

**采购项目编号：TSSY2017034**

**采购项目名称：论文检测系统（单一来源）二次；财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源）；上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源）；营销管理电子对抗系统/商务实验室；电子商务综合实训与竞赛系统**

# 竞争性谈判文件

**采购人名称：唐山师范学院**

**二〇一七年十二月**

## **声 明**

**为了保证采购活动的公正、公平、客观，在此郑重声明：  
本文件及有关附件作为谈判依据，对供应商及参与人均具有约束力，供应商编制响应文件必须按照本文件的约定进行，由于对谈判文件的误解而造成的无效响应或其他情况，后果自负。**

**唐山师范学院**

# 第一部分 谈判邀请函

我校遵循公开、公平、公正、诚实信用的原则，对我校论文检测系统（单一来源）二次；财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源）；上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源）；营销管理电子对抗系统/商务实验室；电子商务综合实训与竞赛系统。

项目进行竞争性谈判采购，欢迎具有完成本项目能力的供应商参加谈判活动。

1、采购项目编号：TSSY2017034

2、采购项目名称：**A 包、论文检测系统（单一来源）二次； B 包、财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源）； C 包、上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源）； D 包、营销管理电子对抗系统/商务实验室； E 包、电子商务综合实训与竞赛系统。**

3、项目服务期限：**天**

4、项目服务地点：唐山师范学院

5、评审办法：**最低评标价法**

6、领取谈判文件时间：**2017 年 12 月 18 日-12 月 20 日 上午 9:00-11:00；下午 14:30-17:00**  
(节假日除外)

7、谈判文件工本费：免费。

8、领取谈判文件方式：**请自行下载。**

9、递交响应文件截止时间：2017 年 12 月 21 日 9:00

10、递交响应文件地点：唐山师范学院 1 号楼 906 房间

11、谈判地点：唐山师范学院 1 号楼 906 房间

联系电话：0315-3864668

联系人：韩雅倩

## 第二部分 谈判项目技术、服务、安全要求

### 项目说明

本次招标项目是唐山师范学院所需的论文检测系统（单一来源）二次；财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源）；上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源）；营销管理电子对抗系统/商务实验室；电子商务综合实训与竞赛系统。供应商应根据招标文件技术要求的配置，提供符合需方需求和实际情况一致的可操作的详细的解决方案，无特殊情况不得更改，所有设备性能指标的应答以目前可以下订单生产的产品为准，不支持正在研发中的产品，不能下订单生产的不能作为产品指标依据来投标。供应商须承担与投标有关的自身的所有费用。报价包括至验收合格的一切费用，如供应商中标后发现未预见事宜，可能需要增加的设备材料或其它费用全部由中标供应商自行解决，采购人不再追加价款。由此引起的违约行为，依照合同约定处理。

二、采购预算为（人民币）A 包、论文检测系统（单一来源）二次，采购预算 10 万； B 包、财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源），采购预算 9 万； C 包、上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源），采购预算 12.6 万； D 包、营销管理电子对抗系统/商务实验室，采购预算 8 万； E 包、电子商务综合实训与竞赛系统，采购预算 21 万（响应文件中报价高于此预算的为无效响应文件）

### 设备数量及技术规范要求：

#### A 包、论文检测系统（单一来源）二次主要技术参数

##### 应具有丰富的比对资源：

- 中文期刊论文库——涵盖中国期刊论文网络数据库、中文科技期刊数据库、中文重要学术期刊库、中文重要学术期刊库、中国重要社科期刊库、中国重要文科期刊库、中国中文报刊报纸数据库等八千万篇以上
- 硕博学位论文库——涵盖中国学位论文数据库、中国硕博论文数据库、中国优秀硕博论文数据库三百万篇以上
- 高校特色论文库——涵盖部分高校共享的论文资源四百万篇以上
- 自建特色论文库——涵盖本校、本院系自主拥有的论文资源
- 互联网数据资源——涵盖数十亿互联网数据资源，时时更新

##### 双重权限和角色设计：

- 机构管理员——提供监督管理工具，单篇/批量检测，汇总统计检测结果；可创建本机构自建库资源；管理和分配子账号
- 机构二级管理员——单篇/批量检测，汇总统计检测结果；可创建本机构自建库资源；管理和分配子账号

- **机构子账号**——单篇检测，提供写作辅导及自查服务

### 特色功能：

- **流水线检测流程**——提交文档、验证许可、选择范围，三个按钮即可完成检测。
- **检测任务并行**——任务管理式批量检测流程，支持多重并发的批量检测，提高效率。
- **用户分级管理**——二级管理员、子账号分配无限制，提供 excel 模板，二级管理员和子账号可批量导入，管理方便，还可对账号次数进行回收。
- **送检论文分类管理**——提交论文后可选分类，对论文及报告管理。
- **详细的检测报告**——包括总体报告、结果示意图、来源文献汇总、相似片段比对详情等内容；精准展示相似内容，方便修改；提供 PDF、整体报告、比对报告三种报告。
- **导出批量检测结果**——可一次批量打包下载所有检测报告和 excel 结果汇总表，筛选功能方便管理员统计查询。
- **自建库管理**——用户可将自有资源或论文写作中的参考文献传至自建库，系统自动提取解析，有效补充送检文档的比对范围，近乎完美无遗漏地命中相似片段，真正实现精准检测。
- **检测通过标准设置**——用户可以根据检测严格度自定义检测通过标准，比如学校要求 20% 以下为通过标准，可对此进行设置，检测某篇文章后，高于 20% 则显示未通过。
- **自定义范围比对**——指提交一定数量的文章进行互相比对检查是否存在抄袭现象，可用于同班甚至同年级等小范围内的毕业论文的检查。例如：提交包含十篇论文的压缩包，十篇论文互相比对，生成小范围内互相比对的详细报告。

