

一步步教你制作投标书

商务标、技术标、经济标的定义与区别

什么是商务标 商务标指投标人提交的证明其有资格参加投标和中标后有能力履行合同的文件 包括公司的 ， 资质、执照、获奖证书等。

投标中，商务标 商务标是准入，经济标是入围，技术标是投标中最后一环。

商务标

商务标的内容应对招标文件，如果没有规定，商务标应该有以下内容：

- (1) 法定代表人身份证明
- (2) 法人授权委托书（正本为原件）
- (3) 投标函
- (4) 投标函附录
- (5) 投标保证金交存凭证复印件
- (6) 对招标文件及合同条款的承诺及补充意见
- (7) 工程量清单计价表
- (8) 投标报价说明
- (9) 报价表
- (10) 投标文件电子版（u 盘或光盘）
- (11) 企业营业执照、资质证书、安全生产许可证等；

什么是经济标 经济标指与设计方案相对应的具体产品报价及报价说明。主要是预算报价部分，即结合自身 经济标 和外界条件对整个工程的造价进行报价。

投标中，商务标是准入，经济标是入围，技术标是投标中最后一环，经济标是整个投标的重 中之重

经济标评价的主要问题设计确定以后，企业能否入围，决定于经济标，其中的问题有：

1. 工程量的差异：建筑装饰变化多，经常出现定额中没有的项目，如异型装饰，定额以外 的项目工程量有高低之差，怎样既能体现设计意图又要降低成本。

2. 材料的价差：材料在整个造价中占到 40~50%，按照设计要求选用同一品种材料价差很 大，对工程造价影响较大。

3. 取费高低：国家现在是指导费率，企业管理水平不同，费用也不同。

4. 利润高低：企业在投标中有的承诺让利，企业结合工程情况取利有高有低，例如有的企 业由于淡季或业主还有后续工程而让利，投标中要做到知此知彼，确定利润率。

〔编辑〕什么是技术标

技术标是指：对招标文件提出的实质性要求和条件的响应性、施工组织设计或方案以及对招标文件中特殊技术性内容的承诺内容。

技术标可以暗标的方式进行评审，暗标标书的具体编制方法应在招标文件中予以明确。对较大工 程，可以要求投标的注册建造师就技术标的有关问题进行现场答辩。

〔编辑〕技术标的主要问题投标中，商务标是准入，经济标是入围，技术标是投标中最后一环，技术标的问题有：

1. 包装与内容：对标书当前普遍注意了包装，注意外观与模式，但经常出现的问题是包装 很讲究，但内容很空洞。

2. 暗标中的废标：施工组织设计一般是暗标，但有的包装、模式没有按照招标文件统 一要求，或者是某一细部出现了企业的特征等，造成废标。

3. 内容一般化：施工组织设计注意了模式和条款，工艺和规范套用细而全，但没有结合工 程的实际，失去了针对性，有的企业已通过了质量认证和环保认证，但没有针对相关工程制定具 体的组织措施。

4. 选用标准不当：工程质量标准应当用现行的不能再延用过期的，如不能再用 2002 年已 撤消的《北京市高级建筑装饰工程质量验收标准》，但现在还有企业在施工组织设计中提出，有 的甚至以优质工程项目来代替标准。

5. 可行性差：建筑装饰工程涉及结构、基底、水、电、风、消防、智能等，但在施工 进度 中只排列了装修部分而忽略了与众多专业与分包方面的交叉衔接，缺乏整体协调。

6. 简短适度：有的施工组织设计篇幅很长，一般情况体现较多，但对相关重点却一带而过， 避重就轻，遗漏重点环节，例如工程正赶上雨季或冬季，但施工组织设计中却没有具体措施。任 何一个工程离不开用电，但在一个施工组织设计中没有体现动力用电量、照 明用电量、平时用电 和高峰用电量等。

招标方公开标底,包括技术指标,项目预算案等的招标方式。不公开投标人名称,招标方监督人员将标书的投标单位进行编号,交由评标委员会进行评审,评审结果确定后,核对各编号的投标人,确定中标单位。技术标的内容应为仿宋三号字,表格内和页码应为仿宋五号字。

