

郑州电力高等专科学校
“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目

竞 争 性 磋 商 文 件

编号：豫财磋商采购-2021-476

 河南招标采购服务有限公司

HENAN TENDER-PURCHASE SERVICE CO., LTD.

目 录

第一部分	竞争性磋商公告.....	3
第二部分	竞争性磋商须知.....	8
第三部分	合同条款及格式.....	16
第四部分	合同条款资料表.....	17
第五部分	磋商项目资料表.....	18
第六部分	货物需求及技术规格要求.....	25
第七部分	磋商响应文件格式及内容.....	37

第一部分 竞争性磋商公告

郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目 竞争性磋商公告

项目概况：

郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目招标项目的潜在磋商供应商应在凡有意参加投标者，在《河南省公共资源交易中心网》(www.hnggzy.com)凭 CA 数字证书登录市场主体系统并按网上提示自行下载每个项目所含格式(.hznf)的竞争性磋商文件及资料。获取竞争性磋商文件，并于 2021 年 08 月 19 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-2021-476
- 2、项目名称：郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目
- 3、采购方式：竞争性磋商
- 4、预算金额：

序号	包号	包名称	包预算（元）	包最高限价（元）
1	豫政采 (2)2021097 1-1	“1+X”网店运营推广实训 与课程建设项目	1200000	1200000

5、采购需求：

- 1) 采购内容：淘宝推广仿真实训系统 数量：1 套；速卖通推广仿真实训系统 数量：1 套；百度推广仿真实训系统 数量：1 套；头条推广仿真实训系统 数量：1 套。
- 2) 质量保证期：三年；
- 3) 交货期：自合同签订生效后 30 个工作日内
- 4) 交货地：采购人指定地点
6. 合同履行期限：/
- 7、本项目是否接受联合体投标：否
- 8、是否接受进口产品：否

二、申请人资格要求：

- 1、满足《中华人民共和国政府采购法》第二十二条规定；

2、落实政府采购政策满足的资格要求：本项目执行促进中小型企业发展政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。

3、本项目的特定资格要求：无

4、根据《关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库[2016]125号）的规定，招标代理机构将通过“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>），“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）查询相关主体信用记录。查询内容为在“信用中国”网站中查询“失信被执行人”和“重大税收违法案件当事人名单”，在“中国政府采购网”查询“政府采购严重违法失信行为记录名单”，无以上记录的供应商为合格供应商。本项目信用记录截止时间为投标截止时间。

三、获取采购文件

1. 时间：2021年07月30日至2021年08月05日，每天上午00:00至12:00，下午12:00至23:59（北京时间，法定节假日除外。）

2. 地点：登录河南省公共资源交易中心（<http://www.hnggzy.com>）。

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）》。

4. 售价：0元

四、投标截止时间及地点

1. 时间：2021年08月19日09时00分（北京时间）

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室（三）-3（郑州市经二路12号（经二路与纬四路向南50米路西））

五、开标时间及地点

1. 时间：2021年08月19日09时00分（北京时间）

2. 地点：河南省公共资源交易中心远程开标室（三）-3（郑州市经二路12号（经二路与纬四路向南50米路西））

六、发布公告的媒介及招标公告期限

本次磋商公告在《河南省政府采购网》《河南省公共资源交易中心网站》上发布。磋商公告期限为三个工作日 2021 年 07 月 30 日至 2021 年 08 月 03 日。

七、其他补充事宜

1. 磋商供应商应将使用最新版本的投标文件制作工具制作的电子响应文件，在河南省公共资源交易中心交易系统中成功加密上传至指定位置。
2. 本项目解密方式为远程解密。到开启时间，供应商凭 CA 秘钥进入河南省公共资源交易中心系统平台，按提示进行响应文件的解密（详细流程见河南省公共资源交易中心网站-公共服务-办事指南-河南省公共资源交易平台不见面服务系统使用指南）。

八、凡对本次招标提出询问，请按照以下方式联系

1. 采购人信息

名称：郑州电力高等专科学校

地址：郑州市郑开大道与雁鸣路交叉口向北 2 公里路西

联系人：安老师

联系方式：0371-62275051

2. 代理机构：

名称：河南招标采购服务有限公司

地址：郑州市纬四路 13 号（花园路与纬四路交叉口东 50 米路北）

联系人：李女士

联系方式：0371-65993320

3. 项目联系方式

联系人：李女士

联系方式：0371-65993320

发布时间：2021 年 07 月 29 日

特别提示

1、竞争性磋商供应商注册

竞争性磋商供应商（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）》完成注册。CA 数字证书及电子签章由河南省信息化发展有限公司（以下称为 CA 机构）办理，办理地址：郑州市龙子湖平安大道与明理路交叉口西南角博雅广场 4 号楼 15 楼。咨询客服电话：0371-96596-0 转人工。

2、竞争性磋商响应文件制作

2.1、竞争性磋商供应商凭 CA 密钥登陆市场主体专区并按“河南省公共资源交易中心（www.hnggzy.com）”网上提示自行下载所需项目包含的格式的竞争性磋商文件。

2.2、供应商须在响应性文件递交截止时间前制作并提交：加密的电子响应性文件（*.hntf 格式），应在响应性文件截止时间前通过“河南省公共资源交易中心（www.hnggzy.com）”电子交易平台内上传；

2.3、加密的电子响应性文件为“河南省公共资源交易中心（www.hnggzy.com）”网站提供的“响应性文件制作工具”软件制作生成的加密版响应性文件。

2.4、严格按照本项目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，否则将存在竞争性谈判响应文件被拒绝的风险。

2.5、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竞争性谈判响应文件内，竞争性谈判响应文件以外的任何资料采购人和代理机构将拒收。

2.6、供应商编辑电子响应性文件时，根据竞争性磋商文件要求用法定代表人 CA 密钥和企业 CA 密钥进行签章制作；最后一步生成电子响应性文件（*.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、代理机构可对已发出的竞争性磋商文件进行必要的澄清或修改，澄清或修改的内容将作为竞争性磋商文件的组成部分。代理机构将通过网站“变更公告”和系统内部“答疑文件”告知竞争性磋商供应商，对于各项目中已经成功报名并下载竞

竞争性磋商文件的项目竞争性磋商供应商，同时以短信推送的形式群发消息通知。各竞争性磋商供应商须重新下载最新的竞争性磋商文件及答疑文件，以此编制竞争性磋商响应文件。竞争性磋商供应商注册时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，责任自负。

4、因河南省公共资源交易中心平台在开标前具有保密性，竞争性磋商供应商在竞争性磋商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，因竞争性磋商供应商未及时查看而造成的后果自负。

第二部分 竞争性磋商须知

一 总则

1. 资金来源

1.1 采购人已筹集资金，用于支付“磋商项目资料表”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“磋商项目资料表”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。

