

东浩兰生会展集团股份有限公司
服务中台建设与推广二期项目

招标文件

招标单位：东浩兰生会展集团股份有限公司

编制日期：2025年12月26日

目录

第一部分 前附表及投标人须知	3
一、 投标须知前附表	3
二、 投标人须知	5
1、 项目概况	5
2、 权利和义务	5
3、 定义	5
4、 投标费用	5
5、 投标文件的编制	5
6、 投标文件的组成	6
7、 投标文件的规格、密封和标记	7
8、 递交的投标书	8
9、 中标通知	8
10、 保密	8
第二部分 招标范围及项目建设需求	9
一、 项目目标	9
二、 项目内容及服务要求	9
2.1 服务组织范围	9
2.2 项目内容范围	9
2.3 项目详细需求	10
2.4 培训及运维要求	22
2.5 项目团队要求	22
2.6 项目计划要求	23
2.7 项目交付要求	23
第三部分 评标标准及相关说明	25
第四部分 投标文件附件	27
附件 1 投标书格式	27
附件 2 投标报价表	28
其他：投标人认为有助于提高其投标竞争力的其他书面承诺或文件	29

第一部分 前附表及投标人须知

一、投标须知前附表

序号	内容
1	<p>项目名称：会展集团服务中台建设与推广二期项目</p> <p>招标单位：东浩兰生会展集团股份有限公司（简称“会展集团”）</p> <p>招标内容：会展集团服务中台建设与推广二期项目，内容主要包括：业务流程设计、系统详细设计、系统开发测试与试点上线、系统推广上线、系统运维服务。（具体要求详见招标文件第二部分项目建设需求）</p> <p>项目周期：整体项目周期预计在 2026 年 1 月-2027 年 3 月。</p> <p>报价格式：见附件 2</p>
2	<p>投标人资质等级要求：</p> <p>1、投标方营业执照中须具有合法开展咨询及系统实施的营业范围。年审有不良记录或者年审不合格的单位不得投标。</p> <p>2、投标人资产状况良好，近三年内未受到监管机构重大处罚、无重大金融、财经违法行为，具有履行合同所必需的专业技术能力与团队；严格遵守国家有关的法律法规，依法缴纳税收和社会保障资金，内部管理规范、控制制度严密，具有严格的操作规程和保密措施。</p> <p>3、投标人最近三年没有被列入严重违法失信企业（需提供国家企业信用信息公示系统 (http://www.gsxt.gov.cn) 中“列入严重违法失信企业名单（黑名单）信息”的打印页面）。</p>
3	<p>招标方式：公开招标</p> <p>投标保证金：本项目不收取投标保证金</p> <p>履约保证金：本项目不收取履约保证金</p>

4	<p>招标文件领取时间及形式:</p> <p>时间: 2025 年 12 月 26 日</p> <p>形式: 官网下载</p> <p>投标有效期: 提交投标文件截止之日起 90 个日历日</p> <p>投标截止时间、地点:</p> <p>时间: 2026 年 1 月 7 日 12:00</p> <p>地点: 上海市黄浦区会馆街 55 号绿地外滩中心 T3 写字楼 16 层东浩兰生会展集团 (可以邮寄方式投标)</p>
5	<p>投标文件递交要求:</p> <p>1、投标单位应根据本文件的要求提供投标文件(可以邮寄方式投标)。</p> <p>2、投标文件应以中文书写, 保证内容齐全、表达准确、真实。投标书正本一份, 副本一份, 电子版 U 盘一份。</p>
6	<p>讲标时间、地点:</p> <p>时间: 待招标方通知</p> <p>地点: 上海市黄浦区会馆街 55 号绿地外滩中心 T3 写字楼 16 层东浩兰生会展集团</p>
7	<p>投标文件递交时必须进行密封 (每份书面文件采用非活页方式, 并注明正本或副本、及项目名称等字样), 在密封文件的外包装上注明“项目名称、投标人名称、地址、电话和传真”等字样, 并在封口骑缝处加盖投标人公章。</p> <p>中标人必须开具增值税专用发票。</p>
8	<p>评标方式: 综合评分法。</p>
9	<p>若对招标有任何问题, 提问方式如下</p> <p>联系人: 董芝伊</p> <p>联系方式: 021-63366392</p> <p>邮箱: dongzhiyi@dlg-expo.com</p> <p>地点: 上海市黄浦区会馆街 55 号绿地外滩中心 T3 写字楼 16 层东浩兰生会展集团</p>

二、投标人须知

1、项目概况

1. 1 项目名称：会展集团服务中台建设与推广二期项目
1. 2 项目地点：上海市黄浦区会馆街 55 号绿地外滩中心 T3 栋 16 楼
1. 3 项目背景及规模：本次应标方案应满足本招标书中所提及的需求，依据本标书中的需求范围完成交付。详见第二部分招标范围及项目建设需求。

2、权利和义务

2. 1 招标单位保留指定交付物的权利；
2. 2 投标人有能力提供本次招标服务；
2. 3 投标人应遵守中国法律、法规和有关规章。

3、定义

3. 1 “招标单位/招标人/招标方”系指组织本次招标的招标机构；
3. 2 “投标人/投标方”系指向招标方提交投标文件的咨询及实施方；
3. 3 “服务”系指本项目实施过程中，投标人需提供的业务设计、系统设计、系统开发实施、系统上线与运维支持、以及项目管理 PMO 等服务。

4、投标费用

4. 1 投标方自行承担所有投标费用。

5、投标文件的编制

投标方应仔细阅读招标文件的所有内容，按招标文件的要求编制投标文件，并保证所提供的全部资料的真实性，以使其投标对招标文件作出实质性响应，否则，其投标可能会影响评标结果。

5. 1 投标语言、计量单位及投标货币

- 投标文件及投标人和招标人就投标交换的文件和往来信件应以中文书写；
- 除在技术规格中另有规定外，计量单位应实用中华人民共和国的法定计量单位（一律以公制计量单位）；

