

重庆人文科技学院  
管理学院智慧旅游与酒店教学软件包项目  
竞争性谈判文件

重庆人文科技学院制

2023年9月8日

## 第一部分 竞争性谈判项目书

### 一、项目名称及编号：

管理学院智慧旅游与酒店教学软件包项目 编号：2023-X088

### 二、资格要求：

1. 须具有独立法人资格，具有独立承担民事责任的能力，具备合法有效的营业执照并通过年审，经营范围包含系统集成或设备生产厂家。
2. 拥有固定的经营场所或售后服务常驻机构。
3. 具有良好的商业信誉、健全的财务会计制度和完善的售后服务体系。
4. 确保能够提供符合要求的合格产品，有稳定、强有力的技术维护队伍，能够提供及时、良好的售后服务。
5. 近三年内无行政处罚及重大违法违规记录。

### 三、产品质量及服务要求：

1. 所有产品必须符合国家相关法律法规要求。
2. 保质期内发生的质量问题由供货商免费负责解决。
3. 供应商须在竞谈书中单独提供一份切实可行的售后服务承诺书。
4. 竞谈文件要注明工期及质保时间，售后服务响应时间。
5. 竞谈文件一式肆份，壹正叁副。

### 四、设备名称、数量及参数要求：

序号	产品名称	品牌	型号	参考技术参数	数量	单位	报价方式 1. 采购单价 (元)	报价方式 2. 年使用租赁单价 (元)	备注
1	智慧旅游大数据科研分析系统			详见参数列表	1	套			不限用户数
2	智慧旅游四维一体全景 VR 互动软件			详见参数列表	1	套			不限用户数
3	教学景点资源库			详见参数列表	1	套			不限用户数

4	智慧旅游微商城软件		详见参数列表	1	套		不限用户数
5	酒店数字化营销管理平台		详见参数列表	1	套		不限用户数
6	酒店数字化运营管理平台		详见参数列表	1	套		不限用户数
7	合计						

1. 以上软件报价不限品牌。以上软件功能仅供参考，参与竞谈单位根据以上功能需求，提供自有品牌产品的详细技术方案，技术方案中提供详细的功能描述、技术参数。

2. 竞谈现场软件须提供演示，并可以提供时长不低于一周的软件测试账号，供校方测试使用。

### 3. 软件参考参数功能列表

项目名称	教学软件名称	参考技术参数
智慧旅游与酒店教学软件包	智慧旅游大数据科研分析系统	<p>1、系统功能概述： 系统通过汇聚携程、途牛、同程、去哪儿、驴妈妈等主流 OTA 上景区、酒店、的评价数据，通过语义分析、人工智能等技术，对评价内容进行自然语言处理，进行智能理解和归纳，并对结果进行统计分析和处理，形成口碑指数。</p> <p>(1) 系统依托于大数据分析处理技术，使海量景区酒店评价数据得到多层次、多维度的分析，在系统中以可视化的方式呈现，分析结果包括对重庆区域内景区、酒店等旅游要素的正面、负面、中性评价，各类评价时间分布和游客旅游行为中的关注热点等内容。</p> <p>(2) 系统提供全国各地之间的对比分析。</p> <p>(3) 系统提供重庆地区景区及酒店的月度、季度、年度网评报告。</p> <p>2、算法模型搭建分析： 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>(1) 综合看板展示重庆选定月度或季度口碑指数和具体排名情况，以及近 12 个月的月度、季度综合口碑指数。实时展示景区口碑总数、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。展示的景区口碑热度及满意度在各 OTA 的分布情况。评论数据不少于 500 万条。（需提供软件截图证明材料）</p> <p>(2) 实时展示近 12 个月的评论分布。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>(3) 每月、季、年度自动生成景区、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>3、重庆地区旅游排名分析</p> <p>(1) 根据热度、好评率、差评率、满意度对重庆区域内各景区排名，其中好评率和</p>

	<p>差评率排名中分布包括总评论数量和好、差评数量。</p> <p>(2) 综合看板中还提供重庆各区域的排名、指数、热度、好评率和满意度情况的横向对比。</p> <p>4、对比分析</p> <p>用户可以自由选定全国范围内的竞品景点或酒店，与本地区进行对比分析，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。</p> <p>5、口碑分析</p> <p>(1) 总体表现：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>(2) 实时展示当月每日的评论热度和满意度趋势。</p> <p>6、问题及优势发现</p> <p>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 and 强化。</p> <p>实时展示负面口碑维度及其分布</p> <p>实时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。</p> <p>展示与所选择的维度相关的问题评论具体内容。</p> <p>7、关注度分析</p> <p>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。(1) 展示总体的关注度热度排名及总体出游类型占比。</p> <p>(2) 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>8、口碑详情</p> <p>实时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>9、态势监测</p> <p>(1) 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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 对象态势展示以具体景区为对象的态势监测数据。</p> <p><b>【其他要求】</b></p> <p>1、要求上述功能参数中打 条款需提供软件截图证明材料（不提供视为负偏离，该项技术部分不得分）。</p> <p>2、投标人应承诺中标后承诺供货时提供生产厂家针对此项目加盖生产厂家公章的授权书及售后服务承诺函。</p>
智慧旅游 四维一体 全景 VR 互动软件	<p><b>【运行环境要求】</b></p> <p>1. 系统采用先进的 B/S 架构，客户端无人数限制，可实现教师远程备课、远程教学、实验考评，学生利用网络随时随地进行自主学习、训练测试，还可与校园数字网络无缝对接，共享教学资源。</p> <p>2. 系统用户按用户权限分为管理员、教师和学生，各用户可在同一局域网且同一网</p>

