

合 同 书

项目名称：柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购

采 购 人：柳州职业技术大学

采购编号：LZZC2025-G1-990359-LZSZ（分标4）

合同编号：12N49860177720253811

日期：2025年12月

目 录

| | |
|------------------|----|
| 一、 政府采购合同 | 1 |
| 二、 采购需求 | 6 |
| 三、 中标通知书 | 44 |
| 四、 中小企业声明函 | 45 |

一、 政府采购合同

合同使用说明：本合同为中小企业预留合同。

合同编号：12N49860177720253811

采购单位（甲方） 柳州职业技术大学 采购计划表编号：LZZC2025-G1-01427-002

供应商（乙方） 浙江思睿智训科技有限公司

项目名称和编号：柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购（LZZC2025-G1-990359-LZSZ）（分标4）

签订地点：广西柳州市

签订时间：2025年12月10日

根据《中华人民共和国政府采购法》、《中华人民共和国民法典》等法律、法规规定，按照招标文件规定条款和乙方投标文件及其承诺，甲乙双方签订本合同。

第一条 合同标的

1、供货一览表

| 序号 | 货物名称 | 生产厂家 | 品牌 | 规格型号 | 数量及单位 | 单价 | 单项合价 |
|----|----------------|--------------|------|-----------------------|-------|-----------|-----------|
| 1 | 跨境电商数字营销综合实训平台 | 浙江思睿智训科技有限公司 | 思睿智训 | 跨境电商数字营销运营综合实训平台 V2.0 | 1套 | 297500.00 | 297500.00 |

合计金额（大写）：人民币贰拾玖万柒仟伍佰元整 （小写）：¥ 297,500.00

合同金额包含本项目所有服务费用、所有系统部分、随配附件、备品备件、包装、运输、装卸、安装（含提供必要的辅材）、售后服务、培训、管理、利润、税金、保险、差旅、人工、版权使用费（如有）、履约验收相关费用、协调以及所有的不定因素的风险等其他所有成本费用的总和，甲方不再支付其他任何费用。

第二条 质量保证

1、乙方提供货物/服务符合国家标准。

2、保证甲方所采购的货物及服务质量。

甲方可以提出兼容性测试要求，乙方须积极响应，并完成安装调试后7天内完成相关兼容性测试，达到无功能缺失的程度。如测试结果与“技术参数配置要求”中的相关要求不符、有功能缺失，则可以认为乙方有虚假应标行为，并依据相关法律法规追究乙方的责任，按照相关国家要求严肃处理，造成的损失由乙方承担。

3、甲方有权按照合同约定或有关法律法规，对乙方服务进行监督和检查，有权要求乙方按照监督检查情况制定相应措施并加以整改。

4、乙方须为甲方提供服务期内的项目整体质保。软件质保内容主要包括：软件性能缺陷改正，即在软件使用过程中纠正软件错误及调整优化软件配置等。

5、软件系统免费维护到期后的服务，年度维护服务费收取费用为合同额的5%以内。（另行商定除外）

6、乙方以他人名义投标或者以其他方式弄虚作假，骗取中标的，中标无效，给甲方造成损失的，依法承担赔偿责任，甲方有权追究其相应的法律责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第三条 交付期和质保期

1、交付期：自签订合同之日起 30 日内安装调试完毕，验收合格并交付使用，服务时间和地点：广西柳州市社湾路 28 号柳州职业技术大学社湾校区。

2、质保期：以项目整体验收合格签订的“验收报告”之日起算，乙方对该验收的项目提供质保期 3 年。

3. 质保期内服务要求：

乙方负责维护服务工作。在质保期内为本项目软硬件的业务功能正常运行提供技术保障，在接到甲方系统故障报修通知后，及时为采购人提出解决问题的建议。接到报修通知后，一般问题 8 小时内通过远程方式解决；无法远程解决的大故障，应在接到报修通知后的 24 小时内派技术人员到达现场处理；到达现场后故障处理时限不超过 48 小时，如果超过故障处理时限，应免费提供同等质量的产品作为备用品供采购人使用，直至故障系统修复。

第四条 货物及服务的验收

1、履约验收标准

甲乙双方应根据《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》，按照采购合同、招标文件、投标文件规定的要求以及国家、行业有关技术标准进行验收，乙方按投标文件的承诺向甲方提供相应的服务及技术资料。

2、履约验收内容

货物和服务质量、内容符合采购合同、招标文件、投标文件规定的要求。

3、履约验收方式

本项目验收由本项目验收小组按照采购合同约定对技术和商务要求的履约情况进行确认。甲方委托第三方专业机构及专家参加项目验收的，验收费用由乙方负责。

4、履约验收结果

验收结束后，验收小组出具采购验收书，验收书应当包括技术和商务要求的履约情况，并列明项目总体评价，由验收小组、甲方和乙方共同签署。其验收结果以出具验收书结论为准，甲方和乙方共同签署确认。

5、其他事项

验收过程中如发现乙方提供的服务、服务质量或服务内容不满足采购合同、投标文件规定，甲方应以书面形式提出异议，乙方应自收到甲方书面异议后 15 日内给予回复并及时完善相关内容，提交相应的服务成果，经甲方验收合格后，方可付款。

第五条 付款方式

财政性资金按财政国库集中支付规定程序办理。

货物安装调试完毕并验收合格交付使用后，采购人在收到中标人开具的合同总价款增值税专用发票之日起 10 个工作日内向中标人指定账户付清合同价款(不计利息)。

注：资金支付等事项按照《保障中小企业款项支付条例》（国务院令 802 号）、《广西壮族自治区财政厅关于持续优化政府采购营商环境推动高质量发展的通知》等要求执行。

第六条 履约保证金

1、履约保证金金额：

大型企业须缴纳履约保证金金额：合同金额的 5%

中型企业须缴纳履约保证金金额：合同金额的 2%

小微企业或监狱企业或残疾人福利性单位：无须缴纳履约保证金

2、履约保证金提交及退付方式、时间及条件：

合同签订前 2 日内，乙方必须以银行转账、支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函、保险等非现金方式提交履约保证金。履约保证金在验收合格交付之日后，且在收到乙方退回履约保证金函件后 5 个工作日内，由甲方办理履约保证金退还手续（不计息）。

履约保证金账户：

名称：柳州职业技术大学
开户行：交通银行西江支行
账号：452060600018120020185

转账时注明：柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购项目，采购编号 LZCC2025-G1-990359-LZSZ（分标 4）履约保证金。

3、乙方有下列情况之一的，甲方向乙方出具书面通知，乙方未能及时解决的，甲方可没收其全部履约保证金，并视具体情况按合同第九条处理：

(1)乙方提供的货物规格、技术标准、材料未达到其响应文件所承诺的，导致无法通过验收交付使用的；

(2)乙方提供的货物经查证无法得到生产厂家正规售后服务的；

(3)乙方提供的货物未经正规合法经销渠道的；

(4)乙方提供的货物侵犯了第三方合法权益而引发了纠纷或诉讼，导致无法按期交付使用的；

(5)在货物试运行期间，故障率在 10%及以上的。

第七条 税费

本合同执行中相关的一切税费均由乙方负担，合同另有约定的除外。

第八条 售后服务

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

1. 系统培训：系统管理员及业务用户的分层次培训。应提供详细的培训计划，培训计划以双方协商为准，提供有关系统功能、安装、操作、维护和应用软件使用的文档和培训。对于所有培训，需派出具有相应专业资格或实际工作经验的技术人员进行培训，在此期间甲方不再向乙方支付培训产生的相关费用。

2. 系统开发：各子系统指定专人负责系统相关接口的开发和调试，及时维护数据接口，确保接口的安全，如接口升级须及时向甲方提交升级后的新接口，确保数据顺利对接。

3. 实施阶段：乙方需要在项目实施启动前给出整体项目的整体实施计划书以及涉及的应急响应措施方案，须获得甲方认可和确认后，方能供货与实施。从项目开始进场及实施服务阶段起，乙方须派出专业团队实时对甲方，依据合同约定，对整体项目实施进行管理，实行周报、月报制度，有序推进项目建设。

4. 适配性售后服务须符合采购合同、招标文件、投标文件规定的要求。

5. 乙方需配齐满足本项目需要的基础网络互联辅材及安装和调试等。

6. 质保期内，甲方新增的第三方业务系统及设备通过本项目所有系统进行对接时，乙方不收取任何接口费用。

7. 乙方向甲方提供的软件不涉及知识产权的变更和转让。

第九条 违约责任

1、除不可抗力原因外，乙方未按照合同规定的时间交付/提供软件或服务的（如乙方交付/提供的软件或服务不合格，导致甲方未签署验收单或确认单，仍视为乙方未按合同规定的时间交付/提供软件或服务），甲方可要求乙方支付违约金。每推迟一天按合同金额的 0.3% 支付违约金，该违约金累计不超过合同金额的 10%。逾期交付超过 30 日的，甲方有权单方解除合同，乙方除支付前述违约金外，还应赔偿因此给甲方造成的全部损失（包括但不限于甲方另寻供应商所产生的额外费用等）。

2、甲方延期付款的，每逾期一天应按合同总金额的 0.3% 向乙方支付逾期付款违约金，逾期超过 30 日的，该违约金累计不超过合同金额的 5%。

3、任意一方违约造成守约方损失的，守约方有权向违约方主张损失赔偿，赔偿包括但不

限于守约方因此产生的直接损失，还包括因此产生的诉讼费、仲裁费、律师费、保全费、财产保全保险保函费、差旅费、公证费、评估费、鉴定费等。

第十条 不可抗力事件处理

双方的任何一方由于不可抗力的原因不能履行合同时，应以书面形式及时向对方通报不能履行或不能完全履行的理由，并应在 15 日内提供有关证明。在发生不可抗力的情况下，应允许延期履行、部分履行或者不履行合同，并可以免除责任。本合同中，不可抗力是指不能预见、不能避免并不能克服的客观情况。

第十一条 合同争议解决

因履行本合同引起的或者与本合同有关的争议，甲乙双方应首先通过友好协商解决，如果协商不能解决，可向甲方社湾校区所在地的人民法院提起诉讼。

第十二条 合同生效及其它

- 1、合同经双方法定代表人或者授权代表签字并加盖单位公章后生效。
- 2、本合同未尽事宜，遵照《中华人民共和国民法典》有关条文执行。


第十三条 合同的变更

除《中华人民共和国政府采购法》第五十条规定的情形外，本合同一经签订，甲乙双方不得擅自变更、中止或者终止。本合同履行期间，双方均不得单方变更或解除合同；本合同如有未尽事宜，双方经协商可签订补充协议，补充协议与本合同具有相同的效力。

第十四条 签订本合同依据

1. 政府采购招标文件；
2. 乙方提供的采购投标（或应答）文件；
3. 投标承诺书；
4. 中标或成交通知书。

第十五条 本合同一式陆份，具有同等法律效力，采购代理机构贰份，甲方叁份，乙方壹份（可根据需要另增加）。

| | |
|---|---|
| 甲方： 柳州职业技术大学（章） 2025年12月10日 | 乙方： 浙江思睿智训科技有限公司（章） 2025年12月10日 |
| 单位地址：广西柳州市社湾路28号 | 单位地址：浙江省金华市婺城区新狮街道北二环西路3439号浙师大网络经济创业园3号楼3号门211-215（自主申报） |
| 法定代表人：  | 法定代表人： 邹益民 |
| 委托代理人： | 委托代理人： |
| 电话：0772-3156075 | 电话：18957917852 |
| 开户银行：交通银行西江支行 | 开户银行：金华银行股份有限公司浙师大支行 |
| 账号：452060600018120020185 | 账号：0188990185000357 |
| 邮政编码： | 邮政编码： |

二、 采购需求

说明：

（一）本一览表中的品牌、型号仅起参考作用，投标人可选用其他品牌型号替代，但这些替代的产品要实质上满足或优于参考品牌、型号及其技术参数性能（配置）要求。

（二）本一览表中参考品牌、型号及技术参数性能（配置）不明确或有误的，或投标人选用其他品牌型号替代的，请说明品牌型号和详细、正确的技术参数性能（配置）同时填写投标报价明细表和技术响应表。

