

招标项目采购需求

项目背景

近年来柳州重工业发展面临资源、成本、市场等空间瓶颈。2018年柳州规模以上工业增加值环比下降1%；2019年柳州工业增加值比环比下降1.8%。柳州市需要新旧动能转换推进工业高质量发展，需要重新审视轻工业的潜力。

2019年《推进柳州市工业高质量发展建设现代制造城实施方案（2018-2022年）》指出：深入推进消费品工业增品种、提品质、创品牌“三品”专项行动，重点加快制糖、螺蛳粉、农副产品加工、纺织等轻工产业发展。

目前柳州螺蛳粉已经由街头小吃向百亿产值的食品产业迈进。2019年，袋装螺蛳粉产业年产值就达到约60亿元，到2022年螺蛳粉产业计划：袋装螺蛳粉销售收入实现100亿元，配套及衍生产业销售收入实现100亿。但快速发展的螺蛳粉产业出现了一系列问题，有可能妨害产业健康发展。

在螺蛳粉销售产量突发增长的同时，也给政府、企业和原材料种植户带来了相应的问题，目前柳州螺蛳粉行业发展状况、上下游的发展态势，食品安全、生产安全、舆情监控等都未能获得有效的监测，不利于科学决策；生产企业出现销售预判不准确，旺季产量不足，淡季库存积压，融资困难等情况；本地原材料种植计划性弱，导致供需关系经常出现不平衡，供应链不流畅；缺乏螺蛳粉生产至销售的全流程信息化管理手段等问题。

现有信息系统装备和信息化应用状况

按照供给侧结构性改革的要求，按照“实业兴市，开放强柳”的战略布局，柳州市委、市政府一直积极推进具备“互联网+”和“双创”特点的新动能产业的打造和发展。从两年多前袋装速食螺蛳粉问世起，柳州市委、市政府就高度重视开发和推广这一地方特色产业，按照“政府主导、消费引领、规范发展、电商助推、品牌立业”的基本思路，加快推进柳州螺蛳粉产业化发展。从2014年年底至今三年多的时间内，通过“互联网+”的推动，柳州螺蛳粉通过从现煮堂食到速食方便装，从路边餐饮店到工业化产业园，从柳州的街头巷尾走向全国各地并迅速成为“网红”，实现该产业目前有62家生产企业、300多个品牌，在淘宝、京东等电商平台开设网店5000余家，日销量20万包，2016年的网络销售额更是

达到超 20 亿元的高值，螺蛳粉产业的转型升级被列为柳州供给侧结构性改革的成功范例。

“忽如一夜春风来，千树万树梨花开”，成为柳州螺蛳粉产业而后春笋般蓬勃生机的生动写照。这背后是柳州市委、市政府的因势利导，及时出台《关于促进柳州螺蛳粉产业发展的实施方案》，确立了 2016-2020 年柳州螺蛳粉产业发展的目标，积极推进制定柳州螺蛳粉食品安全地方标准、注册“柳州螺蛳粉”地理标志商标、强化安全监管规范市场发展、引导企业做优质量和做强品牌、建设柳州螺蛳粉产业园等一系列促进该产业做大做强的具体措施，并运用互联网思维开发市场的方式进行宏伟布局，从而穷实柳州螺蛳粉从“小米粉”向地方特色经济“大产业”发展的道路。

一、目前柳州打造柳州螺蛳粉产业的主要做法。

（一）2015 年，柳州市首次提出柳州螺蛳粉“产业化、标准化、品牌化、规模化”发展理念，确定了柳州螺蛳粉产业做袋装走机械化生产道路。柳州市在金融支持、基地建设、品牌扶持、人才支撑、“双创”支持等方面制定系统的政策措施，全方位保障螺蛳粉产业发展。

（二）颁布实施《食品安全地方标准柳州螺蛳粉》《柳州螺蛳粉生产许可证审查细则》，成立柳州螺蛳粉检验检测中心，构建市、县、乡三级农产品监管检测体系，对生产企业实行全覆盖检查，以最严格的监管把好安全关。