关下实现远程访问，支持管理员远程管理；教师远程备课、教学、答疑和科研，以及学生全天候自主学习、自我训练、在线提问和考试。系统可在液晶拼接屏、环幕、投影、VR 头盔等各种大屏幕单机使用也可在机房环境下支持多人并发访问使用，方便师生协同学习。老师可以随意修改、增添 FLASH、视频、图片等课件内容。

3. 具有自主漫游功能：通过鼠标可以方便灵活的实现景区画面放大、缩小、左转、右转、仰视、俯视、播放和暂停等一系列视点操作。

4. 景区 720 度实景必须是一个以景区为单位的完整清晰的漫游全景文件，学生可通过热点或者游览线路指示箭头直接进入下一个景点目标场景。

5. 系统配有标准的导游词语音讲解，在自动漫游过程中可播放和暂停导游词语音，且导游词语音必须与场景漫游自动同步，而不是依靠其他插件或功能按钮来进行同步切换。

6. 景区 720 度实景漫游场景应配有景区导游图，景区导游图点、线清晰，一键操作即可切换景点浏览。学生通过导游图能快速了解景区的整体布局和景点的分布明细。

7. 景区 720 度实景漫游系统应包含景区缩略图迅速检索功能，学生可通过点击景区缩略图迅速切换到目标漫游场景。系统还应包含景区信息、景区导游词等与景区相关的教学信息。

8. 系统内置实训录制功能，学生可结合旅游景区 720 度实景展示，进行现场导游讲解录制，学生可针对景区讲解的录制的音频、视频保存到本地观看和收听，也可以上传以及提交老师进行批阅打分，教师可将优秀的导游词讲解录音、导游词写文案和线路设计文案公布在系统自带的 BBS 论坛进行展示，学生也可以再该论坛进行互动。

9. 学生能够根据教师实验任务要求进行不同场景下各种导游词的创作编写而且能够提交给老师查阅批改打分；

教师操作平台应具备教学管理、实验安排、实验管理和系统维护等功能；

10. 为调动学生学习积极性，增加软件趣味性，本实训系统还搭载导游技能竞赛子模块，子模块为 C/S 架构，可通过本 B/S 程序无缝衔接启动

11. 支持组织导游知识对抗活动，活动环节至少包含景区讲解、才艺表演、知识抢答和即兴演讲；功能界面至少包括

1) 主控台界面。控制整个活动进程；

2) 选手界面。题目内容随主控台自动同步显示，可利用自己的电脑进行抢答和在线答题；

3) 评委界面。题目内容随主控台自动同步显示，可进行打分，查看答案和评分标准；

4) 主持人界面。题目内容随主控台自动同步显示，可通过电脑得知每道题内容及答案，还可查看主持台词、活动规则

等。

5) 计分牌界面。实时显示各选手最新总成绩和排行榜，接一个专门的投影仪，可自动切换计分牌和排榜。

6) 后台操作界面。加减分、计时、公布答案等操作，实现显示界面和操作界面分开。

7) 活动制作界面。活动制作导航，帮助用户快速建立活动项目。

13. 为方便学生远程访问减少学校部署成本，本系统免费提供一年的普通宽带网穿透功能且公网 IP 支持随时更改，支持学校台式服务器全端口映射至公网功能且非花生壳等第三方软件实现

14 导游专业动漫教学资源：

系统具备动漫教学资源模块：要求系统提供根据导游课程核心教学内容，提供相应的动漫课程教学资源，且要求教学视频采用 flash 动画制作，资源结构合理，画面

清晰，内容完整，符合院校导游在线教学需要，具体应至少包括如下动漫教学视频资源：

14.1 导游业务突发事件应急处理教学动漫资源(包括但不限于如下动漫课件资源)：

(1) 华侨护照丢失现象 (2) 旅游者走失现象 (3) 公开场合散发宗教宣传品 (4) 导游员漏接事故 (5) 不幸错过上山缆车 (6) 旅游者出现食物中毒现象 (7) 导游人员如何帮助旅游者购买中国古玩字画 (8) 正确预防和处理中暑现象 (9) 正确处理火灾事故 (10) 正确处理途中交通堵塞现象 (11) 客房中遗失了某件物品 (12) 旅游者不想进商店购物 (13) 导游员如何接待小朋友旅游团 (14) 旅游者希望多买点中药带出国境 (15) 全陪和领队之间有矛盾 (16) 游客燃香进入佛殿现象 (17) 客人丢失钱物的处理 (18) 旅游者溺水现象 (19) 旅游过程中发生地震 (20) 导游人员要正确对待投诉 (21) 错接事故处理 (22) 替游客转交东西事件 (23) 导游员回答不了客人提出的问题 (24) 旅游团回程买不到卧铺票 (25) 旅游者深夜在下榻的宾馆吵闹等动漫教学资源。