（三）标记“★”符号的为实质性响应内容，该内容仅限于“第二章 采购需求”，评审时投标人的响应内容发生负偏离一项以上的，视为投标无效。分标 1 没有标记“★”符号的技术参数要求，评审时投标人的响应内容发生负偏离四项以上的，视为投标无效。分标 2 没有标记“★”符号的技术参数要求，评审时投标人的响应内容发生负偏离四项以上的，视为投标无效。分标 3 没有标记“★”符号的技术参数要求，评审时投标人的响应内容发生负偏离四项以上的，视为投标无效。分标 4 没有标记“★”符号的技术参数要求，评审时投标人的响应内容发生负偏离四项以上的，视为投标无效。分标 5 没有标记“★”符号的技术参数要求，评审时投标人的响应内容发生负偏离四项以上的，视为投标无效。关于“项数”的规定，凡标有最低一级序号的指标项即为一项技术条款，无论是否隶属于上一级编号（有特别说明的除外）。

（四）评审时，评审委员会发现采购文件存在歧义、重大缺陷导致评审工作无法进行，或者采购文件内容违反国家有关规定的，要停止评审工作并向采购人或采购代理机构书面说明情况，采购人或采购代理机构应当修改采购文件后重新组织采购活动；发现投标人提供虚假材料、串通等违法违规行为的，要及时向采购人或采购代理机构报告。

（五）提供相同品牌产品且通过资格审查、符合性审查的不同投标人参加同一合同项下的投标，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，由采购人或者采购人委托评标委员会按照招标文件规定的方式确定一个投标人获得中标人推荐资格，招标文件未规定的采取随机抽取方式确定，其他同品牌投标人不作为中标候选人；

非单一产品采购项目中，多家投标人提供的核心产品品牌相同的，视为提供相同品牌产品，核心产品的名称在招标文件第二章“采购需求”用“▲”标明。

（六）本项目包括以下设备，根据财办库〔2008〕248 号文件有关规定，本项目不允许进口产品参加报价。

（七）投标人必须为其响应产品侵犯其他投标人或专利人的专利成果承担相应法律责任；同时，具有产品专利的投标人应在其投标文件中提供与其自有产品专利相关的有效证明材料，否则，不能就其产品的专利在本项目响应过程中被侵权问题提出异议。

（八）若采购货物属于节能产品政府采购品目清单范围的，投标人的投标货物必须使用政府强制采购的节能产品，品目清单请从中国政府采购网（www.ccgp.gov.cn）查询下载，有属于政府强制节能产品的，必须提供所投产品的证明材料（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材料，加盖投标人 CA 电子签章），否则其投标无效。

(九) 本货物需求一览表的技术参数要求中未特别列明的技术要求参照国家相关技术标准执行, 如有最新标准, 按最新标准执行。

分标 4

| 一、项目技术规格参数及要求 | | | |
|---------------|----------------|---|-------|
| 序号 | 标的名称 | 技术参数 | 数量及单位 |
| 1 | 跨境电商数字营销综合实训平台 | <p>一、总体要求</p> <p>1、软件采用 B/S 架构, 只需要通过能够上网的电脑和浏览器就可开展实训。</p> <p>2、平台应分为教学管理系统和实训系统两个部分, 其中教学管理系统具备权限分配和资源管理功能, 实训系统应能够支持学生完成跨境电商数字营销运营与决策实训。</p> <p>二、教学管理系统模块</p> <p>1、教学管理系统后台</p> <p>(1) 教学管理系统后台主页面: 应支持选择班级查看对应班级的实训任务与课程题库完成情况, 支持通过柱状图与饼状图的可视化形式直观展现已完成实训任务与课程题库的人数与占比。</p> <p>(2) 教师管理: 应支持通过教师名称或手机号码查询用户, 支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选, 查看教师姓名、用户名、联系电话、验证时间、学校、管理班级、班级人数、创建人、创建时间、授权状态和授权到期时间的信息, 管理员可选择对教师账号进行信息修改或删除。系统应支持批量导出用户信息, 添加新用户信息并创建账号, 对教师账号进行单个或批量删除。</p> <p>(3) 班级管理: 应支持在选择启用或禁用的班级状态下, 通过班级名称查询班级, 查看班级名称、班级学生人数、班级教师、学校名称、创建人、创建时间、授权状态、授权到期时间和启用状态的信息, 管理员可选择对班级进行信息修改或禁用(启用), 并在学生管理模块中对学生进行管理。系统应支持添加新班级信息并创建班级, 对班级进行单个或批量禁用(启用)。</p> <p>(4) 学生管理: 应支持在选择启用或禁用的账号状态下, 通过学生名称/账号或手机号码查询用户, 支持通过是否完成手机号验证对用户进行筛选, 查看学生姓名、学校、班级、账号、手机号、验证时间、创建人、授权到期时间、启用状态和创建时间的信息, 管理员可选择对</p> | 1 套 |

学生账号进行信息修改或禁用。系统应支持批量导出用户信息，单个添加或通过模板批量添加新用户信息并创建账号，对学生账号进行单个或批量禁用（启用）。

(5) 课程列表：应支持通过课程名称查询课程类型、课程明细、封面图片、创建人、所属学校和添加时间的信息，管理员可选择对课程信息进行修改。系统应支持添加新的课程信息并创建课程，并在课程明细中对课程明细信息进行管理。

(6) 教学监控：应支持通过班级或学生姓名筛选、查询用户，查看班级、学号、姓名、积分、已完成实训任务、已完成课程题库、综合积分和综合成绩的信息。系统应支持批量导出用户信息。应支持教师查看学生每个实训任务的完成详情，支持对实训任务进行评分，并支持教师通过教学管理后台链接进入对应学生的实训后台，查看该学生的实训平台实操情况并进行评分。

(7) 交流中心：具备管理帖子与回复的功能模块。在帖子管理模块中，应支持通过用户姓名或帖子标题查询帖子，支持通过帖子置顶或审核状态对帖子进行筛选，查看帖子的发布人、帖子标题、图片、置顶情况、学校、班级和审核状态的信息，管理员可添加帖子，或对帖子进行删除和审核的操作。在回复管理模块中，可通过用户姓名查询回复，支持通过回复审核状态对回复进行筛选，查看评论人、回复内容、图片、审核状态和添加时间的信息，管理员可对帖子进行删除、审核操作。

2、教学管理系统前台

(1) 教学管理系统前台主页面：至少支持链接至实训任务、实训平台、课程题库、交流中心、课程知识库、实训轨迹、实训排名、资料下载功能模块。展示用户实训学习与答题完成情况，包括完成任务数、答题次数、积分、排名信息。实训任务进度模块支持显示设置的总任务数与完成任务数，以可视化的形式展现用户已完成的任务占比。课程题库进度模块支持显示设置的总试卷数与完成试卷数，并以可视化的形式展现用户已完成的课程题库占比。每月练习数模块可展示月度练习完成情况的历史记录，显示的信息有月份、完成任务数与答题次数。实训排名模块可展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、积分、完成任务数与答题次数信息。

(2) 实训任务：应支持展示用户实训任务完成情况，展示的信息包括实训积分、任务完成进度、已完成任务数量、未完成任务数量、班级

排名。可根据实训任务的完成情况以全部任务、未完成任务、已完成任务三种状况对实训任务进行筛选分组显示，可按章节分组展示实训项目目录。每个实训任务显示任务完成情况，包括实训任务类型，学习、实操、答题和综合积分的得分情况，任务当前状态、任务详情信息。用户可通过学习、实操和答题链接进入对应课程知识库学习相关理论知识，进入实训平台进行实操练习，进入课程题库完成对应项目的试题库并答题。

(3) 课程题库：应支持分组展示课程试题组，显示作答次数、测试得分信息。通过学习链接可进入对应课程知识库进行相关理论知识的学习，通过答题链接可进入试题组进行做题，试题形式包括单选题、多选题、判断题。完成答题后显示考试结果，提供答题得分、错题数量、正确答案与学生答案信息。

(4) 交流中心：应提供热门话题、我的话题、我的回复分组，发表的话题支持配插图。

(5) 课程知识库：应支持按章节分组展示课程知识库目录，课程知识库提供的文字、图片和视频形式的课程资源，视频内容支持静音、全屏播放、调整播放速度与画中画形式播放。

(6) 实训轨迹：生成月度实训轨迹图，可按年查看每月完成任务数量。

(7) 实训排名：应支持展示用户实训得分排名，提供名次、用户头像、姓名、完成任务数、综合积分与综合成绩信息。

(8) 资料下载：应支持分组展示课程资料，显示资料组浏览次数，支持通过关键字搜索资料组。支持根据资料情况下载 PDF、DOC 文档、视频和图片形式的课程资料。

三、实训系统功能模块（一）

1. 首页：应支持查看店铺的经营数据，包括今日花费、成交总花费、实收交易金额、总商品数、新增商品数、库存售空商品数据，并且支持查看店铺数据（店铺曝光量、店铺点击量、店铺点击率）和订单数据（订单量、总金额、客单价），支持通过折线图的可视化形式直观展现店铺数据以及订单数据的变化趋势。

2. 选品管理：选品管理应包含选品市场和进货单两个模块。

★●（1）选品市场：应支持通过产品类目导航、产品标题关键词和综合排序搜索产品。其中产品类目应包含男装、女装、孕婴童、流行饰品、运动及娱乐五个一级类目，每个一级类目均应包含若干个二级类目。产品详情页面应支持查看产品图片、标题、评分、价格、起批量、

颜色信息，并支持立即订购和加入进货单操作。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人CA电子签章）

（2）进货单：应支持查看所有添加到进货单的商品信息，包括商品标题、数量、单价、小计。应支持设置商品的数量，并支持对进货单里的商品进行删除和结算的操作。结算页面支持跳转至进货单或发布商品页面。

3. 商品管理：商品管理包含管理商品、商品分类和素材中心三个模块。

（1）管理商品：应支持切换商品状态，包含仓库中、出售中、已下架、回收站四个状态类型；支持通过商品编号、关键词、时间条件筛选商品；支持对商品进行预览、编辑、上架、下架、删除、批量删除、批量上架、批量下架操作。回收站中应支持查看被删除的商品信息，支持对商品进行恢复的操作。商品详情编辑页面应支持设置商品标题、商品图片、商品编码、商品品牌、规格编码、尺码、颜色、零售价、库存、商品详细描述信息，并支持保存和发布。

（2）商品分类：应支持添加产品分类、编辑和删除已有分类操作。

（3）素材中心：图片银行模块应支持上传图片、添加分组，支持对图片进行删除、编辑名称、查看大图、编辑分组的操作；视频银行模块应支持上传视频、添加分组，支持对视频进行删除、编辑视频名称、查看视频和编辑视频分组的操作。

4. 仓库管理：仓库管理应包含库存管理模块。库存管理模块应分为库存管理和库存流水两个模块。其中库存管理中应支持根据库存状态、关键字进行商品筛选，支持查看可用库存和采购平均价数据，并支持查看库存流水；库存流水中应支持根据库存类型、关键字进行商品筛选，查询商品详细库存流水，包括操作类型、出库入库、采购单价、操作时间数据。

5. 交易管理：交易管理应包含订单管理模块。订单管理模块中支持根据订单号、商品名称、订单状态查询订单，查看下单日期、商品信息、数量、金额、状态信息，并支持通过“查看详情”查看订单的详情信息。