- 投标书、投标价格表的报价一律用人民币填报（包括已完税的进口设备）。

5.2 投标报价

按本招标文件(包括招标文件补遗文件, 如有)招标范围所说明的一切费用, 其范围包括业务设计、系统设计、系统开发实施、系统上线与运维支持、以及项目管理 PMO 等服务;

- 报价组成及具体要求请见第四部分附件 2, 所有报价单位为人民币, 含 6% 增值税专用发票、差旅等一切费用。
- 投标方在投标报价表上, 必须注明单价和投标总价。所有报价表均应大写并盖企业和法定代表人印章。如果单价与总价有出入, 以单价为准。
- 投标价格表填写应注意下列要求: 技术规格中特别要求的备品备件、易损件、专用工具及其他附带服务的费用。投标价格表也需加盖公章。
- 招标人要求投标人的报价体系应在公开报价的基础上, 明确给出相应的优惠率, 并以优惠价作为最终报价。

5.3 投标方资质证明文件

- 投标方必须提交证明其有资格进行投标和有能力履行合同的文件, 作为投标文件的一部分;
- 投标方具有履行合同所需的财务、技术和生产能力;
- 投标方应提供营业执照、法定代表人身份证明、法定代表人授权委托书、授权代表身份证;
- 投标方应提供公司规模、专项资质证书等证明文件;
- 投标方应提供近年类似项目合同证明, 包括: 业务流程设计、业务/服务平台系统实施、项目管理 PMO 等相关项目。

6、投标文件的组成

6.1 商务部分

- 投标书（附件 1）;
- 投标报价表（附件 2）;
- 法定代表人资格证明文件;
- 法定代表人授权书（如投标文件由法定代表人亲自签署, 则无需提供该授权书）。

6.2 技术部分

- 项目建设方案，根据本招标书第二部分招标范围及项目建设需求，提供技术标相关内容；
- 项目团队中核心人员简历和社保缴纳证明等；
- 投标方公司资质证明文件，包括：营业执照、公司/团队规模、公司注册资本、专项资质证书等；
- 投标方近期类似项目业绩证明：提供 2022 年至今的业务流程设计、业务/服务中台系统实施、项目管理 PMO 类项目服务合同，需体现项目名称、概况、合同金额等信息。
- 其他补充资料。

6.3 以上所有商务和技术内容须提供壹套电子文档（U 盘）。

6.4 投标人提供的项目经理必须属于投标单位名下，具备承接本项目的条件，否则将取消其投标单位的投标资格。同时，在公开开标后，将检验项目经理是否符合要求，若不符合，则可能将作废标处理。投标人在其投标文件中还应承诺所派出的项目经理和项目班子主要人员在合同执行过程中不得更改，否则将作为未响应招标文件实质性条款而予以废标处理。

6.5 投标人的投标范围必须涵盖本招标项下的全部工作范围。投标人递交的投标文件应对招标文件技术要求中的规定和要求作出全面响应，并提供尽可能详尽的说明。对投标人在其投标文件中未作响应性说明的部分，在评标时将视为不响应或不符合招标文件的要求；投标人一旦中标，则对其在投标文件及后续澄清中未作说明而实际上不符合招标文件要求的部分，将视为能够满足招标文件的要求，且对由此而造成的对招标方不利的后果，将按中标人违反合同约定处理。

6.6 投标人在撰写技术标与商务标的有关章节时，凡在招标文件中给出格式或表格的，则投标人应尽量按规定的格式或表格进行编制。

7、投标文件的规格、密封和标记

7.1 投标方应准备投标文件正本一份和副本一份，一旦正本与副本有差别，应以正本为准。

7.2 应将投标文件正本和副本用信封密封，并加盖骑缝公章：分别注明招标单位名称、投标项目名称、投标单位名称及“正本”或“副本”字样。

7.3 投标文件封面均需加盖投标单位公章。

8、迟交的投标书

招标人将拒绝并原封退回在其规定的截止期后收到的任何投标书。

9、中标通知

9.1 评标结束，招标人将以书面形式发出《中标通知书》，《中标通知书》一经发出即发生法律效力。

9.2 《中标通知书》将作为签订合同的依据。

10、保密

10.1 有关投标文件的审查、澄清、评估和比较以及有关授予合同的意向等一切情况都不得透露给任一投标人或与上述评标工作无关的人员。

10.2 本项目招标过程中的图纸、文件及附件等均不准复印和复制。

第二部分 招标范围及项目建设需求

一、项目目标

东浩兰生会展集团股份有限公司（以下简称“会展集团”或“集团”）是国内会展行业的领先企业，拥有会展业全产业链资源，业务涵盖展览组织、展馆运营、会议活动赛事、会展服务等。会展集团以打造“世界知名、国内首选的会展服务品牌”为愿景，加快内涵式发展和外延并购双轮驱动，积极推进“会展中国”、“数字会展”战略，通过模式创新、区域拓展等方式，不断提升会展业务核心竞争力，提升会展全产业链服务品质和能级，积极打造会展核心业务品牌，树立会展业服务标杆，增强上市公司盈利能力，为股东创造更大的价值。

为深度践行集团战略部署，激活业务创新动能、推动规模持续增长，会展集团2025年初启动集团服务中台建设与推广一期项目，以业务规范化、精细化、协同化和智能化发展为目标，构建统一、共享、可扩展的集团级服务中台，赋能各展会业务的规模发展与业务创新。为进一步筑牢会展集团中台化、一体化运作与管控根基，持续强化对各展会项目的数字化服务支撑能力，集团现启动服务中台建设与推广二期项目，通过展会项目业务需求梳理，精准提炼共性特征与个性化诉求，在一期中台功能中心基础上完成迭代升级，新增论坛中心等功能模块，同时完成更多展会项目的推广上线工作，并提供展会期间的专属运维支持服务。

