

BITC-CZZX(2024)321

# 北京信息职业技术学院 政府采购合同

项目编号： 11000024210200078186-XM002

项目名称： 职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电  
商运营中心建设项目

买 方： 北京信息职业技术学院

卖 方： 北京育享天成科技有限公司



签署日期： 2024 年 6 月 6 日

BITC-CZZX(2024)321

# 北京信息职业技术学院 政府采购合同

项目编号：11000024210200078186-XM002

项目名称：职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电  
商运营中心建设项目

买 方：北京信息职业技术学院

卖 方：北京育享天成科技有限公司



签署日期：2024年6月6日

## 合同一般条款

### 1、定义

本合同中的下列术语应解释为：

1.1 “合同”系指买卖双方签署的、合同格式中载明的买卖双方所达成的协议，包括所有的附件、附录和构成合同的其它文件。

1.2 “合同价”系指根据合同约定，卖方在完全履行合同义务后买方应付给卖方的价格。

1.3 “货物”系指卖方根据合同约定须向买方提供的一切设备、机械、仪表、备件，包括工具、手册等其它相关资料。“服务”系指根据合同约定卖方承担与供货有关的辅助服务，如运输、保险及安装、调试、提供技术援助、培训和其他类似的服务。

1.5 “买方”系指与中标人签属供货合同的单位（含最终用户）。

1.6 “卖方”系指根据合同约定提供货物及相关服务的中标人。

1.7 “现场”系指合同约定货物将要运至和安装的地点。

1.8 “验收”系指合同双方依据强制性的国家技术质量规范和合同约定，确认合同项下的货物符合合同规定的活动。

### 2、技术规范

2.1 提交货物的技术规范应与招标文件规定的技术规范和技术规范附件(如果有的话)及其投标文件的技术规范偏差表(如果被买方接受的话)相一致。若技术规范中无相应说明，则以国家有关部门最新颁布的相应标准及规范为准。

### 3、知识产权

3.1 卖方应保证买方在使用该货物或其任何一部分时不受第三方提出的侵犯专利

权、著作权、商标权和工业设计权等的起诉。如果任何第三方提出侵权指控，卖方须与第三方交涉并承担由此发生的一切责任、费用和经济赔偿。

#### 4、包装要求

4.1 除合同另有约定外,卖方提供的全部货物,均应采用本行业通用的方式进行包装,且该包装应符合国家有关包装的法律、法规的规定。包装应适应于远距离运输、防潮、防震、防锈和防粗暴装卸,确保货物安全无损,运抵现场。由于包装不善所引起的货物锈蚀、损坏和损失均由卖方承担。

4.2 每件包装箱内应附一份详细装箱单和质量合格证。

#### 5、装运标志

5.1 卖方应在每一包装箱的四侧用不褪色的油漆以醒目的中文字样做出下列标记：

收货人：

合同号：

装运标志：

收货人代号：

目的地：

货物名称、品目号和箱号：

毛重 / 净重：

尺寸(长×宽×高以厘米计)：

5.2 如果货物单件重量在 2 吨或 2 吨以上，卖方应在每件包装箱的两侧用中文和适当的运输标记，标明“重心”和“吊装点”，以便装卸和搬运。根据货物的特点和运输的不同要求，卖方应在包装箱上清楚地标有“小心轻放”、“防潮”“勿倒置”等字样和其他适当的标志。

## 6、交货方式

6.1 交货方式一般为下列其中一种，具体在合同特殊条款中规定。

6.1.1 现场交货：卖方负责办理运输和保险，将货物运抵现场。有关运输和保险的一切费用由卖方承担。所有货物运抵现场的日期为交货日期。

6.1.2 工厂交货：由卖方负责代办运输和保险事宜。运输费和保险费由买方承担。运输部门出具收据的日期为交货日期。

6.1.3 买方自提货物：由买方在合同规定地点自行办理提货。提单日期为交货日期。

6.2 卖方应在合同规定的交货期 7 天以前以电报或传真形式将合同号、货物名称、数量、包装箱件数、总毛重、总体积(立方米)和备妥交货日期通知买方。同时卖方应用挂号信将详细交货清单一式 6 份包括合同号、货物名称、规格、数量、总毛重、总体积(立方米)、包装箱件数和每个包装箱的尺寸(长×宽×高)、货物总价和备妥待交日期以及对货物在运输和仓储的特殊要求和注意事项通知买方。

6.3 在现场交货和工厂交货条件下，卖方装运的货物不应超过合同规定的数量或重量。否则，卖方应对超运部分引起的一切后果负责。

## 7、装运通知

7.1 在现场交货和工厂交货条件下的货物，卖方通知买方货物已备妥待运输后 24 小时之内，应将合同号、货名、数量、毛重、总体积(立方米)、发票金额、运输工具名称及装运日期，以电报或传真通知买方。

7.2 如因卖方延误将上述内容用电报或传真通知买方，由此引起的一切后果损失应由卖方负责。

## 8、保险

- 8.1 如果货物是按现场交货方式或工厂交货方式报价的，由卖方按照发票金额的100%办理“一切险”；如果货物是按买方自提货物方式报价的，其保险由买方办理。

## 9、付款条件

- 9.1 付款条件见第二册第七章“合同特殊条款”。

## 10、技术资料

- 10.1 合同项下技术资料(除合同特殊条款规定外)将以下列方式交付：

合同生效后 7 天之内，卖方应将每台设备和仪器的中文技术资料一套，如目录索引、操作手册给买方。

- 10.2 另外一套完整的上述资料应包装好随同每批货物一起发运。

10.3 如果买方确认卖方提供的技术资料不完整或在运输过程中丢失，卖方将在收到买方通知后 7 天内将这些资料免费寄给买方。

## 11、质量保证

11.1 卖方须保证货物是全新、未使用过的，并完全符合强制性的国家技术质量规范和合同规定的质量、规格、性能和技术规范等的要求。

11.2 卖方须保证所提供的货物经正确安装、正常运转和保养，在其使用寿命期内须具有符合质量要求和产品说明书的性能。在货物质量保证期之内，卖方须对由于设计、工艺或材料的缺陷而发生的任何不足或故障负责。

11.3 根据买方按检验标准自己检验结果或委托有资质的相关质检机构的检验结果，发现货物的数量、质量、规格与合同不符；或者在质量保证期内，证实货物存在缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，买方应尽快以书面形式通知卖方。卖方在

收到通知后 7 天内应免费维修或更换有缺陷的货物或部件。

11.4 如果卖方在收到通知后 7 天内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，但由此引发的风险和费用将由卖方承担。

11.5 除“合同特殊条款”规定外，合同项下货物的质量保证期为自货物通过最终验收起 12 个月。

## **12、检验和验收**

12.1 在交货前，中标人应对货物的质量、规格、性能、数量和重量等进行详细而全面的检验，并出具证明货物符合合同规定的文件。该文件将作为申请付款单据的一部分，但有关质量、规格、性能、数量或重量的检验不应视为最终检验。

12.2 货物运抵现场后，买方应在 5 日内组织验收，并制作验收备忘录，签署验收意见并报同级政府采购监督管理部门备案。

12.3 买方有在货物制造过程中派员监造的权利，卖方有义务为买方监造人员行使该权利提供方便。

12.4 制造厂对所供货物进行机械运转试验和性能试验时，中标人必须提前通知买方。

## **13、索赔**

13.1 如果货物的质量、规格、数量、重量等与合同不符，或在第 11.5 规定的质量保证期内证实货物存有缺陷，包括潜在的缺陷或使用不符合要求的材料等，买方有权根据有资质的权威质检机构的检验结果向卖方提出索赔（但责任应由保险公司或运输部门承担的除外）。

13.2 在根据合同第 11 条和第 12 条规定的检验期和质量保证期内，如果卖方对买方提出的索赔负有责任，卖方应按照买方同意的下列一种或多种方式解决索赔事宜：

13.2.1 在法定的退货期内，卖方应按合同规定将货款退还给买方，并承担由此发生的一切损失和费用，包括利息、银行手续费、运费、保险费、检验费、仓储费、装卸费以及为保护退回货物所需的其它必要费用。如已超过退货期，但卖方同意退货，可比照上述办法办理，或由双方协商处理。

13.2.2 根据货物低劣程度、损坏程度以及买方所遭受损失的数额，经买卖双方商定降低货物的价格，或由有权的部门评估，以降低后的价格或评估价格为准。

13.2.3 用符合规格、质量和性能要求的新零件、部件或货物来更换有缺陷的部分或 / 和修补缺陷部分，卖方应承担一切费用和风险并负担买方所发生的一切直接费用。同时，卖方应按合同第 11 条规定，相应延长修补或更换件的质量保证期。

13.3 如果在买方发出索赔通知后 15 天内，卖方未作答复，上述索赔应视为已被卖方接受。如卖方未能在买方提出索赔通知后 15 天内或买方同意的更长时间内，按照本合同第 13.2 条规定的任何一种方法解决索赔事宜，买方将从合同款或从卖方开具的履约保证金保函中扣回索赔金额。如果这些金额不足以补偿索赔金额，买方有权向卖方提出不足部分的补偿。

## **14、 迟延交货**

14.1 卖方应按照“货物需求一览表及技术规格”中买方规定的时间表交货和提供服务。

14.2 如果卖方无正当理由迟延交货，买方有权提出违约损失赔偿或解除合同。

14.3 在履行合同过程中，如果卖方遇到不能按时交货和提供服务的情况，应及时以书面形式将不能按时交货的理由、预期延误时间通知买方。买方收到卖方通知后，认为其理由正当的，可酌情延长交货时间。



## 15、违约赔偿

15.1 除合同第 16 条规定外，如果卖方没有按照合同规定的时间交货和提供服务，买方可要求卖方支付违约金。违约金按每周迟交货物或未提供服务交货价的 0.5% 计收。但违约金的最高限额为迟交货物或没有提供服务的合同价的 5%。一周按 7 天计算，不足 7 天按一周计算。如果达到最高限额，买方有权解除合同。

## 16、不可抗力

16.1 如果双方中任何一方遭遇法律规定的不可抗力，致使合同履行受阻时，履行合同的期限应予延长，延长的期限应相当于不可抗力所影响的时间。

16.2 受事故影响的一方应在不可抗力的事故发生后尽快书面形式通知另一方，并在事故发生后 10 天内，将有关部门出具的证明文件送达另一方。

16.3 不可抗力使合同的某些内容有变更必要的，双方应通过协商在日内达成进一步履行合同的协议，因不可抗力致使合同不能履行的，合同终止。

## 17、税费

17.1 与本合同有关的一切税费均适用中华人民共和国法律的相关规定。

## 18、合同争议的解决

18.1 因合同履行中发生的争议，可通过合同当事人双方友好协商解决。如自协商开始之日起 15 日内得不到解决，双方可将争议提交同级政府采购办公室调解。调解不成的，可向北京市朝阳区人民法院提起诉讼。

18.2 诉讼费用除法院另有裁决外，应由败诉方负担。

## 19、违约解除合同

19.1 在卖方违约的情况下,买方经同级政府采购监督管理机关审批后,可向卖方发出书面通知,部分或全部终止合同。同时保留向卖方追诉的权利。

19.1.1 卖方未能在合同规定的限期或买方同意延长的限期内,提供全部或部分货物的;

19.1.2 卖方未能履行合同规定的其它主要义务的;

19.1.3 买方认为卖方在本合同履行过程中有腐败和欺诈行为的。

19.1.3.1 “腐败行为”和“欺诈行为”定义如下:

19.1.3.1.1 “腐败行为”是指提供/给予/接受或索取任何有价值的东西来影响买方在合同签订、履行过程中的行为。

19.1.3.1.2 “欺诈行为”是指为了影响合同签订、履行过程,以谎报事实的方法,损害买方的利益的行为。

19.2 在买方根据上述第 19.1 条规定,全部或部分解除合同之后,应当遵循诚实信用原则,以政府采购监督管理部门同意的方式,购买与未交付的货物类似的货物或服务,卖方应承担买方购买类似货物或服务而产生的额外支出。部分解除合同的,卖方应继续履行合同中未解除的部分。

## 20、破产终止合同

20.1 如果卖方破产或无清偿能力时,买方经报同级政府采购监督管理部门审批后,可在任何时候以书面通知卖方,提出终止合同而不给卖方补偿。该合同的终止将不损害或不影响买方已经采取或将要采取任何行动或补救措施的权利。

## 21、转让和分包

21.1 政府采购合同不能转让。

21.2 经买方和同级政府采购监督管理部门事先书面同意卖方可以将合同项下非主体、非关键性工作分包给他人完成。接受分包的人应当具备相应的资格条件，并不得再次分包。分包后不能解除卖方履行本合同的责任和义务，接受分包的人与卖方共同对买方连带承担合同的责任和义务。

如未经买方同意，卖方擅自分包的，则在支付最后 40%的款项中，买方扣除合同总价款 10%作为违约金。扣除违约金后，卖方与分包人仍需对买方承担连带责任。

## 22、合同修改

22.1 买方和卖方都不得擅自变更本合同，但合同继续履行将损害国家和社会公共利益的除外。如必须对合同条款进行改动时，当事人双方须共同签署书面文件，作为合同的补充，并报同级政府采购监督管理部门备案。

## 23、通知

23.1 本合同任何一方给另一方的通知，都应以书面形式发送，而另一方也应以书面形式确认并发送到对方明确的地址。

## 24、计量单位

24.1 除技术规范中另有规定外,计量单位均使用国家法定计量单位。

## 25、适用法律

25.1 本合同应按照中华人民共和国的法律进行解释。

## 26、合同生效和其它

26.1 政府采购项目的采购合同内容的确定应以招标文件和投标文件为基础,不得违背其实质性内容。政府采购项目的采购合同自签订之日起七个工作日内,买方应当将合同副本报同级政府采购监督管理部门和有关部门备案。合同将在双方签字盖章后开始生效。

26.2 本合同一式 6 份,具有同等法律效力。买方执 4 份,卖方执 2 份。

## 合同特殊条款

合同特殊条款是合同一般条款的补充。如果两者之间有抵触，应以特殊条款为准。

### 1、定义

1.1 买方：本合同买方系指：北京信息职业技术学院。

1.2 卖方：本合同卖方系指：北京育享天成科技有限公司。

1.3 现场：本合同项下的货物安装和运行地点位于：北京信息职业技术学院（东坝校区及其它指定地点）。

### 2、技术规范

2.1 执行国家、行业部门等最新颁布的相应标准及规范。

2.2 满足采购设备明细表中规格和型号的要求。

2.3 本合同签订后两周内完成《项目实施方案》，并按其执行。

### 3、交货方式

3.1 完成全部设备及软件的现场交货、安装、调试，按设计要求试运行正常后交付。

3.2 本合同交货期规定为：合同签订后 120 个日历日内。

### 4、付款方式

（1）双方签订合同后的 15 个工作日内，卖方向买方提供与支付金额等额有效的增值税发票，买方向卖方支付合同第一笔款即合同总额的 60%即：人民币 贰佰零肆万肆仟捌佰 元整（¥：2044800.00 元）的预付款。

（2）9 月初进行中期验收，若卖方向买方提供的货物数量大于等于 60%，且经买方数量验收无误、技术验收合格后，9 月 20 日前卖方向买方提供与支付金额等额有效的增值税发票，买方向卖方支付合同第二笔款即合同总额的 30%即：人民币 壹佰零贰

万贰仟肆佰 元整 ( ¥ : 1022400.00 元 ) 的预付款。

( 3 ) 卖方在合同规定的日期内向买方提供所有货物 , 经买方数量、质量、规格型号验收无误、技术验收合格后 , 且同时满足以下 3 个条件 , 买方向卖方支付即合同总额的 10% , 人民币 叁拾肆万零捌佰 元整 ( ¥ : 340800.00 元 ) 。

( a ) 买方验收后资产入库资料完成。

( b ) 卖方向买方提供由中国境内银行出具的合同价款的 5% 的一年期银行保函。

( c ) 卖方向买方提供与支付金额等额有效的增值税发票。

( 4 ) 产品质保期为所有产品通过甲方最终验收之日起 1 年。

银行保函到期后三十(30)天内 , 买方所购产品无任何质量瑕疵 , 且卖方履行完毕合同约定的义务 , 经买方同意 , 退还银行保函。

## 5、技术资料

5.1 设备到达时 , 卖方向买方提交下列文件和资料 :

- ( 1 ) 设备和软件全部安装程序 ( U 盘 ) ;
- ( 2 ) 设备和软件全部使用说明书 ;
- ( 3 ) 设备和装箱的详细资料、产品合格证明书等。

## 6、质量保证

6.1 提供设备和软件的原厂商的维保承诺或证明 ;

6.2 由于产品自身存在的技术问题导致无法正常使用或造成损失的 , 由卖方负责免费更换并承担赔偿责任 ;

## 7、检验和验收

7.1 由卖方完成项目全部内容的交付，并派专业人员到现场进行安装、调试，直至能够按设计要求正常运行。

7.2 加密软件应提供解密工具（软件狗）或永久序列号，或绑定硬件设备序列号生成服务承诺书和软件授权书。

7.3 设备和软件被检验或测试不符合规格要求，买方可以拒绝接受该设备，卖方应更换被拒绝的设备。

7.4 本合同最终要通过买方组织的专家组验收。

## 8、违约赔偿

8.1 合同签订后，卖方应按合同约定的期限完成送货、安装、调试、培训及交付。如卖方未如期完成，每逾期一日，则卖方向买方支付合同金额的 1%逾期违约金。逾期违约金从未支付尾款中扣除。如卖方逾期违约影响买方正常教学使用的，买方有权解除合同，并要求卖方退还全部已支付款项，给买方造成损失的，赔偿损失。

## 9、履约保证金

9.1 卖方在买方支付最后一笔款项前，向买方提供由中国境内银行出具的合同价款 5%的一年期银行保函，作为卖方履行合同和按买方要求提供售后服务的保证金。

9.2 银行保函用于补偿买方因卖方不能履行合同和按买方要求提供售后服务而蒙受的损失。

9.3 如果卖方未能按合同规定履行其义务，买方有权从履约保证金中取得补偿。银行保函到期后三十(30)天内，买方将根据卖方履约情况将剩余银行保函资金退还卖方。

## 10、实施管理

10.1 本合同如遇安装工程，卖方保证具有施工资质及施工安全保证措施，工程如发生事故，所造成的施工人员伤亡及设备损坏，卖方承担事故全部责任，包括经济赔偿责任，但不限于经济方面责任。买方对此不承担任何责任。

10.2 项目完成期：合同签订后 120 日历日内，乙方完成送货、安装、调试。

10.3 承包人竣工，交付工程时，应进行必要的卫生方面打扫，窗明几净，达到使用标准。

## 11、保修

11.1 所投产品实行“三包”，质量保证期为1年，如国家、行业标准高于三年，则按行业规定保修；质保期内卖方全部免费保修，提供一年免费上门服务，免费包括但不限于所有配件及上门维修费。并同时享有制造厂商的所有保修承诺。对相关软件部分终身免费维护、升级。

11.2 保修期内所有产品发生故障时，2 小时响应，接到故障电话 4 小时到达现场，24 小时内解决问题，提供 24 小时热线电话；如果卖方在收到通知后 7 天内没有弥补缺陷，买方可采取必要的补救措施，但风险和费用将由卖方承担。

11.3 终身提供技术支持，计算机软件产品终身提供免费安装及技术支持。保修期外提供维修并仅收取成本费（成本费只包括配件成本，但不包括人员交通，住宿费）。

## 12、培训

12.1 卖方应就项目安装、操作等有关内容拟订出现场培训计划，并完成对买方不少于 5 名人员的现场使用培训，培训发生的各种费用包括在合同报价中，具体培训时间由双方商定。



12.2 培训合格的标准为：能独立、正确地对设备进行操作、保养等。

## 合同书

北京信息职业技术学院 (买方) 职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目 (项目名称)中所需 数据采集设备、视频数据分析边缘终端、短视频创作与运营实训系统、直播电商运营与实战演练系统、边缘网络服务平台、创新创业项目、数字孪生平台、虚拟直播系统、课程建设 (货物名称)经(招标机构)以 11000024210200078186-XM002 号招标文件在国内 公开 (公开/邀请) 招标。经评标委员会评定, 北京育享天成科技有限公司 (卖方)为中标人。买、卖双方同意按照下面的条款和条件, 签署本合同。

### 1. 合同文件

下列文件构成本合同的组成部分, 应该认为是一个整体, 彼此相互解释, 相互补充。为便于解释, 组成合同的多个文件的优先支配地位的次序如下:

- a. 本合同书
- b. 中标通知书
- c. 合同条款
- d. 投标文件 (含澄清文件)
- e. 招标文件 (含招标文件补充通知)

### 2. 货物和数量

本合同货物: 数据采集设备、视频数据分析边缘终端、短视频创作与运营实训系统、直播电商运营与实战演练系统、边缘网络服务平台、创新创业项目、数字孪生平台、

虚拟直播系统、课程建设。

数量： 9 个

### 3. 合同总价

本合同总价为： ¥3408000.00 元，大写人民币叁佰肆拾万零捌仟元整。其中：

增值税金额 33742.57 元，不含增值税金额 3374257.43 元。

分项价格： 见下表

序号	项目名称	分项名称	品牌	规格、型号	单价(元)	数量	合价(元)
1	数据采集设备	数据采集设备	海康	DS-2DE622 0IW-A/EPC( S6)	2500.00	6 台	15000.00
2	视频数据分析边缘终端	视频数据分析边缘终端	飞诺门阵	NovNet-SE 5	16800.00	6 台	100800.00
33 33 33	教学实训平台	短视频创作与运营实训系统	育享天成	V1.0	390000.00	1 个	390000.00
		直播电商运营与实战演练系统	奥派	V1.0	400000.00	1 个	400000.00
		边缘网络服务平台	飞诺门阵	V1.0	125000.00	1 个	125000.00
		创新创业项目	育享天成	V1.0	647800.00	1 套	647800.00
		数字孪生平台	飞诺门阵	V1.0	230000.00	1 套	230000.00