### B 包、财务处防火墙病毒库升级改造（单一来源）

财务处天融信防火墙的型号：TopGate500(TU-21346)，升级日期：签订合同日期起，截止到次年的同一日期。升级的具体内容如下：

- 1、一年的病毒库在线自动免费升级
- 2、一年的 IPS 规则库在线自动免费升级
- 3、一年的应用识别规则库版本

### C 包、上网行为管理 IPS 规则库、病毒库升级改造（单一来源）

深信服上网行为管理设备型号：AC9600，升级日期：签订合同日期起，截止到次年的同一日期。升级的具体内容如下：

- 1、一年的产品维保
- 2、一年的软件自动升级
- 3、一年的应用识别规则库免费自动升级

### D 包、营销管理电子对抗系统/商务实验室

#### 一、产品基本要求

营销管理模拟实战系统要求通过软件模拟企业的营销运作管理，将企业运营中的营销知识、工具、模型、方法与国内外成功企业的营销管理经验融入到虚拟企业的经营管理中，使学生在模拟运营中快速掌握营销管理这一实践性极强的学科知识，并使复杂、抽象、枯燥的营销知识趣味化、生动化和形象化。在营销管理模拟实战系统中，要求全程采用分组对抗与模拟实战的方式，学生分组组建成不同的公司，并相互对抗竞争，运用所学的营销管理知识技能，努力提升企业绩效。在整个实践训练过程中，学生将学习营销管理知识和基本的分析方法，包括市场需求分析、产品设计、渠道组建、广告投入、服务策略以及各个数据的因果关系，同时，通过对企业的营销管理，理解细分市场、促销策略、渠道管理等营销管理知识与技能，体会企业营销管理对企业业绩提升的重要作用。通过对所学营销管理知识与技能的理解与应用，透过经营绩效数据发现管理中存在的问题，改进管理工作，提升管理水平和经营绩效。

#### 二、产品功能要求

##### 1. 模拟企业环境

营销管理模拟实战系统能提供一个模拟的市场环境，参加训练的所有学生分组组成多家企业，并在一

个共同的环境下相互对抗竞争，让学生在真实的环境下模拟运营一家企业，并分别担任企业的总经理、市场总监、渠道总监、国际总监、直销总监、财务总监等角色，全面体验企业从制订企业营销战略、分析市场环境、选择目标市场、产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略、国际市场营销策略、网络营销策略、服务营销策略等各个阶段中的营销管理工作，学生要根据市场发展形势与竞争形势的变化独立完成，最终通过平衡计分卡的综合评价标准来全面衡量模拟企业的经营绩效。

营销管理模拟实战系统要求完全采用电脑模拟的形式，要求所有的企业经营决策全部在电脑上完成。整个系统包括服务器程序、教师端程序、学生端程序等部分，采用多层结构，教师和学生均可以通过局域网或互联网连接服务器使用。

## 2. 系统总体功能

(1) **学生角色分工**：每个小组包括了总经理、市场总监、渠道总监、国际总监、直销总监、财务总监等多种角色，教师可以通过参数配置设定由哪个角色来完成各项决策，可以设定全部由总经理角色来完成，也可以设定各人来完成相关决策，没有决策权的学生在电脑上将不能进行决策录入操作。

(2) **过程自动记录**：学生的所有经营决策过程自动记录，能实时查询做过的所有操作，以及对系统中企业各部门数据的影响变化情况和现金实时余额。

(3) **数据实时生成**：学生在完成每一步决策操作后，能实时看到企业各项数据的实时数据情况，完成每一个经营周期后，能实时看到企业的所有财务报表、分析指标、市场份额、竞争对手资料等各项数据。所有历史数据要求能实时查询。

(4) **平衡计分卡**：对每个模拟企业最终采用平衡计分卡进行综合评价，系统自动生成平衡计分卡分数。评估全面，无人干预或做假因素影响，确保模拟运营客观公平公正。

(5) **数据实时查询**：能实时查询企业的各类经营状态，教师同时可以查询分组对比数据，实时了解所有小组经营进展情况。每季度运营结束时能实时查询到各小组经营绩效与排名情况。

(6) **模拟经营周期**：能完成至少八个季度的经营周期。

(7) **模板选择**：系统可提供多种教学用数据模板，包括饮料数据、玩具数据、模板数据、医疗器械设备类、医疗器械耗材类、家用医疗器械、一次性无菌医疗器械。

## 3. 学生端程序功能

在营销管理模拟实战系统中，每个小组需要竞争形势的变化独立做出众多的经营决策，这些经营决策涉及企业营销管理的各个方面，并涵盖企业战略、财务、生产等管理方面。同时，团队合作、沟通技巧、执行力等也是整个决策过程中至关重要的环节。所有小组组建的公司之间是相互对抗竞争的，每个公司的目标就是使公司实现经营目标，并战胜其他公司。因此，如何思考并制定出有效的各项决策，是取得胜利的关键。学生端程序包括了背景资料、数据规则、实时状态、经营决策、数据分析等功能。各小组必须在规定的时间内，利用团队的力量，通过对本企业实时数据及竞争对手数据的分析，制订企业运营中的各项管理决策。参加训练的学生通过学生端程序登录使用。学生端程序的主要功能应包括：

(1) **竞争分析**：场营销环境进行分析，学习 SWOT 分析、波特的五力模型等工具的综合应用，分析细分市场，选定目标市场，制订细分市场战略。系统中可以根据市场分析模块来查看不同地区不同渠道的市场需求量和价格区间，由此来研发产品、开发市场和制订市场营销组合策略。

(2) **产品策略**：研究开发有竞争力的产品，是企业获取市场竞争力的重要因素。系统中设置的模块包括：新产品研发策略、产品投入产出分析、客户需求分析等。学生在训练中要学习如何根据用户需求来完善产品设计；如何根据竞争对手产品特性及市场表现改进企业的相关产品。系统中设置了不同的原料配制，可以根据不同的市场需求来研发不同品牌的产品。

(3) **价格策略**：根据不同地区不同渠道的消费者特点来制定不同的价格策略，根据竞争对手的情况来调整价格等。学生通过对渠道部的销售策略中的定价，直销部的销售策略中的定价，国际部的销售策略中的定价，掌握不同渠道的定价特点，熟练运用价格策略。

(4) **渠道策略**：系统中对分销渠道的设置，分为直销和渠道代理商销售，直销主要是通过卖场和专卖店，其中卖场模块包括促销人员的安排和卖场销售策略的制定。专卖店模块包括开设专卖店，对专卖店选址和装修的选择，以及专卖店的促销策略。渠道代理商的管理包括对国内经销商和互联网的管理，学生要针对不同地区的经销商需求特点制定不同的定价和返利策略，互联网渠道模块要求学生根据竞争对手的情况来灵活调整定价。

