

河南经贸职业学院跨境电子商务专业教学资源库建设项目

竞争性磋商文件

项目编号：豫财磋商采购-2025-514

采 购 人：河南经贸职业学院

采购代理机构：河南正大招标服务有限公司

日 期：二零二五年六月

目录

第一部分 竞争性磋商公告	1
第二部分 竞争性磋商供应商须知	5
一 总则	12
1.资金来源	13
2.采购方式及磋商供应商要求	13
3.磋商费用	13
4、适用法律	13
二 磋商文件和磋商响应文件	13
5.磋商文件构成	13
6.磋商响应文件构成	13
7.磋商文件的澄清	13
8.磋商文件的修改	14
三 磋商响应文件的编制	14
9. 磋商的语言及度量衡单位	14
10.磋商响应文件的真实性与准确性	14
11. 磋商报价	15
12. 磋商货币	15
13.证明供应商合格的资格文件	15
14. 证明产品的合格性和符合磋商文件规定的文件	15
15. 磋商保证金：无	15
16. 磋商有效期	15
17. 竞争性磋商响应文件的制作和文件签署	15
四 磋商供应商响应文件的递交/上传	15
18. 磋商供应商响应文件的密封和标记	15
19. 迟交的磋商供应商响应文件	15
20. 磋商供应商响应文件的修改和撤回	16
五 磋商过程	16
21.开始	16
22. 磋商小组和评审方法	16
23. 响应文件的初审	16

24. 磋商	17
六 授予合同	18
25.合同的授予	18
26.否决所有磋商和重新磋商	19
27.招标代理服务费	19
28.签订合同	19
29.保密及注意事项	19
30.腐败与欺诈行为	20
31. 政府采购政策	20
32.质疑和投诉	20
33.下列条款必须符合磋商文件要求，否则响应无效：	20
34.终止竞争性磋商采购活动的条款	21
35.河南省政府采购合同融资政策告知函	21
第三部分 合同条款	22
第四部分 竞争性磋商办法	22
第五部分 技术参数及相关要求	36
一 、磋商响应书格式	86
二、供应商报价	87
三、法定代表人身份证明及授权委托书	89
四、资格证明文件	91
五、技术要求偏离表	98
六、货物产品规格一览表	99
七、“评标办法”中要求的需提供的材料	100
八、落实政府采政策	106

特 别 提 示

1、供应商注册

供应商（投标人）（市场主体）需要完成信息登记及 CA 数字证书办理，才能通过《河南省公共资源交易中心》交易平台参与交易活动，具体办理事宜请查阅河南省公共资源交易中心网站-公共服务-办事指南-新交易平台使用手册。

2、投标文件（响应文件）制作

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

2.2、供应商（投标人）凭 CA 密钥市场主体登录下载招标文件/竞争性磋商文件(.hntf 格式)。

2.3、供应商（投标人）须在投标文件（响应文件）递交截止时间前制作并提交：

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

2.4、加密的电子投标文件（响应文件）为“河南省公共资源交易中心（<http://hnsggzyjy.henan.gov.cn>）”网站提供的“投标文件（响应文件）制作工具”软件制作生成的加密版投标文件（响应文件）。未加密的电子投标文件（响应文件）应与加密的电子投标文件（响应文件）为同时生成的版本。

2.5、供应商（投标人）在制作电子投标文件（响应文件）时，“投标文件（响应文件）制作工具”左侧栏目“投标函”、“开标一览表”制作完成后须加盖电子签章；

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

2.7、投标文件（响应文件）以外的任何资料采购人和招标代理机构将拒收。

2.8、供应商（投标人）编辑电子投标文件（响应文件）时，根据招标文件/竞争性磋商文件要求用法人 CA 密钥和企业 CA 密钥进行签章制作；最后一步生成电子投标文件（响应文件）(*.hntf 格式和*.nhntf 格式)时，只能用本单位的企业 CA 密钥。

3、澄清与变更

采购人、招标代理机构对已发出的招标文件/竞争性磋商文件进行的澄清、更正或更改，澄清、更正或更改的内容将作为招标文件/竞争性磋商文件的组成部分。招标代理机构将通过网站“变更公告”和系统内部“答疑文件”告知供应商（投标人），对于各项目中已经成功报名并下载招标文件/竞争性磋商文件的项目供应商（投标人），系统将提醒供应商（投标人）进行查询。各供应商（投标人）须重新下载最新的招标文件/竞争性磋商文件和答疑文件，以此编制投标文件（响应文件）。

4、因河南省公共资源交易中心平台在开标前具有保密性，供应商（投标人）在投标文件（响应文件）递交截止时间前须自行查看项目进展、变更通知、澄清及回复，因供应商（投标人）未及时查看而造成的后果自负。

5、供应商（投标人）编制投标（响应）文件时，涉及营业执照、资质、业绩、获奖、人员、财务、社保、纳税、各类证书等内容，可在市场主体信息库中已登记的信息中选取，并附进投标文件（响应文件）中。供应商（投标人）应及时对市场主体信息库的相关内容进行补充、更新。

注：1）若因系统原因或不可抗力导致无法使用电子投标文件（响应文件）评标，将采用未加密电子投标文件（响应文件）评标；

2）以上提示内容供参考，供应商上传电子投标文件（响应文件）时如有异议，请按“河南省公共资源交易中心（<http://hnsaggzyjy.henan.gov.cn>）”最新版本要求进行实际操作。

第一部分 竞争性磋商公告

项目概况

河南经贸职业学院跨境电子商务专业教学资源库建设项目招标项目的潜在投标人应在登录河南省公共资源交易中心(<http://hnsggzy.jy.henan.gov.cn>)获取招标文件,并于 2025 年 07 月 03 日 09 时 00 分(北京时间)前递交响应文件。

一、项目基本情况

- 1. 项目编号: 豫财磋商采购-2025-514
 - 2. 项目名称: 河南经贸职业学院跨境电子商务专业教学资源库建设项目
 - 3. 采购方式: 竞争性磋商
 - 4. 预算金额: 1920000.00 元
- 最高限价: 1920000.00 元

序号	包号	包名称	包预算(元)	包最高限价(元)	是否专门面向中小企业	采购预留金额(元)
1	豫政采(2)20250842-1	河南经贸职业学院跨境电子商务专业教学资源库建设项目	1920000.00	1920000.00	是	1920000.00

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: 《跨境电子商务基础》、《跨境电商运营》、《选品管理》等课程建设与升级,平台建设(具体参数要求详见竞争性磋商文件)。
- 5.2 交货期: 自合同签订之日起 150 日历天内交付完毕。
- 5.3 质保期: 5 年(“第五部分 技术参数及相关要求”中有特殊规定的按其规定)。
- 5.4 质量要求: 符合国家或行业规定的合格标准以及采购人提出的技术标准及要求。

6、合同履行期限: 同质保期

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: 无。

3、本项目的特定资格要求

3.1 根据《关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库[2016]125号）和豫财购【2016】15号的规定，对列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单的供应商，拒绝参与本项目政府采购活动。【采购人、采购代理机构通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询相关主体信用记录，信用信息查询记录及相关证据与其他采购文件一并保存。查询时间：本项目评标结束之前】。

3.2 法律、行政法规规定的其他条件。

3.3 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加同一项目的投标。

三、获取采购文件

1. 时间：2025年06月21日至2025年06月27日，明天上午8:00分至12:00分，下午12:00分至23时59分；（北京时间，法定节假日除外）

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

3. 方式：凭CA密钥市场主体登录并在规定时间内按网上提示下载竞争性磋商文件及资料；供应商需要完成信息登记及CA数字证书办理，才能通过省公共资源交易平台参与交易活动，具体办理事宜请查阅河南省公共资源交易中心网站“办事指南”专区的《河南省公共资源交易平台市场主体信息库登记指南（工程建设、政府采购）》，供应商未按规定时间在网上下载采购文件的，其投标将被拒绝。

4. 售价：0元

四、响应文件提交

1. 截止时间：2025年07月03日上午09:00分（北京时间）。

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室(七)-2（郑州市经二路12号（经二路与纬四路向南50米路西），逾期上传电子响应文件，采购人将不予受理。

五、响应文件开启

1. 时间：2025年07月03日上午09:00分（北京时间）。

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室(七)-2（郑州市经二路12号（经二路与纬四路向南50米路西）。

六、发布公告媒介及公告期限

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

七、其他补充事宜：

1. 本项目采用“远程不见面”开标方式，开标大厅的网址（<http://hnsaggzyjy.henan.gov.cn>），供应商（投标人）应当在招标（采购）文件确定的投标截止时间前，登录远程开标大厅（<http://hnsaggzyjy.henan.gov.cn>），在线准时参加开标活动并进行文件解密、答疑澄清等，供应商无需到开标现场开标解密（供应商如在交易平台系统规定时间内没有解密成功的，视为放弃投标）。

2. 本项目执行优先采购节能环保、环境标志性产品、优先采购自主创新产品，扶持不发达地区和少数民族地区，促进中小企业、监狱企业、残疾人福利性企业发展等（具体详见竞争性磋商文件）。

3. 本项目采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：**软件和信息技术服务业**；中小微企业划分按照《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》（国统字〔2017〕213号文件）及《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》（工信部联企业〔2011〕300号）规定的划分标准为依据（符合中小企业划分标准的个体工商户，在政府采购活动中视同中小企业）

4. 代理服务费收费标准：参照《河南省招标代理服务收费指导意见》（豫招协〔2023〕002号）收费标准下浮10%向成交供应商收取。成交供应商领取成交通知书时，以转账或现金的方式一次性足额向采购代理机构支付代理服务费。

八、凡对本次磋商提出询问，请按照以下方式联系

1、采购人信息：

名称：河南经贸职业学院

地址：郑州市龙子湖高校园区龙子湖北路58号

联系人：王迎辉

联系方式：0371-86660417

2、采购代理机构信息

名称：河南正大招标服务有限公司

地址：郑州市金水路226号楷林国际B座20楼2012-2014室

联系人：董卫利 李海鹏

联系方式：0371-55377358 55376830

3、项目联系方式

项目联系人：董卫利 李海鹏

联系方式：0371-55377358 55376830

第二部分 竞争性磋商供应商须知

供应商须知前附表

项号	内 容	说明与要求
1	采 购 人	采 购 人：河南经贸职业学院 联系人：王迎辉 联系方式：0371-86660417 地 址：河南省郑州市郑东新区龙子湖北路 58 号
	招标代理机构	名称：河南正大招标服务有限公司 地址：郑州市金水路 226 号楷林国际 B 座 20 楼 2012-2014 室 联系人：董卫利 李海鹏 联系方式：0371-55377358 55376830
	项目说明	项目名称：河南经贸职业学院跨境电子商务专业教学资源库建设项目 交货期：自合同签订之日起 150 日历天内交付完毕 质保期：5年（“第五部分 技术参数及相关要求”中有特殊规定的按其规定）
	质量要求	符合国家或行业规定的合格标准及采购人提出的技术标准及要求。
	采购内容/磋商范围	《跨境电子商务基础》、《跨境电商运营》、《选品管理》等课程建设与升级，平台建设（具体参数要求详见竞争性磋商文件）（具体参数要求详见竞争性磋商文件）。
2	竞争性磋商供应商资格要求	1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定； 1.1 具有独立承担民事责任的能力（提供有效的营业执照或事业单位法人证书或执业许可证等）； 1.2 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供供应商 2024 年度经会计师事务所或审计机构审计的年度财务审计报告。参考《财政部关于注册会计师在审计报告上签名盖章有关问题的通知》（财会【2001】1035 号）规定，审计报告应当由两名具备相关业务资格的注册会计师签名盖章并经会计师事务所盖章方为有效。（如成立不足一年的，按实际提供或提供

		基本开户银行出具的资信证明。) 1.3 具有履行合同所必需的设备和专业技术能力（提供承诺函）； 1.4 依法缴纳税收和社会保障金的相关证明材料（提供企业2024年1月以来任意一个月企业依法缴纳税收证明和社保证明材料）； 注：（依法缴纳的税收和社保证明材料日期以供应商所提供的证明材料凭证上面标注的所属日期为准）。 1.5 参加政府采购活动近三年内，在经营活动中没有重大的违法记录和质量安全事故（提供书面声明）； 2、其他要求 2.1 根据财政部《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）要求，被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“重大税收违法失信主体”、“中国执行信息公开网”网站“失信被执行人”和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为记录名单”栏目中有失信等负面信息的潜在供应商，将拒绝其参加本项目采购活动。【采购人、采购代理机构通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“中国执行信息公开网”网站（http://zxgk.court.gov.cn/shixin/）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询相关主体信用记录，信用信息查询记录及相关证据与其他采购文件一并保存。 备注：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）文的要求。 （1）查询时间及内容：采购人或采购代理机构将在提交响应文件截止时间后至评审结束前的期间内通过“信用中国”网站查询供应商“重大税收违法失信主体”，在“中国执行信息公开网”网站查询供应商“失信被执行人”，在“中国政府采购网”网站查询供应商“政府采购严重违法失信行为记录名单”；供应商存在不良信用记录的，其响应文件将被作为无效处理投标将被拒绝。 （2）信用信息查询记录及相关证据与其他采购文件一并保存。 （3）使用规则：供应商不良信用记录以此次查询结果为准，
--	--	---

		采购人查询之后，网站信息发生的任何变更均不再作为评审依据，供应商自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。 2.2 法律、行政法规规定的其他条件。 2.3 单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加投标；法定代表人为同一个人的两个以上法人，母公司、全资子公司及存在控股关系的公司不得同时参加同一项目的投标【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并加盖公章（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）】。
3	竞争性磋商有效期	自竞争性磋商响应文件递交截止日起 60 天
4	交货地点	河南经贸职业学院（采购人指定的地点）
5	履约保证金额	合同签订前 5 日内，中标方按照合同金额 5%，向采购方支付履约保证金。
6	响应文件递交/上传	1、响应文件的上传截止时间为开标时间。加密电子响应文件须在响应文件的递交/上传截止时间前通过“河南省公共资源交易中心（http://hnsggzyjy.henan.gov.cn）”电子交易平台上传完毕； 2. 逾期上传的或者未上传会员系统指定位置的响应文件，采购人不予受理。 注：本项目须上在河南省公共资源交易中心网站提供的“投标文件/响应文件制作工具”软件制作生成的加密版响应文件并上传。开标时，供应商在规定时间内登陆系统远程解密，远程开标大厅的网址：（http://hnsggzyjy.henan.gov.cn）。
7	响应文件上传/递交截止时间（开标时间）	地点：河南省公共资源交易中心远程开标室(七)-2（郑州市经二路 12 号（经二路与纬四路向南 50 米路西） 时间：2025 年 07 月 03 日上午 09：00 分
8	成交候选人	竞争性磋商小组从质量和服务均能满足磋商文件实质性响应要求的供应商中，按照评审得分由高到低的顺序提出 3 名成交候选人，由采购人按照竞争性磋商小组推荐的成交候选人顺序确定成交人。

9	最高限价	最高限价：1920000.00 元 注：报价须包含设备采购安装直到验收合格后所产生的各项费用，且供应商报价高于采购人最高限价的按无效标处理。。
10	付款方式	（1）合同内产品经甲方验收合格，能够正常投入使用；乙方提供付款所需的相关手续及开具正规发票，甲方在收到相关手续及发票，经核对无误后 30 日内支付合同总额的 100%； （2）质保期结束后 30 日内，合同内产品无质量问题，双方无任何纠纷，甲方一次性无息退还履约保证金； （3）双方采用人民币转账结算方式。
11	磋商小组组成	磋商小组由 3 人以上单数组成，其中技术、经济专家不少于 2/3，在河南省政府采购评审专家库中随机抽取。
12	评审标准	评审方法：采用综合评分法进行评审。 评审采用百分制，满分为 100 分； 评审后得分由高到低顺序排列。得分相同的，按报价由低到高顺序排列，得分与报价均相同的，按技术指标优劣排列。
13	核心产品	无
14	成交服务费	采购代理服务费用支付标准：参照《河南省招标代理服务收费指导意见》（豫招协（2023）002 号）收费标准下浮 10%向成交供应商收取。成交供应商领取成交通知书时，以转账或现金的方式一次性足额向采购代理机构支付代理服务费。 由成交人在领取成交通知书前向代理机构缴纳，联系电话：0371-55376830，邮箱：zdofficecw@126.com, 账户信息如下： 开户行：中国建设银行郑州行政区支行 户名：河南正大招标服务有限公司 帐号：41001531010050203901

15	解释权： 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；如有不明确或不一致，构成合同文件组成内容的，以合同文件约定内容为准，且以专用合同条款约定的合同文件优先顺序解释；除竞争性磋商文件中有特别规定外，仅适用于竞争性磋商阶段的规定，按磋商公告、供应商须知、磋商办法、磋商响应文件格式的先后顺序解释；同一组成文件中就同一事项的规定或约定不一致的，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。按本款前述规定仍不能形成结论的，由采购人负责解释。供应商须知前附表和供应商须知正文不一致时，以供应商须知前附表为准。
16	供应商需独立制作、修改和上传响应文件，若因“响应文件制作机器码一致”与其他供应商一致，机器码一致的所有响应文件按无效文件处理，所造成的不良后果由供应商自行承担。
17	开标补救措施：如果遇到平台系统问题影响磋商项目开标，等待到磋商当天 15 时 00 分时故障还未排除，延期开标。
18	同义词语： 构成竞争性磋商文件中出现的措辞“发包人”、“招标人”在磋商阶段应当按“采购人”进行理解；“承包人”、“响应人”“供应商”，在磋商阶段应当按“供应商”进行理解。 解释权： 采购人拥有对磋商文件的解释权
19	1. 需要落实的政府采购政策（国家政策和标准如有调整时以最新为准）： （1）政府采购促进中小企业发展政策；（2）政府采购强制、优先采购节能产品政策；（3）政府采购优先采购环保产品政策（4）政府采购支持监狱企业发展政策；（5）政府采购促进残疾人就业政府采购政策。 上述政府采购政策的具体约定详见本竞争性磋商文件所述内容 2. 采购标的所属行业为：软件和信息技术服务业 划定标准为：中小微企业划分按照《国家统计局关于印发〈统计上大中小微企业划分办法（2017）〉的通知》国统字〔2017〕213 号文件及《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》（工信部联企业【2011】300 号）规定的划分标准为依据。 3. 是否为专门面向中小企业采购：__是__（是、否）

20	支持中小企业及监狱企业发展等政策 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》、本项目为专门面向中小企业采购，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。依据本办法规定享受扶持政策获得政府采购合同的，小微企业不得将合同分包给大中型企业，中型企业不得将合同分包给大型企业。 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，享受评标中价格优惠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。 3. 《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，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评标中价格优惠等促进中小企业发展的政府采购政策。向残疾人福利性单位采购的金额，计入面向中小企业采购的统计数据。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。 节能、环保产品等政策 1. 根据《财政部发展改革委生态环境部市场监管总局关于调整优化节能产品、环境标志产品政府采购执行机制的通知》（财库〔2019〕9号）、关于印发节能产品政府采购品目清单的通知（财库〔2019〕19号）、关于印发环境标志产品政府采购品目清单的通知（财库〔2019〕18号）、市场监管总局关于发布参与实施政府采购节能产品、环境标志产品认证机构名录的公告（2019年第16号），本次采购产品类别属于政府强制采购产品或优先采购类别的，应当依据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，对获得证书的产品实施政府优先采购或强制采购。 2. 根据《财政部工业和信息化部国家质检总局国家认监委关于信息安全产品实施政府采购的通知》财库〔2010〕48号文件要求，本次采购产品如有信息安全产品的，需提供由中国信息安全认证中心按国家标准认证颁发的有效认证证书扫描件（具体认证要求详见附件）。 3. 根据政府采购政策，本项目如涉及到计算机办公设备产品，投标人所投产品必须是预装正版操作系统软件的计算机产品。
----	---