职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目

		虚拟直播系统	美摄	V1.0	310000.00	1套	310000.00
4	课程建设	课程建设	育享天成	定制(包含安装、调试、检验、一年售后服务、运输)	2327.59	511个	1189400.00
						总计金额:	3408000.00

4. 付款方式

付款条件见“合同特殊条款”。

5. 本合同货物的交货期及交货地点

交货期：120个日历日内完成送货。

交货地点：用户指定。

6. 合同的生效

本合同经双方法定代表人或授权代表签字并加盖公章后生效。

以下为签章页，无正文

买 方 (盖章): 北京信息职业技术学院

法定代表人或授权代表(签字):



地 址: 北京市朝阳区芳园西路5号

邮政编码: 100015

卖 方 (盖章): 北京育享天成科技有限公司

法定代表人或授权代表(签字):



地 址: 北京市丰台区汽车博物馆东路1号院

2号楼3层北座317-B2

邮政编码: 100071

职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目

---

电 话：\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

电 话：\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

开户银行：\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

开户银行：中国民生银行股份有限公司北京中

关村分行

账 号：\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

账 号：632657251

2024年6月6日

2024年6月6日

附件 1：中标通知书

## 北京京电进出口有限责任公司

### 中标通知书

项目名称：职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目

招标编号：BEIEC-ZC2024-001

北京育享天成科技有限公司：

兹通知贵司对职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目的投标（招标编号：BEIEC-ZC2024-001）实质性响应招标文件要求，经评标委员会评审和招标人确认，贵公司为本项目的中标人。中标金额为 ¥3,408,000.00。

请在本通知书发出之日起 7 日内派代表与招标人按照招标文件和中标人的投标文件进行进一步合同洽商，并应当在本通知书发出之日起 30 日内与招标人签订合同。

北京京电进出口有限责任公司  
二〇二四年五月十四日



附件 2：响应技术参数

序号	招标文件序号(页码)	招标文件要求	招标响应内容	偏离情况	说明
1	<p>一、项目介绍</p> <p>本项目专注于职业教育的卓越发展,通过建立一个全面的数字商务专业群直播电商运营中心来满足数字经济时代对高技能专业人才的迫切需求。项目的建设内容包括高端技术设施如数据采集设备、视频数据分析边缘终端和美摄 AI 在线渲染系统,以及直播电商实战演练系统、直播电商运营实训软件和短视频创作与运营实训系统,这些设施和工具共同旨在增强学生的实践操作能力。通过整合创新创业项目创意管理平台、多元化的项目库、创新思维测评工具库、商业模式设计训练库,以及农村创新创业案例库和国际企业创新创业案例库,为学生提供宝贵的学习资源,帮助他们拓展视野。同时,数字孪生实训平台和边缘终端网络服务平台等先进工具,进一步提供了深入学习的机会。项目研发覆盖品牌策划、直播营销、直播运营、内容策划与编辑、营销渠道运维和新媒体推广等关键领域的课程资源,全面提升学生的专业技能和综合素质,致力于培养出既能适应也能引领数字经济发展的</p>	<p>一、项目介绍概况:</p> <p>我们公司依据此次项目,调研理解此次项目,本项目专注于职业教育的卓越发展,通过建立一个全面的数字商务专业群直播电商运营中心来满足数字经济时代对高技能专业人才的迫切需求。</p> <p>项目的建设内容包括高端技术设施如数据采集设备、视频数据分析边缘终端和美摄 AI 在线渲染系统,以及直播电商实战演练系统、直播电商运营实训软件和短视频创作与运营实训系统,这些设施和工具共同旨在增强学生的实践操作能力。通过整合创新创业项目创意管理平台、多元化的项目库、创新思维测评工具库、商业模式设计训练库,以及农村创新创业案例库和国际企业创新创业案例库,为学生提供宝贵的学习资源,帮助他们拓展视野。同时,数字孪生实训平台和边缘终端网络服务平台等先进工具,进一步提供了深入学习的机会。项目研发覆盖品牌策划、直播营销、直播运营、内容策划与编辑、营销渠道运维和新媒体推广等关键领域的课程资源,全面提升学生的专</p>	无偏离	/	

的优秀专业人才。

**二、技术参数**

(一) 建设内容要求

序号	项目名称	货物名称	数量	技术参数
1	数据采集设备	数据采集设备	6台	1、传感器类型 1/2.8 " progressive scan CMOS 2、最低照度 彩色 : 0.005 Lux @ (F1.6, AGC ON); 黑白 : 0.001 Lux @ (F1.6, AGC ON); 0 Lux with IR 3、快门 1 s~1/30,000 s 4、慢快门 : 支持 5、聚焦模式 : 半自动, 手动, 自动 6、日夜转换模式 : 自动 ICR 彩转黑 7、日夜转换方式 : 白天, 夜晚, 自动, 定时切换 8、背光补偿 : 支持 9、宽动态 : 120 dB 超宽动态 10、强光抑制 : 支持 11、光学变倍 : 20 倍

业技能和综合素质, 致力于培养出既能适应也能引领数字经济发展的优秀专业人才。

**二、我公司此次参与职业教育高质量发展-特高项目数字商务专业群-直播电商运营中心建设项目所投产品能完全满足如下详细技术参数:**

(一) 建设内容参数:

序号	项目名称	货物名称	数量	技术参数
1	数据采集设备	数据采集设备	6台	我公司所投产品能完全满足如下技术参数要求。 1、传感器类型 1/2.8 " progressive scan CMOS 2、最低照度 彩色 : 0.005 Lux @ (F1.6, AGC ON); 黑白 : 0.001 Lux @ (F1.6, AGC ON); 0 Lux with IR 3、快门 1 s~1/30,000 s 4、慢快门 : 支持 5、聚焦模式 : 半自动, 手动, 自动 6、日夜转换模式 : 自动 ICR 彩转黑 7、日夜转换方式 : 白天, 夜晚, 自动, 定时切换









				<p>实训1：小米新款手机发布会 实训2：小米智能汽车来啦 实训3：北京往事 实训4：我这专业</p> <p><b>2) 商品广告类短视频</b> 实训5：平谷大桃</p> <p>实训6：十佳饼店(如味多美、好利来等) 实训7：小米智能门锁 实训8：小米智能手表</p> <p><b>3) 企业宣传类短视频</b> 实训9：小米国内宣传片(综合) 实训10：安踏宣传片</p> <p>实训11：上海蜂花日用品有限公司 实训12：北京稻香村</p> <p><b>4) 特色美食类短视频</b> 实训13：北京烤鸭 实训14：卤煮火烧 实训15：老北京十三绝(如驴打滚、豌豆黄、艾窝窝……)</p> <p>实训16：炸酱面</p> <p><b>5) 时尚美妆类短视频</b> 实训17：底妆(如粉底液、气垫)</p>				<p>习巩固知识点,可选择顺序练习或随机练习两种方式进行练习,系统会记录学生训练进度,学生在练习作答完成后可查看正确答案。</p> <p><b>二、短视频创作与运营实训系统参数：</b></p> <p>1、短视频创作与运营案例60例,类型包含文档与视频。</p> <p>2、短视频创作与运营实训24例,按照实训要求,利用提供的实训资料包,完成短视频策划、创作与运营实训。其中24个资料包中每个资料包包括图片素材50个、艺术字6个、视频素材20个、音频素材20个、装饰动画若干。</p> <p><b>1) 口播类短视频</b> 实训1：小米新款手机发布会 实训2：小米智能汽车来啦 实训3：北京往事 实训4：我这专业</p> <p><b>2) 商品广告类短视频</b> 实训5：平谷大桃 实训6：十佳饼店(如味多美、好利来等)</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



演 练 系 统	<p>字、图形、图像等多种媒体元素于一体。课件设计与制作，结构合理，易于操作，且与文字教材相互补充。根据课程知识及技能要点提供拓展资源。</p> <p>3、要求采用仿真实训、情景训练、任务驱动等教学方法，以岗位需求为导向，根据工作内容和工作流程设计实训项目，巩固并强化职业技能。</p> <p>▲4、具备练习模式、实验模式和微实训，练习模式支持用户对独立的实训任务进行反复练习、自由练习、自动评分，查看任务得分详情；实验模式支持教师通过创建实验的方式，选择任务书和时间对学生进行考核训练；微实训通过系统内置任务或教师创建任务，让学生在熟悉工作情境、工作目标、任务内容及要求等，完成独立的实训任务。</p> <p>5、实训部分包括直播策划、直播带货、直播推广三大工作领域的技能实训，每个工作领域包含若干工作任务，实训需包括26个直播电商运营的技能点训练。</p> <p>6、直播策划分为商品选品、内容策划和脚本策划三个模块。</p>						直播电商运营与实战演练系统		1个	<p>实训23：饭桌文化 实训24：创业高手</p> <p><b>三、短视频创作与运营实训系统交付成果：</b></p> <p>1、短视频创作与运营实训系统一套（U盘交付）</p> <p>2、产品用户手册一份</p> <p><b>我公司此次投标的直播电商运营与实战演练系统包含直播电商运营实训软件、直播电商实战演练系统均能满足如下技术参数要求。</b></p> <p><b>一、直播电商运营实训软件技术要求如下：</b></p> <p>1、直播电商运营实训软件课程资源内容该资源有直播电商运营概述、直播策划、主播孵化、直播带货、直播推广、直播电商运营数据分析模块。</p> <p>2、直播电商运营实训软件课程包包括18个教学课件，页面设置要求符合高清格式比例合理，集文字、图形、图像等多种媒体元素于一体。课件设计与制作结构合理，易于操作，且与文字教材相互补充。根据课程知识及技能要点提供拓展资源。</p> <p>3、直播电商运营实训软件采用仿真实</p>
------------------	---	--	--	--	--	--	---------------	--	----	---


<p>头部主播近30天的直播数据，要求基于此完成排期分析并制定排期计划、从给定的6类行业商品库中选择合适的商品设置直播内容，训练在给定任务背景和要求下制定直播商品排期计划的技能；主播匹配与形象设计分直播需求设置、达人直播匹配、主播形象设计三个步骤，系统提供10个达人主播直播带货数据，训练根据商品特征、粉丝画像，选择合适的主播并为其进行形象设计的能力；互动玩法设计提供主播特点、商品特征，训练根据不同行业特点和直播主题进行互动设计的能力；促销利益点设计提供商品日常价和直播价格，要求根据预估销量为多个商品设置促销形式和利益点，系统提供至少5种促销形式和利益点的示例。</p> <p>9、脚本策划模块包括全场脚本策划和单品脚本策划两部分内容，训练脚本创意和策划能力。其中全场脚本策划提供开场预热、产品讲解、互动活动、结束预告等四个阶段的直播环节内容添加，并支持主播、助理、场控和客服等不同人员分工的设计；单品脚本策划提供商品参数和产品描述等信息，要</p>					<p>务。其中商品评估选择提供淘宝直播热销榜和抖音直播商品库基础数据，其中淘宝商品库包括商品、指数（成交力/种草力/合作力）、价格等数据，6个行业，每个行业100条数据；抖音商品数据包括价格、优惠信息、浏览量、销量、转化率、用户口碑等数据，6个行业，每个行业50条数据；商品类别划分提供商品、品牌、商品优势、产品卖点等数据，每个行业内置10条基础商品数据，训练学生通过质量层次和价格区间等特点，将商品划分为引流款、利润款和形象款等不同类别的技能；商品顺序调整提供直播实时监控数据，如观众停留时长、人均购买价值、平均在线人数、转粉率、销售转化率，及一定时间段内的观看趋势、涨粉趋势等，系统内置商品数据，每个行业20个商品，训练学生根据直播数据进行商品上架或置顶的技能。</p> <p>8、内容策划模块提供商品排期、主播匹配与形象设计、互动玩法设计和促销利益点设计等技能的训练。其中商品排期提供10个头部主播近30天的直播数据，要求基</p>					



			<p>求完成买点/卖点/利益点提炼，设计品牌背书、产品展示体验、引导转化等维度的内容。</p> <p>10、直播带货分为商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化和直播数据分析四个模块。</p> <p>11、商品讲解与展示需包括商品讲解技巧、讲解话术提炼、商品展示技巧训练等内容。其中商品讲解技巧提供商品讲解话术内容，要求从内容方向、讲解逻辑和话术技巧三个维度提炼技巧；讲解话术提炼提供商品基本信息和脚本信息，需据此提炼推介话术、使用场景话术和促销话术；商品展示技巧提供商品参数及描述信息，要求根据任务要求选择正确的产品展示要点、体验方式和展示方式等，训练是否掌握多样化的产品展示形式的知识。</p> <p>12、直播控场模块提供直播节奏把控、用户互动引导、危机异常应对等实训内容，训练直播节奏掌控和危机预判应对能力。其中直播节奏把控提供开场、直播中、直播收尾三个阶段的实时数据和动态提醒，需要根据此完成直播环节选择和场控智能处理方案的</p>							<p>于此完成排期分析并制定排期计划、从给定的6类行业商品库中选择合适的商品设置直播内容，训练在给定任务背景和要求下制定直播商品排期计划的技能；主播匹配与形象设计分直播需求设置、达人直播匹配、主播形象设计三个步骤，系统提供10个达人主播直播带货数据，训练根据商品特征、粉丝画像，选择合适的主播并为其进行形象设计的能力；互动玩法设计提供直播特点、商品特征，训练根据不同行业特点和直播主题进行互动设计的能力；促销利益点设计提供商品日常价和直播价格，根据预估销量为多个商品设置促销形式和利益点，系统提供5种促销形式和利益点的示例。</p> <p>9、脚本策划模块包括全场脚本策划和单品脚本策划两部分内容，训练脚本创意和策划能力。其中全场脚本策划提供开场预热、产品讲解、互动活动、结束预告等四个阶段的直播环节内容添加，并支持主播、助理、场控和客服等不同人员分工的设计；单品脚本策划提供商品参数和产品描述等信息，完成买点/卖点/利益点提炼，设计品牌</p>			

			<p>判断等任务；用户互动引导提供投票、话题和提问3种活动形式和6个行业的热点数据，要求根据要求设计不同类型的互动活动；危机异常应对提供真实危机案例，包括正面案例和反面案例，要求完成危机事件的判断，并在规定时间内完成危机测评题目的作答。</p> <p>13、粉丝互动转化提供直播间动态和评论列表等数据，要求根据直播动态和评论内容，完成点赞、关注、评论和互动话术的提炼。</p> <p>▲14、直播数据分析提供全网流量数据和行业流量数据，根据本场直播的数据概览、评论数据和带货商品数据，完成直播基础分析、用户互动分析和带货商品分析等任务。其中直播基础分析需分析行业数据、本场观看数据，并判断直播内容吸引力；用户互动分析需计算转粉率、点赞占比和评论占比，判断直播用户活跃度；带货商品分析需计算销售额、订单转化率、销售转化率等数据，并对直播转化情况进行分析。</p> <p>15、直播推广包括宣传物料把控、直播引流、直播二次推广和推广效果分析等四个</p>	<p>背书、产品展示体验、引导转化等维度的内容。</p> <p>10、直播带货分为商品讲解与展示、直播控场、粉丝互动转化和直播数据分析四个模块。</p> <p>11、商品讲解与展示包括商品讲解技巧、讲解话术提炼、商品展示技巧训练等内容。其中商品讲解技巧提供商品讲解话术内容，要求从内容方向、讲解逻辑和话术技巧三个维度提炼技巧；讲解话术提炼提供商品基本信息和脚本信息，据此提炼推介话术、使用场景话术和促销话术；商品展示技巧提供商品参数及描述信息，根据任务要求选择正确的产品展示要点、体验方式和展示方式等，训练是否掌握多样化的产品展示形式的知识。</p> <p>12、直播控场模块提供直播节奏把控、用户互动引导、危机异常应对等实训内容，训练直播节奏掌控和危机预判应对能力。其中直播节奏把控提供开场、直播中、直播收尾三个阶段的实时数据和动态提醒，需要根据此完成直播环节选择和场控智能处理方案</p>		



					<p>播、战绩海报传播和粉丝互动传播等三个实训任务。其中短视频传播内置6个短视频文案创作技巧，并提供创作指引，要求据此设计短视频文案、选择分发平台、设置分发信息；海报传播提供示例海报，要求参考范例，设计战绩海报并分发；粉丝互动传播提供热词、评论词云和用户需求等数据，要求根据这些信息，在粉丝社群选择商品、图片和视频推送，与粉丝持续互动，促进二次传播。</p> <p>19、推广效果分析模块内置三个不同类型主播在微博、公众号和抖音的推广数据，包括内容类型、阅读量、点赞量、评论量和转发量等数据，要求结合推广数据表现，提炼主播定位、识别推广方式，并从渠道组合最优、内容类型组合最优和推广阶段组合最优等维度进行推广效果分析，从而训练数据分析能力，培养数据敏感度和逻辑思维。</p> <p>▲20、实训部分提供服饰箱包、食品饮料、母婴玩具、美妆日化、家电家居、3C数码6个行业的商品数据和实训任务，满足日常教学过程中指定行业的强化技能点训练的目的。</p>	
				<p>个模块。</p> <p>16、宣传物料把控提供宣传物料设计、违法违规信息排查等实训任务。其中宣传物料设计根据提供的海报、软件和视频示例，总结不同物料的特点，并提炼宣传物料的设计要点；违法违规信息排查提供海报、软文和商品清单等数据，根据任务背景判断存在哪些违法违规信息，并进行优化。</p> <p>17、直播引流包括标题封面策划、短视频付费推广和直播间付费推广三个模块。其中标题封面策划提供内容规范、人气封面、高频标题等数据，内置8大标题文案技巧，据此策划直播封面图、运用某一技巧设计标题文案，并提炼直播简介；直播付费引流提供短视频时长、播放量、点赞量、评论量等数据，要求根据推广目标和预算，选择合适的短视频和推荐机制进行付费推广；直播间付费推广提供营销诉求、基本信息、定向人群、人群出价、添加创意等内容的设置，其中定向人群需内置大促专享、直播专享和热门场景三个维度的数据。</p> <p>▲18、直播二次传播包括短视频传播、</p>		

			<p>21、提供一体化的课程模式，在课程列表中按照模块划分集成理论课程资源、实训任务资源、作业，以及测评入口、学习资源。</p> <p>22、提供测评中心，包括章节练习、模拟考试。章节练习支持各个知识模块对应的单选题、多选题资源，以及情景分析题；模拟考试支持学生自动组卷，系统生成试卷后要求学生在规定时间内完成模拟测评。管理员后台题库资源不少于420道，支持管理员添加、编辑、批量导入、发布试题的功能。</p> <p>23、提供教学管理的功能，如班级管理、学生管理、实验管理、成绩管理，支持创建实验、任务查看、进度查看、成绩查看、报告查看。实验管理支持教师创建考试、教学两种模式，教学模式可以由教师根据教学计划，对实训任务进行逐一开启，符合教学节奏。学情分析支持教师分析学生的课程学习进度、测评情况、实训情况，可以查看学生的排名情况，以及进度、最高分、平均分等。</p> <p>24、提供系统智能评分和教师主观评分两种方式，并支持教师根据教学需求灵活设置评分比重，形成教学与互动的有效结合。</p>				<p>战绩海报传播和粉丝互动传播等三个实训任务。其中短视频传播内置6个短视频文案创作技巧，并提供创作指引，据此设计短视频文案、选择分发平台、设置分发信息；海报传播提供示例海报，要求参考范例，设计战绩海报并分发；粉丝互动传播提供热词、评论词云和用户需求等数据，要求根据这些信息，在粉丝社群选择商品、图片和视频推送，与粉丝持续互动，促进二次传播。</p> <p>19、直播电商运营实训软件推广效果分析模块内置三个不同类型主播在微博、公众号和抖音的推广数据，包括内容类型、阅读量、点赞量、评论量和转发量等数据，要求结合推广数据表现，提炼主播定位、识别推广方式，并从渠道组合最优、内容类型组合最优和推广阶段组合最优等维度进行推广效果分析，从而训练数据分析能力，培养数据敏感度和逻辑思维。</p> <p>▲ 20、直播电商运营实训软件实训部分提供服饰箱包、食品饮料、母婴玩具、美妆日化、家电家居、3C数码6个行业的商品数据和实训任务，满足日常教学过程中指定</p>			
--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--

			<p>行业的强化技能点训练的目的。</p> <p>21、直播电商运营实训软件提供一体化的课程模式,在课程列表中按照模块划分集成理论课程资源、实训任务资源、作业,以及测评入口、学习资源。</p> <p>22、直播电商运营实训软件提供测评中心,包括章节练习、模拟考试。章节练习支持各个知识模块对应的单选题、多选题资源,以及情景分析题;模拟考场支持学生自动组卷,系统生成试卷后学生在规定时间内完成模拟测评。管理员后台题库资源420道,支持管理员添加、编辑、批量导入、发布试题的功能。</p> <p>23、直播电商运营实训软件提供教学管理的功能,如班级管理、学生管理、实验管理、成绩管理,支持创建实验、任务查看、进度查看、成绩查看、报告查看。实验管理支持教师创建考试、教学两种模式,教学模式可以由教师根据教学计划,对实训任务进行逐一开启,符合教学节奏。学情分析支持教师分析学生的课程学习进度、测评情况、实训情况,可以查看学生的排名情况,以及</p>
	<p>针对后台评分模块,建立多维度的评分指标,全方位评价学生在直播电商运营技能的综合水平。</p> <p>25、提供成绩详情和实训成果分析报告,其中成果分析报告,综合分析学生在直播电商运营工作领域、工作任务上的胜任力水平。</p> <p><b>二、建设直播电商实战演练系统,技术要求如下:</b></p> <p><b>(一) 整体要求</b></p> <p>▲1、系统内容符合直播电商竞赛内容要求,包含直播策划、直播运营、直播复盘等三大模块,主要内容包含直播商品管理、直播主题及互动策划、直播脚本策划、直播推广策划、直播间装修、直播销售、直播互动、直播数据分析等八大典型工作任务。</p> <p>2、系统采用系统评分+人工评分模式,评分规则符合直播电商赛项评分要求。</p> <p>3、要求系统结合商品历史销售、市场需求、及用户口碑数据,内置直播营销计算模型,进行直播订单资源分配。</p>		