暗标

暗标的定义暗标评标即将投标人的投标文件分为明标商务标和暗标技术标两部分进行分别评审的一种,评标方法。商务标署名为明标,而技术标只能在包装袋上署名,进行评标阶段后,由公证处和监督单位对所有的技术标进行拆封、编号、封存,待技术评标结束后,再当场公布各投标人技术编号,而后才进行技术评审。在实际工作中,暗标评标之所以即使一些企业信誉好、实力强、业绩卓著的投标人成为中标人,又有较好的节资效果,是因为它与一般的综合打分法相比,具有以下三大优势。

暗标的优势一是暗标评标能有效地消除明标评标过程中评委会成员的人为打分倾向。在评审过程中,与暗标相对应的明标评标,每份标书都有署名,若评委会成员中有个别人员与投标中的某个供应商相识或有私交,或者某个投标人通过各种不为人知的方式暗中与某个评委已私下交流过,于是,同样的标书,不同的评委分数便有了差距,甚至差距会有10分之多,这便是个人人为倾向。而将商务标和技术标分开来评,且技术标匿名的暗标评标,评委所看到的技术标文件没有任何署名、标记或暗示(否则作废标处理),评委只能按照文件现有的内容,根据招标文件规定的方法与标准去打分,即使某个人想抬高某投标人的分数,也会因无法识别而无法得逞。所以说,从这一点讲,暗标评标更加公平与公正。二是暗标评标消除了一些投标人某些违法违规或用不正当的手段谋取中标的心理意识有效,遏制了腐败行为的发生。在以往的明标招标过程中,一些投标人为使自己中标,在开标前想尽种种办法增大自己中标的机率。若是一般的明标评审,即使有监督单位的现场监督,有时也是防不胜防。而采用暗标评标方法评审,商务标虽为明标,但评分标准都有硬规定,其评分没有伸缩性。而在技术标的评审中,招标文件中有明文规定,若出现公司名称或任何标记一律作废标处理。所以某些投标人看到招标文件中的要求,就明白了标前做任何不正当的努力都是白费力气,因而从某种程度上有效遏制了腐败行为的发生。三是增强了技术标评标的保密性,提高了竞标质量。各投标人的技术标由公证处与监督单位拆封、编号、封存,采购人代表及评委会成员在评标前及评审过程中,没有任何机会接触到有关编号及与投标人名称相对应的内容,真正做到了评标者不知情、知情者不评标,其保密程序更加严谨。

投标书制作-如何制作投标书

投标书制作-如何制作投标书

一、 **投标书的基本要求：**

1. 帮助与你的标书读者沟通。从这个角度上来讲，标书是一篇针对用户需求的论文，逻辑结构和语言一定要清晰、可读。考虑到评标专家一般都具有较好的学术经验，其中很多还是教授、博导，投标的语言要针对读者的阅读习惯为好。
2. 表现你整理过后的思路和想法。如果对整个方案的思路不清晰，是不能写好一个标书的。在投标之前一定要理清整体思路及各部分的关系，必要的头脑风暴和预评审也是需要的，以便更加清晰地表示。对于没有结论或者困惑争议的地方，不要指望能够糊弄过去，如实地分析甚至放在重要的地方重点把可能的困难和解决方案以及选择的过程描述出来，往往会增加胜算。
3. **对招标书作出反应**。要非常注意投标需求书的细节要求，一般甲方不会随便写出某种要求的，出现这种情况一般是甲方非常需要或者有竞争对手说服甲方提出这种需求。对于特别的、违反常规的要求尤其要注意，在标书中一定要有回应。回应的时候不要直接反驳，应该用比较委婉态度和明确的结论给出建议和意见、结论。
4. **对客户需求做出反应**。有很多客户的需求并没有体现在标书文件中，这个时候如果说明非常详细和具有针对性，对于评标专家是非常具有说服力的。

二、 **商务投标书的主要内容：**

投标书分为商务部分和技术部分，有些投标要求分为商务标书和技术标书。

1. 商务投标书的组成

(1) 投标的主体内容（按邀标书格式）。需要提醒的是，评标专家在现场进行评标，需要阅读大量的文字，这个时候一定要严格按照邀标书的格式进行，必要的时候要专门以不同纸张或者标签的形式进行部分区分，以便于专家在不同服务商之间进行对比。

(2) **投标报价及产品清单**。如果邀标书给定了投标报价单，按照标准报价单进行填写，如果没有，需要仔细进行设计。一个好的报价单有助于专家进行对比和筛选，也有利于服务商进行价格谈判。比如，比较细致合理的报价就不容易被价格谈判的时候大幅度降价。