	4. 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。 根据《关于调整网络安全专用产品安全管理有关事项的公告》(2023 年第 1 号)的要求. 自 2023 年 7 月 1 日起, 列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》的网络安全专用产品应当按照《信息安全技术网络安全专用产品安全技术要求》等相关国家标准的强制性要求，由具备资格的机构安全认证合格或者安全检测符合要求后，方可销售或者提供。自 2023 年 7 月 1 日起，停止颁发《计算机信息系统安全专用产品销售许可证》(简称销售许可证)，产品生产者无需申领。此前已经获得销售许可证的产品在有效期内可继续销售或者提供。 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。 6. 其它未尽事宜，按国家有关法律、法规执行，若有冲突的，按最新的法律、法规执行。 提示：本项目采购范围若包含但不限于“计算机设备、显示设备、制冷空调设备、空调机、普通照明用双端荧光灯、电视设备、视频设备”等设备的，如属于《节能产品政府采购品目清单》中以“★”标注的为强制采购产品依据标准的，供应商须提供节能认证证书，否则视为无效标处理。 (具体以节能产品政府采购品目清单为准，见附件)
21	采购标的执行标准：国家标准。 供应商须在响应文件中提供以下材料(如有)： (1) 强制性产品认证 如供应商所投产品属于“中国强制性产品认证”(3C 认证)范围内, 则必须承诺采用《中华人民共和国实施强制性产品认证的产品目录》并在有效期内的产品，应在响应文件中提供“所投产品符合国家强制性要求承诺函”并加盖供应商公章，否则将承担其投标被视为非实质性响应投标的风险。
注：成交人在领取成交通知书时向代理机构提供 2 套装订成册的响应文件，要求必须是在河	

南省公共资源交易中心网站下载的响应文件，响应文件须装订成册并加盖供应商公章：

各供应商：

为规范非招标采购方式政府采购项目二次报价（或最终报价），现通知如下：

采用竞争性谈判和竞争性磋商方式进行交易的项目，二次报价（或最终报价）通知信息以市场主体系统右上角系统提醒——开标提醒的推送时间为准！系统自评委点击发送二次报价（或最终报价）通知时开始计时，请各潜在投标人及时关注系统提醒，在规定的时间内完成二次报价（或最终报价）。

评委点击发送二次报价（或最终报价）通知后，系统同时会以手机短信形式发送信息，手机短信提醒可能因运营商网络问题造成延误。无论收到手机短信提醒与否，均不作为二次报价（或最终报价）开始的依据。

注：上述内容依据河南省公共资源交易中心下发的《关于规范非招标采购方式政府采购项目二次报价（或最终报价）的有关通知》。

一 总则

1. 资金来源

1.1 采购人已筹集资金，用于支付“供应商须知前附表”中采购人采购服务的费用。

2. 采购方式及磋商供应商要求

2.1 本次采购采取竞争性磋商的方式确定成交人。

2.2 磋商供应商要求：符合“供应商须知前附表”中要求的磋商供应商。

3. 磋商费用

3.1 供应商必须自行承担所有与参加磋商有关的费用。不论磋商的结果如何，采购人在任何情况下均无义务和责任承担这些费用。

4. 适用法律

4.1 本次磋商及由本次磋商产生的合同受《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等相关法律法规约束。

二 磋商文件和磋商响应文件

5. 磋商文件构成

- (1) 磋商公告
- (2) 供应商须知
- (3) 合同条款
- (4) 竞争性磋商办法
- (5) 技术参数及相关要求
- (6) 磋商响应文件格式及内容

6. 磋商响应文件构成

- (1) 磋商响应书格式
- (2) 供应商报价
- (3) 资格证明文件
- (4) 授权委托书

.....

供应商应认真阅读和充分理解磋商文件中所有的内容。如果磋商响应文件没有满足磋商文件的有关要求，其风险由供应商自行承担。

7. 磋商文件的澄清

7.1 供应商有权要求采购代理机构对磋商文件中的有关问题进行答疑、澄清。

7.2 供应商对磋商文件如有疑问，应在不晚于磋商开始日前 1 天将质疑（异议）内容加盖公章发送至河南省公共资源交易中心公共平台并在交易平台上进行提问，要求采购人对磋商文件予以澄清，逾期不予接受。

7.3 所有澄清均通过“河南省政府采购网”及“河南省公共资源交易中心”电子平台发布，一经发布即视为供应商已收到并确认，请各供应商及时关注本项目通过河南省公共资源交易中心系统发出的通知，如有遗漏自行负责，采购人和采购代理机构不承担任何责任。

8. 磋商文件的修改

8.1 必要情况下，采购人可能对磋商文件进行修改。

8.2 采购人对磋商文件的修改，将以说明函的形式通知供应商，说明函对所有供应商具有约束力。

8.3 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。

8.4 磋商文件的修改将在河南省公共资源交易中心系统通知已下载磋商文件的所有潜在供应商，并构成磋商文件的一部分，对所有供应商均具有约束力供应商应关注系统并自行下载，否则视为已接收，并同意通知（或修改、或澄清）内容。同时，在财政部门指定的政府采购信息发布媒体上发布更正公告。

8.5 采购人/招标代理机构对已发出的磋商文件进行的澄清、更正或更改，澄清、更正或更改的内容将作为磋商文件的组成部分。河南省公共资源交易中心网“变更公告”和系统内部“答疑文件”或“群消息”告知供应商，各供应商须重新下载最新的答疑文件，以此编制响应文件。

8.6 所有修改均通过“河南省政府采购网”及“河南省公共资源交易中心”电子平台发布，一经发布即视为供应商已收到并确认，请各供应商及时关注本项目通过河南省公共资源交易中心系统发出的通知，如有遗漏自行负责，采购人和采购代理机构不承担任何责任。

三 磋商响应文件的编制

9. 磋商的语言及度量衡单位

9.1 供应商的磋商响应文件以及供应商与采购人就有关磋商问题的所有来往函电均须使用中文。

9.2 除技术要求中另有规定外，磋商响应文件所使用的度量衡均须采用法定计量单位。

10. 磋商响应文件的真实性与准确性

10.1 供应商必须对其磋商响应文件的真实性与准确性负责。一旦成交，其磋商响应文件将作为合同的重要组成部分。

10.2 供应商不得在未征得采购人许可的情况下，擅自对磋商文件的格式、条款和技术要求进行修改。否则，其磋商响应文件在磋商时有可能被认为是未对磋商文件做出实质性的

响应而终止对其作进一步的评审。

11. 磋商报价

11.1 磋商响应文件的报价表上应清楚地标明磋商总价。但只允许有一个方案报价，多方案报价的磋商响应文件将不被接受。

11.2 磋商报价表上的价格为磋商时的参考价格，磋商小组以最终磋商报价确定成交供应商的成交价格。

12. 磋商货币

12.1 磋商须以人民币报价。

13. 证明供应商合格的资格文件

13.1 供应商在其磋商响应文件中，应提供证明其有资格参加磋商和成交后有能力履行合同的资质证明文件。

13.2 供应商必须具有履行合同所必需的服务和财务管理等方面的能力。

14. 证明产品的合格性和符合磋商文件规定的文件

14.1 供应商应按照磋商文件要求，提供文件证明其提供服务的合格性，且符合磋商文件的规定，并作为其磋商响应文件的一部分。

15. 磋商保证金：无

16. 磋商有效期

16.1 本次磋商的有效期为：见“供应商须知前附表”中的磋商有效期要求。供应商承诺的磋商有效期短于此规定时间的，将被视为非实质性响应而予以拒绝。

16.2 在特殊情况下，采购人可于原磋商有效期满之前，向供应商提出延长磋商有效期的要求。这种要求与答复均采用书面形式如传真、信件或电报等。

17. 竞争性磋商响应文件的制作和文件签署

17.1 供应商应按照竞争性磋商文件的要求准备和制作竞争性磋商响应文件。并按要求签署电子签章。

四 磋商供应商响应文件的递交/上传

18. 磋商供应商响应文件的密封和标记

18.1 供应商必须直接从交易平台下载竞争性磋商文件，未经下载仅根据复制的竞争性磋商文件编制的竞争性磋商响应文件，或供应商名称与下载竞争性磋商文件时登记的名称不一致的竞争性磋商响应文件，均将被拒收。

19. 迟交的磋商供应商响应文件

19.1 供应商应在不迟于“竞争性磋商项目资料表”中规定的截止时间前将竞争性磋商响应文件加密上传至河南省公共资源交易平台，并在系统规定的时间内使用 CA 数字证书进行远程解密。迟交的电子响应文件将不被接收。

20. 磋商供应商响应文件的修改和撤回

20.1 供应商在递交响应文件后，可以在规定的磋商时间开始前修改或撤回其磋商供应商响应文件。但这种修改和撤回，必须以书面形式通知采购人。

五 磋商过程

21. 开始

(1) 对供应商的响应文件进行解密(供应商应在规定的时间内携带 CA 锁进行远程解密，解密时间为 30 分钟，未在规定的时间内进行解密的，投标无效)；

(2) 代理机构进行解密；

(3) 五分钟唱标时间（开标异议时间），开标结束。

(4) 供应商应当在规定的磋商截止时间前，登录远程开标大厅，在线准时参加开标活动并进行文件解密、磋商谈判、答疑澄清、最终报价。

注：供应商对所参加磋商项目根据市场行情自主报价，分二次报价（情况特殊,经磋商小组根据磋商现场情况，可以要求响应人适当进行多轮报价），一次报价须按照磋商文件的报价格式填报，第二次报价在磋商中填报（供应商应及时关注河南省公共资源交易中心系统上的通知，应在规定的时间内进行第二次磋商总报价，未在规定时间内进行第二次或第三次磋商总报价的，由此承担的一切后果由供应商自行承担）。

22. 磋商小组和评审方法

22.1 磋商和评审由采购人依法组建的磋商小组负责。

22.2 磋商小组成员应当按照客观、公正、审慎的原则，根据磋商文件规定的评审程序、评审方法和评审标准进行独立评审。未实质性响应磋商文件的响应文件按无效响应处理，磋商小组应当告知提交响应文件的供应商。磋商文件内容违反国家有关强制性规定的，磋商小组应当停止评审并向采购人或者采购代理机构说明情况。

22.3 磋商小组将首先按照本须知第 23 条对响应文件进行初审。对初审合格的响应文件将按照本须知第 24 条对应的磋商程序进行磋商和评审。

22.4 在磋商期间，磋商小组可要求供应商对其响应文件进行澄清，但不得寻求、提供或允许对磋商价格等实质性内容做任何更改。有关澄清的要求和答复均应以书面形式提交。磋商小组不接受供应商主动提出的澄清、说明。

22.5 采购人、采购代理机构不得向磋商小组中的评审专家作倾向性、误导性的解释或者说明。

22.6 采购人、采购代理机构可以视采购项目的具体情况，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。

23. 响应文件的初审

23.1 磋商小组在对响应文件的符合性进行审查时，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。

23.2 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负责人或其授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

23.3 算术错误将按下列方法更正：响应文件的大写金额和小写金额不一致的，以大写金额为准；磋商总价金额与按分项报价汇总金额不一致的，以分项报价金额计算结果为准；分项报价金额小数点有明显错位的，应以磋商总价为准，并修改分项报价。如果供应商不接受对其算术错误的更正，其响应文件可能被否决。

23.4 对于响应文件中不构成实质性偏差的不正规、不一致或不规则，磋商小组可以接受，但这种接受不能损害或影响任何供应商的相对排序。

22.5 在详细评审之前，磋商小组要审查每份响应文件是否实质上响应了磋商文件的要求。实质上响应该是与磋商文件要求的关键条款、条件和规格相符，没有重大偏离。对关键条款的偏离、保留或反对，例如关于适用法律、税务或加注星号（“*”）的条款等内容的偏离将被认为是实质上的偏离。磋商小组决定响应文件的响应性只根据响应文件本身的真实无误的内容，而不依据外部的证据，但响应文件有违反法律、政策规定和不真实不正确的内容时除外。

23.6 没有实质性响应磋商文件要求的响应文件将被否决。供应商不得通过修正、补充或撤销不合要求的偏离或保留从而使其响应文件成为实质上响应的磋商文件。有下列情形之一的视为未实质性响应磋商文件，其响应文件将被否决：

- 1) 供应商或融资方与采购人利害关系可能影响磋商公正性的；
- 2) 供应商参与项目前期咨询或磋商文件编制的；
- 3) 不同供应商负责人为同一人或者存在控股、管理关系的；
- 4) 响应文件未按磋商文件的要求签署的；
- 5) 供应商的磋商书、资格证明材料未提供，或不符合国家规定或者磋商文件要求的；
- 6) 同一供应商提交两个以上不同的方案或者磋商价格的，但磋商文件有要求的除外；
- 8) 磋商价格高于磋商文件设定的最高限价的；
- 10) 不接受磋商有效期要求的；
- 11) 供应商有串通磋商、弄虚作假、行贿等违法行为的；
- 12) 存在磋商文件中规定的否决响应的其他条款的。

24. 磋商

24.1 磋商小组将按照供应商递交文件的顺序依次与通过响应文件初审的供应商代表进

行磋商。磋商内容及要求详见本磋商文件，磋商小组与供应商代表仅能针对除磋商内容和要求中不得偏离部分以外的条款进行磋商。

24.2 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。

24.3 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，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。

24.4 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，并由其负责人或授权代表签字或者加盖公章。由授权代表签字的，应当附负责人授权书。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

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

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 家以上供应商的方案或者解决方案，并要求其在规定时间内提交相关资质。

24.6 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方式管理暂行办法》第三条第四项情形的，提交最后报价的供应商可以为 2 家。

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

24.8 磋商小组根据各供应商最终总得分由高到低进行排序，推荐前三名为成交候选人，并编制完成磋商报告。符合《政府采购竞争性磋商采购方式管理暂行办法》第二十一条第三款情形的，可以推荐 2 家成交候选供应商。

24.9 不同供应商“响应文件制作机器码一致”的按无效标处理；（采购人对此种情况有向政府采购监督部门报告的权利）

六 授予合同

25. 合同的授予

25.1 确定成交供应商

（1）采购人在收到评审报告后 5 个工作日内，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。

（2）采购代理机构在成交供应商确定后 2 个工作日内在“《河南省政府采购网》、《河南省公共资源交易中心网站》公告成交结果。

26. 否决所有磋商和重新磋商

26.1 如磋商小组认为所有磋商响应文件均未能对磋商文件做出实质性响应，可否决所有的磋商，依据磋商小组评审结论，采购人将宣布本次磋商无效，并重新组织磋商。

27. 招标代理服务费

27.1 成交供应商在领取成交通知书时，须向采购代理机构交纳“供应商须知前附表”中规定的招标代理服务费。

28. 签订合同

28.1 采购人与成交供应商应当在成交通知书发出之日起 15 日内，按照磋商文件确定的合同文本以及采购标的的技术和服务要求等事项签订合同。

28.2 采购人不得向成交供应商提出超出磋商文件以外的任何要求作为签订合同的条件，不得与成交供应商订立背离磋商文件确定的合同文本以及采购标的的技术和服务要求等实质性内容的协议。

28.3 成交供应商拒绝签订政府采购合同的，采购人可以按照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重新确定其他供应商作为成交供应商并签订合同，也可以重新开展采购活动。拒绝签订政府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。

28.4 竞争性磋商文件、成交供应商的响应文件及竞争性磋商过程中有关澄清、承诺文件均应作为合同附件。

28.5 签订合同后，成交供应商不得将相关服务进行转包。未经采购人同意，成交供应商也不得采用分包的形式履行合同，否则采购人有权终止合同，成交供应商的履约保证金将不予退还。转包或分包造成采购人损失的，成交供应商应承担相应赔偿责任。

28.6 服务的追加、减少和添购

(1) 招标代理机构采购结束后，采购人若由于各种客观原因，必须对采购项目所牵涉的服务进行适当的减少时，在双方协商一致的前提下，可以按照竞争性磋商采购时的价格水平做相应的调减，并据此签订补充合同。

(2) 项目结束后，采购人若由于各种客观原因，必须对采购项目所牵涉的服务进行适当的添购时，由于须保证原有采购项目一致性或者服务配套的要求，经相关部门批准，可以继续从成交人处按照单一来源采购的方式进行添购但金额不超过原合同金额的 10%，且所牵涉的服务的价格水平不得超过本次竞争性磋商的水平且低于当时的社会平均价。服务的添购，应在本次政府采购合同的基础上，另行签订服务的添购合同。

29. 保密及注意事项

为加强本次磋商活动的管理和监督，保证磋商严肃有序地进行，特提出以下注意事项，磋商小组、采购人、磋商供应商及有关工作人员应共同遵守。

29.1 磋商工作严格按照规定的程序，在磋商小组内部独立进行，磋商双方均不得向第三方透露磋商的内容。

29.2 磋商期间，磋商供应商不得向磋商小组成员或有关工作人员询问正在进行的磋商情况。

29.3 在磋商过程中，磋商小组成员不得与磋商供应商私下交换意见。

29.4 磋商工作结束后，所有接触磋商的人员不得将磋商情况扩散出磋商小组之外。

29.5 磋商小组不向磋商供应商解释未成交原因，不退还磋商文件。

30. 腐败与欺诈行为

在磋商和合同实施期间，要求采购人以及磋商供应商遵守最高的道德标准。为此，特定义如下词汇：

30.1 “腐败行为”是指在磋商或合同执行期间，通过提供、给予、接受或索要任何有价值的东西，从而影响公职人员工作的行为；

30.2 “欺诈行为”是指通过提供伪证影响磋商或合同执行，从而损害采购人利益的行为；也包括磋商供应商之间串通（在提交磋商文件之前或之后），人为地使磋商失去竞争性，从而使采购人无法从自由竞争中获得利益的行为。

31. 政府采购政策（国家政策和标准如有调整时以最新为准）：详见供应商须知前附表

32. 质疑和投诉

32.1 供应商认为本次磋商活动的竞争性磋商文件、采购过程和成交结果使自己的权益受到损害的，在知道或应知其权益受到损害之日起7个工作日内有权在法定质疑期内，按规定的程序针对同一采购程序环节一次性实名向采购人、采购代理机构提出书面质疑。质疑函应采用中华人民共和国财政部制定的范本（见附件：质疑函范本）。质疑函及授权委托书应按规定签字并加盖公章。

32.2 对采购人、采购代理机构的答复不满意或者采购人、采购代理机构未在规定的时间内作出答复的，供应商可以在质疑答复期满后15个工作日内实名向（项目所属）同级政府采购监督管理部门投诉。

32.3 质疑和投诉应有具体的质疑（投诉）事项和必要的证明材料或事实根据，供应商对其质疑和投诉内容的真实性及其来源的合法性承担法律责任。

33. 下列条款必须符合磋商文件要求，否则响应无效：

- （1）按要求提交磋商承诺函。
- （2）磋商有效期符合磋商文件。
- （3）供应商的报价没有超过采购预算和最高限价。
- （4）响应文件中对同一标段提供唯一报价。