(5) **促销策略**：系统中对促销的设置包括人员推销、广告和营业推广。促销人员的安排主要是直销渠道的大卖场和专卖店，学生要制定有效的促销人员的激励策略。系统中设置了多种不同广告途径，学生根据不同地区的情况和竞争对手的策略来制定不同时期的广告策略。营业推广的手段，系统中主要是直销渠道中的促销策略，包括赠送、买二送一、会员卡、抽奖等多种形式的促销方法。学习如何根据消费者的需求特点和竞争对手制定不同的促销策略，以达到最好的销售促进效果。

(6) **服务营销**：学生需要正确理解和掌握服务营销的基本理念，将合适的服务策略运用到市场营销过

程中,更好地提升顾客满意度和顾客忠诚度。学生在市场部模块选择适当的服务策略,不同时期的不同地区的消费者的需求不同,需要根据不同情况调整不同的服务策略,以达到最好营销效果。

(7) **网络营销**:帮助学生理解网络营销的涵义,掌握网络营销的特点,针对系统中的设置,学生首先需要决策设立互联网渠道的时间,然后制定互联网定价,选择互联网渠道的促销策略。

(8) **国际营销**:随着企业的发展壮大,企业要进入国际市场,制定相关的国际市场营销策略。学生需要掌握国际市场营销的特点,针对国际市场的国际代理商市场需求数量和细分需求来制定国际市场营销的营销组合策略组合。其中,重点决策国际市场的开发时间和国际市场定价,注意系统中设置了国际市场营销中需要考虑的汇率问题。

(9) **生产制造**:如何根据市场预测来规划生产;如何合理配置厂房与生产设备;如何根据已经生产出来的产品对渠道进行配送。学生在制造部的决策主要是如何编排合适的生产计划,保证原料采购和最佳的设备产能,如何控制库存,有效降低制造成本。

(10) **财务管理**:学习基本的财务报表知识,学习如何透过报表了解企业的经营绩效。了解常用的财务分析指标的涵义,运用财务指标进行经营绩效分析,发现营销管理中的问题,改善经营管理。

(11) **团队协作**:企业运营管理中如何充分发挥团队的使用,对实现企业战略,提升企业绩效有着重要的作用。学生在营销对战平台中需要运用的团队合作与沟通内容包括:了解不同岗位的分工与职责,分配组织职责和工作内容;实地学习如何与立场不同的其他部门沟通协调;培养不同部门人员的共同价值观与经营理念;建立以整体利益为导向的组织结构;评估团队成员的技能和风格;培养团队成员间的沟通技巧;提高领导力与执行力。

(12) **数据分析**:在营销过程中或阶段营销结束后,学生可以实时看到公司营销的各类报表,帮助成员分析经营数据,发现问题,提升企业市场营销水平。可查询分析的营销数据主要包括三大类:

①**营销报告**:主要包括产品报告,销售报告和市场报告。其中,产品报告包括渠道库存报告,公司库存报告和产品报告,帮助学生更好地进行产品决策。销售报告包括波士顿图分析,根据 BCG 矩阵来分析产品销售状况,收入分析报告,产品分析报告,价格分析报告,帮助学生更好地制定销售策略。市场报告包括细分需求报告,品牌分析报告,广告效应报告,产品评价报告,价格评价报告,品牌评价报告,促销评价报告,渠道评价报告,服务评价报告,广告评价报告,帮助学生更好地制定品牌策略,广告策略,价格策略,促销策略,更好地训练和提高学生的市场营销技能。

②**财务报告**:主要包括资产负债表、利润表、现金流量表、财务评价等财务方面的指标与分析数据,帮助学生更好地发现企业市场营销活动中的问题。

③**管理报告**:主要包括企业经营绩效、综合表现报告、盈利表现报告、市场表现报告、成长表现报告等。管理报告可以更全面地了解公司的经营情况,并对最终经营绩效排名进行分析。

#### 4. 教师端程序功能

教师端程序由实践课授课教师或竞赛时裁判使用,主要供教师或裁判调整模拟参数、进行开课管理、控制上课进度、查询小组数据、分析点评成绩等使用。

教师端程序的主要功能包括以下几大部分:

(1) **课程开课管理**:对参加本课程的学生与小组信息进行管理,并进行开课设置与准备。

(2) **数据参数调整**:教师在课前或课中可以通过教师控制程序方便地修改设置系统中的各项参数,包括起始资金、产品功能、设备产能、消费群体、市场需求、渠道参数、服务策略等等,系统能自动生成新的市场背景信息资料。所有数据规则从设置后开始自动更新生效并生动生成相关背景与规则资料,方便教师根据自己的教学需要进行个性化修改,满足不同专业学生、不同知识背景的授课需要。

(3) **运营进程控制**:企业经营决策的进度由教师实时控制,只有教师发布了决策任务后学生才能看到任务内容并进行决策录入。教师未发布的任务,学生不能随意操作或提前决策。教师可以根据时间进展情况方便的调整授课进度,也可以让学生在课后通过网络连接系统完成数据分析与决策录入工作。

(4) **学生状态控制**:能实时看到所有参加训练学生的连接状态,并能根据需要断开已经连接的学生电脑。能实时看到所有小组的连接状态,小组是否连机及任务是否完成能实时看到。

(5) **经营状态查询**:所有小组的经营过程、经营状态、经营数据、经营绩效等资料均可以通过教师机实时查询,而无需到学生电脑上查询。

(6) **综合数据查询**:在每一经营周期结束后,可以通过教师机实时查询到系统自动生成的所有小组的数据报表资料,包括:

①**财务报告**:包括资产负债表、利润表、现金流量表,以及主要财务指标的数据,如毛利率、净利率、净资产收益率、资产负债率、存货周转率等等,并给出评分标准;同时系统中能自动生成所有财务指标及数据的各阶段变化趋势图形。

②**市场报告**:系统自动生成各类市场报表,包括每个小组的各细分市场占有率、各细分市场的订货量、各细分市场的产品报价、各细分市场的广告投放情况、各品牌产品的产品设计对比表等等。

③综合报告：系统中有基于平衡计分卡的综合评价体系，能随时看到小组的综合评价分数。

(7) **数据对比分析**：要求能提供所有小组财务报表、市场表现以及各部门实时数据的对比显示功能，以方便对比各小组的经营情况；教师端显示的数据要求能放大显示，以方便在投影仪上投出进行授课点评。

