****

**广西众联工程项目管理有限公司**

**竞争性磋商文件**

**项目名称：****网络营销与直播电商专业教学资源库一馆一中心一基地线上资源、网店推广职业技能等级认定培训资源包建设**

**项目编号：** **ZB2024-530**

**采 购 单 位：广西经贸职业技术学院**

**采购代理机构：****广西众联工程项目管理有限公司**

**2024年11月**

**目 录**

[第一章 竞争性磋商公告 1](#_Toc23515)

[第二章 供应商须知 5](#_Toc2466)

[第三章 采购需求 18](#_Toc14523)

[第四章 评审程序、评审方法和评审标准 48](#_Toc29589)

[第五章 响应文件格式 54](#_Toc22081)

[第六章 拟定的合同文本 81](#_Toc29054)

# 第一章 竞争性磋商公告

项目概况：

网络营销与直播电商专业教学资源库一馆一中心一基地线上资源、网店推广职业技能等级认定培训资源包建设的潜在供应商应在广西众联工程项目管理有限公司（南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14A层）财务部获取采购文件，并于2024年12月10日9时30分（北京时间）前提交响应文件。

## 一、项目基本情况

1.项目编号：ZB2024-530

2.项目名称：网络营销与直播电商专业教学资源库一馆一中心一基地线上资源建设、网店推广职业技能等级认定培训资源包建设

3.采购方式：□竞争性谈判 ☑竞争性磋商 □询价

4.预算金额：（大写）人民币伍拾万元整（小写）¥500000.00

5.最高限价：按预算金额

6.采购需求（见下表，具体详见采购文件）：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 标的名称 | 数量及单位 | 简要规格描述或项目基本概况介绍、用途 |
| 1 | 网络营销与直播电商专业教学资源库一馆一中心一基地线上资源建设 | 1项 | 网络营销与直播电商专业教学资源库一馆一中心一基地线上资源建设。具体详见竞争性磋商文件第三章采购需求。 |
| 2 | 数字贸易国际交流中心数字化资源建设 | 1项 | 数字贸易国际交流中心数字化资源建设。具体详见竞争性磋商文件第三章采购需求。 |
| 3 | 电商谷虚拟仿真研学基地数字化资源建设 | 1项 | 电商谷虚拟仿真研学基地数字化资源建设。具体详见竞争性磋商文件第三章采购需求。 |
| 4 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包 | 1项 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包建设。具体详见竞争性磋商文件第三章采购需求 |

7.合同履行期限：自签订合同之日起15日历日内并交付使用。

8.本项目不接受联合体竞标。

## 二、申请人的资格要求：

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：无

4.单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一合同项下的采购活动。

5.对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn) 、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，不得参与采购活动。

6.本项目不接受未购买本磋商文件的供应商参加磋商。

7.本项目不接受联合体磋商。

## 三、获取采购文件

1.时间：2024年11月29日至2024年12月6日，每天上午 09 点 00 分至 12 点 00 分，下午 15 点 00 分至 18 点00分（北京时间，法定节假日除外）。

2.发售地点：广西众联工程项目管理有限公司（南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14A层）财务部

3.方式：：①现场购买文件的，付款方式只接受现金付款和银行转账、接受微信付款、支付宝付款，不接受银行卡刷卡，由潜在供应商前往广西众联工程项目管理有限公司财务部购买（广西南宁市白沙大道53号松宇时代14A层）。

②邮购文件的，需于发售截止时间前将标书款对公转账到采购代理机构。报名资料均须加盖单位公章，将上述材料的扫描件作为邮件附件，发送至563030153@qq.com邮箱，采购代理机构收到材料核验信息无误后，1个工作日内向供应商发送磋商报名表格，供应商填写后原邮箱返回给采购代理机构，采购代理机构审核无误后发送电子版竞争性谈判并办理纸质版竞争性谈判邮寄（邮费到付）事宜。

购买竞争性谈判的开户银行和账户：

开户名称：广西众联工程项目管理有限公司，开户行：中国光大银行股份有限公司南宁民主支行，账号：78900188000167866。

售价：竞争性谈判文件每套售价300元，售后不退。依据国家税务总局《关于增值税发票开具有关问题的公告》（国家税务总局公告2017年第16号）的规定，供应商在索取发票时，请提供纳税人识别号或统一社会信用代码。

## 四、响应文件提交

1.首次响应文件提交截止时间：2024年12月10日9时30分（北京时间）。

2.首次响应文件提交地点： 广西众联工程项目管理有限公司（南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14层）开标厅。

注：供应商必须在首次响应文件提交截止时间前，将响应文件密封送达首次响应文件提交地点。在首次响应文件提交截止时间后送达的响应文件为无效文件，采购人、采购代理机构应当拒收。

## 五、开启

1.时间：2024年12月10日9时30分（北京时间）后。

2.地点：广西众联工程项目管理有限公司（南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14层）评标厅 。

## 六、公告期限

自本公告发布之日起 3 个工作日。

## 七、其他补充事宜

1.磋商保证金：

磋商保证金：**人民币肆仟元整（4000.00元）**

磋商保证金的缴纳方式：银行转账、支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交。采用银行转账方式的，在首次响应文件提交截止时间前交至采购代理机构指定账户并到账。

缴纳磋商保证金指定账户的信息：

开户名称：广西众联工程项目管理有限公司

开户银行：中国光大银行股份有限公司南宁民主支行

银行账号：78900188000167866

注：采用支票、汇票、本票或者保函等方式的，在首次响应文件提交截止时间前，供应商必须提交单独密封的支票、汇票、本票或者保函等原件给采购代理机构。否则视为无效磋商保证金。

1. 网上查询地址：中国采购与招标网（http://www.chinabidding.com.cn）、广西众联工程项目管理有限公司网（http://www.gxzhonglian.cn）、广西经贸职业技术学院网（http://www.gxjmxy.com）
2. 供应商获取竞争性磋商文件时务必提供准确的唯一电子邮箱， 与本项目有关的澄清或更正公告将统一发至该电子邮箱。

4.单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的不同供应商，不得参加同一合同项下的政府采购活动。为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，不得再参加本项目上述服务以外的其他采购活动；

5.对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn) 、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)被列入失信被执行人、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及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，不得参与本次采购活动。

## 八、凡对本次采购提出询问，请按以下方式联系。

1.采购人信息

名 称：广西经贸职业技术学院

地 址：南宁市青秀区青山路14号

联系方式： 刘老师 联系电话： 0771-5714002

2.采购代理机构信息

名 称：广西众联工程项目管理有限公司

地　　址：南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14A层

联系方式：高叶法、戚程、易翠兰、李宁 联系电话：0771-4308370

釆购代理机构：广西众联工程项目管理有限公司

 2024年11月29 日

# 第二章 供应商须知

**供应商须知前附表**

|  |  |
| --- | --- |
| **条款号** | **内 容** |
| 1 | 供应商的资格条件：详见竞争性磋商公告 |
| 2 | 是否接受联合体竞标: 详见竞争性磋商公告 |
| 3 | 本项目不接受联合体竞标 |
| 4 | ☑不允许分包**□**允许分包分包内容：无分包金额或者比例：无 |
| 5 | **资格证明文件**1.供应商为法人或者其他组织的提供其营业执照等证明文件（如营业执照或者事业单位法人证书或者执业许可证等），供应商为自然人的提供其身份证复印件；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**2.供应商依法缴纳税收的相关材料（2024年04月-2024年10月内任意 3 个月的依法缴纳税收的凭据复印件；依法免税的供应商，必须提供相应文件证明其依法免税。从取得营业执照时间起到首次响应文件提交截止时间为止不足要求月数的，只需提供从取得营业执照起的依法缴纳税收相应证明文件）；无营业收入的行政事业单位且符合国家有关免税政策的，可只提供加盖单位公章的依法免税声明，并对声明的真实性负责；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**3.供应商依法缴纳社会保障资金的相关材料（（2024年04月-2024年10月内任意 3 个月的依法缴纳社会保障资金的缴费凭证复印件；依法不需要缴纳社会保障资金的供应商，必须提供相应文件证明不需要缴纳社会保障资金；供应商为个体工商户的，可提供以个人名义购买的基本养老保险等材料证明，或供应商已依法按时缴纳社会保障资金的承诺书。从取得营业执照时间起到首次响应文件提交截止时间为止不足要求月数的只需提供从取得营业执照起的依法缴纳社会保障资金的相应证明文件）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**4.供应商财务状况报告（提供2023年度的财务报告复印件、或者截标时间前半年内至少一个月能反映财务状况的报表、或者供应商自拟的截标时间前半年内至少一个月的财务情况说明）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**5.本项目的特定资格要求：无；6.竞标声明（格式后附）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**7.联合体竞标协议书（格式后附）；**（联合体竞标时必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**8.中小企业声明函或者残疾人福利性单位声明函或者供应商属于监狱企业的证明材料（格式后附）；**（本项目如为专门面向中小企业采购时必须提供，否则响应文件作无效处理）**9.除磋商文件规定必须提供以外，供应商认为需要提供的其他证明材料；**注：****1.以上标明“必须提供”的材料属于复印件的，必须加盖供应商公章，否则响应文件按无效响应处理。****2.竞标声明必须由法定代表人在规定签章处签字并加盖供应商公章，否则响应文件按无效响应处理。****3.联合体竞标时，第1-4项资格证明文件联合体各方均必须分别提供，联合体各方分别盖章和签字，否则响应文件按无效响应处理。** |
| 6 | **报价商务技术文件**1.无串通竞标行为的承诺函（格式后附）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**2.竞标报价表（格式后附）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**3.法定代表人身份证明及法定代表人有效身份证正反面复印件（格式后附）；**（除自然人竞标外必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**4.法定代表人授权委托书及其委托代理人有效身份证正反面复印件（格式后附）；**（委托时必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**5.磋商保证金提交凭证；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**6.中小企业声明函或者残疾人福利性单位声明函或者供应商属于监狱企业的证明材料（格式后附）；（如有请提供）7.商务条款偏离表（格式后附）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**8.技术需求偏离表（格式后附）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**9.技术实施方案（格式自拟）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**10.售后服务方案（格式自拟）；**（必须提供，否则响应文件按无效响应处理）**11.项目实施人员一览表（格式自拟）；12.对应采购需求的技术需求、商务条款提供的其他文件资料；13.供应商认为需要提供的其他有关资料。**注：** **1.法定代表人授权委托书必须由法定代表人及其委托代理人签字，并加盖供应商公章，否则响应文件按无效响应处理。****2.以上标明“必须提供”的材料属于复印件的，必须加盖供应商公章，否则响应文件按无效响应处理。****3.以上材料未附格式的，由供应商自行拟定。** |
| 7 | 响应文件电子版。供应商在递交响应文件时，同时递交响应文件电子版。1.响应文件电子版内容：与纸质响应文件全部内容一致。2.响应文件电子版形式：可编辑的文档格式1份和已签字盖章的响应文件正本的扫描件（PDF格式）1份。3.响应文件电子版密封方式：响应文件电子版光盘（或者U盘）单独密封（外层包装封面上标明项目名称、项目编号及供应商名称）与纸质版响应文件一并装入响应文件袋中。 |
| 8 | 磋商报价必须包含满足本次竞标全部采购需求所应提供的服务，以及伴随的货物和工程（如有）的价格；包含竞标服务、货物、工程的成本、运输（含保险）、安装（如有）、调试、检验、技术服务、培训、税费等所有费用。☑**竞标报价包含验收费用****□竞标报价不包含验收费用** |
| 9 | 竞标有效期：自首次响应文件提交截止之日起60日。 |
| 10 | 磋商保证金的金额：详见竞争性磋商公告。磋商保证金的缴纳方式：详见竞争性磋商公告。相关要求：1.磋商保证金采用银行转账缴纳方式的，在首次响应文件提交截止时间前交至采购代理机构指定账户并且到账，供应商应将银行转账底单的复印件作为磋商保证金提交凭证，放置于报价商务技术文件中，**否则响应文件按无效响应处理**。2.磋商保证金采用支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等缴纳方式的，供应商应将支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等的复印件作为磋商保证金提交凭证，放置于报价商务技术文件中，**否则竞标无效**。供应商必须于递交响应文件时将支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等原件提交给采购人或者采购代理机构，由采购代理机构向供应商出具回执，并妥善保管。3.磋商保证金指定账户：详见竞争性磋商公告。4.本项目如接受联合体的，可以由联合体中的一方或者多方共同缴纳磋商保证金，其缴纳的磋商保证金对联合体各方均具有约束力。**备注：** **1.磋商保证金在首次响应文件提交截止时间后提交的，或者不按规定缴纳方式缴纳的，或者未足额缴纳的（包含保函额度不足的），视为无效磋商保证金。****2.供应商采用现金方式或者从个人账户（自然人竞标除外）转出的磋商保证金，视为无效磋商保证金。****3.支票、汇票或者本票出现无效或者背书情形的，视为无效磋商保证金。****4.保函有效期低于竞标有效期的，视为无效磋商保证金。****5.采用金融、担保机构出具保函的，必须为无条件保函，否则视为无效磋商保证金。** |
| 11 | 响应文件份数：**正本一份、副本四份。** |
| 12 | 首次响应文件提交截止时间：详见竞争性磋商公告首次响应文件提交地点：详见竞争性磋商公告供应商必须在首次响应文件提交截止时间前，将响应文件密封送达首次响应文件提交地点。在首次响应文件提交截止时间后送达的响应文件为无效文件，采购代理机构应当拒收。其他文书、文件递交：详见供应商须知正文“三、响应文件的编制”相应条款。 |
| 13 | 磋商小组的人数：由采购人代表和评审专家共3人以上单数组成。 |
| 14 | **商务条款评审中允许负偏离的条款数为0项。****技术需求评审中允许负偏离的条款数为5项。** |
| 磋商的顺序：☑按照提交首次响应文件的顺序，通知磋商时，若某供应商不在通知现场时，该供应商排序到最后磋商，按照签到的顺序由其下一位供应商先参与磋商。□随机排序。**参与磋商前，供应商法定代表人或者其委托代理人必须向磋商小组出示本人有效证件原件[有效证件可以是身份证（含临时身份证明）、机动车驾驶证、社会保障卡或者护照的其中一项]，若参与磋商的委托代理人不是响应文件中授权的委托代理人时，必须同时出示有效的法定代表人授权委托书原件，否则磋商小组将拒绝其参与磋商。** |
| 15 | **□本项目不收取履约保证金****☑本项目收取履约保证金**，具体规定如下：履约保证金金额：按合同金额的2%（注：履约保证金不超过成交金额的3%，若成交供应商为小微企业的则按成交金额的2%收取，以响应文件中提交的中小企业声明函为依据）履约保证金递交方式：银行转账。由成交人在签订合同前按规定的金额直接缴入采购人账户。否则，不予办理签订合同。履约保证金退还方式： 验收合格，成交供应商履行完合同所有义务，验收合格，成交供应商履行完合同所有义务，且无违约，由成交供应商向履约保证金收取单位提供《采购项目合同验收书》（详见第八章 采购合同验收书范本）及《采购项目履约保证金退付意见书》（详见第八章 采购合同验收书范本），保证金收取单位在收到合格材料后5个工作日内办理退还手续（不计利息） 。履约保证金指定缴纳账户：**开户名称：广西经贸职业技术学院****开户银行：中国建设银行南宁青山路支行** **银行账号：45001604556050701379****备注：****1. 根据《广西壮族自治区财政厅关于规范政府采购货物和服务项目保证金管理的通知》（桂财规〔2022〕8号）规定，鼓励采购人在与成交供应商签订政府采购合同时，免收履约保证金或者降低收取比例，有必要收取履约保证金的，收取的履约保证金不得超过政府采购合同金额的5%，对中小企业收取的履约保证金数额不得超过政府采购合同金额的2%。****2.履约保证金不足额缴纳的（包含保函额度不足的），或者不按规定提交方式提交的，或者保函有效期低于合同履行期限的（即合同中规定的当事人履行自己的义务，如交付标的物、价款或者报酬，履行劳务、完成工作的时间界限）的，视为未按规定提交履约保证金。****3.采用金融、担保机构出具保函的，必须为无条件保函，否则视为未按规定提交履约保证金。****4.供应商为联合体的，可由联合体任意一方或者联合体各方共同提交的履约保证金，视为有效履约保证金。** |
| 16 | 签订合同携带的证明材料： 委托代理人负责签订合同的，须携带有效的法定代表人授权委托书及其委托代理人身份证原件等其他资格证件。法定代表人负责签订合同的，须携带法定代表人身份证明原件及身份证原件等其他证明材料。 |
| 17 | 接收质疑函方式：以书面形式。质疑联系部门及联系方式：（1）广西众联工程项目管理有限公司；联系电话：0771-4308370，通讯地址：南宁市江南区白沙大道53号松宇时代14A层 （2）广西经贸职业技术学院；联系电话：0771-5714002通讯地址：南宁市青秀区青山路14号 现场提交质疑办理业务时间（北京时间）：上午09点00分到12点 00分，下午15点00分到18点00分，业务时间以外、双休日和法定节假日不办理业务。 |
| 18 | 1.是否收取采购代理费：☑是 □ 否2.采购代理费支付方式：☑本项目代理服务费由成交供应商领取成交通知书前，一次性向采购代理机构支付。□采购人支付。3.采购代理费收取标准：代理服务费成交金额在50万元以下的采购项目按4500元支付；成交金额50万元（含50）以上部分，按照国家发展改革委员会（原国家计委）文件“国家计委关于印发《招标代理服务收费管理暂行办法》的通知”（计价格【2002】1980号）及“国家发展改革委关于降低部分建设项目收费标准规范收费行为等有关问题的通知”（发改价格【2011】534号）规定的收费标准80%计取，由成交人在领取成交通知书前，一次性向采购代理机构付清。4.采购代理费收取银行账户开户名称：广西众联工程项目管理有限公司开户银行：中国光大银行股份有限公司南宁民主支行银行账号：78900188000167866 |
| 19 | 解释：构成本竞争性磋商文件的各个组成文件应互为解释，互为说明；除竞争性磋商文件中有特别规定外，仅适用于竞标阶段的规定，按更正公告（澄清公告）、竞争性磋商公告、供应商须知、采购需求、评审程序、评审方法和评审标准、响应文件格式、拟定的合同文本的先后顺序解释；同一组成文件中就同一事项的规定或者约定不一致的，以编排顺序在后者为准；同一组成文件不同版本之间有不一致的，以形成时间在后者为准；更正公告（澄清公告）与同步更新的竞争性磋商文件不一致时以更正公告（澄清公告）为准。按本款前述规定仍不能形成结论的，由采购人或者采购代理机构负责解释。 |
| 20 | 1.本竞争性磋商文件中描述供应商的“公章”是指根据我国对公章的管理规定，用供应商法定主体行为名称制作的印章，除本竞争性磋商文件有特殊规定外，供应商的财务章、部门章、分公司章、工会章、合同章、竞标/投标专用章、业务专用章及银行的转账章、现金收讫章、现金付讫章等其他形式印章均不能代替公章。2.供应商为其他组织或者自然人时，本竞争性磋商文件规定的法定代表人指负责人或者自然人。本竞争性磋商文件所称负责人是指参加竞标的其他组织营业执照上的负责人，本竞争性磋商文件所称自然人指参与竞标的自然人本人。3.本竞争性磋商文件中描述供应商的“签字”是指供应商的法定代表人或者其委托代理人亲自在文件规定签署处亲笔写上个人的名字的行为，私章、签字章、印鉴、影印等其他形式均不能代替亲笔签字。4.自然人竞标的，竞争性磋商文件规定盖公章处由自然人摁手指指印。5.本竞争性磋商文件所称的“以上”“以下”“以内”“届满”，包括本数；所称的“不满”“超过”“以外”，不包括本数。 |