二、项目内容及服务要求

2.1 服务组织范围

本次项目范围涉及到的组织机构为东浩兰生会展集团股份有限公司及下属公司。

2.2 项目内容范围

项目建设内容包括：业务流程设计、系统详细设计、系统开发测试、系统适配与上线推广、AI+会展体验提升场景 MVP、全过程的项目管理 PMO 六项主要工作：

（1）**业务流程设计：**梳理流程清单，进行不同展会间业务流程的标准化拉通与个性化讨论，完成业务流程设计与具体步骤、规则产出。

（2）**系统详细设计：**充分各展会项目的共性与差异，按照统一、共享、灵活、可

扩展的原则，形成详细的系统功能设计和开发技术文档。

(3) 系统开发测试：完成一期已上线中台功能的迭代升级、二期扩展中台功能的开发建设，以及周边系统集成。开展单元/集成/功能/回归/性能/安全等多项系统测试，确保系统功能满足业务需求且稳定、安全运行。

(4) 系统适配与上线推广：本次项目需实现 4 家展会的系统功能适配，根据展会工作排期，细化系统上线计划，完成系统上线与推广，以及展会期间现场系统运维支持，确保展会顺利运行。

(5) AI+会展体验提升场景 MVP：基于用户体验策略高阶设计与准则输入，以展会全生命周期为核心，选取会展体验提升场景进行 MVP，完成 AI+场景的业务方案、技术功能方案并落地速赢，实现 AI 赋能会展体验。

(6) 全过程的项目管理 PMO：本次项目管理的范围包括现有多个展会业务流程梳理与标准化拉通、中台系统建设、周边系统集成，并推动协调周边系统供应商完成多套现有展会前端系统的改造与切换、数据集成，同时，需协调推动与集团领导、各展会公司领导、各展会业务组以及周边系统供应商的沟通等。

2.3 项目详细需求

2.3.1 业务设计

本次项目囊括服务中台一期项目范围内的功能中心迭代升级，包括订单支付中心、采访中心、供需对接中心、用户管理中心、企业管理中心等，同时扩展建设论坛中心、社交中心、嘉宾管理中心等新的中台功能中心。对于本次上线推广范围内的 4 家展会，开展业务需求梳理，进行系统功能适配。针对同个展会 IP，以其中主展会的流程和需求为主范式模版进行系统适配，相关展会的业务流程与需求大部分以主展会为准进行标准化拉通；对于新上线的展会，以一期标准流程为模板进行微调，展会个性化流程不超过 10%。

针对一期功能中心的迭代升级，以及扩建的新的中台中心，项目中需对各展会项目的业务现状进行梳理，对会展集团整体的运营管理需求进行调研与分析，开展服务中台相关业务流程与详细规则梳理，包含流程关键步骤、业务动作、输入输出表单模板与字段、详细业务规则等。同时，开展跨展会流程与规则标准化，针对每个流程进行跨多个展会项目的讨论与标准化拉通，明确各展会项目在各个流程节点的管理要求，与业务流程关键决策方、领导进行充分的沟通与汇报。

本次项目涉及的业务流程数量约 74 个，包括但不限于以下流程。其中，需适配二期新上线四家展会的业务流程数量约 40 个，新流程数量不超过 35 个。

序号	一级流程	二级流程	三级流程	类别
1	参展管理	参展申请与账号管理	参展申请与账号管理流程（团体展商）	适配二期 新上线四 家展会
2			参展申请与账号管理流程（个体展商）	
3		参展资料填报管理	参展资料填报与审核流程（团体展商）	
4			参展资料填报与审核流程（个体展商）	
5			权益资料填报流程	
6	注册管理	注册与证件管理	注册与证件管理流程（展商）	适配二期 新上线四 家展会
7			注册与证件管理流程（展商工作人员）	
8			注册与证件管理流程（嘉宾）	
9			注册与证件管理流程（个人观众）	
10			注册与证件管理流程（团体观众）	
11			注册与证件管理流程（媒体记者）	
12			注册与证件管理流程（大会工作人员）	
13			注册与证件管理流程（大会志愿者）	
14		代注册管理	主办方代注册流程	
15		多角色管理	多角色管理流程	
16	票务管理	个人购票管理	个人观众购票流程	适配二期 新上线四 家展会
17		团体购票管理	团体观众购票流程	
18			门票配额管理流程	
19	订单支付管理	订单状态管理	订单状态管理流程	适配二期 新上线四 家展会
20		支付管理	支付管理流程	
21		退票管理	个人订单退票流程	新流程
22		发票管理	个人订单开票申请流程	新流程
23			团体订单开票申请流程	新流程
24	论坛管理	论坛申报管理	企业论坛方案申报流程	新流程
25			论坛方案在线审核流程	新流程

序号	一级流程	二级流程	三级流程	类别
26	正式论坛管理	正式论坛管理	正式论坛发布与上下架流程	新流程
27			论坛报名与审核流程	新流程
28			论坛日程多套模板范式导出流程	新流程
29		论坛变更提醒	论坛信息变更提醒流程	新流程
30		论坛成果与排片管理	论坛成果管理流程	新流程
31			论坛排片管理流程	新流程
32	活动管理	展会活动发布管理	展商活动发布和邀约流程	适配二期 新上线四家展会
33			大会活动发布和邀约流程	
34		全年活动发布管理	全年活动发布和邀约流程	
35		活动报名管理	活动预约和报名流程	
36	日程管理	日程编辑与发布管理	日程编辑与发布管理	适配二期 新上线四家展会
37			关联日程流程	
38		日程提醒	临近日程提醒管理流程	
39			日程更新提醒管理流程	
40	社交管理	社交资料管理	社交资料编辑与发布流程	新流程
41			社交资料查看流程	新流程
42		社交关注管理	社交圈关注流程	新流程
43	采访管理	采访意向管理	采访意向发布与查看流程	适配二期 新上线四家展会
44		采访预约与日程管理	采访预约管理流程	
45			采访日程管理流程	
46		采访邀约管理	采访邀约管理流程	
47	媒体素材管理	媒体素材资料管理	媒体素材上传流程	适配二期 新上线四家展会
48			媒体素材查看与下载流程	
49	直播管理	直播信息管理	直播信息管理	适配二期 新上线四家展会
50			直播设置管理流程	
51		直播数据管理	直播数据监测流程	
52	供需对接	采购需求管理	采购需求发布流程	适配二期