二 磋商文件和磋商响应文件

4. 磋商文件构成

竞争性磋商公告

竞争性磋商须知

合同条款及格式

合同条款资料表

磋商项目资料表

货物需求及技术规格要求

磋商响应文件格式及内容

6. 磋商文件的澄清

6.1 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。

6.2 供应商对磋商文件如有疑问，应在不晚于磋商开始日前3天按磋商文件中的联系方式，通知采购代理机构。

7. 磋商文件的修改

7.1 必要情况下，采购人可能对磋商文件进行修改。

7.2 采购人、代理机构可对已发出的竞争性磋商文件进行必要的澄清或修改，澄清或修改的内容将作为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”告知竞争性磋商供应商，对于各项目中已经成功报名并下载竞争性磋商文件的项目竞争性磋商供应商，同时以短信推送的形式群发消息通知。各

竞争性磋商供应商须重新下载最新的竞争性磋商文件及答疑文件，以此编制竞争性磋商响应文件。竞争性磋商供应商注册时所留手机联系方式要保持畅通，因联系方式变更而未及时更新系统内联系方式的，责任自负。

7.3 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。

5. 磋商响应文件构成

一 磋商复函格式

二 法定代表证明

三 竞争性磋商报价表

四 竞争性磋商分项报价表

五、主要设备（产品）规格一览表

六 资格申明

七 供应商承诺函

八、技术规格和商务条款偏差表

九 反商业贿赂承诺书

十 参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明承诺书

十一 资质证明文件

十二 中小企业声明函

十三、供应商认为应该提供的其他材料

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。

三 磋商响应文件的编制

8. 磋商的语言及度量衡单位

8.1 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。

8.2 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。

9. 磋商响应文件的真实性与准确性

9.1 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。

9.2 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。

10. 磋商报价

10.1 磋商响应文件的报价表上应清楚地标明投标总价。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。

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

11. 磋商货币

11.1 磋商须以人民币报价。

12. 证明供应商合格的资格文件

12.1 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。

12.2 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。

13. 证明投标产品的合格性和符合磋商文件规定的文件

13.1 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。

14. 磋商保证金

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），取消政府采购投标保证金。本项目不再要求缴纳磋商保证金。

15. 磋商有效期

15.1 本次磋商的有效期为：见“磋商项目资料表”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。

15.2 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。

16. 磋商响应文件份数和签署

16.1 供应商须在响应性文件递交截止时间前制作并提交响应性文件。加密的电子响应性文件 (*.hntf 格式),应在响应性文件截止时间前通过“河南省公共资源交易中心 (www.hnggzy.com)” 电子交易平台内上传;

16.2 加密的电子响应性文件为“河南省公共资源交易中心 (www.hnggzy.com)” 网站提供的“响应性文件制作工具”软件制作生成的加密版响应性文件。

16.3 响应性文件格式所要求包含的全部资料应全部制作在响应性文件内,严格按照本项目谈判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,否则将存在响应性文件被拒绝的风险。

16.4 响应性文件以外的任何资料采购人和招标代理机构将拒收。

16.5 供应商编辑电子响应性文件时,根据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;最后一步生成电子响应性文件 (*.hntf 格式和 *.nhntf 格式)时,只能用本单位的企业 CA 密钥。

四 磋商供应商响应文件的递交

17. 磋商供应商响应文件的密封和标记

17.1 响应性文件的递交 (1) 供应商应在投标截止时间前上传加密的电子响应性文件 (*.hntf) 到会员系统的指定位置。上传时必须得到电脑“上传成功”的确认。请供应商在上传时认真检查上传响应性文件是否完整、正确。(2) 供应商因交易中心投标系统问题无法上传电子响应性文件时,请在工作时间与河南省公共资源交易中心联系,联系电话:0371-86095959。

18. 迟交的磋商供应商响应文件

18.1 采购人将拒绝接受磋商开始后递交的磋商供应商响应文件。

19. 磋商供应商响应文件的修改和撤回

19.1 供应商在递交磋商供应商响应文件后,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。

19.2 供应商的修改书或撤回通知书,应由法定代表人或其授权代表签署,并按 17 中的规定进行密封、标记和发送。

五 磋商过程

20. 开始

20.1 采购人或采购代理机构将在“磋商项目资料表”中规定的日期、时间和地点组织磋商工作。

20.2 供应商应由指定的代表按照《河南省公共资源交易中心》要求的《不见面服务系统使用指南》，在规定的时间内解密响应并在规定的时间进行二次（最后）报价。

21. 磋商小组和评审方法

21.1 磋商和评审由采购代理机构依法组建的磋商小组负责。

21.2 评审专家应从政府采购评审专家库内相关专业的专家名单中随机抽取。

21.3 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。

21.4 磋商小组将首先按照本须知第 20 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 21 条对应的磋商程序进行磋商和评审。

21.5 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。

21.6 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. 响应文件的初审

22.1 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。

22.2 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。

22.3 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。

22.4 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。

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。对关键条文的偏离、保留或反对，例如关于适用法律、税务、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。

22.6 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。有下列情形之一者视为未实质性响应磋商文件，其响应文件将被否决：

- 1) 供应商与采购人有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) 供应商的磋商函、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；
- 7) 磋商价格高于磋商文件设定的最高限价的；
- 8) 不接受磋商有效期要求的；
- 9) 供应商有串通磋商、弄虚作假、行贿等违法行为的；
- 10) 响应文件不满足磋商文件加注星号（“*”）条款要求的；

11) 同一包中竞争性磋商供应商响应文件制作机器码一致的;

23. 磋商

23.1 磋商小组将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。

23.2 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。

23.3 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。

23.4 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。供应商为自然人的，应当由本人签字并附身份证明。

23.5 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。

23.6 对于供应商为小型和微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位的，将以扣除优惠比率后的报价参与价格评议，但不作为中标价和合同签约价。中标价和合同签约价仍以其投标文件中的一次报价为准。

小型和微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位价格给予扣除标准：

对符合《政府采购促进中小企业发展管理办法》(财库[2020]46号)规定的小微企业报价给予 6%的扣除，用扣除后的价格参与评审。

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)的规定，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的，监狱企业视同小型、微型企业。

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，在政府采购活动中，残疾人福利性单位视同小型、微型企业，享受预留份额、评审中价格扣除等促进中小企业发展的政

府采购政策。

23.7 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。

23.8 磋商小组按照综合得分由高到低的顺序推荐 3 名成交供应商候选人（文件中另有规定的除外）。成交价格为最后报价。并编制完成磋商报告。

六 授予合同

24. 合同的授予

24.1 磋商结束后 2 个工作日内，采购代理机构根据磋商小组的推荐意见，将磋商情况写出磋商报告上报采购人。采购人应在收到磋商报告后 5 个工作日内按照磋商报告推荐排序确定成交供应商。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》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。

25. 成交服务费

25.1 成交供应商在领取成交通知书时，须向采购代理机构交纳“磋商项目资料表”中规定的代理服务费。

26. 签订合同

26.1 成交供应商应按成交通知书指定的时间、地点与采购人签订合同。

26.2 如果成交供应商没有履行成交的各项承诺，采购人将取消该成交决定。在此情况下，采购人可将合同授予第二成交供应商或重新磋商。

第三部分 合同条款及格式

需方：

供方：

本合同于____年__月__日由需方和供方按下述条款签署。

在需方为获得(货物和服务简介)货物和伴随服务，邀请供方参加了该项目竞争性招标，并接受了供方以总金额(币种，用文字和数字表示的合同价)(以下简称“合同价”)的投标。双方以上述事实为基础，签订本合同。

