



# 贵州电子商务职业技术学院

## 数字电商实训实战账号

### 需求公示

(2025 年 7 月)

项目名称:	数字电商实训实战账号		
采购方式:	竞争性磋商	采购类别:	服务
项目编号:	GZHDD-2025-ZC9646		
采购人:	贵州电子商务职业技术学院		
详细地址:	贵州电子商务职业技术学院		
联系人:	刘老师	联系电话:	0851-85813579
代理机构:	贵州华盾达招标有限公司		
详细地址:	贵州省贵阳市高新区融创数据小镇 A21 栋 13 楼 19 号		
联系人:	项目部一部(夏工、王工)	联系电话:	0851-84131233/ 18586370925

# 目 录

## 第一部分 专用部分

第一章 采购范围 .....	1
第一节 采购项目概述 .....	1
第二节 服务要求 .....	2
第三节 供应商资格条件 .....	2
第二章 服务内容及商务要求 .....	2
第一节 服务内容 .....	6
第二节 商务要求 .....	6
第三节 图纸附件 .....	11
第四节 实质性要求明细表 .....	12
第三章 评标办法及评分标准 .....	13
第一节 评标办法 .....	13
第二节 废标条款 .....	25
第三节 无效标条款 .....	30

## 第二部分 通用部分

第四章 政府采购程序 .....	32
第一节 发布采购公告 .....	32
第二节 获取竞争性磋商文件 .....	33
第三节 交纳投标保证金 .....	34
第四节 递交响应文件 .....	35
第五节 竞争性磋商程序 .....	35
第六节 发布成交公告 .....	36
第七节 支付代理服务费 .....	37
第八节 政府采购合同签订、备案及公告 .....	38
第九节 退还投标保证金 .....	41

第五章 政府采购合同 .....	43
第六章 优惠性政策情况 .....	53

# 第一部分 专用部分

## 第一章 采购范围

### 第一节 采购项目概述

#### 一、项目概述

为满足采购人“数字电商产业学院”项目班实训实践教学要求，开展生产性实践教学，支撑双高电子商务专业群社会服务项目中服务企业数字化转型的培训任务。电子商务系拟采购60个数字电商实训实践账号。

#### 二、资金来源

1. 本项目资金来源为财政性资金，由高水平专业群建设任务（6-2 校企共建省内一流水平产教融合实训基地）中列支。

2. 本项目采购预算为：陆拾万元整（小写：600,000.00 元）；

3. 本项目最高限价为：陆拾万元整（小写：600,000.00 元）；

#### 三、采购合同管理：

1. 是否允许分包：否

#### 五、竞争性磋商文件解释权

本项目竞争性磋商文件的最终解释权归采购人。

#### 六、采购人

1. 采购人名称：贵州电子商务职业技术学院

2. 地 址：贵州电子商务职业技术学院

3. 联 系 人：刘老师

4. 联系电话/传真：0851-85813579

5. 电子邮箱： /

## 七、代理机构

1. 名称：贵州华盾达招标有限公司

2. 地址：贵州省贵阳市高新区融创数据小镇 A21 栋 13 楼 19 号

3. 联系人：项目部一部（夏工、王工）

4. 联系电话/传真：0851-84131233/18586370925

5. 电子邮箱：3344541036@qq.com

## 八、监督部门

1. 监督部门：贵州省财政厅

2. 监督电话：0851-86893267

3. 详细地址：贵州省贵阳市云岩区中华北路省政府大院 7 号楼

## 第二节 服务要求

### 一、服务范围

本项目采购的服务来源范围要求为本国合法服务商提供的满足竞争性磋商文件及采购人要求的服务。

### 二、服务须满足的规范、标准

符合国家现行相关规范、标准。

### 三、磋商小组根据与供应商磋商情况可能实质性变动的内容：无

## 第三节 供应商资格条件

本项目供应商资格条件要求如下：

（一）符合政府采购法第二十二条规定，提供政府采购法实施条例

第十七条规定资料：

1. 供应商应在中华人民共和国依法注册，具有独立承担民事责任的能力：

具体要求：供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”；供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；供应商是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件；供应商是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”；供应商是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。分支机构参加响应的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料；

2. 具有良好的商业信誉和健全的财务会计制度：

具体要求：提供 2024 年度经有资质的会计师事务所或审计机构出具的完整的审计报告（含三表一附注）。审计报告应盖有会计师事务所单位章和注册会计师的执业专用章，并附会计师事务所的营业执照及执业证书复印件或扫描件；或提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前由银行出具的资信证明。

3. 具有履行合同所必需的设备和技术能力：

具体要求：提供具备履行合同所需的设备和技术能力的书面承

诺（承诺函格式自拟，加盖供应商公章）。

4. 有依法缴纳税收和社会保障资金的良好记录：

具体要求：提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前期间任意 1 个月依法缴纳税收的凭证（未发生缴税情况的，须提供零申报证明，即提供企业自行在网上申报系统中打印的已申报报表；依法免税的，须提供企业所在地税务部门出具的相应证明）；提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前期间任意 1 个月的依法缴纳社会保障资金的凭证。（以加盖社保机构公章的社保资金收据凭证或加盖社保机构公章的本单位社保缴纳花名册或向税务机关缴纳社保费的完税证明或加盖社保机构公章的其他社保缴纳证明为准）（加盖供应商公章）。