序号	一级流程	二级流程	三级流程	类别
53	管理	供应需求管理	供应需求发布流程	新上线四家展会
54		商机匹配管理	商机匹配管理流程	新流程
55			潜客商机推送流程	新流程
56	用户管理	身份认证管理	身份认证管理流程	适配二期 新上线四家展会
57		用户权限管理	用户权限管理流程	
58		组织架构管理	组织架构管理流程	
59		用户标签管理	用户标签管理流程	
60		黑名单管理	黑名单管理流程	新流程
61		会员体系对接	会员身份关联流程	
62			会员权益查看流程	
63	嘉宾管理	嘉宾入库管理	论坛嘉宾入库流程	新流程
64			领导嘉宾入库流程	新流程
65		嘉宾接待管理	嘉宾接待与对接流程	新流程
66		嘉宾行程管理	论坛嘉宾行程关联与提醒流程	新流程
67			领导嘉宾行程关联与提醒流程	新流程
68			嘉宾日程多套模板范式导出流程	新流程
69		嘉宾标签管理	嘉宾标签管理流程	新流程
70	企业管理	企业账号管理	企业账号创建流程	适配二期 新上线四家展会
71		企业账号管理	企业基础信息管理流程	
72			企业资料填报与审核流程	
73			企业权益配置流程	
74		企业权限管理	企业权限设置流程	新流程

2.3.2 系统设计与实施

2.3.2.1 系统功能要求

秉持“中台赋能前台”的核心架构设计理念，通过服务分拆与能力的双重标准化建设，构建服务共享、开放的平台生态；实现业务与平台的解耦分离，支撑业务快速创

新迭代；同时具备第三方基础能力的快速集成能力，打造一站式能力开放平台，最终达成核心服务能力的对外输出与规模化复用。

本项目构建的页面，Web 端兼容 Microsoft Edge、Chrome、Firefox、Safari 等主流浏览器，移动端 H5 适配 Android/IOS/鸿蒙最新版本并向下兼容两个版本。不包括 APP 端、微信小程序开发。

本次服务中台建设与推广二期项目需对服务中台系统功能需求、集成方案进行详细设计，形成详细的系统开发文档，完成系统开发与测试，功能中心共计 16 个，分为三类：

- 服务中台一期项目范围内的功能中心的迭代升级；
- 二期扩展建设的新功能中心的开发；
- 服务中台一期项目中已上线的功能中心，根据本次上线推广范围的 4 家展会的业务需求，进行适配与改造。针对同个展会 IP，以其中主展会的系统需求为主范式模版进行系统功能适配，相关展会的系统功能需求大部分以主展会为准进行标准化拉通和微调，个性化功能不超过 10%。

具体的功能中心、功能描述需求清单如下：

序号	中心	功能	功能描述	类别
1	参展中心	参展资料填报 权益资料填报 申请模板管理 参展证件申请 在线审核反馈	支持企业基础信息填报、展位基础信息查看、展品信息填报、权益资料填报、权益效果预览，并根据展会要求灵活配置申请模板；支持展商及工作人员身份信息填报和展商证申请、参展资料/权益资料/展商证件申请审核，以及审核链路与结果查看	适配二期 新上线四家展会
2	注册中心	注册与证件申请 代注册管理 多角色身份转化 在线审核反馈 定向邀约管理 配额管理	支持身份信息填报和参会凭证申请、历史信息自动带出、证件申请填写模板配置；支持大会主办方和企业代填身份信息并提交证件申请；支持系统自动查验用户历史注册信息、完善新身份信息及提交身份转化申请；支持参会凭证申请审核、审核链路与结果查看；支持邀约额度配置、配额拆分、配额调整、邀请模板配置、受邀对象公开信息配置	适配二期 新上线四家展会
3	票务中心	票务商品管理 个人购票 团体购票 团体购票转赠 票务规则管理	对不同类型票种进行管理，包括商品分类管理（展览票、论坛票等），商品基础信息管理，票种 SKU 库存管理，支持设置库存状态（有货、缺货、预售、无货），前台实时同步库存状态；支持按 SKU 设置基础售价、会员价（关联会员等级）；支持设置价格生效时间；	适配二期 新上线四家展会