本合同在此声明如下：

1. 本合同中的词语和术语的含义与合同条款中定义的相同。
2. 下述文件作为合同签订的基础，是构成本合同的主要组成部分，并与本合同一起阅读和解释：
 - 1) 合同条款
 - 2) 合同条款资料表
 - 3) 合同条款附件
 - 附件 1 供货范围及分项价格表
 - 附件 2 技术规格
 - 附件 3 交货计划
 - 附件 4 履约保函(格式)
 - 4) 中标通知书
3. 供方在此保证全部按照合同规定向需方提供货物和服务，并负责可能的弥补缺陷。
4. 需方在此保证全部按照合同规定的时间和方式向供方支付合同价或其他按合同规定应支付的金额。

双方在上述日期签署本协议。

需方代表姓名_____

供方代表姓名_____

需方代表签字_____

供方代表签字_____

需方名称_____

供方名称_____

第四部分 合同条款资料表

序号	内 容
1	采购单位：郑州电力高等专科学校
2	履约保证金：无
3	应提供的服务：详见磋商文件第六部分。
4	质量保证期：三年。
5	付款和验收： 1、合同由成交人凭招标机构签发的《中标通知书》，按规定时间和地点与需方签订，合同一式六份，需方、中标人、财政部门、招标机构各一份。 2、验收：需方在供方所交的货物安装、调试，正常运行 15 日内进行验收，填写设备验收证明。由成交人将验收证明一式五份上报郑州电力高等专科学校。 3、付款：服务项目经甲方验收通过，乙方向甲方提供符合要求的发票后 30 日内，甲方一次性支付全部服务费用。

注：本表为样式表，使用时应重新打印，并可增加特殊的条款要求。

第五部分 磋商项目资料表

本表关于要采购的货物的具体资料是对磋商供应商须知的具体补充和修改，如有矛盾，应以本资料表为准。本项目资料表中注“*”为磋商供应商必须满足的条件，如不满足，将被视为无效响应。

条款号	内 容
	说 明
1	采购人名称：郑州电力高等专科学校 项目名称：郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目 招标编号：豫财磋商采购-2021-476 联系人：安老师 联系电话：0371-62275051 采购人地址：郑州市郑开大道与雁鸣路交叉口向北2公里路西
2	采购项目：郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目
3	招标代理机构名称：河南招标采购服务有限公司 联系人：李女士 电话：0371-65993320
4	*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； 2、落实政府采购政策满足的资格要求：本项目执行促进中小企业发展政策（监狱企业、残疾人福利性企业视同小微企业）、强制采购节能产品、优先采购节能环保产品等政府采购政策。 3、本项目的特定资格要求：无 4、根据《关于在政府采购活动中查询及使用信用记录有关问题的通知》（财库[2016]125号）的规定，招标代理机构将通过“信用中国”网站（ http://www.creditchina.gov.cn/ ），“中国政府采购网”（ www.ccgp.gov.cn ）查询相关主体信用记录。查询内容为在“信用中国”网站中查询“失信被执行人”和“重大税收违法案件当事人名单”，在“中国政府采购网”查询“政府采购严重违法失信行为记录名单”，无以上记录

	的供应商为合格供应商。本项目信用记录截止时间为投标截止时间。
5	语言：中文，磋商供应商提供的外文资料应附有相应的中文译本
投 标 报 价 和 货 币	
6	<p>磋商报价为：目的地交货价（含货物运保费、安装调试培训、售后服务等相关费用）。</p> <p>相关费用（由成交供应商承担的费用）：包括运保费、伴随服务费和代理服务费。</p> <p>代理服务费：依据（国家计委计价格[2002]1980号文件）规定按照预算金额向成交人收取代理服务费。</p> <p>成交供应商应在成交公告发布后将代理服务费汇款至以下账户（请备注：豫财磋商采购-2021-代理服务费）：</p> <p>收款单位：河南招标采购服务有限公司 开户行：广发银行郑州行政区支行 账号：8898516010005452 成交供应商凭汇款凭证至河南招标采购服务有限公司 403 房间领取中标通知书。</p>
7	磋商货币：人民币。
磋商响应文件的编制和递交	
8	<p>*磋商保证金金额：</p> <p>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），本项目不再要求缴纳磋商保证金。</p>
9	*磋商响应文件有效期： 从磋商之日起 60 天
10	<p>*响应文件递交：</p> <p>1. 供应商须在响应性文件递交截止时间前制作并提交响应性文件。加密的电子响应性文件（*.hntf 格式），应在响应性文件截止时间前通过“河南省公共资源交易中心（www.hnggzy.com）”电子交易平台内上传。</p> <p>2. 竞争性磋商响应文件递交的截止时间为 2021 年 08 月 19 日 09 时 00 分（北京时间）。</p> <p>3. 开启地点：河南省公共资源交易中心远程开标室（三）-3（郑州市经二路</p>

	<p>12 号（经二路与纬四路向南 50 米路西）</p> <p>4. 本项目为竞争性磋商采购，在资格条件符合的前提下，供应商需要进行二次（最后）报价。此项报价在河南省公共资源交易中心系统中进行。各供应商自行准备二次（最后）报价所需的笔记本电脑及上网设备。具体操作流程详见河南省公共资源交易中心网站。</p>
11	<p>资格证明文件：</p> <p>*1、营业执照；</p> <p>*2、法定代表人证明（附法定代表人身份证）；</p> <p>*3、供应商提供参加政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；</p> <p>*4、提供 2019 或 2020 年度经审计的财务报告或基本开户银行出具的资信证明或财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函。部分其他组织和自然人，没有经审计的财务报告，可以提供银行出具的资信证明。</p> <p>*5、提供 2020 年 6 月份（含 6 月份）以来任意 1 个月缴纳的相关税收凭据（主管行政部门或银行出具）。其他组织和自然人也需要提供缴纳税收的凭证（新成立企业从成立之日起计算，依法免税的供应商，应提供相应行政部门出具的证明文件，证明其依法免税）。</p> <p>*6、提供 2020 年 6 月份（含 6 月份）以来任意 1 个月缴纳社会保险凭据（专用收据或社会保险缴纳清单）。其他组织和自然人也需要提供缴纳社会保险的凭证（新成立企业从成立之日起计算，依法不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应行政部门出具的证明文件，证明其依法不需要缴纳社会保障资金）。</p> <p>*7、反商业贿赂承诺书；</p> <p>8、竞争性磋商文件要求的其它资格证明文件。</p>
12	<p>技术证明文件：</p> <p>1. 供应商提供详细描述主要产品性能特点的原厂商技术文件或彩页或检验报告或技术证明资料供评标参考，并保证这些技术证明材料与投标货物的真实功能、性能参数的一致性。</p> <p>2. *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</p>

	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》的规定，采购人拟采购的产品属于政府强制采购品目清单范围的，磋商供应商提供国家确定的认证机构出具的、处于有效期之内的节能产品认证证书，否则将被视为无效投标。
评 审	
13	评审方法：综合评分法 具体评标细则详见后附表。 磋商小组按照综合得分由高到低的顺序推荐 3 名成交供应商候选人。成交价格为最后报价。
14	评分标准（详见后附表）
15	付款条件的偏离：不接受
16	资格后审条件及方式：不适用
授 予 合 同	
17	数量增减范围：≤10%