（三）打造网上“柳州螺蛳粉节”，将柳州螺蛳粉打造成“网红美食”、广西特产行销全国和“一市一品”的核心品牌。同时，组团参加展会，举办柳州螺蛳粉美食节，推动柳州螺蛳粉入驻沃尔玛等各大商超，实施“中央厨房”等项目建设，不断开拓线下市场。目前，网店开设超过 1.2 万家，日销量突破 100 万袋；实体店开设超过 8000 多家，营业额超 50 亿元。

（四）柳州成功注册“柳州螺蛳粉”地理标志证明商标，打造“柳州螺蛳粉”区域公用品牌和一批有影响力、知名度且受消费者喜爱的品牌。通过品牌评比等形式鼓励骨干企业尽快做大做强，进一步树立柳州螺蛳粉品牌形象。2017 年评选出螺霸王等 6 家优质品牌，财政拿出 650 万元奖励获奖企业。

（五）柳州市以建设柳州螺蛳粉产业园和螺蛳粉特色小镇为载体，建成种养基地 15.6 万亩，年产值达到 7.25 亿元；园区拥有加工企业 22 家，其中自治区级重点龙头企业 3 家，产销量突破 40 万袋，年产值达 30 亿元；建立螺蛳粉原材料示范基地 50 万亩；与科研院校

建立技术合作关系，获得各种科技创新专利 14 项。目前，柳州螺蛳粉已基本形成集现代农业、餐饮服务、食品加工、电子商务、快递物流、文化旅游等于一体的产业链条。

（六）极力做好文化功，打造柳州螺蛳粉产业园国家 4A 级景区，重点建设螺蛳粉文化博物馆、螺蛳粉特色小镇、螺蛳美食文化街，充分利用媒体做好宣传推广工作，为柳州螺蛳粉产业发展助力。

项目的建设目标

目前在螺蛳粉销售产量突发增长的同时，也给政府、企业和原材料种植户带来了相应的问题。通过建设柳州龙翔云螺蛳粉大数据平台将能够监测柳州螺蛳粉行业发展状况、上下游的发展态势，更有效的实现食品安全、生产安全、舆情监控等的监测，为行业科学提供决策依据；解决生产企业销售预判不准确，旺季产量不足，淡季库存积压，融资困难等问题；优化本地原材料种植计划，解决供需关系不平衡，供应链不流畅等问题。

一期建设主要包括搭建大数据基础平台（包括大数据基础服务与分析引擎）、基础服务平台（云基础核心服务、云应用开发支撑服务、容器云服务、数据汇聚服务）、应用支撑平台（数据中台、业务中台、门户系统、工业互联网标识系统和互联网数据爬取子平台），完成数据采集、存储、分析处理、展示等基本功能；通过网络抓取技术采集互联网数据，建设螺蛳粉舆情监测子系统、行业资讯发布子系统、可视化态势展示子系统，初步完成螺蛳粉行业指数的发布；搭建基于工业互联网标识的企业云 ERP 子系统；搭建螺蛳粉溯源管理子系统；搭建螺蛳粉原材料集中采购平台和螺蛳粉交易平台。

一、项目要求及技术需求			
序号	采购内容	数量	项目要求及技术需求
1	大数据基础平台	1 项	1、在业务数据分析的基础上，全面梳理、分析、归整数据成果，并按照规划设计模型，将数据按照业务数据、统计分析数据、共享交换数据、系统管理数据等进行归类，形成整体的信息资源体系结构。 2、基于 Hadoop 架构，提供存储、维护、检索数据的功能，把系统业务所需的数据按一定模式、结构组织存储起来，满足业务应用需求（信息要求和处理要求），使业务开展可以方便、及时、准确地从数据库中