14.2 一带一路沿线国家导游基础知识动画课件资源(包括但不限于如下动漫课件资源)：

(1) 贵州茅台 (2) 吐鲁番葡萄 (3) 印尼弗洛雷斯巴贾瓦咖啡 (4) 埃及莲花香精 (5) 几内亚马森塔咖啡 (6) 喀麦隆 Kilichi 干辣牛肉 (7) 肯尼亚蒙内铁路 (8) 泰国茉莉香米 (9) 马来西亚砂拉越黑胡椒 (10) 临潼石榴 (11) 南汇水蜜桃 (12) 四川会理石榴 (13) 四川蜀绣 (14) 四川郫县豆瓣酱 (15) 四川宜宾五粮液 (16) 延川红枣 (17) 越南鱼露 (18) 宗明老毛蟹 (19) 蓝田玉 (20) 汉中仙毫 (21) 宗明老白酒 (22) 德国慕尼黑啤酒 (23) 安溪铁观音 (24) 灵武长枣 (25) 武夷岩茶 (26) 英德红茶

15. 导游专业课程视频教学资源库：

15.1、导游业务视频课件资源(包括但不限于如下课件资源)：

(1) 导游服务 (2) 导游 (3) 导游礼仪 (4) 地方导游服务程序与服务质量 (5) 全程导游服务程序与服务质量 (6) 景区导游服务程序与服务质量 (7) 散客导游服务程序与服务质量 (8) 导游领队引导文明旅游规范 (9) 导游的语言技能 (10) 导游的带团技能 (11) 导游的讲解技能 (12) 游客个别要求的处理 (13) 问题与事故的处理 (14) 自然灾害避险与新型冠状病毒肺炎疫情常态化 (15) 旅行社饭店景区知识 (16) 入出境知识 (17) 交通知识 (18) 其他相关知识；

15.2、地方导游基础知识(包括但不限于如下课件资源)

(1) 华北地区各省市自治区导游基础知识 (2) 东北地区各省导游基础知识 (3) 华东地区各省市导游基础知识 (4) 华中地区各省导游基础知识 (5) 华南地区各省市自治区导游基础知识 (6) 西南地区各省市自治区导游基础知识 (7) 西北地区各省市自治区导游基础知识 (8) 港澳台地区导游基础知识；

15.3、全国导游基础知识(包括但不限于如下课件资源)

(1) 中国共产党成立百年来领导中国人民和中国革命取得的伟大成就 (2) 中国旅游业发展概况 (3) 中国历史文化知识 (4) 中国文学知识 (5) 中国建筑艺术 (6) 中国园林艺术 (7) 中国饮食文化 (8) 中国传统工艺美术 (9) 中国民族知识与宗教知识 (10) 中国旅游景观 (11) 中国主要客源国概况；

15.4、旅游政策法规(包括但不限于如下课件资源)

(1) 全面推进法治中国建设 (2) 宪法基本知识 (3) 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利 (4) “十四五”规划和2035年远景目标纲要 (5) 旅游方针政策 (6) 文化和旅游部关于新型冠状病毒肺炎疫情防控指南 (7) 维护国家安全法律制度 (8) 民法的基本知识 (9) 旅游法的基本知识 (10) 合同与旅游服务合同法律制度 (11) 侵权责任法律制度 (12) 旅行社法律制度 (13) 导游管理制度 (14) 旅游安