序号	中心	功能	功能描述	类别
		票价设置管理	支持展览/付费论坛信息浏览、在线支付购票、购票展示界面及购票信息填写模板配置；支持展览/付费论坛信息浏览、团体购票申请、团体购票审核、在线支付购票、购票展示界面及购票信息填写模板配置；支持门票转赠、转赠规则配置；支持使用规则管理、退票规则配置；支持个人票价配置、团队票价配置、优惠券设置	
4	订单支付中心	订单管理 支付管理 购票权益管理 退票管理 发票管理	支持订单基础信息管理、订单状态与流程管理、订单批量操作与数据统计、订单权限与日志管理 支持在线发起退票退款，包括用户端发起、后台发起方式。系统自动校验退票资格（如是否在退票有效期内、是否已使用或已核销、是否符合退改规则），对于符合退票规则的退票申请，退款路径原路返回（原支付账户、原支付渠道）。系统实时展示退款申请状态（待审核、审核通过、退款中、退款完成、退款驳回）。支持后台端查询退款数据、批量处理退款申请、配置退改规则（如退票有效期、不可退票场景），并提供退款数据统计分析功能。支持用户端自行在线申请开具发票	功能迭代升级，并适配二期新上线四家展会
5	论坛中心	论坛方案申报 论坛方案历史版本管理 方案在线审核与反馈 论坛日程模板化导出 论坛发布与上下架管理 论坛报名与购票支付管理 论坛报名查看与审核 论坛成果管理 论坛排片管理	支持论坛主办方根据模板填写论坛方案；支持论坛申报进度追踪与提醒等；系统留存历史论坛申报信息记录，支持各个版本方案的下载导出；支持根据不同展会项目要求，灵活配置论坛申报内容模板；支持论坛嘉宾在线管理，关联嘉宾日程表；支持论坛方案在线审核与通知；支持论坛日程按定制化模型进行导出；构建全流程论坛信息发布与生命周期管控体系，支持多场景论坛（如主题论坛、圆桌论坛等）的标准化发布与灵活上下架操作；支持论坛报名（免费/付费论坛）与票务配置；支持在线支付与订单管理；支持论坛报名数据管理、在线审核与通知等	新功能开发
6	活动中心	活动发布 活动邀约 活动预约报名 在线审核反馈	支持展会活动/全年活动发布、活动发布模板配置；支持邀约额度配置、邀约发送、邀约情况查看、邀约模板配置、受邀对象公开信息配置；支持活动信息浏览、活动报名/购买、报名额度配置；支持活动发布审核、活动报名审核、审核链路与结果查看	适配二期新上线四家展会
7	日程中心	日程编辑 日程发布与下载	支持展会不同角色根据日程模板编辑日程表；支持日程发布、日程下载与导出；支持日程查看、日程收藏；	适配二期新上线四

序号	中心	功能	功能描述	类别
		日程查看与收藏 日程提醒 日程关联同步	支持临近日程提醒、日程更新提醒、关联账号日程变更提醒、提醒规则配置；支持日程关联与同步规则配置	家展会
8	社交中心	社交资料编辑与发布 社交资料查看与关注	支持用户（参会者、嘉宾、企业代表等）自主编辑、管理个人/企业社交资料，实现标准化信息展示与个性化内容发布；支持资料在线审核；支持查看参展企业或嘉宾的个人资料及已公开日程，支持关注或收藏感兴趣企业或嘉宾；支持关注与社交关系管理	新功能开发
9	采访中心	采访意向管理 采访预约管理 采访日程管理	支持嘉宾自主根据模板发布采访意向信息，包括采访主题、类型、时间、地点等信息；系统内置行程冲突智能校验机制，嘉宾选择意向时间时，自动关联其已录入的个人日程，实时检测行程冲突情况并提醒，支持嘉宾调整意向时间或忽略冲突继续提交；提交后的采访意向信息支持在线编辑、修改、撤回，状态实时同步至系统后台；支持发布采访意向发起预约，或直接创建采访预约并邀请嘉宾确认；预约确认后，系统自动将采访行程同步至嘉宾与记者的个人日程模块，生成专属采访日程条目；支持采访日程安排查看与导出	功能迭代升级，同时适配二期新上线展会
10	媒体素材中心	媒体素材上传 媒体素材查看与下载	支持上传和更新媒体宣传素材，配置素材分类及上传文件规则；支持根据不同角色、不同素材类型设置查看或下载权限	适配二期新上线展会
11	直播管理中心	直播信息管理 直播回放 直播数据监测 直播内容推送 直播权限设置	支持大会主办方维护直播信息；支持直播回放；支持直播数据监测与统计；支持将直播内容推送到多个直播平台及官方社交媒体平台；支持设置直播观看权限	适配二期新上线展会
12	供需对接中心	采购需求发布 供应需求发布 线索在线匹配 潜在商机推送	支持供应需求发布、供应需求审核、供应需求模板配置；支持采购需求发布、采购需求审核、采购需求模板配置；基于大会业务场景（如会展合作、技术对接、商务洽谈），构建多维度智能匹配引擎，融合规则配置与算法模型，实现潜客、商机与资源的精准匹配；自动对潜客与商机进行匹配，并进行精准推送；支持数据统计分析	功能迭代升级，同时适配二期新上线展会
13	基础管理中心	待办管理 消息管理 权限管理	支持待办事项配置、待办展示和待办通知；支持消息内容配置、消息提醒配置、消息通知配置、消息发送配置、消息查看与删除；支持查看权限配置、下载权限配置、关联账号权限配置；支持问卷初始化配置与	适配二期新上线展会

序号	中心	功能	功能描述	类别
		问卷管理	数据统计	
14	用户管理中心	多维度租户隔离 身份认证管理 用户权限管理 组织架构管理 用户标签管理 黑名单管理 数据展示分析 会员体系对接	实现用户统一管理、多角色权限控制、用户全生命周期管理，包括支持各子公司独立创建用户池、支持同一用户在不同会展项目中独立注册；支持用户身份认证与权限管理、支持分级认证及分级权限；支持多级树形组织架构管理；支持用户标签及用户数据展示与分析（本期用户标签不超过 50 个）；支持人工智能大会付费会员与中台注册用户的身份全域打通，实现“一人一身份”的统一账号管理与数据同步。支持身份关联与核验、身份标识与状态可视化、权限统一管控	功能迭代升级，同时适配二期新上线展会
15	嘉宾管理中心	论坛嘉宾管理 领导嘉宾管理 统一嘉宾库建设 嘉宾行程汇总管理 嘉宾标签与数据分析 各类模板化导出	支持论坛嘉宾单个/批量新增、编辑、审核等管理；支持企业填写或大会主办方后台录入信息；对接大会嘉宾接待团队，同步嘉宾行程与需求，生成接待任务单（如接送机安排、酒店预订、会场引导），确保服务落地；支持单独设立领导嘉宾信息模块，对领导嘉宾信息和行程专项管控；构建集团级统一嘉宾资源库，实现嘉宾信息的沉淀、复用与统一管理；支持嘉宾标签体系管理；实现论坛/领导嘉宾行程的集中管控、实时同步与冲突提醒；支持生成嘉宾管理数据报表；支持各类模板化导出，包括 Excel、Word 议程、邀请函等	新功能开发
16	企业管理中心	企业基础信息管理 企业账号管理 企业权限管理 企业配额管理	支持对企业做唯一性信息维护管理。统一 1 个企业多个子账号情况下的信息唯一性；支持企业在同一届展会多账号进行不同角色业务行为；支持企业不同账号权限和数据隔离管理；支持对企业进行邀约和权益配额管理	功能中心升级，同时适配二期新上线展会