		<p>获得所需的信息。</p> <p>3、通过权限系统，控制每个用户能查看的内容及能使用的功能，使平台不会被恶意访问，保证了平台的安全性。</p> <p>4、在远程进行数据访问和流程报批的过程中。需要考虑数据远程传输的安全性，将通过数据压缩传输，加密传输等方法 and 措施，保证数据传输安全性。</p> <p>5、使用多租户的方式，使不同租户之间的数据隔离，不同租户之间数据不会互相影响，保证不同租户的独立性。</p> <p>6、数据库采用集中方式部署在云内，部署在集群环境下实现多机多个节点运行，同时可以自动实现并行处理、均分负载，还能实现服务器在故障时的容错和无断点恢复。并且，把数据资源统一存入存储节点上，避免了单机故障导致的业务中断。各应用系统通过访问对应服务器，实现对数据的操作。</p> <p>7、大数据分析引擎：分布式计算服务、分布式存储、集群 I/O 服务等。平台基于 Hive，对数据进行提取、转换、加载，这是一种可以存储、查询和分析存储并在 Hadoop 中进行大规模数据计算的基础设施。</p>
2	基础服务平台	<p>1项</p> <p>1、平台部署在分布式基础设施上，通过封装底层的资源并服务化为可编程接口，为上层开发者提供有商业价值和便捷可靠的应用资源，服务平台把不同的应用作为构件整合到一个程序工作的环境里，并为应用提供了事务、安全、消息、数据访问等服务，同时提供应用构件的开发、部署、运行及管理功能。</p> <p>2、提供云基础核心服务包括：云适配、云存储服务、配置服务、多租户服务、微服务框架、消息中间件。</p> <p>3、提供云应用开发支撑服务包括：工作流引擎、云集成服务、前后端组件、服务运行引擎、管理中心。</p> <p>4、提供云运维服务包括：服务器性能监控、SaaS 平台服务监控、报告生成、容器化技术、系统自动化运维。</p> <p>5、提供数据汇聚服务：数据云备份、数据自动化采集，数仓前置处理运算，计费管理等。</p>

3	应用支撑平台	<p>数据中台：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、数据中台主要提供数据仓库、数据分析、主题库、数据访问控制与交换等服务。 2、数据中台能够提供提取各个业务（提取第三方的数据需要 PaaS 层的服务相结合）的应用数据，统一标准和口径，通过数据计算和加工为用户提供数据服务。 3、数据存储将平台所获取的数据，通过数据的清洗转换到数据仓库中，经过主题域的构建形成数据集市。同时数据中台是一个数据集成平台，它不仅仅是为数据分析挖掘而建，它更重要的功能是作为各个业务的数据源，为业务系统提供数据和计算服务。 4、数据资产管理将企业内部的数据进行规范化的管理，按照企业的需求对企业数据按目录进行划分和管理。 5、数据服务按照特定的需求以 API 的方式提供数据服务。 6、基于企业内部数据汇聚的基础上，使用特定的算法对数据进行分析处理，提供给企业具有价值的的数据，为企业的决策提供数据支撑。 7、数据中台具备开放的体系架构，可与主流的大数据底层技术实现无缝兼容，如 CDH、HDP、Apache 社区 Hadoop 版本等。 8、中台有机集成了 Hadoop、Storm、Spark、HDFS、HBase 等开源组件，并对开源组件进行了封装和增强，可对外提供稳定的大容量的数据存储、处理和分析能力。提供可视化开发界面、离线任务调度运维、快速数据集成、多人协同工作、版本管理等功能，为开发者提供一个高效、安全的数据开发环境。 9、中台系统基于底层 Hadoop 大数据基础设施搭建分布式数据仓库。基于数据模型，提供相关数据查询，并提供基于 SQL 的查询。 10、系统支持各种结构化和非结构数据集的采集和接入，支持 Oracle、DB2、SQL Server、MySQL、Derby、Access、Informix、Vertica 等大部分主流数据库，支持 Hadoop 体系，如 Hive、Spark 等，支持 Mongo DB，支持 Excel、CSV 文件。 <p>业务中台：业务中台主要提供外部业务接入（云 ERP 厂商）、原生业务</p>
---	--------	--