			<p>4、要求提供直播看板数据分析图表，帮助主播实现基于数据分析的科学决策及运营诊断。</p> <p><b>(二) 助理PC端功能要求</b></p> <p>1、直播说明页：提供背景材料、直播素材、任务要求及系统规则；直播素材包</p> <p>2、直播策划：提供直播商品管理、直播内容策划、直播推广策划等任务。其中直播商品管理任务包含直播选品、商品定位、采购及定价、销售策略等子任务；直播内容策划任务包含主题策划、互动方案、脚本设计等子任务；直播推广策划任务包含受众分析、广告投放、新媒体推广、站内推广等子任务。</p> <p>▲ 3、系统内置直播观看数据分配模型，依据用户设置的推广引流方案进行直播观看人数分配。</p> <p>4、直播运营：提供直播间装修、直播销售、直播互动等任务。其中直播间装修任务包含商品详情、场景布置、智能助理、直播间设置等子任务；直播销售任务提供直播须知和登录二维码，支持使用主播APP扫码登录账号；直播互动任务提供直播中控台，支持</p>						<p>进度、最高分、平均分等。</p> <p>24、直播电商运营实训软件提供系统智能评分和教师主观评分两种方式，并支持教师根据教学需求灵活设置评分比重，形成教学与互动的有效结合。针对后台评分模块，建立多维度的评分指标，全方位评价学生在直播电商运营技能的综合水平。</p> <p>25、直播电商运营实训软件提供成绩详情和实训成果分析报告，其中成果分析报告，综合分析学生在直播电商运营工作领域、工作任务上的胜任力水平。</p> <p><b>二、我公司此次投标的直播电商实战演练系统均能满足如下技术要求：</b></p> <p><b>(一) 直播电商实战演练系统整体内容：</b></p> <p>▲ 1、直播电商实战演练系统内容符合直播电商竞赛内容要求，包含直播策划、直播运营、直播复盘等三大模块，主要内容包含直播商品管理、直播主题及互动策划、直播脚本策划、直播推广策划、直播间装修、直播销售、直播互动、直播数据分析等八大典型工作任务。</p> <p>2、直播电商实战演练系统采用系统评</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--





		<p>存储和网络等资源统一池化，并按需分配给不同的应用程序。</p> <p>2、环境管理：对一组资源和对象的抽象集合，用来将系统内部的对象进行分组管理。支持容器在集群不同节点的部署、调度、管理、弹性伸缩、故障转移、服务自愈和容器的生命周期管理。</p> <p>3、镜像仓库：存储用户上传的容器镜像，可用作应用程序的镜像仓库。镜像仓库分为私有仓库和公有仓库。</p> <p>4、应用管理：提供了一套便利的应用模板，将一组容器镜像有机地结合起来进行编排管理形成应用定制，用户只需要填入必要变量参数就可以完成服务部署，帮助用户快速实现完整性一致性的业务应用部署。</p> <p>5、应用运行时管理：应用运行时是在容器集群中正在运行着的应用，部署，容器，服务，路由等信息进行管理。</p> <p>6、持续集成管理：边缘计算云平台提供了一套完全以容器服务形式运行的基于 Jenkins 以及相关开源项目管理软件的 DevOps 解决方案，确保自身提供高可用、</p>		<p>观看数据分配模型，依据用户设置的推广引流方案进行直播观看人数分配。</p> <p>4、直播运营提供直播间装修、直播销售、直播互动等任务。其中直播间装修任务包含商品详情、场景布置、智能助理、直播间设置等子任务；直播销售任务提供直播须知和登录二维码，支持使用主播APP扫码登录账号；直播互动任务提供直播中控台，支持直播过程中的互动操作。</p> <p>5、直播复盘提供数据看板、优化方案PPT上传接口。其中数据看板展示直播间数据，包含直播概况、销售数据、流量数据、用户数据等。</p> <p><b>(三)我公司此次投标的直播电商实战演练系统满足主播APP端功能内容：</b></p> <p>1、直播执行要求支持直播执行，直播过程中内置弹幕回复及处理考核任务。</p> <p>▲2、直播管理要求支持直播过程中弹幕、推送产品效果、预告封面效果等效果的查看，提供镜头翻转、退出直播、美颜滤镜、直播计时等功能。</p> <p><b>三、我公司交付成果依据直播电商运营与实</b></p>
--	--	--	--	--

	<p>弹性伸缩以及数据持久化，确保为用户的开发、管理流程提供高性能服务。</p> <p>7、日志管理：对所有容器应用的日志进行统一收集，统一存储，和统一查询。</p> <p>8、多租户管理：包含组织(即租户)，用户/用户组，以及角色和权限管理。</p> <p>9、交付内容：边缘网络服务平台1个</p>		<p><b>战演练系统的交付成果进行交付：</b></p> <p>1、直播电商实战演练系统一套（光盘交付）</p> <p>2、直播电商运营实训软件一套（光盘交付）</p> <p>3、产品用户操作手册各一份</p> <p>4、三年内免费更新</p>	
<p>创新创业项目</p> <p>1套</p>	<p>创新创业项目包含创新创业项目管理平台、创新思维方法项目库、创新思维测评工具库、商业模式设计训练库、创新创业项目创意大赛路演仿真实训平台、农村创新创业项目创意大赛案例库、外企创新创业项目案例库。</p> <p><b>一、创新创业项目创意管理平台</b></p> <p><b>（一）平台功能：</b></p> <p>1、系统采用模块化设计，提供前台操作系统以及后台管理系统。教师端应包含系统管理、资源管理、题库管理，教师可通过教师端直接查看学生端已设置任务。</p> <p>2、系统应能提供上传课件、教学视频、教学文档功能，可根据课程的需求新增教学案例满足教学。</p>	<p>边缘网络服务平台</p> <p>1个</p>	<p><b>我公司此次投标的边缘网络服务平台能够完全满足如下详细技术参数：</b></p> <p>1、资源管理：资源池管理主要通过虚拟化技术,对中心和边缘节点内所有可以调度的服务器节点,及其所拥有的 CPU,内存,存储和网络等资源统一池化,并按需分配给不同的应用程序。</p> <p>2、环境管理：对一组资源和对象的抽象集合,用来将系统内部的对象进行分组管理。支持容器在集群不同节点的部署、调度、管理、弹性伸缩、故障转移、服务自愈和容器的生命周期管理。</p> <p>3、镜像仓库：存储用户上传的容器镜像,可用作应用程序的镜像仓库。镜像仓库分为私有仓库和公有仓库。</p>	

			<p>3、系统应内置大量的学习资源方便学生进行自主学习区，资源形式应有文档、视频等。</p> <p>4、系统应内置题库。学生可通过自主练习巩固知识点，可选择顺序练习或随机练习两种方式进行练习，系统会记录学生训练进度，学生在练习作答完成后可查看正确答案。</p> <p>5、创业广场功能：系统可提供一个学生和老师创业交流的平台，老师和学生可以在这里发布创业信息、寻找创业伙伴、组建创业团队以及查看、关注其他师生发布的创业项目，及报名加入。</p> <p><b>(二) 产品参数：</b></p> <p>1、试题数量 1257 道，并支持在线训练与考核。内容包含认识创业、创业机会、可行性分析、商业模式、创业团队、创业融资。</p> <p>2、创新创业项目案例 487 个，支持在线浏览和下载。</p> <p>(1) 包含农业种养殖项目 412 个</p> <p>(2) 农业设施工具项目 35 个</p> <p>(3) 农业信息化与流通项目 40 个。</p> <p><b>二、创新思维方法项目库</b></p>					<p>4、应用管理：提供了一套便利的应用模板,将一组容器镜像有机地结合起来进行编排管理形成应用定制,用户只需要填入必要变量参数数就可以完成服务部署,帮助用户快速实现完整性一致性的业务应用部署。</p> <p>5、应用运行时管理：应用运行时是在容器集群中正在运行着的应用,部署,容器,服务,路由等信息进行管理。</p> <p>6、持续集成管理：边缘计算云平台提供了一套完全以容器服务形式运行的基于 Jenkins 以及相关开源项目管理软件的 DevOps 解决方案,确保自身提供高可用、弹性伸缩以及数据持久化,确保为用户的开发、管理流程提供高性能服务。</p> <p>7、日志管理：对所有容器应用的日志进行统一收集,统一存储,和统一查询。</p> <p>8、多租户管理：包含组织(即租户),用户/用户组,以及角色和权限管理。</p> <p>9、我公司依据交付内容：边缘网络服务平台 1 个</p>	
						1 套	<p><b>我公司所投产品完全能够满足如下创新创业项目包含创新创业管理平台、创</b></p>		

			<p>产品包含创新思维方法项目案例 55 个，类型为文档和视频。</p> <p>1、反转思维：7 个案例 将问题从不同的角度看待，找出新的解决方案。</p> <p>2、联想思维：8 个案例 将不同领域或概念之间的联系进行联想，产生新的创意。</p> <p>3、分解思维：7 个案例 将一个复杂的问题或挑战，分解成多个简单的部分，分别进行分析和解决，最后再合并成整体的思维方法。</p> <p>4、多元思维：10 个案例 从多个角度、多个维度考虑问题的方法。</p> <p>5、倒置思维：7 个案例 通过逆向思维问题，提出相反的观点或解决方案。</p> <p>6、系统思维：8 个案例 将问题置于一个更大的系统中进行思考。</p> <p>7、实验思维：8 个案例 通过反复尝试和试错的方法，找出最有效的解决方案。</p>			创 业 项 目		<p><b>新思维方法项目库、创新思维测评工具库、商业模式设计训练库、创业创新项目创意大赛路演仿真实训平台、农村创新创业项目创意大赛案例库、外企业创新创业项目案例库的技术参数要求。</b></p> <p><b>一、创新创业项目创意管理平台</b></p> <p><b>（一）创新创业项目创意管理平台功能：</b></p> <p>1、系统采用模块化设计，提供前台操作系统以及后台管理系统。教师端包含系统管理、资源管理、题库管理，教师可通过教师端直接查看学生端已设置任务。</p> <p>2、系统能提供上传课件、教学视频、教学文档功能，可根据课程的需求新增教学案例满足教学。</p> <p>3、系统内置大量的学习资源方便学生进行自主学习区，资源形式应有文档、视频等。</p> <p>4、系统内置题库。学生可通过自主学习巩固知识点，可选择顺序练习或随机练习两种方式进行练习，系统会记录学生训练进度，学生在练习作答完成后可查看正确答案。</p>		

					<p><b>三、创新思维测评工具箱</b> 产品包含创新思维测评项目案例 45 个，类型为文档和视频。</p> <p>1、SWOT 分析法：9 个案例 SWOT 分析法是一种评估企业或个人优势、劣势、机会和威胁的常用工具。通过分析内部和外部环境，可以清晰地了解到自身的竞争优势、发展机会以及需要改进的方面。</p> <p>2、5W1H 方法：9 个案例 通过回答“什么(What)、为什么(Why)、何时(When)、何地(Where)、谁(Who)”和“怎样(How)”这六个问题，全面了解问题的本质和背后的原因。 例如，在项目管理中，可以运用 5W1H 方法来确定项目目标、明确任务分工、排定时间计划等，以确保项目的顺利进行。</p> <p>3、因果图：9 个案例 可视化的工具，用于分析问题的根本原因。它以问题为中心，通过绘制问题与其影响因素之间的关系，揭示出潜在的因果链条。</p> <p>4、知识脑图：9 个案例 知识脑图是一种将信息和知识结构化的</p>											<p>5、创业广场功能系统可提供一个学生和教师创业交流的平台，老师和学生可以在这里发布创业信息、寻找创业伙伴、组建创业团队以及查看、关注其他师生发布的创业项目，及报名加入。</p> <p><b>(二)我公司所投的创新创业项目创意管理平台能够完全满足如下产品参数：</b></p> <p>1、试题数量 1257 道，并支持在线训练与考核。内容包含认识创业、创业机会、可行性分析、商业模式、创业团队、创业融资。</p> <p>2、创新创业项目案例 487 个，支持在线浏览和下载。</p> <p>(1) 包含农业种养殖项目 412 个 (2) 农业设施工具项目 35 个 (3) 农业信息化与流通项目 40 个。</p> <p><b>二、创新思维方法项目库</b> 产品包含创新思维方法项目案例 55 个，类型为文档和视频。</p> <p>1、反转思维：7 个案例 将问题从不同的角度看待，找出新的解决方案。</p>			

					<p>方法，可以帮助我们更好地理清思路、组织知识。它通常以一个中心主题为起点，通过主题下的分支，展开相关的子主题和细节。</p> <p>5、数据统计分析：9 个案例</p> <p>通过收集、整理和分析数据，可以揭示隐藏在数据背后的规律和趋势。</p> <p><b>四、商业模式设计训练库</b></p> <p>产品包含创新思维方法项目案例 60 个，类型为文档和视频。</p> <p>1、“互联网+”思维与商业模式设计：6 个案例</p> <p>平台型“互联网+”商业模式设计</p> <p>长尾型“互联网+”商业模式设计</p> <p>跨界型“互联网+”商业模式设计</p> <p>2、价值链、产业链、供应链与商业模式设计：6 个案例</p> <p>价值链、全球价值链、产业链、供应链概念及其分析方法</p> <p>价值链、全球价值链、供应链思维与商业模式设计</p> <p>3、产品型商业模式设计：15 个案例</p> <p>产品差异化商业模式设计</p>	<p>2、联想思维：8 个案例</p> <p>将不同领域或概念之间的联系进行联想，产生新的创意。</p> <p>3、分解思维：7 个案例</p> <p>将一个复杂的问题或挑战，分解成多个简单的部分，分别进行分析和解决，最后再合并成整体的思维方法。</p> <p>4、多元思维：10 个案例</p> <p>从多个角度、多个维度考虑问题的方法。</p> <p>5、倒置思维：7 个案例</p> <p>通过逆向思维问题，提出相反的观点或解决方案。</p> <p>6、系统思维：8 个案例</p> <p>将问题置于一个更大的系统中进行思考。</p> <p>7、实验思维：8 个案例</p> <p>通过反复尝试和试错的方法，找出最有效的解决方案。</p> <p><b>三、我公司所投产品能够完全满足创新思维测评工具库的技术要求：</b></p> <p>产品包含创新思维测评项目案例 45 个，类</p>
--	--	--	--	--	--	--

				<p>产品品牌型商业模式设计 核心零部件产品与整体产品商业模式设计 产品区域领先与售后利润商业模式设计 微型分割、产品金字塔和产品再定位商业模式设计 4、客户型商业模式设计：12 个案例 客户利润转移商业模式设计 客户需求系统解决方案商业模式设计 大客户商业模式设计 创造客户需求商业模式设计 5、资源型商业模式设计：9 个案例 稀缺资源型商业模式设计 资源整合型商业模式设计 标准、知识产权与商业模式设计 6、高新技术与商业模式设计：12 个案例 3D 打印与商业模式设计 大数据与商业模式设计 云计算与商业模式设计 物联网与商业模式设计 虚拟现实技术、人工智能与商业模式设计 <b>五、创业创新项目创意大赛路演仿真实训平</b></p>				<p>型为文档和视频。 1、SWOT 分析法：9 个案例 SWOT 分析法是一种评估企业或个人优势、劣势、机会和威胁的常用工具。通过分析内部和外部环境，可以清晰地了解到自身的竞争优势、发展机会以及需要改进的方面。 2、5W1H 方法：9 个案例 通过回答“什么(What)、为什么(Why)、何时(When)、何地(Where)、谁(Who)”和“怎样(How)”这六个问题，全面了解问题的本质和背后的原因。 例如，在项目管理中，可以运用 5W1H 方法来确定项目目标、明确任务分工、排定时间计划等，以确保项目的顺利进行。 3、因果图：9 个案例 可视化的工具，用于分析问题的根本原因。它以问题为中心，通过绘制问题与其影响因素之间的关系，揭示出潜在的因果链条。 4、知识脑图：9 个案例 知识脑图是一种将信息和知识结构化</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--




			<p>项目提出问题，选手现场应答，时间 3 分钟。</p> <p>2、比赛顺序。在大赛现场，通过随机抽签方式，决定农产品产销类、平台服务类参赛选手的比赛顺序。</p> <p>3、评分方式。大赛安排 7 位现场评委。评委根据参赛选手现场表现，按照评分标准对参赛项目打分，最低 60 分，最高 100 分（保留小数点后两位）。去掉一个最高分和一个最低分后，取平均分作为选手的最终得分（保留小数点后两位）。选手得分实时公布在比赛现场电子屏上。</p> <p><b>（三）评分标准</b></p> <p>突出项目的创新性、成长性、竞争力、可持续发展 and 联农带动等关键方面，设置 10 项评分标准。</p> <p><b>1、产品/服务质量（10 分）</b></p> <p>农产品产销类主要是准确阐述产品（服务）市场需求、目标客户及其对应的细分市场；阐明产品（服务）的独特性、领先性及品质特征，竞争优势和实现产业化的途径。平台服务类主要是准确阐述平台提供服务的市场需求、目标客户及其对应的细分市场；</p>					<p>3、产品型商业模式设计：15 个案例</p> <p>产品差异化商业模式设计</p> <p>产品品牌型商业模式设计</p> <p>核心零部件产品与整体产品商业模式设计</p> <p>产品区域领先与售后利润商业模式设计</p> <p>微型分割、产品金字塔和产品再定位商业模式设计</p> <p>4、客户型商业模式设计：12 个案例</p> <p>客户利润转移商业模式设计</p> <p>客户需求系统解决方案商业模式设计</p> <p>大客户商业模式设计</p> <p>创造客户需求商业模式设计</p> <p>5、资源型商业模式设计：9 个案例</p> <p>稀缺资源型商业模式设计</p> <p>资源整合型商业模式设计</p> <p>标准、知识产权与商业模式设计</p> <p>6、高新技术与商业模式设计：12 个案例</p> <p>3D 打印与商业模式设计</p> <p>大数据与商业模式设计</p>	
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--



				<p><b>4、竞争力 (10分)</b> 说明项目单位专业技术人才和研发团队情况, 掌握或拥有的核心技术情况 (如专利等), 研究开发组织管理水平和科技成果转化能力等情况, 核心技术与市场链接的经验做法。</p>	<p><b>5、核心团队 (10分)</b> 介绍初始和运营管理团队的履历背景、经验、能力、专长以及股权分配、组织架构和岗位职责分工, 需要说明参赛选手的股权情况、团队角色和分工。</p>	<p><b>6、商业模式 (10分)</b> 能够阐明项目或企业盈利方式和途径, 并具有独特性和差异化。商业模式需清晰说明价值主张、消费者目标群体、分销渠道、客户关系、现金流与利润、核心资源与资金人才、重要合伙人、成本架构等 8 个方面。</p>	<p><b>7、可持续发展 (10分)</b> 农产品产销类主要是践行绿色发展理念, 在研制绿色投入品、研发绿色生产技术、发展绿色产后增值技术、创新绿色低碳种养结构与技术模式、加强农业绿色发展基础研究、</p>			<p><b>(二) 比赛规则</b> 为保证大赛规范有序进行, 制定大赛现场路演比赛规则。 1、比赛形式。农产品产销类、平台服务类项目分别进行现场路演比赛。评比采取“5+3”模式, 即参赛选手通过口头陈述和参赛项目 PPT 展示, 时间 5 分钟; 评委针对项目提出问题, 选手现场应答, 时间 3 分钟。 2、比赛顺序。在大赛现场, 通过随机抽签方式, 决定农产品产销类、平台服务类参赛选手的比赛顺序。 3、评分方式。大赛安排 7 位现场评委。评委根据参赛选手现场表现, 按照评分标准对参赛项目打分, 最低 60 分, 最高 100 分 (保留小数点后两位)。去掉一个最高分和一个最低分后, 取平均分作为选手的最终得分 (保留小数点后两位)。选手得分实时公布在比赛现场电子屏上。</p>		
									<p><b>(三) 评分标准</b> 突出项目的创新性、成长性、竞争力、可持续发展 and 联农带动等关键方面, 设置</p>			

	<p>完善绿色标准体系方面有具体成果。平台服务类主要是践行绿色发展理念，注重销售产品的标准化、规模化生产，品牌化销售，有力促进乡村产业发展。</p> <p><b>8、投资价值（10分）</b></p> <p>有稳定的现金流和合理的利润回报。未来三年的财务预期目标、财务报表及相关财务指标合理准确。融资方案科学合理，需列出资金结构数量、投资回报预期和利益分配方式。</p> <p><b>9、联农带动（10分）</b></p> <p>推动产业发展，助力乡村振兴情况；带动农户增收致富情况；带动农民就业人数、培养新型农村实用人才情况以及对地方乡村产业的引领和示范作用等。</p> <p><b>10、现场展示效果（10分）</b></p> <p>项目陈述条理清晰、简洁明了、语言流畅、重点突出，PPT 结构清晰、内容完整、美观大方。能够准确理解并及时流畅回答评委问题，逻辑严谨。个人和团队整体精神面貌好，创业意识强。</p> <p><b>六、农村创新创业项目创意大赛案例库</b></p>			<p>10项评分标准。</p> <p><b>1、产品/服务质量（10分）</b></p> <p>农产品产销类主要是准确阐述产品（服务）市场需求、目标客户及其对应的细分市场；阐明产品（服务）的独特性、领先性及品质特征，竞争优势和实现产业化的途径。平台服务类主要是准确阐述平台提供服务的需求、目标客户及其对应的细分市场；阐明服务的独特性、领先性，服务领域的广泛性，竞争优势和实现产业化的途径。</p> <p><b>2、创新性（10分）</b></p> <p>农产品产销类主要是产品（服务）新颖且有独特创新，具有创新业态模式，或具有文化创新的属性，营销渠道创新，体现产业融合、要素流动和资源配置的创新等方式等。平台服务类主要是提供的服务新颖且有独特创新，或具有文化创新的属性，营销渠道创新，体现产业融合、要素流动和资源配置的创新等方式等。</p> <p><b>3、成长性（10分）</b></p> <p>农产品产销类主要是符合国家产业政策，主营业务聚焦且清晰，市场区隔分析准</p>		

