

新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心 即开型体育彩票运营服务项目合同

项目编号：【2023】3号

甲方：新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心

乙方：北京微卓科技股份有限公司



新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心





目录

第一条	定义及解释.....	2
第二条	权利和义务.....	3
第三条	服务及要求.....	5
第四条	服务价款、支付方式及验收标准.....	14
第五条	费用承担.....	16
第六条	保密条款.....	17
第七条	特别约定.....	18
第八条	知识产权.....	18
第九条	违约责任.....	18
第十条	争议的解决.....	19
第十一条	不可抗力.....	19
第十二条	合同附件.....	20
第十三条	其他.....	20



甲方：新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心

法定代表人：程晋平

地址：新疆乌鲁木齐市中山路 443 号体彩大厦

乙方：北京微卓科技股份有限公司

法定代表人：张士栋

地址：北京市丰台区南四环西路 186 号汉威国际广场三区 3 号楼 6M 层 12 室

为更好地完成新疆维吾尔自治区即开型体育彩票销售任务，甲方公开招标“新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心即开型体育彩票运营服务项目”的服务方，经评标委员会评审，确定乙方为项目中标方。现甲方同意委托乙方在新疆维吾尔自治区范围内提供即开型体育彩票运营服务，乙方同意在提供服务过程中接受甲方的监管。依据《中华人民共和国民法典》及有关法律法规的规定，经双方平等协商，达成以下共识，签订此合同，具体内容如下：

第一条 定义及解释

- 1. 即开型体育彩票销量：**在明确的时间段内，甲方库存即开型体育彩票完成出库并激活的总量。
- 2. 销售网点：**在新疆维吾尔自治区内，具有销售环境和销售能力、并由甲方正式授权的即开型体育彩票销售渠道，包括电脑型体育彩票销售门店、乙方开发的户外销售点、行业连锁销售渠道以及体彩即开票社会销售门店。



3. **兑奖设备**: 指由甲方提供的, 销售网点专用 IVT 手持兑奖终端、手机软 IVT 终端以及连接在电脑型体育彩票销售终端设备上的 BCR 扫描枪。
4. **即开票运营管理系统**: 指本合同中约定的, 由乙方建设及部署的, 用于支撑本项目中约定的即开票订票订票管理、渠道管理、流程管理、资产管理、数据报表、系统管理等功能模块组成的软件系统平台的总称。

第二条 权利和义务

一、 甲方的权利和义务

1. 甲方有权对乙方的各项工作执行情况进行监督, 并定期对乙方所做的各项工作包括但不限于销售目标完成情况、销售渠道拓展及维护、即开票营销与执行、责任彩票、即开票订票与高效物流及软件系统支撑等服务进行验收考核。
2. 甲方负责向乙方提供国家体彩中心即开二代系统 (ILMS 系统) 使用权限、即开票销售设备和兑奖专用设备。
3. 甲方负责国家体彩中心即开二代系统 (ILMS 系统) 数据机房管理、终端管理、大额奖金兑奖等, 并在合同期内根据授权权限向乙方开放系统的相关查询功能。
4. 甲方负责对销售网点即开型体育彩票库存前置 (即开型体育彩票账期) 的审核、开通、日常使用管理及票款回收工作, 乙方协助落实执行。
5. 甲方负责即开型体育彩票的行政管理工作, 包括报批玩法、向国家体育总局体育彩票管理中心订购彩票。
6. 甲方负责新疆维吾尔自治区、各地州 (市) 体育彩票管理分部的即开型体育彩票库房建设及管理工作, 并负责即开型体育彩票出库前 (含即开型体育彩



票出库操作)彩票的安全及管理工作。

7. 甲方有义务对乙方即开型体育彩票销售网点的拓展、维护等相关工作予以政策支持 and 行政支持。
8. 甲方负责提供电脑型体育彩票专营店为保障形象统一所需的门头等相关物料。
9. 甲方负责对销售网点提供责任彩票主题宣传品(包括但不限于体彩品牌标识、代销证、警示语、大乐透奖池公告、责任彩票宣传海报、竞彩赛事推荐、信息显示设备等)。
10. 甲方有权管理新疆所有销售网点和相关销售数据。
11. 甲方负责协助乙方新疆各地州、市体育彩票管理分部的协调支持。
12. 如乙方当年销量目标达成,次年合同继续执行,若乙方未达成年度销量目标,甲方有权终止合同。
13. 甲方按本合同约定的服务费用比例、期限、方式向乙方支付相关费用。

二、 乙方的权利和义务

1. 乙方按照甲方及甲方下属的各地州(市)体育彩票管理分部的相应管理规定和要求,为甲方提供即开型体育彩票运营服务。
2. 乙方服从甲方及甲方下属的各地州(市)体育彩票管理分部的工作安排。
3. 乙方承诺在开展即开型体育彩票市场运营服务工作中,严格遵守《彩票管理条例》和《彩票管理条例细则》中有关的法律、法规、规章、政策,维护和提升中国体育彩票的良好品牌形象。
4. 乙方承诺在协议期内向甲方开放乙方提供的《即开票运营管理系统》的最高级别使用权限,以便于甲方对乙方的日常监管。



5. 乙方承诺使用自主研发的《即开票运营管理系统》(包含 PC 客户端、手机 APP、公众号等) 为本合同约定的业务流程提供智能化的管理与服务。
6. 乙方负责《即开票运营管理系统》中相关的软件开发及相关软硬件维护, 确保系统运行正常; 有效防止系统中数据泄露, 承诺提供对数据信息异地备份, 保障数据安全。
7. 乙方应对市场管理中发现的异常问题及时与甲方沟通。
8. 乙方按约定向甲方提供结算所需验收记录及对应发票。
9. 乙方有义务向甲方提供年度经工商部门年检过的乙方法人三证合一的营业执照副本、及法人代表身份证复印件。
10. 乙方依法缴纳各类税费。

第三条 服务及要求

一、 即开票型体育彩票销售渠道拓展及维护服务

详见附件二:《销售网点拓展及维护服务细则》

1. 渠道拓展服务

- 1) 新疆即开票型体育彩票销售市场的各类渠道拓展工作包括: 即开票户外小卖场网点拓展开发、即开票小微零售兼营网点渠道开发、体育彩票专营网点开发。
- 2) 乙方通过对新疆现有的即开票销售网点布设分析、客户群体分析、以及市场空白区域分析, 拟定渠道拓展计划, 通过双方定期周例会、月度例会汇报至新疆体育彩票管理中心相关科室; 乙方负责开展销售网点阳光征召政策的宣传、推广; 开展意向销售网点信息的收集工作; 对代销者开展公开



邀约、主动邀约和定向邀约服务。

- 3) 乙方每年度均需拓展即开型体育彩票户外小卖场，在新疆 16 个地州，每年度实现 8000 场次以上户外小卖场即开票销售活动。

2. 网点日常维护服务

乙方承担新疆所有即开票销售渠道的日常维护服务工作，包括网点日常巡检；网点增、变、退信息上报、核对；即开票相关物料的派发、管理；网点信息数据更新上传。

- 1) 根据新疆即开型体育彩票销售网点数量与网点服务人员数量的配比 50:1 的要求，乙方组建满足上述配比要求的网点服务团队。
- 2) 因新疆地域广阔、网点较为分散，乙方应根据区域内网点分布数量配备机动车等交通工具。由乙方承担所有机动车等交通工具使用过程中燃油（电池）消耗、维修、高速通行、停车等相关费用。
- 3) 乙方定期开展网点日常巡查及拜访工作，包括：巡查计划制定、巡查的执行、巡查结果的统计、以及汇总情况报告等工作。拜访时应掌握网点销售情况，贯宣传达国家体育总局体育彩票管理中心及新疆体育彩票管理中心的彩票销售政策、规章、制度，反馈促销活动和相关政策的市场反应。
- 4) 乙方协助新疆体育彩票管理中心各地州体彩分部完成网点的变更信息核查、网点撤销设备回收等业务相关工作。
- 5) 乙方拟定全年即开型体育彩票宣传、展示物料的采购计划，拟定物料使用、管理规范。按新疆体育彩票管理中心批准的统一部署要求完成对网点的物料派发工作，协助和指导销售网点有效使用。
- 6) 乙方通过建设的《即开票运营管理系统》中的移动端功能模块，完成网点



日常维护数据填报，业务操作，包括但不限于代销者信息、销售员信息、网点地址信息、彩票销售设备信息等；记录固定资产和物料的发放、使用、移址等情况，记录标准化建设情况与服务过程。网点基础信息应实时进行更新，同时每季度应对所辖区域的销售网点基础信息档案进行全面校对，确保真实、准确。服务过程中形成的数据需实时上传至新疆体彩责任彩票管理平台，数据信息所有权归甲方，投标单位需建立数据信息管理及保密制度，合规使用相关数据信息。

3. 网点培训服务

乙方协助甲方（或按甲方要求）对所有销售网点的业主或销售员提供即开型体育彩票业务知识、销售技能、销售心态等方面的培训服务工作。培训方式包含但不限于集中式培训或驻店培训。培训内容应包括：彩票政策法规、责任彩票要求、代销合同解读、体彩各类游戏的规则等内容。

- 1) 日常巡检过程中，要求对代销者或销售人员进行培训，包括：责任彩票、合规经营、营销宣传、沟通技巧、即开票陈列展示、辅助销售工具的使用等内容；每季度根据销售网点销量进行筛选分类，对于销量低于当地平均销量水平的销售网点采用单独或集中方式进行营销知识帮扶培训，包括但不限于即开元素展示、销售技巧提升、即开特色活动、个性包装宣传等。对新增差下网点进行不少于 8 天时间的驻店销售帮扶。

4. 网点设备、物料的维护服务

乙方需负责彩票设备的安装调试、销售辅助展示设备布置、宣传品悬挂等工作。乙方承担销售网点即开票兑奖设备的故障排除、配件更换、系统安装等上门维修服务。



具体要求：

- 1) 乙方根据甲方网点形象建设的规范要求，对销售网点提供彩票设备安装调试、销售辅助设备安放、宣传品悬挂张贴、电子版宣传片的投放；对店内彩票销售场地的形象建设物料日常检查（包括：新票展示袋、彩票瀑布、中奖票展示栏、购彩警示语、销售许可证等布放是否合规）；指导和监督销售网点正确使用各类体彩辅助销售展示设备（例如：即开票销售盒、即开票销售柜等）。
- 2) 每季度对所有即开票兑奖设备进行1次全面维护与保养，包括：除灰除尘、设备检测等，并指导实体店做好彩票设备日常维护。
- 3) 在收到维修通知后，对中心城区销售网点须3小时内到达现场进行故障解决，针对远郊区县销售网点要求20分钟内进行电话沟通给予远程技术支持，如故障无法远程处理，则36小时内出差到远郊区县销售网点予以解决。

二、 即开票营销与执行服务

乙方需要结合即开票市场实际情况，在上一年度末，根据甲方制定的下一年度任务额，拟定详细年度营销计划，由甲方批准后，落实执行市场营销活动，确保即开票各年度销售目标达成。详见附件三：《即开票营销与执行服务细则》

具体要求：

- 1) 甲方根据市场情况及年度销量预测分析，制定年度销量任务，双方同意2023年的即开票销量任务为10亿元，后续2024年度、2025年度销量任务在上一年度末由甲方制订完成后，以任务书方式与乙方确定。
- 2) 乙方须提交详细的营销方案，方案需符合新疆体育彩票市场环境的实际情



况、切实可行。

- 3) 乙方在上一年度末提供即开型彩票下一年度促销活动规划草案一份；每月提供促销活动方案草案三份，并与中心讨论、修订，由中心筛选、审核、批准后落实执行。
- 4) 乙方承担促销活动海报设计（包含纸质版、电子版）、活动内容培训、宣贯及宣传品投放；乙方设有专人对宣传方案中涉及的彩票公益性的文稿、短视频、音频资料进行制作，作品适用于甲方官方网站、官方微博、官方微信群日常宣传。
- 5) 乙方每年度撰写自主稿件 60 篇（每周发布最少 1 篇）、短视频作品 24 个（每月不少于 2 个）用于媒体宣传，稿件及作品内容包含且不限于责任彩票宣传、优秀网点案例、营销宣传等方面。
- 6) 乙方制定促销活动跟踪机制，安排专人了解反馈活动期内的执行情况。制定突发事件应对机制，针对促销活动过程中的特殊事件，有应急预案加以应对。促销活动结束后 5 日内，完成促销活动评估报告，上报甲方。
- 7) 乙方收集整理彩票相关政策信息，了解市场最新动态。每季度开展不少于 1 次的销售网点、购彩者现场调研活动，了解销售网点及购彩者对当前市面已售即开型体育彩票的认知和反馈，形成书面报告提交给甲方。

三、 责任彩票服务

乙方需对网点进行日常检查与督导，包括但不限于体彩品牌标识、代销证、警示语、对大乐透奖池公告、海报张贴、竞彩赛事推荐、信息显示设备合规使用情况以及网点日常销售合规行为；检查记录及结果需实时上传至新疆体彩责任彩票管理平台。详见附件四：《责任彩票服务细则》



具体要求：

- 1) 乙方每季度提交网点巡查报告，并保证每季度国家体育总局体育彩票管理中心组织的神秘客户巡查问题网点比例优于国家中心要求。
- 2) 乙方网点服务人员每月到店拜访和远程拜访所辖销售网点的频次不得少于 3 次/家。
- 3) 乙方提供即开型体育彩票品牌宣传延展服务，要求依托年度内开发的户外小卖场渠道落实执行全年不低于 2000 场次的宣传活动。宣传主题为：品牌宣传、公益宣传、责任彩票宣传等，宣传方式包括：宣传单页、户外展架、手机扫码互动、组织现场活动（经审核通过）等。
- 4) 乙方在网点检查或拜访过程中如发现非法彩票销售情况，第一时间向甲方汇报，并配合落实甲方对销售网点进行整改。
- 5) 乙方提供符合责任彩票原则、符合彩票管理法规的营销宣传建议草案，由甲方修订、颁布宣传方案。乙方协助落实相关宣传方案，负责宣传方案中涉及的各类宣传物料及时派发，协助网点规范使用，并在实施后落实监督、检查、汇报工作。

四、 即开订票与高效物流服务 详见附件五：《即开订票与高效物流服务细则》

1. 网点订票服务

乙方建设的《即开票运营管理系统》中的即开票订票软件模块，应包含即开票票种管理、网点订单管理、网点订单出票扣款功能、仓储库存及配送管理、即开型彩票数据查询等系统功能。该软件模块目前已接入国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统（ILMS 系统）。合同期内，乙方需保障该系统及接口的稳定运行。



具体要求:

- 1) 乙方提供的订票途径须以移动端订票方式为主,包括 APP 订票、微信订票、人工电话订票等多种订票方式,并保障各订票途径的畅通。移动端订票平台,可显示各地市票库票种,可将热销票、新票置顶,可按面值排序筛选订票。后台系统显示订票订单,且后台全部订单可按下单时间日期进行查询,具备批量打印功能。
- 2) 仓储配送管理功能主要指即开型彩票订单处理各个环节的功能设置,包括但不限于即开型彩票扫码分拣出库、扣款、查询、包装、发货等功能。
- 3) 即开型彩票数据查询功能,包括但不限于网点信息管理、订单数据管理、即开型彩票数据管理分析等功能。投标单位应利用相关数据信息,做好网点订票提醒服务、重点票种推介服务、网点调研服务等工作。
- 4) 订票功能应能对热销票进行阈值设置并进行库存预警。结合业主订票情况,提供如积分商城等个性化服务功能。
- 5) 微信订票除彩票休市外,每天 24 小时开放订票;人工电话订票提供不低于每周 7 天×12 个小时(10:00 至 22:00)的订票及客服服务。订票处理应安排满足项目需求的专业出票人员,准确处理各种渠道接入的订票需求。

2. 彩票物流配送服务

基于新疆自治区疆域特点及实际情况,甲方的即开票库房,除自治区库外,在 16 个地州设有分库房。乙方承担库房到销售网点的所有即开型彩票配送服务。

具体要求:

- 1) 乙方按甲方的要求,根据各地州、市彩票管理分部的彩票调拨需求,配合完成自治区库房到地州彩票管理分部库房之间的彩票调拨运输工作。同时协助



各地管理机构做好地市级库房即开票的到货清点、验收、入库、出库、仓库保管等工作，并承担相应责任。

- 2) 乙方需充分考虑新疆各地州地域广阔，单一方式无法满足实际配送需求等情况，提供详细即开票网点订票流程、高效物流配送方案、分拣方案、网点配送线路规划方案（细化到市、县、乡镇、街、行政村等），针对本项目属地地域特点拟定 3 套适应不同网点位置情况的配送方案及配套的即开票安全保障体系方案。详见附件五：《即开订票与高效物流服务细则》
- 3) 乙方确保网点即开票配送时效性，距地市级库房所在城市大于 400 公里以上的区县销售网点，自提交彩票订单时间起 72 小时内完成物流配送；距地市级库房所在城市大于 50 公里以上，小于 400 公里的区县销售网点，自提交彩票订单时间起 36 小时内完成物流配送；其他销售网点，自提交彩票订单时间起 18 小时内完成配送。
- 4) 乙方根据国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统业务流程和管理规定，在即开二代交易系统（ILMS）确认并扣减销售网点订票额度后，方可向销售网点配送即开型彩票（如政策有调整，按最新政策执行）。乙方不得以任何其他形式向销售网点收取彩票订购款。
- 5) 乙方配送前应确保即开型彩票包装完整无破损并准确分拣后，按箱或按包进行配送，不得拆包，在仓储、配送过程中出现即开型彩票丢失、损坏，由乙方承担全部责任。
- 6) 乙方建设的《即开票运营管理系统》，对即开型彩票配送全过程（包括分拣扫码出库、修改订票量、配送等）进行跟踪、监控与管理，甲方、地州体育彩票管理分部及即开型彩票销售网点，能够按照各自权限查询相应订单信息。



7) 乙方案针对彩票物流配送的全流程制定应急管理预案并严格执行。

五、 即开票运营管理系统服务

乙方承诺服务期内维护、优化相关《即开票运营管理系统》，以更好地满足即开票运营业务的需求。软件服务需求包含(但不限于): 订票管理、渠道管理、流程管理、资产管理、数据报表、系统管理等功能模块。乙方在该项目中建设的软件系统自主可控, 与第三方无产权、使用、修订权争议。

具体要求: 详见附件一:《即开票运营管理系统技术方案》

1. 订票管理包括(但不限于): 接收全疆即开销售网点订单, 进行订单分析汇总, 订单出库校对, 物流跟踪, 库存预警, 库存票查询, 以及网点订票行为大数据分析等。
2. 渠道管理包括(但不限于): 提供各类渠道开发、拓展、维护、分析等渠道相关工作, 功能包括邀约加盟、知识培训、服务申报等。
3. 流程管理包括(但不限于): 提供网点服务人员发起网点类、资产类、用户类、业务操作类等业务的审批流程, 经甲方相关科室审核通过后支持将相关信息更新入系统数据库、导出报表、打印表单等功能。
4. 资产管理包括(但不限于): 资产管理范围涵盖自治区库房、地州库房的即开票、热敏纸、投注单等销售耗材、宣传促销用品、各类固定资产以及其他存货, 从入库到领用、调拨、报废等功能。
5. 数据报表包括(但不限于): 提供按有关维度查询、排序和导出有关即开网点信息、人员信息、销售情况等体彩业务数据固定报表的功能。
6. 系统管理包括(但不限于): 提供系统管理员管理所有用户, 配置权限参数, 对象标签的维护等功能。



六、项目实施保障要求

1. 鉴于乙方建设的《即开票运营管理系统》目前运行稳定，乙方保障服务期内软硬件设备、设施的维护及持续优化。
2. 乙方保障在新疆本地的业务团队的人员数量、质量，持续开展员工培训等工作，满足市场发展及网点增长服务需求。
3. 乙方系统软件模块目前已接入国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统（ILMS 系统）。合同期内，乙方需保障该系统及接口的稳定运行。
4. 乙方保障建设的《即开票运营管理系统》与新疆体彩责任彩票管理平台的数据对接，并在服务期内持续稳定运行。

第四条 服务价款、支付方式及验收标准

一、服务价款

1. 甲乙双方约定服务费用按销量的2.95%实际计提，按月结算。
2. 根据招标文件要求，乙方承诺完成2023年的即开票销量任务10亿元。
3. 乙方理解并同意，甲方属政府预算拨款单位，甲方每年度向乙方支付的费用总额不超过财政预算要求。
4. 2024 年度、2025 年度（按自然年度计算）新疆体育彩票管理中心根据市场情况及年度销量预测分析，在上一年度末制定年度销量任务，以任务书方式与乙方确定。