6. 店铺管理：店铺管理应包含资金明细、店铺信息、我的店铺（PC端）、我的店铺（无线端）、店铺装修五个模块。

（1）店铺资金明细：应支持切换资金状态，包括全部明细、收入明细、支出明细；并支持通过交易类型、关键字、单号、交易时间筛选店铺资金明细，且数据支持导出。

| | | |
|--|---|--|
| | <p>(2) 店铺信息：店铺信息中应支持查看店铺名称、店铺头像、店铺简介和联系地址，支持对内容进行修改和编辑操作，还可查看店铺资金。</p> <p>(3) 我的店铺（PC端）：应支持查看电脑端店铺页面。</p> <p>(4) 我的店铺（无线端）：应支持查看无线端店铺页面。</p> <p>(5) 店铺装修：应支持创建新的店铺主题模板，包括PC端装修模板和无线端装修模板；支持对PC端模板进行装修，包含店铺设置类（店铺信息、店铺导航）、图文类（轮播、通栏图片、纯文本、自定义内容）、商品类（商品列表、排行榜、秒杀商品、推荐商品、分类管区）、营销互动类（优惠券、满件折）模块；支持对无线端模板进行装修，包含店铺设置类（店铺信息、店铺导航）、图文类（轮播、通栏图片、纯文本、自定义内容）、商品类（商品列表、排行榜、推荐商品）、营销互动类（优惠券、满件折）模块。</p> <p>7. 商家站内自营销：应包含优惠券、粉丝营销、折扣营销、场景搭配、EDM营销五个模块。</p> <p>(1) 优惠券：应支持通过筛选状态、优惠券类型、活动名称查询优惠券，同时支持新建优惠券，并支持查看、编辑和暂停操作。新建优惠券页面可以设置基本信息、面额信息、发布信息。</p> <p>(2) 粉丝营销：应支持发布图片/短视频，对文字描述、选择优惠券、关联商品、领取条件和发布时间进行设置，并查看帖子概况、粉丝概况和优质评论。帖子列表中支持通过帖子编号、帖子类型、状态、起止时间进行筛选，并对帖子进行编辑、查看和删除操作。</p> <p>(3) 折扣营销：应包括满减折扣和单品折扣。满减折扣中支持查看不同活动类型和不同状态的活动，支持创建活动、编辑活动和暂停活动；创建活动页面支持设置活动基本信息、活动类型和活动详情。单品折扣中支持查看不同状态的活动，支持创建活动和暂停活动；创建活动页面支持设置活动基本信息和优惠信息。</p> <p>(4) 场景搭配：应支持查看已创建的搭配套餐图片和标题信息，支持根据是否已设置主图进行筛选。支持进行新建、编辑、删除场景搭配操作。新建场景搭配页面支持设置主题、上传图片、选取产品操作。</p> <p>(5) EDM营销：应支持通过营销名称和创建时间查找活动，支持新建和编辑活动操作。新建活动页面应可以选择人群（活跃老客人群、领券人群、潜力访客、收藏人群、待支付订单催付、店铺粉丝、加购人群）进行EDM设置和回信邮箱设置，并输入营销计划信息。</p> <p>8. 平台广告营销：应包含外贸直通车、商品橱窗、星合短链、联盟营</p> | |
|--|---|--|

销、顶级展位五个模块。

★● (1) 外贸直通车：应包含首页与推广管理两个部分。首页中应可以查看花费、曝光、点击量、点击率数据，支持新建推广计划和查看推广计划相关数据（包括状态、计划名称、每日预算）。新建推广计划页面应可以对推广计划的相关信息进行设置，包括推广商品、关键词偏好、投放设置。推广管理中应可以查看推广计划相关信息，包括今日实时消耗、实时曝光量、实时点击量、实时点击率、平均点击花费数据，支持通过推广状态、推广类型、计划名称筛选推广计划，支持对推广计划进行启动、暂停和删除操作。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章）

(2) 商品橱窗：应包含橱窗产品管理和橱窗订单管理两个部分。橱窗订单管理模块应支持查看橱窗订单相关信息，包括订单号、订单购买时间、开通时间、服务周期、橱窗组数，支持设置订单开通时间和购买橱窗操作。橱窗产品管理模块中应可以查看推广中橱窗和未使用橱窗信息，并可以查看橱窗产品相关数据，包括商品信息、搜索曝光量、搜索点击率、订单数量，还可以对橱窗产品进行替换和优化操作，并支持添加产品操作。

(3) 星合短链：应包含投放计划与效果报表两个部分。投放计划中应可以新建投放计划，选择短链类型、渠道，生成推广链接，并查看所有已投放的链接相关信息，包括短链地址、生成时间、短链类型，同时支持删除链接操作。效果报表中应可以按照时间筛选访客人次、店铺访客数、关注店铺用户数、收藏商品用户数、加购物车用户数、下单订单数、下定金额、支付金额、支付订单数数据，下方报表明细中支持查看已创建短链的相关信息，包括短链地址、生成时间、短链类型及相关数据。

(4) 联盟营销：应包含推广中计划、快速入口、整体数据。支持手动添加商品，并可以批量设置佣金率。整体数据模块中应可以筛选时间条件查看数据，包括浏览量、访客数、算佣支付金额、支付订单数、预计佣金、结算订单数、结算佣金。

(5) 顶级展位：应包含顶展关键词竞价、竞价管理、顶展创意创建、收藏的关键词模块。顶展关键词竞价中应可以查找热词，查看关键词相关信息，包括曝光度、收藏客户数、当前价格、出价次数、竞价状态，可以对关键词进行收藏操作。竞价开始之后，应可以对关键词进行出价的操作，并且结束竞价之后可以对关键词进行管理。竞价管理

中应可以查看当前竞价中和历史成交竞价不同状态的竞价相关信息。顶展创意创建中应支持快捷制作创意的操作，可以设置基础信息（选择关键词、落地页）和创意信息（商品以及商品图、文案模板），并选择模板，对已有的顶展创意还可以进行编辑与删除操作。

9. 平台活动营销：平台活动营销应支持查看平台上所有的平台营销活动，包括平台促销和频道活动两个部分。进入活动报名页面，应支持切换活动状态，包括正在招商的活动、参与中的活动、已结束活动，还应可以通过活动类型、报名状态筛选活动。平台促销活动模块中，完成大促指南、资质审核、选择商品（包括设置商品折扣信息、参与活动库存数和每人限购信息）、签署协议流程即可报名参加活动。频道活动模块中，完成活动介绍及规则、选择商品（包括设置商品折扣信息、参与活动库存数和每人限购信息）、签署协议流程即可报名参加活动。

10. 商家站外自营销：应包含 Google 推广、TikTok 推广、Instagram 推广和 Facebook 推广四个模块。内置海量关键词数据，能通过人工智能算法，对学生的运营决策效果实现自动精准评判，并支持学生的对抗竞争。

（1）Google 推广：应包含概览、建议、广告系列、广告组、广告、搜索广告关键字、否定关键字模块；支持创建广告系列、广告组、制作广告。

1) 概览模块：应支持查看点击次数、展示次数、平均每次点击费用、费用营销数据，同时支持筛选日期，以曲线图的可视化形式查看数据。

2) 建议模块：应支持查看广告预览效果和诊断信息。支持输入任意搜索字词查看预览 Google 的搜索结果页。

3) 广告系列模块：数据看板应支持以曲线图的可视化形式展现广告系列数据对比。数据列表应支持查看所有广告系列相关数据，包括广告系列名称、状态、预算，支持进行编辑、删除操作。新增广告系列页面可设置内容应包括广告系列类型（搜索）、网址、广告系列名称、起始日期、地理位置、预算和出价信息。

★●4) 广告组模块：数据看板应支持以曲线图的可视化形式展现广告组数据对比。数据列表应支持查看所有广告组相关数据，包括广告组名称、状态、默认的最高每次点击费用，支持进行编辑、删除操作。新增广告组页面可设置内容应包括所属广告系列、广告组名称、目标 CPC 信息，并可添加关键字。（投标文件中需提供彩页、官网或功能

截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章)

5) 广告模块：数据看板应支持以曲线图的可视化形式展现广告数据对比。

数据列表应支持查看所有相关数据，包括广告落地页、状态、所属广告系列和广告组，支持进行编辑、删除操作。新增广告页面可设置内容应包括所属广告组、最终到达网址、标题、广告描述信息，右侧可以预览店铺投放效果。

6) 搜索广告关键字模块：数据看板应支持以曲线图的可视化形式展现搜索广告关键字数据对比。搜索广告关键字数据列表应包含关键字、匹配类型、广告系列名称、广告组名称、状态信息。添加搜索广告关键字页面支持添加搜索广告关键字，选择关键字所属的广告组，并从关键词工具中添加关键字。

7) 否定关键字模块：

①否定关键字数据列表：应包含否定关键字、已添加到、匹配类型信息，支持进行删除和新增关键字操作。

②添加否定关键字页面：应支持添加否定关键字，选择否定关键字所属的广告组，并从关键词工具中添加否定关键字。

(2) TikTok 推广：应包含概览、广告系列、广告组、广告模块，支持创建广告系列、广告组、制作广告。

1) 概览模块：应支持查看点击次数、展示次数、平均每次点击费用、费用信息，同时支持筛选日期，支持以曲线图的可视化形式查看数据，并可查看广告系列相关信息。

2) 广告系列模块：

①数据列表：应支持查看所有广告系列的相关数据，包括广告系列名称、状态、预算、花费，支持进行编辑和删除操作。

②新增广告系列页面：应支持设置广告系列名称、推广目标和预算。

3) 广告组模块：数据列表应支持查看所有广告组的相关数据，包括广告组名称、状态、预算、出价，支持进行编辑和删除操作。新增广告组页面：应支持选择广告系列，设置广告组名称、推广对象类型、展位、目标（其中自定义定向包括设备、性别、地域、年龄、语言；自动定向包括地域、语言）、兴趣&行为（选择自定义定向可以填写，包括添加兴趣、添加行为-视频互动、添加行为-创作者互动、添加行为-话题互动）、出价&优化（包括优化目标、竞价策略）、预算&排期信息。

4) 广告模块：数据列表应支持查看所有广告的相关数据，包括广告名称、状态、广告系列、广告组，支持进行编辑和删除操作。新增广告页面应支持选择所属广告组，支持设置广告名称、广告发布身份、创意素材（广告标题、广告文案、视频上传）信息；支持设置 URL 链接和行动引导文案，右侧可以显示预览效果。

(3) Instagram 推广：应包含数据概览、广告组、广告模块，支持创建广告组、制作广告操作。

1) 数据概览模块：应支持查看展示次数、广告链接单击次数、平均每次点击费用营销数据，同时支持以曲线图的可视化形式查看数据。

2) 广告组模块：

①数据看板：应支持以曲线图的可视化形式直观展现广告组数据。

②数据列表：应支持查看所有广告组的相关数据，包括广告组名称、状态、预算、点击次数，支持进行编辑和删除操作。

③新增广告组页面：应支持设置广告组名称、广告目标、投放预算、排期（开始日期和结束日期）、受众（受众名称、性别、地区、年龄、细分定位）、布局信息。

3) 广告模块：

①数据看板：应支持以曲线图的可视化形式直观展现广告数据。

②数据列表：应可以查看所有广告的相关数据，包括状态、广告组、预算，支持进行编辑和删除操作。

③新增广告页面：应支持选择所属广告组，添加广告文本模块可以设置广告类型（创建幻灯片和创建视频），并添加媒体，设置主要的文本和显示链接，右侧可以显示广告预览效果和支付概要。

(4) Facebook 推广：应包含数据概览、广告系列、广告组、广告模块，支持创建广告系列、广告组、制作广告操作。

1) 数据概览模块：应支持查看点击次数、展示次数、平均每次点击费用、费用营销数据，同时支持以曲线图的可视化形式查看数据。

2) 广告系列模块：

①数据看板：应支持以曲线图的可视化形式直观展现广告系列数据。

②数据列表：应可以查看所有广告系列的相关数据，包括广告系列名称、预算、总花费，支持进行编辑和删除操作。

③新增广告系列页面：应支持选择广告系列类型（包含品牌认知、购买意向和行动转化三种类型），设置广告系列名称、广告系列详情（包含购买类型和广告目标）、广告系列预算信息。

3) 广告组模块:

①数据看板: 应支持以曲线图的可视化形式直观展现广告组数据。

②数据列表: 应可以查看所有已创建广告组的相关数据, 包括广告组名称、状态、预算、费用数据, 支持进行编辑和删除操作。

★●③新增广告组页面: 应支持选择广告系列, 支持设置广告组名称、转化、预算和排期(包括日预算、开始日期、结束日期)、受众(包括地区、性别、年龄、细分定位、版位)、优化与投放(包括广告投放优化目标、费用控制额)信息。(投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章)

4) 广告模块:

①数据看板: 应支持以曲线图的可视化形式直观展现广告数据。

②数据列表: 应可以查看所有广告的相关数据, 包括广告名称、状态、广告系列、广告组、费用数据, 支持进行编辑、删除操作。

③新增广告页面: 应支持选择所属广告组, 支持设置广告名称、身份、格式(单图片、轮播、精品栏广告)、上传素材、输入正文、标题、广告描述、目标网址内容, 右侧显示广告预览效果。

11. 生意参谋: 应包含生意概览、店铺流量、市场总览、订单明细和商品分析数据模块。

(1) 生意概览: 应包括实时概况、店铺看板和来源分布排行、搜索词排行, 支持根据时间进行筛选, 同时可以以曲线图的直观形式查看数据。

(2) 店铺流量: 应包含店铺流量和店铺来源两个部分。店铺流量中应可以查看支付金额、店铺访客数、店铺浏览数、支付转化率、客单价、支付订单数、支付买家数数据, 并可以以曲线图的直观形式查看数据。店铺来源中应可以查看店铺流量的来源, 同样以曲线图的形式展现。