		<p>服务（各部委办局数据系统）与业务扩展（需要开发的后台业务服务）兼容以及对前台业务（需求存在有较多迭代）提供支撑，提供外部数据调用、数据汇聚服务、数据资源主题加工、支付业务服务、共性的可视化服务、营销服务组件、客户服务、标签服务、认证服务、内部服务监控等业务中台服务。</p> <p>门户系统：提供统一访问，各类角色统一单点登录访问权限服务，门户信息发布与管理服务。</p> <p>互联网数据爬取子平台：依靠互联网爬虫技术实现对商品信息、价格信息、销售信息等互联网信息的采集，主要实现多线程、集群采集模式。满足项目采集深度和广度要求。支持大部分电商网站、新闻、论坛的采集，采集策略可以灵活配置策略，分为指定调度和随机调度两个模式，采集时效性可以定制。</p> <p>工业互联网标识系统：提供工业互联网工业标识解释系统数据交互（服务）。</p>
4	企业云ERP子系统	<p>1项</p> <p>采购管理：通过对采购业务过程物流、信息流和资金流的全过程进行有效的控制和跟踪，实现完善的企业供应信息管理。</p> <p>销售管理：包括销售报价、销售订货、仓库发货、销售退货处理、客户管理、价格及折扣管理、订单管理、信用管理、支付结算、金融服务、物流服务等功能。</p> <p>营销管理：支持面向消费者的体验式营销、线上线下结合的营销模式。提供给渠道客户（包括：经销商、代理商、零售商或者大客户）在线订货、收货确认、进销存管理等功能，满足分销/上下游协同业务模式企业的快速订货、掌握渠道及终端的需求、销量、库存等情况的关键业务需求。</p> <p>库存管理：围绕企业的采购、销售、生产等经营业务提供出入库业务管理，提供库存查询、库存预留等功能。</p> <p>条码管理：工业互联网解析码的应用贯穿于企业原材料、成品管理的始终，从原材料入库到生产领用，再到产成品入库、销售出库、盘点等全过程。</p>

		<p>移动审批管理：通过 workflow 应用实现业务待办流程的审批、决策和转交，提供流程单据、审批意见和附件查看，支持在办流程、已办流程的跟踪查询。</p> <p>移动数据展现：提供多种经营分析的统计，数据与供应链系统数据实时互联。</p>
5	可视化态势展现子系统	<p>总体态势分析：提供数据可视化解决方案，针对各类板块实现数据资源条件过滤、关联碰撞、分组统计、专题排查等操作手段，灵活的构建出分析、预警、态势等各类模型。提供品牌态势分析对园区和周边品牌、分布、主营产品类等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>销售额态势分析：对具体品牌的销售额、销售模式、销售分布等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>商品价格态势分析：对具体商品的品牌、价格、销量、热卖等进行日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>原材料厂商态势分析：对原材料厂商分布、地域、主营产品类、价格等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>原材料价格态势分析：对原材料价格、所属厂商、所属品类、销售方式等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>原材料品类分析：对原材料品类、经销厂商、品类分布、价格区间等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。</p> <p>生产企业态势分析：对园区生产企业的产品、品类、品质等级、价格、主销品类、地区等进行按日、周、月、同比、环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。提供种植农户态势分析对种植农户的分布、时间、种植品类、数量等进行按日、周、月、同比、</p>

			环比等统计分析，并实时展现分析结果，形成可视化态势图表。
6	行业资讯发布子系统	1项	<p>信息管理：实现对行业资讯的采集、编辑、发布等功能，为网站用户提供分门别类的信息资讯服务。</p> <p>信息推送：通过舆情自动推送功能，将行业内相关舆情推送到指定频道。</p> <p>频道分类：对行业资讯进行分类管理，提供对频道的增、删、改、查等基本业务功能。</p>
7	螺蛳粉舆情监测子系统	1项	<p>舆情基本模块：实现热点事件、热点关键词、今日舆情、预警舆情的展示，信息报送、推送舆情、专题展示、综合应用等基础模块应用功能。</p> <p>实时热点监测：实现对重点关注信息、重点网站、各项原材料的监测，包括全网搜索监测、定向网站监测、论坛媒体监测、微博新闻监测等。</p> <p>专题追踪：持按需建立专题追踪，对专题进行时间分布、网站分布、正负面分布、一级域名分布、网站级别分布、媒体类型分布、区域分布、作者分布等分析，并按以上顺序一一提供分析图表。</p> <p>舆情预警：通过添加预警内容的方式实现系统自动预警功能，包括发现预警和持续预警，可实现短信、邮件方式预警。</p> <p>信息推荐：全面、及时、准确地搜罗全网涉及产业资讯信息基础上，按要求每日集中推荐舆情信息。包括信息报送、手工上报、任务下发等应用功能。</p> <p>舆情事件分析：针对热点舆情案例，分析事件走向趋势，对核心问题进行研判，全面了解掌握事件详情，为部门工作开展提供参考。</p> <p>舆情报告：每日由舆情分析师依托网络舆情监测系统，整理、编辑当日监测数据，形成简短并概括性强的信息快报，推送若干条行业新闻、产品及原材料相关信息。</p>
8	螺蛳粉溯源管理子系统	1项	<p>供应商主体备案：实名登记。对进场供应商（批发商、零售商）进行实名登记备案，签订追溯承诺书。已在其他流通节点备案的供应商无须再备案。追溯系统注册。对备案的供应商注册原材料追溯流通服务虚拟卡。供应商须持卡交易。</p>