另外，如果报价单比较复杂和篇幅长，需要对各部分报价进行小结、需要有一个明晰的各部分报价总计。报价单要注意核算，不要计算错误和重复、缺项，尤其是用 excel 进行自动计算的时候，一定要用另外的办法验算。

(3) **资质证明**。仔细注意邀标书要求的资质证明，另外，可能的竞争对手可能提供的用户报告、资质、案例等要仔细对待；尽可能提供高于邀标文件的资质；对于联合投标，需要提供双方或者多方的资质，对于要求具有“本地服务队伍”要求的，需要提供证据文件；对于设计的产品，要提供必要的证书和文件；对于使用关联公司（例如集团公司）的资质，要特别注意法律一致性的要求。

(4) **项目团队介绍**。项目团队的介绍要实事求是，不一定非要公司高管介入项目过程；对于团队中人员资历的介绍，要注意角色分工、年龄搭配和资质要求；要突出团队成员类似项目的成功经验。

(5) **公司简介**。公司简介要针对性地进行缩写或者改写，将与项目密切相关的内容突出出来。

(6) **公司售后服务体系及培训体系简介**。一般这一条比较容易和技术表述中的相应部分混淆，要非常注意放在哪个部分，如果商务部分和技术部分都需要，侧重点各是什么；往往评分标准中都有这一条，因此，应该仔细描述自己公司的项目管理、售后服务和培训体系，要符合用户的标书要求，还要符合主流的国际、国内标准。

(7) **设备简介**。设备简介要将设备的案例、使用情况、证书等进行提交。

(8) **行业典型（成功）应用案例**。成功案例中要特别注意将类似的项目经验放在比较前面的位置。

(9) **一切对本次投标有利的资料**。有些单位会提交获奖证书、专利、知识产权证书、横向和纵向课题承担证明等与项目关联的证明信息。

2. **技术投标书的组成**

(1) **标书摘要说明**。摘要说明不仅仅是各个部分的概括，更应该是投标方体现自己思想的

首页阐述，**应该花很大的精力去重视的，也是争取专家非常重要的地方。**

(2) 背景介绍。项目背景要从行业、用户基本情况等方面论述和解释项目的必要性及考虑，这是体现标书针对性非常重要的地方。

(3) 主要设计标书。项目的设计是标书的主要部分，考虑到专家未必对所牵涉的标书的技术非常清楚，这一部分的逻辑关系非常重要，应该从技术方向、产品方向、产品选型、性能价格比较等多方面进行逻辑论述，站在中立的立场上为甲方选择适合的解决方案的“示意”非常重要。

(4) 项目实施计划。项目实施计划要可行、符合要求。这也是经常的打分点，实施计划尽量使用专业工具（比如 project），项目管理的体系架构要非常清晰，比如 ISO9000, CMM 等，标书要求的资质要和项目实施的技术体系相吻合，比如资质特别要求 CMM, 项目管理的计划就应该根据 CMM 来进行计划。

(5) 风险控制和质量控制计划。风险控制措施要实在，质量体系要清晰和符合邀标书要求。

(6) 售后服务计划。售后服务计划往往是评分点，应该尽可能满足邀标要求；对于重要的服务承诺和期限，应该以黑体或者表格的形式突出出来。

(7) 产品介绍。产品介绍应该放在不突出的地方，比如附录；产品的重要性能可以提前或者突出；必要的时候，可以将厂家的产品说明彩页裁减放进标书装订。

三、**如何设计一个漂亮的标书**

1. 整体上的一般要求

(1) 全局观-标书各个部分自成体系又相互依托。

技术可行，叙述简洁明了。

产品清单正确。

目录结构清晰—（代表思路清晰）。

整篇文字叙述条理分明，风格统一。

既迎合读者心理习惯又有创新性。

例如，如果一个综合的解决方案标书需要很多部分，我们就可以再画一章各个部分的逻辑关系图并进行简要论述，便于专家评审。

2. 摘要说明

摘要说明是一个标书的整体说明，不仅仅要反映各个部分的简要内容，更要反映投标方的整体思路 and 思想，有时候叫做总经理摘要或者特别阐述，它包含以下内容：

- 标书目标：
- 战略建议：
- 注意事项：
- 标书优点：
- 其他需要吸引读者眼球的东西

3. 目录结构

目录不仅仅是自动生成就可以了，更重要的是要反映整体的逻辑结构，评标专家也往往通过目录来得到标书的第一印象。一个好的目录应该反映缜密的思维和清晰的内容，专家还从中得到重要的特色和投标方的主要知识技能基本信息。