(5) 响应文件没有附采购人不能接受的条件。

(6) 磋商报价合理（磋商小组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，磋商小组应当将其作为无效磋商处理）。

(7) 符合法律、法规和竞争性磋商文件中规定的其它实质性要求。

(8) 响应文件没有出现雷同情形（不同供应商委托同一单位或者个人办理磋商事宜，不同供应商的响应文件载明的项目管理成员或者联系人员为同一人，不同供应商的响应文件异常一致或者磋商报价呈规律性差异的均视为雷同情形）。

34. 终止竞争性磋商采购活动的条款

(1) 投标（响应）文件制作机器码一致的

(2) 出现影响采购公正的违法、违规行为的。

(3) 因重大变故，采购任务取消的。

(4) 有效供应商不足三家的。

35. 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[2017]10号），按照双方自愿的原则提供便捷、优惠的贷款服务。

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

第三部分 合同条款

与签批合同文本一致

部门负责人：

签字日期： 年 月 日

跨境电子商务专业教学资源库（二期） 项目

软件采购合同（模板）

合同编号： _____

签署地点：河南经贸职业学院

甲方（需方）：河南经贸职业学院

乙方（供方）： _____

依据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国政府采购法》等有关
的法律法规规定，以及 跨境电子商务专业教学资源库建设 （项目名称）
的 中标通知书和招标（采购）、投标（响应性）文件（或其他采购依据）
，
经甲、乙双方协商，于 年 月 日签订本合同。

一、供货清单及报价表

序号	软件产品名称	规格、型号	软件产品版权所有人	数量	单价（元）	金额（元）
1	《跨境电子商务基础》课程升级		河南经贸职业学院	1		
2	《跨境电商运营》课程升级		河南经贸职业学院	1		
3	《选品管理》课程升级		河南经贸职业学院	1		
4	《跨境商务数据分析与应用》课程升级		河南经贸职业学院	1		

5	《国际市场推广》课程升级		河南经贸职业学院	1		
6	技能测评平台		河南经贸职业学院	1		
7	《商丘工量具》跨境电商实务（双语版）		河南经贸职业学院	1		
8	《郑州女裤》跨境电商实务（双语版）		河南经贸职业学院	1		
9	《周口化妆刷》跨境电商实务（双语版）		河南经贸职业学院	1		
10	《许昌假发》跨境电商实务（双语版）		河南经贸职业学院	1		
11	《洛阳铁皮柜》跨境电商实务（双语版）		河南经贸职业学院	1		
合计：人民币（大写）						

附：1. 技术规格书(技术参数及要求)

2. 售后服务承诺

二、合同金额

人民币（大写）：_____

（¥_____元）

合同价款的组成：软件价款及运输、安装、升级、人员培训、税金等费用。

三、交货内容、日期、地点及方式

1. 交付内容：乙方向甲方交付的产品是指本合同中约定的计算机软件或信息系统等产品，包括软件程序及相关手册或产品资料，不包括软件产品源代码及程序开发过程中形成的技术文档；产品的包装必须牢固，乙方应保障产品在运输途中的安全。甲方对产品的包装有特殊要求的，乙方应当按照要求包装。产品的包装物乙方不得回收。

2. 交货日期：自合同签订之日起150日内安装调试完毕。

3. 交货地点及方式：乙方免费送货至甲方指定地点。

交货详细地址：河南经贸职业学院

四、验收期限、标准及方法

1. 乙方安装调试完毕后，书面提出申请，甲方于____10____日内组织验收。

2. 验收须严格按照合同所列的技术参数及指标进行，合同内不明确的则以生产厂家提供的技术参数及指标为准。

3. 在所有软件安装、调试、培训及整体验收合格后，甲方出具相应的验收报告。

4. 验收不合格乙方负责修正，并负责由此而产生的费用，导致延期的，按照每日____500____元支付违约金，直至验收合格。

五、付款方式

1. 甲乙双方采用人民币转账结算方式；

2. 乙方开具以河南经贸职业学院为客户名称的正规发票；

3. 合同签订前____5____日内，乙方按照合同金额____5____%向甲方支付履约保证金，乙方未按期向甲方支付履约保证金，甲方有权解除合同；

4. 履约保证金人民币（大写）：_____
（¥____元）；

5. 合同内产品经甲方验收合格，能够正常投入使用；乙方提供付款所需的相关手续及开具正规发票，甲方在收到相关手续及发票，经核对无误后 30 日内支付合同总额的 100%；

6. 质保期结束后____30____日内，合同内产品无质量问题，双方无任何纠纷，甲方一次性无息退还履约保证金。

7. 本项目免费质保期为自验收合格起____5____年，质保期内如出现质量问题，乙方需____更换设备____，并赔偿甲方因____合同内产品____质量问题造成的损失，质保期延长为更换设备并验收合格后____5____年；质保期内，每年完成 10%的资源更新。

8. 如乙方违反《售后服务承诺》约定未及时履行保修义务的，每发生一次，乙方应向甲方支付违约金500元。如果甲方因乙方违约而委托第三方进行维修所产生相应维修费用，乙方应当支付相应维修费用并支付违约金500元。

9. 乙方不能按时供货，除不可抗力事件外，每拖延一日应按合同总额的千分之五向甲方支付违约金。乙方逾期10日不能供货，甲方有权解除合同，并要求乙方支付合同金额 30%的违约金，同时追究乙方责任。

10. 乙方将货物送达指定地点后和安装过程中，甲方发现乙方所供合同内产品的配件、施工工艺、品牌、型号、规格、技术标准、质量标准和运行等不符合招标（采购）、投标（响应性）文件（或采购依据）规定和合同规定的，甲方有权对乙方进行每次不低于500元的违约金处罚，并有权单方解除合同，由此产生的一切费用由乙方承担，同时乙方应支付合同价款的 30%的违约金。

11. 乙方如违约，应在接到处罚后3日内另行支付违约金，否则甲方有权拒绝支付合同款项和履约保证金，由此产生的一切费用由乙方承担。

12. 在合同期内，若乙方出现违约行为，将不予退还履约保证金。

六、知识产权责任

1. 本合同下软件产品及与软件产品有关的源代码、目标代码、文档资料及其他任何乙方提供的产品、资料等的全部知识产权均归乙方所有，除本合同约定的软件产品许可使用权外，乙方不得向未经甲方书面许可的用户授予、许可或转让软件产品的任何其他知识产权，包括但不限于：著作权、专利权、商标权、商业秘密及其他权利有关的任何权利。

2. 软件产品仅限于在本合同约定范围内使用，未经乙方书面同意，甲方不得实施以下行为，否则由此给乙方造成的一切损失均由甲方承担，情节严重的，乙方有权向有关部门举报，进而追究甲方的违约责任：

(1) 将软件产品用于本合同约定使用范围以外的其他目的，包括但不限于将许可软件向任何第三方提供、销售、出租、出借、转让或提供分许可、转许可、通过信息网络传播或以其他方式供他人使用；

(2) 对许可软件进行全部或部分翻译、分解、反向翻译、反汇编、反向工程或其他试图从许可软件导出程序源代码的行为，以及超出本合同约定的范围在许可软件的基础上书写或开发衍生软件、衍生产品或其他软件；

(3) 限制、破坏或绕过许可软件附带的加密附件或乙方提供的其他确保许可软件正确使用的限制性措施。

3. 乙方保证所提供的软件系统不侵犯任何第三方知识产权，否则因此产生的纠纷由乙方负责，甲方承担责任的，甲方承担后有权向乙方追偿。

七、质保期及售后服务

1. 乙方在工作时间内随时为甲方以电话、传真、电子邮件方式免费提供所购买产品的服务与技术支持维护，软件系统常见故障应及时解决。

2. 如遇软件升级，乙方须提供从合同签订开始 5 年内免费升级支持。

3. 自验收合格并开始使用之日起 30 天内，如遇甲方要求的不影响软件产品界面统一性、通用性而作的必要的更改，乙方免费提供修改支持。

4. 乙方对系统提供终身技术支持。

5. 乙方须免费对甲方操作人员进行软件培训。

八、合同的履行、变更和解除

1. 合同签订后即具法律效力，甲乙双方均须认真履行，不得随意解除合同。

2. 甲乙双方不得擅自变更合同。如因项目需要变更，须经双方书面认可后方可变更。

3. 发生以下情况，经甲方通知乙方未及时整改的，甲方有权解除合同：

(1) 乙方拒绝接受甲方的管理；

(2) 合同执行期间,乙方因自身问题不能正常供货,致使供货期严重延误;

(3) 所供软件(设备)不符合招标(采购)、投标(响应性)文件、本合同附件技术规格书(或其他采购依据)。

(4) 所供软件(设备)不符合验收标准;

(5) 法律规定的其他情形。

九、违约责任

1、除如因战争,严重水灾、台风、地震等自然灾害,政府政策的重大变动等政府行为和其它甲乙双方认可的不可抗力事件外,甲乙双方不得随意解除合同,否则按违约处理。

2. 如乙方延迟交货的,每逾期一天,乙方承担该笔订货单总金额的千分之三的违约金,乙方单笔订单迟延交货超过十日或累计【3】笔订单逾期的,甲方有权解除合同,乙方承担全部订单总价款的30%的违约金,违约金不足以弥补甲方损失的,甲方有权继续追偿。

3. 乙方所交货物品种、规格、质量、包装等不符合合同规定的,如甲方同意利用,应当予以折价;甲方不同意利用的,甲方有权根据具体情况要求乙方更换或退货,乙方应予以配合并承担调换或退货而产生的实际费用,同时乙方承担逾期交货的违约责任。如乙方拒绝更换或退货或更换一次后仍不符合约定的,甲方有权解除合同,乙方除返还该笔货物对应的货款外,还应承担全部订单总额30%的违约金。

4. 因货物质量问题造成甲方或其他第三方人身、财产损失的,由乙方承担全部责任。

5. 如因乙方违反本合同其他任何一项义务的,经甲方通知其限期改正,期满后仍未改正的,甲方有权解除本合同,并由乙方按照全部订单总价款30%向甲方支付违约金。

6. 乙方违约的,乙方除须承担前述合同约定的违约责任甚至合同解除责任外,乙方还应当另行赔偿因工期拖延、质量问题造成甲方逾期产生的违约金、赔偿金。

7. 乙方同意甲方自应支付乙方的货款中扣除应由乙方承担的维修费、违约金、

赔偿金等款项。

如甲方分笔付款的，甲方分笔已经支付的款项所对应的货物，乙方未交付的系甲方委托乙方代为保管，该货物之所有权归甲方所有，已交付货物的所有权归甲方所有。

因乙方原因造成甲方及他人财产损失、人员伤亡的，由乙方负责处理并承担责任。如甲方承担责任的，甲方承担后有权从应付乙方的工程款中予以扣除或向乙方追偿。

十、争议解决

1. 本合同的签订和履行，适用中华人民共和国法律。

2. 甲乙双方因质量问题发生争议，可由合同签署地点质量技术鉴定单位进行质量鉴定。经鉴定质量合格，鉴定费由甲方承担；鉴定质量不合格，鉴定费用由乙方承担，并承担违约责任，同时甲方有权解除合同。任何一方也可直接向人民法院起诉。

3. 因履行合同发生的争议，由甲乙双方直接协商解决，如协商不成应当向甲方所在地人民法院诉讼。

4. 甲乙双方以签订合同时各自法人登记注册地为有效的送达地址，如发生诉讼，该地址作为全部诉讼程序和执行程序的送达地址，具有发生在人民法院签署送达地址确认书的法律效力。如变更送达地址，需书面告知对方。

十一、合同生效及其他

1. 本合同一式陆份，甲方肆份、乙方贰份，经甲乙双方代表签字、加盖公章后生效，合同履行完成后自行终止。招标（采购）和投标（响应性）文件为本合同组成部分。

2. 组成本合同的文件及解释顺序为：本合同及补充条款、中标通知书、投标（响应性）文件及其附件；招标（采购）文件及补充通知。如果乙方的投标（响应性）文件及其附件高于国家行业标准的，以磋商响应文件及其附件为准。

3. 本合同生效之后，任何一方违反本合同规定，除了承担违约金外，还要承担守约方向违约方追究违约责任所支付的一切费用，包括但不限于律师费、诉讼费、保全费、公告费、鉴定费、交通食宿费等。

4. 本合同未尽事宜，供需双方可签订补充协议，与本合同具有同等法律效力。

(以下无合同正文)

甲方：河南经贸职业学院

乙方：

委托代理人签字：

委托代理人签字：

地址：

地址：

电话：

电话：

开户银行：

开户银行：

账号：

账号：

第四部分 竞争性磋商办法

磋商办法前附表

条款号		评审因素	评审标准
2.1.1	资格评审标准	标书雷同性分析	投标（响应）文件制作机器码不能一致
		独立承担民事责任能力	法人或者非法人组织的营业执照等证明文件或自然人的身份证明
		具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度	具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供供应商 2024 年度经会计师事务所或审计机构审计的年度财务审计报告。参考《财政部关于注册会计师在审计报告上签名盖章有关问题的通知》（财会【2001】1035 号）规定，审计报告应当由两名具备相关业务资格的注册会计师签名盖章并经会计师事务所盖章方为有效。（如成立不足一年的，按实际提供或提供基本开户银行出具的资信证明。）
		具有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录	提供 2024 年 1 月 1 日以来任意 1 个月依法缴纳税收和社会保障金的相关证明
		具有履行合同所必需的设备和专业技术能力	提供承诺，格式自拟
		参加政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明	提供承诺，格式自拟

		其他要求	(1) 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。（提供“国家企业信用信息公示系统”中查询的相关材料，需包含公司基础信息、股东及出资信息） (2) 在“信用中国”网站中查询“失信被执行人”和“重大税收违法失信主体”（http://www.creditchina.gov.cn/），以及在“中国政府采购网”网站（www.ccgp.gov.cn）中查询“政府采购严重违法失信行为记录名单”共 3 项的查询结果；注：采购代理机构或采购人于投标截止时间后，将对所有参与本项目投标的供应商的信用情况（失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单）进行查询、打印留存。若在资格审查时查询到供应商有相关负面信息的，则该供应商为无效供应商。
2.1.2	符合性 评审标准	签署、盖章	磋商响应文件按照磋商文件规定要求签署、盖章的
		商务和技术条款	满足磋商文件中商务和技术条款的实质性要求
		磋商响应文件格式	满足磋商文件格式中的实质性规定的
		供应商报价	供应商的报价未超过了采购预算的或未被磋商小组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
		其他投标无效情形	不属于磋商文件规定的其他投标无效情形
		附加条件	磋商响应文件未含有采购人不能接受的附加条件的
		其他实质性要求	符合法规和磋商文件中规定的其他实质性要求

一、评审办法

（一）评审程序：

- 1、磋商小组对磋商文件进行确认。
- 2、磋商小组推选组长，讨论、通过磋商工作流程和磋商要点。
- 3、资格性审查、符合性审查。磋商开始后，磋商小组依据磋商文件规定，对响应文件进行审查，

以确定磋商供应商是否具备参与磋商的资格。

4、磋商小组对通过资格性和符合性审查的响应文件进行评估，确定与各供应商磋商的具体内容。

5、围绕磋商要点，磋商小组所有成员根据内容集中与单一响应人分别进行磋商，磋商结束后，并要求其在规定时间内提交最后报价。

6、磋商过程中，磋商小组可以根据磋商情况实质性变动项目需求中的技术、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。实质性变动的内容需经采购人代表确认。并以书面形式通知所有参加磋商的供应商，该变动是磋商文件的有效组成部分。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加盖单位公章和法定代表人电子签章。供应商应根据磋商小组的要求，以书面形式在规定时间内做出响应，未做出响应的响应文件将被视为无效磋商。

7、磋商结束后，磋商小组将要求实质性响应磋商文件的供应商在规定时间内提交最后报价。所参加磋商项目的供应商根据市场行情自主报价，分二次报价（情况特殊，经磋商小组根据磋商现场情况，可以要求响应人适当进行多轮报价），一次报价须按照磋商文件的报价格式填报，第二次报价在磋商中填报（注：1、最后报价不得超出采购人最高限价；2、最后报价明显低于成本价的，响应人需做出合理说明，否则将承担不被接受的风险；）；

在规定时间内没有提交最后报价（最后报价指总报价）的磋商供应商，视同退出磋商活动。未通过实质性响应的供应商将不再进行最后报价。

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供应商的响应文件和最后报价（最后报价指总报价）进行综合评分。

8、提供相同品牌全部产品或核心产品（环境标志产品政府采购品目清单、节能产品政府采购品目清单中除外）且通过符合性审查的不同投标人参加同一合同项下投标的，按一家投标人计算，评审后得分最高的同品牌投标人获得中标人推荐资格；评审得分相同的，由采购人或采购人委托磋商小组按照技术评分最高者确定一个投标人获得中标人推荐资格，其他同品牌投标人不作为中标候选人。

（二）评分办法

评分项	评分内容	得分	评分细则
报价得分 (30分)	报价得分	30	(1) 实质性满足竞争性磋商文件要求且报价最低的投标报价为基准价，其价格分为满分。 (2) 报价得分=(基准价 / 供应商最终报价) × 30
技术部分 (46分)	设备配置 及技术指 标	39	(1) 响应货物技术性能指标完全满足磋商文件要求的，得 39 分。 (2) 标注★的技术性能指标（26分）：带“★”技术要求为本次磋商重要要求和条件，需提供技术支持资料。技术支持资料以制造商公开发布的印刷资料（彩页或技术白皮书），或检测机构出具的检验报告或供应商须知前附表允许的其他形式为准，不符合前述要求的，视为无技术支持资料，每有一项不满足扣 1 分。扣完本项评分

			为止。 (3) 非标注★的技术性能指标(13分): 其他技术性能指标要求为产品通用要求, 每有一项不满足扣0.2分, 最多扣至基本分, 基本分为5分。
	项目实施 方案	7	针对本项目提供详细的实施方案和技术方案, 实施方案需围绕对本项目需求的理解分析、项目实施计划、项目管理及质量保障措施、项目问题响应及处理措施四个方面制定, 要求科学、合理且具有实际的可行性、可操作性。评价依据如下: (1) 方案详尽、人员安排合理、实施方案具有较强的实用性和先进性、充分考虑了项目的安全性和扩展性、具有切实可行的管理和保障措施的, 得7分。 (2) 方案较详尽、各岗位有人员安排、实施方案有一定的实用性和先进性、有关于项目的安全性和扩展性的考虑、有管理和保障措施的, 得5分。 (3) 方案基本科学合理、内容基本完整、针对性一般的得2分; (4) 未提供方案的不得分。
商务部分 (24分)	供应商合 同业绩	6	供应商提供2022年1月1日(以合同签订时间为准)以来已经通过用户验收合格的同类项目业绩, 每提供一份完全符合要求的业绩材料得2分, 最高得6分。 注: 完整的业绩=合同+中标(成交)通知书+中标(成交)公告截图+验收报告
	企业实力	3	供应商具有有效的环境体系认证证书、质量体系认证证书、职业健康安全管理体系认证证书, 全部齐全者得3分, 缺项不得分; 注: (1) 认证证书除证书复印件外, 还须提供以上证书在中国认证认可委员会认证认可业务信息统一查询平台页面(网址: http://cx.cnca.cn) 查询网页截图, 并加盖供应商公章。未提供完全不得分。 (2) 供应商须提供证书复印件或扫描件, 并保证所提供证书内容清晰可辨。
	专业实力	3	为更好的构建跨境电子商务专业教学资源库课程体系, 供应商需是曾从事或担任国家级教学资源库建设的单位, 或者从事一带一路国