	<p>全管理与责任保险法律制度（15）-出入境与交通法律制度（16）食品安全、住宿与娱乐法律制度（17）旅游资源保护法律制度（18）解决旅游纠纷的法律制度；</p> <p>16 应学校要求，拓宽学生知识面，需具备以下全景视频资源且片质清晰，非普通视频</p> <p>1. 普洱茶冲泡流程全景视频（教学讲解配音细致）、2. 岩茶冲泡流程全景视频（教学讲解配音细致）、3. 绿茶冲泡流程全景视频（教学讲解配音细致）、4. 插花（上）全景视频（教学讲解配音细致）、5. 插花（下）全景视频（教学讲解配音细致）、6. 京津冀铭星茶艺冠军比赛现场全景视频 7. 香道表演全景视频、8. 瑶族茶文化全景视频、9. 宋代点茶全景视频</p> <p><b>【其他要求】</b></p> <p>1. 要求投标人自备电脑设备采用可运行的真实的软件就上述技术参数中标注 符号的重要技术参数逐条进行功能演示，不提供演示或演示功能达不到招标要求的将不推荐为中标供应商 仅作为合格投标人</p> <p>2. 宣布中标后 3 天内，预中标单位必须提供该软件的安装版本根据采购单位指定的时间及地点进行整体功能演示核查，逐项核对技术参数演示。如果和招标内容一致或优于上述技术参数要求，预中标单位与采购单位签订合同，履行招投标后续程序；如果和招标内容不一致不能满足技术参数要求，预中标单位的中标资格会被取消，同时按虚假投标报送采购办和财政部门，投标人须提供承诺书。</p> <p>3、提供生产厂家针对此项目加盖生产厂家公章的售后服务承诺函。</p>
<p>教学景点资源库</p>	<p>全国分省著名景点 VR 资源库</p> <p>全国各省地景点代表：</p> <p>安徽省：绩溪棋盘村、绩溪上庄景区、泾县茂林镇</p> <p>北京市：汉石桥湿地、水立方、鸟巢、潭柘寺</p> <p>福建省：泰宁金湖、太姥山风景名胜、三坊七巷</p> <p>甘肃省：大峪国家森林公园、盐锅峡、遮阳山</p> <p>广东省：肇庆星湖旅游景区、浪漫海岸国际旅游度假区、放鸡岛</p> <p>广西省：北海银滩、友谊关、芦笛岩景区</p> <p>贵州省：增冲鼓楼、阳光盆景园、小黄侗寨、加榜梯田、茂兰喀斯特森林自然保护区、南龙布依古寨、麻塘革家寨</p> <p>海南省：海南盐丁村、呀诺达热带雨林风景区、海南老周三村</p> <p>河北省：十瀑峡瀑布群、娲皇宫、隆兴寺</p> <p>河南省：中原豫西抗日纪念馆、三泉湖景区、石窟寺、焦作温县陈家沟景区、 太昊伏羲陵</p> <p>黑龙江省：镜泊湖世界地质公园、五大连池、漠河北极村旅游区</p> <p>湖北省：野人谷景区、赛武当风景区、玉泉山风景区</p> <p>湖南省：长沙世界之窗、滴水洞景区 、宝峰湖风景区</p> <p>江苏省：扬州中国雕版印刷博物馆、清晏园、李可染艺术馆、戏马台、窑湾古镇、 溱湖</p> <p>江西省：瑞金中央革命根据地历史博物馆、景德镇中国瓷园、滕王阁</p> <p>辽宁省：营口西炮台遗址、义县奉国寺、沈阳福陵</p> <p>内蒙古：大召寺、赤峰阿斯哈图石林、成吉思汗陵、元上都遗址、呼伦湖、大青山、阿尔山天池园区</p> <p>宁夏：中华回乡文化园、六盘山国家森林公园、镇北堡华夏西部影视城</p> <p>山东省：曲阜三孔旅游区、台儿庄古城、华夏城、 小青岛、 水浒影视城、 五四广场</p>

	<p>山西省：雁门关、洪洞大槐树、山西晋祠  陕西省：中共中央西北局旧址、延安宝塔山、乾陵  上海市：太阳岛、上海科技馆、上海豫园  四川省：皎平渡红军渡江遗址、红军长征纪念馆、望江楼、宽窄巷子  天津市：天津盘山、天津古文化街旅游区（津门故里）、独乐寺  新疆：盘橐城、夏塔景区、昭苏草原石人景区、天马文化园、赛里木湖、中华福寿山、国际大巴扎、哈密木卡姆传承中心  云南省：云南民族村、银都水乡新华村、野象谷  浙江省：舟山市普陀山风景名胜区、浙西大峡谷、西塘古镇  重庆市：大风堡原始森林风景区、张关水溶洞、龙兴古镇、龙鳞石海  吉林省：冰水泉、好太王碑、丸都山城、向海仙鹤岛、叶赫那拉  西藏：冈仁波钦峰、墨脱、鲁朗、布久拉康 措木及日、昌珠寺、卡定沟、梅里雪山、米堆冰川、南伊沟、然乌湖、萨迦寺、松赞干布出生地、小昭寺、扎什伦布寺、折蚌寺（演示每个景区场景资源数不低于十五个）  青海省：浦宁之珠、鸟岛、丹噶尔、藏娘佛塔、察尔汗盐湖、丹噶尔、尕朵觉悟神山、尕尔寺、格萨尔王广场、将军楼公园、坎布拉、抗灾博物馆、柳湾彩陶博物馆、门源芬芳浴、门源观花台、鸟岛、浦宁之珠、青海隆宝国家级自然保护区、瞿昙寺、日月山、石经城、塔尔寺、文成公主庙、玉树赛马场、卓尔山（演示每个景区场景资源数不低于十五个）</p> <p>四、国外景点 VR 资源库  埃及金字塔 2. 澳洲悉尼主要景点 3. 阿根廷布宜诺斯艾利斯主要景点 4. 荷兰阿姆斯特丹 5. 德国新天鹅堡主要景点、6. 南非开普敦好望角 7. 冰岛克姆斯沃顿主要景点 8. 美国拉斯维加斯主要景点 9. 旧金山金门大桥 10. 维多利亚大瀑布 11. 毛里求斯岛 12. 莫斯科克里姆林宫 13. 迪拜主要景观全景 14. 马尔代夫主要景观全景 15. 伊斯坦布尔；</p> <p><b>【其他要求】</b>  1. 要求投标人自备电脑设备采用可运行的真实的软件就上述技术参数中标注 符号的重要技术参数逐条进行功能演示，不提供演示或演示功能达不到招标要求的或景区场景缺少的将不推荐为中标供应商 仅作为合格投标人  2、宣布中标后 3 天内，预中标单位必须提供该软件的安装版本根据采购单位指定的时间及地点进行整体功能演示核查，逐项核对技术参数演示。如果和招标内容一致，预中标单位与采购单位签订合同，履行招投标后续程序；如果和招标内容不一致，预中标单位的中标资格会被取消，同时按虚假投标报送采购办和财政部门  3、提供生产厂家针对此项目加盖生产厂家公章的售后服务承诺函。  4. 要求以上景点讲解教学资源中所包含的景区实景互动教学资源库必须为利用 360 度全景拍摄技术制作的 360 度实景漫游系统，非图片、非全景视频，也非 3D 虚拟建模场景，且该项目所列景区全景必须与 AI 智能模拟导游综合教学实训软件兼容运行且还可在 pico、htc 头盔上兼容运行，进行沉浸式体验。</p>
智慧旅游微商城软件	<p>系统需基于 BS 架构，采用 PHP 和 MYSQL 数据库技术开发，软件的管理、维护应在服务器端完成，维护方便，采用 Html5 技术，布局 Div+CSS3。</p> <p>一、产品管理系统：  1、符合旅游行业产品属性的产品管理，含旅游属性（区域类型、出发/目的城市、交通方式、报名截止时间、活动集合时间/地点、活动可成行人数、线路特色及描述、行程内容采用按天分步编辑）及团期功能；  2、支持跟团线路、自由行、签证、酒店、门票、餐饮、用车、导游、购物等全系旅游产品编辑；</p>