		<p>企业信息管理：支持对企业信息的统一配置、管理及维护，包括基本信息、资质认证等，并可将企业信息作为追溯档案构成要素之一。</p> <p>原材料登记：实现供应商、品种、数量（重量）、产地等信息的登记。</p> <p>原材料追溯检测结果登记：批发市场按照相关法律法规规定对原材料追溯进行质量检测，将相关信息录入该批次电子台账。检测不合格的，自动向下游各环节发送中止交易的指令。</p> <p>有害残留检测登记：市场管理人员利用检测设备对原材料追溯样品进行检测，扫描样品上的原材料追溯批次追溯码后在电脑上登记检测结果。如果农药等有害物质残留超标，由管理人员通知原材料追溯供应商。</p> <p>工业互联网标识管理：通过工业互联网标识对产品进行追溯，并可对产品真实性进行验证。</p> <p>追溯档案管理：提供追溯档案的统一管理及维护，支持产品基本信息、购买及产地信息、真实生产过程数据的统一配置。</p> <p>报表管理：面向企业、政府监管部门提供不同维度的统计报表服务；面向企业，提供工业互联网标识扫描分布及扫描次数统计服务，同时提供扫描日志报表；面向政府监管部门，提供追溯企业入驻、追溯档案数据、验证档案数据等统计服务。</p>
9	螺蛳粉交易平台	<p>1 项</p> <p>首页广告管理：销售平台形象大图，可根据平台需求后台可更换图片。</p> <p>品牌搜索：品牌及相关信息的全文搜索，根据输入的关键词在全站品牌中进行搜索，根据关键词模糊匹配，并列出匹配结果。</p> <p>商品搜索：通过商品或商品描述等对商品进行搜索；根据优先匹配和权重算法进行排序，再匹配所有该商品的商家列表；逻辑可参考淘宝等知名电商网站。</p> <p>商品分类：根据管理员在后台设定的分类，前台商品按等级，商品类型展示。</p> <p>商品(家)列表：以人气，销量，有保/无保，综合，四种形式排列；以图片，商品标题，销量，价格的形式并列排序；显示所属发布商家；可参考淘宝排序样式。</p>

		<p>商品详情：商品图片轮播（小视频），标题，价格，保质期，等属性，详情介绍，评论列表；加入购物车，收藏，分享商品，联系品牌厂商，进入品牌店铺。</p> <p>品牌店铺：品牌 logo，品牌 banner，品牌名，联系客服，品牌地区，品牌收藏，分享；推荐商品列表，新旧商品分栏，商品列表；商品按默认，最新，销量，价格排序；可参考拼多多样式。</p> <p>信息发布：平台针对品牌销售大厅的相关信息发布。</p> <p>个人中心：包括用户个人基本信息、收藏、设置等。后期可对接交易平台订单信息、评价信息、发布信息、地址信息等。</p> <p>注册管理：手机号码注册，手机验证码，设置密码，编辑详细信息，提交营业执照副本，提交法人身份证复印件；提交注册。</p> <p>基本信息管理：对品牌厂家信息进行后台维护和管理，包括店铺名，logo，地址，简介，形象 banner 等信息管理。</p> <p>商家管理：商品管理、品牌管理品牌厂家对自己零售商品信息进行后台维护和管理。</p> <p>订单管理：采购企业通过交易平台实名认证的情况下，可以在平台进行正常交易下单，运营后台设有专门订单专员进行订单跟踪和订单信息录入（包括付款状态、物流信息），采购企业能及时查看历史采购订单信息和联系订单专员。</p> <p>结算中心：结算中心模块负责系统中的资金管理，对平台产生的订单费用进行拆分和清算，以及平台用户付款的暂存，汇总统计平台产生的收入费用、暂存款及退款费用。</p>
10	螺蛳粉原材料集中采购平台	<p>1 项</p> <p>首页广告管理：根据管理员在后台设定的分类，实现前台原材料按相关属性进行展示。</p> <p>原材料供应商搜索：提供原材料厂商及相关信息的全文搜索，根据输入的关键词在全站供应商中进行搜索，根据关键词模糊匹配，并列出匹配结果。</p> <p>原材料搜索：可通过原材料或原材料描述等对商品进行搜索；根据优先匹配和权重算法进行排序，再匹配所有该原材料的原材料商家列表；</p>

