

磋商项目技术、服务、商务及其他要求

(注：带“★”的参数需求为实质性要求，供应商必须响应并满足的参数需求，采购人、采购代理机构应当根据项目实际需求合理设定，并明确具体要求。带“▲”号条款为允许负偏离的参数需求，若未响应或者不满足，将在综合评审中予以扣分处理。)

3.1、采购项目概况

为适应“互联网+职业教育”需求，推进数字资源、优秀师资、教育数据共享共建，助力教育服务供给模式升级

3.2、服务内容及服务要求

3.2.1 服务内容

采购包 1:

采购包预算金额(元): 803,000.00

采购包最高限价(元): 803,000.00

供应商报价不允许超过标的金额

(招单价的) 供应商报价不允许超过标的单价

序号	标的名称	数量	标的金额(元)	计量单位	所属行业	是否核心产品	是否允许进口产品	是否属于节能产品	是否属于环境标志产品
1	招聘甄选智能反馈软件	1.00	169,000.00	套	软件和信息技术服务业	否	否	否	否
2	实用企业岗位测评软件	1.00	306,000.00	套	软件和信息技术服务业	否	否	否	否
3	智慧旅游OTA虚拟仿真实训平台	1.00	160,000.00	套	软件和信息技术服务业	否	否	否	否

4	智慧旅游口碑大数据平台	1.00	168,000.00	套	软件和信息技术服务业	否	否	否	否
---	-------------	------	------------	---	------------	---	---	---	---

3.2.2 服务要求

采购包 1:

供应商报价不允许超过标的金额

(招单价的) 供应商报价不允许超过标的单价

标的名称: 招聘与甄选智能反馈软件

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	<p>1、平台设计风格: 采用扁平化的设计风格, 界面设计、内容设计简洁明了。</p> <p>2、平台教师端功能模块至少包括用户管理、班级管理、分配实验、实验结果、资料中心、自定义案例。</p> <p>3、▲教师端学生端窗口切换模块: 教师端可以通过此模块切换到学生视窗, 了解学生端页面, 并提前备课。(该功能提供现场演示, 未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>4、教师端班级管理模块: 可在系统内下载EXCEL班级学生账号导入模板, 导入后自动生成学生账号。</p> <p>5、智能反馈实验报告: 学生完成实验后可以自动生成报告, 自动打分, 以图、表的形式对班级整体情况进行横向对比、步</p>

		<p>骤难度分析、个性化学习建议、参考答案、解题思路等内容进行智能反馈;</p> <p>6、主客观打分相结合:支持主客观打分相结合,系统教师端提供一个可编辑的 Excel 表格,表格内包含:学生信息、实验名称、实验开始、结束时间、可信度、系统得分和教师得分,教师可以根据需要通过调整实验得分和教师得分的权重,整体上管理学生的总得分。</p> <p>7、教师在分配实验时可以选择是否允许查看参考报告。</p> <p>8、招聘与甄选平台可用于直接分配的实验案例数量不少于 10 个。</p> <p>9、▲AC 单项实训包括角色扮演、公文筐测验、无领导小组讨论、行为事件、管理游戏。(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>10、▲角色扮演和行为事件:实训过程中,学生可以一边观看平台自带的在线视频,一边模拟担当评委角色,对视频中的被试进行行为记录和打分,角色扮演和行为事件实验流程步骤均不少于 15 个。(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>11、无领导小组讨论和管理游戏在分配实验时可以采用一对一、一对二和二对一三种不同的评价方式,无领导小组讨论和</p>
--	--	---

		<p>管理游戏实验流程步骤均不少于 15 个。</p> <p>12、公文框测验：包括公文设计模拟实训、公文框评价模拟实训和自测与互评模拟实训三个流程，公文框测验实验流程步骤均不少于 15 个。</p> <p>13、AC 综合实训：以某一岗位为主线，让学生采用 2-4 种评价中心的技术让学生综合评价候选人在不同面试中的表现，并针对不同技术进行综合性的评价，AC 综合实训实验流程步骤均不少于 12 个。</p> <p>★14、支持至少 120 人并发访问，无点数限制；</p>
★	2	★14、支持至少 120 人并发访问，无点数限制；
▲	3	<p>3、▲教师端学生端窗口切换模块：教师端可以通过此模块切换到学生视窗，了解学生端页面，并提前备课。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>9、▲AC 单项实训包括角色扮演、公文筐测验、无领导小组讨论、行为事件、管理游戏。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>10、▲角色扮演和行为事件：实训过程中，学生可以一边观看平台自带的在线视频，一边模拟担当评委角色，对视频中的被试进行行为记录和打分，角色扮演和行为事件实验流程步骤均不少于 15 个。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p>