## 二、微信参数二维码系统：

- 1、系统支持创建带永久参数的微信二维码；
- 2、每个产品拥有独立的参数二维码。

## 三、资源管理系统：

- 1、支持平台方对景区、酒店、餐馆资源进行统一规划管理；
- 2、门票/酒店/餐馆，按照独立分类目录展示，门票种类根据景区进行发布，更符合旅游业务发展链条，更适合对供应商产品权限进行管理。

## 四、实体/虚拟购物系统：

- 1、单独的购物模块，满足实体/虚拟产品属性的要求；
- 2、独立的产品特色编辑及详细内容编辑模块，商品支持套餐价格体系。

## 五、订单管理系统：

- 1、支持按活动日期下单（满足旅游行业属性及团期）；
- 2、支持报名表单的查看及导出；
- 3、支持订单工作流（客户下单-平台处理订单-订单确认-出行-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），无需登录，微信直接报名下单；
- 4、支持线下订单新增功能，支持散客、团队、单项订单录入功能，线下订单支持增加游客报名表。

## 六、价格管理：

- 1、支持按活动日期（团期）定价，支持设定每个日期不同的成人价与儿童价。

## 七、活动分类系统：

- 1、支持3层级分类，省份-城市-景区进行分类，更方便游客快速找到理想的行程线路；
- 2、支持周边游、国内游、出境游等多种分类发布方式及系统条件筛选功能，更方便客户查找。

## 八、库存管理系统：

- 1、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。

## 九、私人订制系统：

- 1、支持客户私人订制表单提交入口，为适应市场发展需求，满足不同客户的特殊化订制要求服务；
- 2、用户可在前台提交私人订制表单，系统后台实时接收表单。

## 十、售后管理系统：

平台可管理客户评价（新增/删除）、退款申请、订单处理等售后功能。

## 十一、模拟下单、模拟评论模块：

- 1、平台支持自定义马甲功能，可同时新增多个马甲；
- 2、支持马甲虚拟报名下单，达到模拟火爆报名场景；
- 3、平台可对线路进行模拟客户评价，提升线路好评率。

## 十二、会员管理系统：

- 1、支持客户账户及资料管理；支持查看客户资金流水；
- 2、支持对客户积分进行查看及管理；
- 3、支持对客户发放线路优惠券；
- 4、支持客户业务归属（客户可绑定公司业务员，方便员工对客户进行分批统一管理，方便计算业务员业务量）。