供应商须知正文

**一、总则**

**1. 适用范围**

1.1 本文件仅适用于本文件中所叙述的工程、货物和服务类采购项目。

**2. 定义**

2.1“采购人”是指：广西经贸职业技术学院

2.2“采购代理机构”是指：广西众联工程项目管理有限公司

2.3“供应商”是指响应本文件要求，参加磋商的法人或者其他组织。如果该供应商在本次磋商中成交，即成为“成交供应商”。

2.4“货物”是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。

2.5“服务”是指除货物和工程以外的其他采购对象。

2.6“响应文件”是指：供应商根据本文件要求，编制包含报价、技术和服务等所有内容的响应文件。

**3. 供应商的基本条件**

3.1 供应商资格：

（1）满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

（2）本项目的特定资格要求：无；

（3）单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得参加同一合同项下的采购活动。

（4）对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn) 、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，不得参与采购活动。

（5）本项目不接受未购买本磋商文件的供应商参加磋商。

（6）本项目不接受联合体磋商。

3.2 其他：无。

**4. 磋商费用**

4.1不论磋商结果如何，供应商应自行承担所有与编写和提交响应文件有关的费用，采购人和采购代理机构在任何情况下无义务和责任承担此类费用。

4.2本项目代理服务费：见本须知前附表。

**二、磋商文件**

**5.磋商文件的组成**

（1）磋商公告；

（2）磋商须知；

（3）项目需求；

（4）评审办法和定标标准；

（5）响应文件格式；

（6）合同主要条款；

（7）其他资料。

**6.磋商文件的澄清或修改**

在提交首次响应文件截止之日前，采购人、采购代理机构或者磋商小组可以对已发出的磋商文件进行必要的澄清或者修改，澄清或者修改的内容作为磋商文件的组成部分。澄清或者修改的内容可能影响响应文件编制的，采购人、采购代理机构应当在提交首次响应文件截止时间至少5日前，以书面形式通知所有获取磋商文件的供应商；不足5日的，采购人、采购代理机构应当顺延提交首次响应文件截止时间。

**7.现场考察或答疑会**

7.1采购人、采购代理机构可以视采购项目的具体情况，按须知前附表的规定组织供应商进行现场考察或召开磋商前答疑会，但不得单独或分别组织只有一个供应商参加的现场考察和答疑会。

7.2供应商考察现场或参加答疑会发生的费用自理。

7.3供应商自行负责在考察现场或参加答疑会中所发生的人员伤亡和财产损失。

1. **响应文件的编制**

**8.响应文件的组成**

响应文件应分为资格文件、报价商务技术文件两个部分组成。**（下列文件均须加盖供应商公章；应该有的必须提供，如未提供，磋商小组有权拒绝其响应文件）**

8.1资格文件：具体材料详见本须知前附表。

8.2 报价商务技术文件：具体材料详见本须知前附表。

**9. 响应文件编制要求**

9.1供应商对响应文件的编制应按要求装订和封装。

9.2供应商提交的响应文件以及供应商与采购代理机构和采购人就有关磋商的所有来往函电均应使用中文。供应商提交的支持文件和印刷的文献可以使用别的语言，但其相应内容必须附有中文翻译文本，在解释响应文件时以翻译文本为主。

9.3供应商应认真阅读、并充分理解本文件的全部内容（包括所有的补充、修改内容），承诺并履行本文件中各项条款规定及要求。

9.4响应文件必须按本文件的全部内容，包括所有的补充通知及附件进行编制。

9.5如因供应商只填写和提供了本文件要求的部分内容和附件，而给评审造成困难，其可能导致的结果和责任由供应商自行承担。

**10. 计量单位**

10.1除技术要求中另有规定外，本文件所要求使用的计量单位均应采用国家法定计量单位。

**11.响应文件有效期**

11.1响应文件有效期按须知前附表规定的期限，有效期不足的响应文件按无效处理。

11.2未成交的响应文件有效期内均应保持有效。

11.3成交供应商的响应文件自响应文件递交截止之日起至合同履行完毕止均应保持有效。

**12.磋商保证金**

12.1 详见磋商须知前附表

**13.磋商报价要求**

13.1报价是履行合同的最终价格。

13.2成交供应商负责本项目所需货物的制造、运输、售后服务等全部工作。

**14.响应文件的份数、封装**

14.响应文件的份数和封装

14.1供应商应将响应文件按“资格文件”和“报价商务技术文件”顺序编制并装订成册，响应文件的正、副本全部装入一个文件袋（盒、箱）中并加以密封，封口处必须加盖供应商单位公章以示密封。

14.2响应文件的信封上应写明：

（1）竞争性磋商项目编号、分标号；

（2）竞争性磋商项目名称；

（3）供应商名称、地址、邮编。

14.3未按规定密封或标记的响应文件将被拒绝接收，由此造成的后果由供应商承担。

**15. 响应文件的递交**

15.1所有响应文件应于本须知前附表规定的时间前递交到磋商文件中指定地点。

15.2若遇到递交响应文件过多造成部分供应商在截止时间前已抵达本须知前附表规定指定递交地点但未能签到的情况时，采购人或采购代理机构将按规定在响应文件递交截止时间截止时关闭大门，继续受理供应商进入递交响应文件，供应商递交响应文件的时间应以其进入磋商文件指定场所的时间为准。

**16.响应文件的补充、修改**

供应商在提交响应文件截止时间前，可以对所提交的响应文件进行补充、修改或者撤回，并书面通知采购人、采购代理机构。补充、修改的内容作为响应文件的组成部分。补充、修改的内容与响应文件不一致的，以补充、修改的内容为准。

**17.迟交的响应文件**

在响应文件递交截止时间后送达的响应文件，采购代理机构应当拒绝接收。

**四、评审及磋商**

**18.磋商小组组建**

18.1磋商小组由采购人代表和评审专家共3人以上单数组成，其中评审专家人数不得少于磋商小组成员总数的2/3。

18.2评审专家应当从专家库内相关专业的专家名单中随机抽取。

**19.评审程序**

**19.1招标代理机向磋商小组移交接收所有的响应文件。**

**19.2磋商小组评审响应文件**

磋商小组对供应商资格条件和响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查。对资格条件不符合的供应商或未实质性响应磋商文件的响应文件按无效响应处理，磋商小组应当告知有关供应商。

**19.3澄清**

磋商小组在对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。供应商的澄清、说明或者更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。

磋商小组要求供应商澄清、说明或者更正响应文件应当以书面形式作出。供应商的澄清、说明或者更正应当由法定代表人或其授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附法定代表人授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

**19.4磋商**

19.4.1磋商时间及地点：按须知前附表规定。

19.4.2供应商参加需要携带的材料：按须知前附表规定。

19.4.3磋商小组按须知前附表规定的磋商顺序，集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。符合磋商资格的供应商未在规定时间内参加磋商的，视同放弃参加磋商权利，其响应文件作无效处理。

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

对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，磋商小组应当及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。

供应商应当按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附法定代表人授权书。参加磋商的供应商未在规定时间内重新提交响应文件的，视同放弃提交权利，其响应文件作无效处理。

磋商中，磋商的任何一方不得透露与磋商有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。

采购代理机构对磋商过程和重要磋商内容进行记录，磋商双方在记录上签字确认。

**19.5最后报价**

19.5.1磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的，磋商结束后，磋商小组应当要求所有继续参加磋商的供应商在规定时间内密封提交最后报价，提交最后报价的供应商不得少于3家。

19.5.2磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求，需经磋商由供应商提供最终设计方案或解决方案的，磋商结束后，磋商小组应当按照少数服从多数的原则投票推荐3家以上供应商的设计方案或者解决方案，并要求其在规定时间内密封提交最后报价。供应商未在规定时间内提交最后报价的，视同放弃最后报价权利，其响应文件作无效处理。

19.5.3最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。

19.5.4已经提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商。

19.5.5响应供应商的报价均超过了采购预算，采购人不能支付的，磋商活动终止。

19.5.6低于成本报价

磋商小组在评审过程中发现供应商的总报价明显低于其他供应商的总报价或者明显低于采购预算价，有理由怀疑其报价可能低于其成本的，应当要求该供应商做出书面说明并提供相关证明材料。供应商不能合理说明或者不能提供相关证明材料的，视作该供应商报价以低于成本价，其响应文件无效。

**20.最终磋商结束后，磋商小组不得再与供应商进行任何形式的商谈**

**21.评审与比较**

21.1经磋商确定最终采购需求和提交最后报价的供应商后，由磋商小组采用综合评分法对提交最后报价的供应商的响应文件和最后报价进行综合评分。

21.2评审原则。磋商小组必须公平、公正、客观，不带任何倾向性和启发性；不得向外界透露任何与评审有关的内容；任何单位和个人不得干扰、影响评审的正常进行。

21.3评标办法及标准详见第四章。

22.**在评审过程中出现法律法规和磋商文件均没有明确规定的情形时，由磋商小组现场协商解决，协商不一致的，由全体磋商小组投票表决，以得票率二分之一以上专家的意见为准。**

**23.特别说明：**

23.1供应商参加磋商所使用的资格、信誉、荣誉、业绩与企业认证必须为本法人所拥有。供应商参加磋商所使用的采购项目实施人员必须为本法人员工（或必须为本法人或控股公司正式员工）。