5. 参加本次采购活动前三年内，在经营活动中没有重大违法记录：

具体要求：提供参加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（重大违法记录是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚）。（格式附后，加盖供应商公章）。

6. 法律、行政法规规定的其他条件：

具体要求：供应商须承诺：在“信用中国”网站（[www.creditchina.gov.cn](http://www.creditchina.gov.cn)）未被列入“失信被执行人”和“重大税收违法失信主体”名单，在“中国政府采购网”（[www.ccgp.gov.cn](http://www.ccgp.gov.cn)）未被列入“政府采购严重违法失信行为记录名单”，如被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、政府采购严重违法失信行为记录名单中的供应商取消其投标资格，并承担由此造成的一切法律责任及后果，查询时间

从竞争性磋商公告发布之日起至响应文件提交截止之日前均可。（格式附后，加盖供应商公章）。

（二）特殊资格要求：无

（三）本项目是否接受联合体响应（投标）：否。

（四）本项目不专门面向中小企业采购。（本项目中小企业划型标准依照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合下发的《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）采购标的属于软件和信息技术服务业）

## 第二章 服务内容及商务要求

### 第一节 服务内容及要求

#### 一、采购内容

##### (一) 全域流量运营实战账号

全域流量运营账号可支撑学生开展 AI 内容策划与创作、社交媒体运营、搜索引擎优化、信息流广告投放、数据分析与监测等岗位工作任务实训实践。满足学生 AIGC 工具应用能力、深度运营用户能力、需求洞察能力、定向精投能力、动态素材优化能力、数据分析能力的培养需求。

表 1 全域流量运营实战内容

名称	任务模块	主要内容
全域流量运营实战	互联网营销环境测评	训练学生从官方平台推广、媒体广告推广、网站建设、用户留存、口碑提升及收益提升等各个层级的转化情况，收集市场线索，找到企业营销可优化的短板，全面提升企业的品牌知名度和营收效益。
	搜索引擎优化	让学生能够掌握搜索引擎优化的基本概念和技巧，能够理解和分析优化的重要性，并能够运用 SEO 策略提高搜索引擎排名。
	智能商机发布	学生通过新媒体矩阵策划产品种草内容，结合 SEO 优化提升企业官网搜索权重，利用平台追踪用户点击热力图与转化路径。针对本土产品，设计精准引流策略，通过关键词竞价与社交裂变扩大曝光，为企业实现日均 UV 提升与询盘转化，同步完成从流量获取到商业变现的全链路实战能力沉淀。
	新媒体运营	聚焦抖音、小红书、视频号等平台，通过 AI 图文生成工具与多平台管理系统的实操训练，培养学生完成从内容策划、KOL 矩阵搭建到用户社群运营的全链路能力。结合本地企业项目实战，学生运用数据分析工具优化投放策略，掌握粉丝画像分析、爆款内容迭代及 UGC 裂变传播技巧，为企业实现品牌声量与转化率的双重提升。
	软文营销	软文营销集成 AI 辅助创作、多平台分发及效果追踪系统，学生可针对贵州文旅等本土产业，完成选题策划-智能润色-全渠道投放全流程实训。通过数据看板分析阅读量、转化率等指标，优化内容策略，为企业输出兼具传播力与销售转化的优质软文，实现“技能训练+

		商业服务”双向赋能。
	商务数据统计与分析	商务数据统计与分析通过数据收集与整理,利用 BI 可视化工具对业务进行动态分析,形成可视化界面的数据,辅助学生进行商业决策。并能基于客户数据进行客户画像、了解用户需求特征和行为组合,挖掘用户价值。

全域流量运营账号配套实训资源,内容包括内容策划与创作、短视频矩阵营销、软文广告投放、口碑策划运营等。

表 2 配套资源明细

课程大纲	课程标准	课程计划	实训任务数	操作说明书	教学课件	操作视频
1	1	1	32	1	21	15

## (二) 品牌出海实战账号

品牌出海实战账号可提供品牌全链条、全场景工具化服务,功能涵盖品牌出海数智营销、商机挖掘、邮件营销、社交营销、品牌出海、客群管理、广告投放全链路海外流量运营模块,可支撑学生开展跨境独立站搭建、商机发现、邮件营销、社媒营销、创意策划和数据管理等岗位工作任务实训实践。

表 3 品牌出海实战内容

名称	任务模块	主要内容
品牌出海 实战	海外建站	学生训练多语言站点搭建,静态 HTML 生成与 SEO 优化(元标签设置、结构化数据嵌入),并学习海外客服工具集成对接。重点培养外贸建站、搜索引擎排名提升及全球化客户服务能力,强化从技术实现到商业落地的全流程实战技能。
	商机触达	通过数据系统,学生可以使用来自多个国家/地区、产品进出口交易数据,数据定期更新方便用户查询其感兴趣商品全球的贸易流动。
	邮件拓客	训练学生掌握多终端适配与邮件追踪分析,通过拖拉拽编辑器及 HTML 代码设计响应式邮件,熟练运用场景化模板(开发信、节日营销)。学习自动化用户标签识别、客群分类及精准画像构建,实现