附表：

1. 评标方法：综合评分法。

2. 评分标准：评委将根据评分标准，分别对通过符合性审查、资格性审查的磋商供应商，进行综合评分。具体评分标准如下：

评分因素	评分内容	评分标准	满分 分值
报价 (30分)	投标报价	价格分统一采用低价优先法计算，即满足磋商文件要求且最后报价最低的供应商的价格为评标基准价，其价格分为满分。其他供应商的价格分统一按照下列公式计算： 投标报价得分=（评标基准价/评标报价）×30 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）、《财政部司法部关于政府采购支持监狱企业发展有关问题的通知》（财库〔2014〕68号）和《三部门联合发布关于促进残疾人就业政府采购政策的通知》（财库〔2017〕141号）的规定，对满足价格扣除条件且在投标文件中提交了《中小企业声明函》《投标人企业类型声明函》《残疾人福利性单位声明函》或省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件的投标人，其投标报价扣除6%后参与评审。对于同时属于小微企业、监狱企业或残疾人福利性单位的，不重复进行投标报价扣除。	30
商务部分 (20分)	认证证书 (6分)	供应商或所投产品生产商需在有效期内的：质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康与安全管理体系认证、高新技术企业证书、软件企业认证证书以及信息系统安全等级保护备案证明证书，每提供一份得1分，最高得6分。未提供者不得分。	6
	企业软件 实力(4分)	供应商需提供所投产品生产商国家版权局颁发的计算机软件著作权登记证书，以证明软件的技术、功能是否符合国家标准，是否达到采购方要求且不会产生著作权纠纷，	4

		每提供 1 个的 1 分，最多得 4 分。投标文件中须附原件的扫描件加盖厂商公章，否则不得分。	
	企业业绩 (6 分)	供应商具有自 2018 年 1 月 1 日以来类似项目业绩的，每个合同得 2 分，最多得 6 分，需提供成交网站截图、成交通知书、合同的原件扫描件，时间以合同签订时间为准，否则不得分。	6
	技术培训 (4 分)	供应商应根据磋商文件要求及项目情况提供针对本次项目的培训方案。培训方案完全响应磋商文件且更加为采购人提供优质的培训方案的得 4 分；培训方案响应磋商文件且更加为采购人提供一般的培训方案的得 1 分；未提供者不得分。	4
技术部分 (40 分)	实施方案 (5 分)	磋商小组根据各磋商供应商提供的项目实施方案（实施计划、项目实施人员安排、项目实施方案部署等）进行评审：实施计划详尽、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 5 分； 实施计划较详尽、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 3 分； 有项目实施计划、有项目人员安排、实施方案能够基本满足项目实施要求的，得 2 分； 未提供实施方案的，不得分。	5
	技术指标 响应情况 (35 分)	供应商各项技术指标要求完全满足磋商文件要求的得 35 分，技术指标或功能每有一条带★号项不满足扣 2 分，每有一条非标★项不满足扣 1 分，所有技术参数技术分扣完或扣为负数将被视为无效响应。 注：供应商应在响应文件中提供所投产品生产厂商针对本项目出具的技术参数证明文件加盖生产厂商公章，且提供采购需求中专用软件功能要求标有★号部分进行必要的	35

		软件界面截图或加盖生产厂商公章的技术参数证明文件 (未提供或提供不全技术参数证明文件的视为未对相应技术参数做出响应, 其对应技术参数不得分)。	
服务要求 (10分)	服务承诺	供应商售后服务体系完善、承诺内容完整的得4分; 服务体系较为完善、承诺内容较为完整的得2分; 服务体系不完善、承诺内容不完整的得1分; 无方案的不得分。	4
		供应商对运行过程中可能出现的疑难问题分析和解决问题的响应方案(包括响应方式、响应时间), 分析得当、方案全面的得3分; 分析较得当、方案较全面的得2分; 分析不得当、方案不全面的得1分; 无方案的不得分。	3
		对投标货物在质保期内和质保期外的维修保养方案及服务承诺, 方案及承诺全面的得3分; 方案及承诺较全面的得2分; 方案及承诺不全面的得1分; 无方案的不得分。	3

第六部分 货物需求及技术规格要求

一、招标项目概况及要求

1、本项目为郑州电力高等专科学校“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目。本项目所属行业为软件和信息技术服务业。

2、项目组织机构和人员要求：成交供应商应配备该项目的专门负责人，负责项目施工中的一切事务及与采购人负责人之间的沟通。

3、项目实施结果

（一）验收标准

符合《“1+X”网店运营推广实训与课程建设项目招标方案-招标明细》《采购技术规范书》中所规定的技术要求，型号规格，数量等的要求。

（二）项目资料要求

成交供应商应向采购人提供完备的项目施工资料。

4、质保要求

成交供应商应提供项目整体的3年质保，在免费服务期限内平台内置经济业务跟随政策改革免费动态升级，并同步更新相应数据和资源；软件功能需提供免费技术支持服务，服务形式为免费上门（电话/远程）技术支持服务。

5、后续服务要求及其他

成交供应商应在项目投入运行后的一年内为设备运行和考核鉴定工作提供所需的技术支持和维护支持。

二、货物需求一览表：

序号	包号	包名称	包预算（元）	包最高限价（元）
1	豫政采 (2)2021097 1-1	“1+X”网店运营推广实训 与课程建设项目	1200000	1200000

磋商供应商磋商报价不得超出采购预算，否则将被视为无效投标。

三、设备清单

注：设备名称前加“▲”为本次招标项目核心产品，如有相同品牌产品的不同供应商参加本次项目投标，按一家磋商供应商计算。

序号	产品名称	数量	单位
----	------	----	----

1	▲淘宝推广仿真实训系统	1	套
2	速卖通推广仿真实训系统	1	套
3	百度推广仿真实训系统	1	套
4	头条推广仿真实训系统	1	套

四、技术要求

序号	设备名称 / 支出项目	型号规格 / 支出用途概述	单位	数量
1	淘宝推广仿真实训系统 (核心产品)	<p>系统应紧紧围绕网店推广相关的工作岗位要求展开，学生通过该系统，可以学习关键词挖掘与分析、商品标题优化、SEM 推广账户搭建与优化、信息流推广账户搭建与优化等工作技能，强化、补充、拓展网店推广能力。教师也能通过该系统，完成网店推广的实训教学。</p> <p>一、 内容要求</p> <p>1、系统内的实训任务要包含 SEO 优化、SEM 推广、信息流推广三个工作领域，包含的任务要有标品、非标品、爆款、新品/滞销品实训任务，其中能够自动计算成绩的实训子任务数量至少有 19 个，成绩结果为百分制得分。</p> <p>★2、系统要内置的关键词数据均要在 20 万条以上，要包含关键词的搜索人气、点击率、转化率和竞争指数等指标。</p> <p>3、系统内的关键词分类、关键词挖掘、标题优化、直通车推广、钻石展位营销等实训任务能够反馈推广效果数据，得出学生实训成绩。</p> <p>4、系统内的子任务要包含任务详情，任务详情包括任务目标、任务背景、任务分析、任务操作。任务结束之后，可以进行数据分析。</p> <p>5、每个实训子任务的商品信息要包含商品标题、商品属性和商品描述。</p> <p>6、系统采用虚拟仿真技术，使用者可以反复进行模拟推广演练。</p> <p>二、 技术要求</p> <p>1、系统采用 asp.net 语言开发、B/S 架构，支持最新的 HTML5 标</p>	套	1