			际化专业教学资源库建设的单位，并提供相应案例证明文件作为支撑，每提供一份案例证明材料得 1 分，最多得 3 分。需在响应文件中提供案例证明材料扫描件并加盖公章，否则不得分。 注：案例证明材料主要包括立项公示文件、结项公示文件以及参建单位网页截图。
	售后服务	6	根据供应商提供的项目售后服务方案及服务承诺，包括但不限于售后服务人员组成、免费维修时间、售后解决质量或操作问题的响应时间解决问题时间、针对突发事件是否有相应的处理措施和详细应急预案等涉及服务能力、服务标准、服务措施、服务承诺方面的内容进行打分： （1）对采购人提出的售后服务能够完全响应，对售后服务内容描述完整、内容详尽，切合实际，解释充分的，得 6 分； （2）对采购人提出的售后服务能够基本响应，对售后服务内容描述基本完整、内容基本详尽，比较切合实际的，得 3 分； （3）采购人提出的售后服务响应不够，对售后服务内容描述不清、内容欠缺，与项目实际脱节的，得 1 分。 （4）没有提供此项内容的得 0 分。
	培训方案	6	针对本项目的详细培训方案，包括但不限于具体培训计划、培训人员安排、时间规划、培训内容及培训效果评价、培训质量保证等； （1）方案全面、具体、保障充分，规划合理，可行性强得 6 分； （2）方案比较全面、具体，保障一般，可行性较强得 4 分； （3）方案不全面，不具体，可行性一般得 2 分； （4）未提供方案不得分。

1、推荐成交候选人

1.1 评审委员会对满足竞争性磋商文件实质性要求的磋商响应文件，按照本章规定的评分标准进行打分，所有评委打分的算术平均值为该供应商的最终得分，磋商小组应当根据综合评分情况，按照评审得分由高到低顺序推荐 3 名成交候选供应商，并编写评审报告。评审得分且最后报价相同的，按照技术指标优劣顺序推荐；如果技术指标也相等，按照现场随机抽签确定成交候选人顺序。

1.2 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。

2、保密及其它注意事项

2.1 磋商是竞争性磋商的重要环节，磋商工作在磋商小组内独立进行。磋商小组将遵照评标原则，公正、平等地对待所有供应商。

2.2 评审期间根据需要对磋商响应文件中有关问题分别向供应商进行询问，请各供应商予以答复及书面澄清，并经法定代表人或其委托代理人签署。澄清的文件将作为响应文件的组成部分。

2.3 在磋商评审期间，供应商不得向评委询问评审情况，不得进行旨在影响磋商结果的活动。

2.4 为保证评审的公正性，开标后直至授予供应商合同，评委不得与供应商私下交换意见。在磋商工作结束后，凡与评审情况有接触的任何人不得将磋商评审情况扩散出磋商小组人员之外。

2.5 代理机构和磋商小组不向未成交的磋商供应商解释未成交原因，也不对磋商过程中的细节问题进行公布。

2.6 在评审过程中，磋商小组发现供应商的报价明显低于其他报价，如果供应商提交的最后报价明显低于其他所有有效供应商磋商报价时，磋商小组可以认为供应商最后总报价组成不合理，使得其报价低于其个别成本的，磋商小组可以要求该供应商做出书面说明并提供相关证明材料。若供应商不能合理说明或者不能提供相关证明材料的，否则将承担不被接受的风险。

3、授予合同

定标准则

3.1 坚持公平、公正地对待所有磋商供应商。

3.2 按照同一评审程序及标准评审磋商供应商的磋商响应文件。

3.3 磋商小组将严格按照磋商文件的要求从质量和服务均能满足采购文件实质性响应要求的供应商中，按照综合得分情况由高到低的顺序推荐成交候选人，编写评审报告。

3.4 采购人从评审报告提出的成交候选人中，根据质量和服务均能满足采购文件实质性响应要求且综合得分最高的原则确定成交供应商，成交供应商将在相关网站等媒体公示。

3.5 资格最终审查

3.6 采购人将在其认为必要时审查(包括实地考察)成交候选人的财务、技术、服务能力及信誉，确定其是否能圆满地履行合同。

3.7 如果确定该成交候选人不具备条件圆满履行合同，采购人将对下一个备选成交候选人的供应商资格作出类似的审查，也可以重新采购。

3.8 接受和拒绝任何或所有磋商的权力

4 签订合同

4.1 成交人按“成交通知书”指定的时间、地点与河南经贸职业学院签订合同。

4.2 竞争性磋商文件、成交人的响应文件及其澄清文件、答疑文件等，均为签订合同的依据。

第四部分 技术参数及相关要求

一、技术参数要求

序号	采购产品名称	技术参数	数量	软件（平台、资源）类知识产权是（否）否归属学校（如有）
1	《跨境电商电子商务基础》课程升级	1. 针对《跨境电子商务基础》暨《跨境电子商务实务》课程已有的文本、视频类资源进行英语化改造，根据已有的中文资源制作配套的英文教学资源，满足国际化教学需要；新建 10 个虚拟仿真小实训满足理实一体化教学的需要。 ★2. 围绕跨境电子商务客服、物流与供应链领域的主要技能要求，进行《跨境电子商务基础》暨《跨境电子商务实务》课程配套实训任务开发，至少涵盖跨境电商客服、跨境电商通关等技能点相关的实训任务。每个实训任务，学生可自行数据重置，进行反复多次训练。任务提交后，根据内置的评分规则直接输出对应的任务得分。 ★3. 每个实训任务围绕一个或多个技能点进行任务设计，包括明确的任务名称、任务目标、任务背景、任务要求和仿真的任务操作页面。 ★4. 仿真跨境电商网店快捷回复短语设置操作页面，具有 10 条以上快捷短语在线添加、编辑、保存、删除等功能。提供用于快捷短语添加的商品及店铺服务资料，以及商品相关、物流相关、售后相关、聊天互动相关客户服务场景的英语话术库。任务结束后，直接输出对应的任务得分、学生答案和系统对比结果。 5. 具有网店自动回复设置功能，支持自动回复文	1	是

		本在线编辑、删除、保存，可进行自动回复关键词及对应关键词回复内容添加、删除、保存。提供用于网店自动回复设置任务实施的商品及店铺资料、关键词数据、买家咨询问题数据，根据任务背景、结合任务要求和相关数据进行智能评价。 6. 仿真跨境电商数字化通关、缴税系统，能够进行跨境电商进出口通关及税收筹划等操作。 ★7. 支持通过数字化通关系统完成跨境电商进口通关业务申报，内置多个订单、物流单、支付单数据信息，可通过交易管理模块查询订单、支付单、物流单等具体数据。具有清单管申报功能，可对申报清单表体信息进行新增、暂存、删除、申报等操作。清单申报内完成后，能针对申报清单填写内容进行智能判断，反馈系统对比结果。 8. 进口申报清单内容包括申报企业、电商企业、物流企业代码及名称、订购人信息、运输方式、启运国、运费、保费、净重、毛重、包装种类、件数、商品编码、商品名称、计量单位、单价、原产国等相关信息。 9. 支持通过线上缴税窗口进行跨境电商税费支付，提供多票货物的清单信息，选择对应的清单编号，可查看具体的清单信息。点击填写税单自动跳转到税单信息填写页面，可对税单表体内容进行添加、编辑、删除、提交等操作。 10. 税单表体内容包括商品编码、商品名称、申报数量、单价、完税总价、关税税率、应征关税、消费税率、应征消费税、增值税率、应征增值税、总计金额等。		
2	《跨	1. 针对《跨境电商运营》课程已有的文本、视频	1	是

境 电 商 运 营》课 程 升 级	类资源进行英语化改造，根据已有的中文资源制作配套的英文教学资源，满足国际化教学需要；新建 10 个虚拟仿真小实训满足理实一体化教学的需要。 ★2. 围绕跨境电商运营这一典型工作领域，进行《跨境电商运营》课程配套实训任务开发，至少涵盖跨境电商 B2C 和跨境电商 B2B 两种业务模式技能点相关的实训任务。每个实训任务，学生可自行数据重置，进行反复多次训练。任务提交后，根据内置的评分规则直接输出对应的任务得分。 3. 每个实训任务围绕一个或多个技能点进行任务设计，包括明确的任务名称、任务目标、任务背景、任务要求和仿真的任务操作页面。 4. 店铺产品信息管理能根据店铺商品信息和分类目录进行产品分类操作。商品信息包括图片和文字介绍，提供 10 个以上一级品类、100 个以上二级品类选择。支持商品信息查看、品类创建、一级品类选择、二级品类选择、商品添加、品类保存与删除等操作。 ★5. 跨境 B2C 店铺首页布局优化提供图文类、营销类、商品类等不同种类的首页布局模块，提供用于视觉效果分析的可视化图表，支持通过拖拽的方式进行商品首页布局，支持不同模块上下移动位置、删除等操作。能够根据布局结果进行智能评价，输出任务得分及参考答案。 ★6. 商品详情页布局设计与优化包括商品主图布局设计与优化和商品详情描述布局设计与优化两个部分。提供 3 个及以上竞品主图资料，内置商品主图选择图库，可利用图库中的图片对该商品 6 张主图展示的内容进行调整。商品详情描		
--	---	--	--

		述布局设计与优化提供图文类、文字类、图片类、视频类等布局模块，支持通过拖拽、上移、下移、删除等操作对布局内容进行设计与优化，提供多个商品详情页布局可视化分析图表，为布局设计与优化提供数据支撑。 7. 物流渠道开发提供 5 个以上物流公司运价查询功能，能根据背景资料和运价信息，从时效、运费、未收到货纠纷率、DSR 物流评分、是否支持线上发货等多个维度进行综合评分。 8. 基于跨境电商 B2B 业务，提供用于开发信撰写的企业邮箱，内置客户信息数据，能通过查看客户信息、结合公司及商品资料进行开发信邮件内容的编辑和发送，根据内置的评分规则，对开发信内容进行智能评价。 9. 跨境电商 B2B 物流方案设计，提供海运整箱、空运、海运拼箱等三种方式物流费用查询功能，通过输入出发地、目的地以及其他关键信息可查询不同船公司、航空公司的物流船期、航班时间、物流费用明细，结合商品及运输要求，选择合适的物流方式，并完成在线订舱操作。 10. 基于跨境电商 B2B 业务，仿真跨境电商 B2B 平台发货处理操作页面，展示订单编号、订单国家、订单商品信息、订单金额、运输方式、订单状态等相关信息，可进行发货商品选择、发货数量填写、发货物流信息填写等操作。		
3	《选品管理》课程升级	1. 针对《选品管理》课程已有的文本、视频类资源进行英语化改造，根据已有的中文资源制作配套的英文教学资源，满足国际化教学需要；新建 10 个虚拟仿真小实训满足理实一体化教学的需要。	1	是

	★2. 围绕选品员这一典型工作领域，进行《选品管理》课程配套实训任务开发，至少涵盖选品分析、供应商管理等技能点相关的实训任务。每个实训任务，学生可自行数据重置，进行反复多次训练。任务提交后，根据内置的评分规则直接输出对应的任务得分。 3. 每个实训任务围绕一个或多个技能点进行任务设计，包括明确的任务名称、任务目标、任务背景、任务要求和仿真的任务操作页面。 4. 产品生命周期选品分析提供产品生命周期判断标准和内置的 BI 数据分析工具，提供不少于 15 种组件，包含柱形图、折线图、饼状图、气泡图、雷达图、曲线图、词云、赫芬达尔指数等图表组件和模型组件，支持支持数据集在线预览与处理，提供不少于 4 种数据处理方式，内置不少于 20 个计算公式、6 种分组方式、9 种过滤条件。 5. 提供不少于 300 条数据的产品销量数据表，包括统计时间、产品名称、销售量、平均销售价格、平均采购价格、其他成本、搜索人气、收藏人气等数据指标。 ★6. 全球供应商开发提供寻源管理功能，支持从内置供应商库中进行供应商添加、删除等操作。可根据销售额、销售数、价格、商品名称等进行商品和供应商信息筛选，每条信息包括商品图片、商品标题、价格、月销售额、销售数、供应商名称、规模、主营产品、退货体验、品质体验、物流体验、日笔数、日件数、日销售额、回头率、效应率等供应商选择相关的分析指标。 7. 热销品类选品提供品类数据和商品属性数据采集渠道，能够在线进行品类相关数据采集，获		
--	--	--	--

		取相关的分析数据，并填写到对应的在线统计分析表格中。根据得到的报表，利用 BI 数据分析工具，完成可视化图表的制作。 8. 支持产品价格分析，提供产品成本数据、产品销售数据，通过可视化图表呈现价格变动对销量的影响，并分析价格设置的合理性。 9. 支持产品营销方案制定，可确定目标市场、设定营销目标、分配营销预算、制定营销策略。 ★10. 支持竞品价格比对分析，提供不少于 100 款商品的价格数据，内置价格分析可视化页面，支持竞品价格比对分析报告的生成与预览。		
4	《跨境电商数据分析与应用》课程升级	1. 针对《跨境电子商务数据分析与应用》课程已有的文本、视频类资源进行英语化改造，根据已有的中文资源制作配套的英文教学资源，满足国际化教学需要；新建 10 个虚拟仿真小实训满足理实一体化教学的需要。 ★2. 围绕跨境电商数据分析这一典型工作领域，进行《跨境商务数据分析与应用》课程配套实训任务开发，至少涵盖数据分析、数据可视化等技能点相关的实训任务。每个实训任务，学生可自行数据重置，进行反复多次训练。任务提交后，根据内置的评分规则直接输出对应的任务得分。 3. 每个实训任务围绕一个或多个技能点进行任务设计，包括明确的任务名称、任务目标、任务背景、任务要求和仿真的任务操作页面。 4. 内置的 BI 数据分析工具，提供不少于 15 种组件，包含柱形图、折线图、饼状图、气泡图、雷达图、曲线图、词云、赫芬达尔指数等图表组件和模型组件，支持支持数据集在线预览与处理，提供不少于 4 种数据处理方式，内置不少于 20	1	是

		个计算公式、6 种分组方式、9 种过滤条件。 ★5. 提供数据分析可视化报告在线生成功能，可填写可视化报告基本信息、选择报告类型、上传 logo、设置封面、设置报告前言、设置报告内容（添加或删除项目描述、上传分析图表）、填写报告分析结论、保存预览可视化报告。 6. 销售数据分析包括销售效果分析、销售效率分析两方面内容。销售效果分析涵盖销售业绩率变化类型选择、销售效果影响因素分析、产品数量分析、价格浮动分析、宣传推广分析等内容。 7. 支持利用 BI 数据分析工具进行客户数据分析，提供不少于 100 条客户数据，包括客户 ID、性别、年龄、职业、省份、城市、类目偏好、属性偏好、搜索词偏好、支付时段、价格偏好、支付频次等相关数据指标。 ★8. 提供仿真的采购需求管理操作系统页面，内置商品销售统计数据，可通过商品销售统计功能查看不同商品的销售排名、（近 3 天、近 7 天、近 15 天）销量、单价以及每款商品的销量和销售额趋势图。支持添加、暂存、删除、提交多个采购需求。		
5	《国际市场推广》课程升级	1. 针对《国际市场推广》课程已有的文本、视频类资源进行英语化改造，根据已有的中文资源制作配套的英文教学资源，满足国际化教学需要；新建 10 个虚拟仿真小实训满足理实一体化教学的需要。 ★2. 围绕海外推广这一典型工作领域，进行《国际市场推广》课程配套实训任务开发，至少涵盖国际搜索引擎推广、海外社交媒体推广等技能点相关的实训任务。每个实训任务，学生可自行数	1	是

	据重置，进行反复多次训练。 3. 每个实训任务围绕一个或多个技能点进行任务设计，包括明确的任务名称、任务目标、任务背景、任务要求和仿真的任务操作页面，提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 4. 海外社交媒体推广提供仿真的海外社交媒体推广账号注册页面，能够进行海外社交媒体账号注册、账号页面信息设置、公共主页权限设置，开通并实施海外社交媒体推广。 ★5. 内置用于国际搜索引擎推广的资源分析，包括店铺商品曝光量、点击量、点击率、成交量、成交率等商品表现数据，地域流量数据（展现量指数、点击率指数、成交率指数），用户流量数据、兴趣分类流量数据、时间流量数据等。提供完整搜索引擎广告营销投放流程和关键词数据，能对关键词进行筛选、出价，直观展示每个关键词的排名。广告投放实施后，可查看广告通过广告带来的展现量、点击量、成交量、实际花费等数据。 6. 社交媒体图文营销和视频营销以跨境新媒体平台图文和视频发布页面为载体，能直观展示内容编辑后的整体效果。 7. 提供邮件广告内容策划任务操作页面，内置不少于 5 个邮件广告模板，支持文字、图片编辑及邮件广告排版布局，提供不少于 3 种排版样式。 8. 搜索引擎推广渠道选择任务提供俄罗斯 、美国、巴西 、英国、法国等 15 个目标市场的潜在消费者数量、市场份额、目标受众数据，提供 7 个搜索引擎推广渠道的用户数据，支持推广渠道		
--	--	--	--

		用户可视化分析。 9. 基于跨境新媒体平台，提供广告计划创建与实施环境，内置地域流量、目标受众、兴趣分类相关性、目标受众时段活跃度等数据，提供不少于16个行业的平均点击花费数据，可完成广告目标设置、广告创意编辑、广告素材添加、小组选择、受众选择、广告排期设置、预算设置等操作。广告实施结束后，直观展示广告的展现量、点击量、成交量及实际花费。（以实际系统或系统原型进行动态演示） ★10. 站内商品优化任务以商品详情页为载体，支持对多个商品的标题、属性以及商品描述进行修改优化，软件结合商品优化情况和商品信息，直接输出商品优化得分。 11. 为了支持学校开展国际化课程资源的推广工作及进行国际化资源的成果申报，需提供在相关专业协助开展资源建设的证明材料，如与海外官方机构签订的合作协议。 ★12. 以上五门课程的新建素材，特别是技能实训任务，能够与智慧职教平台无缝衔接，可以在智慧职教平台上的课程设计下的虚拟仿真资源模块中直接添加实训任务，并可以直接查看班级、学生、任务的学情分析情况。		
6	跨境 电 商 技 能 测 评 平 台	系统首页具有跨境电子商务企业职业能力测评和院校专项能力测评两个栏目，点击企业职业能力测评的子菜单“岗位胜利力测评”，可以按照行业和岗位查看测评计划列表，显示初级，中级，高级需具备的能力图谱，对应中职、高职、本科，体现增值评价。系统预设中高本贯通的跨境电商职业能力测评题库。	1	是