二、支付方式

1. 甲方于次月 5 日内对乙方上月服务进行验收，验收合格后于 10 日内将费用支付到乙方指定银行帐户，乙方应向甲方开具国家正规的技术服务费普通发



票。次月5日内甲方未完成验收的,视为验收合格。

三、 验收标准

合同期内,因不可抗力出现下列情况,并由双方共同认可超过预设次数,甲方将根据实际发生情况及所产生影响,经甲、乙双方共同签字认定,从当月结算服务费中扣除。在预设次数范围内出现以下问题,乙方应及时反馈原因并加以完善和改进,超出预设次数,每超出一次,扣除当月结算服务费的5,000元人民币作为服务质量扣款,以此累加最高可扣除50,000元人民币。

序号	验收项目	要求达到的标准	预设次数
1	渠道拓展服务	网点新增完成甲方月度下发的目标且符合甲方对新增网点规定的要求标准	不符合要求超过 2次
2	渠道维护服务	网点基础维护按要求完成且向甲方提供相应的记录	不符合要求超过 2次
3	渠道培训服务	网点基础业务培训要求完成且向甲方提供相应的记录	不符合要求超过 2次
4	即开票营销与 执行服务	按时间计划向甲方提供年度、月度营销计划,对甲方批准后的营销方案按要求落实执行	不符合要求超过 2次
5	责任彩票服务	完成责任彩票物料发放时间要求、完成网点日常巡检月度拜访数量要求、完成户外	不符合要求超过 2次



		卖场彩票品牌宣传月度数量的要求	
6	彩票配送服务	销售网点即开票配送及时且安全有序、彩票仓储物流规范	超出合同约定时效4次
7	即开票管理系统维护服务	对即开票运营管理系统的日常维护、故障排除按合同约定时限完成	不符合要求超过2次
8	资源配置	人员和车辆配置符合规定	不符合规定超过2次

第五条 费用承担

一、 甲方应承担以下费用：

1. 库房费用：包括即开型体育彩票省市各级库房的建设、安全、运营、管理等相关费用。
2. 主流媒体宣传费用：包括广播、电视、报纸、门户网站等主流媒体，大型户外广告牌、车厢、车站站牌等户外或流动媒体的广告宣传费用。
3. 兑奖设备费用：包括销售网点的兑奖设备（如 IVT、BCR 等）的采购费用，及设备运营过程中所产生的通讯、维修等相关费用。
4. 市场促销活动费用：针对新疆维吾尔自治区所有类型网点或者购彩者开展的促销活动的奖励费用。



5. 责任彩票形象建设费用：已有体育彩票销售网点，新建体育彩票销售网点的品牌形象建设费用，包括但不限于体彩品牌标识、代销证、警示语、大乐透奖池公告、责任彩票宣传海报、竞彩赛事推荐、信息显示设备、网点店铺的门头包装等相关费用。

二、 乙方应承担以下费用：

1. 税费：由乙方自行承担的税费。
2. 彩票物流配送费用：地市彩票管理分部库房至销售渠道的彩票配送费用。
3. 即开票运营服务系统建设费：相关系统平台的开发费、后台维护费等。
4. 即开型体育彩票品牌宣传临时性物料制作费用。
5. 销售即开型体育彩票的常规物料制作费用。
6. 培训费用：包括培训讲师授课费用、培训讲师交通住宿费用、课件制作费用、及培训涉及的其他费用。
7. 信息收集费用：包括各类型问卷、市场调研、竞品信息收集渠道建设、竞品信息收集渠道维护等产生的费用。
8. 人工成本：乙方组建团队产生的员工工资、社保、福利、差旅、办公及其他管理费用。

第六条 保密条款

在合同履行中，甲乙双方提供的合同主体内容、合同附件、以及在合同履行过程中所相互提供的附加技术材料及商务信息，均负有保密义务，未经双方任何一方书面许可，不得向任何第三方泄露。本条约定在本合同终止后仍然继续有效，且不受合同解除、终止或无效的影响。



第七条 特别约定

1. 合同期内，未经甲方允许，乙方不得以任何形式向第三方转让本合同规定的权利和义务。同时，甲方同意不授权任何第三方从事与本合同内容相关的即开型体育彩票业务。
2. 为了保持乙方团队的稳定性，甲乙双方达成共识，合同期内，甲方同意不招募、雇佣乙方在职或离职不满两年的员工。
3. 由国家体育总局体育彩票管理中心原因、国家政策法律调整原因、或因不可抗力停止发行即开型体育彩票，甲方将通过书面方式提前两个月时间告知乙方，终止该合同相关权利和义务，双方协商处理好后续工作交接事务。

第八条 知识产权

1. 合作期间系统中产生的所有运营数据归甲方所有，在双方合作结束后，所有运营产生的数据乙方应交予甲方。
2. 在合同有效期内，即开票运营管理系统使用的全部硬件设备、软件、运行环境、网络环境均由乙方提供，所有权全部归乙方。
3. 本合同涉及即开票运营管理系统的所有相关系统的知识产权（软件著作权、专利权）全部归乙方所有。

第九条 违约责任

1. 因乙方重大过失原因导致本合同无法继续履行的，双方协商后可解除本协议，同时乙方承担已产生合同额 5% 的违约金。



2. 乙方未按合同约定完成合同义务的，甲方有权书面要求乙方进行整改，乙方拒不整改的，甲方有权要求解除合同。
3. 甲方应按合同约定的付款方式支付相应款项，如果甲方在收到乙方开具发票之日起 20 个工作日后仍未付相应款项，甲方须每天按应付金额的千分之五向乙方支付违约金。
4. 因甲方原因导致本合同无法继续履行的，双方协商后可解除本协议，同时甲方承担已产生合同额 5% 的违约金。由于乙方为履行本合同前期投入运营成本，甲方还应赔偿乙方因履行本合同已经支出的全部费用。

第十条 争议的解决

在执行本合同所发生的或与本合同有关的一切未尽事宜，应由甲方和乙方友好协商解决。若达成一致意向，双方应以书面形式签署补充合同，补充合同与本合同一并有效。如协商不成，可提交至甲方所在地有管辖权的人民法院进行诉讼。

第十一条 不可抗力

1. 因不可抗力导致甲乙双方或任何一方不能履行或不能完全履行本协议的有关义务时，受事件影响的一方可部分或全部免除责任。但遇有不可抗力的一方或双方应于不可抗力发生后 24 小时内将情况书面告知另一方。在不可抗力影响消除后，双方继续履行本协议。
2. 甲方属政府预算拨款单位，如因国库支付流程原因导致甲方未按合同及时支付时，乙方不应追究甲方相应责任。



3. 如因疫情反复、城市创卫、政策变化等不能预见、不可能避免且不能克服等不可抗力原因影响乙方正常销售、渠道拓展而导致销售任务无法达成时，甲方同意根据实际情况进行销售任务核减和服务内容调整。

第十二条 合同附件

下列合同附件均为本合同不可分割部分，与本合同具有同等法律效力。

附件一：《即开票运营管理系统技术方案》

附件二：《销售网点拓展及维护服务细则》

附件三：《即开票营销与执行服务细则》

附件四：《责任彩票服务细则》

附件五：《即开订票与高效物流服务细则》

第十三条 其他

1. 本合同服务期限为3年，自2023年2月14日开始，至2026年2月13日结束。
2. 本合同一式陆份，甲乙双方各执叁份，自本合同签订之日起生效。合同履行期内，当事人双方均不得随意变更或解除合同。合同未尽事宜，双方协商后另行签署补充合同，补充合同与本合同具有同等法律效力。



本页为《新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心即开型体育彩票运营服务项目合同》签字页

甲方（盖章）：新疆维吾尔自治区体育局体育彩票管理中心

地址：新疆乌鲁木齐市中山路443号体彩大厦

邮编：830002

电话：0991-2833456

法人：

授权代表：

日期：2023年2月14日

乙方（盖章）：北京微卓科技股份有限公司

地址：北京市丰台区南四环西路186号汉威国际广场三区3号楼6M层12室

开户行名称：上海浦东发展银行北京中关村支行

账号：91050154800005671

邮编：100160

电话：010-88464666

法人：

授权代表：

日期：2023年2月14日

附件一：即开票运营管理系统技术方案

1 概述

通过彩票运营管理系统中的订票与高效物流功能，以电话订票与手机订票的方式，为代销者提供最简单直接的订票通道。代销者可通过自助订票功能，接受精准购票推荐建议，结合代销者积分体系，享受深度的技术支撑服务。代销者订票后，统一分拣出票，根据购彩者分级及订票需求，分别由专业物流公司、托带班车以及专管员直送等不同形式，进行专业、快速配送。

业务定位方面，运营团队通过高效物流运营平台的支持，进行渠道数据收集、销售数据管理，将数据转变为信息，探寻购彩者购彩特征、消费规律，分析市场变化原因，验证市场活动效果。通过对数据的探究，指导网点精细化运营，也可将数据中提取出来的信息，进一步形成报告，为整体市场运营提供决策支持依据。

票务安全方面，每种配送方式，都形成从订票、出库、配送、跟踪、送达的闭环跟踪体系，保障配送服务的安全与时效性。应用流程引擎作为技术保障，对关键节点设置执行时限，予以提前提醒、敦促与执行进度跟踪。

2 需求功能方案

2.1 功能列表

模块	功能	说明	平台
订票 与物	业主登录	业主首次登录通过平台记录业主信息中的手机号与短信验证码登录，首次登录后自动绑	公众号/ 小程序

模块	功能	说明	平台
流跟踪		定微信等关联登录信息，以后自动登录	
	票种查看	根据登录业主，显示本地市有库存的可售票种，显示本人可用余额	公众号/ 小程序
	票种排序	默认热销票、新票置顶，可按面值排序筛选订票	公众号/ 小程序
	选票与下单	选择票种与数量，确认后下单，通过与IMLS的接口锁定订单票种数量，预扣款	公众号/ 小程序
	电话订票	接通业主电话，根据业主必要信息确认业主身份，根据业主需求，在后台选择票种与数量，与业主确认后下单，通过与IMLS的接口锁定订单票种数量，预扣款	后台
	订单列表	根据订单状态，展示订单列表，按照待出库、配送中、已完成等状态排序，可对每一个订单执行进一步操作或查看详情	后台
	订单分拣出库	对待出库订单顺序逐项操作，扫描待出库票种（根据订单自动验证）逐条确认，一个订单全部正常出库后打包分拣，对因票种、余额等各种异常导致的无法出库订单，可及时与业主协调变更或退单	后台
	订单发货	出库订单，根据配送方式分组分类，发货跟	后台

模块	功能	说明	平台
	与跟踪	踪	
	超时预警	对网点的配送时限进行设置，对超时的订单进行预警与跟踪	后台 App
	异常订单处理	对丢失、损坏的票种订单进行记录与处理跟踪	后台
	票种维护与查看	1、维护新票的编码、名称、入市退市时间、玩法说明等信息，维护现有票种的手动标签信息，设置热销票库存阈值； 2、查看票种通过 IMLS 接口获取的库存信息，显示票种余量，查看票种的自动标签、手动标签的展示信息，根据条件检索票种展示；	后台
	库存预警	票种库存低于所设置的阈值时，自动通过 App 通知、后台消息滚屏等形式进行预警	后台
积分与商城	商城上架商品设置	设置商品名称，兑换积分数量，商品说明，库存数量，是否上架等信息	公众号/ 小程序
	商城商品展示	查看所有上架商品或积分可兑换商品	公众号/ 小程序
	积分兑换	选择待兑换商品及数量，确认后下单，积分足够后自动扣除积分后形成积分订单	公众号/ 小程序
	积分订单	查看各类积分订单，物流配送情况	公众号/

模块	功能	说明	平台
	查看与跟踪		小程序
	积分账单	查看积分增减明细以及积分余额信息	公众号/ 小程序
数据分析	订单统计	按出票库房或全省口径进行下单量、订票次数、订单平均金额进行汇总展示	后台
	订票金额分析	对订票金额进行分层统计分析	后台
	游戏玩法及面值分析	按照游戏与玩法进行不同维度的展现分析	后台
	销量报表	根据日销量、期销量进行不同口径的全票种综合销量分析	后台
网点信息维护与服务	网点查看	根据灵活的条件检索有权限查看的网点详情信息	后台
	渠道拓展	根据现场的渠道拓展情况进行潜在网点信息记录, 并进行后续跟踪, 正式申请时, 转为阳光招募信息记录, 通过审批后, 进入“新增网点”流程	App
	新增网点	对体彩中心的新增网点流程中的执行节点进行操作, 通过接口与体彩中心的相关平台无	App

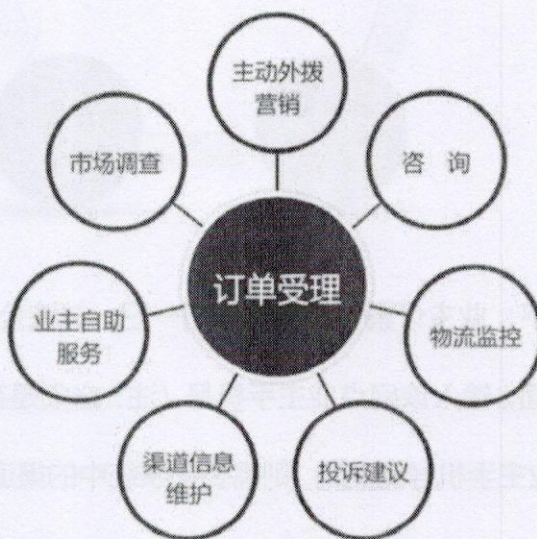
模块	功能	说明	平台
		缝衔接	
	撤销网点	对体彩中心的撤销增网点流程中的执行节点进行操作，通过接口与体彩中心的相关平台无缝衔接，关联网点的待撤回资产信息	App
	网点画像	对网点进行自动或手工标记，通过网点画像模型，对“选取样本”、“销量口径”以及“比对标线”进行选取或设置，对网点的销售表现进行画像展示	App 后台
	服务申请	业主自助提交服务申请，可申请服务类型参见“服务类型设置”	公众号/ 小程序
	服务类型设置	包括但不限于：终端机保养与维护、帮扶与解答、异常情况处置、形象指导、驻店培训等	后台
	服务过程记录	现场选择服务类型、服务形式（默认为现场）、服务情况，同时可进行服务情况照片的上传	App
	服务分析	根据时间段进行服务次数、服务覆盖等进行统计分析	后台
	网点巡查任务设置	设置类型包括但不限于：网点形象检查、责任彩票落实记录、网点信息变更提报、网点	后台

模块	功能	说明	平台
		画像信息完善等	
	网点巡查 任务执行	到达网点后，自动展现本网点的有效待执行任务，现场填报提交	App
	网点巡查 任务跟踪	对任务全局执行情况进行进度跟踪，进行任务终止人工干预操作，展示任务执行情况报表，对未完成任务执行人进行信息标记或信息导出	后台
	设备维修	如果服务申请类型是“设备维修”，则可进行现场设备维修服务执行，并自动通过接口上报中心，以便进行必要的备品备件申请	App
其他	信息同步 接口	通过数据接口与体彩中心的平台进行网点、销量、流程、物资等信息进行同步与接口对接	后台
	物资物料 领用	对现场执行的物资物料，根据体彩中心管辖和运营团队管辖的属性进行领用与处置跟踪	后台 APP
	销量任务 跟踪	对全年销量任务，按照全区、地州市、专管员等不同维度进行进度跟踪	后台 App
	机构与权 限管理	设置系统操作人员、角色、机构与权限设置	后台
	参数设置	对系统参数进行设置	后台

2.2 重点功能详解

2.2.1 自助订票

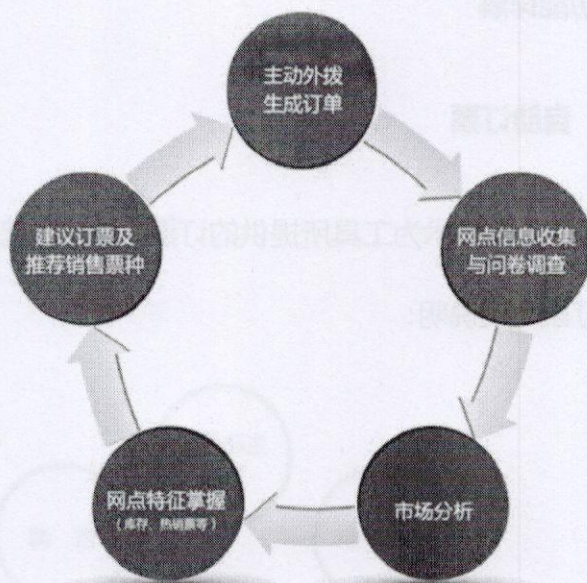
系统核心是以 H5 技术为工具所提供的订票、快速物流及配送管理服务，本文档以公众号订票为例说明：



公众号订票是专为网点预订即开票而开发定制，分为手机公众号订票系统和 PC 端即开订单管理系统。业主使用网点号及密码即可登录手机端订票，无需下载 app，公众号订票系统可显示票种库存明细及状态。票种使用实体票样图片展示，标注单张及整包面值。

彩票销售网点业主通过手机公众号页面填写订票信息，订单界面可查看票种库存、填写订票信息，配送地址等，完成订单。提交后的订单上传至 PC 端即开订单管理系统，由库房管理员完成订单审核、出票、填写配送单等工作。

即开订票系统可以推荐优质票种，实现业主理性进票，提高销售量，中心可以通过数据分析，智能整合库存，确保库存的合理性。



具体流程如下：业主订票：使用微信扫一扫，关注公众号，订票二维码；

进入登录界面，输入该网点业主手机号（注：必须是在系统中已录入该业主的手机号，如果业主手机号有变动，则需要系统中的渠道管理——网点管理——网点信息维护中点击编辑网点信息，修改业主更新后的电话号码，点击保存，告知业主重新登录即可）；选票，提交订单完成订票。

业主通过微信公众号订票图示

使用微信扫一扫，扫描订票二维码；

登录后，进入票种选择页面；

选票，提交完成订票。



图 1: 微信扫一扫



图 2: 订票二维码

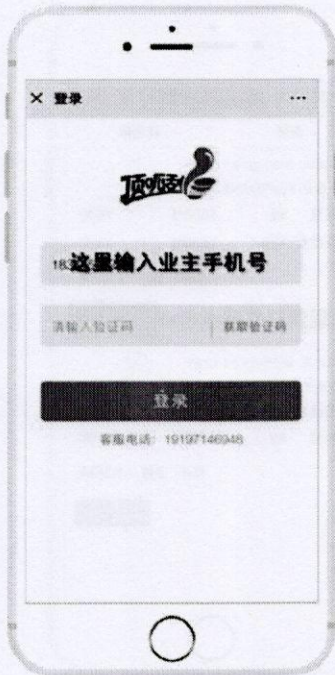


图 3: 订票登录界面



图 4: 选票界面

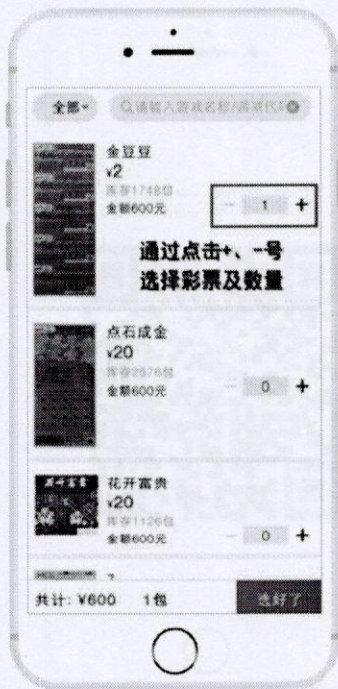


图 5: 票种数量选择



图 6: 业主信息修改



图 7: 确认信息无误后提交



图 8: 修改订单界面



新票热票推荐



套餐票介绍

订票公众号中即开票产品介绍，业主点击该票种图片，可查看票种详情，游戏名称，游戏编码，每包金额，库存数量，游戏规则，包括该票种的游戏价位，游戏主题，最高奖金，中奖机会，中奖率，奖组大小，印量每奖组数，包装规格，特殊符号等信息，可查阅该票种票面设计，背面印刷内容，刮开后的票面情况等。让业主对产品更加熟悉，在向购彩者推荐时更加得心应手。