						<p>产品包含创新思维方法项目案例 157 个，类型为文档和视频。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、包含农业种养殖项目 132 个</li> <li>2、农业施工工具项目 15 个</li> <li>3、农业信息化与流通项目 10 个。</li> </ol>							
					<p><b>七、外企业创新创业项目案例库</b></p> <p>产品包含创新思维方法项目案例 115 个，类型为文档和视频。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、包含农业农村项目 97 个</li> <li>2、商业与服务项目 8 个</li> <li>3、科技创新项目 10 个。</li> </ol>					<p><b>4、竞争力 (10 分)</b></p> <p>说明项目单位专业技术人才和研发团队情况，掌握或拥有的核心技术情况(如专利等)，研究开发组织管理水平和科技成果转化能力等情况，核心技术与市场链接的经验做法。</p>	<p>确并有独特见解，商业模式构建合理，有现实和潜在市场规模，有显著的竞争优势，随着市场以及业务(未来)拓展，收入和利润有增长趋势。平台服务类主要是符合国家产业政策，主营业务聚焦且清晰，市场区隔分析准确并有独特见解，商业模式构建合理，有现实和潜在市场规模，有显著的竞争优势，主营收入和利润增长较快。</p>		
					<p><b>八、交付成果：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、创新创业项目创意管理平台一套(U 盘交付)；产品用户手册一份。</li> <li>2、创新思维项目案例 55 个(U 盘交付)。</li> <li>3、创新思维测评工具库案例 45 个(U 盘交付)。</li> <li>4、商业模式设计训练库案例 60 个(U 盘交付)。</li> </ol>				<p><b>5、核心团队 (10 分)</b></p> <p>介绍初始和运营管理团队的履历背景、经验、能力、专长以及股权分配、组织架构和岗位职责分工，需要说明参赛选手演讲者的股权情况、团队角色和分工。</p>	<p><b>6、商业模式 (10 分)</b></p> <p>能够阐明项目或企业盈利方式和途径，并具独特性和差异化。商业模式需清晰说明</p>			



				<p>2) 支持摆放管线：支持管线、片状线类型，支持更改尺寸、离地高度、方向设置、属性设置，删除； 支持新建孪生体分类，定位/顶牌模型，为模型添加孪生体分类，无需分类映射； 3) 支持按层级保存摆放的模型，支持2D/3D 视图、放大/缩小场景、显示选区/显示全局。</p> <p>4、建筑数据孪生 支持建筑楼宇的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现建筑物整体轮廓及在三维场景中的位置。</p> <p>5、楼层数据孪生 支持楼层的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现建筑物内部整体轮廓。</p> <p>6、房间数据孪生 支持房间间的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现房间整体轮廓及结构布局。</p> <p>7、设备&amp;设施数字孪生 支持设备&amp;设施的孪生，以数字孪生可视觉化的形式完整呈现设施设备整体外观及在三维场景中的位置。</p>				<p>村产业的引领和示范作用等。</p> <p><b>10、现场展示效果（10分）</b> 项目陈述条理清晰、简洁明了、语言流畅、重点突出，PPT 结构清晰、内容完整、美观大方。能够准确理解并及时流畅回答评委问题，逻辑严谨。个人和团队整体精神面貌好，创业意识强。</p> <p><b>六、农村创新创业项目创意大赛案例库</b> 农村创新创业项目创意大赛案例库包含创新思维方法项目案例 157 个，类型为文档和视频。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、包含农业种养殖项目 132 个</li> <li>2、农业施工工具项目 15 个</li> <li>3、农业信息化与流通项目 10 个。</li> </ol> <p><b>七、外企业创新创业项目案例库</b> 外企业创新创业项目案例库包含创新思维方法项目案例 115 个，类型为文档和视频。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、包含农业农村项目 97 个</li> <li>2、商业与服务项目 8 个</li> <li>3、科技创新项目 10 个。</li> </ol>	
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--

			<p><b>8、数字孪生场景控制</b> 支持在指定空间层级下进行场景的操作。如自动旋转、视角切换、展开楼层等场景控制功能。</p> <p>▲9、视点动画管理 支持通过截取一个个场景的视点，组成一组动画；同时支持编辑解说文本，也支持上传语音。支持只播一次、单个动画循环，也支持列表循环播放。</p> <p>10、孪生场景浏览和编辑</p> <p>1) 支持在三维场景中直接进行可视化配置，包含资源中心、基础配置、孪生体集合、图层、业务、高级配置，配置后可即时预览效果并实时生效，无需重新加载场景。</p> <p>2) 支持场景内的点位拾取：支持选择拾取当前层级相对坐标或任何层级拾取园区绝对坐标。</p> <p>支持视角设置：支持自定义进入场景时不同层级、孪生体集合和业务默认的视角，包含对孪生体进行平移锁定以及视角的设置。</p> <p>3) 支持视点动画：包含创建动画、添加/删除/排序视点、动画预览。</p>			<p><b>八、我公司确保按照如下内容进行交付：</b></p> <p>1、创新创业项目创意管理平台一套（U盘交付）；产品用户手册一份。</p> <p>3、创新思维项目案例 55 个（U 盘交付）。</p> <p>3、创新思维测评工具库案例 45 个（U 盘交付）。</p> <p>4、商业模式设计训练库案例 60 个（U 盘交付）。</p> <p>5、<b>创新创业项目创意大赛路演仿真实训平台一套（U 盘交付）；产品用户手册一份</b></p> <p>6、农村创新创业项目创意大赛案例 157 个（U 盘交付）</p> <p>7、外企业创新创业项目案例库 115 个（U 盘交付）</p> <p><b>我公司此次投标的数字孪生平台均能满足如下技术要求：</b></p> <p>1、产品提供地图摆放器，支持在线摆放点、线、面，支持导入数据、添加孪生体分类，支持地图园区点的显示。</p> <p>2、产品支持创建园区场景、地图场景，</p>
数字孪生平台	1套					



			<p>4) 支持封面的截取：支持自定义调整场景封面，并一键截图设为该场景封面。</p> <p>5) 支持个人信息操作：场景中可查看用户登录信息，登出和登录。</p> <p>11、孪生场景设置</p> <p>支持对场景名称进行模糊搜索；可根据场景类型、名称、更改时间进行排序；可更改场景名称、描述、预览图；场景可配置、访问、置顶、发布和删除；可覆盖导入新场景及布局。</p> <p>12、孪生场景背景切换</p> <p>支持对指定层级应用场景背景，可以是图片、颜色、天空盒以及视频。</p>						<p>支持上传场景文件、GLTF 模型数据、地图场景数据、同时支持地图瓦片数据、地形数据、倾斜摄影数据的叠加加载及渲染。</p> <p>3、产品支持园区设备在线摆放</p> <p>1) 产品支持通过拖拽模型来实现三维场景中模型对象的生成、支持同时对单个或多个对象的属性编辑等。</p> <p>支持摆放设备：支持更改设备长、宽、高、离地高度、角度、水平/垂直翻转、锁定、删除、属性设置，支持复制设备、组合设备；</p> <p>2) 产品支持摆放管线：支持管线、片状线类型，支持更改尺寸、离地高度、方向设置、属性设置，删除；</p> <p>支持新建孪生体分类，定位/顶牌模型，为模型添加孪生体分类，无需分类映射；</p> <p>3) 产品支持按层级保存摆放的模型，支持2D/3D 视图、放大/缩小场景、显示选区/显示全局。</p> <p>4、产品支持建筑数据孪生</p> <p>支持建筑楼宇的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现建筑物整体轮廓及在三维场景中的位置。</p>	
		<p><b>二、孪生体管理</b></p> <p>▲1、孪生体分类管理</p> <p>支持根据业务要求创建不同的孪生体分类，分类字段可以根据业务需求进行灵活增减，定义的字段支持：字符串、整数、小数、枚举、日期、文本等。</p> <p>2、孪生体数据管理</p> <p>支持孪生体资产数据的在线录入、编辑、</p>								

				<p>删除；支持对孪生体某些属性进行批量编辑；支持通过 Excel 导入与导出；提供 API 接口可进行孪生体资产数据的更新。</p> <p>3、属性搜索</p> <p>支持在搜索栏中根据孪生体的属性信息作为条件进行精确搜索。</p> <p>4、孪生体集合管理</p> <p>支持创建，编辑、删除孪生体集合，支持根据孪生体的分类、属性、ID 以及 Thingjs 语法、JavaScript 函数等定义孪生体集合包含的孪生体的范围。</p> <p>5、孪生体面板</p> <p>支持对孪生体集合选择的孪生体配置物体面板，支持物体面板的创建，编辑和启用设置，包括显示基本属性信息，监控告警信息、设备空间查询等。</p> <p>6、孪生体监控联动</p> <p>支持通过 API 接口对接孪生体的监控数据包括性能数据、告警数据，并通过孪生体信息面板进行展示，并且支持根据孪生体的数据变化，3D 物体自动触发相关动作，如开关门、孪生体颜色变化等。</p>				<p>5、产品支持楼层数据孪生</p> <p>支持楼层的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现建筑物内部整体轮廓。</p> <p>6、产品支持房间数据孪生</p> <p>支持房间的孪生，以虚拟仿真的形式完整呈现房间整体轮廓及结构布局。</p> <p>7、产品支持设备&amp;设施数字孪生</p> <p>支持设备&amp;设施的孪生，以数字孪生可视化的形式完整呈现设备设施整体外观及在三维场景中的位置。</p> <p>8、产品支持数字孪生场景控制</p> <p>产品支持在指定空间层级下进行场景的操作。如自动旋转、视角切换、展开楼层等场景控制功能。</p> <p>▲9、产品支持视点动画管理</p> <p>产品支持通过截取一个个场景的视点，组成一组动画；同时支持编辑解说文本，也支持上传语音。支持只播一次、单个动画循环，也支持列表循环播放。</p> <p>10、产品支持孪生场景浏览和编辑</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品支持在三维场景中直接进行可视化配置，包含资源中心、基础配置、孪</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>7、孪生体反向控制 支持孪生体通过 API 调用反控接口，可通过孪生体控制物理对象。</p> <p>8、效果模板 支持对孪生体集合选择的孪生体应用场景效果，且支持零代码的配置方式进行效果调整。</p> <p>9、逻辑线展示 支持以逻辑线的方式对孪生体之间的连接情况进行展示，比如制冷回路、供暖管路等展示。</p>												
			<p><b>三、图层管理</b></p> <p>1、物体变色：支持孪生体自身颜色的改变。</p> <p>2、显示物体：支持控制孪生体的显示和隐藏。</p> <p>3、温度云图 支持将设备采集到的实时监控数据在系统中用不同颜色来表达温度的高低及变化情况，展示了温度在空间上的分布规律以及温度随时间的变化趋势。</p>										<p>生体集合、图层、业务、高级配置，配置后可即时预览效果并实时生效，无需重新加载场景。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品支持场景内的点位拾取：支持选择拾取当前层级相对坐标或任何层级拾取园区绝对坐标。</li> <li>● 产品支持视角设置：支持自定义进入场景时不同层级、孪生体集合和业务默认的视角，包含对孪生体进行平移锁定以及视角的设置。</li> <li>● 产品支持视点动画：包含创建动画、添加/删除/排序视点、动画预览。</li> <li>● 产品支持封面的截取：支持自定义调整场景封面，并一键截图设为该场景封面。</li> <li>● 产品支持个人信息操作：场景中可查看用户登录信息，登出和登录。</li> </ul> <p>11、产品支持孪生场景设置 产品支持对场景名称进行模糊搜索；可根据场景类型、名称、更改时间进行排序；可更改场景名称、描述、预览图；场景可配置、访问、置顶、发布和删除；可覆盖导入新场</p>		

			<p><b>4、图层配置</b></p> <p>支持显示孪生体集合的控制按钮，可通过点击图层，激活某一类孪生体的配饰或显隐等特殊效果。</p> <p><b>四、业务管理</b></p> <p><b>1、业务基础管理</b></p> <p>支持根据数字孪生的不同业务需求，配置各类业务菜单，每个业务可以包含所需的各类图层，由用户自己来定义的业务，用户可以自定义业务名称、各种图表样式等，从而可灵活的自定义出一套数字孪生可视化系统。</p> <p><b>2、业务图表展示</b></p> <p>支持在不同的业务中配置不同的统计展示图表，可以在屏幕左右侧分别展示或者同时两边两侧展示；支持通过配置对图表进行颜色、样式及宽高的设置。</p> <p><b>3、告警列表</b></p> <p>支持以列表形式展示告警内容。列表中可进行告警内容的统计、过滤、搜索、定位等操作，并能根据业务不同在各自业务模块进行</p>					<p><b>景及布局</b></p> <p><b>12、产品支持孪生场景背景切换</b></p> <p>产品支持对指定层级应用场景背景,可以是图片、颜色、天空盒以及视频。</p> <p><b>▲13、产品支持孪生体分类管理</b></p> <p>产品支持根据业务要求创建不同的孪生体分类,分类字段可以根据业务需求进行灵活增减,定义的字段支持:字符串、整数、小数、枚举、日期、文本等。</p> <p><b>14、产品支持孪生体数据管理</b></p> <p>产品支持孪生体资产数据的在线录入、编辑、删除;支持对孪生体某些属性进行批量编辑;支持通过 Excel 导入与导出;提供 API 接口可进行孪生体资产数据的更新。</p> <p><b>15、属性搜索</b></p> <p>支持在搜索栏中根据孪生体的属性信息作为条件进行精确搜索。</p> <p><b>16、产品支持孪生体集合管理</b></p> <p>产品支持创建,编辑、删除孪生体集合,支持根据孪生体的分类、属性、ID, 以及 Thingsjs 语法、JavaScript 函数等定义孪生体集合包含的孪生体的范围。</p>		

				<p>告警过滤。</p> <p>4、设备控制</p> <p>支持系统通过接口对接的方式与专业软件对接，从而实现对现实设备的远程控制，如对接智能门禁系统后，即可在数字空间中实现对门禁系统的开关操作。</p> <p>5、设备搜索</p> <p>支持在系统中根据孪生体的属性信息对其进行精准搜索，搜索结果以列表的形式呈现，双击列表中搜索到的结果可实现对孪生体的精准定位。</p> <p>6、轨迹展示</p> <p>支持通过对接专业定位系统，实现对人员轨迹的绘制；通过该功能可以了解到该人员在场景的具体行动路线。</p> <p>7、摄像头管理</p> <p>1) 支持集成智能视频监控系統，直观展示楼宇内的视频监控系统的摄像头空间布局及工况，摄像头实时视频内容展示。</p> <p>2) 支持集成告警监控系统，实时展示安防监控设备相关的告警信息，可以对告警进行筛选，可以通过告警列表快速在定位设备</p>					<p>17、产品支持孪生体面板</p> <p>产品支持对孪生体集合选择的孪生体配置物体面板，支持物体面板的创建，编辑和启用设置，包括显示基本属性信息，监控告警信息、设备空间查询等。</p> <p>18、产品支持孪生体监控联动</p> <p>产品支持通过 API 接口对接孪生体的监控数据包括性能数据、告警数据，并通过孪生体信息面板进行展示，并且支持根据孪生体的数据变化，3D 物体自动触发相关动作，如开关门、孪生体颜色变化等。</p> <p>19、产品支持孪生体反向控制</p> <p>产品支持孪生体通过 API 调用反控接口，可通过孪生体控制物理对象。</p> <p>20、产品支持效果模板</p> <p>产品支持对孪生体集合选择的孪生体应用场景效果，且支持零代码的配置方式进行效果调整。</p> <p>21、产品支持逻辑线展示</p> <p>产品支持以逻辑线的方式对孪生体之间的连接情况进行展示，比如制冷回路、供暖管路等展示。</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

				<p>在场景中的位置。</p> <p>支持以列表方式展示安防监控设备，并能进行模糊搜索，可以直接通过设备列表定位到该设备在 3D 场景汇总的位置。</p> <p>3) 支持通过轮播清单的方式进行视频监控图像的展示，还可进行视频监控的可视区域与监控盲区的展示分析。</p> <p>8、设备列表</p> <p>支持以列表方式展示各类孪生体信息，同时对伴有告警发生的孪生体会高亮显示。在设备列表的输入框中可以进行模糊搜索以实现设备的快速查找定位，双击设备列表中的数据还可以实现对孪生体的快速定位。</p> <p><b>五、资源中心</b></p> <p>▲ 1、效果模板库</p> <p>系统须内置多种可选择的效果模板，通过设置不同的效果模板来改变孪生体、孪生体集合及业务的展示效果。</p> <p>2、点位展示</p> <p>支持孪生体以顶图片或模型的方式展示出来，直观标注孪生体在数字空间中的位置。</p>					<p>22、产品提供物体变色图层</p> <p>产品提供并支持孪生体自身颜色的改变的图层</p> <p>23、产品提供显示物体图层</p> <p>产品提供并支持孪生体显示及隐藏的图层。</p> <p>24、产品提供并支持温度云图图层</p> <p>产品提供并支持将设备采集到的实时监控数据在系统中用不同颜色来表达温度的高低及变化情况，展示温度在空间上的分布规律，以及温度随时间的变化趋势。</p> <p>25、产品支持业务基础管理</p> <p>产品支持根据数字孪生的不同业务需求，配置各类业务菜单，每个业务可以包含所需的各类图层，由用户自己来定义的业务，用户可以自定义业务名称、各种图表样式等，从而可灵活的自定义出一套数字孪生可视化系统。</p> <p>26、产品支持业务图表展示</p> <p>产品支持在不同的业务中配置不同的统计展示图表，可以在屏幕左右侧分别展示或者同时两边两侧展示；支持通过配置对图表进行颜色、样式及宽高的设置。</p>		

				<p>3、顶牌信息面板 通过配置不同的顶牌信息面板来展示李生体的数据，顶牌信息面板形式多样，可以只显示李生体的名称，也可以以图形加数据的形式来显示物体的属性值信息等。</p> <p>4、李生体报警信息面板 支持为李生体配置报警展示信息的面板；在该类面板配置中可以选择告警的排序方式及每页列表的显示条数等。</p> <p>5、李生体文本信息面板 支持为李生体配置文本展示信息的面板；在该类面板中可设置文本信息的展示条数及窗口的高宽等。</p> <p>6、李生体模型信息面板 支持为李生体配置模型展示信息的面板；在该类面板中可设置面板高度和模型链接。</p> <p>7、李生体操作面板 支持为李生体配置可交互的控制类面板；在该类面板中可设置交互的触发条件等。</p> <p>8、场景控制 支持为不同的层级配置不同的快捷使用</p>					<p>27、产品支持告警列表 产品支持以列表形式展示告警内容。列表中可进行告警内容的统计、过滤、搜索、定位等操作，并能根据业务不同在各自业务模块进行告警过滤。</p> <p>28、产品支持设备控制 产品支持系统通过接口对接的方式与专业软件对接，从而实现对现实设备的远程控制，如对接智能门禁系统后，即可在数字空间中实现对门禁系统的开关操作。</p> <p>29、产品支持设备搜索 产品支持在系统中根据李生体的属性信息对其进行精准搜索，搜索结果以列表的形式呈现，双击列表中搜索到的结果可实现对李生体的精准定位。</p> <p>30、产品支持轨迹展示 产品支持通过对接专业定位系统，实现对人员轨迹的绘制；通过该功能可以了解到该人员在场景的具体行动路线。</p> <p>31、产品支持摄像头管理</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品支持集成智能视频监控系统，直观展示楼宇内的视频监控系统的摄像头</li> </ul>			
--	--	--	--	---	--	--	--	--	---	--	--	--


				<p>方式,其中包括旋转场景、2D/3D 视角切换、楼层展开等。</p> <p>9、图层模板库 系统须内置多种图层的模板,以满足各种不同的业务需求。</p> <p>10、媒体组件库 系统须提供多种供选择的媒体组件,比如视频图片组件和视频轮播组件。</p> <p>11、图表库 系统须提供丰富的图表资源供用户选择,满足基本的大屏需求,比如:体现数据并列关系及占比的多环图、表现变化趋势及对比关系的曲线图及各类占比的单环图等。</p> <p>12、模型上传 支持在离线部署环境中模型文件的上传,即可将多个模型文件打包进行上传,也可对单个模型文件进行上传。当出现两次上传同一个 ID 的模型文件时,后上传的模型文件会覆盖前一个模型文件。</p> <p>13、扩展插件 支持符合 JS 语法的插件上传。基于系统逻辑,扩展插件可提升可视化配置功能,优</p>					<p>空间布局及工况,摄像头实时视频内容展示。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 产品支持集成告警监控系统,实时展示安防监控设备相关的告警信息,可以对告警进行筛选,可以通过告警列表快速在定位设备在场景中的位置。</li> <li>● 产品支持以列表方式展示安防监控设备,并能进行模糊搜索,可以直接通过设备列表定位到该设备在 3D 场景汇总的位置。</li> <li>● 产品支持通过轮播清单的方式进行视频监控图像的展示,还可进行视频监控的可视区域与监控盲区的展示分析。</li> </ul> <p>32、产品支持设备列表 产品支持以列表方式展示各类孪生体信息,同时对伴有告警发生的孪生体会高亮显示。在设备列表的输入框中可以进行模糊搜索以实现设备的快速查找定位,双击设备列表中的数据还可以实现对孪生体的快速定位。</p> <p>▲33、产品提供并支持效果模板库 系统须内置多种可选择的效果模板,通过设置不同的效果模板来改变孪生体、孪生体集</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