标的名称：实用企业岗位测评软件

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	<p>★1、平台采用 B/S 架构，支持至少 120 人并发访问，无点数限制；</p> <p>2、▲测评方向至少包含 25 个岗位方向：包含八大类（销售类、生产类、客服类、财务类、供应链（采购）类、研发（技术）类、质量类、人事行政管理类、）、三个层级（总经理或总监、经理或主管、工程师或专员），外加一个校园招聘类（不分层级），共计二十五个岗位在线测评系统。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）</p> <p>3、▲测试者完成测试后的报告内容要求必须包含以下内容：测评结果有效性分析；测评结果概况：必须包含一级和二级测评指标；以图示方式清晰展示岗位匹配区间；测评结果详细描述及应用；个人发展建议；测评结果汇总（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>4、管理员可自动生成被试账号，并可在后台对被试结果进行汇总和分析；</p> <p>5、可支持教师自主组合量表，调整纬度，形成新的测评产品，支持自定义导入；</p> <p>6、▲功能强大的数据管理终端：数据报告生成、应聘者横向比较、个别应</p>

		<p>聘者的特点把握,能够快速完成;(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>7、心理特质分析:在关注潜能的基础上,大学生校园招聘产品还针对应聘者的个性、倾向进行分析,帮助你对应聘者的责任心、坚韧性、进取心、开放性等心理特质进行深入了解,通过对心理因素的把关,最大程度降低新进员工的流动率;</p> <p>8、报告内容支持人-岗-组织匹配;</p> <p>9、管理员端/教师端提供岗位方向的一级维度和二级维度的自定义;提供岗位方向的一级维度权重和二级维度权重的自定义;</p> <p>10、必须广泛适用于政府、企业的人员选拔,人员测试和高校、培训机构的理论教学、学生职业生涯规划等。</p>
★	2	★1、平台采用 B/S 架构,支持至少 120 人并发访问,无点数限制;
▲	3	2、▲测评方向至少包含 25 个岗位方向:包含八大类(销售类、生产类、客服类、财务类、供应链(采购)类、研发(技术)类、质量类、人事行政管理类、)、三个层级(总经理或总监、经理或主管、工程师或专员),外加一个校园招聘类(不分层级),共计二十五个

		<p>岗位在线测评系统。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）</p> <p>3、▲测试者完成测试后的报告内容要求必须包含以下内容：测评结果有效性分析；测评结果概况；必须包含一级和二级测评指标；以图示方式清晰展示岗位匹配区间；测评结果详细描述及应用；个人发展建议；测评结果汇总（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>6、▲功能强大的数据管理终端：数据报告生成、应聘者横向比较、个别应聘者的特点把握，能够快速完成；（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p>
--	--	---

标的名称：智慧旅游 OTA 虚拟仿真实训平台

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	<p>1、为保障一系统多用和跨学科使用，系统需基于BS架构，采用PHP和MYSQL数据库技术开发，代码清晰，二次开发难度低；</p> <p>2、软件仅需要在服务器上安装一次，日后的管理、维护都可在服务器端完成，维护方便，使用简单。</p> <p>3、采用最新的技术进行研发，功能全面，展示效果好，采用Html5技术，布局Div+CSS3，各</p>