		<p>准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</p> <p>2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。</p> <p>3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。</p> <p>4、系统前端采用流行的 Html5 框架 BootStrap、jquery 等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现 B/S 平台多终端适应。</p> <p>5、系统支持主流数据库，如：SQL Server。数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。</p> <p>6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理</p> <p>三、 功能要求</p> <p>（一）实训教师端</p> <p>1、教师端须具有学生管理功能，可进行学生账号添加、删除、密码初始化，可以初始化学生任务数据、设置推广时间等。</p> <p>2、教师端应能够进行学生端配置，选择是否在学生端开启学生端可自行初始化、学生端可具体分析结果等功能。</p> <p>3、教师端应能够进行题库管理，可以按照实训需求，分配实训任务店铺。</p> <p>4、教师端应能够进行推广控制，设置实训任务推广资金，点击开始推广按钮学生端即可进行实训。</p> <p>5、教师端应能够管理登录信息，查看登录用户的帐号、昵称、登录 IP 等。</p> <p>6、教师端应能够查看学成绩生，能够查看学生的实训得分，同时能够按照帐号查看每个学生的成绩。</p> <p>（二）实训学生端</p> <p>（1）SEO 优化工作领域</p> <p>1、系统在 SEO 优化工作领域应具有关键词挖掘、标题优化等实训任务，点击开始任务，学生能够借助系统进行 SEO 优化实训任务。</p> <p>2、SEO 优化工作领域的实训任务，提供数据分析功能，提供 SEO 实训所需的店铺宝贝数据，包括宝贝标题、属性、描述、类目、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率等数据。</p>		
--	--	--	--	--

	<p>★3、系统提供关键词挖掘实训任务，需包含关键词分类、关键词挖掘-搜索人气、关键词挖掘-排名、组合长尾词共 4 个子任务。点击结束任务后，可通过任务结果查看每个关键词的合格情况。</p> <p>4、系统提供标题优化实训任务，任务类型要包含标品爆款商品标题优化、标品新品/滞销品商品标题优化、非标品爆款商品标题优化、非标品新品/滞销品商品标题优化。</p> <p>5、在标题优化时能够看到每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>★6、搜索排名查询功能：能够通过搜索关键词的形式直观的查看商品排名情况，并可以明显的识别本店铺商品；辅助排名推广与标题优化。</p> <p>★7、关键词分析：行业关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数；以搜索关键词的形式查看此关键词或此关键词的相关关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。</p> <p>★8、系统应具有关键词报告功能，任务结束后，可以查看新标题中关键词的得分明细，包括关键词的产品排名、产品点击量得分、关键词覆盖率得分等数据。</p> <p>(2) SEM 推广工作领域</p> <p>1、系统在 SEM 推广工作领域具有时间地域定向、关键词添加、创意编辑与优化、人群溢价、直通车推广等相关任务，点击开始任务学生能够借助系统进行 SEM 推广任务。</p> <p>2、SEM 推广工作领域的实训任务，系统需提供数据分析功能，提供 SEM 实训所需要的分析数据，包括店铺宝贝、关键词分析、地域流量解析和时间流量解析等。</p> <p>3、SEM 推广计划要包括标准计划和智能计划两种；每个推广计划下可以新建多个推广单元。标准推广计划中，每个推广单元可以添加 200 个关键词；智能推广计划可以添加 100 个关键词。</p> <p>4、SEM 推广实训任务中，可以根据系统推荐、全站搜索以及加词清单进行关键词添加。</p> <p>★5、关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变，动态的反馈关键词的排名。</p> <p>6、可以为每个关键词修改匹配方式，也可以批量设置关键词为精确匹配或广泛匹配。</p>		
--	--	--	--

	<p>7、SEM 推广实训任务中，能够进行人群定向设置与推广创意添加。</p> <p>8、标准推广和智能推广计划的每个推广单元须添加 4 个推广创意；系统可根据产品信息自动生成创意；创意的流量分配方式为优选和轮播两种。</p> <p>9、在关键词列表中，关键词的质量分应根据创意质量的变化而动态变化。</p> <p>★10、直通车推广结束后，需要提供每个推广计划、推广单元、关键词、创意、人群的展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费、平均点击花费。</p> <p>11、SEM 推广结束后，需要提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费、平均点击花费。</p> <p>12、SEM 推广结束后，需要提供每个推广单元、每个关键词、每个创意以及每个人群的展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费、平均点击花费。</p> <p>13、点击结束任务，能够查看 SEM 推广实训任务的百分制成绩。</p> <p>(3) 信息流推广工作领域</p> <p>1、系统在信息流推广工作领域需具有时间地域定向、人群定向、资源位选择与出价、钻石展位营销等实训任务，点击开始任务学生能够借助系统进行信息流推广。</p> <p>2、信息流推广工作领域的实训任务，系统需具有数据分析功能，提供信息流（钻展）实训所需要的分析数据，包括店铺宝贝、地域流量解析、时间流量解析、店铺访客、钻展出价分析等。</p> <p>3、信息流推广实训任务中，系统应可以添加店铺引流和为宝贝引流两种推广计划，店铺引流计划不限制推广计划个数，每个宝贝限推一次，同时要提供店铺展位和宝贝展位两种资源位。</p> <p>4、店铺引流计划下的定向应分为访客定向、营销场景定向、相似宝贝定向、类目型-高级兴趣点定向、店铺型定向、行业店铺定向；宝贝引流下的定向应分为访客定向、相似宝贝定向、购物意图定向。</p> <p>★5、访客定向需要提供定向人群的相关度与人数，类目型-高级兴趣点定向与行业店铺定向提供定向人群人数。</p> <p>6、信息流推广结束后，须提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费。</p>		
--	---	--	--