		<p>逻辑可参考淘宝等知名电商网站。</p> <p>原材料分类：根据管理员在后台设定的分类，前台原材料按相关属性进行展示。</p> <p>原材料列表：提供原材料列表，提供销量、产地、型号等多形式排列；提供图片、原材料标题、价格、产地等形式并列排序；显示所属发布原材料厂商；可参考淘宝排序样式。</p> <p>原材料详情：原材料图片轮播（小视频）、标题、价格、保质期等属性，详情介绍，评论列表；后期可对接加入购物车、收藏、分享商品，联系原材料厂商，进入原材料厂商店铺。</p> <p>原材料厂商信息：原材料品牌 logo，品牌 banner，厂商名，联系客服，品牌地区，品牌收藏，分享；推荐商品列表，新旧商品分栏，商品列表；商品按默认，最新，起批量、价格排序；可参考拼多多样式。</p> <p>信息发布：平台针对原材料大厅的相关信息发布。</p>
11	云主机	<p>配置要求：</p> <p>云主机 VCPU≥8 核，单核频率≥2.1GHz； 内存≥64G； 硬盘≥500G，读写速率要求：（1）单盘写平均速度≥146 MB/s，单盘读平均速度≥170 MB/s；12 盘并发写平均速度≥118 MB/s，12 盘并发读平均速度≥145 MB/s；（2）64KB 100 并发数 IOPS ≥3356；（3）64KB 2000 并发数 IOPS ≥9488。</p> <p>1. 云主机具备以下功能：</p> <p>（1）支持云主机的生命周期管理，包括启动、暂停、恢复、停止、重启；</p> <p>（2）支持云主机的安全组的关联与更改；</p> <p>（3）支持弹性块存储设备的挂载和卸载；</p> <p>（4）支持云主机绑定公网 IP；</p> <p>（5）支持云主机创建云主机备份；</p> <p>（6）支持创建云主机时，对云主机命名并自主设定登陆密码；</p> <p>（7）支持虚拟机修改密码；</p> <p>（8）支持虚拟机更换镜像；</p> <p>（9）支持云主机配置伸缩；</p>

			<p>(10)支持根据云主机生成镜像;</p> <p>2. 云主机支持以下操作系统:</p> <p>(1) CentOS 5.5 以上操作系统;</p> <p>(2) Red Hat Enterprise Linux 6 以上操作系统;</p> <p>(3) Ubuntu 12.04 LTS 以上操作系统;</p> <p>(4) Windows Server 2008 以上操作系统;</p> <p>3. 安全性要求: 提供态势感知、网络运维、日志审计、堡垒机、漏洞扫描、杀毒软件等安全设备防护;</p> <p>4. 稳定性要求: 可用性不低于 99.95%, 提供 VPC 子网、多用户隔离、宕机迁移、异地容灾、数据备份和恢复等功能;</p> <p>5. 拓展性功能:</p> <p>(1) 具备动态扩容;</p> <p>(2) 创建云主机备份;</p> <p>(3) 根据备份恢复云主机;</p> <p>6. 机房安全: 机房抗震、防断电、恒温恒湿、7*24*365 专业运维;</p> <p>7. 网络安全: 抗 DDOS 攻击, 为用户主机进行实时 DDoS 攻击检测和流量清洗; IPS 入侵防御系统, 实时检测用户网络流量中的入侵行为并进行报警, 可提供详细的攻击信息用于取证分析; 专线直连, 通过数据专线实现本地数据中心与 VPC 网络连接, 数据高速上云、可靠安全。</p> <p>8. EB 站点保护功能: 可对网页攻击、缓冲区溢出攻击、后门/木马、P2P、病毒/蠕虫、拒绝服务攻击、扫描类攻击等多种攻击类型进行实时检测并记录日志;</p> <p>9. 应用安全: 系统加固、正版操作系统, 云服务器提供主流的 WINDOWS、LINUX 等操作系统, 且均具备正版授权;</p>
12	云专线	2 条	互联网专线, 独立带宽≥500M
13	供应链金融子系统	1 项	<p>前端门户: 系统常用功能的快捷入口 (采购订单、销售订单、库存、物流、结算、收付款、发票、台账)、待办事项、今日库存、月度收付款可视化图表、应收应付款实时数据汇总。</p> <p>电子合同子模块: 制作采购/销售订单, 经审内部审核后, 将订单信息发</p>