		<p>类设备兼容性优秀，大众化电脑均能运行，无需专门工作站。</p> <p>4、类似马蜂窝分站，支持多个业务公司，可以无限添加自己的城市分站；</p> <p>5、可以单独给分站添加一个独立的后台管理账号；</p> <p>6、分站二级域名及独立运营，数据独立，彼此之间没有任何的影响；</p> <p>7、每个分站功能与总站一致，更方便企业发展壮大。</p> <p>8、系统兼容会员系统、客服系统，可以无限添加商家账号，独立运营，商家可以无限添加客服账号功能，无限分配客服，总台可以查看客服对话时间及产品转化率，可以无限添加会员账号，形成产品生产、产品销售、订单处理、及数据分析为一体的闭环实训。</p> <p>9、支持添加符合旅游行业产品属性的产品管理，支持产品的添加、修改、上下架（删除）含旅游产品属性及团期（按天编辑价格）功能。前台展示产品详情包括标题、头图、亮点词（至少4个亮点词位置）、库存、产品的图文、客户评论、商家回复、产品的属性如跟团游、私人定制、邮轮产品、产品顾问推荐等</p> <p>10、支持日程安排编辑，支持多种形式的图文展现，行程内容编辑包含普通的文本按天编辑，及专业的编辑器编辑框。</p>
--	--	---

		<p>11、支持老师对学生发布的产品进行上下架处理,对优秀的作品可以推荐功能,推荐产品前台展示为标题加粗加红展示。</p> <p>12、▲支持3层级分类,更方便快速找到理想的行程线路;支持老师在后台添加周边游、国内游、出境游等多种分类和主题要求如研学旅游,红色旅游来限定学生根据主题发布产品,老师可以在相应的主题后添加特定的要求,学生端收到根据老师限定的主题和相应的要求来发布产品,老师在后台可以概览竞对产品的数据分析与对比,查看不同商家的竞对产品详情页、数据及点击率,来作为打分的标准。(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>13、支持在设置活动主题,组合产品内容等,开展线上营销活动。通过专题活动开展线上营销推广,满足品牌推广,产品促销的愿望。</p> <p>14、系统支持新建主题活动;支持给每个主题添加不同的线路;每个主题拥有独立页面展示;可以给主题添加主题广告图;广告图为主题页大图展示。</p> <p>15、支持按活动日期下单(满足旅游行业属性及团期),支持报名表单的查看;</p> <p>16、系统订单支持订单 workflow (客户下单-商家处理订单-订单确认-出行-</p>
--	--	--

		<p>完成订单)，不同状态订单流转（包含待付款、已付款、已确认、已完成、已取消，不同状态订单分步流转）。</p> <p>17、支持按活动日期（团期）设定库存，成人库存与儿童库存单独设定，可预设产品的成行人数。</p> <p>18、支持客户账户及资料管理；后台可联动其他相关平台会员功能共同管理维护会员库；支持新增会员账户；支持绑定线下会员卡号；会员系统自动接入微信公众号，无缝实现微信登录，客户无需注册，直接微信登录，系统自动获取用户微信信息，并自动在系统后台创立账号；支持对客户积分进行查看及管理；支持赠送客户积分；</p> <p>19、支持会员包团询价单策划功能，可按客户需求定制产品。</p> <p>20、具有文章知识库，支持多个文章分类，销售人员可以根据客户的提问，进行回答和介绍，支持发布精彩回顾、热门攻略、通知公告等文章资讯信息。</p> <p>21、▲数据搜索与统计分析：支持统计分析报表生成，支持浏览量折线图、访问量折线图、交易额折线图、订单量折线图。支持数据搜索与统计分析：支持分析广告位竞拍整体情况，也可以查看单独商家的广告位竞拍记录，竞拍日期，竞拍链接，可以给商家设为中标</p>
--	--	---

		<p>操作。支持搜索分析产品维度数据,查看及分析产品目的地分级(至少要有一级二级)、产品线,客单价等;支持搜索分析产品的运营维度数据,查看及分析店铺及单品的流量数据(店铺访客量、店铺浏览量、商品访客量、商品浏览量)、交易数据(支付人数、支付订单数、支付件数、支付金额、客单价、均单价、静默转化率、支付率、总转化率、优惠金额、商家优惠金额、平台优惠金额、退款订单数、退款金额)、客服数据(客服首次回复用时、30s 回复率、60s 回复率、无回复率、咨询人数、咨询转化率)(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>22、▲投标人需提供教学设计方案包括但不限于(业务流程知识(搭建流程、铺货流程、销售流程)、平台知识(产品品类、产品结构、产品策划、库存特点、定价方略)、产品知识(产品品类、产品结构、产品策划、库存特点、定价方略)包装知识、营销知识、服务知识、数据知识)等核心课程以做教学参考。 <u>(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)</u></p> <p>23、系统拥有独立广告位管理系统,支持编辑首页轮播图、首页楼层广告、合作专区广告位、周边游</p>
--	--	---