			<p>化数字孪生场景展示效果或交互方式。</p> <p>14、支持二次开发</p> <p><b>六、配置管理</b></p> <p>1、基础配置</p> <p>支持设置一些基础的配置信息，包括告警、监控的刷新时间、系统 logo 的替换、上传/下载配置文件等。</p> <p>2、资源中心管理</p> <p>支持对可视化配置资源进行上传、下载、删除及查看等管理。</p> <p>3、孪生体管理</p> <p>支持为孪生体集合进行个性化配置，包含标记、孪生体面板、场景控制、背景（颜色、图片、天空盒、视频）、通过操作集触发事件。</p> <p>4、图层设置</p> <p>支持设置三维场景中图层和子图层显示方式，添加图层可设置启停，编辑图层树，设置图层互斥，图层可更换图标。</p> <p>5、业务设置</p> <p>支持对业务的新增、排序、图标修改、</p>				<p>合及业务的展示效果。</p> <p>34、产品支持点位展示</p> <p>产品支持孪生体以顶图片或模型的方式展示出来，直观标注孪生体在数字空间中的位置。</p> <p>35、产品支持顶牌信息面板</p> <p>产品支持通过配置不同的顶牌信息面板来展示孪生体的数据，顶牌信息面板形式多样，可以只显示孪生体的名称，也可以以图形加数据的形式来显示物体的属性值信息等。</p> <p>36、产品支持孪生体报警信息面板</p> <p>产品支持为孪生体配置报警展示信息的面板；在该类面板配置中可以选择告警的排序方式及每页列表的显示条数等。</p> <p>37、产品支持孪生体文本信息面板</p> <p>产品支持为孪生体配置文本展示信息的面板；在该类面板中可设置文本信息的展示条数及窗口的高宽等。</p> <p>38、产品支持孪生体模型信息面板</p> <p>产品支持为孪生体配置模型展示信息的面板；在该类面板中可设置面板高度和模型链</p>			
--	--	--	---	--	--	--	---	--	--	--

				<p>图表编辑、业务启停、业务视角等设置。</p> <p>支持新增自定义业务是指根据实际业务需要，由用户自己来定义的业务，用户可以自定义业务名称、各种图表样式及业务的展示方式等。</p> <p>6、高级配置</p> <p>支持对场景加载的设置（如预加载）；</p> <p>支持对系统事件进行增加、删除和更新等操作。</p> <p>操作集：支持用户通过拖拉拽的方式使用一系列封装好的原子组件，通过自由组合的方式实现相对复杂的业务场景。</p> <p>7、字典管理</p> <p>支持对系统中基础操作事件和生效情景的新建、修改、删除等操作。</p> <p>8、模拟数据</p> <p>支持对孪生体“性能”及“告警”信息进行在线数据模拟，通过推送数据可实现该目标可视化性能展示及告警提示。</p> <p><b>七、后台管理</b></p> <p>1、用户管理：支持创建、删除和编辑系统的用户信息。</p>					<p>接。</p> <p>39、产品支持孪生体操作面板</p> <p>产品支持为孪生体配置可交互的控制类面板；在该类面板中可设置交互的触发条件等。</p> <p>40、产品支持场景控制</p> <p>产品支持为不同的层级配置不同的快捷使用方式，其中包括旋转场景、2D/3D 视角切换、楼层展开等。</p> <p>41、产品提供并支持图层模板库</p> <p>系统须内置多种图层的模板，以满足各种不同的业务需求。</p> <p>42、产品支持模型上传</p> <p>产品支持在离线部署环境中模型文件的上传，即将多个模型文件打包进行上传，也可对单个模型文件进行上传。当出现两次上传同一个 ID 的模型文件时，后上传的模型文件会覆盖前一个模型文件。</p> <p>43、产品支持扩展插件</p> <p>产品支持符合 JS 语法的插件上传。基于系统逻辑，扩展插件可提升可视化配置功能，优化数字孪生场景展示效果或交互方式。</p>		

					<p>2、角色管理：支持创建、删除和编辑系统的角色信息。</p> <p>3、日志管理：支持对系统的登录日志、配置日志及操作日志的查看。</p> <p>4、环境迁移：支持对环境数据的迁入、迁出及恢复出厂设置操作。</p> <p><b>八、交付成果</b></p> <p>1、数字孪生平台一套（U 盘交付）</p> <p>2、产品用户手册一份</p> <p>整合直播和视频录制功能，可随机切换功能模式。</p> <p>一、直播功能模块：</p> <p>1、资源：主播形象内置 10+个预设主播形象，适用各个行业直播，支持定制 AI 主播导入；主播音色：可自定义设置，共 32 个音色，支持男声、女声、童声、方言，支持定制声线；背景、前景：内置超 100 款背景模板。</p> <p>2、直播间数量：支持添加多个个直播间列表预设（无上限，以系统配置支持为准）。</p> <p>3、场景功能：支持导入 JPG、PNG 50MB 以内图片、MP4，AVI 200MB 以内视</p>				<p>44、产品支持二次开发</p> <p>45、产品支持基础配置</p> <p>产品支持设置一些基础的配置信息,包括告警、监控的刷新时间、系统 logo 的替换、上传/下载配置文件等。</p> <p>46、产品支持资源中心管理</p> <p>产品支持对可视化配置资源进行上传、下载、删除及查看等管理。</p> <p>47、产品支持孪生体管理</p> <p>产品支持为孪生体集合进行个性化配置,包含标记、孪生体面板、场景控制、背景(颜色、图片、天空盒、视频)、通过操作集触发事件。</p> <p>48、产品支持图层设置</p> <p>产品支持设置三维场景中图层和子图层显示方式,添加图层可设置启停、编辑图层树,设置图层互斥,图层可更换图标。</p> <p>49、产品支持业务设置</p> <p>产品支持对业务的新增、排序、图标修改、图表编辑、业务启停、业务视角等设置。</p> <p>产品支持新增自定义业务是指根据实际业务需要,由用户自己来定义的业务,用户可</p>									
1 套	虚拟直播系统																	

	<p>频场景；每个直播列表支持不同背景预设，支持一个直播间多张背景选择。</p> <p>4、前景功能：支持导入 JPG、PNG、GIF 格式资源。</p> <p>5、商品设置功能：商品素材支持 30 个商品素材的设置，商品素材可自定义导入及编辑尺寸大小；解说文案：支持自定义脚本；支持文案类随机播放和顺序播放商品。</p> <p>6、推流功能：支持虚拟摄像头、屏幕捕获功能进行推流。</p> <p>7、互动功能：支持自定义问答库，可设置多条问题（无上限，以系统配置支持为准）进行弹幕回复。</p> <p>二、视频录制模块：</p> <p>1、支持快速导入 PPT，生成 PPT 讲解视频模板。</p> <p>2、草稿箱：支持添加多个 PPT 模板，一键保存当前设置并将其存放在草稿箱中（无上限，以系统配置支持为准）。支持单个草稿文件的重命名、复制和删除。</p> <p>3、成片显示：显示已经合成好的视频，支持一键预览</p>		<p>以自定义业务名称、各种图表样式及业务的展示方式等。</p> <p>50、产品支持高级配置</p> <p>产品支持对场景加载的设置（如预加载）；产品支持对系统事件进行增加、删除和更新等操作。</p> <p>操作集：支持用户通过拖拉拽的方式使用一系列封装好的原子组件，通过自由组合的方式实现相对复杂的业务场景。</p> <p>51、产品支持字典管理</p> <p>产品支持对系统中基础操作事件和生效情景等的新建、修改、删除等操作。</p> <p>52、产品支持模拟数据</p> <p>产品支持对孪生体“性能”及“告警”信息进行在线数据模拟，通过推送数据可实现该目标可视化性能展示及告警提示。</p> <p>53、产品支持用户管理</p> <p>产品支持创建、删除和编辑系统的用户信息</p>  <p>54、产品支持角色管理</p> <p>产品支持创建、删除和编辑系统的角色信</p>
--	---	--	---

					4、文本字幕设置：支持字幕开关显示功能，支持字符大小、样式和颜色调节。 5、资源：直播形象内置 10+个预设直播形象，支持定制 AI 直播导入；直播音色：可自定义设置，共 32 个音色，支持男声、女声、童声、方言，支持定制声线；背景：内置超 100 款背景模板。 三、交付成果 1、虚拟直播系统一套（U 盘交付） 2、产品用户手册一份					
					包含 6 门课程，分别为：1、品牌策划与推广课程；2、直播营销课程；3、直播运营课程；4、内容策划与编辑课程；5、营销渠道运维课程；6、新媒体推广课程。 一、品牌策划与推广课程资源建设要求 (一)建设内容 任务一：品牌认知 1、品牌的涵义 2、品牌的属性 3、品牌发展历程 4、品牌价值 5、品牌与营销的关系	4	课程建设	1 个	5 课程建设	
					55、产品支持日志管理 产品支持对系统的登录日志、配置日志及操	57、可提供交付成果 1、数字孪生平台一套（U 盘交付） 2、产品用户手册一份	虚拟直播系统	1 套		
							满足如下技术要求： 虚拟直播系统整合直播和视频录制功能，可随机切换功能模式。 一、虚拟直播系统直播功能模块内容： 1、虚拟直播系统资源直播形象内置			

			<p>6、品牌构建</p> <p>7、品牌认知案例分析一</p> <p>8、品牌认知案例分析二</p> <p><b>任务二：品牌定位策划</b></p> <p>1、品牌现状分析</p> <p>2、品牌定位内涵</p> <p>3、品牌定位的原则</p> <p>4、品牌定位的意义</p> <p>5、品牌个性的内涵</p> <p>6、提炼品牌个性</p> <p>7、品牌人格化</p> <p>8、品牌命名</p> <p>9、品牌广告语创作</p> <p>10、品牌定位的方法</p> <p>11、品牌定位策略一</p> <p>12、品牌定位策略二</p> <p>13、品牌定位评估</p> <p>14、品牌定位案例分析一</p> <p>15、品牌定位案例分析二</p> <p><b>任务三：品牌形象策划</b></p> <p>1、品牌形象的构成要素</p> <p>2、品牌文化</p>				<p>10+个预设主播形象，适用各个行业直播，支持定制 AI 主播导入；主播音色：可自定义设置，共 32 个音色，支持男声、女声、童声、方言，支持定制声线；背景、前景：内置超 100 款背景模板。</p> <p>2、虚拟直播系统直播间数量支持添加多个个直播间列表预设（无上限，以系统配置支持为准）。</p> <p>3、虚拟直播系统场景功能支持导入 JPG、PNG 50MB 以内图片、MP4，AVI 200MB 以内视频场景；每个直播列表支持不同背景预设，支持一个直播间多张背景选择。</p> <p>4、虚拟直播系统前景功能支持导入 JPG、PNG、GIF 格式资源。</p> <p>5、虚拟直播系统商品设置功能商品素材支持 30 个商品素材的设置，商品素材可自定义导入及编辑尺寸大小；解说文案：支持自定义脚本；支持文案类随机播放和顺序播放商品。</p> <p>6、虚拟直播系统推流功能支持虚拟摄像头、屏幕捕获功能进行推流。</p>			



		<p>10、品牌推广活动策划一 11、品牌推广活动策划二 12、品牌推广活动策划三 13、品牌推广案例分析一 14、品牌推广案例分析二</p> <p><b>项目五：品牌管理</b></p> <p>1、品牌营销战略涵义 2、品牌营销战略类型一 3、品牌营销战略类型二 4、品牌营销管理内容 5、品牌形象识别管理 6、品牌延伸的内涵 7、品牌延伸优势与风险 8、品牌延伸策略 9、品牌延伸决策 10、品牌危机公关认知 11、品牌危机管理一 12、品牌危机管理二 13、品牌管理案例分析一 14、品牌管理案例分析二</p> <p><b>(二) 交付内容</b> 课程建设内容如下：</p>		4	课程建设	课程建设	511个	<p>2、产品用户手册一份</p> <p>我公司此次投标均能满足如下技术要求： 本项目课程建设包含6门课程,511个PPT，分别为：1、品牌策划与推广课程；2、直播营销课程；3、直播运营课程；4、内容策划与编辑课程；5、营销渠道运营课程；6、新媒体推广课程。</p> <p><b>一、品牌策划与推广课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：品牌认知</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、品牌的涵义</li> <li>2、品牌的属性</li> <li>3、品牌发展历程</li> <li>4、品牌价值</li> <li>5、品牌与营销的关系</li> <li>6、品牌构建</li> <li>7、品牌认知案例分析一</li> <li>8、品牌认知案例分析二</li> </ol> <p><b>任务二：品牌定位策划</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、品牌现状分析</li> <li>2、品牌定位内涵</li> </ol>
--	--	---	--	---	------	------	------	--



					<p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p>												<p>3、品牌定位的原则</p> <p>4、品牌定位的意义</p> <p>5、品牌个性的内涵</p> <p>6、提炼品牌个性</p> <p>7、品牌人格化</p> <p>8、品牌命名</p> <p>9、品牌广告语创作</p> <p>10、品牌定位的方法</p> <p>11、品牌定位策略一</p> <p>12、品牌定位策略二</p> <p>13、品牌定位评估</p> <p>14、品牌定位案例分析一</p> <p>15、品牌定位案例分析二</p>						
					<p><b>二、直播营销课程资源建设要求</b></p> <p><b>（一）建设内容</b></p> <p><b>任务一、认识直播营销</b></p> <p>1、直播的基本概念</p> <p>2、直播的发展历程</p> <p>3、直播的营销价值</p> <p>4、直播的意义和作用</p> <p>5、直播平台的选择和使用</p> <p>6、直播内容的策划和设计</p> <p>7、直播营销的策略</p> <p>8、直播营销的价值观</p> <p>9、直播营销案例分析</p> <p>10、直播账号的人设</p>												<p><b>任务三：品牌形象策划</b></p> <p>1、品牌形象的构成要素</p> <p>2、品牌文化</p> <p>3、品牌个性（一）</p> <p>4、品牌个性（二）</p> <p>5、品牌名称策划一</p> <p>6、品牌名称策划二</p> <p>7、品牌感官策划一</p> <p>8、品牌感官策划二</p>						

				<ul style="list-style-type: none"> <li>11、直播账号的商业定位</li> <li>12、直播账号的内容定位</li> <li>13、直播营销的禁忌</li> <li>14、直播的审核规则</li> <li>15、直播运营的工作重点</li> <li>16、直播设备的准备与调试</li> <li>17、新号直播扶持期</li> <li>18、主播最重要的能力</li> <li>19、主播的口才</li> <li>20、主播的交流方式</li> <li>21、主播的技巧</li> <li>22、什么是用户画像</li> <li>23、用户画像的作用</li> <li>24、选定目标人群</li> <li>25、关键的数据标签</li> <li>26、成为 KOC 的路径</li> </ul> <p><b>任务二、电商直播</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、淘宝直播平台简介</li> <li>2、个人入驻淘宝直播的要求</li> <li>3、淘宝直播浮现权</li> <li>4、对直播间场地进行规划</li> <li>5、对直播间设备进行规划</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>9、品牌感官策划三</li> <li>10、品牌包装策划一</li> <li>11、品牌包装策划二</li> <li>12、品牌形象策划要点</li> <li>13、品牌形象策划案例分析一</li> <li>14、品牌形象策划案例分析二</li> </ul> <p><b>任务四：品牌推广</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、认知品牌推广</li> <li>2、品牌推广渠道认知</li> <li>3、品牌推广渠道分析一</li> <li>4、品牌推广渠道分析二</li> <li>5、品牌形象推广一</li> <li>6、品牌推广推广策略一</li> <li>7、品牌推广推广策略二</li> <li>8、品牌叙事推广策略一</li> <li>9、品牌叙事推广策略二</li> <li>10、品牌推广活动策划一</li> <li>11、品牌推广活动策划二</li> <li>12、品牌推广活动策划三</li> <li>13、品牌推广案例分析一</li> <li>14、品牌推广案例分析二</li> </ul> <p><b>项目五：品牌管理</b></p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

			<p>6、挑选合适的产品和主播</p> <p>7、淘宝直播的操作</p> <p>8、电商直播的技巧</p> <p>9、直播的运营团队</p> <p>10、直播前的准备</p> <p>11、直播间活动策划</p> <p>12、主播的准备</p> <p>13、直播的时间规划和流程管理</p> <p>14、直播流程脚本</p> <p>15、直播单品流程</p> <p>16、直播单品脚本</p> <p>17、直播话术</p> <p>18、京东直播平台简介</p> <p>19、达人入驻京东直播的条件</p> <p><b>任务三、抖音直播</b></p> <p>1、了解抖音算法</p> <p>2、抖音直播规则</p> <p>3、抖音直播禁忌</p> <p>4、抖音新号的直播扶持</p> <p>5、开通抖音直播的方法</p> <p>6、直播的核心逻辑</p> <p>7、直播流量准备</p>			<p>1、品牌营销战略涵义</p> <p>2、品牌营销战略类型一</p> <p>3、品牌营销战略类型二</p> <p>4、品牌营销管理内容</p> <p>5、品牌形象识别管理</p> <p>6、品牌延伸的内涵</p> <p>7、品牌延伸优势与风险</p> <p>8、品牌延伸策略</p> <p>9、品牌延伸决策</p> <p>10、品牌危机公关认知</p> <p>11、品牌危机管理一</p> <p>12、品牌危机管理二</p> <p>13、品牌管理案例分析一</p> <p>14、品牌管理案例分析二</p> <p><b>(二) 我们公司严格按照如下要求进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我们公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上，我们公司依据学校教学需求进行研制。</p>		
--	--	--	---	--	--	---	--	--

					<p>8、直播预告</p> <p>9、直播引流预热</p> <p>10、直播间的权重</p> <p>11、如何营造直播间氛围</p> <p>12、提高直播间转化的玩法</p> <p>13、如何增加直播间用户黏性</p> <p>14、直播复盘的意义</p> <p>15、通过数据发现问题</p> <p>16、主播能力的优化方向</p> <p><b>(二) 交付内容</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>三、直播运营课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：直播准备</b></p>	
				<p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>二、直播营销课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一、认识直播营销</b></p> <p>1、直播的基本概念</p> <p>2、直播的发展历程</p> <p>3、直播的营销价值</p> <p>4、直播的意义和作用</p> <p>5、直播平台的选择和使用</p> <p>6、直播内容的策划和设计</p> <p>7、直播营销的策略</p> <p>8、直播营销的价值观</p> <p>9、直播营销案例分析</p> <p>10、直播账号的人设</p> <p>11、直播账号的商业定位</p> <p>12、直播账号的内容定位</p> <p>13、直播营销的禁忌</p> <p>14、直播的审核规则</p> <p>15、直播运营的工作重点</p> <p>16、直播设备的准备与调试</p>		



									<ul style="list-style-type: none"> <li>1、 直播带货的优势</li> <li>2、 直播带货的步骤</li> <li>3、 用户信任提升技巧</li> <li>4、 用户痛点分析</li> <li>5、 产品价值与亮点分析</li> <li>6、 促单技巧分析</li> <li>7、 导购方法分析</li> <li>8、 产品营销方法分析</li> </ul> <p><b>任务五：直播运营内容</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、 明确直播目的</li> <li>2、 热点策划方法</li> <li>3、 直播话题策划</li> <li>4、 直播传播运营模式分析</li> <li>5、 发布会式直播分析</li> <li>6、 限时式直播分析</li> <li>7、 IP 式直播分析</li> <li>8、 优质内容策划</li> <li>9、 多平台直播推广策略分析</li> <li>10、 社交网络自有推广分析</li> <li>11、 品牌口碑专业推广分析</li> <li>12、 论坛推广分析</li> <li>13、 软文推广分析</li> </ul>							
										<ul style="list-style-type: none"> <li>12、 主播的准备</li> <li>13、 直播的时间规划和流程管理</li> <li>14、 直播流程脚本</li> <li>15、 直播单品流程</li> <li>16、 直播单品脚本</li> <li>17、 直播话术</li> <li>18、 京东直播平台简介</li> <li>19、 达人入驻京东直播的条件</li> </ul> <p><b>任务三、抖音直播</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1、 了解抖音算法</li> <li>2、 抖音直播规则</li> <li>3、 抖音直播禁忌</li> <li>4、 抖音新号的直播扶持</li> <li>5、 开通抖音直播的方法</li> <li>6、 直播的核心逻辑</li> <li>7、 直播流量准备</li> <li>8、 直播预告</li> <li>9、 直播引流预热</li> <li>10、 直播间的权重</li> <li>11、 如何营造直播间氛围</li> <li>12、 提高直播间转化的玩法</li> <li>13、 如何增加直播间用户黏性</li> </ul>						

					<p>14、跨平台联盟推广分析</p> <p>15、借势营销推广</p> <p><b>任务六：直播文案写作技巧</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、创作直播标题</li> <li>2、直播文案类型分析</li> <li>3、直播单品脚本分析</li> <li>4、直播整场脚本分析</li> <li>5、直播文案特质分析</li> </ol> <p><b>任务七：入驻热门直播平台</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、直播入驻技巧</li> <li>2、直播运营技巧</li> <li>3、淘宝直播入驻流程</li> <li>4、淘宝直播引流技巧</li> <li>5、抖音直播入驻流程</li> <li>6、抖音直播引流技巧</li> </ol> <p><b>任务八：直播互动策划</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、直播方案的 5 大要素</li> <li>2、直播营销方案的执行</li> <li>3、直播引流方法分析</li> <li>4、直播活动方案模板分析</li> <li>5、直播活动常见开场</li> <li>6、直播互动玩法分析</li> </ol>								<p>14、直播复盘的意义</p> <p>15、通过数据发现问题</p> <p>16、直播能力的优化方向</p> <p><b>(二) 我公司严格按照如下要求进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我公司依据学校教学需求进行研制。</li> <li>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。我公司依据学校教学需求进行研制。</li> <li>3、微课 20 个。</li> <li>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</li> </ol> <p><b>三、直播运营课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：直播准备</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、直播间摄像头类型与选择方法</li> <li>2、直播间灯光效果分析</li> <li>3、直播间声卡分析</li> <li>4、直播间装修布置</li> <li>5、直播时间预告准备</li> </ol>					