		个性化邮件定时投放；掌握反垃圾邮件过滤技术，优化黑名单拦截策略，确保 97%高送达率。培养从邮件设计、自动化营销到合规送达的全链路实战能力，提升海外客户触达效率与营销转化效果。
	社媒营销	智能运营工具应用：学生掌握 Facebook、LinkedIn 等平台多账号管理，训练 AI 翻译工具调用参与多语言文案适配，实现跨平台一键发布； 数据驱动互动优化：学习图文回复策略制定，通过粉丝行为数据分析优化互动话术，提升用户粘性与转化率； 全球化事件营销策划：运用节日营销日历工具，实践热点话题捕捉、话题标签设计及海外 KOL 合作方案制定，培养从内容生产到传播效果监测的全链路实战能力，强化品牌海外社媒运营效能。
	品牌建设	学生可通过平台与海外多家知名媒体形成合作，整合海外搜索引擎、B2B 外贸论坛的品牌影响力传播，通过品牌口碑影响，实现品牌营销回报。多渠道精准传播：训练学生根据海外论坛、行业媒体等平台特性，制定差异化内容策略，掌握跨平台排期与受众定位技巧； AI 辅助创作优化：通过关键词智能扩展、SEO 结构化写作训练，提升 AI 工具调用并参与多语言文案生成效率，强化产品核心卖点提炼能力； 数字资产整合应用：学习企业内容库的智能化调用与重组技术，实践产品数据、新闻素材的跨场景复用，培养内容生态系统的构建与管理能力，有效降低海外传播的创作与运营成本。
	资产管理	学生专业外贸 CRM，解决客户管理、跟进，营销等基础客户问题，通过询盘+CRM，社媒+CRM，建站+CRM、数据+CRM 模式，让客户成为企业的永久资产

品牌出海实战账号配套实训资源，内容包括跨境独立建站、智能获客、社媒营销、创意中心和数据管理等。

表 4 配套资源明细

课程大纲	课程标准	课程计划	实训任务数	操作说明书	教学课件	操作视频
1	1	1	32	1	21	15

附件 1：数字电商产业学院实战账号功能参数

数字电商产业学院实战账号功能参数					
序号	名称	技术参数	数量	单位	单价限价 (元)
1	全域流量运营实战账号	<p>账号权益功能如下：</p> <p>1、互联网营销环境测评功能</p> <p>综合测评用于监控企业互联网营销，从官方资源推广、媒体广告推广、网站建设、用户留存、口碑提升及收益提升等各个层级的转化情况，聚焦全流程中最有效的转化路径，收集市场线索，找到可优化的短板，全面提升企业的品牌知名度和营收效益。</p> <p>①. 提供企业互联网营销综合测评工具，通过企业评级、平台搭建、流量转化、企业口碑等四个维度进行智能检测。（此项需要现场演示）</p> <p>②. 通过单个营销事件或者网站的多维度的营销评分，提供各种评测的算法和实际应用方法。</p> <p>2、搜索引擎优化功能</p> <p>搜索引擎优化支持 500 套不同风格的模板，涵盖国内大多数行业。</p> <p>①. 提供 PC+手机二合一的营销型中文站，支持响应式布局，完美适应 PC、手机预览打开；</p> <p>②. 配置独立数据库，网站建设包含了 7 大功能模块：产品管理、内容管理、资源库、询盘管理、网站设置、SEO 功能、蜘蛛分析；（此项需要现场演示）</p>	30	个	10000