		<p>广告图、签证轮播图、邮轮轮播图等。</p> <p>24、支持频道楼层，支持二级楼层管理，一级楼层可独立设置广告图位，二级楼层可设置 6 个及以上产品推荐展示位。</p> <p>25、支持商家入驻功能，支持新增商家；支持设置商家订单平台收取的佣金比例；支持商家拥有独立的商家管理后台；支持商家新建自定义分类并在发布产品的时候选择自己的分类；支持商家后台发布产品；支持商家后台处理自己发布产品的订单；支持商家后台展示结算账单（结算账单根据平台设置的佣金比例自动生成返佣金额）；支持商家需拥有独立的电脑端网页（每个商家都有一个电脑端网页，且商家电脑端网页与平台电脑端网页模板不同）；商家可以自己设置商家自己的 logo、名称、联系方式等。</p> <p>26、商家官网支持自己设置楼层及展示产品；加盟商家需与直营商家区分，产品线路展示有不同的模板展示。</p> <p>27、商家首页支持自定义菜单分类，更方便游客快速找到理想的行程线路；</p> <p>28、商家发布产品时，可以把产品放在自己的店铺分类里面，与总平台分类分别设置；</p> <p>29、支持商家设置首页网店轮播图。</p> <p>30、支持创建旅游顾问；</p>
--	--	--

		<p>每个旅游顾问拥有一个独立的二维码,扫描二维码即可进入旅游顾问主页;顾问主页包含旅游顾问电话、QQ、微信、通讯地址等。旅游顾问主页同时包含企业标识宣传;旅游顾问主页模板支持单独编辑,支持单独编辑顾问首页的广告位。</p> <p>31、支持分销推广:可以按照类别对单独的产品进行推广设置,单独添加产品的推广佣金,旅游顾问通过自己的二维码或者链接将产品推广出去,可以查看顾问的推广情况,对推广订单进行查询处理。</p> <p>32、支持客户会员中心,支持查看待付款、已付款、已确认、已完成、已取消订单,并支持查看操作具体订单;支持查看产品点评记录;支持个人资料编辑;支持查看自己的订单支付记录及资金账户流水。</p> <p>33、支持积分商城,支持定期在后台设置积分值,系统需有一套生成积分的策略;会员拥有一定积分后,可使用积分兑换产品、优惠券;系统可赠送积分;可对积分订单进行单独处理。</p> <p>34、系统支持多人同时在线同账号登录,也可以按照人数添加商家账号和后台运营管理账号,没有人数限制,支持云端和局域网安装部署。</p> <p>★35、支持至少 120 人并发访问,无点数限制;</p>
--	--	---

★	2	★35、支持至少 120 人并发访问，无点数限制；
▲	3	<p>12、▲支持 3 层级分类，更方便快速找到理想的行程线路；支持老师在后台添加周边游、国内游、出境游等多种分类和主题要求如研学旅游，红色旅游来限定学生根据主题发布产品，老师可以在相应的主题后添加特定的要求，学生端收到根据老师限定的主题和相应的要求来发布产品，老师在后台可以概览竞对产品的数据分析与对比，查看不同商家的竞对产品详情页、数据及点击率，来作为打分的标准。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>21、▲数据搜索与统计分析：支持统计分析报表生成，支持浏览量折线图、访问量折线图、交易额折线图、订单量折线图。支持数据搜索与统计分析：支持分析广告位竞拍整体情况，也可以查看单独商家的广告位竞拍记录，竞拍日期，竞拍链接，可以给商家设为中标操作。支持搜索分析产品维度数据，查看及分析产品目的地分级（至少要有一级二级）、产品线，客单价等；支持搜索分析产品的运营维度数据，查看及分析店铺及单品的流量数据（店铺访问量、店铺浏览量、商品访问量、商品浏览量）、交易数据（支付人数、支付订单</p>

		<p>数、支付件数、支付金额、客单价、均单价、静默转化率、支付率、总转化率、优惠金额、商家优惠金额、平台优惠金额、退款订单数、退款金额)、客服数据(客服首次回复用时、30s 回复率、60s 回复率、无回复率、咨询人数、咨询转化率)(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>22、▲投标人需提供教学设计方案包括但不限于(业务流程知识(搭建流程、铺货流程、销售流程)、平台知识(产品品类、产品结构、产品策划、库存特点、定价方略)、产品知识(产品品类、产品结构、产品策划、库存特点、定价方略)包装知识、营销知识、服务知识、数据知识)等核心课程以做教学参考。 <u>(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)</u></p>
--	--	---