公众号订票活动弹层，组织当地省份的促销活动或国家局统一促销活动时，可以将活动内容做成电子海报单页，业主登陆订票公众号时，首先会弹出促销活动消息通知，如需了解详情，可点击查看具体活动内容。

2.2.2 专管员协助订票

专管员协助订票出于两方面进行考虑，一方面有些南疆地区使用不了智能手

机，可以帮助业主下单，另一方面有些年纪较大的业主不会用智能手机，专管员可以帮助业主下单。



订票界面

订单界面

2.2.3 订单处理

在后台系统打开订单汇总界面，有订单号、下单时间、网点编号、代销者姓名、联系电话、目的地、专管员、订票来源、工作人员可以根据订单编号/网点编号/代销者姓名/专管员姓名查询订单情况，也可根据订单状态、目的地、下单开始截止时间进行筛选搜索。也可将订单信息批量打印。

序号	订单编号	下单时间	网点名称	代购地址	联系电话	投注号	金额	张数	张数	操作
1	2021101900013113	2021-10-19 14:27:20	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	6000	10		查看 打印 删除 刷新
2	2021101900013114	2021-10-19 14:40:27	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
3	2021101900013115	2021-10-19 15:40:02	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
4	2021101900013116	2021-10-19 15:40:03	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
5	2021101900013117	2021-10-19 15:42:03	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
6	2021101900013118	2021-10-19 15:42:03	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	4000	7		查看 打印 删除 刷新
7	2021101900013119	2021-10-19 15:42:03	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	15000	25		查看 打印 删除 刷新
8	2021101900013120	2021-10-19 15:42:03	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
9	2021101900013121	2021-10-19 15:42:07	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
10	2021101900013122	2021-10-19 15:48:09	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	6000	5		查看 打印 删除 刷新
11	2021101900013123	2021-10-19 15:48:09	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	5000	6		查看 打印 删除 刷新
12	2021101900013124	2021-10-19 15:48:05	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	6000	11		查看 打印 删除 刷新
13	2021101900013125	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	3000	5		查看 打印 删除 刷新
14	2021101900013126	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	5000	9		查看 打印 删除 刷新
15	2021101900013127	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	5000	10		查看 打印 删除 刷新
16	2021101900013128	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	5000	10		查看 打印 删除 刷新
17	2021101900013129	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	6000	11		查看 打印 删除 刷新
18	2021101900013130	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	6000	10		查看 打印 删除 刷新
19	2021101900013131	2021-10-19 15:48:06	6021001900	湖南	15899799106	2021101900	5000	5		查看 打印 删除 刷新

工作人员按时间先后顺序点开业主订单进行配票。

网络名称	张数	网络价格	张数
7 (0202) (0202)	20	600	2
幸运之星 (0991) (0991)	30	600	1
中国足球队 (0700) (0700)	20	600	1
好运连连 (0607) (0607)	20	600	1

共5张 30000元

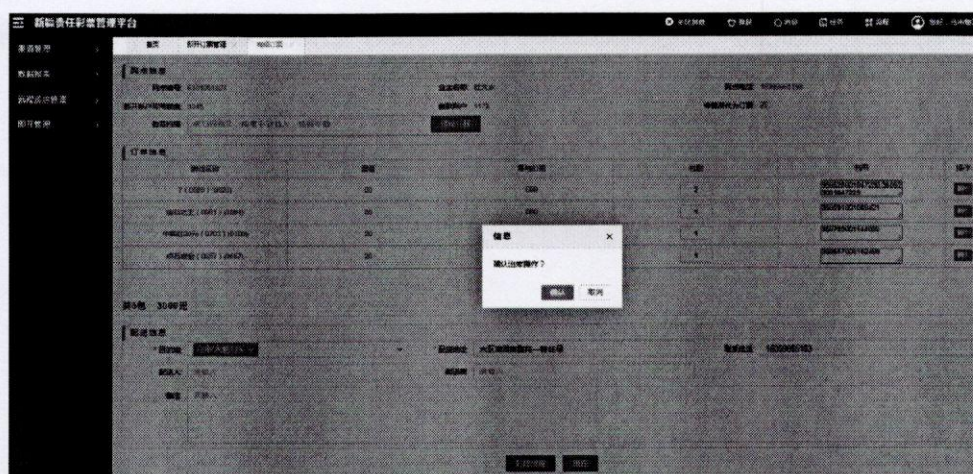
进行配票时，出票界面会显示该网点的缴款账户余额，即开账户可用额度，如果账户余额足够，则正常吃出票，若即开账户金额不足，缴款账户金额足够，则告知业主将缴款账户余额调账至即开账户余额。若即开账户、缴款账户余额均不足，则告知业主往账号里存款。



订单中的每包票挨个扫完物流二维码后，点击出库。



核对信息，点击确认，完成出库。



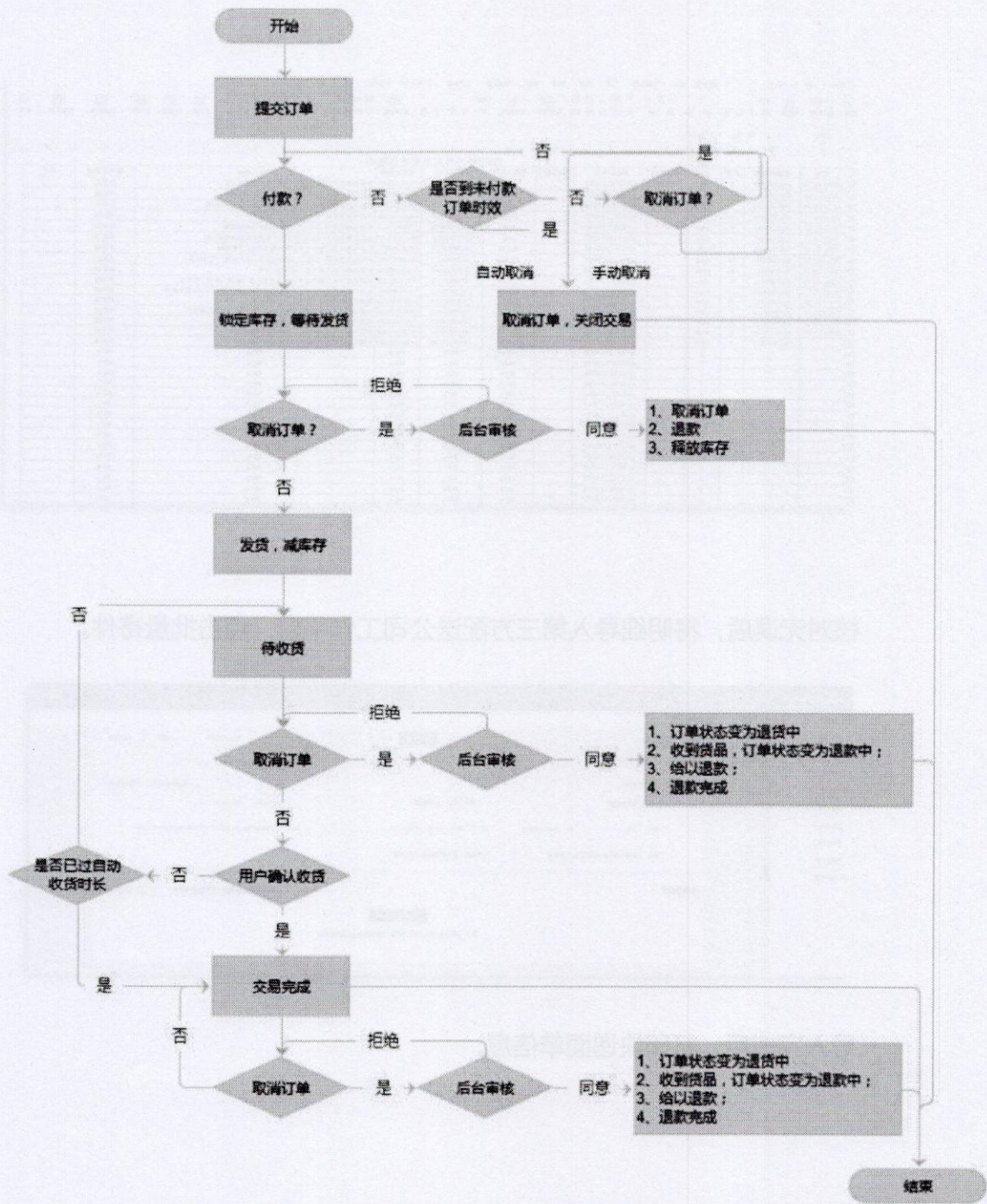
将完成出库的订单明细，进行核对，

2021年10月京东自营地明细表												
日期	商家名称	数量	金额	商品名称	商品ID	商品名称	收件人姓名	收件人手机	收件人邮编	收件人地址	收件人处理	备注
2021/10/18	6561001433	5	3600	电视机	xm4202114042	万杰	15009518007	0914230002	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001432	5	3600	电视机	xm4202114043	王磊	18200422920	1629922909	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001439	7	4200	电视机	xm4202114044	曹文	13994320504	2139913200	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001449	10	14600	电视机	xm4202114045	洪志强	18199427199	18199927780	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001447	5	3600	电视机	xm4202114046	魏利	13829848118	13829848118	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001443	8	6400	电视机	xm4202114047	魏利	18272489538	2091-4331781	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001478	7	4200	电视机	xm4202114048	魏之杰	18256009073	18256009073	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001491	10	6000	电视机	xm4202114049	张瑞军	16149812017	18149812017	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001512	10	6000	电视机	xm4202114050	高王杰	15900308019	15900308019	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001493	6	3600	电视机	xm4202114051	王耀博	17748961209	17748961209	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001508	10	6000	电视机	xm4202114052	曹瑞强	13229688656	13229688656	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001521	12	7800	电视机	xm4202114053	李鑫	12102980204	12102980204	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001498	6	3600	电视机	xm4202114054	陈立智	16099026546	16099026546	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001470	8	3600	电视机	xm4202114055	马军	13839913688	13839913688	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001509	5	3600	电视机	xm4202114056	尹博军	18140611920	18140611920	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001487	8	3600	电视机	xm4202114057	孙一杰	18299681877	18299681877	朝阳区东直门北大街100号1001室	待处理		
2021/10/18	6561001495	0	0	电视机	xm4202114058	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001496	0	0	电视机	xm4202114059	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001497	0	0	电视机	xm4202114060	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001498	0	0	电视机	xm4202114061	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001499	0	0	电视机	xm4202114062	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001470	0	0	电视机	xm4202114063	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001471	0	0	电视机	xm4202114064	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001472	0	0	电视机	xm4202114065	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001473	0	0	电视机	xm4202114066	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001474	0	0	电视机	xm4202114067	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001475	0	0	电视机	xm4202114068	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001476	0	0	电视机	xm4202114069	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001477	0	0	电视机	xm4202114070	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001478	0	0	电视机	xm4202114071	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		
2021/10/18	6561001479	0	0	电视机	xm4202114072	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A	陈/A		

核对无误后，将明细导入第三方配送公司工作平台，点击批量寄件。



导入完成后，打印快递面单信息。



(订单流转状态)

2.2.4 积分商城-商品上架

积分商城的商品类型包含：实物商品（手机、运动手表等）、其他商品（卡券类，如优惠券等；爱奇艺会员卡、优酷卡、话费券等三方卡券）。

积分商城产品上架流程: 创建商品---->添加商品销售信息---->添加商品支付信息----->商品上架

*创建商品: 包含商品名称、商品类型、商品库存、商品描述、商品兑换规则描述、商品图片

商品风险等级、商品面向客户对象

注: 有些商品针对特定人群可见, 可增加商品可见对象设置 (如果积分商城商品足够丰富, 根据用户等级设置不同兑换商品)

有些限时商品, 可设置商品有效时间, 超过设置的有效时间则商品自动下架。

*商品上架: 商品上架前提交审核, 审核通过, 商品上架。

2.2.5 积分商城-商品兑换

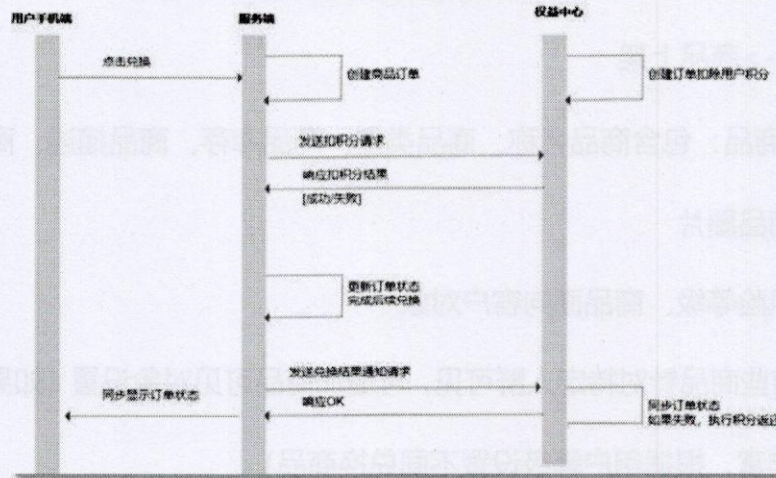
商品上架完成, 则客户端用户可自行兑换商品。商品整个闭环流程根据是否为虚拟商品对应不同商品流程。

实物商品: 兑换完成 (填写收货地址), 对接物流系统经商品拣货发货、签收完成闭环。

其他商品 (如爱奇艺优酷会员卡): 带有第三方卡密的电子商品, 则需要卡券 (券码) 发放

关于积分商城商品兑换-鉴权流程图如下:

普通商品积分兑换流程图



2.2.6 积分订单处理

专属积分订单，公众号积分商城系统订单里，我们将积分订单做了分类，方便商家查看商家积分兑换的订单。

序号	商品名称	商品价格	商品积分	商品库存	显示状态	操作
1	摩特油中 玻璃油精 1升装	220	489	29	下架	下架 上架 删除
2	小米凉米Cobol 运动版	866	1665	29	上架	下架 上架 删除
3	美的空调挂机 1.5匹	1539	1465	29	上架	下架 上架 删除
4	美的空调挂机 1.5匹	608	1588	29	上架	下架 上架 删除
5	小米手机4s	789	1269	29	上架	下架 上架 删除
6	三星I9300手机(移动版) 白色	750	1189	30	上架	下架 上架 删除
7	美的 (Midea) 空调柜机	729	1055	29	上架	下架 上架 删除
8	松下变频空调	650	999	30	上架	下架 上架 删除
9	美的空调挂机	599	899	30	上架	下架 上架 删除
10	华为手机+充电器	599	799	29	上架	下架 上架 删除
11	小米小米手机小米Note标准版白色	419	699	22	上架	下架 上架 删除
12	美的空调挂机1.5匹变频冷暖变频空调	339	599	21	上架	下架 上架 删除
13	美的变频空调	220	499	19	上架	下架 上架 删除
14	美的 (Midea) 电热水器	190	299	27	上架	下架 上架 删除
15	小米手机4s 16G	429	299	55	上架	下架 上架 删除
16	魅族(Mezzio) 魅族1-前	80	199	30	下架	下架 上架 删除

(积分商品列表)

可以按实际情况设置积分规则，以提升网点的订票数量及票种数量



积分说明	2	代积分								
统计: 可用积分 179, 冻结积分 48										
序	订单编号	商品	金额/价值	交易数量	交易分值	累计扣减积分	交易日期	交易类型	积分状态	操作
1	2021060300014771	点石成金 (0520) 大吉大...	4800.00	11	+48		2021-06-03 12:57:08	订票奖励	冻结中	删除
2	2021060200014612	大福福 (0619) 牛德果运...	7200.00	16	+72		2021-06-02 12:16:11	订票奖励	已发放	

3 系统设计开发方案

3.1 订票管理

功能要求:

订票管理包括 (但不限于): 需实现与国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统 (ILMS 系统) 对接, 实现接收全疆即开销售网点订单, 进行订单分析汇总, 订单出库校对, 物流跟踪, 库存预警, 库存票查询, 以及网点订票行为大数据统计分析等。

3.2 渠道管理

功能要求：

渠道管理包括（但不限于）：主要提供各类渠道开发、拓展、维护、分析等渠道相关工作，功能包括邀约加盟、知识培训、服务申报等。

3.3 资产管理

功能要求：

资产管理包括（但不限于）：资产管理范围涵盖自治区库房、地州库房的即开票、热敏纸、投注单等销售耗材、宣传促销用品、各类固定资产以及其他存货，从入库到领用、调拨、报废等功能。

3.4 数据报表

功能说明：

数据报表用于将系统中的生产数据进行数据排列矩阵的分析展示，以及支持从各时间维度、用户维度、地市维度等多维度进行统计展示，比便于支撑运营做导出分析，提供运营决策。

3.5 流程管理

功能要求：

流程管理包括（但不限于）：主要提供网点服务人员发起网点类、资产类、用户类、业务操作类等业务的审批流程，经中心相关科室审核通过后支持将相关信息更新入系统数据库、导出报表、打印表单等功能。

3.6 系统管理

系统是由一群有相互作用关系的功能要素组成的集合体，是由若干要素组成的，这些要素必须是功能，可以用来处理业务，如：游戏管理、订单管理、仓储管理、物流管理、数据分析、预警管理等支撑业务的功能，整个系统的业务模块必须依托于最底层的系统管理模块，他是支撑整个系统其它业务模块所需的核心模块，包括但不限于“用户、部门、角色、组织架构、系统基础配置”等业务所需关系要素；

系统内部要素之间存在相互作用的关系，能够形成一定结构体；同一系统中的要素通过相互作用可以具有处理某类业务的能力，如：游戏管理、订单管理、物流管理、预警管理等去支撑整个系统，从而才可实现高效物流配送体系。

3.6.1 用户管理

用户管理包括角色账号、基本信息、状态、角色和权限、密码重置等功能。可实现管理平台使用用户的增删改查，用户管理区域授权。

序号	用户名	真实姓名	手机号	状态	职位	部门	角色	最后登录	最后密码时间	操作
1	kgf	李海江	17711111111	启用			职员	否	2021-06-24	编辑 删除 重置
2	wu	李永强	19901111111	禁用			职员	否	2021-06-20	编辑 删除 重置
3	kkzg	刘永强	15201111111	启用			职员	否		编辑 删除 重置
4	gongyong	高阳	13291111111	禁用			职员	是	2021-07-20	编辑 删除 重置
5	zcfac	李强	18901111111	禁用			职员	是	2021-07-19	编辑 删除 重置
6	kuoheming	李永强	18501111111	禁用			职员	是	2021-06-16	编辑 删除 重置
7	李强	李强	13001111111	启用		市场部	业务员	是		编辑 删除 重置
8	zhen	李强	18201111111	禁用			系统管理员	否	2021-06-16	编辑 删除 重置
9	gongyong	李强	18201111111	禁用			职员	是		编辑 删除 重置
10	hanyue	韩文杰	17001111111	禁用		市场部	职员	是		编辑 删除 重置
11	qiangqiang	李永强	12520111111	禁用		市场部	业务员	否		编辑 删除 重置
12	goukewei	郭可威	13611111111	禁用			职员	否	2021-06-28	编辑 删除 重置
13	zheng	郑强	15920111111	禁用		市场部	业务员	是	2021-06-27	编辑 删除 重置
14	shanyuan	王源	13611111111	禁用		市场部	业务员	是		编辑 删除 重置
15	qianli	钱飞	17801111111	禁用		市场部	系统管理员	是	2021-06-27	编辑 删除 重置
16	liangliang	梁亮	13201111111	禁用			职员	否	2021-07-12	编辑 删除 重置
17	haci	李强	18501111111	禁用			职员	否	2021-06-02	编辑 删除 重置

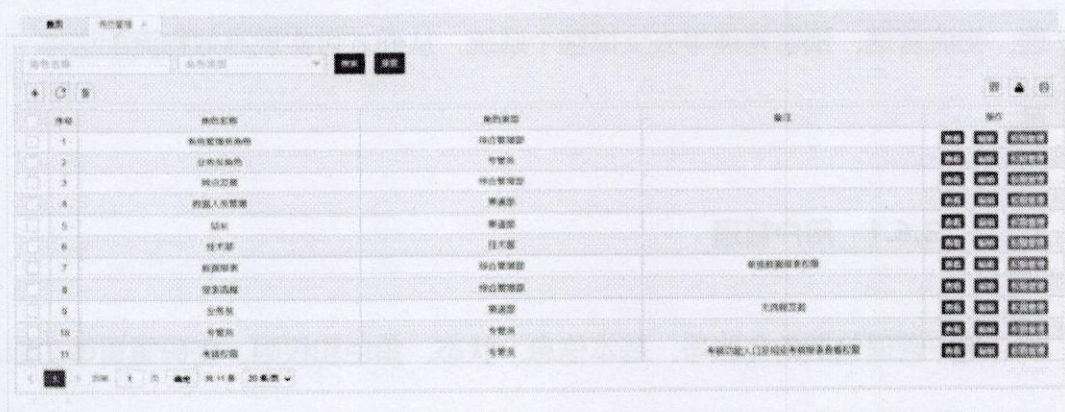
(用户管理页面)