### 三、产品技术要求

1. **B/S 架构**：产品采用 B/S 结构，能支持远程应用，可通过局域网或互联网连接登录使用。

2. **三层结构**：产品设计包括数据库层、应用服务器层、操作层。系统扩展能力强，可以满足同时上百个小组或数百人同时竞赛。

3. **大型数据库**：后台数据要求使用 SQL Server 2000/2005 专业数据库系统。

4. **操作系统**：客户端程序能在 Windows XP/2000/2003 等操作系统环境下运行。

5. **用户数**：至少满足同时一个教室上课，同时满足 10 个小组，最大连接电脑站点数 50 个。能扩展到多个教室同时上课，能扩展满足 100 个以上小组同时竞争，能扩展满足 1000 个以上的站点同时使用。以满足日常小规模授课和大规模竞赛的需要。

## E 包、电子商务综合实训与竞赛系统

### (一) 微信营销实训平台软件：

平台要求

1、微信营销实训平台软件，紧密贴合移动商务专业建设中移动营销实务课程的教学要求，培养学生在微信营销与微商运营中的实用操作技巧，主要从公众号搭建、行业展示、宣传推广、营销互动、智能客服五个方面，让学生掌握微信营销与运营的策略、方法、技巧与实践。

2、通过微商运营实训，培养学生在界面设计、微信文案设计、元素设计、营销互动设计、营销策划等方面的专业技能。

3、提供完整的配套实训教材和实训项目，满足移动营销教学需求。

功能要求

1、行业展示：平台能够围绕教育、餐饮、医疗、旅游、服装、数码、生活服务等不少于 25 个的热门行业，提供不少于 300 套的不同行业微网站模板，方便学生了解和掌握不同行业风格下的微场景设计与相关业务操作，培养学生的微信营销的创新能力，激发学生的学习兴趣和设计欲望。

2、宣传推广：系统能提供多样化的宣传推广方式，包括主题式微场景搭建、个性化电子名片制作、图文投票功能、主题文章推送、会员卡体系以及节日、游戏等热门活动，训练学生的微信宣传推广技巧。

3、营销互动：系统能够提供微调研、微论坛、微众筹、留言板、微秒杀等互动方式，加强富媒体环境下的营销体验，促进用户间的互动交流。引导学生开展营销活动，参与营销互动设计和微信营销策划，培养学生的主动性和积极性。

4、智能客服：系统提供在线客服、人工客服等客户服务系统，学生根据购买流程，提供售前、售中和售后客户服务。通过实时图文回复、优惠活动推送，提供在线答疑和问题反馈，维系客户关系。

5、开放认证号功能：为营造全真的微商运营环境，在健全第三方服务平台功能的基础上，全方位挖掘使用微信公众号，不仅提供个人订阅号的功能，还具备主题文章推送、智能客服等认证公众号功能。

6、内置微信模拟器：系统内置微信营销模拟器，实现成果的同步查看和实时更新，加深学生对微信功能的理解，发挥学生的创造力，引导学生主动参与学习。

7、完善的评分体系：建立多维度的微商运营评分指标，通过界面设计、行业契合度、移动市场调研、微信文案设计、营销互动策划、智能客服以及公众号运营的创新创意等完善的评分指标，全方位评价学生微信营销的综合水平。

8、灵活的评分方式：系统提供系统自动评分和教师主观评分两种模式，并支持教师根据教学需求灵活设置评分比重，系统实现对学生的实训效果有“量与质”的双重考察。

9、完备的成绩分析统计：提供完备的成绩统计分析，从系统评分和主观评分两个维度，实现对班级学习成果的同步查看和分析，方便对学生进行针对性的指导，能够更好的实现问题诊断和教学监控。

10、技能强化：贴合移动商务专业建设指南关于移动营销专业的考核要求，着重培养学生在移动营销中市场调研、文案设计与图文发布、微信营销、行业及主题营销等方面的移动商务技能。

技术参数

- 1、支持 B/S 架构访问，运行环境主要有客户端、应用服务器端和数据库服务器端部分。
- 2、采用 PHP 编程语言，支持跨平台部署，简易、可扩展、稳定性好。

## （二）微店设计与装修实训软件

### 功能参数：

- 1、基于核心组件搭配与设置，通过导航菜单、商品管理、营销活动管理等功能辅助，进行微店首页、商品详情页等内容的规划与设计实施，支持个性化页面的自制与应用，搭建完整的微店设计与装修环境。
- 2、提供 5 套及以上设计模板，支持模板选取与重建，适用于餐饮、旅游、教育、美容时尚、农村电商、金融服务等各行业店铺。
- 3、模拟手机端这一移动展示载体，在后台即可实时预览前台效果，形成一条“设计—预览—修改”的快速响应路径。
- 4、提供不少于 10 条基础数据，可以考察在既定考试题目、考试要求、考试素材情况下，学生的自主创造和创新能力。
- 5、结合系统自动评分和教师主观评分，支持评分权重的灵活设置，实现对店铺装修“量与质”的双重考察，同时具备按成绩降序的自动排名功能。
- 6、支持教师对学生学习成果的统一查看，便于在实验班范围内开展评比与交流互动，践行“翻转课堂”教学模式。
- 7、紧密贴合移动商务专业建设指南中，关于移动商务视觉设计课程的知识与素养要求，能够培养学生在网站界面规划、商品信息采集、图片美工、元素设计、文案编辑等方面的技能。
- 8、注重教学方式创新，支持四步进阶学习法，创造螺旋提升模式。1) 自我审视：预览→修改尝试，通过自我练习与预览，尝试各个组件的内容及设置方法；2) 案例模拟：样本→照葫芦画瓢，选取临摹样本，模仿练习；3) 主题考核：要求→创作演练，针对特定的考试题目，检验学习成果，同时培养创作能力；4) 总结反思：展示→点评与交流，通过台上创作成果的展示与讲解，台下点评与讨论，大家互相借鉴，营造积极活泼的学习氛围。

### 技术参数：

- 1、支持 B/S 架构访问，运行环境分客户端、应用服务器端和数据库服务器端三部分。
- 2、采用 HTML、Visual C#编程语言，支持不同数据格式的文件导入，简易、可扩展、通用。
- 3、支持鼠标拖拽小组件（Draggable Widget），针对选中组件行编辑与设置，并且可以调整编辑区域内组件的位置。