<p><b>任务九：直播盈利模式</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、直播流量变现方式</li> <li>2、MCN 机构化运营变现</li> <li>3、植入广告变现方法</li> <li>4、现场订购流量变现</li> <li>5、直播衍生的变现方式</li> <li>6、形象代言人推广</li> </ol> <p><b>(二) 交付内容</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</li> <li>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</li> <li>3、微课 20 个。</li> <li>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</li> </ol> <p><b>四、内容策划与编辑课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：如何让内容直指人心</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、内容策划的本质</li> <li>2、持续性内容</li> </ol>					<ol style="list-style-type: none"> <li>6、直播封面设计</li> <li>7、直播标签设置分类</li> <li>8、直播间常见错误分析</li> </ol> <p><b>任务二：内容脚本策划</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、PGC 专业生产内容分析</li> <li>2、BGC 品牌生产内容分析</li> <li>3、UGC 用户生产内容分析</li> <li>4、直播大纲策划</li> <li>5、直播脚本撰写方法</li> </ol> <p><b>任务三：主播能力提升</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、人设的定义与作用</li> <li>2、打造合适人设的方法</li> <li>3、主播形象塑造方法</li> <li>4、直播常见话术分析</li> <li>5、主播表达能力提升机巧</li> <li>6、常用话术模板分析</li> </ol> <p><b>任务四：直播带货分析</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、直播带货的优势</li> <li>2、直播带货的步骤</li> <li>3、用户信任提升技巧</li> <li>4、用户痛点分析</li> <li>5、产品价值与亮点分析</li> </ol>					



							<p>3、促销性内容</p> <p>4、热点性内容</p> <p>5、即时性内容</p> <p><b>任务二：内容策划的策略</b></p> <p>1、建立一个创意内容库</p> <p>2、建立不同内容类型的合理组合</p> <p>3、建立和持续经营“私域流量”</p> <p>4、找到适合业务特性的发布节奏</p> <p>5、建立对不同类型内容效果衡量的机制</p> <p>6、内容策划的误区</p> <p><b>任务三：内容策划的要点</b></p> <p>1、有营销意图的内容策划</p> <p>2、以客户为导向的内容策划</p> <p>3、遵循内容的倒金字塔原则</p> <p>4、利用设计将内容营销的效果化</p> <p><b>任务四：利用消费者体验心理动线布局内容</b></p> <p>1、内容策划的核心</p> <p>2、消费者体验的心理动线</p> <p>3、从定位到塑造品牌强感知</p> <p>4、利用场景创造品牌触点</p> <p>5、制造引发参与感的内容</p> <p>6、激起用户兴趣做“任务”</p>																								
																					<p>6、促单技巧分析</p> <p>7、导购方法分析</p> <p>8、产品营销方法分析</p> <p><b>任务五：直播运营内容</b></p> <p>1、明确直播目的</p> <p>2、热点策划方法</p> <p>3、直播话题策划</p> <p>4、直播传播运营模式分析</p> <p>5、发布会式直播分析</p> <p>6、限时式直播分析</p> <p>7、IP式直播分析</p> <p>8、优质内容策划</p> <p>9、多平台直播推广策略分析</p> <p>10、社交网络自有推广分析</p> <p>11、品牌口碑专业推广分析</p> <p>12、论坛推广分析</p> <p>13、软文推广分析</p> <p>14、跨平台联盟推广分析</p> <p>15、借势营销推广</p> <p><b>任务六：直播文案写作技巧</b></p> <p>1、创作直播标题</p> <p>2、直播文案类型分析</p>										

	<p>7、利用算法预测用户行动，“投”其所好</p> <p>8、消费时刻的分享内容 and 机制的设计</p> <p>9、找到带给用户 Aha 时刻的关键行为</p> <p>10、新用户引导的四大原则</p> <p>11、设计社交裂变的机制</p> <p><b>任务五：通过内容策划，做好新鲜度营销</b></p> <p>1、找到品牌的“故事看板”</p> <p>2、建立和管理点子库</p> <p>3、做好新鲜度营销的八个关键</p> <p>4、热点性内容策划</p> <p><b>任务六：通过内容策划，产品化制造爆款事件</b></p> <p>1、如何创造 Wow Moment</p> <p>2、事件引爆点的三棱镜模型</p> <p>3、像打造互联网产品一样设计营销事件</p> <p>4、十个细节造就爆款事件</p> <p><b>任务七：布局未来内容营销</b></p> <p>1、内容生产方式的变革</p> <p>2、社交传播</p> <p>3、AI 驱动下的创新</p> <p>4、场景化表达：造节</p> <p><b>任务八：内容的形式与思维</b></p>		<p>3、直播单品脚本分析</p> <p>4、直播整场脚本分析</p> <p>5、直播文案特质分析</p> <p><b>任务七：入驻热门直播平台</b></p> <p>1、直播入驻技巧</p> <p>2、直播运营技巧</p> <p>3、淘宝直播入驻流程</p> <p>4、淘宝直播引流技巧</p> <p>5、抖音直播入驻流程</p> <p>6、抖音直播引流技巧</p> <p><b>任务八：直播互动策划</b></p> <p>1、直播方案的 5 大要素</p> <p>2、直播营销方案的执行</p> <p>3、直播引流方法分析</p> <p>4、直播活动方案模板分析</p> <p>5、直播活动常见开场</p> <p>6、直播互动玩法分析</p> <p><b>任务九：直播盈利模式</b></p> <p>1、直播流量变现方式</p> <p>2、MCN 机构化运营变现</p> <p>3、植入广告变现方法</p> <p>4、现场订购流量变现</p>								
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>1、内容的形式</p> <p>2、新媒体基本思维</p> <p>3、新媒体内容层面思维</p> <p><b>任务九：内容制作的流程和方法</b></p> <p>1、需求分析阶段</p> <p>2、确定目标用户阶段</p> <p>3、策划选题阶段</p> <p>4、内容设计阶段</p> <p>5、制作编辑阶段</p> <p>6、内容产品发布阶段</p> <p><b>任务十：内容的生产与编辑</b></p> <p>1、内容创作团队的基础架构</p> <p>2、内容生产的品类模型</p> <p>3、创建内容的方式</p> <p>4、爆款内容的6个底层逻辑</p> <p><b>任务十一：内容的包装与推广</b></p> <p>1、新媒体内容元素</p> <p>2、构建自媒体传播矩阵</p> <p>3、搜索引擎优化</p> <p>4、嵌入分享因子</p> <p><b>任务十二：内容策划与编辑实战</b></p> <p>1、微博热搜的3个关键点</p>					<p>5、直播衍生的变现方式</p> <p>6、形象代言人推广</p> <p><b>(二) 我们公司严格按照如下要求进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我们公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。我们公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>四、内容策划与编辑课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：如何让内容直指人心</b></p> <p>1、内容策划的本质</p> <p>2、持续性内容</p> <p>3、促销性内容</p> <p>4、热点性内容</p> <p>5、即时性内容</p> <p><b>任务二：内容策划的策略</b></p>		
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	---	--	--

				<p>2、微信朋友圈的故事模版</p> <p>3、如何打造小红书的爆款选题</p> <p>4、爆款笔记的创作技巧</p> <p>5、短视频爆款十大元素、四大选题法</p> <p>6、打造人格化 IP</p> <p>7、8 招取出千万播放量的好标题</p> <p>8、爆款 H5 的三个核心要素</p> <p>9、开屏三板斧，让你的 APP 人见人开</p> <p><b>(二) 交付内容</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>五、营销渠道运维课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：营销渠道岗位认知</b></p> <p>1、营销渠道管理的概念和内涵</p>						<p>1、建立一个创意内容库</p> <p>2、建立不同内容类型的合理组合</p> <p>3、建立和持续经营“私域流量”</p> <p>4、找到适合业务特性的发布节奏</p> <p>5、建立对不同类型内容效果衡量的机制</p> <p>6、内容策划的误区</p> <p><b>任务三：内容策划的要点</b></p> <p>1、有营销意图的内容策划</p> <p>2、以客户为导向的内容策划</p> <p>3、遵循内容的倒金字塔原则</p> <p>4、利用设计将内容营销的效果化</p> <p><b>任务四：利用消费者体验心理动线布局内容</b></p> <p>1、内容策划的核心</p> <p>2、消费者体验的心理动线</p> <p>3、从定位到塑造品牌强感知</p> <p>4、利用场景创造品牌触点</p> <p>5、制造引发参与感的内容</p> <p>6、激起用户兴趣做“任务”</p> <p>7、利用算法预测用户行动，“投”其所好</p> <p>8、消费时刻的分享内容 and 机制的设计</p> <p>9、找到带给用户 Aha 时刻的关键行为</p> <p>10、新用户引导的四大原则</p>		
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--

			<p>2、营销渠道的特点</p> <p>3、不同产品营销渠道的模型和特点</p> <p>4、营销渠道管理的功能</p> <p>5、营销渠道的功能流</p> <p>6、营销渠道管理的作用</p> <p>7、营销渠道的结构</p> <p>8、营销渠道的形式</p> <p>9、营销渠道的发展趋势</p> <p>10、认识代理商</p> <p>11、认识批发商</p> <p>12、认识零售商</p> <p>13、认识其他渠道成员</p> <p>14、营销渠道管理的工作内容与工作过程</p> <p>15、营销渠道管理的职业岗位</p> <p>16、营销渠道管理职业能力</p> <p><b>任务二：设计与开发营销渠道</b></p> <p>1、设计营销渠道的原则</p> <p>2、设计营销渠道的流程</p> <p>3、营销渠道的目标和任务</p> <p>4、营销渠道的布局</p> <p>5、营销渠道模式</p> <p>6、影响渠道方案的因素</p>		<p>11、设计社交裂变的机制</p> <p><b>任务五：通过内容策划，做好新鲜度营销</b></p> <p>1、找到品牌的“故事看板”</p> <p>2、建立和管理点子库</p> <p>3、做好新鲜度营销的八个关键</p> <p>4、热点性内容策划</p> <p><b>任务六：通过内容策划，产品化制造爆款事件</b></p> <p>1、如何创造 Wow Moment</p> <p>2、事件引爆点的三棱镜模型</p> <p>3、像打造互联网产品一样设计营销事件</p> <p>4、十个细节造就爆款事件</p> <p><b>任务七：布局未来内容营销</b></p> <p>1、内容生产方式的变革</p> <p>2、社交传播</p> <p>3、AI 驱动下的创新</p> <p>4、场景化表达：造节</p> <p><b>任务八：内容的形式与思维</b></p> <p>1、内容的形式</p> <p>2、新媒体基本思维</p> <p>3、新媒体内容层面思维</p> <p><b>任务九：内容制作的流程和方法</b></p>		
--	--	--	--	--	---	--	--

			<p>7、选择合适营销渠道方案的标准及主要方法</p> <p>8、接洽营销渠道成员准备工作的内容与方式</p> <p>9、接洽的策略和异议处理策略</p> <p>10、招募渠道成员的方式</p> <p>11、渠道成员的责权利、利益分配的法则</p> <p>12、销售合同的主要条款</p> <p>13、营销渠道成员激励的类型</p> <p><b>任务三：管理营销渠道</b></p> <p>1、认识投款；</p> <p>2、刺激中间商投款的措施</p> <p>3、评估渠道成员资信和预防风险的过程及措施</p> <p>4、认识应收账款</p> <p>5、认识物流；</p> <p>6、认识运输</p> <p>7、认识配送</p> <p>8、认识仓储</p> <p>9、认识库存</p> <p>10、控制库存的方法-ABC 分类法和经济订货批量法</p> <p>11、渠道促销的概念</p> <p>12、认识人员促销</p>		<p>1、需求分析阶段</p> <p>2、确定目标用户阶段</p> <p>3、策划选题阶段</p> <p>4、内容设计阶段</p> <p>5、制作编辑阶段</p> <p>6、内容产品发布阶段</p> <p><b>任务十：内容的生产与编辑</b></p> <p>1、内容创作团队的基础架构</p> <p>2、内容生产的品类模型</p> <p>3、创建内容的方式</p> <p>4、爆款内容的 6 个底层逻辑</p> <p><b>任务十一：内容的包装与推广</b></p> <p>1、新媒体内容元素</p> <p>2、构建自媒体传播矩阵</p> <p>3、搜索引擎优化</p> <p>4、嵌入分享因子</p> <p><b>任务十二：内容策划与编辑实战</b></p> <p>1、微博热搜的 3 个关键点</p> <p>2、微信朋友圈的故事模版</p> <p>3、如何打造小红书爆款选题</p> <p>4、爆款笔记的创作技巧</p> <p>5、短视频爆款十大元素、四大选题法</p>	
--	--	--	---	--	--	--

			<p>13、渠道客户信息管理的主要内容；</p> <p>14、渠道成员主要的信息管理技术</p> <p>15、客户关系管理对营销渠道的影响；</p> <p>16、渠道合作的形式</p> <p>17、认识渠道战略联盟</p> <p>18、认识渠道冲突</p> <p>19、解决渠道冲突的方法</p> <p>20、评估渠道绩效的流程及内容</p> <p>21、渠道控制的概念、内容；</p> <p>22、调整渠道的策略；</p> <p><b>任务四：拓展营销渠道</b></p> <p>1、认识服务</p> <p>2、服务渠道的方式；</p> <p>3、服务渠道的有形展示</p> <p>4、渠道国际化的含义及特点；</p> <p>5、国际渠道的主要参与者；</p> <p>6、拓展国际渠道的原则；</p> <p>7、拓展国际渠道的出口模式分类；</p> <p>8、网络营销渠道的含义、特点；</p> <p>9、营销渠道的功能；</p> <p>10、网络营销渠道结构的类型</p> <p>11、网络营销渠道的模式</p>						<p>6、打造人格化 IP</p> <p>7、8 招取出千万播放量的好标题</p> <p>8、爆款 H5 的三个核心要素</p> <p>9、开屏三板斧，让你的 APP 人见人开</p> <p><b>(二) 我们公司严格按照如下内容进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我们公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。我们公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>五、营销渠道运维课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：营销渠道岗位认知</b></p> <p>1、营销渠道管理的概念和内涵</p> <p>2、营销渠道的特点</p> <p>3、不同产品营销渠道的模型和特点</p> <p>4、营销渠道管理的功能</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

				<p>12、网络渠道的各种形式辨析</p> <p>13、拓展网络渠道的设计策略；</p> <p>14、拓展网络渠道的建设策略；</p> <p><b>(二) 交付内容</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>六、新媒体推广课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：新媒体营销的内容以及对企业的影</b> <b>响</b></p> <p>1、新媒体的概念</p> <p>2、新媒体的特征</p> <p>3、新媒体平台的分类</p> <p>4、新媒体推广岗位要求</p> <p>5、新媒体平台在企业宣传推广作用</p>					<p>5、营销渠道的功能流</p> <p>6、营销渠道管理的作用</p> <p>7、营销渠道的结构</p> <p>8、营销渠道的形式</p> <p>9、营销渠道的发展趋势</p> <p>10、认识代理商</p> <p>11、认识批发商</p> <p>12、认识零售商</p> <p>13、认识其他渠道成员</p> <p>14、营销渠道管理的工作内容和工作过程</p> <p>15、营销渠道管理的职业岗位</p> <p>16、营销渠道管理职业能力</p> <p><b>任务二：设计与开发营销渠道</b></p> <p>1、设计营销渠道的原则</p> <p>2、设计营销渠道的流程</p> <p>3、营销渠道的目标和任务</p> <p>4、营销渠道的布局</p> <p>5、营销渠道模式</p> <p>6、影响渠道方案的因素</p> <p>7、选择合适营销渠道方案的标准及主要方法</p> <p>8、接洽营销渠道成员准备工作的内容与方</p>			



					<p>6、新媒体未来发展</p> <p>7、新媒体平台用户思维</p> <p><b>任务二：新媒体文案的特点与发文技巧</b></p> <p>1、新媒体文案特点</p> <p>2、新媒体文案创作思路</p> <p>3、新媒体标题写作</p> <p>4、新媒体标题的注意事项</p> <p>5、新媒体开头写作</p> <p>6、新媒体正文写作</p> <p>7、新媒体结尾写作</p> <p>8、新媒体写作注意事项</p> <p>9、各类素材积累的方法</p> <p>10、软文写作技巧提高</p> <p><b>任务三：微信生态体系的推广策略</b></p> <p>1、微信生态体系的含义</p> <p>2、微信在宣传营销中的作用</p> <p>3、微信朋友圈写作要点</p> <p>4、微信朋友圈推广策划注意事项</p> <p>5、公众号推广策划方法</p> <p>6、公众号推文的润色--以情动人</p> <p>7、公众号推文的润色--传播品牌</p> <p>8、公众号推广策划注意事项</p>									<p>式</p> <p>9、接洽的策略和异议处理策略</p> <p>10、招募渠道成员的方式</p> <p>11、渠道成员的责任利、利益分配的法则</p> <p>12、销售合同的主要条款</p> <p>13、营销渠道成员激励的类型</p> <p><b>任务三：管理营销渠道</b></p> <p>1、认识投款；</p> <p>2、刺激中间商投款的措施</p> <p>3、评估渠道成员资信和预防风险的过程及措施</p> <p>4、认识应收账款</p> <p>5、认识物流；</p> <p>6、认识运输</p> <p>7、认识配送</p> <p>8、认识仓储</p> <p>9、认识库存</p> <p>10、控制库存的方法-ABC分类法和经济订货批量法</p> <p>11、渠道促销的概念</p> <p>12、认识人员促销</p> <p>13、渠道客户信息管理的主要内容；</p>						
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

				<p>9、视频号宣传推广策划脚本撰写 10、视频号宣传推广策划注意事项 11、微信群软文宣传策划与构思 12、微信群互动文字的策划技巧 13、微信生态体系经典案例分析</p> <p><b>任务四：利用博客、微博等社交营销方法推广策略</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、社群的概念</li> <li>2、博客推文的撰写方法</li> <li>3、微博的发展</li> <li>4、微博寻找话题的方法</li> <li>5、微博正文写作方法</li> <li>6、微博在宣传推广的方法</li> <li>7、社群软文内容策划推广的技巧</li> <li>8、分享式营销助力推文效果</li> <li>9、热点思维的创意推文策划</li> <li>10、社交推广策略案例分析</li> </ol> <p><b>任务五：优秀网络直播、微视、音频等平台推广策略</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、短视频的含义特征</li> <li>2、短视频在宣传推广中的作用</li> <li>3、短视频营销的趋势</li> </ol>				<ol style="list-style-type: none"> <li>14、渠道成员主要的信息管理技术</li> <li>15、客户关系管理对营销渠道的影响；</li> <li>16、渠道合作的形式</li> <li>17、认识渠道战略联盟</li> <li>18、认识渠道冲突</li> <li>19、解决渠道冲突的方法</li> <li>20、评估渠道绩效的流程及内容</li> <li>21、渠道控制的概念、内容；</li> <li>22、调整渠道的策略；</li> </ol> <p><b>任务四：拓展营销渠道</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、认识服务</li> <li>2、服务渠道的方式；</li> <li>3、服务渠道的有形展示</li> <li>4、渠道国际化的含义及特点；</li> <li>5、国际渠道的主要参与者；</li> <li>6、拓展国际渠道的原则；</li> <li>7、拓展国际渠道的出口模式分类；</li> <li>8、网络营销渠道的含义、特点；</li> <li>9、营销渠道的功能；</li> <li>10、网络营销渠道结构的类型</li> <li>11、网络营销渠道的模式</li> <li>12、网络渠道的各种形式辨析</li> </ol>		
--	--	--	--	--	--	--	--	---	--	--

		<p>4、短视频宣传脚本的撰写方法</p> <p>5、故事法在短视频文案中的应用</p> <p>6、情景法在短视频文案中的应用</p> <p>7、短视频创作注意事项</p> <p>8、直播前的准备工作</p> <p>9、直播脚本的撰写与策划</p> <p>10、内容为王，助理推广</p> <p>11、短视频经典案例分析</p> <p><b>任务六：今日头条、抖音、小红书等新兴媒体 APP 推广策略</b></p> <p>1、自媒体解读</p> <p>2、自媒体平台分类</p> <p>3、自媒体内容策划与推广</p> <p>4、了解今日头条</p> <p>5、积累人气的方法</p> <p>6、了解简书 APP</p> <p>7、专题投稿的方法</p> <p>8、喜马拉雅音频策划与推广</p> <p>9、常用 APP 经典案例分析</p> <p><b>任务七：运用网络热点、粉丝经济推广策略</b></p> <p>1、善用网络用语，拉近用户距离</p> <p>2、粉丝的概念和发展</p>					<p>13、拓展网络渠道的设计策略；</p> <p>14、拓展网络渠道的建设策略；</p> <p><b>(二) 我公司严格按照如下内容进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。我公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p> <p><b>六、新媒体推广课程资源建设要求</b></p> <p><b>(一) 建设内容</b></p> <p><b>任务一：新媒体营销的内容以及对企业的影响</b></p> <p>1、新媒体的概念</p> <p>2、新媒体的特征</p> <p>3、新媒体平台的分类</p> <p>4、新媒体推广岗位要求</p> <p>5、新媒体平台在企业宣传推广作用</p>		
--	--	---	--	--	--	--	---	--	--