(3) 市场总览: 应包括流量看板和选词专家两个部分。流量看板中可以筛选热门行业和日期, 查看市场相关流量数据, 可以以曲线图的直观形式查看数据。选词专家支持查看对应关键词的搜索人气、搜索指数、点击率、成交转化率、竞争指数数据。

(4) 订单明细: 应包括订单总览和订单报表两个部分。订单总览中应支持查看总金额、下单客户数、支付转化率、客单价数据; 订单报表中应可查看订单的相关信息, 包括订单编号、订单金额、支付时间、收货地址。

(5) 商品分析: 应包括商品分析、商品排行榜、单品分析三个部分。

商品分析中应可查看支付金额、下单主订单数、下单转化率、商品曝光量、商品点击量数据；商品排行榜中应可查看商品排行、商品名称、支付订单数、商品点击量数据；单品分析中应可以通过商品编号搜索商品，查看商品的支付金额、商品曝光量数据。

四、实训系统功能模块（二）

1、账号注册：实训平台应分别仿真速卖通卖家和买家的注册流程。在模拟卖家开通店铺的过程中，应完成卖家账号注册、店铺名称设置、行业类目招商准入、商标审核、店铺类型选择。

2、卖家后台功能模块：应包括我的速卖通（卖家中心主页）、商品、交易、物流、店铺、营销、推广、账号及认证、生意参谋、违规模块。

3、我的速卖通：

（1）“我的速卖通”即卖家中心主页面。本页面至少应包括待办事项、店铺数据、公告功能模块。

（2）店铺数据应展示经营数据、直通车和站外推广数据，经营数据包含店铺浏览量、店铺访客量、支付买家数、支付转化率。直通车展示账户余额、今日消耗数据，站外推广展示支付订单数、算佣支付金额数据。

（3）公告：应展示最新公告和重要通知。

4、商品模块：

（1）商品模块应包含商品发布、商品管理、素材中心、商品橱窗。

（2）商品发布编辑产品信息时应根据产品类目准备对应的商品基本属性并支持添加自定义属性。以女装一连衣裙类目为例，应包含商品标题、商品图片（商品正面图、侧面图）、营销图、产品视频、品牌、材质、风格产品属性、价格与库存、详细描述、包装与物流、其他设置。

（3）商品管理模块，应系统支持通过常用入口跳转至 AI 智能诊断、商品分组、素材中心、尺码模板和产品信息模块。尺码模板模块应包含服装模板、鞋子模板、珠宝模板、内衣模板和家纺模板。支持新增尺码模板，编辑和删除已创建模板。产品信息模块支持关联产品模块和自定义模块的创建。支持通过商品状态（正在销售、草稿箱、审核中、审核不通过、已下架）、产品分组、负责人对产品进行筛选，通过商品标题或 ID、商品编码搜索指定产品，显示产品主图、标题、产品分组、价格、库存、运费模板信息，并支持批量或对单个产品进行编辑、分配负责人、调整产品组、下架、删除操作。

(4) 素材中心模块应支持对图片和视频资料进行分组管理，支持对图片和视频进行按文件名搜索、移动到文件夹、删除的操作。

(5) 商品橱窗模块应包括推广列表和橱窗获取记录，推广列表支持查看橱窗推广中的商品、新增推广商品，对已经推广的商品进行商品优化和删除的操作。

5、交易模块：

(1) 至少应包括所有订单、退款&纠纷、订单批量导出、评价管理功能模块。

(2) 所有订单模块应显示今日新订单、等待买家付款、发货未完成、买家申请取消、纠纷中订单、等待您评价的订单数据。支持通过订单状态、下单时间条件筛选订单，通过订单号、商品名称、买家、实际发货单号搜索订单，并显示订单号、下单时间、买家、购买物品、商品单价、购买商品数量、订单状态、订单总金额信息。

(3) 退款&纠纷：退款和纠纷订单处理，应支持管理纠纷中、等待您处理、等待买家退货和待举证的拒付订单。

(4) 订单批量导出：应支持通过筛选订单状态和日期进行订单的批量导出，批量导出的订单数据支持下载。

(5) 评价管理：应包括管理全部、待回复的评价和等待我评价的买家内容。应支持根据评价类型（全部、我发表的评价、好评、中评、差评）和评价生效时间对订单评价进行筛选分类，支持通过订单号搜索指定订单评价，显示订单号、购买商品、商品单价、数量、买家、订单关闭时间、买家给出评价、买家给出评分、卖家给出评价信息。

6. 消息中心模块：消息中心模块至少应包括买家会话、客户营销和买家会话-回复设置功能。买家会话界面支持对买家消息进行回复，发送商品和优惠券的操作。点击客户营销可链接至场景营销界面，支持新建自定义营销计划，在买家会话-回复设置模块中支持进行快捷回复和自动回复设置。

7、物流模块：物流模块应包括速卖通物流介绍、物流中心、运费模板、仓发管理和国际小包订单。物流中心在线发货应支持发货和退货地址管理。运费模板应包括经济类物流和标准类物流的物流模板设置。仓发管理应支持申报海外仓。国际小包订单应支持对待发货、运输中、已完成、异常和退回状态下的国际小包订单进行管理，支持通过单号综合查询、交易订单号、国际物流单号、物流订单号，筛选物流方案和物流状态进行订单的查询。

8、店铺模块：店铺模块至少应包括店铺信息设置、店铺装修、商品分组功能。其中通过店铺装修模块对店铺进行装修时支持 PC 端和无线端版本的装修，应预备有店铺首页默认模版、时尚行业模版、鞋类运动行业模版、3C 行业模版、家居行业模版、男装模版、活动页面模版和母婴行业模版的 PC 端店铺页面模板可供选用，且系统应支持用户对模板进行预览。商品分组支持创建分组并管理组内商品。

9、营销模块：营销模块应包括营销活动规则、平台活动、店铺活动、客户营销、内容营销、人群宝。

(1) 营销活动规则：应支持查看平台活动规则和频道活动规则。

(2) 平台活动：应支持报名促销活动和频道活动。

(3) 店铺活动：应支持单品折扣、满减活动、店铺 code、高净值买家专享折扣和互动活动、商品营销分组创建。创建营销活动并对商品进行营销分组。其中创建店铺活动时，卖家可对活动名称、活动开始时间、活动结束时间、参加活动产品进行设置。

(4) 客户营销：应支持新建自定义人群并创建自定义营销计划。

(5) 内容营销：应支持发图片帖/短视频帖和转发买家秀，并进行发帖管理。

(6) 人群宝：应支持新建标签人群，管理收藏标签。

10、推广模块：推广模块应包括站内推广、联盟营销、星合短链和站外 SEO。

(1) 站内推广：应支持创建商品推广和品牌推广、推广管理。推广管理支持查看计划名称、计划概览、消耗进度、每日预算、曝光量、点击量、点击率、花费、平均点击花费情况，支持对已创建计划进行查看详情、暂停和删除的操作。

(2) 联盟营销：应包含单品营销计划、联盟营销活动、买家权益计划、基础佣金设置和效果报表的快速入口。

(3) 星合短链：应支持创建店铺、商品和自定义页面的投放计划，查看投放效果报表。

(4) 站外 SEO：应支持商品 TDK 管理，支持待发布、审核中、审核不通过、已发布状态下的内容，支持通过筛选 AI 内容、自主内容、草稿状态、选择类目、时间进行内容的管理。

11、账号及认证模块：

(1) 账号及认证模块应包含账户中心、我的申请、我的品牌和 API 设置模块。

(2) 账户中心模块应包括账号信息（基本资料、子账号及权限设置、管理安全问题）、店铺联系人信息、企业信息。

(3) 我的申请模块应包括店铺类型申请、类目权限申请、平台已有的品牌申请、新商标注册申请。

(4) 我的品牌模块应支持申请品牌类目权限，通过筛选状态、品牌名称和类目进行重置，对已添加的品牌进行退出管理。

(5) API 设置应提供 Token 支持与外部 ERP 系统进行绑定。

12、生意参谋模块：

(1) 生意参谋模块应包括数据概览、实时播报、成交分析、流量分析、商品排行、单品分析、市场分析、搜索分析、选词专家和选品专家模块。

(2) 数据概览：至少应包括实时概况、店铺层级、核心指标、流量看板、商品排行榜功能模块。

(3) 实时播报：应支持查看店铺实时数据，实时核心指标、实时商品排行和实时国家地区排行。

(4) 成交分析：成交分布应支持展示国家/地区、平台、行业、价格带、新老买家和 90 天支付次数数据图表，核心指标支持整体展示当前支付、下单、流量、加购收藏和逆向的重要指标。

(5) 流量分析：流量分析应包含流量概况与流量来源，流量概况应支持展示店铺、商品、转化核心指标，可以观察流量总览，访客数、浏览量数据较前一日、较上周同期的变化可以精确到月周日。流量来源应包括店铺来源承接和离店页面排行，店铺来源承接支持查看推荐、搜索和基础工具的流量来源分布。

(6) 商品排行：商品排行榜应包括全部商品和商品来源，全部商品包含“支付榜”“访客榜”“收藏榜”“加购榜”四个模块，通过这四个模块分别将商品按照不同数据进行分类。商品来源展示商品 Top3 访问国家/地区、访客数、下单买家数和下单转化率数据。

(7) 单品分析：应支持通过输入 ID 进行搜索查询，查看单品的核心指标、SKU、流量数据，生成的折线图可以保存至本地。

(8) 市场分析：市场分析应包括市场大盘和国家分析。市场大盘应展现行业趋势和行业构成，包括访客指数、浏览商品数、商品浏览率、供需指数、客单价、商品加购人数和加收藏人数数据，展示统计日期支付金额和对比日期支付金额的对比图。

(9) 搜索分析：应包含热搜词、飙升词和零少词三个模块。通过输入

搜索词进行搜索，热搜词和飙升词都能展示搜索词、查看商品、是否品牌词、搜索人气、搜索指数、点击率、支付转化率和竞争指数信息。

(10) 选词专家：应支持运动及娱乐、玩具类目筛选其中的关键词分析包括热搜词、飙升词和零少词，展示搜索词、是否品牌词、搜索人气、搜索指数、点击率、成交转化率和竞争指数信息。

(11) 选品专家：应支持通过筛选类目、国家和时间查看热搜产品和热销产品概况。

13、违规模块：违规模块应包含体检中心、违规处罚、店铺考核和商品诊断。支持查看店铺体检概览，违规处罚、店铺考核。商品诊断支持对待优化商品进行下架操作。

14、买家中心：

(1) 买家中心应可显示与查看全部订单、待付款订单、待发货订单、待确认收货订单。

(2) 在查看全部订单时，应可通过订单编号、产品名称信息搜索订单，显示订单编号、交易时间、购买物品、商品单价、购买商品数量、订单状态、订单总金额信息，支持对订单进行售后申请、评价、删除订单信息操作。

(3) 买家应可添加设置多组收货信息并在下单时选用。

15、商品搜索：买家应可通过关键词搜索商品，筛选指定价格区间或条件（是否包邮、评价星级）的搜索结果，并可通过销量、最新发布、价格对搜索结果进行排序。

16、购物车：

(1) 买家在进行加购时应可选择加购数量，如果是有变参信息的产品，买家可选择加购产品的变参信息。

(2) 在购物车中，买家应可查看加购商品名称、卖家、加购数量、单价信息，如果是有变参信息的产品，可显示加购产品的变参信息，系统应支持对加购商品进行查看商品详情、移出购物车、购物车单个商品或批量结算操作。

17、仿真 Paypal 系统：应模拟 Paypal 账户注册流程，支持关联银行账户，查看 Paypal 余额、银行账户和卡信息。包含账户首页、交易记录、付款和收款、钱包、帮助、通知、设置模块。

(1) 账户注册时应支持设置国家、姓名、邮箱地址和密码信息，可进一步填写出生日期、国家、证件号码、邮政编码、详细地址、手机号码信息。

(2) 账户首页：应包含账户名称、PayPal 余额、银行账户和卡信息。PayPal 余额支持查看账户余额，包括可用 USD 和 USD 总额。银行账户和卡支持查看银行详细信息，包括银行名称、账户类型、账号和状态，并可以移除银行账户。