须提供会员管理系统模块每个功能操作界面的清晰截图和现场软件功能演示

## 十三、会员客户分类管理系统：

**【初次客户】**用户自行关注微信公众号，系统自动加入的；或者业务员或市场人员

通过各种途径获取并录入到系统的客户；

【潜在客户】当业务员对新建客户从事业务活动，客户没有拒绝，有潜在的客户需求时，可以提请审核后成为潜在客户；

【成交客户】成交客户为与公司产生过业务往来的，有过合约关系的客户，完成订单的客户，由系统自动识别转换到本类别；

【重要客户】重要客户是成交客户的一种，可以定义为行业内有影响的，对公司的各方面发展起重要作用的客户，可以是品牌的、口碑的、销量大的；

【VIP客户】是对公司来讲高价值的客户，需要提供特别关注的客户群体，如果流失对公司业务产生重大影响的客户群体。

#### 十四、计调管理系统：

1、管理供应商资源：统一采购，减小采购的风险；

2、成本核算：查看应收款，支持订单成本管理（应付及已付），自动计算出毛利，并支持特定时间段查询；

3、供应商对账：供应商付款结算及查看付款记录；

4、订单操作：支持线下订单进行新增，线上线下一管理；

5、支持订单报名表导出，查看订单详情；支持自动生成客户行程单、导游出团单、旅行社确认单，并支持下载及打印。

#### 十五、财务管理系统：

1、报名表导出：支持查看订单报名表及导出功能；

2、支付记录：支持单独查看所有线上付款订单；

3、供应商对账：支持查看订单供应商付款记录；

4、退款处理：可针对客户取消订单的处理；

5、分销商提现处理：支持处理分销商推广佣金提现申请的处理；

6、客户流水：支持查看所有客户的资金流水账，方便统计客户网站下单金额。

#### 十六、营销活动：

1、系统支持针对单个产品、单个日期分别新增旅游拼团活动，拼团活动支持添加预付订金，可先付定金，待成团之后支付尾款；支持设置拼团活动的最大团员数量、支持设置报名每人限购数量；支持设置拼团活动的阶梯式报价，达到多少人一个报价。分开阶梯报价；支持设置拼团活动的有效时间；支持单独查看拼团活动产生的订单情况。

2、支持发布投票活动，支持设置每人只能投票次数或每人每天只能投票次数；支持设置投票活动的截止时间；支持投票活动投票选项的添加，支持添加投票选项的名称、图片及简介；支持前台浏览器查看投票活动页面，投票页面展示投票选项、投票规则和投票截止倒计时。

3、支持产品画报功能，支持给每个产品添加产品画报，支持上传的画报自动添加产品二维码，扫描该二维码即可访问产品，支持将系统名称、联系方式自动添加到画报图片上。

4、支持单独的团期管理，支持设置每个产品、每个出团日期的状态标签。

5、订单核销，系统支持创建核销专员账户，酒店/门票/餐馆列表内的每个单个产品支持设置核销专员；

6、支持酒店/景点/餐馆添加微信地图导航，在前台浏览酒店/景点/餐馆产品时，支持点击导航按钮，利用腾讯地图进行直接导航前往；

7、支持客户评价回复功能，支持删除客户评价；

8、支持设定特定产品的优惠券设置与发放，包括设置单条线路的优惠券金额、优惠券有效期、优惠券认领周期；

9、支持抱团下单，即所谓“满就减”，达到多少人报名，每人减多少钱（系统自动

识别），促进多人抱团下单。

10、支持客户拜访，支持新增对不同分类客户的拜访记录（拜访时间、拜访对象、拜访内容、下次拜访时间）；自动生成下次拜访日程表（以日历表形式展示），方便客服合理规划客户拜访时间。

须提供营销活动 1-10 模块软件每个功能操作界面的清晰截图和现场软件功能演示

十七、线路团购系统：

1、支持团购功能，可设定某一时间段内的团购促销功能，吸引用户购买。

十八、分销推广系统：

1、支持创建分销推广员；

2、每个产品可设定独立的推广费用，推广员分享出去的订单，即可获得佣金；

3、推广员拥有独立二维码主页+返佣结算，让推广员帮您发展更多客户；

4、支持分销商分享轨迹跟踪查看，实时了解分销商业务动态；

5、支持分销商推广订单单独查看，及分销商申请表处理。

须提供分销推广系统模块 1-5 软件每个功能操作界面的清晰截图和现场软件功能演示

十九、二级分销系统：

1、供应商»发展者（一级分销商）»介绍者（二级分销商）»购买者；

2、支持二级分销（商家发布产品，发展分销推广员 A，推广员 A 发展推广员 B。推广员 B 分享产品，客户订购，推广员 B 拿佣金，推广员 A 也能拿到相应推广奖励金）；