		<p>7、信息流推广结束后，须提供每个推广单元、每种定向以及每种资源位的展现量、点击量、点击率、花费。</p> <p>8、在标题优化时应能够看到每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>9、点击结束任务，能够查看信息流推广实训任务的百分制成绩。</p> <p>★10、需包含 1+X 网店运营推广相关课程资源包，要求供应商或所投产品生产商具有联合申报及建设财经商贸类国家级教学资源库的能力，以提高本院相关专业资源开发及教学成果转化，并且提供相关证明资料。</p> <p>★11、为了保证学生能够熟练掌握互联网信息时代不同平台推广相关知识以及实训教学的延续性与完整性，要求此系统与百度推广仿真实训系统和头条推广仿真实训系统为同一软件制造厂商，需提供加盖厂商公章的证明资料。</p>		
2	速卖通推广仿真实训系统	<p>系统需提炼速卖通推广专员岗位技能点，分析其基本工作内容，设计直通车推广和标题优化两大模块的实训任务。学生通过模拟速卖通推广专员的角色，根据任务目标，通过资源分析，制定合理速卖通推广策略，完成速卖通关键词挖掘、标题优化、关键词出价、综合实训等推广任务。</p> <p>一、内容要求</p> <p>1、系统内置英文商品数据至少 5 万条，内置英文店铺至少 1 万个。</p> <p>2、系统内置英文关键词至少 5 万个，每个关键词需包含搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。</p> <p>3、关键词可以按照行业类目或者搜索词进行查找，并将查询结果通过 Excel 导出。</p> <p>4、系统模拟的实训任务分为直通车推广和标题优化 2 个模块，其中直通车推广实训子任务至少 14 个，标题优化实训子任务至少 8 个。</p> <p>★5、直通车推广任务中，推广计划类型应该包含重点推广计划和快捷推广计划两种方式。</p> <p>6、系统内的综合实训任务，要能够反馈推广效果数据，包括直通车推广计划、推广单元、关键词、人群、创意的花费、平均点击花费、展现量、点击量、点击率、成交量、转化率；标题优化搜索排名结果查询。</p>	套	1

		<p>7、平台采用 B/S 架构设计，无需安装客户端，可直接通过浏览器访问，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</p> <p>二、功能要求</p> <p>(一) 学生训练平台</p> <p>1、系统在直通车推广模块的实训任务中，具有关键词添加、关键词出价修改、创意编辑与优化、人群溢价等功能。</p> <p>2、系统在标题优化模块的实训任务中，具有关键词挖掘、爆款标题优化、新品滞销品标品优化等功能。</p> <p>★3、系统需提供资源分析功能。系统需提供实训所需要的分析数据，包括店铺宝贝的详细信息与经营数据，买家搜索的关键词数据。</p> <p>(1) 店铺宝贝要提供商品的标题、属性、类目、描述、推广前展现量、推广前点击量、推广前点击率、推广前的成交量、推广前转化率。</p> <p>(2) 关键词分析要提供全部行业关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数，可以通过类目选择查看某一类目下关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数；也可以搜索关键词的形式查看此关键词或此关键词的相关关键词的搜索人气、点击率、转化率、竞争指数。</p> <p>4、系统需提供直通车推广功能。</p> <p>(1) 直通车推广计划要包括重点推广计划和快捷推广计划两种，并仿照真实速卖通直通车的规则，重点推广计划每个计划要容纳 2 个推广单元，快捷推广计划每个要容纳 5 个商品。</p> <p>(2) 仿照真实速卖通直通车的规则，重点推广计划下每个推广单元要添加 100 个关键词，智能推广计划要添加 200 个关键词。</p> <p>(3) 系统支持通过推荐关键词的方式，向推广单元添加关键词，提供关键词的推广评分、30 天搜索热度、竞争度、市场平均价；也还可以通过搜索关键词的形式添加关键词，还可以通过批量加词的形式手动添加关键词。</p> <p>(4) 添加关键词后可以市场平均价和按底价两种方式进行出价批量出价。</p> <p>(5) 关键词添加与出价后，在关键词列表页根据出价的改变动态的反馈关键词的推广评分与预估排名。</p>		
--	--	--	--	--

		<p>(6) 在关键词列表中, 关键词的推广评分会根据创意的制作而动态变化。</p> <p>(7) 按照速卖通直通车的真实规则, 重点推广计划下每个推广单元均可以添加 2 个推广创意。</p> <p>(8) 重点推广计划下可以进行人群溢价, 溢价人群包括: 优质人群、本店买家。提供各人群的建议溢价, 行业潜在买家数量。</p> <p>(9) 可以为每个推广计划设置计划消耗限额。</p> <p>★(10) 直通车推广结束后, 需要提供每个推广计划的限额、展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费、平均点击花费。</p> <p>(11) 直通车推广结束后, 需要提供每个推广单元、每个关键词、每个创意以及每个人群的展现量、点击量、点击率、成交量、成交率、花费、平均点击花费。</p> <p>★5、系统需提供标题优化功能, 学生能够借助系统进行宝贝标题的优化。标题优化过程中, 可以查看每个商品推广后的曝光量、点击量、点击率、成交量、转化率。</p> <p>★7、系统需提供搜索排名查询功能, 能够通过搜索关键词的形式直观的查看商品排名情况, 辅助直通车推广与标题优化。</p> <p>(二) 教师指导平台</p> <p>1、教师可以通过账户, 管理实训案例店铺, 设置案例产品, 通过调整标准答案, 调节实训难度。</p> <p>2、系统具有“班级管理”功能, 可对学生账号进行管理, 可以初始化学生平台数据和任务数据。</p> <p>3、系统具有实训任务管理功能, 可对已有的实训任务进行自定义处理, 点击“编辑”按钮弹出任务类型、案例店铺、评分比重、任务目标等信息编辑页面。</p>		
3	百度推广仿真实训系统	<p>系统要模拟全球最大的中文搜索引擎(百度)营销系统人找货与货找人的推广方式, 从相关岗位的基本工作内容与核心技能出发, 在给定的推广资金范围内, 模拟为一个企业做一个周期的搜索推广、闪投推广、行业定投、品牌专区、品牌起跑线、品牌华表、竞秀、信息流推广、SEO 等。系统采用虚拟仿真技术, 让学生实现闭环模拟推广演练。</p> <p>一、 内容要求</p> <p>1、系统要内置关键词数据 5 万条以上, 形成闭环考核系统, 能够</p>	套	1

		<p>根据学生的不同操作反馈不同的推广效果数据。</p> <p>★2、系统模拟的实训内容要包括搜索推广、信息流推广、品牌专区、品牌起跑线、品牌华表、行业定投、竞秀、闪投、SEO等。</p> <p>二、技术要求</p> <p>1、系统采用 asp.net 语言开发、B/S 架构，支持最新的 HTML5 标准，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</p> <p>2、系统采用前后端分离的架构模式，降低系统耦合度，减小服务器压力。</p> <p>3、系统引入缓存机制，避免数据的重复创建、处理和传输，可有效提高性能。</p> <p>4、系统前端采用流行的 Html5 框架 Bootstrap、jquery 等，实现跨浏览器和跨屏的兼容支持、响应式布局，实现 B/S 平台多终端适应。</p> <p>5、系统支持主流数据库，如：SQL Server。数据库使用索引，保证数据库数据的唯一性，提高数据的搜索及检索速度，提高系统的性能。</p> <p>6、系统采用安全处理机制，如：防 SQL 注入、敏感数据加密处理。</p> <p>三、功能要求</p> <p>（一）教师端</p> <p>1、账号控制。对学生账号进行管理，可以进行开放与关闭学生账号，初始化数据、为学生延时等操作。</p> <p>2、推广控制。可以修改内置市场竞争随机数。</p> <p>3、经营数据。教师账号可以查看与对比该账号下的学生的经营数据与成绩。</p> <p>4、可以查看该账户下学生的账户报告、计划报告、单元报告、关键词报告。</p> <p>5、可以查看该账户下学生的品牌专区、品牌起跑线、品牌华表报告。</p> <p>（二）学生端</p> <p>1、搜索推广要包括计划、单元、关键词、创意的新建。关键词匹配方式提供精准、中心与广泛三种匹配方式，创意的设置要提供通配符功能。</p>		
--	--	--	--	--