(3) 付款和收款：至少应支持为商品或服务付款功能。

(4) 钱包：应可查看 PayPal 余额，添加关联银行账户、关联信用卡和借记卡。

(5) 通知和设置：应包括设置账户、安全、付款模块。在账户模块中，可更新用户信息，设置账户选项，添加管理地址，查看邮箱地址、电话信息。在安全模块中，可创建或更新密码，设置密码提示问题。

★18、平台应具有仿真速卖通 API 接口，支持外部 ERP 工具进行对接，至少实现商品刊登、订单同步及处理功能，为保证平台进一步扩展和系统专业性，投标人要保证采购人在质保期内能正常使用跨境电商 ERP 系统，质保期后，如需继续使用跨境电商 ERP 系统，则双方自行协商付费问题。（验收时需提供投标人或厂商的跨境电商 ERP 系统软件著作权证书扫描件并加盖投标人公章，著作权名称中必须包含但不限于“跨境电商”、“ERP”关键词。）

五、实训系统功能模块（三）

1、账号注册与店铺开通：实训平台应支持分别仿真亚马逊卖家和买家的注册流程。在开通店铺的过程中，可以完成卖家账号注册、完善企业资讯、完善卖家信息、注册商城确认、完善账单信息、完善店铺名称和商品信息和身份验证流程。

2、卖家后台功能模块：应具备目录、库存、订单、广告、程序、数据报告、付款、绩效、品牌模块。

3、目录：应包括添加商品、批量上传商品、补全草稿、上传和管理视频、图片上传功能。批量上传商品支持上传文件来添加多个商品。补全草稿支持跳转至管理库存界面对发布不完整的商品进行补全商品信息的操作。上传和管理视频支持商品视频上传和管理。图片上传支持图片上传和管理，也可进行批量图片上传。

4、库存：至少应包括管理所有库存、全球销售、亚马逊物流库存、无在售信息的亚马逊库存、不可售库存、货件、分析功能。其中“管理所有库存”支持通过商品状态（所有/在售/不可售/不完整/商品信息已删除/内容审核中/内容审核未通过）和配送类型（所有/亚马逊/卖家）对库存信息进行筛选，支持通过 SKU、标题、ISBN 搜索商品，系

统应支持创建多渠道订单并设置每页显示的搜索结果数量。亚马逊物流库存支持对亚马逊配送的商品进行编辑和优化，支持创建多渠道订单。

5、订单：至少应包括管理订单功能。其中“管理订单”支持通过订单状态（等待中/未发货/已取消/已发运）、订单日期范围对订单进行筛选，通过订单编号、买家电子邮件、追踪编码搜索订单。系统应支持通过发货日期、订单日期、出货日期、配送服务对订单进行排序，且支持设置每页所显示的订单数量。

6、广告：应包括广告活动管理、A+商品描述管理器、优惠券、Prime专享折扣和管理促销功能。其中“广告活动管理”支持新建广告活动，可查看已经创建的广告活动状态、类型、广告活动竞价策略、广告预算信息。“A+商品描述管理器”支持创建基础的A+商品描述。“管理促销”模块创建促销时，包括社交媒体促销代码、购买折扣和买一赠一促销形式。

7、程序：应包括配送计划功能，可查看货件处理进度。其中“货件”模块可对日期范围、显示（所有/处理中/在途/在运营中心/已完成/已删除/已取消）进行筛选，还可按货件编号搜索货件，展示姓名、货件编号、创建时间、上次更新、已发货、已收到、目的地和状态信息。

8、数据报告：至少应包括亚马逊销售指导、业务报告、库存和销售报告功能。

9、付款：“付款”模块应支持查看结算一览、交易一览、所有结算、付款、日期范围报告内容。

10、绩效：应包括账户状况、反馈管理器功能。其中“账户状况”可查看客户服务绩效、政策合规性、配送绩效内容。

11、品牌：应支持查看买家评论，可跳转查看买家评论详情。

12、设置：至少应包括账户信息、登录设置、退货设置、税务设置、亚马逊物流和用户权限功能。其中“账户信息”设置包含对卖家资料、付款、业务、发货和退货、税务信息的查看与编辑功能。

13、买家中心：至少应包括地址选择、添加新地址、管理地址簿、地址设置功能。

14、浏览历史记录：至少应包括浏览历史记录（查看浏览商品记录）、管理历史记录（从视图中删除所有商品）功能。

15、购物车：至少应包括展示商品名称、价格、购买数量信息，具备商品移出购物车、查看您的浏览历史记录、批量购买与总价结算功能。

16、我的订单：至少应包括订单查看（商品清单、收货信息、支付明细）、筛选与搜索、再次购买、未完成订单、电子订单、已取消的订单功能。

17、商品展示：至少应包括商品名称、组图、视频、价格、品牌、变量属性信息的展示，以及选择商品数量加入购物车、立即购买功能。

★●18、平台应仿真亚马逊 API 接口，支持外部 ERP 工具进行对接，至少实现商品刊登、订单同步及处理功能。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章）

六、实训系统功能模块（四）

（为确保支持课程的后续二次开发与定制，本模块交付时必须提供完整的源代码。）

1. 实验简介：简介应包括实验目的、实验准备、实验内容描述。以多维度的数据分析展示，实现跨境电商数据多维度分析、可视化呈现。包括国家分析、行业分析和选品分析的不同主题的数据分析功能，分析图表可下载导出。各主题的分析模块均应包括实验简介、实验流程、实验报告、交流中心四个功能模块。

2. 实验流程：平台包括 3 个分析主题的共 12 个实验模块，依次为国家分析主题，提供国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析模块；行业分析主题，提供行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析模块；选品分析主题，提供行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析模块。各分析环节包括图表形成及分析结论的填写，并可将图表下载导出，且各分析环节均配有答题基础测试。

3. 根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。实验报告应包含各分析环节对应的分析操作分值及基础测试分值。实验报告应包含各分析环节对应的分析操作分值及基础测试分值。国家分析实验报告应包括国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析得分，以及国家市场分析基础测试、商品数量分析基础测试、店铺与商品分析基础测试、物流分析基础测试得分。行业分析实验报告应包括行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析得分，以及行业趋势基础测试、价格带分析基础测试、店铺及商品分析基础测试、物流分析基础测试得分。选品分析实验报告应包括行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析得分，以及行业规模及趋势基础测试、行业竞争分析基础测试、热销店铺分析基础测试、热销

商品分析基础测试得分。

4. 国家分析主题提供国家市场分析、商品数量分析、店铺与商品分析、物流分析分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。

(1) 国家市场分析

国家市场分析模块包括国家订单量分析、类目成交额分析，提供分析图表及表格。国家订单量分析环节提供订单量分布、订单量环比增幅分析；类目成交额分析环节提供一级类目成交额环比增幅、一级类目成交额分布分析，支持一键导出图表及分析内容。

(2) 商品数量分析

商品数量分析模块包括订单数量区间分析、价格区间商品数量分析、价格区间订单量分析，提供分析图表及表格。订单数量区间分析环节提供订单数量区间商品数量占比、订单数量区间商品数量分布分析；价格区间商品数量分析环节主要呈现各价格区间内的商品数量分布情况；价格区间订单量分析主要呈现各价格区间内的商品订单量分布结果，支持一键导出图表及分析内容。

(3) 店铺与商品分析

店铺与商品分析模块包括 Top10 热卖店铺分析、热卖 Top1 店铺分析、Top10 热卖商品分析。Top10 热卖店铺分析主要呈现所分析月份的订单数量排名前十的店铺及其对应的成交额数量；热卖 Top1 店铺分析主要呈现订单数量 Top1 店铺内商品各价格区间对应的销售额、商品数量分布情况；Top10 热卖商品分析主要呈现销量排名前十的商品情况，支持一键导出图表及分析内容。

(4) 物流分析

物流分析模块包括物流渠道占比、TOP5 物流渠道分析，主要是对所选国家各物流渠道占比及 Top5 物流渠道各月份订单量变化趋势的分析，支持一键导出图表及分析内容。

5. 行业分析主题提供行业趋势、价格带分析、店铺及商品分析、物流分析分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。

(1) 行业趋势

行业趋势分析模块提供不少于 50 个可选二级类目，包括趋势分析、国

| | | |
|--|---|--|
| | <p>家市场分析、行业订单发货地分析。趋势分析部分可得到销量或销售额的趋势及环比增幅；国家市场分析呈现 Top20 国家消费者数量分布图；行业订单发货地呈现卖家发货地情况，支持一键导出图表及分析内容。</p> <p>(2) 价格带分析</p> <p>价格带分析模块包括行业客单价趋势分析、价格带商品数量分析、行业商品订单数量分析。客单价趋势分析部分可得到该时段内的客单价趋势与环比增幅；价格带商品数量分析呈现商品不同的价格带及各价格带对应的商品数量趋势与占比；行业商品订单数量分析呈现商品订单数量区间分布，以及各区间所对应的该区间内商品的总数量，支持一键导出图表及分析内容。</p> <p>(3) 店铺及商品分析</p> <p>店铺及商品分析模块包括 Top10 热卖店铺分析、Top10 商品分析。Top10 热卖店铺分析主要呈现所分析月份的订单数量排名前十的店铺信息，以及各店铺对应的销售金额与增幅；Top10 商品分析主要呈现销量排名前十的商品情况。完成以上各分析步骤及答题测试后方可结束该模块的分析，支持一键导出图表及分析内容。</p> <p>(4) 物流分析</p> <p>物流分析模块包括物流渠道分析、物流订单数量分析、物流数据分析。物流渠道分析呈现行业销量 Top10 的各国家 Top3 物流渠道情况；物流订单数量分析呈现 Top3 国家各月份物流订单量趋势；物流数据主要对使用某物流的 Top3 国家及类目进行分析，支持一键导出图表及分析内容。</p> <p>6. 选品分析主题提供行业规模及趋势、行业竞争分析、热销店铺分析、热销商品分析分析模块。每步分析操作完成后，需填写分析结论。各分析步骤完成后，提供关于本模块相关知识的测试，测试计入实验报告分值，完成试题后继续下一环节的内容。</p> <p>(1) 行业规模及趋势</p> <p>行业规模及趋势分析模块包括规模及趋势分析、行业趋势分析、行业订单发货地分析。规模与趋势分析部分可分析所选行业的规模、趋势及占比；行业趋势分析呈现所选行业交易金额趋势，支持一键导出图表及分析内容。</p> <p>(2) 行业竞争分析</p> <p>行业竞争分析模块支持对所选一级类目下几个热门二级类目的 Top100</p> | |
|--|---|--|

店铺集中度进行分析，支持一键导出图表及分析内容。

（3）热销店铺分析

热销店铺分析模块呈现所选行业某月份的热卖店铺情况，包括店铺名称、店铺销售金额、所选国家销售金额字段，支持一键导出图表及分析内容。

（4）热销商品分析

热销商品分析模块包括 Top100 热卖产品价格带分析、热销商品物流退货渠道分析。Top100 热销商品价格带分析呈现热销排名前 100 的商品价格带分布，以及各价格带对应的商品销量；热销商品物流发货渠道分析呈现所选国家及行业中常用的物流发货渠道，支持一键导出图表及分析内容。

七、实训系统功能模块（五）

1. 产品模块：产品至少应包含查看所有产品、添加新产品、使用 CSV 添加/编辑产品、品牌授权功能模块。

（1）查看所有产品：查看产品信息时，支持通过产品状态对产品进行筛选。用户可以查看已上传产品的图片、产品名称、父 SKU、销量、价格、主仓库库存、国家/地区运费和最近更新时间信息。并能够支持对单个产品信息进行编辑产品、禁用并删除产品、创建 ProductBoost 活动操作。

2. 订单管理至少应包含未履行订单使用 CSV 履行订单和赔款功能模块。

3. 广告至少应包含查看所有活动、通过 CSV 创建活动和钱包功能模块。

4. 在账户 API 设置中，用户可自定义设置应用名称可通过重定向 URI 完成与外部 ERP 工具进行对接。

5. 用户问题：用户问题管理至少包括采取措施和正在进行功能模块。采取措施模块中，支持通过赔款筛选条件对用户问题类型结果进行筛选，可通过用户问题或订单 ID 查询搜索指定的用户问题。卖家对用户问题详情进行查看、处理时，可查看用户问题 ID、开启日期、最近更新时间、状态、交易 ID 和购买日期的详情信息，以及显示受影响的产品信息和用户问题详情信息。卖家可回复用户问题，系统应预设缺货、无法发货、预计到达时间-无物流信息、订单已妥投、延迟配送致歉、物流跟踪信息、等待产品的场景信息模板。