		<p>③. 提供小程序建站模块，可同时适用于微信小程序，百度小程序；</p> <p>④. 提供 H5 互动页面制作工具；（此项需要现场演示）</p> <p>3、智能商机发布功能</p> <p>智能商机发布功能支持智能识别行业发布，自动链接搜索引擎搜索库，通过产品曝光，给企业基础站点进行引流。</p> <p>①. 通过内容自动生成，利用优质资源站点以及 SEO 反向解析目录技术形式，帮助企业在百度、搜狗、360 等主流搜索引擎获取海量长尾关键词的排名。访客通过落地页的内容点击能直达官网，形成官网引流。</p> <p>②. 依托 B2B 模块的企业店铺，能够快速发布用户产品信息和企业信息。</p> <p>4、新媒体营销功能</p> <p>新媒体营销功能是通过不同 APP 联动，在新媒体资源进行短视频营销。</p> <p>①视频创作：</p> <p>创意中心：提供视频创意中心，内置当前热门视频及热门话题列表，供学生创作参考使用；</p> <p>智能创作：提供视频编辑工具，能快速生成短视频；</p> <p>视频管理：管理制作好的视频，可进行再次编辑、预览、发布等功能。</p> <p>②视频发布：</p> <p>账号管理：通过绑定短视频账号，学生可以一次性将视频发布到多个短视频资源，包括</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>但不限于抖音、快手、西瓜视频、头条、小红书等平台；<b>（此项需要现场演示）</b></p> <p>发布视频：包含上传视频、选择账号发布、设置发布信息等功能；</p> <p>发布统计：可选择短视频资源查看对应视频互动数据，包含视频点赞量、视频播放量及视频评论量，可按日、月、时间段进行筛选。</p> <p>5、软文营销功能</p> <p>软文营销是通过特定的概念诉求、以摆事实讲道理的方式使消费者走进企业设定的”思维圈“，以强有力的针对性心理攻击迅速实现产品销售的文字模式。</p> <p>①. 通过案例的方式让学生了解什么是软文，学会软文写作的技巧，知道软文营销标题拟定的要点，以及各类型软文的实际应用。通过掌握网络软文的特点，学生能熟练的编辑各种类型的软文文案，再由工具应用通过不同类型的媒体资源进行软文发布。</p> <p>②. 软文发布资源包括：自媒体资源（豆瓣、今日头条、搜狐网、网易号、新浪号、知乎号、腾讯号、UC头条等）、臻选媒体资源（新闻资讯、商业咨询、金融财经、教育培训等）<b>（此项需要现场演示）</b></p> <p>6、商务数据统计与分析功能</p> <p>商务数据统计与分析通过数据收集与整理，利用BI可视化工具对业务进行动态分析，形成可视化界面的数据，辅助学生进行商业决策。并能基于客户数据进行客户画像、了解用户需求特征和行为组合，挖掘用户价值。</p> <p>7、账号提供真实域名，3年服务期限，提供配套的实战指导书。</p>			
--	--	--	--	--	--

2	品牌出海实战账号	<p>账号权益功能如下：</p> <p>1、海外建站功能</p> <p>海外建站支持 400 套欧美风格模板，涵盖大多数外贸行业。</p> <p>①支持响应式布局完美适应 PC、手机两种方式打开；（此需要现场演示）</p> <p>②支持多种海外语言，包含：英文、西班牙语、俄语、日语、德语、法语、葡萄牙语、阿拉伯语等；（此需要现场演示）</p> <p>③全站生成静态 HTML，自动适应谷歌收录规则，提升网站搜索排名和公司可信度；</p> <p>④支持对接 Whatsapp、Facebook、Skype 等国在线客服，实现解决买家实时沟通问题；</p> <p>2、商机触达功能</p> <p>商机触达功能提供了查询海外贸易统计数据独特的视角。提供全球各个国家企业详情、进出口近三年贸易数据，定期更新方便用户查询其感兴趣商品全球的贸易流动。</p> <p>①支持使用全球贸易数据查询模块，通过输入商品描述或海关 6 位 HS 编码、输入采购商名称、供应商名称等方式，即可查询采购商、供应商交易数据及企业信息。</p> <p>②支持使用全球贸易数据筛选模块，输入采购商、供应商名称等筛选方式，即可查询近三年内对应市场的数据列表、市场趋势分析、国家/地区分析多维度的信息数据。（此需要现场演示）</p> <p>③支持使用企搜全球模块，可以在页面中输入企业名称、企业网址、所属国家、行业分类、产品名称等多个搜索方式，即可查询对应国家的企业详情信息（包含财务数据、企</p>	30	个	10000
---	----------	---	----	---	-------