服务中台涉及与多个周边系统的集成与数据传输，具体周边系统清单与接口需求描述如下。除周边系统集成需求外，本次项目还需实现与本次项目范围内的各展会项目前端触点的集成对接（PC 端、移动端 H5），以及短信服务、邮件服务、实名认证服务。

序号	周边系统	接口需求描述
1	门禁系统	服务中台传输注册数据给门禁系统，并在展会期间获取门禁系统的人员入场状态数据，实现展会期间的用户入场、数据统计分析等（不同展会项目存在多套门禁系统，涉及 4 个展会）

序号	周边系统	接口需求描述
2	制证系统	服务中台传输制证数据给制证系统，获取制证系统的制证状态数据，实现证件制作以及数据统计分析 (不同展会项目存在多套制证系统，涉及 4 个展会)
3	客户管理 CRM 系统	CRM 系统传输企业基础信息、展位等数据给服务中台，服务中台将企业数据更新回传给 CRM 系统
4	数仓/数据平台	服务中台传输用户基础数据、活动和产品数据、用户交易数据、用户交互数据等数据，并获取数据平台的用户标签、分析洞察数据
5	支付平台	服务中台对接支付平台，传输订单等信息，回传支付状态等信息，实现在线支付
6	发票平台	服务中台对接发票平台，传输开票信息，实现在线开票申请等
7	政府供需平台	服务中台需对接多个政府的公共供需信息展示平台
8	会员平台	服务中台传输用户信息等数据，与会员平台打通，对接并赋予会员权益信息

(3) 非功能性要求

- **功能满足度**

功能完整性：需要满足目前业务现状，需要满足该业务领域的核心业务场景；

功能定制性：功能同时系统经过适当完善及功能开发改造，可以满足未来的业务运营模式及业务发展需求。

- **用户体验度**

系统易用性：易于使用，用户可方便地理解和操作系统所提供的功能，包括交互设计、用户界面设计等方面；

运维响应及时性：对于用户反馈的业务需求，能够经过有效评估，合理排期，并按照最优方案高效完成需求实现。

- **可扩展度**

系统架构：具有较好的模块化、组件化设计，具有松耦合等特点，方便进行功能拓展及修改；

性能扩展性：针对不断增长的用户量、数据量，可以持续具有良好的处理性能；

可定制性：针对非标业务需求，可以进行定制化开发及实现；

兼容性：系统与其他系统的可集成性，可与外部系统或第三方服务进行良好集成。

2.3.2.2 开发技术要求

(1) 系统架构要求

系统建设需沿用当前集团服务中台系统技术架构与标准要求，采用微服务分布式架构，前后端分离，满足灵活性、高性能、高可用、高安全性和可复用性等要求。

- 系统整体基于开源技术架构，具备中间件能力服务。
- 系统需要采用最新的前端开源技术框架和 Java 技术体系及相关开源框架。请供应商在投标文件中对采用的技术栈进行说明。
- 整个系统需要满足资源占用小、处理性能和吞吐量高，以满足高并发的用户请求。
- 具备高度可扩展的能力，支撑会展集团内部作为技术开发平台进行使用。
- 遵守会展集团相关技术要求及规范，包括架构规范、开发规范、接口规范等。

(2) 系统安全与稳定性要求

- 系统采用统一认证与授权服务，权限数据统一管理、统一存放，统一认证与授权服务灵活配置。系统需满足三级等保认证要求。
- 服务中台是集团级核心支撑系统，承载多业务线、高并发、跨部门的数据流转与业务协同，需确保安全性与稳定性，从而满足全集团业务连续性与数据资产安全的要求。

(3) 系统性能要求

设计详细的系统性能方案，满足系统在线并发性、响应速度要求：

- 系统在线并发性要求：需满足同一时段多用户或多应用场景同时请求服务时的性能要求。
- 系统响应用户请求：满足以下指标（最大并发用户数条件下的响应时间）

分类		性能要求	适用功能
静态页面类	静态页面类	响应时间≤1秒	静态页面
事务处理类	普通响应	响应时间≤2秒	面向所有用户进行交互的界面
查询类	简单查询	响应时间≤3秒	面向所有用户的数据量较大的查询界面
	复杂查询	响应时间≤5秒	面向所有用户的页面功能复杂的查询页面

(4) 源代码要求

服务中台系统所有功能的源代码、知识产权归会展集团所有。软件源代码相关交付需包括以下内容：

- **系统功能：**定制开发的系统功能，满足需求，功能齐全、稳定可靠。
- **用户文档和操作手册：**详细描述软件系统的使用方法和操作流程，以及常见问题解答等内容，便于用户使用和维护软件。
- **源代码和编译环境：**包括软件系统所有的前端、后端和数据库代码，以及与之相关的配置文件和库文件等，提供软件系统开发使用的全部源代码（基于开源技术框架之上的所有源代码，包括二次封装的框架和插件），提供开发编译环境能够进行开发调试，以便进行二次开发、修改和扩展。
- **技术文档和说明书：**详细介绍源代码的结构、架构、实现方式和使用方法等，包括软件架构、设计思路、技术实现、测试记录等相关文档，为后续维护和升级提供支持。
- **数据库设计和数据字典：**以表格或图示形式展示数据库表的结构、字段、类型、关系和注释等，便于理解和操作数据库。
- **第三方库和工具：**列出所使用到的第三方库和工具名称、版本和链接地址等，便于获取相关资源并进行集成使用。
- **代码规范和风格指南：**遵守会展集团相关开发技术规范。
- **培训和支持：**提供培训和技术支持，帮助用户更好地了解和使用软件系统。