3、分销系统对接微信，当分销关系确定之后，客户只需微信分享，系统即可自动识别分销关系，分销订单自动归纳到对于分销商订单列表内。

二十、客户行为追踪系统：

1、优惠券抵用：支持查看所有客户获取优惠券的时间、优惠券有效期、优惠券金额及优惠券使用状态的查看；

2、客户积分：支持查看客户积分获取情况，包括每日登陆赠送积分、报名下单累计积分及平台赠送积分；

3、客户评价：支持查看客户发表的评价内容，及可对评价进行删除处理；

4、微信分享追踪：微信追踪系统，可清晰的查看每位推广员/客户的微信分享轨迹；及客户浏览轨迹；

5、近期搜索词：系统自动记录客户在平台搜索框中搜索的内容，方便了解客户实际需求；

6、客户兴趣：支持查看客户浏览每个产品的次数及最后浏览时间。

须提供客户行为追踪系统模块 1-6 软件每个功能操作界面的清晰截图和现场软件功能演示

二十一、报表分析系统：

支持查询商品、客户、订单、访问流量、微信分享、分享轨迹等数据的查询与统计功能。

二十二、新闻资讯系统：

1、支持多个文章分类；

2、支持发布精彩回顾、热门攻略、通知公告等文章资讯信息；

3、支持网站页面发布（公司简介、服务流程、招聘信息、会员协议、用户服务协议等等）。

二十三、支付系统：

1、系统接入支付宝、微信支付等第三方支付平台。团款直接汇入公司账户。

手机短信通知系统

2、支持第三方聚合短信接口，客户下单、出行等，可设置手机短信通知。

	<p>二十四、微信公众号接口： 1、系统自动接入微信公众号，无缝实现微信登录； 2、系统自动获取用户微信信息，并自动在系统后台创立账号。方便平台建立 CRM 系统。</p> <p>二十五、内部员工管理系统： 1、平台角色需包含管理员、业务员、业务经理、计调员、计调部经理、出纳员、财务经理、行政专员、核销专员、供应商； 2、管理员管理全局，业务员管理业务订单，计调管理供应商，财务处理应收款和应付款，核销员核销订单，供应商上传产品，各自分工，参与到订单的每个流程，积极推动业务流程的流转； 3、为满足特殊化业务实际操作需求，系统必须支持对不同角色功能自定义。</p> <p>二十六、分销商主页系统： 1、每个分销商拥有一个独立的二维码，扫描二维码即可进入分销商主页； 2、主页包含分销商电话（可直接拨号）、个人微信等。方便客户与顾问进行沟通，通过微信使顾问与会员建立客户关系，方便二次销售； 3、分销商主页同时包含企业标识宣传； 4、分销商主页单独设置。分销商主页广告独立设置，与主平台广告设置分开。更有利于旅游业务快速发展。</p> <p>二十七、旅游微信商城前端： 1、首页需有导航栏设置、轮播图设置、广告图设置； 2、支持签证/酒店/门票拥有独立页面，页面满足其产品属性要求，与普通产品列表页不同； 3、平台主页应该包含至少 3 套以上模板； 4、平台主页需与分销商主页不同；且首页广告单独设置。</p> <p>二十八、在线咨询系统： 1、支持免费的百度商桥接入； 2、pc 站支持 QQ 接入功能，可同时增加多个。</p> <p>二十九、积分商城系统： 1、支持积分产品分类的添加，支持添加多个积分产品分类； 2、支持发布积分兑换商品，支持设置产品兑换所需积分； 3、支持查看客户积分详情，支持给客户赠送积分；</p> <p>技术保障 1、提供软件著作权证书 2、需提供来源于国内著名旅行社或旅游集团的精品线路 1000 条，并提供对应旅行社或旅游集团网站数据使用授权书，提供对应旅行社工信部备案截图。</p>
酒店数字化营销管理平台	括前端工具（官方网站、微信公众号、微信小程序等）和后台管理系统（预订系统、会员系统、商城系统、分销管理系统等）。DOSSM-SalesTech 是培养学生对客户细分与需求认知能力、酒店产品在线销售能力、客户忠诚计划运营能力、在线销售平台策划和运维能力的实验工具。
酒店数字化运营管理平台	<p>1. 系统对接能力：对接大衍 megAnalysis 大数据应用与分析系统、DOSSM-MarTech、DOSSM-SalesTech 实验系统和数字化营销情境仿真沙盘，支持教师基于这些系统开展数字化运营、数字化营销、酒店和旅游大数据运用和分析的实践教学。</p> <p>2. 教学和学习全过程的资源：每个实验任务均提供从课前预习、课中实践、课后复习和总结的相关教学和学习资源，帮助教师轻松教学；</p> <p>3. 模块化教学功能：承担不同课程教学任务的教师可以根据平台中的实践任务进行</p>

课程的自由组合；

## 五、最终报价及相关文件要求：

### （一）报价文件格式

序号	产品名称	品牌	规格型号	详细技术参数	数量	单位	单价（元）	小计（元）	备注
1									
2									
3									
4	合计	大写： (小写： ¥000,000.00)							

### （二）技术文件格式

序号	产品名称	品牌	规格型号	招标参考参数	投标产品参数	偏离	说明	备注

### 投标相关文件要求：

1. 所有报价均以人民币最终报价，含设备费用、安装调试费、运费、清洁费、退换货费、税费(提供增值税普通发票)、售后服务等全部费用。报价文件中须提供详细报价清单并提供安装调试时间，并满足项目建设方案技术要求。

2. 竞价人须在竞价文件中单独提供一份切实可行的售后服务承诺书，明确质保期内、外的服务条款。

3. 竞价人在投标的同时请附上企业现行合法有效的营业执照原件（或营业执照公证件）及复印件（盖公章）以及售后服务承诺等相关证明。

4. 如竞价人单位法定代表人未能到现场参与，委托单位其他人员参与竞谈的，需提供法定代表人授权委托书及竞谈人在本公司购买的近6个月社保证明。

5. **标书中报价文件和技术文件须分别单独封装**；其中报价文件含详细设备清单报价；技术文件中须含有资质、**竞价人提供类似业绩合同复印件（加盖单位公章）或竞价人提供厂家类似业绩合同复印件并同时提供原厂授权及售后承诺书（加盖厂家公章）、谈判代表的**