		<p>业高管联系信息、公司信息、邮箱挖掘、股权结构、企业图谱等)。(此需要现场演示)</p> <p>④支持使用市场分析模块—全球市场分析,可以同时输入多个海关6位HS编码、运输方式,勾选进出口,选择贸易时间等筛选方式,即可查询全球各个国家贸易数据的总体分析(可供下载)、贸易趋势、伙伴国分析、商品分析等各纬度信息数据。支持使用市场分析系统—中国市场分析,可以在页面中输入海关6位HS编码、商品描述、贸易方式、目的国/地区、省份、进出口等筛选方式,即可查询数据列表(可下载)、总体分析、市场趋势、国家/地区分析、省市分析、贸易方式等各纬度信息数据。</p> <p>3、邮件拓客功能</p> <p>外贸邮件拓客功能支持海外主流邮箱,全面兼容各类邮件收发配置需求,支持邮箱绑定,满足邮件收发需求。</p> <p>①实时追踪邮件打开情况,精确掌握用户习惯,多终端适配,邮件随时随地收发;</p> <p>②自由的拖拉拽,可视化的HTML代码编辑,快速生成精美的响应式邮件,让用户的创意所见即所得;</p> <p>③系统提供智能电子邮件编辑器可预设电子报以及文字开发模板,可支持用户不同交流场景,包括问候信、邀请函、节日祝福、电子报、开发信、活动营销模板;(此需要现场演示)</p> <p>④系统预设自动化邮件技术,以用户为中心,对每个用户进行标签识别、客群分类、用</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>户画像，在恰当的时机投递最佳营销电子邮件，提高用户海外邮件营销成效；</p> <p>⑤打通全球反垃圾邮件功能，内置黑名单过滤拦截技术，系统稳定 97%海外邮件送达率及 3 秒即时送达。</p> <p>4、社媒营销功能</p> <p>社媒营销功能对接海外主流社交媒体资源，服务中国企业出海营销需求，用数据连接世界，让出海更简单，其中包括：</p> <p>①智能发帖：对接海外主流三大社交媒体资源，管理覆盖 Facebook、LinkedIn、YouTube、Pinterest、TikTok、Instagram，支持跨资源、多账号一键发帖，支持多种语言智能互译，消除海外运营语言障碍。</p> <p>②互动管理：支持文字、图片多种形式回复，有效提升运营效率，构建粉丝互动的沟通桥梁；</p> <p>③事件营销：包罗海外重要节日与营销节点的年度日历，支持快速创建节日主题、热门话题等活动，及时响应紧追热点；</p> <p>5、品牌建设功能</p> <p>与海外多家知名媒体形成合作，整合海外搜索引擎、B2B 外贸论坛的品牌影响力传播，通过品牌口碑影响，实现品牌营销回报。</p> <p>①通过多渠道，定点推送文字信息，覆盖海外多个媒体类型，包括外贸论坛、臻选全球顶级媒体、产品发布、博文发表、在线共享形式，用户可在不同的媒体类型针对性发布</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>不同类型文章；</p> <p>②基于 AI 创作能力，提供产品关键词，可快速自动生成文章，目的用于提高文章写作效率，降低用户文案书写成本；</p> <p>③创建文章时，可调取建站文章、新闻、产品信息内容，无需重复上传及创作，解决重复创作成本。</p> <p>6、客户管理功能</p> <p>外贸使用场景的专业外贸 CRM，解决客户管理、跟进，营销等基础客户问题，通过询盘+CRM，社媒+CRM，建站+CRM、数据+CRM 模式，让客户成为企业的永久资产。</p> <p>①询盘管理：支持客户网站询盘数、社媒询盘数据关联，通过询盘管理将分散在各销售人员手中的客户通过 CRM 统一建档集中管理，防止撞单，长期积累的“沉寂客户”通过公海循环开发，合理分配，保证客户资源的有效性；</p> <p>②客户管理：客户功能支持针对分析调研潜在客户获得的背景信息，记录在档，即使客户转交仍对客户历史信息一目了然，以可视化的售前--售中--售后的客户管理流程让管理人员轻松查看客户跟进状态及时发现销售过程中存在的问题。</p> <p>7、商务数据统计与分析功能</p> <p>商务数据统计与分析通过对网站数据、拓客数据、品建数据、社媒数据的收集与整理，利用 BI 可视化工具对业务进行动态分析，形成可视化界面的数据，辅助学生进行商业决策。</p>			
--	--	--	--	--	--

		8、账号提供真实域名，3 年服务期权限，提供配套的实战指导书。			
--	--	---------------------------------	--	--	--

## 第二节 商务要求

### 一、服务期及服务地点

1. 服务期：合同签订后5个工作日内开通要求的账号数量，开始提供服务，获取账号所附带的各种功能和服务的服务期限为三年。

2. 服务地点：贵州电子商务职业技术学院。

### 二、验收标准、规范

1. 符合国家、省颁发的现行国家标准、部门标准、行业标准。

2. 采购人自行组织验收。

### 三、付款方式

在账号交付且服务期开始后，确认账号能正常使用，各项功能符合合同要求，经采购人验收后，采购人一次性全额支付合同总金额。

### 四、履约保证金

1. 合同签订前成交供应商须向采购人交纳成交金额的5%作为履约保证金；

2. 交纳方式：以银行转账、支票、汇票、本票或者金融机构、担保机构出具的保函等非现金形式提交。

3. 退还方式：项目服务期结束后，成交供应商履行完合同项下全部服务义务后，提交退还申请，采购人一次性全额无息退还。

### 五、响应有效期

自响应文件提交截止之日起90日历天。

### 六、安全保密要求

1. 供应商应承诺遵守有关保密规定，满足采购人的保密要求，有义务和责任保证在项目服务过程中所有数据安全。

2. 供应商需与采购人签订保密协议，所有参与项目服务的人员均需签订保密协议，约定在服务过程中的保密条款。在项目服务过程中所有相关数据和信息，投标供应商不能以任何理由泄露、截留、使用（商业

或非商业用途) 本项目所产生的相关数据, 投标供应商未经本项目采购人的许可, 不可在此数据基础上作任何处置。

3. 双方在履行合同过程中所获悉的对方或有关方面的信息、资料、数据均属于保密的内容, 双方均有保密义务, 仅能因履行本次采购工作需要使用, 不能以任何理由、任何方式泄露、截留、使用(商业或非商业用途) 相关信息、资料、数据, 除非该信息、资料、数据已经合法公开。

## 七、其他要求

1. 供应商应保证采购人使用所投产品或产品的任何一部分时, 免受第三方提出的侵犯其知识产权的一切法律责任。**(提供承诺函附于响应中, 格式自拟, 加盖供应商单位公章)**