2.3.3 系统适配与上线推广

针对服务中台一期已上线的功能中心和二期扩建的功能中心，本次项目需实现4家展会的系统功能适配，并完成系统上线与推广，以及展会期间现场系统运维支持。

供应商需根据展会工作排期，细化系统上线计划与安排，组织各类型角色的关键用

户进行系统使用测试和培训，根据意见进行功能优化，并进行历史数据清洗与导入、新老系统切换工作，完成服务中台系统部署与上线，确保展会顺利运行。

2.3.4 AI+会展体验提升场景 MVP

从展会全生命周期管理出发，依托 AI 能力全面升级参展体验。通过 AI 智能解析展商资料，生成企业介绍页，帮助企业提升营销推广效率；观众收藏感兴趣的展商后，生成个性化观展清单，提升逛展体验。

针对 AI+会展体验提升场景进行业务方案设计，包含业务流程设计、关键业务规则设计等；以及技术及功能方案设计，包含场景所需数据处理优化设计、AI 模型应用设计、AI 平台及对应业务系统的应用功能规划及需求描述等，最终实现速赢场景落地，以 AI 赋能会展体验。

2.3.5 项目管理 PMO

本次项目管理的范围包括多个展会业务流程梳理与标准化拉齐、服务中台建设、周边系统集成，项目中需推动多家技术供应商完成多套现有展会前端系统的改造与切换、数据集成，同时，需协调推动与集团领导、各展会公司领导、各展会业务组以及周边系统供应商的沟通等。

供应商需在项目管理上有自己成熟的管理理念和规范，参考和借鉴国际上成熟的项目管理方法，结合本项目范围广、时间紧、需求不确定性高等特点，建立完善、规范、合理和可操作的项目管理方法和制度，以目标为导向，严格遵循会展集团项目管理要求，确保各项工作按期完成和项目成功。

依据国际上管理信息系统实施的通行项目管理办法，供应商需对项目过程进行全程管理，包括但不限于以下：

- 制定项目计划，明确项目范围，把控项目进度、项目质量、项目风险，并编制相关文档；
- 编写项目各阶段汇报材料和项目建设过程中会展集团需要的其他与项目相关汇报材料，负责组织阶段性成果验收会议；
- 为会展集团提供项目启动、详细方案设计、系统开发与测试、用户培训、系统上线和系统验收等全过程服务和技术支持；
- 提供项目各阶段目标、分步实施和部署的计划方案、风险说明等；

- 项目实施完毕后，应将本项目的所有文档和相关资料移交给会展集团，并保证文档的一致性和完整性。

2.3.6 功能迭代

除本招标文件明确列明的功能需求外，针对项目设计与实施阶段出现的未尽业务需求、场景适配优化需求，或基于业务发展需要的功能迭代升级需求，中标方需提供专业的功能迭代与升级服务。所有迭代升级工作需在不超过 100 人天的总工作量范围内完成，且需遵循“需求确认-方案设计-开发测试-上线交付”的标准化流程，确保迭代功能与原有系统架构兼容、数据无缝衔接，不影响现有业务正常运行。迭代过程中需与招标方保持实时沟通，及时反馈进度与问题，最终交付成果需通过招标方验收。

2.4 培训及运维要求

项目最终交付之前，中标方必须向招标方提供免费现场培训，针对不同的培训对象提供差异化的培训安排。具体培训时间、地点及人员安排可在项目实施过程中由中标方与招标方共同协商确定。

供应商需为试点上线的展会项目提供及时、稳定、高质量的运维支持服务，包括：

- 现场技术支持：展会期间派驻现场技术人员，实时解决系统运行故障和问题；保障网络畅通及设备正常运行，应对突发技术状况。
- 与其他供应商协作：确保与前端触点供应商，以及制证、门禁等其他展会供应商开展协同工作，保障系统与其他环节的有效衔接。

2.5 项目团队要求

根据以上的业务和技术需求，需要中标方投入具备丰富经验的项目负责人、项目经理、业务流程顾问、系统需求分析师、用户体验与 UI/UX 设计师、架构师、系统前端开发工程师、系统后端开发工程师、测试顾问等资源。其中，架构师需全日制本科以上学历，并拥有丰富的业务/中台系统架构设计经验。

供应商方案中需提供：

- 项目组织架构
- 人力资源投入计划，列明各项任务投入的人员类型和天数
- 核心人员简历、投标方为其缴纳社保的证明

2.6 项目计划要求

项目启动至系统开发阶段的交付：9个月。

系统上线推广与运维：支持至2027年3月31日。

2.7 项目交付要求

本项目为咨询与系统实施类项目，供应商必须充分且正确的理解本项目需求，严格按照项目内容和时间要求完成工作任务，工作任务的交付成果物须满足招标方要求并通过招标方的评审，最终确保达成项目设定目标。

- 供应商须在既定的时间周期内完成各项工作任务。
- 供应商应具备质量控制的能力和方法论，确保工作任务按要求完成。
- 供应商应协同客户方制定合理的项目沟通机制，保证项目中各方沟通顺畅。
- 在项目过程中，供应商应及时响应客户方所提出的问题。
- 供应商在系统交付前，应完成系统自测，包括代码测试、安全测试、性能测试等。
- 供应商在系统交付前，需配合会展集团指定第三方测试团队，完成安全测试、性能测试等。

供应商应根据项目工作计划，按时向招标方提交里程碑式工作成果，并最终通过招标方审核，保障阶段性交付成果质量。对于非阶段性工程成果，为便于项目过程管控和审计，需要统一建档于指定系统或地址。

项目交付物应包含但不限于以下内容：

序号	工作模块	交付物要求
1	项目管理	《项目计划》 《项目组织架构与职责分工》 《项目周报》 《会议纪要》
2	业务流程设计	《业务流程清单》 《业务流程图与流程说明》（含流程关键步骤、业务动作、输入输出表单模板与字段、详细业务规则等）
3	系统详细设计	《系统原型设计方案》 《系统集成方案及清单》 《数据收集计划及规范》

