

跨境电商实训软件租赁

（含软件配套教学和实训视频 20 个）

一、跨境电商实训软件功能要求

① 首页管理：

“浏览商店：可以通过浏览商城跳转到网页前端，查询浏览编辑完成的首页效果；

添加产品，可快速进入产品添加模块；

设置运费：可以快速进入设置模块内的运费设置；

设置支付方式：可以快速进入设置模块，对支付方式进行设置；

产品导入：快速进入产品导入界面，通过导入导出表格形式，进行商品的快速上传；

Facebook：通过关联形式拜访双排响度故营传给订单，运营企业真实 Facebook 账户；

数据分析管理：快速查阅总销售额、总订单数、流量、流量来源、社交平台、销量排行、订单分布、转化率、进入购物车的比例、提交订单的比例、完成订单的比例；”

② 产品管理：

“添加商品”可以针对出口销售的产品进行添加的操作

对产品进行上架处理，可以通过添加商品进行商品的上传，上传产品图片建议不超过 12 张，大小尺寸为：640*640，支持视频链接上传，可在网络允许情况下调用 Youtube 或是 Vimeo 视频地址，作为视频展示；

设置产品的所属分类，设置产品显示的目录。并且属性会关联主分类，以后添加产品选择相同分类，属性自动关联，可以添加“其他分类”，一个产品可以允许属于多个分类；

产品基本信息填写，包含了产品的名称、产品编号、简短介绍，可以在产品的

详细介绍框内上传商品的详情页和具体描述可以对以上内容进行编辑处理。销售信息设置

规格属性：添加产品的基本属性，可以针对产品的不同属性进行属性的添加；并支持修改属性；

规格设置，可开启多规格模式，设置库存销售设置，如：库存为 0 不允许买、库存为 0 允许买、库存为 0 下架；可添加产品 sku 的出厂编码、重量、库存，每个产品都可以设置一个标签，前台客户可通过搜索标签词语找到相关产品；报关设置，针对报关要求设置产品类型，如：普通货物，敏感产品，带有电池；以及商品的英文描述、中文描述、Hscode 和海关申报单价（不填写默认为用商城价），

可以选择物流运费模板，对直邮快递的物流模板进行设计，以及对于该产品的体积进行添加，如：长宽高的尺寸，可以开启免运费的按钮，以便于做活动使用。

③ SEO 优化：

可以做产品站内的搜索引擎优化，需要设置标题：即 TKD 中的 Title. 每个页面都有自己的 Title, 作为搜索引擎对页面内容主题判断的第一个标识. 建议包含页面相关关键词并提出当前页面内容价值. 字符数控制在 70 以内；描述：即 TKD 中的 Description. 对页面内容的描述, 可以理解为对 Title 的补充, 建议出现三次关键词, 内容要精简具有可读性. 字符数控制在 220 以内；关键词：即 TKD 中的 Keywords. 建议放上与页面内容相关的核心关键词和对应的长尾关键词, 多个关键词之间用英文逗号“, ”, ””隔开. 建议根据关键词长度设置 8-10 个关键词；

产品列表页：通过关键词搜索可以找到产品；针对具体产品可以进行价格修改，排序权重修改，商品参数修改以及删除和负责该商品；

可以对产品进行批量处理，批量删除、批量下架以及批量修改价格、批量移除商品、批量导出；

④ 分类设置：

是对商品的类型进行划分，

添加分类是可以针对商品的特征属性对商品的分类进行增加的设置；

分类基本信息包含标题设置、隶属栏目设置、分类图片添加、简短介绍、详细介绍等功能设置组成

产品分类页，可以对分类进行批量删除的处理，通过关键词搜索可以搜索分类、有开关键可以控制分类在首页现实与否，可以修改分类内容，

⑤ 评论处理：

可以对网站产品页面的咨询进行后台统一回答；也可以批量删除处理；

⑥ 管理订单：

订单管理是指针对不同类型订单进行统一处理的一个过程；

所有订单是指所有类型订单的集合，可以对所有的订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

等待支付订单是指已下单尚未支付的订单，可以对所有的等待支付订单处理、批量删除、批量导出的处理；

支付出错订单是指支付未完成，提示错误支付信息的订单，可以对所有的支付出错订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

等待发货订单是指完成支付以及确认订单信息出于等待发货状态的订单，可以对所有的等待发货订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

已发货订单是指已经完成发货的订单，可以对所有的已发货订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

已完成订单是指客户收到产品，完成整个业务流程的订单，可以对所有的已完成订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