2. 服务质量: 账号服务应稳定, 确保在 3 年服务期内无故障运行时间 99% 以上的时间可正常使用, 出现故障时应及时响应并解决。

3. 更新维护: 供应商应在服务期内对账号功能进行定期更新和维护, 包括软件升级、数据备份、安全防护等, 以保证账号能适应电商行业的发展和变化。

4. 培训服务: 提供针对采购人使用账号的培训服务, 包括线上或线下的培训课程、操作手册等, 确保采购人能够熟练使用账号开展实训教学。

5. 其它未尽事宜, 由采购人与成交供应商在签订政府采购合同时商定。

### 第三节 图纸附件

无

#### 第四节 实质性要求明细表

序号	商务实质性条款	技术实质性要求	备注
1	服务期及服务地点	满足竞争性磋商文件“第二章 第一节 服务内容及要求”的所有条款内容。 提供承诺函。	/
2	验收标准、规范		
3	付款方式		
4	履约保证金		
5	响应有效期		
6	安全保密要求		
7	其他要求		

说明：采购人或采购代理机构将采购项目中关注的必须响应的实质性条款在上表中一一列明，便于供应商及磋商小组理解竞争性磋商文件。

## 第三章 评标办法及评分标准

### 第一节 评标办法

#### 一、评标办法

本项目采用综合评分法进行评审。

综合评分法，是指在满足竞争性磋商文件实质性要求的前提下，磋商小组按照竞争性磋商文件中规定的各项评审因素及其分值进行综合评分后，以评分从高到低的顺序推荐 1 至 3 家供应商作为中标候选供应商的评标方法。

#### 二、评分因素

评分的主要因素分为价格因素、技术因素（如技术参数、产品性能、产品质量等）和商务因素（如财务状况、信誉、业绩、服务期、质保期等）。评分因素详见评分表。评标分值保留至两位小数。评标时，磋商小组依照评分表对每个有效供应商的竞争性磋商响应文件进行独立评审、打分。

#### 三、评分标准

1. 资格审查表：磋商小组负责资格审查
2. 符合性审查表：磋商小组负责符合性审查
3. 评分表：

## 资 格 审 查 表

项目名称：数字电商实训实战账号

项目编号：GZHDD-2025-ZC9646

评审地点：贵州省公共资源交易中心

评审时间：2025 年 XX 月 XX 日

序 号	资格要求	供应商名称	供应 商 1	供应 商 2	供应 商 3	供应 商 4
1	经营资格审查	<p>供应商为企业（包括合伙企业）的，应提供有效的“营业执照”；供应商为事业单位的，应提供有效的“事业单位法人证书”；供应商是非企业机构的，应提供有效的“执业许可证”、“登记证书”等证明文件；供应商是个体工商户的，应提供有效的“个体工商户营业执照”；供应商是自然人的，应提供有效的自然人身份证明。分支机构参加响应的，应提供该分支机构或其所属法人/其他组织的相应证明文件；同时还应提供其所属法人/其他组织出具的授权其参与本项目的授权书（格式自拟，须加盖其所属法人/其他组织的公章）；对于银行、保险、石油石化、电力、电信等行业的分支机构，可以提供上述授权，也可以提供其所属法人/其他组织的有关文件或制度等能够证明授权其独立开展业务的证明材料；</p>				
2		<p>提供 2024 年度经有资质的会计师事务所或审计机构出具的完整的审计报告（含三表一附注）。审计报告应盖有会计师事务所单位章和注册会计师的执业专用章，并附会计师事务所的营业执照及执业证书复印</p>				

	件或扫描件；或提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前由银行出具的资信证明。				
3	提供具备履行合同所需的设备和专业技术能力的书面承诺（承诺函格式自拟，加盖供应商公章）。				
4	提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前期间任意 1 个月依法缴纳税收的凭证（未发生缴税情况的，须提供零申报证明，即提供企业自行在网上申报系统中打印的已申报报表；依法免税的，须提供企业所在地税务部门出具的相应证明）；提供 2025 年 1 月至响应文件提交截止之日前期间任意 1 个月的依法缴纳社会保障资金的凭证。（以加盖社保机构公章的社保资金收据凭证或加盖社保机构公章的本单位社保缴纳花名册或向税务机关缴纳社保费的完税证明或加盖社保机构公章的其他社保缴纳证明为准）（加盖供应商公章）。				
5	提供参加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（重大违法记录是指供应商因违法经营受到刑事处罚或者责令停产停业、吊销许可证或者执照、较大数额罚款等行政处罚）。（格式附后，加盖供应商公章）。				
6	供应商须承诺：在“信用中国”网站（www.creditchina.gov.cn）未被列入“失信被执行人”和“重大税收违法失信主体”名单，在“中国政府采购网”（www.ccgp.gov.cn）未被列入“政府采购严重违法失信行为记录名单”，如被列入失信被执行人、重大税收违法失信主体、				