## （三）移动商务企业运营博弈平台软件

### 一、平台要求

- 1、提供一定的初始资源，支持企业在激烈的竞争环境中进行博弈对抗，通过合理分工和团队协作，在市场中获取最多的资源。
- 2、提供完备的沙盘背景、沙盘规则、市场地图等可视资源，营造高度仿真运营环境。
- 3、支持教师依据教学实训要求，选择服装、家纺、3C 数码、母婴、食品等不少于 10 个不同行业的实验。
- 4、具备数据分析功能，实现企业内部分析和外部企业间对比分析，辅助教学监控和运营诊断。
- 5、融入 AISAS 消费者行为模型，构建 Attention（注意）、Interest（兴趣）、Search（搜索）、Action（行动）、Share（分享）营销法则，突出互联网时代下搜索和分享的重要性。
- 6、融入成交率转化漏斗模型，反映了从访问、点击、咨询、下单、直到生成订单过程中的客户数量及流失的转化趋势。
- 7、引入“流量互换”机制，在人机互动的基础上驱动人人互动，体现移动商务的社群营销和分享经济理念。
- 8、基于 AHP 层次分析法，突破传统沙盘唯财务论的单一评判局限，通过商品、店铺、营销、客户、财务五个一级指标及各自对应的二级指标，构建立体化评价体系。
- 9、提供完备的教学支撑服务，包含配套的移动商务教材、沙盘知识点、教师指导手册、沙盘攻略、教学视频等，满足老师教学需求。

## 二、功能要求

- 1、职能部门：采用扁平式组织架构，根据核心业务与重点岗位，提炼出无线运营中心、移动开发部、无线店铺运营部、移动营销部、人力资源部、财务管理部六大职能部门，并围绕此六大岗位开展相关业务。
- 2、企业定位：依据市场调研和判断进行企业定位，包含无线店铺、独立 APP 和微商城，以此作为移动商务企业核心运营的定位。
- 3、无线选品：提供市场交易热度作为无线选品依据，可依据市场变化实时调整。
- 4、移动应用开发：掌握 APP 开发模式及开发系统，设计 APP 的 LOGO、启动图、引导图，并完成 APP 的上架。
- 5、微信二次开发：系统提供包含订阅号、服务号、小程序以及企业号的开发规划及功能开发，支持进行自定义导航的设置以及内容设置。
- 6、店铺装修：提供组件工具，包含 banner、轮播图、商品组合、商品导航等，支持学生依据组建和既定素材进行无线店铺装修。
- 7、采购物流管理：要求进行企业采购预算管理，并参考采购定价采购相关商品，并进行发货管理和库存管理。
- 8、商品管理：要求能够对商品进行管理，包含商品标题、关键词、商品价格以及运费等相关商品信息。
- 9、营销推广：支持关键词优化、活动策划、优惠券、短信提醒等多种营销推广方式。
- 10、客户服务：提供智能机器人和人工客服服务，设置客服服务人数以及时间，处理相关订单业务。
- 11、店铺诊断：提供店铺流量类、商品类、交易类指标数据，支持对店铺运营的诊断和分析，从而实时进行店铺运营策略的调整。
- 12、移动营销：提供 APP 营销、微信营销、微博营销、微淘营销、二维码营销、H5 场景营销等多样化的移动营销方式，实现以内容为驱动的营销，构建商家与用户之间的闭环。
- 13、APP 营销：支持展示广告和自选搜索关键词推广，依据竞价规则进行展示和投放。
- 14、微信营销：提供品牌活动推广、移动应用推广、公众号推广以及卡券推广等多种朋友圈推广方式，实现企业公众号在朋友圈的营销和推广。
- 15、微博营销：系统支持微博推广和应用推广，可通过编辑微博创意和宣传文案进行微博营销，同时支持粉丝关系、人群属性以及社交兴趣的推广。
- 16、微淘营销：提供广播、商品以及活动等多种微淘推广类型，支持对店铺商品或者活动进行微淘营销和推广。
- 17、二维码营销：系统能够对商品类和活动类的推广生成可识别展示的二维码，实现二维码营销的宣传和推广。
- 18、H5 场景营销：提供 H5 相关组件和功能，支持设置不同主题的场景内容，同时支持 H5 场景一键分享至微博或者微信等平台进行同步式推广。
- 19、营销监测：实时监测 APP 营销、微信营销、微博营销、微淘营销、二维码营销以及场景营销的相关互动数据，包含浏览量、点击量、点赞、分享、转发等，并与行业数据进行对比，可实时调整相关营销策略。
- 20、人力资源管理：涵盖绩效和薪酬两大职能，支持绩效指标人工设定，系统自动进行绩效考核和薪酬福利扣除。
- 21、财务管理：支持雷达图、资产负债表、损益表、现金流量表等财务图表的自动生成，资金不足时，允许进行银行贷款。
- 22、支持学生在现金流转方面进行 APP、微信、微博以及微淘的互动点赞等社交行为，具有动态性和竞争性。
- 23、数据分析：提供运营监测数据，包含整体看板、业务看板、营销看板、商品看板、市场看板等不少于五大类一级指标，55 个二级指标，方便学生能够根据数据做出市场决策。
- 24、实验模式：支持自动和手动两种实验控制模式，提高制定和控制实验的灵活性，为教师端操作创造便利。

## 三、技术参数

- 1、该系统为 B/S 三层结构，运行环境分客户端、应用服务器端和数据库服务器端三部分。

- 2、后端采用 C#编程语言，前端采用 VUE.js+html，轻量、高效、稳定。
- 3、软件 UI 设计采用轻拟物的视觉设计风格，软件清爽不乏趣味性

#### （四）电子商务网店运营实训软件

##### 一、软件简介

电子商务网店运营实训软件，基于电商企业的部门业务划分，以岗位相关业务技能训练为核心，通过项目任务分解、业务交叉设计、部门岗位分组等方式，锻炼学生在电商运营、店铺装修、营销策划、活动推广、物流发货、客户服务等核心电商业务方面的技能，并通过部门间业务分工和协作实现模型搭建，让学生在训练业务技能过程中体验游戏化合作的乐趣。