已取消订单是指客户取消的订单，可以对所有的已取消订单进行订单处理、批量删除、批量导出的处理；

弃单召回是指对超过 24 小时未付款的顾客，通过邮件形式，召回顾客返回网站付款。

弃单召回订单分为：包含所有订单列表、未找回列表、召回中的订单列表、买

家进入网站的订单列表、召回失败的订单列表、召回成功的订单列表，可以对所有弃单进行批量召回的操作；

⑦ 运单管理：

是指对发货的订单进行管理的操作；

运单分为所有运单的列表、等待发货列表和已发货列表，可以通过输入运单号，查询产品运单的发货信息；

⑧ 会员管理：

“顾客”顾客分为商城内的会员，已购顾客、复购顾客、已屏蔽顾客、订阅顾客；

会员列表可以通过手动进行添加，添加信息包含：会员的姓名，邮箱，密码已经对应的客服；可以对会员进行批量删除、修改和导出的操作；

已购顾客列表是指已经购买商品的客户列表，可以通过手动进行添加，添加信息包含：会员的姓名，邮箱，密码已经对应的客服；可以对会员进行批量删除、修改和导出的操作；

复购顾客列表是指重复多次购物的顾客列表，可以通过手动进行添加，添加信息包含：会员的姓名，邮箱，密码已经对应的客服；可以对会员进行批量删除、修改和导出的操作；

已屏蔽的顾客列表是指由于各种原因被平台屏蔽掉的顾客列表，可以通过手动进行添加，添加信息包含：会员的姓名，邮箱，密码已经对应的客服；可以对会员进行批量删除、修改和导出的操作；

订阅客户列表是指订阅商城信息的顾客列表，可以通过手动进行添加，添加信息包含：会员的姓名，邮箱，密码已经对应的客服；可以对会员进行批量删除、修改和导出的操作；

站内信功能：

是和会员沟通的一个站内工具，可以通过邮件形式发送给顾客，可以对邮件进行增删改查；

⑨ **系统消息：**是指商城可以通过发送系统消息通知顾客活动信息，节日祝福等相关内容，可以对系统消息进行编辑，输入标题、收件人以及相关内容；

⑩ **促销功能：**

“优惠券功能可以即时生成优惠券，可以添加、批量删除优惠券，完成优惠券添加后可以导出优惠券。优惠券添加可以自动生成优惠券代码，设置优惠券有效期，编辑获取方式如：及时生成、会员领取、会员注册赠送，设置可领取优惠券的数量，以及设置账号优惠券的使用次数，设置优惠券类型，可分为折扣券和现金券，设置使用条件，限制条件（会员或是等级），设置应用范围（具体产品、标签、分类）；

满减设置：是指订单满足条件后可以设置的促销活动，可以开启和关闭活动，满减可分为满足条件后打折或是满足条件后抵现金设置；设置条件的金额，以及满足条件后打折的比例或是抵现金的金额，可设置活动的有效期；

设置限时活动，设置活动开启时间，添加并关联活动商品，设置产品活动的折扣的比例或是折扣的金额；并可以对限时活动进行批量的删除和批量的修改；

设置限时秒杀，设置秒杀开启时间，添加并关联秒杀商品，设置秒杀产品的秒杀价、秒杀数量和限购条件；并可以对限时活动进行批量的删除和批量的修改，并可以对秒杀进行批量的删除；

设置组合促销是可以通过多个产品购买达到活动金额后所产生的促销活动，可以添加组合促销的活动名称，组合促销活动触发的价格，选择可以参与互动的产品并添加，可以对组合促销互动进行批量删除操作；

节日促销是指在特定的节日里，可以对网站首页的模板进行可视化的编辑，可以对首页的图片展示添加链接和标题，以及修改图片，模板不少于 15 个。

⑪ **“运营”单页管理：**

是指可以通过添加页面，设置页面标题，页面分类，选择外部链接，设置优先级排序以及添加商品详情页面并进行编辑，SEO：可以做产品站内的搜索引擎优

化，需要设置标题：即 TKD 中的 Title. 每个页面都有自己的 Title, 作为搜索引擎对页面内容主题判断的第一个标识. 建议包含页面相关关键词并提出当前页面内容价值. 字符数控制在 70 以内.; 描述：即 TKD 中的 Description. 对页面内容的描述, 可以理解为对 Title 的补充, 建议出现三次关键词, 内容要精简具有可读性. 字符数控制在 220 以内.、关键词：即 TKD 中的 Keywords. 建议放上与页面内容相关的核心关键词和对应的长尾关键词, 多个关键词之间用英文逗号“,”、“”隔开. 建议根据关键词长度设置 8-10 个关键词.