		《系统开发功能说明书》 《系统开发技术说明书》
4	系统开发测试	系统源代码 《SIT 测试方案与报告》 《压力测试方案与报告》 《UAT 测试方案与报告》
5	系统上线推广与运维	《用户培训资料与操作手册》 《系统上线切换及支持计划》 《问题清单及解决方案》 《系统部署与上线策略》 《系统运行报告》 《系统验收报告》 《运维手册》

第三部分 评标标准及相关说明

本项目评标采用综合评价原则，在最大限度地满足招标文件实质性要求的前提下，按照招标文件中规定的各项因素进行综合评议，采用商务评分和技术评分分别记分的方式，由评标小组对投标方资质水平、案例业绩、投标价格、技术方案、质量保证等各评标因素进行综合评议打分。招标方对未中标人不做任何解释。投标前请各投标方按照标书技术要求对项目方案进行充分准备，有意投标的单位应认同上述开标、评标过程，无异议。

1. 最终评估分的确定

（1）商务评分与技术评分之和为投标人的最终得分；

2. 中标的基本条件

（1）投标文件必须对招标文件的实质性要求完全响应；

（2）投标人有良好的执行合同的能力；

（3）该投标人的报价对招标人最有利；

（4）能够提供最佳服务。

3. 推荐中标候选人与定标

（1）评标小组在评标过程中发现的问题，应当及时作出处理或者向采购实施部门提出处理建议，并作书面记录。完成评标后，应当向招标人提出书面评标报告和会签单，并签字确认。对评标结论持有异议的评标小组可以书面方式阐述其不同意见和理由。评标小组拒绝在评标报告上签字且不陈述其不同意见和理由的，视为同意评标结论；

（2）一般性项目的招标工作的决标，经评标小组批准的第一中标候选人是采购人的第一中标人。排名第一的中标候选人放弃中标、因不可抗力不能履行合同、不按照招标文件要求提交履约保证金，或者被查实存在影响中标结果的违法行为等情形，不符合中标条件的，招标人可以按照招标委员会评选的中标候选人名单排序依次确定其他中标候选人为中标人，也可以重新招标。

（3）特殊类项目的招标，因事实上选择一家中标单位无法满足采购需求的，应根据实际采购需求的情况，并依据评标小组评选的顺序，在集体讨论的基础上，决定最终中标人。

评分内容	评分细项	评分标准	分值
商务部分	报价	应标方的投标报价算术平均值为评标基准。 应标方报价与评审基准价相比,每增加1%扣0.2分,每减少1%扣0.1分。投标总报价最终结果取小数点后两位,第三位四舍五入。	30
技术部分	技术方案	应标方需响应招标文件需求,为招标方提供清晰的方案建议(PPT或Word格式均可),需应答招标文件中第二部分的所有要求,若有漏项、缺项将酌情扣分。 应标方在方案中,需点对点应答“2.3项目详细需求”中的各项要求	40
	综合实力	公司注册资本、公司人员规模、公司资质证明 资质证明包括不限于: ISO9000系列质量管理体系认证证书、ISO27001信息安全管理体系建设证书、CMMI5证书、国家高新技术企业	10
	项目经验	应标方需提供业绩合同的首页、关键内容页、项目金额、盖章页的复印件并加盖投标人公章。 时间要求:2022年1月1日(以合同签订时间为准)至投标截止日止,业绩合同类型包括三类:业务流程设计、业务/服务中台系统实施、项目管理PMO	10
	项目团队	提供合理、清晰的项目组织架构和人员简历 团队成员需提供2025年1月至投标截止日以投标人单位名义缴纳的个人社保(养老保险)证明,证明材料须加盖投标单位公章	10

第四部分 投标文件附件

附件 1 投标书格式

致：

根据贵方为_____项目的招标，签字代表_____（姓名、职务）经正式授权代表投标方（投标方名称、地址）提交下述文件。

- (1) 开标一览表
- (2) 投标报价表
- (3) 投标书
- (4) 资格证明文件

据此函，签字代表宣布同意如下：

1. 报价表中所有报价均为含税价格，注明税收比例，并已涵盖项目全部费用。
2. 投标方将按招标文件的规定履行合同责任和义务。
3. 投标方已详细审查全部招标文件，包括修改文件（如有的话）以及全部参考资料和有关附件。我们完全理解并同意放弃对这方面有不明及误解的权利。
4. 其投标自开标日起有效期为 90 个日历日。
5. 投标方同意提供按照招标方可能要求的与其投标有关的一切数据或资料，完全理解招标方不一定要接受最低价的投标或收到的任何投标。
6. 投标方承诺本次投标报价系基于招标文件所述服务范围及工作要求作出。若我司为中标人，签约前，我方同意与招标人本着平等自愿原则，就合同价格进行合理性优化。如发生监管政策重大调整、招标范围因客观原因发生实质性变更以及其他不可抗力的情形的，双方可协商调整价格（可根据项目不同具体调整）。
7. 与本投标有关的一切正式往来通讯请寄：

地址： 邮编：

电话： 传真：

投标方代表姓名、职务（印刷体）：

投标方名称：

（公 章）：

日 期： 年 月 月

法人代表或 (签章)：

法人授权委托人

附件 2 投标报价表

项目名称：

投标人名称：

单位：人民币（万元）

序 号	工作模块	价格
1	项目管理	
2	业务流程设计	
3	系统详细设计	
4	系统开发与测试	
5	系统上线推广与运维	
总金额		

注明：所有的报价已经包含各类税费，不再存在任何其他费用。

投标人：（盖章）

法定代表人或获授权代表：（签章）

日期：

其他：投标人认为有助于提高其投标竞争力的其他书面承诺或文件

(由投标人自行提供)