##### 二、功能要求

- 1、系统支持课程任务：采用任务模块思维的教学方式，通过组间模型的移动，可以考察组间合作成果，让学生更加主动学习；
- 2、采用 O2O 式项目实训方式，线上项目分解，线下项目实训，锻炼电商运营、店铺装修、营销策划、活动推广、物流发货、客户服务等核心电商业务方面的技能；
- 3、支持电商实战技能训练：项目实训既包含任务模拟，也包含实战部分，任务模拟解决学生店铺开设的企业资质难题，实战部分则训练学生电商企业岗位工作技能，包含岗位职责设立、电商企业主题实训、图片拍摄处理以及情景案例搜集分析；
- 4、电商企业交叉式任务设计，与真实企业部门业务合作方式高度契合，各部门之间任务关联，业务流转，各组之间必有业务交叉联系，有先后次序，有平行竞争关系，实现跨部门式的业务合作；
- 5、根据企业真实的业务连贯地设计任务，内置项目业务实训必须包含 5 大子业务模块；
- 6、店铺开设系统模块：京东、天猫店铺开设系统，全流程再现真实业务，解决学生京东、天猫店铺开设问题；
- 7、店铺装修系统模块：提供企业店铺进行装修系统，包含店招、首页大图、导航栏、商品分类等页面；
- 8、店铺推广系统模块：支持天猫直通车、京东快车推广，并提供微信、QQ、微博推广渠道，助力企业店铺推广；
- 9、客户服务系统模块：内置智能机器人系统，解决客户售前、售中以及售后服务的相关问题；
- 10、ERP 发货系统模块：实现店铺商品订单转化，并通过 ERP 系统对接，帮助完成物流订单审核、快递单打印、拣货发货以及退货管理等相关业务；
- 11、必须能够完整体现电商企业组织框架，必须具备的角色有运营总监、产品组、店铺运营组、美工组、推广组、客服组、仓储物流组；
- 12、系统提供女装、3C 数码、家居日用、母婴、食品等热门电商行业的相关行业资源以及双十一、元旦、京东 6.18、年货节等电商节庆资源，满足电商学生多主题式任务实训技能要求；
- 13、系统提供系统智能评分、学生互评、教师评分相结合的多维度评分机制，并支持不同评分主体的权重设置；
- 14、系统需要支持学情分析功能，满足学生对各个项目的得分和学习情况进行数据可视化展示的要求，同时满足教师对学生实训情况进行检查和分析，以指导学生薄弱环节，提升学生针对性加强薄弱技能培训；
- 15、系统后台支持实训任务灵活编辑、组合和重组功能，支持教师依据电商企业真实情况，灵活设置 4-7 个电商企业部门数量；支持自由添加学生端任务，任务类型包含文本、PPT、Excel、Word、图片、视频等多类型格式，并且提供典型电商节日活动背景及任务策划，如双 11、京东 618、年货节等，满足多层次的基于实战背景的店铺运营技能实训要求，实践了项目教学法和角色扮演法的实训应用。

##### 三、服务支撑

- 1、课时安排：灵活设置教学的课程，适应学校 36/40 课时教学，可以支持教师实验课时的安排要求；
- 2、教学设计：区分教学重点、难点，提供与软件和教学匹配的教学任务设计，满足老师上课教学安排；
- 3、使用手册：教师、学生针对性的指导手册，帮助学生和老师解决操作过程中的疑问和难题；
- 4、实验室建设：满足学校实验室建设要求。

##### 四、技术参数

- 1、支持 B/S 架构访问，运行环境分客户端、应用服务器端和数据库服务器端三部分；
- 2、采用 HTML、Visual C#编程语言，支持不同数据格式的文件导入，简易、可扩展、通用。

## 第三部分 供应商须知

供应商必须认真阅读本谈判文件，充分理解采购项目的全部内容，并根据谈判文件要求，提供符合采购人需求和实际情况一致的、具有可操作性的详细的解决方案。供应商没有按照谈判文件要求提交全部资料，或者响应文件中没有对谈判文件的要求在各方面都作出实质性响应是供应商的风险，可能导致其响应文件被拒绝。

### 一、谈判文件说明

#### （一）有关名词解释：

- 1、“采购人”系唐山师范学院。
- 2、“供应商”系参与本次谈判的单位。
- 3、“响应文件”系供应商参与谈判时需携带的资质证明资料、投标文件等。
- 4、“谈判小组”系由采购人代表和有关专家等组成的确定成交供应商的组织。

#### （二）谈判文件的解释权：

本文件涉及采购程序内容、商务、技术、服务条款由采购人负责解释。

#### （三）验收程序及付款：

##### 1、验收：

（1）验收标准：按谈判文件及响应文件和双方谈判确认的技术、服务、安全等要求为准，并不得低于国家标准。

（2）验收程序：成交供应商按合同要求交货后，由采购人组织有关人员进行验收。

##### 2、付款方式：

设备安装验收合格后 30 日内付款 95%，其余款项验收合格满 12 个月无违约 30 日内一次无息付清。

#### （四）供应商的资格审核采用资格后审（开标时审核）并按以下方式确认：

（1）营业执照副本原件

（2）法定代表人或授权委托人身份证原件（如为授权委托人，须提供授权委托书原件）

### (3) 相关资质文件原件

以上 3 项材料需单独装入一个文件袋内，在递交谈判文件时一同递交，过时不收。

### (五) 要求交货时间：

具体交货时间供应商必须在谈判中作出明确承诺,且符合采购人的交货时限要求。并在合同中确定。

### (六) 履约保证金：

中标供应商在签订合同之前交纳履约保证金，履约保证金应用人民币，缴纳金额为合同价款的 10%。需从公司基本账户通过电汇将履约保证金汇入唐山师范学院指定账户。在合同履行结束并验收合格 10 日内退还中标供应商的履约保证金，但因供应商自身原因导致无法履约的，履约保证金不在退还。

户名：唐山师范学院

开户银行：建行唐山冶金支行

帐号：13001625908059111666

行号：1051240000000046

## 二、 响应文件的编写

### (一) 响应文件的编写：

供应商应当按照本谈判文件第五部分要求的响应文件格式和内容编制响应文件，并对其提交的响应文件的真实性、合法性承担法律责任。响应文件中其所投相关货物品牌、规格、技术参数必须是确定的，否则为无效响应。