4. 标书编写禁忌：

（1）标书中出现其他项目或其他客户名称。很多标书采用其它案例的资料，忘记了改正用户，这在评标现场非常容易被排斥和认为不认真，因此需要专人进行检查。

（2）标书叙述前后矛盾。很多标书由不同的人完成，出现前后叙述不一致一定要改正。最好安排有人在投标之前阅读统稿、安排专门的评审会议。

（3）目录结构混乱，无逻辑、各自为政。

(4) 套话、废话太多，语言啰嗦、言之无物。这种情况很容易出现在摘抄网络上的信息的时候，应予以注意。

(5) 遣词造句，用语不当。错别字是小事，但很容易引起专家反感，尤其在摘要、重要场所和多次出现的时候。

四、标书设计举例

案例 1：某网络集成项目

下面是一个网络集成项目的标书举例，这样一个标书就比直接将产品堆砌上来强得多。当然，如果项目再大一些、复杂一些，还可以再优化。

1. 网络规划：

- 网络规划的思想方法
-
- - 从网络核心入手，发散到网络边缘；
- - 从网络接入入手，集中到网络核心；
- - 思想方法多样化。
- 网络规划的目的
-
- - 对网络建设具有先期的指导性；
- - 使用户对所建设的网络有一个全面的了解；
- - 对以后的网络实施和验收提供依据。

2. 网络设计思路：

- 用户需求分析；
- 网络流量分析；
- 网络分类设计；
- 网络分层设计；

- 网络设备选择;
- 网络地址规划。
- 1) 需求分析:
 - a) 需求分析的目的
 - - 为网络规划提供依据
 - - 使方案设计个性化, 更有竞争力
 - b) 基本需求:
 - 用户投资和网络规模
 - 了解业务类型和分布
 - 分析目前技术与用户需求的异同
 - 现有网络分析, 保护用户投资
 - c) 需求来源
 - - 决策者的建设思路
 - - 用户提供的历史资料和行业资料
 - - 用户技术人员的细节描述
 - - 普通用户对网络的要求
 - d) 收集方法
 - - 会谈纪要法
 - - 关键人物接触
 - - 用户访谈
 - e) 重点需要了解的:
 - 1 商业需求, 资金投入, 网络规模
 - 1 现有网络的状况

1 网络覆盖的物理区域，信息点的数量及分布

1 业务分类、分布及对网络功能的需求

1 网络带宽和业务量的需求

1 网络可靠性的需求

1 网络安全性的需求

1 网络管理方面的需求

f) **需求分析小结：**

1 - 技术不是问题，主要看投资和服务

1 - 用户投资保护

- 高性价比—使用户的投资收取最好的效果

- 兼容性—保护用户对网络的原始投资

- 扩展性—保证未来 5-8 年可用不过时

1 - **服务**

- 向用户提供优良的服务可能比只提供优良的网络更有意义

1 重点投资要放到重点的位置上

2) **网络流量分析：**

3) **标书结构：**

五、 **投标书制作的几个阶段**

1. **准备阶段**

- 仔细阅读邀标书（招标文件）

- 按照招标文件制作标书，内容可以增加，不能减少
- 制定标书编写日程安排表，严格遵守，注意预留标书审查修改时间。绝大多数公司容易犯的一个错误就是不样儿遵守项目的日程，总是加班到最后一个晚上，这样反而容易出错；另外，更多的单位还在最后一天晚上由销售收集用户或者竞争者的信息仓促调整犯下致命错误；这样的错误还容易出现投标迟到现象。最好的方式是预定好时间和标书调整策略，严格按照策略执行，这个时候，召开项目启动会达成共识非常重要。

2. 标书制作阶段

- 在投标书中，最重要的是价格、服务和一切可以吸引用户眼球的内容（即使邀标书上没有要求的内容）。
- 投标书中最大的忌讳是出现诸如错字、错页、漏印、价格不统一、价格大写错误、太过时的内容及出现与项目不相干的内容（如 A 项目的投标书的页眉还是 B 项目的名称）