⑫ 弹窗广告：

是指可以针对商城设置弹窗广告，可以对弹窗广告进行添加，修改，删除以及开启关闭的操作，弹窗广告可以分为 pc 端和手机端，位置可以设置为头部、中间、秒杀以及页内左侧，添加弹窗广告的图片以及链接。

⑬ 邮件运营：

是通过群发站内邮件的形式进行促销活动或是通知的发送，邮件发送需要添加邮件主题以及选择邮件模板，模板不少于 40 个主题，也可以自行设计上传添加成为邮件模板，选择会员或是订阅的收件人，可以群发邮件。

⑭ 友情链接：

是设置相关联的网站增加跳转率，友情链接需要添加链接的名称，图片以及链接地址。

⑮ 到货通知：

是商品在没有库存的情况下顾客下单，会提示到货通知，后台会予以补货的操作，完成补货可以在到货通知处以站内信的方式通知顾客再次下单；

⑯ 在线客服：

是网站通过对应即时通讯与顾客沟通的一种方式，有打开和关闭的按键，添加客服的名称、即时通讯的客服类型如：QQ、Skype、Email、Trademanager、WeChat、WhatsApp 等，并输入账号。

⑰ **Google、Feed：** 是设置产品的全球贸易项目代码、(GTIN)、MPN、品牌、自定义标签并关联至 Google 分类，提升产品的搜索排名。

FaceBook 专页，可以通过可视化编辑设计 Facebook 的首页，设置标题、链接；

Google 翻译，商城支持多语言翻译，可以支持多语言版本（德、俄、法、西、英、美、日等不少于 50 个国家）

⑱

⑲ 数据管理：

“流量统计是指对于商城运营综合数据的查阅及分析，可以通过 PV、人均浏览、与客服会话、UV 来汇总流量的来源，从而进行多维度分析，分析维度可以支持国家区域分布、流量来源、来源网址、设备占比分析，以方便制定相对应的营销策略。

流量转化率是对流量情况的分析可以设置分析的时间（最近 7 天、最近 30 天、所有），设备可以选择 PC 端或是移动端，渠道详情是通过信息汇总转化为情报收集，维度可以分为总转化率、访问来源、进入网站的比例、加入购物车的比例、提交订单的比例、完成订单，以方便制定相对应的营销策略。

订单数据是对已付款订单情况的汇总和分析，可以筛选订单时间（当天、昨天、近 7 天、近 30 天、近半年、对比、所有）以及订单产生的设备（PC 或是移动），信息收集维度分为订单金额、客单价、付款率、订单数，转化为分析维度可以分为支付统计、国家及区域分析、设备占比分析以及使用优惠券情况分析，以方便制定相对应的营销策略。

复购率是有重复购买客户的数据分析，可以筛选（按月、按季、按年），可以选择订单产生的设备（PC 或是移动），通过数据产生数据图表分析复购率、复购订单数、以及复购时间，以方便制定相对应的营销策略。

产品销量排行是指销售排名，针对售卖的产品可以筛选（最近 7 天、最近 30

天、所有)，可以选择订单产生的设备（PC 或是移动）产生数据进行排名了解产品销售情况，以方便制定相对应的营销策略。

顾客概况是指顾客数据统计及分析的功能，统计新客户数量、已购买客户数量、复购客户数量、顾客总数，通过以上维度生成数据图表，进行情报分析，顾客国家及区域分布、性别及会员等级、年龄和快捷登陆，以方便制定相对应的营销策略。

搜索统计是对产品搜索次数的计数统计，可以通过产品搜索的次数了解产品的受众群和受欢迎程度，以方便制定相对应的营销策略。

⑳ “应用”支持：

应用商店模块添加，网络允许情况下可以手动添加常用应用功能，用于实践及教学使用

团购管理：当购买人数达到商家原定的人数时，以最优价格成交的一种购物方式

运费估算：客户在产品详细页预选发货的国家，从而预先估算产品的运费，不需要等到达下单页面了解

Facebook 登录：用户使用自己的 facebook 帐号进行授权登录，无需通过注册流程，就能快速成为会员；

同步速卖通：通过速卖通的接口和商城后台对接，实现产品数据同步，更方便的管理产品；

Google 登录：用户使用自己的 google 帐号进行授权登录，无需通过注册流程，就能快速成为会员；

FB、Messenger：对接 facebook、messenger 聊天工具，通过 facebook 轻松发起咨询；

同步、wish：通过 wish 平台的接口和商城后台对接，实现产品数据同步，更方便的管理产品；

Paypal 登录：用户使用自己的 paypal 帐号进行授权登录，无需通过注册流程，就能快速成为会员；”