		<p>2、在搜索推广关键词添加时可以按照关键词查询方式查找关键词，提供关键词的搜索量、推荐价格等，关键词添加后提供预估排名、质量度，添加后的关键字可进行修改出价，预估排名随出价的改变而动态变化。</p> <p>★3、闪投推广可进行推广计划的新建、推广商品的选择、定向方式的设置与创意的设置，可批量选择推广商品，可通过商品信息字段的形式自动生成关键词，提供生成关键词的预排名、质量度，可根据推广商品自动生成创意。</p> <p>4、行业定投要包括推广计划、推广单元的新建、通过手动添加或搜索添加网页地址并出价，提供添加网址并出价后不同关键词的预估展现量与点击量。</p> <p>5、品牌专区要包含品牌专区的申请、递交品牌关键词、选择并填写品牌模板、选择并填写华表模板；品牌模板至少 8 种，华表模板至少 4 种，并能够反馈递交品牌词的预估展现量、点击量、点击率、花费。</p> <p>★6、品牌起跑线要包括品牌起跑线申请、递交品牌关键词、选择并填写起跑线模板信息，并提供递交品牌词的预估展现量、点击量等。</p> <p>7、品牌华表要包括新建推广计划、添加关键词词包、选择并填写起华表模板信息等，可查看预估推广流量与词包内具体关键词。</p> <p>★8、竞秀要包括推广计划、推广单元、关键词、创意的新建，提供添加关键词的预估排名数据。</p> <p>9、信息流推广中可以设置计划与单元名称、选择不同的推广位、设置单元出价等；精准投放条件可以按照地域、媒体、受众、人群属性等定位精准人群。</p> <p>10、SEM 推广结束后，通过数据中心可以按照推广方式查看不同推广方式下的消耗、展现量、点击量。</p> <p>11、SEM 推广结束后，通过数据中心查看具体推广方式之下的计划、单元、关键词的消耗、展现量、点击量等数据。</p> <p>12、SEO 优化功能提供公司首页与产品的标题、关键词优化功能。</p> <p>13、提供搜索排名查询功能，反馈企业搜索结果排名。</p>		
4	头条推广仿真实训	系统要以数据为基础，以精准为手段，以培养新媒体广告（今日头条）账户优化师为目的的一套完整的实训系统。模拟今日头条	套	1

	系统	<p>账户优化专员的基本工作内容和业务流程，账户给定一个虚拟推广费用，学生根据推广目标制定一个最优推广方案。其方案包括预算安排，人群画像的选取，广告组、计划、创意的最优化搭建等多种实训。系统立足实际，从实践角度出发，用典型案例作为实训任务，让学生更快的熟悉了解头条机制，帮助学生从书本层面认识迅速上升到实践的认知，学生可以反复模拟推广过程，不断分析总结，然后继续优化，达到一个最优投放目的，从而进一步掌握广告优化这一行业的核心精髓。</p> <p>一、内容要求</p> <p>1、平台可支持 B/S 架构设计，不需要安装客户端，通过浏览器访问，可支持基于校园网的应用，兼容火狐、谷歌等主流浏览器。</p> <p>2、软件首页支持学生、教师、系统管理员使用不同的身份登录软件，不同的身份具有不同的操作权限。</p> <p>3、系统要能够录入不同推广类型题目数据信息作为教学资源，能够满足课堂教学、自主学习、实训模拟与技能测试的需要。</p> <p>★4、系统支持学生信息的录入、教学任务管理、实训时间控制、学生作品评分、实训结果汇总分析等。</p> <p>★5、实训任务包含落地页推广、APP 下载类推广、文章类推广、门店类推广四大模块内容。</p> <p>6、推广结束后，系统自动给出反馈结果，学生可以及时了解技能掌握情况。</p> <p>7、系统支持实训任务、教学资源和人员信息的增加、修改、删除、查看等功能，可拓展性强，操作简便。</p> <p>8、系统有一个完整的闭环考核流程。</p> <p>二、功能要求</p> <p>1、系统具有班级管理功能、教师管理功能、公司管理等功能。</p> <p>2、班级管理功能可以增加班级、修改班级、删除班级并对已有班级进行查询等操作。</p> <p>3、教师管理功能可以添加用户，修改信息，删除用户，批量重置密码并可以对已有用户进行查询。</p> <p>4、公司管理功能可以逐个添加公司，修改公司信息，删除公司。也可以通过 excel 表格大批量导入。</p> <p>5、产品管理功能可以逐个添加产品，修改信息，删除产品并可以</p>		
--	----	--	--	--

		<p>对已有产品进行查询。</p> <p>★6、学生管理功能可以对学生账号进行管理，添加、删除学生账号，修改学生信息、批量初始化资金，重置学生密码，初始化学生密码与学生数据，也可用 Excel 表格大批量导入学习信息。</p> <p>★7、数据分析功能可以查询到学生账户账户、组、计划推广详细人群画像的数据受众图表。</p> <p>8、开始任务功能以班级为单位开启任务，别为其分配公司，设置推广时间以及班级指数。</p> <p>9、系统具有个人信息的修改功能。可以修改教师本人的信息。其信息包括真实姓名、性别、电话号码、用户邮箱等功能。</p> <p>10、首页具有展示余额功能。展示总余额跟可用余额、赠款余额、非赠款余额。</p> <p>11、学生系统具有分别显示组、计划、创意所对应消费、点击、转化等数据详情。</p> <p>12、学生系统具有广告组设置功能。学生可以新建广告组，根据投放目的选择不同推广方式并对其设置名称与预算的功能。</p> <p>★13、学生系统能设置广告受众功能包含地域、性别、年龄、兴趣定向、平台定向、APP 行为、文章分类、网络、运营商、手机品牌等方面设置。</p> <p>14、学生系统中企业背景可以查询商品信息与商家信息。其信息包括产品名称、产品分类、计量单位、产品属性、通用词、产品描述、公司名称等详细信息。</p> <p>15、学生可以通过工具中报表功能，查看账户受众、广告组受众、广告计划受众等详细数据，并根据这些受众进行投放分析优化投放策略以及优化投放方案，降低投放成本，提高投资回报率。</p>		
--	--	--	--	--

第七部分 磋商响应文件格式及内容

一 磋商复函格式

致：河南招标采购服务有限公司

1、根据贵单位_____号磋商邀请书的邀请，我们决定参加贵单位组织的项目的磋商采购。我方_____（法定代表人姓名和职务）代表我方_____（供应商的名称）全权处理本项目磋商的有关事宜。