授权和社保、详细清单、技术参数偏离表、建设方案和售后服务方案等，**技术文件中不得有产品报价；投标现场提供一份 U 盘存储的资质、**竞价人提供类似业绩合同复印件（加盖单位公章）或竞价人提供厂家类似业绩合同复印件并同时提供原厂授权及售后承诺书（加盖厂家公章）、**谈判代表的授权和社保等文件盖章件电子档。**

#### **六、交货及货款的结算方式：**

在合同签订后，严格按照院方指定的时间、地点安装调试完毕，并作好人员培训等相关工作，经验收合格后支付总货款的 95 %，余款 5%在质保期满后支付。

#### **七、谈判有关说明：**

1. 谈判地点：重庆人文科技学院后勤一楼会议室。
2. 谈判时间：2023 年 9 月 15 日上午 9 时 00 分。
3. 有关规定：超过谈判截止时间、不密封的谈判文件或不按《谈判文件》规定提交相关资质的谈判，我处恕不接受。

#### **八、联系人及联系方式：范老师 023-42460570**

#### **九、凡涉及本次谈判文件的解释权归竞争性谈判管理小组。**

#### **十、一切与谈判有关费用，均由竞价人自理。**

## 第二部分 竞争性谈判相关附件

### 附件 1：买卖合同主要条款

#### 买卖合同主要条款

---

甲方（买方）：

乙方（卖方）：

甲乙双方就甲方向乙方购买\_\_\_\_\_事宜，经友好协商一致，达成如下条款供双方遵守：

（注：以下内容为本买卖合同的主要条款）

#### 一、标的物情况及价格

（二）合同总价格为（大写）：\_\_\_\_\_（小写：¥000,000.00），本价格包含产品（设备）价格、运输费、搬运费、质保期内售后服务费、退换货运费、清洁费、安装调试费（设备）、税金等全部费用在内，除本合同约定外，乙方不得要求甲方另行支付任何费用。

（三）乙方承诺本合同销售产品（设备）单价不高于乙方销售给第三人的价格或市场平均价格（含网络销售平台平均价格）。若甲方发现向乙方购买的产品（设备）单价高于第三人的购买价格或市场平均价格，则乙方按高出部分的两倍向甲方支付违约金。价格承诺期为\_\_\_\_年\_\_月\_\_日起至\_\_\_\_年\_\_月\_\_日止。

#### 三、交货时间

甲乙双方签定合同后，乙方须在\_\_\_\_年\_\_月\_\_日之前将甲方订购的产品送到甲方指定的地点（设备须在此期限按要求安装完毕，并能投入正常使用）并经甲方验收合格。否则每延迟一日，按合同价款的千分之五向甲方支付违约金。乙方逾期十日仍不能交货的，甲方有权解除合同，尚未支付的货款不予支付，已经支付的货款乙方须全额返还，同时乙方须按本合同交易总金额的 20%向甲方承担违约金。

#### 六、付款方式

（一）乙方将全部产品（设备）送达甲方指定地点（设备须安装调试完毕），经甲方代表验收合格，在验收单上签字确认后，甲方向乙方支付合同总金额的 95%，质保期满后支付余款（因乙方未能按本合同约定提供售后质保服务，质保金应扣除部分除外）。

（四）在甲方支付合同款项前，乙方须向甲方送交合法有效的全额增值税普通发票。若乙方未按期送交合法有效的全额发票，则甲方付款时间自动顺延，甲方不承担延迟付款的任何责任。

## 七、售后服务

1、所有物品自验收合格之日起\_\_\_\_年为质保期。质保期内产品（设备）出现质量问题，乙方必须无条件免费维修或更换。

2、乙方在质保期内接到甲方维修、换货、技术支持等售后服务需求的电话、短信息或电子邮件通知后，乙方需在 2 小时内作出售后服务承诺，并在 24 小时内上门服务。

（备注：《买卖合同》的其他条款详见届时双方签订的合同）

## 附件 2：谈判申请及声明

致：\_\_\_\_\_（竞争性谈判人）

根据贵方项目编号\_\_\_\_\_的谈判文件，我方正式提交响应性文件正本壹份，副本叁份。

据此函，签字人兹同意如下：

1. 我方同意提供贵方可能要求的与本次谈判有关的任何证据或资料。
2. 一旦我方成交，我方承诺将根据谈判文件与贵方签订书面合同，并严格履行合同义务。
3. 我方指派\_\_\_\_\_（姓名）（身份证号码：\_\_\_\_\_）为我方全权代表，代表我方参加贵方本次项目的竞争性谈判活动，负责处理与本次竞争性谈判相关的一切事宜。

4. 我方决不提供虚假材料谋取成交，决不采取不正当手段诋毁、排挤其他竞价人，决不与竞争性谈判人、其它竞价人恶意串通，决不向竞争性谈判人及谈判小组进行商业贿赂。如有违反，我方无条件同意贵方不退还我方已缴纳的竞争性谈判保证金，赔偿竞争性谈判人因此遭受的全部损失，并接受相关管理部门的处罚。

5. 与本申请有关的正式通讯地址为：

地 址：

电 话：

传 真：

电子邮箱：

法定代表人（签字）：

竞价人（盖章）：

日 期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