3.6.2 角色管理

功能说明:

角色往往是基于业务管理需求而预先在系统中设定好的固定标签,每个角色对应明确的系统权限,其所拥有的系统权限一般不会随意更改,并且角色也不会随着用户的被添加和被移除而进行改变,相较于用户管理而言更加稳定;

角色关联用户权限,权限管理包括权限策略管理和授权,更多是从功能菜单、功能操作、数据参数三个不同颗粒度等级来考量的。具体颗粒度的大小视公司结构和团队规模而定,目标是辅助业务的管理和推进,功能包含角色的配置以及角色所拥有的权限,为关联该角色的用户,提供相应的权限。



ID	角色名称	角色描述	角色类别	备注	操作
1	系统管理角色	系统管理角色	系统管理		编辑 删除 新增
2	业务管理角色	业务管理角色	业务管理		编辑 删除 新增
3	岗位管理	岗位管理	岗位管理		编辑 删除 新增
4	数据管理	数据管理	数据管理		编辑 删除 新增
5	系统	系统	系统		编辑 删除 新增
6	技术	技术	技术		编辑 删除 新增
7	数据管理	数据管理	数据管理	数据管理角色	编辑 删除 新增
8	系统管理	系统管理	系统管理		编辑 删除 新增
9	业务管理	业务管理	业务管理	业务管理角色	编辑 删除 新增
10	系统	系统	系统		编辑 删除 新增
11	技术	技术	技术	技术管理角色	编辑 删除 新增

(角色管理页面)

3.6.3 组织架构

功能说明:

组织架构管理是对公司的架构进行设置,此处会影响用户的数据权限,用户的数据权限是根据组织架构的树来进行匹配,可对组织架构进行部门的增删改查。

用户：指系统的登录用户，可以理解为一系列的操作人员，例如运营同事小张，销售小王等；

角色：指用户在系统中担任的角色，是系统赋予用户的头衔，例如总经理、运营、测试等，多于岗位和职责挂钩，用于配置对应岗位的各类权限；

权限：能够访问某接口或者做某操作的授权资格；

菜单权限：指对应后台中的一级菜单/二级菜单的页面访问权限，比如订单管理-拼团订单列表；

操作权限：指后台对数据进行新增、删除、修改、查看、导出等操作的权限；

数据权限：指该角色可以查看或者操作的数据范围，例如中心人员根据不同权限查看不同地市的销量数据，地市站长不可以看到其他地市销售的数据，这是一种常见的数据权限范围。

ID	用户名	真实姓名	手机号	状态	城市	区县	部门	职位	登录邮箱	最后登录时间	角色	操作
1	admin	管理员	130****123	启用	乌鲁木齐市		系统管理员	系统管理员		2023-01-30		打印 删除 修改 新增
2	admin1	中心领导	133****333	启用	乌鲁木齐市		中心领导	主任		2023-01-19		打印 删除 修改 新增
3	admin2	中心领导	132****222	启用	乌鲁木齐市		中心领导	副主任				打印 删除 修改 新增
4	chengq	程朝晖	139****191	启用	乌鲁木齐市		中心领导	主任		2022-09-23		打印 删除 修改 新增
5	zhongms	纪忠勇	130****750	停用	乌鲁木齐市	天山区	销售部	部长				打印 删除 修改 新增
6	houz	侯建丰	139****795	启用	乌鲁木齐市		销售部	副部长		2022-11-02		打印 删除 修改 新增
7	liux	刘德彪	139****061	启用	乌鲁木齐市	天山区	市场部	部长		2022-10-30		打印 删除 修改 新增
8	liangm	梁红升	130****551	启用	乌鲁木齐市	天山区	市场部	部长		2022-09-17		打印 删除 修改 新增
9	zuzam	朱仕贵	139****496	启用	乌鲁木齐市		市场部	部长		2022-11-02		打印 删除 修改 新增
10	chengq	程朝晖	150****641	启用	乌鲁木齐市	新市区	乌鲁木齐分部	负责人		2022-09-25	订单	打印 删除 修改 新增
11	sunzp	孙伟毅	150****212	启用	乌鲁木齐市		乌鲁木齐分部	部长		2022-04-51		打印 删除 修改 新增
12	wangyp	文平	130****258	启用	乌鲁木齐市		业务一科	部长		2021-04-22		打印 删除 修改 新增
13	wangfeng	王凤斌	130****186	启用	乌鲁木齐市		办公室	主任		2022-09-27		打印 删除 修改 新增
14	yanwh	颜伟强	139****662	启用	乌鲁木齐市		市场部	副部长		2022-09-14		打印 删除 修改 新增
15	zhangsh	张少梦	139****199	启用	乌鲁木齐市		办公室	科员		2021-10-05		打印 删除 修改 新增
16	lutao	卢滔	139****018	停用	乌鲁木齐市		市场部	部长		2021-01-25		打印 删除 修改 新增
17	liang	梁若兰	130****779	启用	乌鲁木齐市		业务一科	副部长		2022-11-01		打印 删除 修改 新增
18	liang	梁若兰	139****266	启用	乌鲁木齐市		业务二科	部长		2022-05-11		打印 删除 修改 新增
19	liang	梁若兰	136****519	启用	乌鲁木齐市	天山区	业务二科	科员		2021-01-25		打印 删除 修改 新增
20	liang	梁若兰	130****666	启用	乌鲁木齐市		业务二科	科员		2021-11-02		打印 删除 修改 新增

(组织架构页面)

3.6.4 权限管理

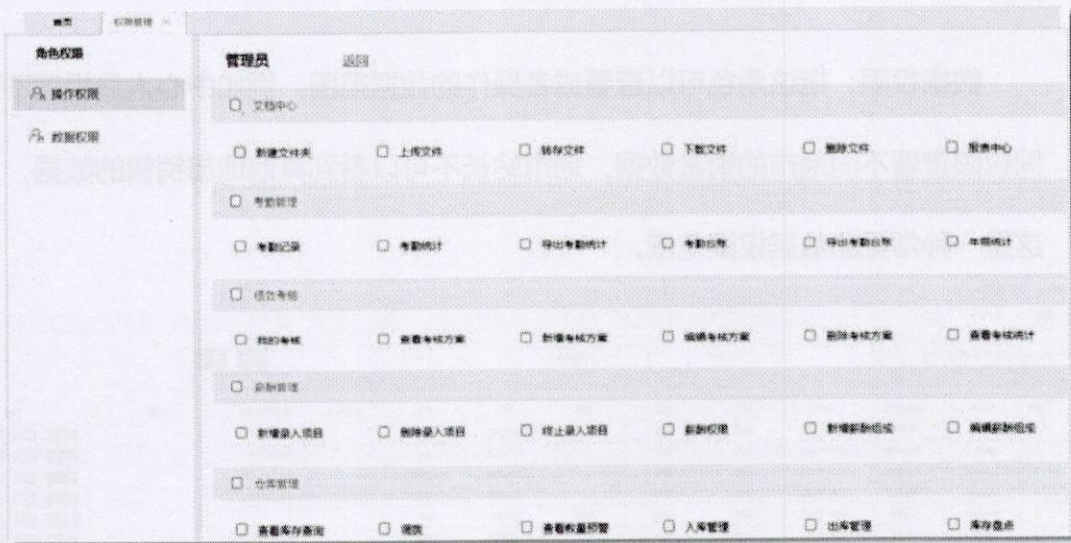
功能说明:

权限: 能够访问某接口或者做某操作的授权资格;

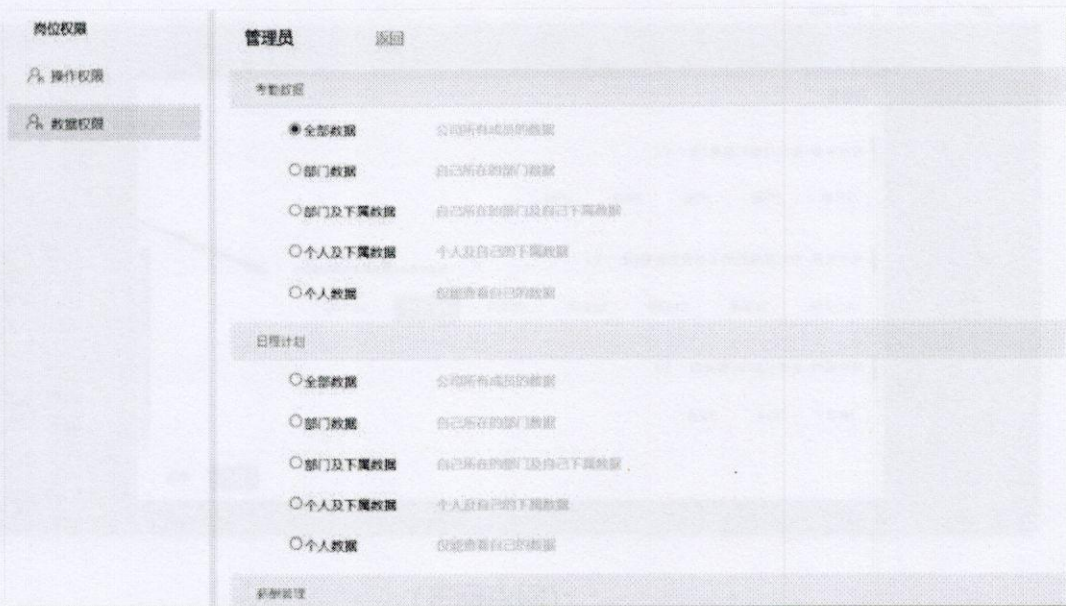
菜单权限: 指对应后台中的一级菜单/二级菜单的页面访问权限, 比如系统管理-用户管理列表;

操作权限: 指后台对数据进行新增、删除、修改、查看、导出等操作的权限;

数据权限: 指该角色可以查看或者操作的数据范围, 例如中心人员根据不同权限查看不同地市的销量数据, 地市站长不可以看到其他地市销售的数据, 这是一种通用型的数据权限范围。



(操作权限管理)



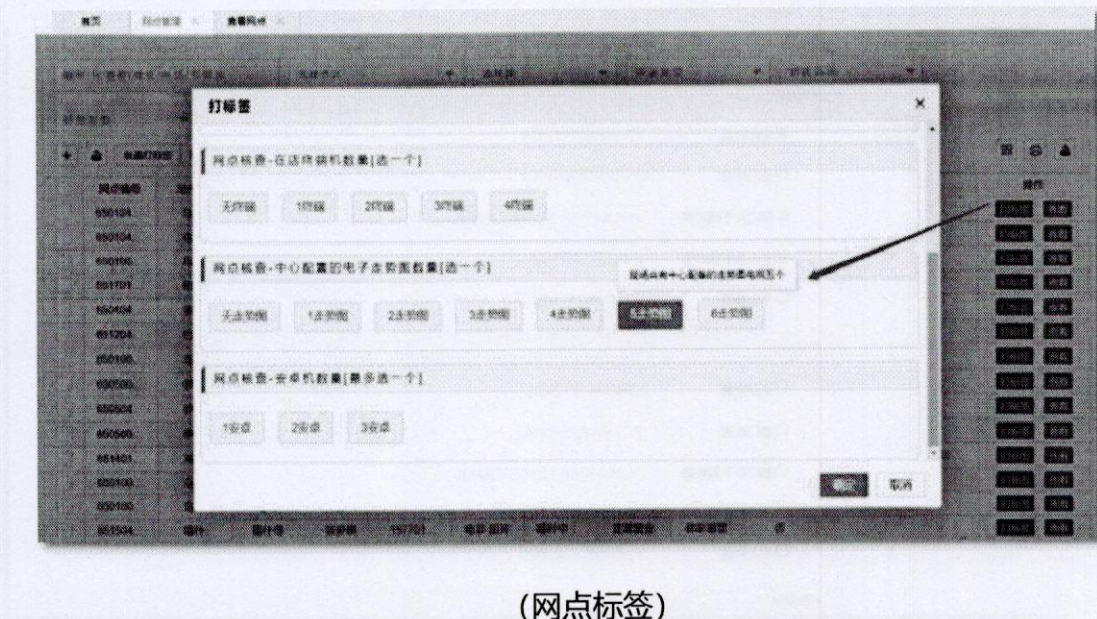
(数据权限管理)

3.6.5 标签管理

功能说明:

在渠道管理过程中，经常涉及到对业务对象进行必要的分组、标记，以便对符合特定特征的业务对象开展针对性的工作。

标签引擎的设计与实现，通过底层引擎的形式实现对象属性与业务对象的松耦合的绑定与应用，实现了业务对象在系统上线后，根据业务需求，通过“标签”的形式，灵活配置对象属性，以规范统一的方式，实现业务对象的动态分类、检索以及专业化应用效果。



(网点标签)

通过标签引擎实现网点画像，传统的网点画像的实现，可分为全线下纸质记录的方式、第三方现有工具记录的方式或针对性开发的方式，对网点进行多角度的描述、整理与分类。通过标签引擎实现网点画像，无需考虑网点信息随时增减的基础数据变化，实时作用于所有有效的需画像网点信息，避免第三方工具的跨平台、跨工具的操作、查询与应用困扰，也规避了开发 - 应用 - 调整 - 再开发 - 再应用 - 再调整的针对性开发形式的不断重复投入与适应弊端。

网点画像标签，可根据实际业务情况，设置一个包括所有网点画像标签项的标签定义中，也可根据应用范围，设置一组网点画像标签定义。设置一组网点画像标签定义的，例如可设置“网点画像 - 地理位置标签”、“网点画像 - 自动更新标签”、“网点画像 - 销量星级”、“网点画像 - 销售环境标签”等。

各地市分中心可根据本地市的管理特点，通过设置授权本地市以及省中心相应管理人员的自定义标签，设置网点画像特征。使得网点画像更符合本地市的网点分类特征。如不同地市分中心可按照不同的销量标准设置星级自动更新标签，根据行政区划，设置商圈、工业园区、居住区等标签，根据业主类型设置自然人、

连锁商超、合作代理商标签，根据销售形式设置传统网点、自助终端标签。

网点画像标签，也可通过设置在与网点相关业务对象——如业主、专管员——进行进一步拓展应用，如可通过业主是否本人销售标签来确定网点业主对网点管理的参与程度，通过专管员服务频度标签来确定网点的支持力度等。跨业务对象的网点画像标签的使用，可使得网点画像更丰满、更立体。

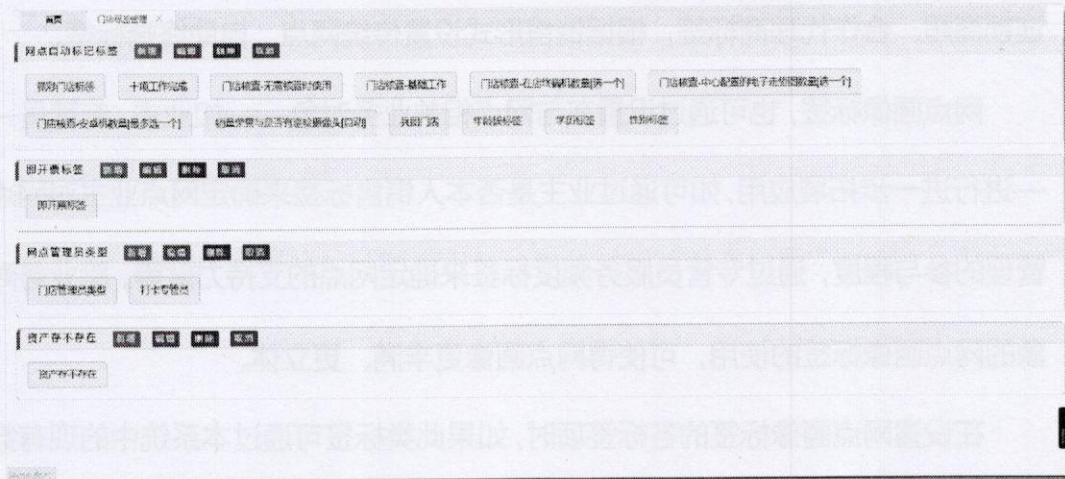
在设置网点画像标签的各标签项时，如果此类标签可通过本系统中的现有数据信息即可进行归类判断的，皆可设置为自动更新标签，以便更精准的标记，且减少人为操作的误差。

随着业务的发展，可随时停用不再符合当前形式的网点画像标签以及标签项，也可随时增加新的标签项，当然，可以再经过磨合后，重新启用已停用的标签项，以便网点画像随时能根据业务发展、管理思路的改变、外部环境的变化，随时保障网点画像的精准、有效与一目了然。

如果地市级网点标签的定义取得了良好的效果，也可通过授权其他地市分中心的形式或者转为公共标签的形式，对网点画像标签进行推广。

通过标签检索或标签的专项汇总展示功能，对网点画像结果予以展现，以便为进一步的管理、服务以及运营策略制定等提供数据分析与支撑。

另外，标签功能也可应用于通过标签引擎进行网点普查、通过标签引擎实现即开票组票销售，通过标签引擎实现即开票的订票展示（热销票、新票、套票展现）、通过标签引擎实现系统操作员分类应用等多种方面。



(网点标签管理)

3.6.6 即开二代交易系统 (ILMS) 对接

概述：通过接入体彩开放平台，可以对订单出库校对，物流跟踪，库存预警，库存票查询等。

核心对接参数

APPID

APPID 开放平台的唯一身份标识，申请接入后开放平台会分配一个 APPID，请求开放平台的接口时，需要将 APPID 作为 http 请求头的一部分传递。通过 APPID 才能拥有调用开放产品的接口能力。

APP_SECRET

由开放平台分配，对请求参数进行加密的密钥。所有对开放平台的接口请求都需要用 APP_SECRET 进行加密。APP_SECRET 与 APPID 一一对应。

SIGN_SECRET

由开放平台分配，对请求参数进行签名的密钥。所有对开放平台的接口请求

都需要用 SIGN_SECRET 进行签名,并将改签名作为请求参数的一部分传递给开放平台。

接入方式

接入协议	HTTP RESTful 方式。数据格式为 JSON,所有字段名称均区分大小写。编码格式为 UTF-8 编码,无 BOM。
请求方式	请求方式为 POST
统一请求入口	开放平台所有开放服务接口均通过如下统一请求入口访问: T3: https://106.37.178.226:8001/gw/{api}/{version}/ 生产: https://openapi.lottery.gov.cn:8443/gw/{api}/{version}/
参数说明	api: 接口名称 version: 接口版本号 data: 经过签名和加密的字符串

3.7 系统整体架构设计

本方案设计时考虑的总体原则是:它必须满足设计目标中的要求,并充分考虑软件信息系统的基本约定,比如系统能不同操作系统的平台上构建系统。软件信息系统数据在分布式存放,业务分散处理等前提下,遵循系统整体性、先进性和可扩充性原则,建立经济合理、资源优化的系统设计方案。