		<p>送给销售方/采购方；签约各方可实现电子合同在线预览和在线交互，进行在线合同签订。</p> <p>仓储管理子模块：物流运单管理模块可将物流运单指派给司机，还可将运单信息分享给相关合作方；生成物流订单，可指派给自营物流公司和第三方物流公司，可对接第三方物流接口。</p> <p>结算子模块：企业可向交易对手发起订单结算，并进行在线签字，对订单进行确认；系统可根据业务需要，支持单一订单一次结算，多次付款；支持单一订单多次结算多次付款；支持多个订单一次结算，多次付款。</p> <p>融资管理子模块：供应链融资管理平台可向金融机构开放，金融机构可在融资平台上进行融资项目的设置，并对融资项目进行在线管理；企业可在系统操作平台将融资需求发送到供应链融资管理平台，申请应收账款融资和订单融资等供应链金融业务，在获得金融机构批复后可对自身的借款情况和还款情况进行在线管理。</p> <p>供应链金融子系统实施推广：进入企业进行调研，计划完成 10 家生产企业推广。</p>
<p>▲应用软件开发以及软件安装</p>		<p>1、软件开发环境要求</p> <p>本项目要求项目实施方整个项目团队的开发、调试、维护等工作在采购人指定或同意的地点进行。</p> <p>2、软件系统安装要求</p> <p>项目实施方必须在实施时向采购人提供标书中要求的应用系统安装、联调、培训和维护服务等的全部内容，并在需要的时候配合系统软件、硬件提供商完成整个系统的部署及网络联调工作。</p> <p>3、对项目实施方的要求：</p> <p>(1) 要求项目实施方必须具有良好信誉和相关实力的技术队伍。</p> <p>(2) 项目实施方应本着认真负责态度，组织技术队伍，做好项目的整体方案，并书面提出长期保修、维护、服务以及今后技术支持的措施计划和承诺。</p> <p>(3) 项目实施方应允许采购人安排相关技术人员参与应用系统的安装、测试、诊断及解决遇到的问题等各项工作，并提交完整详细的书面文档。</p> <p>(4) 平台所有权归采购人所有，实施方应主动提供数据接口对接，不得设置障碍阻止其他系统软件或相关软件的数据交换业务。</p>
<p>▲测试要求</p>		<p>应用系统安装完成后，项目实施方应首先拟出测试计划，与采购人和</p>

	<p>监理方讨论通过后，方可按计划进行测试。</p>
<p>▲试运行期</p>	<p>1、应用软件实施工作根据采购人统一安排分批进行。在完成项目培训、初始化工作后，进入试运行期。</p> <p>2、试运行期间项目实施方需提供专人进行运行指导及维护服务。</p>
<p>二、商务要求表</p>	
<p>▲交付期及交付地点</p>	<p>交付使用期：2020年10月至12月完成项目第一期建设内容的建设。</p> <p>交付地点：采购人指定地点。</p>
<p>付款条件</p>	<p>签订合同后，乙方按甲方进度要求进行项目建设，整体项目建设完成经采购人综合验收合格后一个月内，采购人向中标人支付合同总金额95%的款项，剩余5%的款项待质保期届满之日后一个月内支付给中标人（不计利息）</p>
<p>▲售后服务保障或维修响应时间要求</p>	<p>1、本项目质保期为项目验收合格交付使用之日起一年。</p> <p>2、中标人必须拥有一套切实可行的质保保证体系，确保软件的开发及服务质量。</p> <p>3、为保证系统的正常运行，中标人必须具备有较强的本地化服务能力，在柳州有常驻服务和技术支持机构，并配有较强的专业技术队伍，能提供快捷的后续服务响应。</p> <p>4、服务内容包括现场服务、定期巡检、故障服务。</p> <p>5、中标人应建立运行维护团队，故障响应要求，在质保期内提供以下服务：</p> <p>（1）提供7×24小时响应；</p> <p>（2）故障在1小时内响应，如电话、网络等不能解决问题，2小时到现场，普通问题12小时内解决，紧急状况1小时到现场，48小时解决问题。</p> <p>6、如遇紧急、重大服务事项，需在保证提供多人、快速服务响应的情况下配合管理方协调产品的研发单位进行现场应急事件处理。</p> <p>7、中标人在完成系统的开发、上线工作后，在质保期内提供免费维保服务。</p> <p>8、中标人应有完善的文档管理制度，保证运行维护过程中产生的文档。</p> <p>9、在提供运维服务的过程中，获悉的一切资讯需严格遵守保密协议，</p>