	一、系统要求 1、试题与试卷管理：系统支持多维度试题管理，教师可通过跨境基础理论知识点、题型等多重分类筛选试题。试题可以通过手动添加或批量导入模板进行上传。教师还可轻松创建、修改、上线或下线试卷，实现高效组卷与动态试卷管理。 2、题库与知识点管理：系统提供完整的题库管理功能，教师可自定义跨境基础理论题库与知识点，支持题库的增、删、改操作。每个知识点可关联试题，确保题库与知识点的精准匹配和高效管理。 3、成绩与统计分析：系统为教师提供详细的成绩查询与统计分析功能，支持按班级、学生查看成绩，同时生成跨境基础理论知识点的掌握情况图表，帮助学生与教师及时调整学习策略。 4、多样化学生练习功能：学生可通过强化练习、错题练习等多种方式进行自我检测和提升。系统根据学生的考试历史与跨境基础理论知识掌握情况，提供个性化的复习建议和统计分析，帮助学生精准提高弱项。 5、资源学习：系统内置多种教学资源，如课件、视频及跨境基础理论、素养等，供学生在线学习。教师可灵活自定义管理这些资源，包括添加、删除和修改，以满足课程需求、提升教学效果，并帮助学生掌握跨境领域的核心知识和实践技能。 二、系统功能 1、教师端功能模块 （1）个人信息：维护教师个人信息，如头像上传、密码修改、个人资料等。 （2）学生管理：负责班级信息和学生实训账号	
--	---	--

	的系统化管理。 （3）班级公开/私密控制：系统支持所属班级公开/私密控制。启用公开后，其他教师可访问并使用现有班级和学生账号，避免重复创建，从而提高资源共享效率 （4）在测评计划列表页面，点击“开始测评”，进入该测评计划的科目列表，显示科目名称、测评时长和起始时间。 （5）系统教师端测评管理功能，支持测评计划的新增、修改和删除，实现测评计划的统一管理。测评计划列表中，具有分析报告、进入软件等功能。 （6）系统教师端新增测评计划，按照“配置测评信息”——“配置科目信息”2个步骤进行创建，其中需要配置的测评信息包含开放状态、测评时间、展示设置（成绩和报告）、测评描述、测评类别等。 （7）测评计划创建时，配置科目信息，可以选择“理实一体化科目”“知识测评科目”“技能测评科目”三种类型，点击科目考核方式中的测评软件按钮，系统可以弹出已经关联的实训软件列表。（以实际系统或系统原型进行动态演示） （8）测评计划创建时，配置科目信息，点击科目考核方式中的“试卷库”按钮，系统可以弹出已经内置的题包。 （9）系统教师端具有测评软件管理功能，教师可以查看、添加以及管理测评对接的相关软件。 （10）系统教师端测评管理具有成绩与报告管理功能，通过具体搜索学生姓名或者选择某一测评计划，查询学生测评成绩和测评报告。		
--	---	--	--

	(11) 系统教师端成绩与报告管理功能，支持从测评软件下载成绩，并可以将成绩以 Excel 表格的形式保存。 (12) 系统教师端具有测评控制台功能，教师可以按照需要，对某些测评计划或者学生进行批量初始化做题记录、批量延时等操作。 (13) 系统教师端具备我的题库功能，教师可以按照系统提供的试题模板，将试题导入到系统，用于组卷测评。试题上传完成后，可以通过“试题管理”查看题库中的试题。 (14) 系统教师端具有试卷库管理功能，支持理论试卷和技能试卷的新增、管理、复制与删除等功能，实现试卷统一管理。 (15) 系统教师端具有职业能力标签整理功能，可以按照自身需求批量导入相应的标签并进行管理。 (16) 系统教师端具有个人分析、测评记录、我的收藏、我的笔记、我的错题等功能。 2、学生端功能模块 (1) 在系统学生端首页，学生用户可以查看最新和最热的测评活动，也可以按照证书的不同进行针对性的参与。 (2) 系统学生端个人分析功能，可以便捷的查看我的笔记、我的收藏、错题回看的数目，具有薄弱考核单元榜和错题排行榜。 (3) 系统学生端通过我的测评，可以查看历史测评记录，测评记录显示每次测评的测评类型和测评状态。测评状态为“进行中”，则可以点击进入测评计划继续进行测评；测评状态为“已交卷”，可以查看此次测评的成绩和报告。	
--	---	--

	(4) 系统学生端可以查看测评报告，测评报告包含测评成绩一览、技能点对比分析、技能点得分率分析、卷面成绩分析等内容。多次测评结果可形成学生成长数据分析报告，构成学生能力发展全景数据库，支持人才成长轨迹的可视化追踪与学生技能短板的预警干预。 (5) 系统学生端“我的笔记”，可以查看对试题的题目解析，同时系统也支持搜索关键词查找笔记。 3. 考试设计 (1) 知识点管理：对跨境基础理论知识点进行管理、对题型管理设置、对题库信息进行管理、考试类别管理、对试卷管理规则进行设置。 (2) 题型管理：根据跨境基础理论的实际业务需要、在题型模版的基础上，进行题型设置，以适应不同行业、不同业务的需要。系统提供八大基本题型模版：单项选择题、多项选择题、判断题、填空题、问答题、组合/综合题。 (3) 题库管理：对跨境基础理论题库信息进行添加、删除、批量删除、修改、预览、导出、导入、下载等操作，对数据的操作，用户可根据实际情况选择手工添加、批量导入。 (4) 试卷管理：对跨境基础理论试卷信息进行管理，试卷包括随机试卷、手工试卷、固定（随机）试卷，管理员可以对试卷、题型进行设置，以及对抽题规则进行设置。学员进行考试时，系统将根据试卷设置、试卷规则，形成一份完整的跨境基础理论素养考核试卷。 4、新增试卷包括普通模式、本地题库模式以及云题库模式三种组卷方式。对于创建后的试卷，		
--	---	--	--

	可以进行试题管理、导出 word、试卷属性、复制试卷以及删除等操作。（以实际系统或系统原型进行动态演示） 5、系统教师端云题库智能组卷功能，包括理论试卷库、技能试卷库以及试卷分析三部分。其中，前两者均可通过选取抽题标签，选取单选题、多选题、判断题个数并设置每题分值。新增试卷按照“设置考核范围”——“考点设置”——“重要程度和难度等级设置”三个步骤进行。（以实际系统或系统原型进行动态演示） 6、系统教师端云题库智能组卷，设置完考点后，可以自动生成对该试卷的难度分析，分析结果中包含“简单、较简单、中等、较困难、困难”5项的占比及试卷预览。 7. 考试管理 ★（1）个性化试题练习模块：系统为学生提供多种跨境基础理论试题练习模式，包括强化练习、错题练习、随机练习和在线考试，让学生可以根据自己的需求和薄弱点选择适合的练习方式，提升学习效率。 （2）动态知识掌握图：系统通过跨境基础理论知识掌握图预览功能，以数据统计图的形式实时展示学生的知识掌握情况，帮助学生了解自己在哪些跨境基础理论知识点上有所进步，哪些部分需要进一步加强。 （3）精确统计分析报告：统计分析功能提供详尽的统计数据，展示学生在各个跨境基础理论知识点的表现，准确显示未做题、正确题目、错题数量等，帮助学生分析自己在考试中的优劣势，制定个性化的复习计划。	
--	--	--

		(4) 历史考试记录管理：考试历史功能全面记录学生的跨境基础理论考试信息，包括考试名称、考试时间和分数，便于学生查看历史成绩，分析进步轨迹，并根据成绩变化调整学习策略。 (5) 智能题库选择与个性化推荐：学生可以在选择题库模块中根据自己的跨境基础理论学习需求和考试要求选择相应的题库，系统会自动从所选题库中加载试题进行练习，确保题目与学生的当前学习状态匹配，提升学习的针对性。 (6) 学生个人信息与成绩管理：个人中心模块为学生提供一站式管理个人资料、修改密码、更新个人信息和查看跨境基础理论成绩的功能，确保学生的账户信息安全且便于随时查看和更新。 (7) 实时成绩反馈与复习建议：系统能够在学生完成跨境基础理论考试或练习后，提供即时成绩反馈，结合统计数据生成复习建议，帮助学生识别知识盲点和薄弱环节，提供个性化的提升方向，确保持续进步。 三、相关要求 1、系统平台教学方式：软件采用浏览器版，网络教学模式。 2、系统采用 MYSQL 数据库，JAVA 语言基于 J2EE 技术的 B/S 结构产品。		
7	《 商 丘 工 量 具 》 跨 境 电 商 实 务 (双	河南省小商品行业真实运营企业为背景，以仿真的跨境电商平台为运营环境，模拟平台卖家身份，开发完成平台小商品类网店账号注册、网店基本信息设置、商品发布、营销活动设置、平台站内营销推广、日常订单处理等一系列平台小商品类网店运营工作流程等至少 18 个任务。开发职业情境数字化资源，制作职业岗位数字化视频	1	是

语版)	资源 2 个。提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 一、系统要求 1、模拟工量具商品的真实产品数据和跨境平台真实运营环境：平台高度模拟跨境电商平台的真实运营环境，包括店铺管理、产品上架、订单处理、物流发货等各个环节，让学生在实操中熟悉并掌握跨境电商的流程与技巧。 ★2、全覆盖跨境平台运营全流程：本实训项目涵盖了运营的完整流程，从初创店铺的建立到后续的运营管理，确保学生深入理解每一个关键环节。通过系统的实训，学生将全面掌握运营的各个方面，为未来的跨境电商实践打下坚实基础。 3、平台实践操作：在跨境平台的实践操作中，学生将参与一系列真实的操作练习，包括账户注册、卖家后台管理、买家端体验、产品目录管理、库存控制、订单处理和广告投放等模块。通过这些综合实训，学生能够全面掌握平台全流程操作，提升其实际应用能力和市场竞争力。 4、丰富的课程内容：平台提供系统的跨境电商课程，涵盖从入门到精通的各个层次。学生可以学习到选品技巧、产品优化、店铺运营、营销策略等关键知识，帮助他们更好地理解并掌握平台的运营规则。 二、系统功能 1. 支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、客观得分、主观得分、任务时长等；支持以班级为单位的不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训练。	
-----	--	--

	2. 教师端可根据不同班级进行学生任务初始化处理，支持批量初始化数据、批量修改状态、批量修改班级所有学生状态等操作。 3. 班级管理支持班级添加、信息修改、删除等操作。支持创建训练模式、考核模式两种不同模式的班级，训练模式班级中的学生可针对每个任务进行提交、重置任务操作，实现单个任务反复训练的目的。考核模式班级中的学生任务提交后，无法再进行任何操作。添加班级支持智能训练模式，智能训练模式可对任务个数、测试时长、难度等级进行设置。 4. 以班级为单位可以查看每个学生的成绩，包括学生用户名、学生姓名、总分、每个实训任务的具体得分。 5. 教师端和学生端提供中英文两个版本，教师可根据教学需要进行不同语言实训环境选择。 6. 每个具体的工作任务都提供仿真的跨境平台操作页面、明确的任务目标、任务背景、任务要求，学生提交后系统根据内置的评分规则进行智能评价，直接输出对应的任务得分、得分项、学生答案、系统对比结果、学生答案等任务评价数据。系统支持自动评分和教师分数调整功能。 7. 提供跨境平台小商品发布所需的商品图片及商品信息资料，支持通过平台进行重要信息、变体、报价、图片、更多详情等商品发布所需要信息的编辑。 8. 支持小商品优惠券活动设置，可通过 ASIN 编码进行活动商品搜索和添加、预算和折扣活动设置、优惠券名称填写、目标买家选择、活动时间设置等优惠券活动设置操作。	
--	---	--

	9. 具有 A+页面设置功能，提供 A+页面设置相关的商品资料，提供小商品产品海报、产品细节、产品特点、品牌 logo、产品尺寸等模块内容选择，每个模块内置多张图片素材，通过添加不同模块，选择不同模块下合适的图片完成 A+页面的设置。 10. 可以根据小商品店铺资料，通过跨境平台基本信息设置功能进行存付款方式设置、税务信息设置、购买配送偏好设置、配送模板设置、退货信息设置。 ★11、实训任务：包括深入了解跨境平台及其运作机制，进行卖家账户注册与设置；模拟买家行为，通过加购与下单实践用户体验；发布商品并掌握优化技巧；管理订单及处理售后服务；熟悉跨境物流体系及其运作；运用营销推广工具提升产品曝光率与销售，全面提升跨境电商实操能力。 12、卖家后台管理：涵盖商品管理、库存控制、订单处理、广告投放、销售分析、客户沟通及财务管理，助力卖家优化运营效率与市场竞争力。 （1）跨境卖家账户设置：包括存款方式设置、已开发票订单付款设置、跨境站点业务信息设置、跨境退货信息设置、税务信息设置、付费方式设置、假期期间商品在售与不可售状态的灵活调整，以及跨境购买配送偏好设置等功能。 （2）店铺搭建与管理：提供店铺搭建和管理的功能，支持在跨境平台上建立和管理自己的店铺，包括设置店铺信息、店铺链接、设计页面等。 ★（3）跨境商品发布：支持创建全新产品列表，包括类别选择、商品编码分配、商品信息编辑、	
--	--	--

	上传高质量图片、编写详细产品描述、设置优化搜索的关键词、确定定价与库存管理策略、选择合适的配送方式以及批量上传商品。系统内置不低于 25 个商品大类，且支持学生进行商品类目申请操作。 （4）商品上架与推广：支持将商品上架至跨境店铺，并掌握多种推广策略，如优化产品描述和广告投放等。 （5）订单管理：涵盖全面的订单处理流程，包括订单状态跟踪和退货管理。卖家可高效管理各类订单状态（如已取消、待发货、待确认、已完成、已退货、待审核），简化退货流程，确保及时响应客户需求，从而提升客户满意度并优化运营效率。此外，系统支持查看订单详情、卖家发货、买家确认收货等操作。 （6）广告活动管理：支持创建广告组合，卖家可以构建广告组合与活动，并设置广告活动名称、每日预算、活动开始与结束时间、定向策略（自动投放或手动投放）、竞价策略及关键词投放。在自动投放模式下，根据关键词和与广告商品相似的商品进行定向；而手动投放模式则允许卖家自定义关键词或商品，并设置个性化竞价。系统还提供广告花费、每次点击费用、曝光量、点击量和点击率等数据统计，以帮助卖家评估广告效果并优化投放策略。 （7）库存管理：提供实时库存跟踪，确保及时补货以避免缺货。涵盖 FBA 库存管理、跨境货件管理和库存报告。卖家可进行商品编辑、停售、删除及报价调整，灵活转换配送方式，补充库存，并支持视频上传与管理，全面优化库存运营和销	
--	--	--

	售策略。 （8）配送管理：支持制定和优化配送计划，实时跟踪货件处理进度，包括货件信息和入库计划（发货/补货、货件检查、配送方式选择）以及仓储监控等。该功能帮助卖家高效管理配送流程，确保货物按时入库，提升整体物流效率，从而优化客户体验并降低运营成本。 （9）促销管理：涵盖购买折扣、买一赠一、优惠券、Prime 专享折扣等多种促销形式，帮助卖家制定灵活的促销策略。通过多样化的促销手段，卖家能够吸引消费者关注，提升销售业绩，增强市场竞争力，同时有效提升品牌影响力和客户忠诚度。 （10）全球销售：支持在美洲、欧洲、亚太、中东和北非等多个地区的商城中发布和销售商品。提供订单统计（包括未发货、待确认、退货请求和未配送订单数量）、卖家账户状态查看及商品信息查看等功能，帮助卖家全面管理跨境销售业务。 （11）支付与结算：支持跨境的支付和结算流程，包括多种支付方式的处理和退款流程管理。 13. 供应商需提供产业数据分析能力支撑，分析平台可针对跨境电商行业进行产业分析。 （1）产业链结构分析 通过构建产业链图谱，解析产业上中下游的细分领域、节点关系及技术逻辑，识别关键岗位分布与人才需求聚集点。 （2）岗位需求量化分析 基于大数据挖掘岗位招聘信息，从数量、质量、结构等维度分析人才需求特征，包括学历要求、	
--	---	--

		技能水平、工作经验及职业晋升路径等。 (3) 供需动态预测与预警 结合产业趋势数据与院校培养数据，预测人才缺口规模及技术迭代方向，建立红黄牌预警机制。 13. 供应商需提供小商品行业的岗位能力图谱 (1) 能力图谱数据导入：开发平台需兼容至少 4 种常见数据类型（数据库文件、JSON 文件、Excel 文件、TXT 文件）用于图谱构建。 (2) 能力图谱数据定时抽取：能够从 MySQL、Oracle、SqlServer、达梦等主流关系数据库中抽取数据，并构建实体关系，同时支持增量数据的定时抽取。 (3) 能力图谱数据存储：能力图谱开发平台应具备图数据库存储功能，并内置至少 3 种图查询分析算法。 (4) 能力图谱生成展示：以可视化形式生成能力图谱，并提供网络图、层级图等至少两种展示方式。 (5) 支持将岗位能力要求与专业培养目标相关联，并实现指定实体之间的关联分析。提供完整的专业图谱文本标注、标注标签、指定实体间知识检索、关联分析的功能。 (6) 实体搜索功能：支持组合条件的实体搜索。用户可通过可视化操作构建查询条件，查询结果以关联图的形式返回。 ★(7) 能力图谱导出共享：支持将构建的专业能力图谱导出分享，导出格式至少包括 Pdf、Excel、JSON 中的一种。		
8	《 郑 州 女	以河南省现代服装行业的真实运营企业为背景，以仿真的跨境电商速卖通平台为运营环境，模拟	<u>1</u>	是

裤》跨境电商务（双语版）	速卖通平台卖家身份，开发完成速卖通平台服装类网店开设、网店视觉设计、商品发布与管理、速卖通站内营销与推广、日常订单处理、速卖通平台客户服务与关系维护、网店运营数据分析等一系列速卖通平台服装类网店运营工作流程等至少 18 个任务。开发职业情境数字化资源，制作职业岗位数字化视频资源 2 个。提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 一、系统要求 1、系统高度模拟真实的速卖通跨境电商环境，使学生能够身临其境地体验跨境电商运营的各个环节。从店铺开设、产品上架、订单处理到物流管理，学生都可以在平台上进行实际操作，从而深入理解并掌握跨境电商的运营流程和规则。 2、系统注重学生的实践能力和团队协作能力培养。学生可以在平台上创建自己的在线店铺，进行实际的产品销售活动。通过团队合作，他们可以共同制定营销策略、管理店铺运营，并在实践中不断提升自己的专业技能和团队协作能力。 3、高仿真实训：软件界面和操作方式与速卖通平台高度一致，使学生能够在模拟环境中进行实战操作，从而熟悉和掌握速卖通的各项功能和使用方法。 二、系统功能 1. 支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、客观得分、主观得分、任务时长等；支持以班级为单位的不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训练；支持实训和考核两种模式，实训模式下学生		
---------------------	---	--	--