本服务项目系统平台建设,必须遵循信息化规划方案的思想,对规划进行项目实施层面上的细化和实现。

首先必须遵循信息化规划“投资适度,快速见效;成熟稳定,总体最优”的

总原则。具体细化到信息系统分析设计和软件系统工程上来。

根据本项目的建设需求，应用平台应包括体彩内部控制中心、基础服务平台内容。根据目前软件系统主流的设计思路和方向，本系统总体系统架构主要分为以下 5 个方面：

基础资源：主要指硬件基础资源，包括云服务器、三方虚拟服务器等。

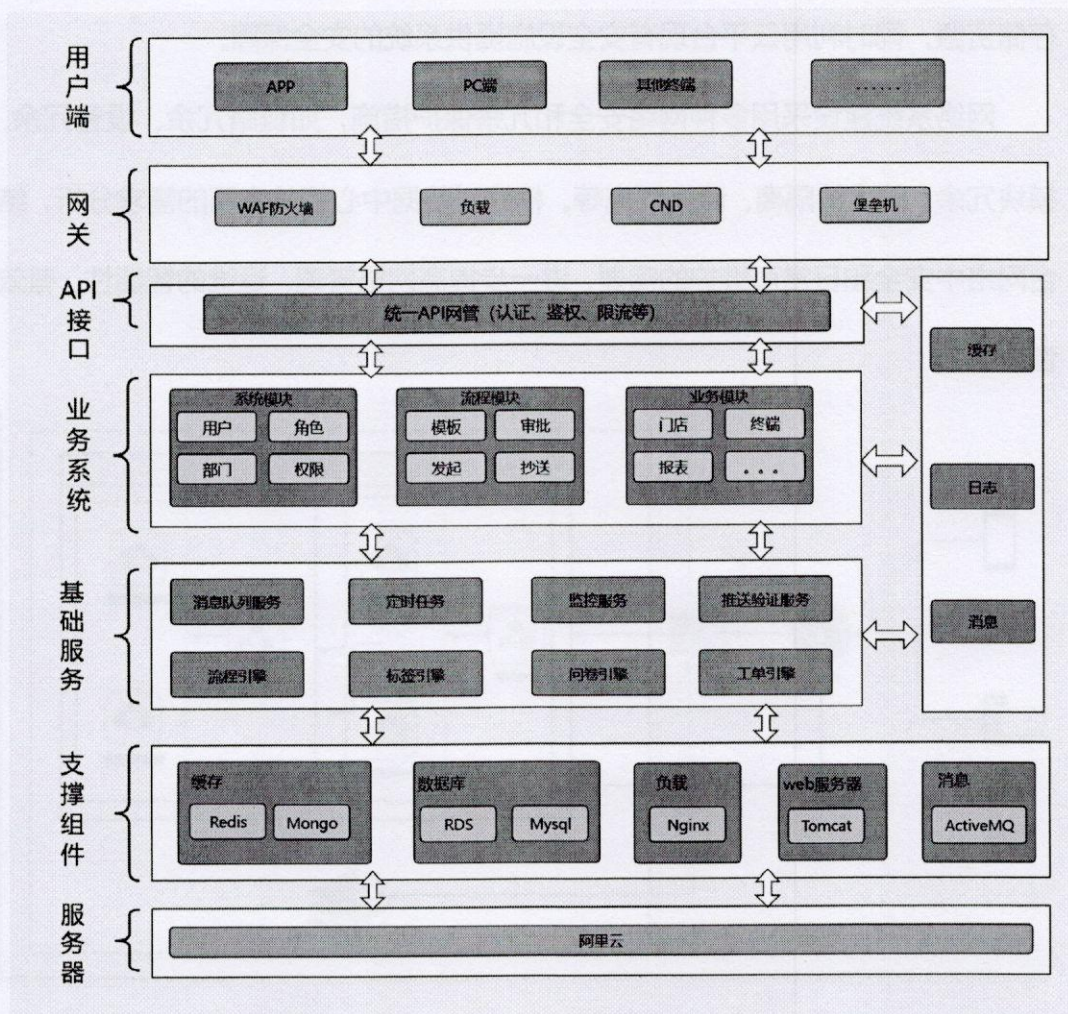
支撑组件：成熟的数据库，中间件及工具等。如 MySQL、Redis 等。

数据逻辑：数据校验，读写，缓存，映射等

基础服务：提供多种类型的基础工具集成，以及支撑服务。

业务服务：系统的应用平台模块。

应用系统采用分层式架构。



(系统架构图)

系统结构说明:

系统采用多层结构模式设计，层与层直接通过 RPC 方式通信，通过微服务方式抽象独立功能模块。

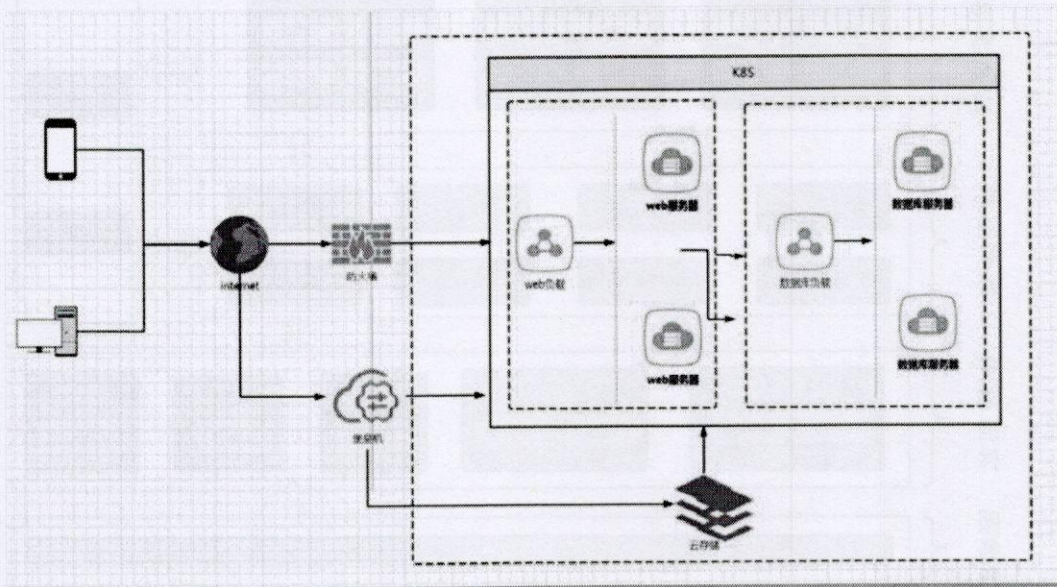
系统采用分布式微服务方式部署，通过 hessian，ActiveMQ 来实现消息互通。

3.8 系统网络架构设计

本次项目建设的系统均部署于云平台，由云平台提供本次项目所需的计算和

存储资源，同时利用云平台现有安全设施提供系统的安全保障。

网络系统建设采用多种网络安全和冗余保护措施，如链路冗余、设备冗余、模块冗余、防火墙隔离、网闸隔离等。根据对数据中心相关应用的需求分析，结合网络中安全和日常可维护的需要，进一步提高网络管理、运维的智能性、有效性。



(网络架构图)

网络系统建设采用多种网络安全和冗余保护措施，如链路冗余、设备冗余、模块冗余、防火墙隔离等。根据对数据中心相关应用的需求分析，结合网络中安全和日常可维护的需要，进一步提高网络管理、运维的智能性、有效性，根据不同的业务需求，构建业务功能区域，在区域之间建立良好的数据过滤，安全防护措施，不同的区域定义以不同的安全级别，每个区域具备不同的功能，安全要求、组网方式以及采用的技术均有不同。

系统网络架构分为用户端、服务端。用户端主要安装部署在用户的手机或 PC 设备，用户通过 APP 或浏览器访问服务器端获取数据和控制数据采集端设备；服务端部署在弹性云服务器的 Kubernetes 集群中，同时使用云对象存储作为分

布式存储节点。

客户端和服务端通过互联网经过防火墙验证与服务端连接，通过 HTTP 和 websocket 方式进行通信。

3.9 数据库架构设计

数据库建表设计

本系统中数据库的设计，遵循下列数据库设计的基本原则，以建立稳定、安全、可靠的数据库。

一致性原则：对数据来源进行统一、系统的分析与设计，协调好各种数据源，保证数据的一致性和有效性。

完整性原则：数据库的完整性是指数据的正确性和相容性。要防止合法用户使用数据库时向数据库加入不合语义的数据。对输入到数据库中的数据要有审核和约束机制。

安全性原则：数据库的安全性是指保护数据，防止非法用户使用数据库或合法用户非法使用数据库造成数据泄露、更改或破坏。要有认证和授权机制。

可伸缩性与可扩展性原则：数据库结构的设计应充分考虑发展的需要、移植的需要，具有良好的扩展性、伸缩性和适度冗余。

规范化：数据库的设计应遵循规范化理论。规范化的数据库设计，可以减少数据库插入、删除、修改等操作时的异常和错误，降低数据冗余度等。

整体架构设计要求

1. 系统整体架构需采用目前比较成熟的解决方案；
2. 系统要求易维护；

3. 集群化解决高并发;
4. 多层结构, 微服务体系降低耦合度;
5. 多种存储结构实现高效, 稳定、安全数据服务;
6. C 端必须同时支持安卓, iOS 等流行操作系统;

网络通信架构要求

系统前端和后端的网络交互必须符合计算机工业的互联网标准和技术, 包括但不限于 TCP、TLS/SSL 和其他互联网通讯协议作为主要框架协议。

技术规范和安全要求

人性化设计

在操作上符合不同用户使用习惯。

统一身份认证

服务器端软件和前端软件以统一账号身份登陆。

扩展性强

预留下将来需要的功能接口, 系统各模块或外部系统可以简单地与本系统进行无缝整合。

高度的可伸缩性

除基础功能外, 其他模块均采用“即插即用”方式设计, 动态加载动态删除, 增加系统灵活性同时利于释放无用资源, 提高系统的响应速度。

良好的可移植性

需要的情况下可将系统轻松移植到其他操作系统下运行, 方便利用现有资源及与现有系统集成。

安全系统

授权体系和数据安全：需要实现信息的保密性、完整性和一致性、身份的真实性和不可抵赖性，保证信息流的正常交换。

认证安全性

为防止用户信息被非法窃取，需要遵照国家密码管理局颁发的《证书认证系统密码及相关安全技术规范》，同时兼容国际国内其他相关安全标准，结合安全产品和服务。以应用系统安全开发、应用系统信息安全部署、应用系统安全运行为目的而构建一个完整的架构。

数据安全性

保证数据完整性，确保数据的绝对安全。

加密数据传输

对于敏感信息的操作采用高强度加密技术，保障数据的安全性。

服务器要求

服务器设计要求具备负载均衡的功能，保证可以承受大并发，用户量的持续在线并高速响应；具备冗余能力确保应用访问、完整的应用连续性和冗余。

另外服务器设计需要考虑集群。可以扩展服务器集群，将各种业务分门别类，放在不同的服务器集群上，提高服务器处理能力。

应用软件设计要求

整个系统的软件由两个部分组成，服务器软件和客户端软件。

服务器软件的主体是核心业务应用。

客户端软件支持移动端和 PC 端，分别适用于专管员和各级管理人员。

3.10 系统安全架构设计

概述

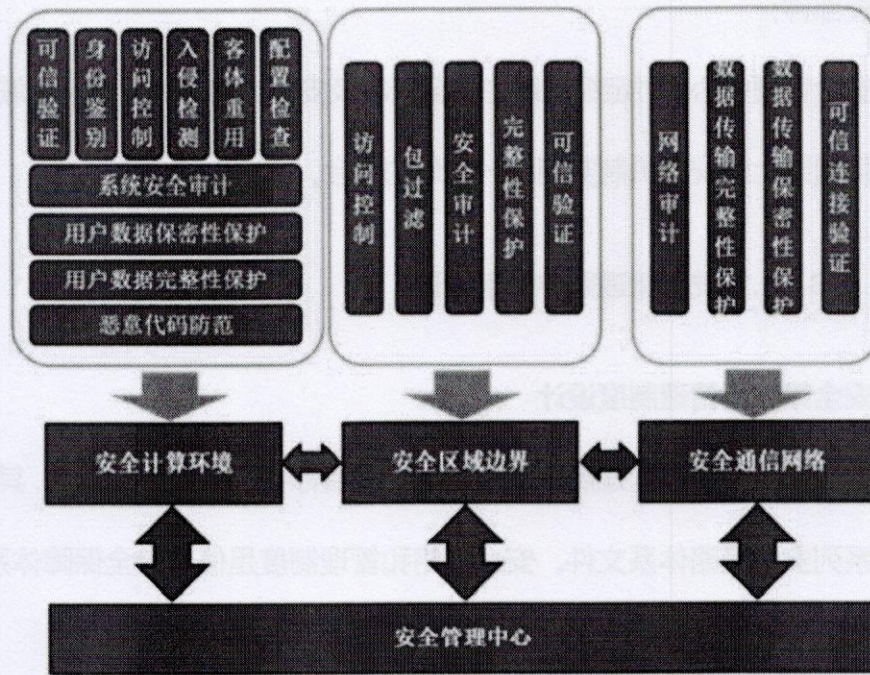
系统根据《中华人民共和国网络安全法》、《信息安全等级保护管理办法》、《中华人民共和国计算机信息系统安全保护条例》相关要求进行了设计和部署。系统需要切实做好安全，保障系统的安全，防止各种攻击行为，保证数据和信息的安全。安全性包括系统安全、网络安全、数据安全、操作系统安全、数据库安全、WEB 应用安全等，做好各个操作的记录日志，关系到系统和数据的危险操作，做出后台校验和提示。

系统部署在公共云平台，从信息安全等级保护二级方面：安全管理防护设计、安全技术设计两方面设计整体安全系统。

安全管理防护体系是确保网络安全责任明确和建章立制的核心，需要建立可持续改进的安全管理防护体系，包括安全策略和管理制度、安全管理机构和人员管理、安全建设管理和安全运维管理等内容。安全管理防护体系是对安全技术体系进行管理，并保证安全技术体系的有效实施。

安全技术体系是为了实现整体系统安全保障体系，而采用一系列技术措施的组合，从技术层面落实安全策略和安全责任。安全技术体系覆盖纵深防御、监测分析、响应处置和态势管理，从物理环境、通信网络、区域边界、计算系统环境、应用软件几个方面形成整体的技术防护框架，防护措施全面覆盖信息平台的网络和信息系统。

3.11 安全系统设计原则



(安全管理设计图)

在“一个中心、三重防护”理念的基础上，进行全方位的主动防御、安全可信、动态感知和全面审计。

等级保护 2.0 下的安全建设，通过建设“一个中心”管理下的“三重防护”体系。分别对通信网络、区域边界、计算环境进行管理，实施多层隔离和保护措施，构建网络安全纵深防御体系。并定期对计算机信息系统安全状况、安全管理制度及措施的落实情况进行自查，确保业务系统的安全和稳定。

网络安全等级保护安全技术框架设计如下：

安全计算环境：对定级系统的信息进行存储、处理及实施安全策略的相关部件；

安全区域边界：对定级系统的安全计算环境边界，一级安全计算环境与安全通信网络之间实现连接并实施安全策略的相关部件；

安全通信网络:对定级系统安全计算环境之间进行信息传输及实施安全策略的相关部件;

安全管理中心:对定级系统的安全策略及安全计算环境、安全区域边界和安全通信网络上的安全机制实施统一管理的平台。

3.11.1 安全管理防护体系设计

安全策略和管理制度设计

安全策略管理和管理制度是对信息安全目标和工作原则的规定,其表现形式是一系列安全策略体系文件。安全策略和管理制度是信息安全保障体系的核心,是信息安全管理、技术工作和运维工作的目标和依据。

安全管理结构和人员管理设计

安全管理机构和人员管理建设将决定整个安全管理体的成败。信息安全领导小组应由单位高层领导和有关部门的管理人员组成,负责协调、指导和管理信息安全各个方面的工作。

安全建设管理设计

安全建设管理应贯穿信息系统整个生命周期,在系统审批、建设、安全定级与备案、安全方案设计、软件开发与实施、验收与测试、系统交付与等级测评,以及服务商选择等过程均需要进行安全管理。

安全运维管理设计

安全运维管理是整个系统安全运营的重要环节,其内容涵盖资产管理、介质管理、设备维护管理、漏洞和风险管理、网络及系统安全管理、恶意代码防范、配置管理、密码管理、变更管理、备份与恢复管理、安全事件处置以及安全服务

管理工作等内容。

3.11.2 安全技术设计

安全技术设计主要从电子政务公共云平台基础安全和云租户个性化安全服务两个方面进行设计，提供多层次、立体化、基于不同安全技术实现的网络安全纵深防御体系，具体方案如下：

区域隔离：针对部署于不同网络区域的主机及数据库资源，安全产品同步隔离部署。所有部署的安全服务与业务系统进行逻辑隔离，形成安全管理域，可通过安全组的策略与业务主机进行互通；

主机监测：公共云平台免费提供主机监测服务，可提供 CPU 使用率监控、内存使用率监控、磁盘使用率监控、网络使用率监控，能够防暴力破解，监测后门等功能；

防病毒服务：在客户专网域内，开通两台云主机，部署防病毒及虚拟补丁服务，可提供恶意软件防护，恶意代码包括：病毒、蠕虫、木马后门等，同时提供虚拟补丁库，用户可根据漏洞扫描结果对应用系统评估后选择性安装补丁。

日志审计：按照等级保护测评相关要求，提供主机操作系统、安全设备日志收集，查询，告警，审计，报表等功能；

数据备份：系统对数据可靠性要求较高，建议采用数据备份服务，可对重要数据进行全量备份、增量备份、增量备份；

系统对互联网有域名及小程序等服务，可提供互联网 DDOS 攻击防护服务，有效应对来自互联网的大流量攻击；

系统小程序有互联网域名，可对该域名提供 web 应用防火墙功能，对互联

网用户行为进行分析后过滤，可有效防止 CC、SQL 注入、跨站脚本等攻击。

3.11.3 网络安全

网络安全概述

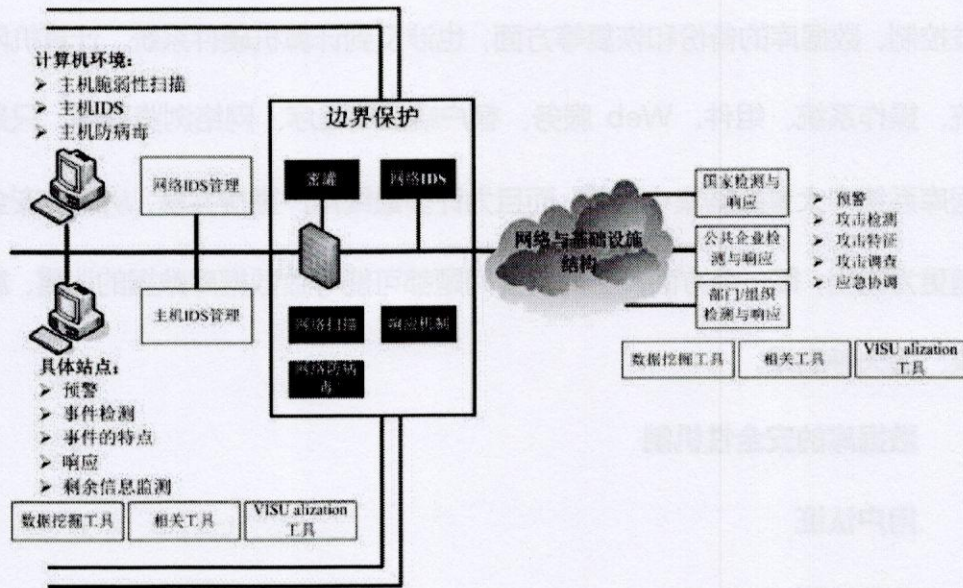
在使用系统的过程中，浏览器、手机客户端与服务平台服务端的通讯数据应加密传输，能够防窃听、防篡改、防冒充、防抵赖等问题。

用户通过 Internet 接入系统平台或者访问 APP 客户端，所有这些连接都对安全提出了极高的要求。系统平台充分考虑了基于各种策略的安全措施，为系统的连接和应用提供了全面的安全保障：

安全检测和监控：通过防火墙、入侵检测系统防止来自网络的恶意攻击和入侵破坏，形成系统运行的安全环境。管理员可以通过配置多种安全措施，实现对恶意攻击和入侵的检测、自动阻塞和告警处理，有效地控制来自外网的安全破坏。

端到端连接安全：通过使用 SSL（安全套接字层）、IP 限制、口令加密等多种手段，对系统和应用业务需要的连接和访问进行有效地控制，防止了 IP Spoof 等多种攻击，为业务和系统运行提供了安全的技术保障。

多级权限管理：系统支持包括系统管理、接入层管理、服务层管理、应用层管理和合作方管理等多种权限，同时系统根据客户的业务要求可以定义多种其他的权限，各级管理员通过不同的权限来访问和管理不同的模块和功能，为系统和业务的管理提供了良好的管理权限控制保障。



(网络安全防护图)

- a. 结构安全
- b. 访问控制
- c. 安全审计
- d. 边界完整性检查
- e. 入侵防范
- f. 恶意代码防范
- g. 网络设备防护

3.11.4 数据库安全

数据库安全概述

数据库的安全性是指在信息系统的不同层次保护数据库,防止未经授权的数据访问,避免数据的泄漏、不合法的修改或对数据的破坏。安全性问题不是数据库系统所独有的,它来自各个方面,其中既有数据库本身的安全机制如用户认证、存取权限、视图隔离、跟踪与审查、数据加密、数据完整性控制、数据访问的并