			<p>3、粉丝经济的探讨</p> <p>4、新媒体多平台引流涨粉的方法</p> <p>5、借势营销的推广方法与技巧</p> <p>6、网红未来的发展与正确引导</p> <p>7、热点案例分析</p> <p><b>(二) 交付内容</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容不得少于 15 页）</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p>					<p>6、新媒体未来发展</p> <p>7、新媒体平台用户思维</p> <p><b>任务二：新媒体文案的特点与发文技巧</b></p> <p>1、新媒体文案特点</p> <p>2、新媒体文案创作思路</p> <p>3、新媒体标题写作</p> <p>4、新媒体标题的注意事项</p> <p>5、新媒体开头写作</p> <p>6、新媒体正文写作</p> <p>7、新媒体结尾写作</p> <p>8、新媒体写作注意事项</p> <p>9、各类素材积累的方法</p> <p>10、软文写作技巧提高</p> <p><b>任务三：微信生态体系的推广策略</b></p> <p>1、微信生态体系的含义</p> <p>2、微信在宣传营销中的作用</p> <p>3、微信朋友圈写作要点</p> <p>4、微信朋友圈推广策划注意事项</p> <p>5、公众号推广策划方法</p> <p>6、公众号推文的润色--以情动人</p> <p>7、公众号推文的润色--传播品牌</p> <p>8、公众号推广策划注意事项</p>		
			<p><b>三、建设标准要求</b></p> <p><b>(一) 课程及配套综合实训系统建设内容</b></p> <p><b>1、综合实训案例功能(需提供综合实训案例功能详细操作演示视频)</b></p> <p>支持提供实训教学案例，需要包括以下内容：</p> <p>1) 呈现学院在一个学期内的实验课安排，可以查看实验课的完整内容。</p>							

	<p>2)实训教学案板中可以上下连选添加老师备课计划的实验内容。</p> <p>3)实验内容可以在教学案板中随意调整。</p> <p>4)实验课实施完毕后需要在实训教学案板上显示“完”，用于标识课程的实施状态。</p> <p>5)实训教学案板中课程可以做独立过滤查询。</p> <p>2、综合实训方案功能</p> <p>1)需提供备课功能，允许授课老师针对个人教学任务，创建每门课程的备课计划，备课计划用于规划每次实验课的教学内容与教学素材。</p> <p>2)需提供分享、取消分享功能，允许授课老师共享个人的备课计划，老师之间可以复制与分享备课计划。</p> <p>3)应允许将供应商提供的系统、全面的教育资源和老师自己研发的教学习资源应用在备课计划中。</p> <p>4)需提供课程绑定功能，允许老师将备课计划应用到课堂中，并利用计划中安排的内容授课。</p> <p>5)必须按以下流程实行，日常教学标准化：</p> <p>① 允许设置备课计划的基本信息，包括：备课计划名称、备课计划的封面、提供相似方案查看</p> <p>②允许设置备课计划的绑定参数，包括：选择培养方案；选择培养方案绑定的相关课程，即本备课计划对应的院校课程，备课计划背景色，</p>			<p>9、视频号宣传推广策划脚本撰写</p> <p>10、视频号宣传推广策划注意事项</p> <p>11、微信群软文宣传策划与构思</p> <p>12、微信群互动文字的策划技巧</p> <p>13、微信生态体系经典案例分析</p> <p><b>任务四：利用博客、微博等社交营销方法推广策略</b></p> <p>1、社群的概念</p> <p>2、博客推文的撰写方法</p> <p>3、微博的发展</p> <p>4、微博寻找话题的方法</p> <p>5、微博正文写作方法</p> <p>6、微博在宣传推广的方法</p> <p>7、社群软文内容策划推广的技巧</p> <p>8、分享式营销助力推文效果</p> <p>9、热点思维的创意推文策划</p> <p>10、社交推广策略案例分析</p> <p><b>任务五：优秀网络直播、微视、音频等平台推广策略</b></p> <p>1、短视频的含义特征</p> <p>2、短视频在宣传推广中的作用</p> <p>3、短视频营销的趋势</p>	
--	---	--	--	--	--

<p>用于区分不同的备课计划（系统需给出合理的配色方案）。</p> <p>③设置每次实验课的授课内容，包括：允许选择供应商提供的系统、全面的教育资源，包括实验案例与项目场景；允许选择授课讲师自己制作的实训资源（需满足系统、全面的教育资源研发标准）；允许设置实验课/课后练习提交截止日；允许设置实验课/课后练习批改截止日；允许设置每次实验课/课后练习是否允许学生参考答案；允许设置每次实验课的课后练习。</p> <p>④设置每次实验课的作业批改助教，包括：允许选择院校学生助教批改作业，最多选择 6 个；允许选择供应商提供的助教。（目前由供应商提供批改，不用设置校内助教）</p> <p>3、用户在线学习功能</p> <p>1)系统应该允许用户按需查看系统中部署的所有教学资源与教学视频。</p> <p>2)教学资源允许按技术体系查询。</p> <p>3)教学资源允许按难度等级进行查询。</p> <p>4)教学资源允许在线学习，播放视频，并保证不需要允许安装任何插件。</p> <p>5)教学资源可以是供应商提供的系统、全面的教育资源，也可以是老师自行制作的教学资源。</p>	<p>4、短视频宣传脚本的撰写方法</p> <p>5、故事法在短视频文案中的应用</p> <p>6、情景法在短视频文案中的应用</p> <p>7、短视频创作注意事项</p> <p>8、直播前的准备工作</p> <p>9、直播脚本的撰写与策划</p> <p>10、内容为王，助理推广</p> <p>11、短视频经典案例分析</p> <p><b>任务六：今日头条、抖音、小红书等新兴媒体 APP 推广策略</b></p> <p>1、自媒体解读</p> <p>2、自媒体平台分类</p> <p>3、自媒体内容策划与推广</p> <p>4、了解今日头条</p> <p>5、积累人气的方法</p> <p>6、了解简书 APP</p> <p>7、专题投稿的方法</p> <p>8、喜马拉雅音频策划与推广</p> <p>9、常用 APP 经典案例分析</p> <p><b>任务七：运用网络热点、粉丝经济推广策略</b></p> <p>1、善用网络用语，拉近用户距离</p> <p>2、粉丝的概念和发展</p>
--	---

	<p>6)第 5 项的教学资源全部来自于 EKBS 的管理。</p> <p>7)系统在交付时，所有的教学资源应该已经录入完毕。</p> <p>8)核心资源在数据库中应该进行加密，防止被非法窃取。</p> <p>9)学习课程的同时，系统应该提供每门课程的实验列表，实现边学边练的功能，条件：</p> <p>①每门课程都配备有实验集。</p> <p>②每个实验都包含有详细的开发步骤。</p> <p>③每个实验都要有对应的知识点视频。</p> <p>④每个实验都应该配备有参考答案。</p> <p>⑤每个实验都可按课程章节进行检索。</p> <p>4、实训过程历史课堂功能（需提供综合实训案例功能详细操作演示视频）</p> <p>课程以时间轴的呈现方式，供学生与老师查看实验课的安排和整体完成情况，需要提供以下数据：</p> <p>1)实验课状态：已完成、提交/批改、正在授课。</p> <p>2)参训人数、当堂提交人数。（仅老师可用）</p> <p>3)成绩详情。</p> <p>4)总完成率、当堂完成率。（仅老师可用）</p>			<p>3、粉丝经济的探讨</p> <p>4、新媒体多平台引流涨粉的方法</p> <p>5、借势营销的推广方法与技巧</p> <p>6、网红未来的发展与正确引导</p> <p>7、热点案例分析</p> <p><b>（二）我公司严格按照如下内容进行交付</b></p> <p>课程建设内容如下：</p> <p>1、教师授课 PPT 制作，PPT 个数依据课程知识点（60 个以上，首页+尾页+内容 15 页），我公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>2、教学视频录制 60 个以上，总时间 900 分钟以上。我公司依据学校教学需求进行研制。</p> <p>3、微课 20 个。</p> <p>4、试题 300 道以上，试题类型 3 个，提供答案。</p>	
				<p><b>三、我公司严格按照如下建设标准进行对接交付。</b></p> <p><b>（一）课程及配套综合实训系统建设内容</b></p> <p><b>1、综合实训案例功能（我公司确保供货完成后能对接此综合实训案例）</b></p> <p>支持提供实训教学案例包括以下内容：</p>	

	<p>5)个人排名 (仅学生可用)</p> <p>5、综合实训成绩功能</p> <p>1)系统应该允许用户按两种模式查看学生成绩：</p> <p>①按实验课查看课程总评成绩、每次实验课的成绩。</p> <p>②按学生查看其相关课程的总评成绩。</p> <p>2)系统应该允许用户查看成绩的元素包括：</p> <p>①每次实验课的完成率和平均成绩。</p> <p>②每次实验课的每个实验、项目场景的得分。</p> <p>③一个学期内，每门课程的实验平均成绩、总出勤率、平均完成率。</p> <p>3)系统应该提供报表下载功能：</p> <p>①系统允许用户下载实验课报表</p> <p>②系统允许用户下载学生成绩总表。</p> <p>③学生在登录后只能查看自己的成绩，无法查看同学的成绩。</p> <p>6、教师在线评阅功能</p> <p>1)老师具有否决助教/自动批改成绩的权利。</p> <p>2)提供老师在线查阅作业和写评语的功能</p> <p>3)课堂界面，提供在线查阅以及写评语功能</p>	<p>1)呈现学院在一个学期内的实验课安排，可以查看实验课的完整内容。</p> <p>2)实训教学案例中可以上下连选添加老师备课计划的实验内容。</p> <p>3)实验内容可以在教学案例中随意调整。</p> <p>4)实验课实施完毕后需要在实训教学案例板上显示“完”，用于标识课程的实施状态。</p> <p>5)实训教学案例中课程可以做独立过滤查询。</p> <p>2、综合实训方案功能</p> <p>1)提供备课功能，允许授课老师针对个人教学任务，创建每门课程的备课计划，备课计划用于规划每次实验课的教学内容与教学素材。</p> <p>2)提供分享、取消分享功能，允许授课老师共享个人的备课计划，老师之间可以复制与分享备课计划。</p> <p>3)允许将供应商提供的系统、全面的教育资源和老师自己研发的教学实训资源应用在备课计划中。</p> <p>4)提供课程绑定功能，允许老师将备课计划应用到课堂中，并利用计划中安排的内容授课。</p> <p>5)按以下流程实行，日常教学标准化：</p> <p>① 允许设置备课计划的基本信息，包括：备课计划名称、备课计划的封面、提供相似方案查看</p>	
--	---	--	--



<p>7、助教自动批改功能(需提供综合实训案板功能详细操作演示视频)</p> <p>1)系统应该允许用户设置院校内助教： 将高年级或授课班级中的学生提拔为助教，具有课堂实训、课后练习的批改权。</p> <p>2)系统应该提供助教任务功能： ①在批改系统的管理员界面可以给助教分配院校/班级批改任务 ②助教可以查看系统分配的学生任务，包括：任务类型、批改截止时间、相关课程、相关班级、待批改人数、已批改人数、批改进度。 ③助教可以查看任务批改的历史记录，包括：任务类型、批改截止时间、相关课程、相关班级、待批改人数、已批改人数、批改进度。</p> <p>3)系统应该提供助教批改功能： ①助教可以下载每次实验课课堂实训和课后练习的学生提交结果。 ②批改成绩分为：通过、参考通过、未通过、未提交。 ③系统自动判定学生任务是否提交。 ④系统自动计算学生每次实验课的平均分。 ⑤系统自动计算学生每次实验课的提交率。 ⑥助教批改过程中允许在线查看作业/下载作业。</p> <p>8、综合实训中心功能</p>	<p>②允许设置备课计划的绑定参数，包括：选择培养方案；选择培养方案绑定的相关课程，即本备课计划对应的院校课程，备课计划背景色，用于区分不同的备课计划（系统需给出合理的配色方案）。</p> <p>③设置每次实验课的授课内容，包括：允许选择供应商提供的系统、全面的教育资源，包括实验案例与项目场景；允许选择授课讲师自己制作的实训资源（需满足系统、全面的教育资源研发标准）；允许设置实验课/课后练习提交截止日；允许设置实验课/课后练习批改截止日；允许设置每次实验课/课后练习是否允许学生参考答案；允许设置每次实验课的课后练习。</p> <p>④设置每次实验课的作业批改助教，包括：允许选择院校学生助教批改作业，最多选择 6 个；允许选择院校老师助教批改作业，最多选择 6 个；允许选择供应商提供的助教。（目前由供应商提供批改，不用设置校内助教）</p> <p>3、用户在线学习功能</p> <p>1)系统允许用户按需查看系统中部署的所有教学资源与教学视频。 2)教学资源允许按技术体系查询。 3)教学资源允许按难度等级进行查询。 4)教学资源允许在线学习，播放视频，并保证不需要允许安装任何插件。 5)教学资源可以是供应商提供的系统、全面的教育资源，也可以是老</p>
--	--

	<p>1)资源类：</p> <p>①系统应该允许用户按需查看系统中部署的所有实训资源并可按照开发步骤进行实训。</p> <p>②实训资源允许按实训项目类型查询。</p> <p>③实训资源必须满足以上条件：</p> <p>被切割成 20 个以上的场景。每个场景应该至少包含 2 个以上的任务。每个任务都包含有详细的开发步骤。每个任务都要有对应的知识点视频列表。每个任务都应该配备有参考答案。系统应该记录下用户练习过的每个实验任务。</p> <p>④教学资源可以是供应商提供的系统、全面的教育资源，也可以是老师自行制作的教学资源。</p> <p>⑤第 4 项的教学资源全部来自于 EKBS 的管理。</p> <p>⑥系统在交付时，所有的教学资源应该已经录入完毕。</p> <p>⑦核心资源在数据库中应该进行加密，防止被非法窃取。</p> <p>2)功能类：</p> <p>该模块应该为老师与学生配备不同的功能与使用手段。</p> <p>①实验课授课：系统应允许老师随时开始一堂实验课，老师有权确定实验课的开始时间与结束时间。</p>	<p>师自行制作的教学资源。</p> <p>6)第 5 项的教学资源全部来自于 EKBS 的管理。</p> <p>7)系统在交付时，所有的教学资源在交付时候录入完毕。</p> <p>8)核心资源在数据库中进行加密，防止被非法窃取。</p> <p>9)学习课程的同时，系统提供每门课程的实验列表，实现边学边练的功能，条件：</p> <p>①每门课程都配备有实验集。</p> <p>②每个实验都包含有详细的开发步骤。</p> <p>③每个实验都要有对应的知识点视频。</p> <p>④每个实验都配备有参考答案。</p> <p>⑤每个实验都可按课程章节进行检索。</p> <p>4、实训过程历史课堂功能（我公司确保供货完成后能对接）课程以时间轴的呈现方式，供学生与老师查看实验课的安排和整体完成情况，需要提供以下数据：</p> <p>1)实验课状态：已完成、提交/批改、正在授课。</p> <p>2)参训人数、当堂提交人数。（仅老师可用）</p> <p>3)成绩详情。</p> <p>4)总完成率、当堂完成率。（仅老师可用）</p>	
--	--	---	--

	<p>②出勤明细：系统应允许老师查看当堂出勤率，但凡没有登录系统的学生统一被记录为：未出勤。系统同时应允许老师查看当堂出勤的学生明细。</p> <p>③当堂完成率/总完成率：系统应提供实时查看学生课堂实验任务完成情况，包括完成人数、完成率、总完成率的统计。</p> <p>④当堂完成率/总完成明细：系统应该提供实时查看每个实验学生完成情况明细以及学生任务最后提交时间，使老师能够及时发现未完成任务的学生。</p> <p>⑤数据更新：数据更新时间不能超过 1 分钟。</p> <p>⑥自动结课：为节省系统资源，系统应该在：在课堂运行到 2 小时提醒用户结课。运行到 3 小时时自动结束课程。</p> <p>⑦结课报告：课程结束后，应该为老师和学生生成本次课程的结果报告。</p> <p>⑧个人排名：该功能只有学生可以使用，学生无法使用本系统 2-7 的功能，但是可以看到自己的完成率在全班中的排名。</p> <p>9、系统管理功能</p> <p>1)提供登录功能，只有角色为：管理员可以登录。</p> <p>2)提供“院校信息中心”管理功能，包括：</p>	<p>5)个人排名（仅学生可用）</p> <p>5、综合实训成绩功能</p> <p>1)系统允许用户按两种模式查看学生成绩：</p> <p>①按实验课查看课程总评成绩、每次实验课的成绩。</p> <p>②按学生查看其相关课程的总评成绩。</p> <p>2)系统允许用户查看成绩的元素包括：</p> <p>①每次实验课的完成率和平均成绩。</p> <p>②每次实验课的每个实验、项目场景的得分。</p> <p>③一个学期内，每门课程的实验平均成绩、总出勤率、平均完成率。</p> <p>3)系统提供报表下载功能：</p> <p>①系统允许用户下载实验课报表</p> <p>②系统允许用户下载学生成绩汇总表。</p> <p>③学生在登录后只能查看自己的成绩，无法查看同学的成绩。</p> <p>6、教师在线评阅功能</p> <p>1)老师具有否助教/自动批改成绩的权利。</p> <p>2)提供老师在线查阅作业和写评语的功能</p> <p>3)课堂界面，提供在线查阅以及写评语功能</p>	
--	---	--	--

<p>① 学年学期的管理：添加、删除（可恢复）、修改。</p> <p>② 专业与专业方向的管理：添加、删除（可恢复）、查询、修改、方向列表（也可添加、删除、修改）。</p> <p>③ 班级的管理：添加、删除（可恢复）、查询、修改。</p> <p>④ 学生的管理：添加、删除（可恢复）、查询、详情、学生导入、修改、重置密码。</p> <p>⑤ 老师的管理：添加、删除（可恢复）、查询、详情、老师导入、修改、重置密码。</p> <p>⑥ 助教的管理：添加、删除（可恢复）、修改、查询院校，外部助教，允许将学生提拔为助教。</p> <p>⑦ 助教技能的管理：添加、删除（可恢复）、详情、修改。</p> <p>3) 提供“教务管理中心”管理功能，包括：</p> <p>① 培养方案：允许添加、删除（可恢复）、查询修改、详情。</p> <p>② 院校课程：添加、删除（可恢复）、查询、详情、修改。</p> <p>③ 教学进度：允许设置每门课程在每个学期的教学进度。</p> <p>④ 授课班级分配：允许为老师分配不同年级教学的班级，允许修改与删除。</p> <p>⑤ 教学任务分配：允许为老师分配不同年级教学的任务，允许修改与删除。</p>	<p>7、助教自动批改功能（我公司确保供货完成后能对接）</p> <p>1) 系统允许用户设置院校内助教：</p> <p>将高年级或授课班级中的学生提拔为助教，具有课堂实训、课后练习的批改权。</p> <p>2) 系统提供助教任务功能：</p> <p>① 在批改系统的管理员界面可以给助教分配院校/班级批改任务</p> <p>② 助教可以查看系统分配的学生任务，包括：任务类型、批改截止时间、相关课程、相关班级、待批改人数、已批改人数、批改进度。</p> <p>③ 助教可以查看任务批改的历史记录，包括：任务类型、批改截止时间、相关课程、相关班级、待批改人数、已批改人数、批改进度。</p> <p>3) 系统提供助教批改功能：</p> <p>① 助教可以下载每次实验课课堂实训和课后练习的学生提交结果。</p> <p>② 批改成绩分为：通过、参考通过、未通过、未提交。</p> <p>③ 系统自动判定学生任务是否提交。</p> <p>④ 系统自动计算学生每次实验课的平均分。</p> <p>⑤ 系统自动计算学生每次实验课的提交率。</p> <p>⑥ 助教批改过程中允许在线查看作业/下载作业。</p> <p>8、综合实训中心功能</p>
---	--

	<p>删除。</p> <p>4)提供“系统参数”管理功能，包括：</p> <p>①授课案板参数：允许设置院校每节课程的授课起始时间与结束时间。</p> <p>②配色方案参数：允许设置 EKBS 中的备课计划的背景配色方案。</p> <p>10、系统资源管理功能（需提供综合实训案板功能详细操作演示视频）</p> <p>1)提供登录功能，角色分为：院校老师、非院校用户、管理员等。</p> <p>2)提供“理论资源管理”管理功能，包括：</p> <p>①技术体系：查询。</p> <p>②技能管理：添加、删除（可恢复）、查询、编辑，技能必须隶属于某个技术体系。</p> <p>③课程管理：添加、删除（可恢复）、查询、编辑，课程可以随意组装任意章节。</p> <p>④章节管理：添加、删除（可恢复）、查询、编辑，章节可以随意组装任意知识点。</p> <p>⑤知识点管理：添加、删除（可恢复）、查询、编辑，知识点可以绑定相关视频。</p> <p>⑥视频管理：添加、删除（可恢复）、查询、详情，视频录入完可以</p>	<p>1)资源类：</p> <p>①系统允许用户按需查看系统中部署的所有实训资源并可按照开发步骤进行实训。</p> <p>②实训资源允许按实训项目类型查询。</p> <p>③实训资源满足以上条件：</p> <p>被切割成 20 个以上的场景。每个场景包含 2 个以上的任务。每个任务都包含有详细的开发步骤。每个任务都有对应的知识点视频列表。每个任务都配备有参考答案。系统记录下用户练习过的每个实验任务。</p> <p>④教学资源可以是供应商提供的系统、全面的教育资源，也可以是老师自行制作的教学资源。</p> <p>⑤第 4 项的教学资源全部来自于 EKBS 的管理。</p> <p>⑥系统在交付时，所有的教学资源交付时会录入完毕。</p> <p>⑦核心资源在数据库中进行加密，防止被非法窃取。</p> <p>2)功能类：</p> <p>该模块为老师与学生配备不同的功能与使用手段。</p> <p>①实验课授课：系统允许老师随时开始一堂实验课，老师有权确定实验课的开始时间与结束时间。</p>	
--	--	--	--