2、我方愿意按照磋商文件规定的各项要求，所附投标报价表中规定的应提供的项目磋商总价为人民币_____，（文字表示）_____。

3、一旦我方成交，我方将严格履行合同规定的责任和义务，保证_____完成项目；按磋商文件的规定向贵单位支付代理服务费。

4、我方为本项目提交的竞争性磋商响应文件一份。

5、磋商有效期60天

6、我方愿意提供贵单位可能另外要求的、与磋商有关的文件资料，并保证我方已提供和将要提供的文件是真实的、准确的。

7、在质量、性能和服务不相等情况下，我方完全理解并认可贵单位不一定将合同授予最低报价的供应商。

供应商（企业电子签章）：_____

法定代表人（个人电子签章）：_____

日期：

通讯地址：

电话：

传真：

供应商开户行：

账号：

二 法定代表人证明

本授权书声明：注册于（注册地址名称）的（磋商供应商全名）的在下面签字/签章的_____（法定代表人姓名、职务）为本公司法定代表人。特此声明。

供应商（企业电子签章）：_____

法定代表人（个人电子签章）：_____

法定代表人身份证复印件（正面）	法定代表人身份证复印件（反面）
-----------------	-----------------

三 竞争性磋商报价表

供应商名称	
磋商报价	大写： _____
磋商报价	小写： _____
交货期	
质量保证期	
保证金	0
有效期	
其他声明	

供应商（企业电子签章）： _____

法定代表人（个人电子签章）： _____

五、主要设备（产品）规格一览表

供应商（此处填名称并盖章）

项目名称：

序号	货物名称	品牌型号	规格及技术参数	制造商	原产地(国)
	...				

供应商（企业电子签章）： _____

法定代表人（个人电子签章）： _____

- 说明：1、设备规格参数如有详细描述可另作说明。
2、磋商供应商可对该产品的特性和优点作详细的文字说明。

六 资格申明

- 1) 供应商名称（此处填名称并盖章）
- 2) 地址
联系电话、传真
- 3) 成立或/注册日期（提供其营业执照副本复印件）
- 4) 法人代表
- 5) 竞争性磋商供应商代表
- 6) 投标联系人

财务状况：

- 1) 固定资产
- 2) 流动资产
- 3) 长期负债
- 4) 流动负债
- 5) 资产净值
- 6) 有关开户银行的名称、地址
- 7) 最近三年每年的与本项目类似营业总额

年份	业务总额	备注

兹证明以上陈述是真实的、准确的，所提供的资料和数据均已提供，我们同意按贵方要求出示有关证明文件。

供应商（企业电子签章）：_____

法定代表人（个人电子签章）：_____

七 供应商承诺函

致：河南招标采购服务有限公司：

很荣幸能参与上述项目的磋商。

我代表 _____（供应商名称），在此作如下承诺：

1、完全理解和接受磋商文件的一切规定和要求。

2、若成交，我方将按照磋商文件和磋商响应文件的具体规定与采购人签订合同，并且严格履行合同义务。如果在合同执行过程中，发现问题，我方一定尽快处理。

3、在整个磋商过程中，我方若有违规行为，贵方可按磋商文件和政府采购有关的法律法规之规定给予处罚，我方完全接受。

4、若成交，本承诺函将成为合同不可分割的一部分，与合同具有同等的法律效力。

供应商（企业电子签章）： _____

法定代表人（个人电子签章）： _____

八、技术规格和商务条款偏差表

序号	设备名称或条款号	技术参数及要求		对磋商文件偏差	描述	备注
		招标文件	投标文件			
1						
					
2	商务条款号 1					
3	商务条款号 2					
					

供应商（企业电子签章）： _____

法定代表人（个人电子签章）：

九 反商业贿赂承诺书

我公司承诺：

在（投标项目名称）招标活动中，我公司保证做到：

一、公平竞争参加本次招标活动。

二、杜绝任何形式的商业贿赂行为。不向国家工作人员、政府采购代理机构工作人员、评审专家及其亲属提供礼品礼金、有价证券、购物券、回扣、佣金、咨询费、劳务费、赞助费、宣传费、宴请；不为其报销各种消费凭证，不支付其旅游、娱乐等费用。

三、若出现上述行为，我公司及参与投标的工作人员愿意接受按照国家法律法规等有关规定给予的处罚。

供应商（企业电子签章）：_____

法定代表人（个人电子签章）：_____

日期： 年 月 日

十 参加政府采购活动前 3 年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明承诺书

为进一步规范政府采购行为,提供更加优质的服务,我公司郑重做出如下声明(包括但不限于以下):
参加政府采购活动前3年内在经营活动中没有重大违法记录。

供应商(企业电子签章): _____

法定代表人(个人电子签章): _____

日期: 年 月 日

十一 资质证明文件

- 1、营业执照；
- 2、法定代表人证明（附法定代表人身份证）；
- 3、供应商提供参加政府采购活动前三年内在经营活动中没有重大违法记录的书面声明；
- 4、提供 2019 或 2020 年度经审计的财务报告或基本开户银行出具的资信证明或财政部门认可的政府采购专业担保机构出具的投标担保函。部分其他组织和自然人，没有经审计的财务报告，可以提供银行出具的资信证明。
- 5、提供 2020 年 6 月份（含 6 月份）以来任意 1 个月缴纳的相关税收凭据（主管行政部门或银行出具）。其他组织和自然人也需要提供缴纳税收的凭证（新成立企业从成立之日起计算，依法免税的供应商，应提供相应行政部门出具的证明文件，证明其依法免税）。
- 6、提供 2020 年 6 月份（含 6 月份）以来任意 1 个月缴纳社会保险凭据（专用收据或社会保险缴纳清单）。其他组织和自然人也需要提供缴纳社会保险的凭证（新成立企业从成立之日起计算，依法不需要缴纳社会保障资金的供应商，应提供相应行政部门出具的证明文件，证明其依法不需要缴纳社会保障资金）。
- 7、反商业贿赂承诺书；
- 8、竞争性磋商文件要求的其它资格证明文件。

资质证明文件提供一套即可。

十二、-1 中小企业声明函

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¹，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

2. （标的名称），属于（采购文件中明确的所属行业）行业；制造商为（企业名称），从业人员 人，营业收入为 万元，资产总额为 万元，属于（中型企业、小型企业、微型企业）；

……

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

本企业对上述声明内容的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

供应商（企业电子签章）：

日 期：_____

-2 磋商供应商监狱企业声明函

本企业（单位）郑重声明下列事项（按照实际情况勾选或填空）：

本企业（单位）为直接磋商供应商提供本企业（单位）制造的货物。

（1）本企业（单位）_____（请填写：是、不是）监狱企业。后附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。

（2）本企业（单位）_____（请填写：是、不是）为联合体一方，提供本企业（单位）制造的货物，由本企业（单位）承担工程、提供服务。本企业（单位）提供协议合同金额占到共同投标协议合同总金额的比例为_____。

本企业（单位）对上述声明的真实性负责。如有虚假，将依法承担相应责任。

供应商（企业电子签章）：_____

日期： 年 月 日

-3 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（企业电子签章）：_____

日期： 年 月 日

河南省政府采购合同融资政策告知函

各供应商：

欢迎贵公司参与河南省政府采购活动！

政府采购合同融资是河南省财政厅支持中小微企业发展，针对参与政府采购活动的供应商融资难、融资贵问题推出的一项融资政策。贵公司若成为本次政府采购项目的中标成交供应商，可持政府采购合同向金融机构申请贷款，无需抵押、担保，融资机构将根据《河南省政府采购合同融资工作实施方案》（豫财购〔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。

十三、供应商认为应该提供的其他材料