标的名称：智慧旅游口碑大数据平台

参数性质	序号	技术参数与性能指标
	1	<p>1、通过算法模型，结合景区管理、景点景色、门票物价、卫生环境、公共设施、服务质量、客流状况、旅游交通八大维度占比，结合热度等数据模型，计算景区口碑指数，客观反映景区口碑状况。</p> <p>2、综合看板展示选定月度或季度口碑指数和具体排名情况，以及近 12</p>

		<p>个月的月度、季度综合口碑指数。</p> <p>3、展示景区口碑总数、好评总数及好评率、差评总数及差评率，并提供上月相关数据作为对照。</p> <p>4、展示的景区口碑热度及满意度在各 OTA 的分布情况。</p> <p>5、展示近 12 个月各地市的评论分布。</p> <p>6、展示景区在景区管理、景点景色、门票物价、卫生环境、公共设施、服务质量、客流状况、旅游交通八个维度的好评率和行业平均值，以及好评总量 Top5 和差评总量 Top5 景区的好、差评总量和比例。</p> <p>以上须提供清晰截图并加盖供应商鲜章。</p> <p>7、根据热度、好评率、差评率、满意度对区域内各景区排名，其中好评率和差评率排名中分布包括总评论数量和好、差评数量。</p> <p>8、综合看板中还提供各区域的排名、指数、热度、好评率和满意度情况的横向对比。</p> <p>9、▲用户可以自由选定竞品，与本品进行对比分析，实时掌握与竞品在口碑指数、重点景区数量、口碑结构、OTA 分布、客流结构间的差异。(该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>10、除包含综合分析中的口碑指数和 OTA 评论分布数据外，此处展示了评</p>
--	--	---

		<p>论总数及其中好、中、差评数量和比例,并按照八个维度评论热度。</p> <p>11、展示当月每日的评论热度和满意度趋势。</p> <p>12、▲通过使用自然语言处理技术,从评价中提取中观点,并将观点进行情感分析,结合维度,分别展示消极和积极观点,并做汇总展示,帮助使用者一目了然掌握改善和提高点,针对存在的问题依据严重性和反映量进行景区口碑维护和改善,针对优势进行宣传和强化。(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>13、以问题发现为例:</p> <ul style="list-style-type: none">● 展示负面口碑维度及其分布● 展示所选择的的负面口碑维度 Top10 的景区及所选维度当月每日负面口碑热度趋势。● 展示与所选择的维度相关的问题评论具体内容。 <p>14、通过构建出游方式模型,经过大数据计算,将客流结构归并为独自出游、情侣朋友、家庭亲子、商务出游和其它五大类型,掌握每种出游方式的热度信息以及每种出游方式对景区管理、景点景色、门票物价、卫生环境、公共设施、服务质量、客流状况、旅游交通八大维度的关注程度,并形成分析报告,帮助辅助景区决策经营侧重点。</p> <p>15、展示总体的关注度热</p>
--	--	--

		<p>度排名及总体出游类型占比。</p> <p>16、展示不同关注热点中,各种出游方式的占比机器详细数据。</p> <p>17、展示区域内全部或选定景区在指定时间段内,在全部或指定 OTA 上的满意度、总评价和好、差评数量,并可按照八个关注要素筛选相应评价详情。</p> <p>18、▲持续监测下辖区划和景区的口碑变化情况,直观了解口碑管理中的核心数据变化趋势,为及时采取有效管理措施提供依据。(该功能提供现场演示,未演示或演示与要求不一致则视为负偏离)。</p> <p>19、区域态势展示区域整体及其下辖区划的口碑总览、近一个月每日评论总数和差评率趋势、好中差评分布、各选定维度好评率与行业平均对比、以及近 30 日每天指定维度的好、差评趋势。对象态势展示以具体景区为对象的态势监测数据。</p> <p>20、每月、季、年度自动生成本区域景区、酒店的网评报告,报告可以通过订阅方式自动发送到订阅者邮箱。网评报告通过综合概况、榜单、游客关注维度、评价来源分析和评论热词五个方面展示景点或酒店当月、当季或当年的网评情况,使订阅者及时快速了解所关注区域景区或酒店的基本网评情况。</p>
--	--	--