	<p>严禁自行使用或向他人传播、资讯，严禁擅自使用或允许他人使用资讯，因咨询外泄所造成的损失由中标人承担相应的法律责任。</p>
<p>三、其他要求</p>	
<p>▲其他要求</p>	<p>培训要求：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、项目实施方需提供详细的培训计划。 2、培训授课人必须是承担本项目实施服务工作的工程师、技术人员等。 3、培训时间不少于三天，地点为采购方选定，培训方式为一人一机集中培训。 4、培训内容与课程要求：培训内容为系统操作以及常见问题处理，确保采购方技术人员具备独立工作的能力。 <p>文档及知识产权要求：</p> <p>保证用户在使用过程中不受到第三方关于侵犯专利权等知识产权的指控。交付项应包括但不限于如下内容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、满足用户需求的、完整的、可最终良好运行的系统； 2、系统运行、管理、维护相关的各项技术文件和管理规范。应包括：系统实施计划、系统需求调研报告、系统上线测试报告、试运行报告、验收报告、系统操作手册等技术及项目管理文档。
<p>报价说明</p>	<p>根据《政府采购货物和服务招标投标管理办法》（中华人民共和国财政部令第 87 号）第六十条：评标委员会认为投标供应商的报价明显低于其他通过符合性审查投标供应商的报价，有可能影响产品质量或者不能诚信履约的，应当要求其在评标现场合理的时间内提供书面说明，必要时提交相关证明材料；投标人不能证明其投标报价合理性的，评标委员会应当将其作为无效投标处理。提交的成本证明材料主要包括：提供自身出具的产品详细价格构成说明函原件（包括进货成本、管理费用、人员成本构成、物流运输成本、税收等所有成本和利润）；非生产厂家投标人同时还须提供全部货物生产厂家出具的详细价格构成说明函原件（包括进货成本、管理费用、人员成本构成、物流运输成本、税收等所有成本和利润），同时提供（包含但不限于）以下支撑证明材料：（1）行政机构税务部门开具的拟派项目人员的《依法缴</p>

	<p>纳个人所得税或者依法免缴纳个人所得税的凭证（与本次投标拟派项目人员所提供社保同月份）》；（2）近两年经第三方具备审计资质的机构出具的审计报告（包括其固定资产成本及折旧、管理成本、人工费成本（如人员工资、奖金、福利及差旅等费用、税收等所有成本及利润）复印件（原件现场核查）；（3）提供至少 2 个类似业绩的费用成本组成明细（并提供该合同复印件，原件现场核查）。</p>
<p>▲采购人的特殊要求及说明及验收标准</p>	<p>交货验收时，采购人根据《广西壮族自治区政府采购项目履约验收管理办法》的规定，由采购人及中标人双方共同进行验收，在验收时采购人具有邀请国家认可的专业检测机构参与验收的权利，验收费用由中标人负责，采购人有权要求中标人提供投标产品进行测试，以确认是否达到招标文件中所规定的技术功能要求及中标人所响应的事项，若测试结果不能满足招标参数的要求，属于虚假投标，对不符合要求的产品，采购人有权拒绝验收，由此产生的一切后果，均由中标人承担。</p>