发控制、数据库的备份和恢复等方面，也涉及到计算机硬件系统、计算机网络系统、操作系统、组件、Web 服务、客户端应用程序、网络浏览器等。只是在数据库系统中大量数据集中存放，而且为许多最终用户直接共享，从而使安全性问题更为突出，每一个方面产生的安全问题都可能导致数据库数据的泄露、意外修改、丢失等后果。

数据库的安全性机制

用户认证

存取控制

一是定义用户权限，并将用户权限登记到数据字典中。用户权限是指不同的用户对不同的数据对象允许执行的操作权限。系统必须提供适当的语言定义用户权限，这些定义经过编译后存放在数据字典中，被称作系统的安全规则或授权规则。

二是合法性权限检查。当用户发出存取数据库的操作请求后（请求一般应包括操作类型、操作对象、操作用户等信息），数据库管理系统查找数据字典，根据安全规则进行合法权限检查，若用户的操作请求超出了定义权限，系统将拒绝执行此操作。存取控制包括自主型存取控制（DAC）和强制型存取控制（MAC）两种类型。

3.11.5 平台系统安全

平台系统安全设计

平台系统服务器配置良好的安全策略，根据角色授权服务器用户，确保部署服务器的安全。

平台安全策略

应用层安全：

应用之间建立白名单机制；

认证与会话管理；

程序 bug 修复。

网络层安全：

接入高防 IP 防止 ddos 攻击；

加密机制；

数字签名机制；

访问控制机制；

数据完整性机制。

数据库安全：

只允许在内网工作，且加白名单机制只允许集群中要访问数据库服务的程序 IP，其他的一律不允许；

在防火墙层面切断数据库的端口访问，且不能暴露在公网上；

只能允许特定的堡垒机连接，且堡垒机的连接不能任何地址都能访问，只能在白名单里的才有权访问。

防火墙安全

防火墙安全策略

安全策略是按一定规则检查数据流是否可以通过防火墙的基本安全控制机制。

规则的本质是包过滤。

主要应用：

对跨防火墙的网络互访进行控制。

对设备本身的访问进行控制。

防火墙的基本作用是保护特定网络免受“不信任”的网络的攻击，但是同时还必须允许两个网络之间可以进行合法的通信。安全策略的作用就是对通过防火墙的数据流进行检验，符合安全策略的合法数据流才能通过防火墙。

通过防火墙安全策略可以控制内网访问外网的权限、控制内网不同安全级别的子网间的访问权限等。同时也能够对设备本身的访问进行控制，例如限制哪些 IP 地址可以通过 Telnet 和 Web 等方式登录设备，控制网管服务器、NTP 服务器等与设备的互访等。

防攻击设计

本项目平台具有良好安全性，能否防止 SQL 注入、跨站点脚本编制、跨站点请求伪造、文件上传等安全漏洞。

系统安全设计：解决 SQL 注入、跨站点脚本编制、跨站点请求伪造、文件上传等安全漏洞问题，解决系统遭受（DoS）攻击情况。

进行安全测试

漏洞扫描

3.12 业务支持

我方将主动关注应用性能、用户体验、功能稳定性、数据准确性等用户使用情况，协助和保障业务办理、信息查询、门店服务等日常工作正常开展。

3.12.1 异常处理

如遇系统功能异常、流程异常、数据异常等情况, 2 小时内响应和定位问题, 6 小时内功能和数据恢复。

异常处理步骤如下:

确定故障现象并初判问题影响

在处理故障前, 运维人员首先要知道故障现象, 这直接决定了故障应急方案的制定, 并且需要运维人员对系统整体功能具备充分的熟悉程度。可能的故障现象包括:

服务整体性能下降或异常, 可以考虑重启服务;

应用做过变更, 可以考虑是否需要回切变更;

资源不足, 可以考虑应急扩容;

应用性能问题, 可以考虑调整应用参数、日志参数;

数据库繁忙, 可以考虑通过数据库快照分析, 优化 SQL;

应用设计有误, 可以考虑紧急关闭功能菜单。

3.12.2 后台调配管理

日常协助管理员进行用户、参数、流程、日志等后台调配管理工作, 以及快速响应和协助用户导出数据文件等操作。

我方将充分配合采购方系统管理员及使用者的日常工作, 对于采购方提出的有关后台调配管理等工作给给予积极支持, 当采购方存在如导出数据文件等需求时, 我方将给予快速响应, 并协助用户进行操作处理。

此外, 我方还将针对采购方需求, 进行完善的系统后台权限配置, 具体如下:

控制系统的帐号及登录

通过控制账号所具备的权限，进而控制这个员工的所操作范围。

帐号的两个层级：企业（管理员）帐号、普通帐号

a、角色管理

角色往往是基于业务管理需求而预先在系统中设定好的固定标签，每个角色对应明确的系统权限，他是一个集合的概念，是众多最小权限颗粒的组成。我们通过把权限给这个角色，再把角色给账号，从而实现账号的权限，因此它承担了一个桥梁的作用。引入角色这个概念，可以帮助我们灵活的扩展，使一个账号可以具备多种角色。

其所拥有的系统权限一般不会随意更改，并且角色也不会随着用户的被添加和被移除而进行改变，相较于用户管理而言更加稳定。

b、控制功能权限

功能权限定义：为可见、可以操作的功能范围。某一部分菜单，或者某个页面里的各种操作。

c、控制数据权限

数据权限定义：数据权限管理主要控制某条数据记录对用户是否可见，结合功能权限可以更灵活的配置业务过程中每一位员工的功能操作权限及数据可见范围，全面保障系统数据的安全性。

类似矩阵列表中，功能权限决定用户可见哪些列，比如客户对象中可见姓名、电话、邮箱等字段。数据权限决定用户可见哪几条数据。

数据权限分两个层次来控制数据：

基础数据权限：即根据数据的负责人来决定。

数据共享：根据基础数据权限中的数据记录所属将其共享给其它用户查看或编辑。

基础数据权限：

私有：对象中所有数据遵循相关团队成员（包括负责人）及其上级对数据可见，且对这条数据具备同样的权限【只读、可编辑】，上级部门的部门负责人可以看到下级部门的所有数据。

公开只读：对象中所有数据对全公司公开，单条数据的负责人及其上级、以及相关团队具备编辑权限的成员可以编辑该数据。

公开读写：对象中所有数据对全公司公开，全员可编辑。

3.12.3 数据核对

每月定期核对业务管理系统与实体渠道系统、生产系统等其他系统的门店数据、用户数据、终端数据等信息的一致性。对信息不一致的情况 24 小时内完成问题定位，2 个工作日内完成数据校准，5 个工作日内完成造成信息不一致的漏洞修复。

3.12.4 技术支持

面向业务管理平台超过 500 个机构人员用户，支持通过线上、电话、线下培训、知识库等形式提供业务管理平台使用指引和反馈收集，对所有用户的咨询要求在 2 小时内响应和解答。

未能现场处理的问题，支持工单分配、设定标签和流转，处理完成后再给予解答。所有咨询内容均做记录存档，支持按咨询方式、问题类型、咨询时间等维

度查询、排序和导出相关数据，点击条目可查看具体咨询内容。

我司技术支持服务体系如下：

紧紧围绕客户满意度的提升，本项目服务管理体系提出四大目标：系统必须保障连续可靠的运行，对于可能出现的问题进行预防性处理；对于已经发现的问题保证实时响应，在规定期限内解决并恢复业务正常运行；整个 IT 服务管理做到流程规范、管理透明、信息公开；对于整个 IT 服务建立多方位、多角度的评估，进行持续改进。

整个 IT 管理服务体系将“技术”、“流程”、“人员”作为三大核心要素，这也体现了我公司长期进行 IT 服务的深厚沉淀，也是我公司承接本项目的三大核心优势。

建立技术支持反馈机制：改革客户服务绩效方法，建立起客户服务反馈机制。设立留言簿、意见簿等，让客户真实反映服务水平，对客户服务提出各种整改意见。及时处理客户投诉，并调查投诉原因，对于有理由的服务投诉要给与相应的惩处措施。要对客户服务人员进行定期评估检查，对损害客户权益的行为应作出相应的处罚，以警示他人。科学的客户服务反馈机制有助于发现平时经营和服务中的不足和缺陷，为正确面对客户提供可靠的依据。

建立强大的客户服务系统，通过整合客户信息，来进一步稳定客户关系，协调企业现有资源，为客户提供个性化服务。

3.13 应急预案

3.13.1 应急体系

应急体系是招标人管理维护体系的重要组成部分。应急体系建设的目的是保

证业务的连续性，消除数据中心系统出现的各种意外的中断，尤其是保护关键业务免受重大故障或灾难的影响。

应急响应体系通过预防措施和恢复控制相结合的方式，使由意外事故（如：自然灾害、事故、设备故障和故意行为）引起的破坏减少至可接受的水平。

应急体系包括事件定位、影响分析、控制风险、限制损害事故的后果、并经过演练后加以执行、以确保在所要求的时间期限内恢复业务处理、减少事件的影响，降低系统的风险。

应急响应

针对本项目可能出现的故障和问题，提供一般性响应和紧急响应两套方案。

一般性响应

在系统正常运行后，对于一般的故障情况，将由本投标人驻厂工程师进行诊断和解决，1 小时内解决故障。

若故障排除困难，将在接到故障申报后本地服务机构工程师将给予支持，2 小时内提出解决方案，4 小时（平均时间）内到达招标人故障现场（部分节点需依照其交通实际情况有所延误），故障排除时间为 6 小时；

如再次出现故障排除困难的情况下，本投标人将再派高级技术人员予以彻底排除，排除时间为 12 小时；本投标人考虑到招标人对系统的使用情况，对于一般的故障情况下为招标人提供 7×24 小时的响应服务。

紧急响应

对于重要及关键的故障，本投标人在 0.5 小时内进行响应，6 小时解决故障。对于重要及关键紧急故障本投标人将提供 24 小时全天候响应服务。

本投标人针对上述两套方案，同样分为多级技术支持体系为招标人提供多层

次的技术支持，借助招标人多年以来服务积累的雄厚的技术力量及经验，本投标人的技术支持队伍提供对口技术服务，迅速响应招标人的疑问和问题，并提供恰当和准确的解答。

现场代表：是招标人在需要技术支持时接触到的第一个层面，是实施招标人项目的直接参与者。现场代表都接受过严格的专业技术训练，完全能够处理绝大部分现场问题。如果遇到短时间内无法解决的问题，现场代表会将其转交给高级技术人员处理；

高级技术人员：更是由专精于某一种硬件或软件，并经过工程实施和现场维护锻炼，在解释和解答问题等支持服务方面具有丰富经验的高级技术工程师组成；

技术专家：本投标人拥有多名大型项目实施经验的计算机硬件、软件、应用方面的专家、博士，他们不仅具有很高的理论水平，而且经过多年的实践，掌握了丰富的项目管理、实施以及系统维护的现场经验。

3.13.2 信息系统故障应急预案

网络和信息安全涉及以设备为中心的信息安全，技术涵盖网络系统、计算机操作系统、数据库管理系统和应用软件系统；涉及计算机病毒的防范、入侵的监控；涉及以用户（包括内部员工和外部相关机构人员）为中心的安全管理，包括用户的身份管理、身份认证、授权、审计等；涉及信息传输的机密性、完整性、不可抵赖性等等。为切实加强我司网络运行安全与信息安全的防范，做好应对网络与信息安全事故的应急处理工作，进一步提高预防和控制网络与信息安全事故的能力和水平，最大限度地减轻或消除网络与信息安全事故的危害和影响，确保网络运行安全与信息安全，特制定本应急预案。

保障措施

应急设备保障 对于重要网络与信息系统，在建设系统时应事先预留一定的应急设备，建立信息网络硬件、软件、应急救援设备等应急物资库。在网络与信息安全突发公共事件发生时，报领导同意后，由应急工作组负责统一调用。

数据保障 重要信息系统均应建立容灾备份系统和相关工作机制，保证重要数据在遭到破坏后，可紧急恢复。各容灾备份系统应具有一定的兼容性，在特殊情况下各系统间可互为备份。

IT 应急措施

对关键业务的应急保护，首先应该通过 IT 内部的应急措施加以实现。这些 IT 措施主要是数据备份恢复、服务备机策略以及系统和网络的应急调用等。IT 应急措施的设计应当具有可操作性。

IT 应急措施内容：

- 1) 实现数据备份恢复；
- 2) 应用备机切换；
- 3) 备用监控设备备件派发安装；
- 4) 备份服务器启用。
- 5) 非IT应急措施的设计

对关键业务的应急保护，尤其是与计算机信息网络系统关联程度一般或者与计算机信息网络系统关联程度极高的核心关键业务的应急保护，应当考虑采用非 IT 应急措施加以实现。非 IT 应急措施是在关于计算机信息网络系统短期内无法恢复的假设基础上进行关键业务连续性设计的。如，切换到手工的方式进行业务的操作，或通过介质传输的方式进行办自动业务操作等。

相关部门的协调

系统的应急预案设计是从保护整体利益，降低网络整体风险为基本出发点，因此，对关键业务的应急保护涉及组织的各个部门和各个方面的配合和支持。关于关键业务应急保护相关部门的关联方式是组织应急预案设计的关键。

应急资源的保证

应急预案设计应当将应急活动程序化，并通过程序化确定执行应急预案所许的组织资源，包括人员、设备、资金和其他物资，尤其是人员的保证和其他资源的同意指挥调度等。应急资源的保证还包括供应商、开发商、系统集成商，以及其它外协和相关单位支持。

应急预案的启动条件

组织应急预案的启动条件是组织应急预案设计的重要内容，也是实施应急预案的必要条件。组织应当严格规定应急措施的实施和应急资源调用的程序、决策者和责任人。同时，启动应急预案的决策信息必须来自组织规范的报告制度，并有记录及可追溯。

应急预案的演练

组织的应急预案正式批准之前都必须进行演练。演练也可以在仿真条件下进行，但参加演练的人员必须与实际执行应急预案的人员的组成相近。

应急预案演练是组织应急预案完善的重要工作，包括应急预案演练的计划安排、演练过程和效果的详细记录，演练活动的评估报告和应急预案改进建议等。

应急处理流程

电源断电

- 1) 查明故障原因。

- 2) 检查 UPS是否正常供电。
- 3) 汇报相关领导，确认市电恢复时间，评估 UPS供电能力。
- 4) 备份服务器数据、交换机配置。
- 5) 通知机房进行电源维修。做好事件记录。
- 6) 必要时请示公司负责人及公司领导，主动关闭服务器、交换机、存储等设备，以免设备损坏或数据损失。

局域网中断紧急处理措施

- 1) 信息安全负责人员立即判断故障节点，查明故障原因，及时汇报。
- 2) 若是线路故障，重新安装线路。
- 3) 若是路由器、交换机等设备故障，应立即从指定位置将备用设备取出接上，并调试畅通。
- 4) 若是路由器、交换机等配置文件损坏，应迅速按照要求重新配置，并调试畅通。
- 5) 汇报相关领导，做好事件记录。

广域网线路中断

- 1) 信息安全负责人员应立即判断故障节点，查明故障原因。
- 2) 如是我方管辖范围，由信息安全负责人员立即维修恢复。
- 3) 如是电信部门管辖范围，应立即与电信维护部门联系修复。
- 4) 做好事件记录。

核心交换机故障

- 1) 检查、备份核心交换机日志。
- 2) 启用备用核心交换机，检查接管情况。

- 3) 备份核心交换机配置信息。
- 4) 将服务器接入备用核心交换机，检查服务器运行情况，将楼层交换机、接入交换机接入备用核心交换机，检查各交换机运行情况。
- 5) 汇报有关领导，做好事件记录。
- 6) 联系维修核心交换机。

光缆线路故障

- 1) 立即联系光纤熔接人员携带尾纤等辅助材料，及时熔接连通。
- 2) 检查并做好备用光缆或备用芯的跳线工作，随时切换到备用网络。
- 3) 做好事件记录，及时上报。

计算机病毒爆发

- 1) 关闭计算机病毒爆发网段上联端口。
- 2) 隔离中病毒计算机。
- 3) 关闭中病毒计算机上联端口。
- 4) 根据病毒特征使用专用工具进行查杀。
- 5) 系统损坏计算机在备份其数据后，进行重装。
- 6) 通过专用工具对网络进行清查。
- 7) 做好事件记录，及时上报。

服务器设备故障

- 1) 主要服务器应做多个数据备份。
- 2) 如能自行恢复，则立即用备件替换受损部件，如：电源损坏更换备用电源，硬盘损坏更换备用硬盘，网卡、主板损坏启用备用服务器。
- 3) 若数据库崩溃应立即启用备用系统。并检查备用服务器启用情况。

- 4) 对主机系统进行维修并做数据恢复。
- 5) 如不能恢复，立即联系设备供应商，要求派维护人员前来维修。
- 6) 汇报有关领导，做好事件记录。

黑客攻击事件

- 1) 若通过入侵监测系统发现有黑客进行攻击，立即通知相关人员处理。
- 2) 将被攻击的服务器等设备从网络中隔离出来。
- 3) 及时恢复重建被攻击或被破坏的系统
- 4) 记录事件，及时上报，若事态严重，应及时向信息化主管部门和公安部门报警。

数据库安全事件

- 1) 平时应对数据库系统做多个备份。
- 2) 发生数据库数据丢失、受损、篡改、泄露等安全事件时，信息安全人员应查明原因，按照情况采取相应措施：如更改数据库密码，修复错误受损数据。
- 3) 如果数据库崩溃，信息安全人员应立即启用备用系统，并向信息安全负责人报告；在备用系统运行期间，信息安全人员应对主机系统进行维修并作数据恢复。
- 4) 做好事件记录，及时上报。

人员疏散与机房灭火预案

- 1) 当班人员发现机房内有起火、冒烟现象或闻到烧焦气味时，应立即查明原因和地点，及时上报并针对不同情况，采取关闭电源总开关、隔离火源附近易燃物、用消防栓、灭火器等器材灭火等措施，组织本单位、部

门在场的人员有序地投入扑救工作，将火扑灭或控制火势蔓延。

- 2) 当火势已无法控制时，一是指定专人立即拨打“119”火警电话报警和向上级保卫部门报告，并打破报警器示警。二是组织周围人员迅速撤离。
- 3) 在保障人员安全的情况下，立即组织人员疏散和转移重要物品，特别是易燃、易爆物品和重要的机器、数据要及时转移到安全地点，并派人员守护，确保安全。
- 4) 火情结束之后，组织相关人员及时进行网络系统恢复，及时向上级有关部门和领导汇报，并做好现场保护工作和防止起火点复燃。

关键人员不在岗的紧急处置措施

- 1) 对于关键岗位平时应做好人员储备，确保一项工作有两人能够操作。对于关键账户和密码进行密封保存。
- 2) 一旦发生系统安全事件，关键人员不在岗且联系不上或 1 小时内不能到达机房的情况，首先应向领导小组汇报情况。
- 3) 经领导小组批准后，启用公司备份管理员密码，由备用人员上岗操作。
- 4) 如果备用人员无法上岗，请求软件公司技术支持。
- 5) 关键人员到岗后，按照相关规定进行密码设定和封存。
- 6) 做好事件记录。

后续处理

安全事件进行初步的应急处置以后，应及时采取行动，抑制其影响的进一步扩大，限制潜在的损失与破坏，同时要确保应急处置措施对涉及的相关业务影响的小。安全事件被抑制之后，通过对有关事件或行为的分析结果，找出其根源，明确相应的补救措施并彻底清除。在确保安全事件解决后，要及时清理系统、恢

复数据、程序、服务，恢复工作应避免出现误操作导致数据丢失。

记录上报

网络与信息安全事件发生时，应及时向网络与信息安全应急处置工作组汇报，并在事件处置工作中作好完整的过程记录，及时报告处置工作进展情况，保存各相关系统日志，直至处置工作结束。

3.13.3 紧急事务流程

应急启动流程：应急处理工作小组从系统使用人员、系统运维人员的故障申告中得知信息系统异常事件后，应在第一时间赶赴信息系统故障现场。

应急处理工作小组针对信息系统事件做出初步的分析判断。若是电源接触不好、物理连线松动或者能在最短时间内自行解决的问题，及时按照有关操作规程进行故障处理，并报领导小组备案；否则，应急处理工作小组将故障大致定性为设备故障、线路故障、软件故障等故障之一，及时告知领导小组，并采取措施避免事件影响范围的扩大。

