人身份证复印件

9.2 具有独立承担民事责任能力的证明材料扫描件（例：营业执照（副本）等）；

9.3 供应商“全国企业信用信息公示系统”中查询打印的相关材料（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）。

9.4 资格承诺声明函

致郑州市经济贸易学校：

我单位自愿参加本次政府采购活动，严格遵守《中华人民共和国政府采购法》及相关法律法规，依法诚信经营，依法遵守本次政府采购活动的各项规定。我单位郑重承诺声明如下：

一、我单位全称为，注册地点为，统一社会信用代码为，法定代表人（单位负责人）为，联系方式为。

二、我单位具有独立承担民事责任的能力。

三、我单位具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度。

四、我单位具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。

五、我单位有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录。

六、我单位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。
(重大违法记录，是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚。)

七、我单位具备法律、行政法规规定的其他条件。

我单位保证上述声明的事项都是真实的，符合《中华人民共和国政府采购法》规定的供应商资格条件。如有弄虚作假，我单位愿意按照“提供虚假材料谋取中标、成交”承担相应的法律责任，同意将违背承诺行为作为失信行为记录到社会信用信息平台，并承担因此所造成的一切损失。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

注：

1. 供应商须在响应文件中按此模板提供承诺函，未提供视为未实质性响应采购文件要求，按无效投标处理。

2. 供应商的法定代表人或者授权代表的签字或盖章应真实、有效。

十、技术规格偏离表

序号	采购文件条款号	招标规格	响应规格	偏差	说明
1	技术规格				
1. 1	参数名称				
.....				

说明：

- 1、表中“招标规格”一栏需严格按采购文件第五章中技术参数的顺序及内容逐项填写，不得私自修改技术参数。
- 2、表中“响应规格”一栏供应商须根据“招标规格”要求的技术参数填写所投产品此条款的实际规格性能，需逐项如实填写。
- 3、表中“偏差”一栏中供应商对所投产品的“招标规格”与“响应规格”进行对比后填写偏差说明。（如：无偏离请填写“符合”的字样；正偏差请填写“正偏差”字样并对正偏差进行具体说明；负偏差请填写“负偏差”字样并对负偏差进行具体说明。）

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日期：

十一、反商业贿赂承诺书

我公司承诺：

在本次招标活动中，我公司保证做到：

- 一、公平竞争参加本次招标活动。
- 二、杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、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，我公司及参与投标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。

供应商（企业电子签章）：

法定代表人（签字或盖章）：

日 期：

十二、供应商认为有利于评审的其他材料

除采购文件另有规定外，供应商认为需要提交的其他证明材料或资料加盖供应商的单位公章后应在此项下提交。

十三、中小微企业、残疾人福利企业、节能环保产品

中小企业声明函（货物）

本公司郑重声明，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)行业；制造商为(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)行业；制造商为(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（盖章）：

日期：

残疾人福利性单位声明函

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（盖章）：

日期：

注：1、该声明函是针对残疾人福利性单位的，非残疾人福利性单位不用提供该声明。

2、根据财库〔2017〕141号《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》残疾人福利性单位视同小型、微型企业，属于残疾人福利性单位的提供《残疾人福利性单位声明函》，不再提供《中小微企业声明函》，供应商在《残疾人福利性单位声明函》中的承诺如有虚假，其中标资格将被取消，并列入财政部“政府采购严重违法失信行为信息记录”。

供应商及投标产品适用政府采购政策情况表

监狱企业、中小企业扶持政策	如属所列情形的，请在括号内打“√”： () 供应商为监狱企业。 () 小型、微型企业投标且提供本企业制造的产品。 () 小微企业投标且提供其它小型、微型企业产品的，请填写下表内容：			
	产品名称（品牌、型号）	制造商	制造商企业类型	金额
	小型、微型企业产品金额合计			
节能产品	产品名称（品牌、型号）	制造商	金额	
环境标志产品	产品名称（品牌、型号）	制造商	金额	

填报要求：

1. 制造商为监狱企业、小型或微型企业时才需要填“制造商企业类型”栏，填写内容为“小型”或“微型”。
2. 节能产品是指属于财政部和国家发展改革委员会公布的最新《节能产品政府采购品目清单》中的清单范围产品；环境标志产品是指属于财政部、环境保护部发布的最新《环境标志产品政府采购品目清单》中的清单范围产品。属于品目清单范围的，请提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品、环境标志产品认证证书复印件（并对相关内容作标注）。
3. 请供应商正确填写本表，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. 没有相关产品可不填此表。