23.2供应商应仔细阅读竞争性磋商文件的所有内容，按照竞争性磋商文件的要求提交响应文件，并对所提供的全部资料的真实性承担法律责任。

23.3供应商在磋商活动中提供任何虚假材料，其磋商无效，并报监管部门查处；成交后发现的，成交供应商须依照《中华人民共和国消费者权益保护法》规定赔偿采购人，且民事赔偿并不免除违法供应商的行政与刑事责任。

23.4有下列情形之一的视为供应商相互串通投标，响应文件将被视为无效：

（1）不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；或不同供应商报名的IP地址一致的；

（2）不同供应商委托同一单位或者个人办理磋商事宜；

（3）不同的供应商的响应文件载明的项目管理员为同一个人；

（4）不同供应商的响应文件异常一致或报价呈规律性差异；

（5）不同供应商的响应文件相互混装；

23.5供应商有下列情形之一的，属于恶意串通行为：

（1）供应商直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关信息并修改其响应文件：

（2）供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改响应文件；

（3）供应商之间协商报价、技术方案等响应文件的实质性内容；

（4）供应商之间事先约定一致抬高或者压低报价,或者在采购项目中事先约定轮流以高价位或者低价位成交,或者事先约定由某一特定供应商成交,然后再参加磋商；

（5）供应商之间商定部分供应商放弃参加采购活动或者放弃成交；

（6）供应商与采购人或者采购代理机构之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

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

24.1因情况变化，不再符合规定的竞争性磋商采购方式适用情形的；

24.2出现影响采购公正的违法、违规行为的；

24.3除本须知19.5.3、19.5.4及法律法规规定的情形外，在采购过程中符合要求的供应商或者报价未超过采购预算的供应商不足3家的。

25.在采购活动中因重大变故，采购任务取消的，采购人或者采购代理机构应当终止采购活动，通知所有参加采购活动的供应商。

**五、确定成交供应商办法及结果公告**

26.采购代理机构应当在评审结束后2个工作日内将评审报告送采购人确认。采购人应当在收到评审报告后5个工作日，从评审报告提出的成交候选供应商中，按照排序由高到低的原则确定成交供应商，也可以书面授权磋商小组直接确定成交供应商。采购人逾期未确定成交供应商且不提出异议的，视为确定评审报告提出的排序第一的供应商为成交供应商。

27.采购代理机构应当在成交供应商确定后2个工作日内，在磋商公告发布媒体上公告成交结果，同时向成交供应商发出成交通知书。采购人或采购代理发出成交通知书前，应当对成交供应商信用进行查询，对列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、采购严重违法失信行为记录名单的供应商，取消其成交资格，并确定排名第二的成交候选人为成交供应商。

排名第二的成交候选人因前款规定的同样原因被取消成交资格的，采购人可以确定排名第三的成交候选人为成交人。

以上信息查询记录及相关证据与采购文件一并保存。

**六、履约保证金**

28.成交供应商须于签订合同前按本须知前附表规定的金额直接缴入指定账户。否则，不予签订合同。

29.签订合同后，如成交供应商不按双方签订的合同规定履约，则没收其全部履约保证金，履约保证金不足以赔偿损失的，按实际损失赔偿。

30.履约保证金在成交供应商按合同约定交货验收合格后，由履约保证金收取单位在接采购人书面退付意见（详见附表）后15个工作日内以银行转帐方式如数退还（不计利息）。

31.在履约保证金退还日期前，若成交供应商的开户名称、开户银行、帐号有变动的，请以书面形式通知履约保证金收取单位，否则由此产生的后果由成交供应商自负。

**七、签订合同**

32.成交供应商在收到成交通知书后，按规定与采购人签订采购合同。

33.成交供应商拒绝签订采购合同的，采购人可以按本项目确定成交供应商办法确定其他供应商作为成交供应商并签订采购合同，也可以重新开展采购活动。

34. 拒绝签订采购合同的成交供应商不得参加对该项目重新开展的采购活动。

**八、其它内容**

35.代理服务费

35.1代理服务收费标准：根据采购人与代理人签订的《代理合同》支付专家评审费及代理服务费，本项目委托代理服务费按收费标准（货物类）计取，由成交人在领取成交通知书时，一次性向采购代理机构支付。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  费率成交金额 | 货物类 | 服务类 | 工程类 |
| 100万元以下 | 1.5% | 1.5% | 1.0% |
| 100～500万元 | 1.1% | 0.8% | 0.7% |
| 500～1000万元 | 0.8% | 0.45% | 0.55% |
| 1000～5000万元 | 0.5% | 0.25% | 0.35% |
| 5000万元～1亿元 | 0.25% | 0.1% | 0.2% |
| 1～5亿元 | 0.05% | 0.05% | 0.05% |
| 5～10亿元 | 0.035% | 0.035% | 0.035% |
| 10～50亿元 | 0.008% | 0.008% | 0.008% |
| 50～100亿元 | 0.006% | 0.006% | 0.006% |
| 100亿以上 | 0.004% | 0.004% | 0.004% |

注:招标代理服务收费按差额定率累进法计算。

36. 询问、质疑

37.1供应商对采购活动事项有疑问的，可以向采购人、采购代理机构提出询问。

37.2供应商认为采购文件、采购过程或成交结果使自己的合法权益受到损害的，应当在知道或者应知其权益受到损害之日起七个工作日内，以书面形式向采购人、采购代理机构提出质疑。

37.3质疑应当采用书面形式，质疑书均应明确阐述采购文件、采购过程、成交结果中使自己合法权益受到损害的实质性内容，提供相关事实、明确的请求、必要的证明材料，便于有关单位调查、答复和处理。

# 第三章 采购需求

说明：

1、采购需求中如出现品牌、型号或者生产厂家等均仅起参考作用，不属于指定品牌、型号或者生产厂家的情形，供应商可参照或者选用其他相当的品牌、型号或者生产供应商替代。但供应商的产品实质上应相当于或优于本需求中的技术要求。

2、凡在“技术要求”中表述为“标配”或“标准配置”的设备，供应商应在投标设备性能配置清单中将其标配参数详细列明。

3、根据《财政部 发展改革委 生态环境部 市场监管总局关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9 号）和《关于印发节能产品政府采购品目清单的通知》（财库〔2019〕19 号）的规定，采购需求中的产品属于节能产品政府采购品目清单内标注“★”的，供应商的投标货物必须使用政府强制采购的节能产品，否则投标文件作无效处理。本项目包含的配套货物属于品目清单内非标注“★”的产品时，应优先采购。