应急处理工作小组向领导小组报告，在领导小组的授权后启动相应的应急预案。针对灾难事件和影响重要业务运行的重大事件，还要及时向上级机关进行报告。

应急处理工作小组根据故障类型及时与外部支持人员取得联系。其中，设备故障的，可与设备供应商和集成商联系；软件故障的，可与系统集成商联系，由系统集成商进行现场或远程技术支持；各方密切协作力求在短时间内恢复正常。

应急处理工作小组在上级机构或外部支持人员的配合下，充分利用应急预案的资源准备，采取有力措施进行故障处理，及时恢复信息系统的正常工作状态。

应急处理工作小组通知业务部门信息系统恢复正常,并向领导小组报告故障处理的基本情况。重大事件形成文字资料,以书面形式报告给上级机构。总结整个处理过程中出现的问题,并及时改进应急预案

附件二 销售网点拓展及维护服务细则

一、 销售网点拓展

为了保证市场的稳定性和规范性，加快行业渠道拓展，扩大网点规模。乙方特制定销售网点拓展及维护方案。

1. 乙方需根据甲方下达的销售网点拓展目标及销售网点建设目标，制定出相关的年度规划，提出具体的可行性方案。
2. 将组建不少于 10 人的拓展团队，团队成员均具有 2 年以上彩票行业销售经验或渠道拓展经验。
3. 乙方需对新疆区域内的销售网点进行信息收集、分析，精准定位空白区域。对空白区域进行市场调研，掌握潜在销售渠道的分布信息，汇报给新疆体育彩票管理中心。每月度提供一份全疆空白区域与建议拓展区域的说明和建议报告。
4. 乙方通过对现有的销售网点布设分析、客户群体分析、以及市场空白区域分析，开展销售网点阳光征召政策的宣传、推广；开展意向销售网点信息的收集工作；对代销者的邀约工作包括公开邀约、主动邀约和定向邀约。
5. 乙方需开发辅助软件实现手机端记录数据并上传至甲方实体渠道管理平台的平台的功能。
6. 对于空白区域的商铺、商圈有一定的指导方案。见下表

场景	部署场所	差异化策略	
		优先选址及洽谈	部署推广方法要求
购物	商圈、超市连锁、个人便利店	1.按购物区相近,以购物有限,有利于规范维护; 2.以方便洽谈,以公有资源优先; 3.公有区以人流大,单独店面,或者方便进出商户优先; 4.购物区与办公区的洽谈目标是物业公司主管领导,洽谈内容以利益与公益事业推广为前提。	上门口碑推广,置放易拉宝,X展架,DM单辅助,邀请已加盟业主进行自发宣传,可给予一定分享报酬
办公	写字楼、园区		
社区	城乡结合部、居民小区		进社区,找组织,谈公益,散发DM单,突出额外收益,低成本创业
交通	汽车站、火车站、飞机场、长途客运	选择交通站小型商户	周边多媒体宣传,视频,文字,音频引流
公共	邮政、银行、通讯营业厅	服务网点针对银行:农行,建行,工商,通讯营业厅:联通,移动,电信	张贴海报,展架,易拉宝投放
住宿	酒店宾馆、旅馆、民宿	日消费人流量 100 以上,住宿用餐稳定,无淡季旺季最佳	前台人员推荐,可与会员卡关联切入

备注	1.宣传定位关键词：公益、体育、善举、互助、国家层面 。2.宣传方式：部署采用边地推、边宣传、边洽谈的方式同步推进，由运营公司统一制定策略，统一安排人员地推流程，针对部署目标客户发放和张贴高度焦距宣传品，内容包括自助的的便捷性，政府支持，利益分配透明，额外赋能引流。
----	---

二、 销售网点维护

1. 乙方根据新疆有即开型体育彩票销量且上一年度内能够持续销售的销售网点数量与服务人员数量的配比 50:1 的要求，组建满足上述配比要求的销售网点服务团队，并且相关服务人员应经甲方组织培训后能快速熟知彩票相关政策法规、游戏规则、投注技巧，能熟练使用并操作彩票销售终端及相关设备，能独立指导和帮扶网点日常销售。

2. 因新疆地域广阔、网点较为分散，乙方应根据区域内网点分布数量配备机动车等交通工具。由乙方承担所有机动车等交通工具使用过程中燃油（电池）消耗、维修、高速通行、停车等相关费用。

3. 乙方定期开展销售网点日常巡查及拜访工作，包括：巡查计划制定、巡查的执行、巡查结果的统计、以及汇总情况报告等工作。

4. 乙方协助新疆体育彩票管理中心各地州体彩分部完成网点的变更信息核查、网点撤销设备回收等业务相关工作。

5. 乙方拟定全年即开型体育彩票宣传、展示物料的采购计划，拟定物料使用、管理规范。按新疆体育彩票管理中心批准的统一部署要求完成对网点的物料派发工作，协助和指导销售网点有效使用。

6. 通过自建的即开票运营管理系统中的移动端功能模块，完成网点日常维护数据填报，业务操作。服务过程中形成的数据需实时上传至新疆体彩责任彩票管理平台，数据信息所有权归新疆体育彩票管理中心，投标单位需建立数据信息管理及保密制度，合规使用相关数据信息。

7. 乙方每月巡查和拜访所辖区域内的网点，巡查内容主要有：品牌标志背景墙，电子奖池公告牌，竞彩赛事推荐牌，高频显示器，终端设备，即开真票展示，中奖展示区，促销海报，吊旗，服务监督卡，警示语，代销证，投注工具。具体要求如下：

- 1) 门头或店外标识：专营店门头体育彩票标识和字体优先使用凸出立体发光字。中国体育彩票门头标识做为注册商标不可更改。材质、款式、LOGO、字体、红色腰带、门店编号均符合规范。保持干净整洁、无破损、无遮挡。兼营店的门头材质可参照专营店执行，亦可使用灯箱式；便利（行业）店门头可使用灯箱式。
- 2) 品牌标志背景墙：保持整洁。宽度应不小于销售吧台宽度；条件许可，在不影响视觉效果的前提下也可直接利用背景墙制作形象墙。材质规范、款式标准、LOGO、字体规范、整洁无破损。
- 3) 电子奖池公告牌：悬挂店外门侧，店内玻璃门朝外显示。
- 4) 走势图显示器：保持正常开启。
- 5) 终端设备维护：保持整洁，定期清洁，除尘
- 6) 即开真票展示：柜台展示，票箱展示，遵循易见易拿原则，为便于购彩者挑选和购买，优先选择桌面平铺式摆放，其次选择面向购彩者悬挂瀑布式展示。展示票种排面不低于 5 个，票种不低于 8 种。

7) 中奖票展示区：即开中奖展示票不少于 12 张。

8) 海报：最新促销海报贴与店内最醒目处。过期破损海报及时清理更换

9) 销售标示：门店在店门口或收银台显著位置悬挂或粘贴全市统一样式的“顶呱刮”销售标识。

10) 推荐标识：在即开销售区域摆放新票或重点票推荐牌。

8. 乙方在拜访销售网点时应掌握销售网点销售情况，传达甲方的要求，调研促销活动和相关政策的市场反应。

9. 乙方协助甲方完成新增销售网点的实地考察、协助完成销售网点的变更信息核查、完成销售网点撤销及兑奖设备回收等业务相关工作。乙方需提供相应的移动端系统功能，接入中心现有平台中，支持业务操作，提高业务工作效率。

10. 乙方制定全年物料采购计划，制定物料使用、管理规范。按要求完成对销售网点的物料派发工作，协助和指导销售网点正确使用。乙方提供相应的移动端系统功能，接入中心现有平台中，记录物料的发放、使用、库存等情况。

11. 户外销售渠道即开型体育彩票高值易损物料配置标准表：

物料名称	配置标准	单个参考价格 (元)
帐篷	3 米*3 米 (或 2 米*2 米) 1 个	300.00
彩票销售桌	2 张	150.00
桌子帷幔	2 张	40.00
帐篷帷幔	1 张	180.00
招募宣传单	100 张	0.10
刮片	20 个	1.20

12. 销售网点即开型体育彩票品牌宣传物料配置标准表:

物料名称	配置标准	单个参考价格 (元)
中奖宣传海报	1 张	5.00
大奖宣传横幅	1 条	20.00
新票宣传海报	1 张	5.00
爆炸贴	40 张	0.50
吊旗	10 个	5.00
亚克力展架	2 个	40.00
刮片	20 个	1.20

13. 乙方提供相应的移动设备功能, 接入甲方现有管理系统平台中, 记录标准化建设情况与服务过程。移动设备功能包括但不限于服务记录创建与查询, 将销售网点按实际情况进行手工单个分类标签标记以及系统批量标签登记, 如: 店内固定资产数量标签、终端机是否移址、是否沉寂等。

14. 乙方协助甲方建立健全的销售网点基础信息档案, 并可进行标签标记, 具体内容包括但不限于销售网点业主信息、销售员信息、销售网点地址信息、彩票兑奖设备信息等。网点信息以各地区为维度, 详细记录了每一个网点从新增到撤销期间的全部信息。其中包含业主信息、网点信息、终端机信息、佣金卡信息、所属专管员信息、网点销售业务、网点变更信息、网点服务记录、专管员打卡信息、网点地图, 周围网点信息以及不同维度下的网点销量信息等。

15. 乙方协助甲方为销售网点构建业主画像, 通过网点业主画像找出销量好的网点业主的共性, 将这些共性宣传培训给其他网点业主, 达到提升销量的目的。业主画像能够为彩票运营和销售提供参考; 对于新接手的专管员, 可以在拜访网

点前查阅业主画像，为业主提供更好的服务。

16. 销售网点基础信息应实时进行更新，同时每季度应对所辖区域的销售网点基础信息档案进行全面校对，确保真实、准确。建立数据信息管理及保密制度，合理使用销售网点的的信息。

17. 网点拓展及维护系统功能表：

模块	功能	说明	平台
网 点 信 息 维 护 与 服 务	网点查看	根据灵活的条件检索有权限查看的网点详情信息	后台
	渠道拓展	根据现场的渠道拓展情况进行潜在网点信息记录，并进行后续跟踪，正式申请时，转为阳光招募信息记录，通过审批后，进入“新增网点”流程	App
	新增网点	对体彩中心的新增网点流程中的执行节点进行操作，通过接口与体彩中心的相关平台无缝衔接	App
	撤销网点	对体彩中心的撤销增网点流程中的执行节点进行操作，通过接口与体彩中心的相关平台无缝衔接，关联网点的待撤回资产信息	App
	网点画像	对网点进行自动或手工标记，通过网点画像模型，对“选取样本”、“销量口径”以及“比对标线”进行选取或设置，对网点的销售表现进行画像展示	App 后台

模块	功能	说明	平台
	服务申请	业主自助提交服务申请，可申请服务类型参见“服务类型设置”	公众号 / 小程序
	服务类型设置	包括但不限于：终端机保养与维护、帮扶与解答、异常情况处置、形象指导、驻店培训等	后台
	服务过程记录	现场选择服务类型、服务形式(默认为现场)、服务情况，同时可进行服务情况照片的上传	App
	服务分析	根据时间段进行服务次数、服务覆盖等进行统计分析	后台
	网点巡查任务设置	设置类型包括但不限于：网点形象检查、责任彩票落实记录、网点信息变更提报、网点画像信息完善等	后台
	网点巡查任务执行	到达网点后，自动展现本网点的有效待执行任务，现场填报提交	App
	网点巡查任务跟踪	对任务全局执行情况进行进度跟踪，进行任务终止人工干预操作，展示任务执行情况报表，对未完成任务执行人进行信息标记或信息导出	后台
	设备维修	如果服务申请类型是“设备维修”，则可进行现场设备维修服务执行，并自动通过接口上报中心，以便进行必要的备品备件申请	App

模块	功能	说明	平台
其他	信息同步接口	通过数据接口与体彩中心的平台进行网点、销量、流程、物资等信息进行同步与接口对接	后台
	物资物料领用	对现场执行的物资物料，根据体彩中心管辖和运营团队管辖的属性进行领用与处置跟踪	后台 APP
	销量任务跟踪	对全年销量任务，按照全区、地州市、专管员等不同维度进行进度跟踪	后台 App
	机构与权限管理	设置系统操作人员、角色、机构与权限设置	后台
	参数设置	对系统参数进行设置	后台

三、 即开型体育彩票业务培训

1. 乙方坚持按需施教、务求实效的原则。根据新疆即开型体育彩票发展的需要和销售网点业主多样化培训需求，分层次、分类别地开展内容丰富、形式灵活的培训，增强培训的针对性和实效性，确保培训质量。乙方将坚持培训人员、培训内容、培训时间三落实原则。明确运营期间参培人员总量、培训场次、培训内容及培训时间等要素。

2. 乙方将整合培训资源，以线上+线下培训形式为主，建立健全以甲方为主要培训组织端、乙方为主要培训实施方的培训体系。

3. 乙方在销售网点日常维护过程中，对网点业主或销售人员进行的日常业

务培训包括：责任彩票、合规经营、营销宣传、投注与沟通技巧、即开陈列展示、辅助销售工具的使用等内容，更好的促进业主销售热情，拉动顾客购买欲望，扩大品牌影响。

4. 乙方负责对新增销售网点进行全面系统化的即开型体育彩票业务知识培训，并且完成培训后，乙方要对新增差下网点驻店帮扶销售时间不少于 8 天。

培训内容包括：

- 1) 彩票的历史：国内、国外彩票的发展经历，销售情况，市场前景等。
- 2) 彩票的定义：有价证券，发行机构，监管部门等。
- 3) 彩票的特点：发行宗旨，筹集资金，合法地位，社会公益等。
- 4) 彩票的类型：体彩、福彩，即开型、乐透型、数字型、竞猜型等
- 5) 彩票资金的分配：奖金，公益金，发行费。
- 6) 彩票常识：单注奖金限额，自愿购买，不记名，不向未成年人销售等。
- 7) 彩票各玩法游戏规则：游戏规则，奖级，中奖规则等。
- 8) 彩票开奖公告：开奖时间，权威发布等。
- 9) 彩票兑奖办法：兑奖要求，兑奖时限，兑奖地点，偶然所得税等。
- 10) 彩票设备的使用：电脑票终端机，即开兑奖设备，投注单，走势图，其他第三方辅助设备，以及日常维护与常见故障排查等。
- 11) 彩票销售收入：佣金比例，活动奖励，推荐加盟奖励等。
- 12) 经营安全：现金与即开票的保管，店面安全等。

5. 建立完善的培训体系：分析培训需求；明确培训目标；遵循培训原则；明确培训方案的适用对象；设定合理的培训时间；选定合适的培训责任部门；选择合适的培训方式；准备好相关的培训支持资源；评估培训效果。

6. 乙方日常巡检过程中,要求对销售网点业主或销售人员进行培训,包括:责任彩票、合规经营、营销宣传、沟通技巧、即开票陈列展示、辅助销售工具的使用等内容。日常培训主要结合内外部特点,针对市场营销方案、市场情况、经济状况、顾客特点等因素,为更好的促进业主销售热情,拉动顾客购买欲望,扩大品牌影响,对站点进行有针对性的培训,提升培训内容的可用性和实际性。

四、 销售网点设备、物料的维护服务

乙方需负责彩票设备的安装调试、销售辅助展示设备布置、宣传品悬挂等工作。

乙方承担销售网点即开票兑奖设备(包括:电脑型彩票销售终端、安卓销售终端、IVT 兑奖终端等)的故障排除、配件更换、系统安装等上门维修服务。

1. 投标单位根据新疆体育彩票管理中心网点形象建设的规范要求,对销售网点提供彩票设备安装调试、销售辅助设备安放、宣传品悬挂张贴、电子版宣传片的投放;对店内彩票销售场地的形象建设物料日常检查(包括:新票展示袋、彩票瀑布、中奖票展示栏、购彩警示语、销售许可证等布放是否合规);指导和监督销售网点正确使用各类体彩辅助销售展示设备(例如:即开票销售盒、即开票销售柜等)。

2. 每季度对所有即开票兑奖设备进行1次全面维护与保养,包括:除灰除尘、设备检测等,并指导实体店做好彩票设备日常维护。

3. 在收到维修通知后,对中心城区销售网点须3小时内到达现场进行故障解决,针对远郊区县销售网点要求20分钟内进行沟通给与远程技术支持,如故障无法远程处理,则36小时内需出差到远郊区县销售网点予以解决。

附件三：即开票营销与执行服务细则

一、市场营销服务方案

1. 新疆体育彩票管理中心根据市场情况及年度销量预测分析，制定年度销量任务，拟定 2023 年的即开票销量任务为 10 亿元。乙方需完成年度销量任务。

2. 结合即开票市场实际情况，配合新疆体育彩票管理中心对市场的调控需求，制定自主营销活动方案及相关预算提交体彩管理中心审核，在适合的时间点开展市场营销活动。

3. 乙方提供年度即开型彩票促销活动规划一份。

4. 乙方结合甲方的要求，每月提供至少三种不同思路的促销活动方案。并与中心讨论、修订，由中心筛选、审核、批准后落实执行。

5. 乙方制定促销活动跟踪机制，安排专人了解反馈活动期内的执行情况。制定突发事件应对机制，针对促销活动过程中的特殊事件，有应急预案加以应对。促销活动结束后 5 日内，完成促销活动评估报告，上报体彩管理中心。

6. 投标单位每年度撰写自主稿件 60 篇（每周发布最少 1 篇），用于媒体宣传，稿件内容包含且不限于责任彩票宣传、优秀网点案例、营销宣传等方面；投标单位每年度完成 24 个短视频制作（每月不少于 2 个），内容以责任彩票、优秀网点营销、营销活动推荐等为主。

7. 投标单位收集整理彩票相关政策信息，了解市场最新动态。每季度开展不少于 1 次的销售网点、购彩者现场调研活动，了解销售网点及购彩者对当前市面已售即开型体育彩票的认知和反馈，形成书面报告提交给体彩管理中心。

8. 促销方案制定

促销目的：为了提升销量；清理老旧库存票和滞销票；推动新票打开市场；提高团队的整体推广能力和市场竞争能力；打击竞品，抢占市场份额。

促销对象：根据市场需求，促销对象主要包扩渠道促销和购彩者促销。渠道促销即针对彩票销售网点及卖场业主的促销，购彩者促销即针对彩票消费人群的促销。

促销主题：以节庆贺礼、新票上市为名等开展有针对性的促销活动。

促销产品：可以是新票、畅销票、滞销票、主题套票等，这与促销目的挂钩。例如，要做销量，用新票或畅销票来做活动最有效果；要清库存，用滞销票和库存票做活动最有效果。

促销时间：即什么时间开始进行促销，要进行多长时间，促销时间不宜过长，掌握最佳促销时间，从而有效借势和造势。

促销地点：可以是室内彩票销售网点，也可以是室外彩票销售卖场。

促销形式：针对渠道的促销方式主要以达量奖励为主，即网点达到指定的销量给予一定的奖励，提高业主销售积极性，奖励可以是实物、一定金额的彩票，也可以是销量返点；针对购彩者的促销主要以奖上加奖、买赠、幸运抽奖等方式，增加购彩者购彩欲望。

促销物料：即促销活动需要的助销品、奖品、赠品、礼品、宣传品。

促销宣传：在促销前、促销中直至促销后对促销对象的宣传方案及活动告知。

促销预算：即计算整个促销活动需要的费用。首先是对销量进行预测，基于销量计算本次活动的销售费用和市场费用。

促销准备：准备工作需细分责任，落实到人，规定完成的时间，避免因为某项工作出现疏漏而影响整体进程。

9. 促销方案的执行

1) 初期准备工作

当促销活动开始时，首先对所有工作人员进行内部培训，对活动方案细节进行全面的讲解，确保每一位业务工作人员百分百的掌握活动内容。

根据活动内容，对参与对象进行培训预热。如果活动参与对象是销售网点，为了不影响活动前期的正常销售，在活动开始当天对销售网点进行全方位的培训，通过微信群、电话、上门拜访等方式对销售网点进行活动内容讲解。如果活动参与对象是购彩者，则会在活动开始前一段时期进行宣传预热，因为需要借助销售网点这个窗口，对购彩者进行宣传。