八、实训系统功能模块（六）

1. 平台内容要求：平台需以海关“9810”通关模式为蓝本，再现跨境

电商企业、跨境电商平台企业、跨境物流企业、海关、跨境电商综合服务企业五大场景。应还原“9810”监管流程及海外仓内作业设施、作业环境，使学生能身临其境体验“跨境电商出口海外仓”的全流程。

★●2. 系统需构建一座分别包含电商企业、海关监管作业场所、海关以及海外仓库地级城区。该城区需包含电商企业、海关监管作业场所、海关办事处、海外仓库及买家居家场景为主的5大三维实验场景。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人CA电子签章）

3. 功能模块：平台分为实验流程、仿真实验、实验报告、实验目的、实验原理五个模块。

4. 实验流程：平台应包括6个实验流程，依次为前期准备、出口申报、查验放行、目的国入境清关、境外配送、退税申报。展示企业从海关企业资质备案到退税流程申报的跨境电商出口海外仓通关业务运作流程图。提供跨境电商出口海外仓通关相关课程试题，在学生完成试题并提交后，展示学生选择答案与正确答案。

5. 实验报告：

（1）若在实验尚未开始的情况下，查看实验报告，得分为零分。

（2）系统应支持根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。

（3）实验结果与分析应包含前期准备、出口申报、查验放行、目的国入境清关、境外配送、退税申报在内各项的得分情况。

6. 实验目的：介绍跨境电商出口海外仓模拟实验的知识、能力、情感三个维度的目标。

7. 实验原理：展示介绍跨境电商海外仓仿真实验的原理。

8. 提示帮助：提供平台操作帮助示意图。

9. 前期准备

本环节应真实模拟海外仓业务资质前期备案工作，系统模拟的备案工作主要包括海关企业资质备案、电商企业资质备案及海外仓业务模式备案。支持完成对海关企业资质备案工作、IC卡办理工作、电商企业资质备案工作、传输ID申请和海外仓业务模式备案任务的全流程练习。此外，系统需同步提醒各流程应该提交的相关材料和信息。

（1）海关企业资质备案

进入前期准备工作环节，系统需出现任务提示，引导用户进入各个任务场景，首先需要完成的实验任务是进行海关企业资质备案。

用户进入电商企业场景，完成线上对海关企业资质的填报工作，同时

根据线上填报的需求，用户还需提交报关单位备案信息表（已盖章），提交成功即可完成海关企业资质备案工作。

（2）IC 卡申请

用户在电商企业场景中，依照任务要求，前往中国电子口岸数据中心杭州分中心平台办理 IC 卡。用户需要先在中国电子口岸数据中心杭州分中心平台的电子口岸入网模块中进行新企业申请入网操作，根据要求提交营业执照、操作员身份证原件、海关签发的《报关人员备案证明》《对外贸易经营者备案登记表》原件和海关进出口货物收发人备案回执文件，完成 IC 卡的申请办理。

（3）电商企业资质备案

用户在电商企业场景中，完成线上对电商企业资质备案的填报工作。

（4）传输 ID 申请

用户在电商企业场景中，再次前往中国电子口岸数据中心杭州分中心平台办理传输 ID 申请。用户在中国电子口岸数据中心杭州分中心平台的传输 ID 申请模块中应支持通过选择申请报关单模式或申请清单模式进行传输 ID 申请的填报工作，同时需要提交营业执照扫描件，完成传输 ID 申请办理以及企业数据的对接。

（5）海外仓业务模式备案

用户需前往海关场景进行海外仓业务模式备案，该任务环节的主要办理流程包括提交资料、海关审核和结果反馈。用户需在海关场景找到对外窗口的工作人员，完成对话任务后，根据对话内容提交相对应的任务材料：《跨境电商海外仓出口企业备案登记表》《跨境电商海外仓信息登记表》、海外仓所有权文件（租赁协议）、企业营业执照以及海关所需要的其他信息，在顺利完成上述任务环节后，系统将弹出信息框提示审核成功，即为完成海外仓业务模式备案。

通过该任务环节的题目测试，完成前期的准备工作，返回电商企业，进行下一步出口申报工作。

10. 出口申报

本环节真实模拟货物进港，将货物运送至海关监管作业场所，完成货物运抵申报的场景。完成货物运抵申报后，用户可以分别选择报关单模式和清单模式进行出口申报学习。

（1）以报关单模式申报

完成货物运抵申报后，用户在电商企业场景中点击电脑选择以报关单模式申报，进行订仓单推送和单一窗口报关单推送流程的操作。选择

跨境电商综合服务平台，推送订仓单数据，用户需要在跨境电商综合服务平台中将基础数据导入，包括下载报关单模式模板和创建申报任务，生成申报数据后，在数据申报管理模块中，进行数据的推送。订仓单数据推送成功后，下一步选择跨境电商出口统一版系统进行报关单的推送，用户需要根据要求填写货物申报信息，单一窗口报关单推送成功之后，等待海关进行逻辑校验，在海关系统审核无误后，申报企业可以在中国国际单一窗口查询申报结果。

(2) 以清单模式申报

完成货物运抵申报后，用户在电商企业场景中点击电脑选择以清单模式申报，系统提示清单模式申报流程包含推送订仓单数据、推送物流单数据和推送清单数据。选择跨境电商综合服务平台推送订仓单数据，需要进行订仓单数据的导入，包括下载模板和导入订仓单，生成数据后将订仓单数据推送至海关跨境电商出口统一版管理系统。之后在跨境电商综合服务平台分别将物流单数据和清单数据推送至海关跨境电商出口统一版管理系统，完成清单数据的推送后，需要等待海关进行逻辑检验，在海关系统审核无误后，申报企业可以在中国国际单一窗口查询申报结果。

通过该任务环节的题目测试，完成出口申报工作，将进入下一流程，查验放行步骤。

11. 查验放行

本环节应真实模拟系统载入海关监管作业场所场景，货物进港之后，在报关时海关系统布控查验，海关开具查验通知书，告知货主是否查验，手续通过后进行放行。应支持通过跨境监管作业场所平面图认知，了解跨境监管作业场所的人工查验区、机查区域、海关办公室、货物出入口布局。查验分为人工查验、机查，也可以无需查验，支持用户分别选择以上三个流程进行学习。

(1) 人工查验

用户选择人工查验时，海关开具查验通知书，告知货主需要查验，查验无误后放行。之后通过文字学习放行指令，并支持查看报关单样例。

(2) 机查

用户选择机查时，应支持查看文字介绍，对包含安检机、六面扫描仪、分拣机、AGV 叉车和海关办公室的监管作业场所认知设施设备进行认知学习。观看动画完成货物流转认知和违禁品考核后放行，完成机查认知学习。

(3) 无需查验

用户选择无需查验时，应支持通过文字学习放行指令，并可查看报关单样例。通过该任务环节的题目测试，可获得船舶信息和即将离港信息，观看动画了解船舶走向后，完成查验放行，进入目的地国入境清关流程。

12. 目的国入境清关

本环节应真实模拟目的国入境清关流程。应支持通过查看文字介绍，了解进口清关准备以及美国、欧盟、日本的进口清关政策，进行认知学习。通过该任务环节的题目测试后，完成目的国入境清关流程，进入境外配送流程。

13. 境外配送

本环节应真实模拟海外仓入库上架之后，仓库拣货、货物复检、打包并装车的活动，最后通过境外物流企业派送到消费者手中，消费者进行签收的流程。该环节应支持练习货物的分拣、复检及打包活动，模拟境外配送环节涵盖的业务过程。

(1) 仓库拣货：进入海外仓库，应支持观看动画了解海外仓货物入库上架的流程，之后进行海外仓常用设施设备的认知学习，包括托盘货架、移动式货架、堆垛机、手持数据采集器、手动托盘叉车、条码仓库管理系统。前往订单处理区打印订单，取手推车准备拣货，根据引导提示完成货物的拣选，之后移动至复检区，完成商品的复检工作，移动至打包区打包商品，货物打包完成后，运送到快递车上进行配送。完成上述流程，用户即完成仓库拣货的任务。

(2) 商品签收：支持通过系统向买家发送包裹送达通知，用户以买家的身份体验商品签收的环节。系统提示包裹已送达，请开门并完成商品的签收。

14. 退税申报

本环节应真实模拟境外配送完成后，需要在线上完成退税申报的工作。该模块主要模拟国家税务总局申报和中国电子口岸申报的工作流程。

(1) 国家税务总局申报

用户在电商企业场景中，依照任务需求，登录至国家税务总局下载并安装便捷退税助手，之后再次进入网站填写外贸企业退税申报所属期进行申报。

(2) 中国电子口岸申报

用户在电商企业场景中，应支持登录至中国电子口岸，依照任务需求，

填写登录信息，进入出口退税联网稽查业务系统下载解密软件，完成安装并开始解密。从文件导入报关单并提交，之后进行增值税专用发票管理。然后进行智能配单、采集外贸企业出口退税出口明细信息以及外贸企业出口退税进货明细信息、数据校验、数据自检、正式申报、加签申报、税务 ukey 输入的环节，完成企业退税流程。

九、实训系统功能模块（七）

1. 平台总体要求：系统以模拟成立一家新的跨境贸易电子商务公司为前提，该公司需要采用保税备货的模式从事跨境贸易电子商务业务，用户在该模式下完成任务全流程。

2. 系统构建了一座分别包含外经贸、电商企业、海关办事处、跨境电商保税仓库及物流企业地级城区。该城区包含电商企业、外经贸对外办事处、海关办事处、物流企业、保税区仓库及买家居家场景为主的六大三维实验场景。

3. 系统至少涵盖备案登记、海关注册编码、电子口岸 IC 卡、单一窗口注册备案、电子口岸数据中心企业注册、商品备案、账册申请、申报、货物运抵、报关、报检预录入、过卡进区、查验、报关、表单申报、商品出库拣货、尾程派送关键节点。

4. 系统包含的任务数据资料分别有对外贸易经营者登记申请表、电商企业营业执照、法人身份证扫描件、电子口岸 2 号表、经办人身份证、操作员身份证、企业简介、经营主体备案信息、质量诚信经营承诺书、企业税款证明、注册登记证书实验材料。

5. 系统至少涉及包含跨境电商公共服务平台、商务委平台、电商平台、海关 H2018 通关管理平台、海关金关二期公共服务平台的知识点交互。

6. 系统制定每一阶段详尽的评分标准，构建虚-实结合、考-练结合的保税进口实验教学评价体系，了解用户知识掌握情况、实验过程任务和实验结果全面考核，增加评价综合性。

7. 系统包含个人登录和专家入口，各自拥有不同的权限。

8. 系统提供中英文切换功能，可一键切换到全英文界面，既可以支持中英文双语教学，也可以为英语用户提供更顺畅的英文语言使用环境。

9. 系统提供回退功能，用户可通过回退返回到之前的操作界面，回退后此前所有操作的数据将被清空。

10. 实验分三种类型进行综合考核，分别为基础知识点认知，实验任务，以及实践基础考核。基础知识点认知占 10%，实验任务占 50%，实践基础考核占 40%。同时考核模块系统设定了一定的时间，如果在限时内

没有正确完成考核，或中途退出考核模块，学生在该考核模块的评分将为 0。

11. 系统基于 VR 或 AR 技术，通过对场景进行三维建模，用户能在系统中进行 360° 三维交互，并搭配二维的平台申报模拟环节，以及结合图文及三维动画手段展示方法，让学生完成跨境电商保税进口模式下全流程的认知和知识点的掌握。

12. 平台实验流程模块：至少应包含实验简介、实验流程、实验报告、课后习题和实验帮助功能。

实验简介：包括实验背景、实验目的、实验内容和实验知识点。

实验流程：实验包含前期准备、入区准备、入区通关、出区通关、尾程派送全流程。

13. 前期准备

本环节真实模拟电商企业前期注册及备案工作，系统模拟的备案工作主要包括企业备案和商品备案。完成对外贸易经营者备案登记工作、单一窗口线上注册工作、线上电子口岸的企业注册任务的全流程练习。此外，系统会同步提醒各流程应该提交的相关材料和信息。