		政府采购严重违法失信行为记录名单中的供应商取消其投标资格，并承担由此造成的一切法律责任及后果，查询时间从竞争性磋商公告发布之日起至响应文件提交截止之日前均可。（格式附后，加盖供应商公章）。				
7	特殊资格要求	无				
8	投标保证金审查	提供保证金已交纳的依据				
<b>资格审查结论（通过或不通过）</b>						

资格审查成员（签字）：

## 符合性审查表

项目名称：数字电商实训实战账号

项目编号：GZHDD-2025-ZC9646

评审地点：贵州省公共资源交易中心

评审日期：2025年.XX月XX日

序号	审查内容		供应商名称	供应商 1	供应商 2	供应商 3	供应商 4
1	商务实质性响应审查	满足竞争性磋商文件“第二章 第二节 商务要求”的所有条款内容					
2	技术实质性响应审查	/					
3	报价审查	异常低价审查					
4	无效标审查	按本项目竞争性磋商文件无效标条款规定，审查是否通过					
审查结论（通过或不通过）							

备注：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投标处理。

符合性审查成员（签字）：

## 2. 评分表

### 评分表

项目名称：数字电商实训实战账号

项目编号：GZHDD-2025-ZC9646

评审地点：贵州省公共资源交易中心 评审时间：2025年XX月XX日

评分项及评分标准		供应商名称	供应商 1	供应商 2	供应商 3
价格分 (15分)	<p>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磋商基准价，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：</p> <p>磋商报价得分=（磋商基准价/最后磋商报价）×15%×100（精确到小数点后两位）</p> <p>项目评审过程中，不得去掉最后报价中的最高报价和最低报价。</p> <p>注：1. 本项目对小型、微型企业（监狱企业、残疾人福利企业视为小微企业）提供的服务给予 10% 的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。</p>	0-15分			
技术分 (50分)	<p><b>参数响应：</b></p> <p>对非产品演示的其他参数，完全满足，得 15 分，每不满足一项，扣 3 分，扣完该小项分数为止，以服务内容响应偏离表为准。</p>	0-15分 (客观分)			
	<p><b>培训要求：</b></p> <p>供应商根据需求提供详细完整的培训服务方案，包括但不限于培训计划、培训内容、培训方式、培训时间、培训地点、培训团队等内容，从培训服务方案是否合理完善进行评</p>	0-15分 (主观分)			

	<p>价。</p> <p>1、投标供应商提供的培训方案完善合理、完全满足项目需求，可实施性强得 7 分；</p> <p>2、投标供应商提供的培训方案不合理、不具备可实施性得 3 分；</p> <p>3、未提供得 0 分。</p> <p><b>售后服务：</b></p> <p>根据投标供应商提供的项目服务方案包含不限于实施方案、保障措施、设计方案、合理化建议等进行综合评分。</p> <p>1、进度安排合理、实施方案全面、有充分保障的得 8 分；</p> <p>2、进度安排基本合理、实施方案基本全面、保障力度一般的得 4 分；</p> <p>3、进度安排不合理、实施方案不科学、保障力度较差的，不得分。</p>				
	<p><b>1、产品演示</b></p> <p>根据供应商提供的产品技术参数、规格、配置与招标文件中的参照参数进行点对点比较： 供应商需对以下产品关键技术指标进行功能展示，共计 10 项。</p> <p><b>2、演示方式：</b></p> <p>投标供应商需在评标会中，通过实时投屏方式进行真实软件演示。投标演示产品必须与中标后供货的产品为同一版本。如发现将取消该项演示的得分。</p> <p><b>3、演示时间：</b></p> <p>每个投标供应商的演示时间不超过 20 分钟（演示完毕后，评委可针对演示内容进行互</p>	<p>0-20 分 (客观分)</p>			

	<p>动、提问)</p> <p><b>4、评分标准:</b></p> <p>满足要求: 投标供应商通过真实软件演示的内容均满足或超出招标文件技术要求, 演示过程流畅, 功能实现准确无误, 评委可互动验证, 每项演示点得 2 分。</p> <p>不演示或不满足要求: 投标供应商未进行演示, 或演示内容与招标要求严重不符, 无法验证软件的实际功能, 得 0 分。</p> <p><b>5、现场演示内容如下:</b></p> <p>a、全域流量运营实战账号</p> <p>(1) 人工智能测评模块: 包含企业评级、平台搭建、流量转化、企业口碑功能。</p> <p>(2) 搜索引擎优化模块: 提供 PC+手机二合一的营销型中文站制作, 支持响应式布局, 适应 PC、手机预览打开; 网站建设后台包含了 7 大功能模块: 产品管理、内容管理、资源库、询盘管理、网站设置、SEO 功能、蜘蛛分析。</p> <p>(3) 提供 H5 互动页面制作工具。</p> <p>(4) 全媒体发布账号管理模块: 支持通过绑定短视频账号, 批量一键发布至抖音、快手、西瓜视频、头条、小红书等平台。</p> <p>(5) 软文营销功能模块: 提供媒体资源 (豆瓣、今日头条、搜狐网、网易号、新浪号、知乎号、腾讯号、UC 头、新闻资讯、商业咨询、金融财经、教育培训等平台)。</p> <p>b、品牌出海实战账号</p> <p>(6) 海外建站功能模块: 支持响应式布局适应 PC、手机两种方式打开。</p>				
--	--	--	--	--	--