3. 收尾阶段：

1 如何印刷标书

- 关键图表的印刷。一个好的图表，非常容易超越竞争对手和吸引专家进行探讨或者注意，有必要可以制作一个非常大的图夹在标书中间。
- 报价单的打印（如何便于查阅）。

2 如何装订标书

- 封面的设计。标书的封面要显示专业和高贵，不要花哨，必要的公司、理念和标示可以恰当地放置。
- 使用标签页。有时候标书很厚，应该在侧边增加标签符号，最好打印简要说明便于查阅；还可以附加使用不同颜色的纸张区分不同的章节和部分。
- 整体的观感。标书装订要体现公司的价值，很多公司舍得聘请员工却不舍得花钱设计和装订标书，在经济上非常不合算。

3 标书封装（或遵照邀标书要求）

- 采用投标专用袋；
- 投标专用袋上标明投标编号、包号、投标设备名称及投标单位名称；
- 投标专用袋封口处注明：“x x x x 年 x 月 x 日 y y：z z 分前不得启；
- 封字样”或使用带有上述字样的小纸条封住袋口，加盖公章。

4 投标书的正本或副本

- 按照邀标书要求准备相应的正本及副本的数量（正本一份副本多份）；
- 投标书的封面必须标明正本或副本；
- 正本必须采用原章（非复印件）；
- 正本每页必须有投标授权人的签字（全名或姓氏）；
- 副本的封面必须是公司（平台）原章。

以下为方便讲解，随便举例一个投标项目，请不要套用，但制作思路就是如此：
以下为方便讲解，随便举例一个投标项目，请不要套用，但制作思路就是如此：

以下为方便讲解，随便举例一个投标项目，请不要套用，但制作思路就是如此：

以下为方便讲解，随便举例一个投标项目，请不要套用，但制作思路就是如此：

封皮

目录

1. 投标书

致：

根据你方招标工程项目编号为、、、的、、、招标文件，我方投标人代表、、、经正式授权并代表投标人、、、、、、提交下述文件正本一份、副本、、、份及电子版本、、份。

1. 开标一览表
2. 投标分项报价表
3. 技术资料说明一览表
4. 技术服务说明
5. 投标人对设备性能及服务质量保证
6. 交货批次与时间表
7. 技术规格偏离表
8. 商务条款偏离表
9. 投标保证金收据复印件
10. 法定代表人授权书
11. 资格证明文件格式
12. 履约保函格式
13. 财务报表
14. 同类设备供货业绩
15. 技术服务人员能力
16. 设计转化能力
17. 供货范围内就地仪表供货厂家清单
18. 技术资料

在此，签字代表宣布同意如下：

1. 所附投标价格表中规定的应提交和交付的货物投标总价为（投标报价单独密封）。
2. 投标人将按招标文件的规定履行合同责任和义务。
3. 投标人已详细审查全部招标文件（含修改及补充文件、图纸）。我们完全理解并同意放弃对招标文件有关内容有不明确及误解的权力。

4. 本投标有效期为自开标日起 个日历日。

5. 如果在规定的开标时间后，投标人在投标有效期内撤回投标，其投标保证金将被贵方没收。

6. 根据投标人须知第 2 条规定，我方承诺，与买方聘请的为此项目提供咨询服务的公司及任何附属机构均无关联，我方不是买方的附属机构。

7. 投标人同意提供按照贵方可能要求的与其投标有关的一切数据或资料，完全理解贵方不一定接受最低投标报价的投标或收到的任何投标。

8. 与本投标有关的一切正式往来信函请寄：

地址_____ 传真_____

电话_____ 电子函件_____

投标人代表签字_____

投标人名称_____

投标人公章_____

日期：_____

2. 开标一览表

投标人名称：__项目名称：____单位：万元人民币

工程	设备
价 格：	（投标报价单独密封）
设备总价（大写）	（投标报价单独密封）

备注：以上价格含运费。

投标人代表签字或投标人公章_____日期_____

3. 投标分项报价表

投标人名称：公司 项目名称：工程

序号	名 称	型号和规格	材质、重量	制造商	交货期	数量 (台套)	单价（出 厂 价 ） (万元)	总 价 (万元)
1	设备及附件							
1.1							单独密封	单独密封
1.2							单独密封	单独密封
1.3							单独密封	单独密封
1.4							单独密封	单独密封
2	备品备件							
3	专用工具							
4	服务费							
4.1	培训费							
4.2	现场安装指导 费							
5	运输费							
5.1	运输费							