(1) 对外贸易经营者备案登记

进入前期准备环节，系统将出现任务提示，引导用户进入各个任务场景，首先需要完成的实验任务是完成对外贸易经营者备案登记。

1) 用户进入电商企业场景，依照任务需求，前往国家商务网站完成线上对外贸易经营者备案登记申请表的填报工作，同时根据线上填报的需求，用户还需提交企业营业执照及法人身份证扫描件，填报成功获得对外贸易经营者备案登记申请表；电子口岸 2 号表该公章。

2) 完成了线上的填报工作，用户需要前往外经贸对外办事处，提交纸质版材料。到达任务点，找到对外经贸办事处对外窗口的工作人员，完成对话任务后，根据对话内容提交相对应的任务材料：对外贸易经营者备案登记申请表，营业执照（盖公章），法人身份证。填报成功获得加盖备案登记印章的对外贸易经营者备案登记表（有效期 30 天）。如若材料多次提交不正确，用户也可点开实验提示，查看当前环节需要提交的正确材料。工作人员（指系统内的工作人员）将为您提交的申请表进行盖章。

(2) 海关注册编码

进入海关办事处，先进行各窗口的认知，此场景分别包含了海关备案窗口、海关数据中心对外窗口、海关对外办事处窗口、海关于检人员

窗口。用户找到海关对外办事处后，先完成对话任务，同时提交已盖完章的对外贸易经营者备案登记表，随后用户将成功获取海关 10 位注册编码。

★● (3) 电子口岸 IC 卡

找到海关数据中心窗口，完成对话任务，同时根据对话内容，依次提交经办人身份证、法人持卡人身份证、操作员身份证、营业执照（盖公章）以及对外贸易经营者备案登记表（已盖章）、电子口岸 2 号表盖公章、报关单位海关注册登记证材料，填报成功获取电子口岸 IC 卡、法人 IC 卡、操作员 IC 卡、读卡器材料。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章）

(4) 单一窗口注册备案

返回电商企业场景，用户在打开电脑后，先进行操作平台的选择，在线上完成单一窗口线上注册工作，同时完成多项材料的提交，随后用户将携带相关人物材料前往海关办事处，进行线下提交流程。

(5) 电子口岸数据中心企业注册

返回企业场景，用户需打开电子口岸数据分中心的网站，完成现场注册任务，该任务环节，用户需提交的任务材料包含营业执照、操作员身份证、电子口岸业务办理申请单，在顺利完成上述任务环节后，系统将弹出信息提示，您已成功完成前期准备工作。

14. 入区准备

本环节真实模拟在将货物运送至特殊监管区之前，需要完成的入区准备工作。该模块主要模拟商品备案；账册申请、申报；货物运抵及报关和报检预录入的工作流程。

(1) 商品备案

物流企业在收到电商企业提供的国检商品备案明细表后，进行审核，在审核无误后，整理并制作国检备案申报表。进入知识点考核，用户在查看完国检商品备案明细表样例后，进行多选题的考核。随后再完成海关商品备案明细表的制作。

(2) 账册申请、申报

考核交互：打开账册申请页面，当前您需要申请的账册类型为：委内加工、跨电账册还是物流账册。在完成商品备案表的线上提交任务后，电商企业负责人可通知国外供应商进行发货处理。

(3) 货物运抵

货物运抵至口岸的同事，供应商还会将寄来包含商业发票、装箱单、

提单及货物明细单单据，用户可点击相关单据查看其式样。

(4) 报关、报检预录入

进入海关办事处场景，用户需提交包含报关单、报检单、明细单、装箱单、发票、提单及查验记录单单据，完成预录入工作。完成上述任务，系统将提示，您已完成当前环节任务，您可进入入区通关环节，完成后续通关任务。

★15. 入区通关

●本环节真实模拟系统载入保税区过关卡口场景，在完成关卡关联后，车辆可进入保税区，将货物运载至保税区仓库站前，等待国检、海关办理查验手续通过后进行入库。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人CA电子签章）

(1) 过卡进区

系统载入保税区过关卡口场景，在过关卡口环节，用户需将核放单、IC卡提交给场站工作人员，待完成关卡关联后，车子方可进入保税区内。

(2) 查验、报关

车辆将入保税区后，将货物运载至保税区仓库站前，等待国检、海关办理查验手续后，货物方可办理放行手续，可入库。进入海关办事处，找到海关报关窗口，将报关单、报关委托书、发票及装箱单单据提交给窗口工作人员，即完成入区通关环节的任务。

16. 出区通关

本环节真实模拟备货在保税仓库的货物经电商平台销售后，办理二线出区的通关手续，然后进行零售物品打包装车活动，最后通过国内物流企业派送到消费者手中的流程。该环节通过练习订单、运单、支付单、清单以及核注单和核放单的申报工作，货物的分拣、复检及打包活动，模拟出区通关环节涵盖的业务过程。

(1) 表单申报

进入电商企业办公室，用户按照顺序依次完成订单、支付单、运单、清单单据的申报工作，同时在申报前期，用户需进行操作平台的选择，以上表单需在跨境电商公共服务平台上完成申报工作。在完成核注单及核放单的申报工作后，即可前往海外仓仓库，完成拣货任务。

(2) 仓储拣货

前往订单处理区打印订单，取手推车，准备拣货，根据引导提示，完成货物的拣选，行走至复检区，完成商品的复检工作，打包商品，完成商品出库流程。完成上述流程，用户即完成出区通关的任务。

17. 尾程派送

本环节模拟电商平台销售的物品通过国内物流企业运送到消费者手中后，消费者签收后可以通过手机扫描商品的二维码进行商品溯源，了解商品的详细信息。商品签收尾程派送阶段，用户将以买家的身份体验商品签收的环节。系统提示，您的商品已经送达，请开门并完成商品的签收。商品信息溯源完成商品的签收后，用户可点击拾取自己的手机完成商品信息追溯功能，追溯的信息可包含商品原产地、商品名称、生产日期、代理商、报关日期、进口口岸信息。

18. 实验报告模块

完成所有流程后，即可查看详细的实验报告。平台能够根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。

19. 课后习题模块

提供课后习题库，并进行自动评分。

十、实训系统功能模块（八）

1. 平台内容要求：平台以海关“9610”通关模式为蓝本，通过再现跨境电商企业仓储、跨境物流场所、跨境监管场所及离境口岸4大场景，用户从获取海外订单信息开始，借助实验平台依次开展订单申报、运单申报以及支付单申报的工作，让学生以第一视角熟悉跨境电商物流通关业务流程。

功能模块：平台分为实验介绍、实验流程、实验报告、课后习题、实验帮助、实验平台六个模块。

多语言支持：平台支持英语和汉语两种语言。

2. 实验简介模块：简介应包括实验背景、实验目的、实验内容、实验知识点信息。

实验流程：平台包括12个实验流程，依次为平台收到用户订单、仓库排拣货、订单数据申报、运单数据申报、清单数据申报、物流分包、清单申报、支付单申报、运抵申报、跨境监管场所、离境口岸查验、放行、汇总申报。展示从平台受到用户订单到汇总报关业务的跨境电商物流通关业务运作流程图。

3. 实验报告：

（1）若在实验尚未开始的情况下，查看实验报告，得分将为零分，给予用户提示以确认操作。

（2）能够根据学生实训情况自动进行评分，并生成实验报告。

（3）实验结果与分析应包含仓库安排拣货、订单数据申报、运单数据

申报、收款单数据申报、清单数据申报、物流仓库货物分包、清单总单数据申报、运抵申报、跨境监管场所货物分包、离境口岸查验、汇总申报在内各项的得分情况。

4. 课后习题：提供跨境电商物流通关相关课程试题，在学生完成试题并提交给，展示学生选择答案与正确答案。

5. 实验帮助：提供平台操作帮助示意图。

6. 实验平台要求

(1) 实验平台要求：跨境电商平台商户平台：模拟跨境电商平台商户后台页面收到用户订单后的情景，展示待完成订单、已完成订单数量数据。待完成订单模块提供待发货订单数量、订单日期、订单 ID、履行天数、产品主图、产品（SKU）、货币代码、价格、配送费、数量、总成本信息，用户可进入查看订单详情，包括订单概览（订单状态、订单 ID、交易 ID、交易日期、收货地址）与产品详情（产品详情、产品 ID、SKU、颜色、货币代码、数量、总价）信息，或选择订单进行发送。已完成订单模块提供日期、订单 ID、履行条数、产品（SKU）、货币代码、价格、配送费、数量、总成本信息，用户可进入查看订单详情，包括订单概览（订单状态、订单 ID、交易 ID、交易日期、收货地址）与产品详情（产品详情、产品 ID、SKU、颜色、货币代码、数量、总价）信息。

★● (2) 3D 仓库分拣：模拟仓库安排拣货流程，在此过程中用户将体验按订单合成拣货单、按拣货单完成拣货、检查产品与订单是否一致、打包、打印并张贴物流面单、重量检验、物流揽件的业务流程，涉及热敏打印机、分拣车、扫码枪硬件设备的认知和使用。仓库包含货架区、复检区、打包区，设有小地图以使用户了解仓库布局。最终通过拣货顺序考核。（投标文件中需提供彩页、官网或功能截图等其中任意一项并加盖投标人 CA 电子签章）

(3) 出口业务/订单导出：模拟订单数据申报流程中的订单导出流程。可设置导入文件、物流信息、币制、任务备注信息，其他展示的信息包括日期、物流企业、申报地海关、运输方式、报关企业、电商企业。支持下载订单模板、导入订单操作。

(4) 出口业务/订单匹配：模拟订单数据申报流程中的订单匹配流程。查看未匹配任务列表中任务的编号、出口日期、电商企业、运输方式、物流企业、订单数量、状态、备注信息，支持自动匹配或删除任务操作。可查看根据匹配状态筛选的任务的商品名称、单位、箱数、总重

量、数量、单价、总金额、体积、匹配状态、校验信息、运单号、订单号信息，支持删除订单操作。

(5) 出口业务/任务分配：模拟订单数据申报流程中的任务分配流程。可查看提运单号、船公司、集装箱号、集装箱型号、航班航次信息。查看待分配任务列表中任务的任务编号、出口日期、电商企业、运输方式、总体积、订单数量、备注信息，支持退单、导出、删除、确认分配操作。查看待提交任务列表中任务的提运单号、出口日期、电商企业、运输方式、总体积、总重量、总金额、订单数量、集装箱型号、航班航次信息，支持解除绑定、任务提交操作。

(6) 出口业务/订单申报：模拟订单数据申报流程中的订单申报流程。可查看任务列表中任务的订单编号、电商平台代码、电商平台名称、电商企业代码、电商企业名称、日期、送报类型、业务状态信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示已申报订单、已申报运单、已申报清单、已申报清单总单、已申报汇总单的运单号、订单号、电商企业、重量、清单编号、订单状态、运单状态、收款单状态、清单状态信息，并可查看包含订单号、电商平台、货款金额、币制、申报类型、备注、回执描述、订单类型、电商企业、运费、业务状态、日期、回执状态的信息表单详情。

(7) 3D 物流分包：模拟物流仓库货物分包流程。通过观看动画与查看文字介绍，了解认知安检机及危险品基础知识、红外扫码仪工作流程、包裹人工翻面流程、分拣机工作流程认知、物流大包打包流程、物流分拣全流程并完成物流顺序考核。

(8) 清单申报：模拟清单总单申报流程。可查看任务列表中任务的预录入编号、企业唯一编号、物流企业名称、申报企业名称、运输方式、航班航次号、提运单号、日期信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示预录入编号、企业唯一编号、订单编号、运单编号、电商平台名称、生产销售企业名称、申报企业名称、日期信息，并可查看包含申报地海关、电商平台、运单号、电子口岸编号、进出口标记、出口日期、申报企业名称、生产销售企业代码、贸易方式、运输工具、运单号、指运港、币制、毛重、包装种类代码、业务状态、日期、回执状态、订单号、物流企业、企业唯一编号、清单编号、出口口岸代码、申报业务类型、收发货人名