	端可自主重置任务，反复进行多次训练；考核模式下学生一旦提交了任务就不能进行任何操作。 2. 学生管理具有新增学生账号、批量生成学生账号、导入学生账号、初始化密码、初始化数据、批量删除、导出成绩等功能。 3. 班级任务管理，教师端可根据不同班级进行任务分配和取消操作，未分配的任务学生端不显示。 4. 可以针对不同班级不同学生的实训数据，选择1个或多个任务进行单个或批量初始化。 5. 具备任务和成绩两个维度的分析功能。任务分析可以查看班级每个任务应完成人数、已完成人数、完成度等数据；成绩分析以可视化图表的形式，从主观成绩、客观成绩、总成绩3个维度查看学生成绩分布图，并以列表的形式展示班级学生成绩排名和主、客观得分情况。 6. 提供能够满足速卖通平台服装网店视觉营销设计所需要的素材，包括商品图片、商品视频及商品基本信息。 7. 运费模板设置任务提供经济类、简易类、标准类、快速类四类物流选择，经济类包括菜鸟专线经济、菜鸟超级经济、中国邮政平常小包等物流方式；标准类包括e邮宝、中国邮政挂号小包、中国邮政大包、中东专线、俄罗斯专线、韩国邮政等物流方式；快速类包括EMS、DHL、Fedex IE、顺丰速运等多种物流方式。提供服装类商品运输相关资料。 8. 直通车推广模拟平台直通车推广的完整业务流程，提供服装类商品的关键词词库，包括服装类商品推荐关键词和系统推荐关键词。关键词数	
--	--	--

	量不少于 100 个。服装类商品推荐关键词显示关键词推荐理由、推广评分、竞争度、30 天热搜热度、APP 市场均价、非 APP 市场均价等数据，支持市场平均出价和自定义出价两种出价方式。 9. 提供服装类需要进行标题优化的商品，包括服装类产品图片、标题、产品分组、价格、库存、运费模版、更新时间等信息，通过编辑宝贝标题，可对服装类商品进行标题优化，结束任务后直接输出商品标题优化任务得分。 10. 提供客户服务即时沟通工具，模拟买家针对某款服装问题进行咨询。每个场景下买家数量不少于 5 个，学生根据买家咨询的问题结合服装类店铺服务信息及商品资料进行回复，系统根据内置的评分规则进行智能评价，输出该任务得分详情，包括任务得分、得分项、学生答案、系统对比结果、参考答案等信息。 11. 买家前台功能：包括用户注册、商品搜索、分类浏览、购物车管理、订单处理、支付系统、用户评价及实时客服支持，提升用户体验并优化交易流程。 12. 卖家后台管理：包括店铺管理、商品发布与编辑、订单处理、营销活动设置、数据分析、客户管理及财务报表，帮助卖家高效运营与优化销售策略。 （1）商品管理：包括商品发布功能（如标题与描述填写、类目选择、图片上传、属性设定、价格与库存管理、包装与物流信息管理），支持商品的上下架操作。媒体中心功能用于管理商品图库，商品橱窗功能则用于推广管理，设定橱窗的使用和生效期限为“当月有效”，并能统计当前	
--	---	--

	推广中及未使用的橱窗数量，以优化营销策略。 （2）交易管理：支持全面的订单管理功能，包括订单查询与状态查看、发货处理及物流订单创建。此外，系统提供订单审核、退款与纠纷处理功能，以及用户评价管理，确保交易流程的高效与透明，提升用户体验和客户满意度。 （3）物流管理：包括速卖通物流介绍（涵盖物流攻略、常用功能、热门物流线路、服务推荐及常见问题解答），以及物流中心功能（提供物流服务、地址管理和海外仓管理）。用户可设计自定义运费模板，并进行仓发管理，包括海外仓申报、运营信息和联系人管理。此外，系统支持国际小包订单跟踪，用户可通过物流订单号查询相关物流和包裹信息。 （4）店铺管理：支持设置店铺基本信息，如名称、标志，升级店铺类型及品牌管理，以增强品牌形象和优化运营效率。 （5）营销管理：涵盖全球速卖通平台的营销活动规则及金币频道商品招商规则。支持店铺活动设置，包括单品折扣、满减促销及店铺代码管理，用户可对活动列表进行管理（如开始/暂停、限购人数及折扣设置）。此外，系统可根据客户群体激活营销场景，提供触达渠道选择、高级定向筛选、营销内容设置和店铺代码选择功能，以优化营销效果。 （6）推广管理：涵盖商品推广、品牌推广和直通车推广等多种形式。商品推广分为智能投和自己投两种方式：智能投利用系统自动选择关键词和目标人群，商家只需选择商品并设置预算，即可实现高性价比的推广收益；而自己投允许商家	
--	---	--

	自主选择关键词、目标人群和投放地域，以组合搜索和推荐渠道进行精准推广。品牌推广则包括钻展推广，商家可以选择推广方式、设置投放信息以及预算和出价。直通车推广功能支持添加推广商品、选择推广方式、设置投放信息、每日预算、关键词和创意，同时可定制核心国家和人群的溢价策略。系统还支持随时开启或暂停推广计划，以便于灵活调整营销策略。 （7）联盟营销：系统提供全面的运营机制与操作指南，并包括海外联盟营销服务协议。该系统的关键功能包括单品营销计划，专注于重点商品的推广管理，允许设定独立佣金，以实现高曝光和高转化率。此外，买家权益计划通过创建联盟专属 Code，确保站外最低价，从而加速商品的售卖进程。基础佣金设置则允许商家灵活配置联盟店铺的基础佣金和各类目的佣金标准，以适应不同的营销需求和策略。通过这些功能，商家能够有效提升产品的市场竞争力和销售效率。 （8）星合短链：提供用户创建投放计划的功能，支持多种短链类型的选择，包括店铺、商品以及自定义页面。同时，用户可以选择多种投放渠道，以便于精准定位目标受众。此外，用户可添加备注信息以便于管理和追踪推广活动。系统将自动生成相应的推广链接，简化营销流程，提升链接的可追溯性和效果分析能力，帮助用户更有效地监测和优化其市场营销策略。 （9）资金管理：涵盖支付宝国际账户的全面资金监控，提供账户总额、冻结金额等关键信息，确保用户对资金流动的清晰掌握与管理。 （10）账号及认证：提供全面的账号信息、企业	
--	--	--

	信息管理，以及品牌和店铺类型申请的管理功能，确保信息的准确性与合规性。 （11）生意参谋：提供综合数据概览，涵盖实时排名的支付金额、访客数、支付买家数、浏览量及支付订单数等关键指标，帮助用户快速掌握业务动态。同时，商品排行功能展示支付榜、访客榜和收藏榜，支持用户深入分析商品表现，以优化销售策略和提升市场竞争力。 13. 供应商需提供产业数据分析能力支撑，分析平台可针对跨境电商行业进行产业分析。 （1）产业链结构分析 通过构建产业链图谱，解析产业上中下游的细分领域、节点关系及技术逻辑，识别关键岗位分布与人才需求聚集点。 ★（2）岗位需求量化分析 基于大数据挖掘岗位招聘信息，从数量、质量、结构等维度分析人才需求特征，包括学历要求、技能水平、工作经验及职业晋升路径等。 （3）供需动态预测与预警 结合产业趋势数据与院校培养数据，预测人才缺口规模及技术迭代方向，建立红黄牌预警机制。 14. 供应商需提供提供提供服装行业的岗位能力图谱。 （1）能力图谱数据导入：开发平台需兼容至少 4 种常见数据类型（数据库文件、JSON 文件、Excel 文件、TXT 文件）用于图谱构建。 （2）能力图谱数据定时抽取：能够从 MySQL、Oracle、SqlServer、达梦等主流关系数据库中抽取数据，并构建实体关系，同时支持增量数据的定时抽取。	
--	--	--

		(3) 能力图谱数据存储：能力图谱开发平台应具备图谱数据库存储功能，并内置至少 3 种图查询分析算法。 (4) 能力图谱生成展示：以可视化形式生成能力图谱，并提供网络图、层级图等至少两种展示方式。 (5) 支持将岗位能力要求与专业培养目标相关联，并实现指定实体之间的关联分析。提供完整的专业图谱文本标注、标注标签、指定实体间知识检索、关联分析的功能。 (6) 实体搜索功能：支持组合条件的实体搜索。用户可通过可视化操作构建查询条件，查询结果以关联图的形式返回。 (7) 能力图谱导出共享：支持将构建的专业能力图谱导出分享，导出格式至少包括 Pdf、Excel、JSON 中的一种。		
9	《周口化妆刷》跨境电商实务（双语版）	以河南省美妆行业的真实运营企业为背景，以仿真的跨境电商平台阿里巴巴国际站为运营环境，模拟阿里巴巴国际站卖家身份，开发完成阿里巴巴国际站选品、商品管理、物流、通关、税收筹划、海外仓管理等一系列阿里巴巴国际站平台美妆类网店运营工作流程等至少 18 个任务。开发职业情境数字化资源，制作职业岗位数字化视频资源 2 个。提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 一、系统要求 1. 支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、客观得分、主观得分、任务时长等；支持以班级为单位的不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训	1	是

	练；支持实训和考核两种模式，实训模式下学生端可自主重置任务，反复进行多次训练；考核模式下学生一旦提交了任务就不能进行任何操作。 2. 学生管理具有新增学生账号、批量生成学生账号、导入学生账号、初始化密码、初始化数据、批量删除、导出成绩等功能。 3. 班级任务管理，教师端可根据不同班级进行任务分配和取消操作，未分配的任务学生端不显示。 4. 具备任务和成绩两个维度的分析功能。任务分析可以查看班级每个任务应完成人数、已完成人数、完成度等数据；成绩分析以可视化图表的形式，从主观成绩、客观成绩、总成绩 3 个维度查看学生成绩分布图，并以列表的形式展示班级学生成绩排名和主、客观得分情况。 5、系统提供国际货代实训所需的基础数据维护功能，涵盖了海关监管条件、HS 编码、检验检疫类别、港口站点管理、产品管理、货币管理、汇率设定、板箱管理以及运输相关信息等多个核心模块。系统支持用户根据实际需求自定义新增、修改、删除相关实训参数，以确保数据的灵活性和适应性，满足国际货运与物流实训的多样化要求。 6. 实战模拟：提供真实的货物运输场景模拟，让学生在虚拟环境中进行操作和决策。包括国际海运代理、国际陆路货运代理、国际航空货运代理、报检与报关、国际集装箱及多式联运代理以及其他代理业务等。 7. 测试设置：系统提供国际货代理论知识点相关的判断题和单选题供学生作答，教师可根据需要	
--	---	--

	自定义新增或删除试题，灵活调整测试内容。 8. 案例背景：该实训系统提供多个精心挑选的真实案例背景，学生根据这些背景进行操作，等于完成了多笔货代实务。学生可以根据教师设置的实验环境，分配的角色来进行实验，通过轮流扮演进出口公司、货代公司、船公司、航空公司、铁路公司、报关行、商检局、海关等角色，演练海运、空运、铁路等出口/进口业务，实现对国际货物运输业务流程的掌握。 9. 单证练习：系统提供真实的货代单据可供学生进行参考练习，老师可以自由控制难易程度，对所有单证提示进行控制。 10. 基础数据管理：系统支持货代基础数据维护，如产品、货币、汇率、海关监管、检验检疫类别及国家管理等，教师可根据实验需求实时调整和更新相关参数信息。 二、系统功能 1. 学生可根据系统内置模块，录入美妆类选品数据，系统内置的 BI 数据分析工具，支持使用此工具可动态生成环形饼图、柱状图、折线图、饼状图、组合图、色阶地图、散点图、漏斗图、雷达图等不少于 15 种可视化图表。系统内置产品趋势图模块，学生根据图标制作数据，系统可智能打分，并直观展示评分点、学生答案、系统对比结果、参考答案。 2. 跨境电商 B2B 发货处理任务主要是以阿里巴巴国际站发货管理页面为载体，支持订单发货、发货信息填写、快递服务订单起草等操作，包括承运商选择、包裹与产品信息填写、发货与收货方式填写、收货地址填写以及预估费用核实。	
--	---	--

	3. 考核模式的班级，在测试过程中，可针对学生进行延时处理。 4. 提供美妆类产品特征数据为美妆类店铺选品提供数据支撑，包括商品名称、商品类型、评论内容、购买者国家、消费者 ID、评论时间、星级、型号、款式、功能、销量、销售额等相关数据。 5. 跨境 B2B 出口通关任务模拟跨境电商通关申报的业务流程，以跨境电商公共服务平台和中国国际贸易单一窗口为载体，内置订单详情、装箱单、商业发票、购货合同、配舱回单、出境货物通关单，支持订单申报和报关单申报。 6. 跨境电商出口税收筹划模拟跨境电商出口退税的业务流程，以中国国际贸易单一窗口为载体，支持按照出口日期、报关单单号两种方式下载报关单，自动显示报关单及发票内容匹配状态，支持数据自检，出口信息及进口信息修改，进行出口退税申报。 7. 跨境电商 B2B 物流方案设计任务提供物流查询工具，可以查询世界各国海运港口的中英文名称、所属国家/地区和所属航线，可以查询世界各国的机场中英文名称、三字简码、所属国家/地区和所属航线，可以查询 HS Code，显示具体的商品信息、税率信息以及申报要素，支持海运整箱、空运、海运拼箱三种运输方式，包含承运商、出发地、目的地、开航时间、航程、收费标准、附加费明细等信息，支持在线订舱。 8 实训成绩：系统具备智能评分功能，根据预设评分规则自动计算成绩，教师可以查看学生实训详情并进行分数调整。 9. 测验练习：学生根据国际货代相关知识要求，		
--	---	--	--

	通过答题形式完成货代测试练习，以巩固和评估其专业知识掌握情况。 10. 系统基于任务驱动，通过 3D 虚拟仿真场景模拟国际货代标准业务流程，提供沉浸式学习体验，帮助学生直观理解并掌握货代操作规范。 11. 国际海运代理实务包括以下实训内容： （1）进口业务操作：学生通过 3D 虚拟仿真场景，模拟进口流程中的海关报关与报检业务、提货及缴税操作；包括与船运公司合作的租船订舱环节；货运公司换取提单的操作；以及进口货物卸船交接过程中的到货通知单与卸船流程。 （2）出口业务操作（海关环节）：学生模拟出口业务中的海关报关与报检操作，学习如何递交相关出口材料、缴纳出口税款，并掌握相关的合规要求。 （3）船运公司操作：通过虚拟仿真，学生实践与船运公司相关的操作流程，包括签订委托代理合同、订舱委托、托运单的填写与处理、配舱回单确认与装货单的生成。 （4）货代公司及金融环节：学生通过仿真操作，掌握货代公司在出口中的信用证审核流程，同时了解保险公司、仓库管理等环节的工作内容，确保货物运输的安全性与合规性。 （5）银行与集港操作：学生模拟银行环节的信用证申请、单据制作与结汇操作，掌握如何通过银行处理货款支付，同时参与货物集港的业务流程，确保整个物流链条的流畅运作。 12. 国际陆路货运代理实务包括以下实训内容： （1）进口业务操作（铁路公司与货运代理人）：学生通过 3D 虚拟仿真场景，模拟在进口过程中	
--	--	--

	与铁路公司合作的操作流程，包括铁路运输安排与货物调度；同时，货运代理人需处理委托书的签署、费用核收与结算等相关事宜。 （2）进口海关操作与收货人交接：学生学习如何在进口过程中与海关进行报关与报检操作，确保货物符合相关法律法规要求；同时，模拟收货人接收货物并办理提货手续，完成货物的清关与交接。 （3）出口业务操作（铁路公司与货运代理人）：在出口业务中，学生模拟与铁路公司协作的流程，包括提报运输计划、组织铁路换装等操作；同时，货运代理人处理货物托运委托书、提报运输计划并生成铁路运单，确保运输信息准确传递。 （4）出口海关操作与发货人交接：学生掌握出口货物的报关与报检流程，确保出口货物符合目的地国家的海关要求；同时，发货人需处理相关合同的签署、货物托运委托书的确认与交接单证的办理。 （5）完整业务链条与文书处理：学生在仿真场景中操作整个陆路货运代理的业务链条，包括涉及各方的文书处理与沟通，确保各环节的顺利衔接与合规执行，如铁路运单、委托书、费用结算、报关报检单证等操作。 13、国际航空货运代理实务包括以下实训内容： （1）航空公司操作流程：学生通过 3D 虚拟仿真平台，模拟航空公司内各部门的操作流程。具体包括吨控部门对货物重量和体积的管理与控制、签单流程的执行、航班跟踪系统的应用，以及交接单与货物交接的操作程序，确保货物信息准确	
--	---	--

	传递并及时到达目的地。 (2) 进口代理人操作：学生在仿真场景中实践进口代理人的核心业务流程，包括代理预报的提交与确认、进口货物报关单的填写与处理、入境货物的检验检疫申请程序，以及根据货物状态生成提货通知，确保顺利完成进口环节的各项操作。 (3) 出口代理人操作：学生模拟出口代理人所涉及的各项工作流程，涵盖报价与预报的制定、报关与报检申请的处理、航空运单的填写与确认、仓位的预定以及出仓单的开具；此外，还需要掌握费用结算的流程，确保出口业务的顺利进行。 (4) 货站操作与配载方案：学生通过仿真平台了解进口与出口代理货站的操作流程。进口代理货站涉及仓储管理制度的掌握，确保货物的储存与管理合规；出口代理货站的操作则包括打印总订单号、货物标记与标签的生成，以及根据货物特点制定合理的配载方案，优化运输效率。 (5) 其他相关业务操作：学生在虚拟仿真系统中学习与其他环节相关的操作流程，如保险公司填写货物运输险投保单，海关办理进出口货物的报关与报检手续，发货人准备并提交相关单证，以及收货人根据提货通知支付费用并提取货物。 14、国际集装箱及多式联运代理实务包括以下实训内容： (1) 货代公司操作流程：学生通过 3D 虚拟仿真场景，模拟货代公司在集装箱及多式联运中的各项操作，包括签订运输合同、办理设备交接单与场站收据的管理，生成并确认装货单，签发提单，		
--	--	--	--

	以及启动运输流程。通过这一系列操作，学生掌握货代公司在国际货物运输中的核心业务环节。 （2）海关与船运公司流程：在仿真场景中，学生了解中国海关在保税运输中的相关操作，包括保税货物的申报与监管流程。同时，学生模拟与船运公司协调制定运输计划，安排船舶的运力分配与航线规划，确保货物的顺利装运。 （3）码头与堆场操作：学生在虚拟环境中实践码头的装卸作业，生成并审核装箱单，确保货物在港口的准确装载；同时，学生还需模拟堆场操作，包括签字交接的流程，提交空箱单的管理，确保空集装箱的及时调配和管理。 （4）保险公司及风险管理：学生学习保险公司在国际集装箱及多式联运中的作用，包括填写货物运输险投保单、评估运输风险、以及根据货物性质和运输方式提供相应的保险服务，确保运输过程中的货物安全得到保障。 15、报关与报检实务包括以下实训内容： （1）报检委托与报检操作：学生通过 3D 虚拟仿真平台，模拟报检流程，首先填写报检委托书，并根据实际业务需求，进行进出口货物的报检操作。学生将具体操作包括填写《出入境货物检验申请表》，学习如何申请货物检验，并了解不同类型货物的报检要求，掌握报检环节中涉及的合规与流程要点。 （2）报关业务操作：在仿真系统中，学生将体验进出口报关的完整流程。通过填写《进口货物报关单》进行进口货物报关操作，学习如何核对相关单证与证书，确保申报数据的准确性与合规性。此外，学生还需要查看与报关相关的所有单	
--	--	--