4、如供应商投标产品存在侵犯他人的知识产权或者专利成果行为的，由供应商自行承担相应法律责任。

**5、技术需求中标记“▲”的条款为实质性参数，不满足将作投标文件无效处理。**

**6、供应商应根据自身实际情况如实响应招标文件，不得仅将招标文件内容简单复制粘贴作为投标响应，否则投标文件作无效处理（定制采购不适用本条款）。**

**7、项目所属行业：其他未列明行业**

|  |
| --- |
| 一、项目要求及技术需求 |
| 序号 |  | 物品名称 | 技术需求及要求 | 计量单位 | 数量 | 单价最高控价 |
| 1 | 网络营销与直播文化博物馆资源开发建设 | 网络营销与直播文化博物馆-微课视频 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、每个视频时长在3-5分钟。2、视频素材编辑，后期视频非线性编辑，统一片头片尾设计制作。3、视频压缩格式，包含字幕的 MP4 格式，视频码流率：1024Kbps - 2500Kbps；视频分辨率：各节视频的视频分辨率必须统一，统一采用高清 16:9 拍摄，设定为 1920×1080 视频画幅宽高比。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 20 | 900 |
| 网络营销与直播文化博物馆-动画资源 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、每个动画时长1-2分钟，选取重点知识点设计与制作原创动画。▲2、包含动画资源的整体设计、知识点或技能点的提炼、动画脚本编写、原画设计、动画制作及专业配音等。▲3、动画色彩造型应和谐，画面简洁清晰，资源知识点技能点讲解清晰，画面排版及构图合理且层次性强。4、动画设计元素静止画面时间不超过5秒钟，动画演播过程要流畅。5、角色形象需饱满、生动、个性鲜明、特点突出，符合主题风格，人物眨眼，口型等动作按照提供的主要人物设眨眼，口型模版中的节奏和形式制作，可增加口型，但要做到颜色、风格统一。6、主要角色要完全按照人设规范绘制。根据相应剧本文字描述来进行设计，形象既要符合整片风格，又要符合人物性格，年龄层次等，观众能容易接受和喜爱。7、场景设计应与人物风格定位一致，细节展示丰富，色彩明快，清晰美观。景深感要强，透视正确、美观，色调和人物融合、一致，多角度制作，画面饱满，充实。8、保证角色人物形象和场景为设计师原创素材，不得产生产权纠纷。9、动画内容原始文件输出设置1）Mp4格式，h264编码、动画内容制作时帧速设置范围25帧/秒。2）输出成片分辨率不低于1920\*1080。图像比16:9。▲10、制作完成的作品版权归采购人所有。 | 个 | 45 | 1000 |
| 网络营销与直播文化博物馆-视频讲解资源 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、确定内容及表现形式，从而进行教学资源的设计与后期制作；▲2、视频时长3-6分钟；画质、音质清晰，字母清晰，播放流畅。▲3、视频根据资源化建设内容中提取的重难点进行筛选，围绕重难点形成视频。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 85 | 750 |
| 网络营销与直播文化博物馆-三维仿真资源 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、仿真资源不少于1分钟/个，输出格式为mp4。 ▲2、要求原创，且能生动有趣具体的表现知识点。 ▲3、采用建模的方式，满足三维或数据可视化表达需求。 4、仿真资源与动画资源具有鲜明区别，语音部分有与内容相对应的字幕。 | 个 | 3 | 1250 |
| 网络营销与直播文化博物馆-文本资源 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、文本资源包括格式统一，排版美观大方；内容丰富，形式多样。2、‌文本型参数具体要求‌：‌text类型‌：最大长度为2^31-1个字符，存储长度为实际字符数个字节。‌ntext类型‌：最大长度为2^30-1个Unicode字符，存储长度是实际字符个数的两倍。3、‌字体相关参数‌：‌字体分类‌：主要分为有衬线字与无衬线字，两者风格迥异，各有特色。‌字号‌：指字符的大小，通常正文内容使用18号字，且需保持一致性。‌字重‌：指字体的粗细程度，字重越重越显得大气、雄壮，字重越轻越显得精致、秀气。‌字距‌：指字符之间的间距，合适的字距能增强文字的呼吸感，带来最优的阅读体验。‌行距‌：指每行之间的间距，合适的行距能使得画面排版更美观，提升阅读体验感。 | 个 | 100 | 6 |
| 网络营销与直播文化博物馆-音频资源 | 依据资源库总体建设需求，网络营销与直播文化博物馆资源定制涵盖网络营销与直播电商文化起源、 20 世纪 90 年代互联网兴起初期的商业探索、在线广告、电子邮件营销等，以及网络营销概念的形成和早期成功案例与经验及阶段发展涵盖社交媒体营销崛起的应用创新与经典案例、搜索引擎优化与营销的算法影响及企业策略、内容营销的重要性与成功形式、直播电商的兴起历程及平台特点与合作案例；未来发展展望：探讨新技术如人工智能等的应用前景与全新购物体验，分析个性化精准营销、社交与直播电商融合、跨境网络营销与直播电商的趋势、机遇和挑战。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、输出格式为MP3。2、音频时长为3-5分钟。3、语音采用标准的普通话、美式或英式英语配音，特殊语言学习和材料除外，使用适合教学的语调。4、音频信号源技术指标要求1）声道：中文内容音频信号记录于第1声道，音乐、音效、同期声记录于第2声道，若有其他文字解说记录于第3声道（如录音设备无第3声道，则录于第2声道）。2）电平指标：-2db — -8db声音应无明显失真、放音过冲、过弱。3）音频信噪比不低于48db。声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷。伴音清晰、饱满、圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象。解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。 | 个 | 60 | 4 |
| **小计：131340元** |  |
| 2 | 数字贸易国际交流中心资源开发建设 | 数字贸易国际交流中心-微课视频 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、每个视频时长在3-5分钟。2、视频素材编辑，后期视频非线性编辑，统一片头片尾设计制作。3、视频压缩格式，包含字幕的 MP4 格式，视频码流率：1024Kbps - 2500Kbps；视频分辨率：各节视频的视频分辨率必须统一，统一采用高清 16:9 拍摄，设定为 1920×1080 视频画幅宽高比。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 30 | 900 |
| 数字贸易国际交流中心-动画资源 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、每个动画时长1-2分钟，选取重点知识点设计与制作原创动画。▲2、包含动画资源的整体设计、知识点或技能点的提炼、动画脚本编写、原画设计、动画制作及专业配音等。▲3、动画色彩造型应和谐，画面简洁清晰，资源知识点技能点讲解清晰，画面排版及构图合理且层次性强。4、动画设计元素静止画面时间不超过5秒钟，动画演播过程要流畅。5、角色形象需饱满、生动、个性鲜明、特点突出，符合主题风格，人物眨眼，口型等动作按照提供的主要人物设眨眼，口型模版中的节奏和形式制作，可增加口型，但要做到颜色、风格统一。6、主要角色要完全按照人设规范绘制。根据相应剧本文字描述来进行设计，形象既要符合整片风格，又要符合人物性格，年龄层次等，观众能容易接受和喜爱。7、场景设计应与人物风格定位一致，细节展示丰富，色彩明快，清晰美观。景深感要强，透视正确、美观，色调和人物融合、一致，多角度制作，画面饱满，充实。8、保证角色人物形象和场景为设计师原创素材，不得产生产权纠纷。9、动画内容原始文件输出设置1）Mp4格式，h264编码、动画内容制作时帧速设置范围25帧/秒。2）输出成片分辨率不低于1920\*1080。图像比16:9。▲10、制作完成的作品版权归采购人所有。 | 个 | 40 | 960 |
| 数字贸易国际交流中心-资源讲解视频 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、确定内容及表现形式，从而进行教学资源的设计与后期制作；▲2、视频时长3-6分钟；画质、音质清晰，字母清晰，播放流畅。▲3、视频根据资源化建设内容中提取的重难点进行筛选，围绕重难点形成视频。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 82 | 700 |
| 数字贸易国际交流中心-三维仿真资源 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、仿真资源不少于1分钟/个。 2、输出格式为mp4。 3、要求原创，且能生动有趣具体的表现知识点。 4、使用三维动画软件制作。 5、采用建模的方式，满足三维或数据可视化表达需求。  | 个 | 4 | 1005 |
| 数字贸易国际交流中心-文本资源 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、文本资源包括格式统一，排版美观大方；内容丰富，形式多样。2、‌文本型参数具体要求‌：‌text类型‌：最大长度为2^31-1个字符，存储长度为实际字符数个字节。‌ntext类型‌：最大长度为2^30-1个Unicode字符，存储长度是实际字符个数的两倍。3、‌字体相关参数‌：‌字体分类‌：主要分为有衬线字与无衬线字，两者风格迥异，各有特色。‌字号‌：指字符的大小，通常正文内容使用18号字，且需保持一致性。‌字重‌：指字体的粗细程度，字重越重越显得大气、雄壮，字重越轻越显得精致、秀气。‌字距‌：指字符之间的间距，合适的字距能增强文字的呼吸感，带来最优的阅读体验。‌行距‌：指每行之间的间距，合适的行距能使得画面排版更美观，提升阅读体验感。 | 个 | 80 | 2 |
| 数字贸易国际交流中心-音频资源 | 依据资源库总体建设需求，数字贸易国际交流中心资源定制涵盖数字贸易基础知识，包括发展趋势、政策法规和主要模式；网络营销国际策略，如各国环境分析、跨文化技巧和案例研究；直播电商国际经验，包含国外成功模式、消费者偏好和跨境运营要点；国际数字支付与金融，涉及支付方式、金融应用和风险防范；数字贸易物流与供应链，涵盖跨境物流、供应链管理和应对挑战策略；数据分析与国际市场洞察，包括市场开拓、消费者行为分析和绩效评估；知识产权与法律合规，包含保护、不同国家要求和应对纠纷策略；语言与文化交流，涉及语言应用、文化影响和沟通技巧；国际合作与竞争，包括合作机会、竞争分析和建立关系方法等教学内容进行定制化制作。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、输出格式为MP3。2、音频时长为3-5分钟。3、语音采用标准的普通话、美式或英式英语配音，特殊语言学习和材料除外，使用适合教学的语调。4、音频信号源技术指标要求1）声道：中文内容音频信号记录于第1声道，音乐、音效、同期声记录于第2声道，若有其他文字解说记录于第3声道（如录音设备无第3声道，则录于第2声道）。2）电平指标：-2db — -8db声音应无明显失真、放音过冲、过弱。3）音频信噪比不低于48db。声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷。伴音清晰、饱满、圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象。解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。 | 个 | 120 | 2 |
| **小计：127220** |  |
| 3 | 电商谷虚拟仿真研学基地资源开发建设 | 电商谷虚拟仿真研学基地-微课视频 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、每个视频时长在3-5分钟。2、视频素材编辑，后期视频非线性编辑，统一片头片尾设计制作。3、视频压缩格式，包含字幕的 MP4 格式，视频码流率：1024Kbps - 2500Kbps；视频分辨率：各节视频的视频分辨率必须统一，统一采用高清 16:9 拍摄，设定为 1920×1080 视频画幅宽高比。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 30 | 1000 |
| 电商谷虚拟仿真研学基地-动画资源 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、每个动画时长1-2分钟，选取重点知识点设计与制作原创动画。▲2、包含动画资源的整体设计、知识点或技能点的提炼、动画脚本编写、原画设计、动画制作及专业配音等。▲3、动画色彩造型应和谐，画面简洁清晰，资源知识点技能点讲解清晰，画面排版及构图合理且层次性强。4、动画设计元素静止画面时间不超过5秒钟，动画演播过程要流畅。5、角色形象需饱满、生动、个性鲜明、特点突出，符合主题风格，人物眨眼，口型等动作按照提供的主要人物设眨眼，口型模版中的节奏和形式制作，可增加口型，但要做到颜色、风格统一。6、主要角色要完全按照人设规范绘制。根据相应剧本文字描述来进行设计，形象既要符合整片风格，又要符合人物性格，年龄层次等，观众能容易接受和喜爱。7、场景设计应与人物风格定位一致，细节展示丰富，色彩明快，清晰美观。景深感要强，透视正确、美观，色调和人物融合、一致，多角度制作，画面饱满，充实。8、保证角色人物形象和场景为设计师原创素材，不得产生产权纠纷。9、动画内容原始文件输出设置1）Mp4格式，h264编码、动画内容制作时帧速设置范围25帧/秒。2）输出成片分辨率不低于1920\*1080。图像比16:9。▲10、制作完成的作品版权归采购人所有。 | 个 | 40 | 1100 |
| 电商谷虚拟仿真研学基地-视频类资源 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。▲1、确定内容及表现形式，从而进行教学资源的设计与后期制作；▲2、视频时长3-6分钟；画质、音质清晰，字母清晰，播放流畅。▲3、视频根据资源化建设内容中提取的重难点进行筛选，围绕重难点形成视频。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 78 | 800 |
| 电商谷虚拟仿真研学基地-三维仿真资源 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。技术参数如下：1、仿真资源不少于1分钟/个。 2、输出格式为mp4。 3、要求原创，且能生动有趣具体的表现知识点。 4、使用三维动画软件制作。 5、采用建模的方式，满足三维或数据可视化表达需求。  | 个 | 3 | 1450 |
| 电商谷虚拟仿真研学基地-文本资源 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、文本资源包括格式统一，排版美观大方；内容丰富，形式多样。2、‌文本型参数具体要求‌：‌text类型‌：最大长度为2^31-1个字符，存储长度为实际字符数个字节。‌ntext类型‌：最大长度为2^30-1个Unicode字符，存储长度是实际字符个数的两倍。3、‌字体相关参数‌：‌字体分类‌：主要分为有衬线字与无衬线字，两者风格迥异，各有特色。‌字号‌：指字符的大小，通常正文内容使用18号字，且需保持一致性。‌字重‌：指字体的粗细程度，字重越重越显得大气、雄壮，字重越轻越显得精致、秀气。‌字距‌：指字符之间的间距，合适的字距能增强文字的呼吸感，带来最优的阅读体验。‌行距‌：指每行之间的间距，合适的行距能使得画面排版更美观，提升阅读体验感。 | 个 | 70 | 7 |
| 电商谷虚拟仿真研学基地-音频资源 | 依据资源库总体建设需求，电商谷虚拟仿真研学基地资源定制涵盖电商电商运营、网络营销、直播电商的，商品管理、营销活动、直播技巧等方面以及客户服务与关系管理、数据分析与决策、供应链管理模拟的相关内容，涉及客户处理、数据采集分析、供应商合作等。此外，包含创新与创业项目、行业案例研究以及团队协作与沟通的训练，如商业模式探讨、案例分析、团队合作，及东南亚文化培养、商业礼仪、数据分析、法律法规、物流分销策略等内容定制。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。1、输出格式为MP3。2、音频时长为3-5分钟。3、语音采用标准的普通话、美式或英式英语配音，特殊语言学习和材料除外，使用适合教学的语调。4、音频信号源技术指标要求1）声道：中文内容音频信号记录于第1声道，音乐、音效、同期声记录于第2声道，若有其他文字解说记录于第3声道（如录音设备无第3声道，则录于第2声道）。2）电平指标：-2db — -8db声音应无明显失真、放音过冲、过弱。3）音频信噪比不低于48db。声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷。伴音清晰、饱满、圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象。解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。 | 个 | 100 | 2 |
| **小计：141440元** |  |
| 4 | 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》课 程微课模 块资源开发服务 | 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-课程大纲  | 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-课程大纲网店推广职业技能等级认定培训资源包课程大纲设计应以满足职业技能等级认定的需求，全面覆盖网店推广的核心知识和技能，包括课程概述、课程内容与要求、教学方法与手段、考核与评价、教学建议等。技术参数如下：1、交付目标：明确课程大纲的交付目标，即确保所有学员能够清晰、完整地获取到课程大纲的内容，理解课程的学习目标、内容安排、教学方法与评估方式等关键信息。▲2、交付内容：课程大纲的交付内容应包括但不限于以下几个方面：1）‌课程基本信息‌：课程名称、性质、目标、学时安排等。2）‌课程内容与要求‌：详细列出各章节或模块的主题、知识点、技能要求和学习要求。3）‌教学方法与手段‌：介绍课程采用的教学方法（如课堂讲授、案例分析、小组讨论、实操训练等）和教学手段（如多媒体、视频、模拟实训软件等）。4）‌考核与评价‌：明确考核方式和评价标准，包括平时过程考核和期末理论考核的具体要求。5）‌教学建议‌：提供关于学时分配、教学组织、教材与参考资料等方面的建议。3、交付方式1）将课程大纲制作成PDF或Word等格式的电子文档，并将课程大纲嵌入到学校指定教学平台中，学员登录平台后即可查看和下载。‌视频讲解‌：录制课程大纲的视频讲解，上传到在线课程平台或社交媒体平台，供学员观看学习。4、技术支持1）为课程大纲配备多媒体教学资源（如PPT、图片、音频等），增强学员的学习体验和效果。2）配合校方利用在线问卷、讨论区等互动工具收集学员对课程大纲的反馈意见，以便及时调整和优化交付方案。5、交付效果评估1）‌学员满意度调查‌：通过问卷调查等方式收集学员对课程大纲交付效果的满意度反馈。2）‌学习效果评估‌：通过平时作业、课堂讨论、实操训练等考核方式评估学员对课程大纲内容的掌握程度和应用能力。3）‌持续改进‌：根据学员满意度调查和学习效果评估的结果，不断调整和优化课程大纲的交付技术方案，提高交付效果和学习成效。 | 份 | 1 | 2000 |
| 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-课程标准 | 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-课程标准网店推广职业技能等级认定培训资源包课程标准的制定应遵循网店推广领域的最新发展趋势、行业标准和职业技能要求，明确目标学员的背景，并通过‌市场调研收集同类课程的标准、教材、教学资源等信息，为保证课程标准的可实施行。技术参数如下：1、课程概述‌性质‌：明确网店推广职业技能等级认定培训课程的性质，如专业核心课、拓展课等。‌定位‌：阐述课程在职业教育体系中的位置和作用。‌设计思路‌：介绍课程设计的总体思路和理论依据。2. 教学目标‌总体目标‌：明确学员通过本课程学习应达到的总体职业技能水平。‌具体目标‌：细化为知识目标、能力目标和素质目标，确保目标的可衡量性和可达成性。3. 与前后课程的联系‌前序课程‌：列出学员在学习本课程前应完成的相关课程或知识准备。‌后续课程‌：说明本课程为后续课程学习奠定的基础或提供的支持。▲4. 教学内容与学时分配‌内容规划‌：根据职业技能等级认定要求，规划详细的教学内容，包括理论知识、实践技能等。‌学时分配‌：合理安排各章节或模块的学时，确保教学时间的充分利用和教学效果的最大化。▲5. 模块教学设计‌模块划分‌：将教学内容划分为若干模块，每个模块聚焦特定的知识点或技能点。‌教学活动‌：设计多样化的教学活动，如课堂讲授、案例分析、小组讨论、实操训练等。‌评估方式‌：为每个模块设定评估方式和标准，确保学员学习成果的准确评价。6、标准核验与修订‌内部核验‌：由开发团队内部对课程标准进行初步核验，确保内容的准确性和完整性。‌专家评审‌：邀请行业专家和教育专家对课程标准进行评审，提出修改意见和建议。‌修订完善‌：根据评审结果对课程标准进行修订和完善，确保标准的科学性和适用性。7、输出与发布‌格式规范‌：将课程标准以Word格式输出，确保格式的规范性和易读性。‌发布实施‌：经核验认可后，正式发布课程标准并实施教学。 | 份 | 1 | 2380 |
| 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-教学课件 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包教学课件需全面覆盖网店推广职业技能等级认定的核心内容，并依据教师具体需求进行定制化开发，以确保与课程目标和学员背景高度匹配。技术参数如下：▲1、课件内容要求学校信息融入：每个课件都将包含学校的LOGO、名称等信息，增强课件的归属感和品牌效应。内容丰富多样：每个课件将包含10页以上的教学内容，页面设置符合高清格式比例（16：9）。取材合理，信息量大，集文字、图形、图像、视频等多种媒体元素于一体，以丰富学员的学习体验。▲2、课件设计与制作结构合理：课件设计将注重结构的合理性，确保内容条理清晰，易于学员理解和掌握。易于操作：课件将采用易于操作的界面设计，方便学员在学习过程中进行浏览、搜索和交互。与文字教材互补：课件内容将与文字教材相互补充，形成完整的教学体系，帮助学员更全面地掌握知识点。▲3、课件开发流程1）需求分析与沟通：课程开发服务商将与校方进行深入的需求分析和沟通，明确课件的开发目标和要求。2）内容规划与设计：根据需求分析结果，进行课件内容的规划与设计，制定详细的开发计划和时间表。3）素材收集与整理：收集并整理相关的教学素材，包括文字、图片、视频等，为课件制作做好准备。4）课件制作与测试：利用专业的课件制作工具进行课件的制作和编辑，完成后进行严格的测试和质量把控。5）交付与验收：将制作完成的课件交付给校方进行验收，确保课件符合双方约定的标准和要求。 | 个 | 32 | 400 |
| 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-微课视频 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包微课视频开发制作需深入了解网店推广职业技能等级认定的要求及学习需求和培训目标等，并基于需求分析设定微课视频的教学目标，包括知识传授、技能提升、问题解决能力等。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。技术参数如下：1、每个视频时长在3-5分钟。2、视频素材编辑，后期视频非线性编辑，统一片头片尾设计制作。3、视频压缩格式，包含字幕的 MP4 格式，视频码流率：1024Kbps - 2500Kbps；视频分辨率：各节视频的视频分辨率必须统一，统一采用高清 16:9 拍摄，设定为 1920×1080 视频画幅宽高比。4、拍摄设备要求1）拍摄设备:现场摄像机要求使用专业级数字高清设备、品牌及型号一致，且为一线品牌。2）音频设备：现场录制要求使用专业级音频设备，保证教师和学生发言的录音质量。3）灯光设备：专业影视摄影镝灯，LED面光灯等。4）辅助记忆设备：提供提词器。5）存储设备：设备及有效容量应能保证正常完成拍摄任务。6）后期制作设备：专业的非线性编辑系统。5、视频信号源技术指标要求1）稳定性：全片图像同步性能稳定，无失步现象，CTL同步控制信号必须连续；图像无抖动跳跃，色彩无突变，编辑点处图像稳定。2）信噪比：图像信噪比不低于55dB，无明显杂波。3）色调：白平衡正确，无明显偏色，多机拍摄的镜头衔接处无明显色差。4）视频电平：视频全讯号幅度为1Ⅴp-p，最大不超过1.1Ⅴ p-p。其中，消隐电平为0V时，白电平幅度0.7Ⅴp-p，同步信号-0.3V，色同步信号幅度0.3V p-p (以消隐线上下对称)，全片一致。6、版权说明1）所有素材及资源制作的版权归属学校所有。2）注意成片中所有使用的图片、音视频等素材的版权问题，规避版权风险。▲7、数字化资源内容为定制化开发内容。 | 个 | 32 | 1000 |
| 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-动画资源 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包动画资源开发制作需通过动画直观的表现形式，将‌网店基础知识，‌网店开设与装修、‌商品管理、‌推广方法、‌营销工具与活动、‌客户服务、‌运营效果分析等知识和技能点呈现。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。技术参数如下：▲1、每个动画时长1-2分钟，选取重点知识点设计与制作原创动画。▲2、包含动画资源的整体设计、知识点或技能点的提炼、动画脚本编写、原画设计、动画制作及专业配音等。▲3、动画色彩造型应和谐，画面简洁清晰，资源知识点技能点讲解清晰，画面排版及构图合理且层次性强。4、动画设计元素静止画面时间不超过5秒钟，动画演播过程要流畅。5、角色形象需饱满、生动、个性鲜明、特点突出，符合主题风格，人物眨眼，口型等动作按照提供的主要人物设眨眼，口型模版中的节奏和形式制作，可增加口型，但要做到颜色、风格统一。6、主要角色要完全按照人设规范绘制。根据相应剧本文字描述来进行设计，形象既要符合整片风格，又要符合人物性格，年龄层次等，观众能容易接受和喜爱。7、场景设计应与人物风格定位一致，细节展示丰富，色彩明快，清晰美观。景深感要强，透视正确、美观，色调和人物融合、一致，多角度制作，画面饱满，充实。8、保证角色人物形象和场景为设计师原创素材，不得产生产权纠纷。9、动画内容原始文件输出设置1）Mp4格式，h264编码、动画内容制作时帧速设置范围25帧/秒。2）输出成片分辨率不低于1920\*1080。图像比16:9。▲10、制作完成的作品版权归采购人所有。 | 个 | 42 | 1200 |
| 《网店推广职业技能等级认定培训资源包》-音频资源 | 网店推广职业技能等级认定培训资源包中音频资源需涵盖‌基础知识讲解，‌包括涵盖网店推广的基本概念、职业背景、市场趋势、网店开设装修、商品管理、营销推广等，并及时传达网店推广领域的最新政策、行业动态和前沿技术，加深对知识点的理解。▲注：服务商应依据总体建设方向和需求，积极配合教师需求的调整与修改，且不再另外支付其他费用。技术参数如下：1、输出格式为MP3。2、音频时长为3-5分钟。3、语音采用标准的普通话、美式或英式英语配音，特殊语言学习和材料除外，使用适合教学的语调。4、音频信号源技术指标要求1）声道：中文内容音频信号记录于第1声道，音乐、音效、同期声记录于第2声道，若有其他文字解说记录于第3声道（如录音设备无第3声道，则录于第2声道）。2）电平指标：-2db — -8db声音应无明显失真、放音过冲、过弱。3）音频信噪比不低于48db。声音和画面要求同步，无交流声或其他杂音等缺陷。伴音清晰、饱满、圆润，无失真、噪声杂音干扰、音量忽大忽小现象。解说声与现场声无明显比例失调，解说声与背景音乐无明显比例失调。 | 个 | 42 | 10 |
| **小计：100000元** |  |
| ▲二、商务要求 |
|  | 一、合同签订期：自成交通知书发出之日起10日内。二、交付时间：自签订合同之日起15天内安装调试完毕并交付使用。三、交付地点：采购人指定地点四、验收标准、规范：1、采购单位将依据磋商文件上的技术要求和国家有关质量标准对成交人提交的货物进行初步验收，初步验收不合格的，采购单位有权不予签收；在本项目验收时，成交人如提供不符合采购文件、响应文件和采购合同规定的服务，采购单位有权拒绝接受，由此产生的一切损失均由成交人自行承担。2、供需双方签署项目验收证书，并自正式交付使用之日起，开始计算质保期。3、验收标准1）项目采购文件及成交人响应文件中的“技术需求偏离表”，逐条验收；2）项目采购文件及成交人响应文件中的“商务条款偏离表”，逐条验收；3）成交人响应文件中其他技术、服务、商务性的说明、承诺事项，逐条验收；4）国家相关法律、法规、标准和规范等；5）执行《关于印发广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法的通知》（桂财采〔2015〕22号），采用文中《广西壮族自治区政府采购项目合同验收书》格式文本等规范。五、售后服务要求：1、质量保证期：12个月，自验收合格之日起计算，提供课程维护、运行及技术支持服务。2、成交供应商应对教学资源库制作内容及其版权负责，由此产生的一切后果由成交供应商承担。3、成交供应商负责向采购方提供网络、电话及EMAIL支持服务，响应时间不超过1小时，以保证教学资源库的正常使用；若远程支持无法解决问题的，成交供应商须24小时内上门服务，3天内解决。4、成交供应商应保障采购方所购教学资源库在使用期内的完整性。成交供应商未经采购方许可，不得擅自改变采购方所购数据的服务模式。5、成交供应商须定时向采购方通报教学资源库拍摄进展情况和资料。6、其他：知识产权：1）供应商需提供软件的报告、资料、文件等内容及服务成果，采购单位享有充分、完整和排他的著作权和知识产权。未经采购单位书面许可，供应商不得向任何第三方提供上述报告、资料、文件、用户信息等内容及服务成果。即使向履行有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。2）供应商应严格遵守相关的知识产权及软件版权保护的法律、[法规](http://www.chinalawedu.com/falvfagui/%22%20%5Ct%20%22_blank%22%20%5Co%20%22%E6%B3%95%E8%A7%84)；并在项目所规定的范围内使用本信息系统，任何供应商用于未经授权的商业目的的复制行为所造成的违约或侵权责任由供应商承担。5.7配合本项目实施需安装的其他软硬件，供应商需保证正版授权。六、报价要求：报价应为采购人指定地点的现场交货价，包括：1）货物的价格：包括货款、配件、安装调试费；2）货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；3）运输、保管、调试、培训、技术支持、售后服务费；4）招标代理服务费和各项税金。七、付款方式：7.1全部货物到达指定地点、安装调试并验收合格后，成交人开具全额增值税发票给采购人，采购人支付至总合同金额的 100%；7.2、如未按国家要求开具增值税发票，一旦发现成交人提供虚假发票，除须向采购人补开合法发票外，须赔偿采购人发票票面金额一倍的违约金，且采购人有权终止合同，供应商不得提出异议，因终止合同而产生的一切损失均由成交人承担。 |
|  | 三、其他说明 |
|  | 一、进口产品说明□ 本表的第 项货物已按规定办妥进口产品采购审核手续，响应产品可选用进口产品；但如选用进口产品时必须为全套原装进口产品（即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），同时投标人必须负责办理进口产品所有相关手续并承担所有费用。其他货物不接受进口产品参与投标，**否则其投标文件作无效处理。**☑ 本项目货物不接受进口产品（即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）参与投标，**如有进口产品参与投标的，其投标文件作无效处理**。二、核心产品采用综合评分法的采购项目，提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格。三、其他：1、为了防止虚假应标，项目结果公示期间，若有异议，采购人有权要求拟中标（成交）方提供所投产品以供测试，确保功能参数要求均可满足；若测试达不到应答指标，以虚假应标论处。2、成交人所提供的仪器、设备、资料等主要货物均必须符合国家相关行业强制性标准。如产品实行强制标准认证制度、生产许可证制度、销售或经营许可证制度、注册证制度的，供应商均应在响应文件中提供相关有效的证书扫描件，否则评标委员会有权视所投设备不符合国家相关强制性标准而否决其响应文件。 |