2) 过程中跟进

促销活动执行过程中一般分为三个阶段，活动前1-2天为宣传告知期，要确保每一个销售网点或者更多的购彩者能够了解活动内容。活动中期为执行跟踪期，要通过数据进行反馈，相关数据主要包括：销售量的同比变化、活动的参与率（针对销售网点）。如果促销活动时间够长，还可以考虑在跟踪期内对活动参与者进行抽样问卷调查（主要针对购彩者群体）。活动截至的最后两天可以称之为冲刺期，主要抓住最后几天，让活动参与者尽可能多的达到活动奖励条件，对于还未参与的对象进行微信或电话跟进（针对销售网点），以做到告知。

3) 应急预案的触发执行

任何促销活动都可能会发生意外情况，所以在活动必须制定相应的应急预案。

当促销活动过程中发生突发情况时（例如奖励标准出现问题，例如参与者超出上限等），则要启动应急预案，最终目的就是能够确保促销活动能够有序正常的执行完成，让参与者能够公平公开公正的享受既得利益。

4) 奖励的发放

当促销活动结束后,要根据促销活动规则进行核算参与者所享受的奖励。针对销售网点的奖励,通过彩票管理中心发放到位。针对购彩者的奖励,通过多方渠道将奖励发放到购彩者手中,发放同时要保护购彩者的隐私权。

10. 促销活动的总结分析

当促销活动结束后,最重要工作就是对活动进行总结分析。需要活动的执行人员,撰写促销活动分析报告。分析报告基本包括以下几个方面:促销活动期间的销售数据对比(同比、环比分析)、针对销售网点的参与率数据分析、活动预算和结算数据分析、活动中的问题汇总、活动的优势分析、活动最终目的的实现评估。

附件四 责任彩票落实宣传细则

一、 责任彩票宣传落实

1. 总则：将责任彩票管理机制与构建多种业态协同发展渠道体系相融合，探索创新渠道管理模式，在实体渠道拓展，渠道布局优化，实体店形象提升等工作中融入责任彩票理念与要求，防范即开运营风险，形成渠道管理机制，明确渠道拓展、形象建设及销售行为的责任规范，通过网点巡查清理网点违规行为和未成年人涉彩等方式，进一步规范渠道管理，提升服务质量，使渠道成为展示体彩负责任形象的窗口。

2. 目标：通过责任彩票建设，优化健康产品、规范销售行为、防范运营风险，大力提升依法治彩水平；树立队伍责任意识、提升队伍责任能力，进一步感召队伍的使命感；倡导理性购彩，加强行业自律，促进行业生态净化；提升品牌形象，引导社会价值认同，以负责任的方式为国家筹集更多公益金。

3. 具体执行方案：

1) 乙方每个季度需提交巡查报告，并保证每季度国家体育总局体育彩票管理中心组织的神秘客户巡查问题网点比例优于国家中心要求。

2) 乙方安排人员每月到店拜访或远程电话拜访所辖销售网点的频次不得少于3次/家。

3) 乙方在销售网点拜访过程中如发现非法彩票销售情况，第一时间向甲方汇报，配合甲方对销售网点进行整改。

4) 乙方需提供即开型体育彩票品牌宣传延展服务，要求依托年度内开发的户外小卖场渠道落实执行全年不低于2000场次的宣传活动。宣传主题为：品牌宣

传、公益宣传、责任彩票宣传等，宣传方式包括：宣传单页、户外展架、手机扫码互动、组织现场活动（经审核通过）等。

5) 乙方需提供建议，由甲方制定、颁布宣传方案，并协助落实相关宣传方案。

乙方对宣传方案中涉及各类宣传物料要及时派发，并协助指导使用，开展后期监督、检查等工作。乙方需安排专人对宣传方案中涉及的彩票公益性的文稿、短视频、音频资料等，通过甲方官方网站、官方微博、官方微信群进行日常宣传。

4. 乙方负责协助甲方开展责任彩票宣传工作。对宣传素材进行年度整体规划。

序号	素材类别	提供频率	年累计数量
1	责任彩票宣传、业主诚信类宣传等稿件	每两周 1-2 篇	60 篇
2	各类宣传短视频（2 分钟以内）	每月 2 个	24 部

5. 乙方针对宣传内容进行严格把控，针对体育彩票的运营全过程分析，其宣传的内容分为招商招募宣传、新产品上市、产品宣传、品牌宣传、中奖宣传、公益化宣传、促销宣传等。

序号	宣传类别	宣传内容	宣传形式
1	招商招募宣传	招商宣传为主，配合产品宣传和品牌宣传，以便在招商过程让客户进一步了解“中国体育彩票”的品牌优势，和“中国体育彩票”的产品优势。	短视频、音频、DM 单
2	责任彩票宣传	新产品上市为主，配合品牌宣传，给人形成“顶呱刮”产品就是品牌产品，新产品的不断推出，加强消费者对“理性购彩”	短视频、音频、软文、

序号	宣传类别	宣传内容	宣传形式
		的消费理念、提升公益彩票的品牌印象。 “顶呱刮”新产品带给消费者的惊喜一直源源不断。	问答、 DM单
3	产品宣传	以产品宣传为主，辅以中奖宣传和公益性宣传一方面体现各类产品在满足消费者娱乐的同时，还能够给社会公益事业贡献力量，提升以公益公信为核心的品牌形象，构建责任彩票体系，扩大购彩群体。	短视频、 音频、 软文、 问答、 海报、DM单
4	中奖宣传	此类组合以中奖宣传为主，配合公益性宣传，体现体育彩票中奖率高，奖金丰厚，而且每中出一份大奖，都有机会为社会公益事业做贡献。	短视频、音频、 中奖软文、海报
5	品牌宣传	品牌宣传为主，配合产品宣传和公益性宣传，让人们在认识和了解中国体育彩票及子品牌的同时，了解体育彩票的相关产品。我们进行品牌宣传的最终目的是更好的推出产品，吸引更多消费者来购买体育彩票。	短视频、音频、 软文
6	公益宣传	以公益性宣传为主，配合产品宣传和品牌宣传，让消费者在了解“体育彩票”为社会公益事业做贡献的同时，对“体育彩票”品牌充满崇敬之情，对“体育彩票”产品	短视频、音频、 软文

序号	宣传类别	宣传内容	宣传形式
		也更加认可。	
7	促销宣传	此类组合以促销宣传为主，配合中奖宣传和公益性宣传，用中奖宣传刺激消费者购买，推动促销活动，用公益性宣传来弱化促销的目的，告知彩民“顶呱刮”促销活动也是为了体彩公益事业尽一份力量。	短视频、音频、软文、

6. 品牌宣传延展服务：品牌推广，在宣传渠道上，包括新媒体的短视频、传统媒体与门户网站的稿件、户外卖场专有场景宣传、室内销售门店的海报等店内宣传。根据招标需求，品牌推广中“要求所有户外卖场统一执行落实全年宣传2000场次”，根据我司户外卖场拓展计划，2023年预计摆放200处，根据以往经验，每处卖场至少摆放8个月，按照月均25天可摆放计算，2023年，全年可提供30000-40000场次，满足招标需求中的全年统一执行落实全年宣传2000场次。

7. 从执行步骤上，无论何种宣传形式与宣传执行渠道，都包括“宣传发起、方案编制、方案评审、内容制作、内容评审、内容上线”6个步骤。其中，“宣传发起”依赖宣传计划或关联特定活动、主题。宣传内容是直接面向购彩者或潜在购彩者的公众受众的，因此，对内容的修改应秉承严谨的原则。内容方案撰写完成后需进行内部评审，而内容制作完成后，对成果需再次进行评审，只有评审通过的方案方可上线。所有工作，有记录，有审查，有结果，有复盘。

附件五：即开订票与高效物流服务细则

一、网点订票服务及要求

乙方自建的即开票运营管理系统中的即开票订票软件模块，应包含即开票票种管理、网点订单管理、网点订单出票扣款功能、仓储库存及配送管理、即开型彩票数据查询等系统功能。该软件模块须接入国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统（ILMS系统）。

1) 乙方提供的订票途径须以移动端订票方式为主，包括APP订票、微信订票、人工电话订票等多种订票方式，并保障各订票途径的畅通。移动端订票平台，可显示各地市票库票种，可将热销票、新票置顶，可按面值排序筛选订票。后台系统显示订票订单，且后台全部订单可按下单时间日期进行查询，具备批量打印功能。

2) 仓储配送管理功能主要指即开型彩票订单处理各个环节的功能设置，包括但不限于即开型彩票扫码分拣出库、扣款、查询、包装、发货等功能。

3) 即开型彩票数据查询功能，包括但不限于网点信息管理、订单数据管理、即开型彩票数据管理分析等功能。乙方应利用相关数据信息，做好网点订票提醒服务、重点票种推介服务、网点调研服务等工作。

4) 订票功能应能对热销票进行阈值设置并进行库存预警。结合业主订票情况，提供如积分商城等个性化服务功能。

5) 微信订票除彩票休市外，每天24小时开放订票；人工电话订票提供不低于每周7天×12个小时（10：00至22：00）的订票及客服服务。订票处理应安排满足项目需求的专业出票人员，准确处理各种渠道接入的订票需求。

模块	功能	说明	平台
订 票 与 物 流 跟 踪	业主登录	业主首次登录通过平台记录业主信息中的手机号与短信验证码登录，首次登录后自动绑定微信等关联登录信息，以后自动登录	公众号 / 小程序
	票种查看	根据登录业主，显示本地市有库存的可售票种，显示本人可用余额	公众号 / 小程序
	票种排序	默认热销票、新票置顶，可按面值排序筛选订票	公众号 / 小程序
	选票与下单	选择票种与数量，确认后下单，通过与 IMLS 的接口锁定订单票种数量，预扣款	公众号 / 小程序
	电话订票	接通业主电话，根据业主必要信息确认业主身份，根据业主需求，在后台选择票种与数量，与业主确认后下单，通过与 IMLS 的接口锁定订单票种数量，预扣款	后台
	订单列表	根据订单状态，展示订单列表，按照待出库、配送中、已完成等状态排序，可对每一个订单执行进一步操作或查看详情	后台
	订单分拣 出库	对待出库订单顺序逐项操作，扫描待出库票种（根据订单自动验证）逐条确认，一个订单全部正常出库后打包分拣，对因票种、余额等各种异常导致的无法出库订单，可及时与业主协调变更或退单	后台

模块	功能	说明	平台
	订单发货与跟踪	出库订单，根据配送方式分组分类，发货跟踪	后台
	超时预警	对网点的配送时限进行设置，对超时的订单进行预警与跟踪	后台 App
	异常订单处理	对丢失、损坏的票种订单进行记录与处理跟踪	后台
	票种维护与查看	1、维护新票的编码、名称、入市退市时间、玩法说明等信息，维护现有票种的手动标签信息，设置热销票库存阈值； 2、查看票种通过 IMLS 接口获取的库存信息，显示票种余量，查看票种的自动标签、手动标签的展示信息，根据条件检索票种展示；	后台
	库存预警	票种库存低于所设置的阈值时，自动通过 App 通知、后台消息滚屏等形式进行预警	后台
积分与商城	商城上架商品设置	设置商品名称，兑换积分数量，商品说明，库存数量，是否上架等信息	公众号 / 小程序
	商城商品展示	查看所有上架商品或积分可兑换商品	公众号 / 小程序
	积分兑换	选择待兑换商品及数量，确认后下单，积分足够后自动扣除积分后形成积分订单	公众号 / 小程序
	积分订单	查看各类积分订单，物流配送情况	公众号 /

模块	功能	说明	平台
	查看与跟踪		小程序
	积分账单	查看积分增减明细以及积分余额信息	公众号 / 小程序
大数 据业 务支 撑	订单统计	按出票库房或全省口径进行下单量、订票次数、订单平均金额进行汇总展示	后台
	订票金额分析	对订票金额进行分层统计分析	后台
	游戏玩法及面值分析	按照游戏与玩法进行不同维度的展现分析	后台
	销量报表	根据日销量、期销量进行不同口径的全票种综合销量分析	后台
	电话调研	通过电话外拨，针对业主、购彩者等进行调研，根据回访内容填写问卷，并对结果进行分析	后台

二、彩票物流配送服务及要求

基于新疆自治区疆域特点及实际情况，新疆体育彩票管理中心的即开票库房，除自治区库外，在16个地州设有分库房。乙方承担库房到销售网点的所有

即开型彩票配送服务。

1) 乙方按新疆体育彩票管理中心的要求, 根据各地州、市彩票管理分部的彩票调拨需求, 配合完成自治区库房到地州彩票管理分部库房之间的彩票调拨运输工作。同时协助各地管理机构做好地市级库房即开票的到货清点、验收、入库、出库、仓库保管等工作, 并承担相应责任。

2) 乙方需充分考虑新疆各地州地域广阔, 单一方式无法满足实际配送需求等情况, 提供详细即开票网点订票流程、高效物流配送方案、分拣方案、网点配送线路规划方案(细化到市、县、乡镇、街、行政村等), 针对本项目属地地域特点拟定3套(或以上)适应不同网点位置情况的配送方案及配套的即开票安全保障体系方案。

3) 乙方根据国家体育总局体育彩票管理中心即开二代交易系统业务流程和管理规定, 在即开二代交易系统(ILMS)确认并扣减销售网点订票额度后, 方可向销售网点配送即开型彩票(如政策有调整, 按最新政策执行)。乙方不得以任何其他形式向销售网点收取彩票订购款。

4) 乙方配送前应确保即开型彩票包装完整无破损并准确分拣后, 按箱或按包进行配送, 不得拆包, 在配送过程中出现即开型彩票丢失、损坏, 由乙方承担全部责任。

5) 乙方自建的即开票运营管理系统, 对即开型彩票配送全过程(包括分拣扫码出库、修改订票量、配送等)进行跟踪、监控与管理, 新疆体育彩票管理中心、地州体育彩票管理分部及即开型彩票销售网点, 能够按照各自权限查询相应订单信息。

6) 乙方针对彩票物流配送的全流程制定应急管理预案并严格执行。

1. 网点彩票第三方物流公司配送标准化流程操作

- 1) 库房分拣员根据订单信息，通过 UMP 系统出票；账户余额不足或所订票种不足的订单退回。
- 2) 打印配送单信息，分拣员根据订单将相应的彩票进行打包，并贴号配送单（快递单）；
- 3) 第三方物流公司指定人员到库房取货，并填写交接单；
- 4) 第三方物流公司接单后，进行内部核对，并导入配送信息；
- 5) 第三方物流公司根据配送信息，进行配送；这个过程中，物流人员实时监督物流状态，如果发生异常需要即时通知物流公司协调解决；
- 6) 第三方物流公司送达相应地址后，需要验证“提票证”，一致后方可交接；
- 7) 如果地址不存在或提票证不符的情况，将配送不成功；
- 8) 配送不成功的彩票，经核实后，可进行第二次配送；
- 9) 物流公司收回配送单回执，并转交给乙方，配送单回执保存 2 年。

2. 高效物流配送时效性

距地市级库房所在城市大于400公里以上的区县销售网点，自提交彩票订单时间起72小时内完成物流配送；距地市级库房所在城市大于50公里以上，小于400公里的区县销售网点，自提交彩票订单时间起36小时内完成物流配送；其他销售网点，自提交彩票订单时间起18小时内完成配送。

3. 新疆各地州市配送方案表

地州	配送方式	详细说明	适用区域
乌鲁木齐	合作快递	统一由合作快递送达	乌鲁木齐全境
昌吉	市区配送	13 点整进行第一次配送, 18 点半进行第二批配送, 18 点以后的订票信息的顺延至次日上午配送。彩票当天出库当天送达。	昌吉市区
	客运站中转	由人员配送至昌吉州客运站, 彩票到达县客运站后再有县客运站工作人员电话通知收货门店代销者去县客运站取票。	玛纳斯县、呼图壁县
	专人专线车	采用专人专线车配送, 四个区域均有合作司机, 配送频次除木垒县平均 3 天一次外, 其他三县每天都需要配送。	阜康市、吉木萨尔县、奇台县、木垒县
	业务员自驾	工作人员自驾配送, 根据门店销量, 夏季每周二、五各	五家渠、102 团门店

地州	配送方式	详细说明	适用区域
		送一次，冬季每周三配送一次。	
吐鲁番	市区配送	门店基本都在市区，最远门店 35 公里，目前所有门店彩票配送可由人员使用电动车进行配送。	吐鲁番市区
	线路车方式	客运站随机配车，极偏远地区再通过镇线路车或出租车转运送达。	鄯善县
	本地阿里木配送	合作阿里木配送，极偏远地区再由客运站转运或大车司机带货配送。	托克逊县
哈密	业务员自驾方式	工作人员自驾配送，极偏远地区由代销者联系线路出租车取票或采取线路班车配送。	伊州区
	线路班车	线路班车配送方式，门店较少，低频配送。	巴里坤哈萨克自治县、伊吾县
克州	市区配送	安排业务人员进行配送。	克州市区
	客运站班车	客运站班车配送彩票，班车不固定，一般以当时最快发	哈拉峻乡、格达良乡、上阿图什乡、

地州	配送方式	详细说明	适用区域
		出的车辆为主。遇停运等特殊情况，转交邮政快递。	乌恰县、阿克陶县、阿合奇县
喀什	市区配送	安排业务人员进行配送。	喀什市区
	线路车方式	采取线路车方式进行配送，疏勒县极偏远地区发货至疏勒县自取或到喀什体育馆自取，伽师县极偏远地区需要县城转运。阿克萨克马热勒乡 1 个门店可顺丰配送。	疏勒县、英吉沙县、伽师县、岳普湖县、麦盖提县、巴楚县、莎车县、泽普县、叶城县、塔什库尔干县、图木舒克市
	本地合作出租车	采取出租车方式进行配送，有中心人站人员到班车点发	疏附县
和田	市区配送	最远门店离中心 8 公里。和田市门店则有门店服务人员配送，当天即到。	和田市区
	当地合作跑车司机	当地合作司机，在时效上比快递配送快 4 至 6 倍，基本当日达。	洛浦县、策勒县、于田县、墨玉县、二二四团（昆玉市）、皮山县

地州	配送方式	详细说明	适用区域
	市区配送	业务人员进行市区内门店彩票配送，当天即到	伊宁市
伊犁	当地合作跑车司机	每个市区均有稳定的合作司机，配送时效快，基本可当日达。	伊宁县、霍城县、察县、新源县、巩留县、昭苏县、特克斯县、尼勒克县、霍尔果斯市、可克达拉市
	市区配送	安排业务人员进行配送。阿热勒托海牧场、八十九团代销者可自取。	博乐市、青得里镇、阿热勒托海牧场
博州	当地合作跑车司机	当地合作司机，在时效上比快递配送快 4 至 6 倍，基本当日达。	小营盘镇、达勒特镇、第五师八十四团、温泉县、哈日布呼镇、精河县、大河沿子镇、托托镇、八家户农场、托里镇、阿拉山口市
	线路班车	采取线路班车形式配送	八十一团、八十三团

地州	配送方式	详细说明	适用区域
塔城	市区配送	塔城市区门店可安排业务人员配送，当天即到。乡场门店使用客运站班车配送。	塔城市
	当地合作跑车司机/班车	当地合作司机/班车，基本当日达。	额敏县、裕民县、托里县、乌苏市
	顺丰快递	时效基本在 3 天左右到达。	和丰县、沙湾市
阿勒泰	市区配送	安排业务人员进行配送，市区周边的乡镇发邮政快递。	阿勒泰市区
	当地合作跑车司机/班车	当地合作司机/班车，基本当日达。	布尔津县、哈巴河县
	邮政快递	时效基本在 3 天左右到达。	青河县、吉木乃县、兵团市、福海县、富蕴县
克拉玛依	市区配送	业务人员自驾配送，当天即到。	克拉玛依市区
	当地合作跑车司机	当地合作司机，基本当日达。	独山子区、白碱滩区、乌尔禾区
奎屯	市区配送	业务人员自驾配送，当天即到。	奎屯市区
	当地合作跑车司机/班车	当地合作司机/班车，基本当日达。	团场

地州	配送方式	详细说明	适用区域
石河子	市区配送	业务人员自驾配送，当天即到。	石河子市区
	当地合作跑车司机/班车	当地合作司机/班车，基本当日达。	莫索湾区、下野地 122,121、下野地 141
巴州	班车配送	九宫物流客运班车、二师客运站班车、乡镇线路车	所有巴州在册门店区域
阿克苏	班车+快递	采用合作司机/班车（市区，当日送达）+快递（周边团场，次日送达）	所有阿克苏在册门店区域