	证及证书，理解其在报关流程中的重要作用，并进行有效管理和归档。 （3）货物运输条件鉴定与单证管理：学生将学习如何填写《货物运输条件鉴定单》，以确认货物在运输过程中的特殊要求和条件，确保其符合运输与安全标准。同时，学生将操作管理所有相关单证，包括运输、检验与报关所需的证书，了解如何确保单证的完整性、有效性与合规性，确保货物顺利通关并符合相关监管要求。 （4）单一窗口：系统为学生提供了一个集成化的单一窗口平台，支持其进行进出口报关及报检业务的全流程操作。 16、其他代理业务与 HS 编码查询：掌握国际货代的基本理论与业务流程，熟悉各类代理服务，能够准确查询和应用 HS 编码，以确保货物的正确分类、清关及相关合规手续。 三、供应商需提供产业数据分析能力支撑，分析平台可针对跨境电商行业进行产业分析。 （1）产业链结构分析 通过构建产业链图谱，解析产业上中下游的细分领域、节点关系及技术逻辑，识别关键岗位分布与人才需求聚集点。 （2）岗位需求量化分析 基于大数据挖掘岗位招聘信息，从数量、质量、结构等维度分析人才需求特征，包括学历要求、技能水平、工作经验及职业晋升路径等。 （3）供需动态预测与预警 结合产业趋势数据与院校培养数据，预测人才缺口规模及技术迭代方向，建立红黄牌预警机制。 四、供应商需提供提供提供美妆行业岗位能力图	
--	--	--

		谱。 (1) 能力图谱数据导入：开发平台需兼容至少 4 种常见数据类型（数据库文件、JSON 文件、Excel 文件、TXT 文件）用于图谱构建。 (2) 能力图谱数据定时抽取：能够从 MySQL、Oracle、SqlServer、达梦等主流关系数据库中抽取数据，并构建实体关系，同时支持增量数据的定时抽取。 (3) 能力图谱数据存储：能力图谱开发平台应具备图数据库存储功能，并内置至少 3 种图查询分析算法。 ★(4) 能力图谱生成展示：以可视化形式生成能力图谱，并提供网络图、层级图等至少两种展示方式。 (5) 支持将岗位能力要求与专业培养目标相关联，并实现指定实体之间的关联分析。提供完整的专业图谱文本标注、标注标签、指定实体间知识检索、关联分析的功能。 (6) 实体搜索功能：支持组合条件的实体搜索。用户可通过可视化操作构建查询条件，查询结果以关联图的形式返回。 (7) 能力图谱导出共享：支持将构建的专业能力图谱导出分享，导出格式至少包括 Pdf、Excel、JSON 中的一种。		
10	《许昌假发》跨境电商实务（双	以河南省假发行业真实运营企业为背景，以仿真的跨境电商速卖通平台为运营环境，模拟速卖通平台卖家身份，开发完成速卖通平台假发类网店开设、网店视觉设计、商品发布与管理、速卖通站内营销与推广、日常订单处理、速卖通平台客户服务与关系维护、网店运营数据分析等一系列	<u>1</u>	<u>是</u>

	语版)	速卖通平台假发类网店运营工作流程等至少 18 个任务。开发职业情境数字化资源，制作职业岗位数字化视频资源 2 个。提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 一、系统要求 1. 支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、客观得分、主观得分、任务时长等；支持以班级为单位的不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训练；支持实训和考核两种模式，实训模式下学生端可自主重置任务，反复进行多次训练；考核模式下学生一旦提交了任务就不能进行任何操作。 2. 学生管理具有新增学生账号、批量生成学生账号、导入学生账号、初始化密码、初始化数据、批量删除、导出成绩等功能。 3. 对于考核班级可以设置考核时间，并能进行延时设置。 4. 综合商品与订单管理：系统提供全面的商品设置和订单追踪功能，商家可以高效管理商品信息、库存状态及订单处理，确保前端用户体验流畅，提升运营效率。 5. 精准财务与销售分析：通过详细的财务统计与销售趋势分析，系统帮助商家评估盈利状况、优化库存管理，并通过数据预测销售，支持精确的财务规划和策略调整。 6. 市场调研与竞争分析：系统提供灵活的市场调查工具和竞价分析功能，商家可以通过数据采集与 SWOT 分析洞察市场动态、了解消费者需求，优化产品定价与推广策略。 7. 智能决策支持系统：通过数据驱动的市场营销		
--	-----	---	--	--

	模拟和决策分析，系统为商家提供量化的策略评估，助力在不同市场条件下优化营销方案和提升整体竞争力。 二、系统功能 1. 支持学生根据任务进度情况，显示未开始、进行中、已完成等真实任务状态。训练模式下支持学生完成任务提交后，可以查看除装修之外的所有客观任务的得分明细，可自行初始化任务数据，反复进行训练。考核班级的学生完成任务提交后，不显示任务成绩且不允许再进行任务操作。 2. 提供假发类网店数据化选品所需的数据，包括 200 条假发市场订单数据。市场订单数据应包括竞争者公司名称、订单编号、商品名称、商品类型、订单日期、订单年份、订单季度、订单天数、订单类型、商品单价、优惠金额、销量、销售额、成本、利润率、海外仓费用、运费、消费者 ID、运送国家、消费者消费能力、消费者类型、年龄、性别等数据。 3. 学生任务页面直观展示每个任务的状态，进行中、未开始、已完成，可按照任务状态进行查询和展示。 4. 运费模板设置任务提供假发类商品运输相关资料。 5. 直通车推广模拟平台直通车推广的完整业务流程，提供假发类商品的关键词词库，包括假发类商品推荐关键词和系统推荐关键词，关键词数量不少于 100 个。假发类商品推荐关键词显示关键词推荐理由、推广评分、竞争度、30 天热搜热度、APP 市场均价、非 APP 市场均价等数据，支	
--	--	--

	持市场平均出价和自定义出价两种出价方式。 6、财务统计与年度报表：通过图表和数字形式，系统提供详细的财务统计功能，包括店铺每月的毛利润、成本、盈利等。年度账单分析帮助商家评估店铺的财务健康状况，识别出收入、支出及盈利趋势，辅助商家制定合理的财务规划和策略。 7、市场调查与数据采集：系统提供灵活的市场调查工具，商家可以设计和发布问卷调查，并通过不同方式（如随机抽样、等距抽样等）收集真实人群的反馈数据。调查形式包括个人调查、电话调查和互联网调查等，支持自定义抽样方式。调查数据经过分析后生成详尽的报告，帮助商家了解市场现状及发展趋势，制定科学决策。 8、商品销售与趋势分析：通过对商城内商品的访问数据和交易情况进行统计分析，系统可以为商家提供详细的商品销售情况报告，包括销量排行、销售转化率、销售趋势预测等。此外，系统支持对未来销量的预测，帮助商家优化库存和供应链管理。 9、商品促销管理功能：支持对商品促销活动的启动与结束进行操作，便于灵活调整促销周期和策略。 10、地域购买力与市场分布分析：系统提供地域购买力分析，基于省份、城市等地域的购买数据，帮助商家了解不同区域的市场需求强度。通过对各城市和省份购买力度的排名分析，商家可以针对性地进行市场定位和推广，提高特定区域的销售效果。 11、同类商品竞价与市场竞争分析：系统通过比	
--	---	--

	较同类商品的价格和销售数据，为商家提供竞价分析。通过对不同商铺下相似商品的价格和销售策略的对比，商家可以评估自己商品的市场定位，进行价格优化，提高竞争力。 12、SWOT 与市场细分分析：系统提供 SWOT 分析工具，帮助商家识别自身的优势、劣势、机会与威胁，并根据这些分析结果指导市场拓展和业务决策。同时，系统支持市场细分分析，帮助商家精确识别不同消费群体的需求，为营销策略提供依据。 13、市场营销策略与决策支持：商家可以在系统中模拟市场营销决策，执行不同的营销策略（如 4P 模型：产品、价格、地点、促销；4C 模型：消费者、成本、便利、沟通）。系统基于市场开拓度、市场份额、销售额、利润率等指标，评估不同策略的效果，帮助商家优化营销方案，提升整体销售业绩。 三、供应商需提供产业数据分析能力支撑，分析平台可针对跨境电商行业进行产业分析。 （1）产业链结构分析 通过构建产业链图谱，解析产业上中下游的细分领域、节点关系及技术逻辑，识别关键岗位分布与人才需求聚集点。 （2）岗位需求量化分析 基于大数据挖掘岗位招聘信息，从数量、质量、结构等维度分析人才需求特征，包括学历要求、技能水平、工作经验及职业晋升路径等。 （3）供需动态预测与预警 结合产业趋势数据与院校培养数据，预测人才缺口规模及技术迭代方向，建立红黄牌预警机制。	
--	--	--

		四、供应商需提供提供提供假发行业岗位能力图谱。 （1）能力图谱数据导入：开发平台需兼容至少 4 种常见数据类型（数据库文件、JSON 文件、Excel 文件、TXT 文件）用于图谱构建。 （2）能力图谱数据定时抽取：能够从 MySQL、Oracle、SqlServer、达梦等主流关系数据库中抽取数据，并构建实体关系，同时支持增量数据的定时抽取。 （3）能力图谱数据存储：能力图谱开发平台应具备图数据库存储功能，并内置至少 3 种图查询分析算法。 （4）能力图谱生成展示：以可视化形式生成能力图谱，并提供网络图、层级图等至少两种展示方式。 ★（5）支持将岗位能力要求与专业培养目标相关联，并实现指定实体之间的关联分析。提供完整的专业图谱文本标注、标注标签、指定实体间知识检索、关联分析的功能。 （6）实体搜索功能：支持组合条件的实体搜索。用户可通过可视化操作构建查询条件，查询结果以关联图的形式返回。 （7）能力图谱导出共享：支持将构建的专业能力图谱导出分享，导出格式至少包括 Pdf、Excel、JSON 中的一种。		
11	《洛 阳 铁 皮 柜》 跨 境 电 商	以河南省办公用品行业真实运营企业为背景，以仿真的跨境电商平台为运营环境，模拟跨境平台卖家身份，开发完成跨境平台办公用品类网店账号注册、网店基本信息设置、商品发布、营销活动设置、跨境平台站内营销推广、日常订单处理	1	是

实 务 (双 语版)	等一系列跨境平台办公用品类网店运营工作流程等至少 18 个任务。开发职业情境数字化资源，制作职业岗位数字化视频资源 2 个。提供双语任务操作页面，支持中文和英文两种语言的实训任务练习。 一、系统要求 1、系统提供丰富的店铺模板，学生可自由定制设计和装修网店，打造独特的视觉风格和品牌形象，以吸引更多消费者,增强用户黏性和购物体验。 2、在线客服系统提供实时沟通工具，学生可通过该平台与客户进行即时交流，快速响应咨询和问题，提升服务质量和用户体验。 3、系统集成虚拟支付功能，支持用户在线充值和消费,确保交易的安全与便捷,满足现代消费者对高效购物体验的需求，进一步推动电子商务的发展。 二、系统功能 1. 支持完整的教学过程管理功能，包括班级管理、学生管理、任务管理、学情分析、客观得分、主观得分、任务时长等；支持以班级为单位的不同实训类目自由切换，每个实训任务可以反复训练。 2. 班级任务管理支持针对不同班级开放不同的实训任务，支持针对班级进行批量分配任务、批量取消分配、取消分配等操作，支持通过任务分配状态、任务标题进行任务快速搜索。 3. 考核模式下具有批量延时、一键延时功能，支持按照班级、状态、用户名进行快速查询，可针对学生用户进行延时时间设置操作。	
----------------------------	---	--

	4. 学情分析提供任务分析、成绩分析两个分析维度，任务分析以班级为单位，采用可视化图表的方式展示每个任务的应完成人数、已完成人数、完成度、最高分、最低分、平均分、不同分数区间人数等。成绩分析以班级为单位，采用可视化图表的方式展示学生成绩分布、学生成绩排名等信息。 5. 具有商品变体发布和商品跟卖功能，能进行办公用品（变体）发布和办公用品跟卖。 6. 能进行办公用品 Prime 专享折扣设置，在专享折扣活动设置页面可输入折扣详情，添加商品详情，进行活动商品 sku、折扣类型、Prime 折扣、最低价格等信息的设置。 7. 提供跨境办公用品推广方案，根据推广方案创建广告活动，广告组基本信息、竞价策略等内容设置。 8. 办公用品日常订单处理包括自发货订单处理、FBA 订单处理、订单退换货处理三种，自发货订单提供订单发货界面，包括订单日期、订单详情、商品图片、商品名称、买家选项、订单状态等信息，能进行确认发货、配送服务填写、承运人信息填写、快递单号输入等操作。 9. 办公用品 FBA 订单处理操作页面显示商品状态、商品图片、SKU 状况、商品名称、创建日期、可售数量、每件售出商品的预计费用、价格（+配送费）、最低价（+配送费）等信息，可进行编辑、转化为跨境配送、转换并发送库存、添加危险品信息、创建货件计划等操作。 10. 办公用品订单退货处理操作页面显示退货商品图片、退货原因、退货数量、买家说明等信息，	
--	--	--

	可进行全额退款、部分退款操作。 11.（1）商品管理：支持用户发布和管理商品信息，包括商品名称、品牌、价格、型号、类型、颜色、运费及图片上传，支持添加、删除和修改等操作，确保商品信息的准确性与时效性。 （2）店铺装修：系统提供不低于 2 套设计模板，允许学生灵活选择并个性化装饰，以增强店铺的视觉吸引力和用户体验，助力品牌形象建设。 （3）直通车推广：支持关键字的添加与竞价设置，用户可设定每日限额、目标人群及相关用户数量，并灵活开启或关闭推广功能。系统提供竞争分析，包括每日搜索和点击数量，帮助用户评估市场表现。同时，用户可查看详细推广数据，如每日搜索量、点击量、日期、转化率及推广费用，助力优化广告投放策略和提升投资回报率。 ★（4）钻展推广：支持用户添加关键字并设置竞价，支持每日预算限额、目标人群及相关用户数量的设定，且可随时开启或关闭推广活动。系统提供全面的竞争分析，包括日搜索量和点击量，以评估广告效果。此外，用户能够查看详细的推广数据，如每日搜索与点击数量、日期、转化率及推广费用，帮助用户优化广告策略，实现更高的投放效益。 （5）订单管理：提供订单编号及详细信息查看功能，支持对订单状态（待支付、已付款、待收货、待评价）进行全面管理，确保订单处理的高效性与准确性。 （6）在线支付与结算：支持实时在线支付及结算功能，学生可模拟支付和收款操作，增强实际操作能力与财务管理意识。		
--	--	--	--

	（7）账户管理：支持个人账户充值功能，并提供昨日收支统计、成交金额及成交笔数分析，帮助用户全面了解账户状态与交易记录。 （8）广告管理：支持设置首页轮播图及广告，并通过竞价系统确定展示优先级，出价较高的广告将优先显示在首页，提升曝光率和点击率。 12. 供应商需提供产业数据分析能力支撑，分析平台可针对跨境电商行业进行产业分析。 （1）产业链结构分析 通过构建产业链图谱，解析产业上中下游的细分领域、节点关系及技术逻辑，识别关键岗位分布与人才需求聚集点。 （2）岗位需求量化分析 基于大数据挖掘岗位招聘信息，从数量、质量、结构等维度分析人才需求特征，包括学历要求、技能水平、工作经验及职业晋升路径等。 （3）供需动态预测与预警 结合产业趋势数据与院校培养数据，预测人才缺口规模及技术迭代方向，建立红黄牌预警机制。 13. 供应商需提供办公用品行业岗位能力图谱。 （1）能力图谱数据导入：开发平台需兼容至少 4 种常见数据类型（数据库文件、JSON 文件、Excel 文件、TXT 文件）用于图谱构建。 （2）能力图谱数据定时抽取：能够从 MySQL、Oracle、SqlServer、达梦等主流关系数据库中抽取数据，并构建实体关系，同时支持增量数据的定时抽取。 （3）能力图谱数据存储：能力图谱开发平台应具备图数据库存储功能，并内置至少 3 种图查询分析算法。	
--	---	--

	(4) 能力图谱生成展示：以可视化形式生成能力图谱，并提供网络图、层级图等至少两种展示方式。 (5) 支持将岗位能力要求与专业培养目标相关联，并实现指定实体之间的关联分析。提供完整的专业图谱文本标注、标注标签、指定实体间知识检索、关联分析的功能。 (6) 实体搜索功能：支持组合条件的实体搜索。用户可通过可视化操作构建查询条件，查询结果以关联图的形式返回。 (7) 能力图谱导出共享：支持将构建的专业能力图谱导出分享，导出格式至少包括 Pdf、Excel、JSON 中的一种。		
--	--	--	--

二、售后服务及其他：

售后服务内容：（1）中标方在工作时间内随时为采购方以电话、传真、电子邮件方式免费提供所购买产品的服务与技术支持维护，软件系统常见故障应及时解决。（2）如遇软件升级，中标方须提供从合同签订开始 5 年内免费升级支持。（3）自验收合格并开始使用之日起 30 天内，如遇采购方要求的不影响软件产品界面统一性、通用性而作的必要的更改，中标方免费提供修改支持。（4）中标方对系统提供终身技术支持。（5）中标方须免费对采购方操作人员进行软件培训。

其他要求：质保期内，每年完成 10% 的资源更新。中标方在质保期内容，推广资源库注册人数到 23000 人。

注：

- 1) 供应商须保证所提供证明材料真实有效，若因提供虚假材料所造成的风险供应商自行承担。
- 2) 供应商所提供的证明材料需清晰可见，对于模糊不清无法辨认的，磋商评审小组有权不予认可，由此造成的一切风险供应商自行承担。
- 3) 任何虚假指标响应一经发现即作废标，供应商必须承担由此给采购人带来的一切经济损失和其它相关责任。

注：以上所有内容必须在磋商文件第六章磋商响应文件格式“技术规格偏差表”中逐条应答，并按要求提供相应的证明材料，否则视为该项不满足，由此产生的责任供应商自行承担。

第六部分 磋商响应文件格式及内容

（项目名称）项目

响 应 文 件

项目编号：豫财磋商采购-2025-514

供 应 商：_____（盖企业电子签章）

法定代表人：_____（电子签章）

年 月 日

目录（自拟）

一、磋商响应书格式

致：河南经贸职业学院

经详细研究你们的项目编号为_____的竞争性磋商采购文件，我们决定参加该项目磋商活动，我们郑重声明以下诸点并负法律责任：

- 1、我方授权_____（姓名）作为全权代表负责解释磋商响应文件及处理有关事宜。
- 2、我方愿按照竞争性磋商采购文件中的条款和要求，响应总报价为_____ 元。
- 3、如果我们的磋商响应文件被接受，我们将履行竞争性磋商采购文件中规定的各项要求，按期、按质、按量完成承包范围内应尽的义务。
- 4、我们同意按竞争性磋商采购文件中的规定，本磋商响应文件的有效期为竞争性磋商响应文件递交截止日起 60 天。如果成为成交单位，有效期延长至合同终止日止。
- 5、我们愿提供采购人在竞争性磋商采购文件中要求的所有文件资料。
- 6、我们承认你们有权决定成交供应商的权力，承认最低报价是成交的一项选择，但不是唯一标准。
- 9、我们已经详细审核了全部竞争性磋商采购文件，包括修改、补充的文件（如果有的话）和参考资料及有关附件，我们完全理解、并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
- 8、若我方成为成交单位，我方保证按照有关规定向采购代理机构交纳代理服务费。
- 9、我们愿按民法典履行自己的全部责任。