	<p>提供预览功能。</p> <p>3)提供“实训资源管理”管理功能，包括：</p> <p>①实训项目管理 允许发布实训资源 允许为实训资源添加项目场景，允许为项目场景添加教学任务，每个教学任务可以上传任务内容、完成效果、任务插图。提供项目添加、删除、编辑、查看、预览功能。</p> <p>②实验案例管理：允许上线实验资源，允许为实验添加教学任务，每个教学任务可以上传任务内容、完成效果、任务插图。提供实验案例添加、删除、编辑、查看、预览功能。</p> <p>4)提供项目/实验案例资源发布功能，审核通过的资源会出现在院校资源库中，并且可以在系统平台内使用。</p> <p>11、个性门户化定制功能</p> <p>专门为学校制定单独的网站，有学校介绍，校园轮番图，这个单独的网站可以挂载在学校官网的教学任务二级菜单下。</p> <p>(二) UCE 引擎开发平台支持</p> <p>UCE 引擎开发平台为开发基础平台，内容建设支持 UCE 引擎标准，在线模拟实训平台应用系统框架，以 UCE 引擎平台为基本引擎，作为软件项目的开发，利用引擎平台来驱动模型的运动实训仿真。基于师生参与共同开发，师生根据教学课程和内容独自开发相应的实训软件，UCE 引擎可应用教学实训、交互培训、指导操作等项目的开发。</p>	<p>②出勤明细：系统允许老师查看当堂出勤率，但凡没有登录系统的学生统一被记录为：未出勤。系统同时允许老师查看当堂出勤的学生明细。</p> <p>③当堂完成率/总完成率：系统提供实时查看学生课堂实验任务完成情况，包括完成人数、完成率、总完成率的统计。</p> <p>④当堂完成率/总完成明细：系统提供实时查看每个实验学生完成情况明细以及学生任务最后提交时间，使老师能够及时发现未完成任务的学生。</p> <p>⑤数据更新：数据更新时间不能超过 1 分钟。</p> <p>⑥自动结课：为节省系统资源：在课堂运行到 2 小时提醒用户结课。运行到 3 小时时自动结束课程。</p> <p>⑦结课报告：课程结束后，为老师和学生生成本次课程的结课报告。</p> <p>⑧个人排名：该功能只有学生可以使用，学生无法使用本系统的功能，但是可以看到自己的完成率在全班中的排名。</p> <p>9、系统管理功能</p> <p>1)提供登录功能，只有角色为：管理员可以登录。</p> <p>2)提供“院校信息中心”管理功能，包括：</p> <p>①学年学期的管理：添加、删除（可恢复）修改。</p>	
--	---	---	--

	<p>1、数据处理 数据处理应包括数据库处理、XML 数据处理、JSON 数据处理和校 网络平台对接数据的处理等。</p> <p>2、UI 处理 对软件开发中常用的提示对话框处理、登录窗口、按钮、动画播放器、 菜单等样式和功能进行处理等。</p> <p>3、外围连接设备处理 对软件开发中常用的外围连接设备进行处理，如打印、扫描、摄像头 连接、虚拟现实眼睛、游戏手柄等输入输出设备的连接和处理等。</p> <p>4、IDE 开发环境功能扩展</p> <p>5、为提高开发效率，对上述几大功能要求，对 Unity 进行 IDE 开发 环境功能扩展。</p> <p>(三) EKBS 测评系统支持</p> <p>1、测评数据来源需为教师上报的 EXCEL 数据，格式按定义要求；</p> <p>2、数据汇总完成后，测评可按数据范围和测评指标两个维度展开；</p> <p>3、测评结果需为 EXCEL 数据报表；</p> <p>4、测评结果按设定的 word 模板生成测评报告；</p> <p>(四) 移动云教学平台支持</p>	<p>②专业与专业方向的管理：添加、删除（可恢复）、查询、修改、方 向列表（也可添加、删除、修改）。</p> <p>③班级的管理：添加、删除（可恢复）、查询、修改。</p> <p>④学生的管理：添加、删除（可恢复）、查询、详情、学生导入、修 改、重置密码。</p> <p>⑤老师的管理：添加、删除（可恢复）、查询、详情、老师导入、修 改、重置密码。</p> <p>⑥助教的管理：添加、删除（可恢复）、修改、查询院校，外部助教， 允许将学生提拔为助教。</p> <p>⑦助教技能的管理：添加、删除（可恢复）、详情、修改。</p> <p>3)提供“教务管理中心”管理功能，包括：</p> <p>①培养方案：允许添加、删除（可恢复）、查询修改、详情。</p> <p>②院校课程：添加、删除（可恢复）、查询、详情、修改。</p> <p>③教学进度：允许设置每门课程在每个学期的教学进度。</p> <p>④授课班级分配：允许为老师分配不同年级教学的班级，允许修改与 删除。</p> <p>⑤教学任务分配：允许为老师分配不同年级教学的任务，允许修改与 删除。</p>	
--	---	---	--

<p>1、跨平台、跨终端：具有适用于 Android 系统、iOS 系统智能手机的 APP 客户端，并具有移动云教学平台网页版。</p> <p>2、创建云移动课堂：教师能够方便地在 APP 客户端创建移动班级，并允许教师以发放移动班级邀请码形式让学生加入班级，形成私有 SPOC 班级。</p> <p>3、即时教学沟通：教师能够方便、即时地向学生发送课程通知，也能够开展教学活动（如推送资源、开展教学互动等）时时地让学生接收到任务的消息提醒。</p> <p>4、教学资源学习：教师能够方便地发布教学资源到云移动课堂空间，包括课件、微视频、文档资料等，推送到学生端支持学生随时随地地在手机终端和网页端的在线阅读和下载离线阅读；具有学生资源学习行为的记录功能，方便教师监督学生的资源学习行为，对未进行资源学习的学生有提醒功能；支持学生资源学习的过程性评价功能，教师能为每个教学资源学习设置分数，学生学习即可获得相应分数；支持课程资源库的生成，教师上传一次教学资源即在云端形成私有的生成性课程资源库，方便教师在不同云移动课堂间的快速调用；支持课堂指定的移动交互式数字教材在课堂中的打开阅读。</p> <p>5、教学互动功能：教师能够方便地在 APP 客户端或网页版上创建和开展多种形式的教学互动，教学互动组件应基本覆盖课程教学过程，必须包含但不限于以下一些组件。</p> <p>6、投票问卷组件——支持教师创建投票或问卷活动并即时发布，学</p>	<p>4)提供“系统参数”管理功能，包括：</p> <p>①授课案板参数：允许设置院校每节课程的授课起始时间与结束时间。</p> <p>②配色方案参数：允许设置 EKBS 中的备课计划的背景配色方案。</p> <p>10、系统资源管理功能（我公司确保供货完成后能对接）</p> <p>1)提供登录功能，角色分为：院校老师、非院校用户、管理员等。</p> <p>2)提供“理论资源管理”管理功能，包括：</p> <p>①技术体系：查询。</p> <p>②技能管理：添加、删除（可恢复）查询、编辑，技能隶属于某个技术体系。</p> <p>③课程管理：添加、删除（可恢复）查询、编辑，课程可以随意组装任意章节。</p> <p>④章节管理：添加、删除（可恢复）查询、编辑，章节可以随意组装任意知识点。</p> <p>⑤知识点管理：添加、删除（可恢复）查询、编辑，知识点可以绑定相关视频。</p> <p>⑥视频管理：添加、删除（可恢复）查询、详情，视频录入完可以提供预览功能。</p>	
--	---	--



	<p>生可以即时回答，教师即时得到投票问卷结果。</p> <p>7、头脑风暴组件——支持教师创建头脑风暴主题活动，学生可以在移动终端上“背对背”通过文字和图片发表看法，教师可即时得到反馈结果；支持教师对学生回答的即时评价、即时打分。</p> <p>8、即时测试组件——支持教师创建即时测试活动，可从在线题库中选题，可设定时限、重复次数、测试形式（教师控制测试或学生自测）等；学生在规定时限内完成测试，平台自动反馈测试的结果分析，包括班级测试的整体排名和区间分析、每个学生测试的结果、单体测试结果分析等；支持多种形式的题目形式，题干和选项可以是文字、图片、语音、视频等；支持教师自建题库，Web 端通过模板导入题库，手机端快速选题。</p> <p>9、讨论答疑组件——支持教师创建可控的讨论答疑活动，教师和学生可以通过文字、语音、图片发表看法、参与讨论、提出疑问、解答问题；支持答疑库功能，能将优秀问答内容沉淀；支持教师在讨论答疑过程中随时对学生的即时激励与评价。</p> <p>10、作业/小组任务组件——支持教师布置学生个人作业或任务，支持学生以文字、图片或附件形式提交个人作业和任务结果；支持教师布置随机或线下分组的作业和任务，支持学生按小组提交小组作业或小组任务结果；支持教师/助教批改作业；支持学生互评作业，可以快速设置评分点，可以实名互评也可以匿名互评。</p> <p>11、课堂表现组件——支持教师随机或者手动指定学生回答问题或</p>	<p>3)提供“实训资源管理”管理功能包括：</p> <p>①实训项目管理 允许发布实训资源 允许为实训资源添加项目场景，允许为项目场景添加教学任务，每个教学任务可以上传任务内容、完成效果、任务插图。提供项目添加、删除、编辑、查看、预览功能。</p> <p>②实验案例管理：允许上线实验资源，允许为实验添加教学任务，每个教学任务可以上传任务内容、完成效果、任务插图。提供实验案例添加、删除、编辑、查看、预览功能。</p> <p>4)提供项目/实验案例资源发布功能，审核通过的资源会出现在院校资源库中，并且可以在系统平台内使用。</p> <p>11、个性门户定制化功能</p> <p>专门为学校制定单独的网站，有学校介绍，校园轮播图，这个单独的网站可以挂载在学校官网的教学任务二级菜单下。</p> <p>(二) UCE 引擎开发平台支持</p> <p>UCE 引擎开发平台为开发基础平台，内容建设支持 UCE 引擎标准，在线模拟实训平台应用系统框架，以 UCE 引擎平台为基本引擎，作为软件项目的开发，利用引擎平台来驱动模型的运动实训仿真。基于师生参与共同开发，师生根据教学课程和内容独自开发相应的实训软件，UCE 引擎可应用教学实训、交互培训、指导操作等项目的开发。</p> <p>1、数据处理</p>
--	--	---

	<p>进行课堂表演等；支持课堂表现活动的即时评价与打分。</p> <p>12、活动库组件——支持将所有教师创建的自动形成课程活动库；支持活动库中的活动方便地转发到其他课堂；支持活动库中的活动随时的信息查询、参与提醒；支持活动库中的每个活动都可设置过程性评价分值，根据学生参与活动结果自动给予评价。</p> <p>1) 班级管理功能：教师可以方便地通过 APP 客户端或网页版上对 SPOC 云移动课堂进行班级管理，包括基本的课堂信息管理、点名签到、成员管理等功能。</p> <p>2) 课堂信息管理——支持课堂信息的便捷创建和编辑，包括学校院系、课程名称、班级名称、学习要求、教学进度、考试安排等信息的设置；支持在课堂中选择指定相关数字教材；支持将课堂资源、活动、题库复制到新课堂的功能。</p> <p>3) 点名签到——支持教师方便地发起点名签到，学生签到后自动生成签到结果和统计；支持学生签到统计中的出勤率预警；支持签到数据的 Excel 表导出。</p> <p>4) 成员管理——支持教师删除班级学生、禁止加入班级等基本管理功能。</p> <p>13、教学大数据功能：支持每个资源学习、每个活动参与都可设置分值即时授予学生，激发学生的学习参与感与成就感，为课程的过程性考核提供参考；支持教师能够监测到每位学生的学习过程数据，具有可视化学习行为分析报告，具有按时间线列表的详尽个体学生</p>	<p>数据处理包括数据库处理、XML 数据处理、JSON 数据处理和校园网络平台对接数据的处理等。</p> <p>2、UI 处理</p> <p>对软件开发中常用的提示对话框处理、登录窗口、按钮、动画播放器、菜单等样式和功能进行处理等。</p> <p>3、外围连接设备处理</p> <p>对软件开发中常用的外围连接设备进行处理，如打印、扫描、摄像头连接、虚拟现实眼睛、游戏手柄等输入输出设备的连接和处理等。</p> <p>4、IDE 开发环境功能扩展</p> <p>5、为提高开发效率，对上述几大功能要求，对 Unity 进行 IDE 开发环境功能扩展。</p> <p>(三) EKBS 测评系统支持</p> <p>1、测评数据来源为教师上报的 EXCEL 数据，格式按定义要求；</p> <p>2、数据汇总完成后，测评可按数据范围和测评指标两个维度展开；</p> <p>3、测评结果需为 EXCEL 数据报表；</p> <p>4、测评结果按设定的 word 模板生成测评报告；</p> <p>(四) 我公司确保供货完成后，能无缝对接移动云教学平台</p> <p>1、跨平台、跨终端：具有适用于 Android 系统、iOS 系统智能手机</p>	
--	--	--	--

	<p>学习行为记录报告；支持教师对学生所有学习行为数据的 Excel 导出（包括汇总数据和明细数据），便于教学数据的分析与应用；选择使用移动交互式数字教材的课堂中，教师可以查阅学生的数字教材学习进度，查看学生的教材学习行为。</p> <p><b>四、服务要求</b></p> <p><b>1、安装和调试：</b></p> <p>中标方负责派技术人员到现场免费进行安装调试，直至验收合格；中标方应在货物运抵现场一周前，向甲方提供安装调试及运行的进度计划表。</p> <p><b>2、技术培训：</b>中标方应负责对甲方人员进行不少于 2 名人员的专业培训，直至甲方能独立、正确地对产品进行安装、使用等，提供详细培训计划。培训发生的各种费用包括在合同报价中，具体培训时间由双方商定。</p> <p><b>3、售后服务承诺：</b></p> <p>所投产品实行“三包”，质量保证期为一年，并同时享有原厂商的所 有保修承诺。</p> <p>质保期内免费上门服务。对投标产品负责终身维修。</p> <p>保修期内所有产品发生故障时，2 小时响应，接到故障电话 4 小时到达现场，24 小时内解决问题，提供 24 小时热线电话及在线技术解答。每个月电话回访一次，客户指定专门联系人。如果乙方在收到</p>	<p>的 APP 客户端，并具有移动云教学平台网页版。</p> <p><b>2、创建云移动课堂：</b>教师能够方便地在 APP 客户端创建移动班级，并允许教师以发放移动班级邀请码形式让学生加入班级，形成私有 SPOC 班级。</p> <p><b>3、即时教学沟通：</b>教师能够方便、即时地向学生发送课程通知，也能够开展教学活动（如推送资源、开展教学互动等）时即时地让学生接收到任务的消息提醒。</p> <p><b>4、教学资源学习：</b>教师能够方便地发布教学资源到云移动课堂空间，包括课件、微视频、文档资料等，推送到学生端支持学生随时随地地在手机终端和网页端的在线阅读和下载离线阅读；具有学生资源学习行为的记录功能，方便教师监督学生的资源学习行为，对未进行资源学习的学生有提醒功能；支持学生资源学习的过程性评价功能，教师能为每个教学资源学习设置分数，学生学习即可获得相应分数；支持课程资源库的生成，教师上传一次教学资源即在云端形成私有的生成性课程资源库，方便教师在不同云移动课堂间的快捷调用；支持课堂指定的移动交互式数字教材在课堂中的打开阅读。</p> <p><b>5、教学互动功能：</b>教师能够方便地在 APP 客户端或网页版上创建和开展多种形式的教学互动，教学互动组件基本覆盖课程教学过程，包含但不限于以下一些组件。</p> <p><b>6、投票问卷组件——</b>支持教师创建投票或问卷活动并即时发布，学生可以即时回答，教师即时得到投票问卷结果。</p>
--	--	---

	<p>通知后 7 天内没有弥补缺陷，甲方可以采取必要的补救措施，但风险和费用将由乙方承担。</p> <p>终身提供技术支持。保修期外提供维修并仅收取成本费用（成本费用只包括配件成本，但不包括人工工时、交通、住宿费及配件成本以外的费用）。</p> <p>4、项目完成期：合同签订后 120 个日历日内完成送货、安装、调试。</p> <p>5、为了保证投标人提供的产品完全满足正常教学，要求中标人在中标后七日内现场搭建演示环境，进行所投投标文件及资源的逐一功能测试，如不满足其响应文件指标要求，采购人有权取消其中标资格，或给采购人造成损失的，采购人有权保留追究其法律责任的权利。</p> <p>6、非厂家投标必须提供该产品制造商针对此项目的授权书原件及原厂售后服务承诺函原件。</p> <p>7、所投软件必须承诺正版，因版权问题造成的一切后果均由投标商承担。</p> <p>8、本项目所有的课程资源建设版权归属于采购方，其中包括课件 PPT 及教学扩展资源，交付物为：课件的文本、视频、PPT 资料以 U 盘、光盘的形式提交。</p>	<p>7、头脑风暴组件——支持教师创建头脑风暴主题活动，学生可以在移动终端上“背对背”通过文字和图片发表看法，教师可随时得到反馈结果；支持教师对学生回答的即时评价、即时打分。</p> <p>8、即时测试组件——支持教师创建即时测试活动，可从在线题库中选题，可设定时限、重复次数、测试形式（教师控制测试或学生自测）等；学生在规定时限内完成测试，平台自动反馈测试的结果分析，包括班级测试的整体排名和区间分析、每个学生测试结果、单体测试结果分析等；支持多种形式的题目形式，题干和选择项可以是文字、图片、语音、视频等；支持教师自建题库，Web 端通过模板导入题库，手机端快速选题。</p> <p>9、讨论答疑组件——支持教师创建可控的讨论答疑活动，教师和学生可以通过文字、语音、图片发表看法、参与讨论、提出疑问、解答问题；支持答疑库功能，能将优秀问答内容沉淀；支持教师在讨论答疑过程中随时对学生的即时激励与评价。</p> <p>10、作业/小组任务组件——支持教师布置学生个人作业或任务，支持学生以文字、图片或附件形式提交个人作业和任务结果；支持教师布置随机或线下分组的作业和任务，支持学生按小组提交小组作业或小组任务结果；支持教师/助教批改作业；支持学生互评作业，可以快速设置评分点，可以实名互评也可以匿名互评。</p> <p>11、课堂表现组件——支持教师随机或者手动指定学生回答问题或进行课堂表演等；支持课堂表现活动的即时评价与打分。</p>
--	---	--

		<p>12、活动库组件——支持将所有教师创建的活动自动形成课程活动库；支持活动库中的活动方便地转发到其他班课；支持活动库中的活动随时信息查询、参与提醒；支持活动库中的每个活动都可设置过程性评价分值，根据学生参与活动结果自动给予评价。</p> <p>1) 班级管理功能：教师可以方便地通过 APP 客户端或网页版上对 SPOC 云移动课堂进行班级管理，包括基本的班课信息管理、点名签到、成员管理等功能。</p> <p>2) 班课信息管理——支持班课信息的便捷创建和编辑，包括学校院系、课程名称、班级名称、学习要求、教学进度、考试安排等信息的设置；支持在班课中选择指定相关数字教材；支持将班课资源、活动、题库复制到新班课的功能。</p> <p>3) 点名签到——支持教师方便地发起点名签到，学生签到后自动生成签到结果和统计；支持学生签到统计中的出勤率预警；支持签到数据的 Excel 表导出。</p> <p>4) 成员管理——支持教师删除班级学生、禁止加入班级等基本管理功能。</p> <p>13、教学大数据功能：支持每个资源学习、每个活动参与都可设置分值即时授予学生，激发学生的学习参与感与成就感，为课程的过程性考核提供参考；支持教师能够监测到每位学生的学习过程数据，具有可视化学习行为分析报告，具有按时间线列表的详尽个体学生学习行为记录报告；支持教师对学生所有学习行为数据的 Excel 表导</p>
--	--	--

		<p>出（包括汇总数据和明细数据），便于教学数据的分析与应用；选择使用移动交互式数字教材的课堂中，教师可以查阅学生的数字教材学习进度，查看学生的教材学习行为。</p> <p>四、我公司承诺满足以下所有服务内容：</p> <p>1、安装和调试：</p> <p>负责派技术人员到现场免费进行安装调试，直至验收合格；在货物运抵现场一周前，向甲方提供安装调试及运行的进度计划表。</p> <p>2、技术培训：</p> <p>负责对甲方人员进行不少于 2 名人员的专业培训，直至甲方能够独立、正确地对产品进行安装、使用等，提供详细培训计划。培训发生的各种费用包括在合同报价中，具体培训时间由双方商定。</p> <p>3、售后服务承诺：</p> <p>所投产品实行“三包”，质量保证期为一年，并同时享有原厂商的所有保修承诺。直播电商运营与实战演练系统的质量保证期为三年。</p> <p>质保期内免费上门服务。对投标产品负责终身维修。</p> <p>保修期内所有产品发生故障时，2 小时响应，接到故障电话 4 小时到达现场，24 小时内解决问题，提供 24 小时热线电话及在线技术解答。每个月电话回访一次，客户指定专门联系人。如果乙方在收到通知后 7 天内没有弥补缺陷，甲方可以采取必要的补救措施，但风险和费用将由乙方承担。</p>	
--	--	---	--

		<p>终身提供技术支持。保修期外提供维修并仅收取成本费（成本费只包括配件成本，但不包括人工工时、交通、住宿费及配件成本以外的费用）。</p> <p>4、项目完成期：合同签订后 120 个日历日内完成送货、安装、调试。</p> <p>5、为了保证投标人提供的产品完全满足正常教学，要求中标人在中标后七日内现场搭建演示环境，进行所投标软件及资源的逐一功能测试，如不满足其响应文件指标要求，采购人有权取消其中标资格，或给采购人造成损失的，采购人有权保留追究其法律责任的权利。</p> <p>6、我公司提供的非厂家投标提供该产品制造商针对此项目的授权书原件及原厂售后服务承诺函原件。</p> <p>7、所投软件均为正版，因版权问题造成的一切后果均由投标商承担。</p> <p>8、本项目所有的课程资源建设版权归属于采购方，其中包括课件 PPT 及教学扩展资源，交付物为：课件的文本、视频、PPT 资料以 U 盘、光盘的形式提交。</p>
--	--	--