,,,,,, 公司

6	其他	无						
	总计（万元）	（投标报价单独密封）						

注： （1）如果按单价计算的结果与总价不一致，以单价为准修正总价；
（2）要求每部分大项内尽可能分小项分细节报价。结构暂不清楚的局部地方，可根据经验自行估价；
（3）各项货物详细技术性能应另页描述。

投标人代表签字或投标人公章_____ 日期____

4、设备、专用工具、备品备件分项报价表

投标人：_____项目名称：_____

4.1 单台套、、、分项报价表

序号	设备名称	型号和规格	数量	制造厂名称	投标报价 (万元)	交货期	备注
1							
2							
3	专用工具	无					
4	备品备件	无					
单台套合计金额：			单独密封				

投标人代表签字或投标人公章_____日期_____

4.2 单台套,,,,,, 器分项报价表

序号	设备名称	型号和规格	数量	制造厂名称	投标报价 (万元)	交货期	备注
1							
2							
3	专用工具	无					
4	备品备件	无					
单台套合计金额：			单独密封				

投标人代表签字或投标人公章_____日期_____

5、货物说明一览表

投标人名称：公司

,,,,,, 公司

项目名称：工程

设备名称			
标书编号		数量	
质量情况			
技术指标	1) 2)		
主要特点			
包装方式及材料			
运输方法			
交货时间		总毛重	
外形尺寸（mm） （长×宽）		总净重	
说 明	详见技术规范书		

投标单位：（公章）

法定代表授权代表签字：_____

年月日

6. 技术服务说明

6.1 现场技术服务

卖方现场技术服务人员的目的是保证所提供的合同设备安全、正常投运。卖方要派出合格的、能独立解决问题的现场服务人员。

卖方服务人员的一切费用已包含在合同总价中,它包括诸如服务人员的工资及各种补助、交通费、通讯费、食宿费、医疗费、各种保险费、各种税费,等等。

未经买方同意,卖方不得随意更换现场服务人员。同时,卖方须及时更换买方认为不合格的卖方现场服务人员。下述现场服务表中的天数均为现场服务人员人天数。

现场服务计划表

序号	技术服务内容	总的计划人天数	派出人员构成		备注
			职称	人数	
1	安装调试			1	

(一) 在下列情况下发生的服务人天数将不计入卖方现场总服务人天数中:

(1) 由于卖方原因不能履行服务人员职责和不具备服务人员条件资质的现场服务人员人天数;

(2) 卖方为解决在设计、安装、调试、试运等阶段的自身技术、设备等方面出现的问题而增加的现场服务人天数;

(3) 因其他卖方原因而增加的现场服务人员。

(二) 卖方现场服务人员应具有下列资质:

(1) 遵守中华人民共和国法律,遵守现场的各项规章制度;

(2) 有较强的责任感和事业心,按时到位;

(3) 了解合同设备的设计,熟悉其结构,有相同或相近机组的现场工作经验,能够正确地进行现场指导;

(4) 身体健康,适应现场工作的条件;

(三) 卖方现场服务人员的职责:

,,,,,,, 公司

(1) 卖方现场服务人员的任务主要包括货物的开箱检验、设备质量问题的处理、指导安装和调试、参加试运和性能验收试验；

(2) 在安装和调试前，卖方技术服务人员应向买方进行技术交底，讲解和示范将要进行的程序和方法。

(3) 卖方现场服务人员应有权全权处理现场出现的一切技术和商务问题。如现场发生质量问题，卖方现场人员要在买方规定的时间内处理解决。

(4) 卖方对其现场服务人员的一切行为负全部责任；

(5) 卖方现场服务人员的正常来去和更换应事先与买方协商。

安装和调试监督的重要工序表

序号	工序名称	工序主要内容	备注
1			
2			

买方要配合卖方现场服务人员的工作，并在生活、交通和通讯上提方便。为使合同设备能正常安装、调试、运行、维护及检修，卖方有责任提供相应的技术培训。培训内容和时间应与工程进度相一致。

(四) 培训计划和内容

培训计划表

序号	培训内容	计划人天数	培训教师构成		备注
			职称	人数	
1					
2					
3					

培训的时间、人数、地点等具体内容由双方商定。卖方为买方培训人员提供设备、场地、资料等培训条件，并提供食宿和交通方便。

6.2 特别售后服务承诺

..... 公司

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/297164064003006165>