供应商：（盖企业电子签章）

法定代表人：（电子签章）

供应商地址：

联系电话：

日 期：年 月 日

二、供应商报价

2.1 竞争性磋商报价一览表

项目名称	
磋商范围	《跨境电子商务基础》、《跨境电商运营》、《选品管理》等课程建设与升级，平台建设（具体参数要求详见竞争性磋商文件）
磋商总报价	大写： 小写：
交货期	
质量要求	符合国家或行业规定的合格标准以及采购人提出的技术标准及要求
质保期	
磋商有效期	自竞争性磋商响应文件递交截止日起60天
其他声明	

注：1、本汇总表必须按要求认真填写，不得缺项。

2、成交价=磋商总价

3、 供应商报价不得超过采购人发布最高限价数额，否则视为无效响应。

供应商：_____（盖企业电子签章）

日期： 年 月 日

2.2、货物分项报价表

单位：元/人民币

序号	名称	品牌	型号	产地	单位	数量	单价	合计
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
....								
.....								
.....								
总报价：								

备注：最终报价根据货物分项报价表按照比例折扣

供应商：_____（盖企业电子签章）

日期：____年____月____日

三、法定代表人身份证明及授权委托书

3.1 法定代表人身份证明及授权委托书

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：_____（盖企业电子签章）

年 月 日

注：后附法定代表人身份证明复印件

3.2 授权委托书

本人____（姓名）系____（供应商名称）的法定代表人，现委托（姓 名）
身份证号：_____联系电话：_____为我方代理人。代理人根据授权，
以我方名义签署、澄清、说明、补正、递交、撤回、修改（项目名称）的响应文件、签订合同和处理
有关事宜，其法律后果由我方承担。

委托期限：

代理人无转委托权。

供应商： _____（盖企业电子签章）

法定代表人： _____（电子签章）

年 月 日

注：后附委托人身份证复印

四、资格证明文件

按竞争性磋商文件要求提供资格证明文件，响应文件中附相关证件：

- 1、具有独立承担民事责任的能力（提供有效的营业执照或事业单位法人证书或执业许可证等）；

2、具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度（提供供应商 2024 年度经会计师事务所或审计机构审计的年度财务审计报告。参考《财政部关于注册会计师在审计报告上签名盖章有关问题的通知》（财会【2001】1035 号）规定，审计报告应当由两名具备相关业务资格的注册会计师签名盖章并经会计师事务所盖章方为有效。（如成立不足一年的，按实际提供或提供基本开户银行出具的资信证明。）

3、具有履行合同所必需的设备和专业技术能力的承诺书

本公司郑重承诺，本公司具有履行合同所必需的设备和专业技术能力。

本公司对上述承诺的真实性负责。如有虚假，将依政府采购相关法律法规承担相应责任。

供应商：____（盖企业电子签章）

年 月 日

1) 履行合同所必须的主要设备、工具

序号	名称	数量	用途	备注
1				
2				
3				

2) 履行合同所必须的主要技术人员[本表后附相关职称或职业资格证书扫描件（如有）]

序号	姓名	职称或职业资格（如有）	工作职责	备注
1				
2				
3				

4、依法缴纳税收和社会保障金的相关证明材料（提供企业 2024 年 1 月以来任意一个月企业依法缴纳税收证明和社保证明材料）；

注：1. 税收证明材料主要指参加政府采购活动前一段时间内缴纳增值税、企业所得税等相关凭据。

2. 缴纳社会保障资金的证明（可以是银行扣款回单、专用收据或社保部门开具的票据）。

3. 依法免税或不需要缴纳社会保障资金的服务商，应提供相应文件证明；

4. 依法缴纳的税收和社保证明材料日期以供应商所提供的证明材料凭证上标注的所属日期为准。

5、参加政府采购活动近三年内，在经营活动中没有重大的违法记录承诺函

本公司郑重声明：

_____(单位名称)_____在参加本项目（编号）政府采购活动前 3 年内的在经营活动中
没有重大的违法记录。

本公司对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

特此声明！

供应商名称：_____（盖企业电子签章）

日 期：

6、根据财政部《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）要求，被列入“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）“重大税收违法失信主体”、“中国执行信息公开网”网站“失信被执行人”和中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）“政府采购严重违法失信行为记录名单”栏目中有失信等负面信息的潜在供应商，将拒绝其参加本项目采购活动。

【采购人、采购代理机构将通过“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）、“中国执行信息公开网”网站（<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>）、中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）等渠道查询相关主体信用记录,信用信息查询记录及相关证据与其他采购文件一并保存。

备注：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）文的要求。

（2）查询时间及内容：采购人或采购代理机构将在递交响应文件截止时间后至评审结束前的期间内通过“信用中国”网站查询供应商“重大税收违法失信主体”，在“中国执行信息公开网”网站查询供应商“失信被执行人”，在“中国政府采购网”站查询供应商“政府采购严重违法失信行为记录名单”；供应商存在不良信用记录的，其响应文件将被作为无效处理投标将被拒绝。

（2）信用信息查询记录及相关证据与其他采购文件一并保存。

（3）使用规则：供应商不良信用记录以采购人或采购代理机构查询结果为准，采购人查询之后，网站信息发生的任何变更均不再作为评审依据，供应商自行提供的与网站信息不一致的其他证明材料亦不作为评审依据。

7、单位负责人为同一人或者存在控股、管理关系的不同单位，不得同时参加投标；法定代表人为同一个人的两个以上法人，母公司、全资子公司及存在控股关系的公司不得同时参加同一项目的投标【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并加盖公章（需包含公司基本信息、股东信息及股权变更信息）】。

五、技术要求偏差表

序号	设备或产品名称或条 款号	技术参数及要求		偏差 (有或 无)	描述(若有偏 差, 须描述)	备注: 参数证明 材料对应的页码 如: 页至 页)
		竞争性磋商文 件	响应文件			
1	设备或产品名称					
						
2	设备或产品名称					
						
						

注:

1、供应商应对照竞争性磋商文件第五部分“技术参数及相关要求”，逐条说明所提供货物是否已对磋商文件的技术规格做出了实质性的响应，并申明与技术规格条文的偏差和例外。

2、对有具体参数要求的指标，供应商必须提供所投货物的具体参数值。供应商若所报技术参数指标优于磋商文件技术要求，须提供优于磋商文件所对应的技术参数的技术证明文件

3、后附第五部分“技术参数及相关要求”中提供的证明文件，并标注证明文件所对应的页码。

供应商：_____（盖企业电子签章）

法定代表人或授权代表人：_____（签字或电子签章）

____年____月____日

六、货物产品规格一览表

序号	设备名称	品牌	型号	规格参数	原产地	备注

供应商：_____（盖企业电子签章）

日期：_____年_____月_____日

七、“评标办法”中要求的需提供的材料

1) 供应商具有有效的环境体系认证证书、质量体系认证证书、职业健康安全管理体系认证证书;

注: (响应文件中附扫描件及证书网上查询截图, 并加盖供应商公章, 具体要求详见评分办法)。

2) 业绩证明材料

企业业绩表

项目时间	采购人	项目主要内容	合同金额	采购人联系人及联系方式	备注

每单份合同内容要求如下:

完整的业绩=合同+中标(成交)通知书+中标(成交)公告截图+验收报告 (具体要求详见评分办法)。

2) 供货、安装、调试方案

(格式自拟)

3) 服务承诺

(格式自拟)

七、其他资料

7.1 磋商承诺函

致：_____（代理机构）

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（项目编号、采购人名称、项目名称）磋商过程中，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，不提供虚假材料，不用不正当的手段骗取中标。

2、在规定的开标时间后，在磋商有效期内我公司保证不撤回磋商响应文件。

3、如果我公司中标，我公司承诺在成交通知书发出之日起 7 天内向河南豫信有限招标有限责任公司交纳足额的招标代理服务费。若没有按时足额缴纳招标代理服务费，每逾期一日，我方按照招标代理服务费的千分之一支付违约金；同时，承担河南豫信有限招标有限责任公司因追索招标代理服务费而支付的诉讼费、律师代理费、差旅费等一切费用。

4、如果我公司中标，我公司将严格按照磋商文件和响应文件的要求，在规定时间内签订合同并履行合同，在签订合同时不向采购人提出附加条件。

特此承诺

承诺方法定名称：_____（盖企业电子签章）

承诺日期：_____

7.2 成交服务费承诺书

致：_____（代理机构）

我们在贵公司组织的_____项目磋商项目中若获成交资格（磋商文件编号：_____），我们保证在领取成交通知书的同时按磋商文件的规定，以现金、支票、汇款等形式，向贵公司一次性支付应该缴纳的招标代理费用。

特此承诺！

承诺方法定名称：_____（盖企业电子签章）

地址：_____

电话：_____ 传真：_____

邮编：_____

承诺方授权代表签字或盖章：_____

承诺日期：_____

7.3 供应商认为其他必要的内容或证明材料

重 要 提 示

1、供应商在制作响应文件时应严格按照本项目竞争性磋商文件的所有格式如实填写（不涉及的内容除外），不应存在漏项或缺项。否则将存在拒标的风险。

2、竞争性磋商文件所要求响应文件所包含的全部资料（如报价表、资格证明文件等内容）应全部制作装订在响应文件内，响应文件以外的任何资料采购人和招标代理机构将拒收。

八、落实政府采购政策

（注：如不涉及此类内容可不提供以下相关材料）

（提醒：供应商所投产品的制造商不符合以下采购政策认定标准的，则不需要提供；否则，因此导致虚假投标的后果由供应商自行承担）

(附件 1) 节能产品、环境标志产品明细表

节能产品明细表

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

法定代表人或被授权人（签字或盖章）：

供应商：_____（盖企业电子签章）

日期：

环境标志产品明细表

序号	设备名称	品牌型号	制造商名称	中国环境标志认证证书编号	认证证书有效截止日期	在环保清单品目中的页码	数量	单价	总价

法定代表人或被授权人（签字或盖章）：

供应商：_____（盖企业电子签章）

日期：

填报要求：

- 1. 本表的设备名称、品牌型号、金额应与货物分项报价一览表一致。
- 4. 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。
- 5. 没有相关产品可不提供本表。

(附件 2) 小型、微型(监狱、残疾人福利性单位)企业产品明细表

单位: 元

序号	设备名称	品牌型号规格	制造商名称	制造商类型(填小型/微型/监狱/残疾人福利性单位)	数量	单价	金额合计
小型微型(监狱、残疾人福利性单位)企业产品金额总计_____元							

() 供应商系小型微型(监狱、残疾人福利性单位)企业,且提供本企业生产制造的产品。(填是或否)

() 供应商提供其它小型微型(监狱、残疾人福利性单位)企业生产制造的产品。(填是或否)

供应商: _____ (盖企业电子签章)

法定代表人或其委托代理人: _____ (签字或盖章)

_____年_____月_____日

注:

1. 本表所列产品与货物分项报价一览表中的小型微型(监狱)企业生产的产品、报价应一一对应。**特别说明:上表所列产品应当不包括中型企业生产的产品。**

2. 供应商应如实填写本表,如内容不全或计算错误、或与投标报价明细表(指小型、微型、监狱、残疾人福利性企业产品)相互矛盾的,将整体不予价格扣除。

3. 根据财政部司法部发布的《关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》(财库〔2016〕68号)和财政部民政部中国残疾人联合会《关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》(财库〔2017〕141号)规定,本项目招标对监狱和残疾人福利性企业生产的产品价格给予10%的扣除。监狱企业作为供应商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,否则不予认定。残疾人福利性企业作为供应商须符合财库〔2017〕141号文件要求的条件,并出具《残疾人福利性单位声明函》,否则,不予认定。

4. 相关证明材料附在本表后。

5. 供应商应按本表“列”的内容要求逐项认真填报,因填报不完整而引起的投标风险,由供应商承担。

注:可根据需要自行增减表格行数,没有相关产品可不填此表。

(提醒:如果供应商所投产品的制造商不符合小型微型企业认定标准的,则不需要提供本表。否则,因此导致虚假投标的后果由供应商自行承担。)

（附件3）中小企业声明函（货物）

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

1. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）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（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（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：_____（盖企业电子签章）

日 期：

注：中标人本声明函随中标结果同时公布，接受其他供应商和社会监督。

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：（盖企业电子签章）

日 期：

（提醒：如果供应商所投产品制造商不是残疾人福利性单位，则不需要提供《残疾人福利性单位声明函》。否则，因此导致虚假投标的后果由供应商自行承担。）

《财政部民政部中国残疾人联合会关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定：

1. 享受政府采购支持政策的残疾人福利性单位应当同时满足以下条件：

- （1）安置的残疾人占本单位在职职工人数的比例不低于 25%（含 25%），并且安置的残疾人人数不少于 10 人（含 10 人）；
- （2）依法与安置的每位残疾人签订了一年以上（含一年）的劳动合同或服务协议；
- （3）为安置的每位残疾人按月足额缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险费；
- （4）通过银行等金融机构向安置的每位残疾人，按月支付了不低于单位所在区县适用的经省级人民政府批准的月最低工资标准的工资；
- （5）提供本单位制造的货物、承担的工程或者服务（以下简称产品），或者提供其他残疾人福利性单位制造的货物（不包括使用非残疾人福利性单位注册商标的货物）。

2. 中标人为残疾人福利性单位的，采购人或者其委托的采购代理机构应当随中标、中标结果同时公告其《残疾人福利性单位声明函》，接受社会监督。

供应商所投设备厂家为监狱企业作的，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

(如不涉及此类产品可不提供)

（附件4）所投产品符合国家强制性要求承诺函

（如不涉及此类产品可不提供）

1. 供应商所投产品涉及有属国家强制性规定的，须同时承诺其所投产品符合国家强制性要求：如（CCC 认证，承诺函格式自拟）。

2. 同时提供强制性认证证书（CCC）、节能认证证书扫描件。

供应商名称：_____（盖企业电子签章）

日 期：____年____月____日

（附件 5）信息安全产品强制性认证

（如不涉及此类产品可不提供）

如供应商所投产品被列入《网络关键设备和网络安全专用产品目录》，供应商不能提供超出此目录范畴外的替代品并须在投标文件（响应文件）中提供：

①中国信息安全认证中心官网（<http://www.isccc.gov.cn/index.shtml>）产品查询结果截图并加盖投标人公章；

②中国信息安全认证中心颁发的《中国国家信息安全产品认证证书》的原件扫描件（或图片）并加盖供应商公章。

注：仅需提供序号①～②其中之一即可。

附件：品目清单（此项仅供评标参考）

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》（GB 28380）
		★A02010105 便携式计算机		《微型计算机能效限定值及能效等级》（GB 28380）
		★A02010107 平板式微型计算机		《微型计算机能效限定值及能效等级》（GB 28380）
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》（GB 21521）
			★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》（GB 21521）
			★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》（GB 21521）
		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》（GB 21520）
		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》（GB 32028）
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》（GB 21521）
5	A020519 泵	A02051901 离心泵		《清水离心泵能效限定值及节能评价值》（GB 19762）
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》（GB 19577），《低环境温度空气源热泵（冷水）机组能效限定值及能效等级》（GB 37480）
			水源热泵机组	《水（地）源热泵机组能效限定值及能效等级》（GB 30721）

			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》(GB 29540)
		★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》(GB 21454)
			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》(GB 19576)《风管送风式空调机组能效限定值及能效等级》(GB 37479)
		★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》(GB 19576)
		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/T 7190.1); 《机械通风冷却塔 第2部分:大型开式冷却塔》(GB/T 7190.2)
7	A020601 电机			《中小型三相异步电动机能效限定值及能效等级》(GB 18613)
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》(GB 20052)
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》(GB 17896)
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》(GB 21455-2013),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》(GB 21454)
			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》(GB 19576)《风管送风式空调机组能效限定值及能效等级》(GB 37479)
		A0206180301 洗衣机		《电动洗衣机能效水效限定值及等级》(GB 12021.4)

		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》（GB 21519）
			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》（GB 20665）
			热泵热水器	《热泵热水机（器）能效限定值及能效等级》（GB 29541）
			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》（GB 26969）
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》（GB 19043）
		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》（GB 37478）
		LED 筒灯		《室内照明用 LED 产品能效限定值及能效等级》（GB 30255）
		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》（GB 30255）
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》（GB 24850）
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》（GB 24850），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》（GB 21520）
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》（GB 30531）
15	★A060805 便器	坐便器		《坐便器水效限定值及水效等级》（GB 25502）
		蹲便器		《蹲便器用水效率限定值及用水效率等级》（GB 30717）
		小便器		《小便器用水效率限定值及用水效率等级》（GB 28377）

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》（GB 28379）
18	A060810 淋浴器			《淋浴器用水效率限定值及用水效率等级》（GB 28378）

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. 上述产品中认证标准发生变更的，依据原认证标准获得的、仍在有效期内的认证证书可使用至 2019 年 6 月 1 日。

3. 以“★”标注的为政府强制采购产品。

附件： 统计上大中小微型企业划分标准（国家政策和标准如有调整时以最新为准）

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	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$50 \leq Y < 500$	$Y < 50$
工业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 40000$	$2000 \leq Y < 40000$	$300 \leq Y < 2000$	$Y < 300$
建筑业	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 80000$	$6000 \leq Y < 80000$	$300 \leq Y < 6000$	$Y < 300$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 80000$	$5000 \leq Z < 80000$	$300 \leq Z < 5000$	$Z < 300$
批发业	从业人员(X)	人	$X \geq 200$	$20 \leq X < 200$	$5 \leq X < 20$	$X < 5$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 40000$	$5000 \leq Y < 40000$	$1000 \leq Y < 5000$	$Y < 1000$
零售业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$50 \leq X < 300$	$10 \leq X < 50$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 20000$	$500 \leq Y < 20000$	$100 \leq Y < 500$	$Y < 100$
交通运输业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$3000 \leq Y < 30000$	$200 \leq Y < 3000$	$Y < 200$
仓储业*	从业人员(X)	人	$X \geq 200$	$100 \leq X < 200$	$20 \leq X < 100$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$1000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
邮政业	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$20 \leq X < 300$	$X < 20$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 30000$	$2000 \leq Y < 30000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
住宿业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
餐饮业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$2000 \leq Y < 10000$	$100 \leq Y < 2000$	$Y < 100$
信息传输业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 2000$	$100 \leq X < 2000$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 100000$	$1000 \leq Y < 100000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
软件和信息技术服务业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$

	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 10000$	$1000 \leq Y < 10000$	$50 \leq Y < 1000$	$Y < 50$
房地产开发经营	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 200000$	$1000 \leq Y < 200000$	$100 \leq Y < 1000$	$Y < 100$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 10000$	$5000 \leq Z < 10000$	$2000 \leq Z < 5000$	$Z < 2000$
物业管理	从业人员(X)	人	$X \geq 1000$	$300 \leq X < 1000$	$100 \leq X < 300$	$X < 100$
	营业收入(Y)	万元	$Y \geq 5000$	$1000 \leq Y < 5000$	$500 \leq Y < 1000$	$Y < 500$
租赁和商务服务业	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$
	资产总额(Z)	万元	$Z \geq 120000$	$8000 \leq Z < 120000$	$100 \leq Z < 8000$	$Z < 100$
其他未列明行业 *	从业人员(X)	人	$X \geq 300$	$100 \leq X < 300$	$10 \leq X < 100$	$X < 10$

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。