附件一：

节能产品政府采购品目清单

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 品目序号 | 名称 | 依据的标准 |
| 1 | A020101计算机设备 | ★A02010104台式计算机 | 　 | 《微型计算机能效限定值及能效等级》（GB28380） |
| ★A02010105便携式计算机 | 　 | 《微型计算机能效限定值及能效等级》（GB28380） |
| ★A02010107平板式微型计算机 | 　 | 《微型计算机能效限定值及能效等级》（GB28380） |
| 2 | A020106输入输出设备 | A02010601打印设备 | A0201060101喷墨打印机 | 《复印机、打印机和传真机能效限定值及能效等级》（GB21521） |
| ★A0201060102激光打印机 | 《复印机、打印机和传真机能效限定值及能效等级》（GB21521） |
| ★A0201060104针式打印机 | 《复印机、打印机和传真机能效限定值及能效等级》（GB21521） |
| A02010604显示设备 | ★A0201060401液晶显示器 | 《计算机显示器能效限定值及能效等级》（GB21520） |
| A02010609图形图像输入设备 | A0201060901扫描仪 | 参照《复印机、打印机和传真机能效限定值及能效等级》(GB 21521) 中打印速度为 15 页/分的针式打印机相关要求 |
| 3 | A020202投影仪 | 　 | 　 | 《投影机能效限定值及能效等级》（GB32028） |
| 4 | A020204多功能一体机 | 　 | 　 | 《复印机、打印机和传真机能效限定值及能效等级》（GB21521） |
| 5 | A020519泵 | A02051901离心泵 | 　 | 《清水离心泵能效限定值及节能评价值》（GB19762） |
| 6 | A020523制冷空调设备 | ★A02052301制冷压缩机 | 冷水机组 | 《冷水机组能效限定值及能效等级》（GB19577），《低环境温度空气源热泵（冷水）机组能效限定值及能效等级》（GB37480） |
| 水源热泵机组 | 《水（地）源热泵机组能效限定值及能效等级》（GB30721） |
| 溴化锂吸收式冷水机组 | 《溴化锂吸收式冷水机组能效限定值及能效等级》（GB29540） |
| ★A02052305空调机组 | 多联式空调（热泵）机组(制冷量>14000W) | 《多联式空调（热泵）机组能效限定值及能源效率等级》（GB21454） |
| 单元式空气调节机(制冷量>14000W | 《单元式空气调节机能效限定值及能效等级》（GB19576）《风管送风式空调机组能效限定值及能效等级》（GB37479） |
| ★A02052309专用制冷、空调设备 | 机房空调 | 《单元式空气调节机能效限定值及能效等级》（GB19576） |
| A02052399其他制冷空调设备 | 冷却塔 | 《机械通风冷却塔第1部分：中小型开式冷却塔》（GB/T7190.1）；《机械通风冷却塔第2部分：大型开式冷却塔》（GB/T7190.2） |
| 7 | A020601电机 | 　 | 　 | 《中小型三相异步电动机能效限定值及能效等级》（GB18613） |
| 8 | A020602变压器 | 配电变压器 | 　 | 《三相配电变压器能效限定值及能效等级》（GB20052） |
| 9 | ★A020609镇流器 | 管型荧光灯镇流器 | 　 | 《管形荧光灯镇流器能效限定值及能效等级》（GB17896） |
| 10 | A020618生活用电器 | A0206180101电冰箱 | 　 | 《家用电冰箱耗电量限定值及能效等级》（GB 12021.2） |
| ★A0206180203空调机 | 房间空气调节器 | 《转速可控型房间空气调节器能效限定值及能效等级》（GB21455-2013），待2019年修订发布后，按《房间空气调节器能效限定值及能效等级》（GB21455-2019实施。 |
| 多联式空调（热泵）机组（制冷量≤ 14000W） | 《多联式空调（热泵）机组能效限定值及能源效率等级》（GB21454） |
| 单元式空气调节机(制冷量≤14000W) | 《单元式空气调节机能效限定值及能源效率等级》（GB19576）《风管送风式空调机组能效限定值及能效等级》（GB37479） |
| A0206180301洗衣机 | 　 | 《电动洗衣机能效水效限定值及等级》（GB12021.4） |
| A02061808热水器 | ★电热水器 | 《储水式电热水器能效限定值及能效等级》（GB21519） |
| 燃气热水器 | 《家用燃气快速热水器和燃气采暖热水炉能效限定值及能效等级》（GB20665） |
| 热泵热水器 | 《热泵热水机（器）能效限定值及能效等级》（GB29541） |
| 太阳能热水系统 | 《家用太阳能热水系统能效限定值及能效等级》（GB26969） |
| 11 | A020619照明设备 | ★普通照明用双端荧光灯 | 　 | 《普通照明用双端荧光灯能效限定值及能效等级》（GB19043） |
| LED道路/隧道照明产品 | 　 | 《道路和隧道照明用LED灯具能效限定值及能效等级》（GB37478） |
| LED筒灯 | 　 | 《室内照明用LED产品能效限定值及能效等级》（GB30255） |
| 普通照明用非定向自镇流LED灯 | 　 | 《室内照明用LED产品能效限定值及能效等级》（GB30255） |
| 12 | ★A020910电视设备 | A02091001普通电视设备（电视机） | 　 | 《平板电视能效限定值及能效等级》（GB24850） |
| 13 | ★A020911视频设备 | A02091107视频监控设备 | 监视器 | 以射频信号为主要信号输入的监视器应符合《平板电视能效限定值及能效等级》（GB24850），以数字信号为主要信号输入的监视器应符合《计算机显示器能效限定值及能效等级》（GB21520） |
| 14 | A031210饮食炊事机械 | 商用燃气灶具 | 　 | 《商用燃气灶具能效限定值及能效等级》（GB30531） |
| 15 | ★A060805便器 | 坐便器 | 　 | 《坐便器水效限定值及水效等级》（GB25502） |
| 蹲便器 | 　 | 《蹲便器用水效率限定值及用水效率等级》（GB30717） |
| 小便器 | 　 | 《小便器用水效率限定值及用水效率等级》（GB28377） |
| 16 | ★A060806水嘴 | 　 | 　 | 《水嘴用水效率限定值及用水效率等级》（GB 25501） |
| 17 | A060807便器冲洗阀 | 　 | 　 | 《便器冲洗阀用水效率限定值及用水效率等级》（GB28379） |
| 18 | A060810淋浴器 | 　 | 　 | 《淋浴器用水效率限定值及用水效率等级》（GB28378） |