1、供应商的响应文件必须使用中文编写。响应文件中可能涉及到的外文资料必须附有相应的中文译本，外文资料与中文译本不一致之处，以中文译本为准。

2、供应商应按规定，向谈判小组递交响应文件，响应文件应包括正本一份、副本一份，当正本与副本有不一致时，以正本为准。

3、响应文件的正本和副本均需 A4 纸打印或用不褪色墨水书写，由供应商的法定代表人或其授权的代理人按规定小签或签署，不得用签名章代替。

4、响应文件的任何一页都不应涂改，不应有行间插字或删除。如果出现上述情况，不论何种原因造成，均由响应文件签字人在改动处小签或盖法人章。

5、响应文件的正本与副本应分别装订成册，不得采用活页夹，必须胶装，否则为无效响应文件。响应文件应编制目录，并且逐页标注连续页码，集中采购机构对由于响应文件装订松

散而造成的丢失或其他后果不承担任何责任。

## （二）报价：

1、报价必须为人民币，其它币种不予接受。报价表应写明报价包含的项目、单价和总价，如果单价累计与总价不符时，以单价累计为准；单价小数点明显错位的以总价为准，并修改单价；大小写不符时，以大写为准。

2、供应商应在响应文件的“报价表”中填写该项目的总报价，任何有选择的报价将不予接受。

3、供应商应根据谈判文件要求编制真实有效的报价。

## （三）响应文件的递交：

供应商应在本谈判文件中要求的递交响应文件截止时间前，将响应文件密封送达指定地点。在截止时间后送达的响应文件为无效文件，采购人、谈判小组应当拒收。

# 三、谈判工作程序和方法

## （一）谈判小组组成、职责及义务：

### 1、组成：

（1）根据本次采购的特点组建谈判小组，其成员由技术方面专家和采购人代表等不少于三人单数组成。

（2）谈判开始前，由小组成员共同推选谈判小组组长一名，主持谈判工作，组长与其他成员等权，即只有一票表决权。

### 2、职责：

谈判小组在采购活动过程中应当履行下列职责：

- （1）确认谈判文件；
- （2）从符合相应资格条件的供应商名单中确定不少于3家的供应商参加谈判；
- （3）审查供应商的响应文件并作出评价；
- （4）要求供应商解释或者澄清其响应文件；
- （5）编写评审报告；

### 3、义务

谈判小组应当履行下列义务：

- （1）遵纪守法，客观、公正、廉洁地履行职责；
- （2）根据采购文件的规定独立进行评审，对个人的评审意见承担法律责任；
- （3）参与评审报告的起草；

(4) 配合答复供应商提出的质疑；

(二) 谈判遵循的原则及方法：

1、原则：遵循客观、公正、审慎的原则。

2、方法：为保证谈判工作合法、有序、高效的进行，本次谈判采用**最低评标价法**。本次谈判采取**再次报价方式**。

(三) 注意事项：

1、维持会场秩序，不准大声喧哗；关闭手机或置于震动状态。

2、在谈判期间，供应商不要远离会议现场，以便随时接受询问。供应商不得向谈判小组询问谈判情况，不得进行旨在影响谈判结果的活动，否则，一经发现取消其响应资格。

3、在谈判过程中，如供应商故意扰乱会场秩序或谈判小组认为有其他不正当行为时，谈判小组有权终止谈判过程。

(四) 谈判工作程序：

谈判按响应文件初审、澄清有关问题、比较与评价、推荐成交候选供应商名单的顺序进行。

1、响应文件初审：

(1) 资格性检查。依据法律法规和谈判文件的规定，对供应商的资格证明、谈判保证金等进行审查，以确定供应商是否具备响应资格。

(2) 符合性检查。谈判时依据谈判文件的规定，从响应文件的有效性、完整性和对谈判文件的响应程度进行审查，以确定是否对谈判文件的实质性要求作出响应。

(3) 谈判时属下列情况之一者按无效响应处理：

**A、未按规定提供证明资料的。**

**B、未按照谈判文件规定要求密封、签署、盖章的。**

**C、不具备谈判文件中规定资格要求的。**

**D、不符合法律、法规和谈判文件中规定的其他实质性要求的。**

2、澄清有关问题：

谈判小组对响应文件的有效性、完整性和响应程度进行审查时，可以要求供应商对响应文件中含义不明确、同类问题表述不一致或者有明显文字和计算错误的内容等作出必要的澄清、说明或者更正。供应商的澄清、说明或者更正不得超出响应文件的范围或者改变响应文件的实质性内容。谈判小组所有成员与单一供应商分别进行谈判，并给予所有参加的供应商平等的谈判机会。

谈判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。

### 3、比较与评价：

按谈判文件中规定的方法和标准，对响应文件进行评审，并根据谈判文件规定的程序、评定成交的标准等事项与实质性响应谈判文件要求的供应商进行谈判。未实质性响应谈判文件的响应文件为无效响应，谈判小组应告之有关供应商。

**本次谈判采取再次报价方式。**最后报价是供应商响应文件的有效组成部分。谈判小组依据统一的价格要素评定最低报价。如评委认为响应报价低于成本价时，应写出书面材料，详细说明低于成本的原因和证据，书面材料须全体评委和该报价的投标供应商同意并签字确认。

### 4、推荐成交候选供应商名单：

在谈判供应商全部满足谈判文件实质性要求前提下，谈判小组以技术、服务、安全标准等均能满足谈判文件实质性要求，按照最后报价由低到高的顺序提出 3 名以上成交候选人，并编写评审报告。

### 5、谈判小组根据评审记录和评审结果编写评审报告，其主要内容包括：

- (1) 邀请供应商参加采购活动的具体方式和相关情况，以及参加采购活动的供应商名单；
- (2) 评审日期和地点，谈判小组成员名单；
- (3) 评审情况记录和说明，包括对供应商的资格审查情况、供应商响应文件评审情况、谈判情况、报价情况等；
- (4) 提出的成交候选人的名单及理由。

### 6、采购政策执行：

**项目供应商应按有关规定在响应文件中声明，并提供相关复印件和相关查询网站。**

#### (五) 成交：

谈判小组将评定报告交付采购人，采购人确认签字后公开宣布谈判结果，谈判结束。

#### (六) 其他说明：

1、实质性响应要求的供应商不足三家，谈判失败。

2、出现影响采购公正的违法、违规行为的为废标；

3、谈判小组不向未成交供应商解释未成交原因，不退还响应文件。

4、供应商质疑时。按《中华人民共和国政府采购法》第六章质疑与投诉、《中华人民共和国政府采购法实施条例》第六章质疑与投诉和“冀财采[2004]22号”文件执行。

政府采购法第五十二条规定的供应商应知其权益受到损害之日，是指：

(一) 对可以质疑的采购文件提出质疑的，为收到采购文件之日或者采购文件公告期限届满之日；

(二) 对采购过程提出质疑的，为各采购程序环节结束之日；

(三) 对成交结果提出质疑的，为成交结果公告期限届满之日。

#### 四、合同授予

(一) 成交通知书：

确定成交供应商之日起 2 个工作日内，发出成交通知书。

(二) 合同签订：

1、采购人与成交供应商应当在成交通知书发出之日起 10 日内，按照谈判文件确定的合同文本以及采购标的、采购金额、技术和服务要求、安全标准等事项签订政府采购合同。

2、采购人不得向成交供应商提出超出谈判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谈判文件确定的合同文本以及采购标的、采购金额、技术和服务要求、安全标准等实质性内容的协议。