称、生产销售企业名称、运输方式、航班航次、地区、费用、运费标志、净重、数量、申报类型、备注、状态时间信息的表单详情。

(9) 3D 跨境监管场所：观看动画，了解跨境监管场所基础知识。在跨境监管场所中，用户将体验按总包安检、全方位智能扫描器读取大包单信息、拆包、全方位智能扫描器读取面单信息、信息匹配、货物按路向格口分拣入格、扎袋、打印总包袋牌并张贴、发往离境口岸的业务流程。通过观看动画与查看文字介绍，了解认知运抵申报、海关办公室、六面扫描仪、ADV 叉车、跨境监管场所分拣全流程，并完成违禁品认知考核。

(10) 3D 离境口岸：模拟离境口岸场景。在离境口岸中，用户将体验按核对转关单信息、核对海关关封、放行、发往海外的业务流程。

(11) 汇总申报：模拟汇总申报流程。可查看任务列表中任务的统一编号、贸易方式、预录入编号、进出口岸、生产销售企业代码、运输方式、日期信息，支持订单申报、运单申报、支付单申报、清单申报、清单总单申报、汇总申报、发起申报的操作。回执状态模块展示订单、运单、清单申报数量，显示已申报订单、已申报运单、已申报清单、已申报清单总单、已申报汇总单的预录入编号、企业唯一编号、物流企业名称、申报企业名称、运输方式、航班航次好、提运单号、日期信息，并可查看包含申报地海关、电子口岸编号、运输方式、运单号、物流企业、报文序号、申报类型、备注、企业唯一编号、申报企业名称、运输工具、毛重、报文总数、业务状态、日期信息的表单详情。

(12) 商企退税与报关单：展示商企退税流程与报关单案例。

十一、其他要求

1、课程资源：提供跨境电商数字营销运营相关在线学习资源，包括视频、PPT 课件，提供完整的课程体系以供教学参考。

★2、实验指导：提供完整的配套实验教程，至少包含 40 个实训任务，且每个实训任务对应完整的配套资料（包括：实验目的、实验知识准备、实验内容与步骤、实验要求和思考题）和试题库。

★◆3、为确保软件信息系统安全，系统需具备二级及以上信息系统安全等级保护备案证明（投标文件中提供承诺函（格式自拟），**验收时提供信息系统安全等级保护备案证明原件**）

★4、软件需要包含但不限于严密的数据安全措施，确保数据的安全性和完整性，保护用户隐私，符合相关法律法规要求。同时平台具有可扩展性和灵活性，符合 RestFul 架构规范的 API，支持二次开发，以

| | | |
|--|--|--|
| | <p>便平台能够适应不断变化的业务需求和数据规模。供应商在验收时提供具有软件评测资质的第三方机构出具的软件评测报告。</p> <p>★十二、中标人提供的软件需要适配国产化操作系统，如果目前尚未适配国产化操作系统，中标人须承诺交付三个月内完成适配国产化操作系统，承诺期限内未完成适配的视为未履行合同约定。适配后须按照合同约定提供同等时长的质保服务，费用含在投标报价中。</p> <p>★十三、签订合同之前需再次查验投标文件中所需提供的证明文件，如出现所提供的证明文件不符合招标要求的情况，则视为虚假应标，采购人有权依法追究法律责任，并上报政府采购监督部门。</p> <p>★十四、系统供应商必须免费开放系统并免费提供对接服务，免费提供对接技术方面的培训。</p> | |
|--|--|--|

| | |
|----------------|---|
| ★二、商务要求 | |
| 基本要求 | <p>1. 本项目投标报价包括货物及货物运抵指定交付地点的各种费用、随配附件、备品备件、安装调试、技术培训、技术资料、包装、售后服务、保险费、税金、验收检验及其他所有成本费用的总和；</p> <p>2. 投标人应保证投标产品涉及到的知识产权和所提供的相关技术资料是合法取得，不会因为采购人的使用而被责令停止使用、追偿或要求赔偿损失，如出现此情况，一切经济和法律責任均由投标人承担；</p> <p>3. 投标人所投产品应符合国家有关部门规定的相应技术、节能、安全和环保标准；国家有关部门对所投产品有强制性规定或要求的，必须符合相应规定或要求；</p> <p>4. 软件本地化部署，若采购人本地服务器不能使软件正常运行和使用，供应商应同步提供满足软件使用的配套服务资源；服务点数≥200，用户同时登录时响应时间低于1秒；同时，确保平台能够在通过安全可靠测试的国产操作系统上运行。</p> |
| 质量保证期 | 按国家有关产品“三包”规定执行“三包”，质保期为自验收合格之日起3年。 |
| 售后服务要求 | <p>1. 售后服务费用包含在报价中，售后服务内容如下：</p> <p>(1) 质保期内对采购人进行系统操作、日常维护等技术培训，培训时间由双方共同商定（每年不少于1次），受培训人数不低于10人时间不少于1天。</p> <p>(2) 中标人提供技术援助电话，解答采购人在使用中遇到的问题，及时为采购人提出解决问题的建议。接到报修通知后，一般问题8小时内通过远程方式解决；无法远程解决的大故障，应在接到报修通知后的24小时内派技术</p> |

| | |
|---------|--|
| | <p>人员到达现场处理；到达现场后故障处理时限不超过 48 小时，如果超过故障处理时限，应免费提供同等质量的产品作为备用品供采购人使用，直至故障系统修复。</p> <p>2. 本项目所含软件必须为符合采购人适用范围的正版软件（非试用版），且在质保期内提供免费升级及维护服务。本项目合同约定的质保期过后，中标人需确保该软件其功能仍与交付验收时一致（如合同另有约定的按合同约定），质保期过后如需对软件进行升级或售后服务双方再行协商。</p> |
| 交货时间及地点 | <p>1. 交货时间：自签订合同之日起 30 日内安装调试完毕，验收合格并交付使用；</p> <p>2. 交货地点：广西柳州市社湾路 28 号柳州职业技术大学社湾校区。</p> |
| 付款方式 | <p>财政性资金按财政国库集中支付规定程序办理。</p> <p>货物安装调试完毕并验收合格交付使用后，采购人在收到中标人开具的合同总价款增值税专用发票之日起 10 个工作日内向中标人指定账户付清合同价款（不计利息）。</p> <p>注：资金支付等事项按照《保障中小企业款项支付条例》（国务院令 802 号）、《广西壮族自治区财政厅关于持续优化政府采购营商环境推动高质量发展的通知》等要求执行。</p> |
| 履约保证金 | <p>1、履约保证金金额： 大型企业须缴纳履约保证金金额：合同金额的 5%；中型企业须缴纳履约保证金金额：合同金额的 2%；小微企业或监狱企业或残疾人福利性单位：无须缴纳履约保证金。</p> <p>2、履约保证金提交及退付方式、时间及条件： 合同签订前 2 日内，中标人必须以银行转账、支票、汇票、本票或者银行、保险机构出具的保函、保险等非现金方式提交履约保证金。履约保证金在验收合格交付之日后，且在收到中标人退回履约保证金函件后 5 个工作日内，由采购人办理履约保证金退还手续（不计息）。</p> <p>履约保证金账户： 名称：柳州职业技术大学 开户行：交通银行西江支行 账号：452060600018120020185 转账时注明：柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购项目，采购编号 LZZC2025-G1-990359-LZSZ（分标 4）履约保证金。</p> <p>3、中标人有下列情况之一的，采购人向中标人出具书面通知，中标人未能及时解决的，采购人可没收其全部履约保证金，并视具体情况按合同第九条</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>处理：</p> <p>(1)中标人提供的货物规格、技术标准、材料未达到其响应文件所承诺的，导致无法通过验收交付使用的；</p> <p>(2)中标人提供的货物经查证无法得到生产厂家正规售后服务的；</p> <p>(3)中标人提供的货物未经正规合法经销渠道的；</p> <p>(4)中标人提供的货物侵犯了第三方合法权益而引发了纠纷或诉讼，导致无法按期交付使用的；</p> <p>(5)在货物试运行期间，故障率在 10%及以上的。</p> |
|--|---|

★三、验收要求

| | |
|---------|--|
| 验收标准及要求 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 国家强制性技术标准及有关规定； 2. 交货验收时，采购人根据《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》的规定，由采购人及中标人双方共同进行验收。必要时可委托国家认可的质量检测机构开展采购项目验收工作，验收时中标人必须有授权代表在场并在验收报告上签字，如正式验收时中标人授权代表未到场参加验收则视为中标人对验收过程及结果无异议。因软件使用问题发生争议时，由本地质量技术监督部门鉴定或委托具备资质的第三方机构鉴定。鉴定费（含运行产生全部费用）由中标人承担。投标人在投标报价时自行考虑； 3. 本项目因中标人提供的软件不能满足采购需求的技术参数或其投标文件承诺等原因无法通过验收，造成不能按时、按质、按量完成项目要求的，将按照《中华人民共和国政府采购法》等法律法规由中标人承担相应的法律责任； 4. 中标人负责软件安装调试，直至软件验收合格（期间所需器材及费用均由中标人承担），产品或服务在安装调试并试运行符合要求后，才做最终验收。 5. 中标人完成安装调试后，采购人可以进行累计运行时间不超过 72 小时的试运行，以确认所供软件功能参数、兼容性及稳定性符合标准达到初验条件，在试运行期间出现问题中标人应在接到采购人书面反馈后三日内解决，在解决问题前此项目仍视为尚未完成安装调试。如造成最终验收合格交付时间超过合同约定的按合同相关条款执行。 <p>注：投标人提供的技术培训方案及售后服务方案在合同实施阶段必须严格执行。投标人应认真对待方案和承诺内容，确保其真实性和可操作性，否则将承担相应的法律责任和违约后果。</p> |
|---------|--|

四、资信要求

| | |
|-----------------|--|
| ★政策性资格要求 | <p>1. 根据《政府采购促进中小企业发展管理办法》（财库〔2020〕46号），本项目属于专门面向中小企业采购的项目，符合《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）规定条件的监狱企业以及符合《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）规定条件的残疾人福利单位视同小型、微型企业；</p> <p>2. 中小企业须符合本项目采购标的所属行业对应的中小企业划分标准：</p> <p>（1）采购标的对应的中小企业划分标准所属行业：<u>软件和信息技术服务业</u>。</p> <p>（2）中小企业划分有关标准根据工信部等部委发布的《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）确定；</p> <p>（3）为方便投标人识别企业规模类型，投标人可使用工业和信息化部组织开发的中小企业规模类型自测小程序生成企业规模类型测试结果。自测小程序链接：https://baosong.miit.gov.cn/ScaleTest</p> |
| 质量管理、企业信用要求（如有） | 投标人或投标产品生产厂家具备有效的质量管理体系认证证书。 |
| 能力或业绩要求（如有） | 投标人 2022 年 1 月 1 日起至今本分标所投产品在项目中被安装使用。 |
| 五、其他要求 | |
| 无 | |

三、中标通知书

柳州市政府集中采购中心

柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购

(LZZC2025-G1-990359-LZSZ)

中标通知书

浙江思睿智训科技有限公司：

柳州市政府集中采购中心受柳州职业技术大学委托，就柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购项目采用公开招标方式进行采购，按规定程序进行了开标、评标。经评标委员会评审、采购人确认，贵公司为本项目04分标的中标人，中标金额（大写）：人民币贰拾玖万柒仟伍佰元整（¥297,500.00）。

请贵公司在收到本通知书的二十五日内，与采购人柳州职业技术大学签订合同。

根据《柳州市财政局人民银行柳州市中心支行关于进一步做好线上“政采贷”融资工作的通知》（柳财采〔2022〕19号），供应商可凭中标通知书、政府采购合同，通过中征应收账款融资服务平台向银行在线申请“政采贷”融资。

特此通知！

采购项目联系人：文强

联系电话：0772-2992102

采购代理机构地址：广西柳州市三中路64-2号

采购人：柳州职业技术大学

联系人及联系电话：陈国银，0772-3156307

采购人地址：广西柳州市社湾路28号



四、中小企业声明函

(一) 中小企业声明函（货物）

中小企业声明函（货物）（分标 4）

本公司郑重声明,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,本公司参加柳州职业技术大学的柳州职业技术大学“新能源汽车数字商贸产教融合基地”软件部分采购活动,提供的货物全部由符合政策要求的中小企业制造。相关企业的具体情况如下:

1. 跨境电商数字营销综合实训平台,属于软件和信息技术服务业;制造商为浙江思睿智训科技有限公司,从业人员 49人,营业收入为 1292万元,资产总额为 1991万元,属于小型企业。

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。

投标人(CA电子签章): 浙江思睿智训科技有限公司

日期: 2025年11月08日