注：1.节能产品认证应依据相关国家标准的最新版本，依据国家标准中二级能效（水效）指标。

 2.以“★”标注的为政府强制采购产品。附件二：

统计上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。

# 第四章 评审程序、评审方法和评审标准

## 一、评审程序和评审方法

**1.资格审查**

1.1响应文件开启后，磋商小组依法对供应商的资格证明文件进行审查。

注：采购人或者采购代理机构在截标前一天或资格审查结束前，对供应商进行信用查询。

（1）查询渠道：“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn) 、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)。

（2）信用查询截止时点：截标前一天或资格审查结束前。

查询记录和证据留存方式：在查询网站中直接打印查询记录，打印材料作为评审资料保存。

（3）信用信息使用规则：对在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn) 、中国政府采购网(www.ccgp.gov.cn)被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单及其他不符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定条件的供应商，资格审查不通过，不得参与政府采购活动。两个以上的自然人、法人或者其他组织组成一个联合体，以一个供应商的身份共同参加政府采购活动的，应当对所有联合体成员进行信用记录查询，联合体成员存在不良信用记录的，视同联合体存在不良信用记录。

1.2资格审查标准为本磋商文件中载明对供应商资格要求的条件。资格审查采用合格制，凡符合磋商文件规定的供应商资格要求的响应文件均通过资格审查。

1.3供应商有下列情形之一的，资格审查不通过，其响应文件按无效响应处理：

（1）不具备磋商文件中规定的资格要求的；

（2）未按磋商文件规定的方式获取本磋商文件的供应商；

（3）响应文件的资格证明文件缺少任一项“供应商须知前附表”资格证明文件规定的“必须提供”的文件资料的；

（4）响应文件中的资格证明文件出现任一项不符合“供应商须知前附表”资格证明文件规定的“必须提供”的文件资料要求或者无效的；

（5）同一合同项下的不同供应商，单位负责人为同一人或者存在直接控股、管理关系的；为本项目提供过整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商，再参加该采购项目的其他采购活动的。

1.4通过资格审查的合格供应商不足3家的，不得进入符合性审查环节，采购人或者采购代理机构应当重新开展采购活动。

**2.符合性审查**

2.1由磋商小组对通过资格审查的合格供应商的响应文件的竞标报价、商务、技术等实质性要求进行符合性审查，以确定其是否满足磋商文件的实质性要求。

2.2磋商小组在对响应文件进行符合性审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。供应商的澄清、说明或者更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。

2.3磋商小组要求供应商澄清、说明或者更正响应文件应当以书面形式作出。供应商的澄清、说明或者更正应当以书面形式按照磋商小组的要求作出明确的澄清、说明或者更正，未按磋商小组的要求作出明确澄清、说明或者更正的供应商的响应文件将按照有利于采购人的原则由磋商小组进行判定。供应商的澄清、说明或者更正必须由法定代表人或者其授权代表签字或者加盖公章。由委托代理人签字的，若委托代理人不是响应文件中授权的委托代理人时，必须同时出示有效的法定代表人授权委托书原件。供应商为自然人的，必须由本人签字并附身份证明。

2.4首次响应文件报价出现前后不一致的，按照下列规定修正：

（1）响应文件中报价表内容与响应文件中相应内容不一致的，以报价表为准；

（2）大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；

（3）单价金额小数点或者百分比有明显错位的，以报价表的总价为准，并修改单价；

（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。

同时出现两种以上不一致的，按照以上（1）-（4）规定的顺序逐条进行修正。修正后的报价经供应商确认后产生约束力，供应商不确认的，其响应文件按无效响应处理。

2.5商务技术报价评审

在评审时，如发现下列情形之一的，将被视为响应文件无效处理：

（1）商务技术评审

1）提供响应文件正、副本数量不足；

2）响应文件未按磋商文件要求签署、盖章；

3）委托代理人未能出具有效身份证明或者出具的身份证明与授权委托书中的信息不符；

4）提交的磋商保证金无效的或者未按照磋商文件的规定提交磋商保证金；

5）响应文件未提供任一项“供应商须知前附表” 报价商务技术文件中 “必须提供”或者“委托时必须提供”的文件资料；响应文件提供的报价商务技术文件出现任一项不符合“供应商须知前附表” 报价商务技术文件中 “必须提供”或者“委托时必须提供”文件资料要求的规定或者提供的报价商务技术文件无效。

6）商务条款成交“▲”的条款发生负偏离的或者允许负偏离的条款数超过“供应商须知前附表”规定项数的或者标明实质性的要求发生负偏离；

7）未对竞标有效期作出响应或者响应文件承诺的竞标有效期不满足磋商文件要求；

8）响应文件的实质性内容未使用中文表述、使用计量单位不符合磋商文件要求；

9）响应文件中的文件资料因填写不齐全或者内容虚假或者出现其他情形而导致被磋商小组认定无效；

10）响应文件含有采购人不能接受的附加条件；

11）属于“供应商须知正文”第7.5条情形；

12）明显不满足磋商文件要求的技术规格、安全、质量标准，或者与磋商文件成交“▲”的技术需求或者标明实质性的要求发生负偏离；

13）技术需求允许负偏离的条款数超过“供应商须知前附表”规定项数；

14）虚假竞标，或者出现其他情形而导致被磋商小组认定无效；

15）竞标技术方案不明确，磋商文件未允许但响应文件中存在一个或者一个以上备选（替代）竞标方案；

16）未响应磋商文件实质性要求；

17）法律、法规和磋商文件规定的其他无效情形。

（2）报价评审

1) 响应文件未提供“供应商须知前附表” 报价商务技术文件中规定的“竞标报价表”；

2）未采用人民币报价或者未按照磋商文件标明的币种报价；

3）供应商未就所竞标分标进行报价或者存在漏项报价；供应商未就所竞标分标的单项内容作唯一报价；供应商未就所竞标分标的全部内容作唯一总价报价；供应商响应文件中存在有选择、有条件报价的（磋商文件允许有备选方案或者其他约定的除外）；

4）竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过所竞标分标规定的采购预算金额或者最高限价的（如本项目公布了最高限价）；竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过磋商文件分项采购预算金额或者最高限价的（如本项目公布了最高限价）；

5）修正后的报价，供应商不确认的；或者经供应商确认修正后的竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过所竞标分标规定的采购预算金额或者最高限价（如本项目公布了最高限价）；或者经供应商确认修正后竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过磋商文件分项采购预算金额或者最高限价的（如本项目公布了最高限价）。

6）响应文件响应的标的数量及单位与竞争性磋商采购文件要求实质性不一致的。

2.6磋商小组对响应文件进行评审，未实质性响应磋商文件的响应文件按无效处理，由磋商小组告知有关供应商。磋商小组从符合磋商文件规定的相应资格条件的供应商名单中确定不少于3家的供应商参加磋商。

2.7通过符合性审查的合格供应商不足3家的，不得进入磋商环节，采购人或者采购代理机构应当重新开展采购活动。

**3.磋商**

3.磋商的程序

3.1磋商小组按照“供应商须知前附表” 确定的顺序，集中与单一供应商分别进行磋商，并给予所有参加磋商的供应商平等的磋商机会。符合磋商资格的供应商必须在接到磋商通知后规定时间内参加磋商，未在规定时间内参加磋商的视同放弃参加磋商权利，其响应文件按无效响应处理。

3.2在磋商过程中，磋商小组可以根据磋商文件和磋商情况实质性变动采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款，但不得变动磋商文件中的其他内容。实质性变动的内容，须经采购人代表确认。可能实质性变动的内容为采购需求中的技术、服务要求以及合同草案条款。

3.3对磋商文件作出的实质性变动是磋商文件的有效组成部分，由磋商小组及时以书面形式同时通知所有参加磋商的供应商。

3.4供应商必须按照磋商文件的变动情况和磋商小组的要求重新提交响应文件，并由其法定代表人或者授权代表签字或者加盖公章。由委托代理人签字的，若委托代理人不是响应文件中授权的委托代理人时，必须同时出示有效的法定代表人授权委托书原件。供应商为自然人的，必须由本人签字并附身份证明。参加磋商的供应商未在规定时间内重新提交响应文件的，视同退出磋商。

3.5磋商中，磋商的任何一方不得透露与磋商有关的其他供应商的技术资料、价格和其他信息。

3.6采购代理机构对磋商过程和重要磋商内容进行记录，磋商双方在记录上签字确认。

3.7磋商过程中重新提交的响应文件，供应商可以在开启前补充、修改。

3.8根据《财政部关于政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法有关问题的补充通知》（财库〔2015〕124号）的规定，采用竞争性磋商采购方式采购的政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有2家的，竞争性磋商采购活动可以继续进行。采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有1家的，采购人（项目实施机构）或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动。

3.9除本章第3.8条情形外，对磋商过程提交的响应文件进行有效性、完整性和响应程度审查，通过审查的合格供应商不足3家的，采购人或者采购代理机构应当重新开展采购活动。

**4. 最后报价**

4.1磋商文件能够详细列明采购标的的技术、服务要求的，磋商结束后，由磋商小组要求所有继续参加磋商的供应商在规定时间内密封提交最后报价，提交最后报价的供应商不得少于3家，除本章第4.3条外，否则必须重新采购。

4.2磋商文件不能详细列明采购标的的技术、服务要求，需经磋商由供应商提供最后设计方案或者解决方案的，磋商结束后，由磋商小组按照少数服从多数的原则投票推荐3家以上供应商的设计方案或者解决方案，并要求其在规定时间内密封提交最后报价。

4.3 最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。符合《政府采购竞争性磋商采购人式管理暂行办法》（财库〔2014〕214号）第三条第四项“市场竞争不充分的科研项目，以及需要扶持的科技成果转化项目”的，提交最后报价的供应商可以为2家。

4.4已经提交响应文件的供应商，在提交最后报价之前，可以根据磋商情况退出磋商，退出磋商的供应商的响应文件按无效响应处理。采购人、采购代理机构将退还退出磋商的供应商的保证金。

4.5供应商未在规定时间内提交最后报价的，视同退出磋商，其响应文件按无效处理。

4.6磋商小组收齐某一分标最后报价后统一开启，磋商小组对最后报价进行有效性、完整性和响应程度的审查。

4.7响应文件最后报价出现前后不一致的，按照本章第2.4条的规定修正。

4.8修正后的报价出现下列情形的，按无效响应处理：

（1）供应商不确认的；

（2）经供应商确认修正后的竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过所竞标分标规定的采购预算金额或者最高限价的（如本项目公布了最高限价）；

（3）经供应商确认修正后的竞标报价（包含首次报价、最后报价）超过分项采购预算金额或者最高限价的（如本项目公布了最高限价）。

4.9经供应商确认修正后的最后报价作为评审及签订合同的依据。

4.10最后报价结束后，磋商小组不得再与供应商进行任何形式的商谈。

**5.比较与评价**

5.1评审方法：综合评分法。

5.2经磋商确定最终采购需求和提交最后报价的供应商后，由磋商小组采用综合评分法对提交最后报价的供应商的响应文件和最后报价进行综合评分。

5.3评审时，磋商小组各成员应当独立对每个有效响应的文件进行评价、打分，然后汇总每个供应商每项评分因素的得分。

（1）磋商小组按照磋商文件中规定的评审标准计算各供应商的报价得分。项目评审过程中，不得去掉最后报价中的最高报价和最低报价。

（2）各供应商的得分为磋商小组所有成员的有效评分的算术平均数。

5.4评审价为供应商的最后报价进行政策性扣除后的价格，评审价只是作为评审时使用。最终成交供应商的成交金额等于最后报价（如有修正，以确认修正后的最后报价为准）。

5.5由磋商小组根据综合评分情况，按照评审得分由高到低顺序推荐3名以上成交候选供应商，并编写评审报告。符合本章第4.3条情形的，可以推荐2家成交候选供应商。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。

5.6评审报告应当由磋商小组全体人员签字认可。磋商小组成员对评审报告有异议的，磋商小组按照少数服从多数的原则推荐成交候选供应商，采购程序继续进行。对评审报告有异议的磋商小组成员，应当在报告上签署不同意见并说明理由，由磋商小组书面记录相关情况。磋商小组成员拒绝在报告上签字又不书面说明其不同意见和理由的，视为同意评审报告。