	<p>(7) 海外建站功能模块：支持多种海外语言，包含：英文、西班牙语、俄语、日语、德语、法语、葡萄牙语、阿拉伯语等。</p> <p>(8) 全球贸易数据筛选模块：支持通过输入采购商、供应商名称等筛选方式，即可查询近三年内对应市场的数据列表、市场趋势分析、国家/地区分析多维度的信息数据。</p> <p>(9) 企搜全球模块：支持通过在页面中输入企业名称、企业网址、所属国家、行业分类、产品名称等多个搜索方式，即可查询对应国家的企业详情信息（包含财务数据、企业高管联系信息、公司信息、邮箱挖掘、股权结构、企业图谱等）。</p> <p>(10) 邮件营销功能模块：提供模板库+编辑器工具，预置开发信/节日祝福等模板，支持快速编辑发送。</p>				
<p>商务分 (35分)</p>	<p><b>人员要求：</b></p> <p>项目主要人员：项目负责人、技术负责人或骨干成员具备人社部、工信部颁发的计算机技术与软件专业技术资格或高级软件工程师资格证书，每提供1人且符合以上资格认证的，得1分，满分5分。提供对应证书复印件或扫描件及供应商为其缴纳的2024年06月之后任意一个月社保凭证并加盖供应商公章。一人多证的不重复记分，不提供不得分。</p>	<p>0-5分 (客观分)</p>			
	<p><b>供应商综合能力：</b></p> <p>1、供应商提供2022年6月1日至投标截止时间的类似项目业绩。每提供一个得5分，</p>	<p>0-30分 (客观分)</p>			

	<p>满分 20 分；</p> <p>注：需提供有效的合同（或协议）复印件并加盖公章，包括合同签订时间页、合同金额页、甲乙双方盖章页等。</p> <p>2、投标供应商提供全域流量运营实战账号演示软件的软件著作权证书的得 5 分。</p> <p>3、投标供应商提供品牌出海实战账号演示软件的软件著作权证书的得 5 分。</p>				
得分		100 分			

磋商小组（签字）：

#### 4. 价格分的计算

价格分采用低价优先法计算，即满足竞争性磋商文件要求的前提下，最低有效投标报价作为评标基准价，其价格分为满分。其余供应商价格分统一按照下列公式计算：

磋商报价得分=（磋商基准价/最后磋商报价）×15%×100（精确到小数点后两位）。

项目评审过程中，不得去掉最后报价中的最高报价和最低报价。

综合评分法货物项目的价格分值占总分值的比重(即权值)为30%至60%，服务项目的价格分值占总分值的比重(即权值)为10%至30%。采购项目中含不同采购对象的，以占项目资金比例最高的采购对象确定其项目属性。

5. 因落实政府采购政策进行价格调整的，以调整后的价格计算磋商基准价和投标报价。

5.1 中小企业价格扣除（含监狱企业、残疾人福利性单位），在供应商资格、符合性审查均满足采购文件的前提下：

**5.1.1 如专门面向中小企业采购，投标供应商报价不享受价格扣除优惠政策。**

5.1.2 如非专门面向中小企业采购，则对小型和微型企业、监狱企业、残疾人福利性单位报价给予10%的价格扣除，用扣除后的价格参与评审。价格扣除只针对投标报价未超过财政控制值的供应商有效。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

##### （1）中小企业价格扣除

根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号）规定，中小企业须提供中小企业声明函且声明函所载内容必须真实，如有虚假，将依法承担相应责任，包括取消中标资格、投标保证金不予退还等。

## (2) 监狱企业价格扣除

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）及相关规定，监狱企业参加政府采购活动时，应当提供由省级以上监狱管理局、戒毒管理局（含新疆生产建设兵团）出具的属于监狱企业的证明文件。

## (3) 残疾人福利性单位价格扣除

根据《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）及相关规定，符合条件的残疾人福利性单位在参加政府采购活动时，应当提供《残疾人福利性单位声明函》，并对声明的真实性负责。残疾人福利性单位属于小型、微型企业的，不重复享受政策。

本项目中小企业划型标准依照工业和信息化部、国家统计局、国家发展和改革委员会、财政部联合下发的《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），采购标的所属行业软件和信息技术服务业。

## (4) 价格分值计算表：

价格分值计算表

序号	供应商名称	第一次报价（元）	最后磋商报价（元）	小微企业给予10%价格扣除后报价（元）	磋商基准价（元）	价格分值	得分
1							0.00
2							0.00
3							0.00
4							0.00

#### 4. 评分汇总表

### 评分汇总表

项目名称：数字电商实训实战账号

项目编号：GZHDD-2025-ZC9646

评审地点：贵州省公共资源交易中心

日期：2025年.XX月.XX日

专家	专家姓名	供应商 1	供应商 2	供应商 3	供应商 4
贵州省综合评标专家库专家					
采购人代表					
总分					
平均分					
排序					

磋商小组（签名）：