21 店铺 “对首页界面进行编辑:

可以进行可视化编辑，可以针对网站首页的模块里面的图片进行增删改查，添加链接等操作；

头部导航是指导航栏的设置可以对其栏目及窗口进行增删改查的设置及修改；

底部导航是指对于网站底部相关信息的设置，可以对其栏目及窗口进行增删改查的设置和修改；

“设置”基本设置是网站基本信息的设置，包含：网站名称、Logo、版权信息、Ico 图标、管理员邮箱、网站地图、英文版后台开启是否、修改购物设置、减库存、下单、订单短信通知、是否支持非会员购买、到货信息、会员设置、会员等级、注册参数、修改

国家、是否开启邮箱验证、修改水印设置、是否开启使用水印、修改社交媒体、产品评论、是否开启成交客户可以评价、是否开启审核后显示、自定义发件箱邮件设置、付款成功、订单发货、订单完成、订单取消、会员注册、忘记密码、下单、注册验证邮箱、购物车召回、订单召回、修改公司信息(此公司信息用于订单打印功能)；绑定域名设置添加绑定域名并提交；

22 运费设置:

可以选择运费模板，可以添加配送方式设置包含快递名称、设置可配送产品类型（普通货物、敏感产品、带有电池），重量设计方式（首重/续重、重量区间、重量混合、按数量、空运/海运），重量限制是通过设置相应的重量值来限制，以达到限制范围内才可以使用的快递方式；首重续重设置、续重区间设置、物流商管理设置；对配送列表进行修改基础信息，修改配送地区（包含：配送预计到达时间、免运费额、附加费用、首重续重以及区域设置）及是否开启功能设置，

支付设置是指商城支持的支付方式，包含：PayPal（支持账户信息设置及手续费设置）、信用卡（支持信用卡信息设置及手续费设置）、线下支付等；

图片管理是指商城所需要用到的图片存储，可以选择图片进行批量上传导入，批量删除；

国家管理：是设置商城销售的区域以及发货到达的区域；

SEO 优化：是对整个商城进行搜索引擎优化设置，包含标题即 TKD 中的 Title. 每

个页面都有自己的 Title, 作为搜索引擎对页面内容主题判断的第一个标识. 建议包含页面相关关键词并提出当前页面内容价值. 字符数控制在 70 以内., 描述即 TKD 中的 Description. 对页面内容的描述, 可以理解为对 Title 的补充, 建议出现三次关键词, 内容要精简具有可读性. 字符数控制在 220 以内.、关键词即 TKD 中的 Keywords. 建议放上与页面内容相关的核心关键词和对应的长尾关键词, 多个关键词之间用英文逗号“, ””隔开. 建议根据关键词长度设置 8-10 个关键词。

23 管理员是权限:

设置可以添加超级管理员、普通管理员、业务员, 可以设置用户名和密码;

24 商城支持自适应访问终端, 客户端访问自动判断 PC 或移动端支持货币切换, 前端可选择美金外货币进行产品金额计算。

二、 配套视频功能要求

视频 1: 1、数量: 共 10 个 (结合跨境电商实训平台)

2、时长: 每个教学视频时长为 5 分钟以上

3、分辨率: 1920×1080 (全高清), 横屏 16:9 (适合 PC 端学习); 帧率: 30fps, 确保操作画面流畅 (尤其是页面滚动、数据切换场景); 音频: 双声道, 降噪处理, 主讲人普通话清晰。

视频 2: 1、数量: 共 10 个 (结合教材新媒体营销实务)

2、时长: 每个教学视频时长为 5 分钟以上

3、分辨率: 1920×1080 (全高清), 横屏 16:9 (适合 PC 端学习); 帧率: 30fps, 确保操作画面流畅 (尤其是页面滚动、数据切换场景); 音频: 双声道, 降噪处理, 主讲人普通话清晰。

4、内容: 针对电子商务营销中高频应用场景的实操录屏合集, 覆盖从基础业务处理到高阶分析技巧, 帮助学生快速掌握电商业务问题处理的能力。

最高限价金额 (元): RMB 94000.00 (大写: 人民币玖万肆仟元整)

平台租赁周期: 自合同签订日起 2 年

支付方式：合同签订后一次性付款。

本项目须提供一年售后质保服务，质保日期从验收报告日起计算；在服务质保期内，若在此期间有任何质量问题发生，供应商应免费提供维修和更换服务。在接到用户服务要求时，必须在 8 小时内响应，48 小时内解决问题。