3、除不可抗力等因素外，成交通知书发出后，采购人改变成交结果，或者成交供应商拒绝签订采购合同的，应当承担相应的法律责任。

4、成交供应商拒绝签订采购合同的，采购人可以按照评审报告推荐的成交候选人名单排序，确定下一候选人为成交供应商，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。

**5、采购合同（参考样式）见唐山师范学院国有资产管理处网页相关下载中的合同样本。**

## 第四部分 响应文件格式

（供应商按照以下内容且不限于以下内容制作响应文件，并对其提交的响应文件的真实性、合法性承担法律责任。）

封面

正/副本

采购项目编号：

采购项目名称：

# 响 应 文 件

供应商（全称）：（盖单位章）

法定代表人或授权委托人：（签字）

\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

## 目 录

- 1、承诺书
- 2、营业执照（通过年审且经营范围包含本次谈判内容，加盖单位章）
- 3、法定代表人或授权委托人身份证复印件（如为授权委托人，还须提供授权委托书原件）
- 4、企业概况及投标方案说明
- 5、报价表
- 6、分项报价表
- 7、技术规格偏离表
- 8、设备技术参数及样品图片等
- 9、质量及售后服务承诺
- 10、供应商认为有必要提供的其他资料

# 承 诺 书

唐山师范学院：

我方（投标供应商全称）已详细阅读了贵方关于（项目名称）采购项目（项目编号）谈判文件的全部内容，决定接受此谈判文件的全部要求并授权（姓名）（职务）为我方的全权代表参加本次的谈判活动。

据此我方郑重声明以下诸点并对之负法律责任：

1. 我方已详细阅读了谈判文件的全部内容并同意其规定，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件，我方接受谈判文件的全部要求，对此项目进行全部响应。
2. 我们完全同意放弃对谈判文件有不明及误解的权利。如果由于我方对谈判文件规定的任何误解和忽略而导致成交后发生的任何风险，其责任由我方自负。
3. 我方已按贵方的要求向贵方提交了响应文件二份。
4. 我方承诺在合同签订后\*\*日内完成全部采购项目，达到验收标准。
5. 如果贵方接受我方响应文件，我方将按谈判文件的规定与贵方签订合同并全面履行合同责任和义务。
6. 我方的响应文件自招标结束之日起有效期为 60 天（日历日）。在该期限届满之前，本响应文件对我方始终有约束力。
7. 与我方有关的一切正式往来通讯请寄：

地址：                      电话：                      其它联系方法：

供应商名称：（公章）

法定代表人：（签字或盖章）

授权委托人：（签字）

年 月 日

## 营业执照

通过年审且经营范围包含本次谈判范围，加盖单位章。

## 授权委托书

唐山师范学院：

兹委托\_\_\_\_\_参加贵单位组织的项目编号为\_\_\_\_\_的\_\_\_\_\_项目的采购活动，全权代表我单位处理谈判的有关事宜。

附全权代表情况：

姓名：\_\_\_\_\_ 性别：\_\_\_\_ 年龄：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_

身份证号码：\_\_\_\_\_

详细通讯地址：\_\_\_\_\_

电话：\_\_\_\_\_ 传真：\_\_\_\_\_

邮政编码：\_\_\_\_\_

供应商名称（公章）

法定代表人（签字）

年 月 日

年 月 日

法定代表人身份证复印件（双面）

（粘贴此处）

授权委托人身份证复印件（双面）

（粘贴此处）

## 企业概况及响应方案说明

1、企业概况主要介绍供应商经营规模、技术、资金实力等情况。

2、响应方案内容：

- (1) 项目概况；
- (2) 项目实施进度计划；
- (3) 项目实施方法与技术措施；
- (4) 质量及安全、文明实施保证措施；
- (5) 交货期保证措施。

**注：**响应方案简要说明必须有供应商公章、法定代表人（或授权委托人）签字或盖章。说明必须准确、完整、精练。由于表述不准确、不完整而造成的无效响应，责任由供应商自负。

# 报价表

供应商名称：（单位全称并加盖公章）

采购项目名称：

金额单位：元（人民币）

序号	名 称	数量（台）	报价（小写）
合计	总价：（大写）		

供应商法定代表人（或授权委托人）：     签字                          年 月 日

注：无供应商法人章和法定代表人或授权委托人签字的为无效响应。

## 分项报价表

供应商名称：(单位全称并加盖公章)

采购项目名称：\_\_\_\_\_

序号	名称	品牌、型号或规格	数量 (单位)	原产地和 制造商名称	单价(注明装 运地点)	总价 (元)	备注
1.							
2.							
3.							
4.							
总计							

供应商法定代表人(或授权委托人)：\_\_\_\_\_签字\_\_\_\_\_

日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

注：1、如果按单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修正总价。

2、如果不提供详细分项报价将视为没有实质性响应招标文件。

3、各项设备详细技术性能应另页描述

## 技术规格偏离表

供应商名称: (单位全称并加盖公章)

采购项目名称: \_\_\_\_\_

序号	设备名称	谈判规格要求	响应规格标准	响应/偏离	说明

供应商法定代表人 (或授权委托人): \_\_\_\_\_ 签字

注: 1、供应商须对照谈判文件的技术要求, 逐条说明所提供设备已对谈判文件的技术要求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、谈判文件中有参数要求的指标, 供应商必须提供设备的具体参数值, 否则将被视为对谈判文件的技术要求缺乏实质性响应。

## **设备技术参数及样品图片**

提供设备的详细技术参数或官网或宣传图样品图片等。

## **质量及售后服务承诺**

供应商对设备的技术指标要求和服务要求的响应情况（“响应”或“不响应”），产品的质保年限、保修承诺、免费维修保养计划、供货进度表、售后服务培训及费用。

## **供应商认为有必要提供的其他资料**