		<p>★21、制造商至少提供旅游口碑数据不少于 10 万条，且实时更新四川全域景区游客评价数量，预计每天不少于 1000 条，质保期不少于 3 年。（提供承诺函）</p> <p>★22、支持至少 120 人并发访问，无点数限制；</p>
★	2	<p>★21、制造商至少提供旅游口碑数据不少于 10 万条，且实时更新四川全域景区游客评价数量，预计每天不少于 1000 条，质保期不少于 3 年。（提供承诺函）</p> <p>★22、支持至少 120 人并发访问，无点数限制；</p>
▲	3	<p>9、▲用户可以自由选定竞品，与本品进行对比分析，实时掌握与竞品在口碑指数、重点景区数量、口碑结构、OTA 分布、客流结构间的差异。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>12、▲通过使用自然语言处理技术，从评价中提取中观点，并将观点进行情感分析，结合维度，分别展示消极和积极观点，并做汇总展示，帮助使用者一目了然掌握改善和提高点，针对存在的问题依据严重性和反映量进行景区口碑维护和改善，针对优势进行宣传和强化。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。</p> <p>18、▲持续监测下辖区划和景区的口碑变化情况，直观了解口碑管理中的核心数据变化趋势，为及时采取有效管理措施</p>

		提供依据。（该功能提供现场演示，未演示或演示与要求不一致则视为负偏离）。
--	--	--------------------------------------

3.2.3 人员配置要求

采购包 1:

/

3.2.4 设施设备要求

采购包 1:

/

3.2.5 其他要求

采购包 1:

注：以上产品中★的为实质性要求，不允许负偏离，均需提供承诺函加盖供应商鲜章，否则视为无效处理。▲项为重要参数项。非标注项为一般参数项：

3.3、商务要求

3.3.1 服务期限

采购包 1:

自合同签订之日起 20 日

3.3.2 服务地点

采购包 1:

绵阳职业技术学院校内指定实验室。

3.3.3 考核（验收）标准和方法

采购包 1:

1.由采购人严格按照《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》财库（2016）205 号和《关于进一步做好政府采购项目履约验收工作的通知》（绵财采（2021）15 号）文件以及本项目采购文件与成交供应商响应文件进行验收，验收合格后出具验收报告。 2.设备到达现场后，供应商应在采购人在场情况下当面开包，共同清点、检查外观，作出验货记录，双方签字确认后开始安装调试。 3.供应商应保证货物到达采购人所在地完好无损，如有缺漏、损坏，由供应商负责调换、补齐或赔偿。 4.供应商应提供完备的技术资料、装箱单和生产厂商提供的原厂正品出货证明材料（非装箱清单组成材料）等，并派遣专业技术人员进行现场部署调试。验收合格条件如下：（1）产品技术参数与采购合同一致，性能指标达到规定的标准；（2）产品技术资料、装箱单、授权文件等资料齐全（如有）；（3）在产品（系统）试运行期间所出现的问题得到解决，并运行正常；（4）在规定时间内完成交货并验收，并经采购人确认。 5.产品在部署调试并试运行符合要求后，才作为最终验收。 6.采购人对供应商交付的产品（包括质量、技术参数等）进行确认，并出具书面验收意见。

3.3.4 支付方式

采购包 1:

一次付清

3.3.5 支付约定

采购包 1: 付款条件说明：项目完成后经采购人验收合格并签字确认后，中标人凭正规发票，达到付款条件起 10 日，支付合同总金额的 100.00%。

3.3.6 违约责任及解决争议的方法

采购包 1:

按采购文件和相关法规执行。

3.4 其他要求

本项目知识产权归采购人所有。 质保期限：3 年。①免费质保期从合同整体验收合格签署验收报告之日算起，期间所需的部件及维修费用由供应商负责。②供应商应具备可靠的服务能力，具有固定的维修点及备品备件仓库。要求供应商具备专职售后服务工程师,保修期内非人为因素损坏不收取零部件及其他费用，并承诺提供终身售后服务。供应商在工作时间内接到报修请求 2 小时内响应，48 小时内上门排查故障