## 二、评审标准

**1.**评审依据：磋商小组将以磋商响应文件为评审依据，对供应商的报价、技术、商务等方面内容按百分制打分。（计分方法按四舍五入取至百分位）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评审****因素** | **评审因素具体内容** | **分值** |
| 1 | 价格（20分） | （1）本项目为专门面向小微企业采购的项目，不再执行价格评审优惠的扶持政策。按照《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）认定为监狱企业的，在政府采购活动中，监狱企业视同小型、微型企业。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。符合《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库〔2017〕141号)规定条件，认定为残疾人福利性单位的，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业。残疾人福利性单位参加政府采购活动时，应当提供该通知规定的《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。中标人为残疾人福利性单位的，随中标结果公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。（2）以进入评审的最低的评标价为20分。（3）某服务供应商价格分 = 服务供应商最低评标报价（金额）/某服务供应商评标报价（金额）× 20 | 20分 |
| 2.1 | 技术与服务(30分) | 要求服务商围绕网络营销与直播电商专业教学资源库、数字贸易国际交流中心及电商谷虚拟仿真基地等进行合理的个性化视频设计，结合服务商对采购需求的理解程度，由评委进行综合打分。一档（10分）：各章节或教学知识点之间相互衔接，能形成完整的知识体系，可以准确概括该专业教学内容，设计合理准确，高度符合采购需求的得10分； 二档（5分）：各章节或教学知识点之间相互衔接，能形成较为完整的知识体系，可以概括该专业教学内容，相对符合采购需求的得5分；三档（2分）：各章节或教学知识点之间相互衔接，能基本形成完整的知识体系，可以部分概括该专业教学内容，基本符合采购需求的得2分；不提供方案或不满足以上评分项的不得分。 | 10分 |
| 2.2 | 要求服务商围绕网络营销与直播电商专业教学资源库、数字贸易国际交流中心及电商谷虚拟仿真基地等提供不少于15节视频脚本，结合服务商对采购需求的理解程度，由评委进行综合打分。一档（10分）：对采购需求的理解程度透彻，内容覆盖课程主要教学知识点，脚本设计合理易于实施，教学课时和教学任务安排合理的得10分；二档（5分）：视频内容覆盖课程大部分教学知识点，脚本设计较为合理易于实施，教学课时和教学任务安排较为合理的得5分；三档（2分）：视频内容覆盖课程部分教学知识点，脚本设计基本合理易于实施，教学课时和教学任务安排基本合理的得2分；不提供方案或不满足以上评分项的不得分。 | 10分 |
| 2.3 | 项目总体实施方案分：评委根据服务商所提供的项目总体实施方案进行综合评分，包括且不限于项目管理能力、实施准备、交付安排、质量控制、培训安排服务承诺等方面进行综合评分。一档（10分）：项目总体实施方案针对本项目特点进行了详尽阐述，背景理解到位，目的分析合理，项目管理能力等各方面叙述完整准确，完全符合项目要求的得10分； 二档（5分）：项目总体实施方案针对本项目特点进行了阐述，背景理解一般，目的分析比较合理，项目管理能力等各方面叙述较为完整准确，比较符合项目要求的得5分；三档（2分）：项目总体实施方案针对本项目特点进行了阐述，基本符合项目要求得2分； 不提供方案或不满足以上评分项的不得分。 | 10分 |
| 3 | 演示与答辩（18分） | 环节1：现场演示（满分10分）演示时长要求不超过10分钟。要求服务商具有国家级教学资源库数字资源的建设经历，并提供与国家教育部《普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录》中电子商务类专业相关的动画、微课及三维仿真资源等要求演示资源。一档（10分）：提供的动画、微课及三维仿真资源等版权清晰，均为高质量产品，且出具参与国家级资源库建设证明材料，内容丰富、准确、新颖，能够紧密贴合商科类教学需求。资源演示效果出色，能够清晰、直观地展示资源内容和特色的得10分；二档（6分）：服务商提供的动画、微课及三维仿真资源等版权清晰，均为高质量产品，且出具参与省级资源库建设证明材料，提供的资源质量较好，但可能在某些方面存在不足，如创新性不够突出等。资源演示演示流程不够顺畅、视觉效果不够突出等得6分；三档（2分）：服务商提供的动画、微课及三维仿真资源等版权清晰，且出具参与校级资源库建设证明材料，提供的资源质量一般，存在较多不足，如内容准确性不够高、呈现方式较为单一等。资源演示效果欠佳，存在较多问题，如演示流程混乱、视觉效果差等得2分；版权存在疑问、制作水平无法达到省级数字资源制作水平的及未提供此项演示的不得分。（2）环节2：现场答辩（满分8分）由评委对服务商数字化资源建设、三维资源设计等方面进行服务商课程开发所具备能力提问，由服务商进行现场答辩，并结合对采购需求的理解程度，最终由评委根据回复内容，服务优势等进行综合评分。一档（8分）：服务商对采购需求有深入且准确的理解，能够清晰地阐述如何针对电子商务类专业的教学需求进行课程开发，且提出的解决方案高度契合采购要求。提供的数字化资源种类多样、内容丰富，能够满足不同教学场景和需求。服务商在答辩过程中表达清晰、逻辑严密，能够准确回答评委的问题的得8分； 二档（5分）：服务商对采购需求有较好的理解，能够大致把握教学需求的方向，但在某些细节上可能存在偏差或遗漏。提供的数字化资源基本能够满足教学需求，但在某些方面可能不够丰富或新颖。服务商在答辩过程中表达基本清晰，但可能在某些细节上存在不足的得5分；三档（2分）：服务商对采购需求的理解不够深入，可能存在较大的偏差或误解，导致提出的解决方案与采购需求不匹配。提供的数字化资源种类单一、内容匮乏，难以满足教学需求。服务商在答辩过程中表达不清、逻辑混乱，难以准确回答评委的问题的得2分；回复或无效回复的不得分。 | 18分 |
| 4.1 | 商务资质（30分） | 服务商具有经教育部网站公示且通过验收的国家级教学资源的建设经验，提供由合作院校颁发的联合建设证书，每提供一个得2分，满分2分；未提供不得分。（证书原件备查） | 2 |
| 4.2 | 本项目建设是财经商贸专业群建设的组成部分，资源开发与建设团队需要深刻明晰国家级高水平专业群建设理念与路径且要求服务商单位具备高水平电子商务专业群建设指导经验的团队成员，提供有效证明文件得4分，满分4分；未提供不得分。 | 4 |
| 4.3 | 本项目建设需服务职业教育“三教”改革，课程建设要体现“岗课赛证”一体化，服务商课程团队管理人员中具备省级及以上商科竞赛执裁经验的项目负责人，提供其有效证书得3分，满分3分；未提供不得分。（证书原件备查） | 3 |
| 4.4 | 专业教学资源开发须符合教育部提出的虚拟仿真教学资源要求，服务商单位参与省级电子商务类虚拟仿真基地项目联合申报及建设成功案列，提供其有效证明文件得5分，满分5分；未提供不得分。（证书原件备查） | 5 |
| 4.5 | 为实现岗课赛证一体化，服务商具有电子商务专业职业技能等级证书标准研制或教材编写的服务能力，提供有效证明文件得5分，满分5分；未提供不得分。 | 5 |
| 4.6 | 服务商单位须具备电子商务专业类资源配套教材服务与开发能力，提供参与国家或教育部认证出版社出版的国家级规划教材编写的有效证明文件得2分，满分2分；未提供不得分。（国家级规划教材书籍备查） | 2 |
| 4.7 | 为保障数字化资源建设中精准有机的引入产业一线“新技术、新工艺、新规范”，需要服务商团队成员中有具备同类型职业院校电子商务类专业省级产业教授，确保既有产业一线技术能力又有参与职业院校教学改革能力的人员开发资源库课程，提供其有效证明文件得5分，满分5分；未提供不得分（需提供本人有效身份证件复印件并加盖公章）。 | 5 |
| 4.8 | 要求服务供应商具备省级及以上电子商务、跨境电子商务等专业技能大赛服务能力，提供有效证明文件得4分，满分4分，未提供不得分； | 4 |
| 5 | 业绩合同（2分） | 服务商自2021年以来具有课程资源库开发制作合同案例，每提供一个得1分，满分2分。未提供不得分（提供有效复印件并加盖公章）。 | 2 |
| **总得分＝1＋2＋3＋4＋5** |

（一）成交标准：

1、磋商小组将按总得分由高到低排列成交候选供应商顺序（总得分相同时，依次按磋商报价低优先、技术分高优先、质量保证期长优先、处理问题到达时间短优先的顺序排列），并依照次序确定成交供应商；前述指标均相同时，由磋商小组各成员对供应商当场投票表决，得票多者优先；按前述程序仍无法确定供应商排名顺序的，由磋商小组抽签决定），并依照次序确定成交供应商。

2、符合《政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法》（财库[2014]214号）第二十一条第三款情形规定（即市场竞争不充分的科研项目或需要扶持科技成果转换项目），在符合专业条件的供应商或者对招标文件作实质性响应的供应商不少于三家的前提下，且提交最后报价的供应商有2家的，其采购活动可以继续进行。

3、采用竞争性磋商采购方式采购的政府购买服务项目（含政府和社会资本合作项目），在采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有2家的，竞争性磋商采购活动可以继续进行。采购过程中符合要求的供应商（社会资本）只有1家的，采购人（项目实施机构）或者采购代理机构应当终止竞争性磋商采购活动，发布项目终止公告并说明原因，重新开展采购活动。

**4、磋商小组认为，某磋商供应商的最低磋商报价明显不合理或者低于成本，有可能影响服务质量和不能诚信履约的，应当要求其在规定的期限内提供书面文件予以解释说明，并提交相关证明材料。磋商供应不能合理说明或者不能提供相关证明材料的，视作该磋商供应商以低于成本报价响应，其响应无效。**

# 第五章 响应文件格式

（响应文件外层包装封面格式 ）

响 应 文 件

项目名称：

项目编号：

所竞分标（如有则填写，无分标时填写“无”或者留空）：

供应商名称：

首次响应文件提交截止时间前不得启封

年 月 日

**（响应文件封面格式）**

 正本/副本

响 应 文 件(封面)

项目编号：

项目名称：

所竞分标（如有则填写，无分标时填写“无”或者留空）：

供应商名称：

年 月 日

**一、资格证明文件格式**

**1.资格证明文件封面格式：**

 正本/副本

资 格 证 明 文 件

项目名称：

项目编号：

所竞分标（如有则填写，无分标时填写“无”或者留空）：

供应商名称：

年 月 日

**2.资格证明文件目录**

根据磋商文件规定及供应商提供的材料自行编写目录（部分格式后附）。

**供应商直接控股、管理关系信息表**

**供应商直接控股股东信息表**

| **序号** | **直接控股股东名称** | **出资比例** | **身份证号码或者统一社会信用代码** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| …… |  |  |  |  |

注：

1.直接控股股东：是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股份总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。

2.本表所指的控股关系仅限于直接控股关系，不包括间接的控股关系。公司实际控制人与公司之间的关系不属于本表所指的直接控股关系。

3.供应商不存在直接控股股东的，则填“无”。

法定代表人或者委托代理人签字：

供应商（盖公章 ）：

年 月 日

**供应商直接管理关系信息表**

| **序号** | **直接管理关系单位名称** | **统一社会信用代码** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| …… |  |  |  |

注：

1.管理关系：是指不具有出资持股关系的其他单位之间存在的管理与被管理关系，如一些上下级关系的事业单位和团体组织。

2.本表所指的管理关系仅限于直接管理关系，不包括间接的管理关系。

3.供应商不存在直接管理关系的，则填“无”。

法定代表人或者委托代理人签字：

供应商（盖公章）：

 年 月 日

**竞标声明**

致：（采购代理机构名称）：

（供应商名称）系中华人民共和国合法供应商，经营地址 。

我方愿意参加贵方组织的（项目名称）项目的竞标，为便于贵方公正、择优地确定成交供应商及其竞标产品和服务，我方就本次竞标有关事项郑重声明如下：

1.我方向贵方提交的所有响应文件、资料都是准确的和真实的。

2.我方不是采购人的附属机构；不是为本次采购项目提供整体设计、规范编制或者项目管理、监理、检测等服务的供应商；在获知本项目采购信息后，与采购人聘请的为此项目提供咨询服务的公司及其附属机构没有任何联系。

3.在此，我方宣布同意如下：

（1）将按磋商文件的约定履行合同责任和义务；

（2）已详细审查全部磋商文件，包括澄清或者更正公告（如有）；

（3）同意提供按照贵方可能要求的与磋商有关的一切数据或者资料；

（4）响应磋商文件规定的竞标有效期。

4.我方承诺符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定：

（1）具有独立承担民事责任的能力；

（2）具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度；

（3）具有履行合同所必需的设备和专业技术能力；

（4）有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录；

（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；

（6）法律、行政法规规定的其他条件。

5.我方在此声明，我方在参加本项目的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），未被列入失信被执行人、重大税收违法案件当事人名单、政府采购严重违法失信行为记录名单，完全符合《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定的供应商资格条件，我方对此声明负全部法律责任。

6.根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第五十条要求对政府采购合同进行公告，但政府采购合同中涉及国家秘密、商业秘密的内容除外。我方就对本次响应文件进行注明如下：（两项内容中必须选择一项）

□我方本次响应文件内容中未涉及商业秘密；

□我方本次响应文件涉及商业秘密的内容有： ；

7.与本磋商有关的一切正式往来信函请寄： 邮政编号：

电话/传真： 电子函件：

开户银行： 帐号：

8.以上事项如有虚假或者隐瞒，我方愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。

特此承诺。

注：如为联合体竞标，盖章处须加盖联合体各方公章并由联合体各方法定代表人签署，否则其响应文件按无效响应处理。

法定代表人（签字）：

供应商（盖公章）：

 年 月 日

**二、报价商务技术文件格式**

**1.报价商务技术文件封面格式**

 正本/副本

报 价 商 务 技 术 文 件

项目名称：

项目编号：

所竞分标（如有则填写，无分标时填写“无”或者留空）：

供应商名称：

年 月 日

**2.报价商务技术文件目录**

根据磋商文件规定及供应商提供的材料自行编写目录（部分格式后附）。

**无串通竞标行为的承诺函**

**一、我方承诺无下列相互串通竞标的情形：**

1.不同供应商的响应文件由同一单位或者个人编制；或者不同供应商报名的IP地址一致的；

2.不同供应商委托同一单位或者个人办理竞标事宜；

3.不同供应商的响应文件载明的项目管理员为同一个人；

4.不同供应商的响应文件异常一致或者竞标报价呈规律性差异；

5.不同供应商的响应文件相互混装；

6.不同供应商的磋商保证金从同一单位或者个人账户转出。

**二、我方承诺无下列恶意串通的情形：**

1.供应商直接或者间接从采购人或者采购代理机构处获得其他供应商的相关信息并修改其响应文件；

2.供应商按照采购人或者采购代理机构的授意撤换、修改响应文件；

3.供应商之间协商报价、技术方案等响应文件的实质性内容；

4.属于同一集团、协会、商会等组织成员的供应商按照该组织要求协同参加采购活动；

5.供应商之间事先约定一致抬高或者压低竞标报价，或者在竞争性磋商项目中事先约定轮流以高价位或者低价位成交，或者事先约定由某一特定供应商成交，然后再参加竞标；

6.供应商之间商定部分供应商放弃参加采购活动或者放弃成交；

7.供应商与采购人或者采购代理机构之间、供应商相互之间，为谋求特定供应商成交或者排斥其他供应商的其他串通行为。

**以上情形一经核查属实，我方愿意承担一切后果，并不再寻求任何旨在减轻或者免除法律责任的辩解。**

供应商（盖公章）：

 年 月 日

**竞 标 报 价 表**

项目名称： 项目编号：

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 服务名称 | 计量单位 | 数量 | 单价（元） | 小计（元） | 备注 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 合计 |  |  |  |
| 报价合计（包含税费等所有费用）：（大写）人民币： （￥： 元） |
| 交付时间：自签订合同之日起15天内安装调试完毕并交付使用。 |

注:

1.供应商的报价表必须加盖供应商公章并由法定代表人或者委托代理人签字，**否则其响应文件按无效响应处理**。

2.报价一经涂改，应在涂改处加盖供应商公章或者由法定代表人或者委托代理人签字或者盖章**，否则其响应文件按无效响应处理。**

3.如为联合体竞标，“供应商名称”处必须列明联合体各方名称，标注联合体牵头人名称，**否则其响应文件按无效响应处理。**

4.如为联合体竞标，盖章处须加盖联合体各方公章，**否则其响应文件按无效响应处理。**

5.如有多分标，分别列明各分标的报价表，**否则其响应文件按无效响应处理。**

法定代表人或者委托代理人（签字）：

供应商（盖公章）：

日期： 年 月 日

**法定代表人证明书**

供应商名称：

地 址：

姓 名： 性 别：

年 龄： 职 务：

身份证号码：

系（供应商名称）的法定代表人。

特此证明。

附件：法定代表人有效身份证正反面复印件

供应商（盖公章）：

 年 月 日

注：1.自然人竞标的无需提供，联合体竞标的只需牵头人出具。

2.供应商为其他组织或者自然人时，本磋商文件规定的法定代表人指负责人或者自然人。本磋商文件所称负责人是指参加竞标的其他组织营业执照上的负责人，本磋商文件所称自然人指参与竞标的自然人本人。

**法定代表人授权委托书（非联合体竞标格式）**

**（如有委托时）**

致：（采购人名称）：

我 （姓名） 系 （供应商名称） 的（□法定代表人/□负责人/□自然人本人），现授权 （姓名） 以我方的名义参加 项目的竞标活动，并代表我方全权办理针对上述项目的所有采购程序和环节的具体事务和签署相关文件。

 我方对委托代理人的签字事项负全部责任。

本授权书自签署之日起生效，在撤销授权的书面通知以前，本授权书一直有效。委托代理人在授权书有效期内签署的所有文件不因授权的撤销而失效。

委托代理人无转委托权，特此委托。

附：法定代表人身份证明书及委托代理人有效身份证正反面复印件

委托代理人（签字）： 法定代表人（签字）：

委托代理人身份证号码：

 供应商（盖公章）：

 年 月 日

注：1.法定代表人和委托代理人必须在授权委托书上亲笔签名，不得使用印章、签名章或者其他电子制版签名代替；

2.供应商为其他组织或者自然人时，本磋商文件规定的法定代表人指负责人或者自然人。本磋商文件所称负责人是指参加竞标的其他组织营业执照上的负责人，本磋商文件所称自然人指参与竞标的自然人本人。

**商务条款偏离表格式**

**(注：按采购需求具体条款修改)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 项目 | 磋商文件商务条款要求 | 供应商的承诺 | 偏离说明 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| … |  |  |  |

注：

1. 说明：应对照磋商文件“第三章 采购需求”中的**“商务条款”**逐条实质性响应，并作出偏离说明。

2.供应商应根据自身的承诺，对照磋商文件要求在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。

法定代表人或者委托代理人（签字）：

供应商（盖公章）：

日期： 年 月 日

**技术需求偏离表格式**

**(注：按采购需求具体条款修改)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 名称 | 磋商文件技术需求 | 竞标响应 | 偏离说明 |
| 1 |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |

注：

1. 说明：应对照磋商文件“第三章 采购需求”中的“项目要求及技术需求”逐条实质性响应，并作出偏离说明。

2.供应商应根据自身的承诺，对照磋商文件要求，在“偏离说明”中注明“正偏离”、“负偏离”或者“无偏离”。既不属于“正偏离”也不属于“负偏离”即为“无偏离”。

法定代表人或者委托代理人（签字）：

供应商（盖公章）：

日期： 年 月 日

**其他文书、文件格式**

**1.中小企业声明函的格式：**

中小企业声明函（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，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）；制造商/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）；制造商/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（章）：

日 期：

注：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的，采购人、采购代理机构应当随成交结果公开成交供应商的《中小企业声明函》。从业人员、营业收入、资产总额填报上一年度数据，无上一年度数据的新成立企业可不填报。

**2.残疾人福利性单位声明函的格式：**

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。

供应商名称（盖公章）：

日 期： 年 月 日

注：请根据自己的真实情况出具《残疾人福利性单位声明函》。依法享受中小企业优惠政策的，采购人或者采购代理机构在公告成交结果时，同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

**3.质疑函（格式）**

**一、质疑供应商基本信息：**

质疑供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

授权代表：

联系电话：

地址： 邮编：

**二、质疑项目基本情况：**

质疑项目的名称：

质疑项目的编号：

采购人名称：

质疑事项：

□采购文件 采购文件获取日期：

□采购过程

□成交结果

**三、质疑事项具体内容**

质疑事项1：

事实依据：

法律依据：

质疑事项2

……

四、与质疑事项相关的质疑请求：

请求：

签字（签章）： 公章：

日期：

**说明：**

**1.供应商提出质疑时，应提交质疑函和必要的证明材料。**

**2.质疑供应商若委托代理人进行质疑的，质疑函应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由质疑供应商签署的授权委托书。授权委托书应载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。**

**3.质疑函的质疑事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。**

**4.质疑函的质疑请求应与质疑事项相关。**

**5.质疑供应商为法人或者其他组织的，质疑函应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。**

**4.投诉书（格式）**

**一、投诉相关主体基本情况：**

供应商：

地址： 邮编：

法定代表人/主要负责人：

联系电话：

授权代表： 联系电话：

地址： 邮编：

被投诉人1：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

被投诉人2：

……

相关供应商：

地址： 邮编：

联系人： 联系电话：

**二、投诉项目基本情况：**

采购项目的名称：

采购项目的编号：

采购人名称：

代理机构名称：

招标文件公告：是/否公告期限：

采购结果公告：是/否公告期限：

**三、质疑基本情况**

投诉人于 年 月 日，向 提出质疑，质疑事项为：

 采购人/代理机构于 年 月 日，就质疑事项作出了答复/没有在法定期限内作出答复。

**四、投诉事项具体内容**

投诉事项1：

事实依据：

法律依据：

投诉事项2

……

**五、与投诉事项相关的投诉请求：**

请求：

签字（签章）： 公章：

日期：

**说明：**

**1.投诉人提起投诉时，应当提交投诉书和必要的证明材料，并按照被投诉人和与投诉事项有关的供应商数量提供投诉书副本。**

**2.投诉人若委托代理人进行投诉的，投诉书应按要求列明“授权代表”的有关内容，并在附件中提交由投诉人签署的授权委托书。授权委托书应当载明代理人的姓名或者名称、代理事项、具体权限、期限和相关事项。**

**3.投诉书应简要列明质疑事项，质疑函、质疑答复等作为附件材料提供。**

**4.投诉书的投诉事项应具体、明确，并有必要的事实依据和法律依据。**

**5.投诉书的投诉请求应与投诉事项相关。**

**6.投诉人为法人或者其他组织的，投诉书应由法定代表人、主要负责人，或者其授权代表签字或者盖章，并加盖公章。**

# 第六章 拟定的合同文本

**采购合同**

合同编号：

采购单位（甲方）：广西经贸职业技术学院

供 应 商（乙方）：

项目名称：网络营销与直播电商专业教学资源库

一馆一中心一基地线上资源建设

项目编号：

签订地点：广西经贸职业技术学院 签订时间：2024年 月 日

根据《中华人民共和国政府采购法》《中华人民共和国民法典》等法律、法规规定，按照采购文件规定条款和成交供应商承诺，甲乙双方签订本合同。

**第一条 合同标的**

1.采购内容一览表

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 服务名称 | 计量单位 | 数量 | 单价（元） | 小计（元） | 备注 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |
| 5 |  |  |  |  |  |  |
| 合计 |  |  |  |
| **合同合计金额：（包含税费等所有费用）（大写）人民币 元整 （小写）¥000000.00** |

2.合同合计金额为甲方指定地点的现场交付价格，包括：1）货物的价格：包括货款、配件、安装调试费；2）货物的标准附件、备品备件、专用工具的价格；3）运输、保管、调试、培训、技术支持、售后服务费；4）招标代理服务费和各项税金。

**第二条　质量保证**

乙方所提供的服务及服务内容必须与响应文件承诺相一致，有国家强制性标准的，还必须符合国家强制性标准的规定，没有国家强制性标准但有其他强制性标准的，必须符合其他强制性标准的规定。

**第三条 服务期限**

合同履约期限： 。

**第四条　权利保证**

1、乙方应保证所提供服务在使用时不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权等知识产权及其他合法权利，且所有权、处分权等没有受到任何限制。

2、没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或者任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或者资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。乙方的保密义务持续有效，不因为本合同履行终止、解除或者无效而解除。

1. **服务费支付**

1、第一期：合同生效以及具备实施条件后 10 个工作日内甲方向乙方支付合同款 50%做为预付款；

第二期：全部货物到达指定地点、安装调试并验收合格后，凭双方签署验收合格证，乙方开具全额增值税发票给甲方，甲方支付至总合同金额的 100%；

2、甲方每次付款前，乙方应提供合法税务发票，否则，甲方的付款义务顺延，同时，如未按国家要求开具增值税发票，一旦发现乙方提供虚假发票，除须向甲方补开合法发票外，须赔偿甲方发票票面金额一倍的违约金，且甲方有权终止合同，乙方不得提出异议，因终止合同而产生的一切损失均由乙方承担。

2、支付方式：转账或电汇形式

3、甲方将服务费付至乙方指定的以下银行账号：

开户名称：

开户银行：

银行账号：

**第六条 履约保证金**

履约保证金金额：按合同金额的 %，即人民币 元整（¥ ）。

履约保证金递交方式：乙方应于成交结果公布后 5 日内（本合同签订前），选择银行转账、支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交。

履约保证金退还方式：履约保证金在项目内容全部交付验收合格，且履行期限届满后，由乙方向甲方提供审签完成的《采购项目合同验收书》及《履约保证金退付意见书》，甲方在收到合格材料后办理退还手续（不计利息）。

履约保证金指定缴纳账户开户名称：

开户名称：

开户银行：

银行账号：

**第七条 税费**

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担。

**第八条　权利保证**

1、乙方应保证所提供服务在使用时不会侵犯任何第三方的专利权、商标权、工业设计权等知识产权及其他合法权利，且所有权、处分权等没有受到任何限制。

2、没有甲方事先书面同意，乙方不得将由甲方提供的有关合同或者任何合同条文、规格、计划、图纸、样品或者资料提供给与履行本合同无关的任何其他人。即使向履行本合同有关的人员提供，也应注意保密并限于履行合同的必需范围。乙方的保密义务持续有效，不因为本合同履行终止、解除或者无效而解除。

**第九条　交付和验收**

1、交付时间： ，交付地点： 。

2、乙方应按响应文件的承诺向甲方提供相应的服务，并提供所服务内容的相关技术资料。

3、乙方提供不符合响应文件和本合同规定的服务成果，甲方有权拒绝接受。

4、乙方完成服务后应及时书面通知甲方进行验收，甲方应在收到通知后七个工作日内进行验收。验收合格后由甲乙双方签署验收单并加盖采购人公章，甲乙双方各执一份。

5、甲乙双方应按照《广西壮族自治区采购项目履约验收管理办法》、双方合同、响应文件验收。

6、甲方在初步验收或者最终验收过程中如发现乙方提供的服务成果不满足响应文件及本合同规定的，可暂缓向乙方付款，直到乙方及时完善并提交相应的服务成果且经甲方验收合格后，方可办理付款。

7、甲方验收时以书面形式提出异议的，乙方应自收到甲方书面异议后五个工作日内及时予以解决，否则甲方有权不出具服务验收合格单。

**第十条 售后服务及培训**

1、乙方应按照国家有关法律法规和本合同所附的《售后服务承诺》要求为甲方提供相应的售后服务。

2、甲方应提供必要测试条件（如场地、电源、水源等）。

3、乙方负责甲方有关人员的培训。培训时间、地点： 。

**第十一条 违约责任**

1、除不可抗力原因外，乙方没有按照合同规定的时间提供服务的，甲方可要求乙方支付违约金。每推迟一天按合同金额的3‰支付违约金。逾期超过 日的，甲方有权解除合同，乙方应按合同金额的 %向甲方支付违约金。

2、乙方提供的服务如侵犯了第三方合法权益而引发的任何纠纷或者诉讼，均由乙方负责交涉并承担全部责任。

3、甲方延期付款的，每天向乙方偿付延期款额0.3‰滞纳金，但滞纳金累计不得超过延期款额5%。

4、乙方未履行合同约定义务的，应按本合同金额的 %向甲方支付违约金。

5、因乙方违约，造成的甲方支出的争议处理费用以及实现债权的费用（包括但不限于诉讼费、律师费、保全费、鉴定费、调查费、公证费、公告费、诉讼财产保全责任保险费等）由乙方承担。

**第十二条 不可抗力事件处理**

1、在合同有效期内，任何一方因不可抗力事件导致不能履行合同，则合同履行期可延

长，其延长期与不可抗力影响期相同。

2、不可抗力事件发生后，应立即通知对方，并寄送有关权威机构出具的证明。

3、不可抗力事件延续 30 天以上，双方应通过友好协商，确定是否继续履行合同。

**第十三条 争议解决**

1、因服务质量问题发生争议的，应由双方共同委托国家认可的检测部门对质量进行鉴

定。服务符合标准或要求的，鉴定费由甲方承担；不符合标准或要求的，鉴定费由乙方承担。

2、因履行本合同引起的或与本合同有关的争议，甲乙双方应首先通过友好协商解决，

如果协商不能解决，可向甲方住所地的人民法院提起诉讼。

3、诉讼期间，本合同继续履行

**第十四条 合同生效及其它**

1、合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖单位公章后生效。

2、合同执行中涉及采购资金和采购内容修改或补充的，须经财政监督管理部门审批，

并签书面补充协议报财政监督管理部门备案，方可作为主合同不可分割的一部分。

3、本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行

**第十五条 合同的变更、终止与转让**

1、除《中华人民共和国政府采购法》第五十条规定的情形外，本合同一经签订，甲乙

双方不得擅自变更、中止或终止。

2、乙方不得擅自转让其应履行的合同义务

**第十六条　签订本合同依据**

1、采购需求；

2、成交通知书；

3、响应函；

4、商务条款偏离表和技术需求偏离表；

5、竞标报价表及最终报价；

6、其他合同文件。

7、上述合同文件互相补充和解释。如果合同文件之间存在矛盾或者不一致之处，以上述文件的排列顺序在先者为准。

**第十七条**本合同一式陆份，具有同等法律效力、采购代理机构各贰份，甲乙双方各贰份（可根据需要另增加）。

|  |  |
| --- | --- |
| 甲方：（章）年 月 日 | 乙方：（章）   年 月 日 |
| 单位地址：  | 单位地址：  |
| 法定代表人： | 法定代表人： |
| 委托代理人： | 委托代理人： |
| 电话： | 电话： |
| 开户银行：  | 开户银行：  |
| 账号： | 账号： |
| 邮政编码： | 邮政编码： |